

# 모바일 기반 금융플랫폼의 대출서비스 사용의도에 관한 연구

이상호<sup>1</sup>, 조광문<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>목포대학교 스마트비즈니스학과 교수, <sup>2</sup>목포대학교 전자상거래학과 교수

## A Study on the Intention to Use the Loan Service of the Mobile-Based Financial Platform

Sangho Lee<sup>1</sup>, Kwangmoon Cho<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Professor, Dept. of Smart Business, Mokpo National University

<sup>2</sup>Professor, Dept. of Electronic Commerce, Mokpo National University

**요약** 본 연구의 목적은 모바일에 기반한 금융플랫폼의 특성이 대출서비스 이용자의 사용의도에 어떠한 영향관계가 있는지를 규명하고자 하였다. 또한 모바일 금융플랫폼의 각 특성이 대출서비스 사용의도에 미치는 영향관계에서 유용성과 사용 용이성이 매개효과가 있는지를 규명하고자 하였다. 자료수집은 2022년 3월 1일부터 4월 30일까지 설문조사를 하였고, 연구대상자는 200명이 참여하였다. 분석방법은 빈도분석, 탐색적요인분석, 신뢰도분석, 상관관계분석, 위계적 다중회귀분석, 3단계 매개회귀분석을 하였다. 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 금융플랫폼의 사용자 요인, 기술적 요인, 환경적 요인이 모바일을 활용한 대출서비스 사용의도에 미치는 영향력은 사용자 요인에서 편재성, 기술적 요인에서 신뢰성, 환경적 요인에서 촉진조건으로 나타났다. 둘째, 사용자 요인의 편의성과 사용의도의 관계에서 유용성은 완전매개효과가 나타났다. 셋째, 기술적 요인의 신뢰성과 사용의도의 관계에서 유용성은 부분매개효과가 나타났다. 넷째, 환경적 요인의 사회적 영향 및 촉진조건과 사용의도의 관계에서 유용성은 부분매개효과가 나타났다. 다섯째, 사용자 요인의 편의성과 사용의도의 관계에서 사용 용이성은 완전매개효과가 나타났다. 여섯째, 기술적 요인의 신뢰성과 사용의도의 관계에서 사용 용이성은 부분매개효과가 나타났다. 일곱째, 환경적 요인의 사회적영향과 사용의도의 관계에서 사용 용이성은 부분매개효과가 나타났다. 이러한 연구를 통하여 모바일을 이용한 대출서비스를 이용함에 있어 사용자가 수용할 수 있는 사용의도 결정요인에 대한 기초 자료를 제시하고자 하였다.

**주제어** : 사용의도, 편의성, 신뢰성, 사회적 영향, 촉진조건

**Abstract** The purpose of this study was to investigate how the characteristics of mobile-based financial platforms have an impact on the intention to use loan service users. In addition, it was attempted to investigate whether usefulness and ease of use had a mediating effect in the relationship between each characteristic of the mobile financial platform on the intention to use the loan service. Data collection was conducted from March 1 to April 30, 2022, and 200 people participated in the study. Analysis methods were frequency analysis, exploratory factor analysis, reliability analysis, correlation analysis, hierarchical multiple regression analysis, and three-step mediation regression analysis. The research results are as follows. First, the influence of user factors, technical factors, and environmental factors of a financial platform on the intention to use a mobile loan service was found to be ubiquity in user factors, reliability in technical factors, and facilitation conditions in environmental factors. Second, in the relationship between convenience and intention to use user factors, usefulness had a completely mediating effect. Third, in the relationship between reliability of technical factors and intention to use, usefulness showed a partial mediating effect. Fourth, in the relationship between the social impact of environmental factors and facilitation conditions and intention to use, the usefulness showed a partial mediating effect. Fifth, ease of use showed a completely mediating effect in the relationship between convenience and intention of use of user factors. Sixth, in the relationship between reliability of technical factors and intention to use, ease of use showed a partial mediating effect. Seventh, in the relationship between the social impact of environmental factors and intention to use, ease of use showed a partial mediating effect, and in the relationship between facilitation conditions and intention to use, ease of use showed a fully mediating effect. Through this study, we tried to present basic data on the determinants of the user's acceptable intention to use the mobile loan service.

**Key Words** : Intention to Use, Convenience, Reliability, Social Impact, Facilitation Conditions

\*교신저자 : 조광문(ckmoon@mnu.ac.kr)

접수일 2022년 4월 18일

수정일 2022년 5월 27일

심사완료일 2022년 6월 4일

## 1. 서론

최근에 금융시장은 예금 입출금, 증권, 보험 등 다양한 금융거래가 발생하고 있으며, 이에 따른 금융시장에서는 다양한 고객을 확보하고자 비대면 금융거래가 확대되고 있는 실정이다. 하지만 고객 정보 유출, 디도스 공격, 해킹 등의 금융사고가 발생하고 있어 변화되는 금융시장에 대응하고, 금융소비자의 편의를 확보하고자 다양한 금융패러다임의 개선이 진행되고 있다[1].

개인 정보 유출 및 해킹에 대한 위협을 방지하고자 보안이 강화되고 있는 과정에서 본인인증절차, 결제시스템 등에서 블록체인 등의 사물인터넷 기술이 적용되고 있으며, 이로 인하여 핀테크 산업이 활성화되고 있다.

핀테크 산업은 모바일, SNS 등의 IT기술과 융합하여 모바일뱅킹과 앱카드 등과 같은 새로운 금융 패러다임이 정착하고 있으며, 과거의 금융기법과는 차별화된 금융서비스를 제공하고 있다. 더욱이 비금융기업이 자사의 IT 기술을 활용하여 애플페이와 알리페이와 같이 직접적으로 소비자에게 금융서비스를 제공하고 있다.

핀테크 산업은 4차 산업혁명시대의 핵심기술이라 할 수 있는 블록체인 기술을 기반으로 하고 있으며, 금융거래 외에도 유통, 의료 등에서 핵심기술로 발전하고 있다. 4차 산업혁명시대에 블록체인을 기반으로 한 금융시장은 경쟁력 강화를 위하여 산업별 특성에 맞는 중장기 발전 전략을 수립하고 있으며, 이를 위한 논의와 합의가 금융시장에서도 활발히 진행되고 있다[2].

기존의 금융과 비교되는 블록체인에 기반한 핀테크 산업이 비대면 본인 확인과 보안 인증 기술이 융합되었다면, P2P(Peer to Peer) 금융 플랫폼은 빅데이터 알고리즘 기술이 융합되어 기존의 핀테크 기술과는 비교된다[3]. 최근의 금융시장은 모바일을 활용한 기술의 등장으로 빅데이터, 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT)을 활용한 금융서비스가 증가하면서 이를 활용한 이용수단도 다양하게 변화되고 있다[4]. 더욱이 결제수단도 간편화되면서 금융소비자를 위한 맞춤형 서비스가 제공되고 있다.

현재의 금융시장은 블록체인을 통한 금융망을 세계로 통합하려는 시도를 하고 있으며, 금융권을 중심으로 다양한 방식의 블록체인 기반 금융플랫폼의 개발을 시도하고 있다[5]. 금융소비자를 위한 금융거래는 금융시장에서 블록체인을 접목한 새로운 금융기술의 확대에 관심을 기울임으로써 금융플랫폼은 금융과 유통을 함께 연결하여 금융소비자에게 직접적인 서비스가 확대되어 보급될 수 있을 것이다. 블록체인 기술은 중앙집중식의 시스템의

한계를 극복하기 위해 시작되었고, 블록체인 2세대는 스마트 계약과 거래를 통한 산업과의 연결이 진행되고 있으며, 블록체인 3세대에서는 기존 산업에 빅데이터, 인공지능, 사물인터넷을 활용한 본격적인 융합이 예상된다.

새롭게 변화하는 금융시장에서 금융소비자에게 직접적으로 제공되는 금융서비스인 P2P 금융 플랫폼에 블록체인 기술을 접목한 금융서비스의 사용자의 의도를 분석하여 이에 대한 문제점을 해소하고, 소비자가 수용할 수 있는 사용의도를 연구할 필요성이 있다.

사용의도와 같이 금융소비자가 새로운 정보기술을 어떻게 수용하는지에 대한 연구는 사회·심리적 연구에서 정보기술 수용에 관한 연구로 확대되기 시작하였다[6]. 정보기술 수용에 대한 소비자의 행동예측은 신념과 평가에 의해 형성된 주관적 규범이 행위의도에 영향을 제공하여 행위에 도달하게 되는 합리적 행동이론이다[7]. 이처럼 금융소비자는 기술기반 금융서비스에 전략적 선택의 폭이 확대되어 관심이 높아졌기 때문에[8] 금융플랫폼에 관한 새로운 접근체계에 대한 소비자 행동에 관한 인과관계 규명이 필요한 시점이라고 하였다[1].

이러한 이유에서 소비자에게 직접적으로 제공되는 금융거래 서비스 중의 하나인 모바일 금융플랫폼의 특성에 기술수용모델을 적용하여 소비자의 사용의도에 관한 인과관계를 규명할 필요성이 제기되었다.

본 연구의 목적은 모바일에 기반한 금융플랫폼의 특성이 대출서비스 이용자의 사용의도에 어떠한 영향관계가 있는지를 규명하고자 하였다. 또한 모바일 금융플랫폼의 각 특성이 대출서비스 사용의도에 미치는 영향관계에서 유용성과 사용 용이성이 매개효과가 있는지를 규명하고자 하였다.

이러한 연구를 통하여 모바일을 이용한 대출서비스를 사용자가 이용함에 있어 수용할 수 있는 사용의도 결정요인에 대한 기초자료를 제시하고자 하였다.

## 2. 연구 방법

### 2.1 연구 대상 및 자료 수집

2022년 3월 1일부터 4월 30일까지 모바일을 활용한 금융플랫폼을 사용한 경험이 있는 표본을 임의적으로 선정하여 본 연구의 필요성과 목적을 설명하였다.

연구 대상자는 휴대전화 문자서비스를 활용한 비대면 자기기입식 설문조사를 실시하였고, 불성실한 응답을 제외하고 총 200명의 설문지를 연구에 사용하였다.

연구에 참여한 대상자의 특성은 <Table 1>과 같다.

<Table 1> General Characteristics of Subjects

Category (N=200)		Person (%)
Gender	Male	138 (69.0)
	Female	62 (31.0)
Age	20 to 29 Years Old	60 (30.0)
	30 to 39 Years Old	28 (14.0)
	40 to 49 Years Old	60 (30.0)
	50 to 59 Years Old	39 (19.5)
	Over 60	13 (6.5)

## 2.2 조사 도구

사용자 요인의 자기효능감은 특정한 과업을 수행하는 기술과 능력이 있다는 자기신념이므로 모바일 간편 결제 서비스 사용의도에 이르는 경로를 조절한다고 하였고[9], 편의성은 위치와 관계없이 다양한 정보를 받을 수 있기 때문에 사용자가 인지하는 행동의도에 영향이 있으며 [8,10], 편재성은 시공간에서 제약이 없으므로 신기술 수용의 결제서비스 사용의도에 영향이 있다고 하였다[2].

이와 같은 사용자 요인에 관한 선행연구를 중심으로 본 연구에 맞게 수정·보완하여 조사도구를 선정하였고, 자기효능감 4문항, 편의성 4문항, 편재성 4문항으로 구성하였으며, 리커트 5점 척도를 사용하여 높은 척도가 긍정적 의미로 하였다.

기술적 요인의 보안성은 기업의 시스템 도입에서 사용의도에 영향이 나타났고[11], 신뢰와 함께 주요한 변수라고 하였다[12]. 가용성은 안정적이고 편리하게 데이터를 사용·관리하는 문제가 없는 정도로서 신뢰성과 함께 기술수용에 영향이 있다고 하였다[2,13].

이와 같은 기술적 요인에 관한 선행연구를 중심으로 본 연구에 맞게 수정·보완하여 조사도구를 선정하였고, 보안성 5문항, 가용성 5문항, 신뢰성 5문항으로 구성하였으며, 리커트 5점 척도를 사용하여 높은 척도가 긍정적 의미로 하였다.

환경적 요인의 사회적 영향은 주변 사람들이 해당 기술을 사용하는 것을 인지하는 것으로 모바일 뱅킹 수용에 영향이 있고[14], 해외 직접구매에서도 사회적 영향이 사용의도에 영향이 있다[15]. 새로운 기술을 사용하고 용이하게 지원받을 수 있다는 촉진조건은 사용자 행위에 영향에 있다고 하였다[16].

이와 같은 환경적 요인에 관한 선행연구를 중심으로 본 연구에 맞게 수정·보완하여 조사도구를 선정하였고,

사회적 영향 4문항, 촉진조건 4문항으로 구성하였으며, 리커트 5점 척도를 사용하여 높은 척도가 긍정적 의미로 하였다.

기술수용모델에서 제시된 인지된 사용 용이성은 육체적, 정신적 노력 없이 제품과 기술을 사용하는 기대로[17], 금융클라우드 사용의도에 영향이 있다고 하였다[4]. 인지된 유용성은 정보기술을 이용하고자 하는 의도로서 금융클라우드에 영향이 있으며, 금융서비스의 기술적, 환경적 요인에 영향이 있다[4]. 사용의도는 [2], [8], [18]에서 사용한 조사도구를 수정·보완하여 사용하였다.

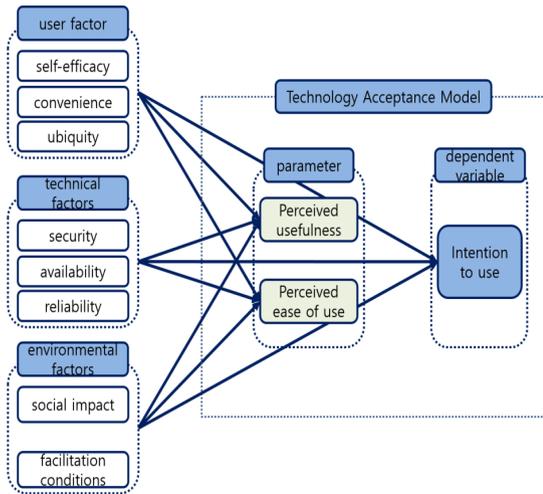
이와 같은 기술수용모델의 인지된 사용 용이성, 인지된 유용성, 사용의도의 조사도구는 선행연구를 중심으로 본 연구에 맞게 수정·보완하여 선정하였고, 인지된 사용 용이성 4문항, 인지된 용이성 4문항, 사용의도 4문항으로 구성하였으며, 리커트 5점 척도를 사용하여 높은 척도가 긍정적 의미로 하였다.

## 2.3 연구 가설

이와 같은 선행연구를 기반으로 금융플랫폼의 특성이 모바일을 활용한 대출서비스 사용의도에 관한 다음과 같은 가설을 제시하여, 인과관계를 규명하고자 하였다.

- 가설 1. 금융플랫폼 특성(사용자 요인, 기술적 요인, 환경적 요인)은 대출서비스 사용의도에 영향이 미칠 것이다.
- 가설 2. 금융플랫폼의 사용자 요인(자기효능감, 편의성, 편재성)과 대출서비스 사용의도의 관계에서 인지된 유용성은 매개효과가 있을 것이다.
- 가설 3. 금융플랫폼의 기술적 요인(보안성, 가용성, 신뢰성)과 대출서비스 사용의도의 관계에서 인지된 유용성은 매개효과가 있을 것이다.
- 가설 4. 금융플랫폼의 환경적 요인(사회적 영향, 촉진조건)과 대출서비스 사용의도의 관계에서 인지된 유용성은 매개효과가 있을 것이다.
- 가설 5. 금융플랫폼의 사용자 요인(자기효능감, 편의성, 편재성)과 대출서비스 사용의도의 관계에서 인지된 사용 용이성은 매개효과가 있을 것이다.
- 가설 6. 금융플랫폼의 기술적 요인(보안성, 가용성, 신뢰성)과 대출서비스 사용의도의 관계에서 인지된 사용 용이성은 매개효과가 있을 것이다.
- 가설 7. 금융플랫폼의 환경적 요인(사회적 영향, 촉진조건)과 대출서비스 사용의도의 관계에서 인지된 사용 용이성은 매개효과가 있을 것이다.

이와 같은 가설을 [Fig. 1]과 같이 도식화하였다.



[Fig. 1] Model of Research

## 2.4 분석 방법

분석방법은 IBM사의 SPSS 21.0 프로그램을 활용하여 다음과 같은 절차로 분석하였고, 모든 변수의 유의수준( $p$ )은 95% 미만으로 하여 유의성을 확인하였다.

첫째, 빈도분석을 실시하여 연구참여자의 특성을 분석하였다.

둘째, 탐색적 요인분석과 신뢰도분석을 실시하여 각 문항들의 독립성을 확보하였고, 신뢰도를 확인하였다.

셋째, 상관관계분석을 실시하여 각 변수들 간의 변화하는 정도 크기와 방향을 확인하였다.

넷째, 위계적 다중회귀분석을 실시하여 금융플랫폼 특성(사용자 요인, 기술적 요인, 환경적 요인)의 대출서비스 사용의도에 미치는 영향력을 확인하였다.

다섯째, 3단계 매개회귀분석[19]을 실시하여 기술수용모델의 인지된 유용성과 인지된 사용 용이성의 매개효과를 확인하였다.

## 2.5 요인분석과 신뢰도분석

### 2.5.1 사용자 요인의 요인분석과 신뢰도분석 결과

금융플랫폼의 사용자 요인의 탐색적 요인분석 결과와 신뢰도분석 결과는 <Table 2>와 같다.

사용자 특성은 총 84.377%의 분산으로 편재성의 분산은 33.015%, 편의성의 분산은 28.573%, 자기효능감의 분산은 22.789%로 하위요인이 독립적으로 분류되었다.

신뢰도는 Cronbach Alpha 값이 .954로 나타났다.

<Table 2> Results of Factor Analysis and Reliability Analysis of User Factors

Factor	Ingredient			Variance (%)	Cronbach Alpha
	①	②	③		
① ubiquity	a1	.840		33.015	.954
	a2	.866			
	a3	.861			
	a4	.846			
② convenience	a5		.837	28.573	
	a6		.850		
	a7		.769		
	a8		.830		
③ self-efficacy	a9		.799	22.789	
	a10		.780		
	a11		.700		
	a12		.610		

KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)=.929

### 2.5.2 기술적 요인의 요인분석과 신뢰도분석 결과

금융플랫폼의 기술적 요인의 탐색적 요인분석 결과와 신뢰도분석 결과는 <Table 3>과 같다.

사용자 특성은 총 84.699%의 분산으로 보안성의 분산은 29.973%, 신뢰성의 분산은 28.297%, 가용성의 분산은 26.429%로 하위요인이 독립적으로 분류되었다.

신뢰도는 Cronbach Alpha 값이 .978로 나타났다.

<Table 3> Results of Factor Analysis and Reliability Analysis of Technical Factors

Factor	Ingredient			Variance (%)	Cronbach Alpha
	①	②	③		
① security	b1	.824		29.973	.978
	b2	.818			
	b3	.770			
	b4	.706			
	b5	.681			
② reliability	b6		.599	28.297	
	b7		.613		
	b8		.737		
	b9		.713		
	b10		.698		
③ availability	b11		.799	26.429	
	b12		.657		
	b13		.433		
	b14		.783		
	b15		.588		

KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)=.955

2.5.3 환경적 요인의 요인분석과 신뢰도분석 결과

금융플랫폼의 환경적 요인의 탐색적 요인분석 결과와 신뢰도분석 결과는 <Table 4>와 같다.

사용자 특성은 총 83.799%의 분산으로 촉진조건인 분산은 48.974%, 사회적 영향의 분산은 34.825%로 하위요인이 독립적으로 분류되었다.

신뢰도는 Cronbach Alpha 값이 .955로 나타났다.

<Table 4> Results of Factor Analysis and Reliability Analysis of Environmental Factors

Factor	Ingredient		Variance (%)	Cronbach Alpha
	①	②		
① facilitation conditions	c1	.833	48.974	.955
	c2	.817		
	c3	.827		
	c4	.796		
② social impact	c5	.685	34.825	
	c6	.899		
	c7	.808		
	c8	.559		

KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)=.924

2.5.4 기술수용모델의 요인분석과 신뢰도분석 결과

기술수용모델의 탐색적 요인분석 결과와 신뢰도분석 결과는 <Table 5>와 같다.

기술수용모델은 총 84.386%의 분산으로 인지된 유용성의 분산은 29.144%, 사용의도의 분산은 29.118%, 인지된 사용 용이성의 분산은 26.124%로 서로 독립적으로 분류되었다.

<Table 5> Results of Factor Analysis and Reliability Analysis of Technology Acceptance Model

Factor	Ingredient			Variance (%)	Cronbach Alpha
	①	②	③		
① usefulness	d1	.765		29.144	.952
	d2	.817			
	d3	.736			
	d4	.806			
② Intention to use	f1	.790		29.118	.943
	f2	.772			
	f3	.841			
	f4	.802			
③ ease of use	e1		.804	26.124	.904
	e2		.786		
	e3		.685		
	e4		.679		

KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)=.916

신뢰도는 인지된 유용성의 Cronbach Alpha 값이 .952, 사용의도의 Cronbach Alpha 값이 .943, 인지된 사용 용이성의 Cronbach Alpha 값이 .904로 나타났다.

3. 분석 결과

3.1 상관관계 분석 결과

사용의도와 각 변수들 간의 변화하는 방향과 크기에 따른 상관관계 분석 결과는 <Table 6>과 같다.

사용자 요인(자기효능감, 편의성, 편재성)과 사용의도의 변화하는 방향과 크기는 정(+)의 상관관계가 나타났고, 기술적 요인(보안성, 가용성, 신뢰성)과 사용의도의 변화하는 방향과 크기는 정(+)의 상관관계가 나타났고, 환경적 요인(사회적 영향, 촉진조건)과 사용의도의 변화하는 방향과 크기는 정(+)의 상관관계가 나타났다.

<Table 6> Result of Correlation Analysis

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	1										
2	.693**	1									
3	.600**	.779**	1								
4	.180*	.391**	.295**	1							
5	.289**	.491**	.423**	.831**	1						
6	.263**	.463**	.383**	.822**	.917**	1					
7	.380**	.523**	.471**	.688**	.840**	.838**	1				
8	.308**	.517**	.497**	.560**	.755**	.722**	.847**	1			
9	.477**	.531**	.403**	.477**	.610**	.630**	.764**	.743**	1		
10	.340**	.522**	.472**	.535**	.741**	.716**	.840**	.836**	.800**	1	
11	.268**	.399**	.293**	.571**	.667**	.704**	.693**	.656**	.738**	.763**	1

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

1=self-efficacy, 2=convenience, 3=ubiquity, 4=security,

5=availability, 6=reliability, 7=social impact,

8=facilitation conditions, 9=ease of use,

10=usefulness, 11=Intention to use

3.2 사용의도에 대한 다중회귀분석 결과

가설 1의 금융플랫폼 특성(사용자 요인, 기술적 요인, 환경적 요인)이 대출서비스 사용의도에 미치는 영향을 규명한 결과는 <Table 7>과 같다.

금융플랫폼의 하위요인인 사용자 요인(자기효능감, 편의성, 편재성), 기술적 요인(보안성, 가용성, 신뢰성), 환경적 요인(사회적 영향, 촉진조건)이 종속변수인 사용의도에 미치는 영향을 규명하고자 위계적(hierarchical) 다중회귀분석을 실시하였다.

다중회귀분석을 실시하여 회귀식의 적합도를 규명한 후에 회귀계수( $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7, \beta_8$ )가 통계적으로 유의한지를 확인하였으며, 설명력( $R^2$ )을 확인하였다. 다중회귀분석에 사용되는 회귀식은 다음과 같다.

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \beta_7X_7 + \beta_8X_8$$

where, Y= Intention to use

$\beta_0$ = constant

$X_1$ = self-efficacy,  $X_2$ = convenience,  $X_3$ = ubiquity,

$X_4$ = security,  $X_5$ = availability,  $X_6$ = reliability,

$X_7$ = social impact,  $X_8$ = facilitation conditions

〈Table 7〉과 같이 설명력( $R^2$ )은 .557(수정된  $R^2=.539$ )로 회귀식이 성립되었고, 다중공선성은 없었다.

사용자 요인(자기효능감, 편의성, 편재성)이 사용의도에 미치는 영향에서는 편재성( $\beta=-.164, t=.041$ )이 유의한 영향이 나타났다. 기술적 요인(보안성, 가용성, 신뢰성)이 사용의도에 미치는 영향에서는 신뢰성( $\beta=.442, t=.001$ )이 유의한 영향이 나타났다. 환경적 요인(사회적 영향, 촉진조건)이 사용의도에 미치는 영향에서는 촉진조건( $\beta=.275, t=.005$ )이 유의한 영향이 나타났다.

이와 같이 금융플랫폼에서 대출서비스 사용의도에 미치는 영향력을 나타내는 표준화계수 값( $\beta$ )이 제일 높은 것은 신뢰성으로 나타났고, 다음으로 촉진조건과 편재성의 순으로 통계적으로 유의한 결과가 나타났다.

〈Table 7〉 Results of the Effect of Financial Platform Characteristics on Intention to Use

Factor	Standard Estimate ( $\beta$ )	t	p	Tolerance Limit
(constant)		.792	.429	
self-efficacy	.067	.959	.339	.471
convenience	.087	.956	.340	.279
ubiquity	-.164	-2.062	.041	.368
security	.018	.190	.849	.267
availability	-.078	-.552	.581	.116
reliability	.442	3.313	.001	.130
social impact	.149	1.237	.218	.160
facilitation conditions	.275	2.827	.005	.246
$F(p)$		30.065(.000)		
$R^2$ (adj. $R^2$ )		.557(.539)		

### 3.3 인지된 유용성의 매개효과 분석 결과

#### 3.3.1 사용자 요인과 사용의도 관계에서 인지된 유용성의 매개효과 분석 결과

가설 2의 금융플랫폼의 사용자 요인(자기효능감, 편의성, 편재성)과 대출서비스 사용의도의 관계에서 인지된 유용성의 매개효과 결과는 〈Table 8〉과 같다.

3단계 회귀모형에서 설명력( $R^2$ )은 59.4%로 나타났고, 유용성이 사용의도에 미치는 영향관계의 통계량 값( $t$ )이 14.436( $p=.000$ )로 유의하여 매개효과 조건에 충족하였다.

사용자 요인의 하위요인인 편의성은 1단계와 2단계에서 유의한 영향관계가 나타났고, 3단계에서는 사용의도에 미치는 영향관계의 통계량 값( $t$ )이 1.291( $p=.198$ )로 유의하지 않아 완전매개효과가 나타났다.

〈Table 8〉 Analysis Result of Mediating Effect of Perceived Usefulness in the Relationship between User Factors and Intention to Use

Factor	Step 1		Step 2		Step 3	
	t	p	t	p	t	p
(constant)	4.649	.000	4.489	.000	1.562	.120
self-efficacy	-.743	.459	-.137	.891	.568	.570
convenience	3.971	.000	3.790	.000	1.291	.198
ubiquity	1.809	.072	-.425	.672	-2.454	.015
usefulness					14.436	.000
$F(p)$	26.067(.000)		12.493(.000)		71.383(.000)	
$R^2$ (adj. $R^2$ )	.285(.274)		.161(.148)		.594(.586)	

Step 1 dependent variable: Usefulness

Step 1 & Step 2 dependent variable: Intention to use

#### 3.3.2 기술적 요인과 사용의도 관계에서 인지된 유용성의 매개효과 분석 결과

가설 3의 금융플랫폼의 기술적 요인(보안성, 가용성, 신뢰성)과 대출서비스 사용의도의 관계에서 인지된 유용성의 매개효과 결과는 〈Table 9〉와 같다.

3단계 회귀모형에서 설명력( $R^2$ )은 64.0%로 나타났고, 유용성이 사용의도에 미치는 영향관계의 통계량 값( $t$ )이 8.742( $p=.000$ )로 유의하여 매개효과 조건에 충족하였다.

기술적 요인의 하위요인인 신뢰성은 1단계와 2단계에서 유의한 영향관계가 나타났고, 3단계에서는 사용의도에 미치는 영향관계의 통계량 값( $t$ )이 3.440( $p=.001$ )로 유의하여 부분매개효과가 나타났다.

〈Table 9〉 Analysis Result of Mediating Effect of Perceived Usefulness in the Relationship between Technical Factors and Intention to Use

Factor	Step 1		Step 2		Step 3	
	t	p	t	p	t	p
(constant)	5.872	.000	3.475	.001	.391	.697
security	-3.871	.000	-.688	.492	1.549	.123
availability	5.670	.000	1.272	.205	-1.894	.060
reliability	2.977	.003	4.568	.000	3.440	.001
usefulness					8.742	.000
F(p)	93.747(.000)		65.209(.000)		86.829(.000)	
R <sup>2</sup> (adj. R <sup>2</sup> )	.589(.583)		.500(.492)		.640(.633)	

Step 1 dependent variable: Usefulness  
Step 1 & Step 2 dependent variable: Intention to use

### 3.3.3 환경적 요인과 사용의도 관계에서 인지된 유용성의 매개효과 분석 결과

가설 4의 금융플랫폼의 환경적 요인(사회적 영향, 촉진조건)과 대출서비스 사용의도의 관계에서 인지된 유용성의 매개효과 결과는 〈Table 10〉과 같다.

3단계 회귀모형에서 설명력(R<sup>2</sup>)은 80.6%로 나타났고, 유용성이 사용의도에 미치는 영향관계의 통계량 값(t)이 6.718(p=.000)로 유의하여 매개효과 조건에 충족하였다.

환경적 요인의 하위요인인 사회적 영향과 촉진조건은 1단계와 2단계에서 유의한 영향관계가 나타났다. 3단계에서는 사용의도에 미치는 영향관계에서 사회적 영향의 통계량 값(t)이 5.096(p=.000)로 유의하였고, 촉진조건 통계량 값(t)이 6.131(p=.000)로 유의하여 모두 부분 매개효과가 나타났다.

〈Table 10〉 Results of Analysis of Mediating Effect of Perceived Usefulness in the Relationship between Environmental Factors and Intention to Use

Factor	Step 1		Step 2		Step 3	
	t	p	t	p	t	p
(constant)	1.370	.172	1.554	.122	.767	.444
social impact	7.121	.000	5.124	.000	5.096	.000
facilitation conditions	6.741	.000	2.561	.011	6.131	.000
usefulness					6.718	.000
F(p)	313.623(.000)		97.301		270.976(.000)	
R <sup>2</sup> (adj. R <sup>2</sup> )	.761(.759)		.497(.492)		.806(.803)	

Step 1 dependent variable: Usefulness  
Step 1 & Step 2 dependent variable: Intention to use

## 3.4 인지된 사용 용이성의 매개효과 분석 결과

### 3.4.1 사용자 요인과 사용의도 관계에서 인지된 사용 용이성의 매개효과 분석 결과

가설 5의 금융플랫폼의 사용자 요인(자기효능감, 편의성, 편재성)과 대출서비스 사용의도의 관계에서 인지된 사용 용이성의 매개효과 결과는 〈Table 11〉과 같다.

3단계 회귀모형에서 설명력(R<sup>2</sup>)은 56.1%로 나타났고, 사용 용이성이 사용의도에 미치는 영향관계의 통계량 값(t)이 13.346(p=.000)로 유의하여 매개효과 조건에 충족하였다.

사용자 요인의 하위요인인 편의성은 1단계와 2단계에서 유의한 영향관계가 나타났고, 3단계에서는 사용의도에 미치는 영향관계의 통계량 값(t)이 1.334(p=.184)로 유의하지 않아 완전매개효과가 나타났다.

〈Table 11〉 Analysis Result of Mediating Effect of Perceived Ease of Use in the Relationship between User Factors and Intention to Use

Factor	Step 1		Step 2		Step 3	
	t	p	t	p	t	p
(constant)	4.151	.000	4.489	.000	2.144	.033
self-efficacy	2.606	.010	-.137	.891	-2.628	.009
convenience	4.029	.000	3.790	.000	1.334	.184
ubiquity	-.634	.527	-.425	.672	.019	.985
ease of use					13.346	.000
F(p)	28.876(.000)		12.493(.000)		62.364(.000)	
R <sup>2</sup> (adj. R <sup>2</sup> )	.307(.296)		.161(.148)		.561(.552)	

Step 1 dependent variable: ease of use  
Step 1 & Step 2 dependent variable: Intention to use

### 3.4.2 기술적 요인과 사용의도 관계에서 인지된 사용 용이성의 매개효과 분석 결과

가설 6의 금융플랫폼의 기술적 요인(보안성, 가용성, 신뢰성)과 대출서비스 사용의도의 관계에서 인지된 사용 용이성의 매개효과 결과는 〈Table 12〉와 같다.

3단계 회귀모형에서 설명력(R<sup>2</sup>)은 64.0%로 나타났고, 사용 용이성이 사용의도에 미치는 영향관계의 통계량 값(t)이 8.729(p=.000)로 유의하여 매개효과 조건에 충족하였다.

기술적 요인의 하위요인인 신뢰성은 1단계와 2단계에서 유의한 영향관계가 나타났고, 3단계에서는 사용의도에 미치는 영향관계의 통계량 값(t)이 3.002(p=.003)로 유의하여 부분매개효과가 나타났다.

<Table 12> Analysis Result of Mediating Effect of Perceived Ease of Use in the Relationship between Technical Factors and Intention to Use

Factor	Step 1		Step 2		Step 3	
	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
(constant)	7.389	.000	3.475	.001	-.459	.647
security	-1.958	.052	-.688	.492	.407	.684
availability	2.077	.039	1.272	.205	.199	.842
reliability	3.643	.000	4.568	.000	3.002	.003
ease of use					8.729	.000
<i>F</i> ( <i>p</i> )	46.395(.000)		65.209(.000)		86.721(.000)	
<i>R</i> <sup>2</sup> (adj. <i>R</i> <sup>2</sup> )	.415(.406)		.500(.492)		.640(.633)	

Step 1 dependent variable: ease of use  
Step 1 & Step 2 dependent variable: Intention to use

### 3.4.3 환경적 요인과 사용의도 관계에서 인지된 사용 용이성의 매개효과 분석 결과

가설 7의 금융플랫폼의 환경적 요인(사회적 영향, 촉진조건)과 대출서비스 사용의도의 관계에서 인지된 사용 용이성의 매개효과 결과는 <Table 13>과 같다.

3단계 회귀모형에서 설명력(*R*<sup>2</sup>)은 58.7%로 나타났고, 사용 용이성이 사용의도에 미치는 영향관계의 통계량 값(*t*)이 6.528(*p*=.000)로 유의하여 매개효과 조건에 충족하였다.

환경적 요인의 하위요인인 사회적 영향과 촉진조건은 1단계와 2단계에서 유의한 영향관계가 나타났다. 3단계에서는 사용의도에 미치는 영향관계에서 사회적 영향의 통계량 값(*t*)이 2.751(*p*=.006)로 유의하여 부분매개효과가 나타났고, 촉진조건의 통계량 값(*t*)이 .874(*p*=.383)로 유의하여 완전매개효과가 나타났다.

<Table 13> Analysis Results of Mediating Effect of Perceived Ease of Use in the Relationship between Environmental Factors and Intention to Use

Factor	Step 1		Step 2		Step 3	
	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
(constant)	3.360	.001	1.554	.122	.143	.886
social impact	5.735	.000	5.124	.000	2.751	.006
facilitation conditions	4.104	.000	2.561	.011	.874	.383
ease of use					6.528	.000
<i>F</i> ( <i>p</i> )	158.354(.000)		97.301		92.778(.000)	
<i>R</i> <sup>2</sup> (adj. <i>R</i> <sup>2</sup> )	.617(.613)		.497(.492)		.587(.580)	

Step 1 dependent variable: ease of use  
Step 1 & Step 2 dependent variable: Intention to use

## 4. 결론

본 연구 목적을 달성하기 위하여 분석한 결과를 중심으로 다음과 같은 결론을 제시하였다.

첫째, 금융플랫폼의 사용자 요인, 기술적 요인, 환경적 요인이 모바일을 활용한 대출서비스 사용의도에 미치는 영향력은 사용자 요인에서 편재성, 기술적 요인에서 신뢰성, 환경적 요인에서 촉진조건으로 나타났다. 또한 대출서비스 사용의도에 가장 영향력이 높게 나타난 것은 기술적 요인의 신뢰성으로 나타났고, 다음으로 촉진조건과 편재성의 순으로 통계적으로 유의한 결과가 나타났다. 하지만, 편재성은 사용의도에 부(-)의 영향관계가 나타났다. 이러한 이유는 실시간 위치와 관계없이 다양한 정보를 제공받는 편재성[20]의 기능 부족으로 모바일 대출사용자에게 부정적으로 적용되고 있다고 사료된다.

둘째, 사용자 요인의 편의성과 사용의도의 관계에서 유용성은 완전매개효과가 나타났다. 그러므로 금융플랫폼의 사용자 요인과 모바일을 활용한 대출서비스 사용의도의 관계를 규명할 때는 편의성에서 사용자가 인지하는 유용성을 필히 고려해야 할 것이다.

셋째, 기술적 요인의 신뢰성과 사용의도의 관계에서 유용성은 부분매개효과가 나타났다. 그러므로 금융플랫폼의 기술적 요인과 모바일을 활용한 대출서비스 사용의도의 관계를 규명할 때는 신뢰성에서 사용자가 인지하는 유용성을 고려해야 할 것이다.

넷째, 환경적 요인의 사회적 영향 및 촉진조건과 사용의도의 관계에서 유용성은 부분매개효과가 나타났다. 그러므로 금융플랫폼의 환경적 요인과 모바일을 활용한 대출서비스 사용의도의 관계를 규명할 때는 사회적 영향과 촉진조건에서 사용자가 인지하는 유용성을 고려해야 할 것이다.

다섯째, 사용자 요인의 편의성과 사용의도의 관계에서 사용 용이성은 완전매개효과가 나타났다. 금융플랫폼의 사용자 요인과 모바일을 활용한 대출서비스 사용의도의 관계를 규명할 때는 편의성에서 사용자가 인지하는 사용 용이성을 필히 고려해야 할 것이다.

여섯째, 기술적 요인의 신뢰성과 사용의도의 관계에서 사용 용이성은 부분매개효과가 나타났다. 그러므로 금융플랫폼의 기술적 요인과 모바일을 활용한 대출서비스 사용의도의 관계를 규명할 때는 신뢰성에서 사용자가 인지하는 사용 용이성을 고려해야 할 것이다.

일곱째, 환경적 요인의 사회적 영향과 사용의도의 관계에서 사용 용이성은 부분매개효과가 나타났고, 촉진조

건과 사용의도의 관계에서 사용 용이성은 완전매개효과가 나타났다. 그러므로 금융플랫폼의 환경적 요인과 모바일을 활용한 대출서비스 사용의도의 관계에서 사용자가 인지하는 사용 용이성을 규명할 때는 사회적 영향도 고려해야 하지만, 촉진조건은 필히 고려해야 할 것이다.

본 연구 결과를 통하여 모바일을 활용한 금융플랫폼과 대출서비스 사용의도에서 금융소비자가 기술을 수용하기 위하여는 편의성, 신뢰성, 사회적 영향과 촉진조건이 중요하다는 것을 알게 되었다.

이러한 연구를 통하여 모바일을 이용한 대출서비스를 사용자가 이용함에 있어 수용할 수 있는 금융 대출서비스가 온라인에서도 정착할 수 있는 기반이 마련되었으면 한다. 또한 지속적인 IT기술과 융합을 통하여 개인정보 유출, 금융거래사기 등에서 금융소비자가 안전한 거래를 담보할 수 있는 금융환경이 조성되기를 기대한다.

## REFERENCES

- [1] S.I.Cho, "A Study on Factors Affecting the Intention to Use of New Access Media in e-Financial Transactions," Graduate School of Soongsil University, Doctoral Dissertation, 2018.
- [2] K.H.Kwak, "A Study on the Factors Affecting Usage Intention of Block Chain Based P2P(Peer to Peer) Lending Financial Platform," Graduate School of Soongsil University, Doctoral Dissertation, 2020.
- [3] J.Y.Jang, "A study on the Factors Influencing the Intention to Use P2P Financial Platform," Graduate School of Hoseo University, Master's Thesis, 2018.
- [4] E.S.Kim, "An Empirical Study on Factors Affecting the Intention to Introduce Financial Cloud," Graduate School of Soongsil University, Doctoral Dissertation, 2020.
- [5] S.H.Lee, "Korea's Corporate Governance in 「CG Watch 2018」," Issues & Analysis, pp.1-21, 2018.
- [6] J.H.You and C.Park, "A Comprehensive Review of Technology Acceptance Model Researches," *Entru Journal of Information Technology*, Vol.9, No.2, pp.31-50, 2010.
- [7] M.Fishbein and I.Ajzen, "Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research," Addison-Wesley, 1975.
- [8] S.Y.Kim, "A Study on the Factors Affecting the Intention to Use Biometrics in Payment Services," Graduate School of Soongsil University, Doctoral Dissertation, 2017.
- [9] H.Y.Oh, "Referred Articles : A Study of Factors Affecting the Adoption Intention of Mobile Easy Payment Service," *Journal of Financial Consumers*, Vol.5, No.1 pp.33-64, 2015.
- [10] A.C.Teo, G.W.H.Tan, K.B.Ooi, T.S.Hew and K.T.Yew, "The Effects of Convenience and Speed in m-Payment," *Industrial Management & Data Systems*, Vol.115, No.2, pp.311-331, 2015.
- [11] X.Luo, A.Gurung and J.P.Shim, "Understanding the Determinants of User Acceptance of Enterprise Instant Messaging: An Empirical Study," *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, Vol.20, No.2, pp.155-181, 2010.
- [12] K.K.Seo, "Factor Analysis of the Cloud Service Adoption Intension of Korean Firms : Applying the TAM and VAM," *Journal of Digital Convergence*, Vol.1, No.12, pp.155-160, 2013.
- [13] J.H.Kwak, "Proposal of a Korean-style Travel Coin Applying a Block Chain Structure and Consumer Acceptance Intention," Graduate School of Keimyung University, Doctoral Dissertation, 2018.
- [14] T.Zhou, Y.Lu and B.Wang, "Integrating TTF and UTAUT to Explain Mobile Banking User Adoption," *Computers in Human Behavior*, Vol.26, No.4, pp.760-767, 2010.
- [15] I.W.Kang and J.Y.Son, "A Study on Management of Overseas Direct Purchase Site Using UTAUT Model," *Korea Trade Review*, Vol.44, No.1, pp.143-158, 2019.
- [16] J.C.Pai and F.F.Tu, "The Acceptance and Use of Customer Relationship Management (CRM) Systems: An Empirical Study of Distribution Service Industry in Taiwan," *Expert Systems with Applications*, Vol.38, pp.579-584, 2011.
- [17] F.Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3, pp.318-339, 1989.
- [18] V.Venkatesh, 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, pp.425-478, 2003.
- [19] R.M.Baron and D.A.Kenny, "The Moderate-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic and Statistical Considerations," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.51, pp.1173-1182, 1986.
- [20] J.B.Seo, "A Study on Factors Affecting the Intention to Use Human Resource Cloud Service," Graduate School of Soongsil University, Doctoral Dissertation, 2018.

이 상 호(Sangho Lee)

[정회원]



- 2015년 2월 : 목포대학교 금융보협학과 금융전공(경영학박사)
- 2015년 4월 ~ 2018년 3월 : 송원대학교 인재개발원 산학협력중점교수
- 현재 : 목포대학교 스마트비즈니스학과 산학협력중점교수

<관심분야>

사물인터넷, 금융상품, 부동산금융, 국제금융, 금융제도, 서비스마케팅

조 광 문(Kwangmoon Cho)

[종신회원]



- 1995년 8월 : 고려대학교 전산과학과(이학박사)
- 1995년 9월 ~ 2000년 2월 : 삼성전자 통신연구소 선임연구원
- 2000년 3월 ~ 2005년 2월 : 백석대학교 정보통신학부 교수
- 2005년 3월 ~ 현재 : 목포대학교 전자상거래학과 교수

<관심분야>

사물인터넷, 통신 소프트웨어, 전자상거래, 콘텐츠 유통, 모바일 콘텐츠, 웹 서비스