

모바일뱅킹 사용의도의 영향요인에 관한 연구

문 용 은* · 정 유 진**

<목 차>

| | |
|--------------------------|-----------------------|
| I. 서론 | IV. 실증분석 및 해석 |
| II. 문헌연구 | 4.1 자료수집 및 분석방법 |
| 2.1 정보기술수용이론에 관한 선행연구 | 4.2 타당성 및 신뢰성 검증 |
| 2.2 모바일뱅킹의 이점에 관한 선행연구 | 4.3 가설검증 |
| 2.3 모바일뱅킹의 장애요인에 관한 선행연구 | 4.4 결과의 해석 |
| 2.4 개인의 특성에 관한 선행연구 | V. 결론 |
| III. 연구모형 및 연구설계 | 5.1 연구결과의 요약 및 시사점 |
| 3.1 연구모형 | 5.2 연구의 한계점 및 향후 연구과제 |
| 3.2 연구가설 | 참고문헌 |
| 3.3 연구변수의 조작적 정의 | Abstract |

I. 서론

전 세계 이동통신 가입자는 2004년 1분기 현재 약 13억 4,800만명에서 2008년 19억 1,000만명으로 증가될 전망이다. 국내 이동통신 가입자는 2004년 6월말 현재 전체 인구의 75%인 3,624만명에서 2008년에는 전체 인구의 81%인 3,943만명까지 성장할 것으로 보인다(이홍재, 2004).

이와 같이 휴대폰의 광범위한 보급으로 인해 일상생활 환경의 변화는 물론 금융 산업에서도 직접적인 영향을 받고 있다. 즉, 모바일 상에서 잔고확인, 송금, 티켓구매, 주식거래 등 बैं킹 및 지급 결제서비스를 가능하게 해주는 다양한 모바일 금융서비스들이 등장하고 있는 것이다(김준한, 2001). 이처럼 다양한 모바일 금융서비스를 통해서 고객은 편리하고 안전하게 금융 업무를 처리할 수 있으며 금융기관에서는 비용절감 효과와 더불어 경쟁력 강화를 기대할 수 있을 것이다.

은행 창구를 직접 방문해야만 했던 금융업무가 이제 정보기술의 발달로 인해 폰뱅킹, 인터넷

* 신라대학교 경영학부 경영정보전공 교수, yemoon@silla.ac.kr

** 신라대학교 경영학과 경영정보전공 석사과정, eaujin@webmail.silla.ac.kr

뱅킹을 거쳐 모바일뱅킹이라는 채널을 통해서 이루어지고 있다. 인터넷뱅킹은 국내이용자수가 2004년 6월 현재 2,436만명에 이르고 있으며, 은행의 업무 중 인터넷뱅킹이 차지하는 비중도 전통적 은행 거래 방식인 창구서비스와 비슷한 수준으로 성장하였다(한국은행, 2004). 인터넷뱅킹의 확산과 함께 인터넷뱅킹과 관련한 선행 연구는 Sohail and Shanmugham(2003), Suh and Han(2002), 김경규 등(2002), 이견창 등(2002), Aladwani(2001), Karjaluoto et al.(2001), Tan and Teo(2000) 등에 의해 다양하게 진행되어 왔다.

반면, 모바일뱅킹의 이용건수는 2003년 6월 120만건에서 2004년 6월 405만건으로 빠르게 확산되고 있으나 아직까지 그 이용률이 높지 않은 상황이다. 그럼에도 불구하고 시장의 발전가능성을 놓고 볼 때, 모바일뱅킹은 매력적인 분야로 인식되고 있다. 이는 모바일뱅킹이 폰뱅킹과 인터넷뱅킹의 장점을 뽑아서 만든 서비스이기 때문이다. 인터넷뱅킹의 경우 인터넷 사용이 가능한 곳에서만 금융거래가 가능했지만 모바일뱅킹은 휴대폰 하나만 있으면 언제 어디서나 편리하게 은행 거래를 할 수 있다. 인터넷뱅킹을 이용하기 위해서는 공인인증서를 내려받아야 하지만 모바일뱅킹은 그럴 필요가 없다. 처음 가입할 때 받은 PIN번호(IC칩 접속 비밀번호)만 알면 공인인증서를 내려받을 필요 없이 어디서나 이용이 가능하기 때문이다.

이제 은행 간의 경쟁은 현실 공간뿐 아니라 모바일이라는 가상공간에서 더욱 치열해질 것으로 예상되며 이는 은행의 경영에 있어 큰 영향을 미치게 될 것으로 예상된다. 그러나 아직까지 모바일뱅킹 수용의 영향요인들에 관한 체계적인 연구는 미흡한 실정이다. 최근 Lee et al.(2003)과 Brown et al.(2003)등에 의해 모바일뱅킹의 수용요인에 관한 연구가 수행되었지만 기존의 인터넷뱅킹의 특성만을 그대로 적용시키고 있을 뿐, 모바일의 특성을 전혀 고려하고 있지 않다는 한계점을 가지고 있다.

따라서 본 연구에서는 모바일뱅킹의 활성화를 위해 모바일뱅킹이 가지는 이점과 장애요인에 기초하여 모바일뱅킹 사용의도의 영향요인들을 밝히고자 한다. 아울러 개인별 특성에 따른 모바일뱅킹의 수용여부를 알아보기 위해 개인의 내제적인 특성 변수도 검증하고자 한다.

본 연구의 실증분석을 통해 도출된 모바일뱅킹 사용의도의 영향요인들은 모바일뱅킹을 준비 또는 추진하고 있는 은행의 비즈니스 전략을 수립할 수 있도록 토대를 제공할 것이며, 모바일뱅킹 사용의 활성화를 위해 개인의 특성에 따른 차별화된 서비스를 제공하기 위한 지침이 될 것이다.

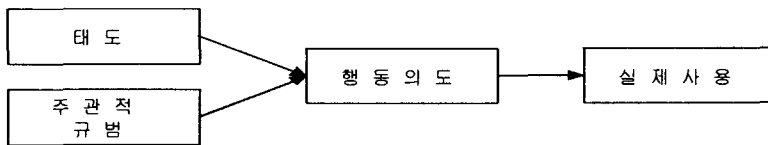
II. 문헌연구

2.1 정보기술수용이론에 관한 선행연구

Davis(1989)의 정보기술수용모델(TAM : Technology Acceptance Model)은 새로운 정보기술의 수용을 설명하려는 대표적인 모형이다. 이 모형은 <그림 1>과 같이 사용자의 태도와 주관적 규범이 행동의도와 실제 사용에 영향을 미친다는 것을 보여주는 Fishbein and Ajzen(1975)의 합

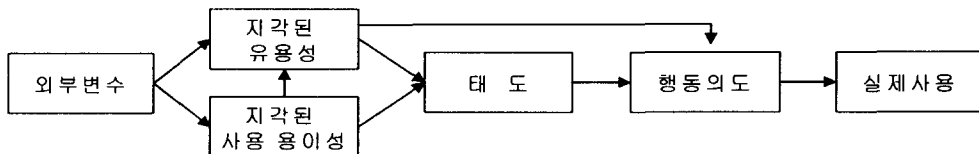
리적 행동이론(TRA : Theory of Reasoned Action)에 기초를 두고 있다. Davis(1989)는 <그림 2>와 같이 이 모형에서 지각된 유용성(Perceived Usefulness)과 지각된 사용 용이성(Perceived Ease of Use)이라는 두 가지 신념 변수의 정도가 새로운 정보기술에 대한 사용자의 태도에 중요한 영향을 미치며 더 나아가서 이 태도는 행동의도와 실제 사용에 영향을 준다고 제안하고 있다. 지각된 유용성은 “조직 환경에서 특정한 응용시스템을 사용하는 것이 개인의 직무성과를 증대시킬 것이라고 사람들이 믿는 정도”를 의미하고, 지각된 사용 용이성은 “사용자가 특정 시스템을 사용하는데 있어 많은 노력을 들이지 않고도 사용할 수 있다는 기대정도”를 의미한다. 여기에서 태도와 행동의도는 실제 사용을 가장 잘 예측하는 변수이다.

TAM은 정보기술의 수용을 예측하기 위해 가장 폭 넓게 사용되고 있으며, 많은 연구자들에 의해 TAM을 확장하거나 수정한 논문들이 발표되었다(Kwasi and Salam, 2004; Vijayasathy, 2004; Gefen et al., 2003; Suh, B. I. and Han, I. G., 2002; Horton et al., 2001; Agarwal and Karahanna, 2000; Venkatesh and Davis, 2000; Taylor and Todd, 1995).



<그림 1> 합리적 행동이론

자료 : Fishbein, M. and Ajzen(1975)



<그림 2> 기술수용모델

자료 : Davis, F. D.(1989)

Gefen et al.(2003)은 온라인 쇼핑의 수용요인을 검증하기 위하여 TAM의 확장 모델을 이용하였으며, Suh and Han(2002)은 인터넷 뱅킹에 관한 수용요인을 밝히기 위해 TAM을 기반으로 신뢰를 매개 변수로 채택하여 연구하였다.

Taylor and Todd(1995)는 과거의 IT경험이 있는 사람의 경우 IT사용에 대한 태도가 IT 사용의도에 유의한 영향을 미치는지를 검증하기 위해, Ajzen(1991)의 TPB(Theory of Planned Behavior)모형에 TAM을 추가한 통합모형을 설정하였다.

따라서 본 연구에서도 Davis(1989)의 TAM을 수정하여 모바일뱅킹이라는 새로운 기술을 수용하는데 영향을 미치는 요인들을 분석하고자 한다.

2.2 모바일뱅킹의 이점에 관한 선행연구

모바일뱅킹은 다양한 무선인터넷 서비스의 한 종류이며, 모바일뱅킹의 이점은 기존의 은행서비스와 무선통신의 장점을 결합시킨 것이다. 무선인터넷 서비스란 무선으로 음성, 데이터, 영상 정보를 송수신할 수 있는 서비스이다. 'Wireless Internet'이 아닌 이동성이 강조되는 'Mobile Internet'의 개념(정보통신정책연구원, 2001)으로서 무선인터넷에 이동성과 정보를 결합시켜 이동중 무선으로 정보를 송수신 할 수 있게 하는 서비스 및 플랫폼을 말한다. 이러한 무선인터넷 서비스는 물리적인 연결 매체가 없으며, 무선단말기 자체의 기능적 한계로 인해 기존의 유선인터넷과 달리 무선망과의 연동을 위한 새로운 기술을 기반으로 한 서비스 방식이다.

무선인터넷의 특성을 Durlacher(2001)에서는 <표 1>과 같이 정리하고 있다. 이러한 특성은 유선인터넷과 비교 했을 때 무선인터넷의 이점으로 들 수 있다(이영곤, 2001).

<표 1> 무선인터넷의 특성

| 특 성 | 정 의 |
|-------|--------------------------------|
| 편재성 | 실시간 정보를 어디서나 받아볼 수 있는 속성 |
| 접근성 | 언제 어디서나 접속할 수 있다는 속성 |
| 보안성 | 보안과 안전이 보장된다는 속성 |
| 편리성 | 경박 단순화된 통신 도구 속성 |
| 위치확인 | 특정 시점에 사용자의 현 위치가 어디인지 보여주는 속성 |
| 즉시연결성 | 빠른 시간 내 필요한 정보를 탐색할 수 있는 속성 |
| 개인화 | 이동통신 사용자의 개인화와 차별화된 고객 서비스 |

자 료 : 이영곤(2001) (재구성)

Kalakota and Robinson(2002)은 모바일뱅킹이란 고객이 언제, 어디서나 모든 기기를 통해 은행 잔고를 확인하고 돈을 이체할 수 있도록 하는 서비스라고 정의하였다. 여기서 모바일 뱅킹을 가장 잘 나타낼 수 있는 특성으로 언제 어디서나 편리하게 사용할 수 있다는 편리성 개념을 도출해 낼 수 있다.

안나는(2003)은 모바일뱅킹의 수용요인을 밝히기 위해 TAM을 채택하여 모바일뱅킹 분야에 적용시켰다. 사용자들이 모바일뱅킹을 수용하는데 미치는 외부 영향 요인으로 서비스의 질, 개인의 혁신성, 사회적 영향, 이동성, 연결성, 사용자 친숙성, 자기 효험을 채택하였다. 특히, 모바일뱅킹이 기존의 오프라인 은행과 ATM, 폰뱅킹, 인터넷뱅킹 등과 가장 차별되는 특성이라고 할 수 있는 이동성과 연결성을 모바일뱅킹의 이점으로 보고 수용 여부에 미치는 영향에 대해 새롭게 알아보았다.

Sathye(1999)는 인터넷뱅킹의 수용요인을 검증하기 위한 연구에서 인터넷뱅킹의 인프라, 보안, 사용의 편이성, 고객 인식, 가격정책 그리고 사용자 저항이 유의한 영향을 미치는 요인이라고 제

시하였으며, 그 중에서 사용의 편이성을 인터넷뱅킹의 이점으로 보았다.

따라서 본 연구에서는 모바일뱅킹이 다양한 무선인터넷 서비스의 한 종류이며, 기존의 은행서비스와 무선통신의 장점을 결합시켰다는 점을 감안하여, 무선인터넷의 이점들과 인터넷뱅킹의 이점들이 공통으로 묶여진 모바일뱅킹의 이점 요인들을 도출하고자 한다.

2.3 모바일뱅킹의 장애요인에 관한 선행연구

Luarn and Lin(2004)은 모바일뱅킹 사용을 위한 개인의 행위의도를 알아보기 위한 연구에서 지각된 비용은 모바일뱅킹 사용에 있어 부정적인 영향을 미친다고 검증하였다. 사용자들은 모바일뱅킹의 사용은 많은 비용이 소요될 것이며, 모바일뱅킹을 사용하기 위해서는 무선단말기 구입비용과 처리 시간 등의 금전적인 장애를 가진다고 생각하는 것으로 밝혀졌다.

Lee et al.(2003)은 3G 모바일뱅킹의 수용 요인을 알아보기 위한 연구에서 화폐의 손실을 가져오는 금전적인 위험은 모바일뱅킹 서비스의 수용에 있어서 중요한 결정요인이라고 밝혔다.

Colgate and Lang(2001)은 새로운 서비스로 전환하는 데는 노력, 시간, 금전적 투자가 요구되기 때문에 이러한 것들이 새로운 서비스 수용에 있어 사용자에게 중요한 장벽으로 작용한다고 주장하였다.

이기혁 등(2003)은 무선인터넷 환경이 유선 인터넷 환경에 비해 가장 큰 차이는 제한된 자원이라고 지적했다. 제한된 대역폭과 상대적으로 약한 CPU와 적은 메모리, 제한된 전원, 입력에 사용되는 키보드와 화면의 크기 등은 유선환경에 비해 가장 큰 제약사항이라고 하였다.

박정서와 김정유(2001)는 M-commerce의 성장을 가로막는 장애요인으로 다음과 같이 제시하였다.

- ① 무선인터넷 대역폭은 좁기 때문에 콘텐츠를 다운로드 받는데 너무 많은 시간이 걸린다.
- ② 휴대전화와 PDA의 스크린과 키패드의 크기가 작아서 정보를 검색하고 입력하기에는 너무 작고 불편하다.
- ③ 휴대전화와 PDA의 배터리 용량은 컬러 디스플레이와 더 큰 처리용량을 덧붙이면 배터리 수명이 급격히 떨어질 것이다.
- ④ 휴대전화 이용자들은 모두 농촌지역, 건물 안과 같은 음영지역에서는 전화 통화가 잘 안되는 경험을 가지고 있으며, 휴대전화로 여러 가지 상품을 구매하던 도중 갑자기 통화가 끊긴다면 문제가 심각해진다.
- ⑤ 현재 세계는 무선인터넷의 확산을 막고 있는 WAP과 ME로 대별되는 복수 표준의 길을 가고 있다.
- ⑥ 무선통신을 통한 거래의 보안을 위해 메시지를 암호화할 수 있지만 송신 속도를 저하시키는 문제를 야기할 수 있으며, 암호화 키를 휴대전화나 PDA에 저장하면 분실할 경우 제3자에게 개인 데이터가 누출될 위험성이 있다.
- ⑦ 무선인터넷 인프라 구축에는 막대한 비용이 투입된다.

신성문(2000)은 무선인터넷을 이용하기 위한 단말기 및 네트워크 상의 제약요인으로 첫째, 무선인터넷의 대역폭은 비교적 단순하며 아직까지는 협대역(narrow band) 대역폭만을 제공하고 있어 정보 전달에 있어서 대부분 텍스트에만 의존해야 하는 한계점을 가지고 있다고 말했다. 둘째, 유선에 비해서 통화대기시간이 길뿐만 아니라 접속단절현상이 빈번하다는 특성이 있으며, 마지막으로 입·출력이 매우 불편하다고 밝히고 있다.

Rotchanakitumnuat and Speece(2003)는 인터넷뱅킹 수용의 장애요인으로 크게 시스템의 신뢰, 법적 지원, 조직적인 장애를 제시하였다. 시스템의 신뢰에는 보안, 거래의 신뢰성, 은행의 신뢰가 포함되며, 법적 지원은 공정한 책임, 온라인 해결을 위한 법정 능력을 말한다. 조직적인 장애는 관리자 태도, 자원 부족, 지식 부족을 나타낸다.

Liao and Cheung(2002)은 인터넷뱅킹 수용을 위한 연구에서 신뢰는 제품 및 서비스 품질의 기본이며, 특히 네트워크를 통해서 이루어지는 금융 거래에 있어 보안은 가장 중요한 핵심요소라고 주장했다.

모바일뱅킹을 사용하기 위해서는 기본적으로 전용 휴대폰이 필요하며, 그에 따른 구입비용과 전환비용이 발생하게 된다. 또한 가상공간에서 금융거래를 수행 한다는 점에서 많은 사용자들이 위험성을 인식하고 있으며, 무선단말기를 이용한다는 점에서 기존의 PC를 이용하는 인터넷뱅킹에 비해 불편함을 느낄 수 있다. 이와 같이 모바일뱅킹 사용을 저해시키는 장애요인들이 발생할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 이와 같은 선행연구들을 바탕으로 모바일뱅킹 사용의도에 있어 장벽이 될 수 있는 장애요인들을 도출해 내고자 한다.

2.4 개인의 특성에 관한 선행연구

Fynn and Goldsmith(1993)는 개인의 혁신성향을 새로운 것을 시도하고자 하는 자발적 동기로 정의하고, 혁신에 대한 수용자의 인지가 혁신 수용 의사결정에 직접적인 영향을 미친다고 주장하였다.

Rogers(1983)는 사용자가 혁신의 상대적 이익에 대해 동일한 믿음을 가지고 있다 하더라도 개인의 효용함수에 따라 혁신수용에 대해 서로 다른 의사결정을 내릴 수 있다고 보았다. 실제로 미국의 리서치 회사 Mindshare가 웹 사용자의 성향과 웹 활용도간의 관계를 분석한 결과, 매사에 적극적으로 관여하고, 사회성이 높고, 자신감이 있으며, 모험심이 높으며, 높은 식별력을 보유한 사람들일수록 인터넷 거래의 안전성에 대해 긍정적인 태도를 보이며, 결과적으로 인터넷을 적극적으로 사용하는 것으로 나타났다.

강영기(1997)는 순용자와 혁신자의 차이점을 다음과 같이 3가지로 제시하였다.

첫째, 순용자는 한번에 오직 소수의 아이디어를 개발하고 문제에 대한 응용가능성을 조심스럽게 평가하나, 혁신자는 반대로 많은 독창적 아이디어를 창출하고 문제에 대한 관련성에 대해서는 주의를 덜 기울인다. 이러한 차이에 의하여 순용자는 어떠한 제안이 극단적으로 패러다임 밖의 해결책이 되지 않도록 독창적 아이디어를 적게 제시하는 반면, 혁신자는 너무나 많은 아이디어

어를 제시하여 어떤 것이 좋고, 유용하고, 즉각적으로 수용할 수 있는 것인지 선택하는 것을 매우 어렵게 한다.

둘째, 순응자는 단기적 효율성을 중시하고 새로운 아이디어의 세부적 실행과 관리에 관심이 있는 반면, 혁신자는 단기적인 효율성은 떨어지지만 장기적으로 효율성이 있는 방안을 선택한다. 또한 순응자는 시스템내의 작은 개선에 만족하지만 혁신자는 대변화가 있을 경우에만 만족을 한다.

셋째, 동조성은 규칙 또는 집단에 대한 순응을 나타낸다. 순응자는 그들이 속한 집단과 규칙에 대한 동조성을 중시하지만, 혁신자는 그러한 압력에 저항을 하고 아이디어의 개발에 관심이 있다.

Bandura(1977)에 의해 처음 사용되기 시작한 자기효능감은 “행동의 변화를 중재하는 공통적인 인지메커니즘이며, 개인이 갖고 있는 기술을 의미하는 것이 아니라 개인이 소유하고 있는 기술을 어느 정도 행할 수 있는가에 대한 판단”이라는 개념으로 사용되었다.

Compeau and Higgins(1995)는 자기효능감 수준을 이해하는 것은 정보기술의 도입과 확산을 위한 긍정적 전략을 개발하는데 기초를 제공해 줄 수 있다고 하였다. 최근 정보시스템 연구에서는 자기효능감이 정보기술에 대한 개인적인 반응을 이해하는데 핵심적인 역할을 한다고 확인되고 있다(Chau, 2001; Hong et al., 2001; Agarwal et al., 2000; Johnson and Marakas, 2000).

Luarn and Lin(2004)은 자기효능감을 행위에 대한 스스로의 능력이라고 정의하고, 모바일뱅킹의 수용에 영향을 미치는 요인들을 분석하였다. 이 연구에서 지각된 유용성, 지각된 사용 용이성, 지각된 신용성, 지각된 자기효능감, 지각된 비용 요인이 모바일뱅킹의 이용행위에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이전 경험의 영향 또한 정보기술의 활용에 중요한 요인으로 제시되었다.

Lee et al.(2003)은 모바일뱅킹 수용에 영향을 미치는 요인으로 개인의 혁신태도(상대적 이점, 적합성, 시험성, 식별성, 복잡성), 모바일 서비스에 대한 이전경험을 제시하였다.

Tan and Teo(2000)는 싱가포르의 인터넷 사용자를 대상으로 인터넷뱅킹 수용에 영향을 미치는 요인들을 분석하였다. 이 연구에서 상대적 이점, 가치의 적합성, 인터넷 경험, 뱅킹의 니즈, 시도가능성, 지각된 위험, 자기효능감, 정부의 지원 요인이 인터넷뱅킹의 이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Taylor and Todd(1995)는 IT 사용행위에 관한 연구에서 이전의 컴퓨터 경험이 IT 활용 행위의 결정요인들 사이의 관계를 사실상 조절함을 검증하였다.

인터넷 사용 경험이 많을수록 사용자의 인터넷뱅킹 수용에 있어서 매우 중요한 영향을 미친다는 다수의 연구결과도 확인되고 있다(유일 등, 2004; Liao and Cheung, 2002; Tan and Teo, 2000).

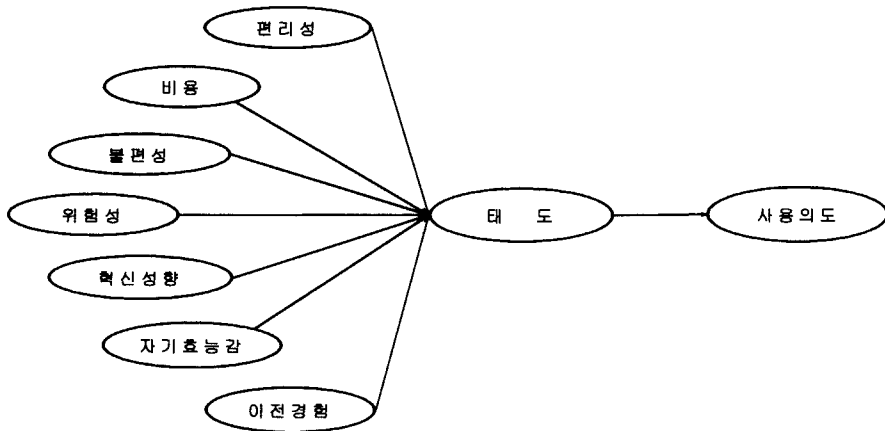
현실적으로 혁신에 관한 인지와 혁신 수용 간의 관계는 수용자의 개인적 특성에 따라 영향을 받는다고 보아야 할 것이다. 즉 혁신에 대해 동일한 믿음을 가지고 있더라도 개인의 효용함수에 따라 수용에 대해 서로 다른 결정을 내릴 수 있다(Rogers, 1983). 따라서 본 연구에서는 이와 같

은 기존 이론연구와 실증연구를 기초로 모바일뱅킹 사용의도에 영향을 미치는 개인의 특성에 관한 요인들을 도출해 내고자 한다.

Ⅲ. 연구모형 및 연구설계

3.1 연구모형

본 연구는 모바일뱅킹 사용의도에 영향을 미치는 요인들을 도출하고 도출된 요인들과 사용의도의 관련성을 파악함으로써 모바일뱅킹을 위한 성공적인 비즈니스 전략의 개발을 위해 중점적으로 관리하여야 할 영역을 제시하고자 한다. 이를 위해 <그림 3>과 같이 연구모형을 구성하였다.



<그림 3> 연구모형

모바일뱅킹 사용의도에 영향을 미치는 요인은 3가지 특성에 의해서 결정된다고 가정한다. 이들은 1) 모바일뱅킹이 폰뱅킹 또는 인터넷뱅킹과 비교해 가지는 상대적인 이점을 나타내는 모바일뱅킹의 이점, 2) 모바일뱅킹의 수용을 저해하는 장애요인, 3) 모바일뱅킹 사용에 대한 사용자 간의 차이를 나타내는 개인의 특성이다. 모바일뱅킹의 이점으로 편리성을 설정하고, 모바일뱅킹의 장애요인은 비용, 불편성, 위험성을 포함하였다. 그리고 개인의 특성은 혁신성향, 자기효능감, 이전경험을 선정하였다.

그러나 본 연구는 아직 다수의 사람들이 사용해 보지 않은 모바일뱅킹을 대상으로 하는 것이므로 실제 사용 행위를 측정하기가 어렵다는 특성을 지니고 있다. 따라서 각 개인이 모바일뱅킹에 대해 가지고 있는 태도와 사용의도를 검증하여 모바일뱅킹의 수용 요인들을 검증하고

자 한다.

3.2 연구가설

혁신기술 수용의 여러 가지 결정 요인들 중 상대적 이점은 혁신기술의 잠재적 사용자가 현재의 방법보다 혁신기술을 이용하는 것이 유리하다고 생각하는 것을 의미한다.

Brown et al.(2003)과 Lee et al.(2003)은 모바일뱅킹의 수용 요인을 밝히기 위한 연구에서 상대적 이점이 수용에 긍정적인 영향을 미친다고 증명하고 있다. 또한 인터넷뱅킹의 수용과 관련된 실증연구들(유일 등, 2004; 김경규 등, 2002; Tan and Teo, 2000)도 인터넷뱅킹의 수용에 있어 상대적 이점이 중요한 영향을 미치고 있음을 보여주고 있다.

기존의 폰뱅킹과 인터넷뱅킹에 비해 모바일뱅킹이 가지는 가장 큰 이점은 고객이 휴대폰 하나만 있으면 언제 어디서나 편리하게 은행 거래를 할 수 있다는 편리성 이므로 이러한 편리성은 모바일뱅킹에 대한 태도에 있어 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 추론할 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 1] 모바일뱅킹의 편리성은 모바일뱅킹에 대한 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

인터넷뱅킹의 수용과 관련된 많은 연구들(Jayawardhena and Foley, 2000; Athanassopoulos and Labronkos, 1999; Sathye, 1999)에서 경제성 또는 이용비용이 매우 중요한 영향을 미치는 요인으로 검증되고 있다. 모바일뱅킹을 사용하기 위해서는 모바일뱅킹 전용 휴대폰을 구입하여야 함으로 그에 따른 구입비용과 기존의 휴대폰을 모바일뱅킹 전용 휴대폰으로 교체하는 것이 낭비일 수 있다. 또한 폰뱅킹과 인터넷뱅킹에는 없는 월정액 요금은 사용자에게 있어 재정적인 부담을 가져다 줄 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 2] 모바일뱅킹의 비용은 모바일뱅킹에 대한 태도에 부정적인 영향을 미칠 것이다.

모바일뱅킹은 그 특성상 휴대폰을 사용해야만 하기 때문에 이로 인해 야기되는 불편성은 모바일뱅킹에서 특이하게 찾아볼 수 있는 점이다. 모바일뱅킹은 정보 전달에 있어서 대부분 텍스트에만 의존해야 하므로 정보의 심층성에 한계가 있다. 또한, 유선에 비해서 통화대기시간이 길뿐만 아니라 접속단절현상이 빈번하다는 특성이 있으며, 마지막으로 임·출력이 매우 불편하다(신성문, 2000). 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 3] 모바일뱅킹의 불편성은 모바일뱅킹에 대한 태도에 부정적인 영향을 미칠 것이다.

Lee et al.(2003)은 고객의 구매 행위는 인식된 위험의 정도에 따라 평가된다고 하였고, 모바일

뱅킹의 위험 요인으로 물리적, 심리적, 재정적, 시간적, 사회적 위험을 밝히고 있다. Brown et al.(2003)은 셀 폰 뱅킹의 수용에 있어 인식된 위험이 유의한 영향을 미친다고 주장했으며, 인식된 위험으로 보안과 신뢰를 제시하였다. 인터넷뱅킹에 있어 지각된 위험은 많은 연구자들에 의해 매우 중요한 요인으로 인식되고 있다(Rotchanakitumnual and Speece, 2003; Sohail and Shanmugham, 2003; Liao and Cheung, 2002; Tan and Teo, 2000). 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 4] 모바일뱅킹의 위험성은 모바일뱅킹에 대한 태도에 부정적인 영향을 미칠 것이다.

Rogers(1995)는 혁신성을 “특정 개인이 사회시스템 내에 있는 다른 소비자들에 앞서 혁신을 수용하는 정도”라고 정의하고, 이것이 개인의 다양한 의사결정 및 행위에 중요한 영향을 미친다고 밝히고 있다. Agarwal and Prasad(1998)는 IT 혁신성은 어떤 새로운 정보기술을 시도하려는 의지를 의미한다고 하였다. 이와 같이 혁신성이 높은 사람은 혁신기술인 모바일뱅킹을 수용하려는 의지가 강할 것이라고 추론할 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 5] 개인의 혁신성향은 모바일뱅킹에 대한 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

Luarn and Lin(2004)은 자기효능감이 모바일뱅킹 수용에 있어 사용자의 행위의도에 중요한 영향을 미치는 요인임을 제시하였으며, 인터넷뱅킹에 대한 많은 연구들(유일 등, 2004; 이진창 등, 2002; Tan and Teo, 2000)은 자기효능감이 인터넷뱅킹 수용에 있어 긍정적인 영향을 미친다고 밝히고 있다. 정보시스템과 관련된 많은 연구에서도 자기효능감과 사용의도와의 관계를 설정하고 이 관계가 유의적임을 나타내었다(Kwasi and Salam, 2004; Ong et al., 2004; Vijayasathy, 2004). 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 6] 개인의 자기효능감은 모바일뱅킹에 대한 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

Bandura(1982)는 경험의 직접적이고 개인적인 속성 때문에 특히 영향력을 가진다고 주장하였다. Fishbein and Ajzen(1975)의 TRA모형에서도 경험과 같은 외부요인들이 신념에 대한 영향을 통하여 행위에 영향을 미칠 것이라고 제시하고 있다. Lee et al.(2003)의 연구결과에 의하면 모바일 폰 서비스에 대한 경험이 모바일뱅킹의 수용에 있어 유의적인 영향을 미치고, Liao and Cheung(2002)의 연구에서는 e뱅킹에 대한 사용자 친숙도가 e뱅킹의 유용성을 높이는 중요한 요인이라고 밝혔다. 이처럼 모바일뱅킹과 관련한 다양한 모바일 서비스의 이전경험은 모바일뱅킹에 대한 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 추론할 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 7] 모바일 서비스의 이전경험은 모바일뱅킹에 대한 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

사용자의 기술 수용을 설명하기 위해 가장 광범위하게 사용하는 Davis(1989)의 TAM은 컴퓨터 수용 행동의 주요 관련 변수로서 지각된 유용성과 지각된 사용 용이성이라는 변수를 채택하였으며, 기술사용에 대한 개인의 의도는 기술의 유용성과 사용하고자 하는 기술에 대한 태도에 의해 함께 설명된다고 하였다. 여기서 태도란 특정한 정보시스템 애플리케이션을 사용하는데 있어 바람직성에 대한 사용자 개인의 평가라고 정의하였다. 본 연구는 아직 사회 전반적으로 활성화 되어 있지 않은 모바일뱅킹을 대상으로 하는 것이므로 실제 사용 행위를 측정하기에는 어려움이 따른다. 따라서 각 개인이 모바일뱅킹에 대해 가지고 있는 태도와 사용의도를 검증하여 모바일뱅킹 사용의도의 영향요인들을 고찰하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 8] 모바일뱅킹에 대한 태도는 모바일뱅킹의 사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.3 연구변수의 조작적 정의

본 논문의 측정항목은 기존 이론연구와 실증연구를 기반으로 하였으며 그것은 <표 2>에 요약되어 있다.

3.3.1 외생변수

모바일뱅킹 사용의도에 영향을 미치는 모바일뱅킹의 이점 요인으로 편리성을 설정하였다. 편리성은 언제 어디서나 시간과 장소의 구애 없이 손쉽게 이용할 수 있는 정도를 의미한다. 단말기 사용의 편리함, 이동 중에도 자유롭게 이용 가능함, 금융결제수단으로서의 활용, 개인화된 서비스, 거래 처리 단계의 단축, 공인인증서의 필요 없음, 접근의 용이함 그리고 즉시 이용 가능함을 측정항목으로 사용하였다.

모바일뱅킹 사용의도를 결정하는 모바일뱅킹의 장애요인으로 비용, 불편성 그리고 위험성을 구성하였다. 비용은 모바일뱅킹을 사용함에 있어 관련된 지출비용을 의미하며, 단말기 구입비, 단말기 교체비, 월정액 그리고 송금 수수료를 측정항목으로 사용하였다. 불편성은 모바일뱅킹을 사용하기 위한 수고에서 자유로운 정도를 의미하며 조작절차의 복잡, 전송속도의 느림, 정보의 심층성 부족, 분실시 번거로움, 화면크기의 불편함 그리고 입력 장치의 불편함을 측정항목으로 사용하였다. 위험성은 모바일뱅킹의 전 과정을 안정적으로 제공 받을 수 없는 정도를 의미하며, 보안, 사생활 침해, 결과의 신뢰 그리고 개인정보 유출로 인한 금전적 손실을 측정항목으로 사용하였다.

모바일뱅킹 사용의도에 영향을 미치는 개인의 특성으로 혁신성향, 자기효능감 그리고 이전경

험을 구성하였다. 혁신성향은 사용자가 어느 정도 위험을 감수하고 새로운 것을 시도하고자 하는가에 대한 자발적 동기의 정도를 의미하며, 독창적임, 효율적임, 적극적임 그리고 동조적임을 측정항목으로 사용하였다. 자기효능감은 모바일뱅킹을 사용함에 있어 개인이 지각하는 자신의 능력에 대한 확신감의 정도를 의미하며, 사용자의 자신감, 이용 매뉴얼, 충분한 시간 그리고 안내자에 의한 이용을 측정항목으로 사용하였다. 이전경험은 모바일뱅킹과 유사한 모바일 서비스의 사용 경험 정도를 의미하며, 이용경험, 이용강도, 친숙도 그리고 관련지식을 측정항목으로 사용하였다.

3.3.2 내생변수

모바일뱅킹 사용의도에 대한 선행요인들과 사용의도 사이의 매개변수인 태도는 모바일뱅킹을 사용하는데 있어 바람직성에 대한 사용자의 개인적인 평가를 의미한다. 유익함, 즐거움, 현명함 그리고 적합함을 측정항목으로 사용하였다.

종속변수인 사용의도는 사용자가 모바일뱅킹을 사용하려고 하는 행위의 의도 정도를 의미하며, 이용빈도, 추천정도 그리고 이용의사를 측정항목으로 사용하였다.

<표 2> 연구변수의 측정항목과 정의

| 요인 | 측정항목 | 개념적정의 | 선행연구 |
|-----|--|--|--|
| 편리성 | 이동중 이용가능 개인화된 서비스 금융결제수단 공인인증서 처리단계의 단축 단말기이용편리함 즉시 이용 접근의 용이 | · 이동 중에도 자유롭게 이용가능한 정도 · 나만이 사용할 수 있다는 개인성의 정도 · 금융결제수단으로의 활용 정도 · 공인인증서가 필요 없어 편리한 정도 · 처리단계가 짧아 편리한 정도 · 전용단말기만 있으면 서비스 이용이 가능한 정도 · 즉시 이용가능한 정도 · 언제 어디서나 이용가능한 정도 | 서창환 등(2003) 안나은(2003) Kalakota(2002) Durlacher(2001) |
| 비용 | 월정액 송금 수수료 단말기 구입비 단말기 교체 | · 월정액의 비싼 정도 · 타행 송금 수수료의 비싼 정도 · 전용 단말기 구입비용의 비싼 정도 · 단말기 교체에 따른 낭비 정도 | Luarn and Lin(2004) Lee et al.(2003) Cogate and Lang(2001) |
| 불편성 | 조작절차의 복잡 전송속도 느림 정보의 심층성 부족 번거로움 화면크기의 불편 입력장치의 불편 | · 단말기 조작절차의 복잡한 정도 · 제한된 전송대역폭으로 인한 처리 속도가 느린 정도 · 단말기 특성상 제공되는 정보의 양이 적은 정도 · 단말기 분실시 번거로운 정도 · 화면크기가 작아서 보기에 불편한 정도 · 입력 버튼이 작아 불편한 정도 | Joseph et al.(2003) 신성문(2001) 이영근(2001) |

| 요 인 | 측 정 항 목 | 개 념 적 정 의 | 선 행 연 구 |
|-----------|---|--|---|
| 위험성 | 결과의 신뢰 사생활 침해 금전적 손실 보안 | · 결과에 대한 믿음 정도 · 프라이버시 침해 정도 · 개인정보 유출로 인한 금전적인 손실 정도 · 해킹의 위험 정도 | Liao and Chenug(2002) Aladwani(2001) Sohail et al.(2001) |
| 혁신 성향 | 독창적임 효율적임 적극적임 동조적임 | · 독창적인 아이디어를 많이 제시하는 정도 · 장기적인 효율성이 있는 방안을 선택하는 정도 · 매사에 적극적으로 관여하는 정도 · 규칙 또는 집단의 압력에 저항하고 아이디어를 개발하는데 집중하는 정도 | 강영기(1998) ICEC(1997) |
| 자기 효능감 | 자신감 이용 매뉴얼 충분한 시간 안내자에 의한 이용 | · 모바일뱅킹을 이용할 수 있다는 자신감의 정도 · 모바일뱅킹 이용 매뉴얼만 있다면 이용할 수 있 다고 확신하는 정도 · 충분한 시간만 주어진다면 이용할 수 있다고 확 신하는 정도 · 누군가에게 사용 설명을 들으면 이용할 수 있다 고 확신하는 정도 | Luarn and Lin(2004) Kwasi and Salam(2004) 유일 등(2004) 이건창 등(2002) |
| 이전 경험 | 이용 경험 이용 강도 친숙도 관련지식 | · 모바일 서비스를 이용해 본 경험 정도 · 모바일 서비스를 자주 이용하는 이용 강도 · 모바일 서비스 사용에 있어 매우 익숙한 정도 · 모바일 금융 서비스에 관한 지식정도 | Lee et al.(2003) Liao and Cheung(2002) Tan and Teo(2000) |
| 태도 | 즐거움 유익함 현명함 적합함 | · 모바일뱅킹을 이용하는 것이 즐거운 것이라는 정도 · 모바일뱅킹은 유익한 서비스일 것이라고 생각하 는 정도 · 모바일뱅킹을 이용하는 것이 현명할 것이라는 정도 · 모바일뱅킹은 본인의 가치와 라이프사이클에 적 합할 것이라고 생각하는 정도 | Kwasi and Salam(2004) Vijayasathy(204) Ajzen(1991) Rogers(1983) |
| 사용 의도 | 이용 빈도 추천 정도 이용 의사 | · 이용 빈도에 대한 정도 · 다른 사람들에게 추천할 의사 정도 · 모바일뱅킹을 이용할 의사 정도 | Chau(2001) Tan and Teo(2000) Taylor and Todd(1995) |

IV. 실증분석 및 해석

4.1 자료수집 및 분석방법

본 연구에서는 실증적 연구를 위해 휴대폰을 사용하고 은행에 통장 계좌를 소유하고 있는 개인을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문지는 모바일뱅킹의 이점을 측정하기 위한 문항 8개, 모바일뱅킹의 장애요인을 측정하기 위한 문항 14개, 개인의 특성을 측정하기 위한 문항 12개, 모바일뱅킹에 대한 태도를 측정하기 위한 문항 4개, 모바일 뱅킹 사용의도를 측정하기 위한 문항

<표 3> 표본의 특성

| 변 수 | 구 분 | 표본수 (명) | 비 율(%) |
|-------------|-------------|---------|--------|
| 성 별 | 여자 | 139 | 50.5 |
| | 남자 | 136 | 49.5 |
| 연 령 | 10대 | 1 | 0.4 |
| | 20~24세 | 73 | 26.5 |
| | 25~29세 | 123 | 44.7 |
| | 30~34세 | 42 | 15.3 |
| | 35~39세 | 25 | 9.1 |
| | 40대 이상 | 11 | 4.0 |
| 학 력 | 고졸 이하 | 12 | 4.4 |
| | 대졸(재학) 이하 | 229 | 83.3 |
| | 대학원(재학) 이상 | 26 | 9.5 |
| | 기타 | 8 | 2.9 |
| 직 업 | 학생 | 13 | 4.7 |
| | 회사원 | 109 | 39.6 |
| | 전문직 | 67 | 24.4 |
| | 자영업 | 4 | 1.5 |
| | 주부 | 10 | 3.6 |
| | 기타 | 72 | 26.2 |
| 휴대폰 사용 기간 | 1년 미만 | 14 | 5.1 |
| | 1년 이상~2년 미만 | 64 | 23.3 |
| | 2년 이상~3년 미만 | 32 | 11.6 |
| | 3년 이상~4년 미만 | 18 | 6.5 |
| | 4년 이상~5년 미만 | 36 | 13.1 |
| | 5년 이상 | 111 | 40.4 |
| 인터넷뱅킹 사용 여부 | 예 | 165 | 60 |
| | 아니요 | 110 | 40 |

3개, 모바일뱅킹에 대한 일반적인 문항 3개, 개인에 관한 일반적인 문항 4개를 포함하여 총 48개의 문항으로 구성되었다. 모바일뱅킹에 대한 일반적인 사항을 측정하기 위한 문항 3개와 개인에 관한 일반적인 문항 4개를 제외한 모든 문항들은 리커트 7점 척도를 이용하였다.

설문지는 우편과 이메일 발송을 통해 총 500부를 배포하여 291부가 회수되었고, 58%의 회수율을 보였다. 이 중 16부는 응답에 신뢰성이 없는 것으로 판단되어 제외시키고 최종 275부의 설문지가 분석에 사용되었다.

전체 표본 집단 275명 중에서 성별 분포는 여성이 139명(50.5%), 남성이 136명(49.5%)으로 비슷한 분포를 보였다. 각 연령별 표본의 수는 10대가 1명(0.4%), 20~24세가 73명(26.5%), 25~29세가 123명(44.7%), 30~34세가 42명(15.3%), 35~39세가 25명(9.1%) 그리고 40대 이상이 11명(4.0%)으로 25~29세가 가장 많은 비중을 차지하고 있었다. 표본의 학력분포는 고졸(재학)이하가 12명(4.4%), 대졸(재학)이 229명(83.3%), 대학원(재학) 이상이 26명(9.5%) 그리고 기타가 8명(2.9%)이었다. 표본의 직업별 분포는, 회사원이 109명(39.6%)으로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 기타가 72명(26.2%)이었다. 표본의 휴대폰 사용기간은 5년 이상 사용한 응답자가 111명(40.4%)으로 가장 많은 비율을 차지하고 있으며, 1년 이상에서 2년 미만이 64명(23.3%)으로 그 다음을 차지하고 있었다. 표본 중 인터넷뱅킹의 사용 경험이 있는 사람은 165명(60.0%), 사용 경험이 없는 사람은 110명(40.0%)으로 나타났다. <표 3>은 연구 표본의 특성을 기술해 놓은 것이다.

한편, 데이터의 통계분석을 위해서 SPSS 10.1을 이용하여 기술통계량 산출과 요인분석 및 신뢰성분석 등을 실시하였으며, LISREL 8.30을 이용하여 구조방정식모형을 통한 연구모형의 적합도를 확인하고, 연구가설을 검증하였다.

4.2 타당성 및 신뢰성 검증

타당성 분석은 변수들이 각각 분리되어 고유한 특성을 측정하고 있는지를 파악하고 측정변수와 관련된 항목들이 잘 묶여지는지를 검증하는 것이다. 타당성을 검증하기 위해 주성분분석 추출모델과 Varimax 회전 방식을 이용하여 요인분석을 수행하였으며, 요인적재량(factor loading)은 ± 0.4 이상이면 유의한 변수로 판단하였다. 요인분석의 결과 <표 4>에서 보듯이 불편성으로 고려되었던 입력 장치와 화면의 크기는 요인적재량이 각각 0.383, 0.299로 나타났기 때문에 1차적으로 제거되었다. 이 두 항목이 불편성의 공통 요인으로 묶이지 않은 것은 휴대폰 사용 경험에 있어 설문 응답자의 과반수가 3년 이상으로 이미 숙달되어 있기 때문에 입력 장치와 화면크기에 대해 오랫동안 익숙해져 있어 더 이상의 불편함을 느끼지 않는 것으로 사료된다.

<표 4> 요인분석과 신뢰성 검증 결과

| 요인 | 측정항목 | 요인적재량 | 크론바알파값 |
|-------|-------------|-------|--------|
| 편리성 | 단말기이용의 편리함 | 0.737 | 0.8389 |
| | 이동 중 이용가능 | 0.724 | |
| | 금융결제수단으로 활용 | 0.686 | |
| | 개인화된 서비스 | 0.666 | |
| | 접근의 용이 | 0.664 | |
| | 처리단계의 단축 | 0.647 | |
| | 공인인증서 필요 없음 | 0.554 | |
| | 즉시이용 | 0.552 | |
| 비용 | 타행 송금 수수료 | 0.787 | 0.6999 |
| | 단말기 구입비 | 0.778 | |
| | 월정액 | 0.622 | |
| | 단말기 교체비 | 0.591 | |
| 불편성 | 정보의 양이 적음 | 0.797 | 0.5831 |
| | 전송속도 느림 | 0.725 | |
| | 조작절차의 복잡 | 0.550 | |
| | 분실시 번거로움 | 0.466 | |
| | 입력 장치의 불편 | 0.383 | |
| | 화면 크기의 불편 | 0.299 | |
| 위험성 | 금전적 손실 | 0.869 | 0.8756 |
| | 보안 | 0.847 | |
| | 사생활 침해 | 0.830 | |
| | 결과의 신뢰 | 0.714 | |
| 혁신성향 | 독창적임 | 0.775 | 0.7211 |
| | 효율적임 | 0.731 | |
| | 적극적임 | 0.630 | |
| | 동조적임 | 0.550 | |
| 자기효능감 | 이용 매뉴얼 | 0.810 | 0.8908 |
| | 충분한 시간 | 0.796 | |
| | 자신감 | 0.771 | |
| | 안내자에 의한 이용 | 0.755 | |
| 이전경험 | 친숙도 | 0.854 | 0.8528 |
| | 관련지식 | 0.805 | |
| | 이용강도 | 0.769 | |
| | 이용경험 | 0.750 | |
| 태도 | 유익함 | 0.852 | 0.8801 |
| | 즐거움 | 0.823 | |
| | 현명함 | 0.781 | |
| | 적합함 | 0.759 | |

요인별 신뢰도 분석을 위한 크론바 알파값(Cronbach's α)은 각 요인에 묶인 변수들의 동질성 여부를 알아보는 것으로서 일반적으로 알파계수가 0.6이상이면 비교적 신뢰도가 높다고 보고 있지만 Van de Ven and Diane(1980)은 적당하게 광범위한 변수들의 신뢰도 평가 시 사용할 수 있는 알파값의 범위로 0.55에서 0.90 사이를 제안했다. 요인들의 동질성 여부를 알아보는 신뢰성분석 결과 크론바 알파값들이 모두 0.55 이상으로 나타났으므로, 본 연구를 위해 제시된 연구모형이 타당함을 알 수 있다.

4.3 가설검증

본 연구에서는 여러 가지 변수들의 인과 관계를 하나의 모형에 넣어서 한꺼번에 살펴보고, 선행요인들이 사용의도에 미치는 직접효과와 태도를 거쳐 사용의도에 미치는 간접효과를 동시에 구하기 위해 구조방정식모형을 이용하였다.

4.3.1 연구모형의 검증

연구모형의 적합도를 평가하기 위한 평가지수 중 전반적 적합도의 가장 기본인 측정치는 χ^2 이다. 이는 구조방정식모형에서 적합도를 평가하는데 이용되는 지수 가운데 유일하게 통계적 기초가 되는 측정치이다(Jöreskog and Sorbom, 1993). 이 통계량은 자료에 대한 정규분포를 토대로 계산되며, 자료가 비교적 큰 경우에(150~200) 좋은 통계적 검증력을 가지는 반면 표본크기가 이 범위를 벗어날 때에는 χ^2 는 신뢰하기가 어렵다(Hair et al., 1998). 이러한 경우 χ^2 를 자유도로 나눈 Normed χ^2 를 대용할 수 있다. 이때 Normed χ^2 에 대하여 Gefen et al.(2003)과 Hartwick and Barki(1994)는 3.0 이하이면 적합하다고 하였고, Carmines and McIver(1981)는 2.0~3.0이면 적합하다고 하였다. 본 연구의 경우 Normed χ^2 의 값이 2.67로 나타나 모형의 적합도가 우수한 것으로 나타났다. 또한, χ^2 값은 표본크기에 매우 민감하기 때문에 이러한 한계를 극복하기 위하여 여러 가지 대안적 지표들이 개발되었다. 개발된 대안적 지표 가운데 특정 적합도 지수가 다른 모든 지수보다 명확하게 우월하다는 것은 보여주지 못하고 있다. 또한 Bollen(1984)도 하나의 적합도 지수로서 구조방정식모형을 평가 하는 것은 충분하지 않다고 밝히고 있다. 따라서 본 연구는 다양한 적합도 지수를 고려하여 전반적인 모형 적합도를 평가하고자 한다.

<표 5> 연구모형의 적합도 지수

| 적합도지수 | χ^2 | df | χ^2/df | P | GFI | RMSEA | PNFI | PGFI |
|---------|----------|-----|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 권장 수용기준 | N/A | N/A | ≤3.00 | ≥0.05 | ≥0.90 | ≤0.08 | ≥0.60 | ≥0.60 |
| 지수값 | 1779.57 | 666 | 2.67 | 0.00 | 0.75 | 0.078 | 0.66 | 0.64 |

모델의 전반적인 적합도 지수를 살펴보면, <표 5>에서 보듯이 P와 GFI만 수용기준을 다소 미

달하고 다른 모든 적합도 지수들은 권장 수용기준을 만족하는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구 모형은 비교적 높은 모형 적합도를 보이고 있다고 할 수 있으며, 본 연구에서 수행한 경로분석의 결과는 신뢰할 만한 수준에 있다고 할 수 있다.

4.3.2 연구가설의 검증

가설 1은 모바일뱅킹의 편리성이 모바일뱅킹에 대한 태도에 미치는 영향을 살펴보는 것으로 경로계수는 0.19이고 t값이 2.18로 95% 신뢰수준에서 유의한 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1은 채택되었다.

가설 2는 모바일뱅킹의 비용이 모바일뱅킹에 대한 태도에 미치는 영향을 살펴보는 것으로 경로계수는 0.03이고, t값이 0.34로 95% 신뢰수준에서 유의적인 영향이 없는 것으로 나타났다. 따라서 가설 2는 기각되었다.

가설 3은 모바일뱅킹의 불편성이 모바일뱅킹에 대한 태도에 미치는 영향을 살펴보는 것으로 경로계수는 -0.22이고 t값이 -2.01로 95% 신뢰수준에서 유의한 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 3은 채택되었다.

가설 4는 모바일뱅킹의 위험성이 모바일뱅킹에 대한 태도에 미치는 영향을 살펴보는 것으로 경로계수는 -0.17이고, t값이 -3.72로 99% 신뢰수준에서 유의한 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 4는 채택되었다.

가설 5는 개인의 혁신성향이 모바일뱅킹에 대한 태도에 미치는 영향을 살펴보는 것으로 경로계수는 0.29이고, t값은 2.25로 95% 신뢰수준에서 유의한 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 5는 채택되었다.

가설 6은 개인의 자기효능감이 모바일뱅킹에 대한 태도에 미치는 영향을 살펴보는 것으로 경로계수는 0.03이고, t값은 0.43으로 95% 신뢰수준에서 유의적인 영향이 없는 것으로 나타났다. 따라서 가설 6은 기각되었다.

가설 7은 모바일뱅킹에 대한 이전경험이 모바일뱅킹에 대한 태도에 미치는 영향을 살펴보는 것으로 경로계수는 0.13이고 t값은 2.73으로 99% 신뢰수준에서 유의한 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 7은 채택되었다.

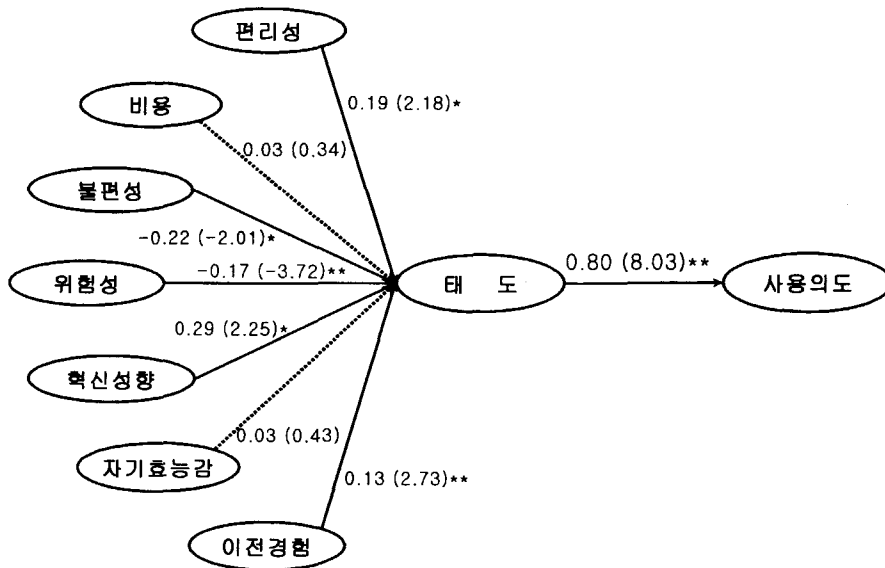
가설 8은 모바일뱅킹에 대한 태도가 모바일뱅킹의 사용의도에 미치는 영향을 살펴보는 것으로 경로계수는 0.80이고 t값이 8.03으로 99% 신뢰수준에서 유의한 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 8은 채택되었다.

구조방정식모형을 통한 가설검증 결과를 <표 6>과 <그림 4>로 요약하였다.

<표 6> 구조방정식 분석결과

| 가설 | 경로 | 추정계수 | t값 | t값의 절대치 | 채택여부 |
|----|------------|---------|-------|-----------|------|
| H1 | 편리성 → 태도 | 0.19* | 2.18 | t > 1.96 | 채택 |
| H2 | 비용 → 태도 | 0.03 | 0.34 | | 기각 |
| H3 | 불편성 → 태도 | -0.22* | -2.01 | t > 1.96 | 채택 |
| H4 | 위험성 → 태도 | -0.17** | -3.72 | t > 2.58 | 채택 |
| H5 | 혁신성향 → 태도 | 0.29* | 2.25 | t > 1.96 | 채택 |
| H6 | 자기효능감 → 태도 | 0.03 | 0.43 | | 기각 |
| H7 | 이전경험 → 태도 | 0.13** | 2.73 | t > 2.58 | 채택 |
| H8 | 태도 → 사용의도 | 0.80** | 8.03 | t > 2.58 | 채택 |

주) * : p<0.05, ** : p<0.01



주) —————> : 유의적인 경로,> : 비유의적인 경로,
()의 숫자는 t값, * : p<0.05, ** : p<0.01

<그림 4> 연구모형 경로분석 결과

추가적으로 선행요인들이 태도에 미치는 영향뿐만 아니라 사용의도에 미치는 직접적인 효과와 태도를 거쳐 사용의도에 미치는 간접적인 효과도 분석하였다. 사용의도에 대한 직접/간접 효과 분석 결과는 <표 7>과 같다.

<표 7>에서 보듯이 모바일뱅킹의 편리성, 불편성, 위험성, 개인의 혁신성향 그리고 모바일 서비스의 이전경험은 태도라는 매개변수를 거쳐 사용의도에 미치는 간접효과가 유의한 영향력을

가짐을 알 수 있다.

<표 7> 사용의도에 대한 직접/간접 효과 분석

| 요 인 | 사용의도 | |
|-------|---------|---------|
| | 직접 | 간접 |
| 편리성 | -0.11 | 0.15* |
| t값 | -1.06 | 2.09 |
| 비용 | -0.13 | 0.02 |
| t값 | -1.40 | 0.34 |
| 불편성 | -0.31* | -0.17* |
| t값 | -2.30 | -1.99 |
| 위험성 | -0.14** | -0.14** |
| t값 | -2.48 | -3.46 |
| 혁신성향 | 0.08 | 0.23* |
| t값 | 0.53 | 2.18 |
| 자기효능감 | 0.19* | 0.03 |
| t값 | 2.15 | 0.43 |
| 이전경험 | 0.10 | 0.11** |
| t값 | 1.71 | 2.62 |

주) * : p<0.05, ** : p<0.01

4.4 결과의 해석

본 연구에서는 모바일뱅킹 사용의도에 관한 영향요인들을 모바일뱅킹의 이점, 장애요인 그리고 개인의 특성으로 구분하고, 각각의 요인들이 모바일뱅킹의 사용의도에 미치는 영향을 실증분석 하였다. 본 연구의 주요 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 모바일뱅킹의 편리성은 모바일뱅킹에 대한 태도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 대부분의 사용자들이 휴대폰 사용의 익숙함으로 인해 모바일이 제공하는 편리함과 장점에 대한 인식이 충분히 형성되어 있다고 해석할 수 있다. 또한 언제 어디서나 banking거래가 가능, 다양한 금융결제 수단으로의 활용, banking거래 처리 단계의 단축 등 모바일 banking의 편리성에 대해서도 사용자들이 긍정적으로 인식하고 있다는 것도 알 수 있다. 사용자가 모바일뱅킹을 유용하고 편리한 혁신기술로 인식하지 않으면 그 시스템은 이용되지 않을 것이 분명하므로 편리성에 대한 고려는 필수적이라 할 수 있다. 따라서 은행의 실무자는 사용자의 편리성을 향상 시킬 수 있는 상품 및 서비스를 개발하고 그에 따른 마케팅 전략을 세워야 할 것이다.

둘째, 모바일뱅킹 사용과 관련한 비용은 모바일뱅킹에 대한 태도에 있어 부정적인 영향을 미치지 않는다는 것이다. 이는 사용자들이 모바일뱅킹을 사용하는 것이 결코 경제적인 손실을 가

저오는 것이 아니라고 인식하고 있음을 알 수 있다. 즉, 모바일뱅킹을 이용하기 위해 전용 단말기를 구매하고 별도의 월정액을 지불하는 것은 사용자에게 큰 경제적인 부담을 주지 않는다는 것이다. 이것은 기존의 휴대폰 가격이 비싼데 비해 현재까지는 모바일뱅킹의 확산차원에서 각 이동통신업체가 전용 휴대폰을 저렴한 가격으로 특판하는 경우가 많다. 또한 송금수수료의 경우 은행의 창구거래에 비해 모바일뱅킹은 약 3배~6배 정도의 저렴한 수수료를 책정하고 있기 때문이다. 비용이 모바일뱅킹의 사용의도에 있어 부정적인 영향을 미치지 않는다는 것은 은행의 모바일뱅킹 실무자에게 있어 매우 다행스러운 일이다. 따라서 모바일뱅킹의 확산을 위한 정책이 일회성으로 끝나지 않고 지속적으로 유지되어야 할 것이다.

셋째, 모바일뱅킹의 불편성은 모바일뱅킹에 대한 태도에 부정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 텍스트 기반으로 인한 정보의 심층성 부족, 전송속도의 느림, 조작절차의 복잡성, 휴대폰 분실시 번거로움 등은 모바일뱅킹의 사용에 있어 불편함을 가져오는 요소들이다. 따라서 이와 같은 장애요인들을 개선함으로써 사용자가 요구하는 서비스를 개발·제공하여 모바일뱅킹을 활성화하는데 기여할 수 있을 것이다.

넷째, 모바일뱅킹의 위험성은 모바일뱅킹에 대한 태도에 있어 부정적인 영향을 미치는 요인이 밝혀졌다. 특히 위험성은 모바일뱅킹에 대한 태도를 결정하는데 가장 중요한 요인으로 분석되었다. 모바일뱅킹은 3중의 보안체계를 갖추고 있어 기존의 폰뱅킹과 인터넷뱅킹에 비해 보다 철저한 보안을 유지하고 있다. 그럼에도 불구하고 보안위험, 개인정보 유출 위험, 뱅킹거래 결과에 대한 위험 요인들이 모바일뱅킹 사용의도에 부정적인 영향을 미치고 있다는 것은 아직까지 모바일뱅킹의 안전한 보안체계에 대한 사용자들의 인식이 부족하다는 것을 알 수 있다. 사용자들의 위험에 대한 인식을 적절하게 관리하지 못할 경우 은행의 생존이 위협받게 될 수 있다. 따라서 모바일뱅킹에 대한 고객의 신뢰도를 높이기 위해 유선인터넷 보다 월등히 뛰어난 모바일뱅킹의 안전성에 관한 인식을 확산 시킬 수 있도록 노력을 기울여야 할 것이다.

다섯째, 개인의 혁신성향은 모바일뱅킹에 대한 태도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 이는 혁신에 대한 수용자의 인지가 혁신 수용 의사결정에 영향을 미친다는 Fynn and Goldsmith(1993)와 동일한 연구결과이다. Rogers(1995)는 신제품을 수용하는 순서에 따라 다섯 가지 유형의 사람으로 나누었는데, Innovators, Early Adopters, Early Majority, Late Majority, Laggards라고 이름을 붙였다. Innovators는 전체 잠재 수요의 2.5%를 차지하는 매우 소수로서, 가장 먼저 신제품을 구입하는 사람으로, 모험심이 강하고 가격에도 민감하지 않다고 간주하였다. 반면, Early Adopter는 전체 잠재 수요의 13.5%에 해당하며, Innovators보다는 조금 늦게 신제품에 관심을 보이지만, Opinion Leader로서 사회 규범을 잘 따르며 다른 사람의 모범이 되어 소속 집단 내에서 존경받으며 큰 영향력을 행사하는 사람들을 말한다. 특히 신중한 Early Majority(전체 잠재 수요의 34%에 해당)에게 구전을 통해 신제품을 채택하도록 설득하는 역할을 담당한다. 혁신성향이 높은 Early Adopter들에게는 모바일 상에서 도전의욕과 흥미를 유발할 수 있는 고객 유치 전략이 필요하다. 또한, 현재는 모바일뱅킹이 활성화 초기 단계에 있기 때문에 위험회피성이 강한 순용자들에게 신제품 채택에 대한 상당한 구전효과 및 영향력을 가지고 있는 Early

Adopter들에 대한 관리가 매우 중요하다고 할 수 있다.

여섯째, 자기효능감은 모바일뱅킹에 대한 태도에 유의한 영향이 없는 것으로 밝혀졌다. 자기효능감이란 개인의 실제 사용능력에 대한 믿음 또는 자신감이기 때문에 태도에는 영향을 미치지 않고 사용의도에 대한 직접적인 영향을 미친다고 해석할 수 있다. Luarn and Lin(2004)의 연구에서도 자기효능감이 모바일뱅킹의 사용의도를 결정짓는 중요한 요인으로 나타났다. 또한 인터넷뱅킹의 수용에 관한 많은 연구에서도 자기효능감이 사용의도에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(유일 등, 2004; 이견창 등, 2002; Tan and Teo, 2000).

일곱째, 모바일 서비스의 이전경험은 모바일뱅킹에 대한 태도에 중요한 영향을 가지는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 모바일 서비스의 경험이 많은 사용자일수록 모바일뱅킹에 대한 태도에 있어서 긍정적인 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있다. 따라서 사용자들이 모바일뱅킹을 직접 체험해 볼 수 있는 테스트 기회 등을 다양하게 가짐으로서 모바일뱅킹에 대한 사용자 친숙도를 높이는 것이 필수적이라고 사료된다.

마지막으로 모바일뱅킹에 대한 태도가 사용의도에 매우 긍정적인 영향을 미치고 있다는 것이다. 이는 많은 선행연구(Kwasi and Salam, 2004; Vijayasathy, 2004; Moon and Kim, 2001)에서도 동일한 결과를 보이고 있다.

추가적으로 시행한 분석결과 중 주목할 것은 모바일뱅킹의 편리성, 개인의 혁신성향, 이전경험은 태도에는 유의한 영향을 미치지 않지만 직접적인 사용의도에는 유의한 영향을 미치지 않는다는 것이다. 이것은 아직까지 모바일뱅킹의 사용이 사회 전반적으로 활성화되어 있지 않고, 준거집단 등의 외부영향 요인 때문이라고 판단된다. Hartwick and Barki(1994)는 혁신확산의 초기단계에서는 준거집단의 영향이 혁신 사용의도를 결정하는데 중요한 역할을 한다고 하였다. 또한 Fishbein and Ajzen(1975)은 “그에게 중요한 대부분의 사람들이 그가 해당 행위를 수행하거나 하지 않아야 한다고 생각하는 개인의 지각”을 의미하는 주관적 규범의 중요성을 제시했다. 주관적 규범은 개인이 주로 준거집단의 지각에 근거하여 행동하기 때문에 사용자들이 충분히 직접적인 경험을 가지고 있지 못한 혁신실행의 초기 단계에서 중요한 요인으로 발견되었다. 본 연구대상 중 43%가 모바일뱅킹을 타인이 많이 사용하면 사용할 것이라고 밝힌 것과 같이 준거집단의 지각 등 외부적인 영향 요인이 모바일뱅킹의 사용의도에 중요한 영향을 미칠 것이라 사료된다. 그러나 태도를 통해 사용의도에 영향을 미치는 간접효과에서는 모바일뱅킹의 편리성, 위험성, 불편성, 개인의 혁신성향, 이전경험이 유의한 영향이 있는 것으로 밝혀졌다. 따라서 은행의 모바일뱅킹 실무자는 본 연구 결과를 활용하여 사용자의 혁신적 성향을 자극할 수 있고 모바일뱅킹이 실제 금융거래에 있어 얼마나 편리한가를 인식 시킬 수 있는 보다 세부적이고 현실적인 마케팅 전략을 고려해야 할 것이다.

V. 결 론

5.1 연구결과의 요약 및 시사점

오늘날 모바일뱅킹은 휴대폰 하나만 있으면 언제 어디서나 은행 거래를 할 수 있는 편리성, 거래에 따른 서비스 비용의 저렴, 뛰어난 안전성 등의 장점으로 인해 고객들을 빠르게 끌어 들이고 있다. 그러나 아직까지 모바일뱅킹 사용의도에 관한 영향요인들에 대해서는 체계적인 연구가 미흡한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 모바일뱅킹의 활성화를 위해 모바일뱅킹 사용의도에 영향을 미치는 요인으로 모바일뱅킹의 편리성, 모바일뱅킹과 관련한 비용, 불편성, 위험성, 개인의 혁신성향, 자기효능감, 이전경험을 선정하고, 모바일뱅킹에 대한 태도를 선행요인과 모바일뱅킹 사용의도 사이의 매개변수로 도출하였다.

변수들 간의 인과관계를 살펴보는 가설 검증을 위해서 구조방정식모델을 사용하였다. 연구모형의 적합도를 살펴본 결과, 본 연구 모형은 비교적 우수한 모형 적합도를 보이고 있으며, 실증 분석의 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 대부분의 사용자들이 휴대폰 사용의 익숙함으로 인해 모바일이 제공하는 편리함과 언제 어디서나 뱅킹거래가 가능, 다양한 금융결제 수단으로의 활용, 뱅킹거래 처리 단계의 단축 등 모바일 뱅킹의 편리성에 대해서 긍정적으로 인식하고 있다는 것을 알 수 있다. 사용자가 모바일뱅킹을 유용하고 편리한 혁신기술로 인식하지 않으면 그 시스템은 이용되지 않을 것이 분명하므로 편리성에 대한 고려는 필수적이라 할 수 있다.

둘째, 모바일뱅킹의 불편성과 위험성은 모바일뱅킹에 대한 태도에 있어 부정적인 영향을 미치고 있다. 이러한 장애요인들을 적절하게 관리하지 못할 경우 은행의 경영에 큰 영향을 미치게 될 것이다. 따라서 모바일뱅킹에 대한 고객의 신뢰도를 높일 수 있도록 유선인터넷 보다 월등히 뛰어난 모바일뱅킹의 안전성에 관한 인식을 확산시켜야 하며, 사용자가 요구하는 서비스를 개발·제공하여 모바일뱅킹을 활성화하는데 최선의 노력을 기울여야 할 것이다.

셋째, 개인의 혁신성향은 모바일뱅킹의 태도에 중요한 영향을 미치므로, 혁신성향이 높은 Early Adopter들에게는 모바일 상에서 도전의욕과 흥미를 유발할 수 있는 고객 유치 전략이 필요하며, 현재는 모바일뱅킹이 활성화 초기 단계에 있기 때문에 위험회피성이 강한 순응자들에게 신제품 채택에 대한 상당한 구전효과 및 영향력을 가지고 있는 Early Adopter들에 대한 관리가 매우 중요하다고 할 수 있다.

넷째, 모바일서비스의 이전경험은 태도에 긍정적인 영향을 미치므로, 사용자들이 모바일뱅킹을 직접 체험해 볼 수 있는 테스트 기회 등을 다양하게 가짐으로서 모바일뱅킹에 대한 사용자 친숙도를 높이는 것이 필수적이라고 할 수 있다.

다섯째, 비용은 모바일뱅킹 사용의도에 있어 중요한 영향을 미치지 않는다. 이것은 기존의 휴대폰 가격이 비싼데 비해 현재까지는 모바일뱅킹의 확산차원에서 각 이동통신업체가 전용 휴대폰을 저렴한 가격으로 특판하는 경우가 많다. 또한 송금수수료의 경우 은행의 창구거래에 비해

모바일뱅킹은 약 3배~6배 정도의 저렴한 수수료를 책정하고 있기 때문이다. 따라서 모바일뱅킹의 확산을 위한 정책이 일회성으로 끝나지 않고 지속적으로 유지되어야 할 것이다.

아직까지 모바일뱅킹 서비스는 초보적이어서 은행의 기본 서비스 제공이 차별화되어 있지 않기 때문에 어떠한 경쟁적 우위도 지속되기 어렵다. 그러나 보다 복잡한 거래 서비스가 개발되고 은행들이 모바일 채널과 기술, 고객행동에 대한 경험을 쌓아 나가면서 경쟁이 보다 치열해질 것이다. 따라서 은행의 모바일뱅킹 실무자는 본 연구결과를 활용하여 사용자가 요구하는 서비스를 개발·제공함으로써 모바일뱅킹을 활성화함과 동시에 경쟁적 이점을 가질 수 있는 보다 세부적이고 현실적인 마케팅 전략을 고려해야 할 것이다.

본 연구의 시사점은 크게 학문적인 관점과 실무적인 관점으로 분류할 수 있다. 학문적인 관점에서 본 연구가 시사하는 바는 다음과 같다.

첫째, 모바일과 관련한 기존 연구가 서비스 제공자 측면에서 대부분 이루어졌고 무선인터넷에 관한 연구에 집중되어 온 것을 볼 때, 새로운 모바일 비즈니스의 한 영역으로서 모바일뱅킹 분야를 살펴보는 것은 상당히 의미 있는 일이라 사료된다.

둘째, 수용요인에 관한 대부분의 선행연구들은 Davis(1989)의 TAM을 채택하거나 Ajzen(1991)의 TPB를 통하여 사용자의 사용의도에 영향을 미치는 요인들을 분석하고 있다. 그러나 본 연구는 모바일뱅킹의 특성에 맞는 보다 실질적이고 세부적인 측정항목(모바일뱅킹의 편리성, 비용, 불편성, 위험성)과 더불어 개인의 특성(혁신성향, 자기효능감, 이전경험)을 토대로 분석함으로써 모바일뱅킹 사용의도에 대한 보다 심층적이고 종합적인 이해를 도모할 수 있다.

실무적인 관점에서 본 연구가 시사하는 바는 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 실증분석을 통해 도출된 모바일뱅킹 사용의도에 관한 영향요인은 모바일뱅킹을 준비 또는 추진하고 있는 은행들이 비즈니스 전략을 수립하는 데 있어 상당한 도움이 될 것이다.

둘째, 모바일뱅킹 사용의 활성화를 위해 개인의 특성에 따라 차별화된 서비스를 제공하기 위한 지침을 제공할 것이다.

셋째, 통신업체들에게 모바일뱅킹 뿐만 아니라 다양한 모바일서비스를 제공하기 위한 지침을 제공할 것이다.

5.2 연구의 한계점 및 향후 연구과제

본 연구 과정에서 나타난 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 연구대상의 연령이 20대에 편중되어 실제 금융거래가 많은 30대에서 50까지의 다양한 응답을 얻지 못했다는 점에서 한계가 있다.

둘째, 사용자들이 충분히 직접적인 경험을 가지고 있지 못한 혁신실행의 초기 단계에서는 사회적 영향 요인이 개인의 수용의도에 있어 중요한 요인으로 나타나고 있다. 그럼에도 불구하고 본 연구에서는 사회적 영향 요인에 대한 고찰이 이루어지지 못하였다.

본 연구가 가지고 있는 한계점을 극복하기 위해서 앞으로의 연구는 다음과 같은 방향으로 진행되어야 할 것이다.

첫째, 주관적 규범과 같은 타인에 의한 준거의 틀이 혁신기술의 이용에 있어 중요한 영향을 미칠 것이다. 따라서 앞으로는 사회적 영향 요인을 고려할 필요가 있다.

둘째, one-way ANOVA 분석 또는 독립적 t-test 등을 활용하여, 모바일뱅킹의 사용자와 비사용자에 따른 사용의도의 영향요인에 대한 차이를 분석 할 필요가 있으며, 나아가 오프라인 뱅킹, 인터넷 뱅킹, 모바일 뱅킹간의 사용의도 차이에 영향을 미치는 요인의 비교연구가 진행될 필요가 있다. 이는 모바일뱅킹의 사용자와 비사용자간의 차이분석을 통해 고객 만족을 위한 마케팅 정책을 펼치는데 지침을 제공할 수 있을 것이다.

셋째, 보다 다양한 고찰을 통해서 모바일뱅킹의 사용의도와 관련된 다른 외부영향요인들을 더 고려할 필요가 있다.

넷째, 모바일뱅킹의 사용의도 뿐만 아니라 실제사용에 영향을 미치는 요인들에 대해서도 연구 모형을 확장하여 분석할 필요가 있다.

참고문헌

- 강영기, “인지방식의 혁신성과 혁신제품의 특성지각이 혁신적 행동에 미치는 영향 연구”, 연세대학교 대학원 경영학과 박사학위 논문, 1997.
- 김경규, 이정우, 김혜선, “인터넷뱅킹 채택 행위에 있어서 신뢰와 위협의 영향”, 경영학연구, 제32권, 제6호, 2002, pp. 1771-1897.
- 김준한, “모바일금융서비스의 비즈니스 모델과 경쟁이슈”, 정보통신정책연구원, 2001.
- 박정서, 김정유, “Mobile Commerce 집중분석(1): 특성과 시장전망”, e-bizgroup working paper, No. 19, 2001.
- 신성문, “무선인터넷 지원 단말기업체의 경쟁력 결정요인”, 정보통신정책연구원, 2000.
- 안나은, “모바일 뱅킹 서비스의 수용요인에 관한 연구”, 서울대학교 대학원 석사학위논문, 2003.
- 유일, 김재전, 김경애, “인터넷뱅킹 채택 결정요인에 관한 실증연구”, Information Systems Review, Vol. 6, No. 1, 2004, pp. 19-34.
- 이건창, 정남호, 이종신, “국내 인터넷 뱅킹 사용자의 이용의도에 영향을 미치는 요인간 관계에 관한 실증연구”, 경영정보학연구, 제12권, 제3호, 2002, pp. 191-212.
- 이기혁, 배석희, 이근호, 차세대 무선인터넷 기술, 진한도서, 2003.
- 이영곤, 이것이 모바일 비즈니스다, 비비컴, 2001.
- 이홍재, “이동통신 산업의 최근동향과 전망”, 정보통신정책연구원, 2004.
- 정보통신정책연구원, “무선인터넷 산업현황 및 전망”, 2001.
- 한국은행, “2004. 6월말 현재 국내 인터넷뱅킹서비스 이용현황”, 2004.

한국전자통신연구소, “국내 무선인터넷 이용실태 조사 분석”, 2000.

Agarwal, R. and Karahanna, E., “Time Flies When You’re Having Fun: Cognitive Absorption and Beliefs About Information Technology Usage”, *MIS Quarterly*, Vol. 24, No. 4, 2000, pp. 665-694.

Agarwal, R. and Prasad, J., “A Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology”, *Information Systems Research*, Vol. 9, No. 2, 1998, pp. 204-215.

Agarwal, R., Sambamurthy, V. and Stair, R. M., “Reserch Report: The Evolving Relationship between General and Specific Computer Self-Efficacy - An Empirical Assessment”, *Information Systems Research*, Vol. 11, No. 4, 2000, pp. 418-430.

Ajzen, I., “The Theory of Planned Behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, 1991, pp. 179-211.

Aladwani, A. M., “Online Banking: A Field Study of Drivers, Development Challenges and Expectations”, *International Journal of Information Management*, Vol. 21, 2001, pp. 213-225.

Athanassopoulos, A. D. and Labronkos, N. S., “Corporate Customer Behavior towards Financial Services: Empirical Results from The Emerging Market of Greece”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17, No. 6, 1999, pp. 247-285.

Bandura, A., “Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change”, *Psychological Review*, Vol. 84, No. 2, 1977, pp. 191-215.

Bandura, A., “Self-Efficacy Mechanism in Human Agency”, *American Psychologist*, Vol. 37, No. 2, 1982, pp. 122-147.

Bollen, K., *Structural Equations with Latent Variables*, John Wiley & Son, New York, 1984.

Brown, I., Cajee, Z., Davies, D. and Stroebel, S., “Cell Phone Banking: Predictors of Adoption in South Africa - An Exploratory Study”, *International Journal of Information Management*, Vol. 23, 2003, pp. 381-394.

Carmines, E. and McIver, J., *Analysing Models with Unobserved Variables: Analysis of Covariance Structures*, In G. Bohrnstedt and E. Borgatta(eds.), *Social Measurement: Current Issues*, Beverly Hills, Calif.: Sege, 1981.

Chau, P. Y. K., “Influence of Computer Attitude and Self-Efficacy on IT Usage Behavior”, *Journal of End User Computing*, Vol. 13, No. 1, 2001, pp. 26-33.

Colgate, M. and Lang, B., “Switching Barriers in Consumer Markets: an Investigation of the Financial Services Industry”, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18, No. 4, 2001, pp. 332-347.

Compeau, D. R. and Higgins, C. A., “Computer Self-Efficacy: Development of a Measure and Initial Test”, *MIS Quarterly*, Vol. 19, No. 2, 1995, pp. 189-211.

- Davis, F. D., "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, Vol. 13, 1989, pp. 319-338.
- Fishbein, M. and Ajzen, I., *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley, 1975.
- Fynn, L. R. and Goldsmith, R. E., "A Validation of the Goldsmith and Hofacker Innovativeness Scale", *Educational and Psychological Measurement*, Vol. 53, 1993, pp. 1105-1116.
- Gefen, D., Karahanna, E. and Straub, D., "Trust and TAM in Online Shopping: An Intergrated Model", *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 1, 2003, pp. 51-90.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. and Black, W. C., *Multivariate Data Analysis 9ed.*, Prentice Hall, 1998.
- Hartwick, J. and Barki, H., "Explaining the Role of User Participation in Information System Use", *Management Science*, Vol. 40, No. 4, 1994, pp. 440-465.
- Hong, W., Thong, J. Y. L., Wong, W. M. and Tam, K. Y., "Determinants of User Acceptance of Digital Libraries: An Empirical Examination of Individual Differences and System Characteristics", *Journal of Management Information Systems*, Vol. 18, No. 3, 2001, pp. 97-124.
- Horton, R. P., Buck, T., Waterson, P. E. and Clegg, C. W., "Explaining Intranet Use with the Technology Acceptance Model", *Journal of Information Technology*, Vol. 16, 2001, pp. 237-249.
- Jayawardhena, C. and Foley, P., "Changes in the Banking Sector - The Case of Internet Banking in the UK", *Internet research: Electronic Networking Applications and Policy*, Vol. 10, No. 1, 2000, pp. 19-30.
- Jöreskog, K. G. and Sorbom, D., *LISREL 8: Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language*, Mooresville, Ill.: Scientific Software, 1993.
- Kalakota, R. and Robinson, M., *M-Business: the race to mobility*, McGraw-Hill, 2002.
- Karjaluoto H., Mattila, N. and Pentto, T., "Electronic Banking in Finland: Consumer Beliefs and Reactions to a New Delivery Channel", *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 6, 2001, pp. 346-361.
- Kwasi A. G. and Salam, A. F., "An Extension of the Technology Acceptance Model in an ERP Implementation Environment", *Information & Management*, Vol. 41, 2004, pp. 731-745.
- Lee, M. S. Y., McGoldrick, P. J., Keeling, K. A. and Doherty, J., "Using ZMET to Explore Barriers to the Adoption of 3G Mobile Banking Services", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 31, 2003, pp. 340-348.
- Liao, Z. and Cheung, M. T., "Internet-Based E-Banking and Consumer Attitudes: An

- Empirical Study", *Information & Management*, Vol. 39, 2002, pp. 283-295.
- Luarn, P. and Lin, H. H., "Toward an Understanding of the Behavioral Intention to Use Mobile Banking", *Computers in Human Behavior*, 2004, pp. 1-19.
- Moon, J. W. and Kim, Y. G., "Extending the TAM for a World-Wide-Web Context", *Information & Management*, Vol. 38, 2001, pp. 217-230.
- Ong, C. S., Lai, J. Y. and Wang, Y. S., "Factors Affecting Engineers' Acceptance of Asynchronous E-Learning Systems in High-Tech Companies", *Information & Management*, Vol. 41, 2004, pp. 795-804.
- Prasad, R., Mohr, W. and Konhäuser, *Third Generation Mobile Communication Systems*, 2000, Artech House.
- Rogers, E. M., *Diffusion of Innovations*, The Free Press, New York, 1983.
- Rogers, E. M., *Diffusion of Innovations*, 4th Edition, The Free Press, New York, 1995.
- Rotchanakitumnuai, S. and Speece, M., "Barriers to Internet Banking Adoption: A Qualitative Study among Corporate Customers in Thailand", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 21, No. 6, 2003, pp. 312-323.
- Sathye, M., "Adoption of Internet Banking by Australian Consumers: An Empirical Investigation", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17, No. 7, 1999, pp. 324-334.
- Sohail, M. S. and Shanmugham, B., "E-Banking and Customer Preferences in Malaysia: An Empirical Investigation", *Information Sciences*, Vol. 150, 2003, pp. 207-217.
- Suh, B. I. and Han, I. G., "Effect of Trust on Customer Acceptance of Internet Banking", *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 1, 2002, pp. 247-263.
- Tan, M. and Teo, T. S. H., "Factors Influencing the Adoption of Internet Banking", *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 1, 2000, pp. 1-42.
- Taylor, S. and Todd, P. A., "Assessing IT Usage: The Role of Prior Experiences", *MIS Quarterly*, Vol. 19, No. 4, 1995, pp. 561-570.
- Van de Ven, A. H. and Diane, L. F., *Measuring and Assessing Organizations*, New York, NY : John Wiley, 1980.
- Venkatesh, V. and Morris, M. G., "Why Don't Men Ever Stop to Ask for Directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology and Usage Behavior", *MIS Quarterly*, Vol. 24, No. 1, 2000, pp. 115-139.
- Vijayarathy, L. R., "Predicting Consumer Intentions to Use On-line Shopping: The Case for an Augmented Technology Acceptance Model", *Information & Management*, Vol. 41, 2004, pp. 747-762.
- http://icec.net/eclib/index_topics.html

<Abstract>

A Study on the Determinants of Intention to Use Mobile Banking

Yong-Eun Moon, Eau-Jin Jung

Mobile technologies and services have become one of the inevitable parts of people's lives and mobile businesses have also been widespread.

Popular mobile internet services through cell phones have made people in the financial industry consider that 'mobile' is promising. Nevertheless, there have been little studies of mobile services in the financial industry and most of the studies have been concentrated on internet services.

The main purpose of this study is to investigate on the determinants of intention to use mobile banking. To achieve the goal, based on the theoretical backgrounds of the Technology Acceptance Model(TAM).

Survey questionnaires were distributed via post & email to 500 users who have been experiences with cell phone and have an account. Out of 291 responded questionnaires, 275 data sets were available for statistical analysis with SPSS 10.1. Research hypotheses are analyzed by LISREL 8.30. Factor analysis identified seven external factors : (1) convenience, (2) cost, (3) unusefulness, (4) riskiness, (5) personal innovativeness (6) users' self-efficacy (7) experience of mobile services. Results of this study show that convenience, unusefulness, riskiness, personal innovativeness and experience of mobile services have significant effects on intention to use mobile banking .

Much of the previous researches have dealt with service provider only and have focused on mobile internet. In this regard, when it comes to a viewpoint that regards the mobile banking sector as a new sector of mobile businesses. This study may provide a guideline to activate of mobile banking acceptance.

Keywords : Mobile Banking, Technology Acceptance Model, Convenience