

# 금융 마이데이터 서비스 특성과 수용의도의 관계: 개인혁신성과 기술적 보안성의 조절효과<sup>1)</sup>

The Relationship between Financial Mydata Service Characteristics and  
Intention to Use: The Moderating Effects of Innovativeness and  
Technology Security

손창용 (Changyong Sohn)      경북대학교<sup>2)</sup>  
박현선 (Hyunsun Park)        경북대학교<sup>3)</sup>  
김상현 (Sanghyun Kim)        경북대학교<sup>4)</sup>

## 〈 국문초록 〉

데이터가 새로운 핵심자원으로 주목받으면서 마이데이터가 금융, 의료, 공공 등 다양한 분야로 확산되고 있지만 마이데이터 사용자의 행동연구는 미비한 실정이다. 이에 본 연구는 마이데이터가 가장 활발히 이루어지고 있는 금융 분야를 대상으로 마이데이터 특성이 가치 인식에 미치는 영향과 수용행동에 미치는 영향에 대해 실증적으로 살펴보고자 한다. 이를 위해 본 연구는 기존 연구를 근거로 연구모형을 제안하였으며, 가설검증을 위해 개인을 대상으로 295부의 설문 자료를 수집하여 AMOS 26.0을 이용하여 분석하였다. 분석 결과, 금융 마이데이터 특성으로 제안한 자기정보결정권, 금융편의성, 개인화서비스는 지각된 가치에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 지각된 가치는 수용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 더 나아가 본 연구는 개인혁신성과 기술적 보안성을 조절변수로 제안하여 변수 간의 관계에 어떤 역할을 하는지 살펴보고자 하였다. 그 결과, 개인혁신성은 자기정보결정권, 개인화서비스와 지각된 가치 간의 관계를 강화시켜주는 것으로 나타났으며, 기술적 보안성은 지각된 가치와 금융 마이데이터 수용의도 간의 관계를 강화시켜주는 것으로 나타났다. 본 연구의 결과는 금융 마이데이터 사용자의 수용에 영향을 미치는 요인을 이해하고 개인의 혁신성 수준과 기술적 보안성의 중요성에 대해 이해하는데 유용한 정보를 제공할 것으로 기대한다.

주제어: 금융 마이데이터 특성, 마이데이터 서비스 수용의도, 지각된 가치, 개인혁신성, 기술적 보안성

1) 본 논문은 한국지식경영학회에서 주최하는 2022년 경영정보관련학회 춘계통합학술대회 우수논문상 발표논문으로 토론자와 의견을 충실히 반영하여 수정 및 보완한 논문임을 밝힙니다.

2) 제1저자, scykmb@naver.com

3) 교신저자, sunny09@knu.ac.kr

4) 제3저자, ksh@knu.ac.kr

## 1. 서론

디지털 기술의 발전으로 인공지능, 사물인터넷, 클라우드 컴퓨팅 등 4차 산업혁명이 빠르게 진전되면서 이들 정보기술에 연결되어 생성되는 막대한 양의 데이터가 경제의 새로운 성장동력으로 인식되고 있다. 그뿐만 아니라 많은 양의 데이터는 기업의 경영활동에 새로운 수익 창출을 가능하게 할 비즈니스 모델의 새로운 핵심 자원으로도 떠오르고 있다(심연숙, 2020). 2018년 IDC 조사에 의하면 전 세계 데이터 규모는 2025년 175 제타바이트(zettabyte)로 연평균 61% 증가할 것으로 예상하며, 글로벌 통계 포털인 Statista는 2010년 2 제타바이트에서 2024년 149 제타바이트로 전 세계 데이터 규모가 급증할 것으로 전망되고 있다(IDC, 2018; 한국데이터산업진흥원, 2019). 또한, 데이터의 경제적 가치는 2022년까지 2600억 달러로 성장할 것으로 예상되고, 국내 데이터 시장 역시 2025년 32조 원을 넘어설 것으로 전망되고 있다. 이러한 데이터 성장에 힘입어 ‘데이터에 접근하고 활용할 수 있도록 협업하는 과정에서 데이터 생산, 인프라 제공, 연구조사, 데이터 소비 등 서로 다른 역할을 담당하는 구성원으로 이뤄진 생태계’를 의미하는 데이터 경제(Data Economy)라는 용어도 등장하였다(심연숙, 2020).

데이터의 경제적 중요성이 주목받고, 규모도 커지고 있는 것과 함께 개인 데이터의 비중과 가치도 증가하고 있다(한국데이터산업진흥원, 2019). 2016년 Accenture의 보고에 따르면 전체 디지털 데이터 중 약 75%가 개인 데이터로 기관과 기업은 개인 데이터를 활용하여 맞춤형 서비스 제공, 새로운 시장 발굴, 새로운 서비스 및 상품 개발과 같은 다양한 경제 활동을 하고 있다. 개인 데이터의 양이 증가하고 기업과 기관들이 이를 즉각적으로 활용하고 있음에도 불구하고 개인은 이 과정에 참여하지 못하는 경우가 대부분이며 지금

까지 개인 데이터는 데이터의 주체인 개인이 아닌 기업들이 주도적으로 관리하고 이용해왔다. 즉, 개인은 자기가 만든 데이터를 소유하지 못하고 기업이나 기관들만 이를 이용해온 것이다. 개인 데이터를 기업과 기관이 통제하면서 정보 불균형의 문제가 점점 커지게 되고 기업과 기관의 데이터 활용이 불공평하다는 지적이 나왔다(심연숙, 2020). 또한, 개인 데이터를 활용한 새로운 서비스도 발전하기도 어려운 상황이 되었으며, 정보를 주도적으로 관리하는 금융시장의 경우 개인 고객들이 합리적 의사결정을 위한 정보를 확보하지 못하는 상황에 직면하게 되었다. 따라서 이러한 문제들을 해결하려는 방안으로 최근 등장한 것이 바로 마이데이터(MyData) 개념이다. 마이데이터는 개인 데이터의 주체인 개인이 본인의 데이터에 대한 권리를 가지고 본인이 원하는 방식으로 데이터를 관리하고 처리하는 패러다임을 말한다(노현주, 2021; 한국데이터산업진흥원, 2019). 마이데이터는 개인 데이터에 대한 활용과 정보 보호라는 양면을 모두 고려하여 데이터 경제를 주도해 갈 핵심적인 개념으로 주목받고 있다. 즉, 개인 데이터의 주체인 개인이 자율적인 의지로 데이터의 이동, 활용, 접근을 결정함에 따라 기업의 정보 비대칭 문제를 해결하고 데이터 교환을 통해 데이터를 기반으로 한 혁신 성장과 새로운 서비스 창출 동력을 제공하는 효과를 기대할 수 있을 것으로 평가되기 때문이다(김영대 등, 2021).

마이데이터가 데이터 경제를 이끌 핵심 개념으로 주목받으면서 전 세계 주요 국가에서는 마이데이터 관련 정책을 마련하고 적극적으로 마이데이터를 산업과 비즈니스에 활용하는 방안들을 모색하고 있다. 그 중에서도 금융 분야에서는 정보 주체의 개인신용정보 전송요구권을 규정하여 개인화, 맞춤형된 서비스를 제공할 수 있는 마이데이터 사업 활성화를 시도하고 데이터에 대한 관리를 개인이 주도적으로 할 수 있도록

록 법적, 기술적 토대를 마련하고 있다(심연숙, 2020). 마이데이터에 관한 증대된 관심과 함께 이와 관련된 연구도 이루어지기 시작했다. 국내의 경우 정책 방향 제안이나 법적, 제도적 과제, 비즈니스 생태계 모델에 관한 연구가 주로 이루어지고 있다(박주희, 2020; 배재권 등, 2021; 심연숙, 2020; 이주희, 2022). 또한, 마이데이터와 관련한 사용자의 행동을 살펴보는 실증적 연구도 조금씩 이루어지고 있다(강나영 등, 2022; 김영대, 2021, 이석호 등, 2022; 이종섭 등, 2022). 하지만 보다 체계적인 학문적, 실증적 연구는 그 정도가 미비한 실정이며 아직은 그 연구가 초기 단계에 있다. 새로운 핵심 자원으로 데이터가 주목받으면서 마이데이터가 공공, 금융, 의료 등 다양한 분야로 확산하고 있지만, 금융 외의 분야에서는 아직은 자기 정보열람권 확대나 시범 사업 정도에서만 머무르고 있다. 따라서 본 연구는 이들 연구에서 고려하지 않았던 금융 마이데이터 특성과 지각된 가치와의 관계를 살펴보았다는 점에서 기존 연구와의 차별성을 가진다.

비즈니스에 데이터 활용이 가장 활발한 금융기업과 기관의 경우 현재 적극적으로 마이데이터 플랫폼을 구축하고 이를 통해 다양한 서비스 제공과 마케팅 활동을 펼치고 있다. 이런 시점에서 금융서비스 개인 이용자들의 마이데이터 서비스 수용에 대한 태도나 행동을 살펴보는 것은 중요하다고 판단할 수 있다. 따라서 본 연구는 기존의 금융서비스 및 마이데이터에 관한 연구와 개인의 행동연구를 바탕으로 금융 마이데이터 서비스 수용에 영향을 미치는 요인을 도출하고 그 관계를 실증분석을 통해 확인하고자 한다. 먼저 본 연구는 마이데이터 서비스가 기존 금융서비스와 차별되는 점을 살펴보고 이를 마이데이터 서비스 특성으로 제안한다. 금융 마이데이터의 특성에 대해 긍정적인 평가를 한다면 사용자가 인지하는 마이데이터의 가치 또한 긍정적일 수 있다. 또한, 기술수용에 관한

연구에서 지각된 가치는 기술이나 관련 서비스에 대해 인지하고 평가하는 데 영향을 미치는 선행변수로서 많은 연구가 이루어져 왔다. 따라서 마이데이터의 주요 특성들이 궁극적으로 수용의도에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보는 과정에서 이러한 지각된 가치의 매개 효과는 매우 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다. 따라서 제안한 변수들이 마이데이터 서비스의 가치를 인지하는 데 어떤 영향을 미치고 더 나아가 가치인지가 수용의도에 어떤 영향을 미치는지를 검증한다. 한편, 혁신성이 높은 사람들은 새로운 기술에 대해 더 긍정적으로 인식하고 개방적이며 적극적인 행동을 한다. 이처럼 개인 혁신성은 기술수용과 가치평가에 긍정적인 영향을 미치는 선행변수로 확인되었으며, 다른 변수 간의 관계에 영향을 미치는 조절변수로도 확인된 바 있다. 이는 혁신성 수준이 높은 사용자일수록 자기 정보를 스스로 통제할 수 있다는 점과 자신에게 맞춤형 서비스와 정보가 제공된다는 점을 통해 마이데이터에 대한 가치를 더 높게 인지하는 경향이 있음을 의미한다. 한편, 비대면으로 이루어지는 금융 플랫폼에서 보안은 서비스 사용의 전제조건이라 할 수 있으며, 사용자들은 보안시스템이 잘 갖추어져 있고 자신들의 정보가 잘 보호되고 있다고 인지할 수 있어야만 금융 플랫폼은 성공할 수 있다(김종기 등, 2012). 금융 마이데이터로부터 높은 가치를 인식해 수용의지가 높은 관계에서 기술적으로 정보보안이 잘 이루어지고 있다고 인식한다면 이 관계는 더 강화된다는 것을 알 수 있다. 즉, 금융 마이데이터 역시 보안이 잘 갖춰지고 있어야만 긍정적인 사용자 행동을 유발할 수 있다는 것을 알 수 있다.

따라서 새로운 서비스를 스스로 적극적으로 수용하려는 개인의 특성인 혁신성과 금융서비스에서 중요하게 고려되어야만 하는 기술적 보안성을 조절변수로 제안하여 변수 간의 관계에서 어떤 역할을 하는지에

대해 살펴볼 것이다. 본 연구에서는 마이데이터에 관한 연구가 법적, 제도적 측면에서만 활발히 이루어지고 있고, 개인 데이터의 생산 주체인 개인 사용자를 대상으로 한 실증적 연구가 미비하다는 점에서 금융 마이데이터 서비스 수용행동에 영향을 미치는 요인을 도출하고 그 관계를 실증분석을 통해 살펴보고자 한다. 또한, 본 연구는 사용자들이 다양한 금융서비스 중에서 선택적 혹은 추가로 사용 여부를 결정해도 되는 금융 마이데이터 서비스에 대해 가치를 인식하게 되고, 또 그에 대한 어떤 태도를 형성하게 되는지도 실증적으로 증명하고자 한다. 데이터가 중요한 성장 동력으로 주목받고 있고 그중에서도 개인 데이터를 중심으로 한 마이데이터 규모가 빠르게 확대되고 있는 현시점에서 본 연구의 결과는 금융 마이데이터 서비스 이용자인 개인이 서비스를 수용하는데 고려해야 하는 요인을 이해하기 위한 유용하고 가치 있는 정보를 제공할 것으로 기대한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 마이데이터 서비스

한국데이터산업진흥원(2019)은 마이데이터를 ‘개인정보의 주체인 개인이 자신의 데이터에 대한 권리를 가지고 본인이 원하는 방식으로 적극적으로 데이터를 관리하고 통제하는 패러다임’이라고 정의하고 있다. 즉, 마이데이터는 데이터가 관리 및 활용되는 체계가 현재의 기관 중심에서 사람 중심으로 전환되어 여러 기업과 기관에 흩어져 있던 정보를 개인이 쉽게 모아서 확인할 수 있고, 능동적으로 본인의 정보를 처리 및 결정할 수 있는 방식을 의미한다(강나영 등, 2022; 박주희, 2020; 이종섭 등, 2022). 이석호 등(2022)

은 정보 주체인 소비자가 자발적으로 개인정보를 마이데이터 사업자에게 공유하여 관련된 보상을 받는 형태로 운영되는 서비스라 하였다. 양경란 등(2021)은 마이데이터가 개인이 본인 의사에 따라 관리할 수 있는 모든 개인 데이터라는 의미와 이러한 데이터를 개인이 주권을 갖고 열람, 활용, 이동 등에 관한 의사결정을 수행하여 새로운 가치를 획득하는 의미를 모두 내포하고 있는 개념이라고 하였다. 박주희(2020)는 마이데이터를 어느 특정 영역의 개인정보를 한 곳으로 모아 정보 주체인 개인의 선택하에 더 나은 방향으로 관리하도록 돕는 데이터 관리 서비스라 하였다.

마이데이터는 데이터 권한, 데이터 제공, 데이터 활용이라는 3가지 원칙을 기반으로 한다(한국데이터산업진흥원, 2019). 데이터 권한은 개인 데이터에 대한 접근, 이동, 활용 등에 대해 정보의 주체인 개인이 통제권과 결정권을 가지고 그 권리가 보장되어야 한다는 것을 말한다. 데이터 제공은 개인 데이터를 보유한 기관은 개인의 요구가 있을 때 안전한 환경에서 쉽게 접근해서 데이터를 이용할 수 있는 형식으로 제공하여야 하는 것을 의미한다. 마지막으로 데이터 활용은 데이터의 자유로운 이동과 제3자의 접근이 가능해야 하고 데이터 활용 결과를 개인이 투명하게 알 수 있어야 한다는 것을 의미한다. 즉, 개인 데이터의 통제와 제공 활용이 개인을 중심으로 진행된다는 것이다. 따라서 마이데이터를 적용할 때 개인의 권리가 제대로 보장되고 있는지에 대한 확인이 중요하다.

데이터 중요성이 커지면서 국내의 마이데이터 산업은 데이터 경제 활성화와 디지털 정부 혁신을 위한 범국가적 정책으로 추진되고 있다. 2018년 4차산업혁명 위원회는 ‘데이터산업 활성화 전략’을 통해 산업 전반에 있어 개인정보의 안전한 활용과 데이터 이동권 확립을 위한 전략 방안을 발표했다. 또한, 개인 데이터 전송요구 근거를 마련하기 위한 관련 법 제도 개정이

시행되면서 각 산업 부분별로 마이데이터 정책이 활발히 추진되고 있다. 그중에서도 금융산업에서는 2015년 금융위원회가 ‘금융권 공동 핀테크 오픈 플랫폼’ 정책을 추진하면서 부분적으로 마이데이터 기능이 실행되어왔다. 초기에는 금융 기관의 내부 서비스를 표준화된 형태로 만들어 오픈 API를 구현하고, 잔액 및 거래내용 조회 같은 기초적인 은행 업무와 입출금, 이체, 주식 주문 같은 기능을 수행하는 형태로 이루어졌다. 2018년 이후에는 개인정보 이용에 관한 법적 기반이 완성되면서 금융산업의 마이데이터 정책은 데이터 주권 회복과 디지털 금융 혁신을 추구하는 방향으로 나아가고 있으며 본인 신용정보관리업, 금융결제시스템 전면 개방, 마이페이먼트·종합지급결제업 도입 추진의 3가지 방향으로 추진되고 있다(노현주, 2021). 현재 마이데이터 사업자 허가를 받은 금융기업이나 기관들은 금융 통합·조회 서비스와 함께 경영·부수 업무를 결합한 다양한 종합 신용·자산관리 서비스를 고객에게 제공하고 있다. 2021년 하반기부터는 다양한 산업 분야 중에서도 가장 선도적으로 마이데이터 산업이 도입되고 있어 새로운 산업 생태계를 만들어 갈 것으로도 전망되고 있다(금융위원회, 2021).

국내의 정책 추진과 함께 학문적으로도 마이데이터에 관한 연구가 다양하게 이루어지고 있다. 심연숙(2020)은 개인정보의 활용 가치가 증가하고 마이데이터가 새로운 패러다임으로 주목받고 있는 상황에서 관련 법이나 제도의 활성화 방안이 마련되어야 한다고 주장하였다. 강나영 등(2022)은 금융 마이데이터를 대하는 소비자들에 대한 충분한 이해가 필요함을 강조하면서 금융 마이데이터를 이용할 의향과 금융정보를 제공할 의향을 살펴보는 연구를 하였다. 연구결과, 응답자의 약 66.8%가 마이데이터에 대해 잘 모르고 있는 것으로 나타났으며 연령, 교육수준, 금융지식 정도에 따라 그 차이가 있었다. 이석호와 장항배(2022)

는 마이데이터 서비스에 대한 소비자의 수용의지와 자발적 정보제공이 중요하다고 하였으며 이를 위해서 기밀성, 무결성, 확실성, 책임성과 같은 보안요인이 중요한 선행변수임을 실증분석을 통해 확인하였다. 이종섭 등(2022)은 오픈뱅킹 기반 마이데이터 서비스에 대한 연구를 통해 마이데이터 서비스 특성이 편익과 희생 그리고 지각된 가치와 이용의도에 미치는 영향을 살펴보았다. 마이데이터 서비스의 경쟁력을 위해 고객에게 최적화된 맞춤형으로 서비스가 제공되어야 하고 금융기업과 고객 간에 신뢰 관계를 구축하는 것이 가장 중요하다고 하였다.

국내 금융산업에서는 2021년부터 마이데이터가 적극적으로 시작되고 이를 위한 다양한 플랫폼과 서비스들이 제공되면서 금융기업 간의 경쟁 역시 심화하고 있다. 이에 관한 연구도 진행되고 있으나 아직은 정책에 대한 설명이나 법, 제도에 관한 연구가 대부분이며 금융 마이데이터 서비스 이전의 오픈뱅킹, 모바일 뱅킹에 관한 연구가 대부분의 연구를 이루고 있다. 기존의 모바일 뱅킹, 오픈뱅킹 서비스에서 데이터 정책의 변화로 금융 마이데이터 서비스가 등장하고 서비스를 시작했다는 점에서 이에 관한 개인 사용자를 대상으로 한 연구가 이루어질 필요성이 있다. 금융 마이데이터 서비스는 서비스 이용자인 데이터 주권자가 자신의 개인정보를 통제하고 활용할 수 있다는 점에서 기존의 모바일 금융서비스와는 차별점을 가지고 있다. 따라서 기존의 금융서비스와 차별점을 가진다는 점에서 기존의 서비스에서 새롭게 변화하는 금융 마이데이터 서비스에 대해 개인 이용자들의 수용 행동에 영향을 미치는 요인과 서비스에 대해 긍정적으로 평가할 수 있는 요인을 도출하는 연구가 시도될 필요성이 있다. 따라서 본 연구는 마이데이터와 모바일 금융서비스에 관한 선행연구를 바탕으로 마이데이터에 대한 서비스 이용자의 가치 인식을 고취하고 수용

의지를 높일 수 있는 요인을 살펴보는 연구를 진행하고자 한다.

## 2.2. 지각된 가치

지각된 가치(perceived value)는 경영학, 심리학, 사회학 등 다양한 사회과학 분야에서 개인의 행동을 설명하려는 목적에서 많은 연구가 이루어져 왔다. 지각된 가치는 상황과 대상에 따라 다양한 용어로 사용되며 신념, 태도와 같은 개념보다 더 광범위한 개념으로 사용되고 있다. 또한, 가치는 개인의 선택과 행동에 영향을 미치는 중요한 선행변수이자 선택의 이유를 설명할 수 있는 요인이기도 하다(김상현 등, 2018). 일반적으로 지각된 가치는 얻을 수 있는 혜택과 얻기 위해 감수해야 하는 금전, 시간, 노력 등과 같은 희생의 차이, 즉 편익을 의미한다. Zeithaml(1988)은 지각된 가치를 제품으로부터 얻고자 하는 이득과 이를 위해 지불한 비용에 대한 보상이라 하였으며, 지불하고 받은 보상에 대한 인지에 근거하여 평가하는 효용이라고 하였다. 즉, ‘내가 주는 것에 대해 내가 얻는 것’이라는 인식으로 상쇄 효과를 통해 대상에 대해 평가하고 되고 이것이 지각된 가치라는 것이다. Monroe(1979)는 지각된 가치를 혜택과 금전적 희생과의 교환 때문에 발생한다고 하였으며 지각된 가치에 의해 소비자의 선택이 이루어진다고 하였다. Kim et al.(2007)은 비용-혜택 패러다임을 적용한 가치기반수용모델(Value-based Adoption Model)을 통해 지각된 가치가 혜택과 희생의 비교를 통해 형성된다고 보았다. 즉, 인간의 행동은 기술을 수용했을 때 경험한 긍정적인 측면과 기술을 수용함으로써 감수해야 하는 희생적인 측면을 함께 고려해야 하며, 이 두 가지를 고려함으로써 비로소 총체적인 가치 지각에 대한 평가가 이루어진다는 것이다.

지각된 가치는 하나의 개념으로 광범위하게 사용되

기도 하지만 세부적인 영역을 설명하는 개념으로 나눠 사용되기도 한다(Sheth et al., 1991; Sweeney and Soutar, 2001). Sheth et al.(1991)은 가치를 기능적 가치, 정서적 가치, 사회적 가치, 진귀적 가치, 상황적 가치로 구분하여 설명하였으며 Sweeney and Soutar(2001)은 사회적 가치, 정서적 가치, 품질 가치, 가격 가치의 네 가지 차원으로 구분하여 가치를 측정하였다. 또한, 가치는 상대적인 개념이자 개인이 평가의 주체자가 되는 주관적인 개념이라 할 수 있다(Sweeney and Soutar, 2001; Zeithaml, 1988). 또한, 상품 구매, 서비스 이용을 결정하는 개인행동에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로서 개인의 인지 및 행동의 기준점 역할이자 행동을 예측할 수 있는 변수이기도 하다(김상현 등, 2018; 김영대 등, 2021; Sweeney and Soutar, 2001).

마이데이터 서비스에서도 지각된 가치는 이용자의 수용행동에 영향을 미치는 요인으로 고려해볼 수 있다. 서비스에 대한 가치 평가가 긍정적인지 부정적인지에 따라 개인 이용자의 수용행동이 달라질 수 있기 때문이다. 따라서 본 연구는 마이데이터 특성이 마이데이터 서비스에 대한 가치를 형성하는 데 어떤 영향을 미치는지, 개인의 주관적인 평가와 비용/편익에 대한 인지가 마이데이터 서비스 수용에 어떤 영향을 미치는지에 대해 살펴보고자 한다. 지각된 가치는 기술수용에 관한 연구에서도 기술이나 관련 서비스에 대해 인지하고 평가하는 데 영향을 미치는 선행변수나 가치평가가 기술수용 행동에 미치는 영향을 살펴보기 위한 목적으로 많은 연구가 이루어져 왔다. 따라서 본 연구는 금융 마이데이터 서비스의 관점에서 지각된 가치를 중요한 매개변수로 판단하고 이에 관한 기존의 연구를 기반으로 금융 마이데이터 특성과 지각된 가치 그리고 수용행동 간의 관계를 살펴보고자 한다.

### 2.3. 개인혁신성

혁신은 과거의 형식화된 사실들을 창조적으로 파괴함으로써 새로운 균형을 이루도록 하여 비용을 감소시키거나 생산성을 향상해 수익을 극대화하는 방법을 말한다(한준형 등, 2013). 이러한 혁신은 많은 연구자에 의해 새로운 기술수용과 확산을 설명하기 위한 변수로 사용되었으며, 개인의 특성을 설명하는 변수로써 수용 행동에 큰 영향을 미치는 변수 중 하나로 확인되었다(Agarwal and Prasad, 1998; Schillewaert et al., 2005; 한준형 등, 2013). 개인혁신성은 일반적으로 다른 사람들보다 상대적으로 먼저 새로운 기술이나 서비스를 수용하려는 개인의 성향 또는 혁신을 수용하는 정도를 의미한다(Rogers, 1995). 즉, 새로운 것을 남들보다 먼저 사용해보려는 개인의 적극적이고 자발적인 의지를 말한다. 혁신성이 높은 사람들은 새로운 기술에 개방적이고, 의사결정에 자신감을 가지고 행동한다. 또한, 새로운 기술에 더 적극적이고 더 높은 수용 의지를 갖는다. 하지만 혁신성이 낮은 사람들은 새로운 기술에 부정적이고 수용 의지 역시 낮다(한준형 등, 2013).

정보기술 분야 연구에서 개인혁신성은 기술수용에 긍정적인 영향을 미치는 변수로 알려져 있다. 또한, 혁신성은 조절변수로도 연구자들에 의해 연구되었는데 새로운 기술을 수용할 때에 혁신적인 사람일수록 그렇지 비혁신적인 사람들에 비해 기술수용에 대한 행동에 차이가 있을 수 있기 때문이다(Agarwal and Prasad, 1998; Schillewaert et al., 2005). Agarwal and Prasad(1998)는 정보기술 분야에서 개인혁신성을 다른 변수 간의 관계를 강화하거나 약화하는 조절변수로 살펴보는 것이 바람직하다고 하였다. 한준형 등(2013)은 개인혁신성 수준에 따라 스마트폰에 대한 가치를 평가하는데 차이가 있음을 확인하였다. 혁신성이 높

은 사람들은 새로운 제품에 능동적인 행동과 탐험적인 구매 성향을 보이며 긍정적인 소비자 행동을 실행하는 것으로 나타났다. 노미진과 박현희(2011)는 스마트의류를 대상으로 한 연구에서 혁신성이 중요한 조절변수이며, 다른 사람보다 빨리 유행을 따라 하고 정보에 관심이 많은 고객일수록 수용 의지가 높아짐을 확인하였다. 금융산업에서 마이데이터는 최근 등장하기 시작한 서비스 플랫폼이다. 이전에 이와 유사한 오픈뱅킹과 같은 서비스들이 존재했으나 개인데이터를 중심으로 데이터에 대한 권한이 데이터 주체인 개인으로 이동하는 개념이 더 강하게 주목된 마이데이터 서비스와는 차이가 있다. 새로운 서비스가 등장하면 자발적으로 이를 이용 및 활용해보려는 혁신성향이 강한 사람들이 더 적극적인 자세를 취하는 것으로 알려져 있다. 따라서 본 연구는 개인의 혁신성향이 새로운 서비스에 대한 가치를 인지하는 데 영향을 미칠 것으로 보고 이에 관해 살펴보고자 한다.

### 2.4. 기술적 보안성

정보기술의 발전으로 온라인 비즈니스 모델이 등장하면서 보안은 현재까지도 중요한 요인으로 인식된다. 비대면 거래가 계속해서 증가하고 정보와 데이터의 교환이 많아진 만큼 여전히 보안은 중요하며 기업의 성공과 이미지를 결정하는 요소이기도 하므로 의도적이거나 의도하지 않은 문제로부터 정보를 보호하는 것은 무엇보다 우선해야 하는 일이기도 하다(서보밀과 한인구, 2003; 신건권, 2011). 금융 마이데이터 서비스에서도 보안은 무엇보다 중요하다. 마이데이터가 정보기술과 개인데이터를 기반으로 이루어지는 활동이기 때문이다. 또한, 데이터의 가치가 중요해지고 마이데이터와 같이 데이터를 활용한 서비스가 증가함에 따라 정보 주체의 의도적이거나 의도하지 않은 정보

의 유출, 훼손, 손실을 방지하고 문제 발생 시 빠르게 복구할 수 있는 활동이 이루어져야 하기 때문이다.

일반적으로 보안은 인가받지 않은 접근이나 파괴, 변경으로부터 정보를 보호하기 위한 기술적 활동을 의미한다(Kalakota and Whinston, 1997; 김종기 등, 2012). 이는 정보 생성 및 활용과정에서 발생하는 문제들로부터 정보를 보호하고 문제들을 사전에 방지하는 활동들을 포함한다. 또한, 온라인 비즈니스 모델의 경우 정보를 보호하고 관리하는 것이 보안의 주요 활동 중 하나라는 점에서 보안성을 정보보안, 지각된 보안이라는 용어와 혼용해서 사용하기도 한다. 보안의 중요성이 강조되면서 전자상거래, 정보시스템 등을 대상으로 한 연구에서 보안은 계속 연구되었으며, 사용자의 행동이나 웹사이트의 성공을 결정하는 요소로 확인되었다. Suh and Han(2003)은 보안에 대한 사용자의 인식이 전자상거래 수용 행동에 영향을 미친다고 하였으며, 김상현과 박현선(2013)은 소셜커머스에서 보안에 대한 사용자의 인지가 가치와 행동의도 간의 관계를 강화해 주는 역할을 하는 요인임을 확인하였다. 비대면으로 이루어지는 금융 플랫폼에서 보안은 서비스 사용의 전제조건이라 할 수 있으며, 사용자들이 보안시스템이 잘 갖추어져 있고 자신들의 정보가 잘 보호되고 있다고 인지할 수 있어야만 금융 플랫폼은 성공할 수 있다(김종기 등, 2012).

### 3. 연구모형 및 가설설정

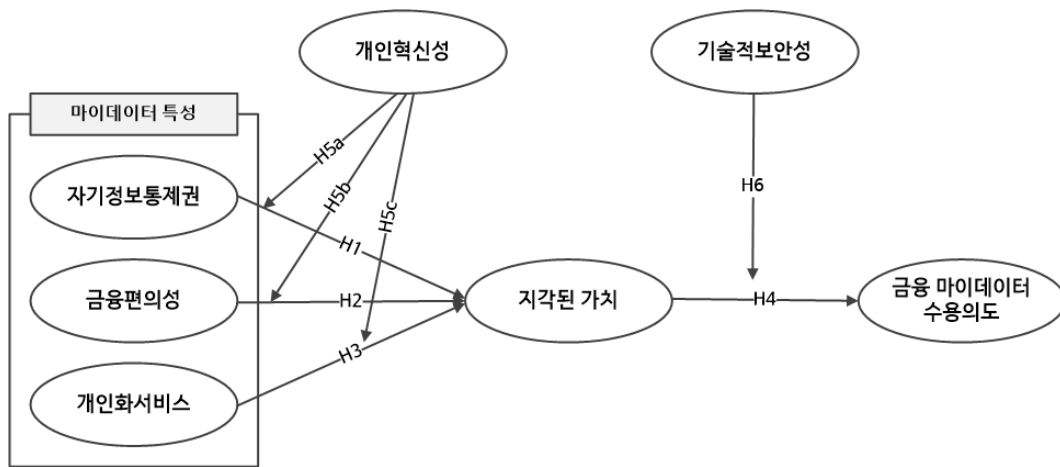
#### 3.1. 연구모형

개인 데이터의 주체인 개인이 본인 데이터의 접근, 이동, 활용을 능동적으로 결정할 수 있다는 마이데이터의 특성을 바탕으로 다양한 분야에서 마이데이터

정책이 추진되면서 이와 관련된 연구도 다양하게 이루어지고 있다. 하지만 기존 연구의 대부분은 마이데이터의 법적·제도적 쟁점, 데이터 이용의 활성화 방안, 국내외 마이데이터 산업의 비교 등에 대한 것이며, 실제 마이데이터 사용자를 대상으로 한 연구는 미비한 실정이다(박주희, 2020; 배재권, 2021; 심연숙, 2020). 또한, 국내에서 마이데이터 산업이 금융, 유통, 의료, 통신 등 다양한 분야에서 추진이 되고 있기는 하지만, 금융 외의 분야에서는 아직은 자기 정보 열람권 확대나 시범 사업 정도에서만 머무는 실정이다. 이에 본 연구는 마이데이터 관련 정책이 활발하게 추진되고 있는 상황에서 개인을 대상으로 실제 마이데이터 수용 행동에 영향을 미치는 요인이 무엇인지에 대해 살펴보는 연구를 수행하고자 한다. 이를 위해 국내의 다양한 분야 중에서도 마이데이터 서비스가 가장 선도적으로 도입되어 사용되고 있고, 서비스 이용자 확대를 위한 캠페인 활동이 활발하게 이루어지고 있는 금융 분야를 대상으로 하고자 한다. 금융 분야의 경우 마이데이터라는 개념이 나오기 전부터 일부 핀테크 업체와 신용조회회사, 금융감독원과 금융결제원의 정보조회 서비스가 존재해왔다(박주희, 2020). 또한, 2021년 마이데이터 서비스가 본격 시행되면서 금융권 전역의 데이터들이 연계되어 제공되고 있으며 이러한 금융데이터 통합과 개방을 통해 마이데이터 산업을 성장시킬 것으로 기대되고 있는 분야라 할 수 있다.

먼저 본 연구에서 마이데이터 서비스 특성으로는 기존 연구에 대한 이론적 고찰을 통해 자기정보통제권, 금융편의성, 개인화서비스의 3개 변수를 제안하였다. 이러한 3가지 특성은 기존 연구에서 특정 서비스나 특성에 대해 개인들이 인지하는 가치와의 관계가 긍정적이라는 주장을 바탕으로 제안되었다. 예를 들면, 김영대 등(2021)과 백한중 등(2019)은 금융서비스 플랫폼의 주요 특징으로 금융에 대한 편의성과 개인





〈그림 1〉 연구모형 및 가설설정

화서비스를 주요 가치 창출로 주장하였으며, Rey-Ares et al.(2021)은 금융서비스에서 자기정보통제권은 가치 창출과 밀접한 관계가 있다 하였다. 다음으로 마이데이터에 대한 지각된 가치가 마이데이터 수용의도에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다. 마지막으로 개인혁신성과 기술적 보안성을 조절변수로 제안한다. 개인의 혁신성향은 새로운 기술을 적극적으로 받아들이는 행동에 큰 영향을 미치는 것으로 확인되었고, 모바일 금융서비스 플랫폼에서 보안성은 반드시 갖춰야 하는 전제조건으로 인식되고 있기 때문이다(한준형 등, 2013; 김중기 등, 2012). 이에 본 연구는 개인혁신성이 마이데이터 특성과 지각된 가치 간의 관계에 어떠한 영향을 미치는지, 기술적 보안성이 지각된 가치와 금융 마이데이터 수용의도 간의 관계에 어떤 영향을 미치는지를 실증분석을 통해 확인하고자 한다. 다음 <그림 1>은 본 연구에서 제안하는 변수 간의 관계를 제시한 연구모형을 보여주고 있다.

### 3.2. 가설설정

#### 3.2.1. 마이데이터 서비스 특성과 지각된 가치

자기정보통제권은 ‘금융 마이데이터 사용자가 자신

의 개인정보를 언제 어떻게 어느 범위까지 제공하고 이용될지를 자율적으로 결정하고 통제할 수 있는 정도’를 의미한다(김영대 등, 2021; 백한중, 2019). 즉, 데이터 주권자가 자신의 정보에 대해 통제권을 가지고 누구에게 정보를 얼마나 공개하고 이용할 수 있게 할 것인지를 허용하고 전반적인 관리 권한을 가지는 것을 의미한다. 금융 마이데이터 서비스가 지금까지의 마이데이터 서비스와 큰 차이를 보이는 점이 서비스 이용자가 자신의 정보에 대한 통제권을 적극적으로 가지고 행사할 수 있다는 점이다. 서비스 이용자는 다른 금융 기관의 개인정보에 대한 접근, 이동, 활용을 통제할 수 있고 자신이 제공한 정보를 바탕으로 적절한 서비스를 제공 받아 이용할 수 있게 된다. 또한, 자기정보통제권은 개인이 분산된 데이터를 연결하는 중심점이 될 수 있어서 개인 주도적 모델이 되기 때문에 데이터 통제권 수준도 높다는 이점이 개인들로 하여금 큰 가치를 인식하게 한다(노현주, 2021). 이에 Ho and Ko(2008)는 인터넷 banking에서 개인 사용자들이 통제할 수 있는 자기통제 서비스 기술은 고객 가치에 큰 영향을 미친다고 주장하였다. 금융 마이데이터 서비스 이용자가 이러한 차별화된 서비스 특성에 대해 지각한다면 서비스 가치에 대해서도 긍정적인 평가를

할 가능성이 크다. 따라서 본 연구는 자기정보통제권과 지각된 가치 간의 관계를 살펴보기 위해 다음과 같이 가설 1을 설정하였다.

가설 1: 자기정보통제권은 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

금융 마이데이터 서비스 특성의 두 번째인 금융편의성은 ‘금융 마이데이터 서비스를 통해 별도의 수고나 노력 없이 개인정보를 하나의 플랫폼에서 이용할 수 있는 정도’를 의미한다(김영대 등, 2021; 심연숙, 2020). 금융 마이데이터 서비스는 개인이 하나의 금융 플랫폼에서 자신의 정보를 통제하고 관리할 수 있도록 하며, 개인이 제공한 정보를 바탕으로 다양한 금융 서비스를 이용할 수 있는 편의성을 제공한다. 기존의 모바일 금융서비스도 편의성을 제공하고 있지만, 데이터의 제한된 이동과 데이터 주권자가 자신의 데이터를 직접 통제 및 관리할 수 없는 한계점을 가지고 있었다. 이로 인해 사용자는 다양한 금융 기관 플랫폼을 통해 자신의 정보를 통해 서비스를 이용하는 불편함을 감수해왔다. 하지만 금융 마이데이터 서비스를 통해 분산된 데이터들을 개인이 한 곳에서 통제할 수 있는 개인 주도적 모델을 실현함으로써 데이터 활용에 대한 사용자 편의성을 높여줄 수 있게 되었다(노현주, 2021). 하나의 계정으로 하나의 플랫폼에서 디지털 동의를 편리하게 이용하고 이를 통해 다양한 혜택을 누릴 수 있다면 서비스 이용자는 금융 마이데이터 서비스가 편의성을 가져다준다고 인식할 수 있을 것이며 이를 통해 서비스에 대해 긍정적인 평가를 할 가능성도 커질 수 있다. 따라서 본 연구는 금융편의성과 지각된 가치 간의 관계를 살펴보기 위해 다음과 같은 가설 2를 설정하였다.

가설 2: 금융편의성은 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

금융 마이데이터 서비스의 세 번째 특성인 개인화 서비스는 ‘금융 마이데이터 서비스가 사용자에게 개인화되고 맞춤화된 상품과 서비스를 제공하는 정도’를 의미한다(이주희, 2022). 금융산업에서 마이데이터를 활용한 서비스를 제공하게 되면 고객은 자신의 개인정보를 제공하는 것을 동의함으로써 맞춤화된 상품이나 서비스를 추천받을 수 있는 장점이 있다(강나영 등, 2022). 김영대 등(2021)은 마이데이터 서비스가 고객에게 맞춤화된 개인화 서비스를 기본으로 제공하게 될 것이라고 하였으며, 백한중 등(2019)은 고객에게 차별화되고 초개인화 된 금융서비스를 제공할 수 있는 개인화가 마이데이터의 주요 특성에 해당한다고 보았다. 금융 마이데이터 서비스를 통해 개인이 자신의 정보를 자율적으로 통제 및 관리할 수 있고 개인이 동의한 정보를 근거로 맞춤화된 상품과 서비스를 추천받을 수 있다면 서비스의 가치에 대해서도 높이 평가할 가능성이 있다. 따라서 본 연구는 개인화서비스와 지각된 가치 간의 관계를 살펴보기 위해 다음과 같은 가설 3을 설정하였다.

가설 3: 개인화서비스는 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.2. 지각된 가치와 서비스 수용의도

지각된 가치는 상품이나 서비스의 효용에 대한 개인의 인식으로서 혜택과 희생의 상대적인 비교를 통해 형성되는 개인의 주관적인 평가를 의미한다(Kim et al., 2007; Zeithaml, 1988). 개인의 가치 평가는 상품의 구매나 서비스 이용의 결정에 영향을 줄 수 있다. 정보기술에 관한 연구에서도 기술수용자가 지각하는 가치는 의사결정과 행동에 영향을 미치는 변수로 확인되었다. Kim et al.(2007)은 모바일 기술수용에 관한 연구에서 혜택과 희생을 바탕으로 개인의 가치가 형성되고, 형성된 가치는 수용 행동에 영향을 미친다고 하

였으며, Yang et al.(2016)은 새로운 기술에 대한 지각된 가치가 높을수록 이용의도가 높아지는 것을 실증 연구를 통해 확인하였다.

금융 분야의 다양한 서비스와 플랫폼에 대해 개인이 인지한 가치 역시 수용 행동에 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이진명은 인터넷전문은행에 대한 지각된 가치가 지속적인 은행 이용을 촉진하는 데 영향을 미친다고 하였으며, 김영대 등(2021)은 마이데이터 서비스의 사용으로 얻게 되는 이익이나 혜택에 대해 긍정적인 평가가 이루어진다면 자발적인 서비스 수용으로 이어질 수 있다고 하였다. 김아름과 양혜경(2021)은 핀테크 분야에서 로보어드바이저의 혜택을 높게 지각할수록 지각된 가치가 높고, 지각된 가치가 높을수록 수용의도가 높은 것을 실증 연구를 통해 확인하였다. 금융 마이데이터의 경우에도 사용자가 인지한 가치는 서비스 수용행동에 영향을 미칠 수 있다. 따라서 본 연구는 기존 연구결과를 토대로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설 4: 지각된 가치는 금융 마이데이터 서비스 수용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.3. 개인혁신성과 기술적보안성의 조절효과

개인혁신성은 다른 사람보다 상대적으로 먼저 새로운 기술을 수용하려는 정도로서 개인의 적극적이고 자발적인 의지를 통해 나타난다(Rogers, 1995). 혁신성이 높은 사람들은 그렇지 않은 사람들보다 새로운 기술에 대해 더 긍정적으로 인식하고 있고, 개방적이며 적극적인 행동을 한다. 개인혁신성은 기술수용과 가치평가에 긍정적인 영향을 미치는 선행변수로 확인되었으며 다른 변수 간의 관계에 영향을 미치는 조절변수로도 확인된 바 있다. Agarwal and Prasad(1998)는 혁신성이 새로운 기술수용에 긍정적인 영향을 미친다고 하였으며, 한준형 등(2013)은 혁신성의 수준에 따라

새로운 기술에 대한 가치평가가 달라질 수 있음을 확인하였다. 김재철(2021)은 사용자의 혁신성 수준이 로보어드바이저 특성과 수용행동 간의 관계에서 조절효과가 있음을 확인하였다. 금융 마이데이터 서비스는 정보기술이 금융서비스와 결합한 핀테크에서 데이터 개방과 데이터 주권자의 권한 확대와 활용으로 확대된 서비스로 기존의 금융서비스보다 더 발전된 형태로 변모하고 있다. 이런 새롭게 변화하는 금융서비스에 대해 다른 사람보다 먼저 새로운 기술을 수용하려는 의지가 높은 사람들은 더 적극적으로 관심을 가지고 자발적으로 서비스를 이용할 가능성이 크다. 따라서 본 연구는 개인혁신성에 대한 선행 연구를 기반으로 혁신성향의 정도가 높은 사용자일수록 금융 마이데이터 서비스의 특성을 긍정적으로 인지한다면 서비스의 가치에 대해서도 높은 평가를 할 것으로 판단하여 연구가설 5a~5c를 설정하였다.

가설 5a: 개인혁신성은 자기정보통제권과 지각된 가치 간의 관계를 더 강화해 줄 것이다.

가설 5b: 개인혁신성은 금융편의성과 지각된 가치 간의 관계를 더 강화해 줄 것이다.

가설 5c: 개인혁신성은 개인화서비스와 지각된 가치 간의 관계를 더 강화해 줄 것이다.

기술적 보안성은 금융 마이데이터가 허가받지 않은 접근, 변경으로부터 사용자의 개인정보를 잘 보호하기 위한 기술적인 활동을 수행하고 있다고 인지하는 정도를 말한다(Suh and Han, 2003; 김종기 등, 2012). 김종기 등(2012)은 금융서비스는 민감한 업무를 수행하므로 사용자가 인지하는 보안이 중요하다고 하였으며, 김형준과 정철호(2008)는 모바일을 이용한 금융서비스에서 직접적인 금전거래가 이루어지기 때문에 보안성이 충족되었다고 사용자가 인지하는 것이 서비스의 유용성 평가에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 김상현과 박현선(2013)은 전자상거래와 같이 금전적

거래가 이루어지고 개인정보가 교환되는 온라인 비즈니스에서 사용자의 지각된 보안이 가치와 행동의도 간의 관계를 강화하는 역할을 하는 요인임을 실증분석을 통해 확인하였다. 금융서비스는 개인의 금융정보와 신상정보를 모두 포함하고 관리하기 때문에 보안이 무엇보다 중요하다. 데이터가 개방되고 데이터 주권자가 권한을 가지고 이를 공개하고 활용하는 과정에서 기술적인 보안 문제가 제대로 갖춰져 있지 않으면 사용자는 서비스와 서비스 제공자에 대해 부정적으로 평가할 수 있다. 하지만 기술적 보안이 무엇보다 잘 이루어지고 있다고 평가한다면 긍정적으로 평가한 금융 마이데이터 서비스를 적극적으로 수용할 가능성이 크다. 따라서 본 연구는 기술적 보안성에 관한 선행연구들을 근거로 기술적 보안이 잘 이루어지고 있다고 인지할수록 지각된 가치와 수용의도 간의 관계를 더 강화해 줄 것으로 판단하여 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설 6: 기술적보안성은 지각된 가치와 금융 마이데이터 수용의도 간의 관계를 더 강화해 줄 것이다.

## 4. 연구방법 및 실증분석

### 4.1. 측정항목 개발

본 연구는 정보기술 서비스가 통합적으로 운영되면서 나타난 마이데이터의 가치를 증대시키는 데 영향을 미치는 특성과 수용의도 그리고 개인혁신성과 기술적 보안성이라는 변수의 영향을 실증적으로 분석한다. 각 변수를 측정하기 위한 측정변수는 기존 연구로부터 채택하여 본 연구의 주제인 금융 마이데이터에 적합하게 문구를 수정 및 보완하였다. 이렇게 개발된 최초 항목에 대해 전문가를 대상으로 한 내용 타당성 (content validity) 검증을 하였다. 내용 타당성 검증을 통해 각 관측항목에 대한 문구의 정확성과 표현 등에 대한 세부적인 수정 및 보완하는 과정을 걸쳐 측정항목에 대한 타당성을 높였다. 마지막으로 사전 조사 (pre-test)를 실시하여 통계적 관점에서 측정모형에 대한 신뢰성과 타당성을 검증하였다. 사전 조사는 금융 마이데이터를 사용 중인 사용자 30명을 대상으로 하였으며, 분석 결과 신뢰성과 타당성을 저해하는 항목

〈표 1〉 변수의 조작적 정의 및 관련 연구

연구변수		조작적 정의	관련문헌
금융 마이데이터 특성	자기정보통제권	금융 마이데이터 사용자가 자신의 개인정보를 언제 어떻게 어느 범위까지 제공하고 이용될지를 자율적으로 결정하고 통제할 수 있는 정도	김영대 등(2021) 백한중 등(2019)
	금융편의성	금융 마이데이터 서비스를 통해 별도의 수고나 노력 없이 개인정보를 하나의 플랫폼에서 이용할 수 있는 정도	이진명(2018)
	개인화서비스	금융 마이데이터 서비스가 사용자에게 개인화되고 맞춤형 상품과 서비스를 제공하는 정도	강나영 등(2022) 백한중 등(2019)
지각된 가치	금융 마이데이터 서비스 이용 혜택과 희생의 상대적인 비교를 통해 형성되는 개인의 주관적인 평가의 정도	Kim et al.(2007) Zeithaml(1988)	
개인혁신성	자발적으로 다른 사람보다 먼저 새로운 기술을 먼저 수용하려는 의지의 정도	Agarwal & Prasad(1998) 한준형 등(2013)	
기술적보안성	허가받지 않은 접근, 변경 등으로부터 개인정보를 잘 보호하기 위한 기술적인 활동이 수행되고 있다고 지각하는 정도	Suh & Han(2003) 김종기 등(2012)	
금융 마이데이터 수용의도	금융 마이데이터 서비스를 수용 및 이용하려는 의지의 정도	Yang et al.(2016) 김아름과 양혜경(2021)	

은 없는 것으로 나타났다. 이렇게 개발된 최종 관측변수는 ‘1- 전혀 아니다’에서 ‘5-매우 그렇다’로 리커트(Likert) 5점 척도를 사용하였다. 본 연구에서 제안하는 연구모형의 잠재변수의 관측변수와 관련 연구는 <표 1>에서 보여주고 있다.

#### 4.2. 자료수집 및 표본의 특성

연구모형에서 제안하는 가설검증을 위한 자료수집은 2022년 3월부터 2개월 동안 국내 대학의 학부와 금융대학원 등의 학위 과정 재학생 중 금융 마이데이터 사용 경험이 있는 개인을 대상으로 진행하였다. 전체 1,000부의 설문을 배포하였으며 총 307부(30.7% 회수율)의 설문을 회수하였다. 이 중에서 설문 응답이 불성실한 12부를 제외한 295부를 본 연구의 최종 분석

에 사용하였다. 다음의 <표 2>는 본 연구에 참여한 설문 응답자의 인구통계학적 특성에 대해 요약하여 보여주고 있다. 응답자의 특성을 살펴보면 성별은 남성이 60.7%, 여성이 39.3%로 나타났다. 나이는 30~39세가 39.7%로 가장 높게 나타났으며 다음으로 20대 21.4%, 40대 20%, 50대 19% 순으로 나타났다. 현재 사용 중인 마이데이터 서비스는 52.2%의 응답자가 네이버, 토스,뱅크샐러드와 같은 핀테크 기업이 제공하는 마이데이터 서비스를 이용하고 있다고 하였으며, 나머지 43.7%는 은행, 보험, 증권사 등의 금융 기관에 제공하는 마이데이터 서비스를 이용하고 있다고 하였다. 마이데이터 서비스에서 주로 사용하는 업무는 예·적금 잔액 및 거래내역 조회, 대출잔액, 금리 및 상환 정보 등의 은행 업무가 45.8%로 가장 많았으며, 금융투자, 가상자산, 신용카드, 보험 등의 순으로 나타났

<표 2> 표본의 인구통계학적 특성

구분		빈도	비율(%)
성별	남자	179	60.7
	여자	116	39.3
나이	20~29	63	21.4
	30~39	117	39.7
	40~49	59	20.0
	50세 이상	56	19.0
현재 이용하는 마이데이터 서비스	금융 기관(은행, 카드, 증권, 보험 등)	129	43.7
	핀테크 기업(네이버, 토스, 뱅크샐러드 등)	154	52.2
	기타	12	4.1
마이데이터 서비스 주요 이용 분야	은행(예·적금 잔액 및 거래 명세, 대출잔액, 금리, 상환정보 등)	135	45.8
	가상자산	37	12.5
	보험(주계약, 특약사항, 보험료 및 잔액 조회 등)	25	8.5
	금융투자(주식 현황, 펀드원금 및 잔액 조회 등)	60	20.3
	신용카드(카드결제명세, 금액 및 포인트 조회, 현금서비스, 카드론 등)	28	9.5
	기타	10	3.4
마이데이터 서비스 평균 이용 횟수 (주 단위)	매일	39	13.2
	1~2회	182	61.7
	3~4회	60	20.3
	5회 이상	14	4.7
	합계	295	100.0

다. 1주일에 마이데이터 서비스를 이용하는 평균 횟수는 1~2회가 61.7%로 가장 많았으며 3~4회(20.3%), 매일(13.2%), 5회 이상(4.7%)의 순으로 나타났다.

### 4.3, 측정모형검정

연구에서 제안하는 가설을 검정하기에 앞서 수집된 자료에 대한 측정모형 검증을 하였다. 측정모형은 본 연구가 기존 이론을 바탕으로 제안한 내용을 검증하는 확인적 성향의 연구로 설문을 통해 수집한 자료가 측정모형의 특성을 얼마나 잘 설명하는지를 보여준다. 본 연구는 이를 위해 AMOS 26.0을 사용하여 적합도, 신뢰성 그리고 2가지 유형의 타당성(집중타당성과 판별타당성)을 검증하였다. 먼저 측정모형의 적합도는 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis: CFA)으로 도출되는 몇 가지 지수(index)를 바탕으로 판단하였다. 많이 사용되는 지수로는 NFI, GFI, AGFI, CFI,  $\chi^2/df$ , RMSEA가 있으며, 각 지수에 대한 임계치는 NFI, GFI와 CFI가 0.9 이상, AGFI는 0.8 이상,  $\chi^2/df$ 는 3.0 이하, RMSEA는 0.05 이하여야 한다(Hwang & Kim, 2019). 최초 연구모형의 7개 잠재변수에 대한 24개 관측변수로 적합도를 검증하였으며, 이 중 자기정보통제권을 측정하는 4번째 항목(sic4)과 금융편의성을 측정하는 4번째 항목(fc4)은 연구모형의 다른 잠재변수와의 연관성이 높은 것으로 나타나 몇 지수가 기준값 이하로 나타났다(예: GFI=0.860, RMSEA=0.058). 이에 이 두 항목을 제거한 후 측정모형의 적합도를 재검증하였으며, 그 결과 모든 지수가 임계치 이상으로

나타나 측정모형의 적합도에는 문제가 없는 것으로 판단하였다. 적합도 검증 결과는 <표 3>에서 요약하고 있다.

다음으로 관측변수의 내적일관성을 측정하는 신뢰성과 타당성을 검증하였다. 신뢰성은 Cronbach's Alpha 값을 기준으로 판단하였으며 일반적으로 값이 0.7 이상이면 신뢰성에 문제가 없는 것으로 판단한다(Nunnally, 1978). 타당성은 집중타당성과 판별타당성 검증을 실시하였으며, 집중타당성은 요인적재값, 합성신뢰도(Composite Reliability: CR), 평균분산추출(Average Variance Extracted: AVE) 3가지 결과를 기반으로 판단하였다. 요인적재값은 0.5 이상, CR은 0.7 이상, AVE는 0.5 이상이 되어야 집중타당성에 문제가 없다고 할 수 있다(Wixom & Watson, 2001). 측정모형 분석 결과, 신뢰성을 저해하는 항목은 없었으며 모든 잠재변수의 Alpha값(0.764-0.913)은 기준값을 상회하는 것으로 나타났다. 또한, 집중타당성을 검증하는 요인적재값(0.721-0.888), CR(0.820-0.886) 그리고 AVE 값(0.603~0.722) 역시 기준값 이상으로 나타나 측정모형의 집중타당성은 확보되었다고 판단할 수 있다. 다음의 <표 4>는 측정모형에 대한 신뢰성과 집중타당성 결과를 요약하고 있다.

판별타당성은 연구모형 내 잠재변수를 측정하는 관측변수가 측정하고자 하는 잠재변수 이외 다른 잠재변수와의 상관성이 적다는 것을 증명하는 것이다. 판별타당성 확보를 위해서는 각 잠재변수의 AVE 제곱근 값이 잠재변수 간 상관계수 값보다 커야 한다(Fornell & Larcker, 1981). 판별타당성 분석 결과는 <표 5>에서 보여주고 있으며 대각선에 있는 각 잠재변수의 AVE

<표 3> 측정모형 적합도 검증

Measurement model	NFI	GFI	AGFI	CFI	$\chi^2/df$	RMSEA
모델	0.901	0.860	0.812	0.927	1.965	0.058
수정 전 모델	0.935	0.914	0.887	0.955	1.992	0.042
임계치	≥0.9	≥0.9	≥0.8	≥0.9	≤3.0	≤0.05

〈표 4〉 신뢰성 및 집중타당성 분석 결과

변수	항목	요인적재값	임계치	크론바흐 알파	복합신뢰도	평균분산추출
자기정보통제권	sic1	0.823	-	0.867	0.826	0.612
	sic2	0.764	16.360			
	sic3	0.759	12.776			
금융편의성	fc1	0.788	-	0.820	0.862	0.675
	fc2	0.804	12.089			
	fc3	0.871	11.237			
개인화 서비스	ps1	0.848	-	0.764	0.867	0.684
	ps2	0.783	13.721			
	ps3	0.849	12.909			
지각된 가치	pv1	0.721	-	0.887	0.873	0.632
	pv2	0.806	10.944			
	pv3	0.839	18.622			
	pv4	0.809	11.944			
금융 마이데이터 수용의도	int1	0.888	-	0.913	0.886	0.722
	int2	0.839	16.620			
	int3	0.820	13.316			
개인혁신성	inno1	0.757	-	0.846	0.867	0.686
	inno2	0.875	13.598			
	inno3	0.849	10.950			
기술적 보안성	ts1	0.769	-	0.799	0.820	0.603
	ts2	0.782	12.256			
	ts3	0.778	15.041			

〈표 5〉 판별타당성 분석 결과

변수	1	2	3	4	5	6	7
1. 자기정보통제권	0.783						
2. 금융편의성	0.340	0.822					
3. 개인화서비스	0.273	0.139	0.827				
4. 지각된 가치	0.173	0.361	0.457	0.795			
5. 금융마이데이터 수용의도	0.344	0.172	0.335	0.281	0.849		
6. 개인혁신성	0.209	0.393	0.240	0.230	0.235	0.829	
7. 기술적 보안성	0.293	0.367	0.181	0.252	0.353	0.427	0.776

주: 대각선 값은 AVE 제곱근 값을 나타냄

제곱근 값이 종과 횡에 있는 잠재변수 간 상관계수 값보다 크다는 것을 알 수 있다. 이러한 결과를 바탕으로 본 연구의 측정모형에 대한 판별타당성은 확보되었다 할 수 있다.

#### 4.4. 구조모형 분석

측정모형을 검증한 후, 수집된 295부의 자료를 대상으로 가설검증을 위한 구조모형 분석(Structural Equation

Modeling: SEM)을 하였다. 구조모형 분석은 AMOS 26.0을 사용하였으며 분석을 통해 연구모형의 경로별 표준화된 경로계수( $\beta$ )와 이에 따른  $t$ -값을 바탕으로 가설을 검증하였다(Wixom & Watson, 2011). 또한, 구조모형 분석 결과에서는 내생변수에 대한 결정계수( $R^2$ ) 값을 통해 외생변수의 설명력 정도를 판단할 수 있다. 가설을 검증하기에 앞서 구조모형의 적합도 분석을 하였으며 그 결과, NFI=0.938, GFI=0.922, AGFI=0.896, CFI=0.960,  $\chi^2/df=1.976$ , RMSEA=0.039로 나타나 구조모형의 적합도에는 문제가 없는 것으로 나타났다. 즉, 본 연구에서 수집된 자료의 특성은 구조모형의 특성을 잘 설명해 준다는 것을 알 수 있다.

각 가설검증 결과, 금융 마이데이터 특성의 세 가지 변수인 자기정보통제권( $\beta=0.326$ ,  $t=5.027$ ), 금융편의성( $\beta=0.447$ ,  $t=8.602$ ), 그리고 개인화서비스( $\beta=0.280$ ,  $t=4.991$ ) 모두 금융 마이데이터의 가치를 지각하는 데 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1, 가설 2, 가설 3 모두 유의수준 0.01에서 채택되었다. 이러한 결과로부터 금융 마이데이터 서비스를 통해 사용자들은 자신들의 금융에 대한 편의성과 동시에 금융 관련 정보를 통제할 수 있다는 점 그리고 자신들이 사용하고자 하는 정보만 서비스 형태로 받을 수 있는 개인화 서비스가 금융 마이데이터 서비스의 가치를 높여 준다고 생각하는 것을 알 수 있다. 다음으로 지각된 가치와 금융 마이데이터 수용의도 사이의 관계를 살펴보는 가설 4는 경로계수( $\beta$ ) 0.463( $t=9.040$ )으로 나타나 유의수준 0.01에서 채택되었다. 이를 통해 사용자들이 마이데이터 서비스로부터 더 높은 가치를 인식할수록 이 서비스를 사용할 의지가 높다는 것을 알 수 있다.

연구모형에서 제안하는 조절효과 검증을 위해서는 우선 조절변수 자료에 대한 평균 중심화(centering)를 먼저 실시하였다. 이는 곧 본 연구에서는 상호작용항

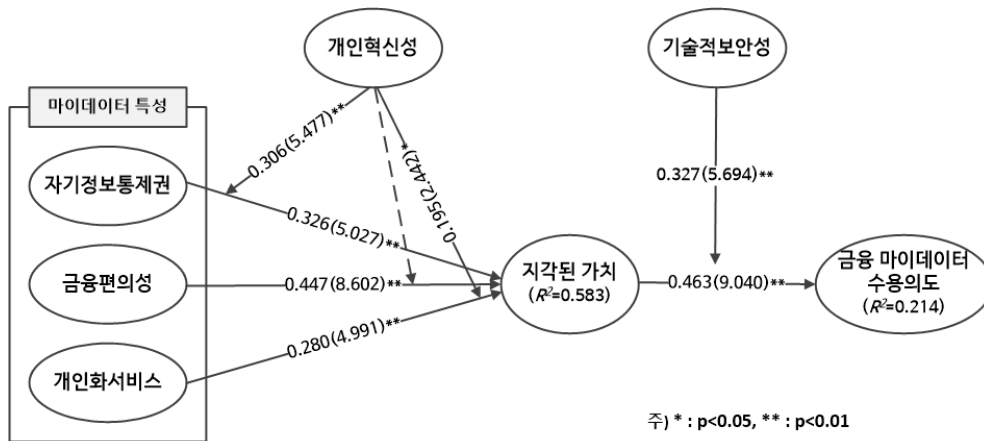
포함, 개별변수의 주효과 추정에 관심이 있으므로 평균중심화가 필요하기 때문이다. 다음으로 상호작용변수(예, 자기정보통제권  $\times$  개인혁신성, 금융편의성  $\times$  개인혁신성, 개인화서비스  $\times$  개인혁신성)를 생성해 연구모형에서 이 상호작용변수와 지각된 가치의 관계를 검증하였다. 개인혁신성과 기술적 보안성의 조절효과 검증을 위해 상호작용 효과를 검증한 결과, 먼저 개인혁신성은 자기정보통제권 그리고 개인화서비스와 마이데이터의 지각된 가치 간의 관계를 강화해 주는 반면, 금융편의성과 지각된 가치 간의 관계에서는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설 5a와 가설 5c는 유의수준 0.01과 0.05에서 채택되었으나 가설 5b는 기각되었다. 다음으로 기술적 보안성은 지각된 가치와 금융 마이데이터 사용의도 간의 관계를 강화해주는 것으로 나타나 가설 6은 채택되었다. 이는 개인들이 금융 마이데이터로부터 높은 가치를 인식해 사용할 의도가 높은 관계에서 금융정보라는 민감한 데이터에 대한 보안성이 높으면 이 관계가 더 강화된다는 것을 알 수 있다. 즉, 금융 마이데이터 사용자들은 개인의 금융정보에 대한 보안은 매우 중요한 요소라 생각한다는 것을 알 수 있다.

마지막으로 금융 마이데이터 특성의 세 변수는 본 연구의 내생변수인 지각된 가치의 결정계수 0.583 그리고 지각된 가치는 금융 마이데이터 수용의도의 결정계수 0.214로 나타났다. 이는 곧 자기정보통제권, 금융편의성 그리고 개인화서비스는 지각된 가치가 가지고 있는 정보의 58.3%를 설명하고 있음을 의미하며, 지각된 가치는 금융 마이데이터 수용의도가 가지고 있는 정보의 21.4%를 설명하고 있다는 것을 의미한다. <표 6>과 <그림 2>는 본 연구에서 제안하는 가설검증 결과와 구조모형 분석 결과를 요약하여 보여주고 있다.



〈표 6〉 가설검증 결과

가설	경로	경로계수	t-값	결과
가설 1	자기정보통제권 → 지각된 가치	0.326**	5.027	채택
가설 2	금융편의성 → 지각된 가치	0.447**	8.602	채택
가설 3	개인화서비스 → 지각된 가치	0.280**	4.991	채택
가설 4	지각된 가치 → 금융 마이데이터 수용의도	0.463**	9.040	채택
조절효과(상호작용효과 검증)				
가설 5a	자기정보통제권 → 지각된 가치 ↑ 개인혁신성	0.306**	5.477	채택
가설 5b	금융편의성 → 지각된 가치 ↑ 개인혁신성	0.899	1.010	기각
가설 5c	개인화서비스 → 지각된 가치 ↑ 개인혁신성	0.195*	2.442	채택
가설 6	지각된 가치 → 금융 마이데이터 수용의도 ↑ 기술적 보안성	0.327**	5.694	채택



〈그림 2〉 연구가설 검증결과

## 5. 결론 및 시사점

### 5.1. 연구결과의 요약

디지털 기술의 발전으로 인한 4차 산업혁명과 함께 개인데이터 활용의 중요성이 커지고 있다. 이에 개인 데이터 관련 이슈도 지속해서 제기되고 있으며, 데이

터 관리와 활용을 기관이 아닌 사람 중심으로 전환하여 개인이 능동적으로 본인의 정보를 처리할 수 있는 마이데이터 개념도 다양한 분야에서 광범위하게 사용되고 있다. 그중에서도 금융 분야는 금융 플랫폼 시대로 전환하는 시기에 데이터 주체인 고객을 확보하고 고객데이터 활용을 통한 맞춤형 서비스 제공, 사업 영역 확장 등을 위해 마이데이터 서비스가 무엇보다

중요하게 강조되고 있다. 이에 본 연구는 마이데이터에 관한 연구가 법적, 제도적 측면에서만 활발히 이루어지고 있고 개인데이터의 생산 주체인 개인 사용자를 대상으로 한 실증적 연구가 미비하다는 점에서 금융 마이데이터 서비스 수용행동에 영향을 미치는 요인을 도출하고 그 관계를 실증분석을 통해 살펴보고자 하였다. 이를 위해 마이데이터에 관한 기존 연구를 토대로 금융 마이데이터 특성을 설명할 수 있는 요인으로 자기정보통제권, 금융편의성, 개인화서비스의 3개 변수를 제안하여 마이데이터 가치 평가에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보았다. 다음으로 지각된 가치가 마이데이터 서비스 수용의도에 미치는 영향을 살펴보았으며 마지막으로 개인혁신성을 조절변수로 제안하여 마이데이터 특성과 지각된 가치 간의 관계에 어떤 역할을 하는지에 대해 확인하였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 금융마이데이터 특성의 세 가지 변수인 자기정보통제권, 금융편의성, 그리고 개인화서비스 모두 금융 마이데이터의 가치를 지각하는 데 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 통해, 사용자들은 마이데이터를 이용함으로써 금융에 대한 편의성이라는 혜택을 누리고, 개인 데이터를 능동적으로 통제할 수 있으며, 자신에게 맞춤형 정보와 서비스를 받을 수 있다고 인지할 때 마이데이터의 가치를 높게 평가하는 것을 알 수 있다.

둘째, 지각된 가치는 금융 마이데이터의 수용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 마이데이터의 가치를 높게 평가하고 긍정적으로 인식할수록 마이데이터를 사용할 의지가 높아진다는 것을 의미한다.

셋째, 조절변수로 제안한 개인혁신성은 자기정보통제권과 지각된 가치 그리고 개인화서비스와 지각된 가치 간의 관계를 강화해 주는 것으로 나타났다. 이는

혁신성 수준이 높은 사용자일수록 자기정보를 스스로 통제할 수 있는 점과 자신에게 맞춤형 서비스와 정보가 제공된다는 점을 통해 마이데이터에 대한 가치를 더 높게 인지하는 경향이 있음을 의미한다. 하지만 개인혁신성은 금융편의성과 지각된 가치의 관계에서는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 하나의 앱에서 별도의 수고나 노력 없이 금융 서비스를 이용할 수 있다는 점은 마이데이터에 대한 가치평가에 긍정적인 영향을 미치지 않지만, 사용자의 혁신성 수준에 그 가치가 더 증폭되지 않는다는 것을 알 수 있다. 또한, 금융 마이데이터로부터 높은 가치를 인식해 수용의지가 높은 관계에서 기술적으로 정보보안이 잘 이루어지고 있다고 인식한다면 이 관계는 더 강화된다는 것을 알 수 있다. 즉, 금융 마이데이터 역시 보안이 잘 갖춰지고 있어야만 긍정적인 사용자 행동을 유발할 수 있다는 것을 알 수 있다.

## 5.2. 연구의 시사점

본 연구의 실증분석 결과를 통해 다음과 같은 이론적 및 실무적 시사점을 제시할 수 있다. 먼저 학술적인 측면에서의 시사점을 살펴보면 다음과 같다. 본 연구는 금융 마이데이터 주요 특성을 도출하고 사용자들의 가치 인지와 수용의도에 미치는 영향을 실증분석을 통해 살펴보고 그 증거를 제시하였다는 점에서 의의가 있다. 최근 마이데이터 서비스 이용자의 수용행동의 영향 요인을 살펴보는 연구는 일부 이루어졌으나, 본 연구는 이들 연구에서 고려하지 않았던 지각된 가치와 금융 마이데이터 특성 간의 관계를 살펴보았다는 점에서 기존 연구와의 차별성을 가진다. 즉, 비교적 최근에 마이데이터 서비스가 시행되어 선행연구가 부족하고, 특히 기존의 연구가 주로 개인정보 활용을 위한 정보보호방안과 정책적 연구 및 마이데이

터 서비스의 특성요인 탐색 위주로 이루어졌다면, 본 연구는 그러한 서비스 특성과 지각된 가치, 그리고 가치와 수용의도와의 관계에 대한 부분을 다루었다는 점에서 차별적 의의가 있다. 또한, 본 연구는 기존 서비스 이용 관점에서 일반 사용자가 마이데이터 서비스를 수용하는 주요 변인의 구조적 관계를 밝혔다는 점에서 학문적으로 향후 연구의 이론적 기반을 마련하였다. 또한, 이용자의 개인혁신성이 금융 마이데이터 특성과 지각된 가치 간의 관계에 어떤 조절적 효과를 가지는지, 그리고 기술적 보안이 지각된 가치와 수용의도 간의 관계에 어떤 조절적 효과를 가지는지도 실증분석을 통해 확인하였다는 점에서 그 의의가 있다. 디지털 기술의 발전에 따른 개인데이터의 중요성이 점점 더 높아지고 있는 시점에서 금융 마이데이터의 지각된 가치에 영향을 미치고 지속적인 수용을 유도할 수 있는 요인이 무엇인지 살펴보고, 금융 마이데이터 이용자들이 계속해서 서비스를 이용할 수 있도록 하는 동기를 찾아 마이데이터 산업에 유용한 정보를 제시하고자 하였다는 점에서 본 연구의 결과는 향후 마이데이터 서비스와 관련된 다양한 후속 연구에 유용하게 활용될 수 있을 것으로 기대한다. 또한, 향후 새로운 정보기술이나 서비스에 대한 개인의 의도와 행동 간의 인과 관계를 연구하는 데 있어서, 정보 기술이나 서비스의 긍정적, 부정적 특성뿐만 아니라 법 규정, 소비자의 법 태도 등을 종합적으로 고려한 연구에 훌륭한 연구모델이 될 것으로 기대된다.

실무적인 측면에서는 본 연구의 결과는 다음과 같은 정보를 제공할 수 있다. 정부 주도로 2019년부터 본격적으로 시작한 마이데이터 실증 사업이 상용서비스로 활성화되기 위해서는 무엇보다 고객의 가치 인식이 중요하고, 이를 위해 데이터에 대한 자기정보통제권 보장, 편의성 및 개인화서비스 등에 대한 체계 마련의 실무적 시사점을 제공하였다는데 의의가 있

다. 기존 금융서비스와는 차별화되는 금융 마이데이터 특성이 이용자들의 가치 인지와 수용행동에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 점을 인지하고, 관련 금융 기관들은 이용자들에게 금융 마이데이터의 주요 특성을 긍정적으로 인지시킬 수 있는 전략을 통해 고객을 확보해 나갈 수 있어야 할 것이다. 또한, 마이데이터 서비스에 대한 높은 가치평가가 수용행동에 영향을 미칠 수 있으므로 이용자들이 가치를 높게 평가하고 인지할 수 있는 활동을 함께 하면 더 효과적인 결과를 얻을 수 있을 것으로 판단된다. 본 연구는 더 나아가 새로운 서비스를 경험하는 것을 즐기는 마이데이터 서비스 이용자들의 성향이 금융 마이데이터 특성을 통해 가치를 지각하는 데 영향을 미침을 확인하였다. 고객들은 자신에게 맞춤형 서비스가 고도화될수록 즐거움과 유용함을 더 느끼며 다른 서비스와 차별화되는 가치로 인식한다. 마이데이터 서비스 같은 신기술에 대한 거부감이 높은 고객은 즐거움의 가치가 반감된다. 따라서 서비스에 대한 적극적인 홍보를 통해 마이데이터 서비스에 대한 이해를 높이고 거부감을 줄여주는 노력이 중요하다. 한편, 마이데이터 서비스를 제공하는 기업들은 이용자의 이런 개인혁신성을 충족시키기 위한 서비스를 끊임없이 개발하고 제공할 필요가 있다. 개인 혁신성과 기술적 보안성이 높은 경우 제공하는 서비스를 이용할 가능성이 크므로 이를 강조하는 전략이 필요할 것으로 판단된다. 따라서 마이데이터 산업이 성공적으로 도입되고 활성화되기 위해서는 금융소비자가 마이데이터의 목적과 취지 등을 올바르게 이해하고, 이를 정보기술로 구현한 마이데이터 서비스를 원래의 목적에 맞게 사용할 수 있어야 한다. 그리고 금융정책은 이러한 금융소비자의 권리 및 정보 보호와 금융혁신 모두를 균형 있게 추진할 필요가 있다.

### 5.3. 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구가 제시하는 여러 시사점에도 불구하고 몇 가지 한계점이 있다. 첫째, 본 연구는 국내의 특정 지역의 일부 대학의 학생들(대학 및 대학원생)을 대상으로 자료수집이 진행되었다. 이에 연구결과의 일반화를 위해서는 마이데이터 서비스를 사용하는 더 다양한 지역의 연령층, 직업군, 소득수준을 고려한 자료수집과 연구가 진행되어야 할 것이다. 둘째, 본 연구는 금융 마이데이터의 주요 특성 요인을 자기정보통제권, 금융편의성, 개인화서비스 등으로 구성하였다. 비록 이 변수들이 금융 마이데이터의 특성을 대표하는 변수들이지만 이 서비스가 더 일반화되고 고도화되면서 더 다양한 특성 변수가 도출될 수 있을 것이다. 이에 향후 연구에서는 본 연구에서 고려하지 못한 더 다양한 변수를 고려한 연구가 수행되어야 할 것이다. 셋째, 본 연구는 개인혁신성과 기술적 보안을 조절변수로 제안하여 금융 마이데이터 특성과 지각된 가치 간의 관계 그리고 지각된 가치와 수용의도 간에 어떤 영향을 미치는지에 대해 살펴보았다. 제안하는 연구모형의 간명성을 위해 비록 이 두 개의 조절변수를 제안하였지만, 향후 연구에서는 본 연구에서 살펴보지 못한 다른 조절변수를 살펴보고 이에 대한 실증분석이 이루어져야 할 것이다. 넷째, 본 연구에서는 금융 분야에 한정하여 마이데이터 특성이 가치와 수용의도에 미치는 영향을 살펴보았다. 향후 연구에서는 법 제도 정비와 함께 의료, 공공, 통신, 상거래 등 더 다양한 산업 분야의 연구가 이루어져야 할 것이다.

## 〈참고문헌〉

### [국내 문헌]

1. 강나영, 김지수, 손예원, 이정빈, 김민정 (2022). 금융소비자의 마이데이터에 대한 인식과 맞춤형 마이데이터서비스 이용을 위한 금융정보 제공의향. **소비자정책교육연구**, 18(1), 23-46.
2. 금융위원회 (2021). **금융분야 마이데이터 서비스 가이드라인**.
3. 김상현, 박현선 (2013). 소셜커머스의 쇼핑 가치와 재구매의도에 영향을 미치는 개인 및 소셜커머스 특성과 지각된 보안의 조절효과에 대한 연구. **한국IT서비스학회지**, 12(2), 31-53.
4. 김아름, 양혜경 (2021). 로보어드바이저(Robo-advisor) 서비스의 지각된 가치 및 사용의도에 관한 연구: 혁신성 및 혁신저항의 조절효과. **Financial Planning Review**, 14(2), 55-88.
5. 김영대, 윤혜정, 김상진, 신용태 (2021). 지각된 가치와 신뢰가 마이데이터 서비스 수용의도에 미치는 영향 연구. **한국IT정책경영학회 논문지**, 13(4), 2579-2585.
6. 김재철 (2021). 로보어드바이저 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 혁신성의 조절효과를 중심으로. **경영교육연구**, 36(6), 145-168.
7. 김종기, 김진성, 모건 (2012). 모바일 banking 서비스에 대한 사용자 저항에 관한 연구-온라인 보안을 중심으로. **산업혁신연구**, 28(2), 59-99.
8. 김형준, 정철호 (2008). 모바일 banking 서비스의 상품특성과 사용자특성이 재사용의도에 미치는 영향. **산업교육연구**, 21, 215-246.
9. 노미진, 박현희 (2011). 유행혁신성과 정보혁신성에 따른 스마트의류 수용. **한국콘텐츠학회 논문지**, 11(11), 350-363.
10. 노현주 (2021). **금융 마이데이터 도입 현황과 시사점** 보험연구원
11. 박주희 (2020). 마이데이터 서비스 활성화의 법적 과제. **이주법학**, 14(1), 96-119.
12. 배재권 (2021). 마이데이터(MyData) 산업 활성화를 위한 법적, 제도적 요인에 관한 연구. **로고스경영연구**, 19(1), 117-132.
13. 백한중, 김지영, 유영민, 신용태 (2019). 지각된 위험이 마이데이터 서비스 수용의도에 미치는 영향에 관한 연구. **한국IT정책경영학회 논문지**, 11(4), 1287-1291.
14. 신건권 (2011). HTS 사용자의 지각된 보안성이 사용자신뢰, 채택의도 및 실제사용도에 미치는 영향. **산업교육연구**, 25(4), 183-204.
15. 심연숙 (2020). 마이데이터(MyData) 활용의 국내외 현황 및 활성화 방안. **문화기술의 융합**, 6(4), 553-558.
16. 양경란, 박수경, 이봉규 (2021). 마이데이터 비즈니스 생태계 모델 연구. **디지털융복합연구**, 19(11), 167-180.
17. 이석호, 장항배 (2022). 정보보호 관점의 금융 마이데이터 서비스 수용 요인에 관한 연구. **한국전자거래학회지**, 27(2), 137-152.
18. 이종섭, 최재섭, 최정일 (2022). 오픈뱅킹 기반의 마이데이터 서비스 이용의도에 관한 연구. **한국IT서비스학회지**, 21(1), 1-19.
19. 이주희 (2022). 금융 마이데이터의 전략적 활용에 관한 사례 연구. **디지털융복합연구**, 20(3), 181-189.
20. 이진명 (2018). 인터넷전문은행에 대한 소비자의 지각된 가치와 네트워크 외부성이 지속이용의도에 미치는 영향. **소비자학연구**, 29(4), 139-152.
21. 한국데이터산업진흥원 (2019). **마이데이터 서비스 안내서**.
22. 한준형, 강성배, 문태수 (2013). 스마트폰의 지각된 가치와 지속적 사용의도 그리고 개인 혁신성의 조절효과. **Asia Pacific Journal of Information Systems**, 23(4), 53-84.
23. 4차산업혁명위원회 (2021). **마이데이터 발전 중립정책**.

### [국외 문헌]

24. Agarwal, R., & Prasad, J. (1998). A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. **Information System Research**, 9(2), 204-215.
25. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. **Journal of Marketing Research**, 18(3), 382-388.
26. Ho, S., & Ko, Y. (2008). Effects of self-service technology on customer value and customer readiness: The case of internet banking. **Internet Research**, 18(4), 427-446.
27. Hwang, I. H., & Kim, S. H. (2019). Information security of organization and employees in social exchange perspective: Using structure-conduct-outcome framework. **The Journal of Information Systems**, 28(4), 105-129.
28. Kalakota, R., & Whinston, A. B. (1997). **Electronic commerce-A manager's guide**. Massachusetts: Addison-

Wesley Longman.

29. Kim, H., Chan, H., & Gupta, S. (2007). Value-based adoption of mobile internet: An empirical investigation. *Decision Support Systems, 43*, 111-126.
30. Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
31. Rey-Ares, L., Fernández-López, S., Castro-González, S., & Rodeiro-Pazos, D. (2021). Does self-control constitute a driver of millennials' financial behaviors and attitudes? *Journal of Behavioral and Experimental Economics, 93*, 101702.
32. Rogers, E. (1995). *Diffusion of innovations*. The Free Press, NY.
33. Schillewaert, N., Ahearne, M. J., Frambach, R. T., & Moenaert, R. K. (2005). The adoption of information technology in the sales force. *Industrial Marketing Management, 34*(4), 323-336.
34. Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research, 22*(2), 159-170.
35. Suh, B., & Han, I. (2003). The impact of customer trust and perception of security control on the acceptance of electronic commerce. *International Journal of Electronic Commerce, 7*(3), 135-161.
36. Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing, 77*, 203-220.
37. Wixom, B. H., & Watsom, H. J. (2001). An empirical investigation of the factors affecting data warehousing success. *MIS Quarterly, 25*(1), 17-41.
38. Yang, H., Yu, J., Zo, H., & Choi, M. (2016). User acceptance of wearable devices: An extended perspective of perceived value. *Telematics and Informatics, 33*(2), 256-269.
39. Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing, 52*(3), 2-22.

〈부록〉 측정항목

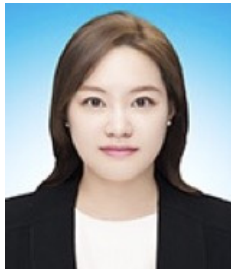
연구변수		측정항목
금융 마이데이터 특성	자기정보통제권	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 금융회사가 나의 어떤 정보를 보유하고 있는지 마이데이터 서비스를 통해 쉽게 열람할 수 있는 정도</li> <li>• 금융회사가 보유한 나의 정보를 마이데이터 서비스를 통해 관리할 수 있는 정도</li> <li>• 금융회사가 보유한 나의 정보를 마이데이터 서비스 사업자에게 쉽게 이동시킬 수 있는 정도</li> </ul>
	금융편의성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 마이데이터 서비스를 통해 다양한 금융상품 정보를 제공받을 수 있는 정도</li> <li>• 마이데이터 서비스를 통해 원하는 금융업무를 쉽게 이용할 수 있는 정도</li> <li>• 마이데이터 서비스를 통해 필요할 때 어디서든 금융서비스를 이용할 수 있는 정도</li> </ul>
	개인화서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 마이데이터 서비스가 내가 필요로 하는 맞춤형 서비스를 제공하는 정도</li> <li>• 마이데이터 서비스가 나에게 적합한 서비스를 제공하는 정도</li> <li>• 마이데이터 서비스가 나에게 다른 사람과 차별화된 서비스를 제공하는 정도</li> </ul>
지각된 가치	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 합리적인 금융 생활을 위해 마이데이터 서비스를 이용하는 것이 가치있는 정도</li> <li>• 마이데이터 서비스가 노력 대비 얻는 혜택이 더 많은 정도</li> <li>• 마이데이터 서비스가 내 금융생활에 유용한 가치를 제공하는 정도</li> </ul>	
개인혁신성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 내가 새로운 기술이나 서비스를 다른 사람에 비해 먼저 수용하고 사용하는 정도</li> <li>• 내가 새로운 기술이나 서비스에 대해 관심이 많은 정도</li> <li>• 내가 새로운 기술이나 서비스를 사용하는 것에 주저하지 않는 정도</li> </ul>	
기술적보안성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 마이데이터 서비스가 해킹에 의한 금융정보 유출로부터 안전한 정도</li> <li>• 마이데이터 서비스를 사용함에 있어 나의 개인정보가 유출되지 않는 정도</li> <li>• 마이데이터 서비스의 기술적 시스템이 안정적인 정도</li> </ul>	
금융 마이데이터 수용의도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 내가 마이데이터 서비스에 대해 관심이 있는 정도</li> <li>• 내가 마이데이터 서비스를 이용해 볼 의향이 있는 정도</li> <li>• 내가 앞으로 마이데이터 서비스를 이용할 정도</li> </ul>	

● 저 자 소 개 ●



**손 창 용 (Changyong Sohn)**

경북대학교 경영대학원에서 석사 학위를 취득하였다. 현재 경북대학교 경영학부 박사과정에 재학중이다. 주요 관심분야는 지식경영시스템, 클라우드 컴퓨팅, 정보보안, 모바일서비스, 핀테크 등이다.



**박 현 선 (Hyunsun Park)**

현재 경북대학교 경영학부에서 초빙교수로 재직 중이다. 경북대학교 대학원 경영학부에서 경영학석사 및 박사를 취득하였다. 주요 관심분야는 디지털 플랫폼, 소셜네트워크서비스, 클라우드 컴퓨팅, OSS, 정보보안 등이다.



**김 상 현 (Sanghyun Kim)**

현재 경북대학교 경영학부 경영정보 분야 교수로 재직 중이다. 미국 미시시피대학교에서 경영학 박사 학위를 취득하였다. 주요 관심분야는 지식경영시스템, 클라우드 컴퓨팅, OSS, 정보보안 등이다. 지금까지 Information and Management, Communication of the ACM, International Journal of Information Management, DATA BASE, Information Systems Frontiers 등 주요 학술지에 논문을 발표하였다.



## 〈 Abstract 〉

# The Relationship between Financial Mydata Service Characteristics and Intention to Use: The Moderating Effects of Innovativeness and Technology Security

Changyong Sohn<sup>\*</sup>, Hyunsun Park<sup>\*\*</sup>, Sanghyun Kim<sup>\*\*\*</sup>

As data becomes a new core resource with high attention, MyData service is spreading to various fields such as finance, medical care, and the public sector. However, research on the behavior of MyData service users is insufficient. Therefore, this study aims to empirically examine the effect of MyData service traits on value perception and acceptable behavior particularly in the financial sector where MyData service is most active. To this end, this study proposed a research model based on the literature. 295 survey responses were collected from individuals and analyzed using AMOS 26.0 for hypothesis testing. As a result of the analysis, it was found that self-information control, financial convenience, and personalized service had a significant effect on perceived value, and that perceived value had a significant effect on the intention to accept MyData service. Furthermore, this study examined the role of personal innovation and technological security in the relationship between variables by suggesting them as moderators. Results show that individual innovation was found to strengthen the relationship between two variables(self-information control and personalized service) and perceived value. Also, technological security was shown to strengthen the relationship between perceived value and intention to accept financial MyData services. The findings are expected to provide useful information to understand the factors affecting the acceptance of financial MyData service users and to understand the importance of individual innovation levels and technological security.

Key words: Financial MyData, Intention to adopt MyData Service, Perceived Value, Innovativeness, Technology Security

---

\* School of Business Administration in Kyungpook National University

\*\* School of Business Administration in Kyungpook National University

\*\*\* School of Business Administration in Kyungpook National University