

소비자의 인터넷 금융 서비스 이용에 영향을 미치는 요인 분석:

은행과 보험 서비스를 중심으로

백 은 영 (충남대학교 소비자생활정보학과 강사)

정보기술의 발달과 더불어, 온라인을 이용한 거래의 장점에 대한 인식이 증가하면서, 이에 대한 연구의 필요성이 증가하고 있다. 그러나, 기존 연구들은 소비자입장에서가 아닌 공급자 차원에서 분석한 것들이 대부분이었고, 특히, 여러 금융업무 중에서도 보험과 관련하여 소비자의 인터넷을 이용한 서비스 이용에 대해 분석한 연구는 거의 없는 실정이다. 따라서 본 연구는 소비자의 인터넷 금융 서비스 이용 실태와 그 이용에 영향을 미치는 요인을 분석하고자 하였다. 소비자들이 보편적으로 이용하고 있는 은행과 보험 서비스를 중심으로 인터넷 बैं킹과 인터넷 보험 서비스의 이용에 초점을 두고 분석하였다.

분석자료는 미국 퍼듀 대학교의 사회과학 연구소에서 실시한 전화 인터뷰를 통하여 수집되었다. 전국을 대상으로 다단계 층화확률표본방식으로 수집된 전체자료중 총 294명의 소비자를 분석대상으로 하였다. 각각의 모델 -온라인 बैं킹과 온라인 보험 서비스-은 로짓분석을 통해 이루어졌다.

연구결과는 소비자의 온라인 재무서비스의 이용은 정보기술 발전의 속도에 못 미치고 있는 것으로 나타났다. 온라인 재무서비스의 이용에 영향을 미치는 주 요인은 인터넷 쇼핑물 이용 등 인터넷을 통한 온라인 서비스의 이용여부로 나타났다. 또한, 보수적인 소비자보다는 보다 개방적인 태도를 지닌 소비자가 인터넷 보험 서비스를 더 많이 이용하는 것으로 나타났다. 연구결과, 보다 젊은 계층, 교육수준이 높은 집단, 그리고 소득이 높은 집단이 인터넷 재무서비스를 더 많이 이용하는 것으로 나타나, 소득이나 교육, 그리고 연령에 따라 소비자 정보격차가 이루어진다는 선행연구와 일치하는 결과를 보여주었다.

연구결과를 통하여 올바르게 효과적인 소비자 교육의 필요성, 소비자 정보격차에 대한 정부의 정책적인 방안, 그리고 온라인으로 재무서비스를 제공하려는 기업들에 대한 제언이 제시되었다.