

간편결제 서비스의 지속사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 플로우, 신뢰 및 혁신저항을 중심으로

손 달 호*

<목 차>

I. 서론	4.2 자료수집
II. 이론적 배경	V. 결과분석
2.1 간편결제 서비스관련 선행연구	5.1 인구통계학적 분석
2.2 지각된 가치 및 신뢰	5.2 모형검증
2.3 혁신저항 및 플로우	5.3 가설검증
III. 연구모형 구축 및 가설설정	5.4 매개효과 분석 및 종속변수 추가분석
3.1 연구모형구축	VI. 결 론
3.2 가설설정	참고문헌
IV. 방법론	<Abstract>
4.1 조작적 정의	

I. 서론

핀테크 관련 산업이 활성화됨에 따라 국내에서도 핀테크 기술의 도입을 촉진하기 위한 관련 조치들이 시행되고 있으며, 이에 따라 핀테크 기술을 이용한 간편결제 서비스가 지속적으로 성장하고 간편결제 서비스가 활성화되는 단계에 진입하고 있다(권혁준 등, 2019). 기존에는 공인인증서를 이용하여 결제할 경우 이용하고 싶은 서비스를 선택하여 결제에 이용할 카드를 선택하고 카드번호와 유효기간을 입력해

야 하며 비밀번호의 확인과 공인인증서 확인단계를 거쳐서 결제가 완료된다(이은미 등, 2020). 하지만, 카카오페이 및 애플페이와 같은 간편결제 서비스의 경우 결제카드 선택 후 결제 비밀번호만 입력을 하면 결제가 완료되며, 사용자가 미리 저장해 둔 결제관련 정보는 전자지급 결제대행사에 암호화 처리되어 저장되는 것이다(이혜리 등, 2020). 이에 따라 결제가 필요할 때 전용 비밀번호를 이용하여 간단한 인증을 이용하여 결제할 수 있다는 특징이 있다. 특히, 선진국에서는 간편결제 서비스의 도

* 계명대학교 경영정보학과, dhshon@kmu.ac.kr(주저자)

입초기에는 보안과 관련된 문제 등 여러 가지 요인으로 인하여 이용자들이 기피하게 되었으나(Vess et al, 2018), 최근에는 아이폰의 활용으로 인하여 모바일 시장이 성장하면서 간편결제 서비스의 활용도가 높아지고 있다(Wenner et al, 2018).

국내의 경우에는 간편결제 서비스와 관련된 규제로 인하여 은행업무와 ICT와의 융합 및 관련 기술의 발전이 해외사례와 비교하여 불 대 상대적으로 더디게 진행되었다(장은진 등, 2018). 최근에는, 국내에서도 간편결제 서비스의 역할이 점진적으로 증가하고는 있지만, 이와 관련된 간편결제 서비스의 행동과학적 결정요인을 파악하는 실증연구는 상대적으로 미흡한 수준이다(노윤호 등, 2019). 현재까지 국내에서 이루어진 간편결제 서비스와 관련된 선행연구들은 보안과 관련된 기술적 및 메카니즘적 부분 혹은 간편결제 서비스 현황과 관련된 연구들이 주된 부분을 차지하고 있다(권혁준 등, 2019; 정지영 등, 2018).

특히 간편결제 서비스는 모바일기기와 사용자들의 상호작용이 중요하며, 따라서 사용자들의 행동과학적 요인 및 심리학적 요인들과 관련된 실증 연구가 중요하다고 볼 수 있다(조진호 등, 2018). 따라서 간편결제 서비스의 활성화를 위해서는 사용자 관점에서 간편결제 서비스의 지속적 사용에 영향을 미치는 동기적 결정요인들의 영향을 파악하는 것이 필요하다고 생각된다(장은진 등, 2018). 본 연구는 간편결제 서비스의 지속적 사용의도에 영향을 미치는 행동과학적이고 동기적 결정요인들인 지각된 가치, 신뢰, 혁신저항 및 플로우 변수들을 선행 연구들로부터 추출하여 이들 변수들과 지속적

사용의도간 연구모형을 구축하고 이들의 영향 관계를 실증적으로 검증하는 것을 주된 연구목적으로 설정하였다.

간편결제 서비스와 관련된 선행연구들은 간편결제 서비스의 사용의도 및 충성도와 관련된 지각된 가치, 신뢰, 혁신저항 및 플로우와 같은 포괄적이고 다차원적인 요인들에 대한 실증연구들이 필요하다고 지적하고 있다(이혜리 등, 2020; 정지영 등, 2018). 지금까지 부분적인 관점에서 간편결제 서비스의 이용과 관련된 개별 요인들의 영향력에 대한 연구들은 진행되었으나, 포괄적인 의미에서 지각된 가치, 신뢰, 혁신저항 및 플로우의 영향력을 파악하는 연구들은 미흡한 실정이다(이이진 등, 2019; 조진호 등, 2018). 특히, 선행연구들(유현선, 2020; 이혜리 등, 2020)에서 제시하고 있는 개별적 요인들이 서로에게 영향을 미치는 관계성을 고려하여, 이러한 다차원적 요인들이 궁극적으로 간편결제 서비스의 지속적 사용의도에 미치는 영향력을 파악하는 것이 본 연구의 주된 연구목적이다.

혁신 기술에 대한 지각된 가치는 혁신기술에 대한 전반적인 평가이며, 사용자들은 이와 같은 평가내용을 기초로 하여 자신들의 혁신기술에 대한 행동을 선택하게 된다(이혜리 등, 2020). 따라서 이와 같은 지각된 가치는 혁신기술의 신뢰, 혁신저항 및 플로우와 같은 동기적 요인들에 영향을 미칠 수 있다(이이진 등, 2019). 특히, 혁신기술에 대한 믿음을 의미하는 신뢰 그리고 혁신기술을 사용하는 것에 대한 거부감을 의미하는 혁신저항은 혁신기술의 지속적 사용의도 및 혁신기술의 사용에 대한 긍정적 느낌 혹은 몰입을 의미하는 플로우에 영향을 미칠 수 있다(유현선, 2020). 따라서 이와 같은 개별

적 요인들인 지각된 가치, 신뢰, 혁신저항 및 플로우들이 서로에게 미치는 영향력을 고려하고, 이와 같은 다차원적인 요인들의 서로간 영향력을 파악하는 것은 간편결제 서비스의 지속적 사용의도를 파악하는데 유의한 시사점을 제공할 수 있을 것이다. 결과적으로, 이와 같은 다차원적인 요인들의 서로간 영향력을 파악하면 간편결제 서비스의 지속적 이용의도에 영향을 미칠 수 있는 요인들의 영향력을 보다 포괄적인 관점에서 파악할 수 있다는데 본 연구의 의의가 있다고 볼 수 있다.

II. 이론적 배경

2.1 간편결제 서비스관련 선행연구

최근까지 진행된 간편결제 서비스와 관련된 연구들을 살펴보면 간편결제 서비스에 초점을 맞춘 사용자들의 만족 및 수용의도와 관련된 요인들에 관한 연구들이 많이 진행되었다(김현우 등, 2020; 이은미 등, 2020). 간편결제 서비스 관련 연구들 중 일부는 기존에 사용해오던 모바일 뱅킹에서 간편결제 서비스로의 전환할 때 발생하는 전환비용, 상대적 매력도, 개인적 특성, 조직적 특성과 관련된 요인들이 전환가치와 고객 만족에 미치는 영향들을 파악하였다(유현선, 2020; 이은미 등, 2020). 특히, 간편결제 서비스를 능숙하게 활용하는데 필요한 사후행위 및 인지비용과 관련된 비용을 학습비용으로 정의하여 모바일뱅킹에서 간편결제 서비스로의 전환할 때 발생하는 비용이 전환가치에 미치는 영향들을 연구하였다. 간편결제 서비스는 기존의 모

바일 뱅킹과는 많은 부분에서 차별화된 서비스를 제공하기 때문에 간편결제 서비스의 상대적 장점인 경제성, 거래편의성 및 유용성이 전환가치와 고객만족에 영향을 미칠 수 있는 중요한 요인이라고 판단된다(김현우 등, 2020).

간편결제 서비스와 관련된 연구로는 보안과 관련된 기술적인 부분에 대한 연구(이은미 등, 2020), 간편결제 서비스와 관련된 기술에 대한 현황을 파악한 연구(권혁준 등, 2019) 및 간편결제 서비스와 관련된 개인적 특성과 관련된 연구들(이혜리 등, 2020; 조성호, 2019)이 있다. 간편결제 서비스의 성장 가능성이 증가할수록 간편결제 서비스 사용으로 인한 심리적 제약도 증가하게 된다는 지적이 있으며, 그중에서도 특히 개인정보 유출과 관련된 염려 및 보안관련 시스템에 대한 신뢰성이 중요한 과제이다(이은미 등, 2020). 결국 간편결제 서비스 활성화를 위한 핵심 과제는 보안관련 이슈이며, 기존의 보안 모듈의 설치에 따르는 불편함을 해소함과 동시에 주민등록번호, 카드번호, 계좌번호 및 비밀번호와 관련된 금융정보에 대한 암호화 및 보안성에 대한 신뢰가 필요하다(신상윤 등, 2019).

간편결제 서비스는 카카오페이 및 삼성페이와 같은 모바일 결제서비스를 비롯하여, 사물인터넷과 결합한 특징적인 보험 서비스를 비롯한 다양한 형태의 서비스가 개발되어 활용되고 있지만, 이와 같은 간편결제 서비스의 활용과 관련된 다양한 동기적 요인들과 관련된 선행연구는 아직 미흡한 형편이다(유현선, 2020). 간편결제 서비스에 영향을 미칠 수 있는 영향요인으로 신뢰성, 용이성, 유용성 및 정보 프라이버시 우려 등이 제시되고 있고, 이와 함께 지각된

가치, 혁신저항, 신뢰성도 간편결제 서비스의 지속적 사용의도에 영향을 미치는 중요한 영향 요인이다(이혜리 등, 2020). 특히, 간편결제 서비스와 관련된 모바일 환경은 사용자들과의 심리적 커뮤니케이션이라는 특성상 외부 영향을 많이 받으므로 새로운 혁신기술의 사용과 밀접한 관련이 있는 플로우(Flow)라는 동기적 요인이 간편결제 서비스의 사용의도에 많은 영향을 미칠 수 있다(Chen et al., 2018).

선행연구에 의하면 개개인들이 특정한 정보 기술을 활용하는 요인을 외적동기와 내적동기로 구분할 수 있으며, 이와 같은 동기적 요인들이 혁신기술의 지속적 사용의도에 영향을 미칠 수 있다(신상윤 등, 2019; 이은미 등, 2020). 정보기술에 대한 구체적인 행동의 동기를 분류하면 두 가지로 구분할 수 있으며, 외적 동기와 내적동기로 분류해 볼 수 있다(유현선, 2020). 외적 동기로는 지각된 가치, 신뢰성 및 혁신저항 그리고 내적 동기로서는 즐거움 및 가시성을 비롯한 플로우를 제시해 볼 수 있으며, 이러한 주장의 기초를 형성하는 이론으로 동기 이론을 제시해 볼 수 있다. 간편결제 서비스 기술에 대한 지각된 가치는 특정한 서비스를 이용하는 것이 개인의 성과를 증가시킬 것이라고 믿는 정도를 의미하며, 간편결제 서비스 기술에 대한 플로우는 특정 서비스를 이용함에 따라 경험하게 되는 재미와 몰입 등으로 해석해 볼 수 있다(Hong, 2017). 특히, 정보기술을 사용하는 과정에서 흥미나 즐거움과 같은 플로우를 인지하는 것이 가능하며 이러한 플로우를 통하여 소비자들의 긍정적인 태도를 형성하는 것도 가능하다(김현우 등, 2020).

지각된 가치는 간편결제 서비스 이용의도를

비롯한 모바일결제, 금융 애플리케이션, 스마트 워치 등 혁신기술들과 관련된 수용의도에 많은 영향력을 나타내는 변수로 광범위한 분야에서 일관된 결과를 나타내고 있다(이혜리 등, 2020). 그러나 혁신저항은 혁신기술의 수용에 가장 중요한 예측변수라는 결과부터 효과가 미비하거나 나타나지 않았던 결과까지 다소 상반된 양상을 보여주고 있다. 이러한 연구결과들의 차이는 연구 참여자들의 특성 및 개인 환경에 기인하는 것으로 보이며, 연령, 모바일 간편결제 사용경험 및 사전지식 정도가 혁신저항에 많은 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다(엄사랑 등, 2020). 혁신기술과 같은 새로운 기술에 대한 선호도나 자신감은 사용자 개개인의 특징적인 성격들이 혁신 기술 혹은 서비스 수용에 중요한 영향 요인으로 작용한다고 보고되어 있다(김현우 등, 2020). 인터넷 혹은 모바일 서비스 수용과 관련된 연구에서도 지각된 가치, 혁신 저항, 신뢰, 사전경험과 관련된 개인 특성 요인들이 기술 수용에 많은 영향을 미친다는 결과를 보여주고 있다(이혜리 등, 2020). 특히 플로우는 어떤 행동을 성공으로 수행할 수 있다는 믿음이나 신념으로 특정 행동에 대해 몰입하는 정도로 정의할 수 있으며, 플로우가 높은 사용자들은 스스로 관련된 상황을 관리할 수 있는 충분한 기술과 능력을 소유하고 있다고 생각하게 되어, 혁신기술의 수용 혹은 이용의도에 적극적인 태도를 가질 것이다(Chen and Lin, 2018).

2.2 지각된 가치 및 신뢰

근래의 ICT사용자들은 기술 사용자인 동시에 서비스 소비자의 이중 역할을 수행하고 있

다(김현룡, 2019). 이들은 새로운 혁신 ICT를 개인적 목적으로 수용하고 사용하며, 자발적으로 기술수용을 하며 사용에 대한 비용은 개인이 부담한다(이이진 등, 2019). 특히 이와 같은 혁신IT기술의 소비자 선택 및 소비자 행동을 연구할 때 기본적인 공통적인 가정은 가치 극대화이다. 개별 사용자들에게 지각된 가치는 상대적으로 인지되는 손실과 이익으로 정의되며, 사용자들은 가장 높은 수익(또는 가장 낮은 손실)을 도출할 수 있는 행동을 선택한다(조성호, 2019). 실용주의 관점에서 보면 사용자의 가치 인식은 IT기술의 취득가치와 활용가치의 조합이며, 가격변수만으로 IT기술의 지각된 가치를 모형화하는 것은 불충분하며, 제품의 품질과 같은 가격 이외의 특성들도 고려해야 한다(김현룡, 2019).

지각된 가치는 주어진 IT기술에 대해 주는 것과 받는 것에 대한 소비자의 전반적인 인지 정도를 의미한다(김현룡, 2019). 지각된 가치는 선택 객체에 대해 전반적으로 평가한다는 것을 의미하며, 이와 같은 평가내용을 기초로 하여 소비자들은 자신들의 행동 선택을 결정한다. 따라서, IT기술의 가치에 대한 소비자의 지각은 IT기술의 수용의도에 대한 결정요인이며 지속적인 사용의도에 영향을 미칠 수 있다(이이진 등, 2019). 현재까지 혁신기술의 수용과 관련된 연구에서 많이 이용된 기술수용 모델은 신기술 사용으로 얻게 되는 이익 부분만을 고려한다는 문제점이 있다(양수연, 2019). 실제로는 신기술로 인한 이익과 함께 신기술을 수용하는 과정에서 발생하는 지각된 비용도 함께 고려해야 사용자가 얻을 수 있는 결과들을 보다 정확하고 종합적으로 예측할 수 있는 것이다(조성호,

2019). 따라서, 기술수용 모델의 한계점에 대한 대안으로 지각된 가치가 제안되었으며, 지각된 가치는 새로운 기술을 수용함으로써 발생하는 이익과 수용으로 발생하는 비용을 동시에 고려한 변수이다(김현룡, 2019).

신뢰는 개개인들이 혁신기술 혹은 대상서비스에 대해 의지할 수 있다는 일반화된 기대를 의미하며, 개개인들이 혁신기술 혹은 대상서비스의 사용이 이타주의적이고 유익하다고 생각하는 정도를 의미한다(김민경 등, 2019). 따라서, 신뢰는 혁신기술이 제공하는 일관된 처리 결과의 제공, 좋은 평판에 대한 믿음 및 시스템 보안능력 등으로 구성해 볼 수 있다. 이와 같이, 신뢰 개념은 혁신기술의 메카니즘 및 무결성에 대한 고객들의 믿음으로 정의해 볼 수도 있다(노운호 등, 2019). 특히, 혁신기술 및 서비스 제공기업에 대한 고객의 신뢰는 사용의도에 직접적인 영향을 미치며, 사용자 입장에서 제공기업에 대한 신뢰는 서비스 사용을 결정하는데 중요한 요인중 하나이며, 서비스의 지속적 사용에 유의한 영향을 미칠 수 있다(이이진 등, 2019).

특히, 최근에는 간편결제 서비스와 관련된 금융 거래량이 기하급수적으로 증가함에 따라 간편결제 서비스와 관련된 신뢰관련 요인들의 중요성이 점진적으로 부각되고 있다(신상운 등, 2019). 이와 함께, 간편결제 서비스와 관련된 신뢰는 보증 혹은 다른 구조적인 요인들을 통하여 주어진 상황에 대해 느끼는 안전성을 반영하여 형성될 수 있다(김민경 등, 2019). 따라서, 신뢰는 간편결제 서비스를 제공하는 기업과 관련된 능력 및 IT기술의 메카니즘과 관련된 고객들의 믿음으로 정의해 볼 수 있다(노운호

등, 2019). 결과적으로, 혁신 기술 및 간편결제 서비스와 관련된 사용자들의 신뢰는 혁신기술의 지속적 사용의도에 중요한 요인으로 작용하여, 따라서, 서비스의 지속적 사용에 영향을 미칠 수 있다(장은진 등, 2017).

2.3 혁신저항 및 플로우

간편결제 서비스를 이용하였을 경우 소비자들의 행동들은 많은 변화를 일으키는 잠재적 가능성을 가지고 있음에 따라 간편결제 서비스는 혁신기술이라 할 수 있다(정지영 등, 2018). 특히, 혁신기술에 노출된 많은 소비자들이 혁신기술을 수용하지 않고 혁신기술의 사용에 저항을 일으키는 혁신저항이 존재한다고 실증연구들은 밝히고 있다(설상철 등, 2017; 엄사랑 등, 2020). 소비자들은 혁신기술을 이용하여 새로운 변화를 받아들일 수도 있지만 변화에 대한 불확실성으로 인하여 혁신저항을 일으킬 수 있는 것이다(황신해 등, 2018). 따라서, 혁신저항은 개개인들이 혁신기술의 변화에 의해 위협받고 있다고 느끼며, 혁신기술 수용을 거부하려는 성향으로 정의해 볼 수 있으며, 소비자가 새로운 변화에 직면하였을 경우 나타나는 반응으로 정의할 수 있다(정지영 등, 2018).

플로우(Flow)이론은 소비자 행동 관련 연구에 많이 이용되고 있으며, 최근에는 모바일 서비스를 포함한 IT연구에서 널리 이용되고 있다(Chen and Lin, 2018). 플로우는 어떤 특정 행동을 하면서 느끼는 기쁨과 즐거움 같은 긍정적인 경험이라 할 수 있으며 특정 행위를 하면서 느끼는 긍정적인 느낌과 관련된 전체적인 감정을 지칭한다(Chen et al., 2018). 이러한 플

로우는 사람들의 외재적 동기보다 그 활동 자체를 위해 사람들이 어떻게 내재적으로 행동하는지를 설명한다(조가 등, 2019). 플로우의 상황에서 이용자들은 관련활동에 더욱 집중할 수 있으며, 활동과 관련없는 인식이나 생각들을 하지 않게 되며, 결과적으로 플로우 경험은 사람들이 특정 활동을 수행할 수 있게 하는 내재적 동기적 요인들 중 하나로 고려해 볼 수 있다(Hong, 2017). 따라서 이와 같은 플로우 이론은 소비자들이 서비스 경험을 시도하는 기본 요인으로 중요하게 고려되고 있으며, IT관련 연구들은 인터넷 및 모바일 사용의 결정요인으로 소비자들에게 플로우 경험을 부여하는 것이 중요하다고 주장하고 있다(양수연, 2019).

특히, 모바일에서는 사용자들이 사용기기들과의 상호작용을 용이하게 수행할 있어서, 사용자들이 상대적으로 자유롭게 작업할 수 있고, 의지적으로 관련 작업을 통제할 수 있기 때문에 플로우요인이 중요하게 작용할 수 있다(Hong, 2017). 이와 함께, 모바일 환경에서 플로우가 발생되기 위해서는 모바일 활동을 위한 사용자들의 명확한 목적이 설정되어야 하며, 모바일 환경에서는 커뮤니케이션, 상호작용, 정보 검색 등의 활동이 동시에 이루어질때 플로우를 많이 경험하는 것으로 나타났다(양수연, 2019). 따라서, 플로우 경험을 하게 되면 사용자들의 기대가 충족되고 이는 만족으로 이어지며, 결과적으로 기술서비스 측면에서 긍정적인 인식, 태도 및 지속적 사용의도에 긍정적인 결과를 유도할 수 있다(Hong, 2017). 특히, 간편결제 서비스의 초기 사용때는 이와 같은 플로우가 간편결제 서비스의 사용의도에 보다 유의한 영향을 미치는 것으로 보고되고 있다(Hong, 2017).

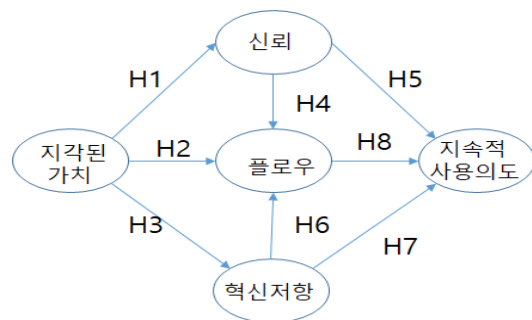
Ⅲ. 연구모형 구축 및 가설설정

3.1 연구모형 구축

간편결제 서비스와 같은 혁신기술의 발달과 함께 주목받고 있는 두드러진 현상을 살펴보면 다양한 정보기술의 사용과 관련된 동기적 요인들이다(황신해 등, 2018). 선행연구들은 개개인들이 특정한 정보기술을 활용하는 요인을 외적 동기와 내적동기로 구분하여, 외적 동기로는 용이성 및 유용성 그리고 내적 동기로서는 지각된 가치, 신뢰, 혁신저항 및 플로우로 구분하여, 이와 같은 동기적 요인들을 주된 요인으로 설정하여 동기적 요인들의 영향력을 검증하였다(신상운 등, 2019; 이은미 등, 2020; 이혜리 등, 2020). IT서비스에 대한 지각된 가치란 사용자들이 IT서비스의 필요성을 인지하여 IT서비스를 수용할때 사용자의 욕구에 어느 정도 맞춤형화될 수 있는지를 의미한다(김현룡, 2019). 사용자들이 IT서비스를 사용하는 이유는 단순히 기술 혹은 서비스를 구매하는 것이 아니라, 이와 같은 지각된 가치를 얻고자 하는데 목적이 있다(권혁준 등, 2019). 또한, 서비스 이용과 관련된 신뢰성은 IT기술 및 서비스 제공자에 대한 믿음과 관련이 있으며(조가 등, 2019), 따라서 IT기술 및 서비스 제공자와 관련된 신뢰성은 서비스 이용에 중요한 요인이고 관련 서비스의 사용에 유의한 영향을 미칠 수 있다(김민경 등, 2019).

혁신 IT서비스에서는 플로우를 통하여 사용자들이 혁신기술의 이용에 흥미를 느끼며, 플로우를 경험하는 동안 사용자들은 개인의 목표를 성취하기 위해 IT서비스에 집중할 수 있다

(Vess et al., 2018). 즉, 플로우를 통해 긍정적인 경험을 하게 되면 혁신기술에 대한 기대가 충족되고 이는 만족으로 이어질 것이며, 따라서, 플로우는 기술서비스 측면에서 긍정적인 인식, 태도 및 지속적 사용의도와 같은 긍정적인 결과를 유도할 수 있다(Hong, 2017). 특히, 간편결제 서비스는 금융서비스에 ICT를 융합한 서비스로써, 혁신적인 기술 혹은 서비스와 관련된 지각된 가치는 신뢰성을 증가시키며, 혁신기술에 대한 혁신저항을 감소시킨다(Wenner et al., 2018). 결과적으로 지각된 가치 및 신뢰성은 플로우에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다(김현룡, 2019). 이와 함께, 혁신저항은 플로우에 부정적인 영향을 미치며, 플로우는 지속적 사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 본 연구는 이와 같은 점들을 감안하여 지각된 가치를 독립변수, 신뢰, 혁신저항 및 플로우를 매개변수 그리고 지속적 사용의도를 종속변수로 설정하여 <그림 1>과 같은 연구모형을 구축하였다.



<그림 1> 연구모형

3.2 가설 설정

지각된 가치는 간편결제 서비스의 사용에 대한 이익과 손실을 총괄적으로 비교하여 판단하

는 정도를 의미한다(김현룡, 2019). 혁신기술에 대한 신뢰는 사용자들이 혁신기술에 대해 의지 및 믿음을 가질 수 있다는 기대를 의미하며, 혁신기술의 사용이 유익하다고 생각하는 정도이다(이혜리 등, 2020). 따라서, 사용자들은 혁신기술에 대한 가치를 느낄수록 혁신기술을 더욱 신뢰할 수 있을 것이다(이이진 등, 2019). 플로우는 혁신기술을 사용하면서 느끼는 기쁨 및 즐거움과 같은 경험이며, 혁신기술을 사용하면서 느끼는 몰입과 같은 긍정적인 느낌이다(양수연, 2019). 따라서 혁신기술의 사용자들은 혁신기술에 대해 가치를 느낄수록, 혁신기술을 사용하면서 플로우를 느낄 가능성이 높을 것이다(조성호, 2019). 혁신기술에 대한 혁신저항은 여러 가지 복합적인 원인으로 인해 혁신기술을 사용하는 것을 내키지 않게 되는 혹은 주저하게 되는 것을 의미한다(엄사랑 등, 2020). 따라서 혁신기술의 가치를 별로 느끼지 못할수록 혁신기술의 사용을 주저하게 될 것이며, 결과적으로 혁신기술에 대한 혁신저항이 증가하게 될 것이다(김현우 등, 2020). 따라서 이와 같이 지각된 가치가 신뢰, 플로우 및 혁신저항과 가지게 되는 이론적 배경을 근거로 다음과 같은 가설을 도출하였다.

H1: 간편결제 서비스에서 지각된 가치는 신뢰에 양의 관계를 가질 것이다.

H2: 간편결제 서비스에서 지각된 가치는 플로우에 양의 관계를 가질 것이다.

H3: 간편결제 서비스에서 지각된 가치는 혁신저항에 음의 관계를 가질 것이다.

정보기술과 관련된 금융 거래가 급증하면서

정보기술에 대한 신뢰가 중요한 문제로 대두되고 있다(신상윤 등, 2019). 정보기술 서비스에 대한 신뢰는 거래당사자 사이에 장기간 상호작용 경험을 매개로 하여 구축된 믿음이며, 관련 당사자들간 경험이 미흡하면 신뢰가 형성되기 어려울 것이다(노윤호 등, 2019). 신뢰는 사용자들이 IT서비스를 믿고 의지할 수 있다는 기대감을 의미하며, 정보기술 서비스의 사용이 유익하다고 인지하는 것을 의미한다(김민경 등, 2019). 사용자 입장에서 간편결제 서비스 및 제공기업에 대한 신뢰는 서비스 사용을 결정하는데 중요한 요인으로 작용하며, 서비스 사용에 유의한 영향을 미칠 수 있다(조진호, 2018). 특히, 서비스 및 제공기업에 대해 사용자들이 느끼는 신뢰는 플로우를 매개로 하여 사용의도에 영향을 미칠 수 있으며, 또한 직접적으로 사용의도에 영향을 미칠 수도 있다. 따라서, 다음과 같은 가설을 설정해 볼 수 있다.

H4: 간편결제 서비스에서 신뢰는 플로우에 양의 관계를 가질 것이다.

H5: 간편결제 서비스에서 신뢰는 지속적 사용의도에 양의 관계를 가질 것이다.

사용자들이 혁신기술의 사용을 두려워하는 이유는 사용환경 변화를 탐탁치않게 생각하고 서비스의 불확실성을 인지하기 때문이다(설상철 등, 2017). 특히, 기존 제품과 비교하여 볼 때 혁신기술이 사용자에게 제공하는 혜택이 미비할 경우 사용자들이 지각하는 제품의 매력도가 떨어져 사용자들의 혁신저항이 발생할 가능성이 높다(유재현 등, 2018). 일반적으로 사용자들이 혁신 기술을 접하게 되면 현상태를 유

지하거나 혹은 기존 제품을 그대로 사용하려고 하는 혁신저항이 발생할 수 있다(정지영 등, 2018). 따라서, 혁신제품에 대해 저항감이 낮은 사용자들은 혁신기술의 사용과 관련된 유희성 및 플로우를 느끼게 되고, 혁신기술을 이용하려는 의도를 가지게 될 것이다(황신해 등, 2018). 결과적으로, 혁신기술에 대해 저항감이 낮은 사용자들은 저항감이 높은 사용자들보다 혁신기술과 관련된 플로우 및 이용의도가 높을 것으로 생각된다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정해 볼 수 있다.

H6: 간편결제 서비스에서 혁신저항은 플로우에 음의 관계를 가질 것이다.

H7: 간편결제 서비스에서 혁신저항은 지속적 이용의도에 음의 관계를 가질 것이다.

모바일 서비스를 포함한 IT연구에서 널리 쓰이고 있는 개념인 플로우(Flow)는 특정 행동을 하면서 느끼는 즐거움 및 몰입과 같은 긍정적인 경험이라 할 수 있다(Chen and Lin, 2018). 사용자가 혁신기술을 사용할 때 어려움을 느끼면 플로우가 낮아지며, 혁신기술이 제공하는 가치 및 신뢰가 높을수록, 그리고 사용자가 혁신기술에 대해 원하는 성능 및 기대감에 만족할수록 사용자가 느끼는 플로우는 증가하게 된다(양수연, 2019). 이는 사용자들이 혁신기술에 대해 만족할수록 플로우가 증가한다는 플로우 이론과 관련 있으며, 특정 기술을 사용하는 것이 용이하고 유용하다고 지각할수록 플로우를 경험할 가능성이 높아진다는 것을 의미한다(Hong, 2017). 이와 같이 플로우는 혁신기술의 사용과 관련된 긍정적인 느낌을 지칭하며, 플로우

가 증가할수록 사용의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다. 따라서, 다음과 같은 가설을 설정해 볼 수 있다

H8: 간편결제 서비스에서 플로우는 지속적 이용의도에 양의 관계를 가질 것이다.

IV. 방법론

4.1 설문지 조작적 정의

본 연구는 선행연구에서 신뢰성과 타당성이 실증적으로 입증된 구성개념들에 대한 측정항목을 수정 및 보완하여 사용하였으며, 설문지의 구성 항목을 요약하면 <표 1>과 같다. 본 연구의 설문지 구성을 살펴보면, I. 응답자에 관한 일반적 사항, II. 지각된가치 측정항목, III. 신뢰 측정항목, IV. 혁신저항 측정항목, V. 플로우 측정항목, VI. 지속된 이용의도 측정항목들로 구성되어 있다. 응답자 인적사항 항목들은 명목 척도로 구성하였고, 나머지 항목들은 등간척도인 “5점 리커트” 척도로 구성하였다. 이와 함께, 측정 변수들에 대한 타당성 검증을 위해 사전 조사분석을 수행하였으며 국내의 간편결제 서비스 사용자들 50명을 추출하여 설문지 응답내용을 분석하였다. 신뢰성은 Cronbach's Alpha 계수값과 요인분석을 통한 개별항목 요인적재값을 분석한 결과 각항목들의 신뢰성 및 타당성이 확보할 수 있었으며, 본 연구의 설문지로 이용할 수 있는 것으로 판단되었다.

4.2 자료수집

본 연구의 실증적 연구를 위하여 간편결제 서비스의 지속적 이용의도에 영향을 미치는 결정요인들의 영향력을 검증하기 위해 구조적인 형태로 만들어진 설문지를 작성하여 사용하였다. 본 연구의 설문대상은 카카오페이와 같은 간편결제 서비스를 이용 중인 사람을 대상으로 무작위로 선정하였다. 설문지 배포 및 회수는 설문지 배포관련 작업을 담당하는 면접원을 이용하여 설문지를 배포 및 회수하였으며 이와 함께 구글을 이용한 인터넷 조사방법을 병행하

여 이용하였다. 설문대상자들의 선정 및 추출은 설문지 배포 및 회수와 관련되어 사전에 교육된 면접원들이 주도적으로 실시하였다. 설문대상자의 인구통계학적 분포를 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였고, 설문항목들의 타당성 및 신뢰성을 분석하기 위해 관련된 통계학적 분석을 실시하였다. 이와 함께 본 연구에서 설정된 가설을 검증하기 위해 구조방정식 모형을 사용하였으며 자료 분석을 위해서 SPSS 및 AMOS Package를 사용하였다.

<표 1> 본 연구에 이용된 설문항목

변수	설문 항목	선행연구
지각된 가치	간편결제서비스는 비용대비 이익이 높을 것으로 생각한다. 간편결제서비스는 노력대비 혜택이 높을 것으로 생각한다. 간편결제서비스는 시간대비 편익이 높을 것으로 생각한다. 간편결제서비스는 투자대비 편익이 높을 것으로 생각한다. 간편결제서비스는 부정적면보다 긍정적면이 많을 것으로 생각한다.	김현룡(2019) 조성호(2019)
신뢰	간편결제서비스를 제공하는 운영기관을 신뢰한다. 간편결제서비스가 이용하는 무선네트워크는 안정적이라고 생각한다. 간편결제서비스가 이용하면 금전적 피해를 초래하지 않을 것 같다. 간편결제서비스가 제공하는 서비스에 신뢰가 있다. 간편결제서비스에 대해 긍정적으로 생각할 것 같다.	노윤호(2019) 장은진등(2019)
혁신저항	간편결제서비스를 사용하는 것에 대해 내키지 않는다. 간편결제서비스 장치를 구입해서 사용하고 싶지 않다. 간편결제서비스를 사용하는 것은 생활에 도움이 되지 않을 것이다. 간편결제서비스를 사용하는 것은 생활을 복잡하게 만들 것이다. 주위 사람들이 간편결제서비스를 활용하는 것에 반대하겠다.	설상철등(2017) 유재현등(2018) 황신해등(2018)
플로우	간편결제서비스를 이용하는 동안 집중하였다. 간편결제서비스를 이용하는 동안 흥미로웠다. 간편결제서비스를 이용하는 동안 즐거움을 느꼈다. 간편결제서비스를 이용하는 동안 만족스러웠다. 간편결제서비스를 이용하는 동안 재미가 있었다.	Chen and Lin(2018) Chen et al (2018)
지속적 이용의도	향후 간편결제서비스를 지속적으로 이용할 것이다. 향후 간편결제서비스를 내 생활에 더욱 많이 활용할 것이다. 향후 나의 주변인들에게 간편결제서비스를 사용하도록 추천할 것이다. 향후 간편결제서비스 중에서 새롭게 적용할 프로그램(시스템)이 있는지 찾아볼 것이다. 향후 나의 생활능률을 높이기 위해 지속적으로 간편결제서비스를 사용할 것이다.	황신해등(2018) 조진호(2018)

V. 결과분석

5.1 인구통계학적 분석

본 연구를 위한 자료수집은 간편결제 서비스를 사용한 경험이 있는 사용자를 주요 대상으로 하였다. 설문지는 직접면접 및 온라인을 통해 총 800부를 배부하여, 이중 451부의 설문지를 회수하여, 불성실한 응답자 및 결측값이 많은 설문지를 제외하고 420부를 최종 분석에 이용하였다. 먼저 응답자의 인구통계학적 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과 응답자의 인구 통계학적 특성은 <표 2>와 같이 나타났다. 성별은 남성이 48%, 여성이 52%로 나타났다으며, 연령에서는 41세 이상이 35%로 가장

높았으며, 31-40세 32%, 21-30세 29%의 순으로 파악되었다. 또한, 학력에서는 대학(전문대)졸업 45%, 대학(전문대)재학 37%, 대학원 11% 및 고졸 7%로 조사되었다. 월소득에 관한 설문에서는 150만원이상 41%, 100-150만원 29%, 50-100만원 18% 그리고 50만원 이하가 12%로 확인되었다. 마지막으로 온라인 월평균 결제 빈도는 6회이상/월이 32%, 4-5회/월 32% 및 2-3회/월 28%로 나타났다.

5.2 모형검증

본 연구에서 활용된 항목들에 대한 집단화(Grouping)를 확인하기 위해 설명적 요인분석 결과 혁신저항 1개 항목, 지각된 가치 1개 항목, 신뢰 1개 항목, 지속적 이용의도 2개 항목 및

<표 2> 응답자의 인구통계학적 분석

	설문항목	빈도	퍼센트
성별	남	202	48
	여	218	52
연령	20세이하	15	4
	21-30세	123	29
	31-40세	134	32
	41세이상	148	35
학력	고졸이하	30	7
	대학(전문대)재학	156	37
	대학(전문대)졸업	189	45
	대학원이상	45	11
월소득	50만원이하	55	12
	50-100만원	76	18
	100-150만원	121	29
	150만원이상	168	41
온라인 월평균결제빈도	1회이하	32	8
	2-3회/월	117	28
	4-5회/월	133	32
	6회이상/월	138	32

플로우 2개 항목의 적재값이 낮아서 제외되었다. 또한, 5개 요인 모두의 Cronbach Alpha값이 0.6이상으로 나타나 측정도구들의 내적 일관성 및 신뢰성에 문제가 없는 것으로 나타났다. 확인적 요인분석은 연구자들이 설문항목의 내부구조를 사전에 알고 있어서, 이와 같은 내부구조를 확인할 때 이용하는 방법이다. <표 3>은 확인적 요인분석 결과를 나타내고 있으며 기각비(C.R.: critical ratio)를 1.96이상을 기준으로 선택할 경우 대다수 측정항목들은 1.96을 초과하여 유의한 것으로 나타났으며, 따라서, 대다수 측정항목들은 집중 타당성이 있다고 판단된다.

본 연구에서 선정된 변수들의 판별타당성을

파악하기 위하여 판별타당성 분석을 시행하였다. 구성개념들간 상관계수의 제곱값이 평균분산추출값(AVE)을 초과하지 않으면 판별타당성을 지닌다. 즉 비교대상이 되는 잠재변수들의 평균분산추출값과 상관계수의 제곱을 비교하여 평균분산추출값이 모두 상관계수값의 제곱보다 크면 관련 잠재변수들간 판별타당성이 있다고 할 수 있다. <표 4>처럼 잠재적 변수들간 모든 상관계수의 제곱값이 평균분산추출값(AVE)을 초과하지 않는 것으로 나타났기 때문에 잠재적 변수들간 판별타당성이 존재한다고 볼 수 있다.

<표 3> 확인적 요인분석 결과

	표준화 추정치	C.R.	p	Cronbach Alpha
혁신저항4	0.823			.801
혁신저항3	0.741	15.505	0.000	
혁신저항1	0.774	16.824	0.000	
혁신저항2	0.713	17.624	0.000	
지각된가치3	0.679			.798
지각된가치2	0.697	15.893	0.000	
지각된가치5	0.809	16.885	0.000	
지각된가치1	0.745	15.940	0.000	
신뢰5	0.608			.843
신뢰3	0.846	14.026	0.000	
신뢰1	0.686	14.434	0.000	
신뢰2	0.698	15.151	0.000	
이용의도4	0.771			.887
이용의도1	0.705	13.121	0.000	
이용의도2	0.675	13.449	0.000	
플로우1	0.877			.813
플로우2	0.882	14.568	0.000	
플로우3	0.756	11.645	0.000	

$\chi^2 / df=2.66$ GFI=.920 AGFI=.892 RMR=.049 NFI=.891 TLI=.916 CFI=.930

<표 4> 상관관계 및 판별타당성 분석결과

요인명	평균	표준 편차	지각된 가치	신뢰	플로우	혁신 저항	이용의도
지각된 가치	3.25	0.80	1				
신뢰	2.98	0.67	.212**	1			
플로우	3.45	0.79	.286**	.158**	1		
혁신저항	3.65	0.75	-.276**	-.201**	-.152**	1	
이용의도	3.01	0.70	.067**	.331**	.087**	-.117**	1
AVE			.569	.523	.563	.529	.490
Composite Reliability			.821	.805	.849	.856	.812

표의 대각선밑의 값들은 변수들간 상관계수값을 나타내고 있음

5.3 가설검증

본 연구의 모형은 5개의 주요변수 즉, 혁신저항, 지각된 가치, 신뢰, 플로우 및 지속적 이용의도로 구성되었다. 연구모형에 대한 적합도관련 평가지표로 GFI, AGFI, 카이제곱 및 카이제곱에 대한 p값 등을 추출하였으며 연구모형에 대한 적합도 지수 분석결과를 <표 5>에 나타내었다. <표 5>에 나타난 것처럼 적합도 지수중 GFI는 기준치인 0.90, AGFI는 기준치인 0.80을 초과하고 있고, 이외의 다른 평가지표 값들도 모두 기준치를 초과하고 있어, 대체적으로 본 연구모형은 수용할만한 것으로 볼 수 있다.

연구모형에 대한 구조방정식 분석 결과를 <표 6>에 나타내었으며, 가설검증결과 대부분의 가설이 채택된 것을 알 수 있다. 가설검증 결과를 살펴보면 H1 지각된 가치는 신뢰에 유의한 정(+)의 영향력을 나타내었으며, 이와 같은 결과는 지각된 가치가 증가할수록 신뢰가 증가한다는 것을 의미한다. H2 지각된 가치는 플로우에 유의한 영향력을 나타내지 않았다.

H3 지각된 가치는 혁신저항에 유의한 부(-)의 영향력을 나타내었으며, 지각된 가치가 증가할수록 혁신저항은 감소한다는 것을 의미한다. H4 신뢰는 플로우에 유의한 정(+)의 영향력을 나타내었으며, 신뢰가 증가할수록 플로우가 증가한다는 것을 의미한다. H5 신뢰는 지속적 이용의도에 유의한 정(+)의 영향력을 나타내었으며, 신뢰가 증가할수록 지속적 이용의도는 증가한다는 것을 의미한다. H6 혁신저항은 플로우에 유의한 영향력을 가지지 않는 것으로 나타났다. H7 혁신저항은 지속적 이용의도에 유의한 부(-)의 영향력을 나타내었으며, 혁신저항이 증가할수록 지속적 이용의도는 감소한다는 것을 의미한다. 마지막으로 H8 플로우는 지속적 이용의도에 유의한 정(+)의 영향력을 나타내었으며, 플로우가 증가할수록 지속적 이용의도는 증가한다는 것을 의미한다.

5.4 매개효과 분석 및 종속변수 추가분석

내적변수들의 매개효과를 분석하기 위해 직

<표 5> 연구모형분석의 적합도 지수

적합도지수	평가기준	모형적합도 결과
χ^2 / df	<3.0	2.760
적합도 지수(GFI)	>0.9 우수, >0.8 양호	.901
조정 적합도 지수(AGFI)	>0.8 우수, >0.7 양호	.871
원소간 평균차이(RMR)	<0.05 양호	.055
표준적합지수(NFI)	>0.9 우수, >0.8 양호	.887
Tucker-Lewis 지수(TLI)	>0.9 우수, >0.8 양호	.907
비교부합지수(CFI)	>0.9 우수, >0.8 양호	.921
증분적합지수(IFI)	1에 가까울수록 양호	.922

<표 6> 구조방정식모형 분석결과

가설				Estimate	S.E	C.R.	p	채택
H1	지각된가치	--->	신뢰	.603	.061	9.924	***	채택
H2	지각된가치	--->	플로우	.041	.072	.572	.566	기각
H3	지각된가치	--->	혁신저항	-.723	.097	-7.347	***	채택
H4	신뢰	--->	플로우	.172	.077	2.229	*	채택
H5	신뢰	--->	지속적 이용의도	.151	.053	2.844	**	채택
H6	혁신저항	--->	플로우	-.002	.045	-.045	.964	기각
H7	혁신저항	--->	지속적 이용의도	-.508	.065	-7.655	***	채택
H8	플로우	--->	지속적 이용의도	.323	.061	5.311	***	채택

***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05

<표 7> 매개효과 분석

예측변수		매개변수 혹은 독립변수			
		지각된가치	신뢰	혁신저항	플로우
이용 의도	총효과	-	0.252	-0.635	0.323
	직접효과	-	0.151**	-0.508***	0.323***
	간접효과	-	0.101*	-0.127*	-
플로우	총효과	0.079	0.172	-0.002	-
	직접효과	0.041	0.172*	-0.002	-
	간접효과	0.038	-	-	-

접효과 및 간접효과를 분석한 결과를 <표 7>에 나타내고 있다. 분석결과를 살펴보면 신뢰 및 혁신저항은 이용의도에 대한 간접효과(매개효

과)는 유의한 것으로 나타났다. 따라서 신뢰 및 혁신저항은 이용의도에 직접적으로도 영향을 미치지만 플로우를 매개로 한 간접적으로도 유

의한 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다. 이와 함께 지각된 가치는 간접효과가 유의하지 않는 것으로 나타나, 지각된 가치는 신뢰 혹은 혁신저항을 경유하는 매개효과는 없는 것으로 볼 수 있다.

또한 본 연구모형의 종속변수인 지속적 이용의도 대신 온라인 월평균 사용빈도를 종속변수로 하여 연구모형을 분석하였다. 본 연구에서 구축된 대부분 가설들은 동일한 분석결과를 나타내었으나 H7은 기각되는 것으로 나타나 <표 6>에 언급된 분석결과와 상이한 분석결과를 나타내었다. 이와 같은 분석결과는 혁신저항은 월평균 사용빈도에 유의한 영향을 나타내지 않는다는 것을 의미한다. 이와 같은 상이한 분석결과에 대한 한가지 가능성은 월평균 사용빈도는 현재의 사용정도를 의미하며, 지속적 이용의도는 미래의 사용정도를 의미하는데 기인하는 것으로도 볼 수 있으나, 향후 이와 같은 상이한 분석결과에 대한 추가연구가 필요한 것으로 볼 수 있다.

VI. 결론

본 연구는 간편결제 서비스의 지속적 사용의도에 영향을 미치는 요인들에 대한 연구를 플로우, 신뢰, 혁신저항 및 지각된 가치들과 같은 동기적 요인들을 중심으로 연구모형을 구축하여 연구를 진행하였다. 주요 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

지각된 가치는 신뢰 및 혁신저항에는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 플로우에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

특히, 사용자들이 혁신기술에 대한 지각된 가치의 정도는 개별 사용자들에게 이질적 영향을 미칠 것이며, 사용자들이 지니는 가치의 종류와 분류에 따라, 몰입 혹은 즐거움과 같은 플로우에 관계없이 특정 혁신 기술을 사용할 수 있기 때문에 이와 같은 결과가 나타난 것으로 유추해 볼 수도 있다. 따라서 간편결제 서비스 기술에 대한 다양한 가치들에 대한 홍보 및 맞춤형 서비스의 확장을 통하여 간편결제 서비스 기술에 대한 신뢰성을 높이고 간편결제 서비스에 대한 저항을 줄여 궁극적으로 간편결제 서비스의 지속적 사용의도를 높이는 노력이 필요한 것으로도 볼 수 있다.

신뢰는 플로우 및 지속적 이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 대부분 간편결제 서비스의 경험자들은 관련 서비스에 이미 익숙해져 있고, 따라서 간편결제 서비스에 대해 신뢰를 가지고 있으며, 이와 같은 신뢰가 간편결제 서비스를 사용하는데 플로우감정 및 지속적 사용에 유의한 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다. 대부분 온라인 시스템에서는 신뢰성이 매우 중요한 부분을 차지하고 있는 것으로 나타나고 있는데, 본 연구에서도 이와 같은 선행연구들과 유사한 연구결과가 도출되고 있는바, 향후 이에 대한 보다 체계적인 분석이 필요하다고 볼 수 있다.

혁신저항은 지속적 이용의도에는 유의한 영향을 미치나 플로우에는 유의한 영향을 나타내지 않았다. 혁신저항이 플로우에 유의한 영향을 나타내지 않은 것은 여러 가지 복합적인 요인이 있다고 유추해 볼 수 있다. 일반적으로 혁신저항은 사용자들의 심리적 저항, 기술적 저항 및 경제적 압박감 등 다양한 요인들로 발생될

수 있다. 특히, 플로우라는 개념은 혁신기술의 사용에 대한 사용자들의 긍정적 느낌이며, 따라서 사용자들의 심리적 상태와 상대적으로 밀접한 관련이 있다고 볼 수 있다. 따라서 혁신저항의 원인이 되는 심리적 저항, 기술적 저항 및 경제적 압박감등 혁신저항의 요인을 세분화한 추후 연구를 수행하면 좀더 의미있는 결과를 얻을 수 있으리라 생각된다.

플로우는 지속적 이용의도에 영향을 미치는 것으로 확인되었는데, 이는 간편결제 서비스와 관련된 흥미 및 즐거움과 같은 긍정적 요인들은 증가시키면 간편결제 서비스 기술의 지속적 이용의도를 증가시킬 수 있다는 것을 의미한다. 현재, 간편결제 서비스의 보급이 확산되면서 많은 사용자들이 다양한 간편결제 서비스의 사용법에 익숙하고, 사용자의 대부분이 간편결제 서비스 이용 경험이 있다. 특히, 간편결제 서비스의 이용 초기에는, 간편결제 서비스와 관련된 흥미 및 즐거움과 같은 플로우를 확산시키면 사용의도를 증가시킬 수 있기 때문에, 이와 같은 플로우요인에 대한 세심한 고려가 필요하다고 볼 수 있다.

국내 간편결제 서비스는 활성화단계로 진입하고 있으며, 이와 같은 현상을 감안할 때 본 연구의 기여도는 최근 화두가 되고 있는 간편결제 서비스를 대상으로 실증분석을 수행하였다는 점에서 기여도가 있다고 볼 수 있다. 따라서 간편결제 서비스의 활성화 측면에서 사용자들의 간편결제 서비스에 대한 지속적 이용의도에 영향을 미칠 수 있는 지각된 가치, 신뢰, 혁신저항 및 플로우와 같은 동기적 요인들의 영향력을 파악하는 연구는 필요할 것으로 생각된다. 본 연구결과는 모바일 및 간편결제 서비스

관련분야의 조직 혹은 관련 실무자들에게 다음과 같은 이론적 시사점 및 실무적 시사점을 제공할 수 있다.

먼저 본 연구의 이론적 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 최근에 스마트폰을 통한 전자지갑 형태의 간편결제 서비스 출시 이후 개인들의 결제 패턴이 바뀌어 가고 있을 뿐 아니라 다양한 연령대에 간편결제 서비스는 많은 관심을 받고 있다. 본 연구는 기존의 기술수용모델을 위주로 한 단편적인 유용성과 용이성 변수들을 초점을 둔 연구들로부터 벗어나 다양한 동기적 변수를 추가하여 모델을 확장하였다는 점에서 학문적 의의가 있다.

둘째, 모바일 환경의 금융서비스 수용에 대한 선행연구들의 대다수가 연구 초점을 몇몇 단편적인 요인을 고려한 반면, 본 연구에서 제안하는 연구모형은 단일 차원이 아닌 지각된 가치, 신뢰, 혁신저항 및 플로우와 같은 다차원적인 변수들의 영향을 분석하였다는 점이다. 이러한 다차원적 연구모형은 간편결제 서비스의 활용과 관련된 결정요인들의 분석에 대해 좀더 풍부한 해석을 제공할 수 있을 것이다.

셋째, 현재 국내·외적으로 간편결제 서비스에 많은 기업 및 조직들이 참여하고 있고 또한 관심이 높아지고 있는 현실을 반영하여 간편결제 서비스의 지속적 이용의도에 동기적 요인들인 지각된 가치, 신뢰, 혁신저항 및 플로우의 영향력을 파악하였다는 점이다. 특히, 이와 같이 사용자들의 동기적 혹은 행동과학적인 요인들의 영향을 파악함으로써 향후 간편결제 서비스의 이론적 모형의 확장에 중요한 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

다음으로 본 연구의 실무적 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 간편결제 서비스의 활성화를 유도하기 위해서는 사용자들이 가질 수 있는 혁신저항을 줄일 수 있는 방안과 함께 서비스의 유용성 및 효과성을 포함하는 지각된 가치, 신뢰 및 플로우와 같은 요인들에 대해 사용자들을 대상으로 워크숍 및 특강과 같은 방법들을 통해 이해시키는 것이 중요하다는 것을 본 연구결과는 시사한다고 볼 수 있다.

둘째, 간편결제 서비스 사용자, 서비스 제공자 및 기술 개발자 간의 조화를 높일 수 있는 정책을 수립하고 지속적으로 실행할 수 있는 다양한 방안들에 대한 이론적 토대를 제공했다는 점이다. 본 연구결과를 이용해 사용자들이 간편결제 서비스에 대해 친숙하게 다가갈 수 있도록 간편결제 서비스의 혁신저항을 줄이고 지각된 가치, 신뢰 및 플로우를 증가시키는 방안에 대한 이론적 근거를 제공할 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구 결과에서 유추할 수 있는 주목할 사항은 간편결제 서비스 사용자들은 자신들에게 개인화되고, 어느 환경에서든 사용 가능한 간편결제 서비스를 선호한다는 것이다. 이에 간편결제 서비스 제공 기업들은 기기형태, 플랫폼 형태, 운영 시스템 형태에 따라 항상 사용가능하고 맞춤형이 가능한 시스템 개발에 노력을 기울여야 할 것이다.

본 연구의 결과를 해석함에 몇 가지 한계점과 향후 연구과제는 다음과 같다.

첫째, 본 연구결과는 인구통계학적 요인 즉, 연령별, 직업별, 소득별로 사용자들의 행태는 다를 것이며 결과적으로 관련 요인들의 영향력

에도 차이가 있을 것이다.

둘째, 본 연구는 상대적으로 IT에 능숙하고 간편결제 서비스를 사용한 경험자를 대상으로 선정하였으며, 간편결제 서비스 이용경험의 유무에 따라 관련 요인들의 영향력에 차이가 있을 수 있을 것이다. 특히, 간편결제 서비스를 사용한 기간, 예를 들면, 간편결제 서비스의 초기 이용 및 이용한 후 일정한 시간이 경과한 후 플로우와 같은 변수들의 영향력에는 차이가 있을 수 있으며, 추후 연구에서는 이와 같은 부분을 고려한 연구가 필요할 것으로 생각된다. 특히, 간편결제 서비스 종류별로 지각된 가치, 신뢰, 혁신저항 및 플로우의 개념은 다르게 나타날 것이며, 추후 연구에서는 간편결제 서비스 종류별로 이와 같은 변수들에 대한 특화된 연구가 필요할 것으로 생각된다.

셋째, 본 연구결과는 특정한 시점을 기준으로 수행한 횡단적 연구이기 때문에 시간적 변화에 따라 차이가 있을 수 있다. 특히, 지각된 가치, 신뢰, 혁신저항 및 플로우와 같은 동기적 요인 혹은 행동과학적 요인들은 시간의 흐름에 따라 영향력이 변화할 수 있으므로 이와 관련된 종단적 연구가 필요할 것으로 생각된다.

마지막으로, 간편결제 서비스 이용환경에서는 관련 법규, 금융, 정책 등 여러 가지 환경적인 변수들이 영향을 미칠 수 있다. 그러나 본 연구에서는 간편결제 서비스와 관련되어 사용자들이 인지하는 지각된 가치, 신뢰, 혁신저항 및 플로우만을 고려한 한계점이 있다. 후속 연구에서는 간편결제 서비스의 이용과 관련된 다양한 환경에서 존재할 수 있는 관련 요인들을 추가적으로 고려할 필요가 있을 것이다.

참고문헌

- 권혁준, 기영훈, 곽승준, 배은준, “간편결제 서비스의 등장 배경과 현황 및 향후 대응 방안”에 관하여,” 지급결제학회지, 제11권, 제1호, 2019, pp. 171-193.
- 김민경, 최보름, “모바일 결제 앱에서의 보안과 신뢰: 개인의 성향과 보안 신호를 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제19권, 제5호, 2019, pp.194-204.
- 김아영, 김태성, 오하경, “전자인증 서비스 수용 의도에 관한 연구: 모바일 금융서비스 중심으로,” 한국정보통신학회지, 제43권, 제2호, 2018, pp.461-474.
- 김현룡, “외식 배달 앱의 이용의도에 영향을 미치는 선행변수에 관한 연구: 확장된 기술수용모델을 중심으로,” 관광경영연구, 제23권, 제5호, 2019, pp.443-464.
- 김현우, 김승인, “핀테크 어플리케이션의 사용자 경험연구: 토스와 카카오뱅크를 중심으로,” 디지털융복합연구, 제18권, 제1호, 2020, 287-293.
- 노운호, 옥석재, “전자상거래 환경에서 제도적 메커니즘이 온라인 쇼핑 업체의 신뢰에 미치는 영향,” 한국경영정보학회 학술대회논문집, 2019, pp159-165.
- 설상철, 정성광, 최우영, “핀테크 이용동기에 따른 이용자 태도와 구전의도의 관계: 혁신저항과 메시지 유형의 조절효과,” 경영과 정보연구, 제36권, 제5호, 2017, pp.195-221.
- 신상윤, 김철중, “모바일 앱 이용자의 서비스 편의성이 소비자의 신뢰 및 구매의도에 미치는 영향: 지각가치의 조절 및 신뢰의 매개역할을 중심으로,” 유통경영학회지, 제22권, 제1호, 2019, pp.23-33.
- 양수연, “외식 O2O 앱 품질과 플로우, 만족 및 지속사용의도의 관계,” 2019, 세종대학교
- 엄사랑, 신혜리, 김영선, “중고령자의 기술수용도 영향요인 분석: 최신기술 핀테크를 중심으로,” 정보시스템연구, 제18권, 제2호, 2020, pp. 57-71.
- 유재현, 박종찬, 김기훈, “핀테크 서비스의 확산 의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 간편결제서비스를 중심으로,” 산업경제연구, 제31권, 제1호, 2018, pp.1-21.
- 유현선, “핀테크 사용에서의 IT역할에 관한 연구,” 인터넷전자상거래연구, 제20권, 제2호, 2020, 83-105.
- 이은미, 구자영, “신용카드 사용이 모바일 간편결제 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구,” 디지털융복합연구, 제18권, 제4호, 2020, pp. 149-161.
- 이이진, 염창선, “모바일 커뮤니케이션 앱에 있어서 고객가치가 고객만족과 추천의도에 미치는 영향,” 한국정보기술학회 논문지, 제17권, 제3호, 2019, pp.1-10.
- 이혜리, 채명수, “중국 모바일 간편 결제서비스의 지각된 가치 및 사용의도에 관한 연구: 위챗페이를 중심으로,” 제20권, 제1호, 2020, 235-249.
- 장은진, 김정균, “핀테크 결제서비스 지속사용 영향요인 연구: 무리행동이론과 제도적 신뢰 관점에서,” e-비즈니스연구, 제18

- 권, 제2호, 2017, pp.197-212.
- 정지영, 정하영, 조현, “모바일 결제 서비스의 수용-저항 동기에 대한 실증연구: 다변인 관별분석을 중심으로,” 정보시스템 연구, 제27권, 제2호, 2018, pp.115-134.
- 조가, 김영길, 김연성, “지각된 화장품 브랜드 앱의 특성이 지속적 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구: 고객만족의 매개효과와 관여도의 조절효과를 중심으로,” 품질경영학회지, 제47권, 제2호, 2019, pp.237-254.
- 조성호, “모바일 관광 앱 서비스특성이 지각된 가치, 만족 및 행동의도에 미치는 영향,” 산경연구논집, 제10권, 제9호, 2019, pp.45-52.
- 조진호, “모바일 간편결제 서비스에 대한 신뢰, 고객만족, 지속적 이용의도간의 관계분석: 신뢰와 고객만족의 다중매개효과와 사용자경험의 조절효과를 중심으로,” 산업혁신연구, 제34권, 제1호, 2018, pp.99-126.
- 황신해, 김정근, “핀테크 지급결제 서비스 수용 저항요인 연구: 혁신저항이론과 현상유지편향이론을 중심으로,” 정보시스템 연구, 제27권, 제1호, 2018, pp.133-151.
- Chen, C. and Lin, Y., “What Drives Live-stream Usage Intention? The perspectives of Flow, Entertainment, Social Interaction, and Endorsement,” Telematics and Informatics, Vol.35, No.1, 2018, pp.293-303.
- Chen, Y., Hsu, T., and Lu, Y., “Impact of Flow on Mobile Shopping Intention,” Journal of Retailing and Consumer Services, Vol.41, No.1, 2018, pp.281-287.
- Hong, D., “An Empirical Study of Mobile Social App Continuance Intention: Integrating Flow Experience and Switching Costs,” International Journal of Networking and Virtual Organizations, Vol.17, No.4, 2017, pp.410-424.
- Vess, J., Angelina, K. and Russell, T., “Limitations to the Rapid Adoption of M-Payment Services: Understanding the Impact of Privacy Risk on M-Payment Services,” Computers in Human Behavior, Vol.79, No.1, 2018, pp.111- 122.
- Wenner, G., Bram, J.T., Marino, M., Obeysekare, E. and Mehta, K., “Organizational Models of Mobile Payment Systems in Low-Resource Environments,” Information Technology for Development, Vol.24, No.4, 2018, pp.681-705.

손 달 호 (Son, Dal Ho)



경북대학교에서 학사, Texas Tech에서 석사와 박사 학위를 취득하였다. 현재 계명대학교 경영정보학과 교수로 재직하고 있으며, 주요 관심분야는 모바일 상거래, 빅데이터, 블록체인 등이다.

<Abstract>

A Study on the Factors of Intention of Continued Use of the Convenient Payment Service: The Perspectives of the Flow, the Reliability and the Innovative Resistance

Son, Dal Ho

Purpose

The purpose of this study is to deduct the motivative factors such as perceived value, trust, innovative resistance and flow from the pervious studies and to examine the effect of the motivative factors in the continued use of convenient payment service.

Design/methodology/approach

This study made a design of the research model by integrating the factors deducted from the Value-based Adoption Model and the Innovative Resistance Model with the factors deducted from the Flow Theory.

Findings

Results showed that perceived value had a significant effect on trust and innovative resistance. Moreover, trust had a significant effect on flow and continued use. Finally, innovative resistance and flow had a significant effect on continued use. However, the research model in this study was derived from a behavioral point of view, therefore, this model needs to combine the various factors of related fields.

Keyword: Fintech, Perceived Value, Flow, Innovative Resistance, Trust

* 이 논문은 2020년 12월 3일 접수, 2021년 1월 6일 1차 심사, 2021년 2월 18일 게재 확정되었습니다.