

한국 변호사 사무실 서비스 품질과 고객 만족에 관한 연구

장대성*, 황인정**, 김민수***

A Study of Lawyer's Office Service Quality and Customers' Satisfaction

Daesung Chang *, Injung Hwang **, Min-soo, Kim ***

요약

본 연구의 분석 결과 법률 서비스를 경험한 집단과 경험하지 않은 집단 모두 변호사 사무실 서비스에 대한 기대치는 높으나 두 집단 모두 변호사 사무실 서비스는 낮은 것이라고 경험 또는 예상하고 있다. 이는 한국의 변호사 업무의 과독점성으로 인하여 서비스 품질 수준이 낮아 왔다는 것을 반영하는 것 같다. 법률서비스 고객들은 고객들의 편에 서서 자상하게 이해 해주면서 법률서비스를 수행하면 만족이 높은 것으로 나타났다. 또한 변호사 사무실의 유형적인 요소인 근로자의 단정함과 교통이 편리한 위치등도 고객만족에 영향을 주는 것으로 분석결과는 보여주고 있다.

Abstract

This study is the first research for the lawyers' office service quality in Korea. Several T-tests' results show that the performance of lawyers office service was perceived much lower than the expectation of customers. A causal analysis was conducted to identify which service quality factors influence customers' satisfaction of the lawyer's office in Korea. The results of the analysis show that tangible and empathy service quality factors are the most important factors for the lawyers' customers' satisfaction. Thus, lawyers' office should invest some money in selecting location and building including interiors to increase customers' satisfaction in Korea. And then, lawyers should improve the empathy quality factor which make their customers feel their law office comfortable and helpful to them.

▶ Keyword : 변호사 사무실 서비스(lawyer's office service), 서비스 품질(service quality)

• 제1저자 : 장대성

• 접수일 : 2005.01.30, 심사일 : 2005.12.09, 심사완료일 : 2006.07.15

* 경기대학교 서비스경영전문대학원 및 경영학부 교수 ** 제주지방 검찰청 차장

*** 한서대학교 항공관광학과 조교수

I. 서론

WTO의 출범으로 법률시장의 개방도 2004년 말까지는 다자 간 또는 양자 간 협상을 완료하여야 하고 최종 협상안은 2005년부터 시행되어야 하므로, 2005년부터는 어떠한 형태이든 한국도 법률시장을 개방하지 않을 수가 없게 되었다. 위와 같은 법률시장 개방 일정에 따라 현재까지 미국, EU, 호주, 뉴질랜드, 캐나다, 스위스, 일본, 중국, 대만, 싱가포르 등 10여 개국이 한국에 법률시장 양허 요구안을 제출한 것으로 나타났다. 이제 개방 협상이 본격화되고 있는 것이다. 과거 UR 협상에서는 정부가 한국 법률시장의 특수성과 영세한 현실 등을 이유로 개방 불가 입장을 고수해서 이러한 한국 측 입장이 관철되어 최근까지 한국의 법률시장은 서비스 개방 업종에서 제외되어 있었다. 그런데 한국의 법률시장 개방이 일시 유보된 것은 한국의 주장이 전적으로 타당하였기 때문이 아니라 사실은 미국 등 선진국들이 상대적으로 시장규모와 개방효과가 훨씬 더 큰 분야, 즉 금융이나 통신시장, 농업시장 등의 시장개방에 주력하였기 때문이다.

그러나 2001년 11월 카타르 도하에서의 WTO 뉴라운드 선언으로 법률시장의 개방은 이제 거스를 수 없는 엄연한 현실이 되어 피할 길이 없는 것이다. 다만 어느 정도까지 개방할 것인가의 문제만이 남아 있다고 할 수 있다. 현재 법무부나 대한변협 등은 외국법 자문 변호사 (Foreign Legal Consultants) 수준의 법률시장 개방은 수용하되, 국내법에 관한 모든 형태의 법률사무의 취급을 목표로 한 외국 변호사의 국내 변호사 고용이나 국내 변호사와의 동업의 경우에는 국내시장에 대한 충격을 최소화하기 위하여 단계적으로 점진적으로 개방하여야 한다는 쪽으로 입장을 정리하고 있는 것으로 알려져 있다. 그러나 한국의 법률시장에 관하여 전면적인 개방을 강력히 요구하고 있는 나라들이 한국의 소극적인 입장을 수용할 지는 여전히 미지수이다.

(www.lawtimes.co.kr/news.asp?Serial=8952&kind=S)

따라서 한국에 진출하는 외국 변호사 및 대형 로펌과의 치열한 경쟁에서 생존하기 위해서는 지금부터라도 철저히 대비하지 않으면 안 될 것이다. 또한 변호사는 고객의 법률적인 문제 해결을 위하여 상담을 해주거나 소송을 의뢰 받을 경우 법률적인 문제해결을 위하여 최선을 다해야하며 궁극적으로는 고객의 소송외피에 대한 승소에 충실하여야 한다. 이는 고객의 기대(승소)에 부응하기 위하여 변호사는 고객에 대한 의무뿐만 아니라 판정에 대한 사후 관리 역시

정확하게 수행 할 수 있도록 모든 조건을 준비하여야 할 것이다.

따라서 본 연구는 변호사의 치열한 경쟁 속에서 다양화, 개성화를 추구하는 소비자들에 대한 대응방안으로 변호사 사무실에 대한 서비스 품질을 측정 향후 변호사 서비스의 영업전략 및 발전 방안을 강구하는데 그 목적이 있다. 본 연구의 세부적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 변호사 사무실의 이용자에 대한 인구 통계학적 분석을 한다. 그리고 변호사 사무실 고객들은 어떠한 경험을 가진 변호사를 선택하는가와 그들의 변호사 사무실 이용 이유를 분석한다.

둘째, 변호사 사무실 서비스에 대한 이용경험이 있는 집단과 없는 집단 간의 서비스 품질의 기대치와 경험치 및 그 예상수준을 비교 분석한다.

셋째, 고객만족에게 영향을 주는 변호사 사무실 서비스품질요인들을 규명하고자 한다.

II. 서비스품질에 관한 이론적 고찰

2.1 서비스 품질의 측정도구 및 모형

2.1.1 SERVQUAL

서비스의 질을 논함에 있어 위에서 논의한 바와 같이 서비스의 품질을 분류하고 서비스의 질의 결정요인을 고찰한 후 기업이 제공하는 서비스의 품질을 평가할 수 있는 척도를 개발해야 한다.[8] 이 척도는 두 부분으로 나누어져 있는데 하나는 소비자가 서비스를 제공받을 때 그 서비스에 대한 기대와 다른 하나는 서비스를 받으며 갖는 지각을 측정하도록 구성되어 있다. 서비스의 질에 대한 소비자들의 평가는 결국 소비자의 기대와 지각의 차이로 결정된다고 보는 견해이다.

그들은 처음에 서비스의 결정요인 10개에 입각하여 SERVQUAL이라는 척도를 개발하였다. 이 척도는 서비스의 품질을 측정하기 위한 것으로 97개 항목으로 출발하였다. 이 연구에서 서비스를 받는 동안 소비자에게 형성된 지각치와 서비스를 받기 전에 소비자가 가졌던 기대치간의 차이를 보였는데 이 차이를 서비스의 품질의 정의라 하였다.[10]

$$Q = P - E$$

$$Q = \text{서비스 품질}$$

P = 지각치, E = 기대치

97개 항목을 200명의 성인을 대상으로 측정된 결과를 분석하여 신뢰도 계수인 Cronbach 알파(Alpha)와 항목 대 전체 상관계수(item-to-total correlation)를 사용하여 Alpha 계수가 0.72이하인 항목과 상관계수가 낮은 항목들을 제거하여 다시 52개 항목을 얻었다. 이런 52개 항목을 주성분 축 요인분석을 적용하여 다시 34개의 항목으로 축소하였다. 2차 표본조사를 실시하여 연구에서 최종적으로 22개 항목으로 구성된 척도를 개발하였다.[8]

2.1.2 SERVQUAL의 결과

위에서 최종적으로 도출한 22개항의 척도 ‘SERVQUAL’은 5차원으로 구성되어 있는데 반복 측정하여 항목 대 전체 상관계수가 낮은 항목들을 제거함으로써 이루어졌다. 결국 서비스 품질의 결정요인 10개가 5개로 줄었는데 이 5개의 명칭과 그 정의는 다음 <표 2-1>과 같다.[8]

<표2-1>의 5개 차원 중 보증성과 공감성은 서비스 품질의 결정요인 7개, 즉 의사소통성, 신용성, 안정성, 유용성, 예절성, 이해와 지식, 접근성을 포함하고 있다.

<표 2-1> SERVQUAL의 5개 차원
<Table 2-1 Five Dimensions of SERVQUAL>

결정요인	내 용
유형성 (tangibles)	물리적 시설, 설비 및 직원의 용모
신뢰성 (reliability)	약속한 서비스를 믿을 수 있고 정확하게 이행할 수 있는 능력
반응성 (responsiveness)	고객을 기꺼이 돕고 즉시 서비스를 제공하겠다는 마음가짐
보증성 (assurance)	직원의 지식과 예절 그리고 신뢰와 자신감을 전달하는 능력
공감성 (empathy)	기업이 고객에게 제공하는 개별적 배려와 관심

따라서 SERVQUAL이 단지 5개의 서로 다른 차원으로 구성되었지만, 처음에 개념화한 10개 차원이 그대로 반영되었다고 할 수 있다.

이렇게 개발된 22개의 척도로 은행, 신용카드회사, 보수 및 수리회사, 장거리 전화회사가 제공하는 서비스 품질을 측정된 결과 신뢰도 결정계수는 0.52-0.84로 대체적으로 신뢰도에는 큰 문제가 없는 것으로 나타났다. SERVQUAL의 유용성은 다음과 같다.[8]

첫째, 이것에 의해 모집단 자료의 분석을 통해 고객들이

서비스 품질을 평가할 때에 가장 중요하게 생각하는 요인들을 파악해냄으로써 서비스 품질을 효과적으로 관리할 수 있으며, 또한 저조한 서비스를 파악하여 이를 개선시킬 수 있다. 둘째, 이것을 통해 개별 서비스 기업의 서비스 품질을 측정함으로써 타 기업과의 상대적인 서비스 품질을 비교 분석할 수 있는데, 이러한 분석 결과는 주요 경쟁기업에 대한 경쟁상황과 경쟁전략을 수립하는데 이용될 수 있다. 셋째, 이것을 통해 얻은 자료를 기초로 하여 서비스 기업을 이용하는 고객을 세분화시킬 수 있다. 넷째, 이것을 통해 여러 기업들에 제공되는 서비스의 수준을 측정함으로써 서비스의 표준화를 가능하게 할 수 있다.

그리고 그 후 [12]의 연구는 1988년에 그들 [8]이 개발한 SERVQUAL의 유용성을 여전히 주장하고 있으면서 몇 가지 문제점, 즉 부정문으로 물은 항목이 갖고 있는 문제점, 항목자체의 문제점을 지적하고 이에 개정된 22개의 척도를 새로이 제시하였다.

2.1.3 개정된 SERVQUAL (1991)

Parasuraman, Zeithmal and Berry는 그들의 1988년 연구에서 개발한 SERVQUAL의 문제점을 다음과 같이 지적하고 있다.[12]

(가) 부정문으로 물은 항목이 갖고 있는 문제점과 해결책

그들의 1988년도의 척도는 총 22개의 항목 중 9개의 부정문으로 물은 항목이 있는데(예를 들면 서비스를 제공하는 회사는 서비스가 제공될 시간을 고객에게 정확히 알려주지는 안 된다) 이 항목들은 긍정문으로 물은 항목들에 비해서 표준오차가 크다는 것이다(부정문 2.07, 긍정문 0.77) 즉, 부정문으로 물은 항목은 긍정문으로 물은 항목에 비해 그 의미가 정확하지 않다는 것이다. 이에 따른 응답자들이 답하는데 있어서 혼란을 오게 할 우려가 있다는 것이다. 부정문이 가지고 있는 문제점은 신뢰성계수에 있어서 긍정문으로 물은 항목들에 비해서 떨어진다라는 것이다. 따라서 이들은 이러한 부정문들이 가지고 있는 문제점을 극복하기 위해서 모든 부정문을 긍정문으로 고쳤다.

(나) 항목자체의 문제점과 해결책

최신의(up-to date)설비라고 물은 항목에서 최신의 설비의 의미가 명확하지 않다는 문제점이 발견되어 현대화된(modern-looking)설비로 고쳤다. 그리고 기대수준을 물은 모든 항목에 우수한(excellent)회사라는 물을 첨가해서 고객의 기대수준이 어디에 있어야 하는지를 명확히 하였다. 기업은 직원들이 그들의 업무를 잘 수행할 수 있도록 적절한 지원을 해야한다.(Company employees should get adequate support form their companies to do their

job well)를 명확한 의미의 전달을 위해 우수한 회사의 직원은 고객의 질문에 답할 수 있는 지식을 가지고 있다고 고쳤다(Employees in excellent companies will have the knowledge to answer customer questions)

(다) 개정 SERVQUAL을 적용한 분석결과

유형성을 묻는 항목들이 두 개로 나누어 졌다. 기업의 설비와 시설물에 대해서 묻는 항목, 직원들의 복장과 기업의 시설과 관련한 서비스를 묻는 항목으로 나누어졌으며 요인 부하량이 1988년 개발한 SERVQUAL의 요인 부하량 보다 높아졌다.

적용성과 확실성을 묻는 차원이 겹쳐져 하나의 차원을 구성했다. Parasuraman, Zeithmal and Berry가 1991년 수정한 SERVQUAL은[12] 서비스 품질을 측정하는데 약간의 문제점을 가지고 있었다는 것을 인정하고 그 해결책을 제시함으로써 그들이 개정한 SERVQUAL의 국내 적용성에 대한 기대가 한층 높아졌다. 수정 SERVQUAL에 의하여 수집된 자료를 회귀분석한 결과 R2값이 5개 서비스기업에서 모두 0.57이상으로 나타나 초기 SERVQUAL 보다 수정 SERVQUAL이 더 우수한 것으로 나타났다.

2.1.4 SERVPERF

SERVQUAL에 대한 첫 번째 도전으로 볼 수 있는 것은 [3]의 연구이다. 이들은 여러 마케팅 문헌연구를 토대로 서비스 품질은 태도로 개념화될 수 있으며, 따라서 태도 측정시 흔히 사용되는 'adequacy-importance' 모델로서 충분히 조작화 될 수 있다고 주장하였다. 특히 그들은 「성과-기대」대신 「성과」만이 서비스 품질을 결정짓는다고 주장하였다. 더욱이, SERVQUAL에서 사용된 22개 속성/5개 차원을 토대로 성과치만으로 구성된 자신들의 SERVPERF와 SERVQUAL의 우수성을 비교하는 연구에서 SERVQUAL은 연구대상이 된 4가지 산업(은행, 수리점, 세탁소, 패스트푸드)중 2가지 산업(은행, 패스트푸드)에서만 적합하게 나타났으나 SERVPERF는 4가지 산업모두에 적합한 것으로 나타났으며, 회귀분석에서도 역시 SERVPERF의 R2값이 SERVQUAL의 R2값보다 높게 나타났다고 주장하였다.

Parasuraman, Zeithmal and Berry[11]는 Cronin과 Taylor[13]의 비판에 대한 자신들의 과거 연구결과가 SERVQUAL을 지지하며 다수의 연구자들이 자신들의 접근방법을 개념적으로 또한 실증적으로 지지한다고 주장하였다. 특히 Cronin과 Taylor[13]가 사용한 SERVQUAL의 다섯 가지 차원간의 상호상관성을 무시한 것은 부정확하며, 더욱이 이로 인하여 SERVQUAL의 적합성이 낮아졌을 가능성이 있다고 반박하였다. 또한 22개의 항목들을 요인 분석하여 하나

의 요인으로 묶어서 분석한 것에 대하여 다음과 같은 세 가지 문제점을 지적하였다. 첫째, 8가지 요인 분석에서 단 한가지 경우를 제외하고는 단일요인에 의해 설명되는 분산이 50% 이하이다. 둘째, 사각회전요인분석(oblique factor analysis)을 하였다고 하나 논문에서 보고된 부하량(reported loadings)이 회전된 값인지 회전되지 않은 값인지 명백하지 않다. 셋째, coefficient alpha값이 높다고 하여 단일차원성이 보장되지 않는다 뿐만 아니라 전반적 서비스품질, 소비자 만족, 그리고 구매의도를 각각 단일 차원성으로 측정함으로써 매우 낮은 자유도를 초래하여 적합성을 높였을 수 있다고 비판하였다.

이와 같이 Parasuraman, Zeithmal and Berry [11]가 자신들의 SERVQUAL이 개념적으로 문제가 없다는 주장에 대하여 Cronin과 Taylor[3]는 자신들 뿐 아니라 여러 연구들이 SERVQUAL에 대한 문제점을 제기하였다.[2][6] 또한 다섯 가지 차원간의 상호상관성이 실제분석에서도 고려되었다며, 변수들을 각각 단일항목으로 측정함으로써 자유도의 크기가 작아진 것은 인정하지만 동일한 자유도에서 SERVQUAL과 SERVPERF를 비교한 것이므로 자유도의 크기가 작지는 것은 문제가 안 된다고 반박하였다.

2.2 변호사 사무실 서비스품질 측정

본 연구는 변호사 사무실의 서비스 품질 특정 개발도구의 규명과 변호사 사무실 서비스 수준을 측정하는 것을 목적으로 하고 있다. 현재까지 한국에는 변호사 사무실의 서비스 품질에 관한 기초연구가 거의 없으므로 본 연구는 변호사 사무실 서비스 품질 측정에 PZB[8]가 개발한 22개의 항목을 근거로 하여 변호사 사무실 서비스 품질 측정도구를 개발하였다.[8]

그리고 본 연구에서는 SERVPERF 측정방법을 택하였다. 기대치를 측정하기는 하였으나 서비스품질측정치에는 다음과 같은 이유에서 SERVPERF 방법을 사용하였다. 서비스를 경험한 후 그 지각치를 평가할 때 일반적으로 사람들은 서비스 조직이 수행해야 할 기대치를 감안한다. 그러므로 기대치를 평가하여 지각치에서 기대치를 차감하여 서비스 품질을 측정한다면 기대치를 이중으로 측정하는 것이 되어 오류가 발생된다고 필자들은 생각한다. 이러한 이유에서 서비스 품질은 지각치로서만 측정하였다. 그리고 다음과 같은 측정을 수행하였다.

첫째, 변호사 사무실 서비스에 대한 고객의 기대(should service) 항목을 개발하여 측정하였다. 둘째, 변호사 사무실의 서비스 수행 성과를 측정하였다. 그러나 변호사 사무실의 수행 서비스를 실제 경험한 사람들이 경험하지 않은

사람들보다 상당히 적은 것으로 사료되어 경험하지 않은 많은 사람들에게는 변호사 사무실의 서비스 수행의 예측(어느 정도 수행하고 있을 것 같다) 정도를 수행에 대한 측정 개념으로 정리하였다.

이에 본 연구는 PZB[8]가 개발한 서비스 품질에 관한 22개 항목을 기초로 하였다. 품질측정에 경험치의 개념은 변호사 사무실을 이용한 경험이 있는 사람에게, 서비스 수행 예측치의 개념은 변호사 사무실에 대해 이용한 경험이 없는 사람에게 적용하였다.

III. 조사설계 및 분석방법

3.1 조사설계

3.1.1 분석내용

본 연구의 목적은 변호사 사무실의 효율적인 운영방안을 도출하기 위하여 변호사 사무실에 대해 고객의 서비스 품질에 대한 중요도와 예측수준과의 관계 및 변호사 선임에 있어 어느 항목이 중요한가를 알아보고자 한다.

본 연구는 다음을 분석한다. ① 변호사선임 시 중요한 항목 및 서비스 품질의 기대치와 예측수준에 대해 고객의 인구통계적 특성과 이용행태적 특성에 따라 어떤 영향을 미치는지를 살펴보고 ② 변호사 사무실의 서비스의 기대치와 예측수준에 대한 분석하며 ③ 변호사 사무실의 서비스를 경험한 집단과 경험하지 않은 집단의 만족도와 서비스 품질의 기대치 및 예측수준과의 관계를 분석한다.

3.1.2 설문지의 구성

본 연구를 위한 설문지는 크게 5가지 부분으로 구성되어 있으며, 그 구성은 다음과 같다. 첫째, 응답자로 하여금 변호사사무실 이용에 관한 일반적인 사항에 대하여 답변할 수 있도록 명목적으로 구성하였다. 둘째, 응답자의 변호사사무실 선택 시 고려하는 서비스 항목의 중요도와 서비스 수준 예측에 관한 사항 항목을 각각 24개의 항목으로 구성하여 리커트 7점 척도(7-Point Likert Scale)로 답변할 수 있도록 구성하였다. 셋째, 변호사사무실을 선택시 중요도에 문항을 리커트 7점 척도로 답변할 수 있도록 구성하였다. 넷째, 변호사의 서비스를 이용한 후 만족도에 대한 항목을 리커트 7점 척도로 답변할 수 있도록 구성하였다. 다섯째, 응답자의 개인적 특성과 같은 인구통계적 사항에 대하여 답변할 수 있도록 명목적으로 구성하였다.

3.1.3 조사방법

본 연구는 변호사 사무실의 효율적인 운영방안을 도출하기 위하여 변호사 사무실에 대한 전반적인 서비스 수준을 측정하기 위하여, 본 연구의 조사대상으로는 서울시와 경기도 지역의 남·녀 250명을 대상으로 실증분석을 하였다.

표본추출의 절차는 남·녀 250명을 표본으로 선정하여 200부의 설문지를 회수하였으며, 그 중 응답을 올바르게 작성하지 못한 68명을 제외한 132명을 대상으로 조사하였다. 본 연구의 설문지 조사는 2002년 10월 1일부터 10월 30일까지 약 4주에 걸쳐 실시하였다. 설문지는 자기 평가 기법(self-administration)으로 설문내용에 응답하도록 지시하고 완성된 설문지를 즉시 회수하도록 하였다.

3.2 분석방법

실증분석을 하기 위해서 조사 자료의 수집은 설문지를 이용하고, 조사된 설문지를 분석할 때 다음의 분석기법을 사용하였다. 수집된 자료에 대한 통계분석은 SPSS-WINDOWS 10.0 통계패키지를 이용하여 본 분석을 수행하였다. 자료 분석에 사용 및 활용된 분석방법들은 다음과 같다.

첫째, 응답자들의 인구 통계적 사항과 변호사사무실 이용자의 일반적인 행태를 고찰하기 위해서 빈도분석(frequency analysis)을 실시하여, 자료의 신뢰성 및 규칙성, 대표성을 검토하였다.

둘째, 변호사 사무실 서비스 품질에 대한 항목들을 근거로 하여 다변량 통계 기법 중의 하나이며 변수의 타당성을 조사하기 위한 요인분석(Factor Analysis)을 수행함으로써 여러 변수들 간에 상관관계를 기초로 하여 정보의 손실을 최소화하면서 자료를 변수의 개수보다 적은 수의 요인으로 정제하였다. 그리고 각각의 요인들에 대하여 신뢰도 분석(Cronbach's α)을 실시하였다.

셋째, 응답자들의 집단 간의 차이를 파악하기 위해 요인별로 변호사 사무실 이용시 일반적인 사항과 인구통계적 변수에서 두 집단의 평균 차이 검증을 위하여 t검증(t-test), 세 집단 이상일 경우 분산분석(Anova, F검증)을 실시하였다.

넷째, 요인분석에서 도출된 서비스 품질 요인 별로 변호사 사무실 경험집단 대상으로 서비스 품질 요인에 대한 기대치와 경험한 지각치의 비교와 그리고 변호사 사무실 미 경험집단을 대상으로 기대치와 예상 서비스 수행치의 비교를 위하여 대응표본 t-검정을 실시하였다.

다섯째, 변호사사무실의 서비스품질요인과 변호사 사무실을 이용한 후 만족도 간의 인과관계의 분석을 통하여 변호사 사무실의 주요 서비스 품질요인들을 규명하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 분석결과

4.1 조사대상자의 인구통계학적 특성

<표 4-1>에서 보는 바와 같이 응답자의 성별은 여성이 53%(70명), 남성은 47%(62명)로 성별은 고른 분포를 보였고, 연령별로는 30세 미만이 37.1%(47명)이며, 31~50세가 55%(66명)로 가장 높게 나타났다. 51세 이상은 12.9%(17명)로 가장 낮게 나타났다. 학력별로는 대졸이 72.7%(96명)로 가장 많았고 다음으로 고졸이하가 17.4%(23명), 대학원 이상이 9.8%(13명)의 순으로 나타나 주로 대졸 이상의 학력을 가진 응답자가 가장 많았다. 직업별로는 회사원과 공무원이 65.2%(86명)로 가장 많았고, 다음으로 학생 및 주부가 22%(29명), 경영자와 전문직이 12.9%(17명) 등의 순으로 나타나 회사원 및 공무원이 가장 많았고, 가정의 소득별로는 2000만원-4000만원 미만 40.2%(53명)로 가장 많았고, 다음으로 2000미만 25.8%(34명), 4000만원 이상이 18.2%(24명)의 순으로 나타났으며 결측도 15.9%(21명)로 나타났다.

<표 4-1> 인구통계학적 특성
<Table 4-1> Demographic Statistics

구 분		빈도 (명)	백분율 (%)	누적 (%)
성별	남성	62	47.0	47.0
	여성	70	53.0	100.0
연령	30세 미만	49	37.1	37.1
	31세-50세	66	50.0	87.1
	51세 이상	17	12.9	100.0
학력	고졸 이하	23	17.4	17.4
	대학졸업	96	72.8	90.2
	대학원 이상	13	9.8	100.0
직업	경영인 및 전문직	17	12.9	12.9
	회사원 및 공무원	86	65.1	78.0
	학생 및 주부	29	22.0	100.0

소득	2000만원 미만	34	25.8	25.8
	2000만원-4000만원 미만	53	40.2	68.0
	4000천만원 이상	24	18.1	86.1
	결측	21	15.9	100.0
total		132		

4.2 일반적 이용행태 특성

<표 4-2> 이용 빈도
<Table 4-2> Frequency of Visiting

	빈도	%	누적 %
전혀 안함	38	28.8	28.8
몇 년에 한번	66	50.0	78.8
일 년에 1-2번	14	10.6	89.4
일 년에 3-4번	8	6.1	95.5
일 년에 5번 이상	6	4.5	100.0
합계	132	100.0	

변호사사무실의 이용 빈도를 살펴보면, 몇 년에 한번이 50%(66명)으로 가장 많이 차지하고 있으며 다음으로 전혀 이용하지 않음이 28.8%(38명) 일년에 1-2번이 10.6%(14명)의 순으로 나타났다.

위의 표를 보면 한국인들의 변호사 이용은 낮은 수준이라 할 수 있다. 이러한 이유에서 변호사 협회 및 일부 법조인들은 법학전문대학원(law school)의 도입을 반대하고 있다. 많은 이민족으로 구성된 미국은 분쟁문제를 법으로 해결하려고 하지만 한 영토에서 수 천 년 간 함께 살아온 한국민족은 분쟁의 문제를 법보다 인간적인 정으로써 해결하려고 하여 미국보다는 변호사 이용도가 낮을 것이다.

다음의 <표 4-3>은 법률문제를 위해 어느 변호사를 방문하는가를 조사한 표이다.

<표 4-3> 법률문제해결을 위해 방문하는 변호사
<Table 4-3> Lawyers whom customers visited

	빈도	%	누적(%)
대법원 판사 및 대검 검사 등 고위직 판·검사 경험 변호사	64	48.5	48.5
10년 이상 판·검사 경험 변호사	25	18.9	67.4
판·검사 무경험이나 20년 이상 변호사 경험	11	8.3	75.8
판·검사 무경험이나 10년 이상 변호사 경험	2	1.5	77.3
판·검사 10년 이내 경험과 10년 이내 변호사 경험	25	18.9	96.2
판·검사 무경험과 10년 이내 변호사 경험	4	3.0	99.2
기타	1	.8	100.0
합계	132	100.0	

<표4-3>에 의하면 소비자가 법률문제 해결을 위해서 방문하고자하는 변호사는 48.5%(64)가 대법원 판사 및 검사 등 고위직 판·검사 경험이 있는 변호사를 선호하는 것으로 나타났으며 그 다음으로는 18.9%(25)의 10년 이상 판·검사 경험한 변호사와 판·검사의 경험이 10년 이내와 10년 이내 변호사 경험이 있는 변호사를 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 법률 서비스 고객들은 판·검사 경험을 매우 중요하게 여기고 한국에서 전관예우의 관습이 법조사회에 아직도 남아 있다고 생각하는 것을 반영하는 것 같다.

<표 4-4> 어느 경력의 변호사를 선호
<Table 4-4> Lawyers' Experience for Choosing

	빈도	%	누적(%)
판사	61	46.2	46.2
검사	48	36.4	82.6
오직 변호사 경험만	16	12.1	94.7
대학교수 및 공무원	7	5.3	100.0
합계	132	100.0	

변호사 선임함에 있어 변호사의 어느 경력이 중요한지를 살펴본 결과, <표 4-4>와 같이 판사가 46.2%(61명)로 가장 선호하고 있으며, 검사가 36.4%(48명)로 그 다음을 이루고 있다. 오직 변호사 경험만을 선호하는 경우는 12.1%(16명)

로 나타났고 대학교수 및 공무원의 경력을 가지고 있는 경우는 5.3%(7명)으로 가장 낮게 나타났다. 이러한 분석결과도 한국 법조사회의 전관예우가 반영되고 있다고 법률서비스 고객들이 생각하고 있는 것 같다.

<표 4-5> 무슨 문제해결을 위하여 방문
<Table 4-5> For what problems to solve

	빈도	%	누적(%)
사업상 문제	34	25.8	45.3
상속문제	7	5.3	54.7
이혼 문제	5	3.8	61.3
형사상 문제	9	6.8	73.3
민사상 문제	15	11.4	93.3
기타	5	3.8	100.0
합계	75	56.8	
결측	57	43.2	
합계	132	100.0	

<표4-5>에 의하면 변호사 사무실의 서비스를 경험한 설문 표본은 총 53.8%(75명)로 나타났으며 서비스를 경험한 소비자를 대상으로 어느 법률 문제해결을 위하여 방문하였는지를 살펴보면, 사업상의 문제가 25.8%(34명)로 가장 많으며, 그 다음으로 채권, 채무, 소유권 등 민사상 문제가 11.4%(15명)로 그 다음을 이루고 있다. 결측은 43.2%(57명)로 나타났다.

4.3 요인분석

4.3.1 타당성 분석

측정도구의 타당성을 검증하기 위해서는 요인분석(factor analysis)을 이용하는데 이는 측정변수들 사이에 구성적 타당성 즉, 집중 타당성(convergent validity)과 판별 타당성(discriminant validity)을 제시해 줄 수 있기 때문이다. 요인 추출 기준은 고유값(eigen value)이 1.0이상인 요인에 한하며 요인적재치가 0.4이하인 항목들은 의미가 없으므로 제거하였다. <표 4-6>에서 보는 바와 같이 변호사 사무실의 서비스품질의 경험지각치에 대하여 요인분석을 실시한 결과 5개의 요인이 도출되었고, 요인의 총 분산율은 65.251%를 설명하고 있어 탐색 연구로서는 양호한 것으로 나타났다. 특성을 나타내는 중심적인 개념에 따라서 도출된 5개의 요인에 요인을 구성하는 항목들의 특성에 따라 요인 1은 '신뢰와 반응성', 요인2는 '보증성', 요인 3은 '공감성', 요인 4는 '유형성', 요인 5는 '사무실관리 서비스' 라고 명명하였다. 이 결과

는 PZB(1988)가 규명한 5개의 서비스 품질요인들과 거의 비슷하게 도출되었다. 다만 신뢰성과 반응성이 합쳐져 하나의 요인으로 도출되었다. 그리고 “사무실의 청결 유지”와 “고객의 정보유지관리”가 하나의 요인으로 도출되어 사무실관리 서비스라 명명 하였다.

4.3.2 신뢰도 검증

<표 4-7> 신뢰도 검증
<표4-7> Reliability test

	문항수	Cronbach's α
신뢰와 반응성	9	.906
확신과 공감성	5	.7830
고객지향서비스	4	.7924
유형성	4	.7625
사무관리서비스	2	.6810

본 연구에 사용된 측정도구인 신뢰성은 내적일관성을 측정하는 Cronbach α계수를 이용하여 분석하였으며 일반적으로 0.6 이상이면 비교적 신뢰성이 높다고 한다 (체서일, 1995). 본 연구 자료의 요인들에 대한 Cronbach α는 모두 0.6을 크게 상회하고 있어 신뢰성은 확보되었다.

<표 4-6> 타당성 분석을 위한 요인분석 결과
<Table 4-6> Factor Analysis

서비스 항목	성분				
	신뢰와 반응성	보증성	공감성	유형성	사무실 관리 서비스
응모 단정	.177	-.172	-.178	.664	.308
사무실 건물	-9.45E-02	2.731E-02	-1.731E-02	.733	.308
교통 및 위치	.213	9.264E-02	1.367E-02	.759	-8.33E-02
사무실 물품, 안내책자	4.59E-02	3.929E-02	.149	.773	-1.207E-02
고객의 문제 해결 노력	.849	1.224E-02	7.751E-02	.259	7.808E-02
고객서비스를 최우선 수행	.791	2.000E-02	.238	-8.961E-03	.253

고객에 약속 것 수행	.813	.120	.199	-3.648E-02	6.252E-02
약속한 서비스 정확 제공	.623	.245	.214	5.529E-02	.315
서비스 제공 시간 안내	.666	.363	-6.881E-02	.145	7.865E-03
고객 서비스 신속 수행	.676	.487	8.432E-02	8.143E-02	.153
항상 고객을 도움 의지	.599	.564	.149	7.806E-03	9.067E-03
충분한 업무지식	.519	.222	.514	9.800E-02	-.177
고객 개개인 자상한 관심	.496	.317	.361	8.224E-02	.409
고객 요구 즉시 응함	7.618E-02	.737	.450	-.117	9.706E-02
고객 확신 주는 행동	.159	.674	.464	-1.398E-02	-.147
변호사 믿고 소송 의뢰	.424	.495	.212	9.900E-02	-7.225E-02
고객 항상 정중한 예의	.170	.624	-6.255E-02	-2.546E-02	.403
고객자료 정확 기록관리	.366	.541	.101	.238	.351
고객 편리한 시간 근무	6.752E-02	.384	.621	-3.664E-02	.384
변호사 사무실 관심 고객	.213	.150	.748	-4.966E-02	.327
고객의 요구 사항을 이해	.460	1.920E-02	.604	6.612E-02	.113
서비스 정확 시간에 수행	7.079E-02	.139	.736	3.711E-02	8.185E-02
고객의 정보 유지관리	.337	.101	.307	.138	.583
사무실의 청결	5.628E-02	5.116E-02	.175	.199	.683
고유치	5.001	3.078	3.077	2.510	1.985
분산율	20.838	12.823	12.820	10.456	8.313
누적분산율	20.838	33.661	46.482	56.938	65.251

4.4 변호사 선임 시 중요시 하는 항목

<표 4-8>에 의하면 소비자가 법률서비스를 받기 위해 변호사를 선임할 때 중요시여기는 항목을 살펴보면 판·검사의 경력여부, 변호사의 이미지, 수임가격, 친절한 서비스, 위치(법원, 검찰청 근처)가 7점 척도에서 5.0 이상의 평균 값을 나타내는 것으로 고객이 변호사 선임 시 중요한 항목으로 나타났다. 그러나 변호사의 출신 교향이나 종교, 사무

장과의 친분, 정치적 배경은 중요하게 생각하지 않은 것으로 나타났다.

<표 4-8> 변호사 선임 시 중요도
<Table 4-8> Criteria of Selecting Lawyers

항목	N	평균	표준편차	항목	N	평균	표준편차
판검사 경력	132	5.89	1.29	친절한 서비스	132	5.25	1.37
출신대학	132	4.77	1.50	위치	132	5.45	1.42
출신고향	132	3.71	1.49	직장의 추천	132	4.67	1.45
이미지	132	5.22	1.19	변호사와 동향	132	3.97	1.55
나이	132	4.35	1.30	학교동창	132	4.11	1.62
용모	132	4.60	1.32	경찰서 추천	132	4.12	1.80
친지추천	132	4.96	1.57	검찰청 추천	132	4.18	1.84
수입가격	132	5.52	1.33	사무실의 분위기	132	4.71	1.51
종교	132	2.87	1.53	정치적 배경	132	3.55	1.66
사무장과의 친분	132	3.12	1.53				

4.5 기대치, 경험지각치 및 예상수준 비교

고객이 변호사사무실 서비스품질의 기대치와 경험지각치 및 예상 수준에는 어떠한 차이를 보이고 있는지를 알아보기 위하여 평균에 대한 대응표본 t-검정을 실시하였다. 이 t-검정은 고객의 기대치와 경험지각치(이용 경험이 있는 집단), 또는 예상수준(이용한 경험이 없는 집단)간의 유의한 차이가 있는지를 알고자 하는 것이다.

<표 4-9> 에 의하면 변호사 사무실에 대한 고객 (변호사 사무실을 이용한 경험이 있는 집단)의 서비스 품질의 기대치와 경험 지각치의 차이를 분석한 결과, 유형성만이 유의한 차이를 보이지 않고 있으며 나머지 모든 요인들에서 유의한 차이를 보이고 있다. 이는 유형성 품질을 제외한 나머지 모든 무형의 서비스품질요인들에 대하여 고객의 기대치에 비해 변호사사무실의 실제 서비스 수준은 매우 낮게 지각되고 있는 것을 알 수 있다.

<표 4-9> t-검정(경험한 집단)
<Table 4-9> T- test (for experienced customers)

	평균	N	표준편차	대응차		t	유의확률 (양측)	
				평균차	표준편차			
유형성	기대치	42500	75	1.0414	.1367	1.0384	1.14	.258
	경험치	41133	75	.7790				
신뢰와 반응성	기대치	62681	75	.5571	1.6385	.9867	14.2	.000
	경험치	46296	75	.9999				
확신과 공감성	기대치	59693	75	.6106	1.5680	1.0656	12.0	.000
	경험치	44213	75	.9038				
고객지향 서비스	기대치	59667	75	.7791	1.7167	1.0775	13.7	.000
	경험치	42500	75	.8611				
사무관리 서비스	기대치	53200	75	.7685	.8800	.9616	7.92	.000
	경험치	44400	75	.8813				

<표 4-10> t-검정(경험하지 못한 집단)
<Table 4-10> T- test (for non-experienced customers)

	평균	N	표준편차	대응차		t	유의확률 (양측)	
				평균차	표준편차			
유형성	기대치	45482	57	.8444	2281	.8943	1.925	.069
	예상 경험치	43202	57	.7673				
신뢰와 반응성	기대치	60838	57	.8569	1.6160	1.3673	8.923	.000
	예상 경험치	44678	57	1.0888				
보증성	기대치	56982	57	.8889	1.4316	1.5338	7.047	.000
	예상 경험치	42667	57	1.2273				

공감성	기대치	5.3421	57	.8758	1.1623	1.3889	6.313	.000
	예상 경험치	4.1798	57	1.1395				
사무실관리서비스	기대치	5.2807	57	.9683	1.0702	1.3609	5.937	.000
	예상 경험치	4.2105	57	1.2390				

위의 <표 4-10>에 의하면 변호사 사무실에 대한 고객(변호사 사무실을 이용한 경험이 없는 집단)의 서비스 품질의 기대치와 서비스 예상경험치의 차이를 분석한 결과, 변호사 사무실을 이용한 경험이 있는 집단과 같이 유형성 요인만이 유의한 차이를 보이고 있지 않고 나머지 모든 요인들에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

이는 변호사 사무실을 이용여부에 관계없이 유형성 즉, 옷차림새와 용모는 매력적이고 단정, 사무실 건물과 인테리어는 최신의 것, 법원과 검찰청 등과 교통이 편리한 위치, 사무실 물품, 안내책자, 신문 등이 구비 항목에는 기대치와 예상경험치가 같다고 할 수 있으나 변호사 사무실의 다른 무형의 서비스 품질요인들은 실제 수행이 기대보다 훨씬 못할 것이다 하고 예상하는 것을 의미한다. 그리고 특이한 것은 경험집단이나 미경험 집단 모두 신뢰와 반응성 서비스 품질요인에 대한 기대치가 다른 요인들 보다 월등히 높으나 실제 수행은 기대에 비하여 훨씬 못하다고 지각하고 있거나 예상하고 있어 변호사 사무실은 이 품질요인의 향상에 적극 노력할 필요가 있다.

4.6 실제 경험지각치와 예상 경험지각치 비교

변호사사무실 경험 집단의 실제 경험 지각치와 경험 없는 집단의 예상 경험지각치의 수준을 비교하기 위하여 T-Test를 실시하였다. t-검정을 실시한 결과, <표4-11>와 같이 두 집단 간의 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다. 이는 변호사 사무실 서비스를 경험한 집단과 경험하지 하지 않은 집단이 거의 같은 수준으로 변호사 사무실 서비스 품질의 수준을 예상한다는 것은 매우 흥미롭다. 즉 한국에서 비록 변호사 사무실 서비스를 직접 경험하지 않아도 방송, 신문, 잡지와 친지들을 통하여 실제 경험한 집단과 같은 수준으로 낮게 서비스의 경험 지각치를 예상하고 있다.

<표 4-11>
경험 집단과 경험 못한 집단 의 t-검정
<Table 4-11> T- test (for experienced and non-experienced customers)

	이용 여부	N	평균	표준편차	Levene검정		동일성 t-검정		
					F	유의확률	t	유의확률	
유형성	실제	75	4.1133	.7790	1	.001	.974	-1.521	.131
	예상	57	4.3202	.7673	2			-1.524	.130
신뢰반응성	실제	75	4.6296	.9999	1	.237	.627	.886	.377
	예상	57	4.4678	1.0888	2			.876	.383
보증성	실제	75	4.4213	.9038	1	4.813	.030	.834	.406
	예상	57	4.2667	1.2273	2			.801	.425
공감성	실제	75	4.2500	.8611	1	3.701	.057	.403	.688
	예상	57	4.1798	1.1395	2			.388	.689
관리서비스	실제	75	4.4400	.8813	1	5.218	.024	1.243	.216
	예상	57	4.2105	1.2390	2			1.188	.238

4.7 고객만족에 영향을 주는 서비스품질 요인

고객만족에 영향을 주는 변호사 서비스 품질요인들을 규명하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

<표 4-12>만족도에 영향 주는 서비스 품질요인의 회귀분석결과
<Table 4-12> Regression Analysis for identifying important factors for customer satisfaction

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차
	.564(a)	.318	.269	.7332

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.670	.567		2.945	.004
유형성	.256	.145	.233	1.770	.081
신뢰와 반응성	-4.680E-02	.216	-.055	-.217	.829
보증성	-.271	.215	-.286	-1.263	.211
공감성	.662	.172	.665	3.846	.000
사무실 관리 서비스	1.934E-02	.117	.020	.165	.869

<표 4-12>는 변호사 사무실을 이용 경험이 있는 집단에 대해 변호사 사무실 서비스 만족도에 영향을 주는 서비스 품질 요인들을 규명하기 위하여 실시한 다중회귀분석의 결과이다. 분석결과 설명력은 31.8%로 나타나 본 연구가 탐험적인 연구인 것을 감안하면 회귀 분석결과는 양호하다고 볼 수 있다. 유의수준 0.05에서 공감성 요인만이 만족도에 영향을 주고 있다. 그러나 유형성의 경우 t값이 1.7 이상을 보여주고 있어 유의수준 0.1에서는 만족도에 영향을 주고 있다. 이는 법률서비스 고객들은 고객이 편리한 시간대에 변호사 사무실이 영업을 하고 고객에게 최대의 관심을 갖고 고객이 묻는 요구사항을 잘 이해 해주면서 법률서비스를 정확한 시간에 수행해주면 만족도가 높다는 것을 의미한다. 그 다음으로 유의도 0.1 수준에서는 변호사 사무실 근로자의 용모가 단정하고 변호사 사무실의 시설이 훌륭하고 교통이 편리한 위치에 있으면 만족도가 높다는 것을 의미한다.

참고문헌

- [1] Bolton, Ruth N. and James H. Drew(1991), "A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality and Value," *Journal of Consumer Research*, Vol.17 (March), pp. 375-384.
- [2] Carman, James M.(1990), "Consumer Perception of Service Quality: An Assment of the SERVQUAL Dimensions," *Journal of Retailing*, Vol. 66(Spring), No. 1, pp.33-55.
- [3] Cronin, J. Joseph, Jr. and S. Taylor (1992), "Measuring Service Quality: A Reexamination and Exention", *Journal of Marketing*, Vol.58(July), pp.55-68.
- [4] Cronin, J. Joseph, Jr and Steven A. Taylor(1994),"SERVPERF Versus SERVQUAL Reconciling Performance-Based Perceptions -Minus -Expectations Measurement of Service Quality", *Journal of Marketing*, January, pp.125-131.
- [5] Oliver, R. L and J. E. Swan(1989), "Consumer Perceptions of Interpersonal Equity and Satisfaction in Transactions : A Field Survey Approach", *Journal of Marketing*, Vol. 53, Apr, pp. 21-35.
- [6] Oliver, R. L.(1993) " A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction : Compatible Goals, Different Concepts", in *Advances in Service in Marketing and Management*, Vol. 2, ed, T. A. Swartz, D. E. Bowen and S. W. Brown, Greenwich, Conn, JAI Press, pp.65-85,
- [7] Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry(1988a),"Communication and Control Precesses in the Delivery of Service Quality", *Journal of Marketing* Vol. 52, April, pp. 35-48
- [8] Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry(1988), "SERVQUAL A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Spring, pp.12-40.
- [9] Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry (1993), "Strategic Positioning on the Dimensions of Service Quality", in *Advances in Service in Marketing and Management*, Vol. 2, ed, T.A.Swartz, D.E.Bowen and S.W.Brown, Greenwich, Conn, JAI Press, 1993, pp. 207-228.
- [10] Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry (1985), "Problems and Strategies in Service Marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 49, Spring, pp. 34-35.
- [11] Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry(1994), "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality Implications for Further Research", *Journal of Marketing*, 1994(January), pp.111-124.
- [12] Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry (1991), "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale", *Journal of Retailing*, Vol.67, Winter, pp.420-452.<http://www.lawtimes.co.kr/news/news.asp?Serial=8952&Kind=S>

저 자 소개



장 대성

한국의국어대학교 법과대학 법학과
Southern Oregon University 경영학, BA
University of Nebraska-Lincoln, MBA
University of Nebraska-Lincoln, Ph.D.
증권예탁결제원 근무
극동건설 (주) 근무
육군 보병 제21사단 병장 전역
대한경영학회 회장
미국 PPBA Committee Member
경기대학교 대학원장 및 교학처장
현재: 경기대학교 서비스경영전문대학원
및 경영학부 교수
저서: IMF 시대의 신 경영문화의 2 권
국내외 논문 게재 및 발표: 110 편

황 인정

서울대학교 법과대학 법학과 졸업
경기대학교 서비스경영전문대학원 석사
서울중앙지방검찰청 부장검사
서울남부지방검찰청 부장검사
현재 제주지방검찰청 차장



김 민수

경원대학교 독어독문학과 졸업
경기대학교 서비스경영전문대학원 석사
경기대학교 대학원 경영학과 박사과정 수료
아시아나항공사 캐빈서비스 관리책임자
현재: 한서대학교 항공관광학과 조교수

K C I