

# 조절 초점에 따른 개인 특성이 스마트 결제시스템 수용에 미치는 영향<sup>1</sup>

## Personality impact on adoption of mobile convenient payments according to the regulatory focus

김기호 (Kiho Kim) (주)이비카드 HR Manager

이형용 (Hyoung-Yong Lee) 한성대학교 경영학부 부교수<sup>2</sup>

### ABSTRACT

In the rapidly changing business and economic environment, environment-equipped appropriate capacities should be used to adapt to the changing environment and the smart environment. First of all, it is important for the company to understand what kind of acceptance attitude it shows according to the consumers' tendency toward the mobile convenient payment system that users are increasing and deal with it accordingly. In order to analyze the market according to the individual personality factors of consumers, a model based on the integrated technology(UTAUT) and the regulatory focus suitable for the mobile environment was constructed and analyzed with the structural equation through PLS. As a result of analysis, it was found that neuroticism, openness to experience, and conscientiousness among consumer personality factors had a significant influence on accommodating the mobile convenient payment system according to the tendency of promotional focus. This study provides a direction for establishing a mobile convenient payment system for smart environment through data analysis of the propensity and personality of consumers from the viewpoint of knowledge management.

*Keywords: Regulatory focus, Knowledge management, UTAUT, Mobile convenient payment, Personality*

### 1. 서론

정보기술의 비약적인 발전과 더불어 스마트폰을 비롯한 스마트기기는 단순한 통신기기를 벗어나 언제 어디서든 고객의 필요를 충족시켜주는 중요한 도구로 자

리매김하였다. 특히, 보안에 대한 많은 우려를 대비한 다양한 기능이 구비되면서 금융결제수단의 일부분으로 발전해 왔다. 특히, 핀테크 기술의 발전과 금융서비스가 고도화되어지면서 다양한 결제서비스가 제공되고 있다. 특히, Samsung Pay, Apple Pay, Google Pay

<sup>1</sup> 논문접수일: 2017년 11월 14일; 2차 수정: 2017년 12월 4일; 게재확정일: 2017년 12월 11일.

이 연구는 한성대학교 교내연구비지원 과제임.

<sup>2</sup> 교신저자

등 국내외의 다양한 스마트기기를 이용한 모바일 간편 결제 서비스(Mobile Convenient Payment Service)가 활성화 되어지면서 이전에 현금이나 신용카드를 이용하던 금융결제서비스의 대변혁이 시작되고 있다.

이에 이 연구에서는 개인의 성격요인이 어떻게 모바일 간편결제 서비스의 수용에 영향을 미치는지 통합기술수용모형을 기반으로 분석하여서 빠르게 변화하는 경영환경에서 기업들이 대응할 수 있는 방향성을 제시하려고 한다. 특히, 최근 Big data 라고 하여 대용량의 고객 데이터를 보유하고 있는 기업들에게 이를 제대로 분석하여서 기업의 지식 경영에 적용하고 사용할 수 있는 기회를 제공하려고 한다. Big Five 라고 하는 성격요인과 함께 조절초점 이론을 이용하여서 모바일 간편결제서비스를 사용하는 고객들의 성향과 동기를 파악하고 설명하려고 한다.

이 논문은 우선 문헌 연구를 통하여서 모바일 간편결제서비스와 성격, 통합기술수용이론, 조절초점, 신뢰, 이동성에 대해서 살펴보고, 설문을 통해서 얻은 데이터

를 PLS 구조방정식을 통하여서 실증분석하고, 분석 결과를 바탕으로 결론에서 기업에 실제적인 방향성을 제시하고 학문적인 의의를 논한다.

## 2. 기존문헌 연구

### 2.1 모바일 간편 결제서비스

일반적으로 모바일 결제 서비스는 휴대폰 등 모바일 기기를 이용하여 온라인(On-line)또는 오프라인(Offline) 매장에서 상품 구매대금을 결제 하는 서비스를 통칭하는데(Dahlberg et al. 2008; 한국은행 2016), 모바일 간편결제 서비스는 모바일 결제서비스를 보다 쉽고 편하게 할 수 있도록 지불 절차 또는 지불을 위한 인증절차를 간소화시켜 결제 방식에 있어 간편성을 확보한 서비스를 의미한다(조은영·김희용 2015).

DMC미디어는 2016년 전세계모바일 결제 시장 규모가 약 6,200억 달러에 육박하며, 향후 지속적인 성장을

<표 1> 선행연구

연구자	연구유형	변수	연구내용
이홍재 (2017)	개념연구	혁신성, 자기효능감, 적합성, 편리성, 신뢰성, 가시성, 이미지	모바일 간편결제 이용의도에 관한 연구에서 편리성과 신뢰성은 지각된 유용성에 영향을 미치고 지각된 유용성은 지속적사용의도에 큰 영향을 미치는 것을 확인
황보총 (2017)	개념연구	자기효능감, 혁신성, 적합성, 보안성, 편재성, 신뢰성, 이미지, 가시성, 대중매체, 기대일치	스마트폰 결제의 지속적 이용의도에 관한 연구에서 간편결제를 포함하는 전자지갑 유형 분석을 통해 편재성과 신뢰성이 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치고 지각된 유용성이 지속적 사용의도에 영향을 미치는 것을 확인
Yang et al. (2015)	개념연구	Perceived Technological Uncertainty, Perceived Information Asymmetry, Perceived Regulatory Uncertainty, Perceived Service Intangibility	모바일 결제 서비스의 수용과 관련하여 불확실성-위협-가치 프레임워크를 제시하였으며, 소비자의 모바일 결제를 수용하는데 있어 금융리스크가 가장 큰 부정적인 요인임을 확인 함.

통해 2019년에는 약 1조 800억 달러에 이를 것으로 전망하였다(DMC미디어 2016). 또한 국내 모바일 결제 시장 역시 매우 빠르게 성장하고 있는데, 통계청(2017)에서는 온라인 쇼핑 분야에서 2016년 한 해 동안 64.9조원 이상의 금액이 거래되었으며, 이중 34.7조원이 모바일을 통해 지급결제가 이루어진 것으로 파악하고 있다. 이는 전체거래액의 53.5%에 해당하며, 전년 대비 온라인 쇼핑 전체 거래액은 20.5%가 증가했고, 그중 모바일 쇼핑 거래액은 41.9%가 증가한 것으로 모바일을 통한 지급결제의 성장률이 전체 온라인쇼핑 거래액 증가량의 두 배에 달하는 것을 알 수 있다. 이러한 배경에서 모바일 간편결제 서비스가 모바일 지급결제 시장의 성장을 주도해 나갈 것으로 예상되고 있다(BNK금융경영연구소 2015).

## 2.2 성격(Big Five Model Personality; Five Factor Theory of Personality)

성격은 한 개인을 다른 사람과 구별시켜주는, 개인이 지닌 지속적이고 독특한 패턴인 감정, 사고 그리고 행동에 기여하는 심리적 특성을 의미한다(Cervone and Pervin 2013). 이렇듯 인간의 삶과 밀접한 관계가 있는 성격은 고대 그리스 시대부터 오늘날까지 이에 대한 특성을 규명하고 이해하기 위하여 많은 노력이 있어왔다. 성격에 대한 정의는 하나로 정리되지 않고 매우 다양한 측면에서 정의 되고 있다. 최근의 성격심리학자들은 ‘한 개인을 다른 사람과 구별시켜주는, 개인이 지닌 지속적이고 독특한 패턴인 감정, 사고 그리고 행동에 기여하는 심리적 특성’을 성격의 정의로 인정하고 있다(Cervone and Pervin 2013).

최근의 여러 성격 연구를 통해 성격 5요인 이론이 가장 우세한 모델임이 증명되고 있는데(Caspi et al. 2005; John and Naumann 2010; John et al. 2008; McCrae and Costa 2008; Ozer and Benet-Martinez 2006), Goldberg(1981)는 성격의 5요인을 재정립

한 후 ‘Big Five’라는 용어를 사용하였는데, 이 용어가 널리 유행하여 현재까지 성격5요인을 ‘Big Five Model’로 지칭하고 있다. 이에 따라 본 연구에서는 개인의 성격을 설명하는 요인으로 McCrae와 Costa의 성격 5요인을 기반으로 연구를 수행하였으며, 각 성격요인의 명칭은 신경성(neuroticism), 외향성(extraversion), 개방성(openness to experience), 우호성(agreeableness), 성실성(conscientiousness)으로 지칭하기로 하였다. 신경성은 부정정서를 잘 느끼는 성격특질을 뜻하며 부정 정서성(negative affectivity) 또는 정서적 불안정성(emotional instability)으로 불린다(Coast and McCrae 1992; McCrae and Coast 1987; McCrae and Coast 1991). 외향성은 다른 사람과 함께 교류하는 인간관계적 자극을 추구하는 성향을 뜻한다(Coast and McCrae 1992; McCrae and Coast 1987; McCrae and Coast 1991). 개방성은 호기심이 많고 새로운 경험을 좋아하며 다양한 경험과 가치에 대하여 열린 자세를 지닌 개방적인 성향을 뜻한다(Coast and McCrae 1992; McCrae and Coast 1987; McCrae and Coast 1991). 우호성은 다른 사람에 대해서 우호적이고 협동적인 성향을 뜻하며, ‘친화성’이라고 불리기도 한다(Coast and McCrae 1992; McCrae and Coast 1987; McCrae and Coast 1991). 성실성은 자기조절을 잘 하고 책임감이 강한 성취지향적인 성향을 말한다(Coast and McCrae 1992; McCrae and Coast 1987; McCrae and Coast 1991).

## 2.3 통합기술수용이론(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)

컴퓨터의 등장과 함께 새로운 정보기술(Information Technology)들이 출현하면서 새롭게 출현한 기술에 대하여 사용자가 이를 수용하고 또 이용하는 행위를 예측하기 위한 연구가 다양하게 시도되었다. 한편, 사회 심리학에서는 사람의 심리적 요인이 감정과 사고

그리고 행동에 영향을 주는 것으로 인정하고 있는데 (Cervone and Pervin 2013), 기술 수용에 대한 연구는 개인의 행동의도와 행위가 개인의 신념(belief)과 태도(attitude)로부터 유발된다는 사회심리학 분야의 연구를 기반으로 하여, 이를 정보기술(Information Technology)의 사용의도와 사용행위에 관한 분야에 접목한 연구이다.

Fishbein and Ajzen(1977)은 개인의 신념(belief)이 태도(attitude)를 결정짓고, 태도는 행동의도를 형성시키고 행동의도는 행위로 발현되는 구조의 합리적 행위이론(TRA : Theory of Reasoned Action)을 발표하였는데, 단순한 연구모형으로 인하여 다양한 연구분야에서 활용되어 왔다. 이후 Davis et al(1989)은 합리적 행위이론(TRA)이 신념(belief)을 구체화하지 않아 범용성을 가지지만 반대로 특정분야, 특정상황을 설명하는 데에는 적합하지 않다고 보고 신념(belief)을 구체화하여 '기술' 분야에 한정된 행동의도와 행위를 예측하는 기술수용모형(TAM : Technology Acceptance Model)을 개발하였다. 기술수용모형(TAM)은 현재 까지도 많은 연구자들로부터 새로운 정보기술(Information Technology)에 대한 수용과 사용을 설명하는 모형으로 이용되고 있지만, 정보기술(Information Technology)의 다양한 환경을 충분히 반영하지 못하는 한계가 있는 것으로 평가되고 있다.(Venkatesh et al. 2003).

한편, Venkatesh et al. (2003)은 기존의 기술 수용에 관련한 여덟 가지 이론들을 통합하여 통합기술수용이론(UTAUT : Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)을 제안하였는데, 통합기술수용이론(UTAUT)은 오랜기간 많은 연구자들에 의해 검증되고 발전된 기술수용모형(TAM)보다 더욱 우수한 성과를 보여주는 이론으로 특히 정보기술(Information Technology) 분야에서 널리 사용되고 있다. 통합기술수용이론(UTAUT)은 사용행위를 종속변수로, 사용

의도를 매개변수로 하며, 매개변수에 영향을 주는 독립요인으로는 '성과기대(Performance Expectation)', '노력기대(Effort Expectation)', '사회적 영향(Social Influence)'을 채택하였고 종속변수에 직접 영향을 주는 요인으로는 '촉진조건(Facilitating Condition)'을 채택하였다. 그리고 '성별(Gender)', '나이(Age)', '경험(Experience)', '사용의 자발성(Voluntariness of Use)'에 의해 의해 통제되어지는 구조를 취하고 있다.

## 2.4 이동성

많은 IS(Information System) 연구자들은 모바일 간편결제 서비스는 주로 스마트폰을 기반으로 제공되는데, 스마트폰과 같은 모바일 기기를 기반으로 하는 서비스의 가장 큰 특징 중 하나는 시간과 장소와 무관하게 서비스를 이용할 수 있다는 점이다(Kim et al. 2010). 이동성은 연구자에 따라서 '편재성', '즉시 접속성' 등으로 표현되기도 하는데, 과거 2000년을 전후로 휴대전화화가 활성화 되면서, 그리고 최근 스마트폰이 활성화 되면서 이동성을 기반으로 하는 새로운 정보기술의 수용의도와 관련한 연구가 활발히 진행되었으며, 그러한 연구를 통해 이동성이 모바일 기기를 이용한 새로운 정보기술에 대한 수용의도 또는 사용행위와 직, 간접 효과가 있음이 확인되고 있다. 이인희(2001)와 한승수·오경수(2006) 그리고 이선경(2004)은 이동전화의 이용 동기와 관련한 연구에서 이동성이 이동전화를 이용하는 데 있어 동기요인으로 작용한다고 주장하였고, 양일영·이수영(2011)은 스마트폰의 이용 동기에 관한 연구에서 상시적 정보활동과 즉시성과 같은 스마트폰의 이동성에 기반한 속성이 스마트폰 이용 동기 요소임을 확인하였다.

## 2.5 신뢰

신뢰(trust)는 심리학, 경제학, 경영학 등 다양한 사회과학 분야에서 매우 중요한 요인으로 인정받고 있는 주

제로서, 많은 연구자들이 다양한 분야에서 신뢰(trust)의 본질과 신뢰(trust)가 형성되는 과정에 대한 연구가 활발히 진행되고 있다. 그러나 아직까지 신뢰(trust)에 대한 통일된 정의가 수립되지 않고 있는데, 이에 따라 신뢰(trust)에 대한 정의 역시 각 분야에 맞추어 다양하게 내려지고 있다 (Lee and Ahn 2009; 이선중 2009; Lewicki and Bunker 1995; Lindsfold 1978). 예를 들면, 심리학에서는 신뢰(trust)를 '상대방에 대한 개인의 긍정적인 감정 상태'로 정의하고(Mayer et al. 1995; Lewicki et al. 2006), 사회심리학에서는 '구성원 사이에 형성된 관계 속성'으로 정의하기도 한다(Granovetter 1985; Lewis and Weigert 1985). 또한 본 연구와 같이 정보기술(Information Technology) 분야에서는 신뢰(trust)를 '정보 부족에 의한 불확실성과 취약성의 상황에서 발생하는 것'으로 보고 있는데(Kelton et al. 2008; Giddens 1990; Luhmann 1979), 신뢰(trust)는 이러한 불확실한 상황에서 위험을 낮춰주는 요소로서 작용하는 것으로 인정받고 있다(Gefen 2000). 일반적으로 새로운 정보기술(Information Technology)의 출현은 이전보다 더 나은 혜택을 제공하지만 이와 더불어 기존에는 존재하지 않았던 새로운 위협요인을 수반하는데(양승호 외 2016), 앞서 언급한 것처럼 신뢰(trust)는 새로운 위협 요인 위험을 낮춰주는 요소로서 작용한다(Gefen 2000).

## 2.6 조절초점(Regulatory Focus)

Higgins(1997)는 사람들은 쾌락을 추구하고 고통을 회피하려 한다는 쾌락주의원리(hedonic principle)에 기반을 둔 자기차이이론(self discrepancy theory)을 제안하였는데, 자기차이이론(self discrepancy theory)에 따르면 사람들은 2가지의 다른 지향점을 지니고 그에 따라 2가지 유형의 동기가 형성된다고 주장하였다.

좀 더 구체적으로 살펴보면, 자기차이이론(self discrepancy theory)은 사람들은 실제적 자아(real-

self)와 이상적 자아(ideal-self), 그리고 규범적 자아(ought-self)의 차이로 인해 동기과정과 정보처리 과정이 작동된다고 설명하는 이론인데, 실제적 자아(real-self)는 현재의 자기 자신을 의미하고, 이상적 자아(ideal-self)는 추구하는 목표와 희망, 규범적 자아(ought-self)는 마땅히 이행하거나 지켜야 할 의무와 책임을 의미한다(Higgins 1997).

이 중 이상적 자아와 규범적 자아는 자신을 이끌어 가고 자신이 지향하는 지침과 기준이며 또한 자신의 신념이기 때문에 자기차이이론(self discrepancy theory)은 사람들이 실제적 자아(real-self)와 이상적 자아(ideal-self)의 차이가 클수록 우울한 감정을 더 많이 경험하게 되고 실제적 자아(real-self)와 규범적 자아(ought-self)의 차이가 클수록 불안한 감정을 더 많이 경험하게 되는데, 이러한 감정적 경험이 사람들의 동기를 유발한다는 이론이다(Higgins 1997).

한편, Higgins(1997)는 동기(motivation)에 관한 많은 이론들이 지나치게 쾌락주의(hedonic principle) 또는 프로이트(1856~1939)의 쾌락원칙(pleasure principle)에 근거하여 접근(approach)과 회피(avoidance)에 대한 개념에 집중하고 있음을 지적하면서 동기(motivation)를 설명하는 새로운 이론인 조절초점이론(regulatory focus)을 발표하였다. 사람들은 자신들의 목표추구 성향에 따라 향상초점(promotion focus) 동기와 예방초점(prevention focus) 동기(motivation)를 가지며, 향상초점(promotion focus) 성향의 사람들은 현재의 상태보다 더 나은 미래의 상태를 추구하면서 이에 따른 위험을 감수하는 수단을 사용하는 것을 선호하는 반면에 예방초점(prevention focus) 성향의 사람들은 현재의 상태를 안전하게 유지하는 상태를 추구하면서 이를 위해 위험을 회피하는 수단을 사용하는 것을 선호한다고 주장하였다. 이번 연구에서는 설문 응답자 중 향상초점 성향을 갖고 있어서 새로운 정보기술 서비스에 적극적으로 참여할 것으로 보이는 108명의 응



답자를 대상으로 실험을 진행하였다.

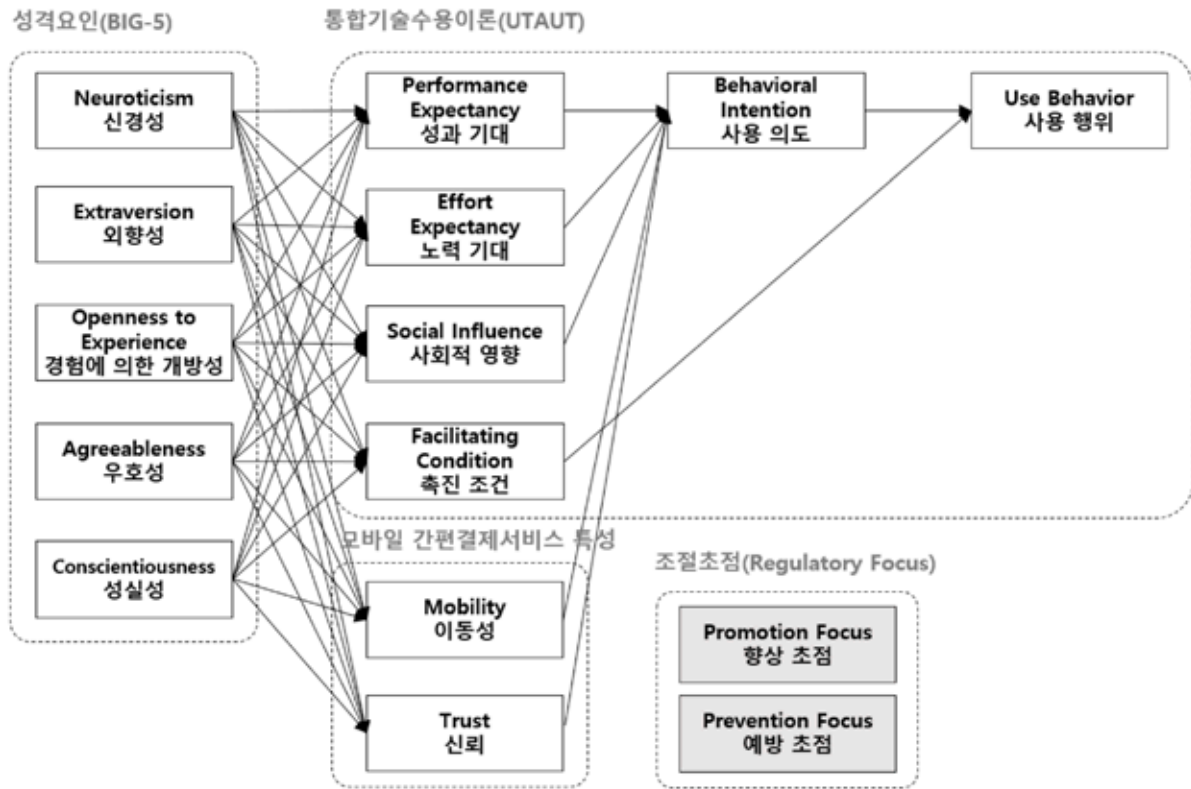
### 3. 연구모델 및 가설수립

본 연구에서는 개인의 성격 요인(personality trait)이 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 어떠한 영향을 미치는지를 분석하기 위하여 성격 5요인 이론(FFT: Five Factor Theory)과 통합기술수용이론(UTAUT)을 중심으로 하는 기초 연구 모형을 설계하였다.

기초 연구 모형은 최근 심리학 및 사회과학 등의 분야에서 널리 이용되는 신경성(neuroticism), 외향성(extraversion), 개방성(openness to experience), 우호

성(agreeableness) 그리고 성실성(conscientiousness)의 다섯 가지 성격 5요인(Five Factor Theory of Personality)과 모바일 간편결제 서비스의 대표적인 특징으로 이동성(mobility)과 신뢰(trust) 그리고 새로운 기술 사용에 대한 높은 설명이 있는 통합기술수용이론(UTAUT)의 성과기대(performance expectation), 노력기대(effort expectation), 사회적 영향(social influence), 촉진조건(facilitating condition), 사용의도(behavioral intention) 및 사용행위(use behavior)의 요인들로 구성하여 분석 할 수 있도록 설계하였다.

성격(personality)은 사람들의 태도(attitude), 신념(belief), 인식(cognitions) 그리고 행동(behaviors)을 부분적으로 결정하고, 개인의 고유한 특징을 반영하며 또한 모든 생각과 행동(behaviors)에 반영된다



<그림 1> 연구모델

(Devaraj et al. 2008). 예를 들면, 합리적 행위이론(TRA)은 성격을 행동(behaviors)에 간접적인 영향을 주는 외부 변수로 정의하면서, 성격 요소가 개인의 신념(belief), 태도(attitude), 의도(intention) 그리고 행동(behavior) 사이의 상호관계에 영향을 미치는 것으로 인정하고 있으며(Ajzen 1991), 합리적 행위이론(TRA)을 기반으로 개발된 기술수용모형(TAM)은 개인의 신념(belief)이 인지된 유용성(perceived usefulness)과 인지된 사용 용이성(perceived ease of use)에 직접적으로 영향을 미치고 또한 인지된 유용성(perceived usefulness)과 인지된 사용 용이성(perceived ease of use)은 태도(attitude)에 직접적인 영향을 미치는 것으로 설명하고 있다(Davis et al. 1989). 이를 종합하면 개인의 성격(personality)은 개인의 신념(belief)과 직접적인 관계가 있고, 태도(attitude)와는 간접적인 관계가 있음을 알 수 있으며, 또한 기술수용모형(TAM)에서의 인지된 유용성(perceived usefulness)과 인지된 사용 용이성(perceived ease of use)과도 관련이 있음을 알 수 있다(Devaraj et al. 2008).

한편, 본 연구에 적용된 통합기술수용이론(UTAUT)은 새로운 기술의 사용의도와 사용행위를 설명하기 위하여 합리적 행위이론(TRA), 계획된 행동이론(TPB), 기술수용모형(TAM) 등의 의도 및 행위에 관한 8개의 이론을 통합하여 만들어진 이론으로(Venkatesh et al. 2003), 성과기대(PE : Performance Expectation), 노력기대(EE : Effort Expectation), 사회적영향(SI : Social Influence)이 새로운 정보시스템을 사용하고자 하는 사용의도와 직접적인 관계가 있고 촉진조건(FC : Facilitating Condition)은 새로운 정보시스템을 사용하는 행위와 직접적인 관계가 있는 것으로 간주한다.

성과기대(PE)는 기술수용모형(TAM)의 인지된 유용성(perceived usefulness) 등이 구성개념으로 포함되어 있고, 노력기대(EE)에는 인지된 사용 용이성(perceived ease of use) 등의 개념이 포함되어 있

다. 또한 사회적 영향(SI)에는 주관적 규범(subject norm) 등의 개념이 포함되어 있으며 그리고 촉진조건(FC)에는 인지된 행위 통제(perceived behavioral control) 개념 등이 포함되어 있는데, 이렇듯 통합기술수용이론(UTAUT)의 네 개의 독립변수들은 각각 성격(personality)과 직, 간접적인 관계가 있는 요소로 구성되어 있으며, 이는 일반적으로 성격(personality)이 특정 행동(behaviors)을 수행하려는 동기(motivation)를 결정하는 인지과정을 통해 성격(personality)과 실제 행동(behaviors)으로 연결된다고 보는 것과 일치한다(Barrick et al. 2002). 따라서 모바일 간편결제 서비스의 사용의도 및 사용행위에 관한 일련의 과정에서도 성격(personality)이 일정수준 기여할 것으로 추정할 수 있다.

신뢰(trust) 역시 매우 중요한 요소이다. 본 연구에서는 이동성(mobility)과 신뢰(trust)를 모바일 간편결제 서비스의 중요 특성으로 설정하였으며, 구체적으로 이동성(mobility)은 ‘언제 어디서나 모바일 간편결제 서비스를 사용할 수 있다고 믿는 정도’로, 신뢰(trust)는 ‘모바일 간편결제 서비스를 통해 제공되는 정보나 결제 서비스에 대한 믿는 정도’로 정의하였다. 두 가지 서비스 특성 모두 믿음에 대한 수준으로, 즉, 개인의 신념(belief) 형식으로 정의하였는데, 전술한 바와 같이 이러한 신념(belief)은 사람들의 성격(personality)에 따라 부분적으로 결정되고(Devaraj et al. 2008), 또한 신념(belief)은 태도(attitude)를 형성하기 때문이다(Ajzen 1991). 한편, Davis (1989)는 기술수용모형(TAM)을 제안하면서 개인의 태도(attitude)가 새로운 기술에 대한 사용의도와 직접적인 관계가 있다고 주장하였는데, 이러한 배경에서 본 연구는 성격 5요인 이론(FFT)을 모바일 간편결제 서비스 특성에 대한 선행 변수로하여 각각의 성격 요인(personality trait)이 모바일 간편결제 서비스 특성인 이동성(mobility)과 신뢰(trust)에 미치는 영향을 살펴본다.

성격 5요인(FFM) 중 신경성(neuroticism)은 '부정정서를 잘 느끼는 성격정서'로 정의되며, 우울(depression), 불안(anxiety), 적대감(angry hostility), 자의식(self-consciousness), 충동(impulsivity) 그리고 취약성(vulnerability)의 6가지 하위 요소로 구성된다(Costa and McCrae, 1992). Wang and Yang(2005)은 통합기술수용이론(UTAUT)을 이용한 온라인 증권거래 시스템의 사용의도에 관한 연구에서 신경성(neuroticism)이 노력기대(EE)에 부(-)의 영향을 준다고 주장하였고, Devaraj et al(2008)와 Sriyabhand and John(2014)는 기술수용모형(TAM)을 이용한 연구에서 신경성(neuroticism)이 인지된 유용성(perceived usefulness)에 부(-)의 효과를 준다고 주장하였다.

**H1: 개인의 성격 요인(personality trait) 중 신경성(neuroticism)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 성과기대(PE), 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건(FC) 그리고 이동성(mobility) 및 신뢰(trust)에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

성격 5요인(FFM) 중 경험에 의한 개방성(openness to experience)은 '호기심이 많고 새로운 경험을 좋아하며 다양한 경험과 가치에 대하여 열린 자세를 지닌 개방적인 성향'으로 정의되며, 상상력(fantasy), 심미성(aesthetics), 감정개방성(feeling), 사고개방성(ideas), 행동개방성(actions) 그리고 가치개방성(values)의 6가지 하위 요소로 구성된다(Costa and McCrae, 1992). Wang and Yang(2005)은 통합기술수용이론(UTAUT)을 이용한 온라인 증권거래 시스템의 사용의도에 관한 연구에서 경험에 의한 개방성(openness to experience)은 노력기대(EE), 사회적 영향(SI) 그리고 촉진조건(FC)에 유의한 영향을 미친다고 주장하였고, Sriyabhand and John(2014)는 기술수용모형(TAM)을 이용한 연구에서 경험에 의한 개방성이 인지된 유용성에 정(+)의 효과를 준다고 주장하였다. 또한 Khan, M.,

Iahad, N. A., and Mikson, S. (2014)는 기술수용모형(TAM)을 이용한 컴퓨터 기반의 학습 연구에서 경험에 의한 개방성이 인지된 사용의 용이성에 정(+)의 효과를 준다고 주장하였다.

이러한 배경에서 본 연구에서는 경험에 대한 개방성(openness to experience)을 '새로운 경험이나 혁신에 대한 거부감이 적고, 인생의 실존적 도전에 보다 더 관여하게 하는 정도로 정의하고, 명칭 또한 '개방성(openness)'으로 명명하며, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

**H2: 개인의 성격 요인(personality trait) 중 개방성(openness)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 성과기대(PE), 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건(FC) 그리고 이동성(mobility) 및 신뢰(trust)에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

Wang and Yang(2005)은 통합기술수용이론(UTAUT)을 이용한 온라인 증권거래 시스템의 사용의도에 관한 연구에서 개방성(openness to experience)은 노력기대(EE), 사회적 영향(SI) 그리고 촉진조건(FC)에 유의한 영향을 미친다고 주장하였고, Sriyabhand and John(2014)는 기술수용모형(TAM)을 이용한 개방성이 인지된 유용성에 정(+)의 효과를 준다고 주장하였다. 또한 Khan, M., Iahad, N. A., and Mikson, S. (2014)는 기술수용모형(TAM)을 이용한 컴퓨터 기반의 학습 연구에서 개방성이 인지된 사용의 용이성에 정(+)의 효과를 준다고 주장하였다. 이러한 배경에서 본 연구에서는 개방성(openness to experience)을 '새로운 경험이나 혁신에 대한 거부감이 적고, 인생의 실존적 도전에 보다 더 관여하게 하는 정도로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

**H3: 개인의 성격 요인(personality trait) 중 개방성(openness)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 성과기대(PE), 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건**



**(FC) 그리고 이동성(mobility) 및 신뢰(trust)에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

개인의 태도(attitude)와 인식(cognitions) 그리고 행동(behaviors)은 다른 사람들이 어떻게 그것을 평가하는지에 대한 인식(cognitions)에 의해 영향을 받는데, 이때 우호성(agreeableness)은 매우 중요한 성격요소로 작용한다. Barrick et al.(2001)은 메타분석을 통해 우호성(agreeableness)이 다른 사람들을 돕거나 협력하는 상호작용과 팀워크에서 우호성(agreeableness)이 유의미한 타당도를 갖고 있음을 제시하였는데, 이는 새로운 정보 기술(Information Technology)이 협력 및 협업을 필요로 하는 경우 우호성(agreeableness)은 의미 있는 영향력을 미칠 것이라 추정할 수 있다. 또한 Devaraj et al.(2008)와 Sriyabhand and John(2014)는 기술수용모형(TAM)을 이용한 연구에서 우호성(agreeableness)이 인지된 유용성과 정(+)의 관계가 있다고 주장하였다. 이러한 배경에서 본 연구에서는 우호성(agreeableness)을 ‘타인과 편안하고 조화로운 관계를 유지하는 정도로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

**H4: 개인의 성격 요인(personality trait) 중 우호성(agreeableness)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 성과기대(PE), 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건(FC) 그리고 이동성(mobility) 및 신뢰(trust)에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

성실성(Conscientiousness)은 직장에서의 내재적 동기 부여와 높은 업무 수행 능력의 기본 요소로 평가되며(Barrick et al. 2001), 또한 이러한 성향은 인지된 유용성(perceived usefulness)과 주관적 규범(subject norm)과 연계하여 정보기술(Information Technology)을 사용하려는 의도를 강화시키거나 감소시킨다(Devaraj et al. 2008). 한편, Sriyabhand,

and John(2014)는 기술수용모형(TAM)을 이용한 연구에서 성실성(conscientiousness)이 인지된 유용성(perceived usefulness)에 정(+)의 효과를 준다고 주장하였으며, Khan, M., Iahad, N. A., and Mikson, S. (2014)는 기술수용모형(TAM)을 이용한 컴퓨터 기반의 학습 연구에서 성실성(conscientiousness)이 인지된 유용성(perceived usefulness)과 인지된 사용의 용이성(perceived ease of use)에 정(+)의 효과를 준다고 주장하였다. 이러한 배경에서 본 연구에서는 성실성(conscientiousness)을 ‘사회적 규칙, 규범, 원칙들을 기꺼이 지키려는 정도로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

**H5: 개인의 성격 요인(personality trait) 중 성실성(conscientiousness)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는데 있어 성과기대(PE), 노력기대(EE), 사회적 영향(SI), 촉진조건(FC) 그리고 이동성(mobility) 및 신뢰(trust)에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

통합기술수용이론(UTAUT)의 성과기대(PE)는 ‘시스템을 사용하는 것이 업무 성과를 향상 시킬 수 있다고 믿는 정도로 정의 되는데, 많은 선행연구에서 성과기대(PE)는 정보기술(Information Technology)의 사용의도를 설명하는데 있어 매우 강한 영향을 미치는 변수로 보고되고 있다(전세하 외 2011).

한편 모바일 간편결제 서비스는 정보기술(Information Technology)이고, 기존의 어떠한 결제 서비스보다 간편한 절차로 결제 행위를 할 수 있는 서비스이므로 사용자는 모바일 간편결제 서비스를 사용함으로써 이전보다 더 나은 경험을 기대 할 수 있을 것이며, 이러한 기대가 클수록 모바일 간편결제 서비스를 이용하고자 하는 의도가 더 커지게 될 것이다.

이러한 배경에서 본 연구에서는 성과기대(PE)를 ‘모바일 간편결제 서비스를 이용함으로써 전보다 발전된 결제 서비스를 경험할 수 있을 것이라는 기대 정도로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

**H6: 성과기대(PE)는 모바일 간편결제 서비스를 사용하는 데 있어 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

통합기술수용이론(UTAUT)의 노력기대(EE)는 '시스템 사용이 용이한 정도로 정의 되는데, 노력기대(EE) 역시 많은 연구에서 정보기술(Information Technology)의 사용의도를 설명하는데 있어 유의한 영향을 미치는 변수로 보고되고 있으며(전재하 외 2011), 모바일을 이용한 결제서비스와 관련된 연구에서도 노력기대(EE)가 모바일 결제서비스의 사용의도에 영향을 미치는 것이 확인되고 있다(강선희 2016).

한편, 모바일 간편결제 서비스를 이용하기 위해서는 최초에 한번 별도의 앱(APP)을 설치하고 카드번호 또는 계좌번호 등 결제에 필요한 정보와 비밀번호 또는 지문과 같은 결제 승인에 필요한 정보를 미리 등록해야 하는 불편함이 있지만, 등록 이후부터는 기존의 어떠한 결제 수단보다 간편한 절차로 결제 행위를 할 수 있는 서비스이므로 그 사용 방법이 결코 어렵지 않을 것이라 유추할 수 있다. 또한 최초의 등록 절차 이후부터는 지불 결제 시 기존의 카드번호, 계좌번호 등을 입력할 필요 없이 간단히 비밀번호 입력 또는 지문 인식 등과 같은 결제를 승인하기 위한 단순한 행위만으로 서비스 이용이 가능하기 때문에 사용자는 모바일 간편결제 서비스를 이용하는 방법을 익히는데 있어 어려움을 느끼지 않을 것이라 기대할 수 있는데, 이러한 기대가 클수록 모바일 간편결제 서비스를 이용하고자 하는 의도가 더 커지게 될 것이다.

이러한 배경에서 본 연구에서는 노력기대(EE)를 '모바일 간편결제 서비스를 사용하는 것이 용이하다고 믿는 정도로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

**H7: 노력기대(EE)는 모바일 간편결제 서비스를 사용하는 데 있어 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

통합기술수용이론(UTAUT)의 사회적 영향(SI)은 '주

변의 중요한 사람들이 내가 새로운 시스템을 사용해야 한다고 믿는 정도로 정의 되는데, 특히 모바일 기반 정보기술(Information Technology)과 같이 사람과 사람 사이의 사회적 관계를 형성하고 유지하는데 큰 영향을 미치는 기술 또는 서비스는 사회적 영향(SI)과 관련된 요소가 더 크게 작용할 수 있다. 또한 모바일 간편결제 서비스는 2장의 이론적 배경에서 전술한 바와 같이 국, 내외를 막론하고 매우 빠른 속도로 성장하고 있는데, 이러한 사회적 분위기 속에서 사용자에게 중요한 관계를 맺고 있는 주변 사람들이 사용자가 모바일 간편결제 서비스를 사용할 것이라고 믿고 있다는 사실을 사용자가 인지한다면, 사용자는 모바일 간편결제 서비스를 이용함에 있어 다소 불편하고 어려움이 있더라도 모바일 간편결제 서비스를 이용하려는 의도가 더욱 강하게 발생할 것이다.

한편, 강선희(2016)는 모바일을 이용한 결제서비스와 관련된 연구에서를 통해 사회적 영향(SI)이 모바일 결제서비스의 사용의도 영향을 미치는 것이 확인하였는데, 이러한 배경에서 본 연구에서는 사회적 영향(SI)을 '모바일 간편결제 서비스를 사용해야 한다고 주변사람들이 믿는 것을 인지하는 수준'으로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

**H8: 사회적 영향(SI)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는 데 있어 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

통합기술수용이론(UTAUT)의 촉진조건(FC)은 '시스템을 사용하는 것을 지원하는 조직적인 인프라가 존재한다고 믿는 정도로 정의 된다. 국내의 모바일 간편결제 서비스는 앞서 이론적 배경에서 전술한 바와 같이 오프라인에서는 편의점 등 일부 가맹점에만 NFC 결제 단말기 인프라 갖춰진 점과 계속해서 국내의 사업자가 새로운 모바일 간편결제 서비스 사업에 도전하는 것을 감안 할 때 촉진조건(FC)은 모바일 간편결제 서비스의 이용행위에 있어 중요한 요인으로 고려 될 수 있다.

이러한 배경에서 본 연구에서는 촉진조건을 ‘모바일 간편결제 서비스를 이용할 때, 본인의 이용활동을 지원해주는 조직적, 기술적 환경이 조성되었다고 믿는 정도로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

**H9: 촉진조건(FC)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는 데 있어 사용 행위에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

모바일 간편결제 서비스의 가장 큰 특징 중 하나는 시간과 장소와 무관하게 언제 어디서든 간편결제 서비스를 이용할 수 있다는 점이다 (Kim et al. 2010). 최근 스마트폰이 활성화 되면서 이동성(mobility)은 모바일 서비스와 관련된 연구에서 매우 중요한 변수로 인정받고 되고 있으며, 일반적으로 사회과학 분야에서는 이동성(mobility)을 움직임(movement)을 의미하는 기술적인 요소가 아닌 언제 어디서든 시간과 공간의 제약을 받지 않고 서비스를 이용할 수 있는 상태를 의미하는 개념적인 의미로 사용하는데(윤병훈 2017; 한동균 2016; 황보충 2016; 박일순 2013; Kim et al. 2010), 본 연구 역시 이동성을 ‘언제 어디서나 모바일 간편결제 서비스를 사용할 수 있다고 믿는 정도로 개념적인 요소로 정의하였다. 한편, 다수의 연구자들에 의해 이동성(mobility)이 핀테크(fin-tech) 및 모바일 간편결제 서비스의 사용의도에 유의한 영향을 미친다는 사실이 확인되고 있는데(김호영·김진우 2002; Chae and Kim 2003), 이러한 배경에서 본 연구는 다음과 같이 가설을 설정하였다.

**H10: 이동성(mobility)은 모바일 간편결제 서비스를 사용하는 데 있어 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

일반적으로 새로운 정보기술(Information Technology)의 도입은 이전보다 더 나은 혜택을 제공하지만 그에 따르는 새로운 위협요인을 수반한다. 이러한 이유로 최근 정보기술(Information Technology)

관련 연구에서는 새로운 정보기술(Information Technology)에 대한 사용자의 사용의도를 설명함에 있어 신뢰(trust)의 역할에 대한 관심이 높아지고 있다 (양승호 외 2016; 오종철 2010; 안중호 외 2010). 특히 핀테크(fin-tech) 및 모바일 관련 연구에서 분야에서는 신뢰(trust)와 핀테크(fin-tech) 또는 모바일 간편결제 서비스의 사용의도에 관한 연구가 활발히 진행되고 있는데, 다수의 연구자들에 의해 신뢰(trust)가 핀테크(fin-tech) 및 모바일 간편결제 서비스의 사용의도에 유의한 영향을 미친다는 사실이 확인되고 있다(이홍재 2017; 양승호 외 2016; 박일순 2013).

이러한 배경에서 본 연구에서는 신뢰(trust)를 ‘모바일 간편결제 서비스를 통해 제공되는 정보나 결제 서비스에 대한 믿음의 수준’으로 정의하고, 다음과 같이 가설을 설정하였다.

**H11: 신뢰(trust)는 모바일 간편결제 서비스를 사용하는 데 있어 사용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

본 연구의 궁극적 목적은 모바일 간편결제 서비스의 사용행위(use behavior)를 예측하는데 있으며, 이를 위해 통합기술수용이론(UTAUT)을 적용하였다. 한편, 통합기술수용이론(UTAUT)에서는 의도(behavioral intention)가 행위(use behavior)를 유발한다고 보고 있으며, 실제 많은 연구에서 의도(behavioral intention)가 행위(use behavior)에 영향을 미치는 것으로 규명되고 있다(강선희 2016; 강명희 외 2013)

이러한 배경에서 본 연구에서는 사용의도를 (behavioral intention) ‘모바일 간편결제 서비스를 이용하고자 하는 의도나 계획’으로 정의하였고, 사용행위(use behavior)를 ‘실제 모바일 간편결제를 이용하고 있으며 향후 지속적 이용과 주변인들에게 추천하고자 하는 의향 정도로’ 정의하고 다음과 같이 가설을 설정하였다.

**H12: 사용의도(behavioral intention)는 모바일 간편결제**

서비스를 사용하는데 있어 사용행위(use behavior)에 유의한 영향을 미칠 것이다.

## 4. 연구방법

### 4.1 측정도구의 개발

측정도구는 타당성이 검증된 기존연구의 설문문항

을 토대로 구성하였으며 현재 연구환경에 맞게 연구자가 수정하거나 개발하였다. 변수들은 측정도구의 신뢰성을 높이기 위하여 복수개의 측정항목으로 측정하였으며 모든 항목은 7점 리커트 척도로 측정되었다. 또한 30명의 MIS전공 대학원생을 대상으로 파일럿 테스트를 실시하여 설문항목을 검토 받아 내용타당성을 점검하였으며 최종 설문항목에 반영하였다. 변수의 조작적 정의 및 관련문헌을 <표 2>와 같이 요약 정리하였다.

<표 2> 변수의 조작적 정의 및 관련문헌

연구변수	조작적 정의	관련문헌
성과기대	모바일 간편결제 서비스를 이용함으로써 전보다 발전된 결제 서비스를 경험할 수 있을 것이라는 기대 정도	강선희(2016), 김봉철 외(2007) 박일순(2013), 이형용·안현철(2010) Kim et al.(2010) Schiertz et al. (2010) Venkatesh et al. (2003)
노력기대	모바일 간편결제 서비스를 사용하는 것이 용이하다고 믿는 정도	
사회적영향	모바일 간편결제 서비스를 사용해야 한다고 주변사람들이 믿는 것을 인지하는 수준	
촉진조건	모바일 간편결제 서비스를 이용할 때, 본인의 이용활동을 지원해 주는 조직적, 기술적 환경이 조성 되었다고 믿는 정도	
이동성	언제 어디서나 모바일 간편결제 서비스를 사용할 수 있다고 믿는 정도	
신뢰	모바일 간편결제 서비스를 통해 제공되는 정보나 결제 서비스에 대한 믿음의 정도	
사용의도	모바일 간편결제 서비스를 이용하고자 하는 의도나 계획	
사용행위	실제 모바일 간편결제를 이용하고 있으며 향후 지속적 이용과 주변인들에게 추천하고자 하는 의향 정도	
신경성	흥분과 침울, 기쁨과 슬픔 등 감정의 양 극단을 오가는 정도	
개방성	새로운 경험이나 혁신에 대한 거부감이 적고, 인생의 실존적 도전에 보다 더 관여하게 하는 정도	
외향성	타인과의 상호작용을 원하고 타인의 관심을 끌고자 하는 정도	
우호성	타인과 편안하고 조화로운 관계를 유지하는 정도	
성실성	사회적 규칙, 규범, 원칙들을 기꺼이 지키려는 정도	



## 4.2 자료수집 및 표본의 특성

연구모형을 검증하기 위하여 개인들을 대상으로 설문조사를 진행하였다. 약 4주간 설문지를 배포하여 향상초점의 성향을 갖고 있는 108개를 최종분석에 사용하였다. 표본의 인구통계학적 특성을 <표 3>과 같이 요약 정리하였다.

## 5. 분석 및 결과

## 5.1 측정모델

본 연구의 데이터의 통계 분석은 일반적으로 널리 사용되는 통계 분석 소프트웨어인 SPSS 24 와 SmartPLS 3.2.6을 이용하였다. 이들 소프트웨어를 이용하여 집중타당성, 판별타당성, 신뢰성 분석을 수행하였다. 집중타당성을 검토하기 위해서 우선 각 변수의 단일차원성을 검토하였다. 제안된 방법론 절차(Anderson and Gerbing 1988)에 따라, 요인적재량 값이 0.6 이하의 관측변수를 한번에 하나씩 제거하였다(윤지현·곽기영 2014).

<표 3> 표본의 인구통계학적 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
성별	남성	67	62
	여성	41	38
연령	10대 이하	1	1
	20대	50	46
	30대	29	27
	40대	15	18
	50대	11	14
	60대 이상	2	2
직업	회사원	41	38
	학생	45	42
	전문직	9	8
	자영업	8	7
	공무원	3	3
	기타	2	3
학력	대학원 이상	19	18
	대학교 이상	76	72
	대학 이상	5	5
	고등학교 이하	8	7
인터넷 बैं킹 경험 유무	이용함	89	82
	이용하지 않음	19	18
모바일 बैं킹 경험 유무	이용함	83	77
	이용하지 않음	25	23

<표 4> 집중타당성 분석 결과

Construct	Indicators	Outer Loading	Cronbach's alpha	Composite Reliability	AVE
촉진조건	FC1	0.807	0.782	0.868	0.687
	FC2	0.844			
	FC4	0.836			
이동성	MO1	0.784	0.857	0.868	0.687
	MO2	0.892			
	MO3	0.790			
	MO4	0.878			
신경성	NE2	0.880	0.807	0.878	0.706
	NE3	0.808			
	NE4	0.831			
개방성	OP2	0.795	0.813	0.873	0.634
	OP3	0.803			
	OP4	0.863			
	OP7	0.716			
성과기대	PE1	0.885	0.904	0.933	0.776
	PE2	0.901			
	PE3	0.874			
	PE4	0.862			
사회적 영향	SI1	0.857	0.841	0.892	0.675
	SI2	0.775			
	SI3	0.748			
	SI4	0.897			
신뢰	TR1	0.799	0.813	0.877	0.642
	TR2	0.807			
	TR3	0.875			
	TR4	0.715			
사용의도	UI1	0.933	0.949	0.963	0.867
	UI2	0.954			
	UI3	0.960			
	UI4	0.875			
사용	UB1	0.899	0.907	0.935	0.782
	UB2	0.864			
	UB3	0.903			
	UB4	0.871			

노력기대	EE1	0.889	0.909	0.936	0.786
	EE2	0.888			
	EE3	0.865			
	EE4	0.904			
성실성	CO1	0.789	0.492	0.797	0.663
	CO2	0.839			
우호성	AG1	0.780	0.868	0.908	0.711
	AG2	0.848			
	AG3	0.857			
	AG4	0.885			

다음으로 판별타당성을 평가하였다. 판별타당성은 각 변수에 대한 평균분산추출의 제곱근 값과 다른 변수와의 상관계수를 비교함으로써 검토되었다. <표 5>와 같이, 각 변수에 대한 평균분산추출의 제곱근 값은

그 변수와 다른 변수간의 상관계수 값을 모두 상회함을 확인할 수 있다. 따라서 본 연구에서 사용된 측정항목은 판별타당성을 가지고 있음을 확인하였다.

<표 5> 판별타당성 분석 결과

변수	OP	EE	UB	SI	PE	CO	UI	NE	TR	EX	AG	MO	FC
개방성(OP)	<b>.796</b>												
노력기대(EE)	.282	<b>.887</b>											
사용(UB)	.102	.473	<b>.884</b>										
사회적영향(SI)	.053	.515	.774	<b>.822</b>									
성과기대(PE)	.270	.519	.652	.815	<b>.881</b>								
성실성(CO)	.223	.334	.341	.434	.383	<b>.814</b>							
사용의도(UI)	.015	.407	.867	.819	.704	.355	<b>.931</b>						
신경성(NE)	.004	.130	.279	.202	.135	.107	.302	<b>.840</b>					
신뢰성(TR)	.157	.399	.424	.454	.476	.115	.358	-.080	<b>.801</b>				
외향성(EX)	.298	.184	.119	.075	.069	.136	.032	-.113	.176	<b>.846</b>			
우호성(AG)	.344	.194	.102	.158	.189	.458	.068	-.023	.238	.426	<b>.843</b>		
이동성(MO)	.195	.532	.595	.587	.618	.298	.536	.185	.497	.081	.038	<b>.838</b>	
촉진조건(FC)	.231	.601	.708	.628	.594	.309	.689	.333	.357	.109	.121	.588	<b>.829</b>

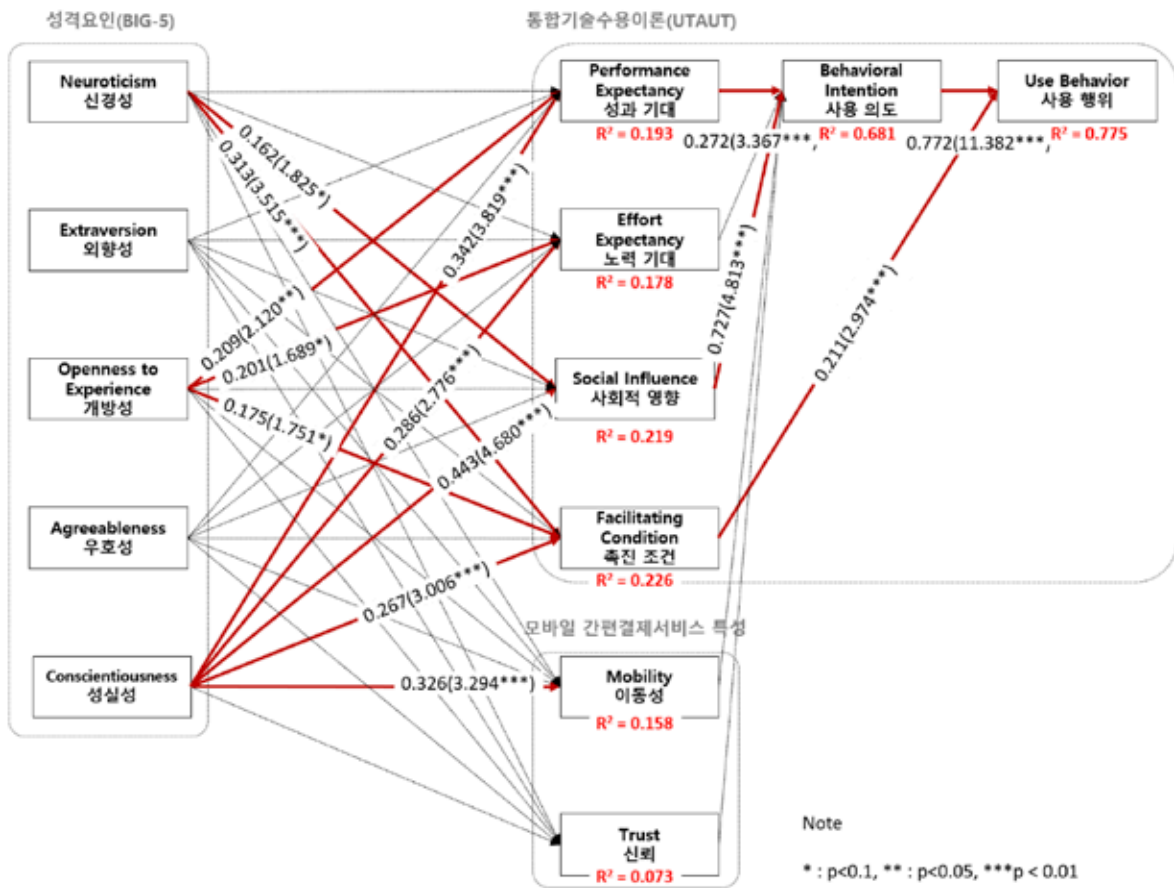
주: 대각선 값은 평균분산추출의 제곱근 값을 나타내며, 비 대각선의 값들은 변수들 간의 상관계수를 나타냄

### 5.2 구조모델 및 가설검정

본 연구에서는 가설검증을 위하여 PLS의 구조방정식모델을 이용하였다. Hair et al.(2012)에 따르면 연구의 목적 측면에서 핵심 잠재변수 또는 중요한 동인 변수를 예측하는 연구일 때, 그리고 측정모델 측면에서는 많은 잠재변수와 측정변수가 존재하는 복잡한 구조모델의 경우일 때, 그리고 측정 데이터 측면에서는 표본크기가 작거나 데이터가 정규분포를 따르지 않는 경우일 때에 PLS 구조방정식(PLS-SEM)을 이용한 분석이 적합한 것으로 판단 하고 있다 (Taylor and Todd 1999; Hair et al. 1988). 본 연구에서 수행한 경로분석의 결과는 신뢰할 만한 수준에 있다고 할 수 있고 PLS

분석결과는 <그림 2>와 같다.

결과를 살펴보면 신경성, 개방성, 성실성이 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건, 이동성에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 이를 매개로 하여서 사용의도를 통하여서 사용에 이르기까지 미치는 효과를 살펴볼 수 있었다. 성격요인 중에서 외향성이나 우호성은 영향을 미치지 못하고 있다. 특히, 신뢰가 매개변수로서의 영향을 미치지 못하는 부분은 항상 초점 성향의 그룹에서는 이미 인터넷이나 모바일 환경에 익숙하여서 모바일 간편 결제를 사용하기 위해서 그 서비스를 제공하는 업체나 매장에 대한 신뢰가 이미 성숙하여서 신뢰가 영향을 미치지 못하는 것으로 판단된다.



<그림2> 연구모델 분석결과



## 6. 시사점 및 연구의 한계

이 연구는 여러가지의 이론적·실무적 의의를 지닌다. 이론적 시사점으로는 첫째, 스마트디바이스의 활발한 사용에 따라서 급격하게 사용량이 증가하고 있는 모바일 간편결제시스템에 대해서 기업들이 고객들의 성향과 정보를 바탕으로 분석하여서 대응할 수 있는 역량에 영향을 미치는 요인에 관한 실증적 분석을 수행하였다. 조절초점과 개인의 성격 요인에 대하여 이론적인 기반을 두고 심리학에서 주로 사용하는 고객의 동기와 성향을 파악하고 이를 기업이 분석하고 대응하는 방향성을 제시하려고 한 점에서 의의가 있다. 본 연구는 기존의 연구와 달리 통합기술모형만을 기반으로 하거나 성격요인만을 이용하여서 모형을 세우고 분석을 하는 것이 아니라 개인의 성격요인과 조절초점을 통합기술모형과 결합하여서 새로운 모형을 제시했다는 점에서 의의가 있다. 모바일 간편 결제서비스를 사용하는 고객을 분석함에 있어서 통합기술모형의 선행 변수를 모색함으로써 사용의도에 영향을 미치는 고객 성향과 동기를 결합한 모형을 가시화할 수 있다. 또한 새로운 정보시스템의 변화를 고객 관점의 분석을 통하여서 기업의 대응 방향을 제공하는 실증적이고 이론적인 기반을 제시해 줄 수 있을 것으로 기대한다.

실무적인 시사점으로는 첫째, 인터넷의 발달과 더불어 대응량으로 증가한 고객 데이터를 통한 분석으로 기업이 새로운 기술변화에 대응할 수 있도록 하는 실무적인 의의를 갖고 있다. 이는 기업의 마케팅을 담당하는 관리자와 지식경영을 통한 성과향상을 목표로 하는 지식경영 담당 관리자에게 기업이 확보한 고객에 대한 데이터를 기반으로 분석을 통하여서 실질적으로 대처하는 전략적인 기준을 제시하였다고 볼 수 있다. 산업 분야에 관계없이 고객의 확보와 유지에 기업이 지속가능 경영을 가능하게 하는 기본적인 요소로 고려된다. 고객을 좀 더 잘 이해하고 그 성향을 파악하여서 새로운 서

비스에 대한 수용의도를 예측하면 기업의 입장에서 더욱더 빠른 시장에 대한 대응이 가능하게 된다. 지식 경영이라는 관점에서 우리가 갖고 있는 대용량의 데이터에서 그동안 알지 못하고 있던 지식이나 패턴이나 행동 동기 등을 파악하고 이를 활성화시킬 수 있는 유인을 활용한다면 기존에 가지고 있던 비효율성을 제거하고 경쟁자와 차별화된 제품/서비스를 개발할 수 있는 기업 환경을 만드는 데 기여할 수 있을 것이다.

본 연구는 여러 연구적 의의를 가지고 있으나 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 첫째, 이 연구는 조절초점과 개인의 성격요인을 통합기술수용모형과 결합한 새로운 모형을 소개하고 그 관계를 분석하여 고객의 새로운 정보서비스의 수용에 대한 동기와 성향을 파악하려고 하였다. 하지만 본 연구가 탐색적 연구이기 때문에 통합기술수용모형이라는 시스템적인 모형을 기반으로 개인의 동기요인을 선행변수로 제시하였다. 그러나 조절초점에 대한 분석이 부족하다. 향상초점과 예방초점에 대한 깊이 있는 분석이 제시되어서 향후 연구에서는 집단간의 차이를 살펴보는 조절효과 분석이라든지 좀 더 깊이 있는 연구가 진행될 필요가 있다. 추후에는 예방초점 집단에 대한 분석도 함께 진행되거나 비교 분석이 진행된다면 더욱 의미 있는 연구로 발전할 것이다.

## 7. 결론

생활 필수품으로 자리 잡은 고성능 스마트 기기의 보급과 이동통신 기술의 발전으로 인류는 시간과 장소에 구애받지 않고 언제 어디서든 제품 서비스를 구매하거나 제공받을 수 있는 진정한 유비쿼터스 시대를 맞이하였다. 이러한 기술적 진보로 인하여 많은 전통적인 방식의 기술이나 서비스가 혁신을 거듭하고 있으며, 지금 결제 방식에는 편리성을 극대화한 모바일 간편결제 서비스가 새롭게 등장하면서 이전에 없었던 혁신적인 서

비스를 제공하기 시작하였다. 모바일 간편결제 서비스는 유비쿼터스 시대에 맞추어 현금, 신용카드 등을 보유하고 있지 않더라도 언제 어디서든 모바일기기에 미리 등록된 지불정보를 이용하여 간단한 비밀번호 입력 또는 지문인식 등의 승인절차만으로 지급 결제 행위가 가능한 서비스를 의미하는데, 금융선진국인 미국의 경우 선진 IT기업들이 주도하면서 모바일 간편결제 관련 서비스가 활성화 되었으며, 중국 등 아시아와 아프리카의 개발도상국들에서도 높은 경제 성장률을 발판으로 모바일 기기를 이용한 간편결제 서비스가 급속도로 활성화 되고 있다. 한편, 이러한 시대적 상황에 따라 모바일 간편결제 서비스에 대한 연구가 활발하게 진행되고 있는데 대부분의 연구들이 이동성, 신뢰성, 보안성 등 모바일 간편결제 서비스의 가치를 높여주는 서비스의 특성을 규명하는데 치우치고 있는 실정이다. 이에 따라 본 연구에서는 서비스의 특성보다 서비스를 사용하는 사용자의 측면에서 모바일 간편결제 서비스를 연구하고자 하였으며, 좀 더 구체적으로 사용자의 성격특성과 모바일 간편결제 서비스의 수용의도 및 사용행위의 관계를 살펴보았다. 본 연구는 급격하게 변화하는 경영 환경 속에서 새로운 정보기술 변화에 기업이 대응하는 요인에 대하여서 실증적으로 검증하였다. 실증분석결과, 개인의 성격유형과 조절초점 성향이 개인의 수용의도에 유의한 영향을 미쳤으며 통합기술수용모형을 기반으로한 요인들간의 영향을 분석하였다.

## 참고문헌

### [국내 문헌]

1. DMC미디어 2016. “2016 모바일 간편 결제 서비스 시장 현황과 전망”.
2. BNK금융경영연구소 2015. “모바일 결제의 발전이 신용카드업에 미치는 영향”.
3. 강명희, 신은미, 유지원 2013. “외국어 학습에서 모바일러닝 수용에 영향을 미치는 요인들 간의 구조적 관계 규명,” *교육공학연구* (29:3), pp. 637-665.
4. 강선희 2016. “통합기술수용이론(Utaut)을 기반으로 간편결제 서비스 수용 의도와 이용에 관한 연구 : 혁신저항의 조절효과를 중심으로,” 부경대학교 대학원 국내박사학위논문.
5. 김봉철, 안주아, 최양호 2007. “소비자의 개인적 성격 특성과 휴먼 브랜드 애착 및 충성도와의 관계 : 빅 파이브(Big five) 성격모형을 중심으로,” *광고연구* (77), pp. 173-195.
6. 김호영, 김진우 2002. “모바일 인터넷의 사용에 영향을 미치는중요 요인에 대한 실증적 연구,” *경영정보학연구* (12:3), pp. 89-113.
7. 박일순 2013. “통합기술수용이론(UTAUT) 기반 모바일 신용카드 서비스의 사용자 수용 모형에 관한 연구,” 국민대학교 비즈니스IT전문대학원 국내 박사학위논문.
8. 안중호, 최규철, 성기문, 이재홍 2010. “보안위험 수준이 지식관리시스템의 성공에 미치는 영향,” *한국전자거래학회지* (15:4), pp. 143-163
9. 양승호, 황윤성, 박재기 2016. “통합기술수용이론(UTAUT) 에 의한 핀테크 결제서비스 사용의도에 관한 연구,” *경영경제연구* (38:1), pp. 183-209.
10. 양일영, 이수영 2011. “이용 동기에 기반한 스마트

- 폰 초기 사용자 유형에 관한 탐색적 연구,” *한국언론학보* (55:1), pp. 110-139.
11. 오종철 2010. “인터넷 서비스 수용의 영향요인,” *경영학연구* (39:1), pp. 55-79.
  12. 윤병훈 2017. “핀테크의 서비스 품질, 기술수용이 만족도, 재이용의도, 공유가치창출, 기업명성에 미치는 영향 연구,” *한성대학교 대학원 박사학위논문*.
  13. 윤지현, 광기영 2014. “기업SNS사용이 직무성과에 미치는 영향: 제너러티비티역량의 매개효과를 중심으로,” 2014년 한국지식경영학회 추계학술대회 논문집, pp. 235-260.
  14. 윤지현, 광기영 2014. “제너러티비티역량 : 개념적 정의 및 결정요인,” *지식경영연구* (15:3), pp. 95-120.
  15. 이선경 2004. “한국인의 이동전화 이용동기와 이용행위에 대한 연구 - 세대와 라이프스타일을 중심으로,” *커뮤니케이션과학* (23), pp. 191-220.
  16. 이선중 2009. “전자정부 신뢰의 영향요인에 관한 실증적 연구,” *서울시립대학교 대학원 박사학위논문*.
  17. 이인희 2001. “대학생 집단의 휴대폰 이용동기에 관한 연구,” *한국방송학보* (15:3), pp. 261-293.
  18. 이형용, 안현철 2010. “대중 집단지성의 사용자 수용 모형에 관한 연구,” *Journal of Information Technology Applications and Management* (17:4), pp. 1-17.
  19. 이홍재 2017. “핀테크 기반 모바일 간편 결제 서비스의 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” *숭실대학교 대학원 박사학위논문*.
  20. 전새하, 박나래, 이중정 2011. “공공부문 클라우드 컴퓨팅 서비스 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” *Entrue Journal of Information Technology* (10:2), pp. 97-112.
  21. 한국은행 2016. “2016년 모바일금융서비스 이용행태 조사결과 및 시사점”
  22. 조은영, 김희웅 2015. “핀테크 모바일 간편결제 서비스 활성화 방안,” *정보화정책* (22:4), pp. 22-44.
  23. 한동균 2016. “핀테크 수용 및 활성화에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” *연세대학교 대학원 박사학위논문*.
  24. 황보충 2016. “스마트폰 결제유형에 따른 사용자 특성, 시스템 특성, 사회적 특성이 지속적 이용의도에 미치는 영향,” *경북대학교 대학원 박사학위논문*.

**[국외 문헌]**

1. Ajzen, I. 1991. “The theory of planned behavior,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* (50:2), pp. 179-211.
2. Anderson, J. C., and Gerbing, D. W. 1988. “Structural Equation Modeling in Practice: Review and Recommended Two-Step Approach,” *Psychological Bulletin* (103:3), pp. 411-423.
3. Caspi, A., Roberts, B. W., and Shiner, R. L. 2005. “Personality development: Stability and change,” *Annual Review of Psychology*, (56), pp. 453-484.
4. Cervone, D., and Pervin, L. A. 2013. *Personality: Theory and research* (12th ed.), USA: John Wiley and Sons.
5. Costa Jr, P. T., and McCrae, R. R. 1992. “The five-factor model of personality and its relevance to personality disorders,” *Journal of Personality Disorders* (6:4), pp. 343-359

6. Barrick, M. R., Stewart, G. L., and Piotrowski, M. 2002. "Personality and job performance: Test of the mediating effects of motivation among sales representatives," *Journal of Applied Psychology* (87:1), pp. 43-52.
7. Chae, M., and Kim, J. 2003. "What's so different about the mobile internet?" *Communications of the ACM* (46:12), pp. 240-247.
8. Dahlberg, T., Mallat, N., Ondrus, J., and Zmijewska, A. 2008. "Past, present and future of mobile payments research: A literature review," *Electronic Commerce Research and Applications* (7:2), pp. 165-181.
9. Davis, F. D. 1989. "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *MIS Quarterly* (13:3), pp. 319-340
10. Devaraj, S., Easley, R. F., and Crant, J. M. 2008. "Research note—how does personality matter? relating the five-factor model to technology acceptance and use," *Information Systems Research* (19:1), pp. 93-105.
11. Fishbein, M., and Ajzen, I. 1975. *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*, USA: Addison-Wesley.
12. Gefen, D. 2000. "E-commerce: The role of familiarity and trust" *Omega* (28:6), pp. 725-737.
13. Giddens, A. 1990. *The consequences of modernity*. Stanford, CA: Stanford University Press.
14. Goldberg, L. R. 1981. "Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons," *Review of Personality and Social Psychology* (2:1), pp. 141-165.
15. Granovetter, M. 1985. "Economic action and social structure: The problem of embeddedness," *American Journal of Sociology* (91:3), pp. 481-510.
16. Hair, J. T., Anderson, R. E., Tatham, R. L., and Black, W. C. 1998, *Multivariate Data Analysis*(7th ed.), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
17. Hair, J. F., Sarstedt, M., Pieper, T. M., and Ringle, C. M. 2012. "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* (45:5), pp. 320-340.
18. Higgins, E. T. 1997. "Beyond pleasure and pain," *American Psychologist* (52:12), pp. 1280-1300.
19. Higgins, E. T. 1987. "Self-discrepancy: A theory relating self and affect," *Psychological Review* (94), pp. 319-340.
20. John, O. P., Naumann, L. P., and Soto, C. J. 2008. *Paradigm shift to the integrative big five trait taxonomy. Handbook of Personality: Theory and Research* (3rd Ed), New York, NY: Guilford Press.
21. John, O. P. and Naumann, L. P. 2010.



- Surviving two critiques by block? The resilient big five have emerged as the paradigm for personality trait psychology. *Psychological Inquiry* (21:1), pp. 44-49.
22. Kelton, K., Fleischmann, K. R., and Wallace, W. A. 2008. "Trust in digital information," *Journal of the Association for Information Science and Technology* (59:3), pp. 363-374.
  23. Khan, M., Iahad, N. A., and Mikson, S. 2014. "Exploring the influence of big five personality traits towards computer based learning (CBL) adoption," *Journal of Information Systems Research and Innovation* (8), pp. 1-8.
  24. Kim, C., Mirusmonov, M., and Lee, I. 2010. "An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment," *Computers in Human Behavior* (26:3), pp. 310-322.
  25. Lee, H., and Ahn, H. 2009. "A study on EC acceptance of virtual community users," *Asia Pacific Journal of Information Systems* (19:1), pp. 147-165.
  26. Lewicki, R. J., and Bunker, B. B. 1995. "Trust in relationships: A Model of development and decline," In B. B. Bunker and J. Z. Rubin (Eds.), *The Jossey-Bass management series and The Jossey-Bass conflict resolution series. Conflict, cooperation, and justice: Essays inspired by the work of Morton Deutsch* pp. 133-173. San Francisco: Jossey-Bass.
  27. Lewicki, R. J., Tomlinson, E. C., and Gillespie, N. 2006. "Models of interpersonal trust development: Theoretical approaches, empirical evidence, and future directions," *Journal of Management* (32:6), pp. 991-1022.
  28. Lewis, J. D., and Weigert, A. 1985. "Trust as a social reality," *Social Forces*, (63:4), pp. 967-985.
  29. Lindsfold, S. 1978. "Trust development, the GRIT proposal, and the effects of conciliatory acts on conflict and cooperation," *Psychological Bulletin* (85:4), pp. 772-793.
  30. Luhman, N. 1979. *Trust and power: Two works by niklas luhmann*, USA: John Wiley and Sons.
  31. Mayer, R. C., Davis, J. H., and Schoorman, F. D. 1995. An integrative model of organizational trust, *Academy of Management Review* (20:3), pp. 709-734.
  32. McCrae, R. R., and Costa Jr, P. T. 1991. "Adding liebe und arbeit: The full five-factor model and well-being," *Personality and Social Psychology Bulletin* (17:2), pp.227-232.
  33. McCrae, R. R., and Costa, P. T. 2008. "Empirical and theoretical status of the five-factor model of personality traits." in *The SAGE Handbook of Personality Theory and Assessment* (1), pp. 273-294.
  34. McCrae, R. R., and Costa, P. T. 1987. "Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers," *Journal of Personality and Social Psychology* (52:1), pp. 81-90.

35. Ozer, D. J., and Benet-Martinez, V. 2006. "Personality and the prediction of consequential outcomes," *Annual Review of Psychology* (57), pp. 401-421.
36. Schierz, P. G., Schilke, O., and Wirtz, B. W. 2010. "Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis," *Electronic Commerce Research and Applications* (9:3), pp. 209-216.
37. Sriyabhand, T., and John, S. P. 2014. "An empirical study about the role of personality traits in information technology adoption," *Silpakorn University Journal of Social Sciences, Humanities, and Arts* (14:2), pp. 67-90.
38. Taylor, S., and Todd, P. A. 1995. "Understanding information technology usage: A test of competing models," *Information Systems Research* (6:2), pp. 144-176.
39. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., and Davis, F. D. 2003. "User acceptance of information technology: Toward a unified view," *MIS Quarterly* (27:3) pp. 425-478.
40. Wang, H., and Yang, H. 2005. "The role of personality traits in UTAUT model under online stocking," *Contemporary Management Research* (1:1), pp. 69-82.
41. Yang, Y., Liu, Y., Li, H., and Yu, B. 2015. "Understanding perceived risks in mobile payment acceptance," *Industrial Management & Data Systems* (115:2), pp. 253-269.

---

● 저 자 소 개 ●

---



**김기호 (Kihoh Kim)**

현재 선불 카드 정산사업(Pre-paid Card Settlement Business)을 수행하는 기업인 (주)이비카드(EB Card)에서 HR Manager로 재직중이다. 서울과학기술대학교(Seoul National University of Science & Technology)에서 컴퓨터공학(Computer Science)을 전공하였고, 서울시립대학교(University Of Seoul)에서 경영학석사(MBA) 학위를 취득하였다. 현재 한성대학교 박사과정에 재학중이다.

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



**이형용 (Hyoung-Yong Lee)**

현재 한성대학교 경영학부 부교수로 재직 중이며, 성균관대학교 경제학부를 졸업하고, KAIST 경영대학에서 석사와 박사학위를 취득하였다. SKT, (주)SK, 전국신용연합재단, LG U+, 산업자원부등 산업체와 정부의 프로젝트를 수행하고, Expert Systems with applications, International Journal of Mobile Communications, Technological Forecasting & Social Change 등에 논문을 발표하였고, 주요 연구 관심 분야는 Virtual community, Trust, Financial Fraud Detection, Accounting Auditing 등이 있다.