

# 세무대리인 만족요인에 관한 연구

하갑진\*, 최명교\*\*

## 〈 목 차 〉

I. 서론	1. 기본분석
II. 실증연구 설계	2. 가설검증
1. 가설설정	3. 가설검증 요약
2. 측정도구	IV. 결론 및 제언
3. 표본	참고문헌
4. 통계절차	Abstract
III. 분석 및 결과	

## I. 서론

조세는 정책당국이 업무를 수행하는 데 필요한 물적 기초를 마련해 주는 수단이기 때문에 그 사회의 구성원에게 조세를 부담시킬 수밖에 없는 것이다. 우리나라를 비롯한 각국의 조세법 관련규정은 복잡하고 전문적이기 때문에 납세자가 스스로 관련 규정을 이해하여 적절한 조세를 납부하는 데에는 어려움이 따른다. 이에 따라 조세전문가로서의 세무대리인이 납세자를 대신하여 조세법 규정에 따라 조세부담을 최소화할 수 있도록 도움을 주게 된다.

납세자가 세무대리인을 고용하게 되는 동기는 각자의 필요에 따라 다양하겠지만 기본적으로는 가산세 등 벌칙에 대한 위험부담 없이 자신의 조세부담을 최소화하려는데 있다고 할 수 있다. 복잡하고 전문적인 세법규정으로 인하여 납세자 스스로 세법을 해석하여 적절한 납세의무를 수행하는 데에는 한계가 있을 수밖에 없다. 따라서 전문적인 지식과 경험을 가진 조세전문가로서 세무대리인이 납세자를 대리하여 조세법 규정에 부합하면서 최소한의 조세부담이 이루어지도록 노력하게 된다.

최근 국내·외적으로 세무대리인의 역할과 관련된 연구가 활발히 진행되고 있는데, 이들

\* 거창전문대학 e-비즈니스과 부교수  
\*\* 거창전문대학 e-비즈니스과 겸임교수

연구는 다음과 같은 세 가지 주제에 초점을 맞추고 있다. 첫째는 세무의뢰인의 세무대리인 선택에 영향을 미치는 결정요인에 관한 연구, 둘째는 세무대리인을 선택한 과세소득의 신고가 납세성실도 수준에 미치는 영향에 관한 연구, 마지막으로 세무대리인 선택에 따른 납세성실도 관련비용에 영향을 미치는 결정요인에 관한 연구로 구분해 볼 수 있다.

많은 연구에서 세무대리인 선택의 결정적 요인은 세무의뢰인 만족 요인으로 밝히고 있다. 의뢰인 만족도는 세무 대리인의 서비스를 기술적 측면과 기능적 측면으로 나누어 평가하고 있다. 기술적 측면에서의 서비스에 대한 평가는 세무대리인이 고객에게 제공한 서비스 결과에 대한 이용자의 평가이다. 그리고 기능적 측면은 서비스가 전달되는 과정이나 방법에 대해 이용자가 느끼는 평가이다. 그러나 대부분의 기존 연구에서는 세무의뢰인의 인구통계적·사회경제적 특성, 즉 나이, 소득, 신고의 복잡성 등을 파악하는데 초점을 두고 있다. 따라서 이러한 연구는 인구통계적·사회경제적 특성과 같은 납세자의 일반적인 정보만을 제공할 뿐, 의뢰인과 대리인과의 관계, 과세대상의 특성 등에 대한 정보는 제공하지 못하는 한계가 있다고 하겠다.

세무의뢰인의 대리인 만족도에 영향을 미치는 다양한 요인들을 식별하고, 이러한 영향 요인들 간의 관련성을 실증적으로 검증함으로써 이론의 확충은 물론 세무대리인의 고객확보 전략 및 관련실무의 이해를 높일 필요성이 제기되고 있다.

따라서 본 연구의 목적은 세무의뢰인의 세무대리인 만족요인을 식별하고 이러한 요인들 간의 관련성의 정도를 다음과 같이 파악하고자 한다.

첫째, 국내·외 관련 문헌 및 선행연구 고찰을 통하여 세무의뢰인의 만족도에 영향을 미치는 제반 요인을 식별한다. 둘째, 식별된 영향요인들 간의 선형관계를 경험적으로 검증하기 위한 개념적 모형(conceptual framework)을 제시하고자 한다. 셋째, 유의한 영향요인을 식별함으로써 세무대리인 이론의 확장을 포함은 물론 실무적인 측면에서의 세무의뢰인의 세무대리인에 대한 만족요인에 관한 일반적인 현상을 밝히고자 한다.

## II. 실증연구 설계

### 1. 가설설정

연구의 필요성을 실증적으로 검증하기 위하여 선행연구 분석을 통하여 식별된 영향요인들 간의 인과성을 가설형태로 제시하면 다음과 같다.

- H<sub>1</sub> : 대리인에 대한 의뢰인 만족요인은 의뢰인 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.  
 H<sub>1-1</sub> : 대리인의 특성은 의뢰인 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.  
 H<sub>1-2</sub> : 대리인과의 관계는 의뢰인 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.  
 H<sub>1-3</sub> : 과세대상의 특성은 의뢰인 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>2</sub> : 의뢰인의 특성에 따라 의뢰인 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.  
 H<sub>2-1</sub> : 의뢰인의 업종에 따라 의뢰인 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.  
 H<sub>2-2</sub> : 의뢰인의 조사경험에 따라 의뢰인 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.
- H<sub>3</sub> : 세무대리인에 대한 만족요인이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 의뢰인의 특성에 따라 차이가 있을 것이다.  
 H<sub>3-1</sub> : 대리인 특성이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 의뢰인의 특성에 따라 차이가 있을 것이다.  
 H<sub>3-2</sub> : 대리인과의 관계요인이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 의뢰인의 특성에 따라 차이가 있을 것이다.  
 H<sub>3-3</sub> : 과세대상 특성이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 의뢰인의 특성에 따라 차이가 있을 것이다.

## 2. 측정도구

본 연구의 목적을 달성하기 위한 조사방법으로 기술조사 중 횡단조사에 의한 표본조사를 실시하였다. 기초 자료를 수집하기 위한 도구로서 설문지의 구성과 내용은 첫째, 대리인 특성과 관련된 세무지식과 경험에 관한 부분, 둘째, 대리인과의 관계와 관련된 접촉빈도와 대화의 질에 관한 부분, 셋째, 과세대상 특성요인과 관련된 납부세액의 절감 및 세무조사 확률에 관한 부분, 넷째, 의뢰인 만족도에 관한 질문, 다섯째, 응답자의 일반적인 특성을 측정하는 의뢰인 특성에 관련된 부분으로 구성하였으며, 구체적인 내용은 <표1>과 같으며 응답자의 의뢰인 특성을 제외한 모든 문항의 평가척도는 Likert type 7점 척도를 사용하였다.

본 연구의 측정도구인 설문지의 구성요인들은 이미 선행연구에서 신뢰성과 타당성이 검증된 척도이지만 영문을 번역하는 과정에서 오류가 개입되었을 가능성뿐만 아니라 다양한 연구자들에 의해 제안된 측정도구를 조합하여 구성하였기 때문에 설문지의 신뢰성을 확보하는 문제가 선결과제가 된다. 이러한 측정상의 문제를 사전에 해결하기 위하여 2005년 2월 초순부터 2월 하순까지 약 1개월 동안 경남 지역의 세무사 등 20명을 대상으로 pilot test를 실시하여 측정도구의 정교화를 추진하였다.

〈표 1〉 측정도구의 구성 및 내적일관성

요인	측 정		신뢰성 분석 (Cronbach's $\alpha$ )
	하위차원	측정 문항	
대리인 특성	세무지식	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 정확한 세법/세무지식의 보유</li> <li>· 정확한 회계지식의 보유</li> <li>· 기업경영에 대한 지식의 보유</li> <li>· 풍부한 일반상식에 대한 보유</li> <li>· 납부세액의 정확한 산출</li> </ul>	.8868
	경험	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 기업의 회계 관련 부서의 근무경력</li> <li>· 기업의 비회계 부서의 근무경력</li> <li>· 다양한 인간관계의 유지</li> <li>· 지역사회에 대한 다양한 봉사활동</li> <li>· 세무서/국세청 근무경력</li> </ul>	.7135
대리인과의 관계	접촉빈도	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 업무상의 접촉빈도</li> <li>· 업무외적인 접촉빈도</li> <li>· 관계개선을 위한 시간할애</li> <li>· 상시 연락 가능성</li> </ul>	.8290
	대화의 질	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 대화의 적극성</li> <li>· 부담 없는 대화 가능성</li> <li>· 상호간의 욕구 파악 정도</li> <li>· 서비스 전달 능력</li> </ul>	.8588
과세 대상 특성	납부세액 절감	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 감면 및 공제세액의 정확한 산출</li> <li>· 절세의 많은 지식 보유</li> <li>· 납부세액의 절감을 위해 노력</li> <li>· 의뢰인 입장에서 보수적인 자문</li> </ul>	.8723
	세무조사 확률	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 세무조사를 감소시키려는 노력</li> <li>· 세무조사 시 적절한 대응</li> <li>· 세무서와의 원활한 업무협조</li> <li>· 의뢰인 요구의 충분한 이해</li> </ul>	.8626
의뢰인 만족도		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 서비스 수준에 대한 만족 정도</li> <li>· 상호 협력수준에 대한 만족 정도</li> <li>· 상호 신뢰수준에 대한 만족 정도</li> <li>· 거래에 대한 전반적인 만족 정도</li> </ul>	.8796
의뢰인 특성		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 업종</li> <li>· 사업체의 성격</li> <li>· 연령</li> <li>· 교육정도</li> <li>· 납세 성실도</li> <li>· 세무대리인 결정 방법</li> <li>· 세무조사 경험</li> <li>· 세무대리인 교체 계획</li> </ul>	-

본 연구에서는 내적 일관성법을 이용하여 측정도구의 신뢰성을 분석하였다. 내적 일관성법은 측정도구의 신뢰성 검증시 일반적으로 가장 많이 이용되는 것으로 동일한 개념을 측정하기 위하여 여러 가지 항목을 이용할 경우 신뢰성을 저해하는 항목을 식별하여 이를 측정도구에서 제외시킴으로써 측정도구의 신뢰성을 높이기 위한 방법이다.

신뢰성 분석결과, 세무지식 요인의 cronbach's  $\alpha$ 값은 .8878, 경험 요인은 .7175로써 비교적 높은 내적 일관성을 나타내고 있을 뿐만 아니라 어떠한 문항을 제거한다 할지라도 요인 전체의 cronbach's  $\alpha$ 계수가 증가되지 않는 것으로 분석되었다. 이 이들 요인을 구성하고 있는 문항들의 신뢰성은 상당히 높다고 말할 수 있다.

접촉빈도 요인의  $\alpha$ 값은 .8295, 대화의 질 요인의 cronbach's  $\alpha$ 값은 .8592로서 대리인과 의 관계요인을 구성하고 있는 2가지 하위차원의 신뢰성은 비교적 높다고 말할 수 있다.

과세대상 특성 요인의 신뢰성 분석결과, 잠재적 조세절감액 요인의  $\alpha$ 계수는 .8735, 세무조사확률 요인은 .8634로서 cronbach's  $\alpha$ 계수가 상당히 높게 나타났다. 즉 잠재적 조세절감액 요인과 세무조사 확률 요인의 내적일관성은 상당히 높은 수준으로 나타나 이들 두 요인의 신뢰성은 상당히 높다고 말할 수 있다.

마지막으로 의뢰인 만족도 요인의 cronbach's  $\alpha$ 계수는 .8798로서 어느 항목을 제거시킨다 할지라도 요인전체의 신뢰도는 증가되지 않을 뿐만 아니라 알파계수도 상당히 높게 나타났다. 따라서 의뢰인의 납세만족도 요인에 대한 신뢰도는 상당히 높다고 말할 수 있다.

### 3. 표 본

본 연구의 목적은 전술한 바와 같이 세무의뢰인의 대리인 만족도에 영향을 미치는 다양한 요인들을 식별하고 이러한 영향 요인들 간의 관련성을 실증적으로 검증함으로써 이론의 확충은 물론 세무대리인의 고객확보 전략 및 관련실무의 이해를 높일 필요성을 충족하기 위함이었다.

따라서 본 연구의 대상은 현장에서 세무관련 업무를 대리하는 개인이나 법인이지만, 연구의 내적 타당성을 높이기 위하여 부산지방국세청 관할 세무대리인에게 세무업무를 대리하고 있는 의뢰인을 대상으로 하였으며, 지역적으로는 부산, 울산, 창원, 마산, 진주 및 거창 지역으로 한정하였다.

분석을 위한 기초 자료 수집은 세무대리인 사무실을 방문하는 의뢰인에게 대리인 및 직원들이 연구의 취지와 목적 등을 자세하게 설명하고 설문지를 회수하는 방법과 설문지를 우편으로 우송하여 회수하는 방법을 병행하였다.

조사기간은 2005년 3월 15일부터 2005년 4월 15일까지 약 한달 간에 걸쳐 이루어 졌으며, 부산지역 세무대리인을 이용하는 의뢰인에게 150부, 울산지역 100부, 창원지역 60부,

마산지역 60부, 진주지역 60부, 거창지역 70부를 총 500부(방문 250부, 우편 250부)를 배포하여 총 258부를 회수하였으며, 회수율은 약 51.6%로서 비교적 높은 수치를 보이고 있다. 이 중 응답이 불성실하거나 일관성이 없다고 판단되는 설문지 22부를 제외한 236부를 본 연구의 기초 자료로서 이용하였다.

선정된 연구대상자 및 업체의 일반적 특성을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 설문응답자의 학력은 고졸이하가 40.3%, 대졸이 56.8%, 대학원 졸업이상인 집단이 3.0%로 대졸의 학력 소지자들이 가장 많았으며, 연령별로 응답자를 분류한 결과 40대가 가장 많은 106명으로서 전체에서 차지하는 구성비는 44.9%이며, 20대 8.1%, 30대 23.3%, 마지막으로 50대 이상의 집단이 23.7%를 구성하고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 다섯 가지 범주로 측정된 응답 업체의 업종은 도소매업이 가장 높은 빈도(97명, 41.1%)를 보이고 있으며, 그 다음은 제조업으로서 구성비는 21.6%이다. 그리고 음식숙박업, 건설업과 기타 업종은 비슷한 수준의 빈도를 나타내고 있다.

셋째, 응답자의 업체 형태는 개인사업자가 62.7%로서 법인사업자보다 높게 나타났으며, 세무대리인 결정시 본인 스스로 결정한 경우가 33.1%, 청탁 등 부탁으로 결정한 응답자는 58명(24.6%)으로 나타났다. 한편, 주위의 지인으로부터 소개를 받아 세무대리인을 선택한 경우가 가장 높은 빈도(100명, 42.4%)이다.

#### 4. 통계절차

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 설정된 연구가설을 실증적으로 검증하기 위하여 수집된 기초 자료는 SPSS for Win 패키지를 이용하여 처리하였다. 수집된 자료를 분석하기 위해 사용된 통계적 검증방법은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에 이용된 측정도구는 이미 선행연구에서 신뢰성과 타당성이 인정된 척도이지만 신뢰성과 타당성을 높이기 위하여 pilot test를 실시하였으며, 신뢰성을 검증을 위하여 Cronbach의  $\alpha$ 계수를 이용하였다.

둘째, 설문응답자의 개인적 특성과 소속 업체의 일반적 특성을 분석하기 위하여 관련변인의 척도에 따라 빈도분석과 기술통계량 분석을 실시하였다.

셋째, 연구가설을 검증하기 이전에 우선 응답자의 특성별 의뢰인 만족도를 분사거하기 위하여 t-test, one-wat ANOVA를 실시하였다.

넷째, 설정된 연구가설을 검증하기 위하여 가설의 특성에 따라 T-test, one-way ANOVA 및 Pearson 상관분석을 사용하였다.

### Ⅲ. 분석 및 결과

#### 1. 기본분석

##### 1.1 요인별 기술통계량

세무지식과 경험 요인으로 측정한 대리인 특성요인의 기술통계량을 분석한 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 5가지 문항으로 측정한 세무지식 요인 가운데 평균값이 가장 높은 문항은 납부세액의 정확한 산출 문항으로서 그 평균값은 약 5.31로서 비교적 높게 나타났다. 그러나 정확한 세법/세무지식의 보유 문항의 평균값은 가장 낮은 4.79로 산출되었으나, 전체 요인평균과 큰 편차를 보이고 있지 않을 뿐만 아니라 비교적 높은 값을 나타내고 있다고 말할 수 있다.

둘째, 경험 요인의 경우 개별 측정 문항의 평균값은 거의 비슷한 수준으로 나타났으며, 5개 문항의 합을 산술평균 한 값은 4.43으로 나타났다. 개별문항의 평균값이 가장 높은 문항은 다양한 인간관계, 그 다음으로 지역사회에 대한 다양한 봉사활동 문항의 순으로 나타났다.

업무상의 접촉빈도 등 4개 문항으로 측정한 접촉빈도 요인과 대화의 적극성 문항을 포함한 4개 문항으로 구성된 대화의 질 요인의 기술통계량 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 접촉빈도 요인의 평균값은 4.77로서 본 연구모형에 포함된 6가지 독립변수의 평균값 가운데 가장 낮게 나타났다. 요인 평균값을 상회하는 측정문항은 상시 연락가능성(4.98) 문항과 업무상의 접촉빈도(4.81) 문항으로 분석되었다.

둘째, 대화의 질 요인의 평균값은 4.91로서 비교적 높은 값을 띄고 있는 것으로 분석되었다. 측정문항의 평균값이 높은 순으로 정리하면 대화의 적극성, 부담 없는 대화 가능성, 상호간의 욕구 파악정도, 마지막으로 서비스 전달 능력으로 정리할 수 있다.

과세대상 특성 요인의 주요 특성을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 조세절감액 요인의 요인 평균값이 4.99로서 비교적 높게 나타났다. 특히 납부세액의 절감을 위한 노력 변수의 평균값은 5.17로서 가장 높게 나타나, 조사 대상자들은 그들이 납부해야 할 세액을 절감해 주고자 노력하는 세무대리인의 행위를 대단히 중요한 것으로 평가하고 있다고 말할 수 있다.

둘째, 4개 문항으로 측정한 세무조사 확률 요인의 평균값은 5.00으로서 비교적 높은 수준인 것으로 밝혀졌다. 4개 문항 가운데 만족정도가 가장 낮은 항목은 세무 조사시 적절한 대응 변수로 나타났다.

의뢰인 만족도 요인의 각 문항별 기술통계량을 살펴보면, 의뢰인 만족도 요인의 평균값

은 5.03으로서 비교적 높은 값을 보이고 있다. 특히 상호협력 수준에 대한 만족정도 변수와 거래에 대한 전반적 만족정도 변수의 평균값이 상당히 높은 것으로 나타나, 의뢰인과 대리인 간의 협력이 비교적 잘 이루어지고 있음을 알 수 있다.

〈표 2〉 요인별 기술통계량

요인	측 정		기술통계량		비고
	하위차원	측정 문항	평균	표준편차	
대리인 특성	세무 지식	· 정확한 세법/세무지식의 보유	4.79	1.25	
		· 정확한 회계지식의 보유	4.97	1.18	
· 기업경영에 대한 지식의 보유		5.01	1.28		
· 풍부한 일반상식에 대한 보유		5.14	1.31		
· 납부세액의 정확한 산출		5.31	1.36		
경험	· 기업의 회계 관련 부서의 근무경력	4.28	1.58		
	· 기업의 비회계 부서의 근무경력	4.42	1.59		
	· 다양한 인간관계의 유지	4.68	1.36		
	· 지역사회에 대한 다양한 봉사활동	4.58	1.34		
	· 세무서/국세청 근무경력	4.22	1.89		
대리인과의 관계	접촉 빈도	· 업무상의 접촉빈도	4.81	1.19	
		· 업무외적인 접촉빈도	4.60	1.27	
· 관계개선을 위한 시간할애		4.72	1.26		
· 상시 연락 가능성		4.98	1.27		
대화의 질	· 대화의 적극성	4.81	1.23		
	· 부담 없는 대화 가능성	4.81	1.24		
	· 상호간의 욕구 파악정도	4.93	1.13		
	· 서비스 전달 능력	5.13	1.12		
과세 대상 특성	납부 세액 절감	· 감면 및 공제세액의 정확한 산출	4.84	1.39	
		· 절세의 많은 지식 보유	4.96	1.26	
· 납부세액의 절감을 위해 노력		5.17	1.22		
· 의뢰인 입장에서 보수적인 자문		4.99	1.22		
세무 조사 화률	· 세무조사를 감소시키려는 노력	5.10	1.15		
	· 세무조사 시 적절한 대응	4.91	1.22		
	· 세무서와의 원활한 업무협조	4.97	1.11		
	· 의뢰인 요구의 충분한 이해	5.00	1.07		
의뢰인 만족도	· 서비스 수준에 대한 만족정도	5.00	1.19		
	· 상호 협력수준에 대한 만족정도	5.10	1.14		
	· 상호 신뢰수준에 대한 만족정도	4.91	1.25		
	· 거래에 대한 전반적인 만족정도	5.09	1.16		



## 1.2 응답자 특성별 만족도

### 1.2.1 연령

응답자 개인적 특성을 연령과 학력수준으로 분류하여, 우선적으로 응답자의 연령에 따라 의뢰인 만족도 요인의 평균간 차이가 통계적으로 유의한가를 분석하였다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 연령에 따른 서비스 수준의 만족정도에 대한 차이검증을 실시한 결과 40대 집단이 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 50대 이상인 집단인 것으로 밝혀졌다. 세 집단 평균간 차이는 F비율이 .375(p=.688)로서 유의수준 .05하에서 통계적으로 체계적인 차이를 식별할 수 없었다.

〈표 3〉 연령별 의뢰인 만족도

종속변수		독립변수	평균	표준편차	F	p
요인	변수명					
의뢰인 만족도	서비스수준 만족도	30대 이하	4.91	1.15	.375	.688
		40대	5.06	1.19		
		50대 이상	5.04	1.25		
	협력수준 만족도	30대 이하	4.99	1.23	.662	.517
		40대	5.12	1.09		
		50대 이상	5.21	1.12		
	신뢰수준 만족도	30대 이하	4.91	1.24	.069	.933
		40대	4.93	1.19		
		50대 이상	4.86	1.38		
	전반적 만족도	30대 이하	5.07	1.09	.072	.931
		40대	5.08	1.15		
		50대 이상	5.14	1.29		

둘째, 협력수준 만족도 변수의 경우 세 집단 평균간 차이 검증 결과, 50대 이상의 집단이 가장 높고, 그 다음이 40대 집단인 것으로 나타났으며, 유의수준 .05하에서 통계적으로 유의한 차이는 식별되지 않았다.

셋째, 신뢰수준 변수에 대한 만족도는 40대, 30대 이하, 50대 이상 집단의 순서로 나타났으며, 그 평균값은 각각 4.93, 4.91, 4.86으로 분석되었으나, 세 집단 평균간 차이는 통계적으로 유의하지는 않은 것으로 분석되었다.

마지막으로, 전반적 만족도 변수에 대한 응답자들의 만족정도를 연령별로 살펴보면 50대 이상인 집단의 평균값이 가장 높은 5.14이고 그 다음 순은 40대 집단으로 나타났으며, 평균값이 가장 낮은 집단은 30대 이하인 것으로 조사되었으며, 통계적으로 유의하지는 않은 것으로 분석되었다.

### 1.2.2 학력수준

응답자의 학력수준을 고등학교 졸업이하, 대학교 졸업, 대학원 졸업이상의 집단으로 재 분류하여 의뢰인 만족도 요인에 대한 집단평균간 차이를 실증적으로 검증하기 위하여 one-way ANOVA를 실시한 결과 <표4>와 같으며, 주요 내용을 요약하면 다음과 같다.

<표 4> 학력수준별 의뢰인 만족도

종속변수		독립변수	평균	표준편차	F	p
요인	변수명					
의뢰인 만족도	서비스수준 만족도	고졸 이하	4.98	1.19	.071	.789
		대졸	5.02	1.19		
		대학원졸 이상	5.00	1.19		
	협력수준 만족도	고졸 이하	5.13	1.20	.073	.787
		대졸	5.09	1.11		
		대학원졸 이상	5.10	1.14		
	신뢰수준 만족도	고졸 이하	4.77	1.25	1.963	.163
		대졸	5.00	1.24		
		대학원졸 이상	4.91	1.25		
	전반적 만족도	고졸 이하	5.00	1.26	1.028	.312
		대졸	5.16	1.08		
		대학원졸 이상	5.09	1.16		

첫째, 의뢰인 만족도 요인을 구성하고 있는 4가지 하위 차원 가운데 협력수준 만족도 요인을 제외한 서비스 수준 만족도, 신뢰수준 만족도, 전반적 만족도 요인 등 3가지 요인의 경우 대학졸업인 집단의 만족정도가 더 높은 것으로 파악되었으나, 집단 평균간 차이는 통계적으로 유의하지는 않은 것으로 분석되었다.

둘째, 협력수준 만족도 변수의 경우 고졸이하인 집단의 평균값이 가장 높은 평균값인 5.13이며, 그 다음으로 대학원 졸업 집단으로 밝혀졌으나, 유의수준 .05하에서 통계적으로 체계적인 차이는 식별되지 않았다.

### 1.2.3 사업체 성격

응답기업의 성격을 분류하기 위하여 개입사업자와 법인사업자로 구분하였다. 사업자의 성격에 따라 의뢰인의 만족도에 유의한 차이가 있는가를 분석하기 위하여 독립표본 t-test를 실시하였다. 분석결과는 <표 5>와 같으며, 이를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 서비스 수준과 협력수준에 대한 만족정도는 법인사업자가 개인사업자의 만족정도보다 더 높게 나타났으나, 집단 평균간 차이검증 결과 t값이 각각 -.636 (p=.526), -1.540 (p=.125)로서 유의수준 .05하에서 체계적인 차이가 있다고 말할 수는 없다.

둘째, 신뢰수준에 대한 만족도 및 전반적 만족도 변수의 경우 법인사업자가 개인사업자보다 높게 나타났으며, t-test 결과 t 값이 각각 -2.420(p=.016), -2.081(p=.039)로서 유의수준 .05하에서 통계적으로 체계적인 차이가 있는 것으로 분석되었다.

따라서 세무서비스의 신뢰수준에 대한 만족정도뿐만 아니라 전반적 만족도는 법인사업자가 개인사업자보다 더 높다고 말할 수 있다.

<표 5> 사업체 성격별 의뢰인 만족도

종속변수		독립변수	평균	표준편차	t	p
요인	변수명					
의뢰인 만족도	서비스수준 만족도	개인 사업자	4.97	1.18	-.636	.526
		법인 사업자	5.07	1.21		
	협력수준 만족도	개인 사업자	5.01	1.18	-1.540	.125
		법인 사업자	5.25	1.06		
	신뢰수준 만족도	개인 사업자	4.76	1.24	-2.420	.016
		법인 사업자	5.16	1.23		
	전반적 만족도	개인 사업자	4.97	1.18	-2.081	.039
		법인 사업자	5.30	1.11		

### 1.2.4 세무대리인 결정방식

세무대리인을 결정할 때 의뢰인이 스스로 선택을 하였는지, 아니면 타인의 강요 혹은 추천에 의해 선택하였는가에 따라 의뢰인의 세무 만족정도에 있어서 차이가 발생하는가를 검증하기 위하여 one-way ANOVA를 실시하였다. 분석결과는 <표 6>과 같다.

첫째, 의뢰인의 세무 만족정도를 서비스 수준, 협력 수준 그리고 신뢰 수준으로 분류하여 세무대리인 결정방식에 따른 평균간 차이검증을 실시한 결과, 3가지 모든 차원에서 주위 소개로 대리인을 결정한 경우의 만족정도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 다음 순서는

스스로 결정한 경우로 밝혀졌으나, 통계적으로 유의한 차이는 식별되지 않았다.

둘째, 전반적 만족도 변수의 경우 주위소개로 대리인을 결정한 경우의 의뢰인 세무 만족도가 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 자율, 청탁의 순서인 것으로 분석되었으며, F비율이 0.320이고, p값은 1.14로서 유의수준 .05하에서 체계적인 차이는 식별되지 않았다.

〈표 6〉 세무대리인 결정방식별 의뢰인 만족도

종속변수		독립변수	평균	표준편차	F	p
요인	변수명					
의뢰인 만족도	서비스수준 만족도	자율	4.95	1.25	.574	.564
		청탁	4.91	1.16		
		소개	5.10	1.17		
	협력수준 만족도	자율	5.09	1.24	.894	.410
		청탁	4.95	1.05		
		소개	5.20	1.12		
	신뢰수준 만족도	자율	4.88	1.30	.356	.701
		청탁	4.81	1.16		
		소개	4.98	1.26		
	전반적 만족도	자율	5.06	1.14	1.320	.269
		청탁	4.91	1.20		
		소개	5.22	1.14		

## 2. 가설검증

### 2.1 의뢰인 만족요인과 의뢰인 만족도 간의 관계

대리인 특성 요인과 의뢰인 만족도, 대리인과의 관계요인과 의뢰인 만족도 그리고 과세 대상 특성 요인과 의뢰인 만족도간의 상관성을 구명하기 위하여 설정된 연구가설은 Pearson 상관계수를 이용하여 검증하였다.

분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 〈표 7〉에서 보는 바와 같이 대리인 특성 요인 가운데 세무지식 요인과 의뢰인 만족도 요인 간에는 중위의 正(+)적 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 또한 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다. 그러나 경험 요인과 의뢰인 만족도 요인 간에는 유의한 상관관계가 있는 것으로 밝혀졌으나 Pearson 상관계수가 .343으로서 비교적 낮은 상관관계를 보이고

있다.

따라서 연구가설 H<sub>1-1</sub>은 모두 통계적으로 채택되었다고 말할 수 있다. 즉 대리인 특성이 높을수록 의뢰인 만족정도는 더 높다고 말할 수 있다.

둘째, 대리인과의 관계요인으로서 접촉빈도 요인과 의뢰인의 만족도 간의 Pearson상관계수는 .687로서 중위의 正(+)<sup>2</sup>적 유의한 관계가 있는 것으로 밝혀졌으며, 또한 대화의 질 요인과 의뢰인 만족도 요인 간에도 높은 유의한 正(+)<sup>2</sup>적 상관관계가 있는 것으로 분석되어, 의뢰인과의 접촉빈도가 많으며, 대화의 질적 수준이 높을수록 의뢰인의 세무 만족 정도는 높다고 말할 수 있다. 따라서 연구가설 H<sub>1-2</sub>는 모두 채택되었다.

〈표 7〉 대리인 특성과 의뢰인 만족도간의 상관분석 결과

구분	대리인 특성		대리인과의 관계		과세대상 특성	
	세무지식	경험	접촉빈도	대화의 질	잠재적 조세절감액	세무조사확률
의뢰인 만족도	.589 p=.000 (236)	.343 p=.000 (236)	.687 p=.000 (236)	.709 p=.000 (236)	.658 p=.000 (236)	.698 p=.000 (236)

( )은 사례 수

셋째, 과세대상의 특성을 측정하기 위하여 구성된 잠재적 조세절감액요인과 세무조사확률 요인과 본 연구의 종속변수인 의뢰인 만족도 요인간의 관련성의 정도를 분석한 결과, Pearson상관계수는 각각 .658, .698로서 두 요인 모두 중위의 正(+)<sup>2</sup>적 유의한 상관관계가 있는 것으로 밝혀졌다. 과세대상의 특성으로서 잠재적 조세절감액이 높을수록 그리고 세무조사 확률이 높을수록 의뢰인의 세무만족정도는 높다고 말할 수 있다. 따라서 연구가설 H<sub>1-3</sub>은 모두 채택되었다.

## 2.2 의뢰인 특성과 의뢰인 만족도 간의 관계

응답자의 기업적 특성인 업종과 의뢰인 만족도간의 관련성을 검증하기 위하여 one-way ANOVA 분석을 실시하였으며, 사후검정으로 Scheffe 검증을 이용하였으며, 세무조사경험 유무별 의뢰인 만족정도를 검증하기 위하여 독립표본 t-test를 실시하였다.

분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 업종별 의뢰인 만족도 요인의 평균값이 가장 큰 집단은 제조업인 것으로 밝혀졌으며, 그 다음으로 도·소매업, 그 밖의 업종들 평균은 4.9를 중심으로 극히 미미한 편차를 보이는 것으로 분석되었다. 집단 평균간 차이검증을 위한 F비율은 .302(p=.876)로서 유의수준 .05하에서 체계적인 차이는 식별되지 않았다. 따라서 연구가설 H<sub>2-1</sub>은 기각(reject)되

었다.

둘째, 세무조사경험 유무에 따라 의뢰인의 만족정도에 대한 평균간 차이검정 결과, 세무조사 경험이 없는 집단의 만족도가 더 높은 것으로 파악되었다. 두 집단 평균간 차이를 나타내는 t값이 -3.146이고, p가 .002로서 유의수준 .05하에서 통계적으로 유의한 것으로 밝혀졌다. 결과적으로 연구가설 H<sub>2-2</sub>는 채택되었다.

〈표 8〉 업종별 의뢰인 만족도 분석

종속변수	독립변수	평균	표준편차	F, t	p
의뢰인의 만족도	제조업	5.1324	1.0832	.302	.876
	도·소매업	5.0464	.9996		
	음식 숙박업	4.9423	.6531		
	건설업	4.9732	1.1594		
	기타	4.9191	1.1022		
	세무조사경험 유	4.6803	1.1274	-3.146	.002
	세무조사경험 무	5.1471	.9492		

## 2.3 의뢰인의 특성에 따른 만족요인과 의뢰인 만족도 간의 관계

### 2.3.1 업종별 의뢰인 만족요인과 의뢰인 만족도 간의 관계

응답자의 기업적 특성을 제조업, 도·소매업, 음식숙박업, 건설업 및 기타 업종 등 5개 유형으로 분류하였다. 이러한 업종유형에 따라 의뢰인 만족영향요인과 의뢰인 만족도 간의 관련성을 파악하기 위하여, 우선적으로 응답자 집단을 5가지 유형으로 분류하였다. 분류된 집단을 대상으로 두 요인간의 관련성의 정도를 파악하기 위하여 상관분석을 실시하였다. 집단별 상관계수(r값)의 크기와 유의수준(p값)을 기준으로 조절변수인 업종의 특성을 분석하였다.

분석결과는 〈표 9〉와 같으며, 그 주요 내용을 요약하면 아래와 같다.

첫째, 대리인의 세무지식과 의뢰인 만족도간의 관련성에 대한 업종별 특성을 파악한 결과 집단에 관계없이 비교적 높은 유의한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 분석되었다. 상관성의 정도가 가장 높은 업종은 제조업으로 밝혀졌으며, 상관계수의 크기가 상대적으로 가장 낮은 집단은 건설업으로 나타났으나, 집단 유형별 두 요인 간의 관련성의 크기 및 유의성의 정도에 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

대리인의 경험과 의뢰인의 만족도 간의 상관성이 업종에 따라 차이가 발생하는지를 실증적으로 검증하기 위한 연구가설은 결과적으로 말하자면 채택(accept)되었다고 말할 수 있

다. 즉, 상관성의 정도가 가장 높은 업종은 제조업인 것으로 분석되었지만, 도·소매업의 경우는 가장 낮은 상관관계를 나타낼 뿐만 아니라 비유의적인 것으로 밝혀졌다.

따라서 대리인의 경험과 의뢰인의 만족도 간에는 응답자의 기업적 특성인 업종에 따라 차이가 있다고 말할 수 있다.

〈표 9〉 업종별 의뢰인 만족요인과 의뢰인 만족도 간의 상관분석 결과

종속 변수	업종	대리인 특성		대리인과의 관계		과세대상 특성	
		세무지식	경험	접촉빈도	대화의 질	잠재적 조세절감	세무조사확률
의뢰인 만족도	제조업	.642 p=.000 (51)	.510 p=.000 (51)	.741 p=.000 (51)	.707 p=.000 (51)	.619 p=.000 (51)	.610 p=.000 (51)
	도·소매업	.619 p=.000 (97)	.145 p=.157 (97)	.660 p=.000 (97)	.689 p=.000 (97)	.677 p=.000 (97)	.704 p=.000 (97)
	음식숙박업	.534 p=.005 (26)	.424 p=.031 (26)	.675 p=.000 (26)	.687 p=.000 (26)	.695 p=.000 (26)	.840 p=.000 (26)
	건설업	.518 p=.005 (28)	.619 p=.000 (28)	.822 p=.000 (28)	.734 p=.000 (28)	.832 p=.000 (28)	.795 p=.000 (28)
	기타	.529 p=.001 (34)	.416 p=.014 (34)	.571 p=.000 (34)	.774 p=.000 (34)	.558 p=.001 (34)	.710 p=.000 (34)

( )은 사례 수

둘째, 대리인과의 접촉빈도와 의뢰인 만족도간의 관련성은 업종에 관계없이 상당히 높은 유의한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 밝혀졌다. 상관성의 정도가 가장 높은 업종은 건설업, 그 다음이 제조업, 음식숙박업의 순서로 밝혀졌다. 5가지 유형의 업종별 접촉빈도와 의뢰인 만족도간의 관련성의 크기와 유의성의 정도는 큰 차이가 없는 것으로 분석되었다.

대화의 질 요인과 의뢰인 만족도 간의 상관성의 정도가 업종에 따라 유의한 차이가 발생하는지를 검증한 결과 업종에 관계없이 비교적 높은 상관관계를 나타내고 있는 것으로 밝혀졌다. 대화의 질 요인은 업종에 관계없이 의뢰인 만족도와 상당히 높은 상관관계가 있다고 말할 수 있다.

셋째, 과세대상의 특성과 의뢰인 만족도간의 관련성의 정도는 〈표9〉와 같이 업종에 관계없이 모두 비교적 높은 유의한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 밝혀졌다.

### 2.3.2 세무조사 경험유무별 의뢰인 만족요인과 의뢰인 만족도 간의 관계

의뢰인 만족요인과 의뢰인 만족도 요인의 관련성의 정도가 과거 응답 업체의 세무조사 경험 유무에 따라 유의한 차이가 발생하는가를 검증하기 위한 설정된 6가지 연구가설을 검증한 결과는 <표 10>과 같으며, 주요 내용을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 대리인의 특성과 의뢰인 만족도간의 관련성의 정도는 업체의 과거 세무조사 경험 유무에 따른 체계적인 차이는 식별되지 않았지만, 세무지식과 의뢰인 만족도간의 관련성의 정도는 경험의 유무와 관계없이 비교적 높은 상관관계를 보이고, 경험과 의뢰인 만족도 간에는 상대적으로 낮은 상관관계를 나타내고 있다.

<표 10> 세무조사 경험 유무별 의뢰인 만족요인과 만족도간의 상관분석 결과

종속 변수	세무조사 경험	대리인 특성		대리인과의 관계		과세대상 특성	
		세무지식	경험	접촉빈도	대화의 질	잠재적 조세절감	세무조사 확률
의뢰인 만족도	유	.550 p=.000 (61)	.346 p=.006 (61)	.677 p=.000 (61)	.699 p=.000 (61)	.612 p=.000 (61)	.773 p=.000 (61)
	무	.589 p=.000 (175)	.340 p=.000 (175)	.678 p=.000 (175)	.703 p=.000 (175)	.661 p=.000 (175)	.652 p=.000 (175)

( )은 사례 수

둘째, 세무조사 경험 유무별 대리인과의 관계요인과 의뢰인 만족도 간의 관련성의 정도를 분석한 결과, 과거 세무조사 경험 유무와 관계없이 접촉빈도와 의뢰인 만족도 그리고 대화의 질 요인과 의뢰인 만족도 요인간의 상관계수는 상당히 높은 값을 띄고 있을 뿐만 아니라 모두 정(+)의 유의한 관계가 있는 것으로 밝혀져 세무조사 경험 변수의 조절효과는 식별되지 않았다.

셋째, 세무조사 경험유무 변수가 과세대상의 특성과 의뢰인 만족도간의 관련성에 조절변수로서의 효과가 있는지를 검증하기 위하여 전술한 바와 같이 응답자 집단을 두 유형, 즉 과거 업체의 세무조사 경험이 있는 집단과 그렇지 않은 집단으로 구분하고, 각 개별 집단을 대상으로 Pearson 상관분석을 실시하였다. 두 요인간의 관련성의 정도는 세무조사 경험변수와 관계없이 상당히 높은 정(+)의 유의한 상관관계가 있는 것으로 밝혀져 세무조사 경험 변수의 조절변수 효과는 식별되지 않았다. 따라서 세무의뢰인의 과거 세무조사경험과 무관하게 잠재적 조세절감과 세무조사 확률이 높을수록 의뢰인 만족정도는 더 높다고 말할 수 있다.



〈표 11〉 가설검증 결과 요약

가설	가설의 내용	검증결과	
H <sub>1</sub>	H <sub>1-1</sub> H <sub>1-1-1</sub> : 대리인의 세무지식은 의뢰인 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택	
	H <sub>1-1-2</sub> : 대리인의 세무경험은 의뢰인 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택	
	H <sub>1-2</sub>	H <sub>1-2-1</sub> : 대리인과의 접촉빈도는 의뢰인 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
		H <sub>1-2-2</sub> : 대리인과의 대화의 질은 의뢰인 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
	H <sub>1-3</sub>	H <sub>1-3-1</sub> : 잠재적 조세절감액은 의뢰인 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
		H <sub>1-3-2</sub> : 세무조사확률은 의뢰인 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
H <sub>2</sub>	H <sub>2-1</sub> : 의뢰인의 업종에 따라 의뢰인 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.	기각	
	H <sub>2-2</sub> : 의뢰인의 조사경험 유무에 따라 의뢰인 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.	채택	
H <sub>3</sub>	H <sub>3-1</sub>	H <sub>3-1-1-1</sub> : 대리인의 세무지식이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 업종에 따라 차이가 있을 것이다.	기각
		H <sub>3-1-1-2</sub> : 대리인의 세무지식이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 세무조사경험 유무에 따라 차이가 있을 것이다.	채택
		H <sub>3-1-2-1</sub> : 대리인의 경험이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 의뢰인의 업종에 따라 차이가 있을 것이다.	기각
		H <sub>3-1-2-2</sub> : 대리인의 경험이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 세무조사경험 유무에 따라 차이가 있을 것이다.	기각
	H <sub>3-2</sub>	H <sub>3-2-1-1</sub> : 대리인과의 접촉빈도요인이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 의뢰인의 업종에 따라 차이가 있을 것이다.	기각
		H <sub>3-2-1-2</sub> : 대리인과의 접촉빈도요인이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 세무조사경험 유무에 따라 차이가 있을 것이다.	기각
		H <sub>3-2-2-1</sub> : 대리인과의 대화의 질 요인이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 업종에 따라 차이가 있을 것이다.	기각
		H <sub>3-2-2-2</sub> : 대리인과의 대화의 질 요인이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 세무조사경험 유무에 따라 차이가 있을 것이다.	기각
	H <sub>3-3</sub>	H <sub>3-3-1-1</sub> : 잠재적 조세절감액 요인이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 업종에 따라 차이가 있을 것이다.	기각
		H <sub>3-3-1-2</sub> : 잠재적 조세절감액 요인이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 세무조사경험 유무에 따라 차이가 있을 것이다.	기각
		H <sub>3-3-2-1</sub> : 세무조사확률 요인이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 업종에 따라 차이가 있을 것이다.	기각
		H <sub>3-3-2-2</sub> : 세무조사확률 요인이 의뢰인 만족도에 미치는 영향은 세무조사경험 유무에 따라 차이가 있을 것이다.	기각

### 3. 가설검증의 요약

지금까지 이론적 배경 및 선행연구를 근간으로 개념적으로 설계된 연구가설을 실증적으로 검증하기 위하여 설정된 20개의 하위 연구가설을 검증하였다.

연구가설은 크게 3가지 분류되며, 검증결과를 요약하면 위 <표 11>과 같다.

## IV. 결론 및 제언

세무업무를 대리인에게 의뢰한 의뢰인의 세무욕구가 해소된다면, 의뢰인은 대리인의 선택을 만족하게 되고 만족한 의뢰인은 대리인에 대한 긍정적 태도를 강화시켜 그 대리인을 유지하게 될 것이며, 아울러 다른 의뢰인에게 긍정적으로 이야기할 가능성이 높게 된다. 반면, 대리인의 편익이 만족스럽지 못할 경우 그 대리인을 재계약하지 않을 뿐만 아니라 부정적인 정보를 전파시키거나 또는 반환이나 환불을 요구하는 것과 같은 적극적인 불만을 나타내게 된다. 따라서 의뢰 전 태도와 의뢰 후 태도를 연결시키는 중요한 과정으로서의 고객만족은 원숙한 고객관계를 정립하는 데 매우 중요한 의미를 갖고 있다.

만족이라고 하는 것은 충족한다는 것을 의미한다. 즉 고객만족의 의미는 고객이 바라고 있는 사항을 적절하게 실현한다는 것을 말하고 있다. 서비스의 질에 대한 평가와 관련된 연구는 마케팅 분야에서 활발하게 연구되고 있으나, 세무분야에 있어 세무대리인과 의뢰인 간의 관계를 대상으로 세무대리인의 서비스에 대해 평가한 연구는 많이 이루어지지 않고 있다.

따라서 본 연구에서는 의뢰인의 대리인 만족도 영향요인으로서 대리인 특성, 대리인과의 관계, 과세대상의 특성 요인을 선정하였으며, 아울러 영향요인과 의뢰인 만족도 요인간의 조절변수로서 의뢰인의 업종과 조사경험 변수를 구성하였다. 세무의뢰인을 대상으로 대리인과의 관계 및 과세대상의 특성에 대한 전반적 수준은 어떠하며, 만족요인, 대리인 특성 및 이러한 두 가지 요인의 적합성이 의뢰인 만족도에 미치는 영향관계를 실증적으로 검증하였다. 이러한 연구결과는 합리적인 세무의뢰인 관리에 필요한 기초 자료가 될 것이다.

분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 대리인 특성 요인과 의뢰인 만족도간의 관련성을 검증하기 위하여 설정된 연구가설을 검증하기 위하여 Pearson 상관분석을 실시하였다. 대리인 특성 요인으로서 세무지식 요인과 의뢰인 만족도 요인 간에는 유의한 중위의  $r(+)$ 적 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 경험 요인과 의뢰인 만족도 요인 간에는 비교적 낮은 유의한 상관관계가 있는 것으로 밝혀졌다. 즉, 대리인 특성이 높을수록 의뢰인 만족정도는 더 높다고 말할 수 있다.

둘째, 대리인과의 관계 요인과 의뢰인 만족도 간에는 모두 높은 正(+)<sup>적</sup> 유의한 상관관계가 있는 것으로 밝혀졌다. 따라서 의뢰인과의 접촉빈도가 많으며, 대화의 질적 수준이 높을수록 의뢰인의 세무 만족정도는 높다고 말할 수 있다.

셋째, 과세대상의 특성을 측정하기 위하여 구성된 잠재적 조세절감액요인과 세무조사확률 요인과 의뢰인 만족도 요인간의 관련성의 정도를 분석한 결과, 비교적 높은 正(+)<sup>적</sup> 유의한 상관관계가 있는 것으로 밝혀졌다. 과세대상의 특성으로서 잠재적 조세절감액이 높을수록 그리고 세무조사 확률이 높을수록 의뢰인의 세무만족정도는 높다고 말할 수 있다.

넷째, 업종별 의뢰인 만족도 요인의 평균값이 가장 큰 집단은 제조업인 것으로 밝혀졌으며, 그 다음으로 도·소매업, 그 밖의 업종들 평균은 4.9를 중심으로 극히 미미한 편차를 보이는 것으로 분석되었으나, 통계적으로 유의하지는 않았다.

다섯째, 세무조사경험 유무에 따라 의뢰인의 만족정도에 대한 평균간 차이검정 결과, 세무조사 경험이 없는 집단의 만족도가 더 높은 것으로 파악되었다. 즉 세무조사 경험이 없는 집단의 세무의뢰인이 세무대리인에 대한 만족정도가 더 높다고 말할 수 있다.

여섯째, 의뢰인의 특성에 따라 의뢰인 만족요인이 의뢰인 만족도에 미치는 영향을 고찰하기 위하여 설정된 하위 연구가설은 모두 12가지이나, 이를 집단화하면 두 가지 즉, 업종별 의뢰인 만족요인과 의뢰인 만족도간의 관계, 세무조사 경험유무별 의뢰인 만족요인과 의뢰인 만족도간의 관계로 유형화할 수 있다. 12가지 하위가설 가운데 세무조사 경험 유무에 따른 대리인의 세무지식과 의뢰인 만족도간의 관련성을 고찰한 연구가설을 제외한 11가지 연구가설은 모두 채택되지 않았다. 즉 의뢰인의 특성을 구분하기 위한 업종과 조사경험 변수는 의뢰인 만족요인과 의뢰인 만족도 간의 상관성에 대한 조절효과는 거의 없다고 말할 수 있다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 지니고 있다.

첫째, 기초 자료를 수집하기 위한 주요 조사방법으로 설문지법을 이용하였으며, 이러한 설문지는 Likert type 7점 척도로 설계된 개별항목으로 구성되어 있기 때문에 설문지 조사 방법 자체의 한계점을 본 연구에서도 그대로 나타난다고 볼 수 있다. 따라서 이를 보완하기 위하여 면접법, 관찰법 등의 다각적인 자료수집방법이 필요하다.

둘째, 조사대상을 우리나라 전 지역의 세무의뢰인을 선정하지 않고 연구의 편의를 위하여 지역적으로 범위를 제한하였을 뿐만 아니라 접근의 용이성을 확보하기 위하여 편의적 표본추출기법에 의존함으로써 연구결과의 일반화에 다소 문제가 예상된다.

셋째, 세무회계 영역에 관계마케팅 개념을 도입한 연구는 거의 전무한 상태이므로 다른 연구의 결과와 비교할 수 없었다.

넷째, 의뢰인의 세무대리인의 서비스 평가는 기술적 측면에서 뿐만 아니라 기능적 측면에서 다양하게 평가되어야 하나 설문응답자 개인의 주관적 평가에 의존하였기 때문에 그

결과에 대한 평가는 신중을 기해야 할 것이다.

한편, 미래연구방향으로는 여기에 사용된 방법을 근간으로 조사도구의 정교화 및 표본추출과 조사대상에 대한 접근방법의 과학화 등을 통하여 우리나라 전체 세무의뢰인을 수차례에 걸쳐 반복확대 연구함으로써 세무대리인의 고객확보 전략 수립 등을 위한 지침을 제공해줄 필요가 있으며, 이러한 횡단면 분석뿐만 아니라 종단면 분석 등 다양한 접근방법을 이용하여 세무환경의 특성이나 시대적 흐름에 따른 세무의뢰인의 대리인 만족도 변화 추세를 분석해 보는 것 또한 의의가 클 것으로 생각한다.

## 참고문헌

1. 김남원(2000), 세무대리인의 공격성에 영향을 미치는 요인 분석, 성신여자대학교 대학원 석사학위 논문.
2. 김연식(2003), 세무대리인의 의사결정에 영향을 미치는 요인 분석, 경원대학교 대학원 박사학위 논문.
3. 류미라(2002), 호텔기업의 관계마케팅 활동요인이 관계의 지속성에 미치는 영향에 관한 연구, 경희대학교 경영대학원 석사학위 논문.
4. 이선표(1998), 납세이행에 있어서 세무대리인의 역할에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 박사학위 논문
5. 이종국(2003), 세무서비스의 이용자 만족도평가에 관한 연구, 동아대학교 대학원 박사학위 논문
6. 이환근(1998), 세무대리인의 의사결정에 미치는 영향요인에 관한 실험연구, 부산대학교 대학원 박사학위 논문
7. 황미화(2002), 호텔-여행사 관계특성이 관계결속과 장기협력관계에 미치는 영향, 세종대학교 대학원 박사학위 논문
8. Bitner, Mary Jo(1995), Building Service Relationship: It's All about Promises, Journal of the Academy of Marketing Service, Vol. 23, No.4 : 519-540
9. Bonner, S. E. J. S. Davis, and B. R. Jackson(1992), Expertise in Corporate Tax Planning : The Issue Identification Stage, Journal of Accounting Research, Vol. 30. : 1-21
10. Christensen. A.L(1992), Evaluation of Tax Services : A Client and Preparer Perspective The Journal of the American Taxation Association, 14 : 60-86
11. Collins, J. H., V. C. Milliron and D. R. Toy(1990), Factors Associated with Household Demand for Tax Preparer. The Journal of the American Taxation Association, Fall. : 9-25
12. Doyle, Stephen X. and George Thomas Roth(1992), Selling and Sales Management in Action: The Use of Insight Coaching to Improve Relationship Selling. Journal of Personal selling and Sales Management, Vol,12(1) : 59-64
13. Libby, R(1995), The Role of Knowledge and Memory in Audit Judgment. in R. H. Ashton and A. H. Ashton (Eds.), Judgment and Decision Making

Research in Accounting and Auditing, Cambridge University Press

14. Libby, R. and J. Luft(1993), Determinants of Judgment Performance in Accounting Setting : Ability, Knowledge, Motivation and Environment, Accounting, Organization and Society, Vol. 18, No. 5 : 425-450.

## Abstract

### A Study on the Satisfaction Factors of Clients on Tax Preparers

Ha, Gab-jin · Choi, Myung-gyo

The purpose of this study is in investigating the tax clients for their relationship with tax preparers and the general levels of characteristics for the taxation objects, and establishing significant relationships of the two major factors—satisfaction factors and characteristics of the clients—on the satisfaction of the clients. The results of this study will provide an important basic data required for rational management of tax clients. A total of 20 sub-hypotheses were used, which can essentially be summarized into the following three major statements.

The hypotheses investigation results can be summarized as below.

First, as for the characteristic factors of the preparer, the taxation knowledge factor and the client satisfaction factor were found to be in a significant median positive relationship, and the experience factor and the client satisfaction factor were found to be in a relatively less significant relationship.

Second, the factor on the relationship with the preparer and the client satisfaction factor were all found to be in a highly significant positive relationship.

Third, in order to measure the characteristics of the taxation objects, relationships between potential tax reductions factor, probability of taxable income adjustments factor, and the client satisfaction factor were analyzed, and they were found to have positive relationships of relatively high significance.

Fourth, the average for the client satisfaction factor by industry was found to be the highest for the manufacturing industry, followed by wholesalers and retailers. Other sectors showed little deviation from the average of 4.9, but this factor was not statistically significant.

Fifth, the average difference examination of the satisfaction levels for the

clients with or without experience of taxable income adjustments showed that those without experience of taxable income adjustments had higher satisfaction levels.

Sixth, 12 study hypotheses had been proposed in order to investigate the relationship between the client satisfaction factors and the client satisfaction levels according to the characteristics of clients. Among the 12 sub-hypotheses, except for the study hypothesis of investigating the relationship between the tax preparer's taxation knowledge and the client's satisfaction levels according to the experience of taxable income adjustments, 11 study hypotheses were all not adopted.