

공공도서관의 서비스스케이프가 고객충성도에 미치는 영향에 관한 연구

김영희* · 조동혁**†

* 숭실대학교 프로젝트경영학과

** 숭실대학교 경영학부

A Study on the Effect of Public Library Service Scape on Customer Loyalty

Kim, Young Hee* · Jo, Dong Hyuk**†

* Department of Project Management, Graduate School of Soongsil University

** Department of Business Administration, Soongsil University

ABSTRACT

Purpose: The purpose of this study is to empirically verify the structural relationship between public library service-scape, flow, user satisfaction, and customer loyalty for adults who use public libraries for academic purposes in a changing public library environment. To this end, this study reviewed the concepts of public library service-scape, immersion, user satisfaction, and customer loyalty with existing literature, proposed a research model based on this, and empirically verified them.

Methods: This study collected and statistically analyzed data for adults using public libraries for the purpose of reading books or studying. The collected data were checked using SPSS 24.0 and AMOS 24.0 and the research hypothesis was verified by analyzing the results using the structural equation modeling technique.

Results: The results of the study are as follows. First, spatiality, aesthetics, and amenity of service-scapes have a positive effect on flow. Second, spatiality and amenity of service-scapes have a positive effect on user satisfaction. Third, Flow has a positive effect on user satisfaction. Fourth, Flow and user satisfaction have a positive effect on customer loyalty.

Conclusion: This study is meaningful in that it suggests a strategic direction to enhance the service competitiveness of public libraries by strengthening the service-scape.

Key Words: Public Library Service, Service-scape, Flow, User Satisfaction, Customer Loyalty

● Received 14 December 2022, 1st revised 12 January 2023, accepted 19 January 2023

† Corresponding Author(joe@ssu.ac.kr)

© 2023, Korean Society for Quality Management

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>) which permits unrestricted non-Commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

한국 사회의 소득수준이 향상하면서 생활은 한층 윤택하게 되었고, 지식 정보 사회로의 진입은 개인의 노동과 여가의 형태를 변화시키고 있다. 이에 사회구성원들의 여가와 문화생활에 대한 욕구도 점차 증가하는 한편 다양화하고 있다. 이러한 대중의 욕구를 충족시키기 위하여 정부에서는 다양한 문화시설 및 교육 시설을 확충하고 있으며, 대중들의 삶의 질을 향상시키고 문화적 소양 함양을 위한 일환으로 공공도서관을 확충하고 있다(김영석, 2021).

한국 내 공공도서관 수는 2000년 이후에 많이 증가하였는데, 특히 2009년 이후 지방자치단체에 의해 설립된 공공도서관은 꾸준히 증가하여 2020년 기준으로 전국의 공공도서관 수는 2009년에 비해 약 두 배가량 증가하여 1,134관에 달하고 있다(문화체육관광부, 2020).

또한 공공도서관은 양적인 증가뿐만 아니라 역할 및 기능적 측면에서도 점차 진화되어 가고 있다. 지식 기반 사회 중심으로 사회적 패러다임이 변화함에 따라 교육과 정보, 지식전달에 관한 국민들의 관심이 증대되어 가고 있는 상황에서 공공도서관은 문화적 여가 활용을 목적으로 하는 지역주민에게 새로운 문화생활에 동참할 수 있는 기능이 강화되어 가고 있는 추세이다. 즉, 공공도서관은 기존의 전통적 도서관의 역할인 도서와 정보의 이용 외에 지식정보센터, 평생 교육센터, 사회문화센터, 여가 센터, 생활 편의센터의 기능 등 다양한 기능과 역할로 변화하고 있다(김정화·이상호, 2005). 이에 따라 공공도서관 공간에 대한 이용자들의 이용 패턴도 변화하여 도서뿐만 아니라 인터넷이나 동영상 자료 등 전자 매체 자료도 활발하게 이용하고 있다. 더구나 공공도서관을 평생학습 및 지역 커뮤니티 시설로서 소통과 교류의 공간으로 활용하고자 하는 요구도 커지고 있어, 공공도서관은 독서와 학습은 물론이고 문화 활동 및 대화와 소통이 원활한 새로운 다기능적 공간으로 거듭날 것을 요구받고 있다(강재중, 2019).

이러한 상황 속에서 공공도서관에 대한 다양한 연구들이 진행되어왔다. 예를 들어, 공공도서관의 기능과 역할에 대한 수많은 연구가 수행되어 이용자에게 만족을 주기 위한 서비스의 품질향상과 개선에 기여하여 왔고, 도서관 공간에 대해서 건축학을 중심으로 한 다양한 연구가 수행되어 도서관의 기능과 역할을 수행하기 위한 공간과 시설의 요인을 개발하고 이를 발전시켜 새롭게 건립되거나 리모델링 되어지는 공공도서관에 많이 적용되기도 하였다. 이렇듯 공공도서관의 공간과 시설은 이용자들에게 직접적으로 만족을 주는 영향력 있는 요소이므로 도서관 공간을 구성하는 시설 및 건물에 대한 연구는 지속적으로 필요하다고 할 수 있다(최만호, 2017).

공공도서관의 공간과 시설은 이용자들에게 직접적으로 이용만족을 주는 영향력 있는 요소이며, 이와 공조된 물리적인 환경(physical environment)으로서의 서비스스케이프에 대한 인식은 이용자가 비교적 장시간 공공도서관 내에서 체재할 경우 이용 서비스의 단서인 유형성에 대해 중요하게 지각하게 하는 요소라 할 수 있다. 따라서 공공도서관에서 서비스스케이프는 이용만족과 지속이용에 직접적인 영향을 주는 매우 중요한 요인이라고 할 수 있을 것이다.

그러나 기존 연구의 흐름을 보면 공공도서관의 서비스스케이프는 주로 설계를 위한 건축학적 관점에 초점을 둔 연구가 중심이었고, 문헌정보학분야에서는 서비스품질과 이용만족이나 충성도 등의 종속변수 간의 단순 영향 관계를 분석한 것이 대부분이었다. 즉, 기존 연구들에서는 공공도서관의 서비스스케이프 관련 변수들 간의 구조적 관계를 다룬 연구가 제한적이었고, 특히 공공도서관을 도서의 이용과 학업 목적의 이용자라는 공공도서관의 본래의 설립 취지의 목적을 가진 이용자 관점의 서비스스케이프, 몰입, 이용만족 및 고객충성도 간의 연구가 매우 미흡하여 실증적으로 반영하지 못하는 실정이다(최만호, 2017; 신혜봉·노동조, 2019).

따라서 공공도서관 서비스스케이프와 고객충성도 간의 선행연구가 제한적인 면을 고려하였을 때 ‘공공도서관 서비스스케이프의 어떠한 요인들이 이용자들로 하여금 몰입하게 만들고’, ‘이용 만족도를 높여 지속이용을 하도록 하며’, ‘공공도서관을 주변에 추천하게 되는지’에 대해 몰입과 이용만족 및 고객 충성도 간의 구조적 관계 규명을 통한

체계적인 연구는 매우 큰 의미가 있다.

이에 본 연구의 목적은 변화하고 있는 공공도서관 환경에서 공공도서관을 이용자들을 대상으로 공공도서관 서비스스케이프, 몰입, 이용만족 및 고객충성도의 구조적 관계를 실증적으로 검증하고자 한다. 이를 위해 문헌연구를 통하여 공공도서관의 현황, 서비스스케이프와 몰입, 이용만족, 그리고 고객충성도의 개념과 차원을 검토하여 연구모형을 제안하고, 수집된 자료를 분석하여 가설을 검증하였다.

2. 이론적 배경

2.1 서비스스케이프

서비스스케이프(servicescape)는 서비스(service)와 스케이프(scape)의 합성어로서 자연환경과 반대되는 개념으로 공조된 환경, 즉 인간이 만든 물리적인 환경을 말한다. 즉, 서비스스케이프는 자연적 환경, 사회적 환경과 대비되는 개념으로 인간에 의해 공조된 환경으로서 서비스를 이용하는 사람들에게 서비스 이용에 영향을 줄 수 있는 조건 또는 상황이라고 정의될 수 있으며, 서비스스케이프는 서비스가 발생하는 장소에서 소비자나 이용자에게 소비나 이용을 결정하거나 브랜드 이미지 형성에 영향을 미치는 주변 요소와 환경을 의미한다고 할 수 있다. 따라서 서비스스케이프는 고객들이 서비스를 사용할 때 직접적으로 인지할 수 있는 모든 유형적 단서 즉, 물리적 증거라고 할 수 있으며 구매 및 사용 전에는 서비스의 가치를 측정하고 구매 및 사용 이후에는 서비스 만족도를 평가하게 되는 것이라고 할 수 있다(양성운 등, 2014).

서비스스케이프는 최초로 마케팅 분야에서 주로 호텔, 리조트, 레스토랑, 커피숍 등의 상업 시설 또는 레저시설에서 기업의 이미지 홍보를 위한 수단으로 이용하고 발전되어 왔다. 마케팅 분야에서 서비스스케이프는 고객의 서비스 이용과 구매 결정에 직접적인 영향을 줄 수 있는 매우 중요한 가치를 내포한 개념이다. 이러한 서비스스케이프는 구매 결정에 직·간접적인 영향을 미치는데, 서비스라는 무형성을 극복하고, 브랜드 고유의 이미지를 형성하여, 고객의 머무는 시간과 서비스품질 인식에 영향을 미친다(Zeithaml & Bitner, 2000). 최초 서비스스케이프를 개념화한 Bitner(1992)는 상업시설의 서비스스케이프의 구성요소로 서비스의 공조환경(anbient environment), 공간의 배치와 기능성(space/function), 상징물 (signs, symbdols & artifacts) 등으로 제시하였다. 이후, Lucas(2003)는 관광 레저시설의 서비스스케이프 구성요소로 청결성, 좌석의 안락성, 공조환경, 레이아웃과 디자인, 인테리어 장식 등의 요인을 측정항목으로 사용하였고, Reimer & Kuehn(2005)은 외식시설을 대상으로 이용자의 만족에 영향을 주는 서비스스케이프의 요소로 음악, 소음, 온도, 향기 같은 주변 요소와 인테리어와 종업원의 외모를 구성요인으로 제시하였다.

국내에서도 호텔과 관광, 레저, 패밀리레스토랑, 커피전문점 등 다양한 상업 시설을 대상으로 고객 만족과 충성도를 높이기 위해 서비스스케이프에 대한 연구가 활발하게 진행되어 왔다. 이유재·김우철(1998)은 서비스스케이프의 물리적 환경 구성요소를 공간 접근성, 미적 매력도, 청결성, 편의성으로 분류하였고, 조선배(2002)는 호텔 산업의 서비스 환경을 심미성, 인적성, 가시성으로, 최형민·유한나(2011)는 커피전문점 서비스스케이프의 요인을 인테리어 심미성, 공조환경, 인적요소, 사회적 요소로 제시하였다. 최숙희·전인오(2012)는 전시회의 물리적 환경으로 쾌적성, 매력성, 편리성, 인적서비스를 도출하여 고객경험과의 인과관계를 검증하였다. 변광인 등(2014)은 커피전문점의 서비스스케이프를 물리적 환경의 구성요인인 심미성, 편리성, 쾌적성으로 보았고, 한여정·이형룡(2016)은 호텔의 서비스스케이프의 구성요인인 심미성, 공조환경, 청결성, 공간 기능성 등이 직원들의 감정반응에 유의한 영향을 미친다 하

였다. 서동환·유영진(2017)은 한식당의 서비스스케이프와 지각된 가치, 고객만족과 관련된 연구에서 구성요인을 심미성, 공간성, 편리성, 안락성, 청결성으로 구성하였다.

또한 최근에는 서비스 산업의 확대에 따라 서비스스케이프의 개념이 상업 시설에 국한되지 않고 병원, 공공시설, 복지시설, 인터넷 홈페이지와 앱 등에도 적용되어 효율적인 서비스의 전달 매개체로서 그 의미와 역할이 확장되고 있다(한지은·남경숙, 2015). 정은주(2008)는 문헌 조사를 통해 노인복지시설에 적용 가능한 서비스스케이프 요소로써 접근성, 쾌적성, 편리성, 안전성, 분위기 요소 등 다섯 가지 요소를 제시하였고, 이를 통해 노인복지서비스의 성장과 필요성을 주장하였다. 오재신(2012)은 병원에서의 서비스스케이프의 요인을 접근성, 심미성, 쾌적성, 청결성, 편의성으로 정의하고 병원에 이용경험이 있는 환자를 대상으로 신뢰도와 만족도, 재방문 의도를 확인한 결과 심미성을 제외하고 접근성, 쾌적성, 청결성, 편의성 네 가지의 요인이 환자의 만족도에 긍정적인 영향을 미치고 있다고 주장하였다. 또한, 편의성과 접근성은 환자들의 신뢰도에 영향을 주었으며 쾌적성은 환자들의 재방문 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김환희·박지홍(2019)은 대학도서관의 고객충성도에 영향을 주는 서비스스케이프 요인을 접근성, 청결성, 쾌적성, 공간성, 심미성으로 보았다.

본 연구는 선행연구들에서 사용된 다양한 서비스스케이프의 하위요인들 중 공공도서관 서비스스케이프에 적합하다고 판단되는 공간성, 편의성, 심미성, 쾌적성의 네가지 요인을 구성요인으로 도출하였다. 첫째, 공간성(spatiality)은 공간의 배치를 의미하는 것으로 시설과 장비, 비품 등의 배열 방식, 이들의 형태와 크기, 그리고 이들 간의 공간적 관계를 말한다(강미희·홍현정, 2012). 여기에는 공공도서관의 시설을 다양한 필요에 맞게 효율적으로 배치하고 각 공간은 적절한 크기와 형태를 갖추고 있는지, 각 공간 간의 편리한 접근성을 고려하여 계획하였는가, 사용자에게 편리한 기기와 기구를 적절히 배치하고 부족한 공간을 다목적실 등으로 활용하고 있는가를 포함한다(한지은·남경숙, 2015). 둘째, 편의성(convenience)은 이용자의 이동 경로, 혹은 도서관의 사용 중에 느낄 수 있는 편안함이나 편리함과 관련된 속성을 의미한다. 공공도서관을 이용하면서 이용자가 불편을 겪지 않도록 안내할 수 있는 직원 배치 여부와 도서의 이용에 편리하도록 공간과 설비가 마련되어 있는지, 문화공간과 휴식공간의 마련 등이 여기에 포함된다. 특히 최근 공공도서관의 추세는 단순히 장소의 이용보다 문화 복지 공간으로서의 욕구충족이 가능한 장소, 휴식하는 장소로의 목적과 정보의 이용에 있어서도 최신 장비를 활용한 정보의 획득 장소로의 목적이 요구되기 때문에 전자 기기의 활용의 편리함, 스타디움, 협업의 장소 등이 이 요소에 해당된다고 할 수 있다. 셋째, 심미성(aesthetics)이란 서비스의 물리적 환경에서 제공하는 미적인 요소로서 공공도서관 디자인의 매력이나 아름다움의 정도를 의미한다. 즉, 이용자에게 미적, 시각적인 만족을 제공하는 가시적인 만족을 제공하는 시각적인 속성을 말한다. 이는 물리적 환경의 아름다움, 조화로운 색채감, 서비스 용품의 매력도 등으로 측정하며, 심미성과 관련된 물리적 환경의 매력을 증가시켜 서비스품질에도 긍정적인 영향을 줄 수 있다(김은주·조우제, 2018). 공공도서관 내부의 실내 분위기, 색채감, 비품의 심미성과 전체와의 조화를 포함한다. 마지막으로 쾌적성(amenity)은 공공도서관의 주요 공간과 시설의 청결함과 습도, 온도, 조도(밝기) 등이 적정 수준으로 유지되어짐에 따라 인간의 오감을 통해 느껴지는 상쾌한 정도를 말한다. 위에서 언급한 바와 같이, 쾌적성의 하위 변인으로 청결의 요소를 포함하여 내부공간과 비품이 위생적이고 청결한 상태를 쾌적성의 하위 변인으로 보았다.

2.2 몰입

몰입의 개념을 최초로 도입한 Csikszentmihalyi(1975)는 몰입의 정의를 인간이 완전하게 몰두하여 행동할 때 가지는 몰아일체의 느낌이라고 하였다. 즉, 몰입은 인간이 외적인 동기보다 활동 그 자체의 목적을 위하여 활동에 완전히 몰두하게 된다는 것을 의미한다는 것이다. Morgan & Hunt(1994)는 몰입이란 상대와의 관계를 지속하려는 노력

과 믿음으로서 개인과 조직을 연결하는 강력한 심리적 작용으로 보았다. 즉, 조직 구성원이 감성에 대해 심리적으로 애착감과 일체감을 원하는 형태라는 것이다. 이는 구성원이 느끼는 심리적 애착심 즉, 호의, 따뜻함, 행복감, 유쾌함, 소속감, 충성심 등과 같은 감성을 통하여 개인적으로 느낄 수 있는 심리적 애착에 대한 정도로 표현된다(조찬식, 2018).

한편, 도서관 분야 연구에서도 몰입에 대한 다양한 개념 정의가 되어왔다. 예를 들어, 오동근(2005)은 몰입을 ‘스스로 도서관의 단골 이용자로 인식하는 정도’로 설명하였고, 이성신(2013)은 몰입을 ‘공공도서관 이용자의 도서관에 대한 충성도’라고 정의하였다. 지금까지 이러한 정의들을 바탕으로 공공도서관에서의 몰입은 공공도서관을 이용하는 동안 개인이 특정 행위에 완전히 몰두하고 집중하는 상태라고 정의할 수 있으며, 몰입에 따른 고객 충성도, 관여도, 행위적 의도 등 행동적 특성을 포괄하는 개념이라고 할 수 있다.

몰입에 관한 도서관 관련 분야의 선행연구들은 주로 도서관의 자원이나 서비스품질, 그리고 이용자만족도 및 충성도와 관련하여 수행되었다. Martensen & Grønholdt(2003)는 도서관 이용자들의 지각된 품질과 만족, 몰입 및 충성도의 영향 관계를 실증 분석하였는데 이들의 연구에 따르면 이용자의 만족에 도서관의 출판 자료가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며 이용자의 충성도에까지 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 오윤정과 이성숙(2014)은 서비스품질과 도서관 재이용 의도 간의 구조적 영향 관계에서 관계품질의 하위요인으로 몰입, 신뢰, 만족을 구성하여 매개변수로서의 영향 관계를 규명하였다. 연구결과, 몰입이 증가할수록 관계 지속 의도도 증가하는 것을 확인하였으며 도서관 이용자의 재이용 의도에 관계품질 요인 중 몰입이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2.3 이용만족

Oliver(1980)는 만족을 특정 거래, 혹은 서비스에 대한 고객과 이용자의 감정적 반응으로, 고객과 이용자의 기대와 실제 경험 간의 불일치로 발현하게 되는 감정과 구매 경험 이전의 감정이 결합하면서 발생하는 종합적인 심리상태를 의미한다고 하였다. 이용자 만족이란 고객의 성취반응을 의미하는 것으로 고객 기대를 충족하는 것이라고 할 수 있으며 구매하기 전 상품에 대한 기대와 구매한 후 상품성상에 대한 소비자의 평가로 정의할 수 있다. 하지만, 고객 만족은 대상에 따라서 그리고 대상을 속성별로 추정하느냐 혹은 전체적인 만족을 측정하느냐에 따라 다르게 정의될 수 있다(최재연, 2015).

문헌정보학 분야에서 이용자 만족이란 도서관 직원 등으로부터 서비스를 받게 됨으로써 이용자들이 얻게 되는 감정적인 만족 혹은 불만족 형태로 나타나는 것으로써 이용자의 인지적인 평가에 기인하여 결정된다고 볼 수 있다. 오동근(2005)은 공공도서관의 이용만족은 도서관 시설 및 환경, 서비스, 직원 및 인쇄형태의 출판물과 문화프로그램 등의 요인이 이용자 만족이라고 정의하였다. 도서관 이용자의 입장에서는 어떤 형태의 서비스가 제공되더라도 도서관 이용에 대한 감정이나 느낌 등을 포함하는 만족도는 서비스품질에 의해서 좌우될 수밖에 없다는 특성을 갖는다(김윤실, 2002). 따라서 공공도서관의 고객인 이용자의 만족이란 공공도서관 서비스의 경험이나 소비 경험에 대한 전반적이고 평가적이며, 주관적 반응이라고 할 수 있다. 공공도서관의 이용자가 만족하면 공공도서관 서비스의 재이용이 이루어지고 동시에 이용자의 공공도서관과 공공도서관 서비스에 대한 신뢰감이 생긴다고 할 수 있다.

국내에서의 도서관과 관련한 이용만족에 관한 연구는 대부분 SERVQUAL 척도를 사용하여 연구가 이어지고 있다(김선애, 2008; 김경희·김태수, 2009). 오윤정·이성숙(2014)은 공공도서관의 서비스품질이 이용자 만족에 영향을 주며, 이용자 만족이 크다면 도서관 이용자의 전환 의도는 낮아진다는 것을 제시하였다. 오동근(2005)도 도서관의 전반적인 서비스에 대한 이용자의 전체적인 만족도, 기대 충족 정도, 이상적인 도서관 모형에 대한 접근 정도를 측정요소로 구성하였으며, 공공도서관의 도서관 시설 및 환경, 인쇄형태의 출판물과 문화프로그램 및 서비스, 직원 등의

요인은 이용자 만족도에, 그리고 이용자 만족도는 도서관 충성도에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다. 유양근(2005)의 연구에서는 대학도서관의 이용자만족도 항목을 시설과 자료, 디지털 기반 정보서비스 등의 품질을 기준으로 나누어 품질에 대하여 이용자 만족도를 조사하였으나, 대부분의 연구에서는 서비스품질과 도서관 이용자 만족도를 구별해서 연구하였다. 또한 이용자 만족도를 도서관 이용에 대한 전반적인 만족도로 보고 이를 측정하였으며, 서정선·김기영(2022)에 따르면 이용자 만족도는 이용자 충성도와 결합하여 도서관 성과를 측정하며 예측하는 도구로서의 역할을 강조하여 왔다.

2.4 충성도

Gremler & Brown(1996)은 서비스 충성도에 대해 고객이 서비스 제공자의 서비스를 반복적으로 구매하는 정도라고 하였다. 즉, 고객이 제공자의 서비스에 대해 긍정적인 태도를 가지고, 특정 서비스를 필요로 할 때 해당 제공자만을 고려하는 것을 의미한다는 것이다. 따라서 충성도가 높은 고객은 서비스를 반복적이거나 혹은 정기적으로 사용하고, 서비스 제공 기관이나 기업에 대해 호의적이며, 다른 제공자가 제공하는 서비스 이용을 고려하지 않는 고객이라고 정의하였다. Oliver(1997)는 충성도란 선호하는 제품과 서비스에 대한 바람직한 고객의 태도로서, 고객의 브랜드에 대한 애착 정도, 헌신하는 마음을 유지하여 미래에도 지속적으로 재구매하거나 계속해서 이용하는 것을 의미한다고 정의하였다. 또한 제품이나 서비스에 대한 재구매를 간절히 원하거나, 미래에도 다른 제품이나 서비스를 사용할 의지가 없는, 다시 말해 전환 의도가 없는 고객들도 충성도 있는 고객들이라고 주장하였다. 나아가 최고의 충성도는 약조조건에도 불구하고, 기꺼이 해당 제품이나 서비스를 소비하거나 이용하는 것이라고 하였다.

한편, Butcher et al.(2001)은 충성도를 특정한 서비스 제공자에 대한 이용자의 지속적이고 심리적인 유대 상태로 정의하였다. 이러한 심리적 유대는 ‘서비스를 다른 사람들에게 지지하려는 것’과 ‘다른 대체 서비스 제공자에게로 전환하는 것에 대하여 저항하려는 경향을 갖게 되는 것’, ‘서비스 제공자의 중요성에 대한 인지 정도’, ‘다른 경쟁 제공자보다 먼저 서비스에 대해 상대적인 선호도를 갖게 되는 것’ 등이라고 설명하였다. Valle et al.(2006)은 고객 만족도가 높다면 재방문 가능성도 높아지고 구매 또는 이용한 제품이나 서비스를 다른 사람들에게 추천하고자 하는 의지가 높아진다고 주장하였다. 고객충성도는 기업이나 서비스 등을 계속해서 반복적으로 이용하려는 고객의 태도로서, 충성도가 높은 고객은 필요 시 동일 서비스를 재구매, 또는 재이용하고, 타인에게 추천하며, 브랜드에 대한 긍정적인 태도를 유지한다는 것이다(Kandampully & Suhartanto, 2000; Anderson & Srinivasan, 2003; 이신화 등, 2019). 충성도 있는 고객이 특정 대상을 반복하여 소비하는 이유는 자신의 욕구를 충족시켜준다는 사실에 대한 신뢰에서 비롯되며, 특정 대상을 자발적으로 홍보하려는 이유는 자신의 긍정적인 경험을 타인과 공유하고자 하기 때문이다(Krystallis & Chrysochou, 2014; Kim et al., 2018).

이러한 관점에서 많은 학자들에 의해서 도서관에 이용자 충성도 개념을 도입하여 측정 가능한 보다 구체적인 연구들이 시도되고 있다. 오동근(2005), 김규환·남영준(2007)은 이용자 충성도를 단골 이용자라고 지각하는 정도 및 재이용 의도, 타인에 도서관 이용의 권유 의도로 보았으며, 김선애(2008)는 이용자 충성도를 재이용 및 재방문 의도, 도서관 이용의 개인적 중요성 평가, 타인에게 도서관의 이용 권유 의도로 정의하였다.

3. 연구설계

3.1 연구모형 및 가설설정

본 연구는 공공도서관을 도서관의 이용과 학습의 목적으로 이용하는 이용자를 대상으로 공공도서관 지속이용의 실행방안을 모색하고자, 공공도서관의 서비스스케이프와 몰입, 이용만족, 고객충성도 간의 구조적 관계를 실증적으로 검증하고자 한다. 이용자가 도서관이라는 특수한 공간 안으로 들어오는 순간부터 나가는 순간까지 모든 순간 도서관의 서비스스케이프와 다양한 방식으로 접촉하게 될 것이며 이러한 서비스 접점은 이용자의 도서관 방문 목적에 맞는 몰입에 많은 영향을 미치게 될 것이다(김환희·박지홍, 2019). 한 공간의 서비스스케이프는 이용자들의 몰입에 큰 영향을 미치기 때문에 서비스스케이프는 매우 중요하게 인식되고 있다(이정실·박명주, 2005; 김태희 등, 2008). 관광 및 문화시설을 대상으로 한 선행연구에서 서비스스케이프는 고객(또는 이용자)의 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(오동근, 2005; 이성신, 2013; 오윤정·이성숙, 2014; 김귀순, 2018; 신혜봉·노동조, 2019; 양승필, 2021). 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1. 서비스스케이프는 몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

서비스스케이프 요인이 고객의 만족에 영향을 미치는 것을 증명한 연구는 다양한 분야에서 진행되어 왔다(Bitner, 1992; 이혁진·류재숙, 2007). 공공도서관의 서비스스케이프와 이용만족 간의 관계는 전반적인 서비스스케이프에 대한 전체적인 만족도, 기대 충족 혹은 정도, 이상적인 도서관 및 서비스 대비 수준과 같이 다양한 변인들을 통해 측정할 수 있다(김동숙, 2006). 오동근(2005)은 공공도서관의 서비스스케이프와 이용만족 간의 관계를 측정하기 위하여 전반적인 서비스에 대한 전체적인 만족도, 기대 충족 정도, 이상적인 도서관 모형에 대한 접근 정도를 측정 요소로 구성하였다. 관광 및 문화시설을 대상으로 한 선행연구에서 서비스스케이프는 고객(또는 이용자)의 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(허정민·한혜련, 2015; 서동환·유영진, 2017; 김환희·박지홍, 2019). 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2. 서비스스케이프는 이용만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

Wu(2011)는 만족이 더 이상 충성도를 예측하게 하는 요인이 아니라는 관점으로 만족과 충성도 간의 관계에서 몰입의 매개효과를 확인하였다. Morrison 등(2011)에 따르면 서비스 환경에서 고객이 느끼는 즐거움, 쾌적함 등의 긍정적 감정은 고객들에게 더 많은 시간을 소비하면서 머물고 싶게 만들며 그에 따라 만족감이나 접근 행동 같은 후속 행동을 유도할 수 있다고 하였다. 오윤정·이성숙(2014)은 관계 품질의 하위요인으로 몰입을 신뢰, 만족과 함께 구성하여 서비스품질과 도서관 재이용 의도 간의 영향 관계에서 매개변수로서 몰입의 영향 관계를 규명하였다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3. 몰입은 이용만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

서비스 이용 후의 고객 행동은 재방문 의도, 추천 의사, 구전 의도 등을 포괄하는 개념으로, 소비자가 어떠한 대상에 대한 태도가 형성된 후 본인이 자발적으로 인식하는 행위 즉, 주관적인 행동을 의미한다(박혜미·현성협, 2018). 고객이 서비스 제공자와의 상호작용에서 느낀 몰입의 감정은 고객충성도에 긍정적인 영향을 미친다(오서경·윤혜현, 2017). 고객의 만족도가 높을수록 재방문 가능성이 높아지고 구매 또는 이용한 제품 또는 서비스를 다른 사람들에게

추천하려는 의지가 높아진다고 주장 하였다(Valle et al., 2006). Martensen & Grønholdt(2003)의 연구에서는 이용자들의 전반적인 도서관에 대한 만족도가 이용자 충성도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김선애(2008)에 따르면 대학도서관 이용자만족도와 충성도 간의 영향 관계연구에서 이용자 충성도를 재이용 의도로 정의하였으며 해당 연구에서는 이용자 만족도가 이용자 충성도에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이와 같이 서비스 분야의 많은 연구자들이 고객 만족과 지속 의도 간의 영향 관계를 확인해왔으며 고객 충성도를 높이기 위해서는 고객 만족 수준의 향상이 필요함을 강조하여 연구되었다(Oliver, 1980; Bearden & Teel, 1983; 이성신, 2013; 김환희·박지홍, 2019). 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H4. 몰입은 고객충성도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H5. 이용만족은 고객충성도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

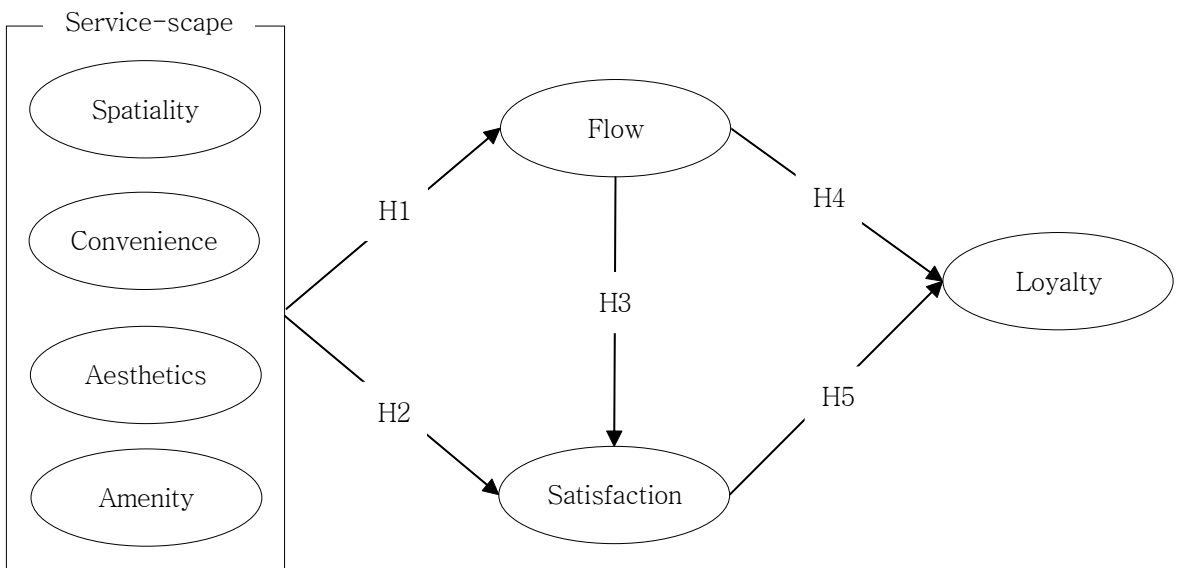


Figure 1. Research Model

3.2 측정도구

본 연구는 서비스스케이프에 관한 선행 연구를 바탕으로 변인들의 조작적 정의와 측정항목은 개발하였다.

먼저 서비스스케이프는 Bitner(1992), 오동근(2005), 이혁진·류재숙(2007), 김환희·박지홍(2019)의 연구를 참고하였다. 공간성은 “공간적인 시설 배치 정도”로 정의하고, ‘효율적 시설배치’, ‘공간의 적절한 크기와 형태’, ‘공간의 쉬운 탐색’, ‘표지판과 안내판의 적절성’의 4개 문항으로 측정하였다. 다음 편의성은 “편안함 또는 편리함 등과 관련한 기능적 속성의 지각 정도”로 정의하고, ‘안내 데스크 직원배치’, ‘도서대출/반납 등의 편리성’, ‘문화공간 제공’, ‘휴식공간 제공’의 4개 문항으로 측정하였다. 심미성은 “이용자가 도서관의 미적, 시각적 매력을 지각하는 정도”로 정의하고, ‘이용목적에 적합한 실내 분위기’, ‘실내의 벽, 바닥의 재료·마감의 적절성’, ‘실내 색상의 적절성’, ‘비품(가구, 설치물 등)과 실내 분위기와 어울림’의 4개 문항으로 측정하였다. 쾌적성은 “주요 공간과 시설에서 유지되는 적정 수준의 청결 정도와 오감을 통해 느껴지는 상쾌한 정도”로 정의하고, ‘내부 공간의 청결함’, ‘도서와 비품(가구, 설치

물 등)의 청결함’, ‘공간의 온도와 습도가 적당함’, ‘공간의 조도(밝기)가 적당함’의 4개 문항으로 측정하였다. 다음 몰입은 Fiore & Kim(2007), 김귀순(2018), 이신화 등(2019)의 연구를 참고하여 조작적 정의하고 측정 문항을 개발하였다. 즉, 본 연구에서는 몰입을 “어떤 일에 대해 즐거운 기분을 넘어서 완전히 만족하는 최상의 경험 가치와 최상의 즐거움들을 공유하는 감정의 정도”로 정의하고, ‘도서관을 이용하는 동안 시간 가는 줄 모름’, ‘도서관을 이용하는 동안 활동(독서, 체험 등)에 빠져 있었음’, ‘도서관을 이용하는 동안 다른 생각이 거의 들지 않음’, ‘도서관을 이용할 때 나도 모르게 집중하게 됨’의 4개 문항으로 측정하였다. 다음 만족은 Oliver(1999), Martensen & Grønholdt(2003), 이성신(2013), 김환희·박지홍(2019)의 연구를 참고하여 “공공도서관을 이용한 후 느끼는 개인적인 감정으로 기대한 욕구의 충족 정도”로 정의하고, ‘서비스에 대해 전반적으로 만족’, ‘물리적인 서비스(시설 관련 서비스)에 만족’, ‘이용 경험에 대해 만족’, ‘도서관을 이용한 것은 현명한 선택이라고 생각함’의 4개 문항으로 측정하였다. 마지막으로 고객충성도는 Oliver(1999), Abimbola et al.(2012), 이신화 등(2019)의 연구를 참고하여 “공공도서관 또는 공공도서관 서비스에 대한 애착 정도”로 정의하고, ‘이 도서관을 다음 기회에도 이용’, ‘이 도서관을 지속적으로 이용’, ‘도서관을 선택할 때 이 도서관을 우선적으로 선택’, ‘나는 다른 사람에게 이 도서관 이용을 추천’의 4개 문항으로 측정하였다.

3.3 연구방법

본 연구는 제안한 이론적 모형을 실증적으로 분석하기 위하여 도농복합지역 주민을 대상으로 설문 조사하여 자료를 수집하고, 이를 통계적으로 실증 분석하는 방법을 활용하여 가설을 검증하였다. 본 연구는 측정도구의 신뢰도 및 타당도를 높이기 위해 소규모 표본에 대한 예비 조사를 먼저 실시하고 이를 토대로 측정 도구를 수정 및 보완한 후 표본을 확대하여 본 조사를 실시하였다.

다음으로 수집된 자료는 SPSS 24.0과 AMOS 24.0을 분석 도구로 사용하여 자료를 점검하고, 구조방정식 모델링 (Structural Equation Modeling)을 분석방법으로 적용하여 결과를 분석하고 가설을 검증하였다. 구조방정식 모델의 분석은 측정모형을 먼저 추정하고, 다음으로 구조모형을 추정하는 2단계 접근법(two-step approach)을 채택하여 측정모형과 구조모형의 적합성을 단계적으로 검증하고, 이를 바탕으로 결과를 분석하였다.

4. 실증분석

4.1 자료수집 및 표본의 구성

본 연구는 제안한 연구모형의 실증적 분석을 위하여 공공도서관을 도서의 이용이나 학습의 목적으로 이용한 경험이 있는 성인을 대상으로 온라인 설문 조사하여 자료를 수집하고, 수집된 자료를 통계적으로 실증 분석하였다. 2021년 7월 29일부터 2021년 8월 5일까지 약 1주일간 온라인 설문(구글폼)을 활용하여 설문 조사를 진행하였다. 총 300개의 설문을 회수하고, 수집된 자료 중 불성실한 응답 자료를 제거한 후 최종 276개 사례를 본 연구의 유효 표본으로 선정하였다.

Table 1. Sample Characteristics

| | Classification | Frequency | Rate |
|------------------|---|-------------------|------|
| Gender | Male | 88 | 31.9 |
| | Female | 188 | 68.1 |
| Age | 20s | 35 | 12.7 |
| | 30s | 31 | 11.2 |
| | 40s | 89 | 32.2 |
| | 50s | 104 | 37.7 |
| | More than 60s | 17 | 6.2 |
| | Period of Use | Less than 1 years | 39 |
| | 1 years or more and less than 3 years | 62 | 22.5 |
| | 3 years or more and less than 5 years | 56 | 20.3 |
| | 5 years or more and less than 10 years | 56 | 20.3 |
| | More than 10 years | 63 | 22.8 |
| Frequency of use | Less than once a month | 136 | 49.3 |
| | 2-3 times a month | 103 | 37.3 |
| | Once a week | 25 | 9.1 |
| | 2-3 times a week | 11 | 4.0 |
| | 4 or more times a week (almost every day) | 1 | 0.4 |

4.2 측정모형의 검증

본 측정모형의 검증으로서 측정모형의 적합도와 구성 개념의 타당성 및 신뢰성을 검증하였다. 먼저 측정모형의 적합도 검증결과, $X^2 = 716.907$ ($p \geq 0.01$), $X^2/df = 2.179$ 로 권장 수준인 1이상으로 나타났으며, RMSEA = .065로 권장 수준인 0.08 이하로 확인되었다. 또한 AGFI = .809로 권장 수준인 0.8 이상이며, CFI = .937, TLI = .928로 권장수준인 0.9 이상으로 나타남에 따라, 본 연구의 측정모형은 적합성을 확보한 것으로 판단하였다. 다음 집중타당성과 신뢰성, 그리고 판별타당성을 검증하였다. 검증결과, 모든 측정문항의 표준화계수 값이 모두 .5 이상, 개념신뢰도는 .856~.924로 모두 .7 이상, 평균분산추출지수는 .598~.752로 기준치 .5를 초과하는 것으로 나타나 기준치를 충족하는 것으로 확인되었다. 또한 모든 구성개념의 Cronbach's alpha 값도 .862~.929로 기준치 .7을 상회하는 것으로 나타나 구성개념의 집중타당성 및 신뢰성은 확보되었다고 판단하였다. 다음으로 판별타당성 검증을 위하여 변수 간의 상관계수와 변수별 AVE 값을 비교한 결과, <표 4>와 같이 AVE 제곱근이 상관계수들보다 크게 나타나 판별타당성을 확보한 것으로 판단하였다.

4.3 구조모형의 검증

본 연구의 측정모형의 적합성, 신뢰성 및 타당성이 확보된 것으로 확인되었으므로 제안된 연구모형의 이론적 관계를 검증하기 위하여 구조모형 분석을 실시하였다. 구조모형의 적합도 검증결과, $X^2 = 735.907$ ($P = .000$), 표준 $X^2(X^2/df) = 2.210$ 로 권장 수용 기준인 1이하로 나타났으며, RMSEA = .066로 권장 수준인 .08이하로 나타났다. 또한 AGFI = .808로 권장 수준인 0.8 이상이며, CFI = .935, TLI = .926로 권장 수준인 0.9 이상으로 나타남에 따라, 본 연구의 구조모형은 적합성을 확보한 것으로 판단하였다.

4.4 가설검증

본 연구는 공공도서관의 서비스스케이프와 몰입, 이용만족 및 고객충성도 간의 구조적인 관계를 알아보기 위해 가설을 제시하였으며, 이를 구조방정식을 이용하여 검증하였다.

먼저 서비스스케이프와 몰입 간의 관계에서 공간성은 몰입에 계수 값(β) = .197 (C.R. = 2.899, $p = .004$), 편의성은 몰입에 계수 값(β) = .164 (C.R. = 1.615, $p = .106$), 심미성은 몰입에 계수 값(β) = .231 (C.R. = 3.258, $p = .001$), 쾌적성은 몰입에 계수 값(β) = .214 (C.R. = 2.745, $p = .006$)의 영향을 미치는 것으로 확인되어, 가설 H1-1과 H1-3, H1-4는 채택되고, H1-2는 기각되었다. 다음 서비스스케이프와 이용만족 간의 관계에서 공간성은 이용만족에 계수 값(β) = .184 (C.R. = 2.476, $p = .013$), 편의성은 이용만족에 계수 값(β) = .199 (C.R. = 2.746, $p = .013$), 심미성은 이용만족에 계수 값(β) = .025 (C.R. = .318, $p = .750$), 쾌적성은 이용만족에 계수 값(β) = .323 (C.R. = 3.757, $p = .000$)의 영향을 미치는 것으로 나타남에 따라, 가설 H2-1, H2-4는 채택되고, H2-2, H2-3는 기각되었다. 다음 몰입과 이용만족 간의 관계에서 몰입은 이용만족에 (β) = .239 (C.R. = 2.487, $p = .013$)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 H3는 채택되었다. 다음 몰입 및 이용만족과 고객충성도 간의 관계에서 몰입은 고객충성도에 계수 값(β) = .468 (C.R. = 4.903, $p = .000$), 이용만족은 고객충성도에 계수 값(β) = .521 (C.R. = 5.963, $p = .000$)의 영향을 미치는 것으로 분석되어 가설 H4과 H5는 모두 채택되었다.

Table 2. Verification Results of Convergent Validity and Reliability

| Variable | Measurement | β | S.E. | t | C.R. | AVE | Crb. Alpha |
|-------------|---------------|---------|------|--------|------|------|------------|
| Spatiality | Spatiality 1 | .850 | | | .856 | .598 | .876 |
| | Spatiality 2 | .797 | .061 | 15.414 | | | |
| | Spatiality 3 | .768 | .064 | 14.612 | | | |
| | Spatiality 4 | .782 | .065 | 15.007 | | | |
| Convenience | Convenience 1 | .752 | | | .868 | .621 | .862 |
| | Convenience 2 | .801 | .090 | 13.204 | | | |
| | Convenience 3 | .804 | .096 | 13.260 | | | |
| | Convenience 4 | .776 | .093 | 12.777 | | | |

| Variable | Measurement | β | S.E. | t | C.R. | AVE | Crb. Alpha |
|--------------|----------------|---------|------|--------|------|------|------------|
| Aesthetics | Aesthetics 1 | .855 | | | .885 | .658 | .913 |
| | Aesthetics 2 | .858 | .053 | 18.295 | | | |
| | Aesthetics 3 | .872 | .056 | 18.789 | | | |
| | Aesthetics 4 | .820 | .059 | 16.954 | | | |
| Amenity | Amenity 1 | .816 | | | .880 | .647 | .891 |
| | Amenity 2 | .846 | .062 | 16.222 | | | |
| | Amenity 3 | .820 | .065 | 15.554 | | | |
| | Amenity 4 | .796 | .064 | 14.934 | | | |
| Flow | Flow 1 | .803 | | | .887 | .662 | .883 |
| | Flow 2 | .833 | .066 | 15.367 | | | |
| | Flow 3 | .813 | .072 | 14.910 | | | |
| | Flow 4 | .791 | .077 | 14.373 | | | |
| Satisfaction | Satisfaction 1 | .822 | | | .897 | .684 | .899 |
| | Satisfaction 2 | .807 | .065 | 15.445 | | | |
| | Satisfaction 3 | .854 | .062 | 16.737 | | | |
| | Satisfaction 4 | .843 | .063 | 16.437 | | | |
| Loyalty | Loyalty 1 | .896 | | | .924 | .752 | .929 |
| | Loyalty 2 | .919 | .044 | 23.507 | | | |
| | Loyalty 3 | .855 | .046 | 20.098 | | | |
| | Loyalty 4 | .822 | .050 | 18.543 | | | |

Table 3. Verification Results of Discriminant Validity

| Variables | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. Spatiality | .598* | | | | | | |
| 2. Convenience | .503 | .621* | | | | | |
| 3. Aesthetics | .551 | .558 | .658* | | | | |
| 4. Amenity | .482 | .570 | .593 | .647* | | | |
| 5. Flow | .517 | .507 | .573 | .542 | .662* | | |
| 6. Satisfaction | .511 | .524 | .501 | .588 | .561 | .684* | |
| 7. Loyalty | .458 | .429 | .514 | .523 | .510 | .548 | .752* |

*AVE(Average Variance Extracted)

Table 4. Verification Result of Direct Effect of Structural Model

| Hypotheses | Path | β | S.E. | t | Results |
|----------------|----------------------------|---------|------|---------|---------------|
| Hypothesis 1-1 | Spatiality → Flow | .197 | .068 | 2.899** | Supported |
| Hypothesis 1-2 | Convenience → Flow | .164 | .101 | 1.615 | Not Supported |
| Hypothesis 1-3 | Aesthetics → Flow | .231 | .071 | 3.258** | Supported |
| Hypothesis 1-4 | Amenity → Flow | .214 | .078 | 2.745** | Supported |
| Hypothesis 2-1 | Spatiality → Satisfaction | .184 | .074 | 2.476* | Supported |
| Hypothesis 2-2 | Convenience → Satisfaction | .199 | .108 | 1.838 | Not Supported |
| Hypothesis 2-3 | Aesthetics → Satisfaction | .025 | .077 | .318 | Not Supported |
| Hypothesis 2-4 | Amenity → Satisfaction | .323 | .086 | 3.757** | Supported |
| Hypothesis 3 | Flow → Satisfaction | .239 | .096 | 2.487* | Supported |
| Hypothesis 4 | Flow → Loyalty | .468 | .096 | 4.903** | Supported |
| Hypothesis 5 | Satisfaction → Loyalty | .521 | .087 | 5.963** | Supported |

** p<.01, * p<.05

5. 결 론

본 연구는 변화하는 공공도서관의 환경에서 도서이용이나 학업의 목적을 가진 이용자들의 공공도서관 지속이용의 실현방안을 모색하고자, 도서이용과 학업목적의 이용자 관점에서 공공도서관의 서비스스케이프와 몰입, 이용만족, 고객충성도 간의 구조적 관계를 실증적으로 검증하였다. 이를 위하여 본 연구는 문헌연구를 통해서 공공도서관의 서비스스케이프, 몰입, 이용만족 그리고 고객충성도의 개념을 검토하고, 공공도서관의 서비스스케이프가 몰입과 이용만족에 미치는 영향과 몰입과 이용만족이 고객충성도에 미치는 영향, 그리고 서비스스케이프가 몰입과 이용만족을 매개하여 고객충성도에 미치는 영향 관계를 실증적으로 분석하였으며, 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 공공도서관의 서비스스케이프는 몰입에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 서관의 서비스스케이프의 공간성, 심미성 및 쾌적성에 대해 고객이 높게 인식할수록 고객은 몰입을 형성한다고 이해할 수 있다. 편 공공도서관 서비스스케이프와 몰입 간의 관계에서 편의성은 몰입에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 본 연구의 대상자들의 공공도서관을 이용하는 목적이 도서의 이용이나 학업의 목적을 가지고 경험하기 때문에 더욱 편의적인 요소는 몰입에 주는 영향이 적을 것이라고 예상된다. 또한 양승필(2021)의 최근 복합 리조트의 서비스스케이프의 중요도 연구에서 서비스 스케이프가 몰입에 영향을 미치는 것은 하였으나 오락성 심미성 편의성의 순으로 편의성의 영향 관계가 상대적으로 작다는 연구를 뒷받침한다고 할 수 있다. 따라서 공공도서관의 편의성은 공공도서관 이용 중 느낄 수 있는 편안함 또는 편리함 등과 관련한 기능적 속성에 대한 지각 정도로 조작적 정의 내린 바와 같은 편의적 요소들은 몰입에는 영향을 주지 않는 것으로 보여진다. 둘째, 서비스스케이프와 이용만족 간의 관계에서 공공도서관의 서비스스케이프는 이용만족에 부분적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며

공간성, 쾌적성은 이용만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나, 공공도서관의 서비스스케이프의 공간성, 쾌적성에 대해 공공도서관의 도서이용과 학업 목적의 이용자가 높게 인식할수록 이용자는 이용만족을 경험한다고 이해할 수 있다. 따라서 공간적인 시설 배치 정도가 적절하고 공공도서관의 주요 시설과 공간에서 유지되는 적절한 수준의 청결함, 환기, 채광, 온도 등 오감을 통해 느껴지는 상쾌한 정도는 이용만족에 긍정적인 영향을 준다고 볼 수 있다. 그러나 편의성과 심미성은 이용만족에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이는 본 연구의 대상자들이 공공도서관 이용목적이 주로 도서 이용과 반납 서비스 이용과 학업의 목적을 두기 때문에 편의성과 심미성 제공에 대한 영향이 작다고 볼 수 있다. 미적인 요소나 편리함보다는 공간적 배치나 쾌적함의 요인이 이용만족에 영향을 주는 요인으로 이해할 수 있다. 또한 현재의 공공도서관은 지자체에서 앞을 다투어 신축 건립·리모델링 하고 운영되고 있으므로 일정 수준 이상으로 평균화되어 제공되고 있기 때문이라고도 해석할 수 있다. 셋째, 몰입과 이용만족 간의 관계에서 몰입은 이용만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나, 본 연구를 통하여 공공도서관 서비스스케이프에서 몰입은 이용만족의 선행 변인임을 확인하였다. 몰입은 이용만족에 기반을 제공하며, 공공도서관의 이용 상황에서 몰입은 이용만족과 고객충성도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 이해할 수 있다. 넷째, 몰입은 고객 충성도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나, 공공도서관 서비스스케이프에서 몰입은 고객충성도에 긍정적인 영향을 주는 것으로 확인되었다. 마지막으로 이용만족은 고객 충성도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나, 공공도서관을 이용 후 느끼는 만족감은 재방문 의도에 영향을 주며 재방문 의사에 중요한 결정변수로 볼 수 있다. 또한 이용만족과 지속의도 간의 연관성을 확인하였다. 따라서 공공도서관의 고객충성도를 높이기 위해서는 이용만족의 수준을 향상시켜야 할 필요성이 있다고 확인하였다.

본 연구의 연구결과에 따른 주요 학문적, 실무적 및 정책적 시사점을 제시하면 다음과 같다.

본 연구의 학문적 시사점은 문헌연구를 통하여 공공도서관의 고객충성도에 영향을 미치는 서비스스케이프와 몰입, 이용만족을 제시하고 이들의 영향 관계를 실증적으로 검증하여 연구모형으로서의 유효성을 확인하였다는 것이다. 연구결과, 공공도서관의 서비스스케이프는 몰입과 이용만족에 부분적으로 긍정적인 영향을 미치며, 몰입과 이용만족을 통하여 고객충성도에 유의한 영향이 있음을 확인하였다. 그동안 선행연구에서 공공도서관의 서비스스케이프는 주로 설계를 위한 건축학적 관점에 초점을 둔 연구가 중심이었고 이용자 관점의 서비스스케이프, 몰입, 이용만족, 고객충성도 간의 연구는 미흡하였다. 이에 본 연구는 공공도서관의 서비스스케이프가 몰입과 이용만족을 매개하여 고객충성도에 이르는 경로를 구성요소별로 실증 분석하여 연구의 확장적 관점에서 이론적 논거를 제시하였다.

또한 본 연구를 통하여 급변하는 공공도서관의 환경을 바탕으로 공공도서관을 도서의 이용이나 학문적 목적을 가진 이용자를 위한 이용자 중심 서비스스케이프 제공이 고객충성도에 미치는 영향을 확인함으로써, 공공도서관의 지속이용 확보와 존립을 위한 전략적인 방향성을 제시하였다. 공공도서관의 본연의 설립 취지와 존립 목적 중 가장 궁극적인 것은 국민들의 지식함양과 지적 수준을 향상에 있다고 볼 수 있다. 따라서 공공도서관은 국민들로 하여금 책을 가까이하여 책을 많이 읽도록 유도하고, 책을 많이 읽는데 도움을 줄 수 있는 공간의 제공이 필요할 것이다. 즉, 도서이용이나 학업의 목적의 이용자들이 공공도서관을 지속적으로 이용하게 하는 것이 바로 국민들의 지식수준을 높이고자 하는 공공도서관의 설립 취지와 존립 목적에 가장 부합하기 때문이다.

공공도서관의 다양한 기능과 역할수행을 위해서는 시청각 공간, 커뮤니티 공간, 휴게 공간, 협업 공간 등 다양한 공간 구성의 필요성이 있으며, 이를 위해 공공도서관이 공간적 개방성을 추구하는 것은 필요하다. 즉, 더 많은 공공도서관 이용자가 자료실을 이용하고, 더 많은 자료실 이용자가 자료를 적극적으로 열람, 대출할 수 있도록 공간의 제공이 필요하며, 이용자들이 도서이용과 학업에 몰입하고 공공도서관 이용에 만족할 수 있도록 공간의 분리 등을 고려해야 할 것이다. 또한 평생 독서 습관 실천을 유도할 수 있는 프로그램을 운영할 수 있는 환경적 조성으로서 서비스스케이프에 대해 숙고해야 할 필요성의 제시를 실무적 시사점이라고 할 수 있다.

본 연구는 공공도서관의 서비스스케이프가 몰입, 이용만족 및 고객충성도 간의 구조적 경로를 실증적으로 검증하여 이론적 및 정책적 시사점을 도출하였다. 그러나 다음과 같은 연구의 한계점이 있음을 밝히며 향후 학문적 진진을 위한 연구의 방향을 제시하고자 한다. 먼저 본 연구는 횡단적 연구로 인하여 공공도서관의 환경변화를 충분히 반영하지 못하는 한계점이 있으므로, 향후 종단적인 연구를 통하여 이러한 한계점을 보완할 필요가 있다. 다음으로 응답자들의 공공도서관 이용경험을 특정 지역 혹은 특정 도서관으로 한정하지 않았기 때문에 특정 지역의 공공도서관 또는 개별 공공도서관에 적용하기에는 해당 지역 표본의 크기가 비교적 작다는 한계가 있다. 즉, 이는 연구결과를 일반화하기 어렵다는 한계에 봉착할 수 있다. 따라서 본 연구의 방법과 요인들을 활용하여 특정 지역 공공도서관이나 개별 공공도서관을 대상으로 충분한 표본 크기의 이용자들의 응답으로 조사 연구 분석을 한다면, 해당 공공도서관의 공간에 대한 정책의 수립이나 서비스 제공에 도움이 될 수 있을 것이다. 마지막으로 서비스 제공자인 공공도서관의 유형(기관의 규모, 서비스의 범위 등) 및 서비스이용자의 특수성으로 인한 공공도서관 서비스에 대한 인식의 차이가 있다는 한계점이 있을 수 있다. 향후 연구에는 이러한 한계의 극복을 위하여 공공도서관별 특성을 고려하여 표본 설계를 계획하여 결과를 비교·분석한다면 보다 의미 있는 연구결과와 도출을 기대할 수 있을 것이다.

REFERENCES

- Abimbola, T., Trueman, M., Iglesias, O., Liu, F., Li, J., Mizerski, D., & Soh, H. 2012. Self-congruity, brand attitude, and brand loyalty: a study on luxury brands. *European Journal of Marketing* 46(7/8):922-937.
- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. 2003. E-satisfaction and eloyalty : A contingency framework. *Psychology & Marketing* 20(2):123-138.
- Bitner. 1992. Servicescapes : The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing* 56(2):57-71.
- Butcher, K., Sparks, B., & O'Callaghan, F. 2001. Evaluative and relational influences on service loyalty. *International Journal of Service Industry Management* 12(4):310-327.
- Byun, G. I., Lee, J. E., & Kim, K. J. 2014. Impact of servicescape including social environment on emotion responses and behavioral intention of customers: Focusing on coffee shops in Daegu city-center. *Korean Journal of Hospitality and Tourism* 23(1):101-123.
- Chio, H. M., & You, H. N. 2011. An exploratory study of relationships between servicescape in coffee shop, customers' brand attitude and brand loyalty. *J Table & Food Coord* 6:17-31.
- Cho, C. S. 2018. The influence of emotional labor on organizational commitment and job satisfaction of librarians working at public libraries. *Journal of the Korean BIBLIA Society for Library and Information Science* 29(2):109-126.
- Cho, S. B. 2002. The causal relationships of service environments, service quality, customer satisfaction, and re-purchase intention in tourist hotel industry. *The Structural Equation Model, Journal of Tourism Management Research* 31(2):243-259.
- Choi, J. Y., & Kim, C. H. 2015. The Characteristic and the Role of the Community Library as a Community Center. *Journal of Korea Planning Association* 50(4):165-184.
- Choi, M. H. 2017. The effect of space configuration factos of the public library upon the user satisfaction. *Proceedings of the Academic Society of Global Business Administration* 1:27-48.
- Choi, S. H., & Jeon, I. O. 2012. Impact of physical environment of exhibition on the experiences and visitors'

- satisfaction. *The Journal of the Korea Contents Association* 12(11):313–337.
- Csikszentmihalyi, M. 1975. *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco: Jossey-Bass Press.
- Fiore, A. M., & Kim, J. 2007. An integrative framework capturing periential and utilitarian shopping experience. *International Journal of Retail & Distribution Management* 35(6):421–442.
- Gremler & Brown. 1996. Service loyalty : its nature, importance, and implications. *Quis Proceedings*, 171–180.
- Han, J. E., & Nam, K. S. 2015. A Study on Analysis Indicators on the Servicescapes of Senior Welfare Facility. *Korean Institute of Interior Design Journal* 24(2):11–20.
- Han, Y. J., & Lee, H. R. 2016. Effects of Employees' Emotional Response and Motivation according to Hotel's Servicescape on Service Provision Behavior. *Journal of Foodservice Management* 19(1):243–264.
- Heo, J. M., & Han, H. R. 2015. A servicescape elements applied to space configuration of special libraries: Focusing on corporate special libraries. *AIDIA Journal* 17(2):147–152.
- Jung, E. J. 2008. A Study of Servicescape Components in Elderly People Welfare Facilities. *Journal of Social Work Practice* 7:85–104.
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. 2000. Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 12(6):346–351.
- Kang, J. J. 2019. A Study on Architectural Spatial Composition According to the Functional Changes of Public Library. *Journal of the Residential Environment Institute of Korea* 17(4):167–179.
- Kang, M. H., & Hong, H. J. 2012. An evaluation of importance of spatial factors in children's libraries. *Journal of the Korean Society for Library and Information Science* 46(2):219–243.
- Kim, D. S. 2006. A Study on LibQUAL+ application for service quality evaluation of university library. In *Proceedings of the Korean Society for Information Management Conference* (pp. 41–48). Korean Society for Information Management.
- Kim, E. J., & Cho, W. J. 2018. A Study on the Effect of Airscape on the Perceived value and relationship persistence intention. *International Journal of Tourism Management and Sciences* 33(7):239–257.
- Kim, G. H., & Nam, Y. J. 2007. A study on influences of academic library service quality on the satisfaction and the loyalty of users. *Journal of the Korean Society for Library and Information Science* 41(2):135–159.
- Kim, H. H., & Park, J. H. 2019. The influence of space composition of university libraries on user satisfaction and continuance intention: Application of the servicescape. *Journal of the Korean Society for Information Management* 36(1):31–52.
- Kim, J. H., & Kim, T. S. 2009. A study on special library's user satisfaction with the library service quality evaluation. *Journal of the Korean Society for Information Management* 26(3):69–87.
- Kim, J. H., & Lee, S. H. 2005. A Study on the Changes in Space Constitution of the Public Library. *Journal of the Architectural Institute of Korea* 21(8):11–18.
- Kim, M. K., Park, M. C., Park, J. H., Kim, J., & Kim, E. 2018. The role of multidimensional switching barriers on the cognitive and affective satisfaction–loyalty link in mobile communication services: Coupling in moderating effects. *Computers in Human Behavior* 87:212–223.
- Kim, S. 2008. A study on the user satisfaction and loyalty of university library users. *Journal of the Korean Society for Library and Information Science* 42(3):281–299.
- Kim, S. 2008. Constituents analysis of guidelines for public library space. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science* 19(2):85–105.
- Kim, T. H., Son, E. Y., & Jang, Y. J. 2008. The impact of upscale restaurant physical environment on customers' emotional responses and behavioral intentions. *Korean J Hospitality Administration* 17(3):71–85.
- Kim, Y. S. 2002. A study on evaluating service quality in special libraries. *Journal of the Korean Society for*

- Information Management 19(3):161-188.
- Kim, G. S. 2018. The Effects of Servicescape of Food service on Customer commitment and Customer satisfaction. *International Journal of Tourism Management and Sciences* 33(7): 61-82.
- Krystallis, A., & Chrysochou, P. 2014. The effects of service brand dimensions on brand loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services* 21(2):139-147.
- Lee, H. J., & Ryu, J. S. 2007. The effect of the servicescape on users' satisfaction in theme park. *International Journal of Tourism and Hospitality Research* 21(2):5-18.
- Lee, J. S., & Park, M. J. 2005. The relationship among servicescape, emotional response and behavior intention in hotel restaurant. *Journal of the Korea Service Management Society* 6(2):105-128.
- Lee, S. 2013. Correlation between public library service user satisfaction and loyalty and moderator variables. *Journal of the Korean BIBLIA Society for Library and Information Science* 24(1):83-103.
- Lee, S. H., Lee, Y. K., & Lee, J. G. 2019. Effects of service value on attitude, and loyalty in food-service franchise. *The Korean Journal of Franchise Management* 10(3):13-23.
- Lucas. 2003. The determinants and effects of slot servicescape satisfaction in a Las Vegas hotel casino. *UNLV Gaming Research & Review Journal* 7(1):1-19.
- Martensen & Grønholdt. 2003. Improving Library Users' Perceived Quality, Satisfaction and Loyalty: An Integrated Measurement and Management System. *The Journal of Academic Librarianship* 29(3):140-147.
- Ministry of Culture, Sports and Tourism. 2020. Status of national cultural infrastructure.
- Morgan RM, & Hunt SD. 1994. The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing* 58(3):20-38.
- Morrison, M., Gan, S., Dubelaar, C., & Oppewal, H. 2011. In-store music and aroma influences on shopper behavior and satisfaction. *Journal of Business Research* 64(6):558-564.
- Oh, D. G. 2005. Influences of public library service quality on user satisfaction and loyalty. *Journal of the Korean Society for Information Management* 22(4):61-78.
- Oh, J. S. 2012. The effect of servicescape on patient satisfaction, patient trust, and revisit intention in hospital. *Journal of the Korea Service Management Society* 13(1):133-155.
- Oh, Y. J., & Lee, S. S. 2014. Relations among public library service quality, relationship quality, intention to revisit, and intention to shift. *Journal of Social Science* 25(3):33-55.
- Oliver, R. 1980. A Cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research* 17(4), 460-469.
- Oliver, R. L. 1997. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, McGraw-Hill international Editions. 658.
- Oliver. 1999. Whence consumer loyalty?. *The Journal of Marketing* 63(4):33-44.
- Reimer, A. & Kuehn, R. 2005. The impact of servicescape on quality perception. *European Journal of Marketing* 39(7):785-808.
- Seo, D. H., & Yoo, Y. J. 2017. The effects of servicescapes of the Korean restaurants on perceived value and customer satisfaction. *The Journal of the Korea Contents Association* 17(2):183-197.
- Seo, J., & Kim, G. 2022. The effect of Brand Association in Public Libraries on Customer Satisfaction and Loyalty in Public Libraries-Focused on the 20s. *Journal of the Korean Society for Library and Information Science* 56(1):321-345.
- Shin, H. B., & Noh, D. J. 2019. A Study on the Effects of Public Library Senior User's Perception of Relational Benefits on the Relationship Quality and Intent to Relationship Continuity. *Journal of the Korean BIBLIA Society for Library and Information Science* 30(4):135-156.

- Valle, P., Silva, J., Mendes, J., & Guerio, M. 2006. Tourist satisfaction and destination loyalty intentions. *International Journal of Business Sciences and Applied Management* 1(1):25-44.
- Yang, S. P. 2021. The Influence of Servicescape, Flow, and Brand Image on the Satisfaction of Integrated Resort Visitors. *International Journal of Tourism Management and Sciences* 36(1):113-135.
- Yang, S. Y., Kim, Y. T., & Kim, K. B. 2014. The influence of ski resort service scape on attitude of employees. *Journal of Tourism Management Research* 18(4):277-299.
- Yi, Y. J., & Kim, W. C. 1998. The influence of physical environment on service quality perception: A comparative study. *Journal of Korean Marketing Association* 13(1):61-86.
- You, Y. K. 2005. A study on satisfaction of the academic library user service. *Journal of Korean Library and Information Science Society* 36(3):189-211.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. 2000. *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. 2nd Edition, McGraw-Hill, Boston.

저자소개

김영희 숭실대학교에서 프로젝트경영학 박사학위를 취득했다. 주요 관심분야는 서비스운영관리, 공공정책, 복지경영 등이다.

조동혁 현재 숭실대학교 경영학부 조교수로 재직 중이다. 주요 관심분야는 오퍼레이션 매니지먼트, 서비스운영관리, 기술경영, 공공정책 등이다.