

시니어의 금융기관 자산관리 서비스 이용 만족도에 영향을 미치는 요인에 대한 실증 분석

박현정 (하나은행 리빙트러스트센터 센터장)¹⁾ 강신기 (호서대학교 글로벌창업대학원 교수)²⁾

국문 요약

초고령사회를 목전에 둔 한국사회 시니어층은 길어진 수명과 행복한 노후를 위해 든든한 자산관리가 중요해지고 있다. 이러한 시점에서 본 연구는 시니어의 금융 기관 자산관리(wealth management) 서비스 이용 만족도에 영향을 미치는 요인에 대해 실증 분석을 하였다. 독립변수로는 상품의 다양성, 수익성, 안정성, 종업원의 전문성, 문제 해결 능력, 고객 지향성과 더불어 물리적 환경, 프로세스, 상속 서비스, 신탁 서비스를 설정하였다. 이를 위해 본 연구에서는 설정된 연구 모형을 토대로 가설 검정을 하기 위해 실증적 분석을 실시했다. 설문조사는 금융기관의 자산관리 서비스를 이용하고 있는 시니어를 대상으로 하였으며 최종적으로 250개를 통계분석에 활용하였다. 이를 토대로 위계적 회귀분석 방법으로 실증 분석을 하였다. 실증 분석 결과는 다음과 같다. 상품 안정성과 수익성, 종업원의 문제 해결 능력과 고객 지향성, 프로세스, 상속 서비스 및 신탁 서비스는 시니어의 금융기관 자산관리 서비스 이용만족도에 유의한 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 하지만 상품 다양성 및 종업원의 전문성, 물리적 환경과 이용 만족도 간에는 유의한 영향 관계가 검증되지 않았다. 유의한 영향을 미치는 요소 중에서 영향력의 크기는 종업원의 고객지향성, 문제해결능력, 신탁서비스, 상품 안정성, 상속 서비스, 상품 수익성, 프로세스 순으로 나타났다. 이러한 연구 결과를 바탕으로 학술적 및 실무적 시사점을 제시하였다.

■ 중심어: 시니어, 자산관리서비스, 상품, 인적 응대, 상속 서비스, 신탁 서비스, 이용 만족도

I. 서론

인구 고령화는 단순한 인구통계학적 현실이 아니라 다양한 부문, 특히 금융 서비스 산업에 심대한 영향을 미치는 다각적인 사회경제적 도전 과제이다. 이러한 글로벌 현상의 축소판이라 할 수 있는 한국은 초고령화 사회의 복잡한 함의(implication)와 씨름하고 있다. 65세 이상 인구 비율이 다른 연령대를 크게 웃도는 초고령화 사회로의 전환이 가속화되면서 자산관리 서비스(wealth management services) 분야에서는 기회와 도전이 동시에 발생하고 있다.

시니어층은 고유한 금융 니즈, 선호도, 위험 허용 범위를 가지고 있으므로 자산관리에 있어 특화된 접근 방식이 필요하다. 기대 수명이 늘어남에 따라 안정적이고 수익성 있는 금융 상품과 신뢰할 수 있는 재무적 조언에

1)제1저자 : 하나은행 리빙트러스트센터 센터장, 호서대학교 벤처대학원 박사과정, pphjhj@hanmail.net

2)교신저자 : 호서대학교 글로벌창업대학원 창업컨설팅학과 교수, 8801drive@hanmail.net

· 투고일: 2023-08-25 · 수정일: 2023-09-15 · 게재확정일: 2023-09-20

대한 수요도 증가하고 있다. 이러한 요소는 시니어 복지에 매우 중요할 뿐만 아니라 금융 부문 자체의 장기적인 성공에도 중요한 영향을 미칠 것으로 보인다.

이러한 새로운 트렌드를 이해하기 위해 본 연구에서는 한국 시니어의 자산관리 서비스 이용 만족도에 영향을 미치는 요인에 대한 실증적 분석을 하였다. 시니어 자산관리 서비스의 다면적인 특성을 고려하여 전통적인 서비스 마케팅의 7P 중 4가지 요소인 상품(product), 사람(people), 프로세스(process), 물리적 환경(physical evidence)에 기반을 두었다. 나머지 3P(price, place, promotion)는 의도적으로 제외하여 시니어의 자산관리 서비스 이용 만족도에 가장 직접적인 영향을 미치는 측면에 집중하고자 했다. 이러한 이론적 기반하에 시니어 자산관리 서비스 특성을 반영한 연구 모형을 도출하였다.

첫째, 상품을 다양성(diversity), 수익성(profitability), 안정성(stability)으로 세분화하여 시니어를 위한 투자 옵션의 복잡한 수요를 담았다. 다양성은 투자 옵션의 다양성, 수익성은 잠재적 수익률, 안정성은 자산 보호의 보장을 반영했다(Singh, 2023).

둘째, 자산관리 서비스 내 인적응대는 전문성(expertise), 문제 해결 능력(problem solving), 고객 지향성(customer orientation)이라는 세 가지 중요한 측면으로 세분화하였다. 이는 시니어 고객과 재무 어드바이저와의 관계에 있어서 세분화된 특성과 개별 고객의 니즈에 맞춘 서비스 제공의 중요성을 반영했다(Afif, 2023).

셋째, 프로세스 및 물리적 환경은 서비스 제공의 운영 측면과 전반적인 고객 경험에 기여하는 가시적인 요소를 파악하기 위해 포함시켰다(Kumar et al, 2023).

넷째, 상속 및 신탁 서비스이다. 이는 유산 계획 및 자산 이전과 관련된 시니어층의 고유한 니즈이기 때문에 반영하였다. 이 요인들은 시니어에게 종합적인 자산관리서비스를 제공하는 데 있어 매우 중요하며 최근 니즈가 증대되고 있음에도 불구하고 기존의 연구에서는 간과되는 경향이 있었다(김영원, 2023).

본 연구는 이러한 선택된 요인에 대해 구체적으로 실증 분석을 했으며 이를 통해 기존 연구의 공백을 메우는 것을 목표로 했다. 250명의 자산관리 서비스 이용 시니어를 대상으로 한 설문조사와 위계적 회귀분석을 통해 한국의 특수한 상황을 조명할 뿐만 아니라 고령화 사회로 진입한 다른 나라에도 폭넓게 시사점을 줄 수 있는 인사이트를 도출하고자 했다.

전 세계가 인구 고령화 문제에 직면하고 있는 가운데, 본 연구를 통해 얻은 시사점은 시니어를 위한 맞춤형 금융 서비스 담론에 귀중한 인사이트를 제공할 것이다. 본 연구는 시니어의 금융 니즈를 이해하고 충족시키기 위한 포괄적인 모델로, 우리 사회의 점점 더 많은 부분을 차지하는 시니어에게 보다 만족스럽고 안전한 금융 미래를 위한 길을 제시하는데 일조하고자 했다.

II. 이론적 배경 및 선행연구

2.1 시니어 자산관리(wealth management)

시니어 세대는 과거의 소위 실버 세대와 달리 보다 활동적이고 삶의 질 향상을 위해 다각적인 노력을 하는 세대로 현재뿐 아니라 미래 소비시장에서도 큰 영향력을 미칠 것으로 예상되며 시니어 산업이라는 새로운 비즈니스의 기회를 제공한다.

이영지(2014)는 시니어 세대는 여유 있는 자산을 기반으로 높은 교육수준과 사회 변화에 대해 적극적인 성향을 나타낸다고 하였다. 김지은(2016)은 액티브 시니어는 본인의 건강을 위한 투자를 아끼지 않고 자산을 기반으로 프리미엄 시장에 대한 제품 구매력과 문화활동에도 적극적으로 참여하는 특징이 있다고 하였다. 액티브 시니어가 본인 건강관리, 프리미엄 제품에 대한 구매력, 사회활동이나 여가활동에도 적극적인 것은 높은 교육수준 및 사회활동 경력과 함께 여유있는 경제력을 기반으로 하고 있음을 알 수 있다. 이에 초고령화 사회의 진입을 앞둔 시점에서 시니어 계층이 추구하는 삶을 충족할 수 있는 금융상품 및 서비스와 이를 뒷받침하는 새로운

제도 등 체계적인 자산관리에 대한 니즈가 증대하고 있다. 한국사회의 급속한 고령화는 더 길어진 노후생활을 보내야 하는 시니어층에게 다양한 재정적 문제 해결이라는 명제를 던지고 있다. 시니어들은 더 긴 은퇴 기간을 충당하기 위한 자금을 조달하고 매우 신중한 자산관리가 필요하다. 연장되는 수명에 대비하여 낮은 이자율, 불충분한 은퇴저축, 의료 및 요양비용의 과다 지출 외에도 인지능력의 쇠퇴 등이 시니어에게 발생함으로써 안정된 노후를 위한 계획과 실천이 중요해지고 있다. 소득의 지속 가능성, 건강관리 및 노후케어, 부동산 및 재정적 절세를 통한 효율성 제고 플랜 등 포괄적인 차원의 자산관리가 이루어져야 할 필요가 있다.

2.2 금융 상품 속성과 자산관리 서비스 이용 만족도

시니어 세대는 재산의 축적만이 자산관리에 있어서 제1의 목적이 될 수는 없다. 시니어가 처한 상황에 적합한 현금흐름을 창출하고 관련 서비스가 결합된 상품의 제공이 필요해지고 있다. 시니어의 니즈에 부합되고 시니어의 특성을 잘 반영한 상품이 제공될 때 금융 기관의 이용 만족도는 제고될 수 있을 것이다. 천선용(2011)은 금융상품은 서비스와 상품(product)의 특징을 동시에 가지고 있어 기존의 단순 서비스 마케팅과는 다른 금융 서비스의 특징을 고려함으로써 금융 만족도를 높인다고 보았다.

본 연구에서는 시니어의 자산관리 서비스 이용 만족도에 영향을 미치는 요인으로 상품을 설정하였다. 또한 이러한 상품의 속성을 세분화하여 상품의 다양성, 상품의 수익성, 상품의 안정성을 설정하였다. 상품의 다양성은 상품선택의 폭과 신상품의 적극적인 출시 등으로 정의하였다. 수익률, 이자율, 수수료와 관련한 부분을 상품의 수익성으로, 해당 상품이 얼마나 안정적이고 신뢰성이 있는지 등을 상품의 안정성이라고 정의하였다. 이러한 금융 상품의 속성들이 자산관리 서비스 이용 의도에 미치는 영향을 실증 분석한 최신의 선행 연구들은 다음과 같다.

첫째, 상품의 다양성이 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향 관계를 분석한 것이다. Rustamov(2023)의 연구에서는 아제르바이잔 은행 이용 고객 192명을 대상으로 실증 분석한 결과 은행에서 제공하는 상품 다양성은 자산관리 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Vincenzo & Jayadi(2023)는 인도네시아 고객을 대상으로 디지털 बैं킹 이용 만족도에 영향을 미치는 요인을 실증 분석한 결과, 상품의 다양성이 은행의 이용 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 검증되었다. Joseph et al.(2023)의 연구에서는 자산관리 서비스를 비롯하여 상품의 다양성은 금융기관 이용 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Assaf et al.(2023)은 자산관리 서비스에 대한 이용 만족도에 영향을 미치는 요인에 대해 사례 분석한 결과, 상품의 다양성 결여는 자산관리 이용 만족도를 저하하는 것으로 나타났다.

둘째, 상품의 수익성이 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향 관계를 분석한 것이다. Zhou et al.(2022)의 연구에 의하면 자산관리 서비스에 있어서 AI 서비스의 도입을 통한 수익성 제고는 자산관리 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Zietsman et al.(2023)은 은행 이용자 381명을 대상으로 이용 만족도에 영향을 미치는 요인을 실증 분석 결과, 상품의 수익성은 이용 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Singh(2023)는 인도 은행 이용자를 대상으로 분석한 결과 은행에서 제공하는 상품의 수익성은 이용 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Shukla & Shrama(2023)는 코로나19 팬데믹 기간 동안 은행을 이용한 인도인을 대상으로 실증 분석한 결과 상품의 수익성은 이용 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 상품의 안정성이 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향 관계를 분석한 것이다. Jangir et al.(2022)은 인도인 802명을 대상으로 실증 분석한 결과 상품의 안정성 결여는 자산관리 서비스 이용 만족도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Ho & Wong(2023)은 210명의 자산관리 서비스 이용자를 대상으로 실증 분석한 결과, 상품의 안정성은 자산관리 이용 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Rahman et al.(2023)의 연구에서는 이슬람권 은행 이용자 377명을 대상으로 실증 분석한 결과 상품의 안정성

은 자산관리 서비스 이용 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Shah et al.(2023)은 2010년부터 2019년까지의 데이터를 실증 분석한 결과 상품의 안정성은 자산관리 이용 고객의 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 논의를 바탕으로 본 연구에서는 다음과 같이 가설을 설정하였다.

- 가설1-1. 금융 기관에서 제공하는 상품의 다양성은 시니어의 금융 기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설1-2. 금융 기관에서 제공하는 상품의 수익성은 시니어의 금융 기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설1-3. 금융 기관에서 제공하는 상품의 안정성은 시니어의 금융 기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.3 인적 응대와 자산관리 서비스 이용 만족도

인적 응대는 금융 기관의 종업원이 고객과의 상호작용을 통해 고객의 금융적 요구와 문제를 파악하고, 적절한 해결책을 제시하는 행위를 말한다. 인적 응대는 고객만족도를 높이고, 고객의 신뢰와 충성도를 유지하고, 장기적인 관계를 구축하는 데에 기여한다. 인적 응대는 단순한 거래 처리에서 전문적인 금융상담으로 변화하고 있으며, 인적서비스의 품질은 금융 기관의 경쟁력을 결정하는 중요한 요인이다. 본 연구에서는 시니어의 자산관리 서비스 이용 만족도에 영향을 미치는 요인으로 인적 응대를 설정하였다. 또한 이러한 인적 응대의 속성을 세분화하여 종업원의 전문성, 문제 해결 능력, 고객 지향성을 설정하였다. 종업원의 전문성과 관련하여 윤지은(2020)은 어떤 특정한 영역에 있어 전문적인 능력을 보유한 자가 발휘하는 능력과 지식이라고 정의하였다. 고객의 기대를 충족시켜 주는 가장 기본적인 요소는 바로 전문성이라고 했다. 문제 해결 능력과 관련하여 박인숙(2017)은 문제 해결이란 당면한 문제에 대해 창의적 사고를 활용하여 새로운 해결책을 고안하고, 비판적 사고를 활용하여 적절한 해결 방법을 선택하는 활동으로 보았다. 문제 해결의 중요한 특징으로 문제 해결 과정이 새로우면서도 상황에 맞게 고안돼야 한다는 점을 강조했다. 고객 지향성과 관련하여 서창석,남현정(2013)은 고객지향성은 조직 구성원으로 하여금 조직의 입장에서가 아니라 고객의 입장에서 사고하여 고객이 원하는 바를 파악하여 고객의 이해에 부합할 수 있도록 충족시키는 자세로 정의하였다. 김유중(2017)은 고객 지향성은 고객에 대한 친절성, 응대의 신속성, 고객의 요구파악 및 협조성, 고객요구에 맞는 자발적으로 이루어지는 서비스로 설명했다. 박지은(2017)은 고객 지향성은 고객지향적 사고를 가지고 고객의 욕구를 찾아 만족시킴으로써 조직의 목표를 달성하려는 이념으로, 고객의 니즈를 충분히 파악하여 경쟁자 대비 우월한 서비스 제공으로 장기적인 생존 항목으로 제시하고 있다.

이러한 인적 응대 속성들이 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 실증 분석한 최신의 선행 연구들은 다음과 같다. Chicu et al.(2019)은 콜센터 직원 109명을 대상으로 인적 응대가 이용 만족에 영향을 미치는 관계를 실증 분석 결과 인적 응대는 이용만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Tajeddini et al.(2020)은 일본의 관광산업 종사자 201명을 대상으로 실증 분석한 결과 종업원의 인적 응대는 이용 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이를 세분화해서 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 종업원의 전문성이 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향 관계를 분석한 것이다. Pakurár et al.(2019)은 요르단 은행 이용자 825명을 대상으로 고객 만족에 영향을 미치는 요인에 대해 실증 분석 결과, 은행원의 전문성은 은행 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Kurniawan et al.(2023)은 은행 이용고객 185명을 대상으로 실증 분석한 결과, 은행원의 전문성은 은행 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Afif et al.(2023)은 인도네시아 은행 이용객 200명을 대상으로 실증 분석한 결과 은행원의 전문성은 은행 이용 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편, Fida et

al.(2020)은 이슬람권 은행 이용자 120명을 대상으로 실증 분석한 결과, 은행원의 전문성과 은행 이용 만족도와는 유의한 영향 관계가 검증되지 않았다.

둘째, 종업원의 문제해결 능력이 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향 관계를 분석한 것이다. Chiguvi (2023)는 은행 이용 고객 180명을 대상으로 실증 분석한 결과, 은행원의 문제해결 능력은 은행 이용 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Gupta(2023)는 인도 3대 은행 이용자 203명을 대상으로 실증분석한 결과 은행원의 문제해결 능력은 은행 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Ahmed(2023)는 사우디 아라비아의 은행 이용 고객 200명을 대상으로 실증 분석한 결과 은행원의 문제 해결능력은 은행 이용 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Jawaid et al.(2023)은 파키스탄 은행 이용 고객을 대상으로 실증 분석 결과 은행 내적 요인 중 하나인 은행원의 문제 해결 능력은 은행 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 종업원의 고객 지향성이 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향 관계를 분석한 것이다. Fida et al(2020)은 이슬람권 은행 이용자 120명을 대상으로 실증 분석한 결과 은행원의 고객 지향성은 은행 이용 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. De Bruin et al.(2021)은 오만의 은행 이용자 272명을 대상으로 실증 분석한 결과 은행원의 고객 지향성은 은행 이용 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Gunawardane(2023)는 2015년부터 2020년까지의 연구 논문을 분석한 결과 금융권 종사자들의 고객지향성은 금융 이용 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Raza et al.(2023)은 은행 고객 375명을 대상으로 실증 분석 결과 종업원의 고객 지향성은 은행 이용 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Al-Jarrah et al.(2023)은 요르단 은행 이용자 163명을 대상으로 실증 분석한 결과 은행원의 고객 지향성은 은행 이용 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Gupta(2023)는 인도 3대 은행 이용자 203명을 대상으로 실증 분석한 결과 은행원의 고객 지향성은 은행 이용 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 논의를 바탕으로 본 연구에서는 다음과 같이 가설을 설정하였다.

- 가설2-1. 금융기관 종업원의 전문성은 시니어의 금융기관 자산관리(WM) 서비스 이용만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설2-2. 금융 기관 종업원의 문제 해결 능력은 시니어의 금융 기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설2-3 금융 기관 종업원의 고객 지향성은 시니어의 금융 기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.4 물리적 환경, 프로세스와 자산관리 서비스 이용 만족도

시니어 고객이 금융 기관의 자산관리 서비스를 이용한다는 것은 금융 기관의 종업원을 통해 상품과 서비스를 선택하여 자산을 증식하고 관리함을 의미한다. 고객의 자산관리 서비스 제공은 물리적 환경과 AI 등을 기반으로 하는 비대면 금융 시스템을 통해 이루어진다. 물리적 환경이란 자산관리서비스를 제공하는 과정에서 고객이 느끼는 실제적인 요소를 말한다. 물리적 환경의 구성 요소에는 물리적 거리, 물리적 공간 구성 및 배치, 고객 대기시 제공되는 서비스 등이 포함될 수 있다. 한편, 프로세스란 자산관리서비스를 제공하는 과정에서 발생하는 일련의 활동들의 연결이라고 할 수 있다. 프로세스의 구성 요소에는 계좌개설, 모바일 앱 사용, 고객보호, 리스크관리, 종합컨설팅 지원 체계 등이 포함되며, 프로세스는 고객의 금융 기관에 대한 만족도와 장기적인 관계에 영향을 미칠 수 있다.

첫째, 물리적 환경이 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 실증 분석한 최신의 선행 연구들은 다음과 같다. Pakurár et al.(2019)은 요르단 은행 이용자 825명을 대상으로 고객 만족에 영향을 미치는 요인에 대해 실

증 분석한 결과, 은행의 물리적 환경은 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Chiguvu(2023)는 은행 고객 180명을 대상으로 실증 분석한 결과 은행의 물리적 환경은 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Hossain et al.(2023)은 은행 이용 고객의 이용 행동을 분석하기 위해 실증 연구를 한 결과, 은행이 제공하는 물리적 환경은 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. Zaerofi(2023)는 인도네시아 상업은행 이용객 408명을 대상으로 실증 분석한 결과 물리적 환경은 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Ahmed(2023)는 사우디 아라비아의 은행 이용 고객 200명을 대상으로 실증 분석한 결과 은행의 물리적 환경은 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 프로세스가 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 실증 분석한 최신의 선행 연구들은 다음과 같다. Klimecka-Tatar & Ingaldi(2020)는 비즈니스 프로세스가 고객 만족에 미치는 영향을 분석한 결과 비즈니스 프로세스는 고객 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. De Bruin et al.(2021)은 오만의 은행 이용자 272명을 대상으로 실증 분석한 결과 은행의 업무 프로세스가 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Vijai et al.(2023)은 핀테크와 같은 새로운 프로세스의 도입은 은행 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Zaerofi(2023)는 인도네시아 상업은행 이용객 408명을 대상으로 실증 분석한 결과 프로세스는 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Kumar et al.(2023)의 연구에 의하면 4차산업 기술을 활용한 은행 업무 프로세스의 자동화는 고객 만족을 증진시키는 것으로 나타났다. 이러한 논의를 바탕으로 본 연구에서는 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설3. 금융 기관의 물리적 환경은 시니어의 금융기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설4. 금융 기관의 프로세스는 시니어의 금융기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.5 특화서비스와 자산관리 서비스 이용 만족도

자산관리서비스는 고객의 재무적, 비재무적 필요를 모두 충족시키는 종합서비스를 지향하며, 전통적인 서비스를 넘어서 다양한 특화서비스를 제공하게 된다면 고객의 이용 만족도는 높아질 수 있다. 특화서비스란 고객의 자산상태, 목표, 성향 등에 맞춰 제공되는 개별적인 맞춤형 자산관리 서비스 체계를 말한다. 금융기관의 기존 상품 운용 중심의 자산관리 서비스 체계를 넘어 개인고객의 다양한 니즈를 충족시킬 수 있는 개별 자산관리 서비스와 기업고객의 자금운영, 기업진단, 승계, 후계자 양성과 사회적 가치실현을 위한 종합 솔루션 서비스로 표현할 수 있다. 자산관리를 받는 고객들 입장에서 특화된 서비스로 인식되기 위해서는 개별성, 복합성, 통합적 맞춤형 기준 등에 부합되어야 하고 다양한 특화 서비스를 통해 금융 기관에 대한 고객의 이용 만족도가 제고될 수 있어야 한다. 김유나, 변은지(2021)는 자산관리업계 경쟁 심화와 고객의 높아진 기대수준 등으로 인해 자산관리 서비스를 제공하는 금융기관은 단순 투자자문 이상의 서비스를 제공할 필요성이 증대되고 있다고 하였다. 2020년 Capgemini에서 진행한 설문에 참여한 고액자산가 중 1/3이 2019년 자신이 지불한 자산관리보수 대비 제공된 서비스에 만족하지 않았다고 응답하였다. 한편 40세 이하 초고액자산가의 48%는 금융사 특화서비스에 관심이 크다고 응답했으며, 이 중 80%는 특화서비스를 이용하기 위해 추가 비용을 지불할 의사가 있는 것으로 나타났다. 이는 자산관리서비스를 제공하는 금융기관은 다양한 고객 맞춤형 특화서비스를 도입하여 고객 만족도 제고에 주력해야 하는 것으로 판단되었다.

본 연구에서는 상품과 인적 요인, 물리적 환경, 프로세스 외에 시니어 자산관리 서비스 이용 만족도에 영향을 미칠 수 있는 특화 서비스 요소로 상속 서비스와 신탁 서비스를 설정하였다. 상속 서비스란 고객의 부의 이전

을 위한 종합적인 서비스를 말하며, 통상 상속 대비 플랜 및 상속세 절세, 유언장 작성, 가업승계 계획 수립 등이 상속 서비스에 속한다. 신탁 서비스란 고객이 수탁자인 금융 기관에 재산을 맡기면, 금융 기관은 그 재산을 관리·운용하거나 고객이 원하는 특정 목적에 따라 집행되도록 자산관리 업무를 수행하는 계약관계를 말한다. 신탁 서비스는 고객의 재산 운용 및 관리를 통해 안전한 보호에 도움이 되므로 고도의 신뢰성을 바탕으로 고객의 신탁 목적과 조건에 맞게 신탁의 설정과 자산관리를 지원하게 된다. 특히 신탁서비스는 고객의 생전 자산관리와 함께 자산의 이전기능인 유언대용신탁을 결합하여 고객 사후 자산의 이전도 원활하게 지원한다.

이러한 상속 서비스 및 신탁 서비스가 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 실증 분석한 최신의 선행 연구들은 아직 없는 실정이다. 따라서 본 연구에서는 포괄적인 관점에서 상속 서비스 및 신탁 서비스 관련 기존의 연구들을 제시하고자 한다.

첫째, 상속 서비스와 관련하여 김나래(2017)는 한국의 고령화 사회에서 노인부양의 문제를 해결하기 위해 사적 부양제도를 개선하는 방안을 제시하였다. 성년 자녀의 부모에 대한 부양의무 강화 및 부모의 부양청구권 행사를 비롯하여 자녀에게 증여 이후 증여계약 해지 규정의 개선, 공익후견제도 및 법인후견제도 확대, 상속인이 아닌 배우자의 상속받을 권한 인정 등 제도적 개선을 연구 정리하였다. 조병선(2019) 우리나라의 가업승계 과정에서 가장 큰 어려움은 소유권 이전에 수반되는 과중한 상속세 부담이며, 부담 완화를 위해 상속세율의 OECD 평균수준으로 인하와 가업상속공제 제도의 실효성을 높이기 위한 사후관리 요건의 완화 등을 주장했다. 김원용(2020)은 가업승계 의사결정에 어떤 요인들이 영향을 미치는지 연구 분석한 결과, 사회환경, 구성원, 상속세제, 장애요인 모두 가업승계 의사결정에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 윤귀태(2023)는 우리나라 상속세 제도의 개선을 위해서는 상속세율을 국제수준으로 조정과 상속세 과세방식의 유산세에서 유산 취득세로 전환 및 유류분 제도 개선 등을 연구하였다. 김영원(2023)은 상속제도의 문제점과 개선방안으로 분쟁 해결을 위한 중재제도 도입 및 상속세제 개선을 정리했다.

둘째, 신탁 서비스와 관련하여 이연갑(2019)은 고령화 사회에서 의사능력 상실에 대비한 재산관리와 신상보호를 위해 신탁을 이용하는 방법과 문제점을 분석하고, 개선 방안을 제시하였다. 소성규,최진웅(2019)은 성년후견제도와 신탁제도의 연계 방안을 제시하였다. 신탁제도를 활용하여 고령층이 성년후견제도에 진입하기 전부터 자신의 의사를 반영한 재산관리에 관한 계획을 세울 수 있고, 성년후견제도와 신탁제도를 연계하면 후견이 필요한 상태부터 사망 후에도 안정적인 재산관리가 가능함을 연구하였다. 정한샘(2021)은 신탁은 민법 외의 재산승계수단으로 유연성과 다양성을 가지고 있어 자신의 의사대로 재산을 관리하고 분배할 수 있는 특성을 연구하였다. 윤종미(2022)는 신탁은 유언신탁, 유언대용신탁, 수익자연속신탁 등의 유형을 통해 위탁자의 의사를 적극적으로 반영한 재산승계의 설계와 고령자를 위한 재산관리 제도임을 정리하였다. 조웅규(2022)는 기존의 민법상 재산승계제도에서 상속인들 간 재산갈등을 해소할 수 있는 방안으로 신탁제도를 연구하여, 신탁을 통해 주식의 의결권과 배당권을 수익권으로 분리하여 승계와 원활한 상속이라는 두 가지 목표를 달성할 수 있다고 보았다. 남궁주현,김상훈(2022)은 원활한 가업승계에 관한 연구 결과, 주식신탁은 원활한 승계를 달성하게 도와줄 수 있는 좋은 수단이며 관련 자본시장법 개정 방안을 정리했다. 배정식,강신기(2023)는 기업승계의도에 미치는 요인에 대하여 실증 분석한 결과, 신탁은 기업승계의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Harrison & Janiga(2019)는 신탁의 활용 가능성은 기업승계의도에 유의한 정(+)의 영향을 미친다고 하였다. Gimenez & Novo(2020)는 스페인 기업을 대상으로 기업승계의도에 영향을 미치는 요인을 분석 결과 신탁은 기업승계 의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Kaplan et al.(2020)은 이스라엘의 기업승계나 재산승계 과정을 분석한 결과 신탁은 기업승계 혹은 재산승계 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 논의를 바탕으로 본 연구에서는 다음과 같이 가설을 설정하였다.

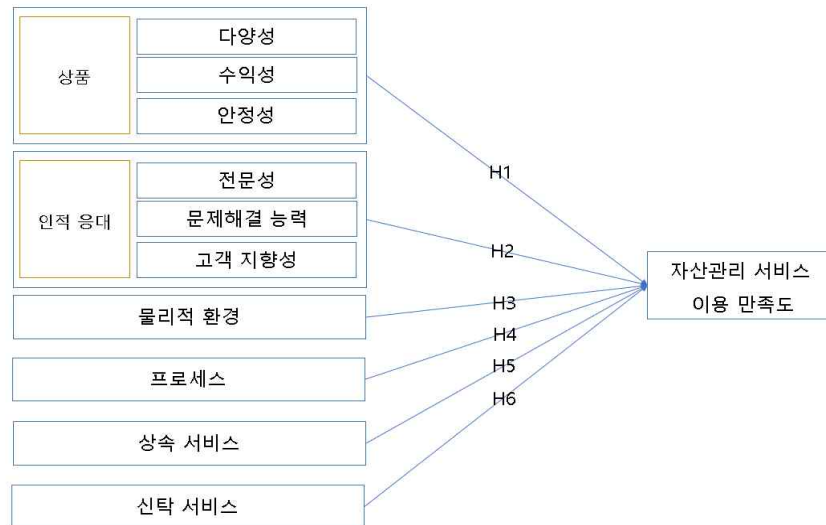
가설5. 금융기관의 상속 서비스는 시니어의 금융 기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설6. 금융기관의 신탁 서비스는 시니어의 금융 기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

III. 연구 설계

3.1 연구 모형

본 연구는 시니어의 금융 기관 자산관리(wealth management) 서비스 이용 만족도에 영향을 미치는 요인에 대해 실증 분석을 하기 위해 이루졌다. 독립변수로 상품의 다양성, 수익성, 안정성, 종업원의 전문성, 문제 해결 능력, 고객 지향성과 더불어 물리적 환경, 프로세스, 상속 서비스, 신탁 서비스를 추가하였다. 종속변수는 이용 만족도이다. 이들의 구조적인 관계를 그림으로 표시하면 <Fig. 1>과 같다



<그림 1> 연구 모형

3.2 조사 설계

본 연구에서는 설정된 연구 모형을 토대로 가설 검정을 하기 위해 실증적 분석을 실시했다. 설문조사는 금융 기관 자산관리 서비스를 이용하고 있는 시니어를 대상으로 2023년 7월 10일부터 7월 31일까지 이루어졌다. 설문지 문항의 구성 및 정의는 아래 <표1>과 같다. 응답한 설문 자료 중에서 불성실한 응답을 제외하고 최종적으로 총 250개를 통계분석에 활용하였다. 응답자는 남성이 54.2%, 여성이 45.8%였다. 연령은 50대 54.2%, 60대 21.1%, 70대 이상 21.1%였다. 가족구성은 부부와 자녀 세대형이 67.4%, 부부형이 19.5%였다. 자산 규모는 10억 이상 30억 미만이 37.4%로 가장 많았고 30억 이상 50억 미만이 18.4%였다.

<표1> 변수의 조작적 정의 및 설문지 항목

구분	변수명	문항수	조작적 정의	참고문헌
독립변수	상품 다양성	5	상품과 서비스의 종류와 특성이 얼마나 다양한지를 나타내며 시장상황에 맞는 상품의 종류와 자산관리 서비스가 다양하게 제공되는 것을 말함	Joseph et al. (2023)

	상품 수익성	5	금융상품의 수익률, 이자율, 수수료를 고려한 투자결과 및 수익성제고를 위한 주기적인 포트폴리오 조정을 말함	Singh(2023)
	상품 안정성	5	수익성 측면에서의 안정성과 투자전략 및 시장환경변화에 따른 불확실성에 대한 리스크관리를 포함하고 있음	Ho & Wong. (2023)
	종업원 전문성	5	금융분야에 있어 금융관련지식, 세무, 풍부한 경험, 심도있는 상담이 가능한 수준의 종업원 역량을 말함	Gupta(2023)
	종업원 문제해결능력	5	고객의 문제점을 파악한 후 신속하고 정확하게 문제를 원스탑으로 해결하며 피드백을 하는 능력을 말함	Chiguvi(2023)
	종업원 고객지향성	5	고객입장에서 문제해결을 하며 고객의 일을 자신의 일처럼 주도적으로 처리하고 투자성향에 맞추어 상품을 권유하는 자세를 말함	Gunawardane (2023)
	물리적 환경	5	고객의 이용만족도에 영향을 미치는 물리적거리, 공간구성, 배치, 고객 대기 시 제공서비스 등을 말함	Chiguvi(2023)
	프로세스	5	대면 비대면 플랫폼의 편리성, 고객보호 및 시장리스크관리 프로세스와 종합적인 컨설팅이 가능한 절차를 말함	Zaerofi(2023)
	상속 서비스	5	고객의 부의 이전을 위한 종합서비스를 말하며 상속대비 플랜, 상속세 절세, 유언장 작성, 가업승계 계획 수립과 유산정리 지원체계를 포함한 서비스를 말함	김원용(2020) : 노형식,임진(2014)
	신탁 서비스	5	고도의 신뢰성을 바탕으로 고객의 생전 자산관리 및 유언의 기능을 하는 유언대용신탁의 결합으로 사후자산이전까지 원활하게 하는 서비스를 말함	배정식, 강신기 (2023): 황헌순 (2021)
종속 변수	이용 만족도	5	고객의 기대와 요구를 충족시켜 고객의 만족을 높이고 자산관리성과에 대해 만족하는 정도를 말함	김원용(2020) : 이상준(2014)

본 연구는 설문 조사를 통해 자료를 수집하였다. 설문조사는 응답자의 자기기입식 정보이므로 동일방법편의(CMB :Common Method Bias)가 발생할 개연성이 존재한다. 이를 회피하기 위해 조사시점에서 항목별로 응답자를 분리한다던지 같은 항목에 대해 시차를 두고 조사를 하는 다양한 방법들이 활용되고 있다. 사후적인 방법으로는 통계적인 방법으로 검정하는 방법도 있다. 본 연구에서는 사후 통계적 방법으로 검정을 하였다. 본 연구에서는 동일방법편의를 확인하기 위해 Harman의 단일 요인 테스트(single factor test)를 사용했다.

이 방법은 측정 항목 모두를 대상으로 주성분 분석을 하는 것이다. Podsakoff et al.(2003)에 의하면 단일 요인 중 가장 크게 작용하는 요인이 전체 분산의 50% 이하이면 동일방법편의는 큰 문제가 되지 않는다고 했다. 본 연구에서 이러한 방법으로 분석한 결과 가장 큰 영향을 미치는 요인의 분산이 29.879%를 차지했다. 따라서 측정 데이터는 동일방법편의에 영향을 크게 받지 않는다는 결론을 내릴수 있었다.

IV. 실증분석 결과

4.1 타당도 및 신뢰도 분석

본 연구에서 가설을 검증하기 전에 탐색적 요인 분석과 신뢰성 분석을 통해 각 요인의 측정 항목의 타당도와 신뢰도를 검증하였다. 탐색적 요인 분석 결과는 <표2>와 같다. KMO는 .955이고, Bartlett의 구형성 검정 값은 10934.710(p=0.00)로 양호하게 나타났다. 설명된 총분산은 80.597%로, 모형이 적합한 것으로 확인되었다.

모든 변인에서 Cronbach's α 계수가 .8 이상으로 나타나 신뢰성이 있는 것으로 분석되었다. 따라서 집중 타당도와 신뢰성이 확보된 상태에서 가설 검정을 진행하는 데 문제가 없을 것으로 판단되었다.

<표2> 타당도 및 신뢰도 분석 결과

요인	변수	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Cronbach's α
문제해결능력	ES3	.837	.209	.185	.123	.069	.096	.151	.169	.026	.096	.004	.958
	ES2	.819	.178	.211	.130	.066	.064	.140	.089	.040	.125	.092	
	ES4	.794	.267	.094	.082	.127	.149	.184	.081	.080	.162	.045	
	ES5	.785	.228	.203	.169	.082	.084	.134	.119	-.006	.071	.100	
	ES1	.774	.175	.150	.203	.038	.061	.250	.173	.033	.153	-.035	
신탁서비스	TR2	.351	.723	.380	.185	.181	.081	.148	.138	-.032	-.004	.075	.969
	TR4	.361	.703	.340	.217	.124	.085	.126	.132	.011	.071	.087	
	TR5	.327	.695	.338	.217	.182	.106	.110	.168	.009	.066	.019	
	TR3	.359	.688	.387	.229	.177	.099	.171	.109	.053	-.065	.064	
	TR1	.379	.683	.335	.233	.137	.100	.162	.117	-.020	-.001	.018	
상속서비스	TF4	.210	.265	.780	.171	.234	.085	.085	.156	-.028	.020	.059	.945
	TF5	.252	.281	.774	.211	.174	.034	.065	.158	.089	.051	.044	
	TF2	.358	.236	.759	.143	.183	.098	.114	.111	.046	-.083	-.026	
	TF1	.372	.241	.717	.220	.178	.079	.119	.040	.160	-.059	.052	
	TF3	.396	.324	.676	.128	.137	.072	.063	.123	-.074	.169	-.059	
상품다양성	PD2	.244	.171	.122	.806	.156	.146	.114	.125	-.010	-.089	.032	.916
	PD1	.235	.128	.283	.806	.062	.068	.151	.078	.088	-.069	-.022	
	PD3	.243	.284	.071	.697	.193	.166	.036	.083	.153	.068	.045	
	PD4	.395	.185	.270	.643	.190	.119	.047	.018	.132	.244	.075	
	PD5	.357	.219	.204	.629	.127	.121	.099	.182	.026	.267	-.030	
프로세스	PRO2	.181	.101	.166	.104	.796	-.001	-.059	.051	.025	-.001	-.195	.862
	PRO3	.270	.164	.177	.167	.752	-.052	.177	.134	.068	-.115	-.081	
	PRO1	.071	.072	.180	.130	.690	.056	.230	.077	-.006	-.037	.323	
	PRO4	.273	.306	.208	.100	.622	-.007	.240	.119	.105	.181	.116	
	PRO5	.378	.313	.154	.257	.524	.019	.102	.188	.141	.119	.106	
상품 수익성	PP2	.174	.032	.111	.081	.007	.893	.084	.022	.053	.022	-.088	.853
	PP1	.138	.117	.087	.174	.019	.877	-.028	.029	-.021	.057	-.067	
	PP3	.171	.049	-.010	.048	-.025	.764	.188	.102	.121	-.064	.266	
	PP5	.244	-.002	.033	.246	-.044	.536	.165	.127	.022	.568	.120	
	PP4	.050	.087	.085	.068	.046	.519	.127	.192	-.141	.122	.561	
상품 안정성	PS5	.432	.197	.088	.130	.116	.155	.694	.108	.146	.163	.018	.910
	PS1	.359	.217	.120	.088	.100	.051	.691	.128	-.093	-.255	.045	
	PS3	.477	.134	.123	.105	.172	.151	.656	.080	.092	.067	.052	
	PS4	.422	.151	.109	.099	.203	.127	.641	.218	.170	.131	.047	
물리적 환경	PHE4	.250	.188	.160	.113	.178	.051	.131	.805	.079	.036	.000	.870
	PHE5	.334	.222	.258	.081	.021	.107	.116	.737	.164	-.017	.003	
	PHE3	.359	.053	.067	.181	.186	.136	.125	.734	.020	.053	.141	
	PHE1	.237	.066	.090	.256	.167	.111	.162	.632	.743	.018	-.065	
이용 만족도	ST2	.162	.454	.173	.178	.210	-.001	.182	.110	.819	.019	-.128	.946
	ST4	.144	.428	.167	.111	.159	.020	.264	.103	.785	-.053	.000	
	ST1	.214	.368	.178	.242	.241	.011	.158	.094	.765	.103	-.133	
	ST5	.125	.508	.123	.220	.205	.055	.193	.100	.738	-.019	-.105	
	ST3	.170	.476	.163	.183	.197	.035	.278	.127	.685	-.083	-.141	
고객 지향성	EC2	.337	.151	.207	.081	.085	.106	.113	.168	.157	.765	.194	.944
	EC5	.241	.274	.164	.136	.178	.161	.060	.092	.112	.756	.117	
	EC3	.427	.266	.119	.222	.135	.105	.081	.154	.121	.747	.177	
	EC1	.346	.148	.221	.236	.067	.041	.066	.208	.201	.731	.269	
	EC4	.173	.145	.124	.049	.193	.186	.271	.082	.182	.641	.010	
전문성	EP3	.204	.115	.222	.201	.167	.152	.181	.114	-.042	.117	.645	.939
	EP2	.112	.075	.192	.229	.188	.135	.174	.197	-.064	-.026	.625	
	EP5	.143	.091	.200	.229	.156	.113	.225	.177	-.047	.012	.584	
	EP1	.163	.065	.179	.212	.152	.130	.265	.123	-.126	-.147	.566	
	EP4	.125	.200	.266	.259	.209	.178	.103	.119	-.091	.099	.558	

4.2 상관관계 분석

본 연구의 변인 간 상관관계를 분석한 결과 아래 <표3>과 같이 모두 정(+)의 유의한 상관관계를 보였다. 종업원 전문성과 종업원 문제 해결 능력 간 상관관계가 .780으로 가장 높았으며 이들의 상관관계는 통계적으로 유의한 것($p < .01$)으로 나타났다. 반면, 상품 수익성과 프로세스 간 상관관계는 .166으로 가장 낮게 나타났으며 이들의 상관관계 역시 통계적으로 유의한 것($p < .05$)으로 나타났다. 상관관계 분석을 통해 변인간의 판별타당성을 검정할 수 있는데 다양한 방법중에서 본 연구의 경우 독립변인간의 상관관계 계수를 기준으로 판별하였다. 우종필(2022)등에 의하면 독립변인간 상관관계 계수가 .8이 넘을 경우 다중공선성이 존재할 가능성이 높은 것으로 보고 있다. 본 연구의 경우 모든 독립변수간 상관관계가 .7이상 높게 나오는것도 있지만 기준치인 .8을 넘지 않고 있으므로 다중공선성은 없을것으로 추정하고 분석을 하였다. 다중공선성문제는 가설 검정에서 VIF값으로 다시 한번 검정하고자 했다.

<표3> 상관관계분석결과

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1 상품 다양성	1										
2 상품 수익성	.409**	1									
3 상품 안정성	.553**	.430**	1								
4 종업원 전문성	.644**	.393**	.727**	1							
5 종업원 문제해결능력	.603**	.388**	.736**	.780**	1						
6 종업원 고객지향성	.601**	.391**	.715**	.743**	.786**	1					
7 물리적 환경	.541**	.355**	.578**	.606**	.596**	.635**	1				
8 프로세스	.550**	.166*	.561**	.563**	.508**	.542**	.527**	1			
9 상속 서비스	.618**	.299**	.564**	.678**	.652**	.672**	.578**	.594**	1		
10 신탁 서비스	.644**	.314**	.606**	.640**	.657**	.637**	.527**	.605**	.761**	1	
11 이용 만족도	.638**	.278**	.722**	.691**	.711**	.708**	.601**	.635**	.726**	.728**	1

*. 상관관계가 0.05수준에서 유의(양측) , **. 상관관계가 0.01 수준에서 유의(양측)

이상의 분석 결과를 종합해보았을 때 타당도(집중도, 판별력)와 신뢰도가 있는 것으로 판단되어 이를 활용하여 가설을 검정했다.

4.3 영향관계 가설 검정 결과

본 연구에서는 시니어의 금융 기관 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 분석하기 위해 독립변수들을 설정하고 위계적 회귀분석을 하였다. 1단계에서는 성별, 연령, 자산규모, 거래 연수를 통제하였고, 2단계에서는 독립변수들과 이용 만족도 간의 영향 관계를 분석하였다. 분석 모형의 설명력은 77.8%로 나타났고, F검정 결과 모형의 적합성이 48.264로 유의수준 .000에서 유의하게 나타났다. 또한 VIF값으로 체크한 결과, 모두 10 이하로 나타나 다중공선성은 없는 것으로 나타났다. 따라서 본 분석 모형은 적합하다고 판단되었다.

금융기관에서 제공하는 상품의 다양성이 금융기관 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 B는 .046으로 나타났다. $P > .05$ 로 나타나 유의하지 않았다. 따라서 가설1-1. 금융 기관에서 제공하는 상품의 다양성은 시니어의 금융기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이라는

가설은 기각 되었다. 금융 기관에서 제공하는 상품의 수익성이 금융 기관 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 B는 .124로 나타났다. $P < .01$ 로 나타나 유의하였다. 따라서 가설1-2. 금융 기관에서 제공하는 상품의 수익성은 시니어의 금융기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다라는 가설은 채택되었다. 금융 기관에서 제공하는 상품의 안정성이 금융기관 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 B는 .129로 나타났다. $P < .05$ 로 나타나 유의하였다. 따라서 가설1-3. 금융 기관에서 제공하는 상품의 안정성은 시니어의 금융기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다라는 가설은 채택되었다.

<표4> 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향관계 분석 결과

구분	변수명	모형1:				모형2:				
		B	β	t	p	B	β	t	p	VIF
통제 변수	성별	-.200	-.132	-1.895	.060	.046	.030	.828	.409	1.127
	연령	.257	.312	4.477	.000	.050	.061	1.544	.124	1.311
	자산규모	-.066	-.095	-1.337	.183	-.025	-.036	-.985	.326	1.146
	거래연수	-.010	-.015	-.221	.826	-.015	-.010	.003	.998	1.294
독립 변수	상품 다양성					.046	.050	.941	.348	2.361
	상품 수익성					.124	.117	2.799	.006	1.490
	상품 안정성					.129	.142	2.427	.016	2.929
	종업원 전문성					.054	.058	.715	.476	5.667
	종업원 문제해결능력					.180	.204	2.229	.027	4.120
	종업원 고객지향성					.210	.232	2.838	.005	5.681
	물리적 환경					.009	.008	.166	.869	1.990
	프로세스					.120	.112	2.207	.029	2.207
	상속 서비스					.104	.126	2.075	.039	3.137
	신탁 서비스					.117	.151	2.485	.014	3.134
모형 통계량	R ²	.107				.778				
	F	6.637***				48.264				

***p<.001

금융 기관 종업원의 전문성이 금융 기관 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 B는 .054로 나타났다. $P > .05$ 로 나타나 유의하지 않았다. 따라서 가설2-1. 금융기관 종업원의 전문성은 시니어의 금융 기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다라는 가설은 기각 되었다. 금융 기관 종업원의 문제 해결 능력이 금융 기관 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 B는 .180로 나타났다. $P < .05$ 로 나타나 유의하였다. 따라서 가설2-2. 금융 기관 종업원의 문제 해결 능력은 시니어의 금융기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다라는 가설은 채택되었다. 금융기관 종업원의 고객 지향성이 금융 기관 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 B는 .210으로 나타났다. $P < .01$ 로 나타나 유의하였다. 따라서 가설2-3. 금융 기관 종업원의 고객 지향성은 시니어의 금융 기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다라는 가설은 채택되었다. 금융기관의 물리적 환경 가 금융 기관 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 B는 .009로 나타났다. $P > .05$ 로 나타나 유의하지 않았다. 따라서 가설3. 금융 기관 물리적 환경은 시니어의 금융

기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다라는 가설은 기각되었다. 금융 기관 프로세스가 금융 기관 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 B는 .120으로 나타났다. $P < .05$ 로 나타나 유의하였다. 따라서 가설4. 금융기관의 프로세스는 시니어의 금융기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다라는 가설은 채택되었다. 금융 기관 상속 서비스가 금융기관 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 B는 .104로 나타났다. $P < .05$ 로 나타나 유의하였다. 따라서 가설5. 금융기관의 상속서비스는 시니어의 금융기관 자산관리(WM) 서비스 이용 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다라는 가설은 채택되었다. 금융기관의 신탁 서비스가 금융기관 자산관리 서비스 이용 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 B는 .117로 나타났다. $P < .05$ 로 나타나 유의하였다. 따라서 가설6. 금융기관의 신탁 서비스는 시니어의 금융기관 자산관리(WM) 서비스 이용만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다라는 가설은 채택되었다.

한편, 이용 만족도에 영향을 미치는 변인의 영향력의 크기는 종업원의 고객 지향성, 문제 해결 능력, 신탁 서비스, 상품 안정성, 상속 서비스, 상품 수익성, 프로세스 순으로 나타났다.

4.4 논의

첫째, 본 연구 결과 상품 안정성과 수익성, 종업원의 문제 해결 능력과 고객 지향성, 프로세스, 상속 서비스 및 신탁 서비스는 시니어의 금융 기관 자산관리 서비스 이용 만족도에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다.

금융상품 요인에서 시니어 고객에게 상품의 안정성은 중요한 요인으로 해석된다. 시니어층의 특성상 적극적인 자산 운용보다는 원본 손실의 위험이 적은 상품을 선호하고 있다. 금융기관 종업원의 고객을 위한 문제 해결 능력과 고객 지향성은 시니어 고객들에게 중요한 요인임을 나타나고 있다. 시니어 고객은 금융 기관 종업원들에게 친절하고 신속한 응대 자세와 자신들의 니즈를 잘 파악하고 자산관리 서비스를 이용하는 과정에서 문제가 발생할 경우 적절한 해결방안을 찾아주길 기대하고 있다. 시니어 고객은 자신들의 재무.비재무 목표를 달성하기 위한 적절한 자산 포트폴리오의 구성, 수익률, 리스크 등을 평가하고 개선할 수 있는 프로세스를 선호하고 있음을 보여준다. 자산의 가치를 증식시키고 다음 세대로의 자산 이전 고민을 해결할 프로세스가 있다면 자산관리 서비스 이용 만족도가 높아진다는 것을 보여준다. 상속서비스 및 신탁서비스가 시니어의 금융기관 자산관리 서비스 이용만족도에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타난것에 대해 다음과 같이 추론해 볼수 있을 것이다.

첫째, 시니어의 유산 계획 및 자산 이전 필요성이다. 개인이 나이가 들어감에 따라 축적된 자산을 상속인에게 원활하고 공정하게 물려주고자 하는 욕구가 증가할것이다. 시니어 고객은 자신의 유산에 대해 누가 자신의 재산을 상속받을 것인지 그리고 그 과정을 최대한 원활하게 진행할 수 있는 방법에 대해 고민할 가능성이 높을것이다. 자산 분배를 위한 명확한 맞춤형 솔루션을 제공하는 상속 서비스는 시니어 고객이 안심할 수 있도록 도와주며, 사후에 자신의 유언이 의도한 대로 실행되도록 보장할 수 있다.

둘째, 가족간 분쟁의 방지이다. 많은 시니어층이 가장 걱정하는 것 중 하나는 사망 후 상속으로 인한 가족 분쟁의 가능성이다. 적절한 상속 계획 및 신탁 서비스는 자산 분배를 명확하게 규정하고 모호함을 최소화하며 분쟁의 가능성을 줄이는 데 도움이 될 수 있을것이다. 금융기관은 이러한 분쟁에 대비하고 예방할 수 있는 서비스를 제공함으로써 사후 가족의 화목을 원하는 시니어 고객의 만족도를 높일 수 있을것으로 보인다.

셋째, 변화하는 가족 형태와 1인 가구의 증가이다. 1인 가구의 증가와 전통적인 가족 구조의 변화로 인해 이러한 독특한 상황에 맞는 명확한 자산 관리 솔루션에 대한 필요성이 커지고 있다. 신탁 서비스는 이러한 시나리오에서 특히 중요해지며 노년층이 은퇴 후 보살핌과 웰빙을 보장하는 방식으로 자산을 관리하고 배분할 수 있으며 직계 가족이 없는 경우 수혜자를 지정할 수도 있다. 신탁 서비스는 자산 관리를 위한 안전하고 체계적인 방법으로 개인의 의사가 존중되고 이행되도록 보장하기 때문이다.

시니어의 금융자산에 관한 니즈는 독특하고 다면적인 부분이 있다. 자산을 보호하고, 미래 세대를 위한 계획

을 세우고, 은퇴 후 개인적 안정을 보장받고자 하는 욕구가 커지면서 강력한 상속 및 신탁 서비스를 제공하는 금융 기관은 이러한 요구를 충족하고, 결과적으로 시니어 고객의 신뢰와 만족을 얻을 가능성이 높을 것이다.

둘째, 상품 다양성 및 종업원의 전문성, 물리적 환경과 이용 만족도 간에는 유의한 영향 관계가 검정 되지 않았다. 본 연구에서 시니어 고객들에게 상품의 다양성은 중요한 요소로 작용하지 않는 것으로 나타났다. 금융 상품의 다양성보다는 안정성과 수익성을 중요시하고 있음을 보여준다. 종업원의 전문성이 자산관리 서비스 이용 만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났는데, 종업원의 개별적 전문성보다는 자산관리 자체의 시스템적인 서비스를 선호하는 것으로 해석된다. 즉 고객을 위한 문제해결능력이나 고객지향성이 높은 종업원의 자세를 선호하는 것으로 풀이된다. 물리적 환경에 대해 시니어 고객은 크게 의미를 두지 않는 것으로 해석된다. 이는 현재 거래하는 금융기관의 자산관리 서비스 공간 구성 및 대기 서비스가 일정 수준 제공되고 있거나 시니어 고객이 금융기관의 자산관리 서비스 중 물리적 환경에는 큰 비중을 두고 있지 않다는 것으로 해석된다.

셋째, 자산관리 서비스의 이용 만족도에 영향을 미치는 변인의 영향력의 크기는 종업원의 고객지향성, 문제해결능력, 신탁서비스, 상품 안정성, 상속서비스, 상품 수익성, 프로세스 순으로 나타났다. 무엇보다도 시니어 고객은 금융기관의 자산관리 서비스를 이용함에 있어 자신의 자산관리 업무를 수행하고 있는 종업원의 고객지향성과 문제해결능력에 가장 큰 비중을 두고 있음을 보여준다. 여러 변인들 중에서 자산관리를 담당하는 종업원의 고객중심적인 응대와 금융거래에서 발생하는 다양한 문제를 신속하고 고객 중심으로 해결하길 원하는 성향을 보여준다. 변인들 중 신탁이 그 다음 영향력을 보이고 있는 것은 신탁서비스가 점차 시니어의 노후를 대비한 안전한 자산관리제도이며 중요한 서비스라는 인식이 확대된 것으로 해석된다. 치매 또는 건강문제 발생 시 신탁서비스를 노후케어 서비스로 인식해 가는 것으로 해석된다. 또한 시니어 고객은 상품의 안정성이 그 다음으로 영향을 받고 있으며, 고령화에 따른 상속 등 자산이전 서비스에 대한 수요가 높아짐을 보여준다. 상품의 수익성이 그 다음의 영향력을 보이는 것은 길어진 노후를 위해 일정 수준의 수익성을 기대하고 있음을 나타내며 자산관리 서비스의 프로세스도 유의미한 영향을 미치고 있음을 보여준다. 즉 시니어 고객은 자산관리 서비스를 이용함에 있어 자신의 업무를 수행하는 종업원의 자세에 가장 큰 영향을 받으며, 초고령사회 진입을 앞두고 신탁을 통한 노후관리와 상속의 고민 그리고 상품의 안정성과 길어진 노후를 대비할 수익성을 고려하고 있음을 보여준다.

V. 결론

한국의 급속한 인구 고령화의 황혼기에 시니어의 금융 니즈와 선호도에 대한 복잡한 여정에 착수했다. 인구 구조 변화의 여파는 한국의 국경을 넘어 많은 국가가 비슷한 도전과제에 직면하고 있는 가운데 전 세계에 울려 퍼지고 있다. 본 연구의 핵심은 유형의 상품부터 신뢰를 강화하는 인간관계에 이르기까지 자산관리 서비스의 다양한 측면을 심층적으로 분석한데 있다. 상품의 다면적인 특성, 서비스 제공자의 중요한 역할, 프로세스와 물리적 환경의 중요성에 대해 탐구했다. 특히 시니어의 고유한 재정적 열망과 관심사를 반영하여 상속 및 신탁 서비스를 명확하게 포함시킨 것이 이번 연구를 차별화했다.

실증 분석 결과 상품의 다양성이나 물적 증거와 같은 특정 측면은 영향력이 적은 반면, 상품의 안정성, 서비스 제공자의 문제 해결 능력, 신탁 서비스의 본질은 시니어의 금융기관 자산관리 서비스 만족도를 결정하는 강력한 요인으로 나타났다. 이러한 인사이트는 국내 자산관리 전략뿐만 아니라 글로벌 금융 환경에도 시사하는 바가 크며, 고령화 인구를 위한 맞춤형 접근법의 중요성을 강조했다.

본 연구를 통해 도출된 인사이트는 금융 기관이 시니어의 욕구에 부응하는 전략을 수립하여 시니어의 황금기를 탄탄한 재정적 토대 위에서 미래를 보장할 수 있는 잠재력을 가지고 있다는 것이다. 또한, 글로벌 사회가 인구통계학적 변화의 벼랑 끝에 서 있는 상황에서 본 연구는 금융 서비스 영역에서 개인화, 공감, 신뢰의 중요성

을 강조하며 앞으로 나아갈 길을 제시하는데 일조하였다. 글로벌 금융 연구의 거대한 모자이크 속에서 본 연구는 초고령화 사회에서 시니어의 열망과 필요를 입증하는 증거의 일부가 될 수 있을 것이다.

5.1 시사점

학술적 의미는 다음과 같다. 첫째, 서비스 마케팅 프레임워크의 개선이다. 본 연구는 전통적인 7P 모델의 특정 구성 요소에 초점을 맞추어 시니어 자산관리의 맥락에 맞는 개선된 프레임워크를 제공했다. 상품과 인적응대의 세분화와 상속 및 신탁 서비스의 통합은 시니어 자산관리서비스에 적용 가능한 전문 마케팅 이론의 추가 연구 및 개발을 촉진하는데 일조한 것으로 생각된다. 둘째, 자산관리에 대한 다각적인 이해이다. 본 연구는 자산관리 서비스를 이용하는 시니어의 만족도에 영향을 미치는 다양한 측면을 분석한 것으로 기존 연구의 지평을 넓힌 것으로 사료된다. 투자 옵션의 복잡성, 인적 상호 작용, 프로세스 관리 및 물리적 환경을 탐구함으로써 시니어 관점에서 자산관리 서비스에 대한 포괄적인 학문적 이해를 제공한 것으로 생각된다. 셋째, 문화 간 통찰력이다. 본 연구는 한국의 상황에 뿌리를 두고 있지만, 유사한 인구통계학적 변화를 겪고 있는 다른 국가에도 관련성이 있을 수 있다. 연구 방법론과 인사이트는 다양한 문화적 환경에 적용되어 고령화 및 금융 서비스에 대한 글로벌 학술 담론을 풍부하게 하는데 일조한 것으로 보인다.

실무적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 시니어를 위한 맞춤형 자산관리 서비스이다. 금융 기관은 본 연구에서 얻은 인사이트를 활용하여 시니어의 특정 요구와 선호도에 맞게 자산관리 서비스를 맞춤화할 수 있을 것이다. 상품 안정성, 수익성, 문제 해결 능력, 고객 지향성 등 시니어의 자산관리 서비스 이용 만족도를 높이는 요인임을 이해하면 타겟 상품과 서비스를 개발하는 데 도움이 될 수 있을 것이다. 둘째, 상속 및 신탁 서비스에 대한 전략적 집중이다. 시니어 재무 계획의 맥락에서 상속 및 신탁 서비스의 중요성을 인식한 금융 기관은 서비스 제공에서 이러한 측면에 우선순위를 둘 수 있다. 이러한 집중은 시니어를 위한 보다 포괄적이고 만족스러운 자산관리 솔루션으로 이어질 수 있을 것이다. 셋째, 정책 수립 및 규제이다. 정책 입안자와 규제 당국은 본 연구 결과를 활용하여 시니어를 대상으로 하는 자산관리 서비스의 무결성(Integrity)과 투명성을 보장하는 정책을 수립할 수 있을 것이다. 자산관리 서비스 만족도에 영향을 미치는 요인과 시니어의 고유한 요구 사항을 이해함으로써 시니어층을 보호하고 금융 서비스 산업 내에서 책임감 있고 윤리적인 관행을 장려하는 규제를 설계할 수 있을 것이다. 결론적으로 본 연구는 시니어 자산관리 분야의 학문적 이해를 증진할 뿐만 아니라 금융 서비스 업계의 실무자에게 실질적이고 실행 가능한 인사이트를 제공했다. 시니어의 니즈 렌즈를 통해 자산관리를 해부하고 분석하는 본 연구의 접근 방식은 점점 더 중요해지는 이 분야에서 학술적 탐구와 실제 적용을 모두 향상시킬 수 있는 귀중한 청사진을 제시한 것으로 사료된다.

5.2 연구 한계 및 향후 방향

모든 학술 연구와 마찬가지로 본 연구 역시 한계가 있다. 무엇보다도 연구 대상이 주로 한국의 고령층으로 제한되었다는 점이다. 이러한 연구 결과는 특정 집단에 대한 귀중한 정보를 제공하지만, 한국의 문화적, 경제적 특수성으로 인해 다른 글로벌 상황으로 일반화하기에는 무리가 있을 수 있다. 또한 7P에서 가격, 장소, 프로모션과 같은 특정 요소를 제외함으로써 일부 영향력 있는 요소가 조사되지 않아 시니어의 자산관리 서비스 만족도에 대한 총체적인 이해에 영향을 미쳤을 수 있다. 또한 인사이트를 수집하기 위해 설문조사 방법에 의존하는 것은 가치가 있지만 잠재적인 응답자 편향이라는 본질적인 한계를 가지고 있다.

향후 연구에서는 조사 결과의 보편성 또는 특수성을 검증하기 위해 다양한 문화적, 경제적 환경을 포함하여 지리적 범위를 넓히는 것이 도움이 될 수 있을 것이다. 또한, 7P에서 생략된 요인을 보다 심층적으로 분석하여 시니어의 금융 서비스 인식 형성에 영향을 미칠 수 있는 간과된 역학 관계를 밝혀내는 것이 유리할 것이다.

결론적으로 본 연구는 한국의 자산관리 서비스 부문에서 시니어의 이용 만족도에 대한 기초적인 이해를 제공하지만, 향후 연구에서는 시니어 이외 중요한 인구집단의 금융 환경에 대한 이해를 더 깊고 넓게 탐구하고 지속적으로 개선할 필요도 있을 것이다.

REFERENCE

- 김나래(2017). 노인부양을 위한 사적 부양제도의 개선방안. *가족법연구*, 31(3), 145-192.
- 김영원(2023). *상속분산정의 개선방안에 관한 연구*. 박사학위논문, 서울시립대학교 대학원.
- 김원용(2020). *가업승계의 특성요인이 만족도 및 의사결정에 미치는 영향*. 박사학위논문, 동의대학교 대학원.
- 김유나, 변은지(2021). 고령층 디지털 정보 역량과 디지털 정보 활용 영향요인에 관한 연구. *디지털융합연구*, 19(3), 89-97.
- 김유중(2017). *호텔조리사의 친환경 지향성과 고객지향성이 친환경 혁신역량성과에 미치는 영향*. 석사학위논문, 경주대학교 대학원.
- 남궁주현, 김상훈(2022). 가업승계를 위한 주식신탁의 법적 쟁점에 관한 소고 - 회사법과 자본시장법 측면에서의 검토를 중심으로. *성균관법학*, 34(4), 129-153.
- 박인숙(2017). 간호대학생의 스트레스 대처와 갈등관리 프로그램이 임상실습 문제해결능력과 간호역량에 미치는 효과. *의료경영학연구*, 11(2), 15-25.
- 박지은(2017). *금융기관의 내부마케팅이 직원의 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구*. 박사학위논문, 목포대학교 대학원
- 배정식, 강신기(2023). 인적 요인 및 제도적 요인이 중소기업 승계 의도에 미치는 영향. *벤처혁신연구*, 6(1), 139-159.
- 소성규, 최진웅(2019). 성년후견제도에서 신탁제도를 활용한 피후견인의 재산관리방안. *漢陽法學*, 30(3), 203-234.
- 우종필(2022). *구조방정식모델 개념과 이해*. 서울 : 한나래.
- 윤지은(2020). *보험상품의 재구매의도 요인에 대한 연구*. 박사학위논문, 국민대학교 대학원.
- 윤귀태(2023). *우리나라 상속세 제도의 합리적 개선 방안에 관한 연구*. 박사학위논문, 동의대학교 대학원.
- 윤종미(2022). 종합자산관리 기능을 위한 신탁제도의 활성화방안-금융권의 재산신탁을 중심으로. *경영법률*, 32(2), 245-274
- 이연갑(2019). 고령사회와 신탁-의사능력 상실에 대비한 신탁을 중심으로. *법학논총*, 32(2), 49-79.
- 이영지(2014). *액티브 시니어를 위한 모바일 사용자 경험 디자인 전략*. 석사학위논문, 이화여자대학교 디자인대학원.
- 김지은(2016). *액티브 시니어 남성을 위한 아웃도어 웨어 개발*. 박사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 천선용(2011). 금융소비자 특성별 금융서비스 중요 요인에 대한 탐색 연구. *한국경영과학회지* 36(4), 125-141.
- 정한샘(2021). *재산승계수단으로서 신탁에 대한 연구*. 박사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 조병선(2019). 중소 중견기업의 가업승계 지원 정책 및 법제도 연구- 한국과 독일의 가족기업 소유권 승계를 중심으로. *중견기업연구*, 6(1), 49-80.
- 조웅규(2022). *신탁을 활용한 기업승계 방안*. 석사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 서창석, 남현정(2013). 고객지향성과 관계품질의 관계에 있어 기술서비스의 매개효과에 대한 실증연구. *한국서비스경영학회 학술대회*, 76-98.
- Afif, M., Mariyanti, T., Septiani, N., & Dolan, E. (2023). Factor affecting employee motivation to increase performance of Sharia bank in Indonesia on Islamic perspective. *Transactions on Management*, 7(2), 131-142.
- Ahmed, M. A. H. (2023). The Impact of the quality of electronic banking services in achieving customer satisfaction from the point of view of Al Rajhi Bank customers. *International Journal of Business and Management*, 17(1), 105-105.
- Al-Jarrah, M., Hailat, K., & Jarah, B. (2023). Total quality management and its role in improving customer relations in Jordanian Islamic banks. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 119-126.

- Assaf, R. A., Supardi, E. J., & Juanim, J. (2023). Marketing development strategy for wealth management products to increase high net worth individual(HNWI) customers. *International Journal of Science Review*, 5(2), 30-42.
- Chicu, D., del Mar Premies, M., Ryan, G., & Cross, C. (2019). Exploring the influence of the human factor on customer satisfaction in call centres. *Business Research Quarterly*, 22(2), 83-95.
- Chiguvi, D. (2023), Analysis of the effectiveness of e-customer service platforms on customer satisfaction at ABSA, Botswana. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 12(1), 57-71.
- De Bruin, L., Roberts-Lombard, M., & De Meyer-Heydenrych, C. (2021). Internal marketing, service quality and perceived customer satisfaction: An Islamic banking perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 12(1), 199-224.
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020)., Impact of service quality on customer loyalty and customer satisfaction in Islamic banks in the Sultanate of Oman. *Sage Open*, 10(2), <https://doi.org/10.1177/215824402091951>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. & Podsakoff, N. P.(2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Giménez, E. L., & Novo, J. A. (2020). A theory of succession in family firms. *Journal of Family and Economic Issues*, 41, 96-120.
- Gunawardane, G. (2023). Enhancing customer satisfaction and experience in financial services: a survey of recent research in financial services journals. *Journal of Financial Services Marketing*, 28(2), 255-269.
- Gupta, S. S. (2023). An empirical study on relationship marketing practices and customer satisfaction in indian banking industry. *Journal of Pharmaceutical Negative Results*, 14. 1700-1716.
- Harrison, L. S. & Janiga, J. M.(2019)., Third-party self-settled creditor protection trusts. *Journal of Passthrough Entities*, 20(3), 21-55.
- Ho, S. P. S., & Wong, A. (2023). The role of customer personality in premium banking services. *Journal of Financial Services Marketing*, 28(2), 285-305.
- Hossain, M. A., Jahan, N., & Kim, M. (2023). A multidimensional and hierarchical model of banking services and behavioral intentions of customers. *International Journal of Emerging Markets*, 18(4), 845-867.
- Jangir, K., Sharma, V., Taneja, S., & Rupeika-Apoga, R. (2022). The moderating effect of perceived risk on users' continuance intention for FinTech services. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(1), ; <https://doi.org/10.3390/jrfm16010021>
- Joseph, S., Karthikeyan, K., & Mathew, N. (2023). Influence of bank employees among customers on the right choice of financial products. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(1), <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8948403>
- Jawaid, S. T. Siddiqui, A. H. Kanwal, R. & Fatima, H. (2023). Islamic banking and customer satisfaction in Pakistan: evidence from internal and external customers. *Journal of Islamic Marketing*, 14(2), 435-464.
- Kaplan, A., Eyal, L. & Liberman, M.(2020). Israel: trusts and succession, *Trusts & Trustees*, 26(6), 550-555

- KlIMECKA-TATAR, D., & INGALDI, M. (2020)., How to indicate the areas for improvement in service process-the knowledge management and value stream mapping as the crucial elements of the business approach. *Revista Gestão & Tecnologia*, 20(2), 52-74.
- KUMAR, R., SAXENA, A., & SINGH, R. (2023). Robotic process automation bridge-in banking institute and consumers. *International Conference on Disruptive Technologies*, doi: 10.1109/ICDT57929.2023.10150500.
- KURNIAWAN, A. W., RAUF, D. I., & ARIF, H. M. (2023). Efforts to improve performance in managing regional finance through human resources, organizational culture and organizational commitment. *Journal Management & Economics Review*, 1(1), 33-38.
- PAKURÁR, M., HADDAD, H., NAGY, J., POPP, J. & OLÁH, J. (2019). The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector. *Sustainability*, 11(4), doi:10.3390/su11041113 www.mdpi.com/journal/sustainability
- RAHMAN, M. K., HOQUE, M. N., YUSUF, S. N. S., YUSOFF, M. N. H. B., & BEGUM, F. (2023). Do customers' perceptions of Islamic banking services predict satisfaction and word of mouth? Evidence from Islamic banks in Bangladesh. *PLoS One*, 18(1), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0280108>
- RAZA, B., ST-ONGE, S., & ALI, M. (2023). Frontline employees' performance in the financial services industry: the significance of trust, empathy and consumer orientation. *International Journal of Bank Marketing*, 41(3), 527-549.
- RUSTAMOV, S. (2023). Research on the influencing factors of consumers' loyalty to their bank in Azerbaijan. *European Journal of Business and Management Research*, 8(1), 284-290.
- SHAH, S. M. R., FU, Q., ABBAS, G., & ARSHAD, M. U. (2023). Shadow banking from China's perspective: an empirical analysis of bank-issued wealth management products. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 39(1), 1-24.
- SHUKLA, A., & SHRAMA, V. K. (2023). Customer satisfaction from banking sectors during pandemic. *Asian Journal of Management*, 14(2), 137-140.
- SINGH, P. (2023). Issues related to customers' satisfaction in Indian banking system. *International Journal of Economic Perspectives*, 17(5), 38-46.
- TAJEDDINI, K., MARTIN, E., & ALTINAY, L. (2020). The importance of human-related factors on service innovation and performance. *International Journal of Hospitality Management*, 85, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102431>
- VIJAI, C., SATHYAKALA, S., DHINAKARAN, D. P., ARUN, R., & LAKSHMI, M. R. (2023). The effect of Fintech on customer satisfaction level. *Journal of Survey in Fisheries Sciences*, 10(3), 6628-6634.
- VINCENZO, Y., & JAYADI, R.(2023). Important factors that affect customer satisfaction with digital banks in Indonesia. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 101, 1341-1352.
- ZAEROFI, A. (2023). The service performance and customer satisfaction model in Islamic banking. *Journal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1153-1165.
- ZHOU, J., CHEN, C., LI, L., ZHANG, Z., & ZHENG, X. (2022). FinBrain 2.0: when finance meets trustworthy AI. *Frontiers of Information Technology & Electronic Engineering*, 23(12), 1747-1764.
- ZIETSMAN, M. L., MOSTERT, P., & SVENSSON, G. (2023). Precursors and outcomes of perceived value in B2B banking services: A nomological framework. *Journal of Relationship Marketing*, <https://doi.org/10.1080/15332667.2023.2234812>

An Empirical Analysis of Factors Influencing Seniors' Satisfaction with the Use of Wealth Management Services in Financial Institutions

Park, Hyun-jung¹⁾

Kang, Shin-gi²⁾

Abstract

In a recent study conducted in South Korea, a nation grappling with the implications of an increasingly super-aged society, researchers empirically analyzed the factors influencing seniors' satisfaction with financial institutions' wealth management (WM) services.

We surveyed 250 seniors who utilized financial institutions' wealth management services. Independent variables such as product(diversity, profitability, stability), employee(expertise, problem-solving ability, customer orientation), physical evidence, process, inheritance service, and trust service were carefully examined. Employing hierarchical regression analysis, we tested hypotheses within an established research model.

The findings revealed that variables like product stability and profitability, employee problem-solving ability, customer orientation, process, inheritance service, and trust service significantly positively affected satisfaction with WM services. In contrast, no substantial association was detected between satisfaction and factors like product diversity, employee expertise, or physical evidence. Among the influential factors, the order of impact was determined to be employee customer orientation, problem-solving ability, trust service, product stability, inheritance service, product profitability, and process.

This research provided essential insights into the nuanced preferences and needs of seniors concerning wealth management services. The detailed examination of the subject might also shed light on similar challenges faced in the other aging societies.

As the global population continues to age, the implications of this study could reach far beyond the borders of South Korea. By understanding these key determinants of satisfaction, financial institutions worldwide can tailor their wealth management services to better meet the unique demands of the senior population.

Keyword: Senior, Wealth Management Service, Product, Human Response, Inheritance Services, Trust Services, Customer Satisfaction.

1)First Author, Director of Hana Living Trust Center, Doctoral student of Graduate School of Venture, Hoseo University, pphjhj@hanmail.net

2)Corresponding Author, Professor of Hoseo University Graduate School of Global Entrepreneurship, 8801drive@hanmail.net

제 1 저 자 소 개

- 박현정(Park, Hyun-jung)
- 하나은행 리빙트러스트센터 센터장, 호서대학교 벤처대학원 박사과정, 신탁상속전문가
<관심분야> : 자산관리서비스, 시니어비즈니스, 재무설계, 조세, 신탁, 상속 · 증여

교 신 저 자 소 개

- 강신기(Kang, Shin-gi)
- 호서대학교 글로벌창업대학원 창업컨설팅학과 교수, 노인복지학 박사, 노후준비전문가, CFP(국제공인재무설계사), 한국벤처혁신학회 부회장
<관심분야> : 창업, 재무설계, 생애설계, 시니어비즈니스 등