고객 감정유형이 구전동기 및 구전의도에 미치는 영향

곽대훈(계명대학교 경영학과 박사과정)
이형탁(계명대학교 경영학과 교수)

브랜드자산(brand equity)은 시장 내에서 경쟁우위요소를 확보하고 기업의 생존력을 확대하기 위한 강력한 경쟁수단이 되고 있으며, 이와 같은 인식이 빠르게 확산되고 있다(전성률, 주태욱, 김경호, 박준형, 2011). 브랜드 자산 구축으로 기업의 브랜드 가치 증대에 성공한 기업들도 있지만, 기업은 자의든 타의든 여러 원인에 의하여 브랜드 가치를 하락시키는 사건, 사고가 빈번하게 일어나고 있다. 기업에 있어서 확실한 경쟁우위 요소인 브랜드 이미지에 해를 끼칠 수 있는 문제 또는 사건이 발생하는 것을 브랜드위기(brand crisis)라 칭하고 있다(공옥례, 이형재, 2009; 김모란, 안광호, 2012).

브랜드위기는 기업에게 있어 부정적 감정을 가지게 되는 원천이 되고 있다. 소비자의 감정은 기업에게 있어 재미, 즐거움, 흥, 오락 등과 같이 긍정적 감정을 유발할 수도 있지만 후회감, 실망감, 배신감, 분노, 질투감, 불만족, 보복욕구 등과 같이 부정적 감정을 가져올 수도 있다(김모란, 안광호, 2012; 이유재, 차문경, 2005). 긍정적 또는 부정적 감정을 경험한 고객은 서비스를 제공하는 기업에 대한 만족과 불만족의 수준에 영향을 미치게 된다(성형석, 한상린, 2007). 브랜드위기를 경험한 고객에게 기업이 적절한 서비스 회복조치를 취하지 못했을 때 고객은 후회감, 실망감, 배신감, 분노 등과 같은 부정적 정서가 강하게 나타나며 기업의 성과에 부정적 영향을 미치게 되는 공격적, 보복적 행동으로 연결되게 된다(김모란, 안광호, 2012).

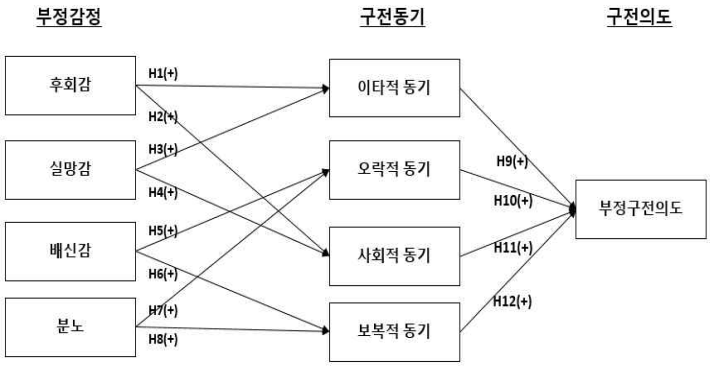
소비자의 부정적 감정은 다른 사람들에게 공유하고 전달하고자 하는 구전동기와 밀접한 관련성을 가지게 된다. 이형탁, 김경호(2016)의 연구에 의하면, 구전활동은 소비자가 다른 소비자에게 제품이나 서비스에 대한 자신의 의견을 전달하는 행위로 구전활동과 관련된 금전적 보상 등은 존재하지 않는 사적인 활동으로 제시하였다. 따라서 기업에 있어서 구전활동의 동기를 파악하는 것은 기업의 고객관리 방안을 수립함에 있어 중요한 잣대가 되고 있다.

본 연구는 브랜드위기 발생 시에 소비자의 부정감정이 어떠한 형태로 발생되는지를 살펴보고, 부정감정은 구전동기에 어떤 영향을 미치고, 그 결과 부정적 구전의도에 어떤 영향을 미치는가에 대하여 살펴보고자 한다. 따라서 본 연구가 지향하는 목적은 3가지 관점이다. 첫째, 기업에서 브랜드위기가 발생 시에 소비자가 느끼는 부정감정의 유형별 특징과 구전동기와의 상관관계를 살펴보고자 한다. 둘째, 브랜드

위기에 따라 소비자가 가지는 부정감정이 구전동기에 어떤 영향을 미치고, 구전동기가 부정구전의도에 어떤 영향을 미치는지를 살펴봄으로써 브랜드위기에 따른 자사기업의 피해를 최소화하기 위한 방법을 살펴보고자 한다. 셋째, 경쟁기업에서 브랜드위기가 발생 시 경쟁기업의 위기사항을 자사의 기회요소로 활용하기 위한 고객관리측면에서 탐구하고자 한다.

이를 위하여 본 연구는 기업에 부정적인 영향을 미치는 소비자 감정으로 후회감, 실망감, 배신감, 분노를 중심으로 설정하고, 부정감정이 구전동기에 영향을 미치는 요소로써 이타적동기, 오락적동기, 사회적동기, 보복적동기에 관하여 살펴보고, 부정적 구전의도와 상관관계를 탐구해본다. 그 결과 이론적, 실무적 시사점을 발굴하여 기업 현장에서 실질적으로 도움이 되는 요소를 찾아 제시하고자 한다.

<연구모형>



<연구가설>

■부정감정과 구전동기와의 관계

H1: 후회감은 이타적동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2: 후회감은 사회적동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3: 실망감은 이타적동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4: 실망감은 사회적동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H5: 배신감은 보복적동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H6: 배신감은 오락적동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H7: 분노는 보복적동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H8: 분노는 오락적동기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

■구전동기와 부정구전의도와의 관계

H9: 이타적동기는 부정구전의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H10: 오락적동기는 부정구전의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H11: 사회적동기는 부정구전의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H12: 보복적동기는 부정구전의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.