

정보 기술 유출 및 특허 침해 현상이 소비자 행동에 미치는 영향 연구 : 동화 - 대조 효과를 중심으로

김건우*, 이영진**, 박도형***

논문 요약

본 연구는 기업의 기술 유출 및 특허 침해라는 정보 보안 문제 발생 시, 브랜드 기업의 시장 지위에 따라 가해 및 피해 기업에 대한 소비자 반응이 달라질 수 있다는 점에서 착안하였다. 같은 예로 대한민국 국가대표 축구팀이 약팀과의 경기에서 졌을 때, 일부는 경기력을 비난하지만, 일부는 선수 부상, 날씨, 시차 적응 등 상황이 불리했음에도 잘 싸웠다고 평가하는 경우가 있다. 이처럼 어떤 부정적 결과 대해 사람들은 각자 다른 평가를 한다는 맥락에서 기술 유출과 특허 침해와 같은 정보 보안 문제가 발생한 기업에 대해 소비자 인식과 태도는 다르게 나타날 수 있다. 이와 같이 소비자 관점에서 기대와 실제가 불일치한 지각과정을 설명하는 심리적 메커니즘에는 동화-대조 효과가 있다. 본 연구는 기술 유출 및 특허 침해에서 일어나는 소비자 동화-대조 효과를 심리학의 귀인 이론을 통해 설명하고, 이 때 사람들의 귀인 방향이 브랜드 명성이 높을 때와 낮을 때, 기술 유출 경로가 내부자일 때와 내부자가 아닐 때에 나타나는 소비자 반응을 확인하고자 한다. 또한, 이로써 나타나는 소비자 반응을 귀인 이론의 방향성과 메커니즘을 통해 설명하려 한다. 동화-대조 효과에서 나타나는 귀인의 방향성과 소비자 반응 관계를 분석한다면, 추후 기업의 R&D와 기술 개발 전략, 지적 재산권 침해 이후 사태에 대한 대응과 수습에 가이드를 제공할 수 있을 것이라 기대한다.

Keyword : 동화-대조 효과, 특허 침해, 기술 유출, 소비자 행동, 귀인 이론

* 국민대학교 석사과정, 02-910-5084, havoc2237@gmail.com

** 국민대학교 박사과정, 02-910-5084, yjforyou@gmail.com

*** 국민대학교 부교수, 02-910-5613, dohyungpark@kookmin.ac.kr