

碩士學位論文

航空 利用者 特性에 따른
航空 서비스 質의 差別化要因에 관한 研究

- 濟州地域路線을 中心으로 -



濟州大學校 經營大學院

觀光經營學科 觀光經營學專攻

梁 容 豪

2003年 12月

碩士學位論文

航空 利用者 特性에 따른
航空 서비스 質의 差別化要因에 관한 研究

- 濟州地域路線을 中心으로 -

指導教授 崔 柄 吉



濟州大學校 經營大學院

觀光經營學科 觀光經營學專攻

梁 容 豪

2003

航空 利用者 特性에 따른
航空 서비스 質의 差別化要因에 관한 研究

- 濟州地域路線을 中心으로 -

指導教授 崔 柄 吉

梁 容 豪

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함.

2003년 12월



제주대학교 중앙도서관

JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

梁容豪의 觀光學 碩士學位論文을 認准함.

委員長 _____

委 員 _____

委 員 _____

濟州大學校 經營大學院

2003年 12月

目 次

第 1 章 序 論

第 1 節 問題의 提起	1
第 2 節 研究의 目的	3
第 3 節 研究의 方法	4
1. 研究의 範圍	4
2. 研究의 方法	6

第 2 章 研究의 理論的 背景

第 1 節 서비스 品質에 대한 考察	7
1. 서비스 品質의 概念	7
2. 서비스 品質의 特性과 重要性	13
3. 서비스 品質의 決定要因	15
第 2 節 航空서비스 品質에 대한 考察	21
1. 航空서비스 品質의 概念	21
2. 航空서비스 品質의 特性	23
3. 航空서비스 品質의 構成要因	27
第 3 節 國內 航空서비스의 現況	35
1. 國內 航空서비스의 現況	35
2. 濟州地域 航空서비스의 現況	37

第 3 章 研究의 模型 및 調查設計

第 1 節 分析模型 定立과 研究假說의 設定	42
1. 分析模型의 定立	42

2. 研究假說의 設定	43
3. 變數의 操作的 定義	43
第 2 節 調查設計	44
1. 調查目的	44
2. 標本抽出 및 調查方法	45
第 3 節 設問紙 構成과 資料分析 方法	46
1. 設問紙 構成	46
2. 資料分析 方法	47
第 4 章 實證分析	
第 1 節 航空서비스 利用者의 特性과 利用形態	49
1. 航空서비스 利用者의 人口統計的 特性	49
2. 航空서비스 利用者의 利用形態	50
3. 航空서비스 品質 頻度分析	53
第 2 節 研究假說의 檢證	55
1. 信賴度 및 妥當度 檢證	55
2. 假說檢證	64
第 3 節 分析結果에 대한 論議	78
1. 分析結果의 要約	78
2. 分析結果에 대한 論議	84

第 5 章 結 論

參 考 文 獻

ABSTRACT

부 록 : 설문지

表 目 次

<표 2-1> 서비스 품질의 구성차원(I)	20
<표 2-2> 서비스 품질의 구성차원(II)	20
<표 2-3> 항공 서비스 품질 결정요소	31
<표 2-4> 항공 서비스 품질 요인과 선택속성의 종합	33
<표 2-5> 민간 항공 여객수송 실적	36
<표 2-6> 국내선 노선별 여객수송실적	37
<표 2-7> 제주국제공항 연간 국내선 여객수송 실적	38
<표 2-8> 국내노선별 제주국제공항 여객실적 (2002년)	39
<표 2-9> 제주국제공항 국내선 여객수송 전망	39
<표 2-10> 지역항공사 설립 비즈니스 모델	41
<표 3-1> 설문지의 구성	46
<표 4-1> 항공 서비스 이용자의 인구통계적 특성	49
<표 4-2> 항공 서비스 이용자의 이용형태	51
<표 4-3> 항공 서비스 품질 빈도분석	54
<표 4-4> 표본 전체의 신뢰도 검정 결과	56
<표 4-5> 항공 서비스 기대수준에 대한 요인분석 결과	58
<표 4-6> 항공 서비스 지각수준에 대한 요인분석 결과	60
<표 4-7> 항공 서비스 품질에 대한 요인분석 결과	62
<표 4-8> 항공 서비스 품질 요인 빈도분석	64
<표 4-9> 성별에 따른 항공 서비스 품질요인 차이분석	65
<표 4-10> 연령에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석	66
<표 4-11> 학력에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석	67
<표 4-12> 거주지에 따른 항공 서비스 품질요인 차이분석	68
<표 4-13> 월 평균소득에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석	68

<표 4-14> 직업에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석	69
<표 4-15> 이용형태에 따른 탑승 서비스 품질요인 분산분석	70
<표 4-16> 이용형태에 따른 인적 서비스 품질요인 분산분석	72
<표 4-17> 이용형태에 따른 고객 서비스 품질요인 분산분석	73
<표 4-18> 이용형태에 따른 운항 서비스 품질요인 분산분석	75
<표 4-19> 이용형태에 따른 차별화 서비스 품질요인 분산분석	77

그림 목次

[그림 1-1] 연구의 구성	5
[그림 2-1] PZB의 서비스 품질 평가 모델	12
[그림 2-2] 구매자·판매자의 상호작용관계	16
[그림 2-3] Gronroos의 서비스 품질 구성차원	18
[그림 2-4] 서비스상품의 성격에 따른 분류	23
[그림 3-1] 연구모형	42

To My Love Ji-Seon and My Baby So-Young



第 1 章 序 論

第 1 節 問題의 提起

오늘날 과학기술의 눈부신 발달과 경제발전에 힘입어 많은 이들을 관광 및 기타 다른 목적으로 이동하게 하였고 이들에게 주요 교통수단으로 등장한 것이 항공기이다. 항공기를 이용한 항공산업은 여객기 제조기술의 급속한 발달과 더불어 대형화, 고속화되면서 지역간의 상대적 거리를 단축시켰으며 세계화 추세에 따라 항공여객의 급속한 증가로 교통수단으로서의 확고한 자리를 차지하게 되었다.

현재 세계 항공운송산업은 항공규제 완화와 민영화, 합병·인수, 항공사간 제휴, 인터넷 마케팅의 활성화 등과 같은 급격한 환경변화를 겪고 있다¹⁾. 또한 국제항공시장의 개방으로 인해 대규모 다국적 항공사들이 국내외로 항공노선을 개설하여 취항하고 있다. 이와 같은 제휴와 경쟁의 확산은 서비스 네트워크와 항공기 규모력을 내세우는 초대형 항공사의 등장을 촉진시키고 있다. 따라서 21세기 세계 항공운송산업은 주요 4~5개 항공사에 의해 과점방식으로 운영될 것으로 많은 전문가들은 예상하고 있다²⁾.

우리나라의 항공산업도 짧은 역사에도 불구하고 괄목할 만한 국민경제성장과 정부지원에 힘입어 비약적인 발전을 해 왔으며, 국내항공 수요도 폭발적으로 증가해왔다. 또한 1988년 제2민간항공인 아시아나 항공의 국내선 취항으로 좌석공급이 원활해지고 국민소득의 향상에 따른 관광에 대한 욕구증가 등으로 국내선 항공수요는 계속해서 증가하고 있다. 그러나 고속전철의 개통과 서부

1) 박시사, 「항공관광론」, (서울 : 백산출판사, 2003), pp.148-184.

2) 이향정, “항공사 서비스품질평가에 따른 고객의 만족·불만족 행동분석에 관한 연구”, 석사학위논문, 경희대학교 경영대학원, 2001, p.1.

고속도로의 개통에 따른 1일 생활권 확대와 IMF 이후의 환율 및 유가상승은 항공사의 경영악화로 이어져 잇따른 항공요금 인상이 시행되었다. 항공요금 인상은 항공기를 주요 교통수단으로 이용하고 있는 제주도민들에게 부담을 주게 되었으며 이를 해소할 방안으로 지방자치단체인 제주도에서는 지역항공사³⁾ 설립을 추진하고 있다⁴⁾.

이러한 국내항공산업의 환경변화는 더욱 치열한 고객유치 경쟁이 벌어질 것으로 예상되며 고객유치를 위한 항공 서비스의 품질 향상에 대한 연구가 더욱 중요시되고 있다. 서비스 기업은 고객을 만족시킴으로써 재구매를 유도할 뿐만 아니라 타인추천으로 이어지고 결국 서비스 기업은 경쟁력과 수익성을 향상시킬 수 있게 된다⁵⁾. 이처럼 고객의 신뢰를 획득할 수 있는 우수한 서비스 품질은 고객들에게 우수한 서비스를 제고하는 기업으로 평가되기 때문에 고객의 기대수준을 충족하거나 초과하는 서비스 품질 향상은 서비스 기업에 있어서 무엇보다도 중요하다⁶⁾. 이처럼 서비스의 품질에 대한 연구는 서비스산업과 관련된 여러 분야에서 다각도로 연구되고 있으며 그 중요성은 점점 더 강조되고 있다.



이러한 항공 서비스 품질에 대한 선행연구들을 보면 인적(人的) 서비스만을 강조하고 있다. 항공 서비스 품질을 측정하는데 있어서도 서비스 제공자인 항공사의 인적 서비스 품질에만 치중하여 물적 서비스 부분들은 무시되는 경향이 있다. 여러 서비스산업에 걸쳐 서비스 품질에 대한 개념 및 구성요인, 측정 방법 등이 발전해 오고 있는데, 항공산업에서도 인적 서비스 품질 이외에도

-
- 3) 지역항공은 대형항공기(좌석 200~400석)보다 규모가 적은 보통 100석 이하의 중·소형 항공기로 600Km내외의 단거리 노선을 운행하는 항공사로 추진하고 있다.
 - 4) 지난 5년간 교통요금 인상율을 보면 기차를 포함한 대부분 교통수단이 연 3%에서 연 7%미만의 요금이 인상되었으나, 유독 국내선 항공요금만이 연평균 12.8% 인상되어 2001년 2월에서 4월사이에 도민의 총체적인 항공요금 인상 반대 운동(3만명 궤기 대회, 168천명 서명)이 일어났다 ; 제주항공 홈페이지, <http://www.jejuair.net>
 - 5) 허향진·김희철·김민철, “호텔 서비스 품질 측정을 위한 QFD기법의 적용에 관한 연구”, 「호텔경영학연구」 제14호, 한국호텔경영학회, 2001, p.1.
 - 6) 최병길·고재건·김형길, “항공산업에서 서비스 질의 평가요인과 서비스 질의 개선방안에 관한 연구”, 「생산성논집」 제10권 제1호, 한국생산성학회, 1995, p.8.

설비, 기술 및 지식, 주변상황 등의 물리적·기술적 환경 등이 서비스 품질에 포함되어야 하며 이러한 서비스 품질에 대한 평가척도 개발이 시급하다. 따라서 항공 서비스 품질에 있어서도 인적 서비스 위주의 서비스 품질 차원에 물리적·기술적 환경 등이 더해진 평가 항목들이 포함된 서비스 품질에 대한 연구의 필요성이 제기되고 있다.

특히 제주도는 섬이라는 지리적 특성으로 인해 주요 교통수단으로 인식되고 있는 항공요금이 잇따라 인상됨에 따라 제주도민의 교통비 부담을 덜어주기 위해 저렴한 요금의 지역항공사를 추진하고 있다. 제주지역 항공노선 이용자가 급증하고 있는 현실에서 지역항공사의 설립은 대한항공과 아시아나 항공으로 나누어져 있는 국내항공시장의 또 다른 고객 유치경쟁이 불가피하게 될 것이다. 따라서 항공 서비스를 교통 서비스로 인식하고 있는 제주도민과 관광 서비스로 인식하고 있는 관광객의 항공 서비스 품질에 대한 차이를 규명함으로써 항공 서비스 이용자의 특성에 따른 차별화된 서비스 요인을 살펴볼 필요가 있다.



第 2 節 研究의 目的

앞에서 제기한 문제의식을 바탕으로 본 논문에서는 연구지역인 제주지역노선 이용자를 대상으로 국내 항공 서비스 품질을 분석하여 보다 나은 항공사의 서비스 품질 향상방안을 제시하고자 한다. 특히 제주지역을 대상으로 한 연구가 관광교통만을 강조하였으나 본 논문은 제주지역 주민과 관광객의 항공 서비스 품질을 비교 평가한다는 데 연구의 주요 목표로 하고 있다.

이러한 목적을 달성하기 위한 구체적인 연구의 목표는 다음과 같다.

첫째, 문헌연구를 통해 항공 서비스와 항공 서비스 품질에 대한 이론을 체계화한다.

둘째, 우리나라의 항공사 현황과 제주지역노선의 이용현황을 파악한다.

셋째, 국내 항공사를 이용하는 이용자들의 항공 서비스 이용형태와 인구통계적 특성에 따라 항공 서비스 품질에 어떠한 차이가 있는지를 알아본다.

넷째, 항공 서비스 이용자에 따른 차별화된 항공 서비스 품질 향상방안을 제시한다.

第 3 節 研究의 方法

1. 研究의 範圍

본 연구의 항공 서비스 품질에 대한 범위는 항공권 구매 예약부터 목적지 도착까지의 항공 서비스가 포함되었다.

내용적 범위는 국내 항공사의 항공 서비스로 한정하였고 공간적 범위는 제주국제공항과 김포공항이며, 실증조사의 대상은 제주국제공항과 김포공항을 이용하여 제주노선 항공기를 이용한 이용자가 중심이 되었다.

본 논문의 구성은 제1장 서론을 포함하여 전체 5개의 장으로 구성하였는데, 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

제1장은 서론으로 문제의 제기 및 연구의 목적, 범위 및 방법을 기술하였고

제2장은 연구의 이론적 배경으로 제1절에서는 서비스의 개념과 특성, 서비스의 결정요인, 제2절에는 항공 서비스 품질의 개념과 특성, 항공 서비스 품질의 결정요인, 제3절에는 국내 항공 서비스의 현황에 대해 기술하였다.

제3장은 연구의 모델 및 조사설계로 연구모형의 정립과 연구가설의 설정, 조사설계, 설문지 구성 및 자료분석방법에 대해 기술하였다.

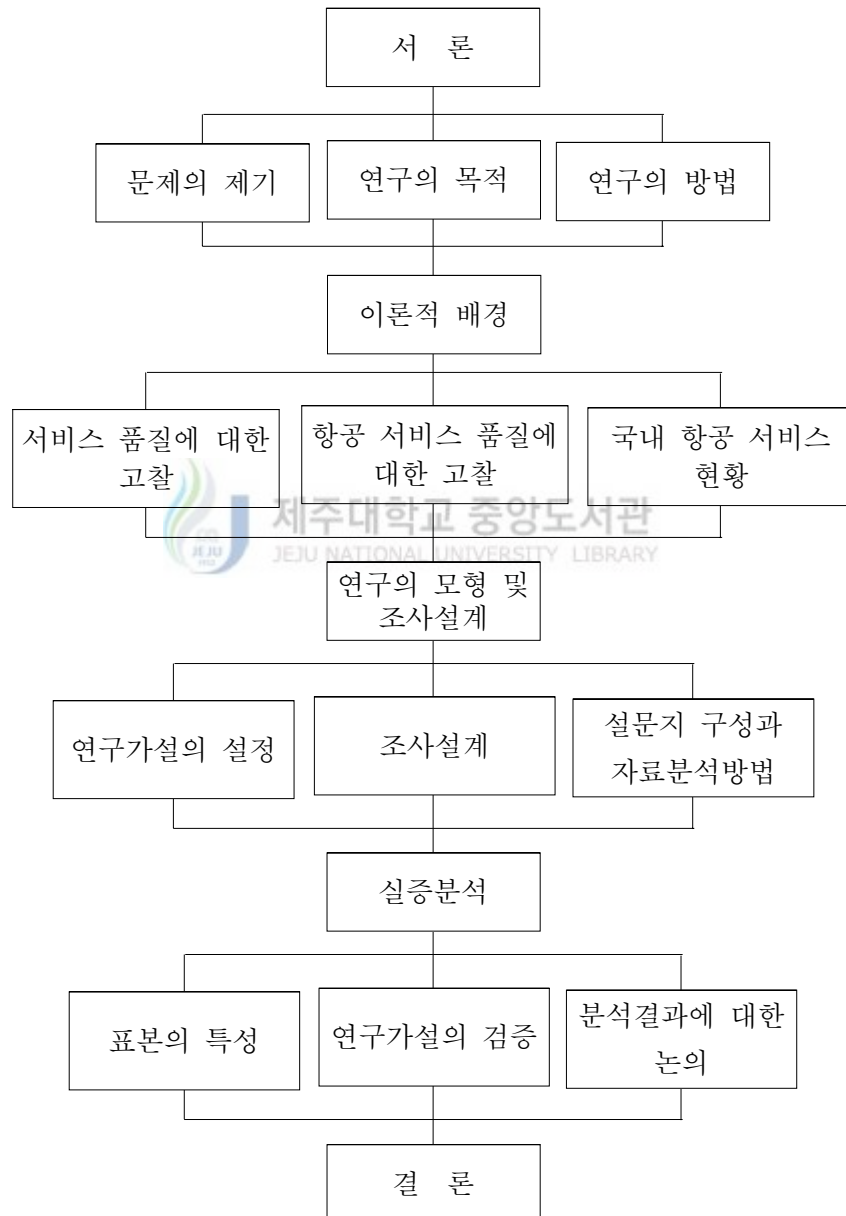
제4장은 실증분석으로 표본의 특성과 신뢰도 및 타당성 검증, 연구가설의 검증, 분석결과에 대한 논의로 구성하였다.

마지막 제5장은 결론으로 연구의 요약과 한계점에 대해 기술하고 향후 시사

점을 제시하였다.

본 연구의 구성은 아래 [그림 1-1]과 같다.

<그림 1-1> 연구의 구성



2. 研究의 方法

본 연구의 목적을 달성하기 위해 도입된 연구방법은 문헌연구와 실증연구를 병행하였다. 문헌연구를 통해 서비스 품질과 항공 서비스 품질에 대한 이론적 토대를 구축하여 분석의 준거로 삼았으며, 우리나라 항공사의 현황과 연구지역인 제주지역노선의 이용현황을 파악하였다.

실증연구의 경우 김포공항과 제주공항의 제주지역노선을 이용한 국내 항공 서비스 이용자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 설문에 대한 충분한 교육받은 조사원 5인이 제주공항과 김포공항 대합실에서 제주노선 이용자 240명을 대상으로 대인면접조사방법으로 진행되었으며 표본추출은 비확률 표본추출방법 중의 하나인 임의표본추출에 의해 수행되었다.

조사는 2003년 9월 13일부터 14일까지 2일간 예비조사를 거쳐 2003년 9월 16일부터 2003년 9월 30일까지 15일간이었다. 수집된 자료는 사회과학 통계패키지인 SPSS를 활용하여 빈도분석, 일원변량분석(ANOVA)를 실시하였다.

본 연구의 한계점은 제주지역노선만을 대상으로 했다는 점에서 지역적인 편중성이 있다는 점과 제주지역 노선을 이용한 모든 항공 서비스 이용자를 대상으로 조사를 시행해야 하지만 외국인 이용자는 조사대상에서 제외되어 국내 거주자만을 대상으로 했다는 한계를 갖고 있다.

第 2 章 研究의 理論的 背景

第 1 節 서비스 品質에 대한 考察

1. 서비스 品質의 概念

1) 서비스의 개념

서비스란 용어를 어원적으로 해석하면 servitude, 즉 노예의 상태(state of a servant)를 의미한다. 그 예속(隸屬)된 입장이란 의미가 점점 바뀌어져 상대방을 위해 봉사한다는 의미로 되면서 서비스의 본질은 상대자의 입장에서 그가 요구하는 것을 미리 짐작하고 그 만족을 제공하는 것이라고 볼 수 있다⁷⁾.

서비스의 정의는 Smith에 의해서 최초로 사용되기 시작하였다. 그는 서비스에 대한 생산적·비생산적 논의를 최초로 전개하면서 서비스 노동은 부(富)를 창출할 수 없기 때문에 비생산적 노동으로 간주하고, 유형제품과 결부되지 않는 모든 활동을 서비스로 정의하였다⁸⁾. 1960년대에 미국마케팅협회(AMA)가 마케팅 용어 정의위원회(Committee of Definition)의 활동을 통해서 ‘서비스란 판매를 위해 제공되거나 혹은 제품판매를 수반하여 제공되는 행위, 편익 그리고 만족이다’⁹⁾라고 하였으며 Judd는 ‘시장에서 거래되는 대상물로서 소유권이 이전되는 유형적 제품과는 다른 무형적인 형태라고 하여, 재화와 서비스를 비교하는 방법으로 서비스 개념을 정의했다¹⁰⁾.

7) 손시영, 김용운 역, 「공생경영의 사상과 실태」, (서울 : 우성문화사, 1984), p.45.

8) 이유재, 「서비스마케팅」, (서울 : 학현사, 2000), p.21.

9) American Marketing Association,, "Report of the Definition Committee", *Journal of Marketing*, 1960, p.215 ; 이향정, 전개논문, p.7에서 재인용.

10) Robert C. Judd, "The Case for Redefining Service", *Journal of marketing*, 28, 1964, pp.58-59, : 나영선, "서비스 품질 인식의 차이에 관한 연구", 박사학위논문, 경희대학교 대학원, 2002, p.9에서 재인용.

서비스란 인간과 인간간의 상호작용 관계에서 성립되는 활동으로서 인간성 존중이 서비스의 불가결한 요인으로서 어느 개인이 타인을 위하여 봉사하는 행위¹¹⁾이며 시장에서 거래되는 무형적인 것¹²⁾이다. 따라서 서비스의 개념적 정의는 고객의 욕구충족을 위한 다양한 형태의 물적·인적 서비스, 공급 시스템적 서비스에 의해 완성되고 고객에게 판매하는 일체의 영업활동¹³⁾이라고 할 수 있으며 서비스를 필요로 하는 사람에게 인적·물적 기능을 제공해 주는 것이다¹⁴⁾.

본 연구에서의 서비스는 ‘개인이나 집단이 타인을 위해 인적인 노동에 의해 생산한 것을 물적인 편의를 통해 고객에게 제공하는 영업활동’이라고 정의하고자 한다.

2) 서비스 품질의 개념

품질(quality)이라는 용어는 오래 전부터 사용되어 왔으며 오늘날에도 기업의 경쟁력을 결정짓는 중요한 요소로 인식되고 있다. 서비스 품질의 향상은 원가를 절감하고 생산력을 향상시키며 매출액과 이익을 증대시킬 뿐만 아니라 고객을 만족시켜 경쟁력을 제고시켜 준다. 이에 따라 품질에 대한 연구와 관심이 지속적으로 이루어지고 있는 것이 사실이다.

서비스 품질에 대한 정의는 학자들에 따라 다소 차이를 보이고 있으나 가장 널리 채택되어지는 서비스 품질의 정의¹⁵⁾는 ‘특정 서비스의 우수성과 관련하여 갖는 개인의 전반적인 판단 혹은 태도’이다. 이 정의에서 태도는 반응성, 학습성, 일관성으로 특징지어 지는데¹⁶⁾ 대부분의 서비스 품질에 대한 선행연

11) 김성혁, 「서비스경영론」, (서울 : 대왕사, 1996), p.25.

12) John M. Rathmell, *Marketing in the Service Sector*, (Cambridge, MA: Winthrop, 1974), pp.15-28 ; 나영선, 전계논문, p.9에서 재인용.

13) 박충희, “관광호텔 인적서비스 질의 관리에 관한 실증분석”, 박사학위논문, 경기대학교 대학원, 1988.

14) 김정근, 「호텔 경영론」, (서울 : 대왕사, 1996), p.76.

15) A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall, 1985, pp.41-45.

구들은 태도로서의 서비스 품질의 정의를 지지하고 있다¹⁷⁾.

서비스 품질에 대한 개념은 서비스의 제 특성인 무형성, 이질성, 비 보존성 등의 특징으로 인하여 매우 추상적이고 어려운 문제라는 것에는 여러 학자들이 동감하고 있으나 그 개념 정의에는 약간씩 다른 견해를 보이고 있다. 그러나 학자들의 연구를 종합해 보면 대략 다음과 같은 두 가지로 대별해 볼 수 있다¹⁸⁾.

첫째, 서비스 품질을 객관적인 품질과 주관적인 품질로 나누어 볼 수 있다.

Garvin¹⁹⁾이나 Grönroos²⁰⁾가 이러한 방법으로 서비스의 품질을 설명하였다. Gravin은 일반적인 품질에 대한 접근 중 제품 중심적 접근방법(product-based approach)²¹⁾은 서비스의 품질의 객관적인 면을 강조한 것이고, 사용자 중심의 접근방법(user-based approach)²²⁾은 주관적인 질을 강조한 것이라고 주장하였다. 또한 Grönroos는 서비스 품질은 ‘소비자에 의해 인식되는 품질’이라고 주장하면서 이를 객관적인 질과 구별하여 ‘인식된 서비스의 품질’이라고 설명하였다.

둘째, 서비스에 대한 소비자의 기대와 지각사이의 차이를 서비스의 품질로

-
- 16) 최양호, “소비자행동에서의 3개의 태도모델에 관한 연구”, 「광고연구」 가을호, 1994, pp.97-118.
- 17) 이유재, “서비스 품질에 관한 종합적 고찰 : 개념 및 측정을 중심으로”, 「경영논집」 제31권 3·4호, 서울대학교 경영연구소, 1997, pp.249-283.
- 18) 유용재·허희영, “여행사 서비스 품질모형에 관한 연구”, 「경영연구」, 한국항공대학교 경영연구소, 제7권 제1호, 2000, p.7.
- 19) D. A. Garvin, "What Does 'Product Quality' Really Mean?," *Sloan Management Review*, Vol. 26, No. 1, 1984, pp.25-37.
- 20) Christian Grönroos, "A Service Quality Model and Its Marketing Implications," *European Journal of Marketing*, No. 4, 1984, p.40.
- 21) 제품 중심적 접근은 품질을 정밀하고 명료하게 측정 가능한 변수로 보는 견해로 전체적으로 객관적이므로 개인의 기호, 선호도, 욕구의 차이가 선명하지 못하다. : 정화진, “항공사 서비스 품질 결정요인에 관한 연구”, 석사학위논문, 고려대학교 경영대학원, 1997, p.11.
- 22) 사용자 중심적 접근은 품질을 사용자의 관점에 의해 결정된다는 전제하에 상이한 고객의 욕구를 충족시킬 수 있는 능력에 의해 그 수준이 결정되므로 품질은 사용에 대한 적합도이며 시장에서 소비자의 선호패턴을 얼마나 잘 충족시켜 주는가에 달려있는 주관적이고 수요 지향적인 관점이다. : 상계논문.

정의한 견해이다. 즉, 서비스 품질이란 ‘서비스에 대한 소비자의 기대와 지각 사이의 불일치 정도와 그 방향이다’라는 견해²³⁾이다. 즉 기업에서 실제로 제공 받는 서비스에 대해 소비자들이 주관적으로 느끼는 차이로써 서비스 품질을 정의하였다.

이외의 견해로는 역시 Gronroos에 의해 설명되는 개념으로서 서비스 품질을 기술적 품질과 기능적 품질의 두 개의 차원으로 구분하였다. 기술적 품질이란 서비스 기업이 ‘무엇을 제공하는가’(what)라는 서비스 제공물의 품질을 의미하고, 기능적 품질이란 ‘어떻게 제공되는가’(how)라는 서비스 제공방법을 의미하는 것이다. 즉, 서비스 품질은 고객들이 서비스 기업으로부터 무엇을 어떻게 제공받는가 하는 것에 대한 기대와 지각된 서비스에 관한 비교와 관련이 있다고 주장했다.

서비스 품질에 대한 대표적인 연구인 Gronroos의 연구를 기초로 하여 발전시킨 Parasuraman, Zeithaml, Berry²⁴⁾는 서비스 품질이란 ‘기대된 서비스와 지각된 서비스의 차이’로서 서비스 품질을 고객이 서비스를 받는 동안 형성된 지각과 서비스를 받기 전에 고객이 가졌던 기대와의 차이로 정의하고 다음 식에 의해서 측정될 수 있다고 보았다.

$$SQ = PS - ES$$

SQ : 서비스 품질

PS : 지각된 서비스

ES : 기대 서비스

ES > PS : 서비스 품질이 만족스럽지 못한 수준

ES = PS : 서비스 품질은 만족스러운 수준

ES < PS : 서비스 품질은 이상적인 수준

23) A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, *op. cit.*, 1985, pp.41-45.

24) *ibid.*

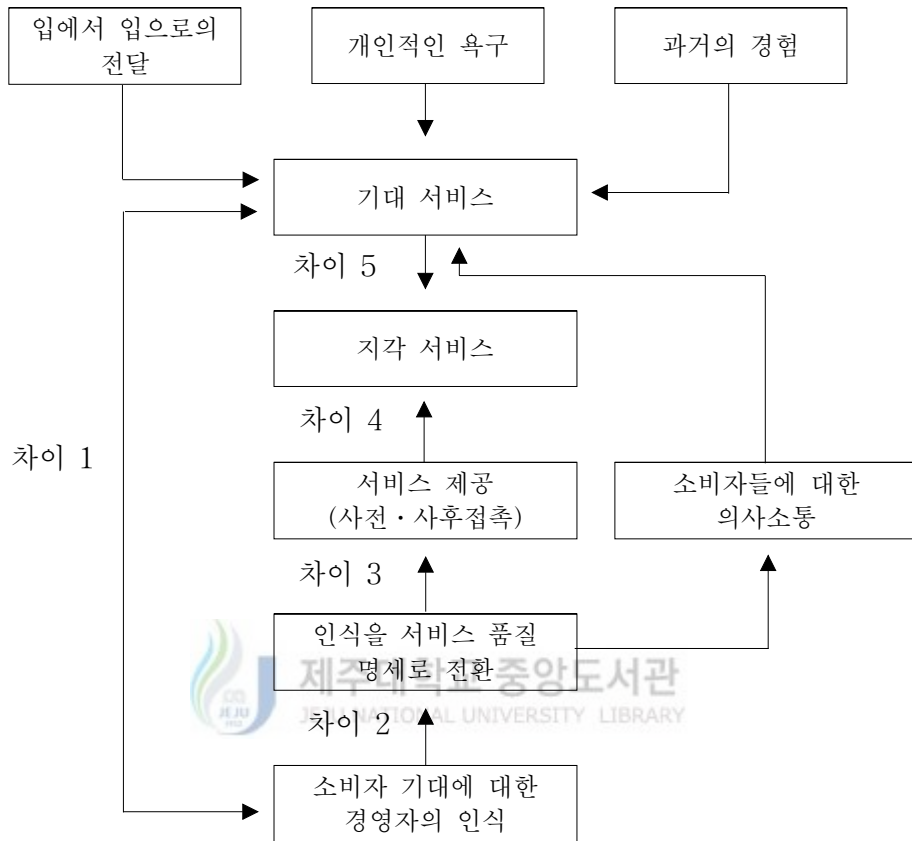
PZB이론으로 알려진 이 연구에 의하면 소비자와 마케터(서비스 제공자나 관리자)의 관점에서 서비스 품질에 대해서 설명하고 있다. [그림 2-1]에 의하면 소비자들의 기대된 서비스와 지각된 서비스와의 차이가 품질을 결정짓고 있으며(차이 5), 마케터의 입장에서 보면 소비자들이 느끼는 품질의 차이 5는 조직내에서 발생할 수 있는 4가지의 요인이 복합적으로 작용하여 영향을 미친다고 보고 있다.

이 4가지의 차이는 각각 차이 1 : 소비자 기대와 소비자 기대에 대한 경영자 지각의 차이, 차이 2 : 소비자 기대에 대한 경영자의 지각과 서비스 품질 명세서와의 차이, 차이 3 : 서비스 품질 명세서와 실제로 제공된 서비스와의 차이, 차이 4 : 서비스 제공과 소비자가 알고 있는 서비스와의 차이로 구성되어 있다. 결국 서비스의 품질을 결정짓는 요소 즉, 차이 5는 조직이 가지고 있는 4가지의 차이와 함수관계를 가지고 있다고 말하고 있으며 다음과 같이 표현된다.

$$\text{서비스의 품질(차이 5)} = f(\text{차이 1, 차이 2, 차이 3, 차이 4}).$$

이 함수관계에 의하면 소비자들의 기대된 서비스와 지각된 서비스(차이 5)는 종속변수로서 통제할 수 없으나, 기업의 조직이 가지고 있는 독립변수 4가지의 차이에서 그 차이를 줄일 수만 있다면 이것이 바로 종속변수 차이 5에 영향을 주어 결국 서비스의 품질이 개선되는 것으로 되어 있다.

<그림 2-1> PZB의 서비스 품질 평가 모델



자료 : A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall, 1985, p.42 ; 최병길·고재건·김형길, "항공산업에서 서비스 질의 평가요인과 서비스 질의 개선방안에 관한 연구", 「생산성논집」 제10권 제1호, 한국생산성학회, 1995, p.11에서 재인용.

2. 서비스 品質의 特性과 重要性

1) 서비스 品質의 特性

제품을 대상으로 한 品質에 대한 지식은 서비스 品質을 이해하는데 충분치 못하므로, 서비스 品質에 대한 완전한 이해를 위해서는 서비스가 제품과 다른 세 가지 특징인 무형성 (intangibility), 이질성 (heterogeneity), 불가분성 (inseparability) 등이 고려되어야 한다²⁵⁾.

첫째, 대부분의 서비스는 무형적이다. 서비스는 대상이기보다는 성과이기 때문에 일관성 있는 品質의 확보를 위한 정확한 생산명세가 거의 설정될 수 없다. 대부분의 서비스는 측정·저장할 수 없는 무형성 때문에 마케터는 어떻게 소비자가 서비스 品質을 지각하고 평가하는지 이해하기가 힘들다²⁶⁾.

둘째, 서비스의 성과는, 특히 높은 노동 집약성을 갖는 서비스의 성과는 생산자, 고객, 시간변동에 따라 변하게 된다. 서비스의 종업원으로부터 행동의 일관성이 확보되기 어렵기 때문에 일반적으로 서비스는 이질적이다²⁷⁾. 따라서 회사가 전달하고자 하는 바와 소비자가 실제 지각하는 바가 전적으로 다를 수 있다.

셋째, 대부분의 서비스 생산과 소비는 불가분적이다. 즉, 서비스에 있어서 질은 생산공장에서 만들어지는 것이 아니고 소비자와의 상호작용에서 결정된다²⁸⁾. 예를 들면 노동 중심적인 서비스에 있어서 品質은 서비스를 전달하는 동안에 서비스 회사에서 접촉한 종업원과 소비자간의 상호작용에서 결정된다.

-
- 25) 박진영, “항공사의 서비스 品質과 고객만족이 고객 충성도에 미치는 영향”, 박사학위논문, 대구대학교 대학원, 1999, p.45.
- 26) V. A. Zeithaml, “How consumer evaluation processes differ between goods and services”, in J. H. Donnelly and W. R. George, eds., *Marketing of Services*, (Chicago, IL : American Marketing Association, 1981), pp.186-190.
- 27) B. H. Booms and M. J. Bitner, “Marketing Strategies & Organization Structures for Service Firms”, in J. H. Donnelly and W. R. George, eds., *Marketing of Services*, (Chicago, IL : American Marketing Association, 1981), pp.47-51.
- 28) Christian Grönroos, “An Applied Services Marketing Theory”, *European Journal of Marketing*, Vol. 16 No. 7, 1982, p.32.

이상의 여러 연구문헌을 통해 살펴볼 때 서비스 품질의 특성은 다음과 같이 요약할 수 있다²⁹⁾.

첫째, 서비스 품질은 태도와 유사한 개념으로서 서비스의 우월성과 우수성에 대한 소비자의 전반적인 판단을 나타내는 추상적이고 다차원적 개념이며, 시간이 지남에 따라 동적으로 변화하는 누적적 구성개념이다³⁰⁾.

둘째, 서비스 품질은 구체적인 속성에 바탕을 둔 객관적인 평가라기보다는 고객의 지각에 근거하여 주관적으로 평가되는 개념이다. 따라서 서비스 품질은 그 속성상 탐색적 질보다는 경험적 질이나 신뢰적 질의 특성을 갖는다.

셋째, 서비스 품질은 서비스의 결과와 배달과정에 대한 평가를 포함한다. 즉, 서비스 품질의 평가는 제공된 서비스의 결과뿐만 아니라 그 서비스가 배달되는 과정이나 방법을 포함하는 것이다.

넷째, 지각된 서비스 품질은 지각된 성과와 사전기대의 편차에 의한 측정을 비롯하여 지각된 성과에 의한 측정, 각 평가속성의 가중치를 반영한 측정 등 여러 가지 대안적 평가방법들이 제시되고 있다.



2) 서비스 품질의 중요성³¹⁾

서비스 기업에서 서비스 품질이 중요한 이유는 명백하다. 이것은 기업의 생사와 직접적인 관련이 있기 때문이다. 고객은 가격을 지불하고 구입, 사용한 제품이나 서비스의 가치가 자신이 지불한 가격에 비해 못하다고 생각하면 그 제품이나 서비스 품질은 좋지 못한 것으로 인식하고 이를 다시 구매하지 않음으로 인해 자사의 제품, 서비스에 대한 고객의 충성심이 형성되지 못하게 될 것이다. 이렇게 되면 그 회사는 경쟁에서 뒤떨어지고 시장에서 설자리를 잃게 될 수밖에 없다. 그러나 반대의 경우에는 고객 충성심이 형성되어 이익 또는 시장점유율의 향상으로 이어진다.

29) 이영희, “서비스 질의 측정 개선을 위한 연구”, 「경영연구」 제5호, 경희대학교 경영연구소, 1999, p.241.

30) 이유재, 전계논문, pp.249-283.

31) 박진영, 전계논문, pp.46-47.

이처럼 신뢰할 수 있는 서비스는 기존 고객의 유지 및 거래량의 확대, 긍정적인 구전커뮤니케이션의 형성, 가격프리미엄 등을 획득할 수 있는 기회를 만들어준다. 신뢰성의 향상은 한편으로 공정의 능률을 향상시키기 때문에 서비스 수행의 부정확으로 인한 재수행의 비용을 감소시키고 종업원의 사기진작 및 동기부여를 시켜주며 낮은 종업원 회전율을 이룰 수 있다.

항공산업의 경우도 고객들에 있어서 항공사들간의 서비스 품질 지각의 차이가 존재하고 또한 항공여행 목적에 따라서도 서비스 품질의 지각에 차이가 있다는 것과 위에서 언급한 서비스 품질의 중요성을 고려해 볼 때 항공산업에 있어서 서비스 품질이 마케팅 전략 개발을 위한 도구로서 얼마나 중요한 부분 인지를 설명해 줄 수 있을 것이다.

3. 서비스 品質의 決定要因

서비스 품질의 결정요인에 대한 논의는 서비스의 개념 및 특성에 대한 연구가 한참 꽃피운 이후 바로 시작되었다.

서비스는 생산과정에서 창출할 뿐만 아니라 동시에 고객에게 서비스를 배달하고 있어 서비스 배달시스템은 소비자가 참여하는 과정으로 종업원, 고객, 물적 환경이 그 구성요소가 된다. 이는 제조업의 생산·유통시스템과 유사한 것으로 서비스 배달시스템은 서비스 개념을 실현하는 시스템이다³²⁾.

서비스에서는 생산과 소비를 분리할 수가 없어 이 부분이 서비스 제공에서 핵심이 된다. 서비스의 동시성은 바로 생산과 동시에 소비가 되므로 그 과정에 구매자와 판매자간의 상호작용이 일어난다. 이 과정을 판매자의 입장에서 보면 생산이고 구매자의 입장에서 보면 소비과정이 된다.

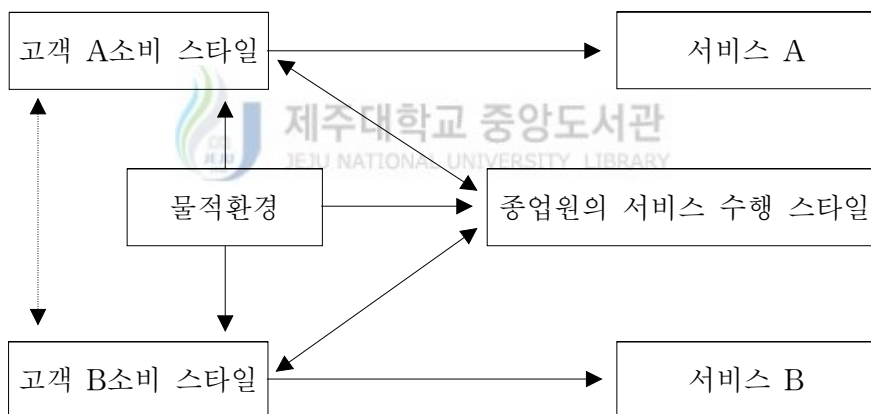
서비스의 생산은 기업 측에서 보면 「생산과정에서의 고객의 참여」이고, 고객

32) 최덕철, “서비스 소비자행동모델 개발에 관한 실증적 연구”, 박사학위논문, 경희대학교 대학원, 1986, p.9.

측에서 보면 「효용실현 과정에의 공급자의 참여」이다³³⁾. 즉 서비스 생산에 있어서 종업원과 고객은 상호 동반자적 관계이고 서비스 제공활동은 고객의 행동특성에 강하게 영향을 받으며 동시에 고객의 효용실현활동은 종업원의 서비스 제공활동에 크게 의존하게 된다. 따라서 고객이 만족할 수 있는 서비스를 제공하기 위해서는 구매자와 판매자간의 상호작용이 원활히 이루어져야 한다. 이러한 상호작용이 소비자의 구매결정, 만족감, 반복 구매결정, 고객 충성화 등에 큰 영향을 미치게 된다.

[그림 2-2]는 서비스의 상호작용이 서비스 판매자(제공자)와 고객간의 상호대면적인 관계를 맺는 데서 출발된다는 것을 보여주고 있다.

<그림 2-2> 구매자·판매자의 상호작용관계



자료 : Gregory B. Northcraft and Richard B. Chase, "Managing Service Demand at the Point of Delivery," *Academy of Management Review*, Vol. 10, No. 1, 1985, pp.66-75.

33) Christopher H. Lovelock and Robert F. Young, "Look to Customers to increase Productivity," *Harvard Business Review*, May-June, 1979, pp.175 ; 박진영, 전 계논문, p.49에서 재인용.

이러한 상호작용은 바로 서비스 창출에 참가하는 참가자들의 개인적인 특성과 그런 관계가 형성되는 상황, 즉 서비스창출을 둘러싼 조직적 환경과 사회적 환경에 의해서 영향을 받게 된다. 또한 서비스 교환이 일어나는 물적 환경이 상호작용과 고객만족에 큰 영향을 미친다. 물적 환경의 상징적 가치가 서비스 평가에 큰 영향을 미치는 것은 서비스 교환 시 평가할 유형적인 증거가 제품보다 상대적으로 적기 때문이다³⁴⁾.

서비스 품질의 구성요소는 학자들의 정의에 따라 다양하지만 대체적으로 크게 3가지로 구분될 수 있다³⁵⁾.

첫째, 인적 서비스로 인간에 의하여 제공되는 수고와 노동이며,
둘째, 물적 서비스로 물품이나 시설, 기계 등에 의하여 제공되는 편의이며,
셋째, 시스템적 서비스로 지식, 정보, 아이디어, 프로세스, 제도 등의 시스템에 의하여 제공되는 편의, 능률 등이다.

이들은 서로 독립적으로 작용할 수 없는 상호복합적이고 연결된 형태로 작용한다.

현재까지 연구된 학자들의 분류를 보면 Gronroos³⁶⁾는 위의 주장과 유사하게 지각된 서비스의 영향요인으로 물리적·기술적 자원, 고객접대 종사원, 다른 참여고객 등을 들 수 있다고 하였다. 물리적·기술적 자원이란 서비스의 수행과 고객과의 의사소통을 위하여 기업이 보유하고 있는 시설, 장비, 도구 등과 이것들을 운용하는 지식이나 기술을 말한다. 고객접대 종사원이란 고객과 직접 대면하여 서비스를 제공하는 서비스 종사원을 말한다. 따라서 이들의 서비스 제공행위, 지식, 고객과의 상호교감 정도에 따라 고객들은 제공된 서비스를 다르게 지각한다는 논리이다. 다른 참여고객이란 같은 서비스 시스템 내에서 서비스를 향유하는 다른 고객을 말한다. 본래 고객은 서비스의 생산 및

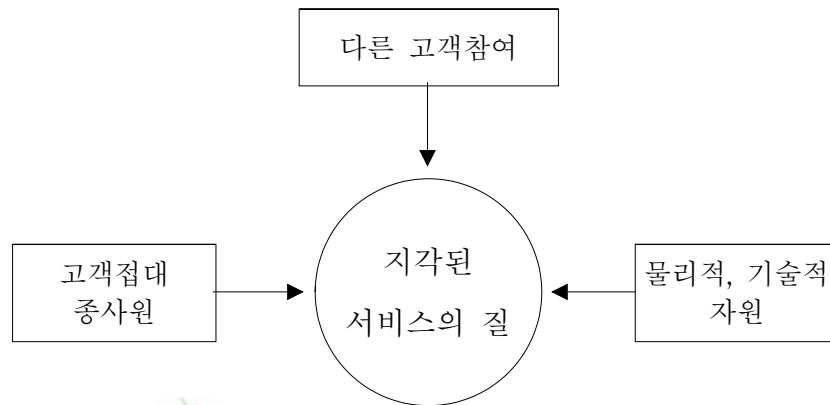
34) 이성호, “서비스인카운터에서 소비자의 서비스품질 인식에 미치는 영향요인에 관한 연구”, 박사학위논문, 경남대학교 대학원, 1995, p.19.

35) 이봉석, “서비스 질이 호텔이미지 형성에 미치는 영향에 관한 연구”, 박사학위논문, 경남대학교 대학원, 1996, pp.16-17.

36) Christian Gronroos, *op. cit.*, 1982, p.32.

전달과정에 참여하여 적극적인 활동을 하게 되므로 본인이 받는 서비스의 내용에 본인이 참여할 뿐만 아니라 다른 고객의 서비스 품질에도 영향을 미치게 된다. 이상의 논의를 정리하면 다음 [그림 2-3]과 같다.

<그림 2-3> Gronroos의 서비스 품질 구성차원



자료 : 최휴종, “서비스 제공자의 질에 대한 고객의 평가요인 및 효과”, 박사학위논문, 경희대학교 대학원, 1995, p.39, 재인용.

또한 Lehtinen 등³⁷⁾은 서비스 품질을 물리적 품질(physical quality), 기업품질(corporate quality), 상호작용적 품질(interactive quality)로 구분하였다. 물리적 품질은 서비스의 물리적 측면을 의미하고, 기업품질은 기업 이미지와 프로필(profile), 상호작용적 품질은 고객과 접촉하는 종업원간의 상호작용에서 비롯되는 품질을 의미한다.

국내에서는 주로 호텔을 대상으로 한 연구가 많은데, 이애주와 최무애³⁸⁾가

37) Uolevi Lehtinen and Jarmo R. Lehtinen, "Service Quality: A Study of Quality Dimensions", *Unpublished Working Paper*, Helsinki : Service Management Institute, Finland OY, 1982, pp.112-115.

38) 이애주·최무애, “호텔 서비스품질과 조직내부요인에 관한 분석”, 「관광학연구」 제 21권 제1호, 한국관광학회, 1997, pp.30-48.

인적 서비스, 물적 서비스, 이미지로 서비스 품질의 구성차원을 제시하였고, 박중환³⁹⁾은 인적 요인, 물적 요인, 시스템적 요인으로 분류하였다. 박중환의 이러한 3가지 요인 분류를 응용하여 김성환과 김미경⁴⁰⁾도 유사한 연구를 수행하였다.

이상과 같은 선행연구들을 살펴보면 서비스 품질의 결정요인으로서 인적 서비스, 물적 서비스는 모두 공통적으로 포함되어 있고, 이미지, 기업 품질, 시스템적 요인 등은 추가적으로 포함되어 있다.

한편 Parasuraman, Zeithaml, Berry⁴¹⁾는 그들의 집중집단 면접(focus group interview)에 의한 연구를 통하여 소비자들이 서비스 유형(산업)에 따라 서비스 품질 평가항목의 상대적 중요도에는 차이가 보일지라도 기본적으로 유사한 평가기준을 가지고 있음을 밝혀내고, 서비스산업에 보편적으로 적용할 수 있는 ‘서비스품질의 결정요소’ 10가지를 <표 2-1>과 같이 제시하였다.

여기서 제시된 10가지의 서비스 품질의 결정요소들은 개념상의 중복이 다소 있지만 서비스 품질의 차원을 포괄적으로 제시한 Gronroos의 연구와는 달리 서비스 품질의 차원을 구체적으로 제시했다는 점에서 그 가치가 인정된다고 하겠다.

그 후 2차에 걸쳐 자료를 수집하고 정교한 실증연구를 통하여 그들은 10개의 차원을 중복하지 않고 신뢰성과 타당성이 있는 5개의 차원으로 다시 정리하였다⁴²⁾. 그 결과는 <표 2-2>와 같다.

39) 박중환, “호텔서비스에 대한 고객태도 변수들간의 관계 연구”, 「관광학연구」 제22권 제3호, 한국관광학회, 1999, pp.54-72.

40) 김성환·김미경, “호텔 서비스 질 평가모형 개발을 위한 실증적 연구”, 「마케팅관리 연구」 제3권 제1호, 한국마케팅관리학회, 1997, pp.261-289.

41) A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, *op. cit.*, 1985, pp.41-45.

42) A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, “SERVQUAL : A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality,” *Journal of Retailing*, Vol. 64, Spring 1988, pp.12-40.

<표 2-1> 서비스 품질의 구성차원(I)

차 원	세 부 적 변 수
확 실 성	서비스 성과의 일관성과 신속성 회사가 특정 서비스를 한 번에 제대로 수행하고, 약속을 지키는 것 <input type="checkbox"/> 청구서의 정확성 <input type="checkbox"/> 기록을 정확하게 하는 것 <input type="checkbox"/> 예정된 시간내에 서비스를 하는 것
반 응 성	서비스를 수행할 종업원의 의향이나 신속성, 서비스의 시기 적절성
능 력	서비스 수행에 필요한 기술과 지식의 소유 정도
접근 용이성	서비스에 대한 접근가능성과 접촉의 용이성
예 의	접촉 종업원의 친밀성, 사려 깊음과 공손함
커뮤니케이션	고객이 이해할 수 있는 의미 전달수단을 통해 알리는 것 회사가 여러 계층의 고객들을 위해서 그 사용 언어를 조정하여야 하는 것
신뢰성	신뢰성, 정직성과 진심으로 고객의 이익을 바라는 정도
안 전 성	고객의 위협의식이나 의문의 해소정도
고객에 대한 이해	고객의 요구를 알리고 하는 노력의 정도
유 형 성	서비스의 물리적 설비와 물적 근거들

자료 : A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, *op. cit.*, 1985, p.47.

<표 2-2> 서비스 품질의 구성차원(II)

차 원	세 부 적 변 수
유 형 성	물리적 설비, 장비 그리고 종업원의 외모
신뢰성	정확하고 믿을만하게 약속한 서비스를 수행할 능력
반응성	신속한 서비스를 제공하고 고객을 도울 의도
확신성	종업원의 지식과 예절, 믿음과 신뢰성을 고취할 종업원의 자질
공감성	회사가 고객에게 제공하는 배려, 개인적인 주의 정도

자료 : A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, *op. cit.*, 1988, p.23.

第 2 節 航空서비스 品質에 대한 考察

1. 航空서비스 品質의 概念

어떠한 동기나 목적으로 인간이나 재화를 수송하여 장소적 효율을 창출하는 것이 교통이다. 그리고 이 이동의 수단으로서 항공기를 이용하는 것이 항공운송이다. 항공운송업은 항공기 탑승 고객에게 쾌적한 분위기 속에서 안전하게 운항되는 항공기의 좌석을 제공하면서 여기에 인간에 의해 구체화된 서비스를 전달함으로써 상품으로서의 가치를 갖게 된다⁴³⁾.

다시 말하면 항공사는 생산설비인 항공기를 운항하여 무형재인 운송서비스를 소비자에게 제공하고 그 대가로 징수한 운임으로 수익을 얻는 영업활동을 행한다⁴⁴⁾. 이때 항공사의 주된 속성은 서비스이고, 이것을 보조하기 위해 항공기라는 유형재를 이용하여, 설정된 항공노선을 비행하면서 승객을 친절하게 모시고 안전하게 목적지까지 운송해 주는 것이 항공 서비스가 되는 것이다.

이 때 승객은 서비스를 유상으로 구입하지만, 그들이 목적지에 도착했을 때에는 구매대가로 받는 유형재는 아무 것도 없고, 단지 비행 중에 경험한 안락함과 편리성, 그리고 객실 승무원들의 정중한 서비스와 비행 끝에 무사히 도착한 안도감 등을 경험하게 되는, 말하자면 서비스가 주된 속성이고 여기에 항공사라는 유형재와 도착시간, 중간 기착지의 수와 같은 부가적인 서비스가 수반되는 것이다⁴⁵⁾.

항공 서비스를 유·무형의 연속선상에서 파악하면 항공기라는 유형적인 지배보다는 서비스라는 무형성의 지배가 더 크게 작용하는 서비스이다.

항공사의 서비스는 비행기에 탑승하여 목적지까지 여행하는 기본 서비스 상

43) 고석면·이성숙, “항공 서비스 개선을 위한 고객서비스 만족도에 관한 실증분석”, 「논문집」 제7권, 인하공업전문대학, 1992, p.449.

44) 지용선, “항공 서비스의 구매의사 결정과정에 관한 연구”, 박사학위논문, 동국대학교 대학원, 1995, p.7.

45) 박진영, 전계논문, p.7.

품에서는 소비자들이 중요하게 느낄 만큼 차별화된 서비스를 제공하기 어렵기 때문에 많은 항공사들은 상용고객 우대제도나 터미널을 이용한 티켓팅의 편의 등 보조 서비스를 추가·강화시킴으로써 자사의 서비스를 차별화 시키려고 노력한다. Toh와 Hu⁴⁶⁾는 단골고객 우대제도의 회원과 비회원의 특성 및 태도에 관한 연구에서 편리한 운항스케줄, 비행시간의 엄수가 단골고객 우대제도 회원이 항공사를 선택하는 가장 중요한 속성이므로 단골고객 회원은 기내서비스와 기내식사보다는 편리한 운항스케줄을 더 중요하게 여긴다고 하였다.

본원적 서비스라고 할 수 있는 운항 스케줄 등은 외부적인 제약조건 등에 의해 영향을 많이 받기 때문에 보조 서비스에 신경을 더 쓰고 있으며 이러한 보조 서비스는 보완적 서비스보다도 더 중요해져 가는 추세이다⁴⁷⁾.

다음 [그림 2-4]는 서비스 상품의 성격을 설비 혹은 사람에 근거한 정도로 분류한 것이다. 이 분류체계 하에서는 서비스가 사람 중심이냐 아니면 설비 중심이냐 하는 양자 선택이 아니라 양 차원에서 동시에 높고 낮을 수 있다.

항공 서비스의 경우 인적 서비스와 물적 서비스가 모두 높은 쪽에 속해 있다. 따라서 항공 서비스는 항공기의 좌석, 기내식, 가격, 운항 스케줄과 같은 물적 서비스뿐만 아니라 종업원의 인적서비스도 중요하다는 것을 알 수 있다.

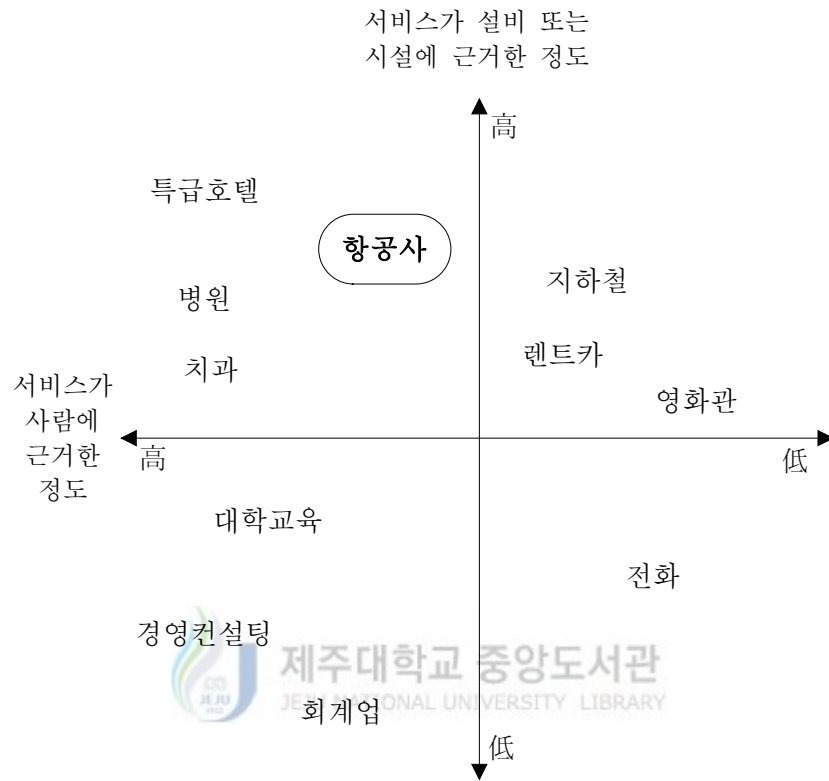
이처럼 항공권을 구매한 고객은 항공기좌석만을 구매한 것이 아니라 항공기에 탑승하기 이전부터 탑승 후 기내에서 그리고 항공기에서 내린 후까지의 다양하고 총체적인 서비스를 제공받으므로 결국 이동과 공간, 인적 서비스제공의 의미가 있는 광의의 개념으로서⁴⁸⁾ 사람에 근거한 인적 서비스와 설비에 근거한 물적 서비스로 양분하여 보는 견해도 있다.

46) R. Toh and M. Hu, "Frequent flyer programs : Passenger attributes and attitudes", *Transportations Journal*, Winter, 1988, pp.11-22.

47) 이유재, 전계서, p.48.

48) 서정국, "국내 항공운송서비스 개선에 관한 연구- 제주지역 노선을 중심으로 -", 석사학위논문, 제주대학교 경영대학원, 1999, p.33.

<그림 2-4> 서비스상품의 성격에 따른 분류



자료 : 이유재, 「서비스마케팅」, (서울 : 학현사, 1994), p.48.

2. 航空서비스 品質의 特性

항공 서비스는 일반서비스 상품이 가지고 있는 특성을 모두 가지고 있는데 이 서비스라는 상품은 재화와는 근본적으로 다른 고유한 특성을 가지고 있다. 그러나 서비스는 그 종류가 다양하고 동종의 서비스간에도 이질적인 요소가 존재하기 때문에 이에 대한 견해에 있어서 학자들이 강조점을 달리 두고 있다. 따라서 항공 서비스 상품에 적합한 무형성, 재고불가능성, 변동성, 소유권

비전이성, 서비스측정 곤란성 등의 다섯 가지 특성을 중심으로 살펴보겠다⁴⁹⁾.

① 무형성

서비스를 제품과 구별하는 가장 기본적인 특성은 무형성이다. 서비스는 보고, 듣고, 느끼고, 만져지고, 맛보고, 냄새 맡을 수 있는 등의 방법으로는 평가할 수 있는 사물이 아니라 형태가 없는 행위, 수행, 노력 등으로 인식된다⁵⁰⁾. 항공 서비스는 이 무형성이 지배적인 서비스 상품이다. 그리고 노동집약성이 대단히 높은 서비스이면서 항공기와 공항과 같은 유형의 서비스를 뒷받침하는 서비스라고 할 수 있다.

고객은 탑승 경험 후에 비로소 항공 서비스의 품질을 인지할 수 있으므로 위험의 인식도가 높다. 이런 불확실한 위험의 극소화를 위해 대체로 소비자는 항공사의 지명도와 구전 등에 적극적인 관심을 갖는 탐색과정을 거침과 동시에 서비스의 품질에 대한 표식 및 증거를 추구하거나 또는 탑승경험에 따른 만족감으로 상표 충성도에 크게 의존하게 된다⁵¹⁾. 따라서 항공사는 추상적이고 무형적인 제공물인 항공 서비스에 대해 유형적인 단서, 즉 운항횟수, 운항 소요시간, 목적지 도착시간, 중간 기착지 수, 기내 식음료 등과 같은 부분에 대해 강조하거나 증거를 제시하게 되는 것이다.

② 재고 불가능성

상품의 편익은 소유나 제품속성으로부터 나오는 것임에 반해 서비스의 편익은 서비스 창출과 그 수행으로부터 생성된다고 할 수 있다. 또한 유형재는 반드시 형상과 상품으로서의 가치를 일정기간 동안 지니는 존속성을 지니고 있을 뿐만 아니라 생산과 소비는 항상 상이한 장소와 시간에 행해진다. 그러나

49) 이선희 외 3인, 「항공운송사업개론」, (서울 : 기문사, 1995), pp.27-28.

50) 김도영, “서비스 품질전략이 고객만족에 미치는 영향에 관한 실증적 연구”, 석사학위논문, 인하대학교 대학원, 2000, p.13.

51) A. Wilson, *The Marketing of Professional Service*, (London : Pitman, 1992), pp.26-29.

정기적인 운항 스케줄 상에서 제공되는 항공 서비스는 해당 운항편에서 모두 소화되지 않으면 판매기회는 상실되고 기회 손실을 발생시키는 한시적인 속성이 있다. 그리고 이러한 특성은 항공사에 기회비용을 증대시키는 주요 요인으로 작용하므로 항공좌석 이용률을 제고시킬 수 있는 다양한 촉진 요금을 적용하는 등의 마케팅 프로그램 개발과 함께 소비자들에게 적극적으로 알리는 작업이 강조되고 있다.

③ 변동성

변동성을 갖고 있는 요인은 경제적 요인과 사회적 요인, 자연적 요인 그리고 계절적 변동성을 들 수 있다. 항공 서비스의 생산성은 고객의 예약으로 계약되고 탑승과 동시에 실현된다. 그런데 고객의 예약과 탑승, 즉 항공운송 서비스 상품의 소비활동은 공간적 장애요인의 극복을 요구하는 상황의 발생정도에 따라 시간과 요일, 월, 그리고 계절별로 수요 변동폭이 크다. 특히 해외관광여행의 경우는 기후, 경기변동, 국내외 정세, 국민생활의 안정, 환율시세, 정부의 해외여행정책 등에 영향을 받으므로 이를 수용해야 하는 항공 서비스 제공자의 생산활동도 자연히 불연속적이 될 수밖에 없다. 이에 따라 항공사로서는 연간 평균적인 항공수요를 창출하는 마케팅 전략의 개발과 실천이 요구되며 사회적 환경변화에 민감해야 한다.

④ 소유권 비이전성

누릴 수는 있으나 가질 수는 없다는 소유권 비이전성에 대한 항공 서비스의 특성은 고객이 항공 서비스를 구매하여 운항 후 목적지에 도착했을 때에는 구매대가로 지급받는 유형재란 아무것도 없다는데서 잘 알 수 있다. 이것은 고객이 단지 항공사의 시설 이용을 위해 항공요금을 지불하고 항공운송이란 편익을 제공받았으므로 일체 소유권을 이전 받아 배타적으로 사용할 수 있을 뿐 아니라 자유롭게 처분하는 유형제품과 다르다. 따라서 항공 서비스 제공자는 항공 서비스 이용으로부터 얻을 수 있는 갖가지 편익과 경쟁자들과의 서비스

차이를 명백히 제시함으로써 이용증대를 확보해 나가고 있다.

⑤ 서비스 품질 측정 곤란성

서비스 기업의 성과를 측정하는 일은 매우 어려운 문제이다. 항공 서비스의 무형성, 재고 불가능성으로 인해 항공 서비스 제공자가 제공한 모든 서비스에 대한 품질수준을 측정하기가 어렵다. 또한 항공 서비스의 수행 시에 동질적인 서비스 요소를 투입했다하더라도 고객의 만족수준은 누가, 언제, 어디서 제공했느냐 또는 제공된 서비스에 대한 주관적 평가에 의해 이루어지므로 이를 계량화하기란 지극히 어려운 일이다. 그러므로 항공 서비스 제공자들은 서비스 품질의 기준을 설정하여 고객들의 서비스에 대한 만족수준을 주기적으로 평가, 분석하는 조사활동이 요구되는 것이다.

이상에서 살펴본 바와 같이 항공 서비스란 순수한 서비스로만 구성된 것이 아니라 서비스와 재화가 복합적으로 구성된 서비스 패키지를 형성하고 있음을 알 수 있다. 이에 따라 항공사는 항공 서비스의 실현을 위해 항공기란 자본집약적인 하드웨어를 사용해서 고객을 안전하게 목적지까지 운송해 주는데 목적을 두지만 그 과정에는 항공예약과 발권, 탑승수속, 기내 식음료 및 기내 승무원들의 서비스 제공, 그리고 수하물 인도 등 다양한 서비스를 필요로 한다. 다시 말하면 여객운송이 항공사의 핵심적인 서비스이고 항공여행 정보안내, 기내 식음료의 제공, 승무원들의 기내 서비스 등은 주변적인 서비스의 결정요인이 된다⁵²⁾.

항공 서비스의 또 다른 특징은 장시간동안 밀폐된 공간 속에서 상당수의 사람들이 함께 호흡하며 살아간다는 것이다. 각 개성과 문화와 환경이 다른 다수의 독특한 승객들의 요구 및 필요를 충족시키면서 편안하고, 안전하고, 쾌적하게 운송해야 하는 고난도의 서비스가 요구되는 것이다.

52) 최덕철, 진계논문, p.14.

3. 航空서비스 品質의 構成要因

1) 항공 서비스의 인적·물적 서비스

(1) 인적 서비스

기업이 얼마나 잘 운영되는가 하는 것은 결국 기업에서 고용하고 있는 사람에 달려 있다. 종업원들의 지식과 기술은 서비스 전략을 수립하는데 있어서 매우 중요한 요소이며 기업의 명성과도 직결되는 것이다. 물적 서비스를 유효화시키기 위해서 좋은 인적 서비스를 결합함으로써 비로소 상품으로서의 가치를 인정받을 수 있다.

인적 서비스는 무형의 상품으로서 이것은 출발지에서부터 목적지까지의 항공수소에 관련된 모든 서비스를 포함한다. 즉 여객의 경우 좌석의 예약, 항공권의 발권, 시내-공항간의 지상운송, 공항에서의 탑승수속, 항공기내에서의 서비스, 목적지에 도착한 후의 수하물 기타 서비스의 일체가 포함된다.

보다 전문적으로 설명하면 고객이 서비스 인카운터에서 인식하는 서비스 제공자의 특성에도 여러 가지가 있다.

① 서비스 제공자의 전문적 기술은 자신의 기술을 통해 서비스 산출에 영향을 미칠 수 있는 정도를 말한다. 이들의 전문성은 경험, 통찰력, 창의력이나 순수한 기술에서 나오거나 신용, 훈련의 결과이기도 하다. 서비스 제공자가 자신의 과업을 수행하는데 있어서 갖는 재량권도 포함된다.

② 서비스 제공자의 태도이다. 태도는 개인의 선천적인 요인과 고객의 인식, 고객-제공자간의 상호작용, 주어진 상황의 함수⁵³⁾로서 서비스 제공자가 어떠한 태도를 갖고 있는지는 서비스 인카운터에서 고객에게 큰 영향을 미친다.

③ 서비스 제공자의 인구통계적 특성이다. 서비스 제공자가 고객과 얼마나

53) Benjamin Schneider, "The Perception of Organization Climate : the Customer's View", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 57, June, 1973, pp.248-256 ; 박진영, 전개논문, p.53에서 재인용.

유사한 특성을 갖느냐 하는 것도 서비스 인카운터에 영향을 미친다. 그들의 성별, 연령, 외양, 신체적 조건 등이 서비스 인카운터에 영향을 미치는 인구통계적 요인이 된다.

(2) 물적 서비스

서비스 품질 평가과정에서 물적 서비스는 인적 서비스에 못지 않게 중요한 부분을 차지하고 있다. 물적 서비스의 대표적인 유형은 핵심적 증거(essential evidence)와 주변적 증거(peripheral)로 나뉘어진다. 핵심적 증거는 호텔의 외관이나 배치, 은행지점의 분위기, 렌터카 회사의 자동차 모델, 항공사의 비행기 모델 등이 속하고 서비스 구매에서 중요한 부분을 차지한다. 그리고 주변적 증거는 그 자체로서는 거의 독립적인 가치가 없지만 서비스 구매시 구매의 일부로써 소유할 수 있는 것들이다. 예를 들어 항공사의 안내책자, 음료수, 펜, 기념품 등이 이에 속하는 것이다. 궁극적으로 핵심적 증거나 주변적 증거나 모두 서비스 제공자의 질과 같은 다른 이미지 형성요인과 결합하여 서비스에 대한 고객의 인식에 영향을 미친다. 소비자가 서비스를 판단할 때, 특히 서비스 구매나 이용 전에 서비스를 둘러싼 주위의 유형적 증거를 보고 서비스를 판단한다. 기본적으로 제품이 제공하여야 하는 성과를 충분히 제공할 수 없으면 해당 제품이 아무리 좋은 제품이라 할지라도 고객들로부터 만족을 얻어내지 못하는 것이다⁵⁴⁾.

대표적인 물적 서비스의 예를 들어보면 다음과 같다⁵⁵⁾.

- ① 서비스기업의 건물과 디자인
- ② 건물의 외부속성(견고성, 영구성, 보수성, 진보성 등)
- ③ 분위기
- ④ 시각적 요소(조명, 배치, 색채 등)

54) 김미라, “고객제일주의로부터 출발”, 「항공교통」 제15권, 교통산업연구원, 1993, p.96.

55) 이성호, 전계논문, p.19.

- ⑤ 후각적 요소(냄새, 향기 등)
- ⑥ 청각적 요소(배경음악의 성격 등)
- ⑦ 촉감(실내바닥, 카페트, 의자, 벽면, 테이블 등의 촉각)
- ⑧ 위치
- ⑨ 제품의 성격과 질
- ⑩ 가격
- ⑪ 광고와 촉진

2) 항공 서비스 품질의 결정요인

앞에서 항공 서비스 품질의 평가항목을 설정하기 위해서 항공 서비스의 인적·물적 서비스에 관한 선행연구를 검토하였다.

항공 서비스 품질과 관련된 대부분의 연구들은 PZB가 주장한 5개 차원의 서비스 품질 결정요인⁵⁶⁾을 가지고 실증조사를 실시하였으며, 그 외의 다른 요인은 추가하지 않았다. 그러나 PZB의 5개 차원(22개 문항)만으로는 최휴종이 주장⁵⁷⁾한 서비스 품질 결정요인인 서비스 제공자의 질, 설비, 기술 및 지식, 주변상황 등의 물리적·기술적 환경과 다른 참여고객의 질 등 다양한 요인들을 반영할 수가 없다.

Zins⁵⁸⁾은 상업 항공사를 대상으로 한 연구에서 고객 충성도에 영향을 미치는 선행변수로서 서비스 요인, 지각된 서비스 질, 항공사 이미지, 서비스 가치, 고객만족을 제시했다. 이 가운데 서비스 품질을 편안함(comfort)과 서비스(service), 식음료(catering)로 구분하고 편안함 요인을 ① 좌석의 다리를 두는 공간, ② 좌석의 넓이로 세분화하였다. 그리고 서비스 요인은 ① 친절성, ②

56) A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, *op. cit.*, 1988, pp.12-40.

57) 최휴종, 전계논문.

58) H. Andress Zins, "Antecedents of Satisfaction and Customer Loyalty in the Commercial airline industry", *Proceedings of the Annual Conference European Marketing Academy*, Vol. 3, 1998, pp.327-341.

탑승 서비스, ③ 일반적인 식음료 서비스, ④ 비디오 프로그램, ⑤ 정시성(on time)으로 세분화하였고, 마지막으로 식음료 요인은 ①질, ② 다양성으로 구분하였다.

박진영⁵⁹⁾은 항공사의 고객 애호도에 영향을 미치는 서비스 품질과 고객만족의 영향관계 연구에서 서철현⁶⁰⁾이 여행사를 대상으로 한 연구에서 주장한 여행사 선택속성과 여행사 서비스 품질의 깊은 관련성을 근거로, PZB의 항공 서비스 품질 요인 이외에 항공사 선택속성을 추가로 보완하여 새로운 항공 서비스 품질 평가항목을 만들었다. 그는 PZB의 22개 항목의 서비스 품질 척도에 다른 학자들이 공통적으로 주장한 항목을 첨가해서 항공 서비스 품질 평가항목을 구성하였는데 그 내용은 항공사의 물리적 서비스를 구성하는 속성으로 운항관련요인, 시설 및 외형성요인, 첨단제도 요인, 편익성 요인으로 구분하고 인적 서비스보다는 물리적 서비스가 전반적인 서비스 품질이나 고객만족, 고객 애호도에 더욱 더 영향을 미친다고 주장하였다.

박종학⁶¹⁾도 항공 서비스 품질 결정요인을 유형성, 신뢰성, 반응성, 설득성, 공감성으로 나누고, 고객만족과 고객충성도에 미치는 영향을 실증하였다.

차현수⁶²⁾는 기존의 연구들을 바탕으로 항공 서비스 품질을 실증한 결과 크게 5개의 요인으로 서비스 품질 차원을 나누었다. 즉, 신뢰성, 쾌적성, 접근성, 안전성, 유형성이다. 그의 연구에서 항공사의 전반적 서비스 품질에 유의한 영향을 미치는 요인은 신뢰성(정시운항 및 직원의 친절, 고객에 대한 태도)과 쾌적성(항공사가 보유하고 있는 전체적인 분위기 및 기내에서의 쾌적성) 요인이라고 주장했다.

59) 박진영, 전계논문, pp.56-57.

60) 서철현, “여행상담 서비스 품질에 대한 직무관련 요인의 영향과 심리적 요인의 매개역할에 관한 연구”, 박사학위논문, 대구대학교 대학원, 1997, p.45.

61) 박종학, “고객만족이 고객충성도에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위논문, 연세대학교 대학원, 1997, pp.76-80.

62) 차현수, “항공 서비스품질평가에 관한 연구”, 석사학위논문, 경기대학교 대학원, 1995, pp.73-81.

서정국⁶³⁾은 항공 서비스 질 요인을 판매서비스, 예약/발권 서비스, 좌석배정 서비스, 보안검색 서비스, 기내 서비스, 수화물 관련 서비스, 도착 서비스로 구분하고 이용고객의 인구통계적 특성에 따라 항공 서비스 품질에는 차이가 있다고 하였다.

정동렬⁶⁴⁾은 항공 서비스 품질 결정요소를 기존학자들의 주장에 의하여 10가지 차원으로 보았다. 구체적인 설명은 다음 <표 2-3>과 같다.

<표 2-3> 항공 서비스 품질 결정요소

서비스 품질 결정요소	내 용
신뢰성	약속된 서비스를 정확하게 수행하는 능력(성능의 일관성, 정확한 청구, 기록의 올바른 유지관리, 지정된 시간에 정해진 서비스를 수행하는 능력, 정시성 등)
대응성	서비스 제공자의 기꺼움 또는 준비성, 서비스의 적시성, 거래착오의 즉각적 통지, 빠른 응답, 신속한 서비스 제공 등
숙련성	서비스를 수행하는 데 요구되는 숙련과 지식의 소유, 접촉자의 지식과 숙련, 조직의 연구능력 등
접근성	접근의 용이함, 전화로 쉽게 접근, 전화 대기시간, 편리한 영업시간, 편리한 입지 등
예절	고객 접촉자의 정중, 경의, 해아림, 친절, 고객의 재산에 대한 고려, 접촉자의 청결하고 산뜻한 외모 등
커뮤니케이션	광고, 홍보의 진실성, 서비스의 내용에 대한 설명, 고객이 쉽게 이해할 수 있는 어휘 및 언어 사용 등
신용	신뢰, 믿음, 정직, 회사명, 회사의 명성, 접촉자의 개성, 서비스 제공자의 진실성, 정직성 등
안전성	위험, 의심으로부터의 자유, 육체적 안전, 금전적 안전, 비밀보장 등
고객의 이해/인지	고객욕구의 이해 노력, 고객의 특정한 욕구를 이해, 개별적인 주목, 정규고객의 인지 등
유형성	서비스의 물리적 증거, 물리적 설비, 외모, 서비스 제공자에 사용되는 도구 또는 장비, 서비스의 물리적 표현, 서비스 시설내의 다른 고객들 등

자료 : 정동렬, “항공 서비스의 품질과 고객 : 서비스 차별화 사례와 서비스 품질 결정요소”, 「항공진흥」 제14호, 1997, pp.95-103.

63) 서정국, 전개논문, pp.40-41.

64) 정동렬, “항공 서비스의 품질과 고객 : 서비스 차별화 사례와 서비스 품질 결정요소”, 「항공진흥」 제14호, 1997, pp.95-103.

그리고 국내의 선행연구로 이 분야에서 선구적 연구자인 김경숙⁶⁵⁾의 항공사 선택 행동에 관한 연구에서 규명된 결과는 다음과 같다.

첫째, 항공사 선택속성에 대한 중요도와 만족도는 좌석등급과 항공운임의 지불주체 등에 따라 서로 다르게 나타난다는 것이다.

둘째, 항공사의 선택속성 요인은 항공승객의 교육정도와 직업, 주거형태, 가정생활주기에 따라 서로 유의적인 차이가 있다.

셋째, 항공사 선택속성요인도 여행목적이나 좌석등급, 여행빈도, 항공권예약주체, 항공운임지불 주체, 체류기간, 상용고객회원 여부 등에 따라 유의한 차이가 있다.

넷째, 항공승객의 항공사에 대한 만족도와 항공사의 경영성과지표인 승객의 영업수입, 결항율과는 전반적으로 유의적인 관계를 나타내지 않고 있는 것으로 규명되었다.

Ritchie 등⁶⁶⁾은 캐나다 켈거리 지역에서 150명을 대상으로 여행목적별 상용 승객 36명과 휴가여행객 114명을 대상으로 선택, 항공요금, 항공 서비스, 운항스케줄 부분에서 경쟁력을 조사하였다. 그 결과 휴가 여행객은 항공요금, 안전성, 운항스케줄, 예약관련 조건들을 중요하게 여겼고 비즈니스 승객들은 운항스케줄, 안전성, 예약관련 조건 그리고 운항관련 서비스 속성요인을 중요하게 여겼다. 특히 비즈니스 여행객은 운항스케줄을 가장 중요하게 여겼고, 휴가 여행객들은 가격을 가장 중요하게 여겼으며 비즈니스 여행객보다 안전성을 더 중요하게 여겼다.

65) 김경숙, “항공사 선택행동과 경영성과의 결정요인에 관한 연구”, 박사학위논문, 세종대학교 대학원, 1996.

66) J. R. Ritchie, E. E. Johnston and V. J. Jones, "Competition fares and fences—perspective of the air travelers", *Journal of Travel Research*, Vol. 19, 1980, pp.17-25.

<표 2-4> 항공 서비스 품질 요인과 선택속성의 종합

항 목	Alotaibi (1992)	Ostrowski 등(1993)	김경숙 (1996)	박진영 (1999)	본 연구 (2003)
항공사의 현대적인 시설	○			○	
항공사 설비의 외관	○			○	
종사원의 깔끔한 외모	○			○	○
외형에서 받은 느낌과 서비스 스타일의 동일성	○				
고객과의 서비스 약속시간 준수	○			○	○
고객문제 해결을 위해 진실된 자세를 보임	○			○	
처음부터 올바른 서비스를 제공함	○			○	
약속된 서비스를 제공함	○	○	○	○	
항공사의 무결점 정신	○				
정확한 서비스 제공시간을 알려줌	○			○	
즉각적인 서비스 제공	○			○	○
서비스의 자발적 제공	○			○	
손님의 요청에 언제든지 응함	○			○	
종사원들의 신뢰감	○				○
비행의 안전성	○		○	○	○
종사원들의 예절성	○		○	○	○
종사원들의 전문지식 보유	○				○
고객 개개인에 대한 관심	○			○	○
편리한 비행 스케줄	○		○	○	○
고객의 요구에 대한 대처	○			○	○
고객에게 최대의 이익을 주려는 노력	○			○	○
고객들의 구체적인 요구를 이해	○				
유용한 마일리지 프로그램 보유			○	○	○
다양한 운항노선 보유				○	○
다양한 편축 프로그램 보유					○
부대적인 유희 및 편의시설 보유				○	○
기내통역원이나 지상안내원들을 고용			○		
경제적인 가격			○	○	
신속한 탑승수속		○	○	○	○
항공사의 국적			○	○	
항공사의 명성 및 이미지			○	○	
좌석의 안락함		○	○	○	○

(표 계속)

항 목	Alotaibi (1992)	Ostrowski 등(1993)	김경숙 (1996)	박진영 (1999)	본 연구 (2003)
기내식의 맛과 질		○	○	○	○
수하물 배달 서비스		○	○	○	○
예약 서비스		○	○	○	○
항공기의 상태		○		○	○
항공기 인테리어의 매력성		○			
안전 및 보안요원의 서비스			○		○
편리한 온라인 예약시스템 실시				○	○
무료 항공권 여행제도 실시				○	
다양한 관측프로그램 보유					○
좌석배정 서비스의 적정성					○
타항공사와의 제휴에 따른 혜택				○	○

자료 : 논자 정리

Ostrowski 등⁶⁷⁾은 상업 항공사를 대상으로 서비스 품질과 고객충성도와의 관계를 실증한 연구를 실행하였다. 이 연구에서 항공 서비스 품질 요인으로 제시된 것은 위 <표 2-4>에서 제시된 8개를 포함한 총 16개 문항이었다.

요인분석을 통한 공통요인 추출의 방법은 사용하지 않고, A와 B 항공사간의 서비스 품질을 비교하였다. 또한 그들은 동일한 측정도구를 가지고 사업여행자와 관광여행자간에 서비스 품질의 결정요인에 대한 연구를 수행하였다.

따라서 본 연구에서는 이들의 선행연구에서 나타난 항공 서비스 품질 요인 중 현실에 적합한 항목을 중심으로 항공 서비스 품질 평가항목을 구성하고자 한다. 위 <표 2-4>는 선행연구에서의 항공 서비스 품질 요인을 포함한 항공사 선택속성을 정리한 것이다.

67) Peter L. Ostrowski, Torrence V. O'Brien and Geoffery L. Godon, "Service Quality and Customer Loyalty in the Commercial Airline Industry", *Journal of Travel Research*, Vol. 32, Full, 1993, pp.16-24.

第 3 節 國內 航空서비스의 現況

1. 國內 航空서비스의 現況

우리나라 항공시장은 1948년 시작된 이래, 한국전쟁, 정치적 격변, 국내 항공사의 영세성 등으로 인하여 1960년대 말까지는 그 발전이 미약하였다. 그러나 노스웨스트(NWA), 일본항공(JAL), 케세이 퍼시픽 항공(CPA) 등에 의해 주로 이루어졌던 국제선 항공운송은 1960년대 말 이후 민영 대한항공의 활발한 노선취항, 경제성장에 따른 국민소득의 향상, 그리고 개방적 성장전략에 따른 내·외국인 여행증가 등의 영향으로 우리나라 국제선 항공운송업은 비약적인 발전이 있었다. 이후 88 서울올림픽 개최와 1989년부터 시행된 내국인 해외여행자유화 조치 등으로 인해 항공승객이 급증하였으며 제2민항인 아시아나 항공의 출현과 1980년대 후반 시장개방의 압력으로 항공운송시장의 개방이 이루어짐에 따라 경쟁체제에 돌입하였다.

21세기 항공수요에 대비하여 24시간 운영 가능한 동북아지역의 중추공항개발을 위해 인천 영종도에 인천국제공항이 2001년 3월에 개항하게 됨으로써 년 운항회수가 24만회, 3천만명의 여객과 270만톤의 화물을 수송할 수 있게 되었다. 2002년부터 2008년까지 2단계 확장공사가 진행 중에 있으며 확장공사가 끝나면 년 41만회의 운항과 4,400만명의 여객, 450만톤의 화물을 처리할 수 있게 된다.

민간항공 여객 수송실적을 보면 국내선 여객의 경우 <표 2-5>에서 보는 바와 같이 1997년 여객수가 25,639천명을 수송하였으나 IMF의 영향으로 1998년에는 23.9%가 감소한 19,504천명을 수송하였다. 이후 2000년까지 연 평균 8.4%의 성장을 하였으나 2001년에는 21,811명, 2002년에는 21,248명으로 감소하는 추세이다.

<표 2-5> 민간 항공 여객수송 실적

(단위 : 천명, %)

구 분		1997	1998	1999	2000	2001	2002
국 내 선	실 적	25,639	19,504	21,145	22,515	21,811	21,248
	전년대비 증가율	8.8	△23.9	8.4	8.4	△3.1	△2.6
	좌석이용률	76.6	65.6	73.2	71.7	71.2	69.4
국 제 선	실 적	16,598	14,139	16,750	19,505	20,350	22,716
	전년대비 증가율	3.8	△14.8	18.8	16.4	4.6	11.6

자료 : 한국공항진흥협회 홈페이지, <http://www.airtransport.or.kr>

좌석 이용률도 1997년 76.6%에서 1998년에는 65.6%, 1999년 73.2%, 2000년 71.7%, 2001년 71.2%로 계속 감소하여 2002년 현재 69.4%의 좌석이용률을 보이고 있다.

국제선 운송실적으로 보면 1997년 16,598천명을 수송하였으나 IMF의 영향으로 1998년에는 14.8%가 떨어진 14,139천명을 수송하였다. 그러나 1999년에 16,750천명을 수송하여 1997년의 수송인원과 같은 수준으로 급상승하여 2002년 현재 22,716천명으로 증가하는 추세이다.

국내선 노선별 여객수송실적을 보면 2001년까지 김포-김해노선이 가장 높은 여객수송실적을 보였으나 2000년에는 26.4%에서 2001년에는 25.4%, 2002년에는 25.1%로 감소하는 추세를 보이고 있다. 그러나 2002년 25.4%로 가장 높은 수송실적을 보인 제주-김포노선은 2000년 21.3%에서 2001년 22.3%, 2002년 25.4%로 상승하고 있다. 김포-김해노선은 서해안 고속도로와 고속철도의 개통 등 운송수단의 다양화로 인해 항공에 의한 의존도가 크게 떨어질 것으로 예상된다. 또한 제주를 제외한 김해, 대구, 포항, 울산, 사천 등의 노선도 이에 영향을 받을 것으로 예상됨에 따라 제주를 기점으로 한 노선은 상대적으로 국내 항공수송에서 차지하는 비중이 더욱 커질 것으로 예상된다.

<표 2-6> 국내선 노선별 여객수송실적

(단위 : 천명, %)

구분	2000년			2001년			2002년		
	노선	여객수	비율	노선	여객수	비율	노선	여객수	비율
1위	김포-김해	5,949	26.4	김포-김해	5,532	25.4	제주-김포	5,403	25.4
2위	제주-김포	4,784	21.3	제주-김포	4,869	22.3	김포-김해	5,335	25.1
3위	김포-대구	1,725	7.7	제주-김해	1,614	7.4	제주-김해	1,604	7.5
4위	제주-김해	1,670	7.4	김포-대구	1,594	7.3	김포-대구	1,554	7.3
5위	김포-광주	1,547	6.9	김포-광주	1,445	6.6	김포-광주	1,325	6.2
6위	김포-울산	1,295	5.8	김포-울산	1,309	6.0	김포-울산	1,298	6.1
7위	김포-사천	791	3.5	김포-사천	730	3.3	제주-광주	727	3.4
8위	제주-광주	735	3.3	제주-광주	708	3.2	김포-포항	642	3.0
9위	김포-포항	728	3.2	김포-포항	704	3.2	제주-청주	583	2.7
10위	김포-여수	587	2.6	김포-여수	543	2.5	제주-대구	563	2.6
	전체노선	22,515	100.0	전체노선	21,811	100.0	전체노선	21,248	100.0

자료 : 한국공항진흥협회 홈페이지, <http://www.airtransport.or.kr>

2. 濟州地域 航空서비스의 現況

1) 제주국제공항 항공 서비스 현황

연구지역인 제주도의 국제공항인 제주국제공항은 1968년 국제공항으로 승격된 이후 2000년대 ‘항공수요처리 우리나라 관문공항’으로 육성하고 제주국제자유도시개발계획과 연계하여 규모를 확장하고 있다.

제주국제공항의 처리능력은 연간 140천회의 운항과 국제여객 127만명, 국내여객 1,232만명의 여객수송, 국제화물 2만톤과 국내화물 56만톤을 처리할 수

있는 능력을 갖추고 있으나 국내선 대합실 최대 수용인원은 2,080명으로 대합실은 성수기 및 추석이나 설연휴시 수용인원 초과 및 초만원 사태 종종 발생하고 있는 상태이다.

<표 2-7> 제주국제공항 연간 국내선 여객수송 실적

(단위 : 천명, %)

구 분	1998	1999	2000	2001	2002
여 객 수	7,213	7,952	8,793	8,968	9,465
분 담 율	18.1	18.5	19.2	20.2	22.2

자료 : 한국공항진흥협회 홈페이지, <http://www.airtransport.or.kr>

제주국제공항은 1998년 7,213천명의 국내 여객을 수송하였으며 1999년에는 7,952천명, 2000년 8,793천명, 2001년 8,968천명으로 증가하고 있다. 2002년 현재 9,465천명을 수송하여 천만명 돌파를 눈앞에 두고 있다

전국공항별 분담율도 1997년 18.1%에서 매년 증가하여 2002년 현재 22.2%를 차지하고 있다.

2002년 현재 제주노선 여객실적을 보면 제주-김포 노선이 549만명으로 전체 제주 국내노선 여객실적의 57.1%를 차지하고 있으며 다음으로 제주-김해 노선이 17.0%, 제주-광주노선 7.6% 순으로 나타나 제주-김포에 대한 비중이 매우 높은 것으로 나타났다.

앞으로의 제주여객 수용에 대한 전망을 보면 2005년에는 10,533천명으로 4.5%, 2010년에는 13,780천명으로 6.2% 상승할 것으로 예상된다. 그리고 2015년에는 15,363천명, 2020년 17,577천명으로 2.6%씩 성장할 것으로 전망하고 있다.

그러나 국내 여객수송 능력이 1,232만명인 현재의 제주공항 시설로는 2010년에는 과포화상태로 될 것으로 예상되고 있으며 특히 제주국제자유도시특별법 시행으로 국제선 여객수송도 늘어날 것으로 예상되고 있으므로 제주국제공항의 확충은 무엇보다도 시급히 시행되어야 할 것이다.

<표 2-8> 국내노선별 제주국제공항 여객실적 (2002년)

(단위 : 명, %)

구 분	제주 행	제주 발	합계	비율
김포	2,752,265	2,736,193	5,493,478	57.1
인천	45,926	92,592	138,518	1.4
김해	801,093	825,265	1,626,358	17.0
대구	289,056	283,263	572,319	5.9
광주	371,823	366,402	728,225	7.6
청주	297,677	294,522	592,199	6.1
여수	29,346	28,018	57,364	0.6
울산	36,536	32,591	69,127	0.7
목포	18,496	17,869	36,365	0.4
사천	39,287	35,734	75,021	0.8
포항	27,316	26,498	53,814	0.6
예천	8,722	7,428	16,150	0.2
군산	71,960	71,474	143,434	1.5
원주	4,278	4,830	9,108	0.1
합계	4,798,781	4,822,699	9,621,480	100.0

자료 : 한국항공진흥협회 홈페이지, <http://www.airtransport.or.kr>

<표 2-9> 제주국제공항 국내선 여객수송 전망

(단위 : 천명, %)

구 분	2005년	2010년	2015년	2020년
여 객 수	10,533	13,780	15,363	17,577
연평균 증가율	4.5	6.2	2.6	2.6

자료 : 건설교통부, 공항개발중장기 기본계획, 1999 ; www.moct.go.kr

2) 제주지역항공사 설립

제주도민의 대부분은 섬이라는 지역여건상 타도시의 기차·버스 등과 같은 대중 교통수단으로 활용되고 있는 것이 항공교통이다. 그러나 1997년 이후 교통요금 인상율을 보면 기차를 포함한 대부분 교통수단이 연 3%에서 연 7%미만의 요금이 인상되었으나, 국내선 항공요금은 연평균 12.8% 인상이며, 도민 부담 가중 및 관광비용 증가로 지역경제에 부정적인 영향이 우려됨에 따라 2001년 2월에서 4월 사이에 총체적인 항공요금 인상 반대 운동이 일어나게 되었다.

이러한 항공료 인상에 대한 도민들의 총체적 반발이 계기가 됨에 따라 제주도는 항공정책연구단을 구성하여 교통개발연구원(2001년 8월부터 2002년 2월까지)과 한국능률협회컨설팅(2003년 3월부터 동년 10월까지)에 연구용역을 의뢰하였다. 그 결과 자본금 400억원과 터보프롭 5대로 이루어진 부정기 항공사업인 '지역항공사'를 추진하게 되었다.

지역항공은 대형항공기(좌석 200~400석)보다 규모가 적은 100석 이하의 중·소형 항공기로 600Km내외의 단거리 노선을 운행하는 항공으로 저비용으로 중·소도시간에 항공 서비스를 제공할 수 있다는 장점이 있다.

2003년 4월에 한국능률협회컨설팅이 제주지역항공사 설립과 관련하여 제주도민 600명과 서울 및 6대도시 거주자 500명, 제주도방문객 320명을 대상으로 고객조사를 실시한 결과 제주도민의 86.7%, 제주도의 고객의 81.8%가 지역항공사 설립에 대해 찬성하는 것으로 나타났다.

찬성하는 주요 이유는 가격인하가 54.7%로 가장 높은 응답율을 보였다. 그러나 제주지역항공사 설립 반대 이유는 제주도민의 41.7%와 제주도의 고객의 37.8%가 '안전운행에 문제가 있을 것 같다'라는 의견을 제시해 안전성에 대한 우려가 높은 것으로 나타났다.

저운임 지역항공사가 기존의 국적항공사와의 치열한 경쟁에서 살아남기 위해서는 차별화된 저운임을 무기로 잠재수요를 자극하면서 ON-LINE SALES 등 항공권의 유통을 다양화하는 마케팅 전략과 안전성이 검증된 항공기의 확

보 및 안전관리, 경험많은 승무원의 확보, 공항운영의 최적화, 정시성의 확보, 가동율의 향상 등으로 국적 항공사가 할 수 없는 원가절감 노력을 지속적으로 해야만 저운임 마케팅 전략이 유지될 것이다.

따라서 지역항공사 설립의 전제조건은 기존 국적항공사와의 경쟁력 확보와 채산성의 문제, 그리고 가장 중요한 안전성이 확보될 때 성공할 수 있을 것이다.

<표 2-10> 지역항공사 설립 비즈니스 모델

K F S 도 출	전략	저비용 구조의 서비스
	노선	수도권 생활노선, 지방권 생활노선
	가격	30% 할인
	기종	안전성 위한 단일기종, 80인승 이하 터보프롭
	서비스	화물/기내 서비스 제한, 특화/차별화된 서비스
	운영	저비용 운영/관리 구조
B M 수 립	사업형태	부정기 항공운송
	설립형태	민간주도의 주식회사
	자본금	구매시 400억원, 리스시 280억원
	자본유치	민자
	항공기	터보프롭 5대 구매
	도입방법	SPC통한 구매
	도 지분	설립시 50억원
	인원	163명 (임원포함)
노선	김포, 김해, 대구 향후 광주, 청주 등으로 확대	

자료 : 한국능률협회 컨설팅, 「제주 지역항공사 최종보고서」, 2003.

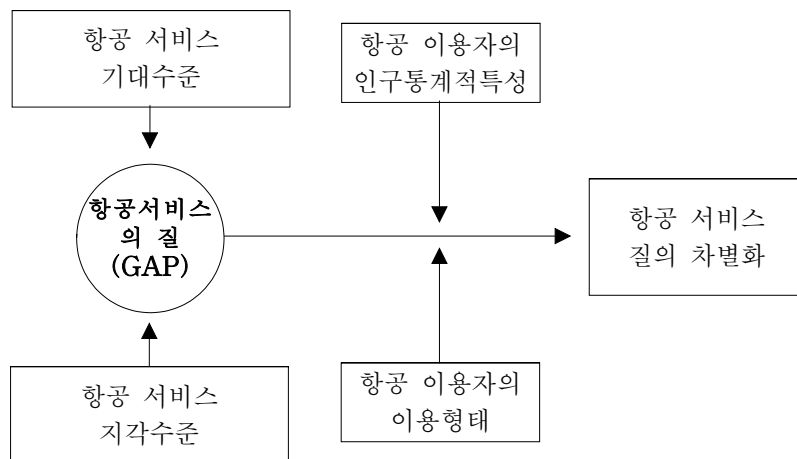
第 3 章 研究의 模型 및 調査設計

第 1 節 分析模型 定立과 研究假說의 設定

1. 分析模型의 定立

본 연구에서는 제주지역노선 이용자를 대상으로 국내 항공 서비스 품질을 분석하여 보다 나은 항공 서비스 품질 향상방안을 제시하고자 한다. 제주지역을 대상으로 한 연구가 관광교통만을 강조하였으나 본 논문은 제주지역 주민과 관광객의 항공 서비스 품질을 비교 평가한다는 데 연구의 주요 목표로 하고 있다. 따라서 항공 서비스 기대수준과 지각수준의 차이(gap)인 항공 서비스 품질이 항공 서비스 이용자의 인구통계적 특성과 이용형태에 따라 어떠한 차이가 있는지를 규명하기 위해서 다음 [그림 3-1]과 같은 분석모형을 구상하였다.

<그림 3-1> 연구모형



2. 研究假說의 設定

항공 서비스 차별화를 위해서는 이용자의 인구통계적 특성과 이용형태에 따라 항공 서비스 기대수준과 지각수준의 차이인 항공 서비스 품질에는 어떠한 차이가 있는지를 파악하는 것이 중요하다. 따라서 본 연구의 연구가설은 이러한 흐름 속에서 설정되었다.

가설 1은 항공 서비스 이용자의 인구통계적 특성에 따라 항공 서비스 품질에는 어떠한 차이가 있는지를 검증하기 위해 설정하였다.

가설 2는 항공 서비스 이용자의 이용형태에 따라 항공 서비스 품질에는 어떠한 차이가 있는지를 검증하기 위해 설정하였다.

따라서 본 연구에서는 아래와 같은 연구가설을 설정하고 가설 검정하였다.

<가설 1> 항공 서비스 이용자의 인구통계적 특성에 따라 항공 서비스 품질에는 차이가 있을 것이다.



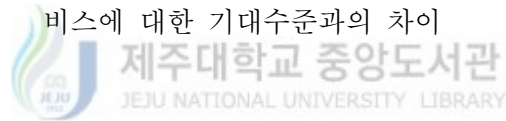
<가설 2> 항공 서비스 이용자의 이용형태에 따라 항공 서비스 품질에는 차이가 있을 것이다.

3. 變數의 操作的 定義

실증분석에서 사용된 각 연구변수의 조작적 정의는 다음과 같다.

- ① 항공 서비스 : 국적 항공사가 항공기를 운항하여 운송 서비스를 소비자에게 제공하고 그 대가로 징수한 운임으로 수익을 얻는 영업활동

- ② 항공 서비스 이용자 : 국적 항공사가 운항하는 항공노선 중 제주지역 노선을 이용하여 항공 서비스를 제공받은 자
- ③ 항공 서비스 이용형태 : 국적 항공사가 운항하는 항공 노선 중 제주지역 노선을 이용용자의 항공 서비스에 대한 인식 및 태도
- ④ 항공 서비스 이용자의 인구통계적 특성 : 국적 항공사가 운항하는 항공 노선 중 제주지역 노선을 이용한 이용자의 연령, 성별 등과 같은 인구통계적 사항
- ⑤ 항공 서비스 기대수준 : 국적 항공사의 제주노선을 이용한 이용자가 평소 항공 서비스에 대해 기대하고 있었던 수준
- ⑥ 항공 서비스 지각수준 : 국적 항공사의 제주노선을 이용한 이용자가 항공사가 제공한 서비스에 대해 지각한 수준
- ⑦ 항공 서비스 품질 : 국적 항공사의 제주노선을 이용한 이용자가 항공사에서 제공했던 서비스에 대한 지각수준과 평소 항공 서비스에 대한 기대수준과의 차이



第 2 節 調査設計

1. 調査目的

본 연구에서는 항공 서비스 품질을 항공 서비스에 대한 기대수준과 지각수준과의 차이로 정의하고 항공 서비스 이용자의 인구통계적 특성과 항공 서비스 이용형태에 따라 항공 서비스 품질에는 어떠한 차이가 있는 지를 파악하고자 하였다.

이러한 조사결과를 통해서 항공 서비스의 차별화 요인을 파악하여 보다 나은 항공 서비스 방안을 제시하고자 하였다. 특히 항공 서비스를 교통 서비스

로 인식하고 있는 제주도민과 관광 서비스로 인식하고 있는 관광객과의 항공 서비스 품질에 대한 차이를 살펴봄으로써 제주도의 '지방항공사 설립'논의로 더욱 치열한 경쟁노선으로 부상하고 있는 제주지역 노선뿐만 아니라 국내 항공 서비스 품질을 향상시킬 수 있는 방안을 제시하고자 하였다.

2. 標本抽出 및 調査方法

자료조사는 설문지법에 의해 이루어졌으며, 리커트 5점 척도와 명목척도를 이용하여 설문을 구성하였다.

조사대상은 제주국제공항과 김포공항을 통해서 제주지역 항공노선을 이용하는 만 20세 이상의 항공 서비스 이용자를 모집단으로 하였다.

예비답사 및 예비조사는 2003년 9월 13일부터 14일까지 2일간 실시하여 사전에 발생할 수 있는 오차를 최소화하여 본 조사는 2003년 9월 16일부터 2003년 9월 30일까지 15일간 실시하였다. 조사원은 사전에 설문교육을 마친 5명이 제주공항과 김포공항 대합실에서 제주노선을 이용하는 이용자를 대상으로 응답자가 직접 기입하는 자기기입형(self-administered questionnaires) 방식으로 진행되었다.

설문부수는 제주지역 거주자 120명과 관광객 120명을 대상으로 총 240부를 배포하였으며 이중 응답이 부실한 설문 36부를 제외한 총 204부를 최종 유효 표본으로 확정하였다.

第 3 節 設問紙 構成과 資料分析 方法

1. 設問紙 構成

설문지 구성은 기존의 선행연구 결과와 앞에서 언급한 이론적 배경을 근거로 구성하였다. 설문문항은 크게 항공 서비스의 기대수준 항목과 지각수준 항목, 항공 서비스 이용자의 이용형태 항목, 항공 서비스 이용자의 인구통계적 특성과 관련된 항목으로 나누어져 있다.

<표 3-1> 설문지의 구성

연구영역	측정변수	척도 유형
항공 서비스 품질 결정요인의 기대수준과 지각수준	1.고객의 문제를 해결하려는 노력 2.약속된 서비스의 제공 3.신속하고 정확한 서비스를 제공 4.고객에 대한 응대 5.고객의 요구에 대한 대처 6.고객에게 최대의 도움을 주려는 노력 7.출발, 도착 시간의 정확성 8.편리한 비행스케줄(운항시간) 9.유용한 마일리지 프로그램의 보유 10.다양한 운항노선의 보유 11.다수의 항공기 최신기종 보유 12.운항의 안전성 13.다양한 관측프로그램 보유 14.부대적인 유희 및 편의시설 보유 15.타사와의 제휴에 따른 혜택 16.종사원의 업무에 대한 전문성 17.종사원의 예절바름 18.종사원의 깔끔한 외모 19.종사원들의 신뢰감 20.안전 및 보안요원의 서비스 21.예약 및 발권서비스의 편리성 22.편리한 인터넷 예약시스템 23.좌석배정 서비스의 적정성 24.신속한 탑승수속 25.좌석의 안락함 26.기내음료의 맛과 질 27.수하물 배달 서비스	리커드 5점 척도

(표 계속)

연구영역	측정변수	척도 유형
항공 서비스 이용형태	1. 이용한 항공사 2. 방문 목적 3. 항공이용 제주방문 횟수 4. 항공이용 해외여행 횟수 5. 연간 국내 항공 이용도 6. 항공권 구매 경로 7. 전화연결 서비스 불만사항 8. 항공사 선택이유 9. 항공요금 인식정도 10. 항공사 상용고객 여부 11. 상용고객 입회 경로 12. 운항스케줄 우선확인 항공사 13. 지역항공사 성공가능성 14. 지역항공사 이용 가능성	명목척도
이용자의 특성	1. 성별 2. 연령 3. 학력 4. 직업 5. 거주지 6. 가구소득	명목척도



2. 資料分析 方法

조사에서 수집되어 유효표본으로 확인한 204부는 코딩을 거쳐 통계 패키지 프로그램인 SPSS 프로그램을 이용하여 분석하였다.

사용된 통계방법은 서술적 통계방법(descriptive statistical)과 다변량 분산분석(multiplicate statistical analysis) 방법을 활용하였다.

전체적인 표본의 특성을 파악하기 위해 서술적 통계방법으로 빈도분석(frequency analysis)과 평균, 표준편차 등을 살펴보았다.

항공 서비스 품질에 대한 분석을 위해 항공 서비스의 기대수준과 지각수준에 대한 항목에 대해 내적 일관성을 나타내는 Cronbach's Alpha를 이용한 신뢰성 검정을 실시하였다. 그리고 타당성 검정을 위해 항공 서비스의 기대수준과 지각수준, 그리고 항공 서비스 품질에 대해 요인분석(factor analysis)을 실

시하였다.

또한 항공 서비스 이용자의 인구통계적 특성과 이용형태에 따른 항공 서비스 품질의 차이분석을 위해 분산분석(ANOVA)과 t-test를 활용하여 가설을 검정하였다.



第 4 章 實證分析

第 1 節 航空서비스 利用者의 特性과 利用形態

1. 航空서비스 利用者의 人口統計的 特性

항공 서비스 이용자의 인구통계적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였으며 그 결과는 다음 <표 4-1>과 같다.

<표 4-1> 항공 서비스 이용자의 인구통계적 특성

변 수	빈 도(명)	비 율(%)	
성 별	남 성	145	71.1
	여 성	59	28.9
연 령	20 대	110	53.9
	30 대	58	28.4
	40 대 이상	36	17.7
	고졸이하	40	19.6
학 력	전문대 재·졸	55	27.0
	대학 재·졸 이상	109	53.4
	제주이외의 지역	102	50.0
거 주 지	제주지역	102	50.0
	150만원 이하	36	17.6
월 평균소득	151-250만원	78	38.2
	251-350만원	49	24.0
	351만원 이상	41	20.1
	전문·관리직	44	21.6
직 업	기술·생산직	29	14.2
	사무직	18	8.8
	서비스직	24	11.8
	학 생	51	25.0
	주부 및 기타직업	38	18.6
	계	204	100.0

성별로는 남성이 145명(71.1%), 여성이 59명(28.9%)으로 구성되었다.

연령별로는 20대가 110명(53.9%)으로 가장 많이 표집되었으며 다음은 30대가 58명(28.4%), 40대 이상이 36명(17.7%) 순으로 구성되었다.

학력별로는 109명(53.4%)이 대학 재학 중이거나 졸업한 것으로 나타났으며 다음으로 전문대에 재학중이거나 졸업한 응답자가 55명(27.0%)으로 나타났다.

거주지역은 제주지역에 거주하는 응답자가 102명(50.0%)으로 제주지역이외의 지역에 거주하는 응답자와 비율이 같은 것으로 나타났다.

월 평균소득에 대해서는 78명(38.2%)이 '151~250만원'으로 나타났으며 49명(24.0%)은 '251~350만원', 41명(20.1%)은 '351만원 이상', 36명(17.6%)은 '150만원 이하'로 나타났다.

직업은 51명(25.0%)이 학생으로 나타났으며 44명(21.6%)은 전문·관리직, 38명(18.6%)은 주부 및 기타직업, 29명(14.2%)은 기술·생산직으로 나타났다.

2. 航空서비스 利用者의 利用形態



항공 서비스 이용자의 이용형태를 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였으며 그 결과는 다음 <표 4-2>와 같다.

이용 항공사는 66.7%가 '대한항공', 33.3%는 '아시아나 항공'으로 조사되었다. 항공사 선택이유에 대해서는 45.1%가 '주 이용고객'이라고 응답하였으며 다음으로 34.8%는 '스케줄이 맞아서'라고 응답하였다.

우선적으로 운항시간을 확인하는 항공사에 대해 72.1%가 '대한항공'이라고 응답하였으며 27.9%는 '아시아나 항공'으로 조사되었다. 항공사 상용고객 여부에 대해 33.8%가 '대한항공 회원'으로 나타났으며 26.5%는 '대한항공과 아시아나 항공', 13.2%는 '아시아나 항공'으로 조사되었다.

<표 4-2> 항공 서비스 이용자의 이용형태

변 수		빈 도(명)	비 율(%)
이용 항공사	대한항공	136	66.7
	아시아나 항공	68	33.3
항공사 선택이유	스케줄이 맞아서	71	34.8
	주로 이용고객	92	45.1
	다른 사람의 선택	19	9.3
	높은 서비스 및 기타	22	10.8
우선적 스케줄 확인 항공사	대한항공	147	72.1
	아시아나 항공	57	27.9
항공사 상용고객 여부	대한항공 회원	69	33.8
	아시아나 회원	27	13.2
	둘 다 회원	54	26.5
	회원이 아님	54	26.5
상용고객 신청경로	직원의 권유	40	19.6
	스스로 신청	110	53.9
	회원이 아님	54	26.5
항공권 구매경로	전 화	59	28.9
	인터넷 이용	69	33.8
	여행사	45	22.1
	공항 및 기타	31	15.2
전화연결 서비스 불만족 사항	전화연결 어려움	46	22.5
	대기시간이 김	114	55.9
	불친절	1	0.5
	통화품질 나쁨	9	4.4
	기 타	15	7.4
	전화 사용 안함	19	9.3
이용 항공요금 만족도	적당하다	57	28.0
	비싼 편이다	111	54.4
	매우 비싸다	36	17.6
방문목적	제주거주	102	50.0
	휴양/휴식	37	18.1
	업 무	35	17.2
	기 타	30	14.79
항공기를 이용한 제주방문 횟수	처음 방문	75	36.8
	2~5회	68	33.3
	6~10회	27	13.2
	11회 이상	34	16.7
계		204	100.0

(표 계속)

변 수		빈 도(명)	비 율(%)
항공기를 이용한 해외여행 횟수	경험없음	102	50.0
	1회	30	14.7
	2회	28	13.7
	3회	13	6.4
	4회 이상	31	15.2
연간 국내 항공기 평균 이용 횟수	1회 이하	71	34.8
	2회	38	18.6
	3~5회	47	23.0
	6회 이상	48	23.5
지역항공사 성공가능성	부 정 적	51	25.0
	반반이다	77	37.7
	긍 정 적	76	37.3
지역항공사 이용 가능성	이용안함	21	10.3
	모름	63	30.9
	이용함	120	58.8
계		204	100.0

상용고객 신청경로에 대해서는 53.9%가 ‘고객 스스로 신청’하였다고 응답하였으며 19.6%는 ‘직원의 권유’라고 응답하였다.

항공권 구매 경로에 대해서는 33.8%가 ‘인터넷’을 이용한 것으로 나타났으며 28.9%는 ‘전화’, 22.1%는 ‘여행사’, 15.2%는 ‘공항 및 기타’에서 항공권을 구매한 것으로 조사되었다.

전화연결 서비스의 불만족 사항에 대해 55.9%가 ‘대기시간이 길다’, 22.5%는 ‘전화연결이 어렵다’는 의견을 보였으며 9.3%는 ‘전화연결 서비스’를 이용하지 않는다는 의견을, 그리고 7.4%는 ‘만족한다’는 의견을 보였다.

이용한 항공요금에 대해 54.4%가 ‘비싼 편이다’라는 의견을 보였으며 28.0%는 ‘적당하다’, 17.6%는 ‘매우 비싸다’는 의견을 보였다.

제주지역 방문 목적에 대해 50.0%는 ‘제주에 거주한다’는 의견을 보였으며 18.1%는 ‘휴양/휴식’, 17.2%는 ‘업무’, 14.7%는 ‘기타목적(수학, 신혼, 레저)’으로 방문한 것으로 조사되었다.

항공기를 이용하여 제주를 방문한 횟수에 대해 36.8%는 ‘이번 방문이 처음’

이라는 의견을 보였으며 33.3%는 '2~5회', 16.7%는 '11회 이상', 13.2%는 '6~10회'로 나타났다.

항공기를 이용한 해외여행 횟수에 대해서는 50.0%가 '경험이 없다'는 의견을 보였으며 15.2%는 '4회 이상', 14.7%는 '1회', 13.7%는 '2회'로 순으로 나타났다.

연간 국내 항공기 평균 이용횟수에 대해서는 34.8%가 '1회 이하'로 나타났으며 23.5%는 '6회 이상', 23.0%는 '3~5회' 순으로 나타났다.

제주도에서 추진하고 있는 지역항공사 설립에 대한 성공 가능성에 대해 37.7%는 '반반이다', 37.3%는 '긍정적', 25.0%는 '부정적'이라고 응답하여 긍정적인 의견이 더 많았다.

지역항공사가 설립되면 이용하겠느냐는 질문에 대해 58.8%가 이용하겠다고 응답하였으며 이용하지 않겠다는 의견은 10.3%로 나타나 이용하겠다는 의견이 더 많았다.



3. 航空서비스 品質 頻度分析

항공 서비스 이용자의 항공 서비스 기대수준과 지각수준, 그리고 품질에 대한 빈도분석을 실시한 결과는 다음 <표 4-3>과 같다.

항공 서비스 기대수준을 살펴보면 '좌석의 안락함' 항목을 제외한 모든 항목이 평균 3점을 넘고 있는 것으로 나타나 평소에 기대했던 항공 서비스가 매우 높은 것을 알 수 있다.

'좌석의 안락함'은 2.917점으로 가장 낮은 기대수준을 보였다. 가장 높은 기대수준을 보인 항목은 '종사원의 깔끔한 외모'(3.804)와 '종사원의 예절바름'(3.794), '종사원들의 신뢰감'(3.672) 순으로 나타나 종사원과 관련된 서비스에 대한 기대수준이 매우 높은 것으로 나타났다. 상대적으로 '좌석의 안락함'(2.917)과 '타사와의 제휴에 따른 혜택'(3.059), '부대적인 유희 및 편의시설

보유'(3.083), '다양한 관측프로그램 보유'(3.088) 등 다른 항공사와 차별화하기 위해 제공되는 서비스에 대한 기대수준은 낮은 것으로 조사되었다.

<표 4-3> 항공 서비스 품질 빈도분석

항 목	기대수준		지각수준		서비스 품질	
	평 균	표준 편차	평 균	표준 편차	평 균	표준 편차
고객의 문제를 해결하려는 노력	3.412	0.686	3.270	0.709	-0.142	0.719
약속된 서비스의 제공	3.544	0.711	3.441	0.807	-0.103	0.684
신속하고 정확한 서비스를 제공	3.446	0.764	3.328	0.778	-0.118	0.720
고객에 대한 응대	3.304	0.834	3.211	0.756	-0.093	0.685
고객의 요구에 대한 대처	3.128	0.808	3.054	0.855	-0.074	0.818
고객에게 최대의 도움을 주려는 노력	3.436	0.837	3.328	0.845	-0.108	0.817
출발, 도착 시간의 정확성	3.412	0.881	3.142	0.944	-0.250	0.782
편리한 비행스케줄(운항시간)	3.309	0.741	3.137	0.807	-0.172	0.733
유용한 마일리지 프로그램의 보유	3.235	0.777	3.044	0.834	-0.191	0.714
다양한 운항노선의 보유	3.221	0.753	3.069	0.779	-0.152	0.652
다수의 항공기 최신기종 보유	3.132	0.693	3.059	0.792	-0.074	0.673
운항의 안전성	3.431	0.782	3.309	0.887	-0.123	0.818
다양한 관측프로그램 보유	3.088	0.783	2.946	0.849	-0.142	0.772
부대적인 유희 및 편의시설 보유	3.083	0.805	2.873	0.838	-0.211	0.830
타사와의 제휴에 따른 혜택	3.059	0.779	2.843	0.785	-0.216	0.764
종사원의 업무에 대한 전문성	3.544	0.704	3.451	0.777	-0.093	0.617
종사원의 예절바름	3.794	0.685	3.701	0.839	-0.083	0.721
종사원의 깔끔한 외모	3.804	0.723	3.701	0.867	-0.103	0.698
종사원들의 신뢰감	3.672	0.705	3.593	0.804	-0.078	0.661
안전 및 보안요원의 서비스	3.480	0.833	3.358	0.851	-0.123	0.709
예약 및 발권서비스의 편리성	3.505	0.746	3.324	0.873	-0.181	0.795
편리한 인터넷 예약시스템	3.603	0.765	3.515	0.851	-0.088	0.724
좌석배정 서비스의 적정성	3.226	0.805	3.049	0.864	-0.177	0.903
신속한 탑승수속	3.309	0.853	3.137	0.973	-0.172	0.797
좌석의 안락함	2.917	0.935	2.613	0.987	-0.304	0.939
기내음료의 맛과 질	3.201	0.821	2.976	0.917	-0.226	0.847
수하물 배달 서비스	3.461	0.777	3.338	0.847	-0.123	0.756

항공 서비스 지각수준을 살펴보면 ‘종사원의 깔끔한 외모’(3.701점)과 ‘종사원의 예절바름’(3.686), ‘종사원들의 신뢰감’(3.593) 순으로 나타나 항공 서비스 기대수준과 같이 종사원과 관련된 서비스에 대한 지각수준은 매우 높은 것으로 나타났다. 그리고 상대적으로 낮은 기대수준을 보였던 ‘좌석의 안락함’(2.613)과 ‘타사와의 제휴에 따른 혜택’(2.843), ‘부대적인 유희 및 편의시설 보유’(2.873), ‘다양한 판촉프로그램 보유’(2.946) 항목은 지각수준에서도 낮게 나타났다.

항공 서비스 지각수준에 대한 기대수준의 차이인 항공 서비스 품질을 보면 모든 항목이 음(-)의 점수를 보이고 있어 항공 서비스 품질이 낮음을 알 수 있다. 특히 ‘좌석의 안락함’(-0.304)이 가장 낮은 항공 서비스 품질을 보이고 있으며 다음으로 ‘출발, 도착시간의 정확성’(-0.261), ‘기내음료의 맛과 질’(-0.226), ‘타사와의 제휴에 따른 혜택’(-0.216), ‘부대적인 유희 및 편의시설 보유’(-0.211) 순으로 나타났다.



第 2 節 研究假說의 檢證

1. 信賴度 및 妥當度 檢證

1) 신뢰도 검증

신뢰도는 여러 항목의 측정결과가 일관성을 유지하는가의 여부를 확인하기 위한 목적으로 이용된다⁶⁸⁾.

따라서 본 연구에서는 항공 서비스 기대수준과 지각수준의 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's Alpha계수를 활용하였다.

68) 채서일 외 2인, 「spss/pc를 이용한 통계분석」, (서울 : 학현사, 1993), pp.67-68.

<표 4-4> 표본 전체의 신뢰도 검정 결과

항 목	기대수준		지각수준	
	알파 계수	신뢰도 알파	알파 계수	신뢰도 알파
1.고객의 문제를 해결하려는 노력	0.9354		0.9356	
2.약속된 서비스의 제공	0.9348		0.9350	
3.신속하고 정확한 서비스를 제공	0.9350		0.9359	
4.고객에 대한 응대	0.9341		0.9355	
5.고객의 요구에 대한 대처	0.9345		0.9352	
6.고객에게 최대의 도움을 주려는 노력	0.9345		0.9355	
7.출발, 도착 시간의 정확성	0.9355		0.9373	
8.편리한 비행스케줄(운항시간)	0.9352		0.9360	
9.유용한 마일리지 프로그램의 보유	0.9357		0.9374	
10.다양한 운항노선의 보유	0.9348		0.9358	
11.다수의 항공기 최신기종 보유	0.9349		0.9360	
12.운항의 안전성	0.9348		0.9345	
13.다양한 관측프로그램 보유	0.9345		0.9351	
14.부대적인 유희 및 편의시설 보유	0.9344	0.9370	0.9350	0.9378
15.타사와의 제휴에 따른 혜택	0.9340		0.9354	
16.종사원의 업무에 대한 전문성	0.9337		0.9343	
17.종사원의 예절바름	0.9343		0.9347	
18.종사원의 깔끔한 외모	0.9348		0.9354	
19.종사원들의 신뢰감	0.9336		0.9347	
20.안전 및 보안요원의 서비스	0.9339		0.9356	
21.예약 및 발권서비스의 편리성	0.9343		0.9354	
22.편리한 인터넷 예약시스템	0.9354		0.9362	
23.좌석배정 서비스의 적정성	0.9359		0.9361	
24.신속한 탑승수속	0.9351		0.9350	
25.좌석의 안락함	0.9356		0.9370	
26.기내음료의 맛과 질	0.9345		0.9348	
27.수하물 배달 서비스	0.9341		0.9347	

Cronbach's Alpha계수는 0과 1사이의 값을 가지며, 사회과학 자료의 경우 0.7이상이면 신뢰성이 높다고 보며⁶⁹⁾ 본 연구의 신뢰성 검정결과는 다음 <표 4-4>와 같이 매우 높은 것으로 나타났다.

항공 서비스 기대수준 항목에 대한 Cronbach's Alpha계수는 0.9419로 매우 높게 나타났으며 지각수준 항목의 Cronbach's Alpha계수도 0.9414로 높은 것으로 나타났다.

2) 타당도 검증

(1) 항공 서비스 기대수준 타당도 검증

본 연구에서는 타당성 검정을 위한 요인분석을 타당성 검증의 도구로 사용하였으며 주성분 분석(principal component analysis)을 활용하였다. 그리고 요인적재치(factor loading)의 단순화를 위해 직각회전(orthogonal rotation) 중 varimax회전을 실시하였다.

항공 서비스 기대수준 요인의 총 분산 설명력은 62.603%로 나타났으며 이것은 대체로 양호한 설명력을 갖고 있다고 할 수 있다. 그리고 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 측도⁷⁰⁾도 0.902로 나타나 요인분석을 위한 변수들의 선정이 매우 적절한 것으로 나타났다. 또한 요인분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형성 검정치도 3065.879로 유의수준이 0.0001로 나타나 요인분석의 사용에 적합한 공통요인이 존재한다고 할 수 있다.

따라서 항공 서비스 기대수준에 대한 요인분석 결과, <표 4-5>과 같이 5개의 요인이 추출되었다. 가장 중요한 요인인 '요인 1'은 다양한 판촉프로그램 보유, 부대적인 유희 및 편의시설 보유, 타사와의 제휴에 따른 혜택, 운항의 안전성, 다수의 항공기 최신기종 보유 항목이 묶였으며 이것은 다른 항공사와의 차별화를 위한 시설 및 제도이므로 '차별화 기대요인'으로 명명하였다.

69) 김충련, 「SAS라는 통계상자」, (서울 : 데이터플러스, 1997), p.240.

70) 변수쌍들간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도

<표 4-5> 항공 서비스 기대수준에 대한 요인분석 결과

요 인	구 분	요인 적재값	공통성	아이겐 값	분산 설명력 (%)
요인 1 : 차별화 기대요인					
다양한 관측프로그램 보유		0.801	0.728	10.384	38.459
부대적인 유희 및 편의시설 보유		0.776	0.701		
타사와의 제휴에 따른 혜택		0.691	0.648		
운항의 안전성		0.662	0.577		
다수의 항공기 최신기종 보유		0.559	0.524		
요인2 : 인적관련 기대요인					
2.074 7.683					
종사원의 깔끔한 외모		0.839	0.782	2.074	7.683
종사원의 예절바름		0.814	0.776		
종사원들의 신뢰감		0.772	0.770		
종사원의 업무에 대한 전문성		0.674	0.662		
안전 및 보안요원의 서비스		0.563	0.569		
요인3 : 고객관련 기대요인					
1.701 6.299					
신속하고 정확한 서비스를 제공		0.794	0.711	1.701	6.299
고객의 문제를 해결하려는 노력		0.768	0.716		
약속된 서비스의 제공		0.674	0.630		
고객에게 최대의 도움을 주려는 노력		0.621	0.568		
고객에 대한 응대		0.572	0.574		
고객의 요구에 대한 대처		0.504	0.547		
요인4 : 운항관련 기대요인					
1.419 5.254					
편리한 비행스케줄(운항시간)		0.659	0.550	1.419	5.254
출발, 도착 시간의 정확성		0.621	0.549		
다양한 운항노선의 보유		0.610	0.596		
편리한 인터넷 예약시스템		0.599	0.536		
예약 및 발권서비스의 편리성		0.592	0.577		
유용한 마일리지 프로그램의 보유		0.566	0.455		
요인5 : 탑승관련 기대요인					
1.325 4.909					
좌석배정 서비스의 적정성		0.707	0.616	1.325	4.909
신속한 탑승수속		0.696	0.604		
좌석의 안락함		0.651	0.636		
기내음료의 맛과 질		0.637	0.681		
수하물 배달 서비스		0.619	0.618		
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO) 측도					
				0.902	
Bartlett의 구형성 검정				근사카이제곱	
				3065.879	
				자유도	
				351	
				유의확률	
				0.0001	

‘요인 2’는 종사원의 깔끔한 외모, 종사원의 예절바름, 종사원들의 신뢰감, 종사원의 업무에 대한 전문성, 안전 및 보안요원의 서비스로 묶였으며 이것은 서비스를 제공하는 종사원이라는 공통점을 갖고 있으므로 ‘인적관련 기대요인’으로 명명하였다.

‘요인 3’은 신속하고 정확한 서비스 제공, 고객의 문제를 해결하려는 노력, 약속된 서비스의 제공, 고객에게 최대의 도움을 주려는 노력, 고객에 대한 응대, 고객의 요구에 대한 대처 항목으로 묶였으며 이것은 고객을 중심으로 하는 서비스라는 공통점을 갖고 있으므로 ‘고객관련 기대요인’으로 명명하였다.

‘요인 4’는 편리한 비행스케줄, 출발·도착시간의 정확성, 다양한 운항노선의 보유, 편리한 인터넷 예약시스템, 예약 및 발권 서비스의 편리성, 유용한 마일리지 프로그램의 보유로 묶였으며 이것은 항공기의 운항스케줄과 밀접한 관련이 있는 항목이라는 공통점을 갖고 있으므로 ‘운항관련 기대요인’으로 명명하였다.

마지막 ‘요인 5’는 좌석배정 서비스의 적정성, 신속한 탑승수속, 좌석의 안락함, 기내음료의 맛과 질, 수하물 배달 서비스로 묶였으며 탑승수속과 관련된 항목이라는 공통점을 갖고 있으므로 ‘탑승관련 기대요인’으로 명명하였다.

(2) 항공 서비스 지각수준 타당도 검증

항공 서비스 지각수준 요인의 총 분산 설명력은 61.524%로 나타났으며 이것은 대체로 양호한 설명력을 갖고 있다고 할 수 있다. 또한 KMO 측도도 0.910으로 나타나 요인분석을 위한 변수들의 선정이 매우 적절한 것으로 나타났다. 또한 요인분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형성 검정치도 2959.532로 유의수준이 0.0001로 나타나 요인분석의 사용에 적합한 공통요인이 존재한다고 할 수 있다. 따라서 항공 서비스 지각수준에 대한 요인분석 결과, <표 4-6>과 같이 5개의 요인이 추출되었다.

<표 4-6> 항공 서비스 지각수준에 대한 요인분석 결과

요 인	구 분	요인 적재값	공통성	아이겐 값	분산 설명력 (%)
요인 1 : 인적서비스 인식요인					
종사원의 깔끔한 외모		0.765	0.687	10.491	38.857
종사원들의 신뢰감		0.750	0.715		
종사원의 예절바름		0.716	0.760		
종사원의 업무에 대한 전문성		0.691	0.685		
안전 및 보안요원의 서비스		0.624	0.618		
수하물 배달 서비스		0.422	0.485		
요인2 : 차별화된 서비스 인식요인					
타사와의 제휴에 따른 혜택		0.771	0.680	2.116	7.838
부대적인 유희 및 편의시설 보유		0.766	0.691		
다양한 판촉프로그램 보유		0.738	0.688		
좌석의 안락함		0.647	0.575		
기내음료의 맛과 질		0.560	0.575		
운항의 안전성		0.496	0.531		
다수의 항공기 최신기종 보유		0.481	0.503		
좌석배정 서비스의 적정성		0.457	0.457		
요인3 : 고객 서비스 인식요인					
고객에 대한 응대		0.718	0.704	1.458	5.399
고객의 요구에 대한 대처		0.657	0.651		
고객에게 최대의 도움을 주려는 노력		0.654	0.608		
신속하고 정확한 서비스를 제공		0.649	0.601		
고객의 문제를 해결하려는 노력		0.606	0.571		
약속된 서비스의 제공		0.536	0.599		
요인4 : 탑승 서비스 인식요인					
편리한 비행스케줄(운항시간)		0.769	0.689	1.358	5.031
출발, 도착 시간의 정확성		0.635	0.560		
다양한 운항노선의 보유		0.598	0.527		
신속한 탑승수속		0.550	0.609		
유용한 마일리지 프로그램의 보유		0.462	0.521		
요인5 : 예약 서비스 인식요인					
예약 및 발권 서비스의 편리성		0.724	0.617	1.188	4.399
편리한 인터넷 예약시스템		0.543	0.691		
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO) 측도				0.910	
Bartlett의 구형성 검정		근사카이제곱 자유도		2959.532	
		유의확률		351	
				0.0001	

‘요인 1’은 종사원의 깔끔한 외모, 종사원들의 신뢰감, 종사원의 예절바름, 종사원의 업무에 대한 전문성, 안전 및 보안요원의 서비스, 수하물 배달 서비스로 묶였으며 이것은 서비스를 제공하는 종사원과 관련있는 서비스라는 공통점을 갖고 있으므로 ‘인적서비스 인식요인’으로 명명하였다.

‘요인2’는 타사와의 제휴에 따른 혜택, 부대적인 유희 및 편의시설 보유, 다양한 관측프로그램 보유, 좌석의 안락함, 기내음료의 맛과 질, 운항의 안전성, 다수의 항공기 최신기종 보유, 좌석배정 서비스의 적정성으로 묶였으며 이것은 다른 항공사와의 차별화를 위한 시설 및 제도라는 공통점을 갖고 있으므로 ‘차별화된 서비스 인식요인’으로 명명하였다.

‘요인 3’은 고객에 대한 응대, 고객의 요구에 대한 대처, 고객에게 최대의 도움을 주려는 노력, 신속하고 정확한 서비스를 제공, 고객의 문제를 해결하려는 노력, 약속된 서비스의 제공 항목으로 묶였으며 이것은 고객을 중심으로 하는 서비스라는 공통점을 갖고 있으므로 ‘고객서비스 인식요인’으로 명명하였다.

‘요인 4’는 편리한 비행스케줄, 출발과 도착시간의 정확성, 다양한 운항노선의 보유, 신속한 탑승수속, 유용한 마일리지 프로그램의 보유로 묶였으며 탑승과 관련된 서비스라는 공통점을 갖고 있으므로 ‘탑승서비스 인식요인’으로 명명하였다.

마지막 ‘요인 5’는 예약 및 발권 서비스의 편리성, 편리한 인터넷 예약 시스템 항목으로 묶여 예약과 관련된 서비스라는 공통점을 갖고 있으므로 ‘예약서비스 인식요인’으로 명명하였다.

(3) 항공 서비스 품질요인 타당도 검증

항공 서비스 품질요인의 총 분산 설명력은 53.413%로 나타났으며 이것은 대체로 양호한 설명력을 갖고 있다고 할 수 있다. 또한 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 측도도 0.854로 나타나 요인분석을 위한 변수들의 선정이 적절한 것으로 나타났다. 또한 요인분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형성 검정치도 2647.152로 유의수준이 0.0001로 나타나 요인분석의 사용

에 적합한 공통요인이 존재한다고 할 수 있다.

<표 4-7> 항공 서비스 품질에 대한 요인분석 결과

요 인	구 분	요인 적재값	공통성	아이겐 값	분산 설명력 (%)
요인 1 : 탑승 서비스 품질				8.221	30.446
좌석배정 서비스의 적정성		0.727	0.574		
신속한 탑승수속		0.681	0.597		
좌석의 안락함		0.653	0.588		
수하물 배달 서비스		0.628	0.558		
편리한 인터넷 예약시스템		0.694	0.440		
기내음료의 맛과 질		0.565	0.476		
예약 및 발권서비스의 편리성		0.537	0.462		
요인2 : 인적 서비스 품질				2.151	7.967
종사원의 깔끔한 외모		0.791	0.659		
종사원들의 신뢰감		0.771	0.700		
종사원의 예절바름		0.728	0.642		
안전 및 보안요원의 서비스		0.634	0.527		
종사원의 업무에 대한 전문성		0.576	0.504		
요인3 : 고객 서비스 품질				1.923	7.124
고객에게 최대의 도움을 주려는 노력		0.763	0.643		
신속하고 정확한 서비스를 제공		0.731	0.606		
고객의 문제를 해결하려는 노력		0.700	0.607		
약속된 서비스의 제공		0.645	0.517		
고객에 대한 응대		0.510	0.436		
고객의 요구에 대한 대처		0.490	0.458		
요인4 : 운항 서비스 품질				1.429	5.293
편리한 비행스케줄(운항시간)		0.701	0.608		
유용한 마일리지 프로그램의 보유		0.675	0.497		
출발, 도착 시간의 정확성		0.621	0.469		
다양한 운항노선의 보유		0.603	0.587		
다수의 항공기 최신기종 보유		0.484	0.426		
요인5 : 차별화 서비스 품질				1.331	4.929
다양한 관측프로그램 보유		0.815	0.740		
부대적인 유희 및 편의시설 보유		0.804	0.764		
타사와의 제휴에 따른 혜택		0.615	0.606		
운항의 안전성		0.437	0.365		
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO) 측도				0.853	
Bartlett의 구형성 검정				근사카이제곱	2341.675
				자유도	351
				유의확률	0.0001

따라서 항공 서비스 품질에 대한 요인분석 결과, <표 4-7>과 같이 5개의 요인이 추출되었다.

‘요인 1’은 좌석배정 서비스의 적정성, 신속한 탑승수속, 좌석의 안락함, 수하물 배달 서비스, 편리한 인터넷 예약 시스템, 기내음료의 맛과 질, 예약 및 발권서비스의 편리성 항목으로 묶였으며 이것은 항공권 예매에서 탑승까지의 서비스라는 공통점을 갖고 있으므로 ‘탑승 서비스 품질’이라고 명명하였다.

‘요인 2’는 종사원의 깔끔한 외모, 종사원들의 신뢰감, 종사원의 예절바름, 안전 및 보안요원의 서비스, 종사원의 업무에 대한 전문성 항목으로 묶였으며 이것은 서비스를 제공하는 종사원이라는 공통점을 갖고 있으므로 ‘인적 서비스 품질’이라고 명명하였다.

‘요인 3’은 고객에게 최대의 도움을 조려는 노력, 신속하고 정확한 서비스를 제공, 고객의 문제를 해결하려는 노력, 약속된 서비스의 제공, 고객에 대한 응대, 고객의 요구에 대한 대처 항목으로 묶였으며 이것은 고객을 중심으로 하는 서비스라는 공통점을 갖고 있으므로 ‘고객 서비스 품질’이라고 명명하였다.

‘요인 4’는 편리한 비행스케줄, 유용한 마일리지 프로그램의 보유, 출발·도착시간의 정확성, 다양한 운항노선의 보유, 다수의 항공기 최신기종 보유 항목으로 묶였으며 이것은 항공기의 운항과 관련된 서비스라는 공통점을 갖고 있으므로 ‘운항 서비스 품질’이라고 명명하였다.

마지막 ‘요인 5’는 다양한 판촉프로그램의 보유, 부대적인 유희 및 편의시설 보유, 타사와의 제휴에 따른 혜택, 운항의 안전성 항목으로 묶였으며 이것은 다른 항공사와의 차별화된 시설 및 제도와 관련된 서비스라는 공통점을 갖고 있으므로 ‘차별화 서비스 품질’이라고 명명하였다.

2. 仮説檢證

1) 항공 서비스 요인 빈도분석

항공 서비스에 대한 기대수준 요인과 지각수준 요인, 품질요인에 대한 평균 점수를 분석한 결과는 다음 <표 4-8>과 같다.

<표 4-8> 항공 서비스 품질 요인 빈도분석

요 인		평 균	표준편차
항공 서비스 기대요인	차별화 기대요인	3.159	0.616
	인적관련 기대요인	3.659	0.610
	고객관련 기대요인	3.378	0.589
	운항관련 기대요인	3.381	0.556
	탑승관련 기대요인	3.223	0.639
항공 서비스 인식요인	인적서비스 인식요인	3.524	0.657
	차별화된 서비스 인식요인	2.958	0.619
	고객 서비스 인식요인	3.272	0.601
	탑승 서비스 인식요인	3.106	0.622
	예약 서비스 인식요인	3.419	0.765
항공 서비스 품질요인	탑승 서비스 품질	-0.181	0.586
	인적 서비스 품질	-0.096	0.517
	고객 서비스 품질	-0.106	0.518
	운항 서비스 품질	-0.168	0.506
	차별화 서비스 품질	-0.173	0.612

먼저 항공 서비스 기대수준 요인을 보면 5개 요인 모두 평점 3점이 넘는 것으로 나타나 기대수준이 높았던 것으로 나타났다. 특히 인적관련 기대요인은 3.659으로 가장 높게 나타났다.

항공 서비스 지각수준 요인을 보면 차별화된 서비스 인식요인은 2.958으로 지각수준이 낮은 것으로 나타났다. 다른 4개 요인은 모두 평점 3점보다 높게

나타나 지각수준이 높은 것을 알 수 있다.

항공 서비스 품질요인을 보면 항공 서비스 지각수준이 기대수준보다 낮게 나타나 모든 품질요인이 음(-)의 점수를 보이고 있다. 이것은 항공 서비스 품질이 낮다는 것을 의미한다.

특히 탑승 서비스 품질이 -0.181으로 가장 낮은 서비스 품질을 보이고 있으며 다음으로 차별화 서비스(-0.173), 운항 서비스 품질(-0.168), 고객 서비스 품질(-0.106) 순으로 나타났다.

2) 인구통계적 특성에 따른 항공 서비스 품질요인 차이분석

항공 서비스 이용자의 인구통계적 특성에 따라 항공 서비스 품질에는 차이가 있을 것이라는 가설 1을 검증하기 위해 평균 차이검정을 실시하였다.

(1) 성별에 따른 항공 서비스 품질요인 차이분석

항공 서비스 이용자의 성별에 따른 항공 서비스 품질요인 차이분석 결과는 다음 <표 4-9>와 같다.

<표 4-9> 성별에 따른 항공 서비스 품질요인 차이분석

항공 서비스 품질	성 별			t-test	p
	남 성	여 성	평 균		
탑승 서비스	-0.1291	-0.3099	-0.1814	-2.014	0.045**
인적 서비스	-0.0400	-0.2339	-0.0961	-2.460	0.015**
고객 서비스	-0.0736	-0.1864	-0.1062	-1.415	0.159
운항 서비스	-0.1476	-0.2169	-0.1676	-0.887	0.376
차별화 서비스	-0.1569	-0.2119	-0.1728	-0.581	0.562

* p<.10 ** p<.05

탑승 서비스 품질요인과 인적 서비스 품질요인만 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이를 보이고 나머지 고객 서비스, 운항 서비스, 차별화 서비스 품질요인은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

탑승 서비스 품질요인을 보면 여성이 -0.3099 으로 남성 -0.1291 보다 낮게 나타나 여성은 남성에 비해 탑승 서비스 품질을 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

인적 서비스 품질요인에서도 여성이 -0.2339 으로 남성 -0.0400 보다 낮게 나타나 여성은 남성에 비해 인적 서비스 품질을 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

(2) 연령에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석

항공 서비스 이용자의 연령에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석 결과는 다음 <표 4-10>과 같다.

<표 4-10> 연령에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석

항공 서비스 품질	연령				F	p
	20 대	30 대	40 대 이상	평 균		
탑승 서비스	-0.1987	-0.1897	-0.1151	-0.1814	0.282	0.754
인적 서비스	-0.1836	0.0172	-0.0111	-0.0961	3.548	0.031**
고객 서비스	-0.1697	0.0029	-0.0880	-0.1062	2.161	0.118
운항 서비스	-0.2018	-0.1103	-0.1556	-0.1676	0.631	0.533
차별화 서비스	-0.1955	-0.1034	-0.2153	-0.1728	0.532	0.588

* $p < .10$ ** $p < .05$

연령별로는 인적 서비스 품질요인에서만 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이를 보이고 나머지 항공 서비스 품질 요인에서는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

인적 서비스 품질요인을 보면 30대는 0.0172으로 인적 서비스 품질이 높은 것으로 나타났으며 다음으로 40대 이상이 -0.0111, 20대 -0.1836으로 연령별로 차이를 보이고 있다.

(3) 학력에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석

항공 서비스 이용자의 학력에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석 결과는 다음 <표 4-11>과 같다.

학력별로는 모든 항공 서비스 품질요인이 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 따라서 학력별로는 항공 서비스 품질에 차이가 없음을 알 수 있다.

<표 4-11> 학력에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석

항공 서비스 품질	학 력				F	p
	고졸이하	대재·졸	대학원 재학이상	평 균		
탑승 서비스	-0.2000	-0.0961	-0.2176	-0.1814	0.809	0.447
인적 서비스	-0.0900	-0.0655	-0.1138	-0.0961	0.162	0.851
고객 서비스	-0.0875	-0.1000	-0.1162	-0.1062	0.050	0.951
운항 서비스	-0.1350	-0.2364	-0.1450	-0.1676	0.698	0.499
차별화 서비스	-0.1125	-0.2909	-0.1353	-0.1728	1.430	0.242

* p<.10 ** p<.05

(4) 거주지에 따른 항공 서비스 품질요인 차이분석

항공 서비스 이용자의 거주지에 따른 항공 서비스 품질요인 차이분석 결과는 다음 <표 4-12>와 같다.

거주지에 따른 항공 서비스 품질요인 차이분석에서 차별화 서비스 품질만 p<.05 수준에서 유의한 차이를 보이고 나머지 항공 서비스 품질요인은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

차별화 서비스 품질요인을 보면 제주지역에 거주하는 항공 서비스 이용자가

-0.2696으로 제주이외의 지역에 거주하는 항공 서비스 이용자(-0.0760)보다 차별화 서비스 품질을 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-12> 거주지에 따른 항공 서비스 품질요인 차이분석

항공 서비스 품질	거 주 지			t-test	p
	제주이외의 지역	제주지역	평 균		
탑승 서비스	-0.2227	-0.1401	-0.1814	1.007	0.315
인적 서비스	-0.0980	-0.0941	-0.0961	0.054	0.957
고객 서비스	-0.0850	-0.1275	-0.1062	-0.585	0.559
운항 서비스	-0.1333	-0.2020	-0.1676	-0.968	0.334
차별화 서비스	-0.0760	-0.2696	-0.1728	-2.284	0.023**

* p<.10 ** p<.05

(5) 월 평균소득에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석

항공 서비스 이용자의 월 평균소득에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석 결과는 다음 <표 4-13>과 같다.

<표 4-13> 월 평균소득에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석

항공 서비스 품질	월 평균소득					F	p
	150만원 이하	151-250만원	251-350만원	351만원 이상	평 균		
탑승 서비스	-0.0992	-0.2253	-0.1866	-0.1638	-0.1814	0.392	0.759
인적 서비스	-0.0833	-0.1359	-0.0898	-0.0390	-0.0961	0.327	0.805
고객 서비스	-0.1435	-0.0791	-0.1565	-0.0650	-0.1062	0.371	0.774
운항 서비스	-0.1444	-0.1667	-0.1224	-0.2439	-0.1676	0.462	0.709
차별화 서비스	-0.1319	-0.1699	-0.2092	-0.1707	-0.1728	0.111	0.954

* p<.10 ** p<.05

월 평균소득별로는 모든 항공 서비스 품질요인이 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다. 따라서 월 평균소득별로는 항공 서비스 품질에 차이가 없음을 알 수 있다.

(6) 직업에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석

항공 서비스 이용자의 직업에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석 결과는 다음 <표 4-14>와 같다.

직업에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석에서 차별화 서비스 품질만 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이를 보이고 나머지 항공 서비스 품질요인은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

차별화 서비스 품질요인을 보면 서비스직에 근무하는 항공 서비스 이용자가 0.0833으로 차별화 서비스 품질을 높게 평가하고 있는 것으로 나타났으며 가장 낮은 평가를 한 직업군은 사무직 종사자(-0.4722)로 나타났다.

<표 4-14> 직업에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석

항공 서비스 품질	직업							F	p
	전문·관리직	기술·생산직	사무직	서비스	학생	주부 및 기타	평균		
탑승 서비스	-0.1169	-0.1379	-0.1270	-0.1310	-0.2073	-0.3120	-0.1814	0.597	0.702
인적 서비스	-0.0864	0.0345	-0.0778	-0.0250	-0.2000	-0.1211	-0.0961	0.897	0.484
고객 서비스	-0.0682	-0.0920	-0.0000	0.0069	-0.2320	-0.1140	-0.1062	1.038	0.397
운항 서비스	-0.2227	-0.2897	-0.2667	0.0417	-0.1451	-0.1263	-0.1676	1.489	0.195
차별화 서비스	-0.0852	-0.0948	-0.4722	0.0833	-0.1814	-0.3421	-0.1728	2.668	0.023**

* $p < .10$ ** $p < .05$

3) 이용형태에 따른 항공 서비스 품질요인 차이분석

항공 서비스 이용자의 이용형태에 따라 항공 서비스 품질에는 차이가 있을 것이라든가 가설 2를 검정하기 위해 평균 차이검정을 실시하였다.

(1) 탑승 서비스 품질요인

항공 서비스 이용자의 이용형태에 따른 탑승 서비스 품질요인 분산분석 결과는 다음 <표 4-15>와 같다.

탑승 서비스 품질요인은 항공기를 이용한 제주방문 횟수별로 $p < .05$ 수준에서, 이용 항공요금 만족도별로는 $p < .10$ 수준에서 유의한 차이를 보이고 나머지 항목에 대해서는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

항공기를 이용한 제주방문 횟수에서 6~10회 정도 제주를 방문한 이용자가 0.0053으로 탑승 서비스 품질이 높은 것으로 나타났으나 항공기를 이용하여 제주를 처음 방문한 이용자는 -0.3657으로 가장 낮은 탑승 서비스 품질을 보였다.

이용 항공요금 만족도에서는 매우 비싸다는 인식을 갖고 있는 이용자가 -0.3929으로 탑승 서비스 품질이 가장 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-15> 이용형태에 따른 탑승 서비스 품질요인 분산분석

항공 서비스 이용자의 이용형태		탑승 서비스 품질		
		평균	F/t	p
이용 항공사	대한항공	-0.1628	-0.639	0.524
	아시아나 항공	-0.2185		
항공사 선택이유	스케줄이 맞아서	-0.1992	0.130	0.942
	주로 이용고객	-0.1677		
	다른 사람의 선택 높은 서비스 및 기타	-0.2331 -0.1364		
우선적 스케줄 확인 항공사	대한항공	-0.1808	-0.024	0.981
	아시아나 항공	-0.1830		
전 체		-0.1814		

(표 계속)

항공 서비스 이용자의 이용형태		탑승 서비스 품질		
		평균	F/t	p
항공사 상용고객 여부	대한항공 회원	-0.2133	1.944	0.124
	아시아나 회원	-0.1429		
	둘 다 회원	-0.0397		
	회원이 아님	-0.3016		
항공권 구매경로	전화	-0.3075	1.405	0.242
	인터넷 이용	-0.1429		
	여행사	-0.0889		
	공항 및 기타	-0.1613		
이용 항공요금 만족도	적당하다	-0.1378	2.902	0.057*
	비싼 편이다	-0.1351		
	매우 비싸다	-0.3929		
방문목적	제주거주	-0.1401	1.087	0.356
	휴양/휴식	-0.3320		
	업무	-0.1918		
	기타	-0.1238		
항공기를 이용한 제주방문 횟수	처음 방문	-0.3657	4.438	0.005**
	2~5회	-0.1176		
	6~10회	0.0053		
	11회 이상	-0.0504		
항공기를 이용한 해외여행 횟수	경험없음	-0.2031	0.245	0.912
	1회	-0.1762		
	2회	-0.1684		
	3회	-0.2527		
	4회 이상	-0.0968		
연간 국내 항공기 평균 이용 횟수	1회 이하	-0.2193	0.254	0.858
	2회	-0.1541		
	3~5회	-0.1976		
	6회 이상	-0.1310		
전 체		-0.1814		

* p<.10, ** p<.05

(2) 인적 서비스 품질요인

항공 서비스 이용자의 이용형태에 따른 인적 서비스 품질요인 분산분석 결과는 다음 <표 4-16>과 같다.

인적 서비스 품질요인은 모든 항목에서 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

<표 4-16> 이용형태에 따른 인적 서비스 품질요인 분산분석

항공 서비스 이용자의 이용형태		인적 서비스 품질		
		평균	F/t	p
이용 항공사	대한항공 아시아나 항공	-0.0794 -0.1294	-0.651	0.516
항공사 선택이유	스케줄이 맞아서 주로 이용고객 다른 사람의 선택 높은 서비스 및 기타	-0.0789 -0.1065 -0.0316 -0.1636	0.260	0.854
우선적 스케줄 확인 항공사	대한항공 아시아나 항공	-0.0871 -0.1193	-0.399	0.690
항공권 구매경로	전 화 인터넷 이용 여행사 공항 및 기타	-0.0373 -0.1101 -0.0889 -0.1871	0.592	0.621
이용 항공요금 만족도	적당하다 비싼 편이다 매우 비싸다	-0.0105 -0.1369 -0.1056	1.136	0.323
방문목적	제주거주 휴양/휴식 업무 기타	-0.0941 -0.1730 -0.0743 -0.0333	0.438	0.726
항공기를 이용한 제주방문 횟수	처음 방문 2~5회 6~10회 11회 이상	-0.1280 -0.0912 -0.0519 -0.0706	0.189	0.904
항공기를 이용한 해외여행 횟수	경험없음 1회 2회 3회 4회 이상	-0.1373 -0.0200 -0.0071 -0.1692 -0.0839	0.597	0.666
연간 국내 항공기 평균 이용 횟수	1회 이하 2회 3~5회 6회 이상	-0.1352 -0.1105 -0.0638 -0.0583	0.289	0.833
전 체		-0.0961		

* p<.10, ** p<.05

(3) 고객 서비스 품질요인

항공 서비스 이용자의 이용형태에 따른 고객 서비스 품질요인 분산분석 결과는 다음 <표 4-17>과 같다.

고객 서비스 품질요인은 이용 항공요금 만족도에서만 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이를 보이고 나머지 항목에 대해서는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

이용 항공요금 만족도에서 항공요금이 ‘매우 비싸다’고 인식하고 있는 이용자들은 -0.3056으로 고객 서비스 품질을 가장 낮게 평가하고 있으며 다음으로 ‘비싼 편이다’ -0.0691, ‘적당하다’ -0.0526 순으로 나타나 항공요금에 대해 비싸다고 인식하는 이용자일수록 고객 서비스 품질을 낮게 평가하고 있음을 알 수 있다.

<표 4-17> 이용형태에 따른 고객 서비스 품질요인 분산분석

항공 서비스 이용자의 이용형태		고객 서비스 품질		
		평균	F/t	p
이용 항공사	대한항공	-0.1127	0.254	0.799
	아시아나 항공	-0.0931		
항공사 선택이유	스케줄이 맞아서	-0.1338	0.194	0.900
	주로 이용고객	-0.0978		
	다른 사람의 선택	-0.0351		
	높은 서비스 및 기타	-0.1136		
우선적 스케줄 확인 항공사	대한항공	-0.1315	1.122	0.263
	아시아나 항공	-0.0409		
항공사 상용고객 여부	대한항공 회원	-0.1232	0.848	0.469
	아시아나 회원	-0.0062		
	둘 다 회원	-0.0617		
	회원이 아님	-0.1790		
항공권 구매경로	전화	-0.1384	0.198	0.898
	인터넷 이용	-0.0894		
	여행사	-0.1222		
	공항 및 기타	-0.0591		
전 체		-0.1062		

(표 계속)

항공 서비스 이용자의 이용형태		고객 서비스 품질		
		평균	F/t	p
이용 항공요금 만족도	적당하다	-0.0526	3.334	0.038**
	비싼 편이다	-0.0691		
	매우 비싸다	-0.3056		
방문목적	제주거주	-0.1275	0.784	0.504
	휴양/휴식	-0.1306		
	업무	-0.1333		
	기타	0.0278		
항공기를 이용한 제주방문 횟수	처음 방문	-0.2156	1.956	0.122
	2~5회	-0.0123		
	6~10회	-0.0802		
	11회 이상	-0.0735		
항공기를 이용한 해외여행 횟수	경험없음	-0.1650	1.802	0.130
	1회	-0.0500		
	2회	0.0060		
	3회	-0.3205		
연간 국내 항공기 평균 이용 횟수	1회 이하	-0.0469	1.441	0.232
	2회	-0.2544		
	3~5회	-0.1135		
	6회 이상	-0.0694		
전 체		-0.1062		

* p<.10, ** p<.05

(4) 운항 서비스 품질요인

항공 서비스 이용자의 이용형태에 따른 운항 서비스 품질요인 분산분석 결과는 다음 <표 4-18>과 같다.

운항 서비스 품질요인은 이용 항공요금 만족도와 방문목적, 항공기를 이용한 제주방문횟수별로 p<.10 수준에서 유의한 차이를 보이며 나머지 이용형태 항목에서는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

이용 항공요금 만족도에서 항공요금이 ‘매우 비싸다’고 인식하고 있는 이용자들이 -0.3222으로 운항 서비스 품질을 낮게 평가하고 있으며 ‘비싼 편이다’

-0.1640, ‘적당하다’ -0.0772 순으로 나타나 이용 항공요금에 대해 매우 비싸다고 인식하는 이용자일수록 운항 서비스 품질을 낮게 평가하고 있음을 알 수 있다.

방문목적에서 기타(수학, 신혼, 레저)목적으로 방문한 이용자는 0.0600으로 운항 서비스 품질을 높게 평가한 반면 휴양/휴식을 목적으로 방문한 이용자는 -0.2324으로 운항 서비스 품질을 가장 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

항공기를 이용한 제주방문 횟수에서는 처음 방문한 이용자가 -0.2747, 2~5회 -0.1588으로 나타나 항공기를 이용한 제주방문 횟수가 적은 이용자일수록 운항 서비스 품질을 낮게 평가하고 있는 것을 알 수 있다.

<표 4-18> 이용형태에 따른 운항 서비스 품질요인 분산분석

항공 서비스 이용자의 이용형태		운항 서비스 품질		
		평균	F/t	p
이용 항공사	대한항공	-0.1926	0.998	0.320
	아시아나 항공	-0.1176		
항공사 선택이유	스케줄이 맞아서	-0.1972	0.854	0.466
	주로 이용고객	-0.1935		
	다른 사람의 선택	-0.0947		
	높은 서비스 및 기타	-0.0273		
우선적 스케줄 확인 항공사	대한항공	-0.1714	0.171	0.864
	아시아나 항공	-0.1579		
항공사 상용고객 여부	대한항공 회원	-0.2058	0.572	0.634
	아시아나 회원	-0.0593		
	둘 다 회원	-0.1556		
	회원이 아님	-0.1852		
항공권 구매경로	전 화	-0.2475	0.792	0.500
	인터넷 이용	-0.1217		
	여행사	-0.1244		
	공항 및 기타	-0.1806		
이용 항공요금 만족도	적당하다	-0.0772	2.635	0.074*
	비싼 편이다	-0.1640		
	매우 비싸다	-0.3222		
전 체		-0.1676		

(표 계속)

항공 서비스 이용자의 이용형태		운항 서비스 품질		
		평균	F/t	p
방문목적	제주거주	-0.2020	2.467	0.063*
	휴양/휴식	-0.2324		
	업 무	-0.1943		
	기 타	0.0600		
항공기를 이용한 제주방문 횟수	처음 방문	-0.2747	2.353	0.073*
	2~5회	-0.1588		
	6~10회	-0.0370		
	11회 이상	-0.0529		
항공기를 이용한 해외여행 횟수	경험없음	-0.1922	1.653	0.163
	1회	-0.2133		
	2회	-0.0786		
	3회	-0.4000		
연간 국내 항공기 평균 이용 횟수	4회 이상	-0.0258	1.161	0.326
	1회 이하	-0.1155		
	2회	-0.2263		
	3~5회	-0.2596		
	6회 이상	-0.1083		
전 체		-0.1676		

* p<.10, ** p<.05



(5) 차별화 서비스 품질요인

항공 서비스 이용자의 이용형태에 따른 차별화 서비스 품질요인 분산분석 결과는 다음 <표 4-19>와 같다.

차별화 서비스 품질요인에 대해 이용 항공요금 만족도와 항공기를 이용한 제주방문 횟수와 연간 국내 항공기 평균이용 횟수는 p<.05 수준에서 유의한 차이를 보이고 나머지 항목에 대해서는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

이용 항공요금 만족도에서 항공요금이 ‘매우 비싸다’고 인식하고 있는 이용자들은 -0.5139로 차별화 서비스 품질을 가장 낮게 평가하고 있으며 다음으로 ‘비싼 편이다’ -0.1329, ‘적당하다’ -0.0351 순으로 나타나 항공요금에 대해 비싸다고 인식하는 이용자일수록 차별화 서비스 품질을 낮게 평가하고 있음을 알 수 있다.

<표 4-19> 이용형태에 따른 차별화 서비스 품질요인 분산분석

항공 서비스 이용자의 이용형태		차별화 서비스 품질		
		평균	F/t	p
이용 항공사	대한항공 아시아나 항공	-0.1783 -0.1618	0.182	0.856
항공사 선택이유	스케줄이 맞아서 주로 이용고객 다른 사람의 선택 높은 서비스 및 기타	-0.1655 -0.2201 -0.0921 -0.0682	0.508	0.677
우선적 스케줄 확인 항공사	대한항공 아시아나 항공	-0.1939 -0.1184	0.790	0.431
항공사 상용고객 여부	대한항공 회원 아시아나 회원 둘 다 회원 회원이 아님	-0.2391 -0.0556 -0.0880 -0.2315	1.115	0.344
항공권 구매경로	전화 인터넷 이용 여행사 공항 및 기타	-0.2966 -0.1123 -0.1222 -0.1452	1.157	0.327
이용 항공요금 만족도	적당하다 비싼 편이다 매우 비싸다	-0.0351 -0.1329 -0.5139	7.761	0.001**
방문목적	제주거주 휴양/휴식 업무 기타	-0.2696 -0.0541 -0.1214 -0.0500	1.823	0.144
항공기를 이용한 제주방문 횟수	처음 방문 2~5회 6~10회 11회 이상	-0.3433 -0.0772 -0.0278 -0.1029	3.255	0.023**
항공기를 이용한 해외여행 횟수	경험없음 1회 2회 3회 4회 이상	-0.1814 -0.2500 -0.0446 -0.2885 -0.1371	0.569	0.685
연간 국내 항공기 평균 이용 횟수	1회 이하 2회 3~5회 6회 이상	-0.0387 -0.4013 -0.2500 -0.1146	3.416	0.018**
전체		-0.1728		

* p<.10, ** p<.05

항공기를 이용한 제주방문 횟수에서 처음 제주를 방문한 이용자가 -0.3433으로 차별화 서비스 품질을 가장 낮게 평가하고 있으며 다음으로 11회 이상의 이용자가 -0.1029으로 나타났다.

연간 국내 항공기 평균 이용횟수에서는 2회 이용하는 이용자가 -0.4013으로 차별화 서비스 품질을 가장 낮게 평가했으며 다음으로 3~5회 -0.2500, 6회 이상 -0.1146 순으로 나타났다.

第 3 節 分析結果에 대한 論議

1. 分析結果의 要約

1) 항공 서비스 이용자의 인구통계적 특성과 이용형태

항공 서비스 이용자의 인구통계적 특성을 파악한 결과 성별로는 남성이 145명(71.1%)으로 여성 59명(28.9%)보다 많이 표집되었으며 연령별로는 20대(53.9%), 30대(28.4%), 40대 이상(17.7%) 순으로 구성되었다. 학력별로는 109명(53.4%)이 대학 재학 중이거나 졸업한 것으로 나타났으며 거주지역은 제주지역 거주자와 제주지역 이외의 거주자가 각각 50.0%로 구성되었다. 월 평균소득에 대해서는 78명(38.2%)이 '151~250만원'으로 나타났으며 직업은 학생이 25.0%, 전문·관리직 21.6%, 주부 및 기타직업 18.6% 순으로 표집되었다.

항공 서비스 이용자의 이용형태를 파악한 결과 66.7%가 '대한항공'을 이용하는 것으로 조사되었으며 항공사 선택이유에 대해서는 45.1%가 '주 이용고객', 34.8%는 '스케줄이 맞아서'라고 응답하였다.

우선적으로 운항시간을 확인하는 항공사는 72.1%가 '대한항공'이라고 응답하였다. 상용고객 여부에 대해 33.8%는 '대한항공 회원', 26.5%는 '대한항공과 아시아나 항공', 13.2%는 '아시아나 항공'으로 조사되었으며 상용고객 신청경

로는 53.9%가 '고객 스스로 신청', 19.6%는 '직원의 권유'라고 응답하였다.

항공권 구매 경로에 대해서 33.8%는 '인터넷', 28.9%는 '전화', 22.1%는 '여행사', 15.2%는 '공항 및 기타'에서 항공권을 구매한 것으로 조사되었고 전화연결 서비스의 불만족 사항은 55.9%가 '대기시간이 길다', 22.5%는 '전화연결이 어렵다'는 의견을 보였다.

이용한 항공요금에 대해 54.4%가 '비싼 편이다'라는 의견을 보였으며 28.0%는 '적당하다', 17.6%는 '매우 비싸다고' 응답하였다.

제주지역 방문 목적에 대해 50.0%는 '제주에 거주', 18.1%는 '휴양/휴식', 17.2%는 '업무', 14.7%는 '기타목적(수학, 신혼, 레저)'으로 방문한 것으로 조사되었으며 항공기를 이용하여 제주를 방문한 횟수에 대해 36.8%는 '이번 방문이 처음', 33.3%는 '2~5회', 16.7%는 '11회 이상', 13.2%는 '6~10회'로 나타났다. 항공기를 이용한 해외여행 횟수에 대해서는 50.0%가 '경험이 없다'는 의견을 보였으며 연간 국내 항공기 평균 이용횟수에 대해서는 34.8%가 '1회 이하', 23.5%는 '6회 이상', 23.0%는 '3~5회' 순으로 나타났다.

제주도에서 추진하고 있는 지역항공사 설립에 대한 성공 가능성에 대해 37.7%는 '반반이다', 37.3%는 '긍정적', 25.0%는 '부정적'이라고 응답하여 긍정적인 의견이 더 많았다.

지역항공사가 설립되면 이용하겠느냐는 질문에 대해 58.8%가 '이용하겠다'고 응답하였으며 '이용하지 않겠다'는 의견은 10.3%로 나타나 이용하겠다는 의견이 더 많았다.

2) 항공 서비스 품질 빈도분석

항공 서비스 기대수준 항목에서 '좌석의 안락함' 항목을 제외한 모든 항목이 평점 3점을 넘고 있는 것으로 나타나 평소에 기대했던 항공 서비스가 매우 높은 것을 알 수 있다. '좌석의 안락함'은 2.917점으로 기대수준이 낮은 것으로 나타났다. 가장 높은 기대수준을 보인 항목은 '종사원의 깔끔한 외모'(3.804)와 '종사원의 예절바름'(3.794), '종사원들의 신뢰감'(3.672) 순으로 나타나 종사원

과 관련된 서비스에 대한 기대수준이 매우 높은 것으로 나타났다.

상대적으로 ‘좌석의 안락함’(2.917)과 ‘타사와의 제휴에 따른 혜택’(3.059), ‘부대적인 유희 및 편의시설 보유’(3.083), ‘다양한 관측프로그램 보유’(3.088) 등 다른 항공사와 차별화하기 위해 제공되는 서비스에 대한 기대수준은 낮은 것으로 조사되었다.

항공 서비스 지각수준을 살펴보면 ‘종사원의 깔끔한 외모’(3.701)과 ‘종사원의 예절바름’(3.686), ‘종사원들의 신뢰감’(3.593) 순으로 나타나 항공 서비스 기대수준과 같이 종사원과 관련된 서비스에 대한 지각수준은 매우 높은 것으로 나타났다.

그리고 상대적으로 낮은 기대수준을 보였던 ‘좌석의 안락함’(2.613)과 ‘타사와의 제휴에 따른 혜택’(2.843), ‘부대적인 유희 및 편의시설 보유’(2.873), ‘다양한 관측프로그램 보유’(2.946) 항목은 지각수준도 낮게 나타났다.

항공 서비스 지각수준에 대한 기대수준의 차이인 항공 서비스 품질을 보면 모든 항목이 음(-)의 점수를 보이고 있어 항공 서비스 품질이 낮음을 알 수 있다. 특히 ‘좌석의 안락함’(-0.304)이 가장 낮은 항공 서비스 품질을 보이고 있으며 다음으로 ‘출발, 도착시간의 정확성’(-0.261), ‘기내음료의 맛과 질’(-0.226), ‘타사와의 제휴에 따른 혜택’(-0.216), ‘부대적인 유희 및 편의시설 보유’(-0.211) 순으로 나타났다.

3) 항공 서비스 품질요인에 대한 빈도분석

본 연구에서는 항공 서비스 기대수준과 지각수준의 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's Alpha계수를 활용하였으며 항공 서비스 기대수준 항목은 0.9419, 지각수준은 0.9414로 높게 나타났다.

항공 서비스 기대수준에 대한 요인분석 결과 5개의 요인이 추출되었으며 각각의 요인은 ‘차별화 기대요인’과 ‘인적관련 기대요인’, ‘고객관련 기대요인’, ‘운항관련 기대요인’, ‘탑승관련 기대요인’으로 명명하였다.

항공 서비스 기대수준 요인을 분석하면 5개 요인 모두 평점 3점이 넘는 것

으로 나타나 기대수준이 높았던 것으로 나타났다. 특히 인적관련 기대요인은 3.659점으로 가장 높게 나타났다.

항공 서비스 지각수준에 대한 요인분석 결과 5개의 요인으로 추출되었으며 각각의 요인은 '인적서비스 인식요인'과 '차별화된 서비스 인식요인', '고객서비스 인식요인', '탑승서비스 인식요인', '예약서비스 인식요인'으로 명명하였다.

항공 서비스 지각수준 요인을 보면 차별화된 서비스 인식요인은 2.958으로 지각수준이 낮은 것으로 나타났다. 다른 4개 요인은 모두 평점 3점보다 높게 나타나 지각수준이 높은 것을 알 수 있다.

항공 서비스 품질에 대한 요인분석 결과 5개의 요인이 추출되었으며 각각의 요인은 '탑승 서비스 품질'과 '인적 서비스 품질', '고객 서비스 품질', '운항 서비스 품질', '차별화 서비스 품질'이라고 명명하였다.

항공 서비스 품질요인을 보면 항공 서비스 지각수준이 기대수준보다 낮게 나타나 모든 품질요인이 음(-)의 점수를 보이고 있다. 이것은 항공 서비스 품질이 낮다는 것을 의미한다.

특히 탑승 서비스 품질이 -0.181로 가장 낮은 서비스 품질을 보이고 있으며 다음으로 차별화 서비스(-0.173), 운항 서비스 품질(-0.168), 고객 서비스 품질(-0.106) 순으로 나타났다.

4) 가설검증

(1) 인구통계적 특성에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석

항공 서비스 이용자의 인구통계적 특성에 따라 항공 서비스 품질에는 차이가 있을 것이라는 가설 1을 검증하기 위해 평균 차이검정을 실시하였다.

항공 서비스 이용자의 성별에 따른 항공 서비스 품질요인 차이분석 결과, 탑승 서비스 품질요인과 인적 서비스 품질요인만 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이를 보이고 나머지 고객 서비스, 운항 서비스, 차별화 서비스 품질요인은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

탑승 서비스 품질요인과 인적 서비스 품질요인 모두 여성(-0.3099, -0.2339)

이 남성(-0.1291, -0.0400)보다 낮게 나타나 여성은 남성에 비해 탑승 서비스와 인적 서비스 품질을 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

항공 서비스 이용자의 연령에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석 결과, 인적 서비스 품질요인에서만 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이를 보이고 나머지 항공 서비스 품질 요인에서는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

인적 서비스 품질요인을 보면 30대(0.0172)는 높게 평가하고 있는 반면 40대 이상(-0.0111)과 20대(-0.1836)는 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

항공 서비스 이용자의 학력에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석 결과, 모든 항공 서비스 품질요인이 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

항공 서비스 이용자의 거주지에 따른 항공 서비스 품질요인 차이분석 결과, 차별화 서비스 품질만 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이를 보이고 나머지 항공 서비스 품질요인은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

차별화 서비스 품질요인을 보면 제주지역에 거주하는 항공 서비스 이용자(-0.2696)가 제주이외의 지역에 거주하는 항공 서비스 이용자(-0.0760)보다 차별화 서비스 품질을 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

항공 서비스 이용자의 월 평균소득에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석 결과, 모든 항공 서비스 품질요인이 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

항공 서비스 이용자의 직업에 따른 항공 서비스 품질요인 분산분석 결과, 차별화 서비스 품질만 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이를 보이고 나머지 항공 서비스 품질요인은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

차별화 서비스 품질요인을 보면 서비스직에 근무하는 항공 서비스 이용자(0.0833)만 높게 평가하고 있는 것으로 나타났으며 가장 낮은 평가를 한 직업군은 사무직 종사자(-0.4722)로 나타났다.

(2) 이용형태에 따른 항공 서비스 품질요인 차이분석

항공 서비스 이용자의 이용형태에 따라 항공 서비스 품질에는 차이가 있을 것이라든가 가설 2를 검정하기 위해 평균 차이검정을 실시하였다.

항공 서비스 이용자의 이용형태에 따른 탑승 서비스 품질요인 분산분석 결과, 항공기를 이용한 제주방문 횟수별로 $p < .05$ 수준에서, 이용 항공요금 만족도별로는 $p < .10$ 수준에서 유의한 차이를 보이고 나머지 항목에 대해서는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

항공기를 이용한 제주방문 횟수에서 6~10회 정도 제주를 방문한 이용자(0.0053)는 탑승 서비스 품질을 높게 평가하고 있는 것으로 나타났으나 항공기를 이용하여 제주를 처음 방문한 이용자(-0.3657)는 가장 낮은 탑승 서비스 품질을 보였다.

이용 항공요금 만족도에서는 항공요금이 매우 비싸다는 인식을 갖고 있는 이용자(-0.3929)가 탑승 서비스 품질을 가장 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

항공 서비스 이용자의 이용형태에 따른 인적 서비스 품질요인 분산분석 결과 모든 항목에서 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

항공 서비스 이용자의 이용형태에 따른 고객 서비스 품질요인 분산분석 결과, 이용 항공요금 만족도에서만 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이를 보이고 나머지 항목에 대해서는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

이용 항공요금 만족도에서 항공요금이 매우 비싸다고 인식하고 있는 이용자(-0.3056)일수록 고객 서비스 품질을 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

항공 서비스 이용자의 이용형태에 따른 운항 서비스 품질요인 분산분석 결과, 이용 항공요금 만족도와 방문목적, 항공기를 이용한 제주방문횟수별로 $p < .10$ 수준에서 유의한 차이를 보이며 나머지 이용형태 항목에서는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

이용 항공요금에 대해 매우 비싸다고 인식하는 이용자(-0.3222)일수록 운항 서비스 품질을 낮게 평가하고 있음을 알 수 있다.

방문목적에서 기타(수학, 신혼, 레저)목적으로 방문한 이용자(0.0600)는 운항 서비스 품질을 높게 평가한 반면 휴양/휴식을 목적으로 방문한 이용자(-0.2324)는 운항 서비스 품질을 가장 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

항공기를 이용한 제주방문 횟수가 적은 이용자(-0.2747)일수록 운항 서비스 품질을 낮게 평가하고 있는 것을 알 수 있다.

항공 서비스 이용자의 이용형태에 따른 차별화 서비스 품질요인 분산분석 결과, 이용 항공요금 만족도와 항공기를 이용한 제주방문 횟수와 연간 국내 항공기 평균이용 횟수는 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이를 보이고 나머지 항목에 대해서는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는다.

이용 항공요금에 대해 비싸다고 인식하는 이용자(-0.5139)일수록 차별화 서비스 품질을 낮게 평가하고 있음을 알 수 있다.

항공기를 이용한 제주방문 횟수에서 처음 제주를 방문한 이용자(-0.3433)가 차별화 서비스 품질을 가장 낮게 평가하고 있으며 연간 국내 항공기 평균 이용횟수에서는 2회 이용하는 이용자(-0.4013)가 차별화 서비스 품질을 가장 낮게 평가한 것으로 나타났다.

2. 分析結果에 대한 論議



본 연구의 실증조사 결과, 항공 서비스 품질은 매우 낮은 것으로 나타났다. 특히 좌석의 안락함과 출발·도착시간의 정확성, 기내음료의 맛과 질, 타사와의 제휴에 따른 혜택에 대한 항목이 가장 낮은 품질을 보였다. 그리고 항공요금이 비싸다고 인식하고 있는 이용객은 인적서비스 품질을 제외한 탑승서비스 품질, 고객서비스 품질, 운항서비스 품질, 차별화서비스 품질이 낮은 것으로 나타났으며 제주지역에 거주하는 이용객은 차별화 서비스 품질을 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

이러한 결과를 토대로 항공서비스 품질을 개선할 수 있는 방안을 제시하고자 한다.

1) 제주도민들에게 교통수단으로서의 항공서비스 제공

제주도민들은 차별화 서비스 품질을 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다. 이것은 교통수단으로 인식하고 있는 제주도민과 관광수단으로서 인식하고 있는 관광객간의 항공서비스에 대한 인식의 차이라고 볼 수 있다. 따라서 제주도민에게 제공하는 항공서비스는 관광수단으로서의 항공서비스보다는 교통수단으로서의 항공서비스를 제공해야 한다.

그러기 위해서는 먼저 설과 추석의 성수기때 관광을 하기 위해 방문하는 관광객과 차례나 성묘를 하기 위해 방문하는 제주도민을 구분하는 항공서비스를 제공해야 한다. 따라서 현재의 할인제도를 다양하게 세분화할 필요가 있다. 특히 설과 추석때 고향을 방문하기 위해 1년 전부터 항공권을 구매하는 제주도민을 위해서 구매기간에 따른 할인제도를 도입할 필요가 있다.

또한 성수기때에도 좌석난으로 응급환자를 후송하지 못하는 사태를 방지하기 위해서 교통수단으로서의 항공서비스를 제공해야 한다. 항상 제주노선에는 응급환자를 위한 좌석을 예비로 확보하여 응급환자가 발생했을 때 신속하게 후송할 수 있는 체제를 구축해야 한다. 응급환자가 없을 때는 대기표로 전환하여 좌석난을 해소할 수 있도록 한다.

그리고 현재 제주도에 등록된 항공기의 수를 더 확대하여 여기서 발생하는 세금이 제주발전에 기여할 수 있도록 해야 한다. 이렇게 함으로써 제주국제공항이 도착지가 아닌 출발지로서의 인식을 심어줄 수 있을 것이다. 그리고 제주공항에 근무하는 국적항공사 직원들의 옷차림을 자사의 유니폼보다는 제주 지역의 전통 옷인 갈옷이나 제주관광 이미지가 새겨진 유니폼을 착용할 필요가 있다. 이것은 제주관광을 홍보하는데 도움이 될 수 있을 뿐만 아니라 제주에 도착한 제주도민은 고향의 정취를 느낄 수 있을 것이다.

이처럼 제주도민에게 제공되는 항공서비스는 관광객들에게 제공하는 항공서비스와는 차원이 다른 교통수단으로서의 항공서비스를 제공할 필요가 있다.

2) 항공요금 인상에 따른 한 차원 높은 항공서비스 제공

본 연구의 항공요금 만족도를 보면 72.0%가 ‘비싸다’는 인식을 갖고 있는 것으로 파악되었다. 이것은 항공요금 자율화 조치로 인해 양 항공사가 그 동안 규제에 묶여서 인상하지 못했던 항공요금을 짧은 기간에 큰 폭으로 인상함에 따라 이용객들은 항공요금이 비싸다는 인식을 갖게 된 것으로 파악된다.

이러한 현상은 결국 ‘저운임의 지역항공사’를 추진하게 되는 동기를 제공하게 되었으며 지역항공사의 출현은 국내 항공시장의 큰 변화를 예고한다.

현재 국적 항공사가 제공하고 있는 국내 항공서비스는 저운임의 지역항공사도 충분히 제공할 수 있는 수준이라고 할 수 있다. 이것은 항공요금이 인상된 만큼의 항공서비스 향상이 이루어지지 않은 것도 하나의 요인이 될 수 있다.

따라서 항공요금이 비싸다고 인식하고 있는 이용객들의 욕구를 충족시킬 수 있는 한 차원 높은 항공서비스를 제공해야 한다.

3) 항공기 내부구조 개선을 통한 탑승서비스 개선

급속한 경제성장으로 인해 우리나라 사람들의 체형이 서구화되면서 사회 전반적으로 많은 변화를 가져오게 되었다. 특히 청소년들의 체형은 눈에 띄게 향상되어 책걸상을 교체하는데 많은 예산이 소요되기도 하였다. 그러나 항공기의 내부구조는 수십년 동안 변화된 것이 없다.

국내선 항공기의 내부구조, 특히 좌석은 매우 불편한 구조로 이루어져 있다. 통로는 두 명이 지나가기가 불편할 정도로 좁고 앞좌석과 뒷좌석간의 간격도 좁아서 앉기가 불편하다. 특히 본 연구에서는 여성들이 남성에게 비해 탑승서비스 품질을 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다. 이것은 좁은 통로와 좌석간의 간격으로 인해 낮선 사람들과의 신체적 접촉이 이루어지면서 여성들이 불쾌감을 느끼는 것도 하나의 요인으로 볼 수 있다.

따라서 현재의 좁은 좌석구조를 더 넓고 쾌적한 환경으로 전환시킬 필요가 있다.

4) 운항서비스 향상을 위한 공항확장

제주공항의 항공기 출발·도착 지연율은 전국 18개 공항 중 가장 높은 것으로 나타났다⁷¹⁾. 이것은 김포공항이나 김해공항에 비해 두 배나 높은 3.7%로 특히 문제가 되는 것은 지연사유가 기상악화에 따른 지연(15.1%)보다는 항공기 이상원인에 의한 지연(77.4%)이 대부분을 차지하고 있다는 점이다. 이것은 최대 24대만 이·착륙이 가능한 제주공항의 계류장 협소성에서 그 원인을 찾을 수 있다. 정시성을 확보하기 위해 무리한 이·착륙을 시도한다면 그것은 생명과 직결되는 중요한 사안이다. 따라서 무엇보다도 제주국제공항의 계류장 확장은 시급히 해결되어야 할 과제라고 할 수 있다.

5) 타사와의 제휴를 통한 차별화 서비스의 강화

우리나라의 국내 항공은 대한항공의 독점체제에서 아시아나 항공의 개항으로 경쟁체제로 전환되었다. 그러나 서해고속도로와 고속전철의 개통으로 국내 항공시장은 다른 교통수단과의 경쟁도 불가피하게 되었다. 이와 같은 교통시장의 치열한 경쟁 속에서 항공사들이 살아남기 위해서는 서로간의 경쟁보다는 제휴체제로 전환할 필요가 있다. 특히 국내 항공시장에서 높은 점유율을 차지하고 있는 제주노선에 저운임의 지역항공사가 출범할 경우에는 더욱 심각한 문제가 될 수 있다. 따라서 국적 항공사간의 제휴를 통해 교통시장에서의 항공교통 이용률을 상승시킬 수 있는 방안을 강구해야 하며 그 방안의 한 예로 두 항공사의 마일리지를 서로 공동으로 이용할 수 있는 ‘마일리지의 제휴’를 제안한다. 현재 국적 항공사는 국내노선에 대해서 자사 이용 고객에 한하여 ‘상용고객 우대 제도’를 시행하고 있다. 그러나 항공노선의 감축으로 인해 고객들의 노선 선택 폭이 좁아짐에 따라 상용고객 우대 제도의 매력을 잃고 있다. 따라서 ‘보너스 항공권’을 타사의 마일리지와 병합하여 사용할 수 있도록 하는 프로그램을 도입할 필요가 있다. 이것은 또한 효과적인 마일리지 소진정책이 될 수 있을 것이다.

71) 제민일보, 2002년 11월 24일자.

第 5 章 結 論

우리나라의 항공시장은 경제침체와 환율 및 유가상승으로 경영에 많은 어려움을 겪고 있다. 특히 고속전철과 서부고속도로의 개통은 교통수단의 다변화를 초래함으로써 항공시장은 더욱 큰 변화를 예고하고 있다. 이러한 어려움 속에서 항공사 경영악화는 더욱 심화되면서 항공요금 자율화가 추진되었다. 오랫동안 규제에 묶였던 항공요금이 자율화되면서 짧은 기간동안 무리한 항공요금 인상이 이어지면서 항공기를 주요 교통수단으로 인식하고 있는 제주도민들에게 많은 부담을 안겨 주게 되었다. 이러한 부담은 '저운임의 지역항공사 설립'이라는 또 다른 항공시장의 변화를 초래하게 되면서 앞으로 항공시장은 더욱 치열한 경쟁속으로 바뀌게 되었다.

이러한 문제의식을 바탕으로 본 논문에서는 '저운임의 지역항공사' 설립을 추진하고 있는 제주지역을 연구지역으로 하고 제주지역노선 이용자를 대상으로 국내 항공 서비스 품질을 분석하여 보다 나은 항공 서비스 품질 향상방안을 제시하고자 하였다. 특히 제주지역을 대상으로 한 연구가 관광교통만을 강조하였으나 본 연구에서는 교통수단으로 인식하고 있는 제주지역 주민과 관광교통수단으로 인식하고 있는 관광객간의 항공 서비스 품질을 비교 평가하는 것을 연구의 주요 목적으로 하였다.

이러한 연구의 목적을 달성하기 위해 문헌연구를 통해 항공 서비스 품질에 대한 이론적 토대를 구축하여 분석의 준거로 삼았으며, 우리나라 항공사의 현황과 연구지역인 제주지역노선의 이용현황을 파악하였다. 그리고 김포공항과 제주공항의 제주지역노선을 이용한 국내 항공 서비스 이용자를 대상으로 설문 조사를 실시하는 실증연구를 병행하였다.

실증조사 결과 항공 서비스 품질은 매우 낮은 것으로 나타났다. 특히 좌석의 안락함과 출발·도착시간의 정확성, 기내음료의 맛과 질, 타사와의 제휴에

따른 혜택에 대한 항목이 가장 낮은 품질을 보였다.

그리고 항공요금이 비싸다고 인식하고 있는 이용객은 인적서비스 품질을 제외한 탑승서비스 품질, 고객서비스 품질, 운항서비스 품질, 차별화서비스 품질이 낮은 것으로 나타났으며 제주지역에 거주하는 이용객은 차별화 서비스 품질을 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

이러한 결과를 바탕으로 국적항공사의 항공서비스 품질을 향상시키기 위해서는 다음과 같은 방안이 강구되어야 할 것이다.

첫 번째는 제주도민들에게 교통수단으로서의 항공서비스를 제공해야 한다. 제주도민들은 항공서비스 품질 중 차별화 서비스를 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다. 이것은 교통수단으로 인식하고 있는 제주도민과 관광수단으로서 인식하고 있는 관광객간의 항공서비스에 대한 인식의 차이라고 볼 수 있다. 그러므로 제주도민에게 제공하는 항공서비스는 관광수단으로서의 항공서비스보다는 교통수단으로서의 항공서비스를 제공해야 한다. ‘구매기간에 따른 할인 제도’ 도입과 ‘응급환자 후송을 위한 좌석의 확보’, ‘항공기의 제주도 등록 확대’, ‘제주공항 종사원들의 제주이미지 복장의 착용’ 등을 통해 제주도민들에게 차별화된 서비스를 제공해주어야 한다.

두 번째는 항공요금 인상에 따른 한 차원 높은 항공서비스를 제공해야 한다. 항공요금 자율화 조치로 큰 폭의 항공요금 인상이 이루어지면서 이용객들은 항공요금이 비싸다는 인식이 강한 것으로 나타났다. 하지만 항공서비스는 항공요금 인상 전과 크게 달라진 것이 없다. 그러므로 이용객들이 느끼는 항공요금 불만족은 더욱 커질 수밖에 없는 것이다. 따라서 항공요금이 비싸다고 인식하고 있는 이용객들의 욕구를 충족시킬 수 있는 한 차원 높은 항공서비스를 제공해야 한다.

세 번째는 항공기 내부구조 개선을 통한 탑승서비스 개선이다. 항공기의 내부는 매우 비좁게 느껴진다. 그것은 항공기의 좌석구조가 서구형의 체형으로 바뀌고 있는 우리나라 사람들의 체형에 맞지 않기 때문이다. 그리고 잦은 신체적 접촉으로 인해 여성들은 탑승 서비스에 대해 낮게 평가하고 있다. 따라

서 편하고 쾌적한 구조의 항공기 내부를 개선할 필요가 있다.

네 번째는 운항서비스 향상을 위한 공항의 확장이다. 제주공항의 출발·도착 지연율은 전국 공항 중 가장 높으며 본 연구에서도 운항서비스 품질이 낮은 것으로 나타났다. 따라서 최대 24대만 이·착륙이 가능한 제주공항의 계류장을 확장하여 안전한 운항 서비스를 제공해주어야 한다.

마지막으로 타사와의 제휴를 통한 차별화 서비스의 강화이다. 서해고속도로의 개통과 고속전철의 운행으로 인해 앞으로의 교통환경은 더욱 치열해질 전망이다. 따라서 항공교통의 발전을 위해서는 두 국적항공사간의 경쟁보다는 제휴를 통하여 교통시장에서의 항공교통 이용률을 상승시킬 수 있는 방안을 강구해야 한다. 이러한 방안의 한 예로 두 항공사의 마일리지를 서로 공동으로 이용할 수 있는 '마일리지의 제휴'를 통해 항공사간의 경쟁체제를 제휴체제로 전환시킬 필요가 있다. 이것은 또한 효과적인 마일리지 소진정책이 될 수 있을 것이다.

이와 같은 결과에도 불구하고 본 연구는 실증연구를 제주지역노선만을 대상으로 했다는 점에서 지역적인 편중성이 있다는 한계를 갖고 있다. 그리고 조사대상을 제주지역 노선을 이용한 외국인도 제외했다는 점과 아직 논의 중에 있는 지역항공사가 항공시장에 미치는 파급효과에 대해 구체적으로 제시하지 못했다는 한계를 갖고 있다.

따라서 앞으로 지역항공사가 설립될 경우 국내 항공시장에 미치는 영향은 어떠한지 지역항공사와 국적항공사간의 항공서비스 품질의 차이를 비교할 수 있는 후속연구가 이루어졌으면 한다.

參 考 文 獻

1. 국내문헌

- 김성혁, 「서비스경영론」, (서울 : 대왕사, 1996).
- 김정근, 「호텔 경영론」, (서울 : 대왕사, 1996).
- 김충련, 「SAS라는 통계상자」, (서울 : 데이터플러스, 1997).
- 박시사, 「항공관광론」, (서울 : 백산출판사, 2003).
- 손시영, 김용운 역, 「공생경영의 사상과 실태」, (서울 : 우성문화사, 1984).
- 이선희 외 3인, 「항공운송사업개론」, (서울 : 기문사, 1995).
- 이유재, 「서비스마케팅」, (서울 : 학현사, 1994).
- 채서일 외 2인, 「spss/pc를 이용한 통계분석」, (서울 : 학현사, 1993).
- 한국능률협회 컨설팅, 「제주 지역항공사 최종보고서」, 2003.
- 고석면 · 이성숙, “항공 서비스 개선을 위한 고객서비스 만족도에 관한 실증 분석”, 「논문집」 제7권, 인하공업전문대학, 1992.
- 김경숙, “항공사 선택행동과 경영성과의 결정요인에 관한 연구”, 박사학위논문, 세종대학교 대학원, 1996.
- 김도영, “서비스 품질전략이 고객만족에 미치는 영향에 관한 실증적 연구”, 석사학위논문, 인하대학교 대학원, 2000.
- 김미라, “고객제일주의로부터 출발”, 「항공교통」 제15권, 교통산업연구원, 1993.
- 김성환 · 김미경, “호텔 서비스 질 평가모형 개발을 위한 실증적 연구”, 「마케팅관리연구」 제3권 제1호, 한국마케팅관리학회, 1997.
- 나영선, “서비스 품질 인식의 차이에 관한 연구”, 박사학위논문, 경희대학교 대학원, 2002.

- 박기찬, “21세기의 항공”, Sky News 제2호, 2000.
- 박종학, “고객만족이 고객충성도에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위논문, 연세대학교 대학원, 1997.
- 박중환, “호텔서비스에 대한 고객태도 변수들간의 관계 연구”, 「관광학연구」 제22권 제3호, 한국관광학회, 1999.
- 박진영, “항공사의 서비스품질과 고객만족이 고객충성도에 미치는 영향”, 박사학위논문, 대구대학교 대학원, 1999.
- 박충희, “관광호텔 인적서비스 질의 관리에 관한 실증분석”, 박사학위논문, 경기대학교 대학원, 1988.
- 서정국, “국내 항공운송서비스 개선에 관한 연구- 제주지역 노선을 중심으로 -”, 석사학위논문, 제주대학교 경영대학원, 1999.
- 서철현, “여행상담 서비스 품질에 대한 직무관련 요인의 영향과 심리적 요인의 매개역할에 관한 연구”, 박사학위논문, 대구대학교 대학원, 1997.
- 유용재·허희영, “여행사 서비스 품질모형에 관한 연구”, 「경영연구」, 한국항공대학교 경영연구소, 제7권 제1호, 2000.
- 이봉석, “서비스 질이 호텔이미지 형성에 미치는 영향에 관한 연구”, 박사학위논문, 경남대학교 대학원, 1996.
- 이성호, “서비스인카운터에서 소비자의 서비스품질 인식에 미치는 영향요인에 관한 연구”, 박사학위논문, 경남대학교 대학원, 1995.
- 이애주·최무애, “호텔 서비스품질과 조직내부요인에 관한 분석”, 「관광학연구」 제21권 제1호, 한국관광학회, 1997.
- 이영희, “서비스 질의 측정 개선을 위한 연구”, 「경영연구」 제5호, 경희대학교 경영연구소, 1999.
- 이유재, “서비스 품질에 관한 종합적 고찰 : 개념 및 측정을 중심으로”, 「경영논집」 제31권 3·4호, 서울대학교 경영연구소, 1997.
- 이향정, “항공사 서비스품질평가에 따른 고객의 만족·불만족 행동분석에 관한 연구”, 석사학위논문, 경희대학교 경영대학원, 2001.

- 정동렬, “항공 서비스의 품질과 고객 : 서비스 차별화 사례와 서비스 품질 결정요소, 「항공진흥」 제14호, 1997.
- 정익준, “우리나라 항공사의 국제선 여객 운송서비스 마케팅 전략에 관한 연구”, 박사학위논문, 부산대학교 대학원, 1992.
- 정화진, “항공사 서비스 품질 결정요인에 관한 연구”, 석사학위논문, 고려대학교 경영대학원, 1997.
- 지용선, “항공 서비스의 구매의사 결정과정에 관한 연구”, 박사학위논문, 동국대학교 대학원, 1995.
- 차현수, “항공 서비스품질평가에 관한 연구”, 석사학위논문, 경기대학교 대학원, 1995.
- 최덕철, “서비스 소비자행동모델 개발에 관한 실증적 연구”, 박사학위논문, 경희대학교 대학원, 1986.
- 최병길 · 고재건 · 김형길, “항공산업에서 서비스 질의 평가요인과 서비스 질의 개선방안에 관한 연구”, 「생산성논집」 제10권 제1호, 한국생산성학회, 1995.
- 최양호, “소비자행동에서의 3개의 태도모델에 관한 연구”, 「광고연구」 가을호, 1994.
- 최휴중, “서비스 제공자의 질에 대한 고객의 평가요인 및 효과”, 박사학위논문, 경희대학교 대학원, 1995.
- 허향진 · 김희철 · 김민철, “호텔 서비스 품질 측정을 위한 QFD기법의 적용에 관한 연구”, 「호텔경영학연구」 제14호, 한국호텔경영학회, 2001.
- 건설교통부, 공항개발중장기 기본계획, 1999 ; www.moct.go.kr
- 제주항공 홈페이지, <http://www.jejuair.net>
- 한국공항진흥협회 홈페이지, <http://www.airtransport.or.kr>

2. 국외문헌

- American Marketing Association,, "Report of the Definition Committee", *Journal of Marketing*, 1960.
- Bitner, Mary J., and A. R. Hubbert, "Encounter Satisfaction Versus Overall Satisfaction Versus Quality", in R. Rust and R. Oliver, eds., *Service Quality*, (Thousand Oaks, CA : Sage Publication, 1994).
- Booms, B. H. and M. J. Bitner, "Marketing Strategies & Organization Structures for Service Firms", in J. H. Donnelly and W. R. George, eds., *Marketing of Services*, (Chicago, IL : American Marketing Association, 1981).
- Churchill, G. A. Jr., and Carol Suprenant, "An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction", *Journal of Marketing Research*, Vol. 14 November, 1982.
- Congress Digest, *Customer Service-Passenger Complaints and airline improvement efforts*, U. S. Department of Transportation, 2001. 2.
- Engel, F. J., Blackwell, R. D., and D. T. Kollat, *Consumer Behavior*, 4th eds., The Dryden Press, 1982.
- Garvin, D. A. , "What Does 'Product Quality' Really Mean?," *Sloan Management Review*, Vol. 26, No. 1, 1984.
- Gronroos, Christian, "A Service Quality Model and Its Marketing Implications," *European Journal of Marketing*, No. 4, 1984.
- , "An Applied Services Marketing Theory", *European Journal of Marketing* ,Vol. 16 No. 7, 1982.
- Howard, J. A., and J. N. Sheth, *The Theory of Buyer Behavior*, (New York : John Wiley & Sons, 1969).
- Judd, Robert C., "The Case for Redefining Service", *Journal of marketing*, Vol. 28, 1964.
- Kathryn, B. G., and Jan Hathcote, "Customer Expectations and Perceptions of Service Quality in Retail Apparel Specialty", *Journal of Service Marketing*, Vol. 8, No. 1, 1994.

- Lehtinen, Uolevi and Jarmo R. Lehtinen, "Service Quality: A Study of Quality Dimensions", *Unpublished Working Paper*, Helsinki : Service Management Institute, Finland OY, 1982.
- Lovelock, Christopher H. and Robert F. Young, "Look to Customers to increase Productivity," *Harvard Business Review*, May-June, 1979.
- Northcraft, Gregory B. and Richard B. Chase, "Managing Service Demand at the Point of Delivery," *Academy of Management Review*, Vol. 10, No. 1, 1985.
- Oliver, R. L., "Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Setting", *Journal of Retailing*, Vol.57 Fall, 1981.
- Ostrowski, Peter L., O'Brien, Torrence V. and Geoffery L. Godon, "Service Quality and Customer Loyalty in the Commercial Airline Industry", *Journal of Travel Research*, Vol. 32, Full, 1993.
- , "Determinants of service quality in commercial airline industry : Differences between business and leisure travelers", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, Vol. 13, 1994.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie A. and Leonard L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall, 1985.
- , "SERVQUAL : A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol. 64, Spring 1988.
- Rathmell, John M., *Marketing in the Service Sector*, (Cambridge, MA: Winthrop, 1974).
- Ritchie, J. R., Johnston, E. E. and V. J. Jones, "Competition fares and fences-perspective of the air travelers", *Journal of Travel Research*, Vol. 19, 1980.
- Schneider, Benjamin, "The Perception of Organization Climate : the Customer's View", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 57, June, 1973.
- Toh, R. and M. Hu, "Frequent flyer programs : Passenger attributes and attitudes", *Transportations Journal*, Winter, 1988.

- Tse, D. K., and P. C. Wilton, "Model of Consumer Satisfaction Formation : An Extension", *Journal of Marketing Research*, Vol. 25 May, 1988.
- Wilson, A., *The Marketing of Professional Service*, (London : Pitman, 1992).
- Zeithaml, V. A., "How consumer evaluation processes differ between goods and services", in J. H. Donnelly and W. R. George, eds., *Marketing of Services*, (Chicago, IL : American Marketing Association, 1981).
- Zins, H. Andress, "Antecedents of Satisfaction and Customer Loyalty in the Commercial airline industry", *Proceedings of the Annual Conference European Marketing Academy*, Vol. 3, 1998.



ABSTRACT

The study about discrimination factors of aviation service in accordance with the characteristic of air-travel passenger.

- On The Basic Of Jeju Regional Route -

By Yong-Ho, Yang
The Department of Tourism Management
Graduate of Business Administration
Jeju National University
(Advisor : Prof. Byung-kil. Choi Ph.d)

Along with the continuous increase of airfare during relatively short period of time, the people of jeju island which the aircraft with important mean of transportation have to bear another burden on a air fair.

As a necessary consequence, it gave rise to organization of regional airline company that low Airfare-based airline and bring about the change of different aviation market and exchange with the competitive at present and the future.

On the basic of this critical mind, I would like to propose a plan about how to enhance the service quality of aviation through the research on the people who is using Jeju regional route.

In particular, I tried to evaluate a comparative study between the jeju island inhabitant who take air traffic as a way of transportation and visitors as a way of tourism.

In comparison the exiting research emphasized only sightseeing traffic in the aviation service quality.

As a researcher, In order to enhance the quality of aviation service,

We have to render a air service as a important mean of transportation to resident who are unsatisfied with aviation service and along with the increase of air fare.

We should provide the check-in service improvement to amend aircraft inside facility specially seat and improve the aviation

service to expand the airport area and to strengthen discrimination service to join other company with the mileage.

The research in Jeju area route bay is a regional preponderance characteristic has a the research limit from dissertation

And the foreigner who uses on the basic of Jeju regional route excepted the investigation and does not present the ripple effect that regional airlines with the process of discussing in an aviation market.

Therefore in the future it will be able to discuss the domestic air passenger market and to compare the difference between regional airlines and national carrier after founding regional airlines.



附 錄 : 질 문 지

안녕하십니까?

저는 제주대학교 경영대학원 관광경영학과 석사과정에 재학중인 학생으로 ‘국내항공사의 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구’라는 주제로 석사학위 논문을 준비하고 있습니다.

본 설문지는 제주지역 항공기 노선을 이용하는 고객에게 제공되는 항공사의 서비스품질에 대한 만족도를 알아보기 위해 개발되었습니다. 귀하의 응답내용은 순수 학문목적으로만 이용되며 비밀은 철저히 보장됨을 약속드립니다.

보다 나은 항공 서비스를 위해 바쁘시더라도 한 문항도 빠짐없이 평소에 갖고 있던 생각과 경험을 토대로 응답해주십시오.

귀하의 협조에 다시 한번 감사드립니다.



지도교수 : 제주대학교 관광경영학과 최 병 길 교수

연구자 : 제주대학교 경영대학원 관광경영학과 석사과정 양 용 호

다음은 인구통계학적 특성에 관한 사항입니다.

1. 선생님의 성별은? ① 남성 ② 여성

2. 선생님의 연령은? (세)

3. 선생님의 학력은?

① 고졸이하 ② 전문대 졸 ③ 대졸 ④ 대학원 졸

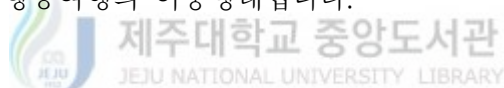
4. 선생님의 직업은?

- ① 전문직(의사, 변호사, 교원, 언론인, 약사, 회계사 등)
- ② 관리직(회사간부, 고급공무원, 회사 경영 등)
- ③ 기술직(엔지니어, 건축사, 미용사, 생산직 등)
- ④ 사무직(은행원, 회사원, 일반공무원 등)
- ⑤ 서비스직(판매직, 운전기사, 자영업 등)
- ⑥ 1차산업(농업, 수산업, 축산업, 임업 등)
- ⑦ 학생 ⑧ 주부 ⑨ 무직, 기타

5. 선생님의 거주지는? (광역시/도 시/군/구)

6. 선생님 가정의 연간 평균연봉은 어떻게 되십니까? (만원)

다음은 이번 항공여행의 이용형태입니다.



7. 귀하께서 이번 여행에서 이용하신 항공사는 어느 항공사입니까?

- ① 대한항공 ② 아시아나 항공

8. 이번 제주방문 목적은 어디에 있습니까?

- ① 제주도에 거주 ② 휴양/휴식 ③ 업무 ④ 친지방문
- ⑤ 레저(등산/낚시/골프) ⑥ 신혼여행 ⑦ 수학/졸업여행
- ⑧ 기타

9. 항공기를 통한 제주방문은 이번을 포함해서 몇 번째입니까?

(번째)

10. 선생님께서는 지금까지 항공기를 이용한 해외여행을 몇 회 정도 하셨습니까? (회)

11. 선생님께서는 연간 평균 몇 회 정도 국내 항공기를 이용하십니까?
(년 회)

12. 이용하신 항공권 구매는 어떤 경로를 통해 이루어졌습니까?

- ① 항공사에 전화를 걸어서 ② 인터넷 항공사 홈페이지를 통해서
- ③ 여행사를 통해서 ④ 공항에서
- ⑤ 기타 ()

13. 전화를 통해 구매하지 않았더라도 항공권을 구매할 때 전화연결 서비스를 이용한 경험에 비추어 어느 사항이 가장 불만족하셨습니까?

- ① 응답직원과 전화연결이 어렵다 ② 전화연결 후 대기시간이 길다
- ③ 응답직원이 불친절하다 ④ 통화중 끊기거나 잡음이 심하다
- ⑤ 기타 ()

13. 이번에 이용하신 항공사를 선택하신 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ① 날짜 및 시간이 맞아서 ② 항공사의 높은 서비스
- ③ 주로 이용하는 항공사라서 ④ 여행사나 다른 사람의 선택
- ⑤ 안전운항 ⑥ 기타()

14. 이번에 이용하신 항공요금에 대해 어떻게 생각하십니까?

- ① 매우 비쌌다 ② 비싼 편이다 ③ 적당하다 ④ 싼 편이다 ⑤ 매우 싸다

15. 귀하께서는 항공사의 상용고객인 경우 어느 항공사의 회원이십니까?

- ① 대한항공 ② 아시아나 ③ 둘 다 회원이다 ④ 회원이 아니다

15-1. 상용고객이라면 어떤 경로로 회원이 되셨습니까?

- ① 항공사 직원의 권유 ② 스스로 신청해서 ③ 카드사와 제휴

16. 항공사를 선택할 때 어느 항공사의 운항 스케줄을 먼저 확인하십니까?

- ① 대한항공 ② 아시아나

17. 제주도에서는 저렴한 항공요금을 위해 소형항공기를 이용한 지역항공사
설립계획을 갖고 있습니다. 앞으로 지역항공사가 설립되었을 경우 성공
가능성을 어떻게 보십니까?

- ① 매우 성공적일 것이다 ② 성공할 것이다
③ 보통일 것이다 ④ 어려울 것이다
⑤ 매우 어려운 사업이 될 것이다

18. 만약 다음에 제주도를 방문할 때 지역항공사가 설립되었다면 어떻게 하
시겠습니까?

- ① 절대 이용하지 않겠다 ② 이용하지 않을 것 같다
③ 잘 모르겠다 ④ 이용할 것 같다
⑤ 반드시 이용하겠다



□ 다음은 이번 여행을 하면서 이용하신 항공사의 항공권을 구매하기 이전
귀하가 평소에 기대했던 정도와 이용 후 느끼신 점에 관한 사항입니다.

이용하신 항공사에 대한 평소에 기대했던 정도					내 용	이용 후 항공사 서비스에 대해 느낀 정도				
매우 낮다	낮은 편	보 통	높은 편	매우 높다		매우 낮다	낮은 편	보 통	높은 편	매우 높다
①	②	③	④	⑤	1.고객의 문제를 해결하려는 노력	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	2.약속된 서비스의 제공	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	3.신속하고 정확한 서비스를 제공	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	4.고객에 대한 응대	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	5.고객의 요구에 대한 대처	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	6.고객에게 최대 도움을 주려는 노력	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	7.출발, 도착 시간의 정확성	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	8.편리한 비행스케줄(운항시간)	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	9.유용한 마일리지 프로그램의 보유	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	10.다양한 운항노선의 보유	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	11.다수의 항공기 최신기종 보유	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	12.운항의 안전성	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	13.다양한 편측프로그램 보유	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	14.부대적인 유희 및 편의시설 보유	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	15.타사와의 제휴에 따른 혜택	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	16.종사원의 업무에 대한 전문성	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	17.종사원의 예절바름	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	18.종사원의 깔끔한 외모	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	19.종사원들의 신뢰감	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	20.안전 및 보안요원의 서비스	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	21.예약 및 발권서비스의 편리성	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	22.편리한 인터넷 예약시스템	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	23.좌석배정 서비스의 적정성	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	24.신속한 탑승수속	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	25.좌석의 안락함	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	26.기내음료의 맛과 질	①	②	③	④	⑤
①	②	③	④	⑤	27.수하물 배달 서비스	①	②	③	④	⑤

감사합니다.

감사의 글

이제 짧지만은 않았던 석사과정을 이 논문으로 정리하고자 합니다.

논문의 시작부터 마무리까지 세심한 가르침을 주셨을 뿐만 아니라 앞으로의 삶에 이정표를 세워주신 최병길 교수님께 감사를 드립니다. 그리고 부족한 제자를 끊임없는 격려로 대해주신 관광경영 교수님 한 분 한 분께도 감사를 드립니다.

부족하나마 이 논문을 쓸 수 있었던 것은 주위의 많은 분들의 도움이 있기에 가능했던 것이라 생각합니다. 항상 저에게 충고와 따끔한 질책 그리고 많은 관심 보였쥬던 회사 동료분들, 미운정 고운정 들어가면서 같이 지냈며 바쁘신 가운데도 주경야독하며 희망찬 미래를 위해 만들어 가자던 서로 이끌어 주던 12기 관광경영학 원우생님께 고마움을 전합니다.

저의 논문은 제 공부의 마지막이 아니라 이제야 시작입니다. 앞으로도 많은 선�후배님과 학문적인 동료로 남을수 있도록 최선을 다할 것을 약속드리고, 선�후배님의 지속적인 관심과 도움을 주시기를 부탁드립니다.

세상의 만물이 존재하고 성장하는 데에는 그들을 지탱하는 그 무엇인가가 항상 존재하듯 제가 무사히 대학원을 졸업하는 데에는 가족이라는 따뜻한 울타리가 있기 때문입니다. 항상 저를 믿고 뜻하는 바를 이루라고 격려해주는 아버지, 나이 70이 넘어서도 촌에 가서 밭감 농사도 짓고 손녀도 보느라 고생하시면서 내색 한번 하지 않으시고 우리 가족을 지켜오신 어머니, 타향에서 사업을 하시며 저의 가족을 걱정해주시던 형님 내외분께

감사의 말씀을 전합니다.

끝으로 근무중 교통사고로 생명이 어려운 가운데도 꺾끗이 견뎌내고 다시 민중의 지팡이로 거듭나고 또한 저를 내조해준 나의 사랑하는 아내 지선에게 고맙다는 말을 전하고 아직 4살이지만 나의 주춧돌 우리의 2세

소영에게도 열심히 살겠다고 다짐해 봅니다.

2003년 12월

양 용호