

항공사 서비스 품질 측정방법의 비교 연구*

장 대성

경기대학교 경영학부 및 서비스 전문대학원

A Comparative Study of Measuring Air Liners' Service Quality

Daesung Chang

School of Business Administration, Kyonggi University

Key Words : Service Quality, SERVQUAL, SERVPERF, Air Lines Industry

초 록

There have been academic debates upon which measure is more desirable in measuring service quality between SERVQUAL and SERVPERF. In addition, Korean air lines industry is rapidly growing due to the increase of Korean family income and globalization. This study tried to contribute to both academic and practical issues. This study compared SERVQUAL and SERVPERF measures to determine which is superior to measure service quality in Korean air lines industry. Data was collected from two airlines' customers of Korea. According to the results of confirmatory factor analyses, regression analyses and analyses of goodness of fit, SERVPERF appears to be better in measuring service quality in Korean air lines industry than SERVQUAL. We suggest that SERVPERF be used to measure service quality in Korean air lines industry.

1. 서 론

세계 관광협회 (World Tourism Organization : WTO)에 의하면 전 세계적으로 관광산업은 매년 2조 5천억 달러 이상의 가치를 생산하여 전 세계 경제 규모의

5.5 %를 점유하고 있다. 교통업은 이러한 관광산업에 있어 가장 중요한 요소로서 큰 영향력을 미친다 (이 용구, 1999). 또한 세계경제가 글로벌화 되어감에 따라 항공교통의 수요는 점점 더 증가해 가고 있어 항공산업이 국가경제에 미치는 영향은 앞으로 더욱 커질 것이다.

* 본 연구 논문은 2003년도 경기대학교 연구비 지원에 의해 작성되었음

특히 아시아지역은 항공 교통량의 성장률이 세계에서 가장 높은데 그 규모는 1985년 26.4 %에서 1993년 35.3 %로 지속적으로 증가하였고, 2010년에는 그 증가율이 50.5 %에 도달할 것으로 추정되고 있다 (Oum and Yu, 1998). 이러한 아시아 지역에서의 항공 수요의 증가는 국적항공사의 경쟁력에 직접적인 영향을 미치고 있다. 대외적인 측면에서는 국가의 경제력 및 항공관련 행정 운영 등의 수준은 세계 각국에 표출되는 상징적인 역할을 하고 있기 때문에 항공운송 서비스분야가 내포하고 있는 의미는 매우 크다.

위에서 언급한 바와 같이 항공운송 서비스산업이 국가산업에서 차지하고 있는 비중은 날로 증가하고 있고 항공운송 서비스산업의 경쟁력이 국가경쟁력의 중요 원천이 되어 가고 있다. 이에 따라 항공운송 서비스산업의 경쟁력 제고를 위한 제반 방법들이 강구되어야 한다. 그 방법들 중에 중요한 것 중의 하나가 항공운송 서비스품질의 향상이다.

항공사 서비스의 품질에 관한 연구는 항공서비스 분야에만 국한된 문제가 아니고 항공운송경영이 글로벌 경영을 포함하고 있다는 것을 고려하면 그 중요성이 더욱 가중된다. 현재 한국에는 20여 개의 외국항공사들이 고객 확보를 위하여 치열한 경쟁을 하고 있다. 과거에는 국적항공사에 대한 애착심은 물론 언어 등 문화적 환경 등의 요인들 때문에 많은 고객들이 국적항공사를 선택하는 추세였다. 그러나 이제는 외국항공사들이 객실승무원 및 기내식까지 한국인의 기호에 맞출 뿐만 아니라 저렴한 요금과 더불어 세계 유수의 관광 상품까지 연계한 판매 전략까지도 내세우고 있어 내국인의 항

공여객수요가 외국항공사로 분산되고 있다.

따라서 외국인의 항공여객 수요를 국적으로 끌어들이고 내국인의 수요가 외국항공편으로 분산되는 것을 막기 위한 국적항공사의 운영전략과 서비스품질 개선의 노력이 절실히 요구된다. 그리고 조직의 명성을 쌓기 위해서는 서비스품질과 관련하여 내부 및 외부고객 마케팅에 자원을 투입해야 하며 특히 외부고객에 초점을 맞추어야 한다고 한다 (Zeithaml, 2000). 이러한 환경변화에 대비한 전략적 기초를 제공하기 위해 항공사의 서비스품질 향상과 그에 대한 연구는 시급하다고 할 수 있다.

이러한 추세에 따라 국내에서 지금까지 항공사의 서비스 품질을 대상으로 한 연구들은 적지 않게 수행되어 왔다. 그러나 그들 중 많은 연구가 대학원의 석사 및 박사학위의 논문들이었고 또한 그 내용이 대부분 항공사 서비스품질과 고객만족 및 재구매 의도에 관하여 다중회귀분석 등을 사용한 연구였고 품질차원의 규명과 그에 따른 모형적합도 분석 등은 없었다.

서비스품질에 대한 연구에 앞서 가장 중요한 것은 서비스품질의 측정방법이며 측정에 필요한 도구일 것이다. 즉 항공사 서비스품질의 측정방법과 측정도구의 규명이 항공사 서비스품질 연구의 가장 중요한 선결문제일 것이다. 그러나 이에 대한 연구가 아직 미미하여 다음과 같은 목적에서 본 연구를 실시하였다.

첫째 본 연구는 선행연구 고찰과 전문가들의 의견을 기초로 하여 항공사의 서비스품질 차원을 규명한다.

둘째 PZB(1988b)의 SERVQUAL 측정과 Cronin and Taylor (1992)의 SERVPERF 측정방법을 사용하여 첫째 목적에서 규명된

서비스품질차원에 대한 확정적 요인분석을 실시한다. 두 확정적 요인분석 결과를 기초로 SERVQUAL 측정과 SERVPERF 측정 방법 중 어느 측정 방법에 의한 품질차원들이 더 좋은가를 규명한다.

셋째 SERVQUAL 측정방법과 SERVPERF 측정방법에서 확인된 서비스품질차원의 요인들과 종속변수들(고객만족, 재구매 의도)간의 인과관계를 파악하기 위한 다중회귀분석을 실시한다. 다중회귀분석 결과를 기초로 어느 측정방법에 의한 품질차원들이 종속변수들과의 인과관계를 더 잘 설명하는가를 규명한다.

넷째 셋째의 인과모형에 대한 적합도를 SERVQUAL 측정방법과 SERVPERF 측정방법에 의한 결과들을 사용하여 비교 및 분석한다.

다섯째 위의 결과들을 기초로 항공사 서비스품질차원들을 확인하고 SERVQUAL에 의한 방법과 SERVPERF에 의한 방법 중 어느 것이 항공사 서비스 품질차원들 측정에 더 좋은가를 결정한다.

위의 목적들을 수행하기 위해 본 논문은 국내의 두 국적 항공사들의 내국인 이용객들을 대상으로 Parasuraman, Zeithaml, Berry (1985, 1988b: 이하 PZB라 함)에 의한 서비스의 기대치와 지각치를 측정하였다. 그리고 위에 언급한 내용들에 대한 실증적 조사 및 분석을 하기 전에 서비스품질의 개념과 구성요소 그리고 항공사 서비스의 특성에 대한 이론적 고찰을 통하여 항공사 서비스품질 차원을 규명한다.

2. 이론적 배경

2.1. 서비스 품질의 개념

서비스 품질의 개념을 논하기 위해 먼저 품질의 개념에 대해 논하면, 품질은 전통적인 개념에서 전략적인 것에 이르기까지 다양한 정의를 할 수 있다. 품질이라는 개념은 사람에 따라 또는 사용목적이나 관점에 따라 다소 차이를 나타내고 있으며, 이러한 차이를 고려하여 현대적인 의미의 품질은 Garvin(1984)에 의해 선형적 접근, 사용자 중심적 접근, 상품 중심적 접근, 제조 중심적 접근, 가치 중심적 접근 등의 다섯 가지 관점에서 다양하게 개념이 정의되었다. Garvin(1984)의 다섯 가지의 접근방법은 제품의 품질에 관련된 것이기는 하지만 그 중에서도 항공사 서비스 품질연구 분야에는 사용자 중심적 정의를 기초로 한 품질 접근방법이 유용하리라 생각된다. 사용자 중심적 접근 방법에 의하면 사용자의 욕구와 기대에 따라 품질에 대한 평가가 달라지며 만족 또한 달라진다고 한다.

위에서 언급한 사용자 중심적 접근 방법을 기초로 서비스 품질에 대한 기존의 연구를 좀 더 고찰하면, Garvin(1984)은 서비스의 품질을 소비자에 의해 주관적으로 인식되는 품질이라 하고 이를 인식된 서비스 품질(perceived service quality)이라고 정의하였고, Smith & Houston(1982)은 서비스에 대한 소비자의 만족여부는 소비자의 기대 정도에 달려 있으며, 또한 만족은 제공된 서비스를 지각하는 정도에 따라 좌우된다고 주장했다.

또한 Parasuraman, Zeithaml, Berry 연구팀(이하 PZB라 한다, 1985)에 의하면 “서비스 품질이란 서비스에 대한 소비자의 기대와 지각 사이의 불일치 정도와 그 방향이

다” 라고 정의하고 있다. 이 의미는 서비스를 받기 전에 소비자의 기대치보다 실제적으로 서비스를 받아 보고 소비자가 느끼는 지각치가 높으면 서비스 품질은 높게 평가된다는 것이다.

2.2. 서비스 품질을 구성하는 결정 요인

서비스 품질을 구성하는 요소는 서비스 품질을 측정할 수 있는 기본이 된다. Gronroos(1984)에 의하면 서비스 품질은 기대된 서비스와 지각된 서비스에 의해 이루어진다고 했다. 따라서 기대된 서비스와 지각된 서비스 각각에 영향을 미치는 요소들을 찾으면 서비스 품질의 결정적 요인들을 알 수가 있다. 먼저 기대된 서비스 품질의 영향을 미치는 요소들로는 기업 측의 약속, 전통과 사상, 과거의 경험, 구전 의사소통, 개인적 욕구 등의 다섯 가지가 있고, 지각된 서비스에는 기업의 물리적, 기술적 자원, 대 고객 담당직원, 참여고객 등 세 가지가 있다.

위의 기대된 서비스, 지각된 서비스의 구성 요소들은 각각의 서비스에 개별적으로 영향을 주는 것이 아니라 복합적으로 상호 작용하게 된다. 또한 PZB(1985)는 Gronroos(1984)의 연구를 기초로 하여 보다 세부적으로 10가지 구성 요인에 대한 기대된 서비스 수준과 지각된 서비스 수준의 차이가 서비스 품질을 결정하는 것으로 제시하였다. 그 후 1988년에 그들(PZB, 1988b)은 실증적인 타당성과 척도의 개발을 통하여 10개의 구성요인들을 유형성, 신뢰성, 반응성, 보증성, 공감성 등의 5 가지 구성 요인들로 축소하였다.

또한 Carman(1990)은 “서비스 품질에 대한 고객만족”이라는 그의 논문에서 PZB(1988a)의 연구를 검토하고, 다른 대상의 서비스 업체를 평가하였다. 서비스 품질의 구성 요소들은 상호간에 다수의 중복되는 내용을 지니고 있어서 명확하게 인식되기가 어려운 면이 있고, 또한 고객들의 개인적인 욕구나 서비스 업종에 따라서 구성 요소들 간에 상대적으로 중요성이 다를 수 있다고 하며 이러한 구성 요소들이 복합적으로 상호 작용하여 서비스 품질이 결정된다고 주장했다.

2.3. 지각된 서비스 품질과 SERVQUAL

서비스 품질의 측정 중 가장 일반화 된 모형인 SERVQUAL은 PZB연구팀(1988b)에 의해 개발된 서비스 품질 측정 도구로서 서비스 기업이 고객의 기대와 평가를 이해하는데 사용 할 수 있는 다 문항 척도(multiple-item scale)이다. PZB연구팀(1988b)은 일련의 반복적인 자료수집과 자료 분석 단계를 통해 5개 요인들을 측정하는 22개 문항을 확정했다. 그리고 이 5개의 품질 차원에 대한 고객의 지각과 기대를 측정하는 22개 문항으로 구성된 서비스품질 측정 도구인 SERVQUAL이 개발되었다. 더 나아가 이들은 서비스품질에 영향을 미치는 기업 내부의 요인들에 대한 연구를 시작하여 고객이 지각한 품질상의 문제점을 기업 내의 결점이나 격차(gap)와 연결시키는 개념적 모형을 개발하였다.

서비스 품질은 격차 5에서 결정되며, 격차 5는 격차 1에서 4에 의해 결정되며 격차 5는 다음과 같이 설명된다.

격차 5 : {경험 지각한 서비스 - 기대한 서비스} = 경험한 서비스 격차

2.4. SERVQUAL에 대한 비판과 SERVPERF

Cronin & Taylor(1992)는 서비스 품질은 태도에 의해 개념화되고 또 측정되어야 한다는 관점에서 서비스 품질=성과 라는 공식 하에 성과만의 척도(Performance only Scale / SERVPERF)를 개발하고 이를 분석의 도구로 이용했다. 이들은 서비스 품질을 서비스의 성과로서 측정하고자 하는 노력들을 통합하면서 서비스 품질 측정의 대명사격인 SERVQUAL에 대한 비판을 시도했다. 그리고 그들은 PZB(1988b)의 5개 서비스 품질요인들을 확인하기 위해 확정적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 실시하였으나 확인하지 못했다.

또한 Cronin & Taylor(1992)는 SERVQUAL과 SERVPERF에 의한 측정으로 각각 두 개의 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과 SERVQUAL에 의한 측정이 SERVPERF에 의한 측정보다 R Square의 값이 낮아 SERVPERF가 더 우수하며 단계적 상관관계 분석 결과를 통하여서도 SERVPERF가 SERVQUAL에 비해 더 좋은 측정방법이라는 결론을 내렸으며 최근 장대성 등 (2002)도 한국의 패스트 푸드점 서비스 품질 연구에서 위와 같은 결론을 내리고 있다.

Cronin & Taylor(1992)는 서비스 품질을 지각하고 경험할 때 이미 과거의 경험은 물론 기대도 반영되고 있으므로 서비스에 대한 기대를 따로 측정할 필요가 없다고 했다. 그리고 경로분석을 통해 SERVQUAL에

서 제시한 서비스 품질요인들은 고객만족에 영향은 주나 재구매에는 영향을 주지 않는다고 제시하였으며, 고객의 재구매를 증진시키기 위해서는 서비스 품질의 향상보다는 고객 만족에 더 노력을 기울여야 한다고 주장했다.

Cronin & Taylor(1992)는 더 나아가 SERVQUAL의 Gap이 각 차원 간 지각에 대한 상황의 차이를 고려하고 있지 못하다고 하면서 SERVQUAL의 타당성의 문제를 제기했다. 이에 대한 대안으로 그들은 SERVQUAL 문항들에 가중 항목을 추가해 단순한 성과만의 측정방법(SERVPERF)과 가중된 성과의 측정방법(Weighted SERVPERF)을 제시하고 있다. 그들은 성과 항목만으로 품질 수준을 평가하는 SERVPERF와 성과항목에 중요성 항목을 곱하여 가중된 성과의 측정도 분석하였다. 그런데 그들의 연구 결과는 가중된 성과의 측정이 단순성과만의 측정에 비해 효과적으로 나타났다고 나타났다.

2.5. SERVPERF에 대한 비판

Cronin & Taylor(1992)의 SERVQUAL에 대한 비판에 대해 PZB(1994)는 상세히 반박하였다. 먼저 Cronin & Taylor(1992)가 서비스에 대한 기대는 따로 측정할 필요 없이 성과에 대한 지각 측정만으로도 더 우수한 서비스 품질 측정이 될 수 있다는 주장에 대해 PZB(1994)는 Bolton & Drew(1991)의 연구를 인용하여 서비스 품질에 대한 지각은 성과와 기대간의 차이에 달려 있으며, 오히려 성과와 기대간의 차이가 성과보다도 서비스 품질의 분산결과를 더 많이 설명하고

있다고 밝히고 있다(PZB, 1994). 나아가서 Helson(1964)과 Kahneman & Miller(1986)의 연구를 인용하여 서비스품질의 요인으로 성과만으로 서비스 품질을 비교하는 것에 대한 부정적 의견을 피력하고 있다. 이 밖에도 Cronin & Taylor(1992)가 성과와 기대간의 불일치로 서비스 품질을 측정할 필요 없이 성과만으로 측정하는 것을 지지한다고 인용한 문헌에서도 성과만의 측정을 확실하게 지지하지는 않고 있다는 것을 지적하고 있다. 또한 PZB(1994)는 SERVPERF가 주장하는 일차원성에 대한 의문제기도 하고 있다. 이밖에도 실무적 가치에 있어서 SERVPERF는 서비스 품질의 문제점을 정확하게 파악하기 위한 진단적 정보를 더 많이 제공하는 SERVQUAL에 비해 덜 유용하다는 지적을 받고 있다.

2.6. 항공운송 서비스의 개념과 특성

항공사가 제공하는 항공운송 서비스란 일반 제조업체에서 생산하는 유형재의 상품이 아니고 무형재인 서비스 상품이다. 항공 운송 서비스는 항공기를 이용하여 장소적 이동 및 안전, 신속한 운항을 통해 고객에게 고객이 원하는 목적지까지 쾌적하고 신속한 이동을 제공하는 것이다. 항공운송 서비스는 물적 서비스 자체로서는 상품가치가 불완전하여 인간의 노동력이 추가된 인적 서비스가 첨부되어야 비로소 상품의 가치를 갖게 된다. 항공운송 서비스의 명확한 개념 정리를 위해서는 먼저 항공사가 어떤 유형의 서비스 산업인지를 다음 <표 2-1>의 Davis(1999)의 서비스산업 유형 분류에서 규명한다.

<표 2-1> Davis(1999)의 서비스산업의 네 가지 유형

		서비스 업무	
		일상화 (Routinized)	지식 (Knowledge)
서비스 제공	통합적 (Integrated)	서비스 공장 (Service Factory)	서비스 샵 (Service Shop)
	분할적 (Decoupled)	서비스 저장 (Service Store)	서비스 복합체 (Service Complex)

자료원: Davis(1999), *Business Horizons*, Sep. -Oct. (1999), pp. 22-33.

네 가지 유형 중에서 두 번째 유형인 서비스 저장 (Service Store)은 패스트푸드 스타일의 서비스 공장보다 균일화가 덜 되고 보다 다양화되었으며, 조직의 규모에 있어서는 서비스 공장보다 큰 경우에 해당한다. 항공사 운송서비스의 경우는 서비스산업 중 두 번째 유형인 서비스 저장에 해당한다고 볼 수 있다. 항공사는 고정적 상품과 유동적 상품의 양면을 지니고 있다. 고정적 상품으로서의 공간(Space)인 좌석 및 화물 적재 공간은 주로 항공기의 종류, 좌석 자체의 고유성, 화물실의 규모, 항공기의 유지 및 관리 등에 의해 좌우된다.

한편 유동적 상품으로서 서비스는 유형성 성격이 있는 기내식을 포함하고 인적 서비스는 무형의 상품으로서 출발지에서 목적지까지 운송하는 항공운송에 관련된 모든 서비스를 포함한다. 즉 여객의 예약, 발권, 운송, 기내서비스, 수하물운송 등 기타 무형적 서비스의 일체가 포함된다. 그러나 여기서 논하는 항공운송 서비스의 의미는 일체의

고정적 및 유동적 상품 중 화물운송을 제외한 여객을 대상으로 하는 운송서비스만으로 한정하기로 한다.

그러나 항공운송 서비스는 항공사는 물론 공항공단, 캐터링 회사 등 관련된 여러 조직들의 프로세스들이 함께 수행되고 있다는 서비스의 복잡성 때문에 서비스 품질 개선에 대한 인식이 단일조직의 프로세스들로 수행되는 금융기관과 같은 서비스산업보다 어렵다. 따라서 각각의 서비스 부분에서 발생하는 서비스품질문제의 규명과 그 책임 소재 파악이 어려워 항공사 서비스 품질 향상은 각각의 여러 조직들이 서로 협력하면서 공조체제를 유지하지 않으면 상당히 어렵다고 할 수 있다.

2.7. 항공사의 서비스품질 구성요소

항공운송 서비스는 국가적으로 중요한 서비스산업이다. 수송 서비스에 관련된 연구로는 장 대성 등(2000), 김 병천(1997), 김성인(1994) 등은 철도운송 서비스 품질문제를 다루었고, 박 문조(2001), 이 수길(1997), 김 경숙(1996)은 항공사 서비스 문제를 장대성 등(2001)은 공항 서비스 문제를 고객만족과 관련해서 분석했다. 그러나 항공사들을 위한 효과적이며 타당한 항공운송 서비스 품질차원과 측정방법의 규명은 없었다. 이에 본 연구에서는 선행연구를 기초로 하여 PZB(1988b)가 제시한 서비스 품질의 5개 요인들을 구성하는 22개 항목 이외에 항공사 서비스 전문가들의 도움을 받아 항공운송 서비스의 특성을 추가로 반영하였다. 즉 유형성에 1개 항목을 신뢰성에 3개 항목을 추가하는 한편 기내식이라는 새로운 서비스품질요인을 추가하고 이 요인에 2개

항목을 구성하였다.

유형성에는 비행 중 고객들에게 지루함을 덜어주는 오락을 제공하는 기내의 오락시설을 추가하였다. 신뢰성에는 운송서비스의 중요한 특성인 1) 정시 이착륙, 2) 안전하고 편안한 비행과 이착륙 3) 기내의 보안 및 안전 활동 등을 추가하였다. 그리고 장거리 운항 서비스 중 고객들에게 제공되는 기내식은 PZB(1988b)의 5가지 품질요인에 해당되지를 않아 새로운 품질요인으로 추가하였고 그 측정 항목으로는 1) 기내식의 맛과 신선도와 2) 기내식의 온도와 양 등 2개의 항목이 구성되었다.

SERVQUAL의 5개의 품질요인들을 근간으로 하여 위의 항공사 서비스 특성을 추가하여 종합한 결과 다음과 같은 6개의 서비스 품질요인들이 규명되었다. 즉 이들 1) 유형성 2) 신뢰성 3) 반응성 4) 확신성 5) 공감성 6) 기내식 등 6개의 서비스품질요인들이 본 연구의 대상이다.

2.8. 항공사 서비스품질 평가

조 동진 등(2001)은 항공사 서비스 품질 측정에 있어서 PZB(1985)의 의견을 선행적으로 받아들였다. 그들은 5가지의 서비스품질 결정요인들은 물론 지각치와 기대치의 차이를 활용하면서 Behara와 Chase 연구(1993)와 Fitzsimmons와 Fitzsimmons의 연구(1998)에 근거한 QFD를 이용하여 SERVQUAL과 QFD의 통합 모형을 개발하였다. 이들은 항공사 서비스 품질을 고객의 요구사항과 서비스 전달 과정에 대한 고객의 평가를 동시에 표현하고 측정하였다. 이들의 연구결과에 의하면 응답자의 충성도에 영향을 주는 서비스 차원별 상대적 중요도

에 관하여는 공감성이 가장 큰 영향을 주는 것으로 나타났으며 실제에 있어서는 신뢰성과 공감성의 품질이 다른 차원에서의 서비스 품질에 비하여 좋지 않은 것으로 나타났다.

Teas(1993)의 EP모형은 유한 속성의 품질 수준 측정에는 적합하다. 그러나 대상이 Vector속성인 경우에는 품질 수준 측정에 상당한 문제가 있고 일반 서비스 조직의 근로자의 친절, 단정함, 좋은 시설 등에 대한 서비스 품질은 Vector 속성이 많아 이러한 품질 측정에는 EP모형은 적합하지 않다(장 대성 등, 1999).

SERVQUAL에 의한 항공운송 서비스 측정은 완전하고 타당성이 있는 것은 아니나 SERVPERF 또는 EP 모형보다는 훨씬 모순이 적다고 주장 할 수도 있다. 그 이유는 서비스 수행은 고객에게 초점을 맞추어야 하며 그들에게 만족을 주는 고객만족의 경영을 지향하는 현대경영의 시각에 비추어 보면 고객의 기대를 얼마나 충족하는 서비스를 수행하느냐가 바로 서비스산업의 경쟁력이 되기 때문이다. 그러므로 서비스 수행을 제공받는 고객들의 서비스에 대한 기대치를 측정하는 것은 중요하다고 볼 수도 있다.

그러나 Cronin and Taylor(1992)의 의견을 받아들인다면 항공운송 서비스 품질 평가에 있어서는 동일시간에 기대와 성과의 측정은 오류를 범할 수 있고 기대를 측정한다는 것은 의미가 없다고 할 수 있어 기대의 측정없이 성과만을 측정한 SERVPERF가 적합하다고 주장할 수 있다. 그러나 항공사 서비스 품질 연구 분야는 항공기의 이용객을 대상으로 해야 하므로Garvin(1984)의 서비스 품질 개념 중 사용자 중심적 정

의를 기초로 한 품질 접근 방법이 유용하다. 따라서 사용자의 기대수준을 측정하지 않고 단지 성과만을 측정하는 SERVPERF의 사용은 사용자 중심적 접근 방법에 적당하지 않다고도 할 수 있다.

이렇게 SERVQUAL 측정과 SERVPERF 측정 중 어느 것이 더 우수한가는 아직 논쟁 중이며 결론이 내려져 있지 않다. 그러므로 항공운수 서비스품질 평가에서도 SERVQUAL 측정과 SERVPERF 측정 중 어느 것이 더 우수한가는 현재까지는 알 수가 없고 이를 규명하는 것은 매우 의미가 있는 연구일 것이다.

SERVQUAL 품질차원은 은행, 신용카드 회사, 심부름 센터, 수리업 등의 서비스 품질 평가를 위해서 개발되었고 지금까지 다양한 서비스 분야에서 서비스품질 측정을 위해 사용되어 왔으므로(조동진 등, 2001) 무형의 항공운송 서비스를 측정하는 데에는 큰 무리는 없다. 그러나 항공사와 은행 및 신용카드사 등과는 서비스업무의 성격이 많이 다르므로 SERVQUAL의 5가지 서비스 품질차원으로는 항공사의 모든 서비스를 측정할 수가 없어 본문 2.6.과 2.7.에서 항공서비스의 특성과 개념 그리고 서비스품질 구성요소를 논하였다. 그리고 SERVQUAL의 5개 구성요인들 이외에 기내식의 서비스품질 요인을 더 추가하여 6개의 서비스 품질 요인들로 항공사 서비스품질로 구성하였다.

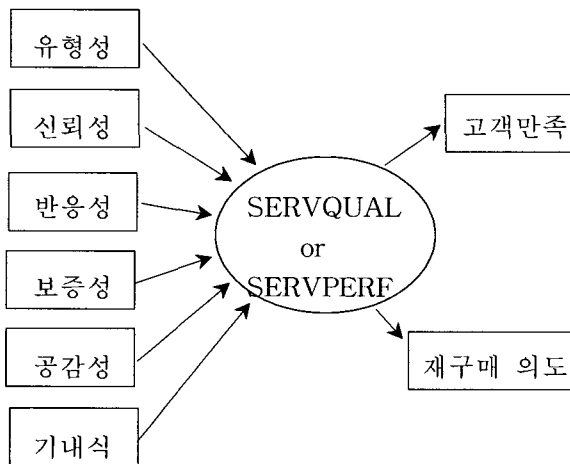
3. 연구조사방법

3.1. 실증적 연구설계

본 연구는 항공사 서비스품질을 평가하는

데 있어서 SERVQUAL과 SERVPERF 중 어느 측정 방법이 더 유용한 방법인지 파악하고자 하는 연구이다. 이론적 고찰에서 밝힌 바와 같이 항공 운송 서비스품질은 모두 6개의 차원으로 구성되어 있다. 또한 이 서비스 품질 요인들은 <그림 3-1>의 연구모형과 같이 고객만족과 재구매 의도에 영향을 미친다고 할 수 있다. 본 연구는 연구모형에서 제시된 서비스품질과 고객만족 및 재구매 의도 관계를 국적항공사들의 고객을 대상으로 SERVQUAL 측정 방법과 SERVPERF 측정 방법을 사용하여 어느 방법이 더 변수들 간의 인과관계를 타당하게 설명하는지를 규명하고자 한다.

<그림 3-1> 연구모형



3.2. 설문지 작성과 자료수집

본 연구의 목적은 항공사 서비스 품질차원을 규명하고 확인하는 것이다. 항공사 품질차원을 규명하기 위해서는 전 세계의 항공사 고객들이 모집단이나 한국 내 2 개의 국적항공사 내국인 고객들을 대상으로 자료를 수집

하였다. 표본은 두 국적항공사들의 장거리 노선인 미주노선의 내국인 승객들을 대상으로 선정하였다. 먼저 설문조사를 통하여 인천 국제공항에서 국적 항공사 미주 노선 내국인 승객들을 대상으로 자료를 수집하였다. 인천 공항 국제선 청사에서 내국인 승객들을 대상으로 2002년 1 월 10 일부터 2002년 1 월 20 일까지 직접 설문지를 배부하여 회수하였다.

설문지는 PZB(1988b)가 제시한 설문지를 기초하여 서비스에 대한 기대치와 경험치를 측정하도록 작성되었으며 각 항목 측정에 대하여는 최저 “1점 (매우 아니다)”에서 최고 “7점(매우 그렇다)”으로 7 등분한 등간 척도를 사용했다. 그리고 다른 서비스 품질에 대한 항목들은 응답자가 각 항목에 대하여 평가를 용이하게 하도록 각 항목의 4 점을 보통 수준이라 정하였다.

설문지의 내용은 SERVQUAL의 품질구성 요인들을 근간으로 하여 위의 항공사 서비스 특성과 항공서비스 구성요소를 종합한 결과 다음과 같이 6개의 서비스 품질요인을 규명하였다.

- 1) **유형성**: 근무자 용모, 최신항공기, 카운터 등 각종 장비 및 시설, 홍보책자 및 기내지, 기내 오락시설
- 2) **신뢰성**: 문제해결, 고객 최우선, 약속이행 의지, 약속 정시 수행, 고객자료 관리 기내 안전 및 보안 활동, 안전한 이착륙, 정시 이착륙
- 3) **반응성**: 서비스제공안내, 신속수행, 서비스 수행의지 및 이용객의 요구에 대한 즉각적인 응대
- 4) **보증성**: 기내상품거래, 지식과 예절을 보유하며 믿음과 신뢰성이 있는 근무자의 자질

- 5) **공감성:** 자상한 관심 및 고객 편의의 영업 등 고객에 대한 세심한 관심과 배려
- 6) **기내식:** 기내식의 품질 및 온도와 양

그리고 설문지 배부 및 회수는 인천국제공항의 국적 항공사들 미주노선 터미널 게이트 앞 보딩 룸에서 직접 배부하고 회수하여 응답자 전원 비행여행 경험이 있거나 적어도 1 시간 이내에 비행을 할 승객이라 할 수 있다. 이러한 승객들을 대상으로 비교적 높은 설문지 회수율을 얻을 수 있었다. 2개의 국적항공사 이용객을 대상으로 약 73%의 회수율을 나타내고 있다. 설문지 배부 및 회수 현황은 <표 3-1>과 같다. 그러나 결측치가 많거나 부정확하게 응답한 설문지를 제외하고 각 항공사별로 250부와 131부를 합한 381부가 분석에 사용이 가능하였다.

<표 3-1> 설문지 배부 및 회수 현황

집 단	배부	회수	회수율 (%)	사용가능 설문지
A 항공사 고객	400	285	71.3	250
B 항공사 고객	200	155	77.5	131

3.3. 변수선정과 자료 분석 방법

항공사 서비스품질 구성요인을 포함하는 6개의 서비스품질요인들이 기존의 서비스 품질에 관한 문헌 연구 및 항공사직원과 전문가들과의 인터뷰 등을 기초로 하여 밝혀졌다. 선행연구에서 밝혀진 PZB의 5개의 서비스품질차원에 항공운송 서비스의 특성인 기내식을 추가하여 6개 서비스품질 요인들을 규명하였고 이들 변수들을 분석에

사용하였다.

수집된 자료의 분석을 위해서 빈도분석, 확정적요인 분석, 회귀분석 등의 통계기법들이 활용되었다. 빈도분석과 회귀분석에는 SPSS WIN 10.0 이 사용되었고 확정적요인 분석과 모형적합도 분석에는 AMOS 4.0가 사용되었다. 그리고 본 연구의 목적을 달성하기 위해서 다음과 같은 4 단계의 통계분석을 수행하였다. 그 과정은 첫째, 수집된 모든 자료들을 2 집단로 나누어 구분한다. 하나는 PZB(1988)의 SERVQUAL 측정치이고 또 다른 하나는 Cronin and Taylor(1992)의 SERVPERF 측정치이다. 둘째 이 두 자료 집단에 대하여 측정항목에 대한 신뢰성 및 서비스품질 평가차원에 대한 타당성 및 모형 적합도를 검증하기 위해 AMOS 4.0를 사용하여 확정적 요인분석을 실시한다. 셋째, 규명된 서비스품질차원들과 고객만족 및 재구매 의도와 의 인과관계에 대한 설명력을 파악하기 위해 다중회귀분석을 실시한다.

두 국적 항공사 내국인 고객집단을 대상으로 SERVQUAL 평가치와 SERVPERF 평가치를 사용해 다중회귀분석을 각각 실시하여 그 결과를 비교 및 분석하였다. 다중회귀분석 실시는 서비스품질요인들이 고객만족 및 재구매 의도에 어떻게 영향을 미치는가를 규명하기 위함이었다.

그 분석 결과로는 어느 측정방법으로 한 다중회귀분석의 R Square 값, 즉 설명력이 더 높은가를 알 수가 있다. 그리고 넷째 SERVQUAL측정 평가 모형과 SERVPERF 측정 평가 모형의 적합도를 비교함으로써 어느 측정 방법이 더 우수한가를 알 수 있다. 최종적으로 위의 분석 결과들을 기초로 하여 SERVQUAL과 SERVPERF 중 어

는 측정 방법이 더 좋은지를 종합적으로 규명한다.

4. 분석 결과

4.1. 인구통계학적 분석

본 연구의 모집단은 한국의 두 국적항공사 고객들이다. 모집단인 두 항공사 고객들로부터 각각 251개 및 130개 표본을 추출 사용할 수 있었다. 분석에 사용된 응답자의 특성은 국제선 이용회수, 남녀 성별, 소득, 학력, 연령, 직업, 단골항공사 등으로 분류하였다.

<표4-1>은 인구통계학적 자료의 빈도분석표이다. 응답자들의 특성을 보면 국제선 이용회수는 1년에 1-2번 정도가 가장 많고 연령은 20-50 대 사이가 주를 이루어 경제활동 나이와 같았다. <표4-1>에는 없지만 응답자의 주된 방문국은 미국과 캐나다였다. 응답자들은 남자가 여자보다 2배가 많으며 연간 소득은 3,000 만원 이상이 주를 이루고 6,000 만원 이상의 고소득자들도 18%나 되며 소득에 대해 응답 안한 사람들이 31%인데 이중에는 유학생과 소득 노출을 꺼려하는 고소득자도 포함되어 있다고 볼 수 있다. 유학생이 응답자의 24%가 되는 것은 설문지 회수가 미국 대학의 개학시기가 가까운 1월 초에 이루어진 것 때문으로 사료된다. 전반적으로 설명하면 항공여행을 하는 사람들은 주로 경제활동을 왕성하게 하는 30대-50 대와 20대 유학생들이고 여자보다 남자가 2 배 이상 많으며 이들의 소득은 보통의 한국인들에 비해 높은 소득을 올리고 있다고 할 수 있다.

<표 4-1> 인구통계학적 자료 빈도분석표

구	분(공항이용자)	빈도수	유효비율 (%)	계
국제선 이용회수	전혀 안 한다	7	1.8	381 개
	몇 년에 한번	66	17.3	
	일년에 2번 이하	162	42.5	
	일년에 3번이상-4번	74	19.4	
	일년에 5번이상-6번	22	5.8	
	일년에 7번-8번	6	1.6	
	일년에 9번 이상	32	8.2	
결측치	13	3.4		
연령	21세미만	25	6.6	381 개
	21세-30세	115	30.2	
	31세-40세	112	29.4	
	41세-50세	82	21.5	
	51세-60세	36	9.4	
	61세이상	11	2.9	
	결측치	0	0.0	
연간 소득	1000만원 이하	13	3.4	381 개
	1000-2000만원	17	4.7	
	2000-3000만원	28	7.3	
	3000-4000만원	55	14.4	
	4000-5000만원	34	8.9	
	5000-6000만원	47	12.3	
	6000만원 이상	68	17.8	
결측치	119	31.2		
직업	대기업 임원이상	8	2.1	381 개
	중소기업 임원이상	23	6.0	
	일반 샐러리맨	69	18.1	
	공무원	14	3.7	
	자영업	57	15.0	
	전문직업인	45	11.8	
	유학생	95	24.9	
	국내학생	31	8.1	
	주부	16	4.2	
	기타	9	2.4	
결측치	14	3.7		
성별	남	258	67.7	381 개
	여	123	32.3	

4.2. 확정적 요인 분석과 신뢰성 분석 결과

<표 4-2>은 SERVQUAL 측정방법으로 측정한 6개의 항공서비스 품질요인들에 대한 확정적 요인분석 결과이다. <표 4-2>에 의하면 Chi square는 비록 유의하지만, 이는 표본크기가 200이 넘는 큰 표본의 특성에 기인하는 바가 크다. GFI 값은 0.81로서 적합치인 0.90에 못 미치고 있으며 RMR도 0.128로 적합도는 양호하다고 볼 수 없다. 그러나 AGFI는 0.772로 0.80에 근접하고 있으며 NFI와 CFI는 적합치인 0.9에 근접했다. 그리고 RMSEA도 0.1을 넘지 않고 있다. 위 결과 치들을 전체적으로 종합하면 확정적 요인분석결과의 적합도는 좀 낮다고 할 수 있다.

그러나 항공사 서비스의 고유한 특성을 반영하는 항목들(유형성 요인에 1개 및 신뢰성 요인에 3개 추가)과 새로운 품질차원(기내식 서비스)의 추가로 인한 다소 낮은 적합도 수준의 이유가 충분히 설명될 수 있고 각 개념들 간의 상관관계를 보면 모든 개념들이 0.90이하로서 서로 동일항목으로 인정하기 어려워 판별타당성을 갖고 있다고 볼 수 있다. 그리고 RMSEA도 0.1을 넘지 않아 확정적 요인분석 결과는 적합하다고 결론을 내렸다. 더군다나 Cronin & Taylor 연구(1992)에서도 4개 산업분야(은행, 해충구제, 세탁, 패스트푸드)에 대한 서비스품질 확정적 요인분석을 실시한 바 GFI는 0.81에서 0.86의 수준을 보였다. 따라서 추후의 분석에서는 6개 요인 모두를 독립변수들로 사용할 수 있었다.

<표 4-2> SERVQUAL 측정치의 6개 요인에 대한 확정적 요인분석

측정모형	모형적합도 지침
유형성(A1) 신뢰성(A2) 반응성(A3) 보증성(A4) 공감성(A5) 기내식(A6)	$\chi^2=1201.350$ ($p<.001$) df=362 GFI=0.810 AGFI=0.772 CFI=0.889 RMR=0.128 NFI=0.850 RMSEA=0.078

상관계수	
A1/A2=0.72, A1/A3=0.62, A1/A4=0.62, A1/A5=0.61, A1/A6=0.42 A2/A1=0.72, A2/A3=0.76, A2/A4=0.79, A2/A5=0.75, A2/A6=0.57 A3/A1=0.62, A3/A2=0.76, A3/A4=0.79, A3/A5=0.71, A3/A6=0.54	A4/A1=0.62, A4/A2=0.79, A4/A3=0.79, A4/A5=0.78, A4/A6=0.56 A5/A1=0.61, A5/A2=0.75, A5/A3=0.71, A5/A4=0.78, A5/A6=0.52 A6/A1=0.60, A6/A2=0.57, A6/A3=0.54, A6/A4=0.55, A6/A5=0.52

<표 4-3> 신뢰성 분석 결과

요인	유형성	신뢰성	반응성	보증성	공감성	기내식
신뢰계수	.75	.90	.86	.85	.89	.83

신뢰성 분석결과 6개 요인들 모두 Cronbach 알파 계수가 0.7 이상이므로 이 6개 요인들에 속한 항목들의 신뢰성은 확보되었다.

<표4-4> SERVPERF 측정치의 6개 요인에 대한 확정적 요인분석

측정모형	모형적합도 지침
유형성(A1)	$\chi^2=1309.021$ ($p<.001$) df=362 GFI=0.800 AGFI=0.795 CFI=0.902 RMR=0.074 NFI=0.870 RMSEA=0.083
신뢰성(A2)	
반응성(A3)	
보증성(A4)	
공감성(A5)	
기내식(A6)	

상관계수	
A1/A2=0.79,	A4/A1=0.73,
A1/A3=0.67,	A4/A2=0.84,
A1/A4=0.73,	A4/A3=0.83,
A1/A5=0.71,	A4/A5=0.82,
A1/A6=0.66	A4/A6=0.63
A2/A1=0.79,	A5/A1=0.71,
A2/A3=0.81,	A5/A2=0.84,
A2/A4=0.84,	A5/A3=0.76,
A2/A5=0.84,	A5/A4=0.82,
A2/A6=0.64	A5/A6=0.55
A3/A1=0.67,	A6/A1=0.66,
A3/A2=0.81,	A6/A2=0.84,
A3/A4=0.83,	A6/A3=0.53,
A3/A5=0.76,	A6/A4=0.63,
A3/A6=0.53	A6/A5=0.55

<표 4-4>는 SERVPERF 측정 방법으로 측정된 6개의 항공서비스 품질요인들에 대한 확정적 요인분석 결과이다. <표 4-4>에 의하면 Chi square는 비록 유의하지만, 이 역시 200이 넘는 큰 표본의 특성에 기인하는 바가 크다. GFI 값은 0.80 으로서 적합치에 못 미치고 있으나 AGFI는 0.795로서 적합치인 0.80과 거의 같은 값이다. NFI 값과 CFI 값도 0.87과 0.90 이고 RMR은 0.074로 SERVQUAL 측정치에 의한 확정적 요인 분석 때보다는 적합도가 훨씬 양호하다고 볼 수 있다. 그리고 각 개념들 간의 상관관계를 보면 모두 0.90이하로서 서로 동일항목으로 인정하기 어려워 판

별타당성을 갖고 있다고 볼 수 있다. 따라서 추후의 분석에서 6개 요인 모두를 독립변수로 사용할 수 있었다.

<표 4-5> 신뢰성 분석 결과

요인	유형성	신뢰성	반응성	보증성	공감성	기내식
신뢰계수	.84	.91	.88	.89	.92	.88

신뢰성 분석결과 6개 요인들 모두 Cronbach 알파 계수가 0.8 이상이므로 이 6개 요인들에 속한 항목들의 신뢰성은 확보되었다.

4.3. 항공사 서비스품질 차원과 고객만족과의 관계

새로이 규명되고 확인된 항공사 서비스품질차원들이 고객만족과의 인과관계를 얼마나 잘 설명하는가를 파악하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 종속변수로는 항공사 고객들이 항공사 서비스의 전반적인 만족도를 평가하는 항목 3 개가 설문내용에 포함되어 있는데 이들이 한 요인으로 구성되어 고객 만족도로 정의하여 종속변수로 사용하였다.

4.3.1. SERVQUAL 측정에 의한 결과

<표 4-6>을 보면 SERVQUAL 측정값으로 실시된 회귀식의 R² 값이 0.245로 설명력이 다소 낮다고 할 수 있는 수준이다. 회귀식의 설명력이 다소 낮다는 것은 종속변수에 영향을 주는 서비스 품질차원들을 충분히 설명하고 있지 못하다는 것을 의미

한다. 기존의 PZB의 5개 요인들 중 신뢰성 측정에 3개 항목, 유형성 측정에 1개 항목을 추가하고 기내식이라는 새로운 품질 차원을 추가한 것이 기존의 연구 결과들보다 설명력을 좀 감소시킬 수 있다는 것을 고려하면 본 회귀분석의 결과는 받아들일 수 있는 수준이라고 사료된다.

6개의 항공사 서비스품질 요인들 중에서 유형성과 보증성이 유의수준 0.01에서 종속변수인 만족도에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 표준화된 Beta계수를 보면 보증성이 0.387로 가장 높은 영향력을 미치고 있다.

<표 4-6> 고객만족에 영향을 주는 서비스품질요인

	비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.	다중 공선성	R ²
	B	Std. Error	Beta			Tol.	
보증성	.388	.057	.387	6.798	.000	.616	0.245
유형성	.150	.057	.150	2.636	.009	.616	

주) * : P<0.01

4.3.2. SERVPERF 측정방법 결과

<표 4-7>을 보면 SERVPERF 측정 값으로 실시된 회귀식의 R² 값이 0.382로 설명력이 만족할 수 있는 수준이다. 회귀식의 설명력이 만족할 수 있다는 것은 종속변수에 영향을 주는 서비스 품질차원들이 충분히 설명되고 있다는 것을 의미한다.

이 회귀식 결과에 의하면 6개의 항공사 서비스품질 요인들 중에서 반응성과 보증성이 유의수준 0.01에서 종속변수인 고객만족에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 표준화된 Beta계수를 보면 반응성

이 0.385로 가장 높은 영향력을 미치고 있으며 보증성 Beta계수는 0.259로서 반응성 다음으로 영향력을 미치고 있다.

<표 4-7> 고객 만족에 영향을 주는 서비스 품질요인

	비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.	다중 공선성	R ²
	B	Std. Error	Beta			Tol.	
반응성	.384	.074	.385	5.157	.000	.294	0.382
보증성	.259	.074	.259	3.471	.001	.294	

주) * : P<0.01

4.4. 항공사 서비스품질차원과 재구매 의도와 의 관계

항공사 서비스품질차원들과 고객 재구매 의도와 의 인과관계가 얼마나 잘 설명되는가를 파악하기 위해 재구매 의도 항목을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였다.

4.4.1. SERVQUAL 측정방법 결과

<표 4-8>을 보면 SERVQUAL 측정으로 실시된 회귀식의 R² 값이 0.161로 설명력이 좀 낮다고 할 수 있는 수준이다. 회귀식의 설명력이 낮다는 것은 종속변수에 영향을 주는 서비스 품질차원들이 충분히 설명되고 있지 못하다는 것을 의미한다. 6개의 항공사 서비스품질 요인들 중에서 보증성만이 유의수준 0.01에서 종속변수인 재구매 의도에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 표준화된 Beta계수를 보면 보증성만이 0.402로 높은 영향력을 미치고 있다.

<표 4-8> 재구매 의도에 영향을 주는 서비스 품질요인

	비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.	다중 공선성	R ²
	B	Std. Error	Beta			Tol.	
보충성	.469	.055	.402	8.540	.000	1.000	0.161

주) * : P<0.01

4.4.2. SERVPERF 측정방법 결과

<표 4-9>를 보면 SERVPERF 측정 값으로 실시된 회귀식의 R² 값이 0.185로 설명력이 만족할 수 있는 수준은 아니나 SERVQUAL 측정에 의한 결과보다는 높은 수준이다. 물론 기존의 PZB의 5개 요인들에 4개 측정 항목을 추가하고 기내식이라는 새로운 품질 차원을 추가한 것을 감안하면 회귀식의 결과는 아주 나쁘다고 볼 수는 없다. 이 회귀식 결과에 의하면 6개의 항공사 서비스품질 요인들 중에서 반응성만이 유의수준 0.01에서 종속변수인 재구매 의도에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-9> 재구매 의도에 영향을 주는 서비스품질요인

	비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.	다중 공선성	R ²
	B	Std. Error	Beta			Tol.	
반응성	.500	.054	.430	9.260	.000	1.000	0.185

주) * : P<0.01

4.5. 회귀분석결과의 의미

본 연구는 국적항공사의 이용객들을 대상

으로 항공사 서비스품질 차원들을 새로이 규명 및 확인하였다. 확정적 요인분석의 모형적합도와 타당성검증을 통하여 본 결과 선행연구 고찰에서 규명된 서비스품질요인들이 SERVQUAL 측정시 경우보다 SERVPERF 측정시의 경우가 더 적절함이 밝혀졌다. 그리고 다중회귀분석을 통하여 이 서비스품질차원들이 고객만족과 재구매 의도와 의 인과관계를 설명하고 있음도 검증되었다.

다음 <표 4-10>은 회귀분석 결과의 R Square 값을 요약한 것이다. <표 4-10>에서는 SERVQUAL 측정과 SERVPERF 측정 방법에 의한 회귀분석 결과들에 대한 설명력 (R Square)을 비교했다. 그 결과 SERVPERF 측정에 의한 결과가 SERVQUAL 측정에 의한 결과보다 설명력 (R Square)이 모두 높게 나타나고 있다. 그리고 만족에 대한 회귀식이 재구매 의도에 대한 회귀식들 보다 설명력이 두 측정방법에서 모두 높았다. 그러므로 회귀분석 결과로는 SERVPERF 측정방법이 SERVQUAL 측정방법보다 더 설득력이 있고 만족을 종속변수로 할 때가 재구매 의도를 종속변수로 할 때보다 변수들 간의 관계를 더 잘 설명한다고 할 수 있다.

이는 본 연구에서 밝혀진 항공운송 서비스품질요인들과 고객만족과의 관계는 SERVPERF 측정 방법으로 설명이 더 잘되었다. 그러나 재구매 의도와 관계에서는 본 연구에서 사용한 항공운송서비스 품질요인들 이외에 다른 요인들이 재구매 의도에 영향을 주고 있다는 가능성을 부인할 수 없다. 즉 서비스품질요인들 이외에 가격 같은 것이 재구매 의도에 영향을 많이 줄 수도 있다고 사료된다. 그러므로 항공사는

고객 재구매율의 증가를 위해서는 서비스품질의 향상은 물론 재구매 의도에 영향을 주는 다른 요인들도 규명하여 관리할 필요가 있다.

<표 4-10> R Square 값 비교

종속변수	SERVQUAL	SERVPERF
만족	.245	.382
재구매 의도	.161	.185

4.6. SERVQUAL과 SERVPERF의 모형적합도 비교

본 연구는 서비스품질 측정도구의 유효성을 비교하기 위하여 <그림 3-1>에 제시된 연구모형에 대하여 SERVQUAL과 SERVPERF로 수집한 자료를 통하여 모형적합도를 비교하였다. 모형적합도 비교 분석을 위해서 AMOS 4.0를 사용하였으며 분석에 사용된 SERVQUAL 모형자료는 <표 4-11>에, SERVPERF자료는 <표 4-12>에 기술하였다.

<표 4-11> SERVQUAL 상관계수

	유형성	신뢰성	반응성	보증성
만족	.390	.437	.418	.480
재구매 의도	.274	.371	.310	.402

	공감성	기내식	만족	재구매 의도
만족	.432	.285	1.00	
재구매 의도	.341	.181	.444	1.00

<표 4-12> SERVPERF 상관계수

	유형성	신뢰성	반응성	보증성
만족	.540	.602	.518	.582
재구매 의도	.353	.430	.359	.399

	공감성	기내식	만족	재구매 의도
만족	.563	.458	1.00	
재구매 의도	.376	.277	.444	1.00

<표 4-13> SERVQUAL모형과 SERVPERF모형 적합도 비교

	SERVQUAL 모형	SERVPERF 모형
Chi Square	127.100	129.284
d.f.	21	21
p	.000	.000
GFI	.923	.923
AGFI	.869	.868
RMR	.083	.066

다음 <표 4-13>은 SERVQUAL모형과 SERVPERF모형의 적합도를 비교한 것이다. <표 4-13>에서 보는 바와 같이 SERVPERF모형이 SERVQUAL모형에 비해 모형적합도가 약간 우수한 것으로 나타났다. 구체적으로 SERVQUAL 모형과 SERVPERF 모형은 Chi Square 값이 거의 비슷하며, GFI 값도 0.923 으로 서로 같고 AGFI 값도 두 모형 모두 0.87에 가깝고 RMR 값도 비교적 둘 다 양호하여 두 모형 모두 적합한 수준에 도달하고 있다. 그러나 SERVPERF 모형의 RMR은 0.066으로

SERVQUAL 모형보다도 더 좋은 수준을 보이고 있어 좀 더 좋은 모형임을 알 수 있다.

5. 결론

국제선 항공사로서 장기적인 명성을 위해서는 고객들을 대상으로 하여 서비스품질에 대한 그 인식도를 분석할 필요가 있다. 서비스 품질의 향상과 개선을 위해서는 무엇보다도 먼저 서비스 품질을 정확히 측정하는 방법이 결정되어야 하나 아직 항공운송 서비스 품질 차원과 그 평가 방법의 규명에 관한 연구가 미비하여 이를 보완하기 위해 본 연구는 실시되었다.

본 연구는 한국 항공운송 산업의 발전을 위해서는 효과적인 항공운송(여객만) 서비스 품질의 측정 방법의 개발이 필수적이라는 전제 아래 서비스 품질 측정 방법 중 가장 보편적으로 사용되어 온 SERVQUAL과 SERVPERF를 항공운송 서비스 품질 측정과 관련하여 비교 및 분석하였다. 이 두 측정 방법은 어느 것이 더 우수한지에 대한 학문적 논쟁이 아직 끝나지 않은 상태이기 때문에 본 논문을 통하여 학문적 논쟁의 종결에 조금이나마 도움이 되고자 하였다. 특히 본 논문은 기존의 서비스 품질 요인들에 항공운송산업의 특성을 반영하는 4개의 항목들과 한 개 품질요인을 추가하여 항공운송 서비스 품질에 대한 측정을 시도하였다.

분석결과를 요약하면 항공운송 서비스 품질 측정에는 SERVPERF와 SERVQUAL 모두 적합한 도구라는 결과를 얻었다. 그러나 확정적 요인분석, 회귀분석, 모형적합도 분석 등 모두에서 SERVPERF가 SERVQUAL보다 더 우수한 측정도구라고

보여 주고 있다. 본 연구의 분석결과 이외에도 SERVPERF는 SERVQUAL 보다 측정문항의 수를 50%나 감소시켜주기 때문에 parsimony 법칙상이나 자료수집의 실무적 어려움도 많이 해소시켜 주기 때문에 보다 더 바람직한 측정도구라고 할 수 있다. 결론적으로 본 연구는 한국의 항공운송 산업의 서비스 품질을 측정하는 데 있어서는 SERVQUAL도 사용할 수 있지만 SERVPERF가 SERVQUAL 보다 더 우수한 측정도구라고 제시한다. 그러나 본 연구 결과는 국적항공사들의 내국인 고객들에 대한 조사를 통하여 얻어진 결과이다. 따라서 이러한 본 연구의 주장을 보다 더 일반화하기 위해서는 외국 항공사들과 외국 고객들을 포함시킨 종합적인 연구가 필요할 것이다.

본 연구는 항공사의 서비스 품질차원을 내국인 고객들을 대상으로 규명하고 확인하였다. 그러나 항공사의 서비스 품질 차원의 보다 더 확실한 규명을 위하여 국적 항공사들의 외국인 고객들은 물론 외국 항공사들의 고객들까지 포함한 종합적인 연구가 필요하다. 윤 만희(2000)의 연구에 의하면 종업원의 직무만족의 정도에 따라 고객이 인지하는 서비스 품질수준이 높아진다고 하였다. 따라서 국제선 항공사로서 서비스 품질을 높이기 위해서는 이런 내부고객에 대한 분석도 필요하다고 볼 수 있다.

참고문헌

- [1] 김 경숙 (1996), “항공사 선택행동과 경영성과의 결정요인에 관한 연구”, 세종대학교 대학원 박사학위 논문.

- [2] 김 병천 (1997), “고객만족도 분석을 통한 철도서비스의 개선 방안”, 안동대학교 대학원 석사학위논문.
- [3] 김 성인 (1994), “서비스산업에서의 품질관리”, 대한산업공학회 발표논문집. pp.188-198.
- [4] 박 문조 (2001), “항공여행사 상위 좌석 등급 결정속성과 고객만족도에 관한 연구”, 경희대학교 대학원, 석사학위논문.
- [5] 윤 만희 (2000), “서비스 접점종업원 지원이 고객의 서비스품질평가에 미치는 영향”, 경영학연구, 제29권 제2호, pp.65-83.
- [6] 이 수길(1997) “항공사의 서비스품질관리에 관한 연구”, 경기대학교 경영대학원 석사학위 논문
- [7] 이 용구(1999), 「항공 업무 총론」, 학문사
- [8] 장 대성, 신 충섭 (1999), “SERVQUAL을 이용한 서울특급호텔에 관한 서비스품질 비교연구”, 품질경영학회지, 제27권 제4호, pp.191-215.
- [9] 장 대성, 홍 석기, 김 덕현(2000), “새마을 철도서비스품질에 관한 비교 연구”, 서비스경영학회지 제1권 제 1호 pp.154-169.
- [10] 장 대성, 김 영택, 전 순란(2001), “공항이용객과 항공사종사자간 김포국제공항 서비스품질 평가와 만족에 관한 연구”, 대한경영학회지, 제 14권 제 3호 pp.277-295.
- [11] 장 대성, 박 주영, 김 두복(2002), “한국 패스트푸드점 서비스품질 측정에 있어서 SERVQUAL 과 SERVPERF의 비교 연구”, 경영과학. 제 19권 제 3호 pp.59-73.
- [12] 조 동진, 임 호순, 이 군희(2001), “항공 서비스 품질 측정을 위한 SERVQUAL, QFD 통합모형에 대한 연구”, 한국생산관리학회지, 제 12권 제 1호 pp.63-83.
- [13] Behara, R. S. and R. B. Chase(1993), “Service Quality Deployment: Quality Service by Design”, *Perspectives in Operations Management : Essays in Honor of Elwood S. Buffa*, Rakesh K. Sarin, ed., Kluwer Academic Publishers, Boston.
- [14] Bolton, Ruth N. and James H. Drew (1991), “A Multistage Model of Customers’ Assessments of Service Quality and Value,” *Journal of Consumer Research*, Vol.17 (March), pp. 375-384.
- [15] Carman, James M.(1990), “Consumer Perception of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions,” *Journal of Retailing*, Vol. 66(Spring), No. 1, pp.33-55.
- [16] Cronin, J. Joseph, Jr. and S. Taylor (1992), “Measuring Service Quality: A Reexamination and Exention”, *Journal of Marketing*, 58(July), pp.55-68.
- [17] Parasuraman, A. et al. (1994), “SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perception Minus-Expectations Measurement of Service Quality”, *Journal of Marketing*, 58(January), pp.125-131.
- [18] Davis, Tim R.V., “Different Service Firms Core Conmpetencies” *Business Horizons*, Sep. -Oct.(1999), pp.22-33.

- [19] Fzsimmons, J. A. and M. J. Fzsimmons (1998), *Service Management*, 3rd ed., McGraw Hill, New York.
- [20] Garvin, David A.(1983), "Quality on the Line", *Harvard Business Review*, Vol.61(Sep.-Oct), pp.65-73.
- [21] Garvin, David A.(1984), "What Does 'Product Quality' Really Mean?" *Sloan Management Review*, Vol.26, No. 1(Fall), pp.25-43.
- [22] Gronroos, Christian(1984), "A Service Quality Model and Its Marketing Implication", *European Journal of Marketing*, Vol. 18, No.4, pp.36-44.
- [23] Helson, Harry(1964), *Adaptation Level Theory*, New York: Harper and Row.
- [24] Kahneman, Daniel and Dale T. Miller (1986), "Norm Theory: Comparing Reality to Its Alternatives," *Psychological Review*, Vol.9, No.2 pp.136-153.
- [25] Oum, T. H. and C. Yu (1998), "Winning Airlines, Productivity and Cost Competitiveness of the World's Major Airlines", Kluwer Academic Publishers, Boston.
- [26] Parasuraman, A, V. Zeithaml and L. L. Berry(1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol. 49(Fall), pp.41-50.
- [27] Parasuraman, A., V. Zeithaml and L. L. Berry(1988a), "Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol.52(April), pp.35-48.
- [28] Parasuraman, A, V. Zeithaml and L. L. Berry(1988b) "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64, No.1(spring), pp.12-40.
- [29] Parasuraman, A, V. Zeithaml and L. L. Berry(1994) "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research", *Journal of Marketing*, Vol. 58 (January), pp.111-124.
- [30] Smith, R & M. Houston(1983), "Script-Based Evaluation of Satisfaction with service", In Berry, L. L., G. L. Shostack, & G. Upah, eds., *Emerging Perspectives on Service Marketing*, Chicago, IL: American Marketing Association.
- [31] Teas (1993), "Expectations, Performance of a Model of Perceived Quality", *Journal of Marketing*, Vol. 57(October), pp.18-34.
- [32] Zeithaml, V. A. (2000), "Service Quality, Profitability and the Economic Worth of Customers: What We Know and What We Need to Learn", *Academy of Marketing Science*, Vol.28, No.1, pp.67-85.