

우리나라 청소년들의 모바일 간편 결제서비스 이용에 관한 연구

A Study on the Use of Mobile Payment Service by Korean Youth

문재영

동서대학교 글로벌경영학부

Jae-Young Moon(jaymoon@dongseo.ac.kr)

요약

오늘날 전 세계은행들은 IT 기술발전에 따른 급변하는 내·외적 환경변화에 적응하고 시장에서 경쟁우위를 점하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 특히 스마트폰 사용률의 급격한 성장에 발맞추어 금융서비스도 핀테크(Fintech)를 이용하여 다양하게 제공하고 있으며 그 중 급성장을 하는 분야 중 하나가 모바일 간편결제라고 할 수 있다. 모바일 결제 서비스는 휴대용 모바일 기기를 이용하여 구매 대금을 지불하는 금융서비스로서 금융 서비스와 정보기술의 융합인 핀테크로서 최근 금융서비스뿐만 아니라 다양한 산업분야에 사용되고 있으며 특히 지급결제 서비스의 경우 온라인 전자상거래, 유통 등 결제기능이 사용 가능한 모든 분야에서 사용되고 있다. 모바일카드의 경우 20대, 30대의 사용률은 매우 높아지고 있음을 보여주고 있어 다가올 미래에는 모바일 결제 서비스 이용은 지속적으로 높아질 것이라고 할 수 있다. 간편결제를 이용하고 있다는 것을 알고 있다. 하지만 이러한 10대들의 모바일 결제서비스 사용에 관한 연구는 다소 미비하다고 할 수 있다. 이에 본 연구는 우리나라 10대들이 모바일 결제 서비스를 사용함에 있어 어떠한 요인이 중요한지를 살펴보았다. 그 결과 본 연구에서 제시한 5가지 가설 중 현금사용습관은 혁신성에는 아무런 영향을 주지 않는다는 <가설 3>을 제외하고 모든 가설이 채택되었다.

■ 중심어 : | 모바일결제시스템 | 핀테크 | 간편결제시스템 | 모바일카드 | 전자금융 |

Abstract

Today, banks around the world are making great efforts to adapt to the rapidly changing internal and external environment changes caused by the development of IT technology and to gain a competitive advantage in the market. In particular, in line with the rapid growth of smartphone usage, financial services are also provided in a variety of ways using Fintech, and one of the fastest growing areas is mobile simple payment. Mobile payment service is a financial service that pays the purchase price using a portable mobile device. As fintech, a convergence of financial services and information technology, it is recently used not only in financial services, but also in various industries. It is used in all fields where payment functions such as distribution are available. In the case of mobile cards, it shows that the usage rate of people in their 20s and 30s is increasing very much, so it can be said that the use of mobile payment services will continue to increase in the coming future. We know that simple payments are being used. However, it can be said that the research on the use of mobile payment services by these teenagers is somewhat incomplete. Therefore, this study investigated what factors are important for Korean teenagers to use mobile payment services. As a result, among the five hypotheses presented in this study, all hypotheses were adopted except for <Hypothesis 3>, which states that cash usage habits have no effect on innovation.

■ keyword : | Mobile Payment System | Fintech | Payment System | Mobile Card | Electronic Finance |

* 이 논문은 2019년도 동서대학교 "Dongseo Frontier Project" 지원에 의하여 이루어진 것임

접수일자 : 2020년 09월 25일

심사완료일 : 2020년 10월 12일

수정일자 : 2020년 10월 12일

교신저자 : 문재영, e-mail : jaymoon@dongseo.ac.kr

I. 서론

1. 연구 배경 및 목적

오늘날 전 세계은행들은 IT 기술발전예 따른 급변하는 내·외적 환경변화에 적응하고 시장에서 경쟁우위를 점하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 특히 스마트폰 사용률의 급격한 성장에 발맞추어 금융서비스도 핀테크(Fintech)를 이용하여 다양하게 제공하고 있으며 그 중 급성장을 하는 분야 중 하나가 모바일 간편결제라고 할 수 있다[1].

모바일 결제 서비스는 휴대용 모바일 기기를 이용하여 구매 대금을 지불하는 금융서비스로서[2] 금융서비스와 정보기술의 융합인 핀테크로서 최근 금융서비스 뿐만 아니라 다양한 산업분야에 사용되고 있으며 특히 지급결제 서비스의 경우 온라인 전자상거래, 유통 등 결제기능이 사용 가능한 모든 분야에서 사용되고 있다.

과거 금융서비스가 IT를 이끌던 것과 달리 오늘날에는 IT가 금융서비스를 이끄는 시대에 접어들어 따라서 핀테크 관련 신기술이 지속해서 관련 산업에 적용되어 금융서비스는 낱알이 고객을 위한 다양한 서비스가 제공될 것이다.

특히 간편결제 서비스의 경우 언급한 포털사이트 등 온라인 전자 상거래 인프라와 결합하여 급속한 성장을 이루고 있으며 전 세계 모바일 결제 시장은 2018년 약 1,077조원에 이르며 2024년까지 4,435조원까지 성장할 것으로 예측되고 있으며 우리나라의 경우 2019년 11월 기준으로 80조 1,453억원에 이르는 시장으로 성장해 있다[3][4].

이러한 성장은 2000년 인터넷 뱅킹이 우리나라에 도입된 후 불과 20년이 지난 시점에서 비대면 은행업무가 급성장하고 금융감독원에서 2018년 발표한 은행지점 폐쇄 규범 준비 등을 만들겠다고 제시한 것처럼 모바일을 이용한 간편결제의 성장은 낱알이 커지고 있다.

[표 1]에서 보여지는 것처럼 우리나라는 신용카드 사용율(80.2%)이 체크·직불카드 사용율(66.0%)과 모바일 카드 사용율(19.5%)을 훨씬 초과하고 있음을 보여주며 모바일 카드의 경우 다른 카드사용율과 비교하였을 때 상대적으로 낮게 나온 것을 보여주고 있다.

신용카드와 체크·직불카드의 경우 20대부터 70대 이

상까지 고른 분포로 사용하고 있으나 모바일카드의 경우 연령대별 많은 격차를 보여주고 있다. 특히 50대 이상부터는 그 숫자가 급격히 저하되고 있음을 보여주고 있다.

하지만 모바일카드의 경우 20대, 30대의 사용율은 매우 높아지고 있음을 보여주고 있어 다가올 미래에는 모바일 결제 서비스 이용은 지속적으로 높아질 것이라고 할 수 있다.

표 1. 2018년 연령별 카드보유율

구분	신용카드	체크·직불카드	모바일카드
전체	80.2	66.0	19.5
20대	64.5	76.7	38.4
30대	95.5	72.7	40.3
40대	94.7	72.8	21.4
50대	91.3	67.9	4.2
60대	74.5	54.3	1.7
70대 이상	44.2	38.7	2.5

*출처[5]: <https://zdnnet.co.kr/view/?no=20180327134901>

이처럼 연령대가 낮아질수록 모바일 결제 서비스를 보다 적극적으로 사용하고 있으며 이는 모바일 즉 스마트폰을 많이 사용하는 연령대일수록 모바일 결제서비스를 이용하는 비율이 훨씬 높다고 할 수 있다[6].

상기에 제시한 내용처럼 많은 관련 연구들이 주로 관심을 갖는 것은 20대 이상에 맞추고 있으나 스마트폰을 사용하는 연령을 살펴볼 경우 우리나라의 고등학생들은 10명 중 9명이 스마트폰을 사용하고 있으며 또한 선불충전 교통카드, 모바일 앱을 이용한 온·오프라인 간편결제를 이용하고 있다는 것을 알고 있다.

하지만 이러한 10대들의 모바일 결제서비스 사용에 관한 연구는 다소 미비하다고 할 수 있다. 이에 본 연구는 우리나라 10대들이 모바일 결제 서비스를 사용함에 있어 어떠한 요인이 중요한지를 살펴보고자 한다.

II. 이론적 배경

모바일 결제서비스는 모바일 거래 성공에 중요한 역할을 하고 있는 요소이다. 모바일 간편결제란 일반적으로 재화, 서비스 이용에 연관된 결제를 모바일 단말기로 처리하는 것을 말하는데[7]. 스마트 폰의 높은 보급

틀과 사용자의 편리하고 즉각적인 결제에 대한 니즈에 의해 모바일 결제는 금전적 거래를 성사하는데 중요한 채널로 인식되고 있다[8].

모바일 간편결제서비스란 스마트폰의 메모리나 애플리케이션에 신용카드나 체크·직불카드 등의 정보를 저장하고 간편하게 대금을 결제하는 서비스다. 우리나라의 경우에는 삼성페이, LG페이, N페이, 카카오페이, L페이 등 다양한 종류의 간편결제 서비스가 제공되고 있다.

이처럼 모바일 간편결제 서비스가 원활히 이루어지기 위해서는 가정 먼저 스마트폰의 보급이 잘 이루어져야 한다. 언급한 내용처럼 우리나라의 경우 20대, 30대가 특히 모바일 간편결제 서비스를 이용한다고 한 것처럼 연령이 낮아질수록 그 이용빈도는 늘어난다고 할 수 있다[6].

10대의 경우 약 10명 중 9명이 스마트폰을 가지고 있고 스마트폰을 이용한 다양한 간편결제 시스템을 이용하고 있다. 10대들이 가장 많이 이용하는 결제방식은 신용카드 등 후불 결제방식이 아닌 티머니, 캐시비와 같은 선불 충전 카드 방식을 가장 많이 사용하고 있다.

모바일 결제업체의 발전 상황을 분석해보면 소비자의 모바일 결제 행위는 일반적인 사용으로부터 습관화되어가는 과도단계에 진입했다고 볼 수 있다. 다시 말하면 모바일 결제는 현금 결제를 어느 정도 대체를 할 수 있는 수단이지만 여전히 메인 결제 방식이 아니라는 것이다[9][10].

특히 청소년들에게 있어 그 원인은 2가지로 분류할 수 있다. 첫째, 아직까지 현금을 사용하는 사람들이 있다는 것이다. 많은 사람들은 아직도 현금 사용에 대한 애착을 보이는 것으로 나타나고 있다[11].

두 번째로는 체크카드의 사용이 높기 때문이다. 사람들의 현금 선호 및 체크카드 결제 습관(payment habit)은 전통적인 거래 환경에서 모바일 전자상거래로 바뀌어도 잘 변하지 않는다는 시장연구 결과도 있다[12]. 이처럼 모바일 간편결제 서비스 사용에 있어 청소년들의 현금 및 체크카드 사용 습관에 대한 부분도 조사하고자 한다.

III. 연구설계

1. 연구모형 및 가설설정

본 연구에서는 아직까지 모바일 간편결제 서비스가 주류가 아닌 청소년들을 대상으로 모바일 간편결제에 대한 의식을 조사하고자 한다.

이에 본 연구에서는 모바일 간편결제 서비스의 상대적 이점, 적합성, 현금이용 습관이 혁신성과 이용의도에 어떠한 영향을 주는지를 알아보기 위해 부산에 소재한 고등학교 학생들을 대상으로 다음과 같은 가설을 통해 모바일 간편결제 서비스에 대한 인식과 이용의도를 살펴보고자 한다.

H1: 적합성은 모바일 결제 서비스의 혁신성에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

H2: 적합성은 모바일 결제서비스 이용의도에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

H3: 상대적이점은 모바일 결제 서비스의 혁신성에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

H4: 상대적이점은 모바일 결제 서비스의 이용의도에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

H5: 현금사용습관은 모바일 결제 서비스의 혁신성에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

H6: 현금사용습관은 모바일 결제 서비스의 이용의도에 긍정적인 영향을 줄 것이다.

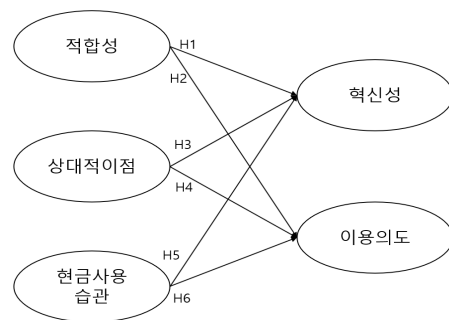


그림 1. 연구모형

2. 자료수집 및 연구방법

본 연구는 모바일 간편결제 서비스 인식을 조사하기 위해 설문조사를 실시하였다. 설문문항은 검증된 기존 선행연구들을 기반으로 본 연구의 목적에 맞게 개발하여 사용하였다.

리커트(Likert) 7점 척도가 본 연구의 설문문항을 위해 사용되었다. 기술수용에 연관된 개인 혁신성은 Agarwal and Prasad.[13] 측정항목을 본 연구에 맞게 가공 사용하였고 현금 및 체크카드 결제 습관의 측정항목은 Lu et al.[11]의 측정항목과 새로운 측정항목들을 본 연구에 맞게 가공 및 개발하였으며, 사용의도에 관한 측정항목은 노미진[14]의 측정항목을 참고하여 개발하였다.

본 연구는 부산에 소재한 고등학교에 재학 중인 고등학생들을 대상으로 설문조사를 통한 실증분석(Survey Study)를 실시하였다. 2018년 6월 한달동안 설문을 실시하였으며, 총 257개의 표본이 회수되었다. 모바일 간편결제를 이용하거나, 이용하지 않은 학생 모두를 대상으로 하였다. 257개의 응답 중 불성실 응답 14건을 제외한 243개의 표본만을 연구에 사용하였다.

본 연구를 위한 분석은 SPSS 26과 AMOS 21을 활용하였으며 인구통계학적 분석, 빈도분석, 신뢰성 및 탐색적 요인분석 그리고 경로분석을 통해 가설을 검증 하였다.

마지막으로 본 연구를 위해 수집된 데이터들은 데이터를 제공한 대상자들에게 수집된 데이터의 경우 통계법상 지정된 범위내에서만 사용한다는 문구를 정확히 전달하였으며 만약 이에 대해 문제가 발생시 언제든지 철회 가능하다는 내용을 고지 하여 연구를 수행함에 있어 연구윤리 문제가 발생하지 않도록 하였다.

IV. 실증 분석

1. 표본의 특성

본 연구의 인구통계학적 특성을 살펴보면 남학생이 122명으로 50.2%, 여학생이 121명으로 49.8%로 나타나 성별은 거의 비슷하게 나타났다. 연령의 경우 18세가 69.5%, 17세가 30%, 빠른 생일자로 16세가 1명으로 나타났다.

2. 탐색적요인분석

먼저 탐색적요인분석의 계로가를 살펴보면 KMO검정은 0.916으로 나타나 Bartlett의 검정은 유의하다고 볼 수 있다.

연구모형을 평가하기 전에 측정된 변수가 구성개념을 얼마나 정확하게 측정하고 있는가를 살펴보고 요인들을 구성하는 항목들의 내적 일관성을 판단하기 위해 탐색적 요인분석과 신뢰성 분석을 하였다. 본 연구의 요인분석방법은 주성분분석 추출모델을, 회전방식은 직각회전(varimax)방식을 이용하여 요인 적재치(factor Loading)가 0.40이상이면 유의한 변수로 판단하여 문항을 포함시켰다. 중복 적재되거나 요인적재치가 0.40 미만인 항목은 제거하였다. 요인추출 기준은 고유치가 1이상 되는 요인의 수에 의해 결정하였으며 내적 일관성을 파악하기 위하여 Cronbach'α값을 산출하였다.

탐색적요인분석 결과 모든 문항들이 0.5를 상회하여 모든 문항이 선정되었다.

표 2. 탐색적요인분석과 신뢰도 분석

항목	요인1	요인2	요인3	요인4	신뢰도
상대적이점1	0.872	0.086	0.182	0.114	0.955
상대적이점2	0.864	0.109	0.205	0.190	
상대적이점3	0.847	0.078	0.258	0.113	
적합성2	0.814	0.237	0.052	0.275	
상대적이점4	0.813	0.071	0.267	0.110	
적합성1	0.808	0.267	0.147	0.204	
적합성3	0.803	0.275	0.180	0.170	
적합성4	0.758	0.145	0.139	0.240	
혁신성3	0.152	0.904	0.127	0.147	
혁신성5	0.132	0.851	0.092	0.055	
혁신성4	0.223	0.848	0.157	0.099	
혁신성1	0.182	0.838	0.089	0.146	
혁신성2	0.095	0.800	0.035	0.266	0.888
현금습관2	0.207	0.127	0.854	0.061	
현금습관3	0.232	0.055	0.846	0.207	
현금습관1	0.215	0.139	0.796	0.112	
현금습관4	0.196	0.117	0.772	0.260	0.882
이용의도2	0.322	0.215	0.283	0.769	
이용의도3	0.380	0.237	0.274	0.741	
이용의도1	0.312	0.310	0.200	0.734	

3. 구조방정식 결과

흔히 인과관계는 원인과 결과 간의 상호연관성을 밝히기 위해 사용되어 진다[15]. 본 연구에서도 공분산 구조모형을 이용하여 상대적이점이 혁신성과 이용의도에 어떠한 긍정적인 영향을 주는지와 현금사용습관이 혁신성과 이용의도에 어떠한 긍정적인 영향을 주는지를

AMOS를 이용하여 각 요인 간 인과관계를 분석하였다.

그 결과 $X^2 = 93.148$, d.f. = 2, GFI = 0.853, NFI = 0.679, CFI = 0.679로 매우 낮게 나타났다. 이때 M.I.(Modification Indices)의 값을 이용하여 모형의 결과치를 바탕으로 수정이 가능하다[16].

M.I를 적용하여 기존 본 연구에서 제시하였던 4개의 가설에서 상대적이점이 현금사용관에 긍정적인 영향을 준다는 가설을 추가하였다.

그 결과 $X^2 = 29.128$, d.f. = 1, GFI = 0.901, NFI = 0.900, CFI = 0.901로 모든 값들이 만족하는 것으로 나타났다.

표 3. 경로분석결과

가설	경로	FL	t값	P값	채택 여부
H1	상대적이점→혁신성	0.140	4.943	0.000	**
H2	상대적이점→이용의도	0.480	8.925	0.000	**
H3	현금사용습관→혁신성	0.140	2.092	0.036	ns
H4	현금사용습관→이용의도	0.305	5.673	0.000	**
H5	상대적이점→현금사용습관	0.482	8.561	0.000	**

*: P<0.05, **: P<0.01, ns: not significant

V. 결과 및 연구의 한계점

본 연구의 결과 본 연구에서 제시한 5가지 가설중 현금사용습관은 혁신성에는 아무런 영향을 주지 않는다는 <가설 3>을 제외하고 모든 가설이 채택되었다.

먼저 모바일 결제서비스가 다른 결제서비스 보다 더 혁신적이고 앞으로 보다 낫은 혁신성을 가진 결제서비스로 발전할 것이라고 제시한 본 연구의 가설(H1)은 채택되었다(0.000**).

이는 스마트폰이라는 매개체를 통해 지금도 다양한 형태의 서비스가 제공하고 있음에도 불구하고 추후에는 더욱 발전된 형태로 다양한 서비스로 지속적으로 제공할 것이라는 의견이 10대 청소년들도 같이 공감한다고 할 수 있다.

두 번째 모바일 결제 서비스가 타 결제서비스에 비교하여 상대적으로 이용의 편이성 때문에 보다 많은 이용

을 할 것이라는 “상대적 이점이 이용의도에 긍정적인 영향을 줄 것이다(H2).”는 채택이 되었다(0.000**).

이는 모바일 결제 서비스의 경우 타 결제서비스와 비교하여 편리한 사용이 가능하여 지속적으로 사용한다는 결과를 도출하였다. 이러한 내용은 모바일 결제 서비스의 경우 [표 1]에서 보여지는 것처럼 현재 우리나라의 연령별 신용카드 사용량이 고른 분포를 보여주는 것처럼 빠른 시일 내에 다양한 연령대에서 사용 가능한 결제서비스로 자리매김 될 것이다[17][18].

현금사용습관이 모바일 결제시스템의 이용의도에 긍정적인 영향을 줄 것이라는 <가설 4>에 대해서는 우리나라의 10대들은 현재 모바일 결제 서비스를 어느정도 이용하고 있으며 지속적으로 이용할 의도가 있다는 결과를 도출하였다.

마지막으로 “모바일 결제 서비스를 이용한 상대적이점이 현금사용습관에 긍정적인 영향을 줄 것이다.”라는 <가설 5>는 채택이 되었다. 이는 본 연구의 조사 대상이 10대이며 10대들은 대부분 모바일 결제시스템을 선불카드를 주로 이용하고 있어 <가설 4>이 채택이 되었다. 10대들의 경우 교통 및 기타 용돈 등을 모바일 결제 서비스를 기반한 선불카드로서 사용하기 때문에 본 가설에 긍정적인 영향을 준다는 결과를 도출하였다.

이처럼 모바일 간편 결제란 모바일을 통해 재화, 서비스 이용에 관련된 결제를 처리하는 것을 의미한다. 모바일 접속자가 늘어나고 모바일 채널로 구매하는 사용자 규모가 커짐에 따라 모바일 간편결제 서비스 시장은 매년 지속적으로 성장하고 있다.

하지만 관련하여 많은 연구들의 경우 주로 20대, 30대, 40대 등 성인위주의 모바일 결제서비스 만족에 대한 연구를 진행하였으나 본 연구에서는 우리나라의 10대들을 대상으로 하여 모바일 결제서비스에 대한 인식을 조사한 것으로 그 의의가 있다고 할 수 있다.

또한 이러한 10대들의 경우 곧 20대가 되어 사회생활을 하게 되면 이러한 모바일 결제서비스의 사용습관은 지속적으로 이어질 것이며 관련 산업들도 이러한 층성도 높은 연령대를 지속적으로 유지하기 위해서는 더욱 다양하고 질 좋은 서비스를 준비하여야 한다고 할 수 있다.

하지만 본 연구의 경우 우리나라 10대 들을 대상으로

모바일 결제시스템에 대한 인식을 조사한 연구라고 할 수 있으나 10대들의 경우 주로 이용하는 방식이 언급한 체크카드, 교통카드 등 선불지급방식으로 모바일 결제서비스에 많은 부분을 차지하는 후지급방식에 대해서는 알아보지 못한 부분이 있다.

두 번째로 본 연구가 보다 일반화를 가지기 위해서는 부산에 소재한 학생들 외에도 타지역의 학생들을 포함한 연구가 이루어져야 우리나라의 10대 들의 전반적인 모바일 결제 서비스에 대한 타당성을 가질 것으로 예상된다.

참 고 문 헌

[1] 손지연, 조혜진, “인터넷뱅킹 이용 소비자가 경험하는 부정적 감정과 어려움 이후의 도움요청행동 및 지속 사용의도,” *Financial Planning Review*, 제13권, 제2호, pp.117-146, 2020.

[2] 정보통신산업진흥원, *모바일 결제 기술 특성 및 현황 -자기장방식 지급 결제를 중심으로*, ICT 융합 심층리포트, 2017.

[3] DMC미디어 I 인사이트 연구팀, *2018년 모바일 간편 결제 서비스 이용 행태*, 서울: 디엠씨미디어, 2018.

[4] 김기호, *모바일 간편결제 서비스의 사용의도 및 사용 행위에 관한 연구*, 한성대학교, 박사학위논문, 2018.

[5] <https://zdnet.co.kr/view/?no=20180327134901>

[6] 유도형, 동학림, “모바일 간편결제의 신뢰 및 사용의도 영향요인 연구 : 성별과 연령집단별 차이 비교,” *글로벌경영학회지*, 제16권, 제4호, pp.115-142, 2019.

[7] S. Mallat, *A Wavelet Tour of Signal Processing*, 3rd Edition, Academic Press, 2008.

[8] 이성준, “정책기대의 조절효과를 고려한 플랫폼 기반 간편결제 서비스로의 전환의도 영향 요인 분석: <카카오페이> 사례를 중심으로,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제19권, 제5호, pp.426-442, 2019.

[9] 은지훈, 김상현, “모바일 간편결제 서비스 특성이 지속적 사용의도에 미치는 영향: 현상유지 편향(관성)의 조절효과,” *인터넷전자상거래연구*, 제18권, 제3호, pp.19-39, 2018.

[10] 박일순, 안현철, “UTAUT 기반 모바일 신용카드 서비스의 사용자 수용모형에 관한 연구,” *e-비즈니스 연구*, 제13권, 제3호, 2012.

[11] Y. Liu, Y. Cao, B. Wang, and S. Yang, “A study

on factors that affect users' behavioral intention to transfer usage from the offline to the online channel,” *Computers in Human Behavior*, Vol.27, No.1, pp.355-364, 2010.

[12] 황재, 유흥식, “수용자의 모바일 간편결제에 대한 적극적 이용의도에 관한 연구: TAM2와 인지된 위험을 중심으로. 정보화연구(구정보기술아키 텍처연구),” *한국EA학회지*, 제13권, 제2호, pp.291-306, 2016.

[13] R. Agarwal and J. Prasad, “A Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology,” *Information Systems Research*, Vol.9, No.2, pp.204-224, 1998.

[14] 노미진, “스마트 러닝에서 교육용 앱의 특성이 신뢰 및 학습자 수용에 미치는 영향,” *고객만족경영연구*, Vol.16, No.4, pp.87-107, 2014.

[15] 김계수, *AMOS 구조방정식 모형*, 한나래출판사, 서울, 2007

[16] 김영환, “전자금융 규제환경 변화에 따른 간편결제 서비스 시장의 동향과 전망,” *정보보호학회지*, 제26권, 제2호, pp.6-13, 2016.

[17] 김나래, 윤재영, “모바일 간편 결제 서비스의 간편성과 보안성이 선호도에 미치는 영향에 대한 연구,” *한국HCI학회 논문지*, 제15권, 제1호, pp.29-37, 2020

[18] 조민주, 김규림, 최연경, *간편결제 시장의 경쟁 심화 와 기업의 대응방향*, Issue Monitor. 95. 서울: 삼성 KPMG. 2018.

저 자 소 개

문 재 영(Jae-Young Moon)

정희원



- 2000년 : 동서대학교 경영학부(경영학사)
- 2002년 : 경희대학교 e-Business 학과(경영학석사)
- 2007년 : 경희대학교 e-Business 학과(경영학박사)
- 2007년 ~ 현재 : 동서대학교 경영

학부 교수

<관심분야> : 경영정보시스템, 데이터마이닝, 전자상거래, 품질경영