OPEN ACCESS

공공도서관의 ESG경영이 도서관 인식, 이용자 만족도 및 재이용 의도에 미치는 영향

A Study on the Effect of Public Libraries' ESG Management on Its Perception, User Satisfaction, and the User's Intention to Revisit

정 미 옥 (Mi Ok Jeong)*

목 차

1. 서 론
2. 이론적 배경
3. 연구방법
4. 연구결과
5. 결론 및 제언

초 록

본 연구는 공공도서관의 ESG경영이 도서관 인식, 이용자 만족도 및 재이용 의도에 영향을 미치는가를 파악하기 위해 연구모형을 설계하고 검증하였다. 이를 위해 서울지역 25개와 경기지역 6개 등에서 도서관을 이용하는 이용자를 대상으로 설문조사를 실시하여 유효표본 247부를 연구에 사용하였다. 분석 결과, ESG경영의 환경과 사회는 도서관 인식과 이용자 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 결과를 보였으며, 도서관 인식은 이용자 만족도와 재이용 의도에 정(+)의 영향을, 마지막으로 이용자 만족도는 재이용 의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 결과적으로 ESG경영이 도서관 인식, 이용자 만족도 및 재이용 의도에 영향을 미침으로서 일상적인 삶 속으로 확장된 효과를 다양하게 공공도서관에 반영되는 것으로 추론할 수 있다. 또한 도서관은 이용자들에게 윤리적이고 도덕적인 의미가 상대적으로 크기 때문에 ESG경영을 통해 긍정적이고 진정성 있는 만족도를 제공한다면 이용자들의 재이용 의도를 보이는 것을 확인할 수 있다. 도서관에 도움이 될 수 있는 전략과 개선방안을 제시하였다는 점에서 실무적으로 의의를 지닌다.

ABSTRACT

In this study, we designed and verified a research model in order to determine whether ESG management for public libraries affects the perception of libraries, user satisfaction, and the intention to revisit. A survey was conducted among the users of six public libraries in the Gyeonggi region and 25 libraries in Seoul, and 247 valid responses from the survey were analyzed. The analysis revealed that the environment and society factors of ESG management had a positive effect on the perception of libraries and user satisfaction. It also showed that the libraries' perception had a positive impact on user satisfaction and the intention to revisit, and user satisfaction showed a positive correlation for the intention to revisit. From the analysis, we can infer that the effects of ESG management were reflected in everyday life via public libraries as ESG management of the public libraries influenced the perception of libraries, user satisfaction, and the intention to revisit. We confirmed that users showed the intention to revisit if the library provides positive and sincere satisfaction through ESG management, due to public libraries having ethical and moral significance to users. We have also put forward practical marketing strategies and identified areas for enhancement that can prove beneficial to public libraries.

키워드: ESG경영, 도서관 인식, 이용자 만족도, 재이용 의도, 공공도서관
ESG Management, Library Perception, User Satisfaction, Intention Revisit, Library

* 경기대학교 교육대학원 사서교육전공 겸임교수(jmo74@naver.com / ISNI 0000 0005 0588 4252)
논문접수일자: 2024년 1월 22일 최초심사일자: 2024년 1월 30일 게재확정일자: 2024년 2월 7일
한국문헌정보학회지, 58(1): 303-328, 2024. http://dx.doi.org/10.4275/KSLIS.2024.58.1.303

※ Copyright © 2024 Korean Society for Library and Information Science
This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) which permits use, distribution and reproduction in any medium, provided that the article is properly cited, the use is non-commercial and no modifications or adaptations are made.

1. 서 론

몇 년 동안 점점 더 많은 기업이 ESG(Environmental, Social, and Governance)를 비즈니스 프로세스로 수용하고 이를 경영전략의 핵심 부분으로 홍보하여 ESG의 가치가 부각됨을 체감하는 시대가 되었다. 또한 UN의 사회책임투자 시행과 코로나 19로 지속가능한 경영이 대두되면서 기업들의 ESG에 대한 관심은 뜨거울 뿐만 아니라 소비자들에게 선택받기 위해 'ESG경영'에 힘을 쏟고 있다. ESG경영은 기업경영의 의사결정(Governance)에서 재무적 이익만을 우선하는 것이 아니라 지속가능한 발전에 기여하여 지속가능경영의 목표로 사회(Social)와 환경(Environmental)에 기업경영이 미치는 영향을 중요하게 생각하는 경영이다(Schaltegger & Hörischs, 2017). 다양한 방식으로 나타나는 기업의 ESG경영이 소비에 미치는 영향에 대해 대한상공회의소가 2021년 5월 발표한 「ESG경영과 기업 역할의 국민인식 조사」에서 기업의 ESG경영이 소비자의 제품 구매에 영향을 준다고 응답한 비율은 63%, ESG에 부정적인 기업의 제품을 의도적으로 구매하지 않은 경험이 있다고 응답한 비율은 70%였다. ESG 우수 기업 제품에 추가 가격을 지불할 의사가 있다고 응답한 비율도 88%로, 이는 기업의 ESG 활동이 소비자가 어떤 기업의 제품을 구입할지 결정하는데 영향이 미친다는 것을 알 수 있다(대한상공회의소, 2021). 또한 '주주가 아닌 사회 구성원의 이익'이라고 답한 응답자는 39%에 달해 기업이 단순히 제품을 팔아 이익을 추구하는 것에서 나아가 사회적 책임을 다해야 한다는 소비자의 요구가 드러난 결과로 볼 수 있으며, 기업의 역할에 대한 소비자의 인식도 변화한 것이라 하겠다. 즉 사회에 미칠 장기적인 영향까지 고려해야 한다는 요구가 ESG경영으로 이어진 것이며, 필수적인 전략방안의 하나로 부상되고 있다(대한상공회의소, 2021).

이에 도서관은 광범위한 이용자 집단을 대상으로 국민의 삶에 밀착하여 보편적인 공공기관으로서 운영되고 있으며, 다양한 정책을 통해 포용성을 강화하고 격차를 해소하는 문화기반시설이다. 이러한 도서관의 사회문화적 책무에 대한 이행으로 대출현황에서도 파악할 수 있다. 2021년 상반기 ESG 관련 도서가 10권 이상 출판되었으며 대출량이 전월 대비 약 162%(112건→294건) 상승하였다(문화체육관광부, 2022). 이렇듯 환경에 대한 책임이 개인을 넘어 기업 등으로 확장되고 있으며, 공공기관들은 공익을 추구한다는 설립 목적에 비추어 ESG경영에 모범을 보이며 민간의 변화를 유도하기에 적합한 위치에 있다(강동현, 배창현, 이현경, 2023). 공공부문은 E(환경), S(사회), G(지배구조)의 3개 영역에 있어 민간기업과는 다른 특성을 가지고 있다. 먼저 G(지배구조)에 있어 공공부문의 공기업은 민간기업과 유사한 측면이 있어 주주의 이익을 추구하지만, 일반 비영리공공기관은 설립 목표상 공익성에 주안점을 두어야 한다. 사회(S) 분야의 경우 공공부문은 민간기업에 비해 사회적 가치를 더 크게 추구해야 하며 공공기관 자체가 사회적 가치나 사회적 효용 증대를 목적으로 설립되었기 때문이다. 환경(E) 분야의 경우는 전 세계적인 기후변화의 대응이 기본적으로 파리기후협약 등 국가 간 약속의 형태로 진행되기 때문에 공공부문이 모범을 보이며 앞장서는 게 당연하다. 공공부문

은 국가적인 탄소감축 목표의 달성이나 재생에너지 사용, 오염물질과 폐기물 감축, 순환경제의 실현 등에서 민간부문을 선도해야 한다. 결국 공공기관 ESG경영 전략의 핵심은 공공부문에 적합한 지배구조를 확립하면서 사회적 가치의 증진, 기후변화의 대처 등에 선도적인 역할을 하는 것이라 할 수 있다(KDI 경제정보센터, 2021).

이에 최근 들어 기업의 ESG경영과 관련된 연구들이 활발히 진행되어 오면서, ESG 활동이 기업의 성과에 미치는 영향에 관한 연구(민소라, 나소정, 2022; 정서양, 최규완, 2023), ESG 활동이 기업의 지속가능경영에 미치는 영향에 관한 연구(강윤지, 김상훈, 2022; 이우용 외, 2023) 등 다수 수행되었다. 하지만 공공기관을 대상으로 ESG경영을 위한 평가지표 및 제도를 개선하기 위한 연구(황수덕, 김희번, 이영재, 2022), 공공기관의 ESG 성과 측정에 관한 연구(강동현, 배창현, 이현경, 2023; 민경식, 유진호, 조일형, 2023), ESG 경영평가지표를 도서관에 적용한 연구(노영희, 2023) 등으로 공공부문이 어떻게 ESG경영을 해야 하는지에 대한 선행적인 연구는 매우 미미했다. 이것은 아마도 ESG에 대한 관심이 높아진 것이 최근의 일이고 또한 공공부문의 비중과 특성이 서로 다르기 때문에 이를 종합한 연구에 시간이 필요하기 때문인 것으로 여겨진다. 따라서 현시점에서 도서관의 ESG경영 활동에 관련한 연구가 필요하다고 할 수 있다. ESG경영은 기관 책무를 평가하기 위한 목적을 갖고 있기 때문에 공공공부문인 도서관이 ESG의 핵심요소 중 환경과 사회적 이슈를 대변하는 친환경과 문화기반시설로서 도서관이 추구하는 사회문화적 가치와 일치함을 볼 수 있다. 이에 본 연구에서는 이용자들이 도서관의 ESG경영이 도서관 인식과 이용자 만족도 그리고 도서관 재이용에 대해 어떠한 영향을 미치는지 검증함으로써 국내 도서관에 적용가능한 ESG경영 마케팅적 전략수립의 시사점과 개선방안을 제안하고자 하였다.

2. 이론적 배경

2.1 ESG경영

잘 알려진 것처럼 ESG경영이란 환경(Environment)과 사회(Social) 및 지배구조(Governance)의 첫 글자로 비재무적인 경영이며 기업의 가치를 높이며 기후변화 대응 등 지구 환경 보호에 앞장서며 사회적 약자에 대한 지원 등의 사회공헌 활동을 수행하고 법과 윤리를 철저하게 준수하는 등의 비재무적인 경영활동을 말한다(Amel-Zadeh & Serafeim, 2018). 또한 사회의 목표와 가치 측면에서 바람직한 정책을 추구하고, 그에 대한 의사결정 혹은 행동을 실시하는 기업의 준수 의무로서 규범적 관점(Normative perspective), 특정 시점에 사회가 조직에 대해 가지는 경제적, 법적, 윤리적, 자율적 기대를 포괄하고 이해관계자 기대에 부합하는 통합적 관점(Integrated perspective), 기업의 사회적 책임은 투자 형태로 볼 수 있으며, 경영진은 기업에 적절한 CSR 투자수준을 결정해야 하는 투자의사결정의 도구적 관점(Instrumental perspective), 정부 당국이 사회적 역할을 수행 할 수 없거나 의지가 없는 경우, 기업이 공공재 공급자로서 책임있는 비

지니스를 제공하는 것을 의미하는 정치적 관점(Political perspective)으로 ESG경영을 의미한다(Claudy, Peterson, & Pagell, 2016).

ESG 등장 배경을 살펴보면 '지속가능한발전'에서부터 시작된 개념이다. 미래세대의 몫을 생각하며 현 시대의 수요를 충족시키자는 '지속가능한발전'에서 기업의 지속적인 생존과 성장에 직접적인 핵심가치를 환경, 사회, 지배구조로 묶어서 말하게 된 것이 바로 ESG경영이다(Buallay, 2019). ESG 용어는 2004년 UN 글로벌 콤팩트(UNGC)가 발표한 'Who Cares Win'이라는 보고서에서 공식적으로 처음 사용되었다. 이후, 2006년 국제 투자기관 연합인 UN PRI가 금융 투자 원칙으로 ESG를 강조하면서 오늘날 기업 경영에서 강조되는 ESG 프레임워크의 초석을 제시하였다(KDI 경제정보센터, 2021). 이에 더하여 자본주의 4.0 및 이해관계인 자본주의 담론이 등장하였으며, 코로나 19 사태를 겪으면서 기후변화, 공중보건, 환경보호 등 ESG 이슈에 대한 관심이 증가하였다. 새로운 제3의 경쟁수단과 보호 장벽으로도 작용하고 있으며 이행하지 않으면 안 되도록 제도적으로 강제화・의무화됨에 따라, 기업 현실이 아무리 어렵고 힘들어도 피해 갈 수 없는 경영 여건으로 조성되었다(Schaltegger & Hörisch, 2017). ESG경영의 지향점은 착한기업을 키우는 것이 아니라 미래에 불확실성이 커질 것으로 예상되는 환경, 사회, 지배구조의 구성요소에 대한 복합적 리스크(위험요소)에 얼마나 잘 대응하며 지속적으로 기업경영을 이어나갈 수 있느냐 하는 것에 두고 있다. 이러한 사회적 책임을 이행하면서 자본, 문화, 혁신 등의 자산을 형성하고 있는 기업은 비재무적 성과뿐 아니라 재무적 성과에도 긍정적인 영향을 준다(Surroca, Tribó, & Waddock, 2010). ESG 등급에 따라, 자원 활용의 효율성, 인적자원 관리, 혁신관리 개선 정도를 평가받을 수 있으며, ESG 등급이 높은 기업은 낮은 기업보다 경쟁에 있어서 우위에 있다고 볼 수 있고, 이러한 경쟁의 우위 요소를 활용할 수 있기에 수익적 창출에도 유리할 수 있다(Giese et al., 2019).

이와 같이 ESG경영이 세계적인 추세로 중시되고 있는 가운데 관련 선행연구들은 주로 기업의 관점에서 이루어지고 있다(Yu, Guo, & Luu, 2018). Sabbaghi(2022)는 기업의 ESG 경영에 관련된 좋은 뉴스가 나쁜 뉴스보다 더 소비자들에게 영향을 미친다는 것을 규명하였다. Dmuchowski et al.(2023)은 변화하는 소비자 선호도, 규제 압력, 장기적인 비즈니스 경쟁우위 확보로 인식하고 ESG경영을 새로운 모델로 제시하면서 일반 기업의 ESG 요소와 기업의 재무성과 간의 긍정적인 상관관계를 확인하였다. 이러한 선행연구를 바탕으로 본 연구는 ESG경영을 도서관과 이용자 인식 관점에서 분석함으로써 ESG에 대한 연구 영역을 확대하고자 한다.

2.2 도서관 인식

도서관 인식은 이용자들이 공공도서관에 대하여 내면에서 생각하는 느낌이나 이미지로 정의할 수 있다(이정미, 2014; 박래은, 2016; 윤희윤, 오선경, 이재민, 2016). 사회적 기구로서의 공공도서관은 사회의 존립 또는 성장 등의 필요에 의해서 나타난 사회적 장치 중의 하나이다. 공공도서관이 지니는 사회적 의미는 지

역사회에 속한 개인 및 공동체들의 사회적 혜택과 가치에 있으며, 이는 도서관을 이용함으로써 얻는 경험과 긍정적인 효과, 이용자들의 요구에서 발생되는 만족도 등으로 나타난다. 시민들의 질적인 자기계발의 삶을 지향하게 되면서 지역사회에서의 공공도서관에 대한 요구가 점차 늘어가고 있다(문화체육관광부, 2019). 인생을 더욱 풍요롭게 만들고 지속 가능한 삶을 영위하도록 만드는 데에 공공도서관이 실질적인 혜택을 얻는 곳이기를 원한다(통계청, 2018).

이와 같은 측면에서 도서관 인식은 도서관 조직 자체에 대한 인식과 도서관 서비스에 대한 인식으로 구분할 수 있으며, 인식을 구성하는 요소로 가치, 혜택, 필요성, 만족도, 충성도 등의 다양한 개념이 사용되고 있다. 뿐만 아니라 공공서비스에서는 이용자들이 이용하면서 얻는 혜택, 그리고 이에 따른 공공서비스의 필요성 인식 등이 서비스의 가치이다. 도서관에 대한 가치 인식은 이용자의 실질적인 혜택을 가시화하고 이를 통해 도서관의 존재가치를 견고히 함으로써 도서관의 위상을 재정립하며 사회, 문화, 교육적 환경에 대한 인식 및 필요성에 대한 인식으로 나타낼 수 있다(표순희, 정동열, 2008). 또한 도서관의 지역사회에 제공하는 혜택에 기반한 가치는 다양한 환경에서 여러 가지의 의미를 갖게 되는데, 이러한 의미들은 유용성, 중요성, 훌륭하거나 바람직하다고 간주되는 원칙, 기준, 품질 등을 들 수 있다(송혜지, 2015; 오해연, 김기영, 2015). 이러한 인식에 대해 생활 영역을 범주화하여 각 영역에 공공도서관의 영향을 분석하거나(Lance et al., 2001; Giesler, 2021), 생활 유형에 따른 공공도서관 혜택에 대한 인식을 파악하였다(Nagate, Sakai, & Kawai, 2007). 차미경과 표순희(2008)는 혜택을 양적으로 접근하여, 향유(enjoyment)의 개념을 기반으로 다섯 가지 차원에서 측정하는 향유지표를 개발하고 이를 이용하여 이용자 인식을 파악하였다. 이후 해당 지표를 이용하여 공공도서관 혜택을 측정하고 비교, 분석하는 연구가 진행되었고(권나현, 2015), 도서관이 주는 혜택을 삶의 주요 영역으로 체계화하였다. 도서관 인식은 도서관의 효과와 제공하는 혜택 등을 기반으로 한 최종적 판단으로, 경험을 기반으로 한 전반적인 인지적, 감정적 평가로 정의할 수 있다(정미옥, 김기영, 2022).

2.3 이용자 만족도

이용자 만족의 개념은 소비자 행동연구에서 소비자 구매의사 결정과정의 결과변수이며, 소비자의 성취반응으로서 마케팅 전략상 중요한 의미를 가지는 개념이라고 할 수 있다. 소비자들의 애초 요구나 기대 수준 이상을 충족시켜줌으로써, 구매・재구매, 지속 이용의도 등을 유발하고, 상품과 서비스에 대한 신뢰감, 선호도 등을 지속해서 유지・강화하는 상태라고 정의된다(Kiseleva, 2016). 이용자 만족이 마케팅 분야에서 체계적으로 연구된 것은 1965년부터였으며, 최근 20여년간 소비자 및 마케팅 그리고 공공정책 차원에서 새로운 개념으로서 관심의 초점이 되고 있다. 이용자 만족에 대한 연구 초기에 이용자 만족을 정서적 반응 또는 인지적 판단의 단일차원으로 정의하는 것이 보편적이었으나 후속 연구들에서 정서적 반응과 인지적 반응이 결합된 다차원의 개념으로 이해하는 추세이다(Jackson, Chamberlin, & Kroenke, 2001). 최

근에는 인적 서비스 분야에서도 이용자의 만족을 정확하게 측정하고, 그 결과를 보다 유용한 정보로 활용하기 위해 이용자 서비스와 제품 품질측정 도구로서의 보편적 도구가 되었다.

도서관의 이용자 만족과 관련된 정의를 살펴보면 만족은 일반적으로 특정한 거래나 서비스에 대한 이용자 혹은 고객 개인의 감정적 반응으로 정의하고 실제 경험과 기대 간의 불일치에서 발생되는 감정과 구매 경험 전후의 감정이 결합하여 발생하는 종합적인 심리상태를 의미하였다(Elliott, 1995; Oliver, 1999). Kettinger & Lee(1994)는 만족을 궁극적으로 이용자의 내면에서 경험한 상황이라고 정의하면서 도서관과 관련하여 이용자 만족을 도서관 서비스나 프로그램에 대한 개인적이고 감성적인 반응이라고 규정하고 있다. Al-Maskari, Sanderson, & Clough(2007)는 만족을 기대경험과 실제경험에서 생겨나는 흡족한 느낌으로 특정 서비스에 대한 직접적이고 주관적인 이용자의 경험을 측정하는 것이라고 하였다. 이성신(2013)은 공공도서관에서 제공하는 다양한 서비스의 반복적인 이용경험과 공공도서관 서비스 사용 전 가졌던 기대와 이용 후 성과의 비교를 바탕으로 축적된 이용자의 도서관 서비스 및 해당 도서관 서비스 전반에 대한 인지적, 감정적 평가 결과로 이용자 만족도를 규정하였다. 즉 이용자가 도서관 이용에 대한 기대치의 수준을 높이면 도서관에 대한 더 나은 서비스를 요구하게 되고 따라서 도서관은 더욱 많은 일을 하게 되는 동기가 생기가 된다(천희선, 박지홍, 2018). 이러한 상황은 도서관을 운영하는 직원에게는 감정적 평가까지 주목해야 하는 새로운 도전의 내용이자 서비스수준의 향상에 대한 계기가 된다. 도서관 경영자로서 근거로 경영구조를 개선하거나 이용자들의 가치기준을 다시 설정하는 데 도움이 되며 이용자 만족을 파악한다면 도서관 서비스의 질 향상뿐 아니라 도서관을 활성화할 수 있을 것이라 기대한다. 따라서 본 연구에서 이용자 만족도를 도서관 이용자들이 도서관의 가치와 서비스를 체험함에 있어서 경험하는 인지적 판단과 정서적 반응이 누적되어 이용자의 기대한 바를 충족되었다고 판단하는 상태와 서비스품질로서 전체적인 평가반응으로 정의할 수 있다.

2.4 재이용 의도

이용 의도는 소비자가 소비행동을 하기 전후에 갖게 되는 내면에서의 반응과 경험을 바탕으로 향후 재화와 서비스를 구매하려는 의도로서 구전, 재구매 의도 등에 해당되며 고객만족을 표현하는 포괄적인 개념이다(김권수, 이호, 2023). 재이용 의도는 이용한 서비스를 다시 이용하고 싶은 정도로, 소비자가 미래에도 지속적으로 서비스를 반복 이용할 가능성이다. 또한 다른 소비자에게 추천하는 정도로, 구전 의도, 재구매 의도, 추천 의도, 지속이용 의도와 유사한 개념으로서 재이용 의도는 고객이 서비스나 제품을 구매한 다음에 해당 제품을 재구매 혹은 재이용하려는 만족도의 한 형태로 발생하는 행동으로 정의한다(McDougall & Levesque, 2000). Cronin & Taylor(1994)는 재이용 의도는 고객 만족의 직접적인 결과변수이고 고객 만족이 제품이나 서비스에 대한 품질보다도 재이용 의도를 형성하는 데 영향력이 크다고 하였다. 오윤정, 이성숙(2014)은 장기 이용자가 많

은 도서관 이용자들의 재이용 의도에는 '신뢰'와 '몰입'이 큰 영향을 미치고 지속이용 의도에 유의한 영향을 미친다고 밝혔고, Bhattacherjee (2001)와 Mathwick, Malhotra, & Rigdon(2001)은 재이용 의도를 미래에 사용자가 해당 제품 또는 서비스를 계속해서 사용하려는 계획의 정도로 개인적 의사결정에 해당하며 특정 시스템을 사용하고 그 시스템을 계속해서 사용하려는 의도를 말하여 최초 사용보다 계속된 사용 여부에 따라 시스템의 성공 여부가 달라진다고 규명하였다. 경험가치와 고객 이미지 관점에서는 고객들이 제공받은 서비스나 제품이 경험 가치를 높이고, 이미지와 일치하며, 품질이 우수하다면 재이용 의도가 높아질 수 있다(Boudling et al., 1993; Cronin & Taylor, 1994; 한지수, 김효진, 2023). 이용자들이 지각하는 품질이나 서비스가 높으면 태도는 호의적으로 형성되고, 호의적 행동이나 재방문 의도와 같은 이러한 이용자 행동 예측은 도서관의 관계유지 여부를 나타내는 지표로 활용되기 때문에 매우 중요한 측정도구로 제시하고 있다. 이러한 연구들은 도서관 분야에서 재이용 의도가 이용자 만족뿐만 아니라 서비스 품질에 의해 결정된다는 것을 말하며, 도서관들이 이용자의 요구사항을 파악하고, 서비스 품질을 개선하여 이용자들의 재이용 의도를 높이는 전략을 수립할 수 있어야 한다. 따라서 본 연구에서도 재이용 의도를 종속변수로 설정하여 선행변수와의 인과관계를 확인해 본다.

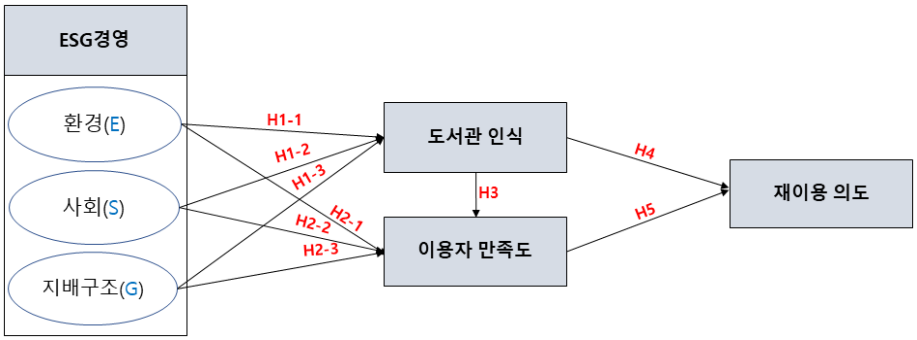
3. 연구방법

3.1 연구모형 및 연구가설

공공도서관의 ESG경영이 도서관 인식, 이용자 만족도가 어떻게 달라지고 재이용 의도에 미치는 영향을 파악하기 위하여 다음과 같은 연구모형을 〈그림 1〉과 같이 설정하였다.

이러한 연구모형에 따라 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

- 가설 H1-1. 도서관의 ESG경영 환경(E)은 도서관 인식(LP)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 H1-2. 도서관의 ESG경영 사회(S)는 도서관 인식(LP)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.



〈그림 1〉 연구모형

- 가설 H1-3. 도서관의 ESG경영 지배구조(G)는 도서관 인식(LP)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 H2-1. 도서관의 ESG경영 환경(E)은 이용자 만족(US)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 H2-2. 도서관의 ESG경영 사회(S)는 이용자 만족(US)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 H2-3. 도서관의 ESG경영 지배구조(G)는 이용자 만족(US)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 H3. 도서관 인식(LP)은 이용자 만족도(US)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 H4. 도서관 인식(LP)은 재이용 의도(IR)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 H5. 이용자 만족도(US)는 재이용 의도(IR)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2 측정도구

ESG경영은 사회공헌 또는 기부 활동이 아닌 지속가능성을 중심으로 환경, 사회, 지배구조의 비재무적 항목을 포괄하는 기업의 책임을 의미하는데, 환경(E:탄소 배출, 물소비, 폐기물 생성 등), 사회(S:직원, 제품, 고객 관련 등), 지배구조(G:정치 로비, 반부패, 이사회 다양성 등) 등으로 측정하였다. 이 연구는 선행연구를 통해 신뢰성과 타당성이 입증된 Surroca, Tribó, & Waddock(2010)가 제시한 문항을 기초하여 사용한 문항, Schaltegger & Hörisch(2017), Giese et al.(2019), 민경식, 유권호, 조일형(2023)을 연구 주제에 맞게 일부 수정하여 사용하였다. 각각 4문항으로 구성하였고 리커트 5점 척도로 측정하였다.

도서관 인식의 측정도구는 표순희, 정동열(2008)이 제시한 문한을 토대로 하여, 박래은(2016), 정미옥, 김기영(2022)에 의해 제시한 문항을 참고하여 구성된 설문지를 본 연구에 맞게 수정・보완하였다. 도서관 인식의 설문구성은 총 4문항으로 구성하였고 리커트 5점 척도로 측정하였다.

이용자 만족도는 Hernon & Whitman(2001)이 사용한 설문지와 Jackson, Chamberlin, & Kroenke(2001), 천희선, 박지홍(2018)이 사용한 설문문항을 기초로, 본 연구에 맞게 수정・보완하였다. 총 4문항으로 구성하였고 리커트 5점 척도로 측정하였다.

재이용 의도는 서비스 이용자의 입장에서는 이용한 서비스를 다시 이용하고 싶은 정도이며, 서비스 공급자 입장에서는 이용자가 미래에도 지속적으로 서비스를 반복 이용할 가능성이며 다른 이용자에게 추천하는 정도로 의미한다. 본 연구는 이를 참고하여, 기존 연구에서 가장 많이 활용된 Cronin & Taylor(1994), McDougall & Levesque(2000)가 사용한 설문지와 Bhattacherjee(2001), 김권수, 이호(2023), 한지수, 김효진(2023) 연구에서 사용한 항목을 적용하여 총 4문항으로 구성하였고 리커트 5점 척도로 측정하였다. 이 연구에서 사용된 측정도구의 구성은 〈표 1〉과 같다.

3.3 연구대상 및 자료수집

이 연구는 도서관의 ESG경영이 도서관 인식과 이용자 만족도 및 재이용 의도에 미치는

〈표 1〉 측정도구 구성

변수	문항수		출처
환경(E)	4	• 에너지절약 노력 • 환경보호 활동 커뮤니케이션 • 친환경 제품 제공 • 환경보호 노력	Surroca, Tribó, & Waddock(2010), Schaltegger & Hörisch(2017), Giese, Lee, Melas, Nagy, & Nishikawa(2019), 민경식, 유권호, 조일형(2023)
사회(S)	4	• 이용자 권익을 위한 법령 준수 • 직원들의 복지 지원 • 사회발전을 위한 활동 지원 • 지역사회 발전 기여	
지배구조(G)	4	• 공공기관 건전성 노력 • 윤리적인 경영 이행 • 기업지배구조 개선 노력 • 투명한 경영 이행	
도서관 인식(LP)	4	• 우리지역에 필요한 기관 • 자기개발에 도움이 되는 곳 • 다양한 프로그램이 진행되는 곳 • 도서관의 역할 기대	표순희, 정동열(2008), 박래은(2016), 정미옥, 김기영(2022)
이용자 만족도(US)	4	• 전반적인 서비스 만족 • 시설 기대 충족 • 도서관 정보서비스 만족 • 직원 태도 만족	Jackson, Chamberlin, & Kroenke(2001), Hernon & Whitman(2001), 천희선, 박지홍(2018)
재이용 의도(IR)	4	• 도서관을 다시 이용 • 앞으로도 계속 이용 • 다른 시설보다 도서관을 먼저 이용 • 타인에게 도서관 이용 권유	Cronin & Taylor(1994), McDougall & Levesque(2000), Bhattacherjee(2001), 김권수, 이호(2023), 한지수, 김효진(2023)

영향을 살펴보고자 하였다. 연구대상의 모집단은 서울특별시 자치구와 경기도에 위치해 있는 공공도서관이며, 표본은 지역 및 도서관 특성을 고려한 A자치구 6개 구립도서관, B자치구 7개 구립도서관, C자치구 7개, D자치구 11개 구립도서관을 이용하는 사람들 중 설문조사에 참여 의사를 밝힌 이용자들이다. 설문조사는 2023년 11월 27일부터 12월 12일까지 300부를 배부하여 실시하였으며, 성실하게 모든 문항에 응답한 데이터를 기준으로 247부를 최종적으로 분석에 사용하였다. 수집된 데이터는 SPSS 통계패키지를 사용하여 분석을 수행하였으며, 신뢰성 검증과 탐색적 요인분석, 확인적 요인분석, 구조방정식이 분석에 〈표 2〉와 같이 사용되었다.

3.4 측정도구의 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구에서는 SPSS 통계패키지를 활용하여 연구모형의 검증과 분석을 수행하였다. 연구의 목적에 따라 연구대상자의 인구통계학적 특성을 파악하고, 측정 도구의 타당성을 검증

〈표 2〉 분석 방법

구분	내용	통계기법
기초통계분석	인구통계	빈도분석, 기술통계분석
	타당성 분석	주성분분석, 베리맥스 회전에 의한 요인분석
	신뢰성 분석	Cronbach's α 계수
	변수간 관련성	Person 상관관계 분석
가설검증	가설	구조방정식 분석

하며, 내적 일관성과 신뢰성을 확보하였으며, 각 변인 간의 상관성을 파악하고, 최종적으로 연구모형의 가설검증을 실행하였다. 먼저, 연구대상자의 인구통계학적 특성 파악을 위해 빈도분석을 실시하였다. 그리고 측정 도구의 타당성 검증을 위해 탐색적 요인분석을 실행하였으며, 이때 주성분분석과 베리맥스(varimax) 회전을 이용하여 요인들을 추출하였다. 이어서, 설문 문항의 내적 일관성을 확인하기 위해 Cronbach's α 값을 검사하여 신뢰성을 확보하였다. 또한, 연구모형의 가설검증을 위해 구조방정식 분석을 실행하였다. 수집된 데이터에서 측정된 구성개념들의 척도들에 대한 탐색적 요인분석과 신뢰성 분석을 수행하였다. 탐색적 요인분석은 적절한 요인을 추출하기 위해 반복적으로 진행되었으며, 이때 공통성이 0.5 이하로 나타나는 변수들은 제외하였다. KMO 측도를 통해 요인분석의 적합성을 확인하였고, Bartlett의 구형성 검정 결과를 통해 변수들 간의 상관관계가 유의하게 나타나 요인분석이 적합한 것으로 판단되었다.

3.4.1 외생변수의 신뢰성 및 타당성

외생변수로서 독립변수의 ESG(환경:E, 사회:S, 지배구조:G)에 대한 요인분석 결과, KMO 측도는 .655로 높은 적합도를 보여주었다. Bartlett의 구형성 검정 결과는 χ^2=620.97***로 유의하게 나타나 요인분석 모형은 적합한 것으로 판단되었다. 환경(E)은 2개의 요인, 사회(S)은 4개의 요인, 지배구조(G)는 3개의 요인으로 범주화되었다. ESG(환경:E, 사회:S, 지배구조:G)의 요인은 67.564%의 요인 설명력을 보였다. 신뢰성을 분석한 결과 요인들의 Cronbach's α 계수는 환경(E)은 .926, 사회(S)은 .862, 지배구조(G)는 .825로 분석에 높은 신뢰성을 보였으며, 요인분석 및 신뢰성 분석의 결과는 〈표 3〉과 같다.

3.4.2 내생변수의 신뢰성 및 타당도

내생변수로서 매개변수(도서관 인식, 이용자 만족도, 재이용 의도)의 KMO 측도는 .604로 높은 적합도를 보여주었다. Bartlett의 구형성 검정 결과는 χ^2=311.366***으로 유의하게 나타나 요인분석 모형은 적합한 것으로 판단되었다. 도서관 인식은 2개의 요인으로 범주화되었고, 이용자 만족은 2개의 요인으로 재이용 의도는 3개의 요인으로 범주화되었다. 내생변수는 71.617%의 만족할 만한 요인 설명력을 나타냈다. 각 요인의 Cronbach's α 계수는 도서관 인식은 .875, 이용자 만족도는 .828, 재이용 의도는 .792로 나타났다. 변수들의 요인분석 및 신뢰성 분석에 대한 세부 결과는 〈표 4〉와 같다.

〈표 3〉 외생변수(ESG)에 대한 요인분석 및 신뢰성 분석결과

항 목	요 인			Communality	Cronbach's α 계수
	환경 (E)	사회 (S)	지배구조 (G)		
E2 친환경 제품 제공	**.862**	.033	-.082	.752	.926
E3 환경보호 활동 이용자들과 커뮤니케이션	**.688**	.329	.188	.616	
S1 사회발전을 위한 활동 지원	.079	**.762**	-.206	.629	.862
S2 지역사회의 발전 기여	.128	**.807**	-.103	.679	
S3 이용자 권리와 이익을 위한 노력	.049	**.795**	.232	.688	
S4 직원들의 복지 지원	.337	**.601**	.245	.534	
G1 윤리적인 경영 이행	.037	.115	**.896**	.818	.825
G2 투명한 경영 이행	-.007	.040	**.859**	.739	
G3 기업지배구조 개선을 위한노력	.077	-.100	**.781**	.626	
eigen-value	1.030	2.203	2.848		
% of Variance	15.134	26.208	26.221		
Cumulative %	67.564				
KMO 측도	.655				
Bartlett의 구형성 검정	χ^2=620.97***				

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

〈표 4〉 내생변수(도서관 인식, 이용자 만족도, 재이용 의도)에 대한 측정도구의 요인분석 및 신뢰성 분석 결과

항 목	요 인			Communality	Cronbach's α 계수
	도서관 인식 (LP)	이용자 만족도 (US)	재이용 의도 (IR)		
LP2 우리지역에 필요한 기관	**.903**	.024	-.085	.823	.875
LP4 다양한 프로그램을 진행하는 곳	**.614**	.070	.501	.633	
US1 도서관에 이용에 대해 전반적으로 만족	.141	**.886**	.013	.806	.828
US2 도서관이 제공하는 정보에 만족	-.065	**.906**	.015	.825	
IR2 도서관을 지속적으로 이용할 의사가 있음	-.059	-.054	**.718**	.522	.792
IR3 주변사람들에게 도서관을 추천할 의향이 있음	-.019	.025	**.870**	.758	
IR4 다른 시설보다 도서관을 먼저 이용할 마음이 있음	.262	.074	**.756**	.646	
eigen-value	1.621	1.289	2.103		
% of Variance	23.156	18.418	30.043		
Cumulative %	71.617				
KMO 측도	.604				
Bartlett의 구형성 검정	χ^2=311.366***				

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

4. 연구결과

4.1 기술 통계

본 연구의 설문조사로 수집된 데이터(N=247)의 인구통계학적 특성은 다음의 〈표 5〉와 같다.

조사대상자의 성별 분포를 살펴보면, 여자가 186명(75.7%), 연령분포는 40대가 65명(26.3%), 학력은 대학교 졸업이 187명(75.7%), 직업으로는 주부가 74명(30.0%)으로 가장 높게 나타났다. 또한 생활수준은 중이 189명(76.5%), 도서관 방문목적은 도서 이용이 84명(34.0%), 도서관 머무는 시간은 약 2시간~3시간 미만이 74명(47.0%)으로 가장 높은 순으로 분포되었다.

4.2 구조방정식 모형분석

구조방정식 모형분석을 하는 경우 모형의 적합도를 평가하게 된다. 변수들의 확인적 요인분석은 평균분산추출(Averaged Variance Extracted: AVE) 값이 .558 ~.692로 판별타당성을 충족하는 것으로 나타났고, 복합신뢰도 값이 .540 ~.822로 일반적으로 인정하는 기준을 충족시키고 있다. 구성개념(Construct Reliability: CR)에 대한 각각의 측정항목은 표준화계수 값이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 본 연구에서는 χ^2/df=118.922(67), p<.001, CMIN/DF=1.775에 유의한 결과로 CFI=.944, GFI=.899, IFI=.957, NFI=906, AGFI=.899, RMR=.053, RMSEA=.056으로 나타나 통계적 타당성을 확보하였으며 〈표 6〉과 같이 나타났다.

판별타당성은 구성개념 간의 상관계수 제곱값(Squared Correlations)이 평균분산추출 값보다 작을 경우에 판별타당성이 존재하는 것으로 평가할 수 있다(Fornell & Larcker, 1981). 본 연구에서는 판별타당성을 확인하기 위해 평균분산추출 값과 상관계수 제곱근의 값으로 비교한 결과, 각각의 구성개념 간 상관계수 제곱근 값이 평균분산추출 값보다 낮아 이 조건을 충족하고 있다. 따라서 본 연구의 구성개념은 판별타당성이 확보된 것으로 〈표 7〉과 같이 확인할 수 있다.

4.3 가설검증

공공도서관의 ESG경영이 도서관 인식, 이용자 만족도 및 재이용 의도 간의 관계 가설 H1-1, H1-2, H1-3, H2-1, H2-2, H2-3, H3, H4, H5를 검증하기 위해서 구조방정식모형 분석을 실시하여 〈표 8〉과 같은 결과를 얻었다.

가설 H1-1 환경(E)은 도서관 인식(LP)에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 예측하였다. 분석결과, 경로계수 .398(t=4.354***)로 나타나 가설 H1-1은 채택되었다. 따라서 환경(E)은 도서관 인식(LP)에 정(+)의 영향을 보여주었다. 도서관은 환경 친화적인 제품과 서비스를 제공하기 위한 노력을 하고, 환경에 대한 인식을 이용자들과 커뮤니케이션하거나, 도서관에서 에너지 절약을 위한 노력은 도서관 인식에 영향을 주는 것으로 나타났다. 친환경은 크게 친환경 업무환경 및 도서관 환경을 구축하는 동시에 신・재생에너지 사용을 확대하고, 저탄소 경제로 점차적으로 이행하는 등 도서관 환경경영 기반 구축을 해야 할 것이다. ESG경영이 기업 브랜드 이미지에 영향을 미친다는 민소라, 나소정(2022)의 연구에서도 확인할 수 있다.

〈표 5〉 인구통계학적 특성

내용		빈도	퍼센트(%)
성별	남자	61	24.3
	여자	186	75.7
연령	20대 미만	22	8.9
	20대	39	15.8
	30대	47	19.0
	40대	65	26.3
	50대	33	13.4
	60대 이상	41	13.6
학력	고등학교 졸업	12	4.9
	전문대학 졸업	26	10.5
	대학교 졸업	187	75.7
	대학원 재학 및 이상	22	8.9
직업	공무원	29	11.7
	사무원	37	15.0
	자영업	41	16.6
	전문직	21	8.5
	주부	74	30.0
	무직	23	9.3
	학생	22	8.9
생활수준	상	24	9.7
	중	189	76.5
	하	34	13.8
도서관 방문횟수	주 1회	29	11.7
	주 1~2회	94	38.1
	주 3~4회	52	21.1
	주 5~6회	36	14.6
	주 7회	19	7.7
	불특정	17	6.8
도서관 방문목적	도서 이용	82	33.2
	문화프로그램 참여	84	34.0
	지인과 만남	11	4.5
	자료 검색	24	9.7
	공부	29	11.4
	동아리 활용	9	3.6
	타장소 이동용	8	3.2
도서관 머무는 시간	약 1시간 미만	26	10.5
	약 1시간~2시간 미만	116	46.9
	약 2시간~3시간 미만	74	47.0
	약 3시간 이상	31	12.6
합계		247	100.0

〈표 6〉 ESG, 도서관 인식, 이용자 만족도, 재이용 의도 변수들의 확인적 요인분석

요인명	항목	표준화 계수	표준 오차	t 값	복합 신뢰도	평균분산 추출
환경 (E)	E2 친환경 제품 제공	0.335	0.152	2.626	0.540	0.558
	E3 환경보호 활동 이용자들과 커뮤니케이션	0.872	-	-		
사회 (S)	S1 사회발전을 위한 활동 지원	0.705	0.086	9.059	0.773	0.647
	S2 지역사회의 발전 기여	0.869	-	-		
	S3 이용자 권리와 이익을 위한 노력	0.588	0.089	8.049		
지배 구조(G)	G1 윤리적인 경영 이행	0.873	-	-	0.822	0.692
	G2 투명한 경영 이행	0.781	0.07	11.598		
	G3 기업지배구조 개선을 위한노력	0.678	0.067	10.401		
도서관 인식(LP)	LP2 우리지역에 필요한 기관	0.444	0.113	6.052	0.653	0.618
	LP4 다양한 프로그램을 진행하는 곳	0.79				
이용자 만족도(US)	US2 도서관이 제공하는 정보에 만족	0.698	0.103	8.548	0.58	0.582
	US3 도서관이 제공하는 시설에 만족	0.733	-	-		
재이용 의도(IR)	IR2 도서관을 지속적으로 이용할 의사가 있음	0.674	0.102	7.699	0.775	0.648
	IR3 주변사람들에게 도서관을 추천할 의향이 있음	0.731	0.101	8.214		
	IR4 다른 시설보다 도서관을 먼저 이용할 마음이 있음	0.805	-	-		

적합 지수	χ^2	df	p	CFI	GFI	IFI	NFI	AGFI	RMR	RMSEA
	118.922	67	0.000	.944	.899	.957	.906	.899	0.053	0.056

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

〈표 7〉 ESG, 도서관 인식, 이용자 만족도, 재이용 의도 변수들의 판별타당성 분석

	E	S	G	LP	US	IR
환경(E)	**0.692**	0.007	0.038	0.144	0.025	0.001
사회(S)	0.085	**0.647**	0.212	0.001	0.010	0.071
지배구조(G)	0.194**	0.46**	**0.558**	0.024	0.025	0.073
도서관 인식(LP)	0.379**	0.031	0.156**	**0.582**	0.579	0.306
이용자 만족도(US)	0.157**	0.099**	0.159**	0.761**	**0.618**	0.370
재이용 의도(IR)	0.003	0.267**	0.271**	0.553**	0.608**	**0.648**

주) 대각선 셀의 숫자: 평균분산추출값(AVE), 대각선 아래 상관계수(r), 대각선 위 상관계수 제곱근(r^2)

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

〈표 8〉 구조방정식 모형 분석 결과

가설	경로	표준화계수	t 값(p)	가설 검정
H1-1	환경(E) --〉 도서관 인식(LP)	0.398	4.354***	가설 채택
H1-2	사회(S) --〉 도서관 인식(LP)	0.137	1.260	가설 기각
H1-3	지배구조(G) --〉 도서관 인식(LP)	0.120	0.935	가설 기각
H2-1	환경(E) --〉 이용자 만족도(US)	0.267	2.605**	가설 채택
H2-2	사회(S) --〉 이용자 만족도(US)	0.190	2.288*	가설 채택
H2-3	지배구조(G) --〉 이용자 만족도(US)	0.051	0.668	가설 기각
H3	도서관 인식(LP) --〉 이용자 만족도(US)	1.082	5.457***	가설 채택
H4	도서관 인식(LP) --〉 재이용 의도(IR)	0.767	2.168*	가설 채택
H5	이용자 만족도(US) --〉 재이용 의도(IR)	1.416	3.689***	가설 채택

적합 지수	χ^2	df	p	CFI	GFI	IFI	NFI	AGFI	RMR	RMSEA
	128.89	70	0.000	.949	.939	.951	.898	.896	0.055	0.058

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

가설 H1-2 사회(S)는 도서관 인식(LP)에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 예측하였다. 분석결과, 경로계수 .137(t=1.260)로 나타나 가설 H1-2은 기각되었다. 이는 도서관 이용자가 아직까지 ESG 경영의 사회 부문과 관련된 도서관의 지역사회의 발전에 기여하는 역할을 충분히 인식하지 못하고 있는 것으로 이해된다.

가설 H1-3 지배구조(G)는 도서관 인식(LP)에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 예측하였다 분석 결과, 경로계수 .120(t=.935)으로 나타나 가설 H1-3은 기각되었다. 따라서 지배구조(G)는 도서관 인식(LP)에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

가설 H2-1 환경(E)은 이용자 만족도(US)에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 예측하였다. 분석결과, 경로계수 .267(t=2.605**)로 나타나 가설 H2-1은 채택되었다. 따라서 환경(E)은 이용자 만족도(US)에 정(+)의 영향을 보여주었다. 환경 친화적인 제품과 서비스를 제공하는 도서관을 이용하는 이용자들은 도서관에 대한 만족에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이것은 지속가능 서고 및 공간 재사용을 하여 장서관리로도 이어져 질 수 있을 것이다. ESG경영이 기업 브랜드 이미지에 영향을 미친다는 강윤지, 김상훈(2022)의 연구에서도 확인할 수 있다.

가설 H2-2 사회(S)는 이용자 만족도(US)에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 예측하였다. 분석결과, 경로계수 .190(t=2.288*)로 나타나 가설 H1-2은 채택되었다. 따라서 사회(S)는 도서관 인식(LP)에 정(+)의 영향을 보여주었다. 지역사회 발전을 위한 정책을 수행함으로써 사회적 책임을 다하고자 노력이 이용자 만족도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 도서관의 운영 역량, 지역 활성화 역량 강화를 통해 도서관과 이용자와 공존하며, 지역사회 속에서 자립하고 공헌할 수 있는 도서관의 사회적 가치를 달성할 수 있을 것이다. ESG경영이 기업 지속성에 영향을 미친다는 강윤지, 김상훈(2022)과 한진영(2022)의 연구에서도 확인할 수 있다.

가설 H2-3 지배구조(G)는 이용자 만족도(US)에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 예측하였다 분석 결과, 경로계수 .051(t=0.668)로 나타나 가설 H2-3은 기각되었다. 따라서 지배구조(G)는 이용자 만족도에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 도서관은 개인이 아닌 공동체를 지향하고, 공공성이라는 가치를 본질적으로 내재한다는 점에서 생각해 볼 수 있다.

가설 H3 도서관 인식(LP)은 이용자 만족도(US)에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 예측하였다. 분석결과, 경로계수 1.082(t=5.457***)의 결과로 나타나 가설 H3은 채택되었다. 따라서 도서관 인식(LP)은 이용자 만족도(US)에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 도서관은 필요한 정보를 제공해 주는 곳으로 우리지역에 필요한 기관이며, 또한 도움이 되고 다양한 프로그램을 진행하는 곳으로서 이용자 만족도에 영향을 주는 것으로 나타나 이정미(2014)의 연구에서도 확인할 수 있다.

가설 H4 도서관 인식(LP)은 재이용 의도(IR)에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 예측하였다. 분석결과, 경로계수 .767(t=2.168*)의 결과로 나타나 가설 H4는 채택되었다. 따라서 도서관 인식(LP)은 재이용 의도(IR)에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 도서관을 다시 이용할 의사가 있고, 도서관을 지속적으로 이

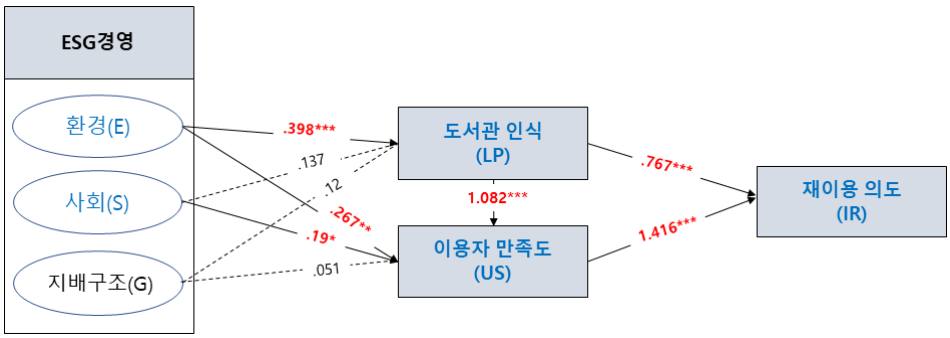
용할 의사를 보이며 다른 시설보다 도서관을 먼저 이용할 마음을 가지는 것으로 재이용 의도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 박래은(2016)의 연구에서도 확인할 수 있다.

가설 H5 이용자 만족도(US)는 재이용 의도(IR)에 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 예측하였다. 분석결과, 경로계수 1.416(t=3.689***)의 결과로 나타나 가설 H5는 채택되었다. 따라서 이용자 만족도(US)는 재이용 의도(IR)에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 도서관을 다시 이용할 의사가 있고, 도서관을 지속적으로 이용할 의사를 보이며 다른 시설보다 도서관을 먼저 이용할 마음을 가지는 것으로 재이용 의도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 Mathwick, Malhotra, & Rigdon (2001)과 김해중, 박종우, 조동혁(2016)은 이용자가 지각하는 정도에 따라 만족도와 태도에 달라진다는 연구결과와 일치하였다. 이용자의 만족도는 재이용 의도에 유의한 영향을 미쳤다. 이는 Boudling et al.(1993)과 Cronin & Taylor (1994)의 과거 소비경험에서 형성된 만족이 반복구매에 영향을 미친다는 연구 결과와 일치하고, 김권수, 이호(2023)의 공유경제 서비스의 만족도가 지속이용의도에 미친다는 연구의 결과와 맥락을 같이 한다.

결과적으로 ESG경영이 도서관 인식, 이용자 만족도 및 재이용 의도에 영향을 미침으로서 일상적인 삶 속으로 확장된 효과를 다양하게 공공도서관에 반영되는 것으로 추론할 수 있다. 또한 이용자들에게 도서관은 윤리적이고 도덕적인 의미가 상대적으로 크기 때문에 ESG경영을 통해 긍정적이고 진정성 있는 만족도를 제공한다면 이용자들의 재이용 의도를 보이는 것을 확인할 수 있다. 구조방정식 모형분석을 통해 도출된 표준화된 경로계수를 정리하면 〈그림 2〉와 같다. 화살표 사이의 수치가 영향정도를 의미하는 표준화된 경로계수를 표시하고 있으며, 유의수준(*p<.05, **p<.01, ***p<.001)을 함께 표시하고 있다.

5. 결론 및 제언

사회적 가치에 대한 관심이 높아지면서, 기업과 기관 등 조직 경영에 있어서 빠질 수 없는 내용으로 자리잡은 ESG경영이 사회 전반에



〈그림 2〉 연구모형 분석결과

도입되고 있다. 현재의 공공도서관도 이러한 바람이 불기 시작하면서 도서관의 서비스, 환경, 프로그램에도 ESG경영이 도입되기 시작하였다. 사회적, 문화적, 교육적 환경에서 허브로 작동되는 사회적인 기반 시설로서 기능 고도화를 위한 도서관의 진화를 위해서는 ESG경영을 바탕으로 지속가능성을 높이는 역할 강화가 핵심이다. 즉 문서가 디지털로 변환된다고 해도 사라지지 않는 고유영역인 도서관은 인류의 지식과 정보를 누구나 쉽게 접근할 수 있도록 서비스하는 역할을 분명히 하고 있다. 이에 따라 본 연구는 ESG경영이 도서관 인식, 이용자 만족도 및 재이용 의도에 간의 상호 연관성을 파악하는 연구모형을 설계하고 검증하였다. 이를 위해 공공도서관을 이용하는 이용자를 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 서울 및 경기도 25개에서 247명의 유효표본을 이용하여 기술통계와 구조방정식 모형분석을 실시하였다. 연구결과를 토대로 논의를 전개하면 다음과 같다.

첫째, ESG경영에서 환경(E)은 도서관 인식에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 도서관을 이용하는 이용자들의 인식이 점차 변화됨에 따라 환경친화적인 제품을 제공하고, 환경을 위한 캠페인 및 환경보호 활동을 하는 도서관에 대해서 이용자들은 좋은 평판과 인식을 가지는 것으로 분석된다. 이용자가 도서관을 방문했을 때 친환경 제품들을 인식하면서 지속가능한 세상을 위해 이용자들의 인식 변화가 생겼다고 보여진다. 환경보호를 위한 노력, 에너지 절약을 위한 노력 등 환경친화적인 도서관 서비스를 제공하는 도서관 이용자들이 도서관에 대해 긍정적인 인식에 영향을 미치는 것으로 파악되었다. 반면 이용자들은 지배구조에 대한 중요성을 낮게 인식하고 있어 ESG경영 지배구조(G)는 영향을 미치지 않았지만, ESG경영은 먼 미래의 일이 아니라 현재의 일이다. 이에 따라 도서관의 ESG경영은 나아가 이용자들이 도서관을 이용하는 이용 행동을 판단할 수 있는 기준이 될 것이며, 도서관 이용률을 높이는데 도움이 될 수 있을 것이다. 이를 위해서는 지역사회 발전과 직원들을 위한 꾸준한 지원과 친환경 제품 사용, 탄소중립, 에너지절약 등 환경보호를 위한 노력뿐만 아니라 이를 바탕으로 한 이용자, 사서, 지역사회와의 커뮤니케이션, 도서관 홍보 활동이 같이 이루어진다면, ESG경영을 이행하는 깨끗한 에너지, 그린 도서관에 대한 이용자들의 도서관 인식은 더욱 높아질 수 있을 것이다.

둘째, ESG경영에서 환경(E)와 사회(S)는 이용자 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 도서관 이용자의 긍정적인 만족도를 불러오기 위해서는 도서관의 ESG경영이 이행되어야 함을 의미하는 결과이다. 이용자 중심의 변화된 환경 속에서 도서관이 경쟁력을 확보하고, 발전하기 위해서는 이용자의 요구에 부합하는 ESG 도서관 서비스를 제공해 이용자 만족도를 높여야 함을 보여주는 것이다. 우선적으로 이용자들이 중요하게 인식하는 도서관 서비스 품질 중에서 노력이 이루어져야 하는 종이나 인쇄 그리고 제본에서 친환경적으로 제작된 도서를 먼저 구매하고 홍보해야 할 것이다. 친환경 책을 읽는 이용자에게 ESG경영을 통해 선한 영향력을 행사하여 환경과 사회에 기여하고 환경을 생각하는 다양한 활동의 중요성에 대해 인지를 해야 함을 보여주는 것이다. 지역사회, 사서, 이용자들을 위한 사회공헌 활동과 지원, 그

리고 친환경 제품 제공 등 환경보호를 위한 노력화 활동을 비롯해 이용자 만족도를 높일 수 있는 다양한 홍보와 마케팅이 매우 중요한 요소로 인식해야 할 것이다.

셋째, 도서관 인식(LP)은 이용자 만족도(US)에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

도서관 인식은 도서관 조직 자체에 대한 인식과 도서관 서비스에 대한 인식, 그리고 그 대상을 구분할 수 있는데 가치, 혜택, 필요성, 만족도, 충성도와 같이 다양한 개념이 사용되고 있다. 도서관의 이미지가 긍정적일수록 이용자들은 도서관 인식이 긍정적이며, 우선적으로 고려하여 타인에게도 추천 의도가 있는 것이 본 연구에서도 확인되었다. 도서관 인식에 관해 우호적으로 형성된 이용자는 도서관의 ESG 경영, 이미지가 중요한 원동력이 되기 때문에 ESG경영에 관련한 좋은 도서관 인식을 유지하기 위해 도서관은 지속가능한 경영과 이용자와 공감할 수 있는 마케팅전략을 시행해야 할 것이다. 도서관이 사회와 공익에 기여하고 있다는 사회적 이미지 등을 통해 이용자들이 신뢰와 만족도가 형성된다는 것을 볼 수 있다. 도서관 인식이 이용자 만족도에 영향을 미치는 것을 확인하였다. 현재, 과거 모두 이용자들은 개인과 지역에서 혜택이란 포괄적인 관점으로 도서관이 중요하다는 인식을 가지고 있었다. 지역과 지역 구성원의 삶에서 일정 수준의 도서관이 가지는 상징성을 경제적 가치, 삶의 질(활력, 발전가능성, 지적, 문화적 혜택)로서 해석된다. 따라서 도서관 입지(지역 균형 요소), 진행사항(시설 개선 공사 등 변화 인지), 도서관 품질(규모, 서비스, 장서)을 통해 이용자 만족도를 체감하게 되므로 서비스 및 운영 품질 제공의 노력과 활동이 이루어져야 할 것이다. 선행연구에서 도서관 인식과 만족에 대한 긍정적 및 강한 감정을 유도하는 것은 만족 및 충성도를 높이는 중요한 단계라고 언급한 만큼 도서관 실무자는 이용자가 도서관에 대해 강하고 호의적인 감정을 키울 수 있는 콘텐츠 제작 및 전략을 수립할 필요가 있다.

넷째, 도서관 인식(LP)과 이용자 만족도(US)는 재이용 의도(IR)에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이용자의 지속적인 이용을 유도하기 위해서는 도서관에 대한 인식과 이용자 만족도가 긍정적이야 함을 보여주고 있다. 재이용 의도는 이용자가 재이용하려는 만족도의 한 형태로 발생하는 행동이므로 이용자 만족의 직접적인 결과변수이고 이용자 만족이 제품이나 서비스에 대한 품질보다도 재이용 의도를 형성하는 데 영향력이 크다고 할 수 있다. 지각된 가치가 만족도에 긍정적인 영향을 미치므로 이용자가 지각하는 정도에 따라 만족도와 태도에 달라진다는 선행연구를 지지하는 연구결과를 보여주고 있다. ESG경영을 이행하는 도서관 이용에 좋은 영향을 받거나 매력을 느끼는 이용자들은 재방문 의향이 높다. 따라서 이용자들이 도서관의 다양한 ESG경영을 통해 긍정적인 도서관 인식을 하고 이용자 만족도를 느낄 수 있도록 다양한 마케팅 커뮤니케이션이 이루어져야 할 것이다. 실제 친환경으로 된 서비스 제품을 보여주는 홍보영상, 환경 피해를 유발하지 않은 시설, 도서관 이용 시 이용자들이 오감으로 직접 인지할 수 있는 ESG경영, 재이용 욕구를 유도할 수 있는 다양한 환경이 제공되어야 한다. 재이용 의도는 도서관에 대한 이용자의 만족 이해 수준을 나타내는 것으로

도서관의 사회적 위상과 가치 수준에 이바지 할 것이다. 이용자가 인지된 경험은 이용자의 기억에 오래 지속되기 때문에 도서관 인식과 이용자 만족이 바탕으로 지속적인 재이용을 이끌기 위해서는 이용자가 원하는 도서관 패러다임과 도서관 트랜드 그리고 ESG경영을 인지시킬 수 있는 다양한 서비스 환경이 조성되어야 할 것을 시사한다.

구체적으로 본 연구는 공공도서관의 ESG경영이 도서관 인식 그리고 이용자 만족도, 재이용 의도에 대한 체계적이고 구체적인 접근을 시도하여 환경(E)와 도서관 인식(LP), 사회(S)와 도서관 인식(LP), 환경(E)와 이용자 만족도(US), 사회(S)와 이용자 만족도(US), 도서관 인식(LP)과 이용자 만족도(US), 도서관 인식(LP)과 재이용 의도(IR), 이용자 만족도(US)와 재이용 의도(IR)에 영향력이 있음을 확인할 수 있었다. 더하여 이러한 결과는 한정된 예산과 인력으로 공공도서관에 모든 역량을 요구하기에는 무리가 있으며, 친환경, 포용, 지역협력 및 사회공헌 역량과 관계되어 정책에 반영하거나 도서관 운영에 필요한 법률적 변화가 있다면 도서관 주체별로 안내를 제공할 필요가 있다. 구조방정식 모형분석 결과, 환경(E)이 이용자 만족도(US)에 미치는 영향력이 더 큰 것으로 분석되었다. 도서관이 환경에 대한 책임을 다하기 위해서는 공공기관에 적용되는 지표에 대해서는 공시자료에 포함하여 보고할 수 있게 하거나 도서관통계에 포함하여 섬세한 계산 결과가 보고될 수 있도록 제도적 장치를 마련할 필요가 있다. 앞서 살펴본 이 연구의 결과로 한계점을 짚어보고 후속 연구를 위한 제언을 하고자 한다.

첫째, 본 연구에서 공공도서관의 ESG경영을 바탕으로 이용자들의 도서관 인식 그리고 이용자 만족도, 재이용 의도에 대한 요인들을 살펴보고 실증적 분석을 진행하였으며 초기연구로 학문적 의의를 지닌다. 기존 ESG경영에 관련된 선행연구는 기업성과 관련 연구, 브랜드 관련 연구, 지속가능경영 관련 연구 등으로 한정되었다. 또한 본 연구는 공공도서관의 ESG경영을 인지하는 이용자들의 만족도 요인을 분석함으로써 중요성이 대두되는 도서관에 도움이 될 수 있는 마케팅 커뮤니케이션 전략과 개선방안을 제시하였다는 점에서 실무적으로 의의를 지닌다.

둘째, ESG경영과 관련된 부분은 일반 기업 등에 맞춰져 있어 공공도서관에 맞는 ESG경영 측정 항목들을 개발하는 것이 필요하다. 또한 공공기관의 ESG 역할론이 강화되면서 ESG경영에 관련한 지배구조 등의 설문 문항이 공공기관의 이용자들이 이해하기 어려운 문항들이 있어 후속 연구에서는 이해하기 쉽고 평이한 문항으로 수정하여 이용자들의 설문조사를 확인해 보는 것도 좋을 것으로 사료된다.

셋째, 본 연구는 서울과 경기도 일부 지역의 공공도서관을 중심으로 연구가 이루어졌기 때문에 전체 도서관을 일반화하기에는 한계가 있고, 구조방정식으로 연구가 이루어졌기 때문에 더 다양한 방법으로 연구해 본다면, ESG경영에 대해 더욱 의미있는 결과를 얻을 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

강동현, 배창현, 이현경 (2023). 지방 공공기관의 ESG경영에 대한 연구: 강원도 출자·출연기관 중심으로. 정부회계연구, 21(1), 95-120.

강윤지, 김상훈 (2022). ESG 경영, 기업의 지속가능성장을 위한 전략: KT의 전사적 목표와 전략. 한국융합학회논문지, 13(4), 233-244.

권나현 (2015). 공공도서관 서비스 성과 평가 일상생활에서의 공공도서관 서비스 혜택에 대한 전국 성인들의 인식을 중심으로. 한국문헌정보학회지, 49(2), 169-194.

김권수, 이호 (2023). 공유경제 속성이 재이용의도에 미치는 영향 연구. K Business Management Journal, 17(1), 41-66.

김해중, 박종우, 조동혁 (2016). 공유경제 서비스의 성공요인에 관한 실증 연구. 한국콘텐츠학회논문지, 한국콘텐츠학회, 16(1), 214-229.

노영희 (2023). 도서관 ESG 경영평가지표 개발에 관한 연구. 한국문헌정보학회지, 57(1), 309-338.

대한상공회의소 (2021). ESG경영과 기업의 역할에 대한 국민인식 조사.
출처: https://www.korcham.net/nCham/Service/Economy/appl/KcciReportDetail.asp?SEQ_NO_C010=20120933852&CHAM_CD=B001

문화체육관광부 (2019). 사람이 있는 문화 보도자료.
출처: https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=16696/

문화체육관광부 (2022). 정책연구-사회적 가치 실현을 위한 도서관 활력지수 개발 및 활용방안 연구.

민경식, 유진호, 조일형 (2023). 공공기관의 ESG 성과 측정에 관한 연구: 국내 공공기관의 사회적 성과 측정 사례분석. 한국신용카드학회, 17(3), 54-68.

민소라, 나소정 (2022). ESG 경영이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구. 글로벌경영학회지, 19(4), 156-177.

박래은 (2016). 공공도서관 문화프로그램의 특성연구. 석사학위논문, 연세대학교 대학원.

송혜지 (2015). 사서 신뢰성과 도서관 가치 인식 간의 관계 연구. 석사학위논문, 연세대학교 대학원.

오윤정, 이성숙 (2014). 공공도서관 서비스 품질과 관계품질, 재이용의도 및 전환의도 간의 관계. 사회과학연구, 25(3), 33-55.

오해연, 김기영 (2015). 공공도서관 사서 전문직 인식에 관한 연구. 정보관리학회지, 32(3), 237-260.

윤희윤, 오선경, 이재민 (2016). 대구 시민의 공공도서관 인식 조사연구. 한국도서관·정보학회지, 47(2), 99-124.

이성신 (2013). 공공도서관 서비스이용자 만족도와 충성도의 상관관계분석 및 매개변수. 한국비블리아학회지, 24(1), 83-103.

이우용, 옹지환, 이재령, 이남용 (2023). 기업의 지속가능경영과 ESG활동이 기업신뢰에 미치는 요인에

관한 연구. 한국IT정책경영학회논문지, 15(2), 3189-3195.
이정미 (2014). 서울시 공공도서관 문화행사 유형 분석 및 향후 전망에 대한 고찰. 한국비블리아학회지, 25(1), 131-152.
정미옥, 김기영 (2022). 중장년층의 공공도서관 문화프로그램 이용이 도서관 인식과 생활만 족에 미치는 영향. 한국문헌정보학회지, 56(3), 181-211.
정서영, 최규완 (2023). 식품기업의 ESG 경영활동이 기업성과에 미치는 영향. 프랜차이즈경영연구, 14(2), 19-30.
차미경, 표순희 (2008). 공공도서관 향유지표 개발에 관한 연구. 한국문헌정보학회지, 42(4), 329-354.
천희선, 박지홍 (2018). 사서교사 이미지가 학교도서관 이용자 만족도에 미치는 영향에 관한 연구. 한국비블리아학회지, 29(4), 35-55.
통계청 (2018). 한국의 사회동향 2018. 출처: https://www.kostat.go.kr/portal
표순희, 정동열 (2008). 공공도서관 경제적 이용가치 측정방안에 관한 연구. 한국문헌정보학회지, 42(2), 209-234.
한지수, 김효진 (2023). 레스토랑에서 이터테인먼트 감성적 요인이 내재적 경험가치와 점포 충성도에 미치는 영향. 산업혁신연구, 39(1), 99-109.
한진영 (2022). 전시컨벤션센터의 ESG 활동이 기업의 지속가능경영과 고객 행동의도에 미치는 영향. 무역전시연구, 17(3), 25-43.
황수덕, 김희범, 이영재 (2022). 공공기관 ESG 경영을 위한 평가제도 개선에 관한 연구. 한국지적학회, 38(2), 87-105.
KDI 경제정보센터 (2021). 지속가능한 성장을 위한 기업의 노력, ESG경영. Available: https://eiec.kdi.re.kr/material/pageoneView.do?idx=1474
Al-Maskari, A., Sanderson, M., & Clough, P. (2007). The relationship between IR effectiveness measures and user satisfaction. In Proceedings of the 30th Annual International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval, 773-774. https://doi.org/10.1145/1277741.1277902
Amel-Zadeh, A. & Serafeim, G. (2018). Why and how investors use ESG information: evidence from a global survey. Financial Analysts Journal, 74(3), 87-103. https://doi.org/10.2469/faj.v74.n3.2
Bhattacherjee, A. (2001). An empirical analysis of the antecedents of electronic commerce service continuance. Decision Support Systems, 32(2), 201-214. https://doi.org/10.1016/S0167-9236(01)00111-7
Boudling, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithmal V. A. (1993). A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions. Journal of Marketing Research,

30(1), 7-27 https://doi.org/10.1177/002224379303000102

Buallay, A. (2019). Is sustainability reporting (ESG) associated with performance? Evidence from the european banking sector. Management of Environmental Quality, 30(1), 98-115. https://doi.org/10.1108/MEQ-12-2017-0149

Claudy, M. C., Peterson, M., & Pagell, M. (2016). The roles of sustainability orientation and market knowledge competence in new product development success. Journal of Product Innovation Management, 33, 72-85. https://doi.org/10.1111/jpim.12343

Cronin Jr, J. J. & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. Journal of Marketing, 58(1), 125-131. https://doi.org/10.1177/002224299405800110

Dmuchowski, P., Dmuchowski, W., Baczewska-Dąbrowska, A. H., & Gworek, B. (2023). Environmental, social, and governance(ESG)model: impacts and sustainable investment: Global trends and poland's perspective. Journal of Environmental Management, 329(1). https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2022.117023

Elliott, K. (1995). A comparison of alternative measures of service quality. Journal of Customer Service in Marketing & Management, 1(1), 33-44. https://doi.org/10.1300/J127v01n01_04

Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: algebra and statistics. Journal of Marketing Research, 18(3). https://doi.org/10.1177/002224378101800313

Giese, G., Lee, L. E., Melas, D., Nagy, Z., & Nishikawa, L. (2019). Foundations of ESG investing: how ESG affects equity valuation, risk, and performance. The Journal of Portfolio Management, 45(5), 69-83. https://www.evidenceinvestor.com/wp-content/uploads/2021/11/Foundations-of-ESG-Investing-Part-1.pdf

Giesler, M. (2021). Perceptions of the public library social worker: challenges and opportunities. The Library Quarterly, 91(4), 402-419. https://doi.org/10.1086/715915

Jackson, J. L., Chamberlin, J., & Kroenke, K. (2001). Predictors of patient satisfaction. Social science & medicine, 52, 609-620. https://doi.org/10.1016/S0277-9536(00)00164-7

Kettinger, W. J. & Lee, C. C. (1994). Perceived service quality and user satisfaction with the information services function. Decision sciences, 25(5-6), 737-766. https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1994.tb01868.x

Kiseleva, J., Williams, K., Jiang, J., Hassan Awadallah, A., Crook, A. C., Zitouni, I., & Anastasakos,

T. (2016). Understanding user satisfaction with intelligent assistants. In Proceedings of the 2016 ACM on Conference on Human Information Interaction and Retrieval, 121-130. https://doi.org/10.1145/2854946.2854961

Lance, K. C., Steffen, N. O., Logan, R., Rodney, M. J., Kaller, S., Koontz, C. M., & Jue, D. K. (2001). Counting on Results: New Tools for Outcome-Based Evaluation of Public Libraries. Aurora, CO: bibliographical center for Research.

Mathwick, C., Malhotra, M., & Rigdon, E. (2001). Experiential value: conceptualization, measurement and application in the catalog and internet shopping environment. Journal of Retailing, 77(1), 39-56. https://doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00045-2

McDougall, G. H. & Levesque, T. (2000). Customer satisfaction with services, putting perceived value into the equation. Journal of Services Marketing, 14(5), 392-410. https://doi.org/10.1108/08876040010340937

Nagata, H., Sakai, K., & Kawai, T. (2007). Public library and users' lifestyle in a changing context. Performance Measurement and Metrics, 8(3), 197-210. https://doi.org/10.1108/14678040710841072

Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. Journal of Marketing, 63(4_suppl1), 33-44. https://doi.org/10.1177/00222429990634s105

Sabbaghi, O. (2022). The impact of news on the volatility of ESGfirms. Global Journal Finance, 51(4), 100570. http://dx.doi.org/10.1016/j.gfj.2020.100570

Schaltegger, S. & Hörisch, J. (2017). In search of the dominant rationale in sustainability management: legitimacy-or profit-seeking?. Journal of Business Ethics, 145(2), 259-276. https://doi.org/10.1007/s10551-015-2854-3

Surroca, J., Tribó, J. A., & Waddock, S. (2010). Corporate responsibility and financial performance: the role of intangible resources. Strategic Management Journal, 31(5), 463-490. https://doi.org/10.1002/smj.820

Yu, E. P., Guo, C. Q., & Luu, B. V. (2018). Environmental, social and governance transparency and firm value. Business Strategy and the Environment, 27, 987-1004. https://doi.org/10.1002/bse.2047

• 국문 참고자료의 영어 표기
(English translation / romanization of references originally written in Korean)

Cha, Mi-Keong & Pyo, Soon-Hee (2008). A study on the development of enjoyment indicators

of public libraries. Journal of the Korean Library and Information Science, 42(4), 329-354.

Cheon, Hee-Sun & Park, Ji-Hong (2018). The effects of teacher librarians'images on the user satisfaction of school libraries. Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science, 29(4), 35-55.

Han, Jin-Young (2022). The effect of ESG activities of exhibition and convention center on sustainability management and customer behavioral intentions. Korea Trade Exhibition Review, 17(3), 25-43.

Han, Ji-Soo & Kim, Hyo-jin (2023). The effects of emotional Factors of eatertainment on intrinsic experiential value and store loyalty at restaurants. The Journal of Industrial Innovation, 39(1), 99-109.

Hwang, Su-Deok, Kim, Hee-Beom, & Lee, Young-Jae (2022). A study on the improvement of evaluation system for ESG management in public institutions. Journal of the Korean Society of Cadastre, 38(2), 87-105.

Jeong, Mi-Ok & Kim, Gi-Yeong (2022). A study on the effect of middle-aged people's use of cultural programs in public library on their library perception and life satisfaction. Journal of the Korean Society for Library and Information Science, 56(3), 181-211.

Jeong, Seo-Young & Choi, Kyu-Wan (2023). Effects of ESG management activities of food companies on corporate performance. The Korean Journal of Franchise Management, 14(2), 19-30.

Kang, Dong-Heon, Bae, Chang-Hyun, & Lee, Hyun-Kyung (2023). A study ESG management in local public institutions: Gangwon-do government-invested and funded institutions. Korean Governmental Accounting Review, 21(1), 95-120.

Kang, Yoon-Ji & Kim, Sang-Hoon (2022). ESG management, strategies for corporate sustainable growth: KT's company-wide goals and strategies. Journal of The Korea Convergence Society, 13(4), 233-244.

KDI Economic Information Center (2021). Corporate Efforts for Sustainable Growth, ESG Management.

Kim, Gwon-Soo & Lee, Ho (2023). A study on the influence of sharing economy attributes on reuse intention. K Business Management Journal, 7(1), 41-66.

Kim, Hae-Joong, Park, Jong-Woo, & Jo, Dong-Hyuk (2016). An empirical study on success factors of sharing economy service. The Journal of the Korea Contents Association, 16(1), 214-229.

Korea Chamber of Commerce and Industry (2021). Survey of Public Awareness of ESG Management and the Role of Companies.

https://www.korcham.net/nCham/Service/Economy/appl/KcciReportDetail.asp?SEQ_NO_C010=20120933852&CHAM_CD=B001

Kwon, Nah-Yun (2015). A national study of perceived outcomes of public library services: measuring the perceived benefits of public library services among korean adult library users. Journal of the Korean Library and Information Science, 49(2), 169-194.

Lee, Jeong-Mee (2014). A study on analyzing and prospecting for the future of the public libraries' cultural programs in Seoul. Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science, 25(1), 131-152.

Lee, Seonng-Sin (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, Woo-Yong, Ong, Ji-Hwan, Lee, Jae-Ryoung, & Lee, Nam-Yung (2023). A study on the factors that corporate sustainability management and ESG activities affect corporate trust. Journal of The Korea Society of Information Technology Policy & Management, 15(2), 3189-3195.

Min, Kyoung-Sik, Yoo, Jin-Ho, & Jo, Il-Hyung (2023). A study on measuring ESG performance public institutions: case study on Social performance measurement of public institutions in Korea. Korea Credit Card Academic Society, 17(3), 54-68.

Min, So-Ra & Na, So-Jeong (2022). A study on the effect of ESG management on corporate performance: focused on hotel companies. International Business Education Review, 19(4), 156-177.

Ministry of Culture, Sports and Tourism (2019). Culture with People Press Release. Available: https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=16696/

Ministry of Culture, Sports and Tourism (2022). Policy Research-Development and Use of Library Vitality Index to Realize Social Value.

Noh, Young-Hee (2023). A study on the development of ESG management evaluation index for library. Journal of the Korean Library and Information Science, 57(1), 309-338.

Oh, Hae-Yeon & Kim, Gi-Yeong (2015). A study on the perception of professionalism for librarians in Korean public libraries. Journal of the Korean Society for Information Management, 32(3), 237-260.

Oh, Yun-Jung & Lee, Sung-Sook (2014). Relations among public library service quality, relationship quality, intention to revisit, and intention to shift. Journal of Social Science, 25(3), 33-55.

Park, Lae-Eun (2016). A Study on Cultural Programs in Public Libraries. Master's Thesis, Graduate

School of Yonsei University.

Pyo, Soon-Hee & Jeong, Dong-Youl (2008). A study on the method of measuring the economic use value of public libraries. Journal of the Korean Society for Library and Information Science, 42(2), 209-234.

Song, Hye-Ji (2015). The Study of the Relationship between Librarian-Trust and Recognized Value of the Library: based on Public Libraries. Master's Thesis, Graduate School of Yonsei University.

Statistics Korea (2018). Trends of Korean Social (2018). Available: https://www.kostat.go.kr/

Yoon, Hee-Yoon, Oh, Seon-Kyung, & Lee, Jae-Min (2016). A survey of citizens' perceptions on public libraries in Daegu metropolitan city. Journal of Korean Library and Information Science Society, 47(2), 99-124.