

예방초점 성향 및 성격과 모바일 간편 결제 시스템에 대한 연구*

김기호** · 이형용***

〈목 차〉

I. 연구의 필요성 및 목적	IV. 연구 방법
II. 이론적 배경	4.1 자료의 특성 및 분석방법
2.1 모바일 간편 결제서비스	V. 연구 결과
2.2 성격	5.1 측정모형에 대한 분석
2.3 통합기술수용이론	VI. 연구결론
2.4 이동성	6.1 연구결론
2.5 신뢰	6.2 연구 시사점 및 한계점
2.6 조절초점	참고문헌
III. 연구 모형 및 연구 가설	<Abstract>
3.1 연구 모형	
3.2 연구 가설	

I. 연구의 필요성 및 목적

전자상거래를 이용한 방식이 PC를 활용한 온라인 방식에서 스마트폰을 활용한 모바일 방식으로 확대되면서 전자상거래 시장 규모는 꾸준한 성장세를 보이고 있다.

정보기술(Information Technology)의 발전과 더불어 오늘날 스마트폰은 단순한 통신기기에 서 벗어나 언제 어디서나 인터넷에 연결되어 다양한 정보 서비스를 제공받을 수 있는 환경

인 유비쿼터스 시대를 이끄는 대표적인 매체로 발전하였다. 이러한 변화는 사람들의 삶과 기업의 비즈니스 환경을 빠르게 변화시키고 있는데, 전통적인 산업에 인터넷, 모바일과 같은 정보기술(Information Technology)이 융합된 새로운 산업이 이러한 변화를 주도하고 있다. 특히 금융산업과 정보기술(Information Technology)이 융합된 핀테크(Fintech) 산업은 금융 산업뿐만 아니라 다양한 분야에서 활용이 가능하면서 전통적인 금융산업 뿐만 아니라 유통, IT, 보안 등 다양한 분야에서 관심을 받고 있으며 우리의

* 이 연구는 한성대학교 교내연구비 지원과제임.

** 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅학과, ilovedu2000@nate.com(주저자)

*** 한성대학교 경영학부, leemit@hansung.ac.kr(교신저자)

삶의 방식 또한 변화시키고 있다. 한편, 핀테크 산업은 지급결제 영역과 예금 및 대출 영역 그리고 기타 금융영역으로 구분할 수 있는데, 이중 모바일 지급결제 서비스는 온라인 전자상거래의 인프라와 연계되어 급속도로 성장하고 있으며(DCM미디어, 2016), 초기 모바일 기기를 이용한 단순 결제 기능에서 간편결제 서비스로 서비스의 형태가 진화하고 있다.

모바일 간편결제 서비스는 스마트폰 등 모바일 기기를 이용하여 비밀번호 또는 지문 등 간편한 인증만으로 지불 결제를 완료할 수 있는 서비스로, 우리 나라 뿐만 아니라 전 세계적으로 매년 급속한 성장을 거듭하고 있다. 국내의 경우 모바일 간편결제 서비스 중 하나인 삼성페이는 출시 2년만에 누적 거래액이 10조원을 초과하였으며, 또 다른 모바일 간편결제 서비스인 네이버페이는 2016년 4분기에만 1조 3천억원의 거래액을 달성하였다. 또한 글로벌 시장조사 기관인 트렌드포스(TrendForce)는 2019년 모바일 결제 시장을 1조 8,000억 달러를 상회할 것으로 예측하였고, 또 다른 글로벌 시장조사 기관인 얼라이드 마켓 리서치(Allied Market Research)는 2016년부터 2022년까지연평균 34%씩 증가하고, 2022년에는 3조 4천억 달러에 달하는 거래금액이모바일을 통해 이루어질 것으로 전망하였다(정보통신기술진흥센터, 2017).

한편, 이와 같이 최근 모바일 간편결제 서비스 시장이 성장하면서 국내외에서 이에 대한 연구가 활발히 진행되고 있는데, 다수의 기존 선행 연구들은 모바일 간편결제 서비스의 기술적 특징이나 서비스 특징 등 모바일 간편결제 서비스의 기능이나 기술적인 요소에 중점을 두는 연구가 주를 이루고 있었는데, 실제 Google

Scholar와 Scopus에 등록된 모바일 결제의 수용의도와 관련한 연구 중 50% 이상이 Davis(1989)가 제안한 기술수용모형(TAM)에 이론적 근거를 둔 연구인 것으로 확인되었다(Slade et al., 2015). 하지만 기술수용모형(TAM)은 다수의 연구자들로부터 사용자의 특성을 고려하지 않고 일반론적 접근 방식을 취한다는 비판을 받아왔는데, 이에 따라 기술수용모형(TAM)을 이용한 많은 선행연구들은 정작 사용자의 특성을 반영하지 못한 연구 범위의 한계를 가질 수밖에 없었다. 한편, 최근 모바일 간편결제 서비스와 관련한 연구에서는 통합기술수용이론(UTAUT)에 이론적 기반을 둔 연구가 점차 많아지고 있는데(Slade et al., 2015), 통합기술수용이론(UTAUT)은 Venkatesh, et al.(2003)이 기술수용이론(TAM)의 한계점을 개선한 기술수용에 관한 이론으로 기술과 관련한 광범위한 분야에서 널리 용되고 있는 이론이다. 이러한 배경에 따라 본 연구에서는 통합기술수용이론(UTAUT)을 이론적 기반으로 하여 연구를 수행하기로 하였다.

한편, 최근 통합기술수용이론(UTAUT)의 연구모형을 접목하여 사용자 관점에서 모바일 간편결제 서비스의 이용에 관한 연구가 조금씩 시도되고 있음에도 불구하고 이들 연구 역시 모바일 간편결제 서비스의 사용의도 또는 사용행위를 높이는 모바일 간편결제 서비스의 특정요인을 도출하는데 중점을 두고 있다. 물론, 이러한 선행 연구자들의 헌신으로 모바일 간편결제 서비스의 기술적 특징과 사용자들이 모바일 간편결제 서비스를 이용하는 요인에 대한 학술적 그리고 실무적 시사점들이 충분히 도출될 수 있었지만, 통합기술수용이론(UTAUT)와 기

술수용모형(TAM) 모두 원래 조직 내에서의 소속 직원들의 새로운 기술의 수용 의도 및 사용 행위를 설명하기 위해 개발된 이론이기에, 개인의 성격(personality)과 같은 특정 사용자 개인의 개성을 반영하는데에는 여전히 한계가 존재하였다.

따라서, 본 연구는 모바일 간편결제 서비스를 이용하는 사용자 측면에서 개인의 성격요인이 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 사용의도와 사용행위에 미치는 영향을 규명하고자 한다. 이를 위해 본 연구는 개인의 성격에 관한 선행연구에서 검증된 성격 5요인 이론과 기존의 모바일 결제 서비스에 관한 선행연구에서 도출된 중요 특성 요인인 이동성(mobility)과 신뢰(trust), 그리고 새로운 기술의 수용의도와 사용행위에 관한 연구에 널리 이용되는 통합기술수용이론(UTAUT)의 요인들을 바탕으로 실증분석을 실시하였다.

II. 이론적 배경

2.1 모바일 간편 결제서비스

모바일 간편결제 서비스는 크게 온라인 방식과 오프라인 방식으로 구분되는데(한국소비자원, 2016), 온라인 방식은 결제를 위한 별도의 단말기를 이용하지 않고 개인이 소지하고 있는 스마트폰을 이용하여 결제가 가능한 반면, 오프라인 방식은 NFC(Near Field Communication), MST(Magnetic Secure Transmission), QR코드, 앱카드(App Card) 등 다양한 결제 방법이 사용되고 있다.

정의하면 모바일 간편결제 서비스는 모바일 결제의 한 종류로서 모바일기기를 이용한 간단한 본인인증 절차를 통해 온/오프라인에서 결제하는 새로운 결제 서비스로 정의할 수 있다(고창현 & 한은경, 2016). 해외의 모바일 간편결제 서비스는 국내에 비해 상당히 오래전부터 존재해왔으며 지속적으로 발전되어 왔다.페이팔이

<표 1> 선행연구

연구자	주요내용	연구 대상 요인
하준석 (2017년)	간편결제 서비스 수용의도의 결정요인에 관한연구에서 안정성과 편재성은 지각된 이용용이성과 지각된 유용성 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타남. 보안성은 용이성이 유용성에 영향을 미치지 않는 것으로 나타남.	자기효능감, 혁신성, 친숙성, 간편성, 보안성, 안정성, 편재성, 개인화, 호환성, 지각된 이용용이성, 지각된 유용성, 간편결제 서비스 수용의도
윤병훈 (2017년)	핀테크 재이용의도에 관한 연구에서 만족도는 재이용의도에 유의한 영향을 미치는 것을 확인함. 한편, 성과기대와 보안은 만족도에 유의한 영향을 미치는 반면, 신뢰, 이동성과 노력기대, 사회적영향, 촉진조건은 만족도에 유의한 영향을 미치지 않는다고 주장 함.	신뢰, 이동성, 보안, 성과기대, 노력기대, 사회적영향, 촉진조건, 고객혁신성, 이용성, 만족도, 재이용의도, 경제적가치, 사회적가치, 기업명성
강선희 (2016년)	사회적영향은 수용의도에 가장 큰 영향을 미침. 성과기대와 촉진조건은 사용의도에 영향을 미치지 않음. 소매과 고액 결제 상황의 분석에서는 고액보다 소매 결제시에 사용의도가 높음을 확인	성과기대, 노력기대, 사회적영향, 촉진조건, 인지된 위험, 수용의도, 이용

1998년 서비스를 시작하여 성공한 이후 현재 미국을 넘어 전 세계로 간편결제 서비스 시장이 확대되고 있다(정보통신기술진흥센터, 2017). 국내 모바일 간편 결제시장은 해외의 모바일 간편결제 서비스 시장이 핀테크 출현 초창기부터 활성화 된 것과 달리, 2014년 금융위원회에서 ‘전자상거래 결제 간편화 방안’을 제시한 이후 공인인증서 의무사용 등 다수의 불필요한 규제들이 완화되기 시작하면서 관련 시장이 확대되기 시작하였으며(정보통신기술진흥센터, 2017), 2015년 3월에 공인인증서 의무사용이 폐지되면서 모바일 간편결제 시장이 활성화 되었다(DMC미디어, 2016).

2.2 성격(Big Five Model Personality; Five Factor Theory of Personality)

최근의 성격 심리학자들은 과거의 학자들이

성격을 유형(type)으로 구분한것과 달리 특질(trait)을 성격의 기본 요소로 인정하고 있다. 이와같이 성격은 오랜기간 많은 연구자들에 의해 연구가 진행되어 왔으며, 그 결과 성격에 대한 정의는 하나로 정리되지 않고 매우 다양한 측면에서 정의 되고 있다. 성격심리학자들은 특질(trait)이 성격의 기본요소임에는 동의하였으나 특질의 수와 내용에 대해서는 이견을 보여왔다. 하지만 1960년대부터 여러 서로 다른 연구에서 공통적인 5개의 유사한 성격요인이 반복해서 발견되면서 성격구조에 대한 합의가 빠르게 이루어 졌다(Coast and McCrae, 1992). Goldberg (1981)은 성격의 5요인을 재정립한 후 ‘Big Five’라는 용어를 사용하였는데, 이 용어가 널리 유행하여 현재까지 성격5요인을 ‘Big Five Model’로 지칭하고 있다. 또한 그는 성격의 5요인을 재발견 하면서 많은 학자들로부터 관심을 이끌어 내었고, 그 결과 1980년대와 1990년

<표 2> 성격5요인

상 위 요 인	하 위 요 인	
신경성 (Neuroticism)	불안감(Anxiety) 적대감(Angry hostility) 우울함(Depression)	자의식(Self consciousness) 충동성(Impulsivity) 심약성(Vulnerability)
외향성 (Extraversion)	따듯함(Warmth) 사교성(Gregariousness) 주장성(Assertiveness)	활동성(Activity) 흥분추구(Excitement seeking) 긍정정서(Positive Emotions)
개방성 (Openness to experience)	상상력(Fantasy) 심미성(Aesthetics) 감정개방성(Feeling)	행동개방성(Actions) 사고개방성(Ideas) 가치개방성(Values)
우호성 (Agreeableness)	신뢰성(Trust) 솔직성(Straightforwardness) 이타성(Altruism)	순응성(Compliance) 겸손함(Modesty) 온유함(Tender mindedness)
성실성 (Conscientiousness)	유능성(Competence) 정연성(Order) 충실성(Dutifulness)	성취추구(Achievement striving) 자기질제(Self discipline) 신중성(Deliberation)

대에 들어서 다양한 집단을 대상으로 다양한 측정도구를 사용하여 5요인 모델을 탐색하는 연구가 활발히 이루어지면서 성격의 5요인 구조가 반복적으로 입증되었다. 특히, Paul Costa와 Robert McCrae는 현재 사용되고 있는 5요인 이론의 발전에 가장 큰 기여를 하였다. 이들은 나이에 따른 성격변화를 연구하는 과정에서 처음에는 신경성(Neuroticism), 외향성(Extraversion), 개방성(Openness to experience)의 세 요인을 발견하였고, 이후 지속적인 연구를 통해 우호성(Agreeableness)과 성실성(Conscientiousness)의 요인을 추가로 발견하였다.

2.3 통합기술수용이론(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)

개인의 성격은 감정과 사고 그리고 행동에 기여하는 심리적 특성을 의미하는데(Cervone & Pervin, 2013), 최근 IS의 발전과 함께 다양한 분야에서 새로운 기술 또는 새로운 IS 관련 서비스의 사용의도와 사용행동에 있어 개인의 성격의 역할에 관한 연구가 다양하게 시도되고 있다(Chong et al., 2015; Barnett et al., 2015; Khan et al., 2014; Sriyabhand & John, 2014; Chen, 2011; Bansal, 2010; Jacques et al., 2009; Devaraj et al., 2008; Wang and Yang, 2005). 한편, 새로운 기술 또는 새로운 IS 서비스의 사용의도와 사용행위를 예측하고 설명하는데 있어 기술수용모형(TAM)과 통합기술수용이론(UTAUT: Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)은 개인의 신념, 태도, 행동

의도 그리고 행동 등에 관한 이론에 기초하기 때문에 (Davis et al., 1989; Venkatesh et al., 2003), 새로운 기술과 서비스의 사용의도와 사용행위와 개인의 성격의 요인들의 관계에 관한 많은 연구들이 기술수용모형(TAM) 또는 통합 기술수용모형(UTAUT)을 이용하고 있다. Venkatesh et al.(2003)은 기술수용모형(TAM)이 정보기술(Information Technology)의 다양한 환경을 충분히 고려하지 못하는 한계를 개선하기 위하여 ‘합리적 행위이론(TRA : the Theory of Reasoned Acton)’, ‘계획된 행동이론(TPB : the Theory of Planned Behavior)’, ‘기술수용모형(TAM : Technology Acceptance Model)’, ‘TAM/TPB통합이론(Combined TAM-T(IDT : Innovaton Diffusion Theory)’, 사회인지이론(SCT : Social Cognitive Theory), 동기이론(MM : Motivation Model), PC활용모형(MPCU : Model of PC Utilization)의 8가지 이론에서 32개의 구성 개념을 도출하고 조정, 통합하여 기존의 기술수용모형(TAM) 보다 설명력이 향상된 통합기술수용이론(UTAUT)을 제안하였다.

2.4 이동성(Mobility)

모바일 간편결제 서비스는 주로 스마트폰을 기반으로 제공되는데, 스마트폰과 같은 모바일 기기를 기반으로 하는 서비스의 가장 큰 특징 중 하나는 시간과 장소와 무관하게 서비스를 이용할 수 있다는 점이다(Kim et al., 2010). Mallat et al.(2009)은 모바일 티켓팅 서비스에 대한 연구를 통해 이동성이 모바일 티켓팅 서비스의 사용의도에 간접효과가 있다고 주장하

<표 3> 통합기술수용이론 구성변수

구성변수	정의	구성개념	관련 이론
성과 기대 (PE : Performance Expectancy)	시스템을 사용하는 것이 업무 성과를 향상시킬 수 있다고 믿는 정도	인지된 유용성 (Perceived Usefulness)	TAM/TAM2 C-TAM-TPB
		외적 동기부여 (Extrinsic Motivation)	MM
		직무 적합성 (Job-fit)	MPCU
		상대적 이익 (Relative advantage)	IDT
		결과기대-성과 (Outcome Expectations)	SCT
노력기대 (EE : Effort Expectancy)	시스템의 사용이 용이한 정도	인지된 사용 용이성 (Perceived Ease of Use)	TAM/TAM2
		복잡성(Complexity)	MPCU
		인지된 사용 용이성 (Perceived Ease of Use)	IDT
사회적 영향 (SI : Social Influence)	주변의 중요한 사람들이 내가 새로운 시스템을 사용해야 한다고 믿는 정도	주관적 규범 (Subjective Norm)	TRA, TAM2, TPB/DTPB, C-TAM-TPB
		사회적 요인 (Social Factors)	MPCU
		이미지(Image)	IDT
촉진조건 (FC : Facilitating Conditions)	시스템을 사용하는 것을 지원하는 조직적인 인프라가 존재한다고 믿는 정도	인지된 행동 통제 (Perceived behavioral Control)	TPB/DTPB C-TAM-TPB
		촉진조건 (Facilitating Conditions)	MPCU
		호환성(Compatibility)	IDT

출처: Venkatesh et al.(2003)

였으며, 또한 Schiertz et al.,(2010)은 모바일 결제의 사용의도에 관한 연구를 통해 이동성이 모바일 결제 사용의도에 긍정적인 영향일 미친다고 주장하였는데, 이외에도 다수의 연구자들

에 의해 이동성이 핀테크 및 모바일 간편결제 서비스의 사용의도 및 사용행위와 유의한 관계가 있다는 사실이 확인되고 있다(하준석, 2017; 윤병훈, 2017; 한동균, 2015; 2017; 김호영, 김

진우, 2002; Chae and Kim, 2003).

2.5 신뢰(Trust)

핀테크 및 모바일 관련 연구에서 분야에서는 신뢰(trust)가 필수인 금융 요소와 더불어 모바일의 특성인 불확실성의 요소가 존재하기 때문에 신뢰(trust)의 중요성이 더욱 높게 평가 되고 있으며, 또한 다수의 연구자들에 의해 신뢰(trust)가 핀테크 또는 모바일 간편결제 서비스의 사용의도 및 행위와 밀접한 관계가 있다는 사실이 확인되고 있다(이홍재, 2017; 양승호 외, 2016; 박일순, 2013).

한편, Mayer et al.(1995)는 신뢰(trust)에 대한 다양한 정의를 통합하는 시도를 하면서 신뢰(trust)의 보편적인 모형을 제시하였는데, 그는 신뢰(trust)를 ‘신뢰 주체가 신뢰 대상에 대한 위험 수준을 인지하고 이를 감수하려는 정도’로 정의하면서 신뢰(trust)는 능력(ability), 선의(benevolence), 정직(integrity) 그리고 신뢰자의 성향(trustor’s propensity)이 신뢰(trust)에 직접적인 영향을 주는 요소라고 주장하였다. 이러한 해석은 신뢰자의 성향(trustor’s propensity)과 신뢰(trust)가 직접적인 관계가 있으며 또한 신뢰(trust)와 행위가 직접적인 관계가 있음을 보여 주는데, 본 연구에서는 이를 토대로 개인의 성격 요인과 신뢰(trust)와의 관계 그리고 신뢰(trust)와 모바일 간편결제 서비스의 사용의도 및 행위와의 관계를 살펴보고자 한다.

2.6 조절초점(Regulatory Focus)

초기의 조절초점(regulatory focus) 관련 연

구들은 심리학분야에서 사람들의 행동 동기를 설명하는데 집중되었다. Crowe and Higgins (1997)는 어려운 일이 발생하거나 실패가 경험되어지는 상황일 때에 향상초점(promotion focus) 성향의 사람들은 문제를 더 잘 수행하려고 하지만 예방초점(prevention focus) 사람들은 실패를 회피하기 위해 더 빨리 포기하는 성향이 있음을 발견하였다. 김경미와 류강석(2008)은 향상초점(promotion focus) 성향의 사람들은 불확실하고 위험하더라도 최대한 얻을 수 있는 이익의 규모가 큰 대안을 선호하고, 예방초점(prevention focus) 성향의 사람들은 안전이나 보호에 더욱 가치를 두어 실제 이득은 작더라도 확실성이 보장되는 대안을 선호한다고 주장하였다. 또한 Forster et al.(2003)는 간단한 그림 그리기 과제를 통해 향상초점(promotion focus) 성향의 사람들은 그림을 빨리 그리지만 정확도가 떨어지는 반면, 예방초점(prevention focus) 성향의 사람들은 그림을 그리는 속도는 느리지만 정확도가 높은 사실을 발견하였는데, 이는 향상초점(promotion focus) 성향의 사람들은 과제의 완성이라는 목적에 집중하는 반면 예방초점(prevention focus) 성향의 사람들은 그림 그리기라는 목적에 집중하기 때문이라고 주장하였다.

Higgins(1997, 1998)는 조절초점이론(regulatory focus)을 통해 사람들의 동기요인은 상황에 따라 변할 수 있으며 따라서 접근(approach)과 회피(avoidance)의 단순한 구조의 동기요인보다는 자신이 처한 상황에 따라 어떻게 전략적으로 접근하는지에 대해 관심을 져야 한다고 주장하였는데, 사람들은 자신들의 목표 추구 성향에 따라 향상초점(promotion focus)

동기와 예방초점(prevention focus) 동기(motivation)를 가지며, 향상초점(promotion focus) 성향의 사람들은 현재의 상태보다 더 나은 미래의 상태를 추구하면서 이에 따른 위험을 감수하는 수단을 사용하는 것을 선호하는 반면에 예방초점(prevention focus) 성향의 사람들은 현재의 상태를 안전하게 유지하는 상태를 추구하면서 이를 위해 위험을 회피하는 수단을 사용하는 것을 선호한다고 주장하였다.

최근 들어 조절 초점(regulatory focus) 이론은 심리학뿐만 아니라 구매의도, 광고, 브랜드 선호도 등 마케팅 분야에서 매우 활발하게 적용되고 있다.

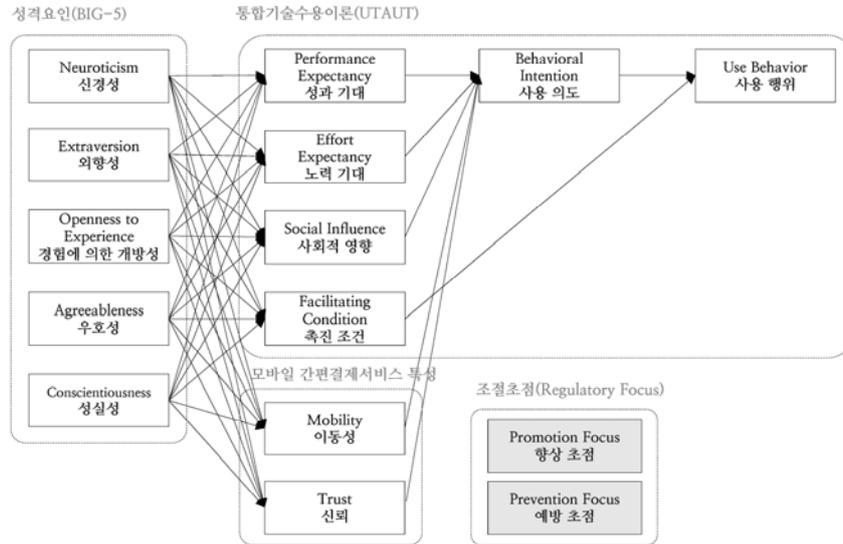
김은진과 박재진(2016)은 조절초점(regulatory focus)이 새로운 선택에 대한 태도와 감정에 있어 중요한 변수로 작용한다고 주장하였으며, Wan et al.(2009)은 향상초점(promotion focus) 성향의 사람들은 제품 구매시 그들이 가장 중요시 하는 평가 기준에서 최상으로 평가되는 상표를 선택하는 반면에 예방초점(prevention focus) 성향의 사람들은 그들이 설정한 최소 수용기준에 미달하는 상표를 제거해 나가는 방식을 선호한다고 사실을 발견하였다. 또한 Chernev(2004), Aaker and Lee (2001)는 자동차 브랜드 선택시에 향상초점(promotion focus) 성향의 사람들은 고급스러운 이미지를 선호하는 반면 예방초점(prevention focus) 성향의 사람들은 자동차의 품질 등 신뢰성에 집중한다고 주장하였다. 이외에도 설득(Jain et al., 2006; Pham and Avnet, 2004), 절충효과 및 유인효과(Mourai et al., 2007), 선호구성(Wang and Lee, 2006), 시점 간 선호(Mogilner et al., 2007), 자기조절(Hong and

Lee, 2008), 재구매 의도(Louro et al., 2005), 창의성(Friedman and Förster, 2001), 정서적 반응(Brockner & Higgins, 2001; Idson, et al., 2000; Pham and Avnet, 2009) 등 다양한 분야에서 조절초점 관련 연구들이 활발히 진행되고 있다. 이번 연구에서는 설문 응답자중 예방초점 성향을 갖고 있어서 새로운 정보기술 서비스에 대하여 현상을 유지하며 안전하게 위험을 회피하며 사용할 것으로 보이는 132명의 응답자를 대상으로 실험을 진행하였다.

Ⅲ. 연구 모형 및 연구 가설

3.1 연구 모형

본 연구에서는 모바일 간편결제 서비스 사용의도와 사용에 영향을 미치는 요인을 파악하고 분석하기 위해서 통합기술수용이론(UTAUT)의 성과기대(performance expectation), 노력기대(effort expectation), 사회적 영향(social influence), 촉진조건(facilitating condition), 사용의도(behavioral intention) 및 사용행위(use behavior)의 요인들과 성격 5요인 이론(FFT)의 신경성(neuroticism), 외향성(extraversion), 개방성(openness to experience), 우호성(agreeableness) 그리고 성실성(conscientiousness)의 다섯 가지 성격 5요인(Five Factor Theory of Personality)과 모바일 간편결제 서비스의 대표적인 특징으로 이동성(mobility)과 신뢰(trust)를 통해 설명하고자 한다. 본 논문의 모형에서 도출한 구성개념들로 <그림 1>과 같이 연구모형을 설계하여 연구가설을 도출하였다.



<그림 1> 연구모형

3.2 연구 가설

3.2.1 변수의 조작적 정의 및 가설

본 연구에 사용된 각 변수의 조작적 정의는 다음과 같다.

최근 성격심리학에 관한 연구에서는 정보기술(Information Technology)과 관련한 연구에 개인의 성격(personality)을 접목시키는 방법으로 성격 5요인 이론(FFM)과 기존모형과의 통합을 주로 제안하였는데(Sykes et al., 2011), 이러한 배경에서 본 연구는 성격 5요인 이론(FFM)을 통합기술수용이론(UTAUT)의 선행 변수로 하여 각각의 성격 요인(personality trait)이 통합기술수용이론(UTAUT)의 선행변수인 성과기대(PE), 노력기대(EE), 사회적영향(SI) 그리고 촉진조건(FC)에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고 또한 성과기대(PE), 노력기대(EE), 사회적영향(SI)이 모바일 간편결제 서비

스의 사용의도에 미치는 영향과 촉진조건(FC)이 모바일 간편결제 서비스의 사용행위에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 기존의 온라인 환경과 비교하여 모바일 간편결제 서비스의 가장 큰 특징은 사용자가 언제 어디서나 실시간으로 모바일 간편결제 서비스를 이용할 수 는 특성인 이동성(mobility)이며(Kalakota & Robinson, 2002), 또한 금전이 오고 가는 금융서비스의 특성상 간편결제 서비스 및 서비스 제공자에 대한 신뢰(trust) 역시 매우 중요한 요소이다(Yu, 2012). 이러한 이유로 본 연구에서는 이동성(mobility)과 신뢰(trust)를 모바일 간편결제 서비스의 중요 특성으로 설정하였다. 성격 5요인 이론(FFM)을 모바일 간편결제 서비스 특성에 대한 선행 변수로하여 각각의 성격 요인(personality trait)이 모바일 간편결제 서비스 특성인 이동성(mobility)과 신뢰(trust)에 미치는 영향을 살펴보고 또한 이동성(mobility)과 신뢰

<표 4> 변수의 조작적 정의

변수명	조작적 정의	참고문헌
신경성	흥분과 침울, 기쁨과 슬픔 등 감정의 양 극단을 오가는 정도	김봉철 등(2007)
외향성	타인과의 상호작용을 원하고 타인의 관심을 끌고자 하는 정도	
개방성	새로운 경험이나 혁신에 대한 거부감이 적고, 인생의 실존적 도전에 보다 더 관여하게 하는 정도	
우호성	타인과 편안하고 조화로운 관계를 유지하는 정도	
성실성	사회적 규칙, 규범, 원칙들을 기꺼이 지키려는 정도	
성과기대	모바일 간편결제 서비스를 이용함으로써 전보다 발전된 결제 서비스를 경험할 수 있을 것이라는 기대 정도	강선희(2016) 박일순(2013) 이형용, 안현철(2010) Higgins(1997) Higgins(1998) Kim et al.(2010) Schiertz et al.(2010) Venkatesh et al.(2003)
노력기대	모바일 간편결제 서비스를 사용하는 것이 용이하다고 믿는 정도	
사회적영향	모바일 간편결제 서비스를 사용해야 한다고 주변사람들이 믿는 것을 인지하는 수준	
촉진조건	모바일 간편결제 서비스를 이용할 때, 본인의 이용활동을 지원해주는 조직적, 기술적 환경이 조성 되었다고 믿는 정도	
사용의도	모바일 간편결제 서비스를 이용하고자 하는 의도나 계획	
사용행위	실제 모바일 간편결제를 이용하고 있으며 향후 지속적 이용과 주변인들에게 추천하고자 하는 의향 정도	
이동성	언제 어디서나 모바일 간편결제 서비스를 사용할 수 있다고 믿는 정도	
신뢰	모바일 간편결제 서비스를 통해 제공되는 정보나 결제 서비스에 대한 믿음의 정도	
향상초점	긍정적인 결과를 획득하고, 이상적으로 바라는 상태를 추구하는 성향	
예방초점	손실을 회피하고 부정적인 결과를 막으려는 성향	

(trust)가 모바일 간편결제 서비스의 사용의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대하여 살펴보고자 한다.

신경성(neuroticism)은 ‘부정정서를 잘 느끼는 성격정서’로 정의되며, 우울(depression), 불안(anxiety), 적대감(angry hostility), 자의식(self consciousness), 충동(impulsivity) 그리고 심약(vulnerability)의 6가지 하위 요소로 구성된다(Costa and McCrae, 1992). 본 연구에서는 신

경성(neuroticism)을 ‘흥분과 침울, 기쁨과 슬픔 등 감정의 양 극단을 오가는 정도’로 정의하고 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H1 : 신경성(neuroticism)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 성과기대(PE), 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건(FC) 그리고 이동성(mobility) 및 신뢰(trust)에 유의한 영향을 미칠 것이다.

외향성(extraversion)은 ‘다른 사람과 함께 교류하는 인간 관계적 자극을 추구하는 성향’으로 정의되며, 따뜻함(warmth), 사교성(gregariousness), 주장성(assertiveness), 활동성(activity), 흥분 추구(excitement seeking) 그리고 긍정 정서(positive emotions)의 6가지 하위 요소로 구성된다(Costa and McCrae, 1992). 본 연구에서는 외향성(extraversion)을 ‘타인과의 상호작용을 원하고 타인의 관심을 끌고자 하는 정도’로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H2 : 외향성(extraversion)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 성과기대(PE), 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건(FC) 그리고 이동성(mobility) 및 신뢰(trust)에 유의한 영향을 미칠 것이다.

개방성(openness to experience)은 ‘호기심이 많고 새로운 경험을 좋아하며 다양한 경험과 가치에 대하여 열린 자세를 지닌 개방적인 성향’으로 정의되며, 상상력(fantasy), 심미성(aesthetics), 감정개방성(feeling), 사고개방성(ideas), 행동개방성(actions) 그리고 가치개방성(values)의 6가지 하위 요소로 구성된다(Costa & McCrae, 1992). 본 연구에서는 개방성(openness to experience)을 ‘새로운 경험이나 혁신에 대한 거부감이 적고, 인생의 실존적 도전에 보다 더 관여하게 하는 정도’로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H3 : 개방성(openness)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 성과기대(PE), 노력

기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건(FC) 그리고 이동성(mobility) 및 신뢰(trust)에 유의한 영향을 미칠 것이다.

우호성(agreeableness)은 ‘다른사람에 대하여 우호적이고 협동적인 성향’으로 정의되며, 신뢰성(trust), 솔직성(straightforwardness), 이타성(altruism), 순응성(compliance), 겸손함(modesty) 그리고 온유함(tender mindedness)의 6가지 하위 요소로 구성된다(Costa and McCrae, 1992). 본 연구에서는 우호성(agreeableness)을 ‘타인과 편안하고 조화로운 관계를 유지하는 정도’로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H4 : 우호성(agreeableness)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 성과기대(PE), 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건(FC) 그리고 이동성(mobility) 및 신뢰(trust)에 유의한 영향을 미칠 것이다.

성실성(conscientiousness)은 ‘자기 조절을 잘 하고 책임감이 강한 성취지향적인 성향’으로 정의되며, 유능성(competence), 정연성(order), 충실성(dutifulness), 성취추구(achievement striving), 자기절제(self discipline) 그리고 신중성(deliberation)의 6가지 하위 요소로 구성된다(Costa and McCrae, 1992). 본 연구에서는 성실성(conscientiousness)을 ‘사회적 규칙, 규범, 원칙들을 기꺼이 지키려는 정도’로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H5 : 성실성(conscientiousness)은 모바일 간

편결제 서비스를 사용하는데 있어 성과기대(PE), 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건(FC) 그리고 이동성(mobility) 및 신뢰(trust)에 유의한 영향을 미칠 것이다.

성과기대(PE)는 ‘시스템을 사용하는 것이 업무 성과를 향상 시킬 수 있다고 믿는 정도’로 정의 되는데, 많은 선행연구에서 성과 기대(PE)는 정보기술(Information Technology)의 사용 의도를 설명하는데 있어 매우 강한 영향을 미치는 변수로 보고되고 있다(전세하 등, 2011). 본 연구에서는 성과기대(PE)를 ‘모바일 간편결제 서비스를 이용함으로써 전보다 발전된 결제 서비스를 경험할 수 있을 것이라는 기대 정도’로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H6 : 성과기대(PE)는 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

모바일을 이용한 결제서비스와 관련된 연구에서도 노력기대(EE)가 모바일 결제서비스의 사용의도에 영향을 미치는 것이 확인되고 있다(강선희, 2016). 노력기대(EE)를 ‘모바일 간편결제 서비스를 사용하는 것이 용이하다고 믿는 정도’로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H7 : 노력기대(EE)는 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

사회적 영향(SI)은 ‘주변의 중요한 사람들이

내가 새로운 시스템을 사용해야 한다고 믿는 정도’로 정의 되는데, 특히 모바일 기반 정보기술(Information Technology)과 같이 사람과 사람 사이의 사회적 관계를 형성하고 유지하는데 큰 영향을 미치는 기술 또는 서비스는 사회적 영향(SI)과 관련한 요소가 더 크게 작용할 수 있다. 사회적 영향(SI)을 ‘모바일 간편결제 서비스를 사용해야 한다고 주변사람들이 믿는 것을 인지하는 수준’으로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H8 : 사회적 영향(SI)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

촉진조건(FC)은 ‘시스템을 사용하는 것을 지원하는 조직적인 인프라가 존재한다고 믿는 정도’로 정의 되며, 일반적으로 새로운 정보기술(Information Technology)이 도입된 초창기에 사용자의 사용행위에 더 큰 영향을 미치는 것으로 알려졌다(전세하 등, 2011). 촉진조건을 ‘모바일 간편결제 서비스를 이용할 때, 본인의 이용활동을 지원해 주는 조직적, 기술적 환경이 조성되었다고 믿는 정도’로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H9 : 촉진조건(FC)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 사용 행위에 유의한 영향을 미칠 것이다.

본 연구 역시 이동성을 ‘언제 어디서나 모바일 간편결제 서비스를 사용할 수 있다고 믿는 정도’로 개념적인 요소로 정의하였다. 한편, 다

수의 연구자들에 의해 이동성(mobility)이 핀테크(fin-tech) 및 모바일 간편결제 서비스의 사용의도에 유의한 영향을 미친다는 사실이 확인되고 있는데(김호영, 김진우, 2002; Chae and Kim, 2003), 이러한 배경에서 본 연구는 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H10 : 이동성(mobility)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

신뢰(trust)가 핀테크(fin-tech) 및 모바일 간편결제 서비스의 사용의도에 유의한 영향을 미친다는 사실이 확인되고 있다(이홍재, 2017; 양승호 등, 2016; 박일순 2013). 신뢰(trust)를 ‘모바일 간편결제 서비스를 통해 제공되는 정보나 결제 서비스에 대한 믿음의 수준’으로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H11 : 신뢰(trust)는 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

사용의도를(behavioral intention) ‘모바일 간편결제 서비스를 이용하고자 하는 의도나 계획’으로 정의하였고, 사용행위(use behavior)를 ‘실제 모바일 간편결제를 이용하고 있으며 향후 지속적 이용과 주변인들에게 추천하고자 하는 의향 정도’로 정의하고 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H12 : 사용의도(behavioral intention)는 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 사용행

위(use behavior)에 유의한 영향을 미칠 것이다.

IV. 연구 방법

4.1 자료의 특성 및 분석 방법

4.1.1 자료 수집과 표본 특성 분석

측정도구는 타당성이 검증된 기존연구의 설문문항을 토대로 구성하였으며 현재 연구환경에 맞게 연구자가 수정하거나 개발하였다. 변수들은 측정도구의 신뢰성을 높이기 위하여 복수개의 측정항목으로 측정하였으며 모든 항목은 7점 리커트 척도로 측정되었다. 또한 30명의 MIS전공 대학원생을 대상으로 파일럿 테스트를 실시하여 수정하고 본 설문을 실시하여서 분석에 사용하였다.

V. 연구 결과

5.1 측정모형에 대한 분석

연구모형을 검증하기 위하여 개인들을 대상으로 설문조사를 진행하였다. 약 4주간 설문지를 배포하여 예방조점의 성향을 갖고 있는 132개를 최종분석에 사용하였다. 표본의 인구통계학적 특성을 <표 5>와 같이 요약 정리하였다.

본 연구에서는 연구모형을 검정하기에 앞서 신뢰도(reliability) 평가와 집중타당성(Convergent validity)과 판별타당성(Discriminant validity) 평가를 위해 측정모형

<표 5> 표본의 인구통계학적 분석

구 분		빈 도(명)	비 율(%)
성 별	남성	53	40.2
	여성	79	59.8
연 령	10대 이하	1	0.8
	20대	47	35.6
	30대	48	36.4
	40대	27	20.5
	50대	7	5.3
	60대 이상	2	1.5
직 업	회사원	54	40.9
	학생	37	28.0
	전문직	12	9.1
	자영업	13	9.8
	공무원	6	4.5
	주부	7	5.3
	기타	3	2.3
학 력	대학원 이상	7	5.3
	대학교 이상	76	57.6
	대학 이상	5	3.8
	고등학교 이하	14	10.6
인터넷 뱅킹 경험 유무	이용	119	90.2
	이용하지 않음	13	9.8
모바일 뱅킹 경험 유무	이용	110	83.3
	이용하지 않음	22	16.7

을 분석하였으며 연구모형의 적합도와 구성개념들 간의 경로 분석을 위해 구조모형을 분석하였다. 본 연구의 통계 분석 소프트웨어는 SPSS 24 와 SmartPLS 3.2.6을 이용하였다. 집중타당성을 검토하기 위해서 우선 각 변수의 단일차원성을 검토하였으며 이미 많이 사용되는 방법론 절차(Anderson and Gerbing 1988)에 따라, 요인적재량 값이 0.6 이하의 관측변수를 한번에 하나씩 제거하였다(윤지현·곽기영

2014).

판별타당성 분석은 각 변수에 대한 평균분산 추출(Average Variance Extracted)의 제공근 값과 다른 변수와의 상관계수를 비교였다. <표 8>과 같이 대각선에 위치한 평균분산추출의 제공근 값이 그 변수와 다른 변수간의 상관계수 값을 모두 상회하여서 Fornell-Larcker Criterion 을 만족시키는 것을 볼 수 있다.

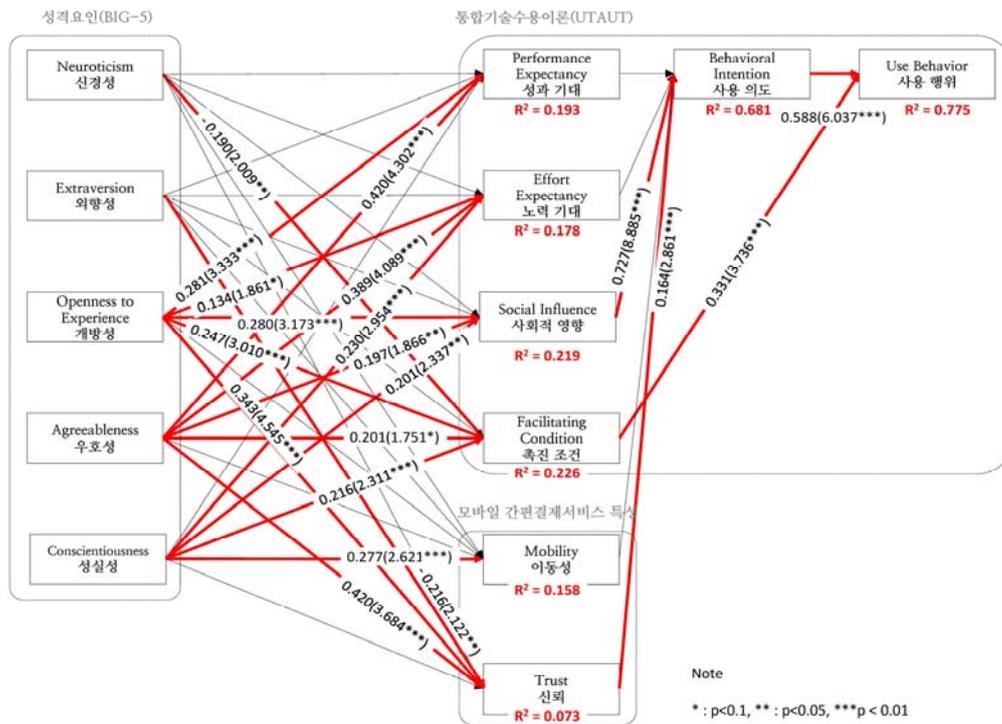
<표 6> 집중타당성 분석 결과

Construct	Indicators	Outer Loading	Cronbach's alpha	Composite Reliability	AVE
우호성	AG1	0.831	0.900	0.925	0.713
	AG2	0.855			
	AG3	0.878			
	AG4	0.830			
	AG5	0.826			
성실성	CO1	0.906	0.793	0.876	0.704
	CO2	0.847			
	CO4	0.757			
노력기대	EE1	0.918	0.943	0.959	0.855
	EE2	0.914			
	EE3	0.931			
	EE4	0.935			
외향성	EX1	0.825	0.899	0.924	0.709
	EX2	0.860			
	EX3	0.870			
	EX4	0.839			
	EX5	0.826			
촉진조건	FC1	0.887	0.892	0.925	0.756
	FC2	0.912			
	FC3	0.843			
	FC4	0.833			
이동성	MO1	0.878	0.875	0.914	0.727
	MO2	0.859			
	MO3	0.780			
	MO4	0.890			
신경성	NE3	0.721	0.771	0.855	0.752
	NE4	0.992			
개방성	OP1	0.893	0.862	0.914	0.780
	OP2	0.875			
	OP4	0.883			
성과기대	PE1	0.878	0.906	0.934	0.779
	PE2	0.902			
	PE3	0.884			
	PE4	0.867			
사회적 영향	SI1	0.905	0.861	0.915	0.782
	SI2	0.860			
	SI4	0.887			
신뢰	TR1	0.809	0.789	0.864	0.613
	TR2	0.753			
	TR3	0.819			
	TR4	0.749			
사용의도	UI1	0.915	0.932	0.952	0.832
	UI2	0.950			
	UI3	0.924			
	UI4	0.858			
사용	UB1	0.888	0.911	0.938	0.790
	UB2	0.853			
	UB3	0.935			
	UB4	0.877			

<표 7> 판별타당성 분석 결과

변수	OP	EE	UB	SI	PE	CO	UI	NE	TR	EX	AG	MO	FC
개방성(OP)	.883												
노력기대(EE)	.358	.924											
사용(UB)	.455	.650	.912										
사회적영향(SI)	.374	.678	.842	.889									
성과기대(PE)	.429	.703	.905	.787	.884								
성실성(CO)	.464	.715	.807	.687	.848	.883							
사용의도(UI)	.360	.498	.354	.294	.425	.428	.839						
신경성(NE)	.084	-.212	-.110	-.141	-.142	-.084	-.153	.867					
신뢰성(TR)	.405	.514	.678	.654	.631	.619	.252	-.165	.783				
의향성(EX)	.427	.329	.268	.219	.306	.312	.321	-.048	.181	.842			
우호성(AG)	.442	.569	.404	.321	.449	.547	.563	-.200	.430	.625	.844		
이동성(MO)	.325	.661	.630	.651	.662	.615	.427	-.133	.576	.257	.384	.853	
촉진조건(FC)	.367	.813	.767	.782	.775	.732	.424	-.239	.613	.237	.425	.686	.869

*대각선 값은 평균분산추출의 제공된 값이 나타냄.



<그림 2> 연구모형 분석 결과

본 연구에서는 가설검증을 위하여 PLS의 구조방정식모형을 이용하였다. Hair et al.(2012)에 따르면 연구의 목적 측면에서 핵심 잠재변수 또는 중요한 동인 변수를 예측하는 연구일 때, 그리고 측정모형 측면에서는 많은 잠재변수

와 측정변수가 존재하는 복잡한 구조모형의 경우일 때, 그리고 측정 데이터 측면에서는 표본 크기가 작거나 데이터가 정규분포를 따르지 않는 경우일 때에 PLS 구조방정식(PLS-SEM)을 이용한 분석이 적합한 것으로 판단 하고 있다

(Taylor and Todd 1999; Hair et al. 1988). 본 연구에서 수행한 경로분석의 결과는 신뢰할 만한 수준에 있다고 할 수 있고 PLS 분석결과는 <그림 2>와 같다.

신경성 외향성, 개방성, 우호성, 성실성이 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건, 이동성, 신뢰에 영향을 미치고, 사회적 영향, 신뢰가 사용의도를 매개로 하여서 사용행위에 영향을 미친다. 반면 촉진 조건의 경우에는 매개 변수가 없이 바로 사용행위에 영향을 미치는 것을 볼 수 있다. 이동성이 사용의도에 영향을 미치지 못하는 것은 예방초점 그룹에서는 다양한 장소에서의 접속을 가능하게 하는 네트워크의 보안 위험 때문에 모바일 간편 결제 서비스를 사용하는 것을 꺼리는 것으로 해석할 수 있다.

VI. 연구결론

6.1 연구결론

본 연구에서는 예방초점 성향의 사용자들이 모바일 간편 결제 서비스를 수용하는 것에 대하여서 5가지 성격요인과 통합기술수용이론을 바탕으로 분석을 진행하였다. 신경성의 경우 촉진조건을 통하여서 사용행위에 영향을 미치는 것을 볼 수 있다. 외향성, 개방성, 우호성은 신뢰를 통하여서 사용의도를 매개로 하여서 모바일 간편 결제 서비스를 사용하는 행위에 영향을 미친다. 개방성, 우호성, 성실성은 사회적 영향을 통하여서 사용의도를 매개로 모바일 간편 결제 서비스 사용 행위에 영향을 미치고, 또한 촉진조건을 매개로 하여서 모바일 간편 결제

서비스를 사용하는 행위에 직접적인 영향을 미친다. 성과기대, 노력기대, 이동성은 사용의도에 영향을 미치지 못하여서 모바일 간편 결제 서비스 사용행위에 영향을 미치지 못하는 것으로 실증 분석되었다.

6.2 연구 시사점 및 한계점

이 연구는 다양한 이론적 시사점을 갖고 있다. 우선, 최근 무선 네트워크 환경의 발전과 스마트 디바이스의 발전에 따라서 수요가 증가하고 있는 모바일 간편 결제 서비스에 대해서 개인의 성격요인과 통합기술수용이론을 바탕으로 모바일 환경에 맞는 모형으로 분석을 하였다는 것이다. 특히, 조절초점이론에 따라서 항상초점과 예방초점 성향의 개인들 중에서 예방초점 성향의 개인을 대상으로 분석하여서 고객이 스마트 기기를 통해서 모바일 간편 결제 서비스를 사용하려는 동기와 요인을 파악하였다. 그리고, 실무적인 시사점은 스마트 기기를 사용하는 사용자들의 축적된 대규모의 데이터를 바탕으로 이를 분석하여서 고객을 제대로 이해하고 기업이 모바일 간편 결제 서비스를 제공하기 위해서 준비하고 대처하여야 할 방향을 제시한다. 즉, 전통적인 결제서비스에서 이제는 다양한 모바일 간편 결제 서비스로 전환되어지는 시점에서 기업이 앞으로 시장의 경쟁 환경에서 생존하고 성장하기 위해서 어떻게 고객을 이해하고 분석하고 대응하여야 할지에 대한 시사점을 제공한다.

물론 이 연구가 갖고 있는 한계점이 존재한다. 개인에 대한 성격요인과 통합기술수용이론을 통합하여서 분석을 진행하였지만, 조절 초점

중에서 예방초점 성향의 개인에 대한 분석만 진행하였다. 하지만, 예방초점과 향상초점 그룹을 동시에 분석하여서 두 집단의 차이점을 분석하고 또한 두 그룹이 갖고 있는 비슷한 점을 파악하여서 깊이 있는 연구와 실무적인 의의를 갖는 연구가 진행되어야 한다. 이를 통하여서 급속하게 빠르게 변화하고 있는 글로벌 경쟁환경에서 기업이 단순한 기술의 개발과 특징의 분석이 아니라 사용자 개인에 대한 접근을 통하여서 스마트 기기를 통한 모바일 간편 결제 서비스를 도입할 수 있는 기반 연구 자료를 준비하고 제공하려고 이 연구를 진행하였다.

참고문헌

- DMC미디어, “2016 모바일 간편 결제 서비스 시장 현황과 전망,” 2016.
- BNK금융경영연구소, “모바일 결제의 발전이 신용카드업에 미치는 영향,” 2015.
- 강명희, 신은미, 유지원, “외국어 학습에서 모바일러닝 수용에 영향을 미치는 요인들 간의 구조적 관계 규명,” 교육공학연구, 제29권, 제3호, 2013, pp. 637-665.
- 강선희, “통합기술수용이론(Utaut)을 기반으로 간편결제 서비스 수용 의도와 이용에 관한 연구 : 혁신저항의 조절효과를 중심으로,” 부경대학교 대학원 국내박사학위논문, 2016.
- 김봉철, 안주아, 최양호, “소비자의 개인적 성격 특성과 휴먼 브랜드 애착 및 충성도와 의 관계 : 빅 파이브(Big five) 성격모형을 중심으로,” 광고연구, 제77권, 2007, pp. 173-195.
- 김호영, 김진우, “모바일 인터넷의 사용에 영향을 미치는중요 요인에 대한 실증적 연구,” 경영정보학연구, 제12권, 제3호, 2002, pp. 89-113.
- 박일순, “통합기술수용이론(UTAUT) 기반 모바일 신용카드 서비스의 사용자 수용 모형에 관한 연구,” 국민대학교 비즈니스 IT전문대학원 국내박사학위논문, 2013.
- 안중호, 최규철, 성기문, 이재홍, “보안위험 수준이 지식관리시스템의 성공에 미치는 영향,” 한국전자거래학회지, 제15권, 제4호, 2010, pp. 143-163.
- 양승호, 황운성, 박재기, “통합기술수용이론(UTAUT)에 의한 핀테크 결제서비스 사용의도에 관한 연구,” 경영경제연구, 제38권, 제1호, 2016, pp. 183-209.
- 양일영, 이수영, “이용 동기에 기반한 스마트폰 초기 이용자 유형에 관한 탐색적 연구,” 한국언론학보, 제55권, 제1호, 2011, pp. 110-139.
- 오종철, “인터넷 서비스 수용의 영향요인,” 경영학연구 제39권, 제1호, 2010, pp. 55-79.
- 윤병훈, “핀테크의 서비스 품질, 기술수용이 만족도, 재이용의도, 공유가치창출, 기업명성에 미치는 영향 연구,” 한성대학교 대학원 박사학위논문, 2017.
- 윤지현, 광기영, “기업SNS사용이 직무성과에 미치는 영향: 제너러티비티역량의 매개효과를 중심으로,” 2014년 한국지식경영학회 추계학술대회 논문집, 2014, pp. 235-260.
- 윤지현, 광기영, “제너러티비티역량: 개념적 정의 및 결정요인,” 지식경영연구, 제15권, 제3호, 2014, pp. 95-120.

- 이선경, “한국인의 이동전화 이용동기와 이용 행위에 대한 연구 - 세대와 라이프스타일을 중심으로,” 커뮤니케이션과학, 제 23권, 2004, pp. 191-220.
- 이선중, “전자정부 신뢰의 영향요인에 관한 실증적 연구,” 서울시립대학교 대학원 박사학위논문, 2009.
- 이인희, “대학생 집단의 휴대폰 이용동기에 관한 연구,” 한국방송학보, 제15권, 제3호, 2001, pp. 261-293.
- 이형용, 안현철, “대중 집단지성의 사용자 수용 모형에 관한 연구,” Journal of Information Technology Applications and Management, 제17권, 제4호, 2010, pp. 1-17.
- 이홍재, “핀테크 기반 모바일 간편 결제 서비스의 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” 숭실대학교 대학원 박사학위논문, 2017.
- 전새하, 박나래, 이중정, “공공부문 클라우드 컴퓨팅 서비스 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” Entru Journal of Information Technology, 제10권, 제2호, 2011, pp. 97-112.
- 하준석, “간편 결제 서비스 수용의도의 결정요인에 관한 연구,” 계명대학교 대학원국내박사학위논문, 2017.
- 한국은행 “2016년 모바일금융서비스 이용행태 조사결과 및 시사점,” 2016.
- 조은영, 김희웅, “핀테크 모바일 간편결제 서비스 활성화 방안,” 정보화정책, 제22권, 제4호, 2015, pp. 22-44.
- 한동균, “핀테크 수용 및 활성화에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” 연세대학교 대학원 박사학위논문, 2016.
- 황보충, “스마트폰 결제유형에 따른 사용자 특성, 시스템 특성, 사회적 특성이 지속적 이용의도에 미치는 영향,” 경북대학교 대학원 박사학위논문, 2016.
- Ajzen, I., “The theory of planned behavior,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, No. 2, 1991, pp. 179-211.
- Anderson, J. C., and Gerbing, D. W. “Structural Equation Modeling in Practice: Review and Recommended Two-Step Approach,” *Psychological Bulletin*, Vol. 103, No. 3, 1988, pp. 411-423.
- Caspi, A., Roberts, B. W., and Shiner, R. L., “Personality development: Stability and change,” *Annual Review of Psychology*, Vol. 56, 2005, pp. 453-484.
- Cervone, D., and Pervin, L. A., *Personality: Theory and research (12th ed.)*, John Wiley and Sons, USA, 2013.
- Costa Jr, P. T., and McCrae, R. R., “The five-factor model of personality and its relevance to personality disorders,” *Journal of Personality Disorders*, Vol. 6, No. 4, 1992, pp. 343-359
- Barrick, M. R., Stewart, G. L., and Piotrowski, M., “Personality and job performance: Test of the mediating effects of motivation among sales representatives,” *Journal of Applied Psychology*, Vol. 87, No. 1, 2002, pp. 43-52.
- Chae, M., and Kim, J., “What's so different about the mobile internet?” *Communications of the ACM*, Vol. 46,

- No. 12, 2003, pp. 240-247.
- Dahlberg, T., Mallat, N., Ondrus, J., and Zmijewska, A., "Past, present and future of mobile payments research: A literature review," *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 7, No. 2, 2008, pp. 165-181.
- Davis, F. D. "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, 1989, pp. 319-340
- Devaraj, S., Easley, R. F., and Crant, J. M., "Research note—how does personality matter? relating the five-factor model to technology acceptance and use," *Information Systems Research*, Vol. 19, No. 1, 2008, pp. 93-105.
- Fishbein, M., and Ajzen, I., *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*, Addison-Wesley, USA, 1975.
- Gefen, D., "E-commerce: The role of familiarity and trust" *Omega*, Vol. 28, No. 6, 2000, pp. 725-737.
- Giddens, A., *The consequences of modernity*, Stanford University Press, Stanford, CA, 1990.
- Goldberg, L. R., "Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons," *Review of Personality and Social Psychology*, Vol. 2, No. 1, 1981, pp. 141-165.
- Granovetter, M., "Economic action and social structure: The problem of embeddedness," *American Journal of Sociology*, Vol. 91, No. 3, 1985, pp. 481-510.
- Hair, J. T., Anderson, R. E., Tatham, R. L., and Black, W. C. *Multivariate Data Analysis*(7th ed.), Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, 1998.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Pieper, T. M., and Ringle, C. M., "The use of partial least squares structural equation modeling in strategic management research: A review of past practices and recommendations for future applications," *Long Range Planning*, Vol. 45, No. 5, 2012, pp. 320-340.
- Higgins, E. T., "Beyond pleasure and pain," *American Psychologist*, Vol. 52, No. 12, 1997, pp. 1280-1300.
- Higgins, E. T., "Self-discrepancy: A theory relating self and affect," *Psychological Review*, Vol. 94, 1987, pp. 319-340.
- John, O. P., Naumann, L. P., and Soto, C. J., *Paradigm shift to the integrative big five trait taxonomy. Handbook of Personality: Theory and Research* (3rd Ed), Guilford Press, New York, NY, 2008.
- John, O. P. and Naumann, L. P., "Surviving two critiques by block? The resilient big five have emerged as the paradigm for personality trait psychology." *Psychological Inquiry*, Vol. 21, No. 1, 2010, pp. 44-49.
- Kelton, K., Fleischmann, K. R., and Wallace, W. A. "Trust in digital information," *Journal of the Association for Information Science and Technology*,

- Vol. 59, No.3, 2008, pp. 363-374.
- Khan, M., Iahad, N. A., and Mikson, S., "Exploring the influence of big five personality traits towards computer based learning (CBL) adoption," *Journal of Information Systems Research and Innovation*, Vol. 8, 2014, pp. 1-8.
- Kim, C., Mirusmonov, M., and Lee, I., "An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment," *Computers in Human Behavior*, Vol. 26, No.3, 2010, pp. 310-322.
- Lee, H., and Ahn, H., "A study on EC acceptance of virtual community users," *Asia Pacific Journal of Information Systems*, Vol. 19, No. 1, 2009, pp. 147-165.
- Lewicki, R. J., and Bunker, B. B., "Trust in relationships: A Model of development and decline," In B. B. Bunker and J. Z. Rubin (Eds.), *The Jossey-Bass management series and The Jossey-Bass conflict resolution series. Conflict, cooperation, and justice: Essays inspired by the work of Morton Deutsch* pp. 133-173. Jossey-Bass, San Francisco, 1995.
- Lewicki, R. J., Tomlinson, E. C., and Gillespie, N., "Models of interpersonal trust development: Theoretical approaches, empirical evidence, and future directions," *Journal of Management*, Vol. 32, No. 6, 2006, pp. 991-1022.
- Lewis, J. D., and Weigert, A., "Trust as a social reality," *Social Forces*, Vol. 63, No. 4, 1985, pp. 967-985.
- Lindsfold, S., "Trust development, the GRIT proposal, and the effects of conciliatory acts on conflict and cooperation," *Psychological Bulletin*, Vol. 85, No. 4, 1978, pp. 772-793.
- Luhman, N., *Trust and power: Two works by niklas luhmann*, John Wiley and Sons, USA, 1979.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., and Schoorman, F. D., "An integrative model of organizational trust," *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 3, 1995, pp. 709-734.
- McCrae, R. R., and Costa Jr, P. T., "Adding liebe und arbeit: The full five-factor model and well-being," *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 17, No. 2, 1991, pp.227-232.
- McCrae, R. R., and Costa, P. T., "Empirical and theoretical status of the five-factor model of personality traits." in *The SAGE Handbook of Personality Theory and Assessment*, Vol. 1, 2008, pp. 273-294.
- McCrae, R. R., and Costa, P. T., "Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 52, No. 1, 1987, pp. 81-90.
- Ozer, D. J., and Benet-Martinez, V., "Personality and the prediction of

- consequential outcomes,” *Annual Review of Psychology*, Vol. 57, 2006, pp. 401-421.
- Schierz, P. G., Schilke, O., and Wirtz, B. W., “Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis,” *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 9, No. 3, 2010, pp. 209-216.
- Sriyabhand, T., and John, S. P., “An empirical study about the role of personality traits in information technology adoption,” *Silpakorn University Journal of Social Sciences, Humanities, and Arts*, Vol. 14, No. 2, 2014, pp. 67-90.
- Taylor, S., and Todd, P. A., “Understanding information technology usage: A test of competing models,” *Information Systems Research*, Vol. 6, No. 2, 1995, pp. 144-176.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., and Davis, F. D., “User acceptance of information technology: Toward a unified view,” *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 3, 2003, pp. 425-478.
- Wang, H., and Yang, H. “The role of personality traits in UTAUT model under online stocking,” *Contemporary Management Research*, Vol. 1, No. 1, 2005, pp. 69-82.
- Yang, Y., Liu, Y., Li, H., and Yu, B., “Understanding perceived risks in mobile payment acceptance,” *Industrial Management & Data Systems*, No. 115, No. 2, 2015, pp. 253-269.

김 기 호 (Kim, Ki-Ho)



현재 선불 카드 정산사업 (Pre-paid Card Settlement Business)을 수행하는 기업인 (주)이비카드(EB Card)에서 HR Manager로 재직중이다. 서울과학기술대학교(Seoul National University of Science & Technology)에서 컴퓨터공학(Computer Science)을 전공하였고, 서울시립대학교(University of Seoul)에서 경영학석사(MBA) 학위를 취득하였다. 현재 한성대학교 박사과정에 재학중이다.

주요 연구 관심분야는 성격 (personality), 동기부여 (motivation), 지불결제 (payment), 정보기술 수용 (Behavioral intention on IT) 등이다.

이 형 용 (Lee, Hyoung-Yong)



현재 한성대학교 경영학부 부교수로 재직 중이며, 성균관대학교 경제학부를 졸업하고, KAIST 경영대학에서 석사와 박사학위를 취득하였다. SKT, (주)SK, 전국신용연합재단, LG U+, 산업자원부등 산업체와 정부의 프로젝트를 수행하고, Expert Systems with applications, *International Journal of Mobile Communications*, *Technological Forecasting & Social Change* 등에 논문을 발표하였고, 주요 연구 관심 분야는 Virtual community, Trust, Financial Fraud Detection, Accounting Auditing 등이 있다.

<Abstract>

The Study of Prevention focus and Personality impact on adoption of Mobile convenient payments

Kim, Ki-Ho · Lee, Hyoung-Yong

Purpose

The purpose of this study is to forage for the factors for explaining the adoption behavior of the mobile convenient payment system based on the Personality Trait, Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, and Regulatory focus.

Design/methodology/approach

This study made a design of the research model by integrating the factors of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology with the factors of Big five personality traits on the basis of Samrt device environment. In addition, this study, did empirical analysis of the structural equation model by PLS(Partial Least Squares) in order to find out the relationship of personal factors and mobile convenient payment system's features.

Findings

According to the empirical analysis result, this study confirmed that the acceptance of mobile convenient payment systems is influence by personality traits and factors based on Unified Theory of Acceptance and Use of Technology and trust. In addition, this study find out that the behavior of an adoption of mobile convenient payment systems according to the type of regulatory focus.

Keyword: *Regulatory focus, Knowledge management, UTAUT, Mobile convenient payment, Personality*

* 이 논문은 2017년 11월 30일 접수, 2017년 12월 8일 1차 심사, 2017년 12월 19일 게재 확정되었습니다.