

소비자행동 측면에서의 마이데이터 제도 분석 및 개선방안 연구

이영종*, 이성엽**

고려대학교 기술경영전문대학원 박사과정*, 고려대학교 기술경영전문대학원 교수**

A Study on the Analysis and the Improvement of the MyData System from a Consumer Behavior Perspective

Young-Jong Lee*, Seong-Yeob Lee**

Doctoral student, Graduate School of Management of Technology, Korea University*

Professor, Graduate School of Management of Technology, Korea University**

요약 마이데이터는 ‘개인정보이동권’을 통해 개인정보에 관한 정보주체의 권리를 강화하고 본인정보를 활용하여 초개인화 맞춤형 서비스를 가능케 하는 데이터 활용의 새로운 패러다임이다. 우리나라 마이데이터 제도는 개인정보 자기결정권을 ‘개인정보 전송요구권’이라는 제도로 구체화하였고, 이를 통해 새로운 마이데이터 산업을 창출하고 있다는 점에서 세계적으로 선도적인 제도로 평가된다. 이에 본 연구는 제도 시행 3년 차인 우리 마이데이터 제도를 소비자행동 관점에서 분석·평가하고 개선방안을 모색하였다. 이를 위해 규제정책과 소비자행동 관련 선행연구 검토를 통해서 소비자행동 관점에서의 제도 분석 및 평가 가능성을 확인하였다. 또한 마이데이터 관련 소비자행동 연구들에서 마이데이터 이용에 유의미한 영향을 미치는 변수들을 선별하여 소비자행동 관점에서 제도를 분석하기 위한 항목으로 채택하였다. 소비자행동 관점에서 제도를 분석한 결과, 우리 마이데이터 제도는 소비자가 중요하게 생각하는 요소들을 비교적 잘 반영하고 있는 것으로 평가된다. 하지만 이용 편리성과 개인정보 보호와 같이 양면적 가치가 있는 경우에는 규제적 성격이 좀 더 우선되는 것으로 확인되었다. 따라서 마이데이터 산업을 활성화하기 위해서 소비자 권리가 훼손되지 않는 범위 내에서 시장 친화적으로 제도 개선을 추진할 필요가 있다. 본 연구는 실증적 소비자행동 연구와 규제정책 연구를 융합하여 마이데이터 제도 개선방안 도출을 시도했다는 점에서 기존 연구들과 차별성을 가진다.

주제어 : 마이데이터, 개인정보이동권, 혁신기술 수용, 소비자행동, 정책평가

Abstract MyData is a new entity that strengthens the rights of information subjects through the ‘right to data portability’ and utilizes data to enable hyper-personalized services using personal information. Korea’s MyData system is recognized globally as an outstanding system in that it is creating a new MyData industry by granting the right to information self-determination through the ‘right to request data transmission’. Now in its third year, this study evaluates Korea’s MyData system from a consumer behavior perspective and identifies issues for improvement. To this end, this study reviewed previous research on the relationship between regulatory policy and consumer behavior to determine the applicability of a consumer behavior perspective in institutional evaluation. In addition, in a study on consumer behavior related to MyData, variables that affect the use of MyData were investigated and evaluation items from a consumer behavior perspective were derived. As a result of evaluating Korea’s MyData system from a consumer behavior perspective, it was found that the factors considered important by consumers were appropriately reflected in the system. However, in cases where there are dual values of ease of use and personal information protection, regulatory aspects tend to take priority. Therefore, in order to revitalize the MyData industry, it is essential to implement market-friendly system improvements without compromising consumer rights. This study is differentiated from existing studies in that it attempted to derive a plan for system improvement by combining empirical consumer behavior research and regulatory policy research.

Key Words : MyData, right to data portability, acceptance of innovative technology, consumer behavior, policy evaluation

이 논문은 2024년 5월 24일 한국데이터법정책학회 상반기 정기학술대회에서 발표한 주제를 논문으로 작성한 연구임

Received 25 Jun 2024, Revised 12 Jul 2024

Accepted 16 Jul 2024

Corresponding Author: Seong-Yeob Lee
(Korea University)

Email: dysylee@korea.ac.kr

ISSN: 2466-1139(Print)

ISSN: 2714-013X(Online)

□ Industrial Promotion Institute. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

마이데이터(MyData)는 개념적으로 정보주체가 본인 정보를 적극적으로 관리·통제하고, 이를 통해 본인정보를 신용, 자산, 건강관리 등에 주도적으로 활용하는 것을 의미한다. 마이데이터는 정보주체의 ‘개인정보 자기결정권’ 강화를 목적으로 도입되었는데, 마이데이터의 경우 개인정보 자기결정권은 개인정보를 원하는 곳으로 이동시킬 수 있는 권리인 ‘개인정보이동권(right to data portability)’으로 주로 실현된다.

2018년 EU에서 ‘일반데이터보호규정(General Data Protection Regulation, 이하 GDPR)’을 개정하면서 개인정보이동권이 구체화되면서 마이데이터의 제도적 기반이 갖춰졌으나, 여전히 일부에서는 마이데이터를 본인정보의 주도적 활용 개념으로만 인식하는 경우가 많다. 우리나라는 2020년 ‘데이터 3법’이 개정되면서 「신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률」에 개인신용정보 전송요구권 및 신용정보관리업을 포함하여 마이데이터 제도를 도입하였기 때문에 우리나라에서는 본인정보를 보유한 기업이나 기관에게 본인이 원하는 곳으로 본인정보의 전송을 요구할 수 있는 ‘자료전송요구권’에 한정하여 마이데이터를 인식하는 경향도 있다(4차산업혁명위원회, 2021)[1].

마이데이터는 개인정보를 삭제·대체하여 추가적인 정보 없이는 개인을 식별할 수 없는 ‘가명정보’와는 달리, 개인정보를 그대로 활용할 수 있으므로 프로파일링을 통한 초개인화 서비스 제공을 가능하게 한다. 또한 마이데이터를 통해 수집된 개별 정보들은 빅데이터로도 활용할 수 있어 4차산업혁명 시대에 새로운 개인정보 활용 방식으로 주목받고 있다.

우리 마이데이터 제도는 마이데이터를 개념적으로만 인식하거나 개인정보이동권 도입만으로 그친 다른 국가와는 달리 개인정보 자기결정권을 ‘제3자 전송요구권’으로 구체화하여 마이데이터를 시장에서 실제 작동하는 제도로 실현했다는 점에서 세계적으로 유례를 찾기 어려운 선도적인 제도로 평가된다. 하지만 금융 분야부터 시작된 마이데이터는 제도 시행 3년 차에 들어섰지만, 처음 기대와는 달리 다양한 혁신 서비스가 부족하고 실생활에서 쉽게 체감할 수 없는 등 이용 활성화는 아직 미흡한 것으로 평가되고 있다.

지금까지 우리 마이데이터는 정부가 제도를 수립하는데 중점을 두었지만, 마이데이터 활성화를 통한 경제성장은 소비자의 선택에 달려 있으므로 향후 제도 개선 시에는 소비자 관점을 고려할 필요가 있다.

이에 본 연구는 소비자가 마이데이터 서비스 이용 시 중요하게 고려하는 요인들을 우리 마이데이터 제도가 반영하고 있는지를 분석·평가하여 개선방안을 도출하는데 목적을 두고 있다. 이를 위해 규제정책과 소비자행동 관련 선행연구를 검토하여 소비자행동 측면에서의 제도 평가 가능성을 확인하였다. 소비자행동 관점을 제도 분석에 활용하기 위해서 선행연구에서 마이데이터 이용과 관련한 유의미한 변수들을 선별, 수정하여 소비자행동 관점을 대변할 5개 분석항목으로 정리하였고, 5개 분석항목을 기준으로 우리 마이데이터 제도를 분석하였다.

2. 이론적 배경

2.1 마이데이터 개요

마이데이터는 정보주체가 개인정보 전송요구권을 통해서 필요한 곳, 즉 제3자에게 개인정보를 전송하여 활용하는 방식인데, 최근까지 개인정보를 제3자에게 제공하여 활용하기 위해서 ‘제3자 제공 동의’ 방식이 주로 이용되었다. 일반적으로 회원 가입 시 개인정보 수집, 광고 정보 전송 등에 관한 동의와 같이 기업의 마케팅활동을 위해 제3자 제공 동의를 하게 되는데, 제3자 제공 동의는 기업 등이 정해놓은 내용에 동의 의사만을 표현할 수 있어 수동적 권리 행사에 해당된다. 하지만 전송요구권은 본인 의사로서 본인정보를 제3자에게 전송하도록 요청할 수 있으며, 데이터의 수신자, 범위, 전송기간 등을 정보주체가 결정할 수 있다는 점에서 개인정보 통제에 있어 개인의 능동적 역할 수행을 가능하게 한다.

〈표 1〉 ‘전송요구권’ 과 ‘제3자 제공 동의’ 방식 비교

분야	전송요구권	제3자 제공 동의
개인데이터 전송 요청자	개인(정보주체)	기업, 기관
개인(정보주체)의 역할	전송요청 (능동적 요청)	동의/비동의 의사표현 (수동적 역할)
개인(정보주체)의 결정 범위	데이터 제공자·수신자, 전송대상 데이터 범위, 전송 주기·기간, 전송 목적, 수신자의 데이터 보유기간	제공목적, 기관 및 데이터 범위 등이 이미 결정되어 있음

출처 : 한국데이터산업진흥원(2022)[2]

EU는 2018년 5월 GDPR 개정안에 정보주체가 정보관리자에게 제공한 본인정보를 기계판독이 가능한 형식으로 제공받을 수 있으며, 기술적으로 가능할 경우 본인정보를 다른 정보관리자에게로 전송을 요구할 수 있는 ‘개인정보이동권’을 포함함으로써 마이데이터 개념을 입법화하고 산업 전반에 개인정보 결정권을 강화시켰다는 평가를 받고 있다. 또한 2018년 1월 EU는 지급결제 시장 활성화를 위해 제3자 지급결제서비스 제공업자가 소비자의 계좌에 접근하여 지급결제 서비스를 할 수 있도록 ‘2차 지급결제서비스 지침(Payment Services Directive 2)’을 개정하여 개인정보이동권을 금융산업에 적용한 바 있다(오세진 외, 2021)[3].

국내에서는 2020년 1월 데이터 관련 규제 혁신을 도모하고 개인정보 보호 거버넌스 체계를 정비하기 위해 데이터 3법으로 불리는 ‘개인정보 보호법’, ‘정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률’, ‘신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률’(이하 ‘신용정보법’)이 개정되면서 ‘신용정보법’에 금융 분야의 마이데이터 도입을 위한 내용들이 포함되었다. 신용정보법 개정 이후 공공 분야에서 공공정보에 대한 마이데이터 근거를 마련하기 위해 ‘전자정부법’과 ‘민원 처리에 관한 법률’이 개정·시행되었다. 한편 마이데이터의 전 분야 확산을 위해서 ‘개인정보 보호법’도 2023년 개정되었으며 시행령은 2025년 시행을 목표로 2024년 5월 현재 입법예고 중에 있다.

〈표 2〉 마이데이터 관련 국내법 현황

법률	마이데이터 관련 내용
신용정보법 (21.2월 시행)	개인신용정보를 제3자에게 전송 요구
민원처리법 (21.10월 시행)	행정정보를 공공기관으로부터 민원처리기관에게 제공
전자정부법 (21.12월 시행)	행정정보를 공공기관으로부터 제3자(공공, 민간)에게 제공
개인정보 보호법 (23.3월 개정)	자료전송요구권을 규정하는 일반법

출처 : 이성엽 외(2022)[4]

2022년 1월부터 금융 분야에서 본격적인 마이데이터가 시행된 이후, 2024년 2월 말 금융 마이데이터 사업자는 69개 사, 전체 이용자 수는 1,787만 명으로 짧은 기간 동안 빠른 외형적 성장을 보였다. 또한 마이데이터 통합 조회를 활용한 대환대출, 보험상품 비교·추천, 신용점수

올리기 등의 서비스를 통해 이용자에게 편의를 제공하기도 하였다(금융위원회, 2024)[5]. 하지만 여전히 다수의 소비자가 실생활에서 마이데이터 서비스를 체험할 수 있는 수준까지 마이데이터 시장이 활성화되지는 않은 것으로 평가된다.

2.2 정책 수립에서의 소비자행동

미국, 영국, 캐나다 등과 같은 해외국에서는 소비자 관련 정책 수립 시 소비자 조사 및 연구를 근거하는 경우가 보편화되어 있다. 특히 복잡한 내용을 포함하는 금융상품의 경우, 정확한 정보제공을 위해서 소비자 조사 및 테스트를 수행하여 소비자가 필수적으로 인지해야 하는 정보를 공시하도록 제도화하였다(구혜경 외, 2013)[6]. 또한 OECD도 국민들에 대한 행동경제학 연구 결과에 기반한 공공정책의 효율성을 강조하면서 정책개입 방식으로 ‘넛지’ 활용 사례들을 소개하고 규제정책에 행동경제학적 접근방식의 적용 필요성을 강조하였다(Lunn, 2014)[7].

정부 규제에 있어서 행동경제학적 접근은 미국과 영국에서 시작되었는데, 이들 국가에서는 규제 효과를 높이기 위해 ‘공개(disclosure)’, ‘정보 단순화(simplification)’, ‘현저성(salience)과 주목(attention)’, ‘사회적 규범(social norm) 활용’과 같은 행동경제학적 접근을 시도하여 소비자의 합리적인 의사결정을 유도한 바 있다(Sunstein, 2011)[8]. 이와 같이 다양한 사례들을 통해 행동경제학 관점이 소비자의 휴리스틱(heuristic)과 편향(bias)에 따른 소비자 손실을 회피하기 위해서 소비자정책 수립 시 활용되고 있음을 확인할 수 있다.

최근에는 현안 해결을 위해 정책 과정 전반에서 경험과 직관이 아닌 ‘증거 기반의 정책 수립(evidence-based policy-making)’이 중요해지고 있다(배순영, 2019)[9]. 따라서 정책 실패에 따른 피해가 높은 소비자정책 분야에서는 소비자 눈높이에 맞는 정책 시행을 위해 행동경제학적 관점을 적극적으로 수용할 필요가 있다. 특히 기업은 이미 마케팅에 소비자를 고려하고 있기 때문에 시장형 규제정책에 소비자행동을 반영하는 것은 필수불가결하다고 볼 수 있다.

2.3 정책 평가에서의 소비자행동

본 논문은 마이데이터 제도를 소비자행동 측면에서 분석·평가한다는 취지에서 정책평가적인 성격을 띠고 있다. ‘정책평가’는 정책의 형성, 집행, 결과 또는 영향을 회고적이고 체계적으로 평정하는 활동으로 정의되며(이윤식, 2018)[10], 설정된 정책목표에 도달하는 과정에서 정책성과를 향상시키기 위한 목적으로도 활용된다.

정책평가는 시기와 목적에 따라 형성평가와 총괄평가로 구분된다. 형성평가는 정책의 개발·개선 과정에서 이미 진행 중인 사업을 개선하는 데 주로 목적이 있으며(노화준, 2015)[11](정인숙, 2008)[12], 총괄평가는 정책집행의 종료 이후 정책이 의도한 목표 달성 수준을 확인하고 검토하는 데 중점을 둔다(신열, 2019)[13]. 본 연구는 마이데이터 제도 분석·평가를 통해 개선방안을 고찰한다는 목적에서 형성평가적인 성격을 띠고 있다. 본 연구와 같이 디지털 전환과 같은 새로운 정책에 관한 평가 연구에서는 연구자가 설정한 평가 요소를 바탕으로 정책을 분석하고 시사점을 도출하는 방법도 활용되고 있다(정인숙, 2008)[12].

소비자행동 관점을 반영한 정책 수립의 필요성을 제시하거나, 소비자행동 측면에서 정책·제도를 평가한 연구들도 찾아볼 수 있다. 이민호 외(2020)는 규제집행 단계에서 소비자선호 수준의 변화를 정책에 반영할 필요는 충분하나 정책 현장의 한계로 인해 정책 결정 시에는 소비자선호 수준이 일정하게 유지된다는 전제가 필요하며 집행 과정에서는 소비자선호 변화를 고려한 피드백이 필요하다고 하였다[14]. 한편 장우영 외(2011)는 ‘대법원 웹사이트 대시민 서비스’를 온라인 공공서비스 품질평가 지표인 체계성, 충실성, 접근성, 대응성 측면에서 정성적으로 분석·평가하여 개선방향을 도출하였다[15].

선행연구를 통해 소비자행동 관점에서의 정책 수립 및 분석·평가의 필요성을 확인하였는데, 정책·제도는 소비자가 이용하는 서비스를 규제하는 동시에 서비스는 정책·제도의 변화와 적응을 통해서 개선, 발전될 수 있다. 따라서 시장형 서비스 관련 정책·제도는 소비자선호를 반영한 정책평가를 통해 개선방안을 마련할 필요가 있다.

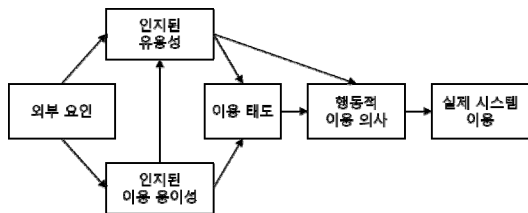
2.4 마이데이터의 소비자 수용·선호 이론

소비자행동 관점의 마이데이터 연구들은 마이데이터

를 새로운 혁신적인 서비스로 인식하여 기존 ‘혁신기술 수용’ 이론으로 마이데이터 이용을 설명하였다. 한편 일부 연구들은 마이데이터 서비스 이용을 서비스 품질 및 속성 관점에서 설명하기도 하였다.

마이데이터 이용을 혁신기술 수용 관점에서 설명하는 연구는 크게 기술수용모델(Technology Acceptance Model, TAM), 가치기반수용모델(Value-based Adoption Model, VAM), 통합기술수용이론(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, UTAUT), 혁신저항모델(Innovation Resistance Model, IRM)에 기반하고 있다.

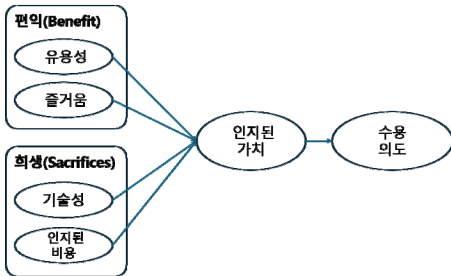
‘기술수용모델’은 업무 개선을 위해 도입되는 정보 기술의 조직 구성원 수용에 영향을 미치는 요인들을 밝히기 위한 이론적 틀이다. 혁신 기술에 관한 인지된 이용용이성은 실제 유용성과 이용 태도에 영향을 미치고 인지된 유용성과 이용 태도가 행동적 이용 의사에 영향을 미침으로써 실제 혁신기술 수용으로 이어질 수 있다는 이론이다(Davis, 1989)[16]. 기술수용모델은 기존 모형에 다양한 변수들이 추가되어 확장된 모형으로 발전하였으며, 마이데이터 관련 연구에서는 기술수용모델을 기반으로 마이데이터 상황에서 기존 요인 및 변수들의 유의성을 검증하는 방법들이 주로 활용되었다. 김진유 외(2022)는 금융 마이데이터 수용 모델로서 기술수용모델을 적용하여 편리성, 자기효능감, 서비스 품질이 마이데이터 서비스 만족도에 긍정적인 영향을 미치고 전환사용 의도에 도 영향을 미친다고 하였다[17].



[그림 1] 기술수용모델 (Davis et al., 1989)[18]

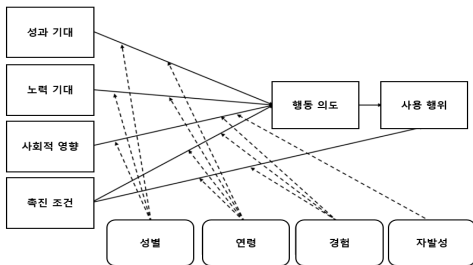
‘가치기반수용모델’은 새로운 기술을 수용함으로써 얻게 되는 혜택(benefit)과 이에 상응하여 지불해야 하는 대가인 희생(sacrifice) 측면이 동시에 인지된 가치(perceived value)에 영향을 미치고 인지된 가치가 신기

술 수용의도에 영향을 미친다는 연구모형이다(Kim et al., 2007)[19]. 가치기반수용모델에 기반한 마이데이터 연구는 혜택(benefit)과 희생(sacrifice)을 구성하는 변수를 마이데이터 특성에 맞게 수정하거나 구체화하여 모형을 검증하는 방식으로 주로 진행되었다. 김영대 외(2021)는 ‘지각된 가치’와 ‘신뢰’가 마이데이터 서비스 수용의도에 긍정적 영향을 미친다는 점을 검증하였고[20], 손창용 외(2022)는 금융 마이데이터의 특성인 ‘정보통제권’, ‘금융편의성’, ‘개인화 서비스’가 금융 마이데이터 가치를 지각하는 데 긍정적 영향을 미쳐 금융 마이데이터 수용의도를 형성한다고 하였다[21].



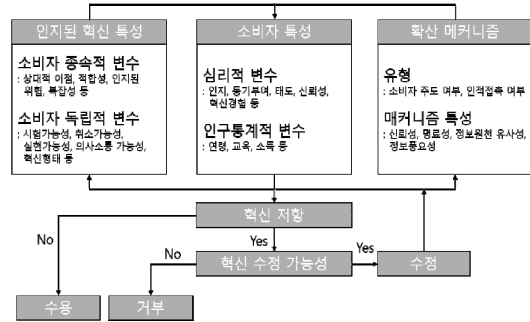
[그림 2] 가치기반수용모델 (Kim et al., 2007)

‘통합기술수용모델’은 사용자의 기술수용과 관련한 8개 모형(합리적 행동이론, 정보기술 수용모형, 동기이론 모형, 계획된 행동이론, TAM과 TPB 혼성모형, PC 활용모형, 사회인지이론, 혁신확산이론)들을 종합하여 구성한 모형이다. 통합기술수용모델은 성과 기대(performance expectancy), 노력 기대(effort expectancy), 사회적 영향(social influence), 촉진 조건(facilitating conditions)을 기본 변수로 설정하고 다른 모형에서 고려되지 않았던 요인들을 조절변수로 포함하여 기술수용 행동을 설명력 높게 설명하고자 하였다(정인구 외, 2020)[22].



[그림 3] 통합기술수용모델 (Venkatesh et al., 2003) [23]

‘혁신저항모델’은 혁신을 채택하거나 거부하는 것에 대한 이해가 필요함을 강조하면서, 혁신저항 요인으로 기존의 습관과 인지된 위험을 제시하였고 혁신 특성, 소비자 특성, 확산 매커니즘 3가지 요인을 핵심 변수로 채택하였다(Ram, 1987)[24]. 성행남(2022)은 통합기술수용이론에 기반하여 마이데이터 앱 수용의도에 혁신저항요인이 조절변수로 작용한다는 것을 밝혔다[25].



[그림 4] 혁신저항모델 (Ram, 1987)

한편 마이데이터 이용을 서비스 품질 측면에서 설명하는 SERVQUAL 관련 연구도 있다. 서비스 품질은 “서비스 우수성과 관련된 전반적인 판단이나 태도”라고 정의되는데, 서비스 품질은 서비스에 관한 기대와 인지의 차이로 측정된다. SERVQUAL 모형에서는 서비스 품질을 측정하기 위한 구성 요인으로 유형성(tangibles), 신뢰성(reliability), 반응성(responsiveness), 확신성(assurance), 공감성(empathy)을 제시했다(Parasuraman et al., 1988)[26]. SERVQUAL 모형은 다양한 분야의 소비자 행동 연구에서 활용되는데, 특히 특정 서비스에서 SERVQUAL 구성 요인들의 유의성을 검증하여 특정 서비스의 품질 모형을 수립하거나 서비스 이용 행동을 설명하는 다양한 연구들이 진행되었다.

또한 SERVQUAL 모형을 활용하여 정책을 평가하거나 마이데이터 이용을 설명하는 연구도 있었는데, 송근식 외(2007)는 중소기업 지원 정책 품질을 SERVQUAL 요인 중심으로 분석하였고[27], 장철영(2007)은 전자정부 e-행정서비스 품질을 SERVQUAL 요인으로 평가하였다[28]. 강신배 외(2023)는 마이데이터 온·오프라인 서비스 품질로서 유형성, 신뢰성, 반응성, 공감성을 독립변수로 하여 만족도와 충성도에 관한 영향을 분석하였다[29].

혁신기술 수용, SERVQUAL 관점 이외에도 마이데이터 이용 행동을 설명하기 위해 특정 변수의 유의성을 검증하는 연구들도 수행되었다. 김수현(2022)은 ‘편리성’, ‘유용성’, ‘통제성’ 요인이 마이데이터 서비스 이용의도에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였으며[30], 이정우 외(2022)는 일반 소비자와 금융직원의 마이데이터 서비스 인식 비교를 위해 Q-방법론을 활용하면서 마이데이터의 기능적 특성을 사용편리성, 유용성(서비스 품질), 유용성(정보 품질), 유희성, 지각된 이익(수익 발생), 지각된 위험(정보보안)으로 정리하였다[31].

3. 마이데이터 제도 분석 항목 도출

본 연구는 소비자들이 마이데이터 서비스를 이용할 때 중요하게 고려하는 요인들을 도출하여 우리 마이데이터 제도가 소비자 이용 측면의 중요 요인들을 반영하고 있는지를 분석하여 개선방안을 마련하는 데 목적이 있다.

이에 소비자행동 이론을 적용한 마이데이터 연구들을 검토하여 마이데이터 이용 및 선호에 유의미한 영향을 주는 변수들을 후보군으로 정리하였다. 유의미한 변수 중 성별, 연령, 소득 등의 인구통계 변수와 신념, 동기 등과 같은 기질(trait)적 변수는 정책·제도에서 통제하기 어려우므로 후보군에서 제외하였다. 만족도, 이용의향, 가치 등과 같은 변수는 서비스 이용을 설명하는 속성이기보다는 이용 행동을 직접적으로 설명하는 종속변수의 성격이므로 후보군에서 제외하였다. 또한 유형성과 같이 개별 서비스의 물리적 특성에 따라 결정되는 변수는 후보군에서 제외하였다.

후보군 내 변수들 중 마이데이터 제도에 반영될 수 있는 변수들을 다시 선별하여 MECE(Mutually Exclusive Collectively Exhaustive) 관점에서 수정하였다. 그 결과, 소비자행동 관점의 제도 분석을 위한 최종 항목으로 ‘자기통제권’, ‘투명성’, ‘편리성’, ‘프라이버시 위험’, ‘유용성’이 도출하였다.

〈표 3〉 마이데이터 관련 소비자행동 변수 및 최종 분석항목

선행연구 중 유의미한 변수 후보군		
변수	설명	연구
기술수용모델		
편리성*	이용 편리성	김진유의

자기효능감	금융 마이데이터 이해 및 이용 자신감	(2022)	
인지된 위험*	나의 정보 위험성, 제공정보의 부정확성 등		
서비스품질	서비스 사용 용이성 등		
가치기반수용모델			
투명성*	개인데이터 수집방식, 사용 목적 및 대상, 접근 대상 공개	김영대의 (2021)	
통제권*	개인이 개인데이터 공유 대상과 범위를 효과적으로 관리		
가치	개인과 공유하는 개인데이터 활용 가치		
프라이버시 위험*	개인정보가 오남용될 가능성에 대한 개인 평가		
심각성*	개인정보 노출 시 부정적 결과에 대한 개인 평가		
신뢰*	마이데이터 서비스를 믿고 의지할 수 있다는 일반화된 기대		
지각된 가치*	마이데이터 서비스의 사용으로 얻게 되는 효과성	손창용의 (2022)	
자기정보통제권*	금융 마이데이터 개인정보의 제공범위, 이용 여부 등을 자율적으로 결정하고 통제할 수 있는 정도		
금융편의성*	금융 마이데이터 서비스를 통해 별도의 수고나 노력 없이 개인정보를 하나의 플랫폼에서 이용할 수 있는 정도		
개인화서비스*	금융 마이데이터 서비스가 사용자에게 개인화되고 맞춤형된 상품과 서비스의 제공 정도		
지각된 가치	금융 마이데이터 서비스 이용 혜택과 회생의 상대적 비교를 통해 형성된 주관적 평가	장신배의 (2023)	
SERVQUAL			
유형성	마이데이터 서비스 디자인과 메뉴 구성, 물리적 시설, 장비, 종업원의 복장, 외모 등		
신뢰성*	마이데이터 서비스 정보의 신뢰, 서비스에 대한 약속을 믿을 수 있고, 정확하게 실행할 수 있는 능력		
반응성	마이데이터 서비스 반응속도, 고객에게 신속한 서비스를 제공하려는 자발성		
공감성	마이데이터 서비스 고객에 대한 배려심, 관심, 고객의 입장에서 업무처리		
서비스 속성			
정보품질	정확성, 신뢰성, 적합성	장석호 (2022)	
시스템 품질*	보안성, 접근성, 편리성		
서비스 품질	일관성, 가치성, 기능성		
사용편리성*	절차, 자산연결, 이용과정, UI	이정우 외 (2022)	
유용성(서비스품질)*	컨설팅, 할인쿠폰, 정보내역 조회, 이익 최대화, 최적 상품 추천 등		
유용성(정보품질)*	전체 조회, 맞춤형 정보, 정보 정확성		
유희성	새로운 경험		
지각된 이익(수익발생)	혜택 증가 기대		
지각된 위험(정보보호)*	정보관리 엄격성, 사고유출 우려, 정보삭제 가능, 경과정보 파기		
편리성*	통합조회, 처리내역 알림, 데이터 이동, 일괄처리	김수현 (2022)	
유용성*	맞춤서비스 추천, 분석결과 제공, 다양한 분야 확장, 혜택 알림		
통제성*	이용정보 확인, 데이터 이동 보안		

* 후보군 중 제도에 반영될 수 있는 변수



최종 분석항목 도출	
자기정보통제권	자신의 개인정보를 언제 어떻게 어느 범위까지 제공하고 이용될지를 자율적으로 결정하고 통제할 수 있는 정도
투명성	어떠한 개인데이터가, 어떤 방식으로 수집되고, 어디에 어떠한 목적으로 사용되고, 누가 접근하는지 공개되는 정도
편리성	별도의 수고나 노력 없이 마이데이터 서비스를 이용할 수 있는 정도
프라이버시 위협	개인정보가 오남용될 가능성 정도
유용성	마이데이터 서비스가 제공하는 혜택의 유용한 정도

선행연구들에서 개별 서비스 평가를 위해 활용되었던 5개 항목들은 마이데이터 이용 시 소비자들이 공통적으로 중요하다고 인식하는 요소들이다. 따라서 마이데이터 서비스 이용 시 자기정보통제권, 투명성, 편리성, 프라이버시 위협, 유용성이 구현될 수 있는 제도가 마련되어 있는지를 분석할 필요가 있다.

‘자기정보통제권’은 자신이 개인정보를 통제할 수 있는 범위를 의미하는데, 손창용 외(2022) 연구의 “자신의 개인정보를 언제 어떻게 어느 범위까지 제공하고 이용될지를 자율적으로 결정하고 통제할 수 있는 정도”로 정의된다[21].

‘투명성’은 데이터의 수집, 활용, 공개와 관련한 투명성을 의미하는데, 김영대 외(2021) 연구의 “어떠한 개인데이터가, 어떤 방식으로 수집되고, 어디에 어떠한 목적으로 사용되고, 누가 접근하는지 공개되는 정도”로 정의된다[20].

‘편리성’은 “별도의 수고나 노력 없이 마이데이터 서비스를 이용할 수 있는 정도”로 정의된다.

‘프라이버시 위협’은 “개인정보가 오남용될 가능성 정도”로 정의된다.

‘유용성’은 “마이데이터 서비스가 제공하는 혜택의 유용한 정도”로 정의된다.

4. 마이데이터 제도 분석

4.1 소비자행동 관점에서의 마이데이터 제도 분석 : 자기정보통제권

‘자기정보통제권’ 측면의 마이데이터 제도 분석을 위해서 “마이데이터 서비스 이용 시 본인정보를 본인이 통제할 수 있는 제도가 마련되어 있는가?”라는 관점을

활용하였다.

자기정보통제권의 핵심 요소인 개인정보 자기결정권은 「헌법」 제10조와 제17조에 포괄적으로 보장되어 있고 「개인정보 보호법」 제4조에서는 정보처리에 관한 권리를 구체화하고 있어 자기정보통제권은 보편적 권리로 보장되어 있다.

대한민국 헌법

제10조 모든 국민은 인간으로서의 존엄과 가치를 가지며, 행복을 추구할 권리를 가진다. 국가는 개인이 가지는 불가침의 기본적 인권을 확인하고 이를 보장할 의무를 진다.
제17조 모든 국민은 사생활의 비밀과 자유를 침해받지 아니한다.

개인정보 보호법

제4조(정보주체의 권리) 정보주체는 자신의 개인정보 처리와 관련하여 다음 각 호의 권리를 가진다.
1. 개인정보의 처리에 관한 정보를 제공받을 권리
2. 개인정보의 처리에 관한 동의 여부, 동의 범위 등을 선택하고 결정할 권리

「개인정보 보호법」 제15조, 제17조, 제18조에서 개인정보처리자의 ‘개인정보 수집·이용’, ‘제3자 제공’, ‘목적외 이용’은 정보주체의 동의를 전제하고 있으므로, 개인은 본인정보 처리에 관한 전반적 통제권을 가지고 있다. 한편 「개인정보 보호법」 제36조와 제37조를 통해 개인정보의 정정·삭제, 처리정지 등을 요구할 수 있어 정보주체는 원하지 않는 본인정보 처리에 있어서도 자기정보통제권을 행사할 수 있다.

마이데이터와 관련하여 ‘일반법’ 성격을 지닌 「개인정보 보호법」 제35조의4에서는 개인정보보호위원회가 정보주체의 개인정보 전송요구 및 철회·전송 이력 관리 등을 위해 전송지원 플랫폼을 구축·운영할 수 있다고 규정하고 있어 마이데이터와 관련하여 개인들의 자기정보통제권을 보장할 수 있는 실질적 시스템을 갖추고 있다.

금융 마이데이터 이용 시 정보제공자, 전송 개인정보, 정보수신자, 정기전송 여부, 전송요구 종료시점 등과 같은 정보전송 관련 항목들을 개인이 선택하도록 하고 있어 마이데이터 관련 자기정보통제권도 높은 수준으로 보장되어 있다.

우리나라는 「헌법」, 「개인정보 보호법」과 같은 일반법에서 이미 자기정보통제권을 보편적 권리로 보장하고 있으며, 마이데이터 관련해서도 「개인정보 보호법」과 금융마이데이터 가이드라인에서 높은 수준의 자기정보통제권을 보장하고 있는 것으로 나타났다. 하지만 높은 수준의 자기정보통제권은 이용자에게 많은 선택권을 부여한

다는 것을 의미하므로 ‘이용 편리성’ 과는 트레이드 오프(trade-off) 관계에 있을 수 있다. 과도한 선택 상황에 놓인 정보주체는 오히려 자기정보통제권 행사에 소홀할 수 있으므로 마이데이터 이용자가 자기정보통제권을 쉽게 구현할 수 있도록 이용 편리성과 균형을 맞춘 제도 개선이 필요하다.

4.2 소비자행동 관점에서의 마이데이터 제도 분석 : 투명성

마이데이터 제도의 ‘투명성’ 에 관한 분석은 “개인 이 마이데이터 서비스를 위해 제공한 데이터를 투명하게 활용하고 그 내용을 확인할 수 있는 제도가 마련되어 있는가?” 라는 관점을 활용하였다.

「개인정보 보호법」 제3조 제5항에서 개인정보처리는 개인정보 처리에 관한 내용을 공개하고 열람청구권을 보장해야 한다고 규정하고 있으며, 동법 제35조 및 시행령 제41조에서는 정보주체가 개인정보처리자에게 개인정보 수집내역, 제3자 제공내역 등의 열람을 요구할 수 있도록 하고 있다. 따라서 기업들은 개인정보를 투명하게 처리해야 하고 개인들은 개인정보 처리 내역을 투명하게 확인할 수 있다. 한편 정보주체는 한국인터넷진흥원이 운영하는 ‘개인정보 포털’ 을 통해서도 개인정보의 본인확인 내역을 확인할 수 있어 마이데이터 아닌 일반 개인정보 보호 제도로도 개인정보 수집, 활용 내역을 투명하게 확인할 수 있다.

마이데이터 관련해서 「개인정보 보호법」에서의 규정하고 있는 전송지원 플랫폼인 ‘마이데이터 종합포털’ 에서 전송요구 내역을 통합 조회할 수 있는 기능을 마련하고 있어 개인들은 마이데이터 가입앱, 전송내역별 정보수신자·서비스·정보제공자 등과 같은 마이데이터 관련 전송 내용을 통합 조회할 수 있다. 따라서 마이데이터 사업자들은 개인정보를 투명하게 처리해야 하며 개인들도 마이데이터 관련 정보 이력을 투명하게 확인할 수 있다.

하지만 투명성을 보장하는 제도가 잘 마련되어 있다고 하더라도 소비자의 주관적인 인지에 따라서 그 평가가 달라질 수도 있다. 따라서 이에 정부와 기업들은 마이데이터 서비스 활성화를 위해 소비자들에게 개인정보 보호와 관련한 제도가 잘 마련되어 있다는 점을 인지시킴

으로써 마이데이터 제도에 관한 긍정적 인식을 확산시킬 필요가 있다.

금융위원회의 「마이데이터 2.0 추진 방안」에서는 금융보안원이 ‘마이데이터 안심 제공 시스템’ 을 구축하여 해당 시스템 내에서 제3자 정보제공을 한다는 계획이어서 제3자 정보제공과 관련한 투명성 및 보안이 강화될 것으로 예상된다.

4.3 소비자행동 관점에서의 마이데이터 제도 분석 : 이용 편리성

마이데이터 제도의 ‘이용 편리성’ 에 관한 분석은 “소비자가 마이데이터 서비스를 편리하게 이용할 수 있도록 제도가 마련되어 있는가?” 라는 관점을 활용하였는데, 현재 시장에서 서비스가 제공 중인 금융 마이데이터와 관련한 제도를 대상으로 분석하였다.

현재 금융자산의 상세 정보를 통합 조회하기 위해서는 마이데이터 서비스 이용 동의(개인신용정보 수집·이용 동의), 가입목록 조회 및 연결자산 선택(자산연결 기관 선택, 본인인증, 개인정보 제공 동의, 인증, 연결 자산 선택), 연결자산 상세정보 조회(자산정보 연결, 개인정보 전송 및 수집·이용 동의, 인증)의 과정을 거쳐야 한다. 마이데이터 서비스 이용 시 개인정보 보호와 정보통제권 제고라는 측면에서 필요한 절차들이나, 다수 이용자는 제대로 이해하지 못하는 내용에 수동적으로 동의하고 선택해야만 마이데이터 서비스를 이용할 수 있는 상황이다.

다만 금융위원회의 「마이데이터 2.0 추진 방안」에서는 목록 및 상세정보 전송요구를 2단계에서 1단계로 간소화하고 수집·이용 동의 절차를 전송요구와 함께 진행할 계획으로 있어 동의 절차 관련 이용 편리성은 개선될 것으로 보인다. 또한 ‘어카운트인포’ 를 통한 해지 가능 계좌 조회 및 해지 요청, 가입기간을 1년에서 5년 연장, 청소년 이용 개선, 본인인증 간소화 등과 같은 개선 계획도 포함하고 있어 금융 마이데이터의 편리성은 개선될 것으로 기대된다.

금융 마이데이터 제도의 설계 당시보다 마이데이터 사업자 의견 청취를 통해 인증방식이나 가입절차가 편리하게 바뀌기는 하였으나, 여전히 이용자 편의성보다는 규제에 무게를 둔 부분도 있어 편리성 제고를 위해 소비자 선호도를 정책적으로 반영할 필요가 있다.

4.4 소비자행동 관점에서의 마이데이터 제도

분석 : 프라이버시 위험

마이데이터 제도의 ‘프라이버시 위험’에 관한 분석은 “마이데이터 서비스 과정에서 발생할 수 있는 개인 정보 오남용 문제를 방지할 수 있는 제도가 마련되어 있는가?”라는 관점을 활용하였다.

「개인정보 보호법」 제18조에서 동의받은 목적 이외의 개인정보 이용을 금지하고 있고 개인정보의 수집, 이용, 제공에서도 본인 동의를 전제로 하고 있어 개인정보에 관한 일반적 제도를 통해서도 개인정보 오남용 위험을 예방할 수 있다.

우리 금융 마이데이터 제도는 마이데이터 사업자가 스크래핑(scraping) 방식으로 고객정보를 수집하지 못하도록 하고 있어 마이데이터에 필요한 목적 이외의 과도한 정보 수집으로 인한 개인정보 오남용 문제를 예방하고자 하였다.

한편 금융 마이데이터 제도에서는 신용정보주체의 요구에도 불구하고 해당 신용정보를 즉시 삭제하지 않는 행위(「신용정보법」 시행령 제18조의6), 개인신용정보를 신용정보주체가 열람한 후에 별도 동의 없이 저장하는 행위(신용정보업감독규정 제23조의3), 개인식별정보 등을 신용정보주체 동의 없이 유·무선마케팅 등에 활용하거나 제3의 기관에 제공하는 행위(신용정보업감독규정 제23조의3) 등을 금지하고 있다.

금융 마이데이터 제도를 대상으로 프라이버시 위험을 분석한 결과, 「신용정보법」을 중심으로 개인신용정보가 오남용되지 않도록 다양한 제도적 장치들이 마련되어 있는 것으로 확인된다.

마이데이터는 개인정보를 다루기 때문에 일반적인 서비스에 비해 소비자는 프라이버시 위험에 매우 민감할 수밖에 없다. 따라서 우리 제도가 프라이버시 위험을 대비하기 위한 장치가 잘 마련되어 있어 마이데이터 서비스를 안심하고 이용할 수 있다는 점을 이용자에게 인식시키는 것이 중요하다. 또한 프라이버시 위험에 관한 제도 홍보와 함께 정보 오남용 시 소비자가 쉽게 대응할 수 있는 제도적 장치를 마련할 필요가 있다.

한편 「마이데이터 2.0 추진 방안」에서는 1년 이상 미접속자에 대한 정보전송을 중단할 것으로 계획하고 있어 개인정보가 마이데이터 사업자들에게 과도하게 축적

될 문제를 정부가 인지하고 있는 것으로 판단된다.

4.5 소비자행동 관점에서의 마이데이터 제도

분석 : 유용성

마이데이터 제도의 ‘유용성’에 관한 분석은 “마이데이터 서비스를 통해 고객이 실질적으로 유용한 혜택을 받을 수 있도록 제도가 마련되어 있는가?”라는 관점으로 진행하였다.

‘유용성’은 다른 분석항목보다는 개별 마이데이터 서비스 특성이 직접 반영되는 변수이다. 하지만 제도적으로 개별 서비스에서 유용성이 구현될 수 있는 기반을 갖추고 있는지를 평가하는 것은 의미가 있다.

마이데이터 서비스의 핵심은 개인정보를 바탕으로 통합조회, 진단, 추천을 통해 소비자가 가장 적합한 서비스를 선택할 수 있도록 하는 것인데, 금융 분야에서 금융상품의 비교, 추천은 중계 행위로서 제한되어 있어 소비자가 인식하는 마이데이터 서비스의 유용성은 낮게 평가될 수밖에 없다. 현재 금융 마이데이터와 관련한 비교, 추천은 ‘규제샌드박스’를 통해 가능하지만 여전히 일부 상품으로 제한되어 있다. 제도 시행 초기에 비교, 추천과 같은 핵심 편의 제공에 제한이 있다는 점은 마이데이터 필요성에 관한 소비자들의 의문을 키울 수 있다. 따라서 마이데이터 제도를 연착륙시키기 위해서는 기존 제도와 마이데이터 제도 간 충돌이 있는 부분의 시급한 개선이 필요하다. 이를 위해서 각 분야에서 마이데이터 시행 시 기존 제도와 충돌되는 부분에 대해서 이해관계자들의 협의를 통해 제도 개선을 추진할 필요가 있다.

마이데이터는 다양한 분야의 개인정보 결합을 통해 초개인화 서비스와 같은 편의를 소비자에게 제공해야 하므로 전 분야로의 마이데이터 확장은 마이데이터 활성화를 위한 필수요건이다. 현재 마이데이터 제도는 「개인정보 보호법」 제35조의2에 전송요구권을 도입하여 금융을 중심으로 다양한 분야로의 마이데이터 확장 기반을 마련하고 있다. 개인정보보호위원회는 시행령 개정을 통해 산업별 특성을 고려하여 보건의료, 통신, 유통 부문별로 제3자 전송 관련 세부기준을 수립할 계획이고 부처별로도 분야별 특수성을 반영할 추진방향을 마련하고 있다. 아직 우리 마이데이터는 다양한 분야의 개인정보가 결합된 혁신서비스가 출시될 수준의 확장성은 갖추지 못한

것으로 평가되지만 마이데이터 확장을 위한 제도적 기반을 갖추기 위해 다양한 논의가 이루어지고 있다.

의료 등과 같은 민감정보가 취급되는 분야에서의 제3자 전송요구를 위해서는 추가적 논의 및 제도적 보완이 필요한 상황이다. 현재까지 의사 소견이 포함되거나 정보처리장치로 처리되지 못하는 의료데이터는 전송 대상이 아니라는 의견이 있으며, 현재 보건 의료 데이터의 제3자 제공은 「의료법」에서 원칙적으로 금지되고 있어 마이데이터로서 보건 의료 데이터를 원활하게 활용하기 위해서는 의료 관련 법률 개정 또는 새로운 법률 제정이 필요한 상황이다. 한편 의료정보가 마이데이터 제도의 원래 취지와 벗어나 민간보험 가입자, 보험금 지급서류 등과 같이 소비자에게 불리하게 활용될 가능성도 있어 마이데이터 활용 목적 및 범위에 대해서도 구체적인 정책적 논의가 필요하다.

현재 우리의 마이데이터 제도가 본인 ‘다운로드 권리’ 보다는 ‘제3자 전송요구권’ 중심으로 진행되고 있다는 점에서 데이터 표준화가 어려운 분야는 마이데이터 도입이 늦어질 수밖에 없다. 따라서 마이데이터를 전 분야로 조기에 확산하기 위해서는 데이터 표준화를 빠르게 추진하거나 데이터 표준화가 현실적으로 어려운 분야는 ‘본인 다운로드 방식’의 마이데이터 도입도 고려할 필요가 있다.

한편 마이데이터 사업자 인허가에 있어서도 특정 분야에서 인허가를 받은 경우, 타 분야에서는 기존 인허가를 인정하거나 간소화하여 다양한 분야의 개인정보를 활용할 수 있는 방향으로 제도 개선을 논의할 필요가 있다.

6. 결론

본 연구는 실증연구에서 검증된 소비자행동 변수들을 기준으로 우리 마이데이터 제도를 분석·평가하여 제도 개선방안을 도출했다는 점에서 다른 연구들과의 차별성을 갖고자 하였다. 이를 위해서 선행연구에서 규제정책과 소비자행동과의 관계를 살펴보고 소비자행동 관점의 정책분석 가능성을 확인하였다. 한편 마이데이터 제도를 유의미한 소비자행동 변수로 분석하기 위해서 마이데이터 연구에서 실증적으로 검증된 소비자행동 변수들을 선별, 수정하여 최종 분석항목을 도출하였다.

우리 마이데이터 제도를 소비자행동 관점에서 분석한

결과, 정부는 제도 설계 당시 경험적으로 이용자가 중요하게 생각하는 요소들을 마이데이터 제도에 반영한 것으로 평가된다. 그리고 일반적인 개인정보 보호와 관련한 제도에서도 마이데이터 서비스 이용 시 소비자가 중요하게 고려하는 요소들이 반영되어 있음을 확인하였다.

한편 복잡하고 어려운 마이데이터 전송 동의와 같이 여전히 우리 마이데이터 제도는 이용 편리성과 개인정보 보호와 같은 양면의 가치에서 고민해야 할 이슈들이 존재한다. 하지만 마이데이터 제도 도입을 통한 산업 활성화라는 취지를 고려한다면 지금부터는 마이데이터 이용 활성화에 무게를 둘 필요가 있다. 지금까지 정부 주도로 마이데이터 제도를 수립하는 데 중점을 두었다면 이제는 민간에서 혁신적인 마이데이터 서비스를 선보일 수 있는 기반을 마련하여 산업 활성화를 도모할 필요가 있다.

우리 마이데이터 관련 제도가 소비자들이 중요하게 고려하는 요인들을 반영하였다고 하더라도 실증연구에서 강조하는 바와 같이 소비자의 주관적 인식이 중요하므로 관련 제도를 소비자들에게 긍정적으로 인식시킬 수 있을 때 마이데이터 활성화가 가능하다.

지금까지 소비자행동과 규제정책 분야 연구는 개별적으로 진행되었지만, 본 연구는 두 분야 연구들을 융합하여 의미 있는 결과를 도출하였다는 점에서 학술적, 정책적 의의가 있다. 한편 본 연구는 소비자행동 관점을 대변할 분석항목을 도출하고 마이데이터 제도를 분석하는 과정에서 연구자들의 주관이 반영될 수밖에 없는 한계가 있었다. 따라서 향후 연구에서는 마이데이터 제도에 관한 소비자행동 관련 실증연구를 통해 정책 개선방안을 도출하고 마이데이터 활성화를 위한 새로운 요인 발굴도 시도할 필요도 있다.

참고문헌

- [1] 4차산업혁명위원회(2021), 마이데이터 발전 종합정책, 제23차 회의 심의안건, 12.
- [2] 한국데이터산업진흥원(2022), 마이데이터 가이드북. https://www.kdata.or.kr/mydata/www/board/guide_01/boardView.do?bbsIdx=8# (검색일, 2024.6.5.)
- [3] 오세진, 이재준(2021), 마이데이터 국내외 현황 및 주요 해외 사례, 산은조사월보, 제784호, 10.
- [4] 이성엽, 조성은, 정원준, 계인국, 정용찬, 강현경, 고환경, 윤주호(2022), 『마이데이터와 법』, 박영사, 212.

- [5] 금융위원회(2024), “마이데이터 2.0 추진 방안”, 1.
- [6] 구혜경, 나종연(2014), 소비자중심적 금융상품 정보에 대한 평가 : 변액보험 상품리플렛을 대상으로, 소비자학연구, 25(2), 158-161.
- [7] Lunn, P.(2014), Regulatory Policy and Behavioural Economics, OECD, 61-64.
- [8] Sunstein, Cass R.(2011), Empirically Informed Regulation, University of Chicago Law Review, 78(4), 1365-1366.
- [9] 배순영(2019), 행동경제학의 소비자정책 적용 사례 및 시사점 : Oecd 소비자정책위원회에서의 논의를 바탕으로, 소비자정책동향, 293-315.
- [10] 이윤식(2018), 『정책평가론』, 서울: 대영문화, 17-18.
- [11] 노화준(2015), 『정책평가론』, 파주: 법문사, 36-37.
- [12] 정인숙(2008), 디지털전환 정책에 대한 형성평가 분석, 한국방송학보, 22(5), 287-322.
- [13] 신열(2019), 정책분석평가 실제에서의 평가이론 적용: 정책분석평가학회보, 29(4), 317-342.
- [14] 이민호, 심우현(2020), 행동경제학 기반의 규제혁신체계 구축 방안 연구, 한국행정연구원 연구보고서 2020, 182.
- [15] 장우영, 송경재, 임정빈(2011), 온라인 공공서비스와 정책거버넌스, 한국인사행정학회보, 10(1), 139-161.
- [16] F.D. Davis. (1989), Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, MIS quarterly, 13(3), 319-340.
- [17] 김진유, 강명수, 이정훈(2022), 마이데이터 서비스에 대한 인식이 만족도 및 금융서비스 전환사용의도에 미치는 영향 : 관광, 항공산업에 대한 함의, 한국항공경영학회지, 20(5), 89.
- [18] Davis, F., Bagozzi, R. and Warshaw, P.(1989), User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models, Management Science, Vol.35, No.8, 985.
- [19] Kim, H.-W., Chan, H. C., & Gupta, S.(2007), Value-based adoption of Mobile Internet: An empirical investigation, Decision Support Systems, 43(1), 111-126.
- [20] 김영대, 윤혜경, 김상진, 신용태(2021), 지각된 가치와 신뢰가 마이데이터 서비스 수용의도에 미치는 영향 연구, 한국IT정책경영학회 논문지, 13(4), 2579-2585.
- [21] 손창용, 박현선, 김상현(2022), 금융 마이데이터 서비스 특성과 수용의도의 관계: 개인혁신성과 기술적 보안성의 조절효과. 지식경영연구, 23(4), 133-157.
- [22] 정인구, 손조기, 윤성준(2020), 혁신제품 수용의향에 관한 연구: 통합기술수용이론, 기술준비도와 가치기반수용모델을 중심으로. 마케팅관리연구, 25(4), 91-93.
- [23] Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., and Davis, F. D.(2003), User acceptance of information technology: Toward a unified view, MIS Quarterly, 27(3), 447.
- [24] Ram, S.(1987), A model of innovation resistance. AdVAMces in Consumer Research, 14(1), 208-212.
- [25] 성행남, 이태원(2022), 마이데이터서비스 이용자의 수용의도에 미치는 영향 연구-혁신저항의 조절효과를 중심으로, 인터넷전자상거래연구, 22(6), 321-337.
- [26] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry(1988), SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing, 64(1), 12-40.
- [27] 송근석, 남윤형, 권혁찬(2007), 정책연구 : 중소기업지원정책 품질에 대한 수혜자 만족도 분석: 서브퀵(Servqual) 요인을 중심으로, 중소기업연구 / Asia Pacific Journal of SamallBusiness, 29(2), 271-293.
- [28] 장철영(2007), e-서브퀵(e-SERVQUAL) 요인을 이용한 전자정부 e-행정서비스 질 평가 : 대구광역시를 중심으로, 한국행정논집, 19(2), 367-404.
- [29] 강신배, 이철규(2023), 금융기관 이용자의 지각된 서비스 품질이 고객충성도에 미치는 영향 : 국내 금융분야 마이데이터를 중심으로, 한국경영공학학회지, 28(2), 81-95.
- [30] 김수현(2022), 마이데이터서비스 속성이 이용의도에 미치는 영향, 한국콘텐츠학회논문지, 22(10), 271-278.
- [31] 이정우, 김철민, 송영규, 박현지(2022), 마이데이터서비스 수용 의도와 요인에 대한 사용자와 금융사직원의 인식 비교 연구: Q 방법론을 활용하여. 한국IT서비스학회지, 21(3), 1-25.

이 영 종 (Lee, Young-Jong)



.2001년: 고려대학교 경영학과 (경영학사)
.2003년: 고려대학교 일반대학원 경영학과 (경영학석사)
.2024년: 고려대학교 기술경영대학원 기술경영학과 (박사수료)
.2021-2022년: 대통령직속 4차산업혁명위원회 전문관
.2002년-현재: 정보통신정책연구원 부연구위원
.관심분야: 디지털전환, ICT 법정책, 혁신전략
.E-Mail: dudwhd0812@naver.com

이 성 업 (Lee, Seong-Yeob)



.1990년: 고려대학교 법학과 (법학사)
.1996년: 서울대학교 행정대학원 (행정학석사)
.2003년: University of Minnesota Law School (법학석사)
.2012년: 서울대학교 대학원 법학과 (법학박사)
.1993-2001년: 정보통신부 행정사무관, 서기관
.2001-2004년: 국무총리 국무조정실 서기관
.2004-2015: 김·장 법률사무소 미국 변호사
.2019년-현재: 고려대학교 기술경영전문대학원 지식재산전략학과 교수
.관심분야: ICT 법정책, 데이터 보호 및 활용, 지식재산경영
.E-Mail: dysylee@korea.ac.kr