

인터넷 비즈니스 웹사이트의 개인정보보호정책 현황

한정희*, 장활식**, 김종기***

요약

본 논문에서는 인터넷 비즈니스를 수행하는 기업들의 웹사이트의 개인정보보호정책 현황을 고찰하였다. 서비스 유형별 개인정보보호정책 공표현황을 살펴보면, 포털/검색엔진 사이트와 쇼핑몰 사이트, 그리고 금융서비스를 제공하는 사이트가 타 사이트에 비해 고객 및 회원, 또는 방문자의 개인정보보호의 공식적인 공표가 더 많다. 그리고 서비스 유형에 크게 구분 없이 대부분의 사이트들이 개인정보보호정책의 목적, 개인정보 수집목적 및 이용목적, 개인정보 수집범위 및 방법, 개인정보 보유기간 및 파기, 제3자와의 정보공유 및 정보제공 경우, 정보보호를 위한 기술적·제도적 대책 등을 잘 명시하고 있으나 정책구성에 필요한 용어정의, 불만/분쟁처리방법, 아동보호방법, 정책의 시행일자 등을 명시하는 데는 미흡했다.

1. 서론

인터넷이 기반을 두고 있는 TCP/IP(Transport Control Protocol/Internet Protocol) 통신규약은 웹 사용자의 환경적 특성과 활동을 기록으로 남긴다. 즉, 방문객이 어떠한 경로를 통해 해당 사이트에 도달했는지, 어떤 링크를 통해 들어 왔는지, 그리고 어떤 언어를 사용하고 있는지 등 웹 브라우저를 통해 웹사이트로 전달되는 정보들을 모두 기록하고 있다. 또한 특정 사용자가 어떤 웹사이트에 회원으로 가입하여 그 사이트를 자주 찾았다면 그 웹 사이트에서는 로그분석을 통해 이미 그 회원이 어디에 관심이 있는지를 파악할 수 있게 된다⁽¹⁾. 또한 사용자가 웹사이트에서 이용하는 정보와 개인에 대한 신상정보를 연결시켜 분석한다면 개인에 대한 무궁무진한 분석이 가능하고, 이를 웹사이트가 의도한 목적에 따라 마음껏 사용할 수 있게 되는 것이다. 더욱이 이러한 정보가 웹사이트간에 교환되어 분석된다면 사이버 세상에서 사용자의 사생활에 심각한 침해를 초래할 수 있다. 따라서 웹사이트의 개인정보의 오용 및 남용은 단지 개인적인 불편함이 아니라 사회적, 정치적인 문제가 될 수 있는 것이다⁽²⁾.

그럼에도 불구하고 인터넷에서 비즈니스를 수행하는 기업들은 그들의 고객에게 보다 나은 서비스를 제공하기 위해 고객의 선호도나 구매 행태 및 습관에 대한 정보를 수집해야 하고, 이러한 개인화된 서비스는 기업의 경쟁력을 제공하는 수단으로 활용되고 있다. 그러나 개인화된 서비스와 항상 결부되어 있는 이슈가 바로 고객의 프라이버시로 비록 고객들을 위한 보다 나은 서비스를 위한다는 명분이 있기는 하지만, 웹에서의 사용자들이 어떤 행동을 보이는지를 지속적으로 추적함으로써 심각한 프라이버시 침해 및 개인정보 문제를 야기하고 있는 것도 또한 사실이다. 더욱이 인터넷 기업에서 고객의 동의가 없는 개인정보 유출과 이를 이용한 스팸메일(spam mail) 발송이 무작위로 이루어지는 등 국내에서도 개인정보 유출에 관련한 소송이 제기된 실정이다. 그리고 인터넷 사용자의 구매태도에 관한 많은 국내외 연구에서도 사용자들이 우려하고 있는 문제가 개인정보 및 프라이버시 문제라고 밝히고 있다⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾⁽⁴⁾.

따라서 본 연구에서는 인터넷에서 비즈니스를 수행하는 기업들의 웹사이트 신뢰성을 향상시키기 위한 다양한 방안들 중에서 특히, 신뢰성에 많은 영향

* 부산대학교 대학원 경영학과 박사과정

** 부산대학교 상과대학 경영학부 부교수

*** 부산대학교 상과대학 경영학부 조교수

을 미치고 있는 개인정보보호정책에 관한 탐색적 연구를 수행하고자 한다. 이를 위해 다양한 인터넷 비즈니스를 수행하는 웹사이트들 중 서비스 유형별(포털/검색엔진 사이트, 뉴스제공/미디어 사이트, 온라인쇼핑몰 사이트, 금융서비스 사이트, 엔터테인먼트/연예/오락 사이트, 정보제공/온라인서비스 사이트)로 가장 대표적인 웹사이트를 각 20개씩 선정하여, 웹사이트의 신뢰성 향상을 위한 개인정보보호정책을 어떻게 규정하고 공표하고 있는지를 조사해 보고자 한다.

II. 개인정보보호

1. 개인정보보호의 개념

산업사회에서의 개인정보보호는 혼자 남아 있을 권리(the right to be left alone)라는 개념의 일부분으로서, 주로 국가의 개인 프라이버시 침해와 상업성을 갖고 개인정보를 불법으로 이용하는 기업들의 침해 행위를 방어하는 소극적 개념의 자유를 의미하였다^[7]. 그러나 최근 컴퓨터와 정보처리기술의 발달에 의하여 개인정보가 컴퓨터를 통하여 대량으로 처리되고 이용됨에 따라 개인정보는 한 사람의 모든 것을 판단할 수 있는 중요한 척도가 되고 있다. 만일 개인정보의 침해가 발생한다면 개인의 프라이버시를 침해하는 것은 물론, 개인 권익의 손실을 유발할 수 있으며 궁극적으로는 인간의 존엄성의 침해를 야기할 수도 있다. 그러므로 정보사회에서의 개인정보보호의 개념은 '나' 자신의 정보를 소유하는 것을 방지하는 소극적인 개념뿐만 아니라 자신에 관한 정보의 취득, 이용 및 게시에 관한 제 조건을 본인이 결정할 수 있고, 사생활을 포함하여 이미 공개된 개인정보에 대해서도 정보 주체가 통제 가능하도록 하는 적극적인 개념으로 변모하고 있다.

2. 개인정보보호의 필요성

전자상거래의 급속한 확산은 디지털경제 시대의 기업경영에 새로운 가능성을 제시하고 있다. 인터넷 가상공간은 기업의 영업방식에 있어서도 새로운 변화를 야기하여, 인터넷상에서의 개인정보 수집을 통한 효율적인 사업활동은 물론 이용자에 대한 서비스를 향상시킬 수 있다^[8]. 그러나 소비자가 자신에 관한 개인정보가 자신의 동의 없이 전자상거래를 이용

하는 과정에서 쉽게 수집 및 취급되고, 제3자에게 광범위하게 제공된다는 사실을 알게 되면 전자상거래 이용에 대한 거부감이 유발될 수 있으며, 사업자가 적절한 보호장치를 갖출 것으로 기대한 신뢰마저 손상당하게 된다.

실제로 1999년 가을, 미국 WSJ와 NBC가 공동으로 실시한 여론조사에서 이들이 제시한 21세기에 당면할 여덟 가지 우려사항 중에서 개인정보 유출이 1위(29%)를 차지하여, 개인정보 유출이 응답자들의 가장 큰 우려 대상인 것으로 나타났다. 그리고 1998년 3월 미국 Business Week지 조사에 따르면, 인터넷 전자상거래를 자제하는 소비자의 기피유 중 하나는 자신의 개인정보 및 통신정보의 유출에 대한 우려라고 밝히고 있다. 또한 1997년 3월 Boston Consulting Group에서 9,300명의 인터넷 이용자를 조사한 결과, 70%가 넘는 이용자가 전화나 우편에 비해 인터넷 상에서의 프라이버시 침해 우려를 더 느끼고 있는 것으로 보고하고 있다^[7]. 따라서, 인터넷상에서 개인정보가 유출되는 것에 대한 불안 및 불신감을 해소시켜 전자상거래 활성화를 도모하는 차원에서도 적극적인 개인정보보호조치가 한층 더 요구된다.

3. 개인정보의 오·남용

인터넷에서 고객관계관리(Customer Relation Management ; CRM)가 기업 활동에 중요한 성공요인이 됨에 따라 더욱 우려되는 것이 개인정보의 무분별한 오·남용이다. 인터넷 상에서의 온라인 상거래가 크게 확산되고 있는 국내에서도 조만간 가장 큰 사회적 이슈가 될 소지가 많다.

3.1 개인정보 침해 유형

3.1.1 수집(collection)

과도한 양의 개인정보가 기업에 의해 수집되고, 데이터베이스에 저장되는 것과 관련된 문제로 상업적 목적의 기업이 정상적인 방법으로 개인정보를 수집 이용하는 것은 문제가 되지 않지만, 타 기업의 고객정보 등 외부고객정보는 소비자들의 동의 또는 허가가 최초 수집 주체에게 주어진 것이기 때문에 사실상 소비자들의 동의가 없이 획득된 정보가 되고, 이렇게 수집된 개인정보는 프라이버시를 크게 침해할 여지가 있다. 특히, 치열한 경쟁 속에서 고

객들의 개인정보가 경쟁우위 획득에 중요하게 활용되기 시작하면서 기업들이 불법적인 개인정보 수집을 감행할 우려가 더 커지고 있다.

3.1.2 이차적 사용(secondary use)

개인의 허가 없이 2차적인 목적(단일 조직 내에서 내부적으로)으로 사용되는 경우와 개인정보가 제3자(수집회사가 아닌)에게 노출된 후 2차적인 목적으로 사용되는 것과 관련된 문제이다. 특정한 목적을 위하여 수집된 개인정보라도 고객들의 동의 또는 허가 없이 다른 목적으로 재사용 되는 경우 역시 정보 프라이버시는 침해된다. 최근 들어 개인정보가 기업 경영에 중요한 자원으로 인식됨에 따라 이를 상업적으로 사용하려는 경향이 증가하고 있고, 더구나 경쟁우위를 획득하기 위해 고객 데이터 및 정보를 공유하려는 목적에서의 전략적 제휴가 늘어나면서 더욱 심각한 문제를 낳고 있다.

3.1.3 오류(error)

개인정보의 고의적이거나 우발적인 오류에 대한 보호가 부적절한 것과 관련된 문제로 개인정보는 정적인 사적정보(static private information)와 동적인 개인정보(dynamic personal information)로 나눌 수 있는데, 이 중 동적 개인정보는 시간이 경과함에 따라 그 내용이 급격하게 변화하므로 이를 데이터베이스에 적절히 반영하지 못하는 경우, 오류로 인하여 정보 프라이버시가 침해된다.

3.1.4 부당한 접근(improper access)

개인에 관한 정보가 허가되지 않은 사람에 의해 열람되거나 이용당하는 것에 관한 문제로 해커와 같이 부당하게 데이터베이스에 접근하는 경우 정보 프라이버시의 침해가 발생한다. 뿐만 아니라 조직 내 관계자가 다른 목적으로 개인정보를 조작·유출하는 경우도 있다. 특히, 데이터베이스의 파일이 부당하게 접근되고 변경 또는 파괴되었는지조차 알 수 없는 경우는 더욱 심각한 문제가 된다⁽⁹⁾⁽⁷⁾.

3.2 개인정보 침해 사례

표 1은 1999년 한국정보보호센터(KISA)에서 인터넷 사용자 2,500여명을 대상으로 실시한 개인정보침해사례를 살펴본 것이다⁽¹⁰⁾.

[표 1] 개인정보의 침해 유형

침해 유형	비율(%)
사업자간 신용정보의 공동 이용으로 인한 프라이버시 침해	27.9
ID 및 비밀번호 도용으로 인한 피해	22.2
관리 소홀로 인한 개인정보 유출	21.9
사업자가 수사기관이나 공공기관에 협조차원으로 개인정보를 제공	18.2
지나친 개인정보 수집	9.5
기 타	0.3

인터넷 이용자의 수가 급속히 증가하고 각종 서비스에 가입하는 고객 수가 늘어남에 따라 이를 효과적으로 활용하기 위한 CRM 등이 기업의 중요한 마케팅 수단이 되고 있으며, 또한 인터넷 기업의 전략적 협력과 제휴가 빈번하게 이루어지면서 고객정보를 공유하는 사례가 많아지고 있다. 문제는 이러한 고객정보의 보유가 개인의 동의 없이 이루어지는 경우가 많다는 것이다. 이에 따라 원하지 않는 메일 수신이라든지, 불법적인 개인정보의 제3자 무단 제공 등의 문제 등이 큰 비율을 차지하고 있는 것으로 밝혀졌다. 그리고 개인정보침해신고센터가 1999년 4월 21일 개소하여 6월 22일까지 접수한 신고 및 상담의 유형 또한 서비스 제공자에 의한 무단 개인정보수집, 스팸 메일 전송, 개인정보 제3자 제공 등의 문제들이 주류를 이루고 있으며, 이로 인해 개인정보가 무분별하게 오·남용되고 있음을 알 수 있다. 구체적으로 신고내용은 표 2와 같다⁽¹¹⁾.

[표 2] 신고내용 분류

침해 유형	건수
이용자의 동의 없는 개인정보수집	18
영리목적의 광고성 전자우편 전송	17
개인정보 수집동의 철회, 열람, 정정, 삭제요구 불응	16
이용자 동의 없이 제3자에게 정보제공 및 목적 외 사용	14
타인정보의 훼손 또는 비밀의 침해	13
개인정보 수집목적 달성 후 미파기	5
안전성 확보 미조치	3
전원직 임직원의 개인정보유출	2
과도한 개인정보 수집	1

III. 개인정보보호정책

국내에서는 정보통신서비스 이용자의 개인정보를 보다 효과적으로 보호하기 위하여 [정보통신망 이용촉진 등에 관한 법률(법률 제 5986호 일부개정 1999. 5. 24)] 상의 개인정보보호규정과 정보통신부가 제정한 [개인정보보호지침(2000. 5. 1 제정)]을 준수하도록 하고 있다^[12].

1. 개인정보보호규정

정보통신망 이용촉진 등에 관한 법률상의 개인정보보호규정은 제4장 제16, 17, 18조에 걸쳐 개인정보보호에 관한 설명하고 있으며, 2000년 1월 1일부터 시행되고 있다.

제16조는 개인정보의 수집 및 취급에 관한 조항으로, 정보통신서비스제공자가 이용자의 개인정보를 수집하는 때에는 이용자의 동의를 받아 정보통신서비스의 제공에 필요한 최소한의 정보를 수집해야 하고, 이용자의 동의를 받고자 하는 경우에는 개인정보 관리책임자의 소속, 성명 및 전화번호, 기타 연락처, 개인정보의 수집목적 및 이용목적, 개인정보를 제3자에게 제공하는 경우의 제공받는 자, 제공목적 및 제공할 정보의 내용, 이용자의 권리 및 그 행사방법 등을 이용자에게 고지하거나 정보통신서비스 이용약관에 명시하여야 한다. 또한 정보통신서비스 제공자는 수집된 이용자의 개인정보를 취급함에 있어서 개인정보가 분실, 도난, 누출, 변조 또는 훼손되지 아니하도록 안전성 확보에 필요한 기술적 조치 등을 강구하여야 함을 명시하고 있다.

제17조는 개인정보의 이용 및 제공의 제한에 관한 조항으로, 정보통신서비스제공자는 이용자의 개인정보를 고지 또는 명시한 범위를 초과하여 이용하거나 제3자에게 제공하고자 하는 때에는 미리 이용자의 동의를 받아야 하며, 서비스제공자로부터 이용자의 개인정보를 제공받은 자는 제공받은 목적 외의 용도로 이를 이용하거나 제3자에게 제공하여서는 아니 된다. 그리고 개인정보의 수집목적 또는 제공받은 목적을 달성한 때에는 개인정보를 지체 없이 파기하여야 하며, 이용자의 개인정보를 보호하기 위하여 개인정보 관리책임자를 지정하고 이용자의 개인정보를 취급하는 자를 최소한으로 제한하여야 함을 명시하고 있다.

제18조는 이용자의 권리에 관한 조항으로 이용자

는 언제든지 정보통신서비스제공자에게 허용한 개인정보의 수집, 이용 등의 동의를 철회할 수 있고 자신의 개인정보에 대한 열람을 요구할 수 있으며, 자신의 개인정보에 오류가 있는 경우에는 그 정정을 요구할 수 있다. 그리고 정보통신서비스제공자는 이용자가 동의를 철회 또는 정보열람 및 정정 요구를 하는 경우에는 지체 없이 필요한 조치를 취하여야 함을 명시하고 있다.

2. 개인정보보호지침

개인정보보호지침은 정보통신서비스 이용자의 개인정보를 보다 효과적으로 보호하기 위하여 정보통신부가 제정하였는데, 제1장에서 제7장까지 총 7장과 부칙으로 구성되어 있다.

제1장 총칙에서는 지침의 제정목적과 지침 전반에서 설명되고 있는 주요용어에 대한 정의와 적용범위를 다루고 있다.

제2장은 개인정보의 수집에 관한 조치로, 적법하고 공정한 수단에 의하여 서비스 제공에 필요한 성명, 주소, 전화번호 등 최소한의 개인정보를 이용자의 동의를 받아 수집해야 하며, 이때 필수항목과 선택항목으로 구분하여 이용자가 기입할 수 있도록 조치하여야 한다. 또한 이용자로부터 개인정보 수집에 관한 동의를 받고자 하는 경우에는 개인정보 관리책임자의 소속, 성명, 전화번호, 기타 연락처, 개인정보의 수집목적 및 이용목적, 개인정보를 제3자에게 제공하는 경우의 제공받는 자, 제공목적 및 제공할 정보의 내용 등의 철회, 열람 또는 정정 요구 등 이용자의 권리 및 그 행사방법, 서비스제공자가 수집하고자 하는 개인정보항목, 수집하는 개인정보의 보유기간 및 이용기간 등의 내용을 이용자에게 고지하거나 이용약관에 명시해야 함을 설명하고 있다.

제3장은 개인정보의 이용, 제공 및 관리에 관한 조치로 서비스제공자는 정책에 명시한 범위를 초과하여 이용하거나 제3자에게 제공할 수 없으며, 이용자의 개인정보를 취급함에 있어 비밀번호 등을 이용한 보안장치, 컴퓨터 바이러스 방지장치, 암호 알고리즘 등을 이용한 보안장치, 접근통제장치 등 기타 안전성 확보를 위하여 필요한 기술적 대책과 이용자의 개인정보에 대한 접근 및 관리에 필요한 절차 등의 관리적 대책을 마련해야 한다. 또한 개인정보의 수집 목적을 달성한 때에는 이 정보를 지체 없이 파기하여야 한다. 특히 전자적 파일형태로 저장된 개

인정보는 기록을 재생할 수 없는 기술적 방법으로 삭제하여야 함을 명시하고 있다.

제4장 이용자의 권리에 관한 조치에서는 이용자가 자신의 개인정보에 대한 열람 또는 정정을 요구하는 경우, 정보수집 및 이용에 대한 동의를 철회하는 경우에 본인 여부를 확인하고 지체 없이 필요한 조치를 취하여야 하며, 이용자가 자신의 개인정보에 대한 열람 또는 정정을 수행할 수 있도록 필요한 조치를 취하여야 한다. 또한 개인정보와 관련한 이용자의 불만사항을 접수, 처리하여야 하고, 개인정보에 관한 분쟁이 있는 경우 한국정보보호센터 내의 개인정보분쟁조정위원회에 그 처리를 의뢰할 수 있도록 명시하고 있다.

제5장은 공개 및 책임에 관한 조치로 쿠키의 운영에 관한 사항, 기술적/관리적 대책, 개인정보 관련 불만처리에 관한 사항, 개인정보보호방침의 개정 사항 등의 내용을 포함하는 개인정보보호방침을 이용자에게 공개해야 하며, 이용자의 개인정보를 보호하기 위하여 개인정보 관리책임자를 지정하도록 명시하고 있다.

제6장은 아동에 관한 조치로 만14세 미만의 아동으로부터 개인정보를 수집하는 경우에는 아동이 이해할 수 있는 알기 쉽고 평이한 표현으로 개인정보의 수집목적 및 이용목적 등을 명시하고 법정 대리인의 동의를 받아야 함, 법정대리인이 열람 또는 정정, 동의 철회 요구를 하는 경우에는 지체 없이 필요한 조치를 취하여야 함을 명시하고 있다.

제7장은 보칙으로 서비스제공자는 대리점을 통하여 이용자의 개인정보를 수집 또는 취급하게 하는 경우, 개인정보보호에 대한 일정한 책임을 지고, 대리점에 대하여 이 지침을 준수할 것을 권고하도록 명시하고 있다.

IV. 인터넷 비즈니스에서의 개인정보보호정책

본 장에서는 현재 인터넷 비즈니스를 수행하는 기업들의 웹사이트에서 앞에서 살펴본 개인정보보호규정 및 지침이 사용자의 개인정보를 보호하기 위한 정책 또는 방침으로 공표되어 있는지, 그리고 얼마나 충실하게 명시되어 있는지를 살펴본다.

1. 서비스 유형별 개인정보보호정책의 공개

본 연구는 2000년 11월 18일부터 12월 17일까

지 한 달간, 100hot(<http://www.100hot.co.kr>)에서 제공하는 유형별 사이트 인기순위를 기준으로 포털/검색엔진, 인터넷쇼핑몰, 뉴스제공/미디어, 엔터테인먼트/연예/오락, 금융서비스, 정보제공/온라인서비스 사이트의 6개의 웹사이트 유형을 선정하고, 각 유형별로 80개의 사이트를 선정하여 개인정보보호정책의 공표유무(사이트의 첫 페이지 뷰에 이용자의 개인정보를 보호한다는 공식적인 메뉴 항목이 존재)를 조사하였다.

1.1 포털/검색엔진 사이트

포털/검색엔진 서비스 유형에서는 다음, 야후코리아, 라이코스코리아와 같은 검색엔진 사이트와 코리아닷컴, 웨피, 오케이캐쉬백 등의 일반포털 사이트, 아이러브스쿨, 네띠앙, 프리챌과 같은 커뮤니티포털 사이트, 그리고 마이클럽, 해피올닷컴, 우먼플러스와 같은 여성포털 사이트의 네 유형에서 각각 20개 총 80개의 웹사이트를 조사한 바, 이 유형에서는 비교적 많은 48개의 사이트(60%)가 개인정보보호정책 또는 방침을 웹 사이트의 첫 페이지 뷰에서 공표하고 있었고, 구체적인 내용은 다음과 같다.

검색엔진	일반포털	커뮤니티	여성포털
11개(55%)	13개(65%)	13개(89%)	11개(55%)

1.2 인터넷 쇼핑몰 사이트

온라인 쇼핑 서비스 유형에서는 삼성몰, 해피투바이, 한솔CS클럽 등의 종합쇼핑몰 사이트와 이팜, 패션플러스, 오토플러스 등의 전문쇼핑몰 사이트, 구스닥, LG나라쇼핑몰, 전자랜드21과 같은 컴퓨터/가전쇼핑몰 사이트, 그리고 예스24, 와우북, 핫트랙스와 같은 도서/음반쇼핑몰 사이트의 네 유형에서 각각 20개씩 총 80개의 웹사이트를 조사한 바, 이 중에서 절반정도에 해당하는 37개의 사이트(46.3%)가 첫 페이지 뷰에서 개인정보보호정책을 공개하고 있었고, 구체적인 내용은 다음과 같다.

종합쇼핑몰	전문쇼핑몰	컴퓨터/가전몰	도서/음반몰
13개(65%)	8개(40%)	9개(45%)	7개(35%)

1.3 뉴스제공/미디어 사이트

뉴스제공/미디어서비스 유형에서는 KBS, MBC,

SBS 등의 공중파방송 사이트, 핫웨이브, 크레지오, 두밥과 같은 인터넷방송 사이트, 조선일보, 한국일보 등과 같은 일간지 사이트, 그리고 베이스블루아이, 패션플러스, 코리아 인터넷닷컴과 같은 웹진/인터넷신문 사이트의 네 가지 유형을 각각 20개씩 총 80개의 사이트를 조사한 바, 이 중에서 20개의 사이트(25%)만이 첫 페이지 뷰에서 개인정보보호정책을 공개하고 있었고, 구체적인 내용은 다음과 같다.

공중파방송	인터넷방송	일간지	웹진/인터넷신문
3개(5%)	8개(40%)	5개(25%)	4개(20%)

1.4 엔터테인먼트/연예/오락 사이트

엔터테인먼트/연예/오락서비스유형에서는 Nkino, 씨네21, 렛츠뮤직과 같은 영화/음악정보 사이트와 리더넷코리아, 스타스토리, 스타콜과 같은 연예정보 사이트, 스포츠컴, 스포츠투아이, 스포츠코리아와 같은 스포츠정보 사이트, 그리고 게임존21, 게임비, 한게임과 같은 게임/오락 사이트 등 네 가지 유형에서 각각 20개씩 총 80개의 웹사이트를 조사한 바, 이 중에서 32개의 사이트(40%)가 첫 페이지 뷰에서 개인정보보호정책을 공개하고 있었고, 구체적인 내용은 다음과 같다.

영화/음악	연예정보	스포츠정보	게임/오락
10개(50%)	6개(30%)	3개(15%)	13개(65%)

1.5 금융서비스 사이트

금융서비스 유형에서는 삼성증권, 굿아이, 현대투자신탁증권과 같은 증권 사이트 20개, 삼성생명, 엘지화재, 동부화재 등 보험 사이트 20개, 엘지캐피탈, 삼성카드, 비씨카드 등 신용카드 사이트 20개, 그리고 주택은행, 한빛은행, 국민은행 등 은행 사이트 20개 등으로 네 가지 유형에서 총 80개의 웹사이트를 조사한 바, 이 중에서 35개의 사이트(43.8%)가 첫 페이지 뷰에서 개인정보보호정책을 공개하고 있었고, 구체적인 내용은 다음과 같다.

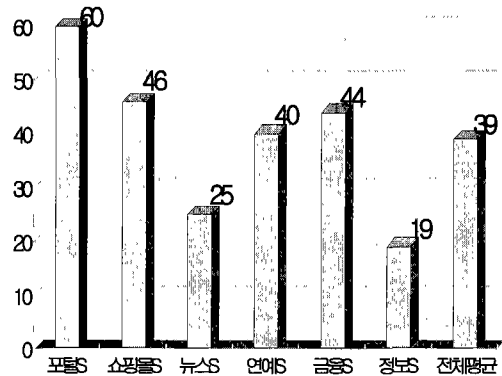
증권	보험	신용카드	은행
8개(40%)	12개(60%)	10개(50%)	5개(25%)

1.6 정보제공/온라인서비스 사이트

정보제공/온라인 서비스 유형에서는 온스타디, 비주얼스튜디오, 에듀넷 등 인터넷/강좌 사이트 20개와 맥스무비, CGV, 예스티켓 등 영화/공연예약 사이트 20개, 신라호텔, 호텔롯데, 용평리조트 등 호텔/콘도예약 사이트 20개, 그리고 웹투어, 3W투어, 트래포트 등 여행사 사이트 20개 등 네 가지 유형에서 총 80개의 웹사이트를 조사한 바, 이 중에서 15개의 사이트(18.8%)만이 첫 페이지 뷰에서 개인정보보호정책을 공개하고 있었고, 구체적인 내용은 다음과 같다.

인터넷/강좌	영화/공연예약	호텔/콘도예약	여행사
5개(25%)	7개(35%)	1개(5%)	2개(10%)

이상과 같은 웹사이트들의 개인정보보호정책의 공표여부를 그림 1과 같이 요약해 볼 수 있다.



(그림 1) 서비스유형별 개인정보보호정책 공표여부

2. 서비스 유형별 개인정보보호정책의 평가

본 절에서는 서비스 유형별 웹사이트들의 개인정보보호정책이 개인정보보호규정과 지침을 얼마나 충실하게 따르고 있는지를 살펴보기 위해, 3.1 개인정보보호규정과 3.2 개인정보보호지침의 각 조항들을 중심으로 다음과 같은 13가지의 평가 항목들을 선정하였다 :

- ① 개인정보보호정책의 목적 ② 정책관련 용어의 정의 ③ 개인정보의 수집 및 이용 목적 ④ 개인정보의 수집범위 및 수집방법 ⑤ 개인정보의 보유 및 폐기 ⑥ 개인정보의 공유 및 제공 ⑦ 쿠키(cookie)의

[표 3] 서비스유형별 개인정보보호정책 항목 평가

사이트 유형	평가 항목												
	① 정책 목적	② 용어 정의	③ 수집 목적	④ 수집 범위	⑤ 보유기간/ 폐기방법	⑥ 정보공유/ 제공사실	⑦ 쿠키 운용 사실	⑧ 정보 보호 방법	⑨ 정보정정/ 삭제방법	⑩ 불만/ 분쟁처리 방법	⑪ 아동 보호 방법	⑫ 관리 책임자 지정	⑬ 시행일 공시
포털/ 검색엔진	94%	6%	89%	89%	61%	94%	78%	83%	94%	39%	67%	89%	44%
인터넷 쇼핑몰	95%	10%	95%	90%	90%	100%	85%	85%	100%	70%	30%	95%	70%
뉴스제공/ 미디어	90%	30%	95%	100%	85%	90%	80%	65%	90%	55%	75%	80%	30%
Entertain 연예/오락	75%	25%	100%	85%	80%	95%	75%	80%	95%	55%	50%	95%	40%
금융서비스	90%	5%	95%	80%	75%	95%	65%	70%	95%	25%	35%	90%	30%
정보제공/ 온라인S	82%	22%	100%	94%	94%	94%	72%	61%	100%	72%	72%	100%	39%
전체평균	88%	16%	90%	90%	81%	95%	76%	74%	96%	53%	54%	92%	42%

운용 및 활용 ⑧ 개인정보보호를 위한 기술적/제도적 관리 ⑨ 이용자의 개인정보 열람, 정정 및 삭제 ⑩ 개인정보 관련 불만처리 및 분쟁조정 ⑪ 어린이의 개인정보보호 ⑫ 개인정보관리 책임자 ⑬ 개인정보보호정책 시행일자

이상과 같은 평가 항목들의 명시여부를 서비스 유형별로 요약해 보면 표 3과 같다.

2.1 포털/검색엔진 사이트의 개인정보보호정책 평가

포털/검색엔진 사이트의 개인정보보호정책 공개현황을 조사하기 위해 선정된 총 80개의 웹사이트 중 다음, 오케이캐쉬백, 아이러브스쿨, 우먼플러스 등 18개의 포털/검색엔진 사이트 대부분은 개인정보보호정책의 목적과 제3자에게 개인정보를 제공하는 사실 및 제공 가능한 경우를 명시하고 있었고, 웹사이트가 수집한 개인정보를 고객 개인이 정정하거나 수정할 수 있는 장치를 마련하고 있었다. 그리고 상당수 사이트들도 고객들로부터 개인정보를 수집하는 목적과 그 범위를 알리는 등 대부분의 항목들을 잘 명시하고 있는 반면, 불만처리 및 분쟁을 조정할 기관을 명시하거나 정책의 시행일자를 명시하고 있는 사이트는 드물고 정책관련 용어를 정의하고 있는 사이트는 거의 없었다.

2.2 인터넷쇼핑몰 사이트의 개인정보보호정책 평가

총 80개의 인터넷 쇼핑몰 사이트 중에서 그 첫

웹 페이지에 개인정보보호정책을 공표하고 있는 한솔CS클럽, 메타랜드, 구스다 등 20개의 인터넷쇼핑몰 사이트 모두 고객의 개인정보를 제3자와 공유하거나 제공 가능한 경우를 명시하고 있고, 웹사이트가 수집한 개인정보를 고객 스스로 또는 요청에 따라 정정하거나 수정할 수 있는 장치를 마련하고 있었다. 그리고 대부분의 항목들에 대한 설명이 잘 되었으나, 이동을 통한 개인정보의 수집을 보호하고자 명시한 사이트와 개인정보보호정책과 관련한 용어를 정의하고 있는 사이트는 매우 드물었다.

2.3 뉴스제공/미디어 사이트의 개인정보보호정책 평가

뉴스제공/미디어 유형의 총 80개의 웹사이트 중에서 그 첫 웹 페이지에 개인정보보호정책을 공표하고 있는 SBS, 나인포유, 조인스닷컴, 아이비즈넷 등 20개의 뉴스제공/미디어 사이트의 개인정보보호정책의 목적과 개인정보의 수집목적 및 범위, 수집한 개인정보를 보유하고 폐기하는 기간과 제3자와 개인정보를 공유하는 사실 및 제공 가능한 경우를 명시하고 있었고, 웹사이트가 수집한 개인정보를 고객 개인이 정정하거나 수정할 수 있는 장치를 마련하고 있었다. 그리고 대부분의 항목들에 대해서도 잘 명시하고 있었다. 그러나 불만처리 및 분쟁을 조정할 기관을 명시하고 있는 사이트는 절반정도(55%)에 그쳤고, 정책의 시행일자 및 정책관련 용어를 정의하고 있는 사이트는 20개 중 6개(30%)뿐이었다.

2.4 엔터테인먼트/연예/오락 사이트의 개인정보보호 정책 평가

엔터테인먼트/연예/오락 유형의 총 80개의 웹사이트 중에서 그 첫 웹 페이지에 개인정보보호정책을 공표하고 있는 Cinemadb, 빅스뮤직, 스포츠컴, 한게임 등 20개의 엔터테인먼트/연예/오락 사이트들의 대부분은 개인정보의 수집목적과 그 범위, 수집된 개인정보를 제3자와 공유하거나 제공 가능한 경우를 잘 명시하고 있으며, 이를 고객 스스로 또는 요청에 의해 정정하거나 삭제하는 방법들을 제공하고 있다. 그리고 대부분의 항목들에 대해서도 잘 명시되어 있었으나, 불만처리 및 분쟁을 조정할 기관을 명시하고 있는 사이트는 절반정도에 그쳤고, 이 정책의 시행일자를 명시하고 정책관련 용어를 정의하고 있는 비율은 상대적으로 낮았다.

2.5 금융서비스 사이트의 개인정보보호정책 평가

금융서비스 유형의 총 80개의 웹사이트 중에서 그 첫 웹 페이지에 개인정보보호정책을 공표하고 있는 메리츠증권, 국민은행, 삼성생명보험, 비씨카드 등 20개의 금융서비스 사이트들 역시 개인정보보호정책의 목적과 개인정보의 수집목적 및 범위, 수집된 개인정보를 제3자와 공유하거나 제공 가능한 경우를 잘 명시하고 있었고, 이를 고객 스스로 또는 요청에 의해 정정하거나 삭제하는 방법들 뿐 아니라 대부분의 항목들을 잘 명시하고 있었다. 그러나, 불만처리 및 분쟁을 조정할 기관과 아동을 통한 개인정보의 수집을 보호할 방법, 정책의 시행일자를 명시하고 있는 사이트는 드물었으며, 정책관련 용어를 정의하고 있는 사이트는 거의 없었다.

2.6 정보제공/온라인 서비스 사이트의 개인정보보호 정책 평가

정보제공/온라인서비스 유형의 총 80개의 웹사이트 중에서 그 첫 웹 페이지에 개인정보보호정책을 공표하고 있는 캠퍼스21, 에듀넷, 하나투어, 예스24 등 18개의 정보제공/온라인서비스 사이트들 모두 개인정보의 수집목적과 범위를 잘 명시하고 있었고, 고객 스스로 또는 요청에 의해 이미 수집된 개인정보를 정정하거나 삭제하는 방법들을 제공하고 있었으며, 또한 이를 관리할 책임자를 명시하고 있었다. 그리고 대부분의 항목들에 대해서도 잘 명시되어 있었으

나, 정책의 시행일자를 명시하고 정책관련 용어를 정의하고 있는 사이트는 드물었다.

V. 결 론

이상에서 조사한 서비스 유형별 개인정보보호정책 공표현황을 비교해 보면, 포털/검색엔진 사이트와 쇼핑몰 사이트, 그리고 금융사이트가 타 사이트에 비해 고객 및 회원 또는 방문자의 개인정보를 보호한다는 것을 공식적으로 공표하는 경우가 더 많은 것을 알 수 있다. 이는 이러한 사이트들이 단순한 정보제공 뿐만 아니라 이용자와의 거래가 이루어지고 있고, 그리고 관련 광고메일 및 뉴스레터 등을 제공하는 경우가 많기 때문에 더욱 개인정보를 보호하는 노력이 정책적으로 이루어져야 하고 또 필요에 의해 비교적 더 공개가 잘 이루어지고 있다고 보인다.

서비스 유형별로 각 웹사이트가 공표하고 있는 개인정보보호정책을 살펴보면, 서비스 유형에 크게 구분 없이 대부분의 사이트들이 정책목적의 명시, 개인정보의 수집목적 및 이용목적 명시, 개인정보 수집범위 및 수집방법 명시, 개인정보 보유기간 및 파기 명시, 제3자와의 정보공유 및 정보제공하는 경우 명시, 개인정보보호를 위한 기술적 또는 제도적 대책 명시, 이용자 스스로의 개인정보 열람 및 정정, 그리고 정보제공 동의철회 및 삭제요청 가능 명시, 개인정보 관리책임자 명시 등 정부에서 제정한 개인정보보호규정 및 지침의 조항들을 각 정책에 잘 반영하고 있었다. 그러나 정책 구성상 필요한 정책용어의 정의, 불만이나 분쟁처리방법, 아동보호방법, 그리고 개인정보보호정책의 시행일자를 명시하는데 있어서는 미흡했다.

결론적으로 현재 인터넷 비즈니스를 수행하는 기업들 중 절반 정도는 자사의 사이트를 이용하는 사용자들의 개인정보를 보호하기 위한 기본적인 수단으로 정부에서 제정하고 있는 개인정보보호규정 및 지침을 반영한 개인정보보호정책 또는 방침을 수립하고 또 이를 웹사이트의 전면에서 공개하는 등 바람직한 노력을 하고 있다. 물론 이러한 정책을 수립하고 공개한 것으로 인터넷 사용자들의 개인정보가 완전하게 보호되는 것은 아니지만, 이는 그러한 노력의 첫 시작이며 이를 전면적으로 공개함으로써 인터넷 비즈니스 기업들이 이를 준수하고 수행하는 토대가 마련되는 것이다. 또한 인터넷 사용자들은 자

신이 정보를 제공하고 또 거래하는 기업이 사용자의 개인정보를 보호하기 위한 공개적인 책임을 명시하고 있으므로 그 기업과 거래함에 있어 더 많은 신뢰감을 가질 수 있을 것이다.

따라서 현재 인터넷 비즈니스 기업들의 개인정보 보호정책은 서비스 유형별로 또 각 사이트별로 공개 현황이나 그 내용에 있어 차이를 보이고 있는데, 빠른 시일 내에 서비스 유형에 관계없이 이러한 정책은 반드시 수립되어 운영되어야 하고, 또 정부에서 제정한 지침을 잘 반영한 자사의 개인정보보호정책이 공개되어야 할 것으로 본다.

참 고 문 헌

[1] "당신에 대한 정보가 인터넷에서 얼마나 노출되는가?" 2000. 3. 10일자, <http://www.ibiznet.co.kr/news/>

[2] "국내 인터넷 기업의 개인정보유출 소송을 계기로 본 바람직한 인터넷 비즈니스," 2000. 4. 12, <http://www.i-biznet.co.kr/news>

[3] Cranor, L. F., J. Reagle, and M. S. Ackerman, "Beyond Concern : Understanding Net Users Attitudes About Online Privacy," AT&T Labs-Research Technical Report TR 99. 4. 3.

[4] Culnan, M. J., "How Did They Get My Name? : An Exploratory Investigation of Consumer Attitudes Toward Secondary Information Use," MIS Quarterly, Vol. 17, No. 3, Sept. 1993, pp. 341-364.

[5] Furnell, S. M. and T. Karweni, "Security Implications of Electronic Commerce : A Survey of Consumers and Business," Internet Research : Electronic Networking Applications and Policy, Vol. 9, No. 5, 1999, pp. 372-382

[6] Hoffman, D. L., T. P. Novak and Marcos Peralta, "Building Consumer Trust in Online Environments : The Case for Information Privacy," <http://www.ogsm.vanderbilt.edu/>, 1998

[7] 박광진, "인터넷상의 개인정보보호 방안," KISA SIS 2000, 2000

[8] 김상일, "고객관계 관리의 새로운 지평eCRM."

LG경제연구원, 주간경제 561호, 2000. 3. 8

[9] Smith, H. J., S. J. Milberg, and S. J. Burke, Information Privacy : Measuring Individuals Concerns About Organizational Practices, MIS Quarterly, June 1996, pp. 165-195

[10] 김라경 외, "99 정보화역기능 실태조사," 한국정보보호센터, 1999. 12

[11] "2000. 4. 11-2000. 6. 22 신고접수 통계자료," 개인정보침해신고센터

[12] 개인정보보호지침, <http://www.cyberprivacy.or.kr/htm/jichim/jichim.htm>

〈著 者 紹 介〉



한 정 희 (Junghee Han)

1996년 : 부경대학교 경영학과 학사
 1998년 : 부산대학교 대학원 경영학과 석사
 2001년 : 부산대학교 대학원 경영학과 박사수료
 관심분야 : 전자상거래, 데이터베이스, 데이터마이닝



장 활 식 (Hwalsik Chang)

1985년 : 부산대학교 경영학과 학사
 1987년 : University of Oregon, 경영학 석사
 1993년 : Texas Tech University, Ph. D. in MIS
 1995년 3월~1995년 12월 : 한남대학교 경영학과 조교수
 1995년 12월~현재 : 부산대학교 경영학부 부교수
 관심분야 : 모형관리, 전자상거래, 정보시스템 개발



김 중 기 (Jongki Kim) 정회원

1987년 : 부산대학교 경영학과 학사
 1988년 : Arkansas State University, MBA
 1992년 : Mississippi State University, Ph.D. in MIS
 1993년 3월~1998년 12월 : 국방정보체계연구소 선임연구원
 1999년 3월~현재 : 부산대학교 경영학부 조교수
 관심분야 : 정보시스템 보안관리, 전자상거래, 프로젝트 관리