

# 협력형 디지털 레퍼런스 서비스의 이용자 만족도 요인 연구\*

## A Study on the Factors Affecting the Satisfaction of Collaborative Digital Reference Service Users

황 면 (Myun Hwang)\*\*

정 동 열 (Dong Youl Jeong)\*\*\*

### 목 차

1. 서론	3.2 변인 설정
2. 협력형 디지털 레퍼런스 서비스와 이용자 만족도 요인	3.3 설문 신뢰도 분석
2.1 협력형 디지털 레퍼런스 서비스	4. 결과분석
2.2 서비스 만족도 요인	4.1 표본 특성
3. 연구설계	4.2 연구가설 검증
3.1 연구가설 설정	5. 결론

### 초 록

본 연구는 디지털 레퍼런스 서비스 이용 활성화를 위해 이용자 만족도에 영향을 미치는 요인들을 규명하고자 하였다. 우리나라 유일의 협력형 디지털 레퍼런스 서비스인 '사서에게 물어보세요'의 실제 이용자를 대상으로 서비스 이용패턴 등을 조사하였다. 수집된 데이터를 기반으로 이용자의 인구통계학적 특성, 정보요구 특성, 이용자 인식요인 등과 서비스 만족도 및 후속의도와의 영향력 관계를 검증하였다. 서비스에 대한 만족도 요인 중 사서와의 상호작용과 답변의 신속성이 정(+)의 영향력이 가장 높은 것으로 나타났다. 이에 영향요인별 분석결과를 토대로 디지털 레퍼런스 서비스 개선방안을 제안하였다.

### ABSTRACT

The objective of this study was to promote the use of collaborative digital reference service by identifying factors that affect user satisfaction and developing improvement measures based on the findings. Data were collected via a questionnaire administered to the users of the "Ask a Librarian" service and a survey to analyze the frequency and patterns of usage of the service. The survey analyzed the associations among subjects' demographic characteristics, information seeking patterns, factors that influence user recognition, service satisfaction, and follow-up intentions via responses to the questionnaire. Rapidity answers in factors of service satisfaction is found that the high impact of positive (+). According to the result of statistical analysis, the priority of service improvement strategies of digital reference service were suggested.

키워드: 협력형 디지털 레퍼런스 서비스, 이용자 만족도 요인, 사서에게 물어보세요

Collaborative Digital Reference Service, Users satisfaction Factors, Ask-a-Librarian

\* 이 논문은 이화여자대학교 대학원 박사학위논문 중 일부를 발췌·요약·수정한 것임.

\*\* 이화여자대학교 대학원 문헌정보학과(grazia1024@gmail.com) (제1저자)

\*\*\* 이화여자대학교 문헌정보학전공 교수(dyjeong@ewha.ac.kr) (교신저자)

논문접수일자: 2016년 7월 25일 최초심사일자: 2016년 7월 25일 게재확정일자: 2016년 8월 12일  
한국문헌정보학회지, 50(3): 133-153, 2016. [http://dx.doi.org/10.4275/KSLIS.2016.50.3.133]

## 1. 서론

최근의 정보이용 환경은 이용자들이 직접 도서관을 방문하지 않고도 자신이 원하는 정보를 편리하게 접근할 수 있어 정보탐색의 이용자 행동에 많은 변화를 초래하게 되었다. 이러한 변화에 부응하기 위하여 도서관은 기존 레퍼런스 서비스의 기능 정립을 새롭게 모색하고 디지털 레퍼런스 서비스 체제를 도입하여 이용자에게 인터넷 기반의 실시간 레퍼런스 서비스 제공을 시도하였다. 디지털 레퍼런스 서비스 제공을 위한 도서관의 관심과 노력에 비해 이용자의 무관심 등으로 서비스 이용측면에서는 거의 답보수준으로 가시적인 성과를 거두지 못하고 있다. 다른 한편으로 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 국내 선행연구의 대부분은 협력형 디지털 레퍼런스 서비스 제공을 위한 시스템 구축 및 서비스의 새로운 도약을 위한 시스템 개선방안 모색에 집중되어, 이용자 관점의 서비스 연구는 질문내용 분석을 통한 이용자의 정보요구 파악 등 매우 소수이며 부분적이다. 이러한 연유에서 디지털 레퍼런스 서비스가 보다 많은 이용자층으로 확대·이용될 수 있도록 서비스에 대한 이용자 관점의 인식, 요구, 기대 수준 등 서비스 만족도를 설명할 수 있는 영향요인에 대한 연구도 필요하다.

본 연구는 도서관에서 제공하는 협력형 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 이용자의 관심과 이해를 구하고 이용 활성화에 기여하고자 서비스를 실제 경험한 이용자를 대상으로 서비스 만족도에 영향을 미치는 요인 규명을 연구 목적으로 삼았다. 나아가 요인 간 영향력 관계를 조사·분석한 결과를 토대로 하여 디지털 레퍼런스

서비스 개선방안을 제안하고자 하였다. 이에 본 연구의 세부적인 연구목적은 다음과 같다.

첫째, 국내 도서관에서 제공하는 협력형 디지털 레퍼런스 서비스를 전반적으로 이해하기 위해, '사서에게 물어보세요'의 서비스가 실시된 2009년 5월부터 2015년 12월까지 질문답변 기록지에 구축된 데이터를 활용하고자 한다. 이를 통해 연도별 이용자수 및 추이, 연도별 질문답변 처리 수 및 질문내용의 주제별 분포, 지역별 참가 도서관 수 등 전체 서비스 규모 및 이용현황을 파악할 수 있을 것이다.

둘째, 디지털 레퍼런스 서비스의 이용 활성화를 위해 서비스 만족도에 영향을 미치는 주요요인을 규명하고자 한다. 이를 위해 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 이용자 정보행동을 설명하는 선행연구의 이론을 배경으로, 관련 요인들을 추출하여 이용자 대상의 설문조사를 통해 규명한다. 실제 서비스를 이용하는 이용자 대상으로 만족도 향상을 위한 선행요인들을 파악하고 만족도에 얼마나 영향을 주는지 조사 분석함으로써 서비스에 영향을 미치는 요인들을 파악할 수 있을 것이다.

셋째, 사전에 설정한 연구가설을 통해 요인 간에 어떠한 영향을 미치는지 영향력 관계를 정량적으로 분석 검증하고자 한다. 서비스 만족도가 후행변인으로서 후속의도에 얼마나 영향을 주고 있으며, 재이용의사와 추천의사에 어떠한 변인이 유의미한 선행요인인지를 파악할 수 있을 것이다.

넷째, 이들 요인 간에 나타난 영향력 관계 및 차이분석 등 조사된 결과를 바탕으로 협력형 디지털 레퍼런스 서비스의 이용 활성화를 위한 영향요인별 발전적 개선방안을 제안하고자 한다.

이에 '사서에게 물어보세요'의 질문답변 기록지에서 파악할 수 없는 것은 데이터 수집은 설문조사 방법으로 이루어졌다. 본 연구는 설문조사방법을 적용하여 이용자의 인구통계학적 특성, 정보요구 특성, 이용자 인식요인들을 통계적으로 분석 조사하였으며, 이용자 인식요인은 선행연구의 이론적 배경을 통해 정보행동과 답변 수용결정 등을 설명하는 요인들로서 선정하였다. 서비스를 전반적으로 이해하기 위해 살펴본 '사서에게 물어보세요'는 국립중앙도서관과 전국의 공공도서관 464개관과의 협력으로 이루어지고 있는 국내 유일의 협력형 레퍼런스 서비스이다(2015년 12월 기준).

본 연구의 설문조사를 위한 모집단은 '사서에게 물어보세요' 실제 이용자이다. 이메일 기반으로 운영되는 '사서에게 물어보세요'의 이용자 개개인의 이메일 주소는 개인정보보호법에 어긋난다는 이유로 공식적으로 수집하기 어려웠다. 도서관 관계자의 도움으로 설문조사 취지 및 목적을 사전 설명하고 이에 동의한 협조자 612명에게 이메일 방식으로 설문지를 배포하고 회수하였다. 설문조사는 2016년 1월 6일부터 2월 5일까지 32일간 실시하였다. 본 조사의 설문문항은 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 개념 이해, 정보요구 특성, 경험 및 기대, 사서와의 상호작용, 서비스 만족도, 후속의도에 대한 요인들과 응답자의 인구 사회적 배경을 포함하는 내용으로 이를 그룹화하였다. 설문문항은 항목별 신뢰성 및 타당성 확보를 위한 예비조사에서 신뢰도 0.75 이상 계수로서 문항 간 일관성을 획득하였으며 주성분법을 통한 3차에 걸친 요인분석을 거친 후 본 설문조사에 사용하였다.

## 2. 협력형 디지털 레퍼런스 서비스와 이용자 만족도 요인

### 2.1 협력형 디지털 레퍼런스 서비스

협력형 디지털 레퍼런스 서비스(Collaborative Digital Reference Service: CDRS)는 협력을 기반으로 하며, 2000년대 들어 본격적으로 서비스를 제공하고 있다. 이 서비스는 협력형 레퍼런스(collaborative reference), 네트워크형 레퍼런스(networked reference), 컨소시엄형 레퍼런스(consortial reference) 등 다양한 용어로 사용하고 있지만 본 연구에서는 협력형 디지털 레퍼런스 서비스로 통칭하여 사용하고자 한다.

협력형 레퍼런스 서비스는 여러 도서관들이 협력하여 단위도서관 이용자의 정보요구에 공동 대응으로 해결하는 것을 의미하며, 주요 목적은 이용자에게 보다 적절한 답변 제공을 위해 각 도서관들의 소장 정보원을 최대한 활용하여 서비스의 품질을 높이는데 있다. CDRS 특성은 이용자 질문을 접수받은 도서관(A)이 자관에서는 답변할 수 없다고 판단한 경우, 적절한 답변을 구하기 위해 다른 도서관(B 또는 C)에 답변을 의뢰하여 처리하는 것이다. 예를 들면 이용자 질문을 접수한 A가 자관에서 적절한 답변 제공이 불가능하다고 판단되면 이전의 동일유형의 질문처리 여부를 확인하고 해당 질문의 레퍼런스 사례 DB를 보유하고 있는 B에게 질문을 송신한다. B는 레퍼런스 사례 DB에서 동일유형의 레퍼런스 사례를 근거로 삼아 적절하게 가공하여 A에게 답변을 제공한다. 레퍼런스 사례 DB는 참가 도서관들이 제공한 사례들로 업로드하며 축적되고 있다. 네트워크 환경에서 인

터넷을 통해 공개되는 데이터베이스화된 사례들은 레퍼런스 서비스의 정보원으로서 매우 유효하다. 무엇보다 디지털 레퍼런스 서비스를 이용하는 이용자의 경우, 도서관의 홈페이지를 통해 접수 처리된 질문유형과 그에 대한 답변들을 이해할 수 있는 열려진 기회 제공과, 구축한 사례 DB들을 레퍼런스 정보원으로 적절하게 활용할 수 있어 매우 중요하다. 이것은 인터넷상의 정보검색에서 자신의 문제해결에 필요한 정보원을 입수하지 못하여 도서관에 지원 요청할 가능성이 매우 높고, 또한 공개된 레퍼런스 사례들은 이용자 자신의 문제해결에 매우 중요한 단서가 되기 때문이다. 이용자는 인터넷 상에서 자신의 문제해결이 불가능했던 요구 질문을 도서관이 제공하는 레퍼런스 사례에서 발견할 수 있다면 그 이용자는 레퍼런스 서비스와 도서관의 중요성을 인식하고 레퍼런스 서비스를 지속적으로 이용하게 되는 것이다.

협력형 레퍼런스 서비스의 대표적인 사례는 국외에서는 미국의회도서관(LC)을 중심으로 여러 관공의 도서관들이 협력하여 1998년 6월에 CDRS(Collaborative Digital Reference Service) 서비스를 시작하였으며 2002년 6월부터는 서비스 명칭을 QuestionPoint로 바꾸고, 전 세계적인 수준으로 협력형 디지털 레퍼런스 서비스를 활발하게 수행하고 있다. 국내에서는 국립중앙도서관 중심이 되어 2008년 5월부터 지역 공공도서관과 협력하여 서비스를 제공해오고 있다. 우리나라의 경우, 협력형 디지털 레퍼런스 서비스를 제공하기 위한 도서관의 투자와 노력에도 불구하고 서비스 이용 현실은 이용자의 무관심과 서비스 홍보 부족 등의 이유로 거의 답보 상태이다. 이와 같은 현실상황을 극복하고 서비

스의 이용 활성화를 위한 효율적인 방안은 안정적이며 지속적인 이용자 확보가 무엇보다 관건이다. 서비스 이용자층을 확보하기 위해서는 서비스에 대한 이용자 인식과 이용자 관점에 영향을 주는 서비스 만족도 요인을 연구할 필요가 있다.

## 2.2 서비스 만족도 요인

디지털 레퍼런스 서비스에 대한 만족도는 이용자가 도서관의 디지털 레퍼런스 서비스를 다수 경험하면서 축적된 서비스 전반에 대한 이용자의 인지적, 정서적 평가와 행동으로 정의된다(Fisher and McKechinne 2005). 본 연구에서는 레퍼런스 서비스와 정보탐색에서의 이용자 정보행동의 이해와 관련된 문헌을 고찰하고 선행연구의 주요한 이론(Zipf 1945; Simon 1982; Daft and Lengel 1986; Short and Christie 1976)들을 분석의 배경으로 구성하였다. 이에 이용자의 정보요구와 정보탐색의 상황적 맥락을 이해하고 이용자 개인의 관점에서 나타나는, 서비스에 대한 기대, 사서와의 상호작용, 답변의 질적요인, 이용자 후속행동 및 성과, 인구 통계학적 요인 등을 서비스 만족도 인식에 영향을 미치는 요인으로 설정하였다.

### 2.2.1 이용자 기대요인

이용자의 서비스에 대한 기대 요인은 이용자의 행동 및 관점에 영향을 주는 주관적인 것으로서 구전, 이용자의 개인적 요구, 과거의 직·간접적인 경험, 외적 커뮤니케이션 등을 꼽는다. 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 이용자 관점의 기대에 관한 연구는 드물지만 공공도서관 이용

자를 대상으로 한 Shah와 Kitzie(2012)의 연구에 의하면, 이용자들은 도서관을 직접 방문하지 않아도 자신이 원하는 장소에서 질문에 대한 답변을 구할 수 있어 편리하다고 응답하였으며 이러한 점에서 원격 접근의 편리성, 답변 획득을 위한 시간 단축과 절약 등을 주요 기대요인으로 제시하였다. 따라서 본 연구에서 이용자 기대는 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 사전·사후 이용자가 느낀 경험 정도를 의미하며, 이용자 관점의 기대가 어떻게 만족도에 영향을 미치는지를 살펴보기 위해 인식에 영향을 끼치는 기대 요인에는 직·간접적인 경험, 이용태도 등을 포함하였다.

### 2.2.2 사서와의 상호작용

레퍼런스 서비스의 주요 측면 중 하나는 표현된 이용자의 정보요구를 정확하게 이해하고 확인하는 것이다. 정보중재가 이루어지는 레퍼런스 프로세스는 이용자와 담당사서, 그 사이에 있는 정보원 간의 복잡하고 까다로운 상호작용에 의해 진행된다. 이용자와 사서 간 상호작용에서 이해도 증진을 위한 기법들이 많이 거론되는 것은 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 이용자 불만족 현상을 반증하고 있다고 볼 수 있다. 이에 이용자는 본인이 당면한 문제해결을 위해 정보를 찾는 이유와 그 정보를 활용할 방안에 대해 질문을 의뢰하게 되므로 이용자 질문에 대한 사서의 이해도는 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 평가 요소로서 채택되어왔다. Dalton(1992)의 디지털 레퍼런스 서비스 평가 연구에서 '사서는 이용자의 정보요구를 정확하게 이해하지 못하였다'라고 묻는 질문에서 응답자 72%가 그렇다 혹은 매우 그렇다라고 응답한 결과가 발표

되었다. 또한 성공적인 답변을 얻었는지에 관해 묻는 질문에서 낮은 평가를 받은 도서관들은 이용자로부터 서비스 담당사서와의 커뮤니케이션이 매우 어려웠다는 응답률이 높게 나타나기도 하였다(Nilsen 2004). 따라서 본 연구에서는 이용자와 사서 간 상호작용에서 만족도에 영향을 미치는 주요요인으로 사서의 친밀감, 신뢰성, 응답성, 확실성 등을 고려하였다.

### 2.2.3 답변의 질적 요인

디지털 레퍼런스 서비스의 궁극적 목표는 이용자의 정보요구 및 기대 충족에 대한 만족이다. 제공된 답변에 대한 만족도 여부는 이용자의 주관적 판단 기준에 달려있고 제공된 답변을 평가하는 이용자의 관점은 서비스 자체에 대한 인식이기도 하다. 답변에 대한 이용자 만족도 인식에 영향을 주는 평가 기준에는 이런 요인들을 고려하여야 한다. 디지털 레퍼런스 서비스의 답변에 대한 이용자의 평가는 정보탐색 상황에 따라 질적 요인과 중요도의 관점이 서비스 제공자와는 다를 수 있다. 이용자들이 처한 상황에 따라, 답변 수준이 조금 낮더라도 간단명료하고 신속한 반응의 답변에 이용자가 더 선호하기도 하며 더 중요하게 생각한다는 것을 발견하였다(Van Duinkerken, Stephens and MacDonald 2009). 한편 Mon과 Janes(2007)는 이용자들의 이메일 감사 메시지를 고찰하면서 사서의 지원, 답변의 전문성, 신속성, 정확성, 완결성 등을 평가의 질적 요인으로 언급하고 있는 점에 주목하였다. 도서관 서비스 본질을 도서관학 5법칙으로 정리한 랑가나단은 제4법칙(Save the time of the reader)에서 서비스의 신속함을 중시하였다. 이용자는 사서의 전문성과 태도 등이 아

무리 훌륭하더라도 답변 제공에 많은 시간이 소요된다면 서비스 품질이 우수하다고는 하지 않을 것이다. 따라서 본 연구에서는 선행연구들을 참고로 하여 답변의 신속성, 유용성, 정확성, 적절성, 전문성 등을 디지털 레퍼런스 서비스의 만족도 요인으로 고려하였다.

#### 2.2.4 이용자 후속행동 요인

서비스 만족도 평가에 있어, 이용자의 후속 조치 또는 후속행동으로 나타나는 재이용의사(willingness to return)와 주변 동료나 지인의 서비스 추천 또는 소개의사 등을 탐구하는 것은 새로운 이용자 창출로 기대되며 서비스 성장에 기여하기 때문이다. 이용자 관점의 서비스 만족도 평가로서 나타나는 이용자 행동에 대해 Nilsen(2004)의 연구가 있다. 지각된 서비스 만족도는 특정 서비스에 대한 이용자의 주관적 평가이며, 서비스에 대한 최종 성과는 이용자들의 원래 목적인 바의 달성 정도를 의미한다. 따라서 본 연구에서는 이용자와 사서 간 상호작용이 종결된 후 제공된 서비스 성과에 대해, 나타나는 이용자 반응인 후속의도에는 재이용의사뿐만 아니라 추천의사 등을 이용자 인식에 영향을 미치는 요인으로 고려하였다.

#### 2.2.5 이용자 인구통계학적 요인

이용자의 인구통계학적 특성인 이용자의 나이, 성별, 교육수준 등은 도서관 서비스 이용, 정보탐색의 목적과 기대 등에 영향을 미치는 중요한 요인이 된다. Stone과 Collins(2013)는 공공 도서관 서비스에 있어 이용 및 비이용에 영향을 미치는 관련 요인을 이용자 나이, 성별, 교육수준, 인종 및 출신 국가 등으로 구분하고 인구통

계학적 특성을 설명하였다. 이 요인들이 도서관 이용 및 정보행동에 어떠한 영향을 미치는지 영향력 관계를 조사하여, 통계적으로 유의미한 영향력이 나타나는 결과를 제공하였다. 한편 이용자의 요구질문이 속한 학문영역 즉, 과학, 예술, 인문학 분야 등 질문의 맥락적 요인 역시 서비스 만족도에 영향을 미칠 수 있다는 연구가 제시되기도 하였다.

이상으로 디지털 레퍼런스 서비스의 만족도에 영향을 미치는 요인들은 복합적으로 결합되어 있다는 것을 알 수 있다. 이에 본 연구에서는 서비스를 이용하면서 축적된 경험을 통한 서비스에 대한 기대 정도, 온라인 커뮤니케이션 모드에 의한 이용자와 사서 간 상호작용 양상, 후속행동과 최종성과 그리고 인구통계학적 요인들이 서비스 만족도에 영향을 미치는 것으로 파악하였다.

## 3. 연구설계

### 3.1 연구기설 설정

디지털 레퍼런스 서비스에 대한 이용자 만족도 측정은 이용자에 대한 이해와 더불어 현 서비스의 상태 진단 및 발전방안 모색에 중요한 정보가 된다. 서비스 만족도 측정을 위해 다양하게 변인을 분석한 연구는 드물지만 서비스 만족도에 영향을 미치는 변인과 가설 설정에 대한 근거는 선행연구에서 찾을 수 있었다(Pales et al, 2011; Parasuraman et al, 1988). 관련 선행연구들을 기반으로, 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 만족도 형성은 이용자가 디지털 레퍼

린스 서비스를 이용하고 경험하면서 여러 요인에 의해 영향을 받는다는 것을 검증하고자 하였다. 이를 위해 관련 변인들과 서비스 만족도 간의 유의미한 관계성 파악을 위해 연구가설을 다음과 같이 설정하였다.

- 연구가설 1: 디지털 레퍼런스 서비스 이용자의 인구통계학적 특성은 서비스 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.
- 연구가설 2: 디지털 레퍼런스 서비스 이용자의 정보요구 특성은 서비스 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.
- 연구가설 3: 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 이용자 인식요인은 서비스 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.
- 연구가설 4: 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 이용자 인식요인은 후속의도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.
- 연구가설 5: 디지털 레퍼런스 서비스 만족도는 후속의도에 유의미한 영향을 미칠 것이다.

### 3.2 변인 설정

본 연구는 디지털 레퍼런스 서비스의 이용 활성화를 위하여 이용자 만족도에 영향을 미치는 요인을 분석하고, 분석된 결과를 토대로, 영향력 있는 요인 중심으로 서비스 개선방안을 제안하는 것이다. 이용자 만족도 영향요인을 규명하기 위한 본 연구모형의 구성 변인은 인구통계학적 특성, 정보요구 특성, 이용자 인식요인, 서비스 만족도, 후속의도 등 다섯 가지로 구성하였다. 요인별 구체적인 변인은 다음과 같다.

인구통계학적 특성에 관한 변인은 Stone과 Collins(2013)의 연구에서 적용한 측정도구를 참

고로 하여 성별, 나이, 직업, 학력 등 네 가지 요인을 설정하고 서비스 만족도에 영향을 미치는 정도를 알아보기 위해 설문조사를 적용하였다.

정보요구 특성의 경우, 관련 선행연구 및 인터넷 공공도서관(Internet public Library: IPL)의 레퍼런스 웹 폼의 기술항목을 참고로 하고 질문 목적, 질문 단계를 변인으로 설정하여 서비스 만족도 간 영향력 정도를 해석하고자 하였다.

이용자 인식요인은 상황적 맥락과 관점에 따라 매우 주관적이며 실제 경험을 통한, 인지적·감정적 상태에서 발생하는 차이로서 결정된다. 이를 반영하여 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 개념 이해, 경험 및 기대, 사서와의 상호작용 등 세 영역으로 구분하여 총 26항목으로 설정하였다. 따라서 서비스에 대한 개념 이해는 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 기본 이해력의 정도로 설명할 수 있다. '사서에게 물어보세요' 실제 이용자 중 문헌정보학 분야 관계자가 많다는 것은 서비스에 대한 이해가 높을수록 서비스를 더 잘 이용할 것이라는 경험적 기대 예측과 정보활용능력에 대한 인지부족은 도서관 이용에 영향을 준다는 인지수준 측정요소(오의경 2011) 등을 참고로 하여 본 연구에 맞게 수정하였다. 경험 및 기대의 경우는, 답변에 대한 기대는 만족도와 밀접한 관계를 가진다는 이용자 연구(Shah and Kitzie 2012)와 이용자의 기대감, 만족도 관계 조사(Kibee, Ward and Ma 2002) 연구들을 토대로 하여 본 연구의 관측 변인으로 설정하였다. 사서와의 상호작용의 경우, 이용자와 사서, 그리고 정보원 등 3자 간 긴밀한 상호작용으로 수행되며 이용자 정보요구에 대한 정확한 이해와 요구에 대한 목적 파악이 주목적이므로 레퍼런스 서비스의 평가요소가 되기도

한다(Ronan and Tuner 2002). 이를 토대로 서비스 만족도 증진을 위한 대인커뮤니케이션 측면에서, RUSA(2005)의 사서의 행동준수 지침을 참고로 하여 본 연구에서는 이용자 질문에 대한 이해, 온화함, 신뢰성, 확신성 등을 변인으로 설정하였다.

서비스 만족도에 대한 변인의 경우는 답변의 질적요인을 설정하고 제공된 답변에 대한 만족도 평가는 이용자의 판단 기준에 좌우하므로 이를 고려하였다. 서비스 만족도 평가의 주요지표로서 답변의 신속성, 간결성(Van Duinkerken, Stephen and MacDonald 2009)과 답변의 전문성, 정확성, 적절성, 유용성 등을 요인으로 제시한 연구(Mon and Janes 2007)들을 참고로 하여 본 연구에서는 답변의 신속성, 답변의 유용성, 답변의 정확성, 답변의 적절성, 답변의 전문성 등 다섯 차원으로 변인을 설정하였다.

디지털 레퍼런스 서비스는 이용자의 요구질문에 대한 내용을 정확하게 파악하는 것을 시작으로, 제공된 답변의 정보원에 대한 이용자의 긍정적이며 만족스런 반응은 후속의도에 영향을 미치는 요인으로서 밀접한 관계를 가진다. 서비스 만족도가 후속의도에 어떤 영향력을 미치는지 살펴보고자 후속의도 변인은 서비스 종결 후 나타나는 서비스 결과에 대한 자발적 만족도를 나타내는 정보행동 측면에서 재이용의사와 추천의사 관련 연구(Bergman and Holden 2010)를 토대로 하여 설정하였다.

### 3.3 설문지의 신뢰도 분석

본 연구에서 설정한 연구대상들을 잘 반영하기 위해 설정한 문항들에 대해 신뢰도 분석

을 실시하였다. 분석결과를 살펴보면, 첫 번째, 서비스의 개념 이해를 구성하는 5개 문항에서 Cronbach's  $\alpha$  계수는 .822이었으며, 각 문항 간 상관관계는 .739에서 .507로 나타났다. 두 번째, 서비스 기대관련 요인을 구성하는 5개 문항에서 Cronbach's  $\alpha$  계수는 0.766이며 각 문항 간 상관관계는 .507에서 .577로 나타났다. 세 번째, 사서와의 상호작용 요인의 6개 문항에서 Cronbach's  $\alpha$  계수는 .883, 해당문항 간 상관관계는 .632에서 .777의 값을 갖는 것으로 나타났다. 네 번째, 서비스 만족도 요인의 5개 문항에서 Cronbach's  $\alpha$  계수는 .910이었으며 전체 문항 간 상관관계는 .566에서 .789의 값으로 나타났다. 다섯 번째, 후속의도 문항에서 Cronbach's  $\alpha$  계수는 .874, 해당 문항 간 상관관계는 .851에서 .777의 값을 나타내었다. 따라서 신뢰도 분석에서 얻은 측정 변인의 Cronbach's  $\alpha$  계수 값이 0.77 이상으로 이는 문항 간은 내적 일관도는 매우 높은 것을 나타냈다.

이상으로 분석한 결과들을 종합해보면 본 연구에서 사용한 5점 척도를 구성하는 문항은 요인분석 구조에 적합하며, 신뢰도 측면에서도 모든 변인의 Cronbach's  $\alpha$  계수 값이 .77 이상으로 나타나 높은 신뢰도가 확보되었다.

## 4. 결과분석

### 4.1 표본 특성

응답자 612명 중 남성 144명(23.50%), 여성 468명(76.50%)으로 나타났다. 연령은 20대가 377명(61.60%)으로 가장 높은 비중을 차지하

였고, 30대 19.28%, 40대 8.82%, 10대 6.05% 순으로 나타나 모집단의 연령별 분포도와 거의 일치하는 양상을 보이고 있다. 응답자 특성에서 대학생(222명, 36.30%)이 가장 많은 것으로 나타났으며 전체 평균 연령은 28.40세로 다소 높게 나타났다. 거주지는 서울지역이 226명으로 전체 응답자의 36.93%를 차지하여 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 경기지역 136명(22.22%), 대구지역 50명(8.17%), 부산지역 48명(7.84%) 순으로 나타났다. 학력은 대졸 338명(55.23%), 고졸 177명(28.92%), 대학원 이상이 79명(12.91%)으로 대졸(대학생 포함) > 고졸 > 대학원 이상의 순으로 비교적 교육 수준이 높은 특성을 나타내었다. 직업에서 학생 271명(44.28%), 교육 및 전문직 138명(22.55%), 사무 및 관리직 98명(16.01%), 무직 48명(7.84%), 주부 20명(3.27%)의 순으로 나타났다. 대졸자 비율이 과반수를 차지하는 응답자의 교육수준과 비교해 볼 때 전문적인 정보가 절실한 전문직군의 비율이 높은 이용자들임을 이해할 수 있다.

이용자의 서비스에 대한 이해 및 직·간접적 경험을 알아보기 위해 얼마나 자주 이용하는지에 대한 조사는 설문문항에 추가하여 조사하였다. 조사결과, 연 1회가 439명으로 전체의 71.73%를 차지하여 전년도와 거의 비슷한 양상을 보여주었으며, 그 다음으로 연 2-3회가 125명(20.42%), 연 4회 이상이 48명(7.85%)으로 연 평균 1.06회로 나타났다. 도서관 웹 페이지 방문자수와 비해 실제 이용자수가 매우 적게 나타내는 수치적 차이는, 서비스에 대한 경험과 이해가 높으면 높을수록 서비스의 계속 이용을 결정하는 것으로 해석할 수 있다.

질문 목적을 묻는 조사에서는, 연구과제 해결

333명(54.40%), 일반적인 관심 및 취미 137명(22.40%), 업무수행 121명(19.80%), 기타 21명(3.40%)의 순으로 응답하였다. 연구과제 해결이 전체 과반수가 넘는 높은 응답률을 보여주어 레퍼런스 서비스는 기본적인 목적에서 활용되고 있음을 보여주었다.

## 4.2 연구가설 검증

### 4.2.1 이용자의 인구통계학적 특성이 서비스 만족도에 미치는 영향

[연구가설 1]은 디지털 레퍼런스 서비스 이용자의 인구통계학적 특성은 서비스 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것으로 가정하였다. <연구가설 1-1>은 이용자 성별이 서비스 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로, 이를 확인하기 위해 단순회귀분석을 실시하였다. 분석결과, 서비스 만족도를 예측하는 회귀모형은 통계적으로 유의미하게 나타나지 않았다. <연구가설 1-2>는 이용자 연령이 서비스 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로 분석 결과, 측정된 값이 이용자 만족도를 예측하는 모형은 답변의 신속성에서 통계적으로 유의미하게 나타났다. 이에 따라 Scheffe 사후분석을 통해 서비스 만족도에 대한 연령별 패턴을 확인해 본 결과, 20대보다는 상대적으로 10대와 50대 이상의 이용자 집단에서 차이가 유의미하게 높게 나타났다. 답변이 신속할수록 이용자 만족도도 증가하는 것으로 나타났다. 분석결과를 정리하면 <표 1>과 같다.

<연구가설 1-3>은 이용자 학력이 서비스 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로 이를 확인하는 분석을 실시하였다. 분석결과,

〈표 1〉 연령에 따른 서비스 만족도 분석 결과

		N	평균	표준편차	F	유의확률	Scheffe
답변의 신속성	10대(a)	37	3.73	1.071	2.573*	0.037	b < a, e
	20대(b)	377	3.38	0.886			
	30대(c)	118	3.47	0.993			
	40대(d)	54	3.61	0.878			
	50대 이상(e)	26	3.77	0.908			
답변의 유용성	10대	37	4.16	0.834	2.205	0.067	
	20대	377	3.86	0.870			
	30대	118	3.70	0.890			
	40대	54	3.87	0.912			
	50대 이상	26	4.00	0.894			
답변의 정확성	10대	37	4.00	0.913	1.186	0.316	
	20대	377	3.70	0.830			
	30대	118	3.70	0.830			
	40대	54	3.65	0.955			
	50대 이상	26	3.65	0.936			
답변의 적절성	10대	37	4.00	0.972	0.921	0.451	
	20대	377	3.78	0.813			
	30대	118	3.69	0.872			
	40대	54	3.76	0.970			
	50대 이상	26	3.81	0.895			
답변의 전문성	10대	37	3.97	0.986	2.206	0.067	
	20대	377	3.66	0.873			
	30대	118	3.50	0.922			
	40대	54	3.72	0.787			
	50대 이상	26	3.58	0.987			

\*p<.05

학력에 의한 서비스 만족도 예측 모형은 통계적으로 유의미하게 나타났다(〈표 2〉 참조). 서비스 만족도에는 답변의 유용성, 답변의 정확성, 답변의 전문성에서 유의미한 영향 관계를 보여주었다. 영향력 차이를 비교 분석하기 위해 Scheffe 사후 분석에서는 상대적으로 중·고등학생 집단에서 통계적으로 유의미하게 나타났다.

〈연구가설 1-4〉는 이용자의 직업이 서비스 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 가정에서 분석한 결과, 직업에 따른 서비스 만족도와의 영향력 관계는 답변의 신속성, 답변의 유

용성, 답변의 정확성, 답변의 적절성, 답변의 전문성 등 모든 변인에서 통계적으로 유의미한 영향력을 나타내 보였다. 직업별 서비스 만족도의 영향력 차이를 알아보기 위해 Scheffe 사후 분석을 실시하였다. 분석 결과, 답변의 신속성에 대한 서비스 만족도에서는 전문직이 무직에 비해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다. 그리고 답변의 유용성, 답변의 정확성, 답변의 적절성, 답변의 전문성에 대한 서비스 만족도에서는 상대적으로 전문직에서 통계적으로 차이가 유의미하게 높게 나타났다(〈표 3〉 참조).

〈표 2〉 학력에 따른 서비스 만족도 분석 결과

		N	평균	표준편차	F	유의확률	Scheffe
답변의 신속성	중고 재학 중	18	4.00	1.085	2.33	0.073	
	고졸	177	3.42	0.876			
	대졸	338	3.43	0.907			
	대학원 이상	79	3.51	1.036			
답변의 유용성	중고 재학 중(a)	18	4.28	0.895	3.259*	0.021	b, c, d < a
	고졸(b)	177	3.97	0.849			
	대졸(c)	338	3.78	0.860			
	대학원 이상(d)	79	3.81	0.988			
답변의 정확성	중고 재학 중(a)	18	4.28	0.826	3.985**	0.008	b, c, d < a
	고졸(b)	177	3.79	0.859			
	대졸(c)	338	3.64	0.804			
	대학원 이상(d)	79	3.73	0.983			
답변의 적절성	중고 재학	18	4.17	0.924	1.882	0.131	
	고졸	177	3.83	0.822			
	대졸	338	3.75	0.823			
	대학원 이상	79	3.70	1.005			
답변의 전문성	중고 재학 중(a)	18	4.22	0.878	4.065**	0.007	b, c, d < a
	고졸(b)	177	3.75	0.871			
	대졸(c)	338	3.59	0.885			
	대학원 이상(d)	79	3.54	0.917			

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

〈표 3〉 직업에 따른 서비스 만족도 분석 결과

		N	평균	표준편차	F	유의확률	Scheffe
답변의 신속성	전문직(교육직 포함)(a)	138	3.80	0.887	7.248***	0.000	e < a
	사무/관리직(b)	98	3.40	0.939			
	학 생(c)	271	3.38	0.898			
	기타직(d)	37	3.38	1.037			
	무직(주부)(e)	68	3.19	0.851			
답변의 유용성	전문직(교육직 포함)(a)	138	4.07	0.851	4.831***	0.001	d, e < a
	사무/관리직(b)	98	3.83	0.800			
	학 생(c)	271	3.86	0.869			
	기타직(d)	37	3.54	1.070			
	무직(주부)(e)	68	3.60	0.883			
답변의 정확성	전문직(교육직 포함)(a)	138	3.93	0.848	4.367**	0.002	d, e < a
	사무/관리직(b)	98	3.68	0.832			
	학 생(c)	271	3.70	0.850			
	기타직(d)	37	3.46	0.869			
	무직(주부)(e)	68	3.50	0.801			
답변의 적절성	전문직(교육직 포함)(a)	138	3.97	0.879	3.310*	0.011	d, e < a
	사무/관리직(b)	98	3.78	0.806			
	학 생(c)	271	3.75	0.831			
	기타직(d)	37	3.62	0.924			
	무직(주부)(e)	68	3.56	0.853			
답변의 전문성	전문직(교육직 포함)(a)	138	3.85	0.887	3.814**	0.005	d, e < a
	사무/관리직(b)	98	3.60	0.834			
	학 생(c)	271	3.66	0.897			
	기타직(d)	37	3.35	0.919			
	무직(주부)(e)	68	3.44	0.870			

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

4.2.2 이용자의 정보요구 특성이 서비스 만족도에 미치는 영향

이용자의 정보요구 맥락 및 정보탐색 행동을 이해하기 위해 본 연구에서 [연구가설 2]는 이용자의 정보요구 특성의 변인으로 질문 목적과 질문 단계를 설정하였다. <연구가설 2-1>은 질문 목적에 따라 서비스 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로, 검증을 위해 분석을 실시한 결과, 서비스 만족도를 예측하는 모형이 유의확률이 .05보다 크게 나타나 통계적으로 유의미한 차이를 보이는 변인은 나타나지 않았다. <연구가설 2-2>는 질문 단계에 따라 서비스 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것이다. 분석결과, 영향력을 설명하는 변인은 나타나지 않았다. 이에 연구가설 2는 유의미한 변인이 채택되지 않아 기각되었다.

4.2.3 이용자의 인식요인이 서비스 만족도에 미치는 영향

<연구가설 3>은 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 이용자 인식요인은 서비스 만족도에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로, 이용자 인식요인이 전체 서비스 만족도에 미치는 영향력에 대해 살펴보면 이용자 인식요인 중 개념 이해 ( $\beta=0.062, p<.05$ )는 서비스 만족도에 정(+)

영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 경험 및 기대 ( $\beta=0.105, p<.001$ ), 사서와의 상호작용 ( $\beta=0.731, p<.001$ ) 역시 서비스 만족도에 정(+)

의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 이용자 인식요인 중 사서와의 상호작용이 서비스 만족도에 가장 큰 영향력을 미치는 요인으로 나타났으며 개념 이해, 경험 및 기대, 사서와의 상호작용이 높을수록 서비스 만족도도 높아짐을 알 수 있다(<표 4> 참조). <연구가설 3-1>은 디지털 레퍼런스 서비스 이용자의 인식요인은 서비스 만족도 중 답변의 신속성에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로 인식요인 중 경험 및 기대 ( $\beta=0.225, p<.001$ ), 사서와의 상호작용 ( $\beta=0.483, p<.001$ )은 답변의 신속성에 정(+)

의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 이용자 인식요인 중 사서와의 상호작용이 답변의 신속성에 대한 서비스 만족도에 가장 크게 영향력이 미치는 요인으로 나타났으며 경험과 기대가 높을수록, 사서와의 상호작용이 높아질수록 서비스 만족도 변인 중 답변의 신속성과의 영향력 관계가 높아지는 것을 알 수 있다(<표 5> 참조). <연구가설 3-2>는 디지털 레퍼런스 서비스 이용자의 인식요인은 서비스 만족도 중 답변의 유용성에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로,

<표 4> 이용자 인식요인이 서비스 만족도에 미치는 영향 분석

	비 표준화계수		표준화계수	t	유의 확률	F	유의 확률	R <sup>2</sup>
	B	표준오차	베타					
(상수)	0.020	0.115		0.176	0.860	437.488***	.000	0.683
개념 이해	0.062	0.028	0.062	2.222*	0.027			
기대	0.128	0.038	0.105	3.396***	0.001			
사서와의 상호작용	0.811	0.031	0.731	25.845***	0.000			

\*p<.05, \*\*\*p<.001

〈표 5〉 이용자 인식요인이 답변의 신속성에 미치는 영향 분석

	비 표준화계수		표준화계수	t	유의 확률	F	유의 확률	R <sup>2</sup>
	B	표준오차	베타					
(상수)	0.067	0.198		0.338	0.736	121.014***	.000	0.374
개념 이해	-0.068	0.048	-0.056	-1.416	0.157			
경험 및 기대	0.337	0.065	0.225	5.193***	0.000			
사서와의 상호작용	0.657	0.054	0.483	12.155***	0.000			

\*\*\*p<.001

분석 실시 결과, 이용자 인식요인 중 서비스에 대한 개념 이해( $\beta=0.124$ ,  $p<.001$ )는 답변의 유용성에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 사서와의 상호작용( $\beta=0.614$ ,  $p<.001$ )에서도 답변의 유용성에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 이용자 인식요인 중 서비스의 개념 이해와 사서와의 상호작용이 높아질수록 답변의 유용성과의 영향 관계가 크게 높아지는 것을 알 수 있다(〈표 6〉 참조).

〈연구가설 3-3〉은 디지털 레퍼런스 서비스 이용자의 인식요인은 서비스 만족도 중, 답변의

정확성에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로, 분석결과, 이용자 인식요인 중 경험 및 기대( $\beta=0.077$ ,  $p<.05$ )는 답변의 정확성에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 사서와의 상호작용( $\beta=0.664$ ,  $p<.001$ )도 답변의 정확성에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 인식요인 중 서비스에 대한 경험 및 기대가 높을수록, 사서와의 상호작용이 높아질수록 답변의 정확성에 대한 서비스 만족도와의 영향 관계가 크게 높아지는 것으로 알 수 있다(〈표 7〉 참조).

〈표 6〉 이용자 인식요인이 답변의 유용성에 미치는 영향 분석

	비 표준화계수		표준화계수	t	유의 확률	F	유의 확률	R <sup>2</sup>
	B	표준오차	베타					
(상수)	0.156	0.168		0.926	0.355	204.362***	.000	0.502
개념 이해	0.143	0.041	0.124	3.51***	0.000			
경험 및 기대	0.069	0.055	0.048	1.249	0.212			
사서와의 상호작용	0.795	0.046	0.614	17.327***	0.000			

\*\*\*p<.001

〈표 7〉 이용자 인식요인이 답변의 정확성에 미치는 영향 분석

	비 표준화계수		표준화계수	t	유의 확률	F	유의 확률	R <sup>2</sup>
	B	표준오차	베타					
(상수)	0.022	0.155		0.144	0.885	247.237***	.000	0.550
개념 이해	0.067	0.037	0.060	1.797	0.073			
경험 및 기대	0.107	0.051	0.077	2.108*	0.035			
사서와의 상호작용	0.832	0.042	0.664	19.69***	0.000			

\*p<.05, \*\*\*p<.001

〈연구가설 3-4〉는 디지털 레퍼런스 서비스 이용자의 인식요인은 서비스 만족도 중, 답변의 적절성에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로, 분석 결과, 이용자 인식요인 중 사서와의 상호작용( $\beta=0.697, p<.001$ )은 답변의 적절성에 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 이용자 인식요인 중 사서와의 상호작용이 높을수록 답변의 적절성에 대한 서비스 만족도와의 영향 관계가 높아지는 것을 알 수 있다(〈표 8〉 참조).

〈연구가설 3-5〉는 디지털 레퍼런스 서비스 이용자의 인식요인은 이용자 만족도 중 답변의 전문성에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로 분석결과, 이용자 인식요인 중 서비스의 개념 이해( $\beta=0.085, p<.05$ )는 답변의 전문성에 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 사서와의 상호작용( $\beta=0.683, p<.001$ )도 답변의 전문성에 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나

타났다. 즉 이용자 인식요인 중 서비스 개념 이해의 정도가 높을수록, 사서와의 상호작용이 높을수록 답변의 전문성과의 영향관계가 높아지는 것을 알 수 있다(〈표 9〉 참조).

#### 4.2.4 이용자의 인식요인이 후속의도에 미치는 영향

〈연구가설 4〉는 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 이용자 인식요인은 후속의도에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로, 분석 결과, 이용자 인식요인 중 서비스의 개념 이해( $\beta=0.118, p<.001$ )는 전체 후속의도에 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 이용자 인식요인 중 서비스에 대한 개념 이해의 정도가 높으면 높을수록 전체 후속의도가 높아지는 것을 알 수 있다. 또한 경험 및 기대( $\beta=0.121, p<.001$ ), 사서와의 상호작용( $\beta=0.629, p<.001$ )은 전체 후속의도에 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

〈표 8〉 이용자 인식요인이 답변의 적절성에 미치는 영향 분석

	비 표준화계수		표준화계수	t	유의 확률	F	유의 확률	R <sup>2</sup>
	B	표준오차	베타					
(상수)	0.036	0.150		0.238	0.812	278.562***	.000	0.579
개념 이해	0.067	0.036	0.060	1.863	0.063			
경험 및 기대	0.078	0.049	0.056	1.583	0.114			
사서와의 상호작용	0.875	0.041	0.697	21.393***	0.000			

\*\*\*p<.001

〈표 9〉 이용자 인식요인이 답변의 전문성에 미치는 영향 분석

	비 표준화계수		표준화계수	t	유의 확률	F	유의 확률	R <sup>2</sup>
	B	표준오차	베타					
(상수)	-0.18	0.161		-1.113	0.266	252.687***	.000	0.555
개념 이해	0.099	0.039	0.085	2.545*	0.011			
경험 및 기대	0.049	0.053	0.034	0.932	0.352			
사서와의 상호작용	0.895	0.044	0.683	20.369***	0.000			

\*p<.05, \*\*\*p<.001

이에 이용자 인식요인 중 사서와의 상호작용이 높을수록 전체 후속의도와 의 영향관계가 높아짐을 알 수 있다(〈표 10〉 참조). 이러한 검증된 결과를 바탕으로 연구가설 4는 채택되었다.

〈연구가설 4-1〉은 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 이용자의 인식요인은 후속의도 중 재이용의사에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로, 분석결과, 이용자 인식요인 중 서비스에 대한 개념 이해( $\beta=0.184, p<.001$ )는 후속의도 중 재이용의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 경험 및 기대( $\beta=0.147, p<.001$ ), 사서와의 상호작용( $\beta=0.472, p<.001$ )도 후속의도 중 재이용의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 이용자 인식요인인 서비스 개념 이해, 경험 및 기대, 사서와의 상호작용 등의 세 변인 모두가, 정도가 높으면 높을수록 후속의도 중 재이용의사에 영향 관계도 높아지는

것을 알 수 있다(〈표 11〉 참조).

〈연구가설 4-2〉는 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 이용자의 인식요인은 후속의도 중 추천의사에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로, 분석 결과, 이용자 인식요인 중 서비스에 대한 개념 이해( $\beta=0.201, p<.001$ )는 후속의도 중 추천의사에 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 즉 이용자 인식요인 중 서비스에 대한 개념 이해의 정도가 높으면 높을수록 후속의도 중 추천의사와의 영향 관계가 높아짐을 알 수 있다. 또한 경험 및 기대( $\beta=0.171, p<.001$ ), 사서와의 상호작용( $\beta=0.456, p<.001$ )도 후속의도 중 추천의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 이용자 인식요인 중 서비스에 대한 개념 이해, 경험 및 기대, 사서와의 상호작용이 높을수록 후속의도 중 추천의사와의 영향 관계가 높아짐을 알 수 있다(〈표 12〉 참조).

〈표 10〉 이용자 인식요인이 전체 후속의도에 미치는 영향 분석

	비 표준화계수		표준화계수	t	유의 확률	F	유의 확률	R <sup>2</sup>
	B	표준오차	베타					
(상수)	-0.284	0.150		-1.896	0.058	295.274***	.000	0.593
개념 이해	0.134	0.036	0.118	3.708*	0.000			
경험 및 기대	0.170	0.049	0.121	3.478***	0.001			
사서와의 상호작용	0.800	0.041	0.629	19.623***	0.000			

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

〈표 11〉 이용자 인식요인이 후속의도 중 재이용의사에 미치는 영향 분석

	비 표준화계수		표준화계수	t	유의 확률	F	유의 확률	R <sup>2</sup>
	B	표준오차	베타					
(상수)	0.605	0.155		3.916	0.000	176.103***	.000	0.465
개념 이해	0.188	0.037	0.184	5.033***	0.000			
경험 및 기대	0.186	0.050	0.147	3.681***	0.000			
사서와의 상호작용	0.541	0.042	0.472	12.854***	0.000			

\*\*\* $p<.001$

〈표 12〉 이용자 인식요인이 후속의도 중 추천의사에 미치는 영향 분석

	비 표준화계수		표준화계수	t	유의 확률	F	유의 확률	R <sup>2</sup>
	B	표준오차	베타					
(상수)	0.447	0.154		2.900	0.004	192.195***	.000	0.487
개념 이해	0.210	0.037	0.201	5.631***	0.000			
경험 및 기대	0.220	0.050	0.171	4.371***	0.000			
사서와의 상호작용	0.532	0.042	0.456	12.669***	0.000			

\*\*\*p<.001

4.2.5 서비스 만족도가 후속의도에 미치는 영향

〈연구가설 5〉는 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 서비스 만족도는 후속의도에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로, 분석 결과, 서비스 만족도가 전체 후속의도에 미치는 유의미한 영향 관계에 대해 변인에 대한 설명력(R<sup>2</sup>)은 전체 변량 중 62.9%를 설명하고 있으며 F값은 205.67, 유의수준 p<.001 수준에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 전체 서비스 만족도 요인에서, 답변의 신속성( $\beta=0.143$ , p<.001), 답변의 유용성( $\beta=0.184$ , p<.001), 답변의 적절성( $\beta=0.258$ , p<.001), 답변의 전문성( $\beta=0.243$ , p<.001)은 전체 후속의도에 정(+ )의 영향을 미

치는 것으로 나타났다. 즉 서비스 만족도의 다섯 요인 중 답변의 정확성을 제외한 답변의 신속성, 답변의 유용성, 답변의 적절성, 답변의 전문성이 높으면 높을수록 전체 후속의도와의 영향력 관계는 높아지는 것으로 알 수 있다(〈표 13〉 참조).

〈연구가설 5-1〉은 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 서비스 만족도는 후속의도 중 재이용의사에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로 분석 결과, 서비스 만족도에 있어서 후속의도 중 재이용의사의 변인에 대한 설명력(R<sup>2</sup>)은 전체 변량 중 38.9%를 설명하고 있다. F값은 77.275, 유의수준 p<.001 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한 서비스 만족도 중 답변의 신속

〈표 13〉 서비스 만족도가 전체 후속의도에 미치는 영향 분석

	비 표준화계수		표준화계수	t	유의 확률	F	유의 확률	R <sup>2</sup>
	B	표준 오차	베타					
(상수)	1.120	0.090		12.433	0.000	205.67***	.000	0.629
답변의 신속성	0.112	0.024	0.143	4.763***	0.000			
답변의 유용성	0.152	0.037	0.184	4.144***	0.000			
답변의 정확성	0.070	0.044	0.085	1.658	0.098			
답변의 적절성	0.220	0.045	0.258	4.837***	0.000			
답변의 전문성	0.198	0.034	0.243	5.843***	0.000			

\*\*\*p<.001

성( $\beta=0.132, p<.001$ ), 답변의 적절성( $\beta=0.230, p<.001$ ), 답변의 전문성( $\beta=0.238, p<.001$ )은 후속의도 중 재이용의사에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 서비스 만족도 요인 중 답변의 정확성을 제외한 답변의 신속성, 답변의 적절성, 답변의 전문성이 높을수록 후속의도 요인인 재이용의사가 높아지는 것으로 알 수 있다(〈표 14〉 참조).

〈연구가설 5-2〉는 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 서비스 만족도는 후속의도 중 추천의사에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 것으로 분석 결과, 서비스 만족도가 후속의도 요인 중 추천의사에 유의미한 영향을 미치는 것에 대

해 변인의 전체 변량 중 46.2%를 설명하고 있으며 F값은 104.184, 유의수준  $p<.001$  수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한 서비스 만족도 요인 중 답변의 신속성( $\beta=0.096, p<.01$ ), 답변의 유용성( $\beta=0.149, p<.01$ ), 답변의 정확성( $\beta=0.131, p<.05$ ), 답변의 적절성( $\beta=0.208, p<.001$ ), 답변의 전문성( $\beta=0.193, p<.001$ )은 후속의도 중 추천의사에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 서비스 만족도 요인인 답변의 신속성, 답변의 유용성, 답변의 정확성, 답변의 적절성, 답변의 전문성이 높을수록 후속의도 중 추천의사가 높아지는 것으로 알 수 있다(〈표 15〉 참조).

〈표 14〉 서비스 만족도가 후속의도 중 재이용의사에 미치는 영향 분석

	비 표준화계수		표준화계수	t	유의 확률	F	유의 확률	R <sup>2</sup>
	B	표준오차	베타					
(상수)	1.639	0.124		13.232	0.000	77.275***	.000	0.389
답변의 신속성	0.111	0.032	0.132	3.422***	0.001			
답변의 유용성	0.051	0.050	0.058	1.018	0.309			
답변의 정확성	0.055	0.060	0.060	0.923	0.356			
답변의 적절성	0.210	0.063	0.230	3.353***	0.001			
답변의 전문성	0.208	0.047	0.238	4.466***	0.000			

\*\*\* $p<.001$

〈표 15〉 서비스 만족도가 후속의도 중 추천의사에 미치는 영향 분석

	비 표준화계수		표준화 계수	t	유의 확률	F	유의 확률	R <sup>2</sup>
	B	표준오차	베타					
(상수)	1.388	0.118		11.716	0.000	104.184***	.000	0.462
답변의 신속성	0.082	0.031	0.096	2.655***	0.008			
답변의 유용성	0.134	0.048	0.149	2.785***	0.006			
답변의 정확성	0.122	0.057	0.131	2.123*	0.034			
답변의 적절성	0.193	0.060	0.208	3.230***	0.001			
답변의 전문성	0.172	0.045	0.193	3.847***	0.000			

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

## 5. 결론

본 연구는 디지털 레퍼런스 서비스의 이용 활성화를 위해 이용자 만족도에 영향을 미치는 요인 규명을 핵심적인 연구과제로 삼았다. 이에 '사서에게 물어 보세요' 이용자를 대상으로 서비스 만족도와 후속의도 요인 간 영향력 관계를 조사·분석하고, 영향력 높은 요인들을 중심으로 디지털 레퍼런스 서비스 개선방안을 제안하고자 하였다.

첫째, 서비스 만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 검증된 요인들은 이용 활성화를 위한 개선방안 수립 시에 우선적으로 반영할 필요가 있다. 이용자의 인구통계학적 특성에서는 학력과 직업이 상대적으로 유의미한 영향력을 나타내고 있으며 이용자 인식요인에서는 사서와의 상호작용이 서비스 만족도에 가장 영향력이 높게 미치는 요인으로 파악되었다. 서비스 만족도 요인과 후속의도 간에는 서비스 만족도 변인인 답변의 신속성, 답변의 유용성, 답변의 정확성, 답변의 적절성, 답변의 전문성 모두가 유의미한 정(+)의 방향으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며 답변의 신속성이 가장 영향력이 높게 나타났다. 이에 비해 이메일 기반의 '사서에게 물어보세요' 실제 서비스에서는 질문에 대한 답변 제공이 일단락되면 이용자에게 만족스런 서비스를 받았는지 혹은 서비스 기대치에 대한 평가의 피드백 등을 받는 후속과정은 결여되어 있다. 사서는 문제해결 과정에서 이용자와의 심도 깊은 상호작용으로서 사서의 실재감을 높이고 정보중재 요인에 초점을 맞춘 적극적이며 신속한 서비스를 제공할 수 있어야 한다. 온라인 환경에서 이용자들은 정보탐색 상황에 따

라 서비스 제공자와는 다르게 답변에 대해 평가할 수 있으므로 레퍼런스 서비스 만족도를 한층 더 높일 수 있는 특히 이용자와 사서의 상호작용을 확장하는 활동의 시간과 노력들이 요구된다. 따라서 레퍼런스 서비스 담당자 간 업무수행 절차에 대한 합의가 이루어져서 서비스 만족도를 구성하는 답변 관련 요인에서는, 이용자들이 인식하는 답변에 대한 객관적인 평가요소 및 서비스 만족도를 결정짓는 완전한 수준의 답변 기준을 제정하는 것이 효율적일 것이다. 아울러 서비스 만족도 변인인 답변의 신속성을 극복하기 위한 방안으로서 이용자 질문 접수 후, 질문의 처리과정 및 진행사항 등을 통보할 수 있는 질문추적 안내 서비스 등을 제공하여 서비스에 대한 기대와 만족도를 높이도록 하여야 할 것이다.

둘째, 후속의도에 대한 요인분석 결과에서, 이용빈도가 높을수록 서비스에 대한 재이용의사와, 추천의사가 높게 나타났다. 즉 서비스를 긍정적으로 경험한 이용자일수록 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 가치와 중요성을 매우 높게 인식하고 있는 것으로 파악되었다. 이것은 이용자의 정보요구 해결에 사서들의 적극적인 서비스 자세가 매우 중요함을 재확인시켜주는 것이다. 고도화되는 이용자의 정보요구에 부응하고 질 높은 서비스 만족도 유지를 위해, 서비스 제공자는 서비스에 대한 전문지식 및 이용자에게 신뢰감을 줄 수 있는 태도와 자신감, 나아가 온라인 정보원과 다양한 정보접근도구 관리에도 지속적인 관심을 기울여야 할 것이다.

셋째, 이용자의 서비스에 대한 인식 및 개선요구 조사에서 많은 응답자 의견은 공공도서관 이외 다른 관종의 도서관으로도 서비스가 확대

되고 접근 가능하여야 한다는 것이다. 이용자 자신이 서비스를 효율적으로 경험한 경우, 서비스의 필요성을 높게 인식하고, 여러 이용자들이 연구과제 해결 등 목적지향적인 서비스 이용이 가능하도록 도서관 범위를 확대해 주기를 제안하고 있다. 따라서 디지털 레퍼런스 서비스의 목적, 대상, 범위 등에 대한 상세 내용을 이용자 계층별, 도서관별 상황에 맞도록 재구성하여 관종별 협력에 의한 이용자 계층 확대의 효과도 거둘 수 있는 관종별 협력 활동을 전개하는 것이 필요하다.

그리고 서비스의 이용 활성화를 위해 이용자 관점의 서비스 만족도와 관심을 제고할 수 있는 서비스 평가가 실천되어야 한다. 일정 수준의 서비스를 지속적으로 유지·제공하기 위해 서비스 평가가 요구되며 '사서에게 물어보세요'에 대한 이용자 관점의 평가 반영은 서비스 만족도 제고를 위해 매우 중요하다. 이에 이용자에게 서비스가 지향하는 목적과 가치를 잘 전달할 수 있는 평가 시스템을 도입하여 정기적인 서비스 평가와 더불어 이를 반영한 합리적인 개선이 병행되어야 할 것이다.

이상으로 본 연구에서 수행한 연구결과들은 다음과 같은 시사점과 의미를 갖는다.

첫째, 본 연구에서 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 만족도 요인은 이용자의 인구통계학적 특성, 정보요구 특성, 이용자 인식요인들을 매개로 하여, 일련의 과정을 통해 형성됨을 확인하였다. 국내 디지털 레퍼런스 서비스 관련 이용자 연구에 있어 이용자 만족도에 영향을 미치는 요인 연구가 거의 없었으므로 본 연구에서 도출한 디지털 레퍼런스 서비스에 대한 이용자 만족도 요인은 이용자 연구의 후속 연구에 활용할

수 있을 것이다.

둘째, 본 연구는 '사서에게 물어보세요'의 실제 이용자 대상의 조사로서, 디지털 레퍼런스 서비스의 만족도에 영향을 미치는 요인들을 정량적 연구방법을 적용하였다. 영향력이 높다고 나타난 요인들은 이용자 확보와 외부 상용 정보 서비스 기관과의 차별적·경쟁적 요인이 될 수 있음을 확인시켜 주었다. 따라서 조사결과에서 서비스 만족도에 크게 영향력을 미치는 요인으로 나타난 이용자 인식요인들은 서비스에 대한 성과지표로서 디지털 레퍼런스 서비스 만족도 형성의 평가요인이자 정책적 목표 수립의 전략적 요인으로 그 의미를 찾을 수 있다.

셋째, 본 연구는 설문조사를 적용하여 이용자 관점의 서비스 만족도 요인 규명에 중점을 두었다. 이용자 관점의 서비스 만족도는 서비스를 반복 이용한 경험의 축적과 다양한 단서에 의해 형성되므로 의미 획득에는 많은 시간이 요구된다. 이에 정보이용환경의 변화에 따라, 제공된 서비스에 대한 이용자 인식과 만족도 요인이 어떻게 변화하고 있는지에 대한 종단적인 분석과 중장기적인 모니터링에 의한 이용자 관점의 서비스 만족도 변인에 관한 실천적 연구가 필요하다.

넷째, 디지털 레퍼런스 서비스의 성공적인 실천과 활성화를 도모하고자 한다면 서비스 이용자층 확보이다. 공공도서관 이용자는 일반인이라는 맥락에 맞추어 서비스 진입장벽 해소를 위한 홈페이지 개선, 홍보활동 강화 및 방식의 다양화 등으로 이용자가 레퍼런스 서비스에 대해 충분히 인지할 수 있는 노력을 지속적으로 실천한다면 계층별 이용자 확대 및 목적지향적인 서비스 이용자 확보에 성과를 거둘 수 있을 것이다. 또

한 본 연구조사 결과를 통해 나타난, 특히 서비스를 계속하여 사용하지 않은 응답자들의 의견

과 요구를 반영한 개선방안 수립 및 이를 기반으로 하는 체계적이며 객관적인 평가가 요구된다.

## 참 고 문 헌

- [1] 박희진, 박성재. 2013. 내용분석을 통한 대학도서관 디지털 참고정보서비스(전자게시판) 활성화에 관한 연구. 『정보관리학회지』, 30(4): 175-193.
- [2] 오의경. 2011. 정보활용능력 인지 수준과 도서관 불안 간의 관계 분석. 『한국문헌정보학회지』, 45(4): 123-137.
- [3] 장혜란, 이경숙. 2014. 협동 디지털참고서비스의 질문분석: 국립중앙도서관의 '사서에게 물어보세요'를 중심으로. 『정보관리학회지』, 31(4): 7-28.
- [4] Bergman, E. M. L. and Holden, I. I. 2010. "User Satisfaction with Electronic Reference: A Systematic Review." *Reference Services Review*, 38(3): 493-509.
- [5] Daft, R. L. and Lengel, H. 1986. "Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design." *Management Science*, 32(5): 554-571.
- [6] Dalton, G. 1992. "Quantitative Approach to User Satisfaction in Reference Service Evaluation." *South African Journal of Library & Information Science*, 60(2): 89-103.
- [7] Fisher, K. E., Erdelez, S. and McKechnie, L. 2005. *Theories of Information Behavior*. Medford, NJ: Information Today Inc: xix.
- [8] Internet Public Library. 2012. *Ask an ipl2 Librarian Question Form*. [online] <<http://www.ipl.org/div/askus>>
- [9] Kibbee, J., Ward, D. and Ma, W. 2002. "Virtual Reference, Real Data: Results of a Pilot Study." *Reference Services Review*, 30(1): 25-36.
- [10] Mon, L. and Janes, J. W. 2007. "The Thank You Study: User Feedback in E-mail Thank You Messages." *Reference & User Services Quarterly*, 46(4): 53-59.
- [11] Nilsen, K. 2004. "The Library Visit Study: User Experiences at the Virtual Reference Desk." *Information Research*, 9(2). [online] [cited 2015. 2. 12.] <<http://information R.net/ir/9-2/paper171.html>>
- [12] Palese, A. et al. 2011. "Surgical Patient Satisfaction as an Outcome of Nurses' Caring Behaviors: A Descriptive and Correlational Study in Six European Countries." *Journal of Nursing Scholarship*, 43(4): 341-350.

- [13] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. 1988. "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality." *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40.
- [14] Reference and User Services Association, 2005. *Guidelines for Implementing and Maintaining Virtual Reference Services*. Chicago, IL: American Library Association. [online] [cited 2015. 1. 20.] <<http://www.ala.org/rusa/resources/guidelines/virtrefguidelines>>
- [15] Ronan, J. and Turner, C. 2002. *Chat reference: A SPEC Kit*. Washington, DC: Association of Research Libraries. [online] [cited 2015. 4. 20.] <<http://www.arl.org/spec/273sum.html>>
- [16] Shah, C. and Kitzie, V. 2012. "Social Q&A and Virtual Reference-Comparing Apples and Oranges with the Help of Experts and Users." *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 63(10): 2020-2036.
- [17] Short, J., Williams, E. and Christie, B. 1976. *The Social Psychology of Telecommunications*. London, NY: Wiley.
- [18] Simon, H. A. 1982. *Models of Bounded Rationality*. Cambridge, MA: MIT Press: 32.
- [19] Stone, G. and Collins, E. 2013. "Library Usage and Demographic Characteristics of Undergraduate Students in a UK University." *Performance Measurement and Metrics*, 14(1): 25-35.
- [20] van Duinkerken, W., Stephens, J. and MacDonald, K. 2009. "The Chat Reference Interview: Seeking Evidence based on RUSA's Guidelines." *New Library World*, 110(3/4): 107-121.
- [21] Zipf, G. K. 1949. *Human Behavior and the Principle of Least Effort*. Cambridge, MA: Addison-Wesley Press.

• 국문 참고자료의 영어 표기

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

- [1] Park, Hee-Jin and Park, Sung-Jae. 2013. "A Study on the Digital Reference Service using Electronic Bulletin Boards in Academic Libraries through Content Analysis." *Journal of the Korean Society for Information Management*, 30(4): 175-193.
- [2] Oh, Eui-Kyung. 2011. "An Analysis of Relationship Between Self-Cognition Level of Information Literacy and Library Anxiety." *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 45(4): 123-137.
- [3] Chang, Hye Rhan and Yi, Kyung Suk. 2014. "Question Analysis of the Collaborative Digital Reference Service at the National Library of Korea." *Journal of the Korean Society for Information Management*, 31(4): 7-28.