

# 모바일 서비스의 특성이 모바일 뱅킹 사용의도에 미치는 영향

구자철, 김남희, 서영호  
경희대학교 경영대학

## 초록

언제 어디서나 은행 업무를 처리할 수 있는 모바일 뱅킹 서비스는 모바일 환경의 급속한 성장으로 인해 관심이 높아지고 있다. 이에 본 연구에서는 새로운 채널로 부각되는 모바일 뱅킹서비스의 이용을 확대하기 위해서, 모바일 서비스 특성이 모바일 뱅킹 이용의도에 영향을 미치는 요인들을 규명하고자 한다. 이를 위해 정보기술의 수용 요인 분석에 유용한 TAM 모형을 기반으로 모바일 서비스 특성을 나타내는 즉시 연결성, 보안, 놀이성을 추가하였다. 또한, 모바일 서비스에 대한 개인의 신념이 모바일 뱅킹 사용의도에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

## 1. 서론

오늘날 정보통신 기술의 급속한 성장과 정보통신 네트워크의 대중적인 확산은 기존의 경제활동 방법과 거래수단 등에 많은 변화를 가져오고 있다. 특히 모바일을 통한 다양한 서비스와 기술은 현대사회에서 필수적인 부분이 되었고, 모바일을 통한 수많은 비즈니스 모델들이 수익을 창출하고 있다. 이러한 모바일 비즈니스 중에서 많은 기업들이 모바일 뱅킹 서비스를 통한 수익 창출에 많은 관심과 발전을 가속화 시켜가고 있다.

모바일 뱅킹 서비스는 시간과 장소의 제한 없이 언제 어디서나 모바일 단말기를 이용하여 은행 계좌의 금융 정보를 조회하거나 자금 이체 서비스를 이용할 수 있고,

모바일 상거래의 활성화에 기여할 것이라는 기대로 인해 획기적인 서비스로 부각되고 있다(한국인터넷진흥원, 2005). 이에 각 금융기관들은 휴대전화 등 모바일기기를 금융서비스 전달 채널에 새롭게 추가함으로써 기존 고객에 대한 서비스를 강화하고 모바일 서비스 이용 고객을 잠재고객으로 흡수하기 위해 노력하고 있다.

본 연구에서는 개인의 정보시스템 수용에 영향을 주는 요인을 설명하는데 있어서 폭 넓게 사용되고 있는 기술 수용 모델(TAM: Technology Acceptance Model)을 기반으로 하여 모바일 서비스 특성을 추가하여 연구하였다. 특히, 모바일 서비스 이용자들을 대상으로 하여 어떠한 요인들이 모바일 뱅킹의 사용의도에 긍정적인 영향을 미치는지 확인하고자 한다. 즉, 모바일 뱅킹이 모바일 서비스 사용자에게 수용되기 위해 요구되는 모바일 서비스의 특성을 확인하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 TAM의 이론적 배경

TAM은 정보기술에 대한 사용자의 수용을 설명한 대표적인 모형으로, 지각된 유용성(Perceived Usefulness)과 지각된 편리성(Perceived Ease of Use)이라는 두 개의 신념을 이용하여 정보시스템에 대한 사용자의 수용의도를 설명하고 있다(Davis, 1989). Davis(1989)는 지각된 유용성이란 “특정한 시스템의 사용이 사용자의 작업성과를 높여준다고 믿는 정도”로 정의하였으

며, 지각된 편의성이란 “특정한 시스템을 사용하는 데 있어 많은 노력을 하지 않아도 사용할 수 있다고 믿는 정도”로 정의하였다. TAM은 이 두 개의 신념이 정보시스템 사용에 대한 태도에 영향을 준다고 보았으며, 태도는 사용의도에, 사용의도는 결국 실제적인 사용에 영향을 준다고 하였다.

이러한 TAM 모형은 다양한 분야에서 검증되고 확장되었으며, 대부분의 연구가 해당 정보 기술을 이용한 사용자들을 대상으로 연구되었다. 그러나, 새로운 정보 기술의 연구에 있어서 실제 사용자를 대상으로 연구하기 어렵기 때문에 다양한 방법들이 적용되어 왔다. Davis(1989)는 학생들을 대상으로 e-Mail 등을 교육한 후 종단 분석으로 연구하였으며 많은 연구자들이 이러한 방법으로 진행하였다(Venkatesh and Davis, 2000; Venkatesh, 2000; Venkatesh and Morris, 2000). 또, Yu et al(2005)는 T-commerce에 대한 연구에서 온라인 쇼핑이나 TV를 이용한 홈 쇼핑을 이용한 경험이 있는 사용자와 없는 사용자로 분류하여 연구하였으며, Wu and Wang(2005)은 M-commerce 수용 요인 분석에서 온라인 거래(뱅킹, 쇼핑 등) 경험자와 비경험자를 대상으로 연구하여 비교하였다. 따라서, 본 논문에서는 모바일 뱅킹의 수용요인을 분석하기 위해 모바일 서비스 경험자(뱅킹, 결제, 게임 등)와 비 경험자로 구분하여 연구하고자 한다.

## 2.2 모바일 뱅킹

최근 들어 국내에서는 모바일뱅킹에 대한 관심이 높아지고 있으나 이에 대한 연구는 아직까지 미비한 수준이다. 이는 모바일 뱅킹이 무선 인터넷을 기반으로 하는 서비스로, 인터넷 뱅킹에 포함된 서비스로 다루어지기 때문이다. 하지만 모바일뱅킹은 무선 네트워크와 IC칩을 장착한 휴대전화를 이용해서 재무활동을 한다는 점에서 유

선 네트워크와 퍼스널 컴퓨터(PC)를 이용하는 인터넷 뱅킹과 차이가 있다고 할 수 있다. 이상철 등(2005)은 인터넷 뱅킹과 모바일 뱅킹의 수용 요인을 비교한 연구에서 신뢰가 지각된 유용성과 태도에 영향을 미치지만, 서비스 제공 초기인 모바일 뱅킹 서비스는 신뢰가 사용의도에 영향을 미치지 않는다고 언급하면서, 모바일뱅킹과 인터넷뱅킹이 차이가 있는 것으로 주장하였다.

따라서, 모바일 뱅킹은 무선(모바일) 인터넷을 기반으로 하는 서비스로 다른 매체들과 구별되는 모바일 서비스의 특성을 반영하는 연구가 필요하다. 모바일 뱅킹에 대한 연구들은 직접적인 대면없이 거래가 이루어지는 특징으로 인해 신뢰(Trust)에 대한 요인을 중요하게 다루고 있다(이상철 외, 2005; 김기문, 2005). 그러나, 매체의 특성을 고려한 연구가 부족한 실정으로 매체의 특성으로 인해 관련 서비스를 이용하는 고객들이 어떠한 요인을 중요하게 생각하는지에 대한 연구가 필요하다(최혁라, 2004).

## 2.3 모바일 서비스의 특성

기존의 연구에서 뱅킹 서비스에 대한 연구는 기술적인 측면과 고객 지각의 관점에서 연구가 이루어졌으나, 모바일 특성과 관련된 연구는 제한적인 범위에서 이루어졌다. 본 연구에서는 모바일 뱅킹 서비스에 대한 중요한 모바일적 특성(Durlacher Research, 1999)과 모바일 서비스가 가지는 정보시스템의 특성을 고려하여 연구하였다.

Durlacher Research(1999)는 무선 인터넷 전자 상거래의 특성으로 IT 편재성(Ubiquity), 접근성(Reachability), 보안(Security), 편리성(Convenience), 위치확인(Localization), 즉시 연결성(Instant Connectivity), 개인화(Personalization)를 제안하였다.

김호영과 김진우(2002)는 실제 모바일 인터넷 사용에 영향을 미치는 요인들로 시스템 품질, 즉시 연결성(Instant Connectivity) 등을 제안하였으며, 이원준 외(2004)는 무선 인터넷 서비스의 이용에 대한 연구에서 자기 효능, 몰입, 촉진 조건, 놀이성(Playfulness)을 제안하였다. 연구 결과 놀이성이 편의성에 영향을 미치지 않지만 다른 요인과의 관련성을 제안하였다. 최혁라(2004)는 모바일 인터넷 사용의도에 영향을 미치는 요인으로 모바일 특성, 환경 특성, 개인 특성으로 분류하여 연구하였으며 모바일 특성으로 즉시접속성, 상황적 제공성(Contextual Offer)을 제안하였다.

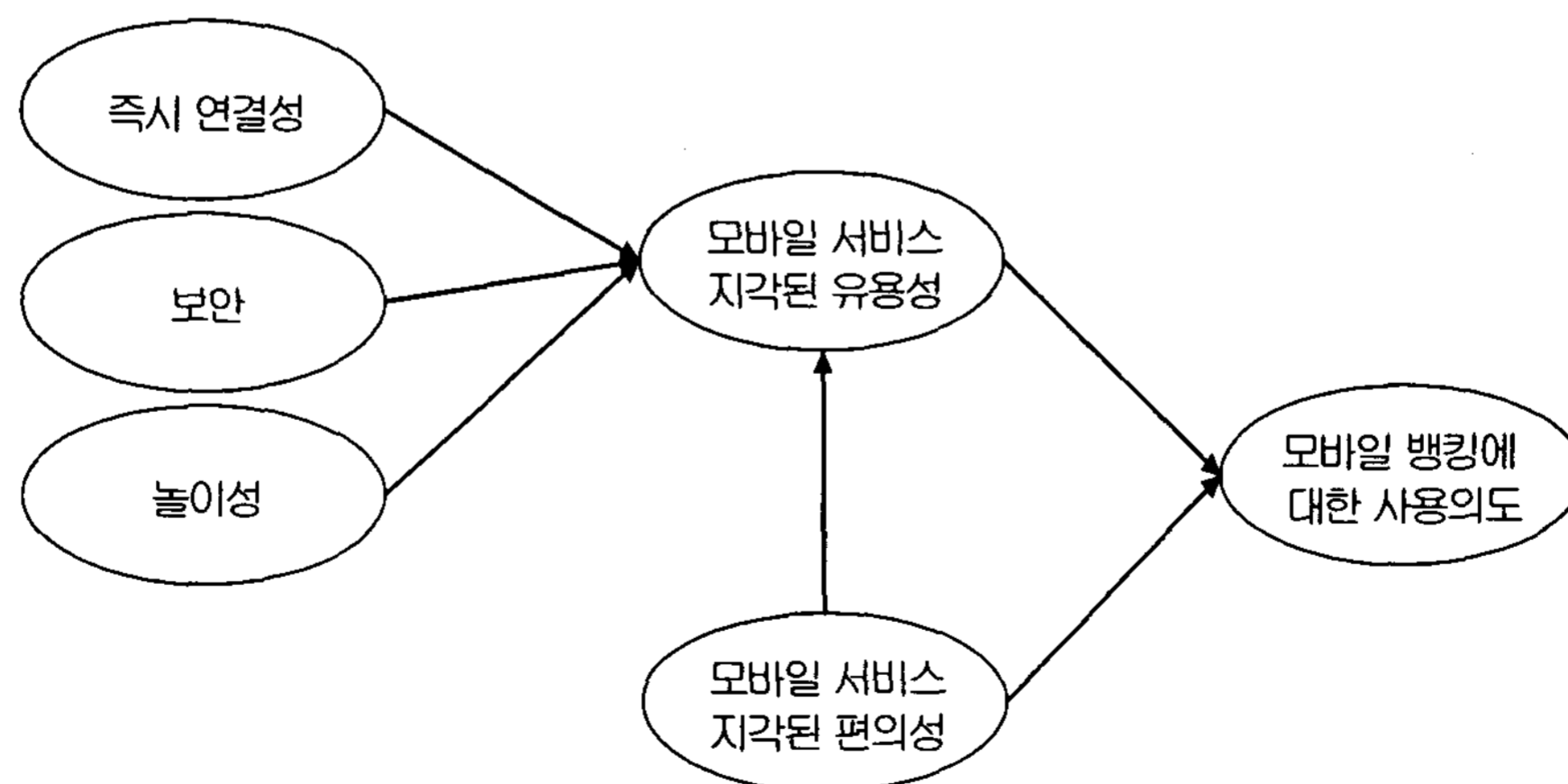
### 3. 연구 모형

본 연구의 연구모형은 지금까지의 이론적 배경을 토대로 <그림 1>과 같이 구성하였다. TAM 모형을 기반으로 하였으며, 모바일 서비스의 특성을 나타내는 요인 4가지를 추가하였다.

먼저, TAM 모형의 핵심 변수인 지각된 유용성과 지각된 편의성은 연구하고자 하는 정보기술에 대한 사용자의 인식을 나타

내는 요인이다(Davis, 1999). 사용자는 새로운 정보기술을 이용하여 자신의 업무를 수행한 결과가 높게 나온다면 정보기술을 유용하게 여기게 되어 해당하는 정보기술을 이용하게 된다. 이것을 지각된 유용성이라고 한다. 그러나 정보 기술이 유용하다고 생각할 지라도 만약 사용하기 어렵고 사용에 따른 성과가 많은 노력이 필요하면 정보기술을 이용하지 않게 된다. 이것을 지각된 편의성이라고 한다. 즉, 사용하기 어렵다고 느끼고, 얻을 수 있는 이익이 적다면 덜 유용하다고 느끼게 되어 정보기술을 사용하려는 의도를 낮추게 된다. 따라서 지각된 편의성과 지각된 유용성은 정보기술에 대한 태도 형성과 사용의도에 영향을 미친다고 할 수 있다(Davis et al., 1989; Mathieson, 1991; Lai and Li, 2005).

본 연구에서는 모바일 서비스 사용자들을 대상으로 모바일 banking 사용의도를 분석하기 위해, 지각된 유용성과 편의성을 모바일 서비스에 대한 것으로 재정의 하였다. 이전이나 현재 사용 중인 모바일 서비스를 통하여 모바일 서비스가 유용하다고 여기는 사용자들은 모바일 서비스의 한 종류인 모바일 banking에 대하여 긍정적인 사용의도



<그림 1> 모바일 서비스 특성에 따른 모바일 banking 수용 요인 연구 모형

를 형성할 것이다. 또한, 모바일 서비스에 대한 경험이 있는 이용자들은 모바일 서비스를 통하여 이용법을 터득하고 있기 때문에 유사한 서비스에 대하여 쉽게 접근 할 수 있을 것이다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1: 모바일 서비스에 대한 지각된 유용성은 모바일 बैं킹의 사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H2: 모바일 서비스에 대한 지각된 편의성은 모바일 बैं킹의 사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H3: 모바일 서비스에 대한 지각된 편의성은 모바일 서비스에 대한 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

모바일 서비스의 가장 큰 특징은 언제 어디서나 인터넷을 이용할 수 있다는 것으로, 편재성과 즉시 접속성으로 구분하여 정의되기도 하지만(Durlacher Research, 2002), 본 논문에서는 언제 어디서나 원하는 모바일 서비스를 이용할 수 있다는 즉시 접속성으로 개념화하여 이용하였다(김호영과 김진우, 2002). 즉, 사용자들이 모바일 서비스를 필요로 할 때 사용하므로써 모바일 서비스에 대한 유용성을 지각하게 될 것이다.

H4: 모바일 서비스에 대한 즉시 접속성은 모바일 서비스에 대한 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

인터넷을 통한 거래는 직접적인 대면 없이 이루어지기 때문에 사용자들은 많은 위험 요소를 포함하고 있다고 여기게 된다. Pavlou(2003)은 사용자가 이러한 위험을 지각하면 사용의도에 부정적인 영향을 미친다고 하였다. 따라서, 모바일 서비스 제공자들은 보안을 강화하기 위해 많은 노력을 기울여 왔다. 즉, 사용자가 지각하고 있

는 위험에 대하여 사용자를 보호해 줄 수 있는 보안을 모바일 서비스 이용을 통하여 사용자가 인지한다면 모바일 서비스에 대한 유용성을 지각하게 될 것이다.

H5: 모바일 서비스에 대한 보안은 모바일 서비스에 대한 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

Venkatesh(1999)는 정보 기술의 이용에 대한 즐거움이 있어야 자발적으로 수용하게 된다고 하였으며, 이원준 외(2004)는 무선 인터넷 서비스 사용자들을 대상으로 놀이성을 몰입과 재미로 분류하여 몰입은 편의성에 영향을 미치지만 재미는 영향을 미치지 않는다고 하였다. 무선 인터넷 서비스를 이미 이용하고 있는 사용자에게는 영향을 주지 못하는 것으로 추정하였으나 기술 수용과 활성화에 중요한 요인임을 강조하였다. 또한, 무선 인터넷 이용 자체가 재미라는 목적을 가지므로 지각된 유용성과 관계가 있을 것으로 여겼다. 따라서, 놀이성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H6: 모바일 서비스에 대한 놀이성은 모바일 서비스에 대한 지각된 편의성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

#### 4. 참고문헌

- [1] 김기문, 김원우, 이호근, “모바일 बैं킹 서비스에 대한 사용자 초기신뢰와 사용의도에 영향을 미치는 요인들에 관한 실증적 연구”, 한국경영과학회, 제22권, 2호, 2005, pp.13-34.
- [2] 김호영, 김진우, “모바일 인터넷의 사용에 영향을 미치는 중요 요인에 대한 실증적 연구”, 경영정보학연구, 제12권 3호, 2002, pp. 89-113.
- [3] 이원준, 이정섭, 김태웅, 백태영, “무선

- 인터넷 서비스의 사용자 수용”, *경영정보학연구*, 제14권 2호, 2004, pp.61-87.
- [4] 이상철, 구자철, 서영호, “모바일뱅킹 사용의도에 신뢰가 미치는 영향 : 우리은행 인터넷뱅킹 사용자와의 비교를 중심으로”, *품질경영학회지*, 제33권, 3호, 2005, pp. 59-70.
- [5] 인터넷백서, *2005년 대한민국 모바일 연감*, 한국인터넷진흥원, 2005.
- [6] 최혁라, “모바일 특성하에서 모바일 인터넷 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”, *산업경제연구*, 제17권, 4호, 2004, pp. 1399-1420.
- [7] 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.
- [8] Durlacher Research, “Mobile Commerce Report”, 1999.
- [9] Lai, V.S. and Li, H., “Technology acceptance model for internet banking: an invariance analysis,” *Information & Management*, Vol.42, No.2, 2005, pp.373-386.
- [10] Mathieson, K., “Predicting User Intentions: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior,” *Information System Research*, Vol.84, No.1, 1991, pp.123-136.
- [11] Morris, M., Venkatesh, V., “Age Differences in Technology Adoption Decisions: Implications for a changing work force”, *Personnel Psychology*, Vol.53, No.2, 2000, pp.375-403
- [12] Pavlou, P.A., “Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model,” *International Journal of Electronic Commerce*, Vol.7, No.3, 2003, pp.101-134.
- [13] Venkatesh, V., “Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model,” *Information System Research*, Vol.11, No.4, 2000, pp.342-365.
- [14] Venkatesh, V, and Davis, F.D., “A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies,” *Management Science*, Vol.46, No.2, 2000, pp.186-204.
- [15] Wu, J and Wang, S., “What drives mobile commerce?: An empirical evaluation of the revised technology acceptance model”, *Information and Management*, Vol.42, No.5, 2005, pp.719-729
- [16] Yu, Y., Ha, I., Choi M., and Rho, J., “Extending the TAM for a t-commerce”, *Information and Management*, Vol.42, No.7, 2005, pp.965-976.