

# e-Finance의 확산요인에 관한 연구\*

## A Study on the Diffusion Factor of e-finance

김민호(Kim, Min Ho)\*\* · 송채현(Song, Chae Hun)\*\*\* · 송선옥(Song, Sun Yok)\*\*\*\*\* · 차순권(Cha, Sun Kwon)\*\*\*\*\*

### 요 약 (ABSTRACT)

현재 정보통신기술의 비약적인 발전은 물리적인 거래 패러다임을 전자방식으로 확대시키는 극적인 변화를 주도하고 있다. 주지하는 바와 같이, 금융서비스는 거래당사자간 대부분의 금융거래를 지원하고 있다. 그러므로 전자거래의 확대는 금융서비스를 제공하는 모든 금융기관들에게도 영향을 미치고 있다. 이에 따라 모든 금융기관들은 경쟁에서 살아남기 위해 e-Finance 시스템을 도입하여 인터넷금융 서비스를 제공하고 있다.

본 연구의 목적은 이용자측면에서 인터넷을 이용한 e-Finance의 이용 실태와 확산요인을 분석함으로써 e-Finance 고객서비스의 질적인 향상과 신속한 확산 그리고 올바른 전략 수립에 기여하는 것이다. 본 연구는 기존문헌 검토와 요인 및 신뢰도 분석을 통해 e-Finance 자체에 대한 지각된 효율성과 지각된 신뢰 및 안전성, e-Finance 시스템에 대한 신뢰도, 기술적 요소, 고객서비스 품질 그리고 개인특성에 있어 혁신성향 등 6가지를 확산요인으로 채택한다. 로지스틱 회귀분석을 이용한 가설 검증 결과에 따르면, e-Finance시스템에 있어서 기술적 요소와 고객서비스 품질 그리고 개인특성에 있어 혁신성향은 e-Finance의 확산여부에 각각 유의수준 0.05와 0.01%에서 통계적으로 정의 영향을 갖는 것으로 나타났다. 그렇지만 e-Finance 자체에 대한 지각된 효율성과 지각된 신뢰 및 안전성은 이의 확산여부에 별다른 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 또한 e-Finance 시스템과 관련하여 시스템의 신뢰도는 통계적으로 이의 확산에 유의적이지 못하였다.

본 연구는 추후 이용자 측면에서 e-Finance 확산요인에 관해 실증적 연구를 하는데 기본적인 자료로서 이용될 수 있고, 이에 대한 기업이나 정부의 정책 수립 또는 구현과 금융기관의 고객서비스 품질정도 결정에 이용될 수 있다. 그러나 본 연구는 만족요인과 이의 e-Finance에 대한 영향을 다루지 못했다는 점과 국내 이용자만을 대상으로 했다는 점 그리고 다중회귀분석을 실시하지 못했다는 점 등 몇 가지 한계를 갖는다.

Nowaday, the advanced technology in information and communication has been leading the dramatic change of transaction paradigm expansion from physical basis to electronic one. As we know, financial services support most of financial exchange between two business parties. So the expansion of electronic transaction paradigm affects to every financial institutions which provide financial services. Thus, financial institutions have accepted e-Finance systems and providing internet financial services to live in the competition.

The purpose of this study is to contribute the qualitative enhancement of its customer service, rapid diffusion and accurate strategy establishment for e-Finance industry in the user side. Through the literature review and factor and reliability analysis, this study selects six diffusion factors such as efficiency of perceived e-Finance, reliability and safety of e-Finance in perceived e-Finance itself's characteristic; confidence, technical factors and the customer service quality of

\* 본 논문은 정보통신부 연구비 지원 논문에 근거 수정 작성되었음.

\*\* 전북대학교 상과대학 무역학과 부교수

\*\*\* 전북대학교 상과대학 무역학과 교수

\*\*\*\* 해전대학 전자상거래과 조교수

\*\*\*\*\* 전북대학교 상과대학 무역학과 강사

e-Finance system in perception on e-Finance System; inclination to innovation in the personal characteristic. According to result of hypothesis verification by using logistics regression analysis, technical factors and the customer service quality of e-Finance system in perception on e-Finance System and inclination to innovation in the personal characteristic gave statistically positive effect to the diffusion decision at the significant level 0.05 and 0.01. However efficiency of perceived e-Finance, reliability and safety of e-Finance in perceived e-Finance itself's characteristic didn't affect to diffusion decision and confidence of e-Finance system in perception on e-Finance System didn't have any statistical significancy.

This study can be used as a basic material for the forward empirical study of diffusion factors in the user side and be able to apply to company and government policy making or embodiment, determination for customer service quality degree of financial institutions. But this study has some limitations like didn't touch satisfaction factors and its effect, only deal domestic customers and didn't use multi-regression analysis.

**Key Word** : 전자금융(e-Finance), 인터넷(internet), 확산(Diffusion)

목 차	
I. 서론	IV. 실증분석 및 가설검정
II. 선행연구의 검토	V. 요약 및 결론
III. 연구모형 및 가설설정	참고문헌

## I. 서론

정보통신기술의 비약적인 발전과 인터넷/웹의 등장으로 다양한 형태의 상거래가 디지털기반의 가상공간에서 이루어지고 있다. 이러한 온라인기반의 전자상거래는 기존의 오프라인 거래와는 다른 장점들로 인해 더욱 급속하게 확대될 전망이다. 따라서 다양한 형태의 상거래에 있어 혈관과 같은 역할을 하며, 고객과 직접적으로 금융거래를 하고 있는 다양한 금융기관들 또한 이러한 추세에 대응하며 주도하기 위해 이미 인터넷기반의 전자거래 패러다임으로 거래채널을 확대하였다. 즉 전통적으로 금융산업은 물리적, 대면적 거래채널을 가지고 있었다. 그러나 인터넷의 확산은 비대면적 채널을 통해 시간적, 공간적, 비용적 그리고 규모적 한계를 극복할 수 있는 e-Finance라고 불리는 새로운 금융거래 패러다임을 출현시켰다. 이러한 e-Finance는 기존의 단순 금융정보 제공 차원에서 벗어나 원스톱 बैं킹(One-Stop Banking)과 e-CRM(Customer Relation Management: 고객관계관리), 개인재무관리(PFM: Personal Financial Management), 그리고 전자우편 등을 이용한 P2P(Person to Payment)와 같은 개인화 서비스(Personalizing Service)를 추구하고 있다.

이러한 변화에 대응하고 인터넷 금융 산업을 주도하기 위해 주요 선진국의 금융기관들은 금융분야에 대한 IT기술의 접목을 급속히 확대시키고 있다. 따라서 금융업체간 경쟁이 날로 심화되고 있고, 특히 인터넷의 특성상 금융산업의 경쟁 범위도 과거와 달리 국제간 무한경쟁의 시대가 되고 있다. 게다가 주요국의 인터넷 금융 업체들은 e-finance구현을 위한 막대한 초기 투자비용과 지속적인 시

시스템 개발비용 및 이에 따른 위험을 공유하기 위해 그리고 신속한 서비스제공을 위해 금융기관간 통합을 시도하고 있다.

또한 이용자측면에서 e-Finance는 경제성, 편리성, 신속성 등의 장점으로 인해 보안성이나 안전성의 문제에도 불구하고 이용자 수와 거래실적이 급속하게 확대 발전되고 있다. 특히 인터넷의 확산은 e-Finance 양적 팽창의 동인이 되고 있다. 국내의 인터넷뱅킹은 공급면에서 2001년 12월말 현재 18개 국내은행, 씨티은행, 홍콩상하이은행 및 우체국이 모두 인터넷뱅킹 서비스를 제공하고 있을 정도로 활성화되었다. 또한 은행 이용자들도 인터넷뱅킹을 적극적으로 채택함으로써 국내 인터넷뱅킹 등록 고객수가 1999년말 12만명에서 2001년 12월말 현재 1,131만명으로 약 2년 동안 천만명 이상 급속히 증가하고 있다(한국은행, 2002). 사이버 증권(Internet Brokerage)의 경우 국내 온라인 증권거래 비중은 2000년 6월말 기준 59%로 다른 나라에 비해 그 비중이 가장 높다. 또한 6월말 기준 전체 오프라인 증권사중에서 온라인 서비스를 제공하는 비율은 63.5%로 여러 주요국과 비교해 가장 높았다(한국증권협회, 2001). 인터넷 보험의 경우는 중간경로에 있는 영업사원이나 대리점 등과의 갈등, 유통상의 고비용 등이 존재하는 가장 보수적인 금융분야로서 인터넷의 영향이 다른 금융산업에 비해 미비한 상황이다. 그러나 경로단축에 따른 업체와 소비자의 경제적 이윤의 발생, 쌍방향 커뮤니케이션을 통한 고객서비스의 향상, 이용의 편의성, 풍부한 정보제공, 그리고 상품비교 가능 등의 장점들 때문에 중간경로와의 갈등을 해소하는 것을 전제로 특히 자동차보험 등에서 성장세를 보이고 있다.

그러나 지금까지의 e-Finance에 관한 연구들은 이러한 양적인 성장에도 불구하고 주로 인터넷 금융 비즈니스의 채택요인에 관해 집중되고 있다. 또한 이용자 측면에서 인터넷 기반의 e-Finance 확산(diffusion)에 관한 실증적인 분석은 전무한 상태이다. 기존 연구는 혁신에 대한 이용자의 지각(perception)을 강조하는 기술수용모델, 합리적 행위이론 그리고 혁신확산이론을 근거로 주로 채택(adaptation)과 현재상태를 유지하는데 영향을 주는 지속적인 이용 의도(intention) 요인만을 분석하였다. 즉 기존 연구는 엄밀히 말해 e-Finance의 확대사용에 직접적으로 영향을 주는 시스템과 관련된 요인에 대해서는 언급하고 있지 않다.

이러한 배경하에서 국내외적으로 e-Finance 거래 고객의 확대사용을 도모하고 신규고객을 확산하는데 직접적으로 영향을 줄 수 있는 요인에 관한 연구가 절실히 필요하게 되었다. 이에 따라 본 연구는 이용자측면에서 e-Finance의 확산에 직접적으로 영향을 주는 요인들을 시스템과 연관시켜 실증적으로 분석하고자 한다. 본 연구는 이를 위해 e-Finance 채택에 영향을 주는 요인들을 선행연구의 고찰을 통해 e-Finance에 대한 지각된 특성, e-Finance 시스템의 특성 그리고 개인의 특성 등 세 가지 구성개념으로 구분하여 분석한다. 이를 통해 국내 금융기업들이 e-Finance에서 제공하는 서비스의 질과 범위를 판단하는데 도움을 주고자 한다. 아울러 국내 금융기관이 디지털 경제시대를 맞이하여 급격히 변화하고 있는 금융환경에 대응할 수 있도록 하며 더 나아가 국가 전체의 금융경쟁력 제고에 기여하고자 한다. 아울러 21세기 글로벌 경쟁시대를 맞이한 국내 금융산업이 새로운 국제 금융환경을 주도하는데 기여하고자 한다.

이를 위해 본 연구는 먼저 e-Finance를 "인터넷을 이용하여 은행, 증권, 보험 등 모든 금융거래를 하는 것"이라 한정한다. 그리고 연구목적에 달성하기 위하여 선행 연구들을 검토하는 이론적인 연구와 실제 조사자료에 근거한 실증적 연구를 병행한다. 이를 토대로 연구 목적에 보다 적합한 확산 모형과 이론적 근거 제공하고 가설을 설정한다. 분석 자료의 수집을 위해 먼저 전문가를 대상으로 예비조사를 실시하여 설문문항과 구성에 대한 문제점을 보완한다. 그런 다음 전자우편을 이용하여

인터넷 이용자를 대상으로 웹 설문조사를 실시한다. 이런 조사방법은 연구의 자료가 기존연구에 비해 월등히 많아 보다 정확한 실증분석을 할 수 있는 특징이 있다. 둘째로 수집된 자료를 토대로 도출된 변수들을 대상으로 요인분석과 신뢰도 분석을 통해 주요인을 도출한다. 그리고 최종적으로 도출된 요인들이 확산여부에 영향을 미치는 가를 로지스틱 회귀분석을 통해 검증한다.

## II. 선행연구의 검토

e-Finance는 정보통신기술과 인터넷/웹 그리고 전자상거래의 발전과 더불어 거래가 가능해 졌다. 따라서 본 연구는 필요한 경우 이들 세 분야에 대한 선행 연구를 포함한다. 기존의 정보통신기술, 인터넷/웹, 전자상거래 그리고 인터넷 금융에 관한 이용자 측면에서의 연구는 어떤 일정한 분류 원칙이 없이 무척 다양하게 이루어져 왔다. 예를 들어 전자상거래의 국제적인 적용과 관련한 기존의 연구를 윤광운(2001)은 전자상거래의 구조적인 기반 환경과 관련한 시스템도입 단계에 관한 연구, 전자상거래의 효율적 활용을 위한 마케팅 단계의 연구, 그리고 문제해결을 위한 법률적 측면에 관한 연구 등으로 구분하였다. 다른 연구는 기존의 연구를 이에 적용되었던 이론들을 근거로 합리적 행위 이론에 근거한 연구, 계획된 행위 이론에 의한 연구, 기술수용모델 이론을 이용한 연구, 혁신확산 이론에 근거한 연구 그리고 기타 기술채택관련 이론에 근거한 연구로 분류하였다(황경연, 2001).

e-Finance의 확산요인에 관한 본 연구는 거래의 과정에 있어 이미 이를 채택한 이용자가 그 거래를 더욱 확대 진행시키는데 영향을 주는 요인에 대해 조사하는 것이다. 따라서 본 연구에서는 이와 관련된 기존연구를 거래의 진행단계에 따라 다음과 같이 채택요인, 장애요인 그리고 만족 및 확산요인에 관한 연구로 구분한다.

### 1. 이용자 측면의 채택요인에 관한 연구

사실, 정보시스템 연구에서 가장 도전적인 이슈 중의 하나는 시스템의 채택 또는 기각에 관해 이해하는 것이다.(Swanson, 1988). 이용자측면에서 혁신의 채택요인에 관한 기존 연구는 주로 기술수용모델을 근거로 하여 크게 이에 대한 지각된 유용성과 편의성을 중심으로 이루어졌다. 예를 들어 기존의 많은 선행 연구들이 기술수용모델을 이용하여 작업장에서 인터넷/웹의 이용의도에 대한 결정요인들을 이해하고자 하였다(Cheng, et al, 2002; Chang, et al, 2001; French and O'Cass, 2001; Lederer, et al, 2000). 일부 학자들은 혁신확산이론(theory of innovation diffusion)과 계획적행위이론(theory of planned behavior) 그리고 Triandis model<sup>1)</sup>을 근거로 인터넷관련 기술의 이용에 대한 태도를 고찰하고자 하였다(Lee, et al., 2001; Liao, et al., 1999).

따라서 이용자측면의 e-Finance 채택요인에 관한 기존 연구들도 이들 이론들을 이용하여 지각된 유용성과 편의성이 이의 도입에 가장 큰 영향을 줄 것이라고 주장하였다(Black, et al., 2001; 조대우·황경연, 2001). 이들은 지각된 유용성을 "인터넷뱅킹의 도입이 업무의 효율성을 혁신적으로 개선

1) 기존에 주로 이론적 토대로 이용되던 기술수용모델(technology acceptance model:TAM)방식보다 좀 더 포괄적이면서 사회적 심리적 모델이며, 행동에 대한 중요한 기준으로 즐거움과 감정을 고려하는 이론이다.

시켜줄 것이라고 인식하는 것"이라고 정의하였다. 그리고 지각된 편의성은 "이를 처리하는데 있어 시간적, 공간적 그리고 비용적 제약을 극복할 수 있다고 인지하는 정도"라고 언급하였다. 조대우와 황경연(2001)은 인터넷 이용자를 인터넷뱅킹 이용자와 비이용자 집단으로 구분하고 정보기술이용자의 정보기술이용행위를 설명하는 대표적인 모델인 기술수용모델에 기초하여 인터넷뱅킹 이용행위를 설명하고자 하였다. 이들의 결과에 따르면, 인터넷뱅킹 이용자 집단의 경우 지각된 이용의 용이성은 지각된 유용성에 유의적인 정의 영향을 미친다. 인터넷뱅킹에 대한 지각된 유용성은 태도에 유의적인 정의 관계를 가지나, 지각된 이용의 용이성은 태도에 유의적인 정의 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 지각된 유용성은 지속적 이용의도에 직접적으로 유의적인 정의 영향을 미치는 것으로 나타났고 인터넷뱅킹에 대한 태도가 지속적 이용의도에 유의적인 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 인터넷 금융에 대한 소비자측면에서의 채택연구는 이의 채택을 주로 혁신에 대한 태도와 연계하여 다루어 왔다. Sathye(1999)는 기존의 문헌 연구를 통해 이용의 용이성, 인터넷뱅킹 서비스와 이의 혜택에 대한 지각, 적절한 비용 그리고 변화에 대한 저항 등이 호주 소비자의 인터넷뱅킹 채택에 영향을 주는 요인이라고 설정하였다.

또한 e-Finance을 이용자들이 채택하는 이유는 기업과의 관계에 있어 상호의존성을 향상시키고 차별화된 서비스 제공기회를 향상시킬 수 있다고 믿기 때문이다. Loh, and Ong(1998)는 싱가포르에서 혁신적인 시스템으로서 인터넷 기반 증권거래 시스템에 대한 이용자의 채택과 전개의 주요 형태를 분석하고자 하였다. 이를 위해, 이들은 새로운 증권거래 시스템에 대한 이용자들의 평가, 믿음, 태도 그리고 사용행위가 이것의 채택에 어떤 영향을 미치는 가를 증명하였다. 또한 채택과 이용자 만족 그리고 이용자 평가와의 관계를 조사하였다.

## 2. 이용자의 장애요인에 관한 연구

기존의 연구는 이용의 복잡성과 지각된 위험 그리고 지각된 불쾌함 또는 기존과 전혀 다른 기술적 작동원리 등을 혁신, 정보기술 그리고 e-Finance의 채택 또는 확산의 장애요인으로 제시하고 있다.

일반적으로 복잡성은 정보기술의 채택에 있어 부정적인 영향을 가진다(Teo et al., 1999; Igbaria et al., 1995; Thompson, 1991). Black, Lockett, Winklhofer and Ennew(2001)은 복잡성을 "인터넷을 이용한 금융거래를 연결할 때 참여자의 컴퓨터에 대한 기대와 반대로 관련되는 것"으로 정의하고, 복잡성은 인터넷뱅킹의 채택에 있어 명백하게 다른 장애요인들을 유도한다고 주장하였다. Cheung, et al.(2000)은 복잡성을 혁신을 이해하고 이용하는데 있어 상대적으로 어려울 것이라고 지각되어지는 정도로 정의하고, 이것은 작업장에서 인터넷/웹의 선택에 부의 영향을 줄 것이라고 주장하였다. 이들의 연구결과에 따르면, 복잡성은 현재의 인터넷/웹의 사용에 부정적으로 관련되어 있었다.

새로운 혁신의 채택에 영향을 주는 또 다른 중요한 요인은 보안의 수준과 이것과 관련한 위험의 수준이다. 지각된 위험은 소비자가 특정행위를 할 때 예측할 수 없는 결과가 나타날 가능성을 의미한다. 일반적으로 인터넷뱅킹은 인터넷을 통해 이루어지는 은행서비스이기 때문에 완벽한 거래의 보안성이 확보되지 않으면 거래정보 및 개인정보의 유출로 인한 위험이 높아질 것이다. Hoffman et al.(1996)은 특히 소비자가 인터넷 상거래를 이용하는데 장애가 되는 위험 요인 가운데 가장 핵심적인 요인은 거래의 보안성이며, 비거래자일수록 해커나 보안관련 사고에 대한 뉴스에 더 민감하게 반응한다고 주장했다. Lee, Park and Ahn(2001)의 연구결과에 따르면, 거래과정에 대한 지각된 위험,

그리고 상품과 서비스에 대한 지각된 위험은 소비자의 전자상거래 채택에 유의적이고 직접적인 영향을 가진다. 즉 소비자들이 전자상거래가 유용하다고 인식할 때 상품과 서비스 자체의 위험보다는 거래과정에 있어 보안, 개인정보보호 그리고 부인봉쇄 등에 대한 지각된 위험이 더 연루됨을 보여주고 있다. Daniel(1999)의 연구에 따르면, 새로운 혁신의 채택에 영향을 주는 또 다른 중요한 요인은 보안의 수준과 이것과 관련한 위험의 수준이다.

인터넷뱅킹이 도입 된지 오래된 나라일지라도, 일반적으로 새로운 혁신에 대한 성장을 지체시키는 것은 인터넷을 이용한 금융거래의 보안에 대한 소비자의 우려이다. Suganthi(2000)은 말레이시아에서 인터넷뱅킹의 채택에 영향을 주는 요인을 이해하고자 하였다. 그의 연구에 따르면 인터넷뱅킹에 대한 저항과 거래보안에 대한 우려가 인터넷뱅킹의 이용에 장애요인으로 작용하고 있는 것으로 나타났다. 다만, 인터넷뱅킹 이용자와 비이용자간 거래보안 요인에 대한 차이는 유의적이지 않았다. 황경연과 문희철(2001)은 지각된 위험을 은행고객이 인터넷뱅킹을 이용할 때 예측할 수 없는 부정적인 결과가 나타날 가능성에 대해 인식하는 정도로 정의하였다. 그리고 인터넷뱅킹 이용에 있어 인터넷뱅킹을 위험하게 인식할수록 미래의 인터넷뱅킹 이용의도는 낮을 것이라고 가정하였다. 이들의 t검정결과에 따르면, 한국 집단이 미국 집단에 비해 인터넷뱅킹에 대해 덜 위험하게 인식하고 있음을 보여주었다.

다른 한편으로 인터넷과 관련한 개인의 감정 또한 이의 채택에 긍정적 또는 부정적 영향을 줄 수 있다. Cheung et al.(2000)은 개인의 감정 중 행위에 대한 불유쾌함은 기쁨이나 즐거움 등이 작업장에서 인터넷/웹의 채택에 긍정적인 영향을 주는 것과 달리 부정적인 영향을 준다고 주장하였다.

### 3. 이용자의 만족 및 확산 요인에 관한 연구

기존의 연구들은 혁신의 이용자들이 자신의 채택에 대해 만족을 느끼는 경우에 좀더 다양하고 깊이 있게 그들의 이용을 확대한다는 관점에서 연구가 이루어졌다. 즉, 기존의 정보통신 관련 많은 연구들은 이에 대한 소비자만족이 채택과 지속적인 이용의도 또는 확산에 영향을 준다고 분석하고 있다. Doll, et al.(1994)은 소비자만족을 정보시스템 성공의 중요한 측정도구로서 식별하였으며, Lockshin(1997)은 지속적인 구매의도를 위한 중개자로서 소비자 만족을 설정하였다. 김승남·정광진(2001)의 연구결과에 따르면, 인터넷 비즈니스 이용고객의 상대적 이익과 고객서비스 품질에 대한 높은 지각이 인터넷비즈니스 만족에 강한 긍정적 관계를 가지고 있는 것을 나타냈다. Lee and Ahn(2001)는 전자상거래 소비자만족 모델에 있어 상품과 서비스 그리고 거래과정의 관계에 있어 인지된 위험과 인지된 편리함이 소비자만족에 영향을 주는 요인으로 보았다.

인터넷관련 만족 또는 불만족을 결정하는 가장 중요한 출처로서 자주 언급된 변수들은 신뢰성, 유용성, 접근성, 안정성 등이었다. 김기수·장기섭(2001)은 기존문헌의 연구를 통해 시스템의 성공 요인을 이용의 용이성, 정보특성, 시스템안정성, 시스템보안, 자료보안 등으로 보고 이들이 사용자만족과 유용성에 영향을 미친다고 보았다. 이진창·정남호(2000)은 먼저 인터넷주식 거래에 영향을 미치는 주요 속성들을 도출하고, 이들을 대상으로 요인분석을 하여 주요인을 도출하였다. 이들의 요인분석 결과 편리성, 신뢰성, 일반성, 속도지체성, 우월성, 수익성 등 6개 요인이 도출되었다. 전자상거래에 있어 인터넷 이용자의 인터넷환경, 웹검색능력, 인터넷 애호도, 전자상거래 이용경험 등 소비자의 인터넷 쇼핑물 이용실태와 소비자의 전자상거래에 대한 기대속성 등 만족에 있어서 다른 척도가 필요하다. 또한 다른 연구에서는 고객의 만족을 향상시키기 위해서는 시스템의 서비스 품질을 먼저 향

상시켜야 한다고 주장한다. Jun and Cai(2001) 등은 인터넷뱅킹 서비스 품질의 평가를 위해 소비자 서비스 품질, 온라인 시스템 품질, 뱅킹 서비스 상품 품질 등 세가지 카테고리와 연관된 17가지 요인을 식별하였다. 지금까지의 소비자 만족에 대한 연구는 각개인과 소비측면만 강조하였으나, 최근에는 소비자의 최초 구매와 최근까지의 소비경험, 구매 후 평가까지를 포함하는 일련의 과정이 포함되는 총체적인 만족을 의미한다.

상기한 바와 같이 인터넷 관련 기존의 연구는 채택요인에 관한 연구가 주를 이루었기 때문에 확산 요인에 관한 연구는 미비한 상태이다. 아울러 소비자 측면에서의 확산요인에 관한 기존의 연구는 주로 만족요인에 관한 연구를 통해 이루어졌다. Rogers(1983)는 그의 연구에서 확산이란 혁신이 사회구성원들 사이에서 어떤 체계적인 경로를 통해 커뮤니케이션되는 과정이라고 정의하고 있다. 또한 e-Finance의 확산은 주로 제공되는 시스템의 특성에 의해 많이 좌우되는 것으로 나타났다. 이는 고객과 금융기관이 서비스 제공 시스템을 통해 비대면적으로 이루어지고 있기 때문이다. 따라서 e-Finance 시스템의 기술적요소와 고객서비스품질 등이 확산에 주로 영향을 미치게 된다. 아울러 인터넷관련 서비스 제공자의 마케팅노력 또한 인터넷관련 혁신의 확산에 영향을 미친다. Lavin(2002)은 1998년과 1999년의 크리스마스 기간 동안 웹을 이용한 물품구매현황을 비교하여, 웹을 이용한 구매량이 확산된 이유를 조사한 결과 서비스 제공자의 마케팅노력 또한 인터넷관련 혁신의 확산에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. Polatogu and Ekin(2001)은 Lockett and Litter(1997)과 Hawkins(1998) 등의 기존 연구를 근거로 터키 고객들에게 인터넷뱅킹 서비스 확산을 위해 필요한 요인들은 인터넷뱅킹 서비스 시스템의 상대적우위, 관찰성, 시험성, 복잡성, 그리고 인지된 위험 등이라고 주장하였다. Eder and Igbaria(2001) 등은 조직내에서의 인터넷 확산과 고취에 관련된 요인들을 고찰하는 것에 의해 인터넷의 이행과정을 연구하고자 하였다. 이들은 기존의 문헌연구를 통해 채택의 초기화, 최고경영자 지원, 조직구조, IT하부구조 그리고 인터넷시스템의 구조가 인터넷 확산과 고취에 영향을 주는 요인이라고 보았다.

### Ⅲ. 연구모형 및 가설설정

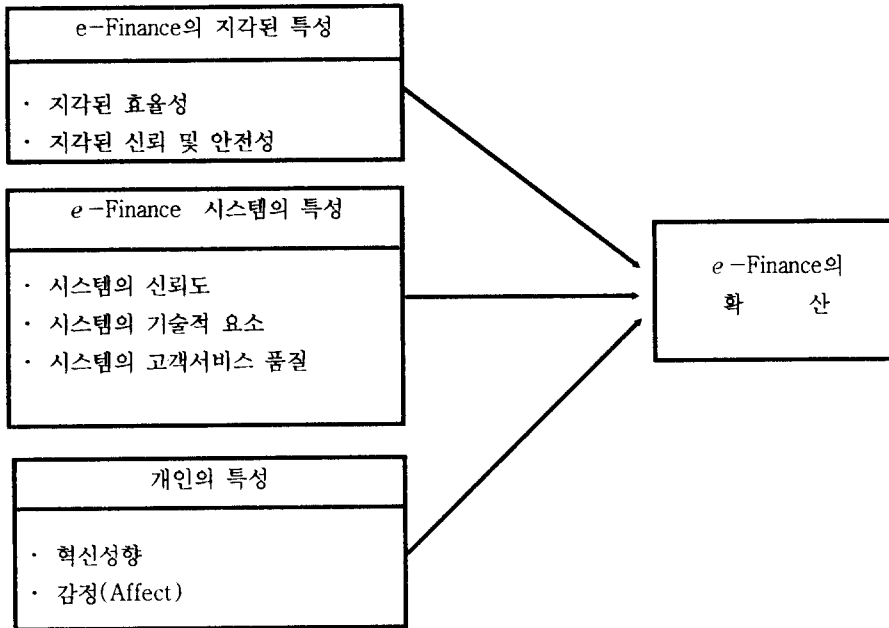
#### 1. 연구 모형의 구성

본 연구는 선행연구의 기술수용모델(technology acceptance model: Davis et al., 1989), 합리적 행위 이론 및 계획적 행위이론(theory of reasoned action: Ajzen and Fishbein, 1980; Fishbein and Ajzen, 1975) 모델, 혁신확산 이론(Diffusion of Innovation Theory, Rogers, 1962) 모델, 소비자만족(NCSI: National Customer Satisfaction Index) 관련 이론 모델 그리고 그밖에 기존의 연구 모델들을 근거로 연구모형을 설정한다. 본 연구모형은 위에서 언급한 바와 같이 e-Finance의 확산에 영향을 주는 구성개념으로 e-Finance에 대한 지각된 특성, e-Finance 시스템의 특성, 그리고 개인의 특성 등 세가지를 설정한다(그림1 참고). 또한 본 연구에서는 e-Finance 또는 시스템에 대한 지각된 복잡성이라는 부정적인 요인을 제외하고 긍정적인 요인만을 실증적으로 분석한다. 왜냐하면 이미 e-Finance을 채택한 사람은 이용의 복잡성을 극복할 수 있어 이를 선택했다고 보기 때문이다.

연구모형에서 먼저 e-Finance 자체의 특성에 대한 이용자의 확산은 기술수용모델을 기초로 한 지

각된 유용성, 지각된 이용의 용이성, 지각된 실제부가가치 그리고 이용자의 기대에 의해 평가되어 진다. 또한 e-Finance 자체의 확산은 지불의 안전성확보, 개인정보보호, 컨텐츠 제약과 다른 위협들의 극복으로 구성되며, 서비스 공급자에 대한 신뢰 등이 가장 중요한 결정변수들이다.

이러한 e-Finance 자체의 특성에 대한 지각된 확산요인들은 결국 크게 두가지 요인으로 구분되어 진다. 하나는 인터넷뱅킹에서 기대하는 지각된 유용성과 이용 및 접근의 용이성 등으로 이루어진 지각된 효율성이다. 그리고 다른 하나는 지불과 개인정보 보안, 그리고 인터넷뱅킹 자체에 대한 신뢰 등과 연계된 시스템 전반에 걸친 신뢰와 안전성이다.



<그림 1> e-Finance 확산모형

둘째로 e-Finance 시스템의 특성에 대한 구성개념은 앞에서 살펴본 확산과 만족에 관한 기존의 연구들을 근거로 시스템에 대한 신뢰도(이석준·이국희·구본재, 2000 등), 기술적요소(이건창·정남호, 2000 등), 사용자 인터페이스(곽효연·신현숙, 2001 등)을 포함한 고객서비스의 품질(Jun and Chi, 2001 등)로 구성되어 진다. 끝으로 개인의 특성에 대한 구성개념은 개인의 혁신성향(Citrin et al., 2000; 조대우, 2000)과 e-Finance에 대한 이용자의 감정(Cheung et al., 2000)이 확산과 관련이 있다고 본다.

## 2. 가설의 설정 및 측정방법

본 연구에서는 위에서 언급한 바와 같이 e-Finance를 “인터넷을 이용하여 은행, 증권, 보험 등



모든 금융거래를 하는 것" 정의한다. 그리고 위의 연구모형에서 선정된 세 가지 구성개념에 대한 확산요인들과 e-Finance간의 관계에 대해 가설을 설정한다.

## 1) 연구가설의 설정

### (1) 지각된 효율성

기존 연구에서 인터넷/웹, 온라인 쇼핑을 포함하는 전자상거래 그리고 인터넷뱅킹이나 증권에 대한 개인의 지각된 유용성과 이용의 편의성은 이들의 채택에 영향을 준다(Cheng, et al, 2002; Chang, et al, 2001; French and O'Cass, 2001; Lederer, et al, 2000; Szajna, 1996). 다른 연구에서도 지각된 유용성은 태도 및 이용행위와 연계되어 있다.(Lee, et al., 2001; Liao, et al., 1999; Lederer et. al., 1998; Igbaria et al., 1995). 또한 e-Finance 이용자는 시스템과 상호작용하는 것이 쉽다고 지각할 수록, 시스템에 대한 자신감과 시스템에 대한 통제 수준이 높아질 것이다. 따라서 이는 인터넷뱅킹의 확산에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 주장하였다.(Black, et al., 2001; 조대우·황경연, 2001).

이에 따라 본 연구에서도 e-Finance 자체에 대한 지각된 유용성과 이용의 편의성이 e-Finance의 확산에 영향을 준다고 본다. 다만 확산에 있어 두가지 요인들은 궁극적으로 금융업무의 효율성을 향상시키는 동일한 요인으로 작용한다. 왜냐하면 확산에 관한 연구는 이미 e-Finance 시스템을 채택한 이용자들을 대상으로하고, 이들은 유용성과 편의성이 실질적으로 얼마나 금융업무의 처리에 도움을 주는지 결과를 지각할 수 있기 때문이다. 그러므로 본 연구에서는 e-Finance 자체에 대한 지각된 효율성을 "e-Finance 이용행위가 전통적인 금융업무처리 방식에 비해 상대적으로 유용성과 편의성 등에서 효율적이라고 지각하는 정도"로 정의한다. 그리고 본 연구는 e-Finance에 대한 지각된 효율성이 이의 확산여부에 영향을 미친다고 본다.

가설1: 지각된 효율성은 e-Finance의 확산여부에 유의적인 영향을 미친다.

### (2) 신뢰 및 안전성

일반적으로 인터넷관련 기존 연구에서 이의 채택과 확산에 부정적인 영향을 주는 것은 서비스 공급자에 대한 불신과 보안등과 관련된 위험에 대한 지각이었다(황경연·문희철, 2001; Daniel, 1999; Hoffman et al, 1996). 따라서 e-Finance에 대한 지각된 신뢰와 전반적인 안전성이 이의 확산에 영향을 줄 것이다. Vatanasombut(2001)은 온라인뱅킹 이용자들이 인터넷뱅킹을 유지하는데 영향을 주는 요소들을 파악하기 위해 위임과 신뢰라는 요인을 식별하였다. 이들의 연구결과에 따르면 신뢰(trust)는 인터넷뱅킹 유지 의도(intention)에 있어 신뢰보다 중요한 예측요인이었고 가치, 의사소통, 지각된 보안이 신뢰에 영향을 미쳤다. 전자상거래의 채택에 있어서도 통상적으로 인식되고 있는 장벽은 인터넷 전반에 대한 개인정보 보호와 보안의 부족이다(Lee, Park and Ahn; 2001). Suganthi(2000)는 말레이시아에서 인터넷뱅킹에 영향을 주는 요인은 은행에 대한 신뢰와 인터넷뱅킹에 대한 거래의 보안으로 인터넷뱅킹 이용자와 비이용자 모두에게 중요하였다고 주장하였다.

따라서 본 연구도 e-Finance에 대한 지각된 신뢰 및 안전성이 확산여부에 영향을 미친다고 보고, 신뢰 및 보안성을 "고객이 e-Finance 전과정을 믿고 안전하게 거래를 수행할 수 있다고 인식하는 정도"라고 정의한다.

가설2: e-Finance에 대한 지각된 신뢰 및 안전성은 확산여부에 유의적인 영향을 미친다.

(3) 시스템의 신뢰도

기존의 인터넷관련 연구에서는 확산에 영향을 주는 요인으로 또한 시스템에 대한 신뢰도를 자주 언급하고 있다.

이석준 등(2000)은 시스템의 신뢰도를 “증권서비스가 정확하고 신뢰할 수 있게 제공되는 정도”로 정의하였다. 이들은 고객만족도에 어떠한 영향을 주는지 살펴보기 위한 관측지표로 시스템의 신뢰도를 측정하였다. Franzak, Pitta, and Fritsche (2001) 등은 인터넷 시스템은 모니터를 통해 고객과 판매자가 인터페이스를 함으로써 개인의 정보가 유출되면 타인이 정보를 이용해 물품을 구매함으로써 실제 본인에게 피해를 줄 수 있기 때문에 시스템에 대한 신뢰도가 중요하다고 하였다. Liao and Cheung(2001)과 Doney and Cannon(1997) 등의 연구에 따르면 인터넷을 이용한 e-shop에 대한 확산은 전자상거래 공급자에 대한 소비자의 지각과 정의 연관을 가짐을 발견하였다. Banphot(2001)은 인터넷뱅킹 사용시 인지된 보안이 신뢰에 영향을 미치며, 인터넷은행의 인터넷뱅킹 이용자의 유지에 도움을 주는 요소라고 강조하고 있다. 이상에서 살펴본 바와 같이 개인정보 보호, 보안 그리고 공급자에 대한 믿음 등이 시스템의 신뢰도를 구성하는 요소라고 할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 시스템의 신뢰도를 “개인정보 보호, 거래보안 그리고 인증시스템 등 e-Finance 시스템의 전반적인 안전성을 이용자가 지각하는 것”이라고 정의한다. 그런 다음 기존 연구를 바탕으로 이용자의 시스템 신뢰도에 대한 긍정적인 인식이 e-Finance의 확산여부에 유의적인 영향을 미친다고 본다.

가설3: 시스템에 대한 신뢰도는 e-Finance의 확산여부에 유의적인 영향을 미친다.

(4) 시스템의 기술적 요소

본 연구에서는 기술적 요소를 “시스템의 연결속도, 하드웨어 및 소프트웨어와 네트워크의 안전성 그리고 에러복귀기간 등 e-Finance을 활용하는데 있어 필수적인 시스템에 대한 기술의 안전성여부에 대해 이용자가 느끼는 정도”로 정의한다.

이용자 측면에서 시스템의 기술적 요인에 관한 기존의 연구는 많지 않다. Lee and Ahn(2001)등은 전자상거래와 기술통계적 요인과의 관계를 연구하기 위해 주요 인터넷이용장소, 인터넷사용기간, 인터넷이용빈도 등의 요인을 분석하였다. 이진창과 정남호(2000)은 인터넷 주식거래에서 고객의 만족도를 증가시키는 가장 중요한 요인 중의 하나가 시스템의 접속속도라고 밝히고 있다. e-Finance에 있어 시스템의 불안요인으로는 하드웨어 장비불안, 소프트웨어 불안, 대금결제방법의 복잡 등을 들 수 있다. 이러한 것에 대해 인터넷뱅킹에 오류가 발생하면 오류를 신속하고 정확하게 복구할 수 있느냐가 이러한 서비스를 지속적으로 이용하는데 중요한 요인이 된다고 주장하였다(Meuter and Bitner, 1998). 안준모와 이국희(2001)는 시스템의 이용편리성, 정보컨텐츠, 디자인 및 웹 구성과 같은 정보기술요인 등이 전반적인 고객만족도에 어떤 영향을 주는지 실증적으로 분석하였다. 본 연구에서는 이러한 시스템의 기술적인 요소가 e-Finance의 확산에 영향을 미친다고 본다.

가설4: 시스템의 기술적인 요소는 e-Finance의 확산여부에 유의적인 영향을 미친다.

(5) 시스템의 고객서비스 품질

최종이용자 컴퓨터(And User Computing) 환경에서, 정보시스템의 품질이 이용자의 만족도에 미치는 영향에 관한 연구는 지속적으로 이어져왔다(Lucas, 1973; Fuerst and Cheney, 1982; Trice and

Treacy, 1988; Gemoets and Mahmood, 1990; Szajna, 1993). 최근의 연구들은 소비자에 대한 서비스의 높은 수준이 소비자 만족에 대해 긍정적인 영향을 발휘할 수 있다는 것을 보여주고 있다(Parasurman et al., 1988; Cronin and Taylor, 1992). Doll et al.(1995)은 사용자 만족을 정보시스템 성공의 중요한 측정도구로서 식별하였다. 박명호와 이연주(1998)는 전자상거래의 고객서비스가 전자상거래에 대한 소비자의 태도에 어떤 영향을 미치는가를 분석하였다.

서비스 품질과 이에 대한 고객의 만족 인식은 그들이 서비스를 접하는 것에 의해 매우 영향을 받는다. Shostack(1985)는 서비스를 접한다는 의미는 고객이 서비스와 직접적으로 상호작용을 하는 시간의 동안을 의미한다고 하였다. e-Finance의 경우, 고객의 서비스 품질과 만족에 대한 지각은 사이트를 통해 서비스를 접하고 이와 상호작용을 하는 순간에 형성될 것이다. 따라서 e-Finance의 경우는 제공 사이트의 용이성이 고객의 서비스 품질과 만족에 많은 영향을 주기 때문에 대단히 중요하다. 소비자와 사이버 마케팅 시스템간의 인터페이스는 자유로운 시장선택을 쉽고 직관적으로 하게 하는 상호작용 능력을 제공한다고 하였다(Benjamin and Wigand, 1995). Smith(1997)는 인터넷 정보자원을 지원하는 제공자는 반드시 그들의 이용자에게 적합한 기준과 주제분야의 목록을 창조하고 이용하여야 한다고 주장하였다.

본 연구에서는 고객서비스품질을 "고객이 요구하는 서비스를 제공하고 이에 대한 신속한 대응 등 고객을 위한 배려 및 의사소통 등에 대한 협력정도"와 "디자인 및 구성, 제공되는 콘텐츠 그리고 관련정보에 대한 링크 등 사용자들이 사이트를 편리하고 효과적으로 사용할 수 있도록 해주는 정도"라고 정의한다.

가설5: 고객서비스품질이 e-Finance의 확산여부에 유의적인 영향을 미친다.

#### (6) 개인의 혁신성

기존 연구에서는 사이버고객을 새로운 사이버 환경에서 그 환경에 적응하기 위한 소비자로서 컴퓨터 지향 소비자(Computer-oriented consumer)라고 했다(Hoffman and Novak, 1996). Settles(1995)는 사이버스페이스 상의 소비자를 "구매의사결정에 도움이 되는 정보를 지속적으로 탐색하는 특성을 지닌 사이버 서퍼(Cyber surfer)로 규정"하면서 이들은 시간, 비용을 최소로 소비하여 양질의 정보를 얻기 위하여 끊임없이 가상공간을 탐색한다고 하였다. 개인의 혁신성은 많은 소비자 연구자들에 의해 주목받아왔다(Hirschman, 1980; Midgley and Dowling, 1978; Robertson, 1971; Rogers, 1962). Ostlund(1974), LaBay and Kinnear(1981), Holak(1988), and Lockett and Littler(1997)등은 지각된 위험이 혁신에 대한 소비자의 채택에 어떤 영향을 미치는가를 분석하였다. 개인의 혁신성은 정량적으로 측정되기 어려움에도 불구하고 이에 대한 실증적연구는 지속되어 왔다.

본 연구에서는 개인의 혁신성향을 "개인이 새로운 것(e-Finance)을 시도하고자 위험을 기꺼이 감수하려는 정도"라고 정의한다. 그리고 이러한 개인의 혁신성향이 새로운 것(e-Finance)의 확산에 영향을 미칠 것이라고 가정한다.

가설6: 개인의 혁신성향은 e-Finance의 확산여부에 유의적인 영향을 미친다.

#### (7) 개인의 감정

감정(affect)은 특정한 행위에 대해 개인들이 가지는 기쁨, 의기 양양, 즐거움, 또는 의기 소침, 혐오, 불만, 증오의 느낌이다(Triandis, 1980). Thompson et al.(1991, 1994)은 감정(affect)이 컴퓨터의 이

용의도에 영향을 미치는 정도를 분석하였다. 황경연과 문희철(2001)은 지각된 즐거움을 "은행고객이 인터넷뱅킹이용을 즐겁게 인식하는 정도"로 정의하였다. 이들의 연구는 기존 실증연구(Davis, 1992; Igbaria et al., 1995; Teo et al., 1999)의 결과와 일치한다. 즐거움은 정보기술이용에 중요한 영향요인으로 인식되고 있다. Davis(1992)는 정보기술이용에 있어 지각된 즐거움을 측정하였다. Cheung, et al.(2000)은 감정을 인터넷/웹 채택의 첫 번째 결정요인으로 보았다. 최근에는 기술을 가지고 원하는 상태에 도달할 때의 기쁨 또는 즐거움이 소비자 행위를 유발시키는 중요한 요인이라고 주장하는 플로우(Flow)이론이 주목받고 있다.

본 연구에서는 개인의 감정을 "e-Finance 활동 자체가 가져다 주는 순수한 즐거움을 추구하는 감정"으로 정의하고 기존의 연구를 기초로 다음과 같은 가설을 설정한다.

가설7: 개인의 감정은 e-Finance의 확산여부에 유의적인 영향을 미친다.

2) 측정방법

본 연구의 목적을 달성하기 위해 연구모형을 근거로 아래와 같이 구성개념, 요인 그리고 측정변수(항목)를 설정한다. 지각된 e-Finance의 특성은 지각된 효율성과 지각된 신뢰 및 안전성으로 구분한다. 그리고 각각의 요인에 대해 4개와 2개의 변수를 선정한다.

<표 1> 측정요인 및 변수

구 성 개 념	요 인	측 정 변 수	선 행 연 구	
e-Finance의 특 성	지각된 효율성	주문 및 처리비용의 절감	Cheng, et al(2002); Lederer t.al.(2000); Chang et al(2001);	
		정보탐색비용이 절감	조대우·황경연(2001); Sathye(1999);	
		주문처리 및 결제과정이 편리	Suganthi(2000); Szajna(1996); Igbaria et al(1995)	
		시·공간적 제약없이 거래 가능		
신뢰와 안전성		거래가 안전	Vatanasombut(2001); Lee, et al Ahn(2001); Kardaras(2001);	
		보다 신뢰할 수 있는 정보 제공	Suganthi(2000); Hoffman(1996)	
e-Finance 시스템 특 성	시스템 신뢰도	거래의 전과정을 믿고 거래	이석준 등(2000); Franzak, et al.(2001); Liao and Cheung(2001); Doney and Cannon(1997)	
		e-Finance의 이용은 안전함		
	시스템의 기술적 요 소	단계별 연결속도가 빠름	Kardaras et al(2001); 김기수·장기섭(2001); Daniel et al(1999); Jun and Cai(2001); 이권창·정남호(2000); 안준모·이국희(2001)	
		네트워크가 안정적인		
		에러 발생시 복귀가 빠름		
	시스템의 고 객 서비스 품 질		필요로 하는 상품/서비스 제공	Lee and Ahn(2001);
			정보 및 서비스의 업데이트 신속	김승남·정광진(2001); 박명호 이연주(1998); Lockshin(1997); Lucas(1973); Fuerst and Cheney (1982); Trice & Treacy(1988); Gemoets and Mahmood(1990); Szajna(1993);
			문의사항에 대한 응답신속	Parasurman et al(1988);
			디자인 및 구성이 편리	Cronin and Taylor(1992);
			제공되는 콘텐츠가 다양	Doll et al.(1994);
정보탐색 및 업무처리가 편리				
각 단계별 연결(링크)이 잘 됨				

개인의 특성	개인의 혁신 성향	혁신에 대한 정보가 빠른 편임	Hoffman and Novak(1996);
		새로운 것을 빨리 수용하는 편임	Settles(1995); Lockett et al(1997)
		새로운 것이 위험하다고 인지함	Robertson(1971); Rogers(1962);
	개인의 감정	기존 금융거래방식에 익숙함	LaBay and Kinnear(1981)
		e-Finance은 경제적이다.	Davis(1992); Thompson et al.(1991,
		e-Finance은 즐겁다	1994); Cheung, et al.(2000); Teo, et
e-Finance은 흥미롭다	al.(1999); 황경연·문희철(2001)		

주: a 지면관계상 앞에서 언급된 선행연구 전부를 기재하지는 않았음.

e-Finance 시스템의 특성으로는 시스템의 신뢰도, 기술적요소 그리고 고객서비스품질을 구성하고, 개인의 특성으로 개인의 혁신성향과 감정을 도입한다. 그리고 이들 각각의 요인에 대한 타당성과 신뢰성을 분석하기 위해 위의 (표1)와 같이 변수들을 도입한다.

#### IV. 실증 분석 및 가설 검증

본 절은 이용자에 대한 설문조사를 통해 실증적으로 국내 e-Finance의 확산에 영향을 주는 요인들을 도출한다. 본 연구에서는 은행, 증권, 보험 그리고 기타금융 업무 중 하나만을 e-Finance를 통해 처리하는 채택자가 하나 이상의 e-Finance 서비스를 이용하는 것을 확산이라 정의한다. 따라서 하나의 서비스만 이용한 집단을 비확산집단이라 하고 두 개 이상의 e-Finance 서비스를 사용하는 집단을 확산집단이라 한다. 요인분석을 통해 확산요인을 도출한 다음 이들 요인들에 대한 신뢰도를 검사한다. 끝으로 신뢰도분석을 통해 도출된 요인들에 대한 로지스틱 회귀분석을 실시하여 이에 대한 영향을 분석한다.

##### 1. 자료의 특성 및 분석

서두에서 언급했듯이 본 연구에서는 인터넷이용자를 대상으로 직접 설문지를 프로그래밍하여 웹 설문조사를 실시한다. 왜냐하면 본 연구에서는 인터넷이용자가 궁극적으로 e-Finance의 잠재적 고객이 된다고 보았기 때문이다. 참고로 본 연구의 인터넷설문조사 대상은 e-메일 주소를 가진 인터넷 이용자로서 총 응답자는 7,613명이었다. 이중 응답이 불성실하거나 자료로써 가치가 없는 것, 인터넷 설문조사의 특성상 발생하는 동일한 전자우편 주소를 가진 것 그리고 인터넷뱅킹 비채택자를 제외하였다. 또한 본 연구는 금융 또는 경제활동이 가능하지 않다고 생각되는 18세 이하의 응답자는 제외시키고 최종적으로 하나 이상의 e-Finance 서비스 이용자 2,404명을 대상으로 실증분석을 실시한다. 다만 응답자의 연령은 실증적 처리의 편의를 위해 대부분의 기존 연구 방식에 따라 연령대별로 구분하여 조사하였다.

##### 1) 인구통계적 특성

응답자의 성별을 보면 남성의 비중이 67.1%로 여성의 32.9%보다 월등히 많은데 이는 남성이 여성보다 인터넷접근 가능성과 이의 활용능력이 보다 높기 때문이다. 또한 이러한 이유는 직업과 연령대

에 있어서도 마찬가지로 보인다. 즉, 상대적으로 인터넷에 접근기회가 많고 활용능력이 앞선 젊은 연령의 사무직이나 학생이 다른 직업이나 연령대에 비해 이용자가 보다 많았다. 채택자의 학력을 보면 대졸자의 빈도가 가장 많았으며, 이용자의 소득수준은 중간계층의 비율이 높았다. 소득수준의 경우 년 천만원이하가 675명이었고 2~4천만원대의 소득자들이 각각 595명, 571명 그리고 328명 등으로 전체 채택자수 2404명의 약 62%를 차지하고 있다. 고소득자라고 할 수 있는 5천만원대 또는 그 이상의 응답자수는 각각 132명과 103명이었다(표2 참고)

<표 2> 자료의 인구통계적 특성

요 인	구 분	빈 도(명)	비율(%)	누적비율(%)
확산여부	비확산	1313	54.6	54.6
	확산	1091	45.4	100.0
성 별	남	1612	67.1	67.1
	여	792	32.9	100.0
연 령 대	20세 미만	13	.5	.5
	20대	1094	45.5	46.0
	30대	927	38.6	84.6
	40대	304	12.6	97.2
	50대 이상	66	2.8	100.0
직 업	전문직	485	20.2	20.2
	사무/관리직	693	28.8	49.0
	기술/기능직	238	9.9	58.9
	단순노무종사자	8	.3	59.2
	공무원/군인	83	3.5	62.7
	서비스직	104	4.3	67.0
	주부	91	3.8	70.8
	학생	534	22.2	93.0
학 력	기타	168	7.0	100.0
	고졸	377	15.7	15.1
	대졸	1506	62.6	78.3
소득/년	대학원재 이상	521	21.7	100.0
	무소득	302	12.6	12.6
	1000만원 미만	373	15.5	28.1
	1000-2000만원	595	24.8	52.9
	2000-3000만원	571	23.8	76.7
	3000-4000만원	328	13.6	90.3
	4000-5000만원	132	5.5	95.8
5000만원이상	103	4.2	100.0	
인터넷 이용시간	사용안함	2	.1	.1
	30분 이하	126	5.2	5.3
	30분-1시간	937	39.0	44.3
	1-2시간	469	19.5	63.8
	2시간이상	870	36.2	100.0

인터넷 이용실력	하	107	4.5	4.5
	중	1329	55.3	59.8
	상	968	40.2	100.0
계	전체 응답수	2404	100.0	

## 2) 확산요인분석

### (1) 타당성 검증

위의 <표 1>에서 제시한 측정변수가 본 절의 연구목적과 모형에 대한 개념을 제대로 나타내는지 구성개념 타당성을 검증하기 위해 요인분석을 실시한다. 공통요인(common factor) 추출을 위해 주성분(Principal Component) 추출법을 사용한다. 또한 측정변수간의 요인부하량이 한 변수에 높게 나타나도록 하여 각 요인의 특성을 알고자 사용하는 직각회전(orthogonal rotation)방식에서 현재 가장 널리 이용되고 있는 배리맥스(Varimax) 방법을 이용한다. 아울러 고유값(Eigenvalue)은 1이상을 원칙으로 하며, 요인분석은 모형에 나타나 바와 같이 e-Finance에 대한 지각된 특성, e-Finance 시스템의 특성 그리고 개인의 특성에 대한 변수들로 구분하여 실시한다.

#### 가) e-Finance에 대한 지각된 특성

본 연구는 e-Finance의 확산에 영향을 주는 요인으로서 e-Finance에 대한 지각된 특성이라는 구성개념을 도입하고 지각된 효율성과 신뢰 및 안전성이라는 두 개의 요인을 설정한다. 그리고 이에 대한 타당성을 검증하기 위해 6개의 측정변수를 도입한다. 이들에 대한 검증결과, <표3>에 나타난 바와 같이 e-Finance에 대한 지각된 특성은 두 개의 요인으로 분류되었고 총 변량의 약60%를 설명하고 있다.

<표 3> 지각된 특성에 관한 요인분석 결과

항 목	요인 1	요인 2
지각된 효율성 1	<u>0.746</u>	
지각된 효율성 2	<u>0.700</u>	
지각된 효율성 3	<u>0.687</u>	
지각된 편의성 4	<u>0.661</u>	
지각된 신뢰 및 안전성 1		<u>0.862</u>
지각된 신뢰 및 안전성 2		<u>0.818</u>
고 유 값	2.290	1.164
설 명 력 (%)	38.195	19.393
누적설명력(%)	38.195	57.551

#### 나) e-Finance 시스템의 특성

본 연구모형은 기존의 연구를 근거로 e-Finance 확산에 영향을 주는 요인으로 시스템과 관련하여 시스템 신뢰도, 기술적요소, 고객서비스품질을 설정하였으며 이들에 대한 요인분석결과는 다음의 같

다(표 4 참고).

<표 4> e-Finance 시스템의 특성에 대한 요인분석 결과

항 목	요인 1	요인 2	요인 3
고객서비스 품질 1	0.725		
고객서비스 품질 2	0.673		
고객서비스 품질 3	0.604		
고객서비스 품질 4	0.604		
고객서비스 품질 5	0.547		
고객서비스 품질 6	0.547		
고객서비스 품질 7	0.458		
기술적 요소 2		0.778	
기술적 요소 1		0.707	
기술적 요소 3		0.651	
시스템 신뢰도 1			0.619
시스템 신뢰도 2			0.553
고 유 값	4.992	1.319	1.288
설 명 력 (%)	33.277	8.792	8.568
누적설명력(%)	33.277	42.070	50.656

다) 개인의 특성

개인의 특성에 대한 요인분석 결과 두 개의 요인이 도출되었고 요인 1은 개인의 혁신성향 그리고 요인 2는 개인의 감정이라고 설정한다(표 5 참고). 이들에 대한 검정결과, <표 5>에 나타난 바와 같이 개인의 특성은 두 개의 요인으로 분류되었고 총 변량의 약70%를 설명하고 있다.

<표 5> 개인특성에 대한 요인분석 결과

항 목	요인 1	요인 2
개인의 혁신성향	0.884	
개인의 혁신성향	0.863	
개인의 감정		0.811
개인의 감정		0.712
고 유 값	1.712	1.026
설 명 력 (%)	42.794	25.647
누적설명력(%)	42.794	68.440

(2) 신뢰도 검정

다음으로 도출된 확산요인들인 지각된 효율성, 신뢰 및 안전성, 기술적 요소, 고객서비스 품질, 개



인의 혁신성향 그리고 개인의 감정 등이 측정하고자하는 개념을 조사대상자로부터 정확하고 일관되게 측정되었는가를 확인하기 위해 신뢰도검정을 실시한다(표 6 참고).

요인들의 신뢰도를 측정하기 위해 크론바하 알파계수를 분석하였는데 계수가 0.6이상이면 요인이 내적일관성을 가진다고 본다. 일부 학자는 계수가 0.7미만이면 하나의 동일 개념으로 볼 수 없다고 주장하기도 하지만 일반적으로 계수가 0.6이상이면 탐색적 조사에서는 내적일관성을 갖는다고 본다.

<표 6> 확산요인별 신뢰도 검정

측정변수	측정항목수	Cronbach's Alpha
지각된 유용성 1	4	0.6657
지각된 유용성 2	2	0.6153
시스템특성 1	7	0.7658
시스템특성 2	5	0.7590
시스템특성 3	3	0.7172
개인특성 1	2	0.7090
개인특성 2	2	0.3065

요인분석 결과 개인의 감정이라는 요인을 제외한 나머지 요인들의 신뢰도는 위에서 제시한 검정기준 0.6이상을 상회하는 계수 값을 갖고 있다(표 6 참고). 따라서 이들 여섯 요인들이 e-Finance의 확산에 어떠한 영향을 주는지 로지스틱 회귀분석을 실시하였다.

## 2. 가설검정

위의 요인분석결과를 보면 개인의 감정을 제외한 나머지 요인들은 신뢰도가 앞서 제시한 검정기준 0.6이상을 상회하는 계수 값을 갖고 있다(표6 참고). 따라서 연구모형에서 제시한 요인들 중 감정요인을 제외한 여섯 요인들에 대해서만 가설검정을 하며, 이들이 e-Finance의 확산에 미치는 영향을 로지스틱 회귀분석한 결과는 다음의 <표 7> 같다.

<표 7> 확산요인에 대한 회귀분석 결과

측정요인	B	S.E.	Wald	유의확률
지각된 효율성	0.022	0.046	0.222	0.638
지각된 신뢰 및 안전성	-0.072	0.049	2.192	0.139
e-Finance 시스템에 대한 신뢰도	0.016	0.050	0.106	0.745
e-Finance 시스템의 기술적 요소	0.127	0.050	6.605	0.010**
e-Finance 시스템의 고객서비스 품질	0.115	0.050	5.372	0.020**
개인의 혁신성향	0.173	0.048	12.936	0.000***

### 1) 지각된 효율성과 확산과의 관계

여기서 e-Finance의 확산이란 앞에서 언급한 바와 같이 e-Finance를 한 분야만 사용하는 이용자가 두 개 이상의 서비스를 사용하게 되는 것을 의미한다. 위의 회귀분석결과에 따르면 지각된 효율성은 e-Finance의 확산여부에 유의적인 영향을 미친다는 가설1은 통계적으로 유의적이지 않은 것으로 나타났다. 즉 지각된 e-Finance의 효율성은 채택과는 달리 확산에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 이런 결과는 기술수용모델에 관한 다양한 연구(Davis et al. 1989; Teo, et al. 1999)에서 나타난 지각된 이용의 용이성과 유용성은 구매행위에 직·간접적인 영향을 갖는다는 결과와 상반된다. 이는 확산요인에 대한 조사대상이 하나 이상의 e-Finance서비스를 이미 이용하고 있는 중인 채택자 집단이라서 e-Finance의 효율성에 대해 기본적으로 잘 인지하고 있기 때문이다. 환언하면, 채택자들은 이미 e-Finance의 효율성을 잘 알고 이를 선택했기 때문에 e-Finance 자체에 대한 지각된 효율성은 확산과 통계적으로 유의하지 않은 것이다.

### 2) 지각된 신뢰 및 안전성과 확산간의 가설검정

지각된 e-Finance에 대한 신뢰 및 안전성도 같은 이유로 기존의 채택 연구에서는 통계적으로 유의한 요인이었지만 확산에는 별 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다. 즉 이러한 결과 또한 가설1과 같이 채택요인에 관한 기존의 연구 결과들(Vatanasombut, 2001; 안중호외, 1998; Suganthi, 2000)과는 차이가 있다. 왜냐하면 e-Finance를 선택한 채택자들 또한 이미 e-Finance 자체에 대한 신뢰 및 보안성을 지각하였기 때문에 이를 채택하였다. 따라서 지각된 신뢰 및 안전성이 e-Finance의 확산여부에 유의적인 영향을 미친다는 가설 또한 통계적으로 유의적이지 못하였다.

### 3) 시스템의 신뢰도와 확산과의 관계

위의 <표 7>에 따르면, e-Finance의 시스템 특성에서 시스템에 대한 신뢰도는 e-Finance의 확산여부에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 위에서 언급한 바와 같이 본 연구의 대상자들이 이미 e-Finance를 채택한 이용자들이라서 e-Finance자체 뿐 만 아니라 e-Finance 시스템에 대해서도 신뢰를 갖고 있기 때문이다. 따라서 이들에게는 e-Finance 시스템에 대한 신뢰도보다는 시스템의 기술적 요소들이 더욱 중요한 확산요인이 된다. 반면 기존의 인터넷 쇼핑몰의 소비자 만족도에 대한 연구에서는, 개인 정보누출 위험이 존재하는 경우 즉 시스템의 신뢰도가 낮은 경우 부의 영향을 미친다는 것을 밝히고 있다(지효원과 염창선, 2000). Liao and Cheung(2001)의 연구에 따르면 인터넷을 이용한 e-shop의 확산은 전자상거래 시스템 공급자에 대한 소비자의 지각과 정의 연관을 가지는 것으로 나타났다.

### 4) 시스템의 기술적요소와 확산과의 관계

위의 <표 7>에 따르면 e-Finance 시스템의 특성에서 시스템에 대한 기술적 요소는 e-Finance의 확산에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 위에서 언급한바와 같이 연구 대상이 이미 e-Finance를 채택한 이용자들이라서 채택요인과 연관성이 강한 e-Finance나 e-Finance 시스템에 대한 신뢰보다는 이를 운용하는데 더욱 필요한 e-Finance 시스템의 기술적 요소에 더 관심을 갖기 때문이다.

기존의 관련 선행연구 결과도 본 연구의 가설검정과 유사하다. Lee and Ahn(2001)의 연구에 따르면 전자상거래와 기술통계적 요인과의 관계에 있어 한국은 주요 인터넷이용 장소, 인터넷사용기간,

인터넷이용빈도가 소비자의 전자상거래 구매결정에 영향을 주는 것으로 나타났으며 미국은 연결속도가 영향을 주는 것으로 나타났다. Liao and Cheung(2001)의 연구에 따르면 네트워크 속도는 인터넷 e-shop에 대한 싱가포르인의 초기 채택의 유의적인 결정요소가 아닌 것으로 나타났다. 하지만 이들의 결과는 싱가포르에서 이미 초고속인터넷망이 이미 설치된 후에 조사되었기 때문에 별 관계가 없었다. 그렇지만 다른 이용자들을 대상으로 한 기존 연구에서는 전송속도가 만족과 확산에 정의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 또한 인터넷 주식거래에서 고객의 만족도를 증가시키는 가장 중요한 요인 중의 하나가 시스템의 접속속도라고 밝히고 있다(이진창·정남호, 2000). Lin and Lu(2000)의 연구결과에 따르면, 웹사이트의 응답시간이 웹사이트에 대한 사용자 만족에 영향을 주는 중요한 요인 중의 하나이었다.

#### 5) 시스템의 고객서비스 품질과 확산과의 관계

e-Finance 시스템에 있어 통계적으로 유의한 또 하나의 확산요인은 사용자 인터페이스를 포함하는 시스템의 이용고객에 대한 서비스 품질이었다(표 7 참고). 즉 가설5는 유의수준 0.05%에서 통계적으로 유의하였고, 이런 결과 또한 기존의 정보통신관련 연구의 결과와 크게 다르지 않았다. Delone and Mclean(1992)의 정보시스템 성공에 관한 연구에서는 시스템의 품질과 정보 품질이 정보시스템의 사용과 사용자 만족에 영향을 미치는 것을 제시하고 있다. 이제홍(2001)은 구성이 잘 되어 있는 정보의 제공이 소비자의 만족에 유의적인 정의 영향이 있다고 분석했다. 또한 전자상거래를 이용할 때 소비자들에게 서비스를 많이 제공할수록 만족도가 더욱 향상된다고 하였다.

#### 6) 개인의 혁신성

본 연구에 따르면 개인의 혁신성향은 유의수준 0.01%에서 e-Finance의 확산과 통계적으로 유의한 관계에 있음을 보여주고 있다. 이는 기존의 정보통신 또는 인터넷 관련 연구결과와도 대부분 일치한다. 환언하면 개인이 혁신적인 성향을 가지고 있는 이용고객의 경우 e-Finance의 확대사용에 보다 긍정적인 태도를 가지고 있는 것으로 나타났다. Robertson and Kennedy(1968)는 소비자에 대한 위협의 형태는 개인에 대해 상호의존적이라고 언급하였다. Polatogu and Ekin(2001)의 연구에 의하면 각각의 소비자마다 다른 결정의 형태가 터키에서 인터넷뱅킹 서비스 채택에 영향을 준다고 하였다. 그의 연구에 따르면, 개인들 중 소수 또는 일부는 어떤 혁신적인 상품 또는 서비스를 좀더 빠르게 받아들일 것을 결정하며, 이들을 이러한 제품 또는 서비스의 확산에 영향을 준다고 하였다.

## IV. 요약 및 결론

최근 정보통신기술의 발전과 인터넷/웹의 등장으로 인해 다양한 거래의 패러다임이 물리적기반의 거래에서 인터넷을 이용한 전자거래 형태를 포함하는 방향으로 빠른 속도로 확대되어가고 있다. 이러한 거래형태의 변화는 상거래 뿐 만 아니라, 정보, 의료, 교육 등 다양한 분야의 거래를 전자적 방식으로 가상공간에서도 처리할 수 있도록 하고 있다. 따라서 이러한 형태의 거래방식은 여러 분야로 더욱 급속히 확산되고 있으며, 모든 거래에 있어 금융서비스를 지원하고 있는 금융산업 또한 이러한 방식을 적극적으로 도입하였다.

이에 본 연구는 이용자측면에서 e-Finance의 확산과 관련된 요인들을 분석하여, 21세기 글로벌 경쟁시대를 맞이한 국내 금융산업과 기관들이 새로운 국제 금융환경을 주도하는데 기여하고자 하였다.

e-Finance 확산요인에 관한 연구 결과에 따르면, e-Finance 자체에 대한 지각된 효율성과 신뢰 및 안전성 그리고 e-Finance 시스템에 대한 신뢰성 요인은 이의 확산여부에 대해 통계적으로 유의하지 못한 것으로 나타났다. 이는 연구대상들이 위의 요인들에 대해 잘 지각하거나 신뢰하여 e-Finance를 이미 채택한 이용자들이었기 때문이다. 따라서 확산에 영향을 미치는 요인은 e-Finance 자체에 대한 관심보다는 e-Finance 시스템의 기술적 요소와 고객센터 품질이 통계적으로 더욱 유의적인 것으로 나타났다. 가설검정 결과, 기술적 요소와 고객센터품질은 유의수준 0.05%에서 e-Finance의 확산여부에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 개인의 혁신성향과 시스템에 대한 신뢰도는 유의수준 0.01%에서 e-Finance의 확산과 통계적으로 유의한 관계에 있음을 보여주고 있다.

인구통계적 특성(표 2)에서 보면 e-Finance의 이용자 중 여성의 비율이 약 33%로 남성에 비해 현저히 적었는데 이러한 점은 e-Finance 서비스제공자에게 시사하는 바가 크다고 하겠다. 다만 소득 수준에서 볼 때 4천만원이상 고소득자의 e-Finance의 사용이 높지 않은데 이는 거래금액이 상대적으로 많은 이들이 채테크상담, 보안 등의 이유로 직접거래를 선호하기 때문이다.

지금까지 연구한 결과는 온라인에서 e-Finance서비스를 제공하고 있는 여러 금융기관에게 다음의 몇 가지 적용점을 시사해 주고 있다. 첫째, 21세기 정보화 및 지식 중심 사회에서는 여성의 사회진출이 두드러질 것이므로, e-Finance 금융기관은 여성관련 서비스의 개발과 확대에 더욱 노력해야함을 제시하고 있다. 또한 금융소득이 많고 인터넷이용경험이 상대적으로 적은 고연령층을 위해 이용시스템의 편리화, 차별화된 개인재무관리서비스의 제공 그리고 보안시스템 강화 등의 신뢰도를 향상시키는 전략들을 지속적으로 추구해야 함을 제시하고 있다. 둘째, e-Finance을 더욱 확산시키기 위해 가장 먼저 방화벽, 암호화 등의 보안 솔루션 기술을 동원하여 네트워크 보안을 강화하여야만 한다. 아울러 개인정보보호를 위해 인증시스템을 강화하고 법/제도적 규제를 강화하는 등의 대응방안들을 준비하여야 한다. 셋째, 확산변수와 관련하여 e-Finance의 확산을 도모하는 금융기관은 비확산그룹을 대상으로 인터넷뱅킹이 관련 비용의 절감을 가져오고, 업무처리의 편리성을 향상시키며, 거래가 안전하고 그리고 제공되는 정보가 신뢰할만하다는 점을 인식시킬 수 있도록 홍보해야만 한다. 끝으로 확산요인과 관련하여 e-Finance 시스템에 대한 신뢰 및 보안성보다는 시스템의 기술적 요소나 고객센터 품질 등이 확산에 더 많은 영향을 주는 것으로 나타났다. 따라서 공급자는 특히 e-Finance 시스템의 기술적 특성들에 대한 개선전략들을 마련해야만 한다.

본 연구는 첫째, 고객만족도를 나타낼 수 있는 지표가 무엇이고 이들이 e-Finance의 확산에 어떤 영향을 주는지 분석하지 못했다는 한계를 갖는다. 둘째, 인터넷뱅킹의 확산요인을 분석함에 있어 그 조사대상을 국내 이용자로만 한정하였다는 한계를 갖는다. 아울러 인터넷설문조사인 관계로 전자우편 계정을 갖고 있고, 이를 주로 사용하는 젊은 사람들 그리고 전문직 또는 사무/관리직들이 연구대상으로 많이 노출되었다는 점이다. 또한 이들 요인들을 이용해 특정 응답자의 확산여부를 판단할 수 있는 예측식을 추정하지 못했다는 한계를 갖는다. 끝으로 도출된 요인들이 확산에 얼마나 영향을 주는지 다중회귀분석을 실시하지 못했다는 점이다. 따라서 추후 연구에서 이러한 부분들에 대한 보완 작업이 이루어져야만 할 것이다.

## 참고문헌

- 곽효연·신현숙(2001), 인터넷쇼핑몰의 사용성 평가 및 인터페이스 설계, 한국OA학회 논문집, 제6권, pp. 157-162.
- 윤광운(2001), "전자적 무역거래관행에 관한 실증적 연구" 통상정보연구, 제3권 제2호, pp. 29-47.
- 김기수·장기섭(2001), "사이버 증권거래시스템의 주요 성공요인 분석", 한국산업경영학회 경영연구, 제16권, 제3호, pp.149-172.
- 김승남·정광진(2001), "인터넷 비즈니스 e-만족 영향요인에 관한 연구," 산업경제연구, pp. 63-78.
- 박명호·이연주(1998), "전자상거래에 대한 소비자 태도 및 이용정도에 관한 연구. 인터넷전자상거래 연구, 제1권 제1호," pp. 61-82.
- 안준모·이국희(2001), "인터넷 쇼핑환경에서의 고객충성도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 국내 인터넷 쇼핑몰 산업을 중심으로," 경영정보학연구, 제11권 제4호, pp. 135-152.
- 안중호·오상조·권순동(1998), "PC통신 및 인터넷 사용자의 전자상거래 활용실태 조사 연구: 전자상거래 사용자와 비 사용자간의 차이점 분석을 중심으로," 98년도 추계 학술발표 논문집, 한국경영학회.
- 이진창·정남호(2000), "국내 인터넷 주식거래를 위한 비즈니스 모델에 관한 실증연구," 경영정보학연구 제10권 제2호, pp. 125-147.
- 이석준, 이국희, 구분재(2000), "사이버 증권 고객만족도 측정 모델에 관한 연구," 인터넷 전자상거래 연구, 제1권 제1호, pp. 451-458.
- 이재홍(2001), "해외 쇼핑몰을 이용한 전자상거래 만족도의 실증분석," 통상정보연구, 제3권 제2호, pp. 71-92.
- 조대우(2000), "인터넷뱅킹 채택자와 비채택자의 특정 인터넷뱅킹 채택결정에 관한 연구: 한·미 은행 고객비교," e-비즈니스연구 제1권, pp. 47-65.
- \_\_\_\_·황경연(2001), "기술수용모델을 이용한 인터넷뱅킹 이용의도 결정요인분석," 한국경영경제학회 제1권 (1), pp. 21-47.
- 지효원·염창선(2000), "인터넷쇼핑몰의 소비자 만족 요인에 관한 실증적 연구", 1999년도 종합학술대회 발표논문집, 한국정보시스템학회.
- 한국은행(2002), "2001, 12월말 현재 국내 인터넷뱅킹 서비스 이용현황", 한국은행 보도자료, 공보 2002-1-27호.
- 한국증권업협회(2001), "2000년 온라인 증권거래 총결산 및 요약", 한국증권업협회 홍보팀.
- 황경연(2001), "한·미 은행고객의 인터넷뱅킹이용에 미치는 영향요인에 관한 비교 연구", 충남대 대학원, 박사학위논문.
- \_\_\_\_·문희철(2001), "한·미 은행고객의 지속적 인터넷뱅킹 이용의도에 미치는 영향요인 비교분석," 충남대학교 논문집, pp. 12-32.
- Ajzen, I. and M. Fishbein(1980), 『Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Benjamin, R. I. and Wigand, R.(1995), "Electronic Markets and Virtual Value Chains on the

- Information Super High Way," *Sloan Management Review*, Winter, pp.62-71.
- Black, N., Lickett, A., Winklhofer H., and Ennew, C.(2001), "The adoption of Internet financial services: a qualitative study," *International Journal of Retail & Distribution Management*, vol. 29, no. 8, pp.390-398.
- Chang, M.K., and W. Cheung(2001), "Determinants of the intention to use Internet/WWW at work: a confirmatory study," *Information & Management* 39, pp. 1-14.
- Cheng, C. H., Cheng, W., and Chang, M. K.(2002), "The use of the Internet in Hong Kong: Manufacturing vs. service," *International Journal of Production Economics*, vol.75, pp.33-45.
- Cheung, W., Chang, M. K., and V.S. Lai(2000), "Prediction of Internet and World Wide Web usage at work: a test of an extended Triandis Model," *Decision Support Systems*, vol.30, pp.83-100.
- Citrin, A.V., Sprott, D.E., Silverman, S.N., and Donald E. Sten, Jr.(2000), "Adoption of Internet shopping: the role of consumer innovativeness", *International Management & Data Systems* 100, pp. 294-300.
- Cronin, J. J., and Taylor, S. A.(1992), "Measuring service quality: a reexamination and extension," *Journal of Marketing*, vol.56, pp.55-68.
- Daniel, E.(1999), "Provision of electronic banking in the UK and Republic of Ireland," *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17, No. 2, pp. 72-82.
- Davis, F. D.(1989), "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *MIS Quarterly* vol.13, no.2, pp. 319-340.
- \_\_\_\_\_Bagozzi, R. P., and Warshaw, P. R.(1989), "User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models," *Management Science*, vol.35 no.8, pp. 982-1003.
- \_\_\_\_\_ (1992), "Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace," *Journal of Applied Social Psychology*, vol.22, no. 14, pp. 1109-1130.
- Delone, W. H. and McLean, E. R.(1992), "Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable," *Information Systems Research*, vol.3, no.1.
- Doll, W. J., Xia, W. and Torkzadeh, G.(1994), "A confirmatory factor analysis of the end-user computing satisfaction instrument," *MIS Quarterly*, vol. 18, no. 4, pp.453-461.
- \_\_\_\_\_, Raghunathan, T. S., Lim J. S. and Gupta, Y. P.(1995), "A confirmatory analysis of the user information satisfaction instrument," *Information Systems Research*, vol.6, no.2, pp.177-88.
- Doney, P. M. and Cannon, J. P.(1997), "An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships," *Journal of Marketing*, vol.61, pp.35-51.
- Eder, L. B. and Ihbaria, M.(2001), "Determinants of internet diffusion and infusion, *The International Journal of Management Science(Omega)* vol.29, pp. 233-242.
- Fenech, T., and A. O'Cass(2001), "Internet users' adoption of Web retailing: user and product dimensions," *Journal of Product&Brand Management*, Vol. 10, No. 6, pp. 361-381.
- Fishbein M., and I. Ajzen(1975), "Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research," Addison-Wesley, Reading, MA.

- Franzak, F., Pitta, D. and Fritsche, S.(2001), "Online relationships and the consumer's right to privacy," *Journal of Consumer Marketing*, vol.18, No.7, pp. 631-641.
- Fuerst, W. and Cheney, P.(1982), "Factors Affecting the Perceived Utilization of Computer based Decision Support Systems in the Oil Industry," *Decision Sciences*, Fall, pp. 554-569.
- Gemoets, L. A. and Mahmood, M. A.(1990), "Effect of the quality of user documentation of user satisfaction with information," *Information and Management*, vol.18, no.1, pp. 47-54.
- Hawkins D. I., Best, R. J. and K. A. Coney(1998), 『Consumer Behavior: Building Marketing Strategy』, 7th ed., McGraw Hill, London.
- Hirschman, E.C.(1980), "Innovativeness, novelty seeking and consumer creativity," *Journal of Consumer Research*, vol.7, December, pp.283-95.
- Hoffman, D. L., Kalsbeek, W .D., and Novak, T. P.(1996), "Internet and Web use in the U.S.," *Communications of the ACM*, vol.39, no.12, pp.36-47.
- \_\_\_\_\_ and T. P. Novak(1996), "Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundation," *Journal of Marketing*, 60, pp. 50-68.
- Holak, S. L.(1988), "Determinants of durable adoption: an empirical study with implications for early product screening," *Journal of product Innovation Management*, vol.5, pp.50-69.
- Igbaria, M., Iivari, J. and H. Maragahh(1995), "Why do individual use computer technology? A Finnish case study," *Information and Management*, vol.5, no.2, pp.7-38.
- Jun, M.J., and S. Cai(2001), "The Key determinants of Internet banking service quality: a content analysis," *International Journal of Bank Marketing* 19/7, pp. 276-291.
- Kardaras, D. and E. Papathanassiou(2001), "Electronic commerce opportunities for improving corporate customer support in banking in Greece". *International Journal of Bank Marketing* 19/7, pp. 292-298.
- LaBay, D. G., and Kinnear, T. C.(1981), "Exploring the consumer decision process in the adoption of solar energy systems," *Journal of Consumer Research*, vol.8, Dec., pp. 271-278.
- Lavin, M.(2002), "Christmas on the Web: 1998 vs. 1999," *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol.9, pp. 87-96.
- Lee, D., and Ahn, J.(2001), "Consumer Adoption and Satisfaction with e-Commerce A Cross-Country Study," *Korean Information Systems Research*, vol.11, no.2.
- \_\_\_\_\_, Park, J., and Ahn, J.(2001), "On the Explanation of Factors Affecting e-Commerce Adoption," *International Conference on Information Systems* vol.22, pp.109-210.
- Lederer, A. L., Maupin, D. J., Sena, M. P., and Zhuang, Y.(2000), "The technology acceptance model and the World Wide Web," *Decision Support Systems*, vol.29, pp.269-282.
- \_\_\_\_\_, Donna, J. M., Mark, P.S., and Z. Youlong(1998), "The Role of Ease of Use, Usefulness and Attitude in The Prediction of World Wide Web Usage," *Proceeding of the 1998 Conference on Computer Personnel Research(SIGCPR 1998)*, pp. 195-204.
- Liao, S., Shao, Y. P., Wang, H. and Ada Chen(1999), "The adoption of virtual banking: an empirical study", *International Journal of Information Management* 19, pp. 63-74.

- Liao, Z., and Cheung, M. T.(2001), "Internet-based e-shopping and consumer attitudes: an empirical study," *Information & Management*, vol.38, pp.299-306.
- Lin, J. C. and Lu, H.(2000), "Towards an understanding of the behavioural intention to use a web site," *International Journal of Information Management* vol.20, pp.197-208.
- Lockett, A., and Littler, D.(1997), "The adoption of direct banking services," *Journal of Marketing Management*, vol.13, pp.791-811.
- Lockshin, A. and Littler, D.(1997), "The adoption of direct banking services," *Journal of Marketing Management*, vol.13, pp.791-811.
- Loh, L., and Ong, Y. S.(1998), "The adoption of Internet-based stock trading: a conceptual framework and empirical results," *Journal of Information Technology*, vol.13, pp.81-94.
- Lucas, H.(1973), "User reactions and the management of information services," *Management and Information*, pp.165-172.
- Midgley, D. F. and Dowling, G. R.(1978), "Innovativeness: the concept and its measurement," *Journal of Consumer Research*, vol.4, pp.229-242.
- Ostlund, L. E.(1974), "Perceived innovation attributes as predictors of innovativeness", *Journal of Consumer Research*, vol.1, June, pp.23-29.
- Parasuraman, A., and Leonard L. Berry(1988), "SERVQUAL: A multi item Scale for measuring consumer perception of service quality," *Journal of Retailing*, vol. 64, pp. 12-40.
- Polatoglu, V. N., and Ekin, S.(2001), "An empirical investigation of the Turkish consumers' acceptance of Internet banking services," *International Journal of Bank Marketing*, vol.19, pp.156-165.
- Robertson, T. S.(1971), *「Innovative Behavior and Communication」*, Holt, Rinehart and Winston, New York, NY.
- \_\_\_\_\_ and Kennedy, J. N.(1968), "Prediction of consumer innovators: application of multiple discriminant analysis," *Journal of Marketing Research*, vol.5, Feb., pp.64-69.
- Rogers, E. M.(1962), *「The Diffusion of Innovations」*, Free Press, New York, NY.
- \_\_\_\_\_ (1983), *「Diffusion of Innovations」*, Free Press, New York, NY.
- Sathye, M.(1999), "Adoption of Internet banking by Australian consumers: an empirical investigation," *International Journal of Bank Marketing*, vol.17, pp. 324-334.
- Shostack, G. L.(1985), "Planning the service encounter", in Czepiel, J. A., Solomon, M. R. and Surprenant, C. F.(Eds). *The service encounter*, Lexington Books, Lexington, MA, pp.243-254.
- Smith, Alastair, G.(1997), "Criteria for Evaluation Internet Information Resource, *The Public Access Computer Systems Review* Vol. 8, No. 3.
- Suganthi, B. B.(2000), "Internet Banking Patronage: An Empirical Investigation of Malaysia," *Journal of Internet Banking and Commerce*,
- Swanson, E. B.(1998), *「Information Systems Implementation: Bridging the Gap between Design and Utilization」*, Irwin, Homewood, IL.
- Szajna, B.(1996), "Empirical Evaluation of the Revised Technology Acceptance Model," *Management*



- Science, vol.42, no.1, pp. 85-92.
- Szajna, B.(1993), "Research Determining information system usage: Some issues and examples," Information and Management, vol.25, no.3, pp.147-154.
- Thompson, R. L., Higgin, C. A., and J. M. Howell(1991), "Personal computing: Toward a conceptual model of utilization," MIS Quarterly 15(1) pp. 125-143.
- Thompson, R.L., Higgin, C.A.. and J.M. Howell(1994), "Influence of experience on personal computer utilization: Testing a conceptual model," Journal of Management Information Systems 11(1), pp. 167-187.
- Teo, Thompson .S.H., Lim, Vivien K.G., and Raye Y. C. Lai(1999), "Intrinsic and extrinsic motivation in Internet usage," Omega, Int. J. Mgmt, Sci. 27, pp. 25-37.
- Triandis, H. C.(1980), Beliefs, Attitudes, and Values, University of Nebraska Press, Lincoln, NE.
- Trice, A.W. and M.E. Treacy(1988), "Utilization as a dependent variable in MIS Research," Data Base, Vol. 19, Mo. 3-4, pp. 31-41.
- Vatanasombut, B(2001), Factors affecting retention of consumers who are users of computerized applications on the Internet: The case of online banking, the Claremont Graduate University.