

금융상품정보 비교분석에 대한 연구*

A Comparative Analysis on the Information of Financial Service Accounts

장우권(Woo-Kwon Chang)** · 김현희(Hyun-Hee Kim)**

< 목 차 >

- | | |
|----------------------|---------------------------|
| I. 서론 | III. 금융상품정보 현황과 분석 |
| II. 이론적 연구 | 1. 연구기관과 표본의 대상 |
| 1. 금융기관의 이용실태 | 2. 표본수집과 분석과정 |
| 2. 금융상품정보 연구 | 3. 분석결과 |
| 3. 금융상품정보와 금융패러다임 변화 | 4. 금융상품정보의 맞춤형 서비스 시스템 모형 |
| | IV. 결론 및 제언 |

초 록

은행의 생존전략에서 가장 중요한 것은 고객을 확보하는 것이다. 이를 위해서는 소비자(고객)에 대한 금융상품정보의 맞춤정보화가 이루어져야 한다. 소비자들이 금융상품에 대한 구매의사결정에 실질적인 도움을 주기 위해서는 인터넷을 통한 금융상품 정보의 적절한 제공이 무엇보다 중요하다. 특히 이 연구에서 나타난 금융상품 선택과 관련된 소비자 행태, 인터넷을 통한 금융상품정보 정보탐색실태, 금융상품정보에 대한 소비자 정보요구도, 인터넷 금융사이트 제공, 상품정보 콘텐츠 비교, 금융신상품정보 비교, 은행별 상품정보에 대한 계량적 비교 분석은 고객의 정보요구를 만족시킬 수 있는 요인들이다.

주제어 : 은행, 고객(소비자), 금융상품정보, 맞춤정보화, 상품정보콘텐츠, 금융신상품정보

Abstract

Nowadays changes of financial environment are internalization, generalization and autonomous system. The most importance in a struggle for existence is to secure a customer. The purpose of this study is to analyze whether information on financial service accounts have fully offered over internet, which information consumers needed in buying financial service accounts and whether consumer have satisfied with offered information Through this, to enhance the efficiency of financial information offered to consumer over internet and to explore the consumer demanding information model by finding the problems of offering financial information.

The specific purpose of this study are following; 1. to investigate the actual situation which consumers behaviour of information providing and choosing about financial accounts items on internet. 2. to analyze the relationship between the level of consumer information need about financial information and related variables. 3. to analyze the relationship between the level of consumer information satisfaction about financial information over internet and related variables. 4. to analyze the new information financial service and contents. 5. to analyze the informatic information and financial service accounts.

Key Words : financial service accounts, consumer, financial information, internet, consumer information

* 이 연구는 2002년도 한국학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음. (KRF-2002-005-B20006)

** 명지대학교 금융지식연구소 연구교수(wk1961@mju.ac.kr)

*** 명지대학교 문헌정보학과 교수, 금융지식연구소 연구위원(kimhh@mju.ac.kr)

· 접수일 : 2004. 2. 7 · 최초심사일 : 2004. 3. 3 · 최종심사일 : 2004. 3. 14

I. 서 론

최근의 금융시장은 과거 어느 때에도 볼 수 없었던 엄청난 변화를 겪고 있다. 이러한 변화의 흐름은 금융산업구조개편, 금리자유화, 외환과 자본의 자유화, UR에 의한 금융시장 개방, 실명제 실시, 국책은행의 민영화, 금융전업군(金融專業群)의 육성, 종합금융화, 금융산업의 디지털화, 다양한 신상품개발, 금융상품 비교공시의 활성화추진 등에서 나타나고 있다. 금융산업의 구조개편은 합병으로 인한 대형화 추세를 가져오고 있다. 2002년 중 금융구조조정 주요내용(은행)을 보면 조흥, 한빛, 외환, 광주, 경남 등 5개 은행이 BIS자기자본비율을 충족하는 등 경영개선목표를 달성함에 따라 적기시정조치를 해제(4월)한 데 이어 제주은행을 지주회사로 편입시키고(5월) 서울은행을 하나은행에 매각(11월)하였다. 최근에는 국책은행의 민영화방침으로 국민은행이 민영화되었다.

또한 외국계 자본의 한국 시중은행 인수바람은 2000년에 뉴브리지 캐피탈이 제일은행을, 칼라일이 한미은행을 인수하였다. 2003년에는 론스타가 외환은행을 인수하였으며 최근에는 시티은행이 한미은행을 인수한다고 발표하였다.¹⁾ 이러한 변화는 국내 금융시장에 지각변동을 예고하고 있다.

종합금융화 추진으로 전자입출금서비스, 상품제휴, 시중은행의 방카슈랑스, 포괄적인 업무제휴가 이루어지고 있으며, 금융산업의 디지털화가 빠르게 이루어지고 있다. 금융업무에 정보통신기술 등을 적용하여 업무의 자동화와 전자화가 실현되고, 고객의 입장에서 전자화된 매체와 가상공간을 통해 금융서비스가 제공되고, 지급결제가 시행되고 있다. 인터넷 확산에 따라 금융서비스업의 전통적인 사업방식이 인터넷을 기반으로 급속하게 변모 중이다. 예를 들면, 마케팅 및 서비스의 delivery channel이 인터넷 중심으로 재편되고 있다. 전자금융은 업무자동화(CD, ATM도입, 어음, 수표업무 자동화)에서 금융네트워크구축(금융기관간 네트워크, 금융기관과 고객간 네트워킹, 직불, 신용카드 도입)으로 이루어지고 있으며, 이것은 사이버뱅킹 순으로 진행(전자화폐보급, 금융업무의 가상공간영위)되고 있다.

다양한 신상품 개발은 과거에는 정부에서 명시하는 기준에 맞는 상품만을 취급하여 상품간의 차이가 거의 없었으나 현재는 고객확보를 위한 금융기관간의 경쟁이 더욱 심화되어, 다양한 신상품(고수익상품, 고객세분화 상품, 절세형 상품, 각종 공익형 상품, 주택자금대출 연계상품 등)이 개발되고 있다.

또한 금융상품 비교공시의 활성화에서는 금융감독원이 “금융이용자의 권익보호 및 시장

1) 동아일보, 2004.2.20.18:21,

<http://www.donga.com/fbin/output?f=todaynews&code=b_&n=200402200217&main=1>

의 감시기능 강화를 위하여 금융상품간 비교정보를 제공하는 인터넷 인프라 구축을 적극 추진(2003.1.29)” 할 것을 지시하였으며, 각 금융업협회별로 홈페이지에 비교공시 사이트를 마련토록 유도하여, 2002년말 현재 각 금융권역별로 인프라구축사업이 대부분 완료되었다.

<표 1> 금융상품 비교공시현황

구분	공시주체	주요 비교공시 항목	공시방법
은행	은행연합회	여수신 금리 및 수수료율	은행권 최대·최소값 비교
연금융상품	은행·보험·투신협회	연금융상품 수익률 및 자산구성 내역 등	상품별 비교

여기에서 금융기관들은 변화된 환경에 적응하고, 새로운 영업기회 확충 등으로 생존전략이 요구되고 있다. 금융자유화와 정보통신기술의 발달과 같은 급격한 금융시장환경의 변화로 인해 금융기관이 새로운 상품이나 서비스를 경쟁적으로 공급할 유인이 발생하였다. 즉, 다양한 금융상품의 선택 권리 발생, 가장 적합한 금융상품 선택의 많은 어려움 발생, 다양한 금융상품에 대한 합리적이고 효율적인 의사결정을 하기 위해서는 금융상품에 대한 적합한 정보제공이 중요하다.

또한 금융상품정보를 얻을 수 있는 장소와 도구가 필요하다. 약관, 안내팝플렛 등의 광고, 개별상담 등이다.²⁾ 문제는 과장광고로 인한 문제가 발생한다는 것이다. 따라서 약관과 공시조건 강화가 필요하다.

Net Value의 조사에 의하면 한국인터넷 이용자의 49.7%가 금융사이트를 접속한다고 하였다.³⁾ 또한 조사대상자의 96%가 인터넷 정보에 대해 신뢰한다고 하였다.⁴⁾ 이러한 인터넷금융은 접속이 용이한 개방형 네트워크인 인터넷을 이용하여 금융기관과 고객간 시간과 장소에 구애됨이 없이 금융거래가 이루어지는 것을 말한다. 인터넷금융은 금융기관은 물론 고객의 입장에서든 대면거래보다 시간 및 비용을 크게 절약할 수 있어 각종 조회서비스, 자금이체, 가계대출, 뮤추얼펀드 판매, 증권매매, 보험상품 판매, 신용카드 회원모집 등에 이르기까지 광범위하게 활용되고 있다. 그 중에서도 특히 조회서비스, 자금이체, 증권매매의 경우 인터넷금융이 급속도로 확산되는 추세이다.

인터넷을 통한 금융상품 제공은 기존 매체보다 한 사람의 소비자에게 있어서 거의 0에 가까운 한계비용을 가지며, 비교적 시간과 장소제약이 없고, 정보탐색과 동시에 거래할 수 있는 편의성, 수수료 절감과 금리상의 이점에 따른 경제성을 갖는다. 그러나 각 은행별로 상품정보, 수수료, 금리가 서로 달라 전문가가 아닌 소비자들로서는 자신에게 맞는 상품정보를

2) 양원근, 은행의 금융상품표시·광고기준제정에 관한 연구(한국금융연구원, 1997).

3) 2001년 3월 7일자 보고서

4) 매일경제신문 2000년 3월 13일자.

선택하는데 있어서 여러 가지 어려움이 따른다. 따라서 소비자들이 금융상품을 구매의사결정에 실질적인 도움을 주기 위해서는 인터넷을 통한 금융상품 정보의 적절한 제공이 무엇보다 중요하다.

이 연구의 목적은 소비자들이 금융상품을 선택할 때 실질적인 도움을 줄 수 있는 정보원이 무엇인지 알아보고, 현재 인터넷을 통하여 제공되고 있는 금융상품정보에 대한 콘텐츠를 통해 은행별 상품정보를 비교 분석한다. 소비자 정보요구의 만족도에 대한 실증분석을 통해 금융상품 정보제공의 문제점을 파악하고 은행별로 제공되는 상품정보의 콘텐츠와 만족도간의 연관성을 분석하여 바람직한 상품정보콘텐츠를 맞춤형 서비스모형으로 제시하는데 있다.

II. 이론적 연구

1. 금융기관의 이용실태

금융기관은 취급하는 금융서비스의 성격에 따라 은행, 은행예금과 유사한 금융상품을 취급하는 비은행예금 취급기관, 보험회사, 증권회사, 기타금융기관으로 분류한다.

은행은 은행법에 의해 설립된 일반은행, 각각의 특수은행법에 설립된 특수은행으로 나뉘어진다. 일반은행은 주로 요구불예금으로 조달한 자금을 단기 대출로 운용하는 상업금융업무와 함께 장기금융업무를 취급하고, 시중은행과 지방은행 그리고 외국은행의 국내지점으로 구성된다. 특수은행은 일반은행이 재원, 채산성의 제약으로 필요한 자금을 공급하기 어려운 특정 부문에 자금을 공급하며 대부분 정부계 은행으로서, 한국산업은행, 한국수출입은행, 중소기업은행, 농업협동조합중앙회의 신용사업부문으로 이루어진다. 일반은행과 특수은행은 별도의 인가를 받아 신탁업무를 겸영한다.

소비자들이 저축을 할 경우 선호하는 저축기관으로 은행(72%), 신탁기구(11.4%), 투자신탁(5.2%) 순으로 나타났다.⁵⁾ IMF 이후 금융기관의 구조조정과 고금리예금 유치경쟁이 진행되는 과정에서 경영상태가 좋은 금융기관이나 고수익상품을 좇아 거래 저축기관을 바꾸고 있으며, 최근에는 저금리현상에 의한 소비자들의 이탈이 있었으나 은행상품의 안정성인식이 아직도 강해 저축기관으로서 은행의 본래의 기능에는 변동이 없다.

5) 한국은행, 도시직장인저축의식조사(1998).

2. 금융상품정보 연구

금융상품정보에 대한 연구는 다양하게 이루어지고 있다. 소비자정보로서의 가치성,⁶⁾ 소비자정보의 불안전성과 구조적인 문제,⁷⁾ 금융상품과 광고,⁸⁾ 광고에서 상품선택과 구매의사결정,⁹⁾ 소비자 금융정보,¹⁰⁾ 금융정보의 필요성에 대한 소비자인식,¹¹⁾ 금융상품정보의 필요성,¹²⁾ 금융마케팅에서 신상품개발전략,¹³⁾ 금융상품개발사례,¹⁴⁾ 금융기관의 경영정보와 저축상품,¹⁵⁾ 금융상품 정보제공실태와 소비자 이해도 분석¹⁶⁾ 등이다.

그러나 인터넷 금융이 활성화되고 있음에도 불구하고 인터넷을 이용한 상품정보 콘텐츠와 소비자 만족도간의 연관성, 은행별 상품정보 비교분석은 연구가 잘 진행되지 않고 있다.

3. 금융상품정보와 금융 패러다임 변화

3.1 금융상품정보 개념과 구성요소

금융상품정보란 금융기관이 고객의 욕구를 충족시키기 위하여 제공하는 서비스 및 패키지 정보를 말한다.¹⁷⁾ 금융상품정보를 구성하는 주요요소는 크게 다음과 같이 구성된다.¹⁸⁾

첫째, 수신상품이다. 이자율, 예치기간, 예치방식, 이자지급방식, 이자지급시기, 중도해지조건, 세금혜택여부, 대출연계 등의 속성으로 구성된다. 둘째, 여신상품이다. 이자율, 자금사용목적, 사전예금거래여부, 금액, 상환방식, 담보의 종류, 대상자 신용평가방식 등의 속성으로 이

6) 박명희, 소비자 의사결정론(학현사, 1993).

7) 최병선, “소비자보호를 위한 정부역할 및 규제합리화,” 행정논총, 제28권, 제1호(1989), pp.179-210.

8) Arthur Median, *Bank Marketing Management*(London : Macmillan, 1984).

9) F. M. Nicosia. *Advertising, Management and Society: A Business Point of View*(New York : McGraw-Hill, 1974).

10) 김경자, “소비자의 금융지식과 금융정보 요구에 관한 연구,” 대한가정학회지, 제36권, 제3호(1998), pp.105-117.

11) 이해임, 한상순, “저축상품에 대한 주부들의 인지도,” 한국가정관리학회지, 제4권, 제2호(1986), pp. 119-135.

12) 이득연, 최선경, 소비자 의사결정과정에서의 소비자 정보활용도 평가(한국소비자보호원, 1994).

13) 이명식, “금융마케팅에서 신상품개발전략,” 국민경제리뷰(1994).

14) 원효성, 금융상품개발 사례연구, 금융신상품개발 전략기획 워크샵(한국생산성본부, 1994).

15) 한국은행, 금융기관의 경영정보와 저축상품(1998), <<http://www.bok.or.kr>>

16) 허은영, 금융상품 정보제공실태와 소비자 이해도 분석(석사학위논문, 서울대학교 대학원 소비자학과, 1999).

17) 이명식, 전개논문

18) 원효성, 전개논문

6 한국도서관·정보학회지(제35권 제1호)

루어진다. 셋째, 서비스 상품이다. 수수료, 내점여부, 인장거래, 서명 등의 속성으로 구성된다.

여기에서 금융상품정보의 속성은 수익성, 위험성, 유동성 등의 차이에 따라 여러 가지로 구분될 수 있으며, 이러한 속성을 다양하게 배합하여 다양한 금융상품을 만들 수 있다.¹⁹⁾

우리나라의 금융소비자들이 금융상품정보를 선택하기 전에 가장 많이 알아보는 정보원의 속성으로는 수익성(36.5%), 안전성(31.8%), 이용편이성(12.8%), 금융기관 안정성(11.5%), 환금성(7.5%)순으로 나타났다.²⁰⁾ 인터넷이라는 매체의 특성을 고려하여 인터넷이 금융상품소비자 정보를 제공하는 정보원으로서 갖추어야 할 속성으로는 적시성, 신뢰성, 유용성, 이해용이성, 접근가능성, 다양성, 편리성(경제성) 등이다.²¹⁾

따라서 금융상품정보를 금융기관에 따라 분류하면 다음과 같다

첫째, 각 금융기관별 취급상품의 성격에 따라 분류하는 경우이다. 여기에는 입출금이 자유로운 상품, 거치식 상품, 적립식 상품, 수익증권, 채권, 복합상품 및 신탁상품 등이다. 둘째, 생명보험의 종류에 따라 구분되는 보험상품이다. 저축성보험, 보장성보험, 교육보험, 연금보험, 양로보험 등이다. 셋째, 고객의 요구에 따라 구분하는 경우이다. 목돈마련을 위한 상품, 주택마련을 위한 상품, 대출서비스를 원하는 상품, 종합과세를 대비하고자하는 고객을 위한 상품, 여유자금을 운영하기 위한 장기고수익상품, 노후생활대비상품, 재해·질병·사고에 대비한 상품, 사회공헌활동에 관심을 갖는 상품 등이다.

3.2 금융 패러다임 변화

디지털 기술도입으로 야기된 금융 패러다임의 포괄적 변화가 이루어지고 있다.

첫째, 시장이 공급자 중심에서 수요자 중심으로 전환되고 금융서비스는 맞춤 서비스화, 글로벌화, 종합금융화(겸업화), 직접금융화 등으로 변화되고 있다. 또한 고객의 정보력이 크게 개선됨에 따라 시장이 고객중심으로 변화되고 맞춤형 서비스가 확대되고 있다. 즉, 신문, 방송, 지점광고 등을 통해 제한적으로 제공되던 금융상품정보가 인터넷을 통해 무제한 공급되고 있으며, 금융상품 전용 검색시스템이 등장하고 가격, 서비스 비교사이트로 확대되고 있다(seller's market에서 buyer's market으로 전환). 이러한 맞춤형 서비스 확대는 ICT 기술의 발전으로 소비자 니즈에 맞춘 금융상품이 조합되어 제공된다. 둘째, 금융개방, 규제완화 추세로 촉발된 글로벌화가 인터넷을 통해 완성되고 있다. 인터넷의 확산으로 전 세계의 네트워크화가 통합되고 금융서비스 제공의 국경간 장벽이 소멸되어, 금융에 필요한 정보와 자금흐름

19) 박정환, 금융상품 복합화 전략에 관한 연구(석사학위논문, 성균관대학교 무역학과, 1998), pp.5-6.

20) 김성훈, 김우진, 안정석, 금융소비자보호제도의 실태조사결과 및 개선방향(한국금융연구원, 2001).

21) 오수진, 인터넷상의 금융상품 소비자 정보에 관한 연구(석사학위논문, 숙명여자대학교 경제학과, 2001), pp.22-23.

의 네트워크가 형성되고 있다. 셋째, 금융기관간 겸업화와 정보통신업체 등이 업종과의 전략적 제휴가 확산되고 있다. 금융기관의 효율성 제고를 위해 각 국은 제도적으로 겸업화를 뒷받침하고, 맞춤형 원스톱서비스를 지양하는 고객의 니즈도 겸업화를 촉진한다. 여기에 buyer's market도 가세하고 있다. 또한 금융서비스 제공이 네트워크화, ICT집약화 됨에 따라 정보통신업체와 금융업체간 전략적 제휴가 확대되고 있다. 넷째, 사이버 상에서 직접 자금조달이 용이해짐에 따라 직접금융화가 더욱 촉진된다. 인터넷을 통해 수요자와 공급자가 직접 만나는 시장이 형성되고, 사이버 직접 공모는 인수 수수료를 감소하고, 시간 단축 등에서 유리하다. 미국의 예를 들면, 1995년 Spring Street Brewing사가 사이버공모를 처음 실시한 후 보편화 추세이다. Spring Street Brewing사는 3,500명의 투자자로부터 160만 달러의 자금을 사이버 상에서 직접 조달하였다. 한국에서도 1998년도부터 일기 시작한 벤처기업 창업과 주식공모는 홈뱅킹으로 순식간에 자금조달이 이루어지는 현상을 가져왔다.

Ⅲ. 금융상품정보 현황과 분석

1. 연구기관과 표본의 대상

이 연구는 세 가지 관점에 기반을 두고 수행하였다. 첫째, 인터넷을 이용하여 금융사이트를 최소한 5회 이상 접속한 직장인 그리고 주부들을 대상으로 상품정보 만족도를 측정하였다. 연구기관은 일반은행으로서 시중은행 10개 은행을 대상으로 하였으며, 은행별 사이트에 등록된 개인금융, 인터넷 뱅킹, 상품/서비스를 조사하였다.

2. 표본수집과 분석과정

표본의 구성요소는 현장인터뷰, 설문조사, 금융상품정보콘텐츠이다. 우선 현장인터뷰는 2003년 10월 15일부터 2004년 2월 5일까지 직장인 35명을 대상으로 이루어졌다. 인터뷰내용은 서베이 내용과 동일하다. 설문조사(서베이)²²⁾는 2003년 11월 10일부터 2004년 2월10일까지 3달에 걸쳐 실시하였으며, 대상은 일반인 100명(주부 42명포함)이다. 금융상품 정보콘텐츠

22) 오수진이 2001년에 실시한 서베이 문항을 이 연구의 목적에 맞게 수정하여 적용하였다.

는 2003년 10월 20일부터 2004년 1월 25일까지 10개 은행 인터넷금융사이트에서 이루어졌다.

<표 2> 표본구성과 수집

콘텐츠	은행사이트	조사대상수(명)	응답률(회수율, %)
인터뷰		35	31(88.9)
서베이		100	86(86)
금융상품정보	10		100

통계 적용은 인터뷰 대상자 35명중 인터뷰 내용이 불성실한 4명을 제외한 31명, 설문지 대상자 100명중 응답하지 않거나 불성실한 응답자를 제외한 86명, 금융상품정보 콘텐츠조사는 10개 은행에서 이루어졌으며, 상품정보 만족도를 중심으로 금융상품 정보콘텐츠와 관련지어 측정하고 분석하였다.

3. 분석결과

금융상품조사 현황분석은 크게 6가지로 나누어 분석하였다.

첫째, 금융상품 선택과 관련된 소비자 행태이다. 여기에서는 금융상품정보 선택시 고려사항, 금융상품정보 선택시 정보원, 인터넷뱅킹 이용 행태를 조사하였다. 둘째, 인터넷을 통한 금융상품정보 정보탐색실태이다. 인터넷을 통한 금융상품 정보탐색시 고려사항, 인터넷을 통해 제공되는 금융상품정보의 문제점을 조사하였다. 셋째, 금융상품정보 소비자 정보요구도이다. 금융상품정보 소비자 정보 요구도와 금융상품에 대한 소비자 만족도를 조사하였다. 넷째, 인터넷 금융사이트 제공 상품정보 콘텐츠 비교분석이다. 이것은 은행별 개인금융 정보콘텐츠 현황, 은행별 인터넷 상품정보 콘텐츠유형, 은행별 상품정보서비스 콘텐츠 유형을 조사하였다. 다섯째, 금융 신상품정보를 비교 분석하였다. 여섯째, 은행별 상품정보를 계량적으로 비교 분석하였다.

3.1 금융상품 선택과 관련된 소비자 행태

금융상품정보 선택시 우선시해야 할 고려사항으로는 응답자의 33.3%가 수익률, 18.8%가 세금혜택, 17.1%가 은행의 안정성, 11.1%가 대출가능 여부 및 한도, 8.5%가 중도해지이율, 6.8%가 예금보호여부 순으로 나타났다. 이것은 기존의 여러 설문결과와 유사한 것으로 나타났다²³⁾(표 3참조).

<표 3> 금융상품정보 선택시 고려사항

금융상품선택시 고려사항	빈도수	백분율(%)
수익률	39	33.3
세금혜택	22	18.8
대출가능 여부 및 한도	13	11.1
예금보호 여부	8	6.8
은행의 안정성	20	17.1
중도해지이율	10	8.5
기타	5	4.3
전체	117	99.9(100)

위와 같은 분석결과는 정보기술의 발달에 따른 인터넷뱅킹 활성화에 따른 금융시장환경의 변화와는 상관없이 소비자들의 금융상품정보 선택시 고려사항은 수익률, 세금혜택여부, 은행의 안전성, 예금보호여부를 우선시 한다는 것이다.

또한 금융상품정보 선택시 유용한 정보원 순서는 인터넷(31.6%), 신문, 잡지 등 언론매체(19.7%), 금융상품 팸플렛(12.8%), 재테크 서적 및 전문경제잡지(8.5%), TV나 라디오 등 전파매체(6.0%), 기타(5.1%) 등으로 나타났다(표4 참조).

이것은 기존의 연구들에서 나타난 금융상품 팸플렛>금융기관 직원>신문>가족·친구·이웃순서²⁴⁾와 다른 결과를 나타내고 있으나, 오수진(2001)의 연구와는 유사한 결과이다. 이것은 금융상품에 대한 관심이 기존의 오프라인에서 인터넷을 정보원으로 한 금융상품정보선택이 많아지고 있다는 것이다. 따라서 인터넷을 활용하여 금융상품정보를 활성화해야 한다는 것을 제시하고 있다.

<표 4> 금융상품 선택시 정보원(복수응답 2개)

금융상품선택시 정보원	빈도수	백분율(%)
TV나 라디오 등 전파매체	14	6.0
신문, 잡지 등 언론매체	46	19.7
금융상품 팸플렛	30	12.8
은행창구의 직원	38	16.2
재테크서적 및 전문경제잡지	20	8.5
인터넷	74	31.6
기타	12	5.1
전체	234	99.9

또한 <표 5>, <표 6>, <표 7>은 인터넷 뱅킹 이용행태를 조사한 결과를 나타내고 있다.

23) 기존의 여러 연구들과 유사하다(한국은행 1998, 허은영 1999, 오수진 2001).

24) 허은영 1999, 김경자 1998, 한국은행 1995.

<표 5>에서 복수 응답결과 나타난 순서는 각종 조회서비스가 23.3%로 가장 높고, 그 다음으로는 19.6%가 자금이체서비스를 들었다. 또한 계좌개설, 금융상품 정보탐색, 대출, 실시간 금융상담 순으로 나타나 인터넷뱅킹 이용서비스는 편의성, 경제성이 주요인으로 작용하고 있음을 보여주고 있다. 인터넷을 경험하지 않는 이용자도 21명이나 된다. 주로 가정주부로 나타났다.

<표 5> 인터넷 뱅킹이용서비스(3개이상 응답)

이용서비스	빈도수	백분율
각종조회서비스	182	23.3
자금이체서비스	153	19.6
대출	81	10.4
계좌개설	95	12.1
금융상품 정보탐색	93	11.9
사고신고	57	7.3
실시간 금융상담	67	8.6
기타	54	6.9
전체	782	100
인터넷 이용한 적 없음	21(주부)	

또한 가입상품 종류로는 자유저축예금을 가장 많이 이용하고 있으며(24.2%), 그 다음으로 는 대출이 18.6%, 정기적금(17.4%), 정기에금(12.4%), 청약적금(8.7%), 청약부금(8.1%)순으로 나타났다(표6 참조).

<표 6> 가입상품 종류(하나이상)

가입상품종류	빈도수	백분율
자유저축예금	39	24.2
정기에금	20	12.4
정기적금	28	17.4
신탁상품	17	10.6
청약부금	13	8.1
청약적금	14	8.7
대출	30	18.6
전체	161	100
인터넷 이용한 적 없음	18(주부)	

인터넷을 이용한 적 없다고 응답한 21명의 주부들에게 미가입 이유를 물었더니 개인정보유출의 우려가 31.7%를 차지했으며, 인터넷 뱅킹으로 금융상품가입을 할 필요를 못 느껴서(20.6%)가 그 다음이었다. 시스템장애로 인한 문제발생우려(14.3%), 인터넷을 통해 제공되는 정보를 신뢰할 수 없어서(12.7%), 전자인증제도 및 서명문제(9.5%), 피해 발생시 피해구제제도가 미비해서(4.8%), 전

통적인 은행거래와 비교해 볼 때 별 차이가 없어서(3.2%) 순으로 나타났다(표7 참조).

<표 7> 인터넷을 이용한 금융상품 미가입이유(우선순위 3개)

인터넷을 이용한 금융상품 미가입이유	빈도수	백분율(%)
개인정보유출우려	20	31.7
인터넷을 통해 제공되는 정보를 신뢰할 수 없어서	8	12.7
전자인증제도 및 서명문제	6	9.5
시스템장애로 인한 문제발생우려	9	14.3
전통적인 은행거래와 비교해 볼 때 별차이가 없어서	2	3.2
피해발생시 피해구제제도가 미비해서	3	4.8
인터넷뱅킹으로 금융상품가입을 할 필요를 못 느껴서서	13	20.6
기타	2	3.2
전체	63	100

3.2 인터넷을 통한 금융상품정보 정보탐색 실태

인터넷을 이용하여 금융상품정보를 탐색할 때 고려해야 할 사항을 4개이상씩 선택하게 한 결과 응답자의 22.4%가 정보제공사이트의 신뢰도를 우선시 했으며, 금융상품 정보검색의 편리성(17.3%), 제공된 정보의 정확성(13.6%), 정보제공사이트의 인지도(11.2%), 제공되는 정보의 이해용이성(9.9%), 제공되는 정보의 다양성(6.5%), 자료의 업데이트(4.5%), 접속시간 타임(2.1%) 순으로 나타났다(표8 참조).

<표 8> 인터넷을 통한 금융상품 정보탐색시 고려사항(고려사항 4개이상)

인터넷을 통한 금융상품 정보탐색시 고려사항	빈도수	백분율
정보제공사이트의 인지도	69	11.2
정보제공사이트의 신뢰도	138	22.4
금융상품 정보검색의 편리성	107	17.3
제공되는 정보의 이해용이성	61	9.9
자료갱신이 얼마나 자주되고 있는가	28	4.5
제공되는 정보의 다양성	40	6.5
제공되는 정보의 정확성	84	13.6
제공되는 정보의 신뢰성	72	11.7
사이트 접속시 걸리는 시간	13	2.1
기타	5	0.8
전체	617	100

또한 인터넷을 통해 제공되는 금융상품정보의 문제점에 대해서는 무엇인가에 대한 물음에 개인정보유출우려를 들었으며, 사이트 가입시 지나치게 많은 개인정보를 요구하는 것으로 나

타났다(33.1%). 다음으로는 21.7%가 자료의 갱신이 되어있지 않다고 보았으며, 오프라인에서 제공하는 정보와 차이가 없다(16.5%), 정보검색을 하기가 불편하다고 한 응답이 10.6%, 자사의 상품만 검색 가능하다는 불만이 7.4%, 제공되는 정보를 신뢰할 수 없다고 6.2% 순으로 문제점을 지적하였다(표9 참조).

<표 9> 인터넷을 통해 제공되는 금융상품 정보의 문제점 (우선순위 4개이상)

인터넷을 통해 제공되는 금융상품 정보의 문제점	빈도수	백분율
자료의 갱신이 되어있지 않음	108	21.7
제공되는 정보를 신뢰할 수 없음	31	6.2
정보검색을 하기가 불편함	53	10.6
오프라인에서 제공하는 정보와 차이가 없음	82	16.5
사이트 가입시 지나치게 많은 개인정보를 요구함	165	33.1
정보검색 후 나오는 결과의 금융상품간 차이가 별로 없음	17	3.4
자사의 상품만 검색가능	37	7.4
기타	5	1.0
전체	498	99.9(100)

3.3 금융상품정보 소비자 정보요구도

<표 10>은 금융상품정보에 대해 소비자들은 어떤 정보를 선호할까에 대한 소비자 정보요구를 리카르도 척도²⁵⁾로 측정한 결과이다.

<표 10> 금융상품정보에 대한 소비자 정보요구도(N=117)

문항	평균	백분율
전체적으로 보다 많은 정보	3.81	76.2
이자율에 관한 정보	4.22	84.4
세금혜택에 관한 정보	4.23	84.6
예금상품 종류에 관한 정보	4.01	80.2
대출조건에 관한 정보	3.57	71.4
예금보호여부에 관한 정보	4.31	86.2
은행의 안정성에 관한 정보	4.37	87.4
피해구제방법에 관한 정보	4.52	90.4
정보의 갱신일에 관한 정보	4.01	80.2
금융상품의 선택요령에 관한 정보	4.02	80.4
금융상품간 비교정보	4.15	83.0
정보의 제공출처에 관한 정보	4.00	80.0
전체평균	4.10	82.03

25) 매우 그렇지 않다, 그렇지 않다, 보통이다, 그렇다 매우 그렇다.

전체평균이 4.1로 나타나 중간보다 높은 수준을 보여주고 있다. 분석결과, 피해구제방법에 관한 정보(4.52), 은행의 안정성에 관한 정보(4.37), 예금보호여부에 관한 정보(4.31), 세금혜택에 관한 정보(4.23), 이자율에 관한 정보(4.22) 순으로 소비자 정보요구도가 높게 나타났다. 전체적으로 보다 많은 정보(3.81)와 대출조건에 관한 정보(3.57)는 일반적인 요구도인 반면에 나머지 정보요소들은 정보요구도를 나타내고 있다. 이것은 최근의 금융시장환경의 변화를 반영하고 있는 것으로 보인다. 예를 들어, 예금부분보장제도의 도입, 세금우대제도의 변화, 인터넷뱅킹의 발달, 방카슈랑스와 같은 금융상품의 종합화를 들 수 있다.

그러나 여기에서 유의해야 할 점은 인터넷 사이트에서 정보의 제공이 잘 이루어지지 않는 정보를 소비자들에게서 어필하고 있어 이 항목에 대한 정확한 이해와 피해구제방법에 관한 정보, 은행의 안정성에 관한 정보를 제공해야 한다. 또한 인터넷상의 금융상품 정보에 대한 소비자 정보만족도를 리카르도 척도로 측정한 결과는 <표 11>과 같다.

<표 11> 인터넷상의 금융상품 정보에 대한 소비자 정보만족도(N=117)

문항	평균	백분율
경제성(정보를 찾는 시간절약)	3.69	72.8
다양성(다양한 금융상품정보제공)	3.43	68.6
유용성(실제 상품가입시 도움이 됨)	3.47	69.4
적시성(최신정보를 얻을 수 있음)	3.69	73.8
신뢰성(신뢰할 수 있음)	3.21	62.2
정보를 비교하기가 편리함	3.45	69.0
이해용이성(이해하기가 쉬움)	3.02	60.4
접근가능성(정보를 쉽게 얻을 수 있음)	3.46	69.2
유용성(내가 필요로 하는 정보가 제공됨)	3.18	63.6
전반적으로 만족스러움	3.09	61.8

분석결과, 소비자들은 경제성, 적시성, 다양성, 유용성, 접근가능성, 정보비교편리성에 만족을 느낀 반면에 유용성(내가 필요로 하는 정보제공)만족도, 이해용이성이 상대적으로 낮게 나타났다. 이에 대한 소비자들의 견해를 파악하여 인터넷 금융상품정보에 대한 소비자의 만족도를 높여야 할 것이다.

3.4 인터넷 금융사이트 제공 상품정보 콘텐츠 비교분석

조사대상은 시중은행 중 은행연합회에 속한 10개 은행을 선정하여 콘텐츠를 비교하였다. 각 은행별 개인금융 정보콘텐츠 현황을 살펴보면 <표 12>와 같다. 각 은행들은 개인금융을 제공하고 있다. 개인금융과 기업금융을 명확히 구분하여 소비자들에게 유익한 정보를 제공한다.

<표 12> 은행별 개인금융 정보콘텐츠 유형

No	은행명	정보콘텐츠 유형	항목
1	국민은행	인터넷 뱅킹, 인터넷 대출, 상품/서비스, KB카드, 국민카드, 외환, 자산관리, 매일뱅킹, BankOn	9
2	신한은행	대출, 상품 및 서비스, 재테크, 신한e라이프, 고객센터, 새소식, 이벤트, 영업점 찾기	8
3	우리은행	인터넷뱅킹, MyeClips, 예금/신탁, 대출, 우리카드, 외환센터, 우리 Life, My Bank	8
4	외환은행	인터넷뱅킹, 인터넷 대출, 방카슈랑스, My KEB, 상품/서비스, 외환스페셜, 재테크, Yes 자산관리서비스, 고개지원서비스	9
5	제일은행	인터넷대출, 신용카드, 예금, 신탁/투자신탁, 외환, 전자금융/기타, 금리/수수료, KFB회원서비스	8
6	조흥은행	예금상품안내, 대출상품안내, 외환업무, 전자금융, 방카슈랑스, 부가서비스, 수수료, CHB 맞춤상품검색	8
7	하나은행	예금, 신탁, 대출, 외환, 방카슈랑스, 카드	6
8	한미은행	인터넷뱅킹, 상품/서비스, 외환/유학/이민, 제휴/전자금융, 재테크, 로얄클럽, 마이굿뱅크(My Menu), 재무관리, 수입지출관리, 일정관리, 개인정보관리, 서비스이용안내, 부가서비스)	7
9	광주은행	인터넷 뱅킹, 인터넷 대출신청, 예금, 인터넷 대출, 비자카드, 신탁, 외환, 공과금, 온라인서비스	9
10	부산은행	인터넷 대출, 상품 및 서비스, 전자화폐, 재테크광장	4

국민은행은 개인금융으로 표시하고 인터넷 뱅킹, 인터넷 대출, 상품/서비스, KB카드, 국민카드, 외환, 자산관리, 매일뱅킹, BankOn을 제공한다. 신한은행은 개인고객으로 표시하고, 대출, 상품 및 서비스, 재테크, 신한e라이프, 고객센터, 새소식, 이벤트, 영업점 찾기를 제공한다. 우리은행은 개인고객으로 표시하고, 인터넷뱅킹, MyeClips, 예금/신탁, 대출, 우리카드, 외환센터, 우리 Life, My Bank를 제공한다. 외환은행은 개인고객으로 표시하고, 인터넷뱅킹, 인터넷 대출, 방카슈랑스, My KEB, 상품/서비스, 외환스페셜, 재테크, Yes 자산관리서비스, 고개지원서비스를 제공한다. 제일은행은 개인고객으로 표시하고, 인터넷 대출, 신용카드, 예금, 신탁/투자신탁, 외환, 전자금융/기타, 금리/수수료, KFB회원서비스를 제공한다. 조흥은행은 개인고객금융정보로 표시하고, 예금상품안내, 대출상품안내, 외환업무, 전자금융, 방카슈랑스, 부가서비스, 수수료, CHB 맞춤상품검색을 제공한다. 하나은행은 개인뱅킹으로 표시하고, 예금, 신탁, 대출, 외환, 방카슈랑스, 카드를 제공한다. 한미은행은 개인고객으로 표시하고, 인터넷뱅킹, 상품/서비스, 외환/유학/이민, 제휴/전자금융, 재테크, 로얄클럽, 마이굿뱅크(My Menu), 재무관리, 수입지출관리, 일정관리, 개인정보관리, 서비스이용안내, 부가서비스)를 제공한다.

광주은행은 개인고객으로 표시하고, 인터넷 뱅킹, 인터넷 대출신청, 예금, 인터넷 대출, 비자카드, 신탁, 외환, 공과금, 온라인서비스를 제공한다. 부산은행은 개인고객으로 표시하고, 인터넷 대출, 상품 및 서비스, 전자화폐, 재테크광장을 제공한다.

은행별 인터넷 (상품)정보콘텐츠 유형은 조사결과 <표 13>과 같이 나타나고 있다. 조사대상 10개 은행 모두 인터넷뱅킹을 제공하고 있다. 인터넷뱅킹은 전 서비스를 온라인으로 제공하는 것으로 목표를 두고 있으며 주로 전체 계좌서비스, 이체, 공과금납부, 신규/해지 등을 제공한다.

<표 13> 은행별 인터넷 (상품)정보콘텐츠 유형

No	은행명	인터넷정보콘텐츠 유형	항목수
1	국민은행	인터넷 뱅킹, 인터넷 대출, BankOn	3
2	신한은행	대출(인터넷대출신청), 고객센터(인터넷전화상담)	2(△)
3	우리은행	인터넷뱅킹, 대출(인터넷무서류), 외환센터(인터넷외환)	3
4	외환은행	인터넷뱅킹, 인터넷 대출, 고객지원서비스	3
5	제일은행	인터넷 대출, 예금(인터넷가입상품), 외환(인터넷환전/송금), KFB회원서비스	4
6	조흥은행	전자금융	1
7	하나은행	예금(인터넷가입 가능상품), 대출(인터넷대출, 인터넷 즉시대출)	2
8	한빛은행	인터넷뱅킹, 제휴/전자금융, 마이굿뱅크(My Menu)	8
9	광주은행	인터넷 뱅킹, 인터넷 대출신청, 인터넷 대출, 온라인서비스	4
10	부산은행	인터넷 대출	1

또한 은행에서 제공하는 상품정보서비스 유형을 살펴보면 <표 14>와 같다.

국민은행은 예금, 대출, 신탁, 투자신탁, 증권, KB방카슈랑스, 수수료안내, 기타 금융서비스를 제공한다. 신한은행은 예금, 신탁, 투자신탁, 외환, 방카슈랑스, 금융네트워크상품, 고객센터, 골드뱅킹을 제공하고 있으며, 우리은행은 별도로 상품 및 서비스로 나누어지지 않고, 개인 뱅크에서 예금, 대출, 외환, 전자금융서비스, 방카슈랑스, 전자금융서비스를 제공하고 있다. 외환은행은 예금, 신탁, 대출, 외환, 방카슈랑스, 전자금융서비스, K-cash전자화폐, 금리/수수료, 금융계산기, 맞춤형상품도우미를 제공하고, 제일은행은 별도로 상품 및 서비스를 두지 않고 개인금융 내에 예금, 신탁, 대출, 외환, 전자금융, 방카슈랑스, 금리/수수료, 메일뱅크 제공한다. 조흥은행은 별도로 상품 및 서비스를 두지 않고, 예금상품안내, 대출상품안내, 외환업무, 전자금융, 방카슈랑스, 부가서비스, 수수료, CHB 맞춤형정보서비스를 제공한다. 하나은행은 별도로 상품 및 서비스를 두지 않고, 예금, 대출, 신탁, 외환, 방카슈랑스를 제공한다. 한미은행은 상품정보서비스를 표시하고, 신상품, 베스트상품, 금리/수수료, 주거래고객우대서비스,

자동화 모음고객서비스, 외환/유학/이민, 방카슈랑스, 재휴/전자금융, 재테크, 부가서비스, 서비스 이용안내를 제공한다. 광주은행은 별도로 상품 및 서비스를 두지 않고, 대출, 예금, 신탁, 외환, 온라인서비스, 방카슈랑스, 금리/수수료, 재테크광장을 제공하고, 부산은행은 상품 및 서비스를 표시하고, 예금, 방카슈랑스, 신탁, 투자신탁, 대출, 신용카드, 외환, 전자금융, 각종서비스업무를 제공한다.

<표 14> 은행별 상품정보서비스 콘텐츠 유형

D 은행	상품정보서비스콘텐츠 유형		항목
1 국민은행	예금	주택청약상품(주택청약부금, 주택청약예금), 질세혜택상품(장기주택마련저축, 청약저축), 적립식예금(KB우대정기적금, 캐거루가족레저통장), 거치식예금(국민신평정기예금, KB질세형정기예금), 시장성예금(양도성예금증서(CD), 환매조건부채권(RP))	
	대출	주택자금대출(주택구입자금대출, 주택전세자금대출), 신용대출(CSS 무보증신용대출, 부부사랑대출), 당행거래/예수금(KB우대고객신용대출, 예적금담보대출), 부동산담보대출(부동산담보대출, 일반부동산경락자금대출), 특정직업/자격대출(학자금대출, 선생님우대대출), 국민주택기금대출(근로자·서민주택전세자금대출, 최초주택구입자금대출(중도금))	
	신탁	금전신탁(채권형, 안정형, 안정성장형, 성장형, 전환형, 장기주식형, 전체상품), 재산신탁(금전채권신탁, 유가증권신탁, 부동산신탁), 기준가격조회, 수익률조회(신탁수익률조회, 기간별 수익률조회), 신탁자산운용상황	
	투자신탁	투자신탁상품안내(채권형, 주식형, 혼합형, MMF, 전체상품), 관련조회서비스(기준가격조회, 기간별 수익률 조회), 평가손익계산, 온라인거래(수익증권거래내역조회, 투신상품 보유계좌조회, 계좌이체)	
	증권	증권뉴스, 해외증시, 종목별시세조회, 시세/거래 급변종목(상한가 종목조회, 하한가 종목조회, 상승 종목조회, 보험 종목조회, 하락 종목조회, 거래량 상위종목조회), 기업정보조회, 증권계좌개설 신규대행	
	KB방카슈랑스	방카슈랑스란, KB방카슈랑스 상품안내(연금/저축보험, 상해/운전자보험, 변액보험, 건강/의료보험, 교육/자녀보험, 종합보험, 주택화재보험, 여행/레저보험) KB방카슈랑스 온라인서비스(나의보험정보, 기본계약조회, 보험료납입내역조회, 보험료입금, 보상대출정보조회, 보험료입금처리내역조회), KB방카슈랑스에 가입하려면, e-여행자보험 가입(국내여행보험, 해외여행보험, e-여행자보험신규내역조회, 부가서비스), KB방카슈랑스 정보광장(만화로보는 보상상식, 생활속의 보험이야기, 제휴사별 연락처 안내, KB방카슈랑스판매지점 안내, 보험용어사전, 새소식), 자동차보험정보광장(보험료 비교견적, 사고처리실계명, 쉽게보는 보험증권, 별점관리, 차 소모품 교환주기, 보험처리 할까말까, 자동차보험진단), FAQ(가입 및 상품안내, 계약내용 변경, 보험금 지급 및 약관대출, KB방카 모집수수료율 안내)	
수수료안내	예금관련 수수료(송금 및 추심수수료, 수표 및 증서발행, 기타수수료), 대출거래수수료, 전자금융 수수료		

D	은행	상품정보서비스콘텐츠 유형		항목
1	국민은행	기타금융 서비스	뱅킹 서비스(인터넷뱅킹 서비스, 폰뱅킹 서비스, 모바일뱅킹 서비스, PDA뱅킹 서비스), 수신관련서비스(자동이체, 자동납부, 급여이체, 대여금고, 야간금고), KB우대고객 서비스(KB우대고객제도, KB우대고객서비스, KB가죽고객제도), 자동화기기 이용안내, 증권계좌실명확인 업무대행, 주류구매전용카드, 귀금속구매전용카드	
2	신한은행	예금	절세상품(비과세상품, 세금우대상품, 소득공제상품, 금융소득분산상품, 분리과세, 생계형저축), 목돈마련(비과세상품, 세금우대), 여유자금상품(입출금자유상품, 단기예치상품, 1년이상예치상품, 시장지수 연동예금), 주택상품(주택청약예금, 주택청약부금, 신장기주택마련저축, 신한Efm비과세저축), 연금상품(연금예금), 테마상품(작은정성밝은세상, 출발한가죽정기예금, 내사랑마이펫예적금, 아빠의 향기), 인터넷가입상품(BlueNet저축예금, BlueNet실속정기예금, 인터넷예금공동구매, BlueNet프리부금, 내사랑마이펫예적금, 주택청약예금, 주택청약부금, 그린매일부금, 정기적금, 단기회전정기예금, 아빠의향기), 입출금자유상품(BlueNet저축예금, 올셋플랜, 슈퍼저축예금, 증권거래저축예금, 신한FNA예금), 예금가이드(금융소득종합과세, 보호예금등록부, 용어해설, 자료실)	
		신탁	신탁상품(여유자금 운용상품, 절세상품, 맞춤형상품, 인터넷 가입상품, 신규증지상품), 기준가격/배당률(기준가격 조회, 배당률조회), 공시자료(운용현황및기준가격, 운용업무위탁현황), 신탁가이드(거래시유의사항, 투자신탁과의비교, 신탁상품가입안내, 개인연금계약이전, 용어해설, 자료실)	
		투자신탁	투자신탁상품(MMF, 채권형, 주식형, 혼합형), 기준가격/수익률, 공시자료, 투자신탁가이드(정의, 신탁과의비교, 투자신탁유의사항, 설명서보는법, 용어해설, 자료실)	
		외환	환율(국제환율고시표, 환율조회, 환율추이 분석, 환율전망자료), 환전(인터넷환전, 환전종류안내, 환전범위, 환전마일리지, 환율우대쿠폰신청, 해외여행자보험, 신한OK넷환전서비스), 송금(인터넷송금, 의화송금, RealTime송금, 해외자동차송금), 의화상품/서비스(자유적립식의화예금, 신한글로벌의화종합, 의화보통예금, 의화통지예금, 의화정기예금, 웰컴코리아, 신한글로벌 직불카드), 유학생요녀(유학생혜택, 은행이용안내, 유학정보), 해외이주요녀(이주자 서비스, 이주절차, 이주비환전/송금, 해외동포재산반출), 외환가이드(거래시유의사항, 거주자의외화예금, 외국인의예금, 위조지폐감별법, 용어해설, 자료실)	
		방카슈랑스	생명보험상품안내(연금보험, 저축보험, 교육보험), 손해보험상품안내(상해보험, 여행보험, 골프보험, 화재보험, 저축성보험), 이용방법안내(상품구매방법, 조회 및 보험료납입, 보험금청구방법), 법규와 세무(보험세무, 보험법규, 보험제도), 보험초보자안내(보험의필요성, 상품선택요령, 적정보험료, 보험기관선택방법, 가입후관리, 재미있는보험이야기), 교통사고보상안내(교통사고책임, 보험처리상식, 상해급수조회식, 과실비율조회), 일반보험보상안내(교통상해사고, 일반상해사고, 암/질병사고, 화재사고), 모집수수료공시(생명보험모집수수료, 손해보험모집수수료), 방카슈랑스가이드(방카슈랑스안내, 제휴보험사, 보험통계, 용어해설, 자료실)	
		금융네트 워크상품	예금(신한FNA 예금, 라이프플래닝예금, 증권/선물옵션계좌), 대출(Safe론), 투자신탁(MMF, 채권형, 주식형, 혼합형)	
고객 서비스	주거래고객서비스(서비스안내, 평점기준, 고객우대서비스, 주거래점수확인), 신한올플러스포인트, e-mail서비스(서비스안내, 서비스종류, 신청 및 변경, 보안메일), 특화서비스(편의서비스, 외환관련서비스), 연말정산, SMS서비스(서비스신규신청, 조회/변경/해지), 블루넷회원서비스(회원안내, 회원혜택, 로그인, 회원가입, ID/PW 찾기, 회원정보변경, 회원탈퇴, 개인정보보호방침), 인터넷혜택서비스(인터넷뱅킹, 인터넷대출, 예금/외환, 재테크, 고객센터, 기타)			

b	은행	상품정보서비스콘텐츠 유형		항목
2	신한은행	골드뱅크	금고시가격(일자별조회, 가격추이조회), 골드리슈상품안내(신한골드리슈금적립, 신한골드리슈금매매), 이용방법안내(상품구매/해지방법, 부가가치세안내, 주 이용고객), 골드뱅크가이드(골드뱅크안내, 거래단위, 투자포인트, 상담안내)	
3	우리은행	예금	목돈모으기상품(정기적금, 가계우대정기적금, 우리자유적금, 주택청약부금, 비과세장기우대저축, 우리사랑레포츠포즈정기적금, 우리사랑가득잔자유적금), 내집마련상품(주택청약부금, 주택청약예금, 청약저축, 비과세장기우대저축), 단기자금운용상품(일반정기예금, 모아정기예금, 두루두루정기예금, 무기명정기예금, 양도성예금(CD), 표지어음, 환매조건부채권, 셰이프RP, 개인MMDA), 1년이상운용상품(주택청약예금, 골드옵션정기예금, 일반정기예금, 모아정기예금, 두루두루정기예금, 무기명정기예금, 우리사랑레포츠포즈정기예금, 뷰티플라이프정기예금)	
		신탁	연금형신탁상품[연금신탁(안정형), 연금신탁(채권형), 연금신탁(계약이전)], 채권형신탁상품[연금신탁(채권형), 분리과세신탁(채권형), 신노후생활연금(채권형), 우리참사랑추가금전신탁, 비과세고수익고위험단위, 비과세고수익고위험추가, 뷰티플신노후(채권형), 셰이프추가금전신탁(채권형), 분리과세단위신탁제8호), 주식형신탁상품[연금신탁(안정형), 신노후생활연금(안정형), 싸이클신탁(성장형), 매치터치단위금전신탁, 뷰티플신노후(안정형), 추가금전신탁(안정성장형), 트러스타전환형신탁1호, 트러스타배당플러스신탁1호, 트러스타PI성장형신탁1호], 기타신탁상품(부동산투자신탁, 종합재산관리신탁), 판매중지된상품(노후생활연금신탁, 적립식목적신탁, 가계금전신탁, 신종적립신탁, 단위금전신탁, 개인연금신탁, 근로자우대신탁, 우리모아단위금전신탁, 매직파워ELS단위신탁1호, 매직파워ELS단위신탁2호), 종합통장(우리닷컴통장, 인터넷통장, 우리평생통장, 우리사랑가득잔통장), 세금절세상품[예금(골드옵션정기예금), 신탁]	
		대출	사이버론[사이버론안내(CSS소개, 신청절차, FAQ), 사이버론 신청, 무보증신용대출, 신청결과확인, 담보물 사전평가], 인터넷무서류대출(Best Loan, 예금담보대출, Prime Power Loan, 따따따론, 따따따론로자참사랑대출), 신용대출(무보증신용대출, 참근인우대 대출, 청백리우대대출, Best Loan, Prime Power Loan, 우리프레스티지클럽론, Single로 론), 주택자금대출(구입자금대출, 전세자금대출, 중도금대출, 매매잔금대출, 경매자금대출), 국민주택기금대출[분양주택중도금대출, 근로자/서민주택구입(중도금)자금대출, 근로자/서민주택전세자금대출, 주택재개발조합원전세자금대출, 영세민전세자금대출, 최초주택구입(중도금)자금대출, 다가구주택자금대출, 조합주택자금대출, 재해주택복구자금대출, 재해위험주택자금대출, 주거환경개선주택자금대출, 매입임대주택자금대출, 노후위험주택자금대출, 불량주택개선자금대출, 리모델링사업자자금대출], 부동산담보대출(NEW 스피드대출, 보너스아파트장기대출, 일반부동산담보대출, 매매잔금대출), 자동차/기타대출, 근로자주택자금대출, 대출가이드, 대출금리안내, 대출계산기	
		외환	환율 및 수수료, 환전, 해외송금, 외화예금(외화종합통장, HUB외화종합통장, 외화보통예금, 외화MMDA, 외화당좌예금, 외화자유적립예금, 외화관리정기예금, 외화정기예금, 외화예금금리), 인터넷외환, 해외이주센터, 해외유학센터, 유로화 업무, 외환가이드	
전자금융 서비스	인터넷 뱅킹, 텔레뱅킹, PC뱅킹, 모바일 뱅킹, PDA 뱅킹, 자동화기기, NET Bank			
방카슈랑스	방카슈랑스안내, 상품안내, 상품추천, 정보광장(보험뉴스, 보험상식, 보험 용어사전, 자료실)			

D	은행	상품정보서비스콘텐츠 유형		항목
4	외환은행	예금	입출금식 상품, 적금식 상품, 정기예금식 상품, 주택마련을위한상품, 채권/투자 상품, 비과세/세금우대, 제휴서비스, 판매중단 상품	
		신탁	신탁가이드, 신탁 FAQ, 적립식 상품, 거치식 상품, 연금형 상품, 비과세/세금우대, 신탁상품별운용현황, 배당률/기준가격, 신탁약관	
		대출	신용대출 상품, 주택대출 상품, 제휴(복합)대출상품, 인터넷대출 상품, 대출가이드	
		외환	외화예금, 해외송금, 환전 One-Stop	
		해외 뮤추얼펀드	해외뮤추얼펀드란, 투자방법, FAQ, 판매펀드 현황, 배당률/기준가격, 운용보고서	
		전자금융 서비스	인터넷뱅킹, 텔레뱅킹, 모바일뱅킹, PC뱅킹, 인터넷공매서비스, 보안카드 사용안내	
		방카슈랑스	연금보험, 장기저축, 여행/레저, 일반상해, 자료실(약관)	
		KEB@pa ss서비스	서비스 안내, 가입절차, 서비스 특징, 서비스 내용, 서비스 이용시간, 수수료 안내	
		K-cash 전자화폐	K-Cash안내, K-Cash거래, K-Cash가맹점, K-Cash고객센터	
		금리/ 수수료	예금금리, 배당률/기준가격, 대출금리, 외화예금금리, 수수료 안내	
금융계산기	외환계산기, 예금계산기, 대출계산기, 신용카드계산기			
맞춤상품 도우미	목돈만들기, 목돈굴리기, 대출			
5	제일은행	예금	인터넷가입상품, 맞춤예금설계, 비과세상품(평생비과세적금, 비과세생계형저축), 주택마련용상품(주택청약예금, 주택청약부금, 상품가입혜택, 가입시 유의사항, 인터넷 및 ARS청약, 분양절차 및 입주자선정), 목돈마련적금(평생비과세적금, 퍼스트가계적금), 고수익정기예금[퍼스트정기예금, 퍼스트정기예금(회전식), 퍼스트채형저축, 머니마스터통장(CD), 제일안전예금(RP), 퍼스트표지어음, 양도성예금증서(CD), 퍼스트인덱스예금], 자유입출금예금(퍼스트저축예금, 자녀사랑통장, 보통예금, 일부리저축예금, 가계당좌예금), 공익상품(홍명보장학예금, 청소년지킴이통장), 외화예금(외화보통예금, 외화통지예금, 외화정기예금, 외화종합통장, 환전마일리지통장), 신규중지상품(근로자우대저축, 장기주택마련저축, 비과세신가계적금), 예금자가이드(보관서비스, 으뜸고객제도, 세금우대, 금융소득종합과세, 예금자보호, 예금거래약관, 계좌유지수수료, 무통장거래제도)	
		신탁	은행신탁상품[하이베스트신탁, 퍼스트분리과세신탁, 연금신탁(채권형), 특정금전신탁], 투자신탁상품(기준가격, 수익증권, 해외뮤추얼펀드, 용어정리), 신탁수익률/기준가격, 신탁상품별자산운용현황	
		대출	예적금담보대출, 전세자금대출, 제일편한사장님대출,	
		외환	환율정보, 환전/송금, 인터넷환전/송금, 환전우대서비스, 유학생, One Stop, 해외이주비 환전, 외환수수료/서식, 외환자유화 주요내용	
		전자금융	전자금융(인터넷뱅킹, PC종합서비스, 텔레뱅킹, 모바일뱅킹, PDA뱅킹, 메일뱅킹, 퍼스트알리미서비스, 퍼스트뱅킹서비스), 365자동코너이용안내, 기타서비스(자동계좌이체, 상품권 연계판매 서비스)	
		방카슈랑스	하지 않음	
		금리/ 수수료	예금금리, 대출금리, 각종수수료, 신탁수익률/기준가격, 신탁상품별자산운용현황	

b 은행	상품정보서비스콘텐츠 유형		항목
5 제일은행	메일뱅킹	퍼스트메일뱅킹 서비스, 회원가입 및 사용법, 서비스 장점, 송금서비스, 청구서비스, 후원금서비스, 수수료, 이용한도, 이용약관	
	KFB회원 서비스	회원가입, 회원정보관리, 윈스답라이프플랜, 재테크상담, 조회서비스 가입, e-mail 서비스 신청	
6 조흥은행	예금상품 안내	절세형상품, 주택청약상품, 목돈활용상품, 목돈마련상품, 단기금융상품, 입출자유 상품, 종합통장, 보호예금등록부모음, 예금상품이율	
	대출상품 안내	비전21종합통장대출, 예금담보대출, 수익증권담보대출, 연금수급권자신용대출, 공무원가계자금대출, 군인생활안정자금대출, 학자금대출, CHB유학자금대출, CHB주택관련대출, 라이프론대출, 대출신청준비서류, 대출기준금리조회	
	외환업무	환전, 송금, 외화예금, 환율, 유학생코너, 해외이주전담센터, 외국환서식, 외환수수료	
	전자금융	인터넷뱅킹, 모바일뱅킹, PDA뱅킹, 인터넷TV뱅킹, PC뱅킹, 폰뱅킹, K-Cash, 공인인증서, 호스트뱅킹, BANK25서비스	
	방카슈랑스	방카슈랑스, 제휴보험사현황, 보험상품개요, 저축보험상품, 연금보험상품, 양로보험상품, 화재보험상품, 특종보험상품, 장기보험상품	
	부가서비스	단골고객제도, 무료법률구조사업, 지로자동수납서비스, 전화이체, 공과금 자동이체, 계좌간 자동이체, CHB Lady's Club, 휴대폰/E-mail 통지서비스, CHB POINT BAG	
	수수료	온라인송금수수료, ATM/CD이용수수료, PC/HOST뱅킹수수료, 폰뱅킹수수료, 추심수수료, 외환수수료, 여신관련수수료, 수신관련수수료, 타행환반환청구수수료	
CHB맞춤 상품검색	목돈마련 상품, 목돈운용 상품		
7 하나은행	예금	목돈마련예금, 목돈운용예금, 내집마련예금, 절세상품, 입출금 자유상품, 기타상품, 신규증지상품, 인터넷가입 가능상품, 딱 맞는 예금찾기	
	대출	인터넷대출안내, 인터넷즉시대출안내, 마이너스대출안내, 담보대출안내, 전문직대출안내, 용도별대출안내, 딱 맞는 대출찾기	
	신탁	판매상품, 신규증지상품, 부동산투자신탁, 알리안츠투신상품, 신탁용어사전	
	외환	환율, 환전서비스, 송금서비스, 외화금융상품, 외국통화안내, 해외여행실속가이드	
	방카슈랑스	연금보험, 보장성보험, 교육성보험, 방카슈랑스란? 하나생명보험소개	
8 한미은행	신상품	예금투자(자유회전예금, 지수연동예금, 굿뱅크 적립식투자), 대출(인터넷학자금, 퓌머니론, 예적금 담보대출), 카드(플래티넘카드, 한미 gift카드), 보험(연금저축골드연금, 무배당 PCA Platinum 연금보험, 주말안심매직저축보험)	
	베스트상품	예금(장기주택마련저축, 자유회전예금, 프리스타일예금), 대출(퓌머니론, 예적금담보대출, 아파트담보대출), 카드(플래티넘카드, 한미 VISA카드), 보험(무배당삼성파워즉시연금, 무배당 PCA Flexi 연금보험, 자녀안심매직저축보험)	
	금리/수수료	금리 : 예금금리, 신탁상품 기준가격/배당률, 주가환율 금리 지표 수수료 : 외환 수수료, 카드/대출 수수료, 기타 수수료, 우대수수료, 기타금리수수료	
	주거레고객 우대서비스	주거레실적산정기준, 우대서비스안내	

D	은행	상품정보서비스콘텐츠 유형		항목
8	한미은행	자동화모음 고객서비스	자동화모음고객이란? 포인트산출방법, 포인트별우대서비스	
		외환/유학/ 이민	환율, 환전, 송금, 외환수수료, 유학, 이민, 곳뱅크유학이주센터, 재외동포, 해외직접투자	
		방카슈랑스	방카슈랑스 소개, 제휴사 소개, 보도자료, 보험(상품찾기, 주택·여행자보험, 연금보험, 저축성보험, 보장성보험, 보험사별상품), 보험가이드, MY보험	
		제휴/ 전자금융	제휴서비스, 폰뱅킹, CD-ATM, 자동이체, 지로이체, 공과금납부	
		채테크	주택청약, 광진 트라펠리스 청약, 테마별채테크, 채테크전략, 채테크칼럼, 채테크FAQ	
		부가서비스	e-카드, e-쿠폰	
		서비스 이용안내	회원가입, 개인정보조회/변경, ID찾기/비밀번호 변경, 인증센터, 웹회원서비스 안내	
9	광주은행	대출	대출상품안내, 대출금리안내, 대출수수료안내, 대출절차, 여신거래기본약관, 대출계산기	
		예금	예금상품안내, 예금금리안내, 예금수수료안내, 예금보호제도안내, 예금거래기본약관, 원천징수제도, 맞춤상품찾기, 예금계산기	
		신탁	신탁이란, 신탁상품안내, 투자신탁상품안내, 수익률 및 기준가 조회, 투자신탁관련용어해설, 투자자문제결내용, 약관, 상품설명서	
		외환	환율정보, 환전안내, 해외송금안내, 외화예금, 해외이주자전담코너, 외환거래약관, 외환수수료안내, 외환계산기	
		온라인 서비스	온라인서비스, e-마이더스서비스, 통지서비스, 웹메일서비스	
		방카슈랑스	보험상식[방카슈랑스란? 보험의필요성, 보험가입요령, 손해보험상식], 정보광장(제휴보험사소개, 보험계시판, 보험용어사전, 보험관련회사, 보험관련 유관기관), 고객도우미(보험 Q&A, 보험 FAQ, 고객의 소리, 방카슈랑스영업점안내), 상품정보(유형별보험상품안내, 제휴사별보험상품안내)	
		금리/ 수수료	전체 금리안내(예금금리, 대출금리, 외화금리), 전체 수수료안내(예금수수료, 외환수수료, 대출수수료, 비자카드수수료, 전자금융관련수수료)	
채테크광장	증권정보, 보험정보, 부동산정보, 기업정보, 세무정보, 법률정보, 취업정보, 개인신용정보조회			
10	부산은행	예금	인터넷사이버통장, 입출금상품, 목돈마련상품, 여유자금운용상품, 피과세(절세)상품, 주택마련상품, 주거레고객우대통장, 우수고객 우대서비스, 예금보험제도	
		대출	대출가이드, 신용대출, 담보대출, 주택자금대출, 학비/유학자금대출	
		신탁	여유자금운용상품[신추가금전신탁(안정성장형), 신추가금전신탁(채권형), 특정금전신탁], 연금형상품(연금신탁), 절세상품(조이스분리과세신탁), 신규중지상품[신종적립신탁, 가계월복리신탁, 월복리프리미엄신탁, 한마음가계금전신탁, 노후생활연금신탁, 개인연금신탁, 신개인연금신탁, 추가금전신탁, 단기추가금전신탁, 빅찬스신추가금전신탁, 신추가금전신탁(성장형)]	
		투자신탁	수익증권안내, 혼합형, MMF	
		외환	인터넷외환업무(인터넷 외환거래 이용안내, 인터넷 환전서비스, 인터넷 외화송금, 인터넷 외화예금), 여행경비환전(환전안내, 환전방법, 지급한도 및 제출서류, 위조지폐 식별요령, 해외여행 보험안내, 김해공항지점위치안내, 국제여객출장소위치안내), 외화송금/외화수표(외화송금/수표, 해외송금 E-mail 서비스, 해외자동송금서비스), 해외이주, 외화예금, 외화예금안내, 외화예금종류, 꿀벌외화종합통장, 국내외외환시장동향	
신용카드	공지사항/이벤트, 신용카드 신청, 부비스카드, 신용카드가이드, 주요발행카드, 교통카드, 지역발전카드, 제휴카드, 쇼핑/레저카드, 여성을위한카드, 회전결제제도, 카드론, 가맹점, 신용불량자 등록 현황			

D	은행	상품정보서비스콘텐츠 유형		항목
		상	하	
0	부산은행	방키슈랑스	연금보험(무배당부은교보First연금보험, 무배당부은신한VIP연금보험, 무배당부은삼성연금보험, 무배당부은AIG Star연금보험), 저축성보험, 상해보험, 화재보험, 여행자보험, 골프보험, 알아두실사항	
		전자금융	인터넷(PC)뱅킹, 콜센터서비스, 모바일뱅킹, 자동화기기이용안내, 하나카드, PC뱅킹전용서비스	
		각종서비스업무	ATM기로통장출금, 야간금고, 대여금고, 공과금자동납부안내, 공과금무인수납기안내	
		채테크광장	채테크정보, VIP클럽, 개인자산관리, 증권, 세무회계, 법률, 보험, 부동산, 경매물건	

3.5 금융 신상품정보 비교분석

신상품은 상품개발에 많은 노력과 비용이 소요되고 국내외를 통하여 이전에 볼 수 없었던 독창성이 있는 상품이다. <표 15>는 2002년 1월 1일부터 2003년 11월 30일까지 은행연합회에 등록된 각 은행에서 개발하여 등록된 신상품수를 표시한 것이다.

2002년도에는 전체 82종의 신상품이 출시되었으며, 2003년 11월 30일 현재 109종의 신상품이 출시되었음을 보여주고 있다. 2002년에 신상품 출시 은행별 현황에서, 신한은행과 우리은행이 각각 18.3%인 각 15종의 신상품을 개발하였으며, 그 다음으로는 국민은행(16.1%), 외환은행(12.2%), 조흥은행(11%), 하나은행(9.7%), 한미은행(7.3%), 부산은행(3.7%), 제일은행(2.4%), 광주은행(1.2%)순으로 나타났다.

<표 15> 은행별 신상품 등록수 비교(2002.1~2003.11)

No	은행명	등록일 [(2002.1.1~2002.12.31), (2003.1.1~2003.11.31)]												계													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12														
1	국민은행			2	2		2	1	1	1	2	2	13	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	14			
2	신한은행			3	3			3	3	2			15	4	1	2	3	1	2	1		5	2	21			
3	우리은행	1**		2*	3*	1*		2**	2		4		15	2	2			1		1	1		3	4	14		
4	외환은행			1	2			4(1)*	1	1	1	1	10	1					2	1	1		3	8			
5	제일은행								1	1		2		2	1		2		1	2			8				
6	조흥은행					2	1	3		1		2	9	2	1	1			2	1	2	3	1	13			
7	하나은행				4			1		1	1	1	8			4	2		6			2		14			
8	한미은행			3				2			1		6	1	1	1	1	1			1	1		7			
9	광주은행					1						1			1								1				
10	부산은행					1	1			1		3			1				2	2	1	3	9				
Tot		10	1	0	11	14	5	6	14	8	5	8	3	7	82	4	10	8	10	8	6	18	9	7	18	11	109

*한빛은행 **한빛은행, 보호 ***보호

2003년에는 신한은행이 19.3%로 21종을 출시했으며, 그 뒤로 국민은행, 우리은행, 하나은행 등이 각각 12.8%인 14종을 출시하였다. 다음으로는 조흥은행(11.9%), 부산은행(8.3%), 외환은행·제일은행이 각각 7.3%, 한미은행(6.4%), 광주은행(0.9%)순으로 나타났다.

이러한 조사지표에서 신한은행과 부산은행의 신상품개발은 타은행의 타산지석이 되고 있다. 반면에 일부은행은 신상품개발에 투자를 하지 않고 있음을 보여주고 있다.

3.6. 은행별 상품정보의 계량적 비교분석

금리상품정보는 정기예금, 정기적금, 상호부금, 주택청약예금, 주택청약부금, 장기주택마련저축, 개인MMDA, 법인MMDA로 구분하여 계량적으로 비교·분석할 수 있다. 우선 정기예금을 은행별로 비교하여 보면 다음 <표 16>과 같다.

또한 각 은행별 정기적금, 상호부금, 주택청약예금, 주택청약부금, 장기주택마련저축, 개인MMDA, 법인MMDA도 <표 16>과 같이 비교·분석할 수 있다. 한국은행연합회(http://www.kfb.or.kr/kfb_a/fee.php)의 홈페이지에서 맞춤형 금리상품정보를 제공하고 있다. 이때 자기가 원하는 맞춤형 정보원을 선택해야 한다.

또한 수수료 상품정보 비교분석은 송금수수료, 자동화기기 인출수수료, 기타수수료 등으로 나누어 은행별로 비교할 수 있다. <표 17>은 ₩1,000,000을 타행이체시킬 때, 은행별 송금수수료를 비교하여 나타낸 것이다. 이와 같이 자동화기기 인출수수료, 기타수수료를 은행별로 비교할 수 있으며 이에 대한 정보원은 한국은행연합회(http://www.kfb.or.kr/kfb_a/fee.php)에서 제공하고 있다. 이때 자기가 원하는 맞춤형 정보원을 선택해야 한다.

<표 16> 은행별 금리상품정보 비교²⁶⁾

은행	상품명	금리(%)						기준일	기타 특이사항
		1개월	3개월	6개월	12개월	24개월	36개월		
광주	MVP예금	3.20	3.50	3.70	3.90	4.20	4.30	2003-10-06	500만원이상,국가...
광주	만사형통예금	-	-	-	3.90	-	-	2003-10-06	개인에 한함,건당5...
광주	사이버우대정기예금	3.70	4.00	4.40	4.70	5.00	5.10	2003-12-11	개인고객에 한함,만...
국민	캠겨류가죽레저정기예금	-	-	-	4.05	4.40	4.60	2003-09-05	1천만원이상가입,...
국민	국민수퍼정기예금	3.30	3.60	3.70	4.00	4.20	4.40	2003-09-25	본 금리는 영업점참...
국민	금리연동형(회전형) 국민수퍼정기예금	3.40	3.75	3.85	-	-	-	2003-09-25	회전단위기간별 금...

26) <http://www.kfb.or.kr/kfb_a/fee.php> [cited. 2004.2.19]

24 한국도서관·정보학회지 (제 35권 제 1호)

부산	레저서포터스정기예금	-	-	3.70	3.80	4.20	4.50	2003-09-26	영업점장 전결무대...
부산	메리트정기예금	3.10	3.40	3.70	3.90	-	-	2003-09-26	1개월이상 1년제까...
부산	희전플러스정기예금	3.10	3.40	3.70	-	-	-	2003-09-26	1,3,6개월 회전식 ...
신한	실속정기예금	3.10	3.30	3.50	3.80	4.00	4.40	2003-08-18	
신한	프리미엄실속정기예금	3.10	3.30	3.50	3.80	4.00	4.40	2003-08-18	
신한	더블프리미엄정기예금	3.10	3.30	3.50	3.80	4.00	4.40	2003-08-18	
외환	YES큰기쁨예금	3.10	3.40	3.80	4.20	-	-	2004-01-02	영업점장 무대금리 ...
외환	YES레저피파정기예금	3.10	3.40	3.80	4.20	-	-	2004-01-02	영업점장 무대금리 ...
외환	YES큰기쁨예금 (YES인터넷통장 연결계좌)	3.10	3.40	3.80	4.20	-	-	2004-01-02	YES인터넷통장(인터...
우리	우리사랑레포츠	-	-	4.00	4.20	4.60	4.80	2004-01-02	
우리	두루두루정기예금	3.20	3.80	-	4.30	-	-	2004-01-02	1개월, 3개월, 12개...
우리	모아정기예금	3.10	3.50	3.90	4.00	4.20	-	2004-01-02	
제일	퍼스트정기예금	2.80	3.20	3.40	4.00	3.90	4.05	2004-02-02	메치기간별 0.1%-0...
제일	인터넷퍼스트정기예금	3.40	3.80	4.10	4.60	-	-	2004-02-02	인터넷신규예금 ...
제일	머니마스터통장(CD)	3.50	3.90	4.20	4.60	-	-	2004-02-02	12개월 3천만원 이...
조흥	신보너스정기예금 (영업점장전결최고금리)	3.20	3.60	3.80	4.10	4.30	4.50	2003-10-07	영업점장전결최고금...
조흥	드리블정기예금(회전정기예금)	3.20	3.60	3.80	-	-	-	2003-09-19	1, 3, 6개월 단위로...
하나	고단위플러스금리확정형	3.10	3.40	3.60	4.00	4.20	4.40	2003-12-08	금액대별 무대금리 ...
하나	고단위플러스금리연동형	3.40	3.90	4.10	4.40	-	-	2004-01-26	최저가입금액 1천만...
한미	자유회전예금	3.20	3.40	3.60	3.90	4.30	4.30	2004-01-20	금액별로 0.3%~0.45...
한미	프리스타일예금	3.20	3.40	3.60	4.00	4.30	4.30	2004-01-20	금액별 0.5%~0.65%...

<표 17> 은행별 수수료상품정보 비교²⁷⁾

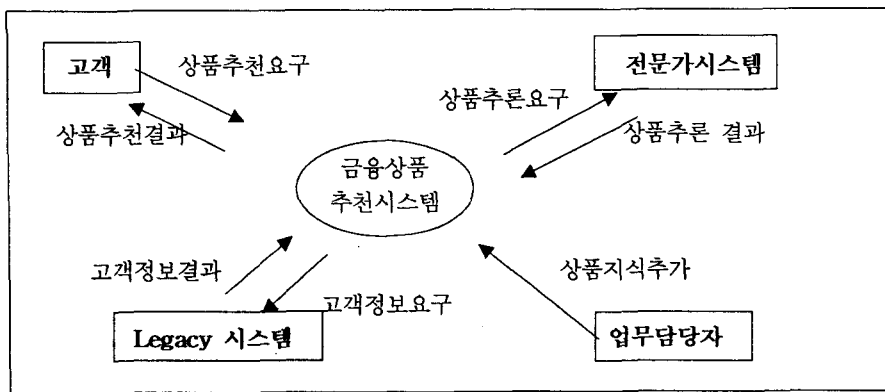
은행	항구이용	자동화기기		인터넷뱅킹	콜센터뱅킹 (ARS 이용시)	기준일
		마감전	마감후			
광주	2,000	1,300	1,800	500	500	2003-07-16
국민	2,000	1,500	2,100	600	600	2003-07-08
부산	2,000	1,400	1,800	500	500	2003-07-08
신한	2,000	1,500	2,100	500	500	2003-08-18
외환	2,000	1,500	2,000	400	600	2003-07-14
우리	2,000	1,500	2,000	500	800	2003-05-02
제일	2,000	1,300	1,600	300	500	2003-08-07
조흥	3,000	1,300	1,800	500	600	2003-06-26
하나	2,000	1,500	2,000	500	600	2003-07-01
한미	2,000	1,000	1,600	500	500	2003-07-14

* ₩1,000,000을 타행이체 시킬 때 수수료 비교

27) <http://www.kfb.or.kr/kfb_a/fee.php> [cited 2004.2.19]

4. 금융상품정보의 맞춤형 서비스 시스템 모형(배경)

위에서 조사 분석한 결과를 토대로 한 금융상품정보의 맞춤형 서비스 시스템 모형을 <그림 1>과 같이 제시할 수 있다. 여기에서 고객은 시스템으로부터 상품추천을 요구하거나, 그 결과를 제공받는다. 상품에 대한 추론은 전문가시스템서 이루어지고, 업무담당자는 고객으로부터 요구받은 상품지식을 추가하여 Legacy시스템에서 제공되는 고객정보를 제공하게된다.



<그림 1> 금융상품정보 맞춤형 서비스 시스템모형

IV. 결론 및 제언

금융기관들은 변화된 환경에 적응하고, 새로운 영업기회 확충 등으로 생존전략이 요구되고 있다. 금융자유화와 정보통신기술의 발달과 같은 급격한 금융시장환경의 변화로 인해 금융기관이 새로운 상품이나 서비스를 경쟁적으로 공급할 유인이 발생하였다. 즉, 다양한 금융상품의 선택권리 발생, 가장 적합한 금융상품 선택의 많은 어려움 발생, 다양한 금융상품에 대한 합리적이고 효율적인 의사결정을 하기 위해서는 금융상품에 대한 적합한 정보제공이 중요하다.

따라서 소비자들이 금융상품을 구매의사결정에 실질적인 도움을 주기 위해서는 인터넷을 통한 금융상품 정보의 적절한 제공이 무엇보다 중요하다. 특히, 이 연구에서 나타난 금융상품 선택과 관련된 소비자 행태, 인터넷을 통한 금융상품정보 정보탐색실태, 금융상품정보 소비자 정보요구도, 인터넷 금융사이트 제공 상품정보 콘텐츠 비교분석, 금융신상품정보 비교

분석, 은행별 상품정보에 대한 계량적 비교 분석은 고객의 정보요구를 만족시킬 수 있는 요인들이다. 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 금융상품 선택과 관련된 소비자 행태에서, 1) 소비자들은 금융상품정보 선택시 수익률, 세금혜택여부, 은행의 안전성, 예금보호여부를 우선시 한다. 2) 소비자들은 기존의 오프라인에서 인터넷을 정보원으로 한 금융상품정보선택이 많아지고 있다. 3) 소비자들은 인터넷뱅킹 이용서비스가 갖는 편의성, 경제성으로 각종 조회서비스, 자금이체서비스, 계좌개설, 금융상품 정보탐색, 대출, 실시간 금융상담 순으로 이용하고 있다. 4) 가입상품 종류로는 자유저축예금을 가장 많이 이용하고 있으며, 대출, 정기적금, 정기에금, 청약적금, 청약부금 순으로 나타났다. 5) 인터넷을 이용하지 않는 이유는 개인정보유출의 우려가 가장 많았으며, 인터넷뱅킹으로 금융상품가입을 할 필요를 못 느껴서서, 시스템장애로 인한 문제발생우려, 인터넷을 통해 제공되는 정보를 신뢰할 수 없어서, 전자인증제도 및 서명문제, 피해 발생시 피해구제제도가 미비해서, 전통적인 은행거래와 비교해 볼 때 별차이가 없어서 순으로 나타났다.

둘째, 인터넷을 통한 금융상품정보 정보탐색실태에서, 1) 인터넷을 이용하여 금융상품정보를 탐색할 때 고려해야할 사항으로는 정보제공사이트의 신뢰도를 우선시 했으며, 금융상품정보검색의 편리성, 제공된 정보의 정확성, 정보제공사이트의 인지도, 제공되는 정보의 이해용이성, 제공되는 정보의 다양성, 자료의 업데이트, 접속시간 타임 순으로 나타났다. 2) 인터넷을 통해 제공되는 금융상품정보의 문제점에 대해서는 개인정보유출우려, 사이트 가입시 지나치게 많은 개인정보를 요구, 자료의 갱신이 되어있지 않다, 오프라인에서 제공하는 정보와 차이가 없다, 정보검색을 하기가 불편하다, 자사의 상품만 검색 가능하다는 불만, 제공되는 정보를 신뢰할 수 없다 순으로 문제점을 지적하였다.

셋째, 금융상품정보 소비자 정보요구도에서, 1) 금융상품정보에 대해 소비자들은 피해구제 방법에 관한 정보, 은행의 안정성에 관한 정보, 예금보호여부에 관한 정보, 세금혜택에 관한 정보, 이자율에 관한 정보 순으로 소비자 정보요구도가 높게 나타났다. 이것은 최근의 금융시장환경의 변화를 반영하고 있는 것으로 보인다. 2) 인터넷상의 금융상품 정보에 대한 소비자 정보만족도는 경제성, 적시성, 다양성, 유용성, 접근가능성, 정보비교편리성에 만족을 느낀 반면에 유용성(내가 필요로 하는 정보제공)만족도, 이해용이성이 상대적으로 낮게 나타났다. 이에 대한 소비자들의 견해를 파악하여 인터넷 금융상품정보에 대한 소비자의 만족도를 높여야 할 것이다

넷째, 인터넷 금융사이트 제공 상품정보 콘텐츠 비교분석에서, 1) 각 은행들은 개인금융을 제공하고 있다. 개인금융과 기업금융을 명확히 구분하여 소비자들에게 유익한 정보를 제공한다. 2) 조사대상의 10개 은행 모두 인터넷뱅킹을 제공하고 있다. 인터넷뱅킹은 전 서비스를 온라인으로 제공하는 것으로 목표를 두고 있으며 주로 전체 계좌서비스, 이체, 공과금납부, 신규/해지 등을 제공한다. 3) 은행별 상품정보서비스 콘텐츠 유형은 다양하게 나타나고 있다.

다섯째, 금융신상품정보 비교 분석에서, 1) 2002년도에 나타난 신상품 출시 은행별 현황을 조사하여 분석한 결과, 신한은행과 우리은행이 각각 15종의 신상품을 개발하였으며, 그 다음으로는 국민은행, 외환은행, 조흥은행, 하나은행, 한미은행, 부산은행, 제일은행, 광주은행 순으로 나타났다. 2) 2003년에는 신한은행이 21종을 출시했으며, 그 뒤로 국민은행, 우리은행, 하나은행, 조흥은행, 부산은행, 외환은행·제일은행, 한미은행, 광주은행 순으로 나타났다. 이러한 조사지표에서 신한은행과 부산은행의 신상품개발은 타은행의 타산지석이 되고 있다. 반면에 일부은행은 신상품개발에 투자를 하지 않고 있음을 보여주고 있다.

여섯째, 은행별 상품정보에 대한 계량적 비교 분석에서, 1) 각 은행별 금리상품정보는 정기예금, 정기적금, 상호부금, 주택청약예금, 주택청약부금, 장기주택마련저축, 개인MMDA, 법인MMDA로 구분하여 계량적으로 비교분석할 수 있다. 2) 수수료 상품정보 비교분석은 송금수수료, 자동화기기 인출수수료, 기타수수료 등으로 나누어 은행별로 비교할 수 있다. 이에 대한 정보원은 한국은행연합회에서 제공하고 있다. 이때 자기가 원하는 맞춤형 정보원을 선택해야 한다.

이러한 연구결과 나타난 현황과 문제점을 해결하기 위해서는 크게 소프트웨어 측면과 하드웨어 측면에서 그 해법을 찾아야 한다. 첫째, 소프트웨어 측면에서 우선시 해야 하는 것은 고객을 확보하는 것이다. 고객은 은행의 생존전략에서 가장 중요하기 때문이다. 이를 위해서는 1) 고객에 대한 금융상품정보의 맞춤형보화가 이루어져야 한다. 왜냐하면, 저축수단으로서 금융자산, 주식, 부동산은 자산의 유동성, 안정성 및 수익성이 서로 다르고 리스크가 발생하기 때문이다. 2) 절세상품을 최대한 활용한다. 3) 예금부분보장제도에 유의한다. 4) 금융소득 종합과세에 대비한다. 5) 일반적인 금융상품정보는 투자원칙에 충실한다. 즉 차입금 우선 상환후 여유자금으로 금융상품가입을 하고, 저축 및 자금운용기간에 맞는 상품을 선택한다.

둘째, 하드웨어 측면에서는 금융상품정보의 맞춤형서비스 시스템(그림1 참조)을 구축해야 한다. 이 모형은 은행과 고객간의 안전과 신뢰성을 기반으로 수익(부가가치)을 창출할 수 있는 금융상품정보를 제공하게 될 것이다.

향후 연구에서는 은행별로 다양한 금융상품 정보콘텐츠와 서비스를 비교·분석해야 한다. 이를 위해 더 많은 변수를 활용하여 비교분석하고, 대상은행을 확대하여 실시해야 할 것이다.

<참고문헌은 각 주로 대신함>