

# 도서관의 이용자 만족도 요인 구조 분석

## The Factor Structure of Customer Satisfaction in Libraries

이 정 호(Jeong-Ho Lee)\*

### 초 록

본 연구는 도서관 서비스 품질이 이용자 만족도에 미치는 영향력의 비대칭성 여부를 실증적으로 검증해보고 고객만족도 증진을 위한 개선전략을 도출하는 것을 목적으로 한다. 비대칭성 검증은 Kano의 서비스 3요인 이론을 기반으로 수행하였고, 자료의 분석을 위해 다중회귀분석이 실시되었다. 분석결과 총 22개의 품질 속성 중에서 기본요인(8개), 성과요인(12개), 감동요인(2개)이 도출되었다.

### ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate asymmetric and nonlinear nature of the relationship between service attributes and global customer satisfaction, and to identify improvement strategies of service quality in libraries. In this study, two methods(such as kano's analysis and importance grid) were used to analyze the factor structure of customer satisfaction in libraries. The results show that two quality elements are classified as excitement factors, twelve quality elements are sorted as hybrid factor and eight quality elements are classified as dissatisfiers.

키워드: 고객만족도, 서비스품질, Kano 기법, 중요도 격자모형, 감동요인, 불만요인, 성과요인  
Customer Satisfaction, Service Quality, Importance Grid, Kano Theory, Excitement Factor, Dissatisfier, Hybrid Factor

---

\* 서울시정개발연구원 도시정보센터(jholee@sdi.re.kr)

논문접수일자 : 2012년 2월 27일 논문심사일자 : 2012년 2월 29일 게재확정일자 : 2012년 3월 15일

## 1. 서론

고객에게 서비스를 제공한다는 것은 다른 말로 고객에게 만족을 파는 것이라 할 수 있다. 이러한 맥락에서 서비스 품질은 지속적인 경쟁우위 확보 및 차별화의 기회이며 기업 활동의 최고 목적인 동시에 생존의 절대적 요건이 된다. 따라서 서비스를 제공하는 기관들은 침묵하고 있는 대다수 고객의 마음을 사전에 파악해 지속적인 고객으로 만들 수 있는 방법을 찾기 위해 몰두하고 있다. 서비스 성과를 제고하기 위해서는 고객만족 수준을 향상시켜야하고 고객만족을 달성하기 위해서는 만족에 기여하는 선행변수를 규명하는 것이 필수적이다. 이는 많은 서비스 제공 기관들이 서비스 품질을 측정하거나, 고객 만족도 조사를 실시하는 이유이기도 하다.

도서관도 예외는 아니어서 서비스에 대한 질적인 평가, 고객 만족도 측정 및 그것의 전략적 이용이 과제로 대두되고 있다. 측정방법으로는 SERVQUAL, LibQUAL+ 등 다양한 척도가 사용되고 있고, 측정 대상도 도서관의 개별 서비스로부터 홈페이지에 이르기까지 다양하다. 특히 문화체육관광부에서 주관하는 공공도서관 평가에서는 만족도 지표를 이용자 평가 영역으로 포함하여 도서관을 평가하고 있으며 일회적인 점검에서 벗어나 성과를 정기적으로 측정하는 시스템으로 제도화 되었다.

도서관의 성과평가에서 서비스품질 및 고객만족도 측정의 중요성이 점점 커지고 있는 만큼 기존 방법론상의 문제점 혹은 단점을 보완하기 위해 점검을 할 때이다. 도서관 서비스 품질 속성들이 고객만족도에 미치는 영향력에 관한 현재까지의 연구를 보면 서비스 품질에 대해 이용

자의 요구를 달성한 정도인 성과와 이용자가 판단한 속성의 중요도와의 관계가 상호 독립적이고, 속성별 성과와 전반적인 만족도 등 결과변수와 선형적인 대칭(symmetric)의 관계를 가진다는 기본적인 전제를 가지고 있다.

이러한 전제 하에서는 이용자가 평가한 점수가 높으면 고객 만족도가 높고 불만족정도는 낮은 것으로 해석된다. 즉 고객의 불만족을 낮추면 만족이 당연히 높아지므로 만족/불만족에 영향을 미치는 요인을 단일하게 추적하고 있다. 그러나 만약 만족에 영향을 미치는 요인과 불만족에 영향을 미치는 요인이 별개라면 어떤 서비스 속성에 대해 불만족을 낮춘다고 해서 만족이 높아지는 것은 아닐 것이다. 이렇듯 만족과 불만족이 단일한 차원의 개념인가 아니면 서로 다른 차원의 개념인가의 문제는 고객만족도 측정에서 매우 중요함에도 불구하고 이에 대한 심층적 논의 없이 대부분의 연구들이 연속적 개념에 의거하여 만족도를 측정하고 있다(이광희, 홍운기 2005).

이러한 문제의식 하에 Kano(1984)나 Matzler와 Renzl(2007), Abore와 Busacca(2009)의 연구에서는 서비스 품질 속성과 고객만족도와의 관계를 대칭적인, 혹은 선형적인 관계로 가정하고 분석하는 방법에 대한 한계를 지적하고 고객만족도는 서비스 품질 속성의 양적인 측면뿐만 아니라 각 품질속성이 어떠한 특성을 가지고 있느냐에 따라 다른 양태를 보이고 있음을 규명하였다. 본 연구에서는 만족과 불만족을 연속적, 대칭적인 일차원으로 볼 것인지, 아니면 불연속적, 비대칭적인 다차원으로 볼 것인가의 문제에 입각하여 서비스 품질을 구성하는 속성들과 고객만족도와의 관계를 다각적으로 분석하고 도

서관 서비스 품질 개선을 위한 전략적인 활용성을 제공하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 서비스품질과 고객만족과의 관계

고객만족과 서비스 품질이라는 개념은 서로 혼용되어 사용하는 경향이 있다. 고객만족에 대한 개념적 연구는 결과를 중시하느냐 과정에 초점을 두느냐에 따라 나뉜다. 결과를 중시하는 학자들은 소비자가 지불한 만큼 적절히 혹은 부적절하게 조성되었다고 느끼는 소비자의 인지적 상태, 또는 감정적 반응으로 고객만족을 정의하고 있다. 과정에 초점을 두는 학자들은 고객만족을 소비경험이 최소한 기대했던 것보다 좋았다거나 선택했던 대안이 그 대안에 대한 사전적 신념과 일치되었다는 평가를 뜻한다고 주장한다(이유재 2000).

고객만족의 선행변수 또는 결정요인이 무엇인지에 관한 논의도 중요한 이슈이다. 서비스품질과 고객만족의 관계에서 무엇이 선행변수냐에 따라 '선 만족 후 품질'과 '선 품질 후 만족'이라는 두 가지 입장으로 나눌 수 있다(이학식, 김영 1999). '선 만족 후 품질' 입장의 경우, 품질은 서비스에 대한 장기적이고 전반적인 평가인 반면, 만족은 특정 거래 후 해당 거래에 대한 평가 결과의 인지상태를 뜻하며 이러한 개별적인 만족/불만족의 누적이 전반적인 서비스 품질로 나타난다. '선 품질 후 만족'의 입장에 따르면 지각된 서비스의 품질은 개인이 특정 서비스의 품질에 대해 주관적 의미를 부여하는 것이며, 이러한

주관적 해석이 기대와 비교하여 만족/불만족이 생겨난다.

이 두 개의 개념을 활용적인 측면에서 살펴보면, 고객만족이라는 개념은 기관 간 비교평가를 위해 만족도 수준을 측정하는데 사용하는 개념이고, 서비스 품질은 서비스의 하위 구성요소와 중요도를 파악하여 개선방안을 찾아내는데 유용한 개념이라 할 수 있다(이광희, 홍운기 2005).

### 2.2 서비스품질 속성의 분류

#### 2.2.1 서비스 품질과 고객만족의 비대칭적 관계

기존의 서비스 품질 연구의 근간인 기대불일치 패러다임에서는 각 변수들 간의 관계가 선형 또는 대칭적인 것으로 전제하고 고객만족의 결과변수들과의 관계를 분석하는 것이 일반적이다. 이러한 전제 하에서는 서비스의 성과가 기대한 것보다 높으면 만족을 느끼고 성과가 낮다면 불만족을 초래한다. 그러나 제품 및 서비스의 성과가 전반적인 만족도 등 결과변수에 미치는 영향은 비대칭적으로 감소 또는 증가될 수도 있을 것이다(Mittal, Ross, and Baldasare 1998). 즉 전달되는 서비스 속성들 중 하나의 부정적인 성과를 경험하는 것이 여러 가지 긍정적인 속성을 경험하는 것보다 고객만족에 더 큰 영향을 미칠 수 있기 때문이다.

서비스 품질 속성과 전반적 만족도의 관계가 비대칭적이라는 주장은 조직관리 이론인 Herzberg와 Mausner(1959)의 '동기부여 2요인 이론'에서부터 출발한다. Herzberg 등은 직무만족과 관련된 요인을 동기요인(motivators)과 위생요인(hygiene factors)으로 구분하였다. 여기서 동

기요인이란 직무만족을 증가시키는 요인인 반면, 위생요인은 만족에는 직접적인 영향을 미치지 않으나 불만족만을 야기하는 요인을 의미한다. 동기부여 2요인 이론은 이후 마케팅 분야에서 고객만족의 형성구조를 파악하기 위한 다속성 모형의 이론적 근거가 되었다(백인기 등 2011). 다속성모형을 통해 어떤 속성은 고객만족에 중요한 영향을 미치지만 상대적으로 덜 중요하게 작용하는 속성도 존재한다는 것이 밝혀짐으로써 여러 연구에서 품질 속성의 성과와 전반적 만족도와의 관계가 비대칭이라는 가설이 채택되기에 이르렀다.

Anderson과 Mittal(2000)은 전반적인 만족도에 대한 품질 속성의 성과의 영향은 비대칭적인 관계라는 가설 하에서 품질속성의 높은 성과가 전반적인 만족도에 영향을 미치지 않을 수 있고, 또한 어떤 속성의 낮은 성과는 전반적인 만족도에 결정적인 요인이 될 수 있음을 증명하였다. Busacca와 Padula(2005)는 품질 속성의 성과와 고객의 전반적인 만족도와의 관계가 비선형적이라는 가설을 실증하였다. 특히 그들의 연구에서는 품질 속성을 역할에 따라 분류하였다. 예컨대 어떤 품질속성이 기본요인(basic factor)의 역할 특성이 있다면 그것이 높은 성과를 얻더라도 전반적인 만족도에 별로 영향을 미치지 못하는 경향이 있고, 반대로 성과가 낮아진다면, 전반적인 만족도에 미치는 영향은 강화되어 불만족을 유발할 것이다. 반면에 감동요인의 경우, 그 품질 속성이 잘 이행된다면 전반적인 만족도에 큰 영향을 미치지만 반면에 잘 수행되지 않더라도 전반적인 만족도에 별 영향을 미치지 않을 것이다. 따라서 품질 속성의 성과를 올바르게 평가하기 위해서는 개별 속성의

성과가 높거나 낮은 것이 중요하다기 보다는 이러한 품질 속성마다 역할이 존재하기 때문에 그 속성별 역할을 인식하는 것이 선결될 필요가 있을 것이다.

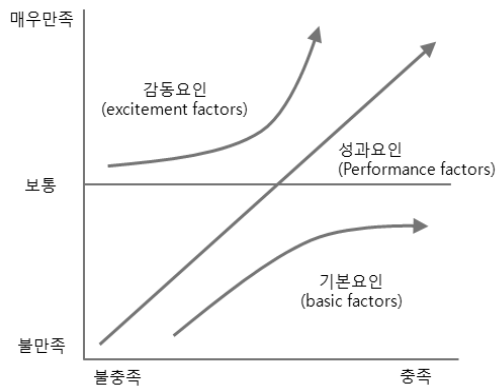
## 2.2.2 서비스 품질 3요인 이론

### 1) Kano 모형

소비자 만족도에 관한 최근의 문헌에서는 서비스나 제품의 속성을 3개의 범주로 구분하는 것을 제안하고 있다. Kano의 3요인 이론 역시 Herzberg의 2요인 이론에 착안하여 품질속성이 만족도에 미치는 영향력은 속성별로 비대칭적일 수 있다는 것을 전제하고 있다. Kano(1984), Matzler와 Sauerwein(2002)에 따르면 만족에 대한 3요인 구조는 다음과 같다.

- 기본요인(basic factors): 특별히 요구할 필요가 없이 서비스 제공자에 의해 당연히 보장되는 요소로서 소비자의 최소한의 요구 수준으로 간주된다. 이 요인들이 충족되지 않는다면, 이용자의 높은 수준의 불만족을 야기한다. 그러나 비록 잘 이행되더라도 만족이 증가하지는 않는다.
- 성과요인(performance factors): 충족된다면 만족이 증가하고 이행되지 않으면 만족이 감소하는 요인으로서 전반적인 만족도에 미치는 영향은 선형적이다.
- 감동요인(excitement factors): 잘 수행되면 소비자의 만족이 증가하는 요인이다. 그러나 제공되지 않더라도 불만족을 야기하지는 않는다. 이러한 점에서 서비스 제공자는 경쟁자들보다 우위를 점하기 위해서는 감동요인을 개선하기 위해 노력해야 한다.

이러한 세 가지 요인 분류는 고객만족의 구조를 다원적으로 분석하는데 적합하다.



〈그림 1〉 Kano 모형(Matthew 2004)

Kano 모형을 이용해서 요인을 분류하는 장점은 아래와 같다. 첫째, 이용자의 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 품질 속성을 파악할 수 있고, 둘째, 제품 개발이나 서비스 품질 제고의 우선순위 설정 근거를 제공할 수 있고, 셋째, 만족도의 최적 수준을 보장하기 위한 고객 맞춤형 개선전략 도출이 가능하며, 넷째, 이용자에게 매력적인 요소를 개발하여 제공할 수 있다.

## 2) Importance Grid 분석

Importance Grid 분석의 바탕이 되는 모형인 IPA분석은 고객만족에 영향을 미치는 품질속성을 분류하는 방법으로 Martilla와 James(1977)가 처음 발표한 후 마케팅 분야에서 광범위하게 활용되고 있다. IPA 분석은 서비스 품질 속성을 고객이 인지하는 성과와 중요도를 기준으로 분류해 2차원 좌표에 나타내어 전략적 우선순위를 판단하는 방법(윤경일, 강인호 2009)으로 비교적 단순해 도서관 서비스의 경쟁력 및 개선영

역을 도출하는 목적으로 활용되고 있다. 그러나 성과와 중요도는 서로 독립적(Bacon 2003)이며, 고객만족 등 결과변수와는 서로 대칭적 관계라는 기본가정을 전제로 하고 있어 이것이 오히려 한계로 작용할 가능성이 있다. 실제로 IPA 모형 상의 1사분면(지속영역)에 해당하는 속성에 집중 투자한 기관들이 만족할 만한 수준의 고객만족을 실현하지 못해 IPA모형에 의구심을 제기하는 연구결과도 보고되고 있다(Mittal, Ross, and Baldasare 1998).

Vavra(1997)에 의해 제안된 Importance Grid는 각 속성이나 요인들에 대해 등위가 매겨진 명시적 중요도(explicit importance)와 내재적 중요도(implicit importance)에 기초한 2차원 격자 구조를 말한다. 품질 속성의 명시적 중요도란 개별 서비스 품질 속성에 대한 고객의 만족 정도를 의미하며 설문 등을 통한 직접적인 평가에 의해 결정된다. 설문지는 각 품질 속성이 얼마나 중요한지 서열적인 숫자에 근거한 리커트 척도 등의 측정도구를 사용해서 고객의 인식한 만족도를 파악한다. 명시적 중요도의 측정치를 산출하기 위해서 각 속성에 대해 이용자 응답 점수의 평균을 사용한다.

내재적 중요도는 간접적으로 측정되며 개별 속성에 대한 성과가 전반적인 만족도에 얼마나 영향을 미치고 있는지를 파악함으로써 얻을 수 있다. 따라서 속성의 내재적 중요도는 전반적인 만족도 같은 또 다른 외부 기준 속성과 해당 품질속성간의 유의성에 의해 산출된다. 내재적 중요도 점수는 전반적인 만족도와 속성별 만족도 수준 간의 표준화 계수  $\beta$  (standardized coefficients  $\beta$ ) 혹은 부분상관계수(partial correlation coefficients)로써 계산된다.



〈그림 2〉 Importance Grid(Vavra 1997)

이렇게 두 개의 개념이 필요한 이유는 이 결과치들이 서로 다른 정보를 제공한다는 사실 때문이다. 어떤 품질 속성이 기본 요인이라면 응답자가 매우 중요하다고 평가를 했더라도 전반적인 만족도에 미치는 영향은 낮을 수 있을 것이다. Matzler와 Sauerwein(2002)은 항공사의 예를 들어 설명하였다. 비행 안전성과 수화물의 완벽한 수송은 대부분의 탑승객이 가장 중요하다고 생각할 수 있는 기본 요소이다. 그러나 그것들이 적절한 수준에서 수행되더라도 응당한 결과이기 때문에 전반적인 만족에 미치는 영향은 낮을 것이다. 반면에 훌륭한 기내식이나 친절한 승무원 은 비행의 안정성보다 덜 중요하지만 이용자의 전반적인 만족도에 크게 영향을 줄 것이다. 이와 같이 내재적으로 추론된 중요도는 이용자가 스스로 응답한 중요도와는 성격이 다를 수 있다. Vavra(1997)는 명시적 중요도와 내재적 중요도 점수를 비교에 의해서 〈그림 2〉와 같이 속성별 범주를 도출하였다.

〈그림 2〉에서 보는 바와 같이 X축은 고객이 직접 응답한 품질 속성의 성과를 나타내고 Y축은 개별 품질 속성과 전반적인 만족도와의 회귀 분석 결과 회귀계수의 수치를 의미한다. 두 가지 점수별로 (x, y) 좌표로 표시하고, 평균을 기준으로 선을 이으면 4분면이 구성되는데 4사분면에 위치한 품질속성은 기본요인으로, 1사분면과 3사분면에 위치한 품질속성은 성과요인으로 2사분면 안에 있는 품질 속성은 감동요인으로 분류된다.

### 2.3 선행연구 분석

고객만족 이론에서는 제품이나 서비스에 대한 고객의 요구 속성을 달성하는 정도에 따라 고객만족이 비례하여 증가한다는 것이 일반적으로 알려져 있다. 즉 고객이 생각하는 가장 중요한 속성의 성과가 높을수록 고객만족이 높아진다는 가정에 기반을 두고 있다. 도서관 이용자 만족도 측정이나 서비스 품질 연구에 있어

서도 이러한 관점을 견지하며 2000년대 초반부터 실증적인 연구가 본격적으로 수행되었다.

대부분 SERVQUAL 모형을 이용하여 관중별로 서비스품질을 평가한 연구가 수행되었다(백항기 2000; 김윤실 2002; 이정호 2003; 황일원 2003). 2000년대 중반부터는 도서관의 온라인서비스, e-Service 환경, 디지털 도서관 등에 대한 고객만족도를 평가하는데 까지 영역이 확장되었다(윤은영 2004; 황재영 2007). 도서관이 제공하는 하부단위 서비스에 대한 만족도를 측정하는 연구도 수행되었는데 도서관이 제공하는 문화프로그램(오동근, 여지숙, 최성열 2010), 학술지 및 원문복사서비스(최재황 2008) 등을 예로 들 수 있다.

문화체육관광부 주관으로 매년 시행되는 '전국 도서관 운영평가'에서 2009년부터 이용자만족도 지표가 공공도서관 평가항목에 포함됨에 따라 이용자만족도의 중요성이 그 어느 때 보다도 강조되고 있다. 정부 주도로 진행되는 전국단위 조사가 시행 초기임에도 불구하고 현재까지 성공적으로 평가가 진행되었다는 것은 지난 10여 년 간 도서관 서비스 품질이나 이용자 만족도에 관한 다양한 연구 결과가 축적되었기 때문이라고 해도 과언이 아닐 것이다.

대부분 도서관 이용자 만족도 조사에서는 각 항목별 리커트 척도 점수를 연속적인 개념으로 간주하고 평가를 하고 있다. 전국 도서관 운영평가의 도서관이용자 만족도 조사를 예를 들면 1점에서 5점까지 리커트 척도를 사용하지만 1점(전혀 그렇지 않다)과 5점(매우 그렇다)을 양극단으로 하여 각 점수들이 연속되어 있는 것으로 간주한다. 그리고 5점 척도에 가중치를 부여하여 백분위로 환산한 후 만족도 점수를 부여

하고 있다. 즉 만족도 점수가 높으면 해당기관에 대한 고객의 만족 정도가 높고 불만족의 정도는 낮은 것으로 해석된다. 이러한 관점은 고객의 불만족을 낮추면 만족이 저절로 높아지므로 만족/불만족에 영향을 미치는 요인을 일차원적으로 보고 있다. 이러한 속성별 점수와 전반적인 만족도, 충성도 등의 결과변수와의 관계도 대칭적(symmetric)이라고 가정하고 있다.

〈표 1〉에서도 알 수 있듯이 도서관 서비스 품질관련 연구의 대부분이 이러한 대칭적 관점에 근거해서 연구결과를 도출하고 있고 다만 소수의 연구에서 비대칭적인 관점이 부분적으로 적용되었다. 이정호(2003)의 연구를 보면 Herzberg의 2요인 이론을 이용해서 서비스 품질 속성을  $\chi^2$  분석을 통해 위생요인(hygiene factor)과 만족요인(satisfier)으로 분류하였고, 최재황(2008)의 연구에서는 학술지의 품질을 3요인 이론의 대표적인 분석법인 penalty-reward 기법을 사용하여 기본요소, 성과요소, 환희요소로 서비스 속성을 분류하는 등 비대칭적인 관점의 분석방법을 사용하였다.

도서관의 이용자 만족도에 관한 기존의 연구들은 연구결과를 가시화하고 이해하기 쉬운 장점 때문에 고객만족과 충성도 등 행위의도와의 관계를 선형적이라 가정하는 경향이 주류를 이루고 있다. 선형모형은 모든 원인변수의 정의역(품질속성) 범위에서 결과변수(전반적인 만족도)가 일정하게 변한다고 가정하고 있으며, 결과의 상한선이 존재하지 않기 때문에(Lilien, Kotler, and Moorthy 1992) 만약 품질속성의 성과와 전반적인 만족도와의 관계가 비선형적임에도 불구하고 선형성을 가정한다면 부적절한 함수형태로 설정되어 해석상의 오류가 생길 수 있다(이종원

〈표 1〉 선행연구 비교

연구자	연구대상	측정도구	결과변수	분석방법	관점
백향기(2000)	대학도서관	SERVQUAL	고객만족도	회귀분석	대칭
김윤실(2002)	전문도서관	SERVQUAL	고객만족도 재이용의사	경로분석	대칭
이정호(2003)	전문도서관 공공도서관	SERVQUAL	이용자만족 행위의도	$\chi^2$ 분석	비대칭 (2요인)
김희전(2003)	대학도서관	SERVQUAL	이용자만족 행위의도	회귀분석	대칭
황일원(2003)	대학도서관	SERVQUAL LibQual+	고객만족도 행위의도	회귀분석	대칭
윤은영(2004)	웹DB	SERVQUAL	서비스만족도	회귀분석	대칭
장윤금(2005)	인터넷서비스	SERVQUAL LibQual+	서비스만족도 서비스소개성	회귀분석	대칭
황재영(2007)	E-서비스	Heron	고객만족도 고객충성도	회귀분석	대칭
최재황(2008)	학술지 원문복사서비스	기타	-	회귀분석 Penalty-Reward	대칭 비대칭 (3요인)
오동근(2010)	문화교육프로그램	기타	전반적만족도 충성도	구조방정식	대칭

2001). 이로 인하여 잘못된 연구결과의 도출과 시사점을 제공할 우려도 있다. 따라서 연구결과에 대한 신뢰성을 확보하기 위해서는 고객만족과 행위의도와의 관계가 선형적인지 비선형적인지를 실증적으로 재확인할 필요성이 있다(이유재 2000).

### 3. 연구의 설계

#### 3.1 데이터

본 연구를 위해 수도권 소재 대학의 도서관 이용자를 대상으로 2011년 3월 한 달 동안 만족도 조사를 실시하였다. 총 200부의 설문지를 배

포하여 180부가 회수되었으며 회수된 설문지 중에서 무성의하게 응답되었다고 판단된 것을 제외시킨 후 165부가 최종적으로 실증분석에 사용되었다.

표본의 특성은 다음과 같다. 남성이 47.3% (78명), 여성이 52.1% (86명)로 비슷하며, 결측값이 0.6% (1명)가 존재한다. 설문응답자들은 1~2학년 학생은 17.6% (29명), 3~4학년은 78.2% (129명), 대학원생은 3% (5명), 결측값은 1.2%로 2명이 무응답으로 처리되었다. 전공별 특성을 살펴보면 인문계열은 33.9% (56명), 사회계열은 30.3% (50명), 자연계열 31.5% (52명), 예체능은 3.6% (6명), 결측값은 1개 존재하며, 예체능을 제외하면 전공별로 고르게 분포하고 있다.



### 3.2 연구문제

본 연구는 도서관 서비스를 구성하는 품질 속성의 요인구조를 파악하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 Importance Grid 분석과 더미변수를 이용한 다중회귀분석을 통해 도서관 서비스 품질속성을 분류함으로써 서비스품질과 만족사이의 비대칭성 혹은 비선형성의 존재를 확인하고자 한다. 분석 결과를 토대로 도서관을 운영하는 데 있어서 전략적 활용을 제안하고자 한다. 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

- 연구문제 1: 도서관 서비스품질은 Kano의 서비스 3요인을 근거로 차원별로 어떻게 구분되는가?
- 연구문제 2: 도서관 서비스품질은 Importance Grid 분석에서 속성별로 어떻게 분류되는가?
- 연구문제 3: 비대칭적인 관점에 따른 분석 방법의 전략적 활용성은 어떠한가?

### 3.3 연구 방법

#### 3.3.1 연구 절차

도서관의 서비스 품질 속성이 전반적인 만족도 등 결과변수에 미치는 영향력의 비대칭성을 검증하기 위하여 두 가지 분석방법이 사용되었다. 첫째, Importance Grid 분석 방법을 이용하여 기존 IPA의 결과 발생할 수 있는 오류를 보완하여 서비스 품질 속성별 역할구조를 규명하였다. 둘째, Kano 모형을 기반으로 속성별 평가 수준에 따른 종합만족도에 미치는 영향력의 변화를 비교 분석 하였다. 즉 도서관 서비스 품질 속성에 대해 평가가 높을 때와 낮았을 때에 이 속성이

종합만족도에 미치는 영향력의 변화 양상을 분석하여 비대칭성의 존재와 성격을 규명하였다.

Kano의 서비스 3요인 이론에 근거하여 1) 종합만족도에 대한 도서관의 특정 서비스 속성의 영향력이 이 속성의 성과가 낮은 집단에서 보다 높은 집단에서 크면 이 속성은 감동요인으로, 2) 종합만족도에 대한 도서관 서비스 품질 속성의 영향력이 이 속성의 수행도가 낮은 집단에서 보다 높은 집단에서 낮으면 이 속성은 기본 요인이며, 3) 종합만족도에 대한 도서관 서비스 품질 속성의 영향력이 이 속성의 성과가 낮은 집단과 높은 집단 사이에 차이를 보이지 않으면 이 속성은 성과요인으로 간주된다.

#### 3.3.2 변수의 측정

본 연구에서 사용된 변수의 측정 항목은 종합만족도를 측정하는 부분과 도서관 서비스 품질 속성에 대해 이용자가 평가한 인식수준을 측정하는 부분으로 구성된다. 종합만족도는 본 연구 모형의 결과변수로서 전반적인 만족도, 서비스 이용가치, 재이용의사로 구성되었다. 도서관 서비스 품질 속성의 측정은 Parasuraman 등(1988)의 SERVQUAL모형을 기반으로 하여 유형성 4문항, 신뢰성 5문항, 반응성 4문항, 확신성 4문항, 공감성 5문항으로 총 5개의 차원 22개의 문항으로 구성되었다. 모든 설문 문항은 7점 리커트 척도(7=매우 그렇다, 1=전혀 그렇지 않다)로 측정되었다.

### 3.4 비대칭성 분석방법

#### 3.4.1 Importance Grid 분석

고객만족에 영향을 미치는 품질 속성을 Im-

portance Grid 모형에 적용해 분류하기 위해서는 개별 품질 속성의 성과와 중요도가 산출되어야 한다. 성과는 개별 서비스 품질 속성에 대한 고객의 만족수준을 의미하므로 보통 설문을 통해 산출되지만 개별 서비스 품질 속성이 최종적인 전체 만족도에 미치는 영향력의 크기를 의미하는 중요도는 학자에 따라 다양한 방법으로 산출되고 있다.

서비스 품질 속성의 중요도를 도출하는 방법은 크게 두 가지로 분류된다. 이용자의 자기 보고식 설문을 이용하는 방법과 통계적으로 산출하는 방법이다(백인기 등 2011). 전자의 경우에는 첫째, 중요도가 품질속성의 분류에 활용되는 과정이 다소 자의적이며, 둘째, 1~2명의 설문 결과에 따라 속성의 중요도가 달라져 품질속성의 분류가 바뀔 수 있으며(Lee and Newcomb 1997), 셋째, 설문자는 기본요인에 높은 점수를 부여하는 반면, 기대하지 않았던 감동요인에는 오히려 낮은 점수를 부여할 가능성이 높다는 등의 문제가 발생할 가능성이 제기되고 있다.

품질속성의 중요도를 통계적으로 산출하는 방법으로는 다중회귀분석을 통해서 표준화계수  $\beta$  혹은 부분상관계수를 활용하는 방법이 주로 사용되고 있다. 이러한 기법은 품질 속성의 중요도를 종합만족도와 품질속성의 성과를 근간으로 산출해내는 장점이 있다. 본 연구에서는 중요도를 산출하는데 있어서 Anderson과 Mittal (2000), Arbore(2009), Matzler와 Renzl(2007)이 제안한 바와 같이 통계적으로 산출하는 기법을 사용하였다.

Importance Grid에서 격자의 중심선 값은 이용자가 평가한 서비스 품질속성별 점수와 회귀계수의 평균값을 각각 사용하였으며 격자의 사

분면 안에 어떠한 속성이 위치하는가에 따라 다음의 방법으로 속성이 분류된다.

- 명시적 중요도 고, 내재적 중요도 저: 기본요인. 비록 고객들이 매우 중요하다고 생각하는 속성이지만 종합만족도에 미치는 영향은 매우 낮다.
- 명시적 중요도 저, 내재적 중요도 고: 감동요인. 고객은 특별히 중요하다고 생각하지는 않지만 그러나 적절한 수준으로 성취되었을 때, 종합만족도에 매우 강한 영향을 미친다.
- 명시적 중요도 고(저), 내재적 중요도 고(저): 성과요인. 이 요인들이 품질 속성과 종합만족도에서 높게 나타나면 성과가 증진되는 것을 의미한다. 반대로 낮게 나타난다면 중요하지 않은 속성이며 종합만족도에 별로 기여하지 못하는 속성으로 분류된다.

### 3.4.2 Kano 모형 분석

Kano 모형 분석을 위해 Matzler와 Renzl(2007)의 연구에서 사용한 바 있는 이분 형태의 더미변수를 이용한 다중회귀분석을 사용하였다. 분석을 위해 먼저 각 속성별 평가 점수가 더미변수를 만드는 기준으로 사용하였다. 더미변수는 리커트 척도(7점척도)의 속성별 응답점수 상위 1/3(6,7점)의 경우에 (1.0) 값을 부여하여 만족집단을 형성하고, 중위 1/3(4,5점) 경우는 (0.0)의 비교 집단을 형성하며, 하위 1/3(4점 미만) 경우는 (0.1)을 부여하여 불만족집단으로 설정하였다.<sup>1)</sup> 이러한 더미변수화로 만족집단과 불만족집단에서의 서비스 속성의 비대칭적 영향력이 비교될 수 있다. 분석을 위한 다중회귀모형은 다음과 같다.

$$Sat_{total} = \beta_0 + \beta_{1i}D_1 + \beta_{2i}D_2 + \dots + \beta_{1n}D_n + \beta_{2n}D_n$$

여기서  $D_i$ 는 각 속성의 더미변수를,  $\beta_{1i}$ 는 속성  $i$ 의 만족집단에서 종합만족도에 대한 상대적 영향력을 나타내며,  $\beta_{2i}$ 는 속성  $i$ 의 불만족 집단에서 전체만족도에 대한 상대적 영향력을 나타낸다. 더미변수를 독립변수로 하여 다중회귀 분석 결과의 만족집단의 표준화회귀계수  $\beta$ 값 ( $\beta_{1i}$ )을 불만족집단의  $\beta$ 값( $\beta_{2i}$ )으로 나눈 비율로 속성별 비대칭성 성격을 구분한다. 즉 비율의 절대값이 1보다 작은 경우 이것은 기본요인에 속하고, 1보다 큰 경우는 감동요인, 그리고 1과 같거나 유사하면 성과요인으로 판단한다 (Matzler & Renzl 2007).

## 4. 실증분석

### 4.1 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구는 도서관의 서비스 품질을 측정하는데 하나의 개념은 여러 개의 문항을 통하여 측정되었다. 측정된 문항들이 내적일관성을 유지하고 있는지, 측정하고자 하는 개념을 정확하게 측정하고 있는지에 대해 알아보기 위해 신뢰도 분석을 하였다. 구성개념의 타당성을 측정하기 위해 요인분석을 실시하였다. <표 2>와 같이 Cronbach's Alpha값을 통해서는 본 측정도구의 내적 일관성<sup>2)</sup>을 갖추고 있다고 해석할 수 있다. <표 3>과 같이 변수군 간의 상관관

<표 2> 신뢰도 분석

측정변수	설문 항목	Cronbach's Alpha
유형성	P1. 현대적인 장비와 시설	.511
	P2. 시설의 시각적인 매력	
	P3. 복장과 용모의 단정	
	P4. 자료와 시설의 적합한 배치	
신뢰성	P5. 요청한 서비스에 대한 일정통보	.825
	P6. 문제해결을 위한 진지한 관심	
	P7. 한번에 올바른 서비스 수행	
	P8. 약속한 시간 내 서비스 제공	
	P9. 정확한 기록 유지	
반응성	P10. 예정된 서비스 일정통보	.802
	P11. 즉각적인 서비스 제공	
	P12. 자발적인 고객지원	
	P13. 이용자요구에 대한 신속한 대응	

- 1) 만족/불만족/비교집단을 구분하는 성과 점수의 기준은 학자마다 다르다. 예를 들어 Abore(2009)는 1-5점으로 응답한 사례를 불만족 집단으로, 8-10점으로 응답한 사례를 만족집단으로, 6-7점으로 응답한 사례를 비교집단으로 구분했다. 백인기 등(2011)은 평균±SD/2를 기준으로 평균+SD/2보다 높으면 만족집단, 낮으면 불만족집단, 평균±SD/2 사이에 위치한 응답자는 비교집단으로 구분하였다.
- 2) 신뢰성 평가기준은 연구자마다 상이하나, Nunnally(1967), Andreassen(1995)은 신뢰계수  $\alpha$ 가 0.5 이상일 때 신뢰성이 있는 것으로 보았다.

측정변수	설문 항목	Cronbach's Alpha
확신성	P14. 사서의 직무관련 행위의 신뢰감	.862
	P15. 이용자 믿고 의지할 수 있음	
	P16. 사서는 정중하고 친절함	
	P17. 질의에 답변할 수 있는 지식	
공감성	P18. 이용자 욕구에 대한 이해	.797
	P19. 개관시간의 융통성	
	P20. 이용자에 개인적 애정과 관심	
	P21. 이용자 만족에 최대한 노력	
종합만족도	P22. 정보 요구의 이해와 노력	.851
	C1. 전반적인 만족도	
	C2. 서비스 가치 인식도	
	C3. 재방문 의도	

〈표 3〉 KMO와 Bartlett 검정 및 요인분석

표준형성 적절성의 KMO 측도										.933
Bartlett의 구형성 검정		근사 카이제곱								2030.932
		자유도								231
		유의확률								.000
성분	초기 고유값			추출 제곱합 적재값			회전 제곱합 적재값			
	합계	% 분산	% 누적	합계	% 분산	% 누적	합계	% 분산	% 누적	
1	10.023	45.558	45.558	10.023	45.558	45.558	6.655	30.249	30.249	
2	1.522	6.918	52.476	1.522	6.918	52.476	4.519	20.543	50.792	
3	1.136	5.163	57.639	1.136	5.163	57.639	1.506	6.848	57.639	

계가 다른 변수에 의해 설명되는 정도를 나타내는 KMO값이 .933으로 매우 높게 나타났으며 Bartlett 구형성 검정결과 Chi-Square값이 2030.932, DF 231(p=.0000)으로 나타나 '모상관행렬은 단위행렬이다.'라는 귀무가설을 기각해 요인분석이 적합함을 나타내고 있다. 주성분 분석에 의한 요인추출 결과 고유값이 1 이상인 요인이 3개가 도출되어 측정도구의 구성개념의 타당성은 적절히 검증되었다고 볼 수 있다.

#### 4.2 품질 속성의 비대칭성 검증 결과

##### 4.2.1 Importance Grid 적용

Importance Grid를 도출하기 위해, 첫째, 도서관 이용자 대상 설문으로부터 각 속성에 대한 만족도 평가점수 값의 평균이 측정되었다. 둘째, 내재적 중요도 값을 얻기 위해, 종합만족도와 응답된 품질 속성의 만족도 사이의 표준화계수  $\beta$ 가 측정되었다. 〈표 4〉와 같이 독립변수는 22가지 서비스품질 속성이고 종속변수는 '전반적인 만족도', '서비스가치인식도', '재방문 의도'의 산술평균으로 산출된 종합만족도이다.

〈표 4〉 다중회귀분석 결과 통계표

a. 종속변수: 종합만족도 설명력(R Square)=0.448		F=5.235			Signif F=<.0001		
모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	평균
		B	표준오차	베타			
1	(상수)	1.804	.439		4.107	.000	
	P1	.159	.057	.204	2.788	.006	4.20
	P2	-.046	.074	-.048	-.630	.530	4.16
	P3	.006	.071	.007	.087	.931	4.62
	P4	.221	.063	.262	3.518	.001	4.83
	P5	.054	.067	.068	.803	.423	5.14
	P6	-.013	.074	-.015	-.172	.864	4.93
	P7	-.081	.093	-.091	-.871	.385	4.99
	P8	.152	.089	.183	1.700	.091	5.24
	P9	.075	.069	.098	1.091	.277	5.14
	P10	.040	.079	.051	.507	.613	5.15
	P11	-.123	.089	-.137	-1.394	.165	5.10
	P12	-.069	.081	-.087	-.845	.400	4.46
	P13	.018	.080	.023	.227	.821	4.92
	P14	-.024	.097	-.028	-.244	.808	5.14
	P15	.055	.083	.066	.665	.507	5.01
	P16	.023	.089	.030	.258	.797	5.22
	P17	.037	.081	.044	.449	.654	5.18
	P18	.025	.082	.030	.298	.766	4.95
	P19	-.043	.050	-.061	-.856	.394	4.75
	P20	-.011	.074	-.013	-.142	.887	4.64
	P21	.281	.108	.319	2.602	.010	5.01
	P22	-.022	.087	-.025	-.254	.800	4.89

통계적인 관점에서, 이 분석기법의 평가에서 주된 문제점은 첫째, - 계수가 나타났을 때 해석상의 어려움이 따른다는 점이다. 즉 - 계수가 나타난 속성들은 개별 속성 성과의 증가가 종합만족도의 감소에 영향을 미친다는 해석이 성립되기 때문이다. 본 연구에서는 9개의 속성이 - 계수로 나타났다: p2, p6, p7, p11, p12, p14, p19, p20, p22. 선행연구에서는 - 계수는 다중공선성이 존재하는 속성으로서 속성들을 범주화하기 위한 주성분 분석을 통해 보정할 수 있

다고 제안하고 있다.

둘째, 전체 모형의 유의성은 확보되었으나(sig. F<.0001) 개별 속성들은 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의하지 않은 속성들이 존재한다. 그러나 선행연구를 살펴보면 Importance Grid 분석에서 개별 속성의 표준화 계수의 유의수준 여부를 고려한 연구는 발견되지 않았다. 본 연구는 회귀모형에서 각 속성의 유의성 여부를 판단하고자 하는 것이 아니라 다각적인 관점에서 속성들을 분류하는데 목적이 있다. 따라서 본 연구에

서도 전체적인 모형의 적절성만 고려하였고 개별 속성의 통계적인 유의성은 고려하지 않았다.

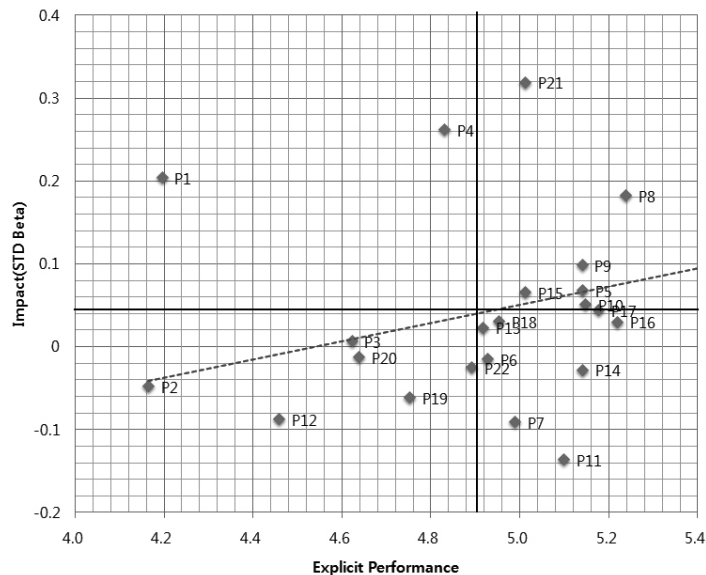
〈그림 3〉은 Importance Grid를 보여주고 있는데 각 속성에 대하여 X축은 측정된 속성들의 중요도(명시적 중요도)의 평균값이고 Y축은 종합만족도와 측정된 속성별 만족도간의 표준화 계수  $\beta$ (내재적 중요도)를 나타낸다. 4개의 구역으로 나누어진 선은 이 두 변수의 평균을 나타내고 있다.

Vivra(1997) 분류체계로 보면 1사분면은 성과요인(positive), 2분면은 감동요인, 3사분면은 성과요인(negative), 4사분면은 기본요인으로 구분된다. 1사분면에 속한 속성은 성과도 높고 중요도도 높은 요인으로 가장 중요한 요인으로 간주된다. 2사분면은 감동요인으로 중요도는 낮으나 종합만족도에 미치는 영향력은 높은 요인으로 2개의 속성이 분류되었다. 3사분면에 속한 속성은 성과가 낮고 중요도도 낮은 요인으로

다른 요인들과 비교해서 상대적으로 중요도가 떨어지는 요인이다. 4사분면은 기본요인으로 분류되며 이용자에 의해 중요하다고 인식되었으나 실제로는 전체적인 만족도에는 별로 영향을 미치지 않은 것으로 나타난 속성이다. 이와 같이 Importance Grid 분석은 대칭성을 전제로 한 IPA 기법의 한계를 보완해주는 역할을 하고 있다. 〈표 5〉에서는 유형별 분류와 해당 속성 항목과 개선을 위한 전략을 제시하였다.

감동요인은 '현대적인 장비와 시설', '자료와 시설의 적합한 배치' 이상 2개의 속성이 분류되었다. 이러한 요인은 이용자의 만족도에만 영향을 미치는 요인이며 잘 이행되지 않더라도 그다지 불만족을 유발하지 않는다. 이러한 요인은 다른 기관과 비교해서 경쟁우위의 요소로 고려될 수 있다.

성과요인은 두 종류로 나누어 볼 수 있는데 먼저 중요도가 높은 요인들이 1사분면에 위치



〈그림 3〉 Importance Grid 분석 결과

〈표 5〉 Importance Grid 분석결과 개선 전략

서비스 품질 구성 항목	유형	전략적 우선순위	
		의미	개선전략
P1 현대적인 장비와 시설 P4 자료와 시설의 적합한 배치	감동요인 (2사분면)	이용자의 만족 증가요인. 그러나 그들이 제공되지 않더라도 불만을 야기시키지는 않음	도서관 서비스 질의 경쟁 우위 및 차별화 요소
P5 요청한 서비스에 대한 일정통보 P8 약속한 시간 내 서비스 제공 P9 정확한 기록 유지 P10 예정된 서비스 일정통보 P15 이용자 믿고 의지할 수 있음 P21 이용자 만족에 최대한 노력	성과요인(+) (1사분면)	이행시 만족도 증가 이행되지 않으면 만족도 감소	만족도가 증가하도록 지속적 노력
P2 시설의 시각적인 매력 P3 복장과 용모의 단정 P12 자발적인 고객지원 P19 개관시간의 융통성 P20 이용자에 개인적 애정과 관심 P22 정보 요구의 이해와 노력	성과요인(-) (3사분면)	상대적으로 관리의 우선순위가 낮음	
P6 문제해결을 위한 진지한 관심 P7 한번에 올바른 서비스 수행 P11 즉각적인 서비스 제공 P13 요구에 대한 신속한 대응 P14 사서의 직무관련 행위의 신뢰감 P16 사서는 정중하고 친절함 P17 질의에 답변할 수 있는 지식 P18 이용자 욕구에 대한 이해	기본요인 (4사분면)	당연적 요소로서 이행되지 않으면 불만족 초래. 비록 이행되더라도 만족도는 크게 증가하지 않음	도서관 서비스 질 관리의 우선순위로 선정하여 개선

하고 있다. ‘요청한 서비스에 대한 일정통보’, ‘약속한 시간 내 서비스 제공’, ‘정확한 기록 유지’, ‘예정된 서비스 일정 통보’ 등 6개의 속성들은 높은 수준으로 이행되면 종합만족도가 증가하고 이행되지 않으면 감소하는 요인으로 분류되며 도서관에서는 성과가 증가할 수 있도록 지속적으로 노력해야할 속성이다. 반면에 3사분면에 위치하는 ‘시설의 시각적 매력’, ‘복장과 용모의 단정’, ‘자발적인 고객지원’, ‘개관시간의 융통성’ 등 6개의 항목들은 상대적으로 관리의 우선순위가 낮은 요인이며 불필요하게 과잉투자가 되지 않도록 관리해야 하는 속성으로 분류되었다. 성과요인은 기존 연구에서 많이 수행되

었던 대칭적인 관점에서와 마찬가지로 선형적인 관계의 특성을 가지고 있다고 말할 수 있다. 기본요인은 ‘문제해결을 위한 진지한 관심’, ‘한 번에 올바른 서비스 수행’, ‘즉각적인 서비스 제공’, ‘요구에 대한 신속한 대응’ 등이 해당되며 4사분면에 위치하고 있다. 이 서비스 품질 항목들은 당연적 요인으로서 이행되지 않으면 불만을 초래하게 되나 잘 이행되더라도 종합만족도 향상에는 큰 영향을 미치지 못하는 속성들이다. 도서관은 이러한 속성들을 서비스 질 관리의 우선순위로 선정하여 불만족 요인을 제거하기 위한 노력을 선행해야 할 것이다.

4.2.2 Kano 모형 적용

Kano 분석을 위해 품질 속성별 성과에 대한 만족집단과 불만족 집단을 더미변수처리한 후 다중회귀분석을 실시함으로써 종합만족도에 대한 품질속성의 비대칭적 영향력을 살펴보았다. 더미변수의 표준화 계수  $\beta$ 값의 비율, 즉 품질속성별 성과에 대한 (만족집단의  $\beta$ 값)/(불만족집단의  $\beta$ 값)을 품질속성의 비대칭 기준으로 사용했다. Matzler와 Renzl(2007)은 이 비율의 절대값이 1 이하이면 '효용유지요인(utility preserver)', 1 이상이면 '효용강화요인(utility enhancer)', 그리고 1이거나 1에 근접할 때 '효용

증가요인(hybrid)'로 명명하였다.

<표 6>을 보면 SERVQUAL의 5개 차원 중에서 '확신성' 차원은 효용강화요인으로 분류할 수 있고 '유형성' 차원과 '신뢰성' 차원은 효용증가요인으로, 반응성, 공감성 차원은 효용유지요인으로 구분할 수 있다.

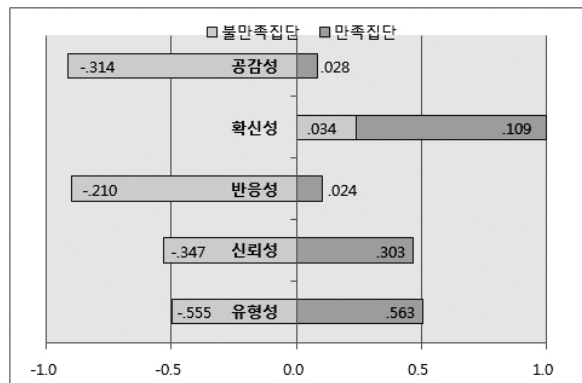
Matzler와 Renzl(2007)의 분류체계를 Kano의 3요인 이론으로 전환해보면 유형성, 신뢰성은 성과요인으로, 반응성, 공감성은 기본요인으로, 그리고 확신성은 감동요인으로 분류되었다.

<그림 4>를 보면 회귀분석 결과를 도표로 나타내고 있다. '신뢰성', '유형성' 차원의 경우 만

<표 6> 더미변수 다중회귀분석 결과

차원명	더미변수 회귀계수		비율(절대값) (만족/불만족)	Matzler & Renzl(2007) 기준	Kano 속성
	만족집단	불만족집단			
유형성	.563**	-.555***	1.0154	효용증가요인	성과요인
신뢰성	.303*	-.347**	0.8744	효용증가요인	성과요인
반응성	.024	-.210	0.1117	효용유지요인	기본요인
확신성	.109	.034	3.2197	효용강화요인	감동요인
공감성	.028	-.314**	0.0907	효용유지요인	기본요인
설명력	R <sup>2</sup>	F	Sig		
	0.333	7.641	.000		

p<.1 \*; p<.05 \*\*; p<.01 \*\*\*



<그림 4> 만족집단과 불만족집단의 영향력 비교



족집단의 영향력과 불만족집단에서의 영향력이 거의 유사하게 나타났다. 이러한 차원은 만족한 수준에서 제공된다면 만족집단에서는 만족이 증가할 것이고, 불만족집단에서는 불만족이 감소할 것이다. '확신성' 차원은 만족집단의 계수가 높고 불만족 집단에서의 계수가 낮게 나타나 감동요인의 특징을 보이고 있다. 한편 '공감성', '반응성' 차원은 만족집단에 미치는 영향력은 낮은 반면 불만족집단에 미치는 영향력이 높은 것으로 나타나 기본요인의 특징을 보이고 있다. 이러한 기본 요인은 이용자의 불만족을 감소시키려는 전략적 의사결정이 필요할 것이다.

## 5. 결론 및 제언

본 연구는 도서관 이용자를 대상으로 서비스 품질 속성과 고객만족도 간의 비대칭적인 관계를 확인하여 도서관 서비스 품질의 요인 구조를 분석하고 이를 토대로 서비스 품질 개선 전략을 모색하고자 하였다. 연구 결과 만족에 주로 영향을 미치는 요인, 불만족에 영향을 미치는 요인, 성과가 낮으면 불만족을 유발하고 성과가 높으면 만족을 유도하는 요인, 이 세 가지 유형으로 분류됨을 알 수 있었다. 주요 연구결과는 요약하면 다음과 같다.

첫째, 품질 속성이 속성별로 만족에 비대칭적인 영향을 미친다는 가정 하에 서비스 품질 속성별로 이용자가 응답한 점수의 평균을 X축으로, 각 속성과 종합만족도와의 회귀분석 후 표준화계수  $\beta$ 를 Y축으로 설정하여 Importance Grid 분석을 실시하였다. Vavra(1997)가 제시한 기준대로 각 속성이 기본요인, 감동요인, 성

과요인으로 분류되었다. 기본요인은 8개의 항목(P6, P7, P11, P13, P14, P16, P17, P18)이며 이러한 요인들은 불만족을 유발하는 요인이다. 도서관 서비스 질 관리의 우선순위로 삼아 개선이 필요한 요인이다. 성과요인은 두 가지 유형으로 살펴볼 수 있는데, 중요도가 높은 요인으로서 6개(P5, P8, P9, P10, P15, P21)요인이 도출되었고 만족도가 증가할 수 있도록 지속적으로 노력해야 할 속성들이다. 반면에, 상대적으로 관리의 우선순위가 낮은 속성들이 6개(P2, P3, P12, P19, P20, P22) 항목이 도출되었다. 이러한 속성들은 성과를 높이기 위해 노력해도 고객만족도에 그 만큼의 영향을 미치지 않는 요소들이므로 불필요하게 과잉투자가 되지 않도록 관리할 필요성이 있다. '현대적인 장비와 시설', '자료와 시설의 적합한 배치' 이상 2개의 항목들은 감동요인으로 분류되었다. 이러한 요인들은 도서관이 경쟁우위 및 차별화의 요소로 전략적으로 관리해야 할 속성이다.

둘째, Kano 이론을 근거로 서비스 3요인 이론을 검증해 보고자 종합만족도를 종속변수로 하고 각 속성별 만족 수준을 기준으로 더미변수를 생성하여 다중회귀 분석을 실시하였다. SERVQUAL 모형의 다섯 개 차원을 대상으로 분석한 결과 '유형성', '신뢰성' 차원은 고객만족도와 대칭적 관계를 갖는 성과요인으로, '반응성', '공감성' 차원은 충족되지 않으면 불만족을 야기하는 기본요인으로 분류되었고, '확신성' 차원은 충족되면 고객만족이 급격히 증가하는 감동요인의 속성을 가지고 있는 것으로 나타났다.

이상의 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 시사점 및 의의를 도출할 수 있다.

본 연구는 Kano 모형을 이용하여 서비스품질

속성과 만족/불만족의 관계가 일원적 차원이 아닌 다원적으로 인식될 수 있음을 제시하였다. 만족을 최대화시키는 속성과 불만족을 최소화시키는 속성은 다를 수 있으므로 도서관 서비스 품질을 개선하기 위해서는 차별화된 대응전략이 필요함을 시사하고 있다. 또한 Importance Grid 분석을 위해 서비스 측정 항목의 성과와 고객만족도의 중요도를 이용자에게 직접 측정하고 그 결과를 분석하는 대신에 통계적 모형에서 도출되도록 설계하였다. 이용자가 임의대로 응답할 때 중요도와 성과 사이에 발생할 수 있는 상관 오류를 최소화 하여 고객만족도에 영향을 미치는 속성의 중요도를 과학적으로 측정하였다는 것에 의의가 있다.

이상과 같이 연구결과와 시사점을 도출하였음에도 불구하고 본 연구는 다음과 같이 제한점이 존재한다. 이 연구는 수도권 지역 대학도서관을 대상으로 이용자 만족도를 조사한 것으로서 연구결과를 다른 지역, 다른 관종의 도서관에 까지 일반화하기에는 무리가 있을 수 있다. 따라서 다양한 도서관을 대상으로 서비스 속성을 해당 도서관 현실에 맞게 수정하거나 보완하여 연구가 수행될 필요가 있다. 또한 조사된

데이터의 분포를 점검해본 결과, 부적 비대칭(negative skew)의 경향을 보이고 있는 것으로 나타났다. 이는 만족도 조사에서 표본 도서관에 대한 이용자들의 우호적인 성향이 반영된 결과라고 판단되며, Kano 모형 분석을 위해 만족/불만족/비교집단으로 구분하고 더미변수를 생성하는 과정에서 이러한 비대칭 분포 경향을 고려하지 않은 한계가 있었다. 향후 이러한 한계점을 보완한 후속 연구가 지속적으로 수행되어야 할 것이다.

도서관 이용자들의 이용행태 변화와 새로운 요구는 도서관 운영에 중요한 영향을 미치고 있다. 따라서 도서관은 이러한 요구에 부응하는 방안을 모색해야만 한다. 서비스 품질 3요인 이론은 복잡해져만 가는 이용자의 요구로부터 고객 만족의 근원에 대한 구별을 용이하게 해준다. 본 연구에서 제시한 방법론을 통해 도서관 운영에 있어서 이용자의 만족을 최대화 할 것인가 혹은 불만족을 최소화 할 것인가에 대한 의사결정을 내린 후 도서관의 상황 및 자원의 활용가능성 등을 바탕으로 전략을 설정하는 방법이 유효할 것이다.

## 참 고 문 헌

- 김윤실. 2002. 『전문도서관의 서비스 품질 평가에 관한 연구』. 박사학위논문. 연세대학교 대학원, 문헌정보학과.
- 김희전. 2003. 『SERVQUAL과 SERVPERF를 이용한 대학도서관 서비스 품질 평가에 관한 연구』. 석사학위논문. 중앙대학교 대학원, 문헌정보학과.
- 백인기, 전영호, 이춘선, 최영락. 2011. 고객만족에 대한 은행서비스 품질속성의 비대칭적 영향력 분석. 『품질경영학회지』, 39(1):

- 57-70.
- 백항기. 2000. 『대학도서관 성과측정: 서비스질의 구성요인과 고객만족을 중심으로』. 박사학위논문. 성균관대학교 대학원, 문헌정보학과.
- 오동근, 여지숙, 최성열. 2010. 구조방정식을 이용한 공공도서관과 문예회관의 문화교육프로그램의 품질과 만족도에 관한 비교분석. 『한국도서관·정보학회지』, 36(3): 189-211.
- 윤경일, 강인호. 2009. 병원서비스 속성이 환자만족도에 미치는 영향의 비대칭성과 중요도-수행도 분석. 『호텔경영학연구』, 18(3): 267-280.
- 윤은영. 2004. 『웹 데이터베이스 서비스의 품질요인에 대한 중요도 인식 및 품질요인이 서비스 만족에 미치는 영향에 관한 연구』. 석사학위논문. 성균관대학교 대학원, 문헌정보학과.
- 이광희, 홍운기. 2005. 공공기관 고객만족도의 측정과 활용: 만족의 불연속 개념을 중심으로. 『한국행정학보』, 39(4): 105-125.
- 이수광. 1999. 현대적인 고객만족 이론의 등장배경과 이후의 전략적 접근. 『유통경영학회지』, 2: 165-193.
- 이유재. 2000. 고객만족 연구에 관한 종합적 고찰. 『소비자학연구』, 11(2): 139-166.
- 이정호. 2003. 『전문도서관과 공공도서관 간의 서비스 질 구성요인의 차이에 관한 연구』. 석사학위논문. 성균관대학교 대학원, 문헌정보학과.
- 이종원. 2001. 『계량경제학』. 서울: 박영사.
- 이학식, 김영. 1999. 서비스품질과 서비스가치. 『한국마케팅저널』, 1(2): 77-99.
- 장윤근. 2007. 미국 공공도서관의 인터넷 서비스 품질 평가에 대한 연구. 『정보관리학회지』, 22(1): 267-283.
- 차성중. 2011. 우리나라 공공도서관의 이용자만족도에 관한 연구 - 2010 공공도서관 운영평가 이용자만족도 조사 결과를 중심으로. 『정보관리학회지』, 28(1): 285-308.
- 최재황. 2008. 외국학술지 지원센터의 학술지 및 원문복사서비스의 만족도 분석. 『한국문헌정보학회지』, 42(2): 69-85.
- 홍현진. 2005. 도서관의 정보서비스 품질평가연구에 관한 고찰. 『한국도서관·정보학회지』, 36(2): 93-120.
- 황일원. 2003. 『대학도서관 전자정보실의 서비스 품질 평가에 관한 연구』. 석사학위논문. 계명대학교 대학원, 문헌정보학과.
- 황재영, 이응복, 김종환. 2007. 디지털도서관의 e-서비스품질 평가에 관한 연구. 『한국문헌정보학회지』, 41(3): 55-79.
- Anderson, E. W. and V. Mittal. 2000. "Strengthening the Satisfaction-Profit Chain." *Journal of Service Research*, 3(2): 107-120.
- Arbore, A. and B. Busacca. 2009. "Customer Satisfaction and Dissatisfaction in Retail Banking: Exploring the Asymmetric Impact of Attribute Performances." *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(4): 271-280.
- Bacon, D. R. 2003. "A Comparison of Approaches to Importance-Performance Analysis." *International Journal of*

- Market Research*, 45(1): 55-72.
- Busacca, B. and G. Padula. 2005. "Understanding the Relationship between Attribute Performance and overall Satisfaction: Theory, Measurement and Implications." *Marketing Intelligence & Planning*, 23(6): 543-561.
- Herzberg, F. and B. Mausner. 1959. *The Motivation to work*, NY: John & Sons, Inc.
- Kano, N., N. Seraku, F. Takahashi, and S. Tsuji. 1984. "Attractive Quality and must-be Quality." *The Journal of the Japanese Society for Quality Control*, 14(2): 39-48.
- Lee, M. C. and J. F. Newcomb. 1997. "Applying the Kano Methodology to Meet Customer Requirements: NASA's Microgravity Science Program." *Quality Control and Applied Statistics*, 42: 537-538.
- Lilien, G. L. and P. Kotler. 1992. *Marketing Models*. NY: Prentice Hall.
- Martilla, J. A. and J. C. James. 1977. "Importance-Performance Analysis." *The Journal of Marketing*: 77-79.
- Matthews, J. R. 2004. *Measuring for Results: The Dimensions of Public Library Effectiveness*. Libraries Unltd Inc.
- Matzler, K. et al. 2004. "The Asymmetric Relationship between Attribute-Level Performance and overall Customer Satisfaction: A Reconsideration of the Importance-Performance Analysis." *Industrial Marketing Management*, 33(4): 271-277.
- Matzler, K. and B. Renzl. 2007. "Assessing Asymmetric Effects in the Formation of Employee Satisfaction." *Tourism Management*, 28(4): 1093-1103.
- Matzler, K. and E. Sauerwein. 2002. "The Factor Structure of Customer Satisfaction: An Empirical Test of the Importance Grid and the Penalty-Reward-Contrast Analysis." *International Journal of Service Industry Management*, 13(4): 314-332.
- Mittal, V., W. T. Ross Jr, and P. M. Baldasare. 1998. "The Asymmetric Impact of Negative and Positive Attribute-Level Performance on overall Satisfaction and Repurchase Intentions." *The Journal of Marketing*: 33-47.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and L. L. Berry. 1988. "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality." *The Journal of Marketing*, 64(1): 12-40.
- Vavra, T. G. 1997. *Improving Your Measurement of Customer Satisfaction: A Guide to Creating, Conducting, Analyzing, and Reporting Customer Satisfaction Measurement Programs*. Asq Press.