

# 차세대 금융서비스 동향

박 주 석\*

이 현 국\*\*

## ◆ 목 차 ◆

- 1. 서 론
- 2. 관련연구동향
- 3. 차세대금융서비스 추진방안
- 4. 차세대금융서비스활용계획
- 5. 결론 및 발전계획

## 1. 서 론

최근 금융서비스가 정보기술의 발달과 더불어 급속히 발전되고 있다. 이러한 금융서비스의 변화는 금융권내에 업종간의 제휴 및 겸업화를 유도하고, 또한 금융기관이 다양한 금융상품 및 서비스를 제공하도록 하고 있다. 다가오는 차세대 금융서비스는 이러한 금융권내의 변화와 함께 인터넷 및 모바일 기술에 영향을 받게 될 것으로 예상된다.

차세대 금융서비스의 방향에 대해서는 정보기술(IT) 업체와 정부 및 학계 그리고 산업체에서 접근하는 방식은 조금씩 차이가 있다. 따라서 이러한 다양한 관점을 적절히 수용하고 융합하는 새로운 모델을 제시할 필요가 있다. 이에 대한 연구를 효율적으로 수행하기 위해서는 금융서비스에 대한 연구를 진행하고, 이를 종합하는 연구가 필요하다. 특히 본 연구에서는 향후 금융서비스의 발전방향과 전략을 제시하고자 한다.

본 연구의 구성은 다음과 같다. 제2장에서는 관련 연구로서 차세대금융서비스의 변화 동향 및 접근방식에 대해 간단히 살펴보고, 3장에서 차세대 금융서비스에 대한 연구를 효율적으로 수행하기 위한 추진방안을 제시하고, 4장에서는 본연구의 활용계획에 대해서 살펴본다. 끝으로 5장에서는 결론과 함께 향후 발전계획을 살펴본다.

\* 경희대학교 경영학과 교수

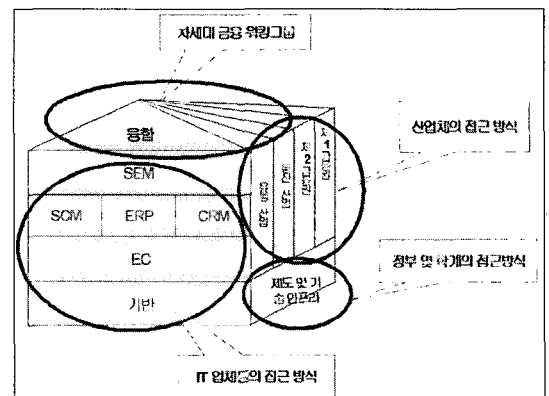
\*\* (사) 한국커머্স넷 전무

## 2. 관련연구 동향

일반적으로 최근의 정보기술은 금융서비스를 제공하는데 있어 필수적인 요소가 되고 있으며, 금융기관에 있어서도 경쟁우위를 갖기 위한 중요한 전략적 수단이 되고 있다.

더구나 최근에는 금융기법이 점차 선진화 되어가고 있고, 기존 금융권들이 겸업화를 통하여 융합하고, 신기술을 갖춘 금융기관들이 전자 금융화를 선도하면서 종합금융그룹의 변모를 꾀하고 있다.

특히 정보기술의 발달로 금융서비스의 영역이 금융업종 내에 국한되지 않고, 고객의 편리성을 증대시키는 결제 및 소비채널을 확보하고 있는 이동통신업종 및 유통업종으로 확산되는 추세에 있다.



(그림1) 차세대 금융서비스 개요도

(표 1) 차세대 금융서비스 추진단계

추진 단계	내용
1 단계	차세대 금융서비스를 정의하고 각 분야를 분류하며 이를 위한 전문가 모임을 구성한다.
2 단계	각 분야별 현재 연구 결과 및 방향을 이해한다.
3 단계	은행, 증권, 보험, 카드 등 금융기관의 차세대 금융서비스에 대하여 분석한다.
4 단계	통신회사, 유통회사, 인터넷포탈회사 등 비금융기관의 차세대 금융서비스에 대하여 분석한다.
5 단계	각 분야를 통합하기 위한 연구 방법을 결정한다.
6 단계	각 연구를 비교 분석하여 통합 모델을 제시한다.
7 단계	차세대 금융서비스의 발전 단계 및 전략을 발표한다.

### 3. 차세대 금융서비스 추진방안

차세대 금융서비스는 현재와 같이 은행, 증권, 보험, 카드 등의 분화된 서비스 영역이 융합되어 고객에게 적합한 금융서비스를 제시해 줄 수 있는 개인화된 서비스가 발전될 것으로 보인다.

이에 따라 이렇게 변화되는 차세대 금융서비스에 대한 방향과 구체적인 전략의 필요성이 더욱 절실해졌다.

따라서 본 연구에서는 이러한 다양한 관점을 종합하기 위해서 Universal Banking, Wealth Management, Life Care Service, PFMS, 금융 CRM, Risk Management, 사 이버 금융, Mobile 금융 등의 연구를 수행하고자 한다.

#### 3.1 연구 추진조직 및 역할

##### 3.1.1 연구추진 조직

###### 3.1.1.1 금융기관분과

현재 금융기관에서 제공되는 다양한 서비스에 대한 체계적인 연구를 하게 된다.

특히 정보기술을 활용하여 최근 널리 확산되고 있는 인터넷뱅킹, 사이버증권, 인터넷보험 등의 서비스의 현황을 파악하고자 한다.

뿐만 아니라 글로벌화와 겸업화 추세에 맞추어 종합금융그룹의 변화를 꾀하는 금융기관들의 동향을 분석하고, 통합된 서비스 및 상품에 대한 변화 방향을

연구하게 된다.

##### 3.1.1.2 비금융기관 분과

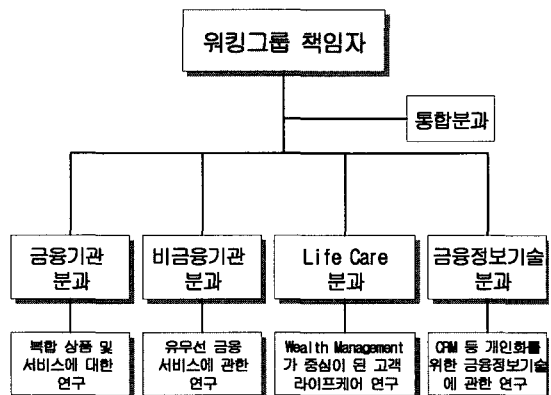
현재의 금융서비스를 고객의 접점에서 다양한 정보 기술을 활용한 매체를 통하여 제공할 수 있는 통신업 및 유통업 등 비 금융산업에 대한 연구를 하게 된다.

정보기술의 발전으로 제공되는 무선결제시스템 및 사이버머니의 활용 등 다양한 서비스의 현황 및 그 파급효과를 살펴보고자 한다. 이를 토대로 통신, 유통 등의 비금융산업의 금융서비스에 대한 경쟁력을 파악하게 된다.

##### 3.1.1.3 Life Care 분과

고객들이 추구하는 라이프케어를 부문별로 나누어 부동산, 세무, 건강, 여행 및 여가 등 다양한 분야로 접근하여 연구를 하게 된다.

현재 고객이 보유한 금융자산을 어떻게 활용할 것인가에 대해 고객의 관점에서 제공될 수 있는 다양한 서비스를 국내 및 선진국의 사례를 함께 살펴보고자 한다. 고객들이 추구하는 삶의 질과 관련한 금융자산에 대한 욕구를 연구하게 된다.



(그림2) 차세대 금융서비스 연구 체계도

##### 3.1.1.4 금융 정보기술 분과

차세대 금융서비스는 고객들의 욕구를 정확히 파악하여 그들에게 적합한 금융서비스를 패키지 형태로 단순화하여 제공할 필요성이 있다.

이를 위해서는 고객집단에 대한 정확한 이해와 이

를 바탕으로 그들에게 적합한 맞춤형 서비스를 제공해야 위해 CRM이 응용될 수 있다.

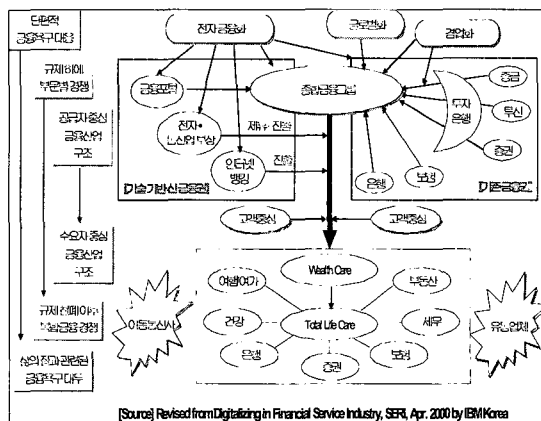
또한 고객들에게 사용이 편리하도록 사용자 인터페이스를 확충한 PFMS에 대한 이해가 필요하다.

이와 같이 차세대 금융서비스를 선도하게 될 정보기술에 대한 이해 및 이를 체계화하여 적용하는 연구를 하게 된다.

### 3.1.1.5 통합분과

앞서 제시한 4개 분과에 대한 기초적인 연구내용을 토대로 하여 다양한 업종의 금융서비스를 통합한 종합 금융서비스 모델을 개발할 필요성이 제기된다.

이에 통합분과에서는 정보기술을 기반으로 고객의 욕구에 맞춘 다양한 금융서비스 모델을 창출해 내자 한다.



### 3.1.2 연구 분과별 핵심역할

구분	분과별 핵심역할
금융기관분과	은행, 증권, 카드, 보험 등 금융기관에서 제공하게 될 차세대 금융서비스에 대한 분석
비금융기관분과	통신, 유통, 인터넷포탈 등의 업종에서 제공하게 될 차세대 금융서비스에 대한 분석
Life Care분과	고객을 위한 다양한 라이프케어 서비스의 발전 방향에 대한 분석
금융정보기술분과	CRM, SFA, SEM, Risk Management, Credit Managemnt 등에 대한 연구
통합분과	제시한 4개 분과를 통합하는 차세대 금융서비스 모델을 연구하는 분과로서 후반기부터 작업 수행

## 4. 차세대 금융서비스 활용계획

차세대 금융서비스는 고객들의 욕구를 정확히 파악하여 그들에게 적합한 금융서비스를 패키지 형태로 단순화하여 제공할 필요성이 있다.

앞서 설명된 분과별 과제는 현재 제공되는 금융서비스에 대한 분석을 기반으로 고객이 욕구(Needs)를 파악하여 차세대 금융서비스가 나아갈 발전방향을 제시하는데 그 목적을 갖고 있다.

현재 금융기관별로 제공되는 인터넷뱅킹, 사이버증권, 인터넷보험 등과 같은 서비스에 대한 연구는 향후에 제공 가능한 복합 상품 및 서비스의 방향을 제시할 수 있다.

한편 비 금융업종인 유통 및 이동통신업종에서 제공되는 사이버머니, 무선결제시스템 등과 같은 금융서비스는 고객의 접근채널을 용이하게 하고, 또한 쉽게 소비로 이어질 수 있도록 편리성을 제공한다. 이에 대한 연구는 향후 고객 개개인의 특성이 반영된 개인화된 서비스의 방향을 예상해 볼 수 있다.

고객의 라이프케어에 대한 연구는 개인의 삶에 있어 관심을 갖고 있는 분야를 파악하고, 금융자산을 기반으로 그들의 욕구를 충족시킬 수 있는 상품 개발에 도움을 줄 수 있다.

정보기술에 대한 연구는 앞서 제시한 금융상품에 대한 다양한 서비스를 어떻게 고객에게 효율적으로 제공할 수 있는지에 대해 좀더 효과적인 방법을 제시할 수 있다.

## 5. 결론 및 발전계획

차세대 금융서비스는 과거 분화된 개개의 금융기관의 관점을 탈피하여 나아가 유통 및 이동통신 업종을 포함하는 복합된 상품과 서비스를 제공하게 될 것으로 보인다.

그러므로 은행, 증권, 보험, 카드 등의 금융기관들은 업종내 뿐만 아니라 타 업종에 대한 정확한 이해를 바탕으로 향후 발전전략을 수립하여야 한다.

차세대 금융서비스에서 중시되어야 할 또 하나의 과제는 고객의 개인화된 특성이 잘 반영되어야 함

을 들 수 있다. 지금까지의 금융기관의 마케팅은 판매되는 금융상품을 잘 홍보하여 고객이 선별하도록 하는데 주안점을 두었다.

하지만, 고객들이 수많은 상품 가운데 자신에게 적합한 상품을 고르기도 쉽지 않으며, 선택된 여러 개의 상품을 동시에 관리하기는 면이나 이를 생활에 적절히 활용하는 것이 어렵다.

고객이 판단하기 어려운 복잡하고 다양한 상품을 맞춤형으로 제공하는 것이 대안이 될 수 있다. 고객자료의 수집은 채널이 다각화되어 고객 특성 파악이 용이한 유통업 및 이동통신업의 자료를 이용하면 효과적일 수 있다.

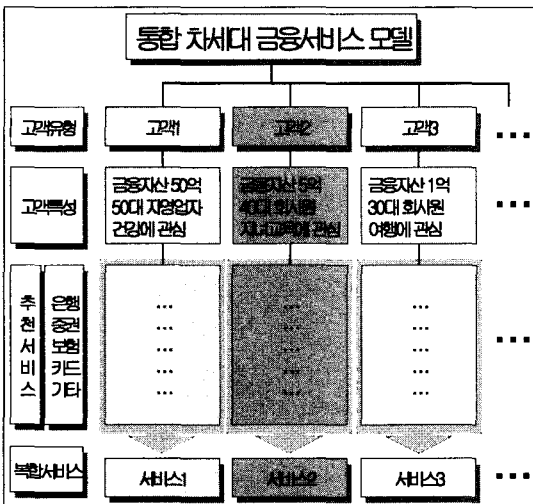
그리하여 고객이 원하는 상품이 무엇인지를 파악하

고, 그리하여 고객유형을 구분하여 통합된 맞춤형 상품을 개발한다. 개발된 상품을 다시 고객이 접근하기 쉬운 채널을 통해 공급해 준다면 효과적인 금융서비스가 될 수 있다.

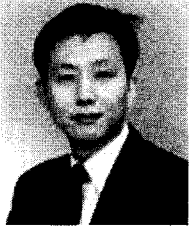
즉, 차세대 금융서비스를 발전은 통합된 모델을 기반으로 고객유형을 세분화하고, 고객특성에 맞는 금융상품을 선별하여 이를 포함하는 복합상품이 개발되어 제공될 수 있다면 충분한 경쟁력을 확보하게 될 것이다.

### 참고문헌

- [1] 이충열, 김재필, 이영수, 디지털경제와 금융기관의 버추얼경영, 전국경제인연합, 2002.
- [2] 강병서 외 10인, 서비스경영, 도서출판 석정, 1999.
- [3] 박찬욱, 금융기관의 데이터베이스마케팅, 시그마인 사이트컴, 1999.
- [4] 광수일, 개인재무관리의 개요, 한경기획세미나, 2002.
- [5] 한국은행, 국내 인터넷뱅킹서비스 이용현황, 2003. 6.
- [6] Furst, Karen, William W. Lang, & Daniel E. Nolle, Internet Banking: Developments and Prospects, Economic Policy Analysis Working Paper, 2000.
- [7] Seitz, Juergen and Eberhard Stickel, Internet Banking- An Overview-, Journal of Internet Banking and Commerce, 1998.
- [8] 김민철, 김경선, 송재철, “모바일 콘텐츠의 현황 및 전망,” 한국인터넷정보학회지, 제 3권 1호, 2002.



● 저자 소개 ●



**박 주 석**

1981년 서울대학교 산업공학과(공학사)  
1983년 한국과학기술원 산업공학과(공학석사)  
1990년 U.C. Berkeley MIS (공학박사)  
1987년~1990년 Lawrence Berkeley Lab. Computer Science Research Dept. 연구원  
1991년~현재 :경희대학교 경영학과 교수  
관심분야 : 모바일금융, 유무선인터넷



**이 현 국**

1985년 건국대학교 산업공학과(학사)  
1998년 서강대학교 경제대학원 정보기술경제(석사)  
1987년~1998년 한국능률협회컨설팅 정보기술사업부장  
2000년~2001년 비즈아이닷컴 대표이사  
2002년~현재 : (사)한국커머스넷 전무  
관심분야 : 전자상거래, BM, 비즈니스컨버전스