(1) 논문제목: 소비자의 독특성 추구 성향과 인공지능 서비스의 선호

(2) 저자들: 김경진 (한국교통대학교 단독저자)

(3) 초록 내용:

인공지능(AI) 서비스가 인간에 의해 수행되는 전문가 서비스보다 정확하거나 효율적이지만, 소비자들은 AI보다 전문가 서비스를 선호하는 경향이 있다. 이는 AI가 기계적이고 무감각한 면이 있어 개인의 고유한 요구에 대해, 전문가보다 AI가 더 파악하기 어려울 것이라는 소비자들의 고정관념이 있기 때문이다. 확실히 AI는 개인의 독특성 파악보다는 집단의 보편성, 평균과 관련된 빅데이터를 통계적으로 분석하는 데 능하다.

이 연구는 지역이 독특하거나 생소할 경우 AI 네비게이션 통역 및 실시간 안내 등 교통 관련 서비스가 전문가 서비스보다 덜 선호될 수 있는지를 탐구하기로 했다. 또한 이러한 효과가 개별 소비자의 독특성과 어떻게 상호작용하는지 확인하고자 했다. 지역의 독특성이 개인의 독특성과 마찬가지로 AI 네비게이션 서비스 선호에 부정적인 영향을 미친다면, 이번 연구는 그 이유도 함께 고려할 것이다.

결론적으로, 본 연구는 독특성 개념이 AI 선호를 저해할 수 있다는 것을 네비게이션 서비스 맥락에서 제안하고자 한다. AI가 예상보다 느리게 확산되는 이유는 기술적인 문제가 아니라 개인의 독특성이 무시될 수 있다는 인간 소외 등 인문학적 불안감 때문일지도 모른다.

키워드: 인공지능(AI) 네비게이션 서비스, 독특성