

프라이버시 염려 영향요인이 인터넷 이용자의 신뢰와 온라인 거래의도에 미치는 영향

유 일* · 신 정 신** · 이 경 근*** · 최 혁 라****

Antecedents to Internet Privacy Concerns and Their Effect on the Trust and the Online Transaction Intention of Internet Users

Il Ryu* · Jeong-shin Shin** · Kyung-geun Lee*** · Hyuk-ra Choi****

Abstract

This study focuses on the antecedents to the privacy concerns and their influence on trust and online transaction intention. Based on previous exploratory works and the literature review of privacy concerns, four antecedents are identified-Internet literacy, social awareness, perceived vulnerability, and perceived ability to information control. Incorporating these antecedents, privacy concerns, trust and online transaction intention, a conceptual model is developed and seven research hypotheses are proposed for empirical testing. The proposed model is examined through structural equation analysis. The results show that Internet literacy, social awareness, and perceived vulnerability have statistically significant effect on the privacy concerns of users and the privacy concerns has a positive influence on the trust. Finally, the trust has a positive effect on the online transaction intention. Implications of these findings are discussed for both researchers and practitioners and future research issues are raised as well.

Keywords : Privacy Concerns, Trust, Online Transaction Intention

논문접수일 : 2008년 05월 15일 논문게재확정일 : 2008년 12월 19일

* 교신저자, 순천대학교 경영통상학부 교수, e-mail : ilryu@sunchon.ac.kr

** 순천대학교 경영통상학부 부교수, e-mail : jsshin@sunchon.ac.kr

*** 순천대학교 경영통상학부 조교수, e-mail : chosim@sunchon.ac.kr

**** 순천대학교 중소기업경영연구소 연구교수, e-mail : hrchoi@sunchon.ac.kr

1. 서론

인터넷은 이제 우리 생활에서 TV나 전화기 같은 필수 매체가 되었으며, 개인은 인터넷이라는 새로운 매체를 활용하여 훨씬 적극적이고 다양한 방식으로 자신을 표현할 수 있게 되었다. 이에 따라 다양하고 능동적인 사용자들의 요구에 대응하기 위한 인터넷 서비스의 제공이 더욱 중요해지고 있으며, 대부분의 기업에게 고객 유치와 관리를 위한 채널로서 그 비중이 점차 증가하고 있다. 인터넷 이용자와 그 매체이용과 관련된 정보화는 개인에게 실질적인 이익을 제공해주고 있지만 정보화의 부정적인 영향 또한 간과할 수 없다. 정보화의 부정적인 영향 중 하나는 인터넷 이용자와 매체이용 정보가 기존의 타 매체보다 즉각적이고 대규모로 노출될 수 있고, 그 노출의 결과는 사회적·경제적으로 지대할 수 있다는 점으로, 이는 다시 인터넷 매체의 활용과 매체에 대한 적극적 참여를 저해하는 요소로 자리잡고 있다[최혁라, 신정신, 2007].

최근 인터넷을 통한 개인정보의 유출과 금융 사고가 증가함에 따라 인터넷의 도입초기에는 별다른 관심을 끌지 못했던 인터넷 정보보안이 개인 사용자와 인터넷 서비스 이용자, 정부 규제기관의 많은 관심을 끌면서 사회적, 경제적 이슈가 되고 있다. 전세계의 인터넷 보급, 국가간 전자상거래 지출 등을 분석한 TNS[Taylor Nelson Sofres, 2002]의 연례보고서에 의하면, 온라인 쇼핑을 하지 않는 사람들은 우선적인 사유로 보안의 문제를 고려하고 있는 것으로 나타났다. 즉 온라인 쇼핑을 하지 않는 인터넷 이용자 중 1/3가량(30%)이 신용카드 정보를 제공하고 싶지 않다고 답했고, 28%는 일반 보안문제를 우려했다. 또한 한국정보보호진흥원이 개인 인터넷 이용자들을 대상으로 실시한 조사에 따

르면, 우리나라 인터넷 이용자의 74.6%가 '개인 정보·프라이버시 침해'에 의한 정보화 역기능을 우려하고 있는 것으로 나타났다[한국정보보호진흥원, 2006]. 이러한 조사결과들은 인터넷을 활용한 전자상거래의 장기적인 성패는 개인정보의 효율적인 관리, 즉 개인의 필요에 부응한 개인정보의 안전한 전달과 외부누출 방지가 무엇보다 중요함을 시사하고 있다.

이처럼 정보보안의 중요성이 확산되면서 관련 학계에서는 인터넷상의 프라이버시에 관한 연구들[Dinev and Hart, 2004, 2005-6, 2006; Eastlick et al., 2006; Malhotra et al., 2004; Van Slyke et al., 2006]이 이루어지고 있으며, 온라인 환경에서 신뢰에 관한 연구는 신뢰의 매개효과와 신뢰 기반의 거래의도에 관한 연구들[Gefen, 2000; Gefen et al., 2003; Jarvenpaa et al., 2000; Lee and Turban, 2001]이 이루어지고 있다. 국내에서의 프라이버시와 관련한 선행연구들은 커뮤니티를 기반으로 한 블로그에서 프라이버시 침해 인지 영향요소와 프라이버시 염려가 회원간 상호작용성에 미치는 영향에 관한 연구[양희동, 2006], 온라인 쇼핑에서 프라이버시 염려의 원인 변수와 결과변수에 관한 연구[민병권, 김이태, 2006], 온라인 개인화 서비스 실현을 위한 유용성과 사생활 염려도간 상관관계에 관한 연구[조용하 등, 2006] 등이 있으나 연구변수들이 매우 상이하고 신뢰의 주요 선행요인으로써 프라이버시를 포함하고 있지 않다. 또한 최혁라, 신정신[2007] 연구의 경우 프라이버시 염려와 신뢰간의 관계만을 밝히고 있으며, Liu et al.[2005]이 '프라이버시-신뢰-행위의도 모형(privacy-trust-behavioral intention model)'을 제안하고 이를 검증했으나 국내환경에서 프라이버시 염려, 신뢰 그리고 행위의도 사이의 관련성을 조사한 실증연구는 거의 없는 상황이다.

소비자들의 프라이버시에 관한 염려 정도가 인터넷 거래의 활성화와 나아가 인터넷에 대한 적극적·능동적 활용에 미칠 영향을 고려하면 관련기업은 개인정보에 대한 소비자들의 인식과 태도를 바꾸는 전략이 필요하다. 즉 인터넷을 고객과의 관계에서 중요한 매체로 이용하는 기업은 개인의 프라이버시 염려에 대해 적절히 인식하고 이에 영향을 미치는 요인들을 파악하여 그 영향력을 제거 혹은 경감하기 위한 대책을 확립해야 할 것이다. 또한 온라인 기업은 온라인 구매의도가 보안과 프라이버시 염려에 의해 가장 많이 영향을 받는다는 연구[Ranganathan and Ganapathy, 2002; Suh and Han, 2003]와 프라이버시 염려가 인터넷을 통한 전자상거래에 대한 사용자 의사결정에 영향을 미친다는 연구결과[Dinev and Hart, 2003]들을 고려하여 프라이버시 염려의 정도가 거래의도에 미칠 수 있는 영향관계를 파악하고 프라이버시 염려의 통제를 통해 확보된 고객을 유지하고 지속적인 수익을 창출하기 위해 노력해야 할 것이다.

따라서 본 연구는 일부 학자들[Cheung and Lee, 2000; Martin et al., 2001; McKnight et al., 2000]이 전자상거래 분야에서 프라이버시와 신뢰에 관심을 두고 연구를 수행하였지만 신뢰의 주요 선행요인으로써 프라이버시를 포함하고 있지는 않으며, 국내 환경에서 프라이버시 염려, 신뢰, 그리고 행위의도사이의 관련성을 조사한 실증연구가 거의 없는 상황을 고려하여 프라이버시 염려가 신뢰에 어떠한 영향을 미치며 신뢰가 온라인 거래를 위한 고객의 행위의도에 어떠한 영향을 미치는지를 밝히기 위한 모형을 제안하고 검증하고자 한다. 즉 신뢰를 프라이버시 염려와 거래의도간의 관계를 설명하는 주요한 변수로 사용하여 인터넷 이용자의 프라이버시 염려 영향요인, 프라이버시 염려, 신뢰, 그리고 거래의도간의 관계를 파악하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 프라이버시와 프라이버시 염려의 개념

프라이버시는 시대·장소 및 사회·심리적 요인에 의하여 변화하는 상황적 개념이며, 다양한 환경에서 다른 의미로 사용되는 다차원적 개념이므로 이를 하나로 정의하는 것은 매우 어려우며, 연구자들의 학문적 배경에 따라 다양하게 정의되고 있다. Westin[1967]은 프라이버시를 “개인, 그룹 또는 조직이 자신에 관한 정보를 언제, 어떻게 또는 어느 정도로 타인에게 노출할 것인가를 스스로 결정할 수 있는 권리”라고 정의하고 있다. Miller[1971]는 프라이버시를 “타인이 자신에 관해서 알고 있는 또는 타인에 의해서 이용되는 자신에 관한 정보를 제한할 수 있는 개인의 권리”로 표현하였다.

한편 MIS분야의 연구자들은 프라이버시를 “자신에 관한 정보의 수집과 사용을 통제하는 권리”로 정의하면서 정보적인 측면을 강조하고 있는데, 이러한 정의는 프라이버시의 신체적, 공간적, 행위적 측면을 고려하지 못하고 있다는 지적을 받고 있다[Dinev and Hart, 2005-6; Mason, 1986; O'Neil, 2001].

정보프라이버시 관점에서 프라이버시 염려(privacy concern)를 정의한 학자로는 Culnan[1993], Malhotra et al.[2004], 그리고 Smith et al.[1996] 등이 대표적이다. Culnan[1993]은 프라이버시 염려를 “개인정보에 대한 감시, 저장, 검색, 그리고 커뮤니케이션 능력이 향상된 새로운 정보기술의 존재로 인해 일반 대중이 위협을 느끼는 것”으로, Malhotra et al.[2004]은 “공정성에 대한 개인의 주관적인 견해”로 각각 정의하였다. Smith et al.[1996]은 프라이버시 염려를 수집, 조직 내·외부의 비인가된 2차적 사용, 오류, 부적절한 접근, 판단의 감소와 데이터의 결합 등

다양한 차원이 결합되어 나타나는 것으로 설명하고 있다. 본 연구에서는 선행연구를 토대로 프라이버시 염려를 “웹 사이트에서 자발적 혹은 비자발적으로 정보가 노출된 결과로 나타나는 프라이버시 상실 가능성에 대한 염려”로 정의한다.

2.2 프라이버시 염려 관련 선행연구

인터넷상에서의 정보보안에 대한 중요성이 확산되면서 프라이버시에 관한 연구가 다양하게 이루어지고 있다. 본 연구에서는 인터넷상의 프라이버시 염려를 주요 개념으로 하여 수행된 연구들을 프라이버시 염려의 선행요인을 파악하기 위한 연구[Dinev and Hart, 2004], 프라이버시 염려의 선행요인과 프라이버시 염려, 그리고 행위의도에 관한 연구[Dinev and Hart, 2005-6, 2006; Eastlick et al., 2006; Malhotra et al., 2004; Van Slyke et al., 2006]를 중심으로 살펴보고자 한다.

먼저 프라이버시 염려의 선행요인을 파악하기 위한 Dinev and Hart[2004]의 연구에서는 인터넷 사용자의 프라이버시 염려에 영향을 미치는 요인으로 지각된 취약성(perceived vulnerability)과 지각된 통제능력(perceived ability to control)을 선정하고, 세 변수들 간의 관련성을 분석한 결과 지각된 취약성과 프라이버시 염려 간에는 강한 상관관계가 있는 것으로 나타났으나, 지각된 통제능력과 프라이버시 염려간의 관계는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

다음으로 프라이버시 염려의 선행요인과 프라이버시 염려 그리고 행위의도에 관한 연구[Dinev and Hart, 2005-6, 2006; Eastlick et al., 2006; Malhotra et al., 2004; Van Slyke et al., 2006]를 살펴보면, Dinev and Hart[2005-6]는 프라이버시 염려의 선행요인으로 사회적 인지

(social awareness)와 인터넷 활용능력(Internet literacy)을 제안하고, 이 변수들과 프라이버시 염려 및 거래의도와의 관계를 검증하였다. 분석 결과 사회적 인지는 프라이버시 염려와 양(+)의 상관관계를 가지며 인터넷 활용능력은 프라이버시 염려와 음(-)의 관련성을 가지는 것으로 나타났으며, 프라이버시 염려는 온라인 거래의도와 음(-)의 관련성을 가지며 인터넷 활용능력은 거래의도와 양(+)의 관련성을 가지는 것으로 나타났다. Dinev and Hart[2006]의 또 다른 연구에서는 지각된 인터넷 프라이버시 위협, 인터넷 프라이버시 염려, 인터넷 신뢰, 인터넷에 대한 개인적 관심 등이 인터넷상에서 거래를 수행하기 위해 필요한 개인정보를 제공하려는 의도에 어떠한 영향을 미치는지를 파악하고자 하였다. 그 결과 지각된 인터넷 프라이버시 위협은 프라이버시 염려와 신뢰에 영향을 미치고, 지각된 인터넷 프라이버시 위협과 인터넷 프라이버시 염려, 인터넷 신뢰, 인터넷에 대한 개인적 관심 등이 모두 인터넷상에서 거래를 수행하기 위해 필요한 개인정보를 제공하려는 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Eastlick et al.[2006]은 온라인 기업과 소비자 간 거래에서 온라인 기업의 명성, 프라이버시 염려, 신뢰, 몰입, 구매의도와의 관계를 파악하기 위한 통합모형을 제안하고 영향력을 검증하였다. 분석결과 명성과 프라이버시 염려의 관계, 명성과 신뢰의 관계, 몰입과 구매의도의 관계, 신뢰와 몰입의 관계, 프라이버시 염려와 구매의도의 관계, 프라이버시 염려와 신뢰의 관계는 모두 유의적인 것으로 나타났다. 또한 Malhotra et al.[2004]은 정보프라이버시 염려의 다차원성에 대한 이론적 틀을 제시하고 정보프라이버시 염려와 신뢰, 위협, 행위의도의 관계를 파악하기 위한 인과모형이 인터넷상의 다양한 프라이버시 위협에 대한 온라인 소비자의 반응을 분석

하기 위한 유용한 도구임을 입증하였다. Van Slyke et al.[2006]은 소비자의 정보프라이버시 염려가 온라인 거래를 수행하려는 소비자의 의도에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하였다.

인터넷을 통한 커뮤니케이션과 온라인 거래가 확산됨에 따라 인터넷 이용자들은 자신의 개인정보를 인터넷상에 어떤 식으로든 제공하게 되며, 이에 따라 불확실성과 위험을 느끼게 되므로 프라이버시에 관한 염려정도는 점점 증가할 것이 명백하다. 이에 본 연구에서는 프라이버시 관련 선행연구를 토대로 프라이버시 염려의 선행요인과 프라이버시 염려, 신뢰 그리고 거래의도와의 관계를 파악하기 위한 인과모형을 제안하고 이를 검증하고자 한다.

2.3 온라인 환경의 신뢰연구와 ‘프라이버시-신뢰-행위의도’ 모형

신뢰의 개념은 연구자의 관점과 학문 분야에 따라서 다양하게 정의되고 있으며 사회학이나 심리학, 경제학 등에서 많은 개념적 연구가 이루어져 왔다. 그러나 그 가운데에서도 신뢰를 인식하는데 있어 가장 핵심적인 개념은 위험(risk)이다. 신뢰가 위험 및 위험감수와 직접적으로 관계가 있으며, 신뢰와 위험은 각각 거울을 보는 것과 같은 관계에서 파악할 수 있다는 점에 많은 공감대가 이루어지고 있다[Das and Teng, 1998]. 이는 개인, 집단, 조직의 관계에서 어떠한 형태로든 신뢰의 문제가 고려되기 위해서는 교환 또는 거래 당사자들간에 불확실성이 존재하고, 또 그와 같은 불확실성으로 인하여 손실을 입을 가능성이 존재하여야 한다는 것을 의미한다. 즉 신뢰는 불확실하고 위험성있는 환경하에서 존재하며, 확실성의 환경하에서는 존재할 수 없다[Bhattacharya et al., 1998].

따라서 신뢰의 상황 하에서 위험의 원천은 일

반적으로 취약성 또는 결과에 대한 불확실성과 관계가 있다는 점에서[Doney et al., 1998], 많은 선행연구들에서는 상대방이 약속이나 기대를 이행하지 않을 수 있다는 위험을 기꺼이 감수하고자 하는 의지로서 신뢰를 인식하고 있다[Mayer et al., 1995; Rousseau et al., 1998]. 예컨대, Rousseau et al.[1998]은 신뢰와 관련된 다양한 연구들에 대한 검토를 통하여 “타인의 의도나 행동에 대한 긍정적 기대에 기초하여 위험가능성을 받아들이고자 하는 의지를 포함하는 심리적 상태”로 신뢰를 정의하고 있다.

이러한 기존의 신뢰 개념은 온라인 환경에서도 적용된다. 신뢰는 특히 불확실성(위험), 불완전한 제품정보(정보 비대칭) 같은 상황적인 요인들이 존재할 때 대부분의 구매자-판매자 거래에서 촉매 역할을 하므로 온라인 거래를 위한 필수적인 구성요소이다. 온라인 환경의 신뢰관련 선행연구[Gefen, 2000; Gefen et al., 2003; Jarvenpaa et al., 2000]에서 온라인 거래상의 구매의도와 관련된 문제는 소비자들로부터의 신뢰확보 여부에 달려 있다고 주장하고 있다.

Gefen[2000]은 인터넷 사이트와 프로세스에 대한 친밀감, 그리고 사이트에 대한 신뢰와 같은 요인들이 소비자가 인터넷 쇼핑에 참여하고 구매할 의도를 갖게 하며, 친밀감과 사람들의 신뢰성향이 신뢰에 영향을 주는 요인이라고 주장하였다. 또한 Gefen et al.[2003]의 연구에서는 신뢰는 지식적 기반, 계산적 기반, 제도적 기반의 선행요인에 의해서 영향을 받으며, 이러한 선행요인에 의해 영향을 받는 신뢰는 기술수용모형에서의 지각된 유용성뿐만 아니라 구매의도에도 영향을 미치는 것을 확인하였다. Jarvenpaa et al.[2000]은 전자상점의 지각된 크기와 지각된 명성을 독립변수로, 신뢰, 태도, 지각된 위험을 매개변수로 하여 구매의도에 미치는 영향력을 검증하는 모형을 설정하였다. 분석결과 태도

와 지각된 위험이 구매의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 신뢰의 매개효과를 발견하였다.

그러나 온라인 환경에서의 이러한 신뢰개념을 프라이버시 염려와 연계하여 영향관계를 규명한 연구는 거의 없는 실정이다.

Liu et al.[2005]은 온라인 프라이버시에 대한 개인적 지각과 프라이버시가 온라인 기업에 대한 신뢰수준과 어떠한 관련이 있는지를 밝히기 위해 ‘프라이버시-신뢰-행위의도 모형(privacy-trust-behavioral intention model)’을 제안하고 이를 검증했다. 프라이버시 차원은 FTC(US Federal Trade Commission)가 제안한 네 가지 차원[FTC, 2000], 즉 주의, 접근, 선택, 보안으로 측정하고 신뢰는 신뢰수준으로, 행위의도는 반복구매, 재방문, 타인추천, 긍정적 평가의 네 차원으로 측정했다. ‘프라이버시-신뢰-행위의도 모형’을 통한 분석결과 프라이버시와 신뢰 그리고 행위의도 사이의 관계가 매우 유의적으로 나타났으며, 또한 신뢰가 온라인 거래를 위한 행위의도에 영향을 미치는 중요한 매개변수임을 검증했다.

본 연구에서는 선행연구들로부터 온라인 환경에서의 거래의도에 신뢰의 역할이 중요함을 확인하였으며, 이에 기초하여 여러 선행연구에서

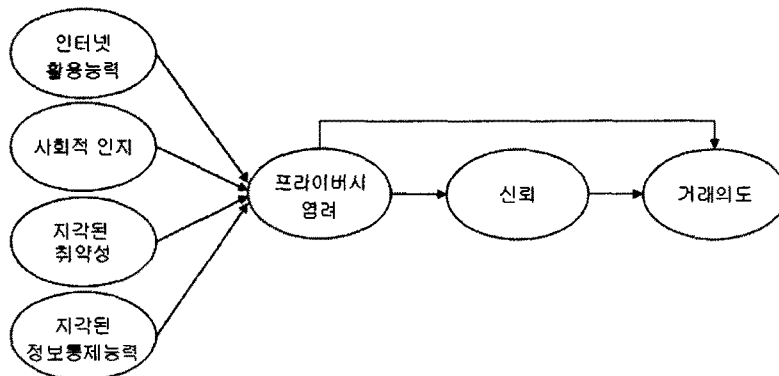
공통적으로 주장하는 신뢰를 프라이버시 염려와 거래의도간의 매개변수로 사용하고자 한다.

3. 연구모형 설계 및 기설 설정

3.1 연구모형

최근 몇 년간 정보기술의 폭발적인 성장은 새로운 영역, 즉 인터넷상의 프라이버시 염려에 대한 논쟁을 야기시켰고, 특히 정보시스템 연구자들의 관심과 관련연구들을 이끌어내었다. 하지만 학계에서의 정보보안에 대한 연구는 대부분 정보시스템상의 암호화체계와 방화벽 등에 관한 다소 하드웨어적인 주제가 대부분을 차지하고 있었고, 소비자의 지각과 태도에 관한 연구는 미진하였던 것이 사실이다.

이에 본 연구에서는 프라이버시 염려 관련 연구[Dinev and Hart, 2004, 2005-6, 2006; Eastlick et al., 2006; Malhotra et al., 2004; Van Slyke et al., 2006]와 Liu et al.[2005]이 제안한 ‘프라이버시-신뢰-행위의도’ 모형 등을 기초로 하여 성공적인 온라인 거래를 위한 핵심요인으로 대두된 프라이버시 염려의 영향요인들을 분류하고, 프라이버시 염려가 거래의도에 영향을 미친다는 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

인터넷상에서의 프라이버시 염려에 직접적인 영향을 미치는 요인으로는 인터넷 활용능력, 사회적 인지[Dinev and Hart, 2005-6], 지각된 취약성, 그리고 지각된 정보통제능력[Dinev and Hart, 2004]을 선정하였으며, 프라이버시 염려가 거래의도에 미치는 영향은 프라이버시 염려가 거래의도에 미치는 직접효과와 신뢰를 매개로 한 간접효과를 모두 고려하여 연구모형을 설계하였다. 다음 <그림 1>은 본 연구모형을 나타낸 것이다.

3.2 연구가설

(1) 인터넷 활용능력과 프라이버시 염려의 관계

지식기반사회에서 컴퓨터는 생활을 위한 필수적인 매체이고, 컴퓨터 활용능력(computer literacy)은 일상에서 생활을 영위하고 업무수행을 위한 사회적응 능력으로 간주되고 있다. Simonson and Thomson[1990]은 컴퓨터 활용능력이란 사회에서 개인적 역할을 위해 컴퓨터를 생산적이며, 능숙하게 사용할 수 있는 능력뿐만 아니라 컴퓨터의 특징, 능력, 사용 등에 대한 이해를 포함한다고 주장하였다. 인터넷 활용능력은 이러한 컴퓨터 활용능력과 밀접하게 관련되어 있다[Myers, 1989; Zhang and Espinoza, 1997]. 인터넷은 그 활용에 컴퓨터가 필요한 인프라이고, 사용자의 컴퓨터 활용기술, 태도나 신념 등이 인터넷의 사용과 관련되어 있다. 그러므로 인터넷 활용능력은 컴퓨터 활용능력으로부터 파생된 개념으로 볼 수 있으며, 네트워크 요인들을 포함하므로 보다 복잡한 개념이라 할 수 있다[Dinev and Hart, 2005-6]. 본 연구에서는 Dinev and Hart[2005-6]의 연구를 토대로 인터넷 활용능력을 “이용자가 자신의 컴퓨터와 개인정보를 보호하고 인터넷 소프트웨어를 사용할 수 있는 능력”이라고 정의한다.

일반적으로 이용자의 인터넷 활용능력과 프라이버시에 대한 염려는 상반되는 관계를 나타내는데, 이는 인터넷 활용능력이 낮은 이용자는 자신의 컴퓨터를 보호하고 개인정보를 통제하는데 무력감을 느낄 수 있기 때문이다[Juang et al., 2002]. 이러한 이유로 Spiekermann et al.[2001]은 프라이버시 보호기술은 온라인 이용자가 편안함을 느낄 정도의 정보수준만을 제공함으로써 중간정도의 인터넷 활용능력을 지닌 사람들이 스스로를 보호할 수 있도록 해야 한다고 주장하였고, Dinev and Hart[2005-6]는 인터넷 활용능력이 프라이버시 염려와 부(-)의 상관관계가 있음을 입증하였다. 국내의 환경에서도 최혁라, 신정신[2007]은 인터넷 활용능력이 프라이버시 염려에 부(-)의 영향을 미침을 발견하였다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

가설 1 : 인터넷 활용능력은 프라이버시 염려에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

(2) 사회적 인지와 프라이버시 염려의 관계

전자상거래와 관련하여 제기되고 있는 많은 이슈들은 시스템 안전과 신뢰도 향상과 같은 기술적 이슈, 법적 제재 및 표준화와 같은 규제적 이슈, 그리고 신뢰, 프라이버시, 보안, 통제 등을 포함하는 사회적 이슈로 분류해 볼 수 있다. 이들 이슈 중 사회적 이슈에 대한 공중의 관심과 관여가 갈수록 증가하고 있으며, 사회적 이슈에 대한 관심증가와 수동적인 관여는 사회적 인지를 의미한다[Dinev and Hart, 2005-6].

Greene and Kamimura[2003]는 사회적 인지를 “문제를 정의하고, 문제에 대해 용기를 내어 말하고, 의식을 환기시키고 연구하는 것(naming the problem, speaking out, consciousness raising, and researching)”이라고 정의하고 있다. 본 연구에서는 사회적 인지를 “새로운 기술과 인터

넷의 사용으로부터 파급되는 다양한 문제들에 대해 관심을 갖고 그리고 알고 있는 정도”로 정의한다.

높은 수준의 사회적 인지를 지닌 인터넷 이용자들은 사회적 이슈와 정책에 관한 관심으로 인해 인터넷 프라이버시 이슈, 개인정보의 유출에 따른 프라이버시의 노출결과와 프라이버시 관련정책에 대한 논의에 상당한 관심을 보일 것이다. 인터넷 이용자들은 사회생활에서 프라이버시의 중요성에 대해 보다 큰 인지를 하고 있을 것이며, 이러한 인지가 클수록 프라이버시를 사회적 가치로 보다 중요하게 생각할 것이다. 이들은 당연히 프라이버시에 대해서도 보다 많은 염려를 할 것이다. Dinev and Hart[2005-6]는 프라이버시 염려의 선행요인과 행위의도에 초점을 둔 실증연구를 통해 사회적 인지가 프라이버시 염려에 정(+)¹의 영향을 미침을 검증하였다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

가설 2 : 사회적 인지는 프라이버시 염려에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

(3) 지각된 취약성과 프라이버시 염려와의 관계

프라이버시의 정의로부터 파생된 개념인 취약성은 개인정보가 노출되었을 때 지각하는 잠재적인 위협을 의미하며[Raab and Bennett, 1998], 지각된 프라이버시의 상태나 개인적인 경험을 결정하는 한 요인으로 간주되고 있다[Fusilier and Hoyer, 1980; Petronio, 1991]. Dinev and Hart [2004]는 정보노출의 결과에 대한 인식에 따라 개인의 프라이버시 염려가 좌우된다고 주장한다. 달리 이야기 하자면 정보노출의 결과에 대한 인식이 정보노출에 대한 염려를 결정하며, 이와 같은 취약성의 인식은 시간의 경과에 따라 달라질 수 있고, 개개인의 경험에 따라 달라질 수도 있다. 여기에서 부정적인 결과에 대한 인식은 취

약성에 대한 개인의 인식을 형성하게 되므로, 취약성의 인식은 프라이버시 염려의 중요한 결정요인이다.

인터넷 이용자는 개인정보의 오용이나 남용으로 인해, 개인정보에 대한 비인가된 접근, 개인정보의 은밀한 수집, 개인정보의 2차적 사용과 고객 프로파일링에 기반한 원치 않는 접촉과 같은 프라이버시 침해를 경험하게 되면 지각된 취약성을 인식하게 된다. Dinev and Hart[2004]는 인터넷 이용자의 지각된 취약성과 프라이버시 염려간에 강한 상관관계가 있음을 밝혀내었다. 국내의 환경에서도 최혁라, 신정신[2007]은 지각된 취약성이 프라이버시 염려에 정(+)¹의 영향을 미침을 발견하였다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 3 : 지각된 취약성은 프라이버시 염려에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

(4) 지각된 정보통제능력과 프라이버시 염려와의 관계
웹사이트에 기록해야 하는 자신의 개인정보가 어떻게 사용되는지 알 수 있고, 개인정보의 처리가 공정한 절차를 거친다고 생각하면 개인의 프라이버시 염려는 줄어들 것이다. 즉 개인정보에 대한 이용자의 통제능력은 잠재적으로 발생할 수 있는 부정적인 결과에 대한 위협을 상쇄시킬 수 있다. 프라이버시는 자신에 대한 정보를 노출시킬 수 있는 권리라고 정의되기도 하므로 [Westin, 1967], 개인정보가 공개되는 것을 막을 수 있는 능력은 프라이버시의 전제조건이기도 하다. 정보노출의 방법과 시기를 통제할 수 있는 능력을 허용치 않는 기술과 절차는 프라이버시의 행사에 대한 장애로 볼 수 있다. 제 3자에 의한 정보수집과 사용을 통제할 수 있는 능력은 온라인 소비자들의 염려뿐만 아니라[Sheehan and Hoy, 2000], 소비자들의 구매결정에 영향을

미치는 요인이다[Phelps et al., 2000].

Culnan and Armstrong[1999]에 의하면 개인들은 절차를 통제할 수 있을 때 절차가 공정하다고 인식한다. 이는 공정한 절차가 마케팅 활동상의 프라이버시 관행에 적용될 때, 소비자들은 정보 공개가 부정적인 결과를 가져오지 않을 것이라고 평가함을 의미한다. Cespedes and Smith[1993]는 소비자에 관한 데이터를 허락 없이 사용하는 것은 소비자 프라이버시의 침범으로 간주되고, 이러한 개인정보의 사용은 강력한 소비자의 반대를 야기할 수 있다는 것을 발견했다. 즉 인터넷 이용자들은 그들이 자신과 관련된 정보를 통제한다고 느끼면 프라이버시에 대한 염려가 줄어든다는 것이다. Phelps et al.[2000]은 제공되는 정보통제 정도가 프라이버시 염려에 영향을 줄 수 있음을 제시하였으며, Dinev and Hart[2004]는 인터넷 이용자의 지각된 통제능력과 프라이버시 염려와의 관계를 설정하고 이를 검증하였다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

가설 4 : 지각된 정보통제능력은 프라이버시 염려에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

(5) 프라이버시 염려, 신뢰 그리고 거래의도의 관계
최근 디지털 기술과 인터넷의 급속한 발전에 따라 개인정보보호의 문제가 심각하게 대두되면서, MIS 분야의 연구자들은 개인의 프라이버시에 상대적으로 뒤늦게 관심을 가지게 되었으며, 정보프라이버시 염려와 잠재적인 프라이버시 위협요인을 중심으로 연구를 진행해왔다[Culnan and Armstrong, 1999; Milberg et al., 1995].

또 다른 연구결과 중 주목할 것은 온라인 구매의도가 보안과 프라이버시 염려에 의해 가장 많이 영향을 받는다는 것이다[Ranganathan and Ganapathy, 2002; Suh and Han, 2003]. Dinev

and Hart[2003]의 연구에서도 프라이버시 염려가 인터넷을 통한 전자상거래에 대한 사용자의 사결정에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 프라이버시 염려의 선행요인과 행위의도에 관한 최근의 연구들[Dinev and Hart, 2005-6, 2006; Eastlick et al., 2006]에서도 프라이버시 염려가 거래의도와 부(-)의 상관관계가 있음을 밝혀내었다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

가설 5 : 인터넷 이용자의 프라이버시 염려는 거래의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

선행연구들에서는 일반적으로 신뢰를 “소비자의 개인정보를 보호하는데 믿을만한 기업이라고 사람들이 느끼는 정도”라고 정의하고 있고[Gefen et al., 2003; Grazioli and Jarvenpaa, 2000], 신뢰와 관련된 선행연구의 공통적인 결과의 하나는 개인특성이 신뢰에 영향을 미친다는 것으로[Mayer et al., 1995; McKnight et al., 1998], 특히 성격심리학자들은 전통적으로 신뢰를 개인적 특성 차원에서 조망하였다[Bhattacharya et al., 1998]. 이것은 정보프라이버시에 대해 걱정하는 개인의 성향은 온라인 사이트가 개인정보를 요구하는 특정상황을 인식하는 개인의 지각에 영향을 미칠 수 있다는 가능성을 지지하고 있다. 보다 구체적으로, 높은 수준의 정보프라이버시 염려를 가지는 인터넷 이용자는 신뢰감이 낮을 가능성이 크다는 것을 의미하며, 최근 연구들[Eastlick et al., 2006; Malhotra et al., 2004]에서 프라이버시 염려가 신뢰에 부(-)의 영향을 미친다는 사실을 검증하였다.

또한 앞서 살펴본 것과 같은 신뢰와 관련된 이론적 연구들에 기초할 때 프라이버시에 대한 염려는 신뢰와 부(-)의 관계를 지닐 것으로 기대된다. 이는 신뢰의 형성과 발전이 무엇보다도 위협의 발생가능성과 밀접한 관계를 지니고 있

다는 점에서 프라이버시가 손상받을 수 있다는 염려가 클수록 위협의 발생가능성은 높게 지각될 것이고, 이는 결과적으로 위협을 기꺼이 감수하고자 하는 의지를 약화시키게 될 것이기 때문이다. 이상과 같은 논의에 기초할 때 다음과 같은 가설의 설정이 가능하다.

가설 6: 인터넷 이용자의 프라이버시 염려는 신뢰에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

Jarvenpaa and Tractinsky[1999]는 인터넷 쇼핑물에 대한 신뢰는 소비자의 구매의도에 영향을 미친다고 하였고, Jarvenpaa et al.[2000]은 인터넷상에서의 구매행동 및 이용행위를 설명함에 있어 구매의도를 통해 측정함으로써, 구매의도가 미래의 행동을 예측할 수 있는 변수로서의 역할을 충분히 수행함을 밝혀내었다. Malhotra et al.[2004]은 정보프라이버시 염려와 신뢰, 위협, 행위의도와의 관계를 파악하기 위한 실증분석 결과 신뢰가 행위의도에 정(+)의 영향을 미친다는 사실을 검증하였다. 같은 맥락에서 여러 선행연구들[Gefen et al., 2003; Lee and Turban, 2001]이 온라인 환경에서 신뢰를 포함한 연구를 수행하였으며, 신뢰가 고객들 사이에서 구매의도를 증가시키는 역할을 한다는 것을 발견하였다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 7: 인터넷 이용자의 신뢰는 거래의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4. 실증분석

4.1 표본설계 및 표본의 인구통계적 특성

이상과 같은 연구모형과 가설을 현장의 경험

자료를 바탕으로 검증하기 위하여 본 연구에서는 설문조사를 실시하였다. 본 설문조사의 실시 전에 앞서 예비조사(pilot study)를 통하여 연구모형의 타당성과 측정도구의 신뢰도를 향상시키고자 하였으며, 본 설문조사는 연구목적상 인터넷을 통한 금융 및 상거래경험이 있는 사용자 대상으로 2007년 5월 중 약 1개월간에 걸쳐 이루어졌다. 설문조사과정에서는 연구의 목적과 배경을 분명히 제시하여 횡단적 연구에 따른 문제 및 응답상의 왜곡을 방지하고자 하였으며, 크게 대학생들과 직장인들을 중심으로 유의표집을 시도하였다. 현재 대학에 재학중인 학생들을 설문조사과정에 포함시킨 것은 예비조사의 결과 인터넷을 통한 전자상거래에 대한 관심 및 실제활용에 있어 대학생들의 비중이 매우 높게 나타났기 때문이다. 총 400부의 설문지를 배포하여 314부를 회수(회수율 78.5%)하였으나, 이 가운데 불성실응답자 및 인터넷을 통한 금융 및 상거래경험이 없는 응답자의 설문지 30부를 제외한 284부가 유효표본으로 실증분석과정에서 활용되었다.

표본에 대한 인구통계적 특성의 분석결과에 따르면 응답자의 평균연령은 29.2세, 성별로는 남성이 53.8%(n = 153), 응답자의 평균 인터넷사용경험은 8.2년으로 나타났다. 학력별로는 직장인의 경우 전문대졸 이하가 16.5%(n = 47), 대졸 이상이 27.6%(n = 79)로 나타났으며, 현재 대학 또는 대학원에 재학 중인 응답자는 55.6%(n = 158)를 차지하고 있다. 인터넷에서 주로 방문하는 사이트는 포털 사이트가 61.6%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 쇼핑몰 사이트와 커뮤니티사이트, 그리고 금융사이트가 각각 32.1%, 17.3%, 8.1%(복수응답)를 차지하고 있다.

한편 인터넷의 주된 사용장소는 집(59.8%)과 직장(24.3%)이며, 응답자의 42.6%(n = 121)가 하루에 1~2시간 정도 인터넷을 이용하는 것으로

응답한 반면, 2~5시간 이용 응답자는 20.4%(n = 58), 5시간 이상 이용자도 10.6%(n = 30)에 이르는 것으로 나타났다. 가입한 웹 사이트수는 10~19개가 36.6%(n = 104)로 가장 높게 나타났

〈표 1〉 변수의 조작적 정의와 설문구성

연구변수	조작적 정의	측정항목	관련연구
인터넷 활용능력	이용자가 자신의 컴퓨터와 개인정보를 보호하고 인터넷 소프트웨어를 사용할 수 있는 능력	물래 설치된 악성코드 제거가능	◦ Dinev and Hart [2005-6]
		컴퓨터 바이러스 제거가능	
		인터넷 메신저나 토론방을 통한 의사소통가능	
사회적 인지	새로운 기술과 인터넷의 사용으로부터 파급되는 다양한 문제들에 대해 관심을 갖고 그리고 알고 있는 정도	사회적 이슈가 되는 문제들에 대한 관심	◦ Greene and Kamimura[2003] ◦ Dinev and Hart [2005-6]
		중요한 사회적 이슈에 대한 토론	
		TV나 신문에서 시사적인 내용에 관심	
		시사적 문제를 다루는 프로그램을 좋아함	
지각된 취약성	개인정보가 노출되었을 때 인식되는 잠재적인 위험	거래기록이 제3자에게 팔릴 가능성	
		개인정보의 잘못된 이용	
		개인정보가 다른 사람이나 업체에 의해 이용	
		개인정보의 부적절한 이용가능성	
지각된 정보 통제능력	인터넷 이용자들이 자신과 관련된 정보를 통제할 수 있다고 느낄 때 개인정보를 제공할 의도	고객이 자신에 대한 정보를 통제할 수 있도록 하는 업체에 정확한 개인정보를 제공할 의사	◦ Dinev and Hart [2004]
		고객관련정보를 통제할 수 있도록 하는 온라인 업체가 있다면 정확한 개인정보를 제공할 의사	
		온라인 업체에 제공하는 개인정보를 통제할 수 있는지의 여부	
		온라인 업체의 개인정보보호정책이 믿을 수 있는 기관에 의해 검증되고 감시될 수 있다면 정확한 개인정보를 제공할 의사	
프라이버시 염려	웹사이트에서 자발적 혹은 비자발적으로 정보가 노출된 결과로 나타나는 프라이버시 상실 가능성에 대한 염려	개인정보의 잘못된 사용에 대한 걱정	◦ Dinev and Hart [2004, 2005-6] ◦ Eastlick et al. [2006] ◦ Malhotra et al. [2004]
		신용카드정보 도용에 대한 염려	
		개인정보의 타인 사용에 대한 걱정	
		개인정보의 예상치 못한 사용에 대한 염려	
신뢰	소비자의 개인정보를 보호하는데 믿음만한 온라인 기업이라고 개인이 느끼는 정도	온라인 업체에 대한 신뢰	◦ Dinev and Hart [2006] ◦ Eastlick et al. [2006]
		개인정보 제공시 고객과 약속사항이행	
		정보를 다룰때 고객의 이익을 우선시	
거래의도	프라이버시 노출이 염려되는 상황에서도 인터넷을 통해 제품이나 서비스를 거래하고자 하는 의도	정확한 개인정보 요구시 제품 구매의사	◦ Dinev and Hart [2005-6, 2006] ◦ Eastlick et al. [2006] ◦ Van Slyke et al. [2006]
		신용카드정보나 주민등록번호 등의 세밀한 본인확인 정보를 요구시 거래의도	
		자세한 신용카드정보를 요구하는 온라인 업체와의 거래의도	

며, 20~49개가 26.1%(n=74), 50개 이상이 7.7%(n=22)로 응답하였다. 웹 사이트 이용시 자신의 개인정보가 타인에게 노출 또는 오용된 경험에 대해서는 잘 모른다는 응답이 41.9%(n=119)로 가장 높게 나타났으나, 그와 같은 경험을 인지하고 있는 응답자도 20.8%(n=59)에 이르는 것으로 나타났다.

4.2 변수의 측정 및 척도에 대한 평가

(1) 변수의 조작적 정의 및 측정

본 연구에서는 선행연구에서 활용된 척도를 바탕으로 각각의 개념들에 대한 다항목척도를 활용하여 측정을 시도하였다. 연구상의 주요 개념에 대한 조작적 정의 및 측정은 다음 <표 1>과 같다. 각각의 개념을 측정하기 위한 모든 설문항목의 응답은 전혀 그렇지 않다(1)부터 매우 그렇다(5)에 이르는 리커트형 5점 척도 하에서 이루어졌으며, 높은 점수에 응답할수록 해당 문항에 더욱 동조하는 태도를 지니고 있는 것으로 평가하였다.

(2) 척도에 대한 평가

실증분석에 앞서 척도의 평가를 위하여 측정항목의 신뢰도와 타당도분석을 실시하였다. 척도의 평가를 위하여 연구개념을 측정하는 각각의 항목들에 대한 응답과 이들을 합계한 값과의 상관관계를 구하여 낮은 상관을 보이는 항목들을 제외시키는 문항분석(item-total correlation)법에 의한 항목선별과정을 실시[Churchill, 1979] 하였으며¹⁾, 그 결과 확인된 최종 항목들에 대한 Cronbach' α 계수를 통하여 신뢰도를 측정하였다.

신뢰도 평가결과에 따르면 외생변수인 인터

넷 활용능력, 사회적 인지, 지각된 취약성, 지각된 정보통제능력의 Cronbach' α 계수는 각각 0.81, 0.84, 0.89, 0.85로 나타났으며, 내생변수인 프라이버시 염려, 신뢰, 거래의도의 Cronbach' α 계수는 각각 0.93, 0.83, 0.88로 나타나 모든 개념들이 연구진행에 충분한 신뢰도를 지니고 있는 것으로 확인되었다.

한편 측정항목들의 타당성분석을 위하여 일차적으로 직각회전에 의한 탐색적 요인분석(EFA)을 실시하여 잠재요인에 대한 측정항목들의 가정적 구조를 확인하였다. 요인분석은 외생변수와 내생변수에 대하여 별도로 실시하였다. 우선 외생변수에 대한 요인분석결과에 따라 경우 본 연구에서 기대한 바와 같이 총 4개의 요인구조(인터넷 활용능력, 사회적 인지, 지각된 취약성, 지각된 정보통제능력)로 측정항목들의 적재가 이루어지는 것으로 나타났으며, 4개 요인의 전체변량에 대한 설명력은 78.1%로 나타났다. 한편 내생변수에 대한 요인분석결과에 따라 경우 기대와 같이 프라이버시 염려, 신뢰, 거래의도의 3개의 요인구조가 확인되었으며, 전체변량에 대한 설명력은 81.1%로 나타났다.

이와 같은 결과를 바탕으로 척도의 수렴적 타당성의 평가를 위하여 연구상의 모든 개념들이 포함된 전체모형을 대상으로 확인적 요인분석(CFA)을 실시하였다. 확인적 요인분석결과에 의하면 <표 2>에 제시된 것과 같이 본 연구에서 활용한 모든 개념들이 가정한 요인구조로 유의적인 적재를 보이고 있을 뿐 아니라, 하단에 표시된 바와 같이 7개의 요인구조를 가정한 모형의 부합치 역시 각각 제시되고 있는 부합도 평가기준에 비추어 적합한 것으로 나타나 결과적으로 척도의 수렴적 타당성이 확인되었다.

판별타당성의 분석을 위하여 χ^2 값에 기초한 부합도 차이검증을 실시하였다. 이를 위하여 연구상의 주요 개념간 상관관계 가운데 가장 상관

1) 문항분석법의 실시결과 사회적 인지, 지각된 취약성, 지각된 정보통제능력에서 각 1문항씩 총 3개의 항목이 제거되었으며, 해당 문항을 순서대로 제시하면 '중요한 사회적 이슈에 대한 토론', '거래기록이 제 3자에게 팔릴 가능성', '온라인 업체에 제공하는 개인정보의 통제가능성' 등이다.

〈표 2〉 확인적 요인분석결과

	인터넷 활용능력	사회적 인지	지각된 취약성	지각된 정보 통제능력	프라이버시 염려	신뢰	거래의도
il1	0.87						
il2	0.64(10.49)						
il3	0.81(12.56)						
sa1		1.00					
sa3		0.68(11.75)					
sa4		0.75(13.18)					
vul2			0.93				
vul3			0.87(20.23)				
vul4			0.80(17.71)				
con1				0.92			
con2				0.72(13.42)			
con4				0.81(15.17)			
pc1					0.95		
pc2					0.94(30.62)		
pc3					0.84(22.45)		
pc4					0.81(20.30)		
tr1						0.82	
tr2						0.80(12.92)	
tr3						0.77(12.62)	
ti1							0.92
ti2							0.86(18.38)
ti3							0.78(16.23)

주) 1. $\chi^2 = 293.16(p = 0.00)$, $df = 188$, $RMR = 0.044$, $GFI = 0.92$, $TLI = 0.97$, $CFI = 0.97$.

2. λ 값은 ML법에 의한 표준화된 추정치이며 ()안은 t값임.

관계가 높은 두 개념 간의 상관관계(Φ)를 제약시키기 전과 후의 모형에 대한 χ^2 값을 검토하였다[Bagozzi, 1981]. 그 결과 상관계수를 1로 제약시키기 전과 후의 경쟁모형간 χ^2 값을 비교해 보면 각각 293.16과 334.54로 나타나 χ^2 차이값 41.38($df_{diff} = 1$)은 99%의 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 본 연구에서 설정한 모든 구성개념들 간에 판별타당성이 유지되고 있음을 뒷받침하고 있다.

4.3 연구모형과 가설의 검증

(1) 개념간 상관관계 및 연구모형의 부합도평가
연구에서 설정한 주요 개념간 상관관계 및 기

숄통계치는 <표 3>과 같다. 개념간 관계와 방향성에 대한 분석결과에 따르면 본 연구의 핵심 개념인 프라이버시 염려의 선행요인으로 가정된 요인들의 경우 사회적 인지와 지각된 취약성은 본 연구에서 설정한 가설과 같은 방향에서 프라이버시 염려와 유의적인 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타나고 있으나, 인터넷 활용능력과 지각된 정보통제능력은 유의적인 관계가 없는 것으로 나타나고 있다. 또한 프라이버시 염려는 신뢰와 유의적인 부(-)의 관계가 있는 것으로 나타나고 있으며, 거래의도와도 부(-)의 관계가 유지되고 있으나 통계적 유의수준을 충족시키지는 못하고 있다. 또한 신뢰는 거래의도와 유의적인 정(+)의 관계가 유지되어 신뢰가 높을수

〈표 3〉 개념간 상관관계

	1	2	3	4	5	6	7	Mean	S.D.
1. 인터넷 활용능력	-							3.46	1.05
2. 사회적 인지	0.052	-						3.41	0.82
3. 지각된 취약성	0.179	0.068	-					4.12	0.74
4. 지각된 정보통제능력	0.238	0.133	0.229	-				3.57	0.80
5. 프라이버시 염려	-0.073	0.150	0.466	0.064	-			3.82	0.89
6. 신뢰	0.122	0.005	-0.237	0.128	-0.171	-		2.67	0.72
7. 거래의도	0.264	-0.025	-0.019	0.277	-0.119	0.263	-	2.88	0.92

주) * n=284, |r| ≥ .122면 0.05수준, |r| ≥ .150면 0.01수준에서 유의함.

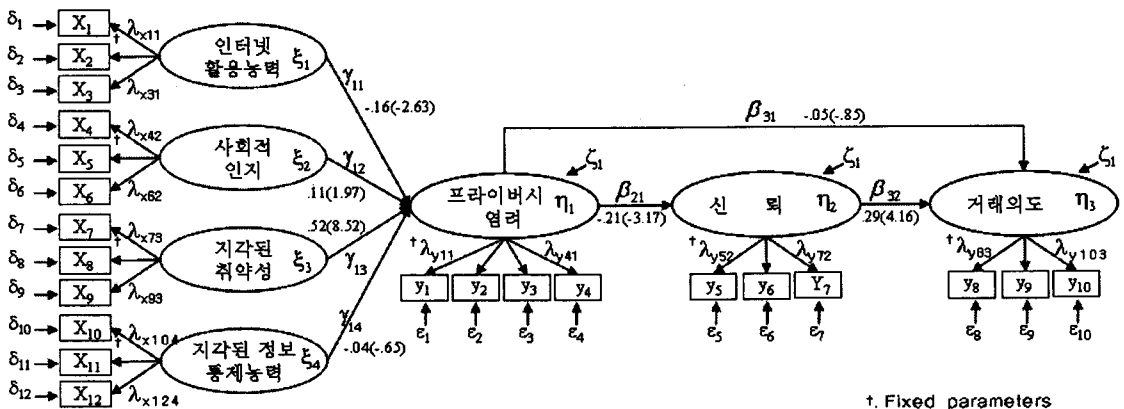
록 거래의도 역시 긍정적인 영향을 받을 수 있음을 함축하고 있다.

이와 같은 개념간 관계를 본 연구에서 제시한 통합모형하에서 분석하기 위하여 공변량구조분석을 실시하였다. 공변량구조분석은 다양한 개념들 간의 인과관계모형에 대한 전반적인 부합도평가가 가능할 뿐 아니라, 모든 개념간 관계의 경로계수를 동시에 측정 평가할 수 있고 주요요인들 간에 존재하는 제 3의 변수(third variable)에 의한 간접효과도 분석가능토록 한다 [Bagozzi, 1981]. 공변량구조분석을 위한 프로그램으로는 LISREL 8.30을 이용하였으며, 모형검증을 위한 입력자료로는 상관관계자료를 활용

하였다.

〈그림 2〉는 본 연구에서 이론 및 논리적 배경아래 설정한 연구상의 가설들을 공분산구조모형으로 나타낸 것이다. 모형상의 † 표시는 해당변수들이 모형의 분석에 앞서 측정변수들의 신뢰도를 근거로 고정되었음을 나타낸 것이다 [Williams and Hazer, 1986]. 아울러 주요 개념간 모수추정결과를 쉽게 알아볼 수 있도록 분석결과에 따른 잠재변인들간의 경로추정치와 그에 대한 t값을 모형상에 함께 표시하였다. 모수추정과정에서는 ML(maximum likelihood)법을 이용하였다.

측정모형에 대한 부합도 평가결과에 따르면



〈그림 2〉 공분산구조모형

$\chi^2 = 344.47(df = 196, p = 0.00)$, $GFI = 0.90$, $AGFI = 0.88$, $RMSR = 0.08$, $TLI = 0.95$, $CFI = 0.96$ 으로서 χ^2 부합도 지수를 제외한 대부분의 부합도 지수들이 연구모형과 경험자료가 비교적 잘 적합되고 있음을 제시하고 있다. 그러나 χ^2 부합도 지수는 표본수에 민감하므로 표본의 크기가 클 경우에는 유의적인 값을 확보하기 어렵다는 점을 [Bentler and Bonett, 1980] 고려할 때, 표본의 크기에 따른 영향을 비교적 적게 받는 것으로 제시되고 있는 TLI와 CFI부합도지수의 결과는 현재 모형에서의 모수추정결과를 기초로 가설을 검증하여도 무리가 없음을 제시하고 있다.

(2) 연구가설의 분석

가설검정을 위하여 잠재변인간 모수추정결과를 살펴보면 다음과 같다. 우선 인터넷 활용능력과 프라이버시 염려 간의 관계(γ_{11})에 대한 경로추정치는 -0.16, 이에 상응하는 t값은 -2.63으로서 양자 간의 관계는 99% 수준에서 유의적인 것으로 나타나 인터넷 활용능력이 높을수록 프라이버시 염려의 지각수준은 낮아지는 것으로 확인되고 있다. 이는 인터넷의 활용에 있어서의 자신감이 프라이버시에 대한 침해 가능성을 통제할 수 있다는 믿음으로 연결될 수 있음을 의미하는 것으로 가설 1을 지지하는 결과이다.

사회적 인지와 프라이버시 염려 간의 관계(γ_{12})의 경우 양자 간의 경로추정치는 0.11, 이에 상응하는 t값은 1.97로서 95% 수준에서 유의적인 정(+)의 관계가 있는 것으로 확인되었다. 즉 사회적 인지수준이 높을수록 프라이버시 염려는 높아지는 경향이 있음을 보여주는 것으로 가설 2를 지지하는 결과이다.

취약성의 지각수준과 프라이버시 염려 간의 관계에 대한 분석결과에 따르면 양자 간의 관계($\gamma_{13} = 0.52$)에 대한 t값은 8.52로서 99%의 수준에서 유의적인 것으로 나타나고 있다. 따라서

“지각된 취약성은 프라이버시 염려에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”는 가설 3 역시 지지되었다.

한편 지각된 정보통제능력과 프라이버시 염려 간의 관계(γ_{14})는 경로추정치가 -0.04, 이에 상응하는 t값이 -0.65($p > 0.05$)에 불과한 것으로 나타났다. 즉 양자 간에 부(-)의 관계가 형성되고 있지만 통계적 유의성이 확보되지 않고 있어 가설 4는 기각되었다.

프라이버시 염려가 신뢰 및 거래의도에 미치는 영향에 대한 분석결과에 따르면, 우선 프라이버시 염려와 거래의도 간의 직접적인 관계는 가설과 같이 양자간에 부(-)의 관계가 유지되고 있으나 그와 같은 관계는 통계적으로 지지되지 않는 것($\beta_{31} = -0.05, t = -0.85, p > 0.05$)으로 나타나고 있다. 이는 가설 5가 주어진 자료에 의해 채택되기 어렵다는 것을 제시하고 있다. 반면 프라이버시 염려와 신뢰 간의 관계는 99% 수준에서 통계적 유의성이 지지($\beta_{21} = -0.21, t = -3.17$)되고 있어 인터넷 이용자의 프라이버시 염려는 신뢰에 부(-)의 영향을 미칠 것이라는 가설 6은 지지되는 것으로 확인되었다.

마지막으로 신뢰가 거래의도에 미치는 효과를 살펴보면, 신뢰의 지각은 거래의도에 정(+)의 효과($\beta_{32} = 0.29$)를 지니고 있는 것으로 나타나고 있으며, 이에 대한 t값도 4.16으로서 99%의 수준에서 유의적임이 확인되었다. 이는 경험 자료에 의해 “인터넷 이용자의 신뢰는 거래의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”는 가설 7이 지지되고 있음을 나타내는 결과이다.

4.4 분석결과에 대한 논의

본 연구는 인터넷상의 프라이버시 염려를 중심으로 그 선행요인과 온라인 기업에 대한 거래의도와와의 관계를 규명코자 시도하였다. 본 연구의 주요 분석결과에 따른 논의를 정리하면 다음

과 같다.

첫째, 인터넷 이용자의 취약성에 대한 지각이 프라이버시 염려에 가장 큰 영향($t = 8.52, p < 0.01$)을 미치는 것으로 나타났다. 지각된 취약성은 선행연구[Fusilier and Hoyer, 1980; Petronio, 1991]에서 지각된 프라이버시의 상태나 개인적인 경험을 결정하는 한 요인으로 간주되고 있듯이, 본 연구에서도 인터넷이 개인정보보호에 취약하다고 느끼는 이용자들이 그렇지 않다고 느끼는 이용자들보다 프라이버시 염려가 큰 것으로 나타났다. 이 결과는 인터넷관련 기업들이 소비자의 프라이버시 염려를 줄이고 거래의도를 높이기 위해 개인정보의 수집과 유지에 보다 철저한 관리를 기술임과 동시에 이와 같은 노력들이 업계 전반 혹은 인터넷 산업 전체에서 일관되게 이루어져야 함을 의미하고 있다. 즉 인터넷 기업 이용자들에게 개인정보보호에 대한 믿음을 주어 프라이버시 염려를 낮추고 거래의도를 높여야 한다는 점을 시사하고 있다.

둘째, 인터넷 활용능력과 프라이버시 염려의 부(-)의 관계는 통계적으로 유의하게($t = -2.63, p < 0.05$) 나타났다. Juang et al.[2002]은 이용자의 인터넷 활용능력이 낮을수록 프라이버시에 대한 염려 또한 클 것이라고 주장하였다. 본 연구에서도 인터넷 활용능력이 프라이버시 염려에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 이를 뒷받침하고 있다. 즉 인터넷 활용능력이 높은 이용자는 상대적으로 프라이버시에 대한 염려가 적은 반면, 인터넷 활용능력이 낮은 이용자는 상대적으로 높은 염려를 한다는 것을 의미한다. 이 결과는 이용자의 인터넷 활용능력은 인터넷 산업 전반에 영향을 미칠 수 있음을 의미하며 인터넷 활용능력 향상을 통해 이용자의 프라이버시 염려를 줄이고 거래의도를 높일 수 있음을 시사하는 것이다. 즉 인터넷 산업의 활성화를 위해 인터넷 활용능력 증진을 도모하기 위

한 정부의 정책적인 지원도 필요한 영역이라 볼 수 있다.

셋째, 사회적 인지와 프라이버시 염려와의 정(+)의 관계도 통계적으로 유의하게($t = 1.97, p < 0.05$) 나타났다. 본 연구에서는 사회적 인지를 “새로운 기술과 인터넷의 사용으로부터 파급되는 다양한 문제들에 대해 관심을 갖고 그리고 알고 있는 정도”로 정의하였고, 프라이버시 염려와의 관계를 살펴본 결과 이용자의 사회적 인지가 프라이버시 염려에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Dinev and Hart[2005-6]는 지금까지 MIS 관련문헌에서 사회적 인지가 프라이버시 염려의 선행요인으로서, 그 관련성에 대한 연구가 이루어지지 않았다고 제안하면서 사회적 인지와 프라이버시 염려와의 관련성에 대한 실증연구를 통해 사회적 인지가 프라이버시 염려와 양(+)의 상관관계를 가짐을 검증하였다. 이러한 분석결과를 통해 그들은 인터넷 이용과 온라인을 통한 커뮤니케이션이 확산됨에 따라 정보기술의 사회적 역할도 증가하고 있고, 새로운 기술과 인터넷에 대한 이용자의 태도와 그로 인한 결과는 정보기술 특히 인터넷의 사회적 영향을 이해하기 위해 연구되어야 할 필요가 있는 중요한 요인임을 주장하고 있다. 본 연구의 결과도 Dinev and Hart[2005-6]의 연구결과를 뒷받침하는 것이라 할 수 있다. 이 결과는 지각된 취약성이나 이용자의 인터넷 활용능력과 마찬가지로 사회적 인지가 인터넷 산업의 활성화에 영향을 미칠 수 있음을 시사하며, 사회적 인지를 통해 이용자의 프라이버시 염려를 줄이고 거래의도를 높일 수 있음을 의미하는 것이다. 즉 사회적 인지가 높은 이용자들일수록 프라이버시 중요성에 대해 보다 큰 인지를 하고 있음을 고려할 때 인터넷 기업은 프라이버시와 보안의 침해나 명의도용 위험 등의 상황에 대해 이용자의 염려를 해소하기 위한 관련정책 및 지

원을 통해 프라이버시 염려를 낮추고 거래의도를 높여야 한다는 점을 시사하고 있다.

넷째, 인터넷 이용자들이 자신과 관련된 정보를 통제할 수 있다고 느끼는 정도와 프라이버시 염려와의 관계를 살펴본 결과 지각된 정보통제 능력은 프라이버시 염려에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. Dinev and Hart[2004]의 연구에서도 지각된 통제능력은 프라이버시 염려에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, 이들은 지각된 통제능력이 온라인 거래시 프라이버시 염려를 경감시킬 수 있는 주요한 요인이 아닐 수도 있다는 점을 지적하고 있다. 따라서 본 연구의 결과는 지각된 정보통제 능력과 프라이버시 염려에 관한 이론적인 기반에도 불구하고 지각된 정보통제 능력과 프라이버시 염려간의 관련성을 설명하기가 간단하지 않으며, 이들간의 관련성을 보다 잘 이해하고 설명하기 위해서는 추가적인 연구가 필요하며 결과해석에 많은 주의를 기울여야 함을 시사하고 있다.

다섯째, 프라이버시 염려와 신뢰와의 부(-)의 관계, 그리고 신뢰와 거래의도의 정(+)의 관계는 통계적으로 유의적(각각 $t = -3.17, p < 0.01$; $t = 4.16, p < 0.01$)인 것으로 나타났다. Malhotra et al.[2004]과 Eastlick et al.[2006]은 프라이버시 염려가 신뢰에 부(-)의 영향을 미침을 발견하였고, 본 연구에서도 프라이버시 염려가 신뢰에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 이를 뒷받침하고 있다. 이는 온라인 거래를 하는 이용자의 신뢰를 높이기 위해서는 정보노출에 대한 안전장치를 제시함으로써 소비자들의 프라이버시 염려를 감소시킬 수 있도록 제도적인 장치를 마련하는 것이 우선적인 과제임을 의미한다. 신뢰와 거래의도간의 관계도 신뢰가 행위의도의 예측변수라는 기존의 연구결과[McKnight et al., 1998; McKnight and Chervany, 2001]와 동일하게 거래의도에 영향을 미치는 변수로 나

타나 그 중요성을 입증하고 있다. 이러한 결과는 인터넷을 통해 제품을 판매하려는 인터넷 기업의 입장에서는 이용자와의 신뢰를 구축할 수 있는 전략을 통해 고객과의 신뢰를 형성하는 것이 무엇보다도 중요하다는 사실을 검증한 연구 결과이다.

여섯째, 프라이버시 염려와 거래의도의 경우, 온라인 구매의도가 안전 및 프라이버시 염려에 의해 가장 많이 영향을 받는다는 선행연구[Ranganathan and Ganapathy, 2002; Suh and Han, 2003]와 프라이버시 염려가 전자상거래에 대한 의사결정에 영향을 미친다는 Dinev and Hart [2003, 2005-6, 2006]의 최근 연구와 마찬가지로 프라이버시 염려가 거래의도에 유의한 영향을 미칠 것으로 가정하고 가설을 설정하였다. 분석결과 프라이버시 염려가 거래의도에 미치는 영향은 가설에서 제안한 것과 같은 방향성을 갖는 것으로 나타났지만 그 효과의 크기가 통계적 유의성을 지닐 정도는 아닌 것으로 나타났다. Van Slyke et al.[2006]의 연구에서는 소비자의 정보 프라이버시 염려가 온라인 거래를 수행하려는 소비자의 의도에 직접적인 영향을 미치는 것이 아니라, 신뢰 및 위협에 의해 완전 매개됨을 발견하였다. 이들은 정보프라이버시 염려를 줄이고 거래의도를 높이기 위해서는 지각된 위협과 온라인 벤더에 대한 신뢰를 증가시킬 때 가장 효과적일 수 있음을 제안하였다. 또한 Liu et al. [2005]의 연구에서도 '프라이버시-신뢰-행위의도' 모형을 제안하고 이를 실증적으로 검증하였다. 따라서 본 연구의 결과도 프라이버시 염려가 거래의도에 미치는 직접적인 영향요인이라기 보다는 지각된 위협과 신뢰 등 다른 변수를 통하여 거래의도에 영향을 미치는 관계가 형성될 수 있음을 시사하고 있다. 이와 같은 가능성을 보다 직접적으로 검토하기 위하여 본 연구에서는 프라이버시 염려와 거래의도간의 직접적

인 경로를 제거한 수정모형의 추가분석을 통하여 신뢰의 매개효과를 확인하였다. 분석결과에 따라 경우 수정모형의 $\chi^2 = 344.66(df = 197)$ 으로 연구모형과의 χ^2 차이는 $0.19(df = 1)$ 에 불과한 것으로 나타나 양측검증을 기초로 할 때 유의적이지 않는 것으로 나타났다. 또한 $GFI = 0.90$, $TLI = 0.95$, $CFI = 0.96$ 으로서 여타 부합도지수에 있어서도 변화가 거의 없는 것으로 확인되고 있다. 따라서 χ^2 값에 있어서의 비유의적인 차이를 감안하고, 여타 부합도지수들에 있어서의 악화를 확인할 수 없었다는 점에서 신뢰가 프라이버시 염려와 거래의도간의 관계에서 지닌 매개적 역할에 대한 지지를 확인할 수 있었다.

5. 결론

본 연구는 프라이버시 염려에 영향을 미치는 요인들을 실증분석을 통해 확인하고 프라이버시 염려와 온라인 기업에 대한 거래의도 사이의 상호관계를 밝히고자 하였다. 이를 위해 관련연구를 기반으로 연구모형을 설정하였으며, 모형을 검증하기 위하여 설문조사 방법을 이용해 변수들간의 인과관계를 살펴보았다. 그 결과 사회적 인지, 취약성, 그리고 인터넷 활용능력이 프라이버시 염려에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 프라이버시 염려와 신뢰, 그리고 거래의도의 관계에서는 프라이버시 염려와 신뢰의 관계, 신뢰와 거래의도의 관계가 유의적인 것으로 나타났다. 이러한 연구결과를 통해 나타난 본 연구의 의의를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 선행연구에서 프라이버시 염려의 선행요인으로 부분적으로 입증되었던 영향요인들, 즉 인터넷 활용능력, 사회적 인지, 지각된 취약성, 그리고 지각된 정보통제능력 등을 종합하여 검증해 봄으로써 어떠한 요인이 프라이버시 염려에 가장 큰 영향을 미치는지와 온라인

기업과의 거래에서 프라이버시 염려에 영향을 미치는 요인들을 국내환경에서 분석하고 검증하였다는데 그 의의가 있다. 둘째, 본 연구는 프라이버시 염려, 신뢰, 그리고 행위의도사이의 관련성을 조사한 실증연구가 거의 없는 상황을 고려하여 프라이버시 염려의 영향요인, 프라이버시 염려가 신뢰에 미치는 영향, 그리고 신뢰가 온라인 거래를 위한 고객의 행위의도에 어떠한 영향을 미치는지를 밝히기 위한 통합모형을 제안하고 검증하였다. 셋째, 본 연구는 온라인 거래를 활성화시키기 위해 노력하는 인터넷 기업에게 프라이버시 염려를 줄이기 위한 시사점 및 거래의도 증대를 위해 지향해야 할 바를 제시하였다.

이러한 연구과정에서 나타난 연구의 한계점과 향후 연구에 대한 몇 가지 방향을 제시해 볼 수 있다.

첫째, 프라이버시 염려의 추가적인 영향요인에 대한 발굴과 이에 따른 모형 확장이 진행되어야 한다. 본 연구는 프라이버시 염려의 선행요인을 인터넷 활용능력, 사회적 인지, 지각된 취약성, 지각된 정보통제능력을 중심으로 살펴보고자 하였기 때문에 프라이버시 염려에 영향을 미칠 수 있는 다양한 요인들을 고려하지 못하였다. 그러므로 향후 연구에서는 기업/웹사이트의 명성, 구전정보, 관여도, 개인의 혁신성, 지각된 유용성, 상대적 이점, 복잡성, 적합성 등 좀 더 세분화된 영향요인을 설정하여 프라이버시 염려의 선행요인을 찾아야 할 것이다.

둘째, 본 연구에서는 신뢰를 프라이버시 염려와 거래의도간의 매개변수로 사용하여 거래의도에 신뢰의 역할이 중요함을 확인하였으나 지각된 위험이나 몰입 그리고 친숙성 같은 다른 요인들을 고려하지 못하였다. Eastlick et al.[2006]의 연구에서는 신뢰와 몰입을, Malhotra et al.[2004]은 신뢰와 위험을, Van Slyke et al.[2006]

의 연구에서는 신뢰 및 위험을 매개변수로, 친숙성을 조절변수로 사용하여 온라인 거래에 참여하려는 소비자의 의사결정 과정을 밝히고자 하였다. 따라서 향후 연구에서는 이들 변수들을 고려하여 온라인 거래에 참여하려는 소비자의 의사결정 과정을 보다 깊이 있게 규명할 필요가 있다.

셋째, 설문이 고객 전체를 대표할 수 있을 정도의 다양한 계층에 걸쳐 이뤄지지 않았다는 점이다. 설문에 참여한 대상의 대부분이 인터넷을 접할 수 있는 기회가 많은 직장인과 대학생이 주를 이루고 있어 다양한 계층의 의견이 충분히 반영되지 못한 점도 본 연구가 지니는 한계로 판단된다. 따라서 연구자들은 본 연구의 결과를 가지고 더욱 폭넓은 모집단의 반응을 추정하는데 있어서 주의를 기울여야 할 것이며, 향후 연구에서는 보다 다양한 인구통계학적 대상을 선정 후 다양한 계층에 걸친 표본을 확보하려는 시도가 필요할 것으로 생각된다.

참 고 문 헌

- [1] 민병권, 김이태, “온라인 쇼핑에서 프라이버시 염려의 원인변수와 결과변수”, *한국콘텐츠학회논문지*, 제6권 제11호, 2006, pp. 25-37.
- [2] 신지영, 양희동, “온라인 커뮤니티 기반 블로그 활동에 영향을 미치는 프라이버시 정보의 유형과 조절변수 연구”, *경영학연구*, 제35권 제1호, 2006, pp. 81-108.
- [3] 조용하, 황준석, 이준기, “온라인 개인화 서비스 실현을 위한 유용성과 사생활 염려도 간 상관관계에 관한 연구-전자상거래 사이트 중심으로”, *한국경영정보학회 춘계학술대회*, 2006, pp. 531-537.
- [4] 최혁라, 신정신, “온라인 거래에서 프라이버시 염려의 선행요인과 프라이버시 염려, 신뢰 간의 관계에 관한 연구”, *정보시스템연구*, 제16권 제3호, 2007, pp. 21-44.
- [5] 한국정보보호진흥원, *정보보호실태조사*, 2006.
- [6] Bagozzi, R. P., “Causal Modeling : A General Method for Developing and Testing Theories in Consumer Research”, *Advances in Consumer Research*, Vol. 8, Ann Arbor : Association for Consumer Research, 1981, pp. 195-202.
- [7] Bentler, P. M. and Bonett, D. G., “Significance Tests and Goodness of Fit in the Analysis of Covariance Structure”, *Psychological Bulletin*, Vol. 88, 1980, pp. 588-606.
- [8] Bhattacharya, R., Devinny, T. M., and Pillutla, M. A., “A Formal Model of Trust Based on Outcomes”, *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 3, 1998, pp. 459-472.
- [9] Cespedes, F. V. and Smith, H. J., “Database Marketing : New Rules for Policy and Practice”, *Sloan Management Review*, Vol. 34, 1993, pp. 7-22.
- [10] Cheung, C. and Lee, M., “Trust in Internet Shopping : A Proposed Model and Measurement Instrument”, *Proceedings of the 2000 AMCIS Conference*, Long Beach, CA, 2000.
- [11] Churchill, C. A., “A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 16, 1979, pp. 64-73.
- [12] Culnan, M. J., “How did They Get My Name? : An Exploratory Investigations of Consumer Attitudes toward Secondary Information Use”, *MIS Quarterly*, Vol. 17, No. 3, 1993, pp. 341-363.
- [13] Culnan, M. J. and Armstrong, P. K., “Infor-

- mation Privacy Concerns, Procedural Fairness, and Impersonal Trust : An Empirical Investigation”, *Organization Science*, Vol. 10, No. 1, 1999, pp. 104-115.
- [14] Das, T. K. and Teng, B-S., “Between Trust and Control : Developing Confidence in Partner Cooperation in Alliance”, *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 3, 1998, pp. 491-512.
- [15] Dinev, T. and Hart, P., “Privacy Concerns and Internet Use : A Model of Trade-Off Factors”, *In Best Paper Proceedings of Annual Academy of Management Meeting*, Briarcliff Manor, NY : Academy of Management, 2003, pp. 131-137.
- [16] Dinev, T. and Hart, P., “Internet Privacy Concern and Their Antecedents-Measurement Validity and a Regression Model”, *Behavior and Information Technology*, Vol. 23, No. 6, 2004, pp. 413-422.
- [17] Dinev, T. and Hart, P., “Internet Privacy Concerns and Social Awareness as Determinants of Intention to Transact”, *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 10, No. 2, 2005-6, pp. 7-29.
- [18] Dinev, T. and Hart, P., “An Extended Privacy Calculus Model for E-Commerce Transactions”, *Information Systems Research*, Vol. 17, No. 1, 2006, pp. 61-80.
- [19] Doney, P. M., Cannon, J. P., and Mullen, M. R., “Understanding the Influence of National Culture on the Development of Trust”, *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 3, 1998, pp. 601-620.
- [20] Eastlick, M. A., Lotz, S. L., and Warrington, P., “Understanding Online B-to-C Relationships : An Integrated Model of Privacy Concerns, Trust, and Commitment”, *Journal of Business Research*, Vol. 59, 2006, pp. 877-886.
- [21] FTC, Privacy Online : Fair Information Practices in the Electronic Marketplace, Report to Congress, <http://www.ftc.gov/>, May, 2000.
- [22] Fusilier, M. R. and Hoyer, W. D., “Variables Affecting Perceptions of Invasion of Privacy in a Personnel Selection Situation”, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 65, 1980, pp. 623-626.
- [23] Gefen, D., “E-Commerce : The Role of Familiarity and Trust”, *Omega*, Vol. 28, 2000, pp. 725-737.
- [24] Gefen, D., Karahanna, E., and Straub, D. W., “Trust and TAM in Online Shopping : An Integrated Model”, *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 1, 2003, pp. 51-90.
- [25] Grazioli, S. and Jarvenpaa, S. L., “Perils of Internet Fraud : An Empirical Investigation of Deception and Trust with Experienced Internet Consumers”, *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics, Part A : Systems Humans*, Vol. 30, No. 4, 2000, pp. 395-410.
- [26] Greene, S. P. and Kamimura, M., “Ties that Bind : Enhanced Social Awareness Development through Interaction with Diverse Peers”, *Annual Meeting of the Association for the Study of Higher Education*, Portland, Oregon, 2003, pp. 213-228.
- [27] Jarvenpaa, S. L. and Tractinsky, N., “Consumer Trust in an Internet Store : A Cross-Cultural Validation”, *Journal of Computer*

- Mediated Communication*, Vol. 5, No. 2, 1999, pp. 1-36.
- [28] Jarvenpaa, S. L., Tractinsky, N., and Vitale, M., "Consumer Trust in an Internet Store", *Information Technology and Management*, Vol. 1, No. 1/2, 2000, pp. 45-71.
- [29] Juang, W. S., Lei, C. L., and Liaw, H. T., "Privacy and Anonymity Protection with Blind Threshold Signatures", *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7, No. 1, 2002, pp. 145-159.
- [30] Lee, M. K. O. and Turban, E., "A Trust Model for Consumer Internet Shopping", *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 6, No. 1, 2001, pp. 75-91.
- [31] Liu, C., Marchewka, J. T., Lu, J., and Yu, C. S., "Beyond Concern-A Privacy-Trust-Behavioral Intention Model of Electronic Commerce", *Information and Management*, Vol. 42, 2005, pp. 289-304.
- [32] Malhotra, N. K., Kim, S. S., and Agarwal, J., "Internet Users' Information Privacy Concerns(IUIPC) : The Construct, the Scale, and a Causal Model", *Information Systems Research*, Vol. 15, No. 4, 2004, pp. 336-355.
- [33] Martin, D. M., Smith, R. M., Brittain, M., Fetch, I., and Wu, H., "The Privacy Practices of Web Browser Extensions", *Communications of the ACM*, Vol. 44, No. 2, 2001, pp. 45-50.
- [34] Mason, R. O., "Four Ethical Issues of the Information Age", *MIS Quarterly*, Vol. 10, No. 1, 1986, pp. 4-12.
- [35] Mayer, R. C., Davis, J. H., and Schoorman, F. D., "An Integrative Model of Organizational Trust", *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 3, 1995, pp. 709-734.
- [36] McKnight, D. H. and Chervany, N. L., "What Trust Means in E-Commerce Customer Relationship : An Interdisciplinary Conceptual Typology", *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 6, No. 2, 2001, pp. 35-59.
- [37] McKnight, D. H., Choudhury, V., and Kacmar, C., "Trust in E-Commerce Vendors : A Two Stage Model", *Proceedings of the 21 International Conference of Information Systems, Brisbane, Australia, 2000*, pp. 532-536.
- [38] McKnight, D. H., Cummings, L. L., and Chervany, N. L., "Initial Trust Formation in New Organizational Relationships", *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 3, 1998, pp. 472-490.
- [39] Milberg, S. J., Burke, S. J., Smith, H. J., and Kallman, E. A., "Values, Personal Information Privacy, and Regulatory Approaches", *Communications of the ACM*, Vol. 38, No. 12, 1995, pp. 65-74.
- [40] Miller, A. R., *The Assault on Privacy : Computers, Data Banks, and Dossiers*, University of Michigan Press, 1971.
- [41] Myers, J. P., "The New Generation of Computer Literacy", *ACM SIGCSE Bulletin*, Vol. 21, No. 1, 1989, pp. 177-181.
- [42] O'Neil, D., "Analysis of Internet Users' Level of Online Privacy Concerns", *Social Science Computer Review*, Vol. 19, No. 1, 2001, pp. 17-31.
- [43] Petronio, S., "Communication Boundary Management : A Theoretical Model of Managing Disclosure of Private Information

- Between Marital Couples”, *Communication Theory*, Vol. 1, 1991, pp. 311-335.
- [44] Phelps, J. E., Nowak, G. J., and Ferrell, E., “Privacy Concerns and Consumer Willingness to Provide Personal Information”, *Journal of Public Policy and Marketing*, Vol. 19, No. 1, 2000, pp. 27-41.
- [45] Raab, D. D. and Bennett, C. J., “The Distribution of Privacy Risks : Who Needs Protection?”, *The Information Society*, Vol. 14, No. 4, 1998, pp. 253-262.
- [46] Ranganathan, C. and Ganapathy, S., “Key Dimensions of Business-to-User Web Sites”, *Information and Management*, Vol. 39, No. 3, 2002, pp. 457-465.
- [47] Rousseau, D. M., Sitikin, S. B., Burt, R. S., and Camerer, C., “Not so Different after all : A Cross-Discipline View of Trust”, *Academy of Management Review*, Vol. 23, 1998, pp. 393-404.
- [48] Sheehan, K. B. and Hoy, M. G., “Dimensions of Privacy Concern among Online Consumers”, *Journal of Public Policy and Marketing*, Vol. 19, No. 1, 2000, pp. 62-73.
- [49] Simonson, M. and Thomson, A., *Educational Computing Foundations*, OH : Merrill Publishing Company, 1990.
- [50] Smith, H. J., Milberg, S. J., and Burke, S. J., “Information Privacy : Measuring Individuals’ Concerns about Organizational Practices”, *MIS Quarterly*, Vol. 20, No. 2, 1996, pp. 167-196.
- [51] Spiekermann, S., Grossklags, J., and Berndt, B., “E-Privacy in 2nd Generation E-Commerce : Privacy Preferences versus Actual Behavior”, *Proceedings of the Third ACM Conference on Electronic Commerce*, New York : Association for Computing Machinery, 2001, pp. 38-47.
- [52] Suh, B. and Han, I., “The Impact of Customer Trust and Perception of Security Control on the Acceptance of Electronic Commerce”, *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7, No. 3, 2003, pp. 135-161.
- [53] Taylor Nelson Sofres, *The TNS Global eCommerce Report*, 2002.
- [54] Van Slyke, C., Shim, J.T., Johnson, R., and Jiang, J., “Concern for Information Privacy and Online Consumer Purchasing”, *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 7, No. 6, 2006, pp. 415-444.
- [55] Westin, A., *Privacy and Freedom*, New York : Atheneum, 1967.
- [56] Williams, L. J. and Hazer, T. J., “Antecedents and Consequence of Satisfaction and Commitment in Turnover Model : A Re-analysis Using Latent Variable Structural Equation Methods”, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 72, No. 2, 1986, pp. 219-231.
- [57] Zhang, Y. and Espinoza, S., “Affiliation of Computer Self-Efficacy and Attitudes with Need for Learning Computer Skills”, *Journal of Educational Computing Research*, Vol. 17, No. 3, 1997, pp. 371-383.

■ 저자소개



유 일

현재 순천대학교 경영통상학부 교수로 재직 중이다. 전남대학교 경영학과를 졸업하고, 한국외국어대학교 경영정보대학원에서 석사학위와 전남대학교 대학원에서 경영학박사(MIS 전공) 학위를 취득하였다. 광주보건대학 전산정보처리과 부교수, 미국 University of Colorado 객원교수를 역임하였다. 주요 관심분야는 e-비즈니스, SCM, 온라인 커뮤니티, DSS/GDSS, e-Learning, IT 전략 등이다.



신 정 신

순천대학교 경영학과 부교수로 재직 중이다. 미국 사우스캐롤라이나대학교에서 마케팅으로 박사학위를 받았으며, 주요 관심사는 소비자행동, 마케팅전략, 광고 등이다.



이 경 근

현재 순천대학교 경영통상학부 조교수로 재직 중이다. 전남대학교 대학원 경영학과에서 인사·조직관리전공으로 경영학 박사학위를 취득하였으며 주요 관심분야는 조직내 신뢰, 조직공정성, 인상관리행동, 직무수행과 성과유지 등이다.



최 혁 라

현재 한국학술진흥재단에서 실시한 2006 학문후속세대양성사업에 선정되어 순천대학교 중소기업경영연구소 학술연구교수로 재직 중이다. 전북대학교 대학원 경영학과에서 경영정보시스템(MIS) 전공으로 경영학 박사학위를 취득하였으며 주요 관심분야는 정보격차, 정보보안, e-비즈니스, e-Learning, 정보시스템 평가 등이다.