

인터넷 전문은행 사용의도에 영향을 미치는 요인 연구

(A Study of Factors Influencing on the Intention to Use Internet Primary Bank)

권혁기¹⁾, 이문봉²⁾*

(Kwon Hyeok Gi and Lee Moon Bong)

요약 본 연구는 UTAUT 모형을 활용하여 인터넷 전문은행의 사용 의도에 영향을 미치는 요인을 분석하는 것이다. 이를 위해 성과기대, 노력 기대, 사회적 영향, 채널 신뢰, 전문은행 신뢰를 독립 변수로 하고, 사용 의도를 종속 변수로 설정하여 연구 모델을 제시하였다. 인터넷 전문은행 미경험자인 145명의 대학생을 대상으로 실증 분석한 결과, 성과 기대, 사회적 영향, 채널 신뢰는 사용 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며 성과 기대가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 노력 기대와 전문은행 신뢰는 영향이 없는 것으로 나타났다.

핵심주제어 : 인터넷 전문은행, UTAUT, 사용 의도, 성과 기대, 노력 기대, 사회적 영향, 채널 신뢰, 전문은행 신뢰

Abstract The objective of this study will investigate the approach to increase the intention to use Internet primary bank for those who do not use it at present. This study establishes a theoretical model that includes five independent variables - performance expectancy, effort expectancy, social influence, channel trust and trust toward bank - and one dependent variable - use intention -. The empirical results obtained in a sample of 145 university students are followings; The use intention is positively influenced by the performance expectancy, social influence and channel trust. The performance expectancy is the strongest predictor of the use intention. Effort expectancy and trust toward bank has no effect on intention to use Internet primary bank.

Key Words : Internet Primary Bank, UTAUT, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Channel Trust, Trust toward Bank

1. 서론

2017년 4월 초 정식 영업을 시작한 케이뱅크에 이어 카카오뱅크도 7월 말 출범하여 인터넷 전문은행이 폭발적인 관심을 받고 있다. 3일 카카오뱅크에 따르면 출범 100일 만에 가입자 435만 명을 끌어들이고, 318만명의 체크카드 가입을 이끌어냈다. 예·적금 등 수신액은 4조200억 원을 넘어섰고, 대출액은 3조3900억원이 이뤄졌다. 지난

* Corresponding Author : mblee@deu.ac.kr

+ 이 논문은 2017학년도 동의대학교 교내연구비에 의해 연구되었음(과제번호 201702400001)

Manuscript received December 18, 2017 / accepted January 23, 2018

1) 동의대학교 경영학과, 제1저자

2) 동의대학교 경영학과, 교신저자

4월 먼저 출범한 인터넷전문은행 케이뱅크가 100일간 가입자 수 40만명과 대출액 6000억원(7월 기준)을 기록한 것과 비교하면 압도적인 차이다(머니투데이, 11월 3일자 기사). 인터넷 전문은행의 출범으로 은행, 증권사, P2P업계 등 금융산업 전반에 경쟁이 확산되고 있고, 인터넷 전문은행이 성공적으로 정착될 경우 핀테크를 이용한 금융혁신이 가속화되고 금융소비자의 후생이 증대될 수 있을 것으로 기대된다. 인터넷 전문은행은 간단하고 편리한 계좌개설과 금융서비스 이용절차, 저렴한 수수료와 낮은 대출금리 등을 경쟁력으로 출범하여 많은 고객들을 확보하고 있지만 아직 인터넷 전문은행의 성공을 확신하기에는 이르다. 인터넷 전문은행은 1995년 이후부터 2000년대 초중반 사이들어 미국이나 일본, 독일 등 금융 선진국에서 우후죽순 생겨났다. 이들 은행도 출범 초기에는 낮은 대출금리와 수수료 우대 등의 전략으로 고객들을 끌어 모으며 흥행몰이에 대부분 성공했다. 적자에서 흑자로 돌아서고 시장에 안정적으로 자리잡기까지는 통상 5년 정도가 소요됐다. 케이뱅크와 카카오뱅크의 2017년 3분기 실적은 600억원대 순손실을 기록한 것으로 나타났다. 1일 은행연합회가 공시한 자료에 따르면 케이뱅크와 카카오뱅크의 당기순이익은 각각 601억 원과 668억 원 각각 적자를 보였다(스펙셜경제, 12월 16일자 기사). 국내 인터넷 전문은행의 경우에는 실질적인 수익을 내기까지 3년 정도가 걸릴 것으로 보고 있지만, 가능성에 대해서는 의견이 분분하다. 스마트폰뱅킹 가입자만 7700만명에 달할 만큼 모바일 금융 거래에 익숙한 국내 시장 환경에서 현재 증가속도라면 인터넷 전문은행들이 빨리 흑자를 낼 수 있을 것이라는 전망도 있지만, 이와 달리 가격 경쟁력을 뛰어넘는 영업모델을 만들어내지 못하고, 건전성 관리에 실패하면 수익을 내기 어려울 것이라는 시각도 있다(이뉴스투데이 11월 2일자 기사). 인터넷 전문은행 설립 초기에는 신규고객을 유치하기 위해 수수료, 금리 등을 파격적인 조건으로 내놓을 수 있지만 다른 은행과 차별화되는 혁신적 상품이나

노하우가 없다면 충분한 수익성을 확보하기가 쉽지 않을 것이다[10].

국내 인터넷 전문은행의 출범으로 인해 기존 점포형 은행으로 대표되는 소비자 금융 분야에 많은 구조적 변화를 가져올 가능성이 높다. 이러한 구조적 변화의 시작은 금융소비자를 끌어 모으기 위한 다양한 분야의 핀테크로부터 시작될 가능성이 높다. 전 세계적으로 핀테크 관련 바람이 불고 있는 상황에서 우리나라의 핀테크 산업은 상대적으로 뒤떨어져 핀테크 종속국으로 전락할 위기에 처해 있고 소비자 역시 핀테크 서비스에 대한 인지도가 낮은 실정이다[4,16]. 따라서 우리나라의 핀테크 산업에 대한 관심과 활성화 방안에 관한 연구가 다양한 방면에서 시도되어야 할 것이다. 지금까지 인터넷 전문은행 관련 연구는 해당 사업모델이 초래할 수 있는 결과와 역기능 및 우려사항 그리고 관련된 법률적 쟁점에 대한 것으로[2] 앞으로 많은 연구가 필요하다. 본 연구의 범위는 핀테크 산업 중에서 최근 출범한 인터넷 전문은행을 대상으로 금융 소비자 관점에서 살펴보는 것으로 연구 목적은 금융시장의 급격한 변화 상황에서 금융 소비자들의 인터넷 전문은행 사용의도에 유의한 영향을 미치는 요인을 탐색해보는 것이다. 이를 위해 UTAUT(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology; 이하 UTAUT) 모형을 기반으로 인터넷 뱅킹에서 주요 변수로 많이 사용되었던 신뢰 변수를 추가하여 연구 모형을 설정하였다.

2. 이론적 배경

2.1 인터넷 전문은행

인터넷 전문은행(Internet Primary Bank)의 정의는 대면거래가 아니라 온라인으로 모든 은행서비스를 제공하는 은행을 말한다. 이는 은행 서비스를 인터넷으로 제공하는 영업방식을 뜻하는 인터넷 뱅킹과는 다른 개념이다. 법적 개념은 “은

행업을 주로 전자금융거래(「전자금융거래법」제2조 제1호에 따른 거래를 말한다)의 방법으로 영위하는 은행³⁾ 또는 “은행업을 전자금융거래의 방법으로 영위하는 은행⁴⁾”으로 정의되어진다. 우리나라도 인터넷전문은행의 설립을 위한 논의가 여러 차례 있었지만 은산분리의 원칙, 금융실명제 등의 제약과 글로벌 금융위기의 영향으로 실패하였다. 최근 해외의 핀테크산업 열풍으로 국내에도 인터넷전문은행의 도입이 정부 차원에서 다시 진행하게 되었다[19]. 금융위원회는 2015년 11월 국내 금융서비스 혁신과 은행산업의 경쟁력 향상을 위한 금융개혁의 일환으로 케이뱅크 컨소시엄(KT)과 한국카카오은행 컨소시엄(카카오)에 인터넷 전문은행 예비인가를 승인했다. 이후 케이뱅크는 2016년 12월 은행업 인가를 받아 올 4월 3일 정식 영업을 시작하였고, 카카오뱅크는 2017년 4월 은행업 인가를 받고 7월 27일 영업을 시작하였다. 케이뱅크는 우리은행, KT, GS리테일 등이 주요 주주로 참여하고 있으며, 다른 온라인 및 모바일 서비스 환경 내에서 케이뱅크의 금융기능이 유기적으로 결합돼 금융소비자들이 눈스톱으로 서비스를 이용하도록 하고 있다. 카카오뱅크는 한국투자금융지주, 카카오, 국민은행 등이 주요 주주로 참여하고 있으며, 모바일 플랫폼인 카카오톡을 기반으로 공동 발기인의 전문적인 역량을 활용해 혁신성과 안전성을 갖춘 모바일은행을 지향하고 있다. 서비스나 상품의 내용을 보면, 한국카카오 은행은 핵심 서비스로서 빅데이터 기반 중금리 대출 서비스, 카카오톡 기반 간편 송금 서비스, 카카오톡 기반 금융비서 서비스, 카카오톡 유니버설 포인트 서비스, 간편지급결제 서비스 등이 있다. 그리고 케이뱅크는 핵심 서비스로서 빅데이터 기반 중금리대출 서비스, 휴대폰 이메일 기반 간편 송금 서비스, 실시간 스마트 해외송금 서비스, 간편지급결제 서비스 등이 있다[19].

3) 2016. 7. 8. 발의, 김용태의원 대표발의 은행법 일부개정법률안.

4) 2016. 11. 16. 발의, 유의동의원 대표발의, 인터넷전문은행 설립 및 운영에 관한 특례법안.

인터넷 전문은행은 다음 세 가지 측면에서 기존 은행과 차별화된 모습을 보이고 있다[10]. 첫째, 시공간의 확대이다. 인터넷 전문은행은 24시간 365일 언제든지 계좌개설이 가능하고 모바일로 모든 금융상품을 이용할 수 있다. 지역 특성상 오프라인 은행 접근이 쉽지 않아 이용에 불편함을 겪었던 고객들도 이제는 시간과 장소에 구애받지 않고 금융서비스를 활용할 수 있게 된 것이다. 둘째, 금융서비스 대상의 확대이다. 인터넷 전문은행은 그동안 고금리를 적용받았던 4-6등급의 중신용 금융소비자들과 금융거래 부족으로 소외받았던 청년, 경력단절여성 등 금융소외계층을 대상으로 빅데이터를 활용하여 보다 낮은 금리로 대출 서비스를 제공할 수 있으며 금융포용 효과도 기대할 수 있다. 셋째, 금융 상품의 확대이다. 인터넷 전문은행은 통신수납정보, 휴대폰 결제 이력, SNS 활동 등 비금융정보를 활용하여 빅데이터 기반의 신용평가 시스템을 구축하고 있으며, 향후 핀테크 기술을 적극 활용하여 고객맞춤형 상품을 제공하기 위한 노력을 하고 있다. 인터넷 전문은행의 출범은 은행의 영업 측면에서 혁신기술 확보와 운영비 절감의 효과를 가져오고, 금융소비자 측면에서는 금융비용을 낮추고 금융접근 편의성을 높여준다. 또한 은행산업 측면에서는 우리나라 금융시장에서 주요 문제점 중의 하나인 금리절벽 현상을 완화하는 데 기여하고 있으며, 은행들간의 경쟁을 촉진시켜 은행산업의 잠재력과 경쟁력을 끌어 올리는 메기 효과를 발생시키고 있다. 실제 기존 은행들은 케이뱅크와 카카오뱅크의 인허가 및 출범을 전후하여 핀테크 기술혁신을 적극적으로 수용하고 있으며 모바일뱅킹 등 비대면 채널을 강화하고 수수료와 대출금리를 인하하는 등 고객을 인터넷 전문은행에 빼앗기지 않기 위해 부심하고 있다.

2.2 기술 수용과 사용의 통합 이론

신기술에 대한 사용자의 수용은 기술진보의 필요조건이므로 개인이 새로운 정보기술을 어떻게

수용하고 이해하는지를 밝히기 위한 연구 중에서 지금까지 가장 널리 활용되어 온 모형은 Davis[21]에 의해 제안된 기술수용이론(Technology Acceptance Model; TAM)이다. Venkatesh 등[25]은 사용자의 기술 수용에 관한 8개의 모형 - 합리적 행위이론(Theory of Reasoned Action, TRA), 기술수용이론, 계획된 행위이론(Theory of Planned Behavior, TPB), 동기유발이론(Motivational Model, MM), TAM과 TPB 혼합이론, PC 활용이론(Model of PC Utilization, MPCU), 혁신확산이론(Innovation Diffusion Theory, IDT), 사회인지이론(Social Cognitive Theory, SCT) - 에서 사용된 변수를 실제적으로 비교 검토하여 Fig. 1의 UTAUT를 제안하였다. 4개의 핵심 변수인 성과 기대(Performance Expectancy), 노력 기대(Effort Expectancy), 사회적 영향(Social Influence), 촉진 조건(Facilitating Conditions)과, 4개의 조절 변수(성별, 연령, 경험, 자발성)로 구성되어 있다[13].

성과 기대는 정보시스템 사용이 자신의 직무 성과를 향상시키는데 도움을 줄 것이라고 믿는 정도로 정의되며, 기존의 사용자 수용 관련 모델의 다섯 가지 개념(인지된 유용성, 외재적 동기, 직무 적합성, 상대적 이점과 결과 기대)과 유사하다. 지금까지 많은 연구들에서 밝혀진 바와 같이 성과 기대는 사용의도를 설명하는데 있어 가장 큰 영향을 미치는 선행변수로 연구되어 왔다. 노력 기대는 정보시스템 사용과 관련된 용이성의 정도로서 정의되며, 다른 모형들에서는 인지된 이용용이성, 복잡성, 이용용이성 등으로 사용되어진 개념이다. 실제 모델을 검증한 결과, 노력 기대는 초기에만 행동 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 사회적 영향은 주위 사람들이 새로운 정보시스템을 사용해야 한다고 믿고 있는 정도로 정의되며, 기존 이론들에서 사용된 개념으로는 주관적 규범, 사회적 요인, 이미지 등이다. 사회적 영향은 자발적인 상황에서는 유의적이지 않았지만 강제적 상황에서는 행동 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 촉진 조건은 시스템 사용을 지원하기 위한 조직적이고 기술적인 기반구조의 존재를 믿는 정도로 정의되

며, 기존 이론에서 사용된 개념으로는 인지된 행동 통제, 촉진 조건, 적합성을 들 수 있다. 촉진 조건은 행동 의도에 영향을 미치는 것이 아니라, 사용 행동에 직접적으로 영향을 미치는 것으로 설정되었다. 실증 분석 결과, 사용 행동에 직접적으로 영향을 미치지 않지만, 연령과 경험에 따라 조절 효과가 있는 것으로 나타났다. 행동 의도는 Venkatesh 등[25]의 연구에서는 구체적으로 정의되지 않았지만, 검증 결과 사용 행동에 직접적인 영향이 있는 것으로 나타났다.

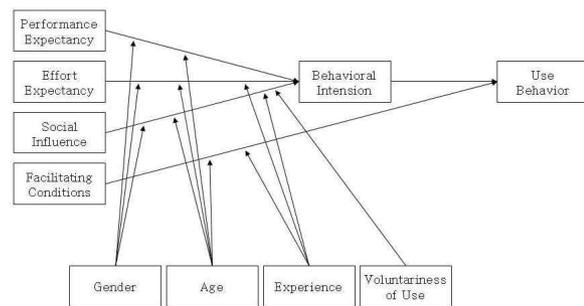


Fig. 1 UTAUT Model

2.3 신뢰

신뢰에 관한 연구들에 의하면 신뢰의 필요성은 단지 위험 상황 하에서만 발생한다고 알려져 있다. 다시 말해서 거래 상대방에 대한 신뢰는 거래와 관련된 위험이 존재하기 때문에 필요한 것이다. 신뢰는 의지이지 행위가 아니며, 신뢰 행위가 이루어질 때 비로소 위험을 감수하는 것이다 [1]. 인터넷 전문은행의 경우에 소비자가 인터넷 상에서 금융 거래 행위를 하는 것은 인터넷 거래로부터 발생할 수 있는 위험을 감수하는 것이다. 이러한 소비자의 신뢰 행위는 소비자가 인지하는 거래의 위험 정도에 따라 결정된다.

2.4 선행 연구

국내의 인터넷 전문은행 연구로는 해당 사업모델이 초래할 수 있는 결과와 역기능 및 우려사항 [5, 7, 15, 17, 18] 그리고 관련된 법률적 쟁점에 대한 고찰[14, 19]에 중점을 뒀다.

조동환과 이호근[18]은 인터넷 전문은행의 성공이 조직의 연령과 관련이 있다는 기존 연구들과 달리, 조직의 전략이나 조직구조, 프로세스, 기술 등 내부적인 요인들이 더 큰 영향을 미친다는 것을 밝혀냈다. 김태호 등[5]은 리스크 관리 강화를 위해 인터넷 전문은행의 자율성과 책임성을 부여하는 것이 바람직하고, 사업계획 초기부터 위험이 크게 증가하는 인터넷 금융에 있어서 예상되는 위험을 줄이기 위한 노력이 필요하다는 점을 밝혔다. 전주용과 여은정[15]은 인터넷 전문은행의 도입을 신규 사업자 진입과 기존 사업자의 대응 관점에서 파악하였다. 높은 전환비용은 기존 금융회사가 인터넷 전문은행과 같은 핀테크 혁신을 이루는 요인이 될 수 있음을 보여주었다. 전환비용이 낮아서 기존 고객들이 신규 인터넷 전문은행으로 이용을 전환한다면, 기존 은행 또한 보다 적극적으로 인터넷 전문은행 서비스에 나설 수 있음을 실증했다. 김석환과 박동규[3]는 금융소비자의 인터넷 전문은행 수용과 이용에 영향을 미치는 제 요인들을 알아보기 위해 개인과 정부정책 측면이 고려된 '지각된 위험'군과 '인터넷 전문은행의 기대특성'군 그리고 '사용자 특성'군으로 나누어 인터넷 전문은행 사용의도에 유의한 영향을 미치는지를 분석하고 그 결과가 금융안전에 영향을 미치는지 살펴보았다. 김대원과 김성철[2]은 시중은행에서 인터넷 전문은행으로의 선택 전환 의도에 영향을 미치는 요인을 컨조인트 분석한 결과 차별화된 서비스가 유의한 요인으로 선택되었고, 지배구조와 영업망의 차이는 유의한 영향을 미치지 않았다. 송경석[7]은 IT기술과 금융서비스의 융합에 의해 등장한 핀테크 인터넷전문은행의 바람직한 비즈니스모델에 대한 개념적인 모형을 탐색하고, 또한 국내 핀테크 인터넷전문은행의 성공적인 정착을 위하여 요구되는 요건과 시사점을 제시하였다.

정현재와 이진호[17]는 국내 도입 예정인 인터넷 전문은행의 영향을 살펴보기 위해 선행 연구와 주요국 사례를 중심으로 탐색적 연구를 실시한 결과, 첫째, 인터넷 전문은행의 성공요인으로

는 고객기반확보 전략과 차별화 전략이 주요한 것으로 나타났다. 둘째, 한국형 인터넷전문은행 출현으로 국내 대출시장의 분할 가능성이 예상되며 특히 주요 경쟁시장은 저축은행 등 중금리대출시장이 될 것으로 보인다. 셋째, 인터넷 전문은행의 출현으로 금융소비자의 편익이 보장되기 위해서는 무엇보다도 사전·사후 금융감독 시스템이 정교하게 설계될 필요가 있다는 결과를 발표하였다.

3. 연구 방법

3.1 연구 모형

본 연구에서는 인터넷 전문은행의 잠재적 사용자들을 대상으로, 정보기술의 수용과 사용을 예측하고 설명하는데 유용하다고 검증된 UTAUT 모형을 토대로 성과 기대, 노력 기대, 사회적 영향, 채널 신뢰와 전문은행에 대한 신뢰가 전문은행 사용의도에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 Fig. 2와 같은 연구모형을 설정하였다. 신뢰자와 신뢰의 대상을 명확히 지정해야 한다는 Mayer 등[24]의 지적에 따라 신뢰의 대상을 전문은행 서비스를 제공하는 전문은행 자체와 서비스의 채널인 인터넷으로 규정하여 채널 신뢰와 전문은행에 대한 신뢰로 구분하여 독립변수로 설정하였다.

종속 변수를 사용의도로 선정한 이유는 국내 인터넷 전문은행의 출범이 얼마되지 않아 제공하는 서비스 역시 제한적일 수 밖에 없고, 가입자수가 폭발적으로 증가하였다고는 하지만 아직은 점포형 은행과 비교하여 상대적으로 적고 이용횟수도 적기 때문에 전반적인 인터넷 전문은행을 이해하기 힘들기 때문에 사용 행위를 종속 변수로 설정하기에는 무리가 따른다고 판단되었다. 또한 기존의 많은 연구에서 사용 의도는 사용 행위를 가장 잘 설명하는 변수 중의 하나로 나타났기 때문에 사용 의도를 종속 변수를 채택했다.

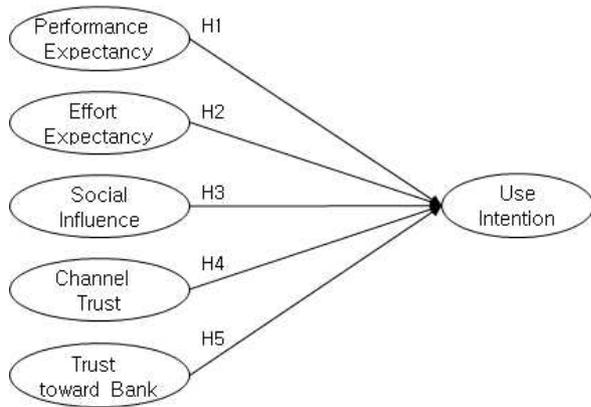


Fig. 2 Research Model

3.2 연구 가설

Venkatesh 등[25]는 기존의 8개 이론을 통합하여 UTAUT 모형을 제시하여 성과 기대, 노력 기대, 사회적 영향, 촉진 조건이 행동 의도와 행동에 미치는 영향을 종합적으로 설명하였다. MP3 플레이어와 인터넷 뱅킹에 관한 Im 등[23]의 연구 결과, 한국의 경우 성과 기대, 노력 기대, 사회적 영향은 사용 의도에 유의한 영향이 있었으며, 미국의 경우는 사회적 영향만 사용 의도에 유의하지 않게 나타났다. 인터넷 뱅킹 이용에 대한 박영배와 박현지[6]의 연구결과 촉진 조건은 사용의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났지만 노력 기대는 유의적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 인터넷 뱅킹 이용에 관한 이동만 등[11]의 연구결과 성과 기대, 사회적 영향은 이용의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 노력 기대는 유의적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 핀테크 결제서비스에 대한 양호승 등의 연구[8] 결과 노력 기대, 사회적 영향이 사용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 성과 기대와 촉진 조건은 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. e-러닝과 온라인 게임에 대한 오종철[9]의 연구, SNS에 대한 이문봉[12, 13]의 연구, 인터넷 전문은행에 대한 김석환과 박동규[3]의 연구 결과 성과 기대, 노력 기대, 사회적 영향이 사용의도에 정

(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지금까지의 연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1: 성과 기대는 사용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 노력 기대는 사용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3: 사회적 영향은 사용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

신뢰는 온라인 서비스와 금융 서비스 각각에 있어서 가장 기본적인 전제조건으로 중요성을 가지고 있으며, 온라인상의 구매의도나 기술수용의 촉진에 중요한 역할을 수행하는 것으로 알려져 있다[20]. 채널로서의 신뢰는 고객이 의도하는 대로 인터넷이 금융 거래를 처리할 것이라는 기대 하에 인터넷 사용을 발생할 수 있는 위험을 감수하고자 하는 고객의 의지를 의미한다. 금융 소비자는 인터넷이 소비자가 기대하는 대로 거래를 실행할 능력이 있다고 믿을 때 인터넷 전문은행을 사용할 의도가 높아질 것이다. 은행에 대한 신뢰는 은행이 고객과 계약한 대로 금융 거래를 처리할 것이라는 기대 하에 은행과의 거래로 발생할 수 있는 위험을 고객이 감수하고자 하는 의지를 의미한다. 인터넷 쇼핑에 관한 기존 연구들에서 신뢰와 이용의도간에 정(+)의 관계를 보여 주고 있다[22]. 핀테크 사용의도에 대한 김은정 등의 연구결과 신뢰가 핀테크 사용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 핀테크 결제 서비스 사용의도에 대한 양승호 등[8]의 연구 결과 신뢰성은 사용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인터넷 뱅킹 채택 행위에 대한 김경규 등[1]의 연구결과 고소득 집단의 경우 인터넷 뱅킹 신뢰와 기회남용(은행신뢰2)이 저소득 집단은 인터넷 뱅킹 신뢰와 약속준수(은행신뢰2)가 인터넷 뱅킹 채택에 유의적인 영향을 미친 것으로 나타났다. 지금까지의 연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

Table 1 Operational Definition and Questions

Variable	Operational Definition	No.	Preceding Research
Performance Expectancy	The degree to which individuals believe that using an Internet Primary Bank will help them improve the performance of their work	3	[9,13,25]
	Using the service of an Internet Primary Bank will be useful for my life.		
	Using the service of an Internet Primary Bank enables me to speed up my work.		
	Using the service of an Internet Primary Bank will increase productivity.		
Effort Expectancy	The degree of ease associated with the use of the Internet Primary Bank	3	[9,13,25]
	It is easy for me to become skillful at using Internet Primary Bank.		
	Using the Internet Primary Bank services is easy.		
	Learning to use the Primary Bank services is easy.		
Social Influence	The degree th which peers influence the use of the Internet primary Bank services	4	[9,13,25]
	People around me are encouraging me to use Internet Primary Bank services.		
	People who are important to me think that I should use the Internet Primary Bank services.		
	I would use the Internet Primary Bank services if my peers used them.		
	People around me help me use the Internet Primary Bank services.		
Channel Trust	The expectancy that transaction will be processed as expected	4	[1]
	I expect the Internet to work correctly in handling banking transactions.		
	I believe that an Internet Primary Bank system can respond to attacks such as hacking that threaten the bank’s data and services.		
	The Internet is trustworthy.		
	I think that the Internet Primary Bank system will provide high quality services that meets the expectations.		
Trust Toward Bank	The expectancy that an Internet Primary Bank will do its best to keep its promise	3	[1]
	The Internet Primary Bank will act on their promises.		
	The Internet Primary Bank will faithfully implement the terms of use.		
	The Internet bank will take care of my promise.		
Use Intention	Intention or plan to use Internet Primary Bank now or in the future	3	[11,13,25]
	I am going to use an Internet Primary Bank in the future.		
	I plan to use an Internet Primary Bank in the future.		
	I plan to use an Internet Primary Bank more actively in the future.		

가설 4: 채널로서의 인터넷 신뢰는 사용 의도에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

가설 5: 전문은행에 대한 신뢰는 사용 의도에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

3.3 변수의 조작적 정의

본 연구에서는 인터넷 전문은행의 사용의도에 미치는 요인을 탐색하기 위해 UTAUT 모델을

기반으로 신뢰 변수를 추가하였다. 연구 모형에서 제시된 각 요인들을 측정하기 위하여 선행연구들을 참고하여 Table 1과 같이 조작적 정의를 하였으며, 각 문항에 대해 리커트 7점 척도를 이용하여 측정하였다.

4.2 타당성 분석과 신뢰성 분석

본 연구에서 사용된 측정도구의 개념타당성을 검증하기 위해 독립 변수와 종속 변수에 대해 요인 분석을 하였다. 요인추출방법은 주성분 분석을 이용하였고, 아이겐 값은 1.0 이상을 기준으로, 요인 적재치는 0.5 이상을 기준으로 하여 요인을 추출하였고 요인회전 방식은 배리맥스 (varimax) 방식을 이용하였다. 그리고, 변수의 신뢰성 검증을 위해 많이 사용되고 있는 크론바하 알파(Cronbach's alpha) 계수를 이용하였다. 일반적으로 알파 계수가 0.6 이상이면 비교적 신뢰도가 높은 것으로 볼 수 있다.

독립변수의 타당성과 신뢰성 분석 결과는 Table 2와 같이 5개 요인으로 묶였고, 요인 적재치도 채널 신뢰 하나를 제외하고는 0.8이상으로 나타났다. 사회적 영향의 아이겐 값이 5.523으로 가장 높게 나타났고, 크론바하 알파값 역시 0.889로 높게 나타났다. 채널 신뢰는 아이겐 값이 2.894, 크론바하 알파값이 0.867으로 나타났는데, 4번째 문항의 경우 요인적재치도 낮게 나타났고, 신뢰성 분석 결과 이 문항을 제외하면 알파값이 0.834에서 0.867로 상승해서 추후 분석에서는 4번째 문항을 제외하였다. 전문은행에 대한 신뢰는 아이겐 값이 2.2, 크론바하 알파값이 0.894로 나타났으며, 노력 기대는 아이겐 값이 1.432, 크론바하 알파값이 0.879으로 나타났으며, 성과 기대는 아이겐 값이 1.223, 크론바하 알파값이 0.868로 나타났다. 종속 변수인 사용 의도의 요인 분석 결과는 예상대로 하나의 요인으로 묶여졌으며, 신뢰성 분석 결과 크론바하 알파값은 0.964로 높게 나타났다.

Table 2 Results for Validity and Reliability Test

	SI	CT	TB	EE	PE
si4	.869	.061	.083	.115	.074
si3	.852	.144	.020	.001	.027
si2	.838	.062	.032	.074	.188
si1	.836	-.028	.130	.164	.191
ct2	.069	.868	.202	.026	.013
ct1	.084	.851	.088	.010	-.031
ct3	.079	.839	.269	.017	.092
ct4	.008	.570	.336	.139	.208
tb2	.015	.204	.879	.185	.101
tb3	.110	.250	.866	.115	.070
tb1	.139	.318	.810	-.029	.156
ee2	.098	.033	.119	.898	.211
ee3	.122	.134	.137	.864	.076
ee1	.093	-.042	.085	.855	.238
pe2	.112	-.027	.058	.184	.895
pe3	.178	.146	.183	.117	.849
pe1	.157	.074	.019	.226	.800
Eigenvalue	5.523	2.894	2.200	1.432	1.223
Cronbach's alpha	.889	.867	.894	.879	.868

4.3 가설 검증

본 연구의 목적을 위해 설정한 연구모형을 검증하기 위해 SPSS Ver. 18.0을 이용하여 회귀분석을 실시하였다. 분석 결과는 Table 3과 같다.

Table 3 Results for Hypothesis

Independent Variable	$\beta(t)$	t value	Result
Performance Expectancy	0.258	3.024*	Accept
Effort Expectancy	0.020	0.247	Reject
Social Influence	0.213	2.672*	Accept
Channel Trust	0.217	2.558*	Accept
Trust Toward Bank	0.022	0.252	Reject

* p<0.01

가설 1부터 5까지를 검증하기 위하여 종속 변수는 사용 의도로 설정하고 성과 기대, 노력 기대, 사회적 영향, 채널 신뢰, 전문은행 신뢰를 독립변수로 하여 분석한 결과, 모형의 설명력을 나타내는 R2값은 0.486으로 나타났고, 모형의 적합도를 나타내는 F 값은 8.544로 유의수준 0.01에서 적합한 것으로 나타났다. 성과 기대, 사회적 영향, 채널 신뢰의 t 값이 각각 3.024, 5.727, 2.672, 2.558로 유의수준 0.01에서 사용 의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1, 3, 4는 채택되었다. 하지만, 예상과는 달리 노력 기대와 전문은행에 대한 신뢰는 t 값이 각각 0.247과 0.252로 나타나 유의적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 노력 기대는 인터넷 전문은행을 사용하는 것이 용이하다고 믿는 정도로 설문 대상자인 대학생의 경우 인터넷 세대로 생활의 많은 부분을 인터넷을 이용하여 왔고 특히 모바일에 익숙하기 때문에 인터넷 전문은행의 사용 의도에 유의적인 영향을 미치지 않았을 것으로 판단된다. 전문은행에 대한 신뢰는 인터넷 전문은행이 약속을 지키기 위해 최선을 다할 것이라는 믿음의 정도로 설문 대상자가 대학생이기 때문에 출범한 지 얼마 되지 않은 인터넷 전문은행에 대해 자세히 알고 있지 않을 수도 있고, 국가에서 법으로 인정한 은행이기 때문에 은행으로서 지켜야 할 약속들을 당연하다고 생각할 수도 있기 때문에 유의적인 영향을 미치지 않았을 것으로 판단된다.

5. 결론

본 연구는 올해 처음 출범한 인터넷 전문은행을 사용함에 있어서 어떠한 요인들이 영향을 미치는지를 확인하기 위하여 UTAUT 모형을 활용하여 성과 기대, 노력 기대, 사회적 영향을 추출하였으며, 전자상거래와 인터넷 뱅킹을 포함한 핀테크 분야에서 신뢰가 주요한 요인일 것으로 판단되어 신뢰의 대상을 인터넷 전문

은행의 특성상 인터넷이라는 채널에 대한 신뢰와 전문은행 자체에 대한 신뢰로 구분하여 모형을 제시하였다. 인터넷 전문은행을 경험하지 않은 대학생을 대상으로 설문 조사하여 실증 분석을 실시하였다. 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 사용 의도에 유의적인 영향을 미치는 요인은 성과 기대, 사회적 영향, 뱅킹 채널로서의 신뢰로 나타났다. 성과 기대는 기존 연구 결과들과 유사하게 인터넷 전문은행을 이용하여 업무를 처리하는 것이 기대하는 성과가 더 높고 인지할수록 인터넷 전문은행의 사용 의도가 높아진다는 것을 알 수 있다. 인터넷 전문은행은 은행업의 후발주자이다. 고객을 확보하기 위해서는 금융 상품 그 자체와 서비스의 경쟁력 제고 못지 않게 차별화된 서비스 제공을 위해 노력해야 소비자들의 성과 기대를 높일 수 있을 것이다. 사회적 영향에 대한 가설이 채택된 것은 인터넷 전문은행을 사용함에 있어서 주변에 친한 사람의 의견이나 대중매체를 통해서 인터넷 전문은행을 이용하고자 하는 의도에 긍정적인 영향을 받고 있다는 것을 의미한다. 향후에도 금융소비자에게 인터넷 전문은행의 차별화되고 표준화된 속성을 널리 인식시켜 사회적 영향이 널리 퍼질 수 있도록 인터넷 전문은행 사업자와 금융 당국간의 유기적인 협력이 필요할 것으로 생각된다. 뱅킹 채널로서의 인터넷에 대한 신뢰는 인터넷 전문은행을 사용하려는 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인터넷 전문은행은 점포형 은행과는 달리 비대면으로 인터넷 상에서 계좌를 개설하고 제반 서비스를 사용해야 하기 때문에 소비자 입장에서는 우선적으로 인터넷에 대한 신뢰가 있어야만 인터넷 전문은행을 이용하려는 의도가 높아진다는 것을 알 수 있다.

둘째, 노력 기대와 전문은행에 대한 신뢰는 유의적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 노력 기대는 인터넷 전문은행을 사용하는 것이 용이하다고 믿는 정도로 설문 대상자인 대학생의 경우 스마트 폰을 이용하여 다양한 앱을 사

용하고 있어 인터넷 전문은행의 사용 방법이나 새로운 기술을 이해하고 적응하는데 큰 어려움이 없기 때문에 사용 의도에 별 영향을 미치지 않는 것으로 판단된다. 그리고, 전문은행에 대한 신뢰의 경우 본 연구에서는 약속 준수로 조작적 정의를 내렸기 때문에 설문 대상자인 대학생들이 인터넷 전문은행 역시 점포형 은행처럼 약속을 준수하기 위해 최선을 다할 것이라고 믿고 있거나, 온라인 쇼핑물이나 다른 전자상거래 업체와는 달리 인터넷 전문은행은 국가에서 법으로 설립된 은행이기 때문에 설문 응답자들이 인터넷 전문은행에 대한 최소한의 믿음을 가지고 있기 때문에 사용 의도에 영향을 미치지 않은 것으로 판단된다.

본 연구의 이론적인 시사점은 다음과 같다. 첫째, 인터넷 전문은행을 대상으로 UTAUT 모형을 실증적으로 분석한 연구라는 것이다. UTAUT 모형은 정보기술의 수용과 사용 통합 모형으로 인터넷 뱅킹, 인터넷 서비스, 핀테크 등을 대상으로 많은 연구가 있었지만, 본 연구에서는 올해 처음 출범한 인터넷 전문은행에 적용시켜 모형의 활용 범위를 넓혔다는데 의의가 있다. 분석 결과 성과 기대, 사회적 영향, 채널 신뢰 요인이 사용 의도에 유의적인 영향을 미쳤다. 둘째, 신뢰를 추가함으로써 UTAUT 모형을 확장하였다는 것이다. 김경규 등[1]의 연구처럼 신뢰의 대상을 채널로서의 인터넷과 전문은행 자체로 구분하여 실증 분석함으로써 채널로서의 인터넷에 대한 신뢰가 더 중요한 역할을 하는 것임을 밝혔다.

본 연구는 다음과 같은 실무적인 시사점을 제공한다. 첫째, 성과 기대가 사용 의도에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 나타났기 때문에 인터넷 전문은행을 운영하는 케이뱅크와 카카오뱅크에서는 사용자들의 성과 기대를 높이기 위한 차별화된 서비스를 제공해야만 고객을 확보할 수 있고 성공적으로 정착시킬 수 있을 것이다. 현재 제공되고 있는 편의점 ATM 기기 수수료 무료 혹은 높은 예적금 금리나 낮은 대출 금리 이

외에 빅데이터를 이용하여 대출자의 신용 등급을 차별적으로 산출한다거나 편리하고 저렴한 국내의 송금 서비스를 제공해야 할 것이다. 둘째, 사회적 영향 요인 역시 중요한 역할을 하기 때문에 사용자들에게 인터넷 전문은행을 사용하면 어떠한 점이 유용한 지 혹은 어떻게 사용하면 개인의 업무나 생활에 도움이 되는지를 온/오프라인 매체를 이용하든지 구전 마케팅을 적극적으로 실시할 필요가 있다. 셋째, 인터넷 전문은행은 인터넷을 이용하여 서비스를 제공받을 수 있기 때문에 인터넷 상의 보안 기능에 대한 교육을 실시하거나 인터넷으로 인하여 발생한 손실이나 피해 등에 대해 적극적이고 즉각적인 대응을 하여 인터넷을 이용하는 것이 보다 더 편리하고 안전하다는 믿음을 줄 필요가 있다. 종합적으로 인터넷의 가장 중요한 특징인 상호작용성에 기반한 인터넷 전문은행의 장점을 최대한 활용하여 사용자를 극대화시키는 노력이 필요하며, 확보된 사용자를 대상으로 네트워크 효과를 발생시키기 위해 다양한 차별적인 서비스를 제공할 필요가 있다.

본 연구의 한계점 및 향후 연구 과제를 정리하면 다음과 같다. 첫째, 표본 선정에 한계가 있었다. 대학생의 경우 일반 은행을 이용한 경험이 상대적으로 적고 단순 업무에 대한 경험만이 존재하기 때문에 연구 결과가 다르게 나타났을 가능성이 존재한다. 또한, 인터넷 전문은행은 일반 은행과 비교하여 예금과 적금 금리가 높고, 대출 금리가 낮아 대학생보다는 직장인이 더 많이 사용할 가능성이 높기 때문에 본 연구의 결과를 일반화하는데 한계가 존재한다. 향후에는 다양한 집단별로 구분하여 사용 의도에 미치는 영향을 분석할 필요도 있을 것이다. 둘째, 본 연구에서는 인터넷 전문은행이 출범한 지 몇 개월 되지 않은 관계로 미경험 사용자를 대상으로 사용 의도만을 종속 변수로 설정하였는데, 추후에는 사용 행위나 사용자 만족 등과 같은 변수를 종속 변수로 설정하고 인터넷 전문은행을 사용한 경험이 있는 사용자를 추가하여 분석을 할

필요가 있을 것이다. 그렇게 하면 본 연구의 결과와 다른 결과가 도출될 수도 있을 것이다. 특히, 신뢰의 경우 인터넷 전문은행의 경험이 없지만 인터넷을 자주 이용하는 대학생이기 때문에 인터넷에 대한 신뢰와 전문은행에 대한 신뢰의 결과가 부정확하게 나타났을 가능성이 있다. 셋째, 본 연구에서는 사용 의도에 영향을 미치는 5개의 독립 변수를 이용하여 분석하였는데, 추후 연구에서는 각 독립 변수에 영향을 미칠 수 있는 선행 요인을 추가하여 모델을 확장할 필요가 있을 것이다. 특히, 신뢰에 영향을 미칠 수 있는 보안, 지각된 위험 등과 같은 요인을 추가하거나 전문은행에 대한 신뢰의 조작적 정의를 다르게 한다면 보다 의미 있는 연구가 될 수 있을 것이다. 마지막으로, 본 연구는 횡단 연구를 실시하였기 때문에 향후 연구에서는 시계열 자료를 이용한 종단 연구를 실시하여 모형에서 제시하는 요인들이 사용 의도 혹은 사용에 어떻게 영향을 미치는 지를 분석할 필요가 있다.

References

- [1] Kim, G. G., Lee, J. U., and Kim, H. S., "Impact of Trust and Risk on Internet Banking Adoption," *Korean Management Review*, Vol. 32, No. 6, pp. 1771-1797, 2003.
- [2] Kim, D. W. and Kim, S. C., "Factors to Influence Switching Intention to Internet-only Bank from Legacy Bank: Focused on Financial Consumers' Asset Management," *Information Society & Media*, Vol. 8, No. 1, pp. 105-134, 2017.
- [3] Kim, S. H. and Park, T. K., "Acceptance Factors of Financial Consumers on Internet Primary Banks," *Journal of Industrial Economics and Business*, Vol. 30, No. 2, pp. 589-622, 2017.
- [4] Kim, E. J., Kim, J. H., and Kim, J. W., "A Study of the Factors Influencing on the Intention to Use Fintech," *Journal of Information Systems*, Vol. 26, No. 1, pp. 75-91, 2017.
- [5] Kim, T. H., Park, T. H., and Lim, J. I., "A Study on the Preparation for the Electronic Finance Risk of Domestic Internet Only Banks," *Journal of The Korea Institute of Information Security & Cryptology*, Vol. 18, No. 5, pp. 33-48, 2008.
- [6] Park, Y. B. and Park, Y. J., "Testing for Use and Acceptance of Internet Banking Based on UTAUT Model," *Journal of the Korea Industrial Information Systems Research*, Vol. 22, No. 1, pp. 11-21, 2017.
- [7] Song, K. S., "The Study of Business Model on Fintech Internet Only Bank," *The e-business Studies*, Vol. 17, No. 3, pp. 273-299, 2016.
- [8] Yang, S. H., Hwang, Y. S., and Park, J. K., "A Study on the Use of Fintech Payment Services Based on the UTAUT Model," *Journal of management & economics*, Vol. 38, No. 1, pp. 183-209, 2016.
- [9] Oh, J. C., "Factors of Internet Service Acceptance: A Revaluation of UTAUT Model," *Korean Management Review*, Vol. 39, No. 1, pp. 55-79, 2010.
- [10] Lee, T. K., "Task to Foster Internet-Only Banks in Korea," *Financial Brief*, Vol. 26, No. 18, pp. 3-8, 2017.
- [11] Lee, D. M., Lim, G. H., and Jang, S. H., "A Comparative Analysis on the Usage of Internet Banking Users in Korea and China: Based on the UTAUT Theory," *Journal of Information Systems*, Vol. 19, No. 4, pp. 111-136, 2010.
- [12] Lee, M. B., "A Study of Factors Influencing the Satisfaction of SNS Use," *Journal of the Korea Industrial Information Systems Research*,

- Vol. 17, No. 5, pp. 61-73, 2012.
- [13] Lee, M. B., "Influence of the Innovativeness on the Use Intention in SNS: Focused on UTAUT," Journal of the Korea Industrial Information Systems Research, Vol. 17, No. 7, pp. 177-186, 2012.
- [14] Lee, J. H., "Legal Issues on Plan to introduce Internet-only Banks," Business Law Review, Vol. 30, No. 1, pp. 77-106, 2016.
- [15] Jun, J. Y. and Yeo, E. J., "Articles : Analysis on the Effects of Introduction of Korean Internet Bank from an Industrial Organizational Perspective," Journal of Money & Finance, Vol. 29, No. 4, pp. 199-234, 2015.
- [16] Jung, D. H., Chang, H. S., and Park, K. O., "A Study on the Environment Characteristics and Continuous Usage Intention for Improvement of Fintech," Journal of Information Systems, Vol. 26, No. 2, pp.123-142, 2017.
- [17] Jung, H. J. and Lee, J. H., "A Study on the Impact of Korean Internet Primary Banks," Financial Planning Review, Vol. 9, No. 3, pp. 1-22, 2016.
- [18] Cho, D. H. and Lee, H. G., "The Critical Success Factors of Internet Banks and Considerable Points When Introducing into Domestic Markets," The Journal of the Korea Contents Association, Vol. 9, No. 12, pp. 600-612, 2009.
- [19] Ha, Y. T., "FinTech Applied in the Capital Market and Improvement of Laws and Institutions," The Korean Journal of Securities Law, Vol. 18, No. 2, pp. 157-182, 2017.
- [20] Ba, S., and Pavlou, P. A., "Evidence of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Markets: Price Premiums and Buyer Behavior," MIS Quarterly, Vol. 26, No. 3, pp. 243-268, 2002.
- [21] Davis, F. D., "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3, pp. 319-340, 1989.
- [22] Gefen, D., Karahanna E, and Straub D. W., "Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model," MIS Quarterly, Vol. 27, No. 1, pp. 51-90, 2003.
- [23] Im, I. I., Hong, S. T., and Kang, M. S., "An International Comparison of Technology Adoption Testing the UTAUT model," Information & Management, Vol. 48, pp. 1-8, 2011.
- [24] Mayer, R. C. Davis J. H. and Schoorman, F. D., "An Integrative Model of Organizational Trust," Academy of Management Review, Vol. 20, No. 3, pp. 709-734, 1995.
- [25] 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, pp. 425-478, 2003.



권혁기 (Kwon Hyeok Gi)

- 동의대학교 경영학박사
- 동의대학교 경영학과 조교수
- 관심분야 : 조직행동, 리더십, 인사조직



이문봉 (Lee Moon Bong)

- 연세대학교 경영학과
- 연세대학교 경영학석사
- 연세대학교 경영학박사, MIS 전공
- 동의대학교 경영학과 교수
- 관심분야 : 클라우드 컴퓨팅, 빅데이터, SNS, 핀테크