

PART.3 동기, 소비자 정보처리, 기억

chapter 6. 동기 motivation

chapter 7. 소비자 정보처리 과정

chapter 8. 기억 memory

chapter 6. 동기 motivation

(1) 동기의 개념

(2) 동기의 역할과 기능

(3) 욕구 needs와 목표 goals

(4) 동기 유발 motivation

(5) 동기 이론

(6) 동기와 마케팅

chapter 6. 동기 motivation

(1) 동기의 개념

동기 motive

소비자 행동이 일어나도록 하는 요인

소비자가 만족하고자 하는 욕구가 유발될 때 발생하는 것

목표를 향해 행동방향을 지시하고, 촉진시키며, 가속화 시키는 내적 상태

마케팅의 기초는 욕구(미충족 욕구, 잠재욕구 등)를 규명하고 만족시키는 것

chapter 6. 동기 motivation

(1) 동기의 개념

동기 motive의 특성

활성화

방향성

지속성

외부적 환경에서 자극을 받아 생체 에너지 bodily energy를 활성화시키고,
소비자의 목표를 향하여 활성화된 생체 에너지의 방향을 결정짓는 내적 동인

chapter 6. 동기 motivation

(1) 동기의 개념

(2) 동기의 역할과 기능

(3) 욕구 needs와 목표 goals

(4) 동기 유발 motivation

(5) 동기 이론

(6) 동기와 마케팅

chapter 6. 동기 motivation

(2) 동기의 역할과 기능

동기 motive의 역할

1. 생체 에너지 bodily energy를 활성화시키고 그 방향을 결정하는 역할
2. 활성화된 생체 에너지를 어떤 목표에 집중시킬 것인지를 결정하는 역할

동기 motive의 기능

기본적으로 추구해야 할 것이 무엇인가를 알게 해 준다

목표물goal objects이 무엇인가를 확인시켜 준다

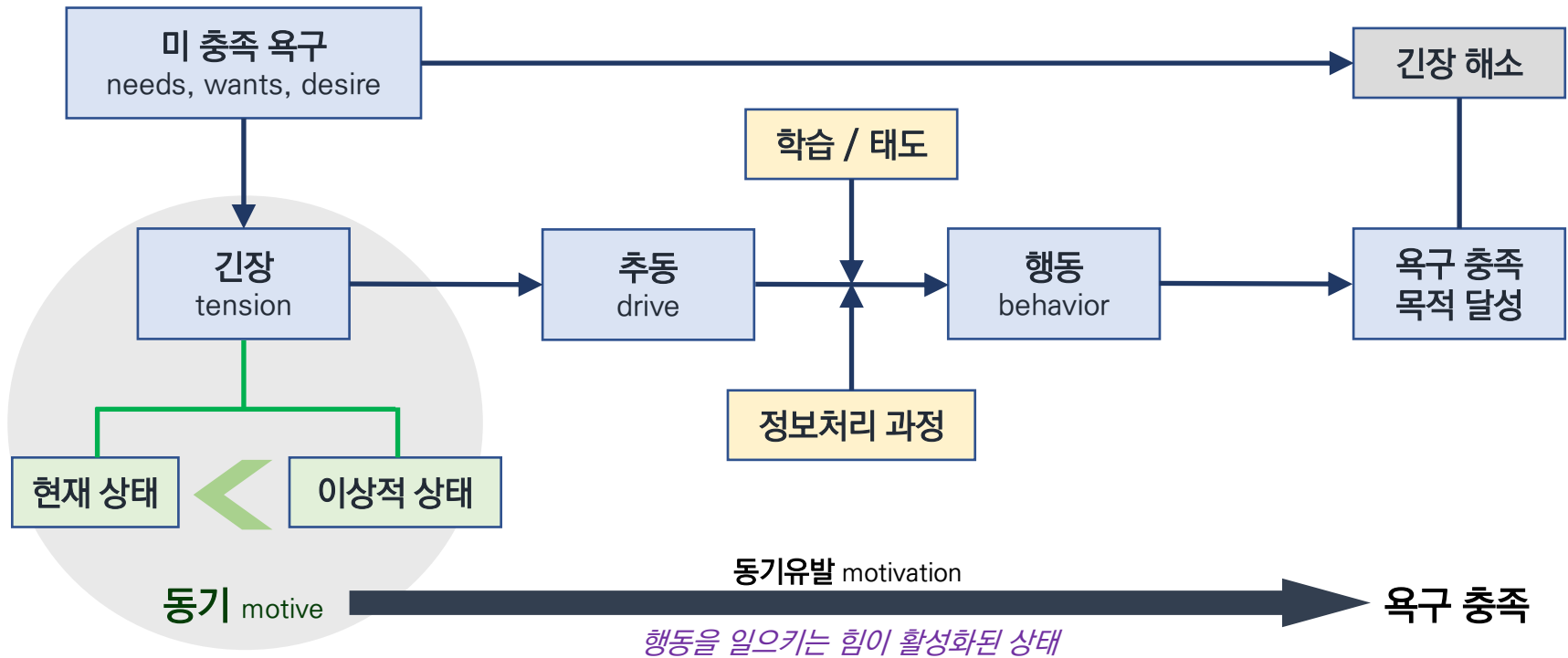
선택기준choice criteria에 영향을 미친다

지각, 학습, 성격, 태도, 소비자 정보처리에 포괄적 영향

chapter 6. 동기 motivation

(2) 동기의 역할과 기능

동기 유발 과정 & 소비자 심리적 요인과의 관계



chapter 6. 동기 motivation

(1) 동기의 개념

(2) 동기의 역할과 기능

(3) 욕구 needs와 목표 goals

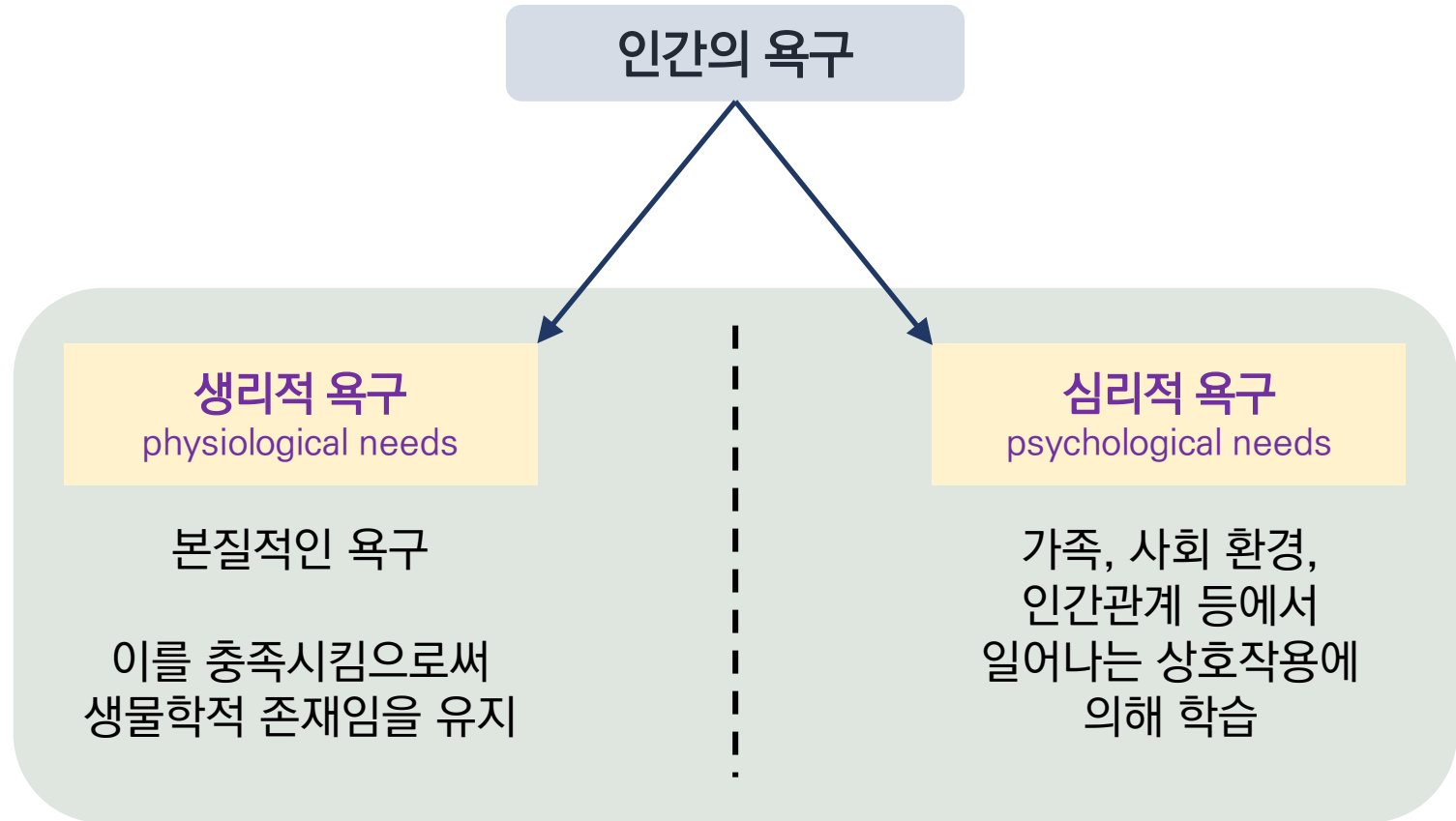
(4) 동기 유발 motivation

(5) 동기 이론

(6) 동기와 마케팅

chapter 6. 동기 motivation

(3) 욕구needs와 목표goals



chapter 6. 동기 motivation

(3) 욕구needs와 목표goals

Hoyer와 MacInnis의 욕구 분류

사회적 욕구 social needs

타인과 관계되는 외부 지향적 욕구

비사회적 욕구 nonsocial needs

타인과 관련 없이 자신의 성취를 위한 욕구

기능적 욕구 functional needs

소비 관련 문제를 해결할 수 있는 제품을 탐색하도록 만드는 욕구

상징적 욕구 symbolic needs

타인이 스스로를 어떻게 인식해주기를 바라는 욕구

쾌락의 욕구 hedonic needs

감각적 자극, 인지적 자극, 진기함, 성적 취향, 즐거움 등에 대한 욕구

인지적/자극적 욕구
cognitive/stimulating needs

정신적인 정보분석이나 정보처리를 하는 무언가에 집중하고자 하는 욕구

chapter 6. 동기 motivation

(3) 욕구needs와 목표goals

목표 goals

개인적 관련성과 동기에 많은 영향

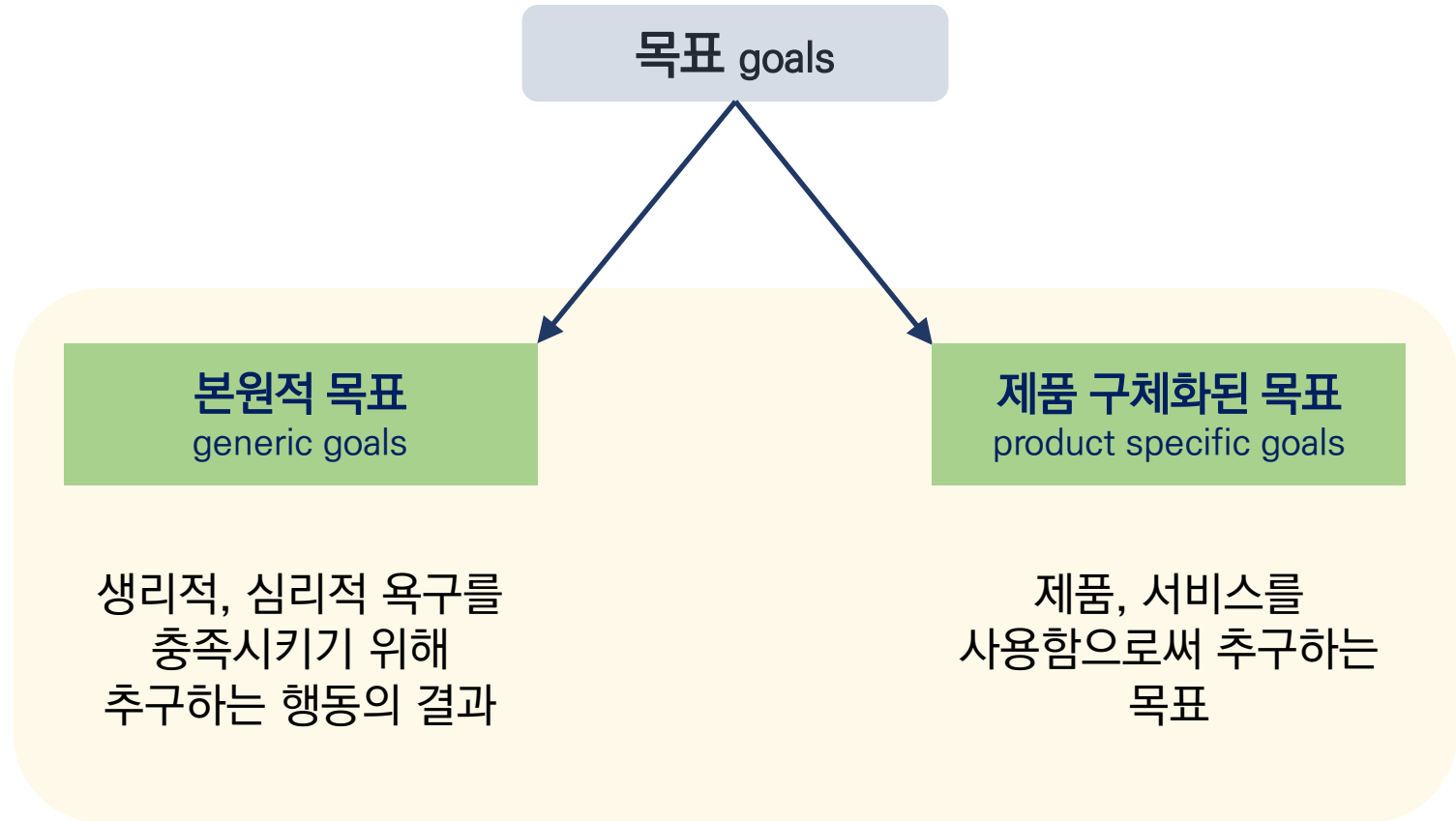
사람이 달성하고 싶어 하는 특정한 결과나 최종 상태

즉, 동기로 유발된 행동이 추구하는 결과이고,
모든 사람의 행동은 목표지향적



chapter 6. 동기 motivation

(3) 욕구needs와 목표goals



chapter 6. 동기 motivation

(3) 욕구needs와 목표goals

목표 달성 활동

피드백 반응

목표 달성/미달에 대한 자신의 느낌

목표 설정

자신이 추구할 수 있는 목표와 이유 확인

목표 구성

자신이 노력해야 할 것이 무엇인지 확인

행동 계획

목표를 달성할 수 있는 방법 (시기, 장소, 방법, 기간)

행동 개시/통제

계획 실행 방법, 목표에 대한 진도 조정, 중요성 등을 확인

목표 달성/실패

목표 달성의 정도/실패 정도 확인

chapter 6. 동기 motivation

(1) 동기의 개념

(2) 동기의 역할과 기능

(3) 욕구 needs와 목표 goals

(4) 동기 유발 motivation

(5) 동기 이론

(6) 동기와 마케팅

chapter 6. 동기 motivation

(4) 동기 유발 motivation

동기 유발 motivation

목표goal → 대상object 방향으로
행동을 일으키는 힘이 활성화된 상태

행동의 추진력

상품 디자인이 충족시켜야 하는 5가지 동기

기능적 동기
functional motives

정서적 동기
emotional motives

사회적 동기
social motives

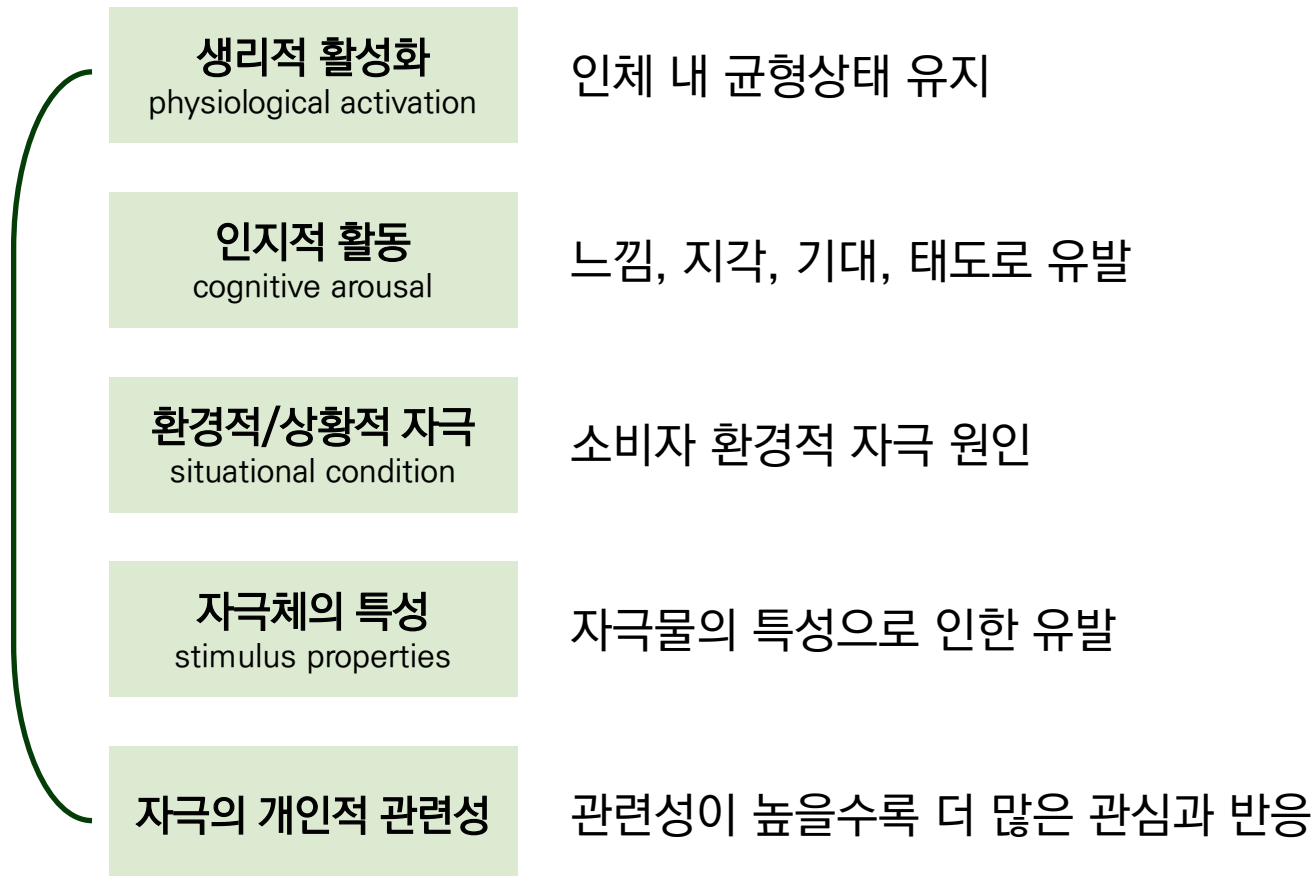
상황적 동기
situational motives

호기심 동기
curiosity motives

chapter 6. 동기 motivation

(4) 동기 유발 motivation

동기 유발 영향 요인



chapter 6. 동기 motivation

(4) 동기 유발 motivation

동기 유발의 특성

1. 동기유발은 에너지와 방향이라는 구성 요소를 가지고 있다.
2. 동기유발은 심리적 긴장상태를 완화시키려는 본능적 행동에 기인한다.
3. 동기유발에는 개인적 차이가 있다.

chapter 6. 동기 motivation

(4) 동기 유발 motivation

최적 자극 수준 optimal stimulation arousal 과 동기유발

[최적 자극 수준 optimal stimulation arousal 이론]

- 자극과 긴장해소를 위한 행동에 대한 이론
- 소비자가 취하는 자극수준은 환경에 대한 축적된 지식과 환경으로부터 실제로 받아들이고 있는 정보 사이에 존재하고 있는 부조화나 불일치의 정도에 의해 결정된다고 주장함

[전반적 부조화 적응 수준 general incongruity adaptation level, GIAL]

- 과거의 경험을 바탕으로 겪게 되는 부조화나 자극에 대한 적응의 수준이 평균수준
- 환경으로 인해 가지게 되는 최적 자극 수준임

최적 자극수준보다 많거나 적은 자극

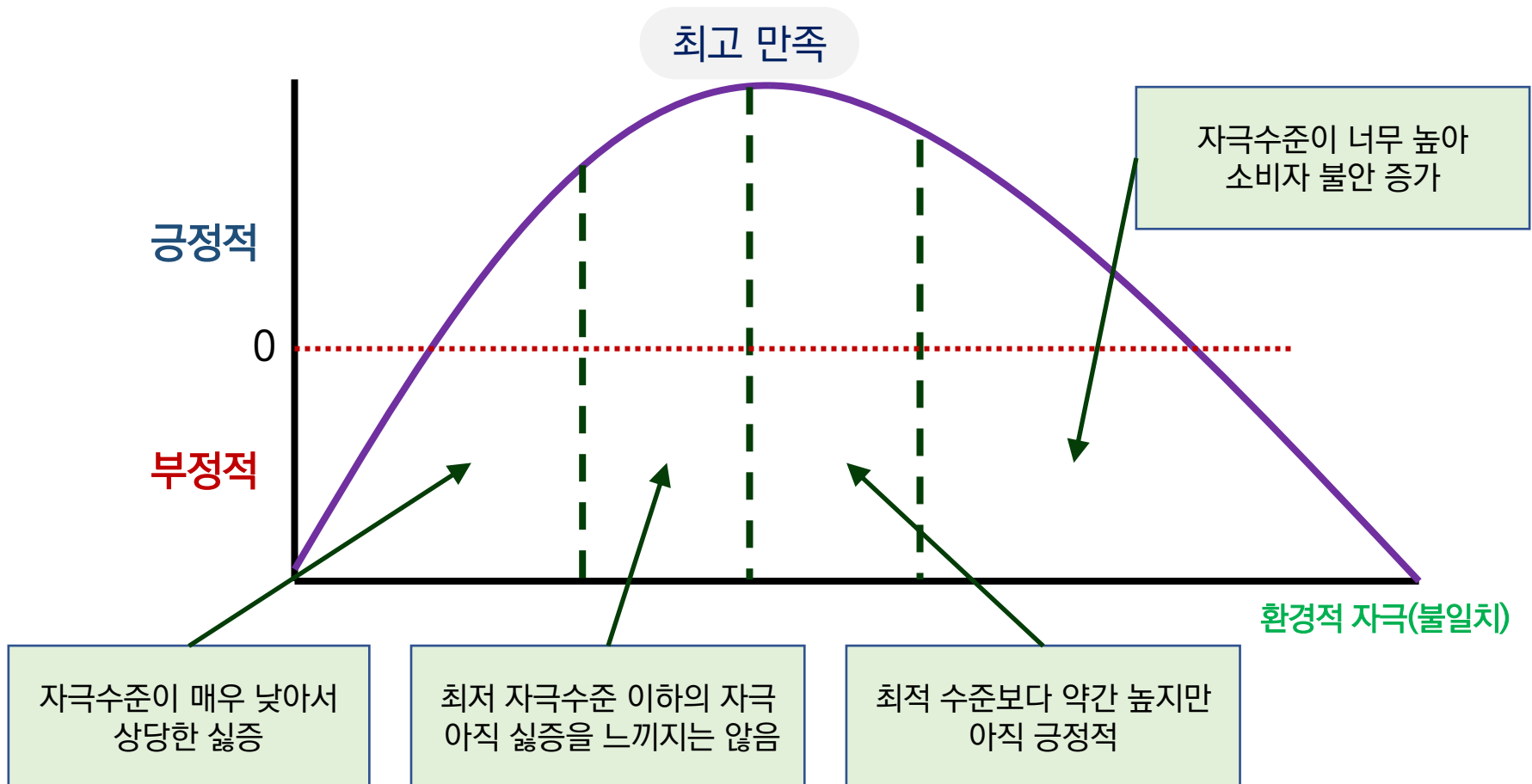
→ 소비자를 불안정

→ 최적 자극 수준으로 복귀하려는 행동을 유발 (동기 유발)

chapter 6. 동기 motivation

(4) 동기 유발 motivation

최적 자극수준 optimal stimulation arousal과 동기유발



chapter 6. 동기 motivation

(4) 동기 유발 motivation

동기유발의 갈등

접근-접근 갈등 approach-approach conflict

두 개의 바람직한 대안 사이에서 느끼는 갈등
대안평가에 유용한 정보를 획득하거나 동기들의 중요성을 재평가함으로써 해결

접근-회피 갈등 approach-avoidance conflict

긍정적 대안과 부정적 대안 사이의 갈등으로, 새로운 대안 제공이 관건

회피-회피 갈등 avoidance-avoidance conflict

본질 상 부정적이라고 지각되는 두 대안 사이에서 느끼는 갈등

chapter 6. 동기 motivation

(1) 동기의 개념

(2) 동기의 역할과 기능

(3) 욕구 needs와 목표 goals

(4) 동기 유발 motivation

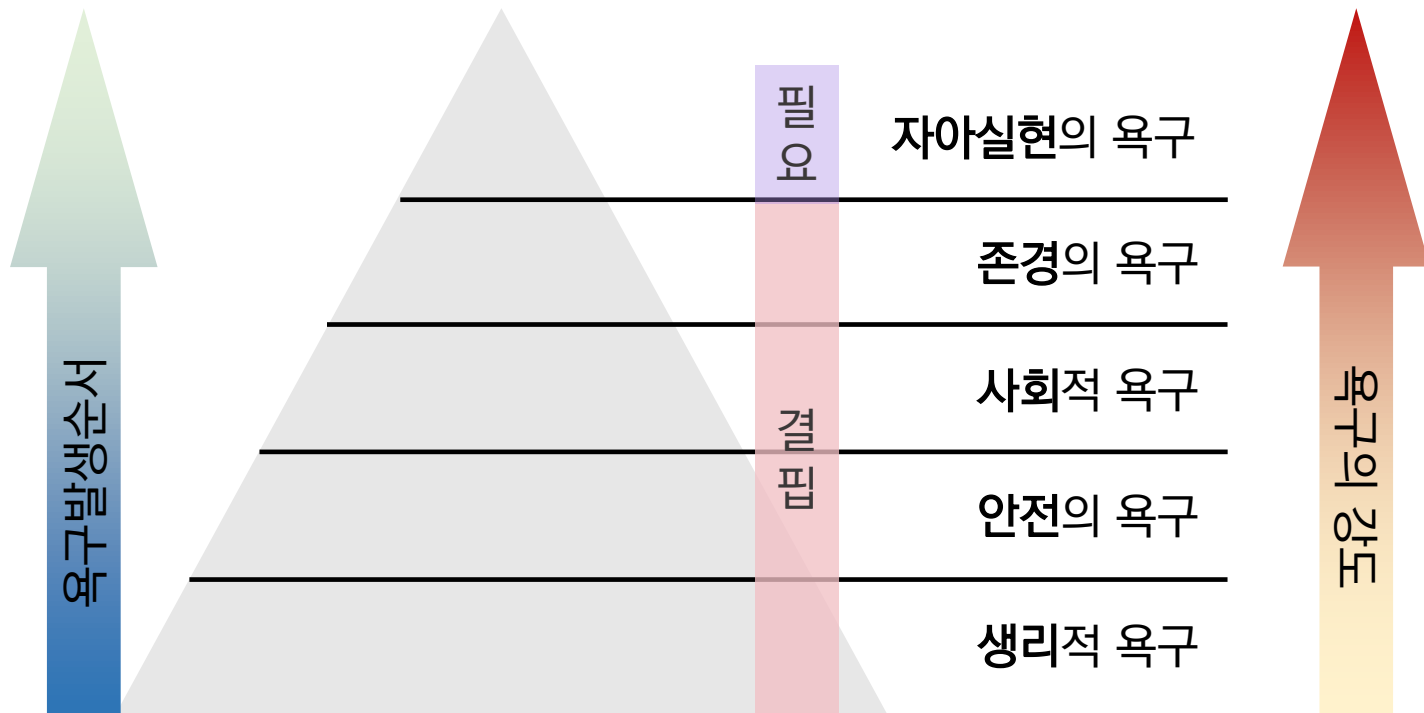
(5) 동기 이론

(6) 동기와 마케팅

chapter 6. 동기 motivation

(5) 동기 이론

1) Maslow의 욕구 계층 이론



chapter 6. 동기 motivation

(5) 동기 이론

1) Maslow의 욕구 계층 이론

[생리적 욕구 physiological needs]

인간의 가장 기본적인 욕구

[안전의 욕구 safety & security needs]

신체적 위협이나 불확실성에서 벗어나고자 하는 욕구

[사회적 욕구 social needs]

타인과 관계를 맺고 소속감과 애정을 나누고 싶어하는 욕구

[존경의 욕구/자아의 욕구 egoistic needs]

타인으로부터 자신의 능력에 대해 인정받고 싶어하는 욕구

-내부지향적 : 자기효능감, 자존감, 성공, 독립, 개인적 만족 추구

-외부지향적 : 명성, 평판, 존경, 지위

[자아 실현 욕구 self-actualization needs]

자신의 잠재적인 능력을 최대한 발휘하고 창조적으로 자신의 가능성을 실현하고자 하는 욕구

chapter 6. 동기 motivation

(5) 동기 이론

2) Murray의 사회적 욕구론

인간은 환경에 적응하려는 욕구, 타인을 인정하고 또한 인정받으려는 욕구 등을 가지고 태어나며, 이와 같은 사회적 욕구가 인간 행동에 가장 중요한 결정 변수로 작용한다고 주장

Murray의 5가지 욕구

야망

ambition

물질

materialistic

권력

power

애정

affection

정보

information

“욕구란 불만족 상태를 조금 더 만족한 상태로 변화시키기 위한
방법을 생각해 내게 하고
그 방법대로 행동하도록 하는
인간 두뇌에 내재하는 추진력(force)”

chapter 6. 동기 motivation

(5) 동기 이론

3) McClelland의 학습된 욕구이론

인간은 환경에 적응하려는 욕구, 타인을 인정하고 또한 인정받으려는 욕구 등을 가지고 태어나며, 이와 같은 사회적 욕구가 인간 행동에 가장 중요한 결정 변수로 작용한다고 주장

[높은 성취 욕구 achievement needs]

- 일의 결과를 남보다 미리 얻으려 함
- 성공을 위해 노력

[친화 욕구 affiliation needs]

- Maslow의 사회적 욕구와 동일
- 강한 친화욕구 = 타인에게 사회적으로 의존

[권력 욕구 power needs]

- 개인이 자신의 환경을 통제하고 싶어 하는 욕구
- 타인과 다양한 대상을 통제하고 싶어함

chapter 6. 동기 motivation

(5) 동기 이론

4) Higgins의 조절초점 동기

향상초점 promotion focus 동기와 예방초점 prevention focus 동기라는
두 가지 다른 방식의 동기이론을 제시

쾌락과 고통을 조절하는 이러한 동기를 조절초점 regulatory focus 동기

[향상초점 promotion focus]

긍정적인 목표달성과 바람직한 결과를 얻기 위해 현재의 상황을 향상시키는 것에 초점을 맞추는 동기

[예방초점 prevention focus]

목표가 불만족스럽거나 원치 않는 결과를 피하는데 초점을 맞추는 동기

[조절초점 regulatory focus]

사람들이 지닌 목표의 유형과 그 목표를 어떻게 충족시키는지 설명하는 개념으로 자신의 목표를 달성하는 과정에 영향을 미치는 인간의 동기를 의미

긍정적 결과를 얻은 상태가 바람직한 상태? 부정적 결과를 피한 상태를 바람직한 상태?

chapter 6. 동기 motivation

(5) 동기 이론

4) Higgins의 조절초점 동기

[자기조절초점 유형 간의 비교]

구분	향상초점(promotion focus)	예방초점(prevention focus)
목표	성취(accomplishment)	안전(safety)
자기조절방향	희망, 영감, 성장 욕구	의무, 책임, 규제, 안전 욕구
유발요인	.성향적 특성; 진전, 성취, 성장 .상황적 요인; 긍정적 결과의 유무	.성향적 특성; 의무, 안전, 규제 .상황적 요인; 부정적 결과의 유무
기대하는 결과	.긍정적인 결과에 민감 .추구하는 목적(진보, 성취)에 부 합하려는 경향(성취를 위한 모든 수단 강구)	.부정적인 결과에 민감 .추구하는 목적(안전, 방어)에 부 합하지 않는 것을 피하 려는 경향 (실수 회피)
행동의 특징	.위험추구 성향(yes라고 말하거나 행동을 떠맡으려는 경 향)과 관련 .변화에 보다 개방적	.위험회피 성향(no라고 말하거나 행동을 떠맡지 않으려는 경향)과 관련 .변화에 덜 개방적

chapter 6. 동기 motivation

(5) 동기 이론

4) Higgins의 조절초점 동기

[향상초점과 예방초점의 특징]



chapter 6. 동기 motivation

(5) 동기 이론

4) Higgins의 조절초점 동기

[향상초점과 예방초점의 특징]



chapter 6. 동기 motivation

(1) 동기의 개념

(2) 동기의 역할과 기능

(3) 욕구 needs와 목표 goals

(4) 동기 유발 motivation

(5) 동기 이론

(6) 동기와 마케팅

chapter 6. 동기 motivation

(6) 동기와 마케팅

동기는 그 강도에 따라 동기유발로 연결될 수 있고, 아니면 자극으로 사라질 수 있음

동기유발은 소비자의 정보처리 방법과 의사결정 방법에 영향

동기유발은 소비자의 관여도에 영향

동기유발의 결과는 목표관련 행동으로 나타남



chapter 6. 동기 motivation

(6) 동기와 마케팅

동기/동기유발 이론들의 마케팅적 시사점

1. 소비자의 목표, 동기, 그리고 행동은 그의 욕구와 밀접한 관련이 있다.
2. 소비자의 욕구는 다양하고 무한하다. 한 욕구가 어느 정도 충족이 되면, 다른 욕구가 활성화되며, 욕구의 특성이나 개인의 성향에 따라 끝없이 충족되어져야 하는 욕구도 있다.
3. 욕구계층구조에는 개인차가 있지만, 일반적으로 동기는 욕구계층에 의해 많은 영향을 받는다.
4. 소비자행동은 무의식적 동기에 의해서 유발되는 경우도 많다.
5. 동기는 외적 정보나 자극에 의해서도 충분히 활성화 된다.