보상프로그램의 디자인 요소가 고객의 규칙 순응 의도에 미치는 영향 : B2C 공유서비스 상황에서

The Impact of Design Factors of a Reward Program on Customer Compliance Intention : In The Context of B2C Sharing Service

이우현(Lee, Woo Hyun)
연세대학교 경영대학 석사과정(Graduate Student, School of Business, Yonsei University)

최선미(Choi, Sun Mee)
연세대학교 경영대학 교수(Professor, School of Business, Yonsei University)

김수연(Kim, Soo Yun)
연세대학교 경영대학 박사과정(Ph.D Candidate, School of Business, Yonsei University)

초록(Abstract)

목적(Purpose)

본 연구는 B2C 공유서비스 상황에서의 고객 협력을 보다 효과적으로 도모할 수 있는 방안으로 보상프로그램을 제안하고, 보상프로그램의 다양한 디자인 요소의 효과를 실증하고자 한다. 구체적으로는 '보상의 목표 유형', '목표 진행 상황 지각', 그리고 '보상의 유형'에 따라 보상프로그램에 참여하려는 동기 정도가 달라지고, 그러한 동기는 고객의 역할을 요구하는 규칙에 대한 고객의 '순응 의도'에 미치는 영향을 실증하고자 한다.

연구설계/방법론/접근방법(Design/methodology/approach)

분석에 필요한 자료는 Zipcar를 이용해본 경험이 있는 미국 소비자들을 대상으로 한 시나리오 기반의 실험을 통한 온라인 설문으로 수집될 것이다. 가설 검증을 위해서는 분산분석과 구조방정식 분석을 사용할 것이다.

연구결과(Findings)

보상의 목표 유형으로는 새로운 상태를 달성하려는 목표보다 현 상태를 유지하려는 목표가, 목표 진행 상황 지각으로는 목표 진행 초반에는 달성한 부분 그리고 후반에는 달성해야 하는 부분 강조가, 보상의 유형으로는 개인적 보상인 금전적 보상보다는 사회적 보상인 기부 보상이 보상프로그램이 요구하는 목적을 달성하려고 하는 동기를 유발시키는데 더욱 효과적일 것으로 기대된다. 나아가, 보상 목표 달성 동기는 순응 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대된다.

한계점과 시사점(Research limitations/implications)

시나리오 기반의 실험을 사용함으로써 실제상황을 완벽히 그려낼 수 없다는 한계점과 측정하는 고객 반응 변수가 실제 고객의 행동이 아닌 의도라는 한계점을 가진다. 학문적으로는, 공유서비스의 운영관리 이슈에 집중하여 해결책을 실증적으로 제시한다는 기여를 하며, 실무적으로는 공유서비스에서의 고객 협력을 유도할 수 있는 효과적인 보상프로그램을 제시함으로써 기여한다.

연구독창성/가치(Originality/value)

기존의 공유서비스 관련 연구는 마케팅 측면의 변수를 중심으로 진행되어 왔지만, 본 연구는 공유서비스에 고유한 운영관리 이슈를 파악하고 해결책을 제시함으로써 차별성을 가진다.

키워드(Keywords)
공유 경제 서비스, 보상프로그램, 목표 유형, 목표 진행 상황 지각, 보상 유형, 순응 의도

* E-mail: willee12@yonsei.ac.kr