

공공도서관 사서의 친사회적행동이 서비스품질, 서비스가치, 이용자만족에 미치는 영향

A Study on the Effects of Public Library Librarians' Pro-Social Behavior on Service Quality, Service Value, and User Satisfaction

정 미 옥 (Mi Ok Jeong)*

목 차

- | | |
|-----------|------------|
| 1. 서론 | 4. 연구결과 |
| 2. 이론적 배경 | 5. 결론 및 제언 |
| 3. 연구방법 | |

초 록

본 연구는 공공도서관 사서의 친사회적행동이 서비스품질, 서비스가치 및 이용자만족에 미치는 영향을 규명하고자 하였다. 실증분석 결과, 사서의 친사회적행동은 서비스품질에 정의 영향을 미치며, 서비스품질은 서비스가치와 이용자만족에 각각 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 서비스가치는 이용자만족에 긍정적인 영향을 주는 것으로 확인되었다. 이러한 결과는 공공도서관 사서의 친사회적행동이 도서관 서비스 전반의 품질을 향상시키고, 궁극적으로 이용자의 만족도를 제고하는 데 중요한 역할을 함을 시사한다. 본 연구는 공공도서관의 경쟁력 강화 및 이용자 중심 서비스 개선을 위한 실무적 시사점을 제공하며, 향후 사서 교육과 조직 관리 방안 마련에 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

ABSTRACT

This study aims to examine the effects of prosocial behavior by public library librarians on service quality, service value, and user satisfaction. The empirical analysis revealed that librarians' prosocial behavior has a positive effect on service quality, which in turn positively influences both service value and user satisfaction. Furthermore, service value was found to have a significant positive impact on user satisfaction. These findings suggest that the prosocial behavior of librarians plays a crucial role in enhancing the overall quality of library services and ultimately improving user satisfaction. This study provides practical implications for strengthening the competitiveness of public libraries and improving user-centered services. It also offers a foundational basis for the development of librarian training programs and organizational management strategies in the future.

키워드: 친사회적행동, 서비스품질, 서비스가치, 이용자만족, 공공도서관, 사서

Prosocial Behavior, Service Quality, Service Value, User Satisfaction, Public Library, Librarian

* 청주대학교 문헌정보학과 조교수(miok@cju.ac.kr / ISNI 0000 0005 0588 4252)

논문접수일자: 2025년 7월 15일 최초심사일자: 2025년 8월 4일 게재확정일자: 2025년 8월 19일
한국문헌정보학회지, 59(3): 349-375, 2025. <http://dx.doi.org/10.4275/KSLIS.2025.59.3.349>

* Copyright © 2025 Korean Society for Library and Information Science

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>) which permits use, distribution and reproduction in any medium, provided that the article is properly cited, the use is non-commercial and no modifications or adaptations are made.

1. 서론

지역사회의 특징을 반영한 다양한 모습의 공공도서관은 독서와 문화활동, 돌봄의 장소이자 디지털 공간으로 수행해야 할 역할이 더욱 강조되면서 이용자 인식에 변화를 가져오고 있으며 실질적으로 도서관 이용 증가로 나타나고 있다. 특히 시민들의 문화적 갈증을 해소해 온 공간으로서 도서관은 팬데믹으로 도서관의 방문율은 급감하고 전자책 수요가 급증했지만 오히려 팬데믹 이후에는 도서관 방문율이 폭증하고 있다. 2024년 전국 공공도서관 통계조사에 따르면, 최근 몇 년간 공공도서관 이용은 지속적인 증가세를 보이고 있다. 도서관 방문자 수는 2020년 76,431명에서 2021년 115,016명, 2022년 142,160명, 2023년 159,137명으로 꾸준히 증가하였으며, 2023년 기준 전년 대비 11.9%의 증가율을 기록하였다. 독서 및 문화프로그램 참가자 수도 1관당 21,280명으로 전년 대비 4.6% 증가하는 등, 도서관의 기반시설과 서비스 개선이 실제 이용 증가로 이어지고 있는 것으로 나타났다(문화체육관광부, 2024). 2020년부터 2023년까지의 데이터를 기준으로 산출한 결과, 1관당 연평균 도서관 방문자 수는 약 123,186명, 연평균 증가율은 약 28.68%에 이르며, 이는 공공도서관 이용 활성화의 추세가 뚜렷하게 나타나고 있음을 시사한다. 이러한 이용 증가는 단순히 정보 접근의 편의성 제고에 그치지 않는다(문화체육관광부, 2024). 비대면 서비스는 이용자의 시간적·공간적 제약을 줄이며 편의성을 높였으나, 공공도서관은 여전히 디지털 기기로 대체하기 어려운 사회적 교류와 만남의 욕구를 충족시키는 물리적 공간으로서의 가치를 유지하고 있

다. 나아가 도서관은 다양한 지식정보와 서비스를 바탕으로, 사회적·정보적 격차를 해소하고, 모든 계층의 이용자에게 균등한 정보 접근과 지식 이해의 기회를 제공하기 위해 지속적인 노력을 기울이고 있다(대한민국정책브리핑, 2011). 이러한 맥락에서, 사서는 단순한 정보 제공자를 넘어, 정보 격차를 해소하고 사회 통합에 기여하는 핵심적 역할을 수행하는 주체로 볼 수 있다.

최근 도서관 이용자 수의 증가와 함께 서비스품질에 대한 관심이 높아지고 있으며, 이에 따라 이용자의 서비스 기대 수준 또한 점차 향상되는 추세이다. 이용자만족을 제고하기 위해서는 점점에서 서비스를 제공하는 종사자의 태도와 행동을 개선하여 서비스품질을 향상시키는 것이 중요하다(Chen & Chang, 2025; 송현경, 김기영, 2022). 서비스 제공자의 행동은 이용자의 만족뿐 아니라 이후의 이용 의사결정에 영향을 미치며(Al-Shafei, 2025), 나아가 조직의 성과와도 밀접한 관련을 가진다. 이러한 배경에서 종사자의 행동, 특히 친사회적행동에 대한 연구가 활발히 이루어지고 있으며, 이는 이용자 중심 서비스 환경에서 긍정적 서비스 경험을 유도하고 조직 성과에 기여할 수 있는 주요 요인으로 주목되고 있다(Wice et al., 2025).

친사회적행동은 서비스접점 종사자가 조직의 상사나 동료, 이용자를 위해 직접적으로 도움을 주는 자발적인 행동으로 정의하고 있다(Wice et al., 2025). 서비스 제공자의 친사회적행동(prosocial service behavior)을 세 가지 범주, 즉 ① 규정역할 내 서비스행동(in-role behavior), ② 규정역할 외 서비스행동(extra-role behavior), ③ 협조(상호협조) 행동(cooperation)으로 구분하는 분류는 주로 Bettencourt와 Brown(1997)

및 이후 이를 확장한 다수의 연구들에 기반한다. 이런 행동은 서비스 종사자가 해야 하는 기대된 행동과 서비스품질, 경영 성과, 이용자만족에 긍정적인 영향을 미치며, 기대된 행동 이상으로 이용자에게 서비스를 제공하는 노력을 통해 이용자를 감동하게 한다(Zhao et al., 2025). 서비스접점 종사자의 친사회적행동 중에서 규정역할 외 서비스는 이용자만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(박선주, 2025). 서비스 종사자의 친사회적행동 특성 중에서 규정역할 내 서비스와 규정역할 외 서비스 모두 인적서비스품질에 긍정적 영향을 미치는 것으로 검증되었다(손미교 외, 2024). 또한 도서관을 이용하고 있는 이용자의 지각된 서비스품질은 이용자만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(이응봉, 2015). 전문도서관의 서비스품질과 이용자만족 간의 관계를 분석한 결과 서비스품질은 이용자만족에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다(민윤경, 정동열, 2016). 이용자는 도서관 서비스를 이용하는 과정에서 다양한 요소를 종합적으로 경험하며 이를 바탕으로 서비스 전반에 대한 만족 여부를 평가하게 된다. 이때, 도서관의 물리적 환경이나 정보 자원의 질뿐만 아니라, 이용자와 직접 상호작용하는 서비스접점 종사자의 태도와 행동 역시 중요한 평가 기준으로 작용한다. 특히 사서의 응대 방식, 문제 해결 능력, 친절한 태도 등은 이용자의 감정적 반응과 인식에 영향을 미치며, 궁극적으로는 도서관 서비스 전반에 대한 만족 수준에 영향을 미칠 수 있다. 따라서 서비스접점 종사자의 행동은 도서관 이용자의 만족을 형성하는 주요한 구성 요소 중 하나로 볼 수 있다. 이처럼 서비스종사자의 행동이 이용자만족

에 영향을 미치는 선행변수임에도 불구하고 친사회적행동 요인과 관련된 도서관 분야 연구는 부족한 실정이다. 따라서 본 연구는 기존의 연구와 다르게 친사회적행동이 주체가 되어 서비스품질, 서비스가치, 이용자만족에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구를 진행하였다.

기존의 도서관 서비스 관련 연구들은 주로 대학도서관을 중심으로 이루어졌으며, 서비스품질이나 이용자만족도에 대한 분석에서도 대부분 대학생을 주요 조사 대상으로 설정해 왔다. 그러나 이러한 연구들은 대부분 도서관 환경의 특성과 학생 이용자의 요구에 초점을 맞추었을 뿐, 서비스 제공자인 사서의 행동, 특히 친사회적 행동이 이용자만족에 미치는 영향에 대해서는 상대적으로 제한적으로 다루어져 왔다. 반면, 공공도서관은 이용자층이 다양하고, 지역사회 밀착형 서비스를 제공한다는 점에서 대학도서관과는 구별되는 특성을 지니며, 사서의 대면 서비스와 상호작용이 이용자의 서비스 경험에 미치는 영향이 더욱 중요하게 작용할 수 있다. 그럼에도 불구하고, 공공도서관을 배경으로 사서의 친사회적행동과 서비스품질, 서비스가치, 이용자만족 간의 관계를 종합적으로 규명한 연구는 부족한 실정이다. 이에 본 연구는 공공도서관 사서의 친사회적행동이 서비스품질, 서비스가치, 이용자만족에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고자 하였으며, 이를 통해 도서관 서비스 현장에서의 실천적 시사점을 도출하고자 한다. 연구목적에 따라 다음과 같은 연구문제를 설정하고자 한다.

- (1) 공공도서관 사서의 친사회적행동은 서비스품질에 영향을 미치는가?

- (2) 서비스품질은 서비스가치와 이용자만족에 어떠한 영향을 미치는가?

2. 이론적 배경

2.1 친사회적행동

친사회적행동(prosocial behaviors)은 타인 또는 사회 전체에 혜택을 주는 행동을 의미하며, 도움(helping), 공유(sharing), 기부(donating), 협력(cooperation), 자원봉사(volunteering) 등의 형태로 나타난다(Trombini et al., 2025). 대인 서비스 접점에서의 서비스 제공자 친사회적 행동은 고객이나 조직 구성원에게 직접적·간접적으로 도움을 제공하는 행위로, 궁극적으로 조직 성과 향상에 기여한다(Nielsen et al., 2025). 이는 구성원이 조직 목표 달성을 위해 기본 업무를 충실히 수행하고, 동료와 협력하며, 외부 고객에게 수준 높은 서비스를 제공하는 자발적 행동을 포함한다. Hsu와 Lai(2024)는 친사회적행동을 조직 구성원이 개인이나 조직에 직접적인 도움을 제공하여 긍정적인 성과를 촉진하는 역할과 의도로 정의하였으며, Oliver(1977)는 이를 보상을 기대하지 않는 자발적 행동으로 처음 제시하였다. Brief와 Motowidlo(1986)는 친사회적행동을 기능적 구분(조직 성과에 대한 긍정·부정 영향), 역할 구분(규정 내·외 역할), 방향성(대상이 개인인지 조직인지)으로 설명하였다(Chi et al., 2024). 심리학 연구에서도 친사회적행동은 고객의 심리적·정신적 반응에 직접적 영향을 미치는 것으로 보고되었다(Al-Shafei, 2025). Ande et al.(2024)은 이를 ① 규정된

역할 고객서비스, ② 규정 외 역할 고객서비스, ③ 상호협조의 세 요인으로 구분하였다. 첫째, 규정된 역할 고객서비스는 조직 규칙·규범에 의해 요구되는 행동으로, 예의 바른 응대, 정확한 정보 제공, 고객 이름 호명, 감사 인사 등이 포함된다(Almeida, 2025). 이러한 행동은 고객 만족도, 서비스품질 지각, 애호도, 판매 성과를 향상시키는 것으로 나타났다(Huang & Rust, 2024). 둘째, 규정 외 역할 고객서비스는 기본 업무 범위를 넘어 고객을 위해 자발적으로 제공하는 서비스로, 긍정적 효과와 함께 조직 비용과 자원 소모를 증가시킬 수 있다(Mechinda & Patterson, 2011; Huang & Rust, 2024). 셋째, 상호협조는 조직 구성원 간 내부 협력을 통해 동료의 업무를 지원하고 우수한 고객서비스를 제공하는 행동을 의미하며, 종업원 간 협력의 중요성을 강조한다(곽의수 외, 2014). 본 연구에서는 공공도서관 관점에서 친사회적 행동을 사서의 이용자서비스와 관련된 역할내 행동(role-prescribed service), 역할외 행동(extra-role service), 그리고 구성원 간 상호협조(cooperation)의 세 가지 측면에서 고찰하고자 한다(곽의수 외, 2014; Ande et al., 2024).

2.1.1 역할내 행동

역할내 행동(role-prescribed behavior)은 도서관 현장에서 묵시적 규범, 직무기술서, 성과 평가표 등의 공식적·비공식적 기준에 따라 구성원이 수행해야 하는 기대된 행동을 의미한다. 이러한 행동에는 이용자에게 예의를 갖추어 응대하기, 도서관의 정책과 서비스에 대한 정확한 정보를 제공하기, 이용자의 이름을 불러 친밀감을 형성하기, 그리고 이용자에게 감사 인

사를 전하는 행위 등이 포함된다. 이러한 역할 내 행동은 이용자 만족도, 서비스품질에 대한 지각, 도서관에 대한 애호도, 그리고 도서관 이용률과 같은 성과지표를 향상시키는 데 기여한다(곽의수 외, 2014; Ande et al., 2024).

2.1.2 역할외 행동

역할외 행동(extra-role behavior)은 공식적으로 요구되는 구성원의 역할 범위를 넘어서는 자발적인 서비스 제공 행위를 의미한다. 이러한 역할 외 행동은 이용자에게 서비스를 제공하는 과정에서 작은 관심을 기울이거나, 예외적인 서비스를 제공하거나, 세심한 배려를 통해 이용자에게 감동을 주는 행동을 포함한다(곽의수 외, 2014; Ande et al., 2024).

2.1.3 상호협조

상호협조(Mutual cooperation)는 이용자를 위한 높은 가치를 창출하기 위해 조직구성원들이 서로 돕고 협력하며 팀워크를 증진시키는 행동을 의미한다(Mechinda & Patterson, 2011). 도서관 측면에서 이러한 협조적 행동은 경쟁우위를 확보하고, 경영성과에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 사서의 친사회적행동으로서 그 중요성이 더욱 강조된다(곽의수 외, 2014; Huang & Rust, 2024).

2.2 서비스품질

서비스품질(service quality)은 흔히 친절, 편안함, 환한 웃음과 같은 직관적 이미지를 연상시키지만, 본질적으로는 경영성과와 고객 만족을 토대로 한 종합적 평가를 포함한다(윤영구,

김정후, 2025). 기술 발전으로 유형 제품의 품질 격차가 축소됨에 따라, 서비스와 같은 무형적 가치의 중요성이 점차 부각되고 있다. 도서관의 경우, 정보 제공과 학습 지원과 같은 활동이 서비스 형태로 나타나며, 서비스품질은 이용자가 기대한 수준과 실제 경험한 서비스 간 차이에 대한 지각적 평가로 정의된다(오동근, 2005; 정미옥, 2024). 서비스품질은 제공 과정과 결과를 모두 포함한 전반적 경험에 기반하여 평가되지만, 무형적 특성으로 인해 측정이 어렵다. 이는 생산과 소비가 동시에 이루어지는 서비스 특성상, 실제 경험 시점에서만 평가가 가능하기 때문이다. 경영학 분야에서 개발된 서비스품질 측정 도구 SERVQUAL을 기반으로, 도서관 서비스품질 평가 연구가 본격화되었으며, 이후 도서관 특화 도구인 LibQUAL+가 개발·활용되고 있다. LibQUAL+는 서비스의 영향력(Affect of Service), 정보통제(Information Control), 도서관 장소(Library as Place)의 세 차원으로 구성된다. 먼저 서비스의 영향력은 사서-이용자 상호작용을 중심으로 공감성, 대응성, 신뢰성을 측정하고, 정보통제는 장서 및 전자자원의 범위와 접근성 평가를 하고, 도서관 장소는 물리적 환경의 실용성과 더불어 안식처로서의 상징적 의미 평가(송현경, 2024)한다. LibQUAL+는 각 항목에 대해 최소 기대치(minimum levels), 희망 기대치(desired levels), 현재 인식치(perceived levels)를 측정하여, 기대치-인식치 간 차이를 분석한다(Saufa, 2023). 이는 서비스 적정도(Service Adequacy)는 현재 인식치 - 최소 기대치, 음(-)의 값은 인식치가 최소 기대치 미달, 서비스 우위도(Service Superiority)는 현재 인식치 - 희망 기대치, 양(+)

의 값은 인식치가 희망 기대치 초과이다. 이러한 분석을 통해 도서관은 서비스품질 수준을 정량적으로 파악하고, 기대 대비 부족한 영역과 강점 영역을 명확히 식별할 수 있다.

2.3 서비스가치

서비스가치(service value)는 고객이 주관적으로 평가하는 서비스의 가치로, 서비스 이용을 위해 지불한 비용·희생·노력과 서비스를 통해 얻은 만족·이익·혜택을 비교하여 결정된다(Lusch et al., 2010). 즉, 시간·노력·금전 등과 같은 투입 대비 소비자가 인식한 편익과 밀접한 관련이 있다. 가치는 의견, 신념, 태도, 흥미보다 더 포괄적인 개념으로, 인간 행동에 영향을 미치는 근본적 기준으로 작용한다(Ha et al., 2023). 마케팅 분야에서는 오랫동안 소비자 행동 연구가 태도 중심으로 이루어졌으나, Spates(1983)의 가치 패러다임(value paradigm) 제시 이후 가치의 개념과 구성에 대한 연구가 활발히 진행되었고, 가치가 소비자 행동에 중대한 영향을 미침이 확인되었다(Crowther & Donlan, 2011). 서비스가치는 소비자의 개인적 성향과 특성에 따라 달라질 수 있으며, 일부는 사회적·상징적 가치나 시간적 요소를 중시하는 반면, 다른 일부는 화폐적 가치를 우선시한다(박영진, 양재영, 2016; Pham et al., 2022). 서비스가치는 단순한 비용·가격·품질을 넘어 심리적 관점을 포함하는 복합적 개념이다. 이는 소비자가 서비스에 대해 ‘지불했다고 인식하는 것’과 ‘서비스로부터 느끼는 혜택’을 비교한 결과로서, 전반적인 효용에 대한 평가로 정의할 수 있다. 일반적으로 지각된 서비스 가

격이 지각된 혜택보다 낮다고 인식되면 서비스 가치는 긍정적으로 평가되며, 반대로 지각된 가격이 혜택보다 높다고 판단되면 부정적으로 인식된다(Helkkula et al., 2012). 최근 서비스 산업에서는 서비스품질, 서비스가치, 소비재, 반응재 간의 인과관계와 상호작용을 규명하는 연구가 활발히 진행되고 있으며, 연구 영역도 점차 확장되고 있다. 이는 서비스가치가 단순한 거래 차원을 넘어 고객 경험과 장기적 관계 형성의 핵심 요인임을 시사한다.

2.4 이용자만족

이용자만족(user satisfaction)은 소비자 행동 연구에서 구매 의사결정 과정의 결과 변수이자 소비자의 성취 반응으로, 마케팅 전략상 중요한 의미를 갖는 개념이다. 이는 초기 요구나 기대 수준을 초과하여 충족시킴으로써 재구매와 지속적 이용 의도를 유발하며, 상품·서비스에 대한 신뢰와 선호를 유지·강화하는 상태로 정의된다(Chang & Thai, 2016). 이용자만족 연구는 1965년 이후 본격적으로 체계화되었으며, 최근 20여 년간 소비자, 마케팅, 공공정책 영역에서 주요 연구 주제로 자리매김하고 있다. 초기에는 정서적 반응이나 인지적 판단의 단일 차원으로 이해되었으나, 후속 연구에서는 정서적·인지적 반응이 결합된 다차원적 개념으로 발전하였다(Kar, 2021). 특히 인적 서비스 분야에서도 이용자만족 측정과 활용에 관한 연구가 활발히 진행되면서, 제품·서비스 품질 평가의 보편적 지표로 활용되고 있다. 도서관에서의 이용자만족은 특정 거래나 서비스에 대한 감정적 반응으로, 실제 경험과 기대 간

불일치에서 비롯되는 감정과 이용 전·후 경험
이 결합된 종합적 심리 상태를 의미한다(Chang
& Thai, 2016). Pushparaja et al.(2021)은 이
를 개인적이고 감성적인 반응으로 정의하며, Kar
(2021)은 기대와 실제 경험의 차이에서 발생하
는 흡족함으로 설명한다. 이성신(2013)은 공공
도서관에서 제공되는 서비스의 반복적 이용 경
험과, 이용 전 기대와 이용 후 성과 간 비교를
기반으로 한 인지·감정적 평가 결과로 정의하
였다. 이용자의 기대 수준이 높을수록 더 나은
서비스를 요구하게 되며, 이는 도서관의 서비
스품질 개선과 발전을 촉진한다(천희선, 박지
홍, 2018). 이러한 평가 과정은 도서관 운영자
에게 서비스 수준 향상과 경영 구조 개선의 필
요성을 제기하며, 이용자만족도 측정은 도서관
서비스 질 제고와 활성화를 위한 중요한 관리
도구로 기능한다(Pushparaja et al., 2021).

2.5 친사회적행동, 서비스품질, 서비스가치, 이용자만족에 관한 선행연구

친사회적행동(prosocial behavior)은 공동의
성과를 극대화하기 위한 인간의 긍정적 행동을
의미하며, 인간 상호작용 관계 기술, 사회적 기술,
사교성 등의 개념으로 주로 사용된다(Nielsen et
al., 2025). Hsu와 Lai(2024)의 연구에 따르면,
직무 만족과 조직 몰입과 같은 직원들의 태도,
직무 자율성 및 업무 참여성과 같은 심리적 특
성, 상황적 요인, 조직의 내부 커뮤니케이션 등
이 친사회적행동에 긍정적인 영향을 미치는 것
으로 나타났다. 또한, Huang와 Rust(2024)는
서비스 조직 구성원들이 높은 수준의 조직 지
원을 인식할 때 이를 조직에 대한 보답으로 연

결하여 친사회적행동을 촉진하며, 호텔 직원의
역할 명확성과 심리적 임파워먼트가 친사회적
행동에 직접적인 영향을 미친다고 보고하였다.
친사회적행동은 타인을 돕는 행동, 법규 및 규
칙 준수, 자신의 이익이나 손실에 관계없이 타
인을 위해 행동하는 것, 자신을 희생하며 약자
를 구하는 행동, 그리고 자신의 이익보다 타인
의 이익을 우선시하는 행동 등을 모두 포함한
다(Ande et al., 2024). 이러한 관점에서 항공사
객실 서비스 분야에서는 규정된 역할 행동과 규
정 외 역할 행동을 모두 포함한 친사회적행동의
중요성이 강조된다(Mechinda & Patterson,
2011). 친사회적행동의 영향 요인을 탐구한 연
구로는 Nicolescu와 Tudorache(2022), Ande
et al.(2024) 등이 있으며, 이들 연구는 공통적
으로 개인의 가치관과 서비스가 친사회적행동
과 밀접한 관계가 있음을 보고하고 있다. 콕의
수 외(2014)는 친사회적 서비스 행동의 대상을
고객으로 한정하고, 이를 규정 역할 내 서비스
행동과 규정 역할 외 서비스 행동의 두 가지 하
위 차원으로 구분하여 항공사 직원의 친사회적
서비스 행동이 서비스품질, 서비스가치, 고객만
족에 미치는 영향을 분석하였다.

서비스품질(service quality)은 소비자가 서
비스를 받기 전에 기대한 수준과 실제로 서비
스를 경험한 후 인식한 수준 간의 비교를 통해
평가된다. 즉, 소비자가 경험한 서비스가 기대
한 수준보다 높다고 판단될 때, 서비스품질은
높게 평가된다. 윤영구와 김정후(2025)는 사회
복지기관을 대상으로 서비스품질이 고객 만족,
재이용 의도, 구전 효과에 미치는 영향을 실증
적으로 분석하였다. 임진영(2025)은 피부미용
실을 대상으로 서비스품질이 고객 충성도와 전

환 장벽에 미치는 영향을 분석하였으며, 그 결과 서비스품질이 고객 충성도를 제고하고 전환 장벽을 강화하는 데 중요한 역할을 한다는 점을 확인하였다. 이를 통해, 피부미용실은 고객 만족과 충성도를 유지하기 위해 서비스품질의 세부 요소를 전략적으로 관리할 필요가 있음을 제시하였다. Huang et al.(2017)은 이용자의 지각 가치를 높이기 위해 서비스품질 요인 중 보안성을 우선적으로 평가하였으며, 모바일 전자책 서비스 이용 과정에서 ‘이용 특성’, ‘서비스 품질’, ‘지각가치’, ‘고객만족’, ‘이용의도’ 간의 영향 관계를 분석하였다. 이를 통해 이용자의 만족과 이용 의도를 증대시키기 위한 전략적 접근 방안을 제안하였다. 또한, Malik et al.(2024)은 지역 주민을 위해 개방된 대학도서관을 대상으로, 서비스품질 요인(‘회원 가입’, ‘직원’, ‘시설’, ‘자료’, ‘운영’)과 이용자만족도 및 이용자충성도 간의 관계를 규명하였다. 연구 결과, 이용자의 요구를 지속적으로 파악하고 이에 부합하는 서비스를 제공하는 것이 이용자만족과 충성도를 증진시키는 데 중요하다는 점을 강조하였다.

서비스가치(service value)는 소비자가 제품 및 서비스에 대해 기대하는 이익이나 혜택으로, 소비자가 지불한 가격과 비교하여 평가되는 제품 및 서비스의 전반적인 품질을 의미한다. Lusch et al.(2010)의 연구에 따르면, 서비스가치는 고객의 사후 소비 경험에 기반한 경험적이고 이상적인 소비 가치로, 지각된 가격과 품질 간의 상쇄 효과를 통해 설명된다. 박영진과 양재영(2016)은 소비자가 제품 및 서비스를 이용하기 위해 지불한 금전적 가치, 제품 및 서비스 이용 과정에서 느낀 즐거움의 가치, 그리고 대인관계 측면에서의 사회적 가치를 중

심으로 서비스 가치를 분석하였다. Crowther와 Donlan(2011)은 서비스가치를 고객이 제품이나 서비스를 이용하거나 재구매할 때 소요된 모든 비용과 비교하여 얻는 유용성으로 정의하며, 이는 기업이 제시하는 가치 제안(value proposition)에서 얻는 편익과 그 편익을 얻기 위해 소요된 비용 간의 차이에 의해 평가된다고 주장하였다. 또한, Helkkula et al.(2012)은 소비자가 특정 상품의 유용성을 평가하는 과정을 통해 서비스 가치를 설명하였으며, 특히 특급호텔의 사례를 통해 고객이 서비스 구매를 위해 부담하는 화폐적·비화폐적 비용과 서비스를 통해 얻은 효용 간의 비교를 연구하였다. 이와 같이 서비스 가치는 지각된 가치(perceived value), 고객가치(customer value), 소비자가치(consumer value) 등으로 혼용되어 다양한 분야에서 연구되고 있다.

이용자만족(user satisfaction)은 단순히 이용자가 바라는 사항을 적절히 실현하는 것을 의미하지만, 시간이 지남에 따라 이러한 단순한 요구사항 실현의 의미를 넘어서는 개념으로 확장되었다. 이용자만족은 이용자의 기대와 실제 소비 경험 간의 불일치에서 비롯된 감정과 사전적 감정이 복합적으로 결합하여 발생하는 종합적 심리 상태로, 다양한 속성으로부터 유도될 수 있으며 이에 따라 여러 측면에서 연구되고 있다. Chang과 Thai(2016)는 브랜드 온라인 커뮤니티의 공동체 의식 구성 요소인 소속감, 상호 영향 의식, 유대감이 브랜드 커뮤니티 동일시 감정을 매개로 하여 브랜드에 대한 고객의 호의적 태도에 영향을 미친다고 설명하였다. Kar(2021)은 온라인 게임 커뮤니티의 공동체 의식과 게임 이용자 만족도의 상관관계를

분석한 결과, 커뮤니티에 대한 소속감이 이용자 만족도에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 도출하였다. Banerjee(2017)는 호텔을 이용한 여성 고객을 대상으로 설문을 진행한 결과, 호텔에서 제공하는 친밀감 프로그램 및 커뮤니티 형성 프로그램이 고객만족도에 유의미한 영향을 미친다고 밝혔다. Pushparaja et al.(2021)은 이러닝 이용자를 대상으로 한 연구에서, 이러닝 이용자들 간의 상호작용성과 이용자와 서비스 제공자 간의 상호작용성, 그리고 이용자들의 소속감이 이용자만족도에 영향을 미친다는 결과를 제시하였다. 또한, Heinrichs et al.(2005)은 웨인 주립대학 도서관 이용자들을 대상으로 도서관 만족도에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과, 도서관 공간 차원에서 단체 학습 공간 제공이 조용하고 독립적인 공간 제공보다 이용자 만족도에 더 중요한 영향을 미친다는 점을 입증하였다(이성신, 2013). 도서관은 이용자 관점에서 서비스 성과를 측정하고 평가하기 위해 이용자만족도 평가를 도입해왔다. 그러나 이용자만족은 여러 요인에 의해 도출될 수 있음에도 불구하고, 도서관 분야에서는 주로 서비스품질 요인을 중심으로 연구가 진행되고 있는 실정이다.

3. 연구방법

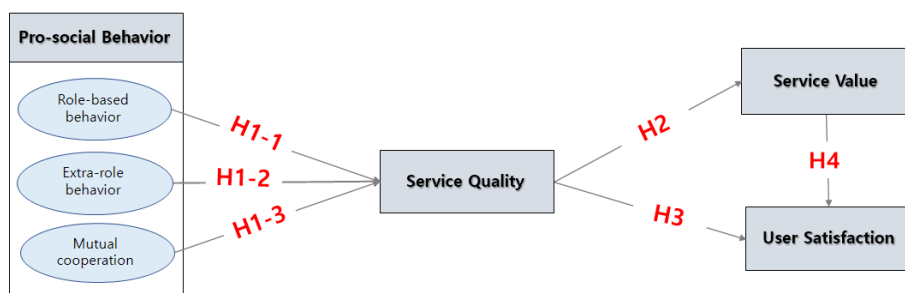
3.1 연구모형 및 연구가설

공공도서관 사서의 친사회적행동이 서비스 품질, 서비스가치, 이용자만족에 미치는 영향을 파악하기 위해 구조방정식모형을 적용하여 다음과 같은 연구모형을 <그림 1>과 같이 설정하였다.

이러한 연구모형에 따라 다음과 같이 연구가설을 설정하였다(<표 1> 참조).

3.2 측정도구

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 사용된 측정도구는 설문지이다. 설문지의 구성내용은 인구통계학적 특성을 묻는 9문항, 독립변인인 친사회적행동을 묻는 15문항, 매개변인인 서비스 품질을 묻는 5문항, 서비스가치를 묻는 5문항, 종속변인인 이용자만족을 묻는 5문항의 총 39 문항으로 구성되었다. 각 문항의 응답은 Likert 5점 척도를 사용하였으며, 매우그렇다(5점)-전혀그렇지않다(1점)으로 사용된 측정도구의 구성은 <표 2>와 같다.



<그림 1> 연구모형

〈표 1〉 연구가설

가설		내용
H1	H1-1	친사회적행동(역할내 행동)은 서비스품질에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
	H1-2	친사회적행동(역할외 행동)은 서비스품질에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
	H1-3	친사회적행동(상호협조)은 서비스품질에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2		서비스품질은 서비스가치에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3		서비스품질은 이용자만족에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4		서비스가치는 이용자만족에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

〈표 2〉 측정도구 구성

변수		문항 수	측정 문항	출처
친사회적행동	역할내 행동	5	<ul style="list-style-type: none">• 직원이 내가 요구하는 것을 잘 수행• 직원이 업무 처리 시 정해진 절차를 잘 준수• 직원이 매뉴얼에 명시된 만큼 나에게 책임을 다함• 직원이 나의 기대에 맞는 서비스 행동을 적절히 제공• 직원이 내가 필요로 하는 것을 중심으로 도와줌	곽의수 외(2014), Mechinda와 Patterson(2011), Nicolescu와 Tudorache(2022), Ande et al.(2024), Huang와 Rust(2024)
	역할외 행동	5	<ul style="list-style-type: none">• 직원이 나를 위해 직무에서 정해진 것 이상의 역할도 자발적으로 수행• 직원이 내가 요구하거나 기대하는 것 이상의 서비스를 제공함• 직원이 때때로 나에게 서비스를 제공할 때 주어진 업무 이상의 일도 하려고 함• 직원이 나를 만족시키기 위한 방법이 있다면 기꺼이 수행• 직원이 나를 돕기 위해 매뉴얼에 없는 일이라도 기꺼이 수행	
	상호 협조	5	<ul style="list-style-type: none">• 직원이 업무가 많은 다른 직원들을 돕는 모습을 보임• 직원이 부서의 다른 직원들을 도움 준비가 항상 되어 있는 것으로 보임• 직원이 자발적으로 다른 직원들을 돕기 위해 시간을 할애하는 모습으로 보임• 직원이 쾌적한 환경을 유지하기 위해 지속적으로 노력하는 모습을 보임• 직원이 다른 사람의 입장에서 생각하는 모습을 보임	
서비스 품질		5	<ul style="list-style-type: none">• 도서관의 사서는 문의 시 즉각적인 응답함• 도서관은 다양한 프로그램을 운영함• 도서관은 이용하기에 적절한 인쇄자료를 소장• 도서관은 홈페이지에서 필요한 정보를 검색 가능함• 도서관은 이용자의 활동을 위한 조용한 분위기를 제공함	임진영(2025), Huang et al.(2017), Malik et al.(2024)
서비스 가치		5	<ul style="list-style-type: none">• 도서관을 선택하는 것은 현명한 선택임• 도서관의 자료는 접근하기 쉬움• 도서관 이용 시 시간과 노력은 아깝지 않음• 도서관은 높은 수준의 서비스를 제공함• 도서관의 서비스는 이용하는 데 소요되는 시간에 비해서 가치가 있음	박영진과 양재영(2016), Crowther와 Donlan(2011), Helkkula et al.(2012)
이용자 만족		5	<ul style="list-style-type: none">• 도서관 서비스에 대해 전반적으로 만족• 도서관의 직원들이 제공하는 서비스에 전반적으로 만족• 도서관이 제공하는 서비스품질에 대해서도 전반적으로 만족• 도서관의 시설과 분위기에 대해서도 전반적으로 만족• 도서관을 계속 이용	이성신(2013), Chang과 Thai(2016), Pushparaja et al.(2021)

3.2.1 친사회적행동(Pro-social Behavior)

타인을 이롭게 하려는 자발적 행동에 관한 척도로서 콕의수 외(2014), Mechinda와 Patterson (2011), Nicolescu와 Tudorache(2022), Ande et al.(2024) 그리고 Huang와 Rust(2024)가 사용한 척도를 이 연구에 맞도록 수정·보완하여 사용하였다. 친사회적행동의 하위변인은 역할내 행동, 역할외 행동, 상호협조의 총 4개 요인으로 각각 5문항씩 총 15문항으로 구성하였다.

3.2.2 서비스품질(Service Quality)

지각된 품질을 제품에 대한 전반적 우수성이나 우월성에 대한 고객의 판단 등에 관한 척도로서 임진영(2025), Huang et al.(2017) 그리고 Malik et al.(2024)이 사용한 척도를 이 연구에 맞도록 수정·보완하여 사용하였다. 1개 요인으로 5문항으로 구성하였다.

3.2.3 서비스가치(Service Value)

이용자가 서비스에 대해 지불한다고 생각하는 노력, 시간 등에 대한 대가로 이용자가 서비스 효용에 대한 주관적이고 전반적인 지각적 평가 과정을 측정하는 척도로서 박영진과 양재영(2016), Crowther와 Donlan(2011) 그리고 Helkkula et al.(2012)가 사용한 척도를 이 연구에 맞도록 수정·보완하여 사용하였다. 요인은 총 5문항으로 구성하였다.

3.2.4 이용자만족(User Satisfaction)

이용자만족은 제품이나 서비스의 사용 직후 이용자의 인지적 과정에 의해 결정된 결과물과정을 측정하는 척도로서 이성신(2013), Chang과 Thai(2016) 그리고 Pushparaja et al.(2021)

이 사용한 척도를 이 연구에 맞도록 수정·보완하여 사용하였다. 요인은 총 5문항으로 구성하였다.

3.3 연구대상 및 자료수집

본 연구는 공공도서관 사서의 친사회적행동이 서비스품질, 서비스가치, 그리고 이용자만족에 미치는 영향을 규명하고자 수행되었다. 연구 대상의 모집단은 서울특별시 A자치구 공공도서관 이용자로 설정하였으며, A자치구는 다양한 연령층과 직업군이 거주하는 도시적 복합 지역이면서 인구 구성은 청년층부터 고령층까지 고르게 분포되어 있고, 다문화 가정과 1인가구의 비율도 증가 추세에 있다. 이는 공공도서관의 다양한 서비스 수요를 반영하는 데 적합한 환경이라 할 수 있어 2025년 5월 12일부터 5월 30일까지 설문 조사를 진행하였다. 총 350부의 설문지를 배부하였으며, 이 중 모든 문항에 성실히 응답한 314부를 최종 분석에 활용하였다. 수집된 자료는 SPSSWIN Ver. 17과 AMOS 17 프로그램을 사용하여 분석하였다. 신뢰성 검증, 탐색적 요인분석, 확인적 요인분석, 그리고 구조방정식 모형 분석을 실시하여 연구모형의 적합성과 변수 간 관계를 검증하였다(〈표 3〉 참조).

3.4 측정도구의 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구에서는 측정도구의 타당성과 신뢰성을 검증하기 위해 KMO 측도, Bartlett 구형성 검정, 구성신뢰도(CR), 평균분산추출(AVE)을 사용하였다. KMO는 변수 간 상관관계가 요인 분석에 적합한지 판단하는 지표로, 0.6 이상이면 적합하며 0.8 이상이면 우수하다. Bartlett 검정

〈표 3〉 분석 방법

구분	내용	통계기법
기초통계분석	인구통계	빈도분석, 기술통계분석
	타당성 분석	주성분분석, 베리맥스 회전에 의한 요인분석
	신뢰성 분석	Cronbach's α 계수
	변수간 관련성	Person 상관계수 분석
가설검증	가설	구조방정식 분석

은 상관행렬이 단위행렬인지 확인하며, $p < 0.05$ 일 때 요인분석이 가능하다. CR은 0.7 이상이면 신뢰성이 확보되며, AVE는 0.5 이상일 때 수렴타당성이 인정된다. 본 연구의 분석 결과, 모든 지표가 기준을 충족하여 측정모형의 타당성과 신뢰성이 확보되었다.

3.4.1 외생변수의 신뢰성 및 타당성

외생변수로서 독립변수의 친사회적행동(역할내 행동, 역할외 행동, 상호협조)에 대한 요인분석 결과, KMO 측도는 .783로 높은 적합도를 보여주었다. Bartlett의 구형성 검정 결과는 $\chi^2 = 1338.964^{***}$ 로 유의하게 나타나 요인분석 모형은 적합한 것으로 나타났다. 역할내 행동은 5개의 측정항목, 역할외 행동은 4개의 측정항목, 상호협조는 3개의 측정항목으로 범주화되었다. 친사회적행동(역할내 행동, 역할외 행동, 상호협조)의 요인은 62.832%의 요인 설명력을 보였다. 신뢰성을 분석한 결과 요인들의 Cronbach's α 계수는 역할내 행동은 .776, 역할외 행동은 .815, 상호협조는 .718로 적합한 신뢰성을 보였으며, 요인분석 및 신뢰성 분석의 결과는 〈표 4〉와 같다.

3.4.2 내생변수의 신뢰성 및 타당도

내생변수 서비스품질, 서비스가치, 이용자만

족의 탐색요인 분석결과, KMO 측도는 .758로 높은 적합도를 보여주었다. Bartlett의 구형성 검정 결과는 $\chi^2 = 1235.622^{***}$ 로 유의하게 나타나 요인분석 모형은 적합한 것으로 판단되었다. 서비스품질은 3개, 서비스가치는 3개, 이용자만족은 5개의 측정항목으로 범주화되었다. 내생변수는 62.901%의 만족할 만한 요인 설명력을 나타냈다. 각 요인의 Cronbach's α 계수는 서비스품질 .689, 서비스가치 .676, 이용자만족 .888로 나타났다. 변수들의 요인분석 및 신뢰성 분석에 대한 세부 결과는 〈표 5〉와 같다.

4. 연구결과

4.1 기술 통계

본 연구의 설문조사로 수집된 데이터(N=314)의 인구통계학적 특성은 다음의 〈표 6〉과 같다.

조사대상자의 성별 분포를 살펴보면, 여자가 218명(69.4%), 연령분포는 40~49세가 84명(26.8%), 결혼유무는 기혼이 223명(71.1%), 학력은 대학교 졸업이 238(75.8%)명, 직업은 주부가 116(36.9%)명, 생활수준은 중이 188(61.0%)명 순으로 분석되었다. 또한 도서관 방문목적은 도서관이용이 136(43.3%)명, 도서관 방문횟수는

〈표 4〉 외생변수(친사회적행동)에 대한 요인분석 및 신뢰성 분석결과

항목	요인			Communality	Cronbach's α 계수
	역할내 행동	역할외 행동	상호협조		
역할내 행동1	.663	.360	-.181	.602	.776
역할내 행동2	.728	.141	-.092	.559	
역할내 행동3	.818	.056	-.167	.699	
역할내 행동4	.746	-.159	.189	.617	
역할내 행동5	.654	-.068	.325	.537	
역할외 행동1	-.120	.598	.472	.595	.815
역할외 행동2	.127	.850	.167	.767	
역할외 행동3	.134	.830	.123	.722	
역할외 행동4	-.023	.633	.431	.587	
상호협조1	.072	.181	.849	.760	.718
상호협조2	.023	.138	.782	.631	
상호협조5	-.061	.296	.554	.398	
eigen-value	2.680	2.491	2.303		
% of Variance	22.733	20.760	19.590		
Cumulative %	62.283				
KMO 측도	.783				
Bartlett의 구형성 검정	$\chi^2 = 1338.964^{***}$				

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

〈표 5〉 내생변수(서비스품질, 서비스가치, 이용자만족)에 대한 측정도구의 요인분석 및 신뢰성 분석 결과

항목	요인			Communality	Cronbach's α 계수
	서비스품질	서비스가치	이용자만족		
서비스품질1	.785	.000	.134	.635	.689
서비스품질2	.817	.055	.083	.677	
서비스품질3	.601	.041	.070	.368	
서비스가치1	-.016	-.052	.827	.687	.676
서비스가치2	.101	.015	.765	.596	
서비스가치3	.233	-.030	.647	.475	
이용자만족1	.014	.785	.008	.616	.888
이용자만족2	.022	.836	.032	.700	
이용자만족3	-.023	.847	-.011	.718	
이용자만족4	.134	.861	-.060	.762	
이용자만족5	.018	.825	-.071	.686	
eigen-value	1.729	3.461	1.729		
% of Variance	15.720	31.467	15.714		
Cumulative %	62.901				
KMO 측도	.758				
Bartlett의 구형성 검정	$\chi^2 = 1235.622^{***}$				

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

〈표 6〉 인구통계학적 특성

내용		빈도	퍼센트(%)
성별	남성	96	30.6
	여성	218	69.4
연령	20대 미만	28	8.9
	20 ~ 29	49	15.6
	30 ~ 39	48	15.2
	40 ~ 49	84	26.8
	50 ~ 59	49	15.6
	60대 이상	56	17.8
결혼유무	미혼	91	28.9
	기혼	223	71.1
학력	고등학교 이하	17	4.8
	전문대학 졸업	36	11.5
	대학교 졸업	238	75.8
	대학원 재학 및 이상	23	7.3
직업	공무원	31	9.9
	사무원	52	16.6
	자영업	58	18.5
	전문직	25	8.4
	주부	116	36.9
	무직	32	10.2
	학생	30	9.6
생활수준	상	59	16.9
	중	188	61.0
	하	67	22.0
도서관 방문목적	도서 이용	136	43.3
	문화프로그램 참여	67	21.3
	지인과 만남	15	4.5
	자료 검색	24	7.4
	공부	40	12.7
	커뮤니티 활동	13	4.1
	타장소 이동	4	1.3
도서관 방문횟수	주 1회	56	17.8
	주 2회	126	40.1
	주 3~4회	76	24.2
	주 5~6회	26	8.3
	매일	19	6.5
	불특정	11	3.5
도서관 머무는 시간	약 1시간 미만	47	15.8
	약 1시간~2시간 미만	124	39.5
	약 2시간~3시간 미만	109	34.7
	약 3시간 이상	44	14.0
합계		314	100.0

주 1~2회로 126(40.1%)명, 도서관에 머무는 시간은 약 1시간~2시간 미만으로 124(39.5%)명으로 가장 높게 나타났다.

4.2 구조방정식 모형분석

본 연구에서는 구조방정식 모형 분석에 앞서 변수들의 단일차원성 확보를 위해 확인적 요인 분석을 실시하였다. 이 과정에서 일부 문항은 공통성(h^2)이 낮거나 요인적재량이 기준치(0.5) 미만으로 나타났으며, 다중 요인에 중복 적재되는 문제가 확인되었다. 이에 따라 요인구조의 명확성과 측정의 타당성을 확보하기 위해 역할

내 행동 2개, 역할외 행동 1개, 상호협조 2개, 서비스품질 2개, 서비스가치 2개, 이용자만족 1개의 측정변수는 다중상관치(SMC: Squared Multiple Correlations)가 낮아 단일차원성을 저해하는 것으로 판단되어 제거하였다. 이후 각 잠재요인을 구성하는 측정항목들의 표준화 요인부하량이 모두 통계적으로 유의한 수준($t > 2.0$)을 보여 집중타당성(convergent validity)이 확보되었음을 확인하였다(Steenkamp & Van Trijp, 1991). 이에 각 요인의 대표성을 평가하기 위해 복합신뢰도(CR: Construct Reliability)와 평균 분산추출(AVE: Average Variance Extracted)을 산출하였으며, <표 7>에 나타난 바와 같이 모

<표 7> 변수들의 확인적 요인분석 및 복합신뢰도, 평균분산추출

구분	요인명	변수	표준화 계수	표준 오차	t 값	CR	AVE			
친사회적행동	역할내 행동	1	0.723	-	-	0.799	0.667			
		2	0.667	0.142	6.558					
		4	0.459	0.108	5.947					
	역할외 행동	2	0.734	0.09	9.684	0.887	0.598			
		3	0.755	0.077	11.709					
		4	0.807	-	-					
		5	0.656	0.073	10.764					
	상호협조	1	0.904	-	-	0.868	0.784			
		2	0.759	0.078	11.082					
		5	0.437	0.067	7.137					
서비스품질		1	0.666	-	-	0.786	0.646			
		2	0.692	0.144	6.63					
		3	0.423	0.109	5.575					
서비스가치		2	0.627	0.145	6.283	0.795	0.536			
		3	0.508	0.131	5.98					
		4	0.682	-	-					
이용자만족		1	0.611	0.06	11.778	0.924	0.562			
		3	0.782	0.054	16.649					
		4	0.907	-	-					
		5	0.829	0.054	18.074					
적합 지수	χ^2	df	p	CFI	GFI	IFI	NFI	AGFI	RMR	RMSEA
	309.943	148	.001	0.919	.913	0.920	0.858	0.877	0.003	0.059

든 요인이 권장 기준을 충족하여 타당성과 신뢰성을 확보한 것으로 판단된다.

판별타당성(discriminant validity)은 각 변수의 평균분산추출값(AVE)이 해당 변수와 다른 구성개념 간의 상관계수의 제곱값보다 클 때 확보된 것으로 평가된다. 본 연구에서 판별타당성 검증 결과, <표 8>과 같이 모든 구성개념 간 상관계수 제곱값이 각 변수의 AVE 값보다 낮게 나타나, 본 연구의 측정변수들이 상호 간에 명확히 구분되는 판별타당성을 충족함을 확인하였다.

4.3 가설검증

공공도서관 사서의 친사회적행동이 서비스

품질, 서비스가치, 이용자만족에 미치는 영향의 관계는 선행연구를 통하여 설정한 가설 H1-1, H1-2, H1-3, H2, H3, H4를 검증하기 위해서 구조방정식 모형 분석을 실시하여 <표 9>와 같은 결과를 얻었다.

H1-1 친사회적행동(역할내 행동)은 서비스 품질에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 경로계수가 0.193($t=2.688^{**}$)으로 나타나 가설 H1-1은 채택되었고, H1-2 친사회적행동(역할외 행동)은 서비스품질에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 경로계수가 0.237($t=3.155^{**}$)로 나타나 가설 H1-2는 채택되었다. 이용자가 요구하고 필요로 하는 것 위주로 돕는 것, 매뉴얼에 명시된 이상의 이용자에 대한 책임을 다할 뿐만 아니라,

<표 8> 판별타당성 분석

	역할내 행동	역할외 행동	상호협조	서비스 품질	서비스 가치	이용자 만족
역할내 행동	0.667	0.1043	0.0137	0.0112	0.0013	0.0002
역할외 행동	0.323	0.598	0.2820	0.0511	0.0058	0.0009
상호협조	0.117	0.531	0.784	0.040	0.004	0.0007
서비스품질	0.106	0.226	0.2	0.46	0.1136	0.0180
서비스가치	0.036	0.076	0.067	0.337	0.536	0.0070
이용자만족	0.014	0.03	0.027	0.135	0.082	0.562

주) 대각선 셀의 숫자: 평균분산추출(AVE), 대각선 아래 상관계수(r), 대각선 위 상관계수 제곱값(r^2)

<표 9> 구조방정식 모형 분석 결과

가설	경로				표준화계수			t 값(p)		가설 검정	
H1-1	역할내 행동	-->	서비스품질		0.193			2.688**		가설 채택	
H1-2	역할외 행동	-->	서비스품질		0.237			3.155**		가설 채택	
H1-3	상호협조	-->	서비스품질		0.097			1.047		가설 기각	
H2	서비스품질	-->	서비스가치		0.337			3.613***		가설 채택	
H3	서비스품질	-->	이용자만족		0.184			2.912**		가설 채택	
H4	서비스가치	-->	이용자만족		0.244			2.726**		가설 채택	
적합 지수	χ^2	df	p	CFI	GFI	IFI	NFI	AGFI	RMR	RMSEA	
	323.093	154	.001	0.915	0.908	0.916	0.852	0.875	0.032	0.059	

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

이용자가 기대하는 이상의 서비스를 자발적으로 수행하는 것으로 나타났다. 때때로 이용자에게 서비스 제공 시 주어진 업무 이상의 일도 하려고 하고, 이용자를 만족시키기 위한 방법이 있다면 기꺼이 수행하였다. 다만 H1-3 친사회적 행동(상호협조)은 서비스품질에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 경로계수가 0.097($t=1.047$)로 나타나 가설 H1-3은 기각되었다. 이러한 결과는 일반적으로 조직 내 상호협조적 행동은 협업 효율성 및 조직문화 개선에 기여하며, 궁극적으로 서비스품질 향상에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다. 그러나 본 연구에서는 해당 변수의 효과가 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 다음과 같은 해석이 가능하다. 첫째, 상호협조적 행동은 사서 간 내부적 관계에 국한되기 때문에, 도서관 이용자가 체감하는 직접적인 서비스품질과는 거리가 있을 수 있다. 다시 말해, 상호협조가 조직 내부의 효율성이나 업무 만족도에는 기여하더라도, 그 영향이 외부 이용자 경험으로 가시화되기까지는 한계가 있을 수 있다. 둘째, 이용자들은 사서 개개인의 직접적인 응대나 서비스 태도를 중심으로 서비스 품질을 판단하는 경향이 있으며, 사서 간 협업 수준은 인지하기 어려운 영역일 수 있다. 마지막으로, 조직의 운영 구조나 인력 배치, 서비스 시스템 자체가 이미 협업을 전제로 설계되어 있어 상호협조의 가시적인 효과가 덜 드러났을 가능성도 존재한다. 업무가 많은 다른 구성원들을 돕는 것과, 구성원들을 도울 준비가 항상 되어 있음이 보이는 것, 구성원들의 지속적인 환경 관리 노력 등은 서비스 품질에 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 따라서 친사회적행동은 서비

스 품질에 영향을 주었다. 세부영역에서는 역할 내 행동, 역할외 행동은 서비스 품질에 상관관계를 보이고 있음을 알 수 있다. 이러한 결과는 기존의 콕의수 외(2014), Mechinda와 Patterson (2011), Ande et al.(2024) 그리고 Huang와 Rust(2024)의 연구 등과 맥락을 같이한다.

H2 서비스품질은 서비스가치에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 경로계수가 0.337($t=3.613^{***}$)로 나타나 가설 H2는 채택되었다. 따라서 서비스 품질은 서비스가치에 영향을 미쳤다. 도서관은 이용자 문의 시 사서가 즉각적인 응답을 하고, 다양한 프로그램을 운영하고, 이용하기에 적절한 인쇄자료를 소장뿐만 아니라, 홈페이지에서 필요한 정보를 검색 가능하고, 이용자의 활동을 위한 조용한 분위기를 제공하는 이러한 서비스 품질은 이용자가 지각하는 평가는 서비스가치에 영향이 있음을 확인하였다. 이러한 결과는 기존의 윤영구와 김정후(2025), Malik et al.(2024)의 연구결과와 일치한다.

H3 서비스품질은 이용자만족에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 예측하였는데, 분석 결과, 경로계수가 각각 0.184($t=2.912^{**}$)로 나타나 가설 H은 채택되었다. 서비스 품질은 이용자만족에 영향을 미친다는 것은, 서비스 품질이 높아질수록 이용자들이 느끼는 만족이 함께 증가한다는 뜻이다. 서비스 품질의 향상이 이용자들의 만족도를 높이는 데 실질적이고 통계적으로 유의한 역할을 한다는 것을 보여준다. 즉 공공도서관이 제공하는 서비스의 질이 좋아질수록 이용자들이 느끼는 만족감도 커지며, 이는 도서관 운영에 중요한 근거가 된다. 박영진과 양재영(2016), Helkkula et al.(2012)의 연구결과와 일치함을 알 수 있다.

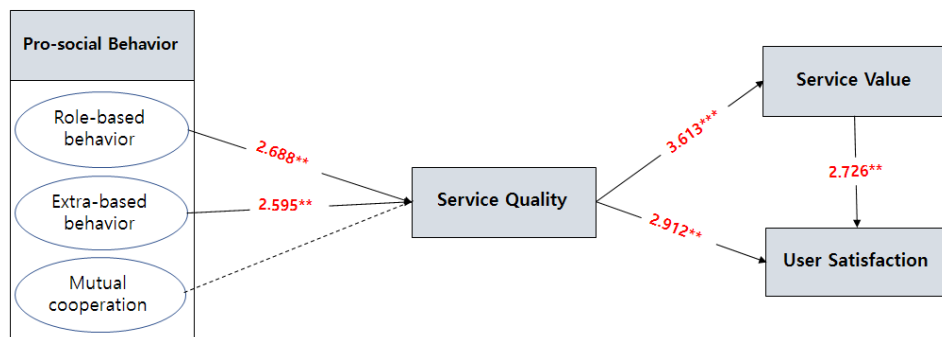
H4 서비스가치는 이용자만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 경로계수가 0.244($t=2.726^{**}$)로 나타나 가설 H4는 채택되었다. 공공도서관 서비스가치가 이용자만족에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 것은, 이용자들이 도서관에서 받는 서비스의 가치가 높을수록 그만큼 만족도도 증가한다는 것을 의미한다. 이용자들이 도서관 서비스를 통해 느끼는 가치가 커질 때, 그들이 경험하는 만족감 역시 증가하는 경향이 있다는 뜻이다. 따라서, 공공도서관이 제공하는 서비스가 이용자에게 실질적이고 긍정적인 가치를 제공할수록 이용자 만족도가 높아지며, 이는 도서관 서비스 개선에 중요한 지표로 작용한다. 이러한 결과는 기존의 이성신(2013), Pushparaja et al.(2021)의 연구결과와 맥을 같이 함을 알 수 있다.

결과적으로 공공도서관 사서의 친사회적행동이 서비스품질과 서비스가치 및 이용자만족에 영향을 미치며, 세부영역에서는 '역할내 행동'이 가장 높았고, '상호협조'가 가장 낮게 나타났다. 공공도서관 사서의 친사회적행동은 도서관 서비스의 전반적인 질과 가치, 그리고 이용자들이 느끼는 만족도에 중요한 영향을 미친다

는 점이 확인되었다. 이는 곧 서비스 제공 과정에서 이용자에게 보다 친절하고 세심한 응대, 문제 해결을 위한 적극적 노력 등으로 나타나 서비스품질과 서비스가치가 높아지게 된다. 이로 인해 이용자들의 만족도 역시 상승하는 결과를 가져오게 된다. 공공도서관 서비스의 질과 이용자 만족을 높이기 위해서는 사서 개인의 역할 수행 능력과 책임감을 강화하는 동시에, 조직 내 상호협조를 촉진하는 노력이 필요하다. 이를 통해 사서들의 친사회적 행동이 보다 전방위적으로 발휘되어 도서관 서비스 전반의 수준 향상에 기여할 수 있을 것이다(<그림 2> 참조).

5. 결론 및 제언

서비스품질이 서비스가치와 이용자만족에 긍정적인 영향을 미친다는 점은 다수의 선행연구를 통해 반복적으로 입증되어 왔다. 그러나 이러한 결과는 대체로 서비스 전반의 질적 수준에 초점을 둔 것으로, 서비스 제공자인 사서의 개인적 행동 특성, 특히 친사회적행동이 이용자만족에 어떠한 영향을 미치는지에 대해서는



〈그림 2〉 연구모형 분석결과

구체적으로 다루이지 않았다. 따라서 본 연구가 실질적인 학문적 기여를 하기 위해서는, 사서의 친사회적행동이 단순히 서비스품질에 영향을 미치는지를 넘어, 이 행동이 이용자만족에 직접적으로 또는 서비스품질과 서비스가치를 매개로 어떠한 과정을 통해 영향을 미치는지를 구조적으로 규명하는 데 목적이 있다. 이러한 분석은 사서의 친사회적행동이 이용자 경험에 미치는 심리적·정서적 영향 경로를 보다 명확히 밝혀냄으로써, 도서관 서비스 개선을 위한 실천적 시사점을 제공할 수 있다. 연구가설에 대한 실증분석 결과와 이에 따른 제언은 다음과 같다.

첫째, 친사회적행동(역할내 행동, 역할외 행동, 상호협조)은 서비스품질에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 사서의 친사회적행동이 이용자에게 제공되는 서비스의 질을 향상시키고, 궁극적으로 서비스가치와 이용자만족도를 높이는 데 중요한 역할을 한다는 것을 의미한다. 따라서 공공도서관의 서비스향상을 위해 사서의 친사회적행동을 적극적으로 촉진하는 것이 필요하다. 사서가 자신의 직무 범위 내외에서 적극적으로 친사회적행동을 발휘하고, 동료 및 이용자와 원활한 협력 관계를 형성할 때 이용자 만족도가 높아짐을 시사한다. 이에 따라, 사서들의 역할내 행동, 역할외 행동, 상호협조를 증진할 수 있는 교육 및 워크숍을 정기적으로 실시하며, 팀워크와 협력 문화를 조성하여 친사회적행동이 자연스럽게 나타나도록 친사회적행동 촉진 프로그램 개발 및 운영을 지원하는 것이 필요하다. 또한 인사고과 및 승진 평가 항목에 포함시켜 사서들의 동기를 부여하고 친사회적행동이 우수한 사서에

대해 포상 및 인센티브를 제공하는 인사 및 평가 시스템에 반영하는 것이다. 이용자 만족도 조사 및 서비스품질 평가를 정기적으로 실시하여 사서의 친사회적행동과 서비스 질 간의 연계를 모니터링하고, 평가 결과를 바탕으로 개선사항을 도출하고, 사서들에게 피드백을 제공하여 지속적인 서비스품질 향상을 유도하는 서비스품질 모니터링 및 피드백 시스템을 구축하는 것이다. 조직 문화를 형성하기 위해 상호 존중과 협력을 강조하는 내부정책을 마련하고, 사서들이 자발적으로 협력할 수 있는 환경과 자원을 제공하는 조직문화 개선 및 지원을 조성해야 할 필요함을 시사한다.

둘째, 서비스품질은 서비스가치와 이용자만족에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이용자가 인지하는 서비스의 질이 높아질수록, 그 서비스가 제공하는 가치가 상승하며, 이에 따라 이용자의 전반적인 만족도가 향상된다는 것을 의미한다. 공공도서관에서 제공되는 서비스품질은 예를 들어, 신속한 업무처리, 정확한 정보제공, 친절한 응대, 편리한 시설 및 환경 등이 개선될수록 이용자들은 도서관 서비스가 자신에게 제공하는 효용과 만족감을 더욱 높게 평가하게 된다는 것이다. 서비스가치는 단순히 물리적, 기능적 측면을 넘어 이용자가 느끼는 심리적 만족감, 신뢰도, 기대 충족 등을 포괄하며, 이는 궁극적으로 이용자의 지속적인 이용 의사와 긍정적 입소문으로 이어진다. 따라서 서비스품질은 도서관 서비스의 경쟁력과 지속가능성을 좌우하는 핵심 요인임을 알 수 있다. 이를 통해 공공도서관이 지역사회 내에서 중요한 정보·문화 인프라로서의 역할을 더욱 효과적으로 수행할 수 있음을 시사한다.

다. 도서관 서비스의 핵심 영역별(자료 대출, 정보 안내, 프로그램 운영 등) 서비스품질 기준을 명확히 정의하고, 사서 및 직원들이 준수할 수 있도록 매뉴얼을 개발할 뿐만 아니라 품질 점검 항목을 정기적으로 리뷰하고 개선사항을 반영하는 서비스품질 기준 및 매뉴얼 개발이 필요하다. 친절, 고객 응대, 문제 해결 능력 강화 교육을 정기적으로 실시하여 사서의 서비스 역량을 높이고, 이용자와의 상호작용에서 발생할 수 있는 다양한 상황에 대한 시뮬레이션 교육도 포함하는 직원 교육 및 역량 강화가 이루어져야 할 것이다. 이용자의 접근성 편의성 증대를 위해 도서관 내·외부 시설을 개선하고, 디지털 서비스의 사용 편리성을 강화하면서, 다양한 이용자 요구에 맞춘 맞춤형 서비스 및 프로그램을 개발하는 이용자 중심 서비스 환경 조성이 중요하다. 설문조사, 의견함, 온라인 리뷰 등 다양한 채널을 통해 이용자의 서비스 경험을 꾸준히 수집하고, 수집된 데이터를 바탕으로 문제점을 신속히 파악하고, 개선 조치를 투명하게 공개하여 신뢰를 구축하는 이용자 피드백 체계 구축 및 운영이 되어야 할 것이다. 도서관 서비스가 제공하는 가치를 지역사회에 적극 홍보하여 이용자의 인식을 제고하고, 이용자 참여 프로그램, 지역 행사와 연계한 홍보 활동을 강화하는 서비스 가치 홍보 및 인식 개선 마련이 필요하다.

셋째, 서비스가치는 이용자만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 공공도서관에서 제공되는 서비스 가치가 높게 평가될수록, 이용자들이 도서관 서비스에 대해 더 큰 만족감을 느낀다는 것을 의미한다. 서비스가치는 단순히 물리적 혜택이나 기능적 측면에 그

치지 않고, 이용자가 경험하는 심리적 가치, 편리함, 기대 충족, 감정적 유대감 등을 포함한다. 즉, 사서의 친절한 태도, 도서관 자료의 유용성, 쾌적한 시설, 프로그램 참여 경험 등은 모두 이용자들이 도서관에서 느끼는 서비스 가치를 결정짓는 요소이다. 이용자가 이러한 가치를 크게 느끼면, 도서관에 대한 전반적인 만족도가 상승하며, 이는 재방문 의도, 긍정적 구전, 도서관 이미지 향상 등으로 이어진다. 따라서 공공도서관이 단순한 자료제공 공간을 넘어 지역사회 지식·문화 중심지로 자리매김하기 위해서는 서비스 가치를 지속적으로 강화해야 함을 시사한다. 이용자의 연령, 직업, 관심사 등을 고려한 맞춤형 정보서비스, 추천 도서서비스, 개별 상담 서비스를 강화하는 맞춤형 가치 제공 서비스를 확대하는 것이다. 예를 들어 청년층을 위한 진로·취업 정보제공, 시니어 대상 건강정보프로그램, 어린이 독서 지도 등이다. 또한 다양한 고부가가치 프로그램을 기획하고, 지역사회 이슈(환경, 지역 역사 등)를 반영한 프로그램을 개발하여 사회적 가치도 함께 제공하는 프로그램 및 콘텐츠의 다양화·질적 강화를 마련하는 것이다. 사서가 주도적으로 감동을 주는 서비스(작은 배려, 개인화된 안내, 특별 이벤트 등)를 실천하도록 독려하는 것인데, 예를 들어 자주 이용하는 이용자에게 개인 맞춤 도서 추천 카드 제공, 생일 축하 메시지 전달 등을 통해 이용자 감동 서비스를 실현하는 것이다. 정기적인 만족도 조사 및 심층 인터뷰를 통해 서비스 가치에 대한 이용자 기대와 만족 수준을 파악하고, 조사 결과를 기반으로 서비스 개선 계획을 수립하고, 구체적인 개선 결과를 투명하게 공유하는 이용자 의견을 적극 반영할 필

요가 있다. 도서관이 제공하는 다양한 가치(지식 제공, 여가 공간, 사회적 교류의 장 등)를 적극적으로 홍보하고, SNS, 뉴스레터, 지역 미디어 등을 활용하여 도서관의 긍정적인 이미지와 성과를 확산시키는 서비스 가치 인식 제고 및 홍보를 해야 할 것이다.

본 연구결과를 통하여 서비스가치를 높이는 것은 곧 이용자만족을 증진시키는 핵심전략임을 본 연구에서 보여주고 있다. 결과를 바탕으로 도서관은 서비스의 차별성과 이용자 경험을 중심에 두고 정책과 프로그램을 설계·운영해야 한다. 앞서 살펴본 이 연구의 결과로 한계점으로는 첫째, 특정 지역에 소재한 공공도서관을 중심으로 조사하였기 때문에, 연구 결과를 전국의 모든 공공도서관에 일반화하기에는 표본의 지역적 한계가 있다. 둘째, 특정 시점에서의 단면적 자료를 활용하여 분석을 수행하여 이로 인해 사서의 친사회적행동, 서비스품질, 서비스가치, 이용자만족 간의 인과관계를 완전히 규명하기에는 단적 연구 설계의 한계가 있다. 셋째, 연구모형에서 포함된 변수(친사회적

행동, 서비스품질, 서비스가치, 이용자만족)는 도서관서비스 경험의 일부 측면만을 설명하며, 물리적 시설 만족도, 정보 접근성, 개인적 기대 등의 요인을 충분히 다루지 못한 변수의 제한성이 있다. 후속 연구를 위한 제언으로는 첫째, 서비스 신뢰도, 정보 접근성, 프로그램 참여도, 개인 특성(예: 정보 리터러시 수준, 기대 수준 등)과 같은 추가 변수들을 포함하여 더 복합적인 모형을 검증할 필요가 있다. 둘째, 서비스가치가 서비스품질과 만족 간 관계를 매개하거나, 이용자의 개인적 특성이 조절 효과를 가지는지 탐색하는 연구도 필요하다. 셋째, 향후 연구에서는 인공지능, 무인화, 스마트도서관 시스템 등 디지털 전환에 따른 서비스 혁신 요소가 서비스가치 및 만족도에 미치는 영향 연구가 수행될 필요성이 있다. 이러한 한계점과 제언을 바탕으로 후속 연구가 진행된다면, 공공도서관 서비스 개선뿐만 아니라 이용자 중심의 맞춤형 서비스 설계 및 정책 수립에도 실질적인 기여를 할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- 곽의수, 김관용, 김제선 (2014). 노인요양시설의 서비스지향성이 친사회적 행동에 미치는 영향. 한국콘텐츠학회논문지, 14(5), 166-178. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2014.14.05.166>
- 대한민국정책브리핑 (2011). 학교도서관과 공공도서관의 지역사회 서비스 연계 활성화 모델 개발 연구. <https://www.korea.kr/archive/expDocView.do?docId=32653>
- 문화체육관광부 (2024). 2024년 전국 공공도서관 통계조사. <https://www.libsta.go.kr/board/notice/detail/12917>
- 민윤경, 정동열 (2016). 전문도서관의 서비스품질 측정과 중요도-성과분석에 관한 연구. 한국문헌정보

- 학회지, 50(1), 209-233. <http://doi.org/10.4275/KSLIS.2016.50.1.209>
- 박선주 (2025). 헤어미용인의 친사회적 행동에 대한 고객지각이 서비스품질과 고객만족에 미치는 영향. 한국의상디자인학회지, 27(1), 1-10. <https://doi.org/10.30751/kfcda.2025.27.1.1>
- 박영진, 양재영 (2016). 서비스 품질이 지각된 서비스가치와 고객만족도 및 재방문의도에 미치는 영향: 한옥 게스트하우스를 중심으로. 관광학연구, 40(1), 211-228. <https://doi.org/10.17086/JTS.2015.39.10.211.228>
- 손미교, 설훈교, 윤강남 (2024). 중국 외식업 서비스 종사원의 감정노동성향과 친사회적 동기 및 제언행동 간의 관계 연구. 호텔관광연구, 26(2), 31-44. <https://doi.org/10.31667/jhts.2024.02.109.31>
- 송현경 (2024). 공공도서관 사서들의 혁신행동이 서비스 품질에 미치는 영향 연구. 한국문헌정보학회지, 58(1), 417-439. <https://doi.org/10.4275/KSLIS.2024.58.1.417>
- 송현경, 김기영 (2022). 공공도서관의 관료제적 특성이 서비스 품질에 미치는 영향 연구. 한국문헌정보학회지, 56(3), 391-414. <https://doi.org/10.4275/KSLIS.2022.56.3.391>
- 오동근 (2005). 공공도서관의 서비스품질이 이용자만족도와 충성도에 미치는 영향. 정보관리학회지, 22(4), 61-78. <https://doi.org/10.3743/KOSIM.2005.22.4.061>
- 윤영구, 김정후 (2025). 상업 스포츠센터의 서비스품질, 고객만족, 반복구매의 관계와 이용 기간에 따른 조절효과 분석. 코칭능력개발지, 27(2), 36-45. <https://doi.org/10.47684/jcd.2025.02.27.2.36>
- 이성신 (2013). 공공도서관 서비스이용자 만족도와 충성도의 상관관계분석 및 매개변수. 한국비블리아지, 24(1), 83-103. <https://doi.org/10.14699/kbiblia.2013.24.1.083>
- 이응봉 (2015). 도서관 서비스 품질 평가 연구에 대한 비교·분석. 한국문헌정보학회지, 49(1), 89-111. <http://doi.org/10.4275/KSLIS.2015.49.1.089>
- 임진영 (2025). SERVPERF 를 활용한 항공사 객실승무원의 서비스품질에 대한 고객반응: 항공사 유형 및 성별에 따른 조절효과와 다중집단분석. 호텔관광연구, 27(1), 241-259. <http://doi.org/10.31667/jhts.2025.02.113.241>
- 정미옥 (2024). 3차원 서비스품질 모형을 적용한 공공도서관 서비스품질이 이용자 만족도와 이용자 충성도에 미치는 영향. 한국문헌정보학회지, 58(2), 289-316. <https://doi.org/10.4275/KSLIS.2024.58.2.289>
- 천희선, 박지홍 (2018). 사서교사 이미지가 학교도서관 이용자 만족도에 미치는 영향에 관한 연구. 한국비블리아학회지, 29(4), 35-55. <http://doi.org/10.14699/kbiblia.2018.29.4.035>
- Almeida, P. (2025). A critical review of service climate role in customer experiences. International Journal of Organizational Analysis, 33(6), 1456-1472. <https://doi.org/10.1108/IJOA-07-2023-3887>
- Al-Shafei, M. (2025). Navigating human-chatbot interactions: an investigation into factors influencing user satisfaction and engagement. International Journal of Human-Computer

- Interaction, 41(1), 411-428. <https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2301252>
- Ande, D. F., Wahyuni, S., & Kusumastuti, R. D. (2024). Investigating the impact of service leaders' competencies, organisational service orientation, network capabilities, and perceived service quality on Umrah travel agencies' performance. *Journal of Islamic Marketing*, 15(3), 653-681. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2022-0185>
- Banerjee, M. (2017). Pressure of stress and job satisfaction among female staff in star hotels: an analysis. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(12), 21-27. <https://doi.org/10.9790/487X-1912022127>
- Bettencourt, L. A. & Brown, S. W. (1997). Contact employees: relationships among workplace fairness, job satisfaction and prosocial service behaviors. *Journal of Retailing*, 73(1), 39-61. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(97\)90014-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(97)90014-2)
- Brief, A. P. & Motowidlo, S. J. (1986). Prosocial organizational behaviors. *Academy of management Review*, 11(4), 710-725. <https://doi.org/10.5465/amr.1986.4283909>
- Chang, C. H. & Thai, V. V. (2016). Do port security quality and service quality influence customer satisfaction and loyalty?. *Maritime Policy & Management*, 43(6), 720-736. <https://doi.org/10.1080/03088839.2016.1151086>
- Chen, C. C. & Chang, C. C. (2025). Comparative analysis of public library service feedback on social media and google maps reviews. In *International Conference on Asian Digital Libraries* (pp. 107-118). Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-96-0868-3_9
- Chi, Z., Malmberg, L. E., & Flouri, E. (2024). Sibling effects on problem and prosocial behavior in childhood: patterns of intrafamilial "contagion" by birth order. *Child Development*, 95(3), 766-779. <https://doi.org/10.1111/cdev.14030>
- Crowther, P. & Donlan, L. (2011). Value-creation space: the role of events in a service-dominant marketing paradigm. *Journal of Marketing Management*, 27(13-14), 1444-1463. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2011.626786>
- Ha, M. T., Nguyen, G. D., & Doan, B. S. (2023). Understanding the mediating effect of switching costs on service value, quality, satisfaction, and loyalty. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-14. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01797-6>
- Heinrichs, J. H., Sharkey, T., & Lim, J. S. (2005). Relative influence of the LibQUAL+™ dimensions on satisfaction: a subgroup analysis. *College & Research Libraries*, 66(3), 248-265. <https://doi.org/10.5860/crl.66.3.248>
- Helkkula, A., Kelleher, C., & Pihlström, M. (2012). Characterizing value as an experience: implications for service researchers and managers. *Journal of Service Research*, 15(1), 59-75.

- <https://doi.org/10.1177/1094670511426897>
- Hsu, C. P. & Lai, C. F. (2024). Does a leader's motivating language enhance the customer-oriented prosocial behavior of frontline service employees?. *Asia Pacific Management Review*, 29(1), 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2023.05.002>
- Huang, L. C., Shiau, W. L., & Lin, Y. H. (2017). What factors satisfy e-book store customers? development of a model to evaluate e-book user behavior and satisfaction. *Internet Research*, 27(3), 563-585. <https://doi.org/10.1108/IntR-05-2016-0142>
- Huang, M. H. & Rust, R. T. (2024). The caring machine: feeling AI for customer care. *Journal of Marketing*, 88(5), 1-23. <https://doi.org/10.1177/00222429231224748>
- Kar, A. K. (2021). What affects usage satisfaction in mobile payments? modelling user generated content to develop the "digital service usage satisfaction model". *Information Systems Frontiers*, 23(5), 1341-1361. <https://doi.org/10.1007/s10796-020-10045-0>
- Lusch, R. F., Vargo, S. L., & Tanniru, M. (2010). Service, value networks and learning. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38, 19-31. <https://doi.org/10.1007/s11747-008-0131-z>
- Malik, S. A., Fatima, T., Jia, Y., & Pannu, H. (2024). The influence of library service quality, library image, place, personal control and trust on loyalty: the mediating role of perceived service value and satisfaction. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 41(4), 1111-1129. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-05-2023-0167>
- Mechinda, P. & Patterson, P. G. (2011). The impact of service climate and service provider personality on employees' customer oriented behavior in a high contact setting. *Journal of Services Marketing*, 25(2), 101-113. <https://doi.org/10.1108/08876041111119822>
- Nicolescu, L. & Tudorache, M. T. (2022). Human-computer interaction in customer service: the experience with AI chatbots—a systematic literature review. *Electronics*, 11(10), 1579. <https://doi.org/10.3390/electronics11101579>
- Nielsen, Y. A., Pfattheicher, S., & Thielmann, I. (2025). How much can personality predict prosocial behavior?. *European Journal of Personality*, 39(3), 305-322. <https://doi.org/10.1177/08902070241251516>
- Oliver, R. L. (1977). Effect of expectation and disconfirmation on postexposure product evaluations: an alternative interpretation. *Journal of Applied Psychology*, 62(4), 480. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.62.4.480>
- Pham, T. A. N., Le, H. N., Nguyen, D. T., & Pham, T. N. (2022). Customer service co-creation literacy for better service value: evidence from the health-care sector. *Journal of Services*

- Marketing, 36(7), 940-951. <https://doi.org/10.1108/JSM-09-2021-0323>
- Pushparaja, V., Yusoff, R. C. M., Maarop, N., Shariff, S. A., & Zainuddin, N. M. (2021). User experience factors that influence users'satisfaction of using digital library. *Open International Journal of Informatics*, 9(Special Issue 1), 28-36. <https://doi.org/10.11113/oiji2021.9nSpecial%20Issue%201.165>
- Saufa, A. F. (2023). Quantitative representation of school library service quality in Yogyakarta: evaluation using Libqual+ Tm method. *Library Management*, 44(6/7), 426-436. <https://doi.org/10.1108/LM-04-2023-0027>
- Spates, J. L. (1983). The sociology of values. *Annual Review of Sociology*, 9(1), 27-49. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.09.080183.000331>
- Trombini, C., Jiang, W., & Kinias, Z. (2025). Receiving social support motivates long-term prosocial behavior. *Journal of Business Ethics*, 197(4), 689-711. <https://doi.org/10.1007/s10551-024-05743-7>
- Wice, M., Takagi, Y., Hankour, K., & John, A. (2025). Depictions of prosocial behavior in US and Japanese children's picture books. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 56(4), 337-353. <https://doi.org/10.1177/00220221241283918>
- Zhao, L., Bao, S., Jolly, P. M., & Su, Y. (2025). Understanding the role of exploitative leadership in inhibiting service innovative behavior: a moderated mediation model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 37(2), 380-398. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2024-0241>

• 국문 참고자료의 영어 표기

(English translation / romanization of references originally written in Korean)

- Cheon, Hee-Sun & Park, Ji-Hong (2018). The effects of teacher librarians'images on the user satisfaction of school libraries. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 29(4), 35-55. <http://doi.org/10.14699/kbiblia.2018.29.4.035>
- Im, Jin-Young (2025). Customer response to the service quality of cabin crew using SERVPERF: moderating effects and multi-group analysis based on airline type and gender. *Journal of Hospitality & Tourism Studies*, 27(1), 241-259. <http://doi.org/10.31667/jhts.2025.02.113.241>
- Jeong, Mi-Ok (2024). A study on the effect of public library service quality on user satisfaction and user loyalty according to Brady & Cronin's Three-Dimensional service quality model.

- Journal of the Korean Society for Library and Information Science, 58(2), 289-316.
<https://doi.org/10.4275/KSLIS.2024.58.2.289>
- Kwak, Eui-Soo, Kim, Gwan-Yong, & Kim, Je-Sun (2014). Effects of service orientation on pro-social behavior in the care facility for the elderly. The Journal of the Korea Contents Association, 14(5), 166-178. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2014.14.05.166>
- Lee, Eung-bong (2015). A comparative analysis of studies on the service quality evaluation of libraries in Korea. Journal of the Korean Society for Library and Information Science, 49(1), 89-111. <http://doi.org/10.4275/KSLIS.2015.49.1.089>
- Lee, Seong-Sin (2013). Correlation between public library service user satisfaction and loyalty and moderator variables. Journal of the Korean Society for Library and Information Science, 24(1), 83-103. <https://doi.org/10.14699/kbiblia.2013.24.1.083>
- Min, Yoon-Kyung & Jeong, Dong-Youl (2016). A study on the evaluation of service quality and importance-performance analysis in research libraries. Journal of the Korean Society for Library and Information Science, 50(1), 209-233.
<http://doi.org/10.4275/KSLIS.2016.50.1.209>
- Ministry of Culture, Sports and Tourism (2024). 2024 National Public Library Statistics Survey. <https://www.libsta.go.kr/board/notice/detail/12917>
- Oh, Dong-Geun (2005). Influences of public library service quality on user satisfaction and loyalty. Journal of the Korean Society for Information Management, 22(4), 61-78.
<https://doi.org/10.3743/KOSIM.2005.22.4.061>
- Park, Sun-Ju (2025). The effects of customer's perception for pro-social behavior of hairdressers on service quality and customer satisfaction. Korea Fashion & Costume Design Association, 27(1), 1-10. <https://doi.org/10.30751/kfcda.2025.27.1.1>
- Park, Young-Jin & Yang, Jae-Young (2016). Effects of service quality on perceived service value, customer satisfaction, and revisit intention: focus on Hanok Guesthouse. Journal of Tourism Sciences, 40(1), 211-228. <https://doi.org/10.17086/JTS.2015.39.10.211.228>
- Republic of Korea Policy Briefing (2011). A study on the development of a model to activate the linkage of community services between school libraries and public libraries.
<https://www.korea.kr/archive/expDocView.do?docId=32653>
- Son, Mi-Kyo, Sul, Hoon-Ku, & Yun, Kang-Nam (2024). A study of relationship between emotional labor propensity, pro-social motivations, and voice behavior of Chinese food service employees. The Academy of Korea Hospitality & Tourism, 26(2), 31-44.
<https://doi.org/10.31667/jhts.2024.02.109.31>

- Song, Hyun-kyung & Kim, Gi-Yeong (2022). A study on the effects of bureaucratic characteristics on service quality in public libraries. *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 56(3), 391-414. <https://doi.org/10.4275/KSLIS.2022.56.3.391>
- Song, Hyun-kyung (2024). A study on the effects of librarians' innovative work behavior on service quality in public libraries. *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 58(1), 417-439. <https://doi.org/10.4275/KSLIS.2024.58.1.417>
- Yoon, Young-Ku & Kim, Jeong-Hu (2025). Analysis of the relationship between service quality, customer satisfaction, and repeat purchase intention in commercial sports centers: moderating effect of usage period. *Korea Coaching Development Center*, 27(2), 36-45. <https://doi.org/10.47684/jcd.2025.02.27.2.36>

