

컨조인트 분석을 통한 개인정보 보호에서의 넋지의 활용

고대균·한지형

충남대학교 소비자학과 조교수·서울대학교 생활과학연구소 연구교수

연구배경 및 목적

□ 연구배경 및 목적

개인정보를 효과적으로 활용하기 위한 전략은 개인정보를 안전하게 보호하는 정책의 토대 위에서 논의되어야 한다. 데이터 3법을 통해 개인정보와 관련된 데이터를 활용하는 법적 근거가 마련되었고, 새롭게 시장에서 대두되고 있는 인공지능과 빅데이터 등의 신산업 분야에서 개인정보를 활용하는 것이 매우 중요해지고 있지만 개인정보 유출로 인한 피해는 끊이지 않고 있으며, 형식적인 동의 절차로 인해 소비자의 실질적 선택권 부재 등은 좀처럼 해결되지 못하고 있다. 개인정보를 보호하는 것과 활용하는 것은 서로 균형을 이루어야 하지만, 개인정보를 생산하는 주체이며 동시에 개인정보를 활용한 상품 및 서비스를 통해 혜택을 받는 주체이기도 한 소비자에게 이는 여전히 어려운 과제로 남아있다.

최근 개인정보보호위원회는 개인정보 보호 원칙을 실질적으로 구현하기 위하여 '필요한 최소한의 개인정보 처리', '동의 내용의 명확한 고지', '정보주체의 능동적 선택권 보장' 등을 기치로 내걸고, 후속 조치로서 정보 주체가 자유로운 의사에 따라 동의 여부를 선택할 수 있도록 하는 등의 시행령 개정안을 입법 예고하였다. 개인정보와 관련된 논의는 시장에 참여하는 이해관계자들 간 협력을 기초로 해야 하지만, 직접적인 대상이자 주체로서 무엇보다도 소비자 중심적인 관점에서의 논의가 필요하다. 선행연구에서 주로 개인정보-프라이버시 역설 등의 소비자행태와 인식 수준 등을 파악하거나 법적, 제도적인 측면에서의 논의들은 이루어졌으나, 정책대안에 관한 소비자의 선호나 인식을 살펴보는 실증적인 측면에서의 연구는 활발하게 진행되지 않았다.

따라서, 본 연구에서는 다양하고 복잡해져 가는 시장환경에서 개인정보에 관한 소비자의 자기결정권을 보장함으로써, 소비자를 적절하게 보호하고 복지를 증진할 수 있는 효과적인 정책대안을 모색해보고자 넋지를 활용하였다. 20대에서 50대 사이의 온라인 홈페이지에서의 회원가입 경험이 있는 소비자를 개인정보 수집에 관한 동의를 한 번이라도 경험한 사람으로 간주하고, 이들을 대상으로 조사를 진행하였다. 미리 준비된 이미지를 제공하여 소비자들이 가장 읽기 쉽고 이해하기 쉬운 대안은 무엇인지, 소비자들이 스스로 의사결정하는 데 가장 도움이 된다고 생각하는 대안은 무엇인지 살펴보았다. 질문별로 소비자가 매긴 순위 자료를 바탕으로 컨조인트 분석을 통해 어떤 요소가 효과적인 정책과 관계가 있는지 밝히고자 하였다. 본 연구를 통해 소비자 친화적인 개인정보에 관한 의사결정 환경을 조성하는 데 대한 실증적인 근거를 마련하고자 하였다.

연구방법

□ 연구문제 및 방법

본 연구에서는 아래와 같이 두 가지 연구문제를 설정하였다.

- 1) 개인정보 보호와 관련된 의사결정 상황에서 소비자는 어떤 속성을 중요시하는가?
- 2) 개인정보 보호와 관련된 의사결정 상황에서 소비자는 어떤 대안을 선호하는가?

본 연구에서는 개인정보 보호와 관련된 의사결정 상황에서 소비자가 중요시하는 속성과 선호하는 대안을 파악하기 위하여 컨조인트 분석을 활용하였다. 컨조인트 분석에 활용하기 위한 자료로서 소비자가 제시된 대안별로 순위를 매길 수 있도록 대안을 경우의 수에 따라 구성하였다. 이때, 소비자가 중요시하는 속성은 1) 요약 정보의 제공 여부, 2) 강조 표시 여부(컬러), 3) 그림 설명 여부, 4) 용어 설명 추가 여부 등 총 16개의 대안으로 구성하였으며, 소비자가 선호하는 대안은 넋지를 활용한 대안으로서, 디폴트(default), 사회적 영향(social influence), 피드백(feedback) 여부 등에 따라 총 8개의 대안으로 구성하였다.

<표 1> 개인정보 수집 동의에 관한 제시 내용의 속성과 수준(좌)

속성	수준
요약 정보	제공함 / 제공하지 않음
강조 표시	표시함(색깔) / 표시하지 않음
그림 설명	있음 / 없음
용어 설명	있음 / 없음

<표 2> 개인정보 수집 동의에 관한 넋지 대안의 속성과 수준(우)

속성	수준
디폴트	있음 / 없음
사회적 영향	있음 / 없음
피드백	있음 / 없음

본 연구에서는 소비자에게 제시한 이미지는 아래와 같이 구성하였다.

<그림 1> 개인정보 수집 동의에 관한 제시 내용의 속성과 수준(총 16개 대안 중 8개 예시화면)



<그림 2> 개인정보 수집 동의에 관한 넋지 대안의 속성과 수준(총 8개 대안)



연구결과

□ 연구결과

본 연구에서는 우선 약 50여명을 대상으로 파일럿조사를 실시하였고, 개인정보 수집에 관한 동의의사를 묻는 의사결정 상황에서 소비자들이 스스로 의사결정하는 데 가장 도움이 된다고 생각하는 대안은 무엇인지 살펴보았다. 표본의 수가 제한적이라 결과 도출에 어려움이 있었으나, 추가로 용어를 설명하는 것이 소비자가 스스로 의사결정하는 데 영향을 미치는 것으로 나타났다.

속성	부분가치	중요도 (순위)	속성	부분가치	중요도 (순위)
요약 제공	-1.0049	3.81(3)	디폴트 있음	-4.6569	42.79(2)
요약 미제공	.10049		디폴트 없음	.46569	
강조 표시	-1.87010	70.98(1)	사회적 영향 있음 사회적 영향 없음	-1.1275	10.36(3)
강조 미표시	1.87010			.11275	
그림 있음	-6.2745	23.81(2)	피드백 있음 피드백 없음	-5.0980	46.85(1)
그림 없음	.62745			.50980	
설명 있음	.03677	1.4(4)			
설명 없음	-.03677				