

구조방정식 모형을 적용한 대학도서관 재이용과 추천의향에 영향을 미치는 품질요소에 관한 연구

A Study on the Quality Factors Influencing University Library Re-visitation and Recommendation Intention Analyzed using Structural Equation Model

김 미 령 (Mi Ryung Kim)*

우 종 필 (Jong Pil Yu)**

목 차

- | | |
|-----------|------------|
| 1. 서 론 | 4. 분석 결과 |
| 2. 이론적 배경 | 5. 결론 및 제언 |
| 3. 연구설계 | |

초 록

본 연구의 목적은 선행연구에서 도출된 대학도서관 서비스 품질요소를 대상으로 재이용과 추천의향에 영향을 미치는 요인이 무엇인지 구조방정식 모형을 적용하여 분석하고자 하는 것이다. 2020.4.30.부터 2020.5.10.까지 11일간 이용자 그룹(학부생, 대학원생, 교수/강사) 총 127명을 대상으로 재이용과 추천의향에 대한 설문 조사를 실시하였다. 분석 결과는 다음과 같다. '자료'와 '서비스 고객화'는 재이용에 영향을 미치는 품질 차원으로 나타났으며, 재이용은 추천의향에 영향을 미치는 것으로 나타나 '자료'와 '서비스 고객화'가 재이용 뿐만 아니라 추천의향에도 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 또한 '서비스 고객화'는 추천의향에 직접적으로 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 이를 바탕으로 이용자의 요구가 다변화되고 개인화되고 있는 도서관 환경에서 도서관 서비스와 마케팅에 고객화 개념을 적용하는 방안을 제시하였다.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the factors influencing the intention of revisiting and recommending by applying a structural equation model, targeting the service quality factors of university libraries derived from previous studies. For 11 days from April 30th, 2020 to May 10th, 2020, a total of 127 user groups (undergraduate students, graduate students, professors/instructors) were surveyed on their intention to revisit and recommend. The analysis results are as follows. 'Materials' and 'service customization' were shown as quality dimensions that influence revisit. In addition, revisiting was found to have an effect on recommendation intention, and it was analyzed that 'materials' and 'service customization' affect not only revisit but also recommendation intention. In addition, 'service customization' was found to be a factor that directly affects the intention to recommend. Based on this, a method of applying the concept of customization to library services and marketing was proposed in an environment where users' needs are diversifying and becoming personalized.

키워드: 구조방정식, 대학도서관 서비스 품질, 고객화, 서비스 고객화, 근거이론, 재이용, 추천의향
Structural Equation Model, University Library Service Quality, Customization,
Service Customization, Grounded Theory, Re-visitation, Intention of Recommend

* 서울지방경찰청 도서관 사서(mrkimyhy@skku.edu / ISNI 0000 0004 9286 4075) (제1저자)

** 세종대학교 경영대학원 Big Data MBA 주임교수

(yujongpil@sejong.ac.kr / ISNI 0000 0004 7516 1167) (교신저자)

논문접수일자: 2020년 10월 14일 최초심사일자: 2020년 11월 2일 게재확정일자: 2020년 11월 14일

한국문헌정보학회지, 54(4): 147-167, 2020. <http://dx.doi.org/10.4275/KSLJIS.2020.54.4.147>

1. 서론

1.1 연구배경 및 필요성

도서관에서 서비스 품질을 평가하는 주된 목적은 서비스 품질을 개선하고 이용자의 만족도를 향상시키기 위한 것이다. 많은 선행연구에서 도서관 서비스 품질에 관한 연구는 가설연역적 방법을 주된 연구방법으로 사용하고 있으며 변인 간의 관계에 주력하였다. 이는 도서관의 서비스 품질요소를 도출하거나 이들 품질요소들과 만족도 간의 인과관계 등을 분석하는 것이다. 그러나 이용자마다 서비스 품질을 인식하는 관점이 다양하여 도서관에서 제공하는 서비스 품질을 위주로 한 정형화된 품질평가 모형으로는 이용자 관점의 서비스 품질요소와 만족 요인을 분석하는데 한계가 있다.

도서관 서비스 품질을 평가하는데 적용하는 대표적인 모형은 SERVQUAL 또는 이를 도서관 현장에 적용한 LibQual+이다. 서비스 품질을 측정하고 평가하는 PZB(1988)의 SERVQUAL은 서비스 품질에 대한 고객의 지각을 연구하기 위해 개발되었다. 이를 도서관 서비스 품질 평가에 적용한 LibQual+도 이용자 인식을 분석하여 그들을 이해하고 도서관 서비스 품질에 잘 반영하기 위한 것이다. 서비스 품질을 측정하는 방법은 크게 두 가지로 구분할 수 있다. 서비스 품질에 대한 지각에 기대를 포함하느냐에 따라 지각 모델과 불일치 모델로 나눌 수 있다. SERVQUAL은 불일치 모형이며 Vroom의 기대이론에 근간을 두고 있다. 이를 도서관 환경에 적용한 LibQual+도 SERVQUAL과 동일한 맥락이다.

서비스 품질에 대해서 학자마다 다양한 견해로 정의하였으나 고객의 지각이나 인식에 의한 주관적이고 개인적인 것으로 보는 것이 공통적이다(Grönroos 1982; 1984; Lewis and Broom 1983; Garvin 1984; PZB 1985; Murdick 1990; Cronin and Tylor 1992). 이는 서비스 품질의 기본적인 특성이므로 이에 대한 평가도 고객의 요구와 지각에 의해 결정된다. 그러한 이유로 기업이 고객의 기대와 요구에 맞는 제품과 서비스를 다양하게 제공하여 만족도와 서비스 품질을 높이기 위해 노력하는 것이다. 이렇게 고객의 다양하고 개별적인 요구를 효과적으로 충족시키기 위한 것을 '고객화(customization)'라 한다(Pine 1995). 다시 말해 고객화(customization)란 고객의 개별적이고 개인적인 요구와 기대에 부응하고자 하는 것이다.

이용자 요구에 적합한 서비스를 제공하기 위해서는 그 품질에 대한 이용자 관점과 인식을 분석하는 것이 중요하다 할 수 있다. 도서관 서비스에 대한 이용자 각각의 요구를 만족시키기 위한 고객화 서비스는 개인화(personalization)된 서비스에 바탕을 두고 있기 때문이다. 도서관에서 이용자들의 희망도서를 수서에 반영하고 SNS나 챗봇을 이용하여 이용자의 질문에 신속하게 응대하거나 이용자의 관점과 인식을 분석하고 그들의 요구를 반영하기 위한 이러한 일련의 활동과 서비스는 고객화를 실현하기 위한 것이라 할 수 있다. 따라서 도서관 서비스에서 이러한 고객화 개념은 이용자에게 적합한 서비스를 제공하기 위하여 중요하며 이것들을 서비스 품질 차원으로 인식하는 것이 필요하다.

도서관 이용자의 요구가 다변화하고 개인화되고 있는 환경에서 서비스 품질과 만족도를

향상하기 위해서는 이러한 고객화 개념을 적용한 심층적인 연구가 필요한 시점이다.

1.2 연구목적

본 연구의 목적은 선행연구(김미령 2015)에서 도출된 대학도서관 서비스 품질요소를 대상으로 대학도서관 재이용과 추천의향에 영향을 미치는 요소가 무엇인지 실증적으로 분석하고자 하는 것이다. 이 결과는 학문적으로나 실무적으로도 의미가 있다고 할 수 있다.

2. 이론적 배경

2.1 도서관 서비스 품질 및 품질 차원

김난도 교수가 2020년 10대 소비 트렌드로 제시한 키워드의 중요한 핵심 중 하나는 ‘세분화’인 초개인화 기술이다. 초개인화 기술이란 고객의 소비 패턴 정보를 수집하고 분석하여 소비자의 패턴과 맥락을 파악함으로써 고객의 요구를 예측하여 서비스와 상품을 제공하는 기술로 보고 있다(김난도 외 2019). 즉 초개인화되어 가고 있는 시장을 구체화하는 것이다. 기업은 개인화를 위해 대규모의 다양한 형태로 된 데이터를 수집하고 분석하고 있다. 기업뿐만 아니라 정부나 공공기관도 크게 다르지 않다. 이러한 흐름은 서비스 품질에 대한 정의를 거슬러 살펴봄으로써 그 맥락을 이해할 수 있을 것이다.

서비스 자체의 특성과 현상에 관한 연구는 1970년대부터 이루어져 왔으며 공통적으로 서비스 품질을 고객의 주관적인 것으로 보고 기

대에 부합하도록 서비스를 제공하는 것(Lewis and Boom 1983; Grönroos 1982; 1984; Garvin 1984; Parasuraman, Zeithaml and Berry 1985; Murdick 1990; Lewis 1991; Cronin and Tylor 1992)으로 정의하고 있다. Grönroos(1982; 1984)는 기술적 품질(technical quality)와 과정적품질(functional quality)의 합(1982)과 고객의 지각된 서비스와 기대한 서비스를 비교 평가한 결과(1984)로 정의하였다. Lewis and Boom (1983)는 고객이 받은 서비스 수준에 대해 그들의 기대와 부합되는 정도로 보았으며, Garvin (1984)은 고객이 지각하는 것에 따른 개인적인 견해로 보았다. 특히 PZB(Parasuraman, Zeithaml and Berry 1985)가 정의한 서비스 품질은 “고객에 의한 주관적이고 포괄적인 평가로 서비스에 관련하여 갖는 전반적인 판단이나 태도”이다.

즉, 서비스 품질에 관한 정의에는 고객의 개별적 요구에 맞는 제품과 서비스를 제공하려는 고객화라는 개념이 내포되어 있다. 서비스 품질을 평가하는 궁극적인 목적도 고객지향적인 서비스 제공을 통한 만족도 향상이며 도서관 서비스 품질에 대한 평가도 이와 다르지 않다. 도서관 서비스 품질을 평가하는 모형에는 주로 SERVQUAL과 이를 도서관에 적용한 LibQual+를 활용한다.

PZB(1988)의 SERVQUAL모형은 고객이 기대하는 서비스와 실제 받은 서비스의 성과와 지각을 비교평가하는 것이다. 고객의 기대치와 지각치간의 차이를 ‘측정치’라 한다. 기대치가 지각치보다 높은 경우에는 서비스품질에 대하여 만족하지 않는 상태이며 기대치 지각치보다 낮은 경우에는 만족하고 있는 것으로 평가한다. 서비스 품질 차원을 유형성, 신뢰성, 응답성, 확

신성, 공감성의 5가지 차원으로 구분하였다. 이중 고객과의 커뮤니케이션이나 고객의 요구에 응답하는가에 관한 품질 차원은 응답성과 공감성에 해당된다.

LibQual+는 미국 연구도서관협회(Association of Research Libraries)와 Texas A&M University 도서관 연구팀이 공동으로 1999년부터 2003년까지 수행한 연구프로젝트로 개발하여 SERVQUAL모형을 도서관에 적용한 도서관 서비스 품질 평가 모형이다. 서비스 품질 차원은 2000년부터 2003년까지 4단계의 프로젝트 동안 2000년 5개 차원에서 2002년 4개 차원으로, 2003년에 최종 3개 차원으로 수정되었다. 최종 LibQual+의 서비스 품질 차원은 서비스 호감도, 장소로서의 도서관, 정보통제의 3개 차원으로 구성되었다. 이 중 이용자의 의견수렴이나 커뮤니케이션과 관련한 품질 차원은 서비스 영향력 중 공감성, 응답성이 해당된다.

2.2 대학도서관의 서비스 및 품질요소

대학도서관은 학술, 연구, 교육의 중추적인 역할을 하는 시설로 대학의 학문발전에 기여하는 바가 크다. 그러나 정보통신기술의 발달로 소프트웨어와 인터넷이 진화하면서 언제 어디서든 학술, 연구, 교육이 가능하게 되었다. 이로 인해 정보제공과 습득을 위한 대학도서관의 기능과 역할을 대체하는 환경적 요인들이 다양하게 나타나고 있다. 더욱이 네트워크 환경만 조성된다면 어디에서든 생산된 정보와 지식을 습득하고 공유하는 것이 가능하게 되었다. 사실상 양질의 정보를 생산하는 속도는 이제 측정이 불가할 만큼 빠르고 그 양도 기증할 수 없을

정도가 되었다. 이러한 환경적 변화로 대학도서관은 이용자들의 재이용 요인이 무엇인지 구체적으로 분석하여 이용을 활성화하는 방안 마련에 고심해야 할 것이다. 이용자들이 도서관 이용을 활발히 하지 않는다면 대학도서관의 품질 높은 학술연구정보와 연구 인프라 환경은 지식정보를 유통하는 데에 무용지물이 될 수밖에 없다.

따라서 대학의 주요 구성원인 학생, 교수, 연구자의 이용 활성화는 대학도서관 본연의 역할을 하기 위한 핵심적 당면 과제이다. 대학의 주요 구성원들이 이러한 인프라를 활발하게 이용할 수 있도록 이용자 관점의 요구를 심층적으로 파악하여 서비스 요소를 제공하는 방안 마련 또한 대학도서관의 지속적 이용을 위한 중요 동력이라 할 수 있다. 또한 이용자의 요구가 무엇인지 분석하는 것은 대학의 교육과 연구경쟁력을 강화하는 것 뿐만 아니라 대학도서관 이용 활성화의 실효성을 높이기 위해 필요하다. 교육부가 『제2차 대학도서관진흥 종합계획(2019~2023)』에서 ‘학생 중심의 맞춤형 학습 환경 제공’을 추진목표 및 과제로 채택하면서 이용자 중심으로 대학도서관 기능과 역할을 확대하는 것에 초점을 맞춘 것도 이러한 변화를 반영하기 위한 것이라고 할 수 있다.

서비스 품질에 관한 연구가 시작된 1970년대 이래로 이에 관한 공통적인 정의는 고객의 주관적인 것으로 보고 있다는 것이다. 이러한 연구 결과를 토대로 김미령(2015)은 이용자의 다양한 문화와 관점을 반영하여 도서관의 서비스 품질요소를 도출해야 한다고 언급하였다. 그리하여 대학도서관 이용자들의 도서관 이용 경험에 대한 구술자료를 질적연구방법인 근거

이론의 개방코딩(open coding)으로 76개의 개념을 추출하고 이를 상위 차원으로 범주화하였다. 이들 76개 개념은 각각 인적자원, 자료, 도서관 환경, 서비스 고객화의 네 가지 차원으로 범주화 하였다. 네 가지 품질 차원의 76개 품질요소는 각각 인적자원 19개(직원의 신뢰성, 공정한 일처리, 진정성, 서비스 마인드, 잘 훈련된 직원, 배려심, 도서관 서비스나 업무에 대해 잘 아는 직원, 예의바름, 적극적 문제해결 의지, 신속한 답변, 책임감, 직원의 호응, 성실성, 사서의 능동적이고 적극적인 안내, 직원의 문제해결 능력, 커뮤니케이션 능력, 전문성, 연구를 도와줄 수 있는 사서, 직원의 능력개발), 자료 20개(자료의 충분성, 최신성, 다양성, 자료의 공감성, 학술DB종수, 온라인 자료, 전자정보원의 검색 및 전문(full-text)서비스, 정보검색의 접근성, 학술자료의 온라인 접근성, 검색결과의 적합성, 도서관 검색pc의 인터페이스 및 접근성, 배가의 편리성, 배가의 정확성, 서가 안내의 가시성, 이용자격 제한, 자료이용의 편리성, 복본의 수, 예약된 도서의 반납기한 준수 독려, 과제 관련 소프트웨어/프로그램 제공, 인터넷을 이용한 자료 이용), 도서관 환경 19개(공간배치의 안정감, 학습을 위한 사적 공간, 이용자 친화적 가구 사이즈/디자인, 쾌적성, 청결유지, 생활기본시설의 사생활 보호, 공간구성의 효율성, 신속한 복구 및 조치, 도서관 출입의 편리성, 안락함, 정서적 안정감, 자유로운 연구·학습공간, 소속감을 느낄 수 있는 공간, 자부심을 느낄 수 있는 공간, 소프트웨어 및 관련 장비대여 등 학습 및 연구 지원, 연구 편의시설(멀티탭, 조명 등), 노트북 열람실, 그룹스터디 공간, 연구와 학습에 집중할 수 있는 공간), 서

비스 고객화 18개(신속한 처리, 정확한 처리, 적시성, 유연적 처리, 이용자의 패러다임 변화 반영, 도서관 규정 및 제도적용의 유연성, 이용자 맞춤형 서비스 프로그램, 합리적 열람실 예약 시스템, 서비스 이용의 편리성, 절차의 간소화, 주제전문서비스, 연구 지원 서비스, SNS 활용 활성화, 직원 담당업무와 역할 표시, 이용자와의 원활한 커뮤니케이션, 이용자 참여, 공사나 시설 복구에 대한 구체적 정보 제공, 능동적인 도서관 서비스 홍보 및 안내, 수행 과정에 대한 경과 상황 알림)이다. 이 중 SERVQUAL이나 LibQual+의 서비스 차원에서는 구체화되지 않은 이용자의 직접적인 요구를 포함하는 품질요소가 도출되어 이를 '서비스 고객화' 차원으로 범주화하였다. '서비스 고객화' 차원의 18개 품질요소는 SNS 활용 활성화, 이용자 패러다임 반영, 이용자 맞춤형 서비스 프로그램과 같은 이용자 관점의 직접적인 요구가 여기에 해당된다.

2.3 고객화(customization) 서비스

고객화란 기업이 고객의 요구를 효과적으로 충족시키기 위해 고객마다 그들이 요구하는 제품이나 서비스를 제공하는 것(Gilmore and Pine 1997)으로 고객에게 더 높은 수준의 만족을 줄 수 있으며(Saxe and Weitz 1982) 더 높은 품질의 서비스를 제공할 수 있다(Parasuraman et al. 1988). 또한 고객이 원하는 것을 원하는 시간과 장소에서 어떠한 방법으로든지 제공해주려는 기업의 전략(Davis 1987)이라고 하였다. Pine et al.(1995)은 고객 개개인의 독특한 요구에 맞는 것을 효과적으로 충족시켜 주는

것이라 정의하였다. 즉 서비스 고객화는 고객의 다양하고 개별화된 제품이나 서비스를 제공함으로써 만족도를 향상시키기 위한 경영활동의 하나이다.

또한 서비스 품질에 관한 고객의 다양한 관점을 반영하고 그들의 요구와 기대에 부응하기 위한 노력은 결국 서비스의 다양화와 특성화로 나타난다. 기업은 이러한 노력을 바탕으로 경쟁력을 갖게 되며 개별적인 고객의 다양한 요구에 부합하는 다양한 서비스를 전략적으로 제공할 수 있는 것이다. 결국 고객화는 서비스 품질 차원의 다양화를 추구하며 고객이 제품이나 서비스에 대하여 정서적으로나 직관적으로 신뢰성을 갖도록 하는 효과가 있다.

따라서 도서관의 고객화 서비스도 서비스나 품질요소 자체에 대한 이용자의 신뢰를 바탕으로 해야 한다. 이를 위해 이용자가 생각하는 서비스 품질요소를 토대로 서비스에 대한 그들의 관점과 인식을 분석해야 한다. 이것은 일방적인 서비스 제공이나 단편적인 이용자의 피드백으로는 알기 어려우며 도서관과 이용자와의 지속적인 상호작용과 이에 대한 피드백을 분석함으로써 가능한 것이다.

3. 연구설계

3.1 연구모형 및 가설

본 연구는 선행연구(김미령 2015)에서 질적연구방법인 근거이론의 개방코딩(Open Coding) 방법으로 도출된 도서관 서비스 품질 차원(인적자원, 자료, 도서관 환경, 서비스 고객화)이

재이용 및 추천의향에 미치는 영향요인을 구조방정식 모형을 적용하여 분석하고자 하였다. 이용자의 직접적인 도서관 이용 경험에 대한 구술자료를 분석하여 이용자 관점에서의 도서관 서비스 품질요소를 도출하였다. 구술자료는 2014년 5월부터 11월까지 7개월 동안 이용자 그룹(학부생, 대학원생, 교수/강사) 별로 3명에서 5명씩 선정된 총 12명을 목적표집(purposeful sampling)하여 30분에서 90분간 준구조적(semistructured) 개방면담(open-ended question) 방법으로 면담을 진행하여 수집하였다. 이용자가 인식하는 서비스 품질요소를 도출하기 위하여 질적연구 방법인 근거이론을 분석에 적용하여 면담자들의 구술자료를 분석하였다. 개념분석은 연구 참여자와의 심층 면접 구술자료를 연구절차와 기법을 강조하는 Strauss와 Corbin(1990)이 정의한 첫 단계인 개방코딩의 '체계적 절차'(개념 명명하기, 범주 정의하기, 속성과 차원에 따라 범주 개발하기)에 따라 연구자의 민감성을 바탕으로 녹취자료를 한 줄씩 분석해 나가는 '행간분석방법'으로 하였다. 서비스 품질요소는 개방코딩으로 개념화한 결과 나타난 76개 개념을 범주화하여 12개 하위범주(직원의 자질, 직원의 태도, 직원의 역량, 자료 구축, 자료 접근, 자료 이용, 물리적 환경, 정서적 환경, 연구환경, 피드백, 고객화 서비스, 커뮤니케이션)과 4개 범주(인적자원, 자료, 도서관 환경, 서비스 고객화)가 도출되었다.

본 연구문제를 위하여 선행연구에서 도출된 서비스 품질요소 총 76개 개념, 12개 하위범주(직원의 자질, 직원의 태도, 직원의 역량, 자료 구축, 자료 접근, 자료 이용, 물리적 환경, 정서적 환경, 연구환경, 피드백, 고객화 서비스, 커

뮤니케이션), 4개 차원(인적자원, 자료, 도서관 환경, 서비스 고객화) 각각을 관측변수, 외생 잠재변수, 내생 잠재변수로 하였다. 내생 잠재변수인 재이용 의도와 추천의향과 외생 잠재변수인 인적자원, 자료, 도서관 환경, 서비스 고객화의 관계를 분석하였다. 외생변수를 구성하고 있는 서비스 품질요소들(인적자원, 자료, 도서관 환경, 서비스 고객화)이 재이용의도에 미치는 영향을 분석하고 재이용 의도가 추천의향에 미치는 영향을 분석하고자 하였다.

이와 관련된 모형은 다음 <그림 1>과 같다. 연구 목적에 따른 가설은 다음과 같다.

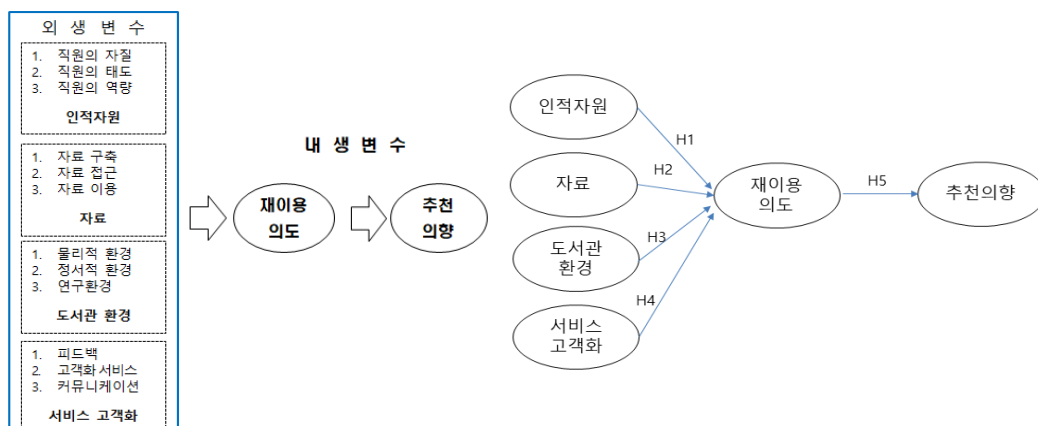
- 가설 1. 인적자원은 '재이용 의도'에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. 자료는 '재이용 의도'에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 도서관 환경은 '재이용 의도'에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4. 서비스 고객화는 '재이용 의도'에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 5. 재이용 의도는 추천의향에 영향을

미칠 것이다.

3.2 자료수집 및 분석방법

본 논문의 연구 대상은 대학도서관을 이용하는 학부생, 대학원생, 교수/강사 그룹이다. 설문 대상자는 도서관 이용 경험이 있는 자로서 도서관 이용에 관심이 있는 대상자들을 그룹별(학부생, 대학원생, 교수/강사)로 목적 표본추출하여 눈덩이 표집으로 선정하였다. 설문조사는 2020년 4월 30일부터 5월 10일까지 11일간 온라인 설문을 통해 이루어졌다. 학부생(51명), 대학원생(43명), 교수/강사(33명) 총 127명을 대상으로 설문 조사하였다. 결측치 없이 총 127명이 응답한 설문을 분석하였다.

수집된 자료는 spss statistics 18.0로 측정변인에 대한 기술통계, 상관계수, 요인분석을 통계 처리하였으며 연구모형과 가설의 검증을 위하여 Amos 22.0으로 구조방정식 모형 분석(Structural Equation Modelig Analysis: SEM)을 실시하였다.



<그림 1> 개념의 변수화와 연구모형

3.3 측정 변수

본 연구에서 사용한 측정 변수는 일반사항 네 가지(성별, 신분(학부생/대학원생/교수 및 강사)와 선행연구에서 도출한 서비스 품질요소 76개 총 80개이다. 도서관 서비스 품질요소에 대한 측정 변수는 인적자원(19개), 자료(20개),

도서관 환경(19명), 서비스 고객화(18개) 등 총 76개 문항이다. 각각의 측정 항목은 <표 1>과 같다. 도서관 방문 횟수는 주 0회, 주 1회 이상, 주 2회 이상, 주 3회 이상, 매일 등 서열척도로 측정하였다. 서비스 품질요소의 측정 척도는 Likert 5점 척도로(① 매우 불만족 → ⑤ 매우 만족) 하였다.

<표 1> 측정 변수와 측정 항목

측정 변수		측정 항목		문항수	척도
일반사항(4)		성별		2	명목척도
		신분		3	명목척도
		도서관 방문 횟수		4	서열척도
		다른 대학도서관 이용 경험		2	명목척도
도서관 서비스 품질요소	인적자원 (19)	직원의 자질(7)	신뢰성, 공정한 일처리, 진정성, 서비스, 훈련이 잘된, 배려심, 업무를 잘 함	19	Likert 5점
		직원의 태도(7)	예의, 문제해결 의지, 신속한 답변, 책임감, 직원의 호응, 성실성, 능동·적극적		
		직원의 역량(5)	문제해결 능력, 커뮤니케이션, 전문성, 연구에 도움, 능력 개발		
	자료 (20)	자료구축(7)	충분성, 최신성, 다양성, 공감성, 학술DB종수, 온라인 자료, 전자검색	20	
		자료접근(8)	정보 접근성, 학술 온라인 접근, 검색결과와 적합성, pc인터넷 페이스, 배가의 편리성, 배가의 정확성, 서가 가시성, 이용자격 제한		
		자료이용(5)	자료이용 편리, 복본의 수, 예약 반납기한 준수, 과제 프로그램, 인터넷 자료 이용		
	도서관 환경 (19)	물리적 환경(9)	공간 안정, 사적공간, 친화적 가구, 쾌적성, 청결성, 사생활 보호, 공간효율, 신속 복구, 출입 편리	19	
		정서적 환경(5)	안락함, 정서적 안정, 자유로운 연구, 소속감 느낌, 서가 가시성		
		연구환경(5)	연구 지원, 편의시설(멀티탭 등), 노트북 열람실, 스터디 공간, 연구와 학습에 집중할 수 있는 공간		
	서비스 고객화 (18)	피드백(5)	신속한 처리, 정확한 처리, 적시성, 유연적 처리, 이용자 패러다임 반영	18	
		고객화 서비스(6)	도서관 규정 및 제도의 유연성, 이용자 맞춤형 서비스 프로그램, 합리적 열람석 예약 시스템, 서비스 이용의 편리성, 절차의 간소화, 주제전문 서비스		
		커뮤니케이션(7)	SNS 활용 활성화, 직원 담당업무 역할 표시, 이용자와의 원활한 커뮤니케이션, 이용자 참여, 공사나 시설 복구에 대한 구체적 정보 제공, 능동적인 도서관 서비스 홍보 및 안내, 수행과정에 대한 경과 상황 알림		

4. 분석 결과

4.1 표본 특성

표본의 특성은 성별 분포에 있어 여성이 66.9% (85명), 남성이 33.1%(42명)으로 여성이 남성보다 33.8%(43명) 많았다. 이용자 그룹별로 학부생 40.2%(51명), 대학원생 33.9%(43명), 교수/강사 26%(33명)으로 응답자 중 학부생 비율이 가장 높았다.

〈표 2〉 설문응답자 특성

구분		빈도	비율(%)
성별	남 성	42	33.1
	여 성	85	66.9
	총계	127	100
이용자 그룹	학부생	51	40.2
	대학원생	43	33.9
	교수/강사	33	26.0
	총계	127	100

4.2 변수의 정규성 분석

구조방정식 모형으로 분석하기에 앞서 측정 변수들이 정규분포를 보이는지 다변량정규성 검토로 확인하였다. 〈표 3〉과 같이 변수들의 왜도(skewness)와 첨도(kurtosis)를 통해 정규분포 가정이 충족되는지 확인하였다. 왜도와 첨도 수치가 ± 1.965 를 넘는다면 .05 유의수준에서 정규성을 벗어난 경우라고 할 수 있다. 왜도의 범위가 $-1.451 \sim 1.712$ 사이로 ± 1.965 를 넘지 않으므로 .05 유의수준에서 정규성을 띤다고 할 수 있다. 첨도의 범위도 $-1.325 \sim 1.713$ 사이로 ± 1.965 를 넘지 않으므로 .05 유의수준에서 정규성을 띤다고 할 수 있다.

4.3 신뢰도 및 집중타당도 분석

신뢰도 분석은 동일한 대상이나 개념을 반복 측정하였을 때 그 측정값들을 얼마나 일관성있게 측정하였는지 판단하기 위한 것으로 이에 대

〈표 3〉 정규성 분석 결과

구분	표본수(결측값)	평균	중앙값	최빈값	왜도	첨도
직원의 자질	127(0)	3.5444	3.5714	4.00	.052	.443
직원의 태도	127(0)	3.4882	3.4286	3.00	-.007	.072
직원의 역량	127(0)	3.2913	3.2000	3.00	.104	1.152
자료구축	127(0)	3.4421	3.4286	3.00	-.153	.700
자료접근	127(0)	3.5295	3.6250	4.00	-.426	1.712
자료이용	127(0)	3.4331	3.4000	3.00	-.451	1.302
물리적 환경	127(0)	3.4374	3.4444	3.00	.264	.103
정서적 환경	127(0)	3.2787	3.2000	3.00	.223	-.025
연구환경	127(0)	3.2236	3.0000	3.00	.001	.258
피드백	127(0)	3.5008	3.4000	3.00	.329	.244
고객화 서비스	127(0)	3.3281	3.1667	3.00	.255	-.329
커뮤니케이션	127(0)	3.1912	3.1429	3.00	.127	.431

한 신뢰도는 Cronbach' α 로 나타낸다. 분석 결과가 Cronbach' $\alpha > .7$ 이상이면 신뢰도가 높다고 할 수 있다. 설문문항의 신뢰도를 검증하기 위하여 내적 일관성을 분석하였다. <표 4>와 같이 모든 잠재변수별 측정 변수의 Cronbach' α 가 .8이상으로 나타나 설문문항이 일관되게 측정되었다고 할 수 있다. 측정문항이 해당 개념을 정확하게 측정하였는지를 검증하기 위해 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis: CFA)을 실시하였다. 그 결과 적합도 지수가 대부분 수용 기준을 충족하고 있는 것으로 나타났다. 재이용과 추천의향은 단일문항이 사용되어 확인적 요인분석에서 제외되었다.

4.3.1 인적자원

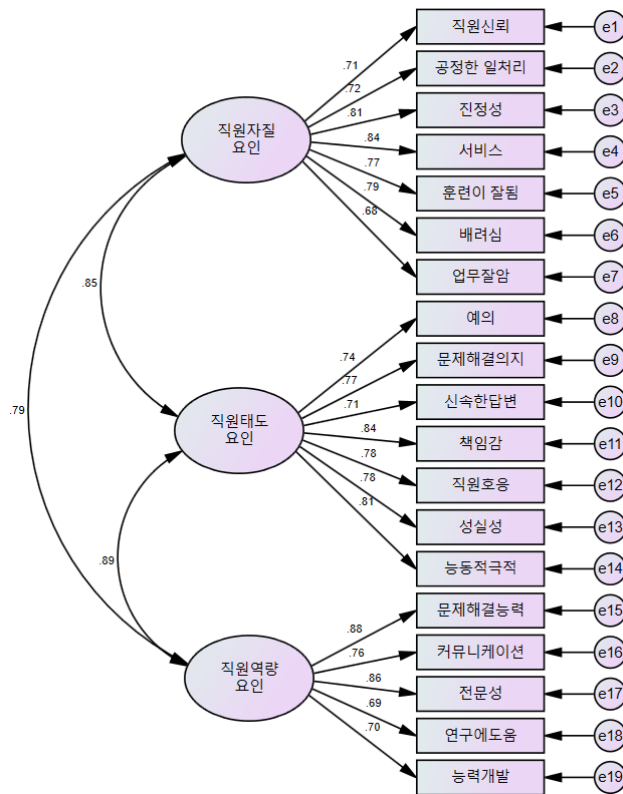
서비스 품질요소의 범주 중 '인적자원'의 확인적 요인분석 결과는 <그림 2>와 같이 나타났다. 관측변수인 19개 개념(신뢰성, 공정한 일처리, 잘 훈련된 직원, 배려심, 도서관 서비스나 업무에 대해 잘 아는 직원, 예의바름, 적극적 문제해

결 의지, 신속한 답변, 책임감, 직원의 호응, 성실성, 사서의 능동적이고 적극적인 안내, 직원의 문제해결 능력, 커뮤니케이션 능력, 전문성, 연구를 도와줄 수 있는 사서, 직원의 능력 개발)과 잠재변수인 3개 하위 범주 '직원의 자질요인', '직원의 태도요인', '직원의 역량요인'간 집중타당도가 .5이상으로 분석되었다.

관측변수 중 집중타당도가 가장 높게 나타난 것은 직원의 '문제해결능력'(.88)이다. 이와 비슷한 집중타당도를 보이는 것은 '진정성'(.81), '책임감'(.84), '능동 적극적인 태도'(.81), '전문성'(.86), '훈련이 잘된 직원'(.79), '직원의 호응'(.78), '커뮤니케이션 능력'(.76)이다. 이와 관련하여 선행연구에 나타난 연구 참여자의 직접적인 의견으로는 '다른 곳으로 가서 문의를 하라고 해서 가면 해결해 줄 거라고 생각했는데, 나중에 알고 보니까 알바생이었다.'거나 '직원이 쳐다보지도 않으면서 사람을 봐도 인사를 안 한다.'는 내용이 있었다.

<표 4> 신뢰도 및 집중 타당도 분석 결과

구성개념	하위개념	문항항목수	Cronbach' α	개념 신뢰도	A.V.E
인적자원	직원자질	7	.912	.959	.887
	직원태도	7	.906		
	직원역량	5	.904		
자료	자료구축	7	.892	.951	.867
	자료접근	8	.918		
	자료이용	5	.872		
환경	물리적 환경	9	.805	.952	.868
	정서적 환경	5	.900		
	연구환경	5	.880		
서비스 고객화	피드백	5	.876	.959	.886
	고객화 서비스	6	.925		
	커뮤니케이션	7	.886		



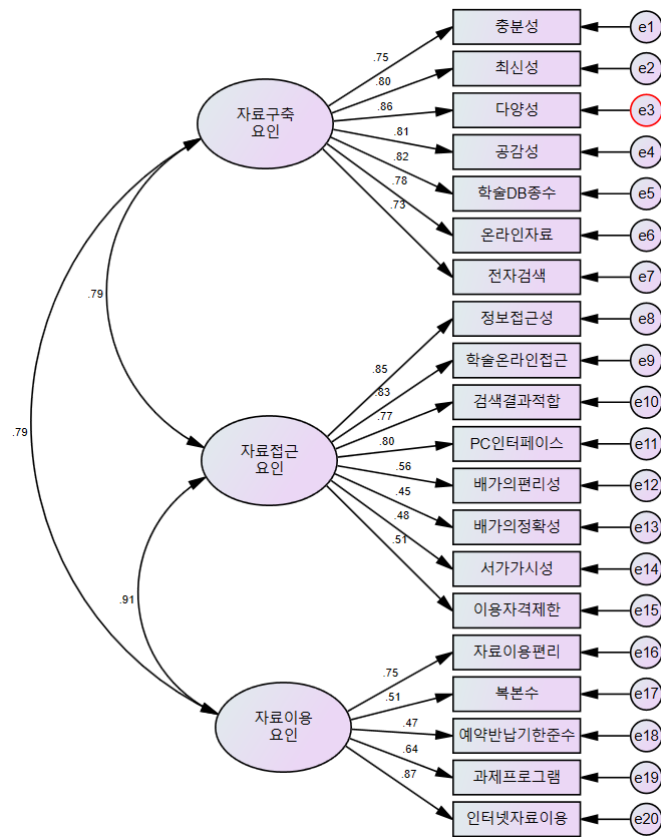
〈그림 2〉 ‘인적자원’에 대한 확인적 요인(CFA) 분석 결과

4.3.2 자료

서비스 품질요소의 범주 중 ‘자료’에 관한 확인적 요인분석 결과는 〈그림 3〉과 같다. 관측변수인 20개 개념(자료의 충분성, 자료의 최신성, 자료의 다양성, 자료의 공감성, 학술DB중수, 온라인 자료, 전자정보원의 검색 및 전문(full text), 정보검색의 접근성, 학술자료의 온라인 접근성, 검색결과의 적합성, 도서관 검색pc의 인터페이스 및 접근성, 배가의 정확성, 서가 안내의 가시성, 이용자격 제한, 자료이용의 편리성, 복본의 수, 예약된 도서의 반납기한 준수 독려, 과제 관련 소프트웨어/프로그램 제공, 인터넷을 이용한 자료 이용)와 잠재변수인 3개 하위 범주 ‘자료구축 요인’, ‘자

료접근 요인’, ‘자료이용 요인’간 집중타당도가 대부분 .5이상으로 분석되었다. 자료이용 요인 중 ‘배가의 편리성’, ‘예약반납기한 준수’, ‘배가의 정확성’의 집중 타당도가 각각 .45, .47, .48로 .5이하로 다소 낮게 나왔으나 집중타당도가 낮다고 할 수 있는 정도는 아니다.

관측변수 중 집중타당도가 높게 나타난 것은 .87, .86, .85으로 각각 ‘인터넷 자료 이용’과 ‘자료의 다양성’, ‘정보 접근성’이다. 이와 비슷한 집중타당도를 보이는 것은 ‘pc인터페이스’(.80), ‘학술DB중수’(.78), ‘온라인 자료’(.78), ‘검색결과의 적합성’(.77), ‘자료의 충분성’(.75), ‘자료이용 편리’(.75)이다. 이와 관련하여 선행연구



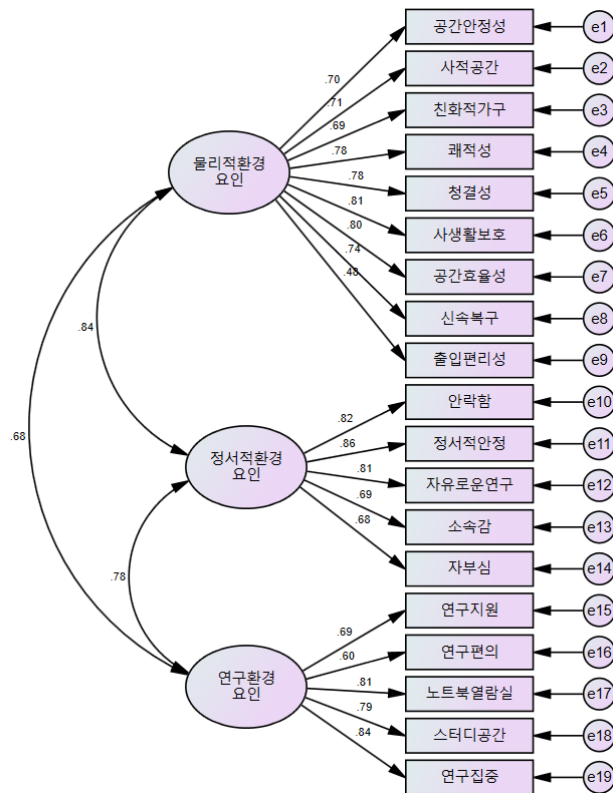
〈그림 3〉 '자료'에 대한 확인적 요인(CFA) 분석 결과

에 나타난 연구 참여자의 직접적인 의견에는 '거의 인터넷으로 자료를 검색한다.', '통합 웹 DB의 종수가 적어서 그런 것들이 어렵다.' 혹은 '(장서가) 베스트셀러 그런 거 위주로 구성이 돼 있는데, 남들이 안 읽는 거를 읽으려고 한다.'는 내용이 있었다.

4.3.3 도서관 환경

서비스 품질요소의 범주 중 '도서관 환경'에 관한 확인적 요인분석 결과는 〈그림 4〉와 같다. 관측변수인 19개 개념(공간배치의 안정감, 학습을 위한 사적 공간, 이용자 친화적 가구 사이

즈/디자인, 쾌적성, 청결유지, 생활 기본시설의 사생활 보호, 공간구성의 효율성, 신속한 복구 및 조치, 도서관 출입의 편리성, 안락함, 정서적 안정감, 자유로운 연구·학습공간, 소속감을 느낄 수 있는 공간, 자부심을 느낄 수 있는 공간, 소프트웨어 및 관련 장비대여 등 학습 및 연구 지원, 연구 편의시설(멀티탭, 조명 등), 노트북 열람실, 그룹스터디 공간, 연구와 학습에 집중할 수 있는 공간)과 잠재변수인 '물리적 환경 요인', '정서적 환경 요인', '연구환경 요인'간 집중타당도가 대부분 .5이상으로 집중타당성이 있는 것으로 분석되었다.

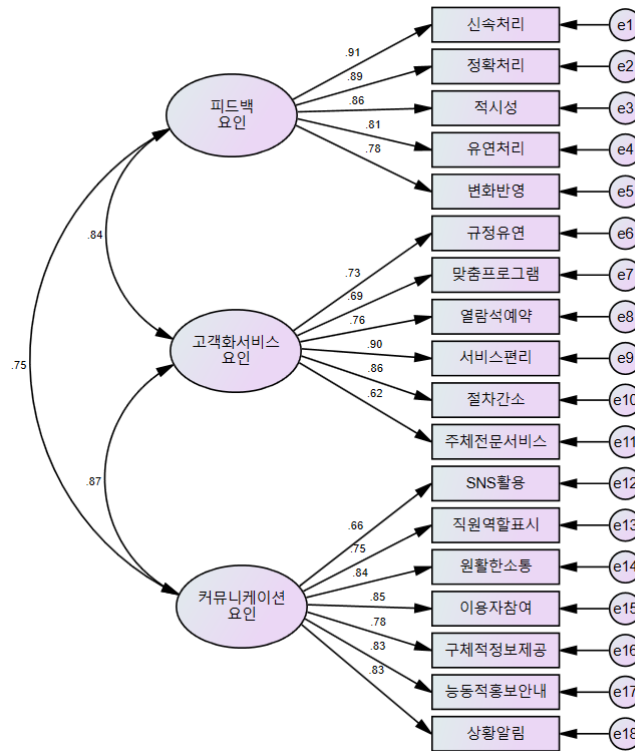


〈그림 4〉 ‘도서관 환경’에 대한 확인적 요인(CFA) 분석 결과

관측변수 중 집중타당도가 가장 높게 나타난 것은 ‘안락함’(.84)이다. 이와 비슷한 집중타당도를 보이는 하위 범주는 ‘공간구성의 효율성’(.80), ‘정서적 안정감’(.79), ‘신속한 복구 조치’(.78), ‘출입의 편리성’(.78)이다. 이와 관련하여 선행연구에 나타난 연구 참여자의 직접적인 의견에는 ‘(다른 대학도서관은) 자유롭게 소파가 있어서 누워서 책을 볼 수 있고, 고풍스러운 분위기가 너무 좋아서 그 도서관을 매일 갔다.’ 혹은 ‘생각지도 못한 곳까지도 앉아서 책을 볼 수 있도록 마련되어 있어서 되게 좋다.’는 내용이 있다.

4.3.4 서비스 고객화

서비스 품질요소의 범주 중 ‘서비스 고객화’에 관한 확인적 요인분석 결과는 〈그림 5〉와 같다. 관측변수인 19개 개념(신속한 처리, 정확한 처리, 적시성, 유연성, 이용자의 패러다임 변화 반영, 도서관 규정 및 제도의 유연성, 이용자 맞춤형 서비스 프로그램, 합리적 열람실 예약 시스템, 서비스 이용의 편리성, 절차의 간소화, 주제전문 서비스, 연구 지원 서비스, SNS 활용 활성화, 직원 담당업무와 역할 표시, 이용자와의 원활한 커뮤니케이션, 이용자 참여, 공사나 시석 복구에 대한 구체적 정보 제공, 능동적인 도서관 서비스 홍보 및 안내, 수행과정에 대한



〈그림 5〉 ‘서비스 고객화’에 대한 확인적 요인(CFA) 분석 결과

경과 상황 알림)의 잠재변수인 ‘피드백’, ‘고객화 서비스’, ‘커뮤니케이션’간 집중타당도가 대부분 .5이상으로 집중타당성이 있는 것으로 분석되었다.

관측변수 중 집중타당도가 가장 높게 나타난 것은 ‘신속한 처리’(.86), ‘정확한 처리’(.87)이다. 이와 관련하여 선행연구에 나타난 연구 참여자의 직접적인 의견에는 ‘직원이 됐건 아르바이트생이 됐건 사람이(관리 인력이) 더 있으면 서비스가 빨리 바뀌거나 문제가 안 생기거나, 생겼을 때도 빨리 해결될 수 있는데 ...’ 혹은 ‘(참고질문) 물론 도움이 되긴 됐는데 약간 제가 의도했던 거랑은 다른 방향으로 됐던 게 조금 그랬다.’는 내용이 있다.

4.4 전체 서비스 품질 차원의 확인적 요인분석 및 판별타당성

본 분석에 사용된 독립변수의 수가 총 76개로 그 수가 너무 많기 때문에 각 하위 변인들을 관측변수화하여 ‘전체적인 확인적 요인분석’을 실시하였다. 이 방법은 항목 묶음을 통해 진행하였고 이들 확인적 요인분석 결과를 바탕으로 다중공선성 문제를 판별타당성 검증으로 확인하였다. 각 구성개념들에 대한 판별타당성을 검증한 결과는 다음 〈표 5〉와 같다.

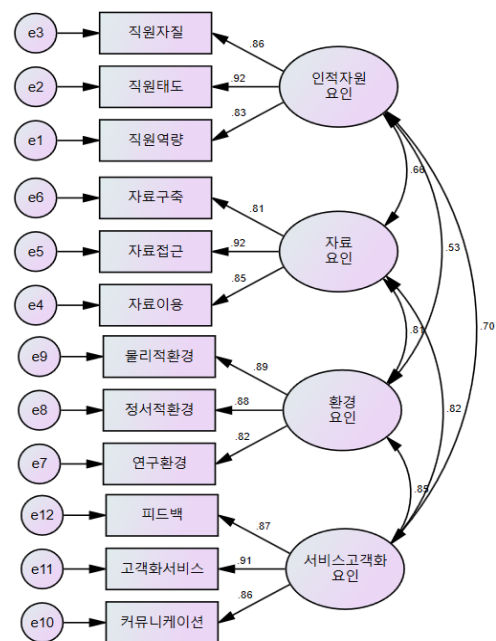
분석 결과 〈표 5〉에서 알 수 있듯이, 구성개념간 상관이 .8 이상으로 다소 높은 것을 알 수 있다. 하지만, 모든 구성개념간 상관의 지수는 그 구성

〈표 5〉 각 구성개념들에 대한 판별타당성 검증 결과

	인적자원요인	자료요인	환경요인	서비스 고객화 요인
1. 인적자원요인	1			
2. 자료요인	.658	1		
3. 환경요인	.533	.805	1	
4. 서비스 고객화요인	.698	.818	.847	1
개념신뢰성	.959	.951	.952	.959
평균분산추출(AVE)	.887	.867	.868	.886

개념들의 AVE 값보다 작은 것으로 나타나 판별 타당성이 있다고 할 수 있다(우종필 2012). 예를 들어 상관이 가장 높은 환경요인과 서비스 고객화 요인의 경우 상관의 자승은 $(.847)^2$ 인 .717로서, 이는 환경요인의 AVE인 .868, 서비스 고객화 요인의 AVE인 .886 보다 작은 것으로 나타났다. 그리고 다른 모든 쌍에서도 상관이 자승이 AVE값보다 낮은 것으로 나타났다. 이 결과는 구성개념간 판별타당성이 있다는 것을 의미하기 때문에 다음 단계인 구조방정식모형을 진행하였다.

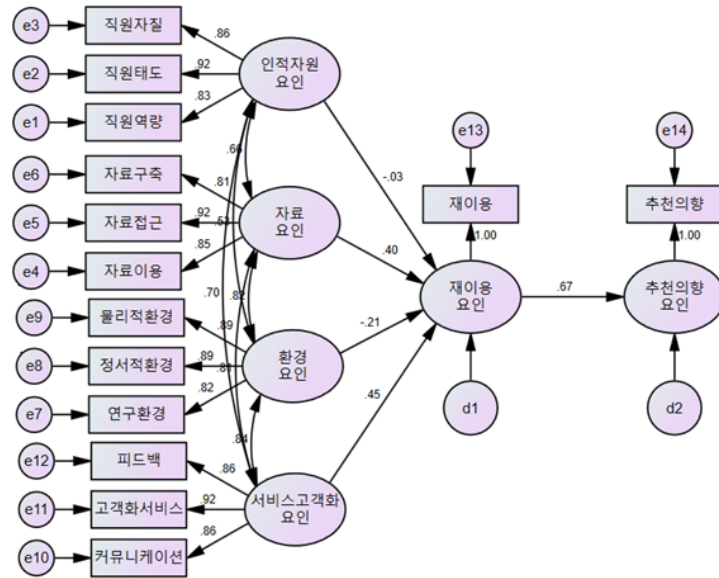
다음의 하위요인들을 단일요인으로 형성한 후 서비스 품질 차원을 재 분석한 전체 확인적 요인분석의 결과는 〈그림 6〉과 같다. 직원자질, 직원태도, 직원역량을 단일요인인 인적자원 요인으로 하였다. 자료구축/ 자료접근/ 자료이용을 단일요인인 ‘자료요인’으로, 물리적 환경/ 정서적 환경/ 연구환경을 단일요인인 ‘환경요인’으로 하였으며, 피드백/ 고객화 서비스/ 커뮤니케이션을 단일요인인 ‘서비스 고객화 요인’으로 하였다. 이들 각각의 관측변수에 대한 집중타당도는 전체적으로 .8이상으로 나타났다. 이로써 품질 차원을 구성하고 있는 변인들인 직원 자질, 직원 태도 등과 같은 개념이 그 차원을 일관성 있게 잘 측정된 것으로 나타났다.



〈그림 6〉 전체 서비스 품질 차원의 확인적 요인(CFA) 분석 결과

4.5 가설검증

인적자원, 자료, 도서관 환경, 서비스 고객화를 외생변수로 보고 ‘재이용’을 내생변수로 하여 구조방정식 모형으로 분석한 결과 〈그림 7〉과 같다. 연구모델의 모델 적합도 지수는 $X^2=126.938$ ($df=67$), $p=.000$, GFI=.879, AGFI=.810, RMR=.044, RMSEA=.084으로 나타났다.



〈그림 7〉 ‘재이용’에 대한 구조방정식 모형 분석 결과

〈표 6〉에서 ‘자료’와 ‘서비스 고객화’에서 재이용으로 가는 경로의 C.R값이 1.965보다 크고 $p < .5$ 보다 작아 통계적으로 매우 유의하다 할 수 있어 가설은 채택되었다. 재이용으로 가는 경로의 C.R값이 1.965보다 작고 $p > .5$ 로 나타난 ‘인적자원’과 ‘도서관 환경’에 대한 가설은 기각되었다. ‘자료’와 ‘서비스 고객화’에서 재이용으로 가는 경로의 표준화 계수는 각각 .396, .447이며, 비표준화 계수는 .542, .545로 나타났다.

4.6 수정 모델

Amos 프로그램의 Modification indices 기능을 이용하여 분석한 결과, 서비스 고객화에서 추천의향으로 영향을 미치는 M.I. 지수가 11.187로 도출되어 이 경로를 설정 시 유의한 결과가 나타남을 알 수 있었다. 그래서 독립변수인 ‘서비스 고객화’와 추천의향의 경로를 설정하였고 그 결과 연구모델의 모델 적합도 지수는 $X^2 = 99.100$ ($df = 66$), $p = .005$, GFI = .901,

〈표 6〉 가설검증 결과

경로				표준화 계수	비표준화 계수	S.E	C.R	p	가설 채택여부
H1	인적자원	-->	재이용	-0.028	-0.034	0.156	-0.221	0.825	기각
H2	자료	-->	재이용	0.396	0.542	0.253	2.138	0.033	채택
H3	도서관 환경	-->	재이용	-0.206	-0.243	0.239	-1.018	0.309	기각
H4	서비스 고객화	-->	재이용	0.447	0.545	0.258	2.116	0.034	채택
H5	재이용	-->	추천의향	0.673	0.887	0.087	10.202	.000	채택

AGFI=.842, RMR=.014, RMSEA=.063으로 나타났다.

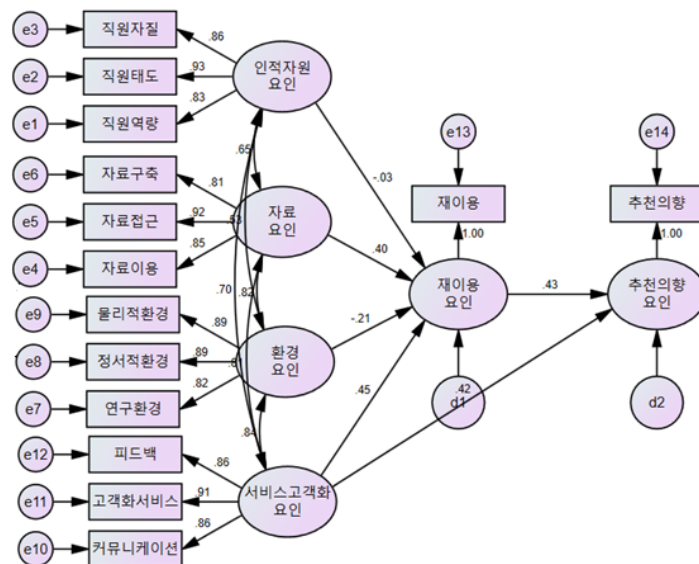
다음의 <표 7> 왼쪽 도표에서 '서비스 고객화'에서 추천의향으로 가는 경로의 C.R값이 1.965보다 큰 5.368이며 $p < .5$ 보다 작아 통계적으로 매우 유의하다 할 수 있어 가설은 채택되었다. '서비스 고객화'에서 추천의향으로 가는 경로의 표준화 계수는 .425이며 비표준화 계수는 .680으로 나타났다.

4.7 가설 검증 결과 및 의의

인적자원은 '재이용의도'에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 <가설 1>은 기각되었다. 인적자원과 재이용 간에는 통계적으로 유의한 관계가 없는 것으로 나타나 인적자원을 통한 서비스가 이용자의 재이용 요인은 아닌 것으로 볼 수 있다. 대출, 반납, 예약 등 대부분의 오프라인 서비스가 기계화 및 온라인으로 전환되어 인적자

<표 7> '추천의향'에 대한 구조방정식 모형 분석 결과표

경로	표준화 계수	비표준화 계수	S.E	C.R	p	가설 채택여부
H1 인적자원 --> 재이용	-0.027	-0.033	0.156	-0.215	0.830	기각
H2 자료 --> 재이용	0.396	0.542	0.253	2.138	0.033	채택
H3 도서관 환경 --> 재이용	-0.207	-0.244	0.239	-1.019	0.308	기각
H4 서비스 고객화 --> 재이용	0.447	0.542	0.257	2.111	0.035	채택
H5 재이용 --> 추천의향	0.427	0.564	0.098	5.775	0.000	채택
신규가설 서비스 고객화 --> 추천의향	0.425	0.680	0.127	5.368	0.000	채택



<그림 8> 수정모형 검증 결과

원이 이용자의 재이용에는 유의한 영향을 미치는 요인은 아닌 것으로 해석할 수 있다. 또한 이용자들이 4가지 품질요소 중 인적자원 품질요소의 중요도를 가장 낮다고 보고 당연하고 무관심한 품질속성으로 인식하는 것으로 나타난 선행연구의 분석 결과를 지지하는 것이다.

자료는 '재이용의도'에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 <가설 2>는 채택되었다. 자료와 재이용 간에는 통계적으로 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 선행연구에서 이용자들이 자료를 가장 중요한 서비스 품질로 인식하는 것으로 나타난 결과를 실증한 것이다. 이로써 대학도서관 본연의 역할인 학습과 연구 지원 서비스를 충실히 할수록 대학도서관 이용자의 재이용을 활성화 할 수 있음을 의미한다. 뿐만 아니라 자료구축과 서비스 제공에 있어서 이용자의 이용 형태와 행태 변화를 반영할 수 있는 서비스 방안을 모색해야 할 것이다.

도서관 환경은 '재이용의도'에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 <가설 3>은 기각되었다. 도서관 환경과 재이용 간에는 통계적으로 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다. 다시 말해 도서관 환경 요인이 도서관을 재이용하는 요인은 아닌 것으로 분석된 것이다. 그러나 이러한 분석결과와 해석에 있어서 도서관 환경 요인의 중요성이나 필요성이 떨어졌다고보다는 도서관 기능을 대체할 수 있는 외부 환경과 이용자의 행태 변화 측면에서 살펴봐야 할 것이다. 즉 도서관의 물리적, 정서적 환경을 대체할 수 있는 곳이 많아졌고 노트북이나 휴대폰만 있으면 언제 어디서든 연구나 학습이 가능하여 도서관 이용 행태와 환경이 변화하였기 때문으로 해석할 수 있다.

서비스 고객화는 '재이용의도'에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 <가설 4>는 채택되었다. 서비스 고객화의 품질요소는 이용자 요구에 대해 신속하고 정확하게 처리하고 시의적절하게 유연적으로 대처하는 등 이용자와의 커뮤니케이션과 피드백에 관한 것이며 이용자의 요구와 특성에 맞는 서비스를 제공하는 것과 관련된 것이다. 선행연구에서 서비스 고객화라는 품질요소가 매력적인 품질속성으로 분석된 결과를 실증한 것이다. 이를 통해 이용자들은 고객의 요구를 반영하고 원하는 것을 언제 어디서든 제공하는 맞춤형 서비스에 익숙해 있으며 도서관 서비스에도 고객화 개념을 적용할 필요성이 있음을 시사한다.

재이용의도가 추천의향에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 <가설 5>는 채택되었다. 자료와 서비스 고객화는 재이용의도 뿐만 아니라 추천의향에도 긍정적인 영향을 미치는 것임을 알 수 있다. 즉, 도서관 서비스 품질요소 중 자료와 서비스 고객화는 이용자들로 하여금 도서관을 다시 이용하도록 하는 요인일 뿐만 아니라 추천의향에도 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

서비스 고객화는 추천의향에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 <신규가설>은 채택되었다. Amos 프로그램의 Modification indices 기능을 이용하여 분석한 결과 서비스 고객화와 추천의향에는 통계적으로 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 즉, 서비스 고객화는 추천의향에 직접적으로 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타난 것이다.

본 연구는 선행연구에서 도출한 대학도서관 서비스 품질요소에 대하여 대학도서관 재이용

과 추천의향에 영향을 미치는 품질요소를 실증 분석하여 그 중요성을 발견하였다는데 몇 가지 의의가 있다 하겠다. 첫째, '자료'는 도서관 재이용에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 선행연구에서는 이용자가 가장 중요하게 생각하는 품질요소로 분석되었다. 둘째, '서비스 고객화'는 도서관 재이용 뿐만 아니라 추천의향에 직접적인 영향을 미치는 품질요소로 나타났다. 선행연구에서는 이용자의 잠재적인 요구인 매력적 품질속성으로 분석되었다. 셋째, 고객화 개념을 적용하여 다변화하고 있는 이용자의 요구를 파악하고 충족하도록 하기 위한 서비스 대응 방안을 모색하고자 하였다. 즉 이용자들을 이해하고 그들의 관점에서 필요한 서비스를 제공하는 것이 필요함을 강조하였다. 다만 도서관 서비스 품질요소의 입체적 특성을 분석하지 못했다는 아쉬움과 함께 이와 관련한 이용자들의 개인화 서비스를 위한 품질요소 분석 방안과 구체적인 서비스 방향에 관한 연구는 향후 과제로 삼고자 한다.

본 연구 분석 결과로 '자료'와 고객화 개념인 '서비스 고객화'는 추천의향과 재이용에 긍정적인 영향을 미치는 요인임을 알 수 있다. 특히 '서비스 고객화'는 추천의향에 직접적으로 영향을 미치는 요인으로 나타나 그 중요성을 발견함으로써 도서관 서비스 품질 제고에 관한 논점에서 주목할 만한 결과라고 할 수 있다.

5. 결론 및 제언

도서관을 둘러싼 환경은 점점 다변화되고 이용자의 요구나 성향도 개인화되고 있다. 이러

한 환경 변화는 대학도서관을 이용하는 이용자들의 행태에도 적지 않은 변화를 야기하고 있다. 도서관에서도 오늘날 이러한 변화에 대하여 고객화 개념을 적용하여 이용자를 이해하고 그들의 요구에 맞는 서비스를 제공하기 위한 심층적인 연구가 필요한 때이며 시급하다 할 수 있다. 고객화 개념의 도서관 서비스란 이용자 입장에서 가치를 높일 방안을 강구하는 것을 의미한다.

본 연구 분석 결과를 통해 이용자가 대학도서관을 재이용하는 품질요소는 '자료'와 고객화 개념인 '서비스 고객화'이며 이들 요소는 추천의향과 재이용에 긍정적인 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 그러나 본 연구가 대학도서관을 대상으로 한 점, 이용자의 이용 경험에서 도출된 서비스 품질요소를 측정 변수로 하였다는 점에서 일반화하기에는 한계가 있다. 그럼에도 불구하고 본 연구는 '자료'와 '고객화 서비스'가 대학도서관 재이용 및 추천의향에 영향을 미치는 요인임을 실증분석하여 그 중요성을 발견하였다.

본 논문의 연구 분석 결과를 바탕으로 다음과 같이 고객화 개념의 서비스와 마케팅 방안을 제언하고자 한다. 첫째, 이용자의 관심 주제 분야 예측 방안을 모색해야 할 것이다. 이용자가 어떠한 주제분야에 관심을 가질 것인지를 예측하여 자료를 제공하는 것은 그들의 신뢰를 얻는 것으로 도서관 재이용과 추천의향에 결정적인 영향을 미친다고 할 수 있다. 뿐만 아니라 이용의 편의성과 연구에 필요한 소프트웨어와 프로그램을 미리 제공한다면 이용자 만족도 제고에 시너지 효과를 기대할 수 있을 것이다.

둘째, 이용자와의 원활한 커뮤니케이션을 통

해 그들의 다양한 관점과 문화를 반영한 구체적인 정보를 제공하고 경과나 상황을 피드백함으로써 맞춤형 서비스를 제공하도록 해야 할 것이다. 이용자는 자신들의 요구나 불편함을 표현한 것에 대하여 신속하고 정확하게 처리하는 것 뿐만 아니라 경과나 상황에 관한 정보를 구체적으로 제공하는 것을 선호한다. 이는 생활 전반에 걸쳐 정보통신 기술과 데이터를 기반으로 한 맞춤형 서비스에 익숙한 것과 무관하지 않을 것이다.

셋째, 이용자들에게 고객화 개념을 적용한 도서관 서비스를 제공하기 위해서는 도서관 직원들을 대상으로 한 고객화 서비스 및 마케팅 교

육이 필요하다. 빠르고 다양하게 변화하고 있는 이용자들의 패러다임 변화를 파악하고 그들을 이해하여 이에 맞는 서비스를 제공하기 위해서 이러한 교육은 필수적이다.

다변화, 개인화 되고있는 이용자의 요구나 성향을 파악하는데 고객화 관점에서 이용자의 요구를 탐색하는 방안과 이를 위한 심층적인 분석이 필요하다. 그러기 위해서는 이용자와의 끊임없는 커뮤니케이션을 통해 데이터를 수집하고 분석하여 그들이 구체적으로 무엇을 요구하며 무엇을 필요로 하는지 분석하고 예측하는 방안을 찾아야 할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 교육부. 2019. 『제2차 대학도서관진흥 종합계획(2019~2023)』. 서울: 교육부.
- [2] 김난도 외. 2019. 『트렌드 코리아 2020』. 서울: 미래의 창.
- [3] 김미령. 2015. 『이용자 관점의 대학도서관 서비스 품질요소와 속성 및 상대적 중요도 분석』. 박사학위논문. 성균관대학교 일반대학원 문헌정보학과.
- [4] 우종필. 2012. 『(우종필교수의) 구조방정식모델 개념과 이해』. 서울: 한나래.
- [5] Cronin, J. Joseph Jr. and Steven, A. Taylor. 1992. "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension." *Journal of Marketing*, 56(3): 55-68.
- [6] Davis, S. M. 1987. *Future Perfect*. MA: Addison-Wesely.
- [7] Garvin, David A. 1984. "What Does "Product Quality" Really Mean?." *Sloan Management Review*, 26(1): 25-43.
- [8] Gilmore, James H. and Pine II, B. Joseph. 1997. "The four faces of mass customization." *Harvard Business Review*, 75(1): 91-101.
- [9] Grönroos, Christian. 1982. *Strategic Management and Marketing in Service Sector*. Marketing Science Institute, Cambridge, MA.
- [10] Grönroos, Christian. 1984. "A service Quality Model and its Marketing Implication." *European*

- Journal of Marketing*, 18(4): 36-44.
- [11] Lewis, R. C., H. Booms, 1983. The Marketing Aspect of Service Quality. In Berry, L., Shostack, G., and Upah, G., (Eds). *Emerging Perspectives on Service Marketing*. Chicago, IL: *American Marketing*, 99-107.
- [12] Murdick, T. G., Render, B. and Russell, R. S. 1990. *Services Operation Management*. Needham Height, MA: Alyn and Bacon.
- [13] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1985. "A conceptual model of service quality and its implications for future research," *Journal of Marketing*, 49: 41-50.
- [14] Parasuraman, A. et al. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40.
- [15] Pine, Joseph B.II., Peppers Don. and Rogers Mathartha. 1995. "Do you want to keep your customers forever?" *Harvard business review*, March-April: 103-114.
- [16] Saxe, Robert and Weitz, Barton A. 1982. "The SOCO scale: A measure of the customer orientation of salespeople." *Journal of marketing research*, 19(3): 343-351.
- [17] Strauss, Anselm., Corbin, Juliet. 1990. *Basics of Qualatative Research: Grounded Theory procedures and techniques*. CA: Sage. 신경림 역. 2001. 『근거이론의 단계』. 서울: 현문사.

• 국문 참고자료의 영어 표기

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

- [1] Ministry of Education, 2019. *The 2nd University Library Promotion Comprehensive Plan (2019~2023)*. Seoul: Ministry of Education.
- [2] Kim, Nan Do et al. 2020. *The trend*. Seoul: Miraebok.
- [3] Kim, Mi Ryung. 2015. *Analyzing user's perceptions on quality elements and attributes of university library services and their relation importance*. Ph.D. diss. School of Library and Information Science, SungKyunKwan University, South Korea.
- [4] Yu, Jong Pil. 2012. *(Professor Yu's) Structural equation model concept and understanding*. Seoul: Hannarea.

