

세무대리서비스의 품질이 이용자만족도, 불평의도 및 고객충성도에 미치는 영향*

윤종원**

<요 약>

서비스 환경이 치열한 경쟁상황으로 내몰리고 이용자 중심의 서비스를 지향하는 방향으로 급속하게 변화함에 따라, 세무대리 분야에서도 고객만족이나 고객중심 경영의 목소리가 높아지고 있다. 이에 따라, 영리조직에 대한 연구를 바탕으로 하는 경영학 마케팅 분야의 고객중심 경영이론이나 기법들을 도입하고자 하는 연구들이 최근 들어 국내외에서 활발하게 이루어지고 있다. 이에 본 연구는 세무대리인이 경쟁력을 확보하기 위한 방안을 제시하기 위하여, 세무대리서비스의 이용에 따른 전반적인 만족도, 불평의도, 고객충성도(재이용 의도 포함)간의 관계를 파악하기 위한 것이다. 이를 위해 본 연구에서는 세무대리서비스 품질의 포괄적인 이해를 위해 기존에 수행된 선행연구에 대한 제 정의 및 연구방법을 살펴보고, 설문조사를 바탕으로 세무대리서비스 품질이 어떻게 적용되고 발전되었는지 규명하고자 인과적 모형의 경로분석을 이용하여 검증하였다.

실증분석 결과에 의하면, 첫째, 세무대리서비스 품질이 이용자 만족도에 미치는 영향과 관련하여, 6개의 요인 중 절차의 편리성, 세무인력의 전문성, 세무서비스의 신뢰성, 조세부담의 절약성 세무대리인의 규범성은 각각 이용자의 전반적인 만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 세무대리서비스 이용자의 만족도가 불평의도에 미치는 영향과 관련하여, 이용자의 만족도는 불평의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 불평의도를 줄이는 것과 만족도를 향상시키는 것은 밀접한 관계가 있음을 알 수 있다. 셋째, 세무대리서비스 품질과 이용자 만족도가 고객충성도와 관련하여, 절차의 편리성, 세무인력의 전문성, 세무서비스의 신뢰성, 조세부담의 절약성과 이용자 만족도는 고객충성도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 본 연구에서는 불평경험은 고객만족도는 물론 고객충성도에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다섯째, 인구통계학적 분석에서는, 남성이용자가 여성이용자에 비해 만족도와 고객충성도가 모두 높은 것으로 나타났다. 이러한 연구결과를 이용하여 세무대리인이 세무대리서비스에 대한 만족도를 높이기 위해서는 절차의 편리성, 세무인력의 전문성, 세무서비스의 신뢰성, 조세부담의 절약성, 세무대리인의 규범성을 보다 강조하여야 할 것이다. 이러한 노력의 결과로 고객만족도가 높아지면 궁극적으로 중요한 납세자의 세무대리인에 대한 고객충성도가 높아져, 세무대리인이 고객확보에 큰 도움이 될 수 있을 것이다.

* 심사과정에서 좋은 지적과 대안을 제시해 주신 익명의 심사위원께 감사드립니다.

** GCG컨설팅 Biz&Tax사업부 팀장, jwy001@paran.com, 010-6212-5348, 주저자(교신저자).

본 연구의 시사점은 세무대리서비스의 품질은 고객만족을 위한 중요한 요인으로 작용한다는 것, 그리고 성과와 직결되는 고객만족을 위해서는 세무대리서비스의 품질 향상에 보다 많은 관심과 노력을 기울여야 한다는 점이다. 즉, 세무대리서비스 분야의 급격한 환경변화에 따라 세무정보시스템을 운영할 때에는 조직 내 세무대리서비스 품질을 향상시키고자 하는 노력이 수반되어야 더욱 향상된 조직성적을 달성할 수 있게 될 것이다.

<주제어> 세무대리서비스, 서비스품질, 이용자만족도, 고객충성도

I. 서 론

경제환경의 변화와 더불어 기존의 세무대리 서비스는 간단한 세액산출이나 세무신고에서 나아가 보다 신속하고 효율적인 세무대리 업무 및 세무의사결정을 지원하는 추세로 나아가고 있다. 내부적으로는 인건비 등 비용증가에 따라 외부적으로는 세무대리인간 경쟁심화와 서비스 개방에 대한 위기감 등으로 세무경영의 위기는 더욱 심화되고 있다. 이와 같은 최근 인터넷 시대의 도래로 비즈니스 영역에서의 권력이 기업에서 고객으로 이동됨에 따라 대부분의 세무대리인은 서비스품질을 핵심 경쟁력으로 인식하고 경영성과를 극대화하는데 높은 관심을 가지고 있다. 세무정보의 서비스품질은 고객관리에 필수적인 요소들을 고객중심으로 통합하여 고객활동(customer interaction)을 개선함으로써, 고객과의 장기적인 관계를 구축하고 고객만족과 고객충성도를 개선하기 위한 가치창출의 원천으로서 과거의 공급자 위주에서 수요자 위주로 변화되고 있다.

대부분의 세무대리 분야에서는 서비스 이용자의 세무지식 및 선택능력의 향상으로 세무대리사무소의 인식도 역시 변화하게 되었으나 변경된 세법규정과 규제 등의 개정사항에 대응하는 민첩성 등은 전문가의 도움을 받을 필요성이 대두되어 대부분의 중소기업자는 세무업무를 세무대리인에 의뢰하여 처리하고 있다.

본 연구는 세무대리서비스의 품질이 이용자만족도, 불평의도 및 고객충성도에 미치는 영향을 파악하기 위한 것이다. 이를 보다 구체적으로 언급하면 다음과 같다.

첫 번째로, 세무서비스의 품질이 이용자만족도에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 왜냐하면, 세무대리 분야의 서비스품질은 세부적인 활동관리에 필요한 정보의 관리가 요구되며 이용자만족에 영향을 미칠 것이다. 아울러 이러한 세무대리서비스 품질에 대한 이용자 만족도는 세무대리분야에서 직면한 가장 중요한 문제점 중의 하나로 대두되고 있다.

두 번째로, 세무대리서비스의 품질이 불평의도에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 최근에는 고객만족 창출뿐만 아니라 불만족한 소비자들의 불평치리를 통해 기존고객을 유지하는 것에 대한 중요성이 부각되고 있다. 따라서 본 연구에서는 세무대리서비스 품질이 불평의도에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고 불평의도에 따라 구매후 행동에 차이가 있는지 검증하고자 한다.

세 번째로 세무대리서비스의 품질이 고객충성도에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 수많은 세무대리인이 급변하는 환경하에서 경쟁우위를 확보하기 위한 세무대리서비스의 품질향상을 활발히 추

진하고 있다. 이러한 변화의 흐름은 제조기업이나 서비스기업에 관계없이 필연적으로 고객만족을 위한 총체적인 노력이 이루어지고 있다. 이 경우 단순히 세무대리서비스의 품질을 향상하는 것이 조직성과에 도움이 되겠지만, 조직내 전략달성을 위하여 고객만족 중심의 양질의 서비스를 제공하고 관리된다면 더욱 높은 경영성과를 기대할 수 있다는 것이다. 그러므로 본 논문에서는 이러한 서비스 품질이 고객충성도에 어떤 영향을 미치는지 알아보기 위한 것이다.

네 번째로 세무대리서비스에 대한 이용자만족도가 불평의도에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 왜냐하면, 세무대리서비스 이용자의 구매에 대한 평가와 그 평가에 따라 이루어지는 불평의도는 재구매 및 고객만족과 밀접한 관계에 있으며, 세무대리사무소의 수익에 큰 영향을 미치기 때문에 소비자행동을 설명하는 유용한 변수로서 제시되고 있기 때문이다.

다섯 번째로 세무대리서비스에 대한 이용자만족도가 고객충성도에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 세무대리 분야에서의 고객을 만족시키기 위해서는 훌륭한 서비스품질을 갖추어야 한다. 우수한 서비스를 바탕으로 고객을 만족시키고, 만족한 고객들로 하여금 지속적으로 세무대리서비스를 이용하고자 하는 의도를 갖도록 함으로써 고객충성도를 높이하고자 하는 것은 세무대리사무소를 계속조직으로 유지하기 위해서는 필수적인 것이다. 본 논문에서는 이용자만족도와 고객충성도간의 관련성을 검토함으로써 고객충성도를 증대시킬 수 있는 방안을 분석하고자 한다.

마지막으로 세무대리서비스에 대한 불평의도가 고객충성도에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 세무대리서비스 이용자의 불평의도는 서비스를 구매후 불만족의 결과로서 나타나는 단계로서 소비자의 구매행동에 있어서 매우 중요한 의미를 가지고 있다. 흔히 이러한 불평의도는 불만족의 책임소재에 대한 고객의 인식이나 고객의 특성, 비용, 서비스유형, 결과에 대한 기대 등의 요인에서 나타나고 있다. 이에 본 논문에서는 불평의도가 고객충성도에 미치는 영향을 분석하여, 이용자의 불평의도를 최소화하고, 대안을 마련하고자 한다.

따라서 본 연구를 통해 서비스품질의 개념과 측정차원, 고객충성도를 결정하는 선행요인과 만족/불만족 이후의 구매후행동에 대한 재구매의도 및 불평의도에 영향을 미치는 요인들의 매개과정을 밝힘으로써, 더욱 치열해지는 경쟁상황에서 세무대리인이 보다 많은 고객을 확보하는 데 유용한 자료를 제공할 수 있을 것이다. 그리하여 세무대리인이 서비스품을 제공함에 있어서 필요한 요소들을 추출하여 조직내 서비스평가지표를 적용하고자 하는 노력이 수반된다면 더욱 향상된 경영성과를 달성할 수 있을 것이며, 고객의 요구사항을 미리 파악하여 고객이 원하는 차별화된 세무대리서비스 품질과 만족을 제공하면 경영합리화를 이룩할 수 있을 것으로 기대된다.

이러한 연구목적의 수행을 위해, 본 연구에서는 세무대리서비스 품질과 관련한 선행연구를 고찰하며, 다음으로 이러한 이론적 고찰을 토대로 연구설계 및 가설을 설정하고, 이를 실증적으로 분석하여 전략적 시사점을 제시하고 한다.

II. 이론적 배경

1. 세무대리서비스 품질의 개념과 구성차원

서비스품질은 일반적으로 객관적인 품질이 아니라 주관적 품질의 개념으로서 소비자에 의해 “지각된 서비스 품질(perceived service)”이라는 의미로 정의된다(Gronroos 1984, Parasuraman, Zeithaml & Berry 1988, Carman 1990). Christensen(1992)은 세무대리서비스의 고객과 세무대리인의 인식차이를 분석하여 품질변수의 중요성에 대한 분석을 실시하였으며, 고객이 기대하는 수준(expectation)과 실제 제공받는 서비스에 대해 느끼는 인식간의 차이로 서비스 품질을 평가하였다.

서비스 품질에 대한 연구는 Parasuraman, Zeithaml and Berry(1985)에 의해서 많은 발전이 이루어졌다. 이들의 연구는 1985년 고객이 인지하는 서비스의 품질을 10가지 구성차원(유형성, 신뢰성, 반응성, 기술능력, 공손, 의사소통, 신용도, 안정성, 접근성, 고객에 대한 이해)으로 구분한 후 1988년 다시 5가지 차원(유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성)으로 통합하여 SERVQUAL이라 명명하였다. SERVQUAL의 접근방법은 고객들의 서비스에 대한 기대와 성과에 대한 지각을 함께 측정하는 것으로, 고객만족 연구에서 주로 다루어지는 “기대불일치 패러다임”의 토대를 두고 있다고 할 수 있다. Baroudi & Orlikowski(1988)의 연구에서는 서비스품질로서 정보시스템 부서가 제공하는 지원과 교육, 시스템 부서의 태도, 정보기술 제공, 문제해결 등을 분석하였으며, Gronroos(1984)는 서비스품질은 “고객이 지각된 서비스와 기대한 서비스의 비교평가한 결과”라고 정의하고, 고객의 기대, 기술적·기능적 특성, 이미지와 같은 제변수와 함수관계에 있다고 주장하였다. Garvin(1984)의 연구에서는 품질접근방식을 소비자의 속성에 대한 선호와 경쟁자의 속성수준을 파악한 후 기업이 가진 제한된 자원으로 생산가능한 품질수준을 결정하여, 생산공정에서 정확하게 제조하도록 설계하는 선형적·제품중심적·사용자중심적·제조중심적·가치중심적 접근으로 구분하였다.¹⁾ Long & Caudill(1987)의 연구에서는 세무대리인을 이용하는 방법을 인구통계학적으로 분석하여 소득이 많고, 노령, 개인사업자인 경우 세무대리인의 이용경향이 높은 것으로 나타났으며, Christian(1994)은 세무신고에 소요되는 추정시간이 세무대리인의 이용에 가장 중요한 독립변수로 확인되었다. Christensen(1992)의 연구에서는 3개의 국제회계법인에 고용된 회계사와 세무대리인 간의 세무서비스에 대하여 기대수준과 실제 제공받은 서비스 수준간의 차이를 연구하였다.

국내의 연구에서 이학식(1997)은 서비스품질의 결정과정을 판단이론적 시각으로 조명했으며, 지각된 서비스품질의 정의를 “개인이 특정서비스의 품질에 대해 주관적 의미를 부여하는 것”으로 개념화 하였다. 따라서 지각된 서비스품질을 정의할 때는 품질비용, 가격, 관여, 정보 등 매개변수의 영향을 함께 고려하는 것이 바람직하다고 할 수 있다. 심태섭(1998, 2000)은 세무대리인이 제공하는 5개의 서비스요인과 이용자 만족도 간의 회귀분석을 통하여, 납세자에 대한 이해(납세자요구의 이해, 회사경영 및 투자에 대한 자문), 세무서비스 비용(조정료, 기장료), 시간의 서비스품질이 고객만

1) 이에 대해 안영면(1999)의 연구에서는 사용자중심적 내지 가치중심적 접근방법의 사고가 고객만족을 위한 서비스마케팅 활동측면에서 보다 바람직한 방법이 될 수 있다고 하였다.

족에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 분석했다. 그리고 구조방정식 모형을 이용하여 세무 회계사무소의 종업원을 대용변수로 삼아 세무대리인의 규모가 이용자 만족도에 미치는 영향을 분석 하였다. 전태영(1998)의 연구에서는 세무대리서비스의 질적요소를 기술적측면, 인간적측면, 편리성 의 3가지 변수로 정의하였으며, 이들 변수가 고객만족과 높은 관련성이 있다고 주장하였다. 즉 정확 성, 조사가능성 경감, 세무부담절약, 수업가격, 전문가적 자질의 기술적 품질과 인간적 측면, 편리성 요인의 기능적 품질이 고객만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 안흥기(2000)의 연구에서 는 시장지향성의 확장에 따라 고객충성도가 향상될 수 있으며, 고객과의 커뮤니케이션을 강화함으 로써 고객만족과 고객충성도를 유지할 수 있다는 연구결과를 제시하였다.

이러한 선행연구의 결과를 보면, 서비스품질을 설명하는 요소는 사전에 정해져 있는 절대적인 것 이 아니라, 연구 대상별로 달라질 수 있는 상대적인 성격을 가지고 있다는 점을 알 수 있다. 본 연구 에서는 이상에서 살펴본 선행연구를 참고하여 세무대리서비스 품질을 보다 다양한 측면에서 평가하 기 위하여 절차의 편리성, 세무인력의 전문성, 세무서비스의 신뢰성, 조세부담의 절약성, 사무소의 가치성, 세무대리인의 규범성으로 구분하였다.

2. 세무대리서비스 품질의 측정모형

많은 연구자들이 서비스품질과 고객만족을 향상시키기 위한 방법으로 고객의 서비스에 대한 인식 을 바탕으로 서비스품을 측정하기 위한 도구들을 개발하고자 시도하였다. 이러한 시도들은 서비 스품질의 구성요인을 분석하고 이를 개선함으로써 서비스 이용자의 만족도를 향상시키는데 의의를 두고 있다.

특히, Parasuraman, Zeithmal and Berry(1985)는 서비스품질의 유형에 따라 보편적으로 적용 가능 한 서비스품질의 결정요소를 제시하였다. 그리고 1988년에는 실증연구를 통하여 22개 항목 5개 차 원으로 정리하고 유형성, 신뢰성, 확신성, 응답성, 공감성의 5개차원으로 통합하여 SERVQUAL 모형 을 개발하였다.

SERVQUAL 모형은 서비스품질이 “성과-기대”라는 개념으로서, 고객이 서비스에 의해 달성된 성 과간의 차이라는 것이다. 개념적 토대는 Oliver(1980)의 기대-성과 불일치 모델로서, 서비스품질 변 수와 고객만족변수를 동일시하여 각각에 대한 측정값의 방향과 정도가 같을 것이라고 가정하는 것 이다. Christensen (1992)의 연구에서는 SERVQUAL 모형을 이용하여 기술적 품질과 기능적품을 분 류하여 서비스품을 측정하였다. 한편 Cronin & Taylor(1992)는 SERVQUAL 모델을 비판하면서, 소 비자들이 제품에 대한 사전 지식이나 경험이 부족한 경우에는 기대감을 갖지 못할 수 있으며, 동일 한 항목에 대해 반복적인 성과와 기대감을 측정하는 것은 측정상의 실익이 없음을 지적하고, 소비자 들이 지각하는 성과만으로 품질수준을 측정하는 SERVPERF 모델을 제안하였다. 선행연구 중에서 심 대섭(1998)의 연구에서는 SERVPERF 모델을 적용하여 서비스 이용자가 실제 제공받은 서비스수준만 으로 서비스품을 평가하였다.

국내의 경우에도 이미 한국능률협회컨설팅에서 개발한 한국산업의 고객만족도(KCSI : Korean

Customer Satisfaction Index)와 한국생산성본부에서 개발한 국가고객만족지수(NCSI: National Customer Satisfaction Index)가 있다. KCSI는 한국산업의 각 산업별 상품, 서비스에 대한 고객만족 정도를 나타내는 지수를 지향하여 한국산업의 특성을 감안하여 개발한 한국형 고객만족도 측정모델로서, 고객의 종합만족도는 전반적 만족도 40%, 요소 만족도 40%, 재구입(거래) 의향률 20%를 반영해 별도의 비율로 표시된다. “KCSI(종합만족도) = (전반적 만족도×0.4) + (요소 만족도×0.4) + (재구입 의향률×0.2)”

그리고 NCSI는 고객만족과 고객만족의 선행지표와 결과지표 간의 인과관계 프로세스를 반영하는 모델을 바탕으로 전반적 만족도와 기대불일치, 이상적인 제품 및 서비스 대비 만족도의 이론변인을 통해 산출된다. NCSI의 만족도 산출과정은 개개의 속성들에 대한 평가가 아닌 전반적 만족도를 측정하고 있으며, 여러가지 이론에 근거하고 있다. 고객의 만족도는 사전 기대가 충족된 정도에 의한다는 Gap Theory와 이상적인 제품이나 서비스에 비해 만족된 수준에 의해 결정된다는 Ideal Point Theory를 도입하였다. 만족도를 측정하기 위해서 전반적 만족도, 사전기대에 대비한 만족도, 이상적 제품(서비스)대비 만족도가 측정되며, 이 세가지 만족도는 가중평균된다. NCSI 모델은 제품 및 서비스에 대한 고객의 기대수준, 품질인지수준, 인지가치, 종합만족수준, 고객불만수준, 고객충성도(고객유지율)로 구성되어 있으며, 모델 구성요소간의 인과관계를 종합적으로 분석할 수 있어 기존에 소개된 고객만족측정모델에 비해 신뢰도와 완성도가 매우 높다. 특히 기업의 최대관심사인 고객만족도의 변화가 고객유지율로 대변되는 수익성에 어떻게 영향을 미치고 있는가를 NCSI 분석 Software를 통해 분석할 수 있다

지금까지 살펴 본, SERVQUAL, SERVPERF, KCSI 그리고 NCSI 모형은 서비스품질을 측정할 때 많이 이용되고 있다. 그 중 “성과-기대”방식인 SERVQUAL모형과 “성과”만이 서비스품을 결정짓는다는 SERVPERF모형이 대립되고 있으며, 어느 모형이 우월한가에 대해서는 판단하기 어렵고 각 서비스산업마다 상대적인 것으로 알려져 있다. 본 연구에서는 “성과-기대”방식인 SERVQUAL모형에 따라 세무대리서비스 품질차원을 구성하였으며, 기대와 성과를 동시에 측정하는 횡단면 방법으로 진행하고자 한다.

III. 연구 설계

1. 연구모형 및 가설

본 연구에서는 세무대리서비스 품질을 구성하는 요인들을 추출하는데 있어서, SERVQUAL과 선행 연구에서 도출된 척도를 바탕으로 세무대리서비스 품질의 구성차원을 설정하고, 요인분석 후, 동일 측정항목을 이용하여 세무대리서비스 품질이 이용자 만족도와 고객충성도에 미치는 영향을 밝히기 위한 것이다. 세무대리서비스 품질은 절차의 편리성, 세무인력의 전문성, 세무서비스의 신뢰성, 조세 부담 절약성, 사무소의 가치성으로 구분하였다. 이러한 세무대리서비스 품질은 이용자 만족도에 영

향을 미치고 고객충성도에 유의한 영향을 미친다. 세무대리인이 세무서비스를 제공하게 되면, 다양한 세무정보를 산출하여 고객만족의 다양한 관리활동이 요구될 것이다. 그리고 세부적인 활동관리에 필요한 정보는 이용자에게 다양한 서비스 품질을 제공할 것이다.

최근 수많은 세무기관들은 자체적으로 세무대리서비스의 품질과 고객만족을 측정하기 위하여 다양한 활동을 연구하고 있다. 기존 연구에서도 보듯이 전략적 차원에서 세무대리서비스의 품질과 만족도, 그리고 고객충성도와와의 연관성을 규명하고자 다양한 연구가 수행되어진 바 있다. 그러므로 세무대리인이 제공하는 서비스품질은 고객만족 전략의 핵심이며, 이용자들이 기대하는 양질의 맞춤형 서비스를 제공하는데 유의한 영향을 미치는지 검증하고자 한다. 본 연구에서는 세무대리인의 서비스 품질이 이용자 만족도와 고객충성도에 직·간접적인 유의한 영향을 미칠 것으로 예상하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설1] 세무대리인의 서비스 품질은 이용자 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설2] 세무대리서비스의 서비스 품질은 불평의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설3] 세무대리서비스의 서비스 품질은 고객충성도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설4] 세무대리서비스에 대한 이용자만족도는 불평의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설5] 세무대리서비스에 대한 이용자만족도는 고객충성도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설6] 세무대리서비스에 대한 불평의도는 고객충성도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

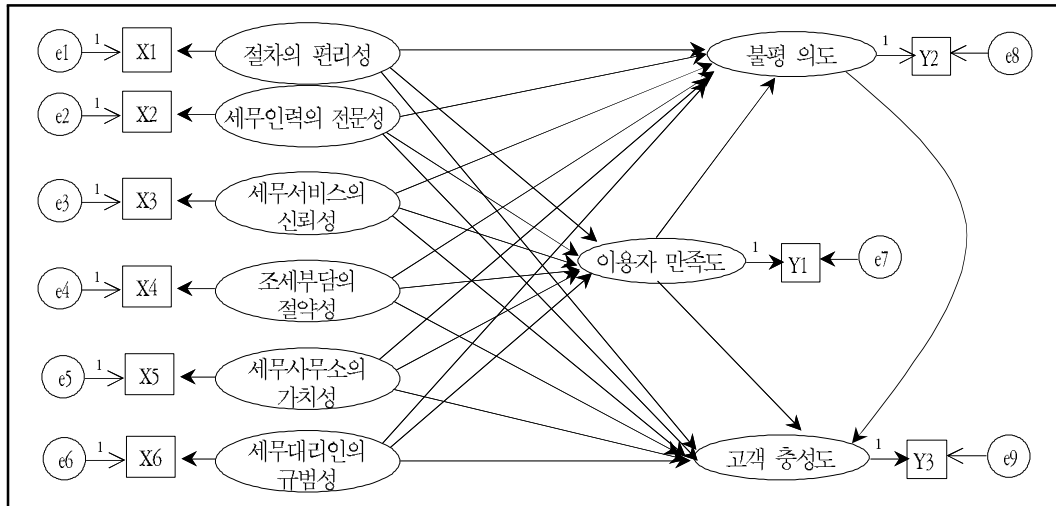
본 연구에서는 구조방정식²⁾을 이용하여, 세무대리서비스 품질이 이용자 만족도 그리고 불평의도 및 고객충성도에 직·간접적으로 유의한 영향을 미치는지 분석하기 위한 것이다. 세무대리인이 급변하는 환경하에서 경쟁우위를 확보하기 위한 고객관계 마케팅을 활발히 추진하고 있다. 이 경우 세무대리인의 전략달성을 위하여 고객만족 중심의 양질의 서비스 품질을 제공하고 관리되어진다면 더욱 높은 조직성과를 기대할 수 있을 것이다. 이러한 논리적 근거를 토대로 <그림 1>과 같은 연구모형을 설정하였다.

구조방정식 연구모형은 공분산 구조방정식(Covariance Structural Model : CSM)이라고도 불리는데, 구성개념간 이론적인 인과관계와 상관성의 측정지표를 통해 경험적 인과관계를 분석할 수 있도록 개발된 통계기법이다. 본 연구에서는 사용된 경로모형은 잠재변수인 “세무대리서비스 품질” 변수의 측정기준이 불확정한 경우를 제외하고는 다른 모든 변수들에 대한 식별이 가능하다고 가정하였다. 잠재변수의 측정기준이 불확정한 경우도 몇 개의 회귀식 내에서 잠재변수의 회귀가중 값을 “1”로 정의함으로써 임의로 고정시킬 수 있으며, 모형의 식별성을 높일 수 있는 것이다.³⁾

2) 구조방정식(Structural Equation Modeling: SEM)은 측정모형(Measurement Model)과 이론모형(Structural Model)을 통해서 변수간의 인과관계를 파악하는 모형으로, 인과관계분석을 위해 요인분석과 회귀분석을 개선하여 결합한 방정식의 형태를 말한다.

3) 관찰변수 및 잠재변수의 확정과 함께 이들만 가지고도 설명할 수 없는 부분(회귀식의 오차항)의 계수를 “1”로 고정시킴으로서 경로모형이 선형회귀분석에서 각각의 관찰변수에 해당하는 오차항의 가중치와 분산을 동시에 계산하지 못하여 발생하는 비식별성(non-identifiability)의 문제를 해결하고자 하였다. 허준·최인규, “AMOS를 이용한 구조방정식 모형과 경로분석”, 고려정보산업, 2000, pp. 99-100.

〈그림 1〉 연구모형



주1 : X_n 은 요인분석을 통하여 확장된 변수이고, ε_n 은 오차항임.

주2 : X1 : 절차의 편리성, X2 : 세무인력의 전문성, X3 : 세무서비스의 신뢰성, X4 : 조세부담의 절약성, X5 : 세무사무소의 가치성, X6 : 세무대리인의 규범성, Y1 : 이용자 만족도, Y2 : 불평의도, Y3 : 고객충성도

2. 연구변수의 조작적 정의 및 측정

외생개념(exogenous construct)으로서 세무대리서비스 품질이 내생개념(endogenous construct)인 이용자 만족도와 고객충성도 및 불평의도에 유의한 영향을 미치는 요인은 <표 1>과 같이 기존 문헌에 수록된 지표 등을 종합·분석하여 리커트(Likert type scale) 5점 척도를 개발하여 사용하였다.

Christensen (1992)은 세무대리서비스 품질을 19개의 항목으로 측정하였으며, 심태섭(1998)은 21개의 항목으로 그리고 전태영(1998)은 24개의 항목으로 측정하였다. 이와 같이 본 연구에서는 선행연구에서 사용한 변수들을 원용하여 세무대리서비스 품질과 관련된 이용자의 인식을 조사하기 위한 이론변수들을 설정하였다. 설문문항은 세무대리인과 세무회계담당자와의 면담을 통하여 설문문항과 용어를 수정하였으며, 세무대리서비스 품질의 24개 문항을 세무대리 분야에 맞게 “절차의 편리성”, “세무인력의 전문성”, “세무서비스의 신뢰성”, “조세부담의 절약성”, “사무소의 가치성”, “세무대리인의 규범성”으로 구분하였다. 이는 많은 연구자들이 인정한 것처럼 서비스품질의 구성차원은 적용되는 산업에 따라 다르다는 점을 고려한다면 세무대리분야의 서비스품질 속성이라고 할 수 있다. 즉 세무대리서비스의 품질은 Parasuraman, Zeithmal & Berry(1985)의 초기연구에 사용한 10가지 구성차원과 Gronroos(1984)가 서비스품질을 기술적차원(결과차원)과 기능적차원(과정차원)의 구성차원, 그리고 기타 SERVQUAL 관련 선행연구를 참조하여 24개의 항목의 리커트 5점 척도로 측정하였다. 이와 같은 24개의 항목에 대해 세무대리서비스를 얼마나 잘 제공하는지의 여부를 “매우 잘 제공한다”면 5점을, “아주 좋지 않다”면 1점에 표시하도록 하였다.

〈표 1〉 연구모형의 이론변수와 측정변수의 요약

요인의 상세구분		잠재요인			요인에 포함된 측정변수		
개념	개수	잠재요인명			변수	설문항목	참고문헌
외생 개념	6	I. 세무 대리 서비스 품질	절차의 편리성	접근용이성 증빙서류의 철저한 보관/접수 납세자 요구의 자세한 설명 신속한 불만처리	X1	A1-A4	Parasuraman, Zeithmal & Berry(1985, 1988) Gronroos(1984) Garvin(1984) Christensen(1994) 심태섭(1998, 2000) 전태영(1998)
			세무인력의 전문성	세무대리인의 역량 및 실력 세무업무 질문에 대한 해박한 지식 세무분야의 경력 세무업무의 처리능력	X2	A5-A8	
			세무서비스의 신뢰성	믿고 의지할 수 있는 정도 고객과의 약속이행정도 세무증빙서류의 분석 협조 납세자와 의논하는 세무조정	X3	A9-A12	
			조세부담의 절약성	세무조사의 가능성을 줄이는 노력 보수적인 자문 세무대행 수수료의 적정성 납부세액의 절감	X4	A13-A16	
			사무소의 가치성	동종사무소에서 평판이 좋음 최신시설의 구비 부가서비스의 이용편리성 회계사무실의 청결함	X5	A17-A20	
			세무대리인의 규범성	탈세 및 허위계산서 상담은 거절 직원의 예의바름 성실신고를 적극지도 법적 및 도덕적 준거의 강조	X6	A21-A24	
내생 개념	3	II. 이용자 만족도	기대충족정도(수수료 이상의 가치) 전반적인 서비스 만족도 이상적인 서비스의 접근정도 개인적인 Need 충족정도		Y1	B1-B4	국가고객만족지수 (NCSI) 전태영(1998) 심태섭(2000)
		III. 불평의도	이용하지 말라는 권유의도 부정적인 구전의도 대리서비스 이용의 중단의도 대행수수료 이하의 세무서비스		Y2	B5-B7	한국산업의 고객만족도(KCSI) 국가고객만족지수 (NCSI)
		IV. 고객충성도	재이용 가능성 평가 단골이라는 지각정도 계속이용의도 다른 사람에게 권유의도		Y3	B8-B11	

이용자만족도의 측정에 이용한 문항은 NCSI의 개념적 모델과 전태영(1998)과 심태섭(1998, 2000)의 연구에서 사용된 지표 등을 종합·분석하여, 납세자가 현재의 세무대리 업무를 위탁하고 있는 세무서비스에 대해 느끼는 전반적인 만족도를 측정하였다. 즉 세무대리서비스의 성과-기대에 대해 “매우 만족”하는 경우에는 5점, “매우 불만족”하는 경우에는 1점을 응답하게 하였다.

고객충성도와 불평의도는 한국산업의 고객만족도(KCSI)와 국가고객만족지수(NCSI)의 개념적 모델 등의 연구에 기초하여 측정하였다. 고객충성도와 관련하여 응답자에게 “재이용가능성 평가”, “단골이라는 지각정도”, “계속이용 의도”, “다른 사람에게 권유의도” 항목을 통해 측정하였다. 그리고 불평의도에서는 “이용하지 말라는 권유의도”, “부정적 구전의도”, “세무대리서비스의 이용 중단 의도”, “세무대리수수료 이하의 서비스”의 4가지 차원을 동종사무소의 성과-기대와 비교하여 평가하도록 하였다.

IV. 실증분석결과

1. 응답자에 대한 기술적 통계

본 연구에서의 설문조사는 2006년 3월부터 2006년 5월까지 실시되었으며, 표본대상에서 350부의 설문지를 우편 또는 E-mail로 우송하였다. 배포된 총 350부 중에서 100부는 직접방문을 통한 면접을 실시하였다. 전체 설문지 중에서 회수된 설문지는 202부로서 회수율은 57.7%로 나타났다. 회수된 202부의 설문지중에서 실제로 통계처리에 이용된 부수는 180부로서, 회수된 설문지 가운데 응답 불성실과 응답편이 현상이 두드러진 22부는 제거하였다.⁴⁾

〈표 2〉 세무대리 이용자 표본의 특성⁵⁾

분 류	항 목	설문지수	제외	이용가능한 설문지수	비율(%)
지 역	1. 서울	67	7	60	33.3
	2. 인천	72	12	60	33.3
	3. 경기	63	3	60	33.3
이용기간	1. 1년 이상~3년 미만	61	4	57	31.6
	2. 3년 이상~6년 미만	64	10	54	30.0
	3. 6년 이상~9년 미만	55	6	49	27.2
	4. 10년 이상	22	2	20	11.2

4) 대부분의 이용자들은 설문조사와 응답에 적극적으로 참여해 주었지만, 202부의 설문지중 불성실한 응답으로 보이는 경우, 불만족 항목을 구체적으로 기재하지 않은 경우는 분석대상에서 제외하였다.

5) 부가가치세 과세사업자는 152부(법인사업자 58부 포함), 면세사업자는 28부이며, 평균 이용기간은 6.32년으로 나타났다.

〈표 2〉 세무대리 이용자 표본의 특성(계속)

분 류	항 목	설문지수	제외	이용가능한 설문지수	비율(%)
직 책	1. 제조	20	5	15	8.3
	2. 건설	12	2	10	5.5
	3. 서비스	37	5	32	17.7
	4. 도소매	51	7	44	24.4
	5. 숙박·부동산임대	40	2	33	18.3
	6. 음식·기타	42	1	41	22.7
연 령	1. 20대	42	2	40	22.2
	2. 30대	51	3	48	26.7
	3. 40대	43	2	41	22.7
	4. 50대	41	8	33	18.3
	5. 60대	23	5	18	10.1

설문조사 과정에서는 세무대리서비스 이용자에게 본 연구와 설문조사의 의도를 설명하고, 세무대리 서비스의 제반사항에 대해 만족 및 불만족을 경험한 30세 이상의 이용자로서 설문에 응하기로 동의한 경우에 한해 연구자의 판단과 편의에 따른 편의표본추출방법에 의해 설문지를 배포하였다.⁶⁾

2. 측정도구의 검정과 자료의 기술적 특성

신뢰성은 측정결과에 오차가 들어있지 않은 정도, 즉 분산에 대한 체계적 정보를 반영하고 있는 정도를 나타내는 것이다. 이에 비해 타당성이란 측정치가 의도한 것을 실제로 측정하고 있는 정도를 나타내는 것이다. 본 연구에서는 구조화된 설문지를 사용하여 설문의 타당성을 확보하였으며, 내용 타당성을 유지하기 위해 사전연구에서 신뢰성이 검증된 척도들을 활용하였다. 그리고, 사용된 척도들의 신뢰성을 평가하기 위하여, Cronbach' Alpha 계수를 이용한 내적일관성(internal consistency reliability) 분석방법을 사용하였다. <표 3>과 같이 각 변수들의 Cronbach' Alpha 값은 고객충성도 0.682로부터 세무서비스의 신뢰성 0.839까지의 값으로 모두 0.6 이상의 수치를 보이고 있어 척도의 일관성이 충분히 확보된 것으로 판단된다. 그리고, 타당성분석은 측정하고자 하는 개념이나 속성을 정확히 측정하였는가를 의미한다. 따라서 각각의 측정수단을 이용하여 측정을 실시한 후 각 문항들 간의 상관관계에 따라 타당성을 평가할 수 있다.

6) 만족 및 불만족을 바로 경험한 이용자를 대상으로 조사하는 것이 이상적이지만, 조사에 시간이 많이 걸리고 이용자들이 조사에 적극적으로 협조하지 않을 것으로 우려되어, 기존문헌에서도 이러한 문제를 피하고자 회상에 의한 연구가 일반화되었다. 그러므로 본 연구에서도 최근 2년내에 만족 및 불만족을 경험한 이용자들을 대상으로 회상조사를 실시하였다.

〈표 3〉 신뢰도분석과 요인분석 결과

차원	요인	설문문항	요인 적재치	아이겐값	누적 분산비율	신뢰계수
I. 세무대리 서비스품질	절차의 편리성	접근용이성 증빙서류의 철저한 보관/접수 납세자 요구의 자세한 설명 신속한 불만처리	0.875 0.821 0.675 0.542	5.875	42.223	0.709
	세무인력의 전문성	세무대리인의 역량 및 실력 세무업무 질문에 대한 해박한 지식 세무분야의 경력 세무업무의 처리능력	0.756 0.721 0.612 0.602	4.232	50.832	0.711
	세무서비스의 신뢰성	믿고 의지할 수 있는 정도 고객과의 약속이행정도 세무증빙서류의 분석 협조 납세자와 의논하는 세무조정	0.810 0.802 0.807 0.706	3.786	61.232	0.839
	조세부담의 절약성	세무조사의 가능성을 줄이는 노력 보수적인 자문 세무대행 수수료의 적정성 납부세액의 절감	0.736 0.722 0.602 0.601	3.205	42.373	0.740
	사무소의 가치성	동종사무소에서 평판이 좋음 최신시설의 구비 부가서비스의 이용편리성 회계사무실의 청결함	0.871 0.607 0.722 0.677	2.404	49.344	0.708
	세무대리인의 규범성	탈세 및 허위계산서 상담은 거절 직원의 예의바름 성실신고를 적극지도 법적 및 도덕적 준거의 강조	0.720 0.651 0.650 0.731	2.901	52.601	0.761
II. 이용자 만족도		기대충족정도(수수료 이상의 가치) 전반적인 서비스 만족도 이상적인 서비스의 접근정도 개인적인 Need 충족정도	0.822 0.909 0.874 0.933	3.562	60.187	0.733
III. 불평의도		이용하지 말라는 권유의도 부정적인 구전의도 대리서비스 이용의 중단의도 대행수수료 이하의 세무서비스	0.702 0.744 0.698 0.786	4.233	52.102	0.688
IV. 고객충성도		재이용 가능성 평가 단골이라는 지각정도 계속이용의도 다른 사람에게 권유의도	0.849 0.862 0.811 0.702	6.743	47.722	0.682

특히 내용타당성은 측정도구를 구성하고 있는 항목들이 측정하고자 하는 개념을 내포하고 있는 정도를 나타낸다. 이는 전문가나 연구자의 주관적인 판단에 의해 이루어지는데 본 연구에서는 설문 의 내용타당성을 확보하기 위해 문항의 어귀 및 의미의 명료성 등을 사전에 확인하였으며 기존의 문헌연구를 통하여 충분한 정도의 문항을 취합하였다. 본 연구에서도 타당성을 측정하기 위해 요인 분석(factor analysis)을 실시하였으며, 추출된 요인은 <표 3>과 같다.

본 연구의 측정변수들은 모두 5점 척도를 사용하여 측정하였으며, 동종세무대리인의 평균과 비교 하여 매우 높을 경우에는 5점을, 매우 낮을 경우에는 1점을 부여해서 일관성 있게 코딩하였다. 서비스 품질에 대한 지각의 평균은 절차의 편리성에 대한 지각이 3.823으로 가장 낮았으며, 세무서비스 의 신뢰성에 대한 지각이 4.321로 가장 높은 것으로 나타났다. 일반적으로 세무대리 서비스에서 가장 자주 이용되는 접근용이성, 증명서류의 수집/보관, 납세자 요구의 자세한 설명 그리고 신속한 불 만처리에 대한 지각이 낮은 것이 눈에 띈다. 이용자 만족도는 4.120이었으며, 고객충성도는 4.205이 었다. 본 연구의 설문에 응답한 이용자들이 최근 2년간 해당 세무대리서비스에서 만족 및 불만족스 런 경험을 겪은 바 있는 이용자들이라는 점을 고려한다면 이러한 만족도와 고객충성도의 수치는 상 당이 높은 것으로 판단된다. 불평의도는 3.892로 비교적 낮은 것으로 판단된다. 각 측정변수의 기술 통계에 대해서는 <표 4>에 나타나 있다.

<표 4> 측정변수의 기술적 특성(5점 척도)⁷⁾

요인 유형		빈도	평균	표준편차	최소값	최대값
세무대리 서비스 품질	절차의 편리성(4항목)	180	3.823	1.323	1	5
	세무인력의 전문성(4항목)	180	4.023	1.231	1	5
	세무서비스의 신뢰성(4항목)	180	4.321	1.134	1	5
	조세부담의 절약성(4항목)	180	4.019	1.822	1	5
	세무사무소의 가치성(4항목)	180	3.989	1.312	1	5
	세무대리인의 규범성(4항목)	180	3.920	1.877	1	5
이용자 만족도(4항목)		180	4.120	1.231	1	5
불평의도(4항목)		180	3.892	1.142	1	5
고객충성도(4항목)		180	4.205	1.231	1	5

7) 본 연구에서는 독립변수와 종속변수의 내용타당성을 검증하기 위하여, 설문조사 이전에 세무대리서비스 이용자에 대해 많은 지식을 갖고 있을 것으로 판단하여 세무대리 사무소의 실무자와 세무사에게 설문항 목의 내용타당성을 검토하도록 요청하여 설문항목이 세무대리서비스 이용 상황에 부합하는지를 검정을 받은 바 있다.

3. 연구모형에 대한 인과적 분석

가. 연구모형과 수정모형의 적합성 평가⁸⁾

가설을 검증하기에 앞서 모형의 적합성(goodness of the model)을 평가하여야 하는데, 일반적으로 3가지 단계 즉, 위반추정치 검사, 모형의 적합도 평가, 연구모형과 수정모형의 분리/평가단계를 거치게 된다. 그리고 모형의 해석이 끝나면 모형의 적합도를 개선할 수 있는 방법을 강구하거나 또는 내재된 이론에 대응하는 방법을 찾게 된다. 이러한 경우에 모형재설정(model respecification)을 한다. 본 연구에서는 탐색적 요인분석을 통해 추출된 요인별로 적재된 변수들의 평균값을 이용하여 측정변수로 사용하였다. 이것은 측정문항을 요인분석한 후 요인으로 적재된 문항들의 평균값을 측정변수로 사용한 것과 유사한 방법으로 다수 설문문항을 소수 차원으로 축약할 필요가 있을 경우에 일반적으로 요인점수나 요인평균값을 사용하여 분석에 활용하는 경우와 같은 원리이다. <표 5>는 구조방정식 모형의 적합도를 판단하기 위한 평가기준 및 평가결과를 보여주는 것으로 최초 연구모형보다 수정모형이 보다 바람직한 구조방정식 모형인 것으로 나타났다.

수정모형을 기준으로 적합도를 판단하여 보면, 자료에 부합하는 정도를 평가하는 χ^2 값이 76.901으로 나타났으며, 모형의 적합도를 설명하는 기초부합지수(GFI)와 이를 확장한 수정부합지수(AGFI)의 경우 바람직한 모형을 나타내는 0.9보다 크게 나타났다. 원소평균잔차(RMR: Root Mean Square Residual)의 경우, 0.085로 0에 근접하고 있는 것으로 나타났으며, 모형의 간명도 역시 0.783으로 판단기준인 0.6이상인 것으로 나타나 수정모형이 연구모형 보다 대체로 우수한 것으로 나타났다. 그리고 χ^2 의 p값의 경우 0.05이상으로 나타나 적합한 모형이라고 판단할 수 있다.

제시된 수정모형이 연구모형 보다 적합하다고 판단하여, 세무대리서비스 품질(절차의 편리성, 세무인력의 전문성, 세무서비스의 신뢰성, 조세부담의 절약성, 사무소의 가치성, 세무대리인의 규범성)을 독립변수로, 세무대리서비스의 이용에 따른 전반적인 만족도와 불평의도를 각각 매개변수로 하고 고객충성도를 종속변수로 하여 경로분석을 이용한 인과적 모형을 설정하고 검증을 실시하였다. 수정모형의 검증에서 서비스품질은 나타내는 6가지 요인은 SERVQUAL 모형과 마찬가지로 세무대리서비스 이용자들이 지각하는 서비스 수준을 측정하여 이를 서비스품질로 이용하였다.

8) LISREL 분석에서는 카이제곱값(chi-square : χ^2), 기초적합지수(GFI: goodness of fit), 수정적합지수(Adjusted GFI), 원소평균 자승잔차(RMSR : root mean-square residual) 등을 활용하여 모형의 적합도를 판정하고 있는데, 먼저 카이제곱값은 연구모형이 자료에 부합하는 정도를 평가하는데 활용하는 것으로서 작은 값일수록 부합하고 있음을 나타내며, 기초부합지수(GFI)와 이를 확장한 수정적합지수(AGFI)는 각각 0.9 이상이면 우수한 모형으로, 0.8 이상이면 양호한 모형으로 간주한다. 원소평균 자승잔차(RMSR)는 변수간의 상관행렬을 투입한 경우와 공분산 행렬을 투입행렬로 사용한 경우에 따라 권장수용 기준이 다르나, 대체로 0에 가까우면 양호한 모형으로 간주하며, 모형의 간명도(parsimony)는 적합도와 역의 관계로 모형에서 사용하는 변수의 수를 가능한 한 최소화하기 위한 방안이라고 할 수 있다. 일반적으로 모형의 적합도를 높이기 위해서는 변수를 추가하면 되지만, 변수의 추가는 간명도를 희생시키게 되므로, 대체로 1에서 2사이의 값이면 바람직하다.

〈표 5〉 연구모형과 수정모형에 대한 적합성 비교⁹⁾

특징/비교	연구모형	수정모형	판 단 기 준
df	102	87	모수가 추정된 후 이용가능한 정보단위의 수
χ^2	130.802	76.901	적을수록 바람직(표본크기에 관련이 있음)
χ^2/df	1.602	2.031	1~2내지 3정도가 바람직
χ^2 의 p값	0.003	0.092	≥ 0.05 바람직
기초부합지수(GFI)	0.781	0.903	≥ 0.90 바람직, 0.8 양호
수정부합지수(AGFI)	0.702	0.913	≥ 0.90 바람직
원소평균자승잔차(RMR)	0.108	0.085	0에 가까우면 양호
표준부합지수(NFI)	0.672	0.824	모형의 양호한 정도
증분적합지수(IFI)	0.782	0.841	1에 가까울수록 양호한 모형
간명표준적합지수(PNFI)	0.570	0.783	간명도 ≥ 0.60 이면 바람직
근사오차제곱평균 제곱근(RMSEA)	0.122	0.070	≥ 0.05 바람직

나. 수정모형의 분석결과와 가설의 검증

수정모형의 검증결과는 <그림 2>의 경로모형과 같이 표준화 회귀계수를 중심으로 경로계수를 도출하였다.¹⁰⁾

구조방정식 모형의 분석결과를 통해 수정모형을 정리하면, ① 세무대리서비스 품질은 이용자만족도에 통계적으로 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 조세부담의 절약성과 세무서비스의 신뢰성, 세무인력의 전문성 요인은 이용자만족도에 영향 정도가 높게 나타났으며, 조세부담의 절약성 요인은 고객충성도에도 서비스품질 중에서 영향 정도가 제일 높게 나타났다. ② 이용자만족도(회귀계수 0.362, C.R.=4.311>t=1.96) 요인과 세무대리서비스 품질요인 중에서 조세부담의 절약성(회귀계수 0.088, C.R.=2.903>t=1.96), 세무서비스의 신뢰성(회귀계수 0.028, C.R.=1.963

9) 수정모형의 적합도를 향상시키기 위해서 수정지수(modification index)를 적용하였다. 수정지수는 연구모형에서 적합도를 향상시킬 수 있는 가능성을 나타내는 지수로 적어도 5 이상, 보수적인 경우는 10 이상으로 한다. 본 연구에서는 AMOS에서 제공하는 지정값 “4”를 기준으로 하여 수정지수를 적용하였다. 김계수, “AMOS 구조방정식 모형”, SPSS아카데미, 2002, p. 324.

10) 본 연구의 인과적 모델을 검증하기 위한 경로분석은 반복적인 다중회귀분석(multiple regression)을 실시하여 이루어 졌다. 즉 6개의 이론변수를 독립변수로 하고 만족도를 종속변수로 하는 회귀분석과, 6개의 이론변수와 만족도를 독립변수로 하고 불평의도를 종속변수로 하는 회귀분석, 6개의 이론변수와 만족도 및 불평의도를 독립변수로 하고 고객충성도를 종속변수로 하는 회귀분석을 실시하였다. 또한 독립변수와 종속변수들 간의 인과적 관계에 따른 영향력을 나타내는 경로계수(path coefficient)는 회귀분석에서 도출되는 표준화 회귀계수(beta) 값을 사용하였다. 아울러 독립변수가 종속변수에 미치는 전체효과(total effect)를 직접효과(direct effect)와 간접효과(indirect effect)로 구분하여 실시하였다.

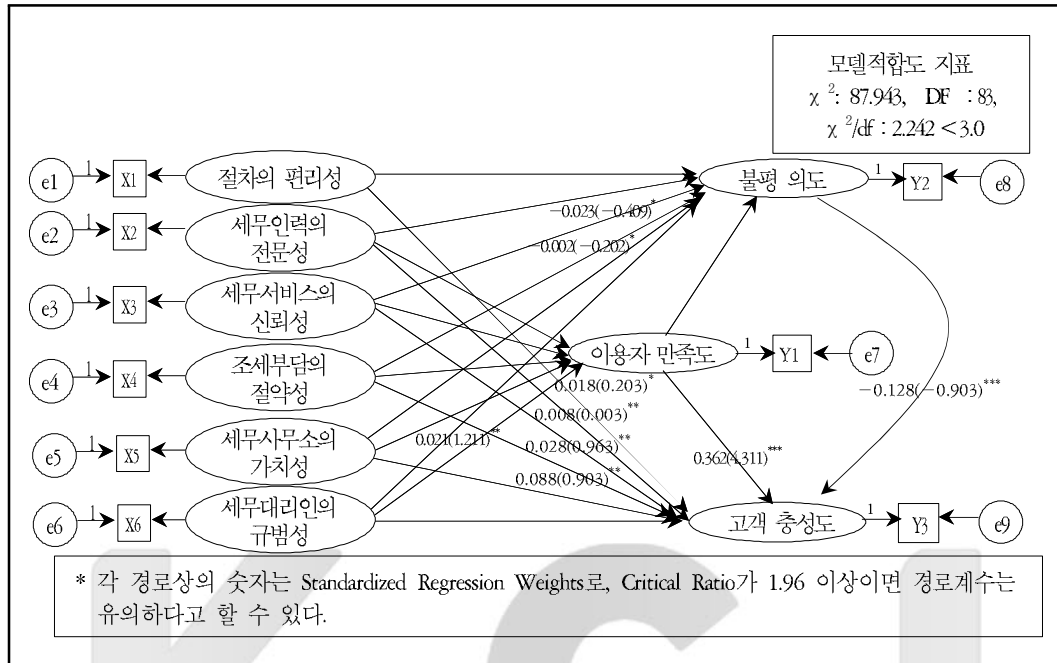
$> t=1.96$), 세무인력의 전문성(회귀계수 0.008, $C.R.=2.003 > t=1.96$), 절차의 편리성(회귀계수 0.018, $C.R.=2.203 > t=1.96$)은 고객충성도에는 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 불평의도(회귀계수 -0.215 , $C.R.=-3.302 > t=1.96$)에는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. ③세무대리인의 규범성은 불평의도 요인에 정(+)의 유의한 영향을 미치며, 이용자만족도와 세무인력의 전문성, 세무서비스의 신뢰성, 조세부담의 절약성 요인은 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구조방정식 수정모형을 표준화 회귀계수를 중심으로 나타내면 다음 <표 6>과 같다.

세무대리서비스 품질중에서 조세부담의 절약성, 세무서비스의 신뢰성, 세무인력의 전문성은 이용자만족도와 고객충성도 모두 정(+)의 유의한 영향을 미치며, 불평의도에 있어서는 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 세무대리서비스 품질과 고객충성도 사이의 직접효과를 살펴보면 조세부담의 절약성과 세무인력의 전문성 그리고 세무인력의 신뢰성은 이용자 만족도와 고객충성도에 있어서 모두 유의수준 1% 및 5%에서 통계적 유의성을 보여주고 있다. 즉, 세무대리서비스 품질중에서 이들 요인에 대한 강조는 고객충성도에 양(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있다.

<표 6> 구조방정식 경로계수의 추정치(estimate) 및 유의성 지표

경로	표준화 회귀계수	C.R.	P	경로	표준화 회귀계수	C.R.	P
전반적인 만족도 → 절차의 편리성	0.092	1.206	0.071*	불평의도 → 대리인의 규범성	0.021	1.211	0.033**
전반적인 만족도 → 세무인력의 전문성	0.122	1.308	0.001***	고객충성도 → 절차의 편리성	0.018	2.203	0.023**
전반적인 만족도 → 세무서비스의 신뢰성	0.192	3.322	0.001***	고객충성도 → 세무인력의 전문성	0.008	2.003	0.038**
전반적인 만족도 → 조세부담의 절약성	0.312	4.022	0.001***	고객충성도 → 세무서비스의 신뢰성	0.028	1.963	0.044**
전반적인 만족도 → 대리인의 규범성	0.031	1.732	0.032**	고객충성도 → 조세부담의 절약성	0.088	2.903	0.033**
불평의도 → 세무인력의 전문성	-0.023	(-0.409)	0.082*	불평의도 → 이용자 만족도	-0.215	-3.302	0.001***
불평의도 → 세무서비스의 신뢰성	-0.002	-0.202	0.080*	고객충성도 → 이용자 만족도	0.362	4.311	0.001***
불평의도 → 조세부담의 절약성	-0.012	-0.322	0.077*	고객충성도 → 불평의도	-0.128	-0.903	0.001***

〈그림 2〉 경로모형의 분석결과



주1: X_n 은 요인분석을 통하여 확장된 변수이고, e_n 은 오차항임.

주2: X1: 절차의 편리성, X2: 세무인력의 전문성, X3: 세무서비스의 신뢰성, X4: 조세부담의 절약성, X5: 세무사무소의 가치성, X6: 세무대리인의 규범성, Y1: 이용자 만족도, Y2: 불평의도, Y3: 고객충성도

주3: 분석방법: 최대우도법(Maximum Likelihood Method)

본 논문의 가설 1은 세무대리서비스 품질이 이용자 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위한 것이다. 실증분석결과 6개의 요인중에서 세무사무소의 가치성을 제외한 절차의 편리성, 세무인력의 전문성, 세무서비스의 신뢰성, 조세부담의 절약성, 세무대리인의 규범성에서 각각 이용자의 전반적인 만족도에 통계적으로 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 가설 2는 세무대리서비스 품질이 불평의도에 미치는 영향을 알아보기 위한 것이다. 분석결과 세무대리인의 규범성은 불평의도에 정(+)의 유의한 영향을 미치고 나머지 요인은 모두 부(-)의 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 가설 3은 세무대리서비스 품질이 고객충성도에 미치는 영향에 대한 것으로서, 세무사무소의 가치성 요인을 제외한 모든 요인이 유의수준 1% 및 5%에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가설 4에서는 세무대리서비스 이용자의 만족도가 불평의도에 미치는 영향을 알아보기 위한 것이다. 분석결과 세무대리서비스 이용자의 만족도는 불평의도에 통계적으로 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 가설 5는 세무대리서비스 이용자의 만족도가 고객충성도에 미치는 영향을 알아보기 위한 것으로서, 분석결과 고객충성도에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로, 가설 6은 세무대리서비스에 대한 불평의도가 고객충성도에 미치는 영향을 분석하기 위한 것으로서, 불평의도는 고객충성도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다. 수정모형의 직접효과와 간접효과

경로분석은 일반적으로 직접효과와 간접효과로 나누어 제시하는데, 직접효과는 독립요인과 종속요인간의 직접적인 관계를 의미하는 것으로 세무대리서비스 품질과 이용자 만족도의 관계, 이용자 만족도와 고객충성도 및 불평의도의 관계와 같이 직접적으로 관련을 가지는 경우를 의미한다. 한편, 간접효과는 독립요인과 종속요인 사이에 제3의 요인이 개입되어 있는 것을 의미하는 것으로 예를 들어, “세무대리서비스 품질→이용자 만족도→고객충성도 및 불평의도” 관계의 경우, 세무대리서비스 품질과 고객충성도 및 불평의도의 관계는 간접효과라고 할 수 있다. 그러므로 개별 독립변인간 전체효과를 살펴보고자 할 때에는 간접효과까지 측정하여야 한다.

<표 7>은 고객충성도 요인에 대한 직접효과와 간접효과 및 전체효과를 보여주는 것이다. 직접효과에서는 이용자 만족도에서 고객충성도(0.362)의 경로계수가 가장 높았으며, 간접효과에서는 조세부담의 절약성·이용자만족도·고객충성도(0.122)의 경로계수가 가장 높게 나타났다.

이와 같이 수정모형에 대한 경로분석을 이용하여 고객충성도에 미치는 이론변수별 직접 및 간접효과를 살펴보면 첫째, 세무대리서비스 품질의 5개 요인은 각각 이용자의 전반적인 만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 사무소의 가치성은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 절차의 편리성, 세무인력의 전문성, 세무서비스의 신뢰성, 조세부담의 절약성, 세무대리인의 규범성 품질이 우수하다고 지각하고 있는 이용자일수록 세무대리서비스에 대한 전반적인 만족도가 높다는 사실을 알 수 있다.

〈표 7〉 고객충성도에 대한 직접효과와 간접효과 및 전체효과¹¹⁾

구분	경로	직접효과	간접효과	전체효과	비고
절차의 편리성	1. 고객충성도 → 이용자만족도 → 절차의 편리성	0.018	0.033	0.051	F = 20.321 p = 0.000 R ² = 0.371
세무인력의 전문성	2. 고객충성도 → 이용자만족도 → 세무인력의 전문성	0.008	0.044	0.052	
세무서비스의 신뢰성	3. 고객충성도 → 이용자만족도 → 세무서비스의 신뢰성	0.028	0.069	0.097	
조세부담의 절약성	4. 고객충성도 → 이용자만족도 → 조세부담의 절약성	0.088	0.112	0.200	
세무대리인의 규범성	6. 고객충성도 → 이용자만족도 → 세무대리인의 규범성	—	0.012	0.012	
이용자 만족도	7. 고객충성도 → 불평의도 → 이용자 만족도	0.362	0.027	0.389	
불평의도	8. 고객충성도 → 불평의도	-0.128	—	-0.128	

11) “사무소의 가치성”요인은 이용자만족도와 고객충성도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 제외하였다.

둘째, 세무대리서비스 품질의 6개 요인 중 세무인력의 전문성, 세무서비스의 신뢰성, 그리고 조세부담의 절약성은 각각 이용자의 불평의도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 사무소의 가치성과 절차의 편리성은 이용자의 불평의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그리고 세무인력의 전문성, 조세부담의 절약성, 세무대리인의 신뢰성과 전반적인 이용자 만족도는 불평의도에 부(-)의 영향을 미치는 반면, 세무대리인의 규범성은 불평의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서, 세무대리인의 전문성·절약성·신뢰성이 높거나 전반적인 만족도가 높은 이용자일수록 세무대리서비스에 대해 낮은 불평의도를 갖는 반면, 세무대리인의 규범성이 높다고 지각하는 이용자일수록 세무대리서비스에 대해 높은 불평의도를 갖는다는 사실을 알 수 있다.

셋째, 세무대리서비스 품질요인 중 절차의 편리성, 세무인력의 전문성, 세무서비스의 신뢰성, 조세부담의 절약성은 각각 이용자의 고객충성도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 사무소의 가치성 그리고 세무대리인의 규범성은 고객충성도에 아무런 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 특히 세무대리인의 전문성, 조세부담의 절약성, 세무서비스의 신뢰성 그리고 전반적인 만족도는 고객충성도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 세무대리인의 전문성 및 절약성 그리고 신뢰성 품질 순서로 우수하다고 지각하고 있거나 전반적인 만족도가 높은 이용자 일수록 세무대리서비스에 대해 높은 고객충성도나 재이용의도를 갖는다는 사실을 알 수 있다. 고객충성도에 대한 직접효과와 간접효과를 종합해 볼 때, 전반적인 만족도(전체효과: 0.389)와 조세부담의 절약성(전체효과: 0.200) 그리고 신뢰성(전체효과: 0.097)은 고객충성도에 상당한 영향력을 미치는 것으로 평가할 수 있다.¹²⁾

4. 추가적 분석

본 연구에서는 추가분석으로서, 세무대리서비스품질 이용자의 인구통계적 특성과 불평경험이 이용자만족도와 고객충성도에 유의한 영향을 미치는지 알아보기 위해 <표 8>에서와 같이 ANOVA분석을 실시하였다.

성별에 따른 만족도분석 결과 남성이용자들이 여성이용자들에 비해 더 높은 것으로 나타났으며(평균 4.301 : 3.871, $p=0.012$), 고객충성도 역시 남성이용자들이 여성이용자들에 비해 더 높은 것으로 나타났다(평균 4.290 : 3.409, $p=0.032$). 연령에 따른 이용자의 고객충성도 분석결과 50대 이상, 30대 이상, 40대 이상, 60대 이상 순서로 높은 고객충성도를 나타냈으며, 20대 이상 이용자의 고객충성도는 가장 낮은 것으로 나타났다. 세무대리서비스 이용자의 소득과 직업 그리고 학력은 모두 만족도와 고객충성도에 유의한 차이가 나타나지 않았다. 한편 불평행동경험(이용중단, 부정적 구전, 제3자 불평, 수수료 이하의 세무서비스) 여부에 따른 만족도 분석결과, 불평경험이 없는 이용자들이 불평경험을 가진 이용자들에 비해 만족도가 높은 것으로 나타났다(평균 4.112 : 3.814, $p=0.005$). 고객충성도 역시 불평경험이 없는 이용자들이 불평경험을 가진 이용자들에 비해 더 높게 나타났다(평균 4.021 : 3.822, $p=0.05$)

12) 한편 회귀분석결과 7개의 변수는 고객충성도의 37.10% 만을 설명해 주는 것으로 나타나 세무대리서비스의 고객충성도에 미치는 다른 요인들에 대한 추가적인 분석이 필요할 것이다.

〈표 8〉 인구통계학적 요인과 불평경험에 따른 이용자만족도와 고객충성도 차이분석

구분	변수	요인	N	평균	표준편차	F값	p
성별	이용자만족도	남	102	4.301	1.322	4.466	0.012
		여	78	3.871	1.103		
	고객충성도	남	109	4.290	1.231	5.207	0.032
		여	71	3.409	1.344		
연령	고객충성도	20대	40	3.220	1.011	3.722	0.001
		30대	48	4.102	1.133		
		40대	41	3.822	1.234		
		50대	33	4.133	1.322		
		60대	18	3.809	1.220		
불평행동 경험	이용자만족도	경험없음	89	4.112	1.322	8.230	0.002
		경험있음	91	3.814	1.062		
	고객충성도	경험없음	92	4.021	1.204	4.221	0.003
		경험있음	88	3.822	1.022		

V. 결론 및 한계점

본 논문의 연구결과는 세무대리서비스 품질이 이용자만족도와 고객충성도 및 불평의도와 관련하여 몇가지 함의를 가질 수 있는데, 실증분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 세무대리서비스 품질이 이용자 만족도에 미치는 영향과 관련하여, 실증분석 결과 6개의 변인 중 절차의 편리성, 세무인력의 전문성, 세무서비스의 신뢰성, 조세부담의 절약성 세무대리인의 규범성은 각각 이용자의 전반적인 만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러므로, 이들 서비스품질이 우수하다고 지각하고 있는 이용자일수록 서비스품질에 대한 전반적인 만족도가 높다는 사실을 알 수 있다. 특히 이용자 만족도에 미치는 영향력은 조세부담의 절약성 세무서비스의 신뢰성, 세무인력의 전문성, 절차의 편리성, 세무대리인의 규범성 순서로 나타났으며, 상위 3개의 요인은 전체 요인의 70%에 해당하는 영향력을 행사하는 것으로 나타났다. 이것은 기존의 세무대리서비스 품질과 이용자만족도의 관계를 밝힌 전태영(1998), 심태섭(1998, 2000)의 연구결과를 재입증한 것으로서, 조세부담의 절약성, 세무서비스의 신뢰성, 세무인력의 전문성은 고객만족과 고객충성도에 많은 영향을 미치므로 전략적 고객관리를 통해 관리해야 한다는 사실을 보여준다.

둘째, 세무대리서비스 이용자의 만족도가 불평의도에 미치는 영향과 관련하여, 이용자의 만족도는 불평의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 불평의도를 줄이는 것과 만족도를 향상시키는 것은 밀접한 관계가 있음을 알 수 있다.

셋째, 세무대리서비스 품질과 이용자 만족도가 고객충성도와 관련하여, 세무사무소의 가치성 세무대리인의 규범성을 제외한 절차의 편리성, 세무인력의 전문성, 세무서비스의 신뢰성, 조세부담의 절약성과 이용자 만족도는 고객충성도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조세부담의 절약성과 세무서비스의 신뢰성, 절차의 편리성 그리고 세무인력의 전문성 순서로 우수하다고 지각하고 있거나 전반적인 만족도가 높은 이용자 일수록 세무대리서비스에 대해 높은 고객충성도와 재이용의도를 갖는다는 사실을 알 수 있다.

넷째, 본 연구에서는 불평경험은 고객만족도는 물론 고객충성도에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 이용중단, 부정적 구전, 직접 및 간접 불만표시, 제3자 불평을 포함하여 어떤 유형이든 불평행동을 경험한 이용자는 그렇지 않은 이용자에 비해 만족도와 고객충성도가 더 낮아질 가능성이 높다는 점에서, 불평처리과정에서 이용자를 효과적으로 관리해야 한다는 사실을 보여준다. 이는 “부정적 구전행동을 포함한 어떤 유형의 불평을 한 세무서비스 이용자가 다시 부정적 구전을 할 가능성이 높다”는 사실과 관련지어 볼 때도, 불평처리를 통해 고객의 만족을 높일 수 있는 방안

에 대한 연구가 절실함을 보여주는 것이다. 다섯째, 인구통계학적 분석에서는, 남성이용자가 여성이용자에 비해 만족도와 고객충성도가 모두 높은 것으로 나타났다. 여성이용자가 부정적 구전행동과 의도에서 모두 적극적이라는 의미로서, 이러한 결과는 여성이용자에게는 세심한 배려를 통해 고객충성도가 높은 고객이 될 수 있다는 점을 보여주는 것으로 해석할 수 있을 것이다. 연령과 관련해서는 50대 이상의 고객충성도가 가장 높고, 20대 이상 이용자의 고객충성도는 가장 낮은 것으로 나타났다. 이는 20대 이상의 이용자도 점진적으로 증가하는 추세를 반영하는 것으로서 20대 이용자도 고객충성도에 많은 영향을 미치므로 고객관리를 통해 관리된다면 고객충성도가 높은 고객이 될 수 있음을 보여주는 것이다.

그러므로 연구결과를 이용하여 세무대리인이 세무대리서비스에 대한 만족도를 높이기 위해서는 절차의 편리성, 세무인력의 전문성, 세무서비스의 신뢰성, 조세부담의 절약성, 세무대리인의 규범성을 보다 강조하여야 할 것이다. 이러한 노력의 결과로 고객만족도가 높아지면 궁극적으로 중요한 납세자의 세무대리인에 대한 고객충성도가 높아져, 세무대리인이 고객확보에 큰 도움이 될 수 있을 것이다. 그리고 세무대리서비스의 품질은 고객만족을 위한 중요한 요인으로 작용하므로, 성과와 직결되는 고객만족을 위해서 세무대리서비스의 품질 향상에 초점을 맞추어 관리해야 할 것이다. 다시 말해 세무사무소를 둘러싼 환경의 급격한 변화에 따라 전략적 고객관리시스템을 운영할 때, 고객의 성과평가지표를 다양하게 개발하는 노력이 수반되어야만 더욱 향상된 조직성과를 달성할 수 있을 것이다.

이상과 같은 연구결과를 도출함에 있어 본 연구가 가지는 한계점은 다음과 같다. 첫째, 세무대리서비스 이용자의 샘플수가 한정되어 있다. 향후에는 우리나라 세무대리서비스 품질의 이용자를 업종별 특성에 따라 분류하고 샘플 수를 확보하는 것이 중요하다.

둘째, 세무대리서비스 품질의 측정방법에 대한 문제이다. 본 연구는 급변하는 외부환경 변화로 인하여 응답자의 설문조사에 의한 인식도에 따라 분석을 실시하였으나, 보다 다양하고 검증된 실제 측정방법을 적용하여 검증할 필요가 있다. 향후에는 다양한 측정방법과 설문에 의한 인지데이터가 상호 보완적으로 적용되어 분석될 필요가 있다.

결론적으로 향후에는 이러한 한계점을 극복하기 위한 연구가 지속적으로 수행되어야 할 것이다. 첫째, 실질적으로 세무대리서비스 품질을 이용하는 다수의 이용자들의 특성별 표본으로 추출하여야 한다. 둘째, 다양한 환경변수를 통제하기 위하여 산업별, 규모별, 업종별로 집단을 구분하여 다각적인 분석을 실시해 보아야 한다. 마지막으로 종속변수로 쓰인 고객충성도 변수는 이용자의 인지된 변수와 실제 재무데이터를 상호 보완적으로 이용하여야 할 것이다.

K C I

참고문헌

- 김계수, 2002, 「AMOS 구조방정식 모형」 제2판. SPSS아카데미.
- 이유재, 1994, “고객만족의 결과변수에 대한 이론적 연구”, 경영논집, 서울대학교 경영연구소 제 28권제3 · 4호 : 201-232.
- _____, 1995, “고객만족의 정의 및 측정에 대한 연구”, 경영논집, 서울대학교 경영연구소 제 29권 제1 · 2호: 145-168.
- _____, 1997, “고객만족 형성과정의 제품과 서비스간 차이에 대한 연구”, 소비자학연구 제8권 제1호: 101-132.
- _____, 2000, “고객만족 연구에 관한 종합적 고찰”, 소비자학연구 제11권 제2호: 139-166
- 이학식, 1997, “지각된 서비스품질의 결정과정: 판단이론적 시각”, 경영학연구 제26권 제1호 : 139-153.
- _____. 김 영, 1999, “서비스품질과 서비스가치”, 한국마케팅저널 제1권 2호: 77-99.
- 심태섭, 1998, “세무대리인의 서비스가 이용자만족도에 미치는 영향”, 세무회계학연구 창간호 : 161-182.
- _____, 1999, “납세자의 세무대리인 이용목적과 선택요인에 대한 연구 : 개인사업자/소규모기업을 대상으로”. 세무학연구 제14호 : 303-333.
- _____, 2000. “세무대리서비스에 대한 이용자평가, 이용자만족도와 세무대리인 규모간의 관계”, 대한경영학회지 제23권 : 3-30.
- 안흥기, 2000. “전문서비스제공자의 시장지향성이 고객충성도에 미치는 영향에 관한 연구”. 경남대학교 박사학위논문.
- 전태영, 1998, “세무서비스의 평가에 관한 연구”, 세무회계학연구 제1권 창간호: 211-235.
- 허 준 · 최인구, 2000, 「AMOS를 이용한 구조방정식 모형과 경로분석」 고려정보산업.
- Bitner, M. J., 1990, Evaluating service encounters: the effect of physical surrounding & employee responses, *Journal of Marketing* 54 : 69-82.
- Carman, J. M. 1990. Consumer perceptions of service quality:an assessment of the SERVQUAL dimensions. *Journal of Retailing* : 33-55.
- Castleberry SB, McIntyre FS, 1993, Consumers quality: A re-examination and extension, *Journal of Marketing* 56 : 55-68.
- Christensen, A. L. 1992. Evaluation of tax services: a client and preparer perspective. *The Journal of American Taxation Association* 14(Fall): 60-87.
- Cronin, J. J. and S. A. Taylor. 1992. Measuring service quality: a reexamination and extention. *Journal of Marketing* 56(July) : 55-68.
- Garvin, D. A. 1984. What does 'product quality' really mean?. *Sloan Management Review*(Fall) : 25-32.
- Gronroos, Christian. 1984. A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*. 18(4) : 36-44.

- Long, J. E. and S. B. Caudill. 1987. The usage and benefits of paid tax return preparation. *National Tax Journal* 40(March) : 35—46.
- Oliver, R. L. 1980. Cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research* (November) : 460—469.
- Oliver, R. L. 1981. Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail setting. *Journal of retailing* 57 : 25—48
- Parasuraman A. Zeithamal VA, Berry LL, 1985, A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing* 49 : 41—50.
- _____, _____, _____, 1988, SERVQUAL : A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing* 64 : 12—37.

K C I

The Effect of Tax Agency Service Quality on User Satisfaction and Customer Loyalty

Yun, Jong-Weon*

—〈Abstract〉—

The purpose of this study is to explore the determinants of tax service quality and tax service client satisfaction, complaining intentions, and loyalty by empirically the unit of business owners utilizing tax service in Seoul & Gyonggi. It develops a tax service users satisfaction model and testifies it through path analysis using questionnaires from 180 users in Seoul & Gyonggi area. This study also evaluates what determines the degree of satisfaction with those tax service and investigates whether or not there exist any differences between client and tax preparers in determinants of satisfaction with tax service

The findings of this research are summarized as follows;

First, there are statistically significant influenced of users satisfaction by tax service quality based on these empirical data, we find that there are significant relationships the tax service users satisfaction and professional competence, tax saving, tax service reliability.

Second, users complaining influence significantly on the loyalty of the tax service

Third, tax services quality influence significantly on the general satisfaction of the users, and that which influences satisfaction and loyalty of the tax service

The result of the study provide evidence that tax service users loyalty affected their users satisfaction and service quality. Especially, the tax saving, tax service reliability, professional competence, user complaining and users satisfaction.

<Key words> Tax Service, Service Quality, Loyalty

* GCG Consulting Biz&Tax Division Team manager