

생활과학사학위논문

# 온라인 지불결제수단선택에 관한 연구

2017년 2월

서울대학교 생활과학대학  
소비자아동학부(소비자학 전공)  
김 태 영



# 온라인 지불결제수단선택에 관한 연구

지도교수 최현자

이 논문을 생활과학사학위논문으로 제출함

2017년 6월

서울대학교 생활과학대학

소비자아동학부(소비자학 전공)

김 태 영

김태영의 생활과학사학위논문을 인준함

2017년 8월

위 원 장 \_\_\_\_\_ (인)

부 위 원 장 \_\_\_\_\_ (인)

위 원 \_\_\_\_\_ (인)

## 논문초록

근래 온라인쇼핑시장이 연 10%넘는 성장을 거듭하며 자연스레 온라인 결제수단에 관한 관심도 증대되고 있다. 하지만 기술의 발전에만 관심이 치우쳐 소비자가 어떠한 요인으로 인해 온라인 지불결제수단을 선택하는지에 대해서는 소원했다. 본 연구는 온라인 지불결제수단선택에 있어 어떠한 요인이 온라인 지불결제수단선택에 영향을 주는지 살펴보고자 한다. 기술적 연구와 설명적 연구를 참조하여 온라인 지불결제수단선택 요인 모델을 산정하여 소비자조사를 통해 모델을 검증하였다. 이러한 검증으로 다음과 같은 결론을 도출하였다. 먼저 주요 온라인 지불결제수단으로 신용카드, 체크카드, 휴대폰결제(이하 통신과금서비스), 실시간계좌이체, 무통장입금이 있었다. 다음 선택요인으로는 소비자 태도(편리성, 안전성), 소비자 이해(예상피해인지, 서비스이용료 지불용의), 상품유형, 결제금액이 산정되었다. 검증결과 소비자 태도의 안전성과 소비자 이해의 예상피해인지는 온라인 지불결제수단선택에 큰 영향을 주지 않는다고 검증되었다. 또한 편리성과 결제금액은 온라인 지불결제수단선택에 큰 영향을 미친다고 검증되었으며, 상품유형은 온라인 지불결제수단선택과 큰 상관관계를 가진다고 검증되었다.

.....

주요어 : 온라인지불결제수단, 편리성, 서비스이용료  
지불용의, 디지털콘텐츠

학 번 : 2010-13058

## Abstract

# A Study on the Selection of Online Payment Methods

Kim, Taeyoung

Dept. of Consumer and Child Studies

(Consumer Studies Major)

Seoul National University

Recently, the online shopping market has grown more than 10% annually, and interest in online payment methods is increasing naturally. However, there was less interest in how consumers chose online payment due to society interest in technology development. This study investigates what factors affect the selection of online payment methods. Based on the technical research and explanatory research, I selected the factor model of online payment payment method and verified the model through consumer survey. The following conclusions are drawn from this verification. First, there were credit card, check card, mobile phone payment (telecommunication charge service), real-time account transfer, and non-transactional payment(dealing without a bankbook) as major online payment methods. Consumer attitudes (convenience and safety), consumer understanding (expected damage recognition, service fee payment), product type, and amount of payment were selected as the following selection factors. As a result of the verification, it was proved that the safety of the consumer attitude and the expected damage of the consumer 's understanding do not have a great influence on the choice of the online payment method. Also, convenience and amount of payment are proved to have a great influence on the choice of online payment method, and it is proved that product type has a strong correlation with online payment method selection.

.....

keywords : Online payment method, Payment convenience, Willingness to payment of service, Digital content.

*Student Number* : 2010-13058

## 목차

I. 서론.....	1
II. 이론적 배경.....	2
1. 전자결제시장.....	2
2. 각 결제수단 선택요인에 관한 선행연구.....	4
III. 연구대상 및 연구모델과 연구가설, 연구방법.....	7
1. 연구대상선정.....	7
2. 연구모델구성.....	7
3. 연구가설.....	8
4. 연구방법.....	9
1) 자료수집방법.....	9
2) 측정도구.....	9
IV. 분석결과 및 논의.....	10
1. 표본특성.....	10
1) 성별에 따른 소비자태도, 소비자이해력, 구매상품, 결제금액.....	11
2) 인터넷 구매 빈도에 따른 소비자태도, 소비자이해력, 구매상품, 결제금액.....	11
3) 한 달 쇼핑지출에 따른 소비자태도, 소비자이해력, 구매상품, 결제금액.....	
4) 한 달 소득에 따른 소비자태도, 소비자이해력, 구매상품, 결제금액.....	12
2. 가설검증.....	13
1) 소비자태도.....	13
2) 소비자이해.....	15
3) 구매상품유형.....	17
4) 결제금액의 범위.....	24
5) 회귀분석.....	25
① 신용카드.....	25
② 체크카드.....	26
③ 휴대폰결제.....	26
④ 실시간 계좌이체.....	27
⑤ 무통장 입금.....	28
6) 가설검증요약.....	28
V. 결론 및 제언.....	30
VI. 참고문헌.....	32

## 표/그림 목차

<표 1> 후/선불, 지불과정용이성, 무단도용을 기준으로 한 지불결제수단 분류.....	1
<그림 1> 왕영(2013)의 온라인 결제방식 선택모형.....	4
<표 2> 지불결제수단에 관한 선행연구 정리.....	6
<그림 2> 지불결제수단 선택 연구모델.....	8
<표 3> 성별에 따른 결제수단별 안전성 인지.....	10
<표 4> 성별에 따른 결제수단별 소비자 이해 - 예상피해, 서비스이용료 지불용의.....	11
<표 5> 소득 구간별 집단에 따른 실시간계좌이체 편리성 인지에 대한 차이.....	12
<표 6> 소득 구간별 집단에 따른 무통장 입금 안전성인지에 대한 차이.....	12
<표 7> 소득 구간별 집단에 따른 신용카드 예상피해인지에 대한 차이.....	12
<표 8> 결제수단 사용경험이 편리성과 안전성 지각에 미치는 영향.....	13
<표 9> 신용카드 소지가 신용카드 편리성, 안전성 지각에 미치는 영향.....	13
<표 10> 편리성의 각 지불결제수단별 대응표본 t-test.....	14
<표 11> 안전성의 각 지불결제수단별 대응표본 t-test.....	15
<표 12> 결제수단 사용경험이 예상피해인지와 서비스이용료지불용의에 미치는 영향.....	15
<표 13> 예상피해인지의 각 지불결제수단별 대응표본 t-test.....	16
<표 14> 신용카드 소지, 미소지가 서비스이용료지불용의에 미치는 영향.....	17
<표 15> 서비스이용료지불용의의 각 지불결제수단별 대응표본 t-test.....	17
<표 16> 구매상품유형과 각 지불결제수단 경험여부의 유의한 상관관계.....	18
<표 17> 구매상품유형과 신용카드, 휴대폰결제 사용제한의 유의한 상관관계.....	18

<표 18> 디지털콘텐츠 지불결제수단과 신용카드 이용빈도 ANOVA분석·····	18
<표 19> 디지털콘텐츠 지불결제수단과 무통장입금 ANOVA분석·····	19
<표 20> 디지털콘텐츠 지불결제수단과 체크카드 이용빈도 ANOVA분석·····	19
<표 21> 실제 상품의 지불결제수단과 신용카드 이용빈도 ANOVA분석·····	20
<표 22> 실제 상품의 지불결제수단과 체크카드 이용빈도 ANOVA분석·····	20
<표 23> 실제 상품의 지불결제수단과 실시간 계좌이체 이용빈도 ANOVA분석·····	21
<표 24> 실제 상품의 지불결제수단과 무통장 입금 이용빈도 ANOVA분석·····	21
<표 25> 실제 서비스의 지불결제수단과 휴대폰결제 이용빈도 ANOVA분석·····	22
<표 26> 실제 서비스의 지불결제수단과 실시간 계좌이체 이용빈도 ANOVA분석·····	22
<표 27> 실제 서비스의 지불결제수단과 무통장 입금 이용빈도 ANOVA분석·····	23
<표 28> ANOVA분석을 통한 각 상품유형에 따른 지불결제수단 선택이 영향을 미치는 지불결제수단 이용 빈도·····	24
<표 29> 지불결제수단 경험여부가 지불결제수단 사용용의 최저금액과 최고금액에 미치는 영향·····	24
<표 30> 신용카드와 휴대폰결제 사용제한성이 신용카드와 휴대폰결제 사용용의 최저금액과 최고금액에 미치는 영향·····	24
<표 31> 신용카드 이용빈도의 회귀계수·····	25
<표 32> 체크카드 이용빈도의 회귀계수·····	26
<표 33> 휴대폰 결제 이용빈도의 회귀계수·····	26
<표 34> 실시간 계좌이체 이용빈도의 회귀계수·····	27
<표 35> 무통장 입금 이용빈도의 회귀계수·····	28
<표 36> 가설별 채택/기각 정리·····	28
<그림 3> 완성 모델·····	30



## I. 서론

2009년 도입된 애플사의 아이폰이 도입된 이래 스마트폰 보급률이 빠른 속도로 확산으로 인해 편리해진 모바일쇼핑 환경이 등장하게 되었다. 또한 페이스북과 같은 소셜미디어의 발달은 소셜커머스와 같은 새로운 온라인쇼핑채널의 등장을 낳게 하였다. 따라서 온라인쇼핑을 접할 수 있는 물리적 채널과 유통채널이 늘어나게 되었다.

이러한 변화에 힘입어 온라인 쇼핑시장은 2005년부터 매년 10%를 크게 웃도는 성장을 해오고 있다.(통계청, 2013) 이러한 온라인 쇼핑의 성장과 더불어 온라인 쇼핑물의 지불결제수단도 기존 실시간 계좌이체와 무통장입금의 방식에서 신용카드(체크카드도 포함됨), 통신과금결제서비스 등 다양해졌다. 또한 기존에는 특정 상품의 결제수단으로서 존재하던 통신과금결제서비스가 모바일쇼핑환경의 등장으로 인해 본격적으로 오픈마켓에서 결제수단으로 도입되기 시작하였고, 김부현·여정성(2009)에서 통신과금서비스 이용목적이 디지털콘텐츠결제외에서 비디지털재화 및 서비스를 결제하는데에도 사용되었다는 점에서 지불결제수단선택에 있어서 소비자의 선택이 넓어졌다고 볼 수 있다. 또한 결제수단이 다양해진 만큼 전자결제에서 제 3기관(통상 이들을 전자결제대행업체, PG업체라고 칭함.)이 소비자와 쇼핑물 간 쇼핑대금거래의 중간조정역할을 하면서 전자결제의 안전성이 높아지게 되었다.

따라서 전자결제에서 소비자가 자신의 상황에 맞는 결제지불수단을 택하여 적절히 결제한다면 소비자의 유익이 높아지게 되었다. 그러나 유익을 얻을 수 있는 동시에 각 결제수단의 성격이 다르다는 점에서 소비자가 이를 인지하지 못하고 결제수단을 사용할 경우, 여전히 소비자의 직/간접적인 피해가 존재할 가능성이 높아지게 되었다.

본 연구에서는 온라인쇼핑에서 온라인콘텐츠 및 실제 상품과 서비스를 구매할 시 소비자의 결제수단선택에 영향을 미치는 요인을 살펴보고 온라인 지불결제수단선택의 모형을 도출하여 소비자가 지불결제수단을 선택하는 주된 요인을 알아보고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 전자결제시장

‘전자금융총람’(한국은행, 2009)에 따르면 전체 전자결제시장에서 온라인쇼핑거래에 관련된 지급결제서비스는 전자지급결제대행사(PG)가 제공하는 지급결제서비스에 해당된다. 전자지급결제대행사가 취급하고 있는 결제수단으로는 신용카드, 가상계좌(무통장 입금), 통신과금서비스(휴대폰 결제), 계좌이체(실시간 계좌이체), 기타 등이 있다. 신용카드는 카드결제를 총 망라한 개념으로 여기에는 신용카드, 체크카드, 직불카드가 포함되지만, 이창옥(2012)의 실태조사에서 대부분의 카드사용자가 신용카드와 체크카드 두 부류로 나누어져 있다는 점을 감안하여 카드결제항목에서는 신용카드와 체크카드로 나누어 볼 수 있다. 카드결제의 서비스 흐름은 구매자가 지불결제수단으로 신용카드를 선택하고 신용카드 결제정보를 기입하고 전송하면 PG업체가 신용카드업체에게 지급대금을 요청하고 구매대금을 선 수취 후 결제가 완료되고 신용카드 업체는 선 지급한 구매대금을 구매자에게 후 수취하는 흐름을 따른다. 가상계좌는 무통장입금의 개념으로 구매자가 지불결제수단으로 가상계좌를 선택하면 PG업체가 은행으로부터 가상계좌를 받아 구매자에게 가상계좌정보를 제공, 구매자가 해당 계좌로 입금하면 결제가 이루어지는 서비스이다. 통신과금서비스는 무선전화결제방식과 ARS결제방식, 폰빌결제방식, 초고속 인터넷 ID결제방식 등 크게 4가지로 나뉜다. 무선전화결제방식은 무선통신회사가 참여업자이고 ARS, 폰빌, 초고속 인터넷 ID는 유선통신회사가 참여업자라는 측면에서 다르다고 할 수 있다. 통신과금서비스는 신용카드, 계좌이체가 판매업자에게 선 구매대금 지급 후 구매자가 구매대금을 결제한다는 점과 다르게 선 구매대금 결제가 이뤄지고, 구매자가 통신요금에 청구된 구매대금을 납부 후 판매업자에게 구매대금이 지급되는 서비스흐름이다. 계좌이체는 구매자가 결제에 관련된 정보로 자신의 계좌정보를 입력하면 결제가 이뤄지는 서비스이다.

전자결제지급대행사 서비스 이용규모는 ‘2011년중 비금융기관 지급결제서비스 현황’(한국은행, 2012)을 살펴보면 건수로는 104만 건으로 2010년 대비 약 11%가 증가했으며, 총 금액은 약 36조로 2010년 대비 약 20%가 증가했다. 건당금액은 35,000원으로 2010년 대비 약 8%가 증가한 것을 볼 수 있다. 지급수단별로 정리해 보면 금액별로는 신용카드-가상계좌-계좌이체-통신과금서비스 순이었고, 건수로는 신용카드-통신과금-계좌이체-가상계좌, 건당금액은 가상-신용-계좌-통신과금서비스 순이었다.

이에 본 연구에서는 온라인쇼핑거래에서 사용되는 지불결제수단으로 신용카드, 체크카드, 통신과금서비스, 계좌이체, 가상계좌를 살펴보기로 한다. 신용카드와 체크카드는 카드결제의 한 카테고리지만, 신용카드는 후불적 성격을 지녔고, 체크카드는 선불적 성격을 지녔다는 점에서 분리하여 보기로 한다. 통신과금서비스는 살펴본

하위 4가지 방식 중에서 무선전화결제방식만을 살펴보기로 한다. 따라서 이를 일컫는 용어로 휴대폰결제라고 부르기로 한다. 또한 본 연구에서는 계좌이체는 실시간 계좌이체라고 용어로 정의하기로 하고, 가상계좌는 무통장 입금이라는 용어로 정의하기로 한다.

살펴보기로 한 지불결제수단의 서비스 흐름을 구매자의 관점으로 이들의 성격을 정리하면 다음의 표를 따른다.

후불	신용카드	휴대폰결제	체크카드, 실시간계좌이체, 무통장입금		선불
지불과정절차가 간단	휴대폰 결제	신용카드, 체크카드	실시간계좌 이체	무통장 입금	지불과정절차가 복잡
타인의 무단도용가능성 낮음	무통장 입금	실시간계좌 이체	신용카드, 체크카드	휴대폰 결제	타인의 무단도용가능성 높음

<표 1> 후/선불, 지불과정용이성, 무단도용을 기준으로 한 지불결제수단 분류

후불/선불의 기준으로 지불결제수단을 살펴보면 신용카드가 통상적으로 후불의 성격을 가장 강하게 가지고 있으며, 통신과금서비스는 익월 사용요금에 대금이 통신요금과 함께 청구된다는 점에서 약간의 후지불적 성격을 띠고 있다고 볼 수 있다. 체크카드와 실시간계좌이체, 무통장입금은 결제서비스 흐름을 살펴보았을 때, 구매자가 먼저 대금을 지급한다는 점에서 착안하여 선지불적 성격을 지녔다고 보았다.

다음으로 지불과정절차의 간단/복잡함의 기준으로 지불결제수단을 살펴보면 휴대폰결제가 구매자의 입장에서는 휴대폰 번호를 입력, sms를 받은 후 번호를 기입하면 승인되는 흐름으로 가장 절차가 간단했으며, 신용카드, 체크카드는 신용카드/체크카드 회사를 선택 후, ISP나 안심클릭서비스에 접속하여 미리 설정한 비밀번호를 기입하면 결제가 승인되는 흐름으로 휴대폰결제와 비슷한 절차의 개수를 지녔으나, 해당 서비스에 가입된 자에 한하여 서비스가 가능하다는 점에서 휴대폰결제보다는 지불과정절차가 복잡하다고 판단하였다. 실시간계좌이체는 계좌정보를 입력한 후, 계좌이체 팝업창으로 접속하여 공인인증서로 인증한 후 결제가 이루어지는 흐름으로 계좌정보를 입력할 때 계좌번호, 성명, 주민등록번호를 기입해야 한다는 점에서 구매자가 거쳐야 하는 절차가 까다롭다고 판단하였다. 무통장입금은 가상계좌또는 판매자의 계좌정보를 숙지 후 인터넷이체 및 은행방문(ATM포함)을 통해 구매대금을 이체해야하기 때문에 지불과정절차가 가장 많다고 판단하였다.

타인의 무단도용성 낮음/높음의 기준으로 지불결제수단을 살펴보면 무통장입금의

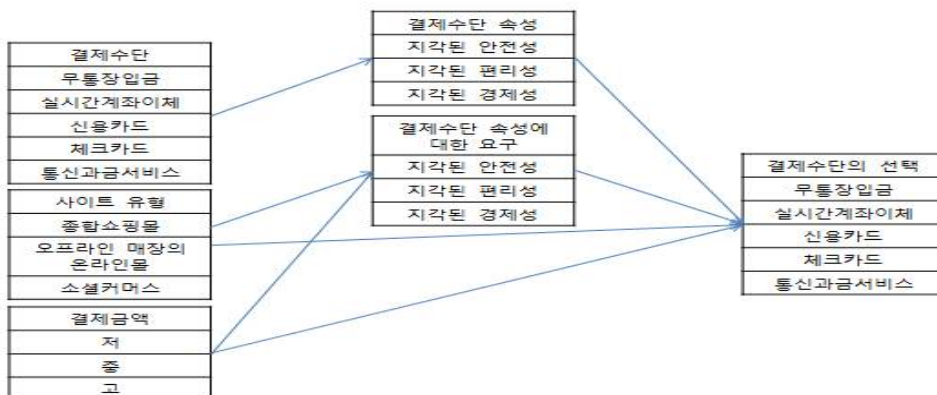
경우는 구매자 본인이 인터넷 계좌이체를 실행하거나 은행에 방문해야하기 때문에 자신이 가진 지급수단에 대한 정보가 노출되기 힘들기 때문에 타인의 무단도용의 가능성이 낮다고 볼 수 있었다. 실시간 계좌이체는 본인인증을 위한 많은 정보를 요구하고 있었고, 공인인증서 절차를 거친다는 점에서 타인의 접근이 힘들었고, 신용카드, 체크카드는 ISP 및 안심클릭서비스 비밀번호만 숙지하고 있다면 타인의 접근이 용인된다는 점에서 타인의 무단도용이 쉽다고 판단하였다. 마지막으로 휴대폰 결제는 휴대폰소지자의 주민등록번호와 전송되는 sms인증번호만 있다면 손쉽게 타인이 결제할 수 있다는 점에서 무단도용의 가능성이 5가지 결제수단 중 가장 크다고 판단하였다.

이렇듯 지불결제수단을 서비스 성격별로 살펴본 바에 따르면 5가지의 지불결제수단이 모두 다른 성격을 지니고 있다는 점에서 충분히 소비자에게 같은 결제수단으로 인지될 여부가 적다고 판단 할 수 있다. 따라서 신용카드, 체크카드, 휴대폰결제, 실시간계좌이체, 무통장입금을 본 연구의 지불결제수단선택 모형에서 주된 지불결제수단으로 삼고자한다.

## 2. 각 결제수단 선택요인에 관한 선행연구

정진관·김민수(2004)의 연구에서는 전자화폐, 모바일결제(통신과금서비스), 직불카드(체크카드), 신용카드를 전자지불매체로 한정하여 경제적 요인, 매체특성, 인지도, 사용경험이 전자지불매체 선택에 영향을 주는 것으로 모형을 구성하였다. 다만 모델구성을 위한 연구로서 어떠한 요인이 전자지불매체 선택에 영향을 주는지에 대한 결론을 도출하지는 못했다.

왕영(2013)은 온라인 결제수단 선택에 관해 다룬 유일한 연구였다. 연구에서는 결제수단에 대한 소비자의 태도와 결제금액, 사이트유형을 주요 독립변수로 보았는데, 이를 통해 결제방식의 속성을 추론하여 소비자가 어떤 결제방식 속성에 중점을 두는지를 살펴보았다. 위 논문에서 사용한 연구모형을 살펴보면 다음과 같다.



<그림 1> 왕영(2013)의 온라인 결제방식 선택모형

연구의 모델에 따르면 결제수단에 대한 소비자의 태도, 온라인쇼핑 사이트의 유형, 결제금액의 크기가 결제수단 선택에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다음으로 이창옥(2012)의 기술적 연구를 살펴볼 수 있다. 연구에서는 온라인 결제가 아닌 오프라인결제에 한하였으며, 고려한 지급결제 수단으로는 신용카드, 체크카드(직불형카드), 현금을 살펴보고, 3가지의 지불결제수단의 최종선택요인과 중요하게 생각하는 요인에 대한 응답으로는 지급수단의 경제적 이익(53.3%), 지급수단의 편리성·안전성(25.5%), 본인의 경제적 형편(21.1%)으로 정리하였다. 지급수단의 경제적 이익이란 부가서비스와 소득공제혜택, 후불(할부) 가능성을 뜻했으며 본인의 경제적 형편이란 현금여유여부, 가계채무정도를 포괄하는 개념이다. 하지만 신용카드의 사회 고비용적 관점에서 계속적으로 혜택축소가 이루어지는 만큼 지급수단의 경제적 이익을 선택요인으로 고려하기 힘들 뿐 아니라, 특히 다수의 온라인쇼핑몰에서는 특정 상품과 특정금액이상만 부가적 혜택을 차별 제공하고 있다는 점에서 경제적 이익을 결제수단 선택요인으로 보기는 힘들 것이다. 다만 신용카드의 후불성은 계속하여 유효한 것으로 보아, 이를 부가적으로 고려해 볼 필요가 있다. 따라서 본 연구에서는 지불결제수단의 선택요인으로 지급수단의 편리성·안전성과 경제적 형편을 고려해 보고자 한다.

‘비용지불단계에서 소비자에게 제시된 결제금액과 프레이밍 효과’(전호성, 2011)은 구체적인 결제수단을 선택하는 요인에 대한 고찰보다는 소비자가 결제비용에 대해 어떤 결제 방식을 선택할지, 즉 즉시지불과 지연지불의 선택요인을 살펴보고, 이때 결제액의 크기가 커질수록 지연지불 선택을 하며 결제액의 크기가 작아질수록 즉시지불을 선택한다는 결론을 도출해 내었다. 논문에서 제시한 즉시지불의 개념을 선지불의 개념으로, 지연지불의 개념을 후지불의 개념으로 생각할 수 있다. 따라서 논문에서 다루고자 하는 결제수단에는 신용카드와 휴대폰결제가 지연지불수단으로 사용될 수 있고, 체크카드와 실시간계좌이체, 무통장 입금이 즉시지불수단으로 사용될 수 있다는 점에 착안하여 결제금액의 크기 또한 지불결제수단을 선택에 영향을 주는 요인으로 간주 할 수 있다.

김부현·여정성(2009)의 연구에서는 휴대폰소액결제가 주로 디지털콘텐츠를 구매하기 위해 사용된다고 밝혔다. 이는 디지털콘텐츠가 주로 소액이라는 점에서 기인한다. 이렇듯 구매하는 상품별로 주로 사용하는 결제수단이 있다는 점에 착안해, 상품의 종류가 지불결제수단 선택의 요인으로 볼 수 있을 것이다.

결제수단선택요인에 관한 선행연구를 정리하여 다음의 표로 제시하고자 한다.

결제수단선택요인	온라인/오프라인	연구자
결제수단에 관한 소비자의 태도	온라인	왕영(2013), 정진관·김민수 (2004)
	오프라인	이창옥(2012)
온라인 쇼핑물 유형	온라인	왕영(2013)
결제금액의 크기	온라인	왕영(2013)
	오프라인	전호성(2011)
상품 유형	온라인	김부현·여정성 (2009)
사용경험	온라인	정진관·김민수 (2004)
경제적 형편	오프라인	이창옥(2012)

<표 2> 지불결제수단에 관한 선행연구 정리

### Ⅲ. 연구대상 및 연구모델과 연구가설, 연구방법

#### 1. 연구대상선정

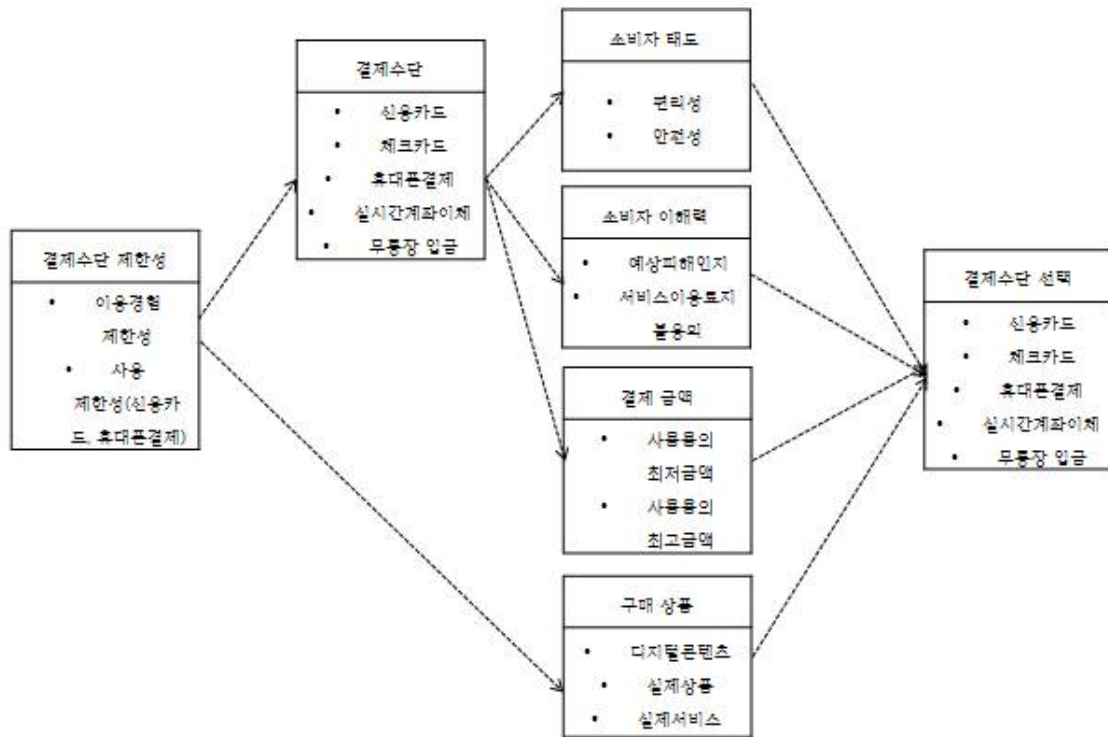
본 연구에서는 부득이하게 연구 모델 및 연구가설을 논하기에 앞서 연구대상에 대한 설명을 먼저 언급하고자 한다.

‘국내소비자의 온라인몰 이용행태 조사’(대한상공회의소, 2010)에 따르면 온라인 쇼핑을 이용하는 주요 연령층으로는 30대가 42.6%로 가장 많은 부분을 차지하였고, 20대가 28.9%, 40대 18.4%, 50대이상 6.6%를 차지하고 있었다. 온라인 쇼핑은 전자 결제를 기반으로 한다는 점을 미루어 보아, 30대와 20대가 본 연구의 대상으로 삼기에 적절하다. 하지만 30대의 경우 본 연구자가 접근하기 힘들기 때문에 20대를 본 연구의 대상으로 설정하고 연구하고자 한다. 하지만 20대만을 연구의 대상으로 선정하면 결제수단선택요인 선정 시 몇 가지 제약이 있다.

- i) 20대의 경우 특정한 근로 및 사업소득원이 없기 때문에 신용카드의 사용에 제약이 가해지며, 사용하더라도 타인 명의(부모)의 신용카드를 사용할 가능성이 크다.
- ii) 20대의 경우 많은 경우가 통신요금을 부모에게 지원받을 가능성이 크다.
- iii) 타 연령층 보다 소득의 제약이 크며, 반면 세금에 대한 부담이 적다.

#### 2. 연구모델구성

20대의 3가지 제약으로 인해 결제수단선택요인모델을 구성 시 몇 가지를 고려해야 한다. 먼저 선행연구를 통해 살펴 본 결제수단에 대한 소비자의 지각된 경제성(소득공제혜택, 부가혜택)을 살펴볼 필요성이 적다. 이는 20대는 세금에 대한 부담이 없기 때문에 소득공제혜택을 신경을 쓸 필요가 없으며, 부가혜택이 큰 신용카드에는 사실상 접근하기 힘들기 때문이다. 또한 신용카드의 부가적 혜택이 계속적으로 축소되고 있다는 점을 생각해 볼 수 있다. 따라서 결제수단에 관한 소비자의 태도는 편리성과 안전성만을 다루기로 한다. 또한 20대는 신용카드를 사용하더라도 타인명의로 카드를 쓸 가능성이 높고, 휴대폰 요금을 부모가 대신 납부할 가능성이 크기 때문에 결제수단으로서 휴대폰결제가 사실상 불가능할 수 있다. 또한 소득에 제한이 있다. 따라서 이를 고려하여 선행변수로 결제수단의 제한을 살펴보고 하위 항목으로 경험제한, 사용제한을 고려하기로 한다. 경험제한이란 소비자가 지불결제 수단 중 이용경험이 없는 결제수단을 나타내는 지표이며 사용제한은 소득제한과 신용카드, 휴대폰결제에 사용제한을 나타내는 지표이다. 결제수단제한성은 정진관·김



<그림 2> 지불결제수단 선택 연구모델

민수(2004)의 모델에서도 사용경험이라는 지표로 고려되는 지불결제수단선택의 요인으로서 이번 연구모델에서 충분히 고려할만 하다고 볼 수 있다. 또한 본 연구에서는 기술적 연구로 살펴본 상품유형을 지불결제수단선택의 요인으로 살펴보고자 한다. 반면 상품유형을 지불결제수단선택의 요인으로 살펴보고자 하면 온라인쇼핑몰 유형을 지불결제수단선택의 요인으로 살펴보기가 힘들다. 이는 왕영(2013)의 연구에서는 온라인쇼핑몰의 유형에 디지털콘텐츠를 판매하는 사이트는 포함시키지 않았기 때문이다. 본 연구는 디지털콘텐츠와 실제상품, 실제서비스를 상품유형에 모두 포괄하고자 한다. 따라서 온라인쇼핑몰 유형은 살펴보지 않기로 한다.

결제금액은 선행연구 모두에서 채택하여 유의미한 결과가 나온바 지불결제수단선택의 요인으로 보기로 한다.

마지막으로 소비자이해력 항목을 측정하여 소비자의 결제수단에 대한 예상피해인지가 지불결제수단선택에 주는 영향과 소비자의 서비스 이용료 인지 및 지불용의성이 지불결제수단선택에 주는 영향을 살펴보기로 한다.

### 3. 연구가설

연구가설을 통해서 각 지불결제수단 선택 요인의 선택에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 따라서 연구모델에 입각하여 연구가설을 세우면 다음의 연구가설을 도출



할 수 있다.

<연구가설 1> 소비자태도는 결제수단 선택에 영향을 미칠 것이다.

1-1 : 편리성은 결제수단 이용빈도와 정의 관계를 가질 것이다.

1-2 : 안전성은 결제수단 이용빈도와 정의 관계를 가질 것이다.

<연구가설 2> 소비자이해는 결제수단 선택에 영향을 미칠 것이다.

2-1 : 예상피해인지가 낮은 결제수단일수록 이용빈도가 높아질 것이다.

2-2 : 서비스이용료를 지불할 용의가 높을수록 해당 결제수단의 이용빈도가 높아질 것이다.

<연구가설 3> 구매상품유형은 결제수단 선택에 영향을 미칠 것이다.

<연구가설 4> 결제수단별 사용용의 금액은 결제수단 선택에 영향을 미칠 것이다.

4-1 : 해당 지불결제수단의 사용용의 최저금액이 낮을수록 결제수단 이용빈도에 영향을 미칠 것이다.

4-2 : 해당 지불결제수단의 사용용의 최고금액이 높을수록 결제수단 이용빈도에 영향을 미칠 것이다.

## 4. 연구방법

### 1) 자료수집방법

조사는 20대 온라인 쇼핑 경험자를 대상으로 진행되었다. 대면 자기기입 설문지법과 온라인 설문지법이 병행조사되었으며, 2013년 5월 31일부터 6월 10일 약 2주간 걸쳐 조사가 진행되었다. 대면 자기기입 설문지 조사로 31명이 조사에 참여해주었고, 온라인 설문지 조사는 108명이 참가해 주었다. 다만 온라인 조사에서 2명의 부실응답은 제외하고 총 137개의 설문지를 최종분석에 사용했다.

### 2) 측정도구

측정도구는 연구모델 및 연구가설을 검증하기 위해 충분한 척도 및 질문수를 구성하였다. 먼저 결제수단 제한성을 측정하기 위해 결제수단 이용경험의 여부를 물었다. 또한 사용제한성을 측정하기 위해서 세부적으로 사용제한이 예상되는 신용카드와 휴대폰결제의 제한 여부를 측정하였다.

소비자태도의 편리성과 안전성 인지를 측정하는 도구로는 왕영(2013)의 도구가 적합했으나, 질문의 수가 많아져 부실응답이 우려되어 단일문항으로 구성하여 각 결제수단별로 편리성과 안전성을 5점 척도로 측정하였다. 소비자이해는 예상피해인지와 서비스이용료인지로 이루어져 있고, 이를 측정하기 위해 순위법을 이용하였다. 구매상품에 관한 척도로는 각 상품별 가장 사용용의가 큰 결제수단을 추출해 내도

록 구성하였다. 구매상품을 나누는 기준으로는 디지털콘텐츠, 실제 상품, 실제 서비스 3가지 부류로 나누었으며, 이는 김부현·여정성 (2009)의 연구에서 휴대폰소액결제 사용목적에 묻는 질문의 항목을 참고하였다. 사용금액에 관한 척도로는 두 가지 척도가 사용되었는데 먼저 구매상품의 종류별 가장 사용용의가 큰 결제수단에 대한 지불용의금액 측정이 사용되었고, 다음으로 결제수단 별 사용용의금액범주를 측정하도록 하였다. 사용용의금액범주의 측정에서는 최저점과 최고점을 산출하도록 구성하여 결제수단별 사용용의금액범주를 나타낼 수 있도록 나타내었다. 결제금액의 범주로는 ‘2011년중 비금융기관 지급결제서비스 현황’(한국은행, 2012)의 각 결제수단의 평균 결제금액을 모두 포괄하여 살펴볼 수 있도록 구성하였다.

## IV. 분석결과 및 논의

### 1. 표본특성

표본특성으로는 연령, 성별, 온라인쇼핑구매빈도, 한 달 쇼핑지출, 월 소득이 있다. 이들이 지불결제수단 선택요인에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 하지만 연령은 본 연구의 표본이 대다수 20대 초반임을 감안하여 분석의 의미가 없다고 판단 분석 결과를 제시하지 않기로 한다.

#### 1) 성별에 따른 소비자태도, 소비자이해력, 구매상품, 결제금액

	남성(M, S.D)	여성(M, S.D)	t값
신용카드 안전성	3.63(0.782)	2.98(0.982)	4.013***
체크카드 안전성	3.59(0.788)	3.27(0.931)	2.027*
휴대폰결제 안전성	3.37(0.859)	2.78(0.952)	3.556**
실시간계좌이체 안전성	3.63(0.859)	3.27(0.854)	2.360*
무통장 입금 안전성	3.69(0.918)	3.9(0.831)	-1.326

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

<표 3> 성별에 따른 결제수단별 안전성 인지

성별에 따른 소비자태도 중 편리성에 대한 t-test에서는 유의한 값을 얻기 힘들었지만, 안전성에서는 성별로 유의하게 큰 차이가 많이 보였다. 특히 신용카드 안전성에 대해서는 평균이 0.6점이 차이가 남을 알 수 있다. 이는 대체적으로 여성이 지불결제수단에 대한 신뢰가 남성보다 낮았고, 남성이 대체적으로 지불결제수단에 대한

신뢰가 높은 차이점에서 기인했음을 볼 수 있다.

변수	남성(M, S.D)	여성(M, S.D)	t값
신용카드예상피해순위	2.61(1.579)	2.11(1.254)	2.029*
체크카드예상피해순위	3.47(1.138)	2.98(1.104)	2.474*
휴대폰결제예상피해순위	2.63(1.131)	2.11(1.156)	2.527*
실시간계좌이체예상피해순위	2.86(1.08)	3.38(0.943)	-2.94**
무통장입금예상피해순위	3.45(1.646)	4.38(1.197)	-3.782***
실시간계좌이체서비스지불용의 순위	2.59(1.039)	3.05(1.066)	-2.406*

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

<표 4> 성별에 따른 결제수단별 소비자 이해 - 예상피해, 서비스이용료 지불용의

성별에 따라 결제수단에 대한 소비자의 이해도 달랐다. 피해예상순위에서 성별로 유의미한 차이가 있었는데, 순위이기 때문에 낮은 값일수록 피해가 예상되는 크기를 크게 예상했다고 할 수 있다. 이를 살펴보면 대체로 여성은 실시간계좌이체와 무통장입금에 대해 낮은 피해를 예상했다는 것을 볼 수 있다. 서비스이용료지불용의에서는 대체로 남녀 간 유의미한 차이가 없었지만, 실시간계좌이체에 관한 지불용의순위에서는 여성이 지불할 용의가 남성보다 낮다는 것을 알 수 있었다.

분할표 분석을 통해서 구매상품과 지불결제수단의 성별 상관관계를 살펴보았다. 디지털콘텐츠에 관해서 카이제곱값이 8.087에 자유도 4였으며, 유의수준 0.1에서 남녀 간 선택의 상관관계가 유의미하다고 볼 수 있었다. 반면 실제상품과 실제서비스 지급결제 선택에서는 상관관계를 보이지 않았다.

## 2) 인터넷 구매 빈도에 따른 소비자태도, 소비자이해력, 구매상품, 결제금액

온라인 쇼핑 구매빈도와 소비자태도는 유의미한 상관관계를 찾을 수 없었다. 또한 소비자이해력에서도 상관관계분석에서 큰 유의미한 관계는 찾을 수 없었지만, 실시간계좌이체의 예상피해순위와 온라인 쇼핑 구매빈도 간 Pearson계수가 0.216, 유의수준 0.05에서 유의한 관계를 볼 수 있었다. 구매상품별 결제수단 선택에서도 ANOVA분석 결과 구매상품별 결제수단 선택자간 유의미한 집단구분은 찾을 수 없었다.

## 3) 한 달 쇼핑지출에 따른 소비자태도, 소비자이해력, 구매상품, 결제금액

한 달 쇼핑지출 구간별 집단과 소비자태도, 소비자이해는 ANOVA분석 결과 어떠한 유의미한 집단 간 차이를 나타내지 않았다. 다만 구매상품 중 디지털콘텐츠와 쇼핑지출은 분할표분석 결과 카이제곱 4.1387이고 자유도 20, 유의수준 0.01에서 유의미한 관계를 찾아낼 수 있었는데, 이는 디지털콘텐츠의 지불결제수단의 선택으로

전 구간별 집단이 휴대폰 결제를 선호한다고 해석할 수 있다.

#### 4) 한 달 소득에 따른 소비자태도, 소비자이해력, 구매상품, 결제금액

한 달 소득 구간별 집단과 실시간계좌이체에 관한 편리성에서는 ANOVA분석 결과 소득 구간별 집단 간 유의미한 구분이 있었다. 또한 무통장 입금에 대한 안전성에서 동일 분석 결과 소득구간별 집단 간 유의미한 구분이 있음을 알 수 있었다. 이를 표로 정리하면 표7과 8을 따른다.

종속 변수	소득 (만원)	N	평균	표준편차	등분산 검정		분산분석		하위집단	
					F	p-value	F	p-value	Duncan	scheff e
실시간 계좌이 체에 관한 편리성	30이하	38	3.2299	1.122	1.019	0.399	3.623	0.018*	a	a
	30~59	42	3.4324	1.360					b	a
	60~89	17	3.5817	.786					a, b	a
	90~119	12	3.6250	1.193					b	a
	120~	27	3.8519	1.000					a, b	a

\*p<0.05

<표 5> 소득 구간별 집단에 따른 실시간계좌이체 편리성 인지에 대한 차이

종속 변수	소득 (만원)	N	평균	표준편차	등분산 검정		분산분석		하위집단	
					F	p-value	F	p-value	Duncan	scheff e
무통장 입금 안전성	30이하	38	3.79	.843	2.022	0.095	3.141	0.017*	a, b	a
	30~59	42	4.10	.821					b	a
	60~89	17	3.82	.636					a, b	a
	90~119	12	3.92	.793					b	a
	120~	27	3.37	.967					a	a

\*p<0.05

<표 6> 소득 구간별 집단에 따른 무통장 입금 안전성인지에 대한 차이

또한 한 달 소득 구간별 집단과 신용카드에 대한 예상피해인지 순위에서도 ANOVA분석 결과 소득 구간별 집단 간 유의미한 구분이 있었다. 이를 표로 정리하면 표9를 따른다. 한 달 소득 구간별 집단과 구매상품에는 분할표 분석을 실시하였으나 유의미한 상관관계를 찾을 수 없었다.

종속 변수	소득 (만원)	N	평균	표준편차	등분산 검정		분산분석		하위집단	
					F	p-value	F	p-value	Duncan	scheff e
신용카 드 예상피	30이하	38	2.55	.843	6.598	0.000	2.741	0.031*	b, c	a
	30~59	42	1.93	.821					a, b	a
	60~89	17	2.24	.636					a, b, c	a

해인지	90~119	12	1.67	.793					a	a
	120~	27	2.81	.967					c	a

\*p<0.05

<표 7> 소득 구간별 집단에 따른 신용카드 예상피해인지에 대한 차이

## 2. 가설검증

### 1) 소비자태도

소비자태도의 선행요인으로서 지불결제수단별 경험여부를 두 독립표본 t-test로 검증하면 다음의 표를 따른다.

변수	경험자(M, S.D)	미 경험자(M, S.D)	t값
신용카드 편리성	4.28(0.886)	3.56(1.195)	4.014***
체크카드 편리성	4.22(0.799)	3.09(1.044)	4.390***
휴대폰결제 편리성	4.16(0.823)	3.56(2.798)	2.798**
실시간계좌이체 편리성	3.16(1.120)	1.97(0.891)	5.674***
무통장입금 편리성	2.20(1.121)	1.43(0.746)	3.023**
신용카드 안전성	3.25(0.961)	3.16(0.978)	-0.418
체크카드 안전성	3.42(0.861)	2.91(1.136)	1.840*
휴대폰결제 안전성	3.04(0.960)	2.67(0.907)	1.556
실시간계좌이체 안전성	3.39(0.894)	3.46(0.780)	-0.418
무통장입금 안전성	3.80(0.887)	3.90(0.768)	-0.499

\*p<0.1, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

<표 8> 결제수단 사용경험이 편리성과 안전성 지각에 미치는 영향

표에 따르면 경험여부는 편리성에 대부분 편의성에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 안전성에서는 체크카드에만 경험여부가 유의한 차이를 내는 것으로 나타났다. 이는 경험의 여부가 소비자가 결제수단에 대해 경험이 있을 때, 편리하다고 평가한다고 추론해 볼 수 있다. 사용제한성에서 신용카드의 소지, 미소지 여부도 편리성에 영향을 미친다고 볼 수 있었고, 안전성에도 유의한 차이를 보인다고 평가할 수 있었다. 다만 휴대폰 요금 본인납부, 타인납부여부는 유의한 영향을 미친다고 평가하기 어려웠다.

변수	신용카드 소지 (M, S.D)	신용카드 미소지 (M, S.D)	t값
신용카드 편리성	4.31(0.895)	3.73(1.147)	3.181**

신용카드 안전성	3.37(0.908)	3.09(0.996)	1.711*
-------------	-------------	-------------	--------

\*p<0.1, \*\*p<0.01

<표 9> 신용카드 소지가 신용카드 편리성, 안전성 지각에 미치는 영향

다음으로 편리성에 대한 평가가 유의하게 다른지 살펴보기 위해 대응표본 t-test로 검증하면 표10을 따른다. 편리성에서는 신용카드와 휴대폰결제의 차이가 유의하지 않았다. 또한 체크카드와 휴대폰의 차이도 유의하지 않았다. 나머지 지급수단의 차이는 유의한 것으로 나타났다.

대응표본검정									
		대응차					t	자유 도	유의 확률 (양쪽)
		평균	표준 편차	평균의표 준오차	차이의 95% 신뢰 구간				
					하한	상한			
대응1	Q4-1 - Q4-2	-.152	.927	.079	-.308	.004	-1.928	137	.056
대응2	Q4-1 - Q4-3	-.101	1.263	.108	-.314	.111	-.944	137	.347
대응3	Q4-1 - Q4-4	1.145	1.601	.136	.875	1.414	8.402	137	.000
대응4	Q4-1 - Q4-5	1.913	1.719	.146	1.624	2.202	13.071	137	.000
대응5	Q4-2 - Q4-3	.051	1.042	.089	-.125	.226	.572	137	.568
대응6	Q4-2 - Q4-4	1.297	1.432	.122	1.056	1.538	10.643	137	.000
대응7	Q4-2 - Q4-5	2.065	1.548	.132	1.805	2.326	15.670	137	.000
대응8	Q4-3 - Q4-4	1.246	1.469	.125	.999	1.494	9.967	137	.000
대응9	Q4-3 - Q4-5	2.014	1.424	.121	1.775	2.254	16.614	137	.000
대응10	Q4-4 - Q4-5	.768	1.192	.101	.568	.969	7.571	137	.000

<표 10> 편리성의 각 지불결제수단별 대응표본 t-test

다음으로 안전성에 대한 평가가 유의하게 다른지 살펴보기 위해 또한 대응표본 t-test로 검증하고자 한다. 검정의 결과는 표11을 따른다. 안전성에서는 체크카드와 실시간계좌이체가 차이가 유의하지 않은 것으로 나타났다. 그 이외의 지불결제수단별 차이는 유의하다고 볼 수 있다.

대응표본검정									
		대응차					t	자유 도	유의 확률( 양쪽)
		평균	표준 편차	평균의표 준오차	차이의95% 신뢰 구간				
					하한	상한			
대응1	Q5-1 - Q5-2	-.167	.700	.060	-.285	-.049	-2.796	137	.006
대응2	Q5-1 - Q5-3	.239	1.124	.096	.050	.428	2.499	137	.014
대응3	Q5-1 - Q5-4	-.181	1.102	.094	-.367	.004	-1.931	137	.056
대응4	Q5-1 - Q5-5	-.601	1.299	.111	-.820	-.383	-5.440	137	.000
대응5	Q5-2 - Q5-3	.406	1.058	.090	.228	.584	4.507	137	.000
대응6	Q5-2 - Q5-4	-.014	.966	.082	-.177	.148	-.176	137	.860
대응7	Q5-2 - Q5-5	-.435	1.133	.096	-.626	-.244	-4.507	137	.000
대응8	Q5-3 - Q5-4	-.420	1.139	.097	-.612	-.229	-4.336	137	.000
대응9	Q5-3 - Q5-5	-.841	1.257	.107	-1.052	-.629	-7.855	137	.000
대응10	Q5-4 - Q5-5	-.420	.950	.081	-.580	-.260	-5.198	137	.000

<표 11> 안전성의 각 지불결제수단별 대응표본 t-test

## 2) 소비자이해

소비자이해의 선행요인으로서 지불결제수단별 경험여부를 두 독립표본 t-test로 검증하면 표14를 따른다. 표에 따르면 결제수단 사용경험은 전체 지불결제수단의 예상피해인지 중에서 체크카드의 예상피해인지에만 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 서비스이용료지불용의에서는 신용카드와 실시간계좌이체에 유의미한 영향을 준다고 볼 수 있었다.

변수	경험자(M, S.D)	미 경험자(M, S.D)	t값
체크카드 예상피해인지	3.46(1.256)	3.36(0.924)	2.079**
신용카드	3.35(1.560)	2.67(1.585)	2.511**

서비스이용료지불용 의			
실시간계좌이체 서비스이용료지불용 의	2.96(1.072)	2.57(1.037)	1.860*

\*p<0.1, \*\*p<0.05

<표 12> 결제수단 사용경험이 예상피해인지와 서비스이용료지불용의에 미치는 영향

또한 사용제한성의 선행요인으로서 신용카드와 휴대폰결제의 제한을 가지고 예상 피해인지와 이용료지불용의를 두 독립표본 t-test로 검증하면 표15를 따른다. 검증 결과를 살펴보면 신용카드의 소비, 미소지 여부는 신용카드 예상피해인지에는 유의미한 영향을 미치지 않는 못했고, 서비스이용료지불용에는 유의한 영향을 미쳤다고 볼 수 있다. 또한 소비자태도에서와 마찬가지로 휴대폰 요금 본인납부, 타인납부여부는 유의한 영향을 미친다고 평가하기 어려웠다.

		대응차					t	자유 도	유의확률( 양쪽)
		평균	표준 편차	평균의표 준오차	차이의95% 신뢰구간				
					하한	상한			
대응1	Q10-1 - Q10-2	-.848	1.518	.129	-1.10 3	-.592	-6.56 0	137	.000
대응2	Q10-1 - Q10-3	-.015	1.974	.169	-.348	.319	-.087	136	.931
대응3	Q10-1 - Q10-4	-.912	2.144	.183	-1.27 5	-.550	-4.98 2	136	.000
대응4	Q10-1 - Q10-5	-1.75 4	2.571	.219	-2.18 6	-1.32 1	-8.01 2	137	.000
대응5	Q10-2 - Q10-3	.847	1.905	.163	.525	1.169	5.201	136	.000
대응6	Q10-2 - Q10-4	-.051	1.848	.158	-.363	.261	-.324	136	.747
대응7	Q10-2 - Q10-5	-.906	2.188	.186	-1.27 4	-.538	-4.86 4	137	.000
대응8	Q10-3 - Q10-4	-.898	1.646	.141	-1.17 6	-.620	-6.38 3	136	.000
대응9	Q10-3 - Q10-5	-1.74 5	2.069	.177	-2.09 4	-1.39 5	-9.87 0	136	.000
대응10	Q10-4 - Q10-5	-.847	1.519	.130	-1.10 3	-.590	-6.52 5	136	.000

<표 13> 예상피해인지의 각 지불결제수단별 대응표본 t-test

다음으로 예상피해인지에 대한 평가가 유의하게 다른지 살펴보기 위해 대응표본 t-test로 검증하면 표13을 따른다. 검증결과에 따르면 신용카드와 휴대폰결제는 그



다름이 유의하지 않았고, 또한 체크카드와 실시간계좌이체도 그 다름이 유의하지 않았다.

변수	신용카드 소지(M, S.D)	신용카드 미소지(M, S.D)	t값
신용카드 서비스이용료 지불용의	3.47(1.567)	2.78(1.576)	2.536*

\*p<0.05

<표 14> 신용카드 소지, 미소지가 서비스이용료지불용의에 미치는 영향

다음으로 서비스이용료지불용의성에 대한 평가가 유의하게 다른지 살펴보고자 한다. 검정은 표 15를 따른다. 검정결과를 따르면 신용카드와 휴대폰결제의 평가의 다름이 유의하지 않았고, 또한 신용카드와 실시간계좌이체의 평가의 다름이 유의하지 않다고 볼 수 있다.

		대응차					t	자유 도	유의 확률 (양쪽)
		평균	표준 편차	평균의표 준오차	차이의95% 신뢰구간				
					하한	상한			
대응1	Q12-1 - Q12-2	-.377	1.671	.142	-.658	-.096	-2.649	137	.009
대응2	Q12-1 - Q12-3	-.066	2.190	.187	-.436	.304	-.351	136	.726
대응3	Q12-1 - Q12-4	.204	2.420	.207	-.204	.613	.989	136	.325
대응4	Q12-1 - Q12-5	.514	2.958	.252	.017	1.012	2.043	137	.043
대응5	Q12-2 - Q12-3	.307	1.833	.157	-.003	.616	1.957	136	.052
대응6	Q12-2 - Q12-4	.577	2.003	.171	.238	.915	3.370	136	.001
대응7	Q12-2 - Q12-5	.891	2.574	.219	.458	1.325	4.068	137	.000
대응8	Q12-3 - Q12-4	.270	1.738	.149	-.024	.564	1.818	136	.071
대응9	Q12-3 - Q12-5	.577	2.351	.201	.179	.974	2.871	136	.005
대응10	Q12-4 - Q12-5	.307	1.537	.131	.047	.566	2.335	136	.021

<표 15> 서비스이용료지불용의의 각 지불결제수단별 대응표본 t-test

### 3) 구매상품유형

먼저 구매상품유형의 선행요인인 경험여부와 사용제한을 살펴보고자 한다. 분할

표 분석을 통해서 구매상품과 경험여부, 구매상품유형과 사용제한을 살펴보면 상관관계를 띠는 경우를 표16에 정리하면 다음과 같다.

상관관계	카이제곱 값	자유도	유의확률
신용카드-디지털콘텐츠	23.042	4	0.000****
신용카드-실제상품	34.493	4	0.000****
신용카드-실제서비스	19.459	4	0.001***
체크카드-실제상품	9.490	4	0.050*
휴대폰결제-실제서비스	7.888	4	0.096*
무통장입금-실제상품	8.344	4	0.080*
무통장입금-실제서비스	9.744	4	0.045**

\*p<0.1, \*\*p<0.05, \*\*\*p<0.01, \*\*\*\*p<0.001

<표 16> 구매상품유형과 각 지불결제수단 경험여부의 유의한 상관관계

상관관계	카이제곱 값	자유도	유의확률
신용카드-디지털콘텐츠	24.426	4	0.000***
신용카드-실제상품	18.472	4	0.001**
신용카드-실제서비스	19.122	4	0.001**
휴대폰결제-실제서비스	8.978	4	0.062*

\*p<0.1, \*\*p<0.05, \*\*\*p<0.001

<표 17> 구매상품유형과 신용카드, 휴대폰결제 사용제한의 유의한 상관관계

다음으로 구매상품유형별 지불결제수단 선택이 지불결제수단의 최종선택에 미치는 영향을 ANOVA검정을 통해 살펴보기로 한다.

디지털콘텐츠의 지불결제수단 선택과 지불결제수단의 이용빈도를 ANOVA검정을 하면 다음과 같다.

종속변수	지불결제수단	N	평균	표준편차	등분산 검정		분산분석		하위집단
					F	p-value	F	p-value	schef fe

신용카드이용빈도	신용카드	21	3.86	1.389	3.491	.010	8.612*	.000	b
	체크카드	33	1.67	1.109					a
	휴대폰결제	73	2.15	1.596					a,b
	실시간좌이체	7	1.43	1.134					a
	무통장입금	4	2.25	1.258					a,b

\*p<0.001

<표 18> 디지털콘텐츠 지불결제수단과 신용카드 이용빈도 ANOVA분석

종속변수	지불결제수단	N	평균	표준편차	등분산 검정		분산분석		하위집단
					F	p-value	F	p-value	schef fe
무통장입금이용빈도	신용카드	21	2.24	1.221	.663	.619	3.116*	.017	a
	체크카드	33	2.00	1.146					a
	휴대폰결제	73	2.44	1.364					a
	실시간좌이체	7	1.86	1.574					b
	무통장입금	4	4.25	.957					a,b

\*p<0.05

<표 19> 디지털콘텐츠 지불결제수단과 무통장입금 ANOVA분석

종속변수	지불결제수단	N	평균	표준편차	등분산 검정		분산분석		하위집단
					F	p-value	F	p-value	schef fe
체크카드	신용카드	21	3.05	1.596	8.695	.000	6.599*	.000	a,b

이용빈도	체크카드	33	4.73	.517					b
	휴대결제	73	3.89	1.360					a,b
	실시간좌이체	7	4.14	1.464					a,b
	무통장입금	4	2.75	2.062					a

\*p<0.001

<표 20> 디지털콘텐츠 지불결제수단과 체크카드 이용빈도 ANOVA분석

분석결과 디지털콘텐츠의 지급결제 수단 선택은 신용카드, 체크카드, 무통장 입금의 이용빈도에 영향을 미친다고 판단 할 수 있다.

실제 상품의 지불결제수단 선택과 지불결제수단의 이용빈도를 ANOVA검정을 하면 다음과 같다.

종속변수	지불결제수단	N	평균	표준편차	등분산 검정		분산분석		하위집단
					F	p-value	F	p-value	schef fe
신용카드 이용빈도	신용카드	41	3.49	1.614	3.126	.017	11.935*	.000	b
	체크카드	63	1.73	1.285					a,b
	휴대결제	4	2.50	1.732					a,b
	실시간좌이체	17	1.53	1.068					a
	무통장입금	13	1.85	1.281					a,b

\*p<0.001

<표 21> 실제 상품의 지불결제수단과 신용카드 이용빈도 ANOVA분석

종속변수	지불결제	N	평균	표준편차	등분산 검정	분산분석	하위집단
------	------	---	----	------	--------	------	------

	수단				F	p-value	F	p-value	schef
체크카드 이용빈도	신용카드	41	3.41	1.414	9.367	.000	8.607*	.000	a,b
	체크카드	63	4.56	.857					b
	휴대결제	4	3.50	1.000					a,b
	실시간계좌이체	17	3.94	1.600					a,b
	무통장입금	13	2.77	1.787					a

\*p<0.001

<표 22> 실제 상품의 지불결제수단과 체크카드 이용빈도 ANOVA분석

종속변수	지불결제수단	N	평균	표준편차	등분산 검정		분산분석		하위집단
					F	p-value	F	p-value	schef
실시간계좌이체 이용빈도	신용카드	41	2.02	1.172	5.002	.001	12.276*	.000	a
	체크카드	63	2.10	1.132					a
	휴대결제	4	2.25	1.500					a
	실시간계좌이체	17	4.18	.636					b
	무통장입금	13	2.46	1.561					a

\*p<0.001

<표 23> 실제 상품의 지불결제수단과 실시간 계좌이체 이용빈도 ANOVA분석

종속변수	지불결제수단	N	평균	표준편차	등분산 검정		분산분석		하위집단
					F	p-value	F	p-value	schef
무통장입금	신용카드	41	1.93	1.127	2.288	.063	16.198*	.000	a

이용빈도	체크카드	63	2.00	1.047					a
	휴대폰결제	4	2.75	1.500					a
	실시간좌이체	17	2.71	1.404					a
	무통장입금	13	4.54	.776					b

\*p<0.001

<표 24> 실제 상품의 지불결제수단과 무통장 입금 이용빈도 ANOVA분석

분석 결과, 실제 상품의 지불결제수단 선택은 휴대폰 결제이용빈도를 제외한 모든 지불결제수단 이용빈도에 영향을 미친다고 볼 수 있다.

실제 서비스의 지불결제수단 선택과 지불결제수단의 이용빈도를 ANOVA검정을 하면 다음과 같다.

종속변수	지불결제수단	N	평균	표준편차	등분산 검정		분산분석		하위집단
					F	p-value	F	p-value	schef fe
휴대폰결제 이용빈도	신용카드	26	2.42	1.102	5.080	.001	6.573*	.000	b
	체크카드	67	2.09	1.026					a,b
	휴대폰결제	26	3.19	1.266					b
	실시간좌이체	14	2.21	1.369					a,b
	무통장입금	5	1.00	.000					a

\*p<0.001

<표 25> 실제 서비스의 지불결제수단과 휴대폰결제 이용빈도 ANOVA분석

종속변수	지불결제	N	평균	표준편차	등분산 검정	분산분석	하위집단
------	------	---	----	------	--------	------	------

	수단				F	p-value	F	p-value	schef
실시간 계좌이체 이용빈도	신용카드	26	2.08	1.230	3.282	.013	8.783*	.000	a
	체크카드	67	2.07	1.132					a
	휴대폰결제	26	2.38	1.299					a
	실시간 계좌이체	14	4.07	.917					b
	무통장입금	5	3.00	2.000					a,b

\*p<0.001

<표 26> 실제 서비스의 지불결제수단과 실시간 계좌이체 이용빈도 ANOVA분석

종속변수	지불결제수단	N	평균	표준편차	등분산 검정		분산분석		하위집단
					F	p-value	F	p-value	schef
무통장입금 이용빈도	신용카드	26	1.92	1.164	1.298	.274	7.725*	.000	a
	체크카드	67	2.03	1.141					a
	휴대폰결제	26	2.92	1.383					a
	실시간 계좌이체	14	2.57	1.453					a
	무통장입금	5	4.60	.894					b

\*p<0.001

<표 27> 실제 서비스의 지불결제수단과 무통장 입금 이용빈도 ANOVA분석

분석결과 실제 서비스의 지불결제수단 선택은 휴대폰결제, 실시간 계좌이체, 무통장입금의 이용 빈도에 영향을 미친다고 볼 수 있다. 따라서 이를 정리하면 다음의 표를 따른다.

	영향을 미치는 종속변수
디지털 콘텐츠의 선호 지불결제	신용카드, 체크카드, 무통장입금

수단	
실제 상품의 선호 지불결제수단	신용카드, 체크카드, 실시간 계좌이체, 무통장입금
실제 서비스의 선호 지불결제수단	휴대폰결제, 실시간 계좌이체, 무통장입금

<표 28> ANOVA분석을 통한 각 상품유형에 따른 지불결제수단 선택이 영향을 미치는 지불결제수단 이용 빈도

#### 4) 결제금액의 범위

지불결제수단의 사용용의 최저금액과 최고금액의 선행요인으로서 지불결제수단별 경험여부를 두 독립표본 t-test로 검증하면 다음의 표를 따른다.

변수	경험자(M,S.D)	미경험자(M,S.D)	t값
신용카드 최저값	3.59(1.992)	2.4(1.850)	3.531**
신용카드 최고값	4.59(1.636)	3.05(2.013)	4.915***
체크카드 최저값	3.06(1.942)	1.64(0.809)	2.412*
체크카드 최고값	4.13(1.750)	2.363(1.502)	3.252**
실시간계좌이체 최저값	3.11(1.971)	1.942(1.392)	3.256**
실시간계좌이체 최고값	3.93(1.834)	2.257(1.615)	4.790***
무통장입금 최저값	3.077(1.921)	1.428(0.978)	3.837***
무통장입금 최고값	3.724(1.811)	1.857(1.558)	4.433***

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

<표 29> 지불결제수단 경험여부가 지불결제수단 사용용의 최저금액과 최고금액에 미치는 영향

휴대폰결제외의 4가지의 지불결제수단에 모두 영향을 미쳤다고 볼 수 있다.

다음으로 선행요인인 사용제한성을 살펴보면 다음의 표를 따른다.

변수	사용제한없음(M,S.D)	사용제한있음(M,S.D)	t값
신용카드 최저값	3.766(1.960)	2.615(1.936)	3.445***
신용카드 최고값	4.766(1.442)	3.346(2.069)	4.536**
휴대폰결제 최저값	1.951(0.911)	1.324(1.385)	3.100**
휴대폰결제	2.064(1.041)	1.554(1.492)	2.346*



최고값			
-----	--	--	--

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

<표 30> 신용카드와 휴대폰결제 사용제한성이 신용카드와 휴대폰결제 사용용의 최저금액과 최고금액에 미치는 영향

신용카드와 휴대폰결제의 사용제한성으로 인해 각각의 사용용의 최저금액과 최고금액에 영향을 미쳤다고 볼 수 있다.

##### 5) 회귀분석

회귀분석에는 소비자태도, 소비자이해, 결제수단별 사용용의 최저금액과 최고금액을 독립변수로 사용하여 지불결제수단 빈도에 미치는 영향력을 총체적으로 평가하고자 한다. 회귀분석 결과 모든 지불결제수단에서 회귀식이 유의하다고 나왔으며 다음으로 각 지불결제수단별로 어떠한 독립변수가 영향을 미치는지 살펴보기로 한다.

##### ① 신용카드

모형		비표준화계수		표준화계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	-.396	.611		-.648	.518
	편리성	.172	.127	.117	1.352	.179
	안전성	.062	.145	.038	.428	.669
	사용용의 최저금액	-.028	.083	-.036	-.337	.737
	사용용의 최고금액	.259	.093	.318	2.786*	.006
	예상피해 순위	.037	.099	.032	.375	.708
	서비스이 용료지불 용의	.243	.079	.246	3.070*	.003
종속변수: 신용카드 이용빈도						

\*p<0.01

<표 31> 신용카드 이용빈도의 회귀계수

신용카드 이용빈도에는 사용용의 최고금액과 서비스이용료지불용의가 유의한 영향을 미친다고 판단 할 수 있다. 다른 변수의 영향력을 제거했을 때, 사용용의 최고금액이 1증가할 때, 신용카드 이용빈도는 0.259만큼 증가하고, 또한 다른 변수의 영향력을 제거했을 때, 서비스이용료지불용의가 1증가할 때, 신용카드 이용빈도는 0.243만큼 증가한다고 볼 수 있다. 표준화계수 해석에 따르면 사용용의 최고금액의 영향력이 가장 크고, 서비스 이용료 지불용의가 뒤이어 신용카드 이용빈도에 영향

을 미친다고 해석 할 수 있다.

## ② 체크카드

모형		비표준화계수		표준화계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	.630	.696		.905	.367
	편리성	.377	.128	.238	2.946***	.004
	안전성	.019	.127	.012	.147	.883
	사용용의 최저금액	.100	.067	.140	1.502	.136
	사용용의 최고금액	.174	.074	.226	2.364**	.020
	예상피해 순위	.059	.100	.049	.595	.553
	서비스이 용료지불 용의	.146	.088	.130	1.663*	.099
종속변수: 체크카드 이용빈도						

\*p<0.1, \*\*p<0.05, \*\*\*p<0.01

<표 32> 체크카드 이용빈도의 회귀계수

체크카드 이용빈도에는 편리성과 사용용의 최고금액, 서비스이용료지불용의가 유의한 영향을 미친다고 판단 할 수 있다. 다른 변수의 영향력을 제거했을 때, 편리성이 1증가할 때, 체크카드 이용빈도는 0.377 증가하고, 다른 변수의 영향력을 제거했을 때, 사용용의 최고금액이 1증가할 때, 체크카드 이용빈도는 0.174만큼 증가하고, 또한 다른 변수의 영향력을 제거했을 때, 서비스이용료지불용의가 1증가할 때, 체크카드 이용빈도는 0.146만큼 증가한다고 볼 수 있다. 표준화계수 해석에 따르면 편리성의 영향력이 가장 크고, 사용용의 최고금액의 영향력, 서비스 이용료 지불용의 순으로 뒤이어 체크카드 이용빈도에 영향을 미친다고 해석 할 수 있다.

## ③ 휴대폰결제

모형		비표준화계수		표준화계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	.376	.598		.630	.530
	편리성	.230	.115	.168	1.994*	.048
	안전성	.063	.105	.051	.601	.549
	사용용의 최저금액	-.226	.182	-.227	-1.237	.218
	사용용의 최고금액	.387	.172	.413	2.254*	.026
	예상피해 순위	.075	.087	.073	.867	.387
	서비스이 용료지불 용의	.107	.082	.110	1.315	.191

모형		비표준화계수		표준화계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	.376	.598		.630	.530
	편리성	.230	.115	.168	1.994*	.048
	안전성	.063	.105	.051	.601	.549
	사용용의 최저금액	-.226	.182	-.227	-1.237	.218
	사용용의 최고금액	.387	.172	.413	2.254*	.026
	예상피해 순위	.075	.087	.073	.867	.387
	서비스이 용료지불 용의	.107	.082	.110	1.315	.191
종속변수: 휴대폰결제 이용빈도						

\*p<0.5

<표 33> 휴대폰 결제 이용빈도의 회귀계수

휴대폰결제 이용빈도에는 편리성과 사용용의 최고금액이 유의한 영향을 미친다고 판단 할 수 있다. 다른 변수의 영향력을 제거했을 때, 편리성이 1증가할 때, 휴대폰 결제 이용빈도는 0.230 증가하고, 다른 변수의 영향력을 제거했을 때, 사용용의 최고금액이 1증가할 때, 휴대폰결제 이용빈도는 0.387만큼 증가한다. 표준화계수 해석에 따르면 사용용의 최고금액의 영향력이 가장 크고, 뒤이어 편리성이 휴대폰결제 이용빈도에 영향을 미친다고 볼 수 있다.

#### ④ 실시간 계좌이체

모형		비표준화계수		표준화계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	-.751	.578		-1.299	.196
	편리성	.546	.081	.483	6.765***	.000
	안전성	.231	.109	.150	2.117*	.036
	사용용의 최저금액	-.041	.068	-.058	-.603	.548
	사용용의 최고금액	.218	.070	.317	3.136**	.002
	예상피해 순위	-.019	.087	-.015	-.219	.827
	서비스이 용료지불 용의	.069	.086	.056	.801	.425
종속변수: 실시간 계좌이체 이용빈도						

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

<표 34> 실시간 계좌이체 이용빈도의 회귀계수

실시간 계좌이체 이용빈도에는 편리성과 안전성, 사용용의 최고금액이 유의한 영

향을 미친다고 판단 할 수 있다. 다른 변수의 영향력을 제거했을 때, 편리성이 1증가할 때, 실시간 계좌이체 이용빈도는 0.546 증가하고, 다른 변수의 영향력을 제거했을 때, 안전성이 1증가할 때, 실시간 계좌이체 이용빈도는 0.231만큼 증가한다. 다른 변수의 영향력을 제거했을 때, 사용용의 최고금액이 1증가하면 실시간 계좌이체 이용빈도는 0.218만큼 증가한다. 표준화계수 해석에 따르면 편리성의 영향력이 가장 크고, 뒤이어 사용용의 최고금액, 안전성 순으로 실시간 계좌이체 이용빈도에 영향을 미친다.

##### ⑤ 무통장 입금

모형		비표준화계수		표준화계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	.674	.495		1.362	.176
	편리성	.468	.089	.387	5.241**	.000
	안전성	.032	.114	.021	.284	.777
	사용용의 최저금액	.093	.078	.133	1.202	.232
	사용용의 최고금액	.096	.079	.136	1.206	.230
	예상피해 순위	-.109	.068	-.117	-1.605	.111
	서비스이 용료지불 용의	.160	.058	.199	2.769*	.006
종속변수: 무통장 입금 이용빈도						

\*p<0.01, \*\*p<0.001

<표 35> 무통장 입금 이용빈도의 회귀계수

무통장 입금 이용빈도에는 편리성과 서비스이용료 지불용의가 유의한 영향을 미친다고 판단 할 수 있다. 다른 변수의 영향력을 제거했을 때, 편리성이 1증가할 때, 무통장 입금 이용빈도는 0.468 증가하고, 다른 변수의 영향력을 제거했을 때, 서비스 이용료 지불용의가 1증가할 때, 무통장 입금 이용빈도는 0.231만큼 증가한다. 표준화계수 해석에 따르면 편리성의 영향력이 가장 크고, 뒤이어 서비스 이용료 지불용의가 실시간 계좌이체 이용빈도에 영향을 미친다.

##### 6) 가설검증요약

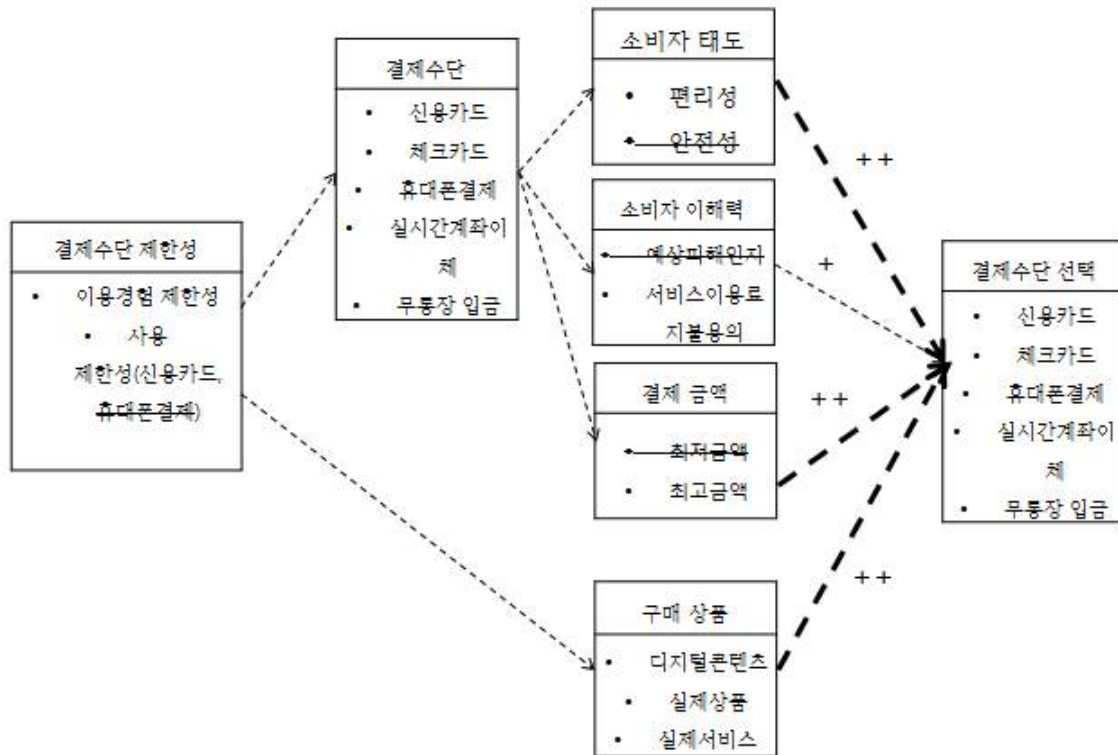
가설의 기각과 채택의 용이를 위해 요인이 영향을 미치는 지불결제수단의 개수가 3개 미만일 경우 지불결제수단에 제한적 영향을 미친다고 판단, 기각하기로 한다.

가설	가설경로	해당 지불결제수단		기각/ 채택
<연구가설 1>				부분 채택
1-1	+관계	체크카드, 휴대폰결제, 실시간 계좌이체, 무통장입금		채택
1-2	+관계	실시간 계좌이체		기각
<연구가설 2>				부분 채택
2-1	-관계			기각
2-2	+관계	신용카드, 체크카드, 무통장입금		채택
<연구가설 3>		디지털콘텐츠	신용카드, 체크카드, 무 통장입금	채택
		실제 상품	신용카드, 체크카드, 실 시간 계좌이체, 무통장 입금	
		실제 서비스	휴대폰결제, 실시간 계 좌이체, 무통장입금	
<연구가설 4>				부분 채택
4-1				기각
4-2		신용카드, 체크카드, 휴대폰결제, 실시간 계좌이체		채택

<표 36> 가설별 채택/기각 정리

검증된(채택된) 가설을 중심으로 연구모델의 영향력을 표시하여 정리하면 다음과 같다.

## V. 결론 및 제언



<그림 3> 완성 모델

본 연구에서는 온라인 지불결제수단선택의 요인을 산정하여 어떠한 요인이 지불결제수단 선택에 영향을 미치는지 살펴보았다. 분석의 결과를 정리하면, 먼저 온라인 지불결제수단의 종류를 산정하였다. 이는 선행 기술적 연구를 통해 온라인 지불결제수단으로서 신용카드, 체크카드, 휴대폰결제, 실시간 계좌이체, 무통장 입금을 해당 연구의 지불결제수단으로 삼았다. 이들을 지불결제수단으로 간주한 이유는 이들이 후불/선불적 성격, 지불결제절차의 복잡/간단한 성격, 도용위험성을 기준으로 각 지불결제수단별로 성격을 달리하여 소비자가 이들을 인지할 때 성격이 다른 지불결제수단으로 선택할 가능성이 컸기 때문이다.

다음으로 선행연구고찰과 모델수립과정을 거친 결과 지불결제수단에 영향을 미치는 요인으로 소비자태도로 편리성과 안전성, 소비자이해로 예상피해인지와 서비스이용료인지 삼았다. 또한 구매상품유형과 결제금액을 지불결제수단에 영향을 미치는 요인으로 가정하고 이들을 검증하였다. 검증결과를 요약하면 다음과 같다. 먼저 결제수단 제한성이 소비자태도, 소비자이해, 구매상품유형, 결제금액에 선행요인으로 유의미한 영향이 있었다. 다만 휴대폰결제의 사용제한성의 경우 지불결제수단 선택요인에 큰 영향을 미치고 있다고 판단하기 어려워 이를 기각하였다.

소비자태도, 소비자이해, 결제금액은 등간척도 이상으로 측정되어 이를 독립변수로 취급하고 결제수단 선택에 해당되는 결제수단 이용빈도를 종속변수로 취급하여 회귀분석을 이용하여 소비자태도, 소비자이해, 결제금액이 미치는 영향을 살펴보기로 하였다. 검증결과 소비자태도에서는 편리성이 지불결제수단선택에 미치는 영향이 컸다. 반면 안전성은 미치는 영향

이 미미하여 기각하였다. 소비자이해에서는 예상피해인지가 미치는 영향이 적다고 판단, 기각하였고 서비스이용료 인지는 어느 정도 지불결제수단선택에 미치는 영향이 있다고 판단하여 지불결제수단선택의 요인으로 채택하였다.

구매상품유형은 지불결제수단과 큰 영향을 미치고 있다고 판단, 채택하였다. 마지막으로 결제금액은 하위 개념으로 사용용의 최저금액과 사용용의 최고금액을 산정하여 이들이 지불결제수단선택에 미치는 영향을 살펴보았으나, 사용용의 최저금액은 지불결제수단선택에 미치는 영향이 적다고 판단, 기각하였다. 반면 사용용의 최고금액은 지불결제수단선택의 요인으로 채택하였다.

이를 통합하여 결론을 내리면 편리성과 사용용의 최고금액은 지불결제수단선택에 큰 영향을 미치고 서비스이용료인지는 중간정도의 영향을 미친다고 볼 수 있다. 구매상품유형은 결제수단선택에 편리성과 사용용의 최고금액과 비슷한 영향을 미친다고 볼 수 있다.

다만 기각된 안전성과 예상피해인지는 소비자가 온라인 지불결제수단선택에 있어서 큰 고려사항이 아니라는 점에서 소비자피해를 입을 수 있는 상황이라고 생각 할 수 있다. 이는 본 연구의 설문 중 안전성과 편리성 중 어느 곳에 주안을 두는가에 대한 물음에서 전체 138명 중에서 23명만이 지불결제수단의 안전성을 더 고려한다는 응답을 통해서도 소비자의 편리 추구 성향을 살펴볼 수 있었다. 지불결제수단의 편리성과 안전성은 trade-off의 성격을 가졌다고 할수 있는데, 이는 김부현·여정성(2009)의 연구에서 살펴 볼 수 있듯이 편리성이 크다고 볼 수 있는 휴대폰결제서비스에서 많은 소비자문제가 일어나고 있다는 점을 볼 수 있었고, 이창옥(2012)의 연구에서도 신용카드가 체크카드보다 더 많은 소비자 문제가 있으며, 직불형카드보다 신용카드를 잃어버릴 시 일어날 수 있는 잠재적 피해가 크다고 기술하였다. 따라서 소비자는 지불결제수단을 선택 할 시 지불결제수단이 지닌 편리성이 크다면 안전성이 결여될 가능성이 크다는 것을 충분히 신중히 고려하고 지불수단을 선택하여 원하는 혜택을 증대시킬 필요가 있다. 특히 온라인상에서는 비 대면거래가 이루어진다는 점에 착안한다면 소비자의 신중함이 필요하다고 생각할 수 있다.

따라서 후속연구에 대한 제언으로는 소비자의 편리성 추구하고 안전성 추구의 상관관계를 살펴보는 연구가 충분히 의의가 있다고 생각해 볼 수 있다. 또한 본 연구에서 설문지 구성의 미흡으로 인해 구매상품유형을 등간척도 설문으로 구성하지 못하여 회귀분석하지 못했다는 점을 감안하여 이에 대한 연구도 충분히 의의가 있다고 생각한다.

## VI. 참고문헌

#### 문헌자료

- 김부현·여정성(2009). 휴대폰소액결제 이용실태와 소비자문제, 소비자정책교육연구, 제5권 2호, 63-79.
- 왕영(2013). 사이트유형과 결제금액이 소비자 온라인 결제방식 선택에 미치는 영향. 고려대학교 대학원 : 디지털경영학과.
- 이창욱(2012). 직불형 카드 이용상의 문제점과 개선방안. 한국소비자원, 시장조사 12-08.
- 전호성(2011). 비용 지불 단계에서 소비자에게 제시된 결제금액과 프레이밍 효과, 소비자학연구, 제22권 제2호, 153-177.
- 정진관·김민수(2004). 사용자인식 및 수용특성에 따른 전자지불매체 선택 모형 연구. 한국디지털정책학회, Vol.2004 No.1, 617-626.
- 대한상공회의소(2010). 국내소비자의 온라인몰 이용행태 조사, 보도자료.
- 한국은행(2009). 전자금융총람.
- 한국은행(2012). 2011년중 비금융기관 지급결제서비스 현황, 보도자료.

#### 온라인자료

통계청(2013). kosis.kr