

모바일 간편 결제 서비스 수용요인에 관한 실증연구: 중국사례를 중심으로

An Empirical Study on the Factors Influencing the Acceptance of Mobile Easy Payment Service: A Case of China User

진 로, 이동명
건국대학교학과

Chen Lu, Dong-Myung Lee
Konkuk University

요약

본 논문에서는 모바일 간편결제 서비스의 수용의도에 영향을 미치는 요인을 살펴보기 위하여 연구모형을 설계하였으며, 중국의 서비스 사용자를 대상으로 설문조사를 실시하여 변수들 간의 인과관계를 실증적으로 분석하였다. 분석 결과, 서비스 특성, 사회적 특성과 개인적 특성이 지각된 용이성과 지각된 유용성에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 지각된 용이성은 지각된 유용성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 지각된 용이성과 지각된 유용성은 수용의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

I. 서론

최근 모바일 간편결제 서비스 등 핀테크 사업은 많은 관심을 받고 있는 사업 분야이다. 이러한 추세에 맞추어 국내에서도 삼성전자 등 많은 기업들이 모바일 간편결제 서비스를 제공하고 있지만, 아직 보안의 불안감 등의 이유로 사용자들은 이러한 서비스의 이용을 주저하고 있는 것이 현실이다. 이에 본 연구에서는 지난 10여 년 전부터 서비스를 제공하여 사용하고 있는 중국의 서비스 사용자들을 대상으로, 기술수용모형을 바탕으로 모바일 간편결제 서비스 수용에 영향을 미치는 요인들 확인 및 검증하여 향후 국내 서비스 제공 기업들에게 시사점을 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 모바일 간편결제 서비스

핀테크 기업들이 제공하고 있는 다양한 서비스 중에서 모바일 간편결제 서비스는 가장 활발하게 이용되고 있는 분야이다. 모바일 간편결제 서비스는 기존의 결제방식에 비하여 자신의 카드 정보를 한번만 입력해 놓으면, 이후 결제 시에 카드 정보 입력이나 공인인증서 없어도 결제할 수 있다는 차이가 있다. 따라서 모바일 간편결제 서비스는 복잡한 결제 단계를 줄여서 사용자의 기술수용 용이성을 증대시키고 효율성도 향상시킨다.

2. 기술수용에 관한 이론

Davis(1989)가 제안한 기술수용모형은 정보기술 및 정보시스템의 수용현상을 가장 잘 설명한 이론으로, 지각된 용이성과 지각된 유용성이라는 두 개의 주요 신념을 통하여 정보기술 수용의 결정 요인에 대한 설명을 제공하고 있다. Venkatesh & Davis(2000)는 기술수용모형에 주관적 규범, 이미지 등의 사회적 영향 프로세스와 직무 적합성 등 인지적 도구 프로세스를 외부변수로 확장하여 TAM2이라는 지각된 유용성을 확장한 모델을 제시하였다 [1].

3. 서비스 특성

서비스 특성은 정보기술시스템의 성공을 결정하는 중요한 요인으로서 정보기술시스템 수용 여부를 측정하는 지표로서 기존 연구에서 많이 활용되고 있다. 본 연구에서는 선행연구의 바탕으로 즉시 접속성, 경제성, 보안성을 서비스 특성으로 선정하였다.

4. 사회적 특성

사회적 특성은 사회적인 관계 속에서 서로간의 행위에 의해 영향을 주고받는 정도로서 특성 행동을 수행하도록 개인의 받는 지각된 압력을 의미한다. 기술수용모형을 바탕으로 정보기술시스템 수용에 관한 여러 연구들에서 사회적 영향은 중요한 외부 선행변수로 사용되고 있다. 따라서 본 연구에서 사회적 특성이 모바일 간편결제 서비스 사용에 영향을 미칠 것이라 판단하고 선행연구를

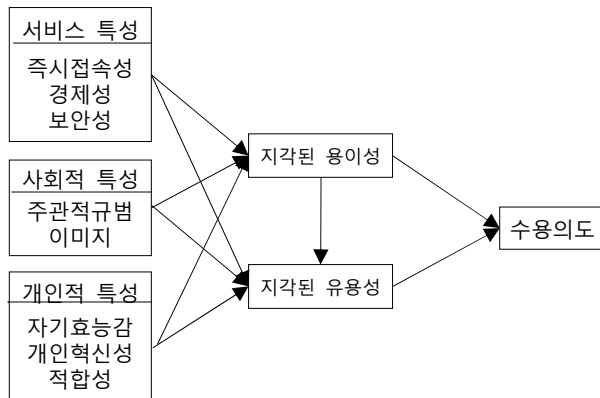
바탕으로 주관적 규범과 이미지를 채택하였다.

5. 개인적 특성

사용자 개인의 어떤 특성이 서비스를 수용하도록 하는 지에 관한 연구는 지속적인 관심을 끌고 있다. 이에 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 자기효능감, 개인 혁신성과 적합성을 개인적 특성으로 선정하였다.

Ⅲ. 연구모형 및 가설

본 연구에서는 모바일 간편결제 서비스 수용에 영향을 미치는 요인을 실증적으로 분석하기 위하여 [그림 1]과 같은 연구모형을 설계하였다.



▶▶ 그림 1. 연구모형

본 연구에서는 선행연구들 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H1. 서비스 특성, 사회적 특성, 개인적 특성은 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H2. 서비스 특성, 사회적 특성, 개인적 특성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H3. 지각된 용이성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H4. 지각된 용이성, 지각된 유용성은 수용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

IV. 실증분석

본 논문에서 제시한 연구모형을 검증하기 위하여 2016년 4월 1일부터 4월 20일까지 중국의 모바일 간편결제 서비스 사용자를 대상으로 온라인 자료 수집 방식을 통하여 총 474부를 회수하였으며, 불성실한 응답을 보여준 자료를 제외하고 439부를 분석에 사용하였다. 실증 분석 결과는 [표 1]과 [표 2]와 같다.

표 1. 서비스 특성, 사회적 특성, 개인적 특성과 지각된 용이성, 지각된 유용성의 관계

종속변수	독립변수	표준화계수	t-값	p-값	채택여부
지각된 용이성	즉시접속성	.060	1.510	.132	기각
	경제성	.094	2.169	.031	채택
	보안성	.048	1.345	.179	기각
	주관적규범	.100	2.213	.027	채택
	이미지	.00	.234	.815	기각
	자기효능감	.271	5.855	.000	채택
	개인혁신성	.078	1.649	.100	기각
지각된 유용성	적합성	.314	6.646	.000	채택
	즉시접속성	.056	1.538	.125	기각
	경제성	.219	5.473	.000	채택
	보안성	-.003	-.078	.938	기각
	주관적규범	.072	1.725	.085	기각
	이미지	.163	4.124	.000	채택
	자기효능감	.024	.562	.575	기각
개인혁신성	.153	3.498	.001	채택	
적합성	.331	7.604	.000	채택	

표 2. 지각된 용이성과 지각된 유용성; 지각된 용이성, 지각된 유용성과 수용의도의 관계

종속변수	독립변수	표준화계수	t-값	p-값	채택여부
수용의도	지각된 용이성	.709	20.992	.000	채택
	지각된 유용성	.288	7.516	.000	채택
수용의도	지각된 용이성	.596	15.548	.000	채택
	지각된 유용성	.596	15.548	.000	채택

V. 결론

본 연구는 모바일 간편결제 서비스의 수용의도에 영향을 미치는 요인들 간의 인과관계를 실증적으로 분석하였다. 분석 결과를 보면, 서비스 특성 중에서는 경제성, 사회적 특성 중에서는 주관적 규범, 개인적 특성 중에서는 자기효능감, 혁신성, 적합성은 지각된 용이성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 서비스 특성 중에서는 경제성, 사회적 특성 중에서는 이미지, 개인적 특성 중에서는 혁신성, 적합성은 지각된 유용성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또 지각된 용이성은 지각된 유용성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 지각된 용이성과 지각된 유용성은 수용의도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

■ 참고 문헌 ■

[1] Venkatesh, V. and Davis, F. D., "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," Management Science, Vol 46, pp. 186-204, 2000.