

## 핀테크 활성화를 위한 사용환경특성과 지속사용의도\*

정대현\*\* · 장활식\*\*\* · 박광오\*\*\*\*

### 〈목 차〉

I. 서론	IV. 연구방법 및 분석
II. 이론적배경	4.1 설문구성 및 표본특성
2.1 핀테크 산업현황	4.2 실증분석 및 결과
2.2 핀테크 발전방향 및 과제	4.3 가설검정
III. 연구모형 및 가설설정	4.4 워드클라우드 분석
3.1 연구모형	V. 결 론
3.2 가설설정	참고문헌
	<Abstract>

## I. 서론

사용자의 편리함을 추구하기 위한 정보통신 기술(ICT)의 발전은 시나브로 우리 생활 깊숙이 자리잡고 있다. 특히 혁신 기술이 적용된 제품은 소비자들이 편리함이나 상대적 이점의 긍정적 효과로 인식할 가능성이 크다. 혁신제품의 파급효과를 감안한다면 일상생활의 변화를 예측하고 미리 다양한 각도의 연구가 필요하다. 핀테크의 확산이 거스를 수 없는 대세임을 직시하고 긍정효과의 홍보와 더불어 부정효과의

예방책 수립을 위한 다양한 노력이 요구되어지는 이유이다.

융복합 추세에 정보통신기술을 결합시킨 금융거래 패러다임의 혁신을 추구하고자 하는 핀테크의 발달이 가시화되고 있다. 정보통신기술의 발달이 우리 사회의 변화를 급속도로 촉진시키는 촉매역할을 수행하고 있다. IT 기술을 비롯한 모바일 디지털 플랫폼과 금융 서비스의 융합이라는 거대한 시장의 부각이 기대되는 것이다. 따라서 핀테크산업의 사업다각화 전략의 구현과 더불어 사용자들의 생활 패턴의 변화가 예상된다.

\* 이 논문은 2016년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2016S1A5B5A07917516)

\*\* 부산대학교, [jdh@pusan.ac.kr](mailto:jdh@pusan.ac.kr)(주저자)

\*\*\* 부산대학교, [hwschang@pusan.ac.kr](mailto:hwschang@pusan.ac.kr)

\*\*\*\* 영남이공대학교, [kopark1021@ync.ac.kr](mailto:kopark1021@ync.ac.kr)(교신저자)

금융산업의 핀테크 활성화는 빅데이터(Big data), 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT) 및 만물인터넷(IoE), 클라우드 컴퓨팅(Cloud Computing)과 같은 IT 기술의 발달과 더불어 진화를 거듭하고 있다. 그러나 핀테크 관련 서비스의 완전 정착까지는 상당한 시간이 필요할 것이다. 최근까지도 간편결제 서비스가 핀테크 플랫폼의 전부인 것처럼 인식하고 있는 실정이기 때문에 다양한 핀테크 비즈니스 모델에 관한 연구의 필요성이 요구되어지는 시점으로 보인다.

모바일 플랫폼의 기술력 향상과 보급 확산이 핀테크 활성화를 견인함으로써 다양한 핀테크 서비스가 개발되고 있다. 최근 핀테크 산업 활성화에 따른 비즈니스모델로 카드사와 연동해 법인카드 경비지출관리 업무를 자동 처리할 수 있도록 하는 솔루션의 출시로 많은 기업들이 실시간 데이터 취합 및 경비관리의 효율성을 실현시키는 단계에 도달하고 있다. 최근 전통적 지급결제 수단인 현금에 새로운 가치창출을 더하여 간편 계좌이체, 주식매매 등의 전자결제 활용이 두드러진다. 이는 인터넷의 급속한 확산에 따른 부가적 기능이다(김창수·전유경, 2003). 이처럼 정보기술의 확산과 금융서비스의 융합으로 인하여 대부분의 은행 서비스도 온·오프라인 결합을 통한 온라인 비대면 서비스 활성화 방향으로 점차 진화되는 양상이다. 따라서 NFC기반의 간편결제 서비스의 도입이 점차 일반화 될 것으로 예측 가능하며, 특히 삼성, 구글, 애플 등 기존 플랫폼(Platform)사업자와 이동통신사업자 중심의 신규시장 진입이 두드러진다(이돈곤, 2015). 이러한 노력은 모바일 결제시장을 선점하기 위한 각축장이 되고 있다.

금융서비스, 모바일, 정보통신기술(ICT)의 접목인 핀테크산업은 단순한 결제 및 송금 서비스에 국한되는 것은 아니다. 대출을 비롯한 투자 및 자산관리 등 서비스 영역을 점차 확대하고 있지만 아직 핀테크 서비스에 대한 소비자들의 인지도가 낮은 현실이다. 핀테크에 관한 투자 초기 단계에서는 새로운 지불 수단에 집중돼 왔기 때문에 NFC기반 모바일 간편결제 서비스가 핀테크의 혁신으로 인식되었다. 한국은행 발표 자료에 의하면 2015년 9월 말 기준 국내의 금융기관 모바일 뱅킹 가입자수는 6천 8만여명에 불과하다. 이처럼 핀테크 서비스 구축 후 상당한 시간이 지났지만 아직 핀테크 활성화가 더딘 근본적 이유를 파악해 보고, 핀테크 활성화를 저해하는 원인을 규명해 볼 필요가 있다. 본 논문은 핀테크 사용자들의 지속 사용의도에 영향을 미치는 요인들을 소비자 관점의 실증연구를 통해 파악함으로써 핀테크 활성화 방안을 위한 시사점 도출을 주 목적으로 한다.

혁신의 수용과 확산 및 태도에 관한 대표적 이론으로 기술수용모형(TAM), 계획된행동이론(TPB), 합리적행동이론(TRA) 등이 활용되어 왔다. 본 연구는 여기에 혁신저항이론(Ram, 1987)을 추가하여 핀테크 사용자들의 지속사용 의도에 미치는 영향을 분석한 요인 도출을 꾀하고자 한다. 또한 핀테크와 관련된 사용환경특성 요인을 사용자특성과 제품특성으로 크게 구분하고, 기대일치이론(Expectation Confirmation Theory)에 근거해서 연구모형을 뒷받침하고자 한다.

본 연구의 연구모형에 적합한 변수 도출을 통하여 핀테크 사용 소비자들이 인식하는 지속

사용의도에 관한 구조방정식 모형을 제시하고, 특히 소비자 관점에서 핀테크 활성화 방안을 도출하기 위해 R 프로그램의 워드클라우드(WordCloud) 분석을 실시하였다. 이를 통해 핀테크 활성화를 도모할 수 있는 시사점 도출에 활용하였다. 또한 본 연구의 결과는 핀테크 보안에 관한 사업자의 인식전환과 강구책 마련에도 중요한 시사점을 제시할 것으로 기대한다. 금융 소비자들이 절실하다고 인지하는 부분을 파악하고, 또한 빅데이터와의 연동성에 대한 중요성을 논의함으로써 핀테크 활성화를 위한 방안 모색을 꾀하고자 한다.

## II. 이론적배경

### 2.1 핀테크 산업 동향

핀테크(Fintech)는 금융(Finance)서비스와 기술(Technology)의 합성어로 IT 기술에 기반한 송금, 결제, 펀드, 자산관리 등을 통칭한다(한동근, 2015). 그동안 PC 및 모바일 기반의 온라인 금융 서비스는 활성화되었다. 동종 또는 이종 산업간 결합을 통한 새로운 시장의 창출인 융복합 추세로 스마트폰과 금융의 연계를 시도한 금융서비스산업의 융복합이 활성화되고 있다. 기존 카드결제의 소지 불편함을 해소시키기 위한 목적의 핀테크 서비스는 IT 기술을 금융 서비스에 연동하여 사용자에게 편리성을 제공하는 서비스를 뜻한다. 핀테크는 진일보하여 스마트폰 단말기를 이용하여 송금 및 결제 서비스를 활용하는데 국한되지 않고 보다 다양한 금융관련 서비스로 확장 추세에 있다.

소비자의 가치창출을 보다 편리하고 신속한 금융서비스 제공에 초점을 둔 것이다(이경전 등, 2016). 기존의 단순 결제 및 송금 서비스를 필두로 최근에는 스마트 모바일에 기반한 다양한 빅데이터의 축적으로 여러 핀테크 플랫폼(Platform)이 구축되고 있다(임세현 외, 2017).

핀테크 사용이 확산 일로에 있음에도 불구하고 아직까지 핀테크에 대한 일반 사용자들의 인식은 NFC 간편결제 서비스만을 떠올리는 실정이다. 근거리무선통신(NFC: Near Field Communication)이란 RFID의 한 종류로 NFC 통신전용 칩을 사용하여 10cm 이내의 근거리 통신으로 작동되는 원리이다(KISDI, 2013). NFC 구축으로 모바일폰이 점차 신용카드의 역할을 대행하는 추세이다(이돈곤, 2015). 이러한 NFC의 기술의 활용으로 교통카드, 전자명함, 스마트 포스터 광고, 공항 자동 체크인 등 상용화가 정착되고 있다(KCA, 2013). 블루투스나 RFID와는 달리 편리한 인터페이스(Interface) 터치방식의 사용으로 향후 활용도가 매우 다양할 것으로 기대된다. 향후 모바일 간편결제 서비스 상용화를 위한 방안으로 인프라 구축 비용 확충, 금융 심사 기준 및 프로세스의 간소화, 서비스 일괄 관리툴 개발, 신규 서비스 편리성 및 안전성 홍보 강화를 비롯한 ICT 기술력 강화 등을 제시하고 있다(조은영, 김희웅, 2015).

현재 사용중인 핀테크 비즈니스 모델 유형에는 여러 가지가 있다. NFC 간편결제, 모바일 뱅킹, P2P 핀테크 투자, 클라우드 펀딩, 개인 자산 관리 등 다양하다. 이러한 핀테크 서비스 유형의 특징은 수수료 체계의 변화에 따른 비용 절감, 기존 금융기관 서비스 대비 사용의 편리성 확대, 간편 대출심사 확대로 신속하고 간편한

대출서비스 적용 등이 강점으로 지적되고 있다(박서기, 2015). 또한 핀테크 산업의 발전과 더불어 빅데이터와의 융합 서비스를 통한 발전 방향의 모색을 살펴볼 필요성이 있다. 금융 소비자의 금융거래 정보 및 패턴의 빅데이터 분석을 활용할 수 있는 서비스가 필요하다(이시연, 2015). 빅데이터 분석과 연동된 개인 맞춤형 최적화 서비스를 통해 이상금융거래 탐지시스템 활용으로 비정상적인 금융거래 시도를 사전에 파악하여 금융사기를 막는 사례가 발생되고 있다.

## 2.2 핀테크 활성화 방향 및 과제

최근 핀테크 산업이 주목받는 까닭은 다양한 모바일 채널을 통한 트래픽 확충에서 찾아볼 수 있다. 핀테크는 기존 산업 간의 융합 형태와는 달리 금융서비스 산업의 본질을 IT가 직접 관할하고 있다는 것이 기존의 융합 형태와 다른 점이다(박정국, 2015). 우선 판매채널의 다양화 측면에서 기존에는 금융회사만을 통해 취급할 수 있었던 금융상품과 서비스가 통신사·유통업체·인터넷업체 등에서도 취급 가능하여 고객들의 편의성 제고에 크게 이바지하고 있다. 또한 핀테크 시장 내 치열한 경쟁으로 기존의 금융 상품 및 서비스가 양적·질적으로 더욱 발전하고 있다. 특히 스마트폰 확산과 IT 기술의 발전은 비금융권회사가 핀테크 시장에서 새롭게 도약할 수 있는 발판이 되었다. 새롭게 금융시장으로 진출한 이들 기업들은 기존 금융권의 전형적인 금융서비스는 물론 인터넷 전문은행의 설립, 인수, IT 기업과의 제휴 확대 등으로 기업의 경쟁우위 확보전략에 주력하는

양상이 뚜렷하다(김인석, 2015).

과거 전자상거래의 형태는 PC를 기반으로 한 온라인 banking이 주를 이루고 있었다. 그러나 최근 모바일 기반으로 사용자의 결제 환경 패턴이 변화되어 왔다. 이러한 M 커머스(M-Commerce)의 활성화에 따라 모바일 이용자들이 더욱 편리하게 금융서비스에 접근할 수 있는 플랫폼 지원으로 편리함이 진행되었다. 각종 ‘페이’ 등의 서비스가 기존의 복잡한 인증 절차의 간소화를 추구하여 소비자는 편리함을 절감하게 되었다. 단 한번의 가입 및 인증 절차를 수행한 뒤 다양한 금융 서비스에 쉽게 접속할 수 있는 편리함으로 신속한 금융 서비스의 이용이 가능하게 된 것이다(박정국, 2015).

핀테크의 성장 가능성이 커질수록 핀테크 서비스 사용으로 뒤따르는 심리적 제약 또한 커지게 된다는 지적이 있다. 특히 개인정보 유출에 대한 염려와 보안관련 시스템에 대한 불안감의 증폭이 무엇보다 큰 과제로 남는다(오혜영, 2015). 결국 핀테크 서비스 활성화를 위한 핵심 과제는 보안으로 귀결된다. 기존의 ActiveX와 같은 보안 모듈의 설치에 따르는 불편함을 해소함과 동시에 주민등록번호, 카드번호, 계좌번호, 비밀번호와 같은 핵심 금융정보의 암호화 및 무결성에 대한 보장이 절실하다(정준호·김정숙, 2015). 더불어 만약의 정보 유출에 따른 명확한 보상 시스템 명문화로 사고 발생에 대비한 일괄 보상 시스템 구축에도 소홀함이 없어야 할 것이다(조은영·김희웅, 2015).

### Ⅲ. 연구모형 및 가설설정

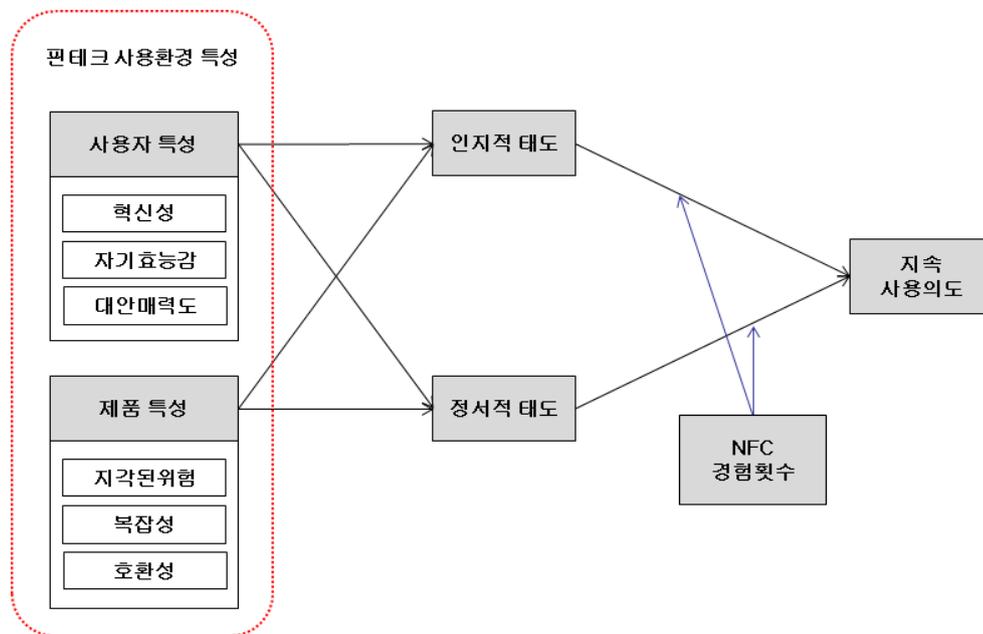
#### 3.1 연구모형

본 연구는 다음의 내용을 연구하기 위해 <그림 1>과 같은 연구모형을 제시하였다. 선행연구를 기반으로 핀테크 사용환경특성을 사용자 특성과 제품특성으로 구분하였다. 그리고 각각의 속성별로 인지적태도 및 정서적태도에 미치는 영향을 파악하였다. 사용자특성으로는 혁신성, 자기효능감, 대안매력도를, 제품특성으로는 지각된위험, 복잡성, 호환성을 살펴보기 위한 반영지표 모형으로 설계하였다.

#### 3.2 가설설정

태도이론은 소비자가 제품의 사용여부를 결

정함에 있어서 제품의 속성에 대한 신념에 의해 태도가 형성되고 궁극적으로 행동으로 이어진다는 이론이다. 합리적 행동이론에 따르면 소비자의 특성에 따라 행동의도로 이어지게 된다는 주장이다. NFC 모바일 결제 서비스에 대한 연구에서 사용환경특성과 이용자 저항사이의 영향요인으로 태도가 중요하다는 주장이다(이돈곤, 2015). 인지적태도는 개인이 정보처리를 하는 동안 자연스럽게 반응하는 생각 및 신념으로 관련된 제반 정보에 의해 형성된 개인의 지각에 따른 능동적 사고과정의 결과이다(유현경·윤유식, 2011). 정서적태도는 정보에 대한 개인의 전반적이며 호의적인 생각 및 감정 여부로써 친밀감 및 흥미도 등을 뜻한다. 따라서 광고에 노출되는 동안 자연스럽게 느끼는 정서적태도는 제품의 특성에 상관없이 설득효과를 발휘할 수 있다(김상조, 2004). 모바일 사용자



<그림 1> 연구모형

가 느끼는 만족 정도에 따라 사용의 효과가 자신들의 기대에 부응한다고 믿는 신념이 형성되면 핀테크 서비스 사용 후 신뢰감 형성으로 지속적 사용의도에 중요한 영향을 미치게 될 것이다(Ganesan, 1994).

본 연구에서는 사용자특성과 제품특성으로 구분하여 핀테크 사용환경 특성 요인으로 구성하였다. 혁신성은 새로운 정보시스템을 수용하는 개인적 특성이다. 이는 신기술 수용에 있어서 핵심적인 개인적 특성 변인의 역할을 하는 것이다. 따라서 혁신성향이 강한 개인은 모바일 결제서비스와 같은 핀테크 사용의도가 더 강해진다는 시사점을 내포한다(Kim et al., 2010). 혁신성이 높은 사용자는 신기술 수용에 긍정적이기 때문에 지각된위험에 능동적으로 받아들이는 성향이 있어(Rogers, 2003) 개인의 태도에 유의한 영향을 미치는 변수로 활용 가능하다.

Yu(2012)의 UTAUT 모형에서 모바일 뱅킹 사용의도에 관한 연구는 자기 효능감, 사회적 영향이 사용의도에 유의한 영향을 미치고 있음을 주장하였다. Slade et al.(2015)은 스마트폰 서비스 이용자를 대상으로 한 UTAUT모형에 근간하여 혁신성, 사회적영향, 성과기대, 지각된 위험이 사용의도에 유의한 영향을 미친다고 주장하였다.

사회교환이론에 근거한 대안매력도는 잠재적 요인으로써의 경쟁력을 포함하고 있다. 이는 단순한 기능 대체 여부 외에도 현재 상황의 지속여부는 물론 향후 얻게 될 성과에 대한 평가 기준이기도 하다(Anderson et al., 1990). 결국 사용자는 좀 더 나은 대체제의 선택을 선호하며, 기존 서비스에 대한 불만 요인이 없더라도 더 나은 만족을 지향하게 될 것이다(이돈곤,

2015).

지각된 위험은 특정 선택에 있어서 소비자가 인지하는 기회비용에 대한 불안함, 위험, 불확실성이 주관적 손해의 의미로써 소비자의 의사결정과 태도에 영향을 미친다고 하였다(Featherman et al., 2003). 따라서 소비자들은 자신의 구매활동 결과인 불확실성과 부정적 결과에 대한 위험을 최소화하기 위한 노력을 기울이게 된다(노미진·이경탁, 2011). Luo et al.(2010)는 지각된위험의 중요성을 강조하면서 모바일 뱅킹 사용에 따른 지각된위험을 성과위험, 경제적위험, 심리적위험 등의 종류로 분류하였다.

Bandura(1977) 연구에 의하면 자기효능감(Self-Efficacy)은 자신의 능력에 따른 믿음으로 높아질 수 있으며, 성취경험과 정서적 태도 등이 영향을 미친다고 하였다. 정서적태도는 개개인이 감지하는 즐거움 및 만족감이다. 특정 상황에서 정서적 인지에 의해 행동하는 정서적태도는 모바일폰을 이용한 핀테크 활용으로 업무를 수행할 수 있다는 자신의 능력에 대한 믿음의 정도이다. 컴퓨터 사용에 관한 태도와 자기효능감과의 관계연구에서 자기효능감이 높은 사람은 긍정적 태도를 보인다는 주장과(Torkzadeh et al. 1999), 자기효능감은 IT 사용의도 기대치를 높인다는 주장(Venkatesh et al., 2003)이 있다. Vijayasathy(2004)는 온라인 쇼핑에 대한 연구를 통해 자기효능감이 사용의도에 긍정적 영향을 미친다는 결과를 제시하였으며, Bhattacharjee(2001)는 정보시스템의 지속사용의도에 대한 연구에서 IT의 자기효능감이 지속사용의도에 긍정적 영향을 보인다고 분석하였다.

모바일 결제시스템의 수용에 영향을 주는 요인은 복잡성, 신뢰, 호환성 등이다(Mallat, 2007). 제품의 사용과 숙련에 비교적 상당한 시간과 노력이 필요하다고 느끼는 복잡성(Complexity)은 신제품을 사용하고 이해하는데 어려움을 느끼는 것으로 습득해야 하는 기술의 복잡함 정도로 인식하는 것이다. 특히 혁신적 제품 및 기술이라고 인식하는 경우 다소 어려움을 겪을 수 있기 때문에(Alba & Hutchinson, 1987), 혁신기술의 사용법을 이해하고 친숙해질수록 혁신제품이 소비자에게 수용되는 속도가 빨라지게 된다. 호환성은 모바일 시스템의 도입 의도 및 행동 그리고 모바일 결제시스템의 사용 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 연구되었다(Schierz et al., 2010; 노미진, 황보충, 2016). 기존제품에 익숙함 또는 신제품에 대한 불안심리에서 벗어나 이종 기기간의 사용에 불편함을 느끼지 못함으로써 기존제품의 고수에서 자유로울 수 있게 된다.

본 연구에서 다루는 변인의 이론적배경이 되는 혁신확산이론(Innovation Diffusion Theory)에서 혁신은 꼭 기술적인 신제품은 의미하는 것은 아니다. 소비자 관점에서 새롭게 인식될 수 있는 모든 변화를 포함한다. 이처럼 혁신확산이론은 새로운 아이디어 수용과정에 있어서 소비자가 선택 혹은 거부할 수 있는 요인을 포함한다(Rogers, 2003). 여기에서 혁신수용에 영향을 미치는 특성에는 적합성, 상대적 우위, 복잡성, 지각된위험, 시험 가능성, 분리 가능성, 관찰 가능성, 의사소통 가능성 등을 포함한다. 특히 혁신 수용에 영향을 미치는 요인에는 상대적 우위를 비롯하여 복잡성 및 적합성이 포함된다(Tornatzky et al., 1982).

본 연구에서는 기대일치이론에 근거하여 핀테크 사용자의 지속 사용의도를 관찰하였다. 제품 및 서비스 사용으로 인지하는 신념과 태도는 지속적으로 변화하기 마련이다. 따라서 지속 사용의도에 대한 연구는 이와 같은 신념 및 태도의 변화에 영향을 미치는 변인들을 연구대상으로 하였다. 지속사용의도의 대표적인 이론적 배경으로는 기대일치이론, 기술수용모델의 확장 등이 대표적이다. 기대일치이론은 구매 이후의 행동을 파악하기 위한 대표적 이론으로, 사전에 인지하였던 기대치와 그 성능 사이의 차이가 크거나 혹은 적은 경우에 따라 만족도에 미치는 영향은 달라지게 된다(Oliver, 1980)는 것이다. 한민형(2011)은 기대일치이론에 근거하여 제품 및 서비스에 대한 만족도가 사용자의 지속 구매의도에 영향을 미친다고 하였다. 소비자의 구매행위는 구체적 행동 이전에 기대치를 가짐에 따라 소비를 통한 특정 제품이나 서비스의 사용으로 그 성능에 대한 지각이 이루어진다. 따라서 사전에 기대했던 기대치와의 성능 차이가 크지 않은 경우 만족 정도는 달라진다(Oliver, 1980).

따라서 본 연구는 핀테크 사용자들이 느끼는 다양한 금융서비스 혜택이 결국 지속 사용의도 기대치를 높여 줄 것으로 판단하여 종속변수로 사용하였다. 그리고 핀테크의 대표적 서비스인 NFC 간편결제를 자주 사용하여 사용법에 친숙해지고 편리함을 자각한 소비자일수록 만족도가 높아짐으로써 지속사용의도를 강화할 것으로 판단하고 태도와 지속 사용의도 간 조절변수의 역할 여부를 파악하고자 한다.

이상의 선행연구를 요약한 <표 1>을 바탕으로 핀테크 사용환경특성 변수들이 인지적태도

<표 1> 변수 관련 선행연구

연구자	내용	변수
Kim et al. (2010)	새로운 정보시스템을 수용하는 개인적 특성인 혁신성성향이 강할수록, 혁신 기술의 사용법에 친숙해질수록 혁신제품이 소비자에게 수용되는 속도가 빨라짐	혁신성
Bandura(1977)	자신의 능력에 따른 믿음으로 성취경험 등으로 높아질 수 있음	자기효능감
Anderson et al. (1990) 이돈곤(2015)	사회교환이론에 근거한 대안매력도는 단순한 기능 대체 여부 외에도 현재 상황의 지속여부는 물론 향후 얻게 될 성과에 대한 평가 기준	대안매력도
Featherman et al. (2003)	특정 선택에 있어서 소비자가 인지하는 기회비용에 대한 불안함, 위험, 불확실성이 주관적 손해의 의미로써 소비자의 의사결정과 태도에 영향을 미침	지각된위험
Mallat(2007)	모바일 결제시스템의 수용에 영향을 주는 요인으로 제품사용에 상당한 시간과 노력이 필요하다고 느낌	복잡성
Schierz et al. (2010)	호환성은 새로운 시스템의 도입의도 및 행동 그리고 모바일 결제시스템의 사용 의도에 긍정적인 영향을 미침	호환성
유현경, 윤유식 (2011)	개인이 정보처리를 하는 동안 자연스럽게 반응하는 생각 및 신념으로 관련된 제반 정보에 의해 형성된 개인의 지각에 따른 능동적 사고과정의 결과	인지적태도
김상조(2004)	정보에 대한 개인의 전반적이며 호의적인 생각 및 감정 여부로써 친밀감 및 흥미도	정서적태도

와 정서적 태도를 매개로 지속사용의도에 아래와 같은 영향을 미치는 것으로 가설을 설정하였다.

가설 1. 혁신성은 인지적태도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 혁신성은 정서적태도에 정(+)<sup>2</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 자기효능감은 인지적태도에 정(+)<sup>3</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 자기효능감은 정서적태도에 정(+)<sup>4</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설 5. 대안매력도는 인지적태도에 정(+)<sup>5</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설 6. 대안매력도는 정서적태도에 정(+)<sup>6</sup>의

영향을 미칠 것이다.

가설 7. 지각된위험은 인지적태도에 부(-)<sup>7</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설 8. 지각된위험은 정서적태도에 부(-)<sup>8</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설 9. 복잡성은 인지적태도에 부(-)<sup>9</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설 10. 복잡성은 정서적태도에 부(-)<sup>10</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설 11. 호환성은 인지적태도에 정(+)<sup>11</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설 12. 호환성은 정서적태도에 정(+)<sup>12</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설 13. 인지적태도는 지속사용의도에 정(+)<sup>13</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설 14: 정서적태도는 지속사용의도에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.

가설 15: NFC 경험횟수가 높을수록 인지적  
태도와 지속사용의도 간의 정(+)  
의 관계는 강화될 것이다.

가설 16: NFC 경험횟수가 높을수록 정서적  
태도와 지속사용의도 간의 정(+)  
의 관계는 강화될 것이다.

신성, 자기효능감, 대안매력도, 지각된위험, 복  
잡성, 호환성, 인지적태도, 정서적태도, 지속사  
용의도와  
의 관계에 대한 연구가설 검정을 위해  
실증연구를 실시하였다. 연구표본은 일반 직장  
인과 학생을 상대로 직접방문 및 메일을 통해  
설문 하였으며, 회수된 330부 가운데 극히 편향  
적 분포를 보인 일부를 제외하고 302부를 분석  
에 활용하였다. 본 연구에서는 SPSS와 AMOS  
를 사용하여 통계 분석을 실시하였다.

표본특성은 <표 2>와 같이 요약 가능하다.  
성별은 남자 59.3%, 여자 40.7%로 분포되었다.  
연령은 20대 88.4%, 30대~50대가 11.6%로 분  
포되었다. 지역은 부산이 가장 많았으며 대구,  
울산, 김해 순으로 비교적 고르게 분포되었다.  
직업은 회사원 15.5%, 학생 84.5를 대상으로 조  
사되었다. 일일 스마트폰 평균 사용시간은 1시

## IV. 연구방법 및 분석

### 4.1 설문구성 및 표본특성

본 연구에 사용한 모든 변수는 리커트  
(Likert) 7점 척도로 측정하였다. 설문내용은 혁

<표 2> 표본의 특성

구 분	구 분	표본수	백분율 (%)
성 별	남	179	59.3
	여	123	40.7
직업	회사원	39	15.5
	학생	213	84.5
연령	20대	267	88.4
	30대	8	2.6
	40대	17	5.7
	50대	10	3.3
스마트폰 사용시간 (1일 평균)	1시간 미만	10	3.3
	1~2시간	37	12.3
	3~4시간	147	48.7
	5~6시간	62	20.5
	6시간 이상	46	15.2
핀테크 사용횟수 (1달 평균)	1~3회	108	35.7
	4~6회	79	26.2
	7~9회	44	14.6
	10회 이상	71	23.5
사용해본 핀테크 종류 (복수 응답)	NFC 간편결제	246	46.3
	모바일뱅킹	261	49.1
	P2P 핀테크투자	4	0.8
	클라우드펀딩	2	0.4
	자산관리	19	3.4

간 미만인 3.3%, 1~2시간 12.3%, 3~4시간 48.7%, 5~6시간 20.54%, 6시간 이상 사용자는 15.2%로 조사되어 1일 평균 3~4시간 정도 사용자가 가장 많이 분포되었다. 한달 평균 핀테크 사용횟수는 1~3회 35.7%, 4~6회 26.2%, 7~9회 14.6%, 10회 이상 사용자는 23.5%로 분포되어 3회 미만 사용자가 가장 많았다. 설문

시점까지 사용 경험이 있는 핀테크 종류로는 NFC 간편결제 46.3%, 모바일뱅킹 49.1%, P2P 핀테크투자 0.8%, 클라우드펀딩 0.4%, 자산관리 3.4%로 파악되어 모바일뱅킹과 NFC 간편결제 서비스를 가장 많이 활용하는 것으로 조사되었다.

<표 3> 요인분석

구분	1	2	3	4	5	6	7	8	9
대안매력도	<b>.858</b>	.150	.194	.005	.037	.144	.139	.119	-.058
	<b>.839</b>	.180	.187	.044	.047	.110	.199	.059	-.018
	<b>.793</b>	.245	.199	.001	.085	.092	.164	.195	.037
	<b>.760</b>	.245	.126	-.128	.093	.184	.097	.103	-.079
자기효능감	.174	<b>.842</b>	.163	-.199	.196	.148	.060	.133	-.022
	.249	<b>.820</b>	.188	-.186	.161	.121	.089	.073	.007
	.267	<b>.800</b>	.177	-.195	.173	.120	.108	.106	-.011
	.217	<b>.753</b>	.180	-.224	.148	.095	.135	.151	-.024
호환성	.293	.199	<b>.777</b>	-.086	.167	.237	.134	.226	-.029
	.233	.195	<b>.763</b>	-.086	.083	.214	.252	.183	-.031
	.212	.198	<b>.757</b>	-.094	.151	.276	.102	.210	-.011
	.183	.247	<b>.719</b>	-.122	.195	.189	.211	.207	.007
복잡성	-.017	-.122	-.033	<b>.855</b>	-.023	-.057	.076	.029	.105
	.011	-.098	-.071	<b>.850</b>	-.123	.015	-.035	-.130	-.039
	-.011	-.158	-.095	<b>.827</b>	-.156	-.123	-.093	.003	.093
	-.061	-.257	-.074	<b>.799</b>	-.107	-.106	-.183	-.101	.038
혁신성	.071	.116	.018	-.095	<b>.838</b>	.121	.050	.048	.036
	.040	.105	.137	-.090	<b>.810</b>	.148	-.003	.035	-.101
	.047	.097	.046	-.130	<b>.806</b>	.095	.084	.166	.076
	.078	.253	.279	-.087	<b>.705</b>	.127	.087	.010	.025
정서적태도	.166	.158	.078	-.031	.190	<b>.792</b>	.147	.129	.138
	.048	.142	.172	-.119	.114	<b>.747</b>	.151	.121	-.053
	.155	.076	.287	-.071	.107	<b>.703</b>	.215	.061	.094
	.229	.074	.276	-.083	.198	<b>.662</b>	.061	.256	-.053
인지적태도	.252	.183	.150	-.097	.064	.169	<b>.812</b>	.186	.114
	.265	.209	.188	-.096	.049	.199	<b>.776</b>	.237	.100
	.153	-.019	.281	-.043	.130	.271	<b>.641</b>	.209	-.024
	.236	.178	.299	-.064	.115	.231	.264	<b>.765</b>	.067
지속사용의도	.155	.182	.335	-.092	.149	.226	.282	<b>.762</b>	.037
	.266	.222	.317	-.134	.135	.267	.289	<b>.707</b>	-.006
	.004	-.003	.101	.038	.009	.009	.100	.082	<b>.879</b>
지각된위험	-.051	.015	-.005	-.008	.010	-.079	.023	.058	<b>.875</b>
	-.039	-.046	-.134	.146	.008	.175	-.003	-.095	<b>.740</b>
	12.3	3.2	2.4	2.0	1.9	1.3	1.2	1.1	1.0
%누적	10.6	21.0	31.0	41.0	49.5	58.3	65.4	72.3	78.9

<표 4> 측정모델 적합도 분석 결과

모형 적합도지수	$\chi^2$ (df, p)	$\chi^2/df$	GFI	AGFI	CFI	PNFI	RMR	RMSEA
수용기준	-	3.0이하	0.8이상	0.8이상	0.9이상	0.6이상	0.08이하	0.08이하
결과값	828.474 (459, 0.000)	1.805	0.859	0.827	0.952	0.782	0.080	0.052

<표 5> 측정모형의 신뢰성과 집중타당성 분석

잠재변수	측정변수	요인 적재량	t-값	AVE	C.R.	Cronbach's $\alpha$
자기효능감	eff1	0.893		0.737	0.918	0.936
	eff2	0.914	24.521***			
	eff3	0.925	25.220***			
	eff4	0.819	19.354***			
대안매력도	cha1	0.872		0.660	0.886	0.913
	cha2	0.903	21.718***			
	cha3	0.867	20.174***			
	cha4	0.772	16.487***			
지각된위험	ris1	0.793		0.484	0.733	0.782
	ris2	0.872	11.344***			
	ris3	0.593	9.756***			
복잡성	com1	0.881		0.506	0.803	0.884
	com2	0.877	19.450***			
	com3	0.732	14.856***			
	com4	0.747	15.297***			
호환성	pat1	0.885		0.739	0.919	0.932
	pat2	0.947	25.963***			
	pat3	0.842	20.153***			
	pat4	0.853	20.704***			
인지적태도	cog1	0.941		0.684	0.863	0.838
	cog2	0.898	23.196***			
	cog3	0.631	12.750***			
정서적태도	emo1	0.808		0.538	0.777	0.843
	emo2	0.702	12.458***			
	emo3	0.772	13.914***			
	emo4	0.760	13.666***			
지속사용의도	int1	0.923		0.875	0.955	0.952
	int2	0.953	31.260***			
	int3	0.924	28.437***			
혁신성	inn1	0.770		0.504	0.803	0.853
	inn2	0.786	13.311***			
	inn3	0.752	12.735***			
	inn4	0.779	13.205***			

\*\* :  $p < 0.05$  , \*\*\* :  $p < 0.01$

## 4.2 실증분석 및 결과

본 연구에서는 측정도구로 사용된 설문항목들의 신뢰성 분석을 통하여 어느 정도의 일관성을 유지하고 있는지를 살펴보았다. <표 3>에서와 같이 모든 요인적재량은 0.641 이상으로 기준값 0.5를 상회하며, 각 구성개념에 속하지 않는 측정항목들 역시 적절하다고 평가 가능하다. 총 요인 개수는 9개가 도출되었고, 누적분산 설명비율은 78.9%이며, 가장 설명력이 큰 요인에 대한 비율은 전체 변량의 10.6%로 나타났다. 또한 구성개념 간의 상관계수값이 0.9 이상일 때 동일방법편의 문제가 발생한다고 판단하지만(Podsakoff et al., 2003), 본 논문의 분석 결과 권고 기준치 0.65 이하로 문제가 없었다. 본 논문의 경우 <표 6>과 같이 개념들간의 상관계수는 두 개를 제외하고 모두 0.65이하로 동일방법편의가 없었다.

본 연구에서 사용한 측정도구의 개념타당성을 확인하기 위하여 집중타당성, 판별타당성을 확인하였다. 적합도를 보여주는  $\chi^2=828.5$  ( $p=.000$ ),  $df=459$ ,  $GFI=0.859$ ,  $AGFI=0.827$ ,

$CFI=0.952$ ,  $PNFI=0.782$ ,  $RMR=0.080$ ,  $RMSEA=0.052$ 로 비교적 적합한 수준으로 평가할 수 있다. 또한 <표 5>에서와 같이 각 변수들의 요인적재치를 살펴본 결과 모든 요인들의 값이 0.6 이상이며, t값 또한 모두 유의한 것으로 판명되었다. 타당성 검증에서 적합도와 표준부하량등을 적합하게 맞추기 위해 측정항목 일부를 삭제하고 총 33개의 항목을 사용하였다.

모형 적합성 평가 및 집중타당성 평가는 하나의 구성개념에 대한 두 개 이상의 측정도구가 어느 정도 상관관계를 가지는지를 측정하는 것이다. 구성개념신뢰성(CR: Construct Reliability)은 요인부하량과 오차분산의 값으로 계산하고, 그 결과값이 0.7이상일 때 집중타당성이 있는 것으로 판단한다. <표 5>에서와 같이 구성개념의 크론바알파(Cronbach's  $\alpha$ )값은 최소 0.782 이상으로 내적 일관성이 확보되었다. 판별타당성은 잠재변수들 간의 상관계수 행렬에서 변수의 평균분산추출값(AVE: Average Variance Extracted)의 제곱근이 해당 변수와 타 변수들 간 상관계수 보다 상회하는지 여부를 확인하는 것이다. 구성개념신뢰성값

<표 6> 측정모형의 판별타당성 분석

	cha	eff	inn	com	cog	eom	int	pat	ris
대안매력도	<b>0.813</b>								
자기효능감	0.538	<b>0.858</b>							
혁신성	0.245	0.429	<b>0.710</b>						
복잡성	-0.136	-0.434	-0.286	<b>0.712</b>					
인지적태도	0.521	0.416	0.282	-0.220	<b>0.827</b>				
정서적태도	0.440	0.422	0.409	-0.241	0.553	<b>0.734</b>			
사용의도	0.524	0.509	0.359	-0.261	0.679	0.587	<b>0.935</b>		
호환성	0.560	0.558	0.404	-0.276	0.590	0.608	0.706	<b>0.860</b>	
지각된위험	-0.056	-0.041	0.012	0.128	0.101	0.063	0.045	-0.031	<b>0.695</b>

\* 대각선에 진하게 처리된 항목: AVE 제곱근

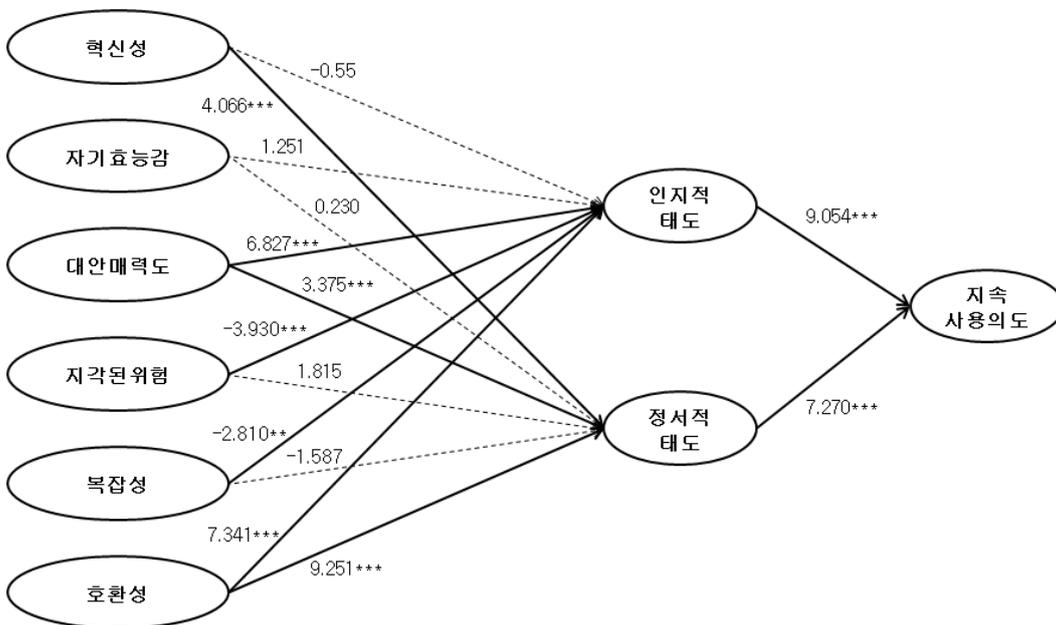
은 기준치 0.7을 상회하고, 지각된위험을 제외한 모든 평균분산추출값 역시 기준치 0.5를 상회하여 집중타당성에 문제가 없음이 입증되었다. 또한 <표 6>에서처럼 측정모형의 판별타당도를 살펴본 결과 AVE의 제공근값이 각 구성개념들 간의 상관관계 계수값 보다 크게 나타나 판별타당도가 확보되었다.

### 4.3 가설검정

본 연구에 사용된 구조모형의 적합도는  $\chi^2=1297.9(p=.000)$ ,  $df=481$ ,  $\chi^2/df=2.699$ ,  $CFI=0.894$ ,  $PNFI=0.768$ ,  $RMSEA=0.075$ 로 비교적 적합하다는 판단이다. <그림 2>는 연구모형의 각 t값과 관련된 통계량을 나타내고 있다. 조절효과를 제외한 총 14개 가설 중 5개가 기각되었

다. 혁신성이 인지적태도에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미칠 것이라는 가설 H1( $\beta=0.002$ ,  $t=-0.055$ ), 자기효능감이 인지적태도에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미칠 것이라는 가설 H3( $\beta=0.047$ ,  $t=1.251$ ), 자기효능감이 정서적태도에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미칠 것이라는 가설 H4( $\beta=0.009$ ,  $t=0.230$ ), 지각된위험이 정서적태도에 부(-)<sup>의</sup> 영향을 미칠 것이라는 가설 H8( $\beta=0.082$ ,  $t=1.815$ ), 복잡성이 정서적태도에 부(-)<sup>의</sup> 영향을 미칠 것이라는 가설 H10( $\beta=-0.065$ ,  $t=-1.587$ )은 통계적으로 유의하지 않게 나타났으며, 나머지 9개의 가설은 모두  $p<0.001$  수준 혹은  $p<0.005$  수준에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

특히, 자기효능감 같은 자신의 능력에 대한 신념은 핀테크 금융서비스 활용의 태도에는 직

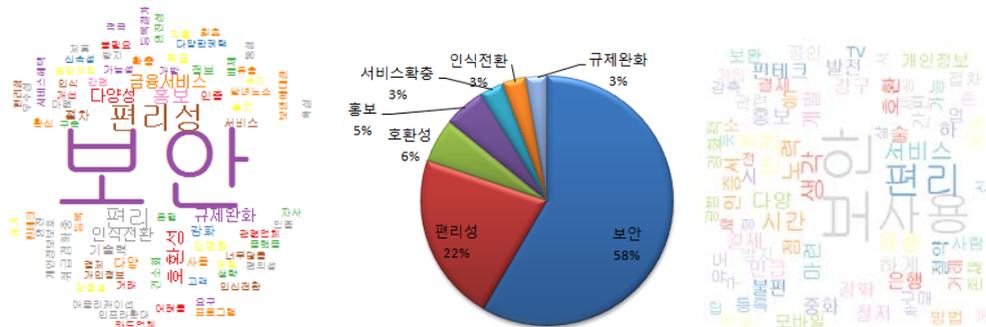


유의수준: \*\*: p<0.01, \*\*\*: p<0.001

<그림 2> 가설검정 결과

<표 7> 조절효과 검증 결과표

변수	모형1				모형2				△R <sup>2</sup>	F	p	판정
	비표준 화계수	표준화 계수	t	p	비표준 화계수	표준화 계수	t	p				
상수항	0.664	-	2.569	0.011	-1.932	-	-1.385	0.167	0.005	3.583	0.059	기각
인지적태도*NFC경험횟수	-	-	-	-	-0.090	-0.805	-1.893	0.059				
상수항	1.489	-	6.145	0.000	-0.159	-	-0.164	0.000	0.005	3.074	0.081	기각
정서적태도*NFC경험횟수	-	-	-	-	-0.067	-0.588	-1.753	0.081				



<그림 3> R 워드클라우드 분석 결과

접적으로 영향을 미치지 못하였다. 모바일의 활용도가 일상의 모든 영역으로 확장될 것으로 예상하고 있는 현실에서 자신의 자존감을 높이는 도구로서의 역할에는 분명한 한계점을 보여주고 있는 것이다.

만족도에 대한 지속사용의도의 조절효과 분석 결과는 <표 7>과 같다. 모형요약의 모형2를 보면 총 설명량이 의미가 있게 변화되었는지를 살펴보는 R<sup>2</sup> 변화량, t값, 유의확률이 유의수준 0.05에서 조절효과가 없는 것으로 나타났다. 또한 설문 대상자를 특정화 시켜 모바일뱅킹 결제서비스 사용횟수가 많은 그룹과 그렇지 않은 그룹을 구분하여 핀테크 지속사용의도에 미치는 영향에 차이가 있는지를 알아보기 위한 t-테스트 결과는 t값 1.390, p값 0.166으로 통계적

으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다.

#### 4.4 워드클라우드 분석

핀테크 사용자를 대상으로 핀테크 활성화를 위해 가장 중요한 요소가 무엇이라고 생각하는지에 대한 질문을 설문 조사하여 R 프로그램의 워드클라우드(Wordcloud) 분석을 실시하였다. 워드클라우드 분석은 빅데이터분석 방법 중 키워드 언급 횟수를 반영한 소비자들의 인식 분석에 많이 활용되고 있다. 연구자가 미리 제시한 설문내용에 국한되지 않고 응답자가 자유롭게 핀테크에 관한 의견을 서술하게끔 하여, 핀테크 활성화에 있어서 핵심 단어로 인식하는 요인을 파악하고자 하였다. 분석 결과 가장 많

이 언급된 단어는 보안(58%), 편리성(22%), 호환성(6%), 홍보(5%) 순이었으며 서비스확충, 인식전환, 규제완화 등도 일부 제시되었다. 다음으로 핀테크 관련 본인의 생각을 묻는 질문에 보안, 사용의 편리성, 다양한 서비스 개발 등으로 핀테크 활성화에 필요한 요인과 비슷한 단어들이 많이 언급되었다.

## V. 결론

스마트폰 보급의 확산과 창조경영의 부각으로 금융서비스의 융복합 개념이 산업계 전반으로 확대되고 있다. 모바일뱅킹 및 NFC 간편결제 서비스를 이용하는 고객들이 점차 늘어가고는 있으나 핀테크의 다양한 서비스에 관한 인식 부족과 보안에 관한 불안심리가 여전히 자리잡고 있다. 따라서 핀테크 활성화를 위한 다각도의 연구가 진행될 필요성이 있다는 반증이기도 하다. 본 연구의 결과는 다음과 같은 학술적 관점에서의 기여도를 바탕으로 핀테크 활성화 방안을 모색하고자 하였으며, 연구 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 핀테크 사용자특성 요인으로 살펴본 혁신성, 자기효능감, 대안매력도 중 인지적태도에는 대안매력도만이 통계적으로 유의하게 나타났다. 인지적태도는 핀테크 서비스를 사용하는 동안 자연스럽게 받아들여질 것이라는 신념이므로, 핀테크 서비스를 이용하는 것이 본인에게 더 유익하다는 현실적 확신을 지님으로써 가능하다. 그러나 기존의 PC를 활용한 인터넷뱅킹에 익숙한 핀테크 사용자들에게 더 이상 스마트폰을 활용한 앱의 사용이 혁신적이거나 자기

효능감이 높다고하여 핀테크 서비스에 대한 인지적태도인 유용성 및 사용편리성이 높아지는 않는 것으로 판단되어 진다. 기존의 단순한 모바일뱅킹 서비스 수준을 벗어나 진정한 유비쿼터스의 실현에 한발 다가갈 수 있는 핀테크 서비스의 다양성을 추구해야 할 것으로 보인다. NFC 간편결제를 시작으로 자산관리 서비스까지 도달성을 높여나가는 금융서비스 융복합의 일상화를 통해 소비자들은 금융서비스 친숙성을 절감하게 될 것이다.

둘째, 사용자특성 요인인 혁신성, 자기효능감, 대안매력도 중 정서적태도에는 혁신성과 대안매력도만이 통계적으로 유의하였으며 자기효능감은 유의하지 않게 나타났다. 정서적태도는 핀테크 서비스에 대한 전반적 매력도 및 호감도로써 인지적태도와 마찬가지로 자기효능감에 대한 연관성이 낮게 측정되었다. 정서적태도는 전반적 친밀감을 느끼는 정도이기에 핀테크 서비스와 관련된 적극적인 홍보에 주력함으로써 소비자의 흥미도를 높일 필요성이 있음을 반증한다고 보인다.

셋째, 핀테크 제품특성 요인으로 살펴본 지각된위험, 복잡성, 호환성 모두 인지적태도에는 유의한 영향을 미쳤으나, 정서적태도에는 호환성만이 통계적으로 유의하게 나타났다. 핀테크 사용자들이 제품특성에 관한 충분한 정보를 습득하고 인지하고 있기 때문에 어느 정도의 능동적 판단으로 감수하는 경향을 확인할 수 있겠다. 그러나 정서적태도 측면에서 핀테크 사용에 관한 전반적 호감을 가지고 있는 기존 이용자들은 지각된위험에 노출되고 있다는 사실에도 불구하고 현재의 핀테크 사용이 필요하다는 태도 및 믿음을 떨어뜨리지 못하는 것으로 보

여진다.

넷째, 인지적태도 및 정서적태도 모두 지속 사용의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 핀테크 서비스가 유용하게 사용될 것으로 생각하기 때문에 향후 지속적으로 사용할 의사를 표명한 것으로 해석할 수 있겠다.

다섯째, 인지적태도 및 정서적태도와 지속 사용의도 간의 조절효과는 통계적으로 유의하지 않게 나타났다. 즉, 핀테크 사용에 따른 전반적 인지 및 매력도에 상관없이 편리성이나 서비스 이용 시간단축과 같은 효능을 더 높게 지각한다면 지속적으로 핀테크 서비스를 사용하게 될 것이다. 특히 보안에 대한 불안심리가 전반적 매력도를 충족시켜주지 못하는 것으로 보인다. 스마트폰의 일상화로 핀테크 서비스 사용에 수반되는 위험 요소를 다소 인지하고는 있으나, 부득이하게 사용하고 있는 현실을 감안할 필요성이 있어 보인다.

이상의 결론을 바탕으로 실무적 시사점을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 핀테크산업 관련 기업들은 새로운 서비스 출시 이전에 노출효과를 충분히 활용함으로써 핀테크 서비스 기능의 유익함을 널리 홍보하는 전략을 수립 할 필요성이 있다는 판단이다. 이러한 노출효과를 통해 소비자들이 친숙하게 다가갈 수 있도록 하여 지각된위험을 줄이는 반면 핀테크 서비스 선호도를 높여 긍정적 태도를 가질 수 있도록 하여야 할 것이다. 본 논문에서 사용자특성과 제품특성의 변수를 통해 소비자의 태도를 높이는 관점에서 무엇보다 지속적 홍보를 통한 거부감의 해소에 주안점을 두어야 할 것으로 여겨진다.

둘째, 정서적태도를 자극할 수 있는 다양한

핀테크 서비스 효능의 홍보를 통한 설득효과를 끌어올릴 수 있기를 기대해 본다. 정서적태도는 핀테크의 유용성 평가를 통해 호의적인 인식으로 안착될 때 부정적인 요소에 대한 반대급부로서의 기대치를 높일 수 있을 것이다.

셋째, R을 통한 워드클라우드 분석 결과 상당수 핀테크 사용자들의 불안심리는 보안에 관한 불확실성으로 판명되었다. 따라서 유관기관들은 소비자들의 불신을 해소시킬만한 충분한 해결책 마련에 주력해야할 것이다. 제2의 인터넷 혁명으로 상징되는 블록체인과 같은 안전망 확충의 적극 검토 및 홍보를 통해 소비자 불안감을 불식시켜 나가는 노력을 해야만 할 것이다. 또한 만약의 사고발생 시 처벌의 엄격성에 관한 법적 보완책 마련에 정부가 주도적 역할을 수행하고 이를 명시화할 필요성이 있어 보인다. 모바일폰의 확산과 맞물려 보안에 관련된 문제점 노출에 대한 지속적인 문제제기가 야기되고 있는바 핀테크 서비스의 확산이라는 측면에서 개인 프라이버시 보호에 최우선적으로 역량을 쏟아야 할 것이다.

상기 내용과 같은 유익한 시사점에도 불구하고 본 연구는 몇 가지 한계점이 있다. 첫째, 핀테크 서비스를 사용해 본 경험을 가진 다양한 표본선정을 통해 연령적 한계를 극복해야 할 것이다. 후속 연구에서는 이러한 문제점을 고려한 연구 설계를 통해 외적타당성 확보와 좀 더 유의미한 연구의 필요성이 있다. 둘째, 사용자 특성과 제품특성별 구분에 충분한 변수를 설정하여 Second-order 분석을 실시하여 더욱 의미 있는 결과를 도출할 수 있을 것이다. 끝으로 핀테크 비즈니스 모델의 서비스 유형별 사례 연구를 통해 실무적 관점의 시사점 확대 적용을

후속 연구에서 기대해 본다.

## 참고문헌

- 김상조, “부정적 정보유형에 의해 초래된 매력적 여성유명인모델의 광고모델적 가치 변화가 광고태도 및 상품평가에 미치는 영향,” 광고연구, 제62권, 2004, pp.29-53.
- 김인석, “핀테크 환경변화에 따른 금융보안 및 금융권의 대응방안,” 월간금융, Vol.732, 2015.
- 김창수, 전유경, “모바일뱅킹의 특성 분석 및 확산 전략에 관한 연구,” 인터넷전자상거래연구, 제3권 제2호, 2003, pp.171-206.
- 노미진, 이경탁, “소셜커머스의 지각된 위험, 쇼핑 동기, 구매의도와 관계 분석,” 정보시스템연구, 제20권 제4호, 2011, pp.205-232.
- 노미진, 황보충, “스마트폰 뱅킹 서비스 품질을 고려한 사용자 이용의도에 관한 연구,” 정보시스템연구, 제25권 제1호, 2016, pp.105-134.
- 박정국, “핀테크(Fintech)와 정보보안,” 정보과학회지, 제33권 제5호, 2015, pp.23-32.
- 박서기, “핀테크 산업 동향과 주요 비즈니스 모델에 대한 연구,” 한국멀티미디어학회지, 제19권 제1호, 2015, pp.1-8.
- 오혜영, “상대적 이점과 위험 지각이 모바일 간편결제 서비스 사용의도에 미치는 영향: 소비자 혁신성향의 조절효과를 중심으로,” 금융소비자연구, 제5권 제1호, 2015, pp.33-64.
- 유현경, 윤유식, “컨벤션 광고의 인지적·정서적 태도에 따른 신뢰성 및 만족에 관한 연구,” 관광·레저연구, 제23권 제3호, 2011, pp.409-423.
- 이경전, 허미리, 황보유정, 전정호, “핀테크의 이해,” 정보시스템연구, 제25권 제2호, 2016, pp.173-189.
- 이돈곤, “NFC 사용환경 특성이 사용자 태도 및 저항에 미치는 영향에 관한 연구: 모바일 결제서비스를 중심으로,” 숭실대학교 박사학위논문, 2015.
- 이시연, “금융정보 보안 위협 통제를 위한 리스크 지배구조의 정비 필요성과 과제,” 주간금융브리프, 제24권 제13호, 2015, pp.3-9.
- 임세헌, 박현주, 김윤정, 가희광, 이두원, 정성용, 정재숙, 사물인터넷 비즈니스의 이해, 도서출판청람, 2017.
- 정준호, 김정숙, “핀테크 서비스의 주요 사례와 보안 이슈,” 한국멀티미디어학회지, 제19권 제1호, 2015, pp.9-15.
- 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 박사학위논문, 2015.
- 한민형, “모바일 영상통화 서비스의 지속적 이용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” 한국영상학회논문집, 제9권 제1호, 2011, pp.77-102.

- Alba, J. W., and Hutchinson, J. W., "Dimensions of consumer expertise," *Journal of Consumer Research*, Vol. 13, No. 4, 1987, pp.411-454.
- Anderson, J. C., and Narus, J. A., "A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships," *Journal of Marketing*, Vol.15, No.1, 1990, pp.42-58.
- Bandura, A., "Self-efficacy ; Toward a Unifying Theory of Behavioral Change," *Psychological Review*, Vol.84, 1997, pp.191-215.
- Bhattacharjee, A., "Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model," *MIS Quarterly*, Vol.25, 2001, pp.351-370.
- Featherman, M. S., and Pavlou, P. A., "Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective," *International Journal of Human-computer Studies*, Vol.59, No.4, 2003, pp.451-474.
- Ganesan, S., "Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationships," *Journal of Marketing*, Vol.58, No.2, 1994, pp.1-19.
- 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.
- Luo, X., Li, H., Zhang, J., and Shim, J. P., "Examining multi-dimensional trust and multi-faceted risk in initial acceptance of emerging technologies: An empirical study of mobile banking services," *Decision Support Systems*, Vol.49, No.2, 2010, pp.22-234.
- Mallat, N., "Exploring consumer adoption of mobile payments: A qualitative study," *The journal of Strategic Information Systems*, Vol.16, No.4, 2007, pp.413-432.
- Oliver, R. L., "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction," *Journal of Marketing Research*, Vol.17, 1980, pp.460-469.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., and Podsakoff, N. P., "Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of The Literature and Recommended Remedies," *Journal of Applied Psychology*, Vol.88, No.5, 2003, pp.879-903.
- Ram, S., "A model of innovation resistance," *Advances in Consumer Research*, Vol.14, No.1, 1987, pp.208-212.
- Rogers, E. M., *Diffusion of Innovations*, 5th ed., Free Press, New York, 2003.
- 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.

- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., and Williams, M. D., "Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust," *Psychology & Marketing*, Vol.32, No.8, 2015, pp.860-873.
- Torkzadeh, G., Plfughoft, K., and Hall, L., "Computer self-efficacy, training effectiveness and user attitudes: an empirical study," *Behaviour and Information Technology*, Vol..18, No.4, 1999, pp.299-309.
- Tornatzky, L. G., and Klein, K., "Innovation characteristics and innovation adoption-implementation: A meta-analysis of findings," *IEEE Transactions on Engineering Management*, Vol.29, No.1, 1982, pp.28-43.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., and Davis, F. D., "User Acceptance of Information Technology: Toward A Unifying View," *MIS Quarterly*, Vol.27, No.3, 2003, pp.425-478.
- Vijayarathy, L. R., "Predicting consumer intentions to use on-line shopping: the case for an augmented technology acceptance model," *Information and Management*, Vol.41, No.6, 2004, pp.747-762.
- Yu, C. S., "Factors affecting individuals to

adopt mobile banking: Empirical evidence form the UTAUT Model," *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol.13, No.2, 2012, pp.104-121.

**정 대 현(Jung, Dae-Hyun)**



부산대학교에서 MIS 전공으로 석사학위 및 박사학위를 취득하였다. 주요 관심분야는 SCM, e-비즈니스, 빅데이터, CSV 등이다.

**장활식(Chang, Hwal-Sik)**



현재 부산대학교 경영학과 교수로 재직 중이며, 부산대학교에서 학사, University of Oregon에서 석사, Texas Tech University에서 박사학위를 취득하였다. 관심분야는 ERP, DSS, IT 성과 측정 및 평가 등이다.

**박광오(Park, Kwang-O)**



현재 영남이공대학교 경영학과 교수로 재직 중이며, 부산대학교에서 석사학위, 동대학원에서 박사학위를 취득하였다. 관심분야는 SCM, ERP, EC, IT 성과 측정 및 평가 등이다.

<Abstract>

## **A Study on the Environment Characteristics and Continuous Usage Intention for Improvement of Fintech**

Jung, Dae-Hyun · Chang, Hwal-Sik · Park, Kwang-O

### **Purpose**

The development of the Fintech industry can be on the basis of the development in IT technologies such as Big data, IoT, cloud computing, it can be considered that the financial industry is repeating the evolution into Fintech. But the awareness of the consumers is still very low. Therefore the current dissertation, tries to deduce the suggestions for invigoration measures for Fintech by conducting an empirical study on the factors that influence the intention of reuse of Fintech on the consumer's point of view.

### **Design/methodology/approach**

This study made a design of the research model by integrating the factors deducted from the Expectation Confirmation Theory. This paper empirically analyzes the impact of Continuous Usage Intention for Improvement of Fintech. The 302 survey responses were used to verify research hypotheses through covariate structural equation model.

### **Findings**

According to the empirical analysis result, this study confirmed that the ultimate purpose of the Fintech service is to eliminate the social cost's waste element occurring from issue of money by not using or reducing the usage of cash. Since many Fintech users have pointed out security as the priority task, a direction for the related institutions has been proposed. Second, the content of the current dissertation will be the opportunity of broadening the perception of the current consumers that perceive Fintech as only a NFC simple payment service.

**Keyword:** Fintech, NFC, R, Convergency, Usage Intention

\* 이 논문은 2017년 5월 15일 접수, 2017년 6월 7일 1차 심사, 2017년 6월 27일 게재 확정되었습니다.