

사용자의 지각된 통제력이 디지털 금융서비스 이용의도에 미치는 영향: 프라이버시 염려 조절효과를 중심으로

Effects of Perceived Control on Usage Intention toward Digital Finance Service: Moderating Role of Privacy Concern

강 준 모 (Jun Mo Kang) 고려대학교 기업경영학과 박사과정

박 철 (Cheol Park) 고려대학교 융합경영학부 교수, 교신저자

요 약

코로나19 이후 소비생활 환경의 비대면화가 급격히 앞당겨지면서, 변화하는 비대면 금융생활서비스는 소비자의 일상에 큰 영향을 미치고 있다. 이처럼 필수재화가 된 디지털 기기·서비스를 이용하지 못하는 국민은 일상생활뿐 만 아니라 사회·경제 전반에서 소외되는 ‘디지털 사각지대’에 내쳐질 위험이 높아지고 있다. 이에 본 연구에서는 지각된 통제력 요인인 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력이 디지털 금융서비스 이용의도에 미치는 영향을 분석하였다. 본 연구를 위해 디지털금융을 알고 있으면서 이용의도가 있는 133명의 고객을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 연구결과 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력은 디지털 금융서비스 이용의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 프라이버시 염려에 대한 조절효과는 결정 통제력이 디지털 금융서비스 이용의도에 미치는 영향에서 유의하게 나타났다. 이러한 결과를 바탕으로 디지털 금융서비스 기업이 고객의 지각된 통제력을 관리할 수 있는지에 대한 시사점을 제시하였다.

키워드 : 디지털 금융서비스, 지각된 통제력, 결정 통제력, 이용의도, 프라이버시 염려

I. 서 론

4차 산업혁명 시대에 인공지능, 빅데이터, 사물 인터넷 기술을 활용한 디지털전환(Digital Transformation)이 거의 모든 소비생활의 변화를 이끌고 있으며, 그 중에서도 소비자들은 블록체인을 활용한 간편결제와 송금서비스, 비대면 인증, 로보어드바이저 등의 혁신적인 금융상품을 편리하게 활

용하게 되었다.

더욱이 코로나19 이후 소비생활 환경의 비대면화가 급격히 앞당겨지면서(c.f. 정옥경, 박철, 2020), 많은 서비스들이 급속히 비대면 디지털화되고 있다(c.f. 연예지, 박철, 2022). 금융에서도 비대면 금융생활서비스는 소비자의 일상에 큰 영향을 미치고 있다(김민정A 등, 2022). 디지털 금융서비스를 이용하는 과정 속에서 소비자의 위험 수준을

낮추고 금융서비스 제공자와의 관계에 관한 만족을 향상시킬 수 있는 요소로 지각된 통제력(perceived control)이 중요한 변수가 될 수 있다(Averill, 1973). 즉, 고객이 느끼는 통제력을 고취시키는 것만으로도 고객만족을 향상시키는 효과가 나타날 수 있는 것으로 밝혀졌으며(이정기, 2013), 자기 통제력이 높을수록 소비행동에서 과소비, 모방소비, 충동소비 등의 행동이 줄어들 수 있는 있다고 한다(박철, 김인규, 2014; 유연희, 강기정, 2020).

사람이 불확실성이 높은 상황에서 심리적으로 느끼는 통제력은 그 상황의 평가에 영향을 미친다. 불확실성과 더불어 위험성이 높은 수준으로 감지가 될 경우 스트레스를 받기 쉬운 여건에 있는 소비자 중에 그 현실에서 자신의 통제력이 약하다고 느끼는 소비자들은 그 현실에서 무능함, 무력감, 체념 등 부정적인 경험을 할 것이며, 반면에 자신이 그 현실을 통제할 수 있다고 믿는 소비자들은 성취감, 만족 등의 긍정적인 경험을 할 확률이 높다고 심리학 연구에서는 언급하고 있다(Goldestein, 1989; Langer and Saegert, 1977; Mills and Krantz, 1979; Newcomb and Harlow, 1986). 지각된 통제력(perceived control)과 관련된 선행연구는 대부분의 통제력은 단일 효과가 주를 이루고 있으며, 통제력 요인에 관한 연구에서도 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력 등 세 가지 요인 중 하나를 선택한 차원에서 접근을 보이고 있다.

이러한 선행연구에서 통제력의 세 가지 요인을 동시에 검증한 연구는 제한적이다.

필수재화가 된 디지털 기기·서비스를 이용하지 못하는 국민은 일상생활뿐 만 아니라 사회·경제 전반에서 소외되는 ‘디지털 사각지대’에 내쳐질 위험이 높아지고 있음에도 불구하고(김문기, 2022), 아직까지 디지털금융 소비자의 서비스이용에 관한 연구는 제한적이다(cf. 정수연, 박철, 2007). 특히 지각된 통제력의 세 가지 요인인 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력이 디지털 금융서비스 이용의도에 어떠한 영향을 미치는지 제시되지 않았으며,

기존의 지각된 통제력 연구에서는 프라이버시 염려에 대한 조절효과가 있는지 충분히 연구되지 않았다. 프라이버시 염려는 정보화 사회에서 매우 중요한 부분이다. 따라서 지각된 통제력이 디지털 금융서비스 이용의도에 미치는 영향을 프라이버시 염려가 조절하는지를 분석해 보고자 한다. 이러한 논지에서 본 연구의 목적은 다음과 같다.

첫째, 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력이 디지털금융 이용의도에 미치는 영향관계를 파악할 것이다. 또한 이러한 관계에서 프라이버시 염려의 고집단과 저집단의 조절효과를 검증하고자 한다. 둘째, 파악된 특성을 중심으로 실증분석을 하고자 한다. 마지막으로, 실증분석을 통해 디지털 금융서비스 업체의 마케팅 전략과 시사점을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 디지털 금융서비스

2.1.1 정의 및 혜택

디지털 금융서비스는 휴대폰, 개인용 컴퓨터, 인터넷 또는 신뢰할 수 있는 디지털 결제 시스템에 연결된 카드를 통해 제공되는 금융서비스이다.

이와 유사하게 맥킨지 보고서에서는 디지털 금융서비스를 휴대폰 인터넷 또는 카드를 통해 제공되는 금융서비스로 정의한다(Manyika et al., 2016).

Gomber et al.(2017)에 따르면 디지털금융은 핀테크 기업과 혁신적인 금융서비스 제공업체가 제공하는 새로운 금융상품, 금융 비즈니스, 금융 관련 소프트웨어, 새로운 형태의 고객 커뮤니케이션 및 상호 작용을 포괄한다.

디지털금융은 개인과 기업이 은행 지점을 방문하거나 금융서비스 제공업체와 직접 거래하지 않고도 인터넷(온라인)을 통해 결제, 저축, 신용 시설에 액세스할 수 있도록 하는 모든 상품, 서비스, 기술 또는 인프라를 포함한다는데 어느 정도 합의가 이루어지고 있다. 디지털 금융서비스에는 몇

가지 이점이 있다. 첫째, 개발도상국 인구의 약 50%가 이미 휴대전화를 소유하고 있기 때문에 디지털금융은 금융 포용성을 높이고, 비금융 부문으로 금융서비스를 확대하며, 개인에 대한 기본 서비스를 확대할 수 있다(World Bank, 2014). 둘째, 디지털금융은 개발도상국의 가난한 개인에게 저렴하고 편리하며 안전한 금융서비스를 제공할 수 있는 잠재력을 가지고 있다(CGAP, 2017). 최근 전세계적으로 디지털 금융서비스의 접근성과 경제성이 개선되면서 수백만 명의 빈곤층 고객이 현금 기반 거래에서 안전한 디지털 플랫폼의 공식 디지털금융 거래로 전환할 수 있다(CGAP, 2017). 셋째, 디지털 금융서비스는 개인은 물론 중소기업과 대기업이 다양한 금융상품과 서비스에 편리하게 접근할 수 있도록 한다(Ozili, 2018). 넷째, 디지털 금융서비스의 혁신은 은행 실적에 장기적으로 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 다섯째, 디지털 금융서비스는 총지출 증가를 촉진하는 플랫폼을 제공하여 금융 거래량 증가로 인한 세수 증가를 창출함으로써 정부에도 이익이 된다(Manyika et al., 2016). 여섯째, 디지털금융의 도입은 불량(또는 위조) 화폐 등의 유통을 크게 줄일 수 있다.

결론적으로, 디지털 금융서비스는 정식 은행 계좌를 가지고 있고 은행 계좌에 여러 금융거래를 완료하기 위한 자금이 있는 개인과 기업의 복지를 향상시킬 것이다. 하지만 디지털 금융서비스 제공에 드는 비용이 무시할 수 있을 정도로 낮거나 제

로에 가까울 때만 디지털금융의 기대 혜택이 온전히 실현될 수 있을 것이다(Ozili, 2018). 이러한 디지털 금융서비스에 대한 정의는 <표 1>과 같다.

2.2 디지털 금융서비스 관련 선행연구

디지털 금융서비스 관련 선행연구를 보면 타 분야의 논제보다 상대적으로 많지 않지만 디지털 기술의 급격한 발전과 함께 관련 연구가 다양하게 시도되어 왔다. 주요 연구들을 보면, 김지현 등(2019)은 행동 모델링 요인이 디지털 금융서비스 사용 의도에 관한 연구에서 정보취약계층은 격려와 지원이 디지털 금융서비스에 대한 성과를 기대하는 것으로 나타났으며, 이러한 성과 기대는 사용 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 디지털 금융에 대한 두려움도 사용 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 고제욱 등(2019)은 금융부문을서 블록체인 수용 의도를 연구하였다.

같은 맥락에서 김시욱, 박현숙(2020)은 블록체인 기반 금융 플랫폼의 성별 수용 의도에 관한 연구에서 블록체인 기반 금융 플랫폼에 대한 수용 의도는 여성보다 남성이 강하게 나타났다. 김민정 A 등(2022)은 비대면 금융생활서비스 이용가능성 영향요인에 관한 연구에서 비대면 금융생활서비스에 대한 자신감은 연령이 낮은 집단, 대졸 이상인 경우, 소득수준이 높은 경우, 소비성향과 저축

<표 1> 디지털 금융 관련 용어의 정의

연구자	용어 정의
디지털 금융 서비스 (Manyika et al., 2016)	휴대폰, 개인용 컴퓨터, 인터넷 또는 신뢰할 수 있는 디지털 결제 시스템에 연결된 카드를 통해 제공되는 금융서비스로 정의
디지털 금융 서비스 (Gomber et al., 2017)	디지털금융은 핀테크 기업과 혁신적인 금융서비스 제공업체가 제공하는 새로운 금융상품, 금융 비즈니스, 금융 관련 소프트웨어, 새로운 형태의 고객 커뮤니케이션 및 상호 작용이 포괄되는 것으로 정의
디지털 금융 (기획재정부 시사경제용어 사전, 2023)	디지털 금융은 디지털 기술을 응용한 금융상품 또는 서비스로 정의
디지털 금융거래 서비스 (정영훈, 송민수, 2022)	간편결제, 간편송금, 통합자산관리 등 이용목적에 따라 구분되는 금융거래 서비스들이 디지털화되어 제공되는 것

성향이 걱정수준인 경우 더 높게 나타났다. 또한 지각된 통제력이 디지털 환경에서 활용된 사례나 연구들을 살펴보면 권수경 등(2015)은 청소년의 자기통제력 요인이 인터넷 중독에 미치는 영향을 연구하였으며, 유병희 등(2016)은 모바일 개인화 서비스 대한 연구에서 지각된 통제력을 활용하였다. 권선아, 이수영(2017)은 스마트폰 사용이 자기 주도학습능력에 미치는 연구에서 자기 통제력을 매개변수로 활용하였으며, 김희경, 고재욱(2022)은 청소년의 인터넷 몰입에 관한 연구에서 자기 통제력 매개효과를 중심으로 연구를 하였다. Asandimitra *et al.*(2021)은 지각된 통제력이 저축의도에 미치는 영향을 연구하였다.

이렇듯 디지털금융과 관련된 기존 연구는 행동 모델, 블록체인의 이용의도 또는 수용 의도 등에 관한 연구가 이루어졌으며, 디지털 금융소비자의 지각된 통제력 요인인 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력 요인이 디지털금융 이용의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대해서는 다루지 않았다.

이러한 관점에서 본 연구는 지각된 통제력 요인이 어떻게 디지털금융 이용의도에 영향을 미치는지 분석하는데 초점을 맞췄다. 따라서 다음 장에서는 지각된 통제력에 대해 알아보하고자 한다.

2.3 지각된 통제력(Perceived Control)

통제는 인간의 핵심 원동력으로 널리 받아들여지고 있으며, 종종 환경에 대한 자신의 능력, 우월성, 숙달을 입증하려는 욕구로 정의되기도 한다(White, 1959). 지각된 통제력은 사람들이 환경을 통제할 수 있는 정도에 대한 믿음이며, 사람들이 환경을 통제할 수 있다는 믿음에서 비롯된다(Skinner, 1996). 이는 상황을 크게 변화시키고 상황을 예측하는 것을 의미하며(Burger, 1989; Perry *et al.*, 2001), 자신의 삶에 미치는 영향에 대한 개인의 신념의 정도를 의미한다(Folkman, 1984; Skinner, 1996). 또한 지각된 통제는 다음과 같이 정의할 수 있다. 사람들이 어떤 상황이나 다른 사람에 대해

가지고 있다는 느끼는 통제력의 양으로 정의할 수 있다. 즉, 상황이나 다른 사람에 대한 통제력으로 볼 수 있다(Bugental *et al.*, 1989).

이전 연구에 의하면 높은 통제감을 가진 사람들은 자신이 주변 환경에 강한 영향을 미친다고 믿는 반면에, 통제감이 낮은 사람은 운명, 우연 또는 강력한 타인에게 의지하는 것으로 나타났다(Wallhagen, 1993). Averill(1973)은 고객이 주어진 상황에 대해 통제력을 느끼기 위한 조건으로 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력으로 분류하고 이러한 요인들이 스트레스를 접할 가능성이 높은 상황에 대처할 때 스트레스를 감소시키는 효과가 있다고 설명하고 있다.

이에 본 연구에서는 Averill(1973)이 제시한 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력이라는 세 가지 유형이 디지털 금융서비스 이용 의도에 미치는 연구를 하고자 한다. Langer(1983)는 이 세 가지 형태의 통제 모두 개인의 인지된 통제 수준에 영향을 미쳐 심리적, 신체적 안정에 영향을 미친다고 제안하였다. 따라서 다음에서는 Averill(1973)이 제시한 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력을 알아보하고자 한다.

2.3.1 인지 통제력

인지 통제는 한 개인이 상황에 대해 가지고 있는 정보의 양과 그 사람이 그 상황을 더 유리하게 인식할 수 있도록 정보를 재해석하는 능력으로 간주된다(Averill, 1973). 인지 통제력은 불확실성이 높은 사건과 접촉하는 현실에서 그 사건과 관련된 정보를 사전에 알고 있는 사람들은 스트레스를 약하게 받는다(Miller, 1979). 이러한 인지 통제력의 스트레스 감소효과는 Langer and Saegart(1977)의 실험연구에서 입증되었다. 실험 참가자를 두 개의 집단으로 분류하여 두 개의 집단에게 동일한 쇼핑리스트를 배포하고 쇼핑을 하도록 하였는데 한 집단에는 쇼핑전에 슈퍼마켓의 내부에 대한 정보를 제공하고 다른 집단에는 사전에 정보를 제공하지 않고 쇼핑을 하도록 했다. 쇼핑을 마친 후 그들의

쇼핑경험에 대한 질문에 있어서 사전에 정보를 받은 집단은 사전에 정보를 알지 못하는 집단에 비해 쇼핑에 대한 어려움을 덜 느끼고 만족도도 높을 것으로 실험결과가 나타났다. 즉 고객은 자신이 경험할 상황에 대한 정보를 사전에 충분히 알고 그 상황에 대한 예측과 이해를 할 수 있는 경우 통제력을 느낄 수 있으며, 이에 따라서 상황에 대한 위험성과 스트레스가 감소된다는 것이 인지 통제력 이론의 핵심이다(이정기, 2013).

2.3.2 행동 통제력

행동 통제는 사건의 결과에 직접적인 영향을 미칠 수 있는 반응의 가용성을 의미한다(Averill, 1973). 행동 통제력은 특정 사건을 접하는 상황에서 자신의 필요에 따라서 변화, 중단, 지속 등 대응할 수 있는 선택 권한이 있는 경우 소비자는 행동에 대한 통제력을 느끼게 된다(Geer *et al.*, 1970).

즉 본인의 의지에 따라 그 상황을 효과적으로 대처할 수 있을 때 행동 통제가 인지되는 것이다(이정기, 2013). 고객의 환경에 대한 영향력의 관여여부가 그 환경에 대한 만족에 미치는 결과는 Langer and Rodin(1976)은 요양원을 배경으로 한 실험연구에서 알 수 있다. 한 집단에는 자율적인 선택권과 숙소 가구 배치 권한, 의사 결정과 책임감 부여 즉 행동 통제력이 주어졌으며, 다른 집단에는 선택의 권한이 없이 요양원의 서비스를 일반적으로 제공받도록 실험환경을 설정하였다. 약 3주 경과 후의 연구결과에서 행동 통제력이 주어진 집단이 수동적인 집단에 비해 높은 수준의 만족과 건강상태를 보였다.

2.3.3 결정 통제력

결정 통제는 한 개인이 어떤 상황에서 수단과 목표에 대한 선택의 범위로 정의된다(Averill, 1973). 결정 통제력은 그 상황에서 자신에게 유익한 성과를 낼 수 있다는 믿음이다(Kelley, 1955).

결정 통제력이 인지 통제력이나 행동 통제력과 구별되는 점은 Lewis and Blanchard(1971)의 실험

연구를 통해 알아볼 수 있다. 그들은 선택의 질(벌을 받는 그룹, 벌을 주는 그룹)과 선택의 폭(낮은 그룹, 중간 그룹, 넓은 그룹) 등 두 가지 요소로 실험 연구한 결과 선택의 폭은 실험 참가자의 만족에 영향을 미치지 않았다. 그러나 자신의 역할이 벌을 받기보다는 벌을 주는 역할이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 Averill(1973)은 통제력을 인지하는 것은 객관적으로 나타나는 선택의 폭에 있는 것이 아니라 선택의 폭이 제한되어 있는 상황에서 자신에게 주어진 선택사항이 얼마만큼 바람직하게 느껴지는가에 달려있다고 주장하였다.

2.4 프라이버시 염려(privacy concern)

프라이버시 염려는 자신의 의지와는 무관하게 외적 환경의 변화에 의해 프라이버시가 침해당하는 것에 대한 걱정을 의미한다(Bellman *et al.*, 2004). Westin(1968)은 프라이버시를 다음과 같이 정의하고 있다. 개인정보보호를 ‘자신에 관한 정보를 다른 사람에게 어떤 조건으로 전달할지 어떤 정보를 어떤 조건으로 다른 사람에게 전달할지 결정할 권리’라고 정의하고 있다. Altman(1975)은 프라이버시를 ‘자기 자신에 대한 접근의 선택적 사회적 상호 작용을 통한 자아에 대한 접근 통제’로 정의하고 있다. 정보 프라이버시는 소비자가 자신의 개인정보에 대한 접근과 자신의 개인 데이터에 대한 액세스, 사용 및 배포를 제어할 수 있는 소비자의 권리를 말한다(Westin, 1968).

따라서 사람들은 자신의 정보가 언제, 어떻게, 그리고 자신의 정보가 다른 사람에게 어느 정도까지 알려질지 스스로 결정할 수 있으며 통신 개인 정보보호는 개인 메시지나 상호 작용을 도청, 스캔 또는 가로채기로부터 보호한다. 사람은 일반적으로 대인 커뮤니케이션을 제3자의 감시로부터 안전하게 기밀로 유지하는 것을 선호한다. 친구와의 대화가 소셜 미디어와 메시징 앱에 의해 녹음되거나 통합 마이크가 장착된 스마트 기기에 의해 대화가 캡처되는 경우 마이크가 내장되어 있다

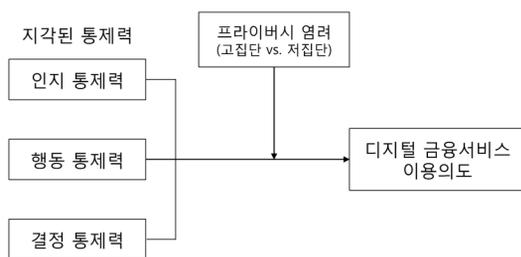
(Westin, 1968).

개인의 프라이버시에 대한 위협에는 개인 공간 침입, 감정적 조작, 스팸 이메일 및 리타겟팅 관행을 포함한 물리적 간섭 이메일 및 리타겟팅 관행 등의 위반 사례는 IoT 및 스마트 홈 디바이스의 존재로 인해 증가하고 있다. 결국 디지털 기술로 구현된 기업의 데이터 전략은 소비자 개인정보보호에 영향을 미친다. 하지만 개인정보보호 문제가 어떻게 발생하는지에 대한 체계적인 이해는 아직 부족하다(Quach *et al.*, 2022). 이러한 개인정보보호 위협은 사람들의 심리적 인식에 영향을 미치며, 정보기술사용 의도에도 영향을 미치는 것으로 나타났다(Van Slyke *et al.*, 2006).

III. 연구 모형 및 가설

3.1 연구 모형

본 연구는 디지털금융 소비자의 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력이 디지털금융 이용의도에 미치는 영향 관계를 파악하고, 프라이버시 염려의 조절 효과를 검증하고자 한다. 이를 위한 연구 모형은 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구 모형

3.2 가설 설정

3.2.1 인지 통제력과 디지털 금융서비스 이용의도 간의 관계
 소비자의 인지 통제는 지능형 서비스와 상호

작용하는 과정에서 영향을 받을 수 있다. 인지된 통제력은 소비자의 행동 의도를 결정하는 중요한 요소 중 하나이다. 지각된 통제에 대한 이전의 연구는 주로 심리적 저항과 계획된 행동이론에 기반을 두고 있다(Brehm, 1972; Fishbein and Ajzen, 2011).

인지된 통제력은 의도와 행동을 예측하는 데 필요한 전제 조건이다(Conner and Armitage, 1998). Averill(1973)은 선택적 지각이 개인의 지각 통제 수준에 긍정적인 영향을 미치며, 이는 지능형 온라인 서비스에 대한 수용에 영향을 미칠 수 있음을 보여주었다(Reinders *et al.*, 2008). 서비스를 소비하는 과정에서 소비자의 선택에 대한 인식은 인지 통제력을 증폭시키고 긍정적인 감정을 불러일으켜 기술 채택 의도를 높일 수 있다(Hui and Bateson, 1991). 노민정(2015)의 선행연구에서 개인의 정보 통제력은 메시지의 유용성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이러한 메시지는 수용 의사에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Langer and Saegart(1977)의 실험연구에서 부정적인 경험을 하기 쉬운 쇼핑환경에서도 사전정보를 제공받아 특정 상황을 미리 예측할 수 있었던 고객들은 정보가 제공되지 않은 고객들보다 쇼핑 경험에 대해 긍정적인 평가를 하는 경향이 있는 것으로 보고하고 있다. 이정기(2013)는 통제력 인지가 계약서비스 만족도와 충성도에 미치는 연구에서 인식통제력은 관계 만족도에 부분지지 하는 것으로 나타났다. Yan *et al.*(2022)은 지능형 온라인 서비스에 대한 청소년의 수용의도에 대한 인지 통제와 권력의 영향에 관한 연구에서 인지 통제력은 지능형 서비스에 대한 수용의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 이와 같은 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 소비자의 인지 통제력 수준이 향상됨에 따라 소비자가 더 큰 자율성을 갖게 되어 디지털금융을 이용할 것이라고 예상할 수 있을 것이다. 이와 같은 논지에서 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H1: 지각된 인지 통제력은 디지털 금융서비스

이용의도에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 행동 통제력과 디지털 금융서비스 이용 의도 간의 관계

홍일유 등(2014)은 SNS 이용 의도에 관한 연구에서 지각된 행동 통제력은 이용 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 진경미, 이형룡(2015)의 연구에서 항공사 브랜드 앱에 대한 지각된 행동 통제력은 행동 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Langer and Rodin(1976)의 요양원 연구에서 요양원의 일상생활에 있어서 자신이 결정할 고 또한 권한도 행사할 수도 있다고 느끼며 생활하는 사람들이 시설 내 직원이 결정한 사항을 준수하며 지낸 사람들보다 높은 만족감을 느꼈다.

따라서 이와 같은 선행연구를 바탕으로 본 연구의 디지털금융 이용의도 관계에서 소비자는 본인의 필요에 따라 지속, 변화, 중단 등에 대해 적합하게 행동할 수 있다는 행동 통제력은 디지털금융 이용 의도에 유의적인 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있을 것이다. 이와 같은 논지에서 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H2: 지각된 행동 통제력은 디지털 금융서비스 이용 의도에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 결정 통제력과 디지털 금융서비스 이용 의도 간의 관계

Hill et al.(1987), Lewis and Blanchard(1971), Skinner et al.(1988)의 연구에서는 한 개인이 사건을 경험하는 과정이나 결과에 대해 불확실한 것을 느끼더라도 그 상황이 바람직한 결과를 얻을 것이라는 믿음을 갖는 경우 특정 사건을 접하는 동안 자신감을 유지하였으며 조금 애매한 과정에 대해서도 위험을 낮게 느끼는 등 상황에 대한 평가는 긍정적이었다고 언급하고 있다. 이정기(2010)는 전문서비스 고객이 느끼는 통제력과 서비스 만족에 관한 연구에서 결정 통제력은 전반적인 통제력에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 또한 전반적인

통제력은 전반적인 만족도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이어진 이정기(2013)의 고객의 통제력에 관한 연구에서 결정 통제력은 관계 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 과거 연구에 의하면 통제력에 대한 인식과 낙관적인(앞으로의 일을 밝고 희망적으로 보는 것) 편향 사이에는 강력하고 긍정적인 관계가 있는 것으로 나타났다(Klein and Helweg-Larsen, 2002). 즉 사람들은 자신이 어떤 결과에 대해 더 큰 통제력을 가지고 있다고 믿는 경우 그 결과에 대해 더 낙관적인 태도를 보인다. 결과적으로 통제력이 높아지면 낙관적 편향이 증가하여 행동의도가 높아질 수 있다(Grewal et al., 2007).

따라서 이와 같은 선행연구를 바탕으로 본 연구의 디지털 금융서비스 이용의도 관계에서 디지털 금융서비스에 대한 불확실성이 높게 인식되어 위험을 느낄 수도 있지만 그 상황에서도 디지털 금융서비스를 통해 향후 자신에게 유익한 결과를 얻을 것이라는 믿음의 결정 통제력은 디지털 금융서비스 이용 의도에 유의적인 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있을 것이다. 이와 같은 논지에서 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H3: 지각된 결정 통제력은 디지털 금융서비스 이용 의도에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

3.2.4 프라이버시 염려의 조절효과

노민정(2015)의 선행연구에서는 지각된 관련성 및 조작적 의도에 관한 추론이 개인화 광고의 유용성에 미치는 영향에서 프라이버시의 침해 경험에 따른 조절 효과를 검증하였다. 연구결과 조작적 의도에 대한 추론이 메시지 유형에 미치는 영향에 있어서 프라이버시 침해 경험이 있는 집단과 침해 경험이 없는 집단 간의 조절 효과 검증결과 프라이버시 침해 경험의 조절변수는 통계적으로 유의한 영향력이 있는 것으로 나타났다. 소현정, 광기영(2021)은 모바일 헬스 앱 사용 의도에 관한 연구에서 프라이버시 계산이론을 중심으로 연구

를 하였다. 이 연구에서 정보 프라이버시 염려를 매개변수로 활용하였다. 연구결과 항상초점성향은 정보 프라이버시 염려에 부(-)의 영향을 미쳤으며, 예방초점성향은 정보 프라이버시 염려에 정(+)의 영향력이 있음을 확인하였다. 정보 프라이

버시 염려는 모바일 앱 사용 의도에 부(-)의 영향력이 있음이 확인되었다. 즉 항상초점성향과 예방 초점성향은 매개변수인 정보 프라이버시 염려에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 정보 프라이버시 염려는 모바일 앱 사용 의도에 유의적

〈표 2〉 변수의 조작적 정의 및 측정항목

변수	조작적 정의	측정항목	출처
인지 통제력	인지 통제력은 한 개인이 상황에 대해 가지고 있는 정보의 양과 그 사람이 그 상황을 더 유리하게 인식할 수 있도록 정보를 재 해석하는 능력으로 간주된다(Averill(1973).	1. 내가 이용하려고 하는 디지털금융 회사의 서비스 규정에 대해 알고 있다. 2. 내가 이용하려고 하는 디지털금융 회사의 이용 약관에 대해 알고 있다. 3. 내가 이용하려고 하는 디지털금융의 서비스가 제공되는 과정에 대해 알고 있다.	이정기 (2013)
행동 통제력	행동 통제력은 특정 사건을 접하는 상황에서 자신의 필요에 따라서 변화, 중단, 지속 등 대응할 수 있는 선택 권한이 있는 경우 소비자는 행동에 대한 통제력을 느끼게 된다(Geer et al., 1970).	1. 내가 이용하려고 하는 디지털금융 상품은 원하는 내용을 추가시킬 수 있다. 2. 내가 이용하려고 하는 디지털금융 옵션을 결정함에 있어서 내 의견을 반영할 수 있다. 3. 내가 이용하려고 하는 디지털금융 상품을 비교 후 선택할 수 있다.	유병희, 이현민, 김수경 (2016)
결정 통제력	결정 통제력은 그 상황에서 자신에게 유익한 성과를 낼 수 있다는 믿음이다(Kelley, 1955).	1. 내가 이용하려고 하는 디지털금융 상품을 결정하는데 어려움이 없다. 2. 나는 내가 이용하려고 하는 디지털 금융 서비스의 가입절차, 진행방식, 비용 등을 결정할 수 있다. 3. 내가 이용하려고 하는 디지털금융 서비스의 제공과정과 절차는 내가 의도하고 기대하는 대로 결정할 수 있다. 4. 내가 이용하려고 하는 디지털 금융서비스의 선택은 나에게 적절한 결정이라고 생각한다.	김미령, 권순재, 박충선 (2012)
프라이버시 염려	프라이버시 염려는 자신의 의지와는 무관하게 외적 환경의 변화에 의해 프라이버시가 침해당하는 것에 대한 걱정을 의미한다(Bellman et al., 2004).	1. 나는 디지털금융 서비스 이용 시 개인정보가 유출될 것 같아 불안하다. 2. 나는 디지털 금융 서비스 이용 시 아이디 및 비밀번호 도용이 걱정된다. 3. 나는 디지털금융 서비스 이용 시 모르는 사람 이 나의 개인정보를 획득할까봐 걱정된다. 4. 나는 디지털금융 서비스에 가입할 때 개인정보를 너무 많이 요구하는 것이 부담스럽다. 5. 나는 일반적으로 디지털 금융서비스를 이용할 때 프라이버시가 걱정된다.	신일순, 김현수 (2021)
디지털 금융 이용의도	미래의 금융 생활 향상을 위해 이용하고자 하는 의지의 정도로 정의된다(Venkatesh et al., 2003).	1. 나는 디지털금융 서비스를 이용할 의도가 있다. 2. 나는 디지털금융 서비스를 이용할 가능성이 있다. 3. 나는 디지털금융 서비스의 이용을 고려해 볼 것이다. 4. 나는 주변 사람들에게 디지털 금융서비스의 이용을 추천할 것이다.	이원인, 김철중 (2021)

인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이상걸, 이애리(2021)의 연구에서 프라이버시 위협 인식은 스마트홈 사용의도에 유의적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 강승미, 김영옥(2019)은 개인정보 유출 위험에 대한 개인의 인지된 통제성에 관한 연구에서 프라이버시 염려가 높은 집단과 낮은 집단에 대한 조절효과를 연구하였다. 연구결과 인지된 통제성과 위치기반 서비스 이용의도 간의 관계에서 프라이버시 염려가 낮은 집단의 경우에는 조절효과가 유의하지 않은 것으로 나타났다. 그러나 프라이버시 염려가 높은 집단의 경우 조절효과는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 이와 같은 선행연구를 바탕으로 본 연구의 조절변수인 프라이버시 염려는 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력과 디지털금융 이용 의도 간의 관계에 있어서 집단 간에 차이가 있을 것으로 예상할 수 있을 것이다.

개인정보보호위원회는 ‘국가마이데이터 혁신 추진전략’을 발표하였다. 마이데이터는 지난 3월 개정된 개인정보보호법을 통해 앞으로 도입될 제도로 정보주체가 자신이 원하는 곳으로 개인정보를 이동시켜 본인이 원하는 서비스에 활용되도록 하는 제도이다. 정부는 관련제도를 국민체감 효과가 높은 보건·의료, 복지, 통신·인터넷 서비스, 에너지, 고용·노동, 부동산, 교육, 유통, 교통, 여가 등부터 시행하겠다고 밝혔다(전현우, 2023). 이러한 환경에서 프라이버시 염려가 높은 집단과 낮은 집단 간에 차이를 검증하는 것은 의미가 있을 것이다. 이와 같은 논지에서 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

- H4: 프라이버시 염려(고집단 vs. 저집단)에 따라 지각된 인지 통제력이 디지털 금융서비스 이용 의도에 미치는 영향은 다를 것이다.
- H5: 프라이버시 염려(고집단 vs. 저집단)에 따라 지각된 행동 통제력이 디지털 금융서비스 이용 의도에 미치는 영향은 다를 것이다.

- H6: 프라이버시 염려(고집단 vs. 저집단)에 따라 지각된 결정 통제력이 디지털 금융서비스 이용 의도에 미치는 영향은 다를 것이다.

IV. 연구방법

4.1 조작적 정의 및 측정

본 연구의 지각된 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력, 프라이버시 염려, 디지털 금융서비스 이용 의도를 측정하기 위해 다음의 선행연구를 바탕으로 세부측정 문항을 일부 수정·보완하여 <표 2>와 같이 측정항목을 구성하였다. 인지 통제력은 이정기(2013), 행동 통제력은 유병희 등(2016), 결정 통제력은 김미령 등(2012), 프라이버시 염려는 신일순, 김현수(2021), 디지털금융 이용 의도는 이원인, 김철중(2021), 일반적인 사항은 연예지, 박철(2022)의 연구를 참조하였다. 각 문항은 리커트 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

4.2 자료수집 및 분석

본 연구를 위해 디지털금융을 알고 있으면서 이용할 의도가 있는 고객을 대상으로 온·오프라인을 통해 자료를 수집하였으며, SPSS 21과 Smart PLS 3.0 통계 프로그램을 활용하였다. 예비조사는 2023년 1월 2일부터 2023년 1월 6일까지 5일간 시행하였다. 설문지는 35부를 배포하고 35부가 회수되었다. 회수된 설문지를 토대로 신뢰성 및 타당성 검증과 응답의 부자연스러운 부분 등에 대해 설문지를 수정·보완하였다. 즉 예비조사를 통해 공선성이 나타난 설문 문항을 수정·보완하였다. 본 조사는 2023년 1월 11일부터 2023년 1월 31일까지 21일간 시행하였으며, 200부를 배포하고 150부가 회수되었다. 이 중 부자연스러운 응답 17부를 제외한 133부를 분석에 사용하였다. 연구모델에 적합한 표본 수를 계산하기 위해서 GPower 3.1을 활용하여 분석한 결과

유의수준 5%에서 본 연구모형의 최소 표본이 77개인 것으로 나타났다. 따라서 본 연구의 유효 표본이 133개이고 최소 표본 크기가 77개라는 점을 감안할 때 Smart PLS를 이용한 통계분석은 적합한 것으로 판단된다.

V. 연구결과

5.1 조사대상자의 일반적인 특성

본 연구의 조사대상자에 대한 일반적인 특성은 <표 3>과 같이 나타났다. 성별은 남자가 51.1%, 여자가 48.9%로 각각 나타났다. 연령은 50세 이상이 34.6%로 높게 나타났으며 이어서 30세 미만이 30.8%로 높게 나타났다. 직업은 전문직이 25.6%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 공무원과 기타가 각각 15.8%로 높게 나타났다. 월 소득의 경우 200만 원에서 300만 원 미만이 33.1%로 가장 높게 나타났다.

<표 3> 조사대상자의 일반적인 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
성별	남	68	51.1
	여	65	48.9
연령	30세 미만	41	30.8
	30세 ~ 40세 미만	22	16.5
	40세 ~ 50세 미만	24	18.0
	50세 이상	46	34.6
직업	공무원	21	15.8
	전문직	34	25.6
	주부	7	5.3
	학생	7	5.3
	판매/서비스	12	9.0
	생산/기능직	13	9.8
	자영업	18	13.5
	기타	21	15.8
월 소득	100만 원 미만	9	6.8
	100만 원 ~ 200만 원 미만	16	12.0
	200만 원 ~ 300만 원 미만	44	33.1
	300만 원 ~ 440만 원 미만	37	27.8
	400만 원 이상	27	20.3
합계		133	100.0

5.2 변수와 신뢰성 및 타당성 검증

실증분석에 앞서 본 연구에 사용된 자료에 대한 신뢰성과 타당성은 Smart-PLS 3.0 통계 프로그램으로 검증하였다. PLS-SEM은 예측력을 극대화하는 것을 목적으로 하며, 또한 높은 보고서 품질 등의 측면에서 우수성이 매우 높은 것으로 평가되고 있다(신건권, 2018).

Cronbach's Alpha 계수가 0.6 이상이면 신뢰성이 있는 것으로 인정된다(Cronbach, 1951)는 기준에 비추어 본 연구에서 사용된 측정항목은 0.7 이상으로 나타나 <표 4>와 같이 만족스러운 수준의 신뢰성을 보여주고 있다. 외부 적재치는 0.7 이상(Bagozzi Yi and Philipps, 1991; Hair *et al.*, 2011), 측정변수 신뢰도는 0.5 이상(Chin, 1998), AVE 0.5 이상(Fornell and Larcker, 1981)으로 나타나 집중타당도는 충분한 것으로 판단된다. 또한 CR 값이 0.7 이상(Nunnally and Bernstein, 1994; Werts *et al.*, 1974)으로 나타나 수용기준에 충분한 것으로 나타났다.

<표 4> 신뢰성 및 타당성 결과

변수명	측정항목	집중타당도			내적 일관성 신뢰도	
		외부 적재치	측정변수 신뢰도	AVE	Cronbach's Alpha	CR
인지 통제력	인지 통제력_1	0.931	0.866	0.884	0.935	0.958
	인지 통제력_2	0.947	0.896			
	인지 통제력_3	0.942	0.887			
행동 통제력	행동 통제력_1	0.737	0.543	0.660	0.753	0.853
	행동 통제력_2	0.847	0.717			
	행동 통제력_3	0.849	0.720			
결정 통제력	결정 통제력_1	0.802	0.643	0.671	0.838	0.891
	결정 통제력_2	0.826	0.682			
	결정 통제력_3	0.814	0.662			
	결정 통제력_4	0.833	0.693			
디지털 금융 서비스 이용 의도	이용 의도_1	0.902	0.813	0.809	0.921	0.944
	이용 의도_2	0.927	0.859			
	이용 의도_3	0.911	0.829			
	이용 의도_4	0.857	0.734			

<표 5> 판별 타당도 분석결과

변수	결정 통제력	디지털금융 서비스 이용의도	인지 통제력	행동 통제력
결정 통제력	0.819			
디지털금융 서비스 이용의도	0.469	0.900		
인지 통제력	0.459	0.446	0.940	
행동 통제력	0.546	0.478	0.550	0.813

주) 대각선은 AVE 제공근임.

판별 타당도의 분석결과는 <표 5>와 같이 나타났다. AVE의 제공근 값 중 가장 작은 값(0.813)이 가장 큰 상관계수 값(0.550)보다 높게 나타나 전체적으로 판별 타당성이 있는 것으로 확인되었다.

5.3 가설검증

연구모형을 분석하기 위해 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력을 잠재외생변수로 설정하였으며, 프라이버시 염려를 조절변수로, 그리고 디지털 금융서비스 이용 의도를 내생변수로 설정하였다. PLS-SEM은 연구모델의 예측력을 나타내는

척도를 기준으로 적용해야 한다(Hair et al., 2017; 신건권, 2018)는 점에 있어서 본 연구에서는 Smart PLS의 R^2 , f^2 , Q^2 를 기준으로 적합도 지수를 측정하였다. 본 연구의 적합도는 <표 6>과 같이 나타났다.

Smart PLS를 활용한 분석에서 공선성의 경우 측정변수에 대한 VIF 값이 임계치인 5보다 작으면 공선성은 존재하지 않는다고 판단한다(신건권, 2018)는 기준에 비추어 본 연구에서는 공선성이 1.389~4.840으로 나타나 공선성은 존재하지 않는 것으로 나타났다. R^2 의 경우 0.302로 나타나 기준 값인 0.25 이상(Hair et al., 2011; Henseler et al.,

<표 6> 구조모형의 적합도

변수	R ²	f ²	Q ²
디지털 금융서비스 이용 의도	0.302	0.041~0.061	0.249

2009)보다 높게 나타났다. f²는 0.041~0.061로 나타나 기준값인 0.02 이상(Cohen, 1988; Chin, 1998)보다 높은 것으로 나타났으며, Q²는 0.249로 나타나 기준값인 0 이상(Fornell and Cha, 1994; Stone, 1974)보다 높은 것으로 나타나 모델의 예측적 적합성을 지지한다고 판단할 수 있다.

참고로 PLS-SEM의 경우 CB-SEM에서 제공되는 적합도 지수와 유사한 지수들을 개발하여 제공하고 있다. 따라서 본 연구에서의 SRMR은 0.088, NFI는 0.782로 나타났다. 그러나 본 연구에서는 Smart PLS의 적합도 지수인 R², f², Q²를 기준으로 연구모형을 살펴볼 때 본 연구의 가설을 검증함에 있어서 양호한 모델로 판단할 수 있다.

5.3.1 가설검증

본 연구의 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력, 디지털 금융서비스 이용 의도 간의 관계에서 설정한 가설에 대한 검증결과는 <표 7>과 같이 나타났다.

첫째, 인지 통제력과 디지털 금융서비스 이용 의도는 통계적으로 유의한 정(+)의 관계로 나타나 H1은 채택되었다(경로계수=0.206, t=2.194, p = 0.028).

둘째, 행동 통제력과 디지털 금융서비스 이용

의도는 통계적으로 유의한 정(+)의 관계로 나타나 H2는 채택되었다(경로계수 = 0.229, t = 2.249, p = 0.025).

셋째, 결정 통제력과 디지털 금융서비스 이용 의도는 통계적으로 유의한 정(+)의 관계로 나타나 H3은 채택되었다(경로계수 = 0.249, t = 2.553, p = 0.011).

5.3.2 프라이버시 염려의 조절효과 분석

본 연구의 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력이 디지털 금융서비스 이용 의도에 미치는 조절 효과를 검증하기 위해 프라이버시 염려의 평균값을 기준으로 고집단과 저집단으로 분류하였다.

Smart PLS의 표준화된 경로계수와 t-값을 토대로 한 유의성 검증결과는 <표 8>과 같이 나타났으며, 유의수준 α=0.05에서 |t|>1.965이면 경로계수와 가설이 유의하다(우종필, 2012)는 점을 고려하여 분석하였으며, 연구가설 검증결과는 다음과 같다.

첫째, 프라이버시 염려(고집단 vs. 저집단)에 따라 지각된 인지 통제력이 디지털 금융서비스 이용 의도에 미치는 영향은 다를 것이라는 가설 4는 기각되었다(경로계수차: 0.346, t=1.139, p=0.189). 둘째, 프라이버시 염려(고집단 vs. 저집단)에 따라 지각된 행동 통제력이 디지털 금융서비스 이용 의도에

<표 7> 가설검증 결과

가설	가설 경로	경로계수	t-값	p-값	유의성
H1	인지 통제력 → 디지털 금융서비스 이용 의도(+)	0.206	2.194	0.028*	채택
H2	행동 통제력 → 디지털 금융서비스 이용 의도(+)	0.229	2.249	0.025*	채택
H3	결정 통제력 → 디지털 금융서비스 이용 의도(+)	0.249	2.553	0.011*	채택

*p<0.05.

〈표 8〉 프라이버시 염려 조절효과 검증결과

가설	가설 경로	고집단 (n=75)		저집단 (n=58)		고집단 vs 저집단			
		경로 계수	표준 오차	경로 계수	표준 오차	경로 계수차	t-값	p-값	유의성
H4	인지 통제력→ 디지털금융서비스 이용 의도	0.346	0.134	0.110	0.108	0.236	1.139	0.189	기각
H5	행동 통제력→ 디지털금융서비스 이용 의도	0.225	0.120	0.137	0.161	0.088	0.450	0.653	기각
H6	결정 통제력→ 디지털금융서비스 이용 의도	0.052	0.124	0.507	0.148	-0.455	2.383	0.019	채택

미치는 영향은 다를 것이라는 가설 5는 기각되었다(경로계수차: 0.225, t=0.450, p=0.653). 셋째, 프라이버시 염려(고집단 vs. 저집단)에 따라 지각된 결정 통제력이 디지털 금융서비스 이용 의도에 미치는 영향은 다를 것이라는 가설 6은 채택되었다(경로계수차: 0.052, t=2.383, p=0.019).

VI. 결론 및 시사점

6.1 논의

본 연구는 지각된 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력이 디지털 금융서비스 이용 의도에 미치는 영향을 파악하고 이러한 관계에서 프라이버시 염려의 조절 효과를 검증하였다.

첫째, 인지 통제력은 디지털 금융서비스 이용 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 분석결과는 소비자는 디지털 금융서비스에 대한 정보의 양과 그 상황을 나에게 더 유리하게 인식할 수 있도록 관련 정보를 재해석하는 능력에 대한 인지 통제력은 높다고 해석할 수 있을 것이다. 선행연구에서 Yan *et al.*(2022)은 인지 통제력은 지능형 온라인 서비스 수용의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타나 본 연구의 연구결과를 뒷받침하고 있다.

둘째, 행동 통제력은 디지털 금융서비스 이용 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 분석결과는 소비자는 디지털 금융서비

스에 대해 본인의 필요에 따라 상품을 선택하거나, 중단, 변경 등 행동의 선택권을 통제할 수 있다는 믿음이 행동 통제력의 향상으로 나타났다고 볼 수 있을 것이다. 선행연구에서 홍일유 등(2014)은 SNS 이용 의도에 관한 연구에서 행동 통제력은 이용 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타나 본 연구의 결과를 뒷받침하고 있다.

셋째, 결정 통제력은 디지털 금융서비스 이용 의도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 분석결과는 소비자는 특정 상황에서 디지털 금융서비스를 통해 자신에게 매우 유익한 결과를 가져올 것이라는 믿음의 결정 통제력이 높게 나타난 결과라고 할 수 있을 것이다. 선행연구에서 Grewal *et al.*(2007)은 사람들은 자신이 어떤 결과에 대해 더 큰 통제력을 가지고 있다고 믿는 경우 그 결과에 대해 더 낙관적인 태도를 보인다는 연구결과는 본 연구의 연구결과를 뒷받침하고 있다. 소비자는 이상의 세 가지 지각된 통제력이 높다고 인식할수록 디지털 금융서비스 이용 의도가 높아진다고 할 수 있을 것이다. 따라서 디지털 금융서비스 기업은 소비자를 대상으로 디지털금융서비스 경진대회, 교육 프로그램 개발 공모전 등을 통해 소비자의 통제력을 높여야 할 것이다.

넷째, 프라이버시 염려의 조절 효과 검증결과 인지 통제력, 행동 통제력과 디지털 금융서비스 이용의도 간의 관계에서 모두 프라이버시 염려가 높은 고집단이 디지털금융 이용의도에 영향을 미치는 것으로 나타났으나 통계적으로 유의하지 않

은 것으로 검증되었다. 그러나 결정 통제력과 디지털 금융서비스 이용의도 간에는 집단 간에 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 결정 통제력과 디지털 금융서비스 이용의도 간에는 프라이버시 염려가 높은 고집단 보다 낮은 저집단에서 조절효과가 더 크게 나타났고, 이는 통계적으로 유의하였다.

6.2 시사점

본 연구의 이론적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 기존의 실증연구에서는 통제력을 행동 통제력, 인지 통제력, 결정 통제력 중 한 가지 요인에만 근거해 개념화하는 경우가 대부분인데(이정기, 2013) 본 연구에서는 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력 등 세 가지 요인을 디지털 금융서비스 이용의도로 연결하여 학문적 확장에 기여하였다는 측면에서 의의가 있을 것이다. 둘째, 통제력의 세 가지 요인 중 결정 통제력과 디지털금융 이용의도 간에 관계에서 조절변수인 프라이버시 염려가 낮은 저집단에서 통계적으로 유의한 결과를 도출하였다는 측면에서 학문적으로 의의가 있을 것이다. 이와 관련하여 강승미, 김영옥(2019)의 인지된 통제성 연구에서 조절변수인 프라이버시 염려는 낮은 집단에서 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타나 본 연구의 결과와는 상반되는 결과를 보이고 있다.

실무적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력의 수준을 높이면 소비자는 디지털금융 서비스를 이용할 가능성이 높다는 것을 검증하였다. 따라서 실무자는 디지털금융 소비자를 대상으로 업그레이드된 교육방법과 프로그램을 제공하여 통제력을 높여야 할 것이다. 둘째, 결정 통제력과 디지털금융 이용의도 간에는 프라이버시 염려가 낮은 저집단에서 영향력이 더 높은 것으로 나타난 것과 관련하여 실무자는 소비자가 프라이버시에 대한 염려가 없도록 정보관리를 철저히 하고 있다는 인식을 심어줘야 할 것이다. 즉 공인된 기관을 통해 개인정보가 관리되고,

정기적으로 외부 감사를 통해 개인정보를 관리하고 있음을 적극적으로 홍보해야 할 것이다. 또한 디지털 금융서비스 제공자는 소비자에게 더 빠르고 편리한 서비스를 제공하면서 소비자의 통제력 즉 인지 통제력, 행동 통제력, 결정 통제력에 대해 요인별로 통제력을 높일지, 줄일지 여부를 고려해야 한다. 소비자의 통제력이 낮을 때 원래 서비스의 최적화를 목표로 한 금융서비스 기술이 의도한 목적에 달성하지 못하여 소비자와 기업 간의 연결성을 손상시킬 수 있기 때문이다.

이와 관련하여 Adams(2005)의 연구에 따르면 북미 소비자들은 대인 관계를 자유롭게 선택하고 자유롭게 떠날 수 있다고 생각하는 경향이 있으며 이는 다음을 의미한다. 개인주의 사회에서 사회적 관계를 형성하고 깨뜨리는 데 있어 개인주의 사회에서의 사회적 관계. 이와 대조적으로 가나 소비자들은 의무적 유대의 존재를 인식하는 경향이 있다. 대인 관계와 다른 사람의 구속력을 지지한다.

그들의 삶에 있어서 이러한 결과는 집단주의 문화권의 개인은 일반적으로 외부에 더 민감한 것으로 나타났다(영향력의 원천-예: 가족, 친구). 그리고 그들은 외부의 통제가 자신에게 큰 영향을 미친다고 외부 통제를 받아들이는 경향이 더 높다는 것을 의미한다. 따라서 디지털금융 서비스 기업은 해외로 진출 시 각 나라별로 문화의 특성을 고려하여 소비자의 통제력을 높일지 낮출지를 결정해야 할 것이다.

6.3 한계점

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 프라이버시 염려를 조절변수로 분석하였으나 향후 연구에서는 다양한 조절변수로 고찰할 필요가 있다. 또한 프라이버시 염려를 조절변수로 활용함에 있어서 성별, 연령별로 세분화해서 검증할 필요가 있을 것이다. 둘째, 설문표본이 충청지역에 편중되어 연구결과를 일반화하는데 한계성을 가지고 있다. 따라서 향후 연구에서는 지역적으로 고르게

연구의 표본을 설정하여 연구의 객관성을 확보하는 것이 필요하다. 셋째, 본 연구는 디지털금융 서비스 이용의도에 영향을 미치는 통제변수를 고려하지 않았다는 한계가 있다. 향후 연구에서는 디지털 리터러시, 인구통계적변수, 금융서비스 이용빈도 등 디지털 금융서비스 이용의도와 관련된 변수들을 통제함이 필요하다.

참고 문헌

- [1] 강승미, 김영옥, “개인정보 유출 위험에 대한 개인의 인지된 통제성이 위치 기반 서비스 이용 의도에 미치는 영향: 위험 인식의 매개 효과 및 프라이버시 염려의 조절 효과 중심”, *PR연구*, 제23권, 제4호, 2019, pp. 69-99.
- [2] 고재욱, 김종윤, 김해웅, 한경석, “금융부문에 서 블록체인의 수용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 혁신저항 효과의 실증연구”, *한국디지털콘텐츠학회 논문지*, 제20권, 제4호, 2019, pp. 783-795.
- [3] 권선아, 이수영, “스마트폰 사용이 자기통제력의 매개를 통해 자기주도학습능력에 미치는 영향: 스마트폰 최초 사용시점에 따른 비교”, *정보교육학회논문지*, 제21권, 제2호, 2017, pp. 199-208.
- [4] 권수경, 민윤희, 장성화, “청소년의 자기통제력, 학교적응, 가족건강성이 인터넷 중독에 미치는 영향”, *상담심리교육복지*, 제2권, 제2호, 2015, pp. 5-18.
- [5] 기획재정부 시사경제용어사전, “디지털금융”, 2023, Available at <https://100.daum.net/encyclopedia/view/218XX84300952>.
- [6] 김문기, “카톡 먹통 비대면 사회이면-디지털 플랫폼정부 핵심과제”, *아이뉴스24*, 2022.10.2., Available at <https://www.inews24.com/view/1531023>.
- [7] 김미령, 권순재, 박충선, “베이비붐 세대의 정보활용이 정보화 생활만족도에 미치는 영향 자기통제력의 매개효과”, *노인복지연구*, 제57권, 2012, pp. 113-137.
- [8] 김민정A, 김민정B, 박주영, “금융소비자의 비대면 금융생활서비스 이용 및 이용가능성 영향요인”, *한국FP학회지*, 제15권, 제1호, 2022, pp. 71-100.
- [9] 김시욱, 박현숙, “블록체인기반 금융 플랫폼의 성별 수용의도 결정요인에 관한 탐색 연구”, *디지털융복합연구*, 제18권, 제3호, 2020, pp. 139-147.
- [10] 김희경, 고재욱, “청소년이 지각한 부모 양육태도가 인터넷 몰입에 미치는 영향: 자기통제력 매개효과를 중심으로”, *아시아태평양융합연구교류논문지*, 제8권, 제3호, 2022, pp. 187-201.
- [11] 노민정, “지각된 관련성 및 조작적 의도에 관한 추론이 개인화 광고의 유용성에 미치는 영향: 프라이버시의 침해 경험에 따른 조절효과”, *마케팅논집*, 제23권, 제3호, 2015, pp. 25-52.
- [12] 박 철, 김인규, “모바일 쇼핑에서 충동구매와 후회감에 영향을 미치는 요인: 정보통제력, 가격민감도, 과잉확신을 중심으로”, *인터넷전자상거래연구*, 제14권, 제6호, 2014, pp. 201-217.
- [13] 소현정, 광기영, “모바일 헬스 앱 사용의도 동기요인: 조절조점성향과 프라이버시계산이론을 중심으로”, *지식경영연구*, 제22권, 제2호, 2021, pp. 33-53.
- [14] 신건권, *석박사학위 및 학술논문 작성 중심의 Smart PLS 3.0 구조방정식모델링*, 도서 출판 청람, 2018.
- [15] 신일순, 김현수, “프라이버시 염려가 디지털 콘텐츠 지출에 미치는 영향: 이부모형을 이용한 실증분석”, *정보통신정책연구*, 제28권, 제2호, 2021, pp. 67-92.
- [16] 연예지, 박철, “스마트 오더 서비스가 만족도와 지속사용의도에 미치는 영향: 성격유형의 조절효과”, *경영정보학연구*, 제24권, 제2호,

- 2022, pp. 41-66.
- [17] 우종필, *구조방정식 모델의 개념과 이해*, 한나래 출판사, 2012.
- [18] 유병희, 이현민, 김수경, “모바일 개인화 서비스에 대한 소비자 지각이 모바일 거래 만족도와 충성도에 미치는 영향 연구: 지각된 통제력의 조절효과를 중심으로”, *고객 만족경영연구*, 제18권, 제1호, 2016, pp. 1-21.
- [19] 이상걸, 이애리, “스마트홈 개인화 서비스에 대한 가치 인식 및 사용의도에의 영향 요인: ‘MZ세대’와 ‘X세대 및 베이비붐 세대’ 간 차이 분석”, *경영정보학연구*, 제23권, 제3호, 2021, pp. 201-223.
- [20] 이원인, 김철중, “새로운 트렌드, 배달 앱의 지속사용 의도에 영향을 미치는 요인에 대한 연구: UTAUT, TTF, ECM이론의 통합 관점”, *문화산업연구*, 제21권, 제2호, 2021, pp. 51-63.
- [21] 이정기, “고객의 통제력 인지가 계약서비스관계에 대한 만족도 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구”, *서비스경영학회지*, 제14권, 제1호, 2013, pp. 115-142.
- [22] 이정기, “전문서비스 고객이 느끼는 통제력과 서비스 만족에 관한 연구”, *서비스경영학회지*, 제11권, 제5호, 2010, pp. 149-173.
- [23] 전현우, “내 개인정보 원하는대로 활용-마이데이터 2025년부터 시행”, *KBS뉴스*, 2023.08.17., Available at <https://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=7750390&ref=D>.
- [24] 정수연, 박 철, “서비스 유형의 조절효과를 고려한 모바일 서비스 수용에 영향을 미치는 요인: 모바일 게임과 모바일 금융 서비스를 중심으로”, *Information Systems Review*, 제9권, 제1호, 2007, pp. 23-44.
- [25] 정영훈, 송민수, “디지털 금융거래에서의 소비자권익 증진방안 연구”, *정책연구보고서*, 2022, pp. 1-175.
- [26] 정옥경, 박철, “무인매장특성과 고객경험이 고객인게이저먼트에 미치는 영향: 언택트성향의 조절효과를 중심으로”, *유통연구*, 제25권, 제2호, 2020, pp. 59-88.
- [27] 진경미, 이형룡, “심리적 결정과정에 의한 항공사 브랜드앱 이용객의 행동의도에 대한 연구”, *관광연구저널*, 제29권, 제3호, 2015, pp. 61-76.
- [28] 홍일유, 강동원, 조휘형, “사회적 및 개인적 선행요인들이 SNS 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구: 국내 대학생들의 페이스북 이용을 중심으로”, *정보화정책*, 제21권, 제1호, 2014, pp. 57-76.
- [29] Adams, G., “The cultural grounding of personal relationship: Enemy ship in North American and West African worlds”, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.88, No.6, 2005, pp. 948-968.
- [30] Altman, I., “Privacy: Definitions and properties”, In I. Altman (Ed.), *The environment and social behavior: Privacy, personal space, territory, crowding*, Brooks/Cole Publishing Company, 1975.
- [31] Asandimitra, N., I. M. Narsa, A. Irwanto, and H. Ishartanto, “The effect of money attitude, subjective norm, perceived behavioural control, and perceived risk on millennial’s saving intention”, *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, Vol.14, No.1, 2021, pp. 1-14.
- [32] Averill, J., “Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress”, *Psychological Bulletin*, Vol.80, No.4, 1973, pp. 286-303.
- [33] Bagozzi, R. P., Y. Yi, and L. W. Philipps, “Assessing Construct Validity in Organization Research”, *Administrative Science Quarterly*, Vol.36, No.3, 1991, pp. 421-458.
- [34] Bellman, S., E. J. Johnson, S. J. Kobrin, and G. L. Lohse, “International differences in information privacy concerns: A global survey of consumers”, *The Information Society*, Vol.20,

- No.5, 2004, pp. 313-324.
- [35] Brehm, J. W., *Responses to Loss of Freedom: A Theory of Psychological Reactance*, Morristown, NJ: General Learning Press, 1972.
- [36] Bugental, D., J. Blue, and M. Cruzcosa, "Perceived control over caregiving outcomes: Implications for child abuse", *Developmental Psychology*, Vol.25, No.4, 1989, pp. 532-539.
- [37] Burger, J. M., "Negative reactions to increases in perceived personal control", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.56, No.2, 1989, pp. 246-256.
- [38] CGAP, "Consultative Group to Assist the Poor", 2017., Available at <http://www.cgap.org/topics/digital-financial-services>.
- [39] Chin, W. W., "The Partial Least squares Approach for Structural Equation Modeling", In G. A. Macrolides(Ed.), *Modern Methods for Business Research Mahwah*, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1998, pp. 1295-1336.
- [40] Cohen, J., *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1988.
- [41] Conner, M. and C. J. Armitage, "Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research", *Journal of applied social psychology*, Vol.28, No.15, 1998, pp. 1429-1464.
- [42] Cronbach, L. J., "Coefficient alpha and internal structure tests", *Psychometrical*, Vol.16, No.3, 1951, pp. 297-334.
- [43] Fishbein, M. and I. Ajzen, *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*, New York: Psychology Press, 2011.
- [44] Folkman, S., "Personal control and stress and coping processes: A theoretical analysis", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.46, No.4, 1984, pp. 839-852.
- [45] Fornell, C. and J. Cha, *Partial Least Squares. In Advanced Methods of Marketing Research*", R. P. Bagozzi (ed), Blackwell, Cambridge, 1994, pp. 152-178.
- [46] Fornell, C. and D. F. Larcker, "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error", *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No.1, 1981, pp. 39-50.
- [47] Geer, J., G. Davison, and R. Gatchel, "Reduction of stress in humans through no veridical perceived control of aversive stimulation", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.16, No.4, 1970, pp. 731-738.
- [48] Gomber, P., K. J. An, and M. Siering, "Digital finance and fitch: Current research and future research directions", *Journal of Business Economics*, Vol.87, 2017, pp. 537-580.
- [49] Grewal, D., G. R. Iyer, J. Gotlieb, and M. Levy, "Developing a deeper understanding of post-purchase perceived risk and behavioral intentions in a service setting", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.35, 2007, pp. 250-258.
- [50] Hair Jr. J. F., G. T. M. Hult, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, Thousand Oaks, GA: Sage, 2017.
- [51] Hair, J. F., C. M. Ringle, and M. Sarstedt, "PLS-SEM: Indeed, a silver bullet", *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol.19, No.2, 2011, pp. 139-151.
- [52] Henseler, J., C. M. Ringle, and R. R. Sinkovics, "The use of partial least squares path modeling in international marketing", *Advances in International Marketing*, Vol.20, 2009, pp. 277-320.
- [53] Hill, T., D. Smith, and F. Mann, "Role of efficacy expectations in prediction the decision to use advanced technologies: The case of computers", *Journal of Applied Psychology*, Vol.72, No.2, 1987, pp. 307-313.

- [54] Hui, M. K. and J. E. Bateson, "Perceived control and the effects of crowding and consumer choice on the service experience", *Journal of Consumer Research*, Vol.18, No.2, 1991, pp. 174-184.
- [55] Klein, C. T. and M. Helweg-Larsen, "Perceived control and the optimistic bias: A meta-analytic review", *Psychology and Health*, Vol.17, No.4, 2002, pp. 437-446.
- [56] Langer, E. and J. Rodin, "The effects of choice and enhanced personal responsibility for the aged: A field experiment in an institutional setting", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.34, No.2, 1976, pp. 191-198.
- [57] Langer, E. and S. Saegart, "Crowding and cognitive control", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.35, No.3, 1977, pp. 175-182.
- [58] Langer, E. J., *The Psychology of Control*, Beverly Hills, CA: Sage, 1983.
- [59] Lewis, P. and E. Blanchard, "Perception of choice and locus of control", *Psychological Reports*, Vol.28, No.1, 1971, pp. 67-70.
- [60] Manyika, J., S. Lund, M. Singer, O. White, and C. Berry, *Digital Finance for All: Powering Inclusive Growth in Emerging Economies*, McKinsey Global Institute, 2016, pp. 1-15.
- [61] Miller, S., "Controllability and human stress: method, evidence, and theory", *Behavioral Research and Therapy*, Vol.17, No.4, 1979, pp. 287-304.
- [62] Mills, R. and D. Krantz, "Information, choice, and reactions to stress: A field experiment in a blood bank with a laboratory analogue", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.37, No.4, 1979, pp. 608-620.
- [63] Newcomb, M. and L. Harlow, "Life events and substance use among adolescents: Mediation effects of perceived loss of control and meaning less in life", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.51, No.3, 1986, pp. 564-577.
- [64] Nunnally, J. C. and I. H. Bernstein, *Psychometric Theory*, New York: McGraw Hill, 1994.
- [65] Perry, R. P., S. Hladkyj, R. H. Pekrun, and S. T. Pelletier, "Academic control and action control in the achievement of college students: A longitudinal field study", *Journal of Educational Psychology*, Vol.93, No.4, 2001, pp. 776-789.
- [66] Quach, S., P. Thaichon, K. D. Martin, S. Weaven, and R. W. Palmatier, "Digital technologies: Tensions in privacy and data", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.50, No.6, 2022, pp. 1299-1323.
- [67] Reinders, M. J., P. A. Dabholkar, and R. T. Frambach, "Consequences of forcing consumers to use technology-based self-service", *Journal of Service Research*, Vol.11, No.2, 2008, pp. 107-123.
- [68] Skinner, E. A., "A guide to constructs of control", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.71, No.3, 1996, pp. 549-570.
- [69] Skinner, E., M. Chapman, and P. Baltes, "Control means-ends, and agency beliefs: A new conceptualization and its measurement during childhood", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.54, No.1, 1988, pp. 117-133.
- [70] Stone, M., "Cross-validators choice and assessment of statistical predictions", *Journal of the Royal Statistical Society*, Vol.36, No.2, 1974, pp. 111-147.
- [71] Van Slyke, C., J. Shim, R. Johnson, and J. Jiang, "Concern for information privacy and online consumer purchasing", *Journal of the Association for Information Systems*, Vol.7, No.6, 2006, pp. 415-444.
- [72] Venkatesh, V., M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User acceptance of information technology: Toward a unified view", *MIS Quarterly*, Vol.27, No.3, 2003, pp. 425-478.

- [73] Wallhagen, M., "Perceived control and adaptation in elder caregivers: Development of an explanatory model", *International Journal of Aging and Human Development*, Vol.36, No.3, 1993, pp. 219-237.
- [74] Werts, C. E., R. L. Linn, and Joreskog, "Intraclass reliability estimates: Testing structural assumptions", *Educational and Psychological Measurement*, Vol.34, No.1, 1974, pp. 25-33.
- [75] Westin, A. F., "Privacy and freedom", *Washington and Lee Law Review*, Vol.25, No.1, 1968, pp. 166-170.
- [76] White, R., "Motivation Reconsidered: The Concept of Competence", *Psychological Review*, Vol.66, No.5, 1959, pp. 294-333.
- [77] Yan, Y., W. Fan, B. Shao, and Y. Lei, "The impact of perceived control and power on adolescents' acceptance intention of intelligent online services", *Frontiers in Psychology*, Vol.13, 2022, pp. 1-11.

Effects of Perceived Control on Usage Intention toward Digital Finance Service: Moderating Role of Privacy Concern

Jun Mo Kang* · Cheol Park**

Abstract

As the post-COVID-19 consumer life environment is rapidly becoming non-face-to-face, changing non-face-to-face financial life services are having a significant impact on consumers' daily lives. People who do not have access to digital devices and services that have become essential goods are at risk of being left behind in the "digital blind spot," where they are marginalized not only in their daily lives but also in society and the economy as a whole (Kim Min-Jeung A, Kim Min-Jung B, Park Joo-Yung, 2022). In this study, we examined the effects of perceived control factors, Cognitive control, behavioral control, and decisional control, on intention to use digital finance. For this study, we surveyed 133 customers who are aware of and intend to use digital finance. The results show that cognitive control, behavioral control, and decisional control have significant effects on intention to use digital finance. In this relationship, the moderating effect of privacy concerns differs from the effect of decision control on intention to use digital finance. These findings suggest that digital financial services firms should consider whether to reduce or increase customer control. Based on these findings, we discuss marketing strategies and implications for digital financial services companies.

Keywords: *Digital Finance Service, Perceived Control, Decisional Control, Usage Intention, Privacy Concern*

* Ph.D. Student, Department of Corporation Management, Korea University

** Corresponding Author, Professor, College of Global Business, Korea University

◎ 저 자 소 개 ◎



강 준 모 (kjm carr@hanmail.net)

서원대학교에서 경영학사, 연세대학교에서 경영학석사 학위를 취득하였다. 현재 고려대학교 기업경영학과 박사과정에 재학 중이며, 서원대학교에서 마케팅 관련 과목을 강의하고 있다. 고객만족경영연구, 상품학연구, 한국엔터테인먼트산업학회 논문지, *The International Journal of Interdisciplinary Cultural Studies* 등에 논문을 발표하였다. 주요 관심분야는 ESG경영, 디지털 서비스 등이다.



박 철 (cpark@korea.ac.kr)

서울대학교에서 경제학사, 동 대학원에서 경영학석사, 경영학박사 학위를 취득하였고, 삼성물산(주) 섬유마케팅 팀에서 근무하였다. 미국 *Vanderbilt University*와 *University of Hawaii*에서 *Visiting Scholar*, 몽골 *Mongolia International University*에서 *Visiting Professor*를 역임하였다. 현재 한국마케팅학회 회장과 한국경영학회 부회장이며, 한국인터넷전자상거래학회 부회장, 서비스마케팅학회 회장, 한국중소기업학회 부회장을 역임하였다. 주요 연구 분야는 디지털환경에서 소비자행동과 마케팅이며, *International Journal of Information Management*, *Journal Interactive Marketing*, *Journal of Business Research*, 경영정보학연구, *ISR*, 경영학연구, 마케팅연구 등에 다수의 논문을 발표하였다.

논문접수일 : 2023년 07월 21일

게재확정일 : 2023년 09월 15일

1차 수정일 : 2023년 08월 29일