

# 미래의 공공도서관과 마케팅 전략\*

## The Marketing Strategies for Information Service in Future Public Libraries

이진영(Jin-Young Lee)\*\*

### 목 차

- |                  |                  |
|------------------|------------------|
| 1. 서 론           | 3.1 마케팅 정책       |
| 1.1 연구의 필요성      | 3.2 마케팅 믹스       |
| 2. 공공도서관의 환경 변화  | 3.3 마케팅 전략       |
| 2.1 외국 공공도서관의 사례 | 3.4 기업정보실 마케팅 전략 |
| 3. 마케팅 관리        | 4. 결 론           |

### 초 록

공공도서관은 비 영리 조직으로서 현대의 시대적 조류에 대응하는 도서관의 존재 양식과 사회적 효용으로서의 가치와 새로운 모색이 요청되어 왔다. 본 연구는 공공도서관이 급속한 경쟁 상황의 변화와 국제화 속에서 지역사회의 이익을 극대화하기 위하여, 역동적인 정보 봉사로서 새로운 서비스 영역 개발 및 미래 공공도서관의 과제를 외국의 사례를 통하여 제시하고자 한다. 비영리조직인 공공도서관에 마케팅 개념을 도입함으로써, 선진 각국에서의 재정적 현상을 극복, 공공도서관이 지향하여야 할 영역을 제시하고자 한다.

### ABSTRACTS

As non-profit organizations, public libraries have been demanded to meet the modern epoch trend, better social usefulness, and new shape-up. This study, presents the public library's new scope of service with emphasis on the dynamic information service to maximize interests of local community. in ever-changing situation of competition and globalization.

This study presents a new goal to help overcome the negative phenomena arising in the advanced countries by introducing marketing concepts in the operation of public libraries.

KEY WORD : Public Library

Marketing Strategies

Information Service

\* 이 논문은 94~95년 교비특별연구과제 연구비로 연구되었음.

\*\* 청주대학교 문헌정보학과 교수

■ 논문접수일 : 1996년 6월 10일

## 1. 서론

공공도서관은 비영리 조직으로서 시대적 조류에 대응하는 도서관의 역할 및 사회적 효용으로서의 변화와 모색이 요청되고 있다. 또한 사회 환경 변화에 부단히 부응하여야 할 실행 기관임에 틀림이 없다.

그러나 주변 환경 변화의 추이는 공공도서관의 목적, 공중의 정보 이용, 문화 활동, 평생 교육을 전제로 하여 효율적인 정보 봉사를 위한 대비와 마케팅 도입을 촉구하게 되었다. 재정적 압박과 다양화된 정보 봉사에 대응함으로써 본래의 목표를 최대로 달성시켜야 할 것이다.

Kotler(1979)는 비영리 조직의 마케팅 도입을 사회 마케팅이란 신조어로 표현하고 마케팅 도입이 사회 조직에 미치는 영향, 계획, 설정, 정보 전달, 유통 및 조사 등을 고려한 프로그램을 기획, 집행, 통제하는 것으로 전제하였다.

비영리 조직을 운영하는 이들이 직면하게 되는 선택은 시장에서 거래하느냐 아니냐의 문제가 아니라, 어떠한 조직도 마케팅을 피할 수 없는 당면 과제로서 기본적으로 조직 설계되어야 하며 접목시켜야 할 당면과제가 되었다.

마케팅은 이용자의 다양한 요구와 특정 정보 봉사를 위한 효과적인 방안으로 평가되며 조직을 변화시키는 유용한 도구로 정의되고 있다.

공공도서관의 지역적 특성과 환경 변화는 지방의 경제 부흥 전략을 위한 요소로 지방자치제 실시와 기업정보실 설치 등 지역적 특성

과 정보봉사의 기대, 변혁을 위한 도서관의 정책적 전략 방안으로 볼 수 있다.

문화체육부는 공공도서관 건립 자금으로 47 억원을 지원한 바 있다. 1994년 12월 공공도서관은 277개관으로 설립 주체별로 구분하면 다음과 같다. 시립 공공도서관 16개관 (6%), 교육청 운영 218개관 (88.8%), 기타 군 운영 43개관 (17.2%)이다. 교육청 소속 1개관당 인건비 비율을 72.3%, 운영비 22.0%, 자료 구입비 5.8%라고 되어 있다(도서관 통계, 1995). 시·군·교육청의 교육비 특별 회계인 운영 주체 부담금이 85.3%로 세입의 대부분을 차지하고 복사 수수료, 입관료, 기타 자체 수입금 8.4%로 일반 회계 전입금 6.3%를 일부 시도에서 지원받고 있는 현실이다. 이 중에서 공공도서관의 기업 정보실 설치에 이미 조직 도표상 필수적인 요건으로 지역 경제의 정보 제공 부서로 존재하고 있다. 대도시 인구의 분산화 정책에 따라 위성 도시의 개발로 저속도이나 분산화에 따른 정보 협력망(Information Network)이라는 시스템 개념이 정착되고 있는 현실이다.

### 1.1 연구의 필요성

전국민을 대상으로 하는 공공도서관의 기능은 정보, 교육, 문화, 레크리에이션 센터로서의 기능을 복합적으로 수행하기 위하여 다양화된 운영관리 방안을 모색하고 있다. 우리 사회는 세계화, 개방화, 지방화시대라는 변화속에서 적응하고 발전하기 위해 관리운영체제 변화를 요구, 선진국 도약을 위한 경제정책을 우선하고 있다.

그 지역의 특수성을 최대한 활용하여 교육, 정보문화 센터로서 모든 국민의 질 높은 지적 발전과 문화수준의 향상을 정보서비스 향상으로 개선시켜 나가고 있다. 공공도서관의 정보서비스는 지역사회와 그 사회 발전에 중요한 역할을 수행한다. 정보서비스 정책은 그 지역사회에 교육, 개발, 문화적 요구에 적합한 틀을 유지하며 변화에 병행하여 적절하고 신뢰성있는 정보 접근과 제공에 지원을 하고 있다. 이러한 정책적 지원은 경제적, 사회적, 정치적 시스템이 좀더 효과적으로 수행될 수 있을 것이다. 비영리 조직인 공공도서관은 변화하는 요구나 추세에 따라서 정보봉사를 역동적으로 수행하고, 어떻게 효율적으로 운용할 것인지? 산업적 국가경쟁력을 높이고 사회 전반의 생존 전략의 핵심적 위치를 차지할 수 있다는 가정 하에 미래의 공공도서관 과제로 마케팅 도입을 제안하고자 한다.

본 논문에서는 자금 조달과 재정 압박에 따른 외국 공공도서관의 사례와 산업, 경제 기업의 고객지향적 정책 지원을 위한 기업정보실 설치에 따른 지원과 마케팅 관리를 적용시켜 보고자 한다.

정부는 1980년대 기술 도입 및 외국인 직접투자에 대해서도 지속적으로 자유화를 추진하고 서비스 시장의 자유화에 따라 지적 소유권, 재산권도 국제 규범에 따라 보호되도록 하였다.

공공도서관 임무는 지역 정보 센터로서 정보 축적 및 정보 처리 기술의 수정·재검토가 필요하게 되었다. 그 배경 가운데 첫째는 온라인 DB를 이용한 정보 접근, CD-ROM을 이용한 Biblio File 등 축적 매체의 활용이고,

둘째는 이용자의 적극적인 정보 요청 인식의 변화와 주변 환경 변화에 따라 기업 정보를 제공할 수 있는 정보 시스템으로의 변환이다. 셋째는 사서의 미래 지향적 사고와 예측 가능한 계획, 교육훈련 및 재교육 실시, 넷째는 전자 도서관의 출현으로 정보망의 협력 체계, 네트워크 정책을 전제로 한 정보서비스의 질적 향상 등과 사고 방식의 전환을 촉구하고 있다.

공공도서관은 독립된 기관으로 다양한 계층의 이용자에게 정보봉사를 제공하였다. 그러나 시설 및 장서, 직원규모 등에 따라서 주민서비스의 질의 격차를 나타내고 서비스는 양으로 측정됨으로 질적인 평가 개선을 위해 새로운 평가가 필요하다. 국가 산업 및 문화발전에 기여하는 사회의 교육 기관 시설로서 공공도서관의 환경변화는 추진력을 요구한다.

## 2. 공공도서관의 환경 변화

한국의 현행 헌법은 그 전문과 제32조 등에서 복지국가 건설을 목적으로 하고 있으며, 현대적 복지국가라 함은 자본주의적 생산양식과 결부되어 국민 전체의 사회복지를 추구하고 있다. 그러나 폭발적으로 증가하는 예산수요, 국가통제의 증대에 따르는 정부재정능력의 한계와 개인의 생활 간섭에 대한 갈등이 일어남으로써 공공재에 대한 구체적이고 다양한 연구가 등장하고 있다.

공공부문의 책임 가운데 하나는 분배의 효율성, 즉 지역사회의 총자원이 최대한 유용하게 이용되도록 하는 것이다. 이것을 만족한

후생복지라 정의한다. 모든 재화와 용역은 순수공공재원, 준공공재원, 그리고 사적재원으로 나누어진다. 공공도서관은 다른 수많은 공공서비스와 마찬가지로 공간적 한계를 지니고 있는 지방공공재원의 성격을 가지고 있다.

복지국가의 개념으로 보면 정부는 사회복지, 사회보장, 의료, 교육, 주택 등 광범위한 서비스를 제공해야 한다. 그러나 정부의 재정형편이 좋지 않을 때는 많은 서비스에 대한 공공투자가 이루어지지만 경제상태가 악화되었을 때에는 사회복지, 교육 등 준 공공재원에 대한 공공자금의 투입은 줄어들게 된다. 즉, 공공재원의 범위나 우선순위는 단지 경제이론만으로 결정되는 것이 아니고 정치적, 사회적 제약인이 결합되어 이루어지는 것이다.

정부가 지난 1994년 6월 14일 제정한 사회간접자본 시설 확충을 위한 민간자본 유치 촉진법에서 도서관 및 박물관과 미술관이 사회간접자본시설에 포함되었다. 민자유치 촉진법은 그동안 정부가 담당했던 사회간접자본시설 사업에 민간의 자본과 기술을 유치하게 위하여 제정된 것으로 법안 중 도서관, 박물관, 미술관이 국민 편익시설인 2종시설로 분류됨으로 정부의 특별지원을 받을 수 있게 된 것이다. 그러나 미술관이나 박물관과는 근본적으로 다른 사상적 배경을 가지고 있는 도서관에 대해 단순한 법 적용의 위험을 배제할 수 있는 장치를 함으로써 정보의 편향적 흐름을 막아 공공성을 확보하여야 한다.

공공도서관이 지역사회의 정보봉사를 전개해 나가기 위해 살펴보아야 할 요소들은 지역사회가 필요로 하는 정보요구, 지역주민의 정보요구를 충족시켜 줄 직원, 정보를 제공하기

위해 필요한 지원과일, 지역사회나 주민도서관 또는 각종 기관과의 긍정적인 협력관계, 그리고 마지막으로 지역사회에 공공도서관의 존재를 알리는 홍보활동이다.

## 2.1 외국 공공도서관의 사례

### 1) 미국

워싱턴 포스트지는 <공공도서관의 쇠퇴는 미국의 쇠퇴를 의미한다>라고 경고하고 있다. 세계에서 가장 부강한 국가로 상징되는 미국이 연방 정부나 지방 자치 단체의 재정위기로 전국에 15,000여개의 공공도서관이 존속의 위기에 허덕이고 있는 실정이다. LA 공공도서관 시스템은 신규 채용을 금하고 직원 10%에 달하는 110개 공석을 그대로 방치한 지 3년이 되었다. 필라델피아 공공도서관은 2만권의 도서를 주문할 수 없으며, 현재 분관 3개를 개관하지 못하고 있는 실정이다.

뉴욕시도 20억불에 달하는 재정 적자를 시의 모든 도서관 예산 1억 3300만불의 11%에 해당하는 1470만불을 삭감했다.

특히 시 모든 곳에 산재한 200개 이상의 분관은 운영 예산의 80%를 시 제정에 의존하기 때문에 자료 구입비의 약 30%를 삭감하였다. 직원의 감원, 개관 시간 단축, 성인 교육 프로그램 단절, 전시회, 영화 상영 등을 중지하였다. 공공도서관 제도는 사회 봉사로서 가장 오래된 미국의 자랑이었으나 이제 예산 조달의 경종을 울리고 있는 실정이다.

미국은 1990년 7월초 Library Journal에 게재된 공공도서관과 자금 조달에서 516개의

공공도서관에 발송된 총 394건의 유용한 (76.4%) 회수지에서 자금 조달의 중요성에 대해 사서의 근무지는 미국의 북대서양(North-Atlantie), 오대호 지역(Great Lakes and Plains), 동남부 지역(Southeast), 서부 및 남서부지역(West & Southwest)등 네 개의 지역으로 구분하였다. 4년간 자금 조달에 전력한 269명 중 253명 응답자들이 사업체와 교섭했으며, 44명은 공공 단체인 라이온즈 클럽, 로타리 클럽, 미국 여성 학사 협회 등 사회 단체와 협력하였다. 모금에 사용된 방법 중 순위별로는 개인 면담 : 67%, 우편 : 61%, 특별 행사 : 40%, 전화 권유 : 28%, 신문, 라디오, 광고 포스터, 도서 판매 : 14% 결과를 제시하였다.

특별한 행사 계획은 모금 활동(Fund Raising)에 구체적 방법들이 제공되고 있다. 전시회, 경연대회, 강의, 영화, 독서 토론회, 음악회, 비디오 상연, 식당 운영, 컴퓨터 실습실 개관, 특산품 상점 운영, 민원 서류 처리 및 법률 자문 등의 수수료로 받는 수입 재원이 도리어 지역 사회에 매력적이고 활기찬 구성원을 구축하는 방법이면서 자금 조달을 호소하는 최상의 방법이 되고 있다.

도서관 후원자들은 도서관 로비에 실내 디자인 장식을 추진·설치하였는데, 지역 주민이 매우 환영하는 실정이다. 특별 프로그램, 도서 판매, 비스켓 판매 등 새로운 건물을 증축하기 위한 기금을 자원 봉사자들이 모금하고 있다. <우리의 모금운동>이라는 제목으로 자금 조달을 위한 전문 직원을 4년간 급여를 지불하고 채용하고 있다. 자원 봉사 지원자(Volunteers)와 후원회 조직(Friends Orga-

nization)을 훈련하여 성공한 것을 예로서 제시하고 있고, ALA본부에도 자금 조달모금 안내소를 설치하였다.

## 2) 영국

영국은 공공도서관 제도 설립 150년에 이르는 역사를 유지하고 있다. 그러나 개관 시간 단축, 스태프의 감소, 폐쇄 등 위기 상태를 인식하고 있다. 1974년 이후 주당 60시간 이상 개관하던 잉글랜드 웨일즈의 229관이 현재는 겨우 18개관에 지나지 않는다.

1988년 공공도서관 재정녹서(Green Paper Financing Our Public Library Service)에 따르면 레코드 대출에 요금부과는 10% ~ 50%이고, 카세트는 25% ~ 50%, CD는 20% ~ 75%이다. 그러나 시각장애자용은 요금을 부과하지 않는다. 요금부과는 법적으로 허락되었으나 강제규정이 아니고 임의규정으로 되어 있다.

1958년 연간 구입량은 648만권에서 1991년 568만권으로 장서 구입량은 급격히 감소하고 있다. 잉글랜드 동 북부 뉴캐슬의 경우 최근 10년간 시외 중앙도서관 21개 지구 분관의 개관 시간이 35% 단축되고 직원도 20% 감원되었다. 영국 공공도서관은 세계 최고 수준이었으나 지금은 최하의 수준이 되어 버렸다.

지방세의 세율 제한으로 작은 정부를 표방하여 영국병을 극복하려는 지방 자치체의 재정 압박으로 자료 구입비가 20% 재차 삭감되고 있는 실정이다. 뉴캐슬 중앙도서관은 도서의 출판, 극장 티켓 판매, 토산품 판매, 사진 스튜디오의 설치 및 운영 등으로 운영 자금을

조달할 수밖에 없는 상태가 되었다. 이것은 도서관이 문화 백화점으로 포장되어 본래의 업무를 등한시하고 있음을 의미하는 것이다.

영국 도서관협회(L.A.)는 2월 27일을 <Save our Library day>로 정해 런던에서 전국 집회를 개최하고 교육, 학술, 저작, 출판 관계자들과 도서관 문제에 대한 부흥운동을 벌이고 있다.

### 3) 중국

중국의 공공도서관은 기본적으로 문화재 보존의 역할과 독서를 통하여 교육의 역할을 완수하는 기관으로 열람, 대출 봉사를 무료로 제공하였다. 1980년대 이후 공공도서관 환경 변화에 따라 일부 서비스의 유료화와 1984년 이용자에게 요금을 징수, 통신운송료, 설비소모비, 복사요금, 대출증 인쇄요금 징수로 경제적 수단에 의한 관리강화를 목적으로 연체료, 대출보증금, 도서손해 배상금 등을 부여하고 있다.

중국 도서관 개혁 10년(1978~88)이란 글에서 공공도서관을 둘러싼 외부 환경과 내부 문제를 다음과 같이 지적하고 있다.

1. 전근대적 사고방식과 현대 도서관의 인식 부족
2. 제도의 불합리
3. 관리 방식의 비효율화 (입법 제도 불충분)
4. 활력의 결여
5. 서비스의 수준과 질이 낮고 이용자 요구에 대응할 수 없는 점
6. 예산 부족으로 인한 건물의 시설 미비
7. 전문 직원과 훈련된 사서직의 부족

8. 도서관·정보학의 이론과 실천의 연계 결여
9. 전국적인 네트워크의 소홀로 분담 수서 자원 공유가 없는 점
- 10 국제 교류의 폐쇄성 등을 들 수 있다.

곽성빈은 <<소시립 도서관이 어떻게 서비스의 중점을 바꿀 것인가>>라는 논문에서 도서관은 사회 산업 기관으로서 문화 센터, 교육 센터 기능 이외에 정보 센터로서의 기능을 중시하여야 하며

1. 과학 기술 향상 촉진을 위한 문헌 자료 제공
  2. 과학 기술에 관한 지식의 보급
  3. 청소년 아동 봉사의 서비스 및 독학자 등을 위한 봉사
- 에 주력하여야 한다고 주장하였다.

중국의 白國應은 10년에(1978~88) 걸친 중국의 문화와 공공도서관의 개혁으로 인해 다음과 같은 10가지 성과가 나타났음을 보고하였다.

1. 도서관의 기본적인 기능은 보존 중심에서 교육과 정보의 기능으로 변화
2. 운영 관리의 다양화 및 효율성 추구
3. 경험에 기초한 관리 방식에서 과학적 관리 방식으로 변환
4. 인사 제도는 고정제 급여와 종신 고용제에서 경쟁과 계약제 방식으로 전환
5. 수동적이고 단순한 봉사 체제에서 다양하고 능동적인 정보봉사 제공
6. 정보봉사는 자동화를 목표로 추진
7. 계획적으로 도서관 직원을 양성 교육 훈련
8. 도서관학 연구의 조직적 실시로 그 목표의 확립
9. 도서관의 결합은 중형에서 대형으로 방향 전환

10. 폐쇄적인 대외관계는 개방적인 방향으로 변환

이와 같은 사회 변화와 도서관 개혁의 모색을 통해 도서관 직원의 의식도 변화되었다. 주가정과 양계정은 <중국 도서관 변혁 속의 10대 신관념>으로서 도서관 직원의 관념의 변화를 지적하였다.(汪菊平, 1987)

1. 전략적 관념 : 전략적으로 도서관을 인식하게 되었다.
2. 전체적 관념 : 도서관은 단순한 문화 교육기관만 아니라 사회 지식 교류망의 접속점이고, 정보 사회에 있어서 정보 자원 개발 시스템의 하나라는 인식이 생겨났다.
3. 시간 관념 : 급속하고 유효하게 도서관 봉사를 제공하게 되었다.
4. 정보 관념 : 도서관의 정보 봉사를 중시하게 되었다.
5. 개발 관념 : 새로운 봉사를 개발하여 제공하는 정보 시스템
6. 산업 관념 : 도서관의 일부 업무를 산업화하는 기본적인 의미가 2가지 있다.
  - 도서관의 자원 개발에 의한 일부의 정보 서비스를 유료화
  - 도서관의 일부 관리에 있어서 기업화 또는 준기업화를 실시
7. 경쟁관념 : 정보 사회의 일부로서 도서관은 정보 서비스를 제공하고 유료 서비스를 실시하여 경쟁 관념을 수립하고 경쟁 능력을 몸에 익힌다는 의식이 수립되었다.
8. 효과에 관한 관념 : 도서관의 사회적 효과와 경제적 효과를 한층 중시하게 되었다.
9. 인재에 관한 관념 : 도서관학 정보학 교육을 중

시하기 시작했다.

10. 네트워크의 개념 : 도서관 자원의 공유와 정보 봉사의 공동 이용을 목표로 시도되었다.

중국의 양조형은 정보 봉사에 관한 생각을 바꾸지 않으면 안된다고 역설하였다. 정보에 관한 업무는 계획 시장 경제 발전에 적응하고 과거의 사는 시장에서 파는 시장으로 전환하지 않으면 안된다. 또 정보라고 하는 제품은 일종의 지식 제품이라서 유료로 양도할 수 있다고 기술함으로써 유료 봉사 체제를 주장하였다. 지방 자치제의 재정난 타계의 계기로 중국은 전국 공공도서관 총경비 23,021만원에서 유료 봉사 수입 1,744 만원, 유료 봉사 이익 883만원을 보충하고 있다는 보고서를 제출한 바 있다.(劉喜申, 1987)

4) 일본

일본 오이타현은 1984년 뉴 미디어 커뮤니티 대상 지역으로 지정받아 각종 정보화 테크노폴리스 개발구상 특정 지역으로 추진되어 왔다. 1992년 오이타현에서 조사된 “지역 사회 주민의 정보 봉사에 대한 기대” 라는 조사 보고서에서 추출된 결과는 다음과 같다(지역 정보화, 1992).

<정보 봉사에 대한 기대>

1. 풍부한 정보에 의해 지식이 풍요로워진다.
2. 정확한 정보 입수에 의해 효율적 활동이 가능하고 행동 범위가 확대된다.
3. 필요 정보를 얻을 수 있어 생활이 편리해진다.
4. 정보 분야가 확대되어 폭넓은 사회 참여가 가능

해진다.

5. 멀리 있는 사람과의 커뮤니케이션 등 지역 커뮤니티의 확대를 촉진할 수 있다.
6. 정보 기회 증대에 의해 지역 격차가 해소된다.
7. 지역 산업 문화진흥에 유익하다.
8. 효율성이 높아 사회 전체 경비가 저렴해진다.
9. 행정 시책을 통하여 다수의 의견을 반영하게 된다.
10. 자유로운 시간 증대로 여가를 즐길 수 있게 된다.

위에서 조사된 결론을 요약 분석하면 다음과 같다.

〈표1〉 정보수요에 대한 다양한 요구에서 응답비중

순위	내 용	조사응답과 비중
1	필요정보를 얻을 수 있어 생활이 편리해진다.	63.7%
2	풍부한 정보에 의해 지식이 풍요로워 진다.	56.5%
3	정보 분야가 확대되어 폭넓은 사회참여가 가능	42.6%

〈표1〉 정보화 추진 시책에 대한 기업의 기대 응답비중

순위	내 용	
1	중핵이 되는 정보센터의 설치	64.3%
2	정보 네트워크 형성	52.8%
3	지역 데이터 베이스의 구축	44.5%
4	정보시스템을 이용한 평생교육향상	25.8%
5	정보시스템을 이용한 문화 활동의 향상	18.1%
6	지역주민의 교류, 증진, 지원	31.1%

지역 사회 주민의 정보, 문화, 교육 센터의 기능을 복합적으로 수행하는 공공도서관의 위

상은 높아지고 있다. 일본 스기나마 국립도서관은 어머니 자원 봉사자들이 문화 교실을 운영하여 16년째 아동 인형극을 지도 상영하고 있다. 또한 장애인, 고령자, 거동 불편자에게 직접 방문하여 자료 봉사와 수화로 대화를 나눈다(DB 백서, 1992).

도서관 협력 활동이란 문자 그대로 공동으로 무엇인가를 계획 실행한다는 협력(Cooperation)과 동반자(Partnership) 정신 관계로 진자는 목표가 보이는 경우 성과를 높이는 조직적 순서이고, 후자는 새로운 전개를 시도하여 계획하는 방안들이다.

### 5) 프랑스

공공도서관은 1986년 협력 센터(CNCBP)를 발족하였다. 사서의 연수 교육을 실시하고, 19C, 20C에 지방 신문 잡지를 마이크로화하는 봉사를 하고 있다. 도서관의 유산(Partim-oine des Bibliothèques)이라는 봉사 형태로 문화성 내의 독서국에서 마이크로화 사업과 프랑스 지방 신문 종합 목록을 출판하였다. 1989년 음악 관계 기관 협력 조직(ACIM)을 설립하였으며, 파리시 문화국이 비용을 부담하였다. 음악 자료 출판, 유통업자, 음악 예능국, 프랑스 도서관 협력 연맹 등이 기관지를 발간하고 있다. 음악 자료 서지 작성 도구 및 도서관 직원에게 전문직 교육 정보지 E'OUTERVOIR(듣다, 본다)를 월간 외에 계간으로도 간행하고 있다. 1980년 930개관이던 공공도서관이 1,581개관으로 651개관이 증설되었다. 예산은 1980년 약 14억 8천만 프랑으로 증가되었다. 이것은 공통



적 관심사와 협력센터 발족으로 인한 결과의 한 예로 성공적인 정책을 수립한 표본이 되고 있다.

IFLA 공공도서관부회는 1973년 공공도서관 기준 발표에서 공공도서관 봉사 비용을 중앙 정부 또는 지방자치 등 개도국에 상당한 지원을 해야만 한다고 하였다. 어떠한 방안으로라도 계속적 자금지원 규정이 마련되어야 하며, 어느 정도의 감독 책임을 가진 모든 지방 당국은 세금을 징수할 권한을 법으로부터 받아야 한다고 규명하였다.

앞으로 공공도서관의 재원확보와 자금조달 및 능동적이고 적극적인 정책을 실현시키기 위해서는 전략적 마케팅 도입과 미래 지향적 사고 방식이 절실하게 될 것이다. 또한 정치적 영향력을 증대시키기 위한 노력을 기울여야 할 것이다.

구성원 모두에게 파급 효과를 증진시키기 위하여 “효율적인 커뮤니케이션은 도서관 성공의 열쇠가 될 수 있다.”는 표어를 사용하고 있다.

마케팅 연구, 자원 봉사자의 활용, 계획적이고 효과적인 프로그램 개발, 도서관 후원 기관의 활용 등 마케팅 촉진전략이 될 수 있다. 새로운 커뮤니케이션 기술과 마이크로 컴퓨터의 보급을 통하여 학교, 가정, 직장, 작업 현장까지 PC 통신으로 공공도서관은 정보를 배포하고 있다. 또한 독창적인 관리 운영 계획에 따라 새로운 성장을 촉진시킬 수 있을 것이다.

전문 직원으로 하여금 지역 사회에서 더욱 활동적이 되도록 동기부여와 자금·시간을 지원해 주어야 한다. 관리직 직원은 지역의 학

술 기관과의 협력으로 점차로 고급화된 경영 교육을 요청하고 있다. 프로그램과 정보봉사의 계획, 시행, 평가를 위하여 정기적인 환류 기간을 실시하여야 할 것이다. 조직은 특정한 목적과 목표를 가지고 공공도서관의 특성, 방침, 조직, 정책, 인간관, 지역문화를 지향하고 교육을 훈련함으로써 변화에 대처할 수 있게 될 것이다.

직무 기술서(Job Description)와 특별급여(Fringe Benefit), 봉급 계획은 책임과 생산성 증가를 반영할 수 있도록 개정되어야 할 것이며, 성과급(Merit Increase)은 봉사의 증진에 끼친 공헌을 토대로 산출, 반영시켜야 할 것이다. 도서관에서는 특별급여는 물론, 직원의 우수성을 근거로 하여 충분한 수준의 보상(Compensation)을 지급하고자 노력해야 할 것이다. 지역 사회에서 성과급 예 제도(Pay-for-Performance)를 갖고 있지 않은 경우에는 이를 시행하도록 하기 위하여 노력해야 한다. 수동적 태도에서 능동적 참가로, 지식 지향적에서 기술 지향적으로 훈련을 실시하는 것이 마케팅 개념의 도입의 성과라 할 수 있다.

공공도서관 관리자는 후원회 조직과 관련 문화 단체를 더욱 적절히 이용해야 한다. 청소년 단체, 주부클럽, 독서 연구회, 아동 클럽, 퇴직한 노인 단체 등과 긴밀한 관계로 커뮤니케이션을 유지하는 외에도, 관리자는 이러한 그룹들이 도서관 자체의 장기 계획에 관련된 계획과 목표, 프로젝트를 채택하고 있는지 알고 있어야 한다. 이러한 그룹의 대표자는 공공도서관의 발전에 영향을 미치게 되는 귀중한 이용자 그룹인 것이다 공공도서관은

봉사하고 있는 지역 사회를 혁신시킬 수 있는 능력에 바탕을 두고 있다. 새로운 지역 사회 봉사와 자원을 개발할 수 있도록 더욱 확고한 직원 교육 및 심도 있는 연구와 조사 기능을 가진다.

공공도서관 역할 발전은 평생사회교육 센터, 문화 센터, 정보 센터로서 기능을 강화하고 도서관 성공은 그 기관의 자원을 관리하는 관리자와 서서들의 책임감과 지도력으로 좌우될 것이다. 사서들은 자기 개발을 위하여 최선성을 유지할 수 있도록 문헌을 접하고, 계속 교육의 기회를 이용하며 경영관리 기법을 습득해야 하겠다.

### 3. 마케팅 관리

현대적인 마케팅 개념은 마케팅·컨셉트(Marketing Concept)로 조직의 이익을 계획대로 증진시키고 이용자가 필요로 하는 정보요구를 제공하고 문제를 해결하는 데 도움이 되게끔 하려는 목적으로 모든 조직의 활동을 동원하고 할용 내지 통제하는 관리개념이다.

마케팅 관리란, 공공도서관이 그 목적을 달성하기 위하여 수행하는 여러 가지 활동 중 특히 환경적응적인 기능을 수행하는 것을 말한다. 마케팅 관리를 조직의 이익이 증진되는 방향으로 통제 가능한 마케팅 수단을 조정하여 변동적인 환경에 창조적으로 적응하도록 하는 것이라고 하겠다.

마케팅 관리의 기본적인 요소를 요약하면 다음과 같다.

- 공공도서관이 수행하는 마케팅 활동에 영

향을 미치는 지역적 환경

- 그 환경에 적응하기 위한 수단으로서의 여러 가지 마케팅 활동
- 이들 수단을 조정 통합할 기준이 되는 공공도서관의 목표로 구성된다.

“조직체나 개인의 목적을 충족하여 주는 교환이 이루어지도록 하기 위하여 아이디어, 재화 및 서비스 등의 발생, 가격 설정, 촉진 및 유통에 대해 계획을 세우고 실행하는 과정”으로 이해되고 있는데 이것은 마케팅 활동이 마케팅 환경에 창조적으로 적응되도록 하기 위해서는 어떻게 하여야 되는가 하는 관점에서 내려진 정의라 할 수 있다.

마케팅 수단을 조정 통합하기 위해서는 조사, 분석, 계획, 실행 및 통제가 이루어져야만 하고 이를 위해서는 마케팅 경영자에 의한 의사결정이 이루어져야만 하겠다(Backwell, 1990).

이용자의 정보요구를 만족시키고 동시에 공공도서관의 목적을 달성하기 위하여 정보서비스의 유통을 원활히 수행하며 공공도서관의 이용자 집단을 고객지향적(Customer impinging)인 정보자원, 정책지원과 활동에 이익을 얻고 이용자 집단의 요구를 충족시키는 관점에서 분석, 조직, 계획, 통제하는 것을 뜻한다.

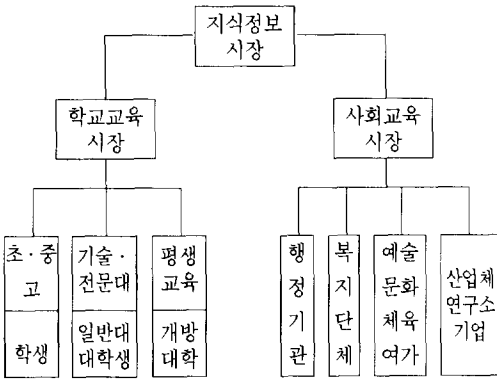
#### 3.1 마케팅 정책

공공도서관 조직이 가지는 목적을 수단으로 하여 우선순위를 정하고 사회적 가치를 추구하는 것을 정책이라고 한다. 이러한 방법론적

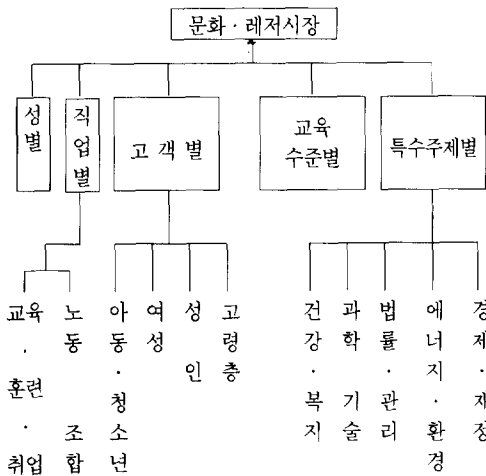
수행방법을 위하여 마케팅 정책을 수립하고 공공도서관이 가지는 기능을 다음과 같이 정책적으로 구분하였다.

교육, 정보 기능을 지식정보 시장으로, 문화, 레크리에이션 센터의 기능을 문화레저 시장으로 세분화시켜 <그림 1>과 <그림 2>로 구분 세분화하였다.

<그림 1> 지식 정보시장 세분화 방안



<그림 2> 문화 레저시장 세분화 방안



시장을 세분화하고 이동도서관(Mobil Library)운행 자료를 제공하는 특정봉사를 지속적으로 확대해 나가는 것은 도서관 이용률을 높이는 방법이다. 인구의 통계적 데이터는 성별, 직업, 연령, 교육수준 등 이용자그룹을 세분화시키고 이용행태를 측정할 수 있는 효과적인 방법이 되고 있다. 기존 고객에게 최신 형태의 신규봉사로 새로운 정보유통과 시장특성에 적합한 마케팅 활동에 목적이 있다.

이용자 그룹의 계층별 다양화는 새로운 문화 프로그램 개발, 설계, 이용시간 조절 도서관 시설설비의 보충 및 편성 홍보 활동 및 방법론 개발 등을 들 수 있다.

공공도서관에서 제공되는 봉사는 정책적으로 무료를 원칙으로 하였으나 재정적 압박과 제한점으로 인하여 정보제공 과정에서 제품에 대응하는 필수 요건과 간접적 재정 확보를 위하여 이용을 유료화할 수 있다(Simpson, 1984).

공공도서관의 레저봉사가 마케팅 전략을 통해 발전된다는 근거 하에 러버리 공과대학에서 MAPS(Marketing Public Service Research Group)의 연구팀이 1991년 영국의 167개 공공도서관과 레저기관을 조사한 사례 연구가 있다. 이 보고서를 제출함으로써 공공도서관의 레저 시장(Recreation Center)의 기능이 활성화되고 있음을 알 수 있고 특수봉사 중 건강, 스포츠, 복지 등의 봉사가 조사되었다(Kinnel, 1992).

이러한 추세에 따라서 직업별, 고객별, 교육수준별, 특수주제별로 세분화하여 봉사형태를 전문화시키는 것은 마케팅 정책 전략이라 할 수 있다.

### 3.2 마케팅 믹스

공공도서관을 이용하는 이용자에게 최상의 봉사를 할 수 있는 아이템을 기획 개발해야 할 뿐 아니라 이용자 모두에게 100% 봉사해야 한다는 고정관념으로부터 탈피해야 할 것이다(Congers, 1985).

마케팅 믹스는 환경요소 중에서 통제 가능한 요소를 도구로 적용시키는 방안을 지칭한다. 즉, 4P로 상징되는 생산(Product), 가격(Price), 장소(Place), 및 촉진(Promotion) 외에 배포(Physical Distribution)를 둘 수 있다.

공공도서관은 그 사업의 궁극적 목적이 문화의 정보전달과 아이디어 배포에 있다. 따라서 이 목적을 수행하고 사회교육기관으로서의 역할과 정보전달기관의 기능을 가진다(Yorke, 1977.).

따라서 공공도서관의 목적인 지역정보센터의 기능에 마케팅 접근법(Marketing Approach)으로는 배포, 유통을 포함, 5P로 상징되고 있다.

1. 생산(Product) : 이용자에게 제공하는 모든 자료와 프로그램, 레크리에이션 문화를 포함한 모든 유형의 정보봉사를 지칭한다. 정보봉사의 기획, 개발, 유통, 수정 등 봉사와 자원을 총칭한다.
2. 가격(Price) : 도서관과 이용자가 상호교환하는 최종수단이다. 도서관 봉사를 뒷받침하는 세금과 이용자가 투자하는 시간의 가치, 이용자 교육비, 온라인 데이터베이스 사용료와 특별서비스로 지불되어지는 추가비용, 정보이용 유료화의 설정

으로 간접적 재정원의 지원금 등이다.

3. 경로(Place) : 이용자의 정보요구가 다양함으로 계층 및 그룹을 다양화시켜 세분화한다. 따라서 시간, 경비, 노력을 절감시킬 수 있는 정보접근방법 등이 요구된다. 즉, 지역사회에 있어서 도서관의 위치와 상업적 정보원과 대학 및 학교도서관과 같은 다른 도서관간의 위치 장소 등을 비교한다.
4. 물리적 배포와 유통(Physical Distribution) : 정보서비스의 가공, 출판, 인쇄, 배포, 운송, 배달, 보관 등을 계획적으로 조정하여 수행하고 정보의 배포 채널을 유지한다.
5. 촉진(Promotion) : 도서관의 이용 가능한 미디어로 커뮤니케이션 등을 통해 비이용자들에게 유용한 봉사를 안내, 지시해 주는 상호의사 소통을 지칭한다. TV, 라디오, 잡지, 옥외광고판 등 전시, 선전, 인쇄물, 전자매체의 기사화, 직원의 개인 접촉 등으로 지역적 제한, 관리직, 연구직, 전문협회 스텝, 협회 회원, 학술기관, 행정직, 교수직, 연구생, 대학생 등의 요구를 충족시킴으로써 이용자층을 확장시킨다.

### 3.3 마케팅 전략

#### 1) 고객지향적 마케팅 전략

정보이용자의 라이프 스타일 기준에 따라 성별, 직업, 연령, 교육수준 등으로 시장을 세분화하여 일종의 시장 세분화 전략을 실시한다. 정보 소비자인 이용자의 행동, 관심, 의견

및, 사회심리 분석, 사회동향 분석, 생활 형태 분석 등을 한다. 즉, 측정 가능한 동일집단(성별, 직업, 연령층, 교육수준)을 측정하고, 동태적 변화를 예측하여 마케팅 전략을 전개시킨다. 또한, 문화와 레저시장을 위한 전시회, 강연, 세미나, 취미교실 운영, 교양클럽의 음악 및 예술품 관계 프로그램을 운영할 수 있다.

## 2) 지역사회 관계 대응 마케팅 전략

지역이라고 하는 한정된 환경과 조건을 전제로 공공도서관이 위치한 소재지역의 역사성과 풍토성, 정보이용자의 생활공간을 결합하여 지역차(Areal Variation)가 나타나는 특성을 말한다. 지역 생활공간은 지리적 요인으로 인한 문화적, 경제적, 사회적, 교육적 환경을 고려하여 지역이 가지는 특성, 풍토, 관습, 생활패턴 등을 지역 대응 마케팅 전략으로 하는 지역에 따른 차별화 함으로써 지역사회 관계 대응 전략이다.

## 3) 홍보 촉진 마케팅 전략

촉진전략 수단으로서 홍보가 가지는 특성은 지역사회 전 주민에게 동일한 메시지를 수신하면서 고도의 공공성을 띄는 커뮤니케이션 수단이다. 홍보활동을 통해 공공도서관의 프로그램 및 연중행사, 교육인정 등을 반복해서 전달함으로써 인쇄매체, 방송 등을 이용하여 정보의 전달수단으로 광범위하게 분산된 이용자층에 능률적인 메시지 전달전략이 될 수 있다.

## 3.4 기업정보실 마케팅 전략

일차적으로 지역중심 공공도서관부터 기업정보실 운영에 대한 지역사회의 요구를 다음과 같이 적용시키고자 한다. 마케팅 전략을 적용시킬 수 있는 방안을 전제로 하여 다음과 같은 8가지 계획을 수립하여 관리운영상 적용시키고자 한다.

### 1) 중·소기업의 정보 요구

경제를 활발하게 하는 수단이 되는 중·소기업 분야의 경제 활동을 증진시키기 위한 정책에 대비한다. 공공도서관의 다수는 신설기업 또는 기존의 중·소기업의 기업정보실 설치 요구는 새로운 사업을 시작하고자 하는 개인들에게 적합한 법규, 산업기술정보 등을 제공하기 위해 계획하고 다각화한다.

### 2) 경제 개발 프로젝트

정보의 충분한 공급은 종합 경제 부흥 전략의 중요하고 필수적인 분야로 인식되어 왔다. 도서관과 다른 대항업체들은 면밀하게 계획되고 통합된 접근방법으로 특수 봉사 부분의 창의적인 대응 방안을 준비한다.

### 3) 새로운 이용자를 위한 봉사

산업체에 제공되도록 구성된 봉사는 잠재적 이용자들의 관심을 유도하는 노력을 중요한 정책으로 삼고 있다. 이들은 정보의 역할이 그들의 연구에 있어 얼마나 결정적인지 깨닫지 못하거나 어떤 자원을 이용해야 할지 모르는 개인 또는 단체들에게 도움이 되기 위한 서비스 형태로 개발한다.

4) 정보의 새로운 자원 제작

전자매체 형태로 출판된 정보 자원의 이용률이 증가됨에 따라 그 지방이나 지역의 경계를 유지시키는 지방 노동시장, 혹은 지역 산업에 관한 정보, 지역특성, 데이터베이스 같은 새로운 정보 자원을 제공할 수 있도록 한다.

5) 특수 정보봉사에 대한 유료 서비스

대다수의 데이터베이스 검색 봉사는 이미 기업 정보 서비스의 사용에 대해 요금을 받거나 요금을 받으려고 계획중이다. 특수한 정보봉사에 요금을 받는 것이 서비스의 전면적인 대상물에 적용되는 것인지를 고려하여 타당성 있는 유료서비스를 실시한다.

6) 첨단 과학 밀집지역(Science Parks)에 대한 봉사

고도의 기업 성장을 위한 기반을 제공하는 연구소 및 공업단지 등의 설치가 된 지역은 전문적인 과학기술 정보와 지방자치체에 의한 서비스를 유도하도록 다방면으로 제공되어야 한다. 이러한 서비스는 어떤 경우에서라도 과학기술정보의 공급이 산업정보 시스템과 접속될 수 있는 네트워크를 운영한다.

7) 도서관 협력네트워크

공식적 또는 비공식적인 그 지역의 학술, 전문단체와 도서관 사이에 지방 경제의 개발을 유지하기 위한 채널을 가진다. 특별한 취지로 지역개발을 위한 개발협력 네트워크에 따른 정보의 공유와 자원분담을 실시하고, 산학 협동체제를 유지 관리하도록 한다.

8) 정보 서비스를 위한 교육훈련

가장 거대한 프로젝트는 훈련 기회를 위하여 교육훈련체계를 구비하는 것이다. 지역적으로 망라된 데이터베이스의 네트워크인 TAP(Traing Access Points) 관리체제를 운영할 수 있는 관리직 사서와 전문직원의 교육 훈련을 실시한다.

4. 결 론

공공도서관은 봉사대상지역의 규모, 인구 분포, 문화시설 및 공단 및 기업체의 유형, 자연적, 인위적인 지역경계와 지형 등에 의한 영향을 받고 있다. 지방자치제 실시에 따른 정책적 지원과 재원확보 또한 문제점으로 지적되고 있다. 지역이 가지는 특성 및 공공도서관 조직에 그 지역사회 산업정보시스템 제공을 위한 기업정보실 설치 등은 특수한 봉사 형태 및 체제를 요구하는 실정이다. 지역사회의 봉사영역 확대를 위한 효율적인 방안을 모색하기 위하여 마케팅 도입 및 경영관리 부문의 변화가 요청된다.

본 연구에서는 첫째, 고객지향적 마케팅 전략을 활용하여 지식과 정보시장, 문화레저 시장으로 구분하여 이용자 집단을 세분화시킴으로써 정보 봉사에 따라 전문화된 정보요구와 충족시킬 수 있는 정보봉사 형태를 강구하고 정책적 지원을 한다. 정보봉사의 우선 순위와 이용자 분석을 통한 욕구 및 선호도를 가지고 시행, 평가한다.

둘째, 지역사회 관계 대응전략으로 지역의 특수성, 문화, 경제, 사회, 교육환경과 인구,

풍토, 역사성을 기초로 하여 지역적 특수성을 전략적으로 개발시키고 대응할 수 있는 정보봉사의 형태를 개발시킨다.

셋째, 홍보 촉진 마케팅 전략 수단으로 홍보와 커뮤니케이션 수단을 활용하여 능률적 정보전달 방법, 커뮤니케이션 기법을 설계한다. 외부 환경과 내부 환경의 변화를 인지하

고 예측, 계획된 정보수집과 전략실행을 환류시켜 재조정한다.

제한점으로는 공공도서관 마케팅 도입의 중요성은 평가되고 있으나 마케팅 예산이 없는 점을 지적할 수 있다. 정보봉사의 유료화 정책(요금 청구 및 부과)에 대한 제반규정 및 배정등 깊이 있는 후속연구가 요청된다.

## 참 고 문 헌

- 金元鈺, 마케팅 정보시스템론, 서울, 박영사, 1991.
- 마케팅 관리론, 제3판, 서울, 경문사, 1992.
- 데이터베이스백서, 데이터베이스 진흥센터, 통상산업성 기계정보산업국, 1992.
- 서혜란, 공공도서관의 재원확보에 관한 연구, 도서관학 23집, 1992.
- 지역정보화 시리즈, 2, 한국정보문화센터, 1992.
- 피터드러커, 현영아 역, 비영리단체외경영, 서울, 한국경제신문사, 1995.
- 헨리, 시캄벨, 이병목 역, 공공도서관개발론, 서울, 구미무역, 1990.
- 高島涼子, 齡化社會における圖書館の役, 現代の圖書館, 30(1) 日本圖書館會 1992, 3, 59~70
- 中國國家圖書館の閱覽業務/第11次 訪中業交流から(ひふろす)國立國會圖書協力部 編輯/發行 42(11), 1991, 17~22
- 中國公共圖書館の有科サービスに關スする考察, 圖書館學年報, 日本圖書館學 編輯/發行 38(3), Sept., 1992, 9, 99~112
- 公共圖書館における豫約サービスの現状全國公共圖書館豫約實態調査の結果より, 圖書館雜誌, 日本圖書館協會 86(10) 1992, 10, 724~726
- Nichel Melot / 山形八千代 譯, 大學圖書館文化的役割, 現代の圖書館, 日本圖書協會 30(1), 1992 19~62
- 情報圖書館化와 Staff의 能力開發, 專門圖書館協會, 專門圖書館, No. 135 1991, 9, 57~62.
- 圖書館學會年報, 日本 圖書館學會, Vol. 38, No.3, Sep. 1992, pp. 99~112.
- 劉喜申, “公共圖書館: 繁榮與危機”, 圖書館學通訊, 北京, 1987, 第2期, p. 19.
- 汪菊平, “圖書館工作面向經濟建設開拓新路子一記, 圖書館信息工作爲 ‘星火計劃’ 服務經驗座談會”, 圖書館學通訊, 北京, 1987, 第2期, p. 15.
- AECT & ALA Information power. AECT & ALA. 1988.
- Backewell, K. G. B. Managing User Cen-

- tered Libraries and Information Services, London. Mansell. 1990.
- Business Information and the Public Library. London. Gower. 1987.
- Cabeceiras J. The multimedia library Materials selection and use. Academic Press. 1991.
- Congers, A. The Cost of a Multi-Site Library Service. A Study of Brighton Polytechnic. London. Aslib Proceeding, 37(10) 1985.
- Drucker, P. F. Management : Task Responsibility, Practice. NY. Harper & Row. 1973.
- Drucker, P. F. Managing the Public Service institution. College and Research Libraries 37(1) 1976, 4~14.
- Fruithof, A. C. Marketing in Public Library Services, Belgium, MouSaion, 4(1) 1986, 38~64
- John Feather, The Information Society, London, Library Association, 1994.
- Johnsen, C. Marketing the Library : Queensland Library Promotion Council, 1985.
- Kies, Cosette, Marketing and Public Relations For Libraries, the Scarecrow Press, London. 1987.
- Kotler, Philip, Marketing Management, 5th ed. New Delhi. Prentice Hall, 1985.
- Liz Greenhalgh & Kenworpole, Libraries in a World of Cultural University College of London Press 1995.
- Kinnel Margaret , Libraries and Leisure Services Marketing-Rhetoric and Reality, Public Library Journal 7(4) 1992. 93-97
- McCarthy, E. Jerone, Basic Marketing : A Managerial Approach, 5th ed. Illinois : Richard O. Irwin, 1975.
- Nancy, D. Lane & Margaret, E. Chisholm, Information Technology. Boston, GK Hall & Company. 1991.
- Simson, The Marketing Challenge in Public Libraries In weingand, D. E. ed., Marketing for Libraries and Information Agencies, Norwood, NJ, Ablex Publishing Co. 1984.
- Santon, W. J., Fundamentals of Marketing, 6th ed., NY., Mcgraw Hill. 1981.
- Vlcek. Charles W., & Raymond V. Wiman. Managing media services Theory and practice. Englewood. CO : Libraries Unlimited. Inc. 1989.
- Weigand, Darlene E, Marketing for Libraries and Information Agencies, Ablex Publishing Corporation. Norwood, New Jersey, 1984.
- Wasserman, Paul, & T. Ford, "Marketing and Marketing research / What the Library Manager/ What the Li-



brary Manager should learn. Journal of Library Administration, 1(1) Spring 1980.

Yorke, D, A, Marketing the Library Service. London : Library Association, 1977.