creative commons
COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

**저작자표시**. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

**비영리**. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

**변경금지**. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

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

**저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.**

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

[UCI]I804:11061-200000172921

박사학위논문

# 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도 및 이용에 관한 연구

-향상초점과 예방초점의 조절효과를 중심으로-

HANSUNG UNIVERSITY

2019년

한 성 대 학 교 대 학 원

지식서비스&컨설팅학과

컨버전스컨설팅전공

윤 태 호

HANSUNG
UNIVERSITY

박사학위논문
지도교수 유연우

# 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도 및 이용에 관한 연구

-향상초점과 예방초점의 조절효과를 중심으로-

A Study on Financial Consumers' Intention to Use and Use of Internet-Only Bank Services

-Focusing on Moderating Effects of Promotion Focus and Prevention Focus-

HANSUNG UNIVERSITY

2018년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

지식서비스&컨설팅학과

컨버전스컨설팅전공

윤 태 호

박사학위논문
지도교수 유연우

# 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도 및 이용에 관한 연구

-향상초점과 예방초점의 조절효과를 중심으로-

A Study on Financial Consumers' Intention to Use and Use of Internet-Only Bank Services

-Focusing on Moderating Effects of Promotion Focus and Prevention Focus-

위 논문을 컨설팅학 박사학위 논문으로 제출함

2018년 12월 일


한 성 대 학 교 대 학 원

지식서비스&컨설팅학과

컨버전스컨설팅전공

윤 태 호

윤태호의 컨설팅학 박사학위 논문을 인준함

2018년 12월  일

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

HANSUNG UNIVERSITY

# 국 문 초 록

## 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도 및 이용에 관한 연구 – 향상초점과 예방초점의 조절효과를 중심으로 –

한 성 대 학 교 대 학 원
지 식 서 비 스 & 컨 설 팅 학 과
컨 버 전 스 컨 설 팅 전 공
윤 태 호

금융 산업은 성장 동력의 부재로 향후 성장 둔화가 예측되고 있다. 또한 4차 산업혁명 기술과의 융합으로 새로운 플랫폼을 교두보로 한 도약의 움직임이 나타나고 있다. 특히, 인터넷전문은행의 등장은 국내 금융 산업의 패러다임을 급격히 변화시키고 있다.

금융업 관점에서 4차 산업혁명의 핵심 키워드 중 하나는 콘텐츠이다. 급변하는 금융 환경변화 속에 인공지능, 사물인터넷, 빅데이터, 모바일 등 첨단정보통신기술이 경제, 사회 전반에 융합되며 혁신적인 변화가 나타나고 있다. 또한 금융업체들은 이 같은 환경에 대응하기 위해 4차 산업혁명 전개에 적극적으로 적응함으로써 초융합, 초연결, 대통합 특성을 가진 뉴 콘텐츠 이니셔티브 실현을 통한 새롭고 유연하며 개방적인 가치사슬로 금융 활동을 수행하려는 움직임을 보이고 있다.

이에 따라 본 연구는 통합기술수용 모델에 위험 요인을 추가하여 구조 방정식

연구 모델을 설정하고, 조절초점의 조절효과를 중심으로 실증조사 및 통계적 분석을 통해서 인터넷전문은행 금융소비자들의 수용의도를 파악하고, 이용에 대한 관점을 분석하고 있다. 이와 동시에 연구 결과를 바탕으로 실증적 제안을 제공함으로써 인터넷전문은행 수용을 검토하는 금융소비자를 설득할 수용 제안과 함께 인터넷전문은행 서비스 확산 정책을 수립하고, 실행하는 관련 부서와 금융정책당국에 대한 정책적 제안을 목적으로 진행되었다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

성과기대는 연구모형에서 제시하고 있는 것과 달리 인터넷전문은행 수용의도에 유의하지 않는 것으로 나타났다. 이런 결과는 기존 일반은행들이 이미 전자금융서비스인 인터넷뱅킹 및 모바일뱅킹 이용 고객에게 수수료 면제, 우대금리 제공 등의 우대 조건을 제공하기 때문으로 해석된다. 기능적으로는 모바일뱅킹과 유사한 인터넷전문은행 서비스에 대하여 실제 이용 경험이 있는 금융소비자뿐만 아니라 경험이 없는 잠재적 금융소비자를 대상으로 설문을 진행한 결과, 금리 혜택과 서비스 등의 개인적인 효용성을 체감하지 못한 것이 원인으로 보인다.

노력기대는 연구모형에서 제시한 것과 같이 인터넷전문은행 수용의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 인터넷전문은행 성공요인으로 분석된 안정적 기반 고객 확보를 위한 용이성이 핵심인 것으로 나타났다. 혁신기법을 활용하여 공인인증서 없이 계좌개설이 가능하고, 스크래핑 방식으로 무서류 신용대출을 진행하는 등 기존 일반은행 서비스와 차별화된 인터넷전문은행의 접근 용이성이 금융소비자의 변화된 요구사항을 만족시키고 있다고 판단할 수 있다.

사회적 영향은 연구모형에서 제시하고 있는 것과 달리 인터넷전문은행 수용의도에 대하여 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 이는 인터넷전문은행 서비스의 수용에 대한 결정이 새로운 정보기술의 수용과 같은 맥락에서 주변의 가족 및 선배 등 영향력을 미치는 사람들의 권유에 의해 영향을 받지 않음을 의미한다. 이러한 현상은 인터넷이나 모바일에 익숙한 금융소비자가 많아서 인터넷전문은행 수용에 대한 두려움이 적고, 금융소비자 본인이 필요에 의해 수용하는 것이지 주변의 인식은 중요하지 않은 것으로 해석할 수 있다. 특히 금융의 특성상 개인의 금융 관련 정보 공유를 경계하는 경향이 원인으로 작용하고 있는 것으로 보인다.

촉진조건은 연구모형에서 제시한 것과 같이 인터넷전문은행 수용의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이런 결과는 우리나라의 경우 금융소비자들이 높은 수준의 모바일 이용과 최고 수준의 초고속 인터넷망이 보급되어 있어 인터넷전문은행 서비스 이용에 추가적인 기술적 환경이 필요하지 않다고 판단하거나 금융소비자가 현재의 인터넷 수준이나 모바일 뱅킹이 인터넷전문은행 서비스 이용하는 데 불편이 없기 때문이라고 판단된다. 이 같은 결과는 인터넷전문은행의 발전 가능성을 시사한다고 볼 수 있다.

인지된 위험은 연구모형에서 제시한 것과 같이 인터넷전문은행 수용의도에 유의미한 부(−)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 인터넷전문은행은 이용 시 거래 오류로 인한 금전적 손실을 우려하고 있으며 은행으로부터 보상받기 힘들 것으로도 인식하고 있다. 보안 시스템에 대한 불신으로 거래 정보의 유출 및 해킹으로 인한 불법 금융거래 발생을 우려하고 있다. 따라서 모바일뱅킹은 더욱 고도화된 보안기술 구축을 통해 금융소비자들의 보안에 대한 우려를 불식시켜야 한다는 과제를 안게 된다.

혁신저항은 연구모형에서 제시하고 있는 것과 달리 인터넷전문은행 수용의도에 대하여 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 이런 결과는 금융소비자들이 기존 일반은행의 인터넷뱅킹이나 모바일뱅킹을 이용하는 금융거래가 일상화되어 있어 거부감이나 불편을 느끼지 못하고, 타인 이용에 반대할 의사나 휴대폰 분실에 대한 우려 때문에 인터넷전문은행 서비스 이용을 거부하지는 않을 것이라는 가설을 방증한다. 이는 인터넷전문은행이 일반은행들과 차별화된 다양한 상품과 서비스를 준비해야 함을 시사한다.

수용의도는 이용에 통계적으로 유의미한 관계가 있는 것으로 나타나 여러 선행연구의 결과를 지지하였다. 이와 같은 결과는 인터넷전문은행의 금융서비스를 수용할 계획이나 가능성, 의향이 강한 금융소비자들이 실제 이용으로 이어지게 될 것이라는 판단의 근거가 된다.

통합기술수용요인 및 위험요인과 이용 간에 수용의도가 간접효과가 있는 것으로 나타났고, 부분 매개하는 것으로 나타났다. 이는 통합기술수용요인과 위험요인과 이용 간에 수용의도가 매개효과를 발휘하고 있다는 선행연구를 지지하는 것이다. 이런 결과는 인터넷전문은행 서비스 이용에 있어서 금융소비자들은 기술수용

과 위험요인을 통하여 수용할 가능성과 의향이 있어야 한다는 판단의 근거가 된다.

향상초점에 있어 고 향상초점 집단과 저 향상초점 집단 간에 경로에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 저 향상초점 집단은 사회적 영향(SI)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 고 향상초점 집단은 촉진조건(FC)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이런 결과는 저 향상초점 집단은 본인에게 인터넷전문은행이 기존 일반은행보다 도움을 줄 것이라고 생각하고 타인에게도 추천할 것이라는 판단으로 이어진다. 고 향상초점 집단은 본인의 라이프 스타일에 적합한 금융기관으로 인터넷전문은행을 지지하는 집단으로서 마케팅 시 활용의 가치가 크다.

예방초점에서도 고 예방초점 집단과 저 예방초점 집단 간의 경로에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 저 예방초점 집단은 인지된 위험(PR)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 고 예방초점 집단은 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건(FC)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이런 결과는 저 예방초점 고객들은 개인정보 유출 및 해킹으로 인한 금전적 손실에 대한 위험제거를 통한 인터넷전문은행의 신뢰 구축이 필요하며, 고 예방초점 고객군은 기술수용에 대한 신뢰도를 높이는 소비자 행동심리 부서 설립을 통한 빅데이터 활용과 인공지능(AI)을 통한 금융교육 컨설팅이 필요할 것으로 판단된다.

향상초점은 수용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 향상초점은 수용의도에 유의미한 영향을 미친다는 선행연구와 일치한다. 이와 같은 결과는 인터넷 전문은행 이용 시 긍정적 사고 측면의 금융소비자는 인터넷전문은행 거래에 대한 선호도가 강한 소비자로서 수용의사가 확실한 고객군이므로 마케팅 시 활용가치가 높다.

예방초점은 수용의도에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 예방초점이 수용의도에 유의미한 영향을 미친다는 선행연구와는 다른 결과를 보

여주는 것이다. 이와 같은 결과는 부정적인 측면을 많이 생각하는 고객군은 빅데이터를 활용한 안정적인 상품 중심의 마케팅을 진행해야 함을 말해준다.

따라서 본 연구는 연구결과를 토대로 인터넷전문은행의 활성화를 위해 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도와 이용에 영향을 주는 변수들을 중심으로 다음과 같이 제안하고자 한다.

첫째, 인터넷전문은행 확산을 위해서 고 연령층 고객과 같이 특정 고객별 맞춤형 서비스 및 마케팅 전략이 필요하다. 예를 들어, 기존 일반은행 내점을 선호하는 고 연령층 고객을 대상으로 포트폴리오 최적화 및 비용절감 등 재무설계 수단으로 로보어드바이저의 사용과 휴먼터치를 병행하여 초 맞춤형 종합재무설계를 제공하는 것이 효과적일 것이다.

둘째, 공유경제에 이은 새로운 패러다임인 구독경제(Subscription economy) 모델을 활용한 고객 초 맞춤 서비스(상품이나 시간을 고객이 직접 정함)를 제공함으로써 소유보다는 경험을 중시하는 밀레니얼 세대의 소비패턴 변화를 주의 깊게 지켜보아야 한다.

셋째, 금융기관 클라우드 활용 관련 규제 본격화 이후 클라우드 도입 시 IT 인프라 관련 이점과 동시에 컴플라이언스 부담이 가중됨을 인지하고 금융기관의 감사/컴플라이언스 비용 절감을 통한 클라우드 활용을 위한 준비가 필요하다.

넷째, 신용보증기금과 기술보증기금, 각 시도 신용보증재단과 연계로 소상공인, 중소기업의 신용보증서 발급 시스템 구축을 통한 기업대출이 필요하다.

다섯째, Point of sales lending(물품구입 결제 시 본인 신용으로 대출받아 납부하고 분할 상환하는 서비스) 시장 진출에 대한 대비가 필요하다.

【주요어】 인터넷전문은행, 통합기술수용이론, 인지된 위험, 혁신저항, 조절초점

# 목 차


I. 서 론 ····· 1

1.1 연구의 배경과 목적 ····· 1
1.2 연구의 방법과 구성 ····· 6

II. 이론적 배경 ····· 7

2.1 인터넷전문은행 ····· 7
2.1.1 인터넷전문은행의 정의 ····· 7
2.1.2 인터넷전문은행과 일반은행의 비교 ····· 7
2.1.3 국내 인터넷전문은행의 도입 및 현황 ····· 9
2.1.4 해외 인터넷전문은행 현황 ····· 11
2.1.5 인터넷전문은행에 대한 선행연구 ····· 12
2.2 통합기술수용이론(UTAUT) ····· 72
2.2.1 통합기술수용이론(UTAUT) 개념 ····· 72
2.2.2 통합기술수용이론(UTAUT)의 구성 개념 ····· 92
2.2.3 통합기술수용이론(UTAUT)의 배경 이론 ····· 13
2.2.4 UTAUT를 적용한 선행연구 ····· 33
2.3 인지된 위험 ····· 41
2.3.1 인지된 위험의 정의 ····· 4
2.3.2 인지된 위험에 대한 선행연구 ····· 41
2.4 혁신저항 ····· 43
2.4.1 혁신저항 개념 ····· 43
2.4.2 혁신저항 모형 ····· 48
2.4.3 혁신저항 선행연구 ····· 49
2.5 조절초점 ····· 51
2.5.1 조절초점이론의 개념과 특징 ····· 5
2.5.2 조절초점의 특성 ····· 54
2.6 연구의 차별성 ····· 56

III. 연구모형 및 가설 설정 ····· 48

3.1 연구모형 ····· 48
3.2 연구가설의 설정 ····· 49
3.2.1 통합기술수용요인과 인터넷전문은행 수용의도와의 관계 ····· 49
3.2.2 위험요인과 인터넷전문은행 수용의도와의 관계 ····· 56
3.2.3 인터넷전문은행 수용의도와 이용과의 관계 ····· 56
3.2.4 수용의도의 매개효과 ····· 66
3.2.5 조절초점의 조절효과 ····· 67
3.3 변수의 조작적 정의 ····· 68
3.3.1 통합기술수용이론의 독립 변수 ····· 68
3.3.2 위험요인의 독립 변수 ····· 70
3.3.3 수용의도 ····· 71
3.3.4 이용 ····· 71
3.3.5 조절초점 ····· 72
3.4 자료 조사 방법 및 설문 구성 ····· 74

IV. 실증분석 ····· 77

4.1 표본의 특성 ····· 77
4.2 기술 통계 분석 ····· 79
4.3 신뢰성 및 타당성 분석 ····· 81
4.3.1 신뢰성 분석 ····· 81
4.3.2 타당성 분석 ····· 82
4.4 측정모형 분석 ····· 86
4.5 가설검정 ····· 89
4.5.1 연구모형의 적합도 검정 ····· 89
4.5.2 가설검정 ····· 89
4.6 추가분석 ····· 100
4.6.1 조절초점과 인터넷전문은행 수용의도와의 관계 ····· 100
4.6.2 가설검정: 다중회귀분석 ····· 101
4.6.3 추가 가설검정 결과 요약 ····· 102
4.7 연구결과에 대한 논의 ····· 103

4.7.1 통합기술수용요인과 수용의도와의 관계 ····· 93
4.7.2 위험요인과 수용의도와의 관계 ····· 94
4.7.3 수용의도와 이용과의 관계 ····· 95
4.7.4 간접효과 분석에 대한 논의 ····· 96
4.7.5 조절효과 분석에 대한 논의 ····· 96
4.7.6 조절초점과 수용의도와의 관계 ····· 97

V. 결 론 ····· 108

5.1 연구결과 ····· 108
5.2 연구 시사점 ····· 112
5.2.1 학문적 시사점 ····· 112
5.2.2 인터넷전문은행 관점의 시사점 ····· 112
5.2.3 금융소비자 관점의 시사점 ····· 113
5.2.4 금융정책당국 관점의 시사점 ····· 113
5.3 제언 ····· 114
5.4 연구의 한계 및 향후 연구 방향 ····· 114

참고문헌 ····· 116

부 록 ····· 138

ABSTRACT ····· 145

# 표 목 차

[표 2-1] 인터넷전문은행과 일반은행의 비교 ····· 8
[표 2-2] 케이뱅크와 카카오뱅크 비교 및 현황 ····· 9
[표 2-3] 인터넷전문은행의 기대효과 ····· 11
[표 2-4] 설립자 유형별 설립 방식 ····· 21
[표 2-5] 미국 인터넷전문은행 현황 ····· 31
[표 2-6] 설립자 유형별 생존 비율 ····· 41
[표 2-7] 일본 주요 인터넷전문은행 현황 ····· 61
[표 2-8] 중국의 인터넷전문은행 현황 ····· 02
[표 2-9] 인터넷전문은행에 관한 선행연구 ····· 62
[표 2-10] UTAUT 독립변수의 구성 개념 및 이론 ····· 03
[표 2-11] UTAUT를 적용한 선행연구 ····· 24
[표 2-12] 시스템 보안위험 관련된 선행연구 ····· 54
[표 2-13] 조절초점 이론 ····· 65
[표 3-1] 각 변수별 조작적 정의 ····· 37
[표 3-2] 변수의 측정문항 및 관련 연구 ····· 57
[표 4-1] 표본의 인구 통계적 특성 ····· 77
[표 4-2] 기술통계량 분석 ····· 97
[표 4-3] 신뢰도 분석 결과 ····· 18
[표 4-4] 독립변수의 탐색적 요인분석 ····· 38
[표 4-5] 종속변수의 탐색적 요인분석 ····· 48
[표 4-6] 조절변수의 탐색적 요인분석 ····· 48
[표 4-7] 측정모형의 적합도 판단기준 ····· 68
[표 4-8] 측정모형 분석결과 ····· 78
[표 4-9] 판별타당성 분석결과 ····· 88
[표 4-10] 연구모형에 대한 적합도 분석결과 ····· 98
[표 4-11] 기본 가설검정 결과 ····· 09
[표 4-12] 매개효과분석 ····· 29

[표 4-13] MCFA에 의한 집단 간(향상초점) 교차타당성 분석결과 ·····3 9
[표 4-14] 향상초점 집단의 구조모형 분석에 의한 가설검증 결과 ·····4 9
[표 4-15] MCFA에 의한 집단 간(예방초점) 교차타당성 분석결과 ·····5 9
[표 4-16] 예방초점 집단의 구조모형 분석에 의한 가설검증 결과 ·····6 9
[표 4-17] 연구가설 검정 요약 ····· 89
[표 4-18] 다중 회귀분석 결과 ····· 01
[표 4-19] 추가 연구가설 검정 요약 ····· 02

HANSUNG UNIVERSITY

# 그 림 목 차

[그림 2-1] 통합기술수용이론(UTAUT) ····· 82
[그림 2-2] TRA 모형 ····· 13
[그림 2-3] TPB 모형 ····· 23
[그림 2-4] TAM 모형 ····· 33
[그림 2-5] TAM/TPB 통합이론(C-TAM/TPB) ····· 43
[그림 2-6] 동기모델(MM) ····· 53
[그림 2-7] PC활용모델(MPCU) ····· 63
[그림 2-8] 혁신확산이론(IDT) ····· 73
[그림 2-9] 사회인지이론(SCT) ····· 83
[그림 2-10] 혁신저항모델(IRM) ····· 94
[그림 3-1] 연구모형 ····· 95
[그림 4-1] 기본가설 검정결과 ····· 09
[그림 4-2] 저 향상초점 다중집단경로분석결과 ····· 49
[그림 4-3] 고 향상초점 다중집단경로분석결과 ····· 59
[그림 4-4] 저 예방초점 다중집단경로분석결과 ····· 79
[그림 4-5] 고 예방초점 다중집단경로분석결과 ····· 89
[그림 4-6] 다중회귀분석결과 ····· 01

# I. 서 론

## 1.1 연구의 배경과 목적

디지털융합을 테마로 급진전되고 있는 최근의 산업 패러다임 변화에 대해 우리나라 금융 산업 관점에서 많은 글로벌 컨설팅 기업과 국내 컨설팅 전문가들이 전반적인 재편을 통한 활로를 모색하는 연구가 진행되고 있다. 이 같은 변화는 빠르게 진행되고 있을 뿐만 아니라 산업 간의 경계가 무너지고 있다는 점을 특징으로 한다. 이러한 상황은 기존의 금융 리더와 금융기관이 과감하고 적극적인 행동을 통해 생존의 기반으로 다져야 함을 시사한다. 즉 금융기관의 조직형태, 영업모델, 인재활용 등 거의 모든 부분에 대한 접근방식이 달라져야 한다는 것이다. 이 모든 것을 촉진시키는 것은 급속한 기술 발전, 특히 주요 원천기술인 디지털 기술의 발전이다.

인터넷이 산업구조에 들어오기 시작한 것은 20년 전의 일이다. 스마트폰과 같은 모바일 기기의 도입은 8년 전, 이후 클라우드 컴퓨팅과 데이터 저장을 통한 빅데이터 활용으로 발전하였다. 애플리케이션의 기능과 적용범위의 확대는 기업과 개인의 활동방식에 큰 변화를 가져왔으며, 인터넷이 사람을 연결했듯이 사물들을 연결하는 사물인터넷이 일부 사용단계에 있다. 나아가 인공지능의 발전은 방대한 분량의 데이터를 분석하고 해석하는 능력을 향상시키고 새로운 통찰력과 예측능력을 제공할 것이다. 금융기관이 디지털화의 위력을 느끼기 시작하는 단계에 접어들었다는 것이다. 디지털 세계 속의 옅어진 경계는 우리 삶의 전반을 재구성하는 데 안전하고 공개된 인터넷 환경을 유지하고, 다양한 방법으로 생성된 다량의 데이터를 적절한 방법으로 사용해야 한다는 과제를 부여받았다.

향후 더 많은 데이터 생성과 더욱 고도화되는 예측능력을 통해 가치창출의 기회가 확대될 것이나, 그것을 통한 개인의 사생활 문제, 윤리적 문제, 사회적 갈등 등이 야기될 것이다. 데이터가 해킹을 당하거나, 부적절한 활용으로 신뢰가 크게 손상되는 사건 발생이 빈번해지고 있다. 그 결과로 대중의 신뢰는 더욱 값비싼 대가를 요구하고 금융고객과 공동 창조한 데이터를 보다 가치 있는 자산으로 활

용하는 과제가 부각되고 있다. 따라서 금융기관의 대고객 전략은 점점 방대해지는 데이터에 대한 스마트한 분석 능력의 중요성이 더욱 커질 전망이다.

과거 전통적인 규제산업으로 분류되었던 금융 산업조차 격변을 맞이하고 있다. 핀테크를 활용한 비금융회사의 결제서비스, 클라우딩 펀드를 기반으로 한 금융중개업이 등장하였고, 언제 어디서 어떤 형태의 금융 경쟁자가 나타나고 변화할지 예측할 수 없는 위협이 심화되고 있다.

모바일뱅킹의 발전은 채널의 다양화와 효율화를 통한 은행서비스의 고도화 가능성과 함께 지점망을 중심으로 고객 영향력을 유지하는 전통적인 업무방식의 대형은행들에게 오히려 치명적인 위협요소로 작용할 가능성도 제기된다(King, 2012). 국내에서도 금융개혁의 핵심과제로 핀테크 산업 활성화가 추진되고, 그 일환으로 국내 최초의 인터넷전문은행이 2017년 4월 도입되었다(함상열, 2017).

국내 최초의 인터넷전문은행 케이뱅크는 서비스를 시작한 지 한 달여 만에 가입자 수가 25만 명에 이르고 예·적금 규모가 3,000억 원, 대출금액이 2,000억 원에 이를 정도로 폭발적인 반응을 보이고 있다(금융감독위원회, 2017). 25년 만에 등장한 새로운 은행, 인터넷전문은행의 파급효과는 폭발적이었고, 가장 큰 변화는 간편해진 모바일 채널의 확대이다. 카카오뱅크의 돌풍은 공급자 중심의 시각에서 금융 소비자 중심으로 생각을 바꾼 결과라는 평가가 나온다.

기존 일반은행들도 금융혁신에 속도를 내고 있다. 이른바 금융권의 '메기효과'가 본격화되고 있는 것이다(2018, 매경이코노미). 국내에서 인터넷전문은행 관련 연구는 주로 인터넷전문은행의 도입과 관련하여 법률적이고 정책적 방향 제시를 중심으로 진행되어 왔다.

금융소비자의 인터넷전문은행에 대한 수용의도와 이용에 대한 연구는 최근 일부 연구에서 진행되고 있는 실정이다. 특히 인터넷전문은행 금융소비자의 사용자 시스템 보안 위험과 혁신저항에 대한 연구가 미흡한 상태이다. 인터넷전문은행의 경쟁력 강화를 위한 안정적인 고객기반 확대가 인터넷전문은행 성공여부에 중요할 것으로 판단된다.

본 연구는 고객기반 확대의 중요성을 고려하여 국내 인터넷전문은행 도입 시기에 금융소비자들을 대상으로 수용의도와 이용에 영향을 미치는 요인을 실증 분석하고 금융소비자의 향상초점과 예방초점에 대한 조절을 통한 어떤 고객확대 전략

이 필요한지에 대해 연구하고 시사점을 제시하고자 한다.

4차 산업혁명 시대에 핀테크 시장이 성장하면서 국내 금융 산업에 기술 접목의 핵심 비즈니스인 인터넷전문은행이 인가되어 금융소비자들로부터 폭발적인 호응을 얻고 있다. 그동안 기존 금융 업계에 신규 진입 기업 없었고, 대부분 유사한 영업활동으로 금융소비자 입장에서는 변화를 느끼기 어려웠던 것이 현실이다. 해외의 경우 약 20년 전부터 인터넷전문은행이 다양한 형태의 사업목적으로 도입되어 영업 중이다.

최근 중국은 빠른 속도로 핀테크 기반의 인터넷전문은행이 도입되어 활성화되고 있다. 우리나라의 경우, 2000년 이후 세 차례에 걸쳐 진행된 인터넷전문은행 도입 노력이 무산되었으나, 모바일 채널의 중요성 확대와 금융개혁의 주요과제로 2016년 말 이후 금융감독위원회가 케이뱅크와 카카오뱅크에 대한 은행업 영위를 본인가 하여 2017년부터 국내에서 케이뱅크와 카카오뱅크가 영업을 시작하게 되었다(정유진, 2018).

금융 소비자의 모바일 기기를 이용한 환경 변화도 인터넷 전문은행에 높은 관심을 갖게 하는 데 큰 역할을 했을 것이다. 사용자가 다양한 연령대로 확대되면서 거의 모든 분야에서 인터넷과 모바일을 고객접점 채널로 활용하고 있다. 이에 따라 은행 업무를 오프라인 영업점에서만 이용하던 과거와 달리, 인터넷 및 모바일 뱅킹의 수요가 증가하고 있다.

금융소비자는 모바일 기기의 편의성을 적극적으로 활용하면서 거부감도 적었을 것으로 판단된다. 인터넷전문은행의 설립 목적 중 중금리 대출시장, SNS 가입자들을 활용한 차별화된 금융상품 개발 등으로 기존 은행의 관행적 업무행태를 개선하고자 하는 시도들이 성공한다면 인터넷전문은행은 서비스 경쟁을 촉진시켜 은행의 수익성 확보와 경쟁력을 강화시킬 가능성도 있을 것이다(정유진, 2018).

2017년도 한국은행 조사 대상자 중 6개월 내 모바일뱅킹 서비스를 이용했다는 응답자 비율은 4%로 나타났고, 저 연령층일수록 이용비율이 높았으며, 50대 이상(50대 33.5%, 60대 이상 5.5%)에서는 이용 비율이 낮아지는 것을 볼 수 있으며, 고소득층일수록 이용비율이 높게 나타났다.

모바일 금융서비스 미이용 사유로는 구매절차 복잡(75.6점)이 가장 높았고 다음으로 개인정보 유출 우려(75.3점), 공인인증서 등 안전장치 불신(72.6점), 사용

중 실수로 인한 금전적인 손해 우려(69.7점), 인터넷 사용 미숙(65.6점) 순이고 점수가 70점 내외로 높게 나타난 것은 모바일 금융서비스 이용을 주저하는 데 다양한 요인이 작용하고 있다는 점을 반영하는 것이다.

소득별로는 소득수준이 낮을수록 모바일 기기 사용 숙련도도 떨어지고 보안 손실에 대한 우려 수준이 높은 것으로 나타났다. 모바일 보안설정 방식도 전혀 안 한다는 응답이 39.1%에 달해 모바일 기기 이용자의 보안 인식 수준이 낮은 것으로 나타났다. 고 연령층일수록 보안 미설정 비율이 높게 나타났는데 50대는 51.4%, 60대 이상은 83.8%에 달하였다. 저소득층일수록 보안설정을 안 한다는 비율이 높게 나타난 반면 고소득층에서는 잠금 패턴과 비밀번호 설정 비율이 높게 나타나고 지문인식 방식도 선호하는 것을 볼 수 있다.

이용 시 보안문제별 중요도를 질의한 결과, 휴대폰 분실 또는 도난이 77.8%로 가장 높았고, 계좌정보 유출 및 악용 76.5점, 개인정보 유출 및 악용 76.4점, 휴대폰 해킹 72.1점, 악성코드 바이러스 감염 67.8점 순으로 나타났다(한국은행, 2018).

국내인터넷전문은행 도입 1년이 지난 현실은 도입 초기의 주요 마케팅 고객인 중금리 대출시장보다는 안정적인 우량 직장인 중심의 기존 은행 고객에 대한 대환대출 중심의 영업이 많았고, ICT 기반의 강점을 활용한 금융상품 개발은 매우 미흡한 상태이며, 1년간 은산분리 제도에 따른 자본금 증자의 어려움으로 당기순이익은 적자로 현재 정부와 국회에서 진행 중인 은산분리제도 고찰 및 법 개정을 통한 실질적인 상품개발이 필요한 실정이다.

국내에서 진행된 인터넷전문은행 관련 연구는 해외 인터넷전문은행 사례 분석, 국내 도입 방안, 도입에 따른 법·제도 고찰 등을 중심으로 진행되었다(서병호, 2015; 이수진, 2015; 조영서, 2015; 이성복, 2016; 정상표, 2016; 정주호, 2017). 인터넷전문은행 잠재적 이용자들을 대상으로 정부정책의 불확실성과 인터넷전문은행의 기대특성 및 소비자특성을 중심으로 금융안전의 관점에서 수용 요인에 대한 연구가 진행되었다(김석환 외, 2017).

따라서 본 연구의 차별성은 국내에 인터넷전문은행이 도입된 이후에 혁신적인 정보기술 수용모형을 이용하여 인터넷전문은행 수용의도와 이용에 영향을 미치는 요인과 금융소비자의 향상초점과 예방초점의 조절효과를 실증 분석한 데 있다.

본 연구의 목적은 다음과 같다.

첫째, Venkatesh, et al.(2003)에 의해 제안된 통합기술수용이론 모형인 UTAUT(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)를 응용하여 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건 요인이 소비자 행동 관점에서 금융소비자의 인터넷전문은행에 대한 수용의도와 이용행위에 미치는 영향력을 검증하고자 한다.

둘째, 금융소비자들이 인터넷전문은행이 기존 일반은행 대비 혁신적인 금융기법을 사용하는 점을 고려하여 한충근(2018)은 인터넷전문은행 분야는 개인정보나 시스템적 보안위험 관점에서 보면 다른 어떤 분야보다도 느끼는 위험수준이 높다고 할 수 있다. 최근에도 금융기업들의 시스템적 보안관리나 사용자들의 개인정보 보호를 위한 장치가 미비하여 개인정보 유출, 해킹 등으로 다양한 개인정보 침해 사례들이 발생하였다. 이러한 사례들의 언론보도로 인해 사용자들도 이전에 인지하지 못했던 개인정보 보안의 중요성에 대해 인지하기 시작하였다. 이에 인지된 위험이 수용의도에 영향을 미치는 변수로 사용되었고, 새로운 정보기술에 대한 사용자의 사용의도를 설명하는 데 있어 최근 관심이 높아지고 있는 혁신저항 변수를 추가하여 모형을 구성하였다.

셋째, Koehler & Poon(2006)은 특정 조절초점을 강하게 자극하면 조절초점의 반대편의 조절초점을 갖고 있는 사람들도 변화될 가능성이 있다고 설명하였다. 이에 인터넷전문은행 수용의도 연구에서 조절효과 검증을 통하여 요인별 소비자 태도를 예측해 보고자 한다. 또한 통계적 요인에 의한 유의적 차이 검증을 통하여 집단별 인터넷전문은행 수용의도에 대한 차이를 확인하고자 한다.

본 연구의 결과를 바탕으로 인터넷전문은행의 신규고객 확보 전략수립을 통해 기존 일반은행과 차별화된 상품과 서비스를 제공할 수 있는 방안을 모색해 보고자 한다.

## 1.2 연구의 방법 및 구성

본 연구는 이론적 배경을 수립하기 위하여 인터넷전문은행의 정의와 국내와 해외 인터넷전문은행의 현황 및 관련된 선행연구들을 정리하였다. 다음으로 기술수용 관련 이론들을 살펴보고 본 연구에서 연구모형으로 사용된 UTAUT를 이용한 선행연구들을 검토하였다.

현재까지 연구된 국내외 각종 논문, 학술지 및 서적 등의 선행연구 자료를 바탕으로 하고, 국내 금융기관 거래 20대 이상 금융소비자를 대상으로 진행한 설문조사 결과를 실증 분석하여 연구 가설의 내용들을 검정하는 순으로 연구를 진행하였다.

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

제1장은 서론으로 연구를 수행하게 된 배경과 목적 및 연구 방법 등 논문의 구성 체계를 기술하였다.

제2장에서는 이론적 배경으로 인터넷전문은행의 정의와 국내 인터넷전문은행의 도입 및 현황과 해외 인터넷전문은행의 현황 등을 살펴보고, 인터넷전문은행과 관련된 선행연구들을 정리하였다. 또한 정보기술 수용 관련 이론적 배경에서는 본 논문에서 UTAUT를 이용하여 진행된 선행연구들을 조사하였다. 기술수용 이론의 발전과정을 이해하기 위하여 합리적행동이론(TRA), 계획행동이론(TPB), 기술수용모델(TAM), 통합기술수용이론(UTAUT) 이론들에 대해서도 살펴보았다. 또한 지각된 위험과 혁신저항에 관한 선행 연구와 향상초점과 예방초점에 대한 선행 연구에 대해서도 살펴보았다.

제3장에서는 선행연구들을 바탕으로 연구모형을 제시하고, 매개효과 및 조절효과 등 각 구성 개념의 연구가설을 설정하였으며, 각 변수의 조작적 정의에 대하여 기술하였다.

제4장에서는 각 연구가설의 실증분석 결과를 기술하였으며, 매개효과 및 조절효과 분석 결과를 제시하였다.

제5장 결론에서는 본 연구 검증 결과를 토대로 연구 결과의 시사점과 제언, 연구의 한계점과 향후 연구방향에 대하여 기술하였다.

# Ⅱ. 이론적 배경

## 2.1 인터넷전문은행

### 2.1.1 인터넷전문은행의 정의

인터넷전문은행은 주 영업채널이 오프라인(영업점)이 아닌 온라인 은행으로 입출금 송금은 물론 계좌개설도 온라인으로 처리하며, 인터넷뱅킹이 영업점에 기반을 둔 전자적 서비스였다면 인터넷전문은행은 은행자체 의미를 Direct Bank 혹은 Online only bank로 표현한다.

특징으로서 첫째 온라인 전용으로 별도의 오프라인 영업점이 없으며, 이로 인한 비용 절감은 고객혜택(높은 이자율, 낮은 수수료)으로 환원되며 대부분 오프라인 영업력 확대를 위해 ATM을 활용하고 있으며, 일부는 대도시 중심으로 전용 창구를 개설하여 상담, 입출금 업무등도 처리한다.

둘째, 24시간, 365일 상시 영업을 원칙으로 하고 있으며, 소매금융에 특화되어 있다(금융보안원, 2015). 인터넷전문은행 초창기에는 무점포 형태로 영업하는 인터넷전문은행이 설립되었으나, 최근에는 편의점을 활용한 현금 인출 망을 확보하거나, 키오스크, 인터넷 카페 등으로 오프라인 채널을 소규모 운영하면서 영업력을 확대하는 인터넷 전문은행이 일반화 되었다(정상표, 2016).

### 2.1.2 인터넷전문은행과 일반은행의 비교

일반은행은 영업점 위주의 영업을 운영하고 인터넷뱅킹이 은행의 고객 확보 채널 중의 일부로서 많은 면에서 인터넷전문은행과 차별성을 갖는다. 영업시간, 대면과 비대면의 업무 처리 방식, 수익구조, 리스크 관리 방법 등에서 차이가 있다.

첫째, 인터넷전문은행은 무점포를 원칙으로 일반은행은 고객 접점의 공간으로 영업점을 운영하고 있다.

둘째, 인터넷전문은행은 모든 서비스를 365일 24시간 처리가 가능하고 일반은

행은 평일 오전 9시에서 오후 4시로 영업시간이 제한된다. 다만 인터넷뱅킹과 모바일뱅킹은 24시간 운영하고 있다.

셋째, 인터넷전문은행은 업무관련 서비스를 인터넷이나 모바일 환경과 편의점 ATM, 스마트폰을 통해 제공하고 일반은행들은 영업점을 주로 활용하고 고객서비스의 방법 중 인터넷뱅킹이나 모바일뱅킹 서비스를 제공하는 방식이 있다.

넷째, 인터넷전문은행의 경우 주로 개인을 중심으로 각 은행별 특성에 맞는 특화된 서비스와 상품을 제공하고 일반은행은 종합금융서비스를 제공하는 차이점을 보이고 있다.

다섯째, 인터넷전문은행은 부실 채권이 발생하면 비용 절감을 위하여 채권 매각방법을 이용하고 일반은행은 은행 내 부실 채권을 관리할 수 있는 조직이 구성되어 있다.

[표 2-1] 인터넷전문은행과 일반은행의 비교

| 구분 | | 인터넷전문은행 | 일반은행 |
|---|---|---|---|
| 채널 | 대면 | 영업점 : 기본적으로 없음<br>고객 서비스를 위하여 제한적으로 운영 | 영업점 : 영업 핵심채널<br>최근 핵심 채널로서의 영업점의 역할 점차 약화된 추세 |
| | 비대면 | 인터넷/모바일뱅킹 : 핵심채널<br>콜센터(전화) 및 ATM 제휴를 통해 기존 금융회사의 ATM을 활용.<br>일부 은행은 자체적으로 ATM 보유 | 콜센터(전화) 및 ATM 일부 은행은 사업부형태로 디지털뱅킹서비스 제공 |
| 금융서비스 / 상품 | | 제공하는 금융서비스는 은행마다 상이함<br>예금·대출 등에 특화된 상품서비스 집중<br>영업점 인건비, 관리비 비용 절감을 통한 금리및 수수료는 일반은행대비 경쟁력 보유함 | 대면 영업 : 기본일부 비대면 채널을 통해서도 금융서비스 제공함<br>비대면 채널은 제한된 상품만 운영되며, 취급상품 대하여 수수료면제와 우대금리 제공 등의 서비스 제공함. |

출처 : 천대중(2014)의 논문에서 인용하여 연구자가 재구성

### 2.1.3 국내 인터넷전문은행의 도입 및 현황

#### 2.1.3.1 국내 인터넷전문은행 도입

우리나라는 지난 2017년까지 세 차례에 걸쳐 인터넷전문은행 설립 논의가 있었다. 2002년에는 안철수 연구소, 이네트 퓨처 등 벤처 기업과 ㈜롯데와 SK텔레콤 등 산업자본들이 인터넷전문은행을 설립하고자 추진했으나 제도적인 문제로 인하여 무산되었다. 2008년에는 금융위원회가 주도하여 금융 개혁과 경쟁력 강화을 위한 은행법 개정을 통해 인터넷전문은행 도입의 기반을 마련하고자 추진했으나, 은행 산업의 부실 가능성과 과당 경쟁 우려 등으로 입법에 실패하였다.

그러나 글로벌 금융 산업과 ICT 부문 간의 융합을 통한 금융 혁신이 확산됨에 따라 해외 인터넷 전문은행이 활발히 운영되거나 설립되기 시작하였다. 이후 국내 금융 산업이 경쟁력을 가진 IT산업과 융합하여 새로운 성장 동력을 마련하고 금융권의 경쟁력 제고를 위한 금융개혁의 주요 과제로 인터넷전문은행에 대한 필요성이 대두되었다. 2015년 금융감독위원회가 ICT기업의 은행업 진출을 완화하는 인터넷전문은행 도입방안을 발표 후 인터넷전문은행 논의가 적극 추진되었다. 2016년 12월 케이뱅크가 인터넷 전문은행 은행업 정식 인가를 받아 2017년 4월 영업을 개시하였다. 또한 카카오뱅크는 2017년 7월 두 번째 인터넷전문은행으로 출범하였다.

#### 2.1.3.2 국내 인터넷전문은행의 비교 및 현황

케이뱅크와 카카오뱅크는 [표 2-2]와 같이 차별화된 특징을 갖고 영업을 하고 있다. 특히 케이뱅크는 인터넷 뱅킹과 스마트폰 뱅킹이 모두 가능하고 카카오뱅크는 스마트폰 뱅킹만 가능하다는 특징이 있다.

[표 2-2] 케이뱅크와 카카오뱅크 비교 및 현황

| 구분 | 케이뱅크 | 카카오뱅크 |
|---|---|---|
| 자본금 | 3,500억원 | 1조 3,000억원 |
| 주요 | 우리은행, GS리테일, 한화생명보험, | 한국투자금융주식회사, 카카오, |

| | | |
|---|---|---|
| 주주 | 다날, KT, KG이니시스, 기타 16개 주주 | KB국민은행, 기타 9개사 |
| 직원수 | 280명 | 390명 |
| 당기순 손실 | 837억(2017년말) | 1,045억(2017년말) |
| BIS총자 본비율 | 13.48%(2018년 3월) | 10.96%(2018년 3월) |
| 여신 상품 | 최저 2.7%대 직장인 대출<br>최저 4.14%대 중금리 대출<br>지문 하나로 가능한 마이너스통장 | 이베이 소상공인 대출<br>10% 미만 금리의 중금리대출<br>전·월세 보증금 대출 |
| 수신 상품 | 자유입출금 내 고금리 금액 설정<br>누구나 받는 2%대 코드 정기예금<br>음악 듣는 정기예금<br>방카슈랑스 | 하나의 통장 내 여유자금 설정<br>심플한 정기예금/적금<br>유니버설 포인트 예금 |
| 핵심 서비스 | 문자메세지, 이메일 기반 간편 송금<br>통신비/포인트 최대 체크카드 | 카카오톡을 통한 간편 송금, 체크카드<br>저렴한 해외송금 수수료 |
| 주요 특징 | 전국 GS25 편의점 CD/ATM<br>이체수수료 포함 무료<br>인터넷 뱅킹과 스마트폰 뱅킹 모두 가능 | 카카오택시 등 활용한 신용평가<br>CU편의점과 제휴<br>스마트폰 뱅킹만 가능 |
| 계좌 (좌) | 68만(2018년 2월) | 546만(2018년 2월) |
| 수신 실적 | 1조2,100억원(2018년 2월) | 6조 4,700억원(2018년 2월) |
| 여신 실적 | 9,700억원(2018년 2월) | 5조 5,100억원(2018년 2월) |

출처 : 문형철(2017), 한국은행, 각 은행(2018) 자료에 근거하여 연구자가 재구성

2.1.3.3 국내 인터넷전문은행 도입의 기대효과

금융위원회는 2015년 인터넷전문은행 도입에 있어서 <표 2-3>와 같은 기대효과를 제시하였다. 금융소비자는 영업점 방문 없이도 은행을 이용할 수 있으며, 저금리대출 및 수수료와 고금리 예금 혜택을 받을 수 있다.

금융 산업 측면에서는 차별화된 모델 사업 출현을 통해 금융 간의 경쟁을 촉진함으로써 기존 일반은행의 개선 노력 및 경쟁력 향상을 기대할 수 있다. 또한, 국

민 경제적 측면에서는 IT, 금융 융합을 통해 핀테크 활성화 및 일자리 창출로 연결될 것이다. 특히, 국내에서 경쟁력 확보는 향후 해외 진출 가능성도 열려있다.

일본에서는 인터넷전문은행 자체만으로 약 2천여 명의 고용 창출이 일어났으며, 네덜란드의 ING Direct는 해외 진출을 통해 독일, 프랑스 등의 6개국 사업 진출에 성공하였다(금융위원회, 2015).

위와 같이 인터넷 전문은행은 금융 산업의 발전에 매우 큰 역할을 할 것으로 판단된다.

[표 2-3] 인터넷전문은행의 기대효과

| 구분 | 인터넷전문은행 | 일반 은행 | 기대효과 |
|---|---|---|---|
| 계좌 개설 | 영업점 방문 없이 스마트폰으로 계좌 개설 | 은행 영업점 직접 방문 | 금융거래의 공간적, 시간적 제약의 해소 |
| 결제 서비스 | 결제 포인트 적립 ,간편 결제 등 연계 서비스 가 능 | 은행, 쇼핑몰, 지급 결제 업체 등 서비스 제공 업체별로 각각 운영 | 소비자의 결제 편의와 혜택 증대 |
| 대출 서비스 | 전자 상거래 정보, 각종 납부 내역 등의 빅데이터 활용을 통한 신용 평가 | 재무 정보를 기반으로 신용 평가 실시 | 저신용자에 대한 중금리 대출 확대 |
| 자산 관리 서비스 | 자동화된 포트폴리오 분석 및 제안 프로그램을 활용한 온라인 컨설팅 | 제한된 인원의 전문상담사에 의한 대면 컨설팅 | 더 많은 소비자가 자산 관리 서비스 이용 가능 |

### 2.1.4 해외 인터넷전문은행 현황

#### 2.1.4.1 미국

미국은 법적으로 인터넷 전문은행을 일반 은행과 구분하여 정의하지 않고 미국 통화감독청에서 은행 예비인가서에 인터넷전문은행을 전자적 접근 채널을 이용하여 영업하는 은행으로 정의하고 있다.

1995년부터 2014년 중 인터넷전문은행으로 확인된 은행은 41곳으로(금융위원회, 2015) 미국 최초 인터넷전문은행인 Security First Network Bank는 IT 회사

인 Security First Network가 1995년 7월10일 Financial Federal Savings Bank를 인수하여 인터넷전문은행으로 전환하여 설립되었다.

2001년까지 최대 40여개 인터넷전문은행이 설립된 것으로 보고되나 이후 경영 악화 등으로 2014년말 까지 인터넷전문은행 14곳이 부도, 피인수, 자진 폐업으로 퇴출되었다.(자본시장연구원, 2015)

설립자 유형별로 나눠보면, 은행이 19개, 증권이 2개, 보험이 5개, 카드·캐피탈이 5개, 자동차·가전이 3개, 소매·유통이 1개, 기타 1개로 설립자 유형이 은행인 19개는 고객기반 없이 기존 은행과 차별성이 없는 예대마진업무를 주목적으로 신규 설립되거나 기존 은행의 사업 모델을 전환하였고, 설립자 유형이 증권인 2개는 2000년 5월 8일 Telebank를 인수한 E*Trade Bank와 2003년 4월28일 신규 설립한 Charles Schwab Bank이다. 설립자 유형이 IT인 2개는 Security First Network Bank가 1998년 9월30일 자진 폐업한 동사에 신규 설립하고, 기타 1개는 G&L Bank로 게이와 레즈비언을 대상으로 은행서비스를 제공 할 목적으로 1999년10월20일 설립하였다.

은행, IT, 기타로 분류된 22개를 제외한 나머지 16개 보험, 카드·캐피탈, 자동차·가전은 기존 고객에게 각각의 금융서비스를 제공하면서 새로운 은행서비스를, 소매·유통은 소매업과 관련하여 기존 고객에게 지불결제 또는 할부 금융을 제공하고 있다.

[표2-4]설립자 유형별 설립 방식

| 구분 | 신규설립 | 사업모델 전환 | 합계 |
|---|---|---|---|
| 은행 | 14 | 5 | 19 |
| 증권 | 1 | 1 | 2 |
| 보험 | 5 | - | 5 |
| 카드.캐피탈 | 3 | 2 | 5 |
| 자동차.가전 | 2 | 1 | 3 |
| 소매.유통 | - | 1 | 1 |
| IT | 1 | 1 | 2 |
| 기타 | 1 | - | 1 |
| 합계 | 27 | 11 | 38 |

출처 : FDIC, 자본시장 연구원

2000년 전후 미국의 닷컴 붐으로 인터넷전문은행의 진입이 활발하였으나, 2008년 서브프라임 충격으로 퇴출이 발생하였다.

퇴출 인터넷전문은행 14개중 전환이 1개, 부도가 5개, 피인수 4개, 자진 폐업이 4개로 수익성 악화로 1개는 기존 일반은행으로 전환 및 부도은행 5개는 기존 일반은행으로 2개 인수, 인터넷전문은행으로 2개 인수, 1개는 폐업하고, 피 인수된 4개는 모두 기존일반은행으로 인수되어 각 은행의 인터넷뱅킹 사업부로 흡수 되었다. 자진 폐업한 4개 은행은 경영악화가 지속되자 유동성 부족으로 자발적으로 폐업을 결정하고 청산하였다.

2014년 현재 정상영업중인 인터넷전문은행 24개는 중 신규설립이 18개, 사업모델 전환이 6개이고, 주주 변동으로 은행명이 변경된 5개 중 신규설립 2개, 사업모델 전환 3개이다.

[표 2-5] 미국 인터넷전문은행 현황

| 은행명 | 설립년도 | 설립자 | 설립방식 | 주주변경년도 |
|---|---|---|---|---|
| Charles SchwabBank | 2003 | 증권 | 신규 | |
| Ally Bank | 2004 | 자동차 | 신규 | 2009 |
| Discover Bank | 2000 | 카드 | 전환 | |
| E*Trade | 1996 | 은행/증권 | 전환 | 2000 |
| American Express Bank | 2000 | 카드 | 신규 | |
| Barclays Bank Delaware | 2001 | 은행 | 신규 | 2006 |
| CIT Bank | 2000 | 캐피탈 | 신규 | |
| Sallie Mae Bank | 2005 | 캐피탈 | 신규 | |
| BMW Bank | 1999 | 자동차 | 신규 | |
| Nationwide Bank | 1998 | 보험 | 신규 | |
| Webbank | 1997 | 은행 | 신규 | |
| American Bank | 1997 | 은행 | 신규 | |
| First internet bank of Indiana | 1998 | 은행 | 신규 | |
| Everbank | 1998 | 은행 | 신규 | |
| Bofi Federal Bank | 2000 | 은행 | 전환 | 2001 |
| AloSter Bank of Commerce | 2011 | 은행 | 신규 | |
| The Bancorp Bank | 2000 | 은행 | 신규 | |
| Bridge Bank of Sillicon Valley | 2001 | 은행 | 신규 | |
| TIAA-CREF Company | 1998 | 보험 | 신규 | |
| State Farm Bank | 1999 | 보험 | 신규 | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Principal Bank | 1998 | 보험 | 신규 | |
| Green Dot Bank DBA Bonneville | 2011 | 카드 | 전환 | |
| Synchrony Bank | 2003 | 가전 | 전환 | 2014 |
| Nordstrom fsb | 2000 | 유통 | 전환 | |

출처 : FDIC, 자본시장연구원, 천대중(2014), 우리금융경영연구소

2014년 정상영업중인 인터넷전문은행 24개 설립자 유형중 은행, IT, 기타인 인터넷전문은행의 생존비율은 각각 47.4%, 0%, 0%로 상당히 낮은 수준이고, 설립자 유형이 증권, 카드·캐피탈, 소매·유통인 인터넷전문은행의 생존비율은 100%, 보험의 경우 80%로 높은 수준이고 자동차·가전도 100%로 높은 수준이다(자본시장연구원, 2015).

[표2-6]설립자 유형별 생존 비율

| 구분 | 진입 | 퇴출 | 생존 | 비율 |
|---|---|---|---|---|
| 은행 | 19 | 10 | 9 | 47.4% |
| 증권 | 2 | - | 2 | 100% |
| 보험 | 5 | 1 | 4 | 80% |
| 카드·캐피탈 | 5 | - | 5 | 100% |
| 자동차·가전 | 3 | - | 3 | 100% |
| 소매·유통 | 1 | - | 1 | 100% |
| IT | 2 | 2 | - | 0% |
| 기타 | 1 | 1 | - | 0% |
| 합계 | 38 | 14 | 24 | 63.2% |

출처 : FDIC, 자본시장 연구원

2.1.4.2 일본

일본은 2000년에 일본 최초로 재팬 네트 은행이 정식으로 영업을 시작한 인터넷전문은행이며, 현재까지 총 6개 인터넷전문은행이 안정적으로 영업 활동을 하고 있는 것으로 평가받고 있다.

재팬 네트 은행은 타 인터넷전문은행과 비교 시 규모도 매우 작고 증가세도 크지 않다. 그러나 기존은행과 차별화를 통해 수익창출 보이고 있다. 2003년에 개시한 경정·경륜 지급결제 서비스, 2005년에 경마 지급결제 서비스이다. 또한

2007년에는 스포츠 진흥공사(toto) 서비스도 취급하기 시작하였다.

소니 은행은 2001년 6월에 영업 개시 서비스 사이트인 MONEY Kit을 오픈하면서 영업활동 시작하였다. 소니 은행은 소니 파이낸셜 홀딩스라는 지주회사의 자회사로써의 이점을 적극 활용한 다양한 상품을 제공하기 시작한다. 월말의 거래 잔액에 따라 환전 수수료 우대 혜택이 적용되는 '외화 예금 우대제도', 펀드 판매 수수료 무료 서비스를 제공하는 노 로드 (ノーロード)펀드 등이다.

라쿠텐 은행은 2001년 7월에 고객센터를 개설하면서 본격적인 은행 업무를 시작하였다. 모회사인 라쿠텐 그룹과의 연계를 통한 다양한 상품 운영하고 있다. 일본 최대 온라인 쇼핑몰인 라쿠텐의 고객을 대상로 라쿠텐 은행의 직불카드(JCB) 포인트와 라쿠텐 이용 포인트를 연계해 주는 서비스를 제공하고 라쿠텐 은행과 라쿠텐 증권 간의 계좌 연계 서비스인 '머니 브릿지(Money Bridge)' 서비스도 제공하고 있다. 이런 노력에 힘입어 2015에 라쿠텐 은행은  총계좌수 500만 돌파하여 일본 인터넷전문은행  최다 계좌수를 보유하게 되었다.

SBI 주신 네트 은행은 2007년 9월 개업하여, 2015년 3월 현재 일본 인터넷전문은행 예금액 규모 1위를 차지하고 있다. 특징적인 예금형태인 'SBI 하이브리드 예금 '은 SBI 홀딩스의 자회사인 SBI 증권과의 연계를 통한 SBI 주신 네트 은행의 잔고로 SBI 증권의 증권 계좌를 매수할 수 있도록 해 주는 서비스이다. 또한 SBI 주신 네트 은행은 2016년 1월 일본 최초로 Visa payWave 및  엔·달러 2종류의 통화로 결제가 가능한 Visa 직불 카드 취급을 시작하면서 독자인 서비스영역을 구축해 나가고 있다.

지분 은행은 일본 2위의 이동통신사인 KDDI와 일본 최대 은행인 도쿄미쓰비시 UFJ은행이 공동으로 설립한 인터넷 전문은행으로 2008년 7월에 첫 서비스를 개시하다. 지분 은행은 모바일 서비스를 특화한 것이 가장 큰 특징이다. 일본 인터넷전문은행 최초로 2011년에 위안화 예금 취급을 시작하고, 2013년에는 최초로 한국 원화의 예금을 취급하기 시작하였다. 지분은행은 6개 인터넷전문은행 중에서 성장률 1위를 기록하였다.

가장 나중에 설립된 다이와 넥스트 은행은 2011년 4월에 영업를 시작하였다. 다이와증권그룹이 100% 주주인 은행은 기존의 인터넷전문은행과는 달리 다이와 증권 지점 활용해 은행 상품 안내와 자문서비스를 제공하는 특징을 가진다. 이러

한 계열증권사의 연계를 통한 시너지 효과로 다이와 넥스트 은행은 가장 늦게 설립된 후발주자임에도 불구하고 단시간 내에 예금규모 업계 2위로 성장하였다(박선우, 2016).

[표 2-7] 일본 주요 인터넷전문은행 현황 (단위: 10억 엔)

| 은행명 | 설립년도 | 총자산 | 예금 | 순이익 | 설립주체 |
|---|---|---|---|---|---|
| SBI Sumishin Net Bank | 2007 | 4,189 | 3,576 | 7.1 | SBI홀딩스, 스미토모신탁그룹 |
| Sony Bank | 2001 | 2,075 | 1,878 | 3.4 | Sony파이낸셜홀딩스, 사쿠라은행 |
| Rakuten Bank | 2001 | 1,342 | 1,247 | 7.4 | 다이이치 마츠오, 재팬텔레콤 |
| Daiwa Next Bank | 2011 | 4,578 | 2,349 | 21.2 | 다이와증권그룹 |
| The Japan Net Bank | 2000 | 706 | 569 | 2.9 | 사쿠라은행, 닛폰생명보험, 후지쯔 |
| Jibun Bank | 2008 | 596 | 662 | 1.5 | UFJ은행, KDDI |

주: 자산/예금은 2015년 3월말, 순영업이익은 2013년 1~12월 기준
출처: 각사 홈페이지, 일본은행협회, 정보통신연구원

2.1.4.3 유럽

유럽의 인터넷전문은행은 대부분이 금융회사의 자회사 형태로 설립되고 모 은행의 고객 네트워크를 적극 활용하고 있다. 유럽 최초의 인터넷전문은행은 보험회사Prudential이 1995년 영국에 설립한 Egg Banking이다.

국가별로 영업기반을 두고 사업을 영위하던 은행들이 이후 EU의 경제 통합으로 인터넷 등을 이용하며 지역적 한계를 극복하는 영업활동을 전개하고자 인터넷전문은행을 활용하였고, 2002년 중반에는 인터넷전문은행이 35개까지 증가하였다(강서진, 2014; 정상표, 2016). 유럽에서 대표적인 인터넷 전문은행은 Hello Bank와 Activo Bank가 있다.

Hello Bank는 2013년 5월 BNP paribas에서 유럽 최초로 설립한 스마트 모바

일 전용은행이다. 이는 벨기에와 독일에서 처음으로 개설되었고 2013 년 6월에는 프랑스에서 10월에는 이탈리아에서 추가로 개설하여 2014년 1분기 기준으로 4개국에서 약 17만 7,000명의 고객을 유치하였다. ‘Y세대를 위한 은행’이라는 콘셉트로 모바일 환경에 익숙한 고객과의 관계를 새로 구축해 고객을 유치하는데 주력하였으며, 현금 사용이 필요 없는 은행을 구현하였다. 빠른 속도와 간편한 이용법, 금융 서비스 24시간 제공, 수수료 면제 혜택, 온라인 전용 모바일 카드인 선불카드 사용, 휴대폰 번호와 QR코드를 이용한 P2P 자금 이체 같은 장점들은 신규고객의 확보가 어려운 유럽의 시장 상황에서도 Hello Bank가 성공할 수 있는 기반이 되었다.

Activo Bank는 포르투갈의 인터넷 전문은행으로 포르투갈 최대 은행인 밀레니엄BCP의 자회사로서 2010년에 출범하였다. 밀레니엄BCP는 포르투갈 에서 점유율이 20%로 높은 비중을 차지하였으나, 젊은 층 사이에서는 점유율이 낮았다. 따라서 이에 대한 해결책으로써 젊은 고객을 대상으로 하는 은행을 설립하였다. 밀레니엄BCP는 젊은 고객층의 요구 사항 분석을 통하여 기존 은행에 대해 복잡하고 경직된 분위기와 번거로운 업무 처리로 인한 불만을 갖고 있었으며, 단순하고 편리하며 시간과 비용을 절약할 수 있는 서비스를 추구한다는 점에 주목하였다. 따라서 당좌 계좌에 수수료를 면제 하고, 즉시 발급 가능한 신용카드 및 직불카드를 제공하고, 대형 이동통신사 와 제휴를 통하여 고객에게 맞춤 스마트폰을 공급하였다. PC 인터넷 및 모바일 채널은 사용이 편리하게 디자인하고, 모바일에서도 신규 상품 가입 및 모든 거래가 가능하도록 지원하였다. 이러한 획기적인 서비스 제공 덕분에 Activo Bank가 밀레니엄 그룹에서 차지하는 지점 비중은 불과 2%임에도 불구하고 개인고객 유치 비중은 20%에 달하여 사업 개시 4년 내 손익분기점에 도달하였다(길수영, 2017).

최근 유럽에서도 인터넷 전문은행을 영업에 활용하는 등 외연 확장을 시도하고 있다. 네덜란드의 ING에서는 인터넷 전문은행인 ING 다이렉트를 설립하여 수수료를 면제하는 등 인센티브 정책으로 고객을 확보해 나가고 있다. ING 다이렉트는 이를 통해 본업이 되는 보험과 시너지 효과를 극대화하는 것이 목표이다.

최근 씨티은행이 인수한 에그뱅크는 디스커버뱅크와 같이 신용카드 시장을 공략하는데 집중하고 있다. 바쁜 젊은층을 대상으로 온라인 쇼핑몰 및 각종 결제

이용 등에 대해 높은 캐시백 서비스를 제공하고 있다(김유경, 2015).

한편 영국의 소규모 신생 은행인 Challenger Bank는 기존 은행들과 다른 차별화된 서비스를 제공함으로써 성장하는 모습을 보이고 있다. 영국의 대형 은행들은 그들의 잠재 기술이 중소기업으로 유출되는 것을 방지하고, 비용을 절감하기 위하여 지점을 축소하고, 비대면 채널을 확대하면서 고객층이 이탈하고 있다. 이에 따라 Challenger Bank는 여기서 유출된 고객을 흡수하면서 성장하고 있다. 2013년 기준 Challenger Bank의 시장점유율은 2.0%이었으며, 대출시장 점유율은 2.1%로 규모가 크지는 않았으나, 채널 차별화와 고객과 친밀한 소통을 강조하는 관계형 금융 전략 을 활용하면서 2011년에서 2013년 사이에 예금과 대출 규모가 1.5배로 성장하였다(길수영, 2017).

독일의 사례로는 피도르뱅크를 살펴볼 필요가 있다. 피도르뱅크는 2003년에 출발하였으며, 2007년에 독일의 시중 은행인 Vollbank 면허를 신청하여 2009년에 취득하였다. 피도르뱅크의 지주회사는 Kölsch & Co. 이며 온라인 금융 서비스 및 전자상거래 솔루션을 제공하는 회사이다. 피도르뱅크는 특정한 상품군을 경쟁력의 핵심으로 하는 것이 아니라 은행 산업 전반에 대한 소비자의 불신을 해소하겠다는 철학을 가지고 혁신을 경쟁력의 핵심으로 내세웠다. 가장 큰 특징으로는 개방형 API(open Application Programming Interface) 구조의 다면 플랫폼(Multi-Sided Platforms)을 기반으로, 다수의 파트너십을 통하여 많은 금융 상품을 PC 인터넷 및 모바일 채널에서 제공한다는 점이다. 특히, 기존 은행에서 취급하지 않던 귀금속, 온라인 게임머니, 비트 코인 등과 같은 상품까지 거래 하고 있다. 이는 소비자의 가치 수단(means of value)을 모바일 채널로 이전함으로써 소비자 편의를 제고하려는 시도라고 할 수 있다. 또한 피도르뱅크는 P2P 대출 업체인 Smava와 은행 시스템을 연계시켜 개인 간 자금조달, 대출 및 상환과 같은 기존 은행에서 제공하지 않던 서비스들을 제공하고 있다. 그리고 이 서비스들을 계좌 하나에서 처리할 수 있도록 피도르 스마트 체크 계좌를 제공해 소비자들은 동 계좌에서 클라우드 펀딩, P2P대출, 귀금속 및 외환 거래 등과 같은 거의 모든 은행거래를 할 수 있다. 뿐만 아니라 이메일 주소나 휴대폰 번호, 페이스북, 트위터를 통해서도 자금이체가 가능하다. 특히 소비자의 신뢰를 회복하기 위해 피도르뱅크는 소셜네트워크 서비스 등을 활용한 커뮤니티 구성과 쌍방향 커뮤니케이션

을 영업 전략으로 채택했다. 페이스북, 유튜브, 트위터, 씽(Xing) 등 소셜미디어 플랫폼에 채팅 채널과 피도르 파이낸셜 커뮤니티를 개설하여 소비자와의 접점을 확대 하고 은행의 인지도를 높였다. 피도르뱅크는 장점을 적극 활용하여 적은 직원 수 에도 불구하고 설립 7년 만에 온라인 커뮤니티 이용자 수를 30만 명까지 확대하게 되었다. 첫 영업을 시작했던 2010년 이후 총자산 및 총대출 성장률 또한 30% 이상을 기록했다. 이처럼 혁신적인 은행 IT시스템을 구축하고 다양한 핀테크 기업 및 소셜 네트워크 업체들과 파트너십을 맺어 금융소비자 친화적인 서비스를 제공하였다. 이에 따라, 전 세계적인 글로벌 금융 위기 이후에 침체된 환경에서도 상대적으로 높은 수익성을 유지할 수 있었다(심윤정, 2018).

2.1.4.4 중국

위뱅크, 마이뱅크, XW뱅크 등 3개의 인터넷전문은행이 영업 중에 있으며, 2014년 12월에 설립된 중국 최초의 인터넷전문은행인 위뱅크는 대표적 정보통신기술(ICT) 기업인 텐센트(Tencent)가 주요주주로 참여하여 텐센트의 PC 기반 메신저인 QQ와 중국 최대 모바일 메신저인 위챗(Wechat)을 기반으로 개인소액신용대출 상품인 웨이리다이(500위안~30만위안 까지 대출 가능)를 주요 신탁상품으로 제공하고 또한, 중국 최대의 중고차 판매업체인 여유신(youxin)과 함께 자동차금융서비스를 제공하고 있으며, 중소기업 전문 대출상품도 출시하여 서비스 하고 있다. 위뱅크는 이용자들의 SNS 활동, 지인, 거래기록, 소비행태 등의 빅데이터를 기반으로 자체 신용평가시스템을 개발하여 사용 중에 있다.

2015년 6월에 설립된 마이뱅크는 알리바바(Alibaba) 산하의 금융서비스 기업인 앤트 파이낸셜이 주요주주로 참여한 인터넷 전문은행으로 마이뱅크는 타오바오, 텐마오 등 알리바바의 전자상거래 플랫폼을 기반으로 전통 금융권에서 대출을 받기 어려운 소형 기업에게 소액 여수신 서비스를 제공하고 주력상품은 전자상거래 기업을 위한 전용대출 서비스인 왕상다이로 500만위안까지 대출 가능하고 또한 농민들을 대상으로 한 농촌금융상품인 왕농다이를 출시하였다. 마이뱅크는 즈마신용을 통해 이용자의 전자상거래 결제내역, 신용카드 연체 여부, 통신비 및 각종 요금 납부 상황, 모바일 결제내역, 자산관리상품 가입현황 등의 온라인 빅데이터

를 활용해 자체적인 신용등급을 산정하고 있다.

2016년 12월 중국 스마트폰 제조기업인 샤오미가 주요주주로 참여한 XW뱅크가 설립되었으며 현재 시범 영업단계에 있다. 중국 최대 검색포털인 바이두와 중신은행이 공동으로 설립한 '바이신뱅크'가 2017년 8 월 중국은행감독관리위원회로부터 영업인가를 받았으며 출범을 앞두고 있다.

중국 인터넷전문은행은 핀테크 기술혁신을 통한 차별화 전략을 바탕으로 짧은 기간 급성장하였으며, 자체 신용평가시스템을 기반으로 전통은행과는 차별화된 전략으로 소액대출 서비스를 제공하면서 급부상하였다. 그러나 인터넷전문은행은 전체 은행업무가 가능한 Ⅰ종 계좌개설 제한으로 여신업무에만 집중되어 있는 업무 불균형 현상이 존재하여 저축성 예금이 아닌 은행 간 양도성예금증서(CD)에 의존하고 있는 상황이며, 최근 중국의 금융부채가 확대되는 가운데 금융당국이 은행 간 레버리지를 축소하는 규제를 강화함에 따라 은행간 CD 규모는 축소될 것으로 전망되며, 이는 인터넷전문은행의 주요 리스크로 부상하는 현실이다(자본시장연구원, 2017).

[표 2-8] 중국의 인터넷전문은행 현황

| 은행 | 설립일 | 자본금 | 주요주주 | 주요상품 | 주요특징 |
|---|---|---|---|---|---|
| 위뱅크 | 2014.12 | 30억위안 | Tencent 30%<br>바이예위엔투자 20%<br>리예그룹 20% | 웨이리다이 | 텐센트의 PC 기반 메신저인 QQ와 중국 최대 모바일 메신저 위챗을 기반 |
| 마이뱅크 | 2015.06 | 40억위안 | Ant Financial 30%<br>Fosun 25%<br>완샹그룹 18% | 왕상다이 | 타오바오, 텐마오 등 알리바바의 전자상거래 플랫폼을 기반 |
| XW뱅크 | 2016.12 | 30억위안 | 신희망그룹 30%<br>샤오미 29.5%<br>Hongqi Chain 15% | 하오런다이 | IT와 금융(신희망그룹)의 융합 |

출처 : 각 은행 연차보고서, 자본시장연구원

### 2.1.5 인터넷전문은행에 대한 선행연구

인터넷전문은행에 관한 국내 선행연구는 인터넷전문은행 도입 이전에 인터넷전문은행 도입하기 위한 정책방향에 관한 연구, 은산분리 관련한 법률적 관점의 연구, 기존일반은행의 인터넷뱅킹 금융소비자자의 전환의도 분석을 통한 수용에 관한 연구 및 해외 인터넷전문은행의 사례를 중심으로 진행된 인터넷전문은행의 경영성과 분석에 관한 연구로 분류할 수 있다.

#### 2.1.5.1 정책방향에 관한 연구

국내에서 진행된 인터넷전문은행과 관련하여 대부분의 실증적 연구는 미국 또는 유럽의 자료를 활용하고 있다.

서병호(2015)는 한국형 인터넷전문은행 도입방안과 관련하여 정확한 비즈니스 모델의 수립, 명료한 리스크 관리, 대주주 관련 규제 감독의 강화, 다단계 방식의 비대면 실명 인증 허용을 제안하였다.

김소정 외(2017)은 인터넷전문은행 동향과 사례를 분석하여 인터넷전문은행의 발전적 전략을 제시하였다. 인터넷전문은행의 성공을 위해서는 은산분리 규제 완화가 필수적이며 미국과 중국 등 해외의 사례를 참고하여 주주사인 산업자본의 자본 확충을 통하여 인터넷전문은행의 성장성 확보의 기반을 제공하는 것이 필요하다고 하였다.

정원석 외(2017)는 인터넷전문은행의 경영성과가 대출 부문에 미치는 영향을 분석하였다. 자본금이 적고 확충에 제한된 인터넷전문은행의 경우 안전하게 원리금 상환의 가능성이 높은 신용자 중심으로 대출을 실시하고 이런 영향은 보험 산업에도 영향을 미칠 것으로 분석하였다.

#### 2.1.5.2 법률적 관점에서의 연구

이상복 외(2016)는 미국, 일본, 영국, 독일, 중국 등 해외주요국의 인터넷전문은행 현황을 살펴보고 우리나라가 인터넷전문은행을 도입할 경우 현행 법제도의 개

선방향을 중심으로 논하였다. 주요 개선방향으로는 최저자본금 요건, 소유 관련된 은산분리 완화 문제, 건전성 규제 및 영업행위 규제를 고찰하였다.

정주호 외(2017)는 국내 인터넷전문은행 도입 시점에의 인터넷전문은행 도입의 당위성을 살펴보고 해외 주요국의 운영사례를 고찰하여 우리나라 인터넷전문은행의 활성화를 위해 법제상 산업자본의 진입을 규제하고 있는 은산분리규제에 관한 개선방안을 연구하였다. 은산분리 규제와 관련하여 미국은 산업자본이 은행의 지분을 25%까지 보유할 수 있고, 일본은 별도의 규제가 없어 2000년에 금융청에서 내린 명시적인 인가지침을 통하여 산업자본의 은행 지배를 허용하고 통제장치로서 은행 주요주주에 대한 신용공여한도를 15%정도로 제한하고 있다. 또한 중국의 경우도 위뱅크(WeBank)의 등록 자본금 30억 위안 중에서 텐센트의 지분비율이 30%를 차지하고 있다.

결론적으로 지분규제를 2015년 금융위원회 추진계획 및 은행법 개정안 등을 참고하여 산업자본의 경우 의결권 있는 발행주식의 50% 이내에서 금융위원회의 승인을 거쳐 보유할 수 있도록 하고 은행의 사금고화 및 대주주의 리스크 전이 문제 등은 기존 은행법상 대주 규제와 함께 진입단계에서의 심사, 운영단계에서의 대주주와의 거래 규제, 은행의 독립성 등을 통하여 확보할 수 있다고 하였다(정주호, 2017).

은산분리 규제는 산업자본의 은행 지분 보유 한도를 제한하는 은행법 규정으로 인터넷전문은행에도 적용하고 있다. 인터넷전문은행의 성공을 위해서는 은산분리 규제 완화가 반드시 필요하다는 주장이 대두되고 있으며 금융 정책 당국도 이에 대한 해결책을 검토하고 있는 상태이다. 현재 은산분리규제 관련법으로 은행법, 금융지주회사법, 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 등이 있다.

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 고, 기존일반 은행과의 차별화를 위하여 지점 설치를 제한하도록 시행령에서 구체적인 사항을 정하는 방안을 제안하였다.

정주호 외(2017)의 제언과 달리 산업자본의 은행 지분 소유를 일본의 사례를

참고한 25%~30%정도로 상향 조정하는 방안을 검토할 필요가 있으며, 재벌의 자본집중 및 사금고화를 방지하기 위하여 재벌에 대하여는 인터넷전문은행에 대하여 진출을 불허하고 재벌이 아닌 ICT 기업 등의 진출이 가능하도록 그 기준을 개정하며, 대주주에 대해서는 자기자본의 25%와 대주주의 출자 금액 중 적은 금액 한도 내에서 신용 공여할 수 있도록 신용공여 한도를 제한하는 방안을 제안하였다.

2.1.5.3 수용에 관한 연구

최근까지 수용의도에 관한 연구는 인터넷전문은행 도입 이전에 기존 인터넷뱅킹 고객의 인터넷전문은행으로 전환의도를 분석하여 인터넷전문은행의 성공요인을 예측하는 연구와 인터넷전문은행 잠재적 이용자들을 대상으로 정부정책의 불확실성과 인터넷전문은행의 기대특성 및 금융소비자특성을 중심으로 금융안전의 관점에서 수용요인을 연구한 시도가 있었다.

유경화(2017)는 기존 금융소비자들이 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 성공 가능성에 대한 시사점을 도출하고자 하였다. 연구 결과에 의하면 인터넷전문은행에 대한 매력도를 높게 평가하더라도 주거래 은행에 대한 지속적인 이용 의도는 낮아지지 않는 것으로 분석되었다. 따라서 인터넷전문은행이 매력적인 서비스를 제공한다는 사실을 알릴 필요가 있고, 기존 주거래은행 이용에 대한 만족도 파악이 절대적으로 필요하며 대면 채널과 비대면 채널의 동시 활용이 필요하다는 점을 확인할 수 있었다.

김대원 외(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.

김석환 외(2017)는 인터넷전문은행에 대한 금융소비자의 수용요인을 연구하였다. 금융혁신 기술의 수용자인 금융소비자의 인터넷전문은행 수용과 이용에 영향을 미치는 제 요인들을 지각된 위험군과 인터넷전문은행 기대 특성군 그리고 사용자 특성군으로 나누어 인터넷 전문은행 사용의도에 유의한 영향을 미치는지를 분석하였다. 과거 금융권에서 발생한 정보보안사고가 인터넷전문은행의 이용에 영향을 미치지 않는다는 점과 구전에 의한 사회적 영향이 인터넷전문은행 사용의도에 중요한 영향을 미칠 수 있음을 확인할 수 있었다. 기존 인터넷뱅킹 이용자들에게 인터넷전문은행을 이용하게하기 위한 동기 부여가 필요한데 인터넷전문은행만이 갖는 차별화되고 표준화된 속성이 그 동기가 될 것이라고 보았다. 인터넷전문은행에 대한 광고의 노출 정도에 따라 사용의도에 미치는 영향에 차이가 있다는 것을 확인하여 인터넷전문은행의 차별적이고 표준화된 속성을 인터넷전문은행 사업자와 금융당국의 유기적인 협업을 통하여 금융 정책으로 홍보해야 할 근거를 제시하였다.

2.1.5.4 인터넷전문은행의 경영성과분석 연구

강경훈 외(2015)는 국내 금융시장에 인터넷전문은행의 진입으로 경쟁이 가열되어 예금과 대출시장에서 비대칭성이 발생하여 금융시스템에 미치는 영향을 분석하고, 인터넷전문은행이 대출시장 진출이 부진할 경우 인터넷전문은행들이 예수금을 주로 채권시장 등에서 운용하여 수신 부문에서만 경쟁이 과열되는 구조가 발생할 수 있다고 예상하였다. 이 경우 인터넷전문은행들의 금리 상승으로 금리 안정성을 해칠 가능성이 높다고 지적하고 감독당국은 세부적인 감독시스템 운영이 필요하다고 주장하였다.

한편 인터넷전문은행의 경영성과에 관한 연구는 주로 기존의 지점 위주로 영업을 하는 은행들과의 비교를 통해 수익성 등 상대적인 재무성과를 검증하는 실증분석 위주로 진행되었다.

이성복(2016)은 미국의 인터넷전문은행의 진입과 퇴출의 특징을 분석하여 고객

기반 또는 차별화된 서비스를 제공하는 인터넷전문은행은 생존 확률이 높고 규모의 확대를 통한 비즈니스 유지에 성공적임을 발견하였다.

전주용 외(2015)는 인터넷전문은행의 도입을 산업 조직론적 관점에서 파악하였다. 높은 전환비용이 기존 금융회사들이 인터넷전문은행과 같은 핀테크 기반의 금융 혁신을 지연하는 요인이 될 수 있음을 보여주었다. 낮은 전환비용으로 기존 고객들이 쉽게 인터넷 전문은행으로 이용을 전환한다면, 기존 은행들도 경쟁에서 이기기 위하여 적극적으로 인터넷전문은행과 같은 서비스 개발에 나설 수 있음을 실증하였다.

인터넷전문은행에 대한 해외 연구는 주로 기존 은행과 신규로 설립된 인터넷전문은행의 영업성과를 비교하는 방식으로 진행되었다.

HANSUNG UNIVERSITY

[표 2-9] 인터넷전문은행에 관한 선행연구

| 구분 | 연구자 | 적용분야 | 분석결과 |
|---|---|---|---|
| 1 | 서병호(2015) | 정책방향 | 비즈니스 모델의 수립, 명료한 리스크 관리, 대주주 관련 규제 감독의 강화, 다단계 방식의 비대면 실명 인증 허용을 제안 |
| 2 | 김소정 외 (2017) | 정책방향 | 은산분리 규제 완화가 필수적이며 미국과 중국등 해외의 사례를 참고하여 주주사인 산업자본의 자본 확충 |
| 3 | 정원석 외 (2017) | 정책방향 | 원리금 상환의 가능성이 높은 신용자 중심으로 대출을 실시하고 이런 영향은 보험 산업에도 영향을 미칠 것으로 분석 |
| 4 | 이상복 외(2016) | 법률적 관점 | 최저자본금 요건, 소유 관련된 은산분리 완화 문제, 건전성 규제 및 영업행위 규제를 고찰 |
| 5 | 정주호 외 (2017) | 법률적 관점 | 산업자본의 진입을 규제하고 있는 은산분리규제에 관한 개선방안을 연구 |
| 6 | 정상표 (2016) | 법률적 관점 | 재벌이 아닌 ICT 기업 등의 진출이 가능하도록 그 기준을 개정하며, 대주주에 대해서는 자기자본의 25%와 대주주의 출자 금액 중 적은 금액 한도 내에서 신용 공여할 수 있도록 신용공여 한도를 제한하는 방안을 제안 |
| 7 | 유경화 (2017) | 수용 | 인터넷전문은행에 대한 매력도를 높게 평가하더라도 주거래 은행에 대한 지속적인 이용 의도는 낮아지지 않는 것으로 분석 |
| 8 | 김대원 외 (2017) | 수용 | 차별화된 서비스가 인터넷전문은행으로의 선택 전환의도 발생에 유의한 영향을 미치는 반면 지배구조와 영업망의 차이는 유의한 영향을 미치지 못했다. |
| 9 | 김석환 외 (2017) | 수용 | 광고의 노출 정도에 따라 사용의도에 미치는 영향에 차이가 있다는 것을 확인 |
| 10 | 강경훈 외 (2015) | 경영성과 분석 | 금리 상승으로 금리 안정성을 해칠 가능성이 높다고 지적하고 감독당국은 세부적인 감독시스템 운영이 필요 |
| 11 | 전주용 외 (2015) | 경영성과 분석 | 낮은 전환비용으로 기존 고객들이 쉽게 인터넷 전문은행으로 이용을 전환한다면, 기존 은행들도 경쟁에서 이기기 위하여 적극적으로 인터넷전문은행과 같은 서비스 개발에 나설 수 있음 |

출처: 연구자 재구성

## 2.2 통합기술수용이론(UTAUT)

### 2.2.1 통합기술수용이론(UTAUT) 개념

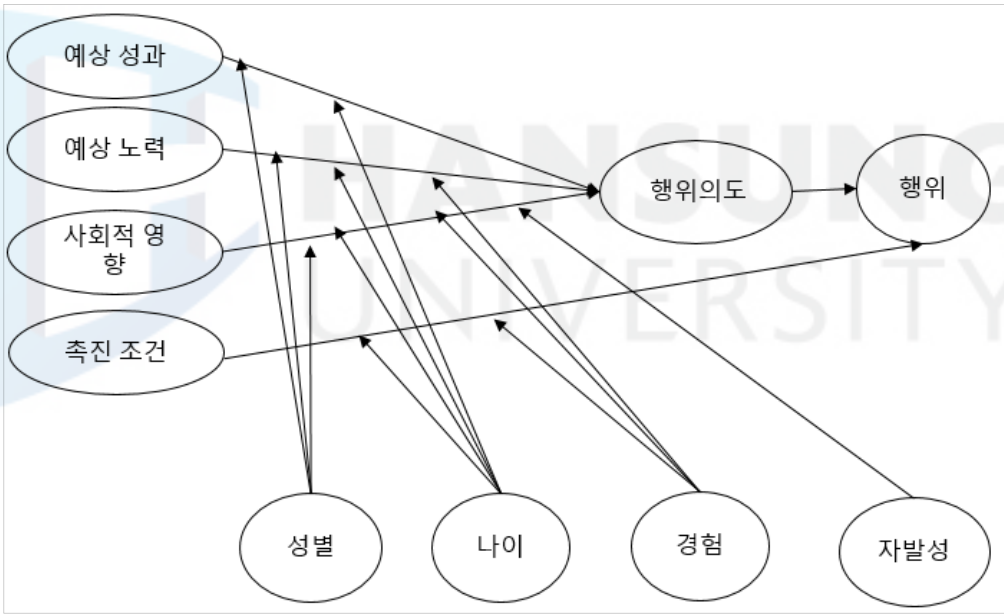
새로운 정보기술(Information Technology)들이 개발되면서 새롭게 개발한 기술에 대하여 사용자가 이를 수용하고 이용하는 행위를 예측하기 위한 연구가 다양한 분야에서 시도되고 있다. 한편, 사회 심리학에서는 사람의 심리적 요인이 감정과 사고 그리고 행동에 영향을 주는 것으로 인정하고 있는데(Cervone & Pervin, 2013), 기술 수용에 대한 연구는 개인의 행동의도(intention)와 행위(behavior)가 개인의 신념(belief)과 태도(attitude) 로부터 유발된다는 사회심리학 분야의 연구를 기반으로 하여, 이를 정보기술 (Information Technology)의 사용의도(intention)와 사용행위(behavior)에 관한 분야에 접목한 형태로 연구가 진행되고 있다.

Fishbein & Ajzen(1975)은 개인의 신념(belief)이 태도(attitude)를 결정짓고, 태도(attitude)는 행동의도(intention)를 형성시키고 행동의도(intention)는 행위(behavior)로 발현되는 구조의 합리적 행동이론(TRA: Theory of Reasoned Action)을 발표하였는데, 합리적 행동이론(TRA)는 단순한 연구모형으로 인하여 다양한 연구 분야에서 활용되어 왔다.

이후 Davis et al.(1989) 은 합리적 행동이론(TRA)이 신념(belief)을 구체화하지 않아 범용성을 가지지만 반대로 특정분야, 특정상황을 설명하는 데에는 적합하지 않다고 보고 신념 (belief)을 구체화하여 '기술' 분야에 한정된 행동의도(behavioral intention)와 행위(actual system use)를 예측하는 기술수용모델(TAM: Technology Acceptance Model)을 개발하였다. 기술수용모델(TAM)은 현재까지도 많은 연구자들로부터 새로운 정보기술(Information Technology)에 대한 사용의도 (behavioral intention)과 사용행위(use behavior)을 설명하는 모형으로 이용되고 있지만, 정보기술(Information Technology)의 다양한 환경을 충분히 반영 하지 못하는 한계가 있는 것으로 평가되고 있다(Venkatesh et al., 2003).

한편, Venkatesh et al.(2003)은 기존의 기술 수용에 관련한 여덟 가지 이론들을 통합하여 통합기술수용이론(UTAUT: Unified Theory of Acceptance and Use

of Technology)을 제안하였는데, 통합기술수용이론(UTAUT)은 오랜 기간 많은 연구자들에 의해 검증되고 발전된 기술수용모델(TAM)보다 더욱 우수한 성과를 보여주는 이론으로 특히 정보기술(Information Technology) 분야에서 널리 사용되고 있다. 통합기술수용이론(UTAUT)은 사용행위(use behavior)를 종속변수로, 사용의도(behavioral intention)를 매개변수로 하며, 매개변수에 영향을 주는 독립요인으로는 성과기대(Performance Expectation), 노력기대(Effort Expectation), 사회적 영향(Social Influence)을 채택하였고 종속변수에 직접 영향을 주는 요인으로는 촉진조건(Facilitating Condition)을 채택하였다. 그리고 성별(Gender), 나이(Age), 경험(Experience), 사용의 자발성(Voluntariness of Use)에 의해 통제되어지는 구조를 취하고 있는데, 이를 도식화 하면 [그림 2-1]와 같다.




출처: Venkatesh et al.(2003)

[그림 2-1] 통합기술수용이론(UTAUT)

### 2.2.2 통합기술수용이론(UTAUT)의 구성 개념

Venkatesh et al.(2003)은 기술수용모델(TAM)이 정보기술(Information Technology)의 다양한 환경을 충분히 고려하지 못하는 한계를 개선하기 위하여 합리적 행동이론(TRA: Theory of Reasoned Acton), 계획된 행동이론 (TPB: Theory of Planned Behavior), 기술수용모델(TAM: Technology Acceptance Model), TAM/TPB통합이론(Combined-TAM/TPB), 혁신확산이론(IDT: Innovation Diffusion Theory), 사회인지이론(SCT: Social Cognitive Theory), 동기모델(MM: Motivation Model), PC활용모델(MPCU: Model of PC Utilization)의 8가지 이론에서 32개의 구성 개념을 도출하고 이를 조정, 통합하여 기존의 기술수용모델(TAM) 보다 설명력이 향상된 통합기술수용이론(UTAUT)을 개발하였다. 통합기술수용이론(UTAUT)는 정보기술의 사용행위를 예측하는데 있어 약 70% 정도의 설명력을 제공하는데(Venkatesh et al., 2003), 기술수용모델(TAM)이 일반적으로 40%~50% 정도임을 감안할 때 매우 신뢰도가 높은 이론임을 알 수 있으며, 이러한 이유로 정보기술(Information Technology)의 사용의도(behavioral intention)와 사용행위(use behavior)와 관련한 연구에서 많은 연구자들이 통합기술수용이론(UTAUT)을 이용하여 연구를 수행하고 있다. 통합기술수용이론(UTAUT) 구성하는 개념은 [표 2-10]과 같다.

[표 2-10] UTAUT 독립변수의 구성 개념 및 이론

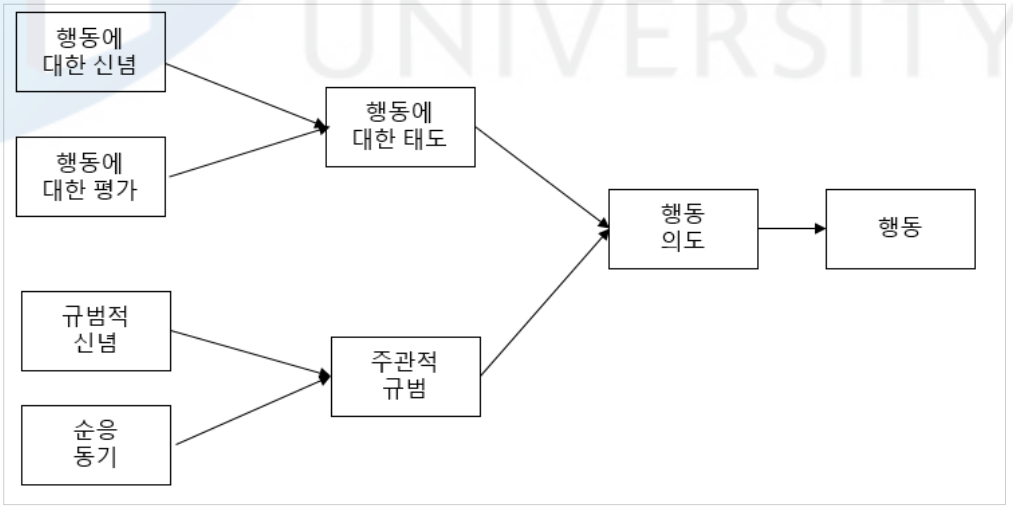
| 변수 | 개념정의 | 구성개념 | 배경이론 | 제안자 |
|---|---|---|---|---|
| 성과기대(PE) | 새로운 시스템의 사용으로 성과를 향상시키는데 도움이 된다고 믿는 정도 | Perceived Usefulness | TAM/TAM2 C-TAM-TPB | Davis(1989) |
| | | Extrinsic Motivation | MM | Davis et al.(1992) |
| | | Job-fit | MPCU | Thompson et al.(1991) |
| | | Relative Advantage | IDT | Moore & Benbasat(1991) |
| | | Outcome Expectation | SCT | Compeau & Higgins(1995) |
| 노력기대(EE) | 시스템의 사용편리함의 정도 | Perceived Ease of Use | TAM/TAM2 C-TAM-TPB | Davis(1989) |
| | | Complexity | MPCU | Thompson et al.(1991) |
| | | Perceived Ease of Use | IDT | Moore & Benbasat(1991) |
| 사회적영향(SI) | 주변의 중요한 지인들이 내가 새로운 시스템을 사용해야 한다고 믿는 정도 | Subjective Norm | TRA/TAM2 TPB/ C-TAM-TPB | Fishbein & Ajzen(1975) |
| | | Social Factors | MPCU | Thompson et al.(1991) |
| | | Image | IDT | Moore & Benbasat(1991) |
| 촉진조건(FC) | 시스템 사용을 지원하는 인프라 존재의 믿음 정도 | Perceived Behavior Control | TPB/ C-TAM-TPB | Tayor & Todd(1995) |
| | | Facilitating Condition | MPCU | Thompson et al.(1991) |
| | | Compatibility | IDT | Moore & Benbasat(1991) |

출처 : 함상열(2017), 김기호(2018)의 논문에서 인용하여 연구자가 재구성

### 2.2.3 통합기술수용이론(UTAUT)의 배경 이론

#### 2.2.3.1 합리적 행동이론(TRA)

Fishbein & Ajzen(1975)이 인간의 행동은 의도에 따라 결정된다는 합리적 행동이론(TRA: Theory of Reasoned Action)은 사회과학 분야의 기술수용 관련 연구에 널리 활용되었으며, 기술수용 연구의 이론적 토대가 되고 있다. 합리적 행동이론에서 인간은 합리적인 동물이기 때문에 인간은 정보를 체계적으로 활용하고 처리한다는 것과 그 정보는 행위를 결정함에 있어서 합리적인 방법으로 이용된다는 것이다(Petty et al., 1983).합리적 행동이론에 의하면 행동은 행동의도에 의해 일어나고, 행동의도는 합리성과 자발적인 통제에 의해 형성된 태도와 주관적 규범으로부터 심리적인 영향을 받아 결정된다(Fishbein et al, 1975; Ajzen et al, 1980). 행동에 대한 신념과 행동에 대한 평가에 의해 태도가 형성되고, 규범적 신념과 순응동기에 의해 주관적 규범이 형성되는 합리적 행동이론 모형은 [그림 2-2]와 같다.

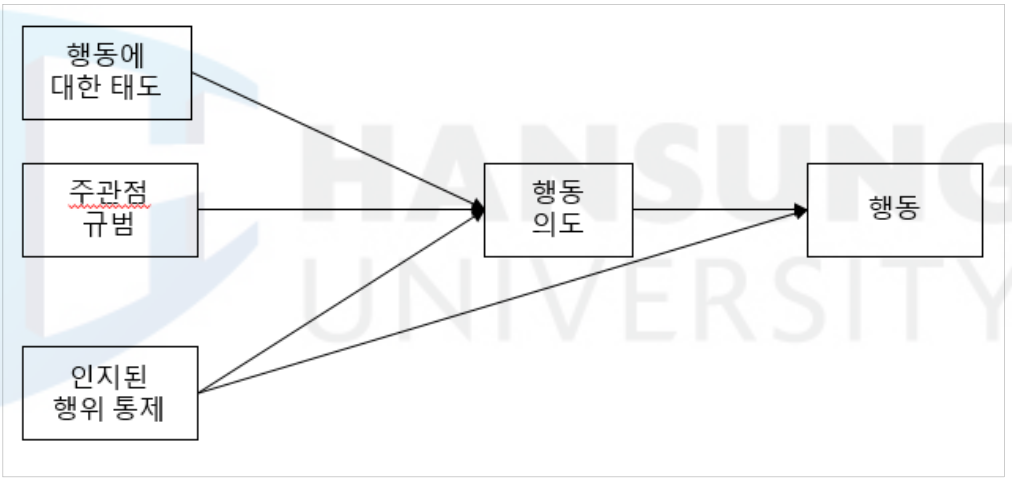



출처: Fishbein & Ajzen(1975)

[그림 2-2] TRA 모형

2.2.3.2 계획행동이론(TPB)

Fishbein & Ajzen(1975)이 제안한 합리적 행동이론(TRA)을 기반으로, Ajzen(1985)은 이러한 합리적 행동이론을 보완하기 위해 개인의 행동은 행위의도와 자기 효능감을 설명하는 변수인 인지된 행위 통제(perceived behavioral control)에 의해 결정된다고 정의하면서 인지된 행위 통제라는 개념을 추가하여 계획행동이론(TPB: Theory of Planned Behavior)을 제시하였다. 행위가 실제로 발생하려면 행위의도 뿐만 아니라 행위를 할 수 있는 능력도 필요하며 이를 인지된 통제 요인으로 설명하였다(정순규,2017). 계획행동이론은 합리적 행동이론을 확장한 이론이며 모형은 [그림2-3]와 같다.




출처: I. Ajzen(1991)

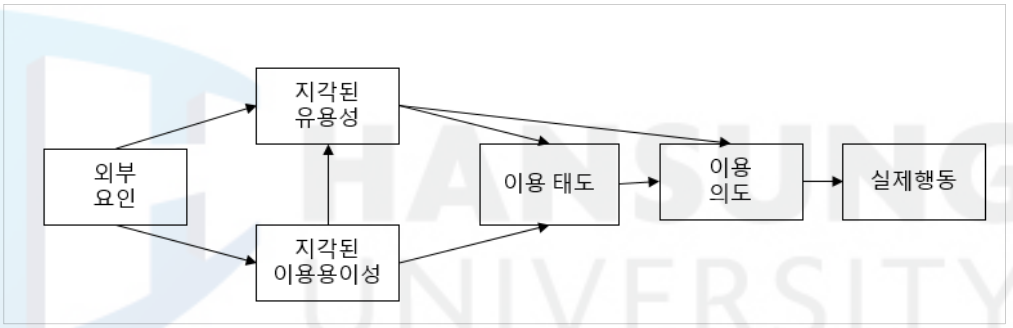
[그림 2-3] TPB 모형

2.2.3.3 기술수용모델(TAM)

기술수용모델(TAM: Technology Acceptance Model)은 인간의 행동을 설명하기 위해 합리적 행동이론(TRA)과 계획행동이론(TPB)을 기반으로 Davis(1986)에 의해 당시에는 혁신적 기술인 컴퓨터 수용에 대한 사용자 행동을 설명하기 위하여 개발되었다. 기술수용모델(TAM)은 정보기술수용에 관한 기존 연구들 중에서 가

장 영향력이 높은 모델이라고 하였다(Saga & Zmud, 1994).

합리적 행동 이론의 신념, 태도, 행동의도, 행동의 관계에서 태도에 신념이 영향을 미치는데 기술수용모델에서는 신념을 인지된 유용성과 인지된 용이성으로 설정하였다. 태도에 영향을 주는 신념은 외부변인에 의해 영향을 받는데, 주로 정보기술의 기술적 특성이나 기술 수용자의 특성에 따른 외부변인은 인지된 유용성과 인지된 용이성을 매개하여 태도에 영향을 미치는 과정으로 정보 기술 수용을 설명하고 있다(김정석, 2016). 기술수용모형은(TAM)은 제품분야 및 서비스 분야의 혁신적 기기 및 소프트웨어의 수용을 설명하는 연구에 많이 활용되고 있으며, 개인적인 수준에서 정보기술을 수용하는 과정을 설명하는 일반적인 이론으로 인정받고 있다(문용주, 2015). 그림 [2-4]은 기술수용모델(TAM)을 나타내고 있다.

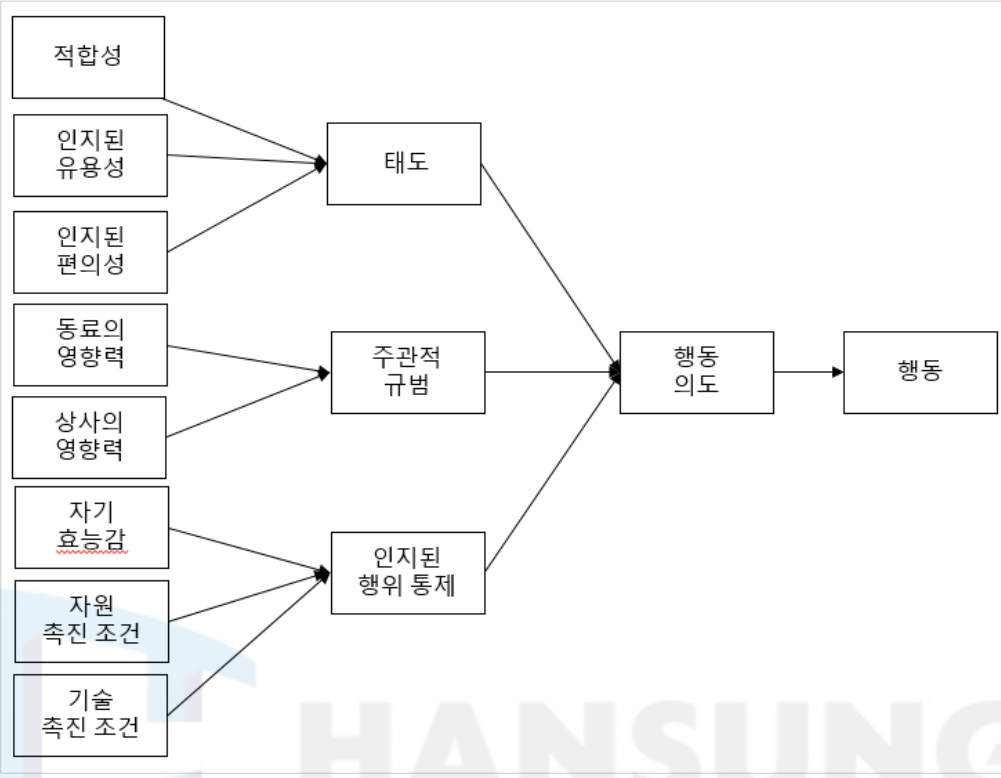



출처: Davis et al.(1989)

[그림 2-4] TAM 모형

2.2.3.4 TAM/TPB 통합 이론(Combined TAM-TPB : C-TAM/TPB)

Taylor & Todd(1995)는 기술수용모델(TAM)과 계획된 행동이론(TPB) 각각의 단점을 보완한 TAM/TPB 통합 이론을 제안하였다. 기술수용모델(TAM)은 많은 연구에서 사용되고 있으나 지나치게 일반적인 접근이라는 단점을 지니고 있어 이를 보완하였으며, TPB는 다양한 사용자 상황 전반에 적용하기 힘든 단점을 보완하였다(강재원 & 김은지, 2009). TAM/TPB 통합 이론(C-TAM/TPB)의 모형은 [그림 2-5]과 같다

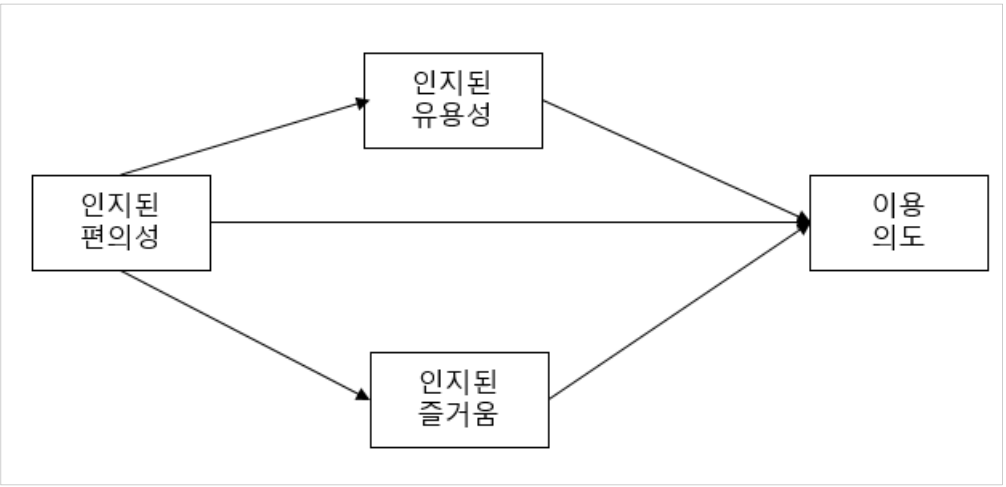



출처: Taylor & Todd(1995)

[그림 2-5] TAM/TPB통합이론(C-TAM/TPB)

2.2.3.5 동기 모델(MM: Motivational Model)

Davis et al.(1992)은 심리학 분야에서 주로 다뤄지는 동기모델의 개념 중 즐거움(enjoyment)을 기존의 기술수용모델(TAM)에 추가한 동기모델(MM)을 제안하였다. 동기모델은 개인의 행위는 내적 동기요인과 외적 동기요인에 의해 유발된다는 이론으로 내적동기 요인으로는 즐거움, 유희성, 만족감, 성취감 등으로 구성되어있으며 외적 동기 요인으로는 승진, 급여 인상 등 외부 보상으로 구성되는 것으로 설명하였다.(Davis et al., 1992; Venkatesh & Brown, 2001) 동기 모델(MM)의 모형은 [그림 2-6] 과 같다

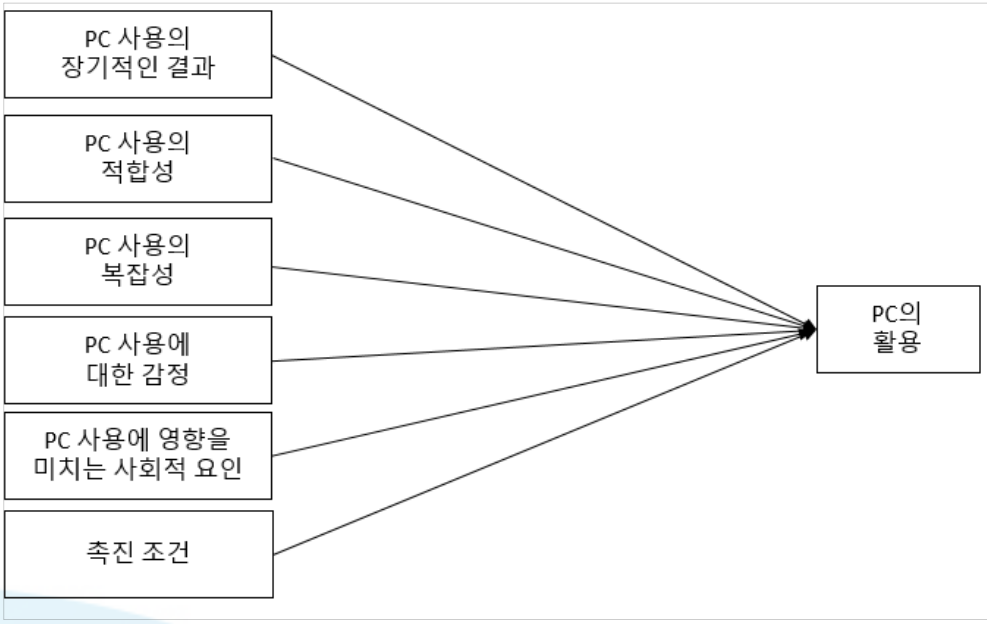



출처: Davis et al.(1989)

[그림 2-6] 동기모델(MM)

2.2.3.6 PC 활용 모델(MPCU: Model of Personal Computer Utilization)

Thompson et al.(1991)은 Triandis(1977)의 경쟁이론을 기반으로 다국적 기업의 지식 근로자의 PC활용에 관한 연구 모델을 제시하였다. Thompson et al.(1991)은 장기적인 결과, 업무적합성, 사용의 복잡성이 PC의 활용에 영향을 준다고 주장하였다. PC 활용 이론(MPCU)의 모형은 [그림 2-7]과 같다

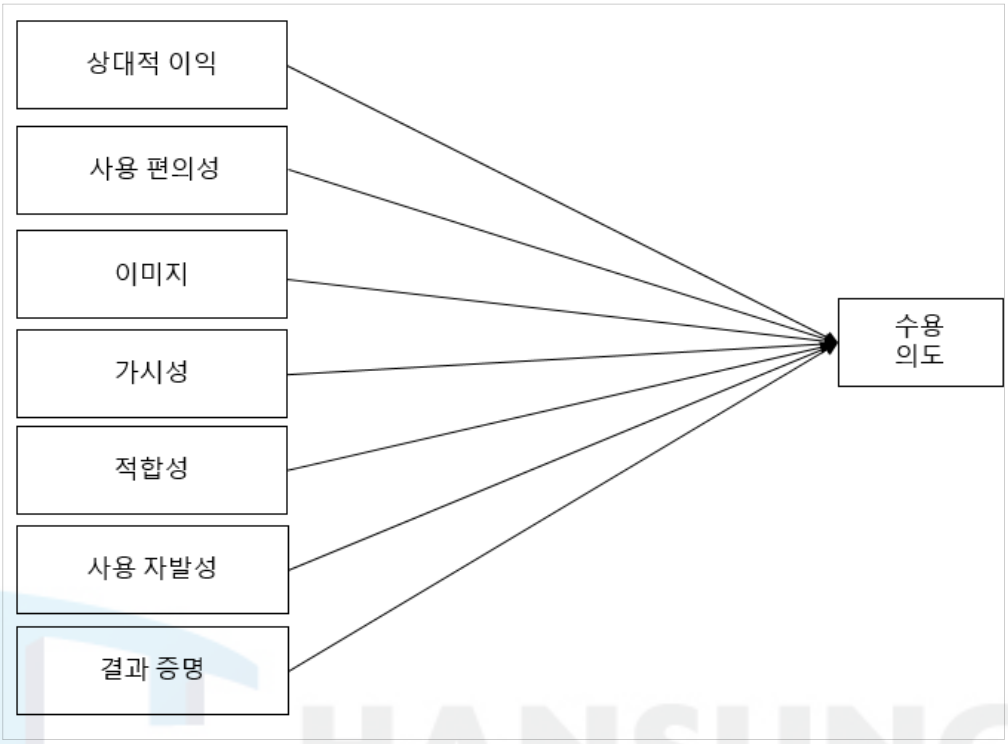



출처: Thompson et al.(1991)

[그림 2-7] PC활용모델(MPCU)

2.2.3.7 혁신 확산 이론(IDT: Innovation Diffusion Theory)

Moore & Benbasat(1991)는 새로운 기술 또는 아이디어가 어떻게 사회에서 확산되는지를 설명하는 이론인 혁신확산이론(IDT)를 변형하여 다시 구성하였다. 혁신 확산 이론(IDT)은 Rogers(1983)의 연구 모형 중 상대적 이점(relative advantage), 복잡성(complexity), 적합성(compatibility), 시험 가능성 (trialability) 그리고 관찰가능성(observability)으로 구성된 혁신의 지각된 특성(perceived attributes of innovations) 요인을 정보 시스템에 적합하도록 구조를 조정하여 상대적 이점(relative Advantage), 사용 용이성(ease of use), 이미지(image), 가시성(visibility), 적합성(compatibility), 결과입증가능성 (result demonstrability), 사용의 자발성(voluntariness of use)으로 정제하여 기술수용에 관한 연구에 사용할 수 있도록 하였다(Venkatesh et al., 2003). 혁신 확산 이론(IDT)의 모형은 [그림 2-8]와 같다

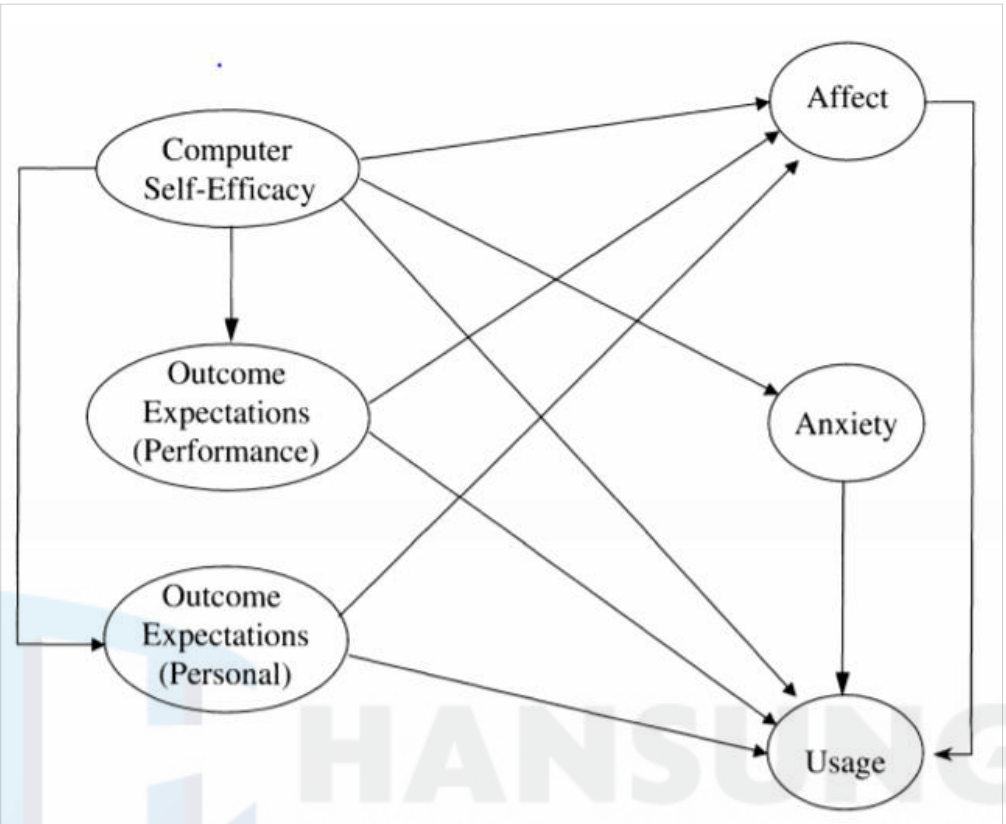



출처: Moore & Benbasat(1991)

[그림 2-8] 혁신확산이론(IDT)

2.2.3.8 사회 인지 이론 (SCT: Social Cognitive Theory)

사회 인지 이론 (SCT)은 Bandura(1986)가 제안한 인간의 행동은 환경과 개인 요인이 상호작용으로 이루어진다는 사회인지이론을 Compeau & Higgins(1995)가 정보기술(Information Technology)의 사용행위에 맞추어 이론을 확장하여 구성하였다. 사회 인지 이론(SCT)의 모형은 [그림 2-9]과 같다




출처: Compeau & Higgins(1995)

[그림 2-9] 사회인지이론(SCT)

2.2.4 UTAUT를 적용한 선행연구

김준우 외(2016)은 인천 소재 대학생에게 143부의 설문을 회수하여 스마트 워치 구매의도에 영향을 미치는 요인을 UTAUT2를 기반으로 연구모형을 설정하고 개인의 혁신성의 조절효과에 대하여 실증연구를 진행하였다. 성과기대, 촉진조건, 쾌락적 동기, 가격 효용성 및 습관성은 구매의도에 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 노력기대, 사회적 영향은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 또 개인의 혁신성은 성과기대와 구매의도 사이에서 조절효과를 확인하였다.

양승호 외(2016)는 스마트폰을 사용하는 학생과 직장인 112명을 대상으로 온라인 설문방식으로 모바일 핀테크 결제서비스 수용에 영향을 미치는 요인을 분석하

기 위하여 UTAUT를 연구모형으로 설정하고 실증연구를 진행하였다. 성과기대와 촉진조건은 수용에 영향을 미치지 않았고, 노력기대, 사회적 영향, 신뢰성은 핀테크 결제서비스 수용의도에 유의적 수준에서 영향을 미치는 것으로 나타났다.

강선희(2016)는 일반인 273명을 대상으로 방문 설문 방식을 통하여 간편 결제 서비스의 수용의도와 이용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구에서 UTAUT를 기반으로 인지된 위험 변수를 추가하여 변수들을 구성하고 혁신저항을 조절변수로 하여 실증분석을 진행하였다. 연구모형의 가설 검증결과, 노력기대, 사회적 영향, 인지된 위험은 수용의도에 정(+)의 영향을 미치고 수용의도는 이용행동에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 혁신저항이 낮을수록 수용의도가 높아지는 혁신저항의 조절효과를 확인하였다. 혁신저항의 조절효과는 노력기대 및 사회적 영향과 수용의도와의 관계에서 확인하였고 인지된 위험과 수용의도와의 관계에서는 조절 효과를 확인할 수 없었다.

손현정(2016)은 UTAUT2 모형에서 습관을 제외하고 인지된 위험을 추가하여 서울소재 대학생 281명을 대상으로 대학생의 웨어러블 디바이스의 수용의도 연구를 회귀분석을 통하여 실증분석 하였다. 최종 모델을 분석한 결과 성과기대, 사회적 영향, 촉진조건, 쾌락적 동기, 가격효용성은 유의미한 영향력을 보였고, 노력기대와 인지된 위험은 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 최수정외(2016)는 서울소재 대학생 207명의 설문조사 결과를 바탕으로 UTAUT 모형에 개인의 혁신성, 신뢰 및 네트워크 효과를 고려하여 모바일 간편 결제에 대한 지속 사용의도를 연구하였다. 연구 결과 혁신성을 제외한 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 네트워크 효과기대, 신뢰가 유의한 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었고, 네트워크효과 기대와 신뢰가 중요한 요인으로 확인되었다.

김석환 외(2017)는 학생, 일반인, 직장인, 공무원, 자영업자 등 총 406명을 대상으로 금융소비자의 인터넷전문은행 수용의도를 연구하여 정보보안위험이 사회적 영향에 부(−)의 영향을 미치고 투자기회 확장과 거래효율성이 성과기대에 정(+)의 영향을 미치며, 서비스 다양성은 노력기대에 부(−)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 거래효율성과 혁신적 성향은 노력기대에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건 모두 인터넷전문은행 사용의도에 정(+)의 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

정유진(2018)은 인터넷전문은행 잠재적 이용자를 대상으로 온라인 설문 방식으로 진행하였고 415명의 표본을 추출하여 연구 결과를 요약하면 다음과 같다, 첫째, 가격가치, 신뢰, 사회적 영향, 노력기대의 순으로 수용의도에 긍정적인 영향을 미치며, 선행연구 결과와 같이 수용의도는 이용행위에 중요한 영향을 미치는 것을 확인하였다. 반면 혁신성, 성과기대, 촉진조건은 다양한 분야의 정보기술 수용 관련 선행연구 결과와 달리 수용의도에 유의한 수준에서 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 둘째, 부트스트래핑(bootstrapping) 방법을 이용하여 혁신성, 가격가치, 신뢰, 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건과 이용행위 간의 관계에서 간접효과 확인을 통하여 수용의도의 매개효과를 검증하였다. 분석 결과 가격가치, 신뢰, 노력기대, 사회적 영향이 수용의도를 매개하여 통계적으로 유의한 수준에서 이용행위에 간접적인 영향을 미치는 것을 확인하였다. 셋째, 경험, 나이, 성별의 조절효과를 검증하기 위하여 사전적으로 교차타당성 확인을 위한 측정동일성 검증을 실시하였고, 집단 간 경로의 통계적으로 유의한 차이성을 포함하는 다중집단분석을 실시하였다. 촉진조건과 수용의도 및 노력기대와 수용의도 사이에서 나이의 조절효과를 확인하였고, 촉진조건과 수용의도 및 성과기대와 수용의도 사이에서는 성별의 조절효과를, 촉진조건과 수용의도 및 사회적 영향과 이용행위간의 관계에서 경험의 조절효과를 확인하였다. 넷째, 차이검증 결과 경험과 연령대의 종류를 제외한 학력, 직급, 소득, 직업의 수용의도와 이용행위에 대한 영향력이 유의한 수준에서 평균의 차이가 있음을 확인하였다. 대체적으로 직급과 소득이 높은 집단에서 높은 평균값을 보이고, 대학생 이상의 교육수준에서 높은 평균값을 확인할 수 있었다. 본 연구의 학문적 의의는 국내에 도입된 인터넷전문은행에 대한 금융소비자들의 행태를 선행적으로 연구하여 도입 초기에  인터넷전문은행 수용의도와 이용행위에 영향을 미치는 요인에 대한 실증 분석을 시도하여 결과를 도출하였다는 점이다.

심윤정(2018)은 인터넷 전문은행의 사용 여부와 무관하게 수도권 지역의 20대 이상 남녀를 대상으로 설문을 실시하여 총 311부를 분석하였다. 분석 결과를 요약하면 혜택, 예상성과, 촉진 조건은 인터넷 전문은행의 수용의도에 긍정적인 영향을 주며, 위험 요인은 부정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 또한, 예상노력과 사회적인 영향은 영향 관계가 없었다. 조절효과 분석 결과는 스마트폰 이

용 시간, 성별, 연령별에 따른 사용자 특성별로 차이가 있는 것으로 확인되었다. 이러한 실증 분석 결과를 바탕으로 인터넷 전문은행의 수용의도 향상을 통한 고객 확대 방안을 제안하였다.

김기호(2018)는 모바일 간편 결제 서비스를 이용하는 사용자의 특성을 특히 한 사람을 다른 사람과 구별시켜주는 성격 (personality)을 중심으로 모바일 간편 결제 서비스의 사용의도와 이용행위에 관한 연구를 수행하고자 하였다. 이를 위하여 본 연구에서는 통합기술수용이론(UTAUT)을 기반으로, 최근 성격심리학 분야에서 개인의 성격(personality) 을 설명하는 대표적인 이론으로 인정받고 있는 성격 5요인 이론(FFM)을 선행 변수로 하는 연구모형을 제안하여 진행하였다. 이러한 절차와 방법으로 본 연구에서는 모바일 간편 결제 서비스의 수용의도와 이용행위에 영향을 주는 요인을 실증 분석하였으며, 추가로 간접효과 분석 (indirect effect)과 다집단 분석(MGA: Multi Group Analysis)을 실시하여 모바일 간편 결제 서비스의 사용의도와 이용행위에 간접적인 영향을 주는 성격 요인(personality trait)을 도출하고, 남성과 여성의 성별(gender)에 따른 통계적 차이에 대한 분석을 실시하였다. 개인의 성격요인(personality trait)과 성별(gender)이 모바일 간편 결제 서비스의 사용의도(BI)와 이용행위(UB)에 있어 유의미한 영향을 미치는 것을 확인한 본 연구의 학술적 성과는 모바일 간편 결제 서비스 시장에서 사업을 영위하고 있는 사업자뿐만 아니라 유관 정책 기관에서의 정책수립 과정에서 유용하게 활용할 수 있을 것으로 기대된다.

Yu(2012)는 인터넷뱅킹에 연구가 부족한 개인의 모바일뱅킹 수용의도를 연구하기 위하여 타이페이 중심에서 일반인 441명을 대상으로 설문을 진행하여 PLS를 이용하여 분석을 실시하였다. UTAUT 핵심변인에 인지된 신뢰(perceived credibility), 인지된 재정비용(perceived financialcost), 인지된 자기 효능감(perceived self-efficacy)을 추가하였고, 나이와 성별에 따른 조절효과를 검정하였다. 모든 요인들이 수용의도에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다. 나이는 노력기대, 사회적 영향 및 인지된 재정비용에서 조절효과를 보이고, 성별은 성과기대와 인지된 재정비용에서 조절효과를 나타내는 것을 확인하였다. Raman and Don(2013)은 UTAUT2 모형을 적용한 교사의 학습 관리 소프트웨어(LMS)의 수용연구에서 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건, 유희가치가 행동의도에

유의미한 영향을 미치고, 촉진조건, 행동의도는 사용행동에 각각 유의미한 영향을 미치는 것을 확인하였다. 또한 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건 및 유희가치가 각각 행동의도를 매개로 했을 때 사용행동에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Jorge Arenás-Gaitán et al.(2015)은 인터넷뱅킹 이용률이 낮은 55세에서 74세 사이 고령 이용자 415명을 대상으로 WarpPLS를 이용하여 UTAUT2 모형을 적용하여 인터넷뱅킹 수용의도와 이용행위를 연구하였다. 연구 결과 습관, 성과기대, 가격가치 및 노력기대 순으로 수용의도에 영향을 미치고, 실제 이용행위는 습관과 수용의도에 의해 영향을 받는 것을 확인하였다.

[표 2-11] UTAUT를 적용한 선행연구

| 연구자 | 적용분야 | 추가 변수 | 분석결과 |
|---|---|---|---|
| 김준우 외 (2016) | 스마트 워치 | 쾌락적 동기, 가격가치, 습관, 정보프라이버시 염려, 개인 혁신성 | 위계적 회귀분석 결과 성과기대, 촉진조건, 쾌락적 동기, 가격가치, 습관은 유의미한 영향을 보이고, 노력기대, 사회적 영향 및 정보프라이버시 염려는 기각되었다. |
| 양승호 외 (2016) | 핀테크 결제서비스 | 신뢰성 | 사용의도에 노력기대, 사회적 영향 및 신뢰성이 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타남. |
| 강선희(2016) | 간편 결제 서비스 | 인지된 위험 | 노력기대, 사회적 영향, 인지된위험이 유의한 영향을 미치며, 성과기대와 촉진조건은 기각됨 |
| 손현정(2016) | 웨어러블 디바이스 | 인지된 위험 | 성과기대, 사회적 영향, 촉진조건, 쾌락적 동기, 가격효용성은 유의미한 영향력을 보였고, 노력기대와 인지된 위험은 유의미하지 않은 것으로 나타남 |
| 최수정(2016) | 모바일 간편 결제 | 개인 혁신성, 신뢰, 네트워크 효과 | 개인 혁신성을 제외한 변인들은 모두 지속사용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 신규 사용자 유입을 위해서 네트워크 크기에 대한 기대 메시지를 제시하는 것이 중요한 것임을 확인함. |
| 김석환 외 (2017) | 인터넷전문은행 | 정보보안위험 | 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건 모두 인터넷전문은행 사용의도에 정(+)의 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. |
| 정유진(2018) | 인터넷전문은행 | 소비자행동 | 국내 인터넷전문은행에 대한 금융소비자들의 행 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | 관점 | 태를 선행적으로 연구하여 도입 초기에 인터넷 전문은행 수용의도와 사용행위에 영향을 미치는 요인에 대한 실증 분석을 시도하여 결과를 도출하였다는 점 |
| 심윤정 (2018) | 핀테크 인터넷전문은행 | 인지된 혜택 인지된 위험 | 혜택은 인터넷 전문은행의 수용의도에 긍정적인 영향을 주며, 위험 요인은 부정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. |
| 김기호 (2018) | 모바일 간편 결제 | 개인의 성격 (personality) | 개인의 성격요인(personality trait)과 성별(gender)이 모바일 간편 결제 서비스의 사용의도(BI)와 이용행위(UB)에 있어 유의미한 영향을 미치는 것을 확인 |
| Yu (2012) | 모바일 뱅킹 | 인지된 신뢰성, 인지된 자기 효능감, 재정비용 | 사용의도에 성과기대, 사회적 영 향, 인지된 신뢰성이 유의적이 며, 인지된 비용요인은 부의 영향을, 촉진조건은 행위에 직접 영향을 미치는 것으로 나타남 |
| Raman and Don (2013) | 교사의 학습관리 소프트웨어 (LMS) | 쾌락적 동기, 습관 | 성과기대, 촉진조건, 가격절감, 습관이 행동의도에 유의미한 영향을 미치며 행동의도와 촉진조건, 습관이 사용행동에 유의미한 영향을 미침. |
| Jorge ArenasGaitan (2015) | 인터넷 뱅킹 | 가격가치, 유희가치, 습관 | 습관, 성과기대, 가격가치, 노력 기대 순으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나고, 사회적 영향, 촉진조건, 쾌락적 동기는 기각됨. |

출처 : 연구자 재구성

## 2.3 인지된 위험

### 2.3.1 인지된 위험의 정의

기술수용모델은 유용성과 용이성에 초점을 두고 사용으로 인한 손실은 간과해 왔다. 사용자들이 시스템을 사용하면서 위험을 인지하는 상황에서 기술수용모델의 설명력을 약하게 할 수 있다. 위험은 개인의 주관에 따라 인지된 위험은 다를 수 있다. 그래서 다수의 연구자들은 '인지된 위험'이라는 용어를 사용하였다. 인지된 위험은 일반적으로 소비자이론에서 소비자의 구매행동을 설명하기 위해 사용되어 온 개념이다. 소비자가 브랜드, 구매방식등과 같은 선택 상황에서 주관적으로 지각하는 위험으로서 구매결정에 관한 결과를 예측할 수 없을 때 소비자가 느끼는 불확실성을 의미한다(강선희, 2016). 인지된 위험은 일반적으로 구매활동의 결과로 나타나는 불확실하거나 부정인 결과에 대한 개인의 인지로 간주할 수 있다(이경탁·노미진, 2011).

최근 인지된 위험이란 정보시스템 사용자의 재정적 위험, 시간적 위험, 보안 위험, 심리적 위험, 사회적 위험, 물리적 위험 등 매우 다양하게 사용되고 있다.

본 연구에서 인지된 위험은 사용자가 인터넷전문은행 서비스를 이용하는데 있어, 예측 할 수 없는 결과로 인한 불확실성과 이로 인한 손실에 대해 지각하는 정도를 의미한다.

### 2.3.2 인지된 위험에 대한 선행연구

인터넷전문은행 분야는 개인정보나 시스템적 보안위험 관점에서 보면 다른 어떤 분야보다도 느끼는 위험수준이 크다고 할 수 있다. 최근에도 금융 기업들의 시스템적 보안 관리나 사용자들의 개인정보 보호를 위한 장치가 미비하여 개인정보 유출, 해킹 등으로 다양한 개인정보 침해 사례들이 발생하였다. 이러한 사례들의 언론보도로 인해 사용자들도 인지하지 못했던 개인정보 위험에 대해 점차 중요하게 인식하기 시작하였다(한충근, 2018).

위험(Risk)이라는 개념은 우연히 손실을 입을 수 있는 가능성에 노출 되는 것,

따라서 위험이란 사용자가 선택한 상황에서 주관적으로 인지하는혹은 어떤 가치를 잃을 수 있는 가능성으로 정의되고 있으며, 또한 부정적 결과를 초래할 수 있는 불확실한 가능성으로 정의되기도 한다(이환수 외, 2013). 개념이지 객관적으로 존재하는 것이 아니다(박성민, 2017; 박천웅, 2015).

즉 인지된 위험은 사용자가 얼마만큼 위험을 인지하느냐에 따라 의사결정에 영향을 주게 되므로, 시스템 보안위험도 사용자가 직접적으로 위험을 인지하고 있다는 사실이 가장 중요하다(장성호, 2014).

실제의 위험이 아무리 중요하다 하더라도 사용자가 직접적으로 위험을 느끼지 못하면 그러한 위험은 사용자의 행동에 영향을 미치지 않게 되는 것이다(신문식 외, 2012). 정보기술 환경이 발전하면서 정보 프라이버시 위험(Information privacy risk)은 최근 부각되고 있는 가장 중요한 요소 중의 하나이다. 특히 온라인 환경에서는 사용자와 서비스 기업이 직접 접촉하여 거래가 이루어지는 환경이 아니라 컴퓨터와 네트워크를 통해 간접 거래가 성립되기 때문에 정보 프라이버시 위험이 높게 나타나고 있다(심선희, 2013).

또한 정보기술의 발달로 사용자의 정보를 손쉽게 데이터베이스화 할 수 있게 됨으로써 사용자의 정보 자체가 기업의 마케팅을 위한 자료로 그 가치가 높아지고 있어 온라인상에서 개인정보가 침해될 위험성이 크게 높아진다(장성호, 2014; 김재휘 외, 2010).

시스템 보안위험과 관련된 최근의 선행연구들을 다음의 [표 2-12]와 같이 추가 요약 정리하였다.

[표 2-12] 시스템 보안위험 관련된 선행연구

| 연구자 | 사용변수 | 분석대상 | 연구결과 요약 |
|---|---|---|---|
| 김광회 (2017) | 독립변수<br>Pull Factors(시스템 품질, 서비스 품질), Push Factors(사용자 경험, 정보보안의식), Mooring Factors(전환비용)<br>매개변수<br>인지된 사용용이성, 인지된 유용성<br>종속변수 | 공인인증서 비스 사용경험한 일반인 350명 대상 | ·공인인증서 저장매체의 전환의도에 영향을 미치는 요인의 영향관계 검증<br>·정보보안의식은 인지된 사용용이성에 정의 영향을 미치고, 정보보안의식은 인지된 유용성에 유의한 영향 을 미치지 않음 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | 전환의도 | | |
| 정유진 (2016) | 독립변수<br>지각된 혜택(위치성 확정, 상황기반 제공성, 즉시 연결성, 경제성),<br>지각된 비용(성가심, 체면민감성)<br>매개변수<br>지각된 가치, 신뢰, 보안 위험성<br>종속변수<br>사용의도 | 스마트폰을 사용하고 있는 일반인 227명 대상 | ·O2O 서비스의 사용의도 영향관계 검증<br>·보안 위험성은 신뢰와 사용의도에 부의 영향을 미침 |
| 김용희 (2016) | 독립변수<br>지각된 희생(프라이버시 위험, 혁신저항, 기술적 특성, 지각된 비용),<br>지각된 편익(촉진조건, 유용성, 즐거움)<br>매개변수<br>지각된 가치, 태도<br>종속변수<br>사용의도 조절변수 다양성 추구 | 일반인 269명 대상 | ·IoT 기반 스마트 홈서비스 수용의도 영향관계 검증<br>·고차요인인 지각된 희생은 지각된 가치에 부의 영향을 미침 |
| 박천웅 (2015) | 독립변수<br>개인정보 침해경험,<br>개인정보 통제,<br>개인정보 위험,<br>개인정보 정책<br>매개변수<br>개인정보 염려, 신뢰,<br>개인정보 제공의도<br>종속변수<br>개인정보 제공행동 | 인터넷을 통한 금융거래, 쇼핑, 검색 등 이용경험 일반인 396명 대상 | ·개인정보 염려와 신뢰가 개인정보 제공에 미치는 영향관계 검증<br>·개인정보 침해경험, 개인정보 위험, 개인정보 정책은 개인정보 염려에 정 의 영향을 미침<br>·개인정보 정책, 개인정보 위험, 개인정보 염려가 높을수록 신뢰에 부의 영향을 미침<br>·개인정보 통제 기능이 적을수록 염려에 정의 영향을 미침<br>·개인정보 염려가 높을수록 개인정보 제공의도에 부의 영향을 미침 |
| 배재권 (2014) | 독립변수<br>인지된 즐거움, 인지된 프라이버시, 기대일치<br>매개변수<br>인지된 보안성, 인지된 사용 용이성, 인지된 유용성, 만족 | 모바일 클라우드 서비스를 이용한 경험자 대학생 182명 대상 | ·모바일 클라우드 이용자의 지속사용의도에 미치는 영향관계 검증<br>·인지된 프라이버시는 인지된 보안성에 정의 영향을 미치고, 인지된 보안성은 인지된 유용성에 정의 영향을 미침 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | 종속변수<br>지속사용의도 | | |
| 장성호<br>(2014) | 독립변수<br>프라이버시 위험<br>매개변수<br>프라이버시 염려, 사용자 저항<br>종속변수<br>프라이버시 보호행동 | SNS 사용 경험자 196명 대상 | ·소셜네트워크 서비스 프라이버시 위험이 사용자 저항에 미치는 영향 관계 검증<br>·프라이버시 위험은 프라이버시 염려에 정의 영향을 미치고, 프라이버시 염려는 사용자 저항에 정의 영향을 미침 |

출처 : 한충근(2018)의 논문에서 인용하여 연구자가 재구성

HANSUNG UNIVERSITY

## 2.4 혁신 저항

### 2.4.1 혁신 저항 개념

저항은 변화를 거부하는 소비자 상태, 변화에 의해 느끼는 위협감, 혹은 이로 인해 혁신을 수용하지 않으려는 경향 등의 개념으로 정의된다(Dickson & Simmons,1970). Markus(1983)는 컴퓨터를 처음 접하는 사람은 컴퓨터에 대한 특정한 습관이나 태도, 행동 등을 형성하게 되는데 이 행동이나 태도가 부정적일 경우를 사용자 저항으로 보고 있다.

Sheth et al.(1991)은 사용자 저항을 시스템의 수용을 회피하는 것으로 보고 구체적으로는 출력정보의 가치와 적합성에 대한 불신으로 정의하고 있다.

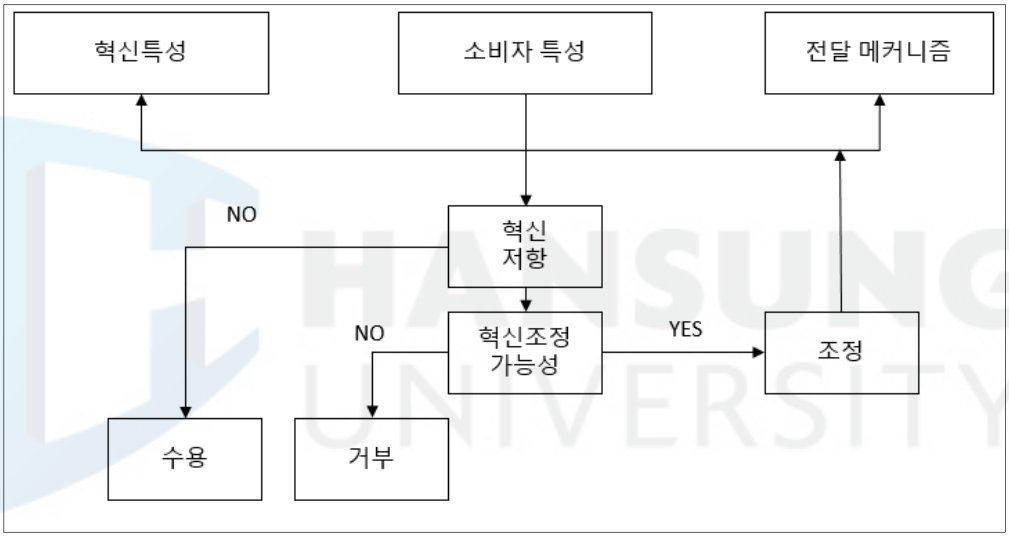
Gilroy & Desai(1981)은 시스템에 대한 사용자의 저항을 거부감(Anxiety)으로 표현되는 소극적인 저항과 저항(Resistance)으로 표현되는 적극적인 저항으로 나누어 정의하고 있다. 혁신이론의 관점에서 혁신 저항은 혁신으로 인한 현상을 바꾸고자하는 압력에 직면하여 현상을 유지하려는 어떤 행위로 정의되며, 개인들이 변화에 대해 개인들이 제공하는 저항으로 보고 있다. 정보기술의 발달로 인터넷을 기반으로 한 전자상거래가 활성화 되면서 소비자들은 오프라인에 비해 충분한 정보파악이 어렵고 판매자와의 대면접촉이 없는 온라인상에서의 거래에 더욱 더 위험성을 지각하게 된다.

### 2.4.2 혁신저항 모형(IRM: Innovation Resistance Model)

혁신저항이란 혁신에 대한 수용과정에서 발생하는 변화에 대한 소비자의 저항(Ram, 1987)이라고 정의 할 수 있으며, 개인의 혁신거부에 대한 심리상태로 표현할 수 있다(박종구, 2012).

Ram(1987)은 혁신저항의 절차를 모형화 하여 이러한 가정 하에서 신제품수용에 대한 저항요인들을 밝혀냈으며, 혁신저항모델을 개발하였다. 혁신 저항 모델에서 핵심변인은 전달메커니즘, 혁신특성, 소비자특성의 세 가지 요인이 있음을 발견하였다. 혁신특성에는 소비자의 종속성에 따라서 인지된 위험, 복잡성, 상대적

이점, 적합성 등의 요인이 있으며, 소비자 독립요인에는 실현 가능성, 의사소통 등이 포함되어 있다고 연구모델을 통하여 제시하였다. 또한 전달 메커니즘에서 정보 제공성, 개인적·비개인적인 통제변인을 제공하였으며, 소비자 특성으로는 신념, 동기 등의 심리적 요인과 인구통계학적인 요소가 있음을 제시하였다. 혁신저항모형에서 저항발생의 프로세스는 혁신의 특성과 전달메커니즘이 소비자특성에 영향을 미치고, 이에 따라 소비자특성이 혁신저항에 영향을 미치는 경로로 구성되어있다. 그리고 저항은 수용과 거부의사에 영향을 미치는 과정으로 모형 [그림 2-10] 이 구성되어있다(Ram, 1987).




출처: Ram(1987) 수정후 인용

[그림 2-10] 혁신저항모델(IRM: Innovation Resistance Model)

### 2.4.3 혁신저항 선행연구

저항을 구성하는 요인들에 대한 연구도 다양하게 이루어져 왔다(Dickson & Simmons, 1970; Sheth et al., 1991). 저항을 일으키는 요소로 위험지각을 핵심 구성요소로 보고 이를 다시 9가지 세부 위험요인들로 구분할 수 있다(Dickson & Simmons, 1970). 조직차원에서 저항에 대한 연구에서는 경영자의 역할, 직무상황, 경영자 욕구 등을 중심으로 정보의 입력과 복잡성 등이 저항의 원인으로 나

타났다(Collons & Moores,1983). 기존 생활에 대한 습관과 위험지각도 저항의 구성 차원이며, 자기이익, 변화에 대한 오해 및 신뢰, 낮은 인내심, 상황에 대한 상이한 인식 등이 저항의 원인으로 밝혀졌다(Sheth et al., 1991)).

이외에도 결국 제품이 가지고 있는 다양한 특성들이 저항의 선행변수로서의 역할을 하게 된다는 차원에서 많은 연구가 이루어졌지만 이들 중에서 유용성만이 수용에 대한 의미 있는 변수이며 사용편의성의 영향은 무의미하다는 주장도 있다(조성도·고준, 2008).

그러나 이 연구에서는 사용 편의성이 유용성에 유의한 영향을 미침으로써 저항에 간접적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 최고경영자의 지원, 지각된 유용성, 서비스의 질, 그리고 사용자의 사용 능력이 사용자 저항이라는 매개변수를 통해 정보기술 사용의도에 영향을 미치며, 사용자의 태도는 통제변수의 역할을 한다는 것이다(김정열·김인호, 2006).

결국 사용자 혹은 소비자들의 편리함을 위해 새로운 혁신제품이 개발되지만 제품의 다양한 속성들 중에서 특정 요소들은 소비자들의 저항심을 유발하고 이로 인해 오히려 수용을 연기하거나 포기하게 할 수 있음을 알 수 있다. 특히 정보기술과 관련해서는 정보기술의 사용 및 실행에 대한 연구들을 통해 수용하고자 하는 태도와 저항과의 관계가 연구되기도 하였으며(Markus, 1983), 정보기술이 잘못 사용되는 것에 대한 저항을 다룬 연구도 이루어지고 있다(Marakas & Hornik, 1996).

혁신저항과 관련된 연구는 국내에서 지속적으로 이루어지고 있으며, 특히 혁신제품의 출시가 빈번하게 발생하는 정보기술 분야에서 혁신저항모델의 실증 연구가 이루어지고 있다(Lapointe & Rivard, 2005; 송희석·김경철, 2006; 오창동·윤대균·장병주, 2010; 장용호·박종구, 2011).

또한 마케팅 분야에서의 심리적 저항요인 발견을 위한연구(유필화·이승희, 1994; 조성도·고준, 2008; 김윤환·이재은, 2010; 전홍식·부이응옥증, 2011)도 지속되고 있다.

하지만 대부분의 저항과 관련된 연구에서는 Ram(1987)의 기본모형을 사용함에도 불구하고 전달메커니즘, 혁신특성이 저항에 직접적인영향을 미치는 관계에 집중하여 연구가 이루어지고 있는 한계점이 있다고 할 수 있다.

## 2.5 조절초점

### 2.5.1 조절초점 이론의 개념과 특징

인간은 쾌락을 추구하고 고통을 회피한다는 기반에 근거하여 조절초점 이론(regulatory focus theory)을 사람들이 이루고 싶은 목표의 유형과 그 목표를 이루기 위해 어떤 전략과 방법을 선택하고 목표 달성 유무에 따라 어떤 감정을 느끼는지를 설명할 수 있는 개념이라고 하였다(Higgins,1997, 1998).

조절초점 이론은 목표달성 과정에 영향을 미치는 인간의 동기기제로 향상초점(promotion focus)과 예방초점(prevention focus)이 있다. 향상초점과 예방초점은 리더십이 타인에게 영향력을 미치는 것을 설명할 수 있는 잠재적 심리메커니즘으로 개인의 동기부여 성향을 반영하고 행동에 영향을 미치는 사고방식이다(Higgins,1997, 1998).

이상적인 것과 획득을 최대화하여 원하는 최종상태로 접근(approaching)하려는 목표를 가지고 있는 동기부여 성향을 향상초점이라고 한다. 반면 위험과 손실을 최소화하여 원하지 않는 최종상태를 회피(avoiding)하려는 목표를 가지고 있는 동기부여 성향을 예방초점이라고 한다(Higgins, 1997, 1998). 향상초점 사고방식의 개인들은 그들의 행동에 모험적인 경향이 있고 성취(achievement)에 의해 동기부여 된다. 반면 예방초점 사고방식의 개인들은 그들의 행동에 보다 주의하는 경향이 있고 의무감(ought)에 의해 동기부여 된다(Kark & VanDijk, 2007; Neubert, Kacmar, Carlson, Chonko & Roberts, 2008; Wu, McMullen, Neubert & Yi, 2008).

또한 예방초점의 개인은 안전을 중요하게 생각하고 충분히 생각하는 것을 지향하기 때문에 세밀한 부분까지 고려할 가능성이 매우 높다. 반면 향상초점의 개인은 잠재적인 이익에 민감하므로 큰 그림을 생각할 가능성이 더 높다. 이들은 어떤 제품이나 행동이 왜 바람직한지를 알고 싶어 한다. 반면  이러한 이유로 어떤 서비스와 제품을 사용하거나 행동을 취하는 데 타당성을 확인하는 것을 선호한다. 즉, 예방초점의 개인은 하나의 기준으로 모든 제품을 비교한 후 다음 기준으로 넘어가는 방식인 속성처리 방식(attribute processing)을 선호하고, 향상초점의

개인은 모든 정보를 살펴봄으로써 전반적인 감을 얻고 나서 다음 대상으로 넘어가는 방식을 사용하는 통합 처리 방식(holistic processing)을 선호한다.

자기조절(self-regulation)은 목적 있는 행동과 의사결정을 이해하고, 대부분의 외부 영향력의 효과를 매개하는 데 중요한 역할을 한다(Bandura, 1991). 자기조절은 의사결정과 행동의 방향을 결정짓는 자아지침(self-guide)인 세 가지 자아개념에 의해 영향을 받는다. 실제로 인간의 자아 개념은 하나가 아니라 셋으로 이 세 가지 자아가 인간의 의사결정과 행동의 방향을 결정한다.

첫 번째는 실제 자아(actual self-guide)이다. 자신을 스스로 어떻게 생각하고 있는지와 관련된 자아이다. 예를 들어 스스로를 운동실력은 평균 수준, 요리 실력은 평균 이하, 친구로서 평균 이상이라고 여기고 해당 정보들이 저장되어 실제 자아를 형성한다.

두 번째는 이상적 자아(ideal self-guide)이다. 자신에 대해 바라는 이상적인 모습으로 자신에 대한 희망, 바람, 열망이라고 할 수 있다. 금메달을 획득한 운동선수, 최고의 요리 달인, 단짝 친구 등은 이상적 자아이다.

마지막 세 번째는 당위적 자아(ought self-guide)이다. 자신이 반드시 되어야 한다고 생각하는 사람의 역할 모델, 당연히 갖춰야 할 의무와 책임이 있다고 느끼는 자질이나 능력을 말한다. 금메달을 획득한 운동선수나 최고의 요리 달인, 단짝 친구가 되어야 한다고 생각하고 만약 그것이 달성되지 못했을 때 의무나 책임을 다하지 못했다고 여긴다면 당위적 자아라고 할 수 있다.

이렇듯 세 가지 자아개념에 의해 의사결정과 행동의 영향을 받는 조절초점은 간단한 기본 쾌락주의 충동 이상을 넘어 요구사항, 목표 그리고 성과의 전략적 고려사항을 포함한 확장된 동기부여의 특정 사회인지에 대한 설명이다(Higgins, 1997,1998).

안전(security)에 대한 요구, 당위성(obligation), 손실(loss) 회피를 향한 방향을 추구하려는 성향은 예방초점이며 반면 성취(achievement), 이상(ideal), 이익(gain)을 향한 방향을 추구하려는 성향은 향상초점이다(Higgins, 1997, 1998). 조절초점은 서로 다른 요구사항과 목적 추구 또는 두드러진 성과에 대한 반응에 따라 동시에 존재하고 작동된다(Scholer & Higgins, 2010). 예방초점 및 향상초점은 상호배타적이지 않기 때문에 인간은 어느 정도 두 초점을 활성화시킬 수 있다

(Higgins, 1997).

메타분석 연구에서 대부분의 선행 영향력이 특정 초점과 연관되어 있음을 지지하지만 양심(consciousness)은 향상초점 및 예방초점 모두와 이러한 관련된 선행 영향의 예이다(Lanaj, Chang & Johnson, 2012)라는 흥미 있는 결과가 있다. 특히 양심은 작업 결과에 강력한 영향이 있다. 왜냐하면 양심의 영향력이 목표달성을 위한 협력관계로 작동되는 두 초점에 의해 매개되기 때문이다(Lanaj et al.,2012). 인간은 성격(personality)과 유년기의 사회화(socialization)에 영향을 받아 지속적이고 만성적인 조절초점을 가질 수 있지만 상황적인 단서(situational cue)에 의해 유발될 수 있는 전성심리상태일 수 있다(Liberman, Idson, Camacho & Higgins,1999; Friedman & Förster, 2001; Wallace & Chen, 2006). 즉, 인간은 임의의 주어진 시점에서 지배적 조절 초점을 가질 수 있지만 조절초점은 주어진 상황 단서 반응에 따라 변할 수 있다.

Higgins(1997, 1998)는 안전에 대한 요구, 의무, 책임 그리고 손실 회피를 강조하는 것은 예방초점의 사고방식을 유도하는 경향이 있다는 단서이고 반면 성장의 요구, 열망, 이상 그리고 이익 달성을 강조하는 것은 향상초점의 사고방식을 유도하는 경향이 있다는 단서라고 주장하였다. 상황에 의해 활성화된 조절초점의 사고방식은 태도와 행동의 중요한 예측치(Brockner & Higgins, 2001; Friedman & Forster, 2001; Neubert et al., 2008; Wallace & Chen, 2006)이며 그들의 행동 단서 그리고 강화, 역할 모델, 보호자를 통해 아이들의 조절초점에 영향을 미치는 것으로 보인다(Higgins & Silberman,1998). 유사하게도 조직의 리더는 직원들의 조절초점을 형성할 수 있는 가능성을 가지고 있다(Brockner & Higgins, 2001). 자기조절을 통해 개인들은 리더의 모범적인 행동 또는 기대에 그들의 사고방식과 행동을 적응하고 정렬한다(Brockner & Higgins, 2001; Bandura, 1991).

리더는 그들의 말과 모범적인 행동을 통해 이상적인 자아의 희망, 열망, 그리고 획득의 중요성을 반영하거나 호소할 때 향상초점이 직원들에게서 활성화될 수 있고 리더가 당위적인 자아의 의무감, 책임감, 손실의 회피를 강조할 때 직원들에게서 예방초점이 활성화 될 가능성이 있다(Kark & Van Dijk, 2007). 개인의 조절사고는 행동의 선택과 몰입이 특정 인지 초점과 정렬되도록 의도, 목적, 판단 방향을 제공한다(Meyer, Becker & Vandeberghe, 2004).

2.5.2 조절초점의 특성

조절초점은 어린 시절 유년기의 부모의 양육방법이나 중요하거나 닮고 싶은 인물의 영향을 받아 오랜 기간 동안 사회화 과정을 통해 형성된 성격이나 성향처럼 정형화되기도 하지만 특정한 상황에 의해 서로 다른 형태의 조절초점이 일시적으로 나타나기도 한다(2004; Liberman & Higgins, 2005; Leone at al.,2005).

조절초점은 만성적이고 지속적인 개인차 변수이자 상황인 변수로 볼 수 있다. 이득과 무 이득 상황에 민감하게 반응하며 긍정적인 결과를 얻으려고 접근하는 향상초점은 손실과 무손실의 자극이 주어질 경우 일시적으로 부정적 결과를 회피하려는 예방초점이 발견되기도 한다(유기동, 2017).

예를 들어 개인 성격 및 성향이 향상초점인 사람이라도 아이를 키우고 있는 부모입장이라면 아이의 안전을 위협하는 상황이 발생된다면 예방지향적인 생각과 행동을 할 것이다. 반대로 예방지향적인 사람은 손실과 무손실 상황에 보다 민감하게 반응하며 부정적 결과를 회피하려는 동기기제가 강하게 작동되지만 이득과 무 이득 상황에 직면할 경우 일시적으로 긍정적 결과를 얻기 위한 향상초점이 나타나기도 한다. 이렇듯 사회화과정 속에서 향상초점과 예방초점 두 유형의 조절초점을 모두 형성할 수 있고 상황에 따라 서로 다른 유형의 조절초점을 가질 수도 있다(유기동, 2017).

Koehler & Poon(2006)은 향상초점이든 예방초점이든 특정 조절초점을 강하게 자극하면 반대편의 조절초점을 갖고 있는 사람들도 변화될 가능성이 있다고 설명하였다. 또한 리더의 태도와 행동이 직원들의 조절초점과 행동에 상황적인 영향력을 미친다(Wu, McMullen, Neubert & Yi,2008).

조절초점이론은 목표설정이론, 기대이론 및 인지부조화이론 등의 기존 동기부여이론에 비해 인간의 태도와 행동 이유에 대한 동기기제를 역동적이고 구체적으로 설명할 수 있는 광범위한 개념을 포함하고 있다. 또한 조절초점 이론은 인간이 추가하는 목표 상태를 달성하는 데 향상초점과 예방초점의 각기 다른 경로가 있음(Higgins 1997)을 설명하고 있는 최근 가장 활발히 논의되고 있는 개념이다.

성장욕구, 이상실현, 잠재적 이익 등을 강조하는 상황적 요인은 향상초점을 유도할 가능성이 높고 안전욕구, 의무이행, 잠재적 손실회피를 강조하는 상황에서는

예방초점이 유도될 가능성이 높다(Higigins, 1997, 1998).

Wallace & Chen(2006)은 안전을 중시하는 조직 풍토가 가지고 있는 조직문화는 구성원들이 예방초점 형성과 긍정적인 관련성이 있다고 주장하였다. 또한 Kark & Van Dijk(2007)은 구성원들에게 향상초점을 불러일으킬 가능성이 높은 리더는 변혁적 리더 이며 반면 거래적 리더는 구성원들에게 예방초점을 유도할 가능성이 높다고 주장하였다.

조절초점 이론은 조직이 지속적인 성장과 발전을 위해 향상초점과 예방초점의 두 가지 유형의 구성원들을 어떻게 동기부여 시키고 관리할 것인지에 대한 함의를 제공해주고 있다.

HANSUNG UNIVERSITY

[표 2-13] 조절초점 이론

| 구분 | 향상초점(promotion focus) | 예방초점(prevention focus) |
|---|---|---|
| 목표 | 성취 및 성장<br>· 이상, 희망, 영감, 성장, 증진, 열망 | 안전 및 예방<br>· 당위, 의무, 책임, 안전, 보호, 방어 |
| 행동전략 | · 긍정적 결과 추구(많은 것을 얻으려 함)<br>· 도전추구 성향<br>· 열망을 채우고 칭찬 받고자 함<br>· 변화에 보다 개방적<br>· 접근전략으로 목표 달성 | · 부정적 결과예방(가진 것을 지키려함)<br>· 예방추구 성향<br>· 신뢰할만한 사람으로 비치고자 함<br>· 변화에 덜 개방적<br>· 회피전략으로 목표 달성 |
| 감성적 경험 | · 긍정적 결과 획득시 즐거움, 만족, 활기<br>· 긍정적 결과 미획득시 불쾌, 실망 | · 부정적 결과 회피시 평온, 안도<br>· 부정적 결과를 미회피시 동요, 초조 |
| 결과에 대한 민감도 | · 긍정적 결과(gain, non gain)에 민감 | · 부정적 결과(loss, non loss)에 민감 |
| 선호 상황 | · 과업 전환 선호 | · 과업 유지 선호 |
| 업무에서 강점 | · 창의성, 혁신<br>· 기회포착<br>· 신속한 일처리<br>· 브레인스토밍 | · 정확성<br>· 안정성<br>· 일이 매끄럽게 진행되도록 하는데 능함<br>· 분석적사고 |
| 업무에서 약점 | · 지나친 낙관주의<br>· 꼼꼼하지 않고 성급한 일처리<br>· 한 번에 너무 많은 일을 감당하려 함<br>· 계획성이 부족 | · 도전적이지 못함<br>· 실수하지 않기 위해 일처리가 느림<br>· 마감시간으로 인한 스트레스<br>· 현재 상태에서 안주하는 경향 |
| 문화적 접근 | · 미국의 문화는 독립심을 높이 평가하고 성취지향적인 성향이 강함 | · 동아시아 문화는 집단에 대한 의무와 책임을 중요시하는 예방지향적인 성향이 강함 |

출처 : Higgins(1997, 1998), 유기동(2017)의 논문에서 인용하여 연구자가 재구성

## 2.6 연구의 차별성

선행연구들과 비교하여 본 연구는 다음과 같은 차별성과 연구의 당위성을 가지고 있다.

첫째, 우리나라 인터넷전문은행은 단기간 내에 다수의 고객을 확보 했으나, 고객 유지를 통한 수익 창출 전략의 부재로 2017년 당기 순이익이 적자를 실현하

였다. 지금까지의 선행연구들이 인터넷전문은행의 법제도 고찰 위주로 특히 은산분리 완화 중심의 연구가 진행된바 사용자 중심의 통합기술수용 요인을 중심으로 한 연구가 미비하였고 2018년도부터 일부 연구가 진행되고 있는 현실에서 현재 이용고객과 향후 잠재적 이용고객에 대한 실증연구를 진행 할 가치가 충분하다고 할 수 있다.

둘째, 정보기술의 발달로 디지털화된 데이터와 네트워크만 있다면, 금융의 지급결제를 포함한 모든 금융거래가 가능하게 되고, 현금이 필요 없는 사회가 시작되었다. 그러나 인터넷전문은행 분야는 프라이버시나 시스템적 보안위험 관점에서 보면 다른 어떤 분야보다도 느끼는 위험수준이 크다고 할 수 있다. 최근에도 금융 기업들의 시스템적 보안 관리나 사용자들의 프라이버시 보호를 위한 장치가 미비하여 개인정보 유출, 해킹 등으로 다양한 프라이버시 침해 사례들이 발생하였다. 또한 보안, 프라이버시, 신뢰와 같은 무형의 사실들은 인터넷전문은행 브랜드에 가장 영향을 미치기 쉬운 것들이기 때문에 금번 연구에서 위험요인이 어떠한 역할을 하는지를 제시하고자 하는 부분은 기존 선행연구와 분명 차별성이 크다고 할 수 있을 것이다.

셋째, 불특정 다수의 고객 거래환경에서 인터넷전문은행 서비스의 제공 고객군에 대한 논의는 특히 찾아볼 수 없었다. 금번 연구에서 향상초점 집단 간, 예방초점 집단 간 유의적 차이를 연구하여 마케팅 효과성을 높이기 위한 비대면 채널에 대한 보완의 노력이라는 부분에서 본 연구의 당위성은 충분하다고 볼 수 있다.

넷째, 앞에서 살펴본 대부분의 선행연구들은 인터넷전문은행의 금융소비자들의 서비스 수용의도의 타당성과 신뢰성을 검증한 이후에 단일 차원화하여 연구분석을 시도하였다. 이러한 경우 학문적 시사점은 있으나, 인터넷전문은행, 금융소비자, 금융정책당국의 입장에서의 실무적인 시사점은 부족하다는 점에서 본 연구에서 변수의 채택이 갖는 연구의 당위성을 제시하였다고 하겠다.

# Ⅲ. 연구모형 및 가설 설정

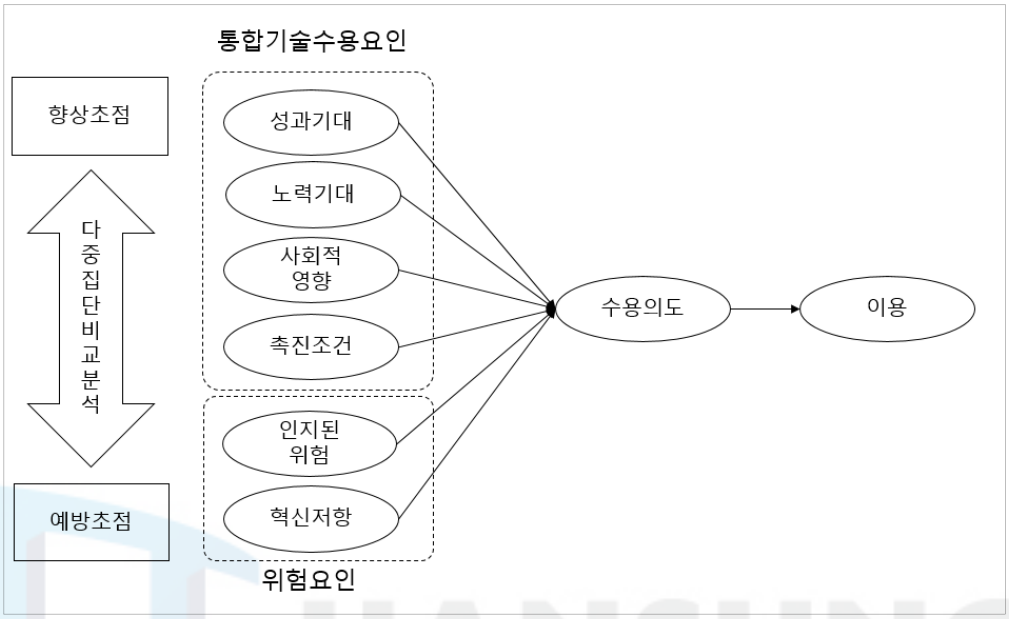
## 3.1 연구모형

본 연구에서는 인터넷전문은행의 잠재적 금융소비자들을 대상으로 인터넷전문은행 서비스에 대한 최근 핀테크 관련 분야에 많이 활용되고 있는 통합기술수용이론을 바탕으로 위험요인인 인지된 위험과 혁신저항을 추가하여 수정된 모형을 개발하고, 이에 대한 수용의도와 이용에 영향을 미치는 요인들을 분석하였다.

선행연구에서 Higgins et al.(2010)은 개인들이 자신의 조절초점과 일치하는 정보 및 조건이 주어지는 조절일치의 상황에서 자신들의 결정과 행위에 더 많은 관심을 가지게 된다고 하였으며, Lee, Park and Han(2011)은 조절일치의 상황에서 개인들이 자신의 결정과 행위에 보다 몰입하게 된다고 하였다. 정재권·박도형(2013)은 조절초점이 온라인 제품리뷰와 구매의사결정에 영향을 미친다는 가설을 수립하고 이를 실증하였다. 이상의 연구결과를 토대로 조절초점이 독립변수로써 수용의도와 이용에도 직접적인 영향을 미치고 있음을 추론하였다.

한편, 조절초점의 조절변수 역할과 관련하여서는 선행연구에서 박성휘(2011)는 조절초점이 온라인 구전정보와 구매의도간의 관계에 대해 조절역할을 한다고 입증한 바 있다. 이에 따라 조절초점이 통합기술수용요인 및 위험요인과 수용의도간에도 조절변수의 역할을 한다고 추론하였다.

본 연구에서는 독립변수로 통합기술수용요인의 4가지 변수인 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건을 설정하였고 위험요인의 2가지 변수 인지된 위험, 혁신저항을 설정하였다. 매개변수로 수용의도를 종속변수로 이용을 설정하였다. 또한, 조절초점의 2가지 변수인 향상초점과 예방초점을 독립변수와 조절변수 로서의 역할을 분석하고자 설정하였다. 이러한 연구 배경을 바탕으로 [그림 3-1]과 같이 연구모형을 도출하였다.




[그림 3-1] 연구모형

## 3.2 연구가설 설정

### 3.2.1. 통합기술수용요인과 인터넷전문은행 수용의도와의 관계

성과기대는 UTAUT 모형을 이용한 많은 연구에서 기술 수용에 영향을 미치는 중요한 요인으로 높은 설명력을 나타내고 있다. 권오준(2010)은 UTAUT를 응용하여 스마트폰을 수용하는데 있어 행위의도에 영향을 미치는 요인 분석에서 성과기대가 행위의도에 중요한 영향을 미치는 것을 검증하였고, 김정석(2016)은 블록체인 기술 수용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구에서 성과기대가 수용의도에 영향을 미친다는 것을 검증하였다.

변현 외(2017)는 UTAUT2 모형을 적용한 대학생들의 온라인 스포츠 미디어 사용행동 분석 연구에서 성과기대는 온라인 스포츠 미디어 제공업체들이 스포츠 미디어 콘텐츠를 활용하여 이용자들로부터 긍정적인 태도를 이끌어내고 지속적

사용의도에 긍정적인 영향을 주는 것을 확인하였다.

Baptista et al.(2015)은 모바일 뱅킹 연구에서 성과기대와 사용의도와의 관계를 검증하였고, Venkatesh(2003:2012)의 연구에서 성과기대가 행위의도에 영향을 미치는 것을 확인하였다. Yu(2012)는 UTAUT 모형을 응용하여 개인의 모바일 뱅킹 수용의도에 영향을 미치는 요인에 대한 실증분석에서 성과기대가 수용의도에 영향을 미치는 것을 검증하였다.

이와 같은 선행 연구들을 바탕으로 금융소비자들이 인터넷전문은행을 이용함으로써 기존 은행들 보다 더 나은 금융서비스를 경험하는 기대를 가지게 되며 이는 수용의도에 긍정적인 영향이 미치는 것으로 보고 가설을 설정하였다. 정보기술 수용과 관련한 많은 선행 연구에서 정보기술 수용의도에 사용용이성이 영향을 미치는 것으로 나타났고, 특히 노력기대는 정보기술 초기 사용자들에게 새로운 기능과 절차에 익숙해질 때 가지는 새로운 기술이 명백하게 부담으로 작용하여 기술수용 초기 단계에서 더욱 유의적인 영향을 미친다는 것이다(Davis et al,, 1989; Venkatesh, 1999).

정보기술을 사용함에 있어서 좋은 성과를 기대할 수 있는 유용한 기술이라 할지라도 사용이 불편하거나 적용이 어렵다면 사용자는 수용에 주저하게 되고, 같은 조건의 기술이라면 보다 사용함이 용이한 기술을 선택할 가능성이 높다.

인터넷전문은행에 미치는 영향을 살펴보면 카카오뱅크의 경우 약 4천만 명의 가입자를 가진 카카오톡 플랫폼을 확보하고 있어 스마트폰으로 계좌 개설부터 대출, 송금 등 다양한 금융거래가 가능하다. 따라서 이용의 용이성과 신속성을 의미하는 노력기대 변수는 카카오톡 사용이 친밀하고 능숙한 고객들 입장에서는 수용의도에서 결정적으로 중요한 요인으로 작용할 것이고, 케이뱅크와의 고객 확보 경쟁에서 향후 상당히 결정적 요인으로 작용할 것으로 예상된다.

오종철(2010)은 UTAUT 모형을 재평가하여 인터넷 서비스 수용의 영향요인 분석에서 성과기대가 행위의도에 영향을 미치는 것을 확인하였고, 이민화(2013)는 UTAUT 모형을 응용하여 자동차 보험 거래에 있어서 전자적 채널 이용 의도의 영향 요인을 분석하고 전자적 채널에 대한 성과기대는 자동차 보험의 전자적 채널 이용 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다.

김석환 외(2017)는 인터넷전문은행에 대한 금융소비자의 수용요인에 관한 연구

에서 노력기대가 수용의도에 영향을 미친다는 것을 검증하였다. Wang et al.(2005)는 UTAUT 모델에서 개인적 속성(personalitytraits)이 온라인 주식거래의 수용의도에 미치는 영향 연구에서 노력기대가 수용의도에 영향을 미치는 것을 확인하였고, Venkatesh(2003; 2012)의 연구에서 노력기대가 행위의도에 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

Yu(2012)는 UTAUT 모형을 응용하여 개인의 모바일 뱅킹 수용의도에 영향을 미치는 요인에 대한 실증분석에서 노력기대가 수용의도에 영향을 미치는 것을 검증하였다. 기존 연구에서 사용의 용이성은 수용의도에 긍정적인 영향을 주는 것으로 보고, 인터넷전문은행 역시 이용 용이하고 쉽게 배우고 적응이 쉽다면 수용의도에 긍정적인 영향을 줄 것으로 예상하여 가설을 설정하였다. 사회적 동물인 인간은 자신의 행동이 타인, 즉 나의 행동에 보상이나 처벌을 할 수 있는 영향력을 지닌 타인들에 의해 영향을 받을 수밖에 없다(박일순, 2012). 특히, 인터넷 및 모바일 환경에 익숙하고 전자상거래 등을 통하여 다양한 거래를 진행하고 있는 40대 이하의 젊은 연령대들은 SNS 등을 이용하여 자신의 의사를 표현하는 경우가 많아서 주변 사람들이 혁신기술을 사용하거나 받아들이는 경우 영향을 받게 되어 인터넷전문은행의 경우에도 사회적 영향이 수용의도에 영향을 줄 것이라 가정해 볼 수 있다.

김용문(2013)은 국내 스마트폰 사용자들의 App-Book 구매행위에 미치는 영향요인 연구에서 사회적 영향이 구매의도에 영향력을 미치는 것을 확인하였고, 최수정(2016)은 UTAUT 모형을 이용한 모바일 간편 결제에 대한 지속사용의도 연구에서 사회적 영향이 사용자의 지속사용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다.

정순규(2017)는 UTAUT 모형을 이용하여 가상현실 융합산업 생태계 분석을 통한 뮤지컬 시장의 활성화 전략 연구에서 관객유형에 따라 기술수용의도에 미치는 영향 요인의 차이 검증을 통한 시장 활성화 방안 연구에서 사회적 영향은 사용의도에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다.

Chang et al.(2008)은 ERP 시스템 도입의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구에서 사회적 영향이 도입의도에 영향을 준다고 하였고, Tai et al.(2013)은 모바일 주식 거래 사용의도에 관한 연구에서 사회적 영향이 사용의도에 영향을 미

치는 것을 실증적으로 검증하였다.

인터넷전문은행의 인기가 높아져서 주변 사람들이 많이 이용하게 되고 그들이 내가 인터넷전문은행을 이용해야 한다고 생각한다고 인지하면 수용 의도는 높아질 것이다. 따라서 새로운 기술수용에서 사회적 영향은 수용의도에 긍정적인 영향을 미친다는 선행연구를 기반으로 가설을 설정하였다. 새로운 기술을 수용하고 사용하는 것은 기술을 사용하는데 불편함이 없도록 조직적 지원이 필요하고, 기술적 인프라나 환경이 좋다고 믿을수록 기술에 대한 수용의도는 높아질 것이다. 이러한 촉진조건은 일반적으로 도입 초기에 새로운 기술이 사용자의 사용행위 의도에 크게 영향을 미칠 수 있다(박일순, 2012).

일반적으로 어떤 개인이 본인이 감당할 수 없는 컨트롤(control) 밖의 상황에 처해 있을 때 다른 사람의 의견을 듣고 따르기 때문에 인간의 행동(human behavior)은 혼자만의 단독 생각 및 의도에서 비롯된다고 볼 수 없다고 하였다(Ajzen, 2002). 이는 정보기술 수용에 필요한 조직적 서비스와 기술적 인프라는 시스템이용에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 의미한다.

박일순(2012)은 모바일 신용카드 서비스의 사용자 수용모형에 관한 연구에서 촉진조건이 사용의도에 유의한 수준에서 영향을 미치는 것을 확인하였고, 손현정 외(2014)는 UTAUT2 모형을 응용하여 대학생의 웨어러블 디바이스 사용의도에 영향을 미치는 요인 연구에서 촉진조건이 사용의도를 유의미하게 설명하는 분석 결과를 제공하였다.

고운혁(2015)은 전자조달 서비스의 사용자 이용의도에 대한 연구에서 촉진조건이 발주기관 e-발주시스템 사용의도에 영향을 미치는 결과를 확인하였다. Venkatesh et al.(2003)의 UTAUT 모형에서는 조직적 맥락에서 촉진조건이 실제적 행위 통제(actual behavioral control)를 대리한다는 의미에서 사용의도 보다 실제 사용에 직접 영향을 미치는 요인으로 가설이 설정되었다. 이후 소비자맥락에서 정보기술수용을 연구한 Venkateshetal.(2012)의 확장된 통합기술수용이론(UTAUT2)에서는 인지된 행동 통제(perceived behavioral control)가 행위의도와 이용행동에 동시에 영향을 미친다는 Ajzen(1991)의 계획행동이론(TPB: Theory of Planned Behavior)을 활용하여 유리한 촉진조건을 가진 소비자가 높은 수용의도를 가질 것이라고 판단하여 촉진조건이 실제 사용에 직접 영향을 미칠 뿐만 아

니라 수용의도에도 영향을 미치는 요인으로 추가하였다. Yu(2012)는 UTAUT 모형을 응용하여 개인의 모바일 뱅킹 수용의도에 영향을 미치는 요인에 대한 실증분석에서 촉진조건이 실제 이용행위에 영향을 미치는 연구 결과를 제시하였다.

인터넷전문은행이 성공하기 위해서는 기술적으로 인터넷과 모바일 환경의 발달 및 최고 수준의 정보통신망이 필요하다. 특히 인터넷전문은행이 기존 은행들과의 경쟁에서 생존하기 위해서는 더 앞선 기술적 지원과 환경적 기반은 매우 필요하다. 따라서 촉진조건 역시 인터넷전문은행 수용의도와 이용행위에 영향을 미치는 주요한 요인 중 하나로 고려되어 본 연구는 가설을 설정하였다.

| H1. 통합기술수용요인은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다. |
|---|

H1-1. 성과기대는 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2. 노력기대는 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3. 사회적 영향은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-4. 촉진조건은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.2. 위험요인과 인터넷전문은행 수용의도와의 관계

인터넷전문은행 분야는 프라이버시나 시스템적 보안위험 관점에서 보면 다른 어떤 분야보다도 느끼는 위험수준이 크다고 할 수 있다.

최근에도 금융 기업들의 시스템적 보안 관리나 사용자들의 프라이버시 보호를 위한 장치가 미비하여 개인정보 유출, 해킹 등으로 다양한 프라이버시 침해 사례들이 발생하였다. 이러한 사례들의 언론보도로 인해 사용자들도 인지하지 못했던 프라이버시 위험에 대해 점차 중요하게 인식하기 시작하였다(한충근, 2018).

정보기술 환경이 발전하면서 정보 프라이버시 위험(Information privacy risk)

은 최근 부각되고 있는 가장 중요한 요소 중의 하나이다. 특히 온라인 환경에서는 사용자와 서비스 기업이 직접 접촉하여 거래가 이루어지는 환경이 아니라 컴퓨터와 네트워크를 통해 간접 거래가 성립되기 때문에 정보 프라이버시 위험이 높게 나타나고 있다(심선희, 2013).

또한 정보기술의 발달로 사용자의 정보를 손쉽게 데이터베이스화 할 수 있게 됨으로써 사용자의 정보 자체가 기업의 마케팅을 위한 자료로 그 가치가 높아지고 있어 온라인상에서 프라이버시가 침해될 위험성이 크게 높아진다(장성호, 2014; 김재휘 외, 2010). 시스템 보안위험과 관련된 최근의 선행연구들을 고려하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

정보기술과 관련해서는 정보기술의 사용 및 실행에 대한 연구들을 통해 수용하고자 하는 태도와 저항과의 관계가 연구되기도 하였으며(Markus, 1983), 정보기술이 잘못 사용되는 것에 대한 저항을 다룬 연구도 이루어지고 있다(Marakas & Hornik, 1996). 혁신저항과 관련된 연구는 국내에서 지속적으로 이루어지고 있으며, 특히 혁신제품의 출시가 빈번하게 발생하는 정보기술 분야에서 혁신저항모델의 실증 연구가 이루어지고 있다(Lapointe & Rivard, 2005; 송희석·김경철, 2006; 오창동·윤대균·장병주, 2010; 장용호·박종구, 2011).

또한 마케팅 분야에서의 심리적 저항요인 발견을 위한연구(유필화·이승희, 1994; 조성도·고준, 2008; 김윤환·이재은, 2010; 전홍식·부이응옥증, 2011)도 지속되고 있어서 다음과 같이 가설을 설정하였다.

| H2. 위험요인은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 부(−)의 영향을 미칠 것이다. |
|---|

H2−1. 인지된 위험은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 대한 수용의도에 부(−)의 영향을 미칠 것이다.

H2−2. 혁신저항은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 부(−)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.2.3. 인터넷전문은행 수용의도와 이용과의 관계

Davis et al.(1989)는 수용의도를 '특정한 행위를 수행하려는 의도의 정도'로 정의하였다. 수용의도는 실제 행동에 영향을 미치는 주요한 요인이며, 수용의도로부터 실제 행동이 예측가능하다고 하였다(강선희, 2016). 수용의도는 개인이 새로운 기술혁신을 수용하기 바로 이전에 발생하는 사용자의 심리상태로서 수용에 많은 영향을 미친다(Davis et al.,1989).

기존의 기술 수용 관련 이론들에서 수용의도와 실제 수용 간의 관계를 이론적 모형 안에서 제시하였는데, Ajzen & Fishbein(1980)의 합리적 행동 이론(TRA), Ajzen(1991)의 계획된 행동이론(TPB) 그리고 Davis et al.(1989)의 기술수용모델(TAM)의 연구에서 수용의도가 실제수용을 예측한다고 주장하였다(허호원, 2014).

수용의도와 실제 이용 간의 국내 선행연구를 살펴보면, 국내 스마트폰 사용자들의 앱북(App-Book) 구매행위에 미치는 영향 요인을 분석한 김용문(2013)의 연구에서 구매의도가 구매행동에 중요한 영향을 미치는 것을 확인하였다.

허호원(2014)은 340명을 대상으로 모바일학습의 이용행동에 영향을 미치는 주요한 요인에 관한 연구에서 모바일 학습의 이용의도와 이용행동 간의 영향관계를 분석한 결과, 이용의도와 이용행동 간에는 유의한 영향 관계가 있는 것을 확인하였다.

강선희(2016)는 간편 결제서비스 수용의도와 이용에 관한 연구에서 수용의도가 실제 이용에 영향을 미치는지 알아본 결과, 간편 결제서비스의 수용의도와 이용행위 간에는 유의한 관계가 있는 것으로 나타났으며 선행연구 결과와 같이 수용의도가 실제 이용 관계에 중요한 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

Moran et al.(2010)은 미국 대학생을 대상으로 진행한 태블릿 PC 수용관련 연구에서 수용의도는 촉진조건과 함께 이용행위에 직접적으로 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다.

Jorge Arenas-Gaitán(2015)은 스페인의 55세 이상 장년층 415명을 대상을 인터넷뱅킹 수용의도를 연구한 결과 수용의도는 실제 이용에 46.5% 수준의 중요한 영향을 미치는 것을 확인 하였다.

이와 같이 혁신적 정보기술 및 서비스의 수용과 관련하여 수용의도와 실제 이용 간의 관계를 분석하는 연구들이 지속적으로 이루어지고 있으며 대부분의 선행연구에서 수용의도가 이용행위를 예측하거나 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 다음과 같이 가설을 설정하였다.

| H3. 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도는 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 이용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다. |
|---|

3.2.4 수용의도의 매개효과

배병렬(2014)은 매개효과(mediating effect)란 독립변수와 종속변수 간의 관계에 개입하는 제3의 변수인 매개변수가 효과가 있는가를 의미하며 매개변수(mediator, mediating variable)는 독립변수와 종속변수 간의 관계를 설명하는 변수라 하였다. 공공부문 BSC시스템 수용에 관한 연구에서 성과기대와 노력기대의 매개효과를 분석하였고(권오준, 2008), UTAUT를 기반으로 모바일 학습의 이용행동에 영향을 미치는 요인을 분석하는 실증 연구에서 이용의도의 매개역할을 확인하였다(허호원, 2014).

정유진(2018)은 UTAUT2를 기반으로 인터넷전문은행 수용의도와 이용행위에 영향을 미치는 요인을 분석하는 실증 연구에서 수용의도의 매개역할을 확인하였다

본 연구에서는 Venkatesh et al.(2003; 2012)의 통합기술수용이론 연구 결과를 기반으로 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건과 위험요인인 인지된 위험, 혁신저항들과 이용의 영향관계에 있어서 수용의도는 간접적인 영향을 미칠 것이라고 판단하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

| H4. 통합기술수용요인과 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다. |
|---|

H4-1. 성과기대와 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다.

H4-2. 노력기대와 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다.

H4-3. 사회적 영향과 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다.

H4-4. 촉진조건과 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다.

H5. 위험요인과 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다.

H5-1. 인지된 위험과 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다.

H5-2. 혁신저항과 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다.

3.2.5 조절초점의 조절효과

조절초점의 조절변수 역할과 관련하여서는 선행연구에서 조절초점이 온라인 구전정보와 구매의도간의 관계에 대해 입증하였다(박성휘, 2011). 조절초점이 구전정보의 방향성과 구전정보의 유용성이 구전수용 및 구전 재 확산에 미치는 영향에 대해 각각 조절역할을 한다고 입증한 바 있다(류별희, 2014).

이강석(2015)은 조절초점이 페이스북의 이용 동기와 대학교육서비스의 구전의도 간에도 조절변수의 역할을 한다고 입증하였다.

이에 따라 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도 및 이용에 간에도 조절변수 역할을 한다고 추론하였다. 또한, 조절초점의 2가지 변수인 향상초점과 예방초점의 집단 간에 조절변수 역할을 분석하고자 하였다.

H6 조절초점은 집단 간의 경로에 유의한 차이가 있을 것이다.

H6-1. 향상초점에 있어 저 향상초점집단과 고 향상초점집단 간의 경로에 유의한 차이가 있을 것이다.

H6-2. 예방초점에 있어 저 예방초점집단과 고 예방초점집단 간의 경로에 유의한 차이가 있을 것이다.

## 3.3 변수의 조작적 정의

본 연구에서 실증분석을 위하여 사용된 8가지 구성개념에 대하여 관련된 선행 연구들을 바탕으로 잠재변수들의 측정항목들을 선정하고 수정하여 조작적 정의를 하였다. 독립변수로는 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건, 인지된 위험, 혁신저항을 측정하고 매개변수로 수용의도를 종속변수로 이용을 측정하였다. 조절변수로는 향상초점, 예방초점의 조절효과를 측정하였다. 각 잠재변인들의 조작적 정의는 다음과 같다.

### 3.3.1 통합기술수용이론의 독립 변수

#### 3.3.1.1 성과기대

성과기대는 기술수용이론에서 유용성(perceived usefulness), 외재적 동기(extrinsic motivation), 직무 적합성(job-fit), 상대적 이점(relative advantage), 결과 기대(outcome expectation)에서 추론된 변수로서 '새로운 정보시스템을 사용함으로서 작업의 성과를 향상시키는데 도움 될 것이라 개인이 믿는 정도'로 정의된다(Venkateshetal.,2003).

본 연구에서 성과기대는 인터넷전문은행의 이용이 기존 은행 보다 더 유용한 혜택을 제공해 줄 것이라는 개인적 믿음의 정도로 정의한다. 성과기대 측정은 Venkatesh et al.(2003)의 연구에서 사용되었던 측정항목들을 중심으로 인터넷전문은행 서비스의 유용성, 용이성, 경제성, 효율성에 대한 4개 측정항목으로 구성하였다.

#### 3.3.1.2 노력기대

노력기대는 이전의 기술수용이론에서 인지된 사용편리성(perceived use of use), 용이성(ease of use), 복잡성(complexity)과 본질적으로 동일한 개념이며, Venkatesh et al.(2003)은 노력기대를 시스템 이용과 관련한 편리함의 정도로 정

의하였다.

본 연구에서 노력기대는 금융소비자들이 인터넷전문은행을 이용하는데 있어, 그 사용방법이 용이하고 쉽게 배우고 적응할 수 있다고 생각하는 믿음의 정도로 정의하고, Venkatesh et al.(2003)의 연구에서 사용되었던 측정항목들을 중심으로 인터넷전문은행 서비스의 거래의 용이성, 수용의 용이성, 거래 편리성, 다양하고 신속한 소통 채널 등에 관한 4개 측정항목으로 구성하였다.

3.3.1.3 사회적 영향

사회적 영향은 주관적 규범(subjective norms), PC활용모델(MPCU)의 사회적요인(social factors), 혁신확산이론(IDT)의 이미지(image) 등으로 부터 추론된 변수로서, 가족, 친구 및 동료 등 자기에게 중요한 타인들이 내가 새로운 정보시스템을 사용해야 한다고 생각할 것에 대하여 개인이 인지하는 정도로 정의된다(Venkatesh et al., 2003).

본 연구에서 사회적 영향은 금융소비자가 인터넷전문은행 서비스를 사용해야 한다고 가족, 친구 및 동료 등 자기에게 중요한 사람들이 믿고 있는 것에 대하여 인지하는 정도로 정의된다. Venkatesh etal.(2003)의 연구에서 사용되었던 측정항목들을 중심으로 직장 동료, 가족, 친구들이 이용할 것이라고 믿는 정도, 인터넷전문은행을 이용하는 사람들은 인터넷전문은행에 대한 친밀감, 다른 사람에게 추천할 의향의 정도, 인터넷전문은행의 장점들을 잘 알고 있다고 생각하는 정도에 대한 4개 측정항목으로 구성하였다.

3.3.1.4 촉진조건

촉진조건은 이전의 기술수용이론의 인지된 행동 통제(perceived behavioral control), 촉진조건 및 호환성(compatibility)으로부터 추론된 변수로서, 개인이 시스템 사용을 지원하기 위한 조직적이고 기술적인 인프라가 존재한다고 믿는 정도로 정의된다(Venkatesh et al., 2003).

본 연구에서 촉진조건은 개인의 인터넷전문은행 이용을 지원하기 위한 조직적

이고 기술적인 인프라가 존재한다고 믿는 정도를 의미한다. Venkatesh et al.(2003)의 연구에서 사용된 측정항목들을 중심으로 인터넷전문은행 이용에 필요한 기기와 조건을 가지고 있는 정도, 이용에 필요한 지식의 소유 정도, 장애 발생 시 지원가능여부, 라이프 스타일과의 부합 정도 등에 대한 4개 측정항목으로 구성하였다.

3.3.2 위험요인의 독립 변수

3.3.2.1 인지된 위험

본 논문에서 인지된 위험 요인은 인터넷 전문은행을 이용하면 다양한 위험에 노출될 것이라고 생각하는 정도를 의미한다. 인지된 보안이 수용 의도에 영향을 미치는 것으로 확인되었으며(함상열, 2017), 인지된 위험이 대안의 매력도에 영향을 미치고, 이는 인터넷 전문은행의 수용의도에 영향을 미치는 것으로 확인되었다(유경화,2017). 반면에, 위험요인이 수용 의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다(강선희, 2016: 정태기, 2017). 금융소비자들이 스마트 모바일 뱅킹 서비스에 대해 비대면 금융 거래로서 안전성을 매우 크게 우려하고 있으며 개인 정보 보안을 주요한 요인으로 고려하게 되는데, 이는 서비스 이용 시 지극히 개인적인 금융정보가 활용되기 때문이라고 하였다(정태기, 2017).

선행 연구를 바탕으로 본 연구에서는 인터넷 전문은행의 인지된 위험을 독립변수로 채택하고, 인지된 위험과 수용의도 간의 영향 관계를 살펴보고자 4개 측정항목으로 구성하였다.

3.3.2.2 혁신저항

김정열 외(2006)는 최고경영자의 지원, 지각된 유용성, 서비스의 질, 그리고 사용자의 사용 능력이 사용자 저항이라는 매개변수를 통해 정보기술 사용의도에 영향을 미치며, 사용자의 태도는 통제변수의 역할을 하기도 한다는 것이다. 혁신저항과 관련된 연구는 국내에서 지속적으로 이루어지고 있으며, 특히 혁신제품의

출시가 빈번하게 발생하는 정보기술 분야에서 혁신저항모델의 실증 연구가 이루어지고 있다(Lapointe & Rivard, 2005; 송희석·김경철, 2006; 오창동·윤대균·장병주, 2010; 장용호·박종구, 2011). 또한 마케팅 분야에서의 심리적 저항요인 발견을 위한 연구(유필화·이승희, 1994; 조성도·고준, 2008; 김윤환·이재은, 2010; 전홍식·부이응옥증, 2011)도 지속되고 있다. 하지만 대부분의 저항과 관련된 연구에서는 Ram(1987)의 기본모형을 사용함에도 불구하고, 전달메커니즘, 혁신특성이 저항에 직접적인 영향을 미치는 관계에 집중하여 연구가 이루어지고 있는 한계점이 있다고 할 수 있다.

선행 연구를 바탕으로 본 연구에서는 인터넷 전문은행의 혁신저항을 독립변수로 채택하고, 혁신저항과 수용의도 간의 영향 관계를 살펴보고자 4개 측정항목으로 구성하였다.

### 3.3.3 수용의도

개인이 인터넷전문은행 서비스 이용하려는 의지의 정도를 의미하는 것으로 조작적 정의하였다. Venkatesh et al.(2003; 2012)의 연구에서 이용한 측정문항을 인터넷전문은행 서비스에 적합하도록 수정하여 인터넷전문은행 서비스의 이용 의향, 예상 거래 빈도, 거래의 필요성, 가능성 등의 관점에서 4개 측정항목으로 구성하였다.

### 3.3.4 이용

이용행위는 개인이 인터넷전문은행의 반복 이용 횟수, 주변인에 대한 긍정적 구전 및 추천의지 정도로 정의한다. 본 연구에서는 잠재적인 사용자들을 대상으로 설문을 진행한 점을 고려하여 인터넷전문은행 이용의 확신성, 반복적 이용에 대한 생각, 거래 빈도의 확대 가능성, 주변인들에 대한 강한 추천의지 등의 관점에서 4개 측정항목으로 구성하였다(강선희, 2016; 김용문, 2013;허호원, 2014; Cheng et al., 2011; Gerard Fillion, 2011; Yu, 2012).

### 3.3.5 조절초점

#### 3.3.5.1 향상초점

향상초점과 예방초점으로 구분되는 조절초점은 리더십이 타인에게 영향력을 미치는 것을 설명할 수 있는 잠재적 심리 메커니즘으로 개인의 동기부여 성향을 반영하고 행동에 영향을 미치는 사고방식이다(Higgins, 1997, 1998). 본 연구에서 향상초점의 정의는 목표가 만족스럽거나 바람직한 결과를 얻기 위해 이상(ideal)과 이익(gain)을 최대화하여 본인이 원하는 바람직한 상태로 접근(approaching)하려는 목표가 있는 동기부여 성향(Higgins, 1997, 1998)으로 정의하였다. 향상초점을 측정하기 위해 Higgins(1997, 1998)가 사용한 향상초점 설문 문항을 이강석(2015)이 마케팅 상황에 맞도록 조정을 거친 4개 측정항목으로 구성하였다.

#### 3.3.5.2 예방초점

본 연구에서 예방 초점의 정의는 목표가 불만족스럽거나 원하지 않는 결과를 얻지 않기 위해 위험과 손실(loss)을 최소화하여 본인이 원하지 않는 결과를 회피(avoiding)하려는 목표를 가지고 있는 동기부여 성향(Higgins, 1997, 1998)으로 정의하였다. 예방초점 설문문항을 측정하기 위해 Higgins(1997, 1998)가 사용한 예방초점 설문문항을 이강석(2015)이 마케팅 상황에 맞도록 조정을 거친 4개 측정항목으로 구성하였다.

<표 3-1> 각 변수별 조작적 정의

| 변수명 | 문항수 | 조작적 정의 | 참고문헌 |
|---|---|---|---|
| 성과기대 (PE) | 4 | 인터넷전문은행의 이용이 기존은행 보다 더 유용한 혜택을 제공해 줄 것이라는 개인적인 믿음의 정도 | Venkatesh et al.(2003) |
| 노력기대 (EE) | 4 | 금융소비자들이 인터넷전문은행 서비스를 이용하는 데 있어, 그 사용방법이 용이하고 쉽게 배우고 적응할 수 있다고 생각하는 믿음의 정도 | Venkatesh et al.(2003) |
| 사회적 영향 (SI) | 4 | 금융소비자가 인터넷전문은행 서비스를 사용해야 한다고 가족, 친구 및 동료 등 자기에게 중요한 사람들이 믿고 있는 것에 대하여 인지하는 정도 | Venkatesh et al.(2003) |
| 촉진조건 (FC) | 4 | 개인의 인터넷전문은행 이용을 지원하기 위한 조직적, 기술적인 인프라가 존재한다고 믿는 정도 | Venkatesh et al.(2003) |
| 인지된 위험 (PR) | 4 | 서비스 보안에 대한 염려와 이용 시 발생 가능한 개인정보 유출, 사생활 침해에 대한 염려 | Ram(1987), 강선희(2016), 심윤정(2018) |
| 혁신저항 (IR) | 4 | 기존습관과 실생활에 변화를 요구하는 저항으로 , 이전 상태를 유지하려는 행위 또는 위험으로 정보유출 불안감에 의한 회피와 거부감 정도 | Sheth(1981), 강선희(2016), 심윤정(2018) |
| 수용의도 (IU) | 4 | 개인이 인터넷전문은행을 이용하려는 의지의 정도 | Venkatesh et al.(2003), Taylor and Todd(1995) |
| 이용 (UB) | 4 | 개인이 인터넷전문은행의 반복이용 횟수, 주변인에 대한 긍정적 구전 및 추천의지 정도 | Venkatesh et al.(2003), Yu(2012), 강선희(2016) |
| 향상초점 | 4 | 목표가 만족스럽거나 바람직한 결과를 얻기 위해 이상(ideal)과 이익(gain)을 최대화하여 본인이 원하는 바람직한 상태로 접근(approaching)하려는 목표가 있는 동기부여 성향 | Higgins(1997, 1998) 이강석(2015) |
| 예방초점 | 4 | 목표가 불만족스럽거나 원하지 않는 결과를 얻지 않기 위해 위험과 손실(loss)을 최소화하여 본인이 원하지 않는 결과를 회피(avoiding)하려는 목표를 가지고 있는 동기부여 성향 | Higgins(1997, 1998) 이강석(2015) |

## 3.4. 자료 조사 방법 및 설문 구성

본 논문은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도와 이용에 관하여 연구하고자 금융권 종사자를 제외하고 일반인 대상으로 개별방문조사, 이메일 및 인터넷, 모바일 설문을 통해 설문조사가 이루어졌다.

설문조사를 통한 자료 수집은 총 2차에 걸쳐 진행하였으며 1차 수집은 2018년 4월 1일에서 2018년 5월 30일까지 약 2달간 178부를 획득하였고, 2차 수집은 2018년 6월 1일에서 2018년 6월 30일 까지 54부를 획득하여 총 232부의 표본을 획득하였다. 결측치 또는 불성실하게 응답한 4부를 제외하고 유효한 표본 228부를 연구에 사용하였다. 설문의 척도는 5점 리커드 척도를 사용하였으며, 수집된 자료의 실증분석을 위하여 SPSS 22.0과 AMOS 22.0 통계 툴을 사용하였다. 먼저 SPSS 22.0을 이용하여 인구통계학적인 조사를 위해 빈도분석을 실시하였고, 측정변수들에 대한 신뢰성 분석을 실시하였다. AMOS 22.0으로 확인적 요인분석 및 구조방정식모형 분석을 실시하였다.

자세한 통계분석 절차의 설명은 다음과 같다.

첫째, 표본의 성별, 연령, 직업, 모바일뱅킹 이용경험, 인터넷 전문은행 이용 경험, 주거래은행 지속적 거래 유무 등의 인구통계학적인 특성의 빈도수와 구성 비율을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 독립 및 종속변수들의 신뢰성을 검증하기 위해 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha) 계수를 사용하여 신뢰성 분석을 실시하였다.

셋째, 확인적 요인분석을 통하여 관측변수의 요인적재량(Factor Loading), 유의성(Critical Ratio, P-Value) 검정, 잠재변수의 AVE(Average Variance Extracted, 평균분산추출), CR(Construct Reliability, 개념 신뢰도) 검정을 위한 집중타당성 분석과 잠재변수 간 판별타당성 분석을 실시하였다.

넷째, 연구모형에서 제시한 잠재변수들 간의 관계와 가설검정을 위해 구조방정식모델(Structural Equation Modeling, SEM) 분석을 실시하였다.

다섯째, 보충적으로 외생변수(PE, EE, SI, FC, PR, IR)와 내생변수(UB)간의 IU(수용의도)가 매개효과가 있는지 알아보기 위해서 부트스트래핑을 이용하여 통계적 유의성을 검증하였다.

여섯째, 조절효과분석을 위하여 다중집단 확인적 요인분석에서 조절변수의 측정 동일성 확보 여부 판단과 다중집단분석을 통하여 조절효과 검정을 실시하였다.

추가적으로 조절초점이 인터넷전문은행 수용의도에 유의한 영향 미치는지를 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

다음의 [표 3-2]는 본 연구에 사용된 변수와 설문 문항 및 선행연구들을 정리한 표이다.

[표 3-2] 변수의 측정문항 및 관련 연구

| 연구변수 | 설문문항 | 연구자 |
|---|---|---|
| 성과기대 (PE) | 나는 인터넷 전문은행 서비스가 기존 은행 서비스 보다는 더 유용 할 것 같다 | Venkatesh et al. (2003; 2012), Luarn and Lin (2005), Yu(2012), 심윤정(2018) |
| | 나는 인터넷 전문은행을 이용하여 효율성이 향상 될 것으로 기대한다. | |
| | 나는 인터넷 전문은행이 기존 은행보다는 은행업무가 더 쉽게 처리 될 것 같다. | |
| | 나는 인터넷 전문은행 서비스가 기존 은행 서비스 보다는 더 생활에 도움을 줄 것 같다. | |
| 노력기대 (EE) | 나는 인터넷 전문은행 서비스에 쉽게 적응할 것 같다 | Venkatesh et al. (2003; 2012), Luarn and Lin (2005), Yu(2012), 심윤정(2018) |
| | 나는 인터넷 전문은행 서비스를 이용하는 것이 어렵지 않다. | |
| | 나는 인터넷 전문은행의 이용방법을 배우는 것이 어렵지 않을 것 같다. | |
| | 나는 인터넷 전문은행 서비스를 쉽게 작동 시킬 수 있을 것이다. | |
| 사회적 영향 (SI) | 나에게 중요한 사람들(가족, 학교 선배 등)은 내가 인터넷 전문은행 서비스를 이용해야 한다고 생각한다. | Venkatesh et al. (2003; 2012), Luarn and Lin (2005), Yu(2012), 심윤정(2018) |
| | 나는 인터넷 전문은행 서비스를 다른 사람들에게 추천할 의향이 있다. | |
| | 나는 인터넷 전문은행 서비스를 이용하면 자부심을 느낄 것이다. | |
| | 나는 인터넷 전문은행 서비스가 기존 은행 서비스 보다는 더 생활에 도움을 줄 것 같다. | |
| 촉진조건 (FC) | 나는 인터넷 전문은행 서비스를 이용하기 위한장비(모바일 기기 등)를 보유 하고 있다. | Venkatesh et al. (2003; 2012), Luarn and Lin(2005), Yu(2012), |
| | 나는 인터넷 전문은행을 이용하기에 필요한 지식을 가지고 있다. | |
| | 나는 인터넷 전문은행을 이용할 때 필요시 고객센터 등 안내를 받을 수 있을 것 같다. | |

| | | |
|---|---|---|
| | 나는 인터넷 전문은행 서비스가 내 라이프 스타일과 궁합이 잘 맞다고 생각한다. | 심윤정(2018) |
| 인지된 위험(PR) | 나는 인터넷 전문은행 이용으로 금전적 손실을 일으킬 수 있다고 생각한다. | Ram(1987), 강선희(2016), 심윤정(2018) |
| | 나는 인터넷 전문은행이 아직 불완전하고 예측 불가능한 위험이 많이 숨어 있다고 생각한다. | |
| | 나는 인터넷 전문은행 이용으로 거래 정보가 유출되고 해킹이나 범죄에 사용될 우려가 있을 것 같다. | |
| | 나는 인터넷 전문은행 서비스 이용으로 개인정보가 유출 될 우려가 있을 것 같다. | |
| 혁신 저항 (IR) | 나는 인터넷 전문은행에 대해 거부감을 가지고 있다. | Sheth(1981), 강선희(2016), 심윤정(2018) |
| | 나는 타인의 인터넷 전문은행 이용을 반대할 의사가 있다. | |
| | 나는 기존 은행에 익숙하고 불편함이 없어 인터넷 전문은행을 사용할 필요가 없다고 생각한다. | |
| | 나는 인터넷 전문은행 서비스는 휴대폰 분실에 대한 위험이 커 이용을 거부한다. | |
| 수용의도 (IU) | 나는 인터넷 전문은행 서비스를 사용할 의향이있다. | Venkatesh et al. (2003; 2012), Luarn and Lin (2005), 박일순 외(2012), 강선희(2016), 심윤정(2018) |
| | 나는 인터넷 전문은행을 기회가 되면 이용할 것이다. | |
| | 나는 인터넷 전문은행을 사용할 계획이 있다. | |
| | 나는 인터넷 전문은행 서비스가 필요하다. | |
| 이용 (UB) | 나는 인터넷 전문은행 서비스를 기꺼이 사용 할 것이다. | Venkatesh et al. (2003; 2012), Yu(2012), 허호원(2014), 강선희(2016) |
| | 나는 인터넷 전문은행을 이용하고 있으며 지속적으로 사용하고자 한다. | |
| | 나는 인터넷 전문은행을 다른 사람에게 추천 할 의향이 있다. | |
| | 나는 인터넷 전문은행 서비스를 필요할 때마다 사용 할 것이다. | |
| 향상초점 | 좋아하는 면이 있으면 마음에 걸리는 점이 있더라도 선택하는 편이다 | Higgins(1997, 1998) 이강석(2015) |
| | 얼마나 좋아할까를 생각하는 편이다 | |
| | 마음에 드는 면이 얼마나 있는지에 초점을 맞추는 편이다 | |
| | 긍정적 측면을 많이 생각하는 편이다 | |
| 예방초점 | 마음에 걸리는 점이 있으면 좋아하는 면이 있더라도 그 제품을 구매하지 않는 편이다 | Higgins(1997, 1998) 이강석(2015) |
| | 후회하지 않을까 생각하는 편이다 | |
| | 마음에 걸리는 점이 얼마나 없는지에 초점을 맞추는 편이다 | |
| | 부정적 측면을 많이 생각하는 편이다 | |

# Ⅳ. 실증 분석

## 4.1 표본의 특성

응답자의 인구통계학적 특성을 살펴보면 [표 4-1]과 같다.

[표 4-1] **표본의 인구 통계적 특성**

| 구분 | 특성 | 빈도 | % |
|---|---|---|---|
| 성별 | 남자 | 122 | 53.5 |
| | 여자 | 106 | 45.5 |
| 연령대 | 20대 | 46 | 20.2 |
| | 30대 | 55 | 24.1 |
| | 40대 | 68 | 29.8 |
| | 50대 | 42 | 18.4 |
| | 60대 이상 | 17 | 7.5 |
| 직업 | 학생 | 29 | 12.7 |
| | 회사원 | 80 | 35.1 |
| | 주부 | 66 | 28.9 |
| | 공무원 | 12 | 5.3 |
| | 전문직 | 32 | 14.0 |
| | 자영업자 | 9 | 3.9 |
| 모바일뱅킹 이용경험 | 유 | 175 | 76.8 |
| | 무 | 53 | 23.2 |
| 인터넷전문은행 이용경험 | 유 | 176 | 77.2 |
| | 무 | 52 | 22.8 |
| 주거래은행 지속적 거래 | 예 | 205 | 89.9 |
| | 아니오 | 23 | 10.1 |

응답자의 모바일뱅킹 이용경험을 구체적으로 살펴보면 경험이 있는 응답자가 76.8%이고, 경험이 없는 응답자가 23.2%로 나타났고, 인터넷전문은행 이용경험을 구체적으로 살펴보면 경험이 있는 응답자와 없는 응답자가 각각 77.2%, 22.8%로 유경험자의 비율이 높은 것으로 나타났다. 주거래은행(일반은행) 지속적

사용 여부에 대해서도 지속적인 거래를 하겠다는 응답자가 89.9%, 변경하겠다는 응답자가 10.1% 로 조사되었다.

응답자의 일반적인 인구통계학적 특성을 살펴보면 성별 분포는 남성과 여성이 각각 53.5%, 45.5%로 남성 비율이 높은 것으로 나타났고, 연령대 분포는 40~49세가 29.8%, 30~39세가 24.1%, 20~29세가 20.2%, 50세 이상이 18.4%로 나타났으며 30대와 40대가 전체의 53.9%를 차지하는 것으로 나타났다. 직업 분포를 살펴보면 회사원이 35.1%이고 학생이 12.7%이고, 전문직이 14.0%, 공무원이 5.3%, 자영업이 3.9%, 주부가 28.9%로 나타났다.

HANSUNG UNIVERSITY

## 4.2 기술 통계 분석

변수 간 정규성을 확인하기 위하여 기술통계 분석을 시행한 결과[표 4-2]이다. 왜도의 기준을 절댓값 기준 3으로 사용하고 있는데, 왜도와 첨도의 절댓값 이 2 미만인 경우 왜도 기준으로는 좌우대칭이고, 첨도 기준으로는 정규분포의 표준편차가 같다는 것을 의미 한다(이일현, 2014).

본 자료에서도 왜도와 첨도 모두 2 미만으로 나타나고 있어 정규분포가 있는 것으로 확인되었다. 또 이후 통계 분석 시 결과 제시의 편의를 위하여 잠재변수 인지된 위험의 하위 측정변수 4문항과, 혁신저항의 하위 측정변수 4문항의 데이터를 역산하여 분석을 하였다.

[표 4-2] 기술통계량 분석

| 구분 | 평균 | 표준 편차 | 왜도 | | 첨도 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 통계 | 표준 오차 | 통계 | 표준 오차 |
| 기대성과_1 | 3.86 | .749 | -.524 | .161 | .644 | .321 |
| 기대성과_2 | 3.62 | .844 | .021 | .161 | -.643 | .321 |
| 기대성과_3 | 3.89 | .675 | -.131 | .161 | -.182 | .321 |
| 기대성과_4 | 3.92 | .755 | -.418 | .161 | .023 | .321 |
| 기대노력_1 | 3.74 | .695 | -.316 | .161 | .583 | .321 |
| 기대노력_2 | 3.85 | .726 | -.106 | .161 | -.395 | .321 |
| 기대노력_3 | 3.83 | .750 | -.159 | .161 | -.373 | .321 |
| 기대노력_4 | 3.83 | .744 | -.174 | .161 | -.322 | .321 |
| 사회적 영향_1 | 3.70 | .790 | -.335 | .161 | .351 | .321 |
| 사회적 영향_2 | 3.7 2 | .733 | -.250 | .161 | .278 | .321 |
| 사회적 영향_3 | 3.59 | .766 | -.522 | .161 | .828 | .321 |
| 사회적 영향_4 | 3.79 | .645 | -.858 | .161 | 1.916 | .321 |
| 촉진조건_1 | 3.96 | .659 | -.424 | .161 | 1.218 | .321 |
| 촉진조건_2 | 3.71 | .731 | -.231 | .161 | .264 | .321 |
| 촉진조건_3 | 3.81 | .724 | -.401 | .161 | .976 | .321 |
| 촉진조건_4 | 3.72 | .745 | -.396 | .161 | .741 | .321 |
| 인지된 위험_1 | 3.41 | .987 | -.199 | .161 | -.664 | .321 |
| 인지된 위험_2 | 3.51 | .821 | -.125 | .161 | -.025 | .321 |
| 인지된 위험_3 | 3.50 | .816 | -.256 | .161 | -.007 | .321 |
| 인지된 위험_4 | 3.45 | .872 | -.173 | .161 | -.338 | .321 |
| 혁신저항_1 | 2.75 | .869 | -.092 | .161 | -.395 | .321 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 혁신저항_2 | 2.68 | .824 | −.050 | .161 | .125 | .321 |
| 혁신저항_3 | 2.55 | .906 | .160 | .161 | −.496 | .321 |
| 혁신저항_4 | 2.65 | .899 | .265 | .161 | −.029 | .321 |
| 수용의도_1 | 3.55 | .867 | −.170 | .161 | −.428 | .321 |
| 수용의도_2 | 3.53 | .837 | −.061 | .161 | −.329 | .321 |
| 수용의도_3 | 3.46 | .814 | −.129 | .161 | −.277 | .321 |
| 수용의도_4 | 3.41 | .810 | .026 | .161 | −.242 | .321 |
| 이용_1 | 3.32 | .674 | .130 | .161 | −.098 | .321 |
| 이용_2 | 3.18 | .730 | .538 | .161 | 1.935 | .321 |
| 이용_3 | 3.29 | .693 | .427 | .161 | .237 | .321 |
| 이용_4 | 3.43 | .813 | −.009 | .161 | −.253 | .321 |
| 향상초점_1 | 3.68 | .854 | −.787 | .161 | .557 | .321 |
| 향상초점_2 | 3.57 | .812 | −1.015 | .161 | 1.376 | .321 |
| 향상초점_3 | 3.75 | .760 | −.446 | .161 | .062 | .321 |
| 향상초점_4 | 3.84 | .752 | −.735 | .161 | 1.692 | .321 |
| 예방초점_1 | 3.18 | .973 | −.272 | .161 | −.651 | .321 |
| 예방초점_2 | 3.28 | 1.087 | −.661 | .161 | −.509 | .321 |
| 예방초점_3 | 2.95 | .996 | .079 | .161 | −.737 | .321 |
| 예방초점_4 | 2.71 | 1.035 | .157 | .161 | −.578 | .321 |

HANSUNG UNIVERSITY

## 4.3 신뢰성 및 타당성 분석

### 4.3.1 신뢰성 분석

신뢰도 분석(reliability analysis)이란 측정 도구가 내적 일관성을 가지고 있는가를 파악하는데 이용되는 기법으로 본 연구에서도 크론바하 알파 (Cronbach's α) 값을 이용하여 측정 도구에 대한 신뢰도를 분석하였다. 일반적으로 탐색적 연구에서는 크론바하 알파 값이 0.5 이상이면 충분하고, 기초연구 에서는 0.8 정도면 바람직하다고 한다. 크론바하 알파 기준에 대해서는 학자마다 다르게 해석하는 경향이 있으나, 사회과학 분야에서는 0.6 이상이면 신뢰도가 있다고 볼 수 있다 (송지준, 2015). 또한 전체 문항들을 하나의 척도로 종합 하여 분석할 수 있다 (Nunnally, 1967).

[표 4-3] 신뢰도 분석 결과(n=232)

| 변 수 명 | | 최초문항 | 최종문항 | Cronbach's α |
|---|---|---|---|---|
| 통합기술수용 | 성과기대 | 4 | 4 | .890 |
| | 노력기대 | 4 | 4 | .906 |
| | 사회적 영향 | 4 | 3 | .901 |
| | 촉진조건 | 4 | 3 | .810 |
| 위험요인 | 인지된 위험 | 4 | 4 | .879 |
| | 혁신저항 | 4 | 4 | .843 |
| 수용의도 | | 4 | 4 | .951 |
| 이용 | | 4 | 4 | .932 |
| 조절초점 | 향상초점 | 4 | 4 | .732 |
| | 예방초점 | 4 | 4 | .844 |

본 연구에서도 측정항목에 대한 신뢰성을 분석하기 위해서 크론바하 알파계수를 0.6 이상으로 하였으며, 신뢰도 분석결과는 [표 4-3]과 같이 정리되었다.

각 항목에 대한 분석결과 통합기술수용의 기대성과(α=0.890), 기대노력(α=0.906), 사회적 영향(α=0.901), 촉진조건(α=0.810)이 확인되었고, 위험요인의 인지된 위험(α=0.879), 혁신저항(α=0.843)이 분석되었다.

그리고 수용의도는 (α=0.951), 이용은 (α=0.932)가 나타났으며, 조절 초점으

로 사용한 향상초점(α=0.732), 예방초점(α=0.844) 또한 양호한 것으로 나타나고 있어, 모든 변수의 크론바흐 알파(Cronbach's α) 계수는 0.6 이상으로 나타나 비교적 양호한 상태의 내적 일관성을 가지고 있는 것을 확인되어 신뢰도를 확보되었다고 판단할 수 있다.

4.3.2 타당성 분석

본 연구에서 사용된 측정 도구에 대해 정확하게 측정했는가를 평가하는 개념인 구성 타당도(construct validity)를 분석하기 위하여 탐색적 요인분석 (exploratory factor analysis)을 하였다.

요인분석이란 다 변량 통계기법 중의 하나로 변수들 간의 상관관계(interdependence)를 이용하여 서로 유사한 변수들 끼리 묶어주는 통계 기법이다.

본 연구에서는 요인분석을 위하여 널리 사용되고 있는 주성분 요인분석(principle component factor analysis)을 하였고, 요인 수 의 결정은 고유치(eigen value)가 1 이상인 요인만을 추출하였고, 요인 적재치 (factor loading)는 0.5 이상인 경우를 유의한 것으로 판단하였으며, 요인들 간 의 상호독립성을 유지하면서 회전하는 방법인 직각 회전(varimax rotation)을 이용하였다.

먼저 독립변수로 설정한 통합기술수용 요인과 위험 요인에 대한 탐색적 요인분석의 결과는 [표 4-4]와 같다.

통합기술수용 요인과 위험 요인에 대한 분석결과 연구 설계와 동일하게 기대성과, 기대노력, 사회적 영향, 촉진조건, 인지된 위험, 혁신저항으로 6개 요인으로 추출되었다. 추출된 6개요인 모두 1.0 이상의 아이젠 값을 보이고 있고, 누적분산도 76.396%를 설명하고 있는 것으로 나타났다.

기대노력을 나타내는 성분1의 적재치는 0.696 이상으로 나타났고, 인지된 위험을 나타내는 성분2 역시 0.813 이상으로 나타났다.

사회적 영향을 나타내는 성분3의 적재치는 0.788 이상으로 나타났고, 기대성과를 나타내는 성분4의 적재 치는 0.729로 나타났다.

혁신저항을 나타내는 성분5의적재치는 0.699이상으로 나타났고 마지막으로 촉진조건을 나타내는 성분6의 적재치는 0.646 이상으로 나타나 타당성을 확보한 것

으로 확인되었다.

변수들 간의 상관관계를 측정하는 KMO분석에서도 0.846으로 나타나고 있어 변수 선정이 적정하게 되었음을 보여주고 있다.

[표 4-4] 독립변수의 탐색적 요인분석

| 항목 | 성분1 | 성분2 | 성분3 | 성분4 | 성분5 | 성분6 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 기대노력_3 | **.855** | .079 | .116 | .207 | -.154 | .185 |
| 기대노력_4 | **.838** | -.013 | .162 | .148 | -.100 | .199 |
| 기대노력_2 | **.837** | .047 | .151 | .247 | -.041 | .093 |
| 기대노력_1 | **.696** | .167 | .151 | .284 | -.157 | .271 |
| 인지된위험_2 | .041 | **.894** | -.024 | .058 | .084 | .038 |
| 인지된위험_1 | .057 | **.842** | .205 | .017 | .108 | -.144 |
| 인지된위험_3 | -.021 | **.828** | -.029 | .107 | .055 | .194 |
| 인지된위험_4 | .123 | **.813** | .051 | .039 | .134 | .069 |
| 사회적영향_3 | .090 | .027 | **.883** | .170 | .009 | .166 |
| 사회적영향_1 | .187 | .101 | **.807** | .209 | -.128 | .173 |
| 사회적영향_2 | .251 | .047 | **.788** | .261 | -.146 | .192 |
| 기대성과_2 | .292 | -.003 | -.031 | **.798** | -.130 | .197 |
| 기대성과_3 | .284 | .147 | .315 | **.756** | -.057 | .146 |
| 기대성과_1 | .270 | .095 | .402 | **.733** | -.176 | .058 |
| 기대성과_4 | .168 | .092 | .425 | **.729** | -.176 | .165 |
| 혁신저항_4 | -.139 | .064 | -.116 | -.089 | **.860** | .018 |
| 혁신저항_3 | -.010 | -.009 | -.278 | -.068 | **.810** | -.034 |
| 혁신저항_1 | -.230 | .224 | -.029 | -.105 | **.778** | -.178 |
| 혁신저항_2 | -.044 | .283 | .255 | -.209 | **.699** | -.251 |
| 촉진조건_3 | .167 | .188 | .228 | .087 | -.076 | **.807** |
| 촉진조건_1 | .309 | -.032 | .124 | .268 | -.149 | **.713** |
| 촉진조건_2 | .368 | .014 | .333 | .181 | -.153 | **.646** |
| **eigen-value** | **4.047** | **3.435** | **3.129** | **2.799** | **2.737** | **2.188** |
| **분산설명력** | **16.864** | **14.312** | **13.038** | **11.662** | **11.406** | **9.115** |
| **누적분산량(%)** | **16.864** | **31.176** | **44.214** | **55.876** | **67.282** | **76.396** |

Kaiser-Meyer-Olkin measure : 0.846, Bartlett test of sphericity : =3531.964, df=231, p-value= 0.000

다음으로 종속변수에 대한 탐색적 요인분석을 시행하였다. 분석의 결과는 [표 4-5]와 같이 나타났다.

[표 4-5] 종속변수의 탐색적 요인분석

| 항목 | 성분1 | 성분2 |
|---|---|---|
| 수용의도_1 | **.943** | .087 |
| 수용의도_3 | **.941** | .130 |
| 수용의도_4 | **.919** | .150 |
| 수용의도_2 | **.904** | .092 |
| 이용_1 | .095 | **.969** |
| 이용_3 | .060 | **.952** |
| 이용_2 | .193 | **.875** |
| eigen-value | 3.487 | 2.666 |
| 분산설명력 | 49.808 | 38.084 |
| 누적분산량(%) | 49.808 | 87.892 |

Kaiser-Meyer-Olkin measure : 0.776, Bartlett test of sphericity : =1703.976, df=21, p-value= 0.000

추출된 요인은 연구 설계와 동일하게 수용의도와 이용으로 추출되었다. 추출된 2개요인 모두 1.0 이상의 아이젠 값을 보이고, 누적분산도 87.892%를 설명하고 있는 것으로 나타났다. 수용의도를 나타내는 성분1의 적재치는 0.904 이상으로 나타났고, 이용을 나타내는 성분2의 적재치는 0.875 이상으로 나타나 종속변수 등에 대한 타당성도 확보한 것으로 확인되었다. 마지막으로 종속변수 등에 대한 변수들 간의 상관관계를 측정하는 KMO 분석에서도 0.776로 나타나고 있어, 변수 선정이 적정하게 되었음을 보여주고 있다.

다음으로 조절변수에 대한 탐색적 요인분석을 시행하였다. 분석의 결과는 [표 4-6]과 같이 나타났다.

[표 4-6] 조절변수의 탐색적 요인분석

| 항목 | 성분1 | 성분2 |
|---|---|---|
| 예방초점_3 | **.862** | -.003 |
| 예방초점_2 | **.856** | .000 |
| 예방초점_1 | **.781** | -.006 |
| 예방초점_4 | **.772** | -.120 |
| 향상초점_3 | .042 | **.840** |
| 향상초점_1 | -.125 | **.757** |
| 향상초점_4 | -.242 | **.747** |
| 향상초점_2 | .399 | **.636** |

| | | |
|---|---|---|
| eigen-value | 2.916 | 2.255 |
| 분산설명력 | 36.450 | 28.187 |
| 누적분산량(%) | 36.450 | 64.638 |

Kaiser-Meyer-Olkin measure : 0.686, Bartlett test of sphericity : =712.079, df=28, p-value= 0.000

추출된 요인은 연구 설계와 동일하게 예방초점과 향상초점으로 추출되었다. 추출된 2개요인 모두 1.0 이상의 아이젠 값을 보이고, 누적분산도 64.638%를 설명하고 있는 것으로 나타났다. 수용의도를 나타내는 성분1의 적재치는 0.772 이상으로 나타났고, 이용을 나타내는 성분2의 적재치는 0.636 이상으로 나타나 조절변수 등에 대한 타당성도 확보한 것으로 확인되었다.

마지막으로 조절변수 등에 대한 변수들 간의 상관관계를 측정하는 KMO 분석에서도 0.686로 나타나고 있어, 변수 선정이 적정하게 되었음을 보여주고 있다.

HANSUNG UNIVERSITY

## 4.4 측정모형 분석

본 연구에서 채택한 측정모형은 잠재변수와 측정변수의 신뢰도와 타당도 검증하기 위해서 사용된다. 측정모형은 확인적 요인분석(CFA)를 수행하여 검증 할 수 있다(신건권, 2016). 우종필(2012)은 척도의 신뢰도와 개념타당도가 검증되면 구조모형분석을 시행 할 수 있고 자료의 적합도를 검정하기 위하여 $\chi^2$, CMIN/DF, GFI, AGFI, CFI, NFI, IFI, TLI, RMR, RMSA지수를 사용하였다. 적합도에 대한 판단기준은 [표 4-7]의 값을 적용하였다.

[표 4-7] 측정모형의 적합도 판단기준

| 적합도 지수 | 일반적 수용 기준 | 본 연구에서의 적용 기준 |
|---|---|---|
| $\chi^2$검정 | p>.05 | - |
| CMIN/DF | 3 이하 우수 | 3 이하 |
| GFI | .9 이상 우수 | .9 이상 |
| AGFI | .85 이상 우수<br>.8 이상 어느 정도 우수 | .8 이상 |
| CFI | .9 이상 우수 | .9 이상 |
| NFI | .9 이상 우수 | .9 이상 |
| IFI | .9 이상 우수 | .9 이상 |
| TLI | .9 이상 우수 | .9 이상 |
| RMR | .05 이하 우수 | .05 이하 |
| RMSEA | .05 이하 우수<br>.08 이하 어느 정도 우수<br>.1 이하 보통 수준<br>.1 이상 수용 불가 | .08 이하 |

일반적 수용 기준 : 우종필(2012)

최초의 측정모형을 가지고 분석한 결과 개별 측정변수들의 표준화회귀계수가 모두 0.7 이상이고, CR값이 0.7 이상 그리고 AVE가 0.5 이상이므로 개념신뢰도는 확보되었다고 평가 할 수 있다(신건권, 2016). 분석의 결과는 [표 4-8]과 같이 나타났다.

[표 4-8] 측정모형 분석결과

| 측정항목 | | | 표준화 계수 | 표준 오차 | t-value | p | CR | AVE | SMC |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성과기대 | → | 기대성과1 | .875 | - | - | - | .944 | .848 | .766 |
| | → | 기대성과3 | .854 | .053 | 16.526 | *** | | | .730 |
| | → | 기대성과4 | .862 | .059 | 16.769 | *** | | | .744 |
| 노력기대 | → | 기대노력1 | .796 | - | - | - | .950 | .826 | .634 |
| | → | 기대노력2 | .829 | .078 | 14.005 | *** | | | .687 |
| | → | 기대노력3 | .913 | .078 | 15.841 | *** | | | .834 |
| | → | 기대노력4 | .836 | .079 | 14.162 | *** | | | .698 |
| 사회적 영향 | → | 사회적 영향1 | .851 | - | - | - | .939 | .837 | .724 |
| | → | 사회적 영향2 | .900 | .058 | 17.067 | *** | | | .810 |
| | → | 사회적 영향3 | .846 | .061 | 15.707 | *** | | | .716 |
| 촉진조건 | → | 촉진조건1 | .759 | - | - | - | .881 | .787 | .576 |
| | → | 촉진조건2 | .836 | .109 | 11.176 | *** | | | .698 |
| 인지된 위험 | → | 인지된 위험1 | .816 | - | - | - | .908 | .711 | .665 |
| | → | 인지된 위험2 | .872 | .061 | 14.596 | *** | | | .760 |
| | → | 인지된 위험3 | .767 | .062 | 12.541 | *** | | | .588 |
| | → | 인지된 위험4 | .774 | .066 | 12.688 | *** | | | .599 |
| 혁신저항 | → | 혁신저항1 | .845 | - | - | - | .837 | .721 | .713 |
| | → | 혁신저항2 | .760 | .100 | 8.531 | *** | | | .577 |
| 수용의도 | → | 수용의도1 | .928 | - | - | - | .966 | .877 | .861 |
| | → | 수용의도2 | .854 | .044 | 20.031 | *** | | | .730 |
| | → | 수용의도3 | .951 | .035 | 27.456 | *** | | | .904 |
| | → | 수용의도4 | .911 | .038 | 23.927 | *** | | | .829 |
| 이용 | → | 이용3 | .760 | - | - | - | .927 | .817 | ,578 |
| | → | 이용2 | .968 | .226 | 5.938 | *** | | | .937 |

적합도$\chi^2$=544.064(p=.000,df=224), CMIN/DF=2.429, GFI=.845, AGFI=.793, CFI=.921, NFI=.875, IFI=.922, TLI=.903, RMR=.032, RMSEA=.079

*** p<.001

다음으로 [표 4-9]에서 판별타당도를 분석하였다. 잠재변수 간 상관계수 중 가장 큰 것은 .715(성과기대와 사회적 영향)이다. 상관계수의 제곱, 즉 결정계수는 .511(.715×.715) 이다. 각 잠재변수 간에 구한 AVE값이 각 잠재변수의 결정 계수보다 크므로 판별타당성이 확보했다고 판단 할 수 있다.

[표 4-9] 판별타당성 분석(AVE>$\Phi^2$) 결과

| | 성과 기대 | 노력 기대 | 사회적 영향 | 촉진 조건 | 인지된 위험 | 혁신 저항 | 수용 의도 | 이용 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 성과기대 | .848 | | | | | | | |
| 노력기대 | .609 | .826 | | | | | | |
| 사회적 영향 | **.715** | **.489** | **.837** | | | | | |
| 촉진조건 | .644 | **.705** | **.618** | .781 | | | | |
| 인지된 위험 | −.213 | −.154 | −.154 | **−.077** | **.711** | | | |
| 혁신저항 | .298 | .369 | .175 | **.436** | **.375** | **.721** | | |
| 수용의도 | .331 | .181 | .384 | **.419** | **−.193** | **.153** | **.877** | |
| 이용 | .060 | −.033 | .159 | .008 | −.165 | **−.103** | **.295** | **.817** |

측정모형의 신뢰도와 타당도가 확보되었으므로 구조모형분석을 통한 가설검증을 실시하기로 한다.

HANSUNG UNIVERSITY

## 4.5 가설검점

### 4.5.1 연구모형의 적합도 검정

본 연구모형을 대한 경로분석을 통해 구성들 간의 인과관계를 검증하기에 앞서 독립변수인 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건, 인지된 위험, 혁신저항과 종속변수인 수용의도와의 전체적인 구조의 적합성을 검증하였다. AMOS 22.0을 이용하여 모형을 분석하였으며, 연구모형에 대한 적합도 검정 결과 GFI와 NFI 외 전반적인 적합도는 만족스럽다고 판단 할 수 있다. 결과는 [표 4-10]과 같다.

[표 4-10]연구모형에 대한 적합도 분석결과

| 적합도 지수 | $\chi^2$(p) | df | CMIN/ DF | GFI | CFI | NFI | IFI | TLI | RMR | RMSEA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 측정치 | 552.863 (.000) | 230 | 2.404 | .842 | .921 | .873 | .922 | .905 | .035 | .079 |
| 판단 기준 | .05이상 | – | 3이하 | .9이상 | .9이상 | .9이상 | .9이상 | .9이상 | .05이하 | .08이하 |

절대적 적합기준인 GFI=.842는 기준치에 다소 부합되지 못하였으나, 송지준(2016)의 논거에 의하면 GFI는 표본특성에 기인한 비일관성으로 인하여 영향을 받을 수 있기 때문에 표본특성으로부터 자유로운 CFI를 권고하고 있는 점을 감안한다면, 본 연구의 CFI 지표값이 .921로 나타나 모델 적합도는 수용 가능한 수준으로 평가 할 수 있다.

### 4.5.2 가설검점

#### 4.5.2.1 기본 가설검정

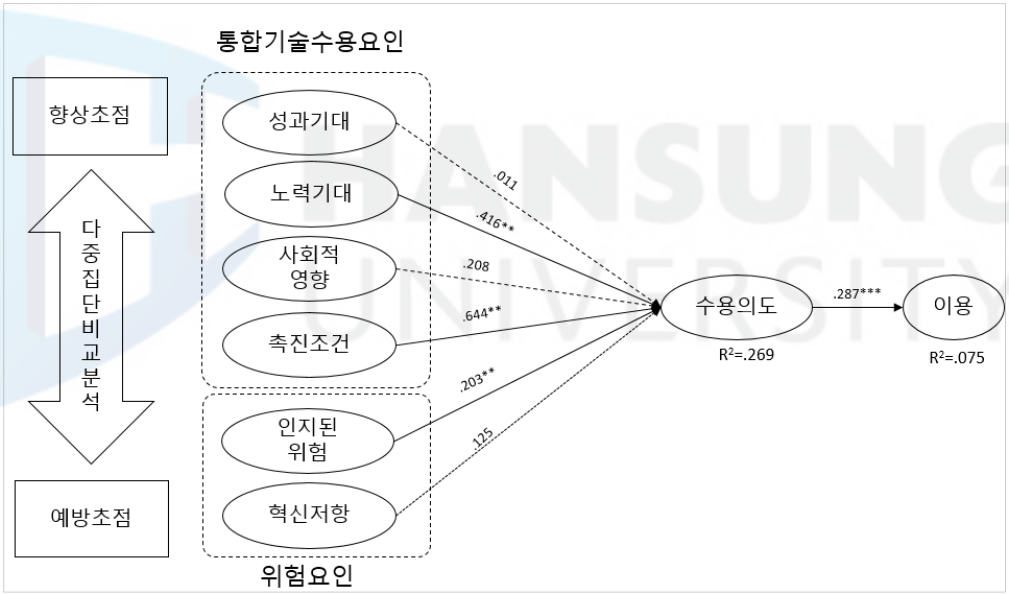
기본 가설검정 결과는 [표 4-11]과 같다

[표4-11]기본 가설검정 결과

| 가설(경로) | | | 비표준화 계수 | 표준 오차 | 표준화 계수 | C.R. | p | 채택여부 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| PE | → | IU | .011 | .135 | .010 | .085 | .932 | 기각 |
| EE | → | IU | .416 | .147 | .312 | 2.822 | .005** | 채택 |
| SI | → | IU | .228 | .123 | .207 | 1.850 | .064 | 기각 |
| FC | → | IU | .644 | .214 | .432 | 3.010 | .003** | 채택 |
| PR | → | IU | .203 | .076 | .221 | 2.664 | .008** | 채택 |
| IR | → | IU | .125 | .100 | .124 | 1.254 | .210 | 기각 |
| IU | → | UB | .287 | .065 | .275 | 4.425 | *** | 채택 |

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001 수준에서 유의함.

분석결과를 [그림 4-1]과 같이 그림으로 제시하였다.




[그림 4-1] 기본가설 검정결과

첫째, 성과기대가 수용의도에 미치는 영향은 경로계수가 .010 (C.R값=.850, P =.932)로 유의하지 않게 나타나 기각되었다.

둘째, 노력기대가 수용의도에 미치는 영향은 경로계수가 .312 (C.R값 =2.822, P<.01)로 유의하게 나타나 인터넷전문은행 시스템 이용과 관련하여 편리 할수록 수용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 사회적 영향은 수용의도에 미치는 영향은 경로계수가 .207 (C.R값 =1.850, P =.064)로 유의하지 않게 나타나 기각되었다.

네째, 촉진조건이 수용의도에 미치는 영향은 경로계수가 .432 (C.R값 =3.010, P<.01)로 유의하게 나타나 인터넷전문은행 시스템 사용과 관련하여 지원하는 인프라의 믿음이 높을수록 수용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 인지된 위험이 수용의도에 미치는 양향은 경로계수가 .221 (C.R값 =2.664, P<.01)로 유의하게 나타나 금융소비자가 인터넷전문은행 서비스를 이용하는데 있어 , 예측 할 수 없는 결과로 인한 불확실성과 이로 인한 손실에 대해 수용의도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

여섯째, 혁신저항은 수용의도에 미치는 영향은 경로계수가 .124 (C.R값 =1.254, P =.210)로 유의하지 않게 나타나 기각되었다.

일곱째, 인터넷전문은행 수용의도는 인터넷전문은행 이용 미치는 영향은 경로계수가 .275 (C.R값=4.425, P<.001)로 유의하게 나타났다

4.5.2.2 가설검정 : 매개효과 분석

매개효과의 통계적 유의성을 검증할 수 있는 방법으로는 부트스트래핑법, Sobel 검증, Aroian 검증 등이 있다. Amos에서는 부트스트래핑법을 사용하여 매개효과의 존재 여부를 검증할 수 있다(신건권 2016). 본 연구에서는 보충적으로 외생변수(PE, EE, SI, FC, PR, IR)와 내생변수(UB)간의 IU(수용의도)가 매개효과가 있는지 알아보기 위해서 부트스트래핑을 이용하여 통계적 유의성을 검증하였다. 결과는 [표 4-12]와 같다.

[표 4-12] 매개효과 분석

| 경로 | 간접효과 | p값 |
|---|---|---|
| IR→ IU→ UB | .036 | *** |
| PR→ IU→ UB | .058 | *** |
| FC→ IU→ UB | .185 | *** |
| SI→ IU→ UB | .065 | *** |
| EE→ IU→ UB | .119 | *** |
| PE→ IU→ UB | .003 | *** |

P< 0.01 수준에서 유의함, 간접효과는 표준화된 간접효과임.

부트스트래핑법에 의해 외생변수(PE, EE, SI, FC, PR, IR)와 내생변수(UB)간의 IU(수용의도)가 매개영향을 미치는지를 분석한 결과 매개효과는 유의적인 것으로 나타났다.

4.5.2.3 가설검정 : 다중집단 경로분석

본 연구에서 저 향상초점 집단과 고 향상초점 집단 간의 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도 및 이용 시 유의한 차이가 있는지 확인하기 위하여 측정을 실시하였다. 또한 저 예방초점 집단과 고 예방초점 집단 간의 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도 및 이용 시 유의한 차이가 있는지 확인하기 위하여 측정을 실시하였다.

기본 구조방정식 모형에 기초하여 서로 다른 두 집단의 경로계수의 크기를 가지고 서로 통계적으로 유의한 차이가 있는지를 보고자 한다. 동일한 모 집단에서 추출한 두 표본에서 동일한 분석결과를 얻을 수 있는가를 판단하기 위해서 다중집단 확인요인분석을 통해서 교차타당성을 검증한다.

교차타당성을 검증하기 위해서는 측정동일성(measurement equivalence)에 대한 분석이 필요하다. Myers et al(2000), Mullen(1995)은 측정동일성을 확인하기 위해 형태의 동일성으로 비제약 모델(unconstrained model)형태로 집단 간 어떠한 제약도 하지 않은 모델과 요인부하량 동일성으로 요인부하량 제약모델(λ constrained model)형태로 집단 간 요인 부하량을 동일하게 제약하는 모델의 차이를 보았다.

따라서 [표 4-13]와 같이 model1과 model2의 집단 간 측정동일성에 대한 모델적합도 비교를 하였다.

[표 4-13] MCFA에 의한 집단 간(향상초점) 교차타당성 분석결과

| model | [model1] 비제약 | [model2]λ제약 |
|---|---|---|
| $\chi^2$ | 943.208 | 963.607 |
| $\chi^2$차이 | 20.578 | |
| $\chi^2$차이의 P-value | .195 | |

[표 4-13]에서 $\Delta\chi^2$는 비제약 모델과 제약모델의 $\chi^2$차이를 보여준다. model1과 model2의 차이는 df=16(140-124)일 때, $\Delta\chi2$=20.578 (model2 - model1 : 963.607 - 943.208)이 된다. 이는 두 모델 간 $\chi^2$차이의 p =.195>α =.05이므로 비제약 모델에 측정가중치가 동일하다는 제약 이후에도 모델의 적합도는 악화되지 않고 향상초점 집단 간 교차타당성이 확보된 것을 확인 할 수 있다. 여기에서 유의해야 할 것은 $\chi^2$차이가 비유의적이어야 한다는 점이다. 이는 향상초점 집단 간에 측정가중치가 다르지 않으며 측정동일성이 확보되었음을 의미한다.

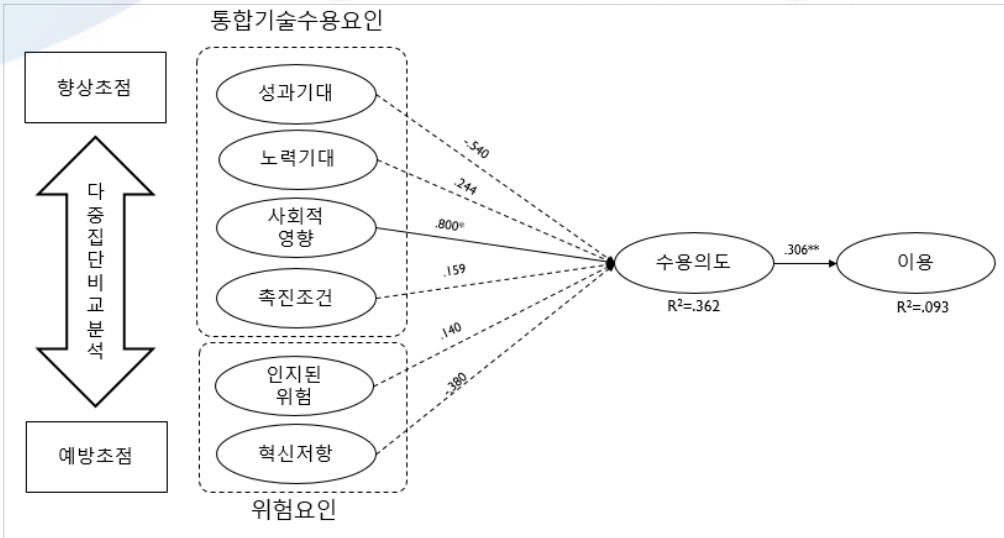
따라서 향상초점(고 향상초점 집단/저 향상초점 집단) 간의 측정가중치가 동일함을 확인하였기 때문에 구조모형분석을 실행하였으며, 향상초점 집단의 구조모형 분석에 의한 가설검증 결과는 [표 4-14]과 같다.

[표 4-14] 향상초점 집단의 구조모형 분석에 의한 가설검증 결과

| 가설(경로) | | | 저 향상초점 | | | 고 향상초점 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 비표준화계수 | p값 | 채택여부 | 비표준화계수 | p값 | 채택여부 |
| PE | → | IU | −.540(−1.295) | .195 | 기각 | .064(.510) | .610 | 기각 |
| EE | → | IU | .244(1.673) | .094 | 기각 | .263(1.519) | .129 | 기각 |
| SI | → | IU | .800(2.207) | .027* | 채택 | .020(−.152) | .879 | 기각 |
| FC | → | IU | .159(.773) | .440 | 기각 | .581(2.901) | .004** | 채택 |
| PR | → | IU | .140(1.876) | .068 | 기각 | .182(1.828) | .068 | 기각 |
| IR | → | IU | −.380(1.205) | .228 | 기각 | .135(1.165) | .244 | 기각 |
| IU | → | UB | .306(2.607) | .009** | 채택 | .291(3.946) | *** | 채택 |

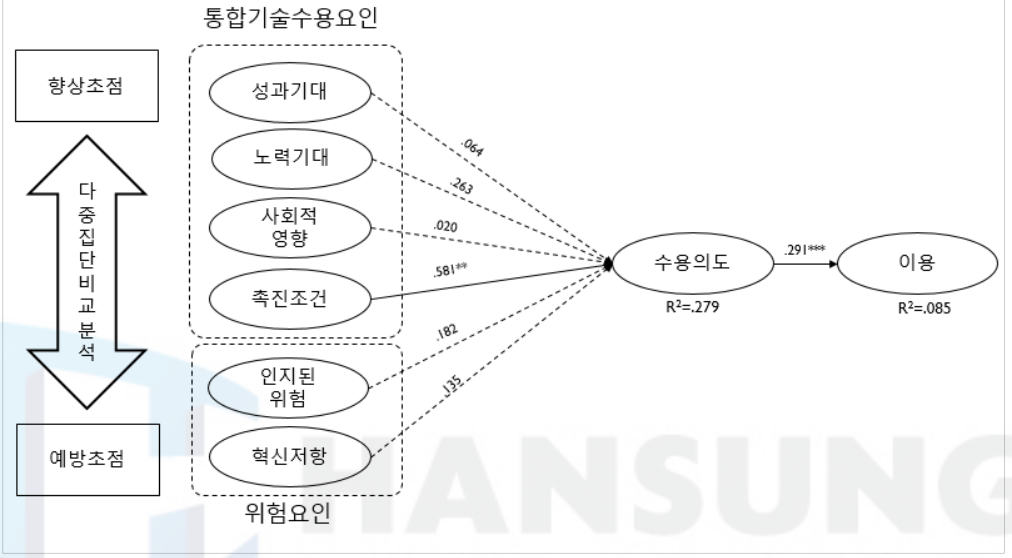
* p<.05, ** p<.01, *** p<.001 수준에서 유의함

저 향상초점 집단은 사회적 영향(SI)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 성과기대(PE), 노력기대(EE), 촉진조건(FC), 인지된 위험(PR), 혁신저항(IR)은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 분석결과를 [그림 4-2]와 같이 그림으로 제시하였다.




[그림 4-2] 저 향상초점 다중집단경로분석결과

고 향상초점 집단은 촉진조건(FC)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 성과기대(PE), 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 인지된 위험(PR), 혁신저항(IR)은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 분석결과를 [그림 4-3]과 같이 그림으로 제시하였다.




[그림 4-3] 고 향상초점 다중집단경로분석결과

저 향상초점 집단과 고 향상초점 집단 간 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것과 관련 명백한 차이를 나타내고 있은 것으로 나타났다.

그리고 예방초점의 교차타당성 분석결과는 [표 4-15]과 같다.

[표 4-15] MCFA에 의한 집단 간(예방초점) 교차타당성 분석결과

| model | [model1l 비제약 | [model2] λ제약 |
|---|---|---|
| $\chi^2$ | 915.642 | 938.998 |
| $\chi^2$차이 | 23.355 | |
| $\chi^2$차이의 P-value | .105 | |

$\Delta\chi^2$는 비제약 모델과 제약모델의 $\chi^2$차이를 보여준다. model1과 model2의 차이는 df=16(140−124)일 때, $\Delta\chi2$=23.355 (model2 - model1 : 938.998 − 915.642)이 된다. 이는 두 모델간 $\chi^2$차이의 p =.105>α=.05이므로 비제약 모델에 측정가중치가 동일하다는 제약 이후에도 모델의 적합도는 악화되지 않고 예방초점 집단 간 교차타당성이 확보된 것을 확인 할 수 있다. 여기에서 유의해야 할 것은 $\chi^2$차이가 비유의적이어야 한다는 점이다. 이는 예방초점 집단 간에 측정가중치가 다르지 않으며 측정동일성이 확보되었음을 의미한다.

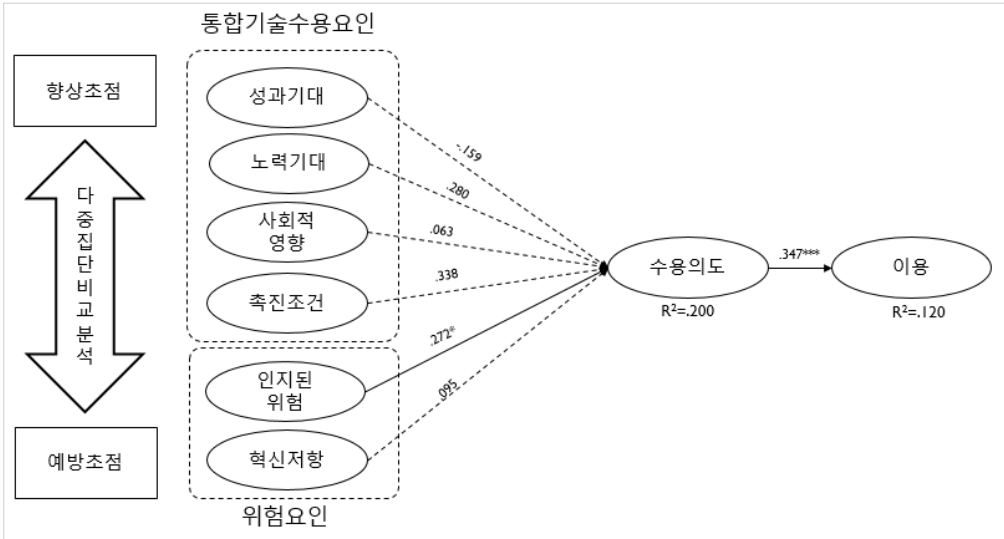
따라서 예방초점(고 예방초점 집단/저 예방초점 집단) 간의 측정가중치가 동일함을 확인하였기 때문에 구조모형분석을 실행하였으며, 예방초점 집단의 구조모형은 분석결과는 [표 4−16]과 같다.

[표 4−16] 예방초점 집단의 구조모형 분석에 의한 가설검증 결과

| 가설(경로) | | | 저 예방초점 | | | 고 예방초점 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 비표준화계수 | p값 | 채택여부 | 비표준화계수 | p값 | 채택여부 |
| PE | → | IU | −.159(1.066) | .287 | 기각 | −.282(−1.414) | .157 | 기각 |
| EE | → | IU | .280(1.792) | .073 | 기각 | .336(1.978) | .048* | 채택 |
| SI | → | IU | .063(0.445) | .656 | 기각 | .470(2.266) | .023* | 채택 |
| FC | → | IU | .338(1.904) | .057 | 기각 | .564(2.122) | .034* | 채택 |
| PR | → | IU | .272(2.302) | .021* | 채택 | .169(1.475) | .140 | 기각 |
| IR | → | IU | .095(.664) | .507 | 기각 | .149(1.157) | .247 | 기각 |
| IU | → | UB | .347(3.924) | *** | 채택 | .157(1.987) | .047* | 채택 |

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001 수준에서 유의함

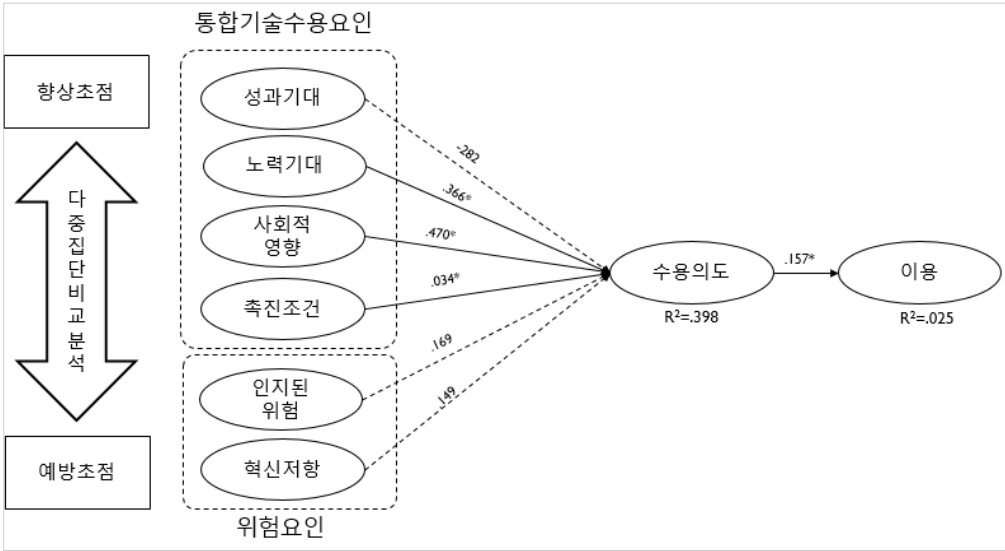
저 예방초점 집단은 인지된 위험(PR)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 성과기대(PE), 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건(FC), 혁신저항(IR)은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 분석결과를 [그림 4−4]와 같이 그림으로 제시하였다.




[그림 4-4] 저 예방초점 다중집단경로분석결과

고 예방초점 집단은 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건(FC)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났으나 성과기대(PE), 인지된 위험(PR), 혁신저항(IR)은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 분석결과를 [그림 4-5]와 같이 그림으로 제시하였다.

저 예방초점 집단과 고 예방초점 집단 간 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것과 관련한 명백한 차이를 나타내고 있는 것으로 나타났다.




[그림 4-5] 고 예방초점 다중집단경로분석결과

#### 4.5.2.4 가설검정 결과 요약

본 연구에서 설정한 가설 중 통합기술수용요인과 위험요인이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 미치는 영향에 관한 설정 가설 H1, H2은 부문적으로 채택되었고, 금융소비자의 수용의도와 이용에 관한 설정 가설 H3은 채택되었다. 또한 통합기술수용요인과 위험요인이 이용 간에 수용의도가 매개효과를 할 것이라는 설정 가설 H4, H5은 모두 채택되었다.

마지막으로 조절초점이 집단 간에 조절 효과를 검정한 가설 H6은 통계적으로 유의한 결과로 나타나 채택되었다. 본 연구에서의 검정결과는 [표4-17]에 요약하여 정리하였다.

[표4-17] 연구가설 검정 요약

| No | 가설 | 채택여부 |
|---|---|---|
| H1. | 통합기술수용요인은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | 부분채택 |
| H1-1. | 성과기대는 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | 기각 |
| H1-2. | 노력기대는 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 정(+)의 | 채택 |

| | | |
|---|---|---|
| | 영향을 미칠 것이다. | |
| H1-3. | 사회적 영향은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | 기각 |
| H1-4. | 촉진조건은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | 채택 |
| H2. | 위험요인은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다. | 부분채택 |
| H2-1. | 인지된 위험은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다. | 채택 |
| H2-2. | 혁신저항은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다. | 기각 |
| H3. | 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도는 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 이용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | 채택 |
| H4. | 통합기술수용요인과 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다. | 채택 |
| H4-1. | 성과기대와 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다. | 채택 |
| H4-2. | 노력기대와 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다. | 채택 |
| H4-3. | 사회적 영향과 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다. | 채택 |
| H4-4. | 촉진조건과 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다. | 채택 |
| H5. | 위험요인과 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다. | 채택 |
| H5-1. | 인지된 위험과 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다. | 채택 |
| H5-2 | 혁신저항과 이용 간에 수용의도는 매개효과가 있을 것이다. | 채택 |
| H6. | 조절초점은 집단 간의 경로에 유의한 차이가 있을 것이다. | 채택 |
| H6-1. | 향상초점에 있어 저 향상초점집단과 고 향상초점집단간의 경로에 유의한 차이가 있을 것이다. | 채택 |
| H6-2. | 예방초점에 있어 저 예방초점집단과 고 예방초점집단간의 경로에 유의한 차이가 있을 것이다. | 채택 |

## 4.6 추가분석

### 4.6.1. 조절초점과 인터넷전문은행 수용의도와의 관계

조절초점과 인터넷전문은행 수용의도와의 관계와 관련하여 개인들이 자신의 조절초점과 일치하는 정보 및 조건이 주어지는 조절일치의 상황에서 자신들의 결정과 행위에 더 많은 관심을 가지게 된다고 하였으며(Higgins et al., 2010), 조절일치의 상황에서 개인들이 자신의 결정과 행위에 보다 몰입하게 된다고 하였다(Lee, Park and Han, 2011). 조절초점이 온라인 제품리뷰와 구매의사결정에 영향을 미친다는 가설을 수립하고 이를 실증하였다(정재권, 박도형, 2013). 또한 페이스북의 이용 동기가 대학교육서비스의 구전(口傳)의도에 영향을 미친다는 가설을 수립하고 이를 실증하였다(이강석, 2015).

상기의 연구결과를 토대로 조절초점이 독립변수로써 조절초점이 인터넷전문은행 수용의도에도 직접적인 영향을 미치고 있음을 추론하였다.

| H7. 조절초점은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다. |
|---|

H7-1. 향상초점은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H7-2. 예방초점은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

4.6.2 가설검정 : 다중회귀분석

[표 4-18] 다중 회귀분석 결과

| | B | SE | β | t | p | VIF |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 상수 | 2.638 | .371 | | 7.118 | .000 | |
| 예방초점 | -.057 | .060 | -.062 | -.954 | .341 | 1.000 |
| 향상초점 | .275 | .085 | .210 | 3.221 | .001 | 1.000 |
| adj $R^2$ = .400, F = 5.689 (p=.004) | | | | | | |

Durbin-Watson's d=1.647

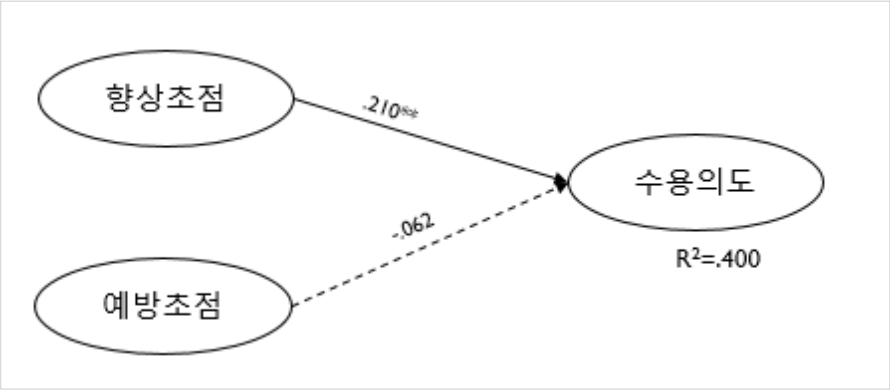
조절초점이 인터넷전문은행 수용의도에 유의한 영향 미치는지를 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

회귀분석을 실시하기 위하여 종속변수의 자기 상관과 독립변수간의 다중공산성을 검토하였다. 종속변수의 자기상관은 Durbin-Watson지수를 이용하였으며, Dubin-Watson지수가 1.647로 나타나 잔차항의 독립성(종속변수의 자기상관)도 확보되었다. 독립변수 간 다중공산성은 VIF(분산팽창요인) 지수를 이용하였고, 독립변수 간 VIF지수는 1.000로 10.0미만의 범위에 들어가므로 다중공산성이 없는 것으로 나타났다.

따라서 본 데이터는 회귀분석을 실시하기에 적합하다. 회귀 모형의 적합성 검정은 잔차 분석을 이용하여 정규성을 검정하였다. 다중 회귀분석을 실시한 결과 분산분석표에서 F값은 5.689, p=.004으로 독립변수 중 하나라도 종속변수에 선형적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

그리고 독립변수 중 어느 변수가 종속변수에 선형적으로 영향을 미치는지를 알아보기 위하여 계수표를 확인한 결과 향상초점(p<.01)은 종속변수인 수용의도에 1% 유의수준에서 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 향상초점(β=.210)이 높을수록 수용의도가 높아지며, 이들 변수가 종속변수인 수용의도를 설명하는 설명력은 40%(adj $R^2$ = .400)이다.

결국, 수용의도를 높이기 위해서는 향상초점 성향을 가지고 있는 고객군을 타깃으로 금융상품 기획을 강화해야 한다는 시사점을 보여주고 있다. 분석결과를 [그림 4-6]과 같이 그림으로 제시하였다.




[그림 4-6] 다중회귀분석결과

4.6.3 추가 가설검정 결과 요약

조절초점이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 미치는 영향에 관한 설정 가설 H7은 부분채택 되었다. 본 연구에서의 검정결과는 [표 4-19]에 요약하여 정리하였다.

[표4-19] 추가 연구가설 검정 요약

| | | |
|---|---|---|
| H7 | 조절초점은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다. | 부분채택 |
| H7-1. | 향상초점은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다. | 채택 |
| H7-2. | 예방초점은 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다. | 기각 |

## 4.7 연구결과에 대한 논의

본 연구는 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도와 이용을 목적으로 통합기술수용요인과 위험요인이 수용의도에 어떠한 영향을 미치는지를 실증 분석하였다.

통합기술수용요인 중 노력기대와 촉진조건이 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 확인되었고, 위험요인 중 인지된위험이 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 그리고 간접효과 검증에서는 통합기술수용요인과 위험요인이 모두가 간접효과가 있는 것으로 나타났다.

조절초점은 집단 간에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 확인되었고, 조절초점이 수용의도에 어떠한 영향을 미치는지를 실증 분석한 결과 향상초점이 유의미한 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

이러한 연구 결과를 가지고 연구 목적 및 가설별로 정리하여 논의하면 다음과 같다.

### 4.7.1 통합기술수용요인과 수용의도와의 관계

본 연구에서 통합기술수용요인과 수용의도와의 관계에서 통계적으로 영향을 미치는 통합기술수용이론으로 선정하였으며, 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건은 수용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 가정하였다. 연구 결과 노력기대와 사회적 영향은 수용의도에 통계적으로 유의미한 관계가 있는 것으로 나타나 여러 선행연구의 결과를 지지하였다. 그러나 성과기대와 촉진조건은 수용의도에 유의미한 관계가 없는 것으로 나타났다. 독립변수별로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 성과기대는 수용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 가정하였으나, 성과기대는 수용의도에 통계적으로 관계가 없는 것으로 나타났다. 이는 성과기대가 수용의도에 긍정적 영향을 미친다는 선행연구(김정석, 2016; 함상열, 2017; Yu, 2012; 심윤정, 2018)를 지지하지 못하였다.

둘째, 노력기대는 수용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 가정하였다. 연구결과 노력기대는 수용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 노력기대가 수

용의도에 긍정적인 영향을 미친다는 선행연구(오종철, 2010; 이민화, 2013; 정유진, 2018)와 일치한다.

셋째, 사회적 영향은 긍정적인 영향을 미칠 것으로 가정하였으나, 사회적 영향은 수용의도에 통계적으로 관계가 없는 것으로 나타났다. 이는 사회적영향이 수용의도에 긍정적 영향을 미친다는 선행연구(박일순, 2012; 김용문, 2013; 정순규, 2017; 정유진, 2018)를 지지하지 못하였다.

넷째, 촉진조건은 수용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 가정하였다. 연구결과 촉진조건은 수용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 촉진조건이 수용의도에 긍정적인 영향을 미친다는 선행연구(Yu, 2012; 손현정외, 2014; 고운혁, 2015; 심윤정, 2018)와 일치한다.

이와 같은 결과는 사용의 용이성과 편리성은 인터넷전문은행 역시 이용 용이하고 쉽게 배우고 적응이 쉽다면 적극 수용하겠다는 것으로 추정된다. 또한 기존 일반은행들과 경쟁에서 생존하기 위해서는 더 앞선 기술적 지원과 환경적 기반이 매우 필요하다는 것으로 볼 수 있다.

그러나 기존 일반은행의 모바일 뱅킹과 인터넷 뱅킹에서도 금융소비자에게 다양한 우대 서비스를 제공하고 있기 때문에 개인적인 효용성을 체감하지 못한 것으로 보이며, 인터넷전문은행은 본인의 자산을 관리하는 서비스이기 때문에 타인의 의견보다는 본인이 신중히 선택하는 경향이 있다는 것으로 연구 결과 보여 진다.

### 4.7.2 위험요인과 수용의도와의 관계

본 연구에서 위험요인과 수용의도와의 관계에서 통계적으로 영향을 미치는 인지된 위험과 혁신저항으로 선정하였으며, 인지된 위험과 혁신저항은 수용의도에 부정적인 영향을 미칠 것으로 가정하였다.

연구 결과 인지된 위험은 수용의도에 통계적으로 유의미한 관계가 있는 것으로 나타나 여러 선행연구의 결과를 지지하였다. 그러나 혁신저항은 수용의도에 유의미한 관계가 없는 것으로 나타났다. 독립변수별로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 인지된 위험은 수용의도에 부정적인 영향을 미칠 것으로 가정하였다. 연

구결과 인지된 위험은 수용의도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 인지된 위험은 수용의도에 부정적인 영향을 미친다는 선행연구(박일순, 2012; 함상열, 2017; 심윤정, 2018)와 일치한다.

둘째, 혁신저항은 수용의도에 부정적인 영향을 미칠 것으로 가정하였으나, 혁신저항은 수용의도에 통계적으로 관계가 없는 것으로 나타났다. 이는 혁신저항이 수용의도에 긍정적 영향을 미친다는 선행연구(김윤환·이재은, 2010; 전홍식·부이응옥증, 2011; 장용호·박종구, 2011)를 지지하지 못하였다.

이와 같은 결과는 인터넷전문은행은 이용 시 거래 오류로 인한 금전적 손실이 있을 것으로 인식하고 있으며, 은행으로부터 보상 받기 힘들 것으로도 인식하고 있다. 보안 시스템이 안전하지 못 할 것으로 인식하여 거래 정보의 유출과 해킹으로 범죄에 사용될 것으로 인식하고 있다.

또한 개인 정보 유출에 대한 우려가 있을 것으로 인식하고 있는 것으로 추정된다. 따라서 모바일 뱅킹이 더욱 고도화된 보안 기술 발전을 통해 안전에 대한 인식을 금융소비자에게 심어주는 노력이 필요 할 것이다. 금융소비자들이 기존 일반 은행의 인터넷뱅킹이나 모바일뱅킹을 이용하는 금융거래가 일상화 되어 있어 거부감이나 불편함을 느끼지 못하고 타인 이용에 반대 할 의사나 휴대폰 분실에 대한 위험으로 인한 인터넷전문은행 서비스 이용을 거부하지는 않는 것으로 추정된다.

### 4.7.3 수용의도와 이용과의 관계

본 연구에서 수용의도와 이용의 관계에서 통계적으로 긍정적인 영향을 미치는 것으로 선정하였으며, 수용의도는 이용에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 가정하였다. 연구 결과 수용의도는 이용에 통계적으로 유의미한 관계가 있는 것으로 나타나 여러 선행연구(허호원, 2014; 강선희, 2016; 정유진, 2018)의 결과를 지지하였다.

이와 같은 결과는 인터넷전문은행의 금융서비스를 수용할 계획이나, 가능성, 의향이 강한 금융소비자들이 실제 이용으로 이어지게 된다는 것으로 판단된다.

4.7.4 간접효과 분석에 대한 논의

본 연구는 통합기술수용요인과 위험요인과 이용 간에 수용의도가 간접효과가 있는 것으로 가정하였다. 연구결과 통합기술수용요인과 위험요인과 이용 간에 수용의도가 간접효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 통합기술수용요인과 위험요인과 이용 간에 수용의도가 매개효과를 하고 있다는 선행연구(정유진, 2018)를 지지하는 것이다. 이런 결과는 인터넷전문은행 서비스 이용에 있어서 금융소비자들은 기술수용과 위험요인을 통하여 수용할 가능성과 의향이 있어야 이어진다고 판단되어 지는 것이다.

4.7.5 조절효과 분석에 대한 논의

본 연구에서는 조절초점 집단 간의 경로에 유의적이 차이가 있을 것으로 가정을 하였다. 연구 결과 향상초점에 있어 고 향상초점 집단과 저 향상초점 집단 간에 경로에 유의적 차이가 있는 것으로 나타났고, 예방초점에서도 고 예방초점 집단과 저 예방초점 집단 간의 경로에 유의적 차이가 있는 것으로 나타났다.

첫째, 저 향상초점 집단은 사회적 영향(SI)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 고 향상초점 집단은 촉진조건(FC)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이런 결과는 저 향상초점 집단은 나에게 인터넷전문은행이 기존 일반은행보다 도움을 줄 것이라고 생각하고 타인에게 추천도 할 것으로 판단되다. 고 향상초점 집단은 본인의 라이프 스타일에 적합한 금융기관으로 인터넷전문은행을 지지하는 집단으로 마케팅 시 적극 활용할 필요가 있다.

둘째, 저 예방초점 집단은 인지된 위험(PR)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 고 예방초점 집단은 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건(FC)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이런 결과는 저 예방초점 고객들은

개인정보 유출, 해킹으로 인한 금전적 손실에 대한 위험을 제거를 통한 인터넷전문은행의 신뢰 노력이 필요하며, 고 예방초점 고객군은 기술수용에 대한 신뢰도를 높이는 소비자 행동 심리 부서 설립을 통한빅데이터 활용과 인공지능(AI)를 통한 금융 교육 컨설팅이 필요 할 것으로 판단된다.

#### 4.7.6 조절초점과 수용의도와의 관계

본 연구에서 조절초점과 수용의도와의 관계에서 통계적으로 영향을 미치는 향상초점과 예방초점으로 선정하였으며, 향상초점과 예방초점은 수용의도에 유의한 영향을 미칠 것으로 가정하였다. 연구 결과 향상초점은 수용의도에 통계적으로 유의한 관계가 있는 것으로 나타나 선행연구의 결과를 지지하였다. 그러나 예방초점은 수용의도에 유의미한 관계가 없는 것으로 나타났다. 독립변수별로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 향상초점은 수용의도에 유의한 영향을 미칠 것으로 가정하였다. 연구결과 향상초점은 수용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 향상초점은 수용의도에 유의한 영향을 미친다는 선행연구(이강석, 2015)와 일치한다.

둘째, 예방초점은 수용의도에 유의한 영향을 미칠 것으로 가정하였으나, 예방초점은 수용의도에 통계적으로 관계가 없는 것으로 나타났다. 이는 예방초점이 수용의도에 유의한 영향을 미친다는 선행연구(이강석, 2015)를 지지하지 못하였다.

이와 같은 결과는 인터넷전문은행을 이용 시 긍정적 사고 측면의 금융소비자는 인터넷전문은행 거래에 대한 선호도가 강한 소비자이기 때문에 수용의사가 확실한 고객군이므로 마케팅 시 적극 활용할 필요가 있다. 반대로 부정적인 측면을 많이 생각하는 고객군은 빅데이터를 활용한 안정적인 상품 중심의 마케팅을 진행해야 할 것으로 판단된다.

# Ⅴ. 결 론

## 5.1 연구결과

현재 한국 경제는 성장경제에서 성숙경제 기반으로 넘어간 단계이다. 생산 중심 에서 소비 중심으로 바뀌는 특징과 함께 금융도 자금조달 중심에서 자금운용 중심으로 금융 패러다임이 변화하고 있다. 돈이 돈을 벌어야 하는 시대로 바뀐 것이다. 2018년 정보기술기반의 금융서비스 대표기관인 인터넷전문은행이 국내에 출범한 지 1년이 되었다.

본 연구는 인터넷전문은행 출범 후 1년이 되기 전에 잠재적 인터넷전문은행 금융소비자들을 대상으로 진행된 설문결과를 바탕으로 실증적 연구를 진행하여 인터넷전문은행에 대한 수용의도와 이용에 영향을 미치는 요인들을 통합기술수용이론(UTAUT)을 통하여 분석하고 시사점을 도출해 보았다.

구체적으로 본 연구에서는 설명력이 향상된 통합기술수용이론인 UTAUT이론에서 사용된 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건과 위험요인 중 인터넷전문은행의 특성을 반영하는 변수로 인지된 위험과 혁신저항을 추가하여 이들 요인이 인터넷전문은행 잠재적 금융소비자의 수용의도와 이용에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하였다.

분석 결과 선행연구와 같이 통합기술수용요인 관련 독립변수 중 노력기대, 촉진조건, 위험요인 중 인지된 위험의 변수가 수용의도에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였고, 수용의도는 이용에 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다.

통합기술수용요인 중 성과기대, 사회적 영향과 위험요인 중 혁신저항은 수용의도에 유의하지 않는 것으로 분석되었다.

또한 매개변수인 수용의도가 인터넷전문은행 통합기술수용요인과 위험요인이 이용에 직접적으로 높은 설명력을 나타내는 등 설정된 가설들이 모두 지지됨을 확인하였다.

조절초점의 조절효과 분석은 집단 간의 경로에 유의적인 차이가 있는 것으로 분석되었다. 조절초점과 수용의도와의 관계에서 향상초점은 유의한 영향을 미치

는 것으로 분석되었으며, 예방초점은 유의한 영양을 미칠 것이라는 가설은 기각되었다.

성과기대는 연구모형에서 제시하고 있는 것과 달리 인터넷전문은행 수용의도에 유의하지 않는 것으로 나타났다. 이런 결과는 기존 일반은행들이 이미 전자금융서비스인 인터넷뱅킹 및 모바일뱅킹 이용 고객에게 수수료 면제, 우대금리 제공 등의 우대 조건을 제공하기 때문으로 해석된다. 기능적으로는 모바일뱅킹과 유사한 인터넷전문은행 서비스에 대하여 실제 이용 경험이 있는 금융소비자뿐만 아니라 경험이 없는 잠재적 금융소비자를 대상으로 설문을 진행한 결과, 금리 혜택과 서비스 등의 개인적인 효용성을 체감하지 못한 것이 원인으로 보인다.

노력기대는 연구모형에서 제시한 것과 같이 인터넷전문은행 수용의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 인터넷전문은행 성공요인으로 분석된 안정적 기반 고객 확보를 위한 용이성이 핵심인 것으로 나타났다. 혁신기법을 활용하여 공인인증서 없이 계좌개설이 가능하고, 스크래핑 방식으로 무서류 신용대출을 진행하는 등 기존 일반은행 서비스와 차별화된 인터넷전문은행의 접근 용이성이 금융소비자의 변화된 요구사항을 만족시키고 있다고 판단할 수 있다.

사회적 영향은 연구모형에서 제시하고 있는 것과 달리 인터넷전문은행 수용의도에 대하여 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 이는 인터넷전문은행 서비스의 수용에 대한 결정이 새로운 정보기술의 수용과 같은 맥락에서 주변의 가족 및 선배 등 영향력을 미치는 사람들의 권유에 의해 영향을 받지 않음을 의미한다. 이러한 현상은 인터넷이나 모바일에 익숙한 금융소비자가 많아서 인터넷전문은행 수용에 대한 두려움이 적고, 금융소비자 본인이 필요에 의해 수용하는 것이지 주변의 인식은 중요하지 않은 것으로 해석할 수 있다. 특히 금융의 특성상 개인의 금융 관련 정보 공유를 경계하는 경향이 원인으로 작용하고 있는 것으로 보인다.

촉진조건은 연구모형에서 제시한 것과 같이 인터넷전문은행 수용의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이런 결과는 우리나라의 경우 금융소비자들이 높은 수준의 모바일 이용과 최고 수준의 초고속 인터넷망이 보급되어 있어 인터넷전문은행 서비스 이용에 추가적인 기술적 환경이 필요하지 않다고 판단하거나 금융소비자가 현재의 인터넷 수준이나 모바일 뱅킹이 인터넷전문은행

서비스 이용하는 데 불편이 없기 때문이라고 판단된다. 이 같은 결과는 인터넷전문은행의 발전 가능성을 시사한다고 볼 수 있다.

인지된 위험은 연구모형에서 제시한 것과 같이 인터넷전문은행 수용의도에 유의미한 부(−)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 인터넷전문은행은 이용 시 거래 오류로 인한 금전적 손실을 우려하고 있으며 은행으로부터 보상받기 힘들 것으로도 인식하고 있다. 보안 시스템에 대한 불신으로 거래 정보의 유출 및 해킹으로 인한 불법 금융거래 발생을 우려하고 있다. 따라서 모바일뱅킹은 더욱 고도화된 보안기술 구축을 통해 금융소비자들의 보안에 대한 우려를 불식시켜야 한다는 과제를 안게 된다.

혁신저항은 연구모형에서 제시하고 있는 것과 달리 인터넷전문은행 수용의도에 대하여 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 이런 결과는 금융소비자들이 기존 일반은행의 인터넷뱅킹이나 모바일뱅킹을 이용하는 금융거래가 일상화되어 있어 거부감이나 불편을 느끼지 못하고, 타인 이용에 반대할 의사나 휴대폰 분실에 대한 우려 때문에 인터넷전문은행 서비스 이용을 거부하지는 않을 것이라는 가설을 방증한다. 이는 인터넷전문은행이 일반은행들과 차별화된 다양한 상품과 서비스를 준비해야 함을 시사한다.

수용의도는 이용에 통계적으로 유의미한 관계가 있는 것으로 나타나 여러 선행연구의 결과를 지지하였다. 이와 같은 결과는 인터넷전문은행의 금융서비스를 수용할 계획이나 가능성, 의향이 강한 금융소비자들이 실제 이용으로 이어지게 될 것이라는 판단의 근거가 된다.

통합기술수용요인 및 위험요인과 이용 간에 수용의도가 간접효과가 있는 것으로 나타났고, 부분 매개하는 것으로 나타났다. 이는 통합기술수용요인과 위험요인과 이용 간에 수용의도가 매개효과를 발휘하고 있다는 선행연구를 지지하는 것이다. 이런 결과는 인터넷전문은행 서비스 이용에 있어서 금융소비자들은 기술수용과 위험요인을 통하여 수용할 가능성과 의향이 있어야 한다는 판단의 근거가 된다.

향상초점에 있어 고 향상초점 집단과 저 향상초점 집단 간에 경로에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 저 향상초점 집단은 사회적 영향(SI)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에

영향을 미치는 것으로 나타났고, 고 향상초점 집단은 촉진조건(FC)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이런 결과는 저 향상초점 집단은 본인에게 인터넷전문은행이 기존 일반은행보다 도움을 줄 것이라고 생각하고 타인에게도 추천할 것이라는 판단으로 이어진다. 고 향상초점 집단은 본인의 라이프 스타일에 적합한 금융기관으로 인터넷전문은행을 지지하는 집단으로서 마케팅 시 활용의 가치가 크다.

예방초점에서도 고 예방초점 집단과 저 예방초점 집단 간의 경로에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 저 예방초점 집단은 인지된 위험(PR)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 고 예방초점 집단은 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건(FC)이 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도에 영향을 미치며 수용의도는 이용에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이런 결과는 저 예방초점 고객들은 개인정보 유출 및 해킹으로 인한 금전적 손실에 대한 위험제거를 통한 인터넷전문은행의 신뢰 구축이 필요하며, 고 예방초점 고객군은 기술수용에 대한 신뢰도를 높이는 소비자 행동심리 부서 설립을 통한 빅데이터 활용과 인공지능(AI)을 통한 금융교육 컨설팅이 필요할 것으로 판단된다.

향상초점은 수용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 향상초점은 수용의도에 유의미한 영향을 미친다는 선행연구와 일치한다. 이와 같은 결과는 인터넷 전문은행 이용 시 긍정적 사고 측면의 금융소비자는 인터넷전문은행 거래에 대한 선호도가 강한 소비자로서 수용의사가 확실한 고객군이므로 마케팅 시 활용가치가 높다.

예방초점은 수용의도에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 예방초점이 수용의도에 유의미한 영향을 미친다는 선행연구와는 다른 결과를 보여주는 것이다. 이와 같은 결과는 부정적인 측면을 많이 생각하는 고객군은 빅데이터를 활용한 안정적인 상품 중심의 마케팅을 진행해야 함을 말해준다.

## 5.2 연구 시사점

### 5.2.1 학문적 시사점

본 연구의 학문적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 인터넷전문은행이 국내에 도입되어 금융소비자들로부터 많은 관심을 얻고 있는 지금 통합기술수용이론 관점에서 수용의도와 이용에 영향을 미치는 요인을 분석하는 연구를 시도하였다는 점이다. 현재 도입 초기에 있는 인터넷전문은행에 대한 금융소비자의 수용에 영향을 미치고 있는 요인들에 대해 분석하였고, 도출된 결과는 인터넷전문은행에 대한 금융소비자의 태도와 수용행동 분석에 실무적 방향성을 제공할 것으로 기대한다.

둘째, 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 수용의도를 매개변수로 설정하여 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건, 인지된 위험, 혁신저항과 이용간의 간접효과 검증을 통하여 매개효과를 확인하였다.

셋째, 향상초점과 예방초점을 통한 조절효과로 인터넷전문은행을 수용하고자 하는 금융소비자에게 미치는 영향에 대해 분석하였다.

넷째, 조절초점인 향상초점과 예방초점이 수용의도에 영향을 미치는지에 대해 추가적인 분석을 실시하였다.

### 5.2.2 인터넷전문은행 관점의 시사점

연구결과를 토대로 인터넷전문은행 관점에서의 시사점은 다음과 같다.

첫째, 모바일 기기 등을 통한 기반고객 확보를 위해서는 낮은 고객유치 비용과 고품질의 빅테이터 관리를 통해 기존 일반은행보다 경쟁우위를 적극 활용한 고객 맞춤형 상품 개발과 리스크 관리가 필요하다.

둘째, 사회적 영향이 수용의도에 영향을 미치지 못한다는 연구결과와 같이 금융소비자들은 개인의도에 의해서 인터넷전문은행을 이용하는 것이지, 자신에게 영향을 주는 다른 사람들의 의견을 중요하게 인지하지 않는다는 것을 확인하였다.

셋째, 금융은 근본적으로 신뢰가 바탕인 사업이므로 인터넷전문은행은 모바일 등 온라인을 통해 금융서비스를 제공하는 점을 고려하여 기술보안에 더욱 철저한 준비가 필요하다. 인터넷전문은행은 해킹 등에 노출될 가능성이 높다. 따라서 금융소비자의 불안감을 해소하기 위해 보안기술 개발과 해킹방지 프로그램 개발 등에 주력해야 한다.

5.2.3 금융소비자 관점의 시사점

연구결과를 토대로 금융소비자 관점에서 시사점은 다음과 같다.

첫째, 인터넷전문은행은 기존 일반은행과 비교할 때 24시간 비대면 서비스로 편리성과 신속성에 있어 만족감이 크다. 금융소비자들은 기존 일반은행의 업무시간 내 지점 방문에 따른 부담을 해소할 수 있는 수요자 중심의 은행서비스 이용이 가능해졌다.

둘째, 기존 일반은행과 인터넷전문은행 간 경쟁으로 인하여 금융소비자들은 더 다양하고 편리한 금융서비스를 제공받을 수 있게 되었다.

셋째, 성과기대, 혁신저항이 인터넷전문은행 수용에 긍정적인 영향을 미치지 못한다는 연구결과와 같이, 금융소비자들은 기술적인 면에서 인터넷전문은행과 기존 일반은행의 모바일뱅킹이 유사한 것으로 인지하고 있다.

5.2.4. 금융정책당국 관점의 시사점

우리나라 인터넷전문은행의 금융경쟁력 강화를 위해서는 금융정책당국의 정책적 지원이 필요하다.

첫째, 2018년 인터넷전문은행 특례법에 따라 비금융주력자의 지분을 34%로 높여 지배구조상의 규제는 일부 해소되었지만 중소기업을 제외한 기업대출을 막으면서 영업상의 규제는 오히려 더욱 강화되었다. 업무적으로 소매금융 영업에만 집중하는 상황에서 혁신적 상품개발 환경은 더욱 악화되었다.

둘째, 빅데이터를 활용한 자체 신용평가 분석으로 개인대출 진행 시 대출자의 개인정보에 보다 쉽게 접근해야 하지만 현행 개인정보보호법은 이를 금지하고 있

다. 정책당국에서 규제를 완화한다면 인터넷전문은행 금융경쟁력 강화의 전환점이 마련될 것으로 사료된다.

### 5.3 제언

우리나라 인터넷전문은행이 성공하기 위한 제언을 추가하면 다음과 같다.

첫째, 인터넷전문은행 확산을 위해서 고 연령층 고객과 같이 특정 고객별 맞춤형 서비스 및 마케팅 전략이 필요하다. 예를 들어, 기존 일반은행 내점을 선호하는 고 연령층 고객을 대상으로 포트폴리오 최적화 및 비용절감 등 재무설계 수단으로 로보어드바이저의 사용과 휴먼터치를 병행하여 초 맞춤형 종합재무설계를 제공하는 것이 효과적일 것이다.

둘째, 공유경제에 이은 새로운 패러다임인 구독경제(Subscription economy) 모델을 활용한 고객 초 맞춤 서비스(상품이나 시간을 고객이 직접 정함)를 제공함으로써 소유보다는 경험을 중시하는 밀레니얼 세대의 소비패턴 변화를 주의 깊게 지켜볼 필요가 있다.

셋째, 금융기관 클라우드 활용 관련 규제 본격화 이후 클라우드 도입 시 IT 인프라 관련 이점과 동시에 컴플라이언스 부담이 가중됨을 인지하고 금융기관의 감사/컴플라이언스 비용 절감을 통한 클라우드 활용 유인 준비가 필요하다.

넷째, 신용보증기금과 기술보증기금, 각 시도 신용보증재단과 연계로 소상공인, 중소기업의 신용보증서 발급 시스템 구축을 통한 기업대출을 추진했으면 한다.

다섯째, Point of sales lending(물품구입 결제 시 본인 신용으로 대출받아 납부하고 분할상환하는 서비스) 시장진출에 대한 대비가 필요하다.

### 5.4 연구의 한계 및 향후 연구 방향

본 연구는 기존 일반은행 거래 중심의 잠재적 인터넷전문은행 금융소비자들을 대상으로 인터넷전문은행 서비스에 대한 수용의도와 이용에 관한 관계를 통합기술수용모델을 기반으로 분석하였으며, 특히 향상초점과 예방초점의 조절효과를 통한 학술적인 시사점을 도출하는 데 의의가 있다. 그러나 본 연구를 수행함에

있어 몇 가지 한계점을 가지고 있어 추가적인 후속 연구가 이루어져야 할 것으로 판단된다.

첫째, 본 연구를 위해 설문을 진행하던 시기는 인터넷전문은행이 국내에 도입된 지 채 1년이 안 된 시점이었다. 추후 후속연구에서는 인터넷전문은행 서비스가 다양한 인터넷금융소비자의 이용 경험을 축적한 상태에서 실제 이용 경험자를 대상으로 수용의도와 이용에 영향을 미치는 요인을 분석하는 실증적 연구가 필요하다. 나아가 두 연구 결과의 차이점을 비교, 확인한다면 본 연구보다 더욱 의미있는 연구가 진행될 것으로 사료된다.

둘째, 인터넷전문은행 서비스의 수용의도에 영향을 미치는 독립변수로 본 연구에서는 통합기술수용이론에 인지된 위험과 혁신저항을 추가 설정하였지만 독립변수들을 확장한다면 본 연구와 상이한 결과가 도출될 수도 있을 것이다.

셋째, 본 연구는 연구대상을 국내에 한정하여 진행하였다. 후속연구에서는 이미 인터넷전문은행이 활성화되어 있는 미국, 일본, 유럽과 중국 그리고 기타 활성화를 앞두고 있는 서남아시아, 동남아시아 국가들을 함께 조사하여 국가별 차이에 대한 연구를 수행한다면, 실무적, 학술적 가치가 높은 연구가 될 것으로 사료된다.

마지막으로 ICT의 시대에 금융은 많은 혜택을 입은 업종이 되었다. 기술과 금융이 결합하여 세분화되고 표준화된 금융서비스가 금융시장을 위협하고 고객의 니즈를 평가하기 시작하였다. 일반 금융소비자들을 위한 생각하는 금융, 지적인 금융 교육시스템을 개발하는 금융컨설팅 연구가 후속 진행되었으면 한다.

# 참 고 문 헌

## 1. 국 내 문 헌


강경훈. (2015). 인터넷전문은행의 전망과 과제. 『주간금융경제동향』, 우리금융경영연구소, 5(27), 2-5.

강서진. (2014). 해외 인터넷전문은행 동향 및 국내 이슈 점검. 『KB지식 비타민 73』, KB금융지주경영연구소.

강선희. (2016). 통합기술수용이론(UTAUT)을 기반으로 간편 결제서비스 수용의도와 이용에 관한 연구: 혁신저항의 조절효과를 중심으로. 부경대 박사학위 논문.

강창호, 이정훈. (2015). 『IT와 금융이 만나는 새로운 세상 핀테크』, 서울: 한빛미디어

강현구, 유주선, 이성남. (2017). 『핀테크와 법』, 서울: 씨아이알.

고운혁. (2015). 전자조달 서비스의 사용자 이용의도에 대한 연구(전자정부시스템 중심으로). 국민대학교 대학원 박사학위 논문.

곽지훈, 간형식. (2013). 조절초점 이론의 고찰 및 새로운 연구 방향. 『글로벌경영 연구』, 25(1), 1-15.

금융감독위원회. (2016). ㈜케이뱅크 은행(제1호 인터넷전문은행) 은행업 인가.

금융감독위원회. (2017). 인터넷전문은행 최근 동향과 금융권 대응 움직임.

금융감독위원회. (2017). 금융위원회, 한국카카오은행(주)에 대한 은행업 인가.

금융보안원. (2015). 미국, 일본 인터넷전문은행 서비스 및 보안기능 비교분석

김경은. (2018). 진로의사결정 과정에서 조절초점-조절전략 일치 여부에 따른 정서 및 인지 반응의 차이. 서울대학교 박사학위논문.

김규수, 전봉걸. (2016). 인터넷뱅킹 확산이 은행 경영성과에 미친 영향 및 시사점. 『한국경제의 분석』, 22(1); 144-206.

김기호. (2018). 모바일 간편 결제 서비스의 사용의도 및 사용행위에 관한 연구: 성격 5요인 이론(FFM)과 통합기술수용이론(UTAUT)을 중심으로. 한성대

학교 박사학위 논문.
김대원, 김성철. (2017). 시중은행에서 인터넷 전문은행으로의 선택 전환 의도에 영향을 미치는 요인. 『정보사회와 미디어』, 18(1): 105-134.
김동우, 김진영. (2016). 『핀테크 세상을 열다』. 서울: 한빛미디어
김려성, 최성, 전영하. (2016). 『핀테크 보안경영』. 서울: 진한엠앤비
김민정. (2017). 외식 배달 어플리케이션 서비스 지속이용의도에 관한 연구: 가치기반이론과 저항요인의 통합적 관점에서. 경희대학교 박사학위 논문.
김석환, 박동규. (2017). 인터넷전문은행에 대한 금융소비자의 수용요인에 관한 연구. 『산업경제연구』, 30(2): 589-622.
김성일. (2012). 혁신확산이론에 따른 스마트폰 수용의도에 관한 연구 : 스마트폰 미사용자를 중심으로. □세종대학교 대학원□ 박사학위논문.
김소정, 김주연, 오수빈, 전성원 외. (2017). 한국인터넷전문은행 발전전략에 관한 연구. 『국제문화기술진흥원』, 3(2): 37-42.
김용구. (2011). 인지된 위험과 신뢰가 Cloud Computing 사용의도에 미치는 영향, 인천대학교 박사학위 논문.
김용구. (2012). 인지된 위험과 신뢰가 Cloud Computing 사용의도에 미치는 영향: 모바일 Cloud Computing을 중심으로. □인천대학교 박사학위 논문.
김용문. (2013). 국내 스마트폰 사용자들의 애북(App-Book) 구매행위에 미치는 영향요인 연구. 동국대학교 박사학위 논문.
김윤환, 이재은. (2010). 영상통화에 대한 소비자 심리적 반발요인에 관한 연구: 변형된 혁신저항모형을 중심으로. 『마케팅관리연구』, 15(2): 23-41.
김영채. (2011). 모바일 특성과 IT 특성, 그리고 관여가 스마트폰 애플리케이션 만족에 미치는 영향에 관한 연구: 패션 애플리케이션을 중심으로. 국제e-비즈니스 학회, 『e-비지니스 연구』,12(2): 551-574.
김재휘, 성보경, 부수현. (2010). 온라인 맞춤형 광고의 유용성, 편의성, 프라이버시 침해 위험성이 광고 수용의도에 미치는 영향 : 소비자의 심리적 반응과 지각된 통제감을 중심으로. 『광고연구』 □ 87호, 263-302.
김정석. (2017). 블록체인 기술 수용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 숭실대학교 박사학위 논문.

김종기, 김진성, 모건. (2012). 모바일 뱅킹 서비스에 대한 사용자 저항에 관한 연구: 온라인 보안을 중심으로. 『산업혁신연구』, 28(2): 59-99.

김종의, 김소영, 임승희, 석유미 외. (2015). 『소비자 행동론』. 서울 : 형설출판사.

김종현. (2015). 인터넷전문은행의 성공 조건. 『주간금융경제동향』, 우리금융경영연구소, 5(3): 2-5.

김종현. (2016). 『Fintech 3.0』. 서울: 한국금융연수원.

김준우, 박수현, 이건희, 곽현호. (2016). 스마트 워치 구매의도에 미치는 영향 : 개인 혁신성의 조절효과. 『한국경영정보학회 춘계학술대회』.

김정석. (2016). 블록체인 기술 수용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 숭실대 박사학위 논문.

김정열, 김인호. (2006). 정보기술에 대한 사용자 저항이 정보기술 활용에 미치는 영향: 경기도의 초중등 교원을 중심으로. 『기업경영연구』. 13(1): 143-163.

김지혜. (2017). 『로보 파이낸스가 만드는 미래금융지도』. 서울: 한스미디어.

김진경. (2013). 기술 준비 수용모델을 적용한 모바일 애플리케이션의 카테고리별 사용의도에 관한 연구. 공주대학교 박사학위 논문.

김진형. (2018). 혁신저항모형 관점에서의 연구개발 아웃소싱 활성화 장애요인 연구: 국내 자동차산업을 대상으로. 건국대학교 박사학위 논문.

김태호, 김학선. (2016). 수정된 기술수용모델을 이용한 푸드테크 산업 소비자 배달앱 기술수용의도에 관한 연구. 『관광학연구』, 40(5): 127-144.

노미진, 장형유. (2011). 모바일뱅킹 품질 및 지각된 신뢰가 재이용의도에 미치는 영향: 성별의 조절효과를 중심으로. 『산업경제연구』, 24(2): 927-952.

딜로이트 안진회계법인, 딜로이트 컨설팅. (2016). 『경계의 종말』, 서울: 원앤원북스

류정열. (2017). 모바일 외식앱의 품질특성과 소비자 혁신성 및 자기효능감이 긍정적 행동의도에 미치는 영향: 기술수용모델을 중심으로. 배재대학교 박사학위논문.

문용주. (2015). 기술수용모델을 이용한 외국국적항공사의 e-서비스이용의도에 관

한 연구. 경성대학교 대학원 박사학위 논문.
문형철. (2017). 인터넷전문은행 열풍이 시사하는 의미와 미래. 『디지에코보고서』, 1-9.
박선우. (2016). 일본 인터넷전문은행의 동향과 국내 인터넷전문은행에 미치는 시사점. 『정보통신방송정책』, 28(15): 32-42.
박성민. (2017). 전자상거래의 정보 프라이버시 보호행동에 영향을 미치는 요인 연구. □숭실대학교 대학원□ 석사학위논문.
박성휘. (2011). 온라인 구전정보가 소비자 구매의도에 미치는 영향에 대한 연구 : 관여도, 조절초점, 자기효능감의 조절효과를 중심으로. 인하대학교 박사학위논문.
박일순. (2012). 통합기술수용이론(UTAUT) 기반 모바일 신용카드서비스의 사용자수용 모형에 관한 연구. 국민대학교 박사학위논문.
박천웅. (2015). 정보 프라이버시 염려와 신뢰가 개인정보 제공에 미치는 영향. □인천대학교 대학원□ 박사학위논문.
박현정, 최재원, 신경식. (2015). 가상현실 모션센싱 입력장치에 대한 혁신저항과 수용. 『지식경영연구』, 16(4): 191-213.
배재권. (2017). 국내 인터넷전문은행 이용자의 혁신저항과 혁신수용요인에 관한 연구 : 혁신확산 및 혁신저항이론을 기반으로. 『한국지능정보시스템학회』, 59-58.
백규선. (2014). 이슈리더십과 리더십 효과성의 관계에 대한 향상초점과 집단 전형성의 조절효과: 시나리오를 통한 실험. 국민대학교 박사학위논문.
변현, 조광민, 배정섭. (2017). UTAUT2 모형을 적용한 대학생들의 온라인 스포츠미디어 사용행동 분석. 『Korean Journal of Sport Science』, 28(20): 424-439.
브렛 킹. (2015). 『핀테크전쟁』. 서울: 예문
비티기술거래. (2017). 『핀테크 산업분석보고서』. 서울: ㈜비티타임즈
사재훈. (2017). 로보어드바이저 서비스 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 숭실대학교 박사학위 논문.
손현정, 이상원, 조문희. (2014). 대학생의 웨어러블 디바이스 사용의도에 영향을

미치는 요인 – UTAUT2 모델의 응용. 『한국언론정보학보』, 7-33.
송윤정, 안중섭. (2018). 모바일 금융서비스 이용행태 조사 결과 및 시사점. 한국은행. 2018-3호.
송지준. (2015). 『SPSS/AMOS 통계분석방법』. 서울: 21세기사.
송희석, 김경철. (2006). 모바일성거래 서비스의 저항요인. 『한국전자거래학회지』. 11(2): 111-134.
서병호. (2008). 인터넷 전문은행의 해외사례 및 시사점. 『금융동향』,127-135.
서병호. (2015). 한국형 인터넷전문은행 도입방안. 『한국금융연구원』.
서병호. (2015). 인터넷전문은행의 도입에 따른 기대효과 및 시사점. 『주간금융브리프』, 한국금융연구원, 24(33): 10-11.
서병호. (2016). 국내 은행산업의 시장경쟁과 시사점. 『주간 금융브리프』, 한국금융 연수원, 25(8).
서병호, 이수진, 이윤석. (2016). 해외 인터넷전문은행의 사례분석과 시사점. 『KIF 금융리포트 16-1』.
신건권. (2016). 『Amos 통계분석 따라하기』. 서울: 청람
신길환. (2013). 부인방지 기능 중심의 Web기반 샵(#)메일의 사용의도 및 사용행동에 대한 연구. 국민대학교 박사학위 논문.
신무경. (2016). 『인터넷전문은행』. 서울: 미래의 창.
신문식, 한상설, 김효정. (2012). 인지된 위험, 사이트 품질, 소비자 개인성향이 지속적 사용의도에 미치는 영향. □『경영교육연구』□ 27(1), 1-23.
심선희. (2013). 정보 프라이버시 염려가 SNS 사용자간의 상호작용성에 미치는 영향. □부경대학교 대학원□ 박사학위논문.
심윤정. (2018). 통합기술수용이론을 활용한 핀테크 서비스 수용 의도에 관한 연구. 건국대학교 박사학위 논문.
양승호, 황윤성, 박재기. (2016). 통합기술수용이론(UTAUT)에 의한 핀테크 결제서비스 사용의도에 관한 연구. 『경영경제연구』, 38(1): 183-209.
오종철. (2015). UTAUT를 적용한 스마트폰 어플리케이션 구매에 관한 한중 비교연구. 『e-비지니스연구』, 16(6): 43-63

오창동, 윤대균, 장병주. (2010). 호텔기업의 ERP 사용자 특성과 변화관리가 혁신저항에 미치는 영향에 관한 연구. 『기업경영연구』. 17(3): 173-189.

우종필. (2016). 『구조방정식모델 개념과 이해』. 서울: 한나래.

유기동. (2017). 윤리적 리더십이 제언행동, 업무성과 및 일탈행동에 미치는 영향에 대한 연구: 향상초점과 예방초점의 매개역할을 중심으로. 성균관대학교 박사학위 논문.

유우준. (2017). 소비자 정체성과 브랜드커피 구매의도의 관계에서 확장된 계획행동 이론의 매개효과와 조절초점의 조절효과. 호남대학교 박사학위 논문.

유재현, 박철. (2010). 기술수용모델(Technology AcceptanceModel) 연구에 대한 종합적 고찰. 『Entrue Journal of Information Technology』, 9(2): 31-50.

유필화, 이승희. (1994). 신제품 수용 시 소비자의 혁신저항에 관한 연구: 혁신저항모형을 중심으로. 『경영학연구』. 23(3): 217-249.

윤호영. (2017). 카카오뱅크가 꿈꾸는 미래, 『KBI 금융강좌 VOL.1』, 한국금융연수원.

이가희. (2018). 외식 배달앱 서비스 편의성이 지각된 가치와 수용, 혁신저항 및 행동의도에 미치는 영향. 경희대학교 박사학위 논문.

이갑수. (2018). 『일본이 꿈꾸는 소사이어티 5.0』. 삼성경제연구소.

이강석. (2016). 페이스북의 이용동기가 대학교육 서비스의 구전의도에 미치는 영향 : 조절초점의 조절효과를 고려하여. 호서대학교 박사학위 논문.

이경탁, 노미진. (2011). 소셜커머스의 이용의도에 영향을 미치는 요인 : 지각된 위험과 기술수용모형 간의 관계. 『소비문화연구』,14(4): 165-182

이동만, 림계화, 장성희. (2010). UTAUT 이론을 기반으로 한 인터넷뱅킹의 이용에 영향을 요인: 한국과 중국의 비교연구. 『정보시스템연구』, 19(4), 111-136.

이민화. (2013). 자동차 보험 거래에 있어서 전자적 채널 이용 의도의 영향 요인 : UTAUT 모델의 응용. 『정보시스템연구』, 22(1): 179-198.

이상복, 왕상한. (2016). 주요국 인터넷전문은행의 현황과 그 법적 시사점. 『법학논총』, 33(1): 303-339.

이상윤. (2012). 스마트폰의 수용요인과 저항요인이 재구매의도에 미치는 영향 : 권장의도의 매개효과를 중심으로. 위덕대학교 박사학위 논문.

이상준. (2015). B2B서비스품질이 브랜드이미지와 관계성과에 미치는 영향 연구: 국내사무용복합기 시장을 중심으로. 한성대학교 석사학위 논문.

이선영. (2017). 소비자의 혁신성과 혁신 저항 성향에 따른 모바일 정보탐색에 관한 연구:텍스트마이닝을 중심으로. 성균관대학교 박사학위 논문.

이수진. (2015). 독일 Fidor Bank 사례로 살펴본 인터넷전문은행의지향점. 『주간 금융브리프』, 24(48): 10-11.

이수진. (2015). 미국 인터넷전문은행 인가 사례 및 시사점. 『주간 금융브리프』, 한국금융연구원, 24(21): 12-13.

이성복. (2016). 『미국 인터넷전문은행의 사업성과 분석 및 시사점』. 서울: 자본시장연구원.

이지은. (2017). 무료 모바일 동영상 서비스의 이용 행위 의도에 영향을 미치는 요인에 대한 연구. 『언론정보연구, 54(1): 258-313.

이학식, 임지훈. (2013). 『구조방정식 모형분석과 AMOS 20.0』. 서울: 집현재.

이학식, 임지훈. (2015). 『SPSS 22 매뉴얼』. 서울: 집현재.

이환수, 임동원, 조항정. (2013). 빅데이터 시대의 개인정보 과잉이 사용자 저항에 미치는 영향. □『지능정보연구』 □, 19(1), 125-139.

임희랑. (2015). 계획행동이론을 활용한 외식소비자의 친환경농산물과 건강메뉴 구매의도에 관한 연구. 경성대학교 박사학위논문.

자본시장연구원. (2015). 미국 인터넷전문은행의 진입.퇴출 특징 분석

자본시장연구원. (2017). 중국 인터넷전문은행의 현황과 평가

정유진. (2018). 인터넷전문은행 수용의도와 이용행위에 영향을 미치는 요인에 관한 실증 연구. 서울벤처대학원대학교 박사학위 논문.

정유진, 박현숙. (2017). 인터넷전문은행 서비스의 사용자 수용에 관한 연구 UTAUT2 모델을 응용하여. 『e-비즈니스연구』, 75-95.

조성도, 고준. (2008). 판매원의 판매자동와 도구에 대한 혁신저항: 기술수용모형 및 판매원 심리 관점. 『한국마케팅저널』. 9(4): 145-177.

조영서. (2015). 한국형 인터넷 전문은행의 사업모델 및 시사점. Bain &

Company.
전주용, 여은정. (2015). 인터넷전문은행 도입이 국내 은행산업에 미치는 영향: 산업 조직론적 관점에서의 분석. 『금융연구』, 29(4): 199-234.
전홍식, 부이응옥중. (2011). 소비자 혁신 저항, 사전지식 및 광고유형이 광고태도와 구매의도에 미치는 영향. 『한국소비자광고심리학회지』, 12(1): 71-99.
정상표. (2016). 인터넷전무은행의 활성화를 위한 법제도적 고찰. 중남대학교.
장성호. (2014). 소셜 네트워크 서비스 프라이버시 위험이 사용자 저항에 미치는 영향. □인천대학교 대학원□ 석사학위논문.
장용호, 박종구. (2011). 마이크로블로그에 대한 채택과 혁신저항의 예측요인에 관한 연구. 『기술정보연구』, 10(1), 41-52.
정순규. (2017). 가상현실 융합산업 생태계 분석을 통한 뮤지컬 시장의 활성화 전략 연구. 중앙대학교.
정원석, 황인창. (2017). 인터넷전문은행 영업성과와 시사점. 『KIRI 리포트』, 보험연구원, 28-30.
정유신, 구태언. (2015). 『핀테크 기회를 잡아라』. 서울: 한국경제신문
정재권, 박도형. (2013) 자기조절초점에 따른 온라인 제품 리뷰의 효과에 관한 연구. 『e-비즈니스연구』, 14(3): 77-93.
정주호, 최선규. (2017). 인터넷전문은행 활성화를 위한 은산분리법제 고찰. 『법학논총 37』, 215-245.
정찬석. (2015). 핀테크 오픈 플랫폼 환경에서 안전한 금융거래를 위한 보안 인증 방법 연구. 숭실대학교 박사학위논문.
정태기. (2017). 핀테크 금융 서비스 특성이 수용 의도에 미치는 영향에 관한 연구. 부산대학교 박사학위논문.
정혜주. (2018). 온라인 사용후기의 방향성과 유형이 브랜드태도 및 구매의도에 미치는 영향:조절초점과 시간적 거리의 조절효과를 중심으로. 동국대학교 박사학위 논문
주선희. (2013). 제품의 무형성이 소비자의 위험 지각 및 위험감소행동에 미치는 영향과 자기조절의 조절적 영향. 경북대학교 박사학위 논문.

최수정, 강영선. (2016). 모바일 간편 결제에 대한 지속사용의도: 개인의 혁신성, 신뢰 및 네트워크 효과를 고려한 UTAUT모형시각에서의 접근. 『정보통신정책 연구』, 23(4): 29-52.

천대중. (2014). 미국 인터넷전문은행 제도 및 현황. 『주간 금융경제동향』, 우리금융 경영연구소, 4(50): 10-13.

천대중. (2015). 일본 인터넷전문은행 제도 및 현황. 『주간 금융경제동향』, 우리금융 경영연구소, 6-10.

천대중. (2014). 해외 인터넷전문은행 동향 및 시사점. 『주간 금융경제동향』, 우리금융 경영연구소, 4(30): 6-12.

최창호. (2018). 『SPSS-AMOS 한번에 끝내기』. 서울:(주)피오디컴퍼니.

커넥팅랩. (2017). 『모바일트렌드 2018』. 서울:미래의 창

크리스 스키너. (2017) 『디지털뱅크 은행의 종말을 고하다』. 서울:미래의 창

클라우드 슈밥. (2017). 『제4차 산업혁명』. 서울:새로운현재

한국은행. (2016). 2016년 지급결제 뉴스레터. 한국은행 금융결제국.

한국은행. (2016). 2016년 3/4분기 국내 인터넷뱅킹서비스 이용현황. 공보 2016-11-18호.

한국은행. (2017). 2016년 중 국내 인터넷뱅킹서비스 이용현황.2017년 2월 27일 공보 2017-2-29호.

한국인터넷진흥원. (2017). 2016년 인터넷이용 실태조사 요약보고서.

한여정. (2018). 호텔 직원의 사회지능, 직무열의, 경력만족, 발언 행동 간의 구조적 관계 : 향상초점의 조절된 매개효과를 중심으로. 세종대학교 박사학위 논문.

한충근. (2018). 지각된 위험특성과 사용자 특성이 비대면 금융거래시스템 사용의도에 미치는 영향 : 바이오 정보 기반의 본인인증시스템 중심으로. 한성대학교 박사학위 논문.

한재진. (2016). 간편결제 채택과 지속사용에 관한 연구: 기술수용모델 중심으로. 성균관대학교 박사학위논문.

함상열. (2017). 핀테크 서비스의 수용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 숭실대학교 박사학위논문.

황신해. (2016). 핀테크(Fintech) 수용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 영남 대학교 박사학위 논문.

황신혜, 김정군. (2017). 핀테크 지급결제 서비스 수용 저항요인 연구: 혁신저항이론 관점에서. 『경영정보관련 춘계통합학술대회』.

허호원. (2014). 모바일학습의 이용행동에 영향을 미치는 주요 요인에 관한 실증연구. 숭실대학교 박사학위 논문.

현경민, 박종일, 김성진, 길진세 외. (2016). 『Fintech』. 서울 : 미래의 창.

Rumin Zhang, Taesoo Moon. (2013). An Empirical Study on User Acceptance Mobile Payment in China. 『인터넷전자상거래학회』, 13(2): 187-215.

매경이코노미. (2018.04.27.) 디지털금융 현장, 검색일자 : 2018년 6월 2일, http://news.mk.co.kr/v2/economy/view.php?.year=2018&no=268848.

HANSUNG UNIVERSITY

## 2. 국 외 문 헌


Agarwal. R., & Karahanna, E. (2000). Time flies when you're having fun : Cognitive absorption and beliefs about information technology usage, *MIS Quarterly*, 24(4): 665-694.

Ajzen, Ⅰ. (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2): 179-11.

Ajzen, Ⅰ. (2002). Residual Effects of Past on Later Behavior: Habituation and Reasoned Action Perspectives, *Personality & Social Psychology Review*, 6(2): 107-122.

Arnaboldi, F., & Claeys, P. (2008). Internet Banking in Europe: a comparative analysis, *Research Institute of Applied Economics WP* 2008-2011.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review* , 84 (2), 191.

Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory . NJ: Prentice Hall.

Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 248-287.

Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators, *Computers in Human Behavior*, 50: 418-430.

Baron, R. M., & D. A. Kenny. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51: 1173-1182.

Beneke, J., A. Greene, I. Lok, & K. Mallett. (2012) The influence of perceived risk on purchase intent : the case of premium grocery private label brands in South Africa. *Journal of Product & Brand*

*Management*, Vol.21 No.1,: 4-14.

Bernhard Swoboda, Karin Pennemann, & Markus Taube. (2012). The Effects of Perceived Brand Globalness and Perceived Brand Localness in China : Empirical Evidence on Western, Asian, and Domestic Retailers. *Journal of International Marketing*. 72-95.

Boudreau, M. C., Gefen, D., & D. W. Straub (2001). Validation in Information Systems Research: A State-of-the-Art Assessment, *MIS Quarterly*, 25(1): 1-16.

Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: What is it? How is it measured? Does it affect loyalty?, *Journal of Marketing*, 73(3); 52-68.

Brockner, J., & Higgins, E. T. (2001). Regulatory focus theory: Implications for the study of emotions at work. *Organizational behavior and human decision processes*, 86(1), 35-66.

Carlson J., Furst, K., Lang, W. W & Nolle D. E. (2001). Internet Banking: Market Developments and Regulatory Issues, Manuscript, *the Society of Government Economists*, Washington D. C..

Cervone, D. & Pervin, L. A. (2013). Personality: *Theory and research (12th ed)*. USA: John Wiley & Sons.

Chan. K. Y., Gong. M., Xu, Y., & Thong, J. Y. L. (2008). Examining User Acceptance of SMS: An Empirical Study in China and Hong Kong, in Proceeding of 12th Pacific Asia Conference on Information System, Suzhou China, July 3-7.

Chang, M. K., Cheung, W., Cheng C. H., & Yeung, Jeff HY.(2008). Understanding ERP system adoption from the user's perspective, *International Journal of Production Economics*, 113(2): 928-942.

Chaouali, W., Yahia, I. B., & Souiden, N. (2016). The interplay of counter-conformity motivation, social influence, and trust in customers' intention to adopt Internet banking services: The case of an

emerging country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 28: 209-218.

Chen, K. Y., & Chang, M. L. (2011). User Acceptance of NFC mobile phone service : an investigation based on the UTAUT model, *The Service Industries Journal*, DOI : 10.1080/02642069.2011.622369, Forthcoming.

Chen & Holsapple (2013). E-Business Adoption Research: State of the Art, *Journal of Electronic Commerce Research; long beach*, 14(3): 261-286.

Cheng, Y. S., Yu, T. F., Huang, C. F., Yu, C., & Yu, C. C.(2011). The Comparison of Three Major Occupations for User Acceptance of Information Technology: Applying the UTAUT Model, *iBusiness*, 13(2): 147-158.

Collons F & Moores T(1983). Microprocessors in the office: A study of re-sistance to change. *Journal of Systems Management*. 34(1): 17~21.

Compeau, D. R., & Higgins C. A. (1995). Computer Self-Efficacy: Development of a Measure and initial Test, *MIS Quarterly*, 19(2): 189-211.

Davis, F. D. (1986). Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-user Information systems Theory and Results, Unpublished doctoral dissertation, MIT.

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Use Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, 13(3): 319-339.

Davis, L. D., Bagozzi R. P., & Warshow P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models, *Management Science*, 35(8): 982-1002.

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & P. R. Warshow, P. R. (1992). Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace, *Journal of*

*Applied Social Psychology*, 22(14): 1111-1132.

Delgado, J., Hernando, I., & Nieto, M. (2007). Do European Primarily Internet Banks Show Scale and Experience Efficiencies? *European Financial Management,* 13(4): 643-671.

Dickson GW & Simmons JK(1970). The behavioral side of MIS. *Business Horizon*. 13(Aug): 59~71.

Egland, K. L., Furst, D. E. Nolle, & D. Robertson (1998). Banking over the Internet, *Quarterly Journal, Office of the Comptroller of the Currency*, 17(4).

Escobar-Rodriguez, T., & Carvajal-Trujillo, E. (2013). Online purchasing tickets for low cost carriers: An application of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model. *Tourism Management,* 43: 70~88.

Efron, B. (1979). Bootstrap method : Another look at the Jackknife, *The Annuals of Statistics*, 7(1): 1-26.

Fillion, G., Braham, H., & Ekionea, J. B. (2011). Testing UTAUT on the Use of ERP Systems by Middle Managers and End-Users of Medium - to Large-sized Canadian Enterprises, *Academy of Information and Management Sciences Journal,* 14(1): 1-28.

Fishbein, M., & Ajzen, Ⅰ. (1975). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research, Reading, MA: Addison-Wesley.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, *Journal of Marketing Research*, 18(1): 39-50.

Friedman, R. S., & Förster, J. (2001). The effects of promotion and pre-vention cues on creativity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(6), 1001.

Furst, K., W. W. Lang, & D. E. Nolle (2000). Who offers Internet Banking?,

*Quarterly Journal, Office of the Comptroller of the Currency*, 19(2): 27-46.

Furst, K., W. W. Lang, & D. E. Nolle (2000a). Internet Banking: Developments and Prospects, Working Paper, *Center for Information Policy Research*, Harvard University.

Furst, K., W. W. Lang, & D. E. Nolle (2000b). Internet Banking, *Journal Financial Services Research*, 41(3): 163-195.

Gefen D. (2003). TAM or Just Plain Habit: A look at Experienced Online Shoppers, *Journal of End User Computing*, 15(3): 1-13.

Gilroy FD & Desai HB(1981). Computer anxiety: Sex, race and age. *International journal of Man-Machine Studies*. 25(1): 711~719.

Goldsmith R., & Hofacker, C. (1981). Measuring consumer innovativeness , *Journal of the Academy of Marketing Science*, 19: 209-221.

Guo Yong (2015). Moderating Effects of Gender in the Acceptance of Mobile SNS Based on UTAUT Model, *International Journal of Smart Home*, 9(1): 203-216.

Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2006). Multivariate Data Analysis with Readings(6rd ed.), *Upper Saddle River*, NU: Pearson Prentice Hall.

Hasan, I. Ciciretti, R., & Zazzara, C. (2009). Do Internet Activities Add Value? Evidence from thr Traditional Banks, *Journal of Financial Services Research*, 35(1): 81-98.

Hasan, I. Schmiedel, H., & Song, L. (2012). Return to retail banking and payments, *Journal of Financial Services Research*, 41(3): 163-195.

Hernando, I., & Nieto, M. J. (1980). Is the Internet delivery channel chang-ing banks' performance? The case of Spanish Banks, *Journal of Financial Services Research*, 35(1): 81-98.

Higgins, E. Tory., Joseph Cesario, Nao Hagiwara, Scott Spiegel & Thane Pittman.(2010). Increasing or decreasing interest in activities: The

role of regulatory fit. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(4): 556-572.

Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American psychologist*, 52(12), 1280.

Higgins, E. T. (1998). Promotion and prevention: Regulatory focus as a motivational principle. *Advances in experimental social psychology*, 30, 1-46.

Higgins, E. T., & Silberman, I. (1998). Development of regulatory focus: Promotion and prevention as ways of living.

Hirschman, E. C. (1980). Innovativeness, novelty seeking and consumer creativity, Journal of Consumer Research, 7(3): 283-295.

Hoffman Donna L., & Thomas P. Novak, and Marcos Perlta (1999). Building Consumer Trust in Online, *Communication of the ACM*, 42(4): 50-56.

Jorge Arenas-Gaitan, Begona Peral-Peral, & Maria Angeles Ramon-Jeronomo (2015). Elderly and internet banking: An Application of UTUT2, *Journal of Internet Banking and Commerce*.

Kark, R., & Van Dijk, D. (2007). Motivation to lead, motivation to follow: The role of the self-regulatory focus in leadership processes. *Academy of Management Review*, 32(2), 500-528.

King, B. (2012). Bank 3.0: Why Banking Is No Longer Somewhere You Go But Something You Do, Wiley.

Koehler, D. J., & Poon, C. S. (2006). Self-predictions overweight strength of current intentions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42(4), 517-524.

Kovacs, M., S. Farias, F. Moura, & A. Souza (2011). Relations between Consumer Effort, Risk Reduction Strategies, and Satisfaction with the E-commerce Buying Process: The Development of a Conceptual Framework. *International Journal of Management*, Vol.28 No.1, :

316-329.

Lanaj, K., Chang, C. H., & Johnson, R. E. (2012). Regulatory focus and work-related outcomes: a review and meta-analysis. *Psychological bulletin*, 138(5), 998.

Lapointe L & Rivard S (2005). A multiple model of resistance to information technology implementation. *MIS Quarterly*. 29(3): 461~491.

Lee, Jumin, Do-Hyung Park, & Ingoo Han. (2011). Emerald Article: The different effects of online consumer reviews on consumers' purchase intentions depending on trust in online shopping malls: An advertis-ing perspective. *Internet research*, 21(2): 187-206.

Leone, L., Perugini, M., & Bagozzi, R. (2005). Emotions and decision mak-ing: Regulatory focus moderates the influence of anticipated emo-tions on action evaluations. *Cognition & Emotion*, 19(8), 1175-1198.

Liberman, N., Idson, L. C., Camacho, C. J., & Higgins, E. T. (1999). Promotion and prevention choices between stability and change. *Journal of personality and social psychology*, 77(6), 1135.

Limayen, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). How habit Limits the Predictive Power of Intentions: The Case of is Continuance, *MIS Quarterly,* 31(4): 705-737.

Lin, Y. C., C. A. Chang, & Y. F. Lin. (2012) Self-construal and regulatory focus influences on persuasion: The moderating role of perceived risk. *Journal of Business Research,* Vol.65: 1152-1159.

Lin & Lu.(2012). Towards an understanding of the behavioral intention to use a web site. International. *Journal of Information Management*. 20(3): 197~ 208.

Luarn, P., & Lin H. H. (2005). Toward an understanding of the intention to use to use mobile banking, *Computers in Human Behavior*, 21(6): 873-891.

MacKinnon, D. P., C. M. Lockwood, J. M. Hoffman, S. G. West, & V. Sheets(2002). A Comparison of Methods to Test Mediation and Other Intervening Variable Effects, *Psychological Methods*, 7(1): 83-104.

Marakas GM & Hornik S(1996). Passive resistance misuse: Overt support and covert recalcitrance in is implementation. *European Journal of Information Systems*. 5(1): 208~219.

Markus ML(1983). Power, politics, and MIS implementation. *Communications- 112 of the ACM*. 26(6): 430~444.

Martins, C. (2013). Exploring digital music online: User acceptance and adoption of online music services. Instituto Superior de Economia Gestão.

Malhotra, P., & B. Singh (2009). The Impact of Internet Banking on Banking on Bank Performance and Risk; The Indian Experiences, *Eurasian Journal of Business and Economics*, 294: 43-62.

Meyer, J. P., Becker, T. E., & Vandenberghe, C. (2004). Employee commit-ment and motivation: a conceptual analysis and integrative model. *Journal of applied psychology*, 89(6), 991.

Meyers-Levy, J., & B. Sternthal (1991). Gender differences in the use of message cues and judgements, *Journal of Marketing Research*, 28(Feb): 84-96.

Min, Q, Z. Liu, & S. Ji (2008). A Comprehensive Review of IT Adoption Research, *China Journal of Information Systems*, Tsinghua University Press, Beijing, November, 2(2): 22-32.

Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation, *Information System Research*, 12(3): 192-222.

Moran, M. Hawkes, & O. E. Gayar (2010). Table Personal Computer Integration in Higher Education: Applying the Unified Theory of

Acceptance and Use Technology Model to Understand Supporting Factors, *Journal of Educational Computing Research*, 42(1): 79-102.

Neubert, M. J., Carlson, D. S., Kacmar, K. M., Roberts, J. A., & Chonko, L. B. (2009). The virtuous influence of ethical leadership behavior: Evidence from the field. *Journal of Business Ethics*, 90(2), 157-170.

Onay, Ceylan & Emre Ozsoz (2013). The Impact of Internet-Banking on Brick and Mortar Branches: The Case of Turkey, *J Fiance Serv Res*, 44:187-204 DOI 10.1007/s10693-011-0124-9.

Quintal, V. A., Lee, J. A., & Soutar, G. N. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism Management*, 31(6): 797-805.

Ram S. (1987). A model of innovation resistance. *Advances in Consumer Research*. 14(1): 208~212.

Raman, A., & Don, Y. (2013). Preservice teachers'acceptance of learning management software: An application of the UTAUT2 model. *International Education Studies*, 6(7).

Robert DeYoung. (2001). The financial performance of pure play Internet banks, *Economic Perspectives Federal Reserve Bank of Chicago*. 25(1) First Quarter 2001, 60-75.

Robert DeYoung. (2001). Learning-by-doing, Scale Efficiencies, and Financial Performance at Internet-Only Banks, Federal Reserve Bank of Chicago.

Robert DeYoung (2002). Learning-by Doing, Scale Efficiencies, and Financia Performance at Internet-Only Banks, Federal Reserve Bank of Chicago WP 2001-06.

Robert DeYoung (2005). The Performance of Internet-Based Business Models: Evidence from the Banking Industry, *Journal of Business*, 78(3): 893-947.

Robert DeYoung, Lang, W. W., & Nolle, D. E. (2007). How the Internet

Affects Output and Performance at Community Banks, *Journal of Banking and Finance*, 31(4): 1033-1060.

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations*. USA: The Free Press.

Ruth Christopher J. (2000), Applying a Modified Technology Acceptance Model to Determine Factors Affecting Behavioral Intentions to Adopt Electronic Shopping on the WWW: A Structural Equation Modeling Approach, Doctoral Dissertation, University of Drexel.

Samar Rahia, Mazuri Abd. Ghanib, Feras MI Alnasera & Abdul Hafaz Ngahc(2018). Investigating the role of unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) in internet banking adoption con-text, *Management Science Letters*, 8: 173-186.

Samar, S., Ghani, M., & Alnaser, F. (2017). Predicting customer's intentions to use internet banking: the role of technology acceptance model (TAM) in e-banking. *Management Science Letters*, 7(11): 513-524.

Sathye, M. (2005). The Impact of Internet Banking on Performance and Risk Profile: Evidence from Australian Credit Unions, *Journal of International Banking Regulation*, 6(2): 163-179.

Scholer, A. A., & Higgins, E. T. (2010). Regulatory focus in a demanding world. Handbook of personality and self-regulation, 291-314.

Seppo Pahnila, Mikko Siponen, & Xiaosong Zheng (2011). Integrating Habit into UTAUT : *The Chinese eBay Case, Pacific Asia Journal of the Association for Information Systems*, 3(2): 1-30.

Sheth JN & Newman BI & Gross BL(1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*. 22(2): 159~ 170.

Sheth JN(1981). Psychology of Innovation Resistance: The less developed concept(LCD) in diffusion research. *Research in marketing*. 273~ 282.

Sullivan, R. J. (2000). How Has the Adoption of Internet Banking Affected

Performance and Risk at Banks? A Look at Internet Banking in the Tenth Federal Reserve District, Financial Industry Perspectives, Federal Reserve Bank of Kansas City.

Tae-ho Yoon, Yen-Yoo You & Do-sung Na. (2017). Factors Influencing the Intention to Use Internet-only Bank Service Focused on Korean Financial Institution Users. *International Journal of Applied Business and Economic Research,* VOL.15.

Tae-ho Yoon, Yen-Yoo You & Jin-taek Jung. (2018). A study on the Intention to use Korean Internet-only bank service - based on technology Acceptance Model. *Indian Journal of Public Health Research & Development*, Vol. 9, No. 8

Tai, Y. M., & Ku, Y. C. (2013). Will stock investors use mobile stock trading? A benefit-risk assessment based on a modified UTAUT model, *Journal of Electronic Commerce Research*, 14(1): 67-84.

Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models, *Information Systems Research,* 6(2): 144-176.

Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization, *MIS Quarterly*, 15(1): 125-143.

Triandis, H. C. (1977). *Interpersonal behavior* . Brooks/Cole Pub. Co.

Venkatesh, V. & Brown, S. A. (2001). A longitudinal investigation of personal computers in homes: Adoption determinants and emerging challenges. *MIS Quarterly* , 25 (1), 71-102.

Venkatesh, V. (1999). Creating Favorable User Perception: Exploring the role of Intrinsic Motivation, *MIS Quarterly*, 23(2): 239-260.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies, *Management Science*, 46(2): 186-204.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: toward a Unified View, *MIS Quarterly*, 27(3): 425-478.

Venkatesh, V., Thong J. Y. L., & Xu X. (2012). Computer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, *MIS Quarterly*, 36(1): 157-178.

Wallace, C., & Chen, G. (2006). A multilevel integration of personality, cli-mate, self regulation, and performance. *Personnel Psychology*, 59(3), 529-557.

Wang & Scheepers. (2012). Understanding the Intrinsic Motivations of User Acceptance of Hedonic Information Systems: Towards a Unified Research Model, *Communications of the Association for Information Systems,* 30: 256-274.

Wang, H. I., & Yang, H. L. (2005). The Role of Personality Traits in UTAUT Model under online Stocking, *Contemporary Management Research*, 1(1): 69-82.

Wu, C., McMullen, J. S., Neubert, M. J., & Yi, X. (2008). The influence of leader regulatory focus on employee creativity. *Journal of Business Venturing*, 23(5), 587-602.

Yu. (2012). Factors Affecting Individuals to Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence from the UTAUT Model, *Journal of Electronic Commerce Research*, VOL.13. NO2.

Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to ex-plain mobile banking user adoption, *Computers in Human Behavior*, 26(40): 760-767.

# 설 문 지

## 인터넷전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도 및 이용에 관한 설문 조사

안녕하십니까?

저는 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅학과 컨버전스컨설팅전공 박사 과정에 재학중인 학생입니다.

본 설문 조사는 인터넷 전문은행 서비스에 대한 금융소비자의 수용의도 및 이용에 관한 것으로, 설문 응답은 귀하께서 해당되는 사실이나 가장 가까운 의견을 말씀해 주시면 됩니다.

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 진행될 수 있도록 협조 부탁드립니다.

감사합니다.

2018 년 04월

지식서비스 & 컨설팅학과 컨버전스컨설팅

지도교수 : 교 수 유 연 우

연 구 자 : 박사과정 윤 태 호

본 조사의 내용은 통계법 제13조에 의거하여 비밀이 보장되며, 통계목적 이외에는 절대 사용하지 않습니다.

**인터넷전문은행(케이뱅크, 카카오뱅크)이 설립되고 본격적인 사업 진행으로 기존 은행에 많은 변화가 진행되고 있습니다.**
**귀하의 인터넷전문은행 이용 경험과 상관없이 기존 은행 이용(모바일,PC) 경험을 바탕으로 인터넷전문은행 서비스를 생각하시면서 귀하의 판단에 따라 해당되는 번호에 체크(V)해 주시면 감사하겠습니다.**

1. 다음은 인터넷전문은행을 이용할 경우, 성과기대에 대한 질문입니다.

| NO | 질 문 내 용 | 전혀 아니다 | 아니다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 1 | 나는 인터넷전문은행 서비스가 기존 은행 서비스 보다는 더 유용 할 것 같다 | | | | | |
| 2 | 나는 인터넷전문은행을 이용하여 효율성이 향상 될 것으로 기대한다. | | | | | |
| 3 | 나는 인터넷전문은행이 기존 은행보다는 은행업무가 더 쉽게 처리 될 것 같다. | | | | | |
| 4 | 나는 인터넷전문은행 서비스가 기존 은행 서비스 보다는 더 생활에 도움을 줄 것 같다. | | | | | |

2. 다음은 인터넷전문은행을 이용할 경우, 노력기대에 대한 질문입니다.

| NO | 질 문 내 용 | 전혀 아니다 | 아니다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 1 | 나는 인터넷전문은행 서비스에 쉽게 적응할 것 같다 | | | | | |
| 2 | 나는 인터넷전문은행 서비스를 이용하는 것이 어렵지 않다. | | | | | |
| 3 | 나는 인터넷전문은행의 이용방법을 배우는 것이 어렵지 않을 것 같다. | | | | | |
| 4 | 나는 인터넷전문은행 서비스를 쉽게 작동시킬 수 있을 것이다. | | | | | |

3. 다음은 인터넷전문은행을 이용할 경우, 사회적 영향에 대한 질문입니다.

| NO | 질 문 내 용 | 전혀 아니다 | 아니다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 1 | 나에게 중요한 사람들(가족, 학교 선배등)은 내가 인터넷전문은행 서비스를 이용해야 한다고 생각한다. | | | | | |
| 2 | 나는 인터넷전문은행 서비스를 다른 사람들에게 추천할 의향이 있다. | | | | | |
| 3 | 나는 인터넷전문은행 서비스를 이용하면 자부심을 느낄 것이다. | | | | | |
| 4 | 나는 인터넷전문은행 서비스가 기존 은행 서비스 보다는 더 생활에 도움을 줄 것 같다. | | | | | |

4. 다음은 인터넷전문은행을 이용할 경우, 촉진조건에 대한 질문입니다.

| NO | 질 문 내 용 | 전혀 아니다 | 아니다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 1 | 나는 인터넷전문은행 서비스을 이용하기 위한장비(모바일 기기등)을 보유 하고 있다. | | | | | |
| 2 | 나는 인터넷전문은행을 이용하기에 필요한 지식을 가지고 있다. | | | | | |
| 3 | 나는 인터넷전문은행을 이용할 때 필요시 고객센터등 안내를 받을 수 있을 것 같다. | | | | | |
| 4 | 나는 인터넷전문은행 서비스가 내 라이프 스타일과 궁합이 잘 맞다고 생각한다. | | | | | |

5. 다음은 인터넷전문은행을 이용할 경우, 인지된 위험에 대한 질문입니다.

| NO | 질 문 내 용 | 전혀 아니다 | 아니다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 1 | 나는 인터넷전문은행 이용으로 금전적 손실을 일으킬 수 있다고 생각한다. | | | | | |
| 2 | 나는 인터넷전문은행이 아직 불완전하고 예측 불가능한 위험이 많이 숨어 있다고 생각한다. | | | | | |
| 3 | 나는 인터넷전문은행 이용으로 거래 정보가 유출되고 해킹이나 범죄에 사용될 우려가 있을 것 같다. | | | | | |
| 4 | 나는 인터넷전문은행 서비스 이용으로 개인정보가 유출 될 우려가 있을 것 같다. | | | | | |

6. 다음은 인터넷전문은행 서비스의 혁신저항에 관한 질문입니다.

| NO | 질 문 내 용 | 전혀 아니다 | 아니다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 1 | 나는 인터넷전문은행에 대해 거부감을 가지고 있다. | | | | | |
| 2 | 나는 타인의 인터넷전문은행 이용을 반대할 의사가 있다. | | | | | |
| 3 | 나는 기존 은행에 익숙하고 불편함이 없어 인터넷전문은행을 사용할 필요가 없다고 생각한다. | | | | | |
| 4 | 나는 인터넷전문은행 서비스는 휴대폰 분실에 대한 위험이 커 이용을 거부한다. | | | | | |

7. 다음은 인터넷전문은행 서비스의 수용의도에 관한 질문입니다.

| NO | 질 문 내 용 | 전혀 아니다 | 아니다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 1 | 나는 인터넷전문은행 서비스를 사용할 의향이있다. | | | | | |
| 2 | 나는 인터넷전문은행을 기회가 되면 이용할 것이다. | | | | | |
| 3 | 나는 인터넷전문은행를 사용할 계획이 있다. | | | | | |
| 4 | 나는 인터넷전문은행 서비스가 필요하다. | | | | | |

8. 다음은 인터넷전문은행서비스의 이용에 관한 질문입니다.

| NO | 질 문 내 용 | 전혀 아니다 | 아니다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 1 | 나는 인터넷전문은행 서비스를 기꺼이 사용할 것이다. | | | | | |
| 2 | 나는 인터넷전문은행을 이용하고 있으며 지속적으로 사용하고자 한다. | | | | | |
| 3 | 나는 인터넷전문은행을 다른 사람에게 추천할 의향이 있다. | | | | | |
| 4 | 나는 인터넷전문은행 서비스를 필요할 때마다 사용 할 것이다. | | | | | |

9. 다음은 귀하의 향상초점 성향에 관한 질문입니다.

| NO | 나는 인터넷전문은행 서비스 선택 시 _____하는 편이다. | 전혀 아니다 | 아니다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 1 | 좋아하는 면이 있으면 마음에 걸리는 점이 있더라도 선택하는 편이다 | | | | | |
| 2 | 얼마나 좋아할까를 생각하는 편이다 | | | | | |
| 3 | 마음에 드는 면이 얼마나 있는지에 초점을 맞추는 편이다 | | | | | |
| 4 | 긍정적 측면을 많이 생각하는 편이다 | | | | | |

10. 다음은 귀하의 예방초점 성향에 관한 질문입니다.

| NO | 질 문 내 용 | 전혀 아니다 | 아니다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 1 | 마음에 걸리는 점이 있으면 좋아하는 면이 있더라도 그 제품을 구매하지 않는 편이다 | | | | | |
| 2 | 후회하지 않을까 생각하는 편이다 | | | | | |
| 3 | 마음에 걸리는 점이 얼마나 없는지에 초점을 맞추는 편이다 | | | | | |
| 4 | 부정적 측면을 많이 생각하는 편이다 | | | | | |

11. 기타 일반적인 사항과 관련된 질문입니다. 해당란에 체크(V)해 주시기 바랍니다.

# 귀하의 성별은 ?

(1) 남자 (2) 여자

# 귀하의 연령은 ?

(1) 20대 (2) 30대 (3) 40대 (4) 50대 (5) 60대이상

# 귀하의 직업은 ?

(1) 학생 (2) 회사원 (3) 주부 (4) 공무원 (5) 전문직 (6) 자영업

# 귀하는 모바일 뱅킹 서비스를 이용해 본 경험이 있습니까 ?

(1) 예 (2) 아니오

# 귀하는 인터넷 전문은행(케이뱅크, 카카오뱅크)을 이용해 본 경험이 있습니까 ?

(1) 예 (2) 아니오

# 귀하는 주거래은행(일반은행)을 지속적으로 사용하시겠습니까 ?

(1) 예 (2) 아니오

# ABSTRACT

## A Study on Financial Consumers' Intention to Use and Use of Internet-Only Bank Services
## - Focusing on Moderating Effects of Promotion Focus and Prevention Focus -

Yoon, Tae-Ho

Major in Convergence Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

The Graduate School

Hansung University

It is expected that the growth in the financial industry will slow down in the future due to the absence of a growth engine. In addition, there has been signs of new platforms as a bridgehead through the technical convergence with the fourth industrial revolution. In particular, the emergence of internet-only bank has rapidly changed the paradigm of the financial industry in South Korea.

From the perspective of financial business, content is one of the important keywords of the fourth industrial revolution. Advanced information and communications technology such as artificial intelligence (AI), Internet of

things (IoT), big data, and mobile have been integrated with the overall economy and society in the rapidly changing financial environment to create innovative changes. Moreover, financial companies have made moves to perform financial activities using new, flexible, and open value chains through the realization of new content with hyperconvergence, hyperconnectivity, and grand integration by actively adapting to the development of the fourth industrial revolution in order to respond to this environment.

Thus, this study was conducted to set the structural equation models by adding risk factors to the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model, to examine financial consumers' Intention to Use of internet-only bank through empirical research and statistical analysis with a focus on moderating effects of regulatory focus, and to analyze the perspective of its usage. At the same time, this study was performed to establish policies to spread internet-only bank services with proposals to persuade financial consumers to accept internet-only bank by providing empirical proposals based on the results of this study and to provide policy proposals to relevant departments and financial policy makers.

The results of this study can be summarized as follows:

Unlike the results of the research model, the performance expectancy was not significant in the Intention to Use of internet-only bank. It is considered that this result was obtained because existing banks had already provided their customers using electronic financial services such as internet banking and mobile banking with favorable conditions such as fee waiver and prime rate. In this study, questionnaires to distributed to financial consumers with experience using internet-only bank services functionally similar to mobile banking and potential financial consumers without experience of using it. It is thought this result was obtained because they failed to feel individual efficacy such as preferential interest rate and services.

As shown in the research model, the effort expectancy has a significantly

positive effect on the Intention to Use of internet-only bank. The easiness to ensure stable base of customers analyzed as a success factor for internet-only bank played a key role. It is considered that accessibility of internet-only bank such as opening new accounts without public key certificate using innovative technologies and performing paperless credit loan using scraping methods differentiated from existing banking services has been satisfying the changing needs of financial consumers.

Unlike the results of the research model, the social influence did not have a significant effect on the Intention to Use of internet-only bank. This means that the decision to accept internet-only bank services is not affected by recommendations from influential people such as family members and superiors at work in the same vein as the acceptance of new information technologies.

This can be interpreted that financial consumers are less afraid of accepting internet-only bank and accept them as needed because there are many financial consumers familiar with the Internet or mobile and others' perceptions around them are not important. Particularly, it is considered that the tendency to avoid sharing personal financial information by the nature of finance works as a cause of this.

As proposed in the research model, the facilitating condition had a significantly positive effect on the Intention to Use of internet-only bank. In Korea, this result was obtained because financial consumers thought additional technological environments for using internet-only bank services were not needed due to the usage of high-level mobile and the spread of the highest level of high-speed Internet usage and the current Internet level or mobile banking did not cause any inconvenience to financial consumers. It can be seen that these results show the development potential of internet-only bank.

As proposed in the researched model, the perceived risk had a significantly

negative effect on the Intention to Use of internet-only bank. Financial consumers are worried about financial loss caused by transaction errors when using internet-only bank and are aware that it will be difficult to receive compensation from banks. They are also concerned about illegal financial transactions caused by trading information leakage and cracking due to distrust of security systems. Therefore, mobile banking has a task of addressing concerns about security for financial consumers by establishing more sophisticated security technologies.

Unlike the results of the research model, the innovation resistance did not have a significant effect on the Intention to Use of internet-only bank. This result supports the hypothesis that financial transactions using Internet banking or mobile banking provided by existing banks have become common for financial consumers and they did not feel discomfort or inconvenient with them and they will not refuse to use internet-only bank services due to the intention to oppose the usage by others or concern about loss of their smartphones. This suggests that internet-only bank are required to prepare various products and services differentiated from banks.

The Intention to Use had a statistically significant relationship with the Use. It provides the basis that this result will lead to the actual Use of financial consumers with positive plan, possibility, and Intention to Use of internet-only bank services.

The Intention to Use had an indirect effect on and partially mediated integration technology acceptance factors, risk factors, and Use. This supports previous studies that the Intention to Use shows mediating effects between integration technology acceptance factors risk factors and Use. This result provides the basis to consider that financial consumers are required to have acceptance possibility and intention through technology acceptance and risk factors in the Use of internet-only bank services.

With regard to the promotion focus, there were significant differences in

the promotion focus path between high-promotion focus group and low-promotion focus group. In the low-promotion focus group, social influence (SI) affected financial consumers' Intention to Use of internet-only bank services. In the high-promotion focus group, facilitating condition (FC) affected financial consumers' Intention to Use of internet-only bank services.

According to these results, financial consumers considered that internet-only bank would provide them with more help than existing banks and then recommend them to others in the low-promotion focus group. The high-promotion focus group is characterized by supporting internet-only bank as a financial institution appropriate for their own life styles and is quite valuable for marketing.

Moreover, as for the prevention focus, there were significant differences in the promotion focus path between high-promotion focus group and low-promotion focus group. In the low-promotion focus group, perceived risk (PR) affected financial consumers' Intention to Use of internet-only bank services. In the high-promotion focus group, effort expectancy (EE), social influence (SI), and facilitating condition (FC) affected financial consumers' Intention to Use of internet-only banking services. The Intention to Use affected the Use.

According to these results, it is considered necessary to build trust of internet-only bank by eliminating the risk of financial loss caused by personal information leakage and cracking for the low-prevention focus customer group. For the high-prevention focus customer group, there is a need for financial education consulting using big data and artificial intelligence (AI) by establishing a consumer behavior psychology department to increasing trust of technology acceptance.

The promotion focus had a significant effect on Intention to Use, and this result agrees with the findings of previous studies that the promotion focus has a significant effect on Intention to Use. Financial consumers in a positive

manner in using internet-only bank are valuable for marketing because they belong to a customer group with firm Intention to Use as a consumer with a strong preference for internet-only bank transactions.

The prevention focus did not have a significant effect on Intention to Use, and this result is different from the findings in previous studies that the prevention focus has a significant effect on Intention to Use. This shows that there is a need to perform marketing for financial consumers in a negative manner with a focus on stable products using big data.

Therefore, on the basis by the results of this study, this study proposes as follow solutions to enhance Intention to Use of internet-only bank Service through the variables that affecting financial customer in this study.

First, internet-only bank are required customized services and marketing strategies for Particular customer such as elderly customers who prefer to visit existing banks. For instance, financial planning such as portfolio optimization and cost saving by using robo advisors with using form of hyper-customized integrated financial planning in parallel with human touch.

Second, there is a need to carefully watch changes in consumption patterns of Millennials by providing hyper-customized services (customers directly decide products or time) using a subscription economy model as a new paradigm leading to sharing economy.

Third, there is a need to recognize that advantages related to IT infrastructure and compliance load will increase when introducing cloud computing since regulations related to the use of cloud computing for financial institutions were enforced and to prepare for the use of cloud computing by saving costs for audit and compliance of financial institutions.

Fourth, there is a need for corporate loan by establishing an issue system of letters of credit guarantee for small business and small and medium-sized enterprises in connection with the Korea Credit Guarantee Fund (KODIT), the Korea Technology Finance Corporation (KIBO), and Credit Guarantee

Foundations (CGF) for each city.

Fifth, there is a need to prepare for entry into the point of sales lending market.

HANSUNG UNIVERSITY

key words: Internet-Only Bank, UTAUT, Perceived Risk, Innovation Resistance, Regulatory Focus