



저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#) 

석사학위논문

세무대리서비스 품질이 이용자 만족도와
지속적인 이용의도에 미치는 영향에 관한
연구



한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

함 영 석

석 사 학 위 논 문
지도교수 주형근

세무대리서비스 품질이 이용자 만족도와 지속적인 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구

A Study on the Effect of Tax Service Quality on
User Satisfaction and Continuous Usage Intention



HANSUNG
UNIVERSITY

2018년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

함 영 석

석사학위논문
지도교수 주형근

세무대리서비스 품질이 이용자 만족도와 지속적인 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구

A Study on the Effect of Tax Service Quality on
User Satisfaction and Continuous Usage Intention

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2018년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

함영석

함영석의 컨설팅학 석사학위 논문을 인준함

2018년 12월 일



심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

세무대리서비스 품질이 이용자 만족도와 지속적인 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스 & 컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

함영석

세계 저성장과 국내 불안정한 경제사정이 지속되는 상황에서 서비스 산업인 세무대리서비스업의 상황도 크게 다르지 않다. 이에 본 연구는 전문적인 세무대리서비스를 접해본 경험이 있는 200여개 수도권 지역의 기업대표와 임직원 그리고 개인을 대상으로 세무대리서비스의 품질이 이용자 만족도에 미치는 영향과 지속적인 이용의도간의 어떤 관계를 갖는지를 규명하고자 하였다.

연구결과 세무대리서비스품질이 이용자만족도와 지속적인 이용의도에 영향을 미친다는 사실을 밝혀냈다.

이번 연구결과를 선행연구들 관점에서 비교 및 분석하고 그 의의를 살펴 보았으며, 본 연구는 기존의 세무대리서비스분야 연구영역을 확충하고 이용자 만족분야 연구의 변수들(전문성과 5대 품질, 이용자 만족도, 지속적인 이용의도)이 각기 만족도의 선행변수로서 어떠한 관계를 갖는지를 파악한 것에 그 의의가 있다고 할 수 있다. 연구결과와 활용방안과 연구의 한계점, 그리고 후

속 연구에 대해서도 언급하였다. 본 연구 자료를 통해 무한경쟁시대에 경쟁력을 확보하는데 미력하나마 도움이 되기를 바란다.



【주요어】 세무대리인, 서비스품질, 세무대리서비스, 만족도, 이용의도

목 차

I. 서 론	1
1.1 연구의 배경 및 목적	1
1.2 연구의 방법 및 범위	4
II. 이론적 고찰	5
2.1 세무대리서비스의 의의	5
2.2 세무대리서비스 품질에 관한 연구	41
2.3 세무대리서비스 품질의 구성요소	91
2.4 이용자 만족도	2
2.5 지속적인 이용의도	2
2.6 선행연구	2
III. 연구의 설계	3
3.1 연구모형	3
3.2 연구가설	3
3.3 연구조사의 방법	4
IV. 실증분석 결과	4
4.1 표본의 일반적 특성	4
4.2 기술통계 분석	5
4.3 타당도 및 신뢰도 분석	2
4.4 상관분석	5
4.5 가설 검증	5

V. 결 론	66
5.1 연구결과의 요약 및 시사점	66
5.2 연구의 한계 및 향후 연구과제	66
참 고 문 헌	71
부 록	76
ABSTRACT	82



표 목 차

[표 2-1]	세무대리업무의 수행 자격	5
[표 2-2]	세무대리인 현황	7
[표 2-3]	한국·일본·독일 세무사 자격시험 비교	3· 1
[표 2-4]	서비스 품질의 분류	51
[표 2-5]	세무대리서비스 이용에 관한 연구	1 3
[표 2-6]	만족도와 선행변수에 대한 연구	4 3
[표 2-7]	만족도와 결과변수에 대한 연구	5 3
[표 3-1]	변수의 조작적 정의 및 관련연구	2 4
[표 3-2]	설문지의 구성	44
[표 4-1]	설문응답자의 인구통계학적 특성	8 4
[표 4-2]	개별 측정변수의 기술통계량분석 결과	0 5
[표 4-3]	세무대리서비스 품질 KMO와 Bartlett의 검정	2 5
[표 4-4]	설명된 총 분산	35
[표 4-5]	세무대리서비스 품질 요인분석 결과	4 5
[표 4-6]	신뢰도 분석 결과	65
[표 4-7]	상관관계 분석	85
[표 4-8]	다중회귀분석 모형 요약b	95
[표 4-9]	다중회귀 분산분석a	06
[표 4-10]	다중회귀분석 계수a	06
[표 4-11]	다중회귀분석 결과 요약	16
[표 4-12]	세무대리서비스품질이 이용자만족도 간의 가설검정 결과 ...1· 6	
[표 4-13]	다중회귀분석 모형 요약b	26
[표 4-14]	다중회귀 분산분석a	36
[표 4-15]	다중회귀분석 계수a	36
[표 4-16]	다중회귀분석 결과 요약	46
[표 4-17]	세무대리서비스품질과 지속적인 이용의도 간 가설검정 결과... 6	

그림 목 차

[그림 3-1] 연구모형	73
---------------------	----



I. 서 론

1.1 연구의 배경 및 목적

1.1.1 연구의 배경

1970년대 말부터 경제규모의 증가와 기업의 다양화로 세무문제가 복잡해졌으므로 납세자는 세무대리인의 도움이 필요 하게 되었다. 특히, 1977년에 새롭게 도입된 부가가치세와 1979년에 개정된 세법으로 법인세가 정부조사 결정제도에서 신고납부제도로 전환됨에 따라 세무대리업무의 수요가 더욱 폭발적으로 증가하면서 세무대리인에 대한 관심도가 높아지기 시작하였다. 그 이후 1995년 세정개혁 추진에 의한 자율세정의 확대, 1995년 귀속 종합소득세 신고납부제도의 실시 그리고 2001년 금융소득종합과세의 시행과 2005년 1월 종합부동산세의 도입 등으로 인하여 세무대리인의 역할이 증가하고 있는 실정이다(장용운, 2006).

또한 세계무역기구(WTO: World Trade Organization))의 출현으로 1994년 4월에 우루과이 라운드 협상 완전 타결 및 세계무역의 자유화 추세로 인하여 회계 서비스시장과 같은 서비스 부문도 예외없이 개방화의 압력이 커지고 있다. WTO에서 요구하고 있는 기본 원칙은 국가간, 국민간 차별을 배제하고 시장접근에 대한 제한을 최소화하여 세계경제구도를 자유주의라는 대원칙 하에 국경 없는 교역을 이끌어 가는 것이다(한명희, 2010). 특히, 회계 서비스시장의 개방과 관련해서 ‘서비스교역에 관한 일반협정(General Agreement of Trade on Services; GATS)’에 의하여 우리나라는 재정경제부 고시 ‘외국인투자에 관한 규정’ 제5조와 관련하여 공인회계사업, 세무사업, 특별하게 분류 되지 않은 회계 관련 서비스업 등 외국인 투자 제한업종으로 명시되어 있지 않은 사항을 1996년 1월 1일부터 개방하도록 되어 있다(장용운, 2006).

국제적으로 회계 서비스시장의 개방과 국내적으로는 신고납부제도 전환에

따른 세무대리인의 업무영역 증대로 인하여 오늘날에는 세무대리인의 세무서비스시장에도 큰 변화를 초래하고 있다. 이러한 국내외 환경의 변화에 대응하기 위하여 세무대리인은 납세자에 대한 인식제고, 전문직업인으로서 직업윤리의식의 고취, 전문지식의 함양, 조직의 대형화, 업무영역의 다양화 및 전문화의 환경변화에 대한 인식의 전환 등의 노력을 기울여야 할 것이다(장용운, 2006).

현행 세법에서는 모든 개인사업자와 법인사업자에게 여러 가지 협력의무를 부여하고 있으며, 이행하지 않거나 이행하더라도 부정확한 신고가 발생되는 경우 가산세 등을 부과 하며 또한, 신고서 등을 전자 신고하고 제출할 것을 요구하고 있으며, 이는 2011년부터 일정규모 이상 사업자에 대해 전자세금계산서 교부가 의무화 된 것과 맥을 같이 한다(송춘달, 2001).

위와 같이 여러 전자신고제도가 도입되기 이전까지는 납세자가 모든 신고서류와 세금계산서 등을 세무사의 도움으로 수기로 작성해 제출하였다(송춘달, 2001). 과세관청에서는 제출받은 모든 신고서와 접수된 자료를 수기로 작성하고 집계하거나, 일일이 전산에 입력하여 집계하는 등 많은 시간과 비용을 투입하였다(송춘달, 2001).

그러나 2000년대 들어와 국세에 관한 행정이 전산시스템 도입과 컴퓨터의 보급률이 일반화되면서 전자신고 제도를 도입하였다. 이후 지금은 대부분의 신고서류와 세금계산서 등을 전자시스템 등으로 신고하고 있다. 2017년에는 법인세의 경우 세무사에 의해서 신고 되는 비율이 전체 신고 중 96.76%에 이르렀으며, 전산시스템의 발전에 따라 04년도와 16년도를 비교하자면, 과세관청의 세입은 110조에서 157조로 42% 크게 증가하였으나, 100원당 징세비는 0.86원에서 0.645원으로 오히려 줄어들었다. 또한 과세관청의 전산장비는 29,834대에서 46,878대로 오히려 증가하였다(국세청 국세통계, 2018).

그리하여 세무사 송춘달의 2001년 조세일보의 특별 기고에서 이와 같은

과세관청의 내국세 수입과 과세자료 처리는 증가하는데 비하여 징세비율과 전산 인력이 줄어드는 이유는 전산장비의 현대화도 기여를 했으나, 그보다 더 비중이 큰 것은 ‘세무사’가 납세자를 대리하여 신고서류와 과세자료를 전자로 신고하고 제출하기 때문이라고 하였다(송춘달, 2001). 그리하여 정부 측면에서는 거대한 예산을 절약할 수 있게 되었다.(김연옥, 2018).

하지만 세무사 등은 납세자로부터 수수료는 더 받지 못하면서 오히려 반대로 더 많은 시간과 인력을 투입하여 납세자에게 부여된 각종 협력의무를 대리하여 이행함으로써 사무실 운영경비가 크게 증가하여 결국 과세관청의 징세비용 중 일정한 부분을 세무사가 부담하는 상황이 되어버렸다(송춘달, 2001).

최근 국내·외의 경제 저성장으로 인해 수많은 자영업자나 중소기업체의 수익 등의 감소 및 폐업자의 수가 증가하는 추세이다. 이로 인하여, 종합소득세, 법인소득세 등 신고건수가 줄어든 반면, 세무대리인의 수는 반대로 증가추세로 세무대리서비스업의 이증고는 날로 증가하고 있다(김연옥, 2018).

본 연구는 세무대리서비스를 제공받은 이용자가 느끼는 만족도에 미치는 영향과 지속적인 이용의도에 대한 요인을 분석하여 이에 대한 시사점을 제시함으로써 세무대리서비스가 원활히 이루어지도록 하고자 한다.

1.1.2 연구의 목적

본 연구는 다음과 같이 구체적인 목적을 가지고 수행되었다. 납세자가 세무대리서비스에 따른 세무대리인을 결정할 때 중요하게 고려하는 사항으로 세무대리서비스의 품질(전문성, 신뢰성, 확신성, 공감성, 유형성, 응답성)을 독립변수로 두고 이용자만족도와 지속적인 이용의도에 미치는 영향을 탐구할 수 있는 연구모형을 만들고 설문조사를 통해 실증적으로 검증하는 것을 목적으로 한다.

선행요인과 결과요인간의 관계를 분석하여 양질의 세무대리서비스를 제공하기 위한 시사점을 제시하고자 한다.

1.2 연구의 방법 및 범위

연구방법으로 설문조사를 통해 수집된 자료를 기초로 신뢰성분석, 요인분석, 상관관계분석, T-test를 이용한 실증분석을 수행 하였다. 본 연구를 위해서 자료는 세무대리인을 이용하여 종합소득세, 양도소득세나 법인세 또는 부가가치세를 신고하고 있는 사업자 및 개인을 대상으로 한 설문조사를 통하여 수집하였다.

설문조사를 통하여 조사한 선행변수인 세무대리서비스의 품질은 전문성, 신뢰성, 확신성, 공감성, 유형성, 응답성으로 측정하고, 종속변수는 이용자만족도와 지속적인이용의도로 작성하였다.

본 연구의 가설검증을 위한 방법으로 SPSS 22.0을 사용하여 통계분석을 하였다.

제1장은 서론으로 연구의 목적, 연구의 방법과 범위를 기술하였다.

제2장은 이론적 배경과 선행연구로 세무대리인의 서비스품질의 정의, 세무대리서비스의 품질측정, 세무대리서비스의 이용자만족도, 세무대리서비스의 지속적인 이용의도에 대한 이론적 배경과 본 연구와 관련된 선행연구를 검토 기술 하였다.

제3장은 연구설계로 연구모형을 만들고 연구가설을 설정하여 변수의 조작적 정의 및 측정방법 등 연구에 필요한 조사방법을 기술하였다.

제4장은 실증분석의 결과로 신뢰도와 타당성, 연구가설을 검증하였다.

제5장은 결론은 본 연구 결과에 대한 요약 및 시사점을 도출하고 연구의 한계점과 향후 연구방향을 제시하였다.

Ⅱ. 이론적 고찰

2.1 세무대리서비스의 의의

2.1.1 세무대리인의 정의

세무대리인은 세무와 관련된 공적업무에 있어 본인을 대리하여 관련 업무를 처리 하는 자를 의미한다. 세무사, 공인회계사, 변호사의 자격을 취득한 후 그 세무대리 행위를 하는 자를 말한다. 세무사는 세무와 관련된 업무를 수임 받아 처리하는 자를 말하며 한편, 공인회계사는 회계사법에 의거 세무와 관련 업무를 수임 받아 처리를 하거나 외부감사에 관한 법률에 의한 주식회사 및 유한회사의 외부감사를 수행하고 감사보고서를 발행하는 자를 말한다. 변호사는 세무관련 소송에 관한 행위 및 행정처분을 대리하는 자를 말한다.

세무대리서비스 행위는 성격상 법률사무와 회계사무의 양면을 가지고 있기 때문에 이를 수행하는 자는 누구를 대상으로 할 것인지에 대하여는 각 나라마다 적용을 달리하고 있다.

세무대리업무의 수행 자격자에 대하여 정리하여 살펴보면 아래와 같다.

[표 2-1] 세무대리업무의 수행 자격

구분		세무사	공인회계사	변호사
자격 기준		세무사법 제3조1호 (제5조의 세무사 자격시험에 합격한 자)	공인회계사법 제3조 (공인회계사 시험에 합격한 자)	세무사법 제4조(변호사의 자격이 있는 자)
등록 및 감독		기획재정부	금융위원회	대한변호사 협회
업 무	주요 업무	조세에 관한 전반적인 업무	회계와 관련된 감사·계산·정리·감정 또는 법인 설립에 관한 회계	소송에 관한 행위 및 행정처분의 대리
	부수 업무	기장, 각종 세금 신고 등	기장, 각종 세금 신고 등	기장 및 세무대리

[자료출처] 한국세무사회, 한국공인회계사회

[표2-1]은 세무대리인의 수행 자격기준에 대한 표로서, 변호사의 자격이 있는 자, 공인회계사의 자격이 있는 자, 세무사법에 의해 세무대리인은 세무자격시험에 합격한 자로 규정하고 있다.

세무대리인 중에서 공인회계사는 1945년 조선계리사회의 창립으로 시작되었고, 1954년 한국계리사회를 거쳐 1996년에는 한국공인회계사회로 다시 발족하면서 세무서비스가 본격화되었다. 세무사는 1961년 세무사법이 제정되었고 1962년 한국세무사회의 설립으로 세무서비스가 시작되었다.

한편 공인회계사가 2018년 6월 말 자료에 의하면 총 회원수가 20,075명이고, 세무사는 2018년 8월 말 자료에 의하면 12,972명이다. 개업회원 25,272명 중 공인회계사가 개업회원 비율은 50.72%, 세무사 개업회원 비율은 49.28%였다.

[표 2-2] 세무대리인 현황

2018. 06. 30. 현재

구분	회 원 수	개업회원	개업비율(%)
공인회계사	20,075명	12,819명	50.72
세무사	12,972명	12,453명	49.28
합계	33,047명	25,272명	100.00

[자료출처] 한국세무사회, 한국공인회계사회

2.1.2 세무대리인의 제도

2.1.2.1 한국의 세무대리인 제도

우리나라의 세무대리인제도는 독일과 일본의 세무사제도를 기초로 하고 있다. 우리나라의 세무대리인 제도의 확대에 의하여 1인당 징세비용은 국세청 국세통계에 의하면 1980년도에는 100원당 1.21원에 달하였는데, 꾸준히 징세비가 감소하여 2004년에는 0.86원에 이르렀고 최근 2016년에는 100원당 0.65원까지 감소하였다. 정보통신의 발달로 국세청 홈택스 등 전산화로 기여했으나, 세무대리인 제도 활성화도 일부분 기여를 한 것으로 보인다(국세청/국세청, 2018).

위 표에서 보는 바와 같이 기장대리 및 세무대리 업무는 세 개의 전문 자격사들의 업무가 중복되어 있다는 것을 확인할 수 있다.

2.1.2.2 일본의 세무대리인 제도

가까운 일본의 경우는 세리사 자격자는 세리사명부에 등록을 한 후, 세리사회에 입회하여야만 비로소 세리사의 명칭을 사용할 수 있으며 세리사 업무를 수행 할 수 있다. 세무대리 업무를 전문업으로 수행하는 세리사의 자격은

세리사 자격시험에 합격한 자, 세리사 시험 면제자, 공인회계사, 변호사 등이 있다. 다만 일반적인 세무업무의 경우에는 변호사가 소속된 변호사회를 경유하여 국세청장에게 통지하고 허가 증서를 교부받은 후 국세청 관할구역 내에서 세리사 업무를 수행 할 수 있다.

세무대리 행위에 관한 일반적인 규율은 세리사법에 규정되어 있으며, 세리사법은 세리사의 권리와 의무·책임, 세리사회에 관련된 전반적 사항을 규정하고 있다. 일본의 세리사는 등록 즉, 입회라는 특징을 가지고 있다.

일본의 경우에는 세무대리업무는 오직 세리사로 등록을 한 자만이 수행할 수 있다는 점으로 세무대리업무의 일원화를 실현하고 있다. 또한 세무대리행위는 세리사법에 의하여 일원적으로 규율되며 그에 따라 등록, 단체가입, 감독 및 징계 등에 있어 단일한 체계로 운영된다는 점에서 세무대리업무에 대한 규율도 일원화 되어 있다(장용운, 2006).

2.1.2.3 독일의 세무대리인 제도

독일(Germany)의 경우는 모든 세무원조행위와 세무대리업무를 수행 할 수 있는 무제한 세무원조자와 일정한 세무원조행위로 업무영역이 제한되는 제한세무원조자로 분류되어 있다. 세무원조자에는 변호사, 공인회계사, 세무사, 세무대리사, 공인장부검사법인이 있다(장용운, 2006. 그리고 제한세무원조자에는 변리사(patent agent), 공증인(notary), 재산관리인(manager of property), 관청(public office) 및 공법인(public legal person), 상법(commercial law) 등의 영업을 영위하는 사업부 등을 포함한다.

독일의 세무사는 면허를 취득함으로써 작업명칭을 사용할 수 있는 권리를 취득할 뿐만 아니라 직업 명칭을 강제적으로 사용해야 하는 의무를 이행하게 된다. 변호사나 공인회계사가 세무원조행위를 하는 경우에는 변호사나 공인회계사의 명칭만을 사용할 수 있으며 세무사라는 명칭의 사용은 불가능하다. 그

러나 복수자격소지자, 예를 들어 공인회계사나 변호사가 세무사의 자격도 동시에 취득하고 있는 경우에는 양자의 직업 명칭을 동시에 표시하는 것이 의무사항이다. 그밖에 공적으로 부여한 직업 명칭을 제외하고 세무사 또는 세무대리사라는 명칭에 유사한 명칭을 부가하여 사용하는 것은 불허되며, 과거에 세무사라는 직업을 가졌었다는 것을 나타내는 명칭의 사용도 금지된다.

세무원조는 이상의 세무원조자만이 업무로서 수행할 수 있는 독점적인 업무로 되어 있다. 한편 세무사 이외에 변호사나 공인회계사 등은 자신의 자격으로 아무런 제약조건 없이 세무원조행위를 할 수 있다. 다만 변호사나 공인회계사들이 세무원조를 행하는 경우에는 세무사라는 명칭의 사용이 제한되며 변호사나 공인회계사의 명칭만 사용 하여야 한다. 세무원조자와 세무원조행위는 세무상담법에 의해 일률적으로 규율된다. 독일의 경우 세무원조업무는 세무사 이외에 변호사, 공인회계사 등에 대하여도 세무원조행위를 할 수 있기 때문에 세무대리가 특정직군에 독점되어 있지는 않아 다른 국가들보다 개방적이다. 다만 명칭 사용의무와 명칭 사용의 독점에 관하여 세무사 명칭 사용의 일원화가 인정되어 있다.

2.1.2.4 미국의 세무대리인 제도

미국의 경우는 세무대리인은 특정 직군이 독점적으로 인정되지 않고 등록대리인 외에 변호사, 공인회계사 자격을 보유 한자는 누구라도 수행할 수 있는 점이 타 국가에 비해 개방적이라고 할 수 있다. 하지만 세무대리행위는 재무성통첩 제230호(TDC; Treasury Department Circular)에 의해 규정되어 있으며, 세무대리인에 대한 징계 할 수 있는 권리를 재무성장관이 보유하고 있어 세무대리인에 대한 규율의 일원화가 이루어져 있다.

미국의 경우에는 납세상담 및 납세신고서의 작성 그리고 미국 국세청 (Internal Revenue Service)을 상대로 세무대리 업무를 수행하는 세무대리업무

자의 세무대리행위는 특정한 조세전문가의 독점적인 업무가 아니므로 원칙적으로 누구라도 할 수 있다. 그렇지만 일반적으로 미국 국세청(Internal Revenue Service)에 대하여 납세자를 대리할 수 있는 조세전문가는 공인회계사, 변호사, 등록대리인이 있다. 특히 등록대리인은 일본과 우리나라의 세무사와 유사한 제도로 볼 수 있는데 등록대리인은 미국 국세청(Internal Revenue Service)이 시행하는 시험에서 자격을 취득한 자 또는 미국 국세청(Internal Revenue Service) 근무경력자 중 일정한 등록요건을 갖춘 자로서 미국 국세청(Internal Revenue Service)에 비치한 등록부에 등록한 자를 일컫는다.

세무대리인의 제한과 의무에 대해서는 재무성통첩 제230호에 의거 규제한다. 등록대리인의 경우는 미국 국세청(Internal Revenue Service)에 비치된 등록대리인 명부에 등록이 되어야만 세무대리 업무를 수행 할 수 있다. 그러나 변호사나 공인회계사의 경우 이러한 등록이 필수 요건이 아니다. 그러나 등록대리인은 전국등록대리인회의 전문교육을 이수 해야만 하며, 이는 등록갱신의 필수 요건이 되고, 30시간 이상의 연수가 의무사항이다. 즉 공인회계사로서 등록한 자는 등록 후 3년 이내에 120시간 내지 15일의 전문적 교육을 이수 하도록 요구 하고 있으며, 교육을 이수하지 않은 경우 당해 주에서 공인회계사의 업무수행이 불가능 하다.

2.1.2.5 중국의 세무대리인 제도

중국의 경우는 세무대리인 자격은 세무사 자격시험 합격자와 세무사시험 면제자에게 부여하고 있다. 그리고 세무사 시험이 면제되는 자는 공인회계사, 심계사, 변호사(layer) 및 세무업무에 15년 이상 지속적으로 종사한 자이다. 다만 세무사 시험의 면제 혜택 조건은 해당 각 성, 자치구 및 직할시의 국가 세무국의 평가 및 인증을 받아야 한다.

세무사 자격시험 합격자와 세무사시험 면제자는 세무총국(SAT; State

Administration of Taxation)으로부터 세무사 자격증명서를 발급 받는다. 자격 증명서를 발급받은 자가 세무대리업무에 종사하려는 자는 해당 각 성, 자치구, 직할시의 국가세무직에 서면신청을 하여 인가를 받아 등기등록을 수행함으로써 세무사 취업증서를 발급받을 수 있다.

중국의 모든 세무사는 세무사협회에 가입이 의무사항이다. 즉 변호사, 공인회계사 등에 대한 예외규정이 별도로 없으므로 세무사회 가입에 대한 일원적인 법적 규제가 이루어지고 있다. 세무사에 대한 감독 및 징계는 세무사회와 세무관청 두 곳에서 행해진다. 세무사회는 소속 세무사에 대한 자율적인 감독업무와 징계를 담당한다. 또한 세무사가 일정한 책임과 의무를 위반하는 경우에는 세무총국 및 각 해당 성, 자치구, 직할시의 국가세무국은 제재조치 등을 취할 수 있으며, 이 업무를 담당하기 위하여 세무사 자격심사 위원회를 설치하도록 되어 있다. 중국도 일본과 마찬가지로 세무대리 일원화가 거의 동일하게 이루어지고 있는 편이다. 즉 세무대리를 담당하는 세무대리 업무자는 세무사로 있으며, 세무사에 대한 규율법규도 세무대리 시행법에 의하여 일원적으로 규율되고 있다.

2.1.2.6 유럽의 세무대리인 제도

영국의 경우 칙허회계사, 등록감시인, 관리회계사, 공인회계사 등 4개 자격사가 세무대리업무를 수행 할 수 있는데 자주적 규제에 의해 운영되고 있다. 전문직업단체의 가입은 필수사항이고, 4개 자격사 중에서 합병감사와 법정감사는 등록감사인만이 법률에 의해 보호받으며 기타 다른 자격사는 공공기업 등 감사와 임의감사를 수행할 수 있다. 그리고 도산 및 파산회계는 별도로 파산담당기업자만이 할 수 있도록 규제하고 있는 것이 특징이다.

프랑스는 법정활동을 포함해 세무대리 신고, 노동쟁의나 사회보험에 관한 모든 업무가 보장되는 변호사와 회계·감사·재무에 관한 전문가로서 공인회계사, 법정감사·합병감사·공공기업 등 감사만을 허용하는 회계 감사인 등이 세무 업무에 관련된 일을 한다(출처; 한국산업인력관리공단 전문자격국, 2012).

스위스의 공인세무사는 국가 공인 자격이다. 스위스 연방경제성의 감독하에 있는 세무사협회가 자율규제를 하면서 세무사의 전문자격을 심사한다(출처; 한국산업인력관리공단 전문자격국, 2012). 전문직업단체에 가입은 강제사항이 아니라 회원의 자율적인 의사에 맡겨진다. 법률에 의해 보호받는 업무는 회계사(CPA)나 세무사 모두 없고, 두 자격사 모두 회계에 관련된 법정증언이 금지되어 있으며 법무대리 및 자문도 협회 회칙상 못한다.

오스트리아의 세무사는 국가공인자격이고 국가의 직접적인 규제를 받으며, 전문직업단체의 가입은 강제되어 있다. 유럽에서는 독일과 더불어 유일하게 세무사법에 의해 상당히 높은 수준으로 발전시킨 국가 중 하나다. 현재 독일과 상호간 세무대리 업무를 볼 수 있도록 하고 있는 것이 특징이다(출처; 한국산업인력관리공단 전문자격국, 2012). 법률상 보호받는 업무는 회계감사 및 법정·합병·공공기업 감사 등이며 세무업무와 세무대리 투자상담도 할 수 있다(출처; 한국산업인력관리공단 전문자격국, 2012).

[표 2-3] 한국·일본·독일 세무사 자격시험 비교

구분	한국	일본	독일
세무대리 자격자의 명칭	세무사	세리사	Steuerberater
자격취득 시험의 명칭	세무사자격시험	세리사 시험	Prüfung als Steuerberater
준거법	세무사법 및 동법 시행령	세리사법	Steuerberatungsg esetz 및 동법시행령
시험의 종류와 방법	제1차시험(4지선 다형 필기) 제2차시험(주관식 서술형 필기)	필기시험	필기 및 구술시험
시험의 면제	국세행정사무경 력자에 대한 1차시험 및 2차시험 일부 과목 면제	응시자의 경력 및 학력에 따라 시험 과목 일부 면제	전직 재정법원판사, 대학교수 등에 대한 시험면제, 공인회계사 등에는 일부 과목 면제
수험자격의 제한	없음	일정한 자격, 경력, 학력이 있는 자에 한정	일정한 세무경력이나 학력이 있는 자에 한정
응시횟수의 제한	없음	없음	2회
과목 합격제도의 유무	없음	과목합격제 채택	없음
시험실시 기관	기획재정부	대장대신	Land재무부
합격 기준	매과목 40점 이상 전과목 평균 60점 이상 취득	과목당 60점 이상 취득	필기와 구술시험의 성적을 합산점수제에 의함

[자료출처]사이버 월간회계, 자격증 안내

2.2 세무대리서비스 품질에 관한 연구

2.2.1 서비스 품질에 관한 연구

2.2.1.1 서비스 품질의 정의

전반적인 서비스 품질과 서비스 만족도평가에 있어 이용자와 종업원간의 상호작용에 대한 중요성은 서비스 품질과 서비스 만족에 관련된 선행연구에서 확인됨을 알 수 있다. 즉, 서비스를 제공하는 기업이 어떻게 수행해야 하는가에 관한 고객의 일반적인 기대와 기업의 성과를 비교한 결과로써 특정기업의 서비스 품질을 평가하였는데, 그들은 처음에 집중 집단면접을 통해 서비스품질의 10개 구성차원 알아내었으며, 후에 그들은 실증적인 타당성과 척도의 개발을 통하여 서비스 품질을 종속적인 5개의 차원으로 축소하였다(A Parasuraman, V. A. Zeithaml, L. L. Berry, 1988). 고객이 느끼는 상대적 중요도에 따른 5개의 종속적인 차원은 신뢰성(reliability), 문제에 대한 응답성(responsiveness), 확신성(assurance), 고객의 공감 수준(empathy), 유형성(tangibles)의 순서이다(A Parasuraman, V. A. Zeithaml, L. L. Berry, 1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," Journal of Retailing", vol.64, no.1 Spring .

서비스 품질이라는 정의는 PZB(A Parasuraman, V. A. Zeithaml, L. L. Berry, 1988)가 서비스 품질을 발표하면서 서비스의 우수성과 관련하여 가지는 개인의 전반적인 판단 혹은 태도로 서비스 품질의 측정에 관한 것으로, PZB(A Parasuraman, V. A. Zeithaml, L. L. Berry, 1988)에 의해 개발된 서비스 품질이 마케팅 분야에서 가장 많이 인용되고 있다(A Parasuraman, V. A. Zeithaml, L. L. Berry, 1988). 서비스 품질을 이상과 같이 정의함으로써 특정 거래와 관련되는 만족과는 뚜렷하게 구별되는 개념으로 태도와 거의 비슷한 개념으로 정의하였다.

이후 PZB(Parasuraman, A., V. Zeithmel. and L. Berry, 1985b)는 서비스

품질을 실증적 연구를 통하여 22개 항목/5개 요인으로 발전시켰다(유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성 등). 분석결과 신뢰성이 가장 중요한 요인으로 나타났으며, 공감성이 영향력이 가장 낮은 요인으로 나타났다(장용운, 2006). 서비스 품질은 [표 2-4]과 같이 나타낼 수 있다.

[표 2-4] 서비스 품질의 분류

구분		서비스 목표	수요자(고객) 측면	공급자 측면
일반 서비스	결과적	고객만족	기술적 품질	기술적 품질
	기능적		기능적 품질	기능적 품질
전문 서비스	규제적	법준수		규제적 품질
	결과적	고객만족	기술적 품질	기술적 품질
	과정적		기능적 품질	기능적 품질

[자료출처] 김홍규, 2003 세무대리서비스 품질요인과 세무대리인 변경의사에 관한 연구. p.19.

2.2.1.2 서비스품질 측정에 관한 연구

서비스품질의 정의로 첫째, 고객 필요관점 둘째, 고객의 품질지각관점, 그리고 셋째로 고객만족관점의 접근방법이 있다. 고객 필요관점은 서비스품을 고객이 필요요구에 초점을 맞추어 제공된 서비스가 고객의 요구나 기대에 부응하는 정도로 보는 관점이다. 고객 품질지각관점은 고객의 서비스 기대 또는 욕망과 이용자가 실제로 제공받은 서비스지각과의 관점이며, 여기서 SERVQUAL 모형이 제시된다. SERVQUAL 모형은 서비스의 기대치와 서비스 인식을 비교한 결과 값으로 서비스 품질이 인식되며, 품질(quality)은 소비자의 기대치와 인식 사이에 존재하는 불일치하는 정도의 방향이라 하며 고객의 품질 지각 관점에서 전통적인 개념이다. 고객만족관점은 서비스품질은 기대와 지각간의 갭(gap)보다는 고객의 태도로서 평가하고 측정해야 한다는 측면이다(최태한, 2016). (박광태·김민철)은 현 상태의 진단적 목적일 경우에는 기대/성과모형인 SERVQUAL 모형을 사용하고, 미래예측목적일 경우에는

SERVPERF 모형을 사용하는 것이 바람직하다는 연구결과를 보이고 있다(박광태·김민철, 1998). 그러나 서비스 품질평가 모형에 대하여 어떤 방법이 우월한지에 대해서는 서로 다른 입장을 보이고 있으나 가장 널리 쓰이고 있는 SERVQUAL 모형을 중심으로 그 문제점을 지적하고 대안을 제시하는 방향으로 전개되고 있다고 보여진다(안영면, 1999).

2.2.2 세무대리서비스의 개념

2.2.2.1 세무대리서비스의 이론

세무대리서비스의 정의에 대한 이론적인 검토를 위해 개념적 정의, 전문서비스와 구분, 세무대리서비스의 특성(quality)을 고찰하면 다음과 같다.

2.2.2.2 세무대리서비스의 개념

먼저 세무대리서비스를 이해를 돕기 위해서 서비스에 대한 정의를 살펴보고자 한다. 서비스란 판매를 목적으로 하는 제품과 관련되는 제반 활동을 고객에게 제공하는 편익이나 만족이다(Christian Gronroos, 1990).

세무대리서비스의 개념을 정확하게 규정한다는 것은 어렵다. 이는 ‘세무에 관한 전반적인 서비스’를 의미하는데, 세무란 조세를 부과결정하고 징수하는 일련의 과정들을 일컫는데, 조세를 경제주체에 따라 공평하고 정당하게 절차에 따라 배분하는 과정이라고 보는 미시적 측면으로(이우택, 1990). 서비스란 고객의 편익과 만족을 위해서 서비스제공자 자신 내지 다른 서비스자원을 이용하는 과정, 노력, 행동의 수행(이순룡, 1997)이라 정의할 수 있다.

따라서 세무대리서비스란 조세를 계산하여 신고하거나 그 세액을 결정하는 일련의 과정을 말하는데 이러한 행위 즉, 세액을 신고, 결정, 징수, 각 세목에 부가되는 이의신청, 불복청구 등 각종 민원처리 전부 또는 일부를 정부가 제공하면 세무행정서비스라고 하고, 세무전문가들이 납세자의 사무를 위임받아 처리하는 것을 세무대리서비스라고 한다(최태한, 2016).

세무대리서비스는 납세자의 의뢰로 세무대리인이 전문가적 지식을 바탕으로 조세에 관련된 거래 사실과 구체적인 증빙에 근거하여 사실판단·기록·계산·조정 등의 일련 과정을 거쳐 최종적인 의사결정에 의해 보고하는 일련의 과정, 노력, 행동을 일컫는데, 그 구체적인 업무의 대상은 국세와 지방세에 관련된 신고업무, 세무확인업무, 컨설팅업무, 이의신청 및 불복업무 등을 그 대상으로 하고 있다. 특히 사업자의 사업거래사실을 기록하고 재무제표를 작성 신고하는 기장 및 신고 대리 업무는 세무업무의 일상적이고 보편적인 업무로서 이들 의뢰인을 본 연구의 분석단위로 설정하고 있다(최태한, 2016).

세무대리서비스도 고객의 욕구와 고객의 만족을 충족시켜야만 한다. 세무대리서비스를 수행하고 있는 세무사와 공인회계사 및 변호사의 자격사별 업무특성을 살펴보면 다음과 같다. 회계감사를 주업으로 하는 회계사는 공정하게 감사직을 수행하여야 하고 서비스 수행의 결과는 의뢰인인 고객만족과는 무관하게 결정되며, 고객의 의사와 무관하고 공정하게 업무를 처리한다. (최태한, 2016). 반면, 법률서비스의 변호사와 세무대리의 세무사는 고객과 법률상 대리관계이며, 서로의 이익을 위하여 법이 허용하는 테두리 내에서 고객의 의사에 합치되는 방향으로 설정되어야 한다(최태한, 2016).

2.2.2.3 세무대리서비스의 특성

세무대리서비스의 특성(characteristic)은 다음과 같은 8가지의 특성(characteristic)이 있다.

- 공익성(public benefit attributes) - 법적 규제의 범위 내에서 서비스가 제공된다.
- 전문성(specialized attributes) - 회계학 지식과 세법의 복잡성으로 전문성이 전제된다.
- 다양성(attributes of diversification) - 2018년 현재 31종의 세목과 관련된 서비스업무의 종류가 매우 다양하다.
- 유한성(attributes of limitedness) - 세무대리인의 자격인원은 시장 공급측면에서 어느 정도 한정성이 있다.

- 연속성(attributes of continuity) - 단발성 또는 일회성이 아닌 지속성이다. (기장과 세목별 신고, 세무컨설팅 등 일련의 세무업무의 연계성을 말하는데 이는 일반서비스의 특성(characteristic) 중 생산과 소비가 동시에 발생하는 비 분리성과 차별되는 것이다.)
- 누적성(attributes of accumulation) - 서비스에 대한 평가는 수임기간 내 계속적으로 평가하는 것이다.
- 애매모호성(ambiguity) - 전문직서비스는 신뢰의 질로 평가되는 것이므로 고객의 객관적 평가가 어렵다(김홍규, 2003).

(심태섭, 1998)은 세무대리서비스가 세무대리인을 이용하는 납세자 만족도에 미치는 영향을 파악하였는데, 독립변수로 세무서비스의 기술적 품질, 세무서비스의 이용, 세무서비스의 시간, 납세자에 대한 이해, 세무사무실의 물리적 조건을 사용했다(심태섭, 1998). 회귀분석을 이용한 연구결과에서 세무대리인을 이용하는 이용자의 만족도에 유의적인 영향을 미치는 요인은 ‘서비스의 비용’, ‘납세자에 대한 이해’로 나타났다. 또한 ‘세무서비스의 시간’도 납세자 만족도에 어느 정도 유의적인 영향을 미치는 것으로 파악되었다(장용운, 2006).

세무대리인을 이용하는 납세자를 대상으로 품질요인에 대한 기대 및 성과 수준, 그리고 품질성과와 세무대리인 변경의사의 관계를 분석하였다(김홍규, 2003). 실증분석에서 세부담절약성, 정확성, 납세성실성, 전문가자질성, 편의성 등의 변수를 다루었다. 연구결과 납세성실에 대해서 납세자는 위험을 최소화하는 범위 내에서의 납세성실성을 제고하는 세무서비스를 바라고 있었고, 세무서비스 품질을 일반 서비스 품질 속성과는 다른 품질로 기존의 품질속성을 재분류할 수 있음을 시사하였다(장용운, 2009).

2.3 세무대리서비스 품질의 구성요소

2.3.1 세무대리서비스의 전문성

고객에게 있어 세무대리인의 전문성이란 세무사나 세무사사무소의 직원들이 제공하는 세무대리서비스에 대해 느끼는 전문지식과 기술적 숙련도 등을 의미한다(안준수·정강국, 2005). 세무대리인의 전문성을 ‘세무사사무소의 세무사와 직원들이 제공하는 조세에 관한 각종 신고대리, 이의신청 및 불복청구, 민원처리 등의 처리능력과 기술적 숙련정도’로 정의 한다(최태한, 2016).

고객과의 접촉이 매우 빈번한 세무대리인의 전문서비스에서 종업원의 고도의 전문성은 고객의 행동변화를 유도시키는데 있어서 매우 효과적이며, 특히 믿음에 보다 많은 영향을 미친다. 세무사사무소 운영을 책임지고 있는 세무사의 전문성은 세무대리인의 인지도나 의뢰인의 신뢰 그리고 고객충성도에 지대한 영향을 미칠 수 있다.

세무대리서비스의 전문성의 경우에는 세무사나 소속 직원들에 대한 전문성 정도에 대한 지각이 매우 중요하다. 이용자에 대한 세무대리인의 전문성은 고객의 기대를 충족시키고 지속적인 관계를 유지하는데 주요인으로 작용할 수 있다. 결국 서비스 의뢰인인 고객들은 세무사사무실의 세무사나 직원들이 높은 전문성을 보유하고 있는 경우에 이들과 계속적인 관계를 유지하고자 할 것이기 때문에 세무대리서비스의 전문성은 대리인의 인지도와 의뢰인의 신뢰에 큰 영향을 미칠 수 있으며, 결국 고객의 이동이나 이탈을 사전에 예방하여 높은 고객 충성도를 유지할 수 있다.

따라서 CRM이나 관계마케팅 등의 연구 결과를 사용하여 세무대리서비스 분야의 연구에서도 세무대리인의 전문성 변수와 이용자만족도, 지속적인 이용의도간의 상호관계를 연구할 필요성이 있다고 할 수 있다.

서비스의 품질 높은 서비스와 다양한 양질의 서비스를 제공받으려는 기대

가 점점 커지고 있으며, 경쟁사보다 또는 과거보다 더 우수한 서비스를 제공함으로써 시장점유율을 높이고 이익을 증대시킬 수 있을 뿐만 아니라, 신규고객의 확보가 용이해지고, 경쟁사보다 먼저 신기술을 도입하고자 하는 열망으로 인해 서비스의 품질 향상이 중요시 된다고 할 수 있겠다.

서비스 품질과 서비스 만족에 대한 평가에 있어서 고객들과 종업원간의 상호작용의 중요성은 선행연구에서 알 수 있는데, Parasuraman et al,(1988)는 서비스를 제공하는 기업이 서비스를 어떻게 이해해야 하는가에 관한 기업의 성과와 고객의 기대치를 비교함으로써 특정 기업의 서비스의 품질을 평가했는데, 초기에는 실증적인 타당성분석을 통하여 서비스 질을 5개의 요인으로 분류하였다. 고객이 느끼는 상대적인 중요도에 따른 5개의 종속적인 요소는 신뢰성(reliability), 확신성(assurance), 문제에 대한 반응성(responsiveness), 유형성(tangibles), 고객의 불편에 대한 공감성(empathy)이다.

2.3.2 세무대리서비스의 신뢰성

약속한 서비스를 정확하게 수행할 수 있는 능력을 의미한다. 믿을 만한 서비스의 이행은 고객의 기대치에 대하여 적시에 동일한 방법으로 항상 실수 없이 제공할 수 있는 능력을 의미한다. 예를 들면 신뢰성은 청구서 작성 및 기록 유지의 정확성을 지원하는 부문까지 확대 적용된다.

2.3.3 세무대리서비스의 확신성

확신을 주는 구성원의 능력뿐만 아니라 구성원들의 지식과 예의바른 근무 자세 등을 의미한다. 확신성은 지식, 기업평판, 비밀보장, 고객의 재산과 시간에 대한 배려 등을 말한다.

2.3.4 세무대리서비스의 반응성

고객의 요구사항을 돕고 신속한 서비스를 제공하겠다는 것을 의미한다. 별다른 이유도 없이 고객을 기다리게 하는 행위는 품질에 대하여 부정적인 인지된 서비스 품질 인식을 자아내게 한다. 만약, 제공한 서비스에 대한 실패가 발생하게 되는 경우 전문가적 관점에서 신속·정확하게 복구할 수 있는 능력이 품질에 대하여 매우 긍정적인 인식을 심어 준다.

2.3.5 세무대리서비스의 공감성

고객에 대한 원활한 의사소통과 이용자에 대한 배려와 개별적인 관심을 의미한다. 공감성은 이용자의 요구를 이해하기 위해서 이용자의 입장에서 역지사지 할 수 있는 능력, 성실한 노력, 사소한 것에도 소홀하지 않는 민감성을 특징으로 포함한다.

2.3.6 세무대리서비스의 유형성

서비스 품질을 평가하기 위한 외형적인 단서를 의미하며, 인력, 물적 시설, 장비, 통신시설의 확보 등 시설의 외형적 상태를 포함하여 서비스 제공자의 세심한 배려와 관심을 나타내는 유형적 증거이다.

이용자는 여섯 가지 차원을 기준으로 인지된 서비스와 당초 기대한 서비스를 비교하여 서비스 품질을 판단한다. 기대한 서비스와 인지된 서비스의 차이는 만족 수준이 긍정적이던지 부정적이던지 간에 서비스 품질의 척도가 된다. 본 연구에서는 이 여섯 가지를 서비스품질 구성요소로 사용하고자 한다.

2.4 이용자 만족도

2.4.1 이용자만족의 개념과 측정

2.4.1.1 이용자만족의 개념

이용자만족은 서비스에 대해 사용 후 고객이 인식하는 정도와 사용전 기대수준과 비교함으로써 느끼는 상태를 말한다. 즉 이용자만족이란 사용한 제품이나 제공받은 서비스의 성능이 기대수준을 충족시켰을 경우에 이용자가 느끼는 상태를 말한다.

한편, 선행연구를 검토하여 이용자만족을 다음과 같은 4가지 개념으로 구분하고 있다(조형지, 박명호, 1999).

첫째, 고객만족을 인지적 상태(cognitive states)로 보는 관점으로, 결과지향적인 접근법을 설명하면서 언급된 정의가 대표적인 예이다(Howard and Sheth, 1969).

둘째, 이용자 만족 평가(evaluation)로 보는 관점으로 기대-불일치 개념이 여기에 해당한다. 즉, “이용자만족은 욕구 및 요구를 충족시키는 정도에 대한 평가, 이용자의 사전기대와 실제성과 또는 소비경험에서 판단되는 일치/불일치 정도 등 일련의 소비자의 인지적 과정에 대한 평가”로 대별되는 정의가 이에 속한다.

셋째, 이용자만족을 정서적 반응(emotional response)으로 보는 관점이다. 예를 들면, Babin and Griffin(1998)은 “이용자만족이란 불일치와 지각된 성과 등을 포함한 일련의 경험에 대한 평가결과에 따라 유발되는 정서”라고 정의하였다(Babin and Griffin, 1998).

넷째, 이용자만족을 정서적 반응과 인지적 판단의 결합으로 보는 관점이다. 이러한 관점의 실례로 Oliver(2014)의 개념을 들고 있는데, “이용자만족이란 제품/서비스에 대한 처리과정, 불일치 형성과정, 또는 단순한 감정 상태인 행복감과는 다른 것으로 만족이란 소비자의 충족상태에 대한 반응으로써 제품/서비스의 특성(features) 또는 소비에 대한 충족상태를 유쾌한 수준에서

제공하거나 제공하였는가에 대한 판단”으로 정의하는 관점이다.

2.4.1.2 이용자 만족도의 연구

세무대리서비스를 제공 받기 이전에 가졌던 납세자 만족은 기대치와 세무대리인이 세무서비스를 수행하여 제공한 세무서비스를 비교함으로써 느끼는 상태를 말하는데, 다시 말해서 납세자 만족이란 제공받은 세무서비스가 기대치를 충족했을 때 납세자가 느끼는 감정 상태를 의미한다.

심태섭(2000)의 연구는 첫째, 세무대리인을 이용한 납세자가 세무대리서비스를 어떠한 요인으로 평가하고 있는지를 파악하고, 둘째, 세무대리 서비스에 대한 납세자평가가 납세자만족도에 미치는 영향을 분석하였다(심태섭, 2000). 셋째, 세무대리의 비재무적 성과지표인 납세자만족도가 세무대리의 재무적 성과지표인 세무대리인의 규모에 어떠한 영향을 미치는지를 파악함으로써 세무대리인의 이익에 미치는 영향을 알아보고자 하였다(심태섭, 2000).

연구결과 첫째, 납세자의 세무대리서비스에 대한 평가 중 ‘세무서비스의 비용’ 과 ‘세무서비스의 시간’ 요인이 납세자만족도에 유의적인 영향을 미쳤다(심태섭, 2000). 둘째, 납세자의 세무대리서비스에 대한 평가 중 ‘기술적 품질’, ‘세무조사 감소노력’, ‘친절한 상담’, ‘납세자요구의 이해’와 ‘물리적 조건’은 납세자만족도에 통계적으로 유의적인 영향을 미치지 못하는 못하였다(심태섭, 2000). 이는 세무서비스의 품질에 대한 납세자평가가 납세자 만족도에 영향을 미치지 못하는 것으로 파악이 되는데, 우리나라 세무신고의 상당 부분이 과세당국에서 정한 사전기준에 맞추어 이루어지며, 세무대리인은 서비스의 차별화보다는 일정한 기준에 맞는 세무신고를 하기 때문에 이러한 연구결과를 나타내었다(심태섭, 2000). 셋째, 세무대리서비스에 대한 평가와 납세자만족도는 세무대리인의 규모에 통계적으로 유의적인 영향을 미치지 못하였다(심태섭, 2000). 이러한 결과는 대한민국의 세무대리인의 규모는 세무대리인이 제공하는 서비스의 영향 보다는 기타 다른 요인에 의해 많은 영향을 받았다.

2.5 지속적인 이용의도

2.5.1 사용자의 지속적인 이용의도

이용자의 지속적인 이용의도란 사용자가 재화·서비스에 만족함으로써 재구매활동 등 이용자와 사업자가 지속적으로 거래관계를 유지하는 것이다. 선행연구 중 재구매의도 또는 점포 재방문을 이용자만족의 결과변수로 다루고 있는 연구들이 있다. 소비자의 만족/불만족에 대한 원인차이를 규명하였으며 관여수준에 따라 원인내용이 재구매의도와 관련이 있는 것으로 연구결과를 도출했다(안광호·윤면상, 1990).

의뢰인이 파트너를 변경할 때 발생하는 교체비용이 전환장벽의 역할을 하고 있음을 보여주고 있다(Ganesan, 1994). 새로운 파트너로 변경하고자 할 때 요구되는 거래비용, 심리적 비용, 추가노력의 시간적 비용 등의 전환비용을 전환의 장애요인으로 인식하고 있기 때문에 어느 정도까지는 계속해서 충성도를 보인다는 연구결과가 나타났다(Ganesna, 1994).

또한 많은 선행연구자들이 재구매의도와 점포 선호도가 긍정적인 태도를 가진다고 주장하였다. 백화점 고객을 대상으로 조사한 연구에서도 점포 선호도를 “점포에 대한 태도→구매의도→구매행동”으로 개념화하여 실증분석을 하였다(조광행과 임채운, 1999). 이런 면에서 고객의 만족도가 크면 반복 구매 행동이 일어날 뿐만 아니라 브랜드 충성도도 증대시킬 수 있다(조광행·박봉규, 1999).

2.5.2 납세자의 지속적인 이용의도

납세자의 지속적인 이용의도란 세무대리서비스에 대하여 의뢰인이 서비스에 대하여 만족하고 납세자와 세무대리인이 지속적으로 거래관계가 형성 유지되는 것을 말한다.

세무대리서비스 품질과 고객지향성이 재이용의도와 고객만족도에 미치는 영향을 연구하였는데, 연구결과로 세무대리서비스 이용자만족도의 재이용의도에 미치는 영향은 세무대리서비스 품질이 우수하다고 자각하고 있거나 일반

적으로 만족도가 높은 이용자이면 세무서비스에 대해 높은 계속이용의도와 구전의도(주변추천의도)를 갖는다는 사실을 발표하였다(윤종원, 2008).

세무대리인이 고객만족도를 높이기 위해서는 세무서비스에 대한 고객지향적인 관점에 의해서 세무대리서비스 품질을 제공해야 할 것이며, 세무사무소를 둘러싼 환경의 급격한 변화에 따라 고객지향적인 서비스관리시스템을 운영할 때, 고객의 성과평가지표를 다양하게 개발하는 노력이 수반되어야만 더욱 향상된 조직성과를 달성할 수 있을 것으로 파악하였으나 연구대상에 업종별, 규모별 특성에 따른 분석을 하지 못하였다(한명희, 2010).

“세무대리인의 전문성과 서비스품질이 고객만족과 계속이용의도에 미치는 영향을 납세자 상황의 조절효과를 중심”으로 구조방정식모형(SEM)을 통하여 실증적으로 연구하였고, 연구결과로 세무대리서비스 이용자인 고객의 고객만족이 재이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 사실을 파악하였다(최태한, 2016). 고객중심의 서비스가 이루어지고, 이러한 노력의 결과로 고객 만족도가 높아지면 궁극적으로 재이용의도가 높아져 세무사사무소의 운영은 더욱 더 향상 될 수 있을 것이라 주장하였다(최태한, 2016).

납세자의 지속적인 거래의도와 관련하여 성과품질 요소들이 세무대리인을 변경할 의사와 관련성이 있는가를 탐구하였다. 연구결과 서비스 품질요소 중 세부담절약성, 전문가자질성이 세무대리인 교체의사와 어느 정도 영향을 미치고 이러한 성과요소에 대한 서비스품질을 제고해야 한다고 제안했다(김홍규, 2003).

납세자 만족도와 세무대리인과의 지속적인 관계를 유지함에 있어 거래의 지속적인 유지와의 관계성을 연구한 국내의 선행연구는 현재까지는 미미한 것이 현실이다. 따라서 세무대리서비스 품질성과에 대한 결과변수의 탐구로 세무대리인의 변경의도를 연구하는데 있어 관련된 기존의 마케팅 선행연구를 참고하고자 한다.

2.6 선행연구

2.6.1 세무대리서비스에 관한 연구

세무대리서비스에 관한 연구는 연구주제 면에서 왜 세무전문가의 서비스를 제공 받는지에 관한 연구, 세무전문가에 대한 별칭의 영향에 관한 연구, 세무전문가가 이용자에게 양질의 서비스를 제공하고 있는지에 관한 연구 등으로 이루어지고 있으며(김혁·이수로, 1997), 연구단위 면에서는 서비스제공자인 세무대리인에 관한 연구(세무대리인의 세무대리서비스 품질에 대한 기대, 세무대리인의 세무신고 과정상 의사결정 행태 등), 서비스를 제공 받는 의뢰인에 대한 연구(의뢰자인 납세의무자의 세무대리서비스 기대·이용에 따른 만족도, 세무대리인 선택·변경의지 및 행동연구), 서비스 제공자인 대리인과 서비스를 제공 받는 의뢰인간의 연구(기대차이 연구)등으로 크게 구별할 수 있다. 세무대리서비스의 품질과 만족도에 관한 기존의 선행연구는 국내외 모두 미미한 관계를 나타내며, 김혁·이수로(1997)의 세무학연구의 현황 연구에 의하면, 세무서비스에 대한 국내외 10년간(1985-1994년까지)연구실적은 국내외 전체 연구의 3.6%에 불과하여 연구노력이 활발하지 못하며, 특히 우리나라의 경우에는 발표논문이 전무하다고 하면서 이 분야의 연구노력이 필요해 보인다고 하였다(김혁·이수로, 1997). 이후 국내에서는 심태섭(1998)의 연구를 중심으로 연구성과가 일부 있었으나, 아직도 미미하여 이 분야의 조사가 더욱 필요하다고 보여진다(심태섭, 2000; 안흥기, 2000).

세무대리서비스에 관한 국내외 연구는 다음과 같다.

2.6.1.1 국외연구

세무대리인을 이용하는 이유에 대한 선행논문은 세무대리인을 이용하는 방법을 인구통계학적으로 조사·분석하여 고소득, 노령, 개인사업자인 경우 세무대리인의 이용 경향이 높은 것을 발견하였고(Long and Caudill, 1987). Collins et al., (1990)는 개인가계에 대한 설문에서 납세자가 세무대리인을

이용하는 기본적인 목표로 약 70%가 정확한 과세신고로 응답하였고 25%는 세액부담의 최소화로 응답하였다(Collins et al., 1990). 또한, 세무대리인 이용이 납세자가 세무신고에 소요되는 시간을 얼마나 추정하느냐에 따라 크게 영향을 받는다고 하였으며, 한편 부양가족 수나 결혼여부 등 인구 통계적 변수는 영향력이 미미하다고 주장하였다(Christian et al., 1994).

중소기업 납세자가 세무대리인을 선임하는 동기는 세법의 모호한 상황을 처리하기 전에 확실성을 보장받기 위한 것이라는 논리를 제시하면서 실험적인 방식으로 이를 검증하였다(Tan, 1999). 이 연구의 결과는 중소기업 납세자가 절세를 선호할 것으로 알려진 바와는 달리 보다 더 정확한 세무신고를 선호하는 것으로 결론을 얻었다.

세무전문가의 별칙에 관련된 영향에 관한 연구는 유료 세무신고서 작성자와 공인회계사를 상대로 하여 별칙을 부과 했을 경우에 유료 세무신고서 작성자와 공인회계사 사이에 세무신고 항목의 조사에서는 유의한 차이를 보이고 있으나, 모호한 항목에 대한 해석에 대해서는 유의한 차이가 확인되지 않았다(Cuccia, 1994). 세법 변경 시 공인회계사가 이용자에게 그 내용을 알려주는지를 설문 하였고(Taylor and Strobel, 1986), 의료서비스의 만족도는 상호교감을 중요한 요소를 파악하여 전문적 분야의 특수성으로 인간적 요소를 강조하였다(Brown, 1989).

3개의 국제 회계법인에 고용된 회계사(CPA)와 세무의뢰인간의 세무서비스 중요성에 관한 인식차이를 연구하면서 세무서비스에 대한 고객의 평가가 어떻게 반영되는지 분석하였고 서비스를 기대하는 기대수준(중요성)과 실제 제공받은 서비스수준간의 차이와 관련된 서비스 품질에 대하여 인식과 만족의 정도를 묘사한 이론(exchange theory)을 적용하였으며, 연구방법은 구조방정식모형을 이용하였다(Christensen, 1992). 측정대상은 441명의 의뢰인과 3개 회계법인에 근무하는 세무대리인 31명에게 설문지를 배포하여 각각 235명(응답율 53.2%)과 31명(응답율 100%)의 응답을 받았다. 연구의 목적은 특정 세무서비스품질의 중요성에 대한 의뢰인과 세무대리인간의 인식의 차이 또는 세무서비스 품질에 대한 의뢰인의 기대치와 성과의 차이(PZB의 SERVQUAL 모형의 품질 측정), 세무대리인에 의한 의뢰인의 만족도를 구하고자 하였다.

세무대리서비스의 품질은 기능적 품질과 기술적 품질의 품질속성별로 분류하여 이용자의 기대와 이용자 인식간의 서비스 차이 모형인 GAP분석(GAP I - V)가설을 설정하였다.

기능적 품질은 의뢰인의 욕구이해, 이용자와의 원활한 의사소통, 자진하여 이용자를 도움 등의 범주로, 기술적 품질의 하위변수로는 정확성, 세부담, 세무조사 대비성, 절약성의 요인을 기준으로 측정항목을 선정하였다. 이용자와 대리인의 관점으로부터 기능적 품질과 기술적 품질을 측정하기 위해 이용자와 세무대리인의 기능적 품질 비교, 이용자가 갖는 기능적 품질의 비교, 의뢰인이 의뢰인이 갖는 기술적 품질의 기대와 실제로 받은 인식(성과)과의 비교의 4가지 측정방법으로 탐구 되었다. 이용자의 입장에서 평가한 결과 의뢰인의 기대수준과 실제로 제공받은 수준간의 차이는 이용자 만족도와 관련이 있는 것으로 분석이 되었고, 그 분석 차이의 세부적인 항목면에서는 세무조사가능성의 감소영역, 세부담 절약 영역, 세무대리인과 납세자 사이의 의사전달의 개선영역부문에서 이용자와 대리인간의 상당한 차이를 보이고 있다. (Christensen, 1992)의 논문은 세무대리인과 납세의무자인 이용자 간의 양 당사자 전부를 대상으로 하여 세무대리서비스 품질평가에 대한 초점을 맞춘 연구라는 점에서 그 의의가 있다.

2.6.1.2 국내연구

납세자의 세무대리인 이용에 관한 국내연구는 박종서·강중석(1998)의 선행연구가 있다. 박종서 등은 세무대리인 이용에 영향을 미치는 결정요인에 관한 연구에서 부산소재 사업자의 소득신고 서류를 실증분석한 결과, 부양가족의 수는 세무대리인 이용과 음(-)의 관계에 있고 세무신고의 복잡성은 양(+)의 관계로 확인되었다(박종서·강중석, 1998).

또한, 세무대리서비스의 품질 만족도의 선행연구는 심태섭(1998, 2000)의 연구가 있다.

세무서비스의 평가에 영향을 미치는 요소를 연구하였는데 설명변수로는 세무대리서비스 품질과 가격을 고려하여 서비스의 질적인 측면과 시장의 환

경을 고려하였다(전태영, 1998). 선행연구에 사용된 단위는 이용자입장에서 비교적 규모가 큰 사업체 중심으로 하여 상장법인 및 비상장 중견기업들을 대상으로 진행하였으며, 설문지는 상장법인 580개사와 비상장 중견기업 80개사의 회계실무자에게 우편에 의한 설문(Survey) 방식으로 발송되었고 회수는 188매로 유효 응답율 28.5%이다. 회수된 표본의 특성은 제조업이 66.5%이고 서비스를 이용하는 주된 목적은 법인세 신고가 업무(87.2%)로 파악되었다. 설문지는 세무대리서비스의 질적인 측면과 세무대리인에 관한 내용, 세무대리서비스에 대한 이용자의 만족도와 조사대상 기업에 대한 질문으로 구성되어 있으며, 그 중에 세무대리서비스의 질적인 요인에 대한 내용으로 24개 항목(요인 분석시 1개 항목을 제외한 23개 항목 확정)으로 구성하여 의뢰인의 기대치와 비교로 서비스 질을 측정하고 요인분석을 시행하였다. 요인분석의 결과 세무서비스의 인간적 측면, 기술적 측면, 편의성의 3개 변수로 압축되었다. 이들 3개 변수 외에 세무대리인의 조직형태, 규제, 세무대리계약기간을 추가하여 6개의 독립변수와 이용자의 만족도를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 분석한 결과 모형의 R^2 은 0.705로 비교적 높게 나타났으며, 독립변수들 중에서 기술적 측면과 인간적 측면, 편리성이 이용자만족과 높은 관련성을 가지는 것으로 분석되었다. 그러나 3개의 환경적 변수에 대해서는 이용자만족과 관계가 없는 것으로 나타났다.

심태섭(1998)은 서울과 인천, 경기지역에 소재하는 550곳의 개인기업과 중소기업을 대상으로 설문조사를 실행하여 수집된 표본 196매(유효응답율 35.6%)를 대상으로 분석을 실시하였다(심태섭, 1998). 그는 세무대리인이 제공하는 세무행위의 서비스가 고객만족도에 어떠한 영향을 미치는지에 대하여 파악하였는데 구체적으로 살펴보면 세무행위의 모든 세무대리서비스에 대한 이용자의 평가가 세무대리서비스에 대한 전반적인 고객 만족도에 어떠한 영향을 미치는가를 분석하였는데, 세무대리이용자가 현재 거래하는 세무대리인으로부터 서비스를 얼마나 잘 제공받고 있는지를 26개 항목 중 요인분석 시 21개 항목으로 확정하여 성과수준만으로 서비스 품질을 측정하는 SERVPERF 모형의 측정방법을 이용하였다. 이렇게 측정된 항목을 요인분석들을 통해 5개 서비스요인으로 압축하고, 5개 서비스요인과 이용자 만족도간의 회귀분석을

실시 하였다. 회귀분석의 결과 국내 세무대리인을 이용하는 이용자의 만족도에 유의적인 영향을 미치는 요인은 회사 경영·투자에 대한 컨설팅, 납세자에 대한 이해 즉 납세자의 기대치를 정확하게 이해하는 이해력, 장부 기장료와 세무조정료 같은 세무서비스이용 비용 등으로 분석되었다. 또한, 세무서비스를 제공하는데 소요되는 시간 즉, 신속하고 정확한 세액 산출능력도 고객 만족도에 어느 정도 유의적인 영향을 미치나, 세무대리서비스의 품질 즉 납세액의 절세, 세무조사 발생에 대한 준비 등과 세무사무실의 청소상태나 위치의 물리적 조건들은 유의적인 영향이 없는 것으로 분석되었다. 우리나라의 세무대리인은 현재보다 미래에 다가올 납세자의 요구사항을 충분히 예측하고, 세무문제 이외에도 회사 전반에 대한 컨설팅을 보다 적극적으로 수행해야 함은 물론, 의뢰인이 적절한 비용으로 보다 더 나은 양질의 세무서비스를 제공받았다는 느낌이 들도록 비용측면을 고려해야 한다고 하였다.

또한, 서비스의 시간적인 측면에서 이용자의 세무서비스 요구가 있을 때 서비스를 제시 시간과 원하는 곳에 제공하고 법정 신고, 업무기한을 철저히 지키고 이용자의 만족도를 높이는 것을 강조하였다. 세무서비스 만족도를 Christensen(1994)의 서비스의 기술적 품질 측면, 기능적 품질 측면 외에 시간측면, 비용측면을 추가하여 만족도 변수를 확인한 결과, 납세자에 대한 이해, 세무서비스 비용, 세무서비스의 시간 순으로 세무서비스 만족도와 유의한 관련성을 가짐을 확인하였다(심태섭, 1998).

심태섭(2000)은 1998년에 수집한 자료와 이후에 추가로 도착한 17매의 자료를 포함하여 함께 분석하면서 AMOS 구조방정식방법을 이용함에 따라 선행연구(1998)와는 다음의 여러 면에서 차이를 발견하였다. 우선, 선행연구에서는 5가지 요인으로 분석하였으나, AMOS 구조방정식방법에서는 7가지 요인으로 선행연구보다 더 세분하여 분석할 수 있었으며, 둘째, 세무대리인의 규모를 세무회계사무실의 직원들을 대용변수로 삼아 세무대리인의 규모에 따라 이용자 만족도에 어떤 영향을 미치는지를 분석하였다. 이 연구는 세무대리서비스에 대한 평가와 이용자 만족도간의 관계를 연구한 기존의 연구가 미비한 상황에서, 기존의 연구의 한계를 극복하려는 참신한 분석방법으로 조사하는 데에서 그 의의가 있다.

안흥기(2000)는 부산과 경남지역에 위치하고 있는 400개 기업을 대상으로 세무사와 직접 거래하는 기업의 세무담당자 설문지 306매(유효 응답율 76.5%)로 분석을 실시하였다. 세무회계서비스를 대상으로 전문서비스에서 관련 변수가 되는 서비스 품질, 시장지향성, 커뮤니케이션 효과, 신뢰성, 관계 몰입, 고객만족, 고객충성도를 중심으로 이들 요소들 간의 관계를 규명하기 위한 연구로서 이들 7개 부문과 인구통계학적 변수를 포함하여 총 8개 부문으로서 각 부문의 하위변수로 설문지를 구성하였고, 전문서비스에 대한 특징과 구조를 관계마케팅측면으로 고찰하면서 가설검증을 위해 AMOS를 이용한 경로분석방법을 사용하였다(안흥기, 2000). 변수의 측정도구는 서비스 품질의 성과수준만을 묻는 SERVPERF 모형과 likert 5점척도를 이용하였다. 연구결과 첫째, 시장지향성과 고객충성도간에 여러 변수들간의 관계를 직·간접효과 분석을 통해서 볼 때 시장지향성은 서비스 품질 인식에 지대한 영향을 미치지만 기타 여러 변수에 전체적으로 두루두루 영향을 미치는 변수로 결국 전문 세무회계서비스 조직이 얼마만큼 시장지향성이 높은가에 의해 고객충성도가 높아지는 것으로 결정된다고 볼 수 있다. 또한, 의사소통의 효과가 여러 변수에 영향을 크게 미쳤는데, 앞으로 전문서비스에서 고객과의 의사소통을 더욱 강화해야 한다는 것을 시사하는 바가 크다는 것이다. 그리고 시장지향성과 고객충성도간의 여러 변수들 중에서 이용자만족이 가장 큰 영향력을 미치는 변수임이 밝혀졌는데 이는 이용자만족이 모든 기업조직에서 고객충성도 수익성 등 결과를 도출하는데 있어 핵심적 요인임이 재확인된 것이다. 둘째, 전문 세무회계서비스에서 시장지향성은 업무관리의 효율성, 고객지향성, 경쟁지향성을 구성요인으로 하고, 서비스 품질은 기술적 품질과 기능적 품질을 구성요인으로 함이 밝혀졌다. 서비스 품질 인식은 기술적 품질보다 오히려 기능적 품질이 더 큰 영향을 미치는 결과를 도출했다. 셋째, 고객충성도에 직접적인 영향력을 갖는 변수는 이용자만족과 신뢰성, 관계 몰입이었으나 이용자 만족이 가장 크게 영향을 미치는 핵심변수임이 밝혀졌다.

[표 2-5] 세무대리서비스 이용에 관한 연구

연구자	선행변수	연구 내용
Christian et.al (1994)	세무대리서비스 이용	세무전문가를 이용하는 이유가 인구통계적 변수와 개인사업, 세무신고 소요시간, 세무신고의 복잡성 등이라고 주장.
Collins et.al(1990), Tan(1999)	세무대리서비스 이용목적	세무서비스 이용 목적을 연구한 결과 정확한 세금계산이 가장 중요하고, 그다음으로 세액부담 최소화가 중요하다고 함.
Long & Candill (1987)	세무대리서비스 이용	근로소득자보다 개인사업자가 세무대리서비스를 이용하는 경우가 더 많은 것으로 밝혀졌고, 고소득자, 고령의 개인사업자인 경우 세무대리서비스를 이용하는 경향이 높다고 함.
박종서·강중석 (1998)	세무대리서비스 이용	세무대리인 이용이 인구통계적 변수는 음(-)의 관계가 있으며, 세무신고의 복잡성에 좌우되고 함.
심태섭 (1998)	세무대리인 이용목적	세무대리서비스 선택 시 정확한 산출세액 능력을 가장 중요하게 고려하고, 다음으로 납세액의 절세라고 함.

2.6.1.3 세무대리인의 만족도 및 지속적인 이용의도

세무대리서비스 만족도와 그 결과 변수들간의 관계를 연구한 논문들도 몇몇 건이 발견되었다. 장용운(2006)과 윤윤석·김도형·장용운(2006)은 세무대리서비스 만족도의 선행변수로 품질을, 그리고 결과변수로 지속적인 거래의도를 설정하고 이들 간의 관계를 연구하였다. 그들은 기술적 품질 및 기능적 품질을 측정하는 29개의 항목을 사용하여 세무대리서비스 품질을 측정하였는데,

그 결과를 요인분석을 하여 ‘전문가자질성’, ‘세부담절약성’, ‘정확성’, ‘납세성실성’, ‘편의성’, ‘고객성’, ‘신뢰성’, ‘정보제공’의 8개 요인으로 분류하였는데. 이들 중 ‘세부담 절약성’, ‘납세성실성’, ‘편의성’, ‘신뢰성’의 5개 요인이 전반적인 만족도에 영향을 미친다는 것이 밝혀졌으며, 또한 고객만족도는 계속이용의도에 유의미한 영향을 미친다는 결과도 밝혀냈다(장용운, 2006), 윤윤석·김도형·장용운, 2006).

윤종원(2006)은 세무서비스 품질과 만족도 프레임에 결과변수로 부정적인 구전 의도(추천 의도)와 고객충성도를 더해서 이 변수들간의 관계를 연구하였다. 서비스 품질은 24개 문항으로 6개 변수(‘절차의 편리성’, ‘세무인력의 전문성’, ‘세무서비스의 신뢰성’, ‘조세부담의 절약성’, ‘세무사무소의 가치성’, ‘세무대리인의 규범성’)를 측정하였으며 만족도와 부정적 구전 의도 및 고객충성도는 각기 4개 항목으로 측정되었다(윤종원, 2006). 연구결과를 보면 우선 품질이 만족도에 미치는 영향에서 ‘세무인력의 전문성’, ‘세무서비스의 신뢰성’, ‘조세부담의 절약성’, ‘세무대리인의 규범성’의 4개 변수가 유의미한 것으로 나타났다(윤종원, 2006). 이용자 만족도는 불평 의도와 고객충성도에 각각 유의미한 영향을 미치고 불평 의도도 마찬가지로 고객충성도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 2008년에 이어진 윤종원의 추가 연구에서 세무서비스 품질과 고객지향성의 두 변수를 만족도의 선행변수로 놓고 재이용 의도와 주변 구전 의도(추천 의도)의 두 변수를 만족도의 선행변수로 놓고 재이용 의도와 구전 의도의 두 개 변수를 결과변수로 설정한 뒤 이들 간의 관계를 연구하였다(윤종원, 2008). 결과는 세무대리서비스 품질요인 네 개 중 ‘편리성 측면’을 제외한 ‘기술적 측면’, ‘인간적 측면’, ‘경제성 측면’이 이용자 만족도에 영향을 미치는 것으로 파악되었다(윤종원, 2008). 이용자 만족도는 다시 재이용 의도와 주변 구전 의도(추천 의도)에 미치는 영향을 미치는 것으로 나타났다.

세무대리서비스를 ‘고객접점서비스 요인’, ‘기술적 요인’의 여섯 요인으로 평가하고 이 요인들이 이용자만족도와 지속적인이용의도에 미치는 영향을 검토하였다. 그 결과 ‘비용 요인’, ‘기능적 요인’, ‘고객접점서비스 요인’이 이용자 만족에 영향을 미치고 ‘기술적 요인’, ‘시간 요인’, ‘물리적 요인’은 영향력

이 없었다(권광현·강덕수·성정현, 2010). 이 연구는 또한 이용자 만족에 영향을 미치는 요인이 서비스종사자들의 계약적 윤리관(세무대리인이 공공의 이익이나 서비스 이용자를 위해 일한다는 윤리관)에 의해 조절되는지를 검증하였다(권광현·강덕수·성정현, 2010). 그 결과는 계약적 윤리관이 높다고 인식하는 이용자그룹의 경우에 시간요인이 만족도에 유의미한 영향을 미치는 반면에, 계약적 윤리관이 낮다고 인식하는 이용자그룹들은 비용요인이 만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

일반적으로 세무대리서비스 품질은 곧 만족이거나 또는 만족의 선행변수이며, 이 결과변수는 세무대리인의 선택·변경의 태도로 이어짐을 볼 수 있다.

느슨한 독점의 상황 하에서 의료품질을 의식하는 엘리트 집단은 열악한 의료행위를 경험한 경우 쉽게 병원을 변경할 것이며 반면, 다른 고객들은 무행동이나 부정적 구전(추천) 등의 소극적 행동 밖에 소비자 불만행동이 사적행동으로 표현되느냐 또는 공적행동으로 표현되느냐는 만족도와 사회 인구학적 요인에 의해 결정된다고 보았고 만족도는 사적불만 호소행동과 유의한 상관관계를 보이고 있다는 점을 밝혔다(Anderson et al., 1994).

만족과 불만족 사이에 중립지대가 존재하며, 받은 서비스품질이 다른 제공자로부터 이용할 품질과 버금가게 지각되지 않는 한 추가비용·추가투자 등을 이유로 대리인을 바꿀 가능성은 없다고 하였다(Cadotte et al., 1987).

따라서 본 연구에서는 세무대리서비스를 이용하는 고객이 이용자만족도와 세무대리인에 대한 지속적인 이용의사를 알아보기 위하여 지속적인 이용의도를 종속변수로 선정하여 분석하고자한다.

[표 2-6] 만족도와 선행변수에 대한 연구

연구자	선행변수	연구 내용
Christensen (1992)	세무대리서비스 품질	세무대리서비스품질(세무조사 가능성의 감소영역, 세무담 절약 영역, 세무대리인과 납세자 사이의 의사전달의 개선영역 부문)과 이용자만족도간의 관계를 다루었는데, 이용자만족도는 품질에 대한 기대와 성과 간에 차이가 적을수록 증가하는 경향이 있다고 함

심태섭 (1998)	세무서비스	서비스 요인 중 ‘세무서비스 비용’, ‘납세자에 대한 이해’, ‘세무서비스 시간’이 고객만족도에 영향을 미치는 것으로 분석됨. ‘품질과 사무실 조건’은 고객만족도에 영향이 없음.
전태영 (1998)	기술적측면, 인간적측면, 편리성	고객과 세무대리서비스 제공자 간에 차이가 발생하였으나, 그 차이는 고객만족도와 통계적으로 유의하지 않다고 함.
심태섭 (2000)	세무대리서비스	세무대리서비스에 대한 고객 평가가 고객 만족도에 미치는 영향 파악. 1998년의 연구결과와 유사한 측면 있음
윤종원 (2006)	세무대리서비스	세무대리인의 전문성 및 규범성, 세무서비스의 신뢰성, 조세부담의 절약성이 만족도에 영향을 미침.

[표 2-7] 만족도와 결과변수에 대한 연구

연구자	결과변수	연구 내용
김홍규 (2003)	세무대리인 변경의사	세무대리서비스 품질과 이용자의 재구매의도와 의 관계가 세무대리서비스에는 적절하게 적용되지 않음.
윤종원 (2006)	고객충성도 부정적 구전의도,	고객 만족도는 고객충성도와 불평 의도에 각기 영향을 미치고, 불평 의도는 고객 충성도에 영향을 미침.
윤윤석·김도형 ·장용운(2006)	계속거래의도, 관계품질도	‘세무담 절약성’, ‘납세성실성’, ‘편의성’, ‘신뢰성’이 만족도에 영향을 미침.
윤종원 (2008)	재이용의도, 구전의도	기술적 측면, 인간적 측면, 경제적 측면이 고객 만족도에 영향을 미치고, 고객 만족도는 재이용의도와 구전에 영향을 미침.
권광현·강덕수· 성정현,(2010)	이용자 만족도	‘비용 요인’, ‘기능적 요인’, ‘고객접점 서비스 요인’이 유의미한 영향을 미침.

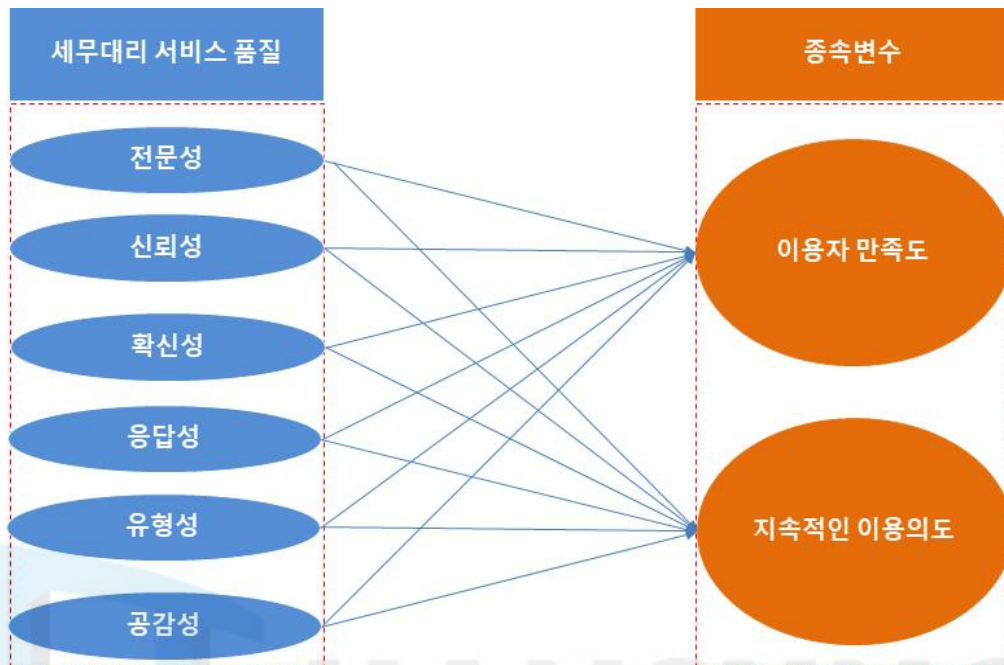
Ⅲ. 연구의 설계

3.1 연구모형

대부분의 납세자는 복잡한 세무신고에 필요한 전문적인 지식을 갖추지 못하였기 때문에 세무전문가에게 세무에 관한 업무를 위탁하고 있다. 세무대리에 대한 지식은 세법은 물론 민법 등 여러 관련 지식을 겸비하여야 전문가의 역량을 갖추고 고품질의 기술적 서비스를 제공할 수 있게 된다. 과거에는 세무대리서비스의 결과적 측면만을 중시하여 세무신고의 정확성을 강조하는 반면에 기타 다른 서비스 품질은 고려하지 않았다.

그러나 현시대에는 전문자격사의 많은 배출로 세무대리서비스시장의 경쟁적 시장 상황이 초래되어 기존의 기술적 품질만으로는 경쟁에서 살아남을 수 없으며, 기술적 서비스를 포함하는 것은 기본이고 기능적 서비스 품질을 중요하게 생각하게 되는 서비스 환경을 맞이하였다.

본 연구에서는 세무대리인을 이용하는 이용자가 제공받은 세무대리서비스 품질에 대하여 느끼는 주관적 관점에 의하여 세무대리서비스를 평가하고, 제공받은 서비스에 대한 평가가 세무대리인의 고객 만족도에 미치는 영향과 지속적으로 세무대리인을 이용할 것인지 여부를 분석하기 위한 연구모형은 [그림 3-1]과 같다.



[그림 3-1] 연구 모형

3.2 연구가설

위에서 나타낸 연구모형을 중심으로 아래와 같이 3개의 가설을 설정하였다. 첫 번째 가설은 세무대리서비스의 품질과 고객 만족도 간의 관계에 관련해서 세무대리서비스의 품질이 이용자 만족도에 미친다는 사실은 이전의 연구에서 이미 확인이 되었다. 세무회계분야에서는 세무대리서비스 만족도가 지속적인 이용의도에 미치는 영향에 대하여 선행연구를 살펴보면, 장용운(2006)은 이용자 만족이 세무대리인 선택과 변경의사에 미치는 영향이 유의적이며, 세무대리서비스의 이용자 만족이 증가할수록 세무대리인을 지속적으로 이용할 확률이 커진다고 하였으며, 장용운(2006)은 이용자의 만족도가 세무사사무소의 선택 및 변경에 영향을 미친다고 주장하였다. 그러므로 이 연구의 결과는 만족도와 지속적인이용의도가 긍정적인 영향을 미친다고 주장 하였다. 이상의 연구결과를 토대로 가설을 설정하였다.

세무대리인의 전문성과 이용자만족도간의 선행연구들을 살펴보면 윤종원(2006)은 세무대리인의 전문성이 고객 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석하였다. 장용운(2006)은 세무대리인의 전문성은 이용자만족에 영향을 미치지 않는다고 하였으며, 신건권·최보람(2013)은 세무대리서비스의 전문성이 서비스만족에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 이와 같이 전문성이 이용자만족에 유의한 영향을 미친다는 연구들 중에서 본 연구에서는 전문성이 이용자만족에 유의한 영향을 미친다는 것을 바탕으로 아래와 같은 가설을 설정하였다.

가설 I -1 : 세무대리인의 전문성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다.

SERVQUAL 모형은 서비스품질이 이용자가 서비스에 의해 달성된 성과간의 차이라는 개념으로 Oliver(1981)의 기대-성과 불일치 모형에서 개념적 토대를 찾아 볼 수 있는데, 이것은 서비스 품질 변수와 이용자 만족변수를 동일하게 하여 각각에 대한 측정값의 방향과 정도가 같은 것이라는 가정이고, Oliver(2014)는 이용자만족은 서비스 행위의 전부에 대한 전체적인 평가이며, 서비스품질은 서비스품을 구성하는 여러 가지의 개별 속성에 대한 평가를 통하여 인지되는 차이를 보인다고 하였다.

본 연구에서는 세무대리서비스 품질을 구성하는 요인들을 추출함에 있어서, 선행연구와 SERVQUAL 모형에서 도출된 척도를 기초로 세무대리서비스 품질을 구성하는 독립변수들이 이용자만족에 어떤 영향을 미치는지를 분석하기 위하여 아래와 같은 가설을 설정하였다.

가설 I : 세무대리서비스의 서비스품질요인이 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다.

I -2 : 세무대리서비스의 서비스품질 중 신뢰성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다.

I -3 : 세무대리서비스의 서비스품질 중 확신성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다.

I-4 : 세무대리서비스의 서비스품질 중 응답성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다.

I-5 : 세무대리서비스의 서비스품질 중 유형성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다.

I-6 : 세무대리서비스의 서비스품질 중 공감성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다.

세무대리인은 납세자의 요구사항을 충분히 고려하여, 회사의 경영전반에 대한 문제를 적극적으로 대응하여, 납세자가 합리적인 비용으로 세무대리서비스를 제공 받았다는 느낌이 들도록 해야 한다. 또한 세무대리인의 성과를 향상시킬 수 있도록 경쟁지향성, 고객지향성, 업무관리의 효율성을 고루 갖추 세무대리서비스의 질을 높여서 납세자의 기대와 성과수준을 고려하는 것에 최선의 노력을 해야 한다. 이러한 노력들이 이용자만족도가 세무대리인의 선택 변경의사에 어떤 영향을 미칠 것인가에 대해서 이용자만족도가 높으면 세무대리인의 변경 할 의사가 낮을 것이라는 가설을 설정하였다.

가설 II : 세무대리서비스의 서비스품질요인이 지속적인이용의도에 영향을 미칠 것이다.

II-1 : 세무대리인의 전문성은 지속적인이용의도에 영향을 미칠 것이다.

II-2 : 세무대리서비스의 서비스품질 중 신뢰성은 지속적인이용의도에 영향을 미칠 것이다.

II-3 : 세무대리서비스의 서비스품질 중 확신성은 지속적인이용의도에 영향을 미칠 것이다.

II-4 : 세무대리서비스의 서비스품질 중 응답성은 지속적인이용의도에 영향을 미칠 것이다.

II-5 : 세무대리서비스의 서비스품질 중 유형성은 지속적인이용의도에 영향을 미칠 것이다.

II-6 : 세무대리서비스의 서비스품질 중 공감성은 지속적인이용의도에 영향을 미칠 것이다.

3.3 연구조사의 방법

3.3.1 변수의 선정

3.3.1.1 인구통계적 변수

납세의무자의 특성을 성별, 연령, 매출규모, 현재세무대리인의 이용기간, 사업기간으로 고찰하였다.

3.3.1.2 세무대리인의 전문성

세무대리인이 제공하는 조세와 관련된 각종 신고를 포함하여 이의신청과 불복청구 등에 대한 처리능력과 기술적 숙달정도를 말하는데 장용운(2006), 강성민·홍일유(2010), 최태한(2016) 등이 사용한 설문항목 중 본 연구에 목적 적합하게 수정 보완하여 세무조사 감소노력, 정확하고 풍부한 세법지식, 정확한 납부세액 계산, 납부세액 절감, 경영에 대한 높은 지식 등으로 Likert 5점 척도로 측정하였다.

3.3.1.3 세무대리서비스 품질

선행연구자들이 서비스 품질과 이용자만족을 증대시키기 위한 방법으로 이용자의 서비스에 대한 인식을 근거하여 세무대리 서비스 품질을 평가하기 위한 도구들을 개발하고자 하였다. 본 연구에서는 서비스에 대한 고객의 반응을 관찰하기 위하여 Parasuraman et al.,(1988)의 SERVQUAL 모형의 다섯 가지 구성요소(신뢰성, 확신성, 대응성, 공감성, 유형성)를 채택하였다.

신뢰성(Reliability)은 약속한 서비스를 정확하게 수행할 수 있는 능력을 의미하는 것으로서 정해진 기일 내에 약속한 업무처리, 약속한 시간 내에 서비스를 제공함, 정확하게 기록을 유지함, 서비스가 제공되는 시간을 정확하게

알려줌, 기업의 정보 비밀 유지 등으로 Likert 5점 척도로 측정하였다.

확신성(Assurance)은 확신을 주는 소속 직원의 능력뿐만 아니라 지식과 예의바른 업무 처리를 의미하는 것으로서 신속하고 빠른 서비스 제공 받음, 세무대리인은 바빠도 고객의 요청에 신속하게 응답, 최신 조세정보의 제공, 고객의 수요 이해, 예의가 바르고 공손함 등으로 하는 Likert 5점 척도로 측정하였다.

대응성(Responsiveness)은 고객의 요구에 신속한 서비스를 제공하겠다는 의지를 의미하는 것으로서 세무대리인과 거래시 편안한 느낌, 문제 해결시 고객의 입장에서 고려함, 세무대리인은 고객에 개별적인 관심을 가져야 함, 요구시 신속한 응대, 서비스가 제공되는 시간을 제공함 등으로 하는 Likert 5점 척도로 측정하였다.

공감성(Empathy)은 개개인에 대한 높은 관심을 보일 준비 자세와 고객에 대한 배려심을 의미하는 것으로서 세무대리인은 이용자에게 개인적인 관심을 가져야 함, 이용자가 무엇을 원하는지를 직원이 알아야 함, 고객의 관심이 무엇인지 알려고 노력해야 함, 고객의 진정한 이익을 고려해야함, 모든 고객이 편리한 운영 시간을 조정할 수 있어야 함 등으로 하는 Likert 5점 척도로 측정하였다.

유형성(Tangibility)은 통신의 확보 및 물적 시설, 장비, 인력 등 물리적인 환경의 상태는 서비스 제공자의 세심한 배려와 관심을 나타내는 유형적인 증거로서 물리적인 시설이 시각적으로 마음에 들어야 함, 제공된 서비스 형태와시설 외관이 잘 어울려야 함, 세무대리인의 복장(용모)은 단정해야 함, 세무대리인의 성실함과 친절함, 전반적인 인상의 깔끔함 등으로 Likert 5점 척도로 측정하였다.

3.3.1.4 이용자 만족도

이용자 만족도는 제공하는 서비스에 대하여 전반적으로 만족하는 것으로서 윤종원(2006), 권광현·강덕수·성정현(2010), 최태한(2016) 등의 연구를 참고 하여 본 연구에 맞게 재수정한 문항으로 현재의 세무대리서비스가 당초 기대했던 것보다 만족스럽다, 현재의 세무대리서비스는 만족스러운 정도로 신속하게 응답해 주었다(시간적 측면), 현재의 세무대리서비스는 만족스러운 정도로 자세히 설명해 주었다(기능적 측면), 거래시 책임감을 느끼고 노력함, 세무대리인과의 관계의 성공적이었음 등으로 하는 Likert 5점 척도로 측정하였다.

3.3.1.5 지속적인 이용의도

지속적인 이용의도란 이용한 전문서비스를 다시 이용하고자 하는 의지로써 세무대리인을 지속적으로 이용할 의사가 있는지를 확인하기 위해서 김상현·오상현(2002), 윤윤석·김도형·장용운(2006), 윤종원(2006), 권광현·강덕수·성정현(2010), 최태한(2016) 등의 선행연구를 참고하여 앞으로도 현재의 세무대리인을 지속적으로 이용할 것이다. 이 세무대리회사의 수수료가 인상되더라도 계속 이용하겠다, 향후 다른 세무대리인으로 거래처를 옮기지 않을 생각이다, 현 세무대리인이 친숙하게 느껴진다, 향후 사소한 불편사항이 있더라도 현재의 세무대리인과 계속 거래를 하겠다 등으로 하는 Likert 5점 척도로 측정하였다.

[표 3-1] 변수의 조작적 정의 및 관련연구

연구변수	조작적 정의	선행연구
전문성 (Professionalism)	세무대리인이 제공하는 조세에 관한 각종 신고, 신청 및 청구 등에 대한 고도의 처리능력과 기술적 숙련정도	장용운(2006), 김상우·김광호·장영혜(2009), 강성민·홍일유(2010) 등

신뢰성 (Reliability)	약속된 서비스를 제공하고 정확하게 수행할 수 있는 능력	최명규(2012) Parasuraman 외(1985)
대응성 (Responsiveness)	흔쾌히 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하는 능력, 자발성, 대응성	
확신성 (Assurance)	전문지식과 경험, 직원의 친절과 예의, 서비스 마인드로 고객에게 신뢰를 줄 수 있는 서비스 제공자의 능력	
공감성 (Empathy)	고객에게 개인적인 배려를 제공하는 능력, 관심 및 친절	
유형성 (Tangibility)	물리적인 장소, 시설, 직원의 외모, 서비스와 관련된 제반 자료	
이용자만족도 (Customer Satisfaction)	상품(서비스)에서 지각하는 실망, 기쁨 등 주관적이고 감성적인 생각	최명규(2012) Parasuraman 외(1985), 윤중원(2006), 권광현외(2010)
지속적인 이용의도 (Continuing Usage Intention)	이용한 전문서비스를 다시 이용하고자 하는 의지	김상현.오상현(2002), 윤중원(2006), 권광현외(2010)

3.3.2 설문지 구성

본 연구의 사용된 설문지는 연구목적에 부합할 수 있게 질문의 범위를 선행연구를 기반으로 도출한 세무대리인의 전문성 및 세무대리서비스의 품질요인(전문성, 확산성, 신뢰성, 응답성, 유형성, 공감성), 이용자만족도, 지속적인 이용의도 그리고 표본의 특성을 파악하기 위하여 응답자의 일반적인 사항인 성별, 연령, 매출규모, 현 세무대리인의 이용기간, 사업기간 등을 포함하여 총 4개의 그룹으로 구분하였다. 설문 문항은 선행연구에서 검토된 신뢰성 또는 타당성이 검증된 사항을 추출하여 본 연구목적에 맞게 일부를 수정 또는 보완하여 활용하였다.

또한, 설문지의 용어의 적절성과 구성내용 등을 예비조사를 통해 사전 검토한 결과 그 타당성이 입증되어 2018년 10월 01일부터 10월 31일까지 설문조사를 실시하였다. 대상은 대부분 서울, 경기 수도권과 전국에서 사업을 영위하거나 세무대리인에게 세무에 관한 사항을 의뢰했던 이용자를 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 이용자 500명에게 설문지를 배포하여 총 202를 회수 하였고, 수집된 설문지 중에서 연구목적에 부합하지 않는 설문지 5부를 제외한 197부를 최종적으로 통계분석에 사용하였다.

설문문항에 대한 측정방법은 Likert 5점척도를 사용하였으며, 전혀 아니다 1점, 매우 그렇다 5점으로 하여 측정하였다.

[표 3-2] 설문지의 구성

구 분	설문내용	출처 및 척도
1. 세무대리서비스 전문성	· 풍부한 세법지식 · 세무조사 감소노력 · 정확한 납부세액 계산 · 납부세액 절감 · 경영관련 해박한 지식	장용운(2006), 강성민·홍일유(2010), 최태한(2016)

2. 세무대리 서비스 품질요인	신뢰성	· 기한내에 약속한 업무처리 · 약속한 시간에 서비스 제공 · 세무신고를 정확하게 유지 · 서비스 제공시간의 정확성 · 기업 정보 비밀 유지	Parasuraman et al.,(1988)
	확신성	· 신속한 서비스를 제공받음 · 고객요청에 신속하게 응대 · 경영전반 조세정보 제공 · 고객의 수요 이해 · 예의 바르고 공손함	
	대응성	· 신속하고 빠른 서비스 · 고객의 입장에서 생각 · 고객요구사항에 신속한 응답 · 고객에 대한 개별적인 관심 · 업무처리 예정시간을 언급함	
	공감성	· 개인적인 관심 · 고객욕구 파악 · 고객의 관심 사항 파악 · 고객의 관점에서 이익 · 고객의 영업시간에 맞춤	
	유형성	· 물리적 시설이 시각적으로 마음에 든다 · 복장은 단정하다 · 시설 외관과 서비스 형태와 어울린다 · 성실하고 친절하다 · 전반적인 인상의 깔끔하다	
3. 이용자 만족도		· 예상 보다 만족함 · 시간적 만족 · 기능적 만족 · 책임감으로 최선의 노력 · 관계가 성공적이라고 판단	윤종원(2006), 심 태 섭 (1 9 9 8) , Christensen(1992)
4. 지속적인 이용의도		· 향후 계속 이용함 · 수수료 인상 시 이용여부 · 거래처 이동 생각(긍정) · 세무대리인의 친숙함 · 변동발생 시 지속적인 거래	김 상 현 · 오 상 현 (2002), 윤윤석·김도형·장용운(2006), 윤종원(2006), 권광현·강 덕 수 · 성 정 현 (2010)
5. 이용자의 상황 및 인구 통계적 사항		성별, 연령, 매출규모, 세무대리인의 이용기간, 사업기간, 세무대리 위임형태 등	

3.3.3 조사방법

3.3.3.1 표본설계

본 연구는 세무대리인의 전문성과 세무대리서비스의 품질이 이용자만족도와 지속적인 이용의도에 미치는 영향을 분석하여 세무사무실의 경쟁력 강화 및 장기적인 고객관리에 필요한 정보를 제공하기 위해서 선행연구에 대한 고찰을 수행했으며, 이를 통해 도출된 측정항목들을 바탕으로 설문문항을 추출하여 설문지를 작성하고 실증분석에 사용하였다. 본 연구에서 사용된 조사설계 및 분석방법은 아래와 같다.

첫째, 설문조사 대상으로는 서울, 경기 수도권과 전국에서 사업을 영위하거나 세무대리인에게 세무대행 서비스를 의뢰했던 이용자로 선정하였다. 설문지의 응답 척도는 5점 Likert척도였으며, 응답자들이 각 설문 문항에 대하여 5점 척도 중에서 하나를 선택하는 방법을 사용하였다.

둘째, 설문조사는 예비조사에서 실시한 결과를 토대로, 탐색적 요인분석을 실시하여 하나의 구성개념에 포함 하기 어려운 항목을 제거하였으며, 예비조사를 통해 최종적으로 완성된 설문지는 2018년 10월 01일부터 10월 31일까지 설문조사를 실시하였다.

셋째, 표본추출방법으로 비확률표본추출방법 중 조사자의 편의 따라 임의 추출하는 편의표본추출법을 이용하여 이용경험이 있는 집단이나 위 문제를 잘 알고 있는 집단을 대상으로 표본을 추출하였으며, 납세의무자를 대상으로 이용자 500명에게 설문지를 배포하여 총 202부를 회수 하였고, 수집된 설문지 중에서 연구목적에 부합하지 않는 설문지 5부를 제외한 197부를 최종적으로 통계분석에 사용하였다.

3.3.3.2 분석방법

본 연구의 가설검증을 위한 통계분석 프로그램으로는 SPSS 22.0을 사용하였고, 분석방법은 아래와 같다.

첫째, 연구대상의 기초통계분석을 위하여 빈도분석과 기술통계분석을 실시하였다.

둘째, 측정변수의 단일차원성과 신뢰도 분석 및 타당도 분석을 위하여 크론바하 α (Cronbach Alpha) 계수 검증으로 신뢰성이 있는 것으로 보이는 0.5 이상의 적도 항목으로 분석하였고, 탐색적 요인분석 및 확인적 요인분석을 수행하였다.

셋째, 세무대리인의 전문성과 세무대리서비스의 품질요인, 이용자만족, 지속적인 이용의사 간의 상호관련성에 대한 가설검증을 위해서 SPSS 22.0 모형을 통해 분석을 수행하였다.

넷째, 납세자의 상황에 따른 세무대리인의 전문성, 세무대리서비스의 품질요인이 이용자만족도에 미치는 영향을 분석하기 위해서 회귀분석을 수행하였다.



IV. 실증분석 결과

4.1 표본의 일반적 특성

본 연구의 분석에 사용된 표본 수는 총 197개로, 표본의 기본적인 특성을 알아보기 위한 방법으로 인구통계적 특성별 분포를 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였으며, 인구통계적 특성은 성별, 연령, 매출규모, 현재세무대리인의 이용기간, 사업기간 등으로 빈도분석 결과는 다음 [표 4-1] 과 같다.

[표 4-1] 설문응답자의 인구통계학적 특성

(단위 : 명, %)

	구분	빈도수(명)	백분율	누적(%)
성별	남자	173	87.8	87.8
	여자	24	12.2	12.2
연령	30세 미만	4	2.0	2.0
	30세 이상 ~ 40세 미만	30	15.2	17.3
	40세 이상 ~ 50세 미만	61	31.0	48.2
	50세 이상 ~ 60세 미만	77	39.1	87.3
	60세 이상	25	12.7	100.0
매출규모	5억 미만	108	54.8	54.8
	5억 이상 ~ 10억 미만	55	27.9	82.7
	10억 이상 ~ 50억 미만	30	15.2	98.0
	50억 이상	4	2.0	100.0
지역	서울	104	52.8	52.8
	경기	60	30.5	83.2
	인천	20	10.2	93.4
	충남	3	1.5	94.9
	충북	2	1.0	95.9

	부산	3	1.5	97.5
	대구	1	.5	98.0
	경남	2	1.0	99.0
	경북	2	1.0	100.0
이용기간	3년 미만	84	42.6	42.6
	3~5년 미만	40	20.3	62.9
	5~10년 미만	48	24.4	87.3
	10년 이상	25	12.7	100.0
업종	제조업	84	42.6	42.6
	전기가스수도업	14	7.1	49.7
	건설업	10	5.1	54.8
	도·소매업	51	25.9	80.7
	숙박 및 음식점업	12	6.1	86.8
	부동산·임대 및 사업서비스업	15	7.6	94.4
	기타 공공·사회 개인서비스업	11	5.6	100.0
사업기간	3년 미만	3	1.5	1.5
	3~5년 미만	8	4.1	5.6
	5~10년 미만	35	17.8	23.4
	10년 이상	151	76.6	100.0
회사유형	법인	103	52.3	52.3
	개인	94	47.7	100.0

응답자의 남녀의 수를 보면 남자가 173명(87.8%), 여자가 24명(12.2%)이며, 연령대는 30대미만이 4명(2%), 30세이상~40세미만이 30명(15.2%), 40세이상~50세미만이 61명(31.0%), 50세이상~60세미만이 77명(39.1%), 60세이상 25명(12.7%)으로 나타났다. 이는 세무대리서비스경험자에 해당하는 연령층인 40, 50, 60대가 82.8%를 차지하고 있으므로 본 연구대상의 표본으로서 적합하다고 할 수 있다. 업종별로는 제조업이 84개(42.6%), 도·소매업이 51개(25.9%), 서비스업이 15개(7.6%), 전기·수도·가스업이 14개(7.1%)로 나타났다으며, 음식·숙박업, 사회개인서비스업(컨설팅), 건설업 순서로 나타났다. 매출액 규모는 5억 원 미만이 108개(54.9%)로 가장 많았으며 5억이상~10억 미만이 55개(27.9%), 10억 이상~50억 미만은 30개(15.2%), 50억 이상이 4(2.0%)로 나타났다. 지역은 서울 104명(52.8%), 경기 60명(30.5%), 인천 20

명(10.2%), 기타 13명(6.6%), 이용기간 수는 3년 미만이 84개(42.6%), 5년 이상~10년 미만이 48개(24.4%), 3년 이상~5년 미만은 40개(20.3%), 10년 이상은 25명(12.7%)을 보이고 있다. 사업체 형태는 법인업체가 103개(52.3%), 개인업체가 94개(47.7%)를 나타내고 있다. 사업 기간을 보면 10년 이상이 151개(76.6%)로 가장 많았고, 5~10년 미만이 35개(17.8%), 3~5년 미만은 8개(4.1%), 3년 미만은 3개(1.5%)를 나타내고 있다.

4.2 기술통계 분석

본 연구에서는 측정변수에 대한 정규성(normality)을 분석하기 위하여 기술통계량분석을 실시하였으며 결과는 다음 표 [4-2]와 같다. (신건권, 2013)의 기술통계량분석 결과에 대한 제시 기준에 따르면 표준편차 3이하, 왜도 절댓값 3이하, 첨도 절댓값 8 이하로 개별 측정변수들은 정규분포를 가지는 것으로 확인되었다(신건권, 2013).

[표 4-2] 개별 측정변수의 기술통계량분석 결과

변수	평균	표준 편차	왜도	첨도
전문성1	3.94	.682	-.410	.442
전문성2	3.98	.746	-.348	-.201
전문성3	4.14	.740	-.606	.200
전문성4	4.10	.714	-.405	-.146
전문성5	4.15	.675	-.193	-.811
신뢰성1	4.04	.710	-.224	-.467
신뢰성2	3.82	.883	-.363	-.558
신뢰성3	3.72	.813	-.135	-.505
신뢰성4	3.67	.768	.165	-.591
신뢰성5	3.72	.815	-.577	.546
확신성1	3.80	.879	-.514	-.313
확신성2	3.73	.961	-.295	-.847

확신성3	3.65	.900	-.224	-.300
확신성4	3.70	.931	-.047	-.950
확신성5	3.47	.977	-.056	-.997
응답성1	3.94	.733	-.612	.606
응답성2	4.06	.777	-.756	.590
응답성3	3.95	.797	-.528	-.001
응답성4	3.87	.810	-.453	-.138
응답성5	3.91	.819	-.852	1.436
유형성1	4.52	.619	-1.325	2.488
유형성2	4.25	.636	-.273	-.658
유형성3	4.10	.721	-.402	-.217
유형성4	3.93	.718	-.061	-.636
유형성5	4.04	.710	-.483	.332
공감성1	4.08	.699	-.648	.885
공감성2	3.93	.729	-.377	.062
공감성3	4.06	.771	-.299	-.708
공감성4	3.96	.775	-.129	-.844
공감성5	4.05	.819	-.601	-.113
만족도1	4.01	.666	-.319	.248
만족도2	4.05	.737	-.535	.249
만족도3	4.22	.691	-.318	-.889
만족도4	4.13	.808	-.529	-.498
만족도5	4.04	.798	-.673	.245
이용의도1	3.90	.812	-.457	-.170
이용의도2	4.08	.710	-.291	-.419
이용의도3	4.20	.747	-.488	-.572
이용의도4	4.10	.735	-.395	-.351
이용의도5	4.17	.776	-.509	-.576

4.3 타당도 및 신뢰도 분석

4.3.1. 타당도 분석

일반적으로 SPSS통계프로그램에서 타당도 분석(탐색적 요인분석)은 먼저 측정변수의 수와 표본의 수가 적정한지를 나타내는 Kaiser-Meyer-Olkin 척도 (>0.8 , 최소 >0.5)와 변수들 간의 상관행렬이 단위행렬이 아닌 지를 확인하는 Bartlett의 구형성 검정($p<0.05$)을 각각 실시한 후, 회전제곱합 적재 값의 % 누적값(>0.6)을 확인하여 공통으로 묶인 요인 모두가 전체 측정변수의 분산을 얼마나 설명하는지를 파악하고, 마지막으로 회전된 성분행렬에서 성분(요인) 별 요인 적재값과 교차요인 적재값을 확인하여 집중타당도(>0.5) 및 판별타당도(<0.4)를 저해하는 측정변수를 제거하는 변수의 정제과정(단일차원성 확보)으로 이루어진다(양행호, 2016).

본 연구도 타당도 검정을 위하여 SPSS프로그램을 사용하여 탐색적 요인분석을 실시하였으며 구성요인을 추출하기 위하여 주요성분 분석을 사용하였고, 요인의 구분을 최대화하기 위하여 직교회전방식(Varimax)을 사용하였다(양행호, 2016). 먼저 세무대리서비스품질의 하위 요소인 전문성, 신뢰성, 확산성, 응답성, 유형성, 공감성과 종속변수로 이용자만족도와 지속적인 이용의도에 대해 타당도를 알아보기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. KMO지수값이 .841로 일반적인 수준인 $>.8$ 이상이고, Bartlett의 구형성검정 결과 $p=.000<0.05$ 으로 본 데이터는 요인분석하기에 적합하다.

[표 4-3] 세무대리서비스 품질 KMO와 Bartlett의 검정

Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도.		.841
Bartlett의 단위행렬 검정	근사 카이제곱	4245.734
	df	325
	유의수준	0.000

설명된 총분산 [표4-4]에서 추출된 전체요인의 설명력인 % 누적값은 75.678(>60%)로 높게 나타나 8개 요인의 총분산을 충분히 설명하고 있는 것으로 나타났다[표4-4 참조].

[표 4-4] 설명된 총 분산

구성 요소	초기 고유값			추출 제곱합 로딩			회전 제곱합 로딩		
	총계	분산의 %	누적률 (%)	총계	분산의 %	누적률 (%)	총계	분산의 %	누적률 (%)
1	10.883	41.857	41.857	10.883	41.857	41.857	4.000	15.384	15.384
2	2.961	11.388	53.245	2.961	11.388	53.245	3.863	14.856	30.240
3	2.302	8.855	62.100	2.302	8.855	62.100	3.706	14.252	44.492
4	1.622	6.237	68.337	1.622	6.237	68.337	3.257	12.526	57.018
5	1.008	3.875	72.213	1.008	3.875	72.213	3.109	11.957	68.976
6	.901	3.466	75.678	.901	3.466	75.678	1.743	6.703	75.678
7	.764	2.940	78.618						
8	.599	2.304	80.922						
9	.577	2.221	83.143						
10	.530	2.039	85.182						
11	.480	1.847	87.029						
12	.439	1.688	88.717						
13	.407	1.567	90.284						
14	.365	1.405	91.689						
15	.342	1.316	93.005						
16	.282	1.086	94.091						
17	.273	1.048	95.139						
18	.222	.853	95.992						
19	.198	.762	96.754						
20	.187	.718	97.472						
21	.151	.582	98.054						
22	.131	.506	98.560						
23	.124	.477	99.037						
24	.109	.418	99.455						
25	.090	.345	99.800						
26	.052	.200	100.00						

측정변수는 척도 순환과정을 통하여 요인적재치는 0.4미만과 이론 구조에 맞지 않게 적재된 항목을 세무대리서비스품질에서 신뢰성1, 전문성4, 유형성1, 유형성2를 제거하였고 모든 구성요인을 추출하기 위하여 주성분 분석을 사용하였고, 요인적재치의 단순화를 위해서 직교회전방식을 사용하였으며 문항의 선택기준은 고유값 1.0이상, 요인적재값 0.5이상을 기준으로 하였다. 요인분석 결과로 36개의 요인으로 구분되었으며, 총 40개의 문항 중 4개의 문항을 제거하여 36개의 문항을 분석한 결과 모든 변수의 요인적재치는 일반적인 기준인 0.5를 상회하고 있고, 공통성도 일반적인 기준을 0.5를 모두 초과하고 있으므로 집중타당도는 확보 되었다고 볼 수 있다. 요인분석 결과는 [표 4-5]와 같다.

[표 4-5] 세무대리서비스 품질 요인분석 결과

변수	요인분석						공통성
	응답성	확신성	공감성	신뢰성	전문성	유형성	
응답성4	.864						.817
응답성5	.832						.806
응답성3	.819						.801
응답성2	.766						.747
응답성1	.693						.639
확신성3		.786					.807
확신성2		.779					.741
확신성1		.770					.808
확신성4		.749					.781
확신성5		.630					.758
공감성3			.826				.783
공감성5			.816				.728
공감성4			.731				.699
공감성1			.722				.764
공감성2			.698				.659
신뢰성2				.835			.856

신뢰성3				.687			.732
신뢰성5				.670			.711
신뢰성4				.660			.662
전문성2					.805		.869
전문성1					.773		.826
전문성3					.717		.750
전문성5					.700		.758
유형성5						.726	.745
유형성4						.620	.720
유형성3						.518	.708
보유값	4.000	3.863	3.706	3.257	3.109	1.743	
분산의 %	15.384	14.856	14.252	12.526	11.957	6.703	
누적률 %	15.384	30.240	44.492	57.018	68.976	75.678	

Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도 = .841

Bartlett의 단위행렬 검정 근사 카이제곱(χ^2) = 4245.734, df=325(p =.000)

4.3.2. 신뢰도 분석

일반적으로 신뢰도 분석은 문항들 간의 동질성을 나타내는 문항의 내적일치도(internal consistency reliability)를 Cronbach's alpha 계수를 활용하여 검증하게 되는데, 일반적인 신뢰도 분석 순서는 먼저, 타당도 분석을 통하여 단일차원성을 확보한 상태에서 구성개념이 설명하는 측정변수를 대상으로 각각 신뢰도를 분석하는 것이다(성의경, 2016). 신뢰도 분석은 측정하고자 하는 개념이 정확하고 일관되게 측정되었는지를 확인하는 절차인데, 동일한 개념에 대하여 측정을 반복했을 때 동일한 측정값이 나오는 가능성을 말한다. 신뢰도는 문항들 간의 동질성을 나타내는 문항의 내적 일치도를 Cronbach's alpha 계수를 활용하여 검증하게 되는데, SPSS프로그램을 사용할 경우 신뢰도 분석은 타당도 분석을 통하여 단일차원성을 확보한 후 각 요인을 설명하는 측정변수를 대상으로 각각의 신뢰도를 분석한다(양행호, 2016). 신뢰도 분석의 결과는 Cronbach's α 와 같은 신뢰도 척도를 계산한 값을 가지고 판단하는데 일반적으로 α 값이 0.7 ~ 0.9 이어야만 설문지의 신뢰성이 보장되지만 새로이

개발된 설문지 경우는 α 값이 0.6을 최저 허용치로 사용하기도 한다. 본 논문에서는 0.6 이상이면 신뢰도를 갖는다고 판단하였다(채서일, 2015).

본 연구에서는 타당도 분석을 통하여 단일차원성을 확보한 상태에서, 독립 변수로 활용된 세무대리서비스의 하위요소인 전문성, 신뢰성, 확산성, 응답성, 유형성, 공감성, 종속변수인 이용자 만족도와 지속적인 이용의도 등 측정변수에 대해 SPSS 22.0 통계프로그램을 활용하여 각각 신뢰도 분석을 실시하였다. 신뢰도 분석 결과는 [표 4-6]과 같다.

[표 4-6] 신뢰도 분석 결과

변수	항목	항목삭제시 Cronbach α	Cronbach α
전문성	전문성1	.842	.894
	전문성2	.867	
	전문성3	.863	
	전문성5	.881	
신뢰성	신뢰성2	.834	.886
	신뢰성3	.854	
	신뢰성4	.868	
	신뢰성5	.855	
확신성	확신성1	.886	.912
	확신성2	.897	
	확신성3	.897	
	확신성4	.884	
	확신성5	.897	
응답성	응답성1	.892	.901
	응답성2	.882	
	응답성3	.882	
	응답성4	.876	
	응답성5	.864	
유형성	유형성3	.706	.810
	유형성4	.743	
	유형성5	.769	

공감성	공감성1	.857	.879
	공감성2	.857	
	공감성3	.841	
	공감성4	.850	
	공감성5	.859	
만족도	만족도1	.868	.894
	만족도2	.864	
	만족도3	.878	
	만족도4	.876	
	만족도5	.869	
이용의도	이용의도1	.838	.840
	이용의도2	.818	
	이용의도3	.783	
	이용의도4	.801	
	이용의도5	.798	

Cronbach's α 계수를 활용한 신뢰도 분석 결과 독립변수는 0.810 ~ 0.912, 종속변수는 각각 이용자만족도와 0.894, 지속적인 이용의도 0.840로 모든 변수의 값이 일반적인 수준인 0.6을 상회하고 있어 신뢰도는 확보된 것으로 판단된다.

4.4 상관분석

회귀분석을 실시 하기에 앞서 변수들 간의 방향성과 밀집정도를 알아보기 위하여 상관관계 분석을 실시하며, 상관관계란 변수들 간의 관계를 말하는 것으로 상관관계의 정도는 0에서 ± 1 사이로 나타나며, ± 1 에 가까울수록 상관관계는 높아지고 0에 가까울수록 상관관계는 낮아진다(강성천, 2015).

변수들 간의 상관관계분석 결과는 [표 4-7]와 같이 나타났다. 전문성은 신뢰성 .585, 혁신성 .552, 응답성 .508, 유형성 .550, 공감성 .376, 만족도 .708, 이용의도 .768의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났고, 신뢰성은 확

신성 .591, 응답성 .180, 유형성 .587, 공감성 .440, 만족도 .526, 이용의도 .641의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났고, 확신성은 응답성 .487, 유형성 .642, 공감성 .503, 만족도 .493, 이용의도 .645의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났고, 응답성은 유형성 .425, 공감성 .339, 만족도 .335, 이용의도 .425의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났고, 유형성은 공감성 .591, 만족도 .415, 이용의도 .528의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났고, 공감성은 만족도는 .324, 이용의도는 .408의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났고, 만족도는 .861의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났다. 분석 결과 유의수준은 0.05에서 모두 유의한 것으로 분석이 되었다. 독립변수들간의 상관관계가 높게 나타난다면 다중회귀분석에서 다중공선성이 발생할 가능성이 있으나, 본 연구결과에서는 다중공선성이 존재하지 않을 것으로 판단되어 가설검증을 실시하였다.

[표 4-7] 상관관계 분석

항목		전문성	신뢰성	확신성	응답성	유형성	공감성	만족도	이용의도
전문성	Pearson 상관계수	1							
신뢰성	Pearson 상관계수	.585**	1						
확신성	Pearson 상관계수	.552**	.591**	1					
응답성	Pearson 상관계수	.508**	.180*	.487**	1				
유형성	Pearson 상관계수	.550**	.587**	.642**	.425**	1			
공감성	Pearson 상관계수	.376**	.440**	.503**	.339**	.591**	1		
만족도	Pearson 상관계수	.708**	.526**	.493**	.335**	.415**	.324**	1	
이용의도	Pearson 상관계수	.768**	.641**	.645**	.429**	.528**	.408**	.861**	1

**. 상관이 0.01 수준에서 유의합니다(양쪽).

*. 상관이 0.05 수준에서 유의합니다(양쪽).

4.5 가설 검증

회귀분석을 실시하는 일반적인 연구에서는 종속변수 y 의 변화에 대해서 독립변수 x 하나로 결정하기보다는 2개 이상의 독립변수로 결정하는 경우가 많은데 독립변수가 1개인 경우를 단순회귀분석이라 하고 2개 이상인 경우를 다중회귀분석이라 한다(이일현, 2014). 다중회귀분석에서 가장 먼저 확인해야 할 사항은 다중공선성인데 독립변수들 간에는 다중공선성이 존재하지 않아야 한다. 다중공선성(multi-collinearity)이란 독립변수들 간의 상관관계를 말하는데 하나의 독립변수가 다른 독립변수에 미치는 영향이 클 경우에 다중공선성이 존재한다고 본다(이훈영, 2013). 다중공선성을 평가하는 지표로는 VIF(Variance Inflation Factor, 분산팽창요인)로 VIF 값이 10 이상인 경우 다중공선성이 존재하는 것으로 간주한다(이일현, 2014).

4.5.1 세무대리서비스품질이 이용자 만족도에 미치는 영향

본 연구에서는 독립변수가 2개 이상으로 독립변수인 전문성, 신뢰성, 확신성, 응답성, 유형성, 공감성의 역량이 종속변수인 이용자만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. [표 4-8]의 모형요약에서 독립변수와 종속변수간의 상관관계는 0.729의 관계를 보이고 있으며, 독립변수가 종속변수에 대한 전체 설명력인 R^2 은 53.1%의 나타내고 있다. Durbin-Watson지수는 0과 4에서 멀고 2에 가까운 1.748의 수치로 나타났는데 종속변수의 자기상관 없이 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다.

[표 4-8] 다중회귀분석 모형 요약^a

모형	R	R^2	조정된 R^2	표준 추정값 오류	Durbin-Watson
1	.729 ^a	.531	.517	.43253	1.748

a. 예측변수: (상수), 공감성, 응답성, 신뢰성, 전문성, 확신성, 유형성

b. 종속 변수: 만족도

[표 4-9]의 분산분석표에서 F값은 35.908, 유의수준은 $.000 < .05$ 으로 독립변수가 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있음을 확인하였다.

[표 4-9] 다중회귀 분산분석^a

모형		제곱합	df	평균 제곱	F	유의수준
1	회귀분석	40.307	6	6.718	35.908	.000b
	잔차	35.546	190	.187		
	총계	75.853	196			

a. 종속 변수: 만족도

b. 예측변수: (상수), 공감성, 응답성, 신뢰성, 전문성, 확신성, 유형성

[표 4-10]의 계수표에서 독립변수들의 VIF값은 1.627 ~ 2.334으로 VIF가 10.0 미만의 값으로 나타나 독립변수 간 다중공선성이 없으므로 다중회귀분석을 실시할 수 있다.

[표 4-10] 다중회귀분석 계수^a

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의 수준	공선성 통계	
		B	표준 오차	β			허용 오차	VIF
1	(상수)	1.154	.265		4.352	.000		
	전문성	.615	.072	.613	8.533	.000	.478	2.093
	신뢰성	.117	.065	.133	1.799	.074	.451	2.215
	확신성	.107	.058	.137	1.833	.068	.440	2.272
	응답성	-.037	.060	-.040	-.620	.536	.588	1.700
	유형성	-.094	.077	-.092	-1.210	.228	.428	2.334
	공감성	.034	.063	.034	.533	.595	.615	1.627

a. 종속 변수: 이용의도

* $P < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

세부적으로 살펴보면 Durbin-Watson 지수를 이용하여 종속변수의 자기상관을 확인하고 VIF(분산팽창요인) 지수를 이용하여 독립변수 간의 다중공선성을 검토하였다. 다중회귀분석을 실시한 결과, 전문성의 유의확률은 $p=.000$, 신뢰성의 유의확률은 $p=.074$, 확신성의 유의확률은 $p=.068$ 로 종속변수에 유의한 영향을 주었다. 한편, 응답성의 유의확률은 $p=.536$, 유형성의 유의확률은 $p=.228$, 공감성의 유의확률은 $p=.595$ 로 종속변수에 유의한 영향을 주었다. 전문성이 높을수록($B=.615$), 신뢰성이 높을수록($B=.117$), 확신성이 높을수록($B=.107$), 공감성이 높을수록($B=.034$) 이용자 만족도가 높아지나, 응답성과 ($B=-.037$), 유형성은 ($B=-.094$) 90%의 신뢰수준에서 통계적으로 부의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이들 독립변수가 종속변수인 이용자만족도를 설명하는 설명력은 53.1%(조정된 $R^2=.517$)이다. 독립변수에서는 전문성($\beta=.613$)과 확신성($\beta=.137$), 신뢰성($\beta=.133$)이 종속변수인 이용자만족도에 큰 영향을 주는 것으로 나타났는데, 변수 중에서 전문성만이 가장 크게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다중회귀분석 결과에 대한 요약 표는 [표 4-11] 와 같다.

[표 4-11] 다중회귀분석 결과 요약

모형	B	SE	β	t	p	VIF
(상수)	1.154	.265		4.352	.000	
전문성	.615	.072	.613	8.533	.000	2.093
신뢰성	.117	.065	.133	1.799	.074	2.215
확신성	.107	.058	.137	1.833	.068	2.272
응답성	-.037	.060	-.040	-.620	.536	1.700
유형성	-.094	.077	-.092	-1.210	.228	2.334
공감성	.034	.063	.034	.533	.595	1.627

$R^2=.531$, 조정된 $R^2=.517$ $F=43.4523(p<.001)$, Durbin-Watson=1.748

* $P<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

독립변수인 세무대리서비스품질이 종속변수인 이용자 만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설검정 결과는 [표 4-12]와 같다.

[표 4-12] 세무대리서비스품질이 이용자만족도 간의 가설검정 결과

가 설		검증결과
가설 I	세무대리서비스품질이 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다	부분채택
가설 I-1	세무대리서비스의 전문성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다	채택
가설 I-2	세무대리서비스의 서비스품질 중 신뢰성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다	기각
가설 I-3	세무대리서비스의 서비스품질 중 확신성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다	기각
가설 I-4	세무대리서비스의 서비스품질 중 응답성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다	기각
가설 I-5	세무대리서비스의 서비스품질 중 유형성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다	기각
가설 I-6	세무대리서비스의 서비스품질 중 공감성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다	기각

4.5.2 세무대리서비스품질이 지속적인 이용의도에 미치는 영향

본 연구에서는 독립변수가 2개 이상으로 독립변수인 전문성, 신뢰성, 확신성, 응답성, 유형성, 공감성의 역량이 종속변수인 지속적인 이용의도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. [표 4-13]의 모형요약에서 독립변수와 종속변수간의 상관관계는 0.826의 관계를 보이고 있으며, 독립변수가 종속변수에 대한 전체 설명력인 R^2 은 68.2%의 나타내고 있다. Durbin-Watson지수는 0과 4에서 멀고 2에 가까운 1.891의 수치로 나타났는데 종속변수의 자기상관 없이 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다.

[표 4-13] 다중회귀분석 모형 요약^a

모형	R	R^2	조정된 R^2	표준 추정값 오류	Durbin-Watson
1	.826 ^a	.682	.672	.33849	1.891

a. 예측변수: (상수), 공감성, 응답성, 신뢰성, 전문성, 확신성, 유형성

b. 종속 변수: 이용의도

[표 4-14]의 분산분석표에서 F값은 68.000, 유의수준은 .000<.05으로 독립변수가 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있음을 확인하였다.

[표 4-14] 다중회귀 분산분석^a

모형		제곱합	df	평균 제곱	F	유의수준
1	회귀분석	46.746	6	7.791	68.000	.000b
	잔차	21.769	190	.115		
	총계	68.515	196			

a. 종속 변수: 이용의도

b. 예측변수: (상수), 공감성, 응답성, 신뢰성, 전문성, 확신성, 유형성

[표 4-15]의 계수표에서 독립변수들의 VIF값은 1.627 ~ 2.334으로 VIF가 10.0 미만의 값으로 나타나 독립변수 간 다중공선성이 없어 다중회귀 분석을 실시할 수 있다.

[표 4-15] 다중회귀분석 계수^a

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의 수준	공선성 통계	
		B	표준 오차	β			허용 오차	VIF
1	(상수)	.827	.208		3.984	.000		
	전문성	.497	.056	.521	8.807	.000	.478	2.093
	신뢰성	.177	.051	.212	3.487	.001	.451	2.215
	확신성	.187	.046	.253	4.105	.000	.440	2.272
	응답성	.021	.047	.024	.441	.660	.588	1.700
	유형성	-.068	.061	-.070	-1.118	.265	.428	2.334
	공감성	.023	.049	.024	.467	.641	.615	1.627

a. 종속 변수: 이용의도

*P<.05 ** p<.01 *** p<.001

세부적으로 살펴보면 Durbin-Watson 지수를 이용하여 종속변수의 자기상관을 확인하고 VIF(분산팽창요인) 지수를 이용하여 독립변수 간의 다중공선성을 검토하였다. 다중회귀분석을 실시한 결과, 전문성의 유의확률은 $p=.000$, 신뢰성의 유의확률은 $p=.001$, 확산성의 유의확률은 $p=.000$ 로 종속변수에 유의한 영향을 주었다. 한편, 응답성의 유의확률은 $p=.660$, 유형성의 유의확률은 $p=.265$, 공감성의 유의확률은 $p=.641$ 로 종속변수에 유의한 영향을 주었다. 전문성이 높을수록($B=.497$), 신뢰성이 높을수록($B=.177$), 확산성이 높을수록($B=.187$), 응답성이 높을수록($B=.021$), 공감성이 높을수록($B=.023$) 지속적인 이용의도가 높아지나, 유형성은 ($B=-.068$) 90%의 신뢰수준에서 통계적으로 부의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이들 독립변수가 종속변수인 경영성과를 설명하는 설명력은 68.2%(조정된 $R^2=.672$)이다. 독립변수에서는 전문성($\beta=.521$)과 확산성($\beta=.253$), 신뢰성($\beta=.212$)이 종속변수인 지속적인 이용의도에 큰 영향을 주는 것으로 나타났는데, 변수 중에서 전문성이 가장 크게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다중회귀분석 결과에 대한 요약 표는 [표 4-16] 와 같다.

[표 4-16] 다중회귀분석 결과 요약

모형	B	SE	β	t	p	VIF
(상수)	.827	.208		3.984	.000	
전문성	.497	.056	.521	8.807	.000	2.093
신뢰성	.177	.051	.212	3.487	.001	2.215
확신성	.187	.046	.253	4.105	.000	2.272
응답성	.021	.047	.024	.441	.660	1.700
유형성	-.068	.061	-.070	-1.118	.265	2.334
공감성	.023	.049	.024	.467	.641	1.627

$R^2=.682$, 조정된 $R^2=.672$ $F=33.849(p<.001)$, Durbin-Watson=1.891

* $P<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

독립변수인 세무대리서비스품질이 종속변수인 지속적인이용의도에 영향을 미칠 것이라는 가설검정 결과는 [표 4-17]와 같다.

[표 4-17] 세무대리서비스품질과 지속적인 이용의도 간 가설검정 결과

가 설		검증결과
가설Ⅱ	세무대리서비스품질이 지속적인 이용의도에 영향을 미칠 것이다	부분채택
가설Ⅱ-1	세무대리서비스의 전문성은 지속적인 이용의도에 영향을 미칠 것이다	채택
가설Ⅱ-2	세무대리서비스의 서비스품질 중 신뢰성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다	채택
가설Ⅱ-3	세무대리서비스의 서비스품질 중 확신성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다	채택
가설Ⅱ-4	세무대리서비스의 서비스품질 중 응답성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다	기각
가설Ⅱ-5	세무대리서비스의 서비스품질 중 유형성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다	기각
가설Ⅱ-6	세무대리서비스의 서비스품질 중 공감성은 이용자만족도에 영향을 미칠 것이다	기각

V. 결 론

5.1 연구결과의 요약 및 시사점

세무대리서비스는 서비스 제공자인 세무대리인과 이용자인 고객간에 비교적 지속적인 관계를 유지하면서 서로 발전을 도모하기 때문에 관계마케팅적 접근이 필요한 대표적인 분야라고 할 수 있다(강태원, 2013). 이러한 특성으로 인해 그 동안 연구의 관심 주제들은 세무대리서비스의 품질평가, 만족도, 지속적인이용의도 등이었고 최근 연구에서 전환장벽 혹은 전환비용 같은 변수들도 연구에 포함되고 있다. 그렇지만 지금까지의 선행연구들이 이런 요소들간의 관계를 포괄적으로 밝히려고 시도하기보다는 소수의 변수들만으로 연구범위를 제한했다는 측면이 있다. 따라서 이러한 문제들을 해결하기 위한 방법으로 본 연구에서는 중요변수의 하나로 세무대리서비스 품질요인으로 신뢰성, 확신성, 대응성, 공감성, 유형성과 여기에 세무대리인의 전문성을 추가로 포함하고 이용자 만족도와 지속적인 이용의도의 관계를 통하여 실증적으로 검증하였다.

본 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 세무대리인의 전문성이 이용자만족에 유의한 정의 영향을 미친다는 사실을 확인하였다. 이러한 결과는 세무대리인의 전문성이 세무대리인의 명성, 고객신뢰에 유의한 영향을 미친다는 연구와 비슷한 결과이다. 따라서 세무사사무실에서는 세무대리인의 전문성에 대한 중요성을 인식하고 이용자들에게 고도의 전문적인 서비스를 제공할 필요가 있다고 할 것이다.

둘째, 세무대리서비스 품질 중 지속적인 이용의도에 전문성, 확신성, 신뢰성이 유의한 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 이러한 결과는 서비스 품질이 이용자만족도와 지속적인 이용의도를 향상시키는데 큰 영향을 미친다는

Taylor and Strobel (1986)의 연구와 일치한다. 그러나 대응성, 유형성과 공감성은 이용자 만족에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 확인이 되었지만 세무대리서비스 품질이 이용자 만족도를 파악하기 위하여 필요한 여러 서비스 요인 중 하나임에는 틀림이 없는 것이라고 할 수 있겠다.

셋째, 세무대리인의 전문성, 세무대리서비스 품질요인 중 지속적인 이용의도에 미치는 영향력의 정도는 전문성, 확신성, 신뢰성 순으로 검증되었다.

넷째, 세무대리인의 서비스품질 중 전문성이 지속적인 이용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 사실을 밝혀 주고 있다. 이는 서비스의 외적 품질(대응성, 유형성, 공감성)보다는 내적 품질, 서비스를 직접 수행하고 있는 직원들의 서비스 이행 능력과 경영전반에 대한 자세 정보의 제공, 풍부한 세법 지식 보유 등을 통해 이용자들이 만족을 느끼고 있다는 것을 알 수 있다. 그러나 신뢰성, 확신성, 응답성, 공감성, 유형성은 지속적인 이용의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 확인이 되었지만 세무대리서비스 품질이 이용자 만족도를 파악하기 위하여 필요한 여러 서비스 요인 중 하나임에는 틀림이 없는 것이라고 할 수 있겠다. 그러므로 세무대리인은 세무대리서비스의 만족도를 향상시키기 위해서는 전문성, 신뢰성, 확신성 등의 순서를 고려한 질 높은 전문적인 지식을 숙지하여 친절한 서비스를 고객들에게 제공하는 고품질의 서비스 전략을 마련해야 할 것이다. 이용자 중심의 서비스가 이루어지고 이용자에 대한 적절하고 탁월한 서비스를 실천하면 이용자 만족이 이루어질 것이며, 이러한 노력의 결과로 이용자 만족도가 높아지면 궁극적으로 지속적인 이용의도가 향상 될 수 있을 것이다.

본 연구의 결과를 바탕으로 세무대리인은 세무대리서비스에 대하여 이용자만족도와 지속적인 이용의도를 향상시키기 위하여 다음과 같은 서비스 전략을 강구해야 할 것이다.

첫째, 전문성 측면에서 세무대리인에 대하여 전문적 지식을 갖추도록 지속적인 교육 등의 방안이 요구됨을 의미한다. 세무대리인은 전문적인 지식을 갖

추고 세무대리인 사무실을 이용하는 이용자에게 세무 상담 및 세무에 관한 전반적인 컨설팅을 함에 있어 풍부한 세법지식을 갖추고 정확한 납부세액을 산출할 수 있는 능력을 높이며 궁극적으로 납부세액의 절감을 할 수 있는 고객 지향적인 서비스를 제공하여야 할 것이다.

둘째, ‘신뢰성’측면에서도 세무대리인은 이용자와 신뢰성을 유지하고, 특히 법정신고일을 준수하여야 하며 납세자에게 정확한 세무신고가 이루어지도록 해야 한다.

셋째, ‘확신성’측면에서도 세무대리인은 경영전반에 대한 조세정보를 잘 제공하고 이용자의 문제를 고객의 입장에서 생각함으로써 이용자들이 적절한 지원을 받고 있다는 사무환경을 조성해야 할 것이다.

넷째, ‘공감성’측면에서도 세무대리인 이용자에 대한 세심한 배려와 이용자의 최대 관심사가 무엇인지 진심으로 알고 노력하는 준비 자세가 필요하다.

다섯째, ‘유형성’측면에서는 세무사무실의 외형적 시설이 시각적으로 이용자의 마음에 들어야 하고, 시설 외관은 제공된 서비스 형태와 잘 맞아야 하고 세무대리인의 복장은 단정해야 할 것이다.

여섯째, 이용자 만족도와 지속적인 이용의도에 영향을 미치는 요인은 다르기 때문에 이용자의 상황을 고려한 세무대리서비스가 이루어져야 할 것이다.

따라서 본 연구가 실무종사자들에게 시사 하는 바는 세무대리서비스에 만족한 이용자가 현재의 세무대리인을 지속적으로 이용하도록 최선의 노력을 다하여야 할 것이다.

결국 세무사무실에서는 이용자에 대한 이런 영향요인을 고려하여 수준에 맞는 서비스를 차별적으로 제공하여야 날로 치열해지는 경쟁에서 살아남을 수 있음을 보여주는 것이다.

5.2 연구의 한계 및 향후 연구과제

본 연구는 상기와 같은 의미를 갖는 동시에 본 연구를 수행함에 있어서 다음과 같은 몇 가지 한계점을 지니고 있다.

첫째, 시간적인 추세를 고려하지 못하고 특정시점의 표본을 대상으로 한 횡단적인 연구를 하였다는 점이다.

둘째, 본 연구의 수행을 위해 자료 수집은 비확률표본추출방법 중 조사자의 편의 따라 임의추출하는 편의표본추출법을 이용하여 표본을 추출하여 분석에 활용하였기에 연구결과가 대표성을 갖기에 부족한 점이 있다.

셋째, 본 연구는 주로 서울, 인천, 경기 수도권의 세무대리서비스 이용 경험자를 대상으로 한 설문조사를 기초로 이루어졌기 때문에 연구 결과를 일반화 하는데 한계가 존재한다. 이와 같은 문제점을 해결하기 위해 표본대상을 전국적으로 확대하는 방안을 모색하고 표본의 수도 증가시킬 필요성이 있다.

넷째, 납세자들이 세무대리인이 제공하는 세무대리서비스를 평가할 때는 실제로 검증된 자료를 이용하여야 하나, 본 연구에서 수집된 자료는 설문 응답자들의 인식 내지 인지수준을 근거로 한 주관적인 평가 방법을 사용하였다. 이는 측정대상, 시기, 방법, 이용자의 태도 등에 의해 차이가 발생할 가능성이 있다.

다섯째, 세무대리인의 최종적인 목표는 이익의 극대화이다. 특히 우리나라의 경우 적정한 세무대리 수수료를 수령하지 못하면서 고객 확보를 위해 억지로 세무대리서비스를 제공하는 경우가 많으며 이용자만족도가 세무대리인의 경제적 이익과는 연결되지 않을 가능성도 있다.

여섯째, 세무대리서비스의 품질요소와 만족도간에 이용자의 상황(지역, 성별, 사업업종, 연간 매출액)을 고려하여 보다 심층적인 연구를 하지 못하였으나 향후 연구에서는 이용자의 상황을 고려하여 연구할 필요성을 제기해 본다.

그러나 이러한 한계에도 불구하고 본 연구는 세무대리인의 전문성, 세무대리서비스의 품질 요소와 이용자 만족도, 세무대리서비스의 지속적인 이용의도와 관련된 연구에서 새로운 연구 방향을 제시하고 있다. 세무대리서비스를 통

하여 이용자들이 얻고자하는 만족이 무엇인가에 대한 정의와 측정방법에 대한 활발한 논의가 제기되기를 기대한다. 따라서 본 연구의 향후 과제에서는 본 연구에서 사용된 방법을 토대로 하여 세무대리서비스를 이용하는 우리나라 전체 납세자를 대상으로 실제 서비스 수행이 이루어지는 각 세목별 신고기간 마다 수차례에 걸쳐 반복·확대하여 정교한 표본을 분석·연구함이 필요하다. 이것은 세무대리인의 고객 확보와 수익의 극대화를 위한 전략 수립에 유효한 정보를 제공해줄 수 있을 것이다. 이러한 횡단면 분석뿐만 아니라 시계열적 종단면 분석 등 다양한 접근방법을 이용하여 세무시장 환경의 특성이나 시대적 변화에 따라 세무대리서비스 이용자들이 세무대리인 만족도에 어떠한 변화가 나타나는지를 분석해 보는 것도 향후 과제로 의의가 클 것으로 생각이 되며, 현행 우리나라 세법은 그 내용이 복잡하기에 일반인들이 처리하기에는 쉽지 않다. 이에 따라 앞으로도 지속적으로 세무대리인을 이용하는 납세자는 증가할 것으로 예상된다. 그러나 이러한 세무대리서비스에 대한 수요의 증가에도 불구하고 세무대리인들 간의 경쟁은 더욱 더 치열해 질 것이다. 그러므로 본 연구의 결과를 이용하여 현재 이용자들이 불만족하다고 느끼는 서비스분야를 개선하고 세무대리인 이용자만족도를 높일 수 있는 방향으로 세무대리서비스를 제공한다면, 이용자만족도도 높아지고, 결국 세무대리인도 현재보다 높은 수익을 얻을 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강성민, 홍일유. (2010). “건설산업 B@B 전자상거래에서 신뢰 및 거래의도에 영향을 미치는 요인”. 『한국경영정보학회 정기학술발표대회 논문집』 . pp. 785-790.
- 강성천. (2015). “컨설팅 역량이 중소기업 경영컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 한성대학교 대학원 박사학위논문.
- 강태원. (2013). “세무대리서비스의 품질, 만족도, 계속이용의도, 구정 및 전환비용간의 관계연구”. 인천대학교 대학원 박사학위논문. p.54
- 권광현, 강덕수, 성정현. (2010). “세무대리서비스의 이용자 만족과 계속이용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”. 『산업경제연구』 . 제23권 제1호. pp. 451-481.
- 김상우, 김광호, 장영혜. (2009). “의사의 전문성과 커뮤니케이션 능력이 환자가 지각하는 신뢰, 가치 및 만족에 미치는 영향”. 『마케팅논집』 . Vol. 17 No. 1,
- 김 혁, 이수로. (1997). “세무학연구의 현황과 발전방향에 관한 연구”. 『세무학 연구』 . 제 10호. pp. 271-320.
- 김상현, 오상현. (2002). “고객 재구매의도 결정요인에 관한 연구: 고객가치, 고객만족, 전환 비용, 대안의 매력도”. 『마케팅연구』 . 제17권 제2호. pp. 25-55.
- 김연옥. (2018). “세무대리인의 선택목적이 계속이용의도 및 주변추천의도에 미치는 영향 -고객접점서비스 조절효과 중심으로”. 대전대학교 대학원 석사학위 논문. pp. 2-3
- 김해영. (2001). “온라인/오프라인 증권거래서비스의 재사용의도 및 추천의도에 영향을 미치는 서비스 품질요인에 관한 연구”. 연세대학교 대학원 박사학위논문. pp. 22-23
- 김홍균. (2003). “세무대리서비스 품질요인과 세무대리인 변경의사에 관한 연구”. 경성대학교 대학원 박사학위논문. pp. 14-15
- 박광태, 김민철. (1998). “서비스산업에 있어서의 품질관리 방안에 관한 연구: 이동전화 서비스를 중심으로”. 『경영논총』 . Vol. 42 No. 1
- 박종서, 강중석. (1998). “세무신고시 세무대리인을 통한 방법을 선택하는 요인에 관한 연구”. 『세무학 연구』 . pp. 105-131.
- 신건권, 최보람. (2013). “세무대리서비스의 전문성품질이 서비스충성도에 미치는 영향”

- 『회계연구』. 제18권 제3호. pp. 229-250.
- 송춘달. (2001). “세정의 정보화에 따른 조세전문인의 역할,” 『조세학술논집』. Vol. 17 No.- pp. 179-206
- 심태섭. (1998). “세무대리인의 서비스가 이용자만족도에 미치는 영향.” 『세무회계학연구』. 제1권 창간호. pp. 161-182.
- 심태섭. (2000). “세무대리서비스에 대한 이용자평가, 이용자만족도와 세무대리인 규모간의 관계.” 『대한경영학회지』. 제23호: pp. 3-30.
- 안광호, 윤면상. (1990). “소비자 만족/불만족에 대한 귀인과정에 있어서의 관여수준의 조정적 역할.” 『소비자학연구』. 제1권 2호, pp. 43-58.
- 안영면. (1999). “서비스품질 측정 모형에 관한 연구.” 『동아대학교 경영연구』. 제13호, pp. 43-62.
- 안준수, 정강국. (2005). “고객신뢰에 영향을 미치는 호텔기업특성에 관한 연구.” 『관광경영학연구』. 제9권 제2호, pp. 141-163.
- 안흥기. (2001). “전문서비스 제공자의 시장지향성이 고객 충성도에 미치는 영향에 관한 연구 - 세무회계서비스를 중심으로.” 경남대학교 대학원 박사학위논문, pp.
- 양행호. (2016). “컨설턴트의 비언어커뮤니케이션이 고객신뢰, 고객만족, 컨설팅 수용의도에 미치는 영향.” 한성대학교 대학원 석사학위논문.
- 윤윤석, 김도형, 장용운. (2006). “세무대리인 서비스품질과 납세자만족도에 관한 연구.” 『국제회계연구』. 제16집, pp. 429-453
- 윤종원. (2006). “세무대리서비스의 품질이 이용자만족도, 불평의도 및 고객충성도에 미치는 영향” 『세무와 회계저널』. 제7권 제4호, pp. 175-199.
- 윤종원. (2008). “세무대리서비스품질과 고객지향성이 고객만족도와 재이용의도에 미치는 영향,” 『세무회계연구』. 제23권, pp. 1-22.
- 이우택. (1990). “세무학과 세무학 연구방법론에 관한 연구.” 『세무학 연구』. (I) 한국세무학회창립10주년기념. pp. 37-55.
- 이순룡. (1997). 『품질경영론』 1판. 서울: 법문사.
- 이일현. (2014). 『EasyFlow 회귀분석』. 서울: 한나래
- 이훈영. (2013). 『이훈영 교수의 마케팅조사론』 4판. 서울: 도서출판청람
- 장용운. (2009). “세무대리인의 서비스 품질, 관계품질, 계속거래의도 간의 탐색적 구조관계

- 연구” 『상업교육연구』 . 제23권 제4호, pp. 485-510.
- 장용운. (2006). “세무대리인의 서비스품질이 고객만족도와 세무대리인의 계속거래의도에 미치는 영향”. 광운대학교 대학원 박사학위논문. pp. 19-20
- 전태영. (1998). “세무서비스의 평가에 관한 연구” 『세무회계연구』 . 제1권 창간호, pp. 211-235.
- 조광행, 박봉규. (1999). “점포충성도에 대한 전환장벽과 고객만족의 영향력에 관한 실증적 연구” 『경영학연구』 . 제28권 제1호, pp. 127-149.
- 조광행, 임채운. (1999). “고객만족 및 전환장벽이 점포애호도에 미치는 효과에 관한 연구,” 『마케팅연구』 . 제14권 제1호, pp. 47-74.
- 조원봉. (2011). “세무대리서비스 품질이 고객 만족에 미치는 영향에 관한 연구” . 인하대학교 대학원 박사학위 논문. pp. 41-42
- 조형지, 박명호. (1999). “고객만족 개념의 재정립”. 『한국마케팅학회』 . Vol.1 No.4, pp. 126-151 pp. 26
- 채서일 외. (2015). 『사회과학조사 방법론』 . 서울: 비엔엠박스 pp. 179-180
- 최명규. (2012). “중소기업 경영컨설팅의 서비스 품질이 인지된 기업성가에 미치는 영향에 관한 연구”. 숭실대학교 대학원 박사학위논문. pp. 39-40
- 최태한. (2016). “세무대리인의 전문성과 서비스품질이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향 - 납세자 상황의 조절효과를 중심으로 -”. 부산대학교 대학원 박사학위논문. pp. 23
- 한명희. (2010). “고객만족도 영향분석을 통한 중소기업의 세무대리서비스 향상 방안”. 건국대학교 대학원 박사학위논문. pp. 1-2
- 국세통계. (2017). 『세목별 검색』 . 검색일자: 2018. 11. 9. <http://stats.nts.go.kr/national/>
- 한국산업인력관리공단. (2012) 『전문자격국』 검색일자: 2018. 11. 9. www.hrdkorea.or.kr
- 사이버 월간회계. (2012) 『자격증 안내』 검색일자: 2018. 11. 9. <http://www.macc.co.kr/macc/>
- 한국공인회계사회. (2018) 검색일자: 2018. 11. 8. <http://www.kacpta.or.kr> 회원현황
- 한국세무사회. (2018) 검색일자: 2018. 11. 8. <http://www.kacpta.or.kr> 세무사현황

2. 국외문헌

- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *The Journal of marketing*, 53–66.
- Babin, B. J., & Griffin, M. (1998). The nature of satisfaction: an updated examination and analysis. *The Journal of Business research*, 41(2), 127–136.
- Brown, S. W., & Swartz, T. A. (1989). A gap analysis of professional service quality. *The Journal of Marketing*, 92–98.
- Cadotte, E. R., Woodruff, R. B., & Jenkins, R. L. (1987). Expectations and norms in models of consumer satisfaction. *The Journal of marketing Research*, 305–314.
- Christensen, A. L. (1992). Evaluation of tax services: A client and preparer perspective. *The Journal of the American Taxation Association*, 14(2), 60.
- Christian, C. W., Gupta, S., Weber, G. J., & Willis, E. (1994). The relation between the use of tax preparers and taxpayers' prepayment position. *The Journal of the American Taxation Association*, 16(1), 17.
- Collins, J. H., Milliron, V. C., & Toy, D. R. (1990). Factors associated with household demand for tax preparers. *The Journal of the American Taxation Association*, 12(1), 9–25.
- Cuccia, A. D. (1994). The effects of increased sanctions on paid tax preparers: Integrating economic and psychological factors. *The Journal of the American Taxation Association*, 16(1), 41.
- Ganesan, S. (1994). Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships. *The Journal of Marketing*, 1–19.
- Gronroos, C. *Service management and marketing*. 1990. Lexington, MA: Lexington Books, 27.

- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*.
- Long, J. E., & Caudill, S. B. (1987). The usage and benefits of paid tax return preparation. *National Tax Journal*, 35–46.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge.
- _____ (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of retailing*, 25–58.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12.
- _____ (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 41–50.
- Tan, L. M. (1999). Taxpayers' preference for type of advice from tax practitioner: A preliminary examination. *Journal of Economic Psychology*, 20(4), 431–447.

부 록

설 문 지

안녕하십니까? 귀사(귀하)의 무궁한 발전과 건승을 기원합니다. 먼저 바쁘신 중에 귀중한 시간을 내어 설문에 응해주신 것에 대해 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

본 설문은 국내 중소기업 및 소상공인을 대상으로 “세무대리서비스 품질이 이용자 만족도와 지속적인 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구”를 위해 기초자료를 수집하고 있습니다. 세무대행서비스를 경험하고 세무대리서비스 품질이 이용자 만족도와 지속적인 이용의도를 분석하기 위한 것으로서 세무대리서비스의 질적 고도화를 위한 질문들로 구성되었습니다.

귀하께서 응답하신 결과를 기반으로 세무대리서비스 관련 실태를 조사하여 세무대리서비스의 품질이 이용자 만족도와 지속적인 이용의도에 관해 분석하고자 합니다. 또한 분석결과를 활용하여 관련 서비스의 만족도 향상 방안을 제시하는데 목적이 있습니다.

본 설문을 통해 얻어진 내용은 연구의 중요한 기초자료가 되며 응답자의 모든 설문자료는 통계법 제33조에 의거하여, 비밀이 보장되며, 통계목적 이외에는 절대 사용하지 않습니다.

2018. 10.

- 지도교수 : 주 형 근 (한성대학교 지식서비스&컨설팅학과 교수)
- 연구자 : 함 영 석(한성대학교 대학원 지식서비스&컨설팅학과 석사과정)

연 락 처 : e-mail : ysham9258@naver.com, (010-6285-6790)

I. 다음은 현 세무대리인을 이용하게 된 이유 중 “세무대리인의 능력 및 활동_전문성” 등에 대한 질문입니다. 해당하는 항목에 “○” 및 “√” 표시하여 주시기 바랍니다.

○ 다음은 “전문성”에 대한 내용입니다.		①전혀 아니다	② 아니다	③보통 이다	④ 그렇다	⑤매우 그렇다
1	1-1. 세무대리인은 정확하고 풍부한 세법지식을 지니고 있다.					
2	1-2. 세무대리인은 세무조사를 회필 할 수 있도록 하는 능력을 지니고 있다.					
3	1-3. 세무대리인은 납부세액을 정확히 산출할 능력이 있다.					
4	1-4. 세무대리인은 납부세액을 절세할 수 있는 능력을 가지고 있다.					
5	1-5. 세무대리인은 기업경영 전반에 대한 지식 수준이 높다.					

II. 다음은 현 세무대리인이 제공하는 “세무대리서비스 품질_신뢰성” 등에 대한 질문입니다. 해당하는 항목에 “○” 또는 “√” 표시 등으로 표기하여 주시기 바랍니다.

○ 다음은 “신뢰성”에 대한 내용입니다.		①전혀 아니다	② 아니다	③보통 이다	④ 그렇다	⑤매우 그렇다
1	2-1. 세무대리인은 정해진 기일에 하기로 한 일을 한다.					
2	2-2. 세무대리인은 하기로 약속한 시간에 서비스를 제공한다.					
3	2-3. 세무대리인은 세무신고를 정확하게 한다.					
4	2-4. 세무대리인은 서비스가 언제 제공되는지 고객에게 정확하게 알려준다.					
5	2-5. 세무대리인은 귀사의 정보나 기업비밀을 잘 지키고 유지해 주었다.					

III. 다음은 현 세무대리인을 이용하게 된 이유 중 “세무대리서비스 품질_확신성” 등에 대한 질문입니다. 해당하는 항목에 “○” 또는 “√” 표시 등으로 표기하여 주시기 바랍니다.

○ 다음은 “확신성”에 대한 의견입니다		① 전혀 아니다	② 아니다	③ 보통 이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
1	3-1. 세무대리인으로부터 신속한 서비스를 제공 받고 있다.					
2	3-2. 세무대리인은 바빠도 고객의 요청에 신속하게 응대를 한다.					
3	3-3. 세무대리인은 회사경영전반에 대한 조세정보를 잘 제공한다.					
4	3-4. 세무대리인은 고객의 수요를 잘 이해하고 있다.					
5	3-5. 세무대리인은 예의가 바르고 공손하다.					

IV. 다음은 현 세무대리인을 이용하게 된 이유 중 “세무대리서비스품질_대응성” 등에 대한 질문입니다. 해당하는 항목에 “○” 또는 “√” 표시 등으로 표기하여 주시기 바랍니다.

○ 다음은 “대응성”에 대한 내용입니다.		① 전혀 아니다	② 아니다	③ 보통 이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
1	4-1. 세무대리인과의 거래에서 편안함을 느낄 수 있다.					
2	4-2. 세무대리인은 고객이 문제를 제기할 때 고객의 입장에서 생각하고 있다.					
3	4-3. 세무대리인은 각 고객들에게 개별적인 관심을 갖고 있다.					
4	4-4. 세무대리인은 귀사의 요구가 있을 때 신속하게 응대해 주었다.					
5	4-5. 세무대리인은 언제 업무를 처리해 줄 것인지 말해 준다.					

V. 다음은 현 세무대리인을 이용하게 된 이유 중 “세무대리서비스품질_공감성” 등에 대한 질문입니다. 해당하는 항목에 “○” 또는 “√” 표시 등으로 표기하여 주시기 바랍니다.

○ 다음은 “공감성”에 대한 내용입니다.		① 전혀 아니다	② 아니다	③ 보통 이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
1	5-1. 세무대리인은 고객에게 개인적인 관심을 주고 있다.					
2	5-2. 세무대리인은 고객이 무엇을 원하는지를 잘 알고 있다.					
3	5-3. 세무대리인은 고객의 최대 관심이 무엇인지 알고자 노력한다.					
4	5-4. 세무대리인은 고객의 이익을 진심으로 생각해 주었다.					
5	5-5. 세무대리인은 고객이 편리하게 이용할 수 있도록 영업시간을 맞추었다.					

VI. 다음은 현 세무대리인을 이용하게 된 이유 중 “세무대리서비스품질_유형성” 등에 대한 질문입니다. 해당하는 항목에 “○” 또는 “√” 표시 등으로 표기하여 주시기 바랍니다.

○ 다음은 “유형성”에 대한 내용입니다.		① 전혀 아니다	② 아니다	③ 보통 이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
1	6-1. 세무대리인의 물리 시설이 시각적으로 마음에 든다.					
2	6-2. 세무대리인의 직원 복장은 단정하다.					
3	6-3. 세무대리인의 외관시설이 제공된 서비스 형태와 잘 맞는다.					
4	6-4. 세무대리인은 성실하고 친절하였다.					
5	6-5. 세무대리인의 전반적인 인상은 깔끔하였다.					

VII. 다음은 현 세무대리인을 이용하게 된 이유 중 “이용자 만족도” 등에 대한 질문입니다. 해당하는 항목에 “○” 또는 “√” 표시 등으로 표기하여 주시기 바랍니다.

○ 다음은 “이용자 만족도”에 대한 의견입니다		① 전혀 아니다	② 아니다	③ 보통 이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
1	7-1. 현재의 세무대리서비스가 기대했던 것보다 만족스럽다.					
2	7-2. 세무대리인은 요청한 서비스에 대한 결과가 만족스러울 정도로 신속하게 응답하였다(시간 만족).					
3	7-3. 세무대리인은 요청한 서비스에 대한 결과가 만족스러울 정도로 자세히 설명해 주었다(기능 만족).					
4	7-4. 세무대리인은 귀사와의 거래를 돕기 위해 책임감을 느끼고 최선의 노력을 다한다.					
5	7-5. 세무대리인과의 관계가 성공적이었다고 생각한다.					

VIII. 다음은 현 세무대리인을 이용하게 된 이유 중 “지속적인 이용의도” 등에 대한 질문입니다. 해당하는 항목에 “○” 또는 “√” 표시 등으로 표기하여 주시기 바랍니다.

○ 다음은 “지속적인 이용의도”에 대한 내용입니다.		① 전혀 아니다	② 아니다	③ 보통 이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
1	8-1. 향후에도 현재의 세무대리인을 계속 이용할 것이다.					
2	8-2. 세무대리회사의 수수료가 인상되더라도 계속 이용할 것이다.					
3	8-3. 나는 특별한 상황이 발생한다면 다른 세무사 등으로 거래처를 옮길 것이다.					
4	8-4. 나는 현 세무대리인이 매우 친숙하게 느껴진다.					
5	8-5. 향후 사소한 불편함이 있더라도 현재의 세무대리인과 계속 거래할 것이다.					

IX. 다음은 일반현황에 대한 사항입니다. 해당하는 항목에 “○” 또는 “√” 표시
등으로 표기하여 주시기 바랍니다.

순 번	항 목	내 용
1	성 별	① 남성 ② 여성
2	연 령	① 30세 미만 ② 30세 이상 ~ 40세 미만 ③ 40세 이상 ~ 50세 미만 ④ 50세 이상 ~ 60세 미만 ⑤ 60세 이상
3	매출규모	① 5억 미만 ② 5억 이상 ~ 10억 미만 ③ 10억 이상 ~ 50억 미만 ④ 50억 이상 ~ 100억 미만 ⑤ 100억 이상 ~ 500억 미만 ⑥ 500억 이상
4	지 역	① 서울 ② 경기 ③ 인천 ④ 대전 ⑤ 세종 ⑥ 충남 ⑦ 충북 ⑧ 부산 ⑨ 대구 ⑩ 울산 ⑪ 경남 ⑫ 경북 ⑬ 광주 ⑭ 전남 ⑮ 전북 ⑯ 강원 ⑰ 제주
5	현재 세무대리인 의 이용기간	① 3년 미만 ② 3-5년 미만 ③ 5-10년 미만 ④ 10년 이상
6	사업업종	① 축산업, 수렵업 및 임업 ② 어업 ③ 광업 ④ 제조업 ⑤ 전기, 가스 및 수도사업 ⑥ 건설업 ⑦ 도·소매 및 소비자용품 수리업 ⑧ 숙박 및 음식점업 ⑨ 운수·창고 및 통신업 ⑩ 금융 및 보험업 ⑪ 부동산, 임대 및 사업서비스업 ⑫ 교육서비스업 ⑬ 보건업 ⑭ 기타 공공, 사회 및 개인서비스업 ⑮ 가사서비스업 ⑯ 기타
7	사업기간	① 3년 미만 ② 3~5년 미만 ③ 5~10년 미만 ④ 10년 이상
8	회사유형	① 법인 ② 개인

* 끝까지 응답해 주셔서 감사합니다.

ABSTRACT

A Study on the Effect of Tax Service Quality on User Satisfaction and Continuous Usage Intention

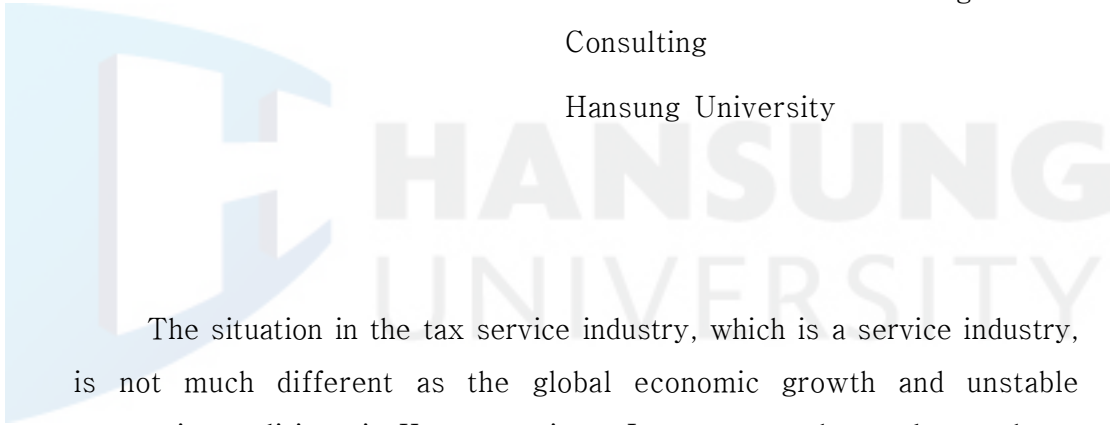
Ham, young-Seok

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service
Consulting

Hansung University



The situation in the tax service industry, which is a service industry, is not much different as the global economic growth and unstable economic conditions in Korea continue. In response, the study sought to identify the relationship between the effect of quality of tax agency service on user satisfaction and the continued use of 200 business representatives, executives and individuals who have experience with professional tax agency services.

The study found that the quality of tax agency service affects user satisfaction and willingness to use.

Comparing and analyzing the results of this study from the perspective of preceding studies, and looking into their significance, this study has expanded the field of research in the existing tax agency service field,

and the variables of research in the user satisfaction area. They also mentioned how to use the results, the limitations of the research, and the subsequent studies. I hope this research will help secure competitiveness in the age of unlimited competition.



【Key word】 tax agent, quality of service, tax agency service, satisfaction, and intent to use