

모바일 간편 결제 서비스의 고액 결제 사용의도 집단과 소액 결제 사용의도 집단 간 차이 연구*

김기호** · 이형용***

〈 목 차 〉	
I. 서론	IV. 실증분석
II. 이론적 배경	4.1 자료의 특성 및 분석방법
2.1 모바일 간편 결제서비스	4.2 측정 모형에 대한 분석
2.2 통합기술 수용이론	V. 연구 결론
2.3 이동성	5.1 결론
2.4 신뢰	5.2 연구의 시사점과 한계점
2.5 고액 및 소액 결제 사용의도	참고문헌
III. 연구 모형 및 가설	<Abstract>
3.1 연구 모형	
3.2 연구 가설	

I. 서론

정보기술(Information Technology)의 발전에 따라서 다양한 분야의 삶의 변화가 나타나고 있고, 지속적인 변화가 나타나고 있다. 특히, 인터넷 전자 상거래의 주요한 수단이 개인용 컴퓨터에서 휴대하기 편리한 이동통신기기로 변화하면서 더욱 빠르게 변화하고 있다. 최근 이루어진 DMC 미디어(2019)의 분석에 따르면, 기본적으로 온라인(Online)상의 전자상거래 분

야에서 사용되어지던 모바일 간편 결제서비스가 이제는 오프라인(Offline) 거래까지 사용 영역을 확장해 나가는 것을 볼 수 있다. 그리고 이렇게 서비스가 확장되고 발전해 나가는 주요한 이유에 대해서 다양한 설명과 해석이 존재하고 있다. 이에 이러한 사회 변화와 현상에 대해서 좀 더 체계적이고 실증적인 분석이 필요할 것으로 사료 되고 있다(DMC미디어, 2019; 매일경제, 2019).

모바일 간편 결제 시스템이란 스마트폰이나

* 이 연구는 한성대학교 교내연구비 지원과제임.
** (주)이비카드 영업부, ilovedu2000@nate.com(주저자)
*** 한성대학교 경영학부, leemit@hansung.ac.kr(교신저자)

스마트 패드와 같은 모바일 스마트 기기를 사용하여 패턴이나 지문, 핀번호(Pin Number) 등 간단하고 편리한 인증을 통하여 간편하게 지불 결제를 처리할 수 있는 서비스로, 이미 기술한 바와 같이 급속한 성장세를 보이고 있다. 대한민국의 모바일 간편 결제 서비스 중 대표적인 Samsung Pay는 2019년 현재 누적 거래액이 40조원을 초과하였으며, 가입자 1,400만명을 돌파하였다. 중국의 유명한 온라인 모바일 간편 결제 서비스인 Alipay는 현재 하루 거래 규모가 2억 건, 가입자는 8억명을 돌파했다(정보통신기술진흥센터, 2017; 이데일리, 2019).

본 논문은 최근의 연구 추세와 마찬가지로 이전 Davis의 기술수용모형(TAM: Technology Acceptance Model)보다는 Venkatesh의 통합기술 수용이론(UTAUT : Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)에 초점을 두거나 확장한 연구가 점진적으로 증가하는 성향에 따라서 진행하였다(Slade et al., 2015). 이러한 최근의 연구 추세에 따라 이 논문에서는 통합기술 수용이론을 기반으로 하여 여러 가지 이론적인 특성 등을 고려하고 확장한 연구를 진행하기로 하였다.

우선, 이동이 편리한 휴대용 이동통신기기를 이용하여 모바일 간편 결제 서비스를 사용한다는 관점에서 새로운 변수인 이동성(Mobility)을 고려하였고, 또한, 유선이나 무선으로 온라인에 연결되어 업무가 처리되기 때문에 발생하는 보안 문제에 대한 우려를 반영하여서 서비스 제공자와 System에 연관된 보안 문제를 해결해 줄 수 있는 요소인 신뢰(Trust)를 고려하였다. 그리고 이번 연구에서는 모바일 간편 결제 서비스를 이용하여 고액 결제를 할 때와 소액 결

제를 할 때 사용자의 사용의도에 차이가 있는지 확인하려고 한다. 이에 따라, 본 논문은 모바일 환경의 주요한 특성 요인으로 이미 기술한 신뢰와 이동성, 그리고 통합기술 수용이론의 요인들과 결합한 새로운 모형을 개발하고 설문을 실시하여 그 결과를 기반으로 PLS(Partial Least Square) 구조방정식모형(Structural Equation Model)을 이용하여 실증적으로 다집단 분석(MGA: Multi Group Analysis)을 진행하였다.

II. 이론적 배경

2.1 모바일 간편 결제서비스

최근의 모바일 간편 결제 서비스는 일반적으로 구매자와 판매자를 중개하는 Escrow 서비스 방식이 있고, 삼성이나 Apple과 같이 자사의 스마트기기를 사용하는 사용자들의 이탈을 방지하는 목적으로 개발된 방식이 있다. 최근의 서비스는 크게 온라인형태와 오프라인형태로 구분되는데(한국소비자원, 2016), 온라인방식은 결제 처리를 위한 카드단말기의 사용 없이 스마트폰을 사용하여 언제 어디서나 실시간으로 온라인으로 결제 처리가 가능한 반면, 오프라인 방식은 QR Code, 앱카드(App Card), MST(Magnetic Secure Transmission), 핀번호, NFC(Near Field Communication) 등 여러 가지 결제 처리 방법이 사용되고 있다.

모바일 간편 결제 서비스란 평상시 소지하고 있는 스마트기기를 이용하여 공인인증서와 같은 복잡한 인증절차 없이 편리하고 간단한 본

<표 1> 간편 결제 서비스 유형 및 종류

금융권	비금융권				
	유통	이동통신사	Platform	제조사	기타
KB App Card	SSG Pay	T Pay	Naver Pay	Samsung Pay	T Money
Samsung App Card	Lpay		Kakao Pay	LG Pay	Toss
Shinhan Pay Fan	Timon Pay		PayCo		Zero Pay
NH Mobile Card	배민Pay				
현대App Card	Smile Pay				
하나IQ Pay	Rocket Pay				
Lotte App Card	11Pay				
Woori Pay					
BC Mobile Card					

인인증 절차를 통해 Online/Offline에서 결제하는 새로운 결제 서비스로 정의한다(고창현 등, 2016). 해외에서는 페이팔(PayPal)이 1998년부터 모바일 간편 결제 서비스를 시작한 이후 현재 전 세계로 간편 결제 서비스 시장이 확대하고 발전하고 있다(정보통신기술진흥센터, 2017). <표 1>은 2019년 현재 국내에서 대표적으로 사용되고 있는 간편 결제 서비스를 정리한 것이다.

2.2 통합기술 수용이론(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)

Fishbein et al.(1975)은 자신들의 연구를 통해서 개인 신념(Belief)이 태도(Attitude)를 결정하며, 태도(Attitude)는 행동의도(Behavioral Intention)를 형성하고 행동의도는 행위(Behavior)로 발현되는 구조의 합리적 행위이론(TRA : Theory of Reasoned Action)을 발표하였다. 이 이론은 단순하고 간결한 연구모형인 까닭으로 많은 연구자들에 의하여 여러 가지

연구 영역에서 활발하게 사용되어 왔다. 이후 Davis et al.(1989)은 합리적 행위이론(TRA)의 한계점으로 신념(belief)이라는 개념을 구체화하지 않아 범용성을 갖고 있지만, 특정한 영역, 특수한 분야를 기술하고 설명하는 데에는 적절하지 않다고 판단하여서 신념(belief)을 구체화하여 특정한 ‘기술’ 분야에 제한한 행동의도와 행위를 설명하고 예측하는 기술수용모형이란 새로운 이론을 개발하였다(Davis et al., 1989).

그리고 Venkatesh et al. (2003)은 이미 연구되어진 기술 수용(Technology Acceptance)과 연관된 이론들을 통합하여 통합기술 수용이론을 개발하고 제안하였다. 통합기술 수용이론은 사용의도를 매개변수로 하고, 행위(Behavior)를 종속변수로 하며, 독립변수로는 ‘성과기대(Performance Expectation)’와 ‘노력기대(Effort Expectation)’와 ‘사회적 영향(Social Influence)’과 ‘촉진조건(Facilitating Condition)’을 채택하였다(Venkatesh et al., 2003).

<표 2> 통합기술 수용이론 요인

요인	정의
성과 기대 (PE :Performance Expectancy)	시스템을 사용하여 직무 성과를 향상시킨다고 믿는 정도
노력기대 (EE : Effort Expectancy)	시스템의 쉽게 사용할 수 있는 정도
사회적 영향 (SI :Social Influence)	내게 중요한 주변의 인물들이 나에게 새로운 시스템을 이용해야 한다고 믿는 정도
촉진조건 (FC :Facilitating Conditions)	시스템을 이용하는 것을 도와주는 조직적인 인프라가 있다고 믿는 정도

출처: Venkatesh et al.(2003)

2.3 이동성(Mobility)

모바일 간편 결제 서비스는 일반적으로 스마트폰과 같은 스마트기기를 기반으로 제공되는데, 스마트폰이나 이동전화와 같은 모바일 기기를 기반으로 하는 서비스의 가장 큰 특징 중 하나는 시간과 장소와 상관없이 언제 어디서나 서비스를 사용할 수 있다는 점이다(Kim et al., 2010). 이동성은 다른 연구에서는 ‘편재성’, ‘즉시 접속성’ 등으로 표현되며, 최근 스마트폰이나 스마트 기기의 사용이 꾸준히 증가하고 활성화되면서 이동성과 연관된 다양한 연구가 진행되었다. 이러한 연구의 결과로 이동성이 언제 어디서나 소지하고 사용할 수 있는 이동통신 기기나 스마트 기기를 이용하는 새로운 정보기술 수용의도나 사용 행위와 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 또한, 여러 연구자들의 연구를 통해서 이동성이라는 요소가 핀테크(FinTech) 및 모바일 간편 결제 서비스 사용의도 그리고 사용행위와 실증적으로 유의미한 관계가 있다는 사실이 확인되었다(김호영 등,

2002; 하준석, 2017; 한동균, 2015; 2017; 윤병훈, 2017; Chae et al., 2003; Mallat et al, 2009; Schiertz et al., 2010).

2.4 신뢰(Trust)

심리학의 대다수의 연구에서는 신뢰를 ‘상대방과 관련한 개개인의 긍정적이며 안정정적 감정의 상태’로 정의하며(Lewicki et al. 2006; Mayer et al. 1995) 정보시스템(Information Systems) 분야의 연구에서는 신뢰가 ‘가용한 정보가 부족한 경우에 불확실성 및 취약성과 같은 위협의 상황 때문에 발생되어지는 것’으로 설명한다(Giddens 1990; Kelton et al. 2008; Luhmann 1979). 신뢰는 Gefen(2000)에 의하면 불확실성이라는 위협을 예방하거나 낮춰주는 중요한 요인으로 확인되고 있다(Gefen 2000).

신뢰가 기본적인 필수 조건인 재무 금융 분야와 함께 핀테크와 모바일에 대한 연구 분야에서는 불확실성 때문에 신뢰의 역할에 대해서 다양한 연구가 진행되었으며, 이러한 연구에 따

르면 신뢰가 핀테크와 모바일 간편 결제 서비스의 사용의도 그리고 사용행위에 유의한 영향을 미치고 있다는 결과가 나타나고 있다(박일순, 2013; 양승호 등, 2016; 이홍재, 2017).

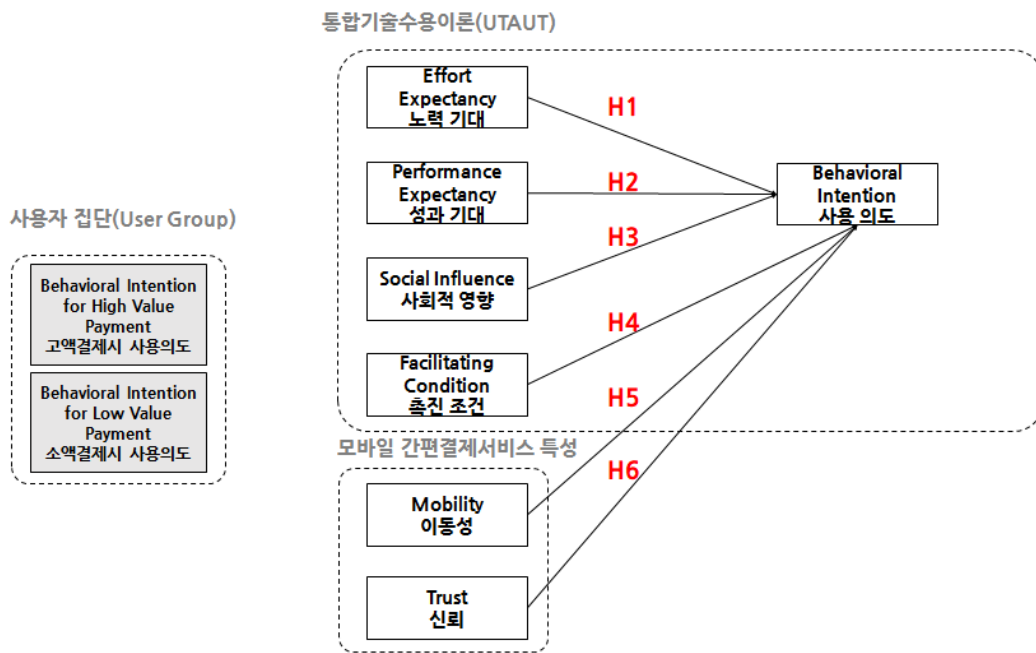
2.5 고액 및 소액 사용의도

일반적으로 고액 사용의도(Behavioral Intention for High Value) 나 소액 사용의도(Behavioral Intention for Low Value)에 대해서 명확한 정의는 없지만, 소비자가 한번 거래에 10만 원 이상 사용할 의도가 있으면 고액으로, 천원이나 만원단위로 10만 원 이하의 금액을 한번 거래에 사용한다면 소액으로 조사하였다(강선희 등, 2017).

Ⅲ. 연구 모형 및 가설

3.1 연구 모형

이번 연구에서는 모바일 간편 결제 서비스의 고액 결제 및 소액 결제 시 사용의도에 미치는 영향을 실증적으로 파악하고 통계적으로 분석하려고 한다. 즉, 통합기술 수용이론의 노력기대, 성과기대, 촉진조건, 사회적 영향, 사용의도 및 모바일 간편 결제 서비스의 특징인 이동성 및 신뢰와 고액 사용의도와 소액 사용의도를 통해서 각 요인간의 관계에 대해서 살펴보고려고 한다. 본 연구의 연구모형을 <그림 1>과 같이 설계하여 이에 따른 연구가설을 도출하였다.



<그림 1> 연구 모형

3.2 연구 가설

3.2.1 변수의 조작적 정의 와 가설

다음은 이번 연구에서 사용한 변수들의 조작적 정의를 나타낸 표이다.

이 연구에서는 모바일 간편 결제 서비스의 고액 사용의도와 소액 사용의도에 미치는 영향을 살펴보고 분석하려고 한다. 고액 사용의도는 ‘모바일 간편 결제 서비스를 한번 거래에 10만 원 이상 결제에 이용하고자 하는 의도 또는 계획’으로 정의하였으며, 소액 사용의도는 ‘모바일 간편 결제 서비스를 한번 거래에 천원이나 만원단위의 10만 원 이하 결제에 이용하고자 하는 의도 또는 계획’으로 정의하였다.

또한 무선 통신 환경이 발전하면서 모바일

간편 결제 시스템의 사용자는 언제 어디서나 실시간으로 모바일환경의 간편 결제 서비스를 편리하게 사용할 수 있는 이동성이 모바일 환경의 온라인 거래 시스템의 주요한 특징 중 하나이다(Kalakota et al., 2002). 그리고, 금융거래서비스의 보안과 안전이라는 특성에 따라서 결제 서비스와 서비스 공급자에 대한 신뢰(Trust in provider)는 매우 중요한 요소이다(Yu, 2012). 즉, 모바일과 금융 결제라는 기본 환경에 따라서 본 연구에서는 이동성 및 신뢰를 모바일환경의 간편 결제 서비스의 중요한 요인으로 설정하였다. 이에 따라서 이동성 및 신뢰가 모바일환경의 간편 결제 서비스의 고액 사용의도와 소액 사용의도에 미치는 영향에 대하여 가설을 설정하고 실증적으로 분석하고 설명하려고 한다.

<표 3> 변수의 조작적 정의

변 수	조작적 정의
성과기대 (Performance Expectancy)	모바일 환경의 간편 결제 서비스를 통하여 발전된 결제 서비스를 경험할 수 있다는 기대 정도
노력기대 (Effort Expectancy)	모바일 환경의 간편 결제 서비스가 쉽다고 기대하는 정도
사회적 영향 (Social Influence)	모바일 환경의 간편 결제 서비스를 사용하여야 한다고 당위적으로 사람들이 기대하는 것을 인지하는 수준
촉진조건 (Facilitating Condition)	모바일 환경의 간편 결제 서비스를 사용할 때, 본인의 사용 활동을 지원해 주는 조직적이고 기술적인 환경이 조성되었다고 기대하는 정도
고액사용의도 (BI for high value)	모바일 환경의 간편 결제 서비스를 한번 거래에 10만 원 이상 결제에 이용하고자 하는 의도나 계획
소액사용의도 (BI for low value)	모바일 환경의 간편 결제 서비스를 한번 거래에 천원이나 만원 단위의 10만 원 이하 결제에 이용하고자 하는 의도나 계획
이동성 (Mobility)	시간이나 장소의 구애 없이 모바일 환경의 간편 결제 서비스를 사용할 수 있다는 믿음의 정도
신뢰 (Trust)	모바일 환경의 간편 결제 서비스를 통하여서 제공되는 정보나 결제 서비스와 관련된 믿음의 정도

출처: 김기호 등(2017), 강선희(2016), 박일순(2013), 이형용 등(2010), Higgins(1987, 1997), Kim et al.(2010), Schiertz et al.(2010), Venkatesh et al. (2003)

성과기대의 정의는 ‘시스템을 사용하는 것이 업무 성과를 향상 시킬 수 있다고 믿는 정도’이며, 여러 연구에서 성과 기대(Performance Expectancy)가 정보기술의 사용 의도에 강한 영향을 미치고 설명하는 변수로 실증적으로 나타나고 있다(전세하 등, 2011). 모바일 간편 결제 서비스는 정보기술이고, 이미 사용하고 있는 결제시스템 보다 간편한 절차로 거래 처리를 할 수 있는 서비스이므로 서비스 이용자는 모바일 간편 결제 시스템을 사용함으로써 이전에 경험하지 못했던 효율성을 기대하게 될 것이며, 효율성에 대한 기대에 비례하여서 모바일 간편 결제 서비스를 사용하려는 사용 의도가 더 증가하게 될 것이다. 이에 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1 : 모바일 간편 결제 서비스를 사용하여 고액이나 소액 결제를 할 때, 성과기대는 사용 의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

노력기대의 정의는 ‘시스템 이용이 편리하고 쉬운 정도’로 정의 되는데, 모바일 환경에서 결제서비스에 대한 연구에서 노력기대가 모바일 결제서비스의 사용의도에 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다(강선희, 2016). 모바일 간편 결제 서비스를 이용하기 위해서는 최초에 불편하게 느낄 수 있는 등록 절차 과정이 필요한데, 이 과정을 거치고 나면 이후의 거래는 공인인 증서와 같은 인증처리 과정을 거치지 않고 간편하게 거래를 처리할 수 있는 있다. 즉 초기의 복잡한 편번호나 지문 혹은 이미지 패턴을 등록한 이후에는 간단하게 결제 서비스를 이용할 수 있다는 기대를 가질 수 있다. 이에 따라서

이 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2 : 모바일 간편 결제 서비스를 사용하여 고액이나 소액 결제를 할 때, 노력기대는 사용 의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

사회적 영향의 정의는 ‘나에게 영향을 미치는 주변의 주요한 인물들이 내가 새로운 시스템을 사용하여야 한다고 믿는 정도’이다. 최근의 사회적 성향이나 경향에 따라서 국내나 해외에서 폭발적으로 사용이 증가하고 있는 Apple pay나 Alipay, Samsung Pay 와 같은 간편 결제 서비스를 당연히 사용할 것으로 믿는 주변의 사람들이 많이 있다면 이러한 사회적 영향을 받아서 모바일 간편 결제 서비스를 사용하는 사용자들이 증가하게 될 것이다. 이에 따라서 이 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3 : 모바일 간편 결제 서비스를 사용하여 고액이나 소액 결제를 할 때, 사회적 영향은 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

촉진조건의 정의는 ‘시스템을 사용하는 것을 지원하는 조직적인 인프라가 존재한다고 믿는 정도’이며, 정보기술이 새롭게 도입되는 초기에 사용의도나 사용행위에 촉진조건이 영향을 크게 미치는 것으로 나타났다(전세하 등, 2011). 최근 국내를 비롯하여 해외의 경우에도 모바일 간편 결제 서비스를 지원할 수 있는 간편 결제 시스템을 지원하는 온라인과 오프라인 설비의 구축이 증가하고 있다. 즉, NFC 지원이 가능한 기기의 설치라던가 더 빠른 온라인 서

비스를 제공하는 5G 네트워크의 구축 등이다. 이에 따라서 이 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H4 : 모바일 간편 결제 서비스를 사용하여 고액이나 소액 결제를 할 때, 촉진조건은 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

이동성의 정의는 ‘시간이나 장소에 상관없이 모바일환경의 간편 결제 서비스를 사용할 수 있다고 믿는 정도’이다. 한편, 여러 연구에서 이동성이 언제 어디서나 접속하여서 거래 처리를 할 수 있는 모바일 환경의 핀테크와 간편 결제 시스템의 사용의도에 미치는 영향이 유의하다는 것이 나타나고 있다(김호영 등, 2002; Chae et al., 2003). 예전에는 현금이나 카드를 직접 들고 다니면서 결제 처리를 하는 것이 더 편리하고 수월하였지만, 이제는 항상 소지하는 스마트폰이나 스마트 와치와 같은 스마트 기기를 이용하여서 간편하게 거래 처리를 하는 것이 더 선호되고 있다고 한다(매일경제, 2019). 이에 따라서 이 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H5 : 모바일 간편 결제 서비스를 사용하여 고액이나 소액 결제를 할 때, 이동성은 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

신뢰가 모바일 환경에서 핀테크와 간편 결제 시스템의 사용의도에 미치는 영향이 유의한 것으로 나타나고 있다(박일순 2013; 양승호 등, 2016; 이홍재, 2017). 이미 많은 선행 연구에서 확인되었던 바와 같이 보안에 대한 위협 때문

에 사용을 꺼려하던 인터넷 뱅킹이나 모바일 뱅킹이 이제는 어느덧 삶의 중요한 요소로 자리 잡고 있다. 이제는 단순한 송금이나 결제 등의 은행이나 금융 거래 서비스에 국한 되는 것이 아니라 외화환전과 같은 서비스도 간편 결제 서비스를 이용하여서 처리하고 있는 환경으로 발전하였다. 이에 따라서 이 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H6 : 모바일 간편 결제 서비스를 사용하여 고액이나 소액 결제를 할 때, 신뢰는 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

IV. 실증분석

4.1 자료의 특성 및 분석 방법

4.1.1 자료 수집과 표본 특성 분석

이 연구에서 변수들은 7점 리커트(Likert) 척도로 측정하였다. 그리고 본 설문을 수행하기 전에 예비설문과 파일럿 테스트(Pilot test)를 실시하였으며 그 결과를 바탕으로 설문의 설계를 수정하고 개발하여서 분석에 사용하였다.

4.2 측정 모형에 대한 분석

연구 모형을 실증적으로 검증하기 위해서 개인 단위로 설문조사를 진행하였다. 한 달간 설문지 배포 및 수집을 진행하여서 최종적으로 240명의 설문 응답지를 분석에 사용하였다. 응답 표본의 인구통계학적 분석 내용을 <표 4>와 같이 정리하였다.

<표 4> 표본의 인구통계학적 분석

구 분		빈 도(명)	비 율(%)
성 별	남성	119	50
	여성	121	50
연 령	10대 이하	2	1
	20대	97	40
	30대	77	32
	40대	42	18
	50대	18	8
	60대 이상	4	2
직 업	회사원	120	50
	학생	65	27
	전문직	20	8
	자영업	18	8
	공무원	7	3
	주부	7	3
	기타	3	1
학 력	대학원 이상	24	10
	대학교 이상	155	65
	대학 이상	30	13
	고등학교 이하	31	13
인터넷 뱅킹 경험 유무	사용	209	87
	사용하지 않음	31	13
모바일 뱅킹 경험 유무	사용	193	80
	사용하지 않음	47	20

이번 연구에서는 연구 모형을 검증하기에 앞서 잠재 변수를 설명하는 측정 모형에 대한 검증을 위해서 각각의 변수의 신뢰도(reliability) 분석과 집중타당성(convergent validity) 및 판별타당성(discriminant validity) 분석을 위하여 측정 모형의 분석을 진행하였으며 연구 모형의 적합도 및 구성개념들 상호간의 경로 분석의 진행을 위하여서 PLS 구조방정식(Partial Least

Square Structural Equations)으로 구조 모형을 분석하였다. 이번 연구의 실증 분석을 위해서 사용한 통계 분석 소프트웨어는 IBM SPSS 25 와 SmartPLS 3.2.8 이다. 집중타당성을 분석하고 검토하기 위하여서 먼저 각 변수의 단일 차원성을 살펴보고 검토하였으며 기존에 일반적으로 사용되는 방법론 절차(Anderson et al., 1988)에 따라서, 요인적재량(Factor Loading)

값이 0.6 이하인 관측 변수를 차례대로 한 번에 하나씩 제거하여 분석하였다(윤지현 등, 2014; 김정민 등, 2017). 신뢰도 분석은 Chronbach's Alpha 분석을 실시하고 요인분석은 Varimax Rotation의 분석을 실시하였다. 분석의 결과 측정변수 중 '사회적 영향4,' '성과기대3,' '수용의도4,' '이동성1,' '촉진조건4'가 제거되었다. <표 5>와 <표 6>의 고액 결제 사용의도 집단과 소액 결제 사용의도 집단의 집중 타당성 분석 결과에 자세한 내용이 나타나 있다.

판별타당성 분석은 기존 연구에서 사용하는

방법에 따라서 각 변수의 평균분산추출(Average Variance Extracted)의 제공근 값들과 다른 변수와의 상관계수들을 비교 평가하였다. <표9>와 <표10>과 같이 표의 대각선(Diagonal)의 위에 위치한 평균분산추출(Average Variance Extracted) 제공근과 그 변수들과 다른 변수들 사이의 상관계수 값들을 비교한 결과 제공근이 다른 변수의 상관계수를 전체적으로 상회하여서 Fornell-Larcker Criterion을 완전히 만족시켰다. <표 7>과 <표 8>의 고액 결제 사용의도 집단과 소액 결제 사용의도 집단의 판별 타당성

<표 5> 고액 결제 사용의도 집단의 집중타당성 분석 결과

Construct	Indicators	Outer Loading	Chronbach's alpha	Composite Reliability	AVE
노력기대	노력기대1	0.879	0.904	0.933	0.776
	노력기대2	0.885			
	노력기대3	0.849			
	노력기대4	0.910			
사회적 영향	사회적영향1	0.886	0.771	0.866	0.684
	사회적영향2	0.868			
	사회적영향3	0.718			
성과기대	성과기대1	0.880	0.816	0.891	0.731
	성과기대2	0.865			
	성과기대4	0.819			
수용의도	수용의도1	0.928	0.938	0.960	0.889
	수용의도2	0.963			
	수용의도3	0.938			
신뢰	신뢰성1	0.695	0.722	0.825	0.543
	신뢰성2	0.748			
	신뢰성3	0.836			
	신뢰성4	0.658			
이동성	이동성2	0.834	0.798	0.879	0.709
	이동성3	0.792			
	이동성4	0.896			
촉진조건	촉진조건1	0.861	0.745	0.854	0.665
	촉진조건2	0.896			
	촉진조건3	0.672			

<표 6> 소액 결제 사용의도 집단의 집중타당성 분석 결과

Construct	Indicators	Outer Loading	Chronbach's alpha	Composite Reliability	AVE
노력기대	노력기대1	0.916	0.948	0.962	0.865
	노력기대2	0.930			
	노력기대3	0.943			
	노력기대4	0.930			
사회적 영향	사회적영향1	0.860	0.830	0.897	0.744
	사회적영향2	0.859			
	사회적영향3	0.868			
성파기대	성파기대1	0.914	0.913	0.945	0.852
	성파기대2	0.933			
	성파기대4	0.923			
수용의도	수용의도1	0.958	0.957	0.972	0.921
	수용의도2	0.961			
	수용의도3	0.960			
신뢰	신뢰성1	0.832	0.842	0.894	0.680
	신뢰성2	0.827			
	신뢰성3	0.866			
	신뢰성4	0.769			
이동성	이동성2	0.897	0.889	0.931	0.817
	이동성3	0.878			
	이동성4	0.936			
촉진조건	촉진조건1	0.921	0.893	0.933	0.824
	촉진조건2	0.920			
	촉진조건3	0.881			

<표 7> 모바일 간편 결제 서비스의 고액 결제 사용의도 집단의 판별타당성

	노력기대	사회적영향	성파기대	수용의도	신뢰	이동성	촉진조건
노력기대	0.881						
사회적영향	0.439	0.827					
성파기대	0.383	0.710	0.855				
수용의도	0.419	0.727	0.657	0.943			
신뢰	0.379	0.428	0.450	0.536	0.737		
이동성	0.372	0.451	0.432	0.490	0.336	0.842	
촉진조건	0.653	0.395	0.419	0.489	0.268	0.431	0.815

*대각선 값은 평균분산추출(Average Variance Extracted)의 제공근 값을 나타냄.

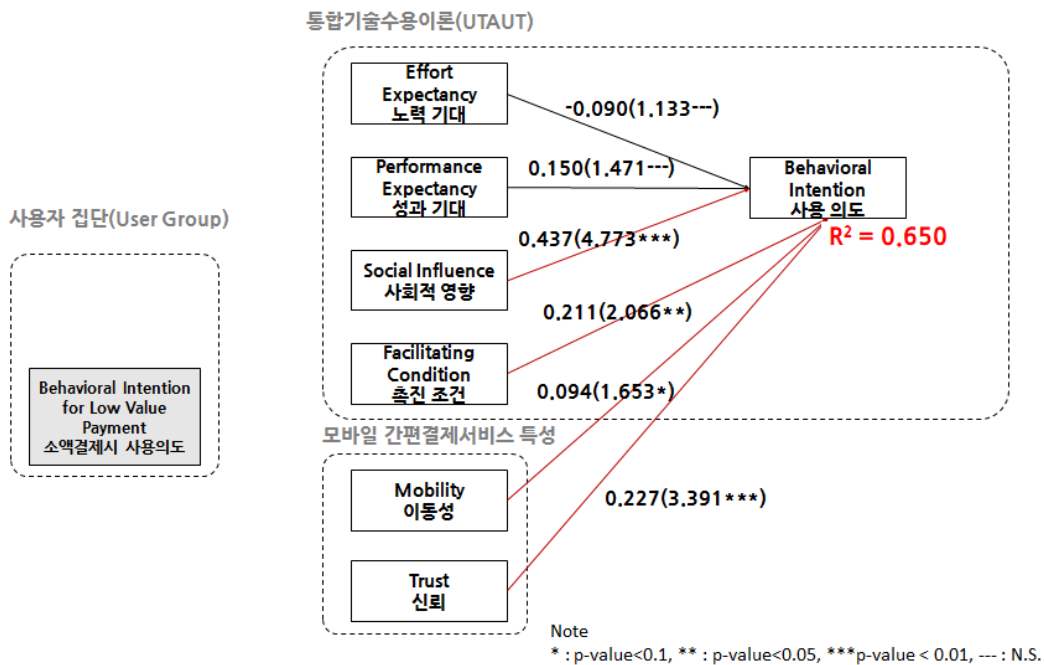
분석의 결과에 잘 나타나 있다(Hair et al., 1998, 2012; Lee et al., 2009).

이번 연구에서는 고액 결제 시 사용의도와 소액 결제 시 사용의도의 차이에 따라서 다른

<표 8> 모바일 간편 결제 서비스의 소액 결제 사용의도 집단의 판별타당성

	노력기대	사회적영향	성과기대	수용의도	신뢰성	이동성	촉진조건
노력기대	0.930						
사회적영향	0.684	0.862					
성과기대	0.680	0.868	0.923				
수용의도	0.633	0.809	0.771	0.960			
신뢰성	0.586	0.627	0.599	0.550	0.824		
이동성	0.686	0.664	0.633	0.624	0.623	0.904	
촉진조건	0.817	0.661	0.621	0.612	0.605	0.720	0.908

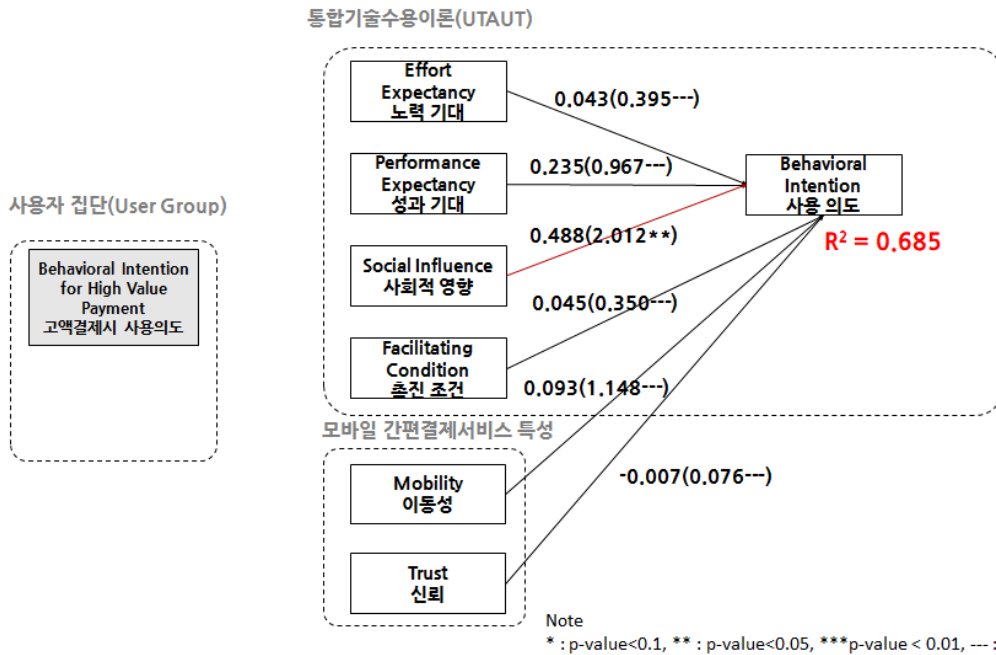
*대각선 값은 평균분산추출(Average Variance Extracted)의 제공된 값을 나타냄.



<그림 2> 소액 결제 사용의도 집단 경로 분석 결과

모형의 가설검증을 수행하기 위하여 PLS 구조방정식을 이용하였다. Hair et al.(1998, 2012)의 저서에 따르면 연구의 목적이 핵심 잠재 변수 이거나 중요한 동인 변수를 예측 분석하는 연구, 그리고 측정 모형이 여러 가지 많은 잠재 변수 및 측정 변수가 존재하여 예상보다 복잡

한 구조방정식 모형일 때, 그리고 측정되는 데이터의 표본 크기가 예상보다 작거나 데이터의 형태가 정규분포를 따르지 않을 때에 PLS 구조방정식을 사용한 분석 및 평가가 Lisrel 이나 Amos와 같은 구조방정식보다 적합한 것으로 판단된다(Hair et al. 1998; Taylor et al., 1999).



<그림 3> 고액 결제 사용의도 집단 경로 분석 결과

이번 연구에서 분석한 경로분석의 결과는 통계적으로 유의하고 신뢰할 만한 수준이라고 평가할 수 있고 PLS 구조방정식 분석결과는 <그림 2> 와 <그림 3>에서 나타나는 것과 같다.

<그림 2> 소액 결제 사용의도 집단의 경로 분석 결과를 보면 사회적 영향과 신뢰가 사용의도에 p-value<0.01 수준에서 유의한 영향을 미치는 것을 볼 수 있다. 또한, 촉진 조건 (Facilitating Condition)은 p-value<0.05 수준에서 사용의도에 유의한 영향을 미치는 것을 확인할 수 있다. 마지막으로 이동성은 p-value < 0.1 수준에서 사용의도에 유의한 영향을 미치는 것을 확인할 수 있다. 이 모형의 전체적인 설명력은 R²=0.650으로 나타났다.

<그림 3> 고액 결제 사용의도 집단의 경로 분석 결과를 보면 사회적 영향이 유일하게 사

용의도에 p-value<0.1 수준에서 유의한 영향을 미치는 것을 볼 수 있다. 나머지 요인들은 사용의도에 유의한 영향을 미치지 못하는 것을 확인할 수 있다. 이 모형의 전체적인 설명력은 R²=0.685 로 나타났다.

본 연구에서는 모바일 간편 결제 서비스의 사용의도 및 통합기술 수용이론의 요인간의 관계에 있어 개인의 고액 결제와 소액 결제의 성향에 따른 차이점을 살펴보기 위하여 다집단 분석을 수행 하였다. 무선 온라인 환경이 발전하고, 모바일 간편 결제 시스템과 서비스에 대한 사용자들의 인식과 사용의 변화가 발생함에 따라서 초기에 보안에 대한 고려로 인하여서 고액 보다는 소액 결제 시에 간편 결제 서비스를 사용하려던 경향이 간편 결제 서비스와 시스템에 대한 신뢰가 증가하고 사용의 편리성을

인지하게 됨에 따라서 고액 결제 시에도 모바일 간편 결제 서비스를 사용할 것으로 예상되기 때문에 소액 결제 사용의도 집단과 고액 결제 사용의도 집단으로 나누어서 살펴보고 분석하여야 할 필요성이 발생한다. 이에 두 집단 간의 차이분석을 실시하였다.

두 집단 간의 차이 분석은 Keil et al.(2000)이 제안한 각 경로별 경로계수와 표준오차를 이용하여 두 경로간의 독립표본 평균 검증(two independent samples t-test)으로 유효성을 검증하는 파라메트릭(parametric approach) 기법을 적용하여 분석하였다. 분석 결과는 다음 <표 9>와 같다(Keil et al., 2000; Hair et al., 2018).

그리고 개인의 고액 및 소액 결제 사용의도 성향을 분류하기 위하여 중위수 분류법(median split)을 사용하였다. 앞서 시행한 탐색적 요인

분석(Exploratory Factor Analysis) 결과로 도출된 고액 결제 사용의도 요인의 전체 평균값은 4.19, 소액 결제 사용의도 요인의 전체 평균값은 5.17로 나타났다.

이러한 기준을 적용하여 전체 240명 중 고액 결제 사용의도 성향 집단은 116명, 소액 결제 사용의도 성향 집단은 124명으로 분류 하였다.

<표 9>의 고액 결제 사용의도 집단과 소액 결제 사용의도 집단의 경로계수 차이 분석의 결과를 보면 신뢰에서 사용의도로 가는 경로만이 두 집단 간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 다른 경로의 경우는 두 집단 간에 유의한 차이가 있다고 말할 수 없다.

<표 9> 고액과 소액 결제 사용의도 집단의 경로계수 차이 분석

구분	경로	경로계수	t-value(p)	경로차이 분석		결과
				경로계수	t-value(p)	
고액결제 시 소액결제 시	노력기대 → 사용의도	0.043	0.395(N.S.)	0.134	0.978(N.S.)	기각
		-0.090	1.133(N.S.)			
고액결제 시 소액결제 시	사회적 영향 → 사용의도	0.488	2.012(**)	0.051	0.191(N.S.)	기각
		0.437	4.773(***)			
고액결제 시 소액결제 시	성과기대 → 사용의도	0.235	0.967(N.S.)	0.085	0.315(N.S.)	기각
		0.150	1.471(N.S.)			
고액결제 시 소액결제 시	신뢰 → 사용의도	-0.007	0.076(N.S.)	0.235	1.988(**)	채택
		0.227	3.391(***)			
고액결제 시 소액결제 시	이동성 → 사용의도	0.093	1.148(N.S.)	0.001	0.004(N.S.)	기각
		0.094	1,653(*)			
고액결제 시 소액결제 시	촉진조건 → 사용의도	0.045	0.350(N.S.)	0.166	1.009(N.S.)	기각
		0.211	2.066(**)			

*p-value<0.1, **p-value<0.05, ***p-value<0.01

V. 연구 결론

5.1 결론

이번 연구에서는 사용자들이 모바일 환경에서 간편 결제 시스템을 이용하여 고액 및 소액의 결제 서비스를 수용하는 것에 대하여서 통합기술 수용이론과 모바일 환경의 중요한 특성을 통합한 모형을 기반으로 분석을 수행하였다. 사용의도의 설명력(R^2) 측면에서 분석하여 보면 소액 결제 사용의도 집단의 설명력(R^2)은 0.650이고, 반면에 고액 결제 사용의도 집단의 설명력(R^2)은 0.685인 결과로 나타났다. 또한, 고액 결제 사용의도 집단의 경우에는 사회적 영향 요인만이 사용의도에 유의한 영향을 미치지 않지만, 소액 결제 사용의도 집단의 경우에는 노력기대와 성과기대를 제외한 나머지 네 가지 요인이 모두 사용의도에 유의한 영향을 미치는 것을 볼 수가 있다. 그리고 경로계수 차이 분석의 결과를 보면 신뢰에서 사용의도로 가는 경로만이 두 집단 간에 유의한 차이가 있는 경로임을 확인할 수 있다. 우선 고액 결제 사용의도 집단의 경우에는 무선 온라인 환경이 5G 등으로 발전해 가고, 초기 모바일 간편 결제를 수용하던 단계에는 소액 결제 시에 모바일 간편 결제를 사용하던 시장이 성숙하여 가며 고액 결제 시에도 모바일 간편 결제를 사용하려던 경향이 나타나는 것을 보여준다. 즉, 주변의 많은 사용자들이 모바일 간편 결제를 사용하는 상황이 또 다른 사용자들에게 영향을 미치는 것을 실증적으로 보여준다. 특히, 두 집단 간에 신뢰에서만 유의한 차이가 나타나는 것은 사용자들이 초기 수용단계에서 성숙된 계속 사용단계로

넘어가면서 신뢰에 대한 인식의 변화가 발생하는 것을 보여준다.

5.2 연구의 시사점과 한계점

이 연구는 여러 가지 이론적 시사점을 갖고 있다. 첫째, 최근 5G 등 5세대 무선 통신 네트워크 환경의 지속적인 발전과 우수한 성능의 스마트폰의 발전에 따라서 폭발적으로 증가하고 있는 모바일 환경의 온라인 쇼핑이나 금융거래에 따라서 기술적으로 발전하고 사용자가 증가하고 있는 모바일 간편 결제 서비스의 수용에 대해서 고액 결제 사용의도와 소액 결제 사용의도로 구분하여 통합기술 수용이론을 바탕으로 모바일 환경에 필수적인 요인을 추가하여 실증적으로 분석을 수행하였다는 것이다. 특히, 고액과 소액 결제 사용의도라는 두 가지 집단으로 나누어 분석함으로써 고객이 스마트폰을 사용하여 모바일 간편 결제를 사용하려는 동기와 요인을 파악하였다. 또한, 실무적인 시사점으로는 스마트폰과 같은 기기를 사용하는 사용자들의 설문을 통계적으로 처리하고 실증적으로 분석함으로써 모바일 간편 결제 서비스를 제공하고 이 서비스를 활성화시키기 위해서 어떠한 상품이나 거래 시에 어떤 방식으로 준비하고 대처하여야 할지에 대한 방향성을 제시하였다는 것이다. 즉, 오프라인 결제와 다르게 모바일 환경의 간편 결제를 강화하고 발전시키기 위해서 고액 결제시의 접근 방법과 소액 결제시의 접근 방법을 각각 다르게 준비하고 고객에 대한 이해를 더욱 깊이 있게 하고 경쟁 환경에 대응할 수 있도록 기업에 실무적인 시사점을 제공하여 준다. 예전에는 무선 온라인

환경에서 모바일 간편 결제 서비스를 사용하는 것을 보안과 관련된 위험 요인 때문에 개인이 손쉽게 접근하기 어려운 점이 있었지만, 좀 더 빠르고 좀 더 접근이 쉽고, 보안이 강화된 무선 환경으로 변화되고, 모바일 간편 결제 서비스의 편이성이 증가하고 보안의 문제를 해결할 수 있는 서비스 제공자에 대한 신뢰와 시스템에 대한 신뢰가 증가함에 따라서 사용자들이 초기의 소액 사용의 범위에서 고액 사용으로 범위를 확장하는 것을 보여준다. 즉, 모바일 간편 결제 시장이 성숙함에 따라서 고액 결제 시에도 모바일 간편 결제 서비스를 사용하는 것으로 변화되는 것을 확인할 수 있다.

물론 이 연구가 갖고 있는 한계점이 존재한다. 고액 결제 사용의도와 소액 결제 사용의도라는 두 가지 구분이 이론적으로 정립되어진 것이 아니고, 기존의 소수의 논문에서 사용하였던 구분에 따라서 진행하였기에 여러 가지 연구를 통한 이론적인 깊이가 부족할 수도 있다. 그러나 급격하게 변화하고 발전하는 스마트 기기를 이용한 모바일 간편 결제 서비스 시장에서 고객의 성향에 따른 집단을 구분한 통합적인 모형으로 서비스의 수용을 분석하려고 시도하였다는 의의를 갖고 있다. 추후에 모바일 간편 결제 서비스의 지속 사용의도와 같은 후속 연구를 진행할 여지를 남겨둔다.

참고문헌

DMC미디어, “2019 모바일 간편 결제 서비스 이용 행태,” 2019
강선희, “통합기술수용이론(Utaut)을 기반으로

간편결제 서비스 수용 의도와 이용에 관한 연구 : 혁신저항의 조절효과를 중심으로,” 부경대학교 대학원 국내박사학위논문, 2016.

강선희, 소원근, 김하균, “고액결제와 소액결제에서 간편결제 요인이 이용행동에 미치는 영향,” 무역연구, 제11권, 제3호, 2017, pp.483-497.

고창현, 한은희, “모바일 간편결제의 속성과 사용의도: 비사용자를 중심으로,” 한국방재학회 논문집, 제16권, 제2호, 2016, pp. 191-196.

김기호, 이형용, “예방초점 성향 및 성격과 모바일 간편 결제 시스템에 대한 연구,” 정보시스템연구, 제26권, 제4호, 2017, pp.303-325.

김정민, 이형용, “정보시스템 컨설팅 만족도와 기업성과의 관계에 대한 연구,” 정보시스템연구, 제26권, 제4호, 2017, pp.189-202

김호영, 김진우, “모바일 인터넷의 사용에 영향을 미치는 중요 요인에 대한 실증적 연구,” 경영정보학연구, 제12권, 제3호, 2002, pp. 89-113.

매일경제, “스마트폰 사용자 80% 간편결제 이용...60%는 사용 늘릴 계획,” 2019

박일순, “통합기술수용이론(UTAUT) 기반 모바일 신용카드 서비스의 사용자 수용 모형에 관한 연구,” 국민대학교 비즈니스IT전문대학원 국내박사학위논문, 2013.

양승호, 황운성, 박재기, “통합기술수용이론(UTAUT)에 의한 핀테크 결제서비스

- 사용의도에 관한 연구,” 경영경제연구, 제38권, 제1호, 2016, pp. 183-209.
- 윤병훈, “핀테크의 서비스 품질, 기술수용이 만족도, 재이용의도, 공유가치창출, 기업 명성에 미치는 영향 연구,” 한성대학교 대학원 박사학위논문, 2017.
- 윤지현, 광기영, “제너러티비티역량 : 개념적 정의 및 결정요인,” 지식경영연구, 제15권, 제3호, 2014. pp. 95-120.
- 이데일리, “삼성전자 ‘삼성페이’, 누적 거래액 40조원 돌파,” 2019
- 이형용, 안현철, “대중 집단지성의 사용자 수용 모형에 관한 연구,” *Journal of Information Technology Applications and Management*, 제17권, 제4호, 2010, pp. 1-17.
- 이흥재, “핀테크 기반 모바일 간편 결제 서비스의 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” 송실대학교 대학원 박사학위논문, 2017.
- 전새하, 박나래, 이종정, “공공부문 클라우드 컴퓨팅 서비스 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” *Entrue Journal of Information Technology*, 제10권, 제2호, 2011, pp. 97-112.
- 정보통신기술진흥센터, “경쟁이 심화되는 간편 결제 서비스,” *ICT Spot Issue*, 제S17권, 제8호, 2017, pp.1-22
- 하준석, “간편 결제 서비스 수용의도의 결정요인에 관한 연구,” 계명대학교 대학원국내박사학위논문, 2017.
- 한국소비자원, “모바일 지급결제서비스 실태조사서,” 2016
- 한동균, “핀테크 수용 및 활성화에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” 연세대학교 대학원 박사학위논문, 2016.
- Anderson, J. C., and Gerbing, D. W. “Structural Equation Modeling in Practice: Review and Recommended Two-Step Approach,” *Psychological Bulletin*, Vol. 103, No. 3, 1988, pp. 411-423.
- Chae, M., and Kim, J., “What's so different about the mobile internet?” *Communications of the ACM*, Vol. 46, No. 12, 2003, pp. 240-247.
- Davis, F. D. “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology,” *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, 1989, pp. 319-340
- Fishbein, M., and Ajzen, I., *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*, Addison-Wesley, USA, 1975.
- Gefen, D., “E-commerce: The role of familiarity and trust” *Omega*, Vol. 28, No. 6, 2000, pp. 725-737.
- Giddens, A., *The consequences of modernity*, Stanford University Press, Stanford, CA, 1990.
- Hair, J. T., Anderson, R. E., Tatham, R. L., and Black, W. C. *Multivariate Data Analysis*(7th ed.), Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, 1998.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Pieper, T. M., and Ringle, C. M., “The use of partial least

- squares structural equation modeling in strategic management research: A review of past practices and recommendations for future applications,” *Long Range Planning*, Vol. 45, No. 5, 2012, pp. 320-340.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., and Gudergan, S. P., “Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling, Sage, Thousand Oaks, CA, 2018
- Higgins, E. T., “Beyond pleasure and pain,” *American Psychologist*, Vol. 52, No. 12, 1997, pp. 1280-1300.
- Higgins, E. T., “Self-discrepancy: A theory relating self and affect,” *Psychological Review*, Vol. 94, 1987, pp. 319-340.
- Kalakota, R., and Robinson, M., *M-business: The race to Mobility*, McGraw-Hill, 2002.
- Keil, M., Tan, B., C., and Wei, K., “A cross-cultural study on escalation of commitment behavior in software project,” *MIS Quarterly*, Vol. 24, No. 2, 2000, pp. 299-325.
- Kelton, K., Fleischmann, K. R., and Wallace, W. A. “Trust in digital information,” *Journal of the Association for Information Science and Technology*, Vol. 59, No.3, 2008, pp. 363-374.
- Kim, C., Mirusmonov, M., and Lee, I., “An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment,” *Computers in Human Behavior*, Vol. 26, No.3, 2010, pp. 310-322.
- Lee, H., and Ahn, H., “A study on EC acceptance of virtual community users,” *Asia Pacific Journal of Information Systems*, Vol. 19, No. 1, 2009, pp. 147-165.
- Lewicki, R. J., Tomlinson, E. C., and Gillespie, N., “Models of interpersonal trust development: Theoretical approaches, empirical evidence, and future directions,” *Journal of Management*, Vol. 32, No. 6, 2006, pp. 991-1022.
- Luhmann, N., *Trust and power: Two works by niklas luhmann*, John Wiley and Sons, USA, 1979.
- Mallat, N., Rossi, M., Tuunainen, V. K., and Öörni, A., “The impact of use context on mobile services acceptance: The case of mobile ticketing,” *Information and Management*, Vol. 46, No. 3, 2009, pp. 190-195.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., and Schoorman, F. D., “An integrative model of organizational trust,” *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 3, 1995, pp. 709-734.
- Schierz, P. G., Schilke, O., and Wirtz, B. W., “Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis,” *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 9, No.

3, 2010, pp. 209-216.

Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., and Williams, M. D., “Modeling consumers’ adoption intentions of remote mobile payments in the united kingdom: Extending UTAUT with innovativeness, risk, and trust,” *Psychology and Marketing*, Vol. 32, No. 8, 2015, pp. 860-873.

Taylor, S., and Todd, P. A., “Understanding information technology usage: A test of competing models,” *Information Systems Research*, Vol. 6, No. 2, 1995, pp. 144-176.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., and Davis, F. D., “User acceptance of information technology: Toward a unified view,” *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 3, 2003, pp. 425-478.

Yu, C., “Factors affecting individuals to adopt mobile banking: empirical evidence from the UTAUT model,” *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 13, No. 2, 2012, pp. 104-121.

김 기 호 (Kim, Kiho)



선불 카드 정산사업(Pre-paid Card Settlement Business)을 수행하는 기업인 (주)이비카드(EB Card)에서 Sales Manager로 재직 중이다. 서울과학기술대학교(Seoul National University of Science & Technology)의 컴퓨터공학(Computer Science)으로 학부를 전공하였고, 서울시립대학교(University Of Seoul)의 경영학석사(MBA) 학위를 취득하였으며 한성대학교 대학원에서 박사학위를 취득하였다.

주요 연구 관심분야는 성격(personality), 동기부여(motivation), 지불결제(payment), 정보기술 수용(Behavioral intention on IT) 등이다.

이 형 용 (Lee, Hyoung-Yong)



한성대학교 경영학부 교수로 재직 중이며, 성균관대학교에서 경제학을 전공하고, KAIST 경영대학에서 MIS 전공으로 석사와 경영공학 박사 학위를 취득하였다. SKT, (주)SK, 전국신용연합재단, LG U+, 산업자원부등 산업체와 정부의 프로젝트를 수행하고, *Expert Systems with applications*, *International Journal of Mobile Communications*, *Technological Forecasting and Social Change* 등에 논문을 발표하였고, 주요 연구 관심 분야는 Trust, Virtual community, Accounting Auditing, Financial Fraud Detection, 등이 있다.

<Abstract>

The Study of Mobile Convenient Payments According to the Type of High and Low Value Payment Intentions

Kim, Kiho · Lee, Hyoung-Yong

Purpose

In order to find out the influential factors to accept the mobile convenient payment service like Apple pay or Samsung Pay based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology according to the type of High and Low value payments.

Design/methodology/approach

This research model is designed on the factors of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology and simultaneously analysed, or performed the empirical analysis of the PLS-SEM(Partial Least Squares structural equation model) in order to forage for the association among mobile convenient payment service's features.

Findings

According to the empirical analysis consequence, this research confirmed that the adoption of mobile convenient payment services is influence by features on the basis of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, mobility, and trust. Also, this paper figure out that the behavior of an user acceptance of mobile convenient payment services according to the type of high and low value payments.

Keyword: *Behavioral Intention for low value, Behavioral Intention for high value, UTAUT, Mobile convenient payment, Mobility, Trust*

* 이 논문은 2019년 6월 10일 접수, 2019년 6월 13일 1차 심사, 2019년 6월 21일 2차 심사, 2019년 6월 24일 게재 확정되었습니다.