

觀光學碩士 學位論文

항공사 선택속성의 중요도와 만족도
비교 연구
- A항공사와 S항공사를 대상으로 -

경주대학교 대학원

관 광 학 과

장 정 호

2015 년 6 월

항공사 선택속성의 중요도와 만족도 비교 연구

- A항공사와 S항공사를 대상으로 -

指導教授：具 本 技

이 論文을 碩士學位 論文으로 提出함

2015 年 6 月

경주대학교 대학원

관 광 학 과

장 정 호

장정호의 碩士學位論文을 認准함

審査委員長

印

審査委員

印

審査委員

印

경주대학교대학원

2015 년 6 월

목 차

제 1 장 서 론

제 1 절 문제 제기 및 연구 목적	8
1. 문제 제기	8
2. 연구 목적	9

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 항공사선택속성	12
1. 선택속성의 개념	12
2. 항공사선택속성의 개념	14
3. 항공사선택속성 연구동향	18
제 2 절 항공사선택속성의 중요도와 만족도	23
1. 항공사선택속성의 중요도	23
2. 항공사선택속성의 만족도	25
제 3 절 항공사 비교	28
1. 아시아나항공	28
2. 싱가포르항공	31

제 4 절 IPA 분석	
1. IPA의 개념	34
2. IPA를 활용한 항공사선택속성 연구동향	36
 제 3 장 조사 및 분석방법의 설계	
1. 연구과정 설정	40
2. 자료수집 및 분석방법	42
3. 변수의 조작적 정의	44
 제 4 장 분석결과	
1. 응답자의 일반적 특성	45
2. 응답자의 항공사이용 특성	46
3. A항공사 분석	49
4. S항공사 분석	55
 제 5 장 결론	61
 참고문헌	64
설문지	71
ABSTRACT	76

<표 차 례>

<표 2-1> 항공사선택속성의 개념	20
<표 2-2> 만족의 개념	27
<표 2-3> A항공사 개요	28
<표 2-4> A항공사 항공기 보유 현황	29
<표 2-5> S항공사 개요	31
<표 2-6> S항공사 항공기 보유 현황	32
<표 3-1> 설문지 구성	41
<표 4-1> 응답자의 일반적 특성	46
<표 4-2> 응답자의 항공사이용 특성	48
<표 4-3> A항공사의 선택속성 중요도 분석	50
<표 4-4> A항공사의 선택속성 만족도 분석	51
<표 4-5> A항공사의 선택속성별 중요도 만족도 평균	52
<표 4-6> S항공사의 선택속성 중요도 분석	56
<표 4-7> S항공사의 선택속성 만족도 분석	57
<표 4-8> S항공사의 선택속성별 중요도 만족도 평균	58

<그 립 차 례>

<그림 1-1> 연구의 흐름도	11
<그림 2-1> BEK소비자행동이론	16
<그림 2-2> IPA 매트릭스	35
<그림 4-1> A항공사 선택속성의 중요도 만족도 매트릭스	54
<그림 4-2> S항공사 선택속성의 중요도 만족도 매트릭스	60

제 1 장 서 론

제 1 절 문제 제기 및 연구 목적

1. 문제 제기

세계 많은 나라들의 경제에 있어서 서비스가 차지하는 비중이 절반 이상이 되어버렸기 때문에 현대 사회는 서비스 사회 또는 서비스 경제라고 불리어지고 있다. 최근에 많이 늘어나는 서비스 산업의 종류와 양적인 팽배에 의해 서비스 산업의 경쟁은 더욱 치열해지고 있으며 그에 따라 서비스 품질 향상에 관한 많은 관심은 당연한 결과인지 모른다. 고객이 서비스를 선택하는데 서비스 품질이 최우선 조건이며 서비스 산업의 생존과 성장에 있어서 가장 큰 영향을 미치기 때문이다. 최근의 서비스 품질은 빠르고도 다양한 변화를 보이는 고객의 여러 요구에 대해 객관적이고 발빠른 대응이 필요하다. 그러기 위해서는 서비스 기업이 서비스 품질의 명확한 측정에 의해 자신들의 서비스 품질 수준에 대한 정확한 계산이 선행되어야 할 것이다. 즉 항상 변화하고 차별화되는 고객의 요구에 적합한 서비스 산업이 되어야 한다고 생각한다.

그런 서비스 산업의 하나인 세계 항공 시장은 소득수준의 향상, 개인들 삶의 질적 수준향상 추구하고 국제 교역량의 증대 및 관광 산업의 발달 등의 요인들에 의해 매년 급속히 늘어나고 있다. 오늘날에는 더욱더 항공사 간의 치열한 생존 전략으로 신 경영 도입, 구조조정, 신 마케팅 전략 수립, 허브 구조의 개선, 수익률 관리기법, 다국적 항공사간의 전략적 제휴 등 경영 전반에 의한 자유 경쟁, 선진 각국 항공사들의 예약 시스템 유입 등 여러 가지로 나타나고 있는 현실이다. 현재 항공 산업은 항공기 종 및 노선, 요금만 가지고 경쟁적 우위를 유지한다는 것이 불가능하다 (Ostrowski, O'Brien and Gordon, 1993). 이에 각 항공사는 유용한 마일리지제 도 및 서비스 즉 기내 좌석, 비디오 및 오디오 시설 등 기내 편의시설과 고객 접촉 시에 만족한 만한 서비스를 제공함으로써, 승객이 특정 항공사의 단골 고객이 될 수 있도록 노력하고 있다.

지금의 항공 산업은 자유 경제 시장에서 외국 항공사들과 치열한 경

쟁에 맞서게 된 상황에서 지속적인 고객만족 경영 기업의 도입과 노력이 요구되고 있으며 경쟁시장에서 자사 항공사를 선택하고 지속적인 재구매하도록 하는 마케팅 전략이 필요한 시점에 이르게 되었다. 고객이 요구하는 사항들이 다양해짐에 따라 항공사를 선택하게 되는 요인으로 운임, 스케줄, 예약시스템, 기내서비스 등 개인이 선호하는 의사표현이 다양해지고 있다.

그러나 지금까지의 수많은 연구들은 하나의 항공사만을 선택하여 선택속성을 살펴본 연구가 대부분이었다. 하지만 본 연구에서는 국내 항공사와 아시아에서 그동안 허브항공으로 알려진 항공사를 함께 비교해 봄으로써 우리나라의 항공사 경쟁력이 아시아에서 얼마만큼의 지위에 있는지를 연구해 보도록 하겠다.

따라서 본 연구에서는 국내 A항공사와 국외 S항공사의 선택속성의 중요도와 만족도를 비교 분석하여 나날이 증가하는 항공수요에 대한 대비와 외국 항공사와 경쟁에서 지지 않기 위한 서비스 품질 향상과 고객 만족을 통해 경쟁력을 제고 하는 방안을 제시하는데 연구의 의의를 두고자 한다.

2. 연구 목적

고객은 다양한 항공서비스를 이용한 후 차별화된 서비스를 제공하는 항공사에 매력을 느끼고 그것이 곧 재구매, 충성도, 고객만족의 의사로 반영된다. 지금까지 민항기와 국적항공사의 항공사 선택속성을 비교를 한 연구는 아주 미비하였다. 그래서 본 연구는 민항항공사와 국적항공사의 선택속성 비교를 통하여 항공사들이 고객 만족의 극대화를 위해 서비스 품질 향상을 하는 데 좋은 방안을 제시하는 데 도움이 될 것이라고 생각한다.

본 연구의 목적은 최종적으로 항공사 선택속성에 대한 고객만족을 증진시켜 선택속성의 중요도와 만족도의 방법을 찾는 것이다. 이를 위한 본 연구의 구체적인 연구 목적은 다음과 같다.

첫째, 어떠한 선택속성들이 항공사 고객들의 만족에 주로 영향을 미치는지에 대하여 연구한다.

둘째, 이러한 만족은 고객들로 하여금 선택속성의 중요도와 만족도에

어떠한 행동 방식을 보이는지 연구한다.

셋째, 그런 연구를 토대로 외국 항공사들과 경쟁하고 있는 국내 항공사의 고객 서비스 전략에 도움을 주어 궁극적으로 국내항공사들의 생산성 향상을 꾀하고자 한다.

넷째, 세계화의 추세에 발맞춰 국내항공사가 세계수준의 서비스 품질을 가짐으로써 더욱 발전할 수 있도록 한다.

제 1 장 서 론			
문제 제기		연구 목적	
제 2 장 이론적 배경			
제1절 항공사선택속성	제2절 중요도와 만족도	제3절 항공사 비교	제4절 IPA분석
• 선택속성의 개념 • 항공사선택속성의 개념 • 항공사선택속성의 연구동향	• 항공사선택속성의 중요도 • 항공사선택속성의 만족도	• 아시아나항공 • 싱가포르항공	• IPA의 개념 • IPA를 활용한 항공사선택속성의 연구 동향
제 3 장 조사 및 분석방법의 설계			
연구과정 설정		측정변수의 조작적 정의	자료수집과 분석방법
제 4 장 분석결과			
응답자의 일반적 특성 응답자의 이용 특성	A항공사 분석		S항공사 분석
제 5 장 결론 및 시사점			

<그림 1-1> 연구의 흐름도

제 2장 이론적 배경

제 1 절 항공사 선택속성

1. 선택속성의 개념

속성(attribute)이란 일반적으로 서비스나 상품이 가진 유형, 무형의 특징을 말하며 선택속성(selection attribute)은 고객이 선호하고 구매하는 상품이나 서비스에 대한 태도가 어떻게 형성되고, 이러한 속성들이 다른 속성들과 어떻게 구별될 수 있는가를 말한다(이경인, 2011). 또한 소비자가 선택할 때 중요시 여기는 속성의 중요도와 이용하고 난 후에 지각되는 만족도를 의미한다(정혜련, 2011). 미리 설정해 놓은 평가기준과 항공사 속성을 비교함으로써 항공사를 평가한 후 의사결정태도를 결정하며 선택 행동으로 연결된다.

선택행동에 있어서 의사결정과정은 구매 전 문제인식에서부터 구매 후 평가까지의 문제해결과정을 포함하는데 대표적인 이론으로서 EKB (Engel-Kollat-Blackwell)모델을 들 수 있으며, Banfe(1992)는 항공사 선택 의사결정과정. EKB 이론의 5단계와 같이 문제의 인식, 정보탐색, 대안의 평가, 결정, 그리고 구매 후 평가의 단계로 설명하였다.

첫 번째 단계는 문제의 인식 단계로 의사결정과정에 들어가기 위해서는 먼저 구매에 대한 필요성을 인식해야 한다. 이는 욕구와 관련하여 문제를 인식하는 단계인데 소비자가 자신이 원하는 상태와 자신의 실제 소비상황과의 차이를 느낌으로써 가능해진다.

두 번째 단계는 정보탐색으로서 내적탐색과 외적탐색으로 구분되며, 내적탐색이란 기억 속에 있는 개인의 경험이나 지식으로부터 정보를 얻는 것이며, 외적탐색은 외부환경으로부터 정보를 찾는 것을 의미한다. 소비자는 문제해결을 위해 내적탐색을 통하여 경험과 지식을 찾고 결과가 부적절, 불충분 또는 소멸되었을 때 외적탐색을 통하여 보다 광범위한 정보를 얻는다.

세 번째 단계는 대안의 평가로서 대안에 대한 정보탐색 및 평가 후에 가장 좋은 상표를 선택하게 되는데 자신의 욕구와 관련하여 중요도를 설

정하고 각 상표에 대해 상표신념을 형성하며, 평가절차를 거쳐 대안들에 대한 태도를 결정한다.

네 번째 단계는 의사결정의 단계로 대안의 평가과정을 거쳐 대안을 결정한 후에 비로소 의사결정을 내리고, 이때 구매한 제품을 사용하는 소비상황이 상표선택에 영향을 줄 수 있다. 따라서 의사결정의 단계는 선택의 단계로 이는 곧 평가의 결과이다.

다섯 번째 단계는 구매 후 평가의 단계로서 만족, 불만족 또는 무관심 등으로 평가하게 되며, 이를 거쳐 그 결과가 피드백이 된다. 이러한 의사결정은 문제의 인식부터 구매 후 피드백까지의 전 단계를 포괄적으로 의미하지만 반드시 모든 소비자가 이러한 단계를 일괄적으로 거치는 것은 아니다(정혜련, 2011).

항공사 선택속성은 항공사를 선택할 때 기준이 되는 요인으로서 이는 곧 항공사의 마케팅전략에 중요한 변수로 작용될 수 있고, 고객유치 차원에서든, 시사하는 바가 크기 때문에 이에 대한 분석은 마케팅 전략수립과 고객만족을 통한 재 구매를 바탕으로 새로운 수익구조 개선에 가장 기초적이고 중요한 수단으로 자리하고 있다(이재곤·유기석, 2007).

최초의 항공사 선택속성의 논의는 Makens & Marquart(1977)의 특점좌석등급을 선택하는 고객의 지각측정 방법으로 항공사 선택요인의 차이를 분석한 것이 항공사 선택속성의 첫 논의라고 할 수 있다. 항공사 선택속성으로 가격, 좌석의 안락성, 공간성, 비행시간, 소음정도, 식사 & 테이블 서비스, 메뉴선택, 신속성, 친절도, 개인 프라이버시, 수하물, 좌석 공간, 음료수 가격, 사고, 사업 계약체결 등 15개 요인으로 분류하였다(이민정, 2011).

Ritchie, Johnston & Jones(1980)는 캐나다 켈거리 공항에서 승객 150명을 대상으로 항공서비스 및 경쟁 항공사 선택에 대한 승객들의 인식과 성향을 측정하기 위한 연구를 하였다. 30개 항공사 선택속성을 8가지 요인으로 분류하고, 여행목적에 따른 항공사 선택요인과 중요도의 차이에 대한 고찰을 하였다. 승객을 상용 및 휴가로 구분하여 조사한 결과, 상용 승객은 운항일정, 안전문제, 예약조건, 운항 관련 서비스 요인을 중요하게 생각하는 것으로 나타났고, 휴가승객은 운임, 안전문제, 예약조건 등이 중요하게 작용하는 것으로 나타났다.

Good, Wilson & Mcwhirter(1985)는 캐나다 켈거리 187개 클럽의 173

명의 회원을 대상으로 여행거리, 여행목적에 따른 항공사 선택속성을 조사한 결과 가격, 항공사, 최소 체재시간, 사전예약 조건, 출발시간, 도중체류 등이 중요한 속성으로 나타났다.

White(1994)는 미국의 항공승객 299명을 대상으로 고객서비스 평가 조사를 통한 설문에서 71개 항공사 선택속성을 운영과 안전성, 기내편의서비스, 특별요금 등 3개 요인으로 분류하여 분석한 결과 항공승객들은 기내편의서비스에 비하여 운영과 안전성, 특별요금을 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

2. 항공사선택속성의 개념

항공사는 경쟁항공사 간 스케줄의 편리성 외에는 뚜렷한 차이가 없는 항공상품을 판매하는 것으로 항공사를 구별 짓는 결정적인 요소로 작용하는 것이 항공사의 서비스와 항공사 이미지라고 할 수 있다. 항공운송서비스에서 주된 속성은 서비스이고, 이것을 보조하기 위해 항공기라는 유형재를 이용하여 설정된 항공노선을 비행하면서 승객을 안전하게 목적지까지 운송해 주는 것이 항공운송서비스가 되는 것이다(류재숙·박연옥, 2006).

정익준·장태선(1999)은 소비자들은 서비스상품이나 제품을 선택하는데 문제를 인식하고 정보를 습득하며 그들의 평가기준과 상품의 특성을 비교, 평가하여 구매 결정한다. 즉 항공승객은 항공여행의 필요성을 인식한 후 항공사의 속성을 이용하여 기준을 세우고 평가하여 항공사를 선택한다고 하였다.

정규엽·조수현(2006)은 선택속성이란 소비자가 선택할 때 중요시 여기는 속성의 중요도와 선택하여 이용하고 난 이후에 지각되는 만족도를 의미한다고 하였다. 즉, 항공사 이용객은 각 개인이 미리 설정해 놓은 평가기준과 항공사 속성을 비교함으로써 항공운송 상품을 평가하게 된다는 것으로서, 그들은 자신이 원하거나 원하지 않는 상품 및 상표의 속성을 기준으로 항공운송 상품에 대한 의사결정태도를 결정하며, 이는 곧 선택행동으로 연결된다고 하였다.

Banfe, C.F.(1992)는 여객운송은 항공사의 핵심적인 서비스이고 항공예약, 발권, 기내서비스, 지상서비스에 대한 신뢰성과 더불어 항공사의 안전

에 대한 좋은 기록 등이 항공사를 선택하는 데 중요한 영향을 미친다고 하였으며, 일반적으로 의사결정과정이란 구매 후 평가까지의 문제해결과정을 포함하는데, 의사결정과정은 항공의 직항편, 정확한수하물 운송, 친절하고 협조적인 항공사 직원의 태도와 상용고객에 대한 배려 등 부가적인 항공서비스가 항공사 선택에 있어 복합적으로 구성되어 있다고 하였다.

이런 항공여객의 항공사 선택행동을 이행하기 위해서는 포괄적인 소비자 행동 이론이 필요한데, 대표적인 것으로 EBK(Engel-Blackwell-Kollat)의 이론을 들 수 있다. EBK 이론은 '다음과 그림과 같이 문제의 인식, 정보탐색, 대안의 평가, 결정, 그리고 구매 후 평가의 단계로 설명된다.

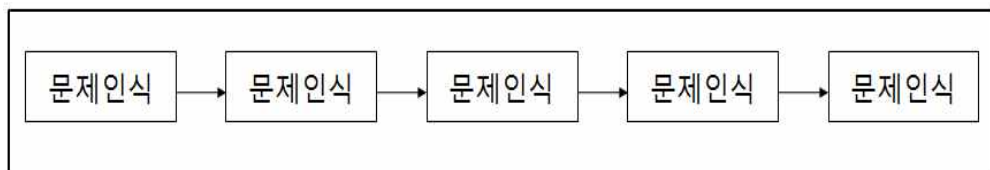
1)항공승객의 항공사 선택속성 연구

항공사의 효율적인 마케팅 관리를 위해 승객들이 항공사 선택 시 중요하게 생각하는 요인들의 마케팅상의 시사점은 크다. 항공사 선택속성에 관해서 국외에서는 Markens and Marquardt(1977) 이래 많은 연구가 이루어져 왔다. 그들 중에는 여행목적에 따른 항공사 선택 요인의 중요도 연구에 관한 Ethrington and Var(1984)의 연구와 상용고객우대제도의 보유여부에 따른 항공사 선택속성의 중요도에 관한 Toh and Hu(1990)의 연구가 있다. 또한 항공사 국적별에 따른 항공사 선택의 만족/불만족에 관한 연구로 Kaynak and Kucukemirogly(1993)의 연구가 있다.

Toh and Hu(1990)의 연구의 결과를 보면, 상용우대회원은 스케줄의 편리성과 상용고객우대를 중요시하였고, 기내식은 비회원보다 무관심한 것으로 나타났다. 회원 중 비즈니스 여행객은 스케줄의 편리성과 상용고객 우대제도를 중요시하였고, 기내식은 비회원보다 무관심한 것으로 나타났다. 회원 중 비즈니스 여행객은 스케줄의 편리성, 정시성, 상용고객 우대 제도를 중요시하였고 반면 레저 여행객은 요금과 할인여부, 기내서비스, 상용고객 우대제도 순으로 중요시하는 것으로 나타났다.

정익준(1992)의 연구는 국내항공사를 이용한 승객 132 명을 대상으로 항공사 속성중요도와 만족도를 조사한 것이다. 중요도를 분석하기 위해 28 개의 변수를 사용하였고, 이를 요인 분석한 결과 7 개 요인을 얻었으며, 이 요인들을 이용하여 항공승객의 세분시장별로 관계를 분석하였다. 분석결과 여행목적에 따른 차이검증에서 업무여행자는 운항스케줄, 기중

및 부대서비스, 과거탑승경험을 중시했고, 관광여행자는 추천 및 국적 항공사와 요금을 중시하는 것으로 나타났다. 장거리업무여행자의 경우는 노선의 다양성, 적절한 운항횟수, 스케줄의 편리성, 전용탑승수속 카운터와 라운지 운용 등을 중요시하는 것으로 밝혀졌다. 또한 여행 빈도에 따른 중요도 차이에 있어서도 추천 및 국적항공사, 운항스케줄에 유의한 결과를 나타냈다.



자료출처 : Engel. J.F., Blackwell R.D and P.W. Miniard, 1990

<그림 2-1> BEK소비자행동이론

Ostrowski and O'Brien and Gordon 은 고객 충성도에 대한 서비스질의 검토를 위해 편리한 일정, 항공권 가격, 상용고객 마일리지 보상 우대제도, 항공사 선호의 4 가지 속성요인을 활용하여 실증분석을 실시하였는데, 그 결과 규모가 비교적 큰 항공사를 이용하는 승객은 편리한 일정을 주요 요인으로 꼽았으며, 상대적으로 규모가 작은 항공사를 이용하는 승객은 항공권 가격을 항공사 선호의 주요요인으로 인식하였다. 이처럼 특정 항공사를 이용하는 승객의 형태에 따라 선택 시에 고려되는 중요도가 다르게 나타났다. White(1994)는 고객 서비스 평가조사(CASA: Customer Service Assessment Survey)를 통한 요인분석으로 71 개의 항공사 선택속성을 3 대 요인, 즉 운영과 안정성, 기내편의 서비스, 특별요금으로 분류하여 여행목적, 예약주체, 항공 여행빈도, 좌석등급에 따른 관련성을 규명하고자 하였는데, 그 결과 항공사 이용 승객들은 기내 서비스보다 운영과 안정성, 특별운임을 더 중요하게 인식하였고, 항공여행 빈도가 적을수록 특별운임을 더욱 중요시 하는 것으로 나타났다.

Ching-Fu Chen and Tsai-Fang Wu(2008)의 연구에서는 대만과 중국 시장을 대상으로 [표 2-2]에서와 같이 편도요금, 기내식, 기내오락, 예약수단, 예약변경 등의 항목으로 일반 항공승객의 항공사 선택속성에 관해 연구하였다. 그 결과로, 가격의 인상폭은 판매에 부정적인 효과를 가져왔고 선택폭을 감소시킨 반면에 기내식, 기내오락, 예약수단, 예약변경 등의 다른 선택속성은 선택의 폭을 증가시켰다.

2)항공사선택 결정 과정

소비자의 구매의사 결정과정을 기초로 한 항공사 선택행동의 과정을 살펴보면 다음과 같다.

가. 문제인식

교통수단으로 항공기를 선택한 소비자가 어떠한 항공사를 최종적으로 결정하겠다는 구매의사결정을 시작하는 단계로 소비자의 여행일정, 항공요금, 목적지로의 적합한 스케줄 등을 알고 이를 해결하기 위한 필요성을 인식하는 단계이다.

나. 정보탐색

항공사 선택 문제를 인식한 소비자는 항공권구매를 위해 그들의 욕구와 필요를 충족시킬만한 대안들을 찾기 위한 정보탐색을 시작한다. 소비자 스스로의 내적탐색을 통하여 과거의 비행경험 혹은 저장되어있는 기억속의 정보를 수집하게 된다. 이것이 불충분할 경우 여행사, 항공사홈페이지, SNS, 채널여행, 가이드북, 주변의 지인들과 같은 외적탐색을 통해 소비자가 필요로 하는 정보를 얻게 된다.

다. 대안평가

소비자는 항공사선택을 위한 요인으로 가격, 적합한 시간, 다양한 노선, 항공사브랜드인지도, 안정성 등과 같은 다양한 요인들을 소비자가 처한 상황과 계획된 여행 일정에 맞추어 각 항공사들을 비교평가하게 된다.

라. 구매

소비자는 대안으로 선택 가능한 다양한 항공사들을 평가하여 항공권

구매의사 결정을 하게 된다. 그러나 이 단계에서 반드시 항공여행을 하는 승객 스스로가 항공권을 구매하는 것만은 아니다. 소비자의 항공여행 형태에 따라 항공권구매를 여행사가 일임을 할 수도 있으며 직장이나 주변의 지인이 결정을 하기도 한다. 그러나 우리나라 항공여객은 1~2회의 경험자의 경우 항공사 결정을 여행사에 일임하는 경향이 있고 여행빈도가 많아질수록 자신이 직접 결정하는 것으로 나타났다(정익준, 1992).

마. 구매 후 평가

이 단계는 소비자가 최종 선택한 항공사의 항공기를 이용하여 목적지까지 이동한 경험 후 만족과 불만족에 관한 평가를 한다. 항공사는 소비자의 평가를 통해 피드백과정으로 ‘선택과 집중’의 마케팅전략이 필요하다. 항공사이용에 만족한 소비자는 항공사의 충성고객이 될 수 있도록 소비자가 만족한 요인은 항공사의 장점으로 선택하여 집중 마케팅을 하며 항공사 이용 후 불만족을 느낀 소비자에게는 불만족요인이 무엇인지 파악하고 이에 관한 집중적인 관리로 소비자의 불만족을 최소화할 수 있도록 해야 한다.

3. 항공사선택속성 연구동향

1)항공사선택속성과 중요도와 만족도에 관한 연구동향

정익준(1992)은 항공사 이용객의 중요도와 만족도 속성을 파악하기 위하여 국내항공사를 이용한 승객 132명을 대상으로 항공여객의 여행목적, 항공노선별 여행 빈도에 따른 항공사속성의 중요도 및 만족도에 관하여 조사하였다. 28개의 항공사속성을 사용하여 7개의 속성으로 분석한 결과 여행목적에 따른 시장세분화의 경우에 상용·업무여행객은 운항스케줄과 운항기종 및 부대서비스 그리고 구진 및 탑승경험을 중요시 하는 것으로 나타났다. 특히 장거리 상용여객은 노선의 다양함, 적절한 운항빈도, 운항스케줄의 편리성 및 전용 탑승수속카운터와 공항라운지 운영 등을 중시하는 것으로 나타났고, 이용 빈도에 구별 없이 기내서비스 및 정시·안전운항요인, 예약정보 및 수하물 인도요인 등이 중요한 요인으로 나타났다.

지원식·방상범(2005)은 국제선을 이용하는 승객 203명을 대상으로 20

개의 선택속성을 토대로 기내서비스요인, 경제성요인, 탑승경험요인, 항공 이미지요인, 부대서비스요인, 신뢰성요인의 6개 요인을 도출하여 고객만족과의 영향관계를 파악하였다. 위 6가지 요인 중 부대서비스요인을 제외한 5가지 요인 모두 고객만족에 영향을 미치는 연구결과를 보였다.

2)항공사전선택속성의 IPA 국내 연구동향

김홍범·김경숙(1997)은 항공사 선택속성별 중요도와 만족도를 분석하여 그에 따른 경영성과를 규명한 것으로 김포공항에 입국하는 국제여객 중 내국인승객 451명을 대상으로 하여 여행목적, 이용좌석등급, 여행빈도, 예약주체, 운임 지불 주체, 상용고객우대서비스, 회원여부, 자국승무원의 탑승 등의 8가지 요인에 따른 항공사 선택요인의 차이를 조사하였다. 그 결과 여행목적 및 좌석등급, 여행빈도, 예약주체, 운임지불주체에 따라 선택요인에 있어 유의적인 차이가 나타났으며 특히 안전 및 보안요원의 서비스는 항공사 선택 시 중요하게 생각하는 요인이지만 만족하지 못하는 요인으로 나타났다.

류재숙·박연옥(2006)은 국적기를 이용하는 내국인 243명을 대상으로 IPA (Importance Performance Analysis)를 이용하여 선택 속성에 대한 중요도와 만족도의 차이를 규명하고 이에 맞는 마케팅전략을 제시하고자 하였다. 이 연구에서 이용된 선택속성은 편리한 스케줄, 마일리지제도, 항공사제휴, 신속한 수속, 안전한수하물처리, 편리한 예약, 승무원태도, 기내식, 기내영화오락, 언어소통, 유니폼, 좌석의 편안함, 기내환경, 인터넷정보서비스, A/C색상 및 인테리어, 항공기종 및 연식, 광고, 홍보, 명성, 로고, 가격이 제시되었다.

류향련(2009)은 향후 중국항공지역의 전략적 마케팅 자료로 활용하기 위해 24명의 중국항공이용객을 대상으로 5가지의 요인에 따른 27가지의 선택속성별 중요도와 만족도를 연구하였다.

3)국의 선행연구

Toh & Hu(1988)은 미국 시애틀공항 항공기 이용객 503명과 Pugetsound 지역 313개의 기업의 직원들을 대상으로 항공사 상용우대고객프로그램의 회원과 비회원의 특성 및 태도 연구를 위한 8개의 선택속성을 조사한 결과 편리한 일정, 비행시간의 엄수, 저렴한 할인요금, 승무원

의 전반적인서비스, 상용우대고객프로그램, 기내식, 기업여행담당자의 추천, 여행사직원숙성의 순서대로 선택숙성의 중요도를 제시하였다.

Kaynak & Kucukemiroglu(1993)은 미국 펜실베이니아주와 중남부 3개 도시 해외항공 여행경험자 376명을 대상으로 항공사 국적에 따른 항공사 선택을 조사한 결과 공항티켓, 카운터, 정확한 항공서비스정보, 승무원서비스, 신속한수하물처리, 편리한 항공권연결, 정시출발, 잦은 비행스케줄, 신속한 예약서비스, 기내식의 질, 무료음료제공, 경쟁사의 항공요금, 편리한 연결노선, 기내오락시설, 상용우대고객프로그램과 같은 속성을 밝혀내었다. 연구결과 항공사 선호 이유로는 해당항공사에 대한 신뢰성과 거의 탑승경험, 저렴한 가격으로 나타났다

Ostrowski, O'Brien & Gordon(1993) 등은 고객충성도에 대한 서비스 질의 검토를 위해 편리한 일정, 항공권가격, 상용고객마일리지, 모상우대제도, 항공사선호의 4가지 속성요인을 활용하여 실증분석을 실시하였다. 주요결과로 초대형 항공사를 이용하는 승객은 편리한 일정을, 중대형 항공사의 경우 항공권 가격이 주요요인으로 나타났다. 특정 항공사를 이용하는 승객에 따라 선택시 고려되는 중요도가 다르게 나타났다.

White(1994)는 고객서비스 속성의 규명을 위하여 80문항의 고객서비스 평가조사(CASA: Customerservice Assessment Survey)를 통한 요인분석으로 71개의 속성을 운영과 안전성, 기내식의 서비스, 특별요금의 3대의 요인으로 분류하여 여행목적, 예약주체항공, 여행빈도, 좌석등급에 따른 관련성을 규명하고자 하였다. 연구결과 항공승객들은 기내편이 서비스보다 운영과 안정성, 특별운임을 더 중요시하며 항공여행의 경험이 적을수록 특별운임을 중요한 요인으로 인식하는 것으로 나타났다.

<표 2-1> 항공사 선택속성의 개념

연구자/속성	선택속성 내용
정익준(1992) 12개	기내의 첨단기술, 기내식, 좌석의 안락함, 좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간, 기내 엔터테인먼트, 기내상품 판매서비스, 예약 및 발권의 편리함, 수하물 처리의 신속함과 정확성, 좌석배정, 출발 및 도착시간의 준수, 항공기 안전성, 편리한 운항 스케줄, 취항도시의 다양성
문선애(1995) 8개	좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간, 기내 엔터테인먼트, 예약 및 발권의 편리함, 초과수하물의 요금부과 수준, 항공기의 안전성, 직원들의 친

	절도, 편리한 운항 스케줄, 취항도시의 다양성
김경숙(1996) 6개	기내 개인용품 제공 서비스, 자국 승무원 유무, 예약 및 발권의 편리함, 초과수하물의 요금부과 수준, 출발 및 도착시간의 준수, 편리한 운항 스케줄
이종남(2001) 8개	예약 및 발권의 편리함, 예약 및 발권의 신속함과 정확성, 탑승수속 서비스, 출발 및 도착시간의 준수, 고객문제, 불만사항에 성심성의를 다 보임, 편리한 운항 스케줄, 취항도시의 다양성, 항공노선
마호진(2003) 12개	기내의 첨단기술, 기내식, 좌석의 안락함, 기내 엔터테인먼트, 기내 개인용품 제공 서비스, 기내상품 판매 서비스, 예약 및 발권의 편리함, 예약 및 발권의 신속함과 정확성, 탑승수속 서비스, 출국장 서비스, 좌석배정, 탑승안내방송의 명확성, 출발 및 도착시간의 준수, 고객문제, 불만사항에 성심성의를 다 보임, 항공기의 안전성, 직원들의 친절도, 편리한 운항 스케줄, 취항도시의 다양성, 항공노선
조선명(2003) 17개	기내식, 좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간, 기내 엔터테인먼트, 자국 승무원 유무, 기내상품 판매 서비스, 예약 및 발권의 편리함, 예약 및 발권의 신속함과 정확성, 탑승수속 서비스, 출국장 서비스, 수하물 처리의 신속함과 정확성, 초과수하물의 요금부과 수준, 탑승안내방송의 명확성, 출발 및 도착시간의 준수, 고객문제, 불만사항에 성심성의를 다 보임, 직원들의 친절도, 편리한 운항 스케줄, 항공노선
지원식(2005) 7개	기내 첨단기술, 기내식, 좌석의 안락함, 출발 및 도착시간의 준수, 고객문제 불만사항에 성심성의를 다 보임, 직원들의 친절도, 편리한 운항 스케줄
오은영(2006) 8개	기내 첨단기술, 기내식, 기내 엔터테인먼트, 직원들의 복장과 용모, 직원들의 자발적인 고객지원 자세, 직원들의 친절도, 직원들의 업무에 대한 전문지식, 고객 개개인에 대한 관심
Guo(1991) 13개	기내 첨단기술, 기내식, 좌석의 안락함, 좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간, 기내 엔터테인먼트, 기내상품 판매 서비스, 예약 및 발권의 신속함과 정확성, 항공기의 안전성, 직원들의 복장과 용모, 직원들의 친절도, 편리한 운항 스케줄, 취항도시의 다양성, 항공노선
Tsai(2001) 17개	기내 첨단기술, 기내식, 좌석의 안락함, 기내 엔터테인먼트, 자국 승무원 유무, 예약 및 발권의 편리함, 예약 및 발권의 신속함과 정확성, 좌석배정, 출발 및 도착시간의 준수, 고객문제 불만사항에 성심성의를 다 보임, 항공기의 안전성, 편리한 운항 스케줄, 취항도시의 다양성, 항공노선
Yeh(2003) 15개	기내 첨단기술, 기내식, 좌석의 안락함, 예약 및 발권의 편리함, 예약 및 발권의 신속함과 정확성, 수하물 처리의 신속함과 정확성, 좌석배정, 출발 및 도착시간의 준수, 고객문제, 불만사항에 성심성의를 다 보임, 항공기의 안전성, 직원들의 복장과 용모, 직원들의 자발적인 고

	객지원 자세, 직원들의 업무에 대한 전문지식, 편리한 운항 스케줄, 취항도시의 다양성
Chen and Chang(2005) 16개	기내 침단기술, 기내식, 좌석의 안락함, 기내 엔터테인먼트, 예약 및 발권의 편리함, 예약 및 발권의 신속함과 정확성, 출국장 서비스, 수하물 처리의 신속함과 정확성, 탑승안내방송의 명확성, 고객문제, 불만사항에 성심성의를 다 보임, 항공기의 안전성, 직원들의 복장과 용모, 직원들의 자발적인 고객지원 자세, 직원들의 친절도, 직원들의 업무에 대한 전문지식, 고객 개개인에 대한 관심
왕주(2008) 14개	기내식, 기내 침단기술, 기내 엔터테인먼트, 자국 승무원 유무, 기내 상품 판매 서비스, 예약 및 발권의 편리함, 예약 및 발권의 신속함과 정확성, 출국장 서비스, 수하물 처리의 신속함과 정확성, 탑승안내방송의 명확성, 출발 및 도착시간의 준수, 항공기의 안전성, 직원들의 친절도, 편리한 운항 스케줄
Alamdari (1999) 4개	좌석의 안락함, 기내 엔터테인먼트, 출발 및 도착시간의 준수 편리한 운항 스케줄
Park et al(2004) 22개	기내 침단기술, 좌석이 안락함, 좌석의 폭과 다리를 뻗는 공간, 기내 엔터테인먼트, 기내 개인용품 제공 서비스, 예약 및 발권의 편리함, 예약 및 발권의 신속함과 정확성, 탑승수속 서비스 출국장 서비스, 수하물 처리의 신속함과 정확성, 좌석배정, 초과수하물의 요금부과 수준, 출발 및 도착시간의 준수, 고객문제, 불만사항에 성심성의를 다 보임, 항공기의 안전성, 직원들의 복장과 용모, 직원들의 자발적인 고객지원 자세, 직원들의 친절도, 직원들의 업무에 대한 전문지식, 고객 개개인에 대한 관심, 편리한 운항 스케줄, 항공노선
Biegera (2007) 4개	출발 및 도착시간의 준수, 항공기의 안전성, 항공노선, 편리한 운항 스케줄
본 연구	항공권 예매, 공항서비스, 수하물·유실물처리, 기내서비스, 특별서비스, 유료부가서비스

자료출처 : 선행연구를 바탕으로 논자 재구성

제 2 절 항공사 선택속성의 중요도와 만족도

1. 중요도

서비스산업의 경쟁은 날로 치열해지고 있다. 그럼에 따라 기업들은 신규고객을 유치하는 것이 얼마나 어려운지를 깨닫고 기존 고객의 유치에 박차를 가하고 있다. 구매자가 한번 구입한 또는 방문한 곳에 대한 만족의 결과는 더욱 강한 호의적 구매 후 태도를 형성하고 더 높은 구매의도와 상표 충성의 원천이 되기 때문이다(안영면, 2000).

상품의 구매 후 구입한 관광객들은 이 상품을 경험을 통하여 만족정도에 따라 그 상품이나 기업을 재구입 하거나 재방문 한다. 이런 과정은 관광객과 기업 간에 신뢰를 쌓아 지속적인 관계를 유지함으로써 반복구매 및 추천 의사에 가장 큰 영향을 준다. 이러한 재방문과 추천의사 즉, 충성도에 관련된 선행연구를 통해 재방문과 추천의사에 관한 정의는 다음과 같다.

박진우(2002)는 소비자는 특정한 소비행위와 관련하여 다른 소비자의 경험을 전해 듣거나 그러한 경험으로부터 정보를 획득하게 되며 소비자는 상업광고 보다는 친구나 이웃 가족 등의 인적정보원 구전커뮤니케이션으로부터의 정보를 더욱 신뢰하는 경향이 있다고 하였다. 김소형(2001)은 구전 추천의사는 개인의 직·간접적인 경험을 통한 긍정적 혹은 부정적 내용의 정보를 소비자들 사이에 비공식적으로 교환하는 커뮤니케이션 행동과 정으로 정의 하였다. 이유재(2004)는 구전은 대면 커뮤니케이션보다 더 큰 효과가 나타나며 구전 커뮤니케이션은 생생한 경험을 기초하여 보다 확실한 정보를 얻게 해준다. 또한 구전은 기업이나 마케팅과 관련되지 않은 정보원에 기초하여 소비자들은 구전이 기업의 마케팅활동에 의한 다른 커뮤니케이션 보다 믿을 만하다고 생각할 수 있다고 언급했다. 마지막으로 창적·강미라(2006)는 부정적인 구전에 대해서 고객 불만 또한 구전에 관한 개념은 연구자에 따라 약간씩 정의를 달리하고 있지만 사람의 입에서 입으로 전해지는 정보의 흐름이라는 커다란 맥락은 공통적인 견해라는 것을 제시하였다.

항공사 선택속성에 있어서 고객만족과 재방문의도 추천의도에 관련된 선행연구를 보면 장호찬(2000)은 선택속성의 관여도와 그에 따른 재방문

의사의 관계에 관한 연구에서 사람들이 지니고 있는 “지속적인 흥미, 쾌락, 중요성” 등 3개의 요인으로 축약된 관여도가 재방문의사에 유의한 영향을 끼치며 “자아성취”나 “표현”, “중심성”에 관련된 관여도 요인은 재방문의사와 관련성이 없음을 밝혔으며 김준범(2005)은 재구매 의도란 고객이 전에 이용했던 특정지역의 관광지를 방문하여 호텔 및 여타부대시설을 재이용할 것인가를 의미하며 구전은 다른 매체를 통해서 전달되는 것보다 더 강렬한 효과를 지니게 되는 것이라 하였다. 특히 항공사 고객들은 관광지 방문 전 또는 후에도 다른 사람의 경험 및 과정에 관한 구전 메시지를 중요시 여기는 경향이 있다고 하였다. 이는 관광지 방문에 동기부여가 이루어질 경우 경험자의 충고나 참고자료 등에 더욱 의지하게 되기 때문이다.

서현(2006)은 항공사 이용객의 지각된 가치가 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향연구에서는 금전적 가치, 사회적 가치, 거래가치가 획득가치나 감정적 가치 보다 고객들이 만족과 재방문의도, 추천의도에 강한 영향을 미치고 있음을 밝혔다.

항공사의 재구매 의도는 고객이 특정지역을 이용할 경우 현재 이용 중인 상품을 재이용할 것인가의 여부를 의미한다. 항공사 방문객에게서의 재방문의미는 항공사 고객창출 및 경영이익과 바로 연결되는 것이며 이용객들 자신이 항공사를 통해 얻어지는 거래적인 측면이 나이를 통해 느끼는 감정 및 사회적인 측면이 좋다고 느낄 때 만족 재방문 추천의도에 호의적 태도를 보임을 의미한다.

본 연구에서 항공사 선택속성을 중요도와 만족도의 두 가지로 나누어 정리 하였는데 중요는 “과거경험에 기반을 두고 항공기종 및 엔터테인먼트시설 등과 같은 교환관계를 지속하려는 태도나 행동”으로 정의하고 만족도는 “항공사 이용객들의 항공 이용 전·후 서비스나 제품의 구매 후 긍정적인 혹은 부정적인 느낌과 이미지를 친구, 이웃, 가족 등에게 전하고자 하는 의도”로 정의 하였다(이승륜, 2007).

2. 만족도

만족(Satisfaction)은 마케팅개념의 핵심적 요소로 마케팅연구자와 실무자 모두에게 중요한 관심사로 Cardozo(1995)의 연구이후 많은 학자들이 연구하고 있다. 그 결과로 만족에 관한 개념은 더욱 학문적으로 발전되어 왔으며 기업에서 이를 바탕으로 만족의 극대화를 위해 많은 노력을 기울이고 있다(김세미, 2011). 기업의 목적은 제품이나 서비스를 통한 가치창출로 고객을 만족시키는데 있다. 고객은 제품을 사용하면서 만족감을 얻으며 제조업이 서비스화 되어가면서 고객은 서비스의 가치에도 관심을 두고 있다. 또한 제품을 판매하는 기업의 사회적 이미지는 고객이 제품을 구매하는데 영향을 미친다. 고객들은 전형적으로 제품서비스, 이미지의 세가지 요인에 의해 만족감을 얻는다(강병서, 2007). 기업경영에 있어서 중추적인 개념인 고객만족은 자신의 요구와 기대에 부응한 제품과 서비스를 이용한 고객으로부터 얻어진 결과로 사전의 기대감이 충족된 정도를 말한다. 고객의 욕구와 필요에 의해서 생겨난 기대를 충족시키면 고객은 제품 및 서비스를 재구매하여 고정고객이 됨으로써 고객 충성도를 높일 수 있다(강병남, 2008).

미국 마케팅학회에 따르면 “고객만족은 소비자의 필요와 요구에 의해 기대를 충족시키거나 초과할 때 만족이 발생하고 역으로 기대에 미치지 못할 때 불만족이 발생 한다”고 정의하고 있다.

Westbrook and Oliver(1994)는 고객만족이란 소비자들이 제품이나 서비스를 비교 평가 구매하는 일련의 과정에서 그들이 얼마만큼 호의적 또는 비호의적 감정을 경험하느냐 하는 것으로 상품이나 서비스에 대한 사전기대보다 실제 사용경험에 대한 만족이 크거나 높은 것이라고 할 수 있다. 여기서 말하는 기대를 Olson & Dover는 제품에 대한 사용 전의 신념이라고 하였으며, 경제적 활동을 설명하고 이해하는데 중요한 요소로 간주하였다.

Engel & Blackwell(1982)는 대안적인 것과 관련된 사전신념이 일치하는 선택된 대안의 평가로 정의하였다. 또한 Anderson(1973)은 고객만족은 기대와 지각된 제품성과의 일치, 불일치로 정의 하였으며, Zeithaml & Berry(1994)는 고객의 욕구와 기대에 부응하여 상품 및 서비스의 재구매

가 이루어지고 고객의 신뢰감이 연석되는 상태라고 정의하였다.

고객만족의 정의는 두 가지 이론이 제시되고 있다. 즉 고객만족을 소비경험으로부터 얻어진 결과로 정의할 수 있고, 평가과정에 초점을 맞추어 고객만족의 개념을 정의할 수 있다. 고객만족을 소비경험의 결과로 간주하는 입장에서는 “소비자가 경험한 희생에 대해 적절하게 혹은 부적절하게 보상받았다고 느끼는 인지적 상태”나 “구매한 특정제품이나 서비스 소매상 혹은 쇼핑 및 구매행동과 같은 개념적 행위에서 유도된 정서적 반응” 혹은 “기대에 대해 불일치를 경험하는 경우의 감정과 소비경험에 대해 사전적으로 소비자가 갖는 감정이 복합적으로 야기 시키는 전체적인 심리적인 상태” 등으로 정의할 수 있다. 이와는 대조적으로 고객만족을 평가과정에 초점을 맞추는 입장에서는 “소비경험이 최소한 기대한 것 이상이라는 평가”와 “선택된 대안이 사전에 갖고 있던 신념과 일관성을 가진다는 평가” 그리고 “제품에 대한 기대치와 실제 소비 후에 얻어진 효과의 실현정도로써 실제성과와 기대했던 결과 간의 일치” 등으로 정의를 내릴 수 있다.

Howard and Sheth(1969)는 고객만족을 소비경험의 결과로 간주하는 입장에서 소비자가 경험한 희생에 대해 적절하게 혹은 부적절하게 보상받았다고 느끼는 개인적 상태라고 주장하였다. Oliver(1997)은 기대에 대해 불일치를 경험하는 경우 감정과 소비경험에 대해 사전에 소비자가 지닌 감정이 복합적으로 야기 시키는 전체적인 심리적 상태로 정의하고 있다.

대체로 많은 연구들에서 다양한 만족의 정의는 두 형태로 서술되고 있다. 그 하나는 서비스접점만족이고 다른 하나는 전반적인 만족이다. 서비스접점만족은 특정 조직에서 모든 접점과 경험에 기초한 조직에 대한 소비자의 전반적인 만족·불만족으로 정의한다. 따라서 서비스접점만족과 전반적인 만족에서 차이가 있다고 했다. 이 정의는 만족·불만족의 개념에 기초하고 있다. 서비스접점만족은 “불연속적인 서비스접점에서 소비자의 만족·불만족”이다. 전반적인 서비스만족은 “특정조직에서 모든 접점과 경험에 기초한 조직에 대한 소비자의 전반적인 만족·불만족으로 정의한다. Hunt는 “소비경험이 최소한 기대한 것 이상일 경우” 고객만족으로 정의를 내렸고, Kathryn & Hathcote(1994)는 고객만족이 고객의 기대에 얼마나 잘 부합하는 서비스를 제공하느냐에 달려 있으며 나쁜 고객서비스는 장단기적인 비용발생과 유의한 관련성이 있다고 주장하였다.

Engel & Blackwell(1982)은 대안적인 것과 관련된 사전 신념과 일치하는 대안의 평가로 정의하였다. 또한 Anderson(1973)은 고객만족은 기대와 지각된 제품성과의 일치·불일치로 정의하였으며, Zeithaml & Berry(1994)는 고객의 욕구와 기대에 부응하여 상품 및 서비스의 재구매가 이루어지고 고객의 신뢰감이 연속되는 상태라고 정의하였다. 최병용(1994)은 소비자들의 구매과정에 착안하여 고객의 만족요인은 제품 관련적 만족, 처리 관련적 만족, 사회심리적 만족, 구매 후 만족의 네 가지로 분류 하였으며 구체적인 내용은<표2-2>와 같다.

<표 2-2> 만족의 개념

만족요인	만족항목
제품 관련적 만족	원가, 품질, 견고·내구성, 성능, 미관적 질
처리 관련적 만족	편의·접근성, 정보의 존재, 판매원조, 결정 분석, 대안의 존재, 개인적 대우
사회 관련적 만족	사회심리적 필요와 욕구의 기대 사회심미적 필요와 욕구의 기대 이미지 일관성 라이프스타일의 기여
구매 후 만족	서비스편의·접근성, 환경적 조화

자료: 최병용(1994) 소비자행동론, 박영사. 618-619

제 3 절 항공사 비교

1. 아시아나 항공(ASIANA AIRLINES)

1988년 2월에 설립된 아시아나항공은 설립 당시 상호는 서울항공이었으나 같은 해 8월 아시아나항공으로 명칭을 변경했다. 1988년 12월 서울-부산, 서울-광주 노선을 시작으로 국내선 운항을 시작하였다. 1989년 12월 서울-샌다이 국제선 전세기가 첫 운항하였고, 1990년 1월 서울-도쿄 간 노선을 취항하며 국제선 운항을 시작하였다. 이후 1990년 동남아 노선 취항, 1991년 미주 노선 취항, 1994년 중국 노선을 취항하였으며 1995년에는 유럽 노선을 취항하며 노선 망이 전 세계로 확대되었다. 1995년부터는 세계 최초로 전 노선 기내금연을 실시하였다. 2000년 6월13일 남북정상회담 때 국내 민간항공기로는 처음으로 대통령 및 수행원, 공동취재단 등을 태우고 서울-평양 간 직항로를 거쳐 평양 순안공항에 도착하는 기록을 남겼다.

아시아나항공은 2003년 3월 세계적인 항공 동맹체인 스타 얼라이언스에 공식 회원으로 가입했다. 2007년 6월 현재 항공기 59대를 보유하고 있으며, 국내선 12개 도시 16개 노선, 국제선 여객 17개국 62개 도시 75개 노선, 국제선 화물 14개국 22개 도시 22개 노선에 취항하고 있다. 아시아나항공은 금호아시아나그룹 산하에 있다.

<표 2-3> 아시아나항공사 개요

회사명	아시아나항공 주식회사
창립일/자본금	1988년 2월 17일 / 8,839억
업종	항공운수, 토목, 건축, 설비, 전기, 통신, 로고상품, 관광, 호텔, 교육, 기내식 제조판매, 전자상거래, e-business
항공기 보유수	84대 ('14년 7월 기준)
운항노선	국내선 12개 도시, 14개 노선 국제선(여객) 23개 국가, 74개 도시, 89개 노선 국제선(화물) 13개 국가, 27개 도시, 25개 노선
공동운항	일본, 중국, 중앙아시아, 러시아, 동·서남아시아, 미주, 대양주, 유럽, 캐나다, 중동, 아프리카 등
제휴항공사	1997년 5월 14일 설립된 최초의 항공 동맹이며, 제휴동맹체중 가

STAR ALLIANCE	장 큰 규모를 가지고 있다. 2013년 3월 현재 194개국 1,290여 도시에 취항중이며 27개의 회원항공사가 있다. 에어라인(슬로베니아), 에게안항공(그리스), 에어캐나다(캐나다), 에어차이나(중국), 에어뉴질랜드(뉴질랜드), ANA전일본공수(일본), 아시아나에어라인(대한민국), 오스트리안(오스트리아), 아비앙카에어라인(콜롬비아), 브뤼셀에어라인(벨기에), 코파에어라인(파나마), 크로아티아에어라인(크로아티아), 이집트에어(이집트), 에티오피아에어라인(에티오피아), LOT폴리쉬에어라인(폴란드), 루프트한자(독일), 스칸디나비아에어라인(북유럽3국 스웨덴, 노르웨이, 핀란드 합작), 심천항공(중국), 싱가포르에어라인(싱가포르), 사우스아프리카에어웨이(남아프리카공화국), 스위스에어(스위스), TAM(브라질), TAP포르투갈(포르투갈), 타이항공(태국), 터키쉬에어라인(터키), 유나이티드항공(미국), U·S에어웨이(미국)
자회사	에어부산

자료출처 : 아시아나항공 홈페이지

1988년 '최고의 안전과 서비스를 통한 고객 만족'이라는 경영이념으로 창립된 아시아나항공은 전 세계에 색동날개를 펼치는 글로벌 항공사로 성장하였습니다. 색동 고운 날개만큼이나 아름다운 미소, 참신하고 정성어린 서비스로 고객에게 다가가는 아시아나 항공은 최신 설비로 안전을 최우선으로 추구하며 미래를 향한 비상을 계속하고 있다.

아시아나항공은 최고의 서비스를 통한 고객만족을 핵심 역량으로 정하고, 업계 최고 1등의 기업 가치를 창출하는 아름다운 기업으로서의 역할을 다하고자 끊임없는 노력을 기울이고 있습니다. 또한 윤리, 환경, 상생경영 및 사회공헌에 이르기까지 기업의 사회적 책임을 다하여 지속 가능한 성장을 추구하는 세계 최고의 항공사이다.

<표 2-4> 아시아나항공 보유 현황

항공기종	내용
A380-800 2대, 495석	A380은 AIRBUS社의 차세대 주력 모델로서 큰 규모뿐만 아니라 안전하고 효율적인 운항으로도 명성을 쌓고 있는 항공기입니다. 20층 높이 아파트에 맞먹는 길이인 72미터, 2층으로 구성되고 총 24미터 높이의 아시아나 380은 에어버스사의 이전 대형 여객기에 비해서도 약 10~20미터 가량 더 큰(참고 A330기종 길이 63.7m, 높이

	16.84m) 규모감을 자랑합니다.
B747-400 2대, 359석	보잉 747-400은 767시리즈를 통해 이미 그 성능의 우수함이 증명된 조종 장비를 더욱 발전시킨 최첨단 조종 장치를 장착하고 있습니다. 특히 양 날개 끝에 수직으로 부착한 윙릿(Winglet)은 공기역학적 기능을 통해 화물 적재량을 증가시켜줄 뿐 아니라 항속 거리도 늘려주는 역할을 하는 새로운 디자인입니다.
B747-COMBI 2대, 264석	
B777-200ER 12대, 246/300석	보잉777-200ER은 보잉사에서 제작한 최첨단 항공기로 9만 5천 파운드의 추진력을 가진 2대의 엔진을 장착, 14시간 논스톱 운항이 가능해 서울과 호놀룰루, 시애틀, 대양주, 유럽 간을 무기착 운항할 수 있습니다. B777-200ER의 최대이륙 무게는 286.9톤이며 최대 300명의 승객을 태울 수 있습니다.
B767-300 7대, 250/270석	보잉사가 제작한 B767-300은 1986년 하반기 첫 운항을 시작한 쌍발 제트 여행기입니다. 최대운항속도는 853km, 최대운항거리는 7,538km, 길이 54.94m, 높이 18.8km 이다.
A330-300 15대, 290/275석	AIRBUS 사가 개발한 최신행 항공기로서 중장거리 노선 운영에 최적화 되어있는 기종입니다. 수평에 가까운 전자동식 좌석으로 좌석간 간격도 58인치에 이르는 침대형 좌석 프리미엄 비즈니스 클래스 시트'가 장착되어 있습니다. 또한 15인치 개인 모니터가 부착돼 오디오, 비디오 등을 자유롭게 즐길 수 있는 등 최신 인테리어 스타일과 최첨단 엔터테인먼트 시스템을 제공합니다.
A321-100 2대, 200석	A321 시리즈는 에어버스사가 개발한 최신행 항공기로 최첨단 장비를 갖추고 있는데 특히 비행코스 뿐만 아니라 고도까지 자동 관리합니다. 최대 이륙무게는 78톤이며, 승객은 A321-100은 200명을, A321-200은 177/195명을 태울 수 있습니다.
A321-200 21대, 177/195석	
A320-200 10대, 156/162석	A320은 A321과 더불어 중·단거리 노선에 최적화 된 항공기로서 최대항속거리 5,908km입니다. A320은 여객기로서는 처음으로 플라이 바이 와이어(fly-by-wire) 시스템을 장착한 항공기로 모든 비행 시스템을 철저히 하이테크화하여 갖가지 첨단 장치를 과감하게 채용함으로써 최신 항공기의 선구자 역할을 담당하였습니다
B747-400	화물기 10대
B767-300	화물기 1대

자료출처 : 아시아나항공 홈페이지

2. 싱가포르항공(Singapore Airlines Limited)

1947년 5월 민간자본으로 설립한 말라얀 항공에서 출발하였으며, 현재 싱가포르의 국적항공사이다. 국제항공운송협회(International Air Transport Association/IATA) 코드는 SQ, 국제민간항공기구(International Civil Aviation Organization/ICAO) 코드는 SIA이다. 싱가포르 항공의 역사는, 말레이안 항공(Malayan Airways)이 싱가포르와 쿠알라룸푸르, 이포, 페낭을 연결하는 상용비행을 처음 시작했던 1947년 5월로 거슬러 올라갑니다. 1963년에 말레이시아 항공, 1966년에 말레이시아-싱가포르 항공으로 명칭이 변경되었고 1972년 말레이시아 항공과 싱가포르 항공 두개의 회사로 분리되었다. 싱가포르 항공은 A380기로 첫 상업 비행을 시작했다. 싱가포르 창이 공항을 허브 공항으로 동남아시아, 동아시아, 남아시아에서 두각을 나타내고 있다. 세계에서 가장 긴 상업용 직항 노선 2개(싱가포르-뉴욕 간, 싱가포르-로스앤젤레스 간)를 포함하여 태평양을 횡단하는 항로를 운항하고 있다.

2009년 기준(국제항공운송협회 집계)으로 여객수는 연간 1,632만 2,000명(세계 29위), 화물 수송량은 110만 6,000톤(세계 7위)이다. 2009년 현재 조종사 2,586명을 포함해 총 1만 4,502명의 종업원이 근무하고 있다. 보유 항공기 대수는 105대이며, 66곳으로 취항하고 있다.

<표2-5> 싱가포르항공사 개요

회사명	Singapore Airlines Limited
항공기수/직원수	총 106대 보유 / 14,515(2014. 2월 기준)
연간 승객수	1,829.3 만명 (2014. 2월 기준)
매출액 (미화)	93.8억\$
정기선 취항지 수	63편
매일 출발횟수	180편
허브공항	싱가포르 창이공항
항공기종	A380-800, B777-300ER, B777-200ER, B777-300, B777-200, A340-500, A330-300, B747-400

자료출처 : 싱가포르항공 홈페이지

싱가포르항공의 네트워크는 아시아, 유럽, 북미, 중동, 남서태평양, 아프리카 등 35개국 63개 목적지까지 네트워크가 뻗어 있다. 싱가포르 항공은 비행기의 평균연령이 이제 막 6년을 넘김으로써 대형 항공사로서는 가장 신형의 비행기를 보유하고 있습니다. 싱가포르항공은 Boeing 747-400s, 777s, Airbus A330-300s, A340-500s 를 보유하고 있으며, 2007년 10월에는 세계 최초로 A380-800을 상용 운항에 투입하였다. 그리고 싱가포르 항공은 비행기의 평균연령이 이제 막 6년을 넘김으로써 대형 항공사로서는 가장 신형의 비행기를 보유하고 있습니다. 싱가포르 항공이 운영하고 있는 기종은 MEGATOP 747, JUBILEE 777, A340-500이며, 2007년 10월에는 처음으로 A380-800을 도입했다.

<표2-6> 싱가포르항공기 보유 현황

항공기종	내용
A380-800	25대 (보유 11대, 주문 8대, 옵션 6대)
A350 XWB-900	40대 (보유 20대, 주문 20대)
B787-900	40대 (보유 20대)
B777-300ER	19대 (보유 19대)
B747-400 화물기	11대 보유
실크에어(Silk Air)	A320-200 12대, A319-100 6대
총 항공기 대수	106대

자료출처 : 싱가포르항공 홈페이지

탁월한 고객서비스는 싱가포르 항공이 성공하는 데 필수적인 요소였습니다. 최고의 기내 서비스는 고객 서비스의 토대입니다. 싱가포르 항공은 항공업계의 방향을 끌어가는 선도자로서의 명성을 얻고 있으며, 싱가포르 항공이 주도해 온 혁신적인 서비스로는 최초로 헤드셋을 무료 제공, 1970년 대에 이코노미 클래스에서 식사와 음료를 선택할 수 있도록 했다.

또한 1991년에 최초로 인공위성을 통한 기내전화 서비스를 제공했다. 싱가포르항공은 2004년 세계에서 가장 긴 논스톱 노선인 싱가포르-뉴욕(뉴워크) 상용 노선을 도입함으로써 새로운 항공 역사를 기록하였다.

싱가포르항공은, 싱가포르 걸로 상징되는 싱가포르항공이 고객께 제공하는 서비스로써, 21년 연속 Conde Nast Traveller가 선정한 "세계최우수 항공사", 14년 연속으로 Travel and Leisure가 선정한 "최우수국제항공사", 그리고 월스트리트 저널 아시아가 17년 연속 선정한 "가장 존경 받는 싱가포르 회사" 등 많은 수상 실적을 보유하고 있다.

제 4 절 IPA 분석

1. IPA(Importance- PerformanceAnalysis)의 개념

IPA는 1970년대 처음으로 연구한 Martilla & James(1977)는 소비자 만족이 제품에 대해 느끼는 소비자의 기대감과 제품속성의 활용도에 대한 판단에 따라 결정된다고 보고 소비자의 의견조사에 의한 경영진단 기법을 제안하였으며 자동차사업의 성취도를 분석하기 위하여 IPA모형을 적용하였다. 그 후에 건강·마케팅·은행·교육·스포츠·심리학 등 여러 분야에서 활용되었으며(Martilla & James, 1977), 환대산업 분야에서는 서비스 평가하고 개선점을 찾아내기 위한 방법으로 응용하였다(이형래, 2005).

IPA분석은 사용이 간편하고 결과해석이 용이하며 문제 제시가 명확하다는 점에서 활용도가 매우 높다(안세길, 2008). IPA란 이용객의 만족도를 파악하기 위하여 사용 전에는 각 요인들의 중요도와 이용 후에는 만족도를 사용자가 스스로 평가해 봄으로써 각 요인별로 상대적인 중요도와 만족도를 동시에 비교하고 분석할 수 있는 평가방법이다(Hammitt, 1996).

IPA분석은 고객들이 중시하는 요소와 이들 요소에 대한 고객의 만족도를 매트릭스상의 좌표로 표시하여 식별하는 방법으로 고객만족은 특정 속성에 대한 고객의 기대수준과 그러한 속성에 대한 실행도에 의해 결정된다고 보는 것이다(기기철, 2005). 중요도와 만족도의 두 개념적인 2차원 격자도의 분석이 가능하여 이를 통해 불필요하게 많은 자원이 배분된 마케팅 수행도를 규명할 수 있고, 그와 함께 마케팅프로그램에 대한 소비자의 만족도를 평가할 수 있는 도구이다(김현아, 2008). IPA기법의 또 다른 장점은 적은 비용과 보다 쉬운 기술로 기업에서 원하는 마케팅 전략수립이 가능하다는데 있다. 고객만족도 조사를 위해 두 가지 2차원의 조사가 진행되는데 X축에 사용되는 속성이 중요도와 Y축에 사용되는 실제 성취도 만족도를 조사하게 된다. 고객은 특정한 속성이 기업의 서비스나 제품을 평가하는데 얼마나 중요한 요인인가를 스스로 평가하게 하고 동시에 특정제품이나 서비스가 이러한 요소들을 얼마나 잘 달성하고 있는가를 평가하게 한다. 이때 규명되는 속성은 분석결과의 유용성을 판별하는데 결정적인 역할을 하게 되기 때문에 기존 자료와 유사조사에 대한 면밀한 검토를 필요로 하게 된다(김문구, 2006).

제1사분면 (좋은 실행도 지속 유지: keep up the good work) : 중요도와 성취도가 모두 높은 분야로서 서비스나 제품이 경쟁력을 가지고 있는 경우를 의미한다. 이러한 경우 기업은 상대적 우위를 계속 유지하기 위해 노력 하게 된다. 아울러 이러한 속성은 특정기업이나 제품이 가지고 있는 차별적 우위요소로 작용하여, 마케팅에 적극 활용하는 속성이 되며 따라서 유지 강화가 필요한 영역이다.

< 중요도 >

제 2사분면 과잉 노력 지양 (possible overkill) 높은 중요도 낮은 만족도	제 1사분면 좋은 성과 지속유지 (keep up the good work) 높은 중요도 높은 만족도
제 3사분면 낮은 중요도 (low priority) 낮은 중요도 낮은 만족도	제 4사분면 노력집중화의 지향 (concentrate here) 낮은 중요도 높은 만족도

< 만족도 >

<그림2-2> IPA 매트릭스

제2사분면(과잉 노력 지양 : possible overkill) : 만족도는 높게 나타나며 중요도가 낮은 경우이다. 즉 이러한 속성을 위해 투입된 노력은 다른 분야에 투입된다면 보다 좋은 효과를 가져 올 수 있는 경우이다. 중요하지 않은 속성에 대해 과잉투자가 이루어지고 있는 경우라 할 것이다. 그러나 이러한 요인에 대한 높은 만족도가 적은 투입을 통해서 이루어진 것이라면 지속적으로 유지해 줄 필요가 있다.

제3사분면(낮은 우선순위 : low priority) 중요도와 만족도 모두 낮은 경우이다. 이러한 분야에 추가적인 자원을 배분할 필요성은 상대적으로 매우 낮다. 이 경우는 재원의 가용여부에 따라 투자 여부가 결정될 수 있다.

제4사분면(노력 집중화의 지향 : concentrate here) : 소비자들이 매우 중요하게 생각하는 속성임에도 불구하고 서비스나 제품의 만족도는 낮은 경우를 의미한다. 즉 서비스나 제품의 입장에서는 만족도 수준을 높이기 위해 가장 집중적으로 투자되어야 할 분야이며 최소한의 투자로 최대의 효과를 거둘 수 있는 분야이기도 한다. 반면에 이러한 문제를 계속 방치해둘 경우 기업이 위기를 초래할 수 있는 문제이기도 하다. 따라서 이를 노력 집중화가 필요한 영역이다(권동극, 2011). IPA 매트릭스모형과 중요도 만족도에 대한 해석기준은 <그림2-3>에 제시 되어 있는바와 같다.

위에 IPA분석을 통해서 경영자들이 차이가 발생하는 요소들에 대해 어떤 요소가 과잉투자 혹은 과소투자 되었는지를 파악하도록 해주어 효과적인 전략을 찾아내는데 유용하게 사용될 수 있다.

2. IPA를 활용한 항공사 선택속성 연구동향

항공사 선택속성에 관한 연구는 시장의 세분화를 통한 고객의 욕구를 파악하고, 이를 통하여 효과적인 마케팅 방안을 마련하기 위하여 소비자 즉, 항공 승객의 선택속성을 파악하는 연구는 활발하였다. 그러나 항공사의 주요 판매 경로인 여행사의 관점에서 항공사 선택속성에 관한 연구는 미흡한 실정이다.

김기중(2005)은 수도권 예약담당자를 중심으로 항공사 선택속성의 중요도에 관하여 실증분석을 실시하였다. 항공사 선택속성을 예약시스템/환경, 항공사의 지원, 항공사 영업직원, 고객의 요구, 회사의 정책적인 권유,

편리한 스케줄, 거래항공사 우선, 과거 안 좋은 감정 등 8개 요인으로 설정하였다. 실증분석 결과 항공사의 영업직원에 관한 속성이 여행사 예약 담당자의 항공사 선택에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 그 다음으로 항공사의 지원과 예약시스템/환경이 항공사 선택의 중요 요인으로 조사되었다. 또한 항공사 선택속성의 세부요인은 신속한 좌석확보 여부, 항공사 영업직원의 영업능력과 신속하고 저렴한 항공요금 지원이 중요한 요인으로 분석되었다.

김재원(2001)은 여행사에서 고객을 접객하여 항공스케줄을 선택할 때 중요시되는 선택속성을 파악하고자 하였는데 항공사의 마케팅 활동이 긍정적이고 효과적일수록 여행사의 해당 항공사에 대한 인식이 제고되어 선택의 빈도가 높아질 것이라는 연구모형을 설정하고 부산지역 여행사를 중심으로 실증분석을 실시하였다. 항공사의 마케팅 활동을 독립변수로 설정하고, 여행사와 항공사 선택을 결과 변수로 설정하였으며, 항공사의 마케팅 활동요인을 항공운송서비스, 항공요금, 판매경로, 커뮤니케이션, 항공사 종사원의 서비스 등 5개 요인으로 설정하였다. 실증분석 결과 항공사의 운송서비스와 관련한 편리한 운항스케줄, 안전운항, 정시운항 및 여유 있는 좌석공간에 대한 촉진 프로그램이 항공사 선택에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 항공사 직원의 신속하고 친절한 예약 및 발권 서비스, 항공사 직원의 전반적인 업무수행 능력, 기내 승무원의 친절성 등이 항공사 선택에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

유향연(2009)은 중국 국제선 승객 324명을 대상으로 항공사 선택속성의 중요도와 만족도에 관하여 실증분석을 실시하였다. 항공사 선택속성을 고객지원 서비스, 예약·발권 및 공항 서비스, 기내 서비스, 고객편의 서비스, 기타 서비스로 분류하여 중요도를 분석한 결과 기타 서비스, 고객지원 서비스, 기내 서비스, 예약·발권 및 공항 서비스 순으로 승객 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 고객지원 서비스, 기내 서비스, 예약·발권 및 공항 서비스가 재 구매의도에 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 또한 세부 요인으로 항공기의 안전성, 운항의 정시성, 탑승수속의 신속함과 정확성, 탑승수속 서비스, 출국장 서비스, 승객불만 처리 태도, 직원들의 업무지식 등이 중요한 요인으로 조사되었다.

조선명(2003)은 고객의 욕구과악을 바탕으로 항공사의 차별화된 경쟁 전략 및 마케팅을 수립하기 위해 항공 이용자들의 인구통계학적 특성과 항공이용 특성별로 승객의 서비스 중요도 및 만족도에 차이를 나타내는데 이 차이를 통해 선택속성에 대한 고객만족도를 파악하여 승객의 항공여행 후 행동에 관해 연구하고자 하였다. 인천공항을 통해 출입국한 국내 K항공의 국제선을 이용한 경험이 있는 내국인 273명을 대상으로 연구를 실시하였다. 항공사의 중요 선택속성 변수 30개 중 공통성이 낮은 변수 9개를 제외하고 21개의 변수를 사용하여 요인 분석한 결과 예약과 운항 일정, 기내서비스 및 기내환경, 부대서비스, 항공운임 및 상용고객우대서비스, 기외서비스, 항공사와 항공기 등 6개의 요인을 도출하였다.

오세훈(2006)은 국내선 항공사를 선택하는 이용객의 선택속성을 계층화 분석기법을 활용하여 선택요인들을 도출하고 체계적인 서비스 요인의 분석을 하고자 하였다. 그리고 이 세부적인 선택속성 중에서 어느 부분이 이용자의 요구수준이 높은 가장 중요한 요인인지 측정하였다. 국내 6대 공항에서 국내선 항공편을 이용한 경험이 있는 내국인을 대상으로 260부의 설문지를 배포하여 총 167부를 대상으로 계층화분석기법을 적용하였다. 계층구조의 상위 단계에는 예매서비스, 공항서비스, 기내서비스, 부대서비스, 마케팅 등 5개의 선택변수를 선정하였고, 상위 선택변수의 속성변수로 17개의 요인을 선정하였다.

Ostrowski, O'Brien & Gordon(1993)은 고객충성도에 대한 서비스 질의의 검토를 위해 미국의 항공 승객 6000명을 대상으로 항공사 선택속성의 중요도를 연구하였다. 이 연구에서는 편리한 일정, 항공권 가격, 상용고객·마일 수 보상 우대제도, 항공사 선호 등 4개의 속성요인을 이용하였다.

White(1994)는 미국의 항공승객 299명을 대상으로 하여 80문항의 고객 서비스 평가 조사를 통한 요인분석으로 71개의 속성을 운영과 안전성, 기내편의 서비스, 특별요금의 3대 요인으로 분류하고, 여행목적, 예약주체, 항공여행 빈도, 좌석등급에 따른 3개 차원과의 관계를 연구하였다. 고객 서비스 속성을 규명하기 위한 연구 결과 항공승객들은 기내편의서비스보다 운영과 안전성, 특별성을 더 중요하게 여기며, 항공여행의 경험이 적을수록 특별요금을 중요한 요인으로 인식하는 것으로 나타났다.

항공사 선택속성에 관해서는 국내외 많은 연구자들이 항공사 선택과정

과 강희준(2009)은 서울지역 여행업체를 대상으로 여행사의 유형, 여행목적, 예약 담당직원의 특성에 따라 항공사를 선택할 때 고려하는 속성들의 중요도에 차이가 있는지를 분석하였다. 항공사 선택속성을 항공사 특성, 항공사직원 특성, 항공사 편리성, 항공요금 특성, 항공사 제공 이익 등 5개 속성 19개 요인으로 구분하여 실증 분석을 실시한 결과 여행사 유형에 따른 항공사 선택속성의 차이는 항공사 특성, 항공사 직원 특성, 항공사 편리성, 항공사 제공 이익의 선택속성에서 유의한 차이를 보였으며, 여행패턴에 따른 차이 검증 결과 항공요금 특성에는 지각의 차이가 없는 것으로 나타났다.

이민정(2011)은 인천에서 해당항공기 탑승 경험이 있는 승객 311명을 대상으로 항공사의 선택속성이 고객만족 및 재구매 의도에 미치는 영향을 연구하였다. 항공사 선택속성을 기내서비스, 부대서비스, 운항서비스, 공항서비스, 가격서비스, 예약서비스, 항공사서비스 등 7개 속..27개 요인으로 구분하여 실증분석을 실시한 결과 공항서비스 속성이 고객만족에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 항공사서비스(항공사의 명성 및 이미지, 항공기 기종)속성은 거의 영향이 없는 것으로 나타났다.

만족도·충성도와와의 관계 또는 항공사서비스품질 차원의 평가와 같은 연구들이 지속적으로 시도되고 있으나, 국내항공사와 국외항공사의 비교 선택속성에 관한 선행연구는 찾아보기 어려워 항공사선택속성에 관한 요인을 포괄적 의미로 적용할 수도 있지만 비교연구에 대한 연구도 이루어져야 할 것이다.

제 3 장 조사 및 분석방법의 설계

1. 연구과정 설정

앞서 서론에서 제시한 본 연구의 목적을 달성하기 위해서 항공사 선택 속성을 대상으로 5개 속성 40개의 선택속성 항목을 도출하여 IPA분석을 통한 실무적인 시사점들을 도출하고자 하였다.

구체적인 연구과제는 다음과 같다.

첫째, 국내항공사와 국외항공사의 선택속성의 중요도와 만족도를 조사하여 어떠한 선택속성을 더 중요하게 평가하는지 밝힌다.

둘째, 국내항공사와 국외항공사 선택속성의 중요도와 만족도를 조사를 통하여 얻어진 자료로 IPA분석을 실시하여 IPA 매트릭스를 도출한다. 이 결과를 토대로 각 속성별 실무적 시사점들을 밝힌다.

셋째, 국내항공사와 국외항공사 선택속성의 중요도와 만족도와 이용 만족도를 조사하여 어떠한 선택속성을 더 중요하게 평가하는지 밝힌다.

2. 변수의 조작적 정의

본 연구에서 분석에 사용되는 변수는 국내항공사와 국외항공사의 선택 속성과 고객행동의도로 대변되는데, 이들 변수들 간의 실증적 상관관계를 밝혀내기 위하여 다음과 같은 변수의 조작적 정의를 내린다.

1) 항공사선택속성

국내항공사와 국외항공사 선택속성이란 항공을 이용하는 이용객들이 국내항공사와 국외항공사를 선택할 때 고려하는 속성들을 말하는 것이다. 본 연구에서는 김기중(2005)의 연구를 바탕으로 소비자가 항공사를 선택할 때 고려하는 속성 28개 측정항목을 사용하였다.

3. 자료수집과 분석방법

1) 설문지의 구성

본 연구는 <표 3-1>에서 보는 바와 같이 항공사 선택속성의 중요도와 만족도를 총 28개의 설문문항을 만들었다.

<표3-1> 설문지의 구성

내 용	변 수	척 도	문 항수
인구통계학적	성별, 연령, 직업	명목, 서열	3문항
일반사항	예약 발권, 여행목적, 항공사 정보, 탑승 횟수 마일리지 프로그램, 최근 이용 항공사, 항공권 지불	명목, 서열	7문항
A 항공사 선택속성 중요도와 만족도	최신 항공 기종으로 운항, 기내의 첨단시설 편리한 운항 스케줄, 직원들의 상냥하고 친절하 태도, 다양한 항공노선(직항, 경유), 업무에 대한 직원들의 전문지식, 자발적인 고객서비스 자세 예약·발권서비스의 편리성, 예약·발권의 신속함 과 정확성, 탑승수속의 신속성, 좌석배정의 합리 성, 안전하고 신속한 수화물 인도와 처리, 인터 넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능, 마일리지 프로 그램의 정확성, 라운지 이용의 편리성, 안락한 기내 좌석, 편안하고 쾌적한 기내 분위기, 언어 구사 능력을 갖춘 승무원, 기내 승무원의 용모 및 서비스태도, 기내 엔터테인먼트 제공의 다양 성, 기내식과 음료의 맛과 질, 항공사의 인지도 및 이미지, 다양한 항공권 가격대, 비정상 운항 시 대처능력과 보상, 항공권 변경 및 취소 시 신 속한 처리, 항공기 정시성 및 비행시간 엄수, 항 공기 안전에 대한 신뢰성, 고객 불만사항에 대한 항공사의 대응	Likert 5점 척도	28문항

S 항공사 선택속성 중요도와 만족도	최신 항공 기종으로 운항, 기내의 첨단시설 편리한 운항 스케줄, 직원들의 상냥하고 친절하 태도, 다양한 항공노선(직항, 경유), 업무에 대한 직원들의 전문지식, 자발적인 고객서비스 자세 예약·발권서비스의 편리성, 예약·발권의 신속함 과 정확성, 탑승수속의 신속성, 좌석배정의 합리 성, 안전하고 신속한 수화물 인도와 처리, 인터 넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능, 마일리지 프로 그램의 정확성, 라운지 이용의 편리성, 안락한 기내 좌석, 편안하고 쾌적한 기내 분위기, 언어 구사 능력을 갖춘 승무원, 기내 승무원의 용모 및 서비스태도, 기내 엔터테인먼트 제공의 다양 성, 기내식과 음료의 맛과 질, 항공사의 인지도 및 이미지, 다양한 항공권 가격대, 비정상 운항 시 대처능력과 보상, 항공권 변경 및 취소 시 신 속한 처리, 항공기 정시성 및 비행시간 엄수, 항 공기 안전에 대한 신뢰성, 고객 불만사항에 대한 항공사의 대응	Likert 5점 척도	28문항
------------------------------	---	-----------------	------

2) 자료수집 및 분석방법

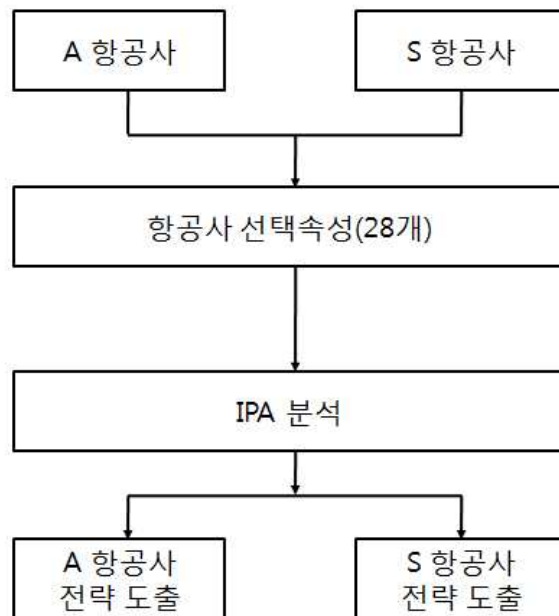
실증적 분석을 위한 자료 수집은 연구자가 직접 담당할 것이며, 응답자가 질문 시 조사목적, 조사방법, 조사내용 등을 충분히 설명할 예정이다. 2015년 1월 10일부터 2015년 4월 30일까지 국내항공사와 국외항공사를 이용한 승객들을 대상으로 300부의 설문지를 배포하여 289를 회수하였다. 수거된 설문지중 응답이 불성실하거나 미완성된 설문지 13부를 제외한 276부를 분석에 이용하였다.

설문지의 통계분석은 SPSS 22.0 프로그램을 이용하여 빈도분석과 기술분석, IPA분석 등을 실시하였다.

첫째, 표본의 일반적인 특성과 이용 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시한다.

둘째, 중요도와 만족도의 평균값을 구하기 위하여 기술 분석(Discriptive Analysis)을 실시하였다.

셋째, 앞서 구해진 항공사 선택속성의 중요도와 만족도의 평균값을 토대로 IPA분석을 실시하여 매트릭스를 도출한다.



<그림 3-1> 연구과제 설정

3) 변수의 조작적 정의

본 연구에서 분석에 사용되는 변수는 항공사 선택속성과 고객행동의도로 대변되는데, 이들 변수들 간의 실증적 상관관계를 밝혀내기 위하여 다음과 같은 변수의 조작적 정의를 내린다.

제 4 장 분석결과

1. 응답자의 일반적 특성

응답자의 일반적 특성을 살펴보면 다음과 같다. 총 설문조사자 276명 중 남자는 102명(37.0%)이며 여자는 174명(63.0%)이다. 연령으로는 20~30세 미만이 120명(43.5%)로 가장 많았으며, 그 다음으로 31~40세 미만 78명(28.3%), 41~50세 미만 48명(17.4%), 50~60세 미만 24명(8.7%), 20세 미만 6명(2.2%)로 나타났다. 그 이유는 설문조사를 한 기간이 주로 평일 낮에 실시되었으며, 공항에서 직접 설문을 하였기에 주로 20~30대의 설문이 가장 많은 것으로 조사되었다.

응답자의 직업을 살펴보면 회사원이 120명(43.5%)로 가장 많은 것으로 나타났으며, 그 다음으로 학생 84명(30.4%), 주부(무직) 24명(8.7%), 자영업 24명(8.7%), 전문직 12명(4.3%), 기술직 12명(4.3%) 순으로 나타났다. 그 이유는 해외여행을 주로 회사원이나 학생들이 방학이나 휴가를 이용하여 항공기를 주로 이용하는 것으로 나타났다.

<표 4-1> 응답자 일반적 특성

구분		빈도	%
성별	남자	102	37.0
	여자	174	63.0
연령	20세 미만	6	2.2
	20 ~ 30세 미만	120	43.5
	31 ~ 40세 미만	78	28.3
	41 ~ 50세 미만	48	17.4
	50 ~ 60세 미만	24	8.7
직업	학생	84	30.4
	회사원	120	43.5
	전문직(의사, 변호사, 교수)	12	4.3
	자영업	24	8.7
	기술직	12	4.3
	주부(무직)	24	8.7

2. 응답자의 항공사이용 특성

응답자의 항공사 이용특성을 살펴보면 항공권 예약 및 발권을 할 때에는 항공사 홈페이지를 이용한다가 90명(32.6%)로 가장 많았으며, 그

다음으로 여행사 홈페이지 이용 66명(23.9%), 항공사에 전화 48명(17.4%), 항공사에 방문 24명(8.7%), 여행사에 방문 6명(2.2%)로 나타났다. 그 이유;유는 설문 대상자들의 여행이 주로 패키지여행 보다는 개인여행으로 진행되기 때문에 여행사 보다는 항공사를 직접 이용하는 것으로 나타났다.

여행목적으로는 휴가·관광·레저가 가장 많은 234명(84.8)로 나타났으며, 그 다음으로 비즈니스·출장이 18명(6.5%), 유학·연수·취업 12명(4.3%), 친구·친지방문 12명(4.3%)로 나타났다. 대부분의; 사람들은 여행의 목적을 관광과 휴가로 쓰고 있는 것으로 나타났다.

항공사 이용 정보수집으로는 여행사와 항공사 홈페이지이용이 90명(32.6%)로 가장 많이 나타났으며, 그 다음으로 여행가이드 및 관광홍보물 이용이 54명(19.6%), 여행카페, 블로그, 동호회 이용 42명(15.2%), 트위터·페이스북·SNS 이용 36명(13.0%), 가족·친구·동료·지인소개 36명(13.0%), 신문 또는 라디오 12명(4.3%), 신문 또는 잡지가 6명(2.2%)로 나타났다.

최근 3년 간 항공기 탑승횟수를 살펴보면 2~3회가 84명(30.4%)로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 1회; 78명(28.3%), 4~5회 48명(17.4%), 6~8회 30명(10.9%), 9~10회 30명(10.9%), 10회 이상 6명(2.2%) 순으로 나타났다. 마일리지 가입은 가입하지 않았다 150명(54.3%), 가입했다 126명(45.7%)로 나타났다. 그 이유는 국적항공사와 저가항공사의 마일리지 프로그램이 정확하지 않기 때문인 것으로 나타났다. 최근 이용한 항공사는 아시아나항공 114명(41.3%), 싱가포르항공 114명(41.3%)로 가장 많이 이용하는 것으로 나타났으며 다음으로 대한항공 30명(10.9%), 저가 및 국적항공 18명(6.5%) 순으로 나타났다. 항공권 지불은 본인이 192명(69.6%)로 가장 많이 나타났으며 그 다음으로 가족·친지부담 66명(23.9%), 회사에서 18명(6.5%)로 나타났다.

<표 4-2> 응답자의 이용 특성

구분		빈도	%
예약 및 발권	항공사에 방문	24	8.7
	항공사에 전화	48	17.4
	항공사 홈페이지	90	32.6
	여행사 방문	6	2.2
	여행사에 전화	42	15.2
	여행사 홈페이지	66	23.9
여행목적	관광, 휴가, 레저	234	84.8
	비즈니스, 출장	18	6.5
	친구, 친지방문	12	4.3
	유학, 연수, 취업	12	4.3
정보수집	TV 또는 라디오	12	4.3
	신문 또는 잡지	6	2.2
	여행가이드 및 관광홍보물	54	19.6
	여행카페, 블로그, 동호회	42	15.2
	여행사와 항공사 홈페이지	90	32.6
	트위트, 페이스북, SNS	36	13.0
	가족, 친구, 동료, 지인소개	36	13.0
최근 3년간 탑승횟수	1회	78	28.3
	2 ~ 3회	84	30.4
	4 ~ 5회	48	17.4
	6 ~ 8회	30	10.9
	9 ~ 10회	30	10.9
	10회 이상	6	2.2
마일리지	가입했다	126	45.7
	가입하지 않았다	150	54.3
최근 이용 항공사	아시아나항공	114	41.3
	싱가포르항공	114	41.3
	대한항공	30	10.9
	저가 및 국적항공	18	6.5
항공권 지불	본인	192	69.6
	가족, 친지	66	23.9
	회사	18	6.5

3. A항공사 분석

1) A항공사 선택속성별 중요도와 만족도 분석

다음의 <표 4-3>은 항공사의 선택속성별 항목들을 각각 독립적으로 고려하여 중요도와 만족도를 살펴본 결과이다.

항공사의 선택속성별 중요도를 분석한 결과 항공기 안전에 대한 신뢰성(4.5217)이 가장 중요한 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 고객 불만사항에 대한 항공사의 대응(4.5000), 항공권 변경 및 취소 시 신속한 처리(4.4348), 직원들의 상냥하고 친절한 태도(4.4130), 비정상 운항 시 대처능력과 보상(4.3696) 등이 중요한 선택속성인 것으로 나타났다.

또한 인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 기능(3.7174)가 가장 중요하지 않은 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 마일리지 프로그램의 정확성(3.8696), 다양한 항공권 가격대(4.0652), 탑승수속의 신속성(4.0870), 기내 승무원의 용모 및 서비스 태도(4.1304) 등이 중요하지 않은 선택속성인 것으로 나타났다.

A항공사의 선택속성별 실제 만족도를 분석한 결과 항공기 안전에 대한 신뢰성(4.3261)이 가장 만족하는 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 항공기 정시성 및 비행시간의 엄수(4.1957), 고객 불만사항에 대한 항공사의 대응(4.1522), 비정상 운항 시 대처능력과 보상(4.1304), 다양한 항공권 가격대(4.1304) 등이 만족한 선택속성인 것으로 나타났다.

또한 기내 엔터테인먼트의 다양성(3.6304)이 가장 만족하지 않은 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 마일리지 프로그램의 정확성(3.7391), 라운지 이용의 편리성(3.7609), 자발적인 고객서비스 자세(3.7609), 탑승수속의 신속성(3.8043) 등이 만족하지 않은 선택속성인 것으로 나타났다.

<표 4-3> A항공사의 선택속성 중요도 분석

선택속성	평균	순위
최신 항공 기종으로 운항	4.0435	21
기내의 침단시설	4.0435	20
편리한 운항 스케줄	4.2826	9
직원들의 상냥하고 친절한 태도	4.4130	4
다양한 항공노선(직항, 경유)	4.1957	14
업무에 대한 직원들의 전문지식	4.1739	16
자발적인 고객 서비스 자세	3.9565	23
예약·발권서비스의 편리성	4.3261	8
예약·발권의 신속함과 정확성	4.3478	6
탑승수속의 신속성	4.0870	18
좌석배정의 합리성	4.2391	12
안전하고 신속한 수화물 인도와 처리	4.2391	11
인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능	3.7174	28
마일리지 프로그램의 정확성	3.8696	27
라운지 이용의 편리성	3.9130	26
안락한 기내 좌석	4.2174	13
편안하고 쾌적한 기내 분위기	4.2609	10
언어구사 능력을 갖춘 승무원	4.0000	22
기내 승무원의 용모 및 서비스 태도	4.1304	17
기내 엔터테인먼트 제공의 다양성	3.9130	25
기내식과 음료의 맛과 질	4.1739	15
항공사의 인지도 및 이미지	3.9565	24
다양한 항공권 가격대	4.0652	19
비정상 운항 시 대처능력과 보상	4.3696	5
항공권 변경 및 취소 시 신속한 처리	4.4348	3
항공기 정시성 및 비행시간 엄수	4.3261	7
항공기 안전에 대한 신뢰성	4.5217	1
고객 불만사항에 대한 항공사의 대응	4.5000	2

□ : 평균값 이상(4.1685)

<표 4-4> A항공사의 선택속성 만족도 분석

선택속성	평균	순위
최신 항공 기종으로 운항	3.9348	17
기내의 침단시설	3.7609	24
편리한 운항 스케줄	4.0435	8
직원들의 상냥하고 친절한 태도	4.0217	9
다양한 항공노선(직항, 경유)	3.9565	16
업무에 대한 직원들의 전문지식	4.0000	12
자발적인 고객 서비스 자세	3.7609	25
예약·발권서비스의 편리성	3.9783	13
예약·발권의 신속함과 정확성	4.1087	6
탑승수속의 신속성	3.8043	22
좌석배정의 합리성	3.8478	19
안전하고 신속한 수화물 인도와 처리	3.8261	20
인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능	3.7609	23
마일리지 프로그램의 정확성	3.7391	27
라운지 이용의 편리성	3.7609	26
안락한 기내 좌석	4.0217	11
편안하고 쾌적한 기내 분위기	3.9783	14
언어구사 능력을 갖춘 승무원	3.8261	21
기내 승무원의 용모 및 서비스 태도	3.9348	15
기내 엔터테인먼트 제공의 다양성	3.6304	28
기내식과 음료의 맛과 질	3.9130	18
항공사의 인지도 및 이미지	4.0870	7
다양한 항공권 가격대	4.1304	5
비정상 운항 시 대처능력과 보상	4.1304	4
항공권 변경 및 취소 시 신속한 처리	4.0217	10
항공기 정시성 및 비행시간 엄수	4.1957	2
항공기 안전에 대한 신뢰성	4.3261	1
고객 불만사항에 대한 항공사의 대응	4.1522	3

□ : 평균값 이상(3.9519)

<표 4-5>는 A항공사의 선택속성별 중요도와 만족도의 평균값을 구한 결과이다. A항공사의 선택속성별 중요도의 평균값은 4.1685로 나타났으며, 전체 28개 선택속성 중 평균값보다 큰 것은 항공기 안전에 대한 신뢰성, 고객 불만사항에 대한 항공사의 대응, 항공권 변경 또는 취소 시 신속한 처리, 직원들의 상냥하고 친절한 태도, 비정상 운항 시 대처능력과 보상 등 16개로 나타났으며, 평균값보다 작은 것은 인터넷(스마트폰) 셀프체크인 가능, 마일리지 프로그램의 정확성, 라운지 이용의 편리성, 기내 엔터테인먼트 이용의 다양성, 항공사의 인지도 및 이미지 등 총 12개로 나타났다. A항공사의 선택속성별 만족도의 평균값은 3.9519로 나타났으며, 전체 28개 선택속성 중 평균값보다 큰 것은 항공기 안전에 대한 신뢰성, 항공기 정시성 및 비행시간 엄수, 고객 불만사항에 대한 항공사의 대응, 비정상 운항 시 대처능력과 보상, 다양한 항공권 가격대 등 15개로 나타났으며, 평균값보다 작은 것은 기내 엔터테인먼트의 다양성, 마일리지 프로그램의 정확성, 라운지 이용의 편리성, 자발적인 고객서비스 자세, 기내의 침단시설 등 총 13개로 나타났다.

<표 4-5> A항공사 선택속성별 중요도 만족도 평균

구분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
중요도	276	3.39	4.86	4.1685	.40277
만족도	276	3.00	4.82	3.9519	.47894

2) A항공사의 선택속성별 IPA분석

추가적으로 다음의 <그림 4-1>은 평균값을 기준으로 만족도와 중요도간의 관계를 그래프로 나타내는 중요도-성과 분석기법인 IPA(Importance Performance Analysis)를 활용하였다. 앞서 살펴본 <표 4-3>과 <표 4-4>의 결과를 X축의 중요도와 Y축의 만족도로 나타내어 중요도와 만족도간의 상호 비교를 통해 이용객들의 심리상태를 파악하고자 하였다. 즉

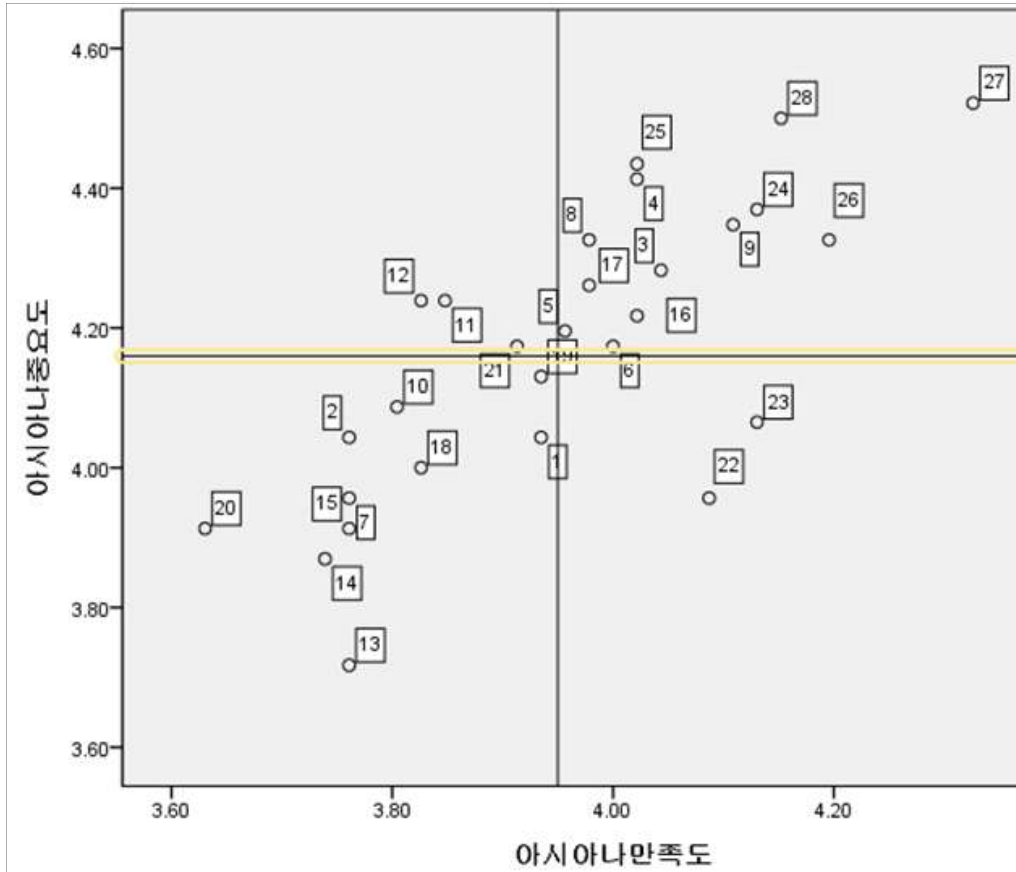
중요도는 높지만 잘 수행되지 않아 만족도가 낮은 영역의 선택속성, 중요도가 낮으며 실제 잘 수행되지도 않아 만족도 또한 낮은 영역의 선택속성, 중요도는 낮으나 만족도는 높은 영역의 선택속성 등을 파악하여 어떤 속성을 시급히 개선할 것인지, 어떤 속성을 계속 강화해 나갈 것인지 등의 개선 방향을 보다 객관적으로 살펴보고자 한다.

첫째, 좋은 성과 지속유지가 필요한 영역(우측 상단)으로 이용객이 중요하게 생각하며, 실제로도 잘 수행되어 만족도가 높은 영역 항목으로는 편리한 운항 스케줄, 직원들의 상냥하고 친절함 태도, 다양한 항공노선(경유, 직항), 업무에 대한 직원들의 전문지식, 예약·발권서비스의 편리성, 예약·발권의 신속함과 정확성, 안락한 기내 좌석, 편안하고 쾌적한 기내 분위기, 비정상 운항 시 대처능력과 보상, 항공권 변경 및 취소 시 신속한 처리, 항공기 정시성 및 비행시간 엄수, 항공기 안전에 대한 신뢰성, 고객 불만사항에 대한 항공사의 대응의 13개의 선택속성이 이에 해당되는 것으로 나타났다.

둘째, 과잉 노력 지양영역(좌측 상단)으로 이용객의 중요도는 높지만 만족도가 낮은 선택속성으로는 좌석배정의 합리성, 안전하고 신속한 수화물 인도와 처리, 기내식과 음료의 맛과 질의 3개의 선택속성이 이에 해당되는 것으로 나타났다.

셋째, 노력집중화 지양영역(우측 하단)으로 이용객의 중요도는 낮으나 만족도가 높은 선택속성은 항공사의 인지도 및 이미지, 다양한 항공권 가격대의 2개의 선택속성이 이에 해당되는 것으로 나타났다.

넷째, 낮은 중요도 영역(좌측 하단)으로 중요도와 만족도가 낮은 선택속성으로는 최신 항공기 종으로 운항, 기내의 첨단시설, 자발적인 고객서비스 자세, 탑승수속의 신속성, 인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능, 마일리지 프로그램의 정확성, 라운지 이용의 편리성, 언어구사 능력을 갖춘 승무원, 기내 승무원의 용모 및 서비스 태도, 기내 엔터테인먼트의 다양성의 10개의 선택속성이 이에 해당되는 것으로 나타났다.



(1)최신 항공기종으로 운항 (2)기내의 첨단시설 (3)편리한 운항 스케줄 (4)직원들의 상냥하고 친절한 태도 (5)다양한 항공노선(직항, 경유) (6)업무에 대한 직원들의 전문지식 (7)자발적인 고객서비스 자세 (8)예약·발권서비스의 편리성 (9)예약·발권의 신속함과 정확성 (10)탑승수속의 신속성 (11)좌석배정의 합리성 (12)안전하고 신속한 수화물 인도와 처리 (13)인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능 (14)마일리지 프로그램의 정확성 (15)라운지 이용의 편리성 (16)안락한 기내 좌석 (17)편안하고 쾌적한 기내 분위기 (18)언어구사 능력을 갖춘 승무원 (19)기내 승무원의 용모 및 서비스 태도 (20)기내 엔터테인먼트 제공의 다양성 (21)기내식과 음료의 맛과 질 (22)항공사의 인지도 및 이미지 (23)다양한 항공권 가격대 (24)비정상 운항 시 대처 능력과 보상 (25)항공권 변경 및 취소 시 신속한 처리 (26)항공기 정시성 및 비행시간 엄수 (27)항공기 안전에 대한 신뢰성 (28)고객 불만사항에 대한 항공사의 대응

<그림 4-1> A항공사 선택속성의 중요도-만족도 매트릭스

4. S항공사 분석

1) S항공사의 선택속성별 중요도와 만족도 분석

다음의 <표 4-6>은 S항공사의 선택속성별 항목들을 각각 독립적으로 고려하여 중요도와 만족도를 살펴본 결과이다.

S항공사의 선택속성별 중요도를 분석한 결과 항공기 안전에 대한 신뢰성(4.5217), 고객 불만사항에 대한 항공사의 대응(4.5000), 항공권 변경 및 취소 시 신속한 처리(4.4348), 직원들의 상냥하고 친절한 태도(4.4130), 비정상 운항 시 대처능력과 보상(4.3696) 등이 중요한 선택속성인 것으로 나타났다.

또한 인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능(3.7174)가 가장 중요하지 않은 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 마일리지 프로그램의 정확성(3.8696), 라운지 이요의 편리성(3.9130), 기내 엔터테인먼트의 다양성(3.9130), 항공사의 인지도 및 이미지(3.9565) 등이 중요하지 않은 선택속성인 것으로 나타났다.

S항공사의 선택속성별 실제 만족도를 분석한 결과 고객 불만사항에 대한 항공사의 대응(4.3697)이 가장 만족하는 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 항공기 안전에 대한 신뢰성(4.3696), 항공기 정시성 및 비행시간 엄수(4.3478), 비정상 운항 시 대처능력과 보상(4.3043), 업무에 대한 직원들의 전문지식(4.2391) 등이 만족한 선택속성인 것으로 나타났다.

또한 마일리지 프로그램의 정확성(3.8043)이 가장 만족하지 않은 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 라운지 이용의 편리성(3.8261), 인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능(3.8261), 자발적인 고객서비스 자세(3.8913), 최신 항공기종으로 운항(4.0216) 등이 만족하지 않은 선택속성인 것으로 나타났다.

<표 4-6> S항공사의 선택속성 중요도 분석

선택속성	평균	순위
최신 항공 기종으로 운항	4.0435	20
기내의 침단시설	4.0435	21
편리한 운항 스케줄	4.2826	9
직원들의 상냥하고 친절한 태도	4.4130	4
다양한 항공노선(직항, 경유)	4.1957	14
업무에 대한 직원들의 전문지식	4.1739	16
자발적인 고객 서비스 자세	3.9565	23
예약·발권서비스의 편리성	4.3261	8
예약·발권의 신속함과 정확성	4.3478	6
탑승수속의 신속성	4.0870	18
좌석배정의 합리성	4.2391	11
안전하고 신속한 수화물 인도와 처리	4.2391	12
인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능	3.7174	28
마일리지 프로그램의 정확성	3.8696	27
라운지 이용의 편리성	3.9130	26
안락한 기내 좌석	4.2174	13
편안하고 쾌적한 기내 분위기	4.2609	10
언어구사 능력을 갖춘 승무원	4.0000	22
기내 승무원의 용모 및 서비스 태도	4.1304	17
기내 엔터테인먼트 제공의 다양성	3.9130	25
기내식과 음료의 맛과 질	4.1739	15
항공사의 인지도 및 이미지	3.9565	24
다양한 항공권 가격대	4.0652	19
비정상 운항 시 대처능력과 보상	4.3696	5
항공권 변경 및 취소 시 신속한 처리	4.4348	3
항공기 정시성 및 비행시간 엄수	4.3261	7
항공기 안전에 대한 신뢰성	4.5217	1
고객 불만사항에 대한 항공사의 대응	4.5000	2

□ : 평균값 이상(4.1686)

〈표 4-7〉 S항공사의 선택속성별 만족도 분석

선택속성	평균	순위
최신 항공 기종으로 운항	4.0216	24
기내의 침단시설	4.0217	23
편리한 운항 스케줄	4.1957	8
직원들의 상냥하고 친절한 태도	4.2174	7
다양한 항공노선(직항, 경유)	4.1087	15
업무에 대한 직원들의 전문지식	4.2391	5
자발적인 고객 서비스 자세	3.8913	25
예약·발권서비스의 편리성	4.1957	9
예약·발권의 신속함과 정확성	4.2174	6
탑승수속의 신속성	4.1304	14
좌석배정의 합리성	4.1305	15
안전하고 신속한 수화물 인도와 처리	4.0870	17
인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능	3.8261	26
마일리지 프로그램의 정확성	3.8043	28
라운지 이용의 편리성	3.8261	27
안락한 기내 좌석	4.0652	18
편안하고 쾌적한 기내 분위기	4.0217	20
언어구사 능력을 갖춘 승무원	4.0435	22
기내 승무원의 용모 및 서비스 태도	4.0217	21
기내 엔터테인먼트 제공의 다양성	4.0652	19
기내식과 음료의 맛과 질	4.1304	13
항공사의 인지도 및 이미지	4.1522	11
다양한 항공권 가격대	4.1739	10
비정상 운항 시 대처능력과 보상	4.3043	4
항공권 변경 및 취소 시 신속한 처리	4.1087	16
항공기 정시성 및 비행시간 엄수	4.3478	3
항공기 안전에 대한 신뢰성	4.3696	2
고객 불만사항에 대한 항공사의 대응	4.3697	1

□ : 평균값 이상(4.1102)

<표 4-8>은 S항공사의 선택속성별 중요도와 만족도의 평균값을 구한 결과이다. S항공사의 선택속성별 중요도의 평균값은 4.1686으로 나타났으며, 전체 28개 선택속성 중 평균값보다 큰 것은 항공기 안전에 대한 신뢰성, 고객 불만사항에 대한 항공사의 대응, 항공권 변경 및 취소 시 신속한 처리, 직원들의 상냥하고 친절한 태도, 비정상 운항 시 대처능력과 보상 등 총 16개로 나타났으며, 평균값보다 작은 것은 인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능, 마일리지 프로그램의 정확성, 라운지 이용의 편리성, 기내 엔터테인먼트의 다양성, 항공사의; 인지도 및 이미지 등 총 12개로 나타났다. S항공사의 선택속성별 만족도의 평균값은 4.1102로 나타났으며, 전체 28개 선택속성 중 평균값보다 큰 것은 고객 불만사항에 대한 항공사의 대응, 항공기 안전에 대한 신뢰성, 항공기 정시성 및 비행시간 엄수, 비정상 운항 시 대처능력과 보상, 업무에 대한 직원들의 전문지식 등 14개로 나타났으며, 평균값보다 작은 것은 마일리지 프로그램의 정확성, 라운지; 이용의 편리성, 인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능, 자발적인 고객서비스 자세, 최신 항공기종으로 운항 등 총 14개로 나타났다.

<표 4-8> S항공사의 선택속성별 중요도·만족도 평균

구분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
중요도	276	3.39	4.86	4.1686	.40277
만족도	276	3.07	4.82	4.1102	.49204

2) S항공사의 선택속성별 IPA분석

추가적으로 다음의 <그림 4-2>는 평균값을 기준으로 만족도와 중요도간의 관계를 그래프로 나타내는 중요도-성과 분석기법인 IPA(Importance Performance Analysis)를 활용하였다. 앞서 살펴본 <표 4-6>과 <표 4-7>의 결과를 X축의 중요도와 Y축의 만족도로 나타내어 중요도와 만족도간의 상호 비교를 통해 이용객들의 심리상태를 파악하고자 하였다. 즉 중요도는 높지만 잘 수행되지 않아 만족도가 낮은 영역의 선택속성, 중요

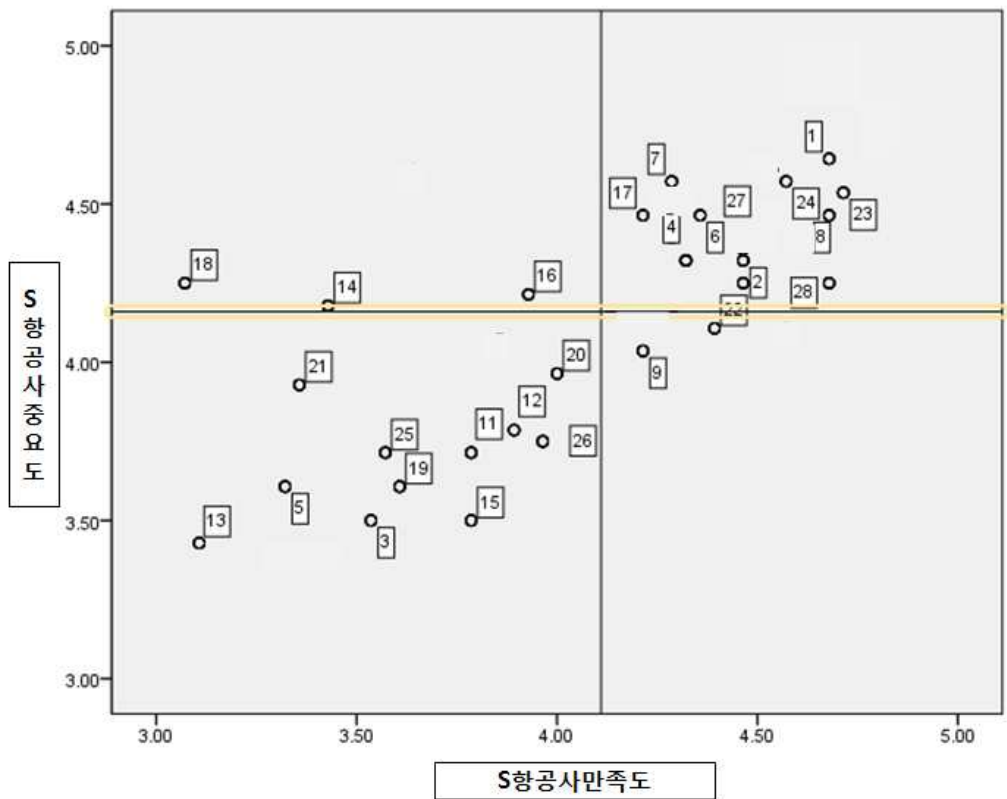
도가 낮으며 실제 잘 수행되지도 않아 만족도 또한 낮은 영역의 선택속성, 중요도는 낮으나 만족도는 높은 영역의 선택속성 등을 파악하여 어떤 속성을 시급히 개선할 것인지, 어떤 속성을 계속 강화해 나갈 것인지 등의 개선 방향을 보다 객관적으로 살펴보고자 한다.

첫째, 좋은 성과 지속유지가 필요한 영역(우측 상단)으로 이용객이 중요하게 생각하며, 실제로도 잘 수행되어 만족도가 높은 영역 항목으로는 기내의; 첨단시설, 직원들의 상냥하고 친절함 태도, 업무에 대한 직원들의; 전문지식, 예약·발권서비스의 편리성 등 12개의 선택속성이 이에 해당되는 것으로 나타났다.

둘째, 과잉 노력 지양영역(좌측 상단)으로 이용객의 중요도는 높지만 만족도가 낮은 선택속성으로는 마일리지 프로그램의 정확성, 안락한 기내 좌석, 언어구사 능력을 갖춘 승무원의 3개의 선택속성이 이에 해당되는 것으로 나타났다.

셋째, 노력집중화 지양영역(우측 하단)으로 이용객의 중요도는 낮으나 만족도가 높은 선택속성은 예약·발권의; 신속함과 정확성, 항공사의; 인지도 및 이미지의 2개의 선택속성이 이에 해당되는 것으로 나타났다.

넷째, 낮은 중요도 영역(좌측 하단)으로 중요도와 만족도가 낮은 선택속성으로는 편리한 운항스케줄, 다양한 항공노선(직항, 경유), 좌석배정의 합리성, 안전하고 신속한 수화물 인도와 처리, 기내 승무원의 용모 및 서비스 태도, 기내 엔터테인먼트 제공의 다양성 등의 11개의 선택속성이 이에 해당되는 것으로 나타났다.



(1)최신 항공기종으로 운항 (2)기내의 침단시설 (3)편리한 운항 스케줄 (4)직원들의 상냥하고 친절한 태도 (5)다양한 항공노선(직항, 경유) (6)업무에 대한 직원들의 전문지식 (7)자발적인 고객서비스 자세 (8)예약·발권서비스의 편리성 (9)예약·발권의 신속함과 정확성 (10)탑승수속의 신속성 (11)좌석배정의 합리성 (12)안전하고 신속한 수화물 인도와 처리 (13)인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능 (14)마일리지 프로그램의 정확성 (15)라운지 이용의 편리성 (16)안락한 기내 좌석 (17)편안하고 쾌적한 기내 분위기 (18)언어구사 능력을 갖춘 승무원 (19)기내 승무원의 용모 및 서비스 태도 (20)기내 엔터테인먼트 제공의 다양성 (21)기내식과 음료의 맛과 질 (22)항공사의 인지도 및 이미지 (23)다양한 항공권 가격대 (24)비정상 운항 시 대처 능력과 보상 (25)항공권 변경 및 취소 시 신속한 처리 (26)항공기 정시성 및 비행시간 엄수 (27)항공기 안전에 대한 신뢰성 (28)고객 불만사항에 대한 항공사의 대응

<그림 4-2> S항공사의 중요도-만족도 매트릭스

V. 결 론

1. 연구의 요약 및 시사점

본 연구는 국내 A항공사와 국외 S항공사를 대상으로 28개의 선택속성 항목을 도출하여 IPA분석을 통한 실무적인 시사점들을 도출하고자 하였다. 실증조사를 통해 검증된 구체적인 연구결과는 다음과 같다.

첫째, A항공사의 선택속성별 중요도를 분석한 결과 항공기 안전에 대한 신뢰성(4.5217)이 가장 중요한 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 고객 불만사항에 대한 항공사의 대응(4.5000), 항공권 변경 및 취소 시 신속한 처리(4.4348), 직원들의 상냥하고 친절한 태도(4.4130), 비정상 운항 시 대처능력과 보상(4.3696) 등이 중요한 선택속성인 것으로 나타났다.

또한 인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 기능(3.7174)가 가장 중요하지 않은 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 마일리지 프로그램의 정확성(3.8696), 다양한 항공권 가격대(4.0652), 탑승수속의 신속성(4.0870), 기내 승무원의 용모 및 서비스 태도(4.1304) 등이 중요하지 않은 선택속성인 것으로 나타났다.

둘째, A항공사의 선택속성의 중요도와 만족도를 조사를 통하여 얻어진 자료로 IPA분석을 실시하여 IPA 매트릭스를 도출하였다. 이 결과를 토대로 각 속성별 실무적 시사점들을 제시했다. 좋은 성과 지속유지가 필요한 영역(우측 상단)으로 이용객이 중요하게 생각하며, 실제로도 잘 수행되어 만족도가 높은 영역 항목으로는 편리한 운항 스케줄 등 13개의 선택속성이 이에 해당되는 것으로 나타났으며, 과잉 노력 지양영역(좌측 상단)으로 이용객의 중요도는 높지만 만족도가 낮은 선택속성으로는 좌석배정의 합리성 등의 3개의 선택속성이, 노력집중화 지양영역(우측 하단)으로 이용객의 중요도는 낮으나 만족도가 높은 선택속성은 항공사의 인지도 및 이미지 등 2개의 선택속성이, 낮은 중요도 영역(좌측 하단)으로 중요도와 만족도가 낮은 선택속성으로는 최신 항공기 종으로 운항 등의 10개의 선택속

성이 이에 해당되는 것으로 나타났다.

셋째, S항공사의 선택속성별 중요도를 분석한 결과 항공기 안전에 대한 신뢰성(4.5217), 고객 불만사항에 대한 항공사의 대응(4.5000), 항공권 변경 및 취소 시 신속한 처리(4.4348), 직원들의 상냥하고 친절함 태도(4.4130), 비정상 운항 시 대처능력과 보상(4.3696) 등이 중요한 선택속성인 것으로 나타났다. 또한 인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능(3.7174)가 가장 중요하지 않은 선택속성으로 나타났으며, 그 다음으로 마일리지 프로그램의 정확성(3.8696), 라운지 이요의 편리성(3.9130), 기내 엔터테인먼트의 다양성(3.9130), 항공사의 인지도 및 이미지(3.9565) 등이 중요하지 않은 선택속성인 것으로 나타났다.

넷째, A항공사의 선택속성의 중요도와 만족도를 조사를 통하여 얻어진 자료로 IPA분석을 실시하여 IPA 매트릭스를 도출한다. 이 결과를 토대로 각 속성별 실무적 시사점들을 밝혔다. 좋은 성과 지속유지가 필요한 영역(우측 상단)으로 기내의 침단시설 등 12개의 선택속성이 이에 해당되는 것으로 나타났다. 과잉 노력 지양영역(좌측 상단)으로는 마일리지 프로그램의 정확성 등 3개의 선택속성, 노력집중화 지양영역(우측 하단)으로 예약·발권의 신속함과 정확성 등 2개의 선택속성, 낮은 중요도 영역(좌측 하단)으로 편리한 운항스케줄 등 11개의 선택속성이 이에 해당되는 것으로 나타났다.

다섯째, 항공사 선택속성의 중요도에 있어서는 전체적으로 A항공사와 S항공사 모두 비슷한 결과를 보였다. 이러한 결과는 소비자들은 항공사를 이용하는데 있어 선택속성을 중요시 하는 것을 알 수 있다. 또한 선택속성의 만족도에 있어서는 A항공사가 우세한 부분과 S항공사가 우세한 부분, 상호 비슷한 부분 등으로 나뉘었다. 이러한 결과는 항공사별로 소비자들은 특정 선택속성에 대해 만족하게 생각하는 것을 알 수 있었다. 이것이 곧 그 항공사의 강점이 될 수 있다는 것을 알 수 있다.

2. 연구의 한계 및 제언

본 연구는 연구진행과정에서 현실적인 여러 가지의 어려움에 의해 다음과 같은 연구의 한계점을 갖고 있다.

첫째, 한국을 대표 항공사인 A항공사와 아시아 최대의 항공사인 S항공사를 대상으로 실증조사를 실시하였다. 아시아에는 S항공사 이외에도 많은 항공사들이 있으나 대표적인 해외 항공사 중에서 S항공사를 선택하여 비교분석한 연구이기 때문에 항공사를 2개만 선택한 것이다.

둘째, 본 연구는 조사지역을 국내에서 부산출발 만을 대상으로만 하였다. 이는 아시아 전체 항공사로 하기에는 공간적으로 너무 넓고, 경제적인 비용 또한 엄청나기 때문이다.

셋째, 본 연구는 A항공사와 S항공사의 이용객들을 대상으로 하였으나, 그 중 부산공항을 이용하는 사람들을 대상으로 연구를 실시하였다. 이는 전체 이용객중 젊은 층이 많은 것이 이유이다.

이와 같은 이유로 인해 본 연구 결과를 아시아 전체의 항공사 이용객의 결과로 해석하기에는 다소 무리가 따른다. 향후 이와 같은 제약들을 극복할 수 있는 후발 연구가 반드시 수행되어야 할 것이다.

참고문헌

<국내문헌>

- 강병남(2008), 중국 내 외식 소비자의 외식업체 선택 속성이 고객 만족과 고객 충성도에 미치는 영향에 관한 연구. 한국조리학회지, Vol.16 No.5
- 강병서(2007), 블로그 서비스품질이 서비스가치와 고객만족에 미치는 영향: 싸이월드를 중심으로, 『한국품질경영학회』, 35(1). 35-51
- 강희준(2009), 여행사 예약담당자의 항공사 선택속성 연구, 경기대학교대학원 석사학위논문
- 권동국(2011), 커피전문점 서비스품질 만족이 재이용 및 추천의도에 미치는 영향, 『한국콘텐츠학회』, 11(5). 449-465
- 기기철(2005), 중요도-성취도 분석(IPA)을 이용한 교육서비스평가: Y공업대학을 중심으로, 경상대학교행정대학원 석사학위논문
- 김경숙(2000). 국제선 항공승객의 항공사 선호도 분석- 관광품질시스템학회 Vol.2.No. 2/4
- 김경숙(1996) 항공사 선택행동과 경영성과의 경절요인에 관한 연구, 세종대학교대학원 박사학위논문
- 김기중(2005), 여행사 예약담당자의 항공사 선택에 관한 연구- 한국항공대학교 경영대학원 석사학위논문
- 김문구(2006), 관광호텔의 전략경영 ERP 만족혁신성과 간의 관계연구, 동아대학교대학원 관광경영학과 박사학위논문
- 김세미(2011), 브랜드이미지가 고객만족 및 재방문에 미치는 영향. 서경대학교대학원 석사학위논문.
- 김소형(2001), 혁신성과 향상을 위한 학습조직에서의 TMT 역할 -항공서비스산업 경쟁력제고를 위한 인적자원 관리방안, 『한국항공경영학회』, 12(2). 3-22

김재원·장병수(2001), 여행사의 항공사 선택요인에 미치는 항공사 마케팅 전략에 관한 연구”, 문화관광연구학회 문화관광연구

김현아(2008), 소셜 커머스 이용 대학생 소비자가 인지하는 서비스 품질이 브랜드 이미지 향상에 미치는 영향 분석, 한국식품조리과학회, 14(2). 195-195.

김홍범·김경숙(1997). 항공승객의 여행목적별 항공사 선택속성 차이에 관한 연구, 관광학연구 제1권(1). 66-84.

류재숙·박연옥(2006) .IPA를 이용한 항공사 선택속성 평가, 『관광연구저널』, 20(2): 157-171.

류향련(2009), 항공사 선택속성의 중요도와 만족도에 관한 연구 : 중국 국제선 승객을 중심으로. 한국항공대학교 대학원 석사학위논문

마호진(2003), 마케팅 戰略 樹立을 위한 海外旅行者이 航空社 選擇屬性에 관한 研究. 한국항공대학교 대학원 석사학위논문

문선애(1995), 항공사 선택에 영향을 미치는 속성에 관한 연구 : 常用顧客 우대제도를 중심으로. 세종대학교 대학원 석사학위논문

박진우(2012), 저비용항공사 승객의 항공사 선택 속성에 관한 연구, 한국항공경영학회지, Vol.13 No.1,

싱가포르항공(2014), 홈페이지 참고

아시아나항공(2014), 홈페이지 참고

안세길(2008), 서비스마케팅 믹스의 중요도 성취도 분석(IPA)에 의한 호텔 고객의 재구매 의도에 관한 연구. 한양대학교대학원 박사학위논문

안영면(2000), 호텔 관계마케팅의 영향요인이 호텔 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 한국관광레저학회, 『관광레저연구』, 12(2). 167-184

오세훈(2006), 국내선 항공여객의 항공사 선택속성 분석에 관한 연구, 인하대학교 국제통상물류대학원 석사학위논문.

오은영(2006), 항공기 기내 서비스가 고객의 항공사 선택에 미치는 영향

에 관한 연구, 한국항공대학교 경영대학원, 석사학위논문

왕주(2008), 방한 중국항공승객의 항공사 선택요인에 관한연구, 강릉대학교 대학원 석사학위논문.

이미연(2005), 항공기 기내서비스가 고객의 항공사 선택에 미치는 영향에 관한 연구, 단국대산업경영대학원 석사학위논문

이민정(2011), 국내 저비용항공사의 선택속성이 고객만족 및 재구매 의도에 미치는 영향. 경희대학교 대학원 석사학위논문

이승륜(2007), 항공사 콜센터 상담원의 감정노동이 소진에 미치는 영향, 관광경영학회, 『관광경영연구』, 30(0). 99-117

이유재(2004), 브랜드 동일시, 브랜드 감정, 브랜드 로열티의 관계에 관한 연구 : 실용적 제품과 쾌락적 제품 간의 비교.

이재곤·유기석(2007). 항공사 선택속성에 따른 포지셔닝 연구, 관광경영학연구 제1권(1). 27-51.

이종남(2001), 국내선항공사의 선택속성이 고객만족과 고객반응에 미치는 영향. 대구대학교 사회복지개발대학원 석사학위논문. 광고연구, Vol.-No.65

이형래(2005), 호텔연회서비스의 중요도 성취도에 관한 연구. 대구대학교 대학원 관광경영학과 석사학위논문

장호찬(2000), 카지노 gambling의 관여도와 그에 따른 재방문의사와의 관계, 한국관광학회, <관광학연구> 23(2). 99-116

정규엽·조수현(2006), 외식소비자의 선택속성과 만족도에 관한 연구: 대전 와인 소비자를 중심으로. 『한국호텔외식경영학회』, 제1차 춘계정기 학술논문발표대회. 20-35.

정익준(1992), 비즈니스 해외여행객의 항공사 선택결정요인에 관한 실증적연구”, 여행연구제2호 한국여행학회.

정익준(1990). 『여행사경영론』, 서울 형설출판사, 120-123.

정익준·정태선(1999), 항공여행 특성별 항공사 선택특성에 관한 연구, 관광레저연구 11권(1), 69-91.

정혜련(2011), 국내 저비용 항공사의 선택속성과 위험지각이 추천의도에 미치는 영향. 세종대대학원 박사학위논문.

조선명(2003), 항공사 선택속성이 만족도와 행동에 미치는 연구, 세종대대학원 석사학위논문.

지원식(2005), 고객의 항공사 선택요인에 관한 연구, 한국항공대학교 경영대학원 석사학위논문.

지원식·방상범(2005), 21세기 항공운송시장의 글로벌경영전략: 발표논문: 항공 및 경영 1: 고객이 항공사 선택 시 중요시하는 요인에 대한 연구-국제선 항공사를 중심으로. 추계학술대회. 47-61.

서창적·강미라(2006), 국적 항공사 서비스품질요인이 외국인 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구, 『한국서비스경영학회』, 7(1). 147-171

최병용(1994), 『소비자행동론』, 서울, 박영사

<외국문헌>

Alamdari(1999), Follow-up guidelines for nonmetastatic renal cell carcinoma based on the occurrence of metastases after radical nephrectomy. *BJU International* Volume 84, Issue 4, pages 405 - 411, September 1999

Anderson(1973), An Analysis of the Use and Management of Campgrounds in British Columbia Provincial Parks. *T. O'Riordan Economic Geography* Vol. 49, No. 4 (Oct., 1973), pp. 298-308

Banfe, C.F(1992), The Political Economy of Bison Management in Wood Buffalo National Park. *Patricia A. McCormack Arctic* Vol. 45, No. 4 (Dec., 1992), pp. 367-380

- Biegera(2007), What is driving the continued growth in demand for air travel? Customer value of air transport. *Journal of Air Transport Management* Volume 13, Issue 1, January 2007, Pages 31 - 36
- Cardozo(1995), A Customer's Expectation and Perception of Hotel Service Quality in Cyprus, *FIU, Hospitality Review Journal*, Vol. 23, Iss. 2 (2005)
- Chen and Chang(2005), Endorsement advertising in aboriginal tourism: an experiment in Taiwan, *International Journal of Tourism Research*, Vol 7 Issue 6
- Ching-Fu Chen and Tsai-Fang Wu(2008), "Airline brand equity, brand preference, and purchase intentions—the moderating effects of switching costs", *Journal of Air Transport Management*, 14, 40 - 42
- Engel & Blackwell(1982), India: the Land of Unfulfilled Promise, *The World Economy*, Volume 5, Issue 3, pages 325 - 335, November 1982
- Engel. J.F..Blckwell R.D and P.W.Miniard(1990), The employment of ward opinion leaders for continuing education in the hospital, "Informa Healthcare offers a unique range of publishing formats.", 1990, Vol. 12, No. 2 , Pages 209-217
- Ethrington and Var(1984), Establishing a measure of airline preference for business and nonbusiness travelers, "*Journal of Travel Research*" 1984 Vol. 22 No. 4 pp. 22-27
- Good, Wilson & Mcwhirter(1985), The Woman's Commonwealth: A Study in the Coalescence of Social Forms, "*A Journal of Women Studies*", Vol. 7, No. 3,
- Guo(1991), Tourist Tendency and New Concept of Travel in Taiwan Area, "*Journal Papers Similar Journals*", Acta Geographica Sinica;1991-02
- Hunt(1991), Tourism destination image modification process: Marketing implications, "*Tourism Management*", Volume 12, Issue 1, March 1991, Pages 68 - 72
- Hammit(1996), A conceptual model of tourist wildlife interaction: the case for education as a management strategy, "*Australian Geographer*", Volume 27, Issue 1,
- Howard and Sheth(1969), Image as a factor in tourism development, JA Howard, JN

- Sheth, *"Journal of Travel Research"*, 1969
- Kaynak & Kucukemiroglu(1993), Successful Marketing for Survival: The Airline Industry, "Journal of Management History merged into Management Decision", Management Decision, Vol. 31 Iss 5
- Kathryn & Hathcote(1994), Management by Totemization: Whale Symbolism and the Anti-Whaling Campaign, Management by Totemi, Vol. 46, No. 2, Jun.
- Marks and Marquardt(1977), Intestinal absorption of hexoses in rats infected with *Nippostrongylus brasiliensis*, *"International Journal for Parasitology"*, Volume 7, Issue 2, April 1977, Pages 159 - 165
- Martilla & James(1977), Consumer Satisfaction Theories: A Critical Review, Customer Satisfaction: Conceptual Issues.
- Oliver(1997), Tourism motivation and expectation formation, *"Annals of Tourism Research"*, Volume 24, Issue 2, 1997, Pages 283 - 304
- Olson & Dover(1990), International Journal of Service Industry Management, *"Journal of Service Management"*, Management Science & Operations
- Ostrowski, O'Brien and Gordon(1993), The Loyal Traveler: Examining a Typology of Service Patronage, *"Journal of Travel Research"*, March 20, 1997 vol. 35 no. 4 2-10
- Park et al(2004), Efficient or enjoyable? Consumer values of eating-out and fast food restaurant consumption in Korea, *"International Journal of Hospitality Management"*, Volume 23, Issue 1, March 2004, Pages 87 - 94
- Ritchie, Johnston & Jones(1980), Geographical research on tourism, recreation and leisure: origins, eras and directions, *"An International Journal of Tourism Space, Place and Environment"*, Volume 6, Issue 2, 2004
- Toh and Hu(1990), "EXISTING AND NEW EVIDENCE ON THE EFFECTS OF AIRLINE HUBS", International Journal of Transport Economics / Rivista

- internazionale di economia dei trasporti Vol. 31, No. 1, pp. 99-121
- Tsai(2001), Advanced age a risk factor for illness temporally associated with yellow fever vaccination, *Emerg Infect Dis.* 2001 Nov-Dec; 7(6): 945 - 951
- Westbrook and Oliver(1994), Annual Bibliography of Studies in Western American Literature, "*Western American Literature*", Vol. 28, No. 4 (WINTER 1994), pp. 313-336
- White(1994), Toward a critical analysis of tourism representations, "*Annals of Tourism Research*", Volume 21, Issue 4, 1994, Pages 756 - 779
- Yeh(2003), On the Relationships between Tourism Academic Journals, the Training of Tourism Professionals, Teaching and Scientific Research,
- Zeithaml & Berry(1994), Attitudes and Perceptions Toward Tourism and Rural Regional Development, "*Journal of Travel Research*", January 1994 vol. 32 no. 3 35-43

설 문 지

안녕하십니까?

바쁘신 와중에도 본 조사에 응해 주셔서 대단히 감사합니다. 본 설문지는 항공사 선택속성의 중요도와 만족도에 관한 국내 A항공사와 국외 B항공사 비교를 학술적 연구를 수행하기 위해 작성되었습니다.

본 설문에 응하시는 귀하의 개인적 사항이나 설문내용과 관계되는 모든 사항은 절대 비밀이 보장됨은 물론 무기명으로 처리 됩니다. 아울러 조사된 자료는 순수한 학문연구 목적으로만 사용됩니다. 귀하의 정성어린 응답이 본 연구에 매우 귀중한 자료가 된다는 점을 유의하시고, 한 항목도 빠짐없이 성의껏 그리고 진솔하게 응답해 주길 부탁드립니다.

만일 조사내용에 의문사항이 있으시면 아래의 연락처로 연락하여 주시기 바라며, 지면으로나마 바쁘신 시간을 내어 설문에 응해주신데 대하여 다시 한 번 깊이 감사드립니다.

2014년 9월

경주대학교 관광경영학과 교수 구분기 tourismkoo@hanmail.net

경주대학교 관광학부 석사과정 장정호 jangjh@flyasiana.com

I. 다음은 인적사항에 관한 질문입니다 해당되는 부분에 체크(✓)하여 주십시오

1. 귀하의 성별은? ① 남자 ② 여자
2. 귀하의 연령은?
- ① 20세 미만 ② 21~30세 미만 ③ 31~40세 미만
④ 41~50세 미만 ⑤ 51~60세 미만 ⑥ 60세 이상
3. 귀하의 직업은 무엇입니까?
- ① 학생 ② 회사원 ③ 전문직(의사, 변호사, 교수 등) ④ 공무원
⑤ 자영업 ⑥ 기술직 ⑦ 주부(무직) ⑧ 농업(어업, 축산업) ⑨기타()

II. 고객의 일반적인 사항입니다. 해당 되는 부분에 체크(✓) 하여 주십시오.

1. 귀하께서는 항공 예약 및 발권을 위하여 주로 사용하는 방법은?
- ① 항공사 방문 ② 항공사에 전화 ③ 항공사 홈페이지
④ 여행사 방문 ⑤ 여행사에 전화 ⑥ 여행사 홈페이지 ⑦ 기타
2. 귀하의 여행 목적은 무엇입니까?
- ① 관광/휴가/레저 ② 비즈니스 출장 ③ 전시회/학회 참가
④ 친구/친지 방문 ⑤ 유학/연수/취업 ⑥ 신혼여행 ⑦ 기타
3. 귀하께서 이용하는 항공사 정보를 입수하는 곳은?
- ① TV 또는 라디오 ② 신문 또는 잡지 ③ 여행가이드 및 관광홍보물 책자
④ 여행카페, 블로그, 동호회 ⑤ 여행사나 항공사 홈페이지 ⑥ 트위터, 페이스북, SNS ⑦ 가족, 친구, 동료 등 지인소개
4. 최근 3년간 항공을 탑승하신 횟수는 총 몇 회입니까? (국제선 이용)

- ① 1회 ② 2~3회 ③ 3~5회 ④ 5~8회 ⑤ 8~10회 ⑥ 10회
이상

5. 귀하께서는 항공사 상용고객 우대제도(마일리지 프로그램)에 가입하셨습니다가?

- ① 그렇다 ② 그렇지 않다.

6. 귀하께서 최근 이용하신 항공사는 어느 항공 입니까?

$$(\quad)$$

7. 귀하의 항공권 지불은 누가 합니까?

- ① 본인 ② 가족/친지 ③ 회사 ④ 상품권 당첨 ⑤ 기타()

Ⅲ. 다음은 A항공사 선택속성의 중요도/만족도에 관련된 질문입니다. 해당 되는 부분에 체크(✓) 하여 주십시오.

1. 중요도					2. 만족도					
1	2	3	4	5	A항공사 선택속성	1	2	3	4	5
전혀 중요 하지 않다	중요 하지 않다	보통 이다	중요 하다	매우 중요 하다		전혀 중요 하지 않다	중요 하지 않다	보통 이다	중요 하다	매우 중요 하다
1	2	3	4	5	최신 항공 기종으로 운항	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	기내의 첨단시설	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	편리한 운항 스케줄	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	직원들의 상냥하고 친절한 태도	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	다양한 항공노선(직항, 경유)	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	업무에 대한 직원들의 전문지식	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	자발적인 고객서비스 자세	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	예약·발권서비스의 편리성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	예약·발권의 신속함과 정확성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	탑승수속의 신속성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	좌석배정의 합리성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	안전하고 신속한 수화물 인도와 처리	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	마일리지 프로그램의 정확성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	라운지 이용의 편리성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	안락한 기내 좌석	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	편안하고 쾌적한 기내 분위기	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	언어구사 능력을 갖춘 승무원	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	기내 승무원의 용모 및 서비스태도	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	기내 엔터테인먼트 제공의 다양성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	기내식과 음료의 맛과 질	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	항공사의 인지도 및 이미지	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	다양한 항공권 가격대	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	비정상 운항 시 대처능력과 보상	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	항공권 변경 및 취소 시 신속한 처리	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	항공기 정시성 및 비행시간 엄수	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	항공기 안전에 대한 신뢰성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	고객 불만사항에 대한 항공사의 대응	1	2	3	4	5

Ⅳ. 다음은 S 항공사 선택속성의 중요도/만족도에 관련된 질문입니다. 해당 되는 부분에 체크(✓) 하여 주십시오.

1. 중요도

2. 만족도

1 전혀 중요 하지 않다	2 중요 하지 않다	3 보통 이다	4 중요 하다	5 매우 중요 하다	S항공사 선택속성	1 전혀 중요 하지 않다	2 중요 하지 않다	3 보통 이다	4 중요 하다	5 매우 중요 하다
1	2	3	4	5	최신 항공 기종으로 운항	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	기내의 첨단시설	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	편리한 운항 스케줄	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	직원들의 상냥하고 친절한 태도	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	다양한 항공노선(직항, 경유)	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	업무에 대한 직원들의 전문지식	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	자발적인 고객서비스 자세	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	예약·발권서비스의 편리성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	예약·발권의 신속함과 정확성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	탑승수속의 신속성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	좌석배정의 합리성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	안전하고 신속한 수화물 인도와 처리	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	인터넷(스마트폰)의 셀프체크인 가능	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	마일리지 프로그램의 정확성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	라운지 이용의 편리성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	안락한 기내 좌석	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	편안하고 쾌적한 기내 분위기	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	언어구사 능력을 갖춘 승무원	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	기내 승무원의 용모 및 서비스태도	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	기내 엔터테인먼트 제공의 다양성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	기내식과 음료의 맛과 질	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	항공사의 인지도 및 이미지	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	다양한 항공권 가격대	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	비정상 운항 시 대처능력과 보상	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	항공권 변경 및 취소 시 신속한 처리	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	항공기 정시성 및 비행시간 엄수	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	항공기 안전에 대한 신뢰성	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	고객 불만사항에 대한 항공사의 대응	1	2	3	4	5

ABSTRACT

The Comparative Study on importance and satisfaction of airline selecting attributes

- Comparing A Airline and S Airline -

Jang, Jeong Ho

Department of Tourism
The Graduate School
Gyeongju University

(Supervised by Professor Koo, Bon Ki)

Nowadays the service branch shows large proportion in domestic economy in many countries. So modern society is referred to called service economic society. In recent years, the competition in service branch is becoming more and more over competitive level and it makes all to focus on service quality. Service quality is the priority condition of choosing service and it plays important role in survival and development of service sector. Today service quality needs to match with changing and differentiating needs of customers. In order to provide with that service we need to know our service quality level reality.

There are many researches about the selecting attributes of only one airline. But there is no research comparing airlines. In this study, I aimed to compare Korean domestic airline with the airline known us by the hub airline in Asia, and to know the real competitiveness level of our domestic airline in Asian airline sector.

The purpose of this study is to suggest the best ways of improving competitiveness supported by customer's satisfaction and providing with good quality service by comparing the importance and satisfaction of airline selecting attributes of A domestic airline with S international airline.

The final purpose of this study is to find the way of improving the importance and satisfaction of selecting attributes of airline and provide customer's satisfaction.

Specific research for this purpose of this study is as follows:

First is to find the more affecting selecting attributes on customer's satisfaction of airline.

Second is to study the influence of customer's satisfaction on selecting attribute's importance and satisfaction.

Third is to suggest by the positive ways of improving competitiveness of domestic airline and support the customer service strategy based on this research.

Fourth is to help the domestic airlines to match with the global airline standard of service quality and to develop more.

This research aimed to suggest practical implication based on IPA analysis using 28 variables of selecting attributes of domestic A airline and international S airline. Empirical research results were as follows:

First, A key selection attribute analysis, as selected by the results of the safety properties of the importance of reliable airline aircraft, the airline customer complaints, ticket change and cancellation during rapid processing, staff hospitality and friendly attitude, an abnormal reaction of flight combat capacity and compensation seem to be an important selection attribute.

In addition to non-key attributes of self-selection is the online check-in feature, often accuracy flyer program (smart phones), a variety of ticket

prices, check the speed, flight attendants appearance and attitude is unimportant select Properties.

Second, the importance and satisfaction through surveys carrier select Properties from the IPA data obtained are analyzed by the IPA derived indicators. It presents the results based on the actual impact of each property. Continued good performance, and keep the guests think this is important because a necessary area (top right), the region is actually well Satisfaction sewing project is considered to be convenient flight schedules, including 13 election performance is equivalent to avoid excessive importance of efforts to visitors to the area (top left) are three options property, the focus is to encourage regional (bottom right) less important to passengers, but high satisfaction select properties, such as more reasonable, less satisfaction with the properties to choose your seat assignment two airlines, property, low-priority areas such as recognition and image of the selected (left) to the selected attribute importance and satisfaction is low They found that, as in the airplane flight to the latest variety is the equivalent of 10 selected properties.

Third, the analysis results by security, customer complaint response properties of the aircraft, rapid processing, welcoming staff and friendly attitude, not normal flight combat abilities and reward ticket changes, cancellation of the importance of the airline selected in the S Airlines This suggests that the reliability of such an important and select Properties. Also showed a selection of hotels ganeungga self-examination is not the most important Internet (smart phones), then the accuracy of the frequent flyer program, to facilitate yiyo lounges, in-flight entertainment, diversity, awareness and image carrier, for example, choose to display unimportant

property.

Fourth, select the carrier by gaining importance and satisfaction of a survey of property derived IPA IPA matrix analysis of the data. That the actual impact of the results of each property. Good performance area continued to maintain a desired (top right) it seems to be the state of the art facilities, its cabin as 12 select Properties. Avoid too much energy region (top left) and three optional attributes, such as the accuracy of the mileage program, to encourage regional focus (bottom right) to make an appointment, fast, and two optional attributes ticketing, such as high-precision, low priority areas (bottom left) and convenient flight schedules and other performance seems to be quite 11 selection.

Fifth, in terms of overall importance of A and select Properties S air carriers and operators also have similar results. These results can be seen, the use of consumer properties of the selected operator value. In addition to a major part of the airline's choice of satisfaction attribute it is dominated by some airlines and S, and is divided into a similar cross-section and so on. These results show that consumers via operators to think about an inevitable choice attribute satisfaction. It can be seen that there will soon be the airline's strength.