

투자자 집단 간 HTS의 사용요인에 관한 연구

이원호*

요약

최근에 홈트레이딩시스템(Home Trading System : HTS)의 사용이 온라인 증권거래 비중의 급격한 증가와 더불어 보편화되고 있다. 이에 국내 증권사들은 HTS의 강화를 통해 고객들을 유지하는 경쟁적 전략에 초점을 맞추고 있다. 본 연구는 투자자 집단에 따라 HTS의 사용자 만족과 시스템 신뢰에 어떠한 변수들이 어떻게 영향을 주는가에 대한 연구결과를 제공한다. 본 연구는 만족과 신뢰에 대한 이론을 고찰하고, HTS 투자자 집단에 대한 분류에 대해서 검토한다. 또한, 본 연구는 연구변수로서 시스템 특성, 사용자 성향, 사회적 환경으로 분류하고, 이러한 변수 그룹이 HTS의 사용자 만족과 시스템 신뢰에 투자자 집단별로 다르게 영향을 줄 것으로 가정한다. 본 연구는 HTS 사용에 있어서 초보투자자와 비초보투자자, 단기투자자와 장기투자자로 분류하여 그 결과들을 비교한다. 이러한 결과 들은 비초보투자자와 단기투자자들은 전문투자자 그룹과 비슷한 속성을 가지고 있음을 보여주고 있다. 또한, 초보투자자와 장기투자자들은 비전문투자자 그룹과 비슷한 속성을 보여주고 있다. 본 연구는 투자자 집단에 따라 HTS 사용 요인들이 HTS 사용자 만족과 시스템 신뢰에 다르게 영향을 준다는 점을 실증함으로써, 증권사들이 그들의 HTS를 투자자 집단에 따라 어떻게 전략적으로 차별화 할지에 대한 의미 있는 결과를 제공해 준다.

A Study on Use Factors of HTS between Investor Groups

Won-Ho Lee*

ABSTRACT

Recently, the usage of HTS(Home Trading Systems) is popular among stock investors with rapid increase of on-line stock brokerage portion. Therefore, domestic stock companies have their competitive strategic focused on customer retention through the enhancement of HTS. This study provides research results on explaining what and how factors affect HTS user satisfaction and system trust according to investor groups. This study refers satisfaction and trust theory, and reviews on classification of HTS investor groups. Also, this study categorized explanation factors as three groups: characteristics of users, characteristics of system, social environment. And this study assumed that these three factor groups might affect the user satisfaction and system trust of HTS differently by investor groups. This study compares the results by using HTS between beginner investors and non-beginner investors, between short-term investors and long-term investors. These results show that non-beginner investors and short-term investors have similar attributes as a professional investors, and also beginner investors and long-term investors have similar attributes as a non-professional investors. This study proves that the use factors of HTS affect the user satisfaction and system trust of HTS differently according to investor groups. It provides meaningful results to the HTS providers regarding how they differentiate their HTS strategically according to investor groups.

Key Words : HTS, investor groups, user satisfaction, system trust, TAM, IDT

* 경북대학 인터넷정보과(☐whlee@kyungbok.ac.kr)

· 제1저자(First Author) : 이원호 · 교신저자(Correspondent Author) : 이원호

· 접수일(2010년 7월 6일), 수정일(1차 : 2010년 8월 5일), 게재확정일(2010년 8월 11일)

I. 서 론

인터넷 기술의 급속한 발전과 사용 확산은 단순한 정보 검색을 넘어 인터넷을 통한 전자상거래에 큰 영향을 미치게 되었고, 인터넷 뱅킹, 인터넷 주식거래 등 금융서비스도 사용자들에게 훨씬 더 가깝게 다가오게 되었다. 인터넷을 통한 이러한 전자상거래는 사용자의 연령과 직업에 관계없이 현재 우리 사회에 깊숙이 들어와 있으며, 관련 연구도 활발히 이루어지고 있다. 특히, 각 증권사의 증권거래 비중에서 인터넷을 통한 거래가 차지하는 비중이 증가하고 대다수의 증권사가 사이버시장에 참여하게 됨에 따라, 이제는 증권사의 생존 여부를 결정하는 중요한 변수로 자리 잡게 되었다. 그만큼 국내의 온라인 주식투자가 보편화되었으며 절대적으로 온라인 주식거래의 비중이 높다는 것을 의미한다. 국내의 증권거래는 과거의 가정용 투자정보시스템에서 발전된 홈트레이딩시스템(Home Trading System : HTS)이 널리 보급되면서 빠른 속도로 성장하고 있다. 이러한 온라인 주식거래에서의 인터넷 사용 확산에도 불구하고 HTS에 대한 연구는 인터넷 쇼핑물, 인터넷 뱅킹에 비해 상대적으로 저조한 실정이다. 국내 증권사의 온라인 거래를 투자자가 증권사의 홈페이지에 연결해서 직접 주문을 내는 웹트레이딩, 웹상에서 애플릿 형식으로 제공되는 자바트레이딩, 증권사가 제공하는 온라인 증권거래 전용 프로그램을 사용하는 HTS 방식으로 분류했는데[1], 본 연구에서는 사이버 주식거래에서의 대표적인 시스템인 HTS를 연구대상으로 하고, HTS의 투자자 집단에 따라 시스템 특성, 사용자 성향, 사회적 환경 요인들이 HTS의 사용자 만족과 시스템 신뢰에 어떻게 영향을 미치는가를 비교분석하도록 한다.

본 연구는 HTS를 사용하는 투자자 집단에 관련해서 이루어져 왔던 선행 연구를 토대로 투자자 집단을 분류하여 매개변수로 도출하고, 시스템 특성, 사용자 성향, 사회적 환경 요인에 관련된 선행 연구들을 통해

독립 변수들에 대한 이론적 근거를 마련하며, 사용자 만족 및 시스템에 대한 신뢰 관련 선행 연구를 토대로 종속변수를 구성하여 본 연구의 연구모형과 가설을 설정한다. 본 연구에서 사용 할 자료는 국내 증권사의 HTS를 통한 사이버 거래를 하고 있는 주식 투자자들을 대상으로 웹설문 조사를 실시하여 획득하고, 통계 처리된 결과를 가지고 HTS의 사용에 있어서 투자자 집단별 비교 분석 처리하여, 그에 따른 시사점 및 결론을 도출한다.

II. 이론적 고찰

2.1 HTS 투자자 집단

홈트레이딩시스템(HTS : Home Trading System)은 증권사가 제공하는 온라인 증권거래 전용 프로그램을 자신의 컴퓨터에 설치하여 증권을 거래하는 방식으로, 실시간으로 자동 업데이트가 되고 순간적으로 이루어지는 주식매매를 신속하고 편리하게 하여줌으로써 대부분의 국내 온라인 증권 투자자들이 이용하고 있다. 이러한 사이버트레이딩 시스템의 대표적인 형태인 HTS를 사용하는 투자자들은 처음 경험하는 초보자에서부터 많은 경험을 가진 전문투자자까지 다양하게 분포되어 있으리라고 예상된다. 또한, 시스템을 사용하는 빈도로 볼 때도 가끔 이용하는 사람과 자주 이용하는 사람 등 여러 가지 집단이 있을 것으로 예측된다. 이와 관련하여 Gomez(www.gomez.com), PCworld (www.pcworld.com), Businessweek (www.businessweek.com), Money (www.money.com)은 온라인 증권 거래에서의 이러한 투자자 집단을 다양한 그룹으로 나누어 놓았는데, 이러한 분류는 외국 증권사와 투자자들을 대상으로 한 분류여서 국내 증권사와 투자자들을 대상으로 하는 본 연구에 적합하도록 표 1과 같이 다시 재조정하여 분류하였다. 투자자 특성을 거래횟수와 거래기간에 따른 두 집단으

로 분류하여 투자자들이 증권사를 변경하는 요인들이 이러한 집단사이에서 차이가 있음을 증명되었고[2], HTS 횡수, 투자매매 유형, HTS 만족도에서 군집에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다[3]. 본 연구에서는 HTS 사용자들 사이에 이러한 차이가 존재하리라고 보고 거래횡수와 거래기간을 기준으로 투자자 집단을 초보자와 비초보투자자, 단기투자자와 장기투자자로 분류하여 연구결과의 차이점이 있는지 살펴보고자 한다. 한편, 투자빈도 및 전문성으로의 경험[4]과 투자위험을 감수할 수 있는 능력[5]의 유무를 기준으로 전문투자자와 비전문투자자로 분류한 기존 연구를 토대로, 본 연구에서는 이러한 전문투자자와 비전문투자자 그룹 간에 HTS의 사용요인에 있어서 어떠한 차이점이 나타나는지에 대해서도 비교분석하도록 한다.

표 1. 투자자 집단별 특징
Table 1. Features between investors

투자자집단	정 의	특 성
초보투자자 (Beginner, Newbie)	HTS를 처음 시작한 사람	<ul style="list-style-type: none"> • 전체적인 서비스가 중요 • 쉬운 웹사이트구성 • 다양한 툴 제공
단기투자자 (Active Trader, Day trader)	자주 거래하는 사람	<ul style="list-style-type: none"> • 낮은 수수료가관건 • 쉽고 단순한 인터페이스와 빠른 매매 선호
장기투자자 (Long Distance Runner, Buy and Hold Type)	한번 매수하면 장기적으로 보유하는사람 (자주 거래하는 유형이 아님)	<ul style="list-style-type: none"> • 수수료보다 안정성 중시 • Research Tool 이 사이트 선택에 중요한 변수
전문투자자 (Professional Trader)	투자빈도가 잦고, 전문성 및 많은 경험 보유	<ul style="list-style-type: none"> • 투자 위험을 감수할수 있는 능력 보유

2.2 시스템 특성

2.2.1 용이성과 유용성

정보기술 수용에서 인지된 용이성과 인지된 유용성은 태도를 매개변수로 행위 사용의도와 실제 시스템 사용에 영향을 미친다는 기술수용모형 (TAM : Technology Acceptance Model)을 연구되었다[6].

그 후 TAM은 계속적인 실험 연구[7]를 통해 증명되었고, 이 후 전통적인 정보기술에서 최근 인터넷 정보기술까지 다양한 연구 분야에서 활용되어지고 있다.

혁신확산이론(IDT:Innovation Diffusion Theory)은 정보기술 수용에 관련된 연구에서 TAM과 함께 다양한 방법으로 적용되는 이론으로, 상대적 이점, 양립성, 복잡성, 시도성, 관찰성의 다섯 가지 요인들로 연구되었다[8]. 그 후 IDT는 계속적인 연구에 의해 이미 지, 가시성, 자발성이 추가 되었다[9].

2.2.2 경제성과 품질

저렴한 수수료 및 서비스 사용료 등 경제성은 한국 증권협회 조사자료[10]에서도 나타나듯이 사용자들이 HTS를 사용하는 주요한 요인 중의 하나로, 이러한 사실은 많은 연구들[11,12,13]에서도 HTS 사용에 영향을 미치는 요인으로서 사용되었다. 정보시스템 품질에 관련된 선행 연구에 의하면, 시스템 안정성 및 응답속도[14] 와 같은 인프라 품질, 화면디자인 및 독창성, 정보 보호 및 보안[15]과 같은 시스템 품질, 신뢰도와 응답성[16]과 같은 서비스 품질이 시스템 사용자 만족도에 영향을 미친다고 하였다. 특히, 정보시스템 분야 중 본 연구의 대상인 HTS 분야에서도 시스템 품질이 고객 만족도[17]에 영향을 미치고 있다는 연구결과를 기반으로 본 연구에서도 시스템 품질이 사용자 만족에 영향을 미칠 것으로 보고 있으나, 동시에 품질이 시스템 신뢰에도 영향을 미칠 수 있으리라는 가능성을 배제하지는 않도록 한다.

2.3 사용자 성향

2.3.1 혁신성향

혁신적인 사용자들은 신기술이나 신 비즈니스에 대해 선호하거나 신뢰하는 성향을 가지고 있다[18,19]. 또한, 인터넷 고객은 새로운 거래방식에서 존재할 수 있는 위험요인에 구애받지 않는 혁신적 성향이 높고 새롭고 다양한 경험을 추구한다[20]. 이를 근거로 혁신 성향을 가진 사용자들은 새로운 정보기술을 선호하기 때문에 위험을 감수하면서도 HTS와 같은 새로운 시스템을 신뢰하고 수용할 것이라는 사실을 유추할 수가 있다.

2.3.2 위험성향

위험성향은 사용자가 위험을 감수하거나 회피하고자 하는 개인적 성향으로 위험지각에 영향을 미친다[21]. 또한, 지각되는 위험이 높을수록 신뢰에 부정적으로 영향을 미치게 된다[22]. 따라서 현재 사용 중인 시스템에서 지각된 위험이 높을수록 보다 위험성이 적은 타 증권사의 시스템으로 전환할 가능성이 많다고 예측된다. 한편, 거래에 있어서 지각된 위험은 거래당사자의 신뢰 수준에 영향을 미치고[23] 동시에 신뢰 자체는 위험이라는 상황에서 그 필요성이 대두되므로 신뢰에 대한 연구들은 위험을 반드시 고려해야 한다[24].

2.3.3 신뢰성향

신뢰성향은 개인이 다른 사람을 믿고자하는 일반적인 성향으로 신뢰에 영향을 준다[25]. 신뢰는 위험을 감수하는 의지라는 점에서 앞서 정의된 위험성향과 밀접한 관련이 있다고 볼 수가 있다. 이런 점에서 신뢰 성향도 위험성향과 같이 개인별로 다르고 시스템 신뢰에도 사용자의 신뢰 성향에 따라 다르게 나타날 것이라고 예측되며, 이러한 신뢰성향과 위험성향과 같은 사용자 특성이 신뢰이외에 사용자 만족에도 영향

을 미치는지 살펴보도록 한다.

2.4 사회적 환경 요인

2.4.1 주관적 규범

앞서 고찰한 IDT의 요소 중 양립성을 결정하는 주관적 규범(subjective norm)은 사회적 영향에서의 대표적인 개념으로 “어떤 개인의 중요한 준거가 되는 자신의 행위의 성과에 대하여 갖게 될 견해에 대한 인지”라고 정의된다[26]. 한편, 사회에서 수용되는 주관적 규범이 인터넷뱅킹 사용에 영향을 미치고, 주관적 규범 형성에 영향을 미치는 은행의 홍보 광고가 인터넷뱅킹 사용에 영향을 미친다[27,28]. 인터넷뱅킹 뿐만 아니라 HTS에서도 사용자가 새로운 시스템을 신뢰하게 되는 과정은 주변 사람으로부터의 구전과 증권사의 광고 또는 언론매체를 통한 보도 등으로부터 생성되는 주관적 규범의 영향을 받는다고 예측되며, 이러한 주관적 규범이 신뢰이외에 사용자 만족에게도 영향을 미칠 수 있다는 가능성을 배제하지는 않는다.

2.4.2 증권사 이미지

이미지(image)는 “혁신의 수용 및 사용으로 인하여 사회시스템 내에서 강화되는 지위”라고 정의되고[29], 이를 “사회적 승인” 이라고도 한다[30]. 이는 웹사이트 상에서 기존에 사용자가 인지하고 있는 대상의 신뢰가 아직 알려지지 않은 대상의 신뢰에도 영향을 미친다는 연구[31]와도 연결이 된다. 또한, HTS를 사용할 때 문제가 발생하더라도 증권사가 고객을 위해 적절한 행동을 취해줄 것이라는 사용자의 기대, 즉 증권사에 대한 신뢰는 증권사가 제공하는 시스템에 대한 신뢰에 영향을 미칠 것이라고 보여 진다. 이를 근거로 증권사가 제공하는 HTS 시스템의 신뢰는 기존에 사용자가 인지하고 있던 증권사의 이미지에 의해 영향을 받을

수 있다는 것을 유추할 수 있으며, 또한 이러한 증권사 이미지가 사용자 만족에도 영향을 미치는지도 연구하도록 한다.

통한 E-채널을 사용하고 있고, 이것이 곧 시스템에 대한 신뢰로 연결되어 결국 HTS 시스템을 사용할 것이고 유추되어 진다.

2.5 사용자 만족 및 시스템 신뢰

2.5.1 사용자 만족

고객만족이 구매 후 태도에 영향을 미치며, 이러한 태도는 계속해서 재 구매의도에 영향을 미치는 것[32]으로 나타났고, 제품자체에 대한 만족이 재 구매의도에 강한 영향을 미친다고 했다[33]. 이러한 사용자 만족에 영향을 미치는 변수로는 이용편의성과 시스템 안정성[34], 정보특성[35], 시스템 및 자료 보안[36]이 사용되었다. 본 연구의 대상인 HTS에서도 사용자 만족이 시스템의 지속적 사용에 영향을 미칠 것이라고 유추되어 진다.

2.5.2 시스템에 대한 신뢰

최근 인터넷 사용자가 급증하고 있음에도 불구하고 인터넷상에서 금융거래의 사용도가 상대적으로 낮은 이유는 금융거래의 특성상 신뢰의 문제에 있다고 하였는데, 구조적 보장은 이러한 시스템의 불확실성을 줄여 주고 사용자들에게 신뢰를 심어 줄 수 있다[37]. 또한, 신뢰 대상이 능력 또는 경쟁력 등 신뢰할 수 있는 가치를 가지고 있으면 위험을 감수하면서도 신뢰하는 행동으로 나타날 수가 있다[38]. 따라서 증권사의 보상 능력과 타 증권사보다의 우월적인 경쟁력 등 신뢰할 수 있는 가치에 따라 증권사가 제공하는 HTS에 대한 신뢰가 영향을 받을 것이라는 사실을 유추해 볼 수 있다. 한편, 금융거래 매체로서 정확한 작동성을 가지고 있는 E-채널에 대한 사용자의 신뢰는 인터넷이라는 매체에 대한 신뢰로 연결되어 사용자들이 인터넷뱅킹을 사용하게 된다고 하였는데, 이를 근거로 HTS에서도 인터넷뱅킹과 같이 웹사이트란 매체를

III. 연구 가설 및 모형

본 연구와 관련된 변수와 변수 간의 관련성에 대한 근간이 되는 선행연구[6, 8, 17, 39]를 토대로 다음과 같이 연구 가설들과 연구모형을 설정하였다.

3.1 투자자 집단에 따른 시스템 특성과 사용자 만족의 관계

<H1a> 투자자 집단에 따라 HTS의 용이성이 사용자 만족에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

<H1b> 투자자 집단에 따라 HTS의 유용성이 사용자 만족에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

<H1c> 투자자 집단에 따라 HTS의 경제성이 사용자 만족에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

<H1d> 투자자 집단에 따라 HTS의 품질이 사용자 만족에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

3.2 투자자 집단에 따른 사용자 성향과 사용자 만족의 관계

<H2a> 투자자 집단에 따라 사용자의 혁신성향이 사용자 만족에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

<H2b> 투자자 집단에 따라 사용자의 위험성향이 사용자 만족에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

<H2c> 투자자 집단에 따라 사용자의 신뢰성향이 사용자 만족에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

이 사용자 만족에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

3.3 투자자 집단에 따른 사회적 환경과 사용자 만족의 관계

<H3a> 투자자 집단에 따라 주관적 규범이 사용자 만족에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

<H3b> 투자자 집단에 따라 증권사 이미지가 사용자 만족에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

3.4 투자자 집단에 따른 시스템 특성과 시스템에 대한 신뢰의 관계

<H4a> 투자자 집단에 따라 HTS의 용이성이 시스템에 대한 신뢰에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

<H4b> 투자자 집단에 따라 HTS의 유용성이 시스템에 대한 신뢰에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

<H4c> 투자자 집단에 따라 HTS의 경제성이 시스템에 대한 신뢰에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

<H4d> 투자자 집단에 따라 HTS의 품질이 시스템에 대한 신뢰에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

3.5 투자자 집단에 따른 사용자 성향과 시스템에 대한 신뢰의 관계

<H5a> 투자자 집단에 따라 사용자의 혁신성향이 시스템에 대한 신뢰에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

<H5b> 투자자 집단에 따라 사용자의 위험성향

이 시스템에 대한 신뢰에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

<H5c> 투자자 집단에 따라 사용자의 신뢰성향이 시스템에 대한 신뢰에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

3.6 투자자 집단에 따른 사회적 환경과 시스템에 대한 신뢰의 관계

<H6a> 투자자 집단에 따라 주관적 규범이 시스템에 대한 신뢰에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

<H6b> 투자자 집단에 따라 증권사 이미지가 시스템에 대한 신뢰에 영향을 미치는 정도에 차이가 있다.

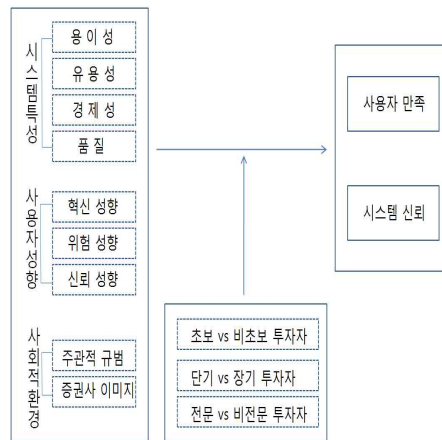


그림 1. 연구모형
Fig. 1 research model

IV. 자료 수집 및 분석

본 연구에 사용된 자료는 국내 증권사의 HTS를 통한 사이버 거래를 하고 있는 주식 투자자들을

대상으로 수집되었고, 측정단위는 HTS 사용 경험이 있는 개인으로 한정하고 표본자료 수집 방법 및 과정의 일관성과 신뢰성을 위하여 온라인 리서치 전문기관에 의뢰하여 웹 설문이라는 단일한 조사방법을 실시하였다. 실시된 웹 설문은 한 번 설문한 회원 아이디로는 재 응답이 불가능하고, 각 항목별로 응답이 없이는 다음 항목으로 넘어갈 수 없게 시스템적으로 제한되었고, 문항 내용에 관계없이 동일한 답변을 계속적으로 체크한 응답자 등 왜곡 가능성이 있는 자료들을 제외시켰다. 수집된 400개의 자료에는 결측자료는 없었으나 문항 내용에 관계없이 동일한 답변을 계속적으로 체크한 응답자들이 다수 포함되어 있어서 이러한 왜곡 가능성이 있는 자료들을 제외하여 370개의 자료를 표본자료로 삼았다. 설문에 답한 응답자는 모두 HTS 유경험자로 표본자료의 특성은 표 2와 같다.

표 2의 표본 특성에서 나타난 결과에 의하면 HTS의 사용경험이 1년 이상인 투자자들의 비율이 과반 수를 넘는 64 %이고, HTS의 사용빈도가 최소 주 1~2회 이상인 투자자들의 비율도 과반 수를 넘는 71 %를 차지하고 있다. 이러한 수집된 자료의 빈도분석 결과를 토대로, 본 연구에서는 초보 투자자를 1년 이하의 투자경험을 가지고 있는 132명(표본자료의 36 %)으로 선정하였고, 비초보투자자는 1년 이상의 투자경험을 가지고 있는 238명(표본자료의 64 %)으로 선정하였다. 또한, 단기투자자는 사용빈도가 최소 주 1~2회 이상인 투자자들인 261명(표본자료의 71 %)으로 선정하였고, 장기투자자는 사용빈도가 월 1~2회 이하의 투자자들인 109명(표본자료의 29 %)으로 선정하였다. 표 3은 앞서 언급한 표본자료의 빈도분포를 기준으로 투자자 집단을 분류한 표이다.

표 2. 표본 특성(N=370)
Table 2. Sample characteristics

설문항목	설문 기준	빈도 수
성별	남자	307 명
	여자	63 명
나이	20대	57 명
	30대	229 명
	40대	69 명
	50대	14 명
인터넷 활용능력	상	196 명
	중	158 명
	하	16 명
HTS 경험	1개월 미만	25 명
	1개월 ~ 3개월	33 명
	3개월 ~ 6개월	30 명
	6개월 ~ 1년	44 명
	1년 이상	238 명
HTS 사용 빈도	거의 매일	125 명
	주 1~2회	136 명
	월 1~2회	56 명
	6개월에 1~2회	31 명
	년 1~2회	22 명

표 3. 투자자 집단 분류표
Table 3. Classification of investor groups

	HTS 사용경험		HTS 사용빈도	
	초보 투자자	비초보 투자자	단기 투자자	장기 투자자
기준	1년 이하	1년 이상	주1~2회 이상	월 1~2회 이하
인원 (비율)	132명 (36%)	238명 (64%)	261명 (71%)	109명 (29%)

V. 투자자 집단별 경로계수 비교분석 및 논의

투자자 집단을 초보투자자와 비초보투자자, 단기 투자자와 장기투자자, 전문투자자와 비전문투자자로 각각 분류한 후, LISREL을 실행하여 경로계수를 비교분석한 결과는 다음과 같다.

5.1 초보투자자와 비초보투자자

표 4는 초보투자자와 비초보투자자를 분리 실행하여 유의수준 0.05 범위 내에서 추출된 가설들만의 경로계수를 비교한 표이다. 표 4를 살펴보면 초보투자자 그룹에서는 가설 H1d(품질→사용자 만족), H2c(신뢰성향→사용자 만족), H3b(증권사 이미지→사용자 만족), H6b(증권사 이미지→시스템에 대한 신뢰)가 강하게 지지되고 있다. 이러한 결과는 HTS 사용 경험이 1년 미만인 초보투자자 그룹에서는 시스템의 품질 및 사용자의 신뢰성향이 사용자 만족에 영향을 미치고, 시스템에 대한 신뢰에는 증권사 이미지가 주로 영향을 미친다는 사실을 보여주고 있다.

표 4. 초보투자자 vs. 비초보투자자
Table 4. beginner vs. non-beginner

가설	초보투자자		비초보투자자	
	유의수준	경로계수	유의수준	경로계수
H1a	0.504	-	0.017	0.05
H1b	0.002	0.12	0.000	0.28
H1c	0.931	-	0.103	-
H1d	0.000	0.53	0.000	0.11
H2a	0.000	0.18	0.001	-0.11
H2b	0.194	-	0.001	0.08
H2c	0.007	0.20	0.006	0.07
H3a	0.099	-	0.000	0.49
H3b	0.008	0.36	0.002	0.07
H4a	0.118	-	0.324	-
H4b	0.533	-	0.888	-
H4c	0.341	-	0.925	-
H4d	0.000	0.19	0.000	0.43
H5a	0.019	-0.15	0.018	-0.02
H5b	0.205	-	0.022	-0.14
H5c	0.231	-	0.000	0.40
H6a	0.263	-	0.016	0.10
H6b	0.000	0.23	0.000	0.12

한편, 비초보투자자 그룹에서는 가설 H1b(유용성→사용자 만족), H4d(품질→시스템에 대한 신뢰)가 상대적으로 강하게 지지되고 있음을 알 수 있다. 이러한 결과는 HTS 사용 경험이 1년 이상인 비초보투자자 그룹에서는 시스템의 유용성이 사용자 만족에 영향을 미치고, 시스템에 대한 신뢰에는 시스템의 품질이 주로 영향을 미친다는 사실을 보여주고 있다.

5.2 단기투자자와 장기투자자

표 5는 단기투자자와 장기투자자를 분리 실행하여 유의수준 0.05 범위 내에서 추출된 가설들만의 경로계수를 비교한 표이다.

표 5. 단기투자자 vs. 장기투자자
Table 5. day trader vs. buy and holder

가설	단기투자자		장기투자자	
	유의수준	경로계수	유의수준	경로계수
H1a	0.008	0.11	0.326	-
H1b	0.000	0.12	0.001	0.33
H1c	0.064	-	0.136	-
H1d	0.000	0.24	0.023	0.29
H2a	0.000	-0.08	0.000	0.27
H2b	0.000	0.03	0.137	-
H2c	0.000	0.08	0.530	-
H3a	0.000	0.45	0.057	-
H3b	0.003	0.09	0.015	0.02
H4a	0.017	0.04	0.916	-
H4b	0.128	-	0.343	-
H4c	0.572	-	0.903	-
H4d	0.000	0.48	0.000	0.26
H5a	0.008	-0.08	0.004	-0.01
H5b	0.001	-0.10	0.956	-
H5c	0.000	0.25	0.254	-
H6a	0.196	-	0.341	-
H6b	0.000	0.11	0.001	0.40

표 5를 살펴보면 단기투자자 그룹에서는 가설 H4d(품질→시스템에 대한 신뢰), H5a(혁신성향→

시스템에 대한 신뢰)가 장기투자자에 비해 상대적으로 강하게 지지되고 있다. 즉, 단기투자자에서는 시스템의 품질, 사용자의 혁신성향, 그리고 사용자 만족이 시스템에 대한 신뢰에 강하게 영향을 미치고 있음을 보여주고 있다. 특히, 혁신성향, 위험성향, 신뢰성향과 같은 사용자 특성은 시스템에 대한 신뢰에 강한 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이와 같은 사실은 데이트레이더와 같은 단기투자자를 목표로 하기 위해서는 사용자 성향을 파악하여 각각의 특성에 맞게 HTS 시스템을 개발 및 운영하는 것이 중요하다는 것을 나타내 주고 있다. 한편, 장기투자자 그룹에서는 가설 H1b(유용성→사용성 만족), H1d(품질→사용자 만족), H6b(증권사 이미지→시스템에 대한 신뢰)가 단기투자자에 비해 상대적으로 강하게 지지되고 있다. 즉, 장기투자자의 사용자 만족에는 시스템의 유용성 및 품질이 영향을 미치고, 시스템에 대한 신뢰에는 증권사 이미지가 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 가끔 HTS를 사용하는 장기투자자는 HTS가 유용하다고 판단되기 때문에 사용하기도 하지만, 다른 한편으로는 HTS를 자주 사용을 하지 않기 때문에 시스템에 대한 만족보다는 한 번 사용하더라도 신뢰를 더 중요시 하고 있다는 점을 나타내 주고 있다. 따라서, 장기투자자를 목표로 할 때는 사용자 만족에 영향을 미치는 시스템 품질 향상과 함께, 동시에 시스템에 대한 신뢰에 강하게 영향을 미치고 있는 증권사 이미지 향상에도 투자와 노력을 해야 함을 시사해 주고 있다. 표 6은 사용경험과 사용빈도를 기준으로 투자자 집단별로 지지되고 있는 가설들을 정리한 것인데, 초보투자자의 가설 H2c만 제외하고는 지지된 가설들이 장기투자자의 모든 가설과 일치하고 있고, 비초보투자자의 가설 H5b, H6a와 단기투자자에서의 가설 H4a를 제외한 비초보투자자와 단기투자자의 모든 가설들이 일치하고 있음을 보여주고 있다.

표 6. 투자자 집단별 지지된 가설
Table 6. supported hypothesis by investors

투자자 집단	지지된 가설	
사용 경험	초보 투자자	H1b, H1d, H2a, H2c, H3b, H4d, H5a, H6b
	비초보 투자자	H1a, H1b, H1d, H2a, H2b, H2c, H3a, H3b, H4d, H5a, H5b, H5c, H6a, H6b
사용 빈도	단기 투자자	H1a, H1b, H1d, H2a, H2b, H2c, H3a, H3b, H4a, H4d, H5a, H5c, H6b
	장기 투자자	H1b, H1d, H2a, H3b, H4d, H5a, H6b

표 7은 표 6에 나타난 가설들 중 공통되게 지지된 가설들을 중심으로 해당하는 투자자 집단을 다시 분류하여 정리한 내용이다. 이러한 결과는 HTS 사용경험과 빈도 관점에서 비초보투자자와 단기투자자, 그리고 초보투자자와 장기투자자는 상호 유사한 성향을 가지고 있음을 보여주고 있다.

표 7. 공통 지지된 가설별 투자자 집단
Table 7. investors co-supported by hypothesis

공통 지지 가설	투자자 집단
H1a, H1b, H1d, H2a, H2b, H2c, H3a, H3b, H4a, H4d, H5a, H5c, H6b	비초보 투자자, 단기투자자
H1b, H1d, H2a, H3b, H4d, H5a, H6b	초보투자자, 장기투자자

5.3 전문투자자와 비전문투자자

그림 2는 표 6과 표 7의 결과를 토대로 하고 HTS 사용경험과 사용빈도를 각각의 축으로 하여 만들어진 투자자 집단별 격자모형이다.

사용 빈도

	낮음	높음
전문 투자자	[비전문투자자] 초보투자자 장기투자자	초보투자자 단기투자자
비전문 투자자	비초보투자자 장기투자자	[전문투자자] 비초보투자자 단기투자자

그림 2. 투자자 집단별 격자모형
Fig. 2 grid model by investor groups

그림 2에서 나타난 것과 같이 HTS의 사용 경험이 많은 비초보투자자와 사용빈도가 높은 단기투자자를 전문투자자로, 반대로 HTS의 사용 경험이 적은 초보투자자와 사용빈도가 낮은 장기투자자를 비전문투자자로 판단하였다. 전문투자자 그룹에서는 사용자 만족에 주관적 규범이 강하게 영향을 미치고 시스템에 대한 신뢰에는 품질이 가장 크게 영향을 미치고 있음을 보여주고 있다. 한편, 비전문투자자 그룹에서는 사용자 만족에 유용성이 시스템에 대한 신뢰에는 증권사 이미지가 가장 강하게 영향을 미치고 있음을 나타내 주고 있다. 이와 같은 사실은 HTS의 사용 경험이 많고 자주 사용하는 전문투자자에게는 시스템 품질과 같은 사용자 만족을 이끌어내는 요인들의 강화가 중요하며, 상대적으로 비전문투자자에게는 시스템의 신뢰를 이끌어 내는 증권사 이미지와 같은 사회적 특성 요소의 강화가 중요하다는 사실을 시사해 주고 있다. 이러한 결과들은 증권사가 다양한 기능과 풍부한 정보로 시스템 품질이 강화된 전문가용 HTS를 전문투자자들에게 제공하는 것이 사용자의 만족도를 증가시킨다는 것을 실증해 주고 있다. 또한, 비전문투자자들을 대상으로는 자주 사용 하지 않는 기

능과 메뉴는 과감히 제거하여 단순화시킨 비전문가용 HTS를 별도로 개발 운영하고, 시스템에 대한 신뢰에 영향을 미치는 증권사 이미지 강화와 함께 정보 보호 및 보안 기능을 강화하여 시스템 인프라 품질을 높이는 것이 비전문투자자에게는 중요한 요인임을 실증해 주고 있다.

VI. 결 론

투자자 유형 관점에서 초보투자자와 비초보투자자, 단기매매자와 장기매매자, 전문투자자와 비전문투자자로 투자자 집단을 분류하여 획득한 본 연구의 결과를 정리하면 다음과 같이 세 가지로 요약되어질 수 있다.

첫째, HTS 사용 경험이 적은 초보투자자에게는 시스템 품질과 증권사 이미지가 HTS 시스템 신뢰에 영향을 미치는 가장 중요한 요소인 반면, HTS 사용 경험이 많은 비초보투자자에게는 HTS 사용자 만족을 이끌어 내는 용이성, 유용성, 품질과 같은 시스템 특성이 중요한 요소임을 나타내 주고 있다.

둘째, HTS를 자주 사용하는 단기투자자에서는 혁신성향, 위험성향, 신뢰성향과 같은 사용자 성향이 어떤 다른 요인보다 시스템에 대한 신뢰에 강하게 영향을 미친다는 점과, HTS를 자주 사용하지 않는 장기투자자에서는 증권사 이미지와 같은 사회적 환경요인이 시스템에 대한 신뢰에 영향을 미치는 중요한 요소임을 나타내 주고 있다.

셋째, HTS의 사용 경험이 많고 자주 사용하는 전문투자자에게는 시스템 품질과 같은 사용자 만족을 이끌어내는 요인들의 강화가 중요하며, 상대적으로 비전문투자자에게는 시스템의 신뢰를 이끌어 내는 증권사 이미지와 같은 사회적 환경 요소의 강화가 중요함을 시사해 주고 있다.

본 연구에서 나타난 투자자 집단에 따른 HTS 사용 요인들의 차이점 및 분석 결과를 토대로, 현재 HTS를 개발하고 운영하고 있는 각 증권사들은 기존의 HTS의 기능 및 서비스를 투자자 집단별로 다르게 나타난 주된 사용요인에 맞추어 전략적으로 재조정 하는 것이 HTS에 대한 전체적인 사용자 만족도 및 시스템 신뢰를 높이는 결과를 가져올 것으로 판단된다. 본 연구가 지니고 있는 한계점은 수집된 자료에서 사용 경험과 사용 빈도가 전체 분포의 과반 수 이상을 기준으로 초보투자자와 비초보투자자, 단기투자자와 장기투자자로 나누었기 때문에 수집된 자료에 따라서 결과가 다소 달라질 수 있다는 것이다. 이러한 한계점을 극복하기 위해서는 HTS 초보투자자와 비초보투자자, 단기매매자와 장기매매자와 같은 투자자 집단을 수집된 자료와 관계없이 분류할 수 있는 보다 객관적이고 체계적인 연구가 계속적으로 필요하다.

참고문헌

- [1] 권기정, "금융서비스의 온라인서비스 품질과 관계품질이 마케팅 성과에 미치는 영향에 관한 연구", 서울벤처정보대학원대학교, 박사학위논문, 2009.
- [2] 윤충한, 이광훈, 권지인, 조혜영, "온라인시장의 효율성과 사회적 후생에 관한 실증분석", 정보통신정책연구원, IITA 연구보고서, 02-11, 2002.
- [3] 김지현, 김영숙, "사이버 주식투자자의 투자형태 유형에 관한 연구", 소비자학연구, 제14권 제4호, pp.105-125, 2003.
- [4] 주우진, 임미자, "주식투자자의 정서적 예측과 투자성과 간의 관계: 전문투자자와 일반투자자의 비교분석", 마케팅연구, 제24권 제2호, pp.131-150, 2009.
- [5] 재정경제부 금융정책국, "금융투자업과 자본시장에 관한 법률 제정방안", KDI 경제정보센터, 2006. 2.
- [6] Davis, Fred. D, "A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results", MIT, 1986.
- [7] Davis, Fred. D, Richard. P. Bagozzi and Raul. R. Warshaw, "User Acceptance of Computer Technology : A comparison of Two Theoretical Model", Management Science, Vol. 35, No. 8, 1989.
- [8] Rogers, E. M., "Diffusion of Innovation", The Free Press, New York, 1983.
- [9] Agarwal R. and Prasad, J., "The Role of Innovation Characteristics and Perceived Volatiness in the Acceptance of IT", Decision Science, Vol. 28, No. 3, 1997.
- [10] 한국증권업협회, "온라인 증권거래의 활용 안내", 2000. 7.
- [11] 박광호, 김엽, 채동욱, "사이버 트레이딩의 성공요인에 관한 연구: 삼성증권의 사례를 중심으로", 정보통신연구진흥원, 추계국제학술대회, 1999.
- [12] 문홍집, 안중호, "사이버트레이딩시스템을 통한 경쟁력강화", ISR, Vol. 1, No. 2, pp.1-20, 1999.
- [13] 이정범, 이주영, "사이버 증권 중개업의 현황과 과제", 한국증권연구원 조사보고서 V99-06, 1999.
- [14] 양해술, 이하용, 이용근, "생산성 향상 및 품질관리 기술개발에 관한 연구", 과학기술처 연구보고서, 1997.
- [15] 한국능률협회 인터넷비즈니스위원회, "2000 년 한국의 웹사이트 1위 인증네티즌 (K-WPI) 조사보고서", 2000.
- [16] Parasuraman, A., V. Zeithaml and L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for future Research", Journal of Marketing, Vol. 49, No. 3, Fall, 1985.
- [17] 박소현, "사이버 증권분야의 고객만족도 영향요인에 관한 연구", 한국외대 석사학위논문, 2001.
- [18] Gefen, D., "E-commerce : The Role of Familiarity and Trust", Omega, Vol. 28, 2000.
- [19] Lewis, W., Agarwal, R., and Sambamurthy, V. "Sources of Influence on Beliefs About IT Use: An Empirical Study of Knowledge Workers", MIS Quarterly, Vol. 27, No. 4, pp. 657-678, 2003.

- [20] Donthu, N, and Garcia, A. "The internet shopper", Journal of Advertising Research, Vol. 39, pp.50-58, 1999.
- [21] Sitkin, S. B. and Pablo, A. L. "Reconceptualizing the Determinants of Risk Behavior", Academy of Management Review, Vol. 17, No.1, pp. 9-38, 1992.
- [22] Mcknight, H. L. Cummings, and N. Chervany, "Initial Trust formation in new organizational relationship", Academy of Management Review, Vol. 23, No. 3, pp. 473-490, 1998.
- [23] Jarvenpaa, S. and Todd, P. "Consumer Reactions to Electronic Shopping on the World Wide Web", International Journal of Electronic Commerce, Winter, pp. 59-88, 1997.
- [24] Kim, K. and Prabhakar, B. "Initial Trust, Perceived Risk, and the Adoption of Internet Banking", 21st International Conference on IS, Brisbane, Australia, 2000.
- [25] Mayer, R. C. and Davis, J. H. and Schoorman, F. D. "An Integrative Model of Organizational Trust", Academy of Management Review, Vol. 20, No. 3, pp. 709-734, 1995.
- [26] Ajzen, I. and Fishbein, M. "Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior", Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ., 1980.
- [27] 황경연, "환·미 은행고객의 인터넷뱅킹 이용에 미치는 영향요인에 관한 비교 연구", 충남대 박사학위논문, 2000.
- [28] 체진훈, "온라인뱅킹의 이용에 영향을 미치는 고객 유형별 요인", 숭실대 박사학위논문, 2001.
- [29] Moore, G. C., and Benbasat, I., "Development of an Instrument to Measure the perceptions of Adopting an ITInnovation", ISR, Vol. 92, No.3, Sep. 1991.
- [30] Tornatzky, L. and Klein, K. "Innovation Characteristics and Innovation Adoption Implementation", IEEE Transactions on Engineering Management, Vol. 29, No. 1, pp. 28-45, 1982.
- [31] Stewart, K., "Transference as a means of building trust in World Wide Web sites", Proceedings of the 20th International Conferences of IS, Charlotte, North Carolina, 1999.
- [32] Oliver, R. L., "Cognitive Model for the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision", Journal of Marketing Research, pp. 460-469, 1980.
- [33] Diane, Halstead and Thomas J. Page, Jr, "The effects of satisfaction and complaining behavior on Consumer Repurchase Intentions", Journal of Consumer Satisfaction, Vol. 5, pp. 1-11, 1992.
- [34] 한경석, 노미현, "전자상거래의 역기능 개선을 위한 주요실패요인 분석", 경영정보학회, 경영정보학연구 Vol. 8, No. 1, pp.103-124, 1998. 6.
- [35] 김진수, 이호근, 서길수, 김진우, "인터넷 쇼핑물의 현황 및 성공요인 분석: 환경, 비즈니스, 시스템 특성", ISR, Vol. 1, No. 2, pp.107-121, 1999.
- [36] 정보통신연구진흥원, "소비자대상 전자상거래의 성공요인 분석을 통한 전자상거래시장 활성화 전략 수립", IITA 학술기사, 1999.
- [37] Kim, K. and Prabhakar, B. "Trust, Perceived Risk, and Trusting Behavior in Internet Banking", Working Paper, University of Cincinnati, 2002.
- [38] Butler, K., "Toward understanding and measuring conditions of trust", Journal of Management, Vol. 17, pp.643-663, 1991.
- [39] 최원근, "온라인 서비스 품질이 만족에 미치는 영향에 관한 연구: 증권사 HTS를 중심으로", 동국대학교, 박사학위논문, 2009.

이원호(Won-Ho Lee)



1988년 서강대학교 전산학 학사
 1995년 미국 Colorado 대학교
 정보시스템 석사
 2004년 국민대학교 MIS 박사
 1988년~1996년 대우증권 정보시스템부
 1996년~현재 경북대학 인터넷정보과 부교수
 ※ 관심분야: e비즈니스, 데이터베이스