

간편결제 서비스 수용의도와 이용에 관한 연구

- 혁신저항의 조절효과를 중심으로 -

강선희* · 김하균**

<요 약>

본 연구에서는 간편결제 서비스를 새로운 정보기술의 한 유형으로 인식하고 통합기술수용이론(UTAUT)을 토대로 인지된 위험을 추가하여 수정된 수용의도 모델을 제시하여 소비자의 수용의도에 영향을 미치는 변수들을 규명하였다. 본 논문의 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 노력에 대한 기대, 사회적 영향은 수용의도에 긍정적 영향을 미치며, 인지된 위험은 수용의도에 부정적 영향을 미치지만, 성과에 대한 기대와 촉진조건은 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 둘째, 간편결제 서비스의 수용의도와 이용행동 요인 간에는 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 이는 선행 연구에서 검토한 바와 같이 수용의도가 실제 수용 관계에 직·간접적인 영향을 미친다는 것을 의미한다. 셋째, 혁신저항의 조절효과는 노력에 대한 기대와 사회적 영향은 수용의도와의 관계에서 조절효과가 있지만, 인지된 위험에 대해서는 조절 작용을 하지 않는다는 것을 확인할 수 있었다.

핵심주제어: 성과에 대한 기대, 노력에 대한 기대, 사회적 영향, 촉진조건, 인지된 위험, 수용의도, 이용행동, 혁신저항

논문접수일: 2016년 03월 28일 수정일: 2016년 06월 16일 게재확정일: 2016년 06월 20일

* 동부산대학교 금융경영과 조교수(제1저자), shkang@dpc.ac.kr

** 부경대학교 경영학부 교수(교신저자), kimhk@pknu.ac.kr

I. 서론

세계적으로 IT 기반의 금융서비스인 핀테크(FinTech) 열풍이 불고 있다. 핀테크란 금융(Financial)과 기술(Technique)을 융합한 서비스를 뜻하는 말로, 인터넷과 통신기술을 활용한 모바일 금융과 간편결제, 송금 서비스 등이 이에 해당한다. 핀테크는 기존의 전자금융과는 여러 면에서 다르다. 전자금융이 현재의 금융시스템을 발전시켜 온 지속적 혁신의 성격을 가지고 있다면, 핀테크는 기존 금융업의 가치사슬을 뒤바꿀 수 있는 파괴적 혁신의 속성을 가지고 있다. 우리나라는 전자결제 분야의 규제가 거론되면서 핀테크가 관심 대상으로 급부상하기 시작했으나, 우리나라 보다 앞선 외국의 경우와는 달리 국내에서 핀테크에 관한 논의는 간편결제, 인터넷전문은행 등의 특정 전자금융 이슈에 집중되어 있다. 최근 핀테크 산업에서 최대의 화두는 간편결제 서비스이다. 박대통령의 일명 ‘천송이 코트’ 발언으로 촉발된 공인인증서 폐지 논란은 2014년 10월 공인인증서 의무사용 폐지와 Active X 폐지되었고 exe 보안프로그램 하나만의 설치로 금융거래가 가능하게 되었다.

국내에서는 새로운 결제 서비스인 ‘간편결제 서비스’에 대한 관심이 높아지고 있다. 국내에서 개발한 간편결제 서비스는 SKT의 ‘페이핀’, LGU+의 ‘페이나우’, 다음카카오의 ‘카카오페이’, 삼성전자의 ‘삼성페이’, 그리고 네이버의 ‘라인페이’ 등이다. 기존 PG 업체, 은행, ICT 업체 등 인터넷 플랫폼 업체들이 속속 간편결제 서비스에 진출하고 있다. 이미 외국 시장에는 간편결제 방식이 보편화된 방식이며, 특히 미국의 ‘페이팔’과 중국의 ‘알리페이’는 전세계 모바일 결제시장 선점에 적극 나서고 있으며 2014년 하반기부터는 애플의 애플페이(ApplePay)가 서비스를 시작하고 있다. 국내에서는 페이팔, 알리페이 등 해

외 간편결제 업체의 국내 진출에 대비해야 할 것이다. 이러한 시대적 흐름에 따라 모바일 간편결제 서비스가 속속 시장에 진출하고 있으나 확산속도는 예상만큼 빠르지 않다. 소비자들의 개인정보유출 및 보안에 대한 우려, 오프라인 결제 인프라의 부족, 각종 규제 등으로 인하여 간편결제가 활성화되지 못하고 있다. 시장 확대를 위해서는 소비자가 이미 익숙해진 결제습관을 탈피해 새로운 서비스 경험을 시도하도록 유인할 수 있는 혜택 제공이나 프로모션 전략의 수립이 필요하다. 여기에는 결제서비스 회사의 상당한 투자가 필요할 것이다.

이미 페이팔(PayPal)이나 알리페이(Alipay) 등 해외에서 서비스를 시작한 유명 간편결제 업체는 세계시장을 장악하고 있다. 규모의 경제를 갖춘 해외 서비스 업체들이 초기 단계에 있는 국내 시장에 진입할 경우 금방 시장을 잠식할 우려가 크다. 또한, 해외 간편결제업체들이 보안성 보완과 낮은 수수료를 제공할 경우 국내 간편결제 서비스 업체들의 시장 진입은 더욱 어려워질 것으로 예상된다. 때문에 국내 간편결제 산업이 해외에 비해 아직 성장단계임을 인식하고 앞으로의 경쟁력을 갖추기 위해 다방면의 연구가 필요하다. 서비스 제공 업체들이 추구하는 핀테크의 가치인 편리하고 안전한 결제 서비스의 미래는 정보보호와 동반성장해야 할 것이며, 공인인증서 등 대체기술 개발에 시간을 소모하기보다는 검증된 금융 인프라를 잘 활용하는 것이 발전 방안일 것이다(한국은행, 2015).

구체적인 연구방법은 다음과 같다. 첫째, 간편결제와 관련된 기존 연구들을 살펴보고, 소비자의 서비스수용에 영향을 미칠 수 있는 간편결제 시스템의 특성을 규명하였다. 둘째, 통합기술수용이론을 기본 프레임워크로 간편결제 특성을 결합하여 적합한 수용모델을 개발하여 간편결제 수용의도를 측정하고 증명하였다. 셋째, 간편결

제 사용에 있어 보안과 함께 기존 결제 방식의 익숙함으로 인해, 변화되는 것을 싫어하는 성향이 있음을 가정하여 혁신저항을 조절변수로 사용하여 연구하였다.

II. 이론적 배경과 선행연구

본 연구에서는 간편결제 서비스를 새로운 정보기술의 한 유형으로 인식하고 통합기술수용이론(UTAUT)을 토대로 인지된 위험을 추가하여 수정된 수용의도 모델을 제시하여 소비자의 수용의도에 영향을 미치는 변수들을 규명하였다. 또한 간편결제 서비스를 사용하기 위해 소비자가 느끼게 되는 혁신저항이 수용의도에 어떠한 영향을 미치는지 파악하고자 한다. 이를 통해 사용자들이 간편결제 시스템을 수용하기 위한 접근방법을 모색하였다.

핀테크서비스는 지금까지의 기존금융서비스와 다른 속성을 갖고 있다. 중간서비스·중간업자의 배제, 투자판단 등 지적 작업의 자동화, IoT와 데이터를 활용한 금융상품, 틈새서비스, 서비스의 고객귀임 등이 핀테크서비스의 특징이다(김영환, 2016). 핀테크는 기술속성이 금융서비스와 패러다임을 바꾸는 혁신적인 비즈니스모델이 중요한 점이다.

1. 통합기술수용이론(UTAUT)

통합기술수용이론에 관한 국내외 선행연구를 살펴보면, 새로운 정보기술이 도입되었을 때 연관성 및 타당성을 증명하기 위해 통합기술수용모형을 활용하고 있다.

인터넷 뱅킹 실증을 UTAUT를 통해 분석한 결과로 성과기대, 노력기대, 사회적 영향이 수용

의도에 영향을 미쳤으며 조절효과로는 성별이 검증되었다(Abushanab & Pearson, 2007). 유비쿼터스 서비스에서 수용의도를 확인하고자 의류매장 관리자를 대상으로 UTAUT 모형에 개인화변인을 추가하여 모형 재설정 후 확인한 결과 수용의도는 유비쿼터스 서비스 활용에 유의한 것으로 확인되었다(정형민, 2015). 모바일뱅킹 수용에 대해 알아보고자 UTAUT모형을 적용하였을 때 성과기대, 사회적 영향, 촉진조건은 수용의도에 유의한 영향을 미쳤으나 노력기대는 유의한 영향을 미치지 못했다(Zhou, Lu, Wang, 2010). 외국어 학습이 m-러닝 활용에 미치는 영향을 알아보고자 UTAUT 모형에서 제시하는 변수와 상황기반 및 개인화를 모형에 추가하여 다시 모형을 설정한 후 검토해본 결과 성과기대와 사회적 영향은 수용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었으나, 노력기대와 촉진조건은 미치지 못하는 것으로 확인되었다(강명희 외, 2013).

2. 간편결제 서비스

간편결제 서비스란 본인 명의로 된 신용카드, 계좌이체, 휴대폰 결제 정보를 스마트폰의 어플리케이션이나 해당 홈페이지에서 최초 등록한 이후에 모바일 결제가 필요할 때 추가 정보 입력이 필요없이 ID와 비밀번호 또는 비밀번호만으로 사용자를 인증하여 간편하고 안전하게 결제가 이루어지는 결제 서비스이다.

간편결제 서비스는 기존 결제방식이 복잡한 결제단계를 줄여 사용자 편의성을 높이고 결제포기율을 낮추는 효과를 기대할 수 있으며, 은행과 카드사, 일반 기업과 핀테크 업체 등에서 자체개발 앱이나 업무제휴를 통해 장점을 내세운 다양한 결제시스템을 출시하고 있다.

국내에는 LGU의 '페이나우', 다음카카오의

‘카카오페이’, ‘네이버페이’, ‘삼성페이’ 등이 있으며, 해외는 ‘페이팔’, ‘알리페이’, ‘애플페이’, ‘알리바바’ 등이 서비스를 제공하고 있다.

3. 인지된 위험

이재열(2004)은 정보사회의 위험을 줄이기 위해서는 기술적인 접근 이외에 사회문화적인 접근이 매우 중요함을 지적하였다. 그는 경제 및 산업위주의 정보화가 사회구성원의 인권 및 사회 전체에 미칠 영향에 대한 관심이 증가하고 있다고 보고, 고도화되는 정보사회에서 위험성에 대한 새로운 자각이 필요하다고 하였다. 정보사회에서의 위험 중 특히 개인정보 침해문제는 아주 심각하며 개인정보침해로 인한 상담과 피해 신고가 급증하고 있다고 서술하였다. 인터넷 관련 연구에서도 인지된 위험은 많은 연구자에 의해 신기술 도입 또는 온라인 거래의 중요 영향 요인으로 인식되고 있다(Jarvenpaa and Todd, 1997). Heijden et al.(2003)은 온라인 구매에 대한 태도를 확인하기 위하여 인지된 위험을 사용하였고, 이들 연구는 인터넷 활용이 점차 확산됨에 따라, 사람들은 온라인 쇼핑 활동이나 거래에 관여하게 될 때 나타나는 다양한 형태의 위험에 대해 우려하고 있음을 주장하였다. 이정세(2014)는 지각된 위험, 즉 대금결제 위험, 제품 품질 및 서비스에 대한 우려, 개인정보 누출이 모바일 커머스 수용의도에 영향을 미친다고 하였다. 최근에는 막대한 자본이 투자되는 정보시스템 프로젝트의 위험에 대한 연구가 활발하게 진행되고 있고(Schmidt et al., 2001),

4. 혁신저항

Ram(1987)은 저항은 개인이 변화를 위협으로

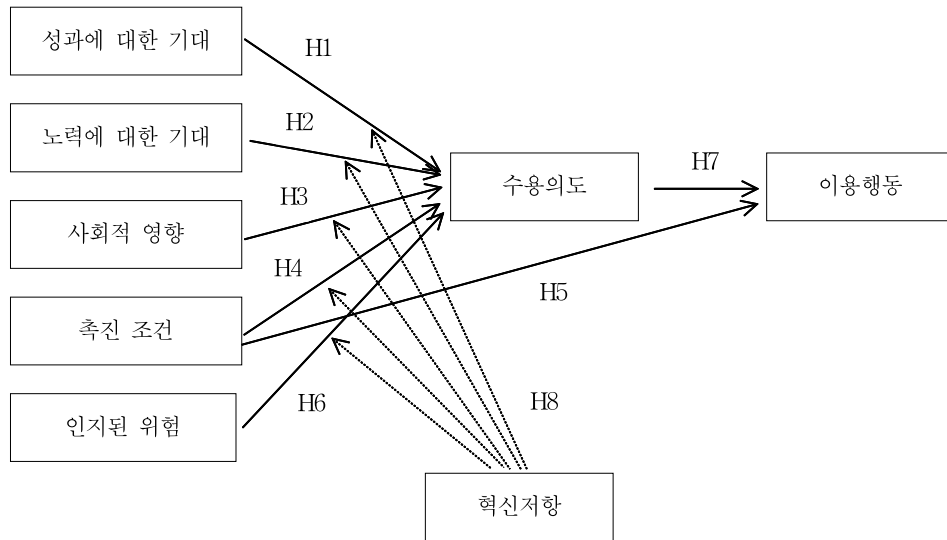
느끼는 정도와 관련된다고 하면서, 혁신저항을 “혁신에 부여된 변화에 대해 소비자가 제공하는 저항”이라고 하였다. 소비자가 변화에 직면하게 되면 반사적으로 심리적인 균형상태가 깨지고 이를 해결하기 위해서 심리적으로 재조정을 하거나 변화에 대해 저항을 선택하게 된다고 하였다. Sheth(1981)는 혁신이 확산되는 경우, 개인이 혁신에 대해 가진 저항에 대한 심리를 반드시 고려해야 한다고 주장하였다. 그는 개인의 심리적 혁신저항을 이해하는데 유용한 심리적 개념을 기존 생활습관과 지각된 위험으로 구분하고, 두 요인의 강약에 따라 혁신저항을 4가지 유형으로 분류하였다. Ram(1987)은 기존 혁신연구가 성공적으로 수용될 것이라는 편견이 반영되었다고 보고, 혁신의 실패가능성에 대한 연구가 부족하다고 지적하면서, 혁신특성요인을 지각된 혁신 특성, 소비자 특성, 보급경로의 특성, 그 외 특성으로 4가지로 재분류하였다. 국내연구로는 임상현(2014)는 혁신저항모델의 문제점과 결점을 수정, 보완하여 개선된 혁신저항 모델을 제시하며 실증적인 연구를 수행하였다. 또한 신제품의 개발, 확산, 수용과정에서 장애(barrier)요인과 저항(resistance)요인을 구분하여, 혁신 저항은 수용과정에서 일어나는 개인 차원의 저항요인이라고 하였다. 장대련·조성도(2002)의 연구에서는 기업이 기술제품을 도입한 후 내부에 확산시키려는 실행단계에서 직면하는 혁신저항에 영향을 미치는 요인과 혁신저항을 줄이고 확산을 증진시키는 확산촉진활동을 설명하였으며, B2B마케팅 상황에서 기술제품의 조직내 혁신 저항-확산 모델을 도출하였다. 김장호·주기중(2015)은 위치기반 SNS어플리케이션 저항요인 연구에서 개인위치 정보노출의 위험이 높다고 인식될수록 저항이 커진다고 하였다.

III. 연구의 설계

1. 연구의 모형

본 연구는 사용자들이 간편결제 서비스를 수

용하는데 영향을 미치는 요인들이 무엇이며, 이들 사이에는 어떤 인과관계가 있는지 알아보기 위하여 UTAUT 모형을 기반으로 전체적인 연구 모형을 설계하였다. 앞 장에서 살펴본 이론적 배경과 선행연구들의 연구결과를 토대로 하였다.



<그림 1> 연구모형

2. 연구가설

2.1 성과에 대한 기대와 수용의도에 관한 가설

본 연구에서는 성과에 대한 기대를 ‘간편결제 서비스를 사용하는 것이 기존 결제 서비스와 비교해 볼 때 더 나은 효익을 제공해 줄 것이라는 개인적인 믿음의 정도’로 정의한다. 앞에서 소개한 바와 같이 간편 결제서비스는 다른 결제 서비스보다 비교적 편리한 결제서비스를 제공한다. 따라서 사용자는 편리한 서비스를 이용함으로써 이전 방식 보다 더 나은 성과를 경험하는 기대를 가지게 된다(Venkatesh et al., 2003). 이는 수용의도에 영향을 줄 것이다. 따라서 다음과 같은

가설을 설정하였다.

가설 1: 성과에 대한 기대는 간편결제 서비스 수용의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

2.2 노력에 대한 기대와 수용의도에 대한 가설

Venkatesh et al.(2003)은 노력에 대한 기대를 ‘시스템 사용과 관련된 용이함의 정도’로 정의했다. 즉 정보시스템이 얼마나 직관적이고 사용자들이 쉽게 적응하는지 등이 노력에 대한 기대와 관련되어 있다. 본 연구에서는 ‘사용자들이 간편

결제 서비스를 사용할 때 별도의 설치나 결제정보를 미리 등록하는데 사용이 용이하다고 믿는 정도'로 정의한다. 따라서 이러한 사용방법을 익히고 사용하는 것이 쉬운 사용자일수록 서비스 수용의도가 클 것이다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2: 노력에 대한 기대는 간편결제 서비스 수용의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

2.3 사회적 영향과 수용의도에 관한 가설

본 연구에서는 사회적 영향은 '사용자가 간편결제 서비스를 해야 한다고 주변 사람들이 믿고 있는 것에 대한 인지수준'으로 정의한다. 사용자에게 의미 있는 관계에 있는 사람들이 사용자가 서비스를 사용해야 한다고 인지하면, 사용자는 다소 불편과 어려움이 따르더라도 해당 서비스를 사용하려고 하는 의도가 발생하게 될 것이다. 특히 최근 등장하고 있는 IT기술은 사람과 사람 사이의 사회적 관계 형성 및 유지에 미치는 영향이 크므로, 수용행위 혹은 수용의도에 미치는 사회적 영향의 정도가 더 크게 작용할 것이다 (Tan et al., 2011). 따라서, 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 3: 사회적 영향은 간편결제 서비스 수용의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

2.4 촉진조건과 수용의도 및 이용행동에 관한 가설

본 연구에서 촉진조건은 '사용자가 간편결제 서비스를 이용할 때, 본인의 이용활동을 지원해주는 환경이 조성되어 있다고 믿는 정도'로 정의한다. 이러한 촉진조건은 보통 새로운 정보기술

이 도입된 지 얼마 되지 않았을 때, 사용자의 수용행위 의도에 더 크게 영향을 미칠 수 있다(전새하 외, 2011). 국내에서는 현재의 간편결제 시스템이 도입 초기단계에 있음을 감안할 때, 촉진조건이 서비스 수용의도에 영향을 미칠 수 있다고 고려된다. 또한 Venkatesh et al.(2003)가 제시한 UTAUT에서 촉진조건은 이용행동에 직접적인 영향을 미치는 변수로 제시하였기 때문에 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 4: 촉진조건은 간편결제 서비스 수용의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 5: 촉진조건은 간편결제 서비스 이용행동에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

2.5 인지된 위험과 수용의도에 관한 가설

본 연구에서는 인지된 위험은 '간편결제 서비스 보안에 대한 염려와 간편결제 사용시 발생 가능한 개인정보 누출, 사생활침해에 대한 염려'로 정의한다. Schmid et al.(2001)의 연구에서는 전자상거래 환경에서 수행된 여러 연구들에서 지각된 위험은 사용자의 이용의도에 부정적인 영향을 미치는 것을 검증하였다. 이국용(2005)은 모바일 결제 시스템 이용에 영향을 미치는 요인에 대해 연구하였는데, 기존의 여러 선행연구들에서 태도를 경유하여 이용에 영향을 미치던 인지된 위험이 직접 이용에 영향을 미친다는 점을 확인하면서 이용자의 인지된 위험이 직접적인 영향력 변수로서 그 역할이 증대되었음을 증명하였다. 따라서 본 연구에서도 아래와 같이 가설을 설정하였다.

가설 6: 인지된 위험은 간편결제 서비스 수용의도에 부정적 영향을 미칠 것이다.

2.6 수용의도와 이용행동에 관한 가설

본 연구에서는 수용의도란 ‘간편결제를 이용하고자 하는 의향 정도’를 말하며, 이용행동이란 ‘간편결제 서비스를 현재 실제 이용하고 있으며, 향후 지속적 이용과 주변인들에게 추천하고자 하는 의향 정도’로 정의한다. 기존의 수용의도와 실제수용 간의 선행연구를 살펴보면, Venkatesh·Davis(2000)의 실증적 연구결과 기술수용의도는 실제수용에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Moran et al.(2010)의 미국 대학생을 대상으로 한 태블릿PC 수용에 관한 연구에서는 촉진조건과 함께 수용의도는 이용행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김인경·박원준(2011)이 융합미디어에 대한 수용 인지가 이용행동에 영향을 미치는지 분석하였다. 김근아·김상현(2011)은 모바일 클라우드 사용의도와 실제유티수간의 관계를 측정하였는데 그 결과 사용의도가 실제사용 유티수에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 강명희 외(2013)는 성인을 대상으로 외국어 학습을 위해 모바일러닝을 수용의도에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과, 외국어 학습에서의 모바일 러닝 활용의도가 높을수록 이용행동이 증가한다고 밝혔다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 7: 간편결제의 수용의도가 이용행동에 영향을 미칠 것이다.

2.7 혁신저항에 관한 가설

본 연구에서 혁신저항이란 ‘기존의 습관과 실생활에 변화를 요구하는 저항으로, 이전상태를 유지하려는 행위 또는 정보유출 불안감에 의한 사용회피와 거부감 정도’로 정의한다. 혁신저항의 연구를 시작한 Sheth(1981)에 따르면 혁신저항은 개인이 처한 상황에 따라 영향을 받는 개인의 심리적인 변인으로 간주하며 이에 대한 연

구를 위해 개인의 심리상태를 온전히 이해해야 한다고 주장하였다. Ram(1987)은 개인의 심리적 혁신저항은 사회적 요인, 상황적 요인, 문화적 요인에 의해 영향을 받는다고 주장하며, 결과적으로 나타나는 변인이 아닌 수용과정 중에 발생하는 과정변인으로서 개인의 심리적인 저항요인을 이해해야 한다고 하였다. 이와 관련하여 국내에서는 장대련·조성도(2000)의 연구를 통해 개인이 경험하는 저항은 무조건적인 수용의 반대 개념이 아닌 수용이나 확산의 과정 중에 발생하는 변인임을 밝혀냈다. 혁신저항에 영향을 미치는 요인들을 파악함으로써 새로운 서비스나 제품의 수용에 발생하는 저항의 극복방안을 제시하기도 하였다(김중호·신용섭, 2002).

가설 8a: 성과에 대한 기대와 수용의도의 영향관계에 있어서 혁신저항은 조절작용을 할 것이다.

가설 8b: 노력에 대한 기대와 수용의도의 영향관계에 있어서 혁신저항은 조절작용을 할 것이다.

가설 8c: 사회적 영향과 수용의도의 영향관계에 있어서 혁신저항은 조절작용을 할 것이다.

가설 8d: 촉진조건과 수용의도의 영향관계에 있어서 혁신저항은 조절작용을 할 것이다.

가설 8e: 인지된 위험과 수용의도의 영향관계에 있어서 혁신저항은 조절작용을 할 것이다.

3. 변수의 조작적 정의

설문문항은 총 39문항으로 구성되어 있다. 모든 문항은 Likert 7점 척도를 사용하였다. 설문문의 구성은 <표 1>에서 정리하였다.

<표 1> 각 변수별 조작적 정의 및 출처

변수명	조작적 정의	세부사항	참고문헌
성과에 대한 기대	간편결제 서비스를 이용함으로써 전보다 더 나은 효익을 제공한다는 믿음	<ul style="list-style-type: none"> · 일반 결제시스템보다 더 유용 · 일반 결제시스템보다 더 빠르게 처리 · 일반 결제시스템보다는 결제 업무가 더 쉽게 처리 · 일반 결제시스템보다는 더 생활에 도움 	Venkatesh et al.(2003) 박일순·안현철(2012) 정현민(2015)
노력에 대한 기대	간편결제 서비스를 사용하는 것이 용이하다고 믿는 정도	<ul style="list-style-type: none"> · 일반 결제시스템보다 더 쉽게 적응 · 이용방법을 쉽게 이해 · 원하는 물건을 쉽게 결제 · 일반 결제시스템보다 더 편리 	Venkatesh et al.(2003), 박일순·안현철(2012), 정현민(2015)
사회적 영향	간편결제 서비스를 해야 한다고 주변 사람들이 믿고 있는 것에 대한 인지수준	<ul style="list-style-type: none"> · 다른 사람에게 추천 의향 있음 · 다른 사람들도 이용해야 함 · 자부심을 느낌. · 이용하지 않으면 소외감을 느낌 	Tan et al.(2011) 정동섭(2010) 조영복·이나영(2014)
촉진 조건	간편결제 서비스를 이용할 때, 본인의 이용활동을 지원해 주는 환경이 조성되어 있다고 믿는 정도	<ul style="list-style-type: none"> · 적절한 모바일 기기와 조건 · 이용하기에 필요한 지식 · 이용할 때 상세한 안내 · 내 라이프 스타일과 궁합이 잘 맞음 	Venkatesh et al.(2003), 전세하 외(2011) 주기중·박병화(2015)
인지된 위험	간편결제 서비스 보안에 대한 염려(해킹, 대금결제, 인증서 등)와 간편결제 이용 시 발생 가능한 개인정보 누출, 사생활침해에 대한 염려	<ul style="list-style-type: none"> · 금전적 손실을 일으킬 수 있다고 생각 · 아직 불완전하고 예측불가능한 위험이 많이 숨어 있다고 생각 · 거래정보가 유출되고 해킹이나 범죄에 사용될 우려 · 나의 개인정보가 유출될 우려 	Heijden et al. (2003) Schmid et al. (2001) 이국용(2005) 이재열(2004)
혁신저항	기존의 습관과 실생활에 변화를 요구하는 저항으로, 이전 상태를 유지하려는 행위 또는 정보유출 불안감에 의한 사용회피와 거부감 정도.	<ul style="list-style-type: none"> · 거부감을 가지고 있음 · 타인의 간편결제 이용을 반대 	Ram(1987) Sheth(1981) 임상현(2014) 장대련·조성도(2014)
수용의도	간편결제를 이용하고자 하는 의향이나 계획 정도.	<ul style="list-style-type: none"> · 사용할 의향 · 기회가 되면 사용 · 사용할 계획이 있음 · 간편결제 서비스가 필요 	Venkatesh· Davis (2000), Moran et al(2010) 김근아·김상현(2011)
이용행동	실제 간편결제를 현재 이용하고 있으며, 향후 지속적 이용과 주변인들에게 추천하고자 하는 의향 정도.	<ul style="list-style-type: none"> · 간편결제 서비스를 사용함 · 실제 사용하며 지속적으로 사용 · 다른 사람에게 추천할 의향 · 필요할 때마다 사용할 의사 	강명희 외(2013) 김인경·박원준 (2011)

IV. 실증분석 및 결과

1. 자료수집 및 표본의 특성

본 연구는 간편결제 서비스가 사용자 수용의도와 이용행동에 미치는 영향을 설명하기 위하여 설문조사를 수행하였다. 설문은 2015년 9월 15일부터 2015년 10월 10일까지 직접방문에 의한 면접조사 방법을 실시하였으며, 설문 시작 부분에는 간편결제 서비스에 대한 기본적인 개념을 설명하였다. 예를 들어 ‘카카오페이’, ‘삼성페이’등을 알려주고 설문응답자들이 해당 서비스기능에 대해 충분한 사전 이해를 거친 뒤, 설문에 참여하도록 하였다. 분석단위는 개인이며 인터넷과 모바일 사용 능력을 갖추고 사용경험이 있을 것이라 판단되는 대학생과 일반인을 대상으로 7점 리커트 척도를 사용하여 측정하였다. 본 연구

의 실증분석을 위해 설문지 총 300부를 배부하였다. 이 중 기재 누락 혹은 불성실한 응답 등으로 부적합한 27부를 제외한 273부의 설문을 이용하여 분석하였다.

<표 2>는 연구에 사용된 응답자의 인구통계학적 특성이다. 응답자의 남·녀 비율은 각각 51.3%와 48.7%로 비슷하나, 연령대의 경우 20~30대가 전체 응답자의 72.8%를 차지하여 젊은층에 편중되어 있음을 알 수 있다. 하지만, 설문이 간편결제 서비스라는 신기술 수용에 따른 잠재적 수용자를 대상으로 수집되었기 때문에, 이러한 점을 고려할 경우 연령의 편중현상은 불가피하다. 또한 직업의 경우 학생(50.5%)이 다수로 조사되었는데, 설문 대상자 중 20~30대 성인 재교육생이 학생으로 포함되어 있어 편중현상이 나타났다.

<표 2> 인구통계학적 특성(n=273)

항목		빈도수	비율(%)	항목		빈도수	비율(%)
성별	남	140	51.3	학력	고교졸업	43	15.8
	여	133	48.7		대학교 졸업	77	28.2
연령	10대	0	0.0		대학교 재학	138	50.5
	20대	208	46.2		대학원 재학	6	2.2
	30대	37	26.6		대학원 졸업	7	2.6
	40대	18	13.6		기타	2	0.7
	50대	9	13.3				
	60대	1	0.4				
	직업	회사원	39	14.3			
자영업		19	7.0				
공무원		1	0.4				

2. 자료의 분석 방법

본 연구에서 신뢰성 및 타당성을 측정하기 위해 신뢰성 분석과 타당성 분석을 실시하였다. 측정항목간의 내적 일관성을 검증하는 Cronbach's α 계수, 합성 신뢰성(CR; composite reliability) 그리고 평균분산추출(AVE; average variance extracted) 값을 통해 확인하였다. Cronbach's α 계수는 일반적으로 0.7이상이면 신뢰성이 인정

된다고 보며, CR 값은 보통 0.7이상일 때, AVE 값은 0.5이상이면 측정변수들의 신뢰성이 확보된 것으로 본다. 판별 타당성 검정을 위해 <표 4> 과 같이 상관계수와 분산추출지수(AVE)를 비교해 본 결과 모든 구성개념간의 상관계수가 대각선으로 표시된 분산 추출지수가 각 요인의 상관계수의 제곱, 결정계수보다 크게 나타나 연구 요인들 사이에 존재하는 판별타당성이 확보되었다.

<표 3> 신뢰도 및 타당성 분석결과

변수명		요인 적재 량	C.R	AVE	Cronba ch's α	변수명		요인적 재량	C.R	AVE	Cronba ch's α
성과 기대	A1	0.911	0.929	0.767	0.899	인지된 위험	E1	0.741	0.919	0.742	0.883
	A2	0.850					E2	0.893			
	A3	0.849					E3	0.912			
	A4	0.892					E4	0.882			
노력 기대	B1	0.905	0.940	0.797	0.915	수용 의도	Y1	0.930	0.956	0.844	0.938
	B2	0.864					Y2	0.936			
	B3	0.907					Y3	0.931			
	B4	0.95					Y4	0.876			
사회적 영향	C2	0.870	0.891	0.674	0.842	이용 행동	Z1	0.860	0.940	0.797	0.915
	C3	0.833					Z2	0.901			
	C4	0.685					Z3	0.887			
촉진 조건	D1	0.850	0.895	0.810	0.779		Z4	0.922			
	D2	0.948									

<표 4> 상관관계 및 판별타당성 분석 결과

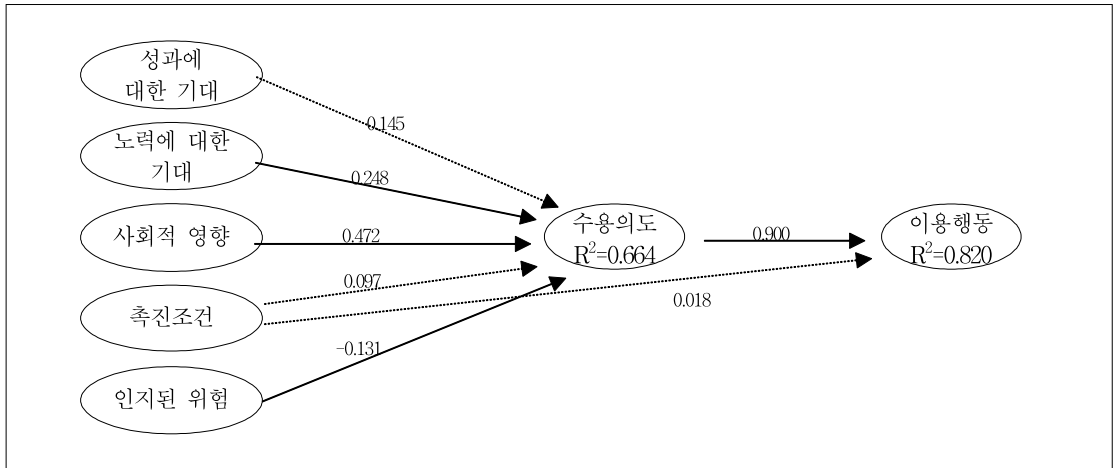
변수	AVE	노력기대	사회적 영향	성과기대	수용의도	이용행동	인지된 위험	촉진조건
노력기대	0.797	0.893						
사회적 영향	0.674	0.523	0.821					
성과기대	0.767	0.815	0.521	0.876				

* 대각선 값은 AVE 제곱근 값.

3. 구조모형의 검증

구조모형 분석은 Smart PLS 2.0을 사용하였으며 구조모형 분석을 통하여 경로계수와 내생 변수에 대한 결정계수(R^2)값을 도출하였다. R^2 값이 0.26이상이면 적합도를 '상'으로 0.26~0.13이

면 '중'으로 0.13이하는 적합도를 '하'로 표시할 수 있다(Cohen, 1988). 구성요소 값이 수용의도와 이용행동 각각에 대해 '상'으로 평가할 수 있다. 수용의도의 R^2 값이 0.664, 이용행동의 R^2 값이 0.820으로 적합도를 '상'으로 나타낸다.



<그림 2> 구조모형 분석 결과

본 연구 모형에서 타당성과 신뢰성 검증 과정에서 3개의 문항(사회적 영향 B1, 촉진요소의 D3, D4)을 제거하여 구조모형 분석을 통해 각 가설을 검증하였다. 가설을 검증한 결과는 다음의 [그림 2]에 제시되었다. 제안한 가설들 중에서 H2, H4 와 H5는 채택되었다.

가설 H1은 기각되었다. 지금까지의 많은 연구에서 성과에 대한 기대가 행위의도에 영향을 미치는 선행변수로 보고 있지만, 이는 다른 연구들과의 다른 결과로 오랫동안 사용해 온 기존 방식의 결제시스템이 너무나도 익숙하고 불편함을 느끼지 못함으로, 간편결제 사용에 있어 유용함이나 빠른 처리, 생활의 도움 등의 개인 효익 차이를 느끼지 못하는 것으로 판단된다. 2000

년 초반 이미 우리나라는 가상화폐, 사이버머니 등의 온라인 결제가 이루어졌으며, 대표적인 것이 싸이월드의 도토리가 될 것이다. 이는 2007년 10월 미국 CNN 방송에서 한국의 앞서가는 IT문화로 소개될 만큼 우리나라 핀테크 산업의 첫 발로 생각해도 될 것이다. 이처럼 현재 우리나라의 소비자는 Active X나 공인인증서라는 절차를 사용해야 하는 불편함이 있어도 사용에 의한 익숙함으로 굳이 다른 결제 수단으로 변화하고 싶어 하지 않는 현상유지편향으로 설명된다. 따라서 아직 초기 단계에 있는 간편결제 서비스는 기존 결제수단과 비교하여 소비자는 더 나은 결제 서비스라는 경험을 느끼지 못해 수용의도에 영향을 미치지 못한 것으로 해석된다. 가설 H2,

H3는 채택되었다. 이는 기존연구와 일치한다. 가설 H4는 기각되었다. 촉진조건은 보통 새로운 정보기술이 도입된 지 얼마 되지 않을 때, 수용의도에 더 큰 영향을 미친다고 하여 UTAUT 모형에 새롭게 추가하여 검정을 시도해 보았으나, 간편결제 서비스를 이용할 때 본인의 이용활동을 지원해주는 조직적이고 기술적인 환경적 기반이 조성되어 있지 않다고 믿고 있다고 해석된다. 가설 H5는 Venkatesh et al.(2003)가 제시한 UTAUT에서 촉진조건은 수용의도에 직접적인 영향을 미치는 변수로 제시하였는데, 본 연구에서는 다른 결과로 기각이 되었다. 이는 아직 우리나라의 제도적 장치와 기술이 조건을 충족하지 못하다고 느끼고 있으며 간편결제 서비스 이용에 있어 상세한 안내가 이루어지고 있지 않다고 해석된다. 가설 H6의 인지된 위험은 수용의

도에 부정적 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이는 기존의 연구와 동일한 결과이다. 온라인상의 모든 거래는 위험이 존재하기 마련이다. 간편결제 서비스도 예외는 아닌 것으로 증명되었으며, 부정행위, 해킹, 개인정보유출 등의 불안감 인지가 높을수록 수용의도에 부정적 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이는 간편결제 서비스를 제공하는 모든 기업에서 예의주시해야 할 것이다. 가설 H7의 수용의도가 이용행동에 미치는 영향은 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 H7은 채택되었다. 이러한 결과는 대부분의 선행연구에서 수용의도가 실제수용에 유의한 영향을 미치는 것으로 규명한 연구와 일치한 결과이다. <표 5>는 본 연구에서 설정한 가설들에 대한 검증 결과를 종합적으로 정리하여 제시하고 있다.

<표 5> 연구모형의 가설 검증 결과

가설	원인변수	결과변수	경로계수	t-값	결과
H1	성과에 대한 기대	수용의도	0.145	1.156	기각
H2	노력에 대한 기대	수용의도	0.248	1.973**	채택
H3	사회적 영향	수용의도	0.472	6.125***	채택
H4	촉진조건	수용의도	0.097	1.333	기각
H5	촉진조건	이용행동	0.018	0.388	기각
H6	인지된 위험	수용의도	-0.131	2.120**	채택
H7	수용의도	이용행동	0.900	32.864***	채택

t=1.960** (p<0.05) t=3.30*** (p<0.001)

4. 조절효과 분석

조절효과 분석은 SPSS 18을 이용하여 조절회귀분석을 수행하였다. 본 연구에서 상호작용항을 적용하여 분석해 본 결과 VIF값이 10을 상회하는 결과가 나와 다중공선성이 우려되어 다시 평균집중화 방법을 사용하여 조절회귀분석을 실시

하였다. 가설에서 기각된 성과에 대한 기대와 촉진효과는 제외하고 분석하였다. 분석을 실시하기 전에 Durbin-Watson 지수를 이용하여 자기상관을 검정한 결과로 2.141로 나타나 자기상관 없이 독립적으로 조절회귀분석을 실시하였다.

노력에 대한 기대, 사회적 영향, 인지된 위험이 수용의도에 미치는 영향에 대하여 혁신저항

의 조절효과 검증결과는 <표 6>과 같다. 혁신저항의 조절효과를 검증하는 3단계에서는 세부적 조절효과를 살펴보면 혁신저항은 노력에 대한 기대($\beta=.322$, $p<.001$)와 사회적 영향($\beta=.444$, $p<.001$)은 조절효과가 있지만, 인지된 위험($\beta=-.041$, $p>.1$)은 조절하지 않는 것으로 검증되었다.

새로운 정보기술의 사용이 편리하고 용이하다 하더라도 기존 습관과 실생활의 변화를 요구하며 분실에 의한 개인정보유출 등의 소비자가 느

끼는 저항이 해결되지 않으면 수용의도에 영향을 미칠 것이며 신기술 확산에 어려움이 있을 것이다.

또한, 특별한 사람과의 관계에 대한 인식과 서비스 사용에 대한 자부심, 미사용에 대한 소외감을 받더라도 혁신저항이 작용할 경우 간편결제 서비스를 사용하지 않겠다고 해석할 수 있으며, 수용의도에 영향을 미치게 될 것이다. 따라서, 혁신저항을 없애줌으로써 간편결제 서비스가 활성화될 것이다.

<표 6> 혁신저항 조절효과 검증

	Step 1		Step 2		Step 3	
	B	β	B	β	B	β
Constant	4.399		4.399		4.422	
노력 기대	.527	.456***	.376	.326***	.372	.322***
사회적 영향	.492	.444***	.483	.436***	.491	.444***
인지된 위험	-.135	-.116**	-.035	-.030	-.047	-.041
혁신저항			-.319	-.287***	-.330	-.297***
노력×저항					-.082	-.096*
사회적×저항					.143	.211***
인지된×저항					-.020	-.025
R^2	.635		.692		.722	
ΔR^2			.057		0.30	

* $p<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

V. 결론 및 시사점

본 논문의 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 노력에 대한 기대, 사회적 영향은 수용의도에 긍정적 영향을 미치며, 인지된 위험은 수용의도에 부정적 영향을 미치지만, 성과에 대한 기대와 촉진조건은 수용의도에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 둘째, 제시한 요인 중 사회적 영향이 노력에 대한 기대나 인지된 위험보다 사용자의 수용의도를 유발하는데 중요한 요인임을 확인할 수 있어 다양한 사회적 영향요인을 연구할 필요가 있다. 셋째, 간편결제 서비

스의 수용의도와 이용행동 요인 간에는 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 이는 선행 연구에서 검토한 바와 같이 수용의도와 이용행동은 직·간접적인 영향을 미친다는 것을 의미한다. 넷째, 혁신저항의 조절효과는 노력에 대한 기대와 사회적 영향은 수용의도와와의 관계에서 조절효과가 있지만, 인지된 위험에 대해서는 조절 작용을 하지 않는다는 것을 확인할 수 있었다.

본 연구의 결과로 미루어 보면, 간편결제 서비스는 사용 편리성과 간편성과 함께 인지된 위험을 줄이기 위한 안전한 결제 서비스를 통한 정보 보호와 동반성장해야 할 것이며, 사회적 관계

형성 및 유지를 위해 특별한 관계에 있는 사람에게 추천하고 사용에 의한 자부심을 느끼게 하며, 미사용에 대한 소외감을 인지하게 하여 다소 불편하고 어려움이 따르더라도 수용할 수 있도록 인프라 확대를 통한 사회적 영향을 확대하기 위한 전략이 필요하다. 또한, 소비자가 이미 익숙해진 결제습관을 탈피하고 새로운 서비스를 경험할 수 있도록 혜택제공과 같은 유인이나 프로모션 전략 등이 필요할 것이다. 비경험자와 비인지자의 간편결제 서비스 이용의 장애 요인은 개인정보보호와 보안에 대한 우려, 기존 결제 방식에 대한 익숙함, 스마트폰 분실에 대한 불안감 등이다(DCM REPORT, 2015. 5.).

이에 간편결제 서비스의 활성화를 위해서는 사용자는 보안인식을 강화하여 개인정보 관리에 최선을 다해야 할 것이며, 기업은 소비자의 이러한 불안감을 해소하기 위해 절차의 간소화와 편리성만 추구하지 말고 보안 관련 기술 개발과 해킹 방지 프로그램 개발 등 보안에 더 강화해야 할 것이다. 정부는 기업이 자유로이 간편결제 시장에 뛰어들 수 있도록 민간 주도형 간접 규제 방식을 허용해야 할 것이다. 세계적으로 새로운 결제 방식인 간편결제가 나타나고 있지만, 신기술에 대한 이해와 기존 방식의 결제 습관의 변화, 관련 법제도의 변화 등이 종합적으로 이루어지는 새로운 결제 방식이 주요 결제의 수단이 되기까지는 상당한 시간이 소요될 것이다. 핀테크 산업이 활성화 된 환경은 이러한 결제서비스를 사용하는데 있어 편리함의 제공 외에도 안전하게 믿고 사용할 수 있게 만드는 다양한 보안 장치들이 뒷받침되어야 할 것이다.

본 연구의 학문적 기여로서 두 가지를 들 수 있다.

첫째, 복잡한 프로그램 설치와 불편한 절차를

거치지 않고도 금융거래가 가능한 최근 화두가 되고 있는 핀테크 산업의 일환인 간편결제 서비스를 대상으로 실증분석을 수행했다는 점이다. 현재 간편결제 서비스는 성장초기 단계로 시대적 흐름에 따라 무섭게 시장에 진출하고 있지만 확산속도가 빠르지 않은 실정이다. 이는 소비자가 인식하는 보안에 대한 인지된 위험과 기존의 익숙한 결제습관에 의한 혁신저항에 의한 것이라 착안하고 기술수용모형을 토대로 수정된 모형을 설정하여 수용의도를 실증분석한 점이다. 간편결제 관련 연구도 많지 않으며 일부 연구에서 신기술에 대한 수용태도나 혁신성을 고려한 연구가 있을 뿐이다.

둘째, 기술수용모형을 활용한 기존 연구들은 사용의도에 국한된 연구를 수행하고 있다. 본 연구에서는 최근 소개되고 있는 여러 정보기술 수용 관련 연구들이 이용행동을 반영하고 있음을 고려하고 지속사용의도를 포함한 이용행동까지 연장하여 실증분석을 시도했다. 본 연구는 정부와 중앙부처, PG사 등 간편결제 서비스에 대한 높은 관심과 정책방안에도 불구하고, 기대만큼의 성장속도가 빠르게 이루어지고 있지 않은 현 시점에서 상당히 시의적절한 연구라고 간주할 수 있다. 신기술이 시장에서 성장하고 확산되기 위해서는 사용자의 참여와 사용이 필수적이다. 현재 초기단계에 있는 간편결제 서비스에 대한 사용자 수용의도에 어떤 요인들이 어떻게 영향을 미치는지에 대해 분석하고 도출된 결과는 실무적으로 유익한 함의를 제공할 것으로 기대된다. 간편결제 서비스에 대해 사용자들의 필요를 파악하고 어떠한 전략을 세워야 할지에 대한 방향을 제시함으로써 간편결제 분야의 경쟁력을 갖춘 산업으로 도모하기 위한 기초 연구의 토대가 될 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 강명희·신은미·유지원(2013), “외국어 학습에서 모바일러닝 수용에 영향을 미치는 요인들 간의 구조적 관계 규명,” *교육공학연구*, 29(3), 637-665.
2. 김근아·김상현(2011), “개인·서비스·시스템 특성이 모바일 클라우드 사용의도와 실제사용에 미치는 영향에 관한 연구,” *한국산업경영학회 발표논문집*, 12, 394-410.
3. 김영환(2016), “전자금융 규제환경 변화에 따른 간편결제 서비스 시장의 동향과 전망,” *정보보호학회지*, 26(2), 6-13
4. 김인경·박원준(2011), “디지털 융합미디어에 대한 수용자 인지가 사용의도에 미치는 영향,” *한국전자통신학회 논문지*, 6(3), 30-36.
5. 김종호·신용섭(2002), “인터넷서비스 수용과정에서 소비자 저항의 매개역할,” *산업경제연구*, 15(1), 85-98.
6. 김장호·주기중(2015), “환경불확실성, 산업인프라, 기업가 정신이 혁신역량 및 경쟁적 성과에 미치는 영향,” *경영정보연구*, 34(3), 89-117.
7. 박일순·안현철(2012), “UTAUT 기반 모바일 신용카드 서비스의 사용자 수용 모형에 관한 연구,” *e-비즈니스 연구*, 13(3), 551-574.
8. 이국용(2005), “모바일 결제 시스템 이용에 영향을 미치는 요인,” *한국산업경영학회*, 20(4), 93-119.
9. 이재열(2004), “위협사회와 생태적. 사회적 영향,” 정보통신정책연구원, 세미나 및 공청회, 2004, 11-14.
10. 이정세(2014), “중국 소비자의 성별 모바일커머스 수용의도에 미치는 요인에 관한 연구: 광저우, 상하이지역 소비자를 중심으로,” *통상정보연구*, 16(3), 26-50.
11. 임상현(2014), *모바일 상거래의 혁신저항에 관한 연구*, 계명대학교 대학원, 석사학위논문.
12. 장대련·조성도(2002), “연구논문: 기술제품 사용자의 조직 내 혁신저항에 영향을 미치는 요인과 지각된 자기능력의 조절효과에 관한 연구,” *소비자학연구*, 13(3), 245-262.
13. 전세하·박나래·이중정(2011), “공공부문 클라우드 컴퓨팅 서비스 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” *Entrue Journal of Information Technology*, 10(2), 97-122.
14. 정동섭(2010), “정보기술기업의 역량, 경쟁전략 및 성과의 관계,” *경영정보연구*, 29(4), 287-304
15. 정현민(2015), *중등수업에서 교사의 마트기기 활용과 영향요인 간의 구조적 관계 규명: UTAUT 를 중심으로*, 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문.
16. 조영복·이나영(2014), “회복탄력성이 조직 구성원의 혁신행동에 미치는 영향,” *경영정보연구*, 33(5), 155-169
17. 주기중·박병화(2015), “기업가 정신이 기술 혁신과 혁신성가에 미치는 영향,” *경영정보연구*, 34(2), 1-18
18. 한국은행(2015), “핀테크 산업 활성화 방안,” *지급결제 뉴스레터*, 제2015-5호.
19. DCM REPORT(2015. 5.), 모바일 간편 결제 서비스에 대한 이해와 전망.
20. Abushanab, E. and J. M. Pearson(2007), “Internet Banking in Jordan: The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology(UTAUT) Perspective,” *Journal of Systems and Information Technology*, 9(1), 78-97.
21. Cohen, J. O.(1988), *Statistical power analysis for the behavioral sciences(2nd)*,

- hillsdale, new jersey: lawrence erlbaum associates, 90-200.
22. Heijden, H., Verhagen, and M. Greemers (2003), "Understanding Online Purchase Intentions: Contributions from Technology and Trust Perspectives," *European Journal of Information Systems*, 12, 41-48.
 23. Jarvenpaa, S. and P. Todd(1997), "Consumer Reactions to Electronic Shopping on World Wide Web," *Journal of Electronic Commerce*, 1(2), 59-88.
 24. Moran, M. Hawkes, and O. E. Gayar(2010), "Tablet 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.
 25. Ram, S.(1987), "A Model of Innovation Resistance," *Advances in Consumer Research*, 14(1), 206-212.
 26. Schmidt, R., K. Lytinen, M. Keil, and P. Cule (2001), "Identifying Software Project Risks: An International Delphi Study," *Journal of Management Information Systems*, 17(4), 5-36.
 27. Sheth, J. N.(1981), "Psychology of Innovation Resistance: The Less Developed Concert in Diffusion Research," *Research in Marketing*, 4, 273-282.
 28. Tan, W. H., B. I. Tan, and K. B. Ooi (2011), "Cash, Credit Card or Mobile Phone? Exploring the Intention to Adopt Mobile Credit Card: A Conceptual Model," *The 2nd International Research Symposium in Service Management*, 255-262.
 29. Venkatesh, V. & F. Davis(2000), "Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Management Science*, 46(2), 186-204.
 30. Venkatesh, V. G. M. Morris, B. G. Davis, & D. F. Davis (2003), "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
 31. Zhou, T., Y. Lu, & B. Wang (2010), "Integrating TTF and UTAUT to Explain Mobile Banking User Adoption," *Computer in Human Behavior*, 26(4), 760-767.

Abstract

A Study on the User's Acceptance and Use of Easy Payment Service - Focused on the Moderating Effect of Innovation Resistance -

Kang, Sun-Hee* · Kim, Ha-Kyun**

This study has recognized easy payment service as one of the new types of application of information and communication technologies and proposed a modified acceptance intention model by adding perceived risk factor based on the unified theory of acceptance and use of technology(UTAUT) and then explored those variables that effect the acceptance intention of consumers. The results of this study can be summarized as the followings.

First, expectation on the efforts, social impact have positive effect on the acceptance intention and perceived risk has negative effect on the acceptance intention but expectation on the efforts and promotion condition were found to have no effect on the acceptance intention. Second, among the factors suggested, social impact was found to have more effect of causing the acceptance intention of users than expectation on the efforts and perceived risk. Third, it was found that there is a significant association between the acceptance intention and use behavior of users of easy payment service. This means that, as was reviewed in the preceding researches, the acceptance intention affects actual acceptance behavior of users either directly or indirectly. Fourth, even though innovation resistance has regulation effect on the relationship between expectation on efforts or social impact and acceptance intention, it was found to have no regulation effect on the relationship between perceived risk and acceptance intention.

Key Words: performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, perceived risk, acceptance intention, use behavior, innovation resistance

* Assistant Professor, Dept. of Finance Management, Dong-Pusan College, shkang@dpc.ac.kr

** Professor, Dept. of Management, College of Business, Pukyong National University, kimhk@pknu.ac.kr