

대학도서관의 서비스품질과 고객지향성이 교수의 만족도와 재이용의도에 미치는 영향 -D대학 도서관을 중심으로-

Influence of Service Quality and Customer Orientation on Professor's Satisfaction and Re-use Intention in D University Library

오동근, 계명대학교 문헌정보학과 교수, odroot@kmu.ac.kr
노미자, 동양대학교, mjroh@dyu.ac.kr

Oh Dong-Gun, Dept. of Library and Information Science, Keymung University
Roh Mi-Ja, Dongyang University

이 연구는 대학의 핵심기관인 도서관을 이용하는 주요 고객중 D대학 전체교수를 대상으로 대학도서관의 서비스품질과 무료이용지각, 고객지향성등의 선행요인이 교수의 만족도에 미치는 영향과 이용자만족도가 재이용의도 및 구전의도에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다.

I. 서론

마케팅이란 이익추구를 위하여 판매를 촉진시키는 단편적인 기술이 아니라 고객의 요구를 만족시키면서 기업의 목표를 달성할 수 있도록 하는 총체적인 관리과정으로 이해될 수 있을 것이다. 바로 이러한 관점에서 도서관과 같은 비영리기관도 마케팅 개념을 도입, 응용함으로써 보다 효과적으로 도서관 목표를 달성할 수 있는 것이다.

도서관이 고객만족을 창출할 수 있는 서비스를 제공하기 위해서는 이용자들과의 직접적인 대면이 이루어지는 일선현장의 여러 부분들을 중요시하고 여기에 많은 자원을 투입하고 개선하는 고객중심의 정책을 펼쳐야 할 것이다.

즉, 고객지향적인 도서관 운영방안을 련하는 것이다. 대학도서관의 주요 고객은 교수와 학생들이라고 볼 수 있는데, 학생들이 도서관에 접근하는 열성과 결의는 주로 대학의 교육을 담당하고 있는 교수의 자세에 달려 있다고 본다. 따라서 대학도서관의 효과적 활용을 위해서는 대학교수들의 도서관 만족을 증진시켜야 한다. 이러한 시각에서 본 연구는 D대학 도서관 이용자중 전체 교수를 대상으로 한 설문조사를 바탕으로 결과를 분석하고자 한다.

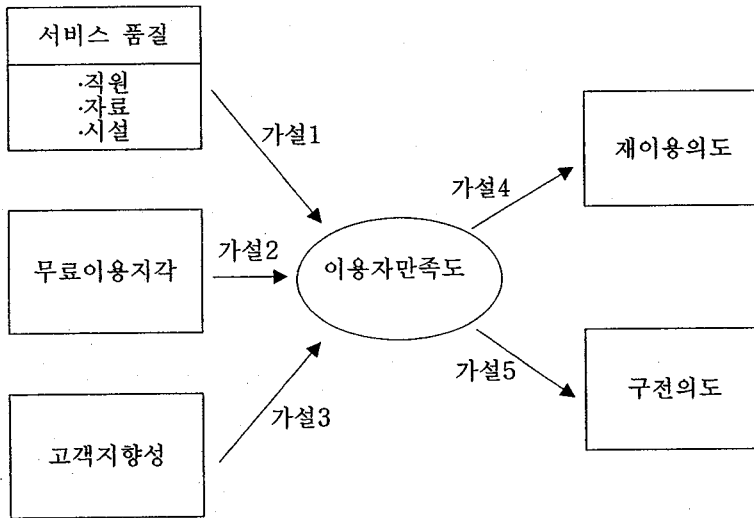
II. 실증연구의 설계

1. 연구모형의 설정

본 연구에서는 대학도서관이 갖고 있는 특성과 관련 변수들간의 관계를 실증적으로 검증하기 위해 아래와 같은 연구모형을 설계하였다.

아래에서 제시된 것처럼 본 연구는 대학도서관의 서비스 품질, 무료이용지각 및 고객지향성이 이용자만족도에 정(+)적 영향을 주고, 이용자만족은 이용자들로 하여금 도서관에 대한 재이용의도 및 구전의도에 정(+)적 영향을 줄 것이라고 가정하고 있다.

이는 만족스러운 품질을 이용자에게 제공함으로써 이용자만족을 통해 재구매를 촉진하는 고객지향적인 마케팅 개념을 반영한 연구모형이다.



<그림 1> 연구모형

2. 가설의 설정

2.1 서비스의 품질과 이용자만족도간의 관계

현대 마케팅에서 중요한 단어로 가장 많이

논의가 되는 것이 서비스 품질(SQ) 과 고객만족(CS)이다.

Bolton과 Drew(1991)의 연구에서는 서비스의 변화가 고객의 서비스에 대한 전체적인 평가에 영향을 미치지 못하는 못했지만 장기적인 효과를 거둘 수 있다는 결과를 도출, 서비스 품질이 고객의 만족 혹은 평가에 직접적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

또한 Cronin과 Taylor(1992)는 실증분석을 통해서 서비스 품질이 고객만족의 선행변수라는 점을 입증하였다.

이 연구에서는 전통적으로 도서관 3대 요소인 사람, 장서, 건물을 대학도서관의 서비스품질에 대응시켜 사람을 직원품질로, 장서를 자료품질

로, 건물을 시설품질로 설정하였다.

따라서 서비스 품질과 이용자만족도간의 관계에 대해 다음과 같은 가설을 설정할 수 있을 것이다

[가설 1] 도서관 서비스의 품질은 이용자만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설 1-1] 직원품질은 이용자만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설 1-2] 자료품질은 이용자만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설 1-3] 시설품질은 이용자만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2.2 무료이용지각과 이용자만족도간의 관계

오동근(2002)은 대학도서관을 대상으로 무료이용지각이라는 척도로 이용자의 불평행동에 영향을 미치는지를 분석하였는데, 그 결과 유의하지 않는 것으로 나타났다. 하지만 공공도서관이 비영리조직이라는 점에 착안하여 공공도서관 이용자의 무료이용에 대한 지각이 불평행동에 미치는 영향을 연구문제로 제시하여 분석한 결과 불평행동에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(오동근, 2001, 54).

따라서 무료이용지각과 이용자만족도간의 관계에 대해 다음과 같은 가설을 설정할 수 있을 것이다.

[가설 2] 무료이용지각은 이용자만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2.3 고객지향성과 이용자만족도간의 관계

Dorsch 등(1998)의 연구에 의하면 고객-공급자(vendor)사이의 관계의 질은 공급자의 고객지향성에 의해 더욱 강화되는 것으로 나타났다.

Swan과 Oliver(1989)의 연구에서 나타난 바와 같이, 도서관에서도 이용자만족을 달성하기 위해서는 고객지향성이 선행되어야 하며, 서비스제공자는 고객지향성을 추구하는데 중요한 역할을 담당하고 있다고 볼 수 있다.

따라서 본 연구에서는 고객지향성과 이용자만족도간의 관계에 대해 다음과 같은 가설을 설정할 수 있을 것이다.

[가설 3] 도서관의 고객지향성은 이용자만족

도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2.4 이용자만족도와 재이용의도, 구전의도와 의 관계

고객이 서비스에 대한 기대를 형성하는데 있어 강력한 영향력의 원천이 바로 구전 커뮤니케이션이며, 고객들은 어떤 서비스를 구매하기 전에 대부분 다른 사람들에게 물어보거나 조언을 구한다. 부정적 구전은 긍정적 구전보다 소비자 의사결정 과정에 보다 강력한 영향력을 준다. 예를 들어 커피신제품 구매에 대한 한 연구에서 긍정적 정보에 접한 소비자들의 54%가 신제품을 구매한 반면 부정적 정보에 접한 소비자들 중 18%만이 신제품을 구매한 것으로 나타났다(Richins, 1983, 68-78).

기업에서의 소비자들이 느끼는 만족, 불만족은 소비자들의 재구매의사에 결정적 영향을 미치게 된다. Oliver(1980, 1997)의 연구에서는 고객만족이 소비자의 태도에 영향을 미치고 계속하여 재구매 의사에 영향을 미친다는 가설이 경로분석을 통해 지지되었다.

따라서 이용자만족과 재이용의도, 구전의도간의 관계에 대해 다음과 같은 가설을 설정할 수 있을 것이다.

[가설 4] 이용자만족도는 재이용의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설 5] 이용자만족도는 구전의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

Ⅲ. 실증연구

1. 변수의 조작적 정의와 측정

본 연구에서의 독립변수는 서비스품질, 무료이용지각 및 고객지향성이며, 매개변수는 이용자만족도이고, 재이용의도와 구전의도가 종속변수로 사용되었다. 이들 변수 각각의 조작적

정의와 측정도구에 대해 살펴보면 다음과 같다.

1.1 서비스품질

서비스 품질은 사용자 중심적 정의에 따라, 그리고 서비스의 고유한 특성으로 인해 주로 고객의 지각된 서비스(성과)와 기대서비스(기대)로서 결정되는 고객의 지각된 서비스 품질로 정의되고 있다.

본 연구에서는 서비스 품질을 측정하기 위한 각문항의 기대치(단지 희망하고 있는 느낌의 정도)에서 지각치(현재 이용하고 있는 느낌)를 차감한 값을 서비스품질로 정의하였다. 21개의 문항을 사용하여 리커트 7점 척도로 서비스 품질을 측정하였다.

1.2 무료이용지각

이 척도는 오동근(2001)의 연구에서 사용된 것으로 공공도서관 이용자의 불평행동을 측정하는 데 사용되었다. 대학 도서관은 영리를 목적으로 하지 않는 비영리조직이며 영리를 목적으로 유료로 운영되는 서비스기관과는 다르다. 따라서 무료이용지각은 대학도서관 이용 시 비용을 지불하지 않고 이용하는 데 대한 사용자들의 인식정도라 할 수 있으며, 본 연구에서는 교수들의 대학도서관 이용에 대한 무료이용지각을 측정하기 위해 2개 문항을 사용하여 리커트 7점 척도로 무료이용지각을 측정하였다.

1.3 고객지향성

고객지향성이란 기업이 고객의 입장에서 사고하는 관점에서 기업 활동을 행하는 것을 의미하는 것으로, 기업의 마케팅 활동은 고객의 관점에서 인지되고 고객의 이익을 증진시키는 방향으로 나아가야 한다는 것이다(김평산, 2003, 38). 따라서 도서관의 고객지향성은 이용자 개인들의 기대와 요구를 이해, 충족시키는 즉,

이용자 만족을 표방하는 서비스 지향성의 수행 정도라 할 수 있으며, 고객지향성을 측정하기 위해 9개의 문항을 사용하여 리커트 7점 척도로 고객지향성을 측정하였다.

1.4 이용자만족도

도서관에서의 이용자만족도는 이용자의 사전 기대와 실제만족도간의 차이에서 오는 느낌의 정도이며, 본 연구에서 이용자만족도를 측정하기 위해 응답자가 지각한 도서관서비스의 전반적 만족도를 묻는 단일문항을 사용하여 리커트 7점 척도로 이용자만족도를 측정하였다.

1.5 재이용의도

재이용의도는 이용자들이 도서관을 다시 또는 계속 이용할 의사가 있는지의 여부를 의미하며, 이를 묻는 1문항을 사용하여 리커트 7점 척도로 재이용의도를 측정하였다.

1.6 구전의도

본 연구에서는 도서관 이용자들의 구전 의도를 측정하기 위해 가족이나 친구에게 이 도서관이용을 권유할 의사가 있는지를 묻는 1문항을 사용하여 리커트 7점 척도로 구전의도를 측정하였다.

2. 표본의 선정 및 자료수집

2.1 표본과 자료수집

본 조사에서는 D대학교도서관 이용자중 교수들을 조사대상으로 선정하여 관련 자료를 수집하였다. 본 설문조사는 2005년 3월 3일에서 7일까지 5일간에 걸쳐 실시되었다. 설문지는 모두 105부를 배포하여 98부(93.3%)를 회수, 모두 실증분석에 사용하였다.

2.2 설문지의 구성과 자료 분석방법

설문지는 11개부분, 총 62개 항목의 설문으로 구성하였다.

I부는 대학도서관의 고객지향성을 알아보는 9개 항목으로 구성하고, 각 문항들은 대부분 선행연구에서 선정, 이 연구의 성격에 맞게 재구성하였다.

II, III, IV부는 각각 도서관 서비스 품질 평가 척도로서 이용자가 기대하는 도서관 직원, 자료, 시설에 대해 묻는 모두 21개 항목이며, V, VI, VII부는 현재 이용하고 있는 도서관 직원, 자료, 시설에 대해 묻는 모두 21항목으로 구성하였다.

VIII부는 무료이용지각에 대한 2개 항목으로 이들의 무료이용에 대한 인식정도가 어떠한지를 측정하기 위한 항목들이다. IX부는 직접 도서관을 이용하면서 느낀 전반적인 만족도를 알아보기 위한 항목이다. X부는 도서관을 이용하고 난 후의 앞으로의 행동에 대해 묻는 2개 항목으로 구성하였다. 마지막으로 XI부는 인구통계적 특성을 묻는 6개 항목으로 구성하였다.

수집된 자료의 분석을 위해서 SPSSWIN v11.0과 AMOS 통계프로그램을 활용하였다. 자료의 일반적 특성을 살펴보기 위해 빈도분석을, 신뢰성 검정을 위해 Cronbach α 검정을, 구성타당성의 검정은 측정을 위해 사용된 항목들을 대상으로 탐색적 요인분석을, 그리고 가설 검정을 위해 경로분석과 회귀분석을 실시하였다.

설문 응답자들의 인구 통계적 특성을 살펴보면 <표 1>과 같다.

3. 가설 검정 결과

본 연구에서는 서비스품질(직원품질, 자료품질, 시설품질), 무료이용지각 및 고객지향성이

이용자만족도와, 이용 만족도가 재이용의도 및 구전의도와 갖는 관계를 나타내는 7개의 가설(세부가설 포함)이 설정되었다. 가설검정을 위해 경로분석과 추가적으로 다중회귀분석이 활용되었으며, 그 결과는 다음과 같다.

서비스품질과 이용자만족도의 관계를 분석하고자 한 [가설 1: 가설 1-1, 가설 1-2, 가설 1-3]과 관련하여 이 연구에 서는 서비스 품질을 직원품질, 자료품질, 시설품질의 3요소로 구성하였다. 경로분석결과 직원품질, 자료품질, 시설품질 모두 이용자만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

이는 도서관 서비스품질을 측정하기 위해서는 마케팅 분야에서 적용되어 오고 있는 서비스품질척도를 그대로 옮겨놓기 보다는 도서관이 비영리 기관이라는 특성과 대학도서관만이 가질 수 있는 특수성을 감안, 척도의 방법을 연구할 필요성이 있다는 점을 시사하고 있다.

무료이용지각과 이용자만족도의 관계를 분석하고자 한 [가설 2]와 관련하여 이 연구에서는 무료이용지각이 높을 것으로 판단되는 이용자의 경우가 도서관이용자만족도가 높은 것으로 나타났다.

경로분석과 회귀분석을 실시한 결과 모두 무료이용지각이 이용자만족도에 유의하다는 연구결과가 나왔다. 이는 조사대상이 대학도서관이고 또한 교수집단이라는데 그 의미가 있다고 생각된다.

즉, 대학도서관의 경우 그 이용자가 교수인 경우는 학생들과는 달리 별도비용을 지불하고 사용하는 경우가 아니기 때문이고, 특히 D대학의 경우는 유료로 지불하고 사용하는 도서관 정보가 전혀 없으며 모든 것이 무료로 이용되고 있기 때문으로 여겨진다.

고객지향성과 이용자만족도의 관계를 분석하고자 한 [가설 3]과 관련하여 이 연구에서는 고객지향성이 높을 것으로 판단되는 이용자의 경우가 도서관 이용자 만족도가 높은 것으로

<표 1> 응답자의 인구통계적 특성

		빈도	비율(%)
성별	남성	88	89.80
	여성	10	10.20
계		98	100.00
전공	인문사회	49	50.00
	공학	49	50.00
계		98	100.00
근무연한	2년이하	19	19.39
	3-5년	23	23.47
	6-7년	18	18.37
	8-9년	19	19.39
	10년이상	19	19.39
계		98	100.00
이용목적	자료대출, 열람	83	84.69
	원문복사	8	8.16
	학술적 질의	5	5.10
	무응답	2	2.04
계		98	100.00
직위	부교수	22	22.45
	조교수	37	37.76
	전임강사	33	33.67
	무응답	6	6.12
계		98	100.00

나타났다.

이용자만족도와 중속변수간의 관계를 분석하고자 한 [가설 4], [가설 5]와 관련하여 이 연구에서는 경로분석 결과 이용자만족도가 재이용의도 및 구전의 도와 정(+)적 관계를 가질 것으로 예측하였는데 재용의도와 구전의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 이용자 만족도가 높을수록 재이용의도와 구전의 도가 높아질 것으로 예상할 수 있다.

이용자만족에 대한 변수들의 상대적 영향력을 살펴보면 무료이용지각과 고객지향성이 높을수록 이용자만족도는 증대되고, 이용자만족도는 이용자의 사후행동(재이용의도와 구전의도)을 증대시키는 결과로 연결된다는 것을 보여 주었다.

IV. 결론

대학은 사회적 요구와 변화를 주도하는 선도적 주체로서 그 주된 목표는 지식축, 연구활동, 인격함양으로 볼 수 있다. 대학의 교육목표를 달성하기 위해서는 대학의 주체인 교수의 수행책무가 따르게 된다. 그 수행책무는 교육, 연구, 봉사, 지적활동으로 볼 수 있으며, 대학의 교육목적달성을 위한 중추적 서비스 기관이며, 또한 학문발전에 중요한 역할을 담당하는 기관이 바로 대학도서관이라 할 수 있다. 이 연구는 이론적 측면과 실무적 측면에서 다음과 같은 의의와 시사점을 가질 수 있을 것이다.

첫째, 기존에는 대부분 대도시에 있는 대규모대학의 도서관들을 대상으로 연구를 하였으나, 이 연구에서는 시소재에 있는 중소규모의 대학도서관을 조사대상으로 교수의 대학도서관 이용자만족도에 대해 전수조사를 하였다는 점이다. 이는 대규모 도서관의 이용자만족도와 중소규모의 도서관 이용자만족도간의 차이를 비교할 수 있는 단서를 제공하는데 중요한 연구 자료로 활용될 수 있을 것이다.

둘째, 영리조직을 대상으로 개발된 이용자만족도에 관한 모델이 적절한 수정을 거쳐 적용한 바, 대학도서관인 비영리조직에서도 적용될 수 있는 가능성을 확인할 수 있었다는 점이다. 결과로써 모형의 전반적인 적합도는 양호하게 나타났으며 이는 영리조직에서의 선행 연구들에서 밝혀진 바와 같이 비영리 조직인 대학도서관에도 적용된다는 것을 확인시켜 준 것이라 할 수 있을 것이다.

셋째, 서비스품질과 이용자만족도간의 관계를 살펴본 결과, 기대치는 직원품질, 시설품질, 자료품질순으로 나타났으며, 지각치는 자료품질, 시설품질, 직원품질순으로 나타났다. 즉, 서비스 품질중 자료품질이 이용자만족도와 가장 밀접한 관계가 있다고 볼 수 있으며 이용자들의 만족을 이끌어내기 위해서는 다양한 유형의 유용한 자료를 충분히 갖추어야 함을 의미한다. 또한 가장 우선적으로 개선이 이루어져야 할 품질은 직원품질이었는데 이는 자료, 시설 품질과는 달리 서비스 제공자와 이용자 즉 사람과의 관계이기 때문에 절대 간과해서는 안된다는 점을 시사하고 있다고 본다.

넷째, 이 연구에서 이용자만족도에 대한 선행요인으로 무료이용지각을 제시했는데, 그 결과 교수들의 무료이용지각과 이용자만족도간에는 유의한 관계가 성립된다는 것을 확인하였다. 이것은 D대학 도서관에서 이루어지고 있는 서비스의 특수성에서 그연유를 알 수 있을 것이다.

다섯째, 이 연구에서 나름의 차별적인 변수로 사용된 것이 고객지향성이다. 물론 마케팅 분야에서는 변수로 사용, 많이 연구되어 온 것이 사실이다. 하지만 비영리조직인 대학도서관을 대상으로 이용자만족도간의 영향력에 대해 연구한 결과는 쉽게 발견되지는 않았다. 새로이 고객지향성을 변수로 제시했다는 것은 새로운 연구기여로 볼 수 있을 것이다. 그 결과 발견된 사실은 고객지향성이 높을

수록 이용자만족도간에는 아주 밀접한 관계가 있다는 유의한 관계가 확인되었다. 이와 같이 도서관이라는 비영리조직에 맞는 다양한 독립 변수와 조절변수들을 찾아내는 것이 매우 중요하다 하는 사실을 알 수 있다.

도서관의 이용자만족을 위해서는 결국 이용자들의 불평사항이 무엇인지 찾아내어 문제를 해결해 나가는 것이 가장 필요하리라 본다. 그러기 위해서 서비스 제공자는 끊임없이 이용자를 연구하는 자세가 필요하다. 특히 대학의 경우 교수들은 그 개인의 소속학과 및 전공분야가 각기 다르기 때문에 이용자 개개인의 특성을 데이터베이스화하여 관리하고 관심을 가져주는 자세가 필요 할 것이다.

참 고 문 헌

- 김평산. 2003. 종업원 불만족에 관한 연구: 고객만족에 관한 영향을 중심으로. 석사 학위논문, 동의대학교.
- 오동근. 2001. 공공도서관 이용자의 불만족요인과 불평행동: 대구 지역 공공도서관을 중심으로. *한국도서관·정보학회지* 32, 4:25-42.
- _____. 2002. 대학도서관이용자 불평행동의 영향요인에 관한 실증적 연구: 대구 경 북지역 대학생 이용자를 중심으로. *한국문헌정보학회지* 36, 4:123-145.
- Bolton, R. N., and J. H. Drew. 1991. A multistage model of customers assessments of service quality and value. *Journal of Consumer Research* 17:375-384.
- Cronin, J. J., and Steven A. Taylor. 1992. Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing* 56, 3:55-68.
- Dorsch, Michael J., Scott R. Swanson, and Scott W. Kelley. 1998. The role of relationship quality in the stratification of vendors as perceived by customers. *Journal of the Academy of Marketing Science* 26, 2:128-142.
- Oh, Dong Geun. 2003. Complaining behavior of public library users in South Korea. *Library & information science research* 25, 1:43-62.
- Oliver, Richard L. 1980. A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing* 17:460-469.
- Oliver, Richard L. 1997. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York : McGraw-Hill.
- Richins, M, L. 1983. Negative word-of-mouth by dissatisfied consumers : A pilot study. *Journal of Marketing* 47:68-78.
- Swan, John E., and Richard L. Oliver. 1989. Postpurchase communications by consumers. *Journal of Retailing* 65(Winter):516-533.