JDCS
디지털콘텐츠학회논문지
Journal of Digital Contents Society
Vol. 20, No. 1, pp. 109-118, Jan. 2019

B2C 모바일 간편 이체 서비스 지속사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

김 성 년[1] · 한 경 석[2*] · 권 태 현[3] · 한 상 웅[3]
[1]숭실대학교 IT정책경영학과 박사과정 수료
[2]숭실대학교 경영학부 교수
[3]숭실대학교 IT정책경영학과 박사과정

A Study on Factors Affecting Continuous Use Intention of B2C Mobile Simplex Transfer Service

Seong-Nyun Kim[1] · Kyeong-Seok Han[2*] · Tae-Hyun Kwon[3] · Sang-Ung Han[3]
[1,3]Department of IT Policy Management, Soongsil University, Seoul 06978, Korea
[2]Department of Business Administration, Soongsil University, Seoul 06978, Korea

[요 약]

본 연구는 B2C 모바일 간편 이체 서비스 이용자들의 지속사용의도에 관하여 알아보고자 실증 분석하여 결과를 도출 하였다. 모바일 간편 이체 서비스를 이용자들 대상으로 설문지를 배포하여 총 180명의 설문을 활용하였다. 분석결과 안전성과 보안성은 지각된 유용성에 긍정적 영향을 미치지 못하는 것으로 확인이 되었으며 단순성과 신뢰성, 응답성은 지각된 유용성에 긍정적 영향을 미치는 것으로 확인이 되었다. 또한 만족에 안전성, 보안성, 신뢰성은 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고 단순성과 응답성은 긍정적인 영향을 미치지 못한 것으로 확인이 되었다. 지각된 유용성과 만족은 지속 사용의도에 긍정적 영향을 나타낸 것으로 확인이 되었다.

[Abstract]

The purpose of this study was to evaluate the results obtained with respect to the degree of sustained use of the B2C mobile easy transfer service consumer empirical analysis. The questionnaire was distributed to the users of the mobile simple transfer service, and a total of 180 persons were utilized. The results showed that safety and security had no positive effect on perceived usefulness, and it was confirmed that simplicity, reliability, and responsiveness had a positive effect on perceived usefulness. In addition, safety, security, and reliability have positive effects on satisfaction, and simplicity and responsiveness have no positive effect. Perceived usefulness and satisfaction were found to have a positive effect on the intention to use continuously.

색인어 : 간편 이체, 지속사용, TAM, 모바일 간편이체, 핀테크

Key word : Easy Transfer, Continuous Use, TAM, Mobile Easy Transfer, Fin Tech

http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2019.20.1.109

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-CommercialLicense(http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 14 November 2018;**Revised** 10 December 2018
Accepted 20 January 2019

***Corresponding Author; Kyeong-Seok Han**

Tel: +82-2-820-0855
E-mail: kshan@ssu.ac.kr

Ⅰ. 서 론

오늘날 ICT(Information and Communications Technology) 기술이 발전함 에 따라서 금융에 대한 변혁의 요구되면서 핀테크(Fintech) 서비스가 많이 사용 되고 있다. 핀테크는 금융(Financial) 과 기술 (Technology) 의 합성어를 말하며 금융과 IT의 융합을 통하여 산업 및 서비스를 일컫는 개념이며 관련 산업 중 지급결제 서비스 분야와 모바일 간편 이체 서비스가 가장 많이 쓰이고 있다[1].

그러한 데다 초고속 인터넷의 발달과 사용자 특성, 간편하게 휴대 할 수 있는 모바일 이용률이 급속히 증가 하고 있다. 모바일 간편 이체 서비스는 온라인 또는 모바일에서 요구되는 공인인증서 등에 대한 불편을 해결할 수 있는 대안으로 간편하게 사용할 수 있어 많은 소비자들이 쓰고 있다. 이 서비스는 기존의 모바일 뱅킹 서비스 이용자가 사전에 등록해둔 이용자 암호나 지문 인식만으로 송금이나 결제가 이루어지도록 하고 있다. 국내에서는 핀테크 스타트업인 비바리퍼블리카의 토스(Toss)를 시작으로 네이버 페이(Naver Pay), 페이코(Payco), 카카오 페이(Kakao Pay) 등 기존의 지급결제서비스에 간편 이체 기능을 탑재한 형태로 출시되고 있다. 한국은행에 따르면 2017년 3분기 간편 이체 서비스의 일평균 이용실적은 98만 건, 480억 원 으로 전 분기 대비 각각 66.6%, 74% 성장하였다. 이용 건수는 전년 동기 대비 6.6배, 이용 금액은 전년 동기대비 6.1배 상승하였다[2].

특히 모바일 간편 이체 서비스는 전자금융업자 (Money Transfer Operator) 가 이용 건수 및 금액의 대부분을 차지하여서 건수 및 금액의 증가 폭도 상당 하여서 시장의 성장세를 이끌어나가는고 있는 모습을 보이고 있다고 할 수 있다. 모바일 간편 이체 시장은 롱 테일 (Long tail) 법칙이 나타나고 있는데 이것은 온라인에서는 아주 길고 얇은 꼬리(롱 테일)가 수익의 원천으로 작용하고 있다는 것을 말한다. 롱 테일 경제(Long tail economy) 라는 개념에 기반을 두어서, 서비스를 제공하는 업자가 금융회사와 ICT 기업과 공존하는 모바일 간편 이체 시장이 곧 금융의 롱 테일 경제로 나타난다는 것이다[3].

이종산업인 금융회사와 ICT기업 모바일 금융 산업 즉 온라인 내에서 경쟁을 하고 있고 기존의 금융회사 에서 제공하지 않고 있던 서비스를 ICT기업 에서 제공을 함으로 써 하찮은 다수가 전체를 주도 하고 있는 상황을 보이고 있다. 이는 토스, 카카오 페이와 같은 전자금융업자가 국내 모바일 간편 이체 서비스 전체 제공업자의 대부분을 차지하며 모바일 간편 이체 시장의 성장세를 주도하고 있다는 결과에서도 설명이 되고 있다[4].

이와 같은 것들을 종합하여보면, ICT의 발전으로 인해 모바일의 이용률은 점점 높아지고 있는 상황이며 금융 산업 에서도 핀테크 산업의 활성화와 함께 여러 다양한 모바일 서비스 들이 등장을 하고 있는 실정이다. 특히 금융회사와 ICT의 이종산업이 경쟁하는 모바일 간편 이체 서비스 시장은 현재 매우 급속한 성장을 나타내고 있고, 새롭게 출현하는 인터넷전문은행의 비즈니스 모델에 있어서도 모바일 간편 이체의 중요성은 더욱 강조되고 있는 실정이다[5].

이에 본 연구는 모바일 간편 이체 서비스 이용자들을 대상으로 설문조사 및 실증적 분석을 실시하고 모바일 간편 이체 서비스 수용 의도를 밝혀내고자 한다. 또한 본 연구는 모바일 간편 이체 이용자들을 대상으로 모바일 간편 이체 서비스 지속사용 의도에 영향을 미치는 요인에 관해 종합적으로 연구 하고자 한다.

Ⅱ. 관련 연구

2-1 모바일 간편 이체 서비스

모바일 간편 이체 서비스란 모바일을 이용하여 공인인증서 없이 간편한 인증번호 입력만으로 계좌이체 또는 송금 등을 할 수 있는 행위를 말한다. 모바일 간편 이체 서비스는 이체 하는 절차를 간편화 시키는 것에 중점을 둔 서비스로 기존 모바일 뱅킹에서 요구하는 공인인증서나 일회용보안카드(One Time Password) 입력 등과 같은 여러 절차를 간편 인증 수단으로 대체 하여 이체 서비스를 제공한다. 비바리퍼블리카가 개발한 토스 (Toss) 와 카카오 페이가 간편 이체 서비스의 97%를 차지할 정도로 기존 모바일 뱅킹 서비스 시장에서 가장 널리 쓰인다. 모바일 간편 이체 서비스 중 가장 대표적으로 쓰이는 토스와 카카오 페이는 현재 이용 금액이 28조원에 달할 전망이다[6].

하지만 서비스가 대부분 무료로 운영이 되지만 이체 시 은행에 건당 150~450원을 지불을 하고 있어서 1, 2위 업체인 토스와 카카오 페이는 2017년 연말 기준 모두 적자 상태다. 금감원은 " 간편 이체 서비스가 수익을 얻기 위한 목적이 아니라 해외 사례와 유사하게 간편 이체 서비스로 고객을 확보한 후 금융플랫폼으로 소비자금융을 연계 제공하는 등 신규 수익원을 확보하려는 전략으로 보인다." 고 분석했다. 실제로 '토스' 는 간편 이체 서비스 외에 통합 계좌조회, 주계좌 플러스, 투자서비스, 신용등급 조회 등 다양한 관련 서비스를 제공하고 있으며 '토스' 플랫폼에 제휴 사 상품의 광고 게시 등을 통해 수수료를 받는 구조로 운영되고 있다[7].

대부분의 모바일 간편 이체 서비스들이 무료로 서비스가 되다 보니 수익 창출을 위해 여러 가지 부가 기능을 도입하면서 사용 방법이 복잡해지고 기존의 간편 이체라는 주제에 맞지 않게 여러 부가 기능으로 사용이 복잡해져 앱 자체가 다소 무겁게 느껴진다는 지적들이 많이 제기가 된다[8].

2-2 소비자의 기술 수용에 관한 연구

현재 거의 모든 산업이 신제품이나 신기술 등의 출시 전략을 통해 경쟁력 등에 우선순위를 선점하는 것을 최우선으로 하고 있는 실정이다. 경쟁력이 곧 수익성 증가로 나타나기 때문에 소

비자의 신제품 확산 및 수용에 대한 연구개발이 계속해서 이루어지고 있는데 여기에 가장 일반적으로 도입되는 이론이 기술수용모형과 통합기술수용이론이다. 기술수용모형 (Technology Aeecptance Model) 은 Davis, Bagozzi 와 Warshaw가 제시한 이론으로 합리적 행동 이론 (Theory of Reasoned Action) 을 기반한다[9].

소비자가 기술의 품질 등 다양한 외생변수들로 인해 용이성과 기술의 유용성을 알게 되고 이러한 사실들로 인해 기술에 관한 이용 의도나 태도가 이루어짐으로써 기술을 수용하게 된다고 주장한다. 지각된 용이성과 지각된 유용성을 핵심변수로 삼으며 이 두 변수가 사용 행위 및 행위 의도에 직간접적인 영향을 준다고 주장한다. 지각된 유용성은 어떤 특정한 기술을 사용하는 것이 자신의 성과를 향상 시켜 주는데 영향을 줄 것 이라고 믿는 정도 로 정의 할 수 있으며 지각된 용이성은 특정 한 기술을 사용하는데 있어서 많은 노력을 필요로 하진 않을 것이라 믿는 정도 로 정의를 할 수 있다. 이 두 가지 변수들은 기술적 특징을 가리키는 다른 변수들로부터 영향을 받아 형성 되었고 마침내 기술을 수용하는 행동을 보인다는 것이 핵심이다. 통합기술수용이론은 (United Theory of Acceptance and Use of Technology) Venkatesh가 제시한 이론으로 기술수용모형에 소비자의 행동 의도, 행동의 결정 요인 등 다양한 소비자 수용 이론들을 통합하여 고려하는 이론이다[10].

기존의 기술수용모형이 소비자의 수용 의도에 대하여 약 40~50% 정도 의 설명력을 갖는 것에 비하면 통합기술수용이론은 이보다 더 나은 약 60~80% 정도 의 설명력을 갖고 있다는 것이 특징이다[11].

이에 구성되어 있는 각각의 변수 들이 기술수용모형에서 다루어진 변수들 하고 유사성이 많지만 기술 수용에 대하여 소비자 각각의 특성에 영향을 반드시 헤아려야 한다는 점에서 그 차이가 있다. 여기서 소비자 특성은 성별이나 연령, 경험의 유무 등이 해당된다. 이와 관련하여 모바일 앱 수용에 대한 국내외 선행연구들은 현재까지도 서비스 품질 과 신뢰성 등 각 연구 주제에 부합하는 외생 변수들로 확장시켜 다양하게 검증해오고 있다[12].

Ⅲ. 연구 설계

3-1 연구 모형

본 연구에서 기존의 정보기술 수용 및 사용자 저항에 관한 연와 지금까지 검토한 이론적 고찰과 선행연구를 중심으로 “B2C 모바일 간편 이체 서비스 지속 사용의도에 영향을 미치는 요인” 에 관하여 실증적으로 연구하고자 한다. 이를 위해서 다음과 같은 개념적 모형을 개발했다. 본 연구모형은 모바일 간편 이체 서비스 지속 사용의도에 있어 개인 사용자한테 미칠 수 있는 영향요인을 안전성, 보안성, 단순성, 신뢰성 응답성, 지각된 유용성, 만족으로 구분하였고 그림 1 과 같이 연구모형을 설계하였다.

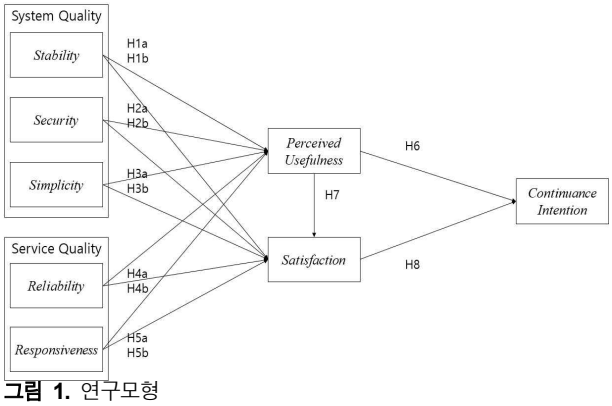

그림 1. 연구모형
Fig. 1. Research Model

3-2 연구 가설

본 연구는 모바일 간편 이체 관련 선행 연구들을 참고하여 모바일 간편 이체 서비스 지속 사용의도에 영향을 미치는 요인을 검증하기 위하여 이에 적합할 것이라고 생각되는 변수들을 추가적으로 고려하며 각 변수들에 관한 가설은 다음과 같다.

1) 안전성

안전성이란 모바일 간편 이체 서비스를 사용할 때에 사용자가 개인정보 유출 등에 대하여 우려하는 정도를 의미한다[13].

안전성은 모바일 간편 이체의 특성 중에서 상당히 중요한 것으로 여겨지는 부분이며, 사회 문제 중에서 민감하게 인식되고 있다. 특히, 모바일 환경에서는 언제 어디서나 간편하게 접속이 가능하게 되어 개인 정보의 유출 가능성이 증가되면서 문제의 심각성 또한 매우 커 질수 있다[14].

이용자 들이 모바일 간편 이체 서비스를 사용할 때 가장 우려하는 사항이 안전성임을 주장하는데, 만약 안전성에 관한 우려만 해결 될 수 있다면 소비자의 사용빈도, 사용태도에 미치는 긍정적인 영향이 커질 것임을 예측할 수 있다. 이 연구를 통해 모바일 간편 이체 서비스 이용자가 본 서비스의 안정성을 높게 생각할수록 본 서비스에 대해 긍정적으로 생각하고 만족도가 클 것으로 예상 되어서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1a. B2C 모바일 간편 이체 서비스의 안전성은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1b. B2C 모바일 간편 이체 서비스의 안전성은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2) 보안성

보안성은 모바일 간편 이체 서비스를 이용하는 과정에서 금융 관련 정보나 개인 정보가 침해 유출되거나 하지 않고 안전하게 보호되고 있을 것이라고 믿는 정도를 의미한다. 이렇게 보안과 관련한 문제에 대하여 모바일 간편 이체 서비스 사용에 직접적으로 영향을 미칠 수 있음을 증명하였다[15].

모바일 간편 이체 서비스처럼 모바일 서비스를 이용하여 금전적 거래를 시도하는 경우, 다른 어떤 사항들 보다 서비스 및 시스템의 높은 보안이 요구되고 있음을 강조하고 보안성이 모바일을 기반으로 하는 금융 서비스가 활발할수록 더욱더 중요해질 것 이라고 하였다. 또한, 보안성이 모바일 간편 이체 서비스에 대한 이용자의 태도나 신념에 유의하여 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 이에 따라 해당 서비스의 이용과 정보와 관련하여 높은 보안성을 갖추고 있다고 생각한다면 해당 서비스에 대해서 매우 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이라고 예상할 수 있다[16].

그러므로 다음과 같은 가설을 제시한다.

H2a. B2C 모바일 간편 이체 서비스의 보안성은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2b. B2C 모바일 간편 이체 서비스의 보안성은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3) 단순성

서비스 단순성은 서비스를 사용하거나 구매하는 경우 지각된 노력과 시간을 최소화하는 것으로 정의할 수 있다. 그리고 기존 연구들에서도 서비스 편의성을 다차원적으로 접근하고 있으며, 이용자의 수용 하려는 의도와 연관성이 많은 것으로 판단이 되어 선정을 하였다[17].

서비스 단순성에 대한 단일차원의 연구는 단순성 지각에 대한 유형을 세부적으로 구분하려 하지 않고 총괄적으로 다루고 있으나, 서비스 단순성 다차원적 연구에서 서비스 단순성은 의사결정을 하는 단계에서 부터 이용을 마친 후 단계까지의 서비스 단계별로 고객들의 행동 측정 및 서비스 등을 평가하고 있다. 서비스 단순성은 서비스를 이용 하는 단계에 따라 노력과 시간을 감소시켜 줄 수 있는 매우 중요한 요인이어서 다차원 면으로 측정이 되어야 한다[18].

본 연구에서 서비스 단순성은 사용자가 모바일 간편 이체 서비스를 사용 또는 구매를 하는 경우 에 지각된 노력과 시간을 최소화하는 것으로 정의 할 수 있다. 따라서 다음가 같은 가설을 제시한다.

H3a. 모바일 간편 이체 서비스의 단순성은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3b. 모바일 간편 이체 서비스의 단순성은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4) 신뢰성

본래 신뢰성의 개념은 일반적인 신뢰성(Trust)과 초기신뢰(Initial Trust)의 개념으로 구분할 수 있다[19].

일반적인 신뢰성에 대한 개념은 거래 당사자들 사이에 장기간 동안 상호작용을 통하여서 형성된 믿음의 정도를 의미 하고 있는 반면, 초기 신뢰는 당사자들 사이에 직접적인 상호작용을 통한 경험적 지식에 기반 하지 않고 신뢰 자 가 익숙하지 않은 피 신뢰 자를 믿고자 하는 의지의 개념이다. 하지만 이렇게 당사자들 간에 직접적인 상호작용이 전혀 없이 형성된 초기 신뢰는 서로 간에 반복적인 상호작용 경험이 오랜 시간에 걸쳐서 축적됨으로 인하여 초기 신뢰보다 높게 또는 낮게 변화가 되어서 당사자들 사이에서 일반적인 신뢰가 형성이 된다[20].

일반적으로 새로운 정보기술(Information Technology)의 도입은 이전보다 더 나은 혜택을 제공하지만 그에 따르는 새로운 위협요인을 수반한다. 이와 같이 최근 정보기술과 관련된 연구에서는 새로운 정보기술에 대하여 이용자의 이용의도를 설명하는데 있어서 신뢰성에 관한 역할에 관심이 증가하고 있음을 알 수 있다[21].

특히 모바일 간편 이체 서비스의 지속사용의도에 관한 연구가 현재 활발하게 진행이 되고 있는데, 많은 연구자들 에 의해 신뢰성이 모바일 간편 이체 서비스의 지속사용의도에 영향을 미친다는 사실이 확인되고 있음을 알 수 있다[22].

이러한 배경에서 본 연구에서는 신뢰성을 '모바일 간편 이체 서비스'를 통해 제공되는 서비스에 대한 '믿음의 수준' 이라고 정의하고, 다음과 같은 가설을 설정을 하였다.

H4a. B2C 모바일 간편 이체 서비스의 신뢰성은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H4b. B2C 모바일 간편 이체 서비스의 신뢰성은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

5) 응답성

응답성은 고객들을 기꺼이 도우려고 하는 즉각적으로 제공되는 서비스와 의지를 의미한다. 응답성은 커뮤니케이션 당사자 간 서로간의 요구사항에 대하여서 적절하고 신속하게 피드백을 제공받을 수 있는 정도를 의미하고 있다[23].

응답성은 이용자의 행동에 대한 시스템의 응답 속도와 관련된 속성으로, 시스템의 응답 속도는 안정적 이면서 빨라야 하며 시스템이 지체 없이 이용자의 행위에 응답 하는지는 결국 시스템이 얼마나 빨리 반응하는지와 같다고 할 수 있으며 모바일 간편 이체 서비스 이용에 있어 고객만족에 영향을 미치는 요인으로 지각된 유용성, 안전성, 보안성과 더불어 응답성이 유의

하다고 할 수 있다[24].

그 결과 서비스 응답 측면에는 응답성을 주요 요소로 설정했다. 응답성은 로딩속도 거래의 처리속도, 로딩속도 및 접속, 이용자의 요구에 대한 응답속도로써 연구를 참조하여서 다음과 같은 가설을 설정하였다[25].

H5a. B2C 모바일 간편 이체 서비스의 응답성은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H5b. B2C 모바일 간편 이체 서비스의 응답성은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

6) 지각된 유용성

지각된 유용성이란 모바일 간편 이체 서비스 사용 시 기대할 수 있는 혜택 등에 관한 사용자의 지각을 의미한다. 사람들이 정보기술에 대하여 거부하거나 받아들이는 원인으로 지각된 유용성이 검증되었음을 제시한다. 지각된 유용성은 이용자가 특정 시스템을 통하여 자기 자신의 업무 능력을 향상시킬 것이라 믿고 활용하는 정도로 정의된다고 하였다[9].

또한 유용(Useful)은 '유리하게 사용될 수 있는' 이라고 단어를 정의하였다. 새로운 서비스나 제품이 소비자에게 전달하여 주는 가치가 기존의 서비스나 제품 보다 우수하다고 인지되고 있는 정도라고 하였다[26].

이와 같은 선행 연구를 통해 모바일 간편 이체 서비스 이용자가 서비스의 유용성을 높게 지각 할수록 모바일 간편 이체 서비스에 대해 긍정적으로 생각하고 만족도 역시 높아질 것이라고 생각이 되어 다음과 같은 가설을 설정 하였다.

H6. B2C 모바일 간편 이체 서비스의 지각된 유용성은 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

7) 만족

만족도 란 이용자들이 모바일 사용의 효과가 자신들의 기대에 부응한다고 믿는 정도로써 모바일 간편 이체를 사용한 후에 어느 일정한 정도 까지 이용자의 기대 수준에 도달하는지 여부에 따라서 만족도는 다르게 나타날 수가 있다. 이런 이용자 만족이라는 요소가 중요 하게 취급되고 있는 이유로는 만족으로 인하여 발생하고 있는 여러 결과변수에 영향을 미치기 때문인 것으로 분석을 하였다. 무엇보다 장기간에 걸친 만족은 신뢰감 형성으로 이어져 지속 사용의도에 매우 중요한 영향을 미치게 될 것으로 본다[27].

또한 만족도는 서비스나 제품의 성능뿐만 아니라 서비스나 제품 그 자체에 대한 평가이자 이용자의 만족 상황에 대한 피드백이다. 또한 만족도란 만족감에 대한 행복이 주어지는 것을 의미하기도 하며 만족하는 수준과 비교를 했을 때에 느낄 수 있는 수준의 이상과 이하를 포함하는 심리적인 경험이다. [28]

모바일 간편 결제서비스의 특성이 유용성과 서비스 신뢰 에 미치는 영향에 관련한 연구에서는 사용자만족이 지속사용의도에 영향을 미치고 있다는 것으로 확인하였고 태도는 사용의 하려는 의도에 영향을 미치고 사용자의 신뢰와 만족은 지속사용의도에 영향을 미치고 있다는 것으로 나타나기도 하였다[29].

만족이 지각된 유용성 보다 지속사용의도에 더 크게 영향을 미친다는 연구 결과를 밝힌 바 있다[30].

H7. B2C 모바일 간편 이체 서비스의 지각된 유용성은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

8) .지속사용의도

소비자의 행동과 관련한 지속사용의도에 대하여서는 어떤 서비스나 상품 등을 사용하는 사람들에게 유용하다고 인지될 때 사람들은 그 서비스 또는 상품 등을 지속 적으로 사용하려는 의도를 가진다고 말한다[31].

본 연구에서 지속사용의도는 '모바일 간편 이체 서비스를 지속적으로 사용하고자 하는 소비자의 계획이나 의지'를 말한다.

인터넷 온라인 상 에서 경험하는 이용자의 감정을 서비스품질을 통한 사용자 만족으로 고객충성도, 시장점유율향상 그리고 고객의 지속사용의도에 영향을 미친다고 하였고 사이트의 지속 사용의도를 증가시킨다고 제시하였다[32].

따라서 모바일 간편 이체 서비스의 사용자 만족도와 지속사용의도의 관계에 대한 가설을 다음과 같이 설정하였다.

H8. B2C 모바일 간편 이체 서비스의 만족은 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

Ⅳ. 실증 분석

4-1 자료 수집 및 표본의 특성

본 연구는 3주간 설문을 실시하여 최종 141명을 대상으로 실증 분석을 실시하였다. 인구통계학적 특성을 살펴보면 남성 74명(52.1%), 여성 67명(47.9%)이다. 연령은 20대 17명(12.0%), 30대 35명(24.6%), 40대 43명(30.3%), 50대 이상 47명(33.1%)이다.

표 1. 인구통계학적 특성
Table 1. The Result Demographic Data

Category		Frequency	Ratio(%)
Gender	Male	74	52.1
	Female	67	47.9
Age	20~29	17	12.0
	30~39	35	24.6
	40~49	43	30.3
	50<	47	33.1

4-2 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석

타당성 및 신뢰도 분석을 위하여 통계프로그램인 SPSS를 통해 탐색적 요인 분석(Exploratory Factor Analysis : EFA)을 실시하였다. 탐색적 요인 분석은 관측 변수들 사이에 내재된 요인들의 상관관계에 대해 분석하여 각 요인들 간의 구조를 분석하였다. 항목 간에 내적 일관성에 대한 지표로는 Cronbach's 계수를 이용하여 신뢰도를 검증하였으며, Cronbach's계수가 0.8 이상으로 나타났을 경우 각 항목들 간의 신뢰도가 높다고 설명할 수 있다. 탐색적 요인 분석 그리고 신뢰도 분석 결과 표 2의 내용과 같고 분석 결과는 기준에 부합하여 신뢰도 측면에서 충분히 신뢰할 수 있는 것으로 검증했다.

표 2. 탐색적 요인 분석 및 신뢰도 분석
Table 2. The Result of Validity, Reliability Test of EFA

Construct	Ingredient								Cronbach's A
	1	2	3	4	5	6	7	8	
A1	.167	.299	.107	.173	.206	.754	.104	.200	0.835
A2	.339	.270	.067	.118	.100	.749	.194	.012	
A3	.057	.406	.020	.215	.102	.540	.194	.384	
B1	.196	.717	.069	.141	.161	.132	.241	.002	0.841
B2	.362	.632	.082	.162	.076	.164	.112	.248	
B3	-.001	.818	.074	.156	.138	.145	.050	.201	
B4	.177	.730	.082	.191	.088	.269	.086	.049	
C1	.250	.140	.072	.167	.793	.108	.210	-.006	0.850
C3	.198	.283	.237	.288	.718	.018	.169	.097	
C4	.176	.089	.276	.137	.747	.248	.091	.145	
D1	.219	.322	.146	.658	.081	-.046	.310	.221	0.861
D2	.186	.226	.138	.746	.164	.168	.106	.125	
D3	.141	.166	.287	.709	.244	.118	.142	.171	
D4	.215	.134	.303	.645	.219	.338	.077	.031	
E1	.262	.373	.178	.152	.181	.101	.686	.104	0.813
E2	.202	.096	.367	.227	.114	.260	.665	-.060	
E3	.012	.121	.202	.139	.219	.117	.762	.238	
F1	.224	.095	.774	.221	.080	.100	.159	-.124	0.852
F2	.178	.202	.693	.122	.217	.027	.164	.250	
F3	.190	.041	.756	.243	.060	.061	.119	.083	
F4	.255	-.026	.707	.046	.307	.020	.208	.264	
G2	.446	.308	.244	.336	.148	.225	.151	.590	0.958
G3	.390	.336	.178	.270	.099	.193	.179	.633	
G4	.445	.281	.261	.290	.140	.243	.189	.588	
H1	.701	.146	.313	.171	.194	.231	.129	.149	0.900
H2	.710	.147	.334	.196	.063	.217	.132	.188	
H3	.757	.182	.124	.128	.288	.037	.144	.092	
H4	.768	.164	.283	.197	.213	.166	.032	.136	
Eigen Value	3.62	3.35	3.21	2.84	2.43	2.17	2.13	1.82	N/A
% of Variance	12.95	11.97	11.47	10.16	8.67	7.76	7.60	6.50	

4-3 확인적 요인분석

본 연구에서 측정모델 추정과 확인적 요인분석을 위해 AMOS 23.0을 활용하였다. 최종적으로 선정된 측정 항목에 대한 신뢰성과 타당성 검증하기 위해 Hair et al.(2010)의 공식을 활용하여 표 3의 결과를 도출했다. 척도의 타당성과 신뢰도를 검증하려면 표준화 계수가 최소 0.5 이상의 수치가 나타나야한다. 그리고 내적일관성의 측정 지표인 개념 신뢰도(CR)는 0.7 이상의 수치를 보여야하며, 평균분산추출값(AVE)은 0.5 이상의 수치를 통해 집중 타당성을 보여야 한다.

표 3에서 보이는 것과 같이 선정된 모든 측정항목변수의 표준화 계수는 모두 0.8의 수치를 나타냈으며, 평균 분산 추출 값(AVE)도 모두 0.5 이상의 수치가 나타났다.

표 3. 측정 모델의 개념 신뢰도 및 집중 타당성 검정 결과
Table 3. Result of the Conceptual Reliability and Intent Validity Test of the Measurement Model

Constructs	Measure	Factor Loading	C.R	AVE
STA	A1	0.854	0.861	0.675
	A2	0.787		
	A3	0.755		
SEC	B1	0.723	0.867	0.619
	B2	0.756		
	B3	0.768		
	B4	0.775		
SIM	C1	0.775	0.847	0.649
	C3	0.877		
	C4	0.777		
REL	D1	0.758	0.904	0.703
	D2	0.773		
	D3	0.818		
	D4	0.774		
RES	E1	0.826	0.831	0.666
	E2	0.774		
	E3	0.706		
PU	F1	0.744	0.896	0.684
	F2	0.765		
	F3	0.747		
	F4	0.815		
SA	G2	0.966	0.962	0.793
	G3	0.901		
	G4	0.953		
CI	H1	0.858	0.923	0.752
	H2	0.858		
	H3	0.751		
	H4	0.872		

4-4 판별타당성 분석

판별 타당성을 검정하기 위해서 두 요인들 사이에서 구한 평균분산 추출 값(AVE)이 개념 간 상관계수의 제곱보다 크면 두 요인 사이에는 판별 타당성이 있는 것으로 분석하는 Fornell and· Larcker(1981)의 방법[33]을 이용하였다.

표 4는 구성 항목들 간의 상관행렬들을 수치화 하여 나타낸 것으로, 각 요인들 간 계산한 평균분산 추출 값이 항목들의 상관계수의 제곱보다 크게 나타났기 때문에 구성 개념 간에 판별 타당성이 있다고 설명 할 수 있다.

표 4. 판별 타당성 분석 결과
Table 4. The Result of Discriminant Validity

	STA	SEC	SIM	REL	RES	PU	SA	CI
STA	0.822							
SEC	0.395	0.787						
SIM	0.358	0.308	0.806					
REL	0.315	0.277	0.357	0.838				
RES	0.403	0.347	0.446	0.352	0.816			
PU	0.199	0.159	0.317	0.252	0.341	0.827		
SA	0.544	0.464	0.475	0.462	0.521	0.377	0.891	
CI	0.36	0.287	0.39	0.309	0.371	0.318	0.567	0.867

4-5 연구모형의 적합도 분석

가설 검정을 실시하기 전 구조방정식 모형의 적합도를 분석하였다. 표 5에 표기 한 것 같이 모델 적합도 지수는 모두 이상없이 적합한 결과가 나타났다.

표 5. 모형 적합도
Table 5. Model Fitness Test

Fit indices		Indicator	Desirable range
Absolute fit index	χ^2(CMIN)p	394.512 (P=0.006)	p≦0.05 ~ 0.10
	χ^2(CMIN)/df (Q)	1,206	1.0≦CMIN/df≦3.0
	RMSEA	0,038	≦0.08
	RMR	0,038	≦0.08
	GFI	0,839	≧0.8 ~ 0.9
	AGFI	0,800	≧0.8 ~ 0.9
	PGFI	0,676	≧0.5 ~ 0.6
Incremental fit index	NFI	0,873	≧0.8 ~ 0.9
	NNFI(TLI)	0,971	≧0.8 ~ 0.9
	CFI	0,975	≧0.8 ~ 0.9
Parsimony fit index	PNFI	0,755	≧0.6
	PCFI	0,844	≧0.5 ~ 0.6

4-6 연구모형의 검정

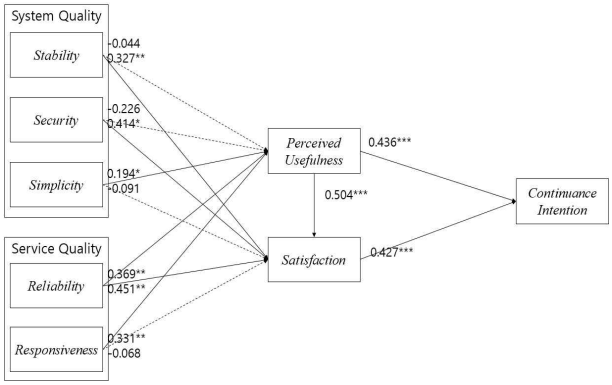

그림 2. 연구모형 가설검정
Fig. 2. The Result of Hypothesis Test
* p-value <0.05, ** p-value <0.01, *** p-value <0.001

본 연구의 연구모형에 대한 실증 분석한 결과를 정리하여 그림 2, 표 6으로 나타냈다.

본 연구에서 설정한 가설들의 영향 정도를 알아보기 위하여 Amos 23.0으로 경로 분석을 시행한 결과는 표 6과 같다. 상대적으로 더 많은 영향을 미치는 독립변수에 대해 알고자 하는 경우 상대적 중요도를 보여주는 표준화 계수(Standardized Regression Weight)를 활용한다. 또한 가설 채택의 여부는 임계치Critical Ratio)는 C.R.값으로 표현하며 ±1.96을 기준으로 판별하며, 유의수준 값(P-Value)은 0.05이하를 기준으로 판단한다.

각각의 가설별로 실증분석 내용을 살펴보면 첫째, 안정성과 보안성은 유용성에 정(+)의 영향을 미치지 못하는 것으로 드러났지만 단순성, 신뢰성, 응답성은 유용성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 안전성, 보안성, 신뢰성, 편리성은 만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었지만, 단순성과 응답성은 정(+)의 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

셋째, 지각된 유용성은 만족에 정(+)의 영향을 미쳤으며, 지각된 유용성과 만족은 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 긍정적 영향을 주는 것으로 확인할 수 있다.

표 6. 가설검정 결과
Table 6. The Result of Path Analysis

Hypothesis <-		Standardized Estimate	S.E.	C.R	P-value	Results
PU	STA	-0.044	0.112	-0.396	0.692	X
	SEC	-0.226	0.14	-1.612	0.107	X
	SIM	0.194	0.094	2.059	0.04	O
	REL	0.369	0.143	2.574	0.01	O
	RES	0.331	0.106	3.115	0.002	O
SA	STA	0.327	0.139	2.355	0.019	O
	SEC	0.414	0.18	2.298	0.022	O
	SIM	-0.091	0.117	-0.774	0.439	X
	REL	0.451	0.187	2.415	0.016	O
	RES	-0.068	0.142	-0.483	0.629	X
SA	PU	0.504	0.178	2.841	0.005	O
CI	PU	0.436	0.105	4.152	***	O
CI	SA	0.427	0.061	6.955	***	O

* p-value <0.05, ** p-value <0.01, *** p-value <0.001

Ⅳ. 결론

본 연구는 모바일 간편 이체 서비스를 이용하는 이용자들을 그 대상으로 하였고 모바일 간편 이체 서비스 지속사용 의도에 영향을 끼치는 주요 변수들을 알아보려 여러 선행연구들을 통해 독립변수들을 선정 하였고 기술수용모형을 사용해 모형을 정립하고 분석을 통하여 모바일 간편 이체 서비스 이용자의 지속사용을 높이려 진행을 하였다.

본 연구에서는 모바일 간편 이체 서비스를 사용하는데 있어서 시스템 특성의 안전성, 보안성, 단순성 그리고 모바일 간편 이체 서비스 특성의 신뢰성과 응답성을 독립변수로 선정하였으며 TAM 모델을 활용하여 연구모형을 정립 하여 각 변수들 간의 관계와 그리고 지각된 유용성과 만족이라는 매개변수를 거쳐 지속사용의도에 어떤 영향을 미치고 있는지를 알아보려 하였다.

본 연구는 다음과 같은 결론을 작성하였다.

첫째, 모바일 간편 이체 서비스의 안전성과 보안성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 확인이 되었다. 이것은 , 모바일 간편 이체 서비스 이용자들은 직접적으로 금전거래가 이루어지는 특성으로 인하여 개인정보에 관한 프라이버시 보호나 시스템이나 거래과정상 에서의 외부 해킹에 대한 우려 때문에 안전성과 보안성 측면을 상당히 중요하게 인식하여 이러한 것이 비로소 충족되었을 때 유용함을 인지하게 된다는 것을 알 수가 있다[34]. 사용자들의 개인정보를 항상 외부해킹에 대비해야 하며, 사용자들의 염려를 항상 줄일 수 있도록 힘써야 한다. 사용자들은 개인정보 보호 등에 항상 민감하며, 해킹 사고가 터졌을 시에는 사용자의 대거 이탈이 발생함으로 항상 중요시해야 한다는 것으로 사료된다.

둘째. 모바일 간편 이체 서비스의 단순성과 신뢰성, 응답성은 지각된 유용성에 긍정 직인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 모바일 간편 이체 서비스 이용자들이 다른 이체 수단보다 이용성 측면에서 단순하고 사용 환경에 있어 휴대하기 편리해서 언제 디서든 이용이 가능하여 이용함을 알 수 있다. 또한 모바일 간편 이체 서비스 제공업체가 어떤 상황에서도 고객들을 속이거나 하지 않고 정확하고 안전한 금융거래 서비스를 제공 할 것이 라고 믿고 있으며 모바일 간편 이체 서비스 제공 업체를 전반적으로 신뢰를 하고 있는 것으로 나타났고 간편 이체 서비스 제공업체에서 간편 이체 서비스 이용자들에게 신속하고 즉각적인 서비스를 제공하려는 의지정도가 높은 것으로 이용자들이 인식하는 것으로 알 수가 있다.

셋째, 모바일 간편 이체 서비스의 안정성과 보안성, 신뢰성은 만족에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며 단순성과 응답성은 긍정적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이용자들이 모바일 간편 이체 서비스를 이용하며 오류나 장애 발생 횟수가 적으며 오류가 발생을 해도 빠르게 복구가 되고 외부의 바이러스 위험이 적은 것에 만족을 느끼는 것으로 알 수가 있다. 이는 아직 사용자들이 모바일 간편 이체 서비스를 사용함으로서 외부해킹에 대한 문제를 겪지 않았기 때문에 만족한 결과로 보이며, 이에 대한 해킹문제에 대해 모바일 간편 이체 서비스를 제공하는 업체에서는 항상 보안에 힘써야 한다는 것으로 사료된다.

넷째, 모바일 간편 이체 서비스의 단순성과 응답성은 만족에 긍정적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이것은 유저 인터페이스가 사용자에게 친숙하게 구성이 되어 있지 않으며 화면이나 메뉴 구성의 체계나 문제 발생 시 처리 속도나 모바일 간편 이체 서비스 활용방법에 대한 설명에 만족을 느끼지 못하는 것으로 알 수가 있다.

마지막으로 지각된 유용성은 만족과 지속 사용 의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났는데 이것은 모바일 간편 이체 서비스를 이용한 경험자들은 모바일 간편 이체 서비스가 작업이나 일에 대한 성과를 높일 수 있고 간편 이체를 이용한 경험자들은 상품이나 서비스를 유용하고 빠르게 구매 할 수 있으며 효과적인 지불 수단이라고 생각하여 모바일 간편 이체 서비스를 지속적으로 이용 할 것 이라는 것을 나타낸다.

본 연구는 모바일 간편 이체 서비스를 이용한 경험이 있는 20대 이상 일반인 들을 대상으로 지속사용의도에 미치는 영향에 대하여 연구를 수행하였다. 그렇지만 지속사용의도에 미치는 영향 요인들은 본 연구에서 언급한 독립변수들의 요인 외에도 다른 다양한 요인들이 있을 수가 있다. 이번 연구에서 언급되지 않았던 독립변수들이 있다면 이 변수들이 모바일 간편 이체 서비스 지속 사용 의도에 얼마나 다양한 영향을 미치는지를 알 수가 없다. 그렇기 때문에 본 연구에서 다루었던 변수들 외에 더 다양한 변수들을 확장하여 연구를 해 볼 필요가 있다고 본다. 그리고 계속 발전해나가는 모바일 간편 이체 서비스에 다양한 보안방식이 생기고 있는데 사용자들이 어떤 보안방식을 선호하는지에 대해 연구한다면 향 후 기업들에게 도움이 되는 연구가 될 것으로 사료된다.

참고문헌

[1] Financial Services Commission (FSC), [internet] http://www.fsc.go.kr/know/wrd_list.jsp.

[2] The Bank of Korea Press Releases, “Current status of electronic payment service use during Q4 2017.3”. http://www.bok.or.kr/portal/bbs/P0000559/view.do?nttId=233807&menuNo=200690

[3] J. L. Hennessy and D. A. Patterson, Instruction-level parallelism and its exploitation, in *Computer Architecture: A Quantitative Approach,* 4th ed. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann Pub., ch. 2, pp. 66-153, 2007.

[4] The Bank of Korea Press Releases, "Development of new electronic payment service statistics", http://www.bok.or.kr/portal/bbs/P0000559/view.do?nttId=222682&menuNo=200690

[5] J. W. Kim, “The effectiveness of Mobile Money Transfer services quality and attributes on e-loyalty”, M.A. degree, ICT Media Entertainment Policy Graduate School of Information Yonsei University, Seoul. Korea, Dec. 2016.

[6] The Korea Economic Daily, [Internet] "A easy remittance to 28 ... Tos and Kakao Pay occupied 97%", http://news.hankyung.com/article/2018081421891

[7] Moneytoday, “The expedited remittance market ... Tos and Kakao hold 97%”, http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2018081410305678343&type=1

[8] S. C, Jeong, H, M, Jeon, "A Study on Consumer AcceptanceFactors for Mobile Remittance Service”, *The Journal of Information Systems*, EXCO , Daegu, Korea, pp.670-682, May. 2017,

[9] F. D. Davis, R. P. Bagozzi, and P. R. Warshaw, "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models," *Management Science,* Vol. 35,

No. 8, pp.982-1003, Aug. 1989.

[10] Venkatesh, Viswanath; Morris, Michael G.; Davis, Gordon B.; Davis, Fred D. "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View". *MIS Quarterly,* Vol. 27, No. 3, pp. 425–478, Sep. 2003.

[11] O. J. Kwon, "An Empirical Study on Potential Smartphone Users", *Internet and Information Security*, Vol 41, No. 1, pp.55-83, Mar. 2010.

[12] M. N. Cho, J. B. Cha, "Consumer Attitudes and Behavioral Intentions on Delivery Application Quality: Focusing on Technology Acceptance Model(TAM)" *Journal of tourism sciences*, Vol. 41, No. 4, pp. 171-184, Apr. 2017

[13] A, Parasuraman, V. A. Zeithaml, & A. Malhotra, "ES-QUAL a Multiple-item Scale for Assessing Electronic Service Quality", *Journal of Service Research.* Vol. 7, No. 3. pp. 213-233, Feb. 2005.

[14] S. Xue, "A study on Chinese User Resistance of WeChat Payment, M.A. degree, Interdisciplinary Program of Electronic Commerce Graduate School Chonnam National University, Aug. 2015.

[15] Y. M. Kwon, "A Study on the Affecting the Intention to Use of Smart-Phone Mobile Banking", *Journal of Industrial Economics and Business*, pp. 529-549, Feb. 2015

[16] Y. Zehua, "A Study on the Effects of Mobile Payment Service Quality on Consumer Satisfaction & Reuse intention - Focus on Chinese Alipay -", M.A. degree, Department of Business Administration Graduate School of Paichai University, Daejeon, Korea, Jun. 2018.

[17] K. Seiders, G. Voss, & A. Godfrey, "SERVCON: Development and Validation of a Multidimensional Service Convenience Scale", *Journal of the Academy Marketing Science*, Vol. 35, No. 1 pp. 144-156, Mar. 2007.

[18] H. J. Yang, " The Relationship between Technology Based Self-Service Convenience and influence factors, Technology-Based Self-Service Quality". PhD, Department of Business Administration Graduate School, Kyungpook National University, Daegu, Korea, Dec. 2012.

[19] G. M. Kim, W. W. Kim and H. G. Lee, "Investigation of Factors Influencing Consumer Initial Trust, and Intention to Use Mobile Banking Services", *Journal of the Korean Operations Research and Management Science Society*, Vol. 22, No. 2, pp.13-34. Nov. 2005.

[20] D. H. Mc Knight, L. L. Cummings, & N. L. Chervany, "Initial trust formation in new organizational relationships", *Academy of Management review*, Vol. 23, No. 3, pp.473-490, Jul. 1998.

[21] S. H. Yang, Y. S. Hwang, & J. K. Park. "A Study on the Use of Fintech Payment Services Based on the UTAUT Model", *Journal of Management and Economics*, Vol. 38, No. 1, pp.183-209. Dec. 2016.

[22] I. S. Park, "A Study on the User Acceptance Model of Mobile Credit Card Service based on UTAUT", Ph.D. Graduate School of Business IT, Kookmin University, Seoul, Korea, Dec. 2012.

[23] T. M. Lee, "An Empirical Research on the Determinants of Purchase Intention in Mobile Commerce -Focused on the Ubiquitous Connectivity and Contextual Offer- ", The Academy of Customer Satisfaction Management, Vol. 6, No. 1, pp. 229-255, Jun. 2004.

[24] C. S. Yum, & J. B. Hong, "An Empirical Study on the Factors Influencing Customer Satisfaction of Internet Banking", *IE Interfaces*, Vol. 17, No. 3, pp. 305-313, Sep. 2004.

[25] Y. Noh, & Y. K. Lee, " A Study on the Effects of Interne Banking Services Quality on Customer Value and Customer Satisfaction", *The e-Business Studies*, Vol. 6, No. 3, pp.141-162, Dec. 2005.

[26] E. M. Rogers, "Diffusion of Innovations" 5th edition, Free Press, 2005.

[27] S. C. Ganesan, "Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships," *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 2, pp. 1-19, Apr. 1994.

[28] K. Y. Kim, "A Study on the Effects of Characteristics of Mobile Easy Payment Service on Service Usefulness and Trust", M. A. degree, Department of Consumer Economics The Graduate School Sookmyung Women's University, Seoul, Korea, Jun. 2017

[29] S. Y. Lee, "A Study on the Intention of the Use of Mobile Payment Services : Application of the Technology Acceptance Mode," M.A. degree., The Graduate School of Hanyang University, Seoul, Korea, Feb. 2016

[30] A. Bhattacherjee, "Understanding Information Systems Continuance: an Expectation–confirmation Model", *MIS Quarterly*, Vol. 25, No. 3, pp.351-370, 2001.

[31] C. Engel & J. D. Hamilton, "Long swings in the dollar: Are they in the data and do markets know it?," *The American Economic Review*, pp. 689-713, Sep. 1990.

[32] B. Mittal & W. M. Lassar, "The Role of Personalization in Service Encounters" ,*Journal of Rerailing,* Vol. 7, No. 1, pp.95-109. Spring, 1996

[33] Fornell, C., & Larcker, D. F., "Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics", *Journal of marketing research*, 382-388, 1981.

[34] H. J. Kim, C. H. Jung, "The Impacts of Commodity and User Characteristics on Customers' Intention to Reuse in Mobile Banking Services", *The Journal of Business Education*, Vol. 21, pp 215-246, 2008.

김성년(Seong-Nyun Kim)

2006년 : 한국외국어대학교 경영대학원 (경영학석사)
2018년 : 숭실대학교 일반대학원 박사수료 (IT서비스경영학)

1999년~2008년: 신원산업(주)
2009년~2011년: LIG손해보험(주)
2012년~2015년: 영원무역(주)
2015년~현 재: 이엘프로젝트(주)
※관심분야 : 사물인터넷 (IoT), 핀테크(Fin Tech), e-Business,빅데이터 분석 등

한경석(Kyeong-Seok Han)

1983년 : 서울대학교 대학원 경영학과 경영학석사
1989년 : 미국 Purdue Univ, Krannert School of Mangement (MIS) 경영학박사

1989~1990 : 미국 휴스턴대 조교수
1993년~현 재: 숭실대학교 경영학부 경영정보시스템 교수
※관심분야 : Technical MIS , Web Progmming, e-Business,ERP, 디지털 저작권, 회계정보시스템, 중소기업정보화, 전자상거래, 기업컨설팅, 기업자금지원정책 등털저작권(DRM) 등

권태현(Tae-Hyun Kwon)

2015년 : 연세 대학원 (공학석사)
2018년 ~ 현재 : 숭실 대학원 (공학박사 재학 중)

2003년~2004년: 케이티 인포텍
2005년~2013년: 엘지 엔시스
2006년~현 재: LIG시스템 부장 제직 중
※관심분야 : 정보보호(Personal Information), 사이버보안(Cyber Security) 등

한상웅(Sang-Ung Han)

2009년 : 숭실대학교 정보과학대학원 지식경영학과 졸업(공학석사)
2018년 : 숭실대학교 일반대학원 IT정책경영학과 박사과정

2005년~현 재: 한성정보기술(주) 전무이사
※관심분야 : IOT, 빅데이터, ITS(지능형교통시스템) 등