

모바일 간편 결제 서비스 수용요인에 관한 실증연구: 중국사례를 중심으로

An Empirical Study on the Factors Influencing the Acceptance of Mobile Easy Payment Services: A Case of Chinese User

진로, 이동명
건국대학교 신산업융합학과

Chen Lu(chenlu8807@hotmail.com), Dong-Myung Lee(dmlee@konkuk.ac.kr)

요약

본 논문에서는 중국 사례를 중심으로 모바일 간편 결제 서비스의 수용의도에 영향을 미치는 요인을 살펴 보기 위하여 연구모형을 설계하였다. 이를 위해 서비스 특성(즉시 접속성, 경제성, 보안성), 사회적 특성(주관적 규범, 이미지), 개인적 특성(자기 효능감, 개인 혁신성, 적합성), 지각된 용이성, 지각된 유용성과 수용 의도를 연구변수로 도입하여 연구모형을 제시하고 모바일 간편 결제 서비스 사용자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 온라인 설문조사를 통해서 최종 439부를 분석에 사용하였으며, 수집된 자료는 SPSS 22.0과 AMOS 23.0을 이용하여 제기된 연구가설을 검증했다. 분석 결과에 의하면 서비스 특성, 사회적 특성, 개인적 특성은 지각된 용이성과 지각된 유용성에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 지각된 용이성은 지각된 유용성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 지각된 용이성과 지각된 유용성은 수용의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

■ 중심어 : |모바일 간편 결제 서비스 | 핀테크 | 기술수용모델 | 서비스 특성 | 사회적 특성 | 개인적 특성 |

Abstract

In this paper, a research model was designed to investigate the factors influencing the intention to use of mobile easy payment services in China. Our research model includes the service factors(instant connectivity, economic and security), social factors(subjective norms and image), the user's individual factors(self-efficacy personal innovativeness and suitability), perceived ease of use, perceived usefulness and intention to use. A survey was conducted to collect the data with users who have had the actual using experience about mobile easy payment services. In this research, the data were collected by online survey, and in final analysis, 439 users' questionnaires were used. The empirical paper proves research hypothesis by using SPSS 22.0 and AMOS 23.0. The results of the study are as follows: the mobile easy payment service factors, social factors and the user's individual factors partially give positive effects to perceived ease of use and perceived usefulness; perceived ease of use gives positive effects to perceived usefulness. In addition, perceived ease of use and perceived usefulness have positive effects to on intention to use.

■ keyword : | Mobile Easy Payment Services | FinTech | TAM | Service Factors | Social Factors | Use's Individual Factors |

접수일자 : 2017년 05월 10일
수정일자 : 2017년 06월 13일

심사완료일 : 2017년 06월 19일
교신저자 : 이동명, e-mail : dmlee@konkuk.ac.kr

I. 서론

최근 새로운 통신기술을 통하여 금융 산업의 비즈니스 모델을 창출하고 스마트 기기 이용을 통한 결제 및 송금 등 서비스 기능을 제공할 수 있는 핀테크 사업에 대한 관심이 높아지고 있다. 이러한 추세와 맞물려 스마트폰 이용이 빠르게 확산됨에 따라 모바일 간편 결제 서비스는 급격한 성장 추세를 보여주고 있다. 모바일 간편 결제 서비스는 복잡한 결제 단계를 간소화하여 사용자의 편리성을 증대시키고, 이동 중에도 스마트폰을 통해 편리하게 이용할 수 있어서 더욱 매력적인 거래방식이 인식되고 있다.

이러한 모바일 간편 결제 서비스는 해외 기업들이 국내 기업보다 먼저 서비스를 제공하고 있다. 해외 시장의 경우 결제 서비스에 대한 규제를 완화하고 사업자들이 사업을 할 수 있는 환경이 이미 조성되어 있다. 특히 중국의 경우, 모바일 인터넷 사용자가 급속히 늘어남에 따라 모바일을 이용하여 제품을 구매하는 시장이 활성화 되었으며, 이에 맞추어 중국 기업도 모바일 간편 결제 시스템을 적극적으로 도입함에 따라, 중국의 모바일 간편 결제 시장은 매우 빠르게 상승한 것이다[1]. 지난 2016년 중국의 모바일 간편 결제 서비스 시장 규모는 8조 5천억 위안으로 2012년에 비해 20배 성장하였으며, 모바일 간편 결제 서비스 사용자는 4억 7천만 명으로 2015년 대비 31.2% 늘어나는 성장세를 보여주고 있다 [2]. 이러한 시장의 급격한 성장세는 모바일 간편 결제 서비스가 온라인에서만 사용하는 것이 아니라, 오프라인에서도 많이 사용되고 있기 때문이다. 이미 대도시의 시민들은 일상생활 중 대부분의 결제를 모바일 간편 결제 서비스를 이용해서 해결하고 있다[3].

그러나 국내의 많은 스마트폰 사용자들은 여전히 모바일 간편 결제 방식의 복잡함이나 보안에 대한 불안감 등을 이유로 모바일 간편 결제 서비스 이용을 주저하고 있는 것이 현실이다. 따라서 기업 입장에서 사용자를 확보하기 위해서 가장 중요한 것은 간편하고 유용한 모바일 간편 결제 서비스를 제공하는 것이다. 그러나 지금까지의 전자결제 서비스 관련 선행 연구들을 보면 기존의 온라인 banking, 모바일 banking, 모바일 금융 등에 관한

연구들이 대부분으로 모바일 간편 결제 서비스에 대한 연구들은 많이 이루어지지 않았다. 이에 본 논문에서는 지난 10년 전부터 이 서비스를 이용하고 있는 중국 사용자를 대상으로 모바일 간편 결제 서비스와 관련하여 어떤 요인들이 영향을 미치며 요인들 간 인과관계가 무엇인지에 대하여 살펴보고자 한다. 또한 연구결과를 바탕으로 관련 국내 기업에게 모바일 간편 결제 서비스 도입 및 운영에 대한 시사점을 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 모바일 간편 결제 서비스

핀테크란 금융과 기술의 합성어로 모바일 결제 및 송금, 자산관리, 클라우드 펀딩 등 금융과 정보통신기술이 융합된 기술을 의미하며, 은행, 금융투자, 금융데이터분석, 지급결제서비스 등 금융 서비스를 제공하는 많은 기업들을 핀테크 기업이라 할 수 있다. 따라서 핀테크 기업은 글로벌 대기업부터 신생 벤처기업까지 범위가 매우 넓으며, 핀테크에 대한 투자 규모도 2015년 120억 달러로, 2014년에 비해 50% 늘어나는 등 최근 핀테크 기업에 대한 투자가 폭발적으로 증가하고 있는 추세이다[4].

핀테크 기업 가운데 가장 활발하게 이용되고 있는 분야는 모바일 간편 결제 서비스이다[5][6]. 모바일 간편 결제 서비스는 모바일 기기를 활용하여 제품 구매 및 결제를 해주는 모바일 결제 서비스와 유사하지만, 자신의 카드 정보를 한 번만 입력해 놓으면, 이후 결제 시에 부가적인 카드 정보 입력이나 공인인증서 없이도 결제할 수 있다는 점에서 기존의 일반 결제방식과 차이가 있다. 따라서 모바일 간편 결제 서비스는 복잡한 결제 단계를 줄여서 사용자의 기술수용 용이성을 증대시킨다. 모바일 간편 결제 서비스의 대표적인 예로는 미국의 Paypal과 중국의 Alipay가 있으며, 최근에는 미국의 Google Wallet, Apple Pay와 한국의 Kakao Pay도 빠른 속도로 성장하고 있다.

모바일 간편 결제 서비스에 관한 최근 연구들을 보면, 노승훈과 권태경[7]은 국내 모바일 환경에서 대표적인

모바일 간편 결제 서비스를 비교 분석하였으며, 김소담과 양성병[5]은 한국에서 카카오톡 사용자들을 대상으로 설문조사를 실시한 후 실증적 분석을 통해 카카오페이에 대한 카카오톡 사용자의 수용 저항 요인을 밝혀냈다. 조은영과 김희웅[6]은 모바일 간편 결제 서비스 시장의 주요 기업들을 대상으로 인터뷰를 실시하여 모바일 간편 결제 서비스의 활성화를 촉진하는 요인과 저항하는 요인을 도출하고, 요인들 간 인과관계 및 영향 분석을 통해 이슈를 도출하고 대안을 제시하였다. 김수현과 안암[8]은 중국의 모바일 결제 시장에서 가장 높은 시장 점유율을 차지하고 있는 알리바바의 모바일 결제 서비스 수용에 영향을 미치는 요인들을 확인 및 검증하여 요인들 간의 인과관계를 실증적으로 분석하였다.

2. 기술수용에 관한 이론

정보기술 및 정보시스템의 수용현상을 가장 잘 설명한 이론은 Davis[9]가 제안한 기술수용모델(Technology Acceptance Model)이다. 기술수용모델은 기존의 합리적 행동이론을 바탕으로 정보기술의 수용에 영향을 미치는 요인을 분석하여 정보기술 사용자의 행동을 예측하기 위하여 개발된 모형으로서 신념, 태도, 의도, 행위의 순으로 연결되는 관계성을 통해 정보기술 수용여부를 예측할 수 있다. 기술수용모델은 지각된 용이성과 지각된 유용성이라는 두 개의 중요 신념을 통하여 정보기술 수용의 결정요인에 대한 설명을 제공한다. 지각된 용이성은 개인이 특정 정보시스템을 사용하는 것이 어렵지 않거나 많은 노력을 요구하지 않는다고 믿는 정도라고 정의할 수 있으며, 지각된 유용성은 개인이 특정 정보시스템을 사용하여 업무성과를 향상시킬 것이라고 믿는 정도라고 정의할 수 있다.

기술수용모델을 확장한 연구인 Venkatesh and Davis[10]의 TAM2(Technology Acceptance Model 2)는 지각된 유용성에 관련하여 확장한 모델로 외부 변수를 확장하여 주관적 규범, 이미지 등의 사회적 영향 프로세스와 직무 적합성, 산출물 품질, 결과 실현성 등의 인지적 도구 프로세스를 외부 변수로 하는 연구를 실시하여 기존에 있었던 기술수용모델과의 관계를 검증하였다. 기존의 기술수용모델에서 외부 변수들의 탐색을

중시하는 이유는 조직에서 최종 사용자에 의한 정보기술 이용이 중요한 만큼 그 원인변수들을 찾는 것이 실무자들로 하여금 사용자 지향적인 시스템을 구축하도록 도움을 제공하기 때문이다. 또한 Venkatesh et al.[11]는 기존에 기술수용모델의 한계점을 비판하면서 정보기술수용에 대한 통합적인 관점의 연구를 시도하여 기술 수용 및 이용에 관한 통합이론을 발표했다. UTAUT(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)는 기존 연구에서 유의하다고 밝혀진 32개의 구성개념을 통합하여 최종적으로 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건 등의 4개 핵심 구성개념을 제안한 모형이다.

정보시스템 연구자들은 지금까지 계속적인 조사와 반복연구를 통하여 기술수용모델이 다양한 정보기술 시스템에 대한 개인의 수용을 예측하는데 타당하다는 것을 인정해 왔다. 최근의 기술 수용과 관련된 연구들은 정보시스템 및 서비스뿐만 아니라 여러 분야에서 변형 및 확장되었고 결과적으로 보면 기술수용모델에 대한 대부분의 선행연구는 긍정적인 결과가 나왔다. 또한 많은 연구들이 지각된 용이성과 지각된 유용성에 대한 결정요소를 제시하거나 정보기술 수용에 영향을 주는 새로운 개념을 제시함으로써 기술수용모델을 확장시키고 있다.

모바일 기술에 대한 기술수용모델의 최근 선행 연구를 보면, 김경규 외[12]는 모바일 웹 브라우저 서비스에 대한 사용자의 사용 의도를 실증적으로 분석하기 위하여 기술수용모델을 근거로 하여 사용용이성, 유용성 및 이용의도를 이용해서 새로운 연구 모형을 제시하였다. 손승혜 외[13]의 연구에서는 기술수용모델을 이용하여 스마트폰 채택 행동과 관련된 변인들을 분석하였다. 서순식[14]은 기술수용모델의 확장된 모형으로 디지털 교과서 수용 및 활용에 대해 분석하였다. 배두환[15]은 스마트폰 사용의도에 관한 연구에서 기술수용모델을 중심으로 소비자의 행동을 예측하였다.

3. 서비스 특성

서비스 특성은 정보시스템 성공을 결정하는 중요한 요인으로 정보시스템의 수용여부를 측정지표로 활용되

고 있다[16]. 모바일 간편 결제 서비스의 주요 특징 중 하나는 즉시 접속성이다. 즉시 접속성은 시간이나 장소에 상관없이 자신이 필요할 때 모바일 단말기로 시스템에 접속해 필요한 자료를 검색하거나 업무를 수행하는 것이다[8][17]. 이러한 즉시 접속성이 정보기술을 활용한 서비스 수용에 영향을 주는지에 관한 연구가 활발하게 진행되어 왔다. 유일 외[18]는 모바일뱅킹 서비스 수용요인에 즉시접속성이 이용되었으며, 김효정 외[19]는 즉시 접속성이라는 특성으로 인해 모바일 게임의 이용의도에 중요한 역할을 수행한다고 제안하였다. 김형준과 정철호[20]는 즉시 접속성이 사용자의 모바일 뱅킹의 재이용의도 형성에 중요한 요소로 고려하였다.

경제성은 사용자의 수용의사에 영향을 미치는 중요한 요인으로 정보시스템을 사용하는 비용, 또는 비용절감의 경제적 개념을 말한다[21]. 한상[22]은 인터넷 뱅킹 채택의 결정요인에 관한 연구에서 경제성을 채택하여 실증적으로 검증하였으며, 권소창과 박정희[21]는 디지털 스토리지를 대상으로 개인행동에 영향을 미치는 주요 변수들 간의 관계를 파악함으로써 실증적으로 증명하였는데, 경제성이 중요한 변수로 이용되었다. 또 오은혜[23]는 SNS의 수용결정에 관한 연구에서 경제성을 채택하였다.

보안성은 개인정보에 대한 프라이버시로 자신에 관한 정보수집과 사용을 통제할 수 있는 자기결정권으로 자신의 정보를 타인이 함부로 사용할 수 없거나 사용하는 것을 제한할 수 있도록 하는 권리를 말한다[24]. 김형준과 정철호[20]는 사용자의 재사용의도를 제고하기 위해서 모바일 뱅킹 서비스 중 보안성은 개선되어야 할 사항으로 지적하였으며, 최영남 외[24]는 스마트 헬스케어 서비스의 수용의도에 영향을 미치는 요인 중에서 보안성을 이용하였다. 이에 본 연구에서는 선행연구의 고찰을 통하여 서비스 특성을 즉시 접속성, 경제성과 보안성으로 구성하였다.

4. 사회적 특성

사회적 특성은 사회적인 관계 속에서 서로 간의 행위에 의해 영향을 주고받는 정도로서 특성 행동을 수행하도록 개인이 받는 지각된 압력을 의미한다[25]. 사회적

영향에 대한 가장 대표적 개념은 합리적 행동이론에서 제시하는 주관적 규범으로 어떤 개인의 준거가 되는 중요한 개인 및 집단이 자신의 행위의 성과에 대하여 갖게 될 견해에 대한 인지로 정의되며[26], 사회적 영향 요인 중 이미지는 혁신을 수용하거나 수용함으로써 사회 시스템 내에서 자신의 사회적 지위나 이미지가 증대 혹은 강화되는 정도라고 정의된다[27]. 기술수용모델의 정보기술시스템 수용에 관한 여러 연구들에서 사회적 영향은 중요한 외부 선행변수로 사용되었다[12][28]. 따라서 본 연구에서도 사회적 영향이 모바일 간편 결제 서비스 사용에 영향을 미칠 것이라 판단하고 사회적 영향 요인을 주관적 규범과 이미지로 채택하여 검증하고자 한다.

5. 개인적 특성

사용자 개인의 어떤 특성이 기술 서비스를 수용하도록 하는지에 관한 연구는 지속적인 관심을 끌고 있다. 자기 효능감은 특정한 과제에 대하여 수행할 수 있는 능력에 대한 믿음이나 자신감을 의미한다[29], 유일 외[18]는 모바일뱅킹 서비스 수용의도에 관한 연구에서 자기 효능감을 이용하였다. 김경규 외[12]는 모바일 웹브라우저 서비스의 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구에서 외부요인으로 자기 효능감을 이용하여 실증 분석하였다. 배두환[15]도 스마트폰의 사용의도에 관한 연구에서 자기 효능감을 이용하여 분석하였다.

개인 혁신성은 개인이 새로운 정보기술 서비스에 대해 타인과 비교하여 혁신적으로 얼마나 쉽고 빠르게 수용하는가를 정의한다[30]. 손승혜 외[31]는 기술수용모델을 이용한 초기 사용자들의 스마트폰 채택 행동 연구에서 개인적 혁신성을 이용하여 실증적으로 검증하였다. 유신정과 이연준[32]도 사용자 특성과 지각된 인식이 개인화 앱의 사용 만족에 미치는 영향에 관한 연구에서 개인 혁신성을 이용하였다.

적합성은 기존 가치와 규범 그리고 잠재적 혁신수용자의 과거 경험 및 요구와 일치된다고 인식되는 정도를 의미한다[14]. 서순식[14]은 디지털 교과서 수용 및 활용 탐색에 관한 연구에서 적합성을 디지털 교과서를 수용하는 결정 요인으로 채택하였다. 또 유신정과 이연준

[32]은 개인화 앱의 사용 만족에 미치는 영향에 관한 연구에서 적합성을 이용하였다. 이에 본 연구에서는 선행 연구를 통하여 자기 효능감, 개인 혁신성과 적합성으로 개인적 특성을 구성하였다.

III. 연구 설계

1. 연구 모형

본 연구에서는 모바일 간편 결제 서비스 수용에 영향을 미치는 요인을 확인하기 위하여 기술수용모델을 토대로 서비스 특성, 사회적 특성과 개인적 특성을 독립변수로 도입하여 [그림 1]과 같은 연구모형을 수립하였다.

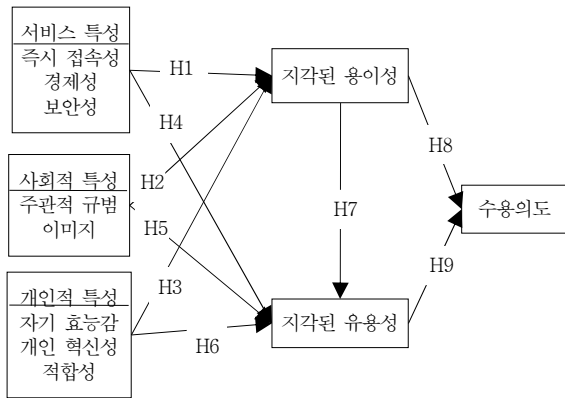


그림 1. 연구모형

2. 연구 가설

2.1 서비스 특성과 지각된 용이성

서비스 특성과 지각된 용이성에 대한 선행연구를 보면, 유일 외[18]는 즉시 접속성이 모바일 뱅킹 서비스의 수용요인으로서 지각된 이용 용이성에 긍정적인 영향을 준다고 하였으며, 김효정 외[19]도 모바일 환경에서 게임의 이용의도를 향상시키는데 즉시 접속성이 중요한 역할로 지각된 이용 용이성에 긍정적인 영향을 준다고 주장하였다. 그리고 오은혜[23]는 SNS의 수용결정에 영향을 미치는 SNS의 경제성을 수용요인으로서 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 준다고 주장하였다. 또한 최영남[24]은 스마트폰 헬스케어 서비스 수용의도의

연구에서 보안성은 용이성에는 긍정적인 영향을 준다고 주장하였다. 이에 본 연구에서는 선행 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

- H1-1. 서비스 특성 중 즉시 접속성은 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H1-2. 서비스 특성 중 경제성은 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H1-3. 서비스 특성 중 보안성은 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.2 사회적 특성과 지각된 용이성

사회적 특성과 지각된 용이성에 대한 선행연구를 보면, 양희동과 문윤지[28]는 주관적 규범과 이미지가 정보기술 수용에 관한 연구에서 지각된 용이성에 영향을 미친다고 주장하였다. 이에 본 연구에서 기존 선행연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 도출하였다.

- H2-1. 사회적 특성 중 주관적 규범은 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H2-2. 사회적 특성 중 이미지는 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.3 개인적 특성과 지각된 용이성

개인적 특성과 지각된 용이성에 대한 선행연구를 보면, 유일 외[18]의 연구에서는 자기 효능감이 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 김경규 외[12]는 모바일 웹 브라우징 서비스의 사용의도에 관한 연구에서 컴퓨터 자기 효능감은 사용 용이성에 통계적으로 유의한 영향을 주지 않지만, 모바일 자기 효능감은 사용 용이성에만 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였다. 배두환[15]의 스마트폰 사용의도에 관한 연구에서는 자기 효능감이 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 손승혜 외[31]는 개인적 혁신성 이용자들이 스마트폰의 채택 행동에 대해 용이성에 유의한 영향을 미친다고 하였으나, 유신정과 이연준[32]은 혁신성이 용이성에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는다고 주장하였다. 서순식[14]은 디지털교과

서 수용 및 활용 탐색 연구에서 적합성이 지각된 사용 용이성에 영향을 미친다고 주장하였다. 따라서 선행 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H3-1. 개인적 특성 중 자기 효능감은 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H3-2. 개인적 특성 중 개인 혁신성은 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H3-3. 개인적 특성 중 적합성은 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.4 서비스 특성과 지각된 유용성

서비스 특성과 지각된 용이성에 대한 선행연구를 보면, 유일 외[18]의 연구 결과를 보면 즉시 접속성이 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났지만, 김형중과 정철호[20]은 모바일 뱅킹 서비스의 재사용의도에 대한 연구에서 즉시 접속성과 보안성은 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치지 않는다는 결과를 제시하였다. 최영남[24] 또한 스마트폰 헬스케어 서비스 수용의도의 연구에서 보안성은 유용성에는 유의한 영향을 주지 않는다고 주장하였다. 그리고 한상일[22]은 인터넷 뱅킹을 채택하는 결정요인 연구에서 경제성은 인지된 유용성에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였으며, 권소창과 박정희[21]도 디지털 스토리지 이용이 개인행동에 미치는 영향에 관한 연구에서 경제성은 유용성에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였다. 이에 본 연구에서는 선행 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

- H4-1. 서비스 특성 중 즉시 접속성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H4-2. 서비스 특성 중 경제성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H4-3. 서비스 특성 중 보안성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.5 사회적 특성과 지각된 유용성

사회적 특성과 지각된 유용성에 대한 선행연구를 보면, 양희동과 문윤지[28]의 연구결과를 보면 주관적 규

범과 이미지가 지각된 유용성에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 김경규 외[12]는 주관적 규범과 이미지가 모바일 웹 브라우징 서비스에 대한 지각된 유용성에 영향을 미친다고 하였다. 이에 본 연구에서 기존 선행 연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 도출하였다.

- H5-1. 사회적 특성 중 주관적 규범은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H5-2. 사회적 특성 중 이미지는 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.6 개인적 특성과 지각된 유용성

개인적 특성과 지각된 유용성에 대한 선행연구를 보면, 배두환[15]는 자기 효능감이 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였으나, 유일 외[18]는 모바일 뱅킹 서비스 수용요인에 대한 연구에서 자기 효능감이 지각된 유용성에는 영향을 미치지 않는다고 주장하였다. 또한 김경규 외[12]도 컴퓨터 자기 효능감이 사용 유용성에 유의한 영향을 주지 않는다고 주장하였다. 손승혜 외[31]는 개인적 혁신성이 지각된 유용성에 유의한 영향을 미친다고 주장하였으나, 이와 반대로 유신정과 이연준[32]의 개인화 앱의 사용 만족에 대한 연구 결과에서는 혁신성이 유용성에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그러나 유신정과 이연준[32]은 적합성이 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 실증적으로 검증하였다.

- H6-1. 개인적 특성 중 자기 효능감은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H6-2. 개인적 특성 중 개인 혁신성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H6-3. 개인적 특성 중 적합성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.7 지각된 용이성과 지각된 유용성, 수용의도; 지각된 유용성과 수용의도

Davis[9]의 연구에서는 지각된 용이성이 지각된 유용성의 선행변수임을 보여주고 있다. 최근 기술수용모델

과 관련된 다양한 연구에서는 모바일 및 온라인 환경에 적용하는 시도를 활발히 하고 있으며, 실제로 지각된 용이성 및 지각된 유용성은 모바일 및 온라인 환경에서도 매우 설명력이 높은 변수로 증명되고 있다[12][15]. 김형준과 정철호[20]은 모바일뱅킹 서비스의 재사용의도에 관한 연구에서 기술수용모델을 토대로 모바일뱅킹 서비스를 사용해 본 경험이 있는 사람들을 대상으로 설문조사를 통해서 지각된 사용용이성은 지각된 유용성과 재사용의도에, 그리고 지각된 유용성은 재사용의도 모두 유의한 정의 영향을 미친다고 하였으며, 김정규 외[12]의 모바일 웹 브라우징 서비스에 대한 사용자의 사용의도를 실증적으로 분석한 결과를 보면 사용용이성은 유용성에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 또 사용용이성과 유용성은 이용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 손승혜 외[31]의 스마트폰 채택 행동에 관한 연구에서도 용이성은 유용성과 채택의도에 그리고 유용성은 채택의도에 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 배두환[15]의 무선인터넷 사용의도에 관한 실증연구에서도 지각된 용이성은 지각된 유용성과 사용의도에, 그리고 지각된 유용성은 사용의도에 모두 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였다. 이와 같이 많은 선행 연구들은 지각된 용이성이 혁신정보기술 수용의도에 유의한 영향을 미친다고 제시하고 있다. 이에 본 연구에서 기존 연구와 일관된 관점에서 다음과 같은 가설을 도출하였다

- H7. 지각된 용이성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H8. 지각된 용이성은 수용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H9. 지각된 유용성은 수용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3. 주요 개념의 조작적 정의

본 연구에서 제시한 연구가설을 검증하기 위한 설문 문항들은 선행연구를 바탕으로 본 연구에 적합한 문항으로 [표 1]과 같이 재구성하였다.

표 1. 주요 개념의 측정 항목

| 변수 | 설문항목 | 참고 문헌 |
|---------|---|----------------------|
| 즉시 접속성 | 실시간으로 이용할 수 있다. 언제든지 이용할 수 있다. 어디서든 이용할 수 있다. | [19] [20] |
| 경제성 | 거래시간을 절약해 준다 시간을 효율적으로 사용할 수 있다. 거래 수수료는 저렴하다. 이용하는 것이 경제적이다. | [21] [23] |
| 보안성 | 개인정보를 유출하지 않는다. 거래정보를 유출하지 않는다. 해킹으로부터 안전하다. | [19] [23] |
| 주관적 규범 | 내 생각과 행동에 영향을 미치는 사람들(직장상사/동료, 선후배, 선생님 등)은 내가 이 서비스를 사용하는 것이 좋을 것이라고 생각한다. 내 주변 사람들 중에 나에게 이 서비스를 사용해 보라고 권하는 사람이 많다. 신문, 방송, 인터넷 매체를 보면 이 서비스를 사용해 야겠다는 생각이 든다. | [26] [27] |
| 이미지 | 이 서비스를 사용하는 사람들이 그렇지 않는 사람들보다 돋보인다고 생각한다. 이 서비스를 사용하는 사람들이 그렇지 않는 사람들보다 시대에 앞서 나간다고 생각한다. 이 서비스를 사용하는 사람들이 그렇지 않는 사람들보다 더 긍정적이라고 생각한다. | [26] [27] |
| 자기 효능감 | 새로운 서비스를 사용하는데 자신감이 있다. 새로운 서비스가 제공하는 새로운 기능들을 쉽게 배운다. 새로운 서비스를 능숙하게 잘 사용한다. | [12] [15] |
| 개인 혁신성 | 새로운 서비스를 사용해 보는 것을 좋아한다. 새로운 서비스를 남들보다 먼저 사용하는 편이다. 새로운 서비스에 대한 관심이 많다. | [31] [32] |
| 적합성 | 내가 선호하는 서비스다. 나의 스타일에 부합된다. 기존 경험했던 서비스와 잘 부합된다. | [14] [32] |
| 지각된 용이성 | 사용법은 분명하게 이해된다. 사용법은 쉽게 배울 수 있다. 기능들은 이용하기 편리하다. 기능들은 쉽게 숙달될 수 있다. | [12] [13] |
| 지각된 유용성 | 이 서비스를 사용하면 원하는 목적을 달성하는데 효과적이다. 이 서비스를 사용하면 일의 능률이 향상될 수 있다. 이 서비스를 사용하면 생활이 보다 개선될 수 있다. 이 서비스를 사용하면 신속한 일 처리가 가능할 수 있다. | [14] [15] [20] |
| 수용 의도 | 이 서비스를 집중적으로 사용할 것이다. 이 서비스를 자주 사용할 것이다. 이 서비스를 지속적으로 사용할 것이다. 이 서비스의 다양한 기능을 사용할 것이고 서비스를 다른 사람에게 사용해보라고 추천할 것이다. | [12] [20] |

IV. 실증분석

1. 자료수집 및 연구방법

본 논문에서 제시한 연구모형을 검증하기 위하여 설문조사를 실시하였다. 설문항목은 앞에서 제시한 변수의 측정항목에 기반을 두어 작성하였으며, 각 설문에

대한 응답은 Likert 5점 척도로 측정하였다.

자료의 수집은 2016년 4월1일부터 4월20일까지 산동성, 북경 그리고 광둥성 등 중국 동부 지역의 주요 9개성에 거주하는 모바일 간편 결제 서비스 사용자를 대상으로 온라인 설문조사를 실시하여 총 474부를 회수하였으며, 그 중에서 불성실한 응답을 보여준 자료를 제외하고 439부를 분석에 사용하였다. 응답자의 인구 통계적 특성은 [표 2]와 같다.

표 2. 응답자의 인구통계학적 특성

| 구분 | 빈도(명) | 비율(%) | |
|------------|------------|-------|------|
| 성별 | 남 | 178 | 40.5 |
| | 여 | 261 | 59.5 |
| 연령 | 20세 이하 | 24 | 5.5 |
| | 20-30세 | 265 | 60.4 |
| | 30-40세 | 105 | 23.9 |
| | 40-50세 | 24 | 5.5 |
| | 50세 이상 | 21 | 4.8 |
| 직업 | 학생 | 93 | 21.2 |
| | 직장인 | 208 | 47.4 |
| | 자영업 | 34 | 7.7 |
| | 기타 | 104 | 23.7 |
| 학력 | 고졸 이하 | 49 | 17.5 |
| | 대졸 | 266 | 60.6 |
| | 대학원 이상 | 124 | 28.2 |
| 월수입 (yuan) | 3000 미만 | 96 | 21.9 |
| | 3000-5000 | 131 | 29.8 |
| | 5000-8000 | 104 | 23.7 |
| | 8000-13000 | 57 | 13.0 |
| | 13000 이상 | 51 | 11.6 |
| 이용시간 (년) | 1년 미만 | 81 | 18.5 |
| | 1년-3년 | 215 | 49.0 |
| | 3년-5년 | 96 | 21.5 |
| | 5년 이상 | 47 | 10.7 |
| 합계 | 439 | 100.0 | |

응답자의 인구통계학적 특성을 살펴보면 연령은 20-30대가 265명(60.4%)로 매우 높았으며, 직업은 직장인이 208명(47.4%)로 가장 많은 비중을 차지했으며, 학력은 대졸이상의 고학력자가 390명(82.5%)으로 대부분을 차지했으며, 월수입은 3,000-8,000위안이 235명(53.5%)으로 가장 많은 것으로 분석되었다. 이러한 특성은 보면, 설문 응답자의 대부분이 모바일 간편 결제 서비스를 주로 이용하는 고학력의 도시 근로자로 본 연구 대상으로 적합한 것으로 사료된다. 본 논문에서는 SPSS 22.0을 이용하여 설문의 신뢰성과 측정하고자 하는 개념의 타당성을 검증하기 위해 Cronbach's alpha

계수, 요인분석을 실시하였고, 가설검증을 위한 구조방정식모형 분석에는 AMOS 23.0을 이용하였다.

2. 신뢰도 및 타당성 분석

측정하고자 하는 개념을 제대로 측정하였는가를 확인하기 위해서는 신뢰성(reliability)과 타당성(validity)을 분석하여야 한다. 각 요인의 신뢰성은 내적 일치도 계수인 Cronbach's alpha 계수를 이용하여 검증하였다. 분석 과정에서는 [표 3]과 같이 신뢰성에 문제가 있는 일부 문항을 삭제하였다. Cronbach's alpha 계수는 일반적으로 0.6 이상이면 신뢰성이 있다고 보기 때문에, 본 논문에서 사용하는 변수들은 전체적으로 신뢰성이 높은 편이라고 볼 수 있다.

표 3. 신뢰성 분석결과

| 요인 | 항목수 | 제거후 항목수 | Cronbach's a | |
|---------|--------|---------|--------------|-------|
| 서비스 특성 | 즉시 접속성 | 3 | 2 | 0.757 |
| | 경제성 | 4 | 4 | 0.806 |
| | 보안성 | 3 | 3 | 0.901 |
| 사회적 특성 | 주관적 규범 | 3 | 3 | 0.788 |
| | 이미지 | 3 | 3 | 0.851 |
| 개인적 특성 | 자기 효능감 | 3 | 3 | 0.820 |
| | 개인 혁신성 | 3 | 3 | 0.837 |
| | 적합성 | 3 | 2 | 0.869 |
| 지각된 용이성 | 4 | 4 | 0.888 | |
| 지각된 유용성 | 4 | 3 | 0.822 | |
| 수용의도 | 5 | 5 | 0.921 | |

타당성은 측정하고자 하는 개념을 정확히 측정하였는가를 의미한다. 즉 특정한 추상적인 개념이 실제로 측정도구(설문)에 의해서 적절하게 측정되었는가에 대한 것이다.

본 논문에서는 신뢰성 분석을 통과한 각 문항들의 타당성을 검증하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 요인 추출방법으로 주성분 분석을, 회전 방법으로는 베리맥스법을 채택하였다. 본 논문에서 측정하는 요인 적재량이 [표 4]와 [표 5]에서 보는 바와 같이 모두 0.6 이상으로, 본 연구모형은 각 요인별로 설문측정 변수들의 타당성을 확인할 수 있었다.

표 4. 특성의 타당성 분석결과

| 측정 항목 | 요인 | | | | | | | |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 즉시 접속성2 | .86 | | | | | | | |
| 즉시 접속성3 | .82 | | | | | | | |
| 경제성1 | | .79 | | | | | | |
| 경제성2 | | .75 | | | | | | |
| 경제성3 | | .74 | | | | | | |
| 경제성4 | | .73 | | | | | | |
| 보안성1 | | | .90 | | | | | |
| 보안성2 | | | .89 | | | | | |
| 보안성3 | | | .88 | | | | | |
| 주관적 규범1 | | | | .84 | | | | |
| 주관적 규범2 | | | | .81 | | | | |
| 주관적 규범3 | | | | .72 | | | | |
| 이미지1 | | | | | .88 | | | |
| 이미지2 | | | | | .82 | | | |
| 이미지3 | | | | | .79 | | | |
| 자기 효능감1 | | | | | | .85 | | |
| 자기 효능감2 | | | | | | .84 | | |
| 자기 효능감3 | | | | | | .61 | | |
| 개인 혁신성1 | | | | | | | .82 | |
| 개인 혁신성2 | | | | | | | .80 | |
| 개인 혁신성3 | | | | | | | .62 | |
| 적합성1 | | | | | | | | .85 |
| 적합성2 | | | | | | | | .84 |

※요인적재량이 0.6이하인 곳은 표시하지 않았음

표 5. 기술수용모델의 타당성 분석결과

| 측정 항목 | 요인 | | |
|----------|-----|-----|-----|
| | 1 | 2 | 3 |
| 지각된 용이성1 | .83 | | |
| 지각된 용이성2 | .75 | | |
| 지각된 용이성3 | .75 | | |
| 지각된 용이성4 | .74 | | |
| 지각된 유용성1 | | .78 | |
| 지각된 유용성2 | | .69 | |
| 지각된 유용성3 | | .67 | |
| 수용의도1 | | | .79 |
| 수용의도2 | | | .78 |
| 수용의도3 | | | .75 |
| 수용의도4 | | | .73 |
| 수용의도5 | | | .70 |

※요인적재량이 0.6이하인 곳은 표시하지 않았음

3. 연구가설의 검증

본 논문의 가설검증을 위한 경로 분석을 실시하였으며, 연구모형의 적합도 지수는 다음 [표 6]과 같다. GFI 수치가 약간 낮게 나타나지만 정보기술 분야에서는 0.8 이상이면 적합도가 있는 것으로 간주할 수 있다. 그 외의 모든 적합도 지수가 바람직한 수준을 충족되고 있는 것으로 나타났다. 그러므로 본 연구모형을 검증하기 위해

수집된 자료는 연구모형에 적합하다고 판단할 수 있다.

표 6. 연구모형의 적합성 검증

| 적합도 지수 | 바람직한 수준 | 측정 수치 |
|---------------|---------|-------|
| Chi-square/df | 2.0 이하 | 1.948 |
| RMR | 0.1 이하 | 0.029 |
| GFI | 0.9 이상 | 0.889 |
| NFI | 0.9 이상 | 0.916 |
| CFI | 0.9 이상 | 0.957 |
| RMSEA | 0.1 이하 | 0.047 |

표 7. 경로분석 결과

| 가설 | 가설경로 | | 경로계수 | t-값 (CR) | 채택 여부 |
|------|---------|---------|---------|----------|---------|
| | From | To | | | |
| H1-1 | 즉시 접속성 | 지각된 용이성 | 0.23 | 0.385 | 기각 |
| H1-2 | 경제성 | | 0.102 | 1.604 | 기각 |
| H1-3 | 보안성 | | 0.075 | 1.537 | 기각 |
| H2-1 | 주관적 규범 | | 0.084 | 0.963 | 기각 |
| H2-2 | 이미지 | | -0.010 | -0.171 | 기각 |
| H3-1 | 자기효능감 | | 0.358 | 4.083** | 채택 |
| H3-2 | 개인 혁신성 | | -0.030 | -0.321 | 기각 |
| H3-3 | 적합성 | | 0.413 | 5.188** | 채택 |
| H4-1 | 즉시접속성 | | 지각된 유용성 | 0.062 | 1.285 |
| H4-2 | 경제성 | 0.083 | | 1.611 | 기각 |
| H4-3 | 보안성 | -0.042 | | -1.040 | 기각 |
| H5-1 | 주관적 규범 | 0.123 | | 1.743* | 채택 |
| H5-2 | 이미지 | 0.180 | | 3.697** | 채택 |
| H6-1 | 자기 효능감 | -0.165 | | -2.170 | 기각 |
| H6-2 | 개인 혁신성 | 0.193 | | 2.565** | 채택 |
| H6-3 | 적합성 | 0.349 | | 4.780** | 채택 |
| H7 | 지각된 용이성 | 지각된 유용성 | | 0.288 | 4.195** |
| H8 | 지각된 용이성 | 수용 의도 | 0.119 | 1.813* | 채택 |
| H9 | 지각된 유용성 | 수용 의도 | 0.820 | 10.838** | 채택 |

*p<0.05, **p<0.01

연구모형의 적합도 검증 다음으로 경로의 유의성을 분석하였으며, 경로분석 결과는 [표 7]과 같다. 첫째, 지각된 용이성에 영향을 미치는 요인을 살펴보면, 서비스 특성은 선행 연구와 달리 지각된 용이성에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 즉시 접속성의 경우, 최근 중국의 인터넷 속도는 전 세계 지역에서 10위로 매우 빠른 것으로 조사되었으며[33], 이러한 인터넷 환경은 모바일 간편 결제 서비스에도 똑같이 적용되어 중국의 사용자들은 즉시 접속성은 모바일 간편 결제 서비스의 기본적인 전제 조건이라고 여기기 때문인 것으로 사료된다. 경제성의 경우에는, 중국 모바일 간편 결제 서비스를 이용할 때, 수수료 면제 금액이 넘으면

결제 금액의 1%를 수수료로 지급해야 한다. 이러한 고가의 수수료 비율로 인하여 경제성이 영향을 미치지 않은 것으로 해석된다. 마지막 보안성의 경우에도 비록 현재 중국에서 모바일 간편 결제와 모바일 뱅킹 등이 제일 중요한 결제 방식이지만, 모바일 환경에서 사용자들의 보안 의식이 상대적으로 취약하기[34] 때문인 것으로 사료된다. 그리고 본 연구에서는 사회적 특성 또한 선행 연구와 달리 지각된 용이성에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 중국에서는 이미 10년 전으로부터 모바일 간편 결제 서비스를 제공하여 현재 대다수의 사람이 손쉽게 사용하고 있기 때문에 주관적 규범과 이미지가 지각된 용이성에 영향을 주지 않은 것으로 사료된다. 마지막으로 개인적 특성과 지각된 용이성의 관계를 보면, 자기 효능감은 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 Venkatesh and Davis[10], 유일 외[18] 그리고 배두환[15]의 연구에서와 동일한 것으로 자기 효능감이 높은 특성을 가진 개인일수록 모바일 간편 결제 서비스의 사용법이 쉽고 기능들을 이용하기 편리하다고 지각하는 것으로 해석된다. 그러나 개인 혁신성은 지각된 용이성에는 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 유신정과 이연준[32]의 연구 결과와 동일하게 분석되었다. 적합성의 경우에는 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는

서순식[14]의 결과와 동일하며, 중국의 모바일 간편 결제 서비스 사업자들이 지금까지의 사업 경험을 바탕으로 사용자가 선호하는 서비스를 사용하기 편리하게 그리고 효율적으로 제공하기 있기 때문인 것으로 사료된다.

둘째, 지각된 유용성에 영향을 미치는 요인을 살펴보면, 서비스 특성 중 즉시 접속성과 보안성은 선행 연구인 김형중과 정철호[20]과 최영남[24]의 연구에서와 같이 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치지 않는다는 결과를 보여주고 있다. 그러나 경제성의 경우에도 선행연구와 달리 지각된 유용성에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 이러한 이유는 앞에서 설명한 고가의 수수료 비율로 인한 결과인 것으로 사료된다. 그리고 사회적 특성은 선행연구인 양희동과 문윤지[28] 그리고 김경규 외[12]와 동일하게 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 중국에서의 모바일 간편 결제 서비스는 이미 많은 사람들이 일상생활에서 편리하게 이용하는 서비스로 인식되어 대중화되어 있기 때문인 것으로 해석된다. 끝으로 개인적 특성 중 개인 혁신성과 적합성은 배두환[15]과 유신정과 이연준[32]의 주장과 일치하게 지각된 유용성에는 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 자기 효능감도 선행연구인 유일 외[18]와 김경규 외[12]의 결과와 동일하게 지각된 유용성에는 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 지식정보화 시대에서

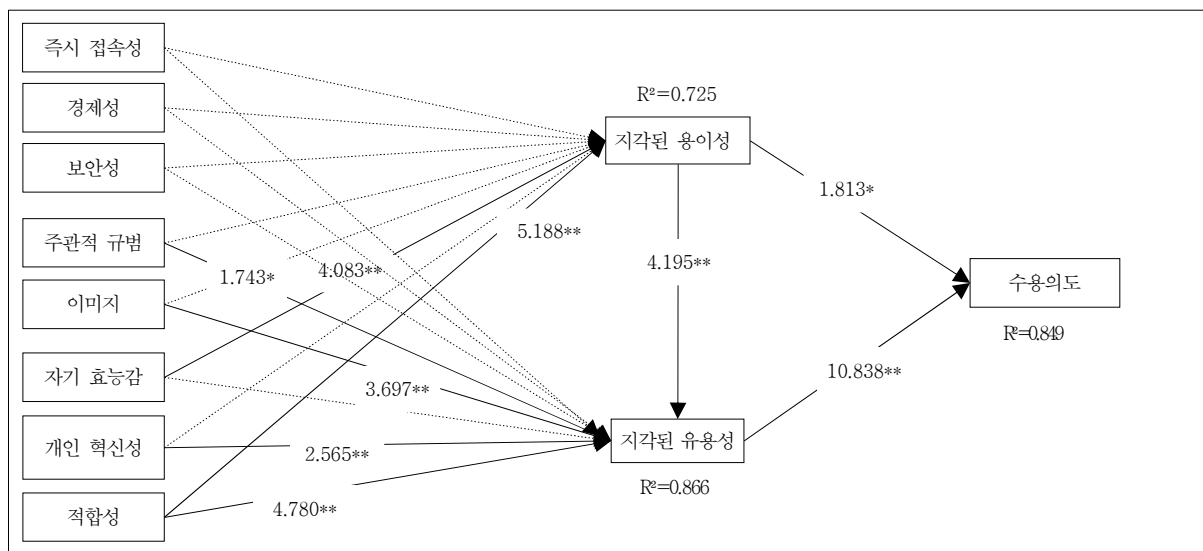


그림 2. 연구모형의 분석결과

는 혁신적 성향을 가진 사람들뿐만 아니라 일반 사람들도 정보기술 시스템에 대해서 거부감을 느끼지 않고 사용하기 때문인 것은 해석된다.

마지막으로, 본 연구에 사용한 기술수용모델의 지각된 용이성, 지각된 유용성 및 수용의도 간의 관계를 살펴보면, 기존의 선행 연구들과 같이 지각된 용이성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 지각된 용이성과 지각된 유용성은 수용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기존의 기술수용모델 연구의 타당성을 재확인한 것이며, 또한 모바일 간편 결제 서비스에도 확대 적용할 수 있음을 보여주는 결과이다. 본 연구모형의 분석 결과를 요약하면 [그림 2]와 같다.

V. 결 론

본 연구에서는 중국 사례를 중심으로 모바일 간편 결제 서비스 수용의도에 영향을 미치는 요인들을 분석하기 위해 기술수용모델을 바탕으로 연구모형을 설정하고 실증연구를 통하여 연구모형과 가설을 검증하였다.

연구 결과를 요약하면 다음과 같다. 개인적 특성 중 자기 효능감과 적합성은 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회적 특성 중 주관적 규범과 이미지 그리고 개인적 특성 중 개인 혁신성과 적합성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 그리고 지각된 용이성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 지각된 용이성과 지각된 유용성은 수용의도에 모두 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 비록 본 연구 결과에서는 서비스 특성의 경우 모바일 간편 결제 서비스 수용의도에는 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었지만, 이러한 결과는 이미 모바일 간편 결제 서비스가 대중화된 중국의 특성이 반영된 것으로 사료된다. 그러나 국내 모바일 간편 결제 서비스는 지금 시작하는 단계이기 때문에 기존의 선행 연구에서와 같이 서비스 특성이 모바일 간편 결제 서비스 수용의도에 주요한 요인 중에 하나라고 할 수 있을 것이다. 이러한 연구 결과를

토대로 실무적인 시사점을 제안하면 아래와 같다.

첫째 기술적인 측면을 보면, 모바일 간편 결제 서비스는 실시간으로 안정적인 접속과 거래 처리 속도 개선을 위한 기술 향상 노력과 관련 기업들과 함께 비즈니스 모델을 개발할 필요가 있다. 또한 보안 기술은 모바일 간편 결제 서비스의 필수적인 기술로서 사용자가 안전하게 서비스를 이용하기 위해서는 신뢰할 수 있는 보안 시스템 개발이 필요할 것이다.

둘째 기능적인 측면에서는 다양한 콘텐츠 개발을 위한 노력이 필요하다. 이를 위하여 사용자의 사용 습관이나 요구를 근거하여 사용자가 선호하는 기능들을 선택할 수 있는 개인화 어플리케이션(앱)의 제공이 필요할 것이다. 또한 사용자들의 경제적 또는 시간적 혜택을 위해 사용자의 위치 및 요구 등의 정보를 근거하여 사용자 주변에 있는 서비스 가맹점이나 할인 쿠폰 등을 실시간으로 제공할 필요가 있다. 그리고 사용자들의 서비스 이용에 편리성을 제공하기 위하여 일상생활 중에서도 모바일 간편 결제 서비스를 통해 결제할 수 있는 많은 가맹점의 확보가 필요할 것이다. 또한 보다 많은 서비스 사용자를 확보하려면 서비스 이용에 따른 사용 수수료를 내리거나 부가적인 혜택을 제공할 필요가 있다.

세 번째 사회적 측면에서는 국내의 경우 신용카드를 이용한 결제 서비스가 이미 구축되어 있어 사용자들이 편리하게 사용하고 있다. 이러한 이유로 모바일 간편 결제 서비스를 확산 시키는데 많은 어려움이 있다. 이에 방송, 인터넷 등을 통해 모바일 간편 결제 서비스의 사용 방법 등을 홍보하여 인지도를 구축할 필요가 있다. 또한 직장 동료들이나 친구들 사이에 혁신적 성향의 선도적인 사용자를 확보하기 위하여 기존 신용카드에서는 제공할 수 없는 새로운 기능의 개발이나 새로운 체험 등을 제공할 필요가 있다.

마지막으로 모바일 간편 결제 서비스의 유용성이 서비스 수용의도에 많은 긍정적이 영향을 미치기 때문에 기업 입장에서는 모바일 간편 결제 서비스의 유용성을 제고할 수 있는 다양한 서비스와 콘텐츠 개발을 위해 노력을 해야 하며 이러한 서비스와 콘텐츠를 중심으로 구체적인 마케팅 전략을 수립할 필요가 있다.

마지막으로, 본 연구는 몇 가지 한계점을 가지고 있

다. 본 연구는 중국 사용자 대상으로 설문조사를 실시했기 때문에 지역 특성이 반영될 수 있다는 점, 그리고 온라인으로 조사하였기 때문에 오프라인보다는 상대적으로 신뢰성이 부족할 수 있다는 한계점을 가지고 있다. 모바일 간편 결제 서비스의 수용의도에 미치는 요인은 지역이나 나라에 따라 다를 수 있기 때문에 향후 연구에서 추가적으로 다른 요인을 고려한 연구모형의 개발이 이루어질 필요가 있으며, 온라인 조사의 한계점을 극복하기 위하여 오프라인을 통한 설문조사를 할 필요가 있다.

참 고 문 헌

- [1] 진로, 이동명, “모바일 간편 결제 서비스 수용의도에 관한 실증연구: 중국사례를 중심으로,” 한국콘텐츠학회, 춘계학술대회, pp.199-200, 2016.
- [2] *2016 Annual Chinese Third-Party Mobile Payment Market Research Report, Big Date-Resarch*, 2017.
- [3] eMarketer, China Boasts World's Largest Proximity Mobile Payments Market, June 7, 2016.
- [4] 홍장원, *내일의 핀테크, 매경출판*, 2016.
- [5] 김소담, 양성병, “모바일 간편 결제 서비스에 대한 이용자의 수용저항 요인에 관한 연구: 카카오페이 사용자를 중심으로,” 한국경영정보학회, pp.379-385, 2015.
- [6] 조은영, 김희웅, “핀테크 모바일 간편 결제 서비스 활성화 방안,” 정보화정책, 제22권, 제4호, pp.22-44, 2015.
- [7] 노승훈, 권태경, “국내 모바일 환경 간편 결제 서비스에 대한 비교 연구,” 한국경영정보학회, pp.695-698, 2014.
- [8] 김수현, 안암, “Alibaba 모바일 결제 서비스 수용의도에 영향을 미치는 요인: 중국사례,” 한국콘텐츠학회, 제15권, 제12호, pp.517-524, 2015.
- [9] F. D. Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology,” *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3, pp.319-340, 1989.
- [10] V. Venkatesh and F. D. Davis, “A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies,” *Management Science*, Vol.46, No.2, pp.186-204, 2000.
- [11] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View,” *MIS Quarterly*, Vol.27, No.3, pp.425-478, 2003.
- [12] 김정규, 류성렬, 김문오, 김효진, “모바일 웹 브라우저 서비스의 수용의도에 영향을 미치는 요인: 자기 효능감과 사회적 영향,” 한국정보기술응용학회, 제16권, 제1호, pp.149-168, 2009.
- [13] 손승혜, 최윤정, 황하성, “기술수용모델을 이용한 초기 이용자들의 스마트폰 채택 행동 연구,” 한국언론학보, 제55권, 제2호, pp.228-251, 2011.
- [14] 서순식, “확장된 정보기술수용모델(TAM)을 기반으로 디지털교과서 수용 및 활용 탐색,” 한국정보교육학회, 제15권, 제2호, pp.265-275, 2011.
- [15] 배두환, “스마트폰 사용의도에 관한 연구-신뢰, 자기 효능감, 플로우와 기술수용모델을 중심으로,” e-비즈니스연구, 제14권, 제2호, pp.47-68, 2013.
- [16] L. F. Pitt, R. T. Watson, and C. B. Kavan, “Service Quality: A Measure of Information Systems Effectiveness,” *MIS Quarterly*, Vol.19, No.2, pp.173-187, 1995.
- [17] 김수현, 이뢰, “스마트폰 뱅킹서비스 수용의도에 영향을 미치는 요인: 중국 사례,” 한국콘텐츠학회, 제12권, 제11호, pp.303-312, 2012.
- [18] 유일, 신선진, 소순후, “모바일뱅킹서비스 수용의도에 관한 실증연구,” 한국정보기술응용학회, 제13권, 제2호, pp.67-86, 2006.
- [19] 김효정, 한창희, 서보밀, 김근중, “모바일 게임 이용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” 한국전자거래학회, 제10권, 제1호, pp.1-19, 2005.
- [20] 김형준, 정철호, “모바일 뱅킹 서비스의 상품특성과 사용자특성이 재사용의도에 미치는 영향,”

상업교육연구, 제21권, pp.215-246, 2008.

[21] 권순창, 박정희, “디지털 스토리지 이용이 개인 행동에 미치는 영향,” 한국전산회계학회, 춘계학술대회, pp.27-39, 2008.

[22] 한상일, “인터넷 뱅킹 채택의 결정요인,” 산업경제연구, 제17권, 제6호, pp.2405-2428, 2004.

[23] 오은혜, “SNS의 수용결정에 영향을 미치는 SNS의 주요 특성에 관한 연구,” 경영과 정보연구, 제31권, 제3호, pp.47-73, 2012.

[24] 최영남, 김근형, 오성렬, “사용자유형을 조절변수로 스마트폰헬스케어서비스 수용의도의 구조모형,” 한국콘텐츠학회, 제15권, 제9호, pp.541-554, 2015.

[25] V. Venkatesh and S. A. Brown, “A Longitudinal Investigation of Personal Computers in Homes: Adoption Determinants and Emerging Challenges,” *MIS Quarterly*, Vol.25, No.1, pp.71-102, 2001.

[26] I. Ajzen, *Attitudes, Personality and Behavior*, McGraw-Hill Education, England, 2005.

[27] G. C. Moore and I. Benbasat, “Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation,” *Information Systems Research*, Vol.2, No.3, pp.192-222, 1991.

[28] 양희동, 문윤지, “정보기술 수용에 있어서 사용자 특성과 정보기술 특성에 따른 사회적 영향의 차이,” 경영정보학연구, 제15권, 제2호, pp.97-120, 2005.

[29] A. Bandura, *Self-Efficacy: The Exercise of Control*, Freeman, New York, 1997.

[30] R. Agarwal and J. Prasad, “The Antecedents and Consequents of User Perceptions in Information Technology Adoption,” *Decision Support Systems*, Vol.22, No.1, pp.15-29, 1998.

[31] 손승혜, 최윤정, 황하성, “기술수용모델을 이용한 초기 이용자들의 스마트폰 채택 행동 연구,” 언론과학연구, 제55권, 제2호, pp.227-251, 2011.

[32] 유신정, 이연준, “사용자 특성과 지각된 인식이 개인화 앱의 사용 만족에 미치는 영향에 관한 연구: 안드로이드 런치 앱을 중심으로,” 한국디자인

포럼, 제48권, pp.93-104, 2015.

[33] Akamai, *The status of internet development report*, 2017.

[34] *The mobile security risk report*, 360, 2017.

저 자 소 개

진 로(Chen Lu)

정회원



- 2011년 8월 : 건국대학교 국제무역학과 석사
- 2014년 2월 : 건국대학교 신산업융합학과 박사과정수료

<관심분야> : 전자결제, 국제금융, e-비즈니스

이 동 명(Dong-Myung Lee)

정회원



- 2009년 7월 : (英)University of Liverpool Management School (경영학박사)
- 2009년 9월 ~ 2012년 2월 : 건국대학교 대학원 벤처전문기술학과 겸임교수

▪ 2012년 3월 ~ 현재 : 건국대학교 신산업융합학과 교수

<관심분야> : 전략경영, e-비즈니스, 인터넷마케팅, 공급사슬관리, 생산/운영관리