석사학위논문

인지된 혁신 특성이 인터넷전문은행 서비스 혁신수용에 미치는 요인에 관한 연구

- 정부규제의 조절효과를 중심으로 -

2019년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

김 명 재

석사학위논문
지도교수 최승욱

인지된 혁신 특성이 인터넷전문은행 서비스 혁신수용에 미치는 요인에 관한 연구

- 정부규제의 조절효과를 중심으로 -

A Study on the Factors Affecting of Innovation Adoption on Perceived Innovation Characteristics of Internet-Only Bank -Focused on Government Regulations-

2018년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

김 명 재

석사학위논문
지도교수 최승욱

인지된 혁신 특성이 인터넷전문은행 서비스 혁신수용에 미치는 요인에 관한 연구

- 정부규제의 조절효과를 중심으로 -

A Study on the Factors Affecting of Innovation Adoption on Perceived Innovation Characteristics of Internet-Only Bank -Focused on Government Regulations-

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2018년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

김 명 재

김명재의 컨설팅학 석사학위 논문을 인준함

2018년 12월 일

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

인지된 혁신 특성이 인터넷전문은행 서비스 혁산수용에 미치는 요인에 관한 연구
- 정부규제의 조절효과를 중심으로 -

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지 식 서 비 스 & 컨 설 팅 학 과
매 니 지 먼 트 컨 설 팅 전 공
김 명 재

최근 정보통신기술의 발달과 함께 일상생활의 패턴, 다양한 산업내의 환경 변화 그리고 가장 눈에 띄게 변화가 이루어지고 있는 곳이 바로 금융 서비스 부문이다. 금융 서비스는 최근 4차 산업혁명 시대가 도래되면서 국외 뿐만 아니라 국내에서 다양한 서비스 환경 구축을 위해 많은 기업들과 국가에서 재정비를 하고 있다. 따라서 블록체인, 빅데이터, 인공지능(AI) 및 금융 서비스의 모바일 연계 시스템 구축 등을 통해 복잡한 프로세스 및 간소화 서비스 제공 등 인간의 삶의 양과 질을 제고하고 있으며, 대표적으로 금융의 가장 대표성을 나타내는 은행업이 핀테크 서비스 가치를 극대화 하긴 위한 전략들을 준비하고 있다. 은행들은 모바일을 통한 다양한 서비스를 지원하며 운영하고 서비스 고도화를 준비 중에 있고, 또한 현재 2017년 인터넷전문은행이 국내 처음 설립이 되었으며, 이는 전통적 은행업을 영위하는 기업이 아닌 IT기술을 보유한 기업들이 금융업에 진출하면서 인터넷전문은행에 대한 관심이 커지고 있는 상황이다. 또한 뛰어난 IT기술을 보유한 기업들이 다양한 핀테크 산업에 진출하고 있어 금융 서비스의 혁신성이 높아지고 있는 상황이다.

금융의 혁신적 서비스는 확실한 시장 상황 속에서 탄생되는 경우도 있겠지만, 아직은 불확실한 시장 상황에서도 미래적 가치와 인류의 삶의 가치 증대를 위해 탄생되는 경우가 많다. 이렇다 보니 수많은 기업들이 혁신 서비스 또는 제품을 성공적으로 개발을 통해 시장에 제공을 하고 이를 소비자들의 사용 경험과 기존 서비스 및 제품과의 차별성 등을 통해 시장에서 생존하게 되는 원론적인 결과로 직결된다. 따라서 기업의 영속성과 경쟁력 확보를 위해 가장 중요한 것이 소비자들의 욕구 만족이며, 이를 위해 기업뿐만이 아니라 국가적인 차원에서도 지원 등이 필요하다고 생각한다.

본 연구에서는 위에서 언급한 내용들을 바탕으로 인터넷전문은행 서비스의 대해 이러한 혁신적 특성과 수용의 관점으로 기술, 제품 및 서비스의 혁신 확산과정의 수용단계에 중점을 두고 각 변수들의 관계를 실증 분석하였다. 따라서 인터넷전문은행 서비스의 혁신 수용을 높이기 위해서는 인지된 혁신 특성의 적합성과 개선된 혁신기대에 집중을 통해 혁신 수용을 더 높일 수 있는 효과적인 부분이라고 보인다. 또한 인지된 위험과 복잡성은 혁신수용에 부의 정향을 미칠 것으로 보았지만, 복잡성은 혁신수용에 부의 영향을 주지 않는 것으로 확인이 되어 측정지표로 판단한 시스템 기능의 용이성 등 사용의 어려움은 없는 것으로 확인이 되었다. 하지만 인지된 위험은 아직 국내 금융 시스템의 불확실성과 신뢰성이 부족한 부분으로 보여 지고 있으며, 이를 보완하기 위한 보안상의 시스템을 더 강화해야 할 것이다.

본 연구에서 연구자가 가장 중요하게 확인할 부분은 국내 인터넷전문은행에 대한 정부규제이다. 국내 인터넷전문은행은 설립 초기로써 국외의 인터넷전문은행들과 비교시 상대적으로 미흡한 단계이고, 인터넷전문은행의 재정 기반 확보를 위해서는 반드시 인터넷전문은행에 대한 법·제도적 재정비와 함께 정부규제 중 은산분리 규제완화를 통해 현재 인터넷전문은행 서비스의 혁신 확산 과정에서 절대적으로 보완해야 할 부분이라고 보고 있다. 따라서 본 연구결과를 통해 인터넷전문은행 설립 초기 단계로 이용자들이 실제 이용에 따른 효익과 편의성 등을 다수 고려하여 국가 금융 산업 발전을 위한 다수 이해관계자들에게 정책 및 전략 수립 등을 도움 줄 수 있을 것으로 생각한다.

【주요어】 인터넷전문은행, 핀테크, 혁신수용, 인지된 혁신특성, 은산분리

목 차

Ⅰ. 서 론 ····· 1

1.1 연구의 배경과 목적 ····· 1
2.1 연구의 범위 및 방법 ····· 9

Ⅱ. 이론적 배경 ····· 11

2.1 인터넷전문은행 ····· 11
2.2 인터넷전문은행 관련 선행연구 ····· 27
2.3 인지된 혁신특성 관련 선행연구 ····· 29
2.4 혁신의 개념과 유형 ····· 31
2.5 혁신수용 및 확산이론 ····· 35
2.6 국내 인터넷전문은행의 정부규제에 관한 연구 ····· 38

Ⅲ. 연구 설계 ····· 42

3.1 연구 모형 ····· 42
3.2 연구가설 및 조작정 정의 ····· 43

Ⅳ. 실증연구 ····· 54

4.1 표본의 특성 ····· 54
4.2 표본의 기술통계 분석 ····· 55
4.3 타당도 및 신뢰도 분석 ····· 57
4.4 상관분석 ····· 64
4.5 가설검증 ····· 66
4.6 조절효과 검증 ····· 69

제 5 장 결론 및 시사점 ····· 76

5.1 연구결과 요약 및 시사점 ····· 76
5.2 연구의 한계점 및 향후 연구방향 ····· 78

참 고 문 헌 ····· 80

부 록 ····· 92

ABSTRACT ····· 101

표 목 차

[표 1-1] 핀테크 시장 확대 방안 ····· 3
[표 1-2] 해외 인터넷전문은행 설립 현황 ····· 6
[표 2-1] 은행환경의 변화(기존은행, 이종산업과 Fintech간 협력관계) ····· 13
[표 2-2] 일반 은행과 인터넷전문은행 영업 차이 ····· 14
[표 2-3] 국내 인터넷전문은행 케이뱅크와 카카오뱅크 비교 ····· 15
[표 2-4] 미국 주요 인터넷전문은행 현황 소개 ····· 18
[표 2-5] 유럽 주요 인터넷전문은행 현황 소개 ····· 21
[표 2-6] 일본 주요 인터넷전문은행 현황 소개 ····· 24
[표 2-7] 중국 주요 인터넷전문은행 현황 소개 ····· 26
[표 2-8] 규제 유형의 분류표 ····· 41
[표 3-1] 변수의 조작적 정의 ····· 53
[표 4-1] 표본의 인구통계학적 특성 ····· 55
[표 4-2] 측정변수들의 기술통계량 분석 결과 ····· 56
[표 4-3] 독립변수 및 종속변수의 KMO와 Bartlett의 검정 ····· 59
[표 4-4] 독립변수 및 종속변수의 요인분석 결과표 ····· 60
[표 4-5] 신뢰도 분석 결과 ····· 62
[표 4-6] 독립변수와 종속변수의 타당도와 신뢰도 분석 결과 요약 ····· 63
[표 4-7] 기술통계 분석 ····· 64
[표 4-8] 상관관계 분석 ····· 65
[표 4-9] 독립변수와 종속변수(혁신수용)간 모형요약b ····· 67
[표 4-10] 독립변수와 종속변수(혁신수용)간 분산분석a ····· 67
[표 4-11] 독립변수와 종속변수(혁신수용)간 계수a ····· 67
[표 4-12] 독립변수와 종속변수(혁신수용)간 분석 결과 요약 ····· 68
[표 4-13] 독립변수와 종속변수(혁신수용)에 대한 가설검정 결과 ····· 69
[표 4-14] 인지된 위험과 종속변수관계에서 정부규제의 조절효과 ····· 71
[표 4-15] 복잡성과 종속변수관계에서 정부규제의 조절효과 ····· 72
[표 4-16] 상대적 이점과 종속변수관계에서 정부규제의 조절효과 ····· 73

[표 4-17] 적합성과 종속변수관계에서 정부규제의 조절효과 ····· 74
[표 4-18] 개선된 혁신기대와 종속변수관계에서 정부규제의 조절효과 ···· 75
[표 4-19] 정부규제의 조절효과 가설검정 결과 ····· 75

그 림 목 차

[그림 1-1] 2016년 글로벌 핀테크 투자규모 ····· 2
[그림 1-2] 2016년 상반기 핀테크 기업 투자규모 ····· 3
[그림 2-1] 수용자의 유형 분류 그래프 ····· 37
[그림 2-2] 혁신 확산이론의 수용과정 ····· 38
[그림 3-1] 연구 모형 ····· 42
[그림 4-1] 인지된 혁신특성과 혁신수용에 대한 가설검정 결과 ····· 68

Ⅰ. 서 론

1.1 연구의 배경과 목적

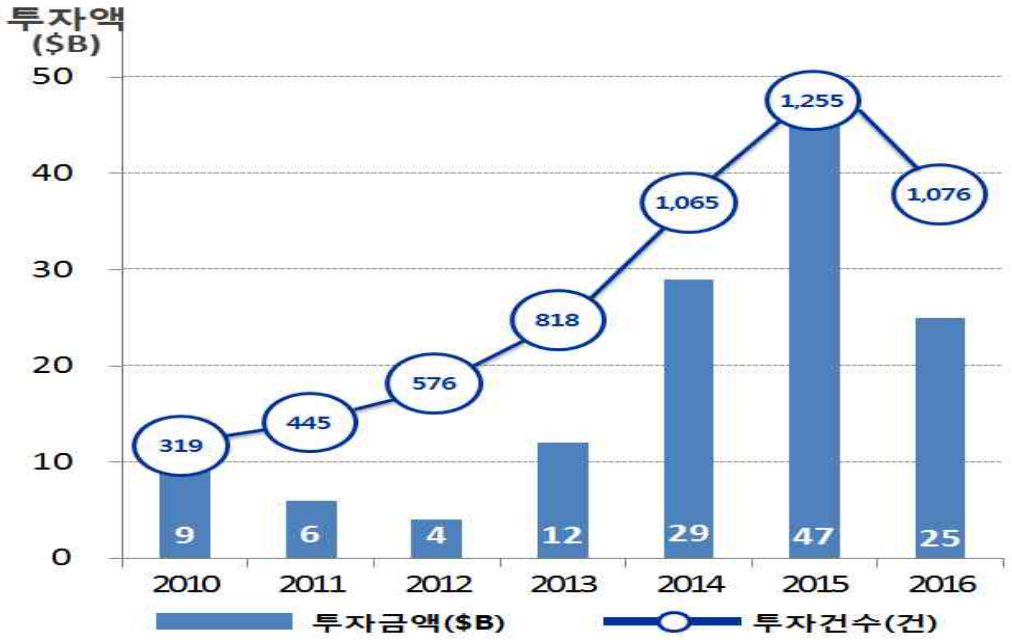
현재 전 세계적으로 모바일 기술과 기능이 고도화 되면서 가장 눈에 띄게 큰 변화를 보이는 금융 서비스의 새로운 변화와 패러다임이 바뀌고 있다. 최근 4차 산업혁명의 대표주자인 블록체인, 빅데이터, 인공지능(AI), 모바일 간편 결제 서비스 그리고 인터넷 전문은행 설립 등 국내에서도 활발히 금융 서비스 혁신에 대응하며 금융 부문의 서비스 강화에 나서고 있다.

이러한 기술들을 핀테크(Fintech)라고 지칭하며, 이는 금융(Finance)와 기술(Technology)를 결합한 용어로써 IT산업의 발달과 금융 서비스의 큰 변화로 인해 탄생된 새로운 산업과 서비스로 볼 수 있다. 대부분 고도의 정보통신 기술을 가진 기업들이 새로운 핀테크 시장에 진입하면서 소비자들에게 큰 효용과 만족을 제공하고, 금융 분야에서 4차 산업 시대의 신기술과 융합이 가장 용이하고 유용하게 이루어지고 있으며 그에 따른 혁신의 속도 또한 급격하게 빨라지고 있다. 따라서 대부분 현재 핀테크 서비스를 제공하는 기업들이 전문 금융 회사가 아닌 4차 산업의 주요 정보통신기술을 보유한 비금융 회사들의 금융 부문 서비스 진출이 증가하고 있다. 그러므로 금융 서비스 부문의 혁신이 강조되고 있으며 이를 통해 시장 진입자들의 경쟁과 서비스 품질 강화 등을 통해 시장참여 확산과 서비스 확대 등으로 소비자들의 금융 서비스 이용에 유용성과 용이성을 강조하면서 소비자에 사용에 따른 목적 달성이 높아질 것이다.

기존 전문 금융 회사들은 고전적인 방식의 금융 서비스를 제공 하였지만 비금융 회사들의 ICT와 네트워크 기반으로 하는 금융 서비스 제공을 통해 탈중개화가 이루어주고 있다. 대표적인 예로 크라우드 펀딩과 P2P로 핀테크 기업들이 직접 금융 서비스의 수요자와 공급자를 연결 하면서 중개자 역할을 하고 있다. 따라서 전문 금융 회사들은 금융 산업의 경쟁이 심화 되고 있으며 이는 금융플랫폼 선점의 경쟁을 가속화 하고 있다. 금융 산업의 경쟁력 요인이 물리적 기반(오프라인 점포)와 브랜드 중심에서 신기술의 융합과 네트워크

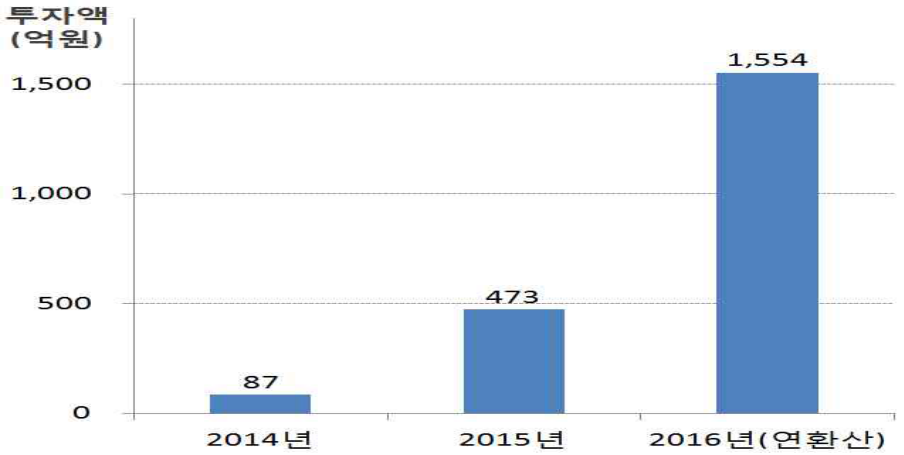
기반의 새로운 금융 서비스 플랫폼 선점을 만들어 가고 있으며 이러한 구조가 수요 주도 형태로 전환이 되며 소비자들의 보다 저렴하고 편리한 금융시스템 개선으로 확대되고 있다(금융위원회, 핀테크 혁신 활성화 방안 2018).

글로벌 핀테크 산업 현황도 활발한 투자가 이루어지고 있으며, KPMG에 따르면 핀테크 산업과 서비스의 투자규모가 급격하게 증가하고 2016년 글로벌 핀테크 투자규모는 250억 달러로 분석하였다. 또한 금융감독원에서는 국내의 경우 2016년 상반기 핀테크 기업 투자규모는 777억 원으로써 연간 1,554억원으로 이는 2014년 87억원과 비교 했을 시 약 18배의 증가를 보였다(금융위원회, 핀테크 혁신 활성화 방안 2018).



[그림 1-1] 2016년 글로벌 핀테크 투자규모

출처: KPMG International(2017.2)



[그림 1-2] 2016년 상반기 핀테크 기업 투자규모

출처: 금융감독원(2016.11)

4차 산업 융합 시대의 국내 핀테크 시장 확대는 국가적으로 핀테크 산업 발전과 향후 산업의 근간이 될 수 있는 다양한 부가가치 창출로 이어질 수 있기 때문에 대대적인 노력이 필요하다. 2018년 금융위원회의 핀테크 혁신 활성화 방안을 살펴보면 6가지의 활성화 방안을 계획하고 있다.

[표 1-1] 핀테크 시장 확대 방안

핀테크 시장 확대 방안		
1	모바일 간편결제 활성화	오프라인 모바일 간편결제 활성화를 위한 여건 조성
2	빅데이터 활용 활성화	금융권 표본 DB 및 분석시스템 구축
3	오픈 API 활성화	정보수집 및 활용을 저해하는 정보보호 규제 합리화
4	블록체인 기술 활용	금융권 공동 오픈 API 지속 개선과 금융회사 개별 오픈 API 병행 추진
5	클라우드 활성화	규제완화 성과, 클라우드 기술수준 등 제반여건을 감안한 금융권 클라우드 이용의 점진적 확대 방안 검토
6	전자금융업 제도·산업 개편	혁신금융서비스에 적합한 전자금융 정책과 제도 개편

출처: 금융위원회, 핀테크 혁신 활성화 방안 2018

이렇듯 핀테크 시장 활성화와 적극적인 투자가 핀테크 시장 진입장벽 완화와 비금융 회사들의 시장 참여가 활발해 지면서 최근 금융 분야 중 인터넷 전문은행에 대한 비금융 회사들의 참여가 부각되고 있다. 금융위원회의 핀테크 시장 정책 추진을 살펴보면 소규모 전자금융업 자본금 요건을 5~10억원에서 3억 원으로 완화시키고, 등록 절차도 간소화하면서 2017년 기준 104개의 전자금융업자가 등록 되었다(금융위원회, 핀테크 혁신 활성화 방안 2018).

국내 대표적인 인터넷전문은행으로는 케이뱅크와 카카오뱅크가 있으며 국내 첫 인터넷전문은행으로는 케이뱅크가 2017년 4월에 설립 되었으며 그 후 카카오뱅크가 2017년 7월에 설립되었다. 케이뱅크는 설립 이후 고객 62만 명을 유치하면서 수신액 1조 587억과 여신액 8,138억 원을 기록하였으며 카카오 뱅크는 고객 484만 명 유치, 수신액 4조 7,406억과 여신액 4조 4,796억 원을 기록하면서 당시 카카오 뱅크가 인터넷 전문은행으로 출범하면서 인터넷 전문은행의 서비스의 활성화를 불러왔다(금융위원회, 핀테크 혁신 활성화 방안 2018).

이러한 결과는 기존 인터넷이용자의 주요 인터넷 이용행태가 PC 이용에서 모바일 중심으로 전환하면서 금융 서비스 이용자들의 수요가 모바일을 통해 용이하게 이뤄진 것을 확인할 수 있다. 인터넷 쇼핑과 인터넷 뱅킹 서비스 이용기기가 2012년 스마트폰 사용자 보다 데스크탑 사용자가 월등히 앞섰지만, 2017년에는 이와 반대의 양상을 보이면서 스마트폰을 통한 인터넷 쇼핑은 90.6% 그리고 인터넷 뱅킹 서비스는 90.5%를 보였으며 데스크탑은 각각 65.2%와 55.6%으로 스마트폰의 높은 휴대성과 간편성이 소비자들의 이용 행태를 크게 좌우하였다(과학기술정보통신부, 2017 인터넷이용실태조사 결과 2017).

스마트 폰 등 다양한 휴대성과 용이성이 높은 간편 디지털 기기를 통해 소비자들은 다양한 금융 서비스 이용이 활발해지면서 인터넷전문은행과 같은 모바일 플랫폼 중심의 서비스가 부각되고 있다. 인터넷 전문은행의 출범은 은행의 측면에서 혁신적 기술 확보 그리고 운영비 절감 효과를 창출하고, 금융서비스 이용자는 금융비용을 낮추고 금융 서비스 접근 편의성을 높여준다. 그리고 금융과 은행산업 측면에서는 국내 금융시장 금리절벽 현상 완화의 목적

을 두고 있으며 이는 기존 시중 은행들 간의 경쟁 촉진과 은행산업의 잠재력과 경쟁력을 높이면서 이른바 '메기 효과'를 발생 시킬 것으로 보고 있다.

세계 주요국가에서도 이미 인터넷전문은행을 도입하면서 4차 산업에 대비한 금융 환경을 선도하고 있다. 이미 미국은 1990년대 인터넷전문은행을 세계 최초로 도입하면서 이후 유럽과 일본 등에서 인터넷전문은행을 도입하여 영업하고 있다. 해외 인터넷전문은행은 산업자본의 진입 허용을 하고 업무범위, 건정성 규제 등은 일반은행과 동일하게 적용하고 있다. 미국은 2금융과 기업계(증권,카드, 유통, 자동차 등) 주도로 다양한 사업모델을 추진하고 있으며 산업자본이 일반은행 지분 25%까지만 보유가 가능하여 사실상 실질적 지배가 금지되어 있다. 따라서 미국의 경우 ILC제도[1] 등을 통해 기업도 인터넷전문은행 설립을 허가하고 있다. 일본의 경우도 대주주 특성에 따라 차별화된 사업모델을 운영하고 있으며 인터넷전문은행 출범을 위한 은산분리 규제 완화를 하였으나 대주주에 대한 감독강화 등을 통해 난립은 방지 하였으며, 따라서 산업자본의 은행지분보유 5% 제한을 2002년 20% 초과 소유를 정부 승인 필요에 따라 가능하게 했으며, 50% 초과시 대주주 은행건전성 확보의무를 강화하였다. 유럽도 마찬가지로 여러 은행들이 사업부 형태로 인터넷전문은행을 운영하며 EU는 특정 국가에서 은행업 인가 후 역내 다른 국가에서 은행업 영위가 가능하기 때문에 진출수단으로 활용하고 있다. 또한 유럽의 은산분리 규제가 없고 적격성 심사 후 부적격자 진입을 방지하는 제도를 두고 있다(금융위원회와·금융감독원 IT·금융 융합 및 신성장동력 창출을 위한 인터넷전문은행 도입방안 2015).

1) ILC(Industrial Loan Company)란 은행지주회사법이 적용되지 않아 산업자본이 경영권을 행사할 수 있는 유사은행(nonbank bank

[표 1-2] 해외 인터넷전문은행 설립 현황

해외 인터넷전문은행 설립 현황		
설립주체	형태	주요 인터넷전문은행
은행	사업부	Kaupthing Edge(아이슬란드), Icesave(아이슬란드), First Direct(영국), HelloBank(프랑스), Activo(포르투갈), Zuno Bank AG(오스트리아), Cahoot(영국), Smile Bank(영국)
	자회사	SBI Net Bank(일본), WeBank(이태리)
	별도 법인연계 (주로 증권업)	ComDirect(독일), Fortuneo(프랑스), BforBank(프랑스), Boursorama(프랑스)
2금융권	증권 (브로커리지 서비스 확장)	Daiwa Next Bank(일본), Charles Schwab Bank(미국)
	보험 (저축예금 공략)	Sony Bank(일본), Skandia(스웨덴), EGG Bank(영국), ING Direct(네덜란드)
	카드(지급결제 서비스 확장)	Discover Bank(미국), American Express Bank(미국)
은행+ 산업자본	통신업체 제휴	Jibun Bank(일본)
	포털업체 제휴	WeBank(중국), The Japan Net Bank(일본)
산업자본	유통(기존 고객기반 활용)	Rakuten Bank(일본), AEON Bank(일본), Tesco Bank(영국), Seven Bank(일본)
	자동차(자동차금융 특화)	Mercedes-Benz Bank(독일), VM Bank(독일), Ally Bank(미국), BMW Bank(독일)
모험자본	특화 영업모델 개발	Holvi(핀란드), Fidor Bank AG(독일), CCBank(영국)

출처: 금융위원회와·금융감독원 IT·금융 융합 및 신성장동력 창출을 위한 인터넷전문은행 도입방안 2015

국내 인터넷전문은행 서비스도 세계적인 인터넷전문은행 서비스 활성화 분위기에 맞춰 활성화 방안과 법·제도적으로 개선 방안을 추진하고 있다. 현재 인터넷전문은행 서비스 시장 분위기는 애초 설립 당시 분위기와는 전혀 다르다. 혁신적인 인터넷전문은행 출범 이후 '메기효과'가 나타나지 않고 오히려 인터넷전문은행과 기존 시중은행의 금융 상품 서비스 차별성 부재와 신규 고객 유치를 위한 막대한 비용, 대규모 인프라 구축에 따른 비용 증가와 인터넷전문은행의 수익성 약화 등이 인터넷전문은행의 수요 불확실성이 점점 증대되고 있는 현실이다. 한국은행의 2018년 6월 금융 안정 보고서에 따르면 인터넷전문은행의 1분기 여신액의 96.1%가 1~3등급 고객이 차지했으며 이는 국내 시중은행의 평균 84.8%를 웃돈다. 이는 애초 인터넷전문은행 설립 당시의 중신용자를 위한 중금리 대출 활성화 취지에 반하는 결과로 시장에서 지적을 받고 있다(BUSINESS POST, 한국은행"인터넷은행이 중금리대출 비중 낮아 취지 못살려"). 또한 국내 케이뱅크와 카카오뱅크의 2017년 설립 이후 당시 신규 가입자와 현재 지속 이용자들의 여부도 가장 중요할 것이다. 당시 혁신적인 하나의 금융 서비스 형태의 개방과 동시에 선풍적인 인기로 많은 신규 고객들의 유입 대비 현재는 고객 수와 여신잔액 증가세 둔화를 보이고 있다. 따라서 향후 추가 고객 확보와 다양한 여신상품 다변화 그리고 순이자 마진 등이 인터넷전문은행의 경영실적을 좌우하며 존립의 여부를 결정할 것으로 보인다(Weekly KDB Report, 인터넷전문은행의 최근 동향과 향후 변화 요인 2018, 2p).

미국, 일본 그리고 유럽 등이 이미 선도하고 있는 인터넷전문은행의 흐름에 편승하기 위해서 빠르게 금융업에 대한 법·제도적 장치도 개선되고 마련되어야 할 것이다. 최근 정부에서 인터넷전문은행 추가 인가 건으로 은산분리 규제완화를 추진하면서 다시 인터넷전문은행에 대한 기대가 높아지고 있다. 이러한 신규 진입규제 개편, 은산분리 규제 등을 통해 국내 인터넷전문은행 서비스의 재활성화와 핀테크 산업 발전에도 큰 도움이 줄 것으로 생각한다. 이러한 인터넷전문은행 서비스 성장에 제약적인 규제들로 오히려 세계 핀테크 산업과 서비스의 한참 뒤처지면서 향후 큰 국부 손실로 이어질 것이다. 따

라서 제3의 인터넷전문은행의 설립과 동시에 은산분리 규제 완화로 산업자본의 은행자본 소유가 해당 업종의 긍정적인 경쟁이 인터넷전문은행간의 새로운 금융상품 출시, 중신용자들을 위한 중금리 대출 상품 추가와 인터넷전문은행의 설립 취지에 맞게 고객들의 금융 서비스 이용비용의 감소가 확대 되면 더욱 많은 신규 고객 확보와 함께 현재 인터넷전문은행들의 수익성도 제고되면서 이를 결국 인터넷전문은행이 기업의 영속성을 확보할 수 있는 기회가 될 것이다(Weekly KDB Report, 인터넷전문은행의 최근 동향과 향후 변화요인 2018, 2p).

본 연구에서는 국내 시장의 인터넷전문은행 서비스의 각종 정부규제가 이용자들의 인터넷전문은행 서비스 혁신수용에 어떠한 영향을 미치며, 향후 국내 인터넷전문은행의 존립 확보를 위한 시장에서의 차별화 대안을 확인해보고자 한다. 국내 인터넷전문은행 서비스와 관련된 연구들을 살펴보면, 인터넷전문은행 개인 사용자의 수용의도 연구(방경현, 2018), 국내 인터넷전문은행 서비스의 이용요인 및 활성화요인에 관한 연구(김종현, 2018) 등이 있다. 주재훈(2018)은 인터넷전문은행 이용의도에 미치는 요인으로 편리성과 사회적 영향을 통하여 실제 이용의도와 편리성에 영향을 미치는 차별화 서비스와 전략을 실행할 필요가 있다고 하였다. 이렇듯 대부분이 인터넷전문은행의 운영 초기 단계를 고려한 향후 소비자들의 지속이용의도를 확인하고자 하는 연구들이 많으며 이에 따라 인터넷전문은행의 현황과 문제점들을 지적하며 개선의 목소리가 높아지고 있는 실정이다.

따라서 향후 인터넷전문은행의 지속적 서비스 제공과 설립 초기의 취지에 따라 현 시장의 수요 불확실성과 정부규제에 따른 인터넷전문은행 이용자들의 혁신수용 확인하여 향후 인터넷전문은행의 서비스 차별화 전략과 실제 이용자들의 경제적 효익을 제공할 수 있는지를 효과적으로 연구하여야 한다.

이에 본 연구에서는 Rogers & Shoemaker의 혁신확산이론(Diffusion of Innovation) 중 인지된 혁신특성 5가지와 혁신 수용 간의 관계를 인터넷전문은행 서비스 관점에 입각하여 영향을 주는지 파악하고 시장 수요 불확실성과 정부규제의 조절효과가 인지된 혁신특성 5개의 변수에 영향을 주어 실제 혁신 수용에 어떠한 영향을 주는지 연구하고자 한다.

2.1 연구의 범위 및 방법

본 연구에서 혁신확산이론과 혁신성과 관련한 선행연구 들을 통하여 인터넷전문은행 이용자들의 혁신수용을 확인하기 위해 혁신 확산과 정보시스템 분야에서 보편적으로 가장 많이 활용되는 이론을 활용할 것이다. 또한 본 연구자가 확인하고자 하는 정부규제가 인터넷전문은행 서비스의 미치는 영향 등 4차 산업 혁명의 인터넷전문은행 서비스의 혁신 확산을 분석하기 위하여 국내외 선행연구와 각종 자료조사를 통하여 이와 관련된 변수들을 분석하여 연구하고자 한다.

본 연구에서는 다양한 선행연구의 고찰을 통하여 본 연구에서 가장 적합하다고 판단한 혁신확산이론의 인지된 혁신특성 5가지가 독립변수로 하고 그 변수로는 인지된 위험, 복잡성, 상대적 이점, 적합성 그리고 개선된 혁신기대의 총 5가지 독립변수를 구성하였다. 그리고 종속변수로는 5가지의 인지된 혁신특성이 소비자들이 이를 실제로 혁신수용까지 어떠한 영향을 주는지 확인한다. 본 연구의 핵심이라고 할 수 있는 정부규제를 조절효과로 개입하여 최종적인 혁신수용의 영향을 미치는 변수들 간의 상관관계 파악과 연구모형을 설정하였다.

따라서 실증 분석을 위하여 인터넷전문은행 서비스의 기존 이용자와 비이용자도 함께 설문 조사를 하면서 비이용자들도 이들이 바라보는 현재 시장 상황과 인터넷전문은행 서비스에 대한 관점을 확인하고자 하였다.

본 논문은 총 5장으로 구성되었으며, 각 장의 주요 내용은 다음과 같다.

제1장은 서론으로 본 연구의 배경과 목적, 연구의 범위 및 방법을 기술한다.

제2장은 인터넷전문은행 서비스의 이론적 배경으로 인터넷전문은행의 개념과 설립 배경, 국내와 해외 인터넷전문은행 현황, 인터넷전문은행과 관련된 선행연구 그리고 혁신확산이론을 통해 정리하고 이와 관련된 선행연구들을 검토하였다.

제3장은 2장에서 제안한 인지된 혁신특성 5가지 요인과 혁신수용을 중심

으로 정부규제의 조절효과를 통한 연구모형을 설정하여 가설을 제시하고 본 연구에서 제안한 연구모형의 변수의 조작적 정의를 제시하였다.

제4장에서는 본 연구에서 제안한 연구가설의 실증분석과 그 결과를 제시하고 분석방법을 제시하였다.

제5장에서는 본 연구의 결과를 도출하고 시사점, 연구의 한계점과 향후 연구의 방향을 제시하였다.

Ⅱ. 이론적 배경

2.1 인터넷전문은행

2.1.1. 인터넷전문은행 개념

인터넷전문은행(Internet primary Bank)은 세계적 핀테크(Fintech) 기술의 발달과 함께 금융업 시장을 빠르게 변화시키고 있다. 기존의 일반은행(Multi-channel Bank)은 점포의 형태 즉, 오프라인 형태의 은행으로 주로 대면으로 은행 업무를 처리하지만 인터넷전문은행은 기존 일반은행과는 달리 인터넷과 스마트폰 등 모바일 기기를 통하여 시·공간의 제약 없이 은행업무 처리가 가능한 무점포 은행이다. 이러한 시·공간적 제약사항이 없어 이용자들에게 은행 업무 처리에 대한 거래비용을 감소시켜주는 등 이러한 특징과 장점을 가지고 기존은행과 차별성을 가지고 있다. 또한 기존 은행보다 저렴한 대출 금리 등을 통한 가격 경쟁력, 비대면이라는 특징의 접근성 등의 강점이 있다(2016, 정상표). 하지만 온라인 영업이 주로 이루어지다 보니 이런 영업 네트워크의 단점을 최소화하기 위하여 ATM네트워크를 확충하고 Kiosk 등을 제공하고 오프라인 채널도 구축하여 대외적인 영업력을 갖추고 있다. 인터넷 전문은행이 설립 초기에는 완전 무점포 형태로 영문으로 Internet-only Bank, Pure-play Internet Bank 등으로 불리었지만, 오프라인 시설을 보완적으로 이용하면서 Internet primary Bank 등으로 표현되었다(2016, 정상표).

또한, 미국의 OCC[2])에서는 Online Banking(또는 Web Banking)을 그 영업형태에 따라서 첫째, 기존의 오프라인 은행이 온라인으로 제공하는 서비스[3], 둘째, 소수의 물리적 영업소와 함께 인터넷이나 ATM기 등을 포함한 전자적 방법으로 금융 서비스를 제공하는 인터넷 전문은행, 그리고 물리적인 영업점 없이 인터넷 등 전자적 방법으로 영업을 하는 인터넷 전업은행[4])

2) The Office of the Comptroller of the Currency : 미국 통화 감독청

3) 국내은행들의 인터넷뱅킹 서비스도 이러한 범주에 속한다고 볼 수 있다.

(InternetOnly Bank)으로 구분하고 있다(김종완, 2010).

일반적인 정의로는 무점포 인터넷 전업은행(InternetOnly Bank)또는 인터넷 전문은행(InternetPrimary Bank,Limited facility Bank), 전부 다 인터넷 전문은행에 해당된다고 볼 수 있다(김종완, 2010). 현재 우리나라의 대부분의 언론매체는 인터넷 전업은행이란 용어를 많이 쓰고 있는 데,이 또한 인터넷을 주로 하여 대부분의 은행 업무를 영위하는 새로운 형태의 은행을 통칭하고 있다고 볼 수 있을 것이다.

국내와는 다르게 이미 미국과 일본 그리고 유럽은 오래전부터 인터넷 전문은행을 금융 분야에 도입하였고, 국내에서도 상대적으로 앞선 국가들 보다는 늦었지만 2017년 4월 케이뱅크라는 인터넷전문은행이 처음 설립되었다.

2.1.2 인터넷전문은행의 설립 배경

1900년대 중반 세계적으로 급격하게 발달해온 IT기술과 인터넷이 금융 서비스를 이용하는 고객들에게 다양한 수요를 창출시키는 원천이 되었으며 이를 통해 1995년 세계 최초로 미국에서는 금융 서비스 차별화, 경영혁신 그리고 전략적 차원에 의해 SFNB(Security First Network Bank)가 설립되었다. 미국에서 인터넷전문은행이 설립된 이후 영국, 일본 및 EU 등으로 확산되었으며 국내의 경우는 이미 2001년 약 20여개의 벤처회사가 모여 V-Bank 설립을 추진하였지만 법적문제와 수익모델 등으로 설립 추진이 중단 되었다(정상표, 2016). 특히나 은산분리 규제와 대기업 중심의 설립 추진에 있어 큰 논란과 자금 조달 실패 그리고 금융실명제 등 법 제도적 장벽 및 입출금망 미확보 등으로 인해 설립 추진이 무산되었다. 그리고 2008년 금융위원회에서 또 다시 인터넷 전문은행 도입을 위한 은행법 개정안을 입법 예고하면서 인터넷 전문은행 설립이 재추진 되었다. 하지만 당시 글로벌 금융위기로 인해

4) 인터넷만을 영업채널로 한다는 의미에서 Online Bank, Pure Play internet Bank 라고도 한다. 미국의 Etrade, NetBnk, 영국의 Egg Bank, 일본의 Japan Net Bank, Sony Bank, e-Bank 등이 이에 속한다.

국내 은행업들의 자산의 건정성이 크게 악화되었고 은행업계의 과당경쟁과 수익성의 위험이 증가하면서 도입이 중단되었다. 전 세계적으로 금융업에 대한 핀테크(Fin-tech) 도입이 빠르게 진행되면서 국내에서도 은행업의 경쟁력 강화 및 소비자들의 편익 증대를 고려하고 기존 은행업의 성장성과 수익성 악화 극복을 위하여 인터넷전문은행 설립이 재추진 되었다. 금융위원회는 2015년 6월 한국형 인터넷전문은행 설립을 위한 기존 은산분리 규제 완화, 업무 범위 설정 및 최저자본금 기준 등 진입장벽 완화, 영업행위와 건전성 규제 등을 포함한 방안을 발표하였다(정현재, 이진호, 2016). 금융위원회가 IT·금융융합지원방안을 발표하며 국내 핀테크 산업 전반에 대한 육성을 위한 노력과 그 방안에 인터넷 전문은행이 포함되었다. 이렇듯 정부가 직접적으로 국가 금융 산업 발전에 앞서면서 세계적인 금융부문 추세인 핀테크 산업 활성화에 앞장 서고 있다(강경훈, 2015).

[표 2-1] 은행환경의 변화(기존은행, 이종산업과 Fintech간 협력관계)

은행의 환경 변화		
이종산업	기존은행	Fintech
풍부한 고객 데이터 마케팅 능력 충성 고객 기반 규모 강력한 물류 네트워크 오프라인 영향력	자본 및 유동성 관리역량 마케팅 능력 지점 영업 네트워크 규모 시장의 높은 신뢰 확고한 고객기반 컴플라이언스 및 리스크 은행 라이선스 관리 역량 안정된 인프라	고객 중심 서비스 혁신 기술력 민첩한 Front-end 대응력 낮은 고정비 기반

[표 2-2] 일반 은행과 인터넷전문은행 영업 차이

구분	전통적 방식의 기존 은행	인터넷전문은행
영업시간	▶평일 09시~16시	▶24시간 365일
은행 가입 절차	▶공인인증서 필요 ▶엑티브X 설치	▶공인인증서 없이 비대면으로 신분증으로만 가입
주요 채널	▶오프라인 지점	▶스마트폰 및 인터넷 ▶ATM
대출 심사	▶지점 방문 후 대면 심사	▶비대면 스마트폰 대출
특징	▶지점 보유를 통한 영업망 확보 ▶대면 서비스와 다양한 정보 제공	▶오프라인 지점이 없으며 고객 서비스와 영업 네트워크 확보를 위한 제한적 오프라인 지점 운영(일본 Sony bank의 small office 운영) ▶일반 은행보다 상대적 낮은 금리

출처: 문형철(2017), 천대중(2014)

2.1.3 국내 인터넷전문은행 현황

은행업계의 핀테크 활성화와 세계 인터넷전문은행 수용을 위한 국가적 노력으로 2017년 4월과 7월에 케이뱅크와 케이뱅크와 카카오뱅크가 인터넷전문은행을 설립하면서 본격적인 인터넷전문은행 서비스를 시작하였다. 케이뱅크 이후 설립된 카카오뱅크 설립으로 인터넷전문은행은 대중들에게 큰 호응을 얻었으며 은행 환경의 변화의 촉발을 알렸다. 인터넷전문은행의 이종산업과 기존은행간 합종연횡을 통한 서비스 확대와 경쟁심화의 환경을 창출하였다.

2017년 4월과 7월 케이뱅크와 카카오뱅크는 영업을 개시하면서 기존 시중은행보다 낮은 대출금리 조건과 뛰어난 사용자 편의성 등을 제공하면서 선풍적 인기와 함께 카카오뱅크는 영업 개시 일주일 만에 150만 명의 고객을 확보 하였다. 카카오뱅크는 영업 일주일 만에 총 수신금액 약 6,530억 원, 총 대출금액은 4,970억 원을 기록하였다. 케이뱅크도 마찬가지로 4월 3일 영업

을 시작으로 개시 100일 만에 이용 고객 40만 명, 수신금액 6,500억 원과 대출금액 6,100억 원을 기록하였다. 이용자들은 대출을 위해 은행 지점에 방문하여 각종 서류 제출과 신청서를 작성 후 승인까지 수 일이 소요되는 예금은행에 비해 신속하고 대출 진행의 과정이 간편한 장점이 많은 이용자들이 단기간에 유입된 것으로 보인다(정원석, 황인창, 2017). 결과적으로 국내 인터넷전문은행 1호 케이뱅크와 2호 카카오뱅크의 출범이 기존 시중은행과 가격 경쟁력, 이용 편의성 및 편익 등을 통하여 2018년 4월 기준으로 600만 여명의 고객을 유치하였다.

[표 2-3] 국내 인터넷전문은행 케이뱅크와 카카오뱅크 비교

구분	케이뱅크	카카오뱅크
자본금	▶3천 500억(2017년 결산 기준) ↓ ▶증자 후 : 5,000억 (2018년 기준)	▶3,000억(2017년 결산 기준) ↓ ▶증자 후 : 1조 3,000억 (2018년 기준)
주요주주 (2017년 결산 기준)	▶KT(10%) ▶우리은행(13.79%) ▶엔에이치투자증권(10%) ▶한화생명보험(9.41) ▶지에스리테일(9.26%) ▶케이지이니시스(6.61%) ▶다날(6.61%) ▶기타(34.32%)	▶한국투자금융지주(58%) ▶카카오(10%) ▶국민은행(10%) ▶SGI서울보증(4%) ▶우정사업본부(4%) ▶넷마블(4%) ▶이베이(4%) ▶스카이 블루(4%) ▶예스24(2%)
주요 여신상품	▶최저 2.7% 직장인 대출 ▶최저 4.14% 중금리대출 ▶마이너스 통장	▶10% 미만 중금리 대출 ▶소액 마이너스 대출 ▶이베이 소상공인 대출
주요 수신상품	▶자유입출금 가능 고금리 금액 ▶2%대 코드정기예금 ▶음악 듣는 정기예금	▶심플한 정기예금/적금 ▶하나의 통장 내 여유자금 설정 ▶유니버설 포인트 예금
설립일	▶2017년 4월	▶2017년 7월

출처: 문형철(2017), 금융감독원 각사 감사보고서 기반 연구자 수정 보완

이처럼 정부의 인터넷전문은행 도입과 규제완화 그리고 기업들의 도입 시도 끝에 인터넷전문은행이 국내 출범하면서 금융업에 큰 변화를 준 것이 사실이다. 하지만 아직도 인터넷전문은행 서비스와 관련된 법제도의 개선 과제도 여전히 남아있다. 미국 등 인터넷전문은행 서비스와 관련된 해외 사례 분석을 통해 핀테크를 통한 혁신을 이끌 ICT 기업이 인터넷 전문은행 운영의 주 운영자로 하여 은행의 건정성 확보, 책임경영, 금융 혁신을 위한 규제 완화가 절실히 필요하다(이예림, 2018). 다행히 최근 정부에서 은행업과 관련된 규제 중 은산분리 규제 완화의 분위기가 조성되면서 인터넷전문은행 활성화가 이뤄질 전망이다. 현 규제 상 비금융회사가 은행의 의결권 있는 지분을 4%까지 밖에 보유할 수 없지만 은산분리 규제 완화가 시행이 되면 비금융회사가 은행을 소유하게 되면서 충분한 자본금 확보와 이를 통해 기존 보다 더 안정적이고 고객들에게 더 나은 서비스 제공이 될 것이다. 그리고 이를 통해 다양하고 낮은 금리의 여신상품들이 제공되면서 기존 시중은행들의 수수료 인하와 금리 경쟁이 치열해질 것이다. 또한 정부에서 올해 인터넷전문은행 추가 인·허가를 언급하였기 때문에 제 3 인터넷전문은행이 등장할 여지가 높아졌다.

2.1.4 해외 인터넷전문은행 현황

케이뱅크나 카카오뱅크와 같은 인터넷전문은행은 국내에서 처음 도입되었지만 이미 해외에서는 활성화되어 운영된 지 오래 되었다. 최초의 인터넷전문은행은 미국에서 1995년 Security First Network Bank(SFNB)가 설립되었다. 그 이후 영국에서 1998년 Egg Bank가 설립되었으며 그 뒤 2000년에 일본에서 Japan Net Bank라는 인터넷전문은행을 설립하였다. 해외에서도 처음 인터넷전문은행이 도입되었을 때 큰 호응을 얻지 못하였고 소멸과 M&A 등을 거치면서 당시 생존했던 인터넷전문은행들이 급속도로 발달한 IT 기술, 스마트폰의 대중화, 핀테크 기술의 발전 그리고 규제 완화 등으로 인해 인터넷전문은행의 성장이 빠르게 진행되고 있다. 또한 최근에는 중국에서 민영은행의 유연한 규제정책으로 샤오미, 알리바바 그리고 텐센트 등과 같은 IT 대기업들

의 인터넷전문은행 진출을 하고 있다(문형철, 2017).

해외 인터넷전문은행들은 초기 설립시 모회사 영업망 기반으로 다양한 충성도 높은 고객을 유입시켰으며, 기존 은행과는 다른 차별화된 서비스를 제공하면서 성공하였다. 하지만 인터넷전문은행 실패 사례로는 기존 일반은행과의 큰 차별성이 없고 단순 예대마진 위주의 사업 모델 등으로 부도가 발생한 사례이다.

미국의 경우 증권사, 자동차제조회사 그리고 보험회사 등이 인터넷전문은행 설립에 앞장섰으며, 일본도 인터넷회사, 통신회사, 유통업 그리고 증권사들이 인터넷전문은행 설립에 앞장섰다. 국내뿐만 아니라 해외도 마찬가지로 비금융기업들이 인터넷전문은행 산업을 주도하고 있는 것을 확인할 수 있다.

2.1.4.1 미국의 인터넷전문은행 현황

미국은 세계최초 인터넷전문은행 SFNB를 설립하면서 설립 초기 당시 시중은행보다 높은 예금금리와 공격적인 영업 전략을 통해 시장을 선도하려고 하였지만 이는 초기 막대한 금융시스템 구축비용과 고객 확보를 위한 과도한 마케팅 비용 등으로 인하여 재무상태가 악화되어 부실화가 진행되었다. 그러나 미국의 인터넷전문은행은 ICT도입과 데이터 기반 금융의사결정제도를 통한 차별화 전략을 세우면서 2000년 중반 이후부터는 순영업이익이 증가하는 추세를 보였다. 지속적인 수익성 향상을 통해 미국 인터넷전문은행들의 총자산이 미국 전체 상업은행의 7.2%를 차지하면서 비은행금융기관과 산업자본들이 인터넷전문은행 설립을 주도하는 모습이다. 온라인증권사 기반으로 설립된 미국 최대 인터넷전문은행 찰스슈왑뱅크(Charles Schwab Bank)와 이트레이드뱅크(E-Trade Bank)는 고객자산을 운용하며 수익을 창출하는 방식인 일반적인 자산운용사 형태에서 벗어나 최근에는 금융 빅데이터와 인공지능 알고리즘을 융합한 로보어드바이저(Robo-Advisor) 시스템을 통한 차별화를 통해 영업을 하고 있다. 이러한 차별화된 경쟁 우위를 확보한 기업들은 최근 다양한 핀테크를 도입하면서 다양한 상품과 고품질의 각 고객들에게 맞춤형 상품을 제공하고 있다. 또한 디스커버뱅크(Discover Bank)와 아메리칸익스프레스

뱅크(American Express Bank) 등 이와 같은 신용카드사들이 인터넷전문은행을 설립하면서 신용카드 결제와 이체 등에서 발생된 수수료를 통해 수익을 창출하고 있다. 이러한 미국 인터넷전문은행들의 추구하는 가장 안정적 수익 모델로 자리 잡고 있으며 고객이 필요로 하는 특화되고 맞춤형 금융서비스 제공을 통한 수수료 수입을 확보하는 등 다양한 수익모델을 통해 영업을 활발히 하고 있다(배재권, 2018).

[표 2-4] 미국 주요 인터넷전문은행 현황 소개

(단위 : 억 달러)

은행명	설립년도	설립대상	총자산	영업이익	총예금
Charles Schwab Bank	2003년	증권사	1,033	7.8	956
Ally Bank	2004년	제조(GM)	978	8.8	559
Discover Bank	2000년	카드사	781	24.4	450
E*Trade	2001년	증권사	543	3.1	333
American Express Bank	2001년	카드사	405	18.7	285
Barclays Bank Delaware	2001년	개인	201	3.3	127
CIT Bank	2000년	금융그룹 (CITI)	176	1.1	131
Sallie Mae Bank	2005년	금융사 (학자금)	168	3.0	91
BMW Bank	1999년	제조사 (BMW)	106	1.5	63
Nationwide Bank	2007년	보험사	99	0.4	44
합계	-	-	4,400	72.1	3,039

주: 총자산과 총예금(2014년 기준), 영업이익(2013년 기준)

출처: KB금융지주경영연구소, 2014

2.1.4.2 유럽의 인터넷전문은행 현황

19995년 영국에 설립된 유럽 최초 인터넷 전문은행은 보험사인 푸르덴셜(Prudential)이 설립한 에그뱅킹(Egg Banking)이다. 유럽연합 출범이후 국가별 영업기반을 가진 금융기관들의 지역적 한계 극복을 위하여 인터넷전문은행을 적극 설립하였으며, 2016년에는 기준 50여개의 인터넷전문은행이 운영되고 있다. 유럽의 경우에는 금융업인 대형보험사가 적극 주도하에 인터넷전문은행 설립과 운영이 이루어지고 있으며, 영국의 경우 대형보험사 푸르덴셜, 스웨덴의 스칸디아(SKandia) 그리고 네덜란드의 ING그룹 등은 계약자 만기보험금의 내부유보금을 통한 인터넷전문은행 영업을 하고 있다. 이들 보험사들은 자신들이 관리하고 운용하고 있는 보험 상품 등을 적극 활용하여 이를 인터넷전문은행과 연계하면서 수익을 창출하는 형태로 보통 보험 계약의 만기 또는 연금지급개시 시, 해당 자금들을 인터넷전문은행이 관리 및 이들 자금을 금융상품 판매로 유도하면서 지속적인 수익구조를 창출하는 형태이다(배재권, 2018). 영국의 에그뱅크는 인터넷과 콜센터를 통한 계좌 개설을 진행하고 금융거래를 할 수 있는 편의성, 저렴한 수수료 및 높은 예금금리를 제공하면서 설립 2년 만에 200만 명의 고객을 유치하면서 큰 성공을 거두었다. 사업 초기 당시에는 보험 상품 판매와 저축예금 기반 영업이었으나 이후 신용대출, 신용카드 그리고 주택담보대출 등으로 다양한 상품 군을 제공하고 확대하였다. 하지만 2007년 푸르덴셜은 경영실적 부진으로 에그뱅크를 시티그룹에 매각하였다. 그 후 시티그룹은 2011년 5월 에그뱅크의 카드사업 부문을 바클리즈은행(Barclays)에 재매각 한 뒤 2011년 7월에는 예금과 대출사업 부분을 다시 영국의 요크셔빌딩소사이어티(Yorkshire Building Society)에 매각하였다(김종현, 『Fintech 3.0』, 한국금융연수원, 2016)

그 외에도 영국은 비금융업자가 아닌 기존 은행이 인터넷전문은행을 설립한 예가 있으며 대표적으로는 First Direct Bank 등이 있다. 또한 기존 사업과 시너지 창출을 위해 산업자본 단독으로 인터넷전문은행 설립을 하였는데 대표적으로 Tesco Bank가 있으며, 금융 또는 산업자본이 아닌 독립계 자본으로부터 인터넷전문은행이 설립된 CC Bank가 있다.

영국 최초 모바일 전문은행으로는 2015년 6월 영란은행(Bank of England)로부터 인가를 받은 아톰뱅크(Atom Bank)가 있다.[5] 아톰뱅크의 모바일 전문은행은 스마트폰의 앱을 통해 계좌개설부터 예금, 대출, 신용카드 등 전박적인 금융 서비스를 이용 가능하다. 또한 아톰뱅크에 이어 영국의 두 번째 디지털전문은행(Digital-only Bank)는 2015년 12월에 인가를 받아 설립된 탠덤뱅크(Tandem Bank)가 있다. 탠덤뱅크는 웹사이트와 모바일 앱을 통해 다양한 서비스 제공을 하고 있으며, 2016년 1월에는 영란은행으로부터 인가를 받은 스탈링뱅크(Starling Bank)가 모바일 전문은행으로 2017년부터 서비스를 제공하고 있다(정대, 학회연, 2017).

또한 영국에서는 금융소비자보호 감독기관인 금융행위감독원(Financial Conduct Authority)인 FCA와 금융기관 건전성 규제 담당기관인 건전성감독원(Prudential Regulation Authority) PRA는 영국 신규은행 설립을 하는 경우 이를 효과적으로 지원하기 위해 신은행창업지원부(New Bank Start-up) Unity)을 설치하였다.

5) http;//www.telegraph.co.uk/finance/11696350/Digital-only-challenger-bank Atom wins licence.

[표 2-5] 유럽 주요 인터넷전문은행 현황 소개

설립주체		은행명	국가	설립연도	모회사
은행	사업부	First Direct	영국	1989	HSBC
		Hello Bank	프랑스	2013	BNP Paribas
		Cahoot	영국	2000	Abbey National plc
		Smile	영국	1999	Co-operative Bank
	자회사	Active Bank	포르투갈	1994	BCP Group
		Zuno Bank	오스트리아	2010	Raiffeisen Bank Intl
		BforBank	프랑스	2009	Credit Agricole
		Comdirect	독일	1994	Commerzbank
		FinecoBank	이탈리아	1999	Capitalia
		OpenBank	스페인	1995	Santander
		Uno e-bank	스페인	2000	BBVA
		Mbank	폴란드	2000	BRE Bank (독일 commerzbank 소유)
보험		Egg Bank	영국	1998	Prudential
		Skandia Banken	스웨덴	2000	Skandia
		ING Direct	네덜란드	1997	ING
비금융회사		Volkswagen Bank	독일	1949	Volkswagen (Direct opened 1990)
		BMW Bank	독일	1971	BMW
독립계		Fidor Bank	독일	2009	-
		Aldermore	영국	2009	
		Holve	핀란드	2011	
		Cambridge& Counties Bank	영국	2012	
		Atom Bank	영국	2015	

출처: 해외 인터넷전문은행의 사례 분석과 시사점, 서병호, 이수진, 이윤석, 2016

2.1.4.3 일본의 인터넷전문은행 현황

일본은 인터넷전문은행 서비스를 2000년도에 제정된 새로운 은행업 가이드라인(카드서비스, 전자상거래, 지급결제서비스 및 자산관리 서비스 등)에 따라 소니뱅크(Sony Bank), 다이와넥스트은행(Daiwa Next Bank) 그리고 스미신SBI넷은행(SBI Sumishin Net Bank) 등의 인터넷전문은행이 설립되었으며 일본의 인터넷전문은행은 2016년 기준으로 총 6곳이 영업을 하고 있다(배재권, 2018). 일본 주요 인터넷전문은행 6곳은 재팬넷뱅크(The Japan Net Bank), 소니뱅크, 라쿠텐 은행(Rakuten Bank), 스미신SBI은행, 지분은행(Jibun Bank) 그리고 다이와넥스트은행이다. 소니뱅크의 경우 2001년 6월 MONEY Kit를 오픈하면서 영업을 시작하였고, 이후 2004년 4월 소니 파이낸셜 홀딩스가 설립 되었다. 소니뱅크는 소니 파이낸셜 홀딩스의 금융지주회사 자회사로써의 특징을 이점으로 다양한 금융서비스 상품을 제공하고 환전 수수료, 금리, 송금 수수료 등 우대 혜택이 적용되는 외화 예금 우대 제도와 펀드 판매 수수료 무료 서비스를 제공하였다. 소니뱅크는 일본 인터넷전문은행 6곳 중 가장 낮은 총 예금액 증가율을 보이는 반면, 총 예금액 규모는 일본 인터넷전문은행 업계 내 3위 수준이다. 재팬넷뱅크는 2000년 10월 영업을 시작한 일본 최초의 인터넷전문은행이다. 재팬넷뱅크는 2003년 개시한 경정, 경륜 지급결제 서비스와 2005년 경마 지급결제 서비스를 통하여 기존 은행과는 다른 차별화 서비스를 통해 안정적 수익창출을 하고 있다. 라쿠텐 은행은 2001년 7월 인터넷전문은행 서비스 시작으로 설립 초기에는 'e-뱅크은행 주식회사'의 상호명으로 시작하였지만 2009년 라쿠텐이 지분 취득과 동시에 2010년 라쿠펜 그룹의 완전 자회사로 편입되었다. 라쿠펜 은행의 주요 핵심 서비스는 라쿠텐 그룹 계열사인 라쿠텐 증권 간의 계좌 연계 서비스인 '머니 브릿지(Money Bridge)' 서비스와 일본 최대 온라인 쇼핑몰 라쿠텐 핵심 고객을 대상으로 하는 라쿠텐 은행 직불카드(CJCB) 포인트와 라쿠텐 이용 포인트 연계 서비스를 제공하면서, 2015년 라쿠텐 은행은 총 계좌수 500만 돌파와 함께 일본 최대 계좌수 보유 인터넷전문은행이 되었다. 스미신SBI은행은 2007년 9월 영업을 시작으로 2015년 3월 기준 일본 인터넷전문은행 예금액

규모 1위를 차지하고 있으며, 스미신SBI은행도 마찬가지로 SBI홀딩스 자회사 SBI증권과 연계 서비스를 바탕으로 스미신SBI은행 예금 잔고로 SBI증권사의 증권 계좌를 매수할 수 있도록 연계서비스를 제공하고 있다. 지분 은행은 2008년 7월에 일본 2위 이동통신사인 KDDI와 일본 최대 은행 미츠비스도쿄 UFJ은행과 공동으로 인터넷전문은행을 설립하였다. 지분은행은 서비스를 주로 모바일을 통해 제공하고 있으며 2010년에는 'Suica 청구' 서비스를 시작하였으며, 2011년에는 스마트 폰을 통한 외화 예금 거래 서비스를 제공하였다. 또한 인터넷전문은행 최초로 위안화 예금 서비스를 시작으로 2013년에도 일본 최초로 한국 원화 예금 서비스를 시작하였다. 지분은행은 2016년 기준으로 약 5년 동안 200%의 증가를 보이면서 일본 내 인터넷전문은행 중 성장률 1위를 달성하였다. 다이와넥스트은행은 2011년 4월 설립되었으며, 일본 인터넷전문은행 중 가장 늦게 설립된 은행이다. 다이와넥스트은행은 인터넷전문은행의 무점포 서비스 특징과는 다르게 다이와증권그룹을 통한 지점을 활용하면서 은행 상품 안내 및 자문 서비스 제공을 하고 있다. 이런 다이와그룹 계열사인 증권사와의 연계 서비스를 통해 인터넷전문은행 서비스의 후발주자라는 이름을 무색하게 단기간 내 예금규모 일본 업계 내 2위의 자리를 차지하였다(박선우, 2016, 정보통신정책연구원).

[표 2-6] 일본 주요 인터넷전문은행 현황 소개

(단위 : 10억엔)

은행명	설립년도	설립대상	영업이익	총예금	총대출
SBI Sumishin Bank	2007	SBI Holding, 신탁은행 (SMTB)	11.7	3,076.6	1,559.5
Daiwa Next Bank	2011	증권사 (Daiwa Securities Groups)	5.7	2,399.2	128.8
Sony Bank	2001	Sony 파이낸셜, 은행 (SMBC, JPM)	5.6	1,890	1,057
Rakuten Bank	2001	전자상거래	7.5	1,016.6	258.5
Jubun Bank	2008	은행(SMBC), 전력·통신업체	1.6	565.7	71.2
The Japan Net Bank	2000	은행(BTMU), 통신(KDDI)	4.7	542.7	34.4
합계	-	-	36.8	9,491	2,809

주: 총예금과 총대출(2014년 기준), 영업이익(2013년 기준)

출처: KB금융지주경영연구소, 2014

2.1.4.4 중국의 인터넷전문은행 현황

중국은 2014년 3월 알리바바, 텐센트 그리고 바이두를 필두로 하여 민영은행 시범 사업자로 선정하였으며, 중국 최초의 인터넷전문은행 웨이중은행(微衆₩銀行, Webank)을 2015년 1월 인터넷서비스기업인 텐센트가 설립하여 운영중이다. 텐센트는 자사의 모바일 메신저 위챗(WeChat)과 웨이중은행 서비스를 연계하여 소매금융, 기업금융, 신용카드 서비스 등 서비스 제공을 하고, 신용평가 또는 담보없이 텐센트의 고객정보 기반 빅데이터와 안면인식 기술을 활용한 비대면 실명인증을 하고 있다(김은수, 2015).

중국의 최대 인터넷전문기업 알리바바(Alibaba)는 2015년 6월 인터넷전문은행 저징왕상은행(折江網上銀行,Mybank)을 설립하여 알리바바 계열사 신용정보서비스업체 즈마신용(芝麻信用)을 통해 대출 심사를 진행하며 중소기업과 농촌지역 고객 대상 소액대출서비스를 하고 있다. 또한 중국 IT업체 샤오미는 2016년 12월 사천신왕은행(四川新网银行, XWBank)이라는 인터넷전문은행을 설립하여 서비스를 제공중에 있다[6](정대, 학회연, 2017).

6) 대륙의 실수 중국 샤오미, 이번엔 인터넷전문은행 깃발
<http://www.newspim.com/news/preview>(2017-05-18).

[표 2-7] 중국 주요 인터넷전문은행 현황 소개

(단위 : 억위안)

은행명	주요 기업 지분 구성	설립 년도	모바일 대출 플랫폼	총자산	부실 대출 비율	특징
위뱅크 (微众银行·웨이중)	텐센트 (30%)	2015	웨이리다이 웨이처다이	약 519.9	0.32%	▶중국 최초 비금융기관이 설립 ▶웨이리다이는 위챗 메신저 내에서 서비스 제공 ▶웨이처다이라는 중고차 대출 플랫폼을 통해 대출 서비스 제공
마이뱅크 (网商银行·왕상)	앤트파이낸셜 (30%) 푸싱그룹 (25%) 완샹그룹 (18%) 닝보진룬(16%) 기타 (10%)	2015	마이지에베이	약 615 (대출 잔액: 약 329)	0.2% (2015년)	▶중소기업, 자영업자 그리고 농촌지역 고객 등 각 대상별 대출 상품 서비스 제공 ▶과도 레버리지와 감독 기관 규정 위반으로 2018.1.9. 마이지에베이 일부 사용자 계좌 자발적 폐쇄
XW뱅크 (新网银行·신왕)	신시왕 그룹 (30%) 샤오미 (29.5%) 홍치체인 (15%)	2016	하오런다이	약 30.8	-	하오런다이는 안면인식 신분 호가인 후 사용 가능
ai뱅크 (百信银行·바이신)	중신은행 (70%) 바이두 (30%	2017	-	-	-	▶클라우드 컴퓨팅 기술을 통한 고객이 선호하는 최적의 금융상품을 자동 파악하는 서비스 제공 ▶AI 기술 활용으로 동종 분야에서 경쟁우위를 높이고 있음

주: 총자산(2016년 기준)

출처: 중국 핀테크 산업의 발전 현황과 정책 방향, 대외경제정책연구원, 2018

2.2 인터넷전문은행 관련 선행연구

국내 인터넷전문은행에 관한 선행연구를 통해 고객들이 인터넷전문은행의 인지된 혁신특성을 통한 혁신에 대한 수용 그리고 이와 관련된 정부규제가 인터넷전문은행의 미치는 영향을 분석함으로써 이를 통한 핵심적인 성공요인을 도출한다.

최근 한국 금융 산업과 IT를 결합하면서 새로운 성장 동력으로 금융권의 경쟁력을 높이기 위해 2015년 1월 금융위원회에서 국내 핀테크 산업 확대를 위한 IT·금융 융합 지원방안을 발표하면서 인터넷전문은행 설립 도입을 제시하였다. 이후 케이뱅크로 시작으로 카카오뱅크가 설립되면서 인터넷전문은행에 대한 관심이 상당히 커진 것이 사실이다.

인터넷 전문은행의 긍정적 사례로 점포 운영비 절감을 통해 일반 시중은행 대비 예금금리는 높게, 대출 금리는 낮게 측정함으로써 고객을 유치할 수 있는 높은 성장성을 보여줄 수 있을 것이다(김소정, 김주연 외, 2017).

해외사례를 바탕으로 인터넷전문은행의 진입과 기존은행과의 경쟁에 대비한 이론적 접근을 통해서 인터넷전문은행이 생존하기 위해서는 기존 은행과 차별화된 서비스를 개발하여 틈새시장을 개발해야 한다고 하고 고객 채널을 온라인으로 한정하지 않고 지점 설립의 비용 대비 한계수익과 인터넷채널의 비용대비 한계수익이 동일할 때까지 지점 설립 또는 제휴를 통해 채널을 확보해야 한다고 조언하였다(강임호, 2003).

유경화(2017)는 기존 금융거래 사용자들이 인터넷전문은행 도입 초기에 어떤 요인들에 의해 인터넷전문은행으로 소비자 행동을 보일지에 대하여 주거래은행에 대한 만족도와 인터넷전문은행의 대안의 매력도가 기존은행 지속사용의도와 인터넷전문은행 수용의도와의 영향관계를 실증적으로 분석하여 인터넷전문은행으로의 전환의도를 파악하고 성공가능성에 대한 시사점을 도출하고자 하였다.

이상복, 왕상한(2016)은 미국, 일본, 영국, 독일, 중국 등 주요국의 인터넷전문은행 현황을 살펴보고 우리나라가 인터넷전문은행을 도입하는 경우 현행

법제도의 개선방향을 중심으로 논하였다. 주요 개선방향으로는 최저자본금 요건, 소유구조와 관련된 은산분리 완화 문제, 건전성 규제 및 영업행위 규제를 고찰하였다.

구본성(2008)은 해외 사례를 중심으로 인터넷전문은행 도입과 관련한 금융시장의 안정과 금융소비자의 신뢰를 제고할 수 있는 방안을 제시하였다.

정주호, 최선규(2017)은 국내 인터넷전문은행 도입 시점에 인터넷전문은행 도입의 당위성을 살펴보고 주요국의 운영사례를 고찰하여 우리나라 인터넷전문은행의 활성화를 위해 법제상 산업자본의 진입을 엄격하게 규제하고 있는 은산분리규제에 관한 개선방안을 연구하였다.

정상표(2016)는 법제도적 관점에서 설립주체와의 시너지창출을 통한 해외 인터넷전문은행의 성공사례를 참고하여 은산분리 완화를 통한 인터넷전문은행 활성화를 위한 방안으로 일본의 규제를 중심으로 은행법에 인터넷전문은행에 대한 규정을 명시하여, 인터넷전문은행을 '전자금융거래를 통하여 업무를 처리하는 은행'이라고 정의하고, 기존 일반 은행과의 차별화를 위하여 지점 설치를 제한하도록 시행령에서 구체적인 사항을 정하는 방안을 제안하였다.

김대원, 김성철(2017)는 컨조인트 분석을 통하여 시중은행에서 인터넷전문은행으로의 전환의도에 영향을 미치는 요인을 탐색했다. 인터넷전문은행의 특성으로 지배구조, 영업망, 차별화된 서비스가 선택되었다. 연구 결과 차별화된 서비스가 인터넷전문은행으로의 선택 전환의도 발생에 유의한 영향을 미치는 반면 지배구조와 영업망의 차이는 유의한 영향을 미치지 못했다. 따라서 인터넷전문은행이 수신 부문에서 우위를 점하기 위한 관건은 차별화된 서비스 제공인 것으로 판단하였다.

2.3 인지된 혁신특성 관련 선행연구

2.3.1 인지된 위험

인지된 위험은 혁신특성과 관련하여 인지된 위험은 혁신제품 구매 전에 소비자가 느끼는 위험을 말한다(Meuteretal., 2005). 일반적으로 모든 형태의 혁신은 불확실성을 가지거나 예측할 수 없는 잠재적인 부작용을 가지는 경우가 많다. 특히 혁신과 관련된 부정적인 사회적, 물리적, 경제적, 심리적 위험이 크다고 지각하는 경우에 사용자는 혁신에 대해 낮은 수용성향을 나타내며 수용에 대해 저항을 하게 된다(Sheth & Stellner, 1979).
인지된 위험은 여러 가지 유형으로 존재할 수 있는데, 이를 하나의 위험으로만 측정한 한계가 존재하였다. Zkmund & Scoot(1974)는 지각된 위험을 재정적 위험, 신체적 위험, 기능적 위험, 시간적 위험, 사회적 위험 등으로 구분하였다(Zkmund & Scoot, 1974).

2.3.2 복잡성

복잡성은 TAM(Technical acceptance model)의 사용의 편리성 개념과 반대되는 개념으로 수용자 측면에서 볼 때 혁신을 이해하거나 사용하는데 느끼는 어려움의 정도를 말한다. 또한 사용자의 사용 절차의 복잡성도 포함된다. Ram(1987)은 사용자가 혁신에 대해 이해하고 사용하기에 어렵고 절차가 복잡 할 때 저항을 할 것이라고 하였으며, 혁신의 제품특성과 관련하여 복잡성이 높을수록 혁신에 대한 저항은 클 것이라고 하였다. 또한 복잡성은 혁신제품을 이해하고 사용하는데 있어 상대적으로 용이한 정도로서, 사용하기 편리한 신제품 일수록 빠른 시간 내에 확산된다(Thompson, 1991). 수용자들에게 있어서 혁신의 복잡성은 수용에 부정적인 영향을 미치고 따라서 복잡성은 소비자의 혁신수용을 저해하고 지각위험을 증가시키는 것으로 볼 수 있다.

2.3.3 상대적 이점

소비자들에게 제품 또는 서비스가 수용되기 위해서는 경쟁업체와 차별화되는 상대적인 이점을 가지거나 유용하다고 지각되어야 한다. Rogers는 상대적 이점에 대한 정의를 '신기술이 소비자에게 전달해주는 가치가 기존의 기술보다 우수하다고 인지되는 정도'라고 내렸다. Ram은 '수용자가 제품의 효능, 사용상 편리성, 외형, 가격 등에서 신제품이 기존 제품보다 얼마나 좋은 지를 인식하는 것'라고 정의하였다.

Schiffman & Kanuk(1991)은 혁신의 제품특성과 관련하여 상대적 이점이 낮을수록 혁신에 대한 저항은 크다고 주장 하였다. 기업 내부의 시스템 수용과 관련해서도 새로운 시스템이 기존의 시스템보다 성능이나 기능면에서 뛰어날 때 사용자들이 새로운 시스템을 쉽게 수용한다는 사실을 입증하였다.

송선옥(2005)은 무역업체를 대상으로 전자상거래(e-Marketplace)에 대한 연구에서 상대적 이점이 낮을수록 혁신에 대한 저항은 크다고 입증하였다. 이 같은 전자상거래의 연구는 모바일분야에서도 이루어졌다. 모바일인터넷 또는 모바일 상거래를 이용하는데 있어서 상대적 이점은 수용에 주요한 요인으로 입증되었다(김호영, 김진우, 2002, 송희석, 김경철, 2006).

2.3.4 적합성

적합성이란 혁신이 잠재적 수용자가 지니고 있는 기존의 가치관, 과거의 경험 그리고 필요에 부합하는 것으로 인지되는 정도를 말한다(Rogers, 1995).

적합성은 혁신이 소비자 기존의 가치, 과거의 경험, 수용자의 욕구에 적합하다고 지각되는 정도로 정의하며, 적합성이 소비자행동론에서 주요한 변수로 혁신수용에 영향을 미치기 전에 먼저 혁신저항에 영향을 미친다(Ram, 1987).

상당수의 연구들에서 혁신제품의 사용자가 적합성이 높다고 인식 할수록 혁신제품에 대한 저항보다는 수용 가능성이 높아지는 결과를 보였다(Rogers & Shoemaker, 1971).

2.3.5 개선된 혁신기대

혁신을 수용하는 과정에서 유리한 혁신수용을 억제하는 또 다른 효과가 있다. 미래에 보다 더 향상되고 저렴한 제품이 출시되어 판매될 가능성 때문에 혁신의 수용이 지연될 수 있으며, 소비자가 혁신제품보다 더 매력적인 새로운 제품이 나타날 것을 확신할 경우 현재의 혁신을 수용하지 않고 좀 더 지켜보거나 보편화되기를 기다릴 것이다(송희석, 김경철, 2006). 또한 현재 모바일 상거래 서비스보다 더 편리하고, 더 안정적인 형태의 서비스가 나올 것으로 기대하는 소비자는 현재 혁신에 대해 적극적인 수용보다는 추후 더 우수한 제품이나 서비스의 출현 기대 속에서 현재 수용을 보류할 것이다(송희석, 김경철, 2006). 따라서 향후 더 좋은 제품이나 서비스에 대한 기대 심리가 높을수록 혁신 저항은 크다고 할 수 있다(송희석, 김경철, 2006).

2.4 혁신의 개념과 유형

2.4.1 혁신의 개념

혁신에 대한 정의는 많은 시간동안 많은 연구자들에 의해서 정의 내려지고 지금도 혁신에 대한 새로운 접근을 시도하기도 한다(이준행, 2014). 대표적인 혁신에 대한 정의를 살펴보면, Havelock(1969)은 교육, 농업, 커뮤니케이션, 의학, 과학기술, 보건, 법률, 사회복지, 행정 등 4,000건의 혁신연구 분석을 통하여 혁신을 “지식의 활용과 확산”이라는 광범위한 개념으로 정의하였다(유인목, 2011). Zaltman(1973)은 혁신을 신제품과 관련시켜 신제품을 개발하는 과정, 신제품을 수용하는 과정 그리고 신제품 그 자체 등의 3가지 다른 차원으로 혁신을 정의하였으며, 김중석(2013), Hirschman(1982)은 “혁신은 유형의 제품(tangible product)을 비롯해 새로운 정보나 서비스에 이르기까지 매우 다양하다”고 하였다.

하지만 현재까지 학술적으로 가장 일반적으로 받아들여지고 이용되는 혁

신의 정의는 Rogers(1995)의 정의로 혁신을 “개인(사용자 또는 잠재적 수용자)에게 새롭게 인식되는 아이디어, 관행(Practice) 또는 사물(object)이며 혁신에 따라 반응을 결정하는 개인의 주관적인 감각에 의해 새롭게 느껴지는 것”이라고 하였다(Roger, 1995).

이처럼 혁신에 대한 정의는 시대와 연구 분야에 따라 다양하지만 공통적으로 새로운 아이디어, 방법, 물체 등을 채택(adoption)하는 협의의 개념과 협의의 의미를 포함하여 이를 확산(diffusion)시키는 과정까지 포함한 광의의 개념을 포함하고 있다(유인목, 2011).

2.4.2 혁신의 유형

혁신성은 혁신(innovation)의 새로운 정도를 말하며, 혁신성과 혁신특성(innovative characteristics)에 따라 유형을 분류한 것이 혁신유형(innovation type)이라고 하였다(Garcia & Calantone, 2002). 제품의 혁신성 연구는 1967년 Robertson이 연속적 혁신(continuous innovation), 불연속적 혁신(discontinuous innovation), 단계적 혁신(dynamically continuous innovation)등의 세 가지로 혁신유형을 분류하기 시작한 이후 많은 학자에 의해 연구되었다(Garcia & Calantone, 2002).

Robertson(1967)에 따르면, 연속적인 혁신은 기존 패턴을 분열시킬 수 있는 최소한의 영향력만을 가진 것으로써 새로운 제품을 만들어 내는 것 보다는 기존제품의 변형 등이 여기에 속한다(예: 신모델의 오토바이, 멘솔 맛의 담배)(유인목, 2011). 둘째로, 단계적 혁신은 연속적 혁신 보다는 기존 패턴에 대해 조금 더 강한 영향력을 가진 것이지만 여전히 기존의 것을 완전히 바꾸지는 않는 혁신을 말하며, 전자동 칫솔, 버튼식 전화기 등이 그 예로써 신제품의 개발이나 기존제품에 대한 변형이 여기에 속한다(유인목, 2011). 마지막으로 불연속적 혁신은 TV나 컴퓨터와 같이 완전히 새로운 기준의 제품을 창출해 내고 고객의 새로운 행동 패턴(관습)을 가져오는 것을 말한다(Robertson, 1967).

이러한 Robertson(1967)은 혁신유형을 좀 더 자세하게 살펴보면 우선 혁신은 크게 기술적 혁신과 상징적 혁신의 두 가지로 나누게 되고 그 내용은 아래와 같다(Robertson, 1967).

2.4.2.1 기술적 혁신

Robertson은 혁신이 기술적 진보를 나타내고 또한 사용자의 행동에의 변화를 나타내는 행동에 근거하여 3가지 유형의 혁신을 정의하였다(이종호, 김문태, 1998).

첫째, 불연속적 혁신(discontinuous innovation)은 신제품 및 새로운 행동패턴의 수립과 연관되는 주요한 기술적 진보로써, 가령 주머니 크기의 핸드폰은 불연속적 혁신인데, 이 이유는 그것이 장거리 통화 시 걸어 다니면서도 이용할 수 있는 정도로 소형이기 때문이다(유인목, 2011).

그와 같이 그것은 걸어 다니면서 전화를 이용할 수 있는 사용자의 능력에 근거하여 행동의 패턴을 바꿀 수 있는 주요한 기술적 진보로써, 진정한 신제품은 시장의 구조를 변화시키며, 새로운 기술을 대표하고, 사용자 학습을 요구하며 행동변화를 이끌어 낼 수 있기 때문에, 그러므로 마케터는 정보의 확산, 기술의 진화, 새로운 사용용도의 발견, 초기 도입기 고가격에서 가격할인, 하부시설의 성장, 그리고 시장 진입 시 경쟁 등을 반드시 고려해야 한다(김중석, 2013).

둘째, 동적으로 연속적인 혁신(dynamically continuous innovation)은 기존의 사용자 행동패턴을 기술적으로 변화시키지 않는 주요기술을 나타내는 신제품으로, 예를 들어 컬러복사기는 동적으로 연속적인 혁신인데, 그 이유는 그것이 복사기의 기존 기술을 확대하는 것이기 때문이다. 그러나 그것이 기존의 사용패턴을 변화시킬 가능성은 없다(유인목, 2011).

셋째, 연속적 혁신(continuous innovation)은 기존제품의 확대나 수정을 초래하게 하는 미미한 기술적 진보로써, 예를 들어 자동초점 카메라, 액체비누, 알코올 성분이 없는 맥주 등이 있다(유인목, 2011).

2.4.2.2 상징적 혁신

Hirschman(1982)은 상징적 혁신을 새로운 사회적 의미를 전달하는 것으로 정의한다(Hirschman, 1982). 디자이너 청바지는 구매자들로 하여금 새로운 패션 지향적 맥락에 청바지를 인식하도록 하기 때문에 상징적인 혁신으로, 유사한 예로는 남성용피부 보호제의 도입 그리고 여성용으로 특별하게 디자인된 생명보험 등은 각 제품범주에 새로운 사회적 이미지를 부여하기 때문에 이 제품은 상징적 혁신으로 생각될 수 있다(이종호, 김문태, 1998). 어떤 혁신은 상징적이면서 기술적일 수 있다. 예를 들어, 비디오(VCR)는 그것이 가정 내에서 오락을 즐김으로써 사회적 패턴을 변화시켰으므로 상징적 의미를 가진 비연속적 기술혁신이다(김중석, 2013).

그 후, 혁신유형 연구는 Robertson(1986)이 개념화 한 세 가지 유형 외에 여러 가지 개념으로 좀 더 세분화되어 사용되었는데 그 중 가장 자주 사용된 개념들은 급진적 혁신(radical innovation), 점진적 혁신(incremental innovation), 시장의 발전(market breakthrough), 기술의 발전(technical breakthrough), 매우 새로운 혁신(really new innovation) 등이다(Garcia and Calantone, 2002).

제품 혁신성에 대한 Robertson의 전통적 개념의 연장선상에서 제품의 혁신성은 소비행태의 변화 그리고 제품의 새로움(newness)이라는 2가지 차원으로 평가되고 각각 고·중·저 혁신으로 분류되고, 소비행태 변화와 새로움 정도가 클수록 혁신성이 높은 제품으로 평가하였다(Lawton and Parasuraman, 1980). 그 후, 기업 관점 연구에서 가장 자주 사용된 혁신성 분류 기준은 기업에 새로운 정도(new to the firm), 시장에 새로운 정도(new to the market), 기술의 새로운 정도(new technology) 등으로 이에 따라 고(high)/중(moderate)/저(low) 혁신 혹은 급진적(radical)/점진적(incremental) 혁신 등으로 분류되었다(고삼, 2011).

구체적으로, 세상에 새로운 정도, 기업에 새로운 정도의 기준을 가지고 고(high)/중(moderate)/저(low) 혁신으로 분류했다(Kleinschmidt and Cooper, 1991).

Atuahene-Gima(1995)은 시장(사용자)에 새로운 정도, 기업에 새로운 정도의 기준을 가지고 급진적/점진적 혁신으로 분류했다. 이와 유사하게 제품 혁신성은 새로움(newness) 정도로서 시장에 새로운 정도(new to the market), 기업에 새로운 정도(new to the firm), 기술의 새로운 정도(newness of technology) 등 세 가지 차원에 따라 고(high)/중(moderate)/저(low) 혁신으로 분류된다고 정리했다(Goldenberget al., 2001).

Garcia & Calantone(2002)는 혁신유형에 대한 다양한 분류 기준과 어휘의 문제점을 해결하기 위해, 기업 관점에서 측정 가능한 개선된 세 가지 혁신 유형을 제시하였다(Garcia & Calantone, 2002). 이들이 사용한 혁신 유형 구분의 기준은 첫째, 거시적인 수준과 미시적 수준으로 각각 시장이나 세상에 처음 나온 것인가 또는 세상에는 있으나 기업에 새로운 것인가 하는 것이며, 둘째 기준은 마케팅 그리고 기술에서의 불연속성 여부이다(황금종, 2014). 이 두 기준을 가지고 급진적 혁신(radical innovation), 매우 새로운 혁신(really new innovation), 점진적 혁신(incremental innovation) 등의 세 가지 유형을 제시했다(Garcia & Calantone, 2002).

2.5 혁신수용 및 확산이론

2.5.1 혁신수용

혁신의 수용과정 또는 혁신과 관련된 의사결정과정은 개인 또는 다른 의사결정 단위체가 처음으로 혁신에 대해서 알고 태도를 형성하며 수용결정을 하게 되는 일련의 정신적인 과정으로, 또한 확산(diffusion)과정은 혁신이 일정기간 일정 채널을 통해 사회구성원들에게로 전달되는 것이다(Rogers, 1995).

혁신의 수용과정과 혁신의 확산과정은 구별되어야 하는데 수용과정은 한 개인의 마음속에서 일어나는 과정, 즉 사용자 또는 잠재 수용자가 신제품을 수용 할 것인지 아니면 거부할 것인가를 결정하는 과정(미시적 과정)인데 반

하여, 확산과정은 사회시스템 내에서 구성원 사이에 이루어지는 거시적 과정이다(Rogers & Shoemaker, 1971).

수용자들이 혁신제품이나 서비스에 대한 의사결정은 다섯 단계의 과정을 거쳐 결정된다(Rogers, 1995).

1단계, 수요자가 혁신에 노출되어 그의 기능을 이해하게 될 때 지식(knowledge)을 가지게 되는 단계이다.

2단계, 수요자가 혁신에 대한 호의적이거나, 비호의적인 태도를 형성할 때 설득(persuasion)이 생기는 단계이다.

3단계, 수요자가 혁신을 수용하거나 거절하는 선택에 직면할 때 결정(decision)이 일어나는 단계이다.

4단계, 수요자가 혁신을 사용할 때 실행(implementation)이 일어난다.

5단계, 혁신결정을 강화하면서 확정(confirmation)이 일어나는 단계이다.

신제품 수요의 성장을 설명하는 이론으로는 Vernon(1966)의 제품 수명주기 이론(Product Life-Cycle Theory: PLC)이 제시된 후, Bass(1969)의 분석적 연구모형(Bass 모형)과 Gomperz 모형, Fourt & Woodlock(1960) 모형, Logistic 성장 모형(Modis & Debecker, 1988) 같은 수리적 확산모형들이 연구되어 왔으며, Rogers (1995, 2003)의 혁신수용자 모형이 기술혁신의 수용자 관점에서 제안되기에 이르렀다.

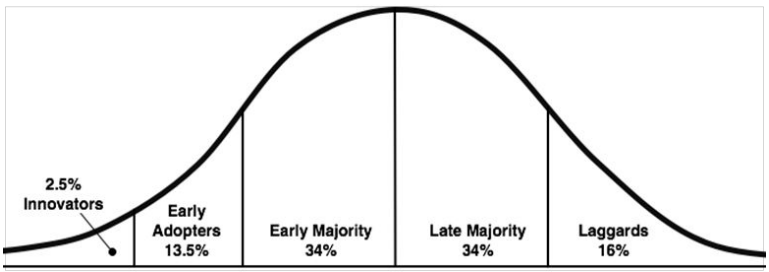
따라서 본 연구는 인터넷전문은행 서비스의 이용자 관점에서 혁신제품의 채택과 확산 과정을 연구하고자 하므로 Rogers(1995)의 혁신확산이론(혁신수용자 모형)을 중점적으로 살펴보고자 한다.

2.5.2 혁신확산이론

혁신이론(Innovation Theory)은 1930년대 미국 농촌 사회과학자들의 연구를 통해 오피니언 리더의 개념과 역할에 대한 실증적 연구가 이루어 졌고, 마케팅 분야에서는 신제품의 성공적인 확산을 추진하기 위해 혁신이론을 도입하였다(유인목, 2011). 1960년대부터 최근까지 Rogers는 기존 혁신에 대한

수용과 확산에 관한 연구를 종합하여 혁신이론의 이론적 토대를 마련하였다(유인목, 2011).

혁신의 인지된 특성은 사회체계 구성원들에게 혁신이 채택되는 상대적 속도인 채택률(Rate of adoption)을 설명하는 중요한 속성 중의 하나이다(Roger, 2005). Roger(2003)는 또한 인지된 혁신특성과 더불어 혁신 확산에 영향을 주는 혁신(Innovation), 커뮤니케이션 채널(Communication channel), 시간(Time) 그리고 사회 체계(Social system)이 혁신의 채택률에 영향을 준다고 하였다. 혁신은 개인이나 또는 수용단위들이 새롭다고 지각한 아이디어나 관습 또는 사물을 말하며, 커뮤니케이션 채널은 한 개인으로부터 다른 사람들에 메시지가 전달되는 수단을 의미한다. 시간은 확산이 이루어진 과정 전체를 내다볼 수 있는 의미다. 그리고 개인이나 다른 수용의 단위가 상대적으로 다른 구성원 보다 빠르게 새로운 아이디어를 수용하는지 정도를 의미하는 혁신성을 기준으로 수용자의 범주를 구분하면 ①혁신자(Innovators), ②조기 채택자(Early adopters), ③조기 대다수(Early majority), ④후기 대다수(Late majority), ⑤비 혁신자(Laggards)로 구분한다.

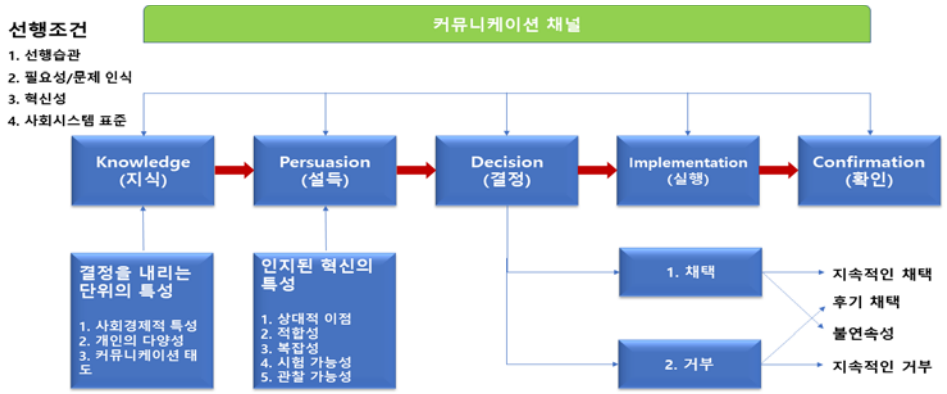


[그림 2-1] 수용자의 유형 분류 그래프

출처: Rogers, E. M., “Diffusion of innovations” (5th ed.), New York: Free Press, 2003.

혁신의 확산이 발생하는 지점이 되는 사회 체계(Social channel)는 공동의 목표를 성취하기 위한 문제 해결에 함께 참여하는 상호 연관된 단위들의 집합을 의미하며, 혁신 결정 과정이 지식(Knowledge), 설득(Persuasion), 결정

(Decision), 실행(Implementation), 확인(Confirmation)의 순서로 혁신 수용이 발생한다고 하였다(Rogers, 2003).



[그림 2-2] 혁신 확산이론의 수용과정

출처: Rogers, E. M., "Diffusion of innovations" (5th ed.), New York: Free Press, 2003.

2.6 국내 인터넷전문은행의 정부규제에 관한 연구

규제는 '정부가 바람직하고 옳다고 생각하는 국가와 사회의 경제 질서 유지와 구현을 위해 민간(국민과 기업)의 경제사회 활동에 대하여 일정 부분 제약을 가하는 것[7]' 등으로 정의할 수 있다. 정부가 시행하는 규제의 필요성과 효과성에 대해서는 오랜 기간 논쟁이 지속적으로 일어나고 있다. 특히, 사회적 가치나 목적을 실현하기 위해 자유로운 시장경제에 정부가 통제 하고 개입하는 경우, 경제적 성장과 사회적 가치가 동시에 확보되기 보다는 상호 교환적(trade-off) 관계에 있다고 인식되어 왔다(이영범, 지현정, 2011).

규제와 경쟁 관계에 있어 세 가지 입장이 존재하는데 Alfred E. -Kahn(1988)은 규제는 경쟁의 관계를 대립되는 개념으로 이해하려는 입장으로 정부 명령에 따라 경쟁을 대체 하는 것을 규제 본연의 특성으로 분류하였다. 하지만 박창률(2018)에 따르면 이러한 입장은 규제가 시장경제에서 비정

7) 최병선, 1992, 정부 규제론 : 규제와 규제완화의 정치경제, 법문사

상적인 요소로 분류되고 시장주의자들이 정부 규제를 배제하고 자원배분으로부터 의사결정까지 순수한 시장기능에 따라 이루어지는 시스템을 선호하고 도입할 것을 주장하였다. 하지만 이원우(2008)는 이에 반대 입장으로 시장을 기업, 자본가들의 이익만을 위한 것으로 분석하여 시장기능을 억제하고 시장의 규제의 필요성을 주장하였다.

하지만 아직도 다음과 같이 대부분의 선행 연구에서 각종 규제는 기업의 기술혁신노력을 저해하는 것으로 나타나고 있다. 정부의 기업통제 수준이 낮을수록 기업의 R&D 활동이 더욱 활발해진다(정승일, 2007). 금융규제 중 금리규제의 경우 금리변동성이 기술혁신에 부정적인 영향을 미친다(김병우, 2009). 시장 진입규제의 완화를 통해서 창업활동으로 측정되는 기업가정신의 활성화가 가능하다(김종호 외 2009). 이와 같이 정부 규제는 기업의 기술혁신에 대한 투자는 물론 혁신의지와 노력까지도 감소시키는 것으로 널리 인식되고 있다.

본 연구에서는 금융권의 정부 규제 중 대표적인 은산분리 규제를 통해 인터넷전문은행 서비스의 조절효과의 영향을 연구하고자 한다.

현재 국내 인터넷전문은행의 정부 규제 중 은산분리 규제 완화와 관련된 연구들이 진행되고 있다. 김병태(2018)의 따르면 금융위원회는 인터넷전문은행으로 인한 우리나라 은행산업의 외형적 성장과 산업 내 경쟁촉진 등 긍정적인 변화가 나타났으며 인터넷뱅킹이 빠르게 성장하여 모바일 기반 금융 서비스 확산과 금리경쟁 등이 촉진되었다 평가하였다.

해외 국가들의 인터넷은행 영업 시기와는 다르게 국내 인터넷은행은 2017년에서야 출범하였고, 시중은행과의 단순가격경쟁을 넘어서 인터넷은행만의 차별화된 금융서비스 활성화를 위해서는 필수적으로 완화되어야 할 핵심 규제들은 여전히 지속되고 있다고 하였다(배병진, 2017).

박채진, 류두진(2018)은 또한 국내 인터넷전문은행의 발전을 위한 합리적 제도와 가이드라인이 뒷받침된다면, 필요한 규제와 법령은 엄격하게 집행하되, 현행 규제의 적절한 완화도 이루어질 필요성을 제시하였다. 또한 완전 비대면 거래를 지향하며 출범한 우리나라 인터넷전문은행은 전통적 금융기관이 아닌 국내 유수의 ICT 기업들에 의해 운영되고 있지만, 법적 규제로 인한 자

본 상의 제약으로 기존 은행에 맞서 금융서비스의 혁신을 도모하기가 어려운 것이 현실이기 때문에 인터넷전문은행이 금융 산업의 혁신과 발전을 주도한다는 점과 금융 소비자들의 편익을 높인다는 측면을 고려해 제도적 보완장치를 충분히 마련하고 규제를 일부 완화하는 것도 필요하다고 하였다(박채진, 류두진, 2018).

최유성(2011)은 규제 분류에 있어 '규제 목적, 규제 기관, 규제 형식, 규제자와 피규제자의 관계, 국가개입 단계, 생산물 대 생산 공정, 규제 영역'별 등의 분류 방법을 제시하고 있다.

[표 2-8] 규제 유형의 분류표

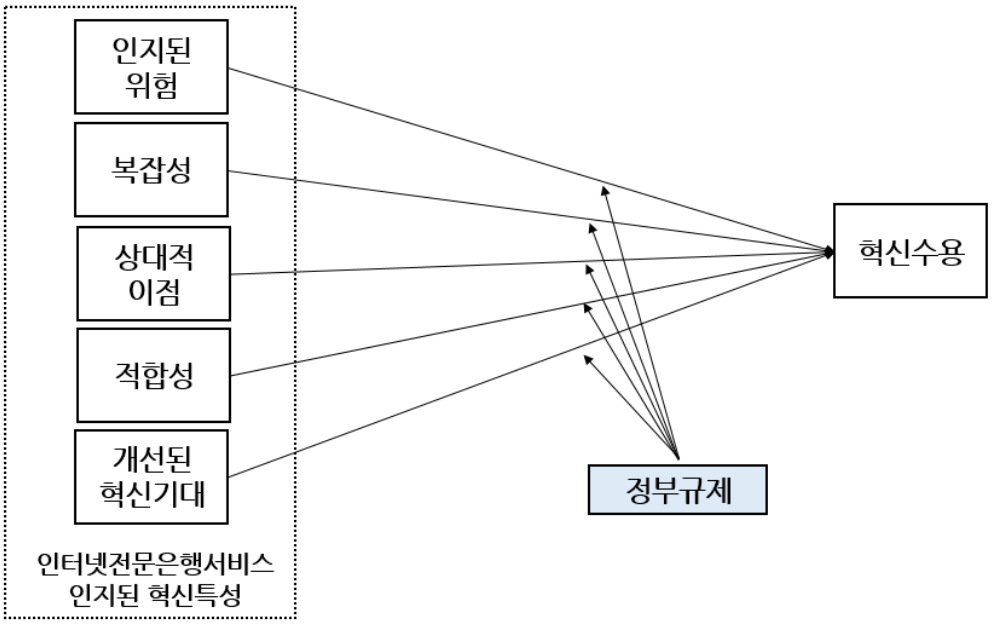
분류 기준		규제 유형	
규제 설정	규제 기관	담당 행정기관(중앙정부, 지방자치단체)별 규제	
	규제 목적	정책적 규제	
		각각의 개별 규제목적에 따른 규제	
	규제 형식	인가, 허가, 신고, 등록, 지정, 지도감독, 협의 승인, 단속 등	
	규제자와 피규제자의 관계	전통적 규제(공공→민간), 행정 내부규제(공공→공공) 민간자율규제(민간→민간), 포획(민간→공공)	
규제 방식	국가개입 단계	사전 규제	예방 단계
		사후 규제	행위발생 단계 피해발생 단계
	상샌물 대 생산 공정	제품규제	
		구조규제	
		공정규제	
		행위규제	
		법령에 근거한 규제	
		법령에 미근거한 규제	
		강제적(명령지시적) 규제	
		시장유인적 규제	
규제 대상	규제영역	경제적 규제	
		사회적 규제	
		행정적 규제	
	피규제 집단	대기업과 중소기업, 공익서비스 산업, 독과점 산업, 공해산업과 비공해 산업 등	
		여성, 청소년, 국가유공자, 생활보호대상자, 장애자 등	
	이익 발생 여부	수익적 규제	
		부담적 규제	
	산업별	1차, 2차, 3차 산업 등 전체 사업군별 규제	
		전력, 가스, 관광산업, 반도체 등 개별 산업 규제	
	기업활동 단계	입지, 설립, 건축, 자금 및 인력 조달, 생산, 유통, 판매, 소비 등	

출처 : 최유성, 2011, 우리나라 행정규제의 특성분석을 위한 규제분류 방식에 관한 연구

Ⅲ. 연구 설계

3.1 연구 모형

본 연구는 혁신확산이론의 인지된 혁신특성 중 인지된 위험, 복잡성, 상대적 이점, 적합성 그리고 개선된 혁신기대를 독립변수로 설정하였으며, 혁신수용을 종속변수로 하는 연구 모형을 설정하였다. 또한 정부규제가 독립변수인 인지된 혁신특성의 영향을 주어 혁신수용에 어떠한 영향을 미치는지 조절변수로 설정하였다.



[그림 3-1] 연구 모형

3.2 연구가설 및 조작정 정의

본 연구에서 변수에 대한 조작적 정의와 측정항목의 설정은 인지된 혁신특성, 혁신확산이론 및 정부규제에 대한 선행연구들을 토대로 이루어졌으며 측정항목의 구성은 독립변수인 인지된 혁신특성의 인지된 위험, 복잡성, 상대적 이점, 적합성 그리고 개선된 혁신기대의 종속변수인 혁신수용의 1개 변수 그리고 조절변수인 정부규제 변수 1개를 측정항목으로 구성하였다. 따라서 전체 총 7개의 변수로 설정하였으며 이에 대한 측정항목을 기반으로 한 설문지 총 38개 문항으로 구성하였다. 설문지의 구성은 5점 리커트 척도로 구성하였으며 1=전혀 그렇지 않다, 3=보통이다, 5=매우 그렇다로 축정하였다.

3.2.1 인지된 위험

Meuter et al.,(2005)는 인지된 위험을 혁신특성과 관련하여 혁신제품 구매전에 소비자가 느끼는 위험이라고 하였다. 본 연구에서 인지된 위험은 인터넷전문은행 핀테크 서비스 사용으로 얻어지는 결과의 불확실성에 의한 이용자가 지각하는 위험으로 정의하였다.

인지된 위험과 혁신저항과의 관계는 혁신제품이 갖는 특성에 따라 혁신저항을 더욱 촉진시킬 수도, 영향력을 행사하지 못할 수도 있다는 결과를 도출하였다(Ram, 1989). 또한 인지된 위험과 혁신저항과의 관계는 혁신제품이 갖는 특성에 따라 혁신저항을 더욱 촉진 시킬 수도, 영향력을 행사하지 못할 수도 있음을 밝혔다(Ram, 1989).

일반적으로 모든 형태의 혁신은 불확실성을 가지거나 예측 할 수 없는 잠재적인 부작용을 가지는 경우가 많다(김수길, 2018), 특히 혁신과 관련된 부정적인 사회적, 물리적, 경제적 심리적, 위험이 크다고 생각하는 경우 사용자는 혁신에 대해 낮은 수용성향을 나타내며 수용에 대한 저항을 하게 된다고 하였다(Ostlund, 1974, Ram & Sheth, 1989).

혁신저항에 대한 개념을 최초로 제시한 Sheth & Stellner(1979)는 인지된 위험을 최초로 혁신에 적용하였다는 연구의 우수성을 인정받았다.

Ram(1987)의 연구 또한 인지된 위험을 혁신저항에 영향을 미치는 변수로 제시하고 수행하지 않았다. 이후 후속연구에서 인지된 위험을 혁신저항에 영향으로 제시하여 연구를 진행하였다(박종석, 2018).

또한 인지된 위험은 경영학뿐만 아니라 경제학, 의사결정과학, 심리학 등 다양한 분야에서 적용하고 있는 개념이라고 하였다(하리다, 이환수, 2015).

Amoroso & Rémy(2012), Thakur & Srivastava(2014), Yang et al.(2015), Kleijnen et al.(2007), Luo et al.(2010), Chen(2013), Kabir(2013)은 금융 분야에서도 인지된 위험은 개념을 보안적 위험, 프라이버시 위험, 금전적 위험, 성능적 위험, 기술적 위험, 법제도 위험, 시간적 위험, 사회적 위험 등 다양한 개념을 적용하여 연구를 진행하고 있다(박종석, 2018).

김주현, 이정훈, 박현재(2017)의 연구에서 인지된 위험을 재정적 위험에 한정한 연구를 수행하였다. 또한 인지된 위험에 초점을 맞춘 연구에서는 경제적 위험, 사회적 위험, 성능적 위험, 기술적 위험, 사생활 위험으로 구분하여 제시하였다(최지은, 2013).

정화섭(2013), 서효민(2016), 장대련과 조성도(2000), 김윤환과 최영(2009), 임상현 외(2015), 박우석 외(2014)는 그 외에도 소셜미디어, 스포츠-ICT 융합 기술, 전사적 자원관리, IPTV, 모바일 상거래, 생산이력시스템 등의 다양한 분야에서도 인지된 위험을 혁신저항에 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 제시하였고 이를 실증적으로 검증하였다(박종석, 2018).

유인목(2011)은 지능형 홈네트워크의 혁신특성 중 인지된 위험은 사용자의 혁신저항에 양(+)의 관계가 있는 것으로 나타났으나, 사용자의 혁신수용과는 관계가 없는 것으로 확인하였다.

이휘재(2017)는 스마트 홈 허브 산업의 사용자들이 혁신확산과 수용의도에 미치는 요인 중 지각된 위험은 혁신저항에 대해 정(+)의 영향을 주고 수용의지에는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 확인하였다.

본 연구에서는 인지된 위험을 '인터넷전문은행 서비스에 대한 인지된 위험' 으로 조작화 하였다. 이는 사회적, 기능적, 심리적 등의 소비자가 지각하는 위험의 정도를 의미한다. 측정항목은 Ram(1984), 유필화, 이승희(1994), Meuter et al.(2005)가 사용한 문항을 본 연구의 목적인 인터넷전문은행 서비

스에 맞게 수정한 뒤에 해킹, 금융거래의 위험요소 및 오류 등과 같이 7개의 문항으로 구성하여 사용하였다.

따라서 본 연구에서는 인지된 위험에 대한 선행연구들을 토대로 인터넷전문은행 서비스에 대한 인지된 위험이 어떤 영향을 미치는지 알아보기 위해 아래와 같은 가설을 설정하였다.

가설 1(H-1) : 인터넷전문은행 서비스의 인지된 위험은 혁신수용에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 복잡성

Ram(1987)은 복잡성을 혁신저항에 영향을 미치는 변수로 제시하였으나, 실증연구를 수행하지는 않았고 이후 후속 연구에서 복잡성을 혁신저항의 영향요인으로 제시하며 연구를 진행하였다.

Davis et al.(1989), Moore & Benbasat(1991), Rogers(2003), Venkatesh et al.(2003)는 복잡성의 개념은 기술수용모델의 인지된 용이성, 혁신확산이론의 용이성, 통합기술수용모델의 노력기대와 같은 개념이다(박종석, 2018).

이용자가 혁신제품 및 서비스를 이용할 때 복잡성을 낮게 인식할 경우 제품에 대한 이해가 높을 것인 반면에, 복잡성을 높게 인식할 경우 혁신제품 이용의 어려움과 함께 혁신저항에 정적인 영향을 행사할 것이라고 하였다(Schiffman & Kanuk, 1991).

따라서 복잡성의 개념으로는 혁신적 기술의 사용이 어렵다거나 복잡한 느낌을 소비자들이 사전에 부정적으로 느끼는 것이다. 따라서 소비자들이 복잡성을 높게 인식했을 경우에는 혁신수용에 부(-)의 영향을 줄 것이다.

복잡성의 관한 선행연구로는 복잡성을 전자책, 손목형 웨어러블 디바이스, 스포츠- ICT 융합기술, 홈 IoT, 모바일 러닝, 전사적 자원관리, IPTV, 그리고 모바일 상거래등과 같이 다양한 분야에 전용된 혁신저항에 정(+)의 영향을 미치는 요인을 실증적으로 검증하였다(윤수경 외, 2014, 신재권, 이상우, 2016, 서효민, 2016, 김주현 외, 2017, 구희진 외, 2016, 장대련, 조성도,

2000, 김문선 외, 2010, 김윤환, 최영, 2009, 임상현 외, 2015, 김효정 외, 2017). 또한 김수길(2018)은 인터넷전문은행의 복잡성이 높을수록 혁신저항이 높아진다고 보고하고 복잡성이 혁신저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 실증적으로 검증하였다.

유인목(2011)은 지능형 홈네트워크의 혁신특성 중 복잡성은 사용자의 혁신저항에 양(+)의 관계가 있는 것으로, 혁신수용에는 음(-)의 관계가 있는 것으로 확인하였다.

복잡성은 인터넷 전문은행 서비스를 이용할 때 그 기능을 이해하기 어려운 정도로 조작적 정의하였으며 Alba & Huchinson(1987), Schiffman & Kanuk(1991), 박현정, 신경식, 최재원(2016)이 제시한 측정문항인 사용에 대한 학습 어려움, 서비스 이용시 조작의 복잡함, 기능파악의 어려움, 가입 절차의 복잡함 등을 본 연구의 목적인 인터넷전문은행 서비스에 맞게 수정한 뒤에 4개의 문항을 활용하였다.

따라서 본 연구에서는 앞선 선행연구들을 통해 인지된 혁신특성 중 복잡성이 인터넷전문은행 서비스 혁신수용에 부(-)의 영향을 미칠 것으로 가설을 설정하였다.

가설 2(H-2) : 인터넷전문은행 서비스의 복잡성은 혁신수용에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 상대적 이점

소비자들에게 혁신적인 제품 또는 서비스가 수용되기 위해서 경쟁업체와 차별화되는 상대적 이점을 가지거나 유용하다고 지각되어야 한다(김수길, 2018).

또한 상대적 이점을 혁신저항에 영향을 미치는 변수로 제시한 연구에서는 실증연구를 수행하지는 않았지만, 이후 후속 연구에서 상대적 이점을 혁신저항의 영향요인으로 연구하였다(Ram, 1987).

상대적 이점에 대한 개념은 기술수용모델에서의 인지된 유용성, 혁신확산

이론의 상대적 이점, 통합기술수용모델의 성과기대와 유사한 개념이다(Davis et al., 1989, Moore & Benbasat, 1991, Rogers, 1995, Venkatesh et al., 2003). 혁신저항에만 영향을 미치는 변수가 아니라 혁신확산 및 기술수용에도 영향을 미치는 변수로 활용되고 있다(박종석, 2018)

즉 상대적 이점은 소비자가 다른 기술에 비해 혁신적 기술에 대해 상대적으로 편리하게 활용하고, 기능적 만족도가 높은 긍정적인 감정을 형성한다는 개념으로 소비자들이 상대적 이점을 높게 인식할 경우, 혁신저항을 낮출 수 있다(박종석, 2018)

유인목(2011)은 지능형 홈네트워크의 혁신특성 중 상대적 이점은 사용자의 혁신저항에는 음(-)의 관계가 있고, 혁신수용에는 양(+)의 관계가 있는 것으로 검증하였다.

정재환(2018)은 챗봇의 인지된 혁신속성과 혁신수용에 관한 연구에서 독립변수로 상대적 이점, 적합성, 감성성 그리고 다양성으로 4개의 변수를 통해 혁신수용에 영향을 미치는 것으로 확인하였으며 이 중 상대적 이점과 적합성이 가장 큰 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인하였다.

이휘재(2017)는 스마트 홈 허브 산업의 사용자들이 혁신확산과 수용의도에 미치는 요인 중 상대적 이점은 수용의도에 대해 유의한 정(+)의 영향을 미치고, 혁신저항에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 확인하였다.

상대적 이점은 신기술이 소비자에게 전달되는 가치가 기존의 기술보다 우수하다고 인지되는 정도로 정의된다(Rogers, 1983). 따라서 본 연구에서는 상대적 이점을 기존 전통적 은행과 비교시 인터넷전문은행이 제공하는 상대적 우수성 정도로 조작화 하였으며, 측정항목은 Ram(1984), Schiffman & Kanuk(1991), 양윤선, 신철호(2010)가 사용한 문항을 본 연구 목적인 인터넷전문은행 서비스에 맞게 수정하였으며, 측정 문항으로는 신속성, 편리성, 효율성 등으로 6개의 문항을 활용하였다.

따라서 본 연구에서는 앞선 선행연구들을 통해 인지된 혁신특성 중 상대적 이점이 인터넷전문은행 서비스 혁신수용에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 가설을 설정하였다.

가설 3(H-3) : 인터넷전문은행 서비스의 상대적 이점은 혁신수용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.4 적합성

Roger(1995)는 적합성의 개념을 혁신이 기존가치, 과거경험, 수용자의 욕구에 부합된다고 지각되는 정도로 정의하였고, 즉 적합성이란 혁신이 잠재적 수용자가 지니고 있는 기존의 가치관, 과거의 경험 그리고 필요에 부합하는 것으로 인지되는 정도를 말한다.

Rogers & Shoemaker(1971)는 상당수의 연구들에서 혁신제품의 사용자가 적합성이 높다고 인식할수록 혁신제품에 대한 저항보다는 수용 가능성이 높아지는 결과를 확인하였고, 또한 신제품이 잠재 소비자의 기존 신념과 가치관, 관습, 욕구, 태도, 과거의 경험 등에 부합되는 정도라고 하였다(Rogers & Shoemaker, 1971).

기존의 수용해 오던 것과 새로운 혁신이 도입되었을 때 사용상 기능상 부합되지 않는 경우들이 적합성과 관련 된다고 주장하면서 자신에게 적합하지 않는 혁신에 대해서 사용자들은 저항하고 있음을 실증분석 하였다(Ram, 1987).

유인목(2011)은 지능형 홈네트워크의 혁신특성 중 적합성은 사용자의 혁신저항에 음(-)의 관계가 있고, 사용자의 혁신수용에 양(+)의 관계가 있는 것으로 확인하였다.

정재환(2018)은 챗봇의 인지된 혁신속성 중 적합성이 혁신수용에 가장 큰 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인하였다.

적합성은 혁신이 잠재적 수용자가 지니고 있는 기존의 가치관, 과거의 경험 그리고 필요에 부합하는 것으로 인지되는 정도로 정의할 수 있다(Rogers, 1995). 따라서 본 연구에서는 인터넷전문은행 서비스에 맞게 기존의 가치관, 욕구 충족의 적합, 사용 목적과의 적합 등으로 5개의 문항으로 활용하였다.

따라서 본 연구에서는 앞선 선행연구들을 통해 인지된 혁신특성 중 적합성이 인터넷전문은행 서비스 혁신수용에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 가설을

설정하였다.

가설 4(H-4) : 인터넷전문은행 서비스의 적합성은 혁신수용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.5 개선된 혁신기대

Holak(1987)은 가까운 미래에 더 좋은 혁신이 등장할 것이라는 소비자의 기대가 높을수록 혁신저항이 높아진다는 사실을 확인하였다(Holak, 1987).

Ram(1987)은 소비자의 개선된 혁신기대가 높을수록 혁신저항이 높아질 것이라고 주장하였다(Ram, 1987).

하지만 선행연구를 통해 확인한 결과 개선된 혁신기대가 혁신저항의 음(-)의 영향을 주는 것으로 확인하였으며, 신재권(2015)의 연구내용으로 인지된 혁신특성이 손목형 웨어러블 디바이스의 혁신저항에 영향을 미치는 요인을 통해 개선된 혁신기대가 혁신저항의 정(+)의 영향을 주는 가설이 기각 되었다.

개선된 혁신기대는 현재의 혁신제품보다 더 매력적인 새로운 제품 또는 서비스가 나타날 것을 확실할 경우 등으로 Ram(1987), 신재권(2015), 송희석, 김경철(2006)이 사용한 문항을 본 연구 목적인 인터넷전문은행 서비스에 맞게 수정하여 편리한 경쟁서비스 기대, 안정적인 품질 기대, 개인 특성에 맞는 맞춤형 서비스 제공 기대 등으로 6개의 문항을 활용하였다.

따라서 본 연구에서는 앞선 선행연구들을 통해 인지된 혁신특성 중 개선된 혁신기대가 인터넷전문은행 서비스 혁신수용에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 가설을 설정하였다.

가설 5(H-5) : 인터넷전문은행 서비스의 개선된 혁신기대는 혁신수용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.6 혁신 수용

Rogers & Shoemaker(1971)는 혁신 수용을 재촉하는 제품 특성으로 상대적 이점, 적합성, 시도가능성, 관찰가능성을 제시하였고 복잡성은 수용을 감소시키는 요소로 보았다(Rogers & Shoemaker, 1971). 이외에도 Ostlund(1974)는 지각된 위험이 수용에 영향을 미치는 것을 증명하였으며, Assael(1998)은 지각된 위험은 제품이 새로운 경우, 제품에 대한 정보가 적은 경우, 생리적 위험, 경제적 위험, 성과위험, 신체적 위험으로 나눌 수 있다고 하였다(Assael, 1998). 또한 Ostlund(1974)는 혁신 수용자와 비수용자를 판별하는데 영향을 주는 제품특성을 판별분석을 통해 확인하였는데 상대적 중요성, 적합성, 복잡성, 지각된 위험, 관찰가능성, 시도가능성이 수용에 영향을 미치는 중요 요소로 나타났다(Ostlund, 1974). 그리고 Holak(1988)은 적합성, 상대적 중요성, 지각된 위험이 구매의도에 일관성 있는 영향을 주는 것을 밝혔다(Holak, 1988).

Rogers는 혁신 연구의 기본이 되는 혁신자체의 다섯 가지 특징 즉 상대적 이점(relative advantage), 복잡성(complexity), 적합성(compatibility), 시용성(trialability), 관찰가능성(observability)을 제시했다(유인목, 2011). 이 특징들은 사용자가 지각 하는 정도에 따라 신제품의 확산과정 및 수용 속도에 영향을 주며 이것이 Rogers이론의 실체이다. 이와 관련하여 Moore & Benbasat(1991)은 일반 신제품이 아닌 IT수용과 관련하여 상기의 혁신 자체의 특징 외에 Davis의 기술수용모델의 사용의 편리성(ease of use)과 자발성(voluntahness) 및 이미지 등을 결합하여 8가지의 혁신특성으로 재구성하여 혁신확산요인의 실증적 연구를 하였다(Moore & Benbasat, 1991).

유인목(2011)은 지능형 홈네트워크의 확산과정에서 인지된 혁신특성이 이용자의 저항 및 수용에 미치는 영향에 관한 연구를 살펴보면, 혁신특성에는 상대적 이점, 적합성, 다양성, 위험성, 복잡성 그리고 복귀성이 혁신수용과 혁신 저항에 영향을 미친다고 보고 실증분석을 하였다.

송영화, 한현수(2005)는 혁신수용결정에 영향을 미치는 변수로는 지각된 혁신수용 속성, 혁신의사결정의 형태, 커뮤니케이션 채널, 사회시스템의 본질,

변화 에이전트의 촉진노력 등을 들 수 있는데, 이중에서 혁신의 속성은 보통 상대적 이점, 적합성, 복잡성, 위험성 등으로 구성된다고 하였다(송영화, 한현수, 2005).

김종석, 김기윤, 나관식(2004)은 혁신기술 수용에 대한 저항 또는 수용에 대한 태도는 실제사용에 직접적인 영향을 미치고 있음을 제시하였다.

혁신수용은 이용자들이 혁신적인 제품, 서비스 등을 수용하거나 이를 지속 사용하는 정도를 말하며 김성일(2012), 유인목(2011)가 사용한 문항을 바탕으로 본 연구 목적인 인터넷전문은행 서비스에 맞게 수정하였으며, 측정 문항으로는 만족성, 서비스에 대한 호의적 태도, 이용의 즐거움 등으로 5개의 문항을 활용하였다.

3.2.7 정부규제, 인지된 혁신특성과 혁신 수용과의 관계

앞에서 언급한 정부 규제와 관련된 선행연구들 중 박창률(2018)의 정부규제 변수는 독립변수로 역할을 통해 혁신 지출·투자에 미치는 영향을 살펴보았지만 본 연구에서는 정부 규제의 변수를 조절효과로 사용하여 인지된 혁신특성이 혁신 수용의 미치는 영향을 살펴보았다.

박창률(2018)의 선행연구에 따르면 규제의 컨텐츠별 차이는 있지만, R&D 규제, 신규 사업 진출 규제, 신규 설비 투자 규제, 규격 및 인증 규제 등 기술혁신과 관련된 네 가지 정부 규제는 기업의 기술혁신 투자를 감소시키는 것으로 확인하였으며, 또한 R&D 규제와 신사업 진출 규제가 기업의 혁신에 대한 투자를 상대적으로 크게 감소시키고, 신규 설비 투자 규제와 규격·인증 규제로 인해 기업의 혁신 투자 감소의 정도는 상대적으로 낮은 것으로 나타났다(박창률, 2018).

조절변수인 정부규제는 신규 사업 진출 규제 및 신규 설비 투자 규제 등 인터넷전문은행 서비스의 미치는 정부규제로 조작화 하여, 한성호(2001)가 사용한 문항을 본 연구 목적인 인터넷전문은행 서비스에 맞게 수정하여, 정부규제 완화 관점에서 문항을 설정하였고, 이는 규제완화의 필요성, 정부규제의 문제점, 정부 규제로 인한 시장 위축 등으로 5개 문항을 활용하였다.

따라서 본 연구에서는 이러한 정부 규제들이 기업의 혁신성과 관련된 투자에 부정적인 영향을 미치는 것으로 확인을 통하여 정부 규제가 소비자들의 인지된 혁신 특성에 영향을 미치면서 혁신 수용에 도출 되는 결과를 확인하고자 한다. 인터넷전문은행 서비스의 관한 정부 규제 정의는 아래와 같이 설정하였다.

가설 6(H-6) : 인터넷전문은행 서비스에 대한 혁신 수용은 정부 규제에 따라 조절효과가 나타날 것이다.

가설 6-1(H-6-1) : 인터넷전문은행 서비스의 인지된 위험에 대한 혁신 수용은 정부 규제에 따라 조절효과가 있을 것이다.

가설 6-2(H-6-2) : 인터넷전문은행 서비스의 복잡성에 대한 혁신 수용은 정부 규제에 따라 조절효과가 있을 것이다.

가설 6-3(H-6-3) : 인터넷전문은행 서비스의 상대적 이점에 대한 혁신 수용은 정부 규제에 따라 조절효과가 있을 것이다.

가설 6-4(H-6-4) : 인터넷전문은행 서비스의 적합성에 대한 혁신 수용은 정부 규제에 따라 조절효과가 있을 것이다.

가설 6-5(H-6-5) : 인터넷전문은행 서비스의 개선된 혁신기대에 대한 혁신 수용은 정부 규제에 따라 조절효과가 있을 것이다.

변수의 조작적 정의는 아래와 같다.

[표 3-1] 변수의 조작적 정의

변수명	조작적 정의	참고문헌	문항수
인지된 위험	인터넷전문은행 서비스의 사용을 통해 얻어지는 결과에 의해 이용자가 인지하게 되는 위험	Ram(1989) Meuter et al.,(2005) Sheth & Stellner(1979) Amoroso & Rémy(2012) Thakur & Srivastava(2014) 김영훈(2011) 박종석(2018) 하리다, 이환수(2015)	7
복잡성	인터넷전문은행 서비스 이용시 그 기능 등을 이해하기 어려운 정도	Ram(1987) Davis et al.,(1989) Moore & Benbasat(1991) Rogers(2003) Venkatesh et al.,(2003) Schiffman & Kanuk(1991) 유인목(2011)	4
상대적 이점	인터넷전문은행 서비스가 소비자에게 전달하는 가치가 기존의 기술 및 서비스와 비교시 더 우수하다고 인지되는 정도	Ram(1987) Davis et al.,(1989) Moore & Benbasat(1991) Rogers(1995) Schiffman & Kanuk(1991) 박종석(2018) 김수길(2018)	6
적합성	인터넷전문은행 서비스의 잠재적 수용자가 지니고 있는 기존의 가치관, 과거 경험과 필요에 의해 부합하는 것으로 인지되는 정도	Roger(1995) Ram(1987) Rogers & Shoemaker(1971)	5
개선된 혁신기대	기존 보다 더 나은 금융서비스 등을 제공하는 인터넷전문은행 서비스의 출현 기대	Holak(1987) Ram(1987) 신재권(2015) 송희석, 김경철(2006) 유필화, 이승희(1994)	5
혁신수용	소비자들이 혁신적인 제품을 받아들이거나 사용할 것을 결정하는 정도	Rogers & Shoemaker(1971) Ostlund(1974) 김성일(2012) 유인목(2011)	5
정부규제	신규 사업 진출 규제 및 신규 설비 투자 규제 등 인터넷전문은행 서비스의 미치는 정부규제	Alfred E. Kahn(1988) 한성호(2001) 김병태(2018)	5

Ⅳ. 실증연구

4.1 표본의 특성

본 연구를 진행하기 위해 먼저 인터넷전문은행 서비스에 관한 선행 연구와 관련 자료들을 수집하였다. 따라서 다양한 문헌 검토와 인터넷전문은행 서비스의 선행연구들을 토대로 관련 설문지를 작성하였으며, 2018년 10월 3일부터 2018년 11월 13일가지 총 246개의 설문 표본을 수집하였다. 전체 설문지의 내용은 8개 요인을 총 43개 문항을 온라인전문은행 서비스의 사용자 및 비사용자들을 무작위 대상으로 하여 온라인과 오프라인으로 설문을 진행 하였으며, 설문문항 척도는 리커트 5점 척도로 하였다.

설문지를 통해 수집한 기초자료를 바탕으로 설문 응답자의 일반적인 특성과 각 설문문항별 통계량을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 또한 본 연구의 연구가설을 위하여 SPSS 22.0 통계를 이용하여 설문항목에 따라 신뢰성 분석과 타당성분석을 검증하였다.

설문 응답자의 인구통계 특성을 살펴보면 아래의 [표 4-1]와 같이 나타난다.

첫째 설문의 전체 응답자 246명 가운데 139명이 남성(57%), 107명이 여성(43%)으로 나타났다.

둘째 설문의 전체 응답자의 연령 분포를 살펴보면 20대가 전체 응답자 246명 가운데 46명(19%), 30대는 전체 응답자 246명 가운데 54명(22%), 40대는 전체 응답자 246명 가운데 67명(27%), 50대는 전체 응답자 246명 가운데 63명(26%) 그리고 60대 이상이 전체 응답자 246명 가운데 16명(7%)를 차지한 것으로 확인 할 수 있다.

셋째, 설문 응답자의 학력 분류를 통해 중졸이 전체 응답자 246명 가운데 3명(1%), 고졸이 전체 응답자 246명 가운데 47명(19%), 전문대졸(재학 포함)이 전체 응답자 246명 가운데 43명(17%), 대졸(재학 포함)이 전체 응답자 246명 가운데 89명(36%) 그리고 대학원졸 이상(재학 포함)이 전체 응답자

246명 가운데 64명(26%)이 차지한 것으로 확인 할 수 있다.

넷째, 설문 응답자의 직업 분류를 통해서 사무직이 전체 응답자 246명 가운데 99명(40%)로 가장 많이 차지하였으며, 생산/기술직은 전체 응답자 246명 가운데 17명(7%), 서비스직이 전체 응답자 246명 가운데 51명(21%), 자영업이 전체 응답자 246명 가운데 22명(9%), 학생이 전체 응답자 246명 가운데 23명(9%), 전업주부가 전체 응답자 246명 가운데 27명(11)%) 그리고 기타가 전체 응답자 246명 가운데 7명(3%)을 차지하였다.

[표 4-1] 표본의 인구통계학적 특성

구분		빈도	비율(%)
성별	남	139	57%
	여	107	43%
연령	20세~29세	46	19%
	30세~39세	54	22%
	40세~49세	67	27%
	50세~59세	63	26%
	60세 이상	16	7%
학력	중졸	3	1%
	고졸	47	19%
	전문대졸(재학 포함)	43	17%
	대졸(재학 포함)	89	36%
	대학원졸 이상(재학 포함)	64	26%
직업	사무직	99	40%
	생산/기술직	17	7%
	서비스직	51	21%
	자영업	22	9%
	학생	23	9%
	전업주부	27	11%
	기타	7	3%

4.2 표본의 기술통계 분석

본 연구에서는 무작위로 온라인 및 오프라인 246명의 인터넷전문은행 서비스의 사용자 및 비사용자를 대상으로 설문 문항별 측정된 데이터에 대한 정규성(normality)을 분석하기 위해 기술통계량분석을 실시하였고 그에 따른 결과는 아래 [표 4-2]와 같다. 기술 통계량 분석 결과에 대한 제시 기준에

따르면 표준편차 3이하, 왜도 절대값 3이하, 첨도 절대값 3이하로 개별 측정변수들은 정규분포를 가지는 것으로 확인되었다(신건권, 2013).

[표 4-2] 측정변수들의 기술통계량 분석 결과

구분	평균	표준 편차	왜도	첨도
인지된위험1	3.260	1.1975	-.255	-.842
인지된위험2	3.346	1.1877	-.357	-.715
인지된위험3	3.057	1.2571	-.021	-.969
인지된위험4	3.020	1.2501	-.001	-.965
인지된위험5	3.252	1.2847	-.248	-.996
인지된위험6	3.236	1.2751	-.200	-1.022
인지된위험7	3.154	1.2521	-.195	-.981
복잡성1	2.866	1.2819	.124	-1.101
복잡성2	2.752	1.2966	.323	-.977
복잡성3	2.691	1.2722	.381	-.900
복잡성4	2.756	1.3176	.350	-1.009
상대적 이점1	3.967	1.0987	-1.108	.740
상대적 이점2	3.923	1.0946	-1.013	.508
상대적 이점3	3.577	1.0691	-.526	-.182
상대적 이점4	3.959	1.0834	-1.064	.690
상대적 이점5	3.984	1.0878	-1.099	.736
상대적 이점6	3.549	1.1083	-.523	-.251
적합성1	3.720	1.0568	-.674	-.001
적합성2	3.569	1.0773	-.516	-.172
적합성3	3.472	1.1053	-.412	-.365
적합성4	3.630	1.0639	-.611	.038
적합성5	3.638	1.0552	-.663	.055
개선된 혁신기대1	3.703	1.0562	-.849	.444
개선된 혁신기대2	3.589	1.1020	-.589	-.199
개선된 혁신기대3	3.890	1.0729	-.959	.467
개선된 혁신기대4	3.715	1.0768	-.718	.063
개선된 혁신기대5	3.663	1.0633	-.771	.264
개선된 혁신기대6	3.724	1.0325	-.748	.398
혁신수용1	3.602	1.1374	-.832	.066
혁신수용2	3.606	1.2067	-.763	-.224
혁신수용3	3.630	1.1345	-.808	.077
혁신수용4	3.329	1.1145	-.376	-.379
혁신수용5	3.663	1.1901	-.846	-.027
정부규제1	3.346	1.0873	-.376	-.145
정부규제2	3.459	1.0164	-.571	.213
정부규제3	3.650	1.0458	-.772	.453
정부규제4	3.268	1.0960	-.268	-.464
정부규제5	3.333	1.1188	-.387	-.468

4.3 타당도 및 신뢰도 분석

4.3.1 타당도 분석

연구자의 연구의 가설을 검정하기 위하여 선행적으로 가설 검정에 이용될 변수들의 신뢰성과 타당성에 대한 검정이 선행되어야 한다. 타당도 분석이란 측정도구가 측정하고자 하는 것을 얼마나 잘 측정하는가를 검증하는 것으로 일반적으로 요인분석을 활용하여 같은 구성개념을 측정하는 변수들이 동일한 요인으로 묶이는지를 확인하는 것이고, 반면 신뢰도 분석이란 측정한 것이 얼마나 일치하는가를 검증하는 것으로 요인분석을 통하여 동일한 요인으로 묶인 변수들이 동질적인지를 파악하는 것이다(최창호, 2013).

일반적으로 측정의 타당도 분석은 구성개념(constructs) 타당도 중에서 측정변수 간의 상관관계가 높은 집중 타당도(convergent validity)와 측정변수 간의 상관관계가 낮은 판별 타당도(discriminant validity)를 활용하는데, SPSS 프로그램을 활용한 회귀분석에서는 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을, 통해 이를 검증하게 된다(최창호, 2013).

따라서 본 연구에서는 연구결관에 대한 유효성을 높이고 설문 항목의 타당성을 평가하기 위해 요인분석 실시하였으며, 이는 독립변수인 인지된 위험, 복잡성, 상대적 이점, 적합성 그리고 개선된 혁신기대, 종속변수인 혁신수용, 조절변수인 정부규제의 설문 문항들에 대해서 타당도와 신뢰도 검정을 실시하였다. 따라서 개념타당도를 통해 집중타당도와 판별타당도를 검증하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 타당도를 통해 연구하고자 하는 개념이나 속성을 측정하기 위해 측정도구의 구성 개념이나 속성이 얼마나 정확히 측정되는지 확인을 하는 연구 기법이다. 따라서 이러한 타당성 검정을 통해 본 연구의 개념과 속성에 대해 얼마나 정확하게 측정하였는지 파악하여 탐색적 요인분석을 진행하였다.

집중 타당도란 같은 요인별로 묶이는 성질, 즉 요인 적재값이 높은 것으로 서로 간의 상관관계가 높게 나타나고 있음을 보여주며, 하나의 구성개념을 측정할 때 하위변수들이 하나의 구성개념을 모두 충실히 반영한다면 하나의 구

성개념, 즉 하나의 요인으로 산출되는 것이고, 반면 판별 타당도란 같은 요인별로 묶이는 것(요인 적재값)과 묶이지 않은 것(교차 요인 적재값)이 구별된다는 것이다(최창호, 2013).

탐색적 요인분석의 타당도 분석을 할 경우, 먼저 요인분석을 실행하기에 적당한가를 나타내는 척도로써 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 모형적합도와 측정변수들의 상관계수의 행렬이 단위행렬(같은 측정변수들끼리의 상관계수가 1이고, 나머지 측정변수들과는 모두 상관계수가 0)이라는 귀무가설을 기각하고, 단위행렬이 아니라(나머지 측정변수들과 적어도 1개 이상은 상관계수가 0이 아님)는 대립가설을 채택하기 위한 Bartlett의 구형성을 각각 검정(예를 들어, $p<.05$ 이면 95% 신뢰수준에서 대립가설을 채택)한 후, 회전 제곱합 적재값(요인이 2개 이상 일 경우 사용하며, 1개 일 경우에는 추출 제곱합 적재값을 활용)에서 해당 요인이 전체 문항의 분산을 얼마나 설명하는지를 확인하고, 공통으로 묶인 요인 모두가 전체 문항의 분산을 얼마나 설명하는지를 확인하기 위해 %누적값을 확인(일반적으로 〉 60%는 되어야 함)하고, 마지막으로 요인이 2개 이상일 경우, 회전된 성분행렬에서 성분(요인)별로 묶인 요인 적재값(일반적으로 〉 .5)과 성분(요인)으로 묶이지 않은 교차 요인 적재값(일반적으로 〈 .4)을 확인하여 집중 타당도와 판별 타당도를 검정하게 되는 것이다(최창호, 2014).

본 연구에서는 SPSS 통계패키지를 활용하여 타당도 검정을 위한 탐색적 요인분석을 실시하였다. 또한 주성분 분석과 요인 구분을 최대화하기 위해 직교회전방식인 varimax를 사용하여, 독립변수 인지된 혁신특성의 인지된 위험, 복잡성, 상대적 이점, 적합성 그리고 개선된 혁신기대와 종속변수인 혁신수용에 대한 판별파당도 및 집중타당도를 확인하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다.

[표 4-3] 독립변수 및 종속변수의 KMO와 Bartlett의 검정

Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도		0.944
Bartlett의 단위행렬 검정	근사 카이제곱	7651.952
	df	351
	유의확률	0.0000

표본의 적합도를 판단하는 KMO 지수값이 .944로 일반적인 수준인 〉.8이상이고, Bartlett의 구형성 검정 결과 x^2 (p)값이 .000으로 일반적인 기준 0.05보다 작게 나타나 단위행렬이 아닌 변수가 하나라도 있는 유효한 결과로 나타나 본 데이터는 요인분석하기에 적합한 것으로 판단된다(최창호, 2018).

따라서 본 연구의 요인분석을 총 11회 추가로 실시하면서 회전 성분 행렬에서 묶이지 않는 독립변수의 항목 중 인지된 위험3, 인지된 위험4, 인지된 위험5, 인지된 위험6과 상대적 이점1, 상대적 이점3, 상대적 이점6을 제거하였다. 또한 적합성1, 적합성2 그리고 개선된 혁신기대1, 개선된 혁신기대2 그리고 개선된 혁신기대 3을 제거하여 판별타당도와 집중타당도를 확보하였다. 다음 아래의 [표 4-4]를 통해 요인 적재값의 크기순 정렬로 정리하여 독립변수와 종속변수의 요인분석 결과를 정리하였다.

[표 4-4] 독립변수 및 종속변수의 요인분석 결과표

측정변수	구성요소						
	혁신수용	복잡성	상대적 이점	인지된 위험	개선된 혁신기대	적합성	공통성
혁신수용1	.821	-.200	.325	-.151	.215	.188	.924
혁신수용4	.806	-.072	.160	-.143	.241	.281	.839
혁신수용3	.799	-.141	.318	-.182	.248	.241	.912
혁신수용2	.792	-.183	.250	-.135	.297	.264	.900
복잡성2	-.077	.886	-.113	.207	-.033	-.068	.852
복잡성3	-.095	.885	-.130	.264	-.113	-.080	.898
복잡성1	-.174	.828	-.088	.283	-.054	-.067	.811
복잡성4	-.114	.818	-.109	.312	-.183	-.025	.825
상대적 이점5	.280	-.125	.858	-.058	.200	.203	.914
상대적 이점4	.283	-.184	.852	-.036	.180	.233	.928
상대적 이점2	.248	-.123	.766	-.050	.316	.250	.827
인지된 위험2	-.117	.379	-.061	.852	-.086	-.054	.897
인지된 위험1	-.215	.342	.009	.841	-.055	-.101	.884
인지된 위험7	-.101	.386	-.086	.784	-.109	-.019	.794
개선된 혁신기대4	.357	-.146	.256	-.040	.758	.304	.883
개선된 혁신기대5	.334	-.154	.290	-.180	.729	.290	.868
개선된 혁신기대6	.364	-.132	.330	-.126	.725	.241	.859
적합성5	.336	-.079	.366	-.082	.290	.715	.854
적합성4	.375	-.105	.342	-.011	.294	.700	.845
적합성3	.393	-.068	.241	-.120	.293	.683	.784
Eigen-value	3.718	3.579	2.971	2.512	2.388	2.130	
분산설명(%)	18.589	17.897	14.854	12.558	11.940	10.652	
분산누적(%)	18.589	36.486	51.340	63.897	75.838	86.490	

Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도 0.925
Bartlett의 단위행렬검정-근사 카이제곱 : 5178.943, 자유도(df) : 190, 유의확률 : .000

독립변수와 종속변수의 요인분석 결과를 통해, 표본의 적합도를 보여주는 KMO지수 값이 .925로 일반적인 수준인 〉.8이상을 충분히 상회하는 0.9 이상으로 매우 우수한 적합도를 보여주고 있다. 또한 Bartlett의 구형성 검정 결과 x^2 (p)값이 .000으로 일반적인 유의확률(p) 값인 0.05 이하 보다 낮게 나타나면서 유효한 결과로 확인되었으며 설문을 통한 데이터는 요인분석에 적합한 것으로 판단하였다.

공통성의 추출값을 살펴보면, 독립변수의 인지된 혁신특성의 인지된 위험, 복잡성, 상대적 이점, 적합성 그리고 개선된 혁신기대와 종속변수의 혁신수용

전체 항목들의 공통성이 일반적 기준인 50%를 충분히 상회하고 있는 것으로 확인하였다. 또한 분산 누적값이 86.490%로 일반적 수준인 60%를 충분히 상회하면서 회전 제곱합 적재값에서 공통으로 묶인 요인들 모두 전체 문항의 분산을 잘 설명하고 있는 것으로 확인되었다.

회전된 성분행렬 결과에 따라서 27개의 측정변수 중 구성개념의 판별타당도와 집중타당도를 저해할 수 있는 요인을 제거하여 5개의 그룹인 인지된 위험(인지된 위험1, 인지된 위험2, 인지된 위험7), 복잡성(복잡성1, 복잡성2, 복잡성3, 복잡성4), 상대적 이점(상대적 이점2, 상대적 이점4, 상대적 이점5), 적합성(적합성3, 적합성4, 적합성5)과 개선된 혁신기대(개선된 혁신기대4, 개선된 혁신기대5, 개선된 혁신기대6)로 각 요인별 요인적재값은 일반적 수준인 .5를 충분히 상회하고 있어 집중타당도가 확보 되었고, 교차요인적재값도 .4를 하회하고 있어 판별타당도 또한 확보되어 추가적으로 제거될 변수가 없는 것으로 판단된다.

4.3.2 신뢰도 분석

일반적으로 신뢰도 분석은 문항들 간의 동질성을 나타내는 문항의 내적일치도(internal consistency reliability)를 Cronbach's alpha 계수를 활용하여 검증하게 되는데, 일반적인 신뢰도 분석 순서는 먼저, 타당도 분석을 통하여 단일차원성을 확보한 상태에서 구성개념이 설명하는 측정변수를 대상으로 각각 신뢰도를 분석하는 것이다(최창호, 2013).

신뢰도 분석은 동일한 개념에 대해 반복적인 측정을 했을 시 동일한 측정값을 얻을 가능성을 뜻한다(채서일, 1996). 즉, 신뢰성 분석의 정의는 설문항목에 대하여 응답자의 응답이 얼마나 일관성을 가지는가를 파악하는 과정이다.채서일은 동일한 개념을 측정하기 위해 여러 항목을 활용하는 경우에는 신뢰도를 저해하는 측정항목을 찾아내어 제외시킴으로써 측정도구의 신뢰성을 높이기 위한 방법으로 내적일관성(internalconsistency)측정 통계량인 Cronbach's α 계수를 활용해야 한다고 하였다(채서일, 1996).

앞서 실시한 타당도 분석에서 이미 단일차원성을 확보하였으며, 독립변수

인 인지된 혁신특성의 인지된 위험, 복잡성, 상대적 이점, 적합성과 개선된 혁신기대, 그리고 종속변수인 혁신수용을 설명하는 측정변수들에 대하여 SPSS 통계프로그램을 사용하여 아래 [표 4-5] 같이 신뢰도 분석을 실시하였다.

[표 4-5] 신뢰도 분석 결과

측정변수	항목 삭제 시 척도 평균	항목 삭제 시 척도 분산	수정된 항목 총계 상관	항목 삭제 시 Cronbach의 알파	Cronbach의 알파
인지된위험1	6.500	5.214	.845	.858	.959
인지된위험2	6.415	5.166	.869	.838	
인지된위험7	6.606	5.301	.763	.927	
복잡성1	8.199	13.140	.821	.925	.936
복잡성2	8.313	12.893	.842	.919	
복잡성3	8.374	12.643	.901	.900	
복잡성4	8.309	12.827	.832	.922	
상대적 이점2	7.943	4.487	.811	.949	.935
상대적 이점4	7.907	4.240	.904	.877	
상대적 이점5	7.882	4.276	.886	.891	
적합성3	7.268	4.050	.737	.891	.892
적합성4	7.110	3.976	.812	.825	
적합성5	7.102	3.994	.817	.821	
개선된 혁신기대4	7.386	3.928	.855	.881	.924
개선된 혁신기대5	7.439	4.019	.841	.892	
개선된 혁신기대6	7.378	4.146	.838	.895	
혁신수용1	10.565	10.598	.918	.936	.957
혁신수용2	10.561	10.231	.907	.940	
혁신수용3	10.537	10.609	.919	.936	
혁신수용4	10.837	11.214	.835	.960	
정부규제1	13.711	12.394	.640	.841	.860
정부규제2	13.598	12.282	.725	.820	
정부규제3	13.407	12.757	.620	.845	
정부규제4	13.789	12.020	.692	.827	
정부규제5	13.724	11.744	.715	.821	

Cronbach's alpha 계수를 활용한 신뢰도 분석 결과 독립변수 인지된 혁신특성의 인지된 위험은 0.913, 복잡성은 0.936, 상대적 이점은 0.935, 적합성은 0.892, 개선된 혁신기대는 0.924, 종속변수인 혁신수용은 0.957, 조절변수인 정부규제는 0.860으로 모든 변수의 값이 일반적 수준인 0.6을 충분히 상

회하고 있어 항목 제거 없이 신뢰도는 확보된 것으로 판단된다.

또한 타당도 분석과 신뢰도 분석을 요약하면 아래 [표 4-6]와 같다.

[표 4-6] 독립변수와 종속변수의 타당도와 신뢰도 분석 결과 요약

측정변수	요인분석(판별, 집중타당도)							신뢰도 분석
	혁신 수용	복잡성	상대적 이점	인지된 위험	개선된 혁신기대	적합성	공통성	Cronbach의 알파
혁신수용1	.821	-.200	.325	-.151	.215	.188	.924	.957
혁신수용4	.806	-.072	.160	-.143	.241	.281	.839	
혁신수용3	.799	-.141	.318	-.182	.248	.241	.912	
혁신수용2	.792	-.183	.250	-.135	.297	.264	.900	
복잡성2	-.077	.886	-.113	.207	-.033	-.068	.852	.936
복잡성3	-.095	.885	-.130	.264	-.113	-.080	.898	
복잡성1	-.174	.828	-.088	.283	-.054	-.067	.811	
복잡성4	-.114	.818	-.109	.312	-.183	-.025	.825	
상대적 이점5	.280	-.125	.858	-.058	.200	.203	.914	.935
상대적 이점4	.283	-.184	.852	-.036	.180	.233	.928	
상대적 이점2	.248	-.123	.766	-.050	.316	.250	.827	
인지된위험2	-.117	.379	-.061	.852	-.086	-.054	.897	.913
인지된위험1	-.215	.342	.009	.841	-.055	-.101	.884	
인지된위험7	-.101	.386	-.086	.784	-.109	-.019	.794	
개선된 혁신기대4	.357	-.146	.256	-.040	.758	.304	.883	.924
개선된 혁신기대5	.334	-.154	.290	-.180	.729	.290	.868	
개선된 혁신기대6	.364	-.132	.330	-.126	.725	.241	.859	
적합성5	.336	-.079	.366	-.082	.290	.715	.854	.892
적합성4	.375	-.105	.342	-.011	.294	.700	.845	
적합성3	.393	-.068	.241	-.120	.293	.683	.784	
Eigen-value	6.356	4.566	4.071	3.867	2.799	1.205		
분산설명(%)	23.541	16.912	15.076	14.321	10.365	4.461		
분산누적(%)	23.541	40.453	55.529	69.850	80.216	84.677		

Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도 0.925
Bartlett의 단위행렬검정-근사 카이제곱 : 5178.943, 자유도(df) : 190, 유의확률 : .000

4.4 상관분석

본 연구에서 설정한 가설검증을 실시하기 전 연구가설에 사용되는 측정변수들 간의 관련성을 분석하고 만약 관련성이 있다면 어느 정도 관련이 있는지 파악하기 위해서 상관관계 분석을 진행하였다.

탐색적요인분석을 통해 단일차원성을 확보하고, 신뢰도 분석을 통해 동질성(내적일관성)을 확보한 측정변수들 간의 평균화 등을 통해 변수 계산된 구성개념들에 대하여 기술통계분석을 실시하였다(강성천, 2015).

상관관계 분석에 의한 상관계수(correlation coefficient)는 0에서 ±사이로 나타나며 ±1에 가까울수록 상관관계는 높아지고 0에 가까울수록 상관관계는 낮아지고, 즉 변화의 강도는 절대값 1에 가까울수록 높고 변화의 방향은 (+)는 정의 방향, (-)는 음의 방향이라고 한다(송지준, 2013). 상관관계 분석에서 변수들 간의 관련성 정도를 판단하는 기준은 ±0.9이상은 매우 높은 상관관계, ±0.7~±0.9미만은 높은 상관관계, ±0.4~±0.7미만은 다소 낮은 상관관관계, ±0.2~±0.4미만은 낮은 상관관계, ±0.2미만은 상관관계가 거의 없는 것으로 판단한다(송지준, 2013).

따라서 기술통계 분석과 변수들 간의 상관관계 분석 결과는 아래 [표 4-7] 및 [표 4-8]과 같다.

[표 4-7] 기술통계 분석

구분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
인지된위험	246	.33	1.67	1.0845	.37299
복잡성	246	.25	1.25	.6916	.29588
상대적이점	246	.33	1.67	1.3184	.34152
적합성	246	.33	1.67	1.1933	.32494
개선된혁신기대	246	.33	1.67	1.2335	.32842
정부규제	246	.20	1.00	.6823	.17195
혁신수용	246	.25	1.25	.8854	.27017

[표 4-8] 상관관계 분석

항목		인지된 위험	복잡성	상대적 이점	적합성	개선된 혁신기대	혁신 수용
인지된 위험	Pearson 상관계수	1	.671**	-.232**	-.265**	-.337**	-.397**
	유의확률 (양쪽)		.000	.000	.000	.000	.000
복잡성	Pearson 상관계수	.671**	1	-.341**	-.286**	-.367**	-.381**
	유의확률 (양쪽)	.000		.000	.000	.000	.000
상대적 이점	Pearson 상관계수	-.232**	-.341**	1	.704**	.680**	.651**
	유의확률 (양쪽)	.000	.000		.000	.000	.000
적합성	Pearson 상관계수	-.265**	-.286**	.704**	1	.770**	.758**
	유의확률 (양쪽)	.000	.000	.000		.000	.000
개선된 혁신기대	Pearson 상관계수	-.337**	-.367**	.680**	.770**	1	.742**
	유의확률 (양쪽)	.000	.000	.000	.000		.000
혁신 수용	Pearson 상관계수	-.397**	-.381**	.651**	.758**	.742**	1
	유의확률 (양쪽)	.000	.000	.000	.000	.000	

**. 상관이 0.01 수준에서 유의하다(양쪽).

인지된 위험은 복잡성과 .671**, 상대적이점과 -.232**, 적합성과 -.265**, 개선된 혁신기대와 -.337**, 혁신수용과 -.397**의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났으며, 복잡성은 상대적 이점과 -.341**, 적합성과 -.286**, 개선된 혁신기대와 -.367**, 혁신수용과 -.381**의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났으며, 상대적 이점은 적합성과 .704**, 개선된 혁신기대와 .680**, 혁신수용과 .651**의 상관계수 값을 보였으며, 적합성은 개선된 혁신기대와 .770**, 혁신수용과 .758**의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났으며, 개선된 혁신기대는 혁신수용과 .742**의 상관계수 값을 보였

다. 분석결과 유의 확률은 0.05에서 모두 유의한 것으로 확인이 되었다. 따라서 본 연구에서는 상관관계 분석 결과를 통해 모든 구성개념이 모두 유의하게 확인이 되어 구성개념들 간 인과관계 분석이 가능하다고 판단된다.

4.5 가설검증

회귀분석을 실시하는 일반적인 연구에서는 종속변수 Y의 변화에 대해서 독립변수 X 하나로 결정하기보다는 2개 이상의 독립변수로 결정하는 경우가 많은데 독립변수가 1개인 경우를 단순회귀분석이라 하고 2개 이상인 경우를 다중회귀분석이라 한다(이일현, 2014).

다중회귀분석에서 가장 중요한 부분은 독립변수들 간의 다중공선성이 존재하지 않아야 한다. 다중공선성(multi - collinearity)이란 독립변수들 간의 상관관계를 말하는데 하나의 독립변수가 다른 독립변수에 미치는 영향이 클 경우에 다중공선성이 존재한다고 본다(이훈영, 2013).

다중공선성을 평가하는 지표로는 VIF(Variance Inflation Factor, 분산팽창요인)로 VIF 값이 10이상인 경우 다중공선성이 존재하는 것으로 간주한다(이일현, 2014).

4.5.1 인지된 혁신특성이 혁신수용에 대한 가설

본 연구에서는 독립변수가 5개로써 인지된 혁신특성의 인지된 위험, 복잡성, 상대적 이점, 적합성 그리고 개선된 혁신기대가 종속변수인 혁신수용에 미치는 영향을 확인하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 따라서 아래 [표 4-12]의 모형요약에서 Durbin-Watson지수는 0과 4에서 멀고 2에 가까운 1.840로 확인됨에 따라 잔차항의 독립성(즉, 종속변수의 자기상관이 없음)이 확보되었고, 또한 [표 4-14]의 계수표에서 독립변수들의 VIF값은 1.876 ~ 2.907로 VIF가 10.0 미만의 값으로 나타나 독립변수 간 다중공선성이 없는 것으로 나타나 독립변수의 독립성은 확보되어 다중회귀분석을 실시 할 수 있다(최창호, 2018).

[표 4-9] 독립변수와 종속변수(혁신수용)간 모형요약[b]

모형	R	R^2	조정된 R^2	표준 추정값 오류	Durbin-Watson
1	.818[a]	.668	.661	.15721	1.840

a. 예측변수: (상수), 개선된혁신기대, 인지된위험, 적합성, 복잡성, 상대적이점
b. 종속 변수: 혁신수용

[표 4-9]의 분산분석표에서 F값은 96.720, 유의확률은 .000<.05로써 독립변수들 중에 최소한 하나의 변수는 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있는 것으로 확인하였다.

[표 4-10] 독립변수와 종속변수(혁신수용)간 분산분석[a]

모형		제곱합	df	평균 제곱	F	유의확률
1	회귀분석	11.952	5	2.390	96.720	.000[b]
	잔차	5.932	240	.025		
	총계	17.883	245			

a. 종속 변수: 혁신수용
b. 예측변수: (상수), 개선된혁신기대, 인지된위험, 적합성, 복잡성, 상대적이점

[표 4-11] 독립변수와 종속변수(혁신수용)간 계수[a]

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의 확률	공선성통계	
		B	표준 오차	베타			허용 오차	VIF
1	(상수)	.885	.010		88.335	.000		
	인지된 위험	-.112	.037	-.155	-3.038	.003	.533	1.876
	복잡성	-.011	.048	-.012	-.231	.817	.510	1.961
	상대적 이점	.109	.044	.138	2.463	.014	.442	2.262
	적합성	.327	.053	.394	6.210	.000	.344	2.907
	개선된 혁신기대	.238	.052	.289	4.607	.000	.351	2.846

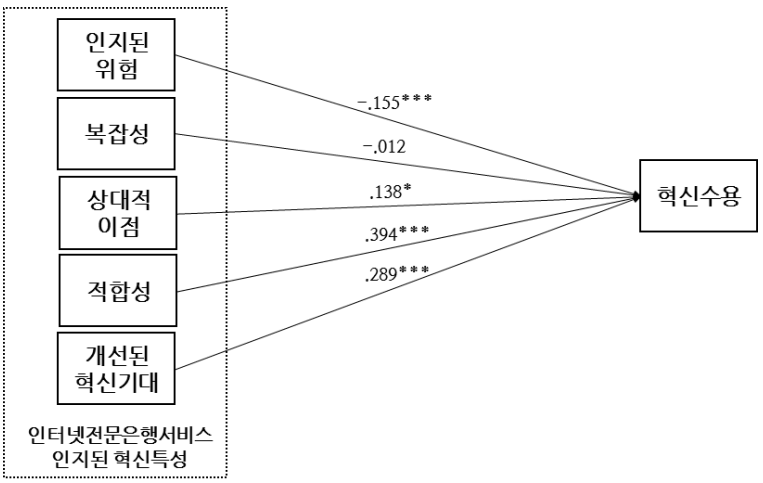
다중회귀분석을 실시한 결과, 인지된 혁신특성의 t값이 -3.038(p=.003), 상대적 이점의 t값은 2.463(p=0.014), 적합성의 t값은 6.210(p=.000) 그리고 개선된 혁신기대의 t값은 4.607(p=.000)로 유의미한 정(+)의 영향을 주는 것

으로 확인되었다. 하지만 복잡성의 t값은 -.231(p=.817)으로 일반적 수준인 .05 이상으로 혁신수용에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 확인되었다. 독립변수에서는 적합성이(β=.394) 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 다음으로는 개선된 혁신기대가(β=.289)순으로 나타났다. 이들 독립변수가 종속변수인 혁신수용을 설명하는 설명력은 66.8%(조정된 R^2 =.661)이다. 다중회귀분석 결과에 대한 요약 표는 [표 4-12]와 같다.

[표 4-12] 독립변수와 종속변수(혁신수용)간 분석 결과 요약

모형	B	SE	β	t	p	VIF
(상수)	.885	.010		88.335	.000	
인지된위험	-.112	.037	-.155	-3.038	.003	1.876
복잡성	-.011	.048	-.012	-.231	.817	1.961
상대적이점	.109	.044	.138	2.463	.014	2.262
적합성	.327	.053	.394	6.210	.000	2.907
개선된혁신기대	.238	.052	.289	4.607	.000	2.846
R^2 = .668, 조정된R^2 =.661, F=96.720 (p=<.001), Durbin-Watson=1.840 종속변수 : 혁신수용, 유의수준 : * p<.05, ** p<.01, *** p<.001						

인지된 혁신특성과 혁신수용에 대한 가설검정 결과는 [그림 4-1]과 같다.



[그림 4-1] 인지된 혁신특성과 혁신수용에 대한 가설검정 결과

다중회귀분석 결과 요약에 따르면 가설 H-1, H-3, H-4와 H-5가 지지되었음을 확인하였지만 H-2 인지된 혁신특성의 복잡성은 혁신수용에 영향을 미치지 않는 것으로 확인 되었다. 따라서 독립변수인 인지된 혁신특성이 종속변수인 혁신수용에 영향을 미칠 것이라는 가설검정 결과는 아래 [표 4-13]와 같다.

[표 4-13] 독립변수와 종속변수(혁신수용)에 대한 가설검정 결과

가설		검증결과
	인터넷전문은행 서비스의 인지된 혁신특성과 혁신수용에 대한 가설	
가설 H-1	인터넷전문은행 서비스의 인지된 위험은 혁신수용에 부(-)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설 H-2	인터넷전문은행 서비스의 복잡성은 혁신수용에 부(-)의 영향을 미칠 것이다	기각
가설 H-3	인터넷전문은행 서비스의 상대적 이점은 혁신수용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설 H-4	인터넷전문은행 서비스의 적합성은 혁신수용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설 H-5	인터넷전문은행 서비스의 개선된 혁신기대는 혁신수용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택

4.6 조절효과 검증

본 연구에서는 또한 조절효과를 검증하기 위하여 SPSS 22.0을 이용하여 조절회귀분석을 수행하였다. 조절효과는 조절변수가 개입되면서 독립변수가 종속변수에 미치는 영향관계에 변화를 주는 변수로서 제3의 독립변수이다(최창호, 2018).

본 연구는 조절회귀분석을 확인하기 전에 먼저 다중공선성을 야기시킬 수 있는 부분을 제거하기 위해 평균중심화(Mean centering)를 통한 다중공선성을 차단을 하였다. 또한 평균중심화 과정을 거친 후에 인지된 혁신특성의 각 독립변수들의 평균중심화를 설정한 후 조절변수간의 상호작용항을 추가하여 종속변수인 혁신수용의 미치는 영향을 분석하였다. 평균중심화란 각 독립변수

에서 독립변수의 평균값을 차감한 새로운 변수를 설정하는 것이며, 또한 역시 조절변수의 평균값을 차감하여 평균중심화를 설정하여 계산하여야 한다. 상호작용항은 평균집중화를 한 독립변수와 조절변수의 곱으로 만든다(Baron & Kenny, 1996).

4.6.1 독립변수와 조절변수(정부규제) 간의 조절효과 검증

본 연구에서는 먼저 모든 독립변수를 일괄투입하여 조절효과를 검정한 것이 아닌 각각의 독립변수를 개별적으로 조절효과를 검정하였다.

4.6.1.1 인지된 위험과 정부규제의 조절효과

독립변수인 인지된 혁신특성의 인지된 위험과 정부규제의 조절효과의 회귀분석을 실시한 결과, VIF값이 10이하로 다중공선성은 없는 것으로 나타났으며, Durbin-Watson값이 0과 4에서 멀고 2에 가까운 1.825으로 잔차항의 독립성도 확보되어 본 데이터는 회귀분석하기에 적합하다 판단했으며, 모형요약에서 R 제곱값은 모형1에서 .157, 모형2에서 .398 그리고 모형3에서 .421로 순차적으로 증가하였고, 독립변수와 조절변수에 추가된 독립변수와 조절변수의 상호작용항 3개의 회귀식의 설명력 증가분은 .023[유의확률F변화량(p=.002)]으로 일반적 수준인 .05이상으로 유의한 수준으로 정부규제가 조절하는 것으로 나타났다.

[표 4-14] 인지된 위험과 종속변수관계에서 정부규제의 조절효과

모형	R	R^2	조정된 R^2	표준 추정값 오류	통계 변경					
					R^2 변화량	F변화량	df1	df2	유의 수준 F변화량	Durbin-Watson
1	.397[a]	.157	.154	.24852	.157	45.555	1	244	.000	
2	.631[b]	.398	.393	.21053	.240	97.006	1	243	.000	
3	.649[c]	.421	.414	.20688	.023	9.645	1	242	.002	1.825

a. 예측변수: (상수), 인지된위험평중
b. 예측변수: (상수), 인지된위험평중, 정부규제평중
c. 예측변수: (상수), 인지된위험평중, 정부규제평중, 인지된위험평중_정부규제
d. 종속 변수: 혁신수용

4.6.1.2 복잡성과 정부규제의 조절효과

독립변수인 인지된 혁신특성의 복잡성과 정부규제의 조절효과의 회귀분석을 실시한 결과, VIF값이 10이하로 다중공선성은 없는 것으로 나타났으며, Durbin-Watson값이 0과 4에서 멀고 2에 가까운 1.798으로 잔차항의 독립성도 확보되어 본 데이터는 회귀분석하기에 적합하다 판단했으며, 모형요약에서 R 제곱값은 모형1에서 .145, 모형2에서 .406 그리고 모형3에서 .414로 순차적으로 증가하였고, 독립변수와 조절변수에 추가된 독립변수와 조절변수의 상호작용항 3개의 회귀식의 설명력 증가분은 .008[유의확률F변화량(p=.064)]으로 일반적 수준인 .05이상으로 유의하지 않은 수준으로 정부규제가 조절하지 못하는 것으로 나타났다.

[표 4-15] 복잡성과 종속변수관계에서 정부규제의 조절효과

모형	R	R^2	조정된 R^2	표준 추정값 오류	통계 변경					
					R^2 변화량	F변화량	df1	df2	유의 수준 F변화량	Durbin-Watson
1	.381[a]	.145	.142	.25028	.145	41.505	1	244	.000	
2	.637[b]	.406	.401	.20909	.261	106.581	1	243	.000	
3	.644[c]	.414	.407	.20804	.008	3.462	1	242	.064	1.798

a. 예측변수: (상수), 복잡성평중
b. 예측변수: (상수), 복잡성평중, 정부규제평중
c. 예측변수: (상수), 복잡성평중, 정부규제평중, 복잡성평중_정부규제
d. 종속 변수: 혁신수용

4.6.1.3 상대적 이점과 정부규제의 조절효과

독립변수인 인지된 혁신특성의 상대적 이점과 정부규제의 조절효과의 회귀분석을 실시한 결과, VIF값이 10이하로 다중공선성은 없는 것으로 나타났으며, Durbin-Watson값이 0과 4에서 멀고 2에 가까운 1.763으로 잔차항의 독립성도 확보되어 본 데이터는 회귀분석하기에 적합하다 판단했으며, 모형요약에서 R 제곱값은 모형1에서 .424, 모형2에서 .530 그리고 모형3에서 .535로 순차적으로 증가하였고, 독립변수와 조절변수에 추가된 독립변수와 조절변수의 상호작용항 3개의 회귀식의 설명력 증가분은 .004[유의확률F변화량(p=.141)]으로 일반적 수준인 .05이상으로 유의하지 않은 수준으로 정부규제가 조절하지 못하는 것으로 나타났다.

[표 4-16] 상대적 이점과 종속변수관계에서 정부규제의 조절효과

모형	R	R^2	조정된 R^2	표준 추정값 오류	통계 변경					
					R^2 변화량	F변화량	df1	df2	유의 수준 F변화량	Durbin-Watson
1	.651[a]	.424	.422	.20541	.424	179.861	1	244	.000	
2	.728[b]	.530	.527	.18588	.106	54.945	1	243	.000	
3	.731[c]	.535	.529	.18543	.004	2.180	1	242	.141	1.763

a. 예측변수: (상수), 상대적이점평중
b. 예측변수: (상수), 상대적이점평중, 정부규제평중
c. 예측변수: (상수), 상대적이점평중, 정부규제평중, 상대적이점평중_정부규제
d. 종속 변수: 혁신수용

4.6.1.4 적합성과 정부규제의 조절효과

독립변수인 인지된 혁신특성의 적합성과 정부규제의 조절효과의 회귀분석을 실시한 결과, VIF값이 10이하로 다중공선성은 없는 것으로 나타났으며, Durbin-Watson값이 0과 4에서 멀고 2에 가까운 1.793으로 잔차항의 독립성도 확보되어 본 데이터는 회귀분석하기에 적합하다 판단했으며, 모형요약에서 R 제곱값은 모형1에서 .574, 모형2에서 .629 그리고 모형3에서 .636로 순차적으로 증가하였고, 독립변수와 조절변수에 추가된 독립변수와 조절변수의 상호작용항 3개의 회귀식의 설명력 증가분은 .007[유의확률F변화량(p=.030)]으로 일반적 수준인 .05이상으로 유의한 수준으로 정부규제가 조절하는 것으로 나타났다.

[표 4-17] 적합성과 종속변수관계에서 정부규제의 조절효과

모형	R	R^2	조정된 R^2	표준 추정값 오류	통계 변경					
					R^2 변화량	F변화량	df1	df2	유의 수준 F변화량	Durbin-Watson
1	.758[a]	.574	.572	.17669	.574	328.846	1	244	.000	
2	.793[b]	.629	.626	.16532	.055	35.719	1	243	.000	
3	.797[c]	.636	.631	.16405	.007	4.780	1	242	.030	1.793

a. 예측변수: (상수), 적합성평중
b. 예측변수: (상수), 적합성평중, 정부규제평중
c. 예측변수: (상수), 적합성평중, 정부규제평중, 적합성평중_정부규제
d. 종속 변수: 혁신수용

4.6.1.5 개선된 혁신기대와 정부규제의 조절효과

독립변수인 인지된 혁신특성의 개선된 혁신기대와 정부규제의 조절효과의 회귀분석을 실시한 결과, VIF값이 10이하로 다중공선성은 없는 것으로 나타났으며, Durbin-Watson값이 0과 4에서 멀고 2에 가까운 1.851으로 잔차항의 독립성도 확보되어 본 데이터는 회귀분석하기에 적합하다 판단했으며, 모형요약에서 R 제곱값은 모형1에서 .551, 모형2에서 .581 그리고 모형3에서 .584로 순차적으로 증가하였고, 독립변수와 조절변수에 추가된 독립변수와 조절변수의 상호작용항 3개의 회귀식의 설명력 증가분은 .003[유의확률F변화량(p=.194)]으로 일반적 수준인 .05이상으로 유의하지 않은 수준으로 정부규제가 조절하지 못하는 것으로 나타났다.

[표 4-18] 개선된 혁신기대와 종속변수관계에서 정부규제의 조절효과

모형	R	R^2	조정된 R^2	표준 추정값 오류	통계 변경					
					R^2 변화량	F변화량	df1	df2	유의 수준 F변화량	Durbin-Watson
1	.742[a]	.551	.549	.18139	.551	299.522	1	244	.000	
2	.762[b]	.581	.578	.17559	.030	17.392	1	243	.000	
3	.764[c]	.584	.579	.17534	.003	1.695	1	242	.194	1.851

a. 예측변수: (상수), 개선된혁신기대평중
b. 예측변수: (상수), 개선된혁신기대평중, 정부규제평중
c. 예측변수: (상수), 개선된혁신기대평중, 정부규제평중, 개선된혁신기대평중_정부규제
d. 종속 변수: 혁신수용

조절 회귀분석 결과 요약에 따르면, 정부규제의 조절효과 가설 H-7-1, H-7-4은 조절효과가 있는 것으로 확인되었고, 가설 H-7-2, H-7-3 그리고 H-7-5는 조절효과가 없는 것으로 확인되었다. 따라서 독립변수인 인지된 혁신특성과 조절변수인 정부규제의 조절효과 가설검정 결과는 아래 [표 4-28]와 같다.

[표 4-19] 정부규제의 조절효과 가설검정 결과

가설		검증결과
가설 H-7	인터넷전문은행 서비스에 대한 혁신 수용은 정부규제의 따라 조절효과의 관계	
가설 H-7-1	인터넷전문은행 서비스의 인지된 위험에 대한 혁신 수용은 정부규제에 따라 조절효과가 있을 것이다	채택
가설 H-7-2	인터넷전문은행 서비스의 복잡성에 대한 혁신 수용은 정부규제에 따라 조절효과가 있을 것이다	기각
가설 H-7-3	인터넷전문은행 서비스의 상대적 이점에 대한 혁신 수용은 정부규제에 따라 조절효과가 있을 것이다	기각
가설 H-7-4	인터넷전문은행 서비스의 적합성에 대한 혁신 수용은 정부규제에 따라 조절효과가 있을 것이다	채택
가설 H-7-5	인터넷전문은행 서비스의 개선된 혁신기대에 대한 혁신 수용은 정부규제에 따라 조절효과가 있을 것이다	기각

제 5 장 결론 및 시사점

5.1 연구결과 요약 및 시사점

모바일과 인터넷의 기술과 기능이 빠르게 고도화되고 사용성이 높아짐에 따라서 전 세계적으로 가장 눈에 띄게 큰 변화를 보이는 금융 서비스의 새로운 변화와 패러다임이 4차 산업 혁명의 시대를 어떻게 견인하는지 살펴보고자 하였다. 최근 국내에서 4차 산업 혁명의 금융 서비스 부분 중 인터넷 전문은행 설립을 통해 기존 금융시스템의 환경을 바꾸면서 핀테크 서비스가 강조되고 있다. 따라서 본 연구에서는 금융 서비스를 이용하려는 이용자들이 인터넷전문은행이라는 새로운 혁신성을 인지한 후 수용에 이르기까지 혁신확산이론을 바탕으로 연구를 진행하여, 인터넷전문은행 서비스 이용자들의 인지된 혁신특성이 혁신수용에 어떠한 영향을 미치는지를 검증하였다. 따라서 인터넷전문은행 뿐만 아니라 신기술 또는 신제품에 대한 혁신과 관련하여 많이 이용되고 있는 혁신확산이론을 기반으로 하여 인지된 혁신특성의 인지된 위험, 복잡성, 상대적 이점, 적합성 그리고 개선된 혁신기대 5개의 독립변수와 종속변수인 혁신수용의 관계에서 정부규제 조절변수를 통해 조절효과가 있는지를 검증하였다.

본 연구에서 설정한 가설 검증을 위하여 이용자 및 비이용자를 구분하여 무작위로 온라인과 오프라인을 통해 총 246명을 대상으로 설문지를 회수하여 실증 분석하였으며, 본 연구의 연구모형을 토대로 총 8개의 변수와 15개의 가설로 구성하였다. 또한 연구의 실증분석을 위하여 통계 프로그램 SPSS 22.0을 통하여 타당성과 신뢰성 검증을 위한 탐색적 요인분석과 신뢰성 분석, 상관관계 분석 그리고 회귀분석을 실시하였다. 따라서 아래와 같이 가설검증에 대한 결과를 도출하였다.

첫째, 인터넷전문은행 서비스에 대한 이용자의 인지된 특성 중 인지된 위험은 혁신수용에 부(-)의 영향을 미치면서 유의미한 결과를 도출하였으며, 복잡성은 혁신수용에 부(-)의 영향을 미친다는 가설에 유의미한 영향을 주지 못하였다. 또한 상대적 이점은 혁신수용에 정(+)의 영향을 미치면서 유의미한

결과를 도출하였고, 적합성과 혁신기대도 인터넷전문은행 서비스 혁신수용에 정(+)의 영향을 미치면서 유의미한 결과를 도출하였다. 따라서 인터넷 전문은행에 대한 인지된 위험은 이용자들에게 부정적인 인식으로 받아들이기 때문에 이를 위한 인터넷 전문은행 시스템에 대한 보안강화, 시스템 불완전성 등을 제거하여 이용자 이탈 방지 및 추가 유입을 증대 시킬 수 있는 시스템을 강화해야 할 것으로 보여 진다. 복잡성은 인터넷 전문은행 서비스 혁신수용에 큰 영향을 주지 못하는 것으로, 이는 이용자들이 인터넷 전문은행 서비스 사용에 있어 UI 및 사용자 사용성의 복잡성, 시스템 조작의 어려움 등을 전혀 인식하지 못하는 것으로 보인다. 상대적 이점은 인터넷 전문은행 서비스가 기존 전통적 은행의 대면서비스 또는 기존 은행의 모바일 뱅킹 보다 더 많은 유용성과 효익을 얻는 것으로 이를 바탕으로 인터넷 전문은행은 기존 은행간의 차별성을 더욱 강조하는 다양한 금융 상품 및 저금리 등의 운영 정책이 필요하다고 보인다. 적합성을 통해 도출된 결과로는, 인터넷 전문은행 서비스는 이용자들이 원하고 지향하는 서비스에 가장 적절하다고 인지하고 있는 것으로써 실제 기존 은행의 모바일뱅킹 시스템상의 서비스와는 크게 다르지 않지만 빠른 비대면 업무 처리, 신속성 및 경제성 등을 고려하는 것으로 보인다. 마지막으로 개선된 혁신기대는 인터넷 전문은행 설립 후 제공된 서비스를 비교했을 시 향후 인터넷 전문은행 서비스의 개선과 함께 기존 보다 더 개선된 서비스, 이용자들의 다양한 이점 및 제3의 신규 인터넷전문은행 설립 등의 기대가 반영된 것으로 보인다.

마지막으로, 인터넷전문은행 서비스에 대해 인지된 혁신특성에 정뷰규제가 조절변수로써 영향을 미치는지 연구하였다. 인터넷전문은행 서비스에 대한 인지된 혁신특성과 정부규제의 조절변수 효과를 확인한 결과 5개의 가설 중 2개의 가설이 채택이 됨으로써 부분적 채택의 결과를 도출하였다. 이 중 인지된 혁신특성의 인지된 위험과 적합성이 조절변수로써 영향을 주는 것으로 확인이 되었는데, 인지된 위험이 혁신수용의 부의 영향에 강화를 하는 것으로 정부규제가 오히려 인터넷 전문은행에 발전에 저해하는 요인을 강화하면서 인터넷 전문은행이 구축해야할 보안 시스템, 서비스 이용에 민감성을 증대시

키는 등 서비스 가치에 부정적인 영향으로 보인다. 또한 적합성은 인터넷 전문은행에 대한 은산분리 규제 등 다양한 정부규제에도 불구하고 이용자들이 인지하는 인터넷 전문은행 서비스에 대한 이용 가치의 적합성과 실제 이용의 따른 효과성이 크기 때문에 은산분리 규제 등의 법적 제도의 개선이 진행된다면 국내 인터넷 전문은행 산업이 빠르게 발전하여 금융 환경에 대한 불안정성 및 불신 등을 감소시킬 수 있을 것이다.

5.2 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구를 수행하는 과정상에서 나타난 몇 가지 한계점이 있었으며, 이를 통해 향후 연구방향을 아래와 같다.

첫째, 표본연구 대상에 대한 설문을 무작위 246부의 설문을 회수하였지만, 변수들의 크기 대비 표본수가 상대적으로 작기 때문에 인터넷전문은행 서비스를 수용에 대한 연구 관점에서 일반화하기에는 다소 무리가 있다고 볼 수 있다. 따라서 향후 연구모형의 일반화를 위한 표본수의 확대, 대표성 확보, 신뢰성 있는 자료의 수집과 정확성 등을 높일 수 있는 보다 정교하고 세밀한 연구방법 등이 필요할 것으로 생각한다.

둘째, 국내 인터넷전문은행 서비스는 아직 초기단계이고 이를 가시적으로 확보할 수 있는 검증된 연구들이 실제로 많이 부족한 실정이다. 따라서 이미 미국, 일본 및 유럽 등과 같이 이미 오래전부터 인터넷전문은행을 설립하여 운영한 금융 환경과는 다르게 아직 체계적으로 자리 잡히지 못한 운영 시스템과 이를 통해 확인된 인터넷전문은행 서비스의 신뢰성이 이용자들에게는 아직 검증이 되지 않았기 때문에 정합성을 확보할 수 있는 다양한 선행연구들이 부족하여 향후 다수의 인터넷전문은행 관련 연구들이 나온다면 좀 더 심도 있는 연구를 수행하여 이러한 한계를 극복할 수 있을 것으로 기대한다.

셋째, 본 연구에서는 오직 인터넷전문은행을 중심으로 혁신수용에 대해 분

석하였지만, 인터넷전문은행 서비스뿐만이 아니라 기존 전통적 은행들도 최근 인터넷전문은행 서비스를 진행 중에 있기 때문에 표본의 집단의 특성 등을 고려하여 기존 전통적 은행들과 신규로 설립된 인터넷전문은행들 간에 상호 비교를 통해 이용자들이 기존 은행과 인터넷전문은행의 비교 분석이 가능하도록 하여 좀 더 심층적인 연구를 해야 할 필요가 있을 것이다.

참 고 문 헌

1.국내 문헌

KB금융지주경영연구소. (2014). "KB 지식 비타민 : 해외 인터넷 전문은행 동향 및 국내 이슈 점검". pp. 1-7.

Weekly KDB Report. (2018). "인터넷전문은행의 최근 동향과 향후 변화 요인". pp. 1-2.

강성천. (2015). “컨설턴트 역량이 중소기업 경영컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 연구“. 한성대학교 대학원 석사학위논문

강임호, 안일태. (2003). "인터넷전문은행의 진입과 기존은행의 대응전략". 『經濟分析』, Vol. 9 No. 2 [2003], pp. 66-106.

고삼. (2011). "혁신제품 수용과정에 관한 중국, 한국 시장의 비교연구 : 감성디자인제품을 중심으로". 연세대학교 대학원 석사학위논문

과학기술정보통신부. (2018). "과기정통부, 『2017 인터넷이용실태조사』 결과 발표".

구본성. (2008). "인터넷전문은행 도입 방안". 서울 : 한국금융연구원.

구희진, 박성열, 김수영. (2016). "대학생의 혁신저항과 모바일 러닝의 수용성에 대한 혁신속성, 시스템 품질, 자아효능감, 주관적 규범이 미치는 영향". 『농업교육과 인적자원개발』, Vol. 48 No. 4 [2016], pp. 165-182.

금융위원회&금융감독원. (2015). "IT·금융 융합 및 신성장동력 창출을 위한 인터넷전문은행 도입방안". pp. 1-18.

금융위원회. (2018). "핀테크 혁신 활성화 방안". pp. 1-31

김대원, 김성철. (2017.) "시중은행에서 인터넷 전문은행으로의 선택 전환 의도에 영향을 미치는 요인". 『정보사회와 미디어』, Vol. 18 No. 1 [2017], pp. 105-134.

김병우. (2009). "금융규제와 R&D 투자 : 자기자본, 금리 및 업무영역 규제

를 중심으로". 『기술혁신학회지(Journal of Korea technology innovation society)』, Vol. 12 No. 3 [2009], pp. 582-613.

김병태. (2018). "인터넷전문은행의 입법적 규제방향 : 은산분리와 추가인가에 대한 제언". 『경희법학』, Vol. 53 No.2 [2018]. pp. 191-230.

김성일. (2012). "혁신확산이론에 따른 스마트폰 수용의도에 관한 연구 : 스마트폰 미사용자를 중심으로". 세종대학교 대학원 박사학위논문

김소정 ,김주연 ,오수빈 ,전성원 외 2인 (2017). "한국 인터넷전문은행의 발전 전략에 관한 연구". 『The Journal of the Convergence on Culture Technology (JCCT)』, Vol. 3 No.2 [2017], pp. 37-42.

김수길. (2018). "비대면접촉 핀테크서비스 혁신저항이 추천의도에 미치는 영향 분석". 강원대학교 대학원 박사학위논문

김영훈. (2011). "스마트폰의 수용단계에 대한 혁신저항에 관한 연구". 건국대학교 대학원 석사학위논문.

김윤환, 최영. (2009). "IPTV 확산의 심리적 저항요인에 관한 연구 : 변형된 혁신저항모형을 중심으로". 『방송통신연구』, Vol. - No. 69 [2009], pp. 163-191.

김은수. (2015). "연구논문 : 인터넷전문은행 도입에 관한 소고". 『상사판례연구(COMMERCIAL CASES REVIEW)』, Vol. 28 No.3 [2015], pp. 157-191.

김종석, 김기윤, 나관식. (2004). "인지된 보안이 인터넷 쇼핑몰 사용의도에 미치는 영향". 『한국경영정보학회 학술대회논문집』, Vol. 2004 No. 1 [2004], pp. 380-390.

김종완. (2010). "인터넷뱅킹 사용자의 만족도가 인터넷전문은행으로의 전환의도에 미치는 영향에 관한 실증적 연구". 숭실대학교 대학원 박사학위논문

김종현. (2016). "FinTech 3.0: 핀테크 혁명과 금융의 미래". 한국금융연수원 도서출판부

김종호, 오준병, KIET. (2009). "규제, 기업가정신과 경제성장 간의 관계 분석". 서울: 산업연구원

김주현, 이정훈, 박현재. (2017). "통신사 홈 IoT 혁신저항에 영향을 미치는 요인과 결과에 대한 연구 : 데이터에 대한 사용자의 관여도를 중심으로". 『Entrue Journal of Information Technology』, Vol. 16 No. 2 [2017], pp. 25-40.

김중석. (2013). "전자무역 수용단계별 사용자 저항 및 수용에 관한 연구 : uTradeHub를 중심으로". 전북대학교 대학원 박사학위논문

김호영, 김진우. (2002). "모바일 인터넷의 사용에 영향을 미치는 중요 요인에 대한 실증적 연구". 『Asia Pacific Journal of Information Systems』, Vol. 12 No. 3 [2002], pp. 89-113.

김효정, 이진명. (2017). "스마트 워치 수용 보류 소비자 집단의 혁신 저항에 영향을 미치는 요인". 『소비자정책교육연구(Consumer policy and education review)』, Vol. 13 No. 4 [2017], pp. 101-123.

문형철. (2017). "인터넷전문은행 열풍이 시사하는 의미와 미래". pp. 2-9.

박선우. (2016). "일본 인터넷전문은행의 동향과 국내 인터넷전문은행에 미치는 시사점". pp. 32-24.

박우석, 이철, 문정훈, 이은섭. (2014). "생산이력시스템 도입 정책에 대한 수용과 저항 요인에 관한 연구". 『벤처창업연구』, Vol. 9 No. 5 [2014], pp. 95-101.

박창률. (2018). "정부 규제가 기업의 혁신투자에 미치는 영향 : 시장 특성의 조절효과를 중심으로". 서강대학교 대학원 석사학위논문

박채진, 류두진. (2018). "국내 인터넷전문은행의 발전 방향". 『經營學硏究』, Vol. 47 No.3 [2018], pp. 549-576.

박현정, 신경식, 최재원. (2016). "가상현실 환경에서의 다차원적 혁신저항 구조와 혁신 제품 사용의 결정요소". 『한국전자거래학회지(The Journal of Society for e-Business Studies)』, Vol. 21 No. 2 [2016], pp. 97-119.

방경현. (2018). "인터넷전문은행 개인 사용자의 수용의도에 관한 연구 : 기술수용모델을 중심으로". 건국대학교 대학원 석사학위논문

배병진. (2017). "한국의 인터넷전문은행 도입과 금융규제의 정치". 『社會科

學硏究(SOCIAL SCIENCE RESEARCH)』, Vol. 33 No.4 [2017], pp. 141-161.

배재권. (2018). "국내 인터넷전문은행 서비스의 이용요인 및 활성화요인에 관한 연구". 『예술인문사회융합멀티미디어논문지』, Vol. 8 No. 6 [2018], pp. 897-907.

서병호, 이수진, 이윤석. (2016). "해외 인터넷전문은행의 사례 분석과 시사점". pp. 1-157.

서효민. (2016). "프로구단의 스포츠-ICT 융합 기술에 대한 소비자 혁신저항에 관한 연구: 위잽(wizzap)서비스를 중심으로". 『한국스포츠산업경영학회지(Korean Journal of Sport Management)』, Vol. 21 No.4 [2016], pp. 59-72.

송선옥. (2005). "무역정보기술의 수용단계별 혁신저항에 관한 연구:무역 e-Marketplace를 중심으로". 『무역상무학회지』, Vol. 25 No. - [2005], pp. 212-243.

송영화, 한현수. (2005). "혁신채택 및 확산이론의 통신방송융합(위성DMB)서비스 수요추정 응용". 『經營 科學(Korean management science review)』, Vol. 22 No. 1 [2005], pp. 179-197.

송지준. (2015). "SPSS/AMOS 통계분석방법". 파주 : 21세기사

송희석, 김경철. (2006). "모바일상거래 서비스의 저항요인". 『한국전자거래학회지(The Journal of Society for e-Business Studies)』, Vol. 11 No. 2 [2006], pp. 111-134.

신건권. (2013). "Amos 20 통계분석 따라하기". 서울 : 청람, 2013

신재권, 이상우. (2016). "혁신저항 모형에 기반한 손목형 웨어러블 디바이스의 수용의도 연구". 『한국콘텐츠학회논문지』, Vol. 16 No. 6 [2016], pp. 123-134.

양윤선, 신철호. (2010). "신기술 수용에 있어서 소비자 혁신저항". 『디자인학연구(Journal of korean society of design science)』, Vol. 23 No. 3 [2010], pp. 37-52.

유경화. (2017). "인터넷 전문은행의 수용에 관한 연구". 전남대학교 대학원

석사학위논문
유인목. (2011). "지능형 홈네트워크의 확산과정에서 혁신특성이 사용자의 저항 및 수용에 미치는 영향에 관한 실증적 연구 : 사용자의 지식수준 및 수용단계의 조절효과를 중심으로". 경희대학교 대학원 박사학위논문
유재미. (2004). "인식된 제품 혁신성과 제품 수용 의향의 관계". 서울대학교 대학원 석사학위논문
유필화, 이승희. (1994). "신제품수용시 소비자의 혁신저항에 관한 연구". 『經營學硏究』, Vol. 23 No. 3 [1994], pp. 217-250.
윤수경, 김명지, 최준호. (2014). "혁신특성과 사용자특성이 전자책 수용에 미치는 영향". 『한국콘텐츠학회논문지』, Vol. 14 No. 8 [2014], pp. 61-73.
이상복, 왕상한. (2016). "주요국 인터넷전문은행의 현황과 그 법적 시사점". 『법학논총』, Vol. 33 No. 1 [2016], pp. 303-339.
이영범, 지현정. (2011). "환경규제, 기술혁신, 생산성과의 관계". 『韓國行政學報(Korean Public Administration Review)』, Vol. 45 No. 1, pp. 171-197.
이예림. (2018). "인터넷 전문은행 이용자의 활용적·탐색적 적응과정 연구". 경희대학교 대학원 박사학위논문
이원우. (2008). "규제개혁과 규제완화". 『저스티스』, Vol. - No. 106, pp. 355-389.
이일현. (2014). "Easy Flow 회귀분석" . 서울 : 한나래출판사.
이종호, 김문태. (1998). "하이테크 신제품 혁신수용에 있어 수용자의 특성에 대한 이론적 고찰". 『經營 經濟 硏究(MANAGEMENT AND ECONOMICS REVIEW)』, Vol. 17 No. 1 [1998], pp. 137-160.
이준행. (2013). "호텔기업의 혁신동인이 서비스사이언스 행동과 업무성과에 미치는 영향". 경기대학교 대학원 석사학위논문
이채진. (2018). "인터넷전문은행 규제체계에 관한 소고". 『홍익법학(The Law Reasearch institutute of Hongik Univ.)』, Vol. 19 No. 1

[2018], pp. 83-110.
이훈영. (2013). "이훈영 교수의 마케팅조사론(제4판)" . 서울 : 도서출판청람.
임상현, 이충권, 차경진, 서종원. (2015). "모바일 상거래에 대한 IT인력의 혁신저항". 『한국전자거래학회지(The Journal of Society for e-Business Studies)』, Vol. 20 No. 1 [2015], pp. 61-78.
장대련, 조성도. (2000). "기술제품 구매상황에서의 조직내 혁신저항에 관한 연구". 『마케팅연구(Korea Marketing Review)』, Vol. 15 No. 2 [2000], pp. 75-97.
전수경. (2018). "중국 핀테크 산업의 발전 현황과 정책 방향". pp. 4-28.
정대, 학회연. (2017). "영국과 중국의 핀테크산업 규제법제에 관한 연구 - 인터넷전문은행과 대출형 P2P를 중심으로". 『법학논총(Dankook Law Review)』, Vol. 41 No. 2 [2017], pp. 281-315.
정상표. (2016). "인터넷전문은행의 활성화를 위한 법제도적 고찰 : 금산분리 완화 방안을 중심으로". 충남대학교 대학원 박사학위논문
정승일, 김병우, 이우성, 손수정 외 2인. (2007). "정부규제가 기업의 기술혁신 행태에 미치는 영향". 『정책연구』, Vol. - No. - [2007], pp. 1-282.
정원석, 황인창. (2017). "인터넷전문은행 영업성과와 시사점". pp. 28-30.
정주호, 최선규. (2017). "인터넷전문은행 활성화를 위한 은산분리법제 고찰". 『法學論叢(Soong Sil Law Review)』, Vol. 37 No. - [2017], pp. 215-245.
정현재, 이진호. (2016). "한국형 인터넷전문은행 도입의 영향에 관한 연구". 『Financial Planning Review』, Vol. 9 No. 3 [2016], pp. 1-22.
정화섭. (2013). "소셜미디어 혁신저항 결정요인에 관한 연구". 『한국콘텐츠학회논문지』, Vol. 13 No. 6 [2013], pp. 158-166.
채서일, 김주영. (2017). "사회과학조사방법론". 서울 : 비앤엠북스.
천대중. (2014). "미국 인터넷전문은행 제도 및 현황". pp. 10-13.
최유성. (2011). "우리나라 행정규제의 특성분석을 위한 규제분류방식에 관한 연구". 서울 : 한국행정연구원.

최창호. (2013). “고객과 컨설턴트간의 유대관계가 컨설팅 프로젝트 성과에 미치는 영향에 관한 연구“. 한성대학교 대학원 박사학위논문

하리다, 이환수. (2015). "모바일 전자지갑 서비스의 인지된 위험과 사용자 저항". 『Entrue Journal of Information Technology』, Vol. 14 No. 3 [2015], pp. 115-129.

한성호. (2001). "관광개발에 관한 규제완화와 지원이 개발사업자의 경영성과에 미치는 영향". 동아대학교 대학원 박사학위논문

황금종. (2014). "각 모바일 OS의 만족도에 따른 향후 모바일 OS선택의도에 미치는 요인 : 안드로이드와 iOS를 중심으로 비교". 홍익대학교 대학원 석사학위논문

BUSINESSPOST. (2018). "한국은행 "인터넷은행이 중금리대출 비중 낮아 취지 못 살려"". 검색일자: 2018. 11. 10. http://businesspost.co.kr/

SBS CNBC. (2018). "카카오뱅크, 5000억원 유상증자…자본금 1조 3000억원". 검색일자: 2018. 11. 03. http://sbscnbc.sbs.co.kr/

조선비즈. (2018). "케이뱅크 1500억원 유상증자…총 자본금 5000억원으로 확대". 검색일자: 2018. 11. 03. http://biz.chosun.com/

지디넷코리아. (2018). "은산분리 완화, 금융소비자 혜택은 뭐?". 검색일자: 2018. 11. 05. https://www.msn.com/

한국경제. (2018). "가입 614만명 '케뱅·카뱅' 새 물결… 시중은행도 '모바일 혁신'". 검색일자: 2018. 11. 03. http://news.hankyung.com/

〈국외 문헌〉

Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of consumer expertise. Journal of consumer research, 13(4), 411-454.

Amoroso, D. L., & Magnier-Watanabe, R. (2012). Building a research model for mobile wallet consumer adoption: the case of mobile Suica in Japan. Journal of theoretical and applied electronic commerce research, 7(1), 94-110.

Assael, Henry. (1998). Consumer Behavior and Marketing Action (6th ed.). Cincinnati, Ohio: South Western.

Atuahene-Gima, K. (1995). An exploratory analysis of the impact of market orientation on new product performance: a contingency approach. Journal of Product Innovation Management: AN INTERNATIONAL PUBLICATION OF THE PRODUCT DEVELOPMENT & MANAGEMENT ASSOCIATION, 12(4), 275-293.

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.

Bass, F. M. (1969). A new product growth for model consumer durables. Management science, 15(5), 215-227.

Chen, C. (2013). Perceived risk, usage frequency of mobile banking services. Managing Service Quality: An International Journal, 23(5), 410-436.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS quarterly, 319-340.

Garcia, R., & Calantone, R. (2002). A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: a literature

review. Journal of Product Innovation Management: AN INTERNATIONAL PUBLICATION OF THE PRODUCT DEVELOPMENT & MANAGEMENT ASSOCIATION, 19(2), 110-132.

Goldenberg, J., Lehmann, D. R., & Mazursky, D. (2001). The idea itself and the circumstances of its emergence as predictors of new product success. Management science, 47(1), 69-84.

Holak, S. L. (1988). Determinants of innovative durables adoption: an empirical study with implications for early product screening. Journal of Product Innovation Management: AN INTERNATIONAL PUBLICATION OF THE PRODUCT DEVELOPMENT & MANAGEMENT ASSOCIATION, 5(1), 50-69.

Holak, S. L., Lehmann, D. R., & Sultan, F. (1987). The role of expectations in the adoption of innovative consumer Durables: Some preliminary evidence. Journal of Retailing.

Kabir, M. R. (2013). Factors influencing the usage of mobile banking: Incident from a developing country. World Review of Business Research, 3(3), 96-114.

Kahn, A. E., Kahn, A. J., & Khan, A. E. (1988). The economics of regulation: principles and institutions (Vol. 1). Mit Press.

Kleijnen, M., De Ruyter, K., & 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.

Kleinschmidt, E. J., & Cooper, R. G. (1991). The impact of product innovativeness on performance. Journal of Product Innovation Management: AN INTERNATIONAL PUBLICATION OF THE PRODUCT DEVELOPMENT & MANAGEMENT ASSOCIATION, 8(4), 240-251.

Luo, X., Li, H., Zhang, J., & Shim, J. P. (2010). Examining multi-dimensional trust and multi-faceted risk in initial acceptance of emerging technologies: An empirical study of mobile banking services. Decision support systems, 49(2), 222-234.

Meuter, M. L., Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Brown, S. W. (2005). Choosing among alternative service delivery modes: An investigation of customer trial of self-service technologies. Journal of marketing, 69(2), 61-83.

Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. Information systems research, 2(3), 192-222.

Ostlund, L. E. (1974). Perceived innovation attributes as predictors of innovativeness. Journal of consumer research, 1(2), 23-29.

Ram, S. (1987). A model of innovation resistance. ACR North American Advances.

Ram, S. (1989). Successful innovation using strategies to reduce consumer resistance An empirical test. Journal of Product Innovation Management: AN INTERNATIONAL PUBLICATION OF THE PRODUCT DEVELOPMENT & MANAGEMENT ASSOCIATION, 6(1), 20-34.

Ram, S., & Sheth, J. N. (1989). Consumer resistance to innovations: the marketing problem and its solutions. Journal of consumer marketing, 6(2), 5-14.

Robertson, T. S. (1967). The process of innovation and the diffusion of innovation. The Journal of Marketing, 14-19.

Rogers, E. M. (1995). Diffusion of innovations (4th ed.). New York: Free Press.

Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). New York: Free Press.

Rogers, E. M. (2005). Diffusion of innovations (7th ed.), New York: Free Press.

Rogers, E. M. (2010). Diffusion of innovations. Simon and Schuster.

Schiffman, L. G., and L. L. Kanuk. (1991). Consumerbehavior (4th ed.). PrenticeHallInc.

Sheth, J. N., & Stellner, W. H. (1979). Psychology of innovation resistance: The less developed concept (LDC) in diffusion research. Urbana-Champaign, IL: College of Commerce and Business Administration, University of Illinois at Urbana-Champaign.

Thakur, R., & Srivastava, M. (2014). Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India. Internet Research, 24(3), 369-392.

Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal computing: toward a conceptual model of utilization. MIS quarterly, 125-143.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS quarterly, 425-478.

Vernon, R. (1992). International investment and international trade in the product cycle. In International Economic Policies and their Theoretical Foundations (Second Edition) (pp. 415-435).

Yang, Y., Liu, Y., Li, H., & Yu, B. (2015). Understanding perceived risks in mobile payment acceptance. Industrial Management & Data Systems, 115(2), 253-269.

Zaltman, Gerald, Robert Duncan, and Jonny Holbek. (1973). Innovations and Organizations. New York: Wiley

Zikmund, W. G., & Scott, J. E. (1974). A multivariate analysis of

perceived risk self-confidence and information sources. ACR North American Advances.

부 록

설 문 지

저는 한성대학교 지식서비스&컨설팅 대학원에서 매니지먼트를 전공하는 학생입니다.

본 설문지는 석사학위 논문인 “인지된 혁신 특성이 인터넷전문은행 서비스 혁신수용에 미치는 요인에 관한 연구 : 정부규제의 조절효과를 중심으로”에 관한 설문조사입니다.

바쁘신 중에도 귀중한 시간을 내시어 설문에 응해 주신 점에 깊이 감사드립니다.

아울러 귀하께서 응답해 주시는 모든 내용은 연구 목적 이외의 다른 목적으로는 절대 사용되지 않을 것이며, 특정 개인이나 특정기업에 절대 노출되지 않습니다.

작성 중 문의사항은 아래의 연락처로 연락주시기 바라며, 바쁘시더라도 가급적 진솔한 응답을 통해 효과적인 연구가 진행 될 수 있도록 협조 부탁드립니다.

감사합니다.

2018년 10월

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스&컨설팅학과 매니지먼트컨설팅 전공
지도교수 : 최 승 욱
연 구 자 : 김 명 재
연 락 처 : hanbamzigi@nate.com / 010-9435-8967

※ 설문응답 시 귀하의 의견과 가장 가까운 항목에 “✔”표를 해주시기 바랍니다.

사전확인) 인터넷전문은행 서비스 사용 여부

국내 인터넷전문은행 케이뱅크와 카카오뱅크

인터넷전문은행이란 일반 시중은행과 달리 인터넷과 스마트폰 등의 모바일 기기를 통한 비대면으로 은행 업무 처리가 가능하고 오프라인 점포가 없는 것이 특징입니다. 인터넷전문은행이 시간과 공간적인 제약이 없어 거래비용을 감소시키는 등 혁신적인 금융서비스로 국내 인터넷전문은행의 대표는 '케이뱅크'와 '카카오뱅크'가 있습니다.

Q.1 귀하는 인터넷 전문은행을 이용하거나 이용한적이 있습니까?
①예 ②아니오

Q.2 귀하는 인터넷 전문은행 서비스 중 주로 이용하는 금융거래는 무엇입니까?
①예금/적금 ②송금/이체 ③대출 ④외환 ⑤기타

사전확인) 모바일 뱅킹 사용 정도

모바일 뱅킹이란?

본 설문지에서 언급하는 모바일 뱅킹은 기존 시중은행의 모바일 서비스로 주로 스마트폰 등의 모바일 기기를 통하여 개인의 금융 조회, 자금 이체 등 은행 업무를 처리하는 서비스입니다.

Q.1 귀하는 모바일 뱅킹을 이용하거나 이용한적이 있습니까?
①예 ②아니오

Q.2 귀하는 모바일 뱅킹을 통해 주로 이용하는 금융거래는 무엇입니까?
①예금/적금 ②송금/이체 ③대출 ④외환 ⑤기타

Q.3 귀하께서 주로 이용하시는 금융 서비스의 비중을 선택하여 주시기 바랍니다. (①모바일 뱅킹 서비스(100%) ~ ⑦인터넷 전문은행 서비스(100%)
① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

1. 인터넷전문은행 서비스에 대해 자신에게 적합하다가 생각되는 점수를 표시해 주시기 바랍니다. 질문 내용에 따라 본인에게 적합하다고 생각되는 점수를 1점(전혀 그렇지 않다)에서 5점(매우 그렇다) 사이의 점수에 표시(√)해 주세요.

A-1. 인터넷전문은행 서비스에 대한 인지된 위험

내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
A-1.1. 인터넷전문은행 서비스 이용시 해킹으로 인한 개인정보유출 위험이 있다.	①	②	③	④	⑤
A-1.2. 인터넷전문은행 서비스 금융거래는 아직 불완전하며 예측 불가능한 위험들이 있다.	①	②	③	④	⑤
A-1-3. 인터넷전문은행 서비스의 금융거래 시스템상의 오류 등의 결과로 이용의 처리 결과의 문제가 있다.	①	②	③	④	⑤
A-1-4. 인터넷전문은행 서비스의 기대효과에 대한 큰 의구심이 있다.	①	②	③	④	⑤
A-1-5. 인터넷전문은행 서비스 이용시 본인확인 절차(공인인증서, 패턴, 지문 등)의 보관 안전성의 의구심이 있다.	①	②	③	④	⑤
A-1-6. 인터넷전문은행 서비스 이용이 개인의 프라이버시 침해 위험이 있다.	①	②	③	④	⑤
A-1-7. 인터넷전문은행 서비스가 비대면이라는 특징으로 누군가에 의해 쉽게 개인정보가 도용되어 금전적 손실이 발생 할 것이다.	①	②	③	④	⑤

A-2. 인터넷전문은행 서비스에 대한 복잡성

내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
A-2-1. 인터넷전문은행 서비스를 모바일로 이용시 시스템 환경 및 기능 파악에 어려움이 있다.	①	②	③	④	⑤
A-2-2. 인터넷전문은행 서비스 이용을 위한 신규 가입 절차의 어려움이 있다.	①	②	③	④	⑤
A-2-3. 인터넷전문은행 서비스 이용시 원하는 업무의 시스템 조작의 어려움이 있다.	①	②	③	④	⑤
A-2-4. 인터넷전문은행 서비스는 은행 직원의 직접적인 업무 설명이 없어 업무 수행 시 쉽게 이해하지 못한다.	①	②	③	④	⑤

A-3. 인터넷전문은행 서비스에 대한 상대적 이점

내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
A-3-1. 인터넷전문은행 서비스가 기존 시중은행 오프라인 업무보다 일의 처리속도가 빠르다.	①	②	③	④	⑤
A-3-2. 인터넷전문은행 서비스가 기존 시중은행 이용 대비 상대적 비용이 절감 할 것이다.	①	②	③	④	⑤
A-3-3. 인터넷전문은행 서비스가 기존 시중은행의 모바일뱅킹 서비스보다 더 효율적이고 효과적이다.	①	②	③	④	⑤
A-3-4. 인터넷전문은행 서비스는 기존 시중은행보다 언제 어디서든지 은행업무를 할 수 있어 공간적 제약이 적다.	①	②	③	④	⑤
A-3-5. 인터넷전문은행 서비스는 기존 시중은행의 업무의 대기시간이 존재하지 않아 유용하다.	①	②	③	④	⑤
A-3-6. 인터넷전문은행 서비스는 기존 시중은행에서 제공하는 정보를 보다 더 쉽게 전달한다.	①	②	③	④	⑤

A-4. 인터넷전문은행 서비스에 대한 적합성

내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
A-4-1. 인터넷전문은행 비대면 서비스가 개인의 업무 효율성, 경제성, 신속성과 현장성이 존재하여 오프라인 업무 처리보다 적합하다.	①	②	③	④	⑤
A-4-2. 인터넷전문은행 서비스가 나의 상황에 맞는 서비스를 제공해 줄 것이다.	①	②	③	④	⑤
A-4-3. 인터넷전문은행 서비스는 이용자의 개인적 특성을 고려한 서비스 제공해 줄 것이다.	①	②	③	④	⑤
A-4-4. 인터넷전문은행 서비스는 모바일 뿐만 아니라 기타 다양한 접속 기기를 통해 이용할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
A-4-5. 인터넷전문은행 서비스가 기존은행 업무와 동일함에 따라 개인의 은행업무 처리의 욕구를 충족시킬 것이다.	①	②	③	④	⑤

A-5. 인터넷전문은행 서비스에 대한 개선된 혁신기대

내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
A-5-1. 인터넷전문은행 서비스는 더 쉽고 편리한 은행서비스를 제공할 것이다.	①	②	③	④	⑤
A-5-2. 인터넷전문은행 서비스는 보다 나은 안정적인 시스템 환경을 제공할 것이다.	①	②	③	④	⑤
A-5-3. 인터넷전문은행 서비스는 야간 및 휴일 대출 등의 혁신적인 금융 서비스 제공을 향상시킬 것이다.	①	②	③	④	⑤
A-5-4. 인터넷전문은행은 기존 시중은행과 경쟁을 통해 저금리 혜택 등 유용한 혜택을 제공할 것이다.	①	②	③	④	⑤
A-5-5. 인터넷전문은행은 빅데이터, 블록체인 등의 기술 기반을 통해 강화된 보안성 및 개인의 특성에 맞는 맞춤형 서비스를 제공할 것이다.	①	②	③	④	⑤

A-5-6. 기존 인터넷전문은행 서비스 보다 더 나은 서비스를 제공하는 신규 인터넷전문은행이 설립될 것이다.	①	②	③	④	⑤

A-6. 인터넷전문은행 서비스에 대한 혁신수용

내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
A-6-1. 나는 인터넷전문은행 서비스를 대체적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
A-6-2. 나는 인터넷전문은행 서비스에 대해 호의적인 생각과 태도를 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
A-6-3. 나는 인터넷전문은행 서비스 이용을 통해 업무 만족도가 높아졌다.	①	②	③	④	⑤
A-6-4. 나는 인터넷전문은행 서비스 이용이 즐겁다.	①	②	③	④	⑤
A-6-5. 나는 인터넷전문은행 서비스가 공간과 시간적 제약 없이 원하는 것을 얻었다.	①	②	③	④	⑤

A-7. 인터넷전문은행 서비스 정부규제

내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
A-7-1. 나는 인터넷전문은행 서비스 혁신을 위해 은산분리 규제완화가 필요하다고 생각한다. ***은산분리 규제란 금융자본과 산업자본을 분리해 산업자본(일반적인 기업)이 은행을 소유하지 못하도록 법적으로 막아놓은 제도이다.	①	②	③	④	⑤
A-7-2. 나는 인터넷전문은행에 대한 정부규제가 해당서비스 이용에 민감하게 작용한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
A-7-3. 나는 인터넷전문은행에 대한 정부규제에도 인터넷전문은행 서비스의 필요성이 확대될 것이라 생각한다.	①	②	③	④	⑤

A-7-4. 나는 인터넷전문은행에 대한 정부 규제가 국가 산업 발전에 큰 도움을 주지 못한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
A-7-5. 나는 인터넷전문은행에 대한 정부 규제로 인해 우리나라 금융기술이 세계 금융기술 시장에서 도태될 수 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

2. 다음은 인구 통계학적 특성에 관한 질문입니다. 귀하의 해당하는 항목에 표시해 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?
①남자 ②여자

2. 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?
①20대 ②30대 ③40대 ④50대 ⑤60대 이상

3. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까?
①중졸 ②고졸 ③전문대졸(재학 포함) ④대졸(재학 포함) ⑤대학원 졸 이상(재학 포함)

4. 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?
①사무직 ②생산/기술직 ③서비스직 ④자영업 ⑤학생 ⑥전업주부 ⑦기타

★바쁘신 와중에도 본 설문에 응답해 주셔서 대단히 감사드립니다.

ABSTRACT

A Study on the Factors Affecting of Innovation Adoption on Perceived Innovation Characteristics of Internet-Only Bank -Focused on Government Regulations-

Kim, Myung-Jae

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service Consulting

Hansung University

With developments in Information and Communication Technologies recently, it is the financial services sector that are taking place in everyday life patterns, environmental changes within various industries and most notably changes. In the advent of the fourth industrial revolution, financial services have been reorganized by many companies and countries to establish diverse service environments, not only globally but also domestically. Thus, quantity and quality of human life, including the provision of complex processes and simplified services through the construction of mobile connectivity systems for Blockchain, Big-Data, AI (Artificial Intelligence) and financial services, and the banking industry, which represents the most representative of finance, is preparing strategies

to maximize the value of Fin-Tech services. Banks are supporting and operating diverse services through mobile devices and preparing to upgrade their services, and Internet-only banks were established for the first time in Korea in 2017 and are increasingly interested in Internet-only banks as IT technology companies, not traditional banking businesses, entered the financial industry. In addition, the innovation of financial services is increasing as companies with superior IT technologies enter various Fin-Tech industries.

While innovative financial services may be created in certain market conditions, they are often created to enhance future values and the value of human life, even in uncertain markets. This directly translates into a fundamental result of numerous companies successfully developing innovative services or products that survive in the market through consumer experience and differentiation from existing services and products. Therefore, the most important thing for the sustainability and competitiveness of the company is the satisfaction of consumers, and I think it is necessary to provide support not only at the corporate level but also at the national level.

Based on the above points, this study demonstrated the relationship of each variable with an emphasis on accepting innovation in technologies, products and services from a perspective of acceptance.

Thus, it appears that to accommodate innovation in Internet-only bank services, it is an effective part of achieving a better acceptance of innovation through focus on the adequacy of perceived innovation characteristics and improved innovation expectations. Moreover, the perceived risks and complexities were expected to have negative effects on the acceptance of innovation, but the complexity was confirmed not to have negative effects on the acceptance of innovation, and the ease of functions in the system environment, which were judged by the metrics,

was not significantly difficult. However, the perceived risks are still seen as a part of the lack of uncertainty and reliability in the domestic financial system and will need to be further strengthened to complement them.

The most important part of this study is the government's regulation of domestic Internet-only banks. Korea Internet-only banks are relatively insufficient in comparison to foreign Internet-only banks in the early days of establishment, and in order to secure the financial foundation of Internet-only banks, they believe that they must be supplemented absolutely in the process of spreading innovation of Internet-only bank services through deregulation of the separation of silver and silver among government regulations. Therefore, we believe that the initial stage of the establishment of the Internet-only bank will help many stakeholders in the development of the national financial industry, considering the benefits and convenience of actual use.

【Key word】internet-only bank, fin-tech, innovation adoption, perceived innovation characteristics, government regulations