항공사 서비스 품질의 중요도와 만족도에 관한 연구

A Study on the Importance and Satisfaction of Airline Service Quality

박진우*, 이익수**, 박구원**
한국항공대학교 경영학과*, 청주대학교 관광경영학과**

Jin-Woo Park(jwpark@kau.ac.kr)*, Yk-Su Lee(tour8119@cju.ac.kr)**,
Koo-Won Park(parkfor@cju.ac.kr)**

요약

본 연구는 승객들이 인식하는 항공사 서비스 품질에 대한 중요도와 만족도가 어떠한 차이가 있는지를 분석하고 이를 통해 궁극적으로 항공사의 서비스 품질 개선을 위한 기초자료로 활용할 목적으로 수행되었다. 항공사 서비스 품질에 대한 중요도와 만족도를 알아보기 위해 중요도-만족도 분석(Importance-performance analysis: IPA)을 이용하였고, 분석결과 한국 국제선 승객이 인지하고 있는 항공사 서비스 품질에 대한 중요도와 만족도는 차이가 있는 것으로 나타났다. 특히 IPA 결과 한국을 운항하는 항공사들이 무엇보다도 개선을 위한 집중적인 노력을 기울여야 하는 서비스 요인인 승객들이 중요하게 여기고 있지만 실제로 만족하지 못하는 서비스 요인은 '기내식', '좌석의 안락감', '좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간', '탑승수속 서비스'인 것으로 분석되었다. 본 연구의 IPA결과를 토대로 항공사들은 강점과 약점을 파악하고 이를 통해 궁극적으로 항공사의 수익을 극대화 할 수 있는 방안을 세워야 할 것이다.

■ 중심어 : | 항공사 서비스품질 | 중요도-만족도 분석 |

Abstract

This paper investigates passengers' perceptions of the importance and satisfaction of airline service quality for improving the quality level of airline service. Importance-performance analysis (IPA) was utilized to analyze the gap between importance and performance of airline service quality. The result showed that passengers' perceptions of the importance and performance of airline service quality differed for Korean international air passengers. In particular, IPA analysis revealed that four attributes 'meal service', 'seating comfort', 'seat space and legroom', 'check-in service' were identified in the Concentrate Here quadrant-perceived to be important, yet perceived as being performed poorly. The airlines operating from/to the Republic of Korea should concentrate on the attributes included in this quadrant to improve the quality of airline service. On the basis of the IPA analysis, airlines should identify their strengths and weaknesses and draw up a plan to maximize their profits.

■ keyword : | Airline Service Quality | Importance-Performance Analysis(IPA) |

Ⅰ. 서론

항공운송산업에서 서비스 품질에 대한 관심은 나날이 증가하고 있다. 항공사들은 보다 양질의 서비스를 제공하기 위하여 다양한 서비스 전략을 구상하고 있으며, 승객들이 원하는 서비스 품질 개선 및 서비스 상품 개발을 위하여 다양한 노력을 하고 있다. 항공사들이 승객들에게 보다 낳은 서비스를 제공하기 위해서는 승

접수번호 : #071126-002
접수일자 : 2007년 11월 26일
심사완료일 : 2008년 01월 17일
교신저자 : 박진우, e-mail : jwpark@kau.ac.kr

객들이 항공사로부터 받기를 원하는 서비스 품질에 대한 이해가 무엇보다 절실히 필요하다. 승객들이 원하는 서비스의 기대에 대한 명확한 이해가 없이는 고품질의 서비스를 제공하기 위한 서비스 전략 수립이나 서비스 상품개발이 어려울 뿐만 아니라, 승객들이 원하는 서비스에 대한 잘못된 분석이나 이해가 양질의 서비스 품질을 제공하기 위한 전략 수립에 악영향을 미칠 수 있기 때문이다.

항공사의 서비스품질은 예약 및 발권 과정부터 도착지 공항에 내려 수화물을 찾고 공항을 빠져나가는데 까지 다양한 프로세스로 구성되어 있다. 이러한 각 과정에서 승객들이 서비스에 대해 인지하고 있는 중요도는 승객에 따라 상이할 수 있으며, 동일한 서비스를 제공받았다 하더라도 서비스에 대한 만족도는 승객들의 특성에 따라 다를 수 있다. 따라서 항공사 서비스의 속성이나 특징이 승객들에게 얼마나 중요한지를 판별함으로써 승객만족도를 평가하고, 각각의 서비스 요소에 대한 상대적인 중요도와 만족도를 분석함으로써 승객들이 무엇을 중요하게 생각하고 무엇을 만족하는지를 평가하는 것은 항공사에게 있어 매우 중요하다. 또한 이를 통해 항공사의 서비스 품질을 개선하고 승객만족 및 충성도를 높일 수 있는 서비스 전략을 수립할 수 있다.

이와 같은 배경에 의하여 본 연구는 항공사 서비스 품질의 중요도와 만족도를 분석해 봄으로써 항공사 서비스 마케팅 전략 수립에의 시사점을 제공하고자 한다. 우리나라에서 항공사 서비스 품질에 대한 연구는 많은 학자들에 의해 진행되어 왔다. 그러나 현재까지 진행되어 항공사 서비스 품질에 대한 선행연구는 항공사 서비스 품질이 고객만족 및 충성도에 미치는 영향요인에 중점을 두고 수행되었다. 승객이 인지하고 있는 항공사 서비스 품질에 대한 중요도와 만족도의 차이에 대한 분석이 항공사에게 있어 중요하게 인식되고 있지만 이에 대한 구체적인 연구는 아직 부재한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 항공사 서비스품질의 중요도와 만족도 분석을 통하여 현재 항공사로부터 제공되고 있는 서비스 중 앞으로 지속적이나 우선적으로 투자해야 할 항목, 서비스개선 활동이 필요한 항목, 선택적으로 투자를 해야 하는 서비스항목, 투자를 보류해야 할 항목으로 각각의 서비스를 분류하여 향후 항공사 서비스 마케팅을 전략적으로 활용하기 위한 방안을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 서비스 품질

서비스 품질은 기업에서 제공하는 서비스의 높고 낮음에 대한 고객의 느낌으로 정의할 수 있다[1]. 오늘날 항공사를 이용하는 승객들은 항상 기존의 항공사 서비스보다는 더 향상된 서비스를 제공받기 원하는 기대와 욕망을 가지고 있으며 이에 따라 항공사에 있어 서비스 품질의 중요성은 지속적으로 부각되고 있다.

항공사에게 있어 서비스 품질이 중요한 이유는 서비스 품질이 항공사의 생사와 직접적인 관련이 있기 때문이다. 항공사 서비스 품질에 대한 선행연구에 따르면 승객들은 자신이 이용한 항공사의 서비스의 가치가 지불한 항공운임에 비하여 적절하지 못하고 생각하면 그 항공사의 서비스 품질이 좋지 못한 것으로 인식한다[2]. 이는 다시 승객의 재구매를 유도하지 못하고 항공사 서비스에 대한 충성심을 형성하지 못하게 한다. 그러나 신뢰할 수 있는 양질의 서비스 제공은 항공사 마케팅의 효율성과 공정의 능률을 동시에 향상시킬 수 있어 승객의 유지, 긍정적인 구전 커뮤니케이션의 형성 등을 획득할 수 있는 기회를 제공해 준다[3][4].

항공사에 대한 승객의 서비스품질 평가는 서비스를 제공받기 전 승객의 기대와 항공사가 제공한 서비스의 성과를 비교함으로써 이루어진다[5]. 다시 말해 항공사 서비스 품질 평가는 승객의 기대와 승객에 의해 지각된 항공사의 성과의 차이로 개념화 될 수 있다. 따라서 높은 서비스 품질을 제공하고 유지하기 위한 항공사들은 승객의 서비스 품질에 대한 중요도와 서비스 제공에 대한 성과에 대한 철저한 이해가 필요하다. 항공사 서비스에 대한 중요도와 서비스의 만족도 차이 분석을 통해 항공사 서비스 마케팅 수립시 더 집중해서 노력을 투입해야 하는 요소들을 파악하고 이를 통해 더욱 효율적인 서비스 전략을 수립할 수 있다.

비록 항공사 서비스 품질에 대한 많은 연구들이 우리

나라 학자들에 의하여 진행되어 왔지만 대부분의 선행 연구가 SERVQUAL 및 회귀분석 등을 사용하여 항공사 서비스 품질이 고객만족 및 고객행동, 고객 충성도에 미치는 영향요인에 대하여 중점을 두고 진행되어 왔다[6]. 승객이 인지하고 있는 항공사 서비스 품질의 중요도와 만족도의 차이 분석이 항공사 서비스 마케팅 전략 수립에 중요한 역할을 하지만 이에 대한 체계적인 연구는 아직 부족한 실정이다.

2. 중요도-만족도 분석(IPA)

중요도-만족도분석(Importance-Perfomance Analysis: IPA)은 1970년대 경영분야에서 최초로 소개되어 건강, 마케팅, 교육, 스포츠 등 다양한 분야에서 활용된 방법론이다. IPA는 상품이나 서비스가 가지고 있는 중요속성들에 대하여 중요도(importance)와 만족도(performance)를 소비자가 어떻게 인식하고 있는지를 동시에 분석하고자 이용 전에는 중요도를 이용 후에는 만족도를 분석함으로써 각 속성의 상대적인 중요도와 만족도를 비교 및 분석하는 평가 기법이다[7]. IPA의 기본가정은 만족도 속성에 대한 고객의 수준은 상품이나 서비스 성취도의 기대와 판단에 의해 주로 파생되고 있다는 것이다. IPA 모형의 특성은 중요도와 만족도의 속성별 비교평가값에 의하여 4가지의 다면적 의사결정을 내린다는 것이다. IPA는 [그림 1]과 같이 평가요소의 중요도(importance)와 만족도(performance)를 측정하여 2차원 도면상에 표시하고 그 위치에 따라 상대적인 의미를 부여한다[8].

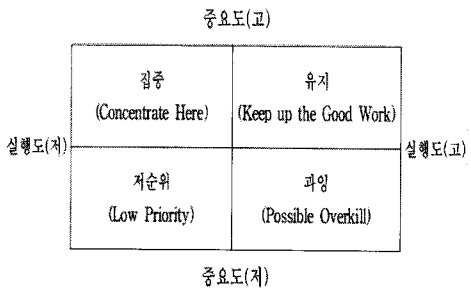


그림 1. IPA 메트릭스

제 1사분면(유지: Keep Up the Good Work)은 이용자들도 중요하게 생각하고 있으며 실제로도 평가속성의 성취도 또한 비교적 잘 이루어지고 있는 상태로 계속 유지해 나가는 것이 바람직하다. 제 2사분면(집중: Concentrate Here)은 이용자들이 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있는 반면 이 평가속성에 대한 성취도에서는 낮게 평가된 상태로 향후 시급히 개선해야 하는 속성들이다. 제 3사분면(저순위: Low Priority)은 이용자들의 평가속성에 대해 중요도가 낮게 평가하고 있고 성취도 또한 낮은 상태로 현재 이상의 노력이 불필요한 상태의 속성들이다. 제4사분면(과잉: Possible Overkill)은 이용자들은 중요하게 생각하고 있지 않는 평가속성에 대해 성취도가 과잉되게 나타난 상태로 투입된 노력을 다른 평가속성에 투입해야 한다.

국내에도 IPA를 이용한 서비스 품질의 중요도와 만족도 차이에 대한 다양한 연구가 호텔, 레스토랑, 여행사 등 여러 서비스 산업의 서비스 품질 측정을 위하여 진행되었다[9][10]. 학자들은 다양한 서비스 산업에서의 중요도와 만족도의 차이를 분석함으로써 어느 서비스 요인을 더 개선해야 하고 집중해야 하는지에 대한 시사점을 제시하는 연구를 진행해 왔다. 이와는 달리 우리나라 항공사 승객들이 인식하고 있는 서비스 품질에 대한 중요도와 만족도의 차이를 IPA를 이용하여 체계적으로 분석한 연구는 아직 진행되지 못했다. 따라서 중요도와 만족도 차이를 분석하기 위해 가장 효율적인 분석도구인 IPA를 이용한 항공사 서비스 품질의 중요도와 만족도의 분석을 통해 항공사가 서비스 품질을 유지하거나 품질 개선을 위하여 집중해야 하는 요인에 대한 체계적인 분석이 필요한 실정이다.

III. 연구방법론

1. 측정도구

서비스 품질 측정을 위해서는 다양한 서비스 산업을 토대로 개발된 서프퀄(SERVQUAL)이 많이 사용된다[11]. 그러나 서프퀄(SERVQUAL)의 5개 차원 및 22개 측정문항은 항공사의 중요 서비스 요소인 기내식, 좌석

의 넓고 편안함, 다리를 뻗는 공간, 운항스케줄 등 여러 요인들이 포함되어 있지 않아 항공사 서비스 품질을 정확히 측정하기는 어렵다. 따라서 본 연구에서는 보다 정확한 항공사 서비스 품질 측정을 위해 항공운송산업에 적합한 서비스 차원 및 측정 항목을 개발하였다. 측정도구는 서프퀄(SERVQUAL)을 변용하여 개발하였고, 서브퀄의 22개 문항 중 항공사 서비스 품질 측정을 위하여 추가되거나 제거되어야 하는 항목을 기존 항공사 서비스 및 기타 서비스 산업의 서비스 품질 선행연구, 심층면접, 포커스 그룹, 파일럿 테스트(Pilot Test)를 통해 개발하였다. 항공사 서비스 품질 측정을 위하여 개발된 총 6가지 차원의 22개 측정 문항을 포함한 항공사 서비스 품질 측정 도구가 사용되었다.

최종적으로 추출된 항공사 서비스 품질 차원 및 측정항목들은 [표 1]과 같다. 항공사 서비스 품질의 중요도는 22개의 측정항목을 사용하여 1(전혀중요하지 않다)부터 7(매우 중요하다)까지의 리커트 7점척도를 통해 측정되었고, 만족도는 동일한 항목을 이용하여 1(매우 불만족)부터 7(매우 만족)까지의 리커트 7점척도를 통해 측정되었다.

표 1. 항공사 서비스 품질의 측정 항목

서비스 차원	측정항목
기내서비스	최신 항공기종 및 기내의 첨단시설 기내식 (종류, 맛, 신선도 등) 좌석의 안락감 좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간 기내 오락물 제공 서비스 (잡지, 신문, 영화)
예약 및 발권 서비스	예약 · 발권의 편리성 예약 · 발권의 신속함과 정확성 마일리지 보너스 프로그램
공항서비스	탑승수속 서비스 (대기시간 포함) 수하물 배달의 신속, 정확성 좌석배정 초과수화물의 요금부과 수준
신뢰성	출발 및 도착시간의 준수 고객의 문제, 불만사항에 대한 항공사의 대응 항공기의 안전성
직원서비스	직원들의 복장과 용모 직원들의 자발적인 고객서비스 자세 직원들의 친절도 직원들의 업무에 대한 전문적인 지식 고객 개개인에 대한 관심
이용가능성	편리한 운항스케줄 (출발시간, 운항회수 등) 항공노선 (경유 및 직항 여부)

2. 승객 설문

연구의 표본은 한국 국제선 승객을 대상으로 하여 인천국제공항으로 최근 1년간 1회 이상 국적항공사 및 외국항공사를 이용하여 출국이나 입국을 한 국제선 항공승객을 대상으로 자기기입식 방법으로 2003년 설문을 실시하였다. 총 850부의 설문지가 승객들에게 배포되었고 이 중 592부의 설문지가 분석에 사용되었다. 분석에 이용된 표본의 일반적인 특성은 [표 2]와 같다.

표 2. 표본의 일반적 특성

	구분	빈도	비율 (%)
성별	남자	329	55.6
	여자	263	44.4
나이	20세 미만	6	1.0
	20-29	147	24.8
	30-39	165	27.9
	40-49	181	30.6
	50-59	76	12.8
	60세 이상	15	2.5
	결측치	2	0.3
이용 항공사	대한항공	260	43.9
	아시아나항공	111	18.8
	외국항공사	151	25.5%
	결측치	70	11.8
여행 목적	관광/휴가/여행	273	46.1
	비즈니스	49	8.3
	친지/친구방문	126	21.3
	교육/회의참가	84	14.2
	이민/취업	5	0.8
	신혼여행	48	8.1
	기타	6	1.0
	결측치	1	0.2

3. 연구모형

항공사 서비스품질의 중요도와 만족도 차이를 분석하기 위하여 [그림 2]와 같이 연구모형을 설정하였다.

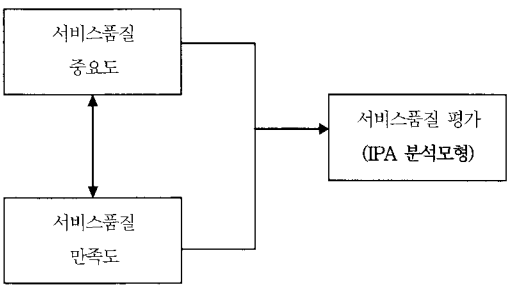


그림 2. 연구모형

총 22개 항공사 서비스 품질 요인의 중요도와 만족도의 분석을 통해 승객들이 중요하게 생각하는 서비스와 만족하는 서비스에 대한 기초 분석을 하고, 승객들이 인식하는 서비스의 중요도와 만족도에 유의적인 차이가 존재하는지를 분석하였다. 또한 IPA를 활용하여 항공사 서비스 품질중 항공사가 집중하거나 유지해야 하는 서비스 요인을 분석하고, 개선을 위해 현재 이상의 노력이 불필요한 요인들도 함께 분석하였다.

Ⅳ. 실증분석

1. 신뢰성 평가

최종적으로 선정된 측정변수의 신뢰성 평가를 위해 Cronbach's alpha를 사용하였다. 일반적으로 alpha 값이 0.7 이상인 경우에는 설문문항의 신뢰성이 확보되는 것으로 판단되는데 본 연구에서는 모든 설문문항이 0.7 이상이므로 신뢰성이 확보되었다고 결론을 내릴 수 있었다[표 3].

표 3. 신뢰성 평가

변수	Cronbach 알파
기내서비스	0.825
예약 및 발권 서비스	0.909
공항서비스	0.759
신뢰성	0.761
직원서비스	0.890
이용가능성	0.840

2. 차이검증

항공사 서비스 품질 22개 요소의 중요도 분석 결과 [표 4]와 같이 대부분의 서비스 요소의 평균값이 5 이상을 나타내어 승객들은 서비스 요소 대부분을 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. '항공기의 안전성'이 승객들이 가장 중요하게 생각하는 서비스 요소로 나타났고, '고객의 문제 및 불만사항에 대한 항공사의 대응', '좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간' 등이 평균값 6 이상을 나타내어 승객들이 가장 중요하게 여기는 서비스 요소들 중 하나로 판명되었다. 반면에 '고객 개개인에 대한 관심', '초과수화물의 요금부과 수준', '직원들의 복장과 용모', '기내 오락물 제공 서비스' 등은 평균값 5 미만을 나타내어 다른 서비스 요소들 보다는 상대적으로 승객들이 덜 중요시 하는 것으로 나타났다.

항공사 서비스 품질 요소의 만족도 분석 결과 '직원들의 친절도'가 평균값 5.21을 나타내어 승객들이 가장 만족하는 서비스요소인 것으로 판명되었다. 또한 '직원들의 복장과 용모', '항공기의 안전성', '출발 및 도착시간의 준수', '직원들의 자발적인 고객서비스 자세' 등도 평균값 5.00이상을 나타내어 다른 서비스 요소에 비해 비교적 만족하는 항목으로 나타났다. 그러나 '기내오락물 제공서비스', '좌석의 안락감', '좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간' 등은 평균값 4.50 미만을 나타내어 서비스 요소들 중 가장 만족도가 낮은 항목들로 판명되었다.

항공사 서비스 품질 요소의 중요도 및 만족도 차이 검증을 위하여 t-검정을 실시하였다. [표 4]와 같이 승객들의 서비스 품질에 대한 만족도는 '직원들의 복장과 용모' 항목만 제외하고는 모든 항목에서 서비스 품질에 대한 중요도 보다 낮은 것으로 나타났다. T-검정 결과 총 22개의 서비스 요소들의 중요도와 만족도 차이가 모두가 유의 확률 0.000 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 특히 '좌석의 안락감'과 '좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간' 항목에서 중요도와 만족도의 차이가 비교적 큰 것으로 나타났다.

표 4. 항공사 서비스 품질의 중요도와 만족도 차이 분석

측정항목	중요도	만족도	T-값
최신 항공기종 및 기내의 첨단시설	5.327	4.791	9.565*
기내식	5.578	4.782	12.801*
좌석의 안락감	5.970	4.325	23.494*
좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간	6.005	4.093	25.249*
기내 오락물 제공 서비스	4.608	4.328	4.398*
예약·발권의 편리성	5.358	4.940	7.516*
예약·발권의 신속함과 정확성	5.594	4.983	10.430*
마일리지 보너스 프로그램	5.074	4.549	7.813*
탑승수속 서비스	5.592	4.716	14.228*
수하물 배달의 신속, 정확성	5.811	4.933	15.153*
좌석배정	5.193	4.706	7.591*

초과수화물의 요금부과 수준	4.886	4.606	4.230*
출발 및 도착시간의 준수	5.809	5.009	13.127*
고객의 문제, 불만사항에 대한 항공사의 대응	6.041	4.932	17.464*
항공기의 안전성	6.493	5.063	24.753*
직원들의 복장과 용모	4.737	5.154	-7.251*
직원들의 자발적인 고객서비스 자세	5.429	5.000	7.573*
직원들의 친절도	5.693	5.211	8.435*
직원들의 업무에 대한 전문적인 지식	5.492	4.926	10.141*
고객 개개인에 대한 관심	4.895	4.667	3.731*
편리한 운항스케줄	5.604	4.890	13.358*
항공노선	5.470	4.936	9.119*

* P < 0.001

3. 중요도-만족도 분석(IPA)

항공사 서비스 품질 요소들에 대한 중요도 및 만족도를 측정하고, 중요도와 만족도의 차이에 따라 의미를 부여하기 위하여 IPA를 실시하였다. 총 22개 서비스 요소에 대한 IPA 결과는 [그림 3]과 같다.

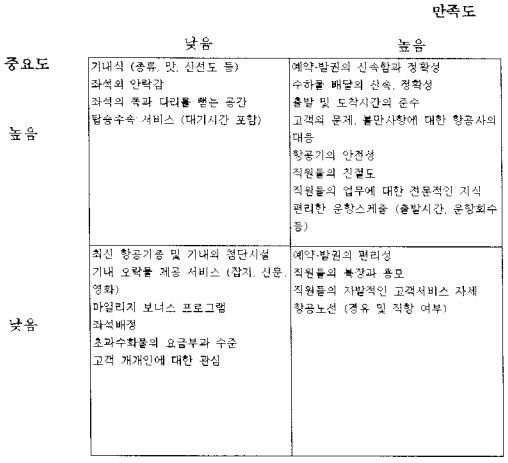


그림 3. 중요도-만족도 분석

IPA의 제1사분면은 승객들이 중요하게 생각하고 만족하는 속성으로 중요도와 만족도가 높은 항목들이 위치하여 계속 좋은 성과를 내도록 유지해야 하는 부분이다. 높은 중요도에 따라 만족도 또한 높게 나타난 항공사 서비스 품질의 요소로는 '예약·발권의 신속함과 정확성', '수하물 배달의 신속, 정확성', '출발 및 도착시간의 준수', '고객의 문제, 불만사항에 대한 항공사의 대응', '항공기의 안전성', '직원들의 친절도', '직원들의 업무에 대한 전문적인 지식', '편리한 운항스케줄' 등이 있었다. 이러한 항공사 서비스 품질 요소들은 항공사들이 지속적으로 좋은 성과를 창출하기 위하여 노력해야 하는 요인들임을 시사해 주고 있다. 위의 제1사분면에 나타난 항공사 서비스 품질 요소들을 고찰해보면, 전반적으로 중요도에 비하여 만족도가 많이 뒤쳐져 있는 편이다. 특히 '항공기의 안전성', '고객의 문제, 불만사항에 대한 항공사의 대응' 등은 가장 중요도가 높은 요소임에도 불구하고 만족도에서 많은 차이를 보임으로 항공사들은 위의 요인들에 중점적인 노력을 기울여야 한다.

IPA의 제2사분면은 승객들이 중요하게 여기고 있지만 실제로 만족스럽게 반영되지 않는 속성으로 중요도는 높으나 만족도는 낮은 편으로 이 부분은 개선의 노력이 집중적으로 필요하다고 할 수 있다. 중요도는 높으나 만족도는 낮게 나타난 서비스 요소들은 '기내식', '좌석의 안락감', '좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간', '탑승수속 서비스' 인 것으로 분석되었다. 이 중 '좌석의 안락감'과 '좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간'은 중요도가 가장 높은 항목들 중 하나이나 만족도가 가장 낮은 항목들이기 때문에 이들 항목의 개선을 위한 집중적인 노력을 기울여야 한다.

IPA의 제3사분면은 승객들이 평가속성에 대하여 낮게 평가하고 있고, 만족도 또한 낮은 상태로 현재 이상의 노력이 불필요한 상태의 속성들을 의미한다. 이에 해당되는 변수들로는 '최신 항공기종 및 기내의 첨단시설', '기내 오락물 제공 서비스', '마일리지 보너스 프로그램', '좌석배정', '초과수화물의 요금부과 수준', '고객 개개인에 대한 관심'으로 분석되었다.

IPA의 제4사분면은 승객들이 중요하게 생각하고 있지 않고 있으나 만족도는 높은 항목들이 위치하여 항공사의 현재 활동이 과잉 판단되므로 투입되는 노력을 다른 서비스 요소에 투입하는 편이 더 낮은 편이라고 할 수 있다. 이에 해당되는 변수들은 '예약·발권의 편리성', '직원들의 복장과 용모', '직원들의 자발적인 고객서비스 자세', '항공노선' 인 것으로 나타났다. 이러한 변수

들은 중요도가 낮은 만큼 다른 중요 요인들에 보다 중점적으로 노력하는 것이 효율적인 대안이라고 판단할 수 있다.

V. 결론

본 연구는 항공사 서비스 품질 요인의 중요도와 만족도 차이에 관한 연구이다. 항공사 서비스 품질의 중요도와 만족도 차이 분석을 위하여 본 연구에서는 우선 22개 서비스 요인에 대한 차이 분석을 t-검정을 실시하였다. 분석결과 총 22개의 서비스 요소들의 중요도와 만족도 차이가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

항공사 서비스 품질에 대하여 승객들이 어떤 서비스 요소를 중요하게 생각하는지 파악하고 어떤 서비스 요소는 만족하는지를 파악하기 위하여 IPA를 실시하였다. IPA를 실시한 결과 제1사분면에는 총 22개의 서비스 요인들 중 8개의 요인이 포함되었다. 이러한 1사분면의 요인들은 승객들이 중요하게 여기는 항공사의 서비스로 만족도 역시 비교적 잘 이루어지고 있는 상태이기 때문에 한국을 운항하는 항공사들은 1사분면에 포함된 서비스 품질을 계속해서 유지해 나갈 수 있는 전략을 추진하는 것이 바람직하다. 제2사분면은 승객들에게 중요하게 인식되지만 만족도는 매우 낮은 부분이다. 분석결과 4개의 서비스 요인이 제2사분면에 포함되었고, 특히 '좌석의 안락감'과 '좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간'은 중요도가 가장 높은 서비스 요소임에도 불구하고 승객의 만족도가 낮기 때문에, 위의 2 요인들은 서비스 품질을 높이고 이를 통해 승객만족을 달성하기 위하여 한국을 운항하는 항공사들이 집중해야 할 가장 중요한 요인이다. 제3사분면은 중요도도 낮고 만족도도 낮은 서비스 요소로 6개의 서비스 요인이 포함되었다. 이 부분은 중요도가 낮기 때문에 항공사들은 이 부분에 과도하게 집중해서는 안 되고 제한된 자원을 이 부분의 서비스 품질 개선을 위하여 소비하여야 한다. 제4사분면은 승객들이 중요하게 생각하고 있지 않는 서비스 요인에 대해 만족도가 과잉되게 나타난 상태로 4개의 서비스 요인이 포함되었다. 여기에 포함된 변수들은 중요도가 낮은 만큼 이 부분의 서비스 요소에 대해 항공사들은 현재의 노력을 고려해야 한다.

특히 우리나라를 운항하고 있는 항공사는 승객들이 중요하게 생각하고 있으나 서비스 품질에 대해 만족하지 못하고 있는 '좌석의 안락감', '좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간', '기내식', '탑승수속 서비스' 요인들의 개선을 위하여 집중적인 노력과 투자를 해야 한다. 동 요인들 중 좌석의 안락감, 좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간은 항공사가 쉽게 바꾸지 못하는 제한적인 요인이어서 승객들에게 변화된 서비스를 제공해 주지는 못하지만, 기내식과 탑승수속 서비스는 항공사의 노력 여하에 따라 승객들의 만족도를 높일 수 있는 다양한 전략을 수립할 수 있다. 예를 들어 기내식의 메뉴에 대한 승객들의 요구 및 기대 사항에 대한 사전 분석 후 승객의 기대를 충분히 만족시키는 기내식 메뉴를 개발하여 승객의 만족도를 높여야 할 것이며, 탑승수속 서비스도 승객이 몰리는 특정시간대에 탑승수속 창구에 더 많은 직원을 배치시켜 수속시간을 줄이며, 셀프체크인 기계의 도입 및 셀프 체크인 승객에 대한 다양한 혜택을 제공하여 빠른 탑승수속을 진행시키고 이를 통해 승객의 만족도를 높일 수 있는 방안으로 구상하여야 한다.

이와 같은 IPA를 통한 분석요인들을 토대로 한국을 운항하는 항공사들은 강점과 약점을 보완함으로써 승객의 만족도를 높여 경쟁력을 배양해야 할 것이며 이를 통해 궁극적으로 항공사의 수익을 극대화 할 수 있는 방안으로 삼아야 할 것이다.

본 연구는 중요도 및 만족도에 대한 분석을 통해 항공사 서비스 품질의 이해에 대한 기초 자료를 제공해 주지만 다음과 같은 연구의 한계 및 향후 연구가 요구되어 진다. 우선 본 연구에서 설문의 샘플의 대부분이 일반석 승객이다. 비즈니스석 및 일등석 승객의 서비스 품질에 대한 중요도 및 만족도는 일반석 승객의 것과 다를 수 있지만 비즈니스석 및 일등석 승객의 표본이 충분이 확보되지 못하였다. 또한 항공사 서비스 품질에 대한 인지는 항공운송시장의 특징에 따라 달라질 수 있다. 따라서 본 연구를 미국 및 유럽과 같은 상이한 항공운송시장에 적용함으로써 그들이 인지하고 있는 서비스 품질은 우리와 어떻게 상이한지 분석함으로써 타 항

공운송시장 승객을 향한 서비스 마케팅 전략에의 기초 자료로 활용할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

[1] M. J. Bitner and A. R. Hubbert, Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality, In R. T. Rust and R. Oliver, Service quality: new directions in theory and practice, SAGE Publications, Thousand Oaks, 1994.

[2] 박승식, *항공사의 서비스요인과 요금이 애호도에 미치는 영향 연구*, 경기대 관광전문대학원 박사학위 논문, 2006.

[3] 장경란, *항공사 서비스품질이 고객만족과 충성도에 미치는 영향: 아시아나클럽 회원을 중심으로*, 동국대 경영대학원 석사학위 논문, 2006.

[4] 고동숙, *항공사 서비스품질이 고객애호도에 미치는 영향*, 탐라대 경영행정대학원 석사학위 논문, 2005.

[5] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "A conceptual model of service quality and its implication for future research," Journal of Marketing, Vol.49, No.4, pp.41-50, 1985.

[6] J. W. Park, R. Robertson, and C. L. Wu, "The effect of airline service quality on passengers' behavioiural intentions: a Korean case study," Journal of Air Transport Management, Vol.10, No.6, pp.435-439, 2004.

[7] W. E. Hammit, D. N. Bixler, and P. Francis, "Going Beyond Important Performance Analysis to Analyze the Observance-Influence of Park Impact," Journal of Park and Recreation Administration, Vol.14, No.1, pp.45-62, 1996.

[8] J. A. Martilla and J. C. James, "Importance Performance Analysis," Journal of Marketing, Vol.41, No.1, pp.77-79, 1977.

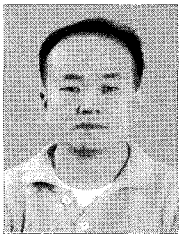
[9] 김효실, *관광호텔 휘트니스센터 서비스품질 평가 연구*, 경주대 대학원 석사학위 논문, 2004.

[10] 이재원, *전략적 마케팅을 위한 병원 e-CRM의 활용방안에 관한 연구*, 경희대 대학원 석사학위 논문, 2004.

[11] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality," Journal of Retailing, Vol.64, No.2, pp.12-40, 1988.

저 자 소 개

박 진 우(Jin-Woo Park) 정회원



- 1999년 2월 : 인하대학교 경영학과(경영학사)
- 2000년 12월 : Embry-Riddle Aeronautical University 항공경영학과(항공경영학석사)
- 2005년 8월 : University of New South Wales 항공학과(항공경영학박사)
- 2006년 5월 ~ 2007년 2월 : 한국교통연구원 항공교통연구실 책임연구원
- 2007년 3월 ~ 2007년 8월 : 청주대학교 관광경영학과 전임강사
- 2007년 9월 ~ 현재 : 한국항공대학교 경영학과 전임강사

<관심분야> : 항공경영, 항공관광, 항공운송

이 익 수(Yk-Su Lee) 종신회원

- 1993년 2월 : 청주대학교 관광경영학과(경영학사)
- 1995년 2월 : 경기대학교 관광경영학과(경영학석사)
- 2000년 8월 : 경기대학교 관광경영학과(관광학박사)
- 2003년 3월 ~ 현재 : 청주대학교 관광경영학과 교수

<관심분야> : 관광자원, 관광상품

박 구 원(Koo-Won Park) 정회원

- 1992년 2월 : 청주대학교 조경학과(공학사)
- 1994년 2월 : 청주대학교 조경학과(조경학 석사)
- 1998년 10월 : Kyushu U. 삼림환경학연구과(환경휴양학 박사)
- 2006년 3월 ~ 현재 : 청주대학교 관광학부 전임강사

<관심분야> : 공원녹지계획, 관광개발, 리조트계획