

Print ISSN: 1738-3110 / Online ISSN 2093-7717
<http://dx.doi.org/10.15722/jds.16.6.201806.77>

Educational Needs of Distribution Company Salespeople in Core Competencies for Convergence

미래융합인재 핵심역량에 대한 유통업 영업사원의 교육요구도 분석

Eun-Joo Kim(김은주)*, Myeong-Hee Seong(성명희)**

Received: March 31, 2018. Revised: June 15, 2018. Accepted: June 15, 2018.

Abstract

Purpose – The aim of this study was to analyze the educational needs of distribution company salespeople in core competencies for convergence and their general perception of convergence education. Furthermore, this study provides basic data on core competencies for convergence needed by them.

Research design, data, and methodology – A survey was conducted on 104 distribution company salespeople who worked near Seoul, Korea to analyze the perceptions of their educational needs in core competencies for convergence education, according to their socio-demographic characteristics. The socio-demographic characteristics were gender, age, workplace size, education background, work experience and business category. The questionnaire consisted of demographic factors (7 questions), general perception of convergence education (5 questions), perception of importance of core competency for distribution company salespeople (9 questions), and current perception of distribution company salespeople on core competency of convergence workers (9 questions). Park et al.(2014)'s categorization of convergence core competencies was used: Cognitive convergence (creative thinking, critical thinking and understanding of convergence knowledge), convergence performance (problem solving, communications, collaboration and application of convergence tools) and attitude toward convergence (empathy and responsibility). Data was collected through an independent sample of t-tests and a one-way analysis of variance and the Borich Needs Assessment Model was used to identify the educational needs of distribution company salespeople in the core competencies of convergence education.

Results– The results show that the subjects recognized the need for convergence education to be high among the general perceptions. The perception scores for workers of different backgrounds only varied according to the size of the business. Moreover, the results of the educational needs analysis and the ranks of the required core competencies of convergence workers by the subjects were as follows: 1. convergence knowledge understanding competency, 2. creative thinking competency, 3. convergence tool application competency, 3. communications competency, 4. problem solving competency, 5. collaboration competency, 6. critical thinking competency, 7. empathy competency, 8. responsibility competency.

Conclusions – This study highlights the necessity of developing university curriculum that can nurture the core competencies of conversion education reflecting distribution company salespeople's requests as well as cultivating qualified convergence workers required by distribution company workers.

Keywords: Distribution Company, Salespeople, Convergence Workers, Core Competency, Educational Needs.

JEL Classifications: A10, D30, M20, L81, I20.

1. 서론

제4차 산업혁명시대가 도래하고, 미래 인재상이 변화함에 따라 대학교육도 변화하기를 요구 받고 있다. 이러한 사회변화의 결과로 기업에서 언급하는 경쟁과 수월성에 무게중심이 놓여 있는 시점에서 대학들은 학생을 고객의 개념으로 접근하고,

* First Author, Assistant Professor, Faculty of Liberal Arts, Eulji University, Korea Tel: +82-31-740-7305, E-mail: kej70@eulji.ac.kr

** Corresponding Author, Professor, Faculty of Liberal Arts, Eulji University, Korea, Tel: +82-31-740-7255, E-mail: seong@eulji.ac.kr

교육에 산업의 개념을 도입하지 않으면 안 될 시점에 놓여 있다. 이에 따라 대학은 교육환경 개선에 대한 산업현장과 정부의 지원정책으로 4차 산업혁명시대가 요구하는 변화에 적절하게 대처하기 위해 노력하고 있다. 특히, 대학은 대학교육이 궁극적으로 추구하는 목적뿐만 아니라 국가사회 변화에 따른 산업체 등의 사회에서 요구하는 인재 배출을 목적으로 하고 있다.

Yu and Hoa(2017)는 한국 문화사업의 핵심역량에 대해 연구하였고, Zhao et al.(2006)는 중국 문화산업분야 종사자의 핵심역량을 평가·분석한 연구를 통해 산업체에서 요구하는 인재와 관련된 연구를 진행하였다. 기업에서 요구하는 핵심역량으로 정보능력, 기술능력, 문제해결능력, 자기관리 및 개발능력, 자원활용능력, 의사소통능력, 수리능력, 대인관계능력, 조직이해능력, 외국어 능력 등으로 나타났다. 그 밖에 글로벌 마인드, 외국어 구사능력, 창의력, 리더십, 도전정신, 업무관련 전공지식, 자기개발능력 등의 핵심역량을 갖춘 인재를 요구하는 것으로 나타났다. 최근에는 기업에 대한 충성심을 나타내는 윤리의식과 환경관련 의식을 중요시하는 기업들도 증가하고 있다(Rho et al., 2011).

한편, 지식공유의 시대에 지식을 실제로 적용할 수 있는 능력에 대한 Cho(2014)의 연구에서 대학은 선발, 교육, 진로에 이르는 교육과정에서 교양 및 전문지식의 습득에 있어서 역량 함양을 강조하고 있다. OECD는 개인의 성공적 삶과 사회 발전에 요구되는 핵심역량을 규명하기 위해 DeSeCo(Definition and Selection of Key Competence)프로젝트를 추진하였으며, 그 결과 교육체제의 목표로서 핵심역량의 영역을 설정하였다(Rychen & Salganik, 2003). 그 외에 Ahn and Park(2016)의 연구에서는 영업사원의 역량으로 개방성, 주도성, 공감, 타인욕성, 외향성, 친화성, 성실성, 자기평가, 자기통제, 조직인식, 팀워크, 영향력, 성취지향성, 자신감 등의 역량이 도출되었다. 이처럼 선행연구에서는 대부분 일반적인 기업체에서 요구하는 핵심역량에 대한 연구가 대부분이고 특정분야, 즉 영업사원의 핵심역량에 대한 연구는 Ahn and Park(2016)의 연구를 포함하여 그리 많지 않다.

앞으로는 4차 산업혁명시대의 도래로 기존의 산업체에서 요구하는 핵심역량에 대한 연구를 좀 더 세밀하게 접근할 필요가 있다. 즉, 많은 선행연구에서 산업체가 요구하는 핵심역량에 대한 연구가 주를 이루었다면, 융합인재 양성에 대한 교육요구가 나타나고 있는 4차 산업혁명시대 영업사원에게 필요한 융합인재 핵심역량에 대한 연구가 필요하다.

영업사원의 경우는 다른 산업체 종사자와는 다른 역량이 요구된다. B2B영업사업의 역량모델에 관한 연구는 Spencer and Spencer(1993)에 의해 시작되었고 그들의 연구에서 12개의 역량지표가 도출되었다. 즉, 영향력, 성취지향성, 주도성, 대인 이해, 고객지향성, 자신감, 관계형성, 분석적 사고, 개념적 사고, 정보수집, 기술적 전문성이다. Cho et al.(2017)의 연구에서는 Spencer and Spencer(1993)가 제안한 영업사원 역량지표 연구를 토대로 사회적 교류역량, 자문적 영업역량, 기술·지식역량이 도출되었다.

따라서 본 연구에서는 4차 산업혁명 시대에 필요한 융합인재에 대한 영업사원들의 인식수준과 교육요구도를 조사하고자 하였다. 본 연구는 4차 산업혁명시대 준비를 위해 유통업 종사자 중 영업사원에게 필요로 하는 융합인재를 보다 효율적이며 현실적으로 양성하기 위해서 유통업체가 요구하는 영업사원의 융합인재 핵심역량에 어떤 것들이 요구되는지에 대한 기초자료를 제공하는 측면에서 의의가 있다. 또한 4차 산업혁명

시대를 이끌어갈 미래 인재들에게 필요한 대학교육에 기초자료를 제공하고, 효과적인 산학협력의 통로를 구축하고 미래사회 변화를 주도하는 대학교육을 위한 반영기제를 강구한다는 측면에서 시사하는 바가 크다.

2. 이론적 배경

2.1. 융합인재 핵심역량

융합인재 양성을 위한 핵심역량에 대한 선행연구 중 Kwak et al.(2014)의 연구에서는 아직까지 융합인재 핵심역량 교육이 제대로 이루어지지 않고 있음을 제기하였다. 그리고 역량에 관련된 연구 대부분이 기업교육이나 직업교육을 위해 필요한 핵심역량을 중심으로 연구가 되어왔고, 핵심역량을 개발하기 위한 초·중등교육과정 개발에 관한 연구가 대부분이었다(Kwak et al., 2014). 앞으로 미래사회에 필요한 융합인재 핵심역량은 창의·인성과 융·복합 사고를 강조하고 있다.

융합인재 핵심역량 제고를 위한 대학교육은 창의성 함양을 목표로 하는 교육으로 이루어져 있고, 대학교육을 통해 융합인재 핵심역량을 증진시키기에는 어려운 역량이 많은 것으로 평가되고 있다(Basir et al., 2010). 즉, 대학 교양교육과정에 있어서 '창의', '융합' 증진을 목표로 교과목을 개발하고 있으나 실제적으로 학생들의 융합인재 핵심역량을 제고한다는 학습성과적 측면에서는 의문점이 남는 것이 현실이다.

따라서 산업체에서 요구하는 융합인재 핵심역량에 대한 교육요구도를 확인해야 한다. 특히, 유통업의 영업사원 중심 융합인재 핵심역량에 대한 교육요구도를 확인하여 대학교육에 있어서 무늬만 융합인재 핵심역량을 교육하는지에 대한 의혹을 불식시킬 수 있고 유통업 분야 중 영업사원의 핵심역량에 대한 연구는 핵심역량에 대한 구체적 접근의 필요성을 시사하고 있다.

2.2. 영업사원의 핵심역량

유통산업은 제조업자가 생산한 제품을 소비자에게 전달되도록 이루어지는 경제활동을 의미한다. 특히, 병원과 약국 등 의료기관 대상의 유통업에 종사하는 영업사원은 해당 의료기관에 대한 지식을 겸비하여 의료시장 환경에 대한 다양한 정보를 제공하기도 한다. 또한 관리하는 의료기관과 긴밀한 관계를 맺고 상품에 대한 정보를 제공하여 구매로 연결될 수 있도록 홍보전략과 긍정적 분위기를 조성할 수 있는 능력이 필요하다(Cho et al., 2017).

Spencer and Spencer(1993)의 연구에서 영업사원에 대한 역량으로 개념적 사고, 주도성, 대인 이해, 영향력, 자신감, 관계형성, 정보수집, 조직인식, 성취지향성, 고객지향성, 분석적 사고, 기술적 전문성을 제시하였다. Lambert et al.(2014)의 연구에서는 서비스 산업 영업사원의 역량으로 영업프로세스, 영업성과, 기술, 학습, 관계, 위험, 영향력, 고객, 서비스, 관리자를 제시하였다. Moore, Eckrich, and Carlson(1986)은 경쟁기술, 커뮤니케이션 기술, 시간관리 능력, 라포형성, 명확한 문제제기 등을 역량으로 제시하였다.

선행연구에 있어서 영업사원의 역량을 구성하는 요인에 대한 연구를 종합하면 다음과 같다. 우선, Rentz et al.(2002)의

식품중개인에게 필요한 역량으로 대인관계기술, 판매기술, 기술지식을, Punwatkar and Varghese(2014)의 가구소매 대리점 영업사원에게 필요한 역량으로는 제품지식, 프리젠테이션 기술, 경청기술, 거절응대기술, 설득력, 대인관계형성 능력을, Park et al.(2009)의 제약 영업사업에게 필요한 역량으로 판매원 보상방식, 판매전략, 판매원 관리 및 통제를 제안하였다.

이처럼 많은 유통관련 종사자들의 역량에 대해 연구자마다 너무나 상이한 역량을 제시하고 있음을 알 수 있다. 이는 해당 유통분야에 따라 다른 역량이 구성되는 것은 필요하나 유통이라는 공통된 업체에 있어서 특히, 4차 산업혁명의 도래에 따른 역량에 대한 공통된 의견이 필요하다. 따라서 이러한 문제를 해결하고자 본 연구는 미래 융합인재에 대한 영업사원들의 역량 수준과 교육요구도를 살펴보고자 하였다.

3. 연구방법

3.1. 연구문제

본 연구는 유통업체가 인식하고 있는 융합인재교육 전반에 대한 인식과, 영업사원이 인식하는 융합인재의 핵심역량 별 중요도와 현 수준을 조사하여 융합인재 양성을 위해 필요한 핵심역량의 교육요구도를 조사하는 것이다. 이와 같은 연구목적 을 달성하기 위한 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 영업사원이 인식하는 융합인재교육 전반에 대한 인식은 어떠한가?

둘째, 영업사원의 배경변인별 융합인재교육 전반에 대한 인식은 어떠한가?

셋째, 영업사원의 배경변인별 융합인재 핵심역량의 중요도와 현 수준 차이는 어떠한가?

넷째, 영업사원이 인식하는 융합인재 핵심역량의 교육요구도는 어떠한가?

3.2. 연구대상

본 연구는 2016년 10월 4일~28일 2주 동안 수도권에 위치한 영업사원을 대상으로 설문지를 배포하였고, 이중 결측치가 많은 응답지를 제외하고 총 104명을 중심으로 분석이 이루어졌다. 분석에 사용된 연구대상자의 일반적 사항은 <Table 1>과 같다.

본 연구대상자의 일반적 특성 중, 성별은 남자는 57명(54.8%), 여자는 47명(45.2%)으로 분포하였고, 나이는 36~40세가 30명(28.8%)으로 가장 많이 분포하였고, 다음으로 31~35세, 41~45세, 31세 미만 45세 이상 순으로 분포하였다. 직장 규모는 10인 미만과 10~49인 규모에 각각 37명(35.57%)으로 가장 많이 분포하였고, 99인 이상, 50~99인 순으로 분포하였다. 학력은 학사가 49명(47.1%)으로 가장 많이 분포하였고, 석사, 박사, 전문학사, 고졸 순으로 분포하였다. 직장경력은 6년 미만, 11~20년, 6~10년, 21~30년, 31년 이상 순으로 분포하였다. 업종은 일반유통 업종이 52명(50.0%)으로 가장 많이 분포하였고, 의료보건유통 업종, 기타 순으로 나타났다.

<Table 1> Demographic Information (N=104)

Variables	No.	Rate (%)	
Gender	Male	57	54.8
	Female	47	45.2
Age	Under 31	20	19.2
	31~35	26	25.0
	36~40	30	28.8
	41~45	22	21.2
	Above 45	6	5.8
Workplace size (people)	Under 10	37	35.57
	10 ~ 49	37	35.57
	50 ~ 99	7	6.74
	Above 99	23	22.12
Educational background	High school	1	1.0
	Junior college	10	9.6
	University	49	47.1
	Masters	24	23.1
	Ph. D	20	19.2
Work experience (years)	Under 6	29	27.9
	6~10	23	22.1
	11~20	27	26.0
	21~30	19	18.3
	Above 30	6	5.8
Business category	General distribution	52	50.0
	Medical distribution	29	27.9
	Miscellaneous	23	22.1

3.3. 측정도구

본 연구에서 미래융합인재에 대한 영업사원의 융합인재교육 전반에 대한 인식과 교육요구도를 알아보기 위해 <Table 2>와 같이 설문항목을 구성하였다.

영업사원이 인식하는 융합인재의 핵심역량에 대한 교육요구도를 알아보기 위한 설문지의 문항구성은 인구통계학적 특성을 묻는 문항이 7개, 융합인재교육 전반에 대한 인식을 묻는 문항이 5개, 영업사원의 융합인재 핵심역량 별 중요도와 현재 수준을 묻는 문항이 각각 9개로 총 30문항으로 구성되어 있다. 특히, 영업사원의 융합인재 핵심역량은 Park et al.(2014)의 연구에서 개발한 융합인재교육 핵심역량 틀을 분석에 사용하였고 중영역을 중심으로 조사하였다. 측정은 <Table 3>과 같이 해당 중영역에 대한 영업사원의 중요도 인식수준과 현재 자신의 수준을 측정하였다. 융합인재의 핵심역량은 융합인지능력(창의적 사고, 비판적 사고, 융합적 지식이해), 융합수행능력(문제해결, 의사소통, 협동, 융합도구활용), 융합태도능력(배려심, 책임감)으로 구분되어 있다.

측정도구의 신뢰도 확보를 위해 Cronbach' 계수를 산출하였다. 영업사원 융합인재교육 전반에 대한 인식을 묻는 문항의 신뢰도 Cronbach' α는 .831, 융합인재 핵심역량 별 중요도와 본인의 현재수준을 묻는 문항의 신뢰도 Cronbach' α는 각각 .911, .903으로 나타났다. 각 하위내용의 변수값은 '매우 낮음' 1점, '낮음' 2점, '보통' 3점, '높음' 4점, '매우 높음' 5점으로 Likert 5점 척도이다.

<Table 2> Structure of Questionnaire

Variable		No. of Questions	Cronbach' α
Demographic factors	Gender, age, work experience, educational background, workplace size, business category, work position	7	-
General perception of convergence education	Perception of convergence education, necessity of convergence education	5	.831
Perception of importance of core competency for distribution company salespeople	Creative thinking, critical thinking, knowledge of convergence, problem solving, communications, collaboration, application of convergence tool, empathy, responsibility	9	.911
Current perception of distribution company salespeople on core competency of convergence workers	Creative thinking, critical thinking, knowledge of convergence, problem solving, communications, collaboration, application of convergence tool, empathy, responsibility	9	.903

<Table 3> Categories of Convergence Core Competencies

Division	Sub-division	Definition
Cognitive convergence	Creative thinking	Creative thinking is the ability to think innovative and outside of the box by identifying problems from different perspectives.
	Critical thinking	Critical thinking is the ability to arrive at the best possible solution by identifying, analyzing and solving problems systematically.
	Understanding of convergence knowledge	Understanding of convergence knowledge is the ability to combine information and resources and eventually synthesize their individual perspectives.
Convergence performance	Problem Solving	Problem solving is the ability to interact with others and convey information through verbal, non-verbal, and written skills.
	Communications	Communications is the ability to convey information with good verbal, non-verbal and written communication skills as well as interact with others.
	Collaboration	Collaboration is the ability to work well with others toward shared goals and function well in social settings.
	Application of convergence tools	Application of convergence tools is the ability to use various instruments efficiently and effectively to gather, produce and process information.
Attitude toward convergence	Empathy	Empathy is the ability to understand and respect diverse world views and relate well to people from varied backgrounds.
	Responsibility	Responsibility is the ability to do the things that individual is expected to do and accept the consequences of actions.

3.4. 자료분석

본 연구문제를 검증하기 위해 수집된 자료의 분석은 PASW Statistics 18.0 프로그램을 사용하였다. 연구대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도와 백분율을 산출하였고, 조사도구의 내적합치도를 알아보기 위해 Cronbach' α계수를 산출하였다. 융합인재교육 전반에 대한 인식을 분석하기 위해 최소값과, 최대값, 평균, 표준편차를 산출하였다. 또한 연구대상자의 인구사회학적 특성에 따른 융합인재교육 전반에 대한 인식 차이를 분석하기 위해 t-검정과 One-way ANOVA(일원변량분석)를 실시하였다. 이후 사후검정으로 Scheffe를 실시하였다. 또한 유통업에서 요구하는 영업사원의 융합인재 핵심역량에 대한 교육요구도를 분석하기 위해 Borich(1980)의 요구도 공식을 활용하여 분석하였다. Borich 요구도는 현재의 능력수준과 요구되는 능력수준(해당 능력의 중요도)의 차이를 합한 값에 요구수준의 평균을 곱한 후 이를 전체 사례수로 나눈 값이다. 그 결과 요구수준에 대한 인식이 높을수록, 현재 수준에 대한 인식이 낮을수록 요구도의 값은 높아진다.

$$\text{교육요구도} = \frac{\Sigma(RCL - PCL) \times \overline{RCL}}{N}$$

RCL(Required Competence Level) : 요구되는 능력 수준(중요도)
 PCL(Present Competence Level) : 현재의 능력 수준
 \overline{RCL} : RCL의 평균
 N : 사례수

4. 연구결과

4.1. 영업사원이 인식하는 융합인재교육에 대한 전반적 인식수준

융합인재교육에 대한 영업사원의 인식 수준을 분석한 결과는 <Table 4>와 같다.

<Table 4> General perception of distribution company salespeople on convergence education (N=104)

Questions	Min	Max	M	SD
Have you heard of convergence education?	1	5	2.96	1.079
Do you think convergence education is effective for solving the current problems of college education?	1	5	3.60	.887
Do you think convergence education is necessary to develop creative problem solving?	2	5	3.89	.847
Do you think students who receive convergence education will perform better in future business fields than those who do not receive it?	1	5	3.85	.833
Do you think convergence education is necessary in college in the 4 th Industrial Revolution?	1	5	3.95	.949
Total	1	5	3.65	.919

<Table 5> Perception of distribution company salespeople on convergence education according to their background (N=104)

Background Variable	No. of People	Mean	SD	t / F	P-value	Scheffe	
Gender	Male	57	3.80	.801	2.52*	.013	
	Female	47	3.45	.545			
Age	Under 31	20	3.54	.668	1.599	.181	
	31~35	26	3.43	.605			
	36~40	30	3.69	.785			
	41~45	22	3.85	.714			
	Above 45	6	4.00	.809			
Workplace size (people)	Under 10	37	3.75	.529	3.68*	.014	a<c b<c c<d
	10~49	37	3.45	.901			
	50~99	7	4.34	.377			
	Above 99	23	3.57	.576			
Educational background	High school	1	2.20	.	1.07	.374	
	Junior college	10	3.66	.772			
	University	49	3.64	.662			
	Masters	24	3.67	.721			
	Ph. D	20	3.71	.801			
Work experience (years)	Under 6	40	3.61	.633	.26	.899	
	6~10	38	3.65	.830			
	11~20	8	3.65	.746			
	21~30	6	3.93	.845			
	Above 30	12	3.61	.568			
Business category	General distribution	52	3.77	.593	2.10	.127	
	Medical distribution	29	3.44	.816			
	Miscellaneous	23	3.62	.798			

영업사원이 인식하는 융합인재교육 전반에 대한 인식수준은 '4차 산업혁명 시대에 대학에서 융합인재교육이 필요하다고 생각하십니까?'라는 문항의 점수가 가장 높게 나타났고, '융합인재교육을 알고 계십니까?' 문항의 점수가 가장 낮게 나타났다.

이와 같은 결과는 현재 영업 종사자들의 융합인재 교육의 필요성이 높게 지각되고 있음을 확인할 수 있다. 그에 반해 영업 종사자들의 융합인재 교육에 대한 인지능력은 낮은 것으로 판단할 수 있다.

4.2. 영업사원의 배경변인에 따른 융합인재교육에 대한 전반적 인식 차이

영업사원의 성별, 나이, 기관규모, 학력, 경력, 직종에 따라 융합인재교육 전반에 대한 인식의 차이를 분석하였다. 결과는 <Table 5>와 같다.

영업사원의 배경변인별 융합인재교육 전반에 대한 인식차이를 분석한 결과, 기관규모 변인을 제외하고 집단 간 융합인재

교육 전반에 대한 인식 점수에 차이가 나타나지 않았다. 융합인재교육 전반에 대한 인식에 집단 간 점수 차이가 통계적으로 유의한 결과를 나타낸 기관규모 변인은 유의수준 .05에서 50명 이상인 기관규모 집단의 융합인재교육에 대한 전반적 인식이 가장 높게 나타났고, 10~49명 미만의 기관규모 집단의 융합인재교육에 대한 전반적 인식이 가장 낮게 나타났다.

이와 같은 결과로 기관규모에 따라 융합인재 교육에 대한 전반적 인식 수준이 높게 나타났음을 알 수 있다. 특히, 기관 규모가 50~99명 이하인 경우에 융합인재 교육에 대한 인식 수준이 높게 나타남을 알 수 있다.

4.3. 영업사원의 배경변인에 따른 융합인재 핵심역량의 중요도와 현 수준 차이

영업사원의 성별, 나이, 기관규모, 학력, 경력, 직종에 따라 융합인재 핵심역량에 대한 중요도와 현 수준의 차이를 분석하였다. 결과는 <Table 6>, <Table 7>과 같다.

<Table 6> Difference in the importance of core competency of convergence workers of distribution company salespeople according to their background (N=104)

Background Variable		No. of People	Mean	SD	t / F	P-value
Gender	Male	57	4.35	.560	1.18	.237
	Female	47	4.21	.640		
Age	Under 31	20	4.28	.585	1.78	.138
	31~35	26	4.27	.588		
	36~40	30	4.44	.386		
	41~45	22	4.03	.827		
	Above 45	6	4.53	.347		
Workplace size (people)	Under 10	37	4.33	.616	2.13	.101
	10~49	37	4.11	.635		
	50~99	7	4.30	.621		
	Above 99	23	4.49	.437		
Educational background	High school	1	3.22	.	.989	.417
	Junior college	10	4.37	.650		
	University	49	4.31	.532		
	Masters	24	4.21	.734		
	Ph. D	20	4.32	.549		
Work experience (years)	Under 6	40	4.27	.558	.781	.540
	6~10	38	4.26	.658		
	11~20	8	4.34	.554		
	21~30	6	4.15	.695		
	Above 30	12	4.62	.413		
Business category	General distribution	52	4.32	.575	.313	.732
	Medical distribution	29	4.30	.592		
	Miscellaneous	23	4.20	.673		

<Table 7> Difference in current level of core competency of convergence workers of distribution company salespeople according to their background (N=104)

Background Variable		No. of People	Mean	SD	t / F	P-value	Scheffe
Gender	Male	57	3.66	.649	.173	.863	
	Female	47	3.64	.511			
Age	Under 31	20	3.54	.585	4.01**	.005	1<3
	31~35	26	3.63	.449			1>5
	36~40	30	3.92	.502			2>5
	41~45	22	3.57	.501			3>4
	Above 45	6	3.01	1.140			3>5
Workplace size (people)	Under 10	37	3.52	.568	2.09	.106	4>5
	10~49	37	3.60	.653			
	50~99	7	3.96	.646			
	Above 99	23	3.83	.426			
Educational background	High school	1	3.00	.	3.397*	.012	
	Junior college	10	3.28	.840			
	University	49	3.55	.540			
	Masters	24	3.79	.400			
	Ph. D	20	3.93	.619			
Work experience (years)	Under 6	40	3.57	.526	1.844	.126	
	6~10	38	3.65	.534			
	11~20	8	3.88	.451			
	21~30	6	3.44	.805			
	Above 30	12	3.64	.657			
Business category	General distribution	52	3.74	.574	2.70	.072	
	Medical distribution	29	3.44	.680			
	Miscellaneous	23	3.71	.428			

<Table 8> Educational needs for core competency of distribution company salespeople (N=104)

Division	Sub-division	Importance		Current level		Borich	Rank
		M	SD	M	SD		
Cognitive convergence	Creative thinking	4.17	.806	3.41	.899	3.16	2
	Critical thinking	3.98	.836	3.47	.881	2.02	7
	Understanding of convergence knowledge	4.21	.962	3.25	.900	4.04	1
Convergence performance	Problem solving	4.36	.787	3.71	.832	2.80	5
	Communications	4.54	.709	3.87	.860	3.05	4
	Collaboration	4.47	.800	3.90	.898	2.53	6
	Application of convergence tools	4.07	.851	3.30	.880	3.13	3
Attitude toward convergence	Empathy	4.31	.825	3.85	.845	1.98	8
	Responsibility	4.50	.763	4.11	.847	1.77	9

영업사원의 배경변인에 따른 융합인재 핵심역량의 중요도와 현수준 차이를 분석한 결과, 우선, 융합인재 핵심역량의 중요도에 있어서는 배경변인에 따라 중요도 인식에 집단 간 차이가 없는 것으로 나타났다. 그러나 융합인재 핵심역량의 현수준에 대한 인식차이는 배경변인 중 나이에 따라서 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 45세 이상의 중장년층의 융합인재 핵심역량의 현 수준이 가장 낮았고, 이에 반해 36세~40세 집단이 융합인재 핵심역량의 현 수준이 가장 높게 나타났음을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 중장년층의 융합인재 핵심역량에 대한 교육이 필요함을 시사하고 있다.

4.4. 영업사원의 융합인재 핵심역량에 대한 교육요구도

유통업에서 인식하는 영업사원의 융합인재 핵심역량에 대한 교육요구도를 분석하기 위해 하위요인별 평균과 표준편차, Borich 요구도 점수를 산출하였으며, 그에 따른 요구도 순위를 매겼다. 결과는 <Table 8>과 같다.

영업사원이 인식하는 융합인재 핵심역량의 중요도 인식에 대해 융합수행 능력의 하위요인인 의사소통의 평균(표준편차)이 4.54(.709)로 가장 높게 나타났고, 융합인지 능력의 하위요인인 비판적 사고의 평균(표준편차)이 3.98(.836)로 가장 낮게 나타났다. 이와 같은 결과는 영업사원에게 있어서 융합수행 능력 중 의사소통능력이 가장 중요한 핵심역량으로 인지하고 있음을 알 수 있고, 상대적으로 융합인지 능력 중 비판적 사고능력이 가장 중요하지 않은 핵심역량으로 인지하고 있음을 알 수 있다.

현재 영업사원의 융합인재 핵심역량의 수준에 대해서는 융합태도 능력의 하위요인 중 책임감의 평균(표준편차)이 4.11(.847)로 가장 높게 나타났고, 융합인지 능력의 하위요인인 융합적 지식이해의 평균(표준편차)이 3.25(.900)로 가장 낮게 나타났다. 이와 같은 결과는 영업사원에게 있어서 융합태도 능력 중 책임감이 가장 높게 나타났고, 상대적으로 융합인지 능력 중 융합적 지식이해가 가장 낮은 수준으로 나타났다. 즉, 영업사원에게 있어서 미래 융합인재 핵심역량 중 융합적 지식이해가 가장 낮은 수준임을 알 수 있다.

영업사원의 융합인재 핵심역량의 교육 요구도 및 요구 순위를 분석한 결과, 가장 높은 교육요구도를 보인 핵심역량은 융합인지 능력의 하위요인 중 융합적 지식 이해였으며, 다음으로 창의적 사고, 융합도구활용, 의사소통, 문제해결, 협동, 비판적 사고, 배려심, 책임감 순으로 교육요구도가 나타났다. 이와 같

은 결과는 대학교육에 있어서 미래 융합인재 핵심역량 개발을 위해 우선적으로 융합적 지식 이해를 위한 교육이 시행되어야 함을 알 수 있다.

5. 결론 및 제언

본 연구는 대학의 융합인재 핵심역량에 대한 영업사원의 인식과 영업사원의 교육 요구가 무엇인지를 파악하여 대학과 산업현장 간 교육의 격차를 없애고 연계교육의 기초자료를 마련하고자 하는데 그 목적을 두었다. 이를 위해 질문지법으로 설문조사를 실시하였으며 그 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 영업사원이 인식하는 융합인재교육 전반에 대한 인식 수준은 '4차 산업혁명 시대에 대학에서 융합인재교육이 필요하다고 생각하십니까?'라는 문항의 점수가 가장 높게 나타났고, '융합인재교육을 알고 계십니까?' 문항의 점수가 가장 낮게 나타났다. 이는 4차 산업혁명 시대에 있어서 융합인재교육은 대학교육에서 필요한 것임을 확인할 수 있었다. 이에 반해 융합인재교육에 대한 인지수준이 가장 낮게 나타난 것은 유통업 현장 종사자들 대부분이 융합인재교육에 대해 구체적인 지식을 함양하지 못하고 있음을 나타낸다. 따라서 영업사원들의 직무교육에 융합인재교육에 대한 내용을 포함하는 교육과정을 개발할 필요가 있다.

둘째, 영업사원의 배경변인에 따른 융합인재교육에 대한 전반적 인식 차이를 분석한 결과, 기관규모 변인을 제외하고 집단 간 융합인재교육 전반에 대한 인식 점수에 차이가 나타나지 않았다. 특히, 기관규모가 50명 이상인 집단이 융합인재교육에 대한 전반적 인식이 가장 높게 나타났고, 10~49명의 집단이 가장 낮은 인식수준을 나타냈다. 이는 유통업 기관의 규모가 작은 것에 비해 상대적으로 기관의 규모가 큰 경우, 융합인재교육에 대한 전반적 인식수준이 높게 나타남을 의미한다.

셋째, 영업사원의 배경변인에 따른 융합인재 핵심역량의 중요도와 현 수준 차이를 분석한 결과, 우선, 융합인재 핵심역량의 중요도에 있어서는 배경변인에 따라 중요도 인식에 집단 간 차이가 없는 것으로 나타났다. 융합인재 핵심역량의 현 수준에 대한 인식차이는 배경변인 중 나이에 따라서 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 46세 이상의 중장년층의 융합인재 핵심역량의 현 수준이 가장 낮았고, 이에 반해 36세~40세 집단이 융합인재 핵심역량의 현 수준이 가장 높게 나타났음을 알 수 있다.

넷째, 영업사원의 융합인재 핵심역량의 교육요구도 및 요구 순위를 분석한 결과, 가장 높은 교육요구도를 보인 핵심역량은 융합적 지식이해였으며, 다음으로 창의적 사고, 융합도구활용, 의사소통, 문제해결, 협동, 비판적 사고, 배려심, 책임감 순으로 교육요구도가 나타났다.

이러한 연구결과를 기반으로 제언을 하면, 앞으로 대학들은 대학의 교육과 산업계에서 요구하는 교육 간 미스매치로 산업 현장에서의 인력수급에 문제가 발생되지 않도록 유통업 종사자의 요구를 반영한 융합인재교육을 위한 핵심역량을 함양할 수 있는 교과교육과정 개발에 대한 연구가 필요하다. 또한 교과교육과정으로 해결할 수 없는 창의적 사고, 의사소통, 협동, 배려심, 책임감 등과 같은 역량을 중심으로 비교과교육과정에서 각 항목에 맞는 활동의 개선, 강화, 도입의 필요성을 가지고 구체적인 비교과 교육활동 개발이 이루어져야 할 것이다. 또한 유통업에서 필요로 하는 인재는 스펙과 학벌이 좋은 것이 아닌 해당 직종에 적합한 직무능력과 기본소양을 갖춘 인재를 개발할 수 있도록 융합인재 핵심역량을 제고할 수 있는 실제적인 교육프로그램이 개발되어야 한다. 따라서 대학에서는 유통업에서 요구하는 인재와 학교교육과의 간극을 좁힘으로써 학교교육이 산업세계로의 원만한 진입을 도모할 수 있어야 한다. 이처럼 융합인재교육을 위한 핵심역량을 중심으로 유통업이 요구하는 내용과 함께 4차 산업혁명 시대가 요구하는 인재상에 대한 지속적인 연구가 필요하다.

References

- Ahn, S. M., & Park, C. W. (2016). An empirical study on eliciting a competency required by salespeople: Differentiating B2B salespeople and B2C salespeople. *Journal of Distribution Science*, 14(11), 103-115.
- Basir, M. S., Ahmad, S. Z., & Kitchen, P. J. (2010). The relationship between sales skills and salesperson performance: An empirical study in the malaysia telecommunications company. *International Journal of Management and Marketing Research*, 3(1), 51-73.
- Borich, G. (1980). A needs assessment model for conducting follow-up studies. *Journal of Teacher Education*, 31(1), 39-42.
- Cho, N. K. (2014). Feasible strategies to reflect high school student's sport club career on the college admission process. *Korean Society of Sport Policy*, 12(3), 217-229.
- Cho, A. R., Park, C. W., & Jung, S. H. (2017). A study on the scale development of B2B salespeople's behaviour-based competency. *Journal of Marketing Management Research*, 22(2), 67-96.
- Kwak, Y. S., Son, J. W., Kim, M. Y., & Ku, J. O. (2014). Research on ways to improve science curriculum focused on key competencies and creative fusion education. *Journal of the Korean Association for Science Education*, 34(3), 321-330.
- Lambert, B., Plank, R. E., Reid, D. A., & Fleming, D. (2014). A competency model for entry level business-to-business services salespeople. *Services Marketing Quarterly*, 35(1), 84-103.
- Moore, J. R., Eckrich, D. W., & Carlson, L. T. (1986). A hierarchy of industrial selling competencies. *Journal of Marketing Education*, 8(1), 79-88.
- Park, K. M., Choi, Y. H., Hong, J. H., Lee, K. N., Moon, S. H., Tae, J. M., Lee, K. P., Min, B. K., & Noh, K. S. (2014). A validity study on the key competencies factors of STEAM. *Journal of the Korean Institute of Industrial Education*, 14(3), 214-234.
- Park, P. S., Chung, D. S., Ryu, T. M., & Song, K. S. (2009). An empirical study on the influence of strategy type, sales force capability, organizational structure, and the business performance in pharmaceutical industry. *Journal of Human Resource Management Research*, 16(3), 101-122.
- Punwattar, S., & Varghese, M. (2014). Impact of competencies on sales performance: Empirical evidence on salesmen at a furniture mart in central India. *Pacific Business Review International*, 6(12), 1-7.
- Rentz, J. O., Shepherd, C. D., Tashchian, A., Dabholkar, P. A., & Ladd, R. T. (2002). A measure of selling skill: Scale development and validation. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 22(1), 13-21.
- Rho, T. C., Lee, S. Y., Ryu, S. M., Gu, J. H., Lee, Y. M., Kim, Y. M., & Chae, J. B. (2011). A survey on the core competencies to reinforce the relationship of high-school, university and industries. *Journal of Engineering Education Research*, 14(1), 11-19.
- Rychen, D. S., & Salganik, L. H. (2003). *Key competencies for a successful life and an ill-functioning society*. Göttingen, Germany: Hogrefe & Huber.
- Spencer, L. M., & Spencer S. M. (1993). *Competence at work: Models for superior performance*, (1st ed.). New York, USA: John Wiley and Sons.
- Yu, L., & Hoa, L. (2017). Research on core competence of cultural industry in Korea. *East Asian Journal of Business Management*, 7(2), 17-20.
- Zhao, Y. Y., Yu, Y., & Ma, W. T. (2006). Evaluation and analysis of core competence in Chinese cultural industry. *Journal of Renmin University in China*, 12(2), 124-126.