



저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#) 

석사학위논문

P2P금융 이용자의 재사용의도에 영향을 미치는 동기요인에 관한 연구

— 만족도의 매개효과 분석을 중심으로 —



한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

김 명 호

석사학위논문
지도교수 최창호

P2P금융 이용자의 재사용의도에 영향을 미치는 동기요인에 관한 연구

-만족도의 매개효과 분석을 중심으로-

A Study on the Motivational Factors Affecting the
Reuse Intent of P2P Financial Users
-Analysis of the Mediated Effects of Satisfaction-

2019년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

김 명 호

석사학위논문
지도교수 최창호

P2P금융 이용자의 재사용의도에 영향을 미치는 동기요인에 관한 연구

-만족도의 매개효과 분석을 중심으로-

A Study on the Motivational Factors Affecting
the Reuse Intent of P2P Financial Users

-Analysis of the Mediated Effects of Satisfaction-

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2019년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

김 명 호

김명호의 컨설팅학 석사학위논문을 인준함

2019년 6월 일



심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

P2P금융 이용자의 재사용의도에 영향을 미치는 동기요인에 관한 연구

-만족도의 매개효과 분석을 중심으로-

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스 마 트 융 합 컨 설 텅 학 과

스 마 트 융 합 컨 설 텅 전 공

김 명 호

P2P금융이 전세계적으로 유행을 하며, 새로운 금융의 대안으로 소개되고 있다. 나라마다 법과 체계가 달라 여러 규제하에 사업을 전개하고 있음에도, P2P금융의 인기는 해마다 높아지고 있다. 그동안 제도적 금융기관에서 리스크를 부담하며 고객의 수익을 창출했던 일들이 인터넷의 발달로, 개인에게도 기회가 온 것이다. 이는 저금리 기조가 장기화되며 일정한 리스크를 안더라도 고수익을 취하고자 하는 욕구가 높아졌기 때문이다.

본 연구에서는 P2P금융을 통해 수익을 얻고자 하는 이용자들의 동기요인에 대해 살펴보고자 하였다. 이는 P2P금융플랫폼 사업자들에게 마케팅활동과 홍보활동 및 서비스 개선점을 알 수 있게 하려는 의미다. 특히, 적극적으로 P2P금융을 활용하는 이용자를 대상으로 한 설문조사여서 사용경험이 없거나, 서비스 이용 경험이 낮은 자를 대상으로 한 설문과 차별점이 있다. 제시된 변수들은 이용자들이 반복적으로 P2P금융 서비스를 이용하게 할 것으로 예상한 것들이다. 인지적위험(보안에 대한 만족), 편리성, 사회적영향, 만족도

를 변수로 제시하였다. 특히, 만족도 변수의 경우, 다른 변수들이 재사용의도에 영향을 미치는데 있어, 매개여부에 대해 다루었다. 연구결과를 요약해보면, 인지적위험과 편리성, 사회적영향 모두 만족도와 재사용의도에 정의 영향을 미친다. 만족도는 인지적위험, 사회적영향이 재사용의도에 영향을 미치는데 부분매개를 한다. 한편, 만족도는 편리성이 재사용의도에 영향을 미치는데 있어서는 완전매개를 한다. P2P금융 서비스를 편리하게 이용하는 것이 만족도에 영향을 미치고, 만족도는 재사용의도에 영향을 미친다는 것이다. 이 말은 만족도가 편리성과 재사용의도의 사이에서 매우 중요한 역할을 한다는 것을 의미한다.

P2P금융플랫폼 사업자들은 향후 사업을 영위할 때 이용자들의 재방문을 높이기 위해서는 만족도를 높여야 한다. 인지적위험과 사회적영향도 중요하지만, 이용자의 편리성에 더 많은 관심을 기울여야 한다는 것이 본 연구로 확인되었다.



[주요어] P2P금융, 인지적위험, 편리성, 사회적영향, 만족도, 재사용의도

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구배경 및 목적	1
1) 연구의 배경	1
2) 연구의 목적	4
제 2 절 논문의 구성	4
제 2 장 기초연구 및 가설설정	6
제 1 절 P2P금융	6
1) P2P 금융의 개념 및 상황	6
2) P2P 금융 운영 프로세스	8
제 2 절 주요변수 설정과 이론적 배경	13
1) 인지적위험	13
2) 편리성	16
3) 사회적영향	17
4) 만족도	18
5) 재사용의도	19
제 3 절 가설 설정	19
제 3 장 연구방법	22
제 1 절 자료수집 및 분석방법	22
제 2 절 측정도구	22
제 3 절 연구모형	23
제 4 장 실증분석	24
제 1 절 표본의 인구통계학적 요인에 관한 분석	24
제 2 절 타당성 및 신뢰도 분석	25

1) 독립변수	25
2) 종속변수	30
제 3 절 매개효과 분석	33
1) 인지적위험과 재사용의도와의 관계에서 만족도 매개효과 분석	33
2) 편리성과 재사용의도와의 관계에서 만족도 매개효과 분석	36
3) 사회적영향과 재사용의도와의 관계에서 만족도 매개효과 분석	38
제 4 절 연구가설의 지지여부	40
제 5 장 결론	42
제 1 절 연구결과	42
참 고 문 헌	44
부 록	51
ABSTRACT	57

표 목 차

[표 5-1] 조사표본의 특성	42
[표 5-2] 독립변수 KMO 및 Bartlett 검정	62
[표 5-3] 독립변수 공통성	62
[표 5-4] 독립변수 설명된 총분산	72
[표 5-5] 독립변수 회전된 성분행렬	72
[표 5-6] 인지적위험 신뢰도 통계량	82
[표 5-7] 인지적위험 항목 총계 통계	82
[표 5-8] 편리성 신뢰도 통계량	92
[표 5-9] 편리성 항목 총계 통계량	92
[표 5-10] 사회적영향 신뢰도 통계량	92
[표 5-11] 사회적영향 항목 총계 통계량	92
[표 5-12] 종속변수 KMO와 Bartlett의 검정	93
[표 5-13] 종속변수 공통성	93
[표 5-14] 종속변수 설명된 총분산	13
[표 5-15] 종속변수 회전된 성분행렬	13
[표 5-16] 만족도 신뢰도 통계량	23
[표 5-17] 만족도 항목 총계 통계량	23
[표 5-18] 재사용의도 신뢰도 통계량	23
[표 5-19] 재사용의도 항목 총계 통계량	23
[표 5-20] 인지적위험과 만족도 회귀모형요약	33
[표 5-21] 인지적위험과 만족도 분산분석	43
[표 5-22] 인지적위험과 만족도 계수	43
[표 5-23] 인지적위험 재사용의도 사이의 만족도매개 회귀모형요약	43
[표 5-24] 인지적위험 재사용의도 사이의 만족도매개 분산분석	53
[표 5-25] 인지적위험 재사용의도 사이의 만족도매개 계수	53
[표 5-26] 편리성과 만족도 회귀모형요약	63
[표 5-27] 편리성과 만족도 분산분석	63
[표 5-28] 편리성과 만족도 계수	63

[표 5-29] 편리성과 재사용의도 사이의 만족도매개 모형요약	7· 3
[표 5-30] 편리성과 재사용의도 사이의 만족도매개 분산분석	7· 3
[표 5-31] 편리성과 재사용의도 사이의 만족도매개 계수	7· 3
[표 5-32] 사회적영향과 만족도 회귀모형요약	8· 3
[표 5-33] 사회적영향과 만족도 분산분석	8· 3
[표 5-34] 사회적영향과 만족도 계수	9· 3
[표 5-35] 사회적영향과 재사용의도 사이의 만족도매개 회귀모형요약 ...	9· 3
[표 5-36] 사회적영향과 재사용의도 사이의 만족도매개 분산분석	9· 3
[표 5-37] 사회적영향과 재사용의도 사이의 만족도 매개계수	0· 4



그 립 목 차

[그림 1-1] 한국 P2P금융협회 44개사 매월 P2P대출 취급액 공시	3...
[그림 2-1] P2P금융 프로세스	7
[그림 2-2] P2P금융플랫폼 가입절차	9
[그림 2-3] 투자 프로세스 1	01
[그림 2-4] 투자프로세스 2	11
[그림 2-5] 예치금반환 프로세스	21
[그림 2-6] 출금 계좌 확인 프로세스	21
[그림 3-1] 연구모형	32



제 1 장 서 론

제 1 절 연구배경 및 목적

1) 연구의 배경

2007년도 미국의 금융위기를 불러일으킨 서브프라임 모기지 사태와 2008년 리먼 브라더스 파산은 세계금융 위기를 촉발했다. 이후, 은행들은 적극적인 태도를 줄이게 되었다. 이는 은행의 ‘수성’모드를 유발하게 되었으며, 이로 인한 대출 감소는 대출자들에게 금융소외 현상을 불러 일으켰고, 대출자들은 제2금융 및 사금융의 도움을 받을 수 밖에 없었다.(김수봉, 2018) 그러나, 은행은 서비스업에 속하고 서비스 업은 고객이 원하는 것을 만들어 내야 한다. Fintech라는 파도에서 은행도 ‘공격’체제로 변하고 있는 지금, 이용자가 언제까지나 수동적이어서는 안된다. 혁신을 계기로 새로운 금전 운용수단의 하나로써 P2P금융 이용을 시야에 넣어야 한다. (富永和宏, 遠藤正之, 2017)

IT기술의 개발은 4차산업혁명을 가져왔고 P2P금융의 한 형태로, 클라우드펀딩이 본격적으로 성장하게 되었다. 클라우드펀딩은 자금 모집을 중개하는 업체가 플랫폼(Platform)이라고 불리는 인터넷 사이트를 통해 불특정 다수의 투자자로부터 소액의 자금을 조달하는 것을 의미한다.(김수봉, 2018) 세계적으로 클라우드펀딩 시장이 성장하면서 선진 각국은 이를 촉진 및 규제하기 위한 법안을 시행하고 있다.(정광식, 민성훈, 2017)

클라우드 펀딩 중 최근 떠오르고 있는 개념에 P2P대출이 있다. P2P대출은 빌리는 사람(차주)과 빌려주는 사람(대주)의 매칭을 하는 개인간 융자이다. 인터넷옥션과 유사한 방식이고 차주의 입찰에 의해 금리를 결정한다. 또한 소셜네트워크서비스와 융합하여 융자가 필요한 배경과 개인의 신용도 등과 관련된 정보교환이 가능하다. (Mera and Inakage, 2011)

P2P대출은 일본에서 ‘소셜랜딩(social lending)’이라고도 불린다. 원래는 개인용 대출서비스이지만, 그라민 은행의 성공으로 금융을 통한 사회적 문제해결

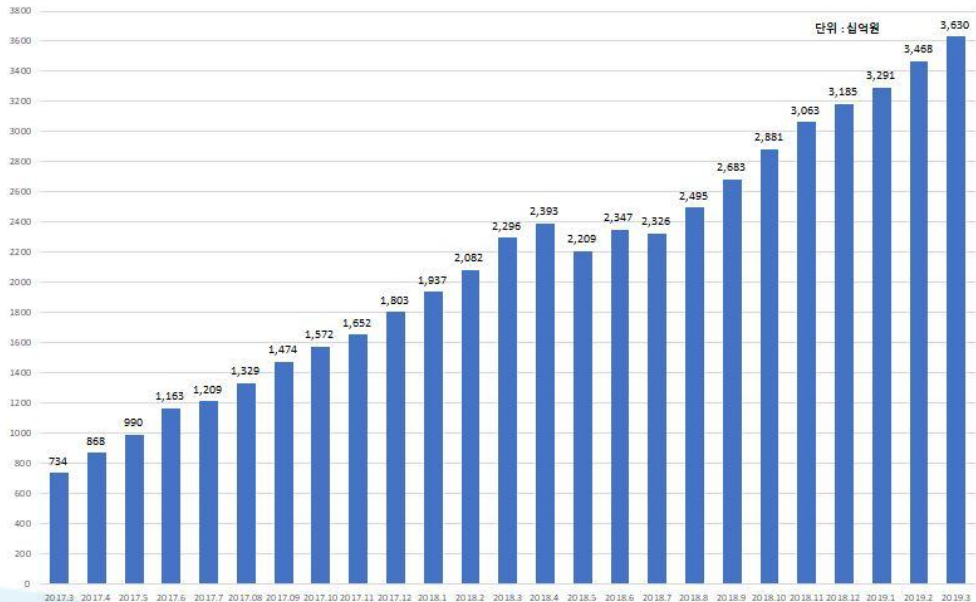
이 가능해진 시기와 비슷한 타이밍에 서비스가 시작되어, ‘소셜’이라는 단어에 두가지 의미가 중복되어 쓰인다.(藤原 七重, 2012) 이유야 어떻든, 인터넷을 통해 모르는 상대가 플랫폼을 통해 신뢰하며 기존 금융에서 배제된 자들을 도와줄 수 있다는 측면에서 새로운 의미부여를 한 것이다.

한편 우리나라는 개인간 융자형태로 P2P대출이 시작이 되었지만, 부동산 개발분야의 자금조달이 더 활성화 되어 있다. 한국에서 대출형 크라우드펀딩의 성장은 최근 2년간 폭발적으로 이루어져 2015년경까지만 해도 누적대출액이 400억 원을 밀돌았으나 2016년 말에는 6,469억 원, 2017년 말경에는 2조 3,400억 원, 2018년 9월까지 4조 2,000억 원, 미상환대출액이 1조 7,000억 원으로 늘었고 투자자도 18만 9,000명에 이르렀으며, 관련 대부업체의 수도 2016년 1월 경 16개 회사에서 등록이 의무화된 2018.3.2.에는 104개, 2018년 9월에는 193개 회사에 이를 정도로 폭발적으로 성장하면서 국내 대출시장에서 무시할 수 없는 영역을 형성하고 있다.(설민수, 2019)

이러한 흐름에 발맞추어 2016년 1월25일 “자본시장과 금융투자업에 관한 법률”의 개정을 통해 소위 ‘증권형 크라우드펀딩’ 제도를 마련하였으며, 2016년 11월2일에는 ‘P2P 대출 가이드라인’을 제정한 후 2017년 5월 29일부터 시행 함으로써 P2P대출에 대한 규제 기준도 마련하였다.(김수봉, 2018)

그러던 중, 2018년 이후 P2P대출 시장에 대규모 사기사건이 발생을 했다. “요즘 P2P 시장은 한마디로 무법천지다. 사기·횡령·잠적·부도 등 바람 잘 날이 없다. 현재 P2P 대출 업체 7곳이 사기·횡령 등의 혐의로 경찰 조사를 받고 있다.”(중앙일보 2018년 7월 5일) 여러 P2P금융회사의 도덕적 해이로 말미암아 겪지 않아도 될 연체와 부실로 인해 많은 고통을 겪은 이들이 적지 않다. (연체율:2016년말 1.24% 수준에서 2018년9월 기준 5.4%로 상승. P2P 금융협회)

금융시장의 특성상 부정이 발생하면 이용자의 우려로 사용이 줄 것으로 예상을 했으나 예상과 달리 P2P금융(이하 대출형 P2P금융을 일컬음)시장은 더욱 커지고 있다.



(출처:한국 P2P금융협회)

<그림1-1> 한국 P2P금융협회 44개사 매월 P2P대출 취급액 공시

이에, 정부에서도 P2P금융 서비스의 법제화를 추진하고 있다. 이에는 다양한 의견이 있어, 업계의 주류적 사업방식인 간접적 대출거래는 거의 대부분 자본시장법상 증권에의 개념에 포섭되어 자본시장법 규제체계로 편입되는 것이 불가피하고, 그러면서도 핀테크 산업의 혁신과 성장을 지원하는 차원에서 대부업법상 소액대부 특례를 부활하여야 한다고 제안하는 의견(성희환, 2016)도 있고, 아예 대부업법으로 규제를 하자는 의견(박광온 의원 법안발의)도 있다.

이렇듯 우여곡절은 있지만, 새로운 금융의 대안으로 시장을 키워가는 P2P 금융시장에 대한 여러 연구가 있으나, 주로 거시경제측면에서의 분석이나, 법률적인 부분에 대한 견해 등이 많았다. 또한, 아직 상대적으로 P2P금융 이용자가 많지 않다보니(2018년 기준 18만 9천명, 금융위원회) 직접 이용자를 상대한 설문조사는 한계가 있을 수 밖에 없어, 활발한 적극적 이용자들의 의견을 듣기에는 어려움이 있었다.

이에 본 연구에서는 P2P금융을 적극적으로 이용하는 사용자들의 P2P금융 재사용의도에 영향을 미치는 동기요인에 대해 알아보고, 그 동기요인과 재사용의도에 만족도의 매개여부도 조사해 보고자 하였다. 대상은 네이버의 카페

(‘피자모-P2P 투자자 모임. <http://cafe.naver.com/pijamo> 가입멤버 26,000명)에서 활발하게 활동중인 투자자들로 하였다. 설문대상자들은 ‘거의 매일 이용한다’, ‘1주에 최소한 한번이상 이용한다’에 80.6%가 선택하였다.

2) 연구의 목적

P2P금융서비스에서 적극적인 이용자들을 대상으로 재사용의도에 영향을 미치는 요인을 분석하면 향후, P2P금융플랫폼 사업자들에게 보다 명확한 마케팅 방향을 제시할 수 있으며, 사업비용을 목적하는 곳에 정확히 투자할 수 있도록 도움을 줄 수 있다. 마찬가지로 P2P금융 정책을 수립하는 정부의 기관이나 관련 사업을 진행하고자 하는 업체에게도 도움이 될 수 있을 것이다.

특히, 성장하는 P2P금융에 대한 컨설팅을 진행하고자 하는 컨설턴트들에게 새롭게 시장을 만들 수 있는 기회가 될 수 있을 것이라 기대한다.

제 2 절 논문의 구성

본 연구의 구성내용은 다음과 같다.

제1장 본 연구를 시작하게 된 연구 배경과 연구 목적을 기술하였다.

제2장 기초연구 및 가설설정에서는 P2P금융에 대한 기본 개념을 파악해 보고, P2P금융에 대한 여러 연구를 살펴보고 주요변수 설정과 이론적 배경을 확인 한 후 가설을 설정한다.

제3장 연구 방법에서는 본 연구를 위한 설문조사 방법과 측정도구에 대한 선정에 대해 설명하였고 연구모형을 제시하였다.

제4장 실증분석에서는 설문에 참여한 응답자의 인구통계학적 특성에 대하여

언급하고, 주요변인들에 대해서는 기술통계처리 하여 분석하였고 그 결과에 대한 설명과 더불어 가설검증에 대하여 기술하였다.

제5장 결론 에서는 본 연구를 통해 분석한 내용을 설명하고, 제1장의 연구목적에 맞게 P2P금융관련 업계에서 활용할 수 있는 방안을 제시하였다.



제 2 장 기초연구 및 가설설정

제 1 절 P2P 금융

1) P2P금융의 개념 및 상황

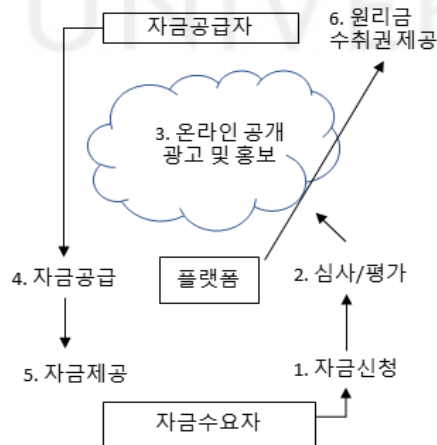
P2P금융은 인터넷 플랫폼을 통해, 다수의 개인 또는 기업 상호간에, 플랫폼이 제공한 정보를 토대로 진행하는 자율적 자금 거래 시스템이다. 금융거래시, 전통적 금융기관을 통해 간접거래를 하는 방식에서 벗어나, 금융기관이 부담하던 리스크는 직접 부담하고, 벌어가는 수익도 직접 받아가는 구조를 가진다.

손영화(2016)는 P2P금융이 제도권 금융에서 소외된 이들을 구제하는 핀테크 서비스의 하나로 간주되고 있다고 하였다. P2P금융이 기존 금융권의 자체 신용평가시스템이 아닌 소셜미디어상의 빅데이터와 다양한 거래정보 등을 분석해 대출 여부를 결정하게 되어 제도권 금융의 높은 문턱을 넘지 못한 낮은 신용자들이 고금리 대부업체보다 낮은 금리로 돈을 빌릴 수 있다는 것이다. 또한 개인 소액투자자의 입장에서 P2P 금융은 저금리시대 은행 예·적금 금리보다 높은 금리로 이익을 얻을 수 있다는 장점이 있다 하였고, P2P금융업체는 투자자와 대출자간 중개인 역할을 통해 수수료를 얻을 수 있다고 하였다.

최수열(2017)은 P2P금융의 고유한 특징으로 다음과 같이 언급하였다. “온라인에 접속된 불특정 다수가 e-Marketplace라는 가상의 장소에서 금융니즈를 해결하고자 하기 때문에 양당사자의 신속하고 정확한 업무처리를 위해 이를 관리하는 중개인을 필요로 하게 된다. 중개인은 차입자를 위한 대출계약, 투자자를 위한 투자계약을 체결함에 있어 대출행위와 투자행위에 관한 법률에 적법화시키는 과정에서 P2P대출 중개업자가 여신기관과 차입자간의 대출계약에 연계된 약속어음(Loan Note), 원리금수취권 등을 투자자에게 매매하는 방식으로 업무처리가 진행되므로 간접금융 형태로 운영되고 있다. 하지만 차입자의 채무불이행 위험을 투자자에게 모두 이전시킨다는 점에서 그 경제적 실익은 직접금융 형태와 같은 결과로 이어진다는 점이 바로 P2P금융의 고

유한 특징이라고 할 수 있다.”

P2P 금융을 구성하는 요소는 크게 자금공급자, 자금수요자, 플랫폼 사업자이다. 자금수요자는 P2P금융 이용의 주체로서 대출 신청시 요구되는 제반 서류를 제출해야 하고 대출이 실행된 후부터는 정기적으로(통상 매월) 대출이자와 원금을 상환해야 할 의무가 있다. 자금공급자는 P2P금융의 공급주체로서 투자금액에 대한 이자를 받을 권리가 있고 자금수요자가 채무를 불이행상태에 빠질 경우 투자에 대한 손실을 부담해야 한다. 플랫폼은 자금공급자와 자금수요자를 연계해주는 주체로서 담보평가 및 신용평가, 기타 여러 정보를 통한 자금 회수가능성의 적정성에 대해 판단한 후, 자금공급자에게 인터넷을 통한 정보공개와 자금 모집을 한다. 자금공급자는 플랫폼에 자금을 공급하고, 플랫폼은 자금수요자에게 자금을 제공한다. 자금을 제공한 공급자의 입장에서 는 자금공급을 하였다는 인터넷 로그기록은 남겠지만, 법적으로 권리가 발생 하는 자료가 아니다. 때문에 플랫폼에서는 자금공급을 증명하는 서류로 ‘원리금수취권’을 전달한다. 이후 이자 및 원금상환시 자금수요자로부터 원리금을 회수하여 자금공급자에게 배분한다.



<그림 2-1 > P2P금융 프로세스

한편, 플랫폼 내부의 처리절차는 조금 더 복잡하다. 법상 P2P금융 플랫폼회사는 자금수요자에게 자금을 직접 제공(대출실행)할 수 없다. 때문에 플랫폼은 금융기관(통상 대부업, P2P금융플랫폼 중에는 1금융권을 이용하는 곳도 있다)을 자회사로 두고, 이 금융회사가 자금 제공을 집행하는 형식이다. 이 과정에서 자금공급자의 입장에서는 원리금 수취권에 대한 권리에 대해 확대해석하기가 쉽다. 즉, 원리금 수취권이 있으니 연체나 부도 발생시 직접 권리행사가 가능할 것으로 생각하는 경우다. 원리금 수취권은 금융회사가 자금수요자로부터 원리금을 회수하는 경우에 한해, 투자금에 비례한 원금과 이자를 금융회사로부터 지급받을 수 있는 권리에 지나지 않는다. 따라서, 자금공급자는 원리금수취권을 받았다고 하여, 채권자의 권리를 확보한 것은 아니다.

이처럼 P2P금융은 자금공급자의 권리에 대해 오해할 수 있는 구조로 되어 있고, 제공된 정보의 비대칭성이 향후에 논란거리로 남을 수도 있는 구조다. 성희활(2016)은 금융위원회가 최근 가이드라인의 형태로나마 적극적인 규제에 나서는 것은 투자사기를 방지하는 한편 구체적인 규제체계를 제시함으로써 업계가 보다 예측 가능성 있는 환경에서 안정적인 발전을 꾀할 수 있다는 점에서 긍정적으로 평가할 수 있다 하였다. 그러면서도 현행 P2P금융에 근본적으로 내재하는 법적 문제점을 간과하고 여전히 대부업법 테두리내에서 행정지도라는 소극적 형태로 관리 감독하겠다는 것은 상황의 심각성에 대한 인식부족으로 보인다하여 금융위원회를 비판하기도 하였다.

2) P2P 금융 운영 프로세스

P2P금융에서 이루어지는 구체적인 운영 프로세스는 다음과 같다. 본 연구에서 변수로 제시하는 인지적위험(보안)과 편리성 부분에서 이용자가 겪는 상황을 파악하기 위해 운영 프로세스를 기술한다.

가) 가입 프로세스

가입은 대부분의 P2P금융플랫폼의 사이트에서 컴퓨터와 스마트폰으로 홈페이지에 접속을 할 수 있다. 서비스를 이용하기 위해서는 먼저 통신사를 통

한 개인확인 절차를 거친다. 이후 보여지는 가입프로세스는 아래와 같다. (국내 P2P금융플랫폼 서비스의 80%가 유사한 프로세스 임. 세이퍼트 홈페이지 참조. www.seyfert.kr)

<그림 2-2 P2P금융플랫폼 가입절차>

P2P금융플랫폼에서는 최근의 다른 일반 인터넷 사이트와 달리, 주민등록번호를 수집한다. 이는 향후 수익금 발생시 세금처리를 하기 위해 꼭 필요한 절차이다. 모든 P2P금융플랫폼에서는 주민등록번호를 암호화 처리하여 저장을 하였으며, 유출시에도 자료를 알아볼 수 없도록 처리하고 있다. 다음으로, 이용자 본인의 기 보유한 계좌를 등록해야한다. 향후 수익금을 전달하기 위해 필요한 절차이다. 마지막으로 기 계좌와 연결되어 투자에 이용하는 가상계좌를 발급한다. 가상계좌는 여러 금융기관에서 제공하고 있으며, 금융기관을 선택하면 즉시 발급이 되는 구조이다.

이러한 가입절차가 컴퓨터에서는 원활히 진행이 되나, 스마트폰 중 일부 기종의 경우 보안을 위한 절차가 추가로 들어가거나, 가입진행이 원활히 이루어지지 않는 경우도 있다.

나) 투자 프로세스

실제 투자가 이루어질 때는 주로 문자메시지 또는, ARS인증을 이용하여 매번 본인인증을 진행한다. 인증 시, ‘15분’인증, ‘90일’인증을 선택할 수 있다. ‘15분’ 인증을 선택하면 특별한 프로세스 변경이 없지만, ‘90일’을 선택하면 문자메시지를 통해 추가 확인절차를 거친다. 그 대신 90일동안 인증프로세스가 나타나지 않는다. 이후 간략한 이용약관에 대해 직접 키보드로 ‘동의함’을 입력하여야 문자 메시지 인증프로세스가 진행된다.

안전 투자 진행

투자상품 정보
Product Info

상품코드 #1328
 상품명 계통상품명
 모집금액 330만원
 수익률 (연) 18%
 투자기간 6개월
 ✓ 투자 가능금액은 330만원입니다.

투자금액 입력
Enter Amount

투자금액입력 원
 동의할 금액 0원

인증방법 선택
Verification Method

☒ 문자메시지 방법 ☐ ARS 인증

인증기간
Validity Period

☒ 15분 ☐ 90일

이용약관 동의
Terms

본 투자상품은 원금이 보호되지 않습니다. 모든 투자상품은 발행
 방법 상 '유사수신행위'의 규제에 관한 법률에 의거하여 원금과
 수익을 보장할 수 없습니다. 또한 자입자가 원금의 전부 또는 일부를
 상환하지 못할 경우 발생하게 되는 투자금 손실을 투자위험은
 투자자가 부담하게 됩니다.

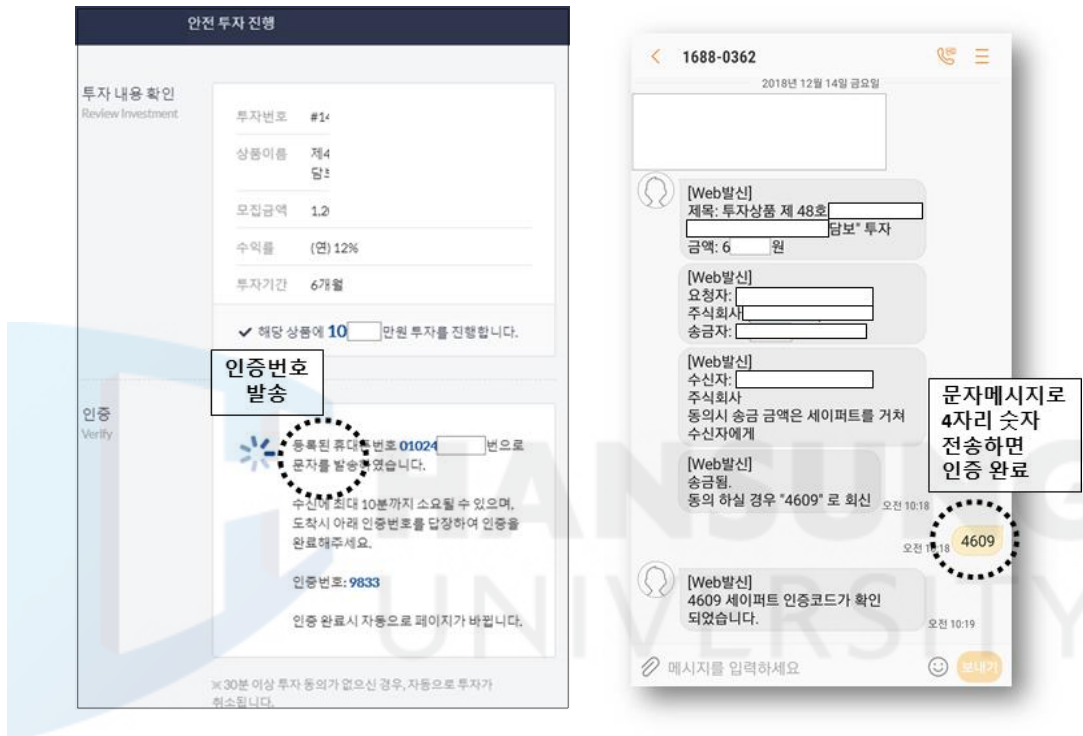
상기 안내 내용을 확인하시고, 투자이용약관에 동의함을 직접 아래
 '동의함'에 입력합니다.

'동의함' 직접입력
동의함 (입력)

☐ 투자이용약관에 동의 함 ■■■■■ 확인하고 투자를
 진행하겠습니다.

<그림 2-3 투자 프로세스 1>

문자메시지 인증은 컴퓨터나 스마트폰을 이용한 투자진행시, 마무리단계에서 거치는 프로세스이다. 문자서비스를 통해 전송된 투자내역에 대해 인증번호를 문자서비스로 반송하고, 일치된 인증번호를 확인하게 되면 투자가 마무리된다.



<그림2-4 투자 프로세스 2>

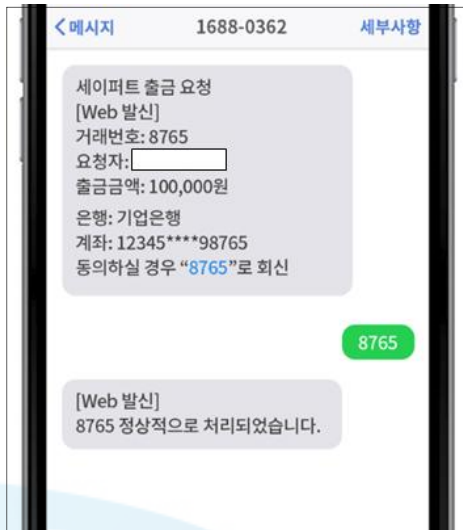
다) 예치금 반환 프로세스

투자가 완료된 후, 투자금과 수익금을 인출할 때, 문자메시지를 이용한 보안프로세스를 거친다. 홈페이지에서 예치금을 반환받기 위한 금액을 입력하면, 바로 본인의 스마트폰으로 문자 메시지가 전송된다.<그림2-5> 문자메시지에 적힌 인증번호를 전송하면 본인계좌로 즉시 송금이 이루어진다.

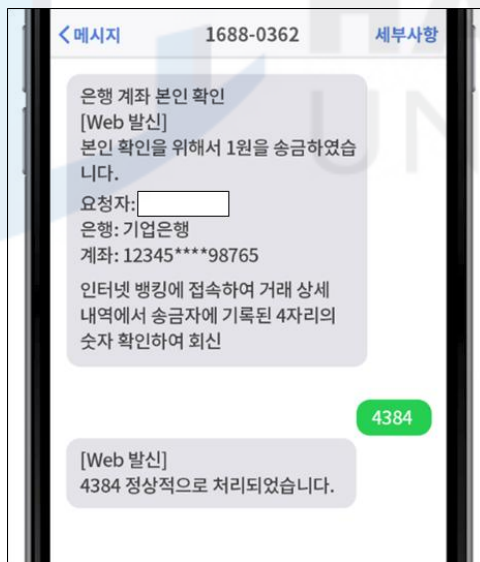
라) 최초 출금 프로세스

최초 출금 절차를 실행할 때, 본인의 계좌확인을 위해 진행한다. 이 때 플랫폼에서 1원을 송금하며, 송금자 명에 인증번호를 전송한다. 전송한 송금 인

증번호를 문자메시지로 반송하면 출금 가능한 통장으로 인식되어 출금 프로세스가 진행된다.<그림 2-6>



<그림 2-5 예치금 반환 프로세스>



<그림 2-6 출금 계좌 확인 프로세스>

이처럼 이용 프로세스는 보안과 편리성에서 일반 쇼핑몰 사이트 이용시와는 다르며 복잡하다. 또한, 금융거래시 문자서비스를 이용한 보안 처리 방식

이 생소하고, 보안숫자를 다시 휴대폰 번호로 재전송하는 방식은 처음 이용자에게 어려움을 느낄 수 있다. 그렇지만, 은행, 증권 사이트 이용시와 비교하면 공인인증서 등의 프로세스가 없고, 사이트에 특별한 보안프로그램 설치 등이 없어 간단하게 여겨질 수 있다.

한편, 2019년에는 P2P업체에서 사용하는 가상계좌를 사용한 보이스피싱 사건이 일어났다.(KBS News 2019년 3월 17일) 은행 등 금융권에서 금융사기를 막기위해 30분 인출이 지연되는 지연인출제에 가상계좌가 포함이 되어 있지 않아 벌어진 일이다. 이러한 사건들은 P2P금융플랫폼 이용자들에게 불안감을 줄 수 있다.

제 2 절 주요 변수 설정과 이론적 배경

아직 성장기에 있는 국내 P2P금융플랫폼 회사는 사업을 위해 막대한 비용을 들이고 있다. 먼저 높은 고금리를 제시하여 수익률을 저하시키고, 리스크를 높인다. 둘째 이용자들을 끌어들이기 위해 높은 홍보비용을 들인다. 셋째, 일부이지만 높은 리워드(추가 금리 제시, 고가 상품권 제공 등)를 운영하여 마케팅 비용을 높인다. 이러한 비용은 모두 이용자를 확보하고 서비스 만족도를 높여 재사용의도를 높이기 위해 사용한다. 초기 성장을 위해 비용을 들일 수 밖에 없다면 보다 효과적으로 사용하는 방법을 연구해야 한다.

이에 P2P 금융 서비스 이용자의 만족도를 높이기 위해 제시하는 3가지 변수로써 인지적 위험과 편리성, 사회적영향을 본 논문에서는 제시한다.

1) 인지적위험

일반적으로 금융권에서 '인지적 위험'이라 함은 대출된 자금의 상환 불안정 상태에 대한 위험을 의미할 수 있다. P2P금융은 시중 1~2금융권에 비하여 고금리 수익을 제시하고 있기에, 이에 대한 위험을 변수로 보는 것

은 타당할 수 있다. 그러나, 바꾸어 생각해보면, 빌려준 자금의 상환 불안정에 대한 극복에 대한 것은 고객의 입장에서 당연히 만족하다 할 수 있을 것이며, 고금리 수익을 제시하면서 상환에 대한 단점을 극복할 수 있다는 것은 논리적이지 않은 면이 있다.

한지형(한지형, 2017)은 수년에 걸친 모바일금융서비스 관련 키워드 빈도 조사에서 ‘보안’, ‘공인인증서’, ‘비밀번호’, ‘인증’, ‘확인’, ‘안전’ 등과 같은 보안이나 안전 관련 키워드들이 장기간에 걸쳐 지속적으로 꾸준히 등장하고 있음을 확인했다. 이는 소비자들이 모바일금융서비스 관련되어 보안 및 안전관련 문제에 대해 꾸준히 관심을 가지고 있음을 의미한다고 하였다. P2P금융플랫폼들의 모든 서비스가 모바일을 통해서도 동시에 이루어지고 있어(“P2P금융 렌딩이 지난해 10월부터 3개월 간 P2P상품 이용자의 접속행태를 분석해본 결과, 전체 이용자의 68%가 PC가 아닌 모바일을 통해 서비스를 이용해왔다”(매일경제 2017년1월 6일)) 높은 관련성이 있다고 할 수 있다.

한편, 인지된 위험이론(TPB)은 소비자들의 혁신확산을 경제학적 기본 원리에 따라 설명하는 이론으로 TPB의 가장 중요한 변인은 바로 인지된 보안성인데(Ram & Sheth, 1989), 인지된 보안성은 혁신확산이론(IDT)에서 인지된 혁신특성의 대표적인 변수이기도 하다. 배재권(배재권, 2018)은 인지된 보안성은 IDT에서 인지된 혁신특성의 대표적인 변수이기도 하며, 인지된 보안성은 소비자들이 혁신서비스 수용과정에서 인지된 보안성이 높다고 인식할 경우 이용자 만족도도 높아질 것으로 판단된다고 하였다.

이에 본 논문에서는 인지적 위험에 대한 변수의 조작적 정의를 사이트 보안에 대한 부분으로 국한한다. 갑자기 규모가 커진 시장에 비해, 대부분의 P2P금융플랫폼 사이트 보안은 일반 금융권 사이트에 비해 취약한 것이 사실이다. 일반 쇼핑몰 가입하는 것과 비슷한 수준의 단계를 거칠 뿐인데 비하여, P2P금융플랫폼 이용자들은 자신의 개인 정보를 대량 제공해야만 한다. 예를 들어 자신의 계좌정보(가상계좌와 연결된 계좌번호로 가상계좌에서 출금시 사용된다), 주민등록번호(국내에서 다른 일반사이트에 가입할 때와 달리 주민등록번호가 필요하다. 이유는 세금납부를 위해서이다), 전화번호, 주소 등을 제공하여야만 한다. 이 경우 이용자는 P2P 금융

플랫폼의 보안에 대하여 강한 믿음을 가져야 한다. 그러기에는 타 금융권처럼 보안프로그램을 별도 설치한다든지 하는 과정이 없고, 공인인증서를 사용하지 않는다. 이용자가 과연 P2P금융플랫폼의 보안시스템에 대한 믿음이 어느정도 확인할 필요가 있고, 믿음이 높을수록 만족도에 높은 영향을 미칠 것이라고 예측할 수 있다.

또한 인지적 위험에 대한 재사용의도와 관련된 측면에서는, 인지된 위험은 심리적인 위험으로 정의할 수 있으며, 정보시스템의 수용에 있어서 수용의도와 행동에 부정적인 영향을 미치는 것으로 연구되어 왔다(한동균 외, 2015)고 하여 재사용의도에 영향을 줄 수 있다 하였다. 그밖에 새로운 기술 및 미디어에 대한 위험을 인식할 경우, 그 기술이나 미디어가 유용하고 효율적이라 인식하는 것이 어려울 것이며, 이는 이용의도에도 상당한 영향을 미치게 될 것이라 하였다. (이종호, 이비, 2016)

간편 결제서비스에서 사용자가 느끼는 보안위험은 “지급결제를 위해 맨 처음에 입력한 사용자의 각종 개인정보와, 각종 결제정보를 해킹으로부터 안전하게 보호 받을 것으로 믿는 정도”라고 정의(이용규, 2007)하였으며, 간편 결제시스템의 사용에 있어 인지된 위험의 요소로서 개인정보 위험, 즉, 인지된 위험성 요소가 고려되어야 한다고 주장하였다(남정기, 2016). 또한, e-비즈니스의 온라인 소비에서 인지된 위험의 감소는 소비자의 사용의도를 구축하게 한다(Park et al., 2012)고 하였고, 위험에 관한 요인들은 새로운 금융서비스의 사용의도에 장애물로 확인되었다(Tsiakis, 2012; Hanafizadeh et al., 2014; Bryson et al., 2015; Köster et al., 2016)고 하였다. 인지된 높은 위험은 개인정보를 업로드하고 거래하려는 의도에 악영향을 미치며(Liao et al., 2011; Yi et al., 2013), 인지된 위험은 대출자와 플랫폼에 대한 투자자의 사용의도에 확실하게 영향을 준다(Chen et al., 2015)는 것도 제시되었다. 배재권(2018)은 인터넷 전문은행의 보안정책 및 정보보안체계가 표준화되고, 리스크관리가 관제시스템을 통해 제대로 통제되고 있다는 점을 이용자들이 인지한다면 이용자 만족도는 높아진다고 하였다.(배재권, 2018)

2) 편리성

P2P 금융플랫폼 사업자는 온라인 환경에 대한 이용자의 불안과 불확실성을 줄이고 인식된 위험을 완화하고 사용의도를 높이기 위해 이용자의 편의를 도모해야 한다.(Zhou, 2013; Chen et al., 2015) P2P금융플랫폼을 이용하기 위해서는 먼저 가상계좌를 발급하여야 한다. 인터넷에 익숙하지 않은 이용자의 경우, 사용에 어려움을 겪을 수 있다. 또한 투자 후, 수익이 발생해서 본인의 계좌로 자금을 이체할 경우, 휴대폰을 통한 추가 인증을 받아야 하는 경우도 있다 (핀테크 오픈뱅킹 플랫폼 Seyfert API 서비스, 2017년 6월 현재 P2P금융의 80%가 이용 중. <http://seyfert.kr>). 휴대폰의 추가 인증은 다른 인터넷 서비스에서는 자주 이용하지 않는 015 문자서비스를 이용한 시스템으로 독특한 방식이다. 모바일을 통한 서비스 이용이 늘어나면서 앱을 이용하는 이용자가 많아졌지만, 아직 상당수의 P2P금융플랫폼은 모바일웹 방식을 이용하고 있다. 이는 기존 금융권과 다른 방식이고, PC버전과 모바일 버전을 같은 URL에서 표현하는 방식을 주로 이용하고 있어 모바일 전용 서비스를 이용하는 앱에 비해 어색한 부분이 있다.

이처럼 P2P금융은 기존의 금융기관과 다른 방식을 이용하고 있어, 이용자의 편리성 수용여부가 중요하다. 이용자가 P2P금융플랫폼을 사용함에 있어 편리성을 느낀다면, 이는 만족도에 영향을 미칠 것이다. 김영환과 최수일(2009)은 IPTV이용 소비자의 지각된 편리성과 유용성이 이용만족도에 유의한 영향을 미쳤다 하였으며, 한순호(2009)의 연구에서도 이용만족도에 영향을 미치는 중요요인으로 지각된 유용성과 편리성을 밝혔다. 또한 배재권(2018)은 인터넷전문은행 이용자의 인지된 상대적 이점과 인지된 편리성은 인터넷전문은행 이용자만족도에 유의한 영향을 미친다고 하여 편리성이 만족도에 영향을 미친다 하였다.

편리성은 사람이 기술을 사용할 때 노력을 들이지 않은 정도를 의미한다. 또한, 사용하기에 편리한 상품이나 서비스가 편리하면 사용 비율이 높아진다는 많은 연구 결과가 발표되고 있다 (Berry et al., 2002; Seiders et al., 2007; Colwell et al., 2008). 한편, Kleijnen et al.(2007)은 모바일 뱅킹에서

결제서비스를 사용할 때, 시간의 편리성에 대해 사용자가 느끼는 정도는 이용자에게 가치를 제공할 수 있는 중요한 변수이고 사용의도에도 영향을 끼친다고 하였다.

3) 사회적 영향

사회적 영향은 “사회적인 관계 속에서 네트워크 구성원들이 서로의 행동에 의해 영향을 주고받는 정도”(Rice et al.1990) 또는 “특정행동을 수행하도록 개인이 받는 지각된 압력”으로 정의된다.(Venkatesh and Brown 2001)

사회적 영향은 ‘사용자에게 영향을 주는 다른 사람들이 사용자에게 새로운 기술을 사용해야 한다고 믿는 것에 대해 사용자가 인식하는 정도’로 정의되며,(Venkatesh et al., 2003) 사회적 영향은 주변에 있는 사람들의 이미지나 평가, 사회적 규범, 상징 등이 새로운 기술을 이용해야 된다고 믿는 개인적 지각의 정도로 정의된다.(Rogers, 2003; Venkatesh et al.,2000)

사회적 영향은 특히 정보기술(IT) 분야의 혁신적인 서비스 수용에 있어서 중요한 역할을 하는데,(Venkatesh 1996; Taylor and Todd., 1995) 혁신적인 서비스의 경우 기술 및 시장 불확실성이 높은 만큼 소비자가 자신의 판단에 대한 확신이 낮아 타인의 정보에 의존하려는 경향이 커지기 때문이다.(김상훈 외, 2010)

또한 Deutsch and Gerard(1995)는 미디어 서비스의 수용에 영향을 주는 인지된 사회적영향으로, 새로운 커뮤니케이션 수용에 관한 개인의 행위를 말하였는데, 포괄적 결정요인으로 주변의 영향이라고 언급하였다.

사회적영향은 정보적 영향과 규범적 영향으로 구분되어지며, 정보적 영향(informational influence)은 현실에 대한 증거(evidence)로써 타인에게서 입수한 정보를 받아들이는 영향을 뜻하고, 규범적 영향(normative influence)은 타인이나 그룹의 기대에 복종하게 되는 영향을 의미한다(이정민, 2005)고 하였다.

정영훈, 김건,이중정(2015)는 모바일 신용카드에 관한 연구에서 정부기관의 촉진정책은 사용자 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다고 하여

사회적영향이 만족도에 영향을 미치는 요인임을 제시했다. 또한, Li Jing Yu, Jehong Lee(2018)은 모바일 결제를 이용하는 상당수의 이용자는 주변인들의 영향을 받으므로, 모바일 결제 사업자는 모바일 결제의 사회적 영향과 수용자 수를 높이는 방법을 강구하여야 한다고 하였다.

Bhattacharjee(2001)는 여러 기능과 서비스를 많이 이용하는 고객들은 구전활동에 적극적일 가능성이 높으며 연관된 다른 제품이나 서비스도 수용할 가능성이 높다고 하였고, 혁신기술 혹은 혁신적 신상품의 실질적인 성공은 최초 사용보다 지속적인 사용으로부터 나온다고 하였다.

4) 만족도

만족도에 대해 Hunt(1977)는 '이용자가 이용해본 결과 기대보다 좋았다고 평가하는 것'이라 하였다. Oliver(1980)는 '이용자가 자신의 기대와 욕망에 따라 제품, 서비스를 구매한 후, 그 결과가 자신의 기대와 욕망에 일치하는 상태'라고 하였다. 이유재(2000)는 제품이나 서비스의 사용 전 기대와 사용 후 느끼는 지각의 불일치에 대한 이용자의 평가과정이라 정의하였다.

소비자 만족도는 최근 20년 간 가장 중요한 마케팅 성과 척도로 평가되었고, 매출, 시장 점유율 등이 과거 성과를 예측하는 척도라면, 소비자 만족도 측정은 사업의 미래를 예측하는 지표라 할 수 있다.(Byrne, 1993) 엄준영(2000)은 만족도에 대해 특정 제품이나 서비스의 구매나 소비 경험에 대한 이용자의 전반적이고 주관적이며 평가적 반응이라 하였다.

한편, Schiffman & Kanuk(1991)은 혁신제품 및 서비스가 기존에 사용하던 제품 및 서비스보다 상대적으로 뛰어나 다양한 효익을 가져다주므로 인해 만족도가 높아진다면 지속적으로 이용의도가 높아진다고 주장하였다. 유화숙(2017)도 서비스 이용자가 구매 전에 제품이나 서비스에 대해 갖고 있던 기대와 지각된 제품의 성과를 비교하여 만족할 때 재구매 의도가 발생한다 하였고, 최수정, 강영선(2016)의 연구에서도 모바일 간편 결제 서비스의 만족이 지속사용의도를 높이는 비교적 영향력이 큰 요인으로 나타나 만족도와 재사용의도간에 영향이 있음을 제시하였다. 윤병훈(2017)은 많은

선행 연구들을 토대로 볼 때 이용자의 만족은 재이용의도로 연결되어 제품의 매출 또는 서비스 이용을 증대시킨다고 일반화할 수 있다고 하였다.

5) 재사용의도

유화숙(2017)은 소비자가 어떤 제품 또는 서비스가 필요하여 특정의 제품과 서비스를 구매하여 사용해보고 그에 만족한다면 다음에도 다시 그 제품 또는 서비스를 재구매할 것이라고 하였다. 이와 같이 재구매는 기업의 존 재이유와 더불어 수익성 향상에도 기여하므로 기업들은 고객의 재구매를 유도하기 위한 다양한 활동과 전략을 세우게 된다.(유화숙 2017) P2P금융을 이용하는 이용자는 200군데가 넘는 사이트를 일일이 모두 사용하지는 않을 것이다. 마케팅을 통해 방문을 한 이용자가 한번이라도 서비스를 이용하게 하기 위해 막대한 비용과 시간이 든다. 이들이 향후 동일한 P2P금융플랫폼에서 반복하여 서비스를 이용하게 할 가능성을 재사용의도라 한다. Newman and Werbel(1973)은 소비자가 만족하면 불만족한 소비자보다 제품이나 서비스를 재구매할 가능성이 높으므로 재구매에 대한 지표는 소비자 만족에 대한지표로써 사용이 가능하다고 하였다.

Oliver와 Swan(1989)는 이용자가 제품이나 서비스에 대해 만족한 후 보이는 태도가 다시 구매하는 의도에 영향을 미친다 하였고, Cronin과 Taylor(1992)는 서비스의 품질이 이용자의 만족에 영향을 주고, 만족은 또 다시 재사용의도에 영향을 미친다고 주장하였다. Bearden과 Teel(1983), Bitner(1990)의 연구에서도 사용자의 만족이 지속적 사용의도에 영향을 미친다는 사실이 밝혀졌다. McDougall과 Levesque(2000)는 사용자가 서비스를 재이용하기 원하는 정도와 타인에게 해당기업의 서비스를 추천하는 정도를 재사용의도라 정의하였다. 기존의 고객을 유지하는데 드는 비용보다 새로운 고객을 유치하는데 다섯 배 이상 많은 비용이 들기 때문에 지속적인 고객 만족을 통한 고객 유지, 그리고 이어지는 재구매율을 높이는 것이 기업에 큰 도움이 된다고 설명하였다. (Rust & Zahorik, 1993)

Forrester Research(2000)는 온라인쇼핑몰의 서비스나 상품에 만족한

기존 고객이더라도 대상의 75%는 타 쇼핑몰에서 쇼핑할 생각이 있다고 했다. 따라서, 온라인을 기반으로 사업을 전개할 경우 재사용을 유도하는, 차별화 되고 보다 체계적인 전략이 필요하다고 하였다.

이용자가 기업체의 상품을 구매하고 사용한 후 만족을 하면, 다시 기업의 상품을 재사용하게 되고 이는 기업의 수익에 기여하여 사업체 생존에 큰 영향을 미치게 된다. 반대로 고객의 재사용이 없다면 회사는 생존 할 수 없다. 새롭게 시장이 형성되고 있는 P2P금융시장에 있어서 매우 중요한 시사점이라 할 수 있다. (김기문, 김원우, 이호근 2005)

제 3 절 가설 설정

선행연구들에서 인지적위험, 편리성, 사회적영향이 만족도와 재사용의도에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 P2P금융이용자들 중 적극적인 이용자들에게도 같은 정의 영향이 나타나는지에 대해 알아보고자 한다. 또한, 만족도가 각 독립변수와 재사용의도사이에서 매개효과가 있는지 확인을 한다. 이에 본 연구에서 제시하는 연구문제와 그에 대한 가설 설정은 다음과 같이 하였다.

1) 연구문제 1: 주요변인들(인지적위험, 편리성, 사회적영향)은 만족도와 재사용의도에 영향을 미치는가?

가설1-1: 인지적위험은 만족도에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설1-2: 편리성은 만족도에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설1-3: 사회적영향은 만족도에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설1-4: 인지적위험은 재사용의도에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설1-5: 편리성은 재사용의도에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설1-6: 사회적영향은 재사용의도에 정의영향을 미칠 것이다.

2) 연구문제 2: 만족도는 재사용의도에 영향을 미치는가?

가설2-1: 만족도는 재사용의도에 정의 영향을 미칠 것이다.

3) 연구문제 3: 주요 변인들과 재사용의도와의 관계에서 만족도는 매개효과가 있는가?

가설3-1: 인지적위험과 재사용의도와의 관계에서 만족도는 매개효과가 있을 것이다.

가설3-2: 편리성과 재사용의도와의 관계에서 만족도는 매개효과가 있을 것이다.

가설3-3: 사회적영향과 재사용의도와의 관계에서 만족도는 매개효과가 있을 것이다.



제 3 장 연구방법

제 1 절 자료수집 및 분석방법

국내에 거주하는 사람으로 P2P금융서비스 적극적인 이용경험이 있는 사람 144명을 대상으로 진행. 총 155명의 설문을 받았으나, 144명이 이용경험에 ‘예’를 선택하였고, 이들을 대상으로 연구 분석에 적용하였다. 국내 P2P 연구의 한계는 P2P금융 경험자가 전체인구의 0.35% 정도 밖에 되지 않기 때문에 경험자를 찾기에 어려움이 있었다. 이에 ‘피자모’라는 P2P 이용자의 온라인카페에서 설문조사를 진행하였다. 설문 조사 기간은 2019년 4월중 10일 동안 이루어졌다. 설문 방식은 질문 대부분 항목에 대해서는 리커트 5점 척도를 사용하였다.

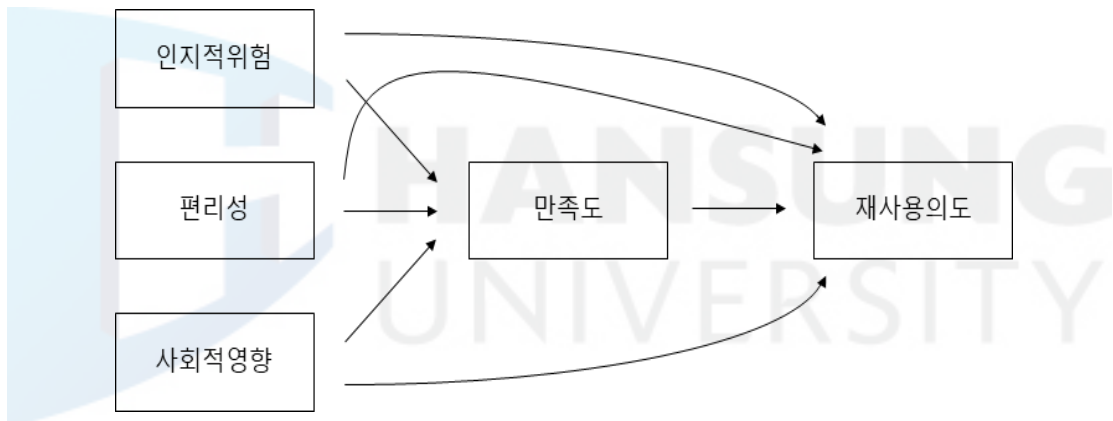
분석방법은 통계 SPSS Statistics 23.0을 이용해서 5% 유의수준으로 설정하여 분석을 실시하였다. 인구 통계학적 분석은 기술통계 빈도분석(Frequency Analysis)를 진행하였다. 연구모형에 대한 타당도 분석은 탐색적 요인분석을 실시하였고, 신뢰도분석은 크로마흐 알파 분석을 실시하였다. 독립변수로 제시된 P2P금융이용시 인지적위험과 편리성, 사회적영향 요인이 만족도와 재사용의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 분석과 만족도의 매개효과를 알아보기 위해 단계적 회귀분석을 실시하였다.

제 2 절 측정도구

측정도구는 모바일 금융 환경에서 소비자적응에 대한 연구를 한 한지형(2017), 부동산클라우드펀딩의 이용의도에 대해 연구한 김혜숙(2018), 금융서비스 품질이 고객만족도와 충성도에 미치는 영향을 한 김지혜(2018) 인터넷전문은행에 대한 소비자 이용만족도에 영향을 미치는 요인에 대해 연구한 정주원, 조소연(2018), 전자상거래 거래품질과 고객만족과 재구매에 미치는 영향을 연구한 엄준영(2000), 모바일 बैं킹 서비스품질에 대해 연구한 심윤정 외(2017), P2P 금융서비스의 수용자 인식과 태

도 연구를 한 김유미(2017), P2P 금융플랫폼 사용의도의 영향요인에 관한 탐색적 연구를 한 장지연(2017)의 설문문항을 참고하여 본 논문에 적합하게 작성하였다. 독립변수인 인지적위험은 4개문항, 편리성 4개문항, 사회적영향 4개문항으로 모두 12개 문항으로 구성되어 있다. 종속변수인 만족도와 재사용의도는 모두 3개씩 구성되었다. 각 항목의 측정은 전혀 아님(1), 아님(2), 보통(3), 그렇다(4), 매우 그렇다(5)로 리커트 5점 척도로 구성하였다.

제 3 절 연구모형



<그림 3-1 > 연구모형

제 4 장 실증분석

제 1 절 표본의 인구통계학적 요인에 관한 분석

개인특성은 총 10개이다. 성별, 이용경험, 학력, 직업, 소득, 투자금액, 이용빈도, 이용기간, 이용이유, 희망수익률 이다.

<표5-1> 조사표본의 특성

구 분		빈 도	비 율
성별	남	110	76.4
	여	34	23.6
학력	고졸 이하	14	9.7
	대학(2년)졸업 또는 재학	25	17.4
	대학(4년)졸업 또는 재학	105	72.9
	대학원졸업 또는 재학 이상	0	0
직업	회사원	75	52.1
	공무원	4	2.8
	자영업	13	9.0
	전문직	13	9.0
	연구직	6	4.2
	주부	7	4.9
	기타:	26	18.1
가계소득	200만원 이하	9	6.3
	200만원 초과 ~ 300만원 이하	33	22.9
	300만원 초과 ~ 500만원 이하	55	38.2
	500만원 초과 ~ 700만원 이하	31	21.5
	700만원 초과	16	11.1
투자금액	100만원 이하	18	12.5
	100만원 이상 ~ 500만원 이하	28	19.4
	500만원 이상 ~ 2,000만원 이하	33	22.9
	2,000만원 이상	65	45.1
이용빈도	거의 매일 이용한다	72	50.0
	1주에 최소한 1번은 이용한다.	44	30.6
	한달에 최소 1번은 이용한다.	16	11.1
	자주 이용하지 않는다.	12	8.3
이용기간	1년이내	51	35.4
	1년이상 ~ 2년이내	42	29.2
	2년이상 ~ 3년이내	40	27.8

	3년이상 ~ 5년이내	10	6.9
	5년이상	1	.7
이용이유	사용이 편리하다	21	14.6
	금융보안면에서 안전하다	7	4.9
	수익률이 높다	85	59.0
	아는 사람이 소개해 주어서 이용한다	9	6.3
	연체율이 없거나 낮아 감내할 수준이다	21	14.6
	사이트 구조가 복잡하지 않다.	1	.7
	다른 사람들의 거부감이 낮다	0	0
	수익률은 상관없다.	5	3.5
희망수익률	10% 이내	25	17.4
	10% 초과 ~ 15% 이내	111	77.1
	15% 초과 ~ 20% 이내	3	2.1
	20% 초과	0	0

제 2 절 타당성 및 신뢰도 분석

변수에 대한 타당도 분석을 실시하였다. 타당도 검증을 위해 spss 23.0을 이용한 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 구성요인을 추출하기 위해 주성분 분석(Principle Component Analysis)를 사용하였고, 요인의 선명한 구분을 최대화하기 위해 회전방식은 직각회전방식 중 Varimax방법을 사용하였다.

1) 독립변수

가) 타당도 분석

독립변수에 대한 요인분석의 적정성을 확인하기 위해 KMO 값을 확인해 본 결과 .779이고, Bartlett의 구형성검정의 카이제곱 유의확률 값이 .000으로 유의한 것으로 나타나 본 데이터는 요인분석을 하기에 적합한 것으로 판단된다.

<표5-2> 독립변수 KMO 및 Bartlett 검정

표본 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도.		.779
Bartlett의 구형성 검정	근사 카이제곱	1109.397
	자유도	66
	유의확률	.000

공통성의 추출값에서 사회적영향 3번의 추출값이 .403이어서 이를 제거하였다.

<표5-3> 독립변수 공통성

	초기	추출		초기	추출
인지위험1	1.000	.745	인지위험1	1.000	.747
인지위험2	1.000	.895	인지위험2	1.000	.895
인지위험3	1.000	.835	인지위험3	1.000	.834
인지위험4	1.000	.855	인지위험4	1.000	.854
편리성1	1.000	.834	편리성1	1.000	.836
편리성2	1.000	.821	편리성2	1.000	.822
편리성3	1.000	.649	편리성3	1.000	.663
편리성4	1.000	.798	편리성4	1.000	.812
사회영향1	1.000	.551	사회영향1	1.000	.599
사회영향2	1.000	.684	사회영향2	1.000	.752
사회영향3	1.000	.403	사회영향4	1.000	.515
사회영향4	1.000	.560	추출 방법: 주성분 분석.		

추출 방법: 주성분 분석.

설명된 총분산에서 공통성에서 제시된 11개의 변수는 3개의 요인으로 줄었다. 아이겐밸류값이 1보다 커 의미있는 요인으로 선택되었다. 누적값도 75.726%로 나와 요인의 설명력이 높다고 할 수 있다.

<표5-4> 독립변수 설명된 총분산

성 분	초기 고유값			추출 제곱합 적재량			회전 제곱합 적재량		
	전체	%분산	누적 %	전체	%분산	누적 %	전체	%분산	누적 %
1	3.995	36.315	36.315	3.995	36.315	36.315	3.322	30.202	30.202
2	3.009	27.356	63.670	3.009	27.356	63.670	3.192	29.021	59.224
3	1.326	12.055	75.726	1.326	12.055	75.726	1.815	16.502	75.726
4	.701	6.371	82.097						
5	.552	5.014	87.111						
6	.475	4.322	91.433						
7	.334	3.035	94.468						
8	.220	1.998	96.466						
9	.154	1.404	97.870						
10	.134	1.215	99.086						
11	.101	.914	100.00						

추출 방법: 주성분 분석.

베리맥스 회전방법을 사용한 회전된 성분행렬에서는 각 요인별 요인적재값이 일반적인 수준인 .5를 상회하고 있어 집중타당도는 확보되었으며, 교차요인 적재값(.4이하 생략됨)도 .4를 하회하고 있어 판별타당도도 확보되었다고 할 수 있다.

<표5-5> 독립변수 회전된 성분행렬

구분	성 분		
	1	2	3
인지위험2	.930		
인지위험4	.904		
인지위험3	.895		
인지위험1	.848		
편리성1		.907	
편리성2		.906	
편리성4		.896	
편리성3		.814	

사회영향2			.855
사회영향1			.697
사회영향4			.687
고유값	3.322	3.192	1.815
분산의 %	30.202	29.021	16.502
누적률(%)	30.202	59.224	75.726

추출방법:주성분분석.

회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

a. 4 반복계산에서 요인회전이 수렴되었습니다.

나) 신뢰도 분석

(1) 인지적위험

<표5-6> 인지적위험 신뢰도 통계량

Cronbach의 알파	항목 수
.931	4

<표5-7> 인지적위험 항목 총계 통계

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관계수	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파
인지적위험1	9.68	9.394	.754	.937
인지적위험2	9.88	8.371	.894	.892
인지적위험3	10.09	8.125	.848	.908
인지적위험4	9.95	8.508	.866	.901

인지적위험에 대한 신뢰도 분석결과 크론바흐 알파값이 .931이어서 항목제거 없이 신뢰도는 확보된 것으로 판단한다.

(2)편리성

<표5-8> 편리성 신뢰도 통계량

Cronbach의 알파	항목 수
.905	4

<표5-9> 편리성 항목 총계 통계량

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관계수	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파
편리성1	12.26	5.171	.824	.865
편리성2	12.28	5.041	.821	.865
편리성3	12.38	5.259	.686	.914
편리성4	12.33	4.965	.825	.863

편리성에 대한 신뢰도 분석결과 크론바흐 알파값이 .905이어서 항목제거 없이 신뢰도는 확보된 것으로 판단한다.

(3) 사회적영향

<표5-10> 사회적영향 신뢰도 통계량

Cronbach의 알파	항목 수
.655	3

<표5-11> 사회적영향 항목 총계 통계량

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관계수	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파
사회영향1	5.51	3.622	.458	.571
사회영향2	5.97	3.922	.525	.487
사회영향4	5.69	3.948	.421	.618

타당도 분석에서 사회적영향 3번 항목이 제거되어, 이 항목이 제거된 채로 신뢰도 분석을 하였다. 이에 크론바흐 알파값이 .655이어서 추가 항목제거 없이 신뢰도는 확보된 것으로 판단한다.

2)종속변수

가) 타당도 분석

종속변수 분석 중 회전된 성분행렬에서 판별타당도가 의심스러운 부분이 발견이 되어, 수차례 변수정제를 하였다. 결과적으로 만족도3과 재사용의도1의 변수를 제거하고 재분석하여 다음과 같은 결과를 얻었다. 종속변수에 대한 요인분석의 적정성을 확인하기 위해 KMO 값을 확인해본 결과 .764이고, Bartlett의 구형성검정의 카이제곱 유의확률 값이 .000으로 유의한 것으로 나타나 본 데이터는 요인분석을 하기에 적합한 것으로 판단된다.

<표5-12> 종속변수 KMO와 Bartlett의 검정

표본 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도.		.764
Bartlett의 구형성 검정	근사 카이제곱	330.484
	자유도	6
	유의확률	.000

공통성의 추출값이 모두.5이상이다.

<표5-13> 종속변수 공통성

	초기	추출
만족도2	1.000	.890
만족도1	1.000	.787
재사용의도3	1.000	.902
재사용의도2	1.000	.884

추출 방법: 주성분 분석.

설명된 총분산에서 공통성에서 제시된 4개의 변수를 2개의 요인으로 줄였다. 아이겐밸류값이 1보다 커 의미있는 요인으로 선택되었다. 누적값도 86.579%로 나와 요인의 설명력이 높다고 할 수 있다.

<표5-14> 종속변수 설명된 총분산

성 분	초기 고유값			추출 제곱합 적재량			회전 제곱합 적재량		
	전체	% 분산	누적 %	전체	% 분산	누적 %	전체	% 분산	누적 %
1	2.963	74.082	74.082	2.963	74.082	74.082	1.842	46.045	46.045
2	.500	12.497	86.579	.500	12.497	86.579	1.621	40.534	86.579
3	.355	8.868	95.447						
4	.182	4.553	100.00						

<표5-15> 종속변수 회전된 성분행렬^a

	성분	
	1	2
재사용의도3	.877	
재사용의도2	.877	
만족도2		.900
만족도1	.473	.751
고유값	1.842	1.621
분산의 %	46.045	40.534
누적률%	46.045	86.579

추출방법:주성분분석.

회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

a. 3 반복계산에서 요인회전이 수렴되었습니다.

만족도1이 .473으로 성분 1에도 걸쳐있지만, 본 연구에서는 변수값이 적어 그대로 사용하기로 한다.

나) 신뢰도 분석

(1)만족도

<표5-16> 만족도 신뢰도 통계량

Cronbach의 알파	항목 수
.793	2

<표5-17> 만족도 항목 총계 통계량

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관계수	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파
만족도1	2.78	1.191	.657	
만족도2	3.29	1.215	.657	

만족도 3의 변수를 제거후 만족도에 대한 신뢰도 분석결과 크론바흐 알파값이 .793이어서 항목제거 없이 신뢰도는 확보된 것으로 판단한다.

(2) 재사용의도

<표5-18> 재사용의도 신뢰도 통계량

Cronbach의 알파	항목 수
.884	2

<표 5-19> 재사용의도 항목 총계 통계량

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관계수	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파
재사용의도3	2.80	1.756	.795	
재사용의도2	3.14	1.491	.795	

재사용의도 1의 변수를 제거후 재사용의도에 대한 신뢰도 분석결과 크론바흐 알파값이 .884이어서 항목제거 없이 신뢰도는 확보된 것으로 판단한다.

제 3 절 매개효과 분석

Baron & Kenny(1986)는 본인들의 논문에서 다음의 3단계 접근법을 활용한 매개효과 검정방법을 제시하였다.

1. 독립변수가 종속변수에 유의미한 영향관계를 미치고,
2. 독립변수가 매개변수에 유의미한 영향관계를 미치고,
3. 독립변수를 통제한 상태(독립변수와 매개변수를 함께 투입)에서 매개변수가 종속변수에 유의미한 영향 관계를 미친다면 매개효과가 있는 것이라 하였다. 본 연구에서는 Baron & Kenny(1986)의 검정방법을 이용하여 검증을 한다. 또한 부분매개인지 완전매개인지를 구분하는 방법에서는 Baron & Kenny(1986)의 3단계 접근법을 충족한 상태에서,

1. 3단계에서 독립변수가 종속변수에 미치는 영향관계(표준화 및 비표준화회귀계수)가 1단계에서의 영향관계(표준화 및 비표준화회귀계수)에 비해 통계적으로 무의미하게 감소하면 완전매개효과라 하고,
2. 3단계에서 독립변수가 종속변수에 미치는 영향관계(표준화 및 비표준화회귀계수)가 1단계에서의 영향관계(표준화 및 비표준화회귀계수)에 비해 통계적으로 유의미하게 감소하면 부분매개효과를 갖는 것으로 한다. (Van Dyne, L., Graham, J. W., & Dienesch, R. M. 1994)

1) 인지적위험과 재사용의도와의 관계에서 만족도 매개효과 분석

가) 인지적위험 --> 만족도

<표5-20> 인지적위험과 만족도 회귀모형요약^b

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.542 ^a	.294	.289	.84169	1.851

a. 예측자: (상수), 총인지위험

b. 종속변수: 총만족도

<표5-21> 인지적위험과 만족도 분산분석^a

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	41.942	1	41.942	59.203	.000 ^b
	잔차	100.598	142	.708		
	전체	142.540	143			

a. 종속변수: 총만족도

b. 예측자: (상수), 총인지위험

<표5-22> 인지적위험과 만족도 계수^a

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.189	.250		4.748	.000
	총인지위험	.560	.073	.542	7.694	.000

a. 종속변수: 총재사용의도

나) 인지적위험 + 만족도 --> 재사용의도

<표5-23> 인지적위험 재사용의도 사이의 만족도매개 회귀모형요약^b

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.513 ^a	.263	.258	1.03940	2.113
2	.730 ^b	.533	.527	.82979	

a. 예측자: (상수), 총인지위험

b. 예측자: (상수), 총인지위험, 총만족도

c. 종속변수: 총재사용의도

<표5-24> 인지적위험 재사용의도 사이의 만족도매개 분산분석^a

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	54.699	1	54.699	50.630	.000 ^b
	잔차	153.411	142	1.080		
	전체	208.109	143			
2	회귀	111.024	2	55.512	80.622	.000 ^c
	잔차	97.085	141	.689		
	전체	208.109	143			

a. 종속변수: 총재사용의도

b. 예측자: (상수), 총인지위험

c. 예측자: (상수), 총인지위험, 총만족도

<표5-25> 인지적위험 재사용의도 사이의 만족도매개 계수^a

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준 오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	.857	.309		2.771	.006		
	총인지위험	.640	.090	.513	7.115	.000	1.000	1.000
2	(상수)	-.033	.266		-.123	.902		
	총인지위험	.221	.085	.177	2.582	.011	.706	1.417
	총만족도	.748	.083	.619	9.045	.000	.706	1.417

a. 종속변수: 총재사용의도

VIF값이 모두 10이하로, 독립변수의 독립성은 확보되었고, D/W 또한 2에 가까워 잔차항의 독립성도 확보가 되었다. 이에 본 데이터는 회귀분석에 적합하다. 먼저 독립변수인 인지적위험 요인이 종속변수인 재사용의도와 매개변수인 만족도에 통계적으로 유의미($p=.000$)하게 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다음으로 2단계 모형에서 매개변수인 만족도가 종속변수인 재사용의도에 통계적으로 유의미($p=.000$)하게 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 매개효과가 있다. 한편, 2단계 모형에서 독립변수인 인지적위험 요인이 1단계 모형에서 독립변수인 인지적위험 요인의 회귀계수(비표준화 및 표준화)에 비해 통계적으로 유의미하게(5% 유의수준)에서 감소[.513 -->

.177(p=.011)] 하였는바, 인지적위험 요인이 재사용의도에 미치는 영향관계를 만족도가 부분매개하고 있음을 알 수 있다.

2) 편리성과 재사용의도와의 관계에서 만족도 매개효과 분석

가) 편리성 --> 만족도

<표5-26> 편리성과 만족도 회귀모형요약^b

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.277 ^a	.077	.070	.96279	1.614

a. 예측자: (상수), 총편리성

b. 종속변수: 총만족도

<표5-27> 편리성과 만족도 분산분석^a

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	10.912	1	10.912	11.771	.001 ^b
	잔차	131.628	142	.927		
	전체	142.540	143			

a. 종속변수: 총만족도

b. 예측자: (상수), 총편리성

<표5-28> 편리성과 만족도 계수^a

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	1.510	.453		3.336	.001		
	총편리성	.372	.109	.277	3.431	.001	1.000	1.000

a. 종속변수: 총만족도

나) 편리성 + 만족도 --> 재사용의도

<표5-29> 편리성과 재사용의도 사이의 만족도매개 모형요약^c

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.181 ^a	.033	.026	1.19051	2.091
2	.715 ^b	.512	.505	.84892	

a. 예측자: (상수), 총편리성

b. 예측자: (상수), 총편리성, 총만족도

c. 종속변수: 총재사용의도

<표5-30> 편리성과 재사용의도 사이의 만족도매개 분산분석^a

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	6.851	1	6.851	4.834	.030 ^b
	잔차	201.258	142	1.417		
	전체	208.109	143			
2	회귀	106.496	2	53.248	73.888	.000 ^c
	잔차	101.613	141	.721		
	전체	208.109	143			

a. 종속변수: 총재사용의도

b. 예측자: (상수), 총편리성

c. 예측자: (상수), 총편리성, 총만족도

<표5-31> 편리성과 재사용의도 사이의 만족도매개 계수^a

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	1.758	.560		3.141	.002		
	총편리성	.295	.134	.181	2.199	.030	1.000	1.000
2	(상수)	.444	.414		1.071	.286		
	총편리성	-.029	.100	-.018	-.290	.772	.923	1.083
	총만족도	.870	.074	.720	11.759	.000	.923	1.083

a. 종속변수: 총재사용의도

VIF값이 모두 10이하로, 독립변수의 독립성은 확보되었고, D/W 또한 2에 가까워 잔차항의 독립성도 확보가 되었다. 이에 본 데이터는 회귀분석에 적합

하다. 먼저 독립변수인 편리성 요인이 종속변수인 재사용의도에 통계적으로 유의미하게($p=.030$) 정의 영향을 미치고, 매개변수인 만족도에도 통계적으로 유의미($p=.001$)하게 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다음으로 2단계 모형에서 매개변수인 만족도가 종속변수인 재사용의도에 통계적으로 유의미하게 정의 영향을 미치는 것($p=.000$)으로 나타났다. 즉, 매개효과가 있다. 한편, 2단계 모형에서 독립변수인 편리성은 1단계모형에서 독립변수인 편리성의 회귀계수(비표준화 및 표준화)에 비해 통계적으로 무의미하게(5%유의수준에서) 감소 [$.181 \rightarrow -.018(p=.772)$]하였는바, 편리성이 재사용의도에 미치는 영향관계를 만족도가 완전매개 하고 있음을 알 수 있다.

3) 사회적영향과 재사용의도와의 관계에서 만족도 매개효과 분석

가) 사회적영향 $\rightarrow$ 만족도

<표5-32> 사회적영향과 만족도 회귀모형요약^b

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.639 ^a	.408	.404	.77074	1.654

a. 예측자: (상수), 총사회영향

b. 종속변수: 총만족도

<표5-33> 사회적영향과 만족도 분산분석^a

모형	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	58.186	1	58.186	.000 ^b
	잔차	84.354	142	.594	
	전체	142.540	143		

a. 종속변수: 총만족도

b. 예측자: (상수), 총사회영향

<표5-34> 사회적영향과 만족도 계수^a

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	1.019	.214		4.761	.000		
	총사회영향	.706	.071	.639	9.897	.000	1.000	1.000

a. 종속변수: 총만족도

나) 사회적영향 + 만족도 --> 재사용의도

<표5-35> 사회적영향과 재사용의도 사이의 만족도 매개 회귀모형요약^c

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.646 ^a	.417	.413	.92409	
2	.756 ^b	.572	.566	.79493	2.124

a. 예측자: (상수), 총사회영향

b. 예측자: (상수), 총사회영향, 총만족도

c. 종속변수: 총재사용의도

<표5-36> 사회적영향과 재사용의도 사이의 만족도 매개 분산분석^a

모형	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률	
1	회귀	86.850	1	86.850	101.705	.000 ^b
	잔차	121.259	142	.854		
	전체	208.109	143			
2	회귀	119.010	2	59.505	94.166	.000 ^c
	잔차	89.100	141	.632		
	전체	208.109	143			

a. 종속변수: 총재사용의도

b. 예측자: (상수), 총사회영향

c. 예측자: (상수), 총사회영향, 총만족도

<표5-37> 사회적영향과 재사용의도 사이의 만족도 매개 계수^a

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차	베타			공차	VIF
1 (상수)	.501	.256		1.955	.053		
총사회영향	.862	.086	.646	10.085	.000	1.000	1.000
2 (상수)	-.128	.238		-.537	.592		
총사회영향	.427	.096	.320	4.461	.000	.592	1.690
총만족도	.617	.087	.511	7.134	.000	.592	1.690

a. 종속변수: 총재사용의도

VIF값이 모두 10이하로, 독립변수의 독립성은 확보되었고, D/W 또한 2에 가까워 잔차항의 독립성도 확보가 되었다. 이에 본 데이터는 회귀분석에 적합하다. 먼저 독립변수인 사회적영향 요인이 종속변수인 재사용의도와 매개변수인 만족도에 통계적으로 유의미($p=.000$)하게 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다음으로 2단계 모형에서 매개변수인 만족도가 종속변수인 재사용의도에 통계적으로 유의미($p=.000$)하게 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 매개효과가 있다. 한편, 2단계 모형에서 독립변수인 사회적영향 요인이 1단계 모형에서 독립변수인 사회적영향 요인의 회귀계수(비표준화 및 표준화)에 비해 통계적으로 유의미하게(5% 유의수준)에서 감소 [.646 $\rightarrow$.320 ($p=.000$)] 하였던 바, 사회적영향 요인이 재사용의도에 미치는 영향관계를 만족도가 부분매개하고 있음을 알 수 있다.

제 4 절 연구가설의 지지여부

통계에 의한 연구가설의 지지여부는 다음과 같다.

연구문제 1: 인지적위험, 편리성, 사회적영향은 만족도와 재사용의도에 영향을 미치는가?

- 가설1-1: 인지적위험은 만족도에 정의 영향을 미칠 것이다. (0)
- 가설1-2: 편리성은 만족도에 정의 영향을 미칠 것이다. (0)
- 가설1-3: 사회적영향은 만족도에 정의 영향을 미칠 것이다. (0)
- 가설1-4: 인지적위험은 재사용의도에 정의 영향을 미칠 것이다. (0)
- 가설1-5: 편리성은 재사용의도에 정의 영향을 미칠 것이다. (0)
- 가설1-6: 사회적영향은 재사용의도에 정의영향을 미칠 것이다. (0)

연구문제 2: 만족도는 재사용의도에 영향을 미치는가?

- 가설2-1: 만족도는 재사용의도에 정의 영향을 미칠 것이다.(0)

연구문제 3: 주요 변인들과 재사용의도와의 관계에서 만족도는 매개효과가 있는가?

- 가설3-1: 인지적위험과 재사용의도와의 관계에서 만족도는 매개효과가 있을 것이다. (0 - 부분매개)
- 가설3-2: 편리성과 재사용의도와의 관계에서 만족도는 매개효과가 있을 것이다. (0 - 완전매개)
- 가설3-3: 사회적영향과 재사용의도와의 관계에서 만족도는 매개효과가 있을 것이다. (0 - 부분매개)

제 5 장 결 론

제 1 절 연구 결과

장기적 저금리 시대에 P2P 금융의 고금리 정책은 이용자들에게 있어 매력적인 부분이다. 고금리에 따른 하이 리스크를 줄이는 다양한 금융기법을 P2P 금융플랫폼 업체들이 구사하고 있고, 정부에서도 제도권에 정착시키기 위해 노력하고 있는 만큼 앞으로도 시장이 커질 것이라 유추해 볼 수 있다. P2P금융플랫폼 사업을 시작하기 위해 대부업 허가를 받아야 하고 최소 자본금 3억원과 더불어 플랫폼 회사도 설립하여 같이 운영해야 하기에 적지않은 비용이 들에도 업체의 수는 늘어나고 있다.(2019년 들어 20개사 증가. 금융감독원)

본 연구에서 표본으로 삼은 데이터는 비교적 활발히 P2P금융 서비스를 이용하는 헤비유저들이다. 이들이 P2P금융환경에 대한 경험치가 많아 이해도가 높고 개선에 대한 아이디어가 많다는 것은 분명하다.(박승근, 2013) 따라서 이들에 대한 조사가 P2P금융을 운영하기 위한 중요한 지표가 될 것이다. 또한, P2P금융의 특성상 소비자는 자금공급자와 자금수요자 중 한쪽인데, 본 연구에서 다룬 조사는 자금공급자에 대한 내용이어서 P2P금융플랫폼 회사의 입장에서 정책을 결정하기에 중요한 판단지표가 될 수 있을 것이다.

연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 인지적위험은 본 연구에서 보안과 관련된 부분에 중점을 두었다. 선행연구에서 인지적 위험이 만족도에 정의 영향을 미친다는 것은 본 연구에서도 가설채택이 되었다. 그리고, 인지적위험이 재사용의도에 영향을 미치는데 있어 만족도가 부분적으로 매개하고 있다는 것이 증명되었다. P2P금융 이용자들은 인지적위험에 만족한다는 것은 인터넷으로 연결된 P2P금융서비스에 상대적으로 불안감을 느끼고 있지 않다는 것이다. 이는 현재 플랫폼 서비스를 제공하는 사업자들이 보안에 많은 신경을 쓰고 있고, 정부의 보안정책에 맞추어 사업을 진행하고 있기 때문일 것이다. 다만, 보안에 대한 문제가 사회적으로

로 제기가 되면, 이용자의 만족도를 떨어뜨릴 수 있고 이는 재사용의도에 영향을 주므로 보안정책에 노력을 기울여야 할 것이다.

둘째, 편리성은 선행연구에서 만족도에 정의 영향을 미친다는 것은 본 연구에서도 가설채택이 되었다. 그리고, 편리성이 재사용의도에 영향을 미치는데 있어 만족도가 완전매개를 하고 있는 것으로 나타났다. 즉, P2P금융 이용자가 편리성을 느낄수록 만족도가 올라가고, 만족도가 높아질수록 재사용의도가 높아진다는 것이다. 만족도가 편리성과 재사용의도 사이에서 중요한 역할을 하고 있다는 것이다.

셋째, 사회적영향은 선행연구에서 만족도에 정의 영향을 미친다는 것은 본 연구에서도 가설채택이 되었다. 그리고, 사회적영향이 재사용의도에 영향을 미치는데 있어 만족도가 부분적으로 매개하고 있다는 것이 증명되었다. P2P금융은 플랫폼의 대부분이 대부업과 연계하고 있어, 서비스 접근성에 장벽이 있다. 비록 변수 선정에서 제외 되었지만 본 조사의 설문조사 중 ‘나는 P2P금융플랫폼 시장이 커질 것이라 생각한다.’에 40.1%가 ‘그렇다’, 38.8%가 ‘매우 그렇다’고 답변을 하여 시장이 커질 것이라는 의견이 많았다. 한편, 또 다른 조사문항인 ‘나는 P2P금융플랫폼을 주변사람들에게 추천할 것이다.’에서는 15.8%가 ‘아님’, 23.7%가 ‘전혀 아님’에 답변했다. 시장이 커질 것이라 기대는 하지만, 주변에 추천할만하지는 않다는 뜻으로 해석이 된다. 이는 몇몇 부도덕한 업체의 사기행각에 피해를 입거나, 영향을 받은 이용자의 부정적인 반응에도 시장은 이겨낼 것이라 기대할 만하다는 것이다. 이에 P2P금융플랫폼 회사들이 연합하여 긍정적인 분위기의 마케팅을 진행할 필요가 있다는 것을 알 수 있다.

넷째, 이용자의 재사용의도를 높이기 위해서 서비스에 대한 만족도를 높여야 한다는 것은 선행연구에서도 증명하고 있고, 본 연구에서도 가설은 채택이 되었다.

참 고 문 헌

1. 국내 문헌

강선희. (2016). “통합기술수용이론을 기반으로 한 간편결제서비스 수용의도와 이용에 관한 연구”. 부경대학교 대학원 경영학과 박사학위 논문

권은정, 안원현, 김치용. (2013). 공유가치 창출(CSV)을 통한 기업의 문화에
술지원과 수용자들의 반응에 대한 연구. 『멀티미디어학회』, 16(3),
388-398.

김기문, 김원우, 이호근. (2005). 모바일 뱅킹 서비스에 대한 사용자 초기신뢰
와 사용의도에 영향을 미치는 요인들에 관한 실증적 연구. 『경영과
학』, 22(2), 13-34.

김수봉. (2018). “부동산 P2P대출의 활성화 방안”. 명지대학교 부동산대학원
석사학위 논문

김영환, 최수일. (2009). 지각된 서비스 품질, 유용성, 용이성이 IPTV 사용자
만족 및 지속적 사용의도에 미치는 영향. 『한국콘텐츠학회논문지』,
9(1), 314-327.

김유미. (2017). “P2P금융서비스의 수용자 인식과 태도 연구”. 고려대학교 언
론대학원 석사학위 논문

김지혜. (2018). “금융서비스 품질이 고객만족도와 충성도에 미치는 영향”. 전
남대학교 경제학과 석사학위 논문

김혜숙. (2018). “부동산 클라우드펀딩의 이용의도에 영향을 미치는 요인에
관한 연구”. 숭실대학교 경영학과 박사학위 논문

박승근. (2013). 헤비유저의 사용자경험에 따른 스마트폰카메라 개선방향에
대한 탐색적 연구. 『한국사진학회지』, 29, 75-95.

배재권. (2018). 인터넷전문은행 이용자의 개인혁신성, 인지된 상대적이점 인
지된 편리성, 인지된 보안성이 만족과 지속이용의도에 미치는 영향에
관한 연구. 『로고스경영연구』, 16(4), 141-154.

- 성희환. (2016). 대출형크라우드펀딩의 법적성격과 자본시장법적 규제체계 수립에 관한 연구. 『기업법연구』, 30(4), 47-80.
- 손영화. (2016). P2P 대출에 대한 합리적인 규제. 『한양법학』, 27(3), 131-165.
- 심윤정. (2017). 모바일 뱅킹 서비스 품질이 고객 만족도 및 충성도에 미치는 영향. 『Journal of the Korea Management Engineers Society』, 22(3), 63-81.
- 양승호, 황윤성, 박재기. (2015). 신기술 수용 사용의도에 관한 연구 : 핀테크 결제서비스를 중심으로. 『대한경영학회 학술발표대회 발표논문집』, 189-200.
- 엄준영. (2000). “전자상거래 서비스품질이 고객만족과 재구매에 미치는 영향”. 경기대학교 석사학위논문
- 유화숙. (2017). 구매의사결정 단계와 재구매 의도 관계에서 고객 만족의 매개효과 분석. 『한국의류산업학회지』, 19(1), 19-29.
- 윤병훈. (2017). “핀테크의 서비스품질, 기술수용이 만족도, 재이용의도, 공유가치창출, 기업명성에 미치는 영향 연구”. 한성대학교 대학원 박사학위 논문
- 이유재. (1995). 고객만족의 정의 및 측정에 관한 연구. 『경영논집』, 29, 147-148.
- 이응규. (2007). 보안과 위험의 지각이 인터넷 뱅킹 재사용의도에 미치는 영향. 『경영정보학연구』, 17(1), 77-9.
- 이정민. (2005). 정보통신 미디어 컨버전스와 선택 사용요인의 변화 : 인터넷과 모바일을 중심으로. 『한국학술정보』
- 이정우, 이제홍. (2018). 중국 모바일 결제서비스의 품질요인, 고객만족과 지속사용의도에 관한 실증적 연구. 『e-비즈니스연구』, 19(5), 119-135.
- 이종호, 이비. (2016). NFC 기능을 활용한 모바일 결제서비스의 이용의도에 관한연구 : 중국시장을 중심으로. 『e-비즈니스연구』, 17(1), 49-68.
- 장지연. (2017). “P2P 금융플랫폼 사용의도의 영향요인에 관한 탐색적 연구”.

정광식, 민성훈. (2017). 부동산개발에 대한 크라우드펀딩 제도개선 방안 연구. 『대한부동산학회지』, 46, 66.

정영훈, 김건, 이중정. (2015). 모바일 신용카드 사용자 만족 및 지속사용 의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구:혁신확산이론 및 후기수용모형을 중심으로. 『한국전자거래학회지』, 20(3), 11-28.

정주원, 조소연. (2018). 인터넷전문은행에 대한 소비자 이용만족도에 영향을 미치는 요인 분석. 『소비문화연구』, 21(2), 203~228.

최수열. (2017). “국내 P2P대출 시장 발전을 위한 정책적방안에 관한 연구”. 고려대학교 정책대학원. 경제정책학과. 21-22.

최수정, 강영선. (2016). 모바일 간편결제에 대한 지속사용의도. 『정보통신정책연구』, 23(4), 29-52.

한동균. (2015). “핀테크 수용 및 활성화에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”. 연세대학교 대학원 박사학위 논문

한순호. (2009). “인터넷전문은행으로의 단계적 이행 과정에서의 소비자 만족도 및 충성도에 관한 연구”. 연세대학교 석사학위논문

한지형. (2017). “모바일금융환경에서의 소비자 적응”. 서울대학교 대학원 소비자학과 생활과학 박사학위논문

황창희. (2017). “금융상품 만족도에 영향을 미치는 요인”. 서울대학교 경영학 석사 논문

2. 해외 문헌

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Bearden, W.O. and Teel, J.E. (1983). Selected Determinants of Consumer Satisfaction and Complaint Reports. *Journal of Marketing Research*, 20, 21–28.
- Bhattacharjee, A.(2001). Understanding Information Systems Continuance: an Expectation–confirmation Model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370.
- Bitner, M.J. (1990). Evaluating service encounters; the effects of physical surroundings and employee responses, *Journal of Marketing*, 54, 69–82.
- Bryson, D., Atwal, G., Chaudhuri, H. R., and Dave, K.(2015). Understanding the Antecedents of Intention to Use Mobile Internet Banking in India: Opportunities for Micro finance Institutions, *Strategic Change*, 24(3), 207–224.
- Berry, L. L., Seiders, K., and Grewal, D. (2002). Understanding service convenience. *Journal of marketing*, 66(3), 1–17.
- Chen, D., Lou, H., and Van Slyke, C.(2015). Toward an Understanding of Online Lending Intentions: Evidence from a Survey in China, *Communications of the Association for Information Systems*, 36(1), 1–22.
- Colwell, S. R., Aung, M., Kanetkar, V. and Holden, A. L. (2008). Toward a measure of service convenience : multiple-item scale development and empirical test. *Journal of Service Marketing*, 2(2/3), 160–169.
- Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1992). Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension, *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.
- Deutsch, M., and Gerard, H. B, (1995). A study of normative and

information social influences upon individual judgment, *The journal of abnormal and social psychology*, 51(3), 629–636.

Forrester Research <http://www.forrester.com> 유세기(2010)온라인쇼핑몰의 웹사이트 속성이 재구매의도에서 미치는 영향, 건국대 석사학위논문에서 재인용

Gordon H.G. McDougall, Terrence Levesque, (2000). Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation. *Journal of Services Marketing*, 14(5), 392–410.

Hanafizadeh, P., Behboudi, M., Koshksaray, A.A., and Tabar, M. J. S. (2014). Mobile banking adoption by Iranian bank clients. *Telematics and Informatics*, 31(1), 62–78.

Hunt, S. D. (1977). The Three Dichotomies Model of Marketing: An Elaboration of Issues, en C. C. Slater (Ed.), *Macromarketing: Distributive Processes From a Societal Perspective*, 52–56.

Kleijnen, M., de Ruyter, K., and Wetzels, M., (2007). An assessment of value creation in mobile service delivery and the moderating role of time consciousness. *Journal of Retailing*, 83(1). 33–46

Köster, A., Matt, C., and Hess, T.(2016). Carefully choose your (payment) partner : How payment provider reputation influencesm-commerce transactions. *Electronic Commerce Research and Applications*, 15, 26–37.

Liao, C., Liu, C. C., and Chen, K.(2011). Examining the impact of privacy, trust and risk perceptions beyond monetary transactions: An integrated model. *Electronic Commerce Research and Applications*, 10(6), 702–715.

Mera Haruka and Masahiko Inakage(2011). crowd funding as a New form of community on the web. *NIPS2010*, 385–391.

Newman, J. W., & Werbel, R. A. (1973). Multivariate analysis of brand loyalty for major household appliances. *Journal of Marketing Research*, 10(4), 404–409.

- Oliver, R.L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460–469
- Oliver, R.L. and Swan, J.E. (1989). Consumer Perceptions of Interpersonal Equity and Satisfaction in Transactions: A Field Survey Approach. *Journal of Marketing*, 53, 21.
- Park, J. K., Gunn, F., and Han, S. L.(2012). Multidimensional trust building in e-retailing: Cross-cultural differences in trust formation and implications for perceived risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(3), 304–312.
- Ram, S. & Sheth, J. N. (1989). Consumer Resistance to Innovations: The Marketing Problem and Its Solutions. *The Journal of Consumer Marketing*, 6(1), 5–14.
- Ronald E. Rice, August E. Grant, Joseph Schmitz, Jack Torobin. (1990). Individual and network influences on the adoption and perceived outcomes of electronic messaging. *Social Networks*, 12(1), 27–55.
- Rust, R.T. and Zahorik, A.J. (1993). Customer Satisfaction, Customer Retention, and Market Share. *Journal of Retailing*, 69, 193–215.
- Schiffman & Kanuk(1991). *Consumer behavior*, Prentice–Hall International p540
- Seiders, K., Voss, G. B., Godfrey, A. L. and Grewal, D. (2007). Servcon : Development and validation of a multidimensional service convenience scale. *Journal of the Academy Marketing Science*, 35(1), 144–156.
- Sirkka L. Jarvenpaa, Noam Tractinsky and Michael Vitale(2000). Consumer trust in an Internet store : *Information Technology and Management*, 1, 45-71.
- Tsiakis, T.(2012), Consumers' Issues and Concerns of Perceived Risk of Information Security in Online Framework: The Marketing Strategies, *Procedia–Social and Behavioral Sciences*, 62, 1265–1270.

- Van Dyne, L., Graham, J. W., & Dienesch, R. M. (1994). Organizational citizenship behavior: Construct redefinition, measurement and validation. *Academy of Management Journal*, 37, 765–802.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model : Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2). 186–204.
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). User acceptance of information technology : Toward unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–47.
- Yi, M.Y., Yoon, J. J., Davis, J. M., and Lee, T. (2013), Untangling the antecedents of initial trust in Web-based health information: The roles of argument quality, source expertise, and user perceptions of information quality and risk, *Decision Support Systems*, 55(1), 284–295.
- 富永和宏 遠藤正之. (2017). 日本におけるP2Pレンディングビジネスの考察『法政大学 2017年春季研究発表大会』, 25–28
- 藤原 七重. (2012). P2P レン デ ィ ン グ ・ サ ー ビ ス に お け る ビジネスモデルの変化.『パーソナルファイナンス 学会年報』12, 113–133.

부록

설문지

안녕하십니까?

먼저 설문에 참여 감사드립니다. 설문 요청자는 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원에서 스마트융합컨설팅 석사과정에 있는 김명호입니다.

본 설문지는 제 석사학위 논문으로 “P2P 금융플랫폼 이용자의 재사용의도에 영향을 미치는 동기 요인에 관한 연구”에 관한 설문조사입니다.

본 설문지는 P2P금융플랫폼을 1회 이상 이용한 적이 있는 금융이용자를 위하여 만들어졌습니다.

바쁘시겠지만, 잠시 시간을 내셔서 설문에 답변주시면 큰 도움이 되겠습니다. 아울러 귀하께서 답변주시는 모든 내용은 연구이외의 목적으로는 절대 사용하지 않을 것입니다. 통계처리는 컴퓨터로 이루어지며, 특정 개인이나 기업에 노출되는 일은 절대 없습니다.

따라서 귀하께 불이익이 갈일은 절대 없음을 약속드립니다.

소중한 시간을 쪼개어 설문에 답변주신 것에 대해 진심으로 깊은 감사드립니다. 귀하의 미래에 무궁하고 큰 발전이 있으시길 기원합니다.

2019년 04월

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 스마트융합컨설팅 전공

지도교수 : 최 창 호

연구자 : 김 명 호

※ 다음 질문을 잘 읽어보시고 귀하의 경험을 토대로 해당되는 곳에
마크(V) 해 주시기 바랍니다.

귀하께서 가장 최근에 P2P금융플랫폼 서비스를 이용하셨던 경험을
기반으로 작성 부탁드립니다.

1. 귀하는 P2P 금융플랫폼 서비스를 이용해보신 적이 있습니까?
☐ 예
☐ 아니오
2. 귀하가 이용하셨거나 이용할 예정인 P2P 금융플랫폼은 이용하시는 이유
중 가장 중요한 한가지를 선택해 주십시오
☐ 사용이 편리하다
☐ 금융보안면에서 안전하다
☐ 수익률이 높다
☐ 아는 사람이 소개해 주어서 이용한다
☐ 연체율이 없거나 낮아 감내할 수준이다
☐ 사이트 구조가 복잡하지 않다.
☐ 다른 사람들의 거부감이 낮다.
3. 기대하시는 수익률은 어느정도입니까?
☐ 수익률은 상관없다.
☐ 10% 이내
☐ 10% 초과 ~ 15% 이내
☐ 15% 초과 ~ 20% 이내
☐ 20% 초과

I. 다음 질문은 P2P 금융플랫폼 서비스에 대한 생각과 관련된 질문입니다. 귀하의 의견에 해당하는 번호에 마크(✓) 하여 주십시오.

5점척도(1.전혀아니다 2.아니다 3.보통이다 4.그렇다 5.매우그렇다)

구분	NO	질 문 내 용	응답란				
			전혀	아니다	보통	그렇다	매우
			1	2	3	4	5
P2P 금융 플랫폼 서비스의 (사이트 보안에 대한)인지적 위험에 대한 질문입니다.							
인지적 위험 (4)	1	내가 이용한 P2P 금융플랫폼은 프라이버시가 보호되고 있다.					
	2	내가 이용한 P2P 금융플랫폼의 보안서비스를 신뢰한다.					
	3	내가 이용한 P2P 금융플랫폼에 제공한 개인정보는 안전하다고 생각한다					
	4	내가 이용한 P2P 금융플랫폼은 높은 보안 관리가 되고 있다.					
다음은 P2P 금융 플랫폼 서비스의 편리성에 대한 질문입니다.							
편리성 (4)	1	나는 P2P 금융플랫폼 서비스를 쉽게 이용한다.					
	2	나는 P2P 금융플랫폼을 이용하는데 쉽게 익숙해진다.					
	3	나는 P2P 금융플랫폼은 거래 절차가 편리하다고 생각한다.					
	4	나는 P2P 금융플랫폼을 필요할 때 쉽게 사용할 수 있다.					
다음은 P2P 금융 플랫폼 서비스의 사회적영향에 대한 질문입니다.							
사회적 영향 (4)	1	나는 주변사람들이 P2P 금융플랫폼을 이용하는데 도움을 준다.					
	2	나는 P2P 금융플랫폼을 주위에서 많이 활용한다고 생각한다.					
	3	나는 P2P 금융플랫폼 시장이 커질 것이라 생각한다.					
	4	나는 P2P 금융플랫폼에 대한 평가가 좋다고 생각한다.					

Ⅱ. 다음 질문은 P2P 금융플랫폼 서비스에 대한 만족도와 관련된 질문입니다. 귀하의 의견에 해당하는 번호에 체크(✓) 하여 주십시오.

구분	NO	질 문 내 용	응답란				
			전혀	아니다	보통	그렇다	매우
			1	2	3	4	5
다음은 P2P 금융 플랫폼 서비스에 대한 만족도를 파악하기 위한 질문입니다.							
만족 도 (4)	1	나는 전반적으로 P2P 금융플랫폼에 만족한다.					
	2	나는 P2P 금융플랫폼에서 제공하는 정보에 만족하는 편이다.					
	3	나는 다른 재테크 수단보다 P2P 금융플랫폼이 좋다고 생각한다.					

Ⅲ. 다음 질문은 P2P 금융플랫폼 서비스에 대한 재사용의도와 관련된 질문입니다. 귀하의 의견에 해당하는 번호에 체크(✓) 하여 주십시오.

구분	NO	질 문 내 용	응답란				
			전혀	아니다	보통	그렇다	매우
			1	2	3	4	5
다음은 P2P 금융 플랫폼 서비스의 재사용의도에 대한 질문입니다.							
재사용 의도 (4)	1	나는 P2P 금융플랫폼을 앞으로도 계속 사용할 것이다.					
	2	나는 P2P 금융플랫폼을 주변사람들에게 추천할 것이다.					
	3	나는 P2P 금융플랫폼의 장점에 대해 언급할 것이다.					

IV. 다음은 기타 보편적인 사항에 관련된 질문입니다. 해당란에 마크(√)해 주시기 바랍니다.

귀하가 P2P 금융플랫폼을 이용하신 기간은?

- ☐ 1년 이내
- ☐ 1년 이상 ~ 2년 이내
- ☐ 2년 이상 ~ 3년 이내
- ☐ 3년 이상 ~ 5년 이내
- ☐ 5년 이상

귀하가 P2P 금융플랫폼을 이용하시는 (사이트에 접속하는) 빈도는?

- ☐ 거의 매일 이용한다
- ☐ 1주에 최소한 1번은 이용한다.
- ☐ 한달에 최소 1번은 이용한다.
- ☐ 자주 이용하지 않는다.

귀하의 P2P 투자 총 금액은?

- ☐ 100만원 이하
- ☐ 100만원 이상 ~ 500만원 이하
- ☐ 500만원 이상 ~ 2,000만원 이하
- ☐ 2,000만원 이상

귀하의 성별은?

- ☐ 남
- ☐ 여

귀하의 학력은?

- ☐ 고졸 이하
- ☐ 대학(2년)졸업 또는 재학
- ☐ 대학(4년)졸업 또는 재학
- ☐ 대학원졸업 또는 재학 이상

7. 귀하의 직업은?

- ☐ 회사원
- ☐ 공무원
- ☐ 자영업

- ☐ 전문직
- ☐ 연구직
- ☐ 주부
- ☐ 기타:

8. 귀하의 가정 내 가계의 월 평균 총소득은 어느 정도입니까?

- ☐ 200만원 이하
- ☐ 200만원 초과 ~ 300만원 이하
- ☐ 300만원 초과 ~ 500만원 이하
- ☐ 500만원 초과 ~ 700만원 이하
- ☐ 700만원 초과

[설문에 참여해 주셔서 진심으로 감사합니다]



ABSTRACT

A Study on the Motivational Factors Affecting the Reuse Intent of P2P Financial Users

—Analysis of the Mediated Effects of Satisfaction—

Kim Myeong-Ho

Major in Smart Convergence Consulting

Dept. of Smart Convergence Consulting

The Graduate School

Hansung University

P2P financing is trending around the world and is being introduced as a new alternative to finance. Although each country has different laws and systems, P2P financing is gaining popularity every year, despite the fact that it is operating under various regulations. The development of the Internet has brought about opportunities for individuals as well as the creation of customers' profits by taking risks at institutional financial institutions. This is due to the prolonged low interest rate trend and increased desire to take high profits even if they know certain risks.

In this study, we wanted to look at the motivations of users who wanted to earn profits through P2P financing. This means that P2P financial platform operators will be able to learn about marketing activities, promotional activities and improvements in services. In particular, the survey was conducted on users who actively utilize P2P

financing, and the survey was conducted on those who do not have experience in using the service or who do not have experience in using the service, and those who do not have experience in using the service. The suggested variables were those that expected users to repeatedly use P2P financial services. Cognitive risks (satisfaction with security), convenience, social impact, and satisfaction were presented as variables. In particular, for satisfaction variables, other variables have been addressed for the purpose of reuse. To summarize the findings, cognitive risk, convenience and social impact both affect satisfaction and reuse. Satisfaction is partial to cognitive risk and social impact affecting reuse intent. On the other hand, satisfaction level is fully marketed in terms of convenience affecting reuse intent. Convenient use of P2P financial services affects satisfaction, and satisfaction affects reuse. This means that satisfaction plays a very important role between convenience and reuse.

P2P financial platform operators should increase their satisfaction level in order to increase the revisit of users when they conduct business in the future. While cognitive risk and social impact are important, this study confirmed that more attention should be paid to user convenience.

[Keyword] P2P Finance, Cognitive Risk, Convenience, Social Impact, Satisfaction, Reuse