

공항의 對항공사 마케팅 전략

- 인천국제공항의 국제 허브화를 위하여 -

김 용 범

(한국항공대학교, 항공교통학과, 석사과정)

유 광 의

(한국항공대학교, 항공교통학과, 조교수)

목 차

<p>I. 서론</p> <p>II. 공항마케팅의 이론적 고찰</p> <p>III. 외국선진공항의 對항공사 마케팅 사례연구</p> <p style="padding-left: 20px;">1. 암스테르담 스키폴 국제공항(네덜란드)</p> <p style="padding-left: 20px;">2. BAA plc(영국)</p> <p style="padding-left: 20px;">3. 프랑크푸르트 국제공항(독일)</p> <p style="padding-left: 20px;">4. 창이 국제공항(싱가폴)</p> <p>IV. 동북아 경쟁공항의 현황</p> <p style="padding-left: 20px;">1. 신동경(나리타) 국제공항</p> <p style="padding-left: 20px;">2. 간사이 국제공항</p> <p style="padding-left: 20px;">3. 북경 국제공항</p>	<p>4. 상하이(포동) 국제공항</p> <p>5. 김포(인천) 국제공항</p> <p>V. 인천국제공항의 Hub공항을 위한 항공사 유치 방안</p> <p style="padding-left: 20px;">1. 항공정책을 통한 유치전략</p> <p style="padding-left: 20px;">2. 공항시설이용료를 통한 유치전략</p> <p style="padding-left: 20px;">3. 공항지원시설의 효율적 운영을 통한 전략</p> <p style="padding-left: 20px;">4. 공항의 기타 서비스 제공에 따른 유치전략</p> <p>VI. 요약 및 결론</p> <p style="text-align: center;">■ 참고문헌 ■</p>
--	---

ABSTRACT

아시아지역은 경제적 침체기에서 서서히 회복되어가면서 항공교통수요 또한 경제적 위기 이전의 수준으로 회복해가고 있고 21세기의 새로운 출발과 동북아시아 국가들의 경제활동 활성화로 새로운 항공교통수요가 증대되어가고 있는 시점이다. 동북아 국가들은 자국의 경제 활성화를 위해 공항의 새로운 건설과 확장 등을 계획·실행해오고 있으며, 이를 통하여 동북아시아에서의 항공산업의 우위성을 확보하려하고 있다. 중국, 일본 등 우리나라와 경쟁관계에 있는 나라들이 기존공항의 확장과 신설을 통해 경쟁력을 높이려하고 있으며, 공항의 경쟁력을 높이는데 필수적 요소 중의 하나인 외국항공사의 유치를 위한 對항공사 마케팅을 다양하고 구체적인 방법으로 실행하고 있다. 우리나라도 2001년 동북아의 중추적인 공항의 건설과 개항을 맞이하여 이들 경쟁공항과의 경쟁에서 우위성을 확보하기 위한 하나의 방안으로서 자국 및 외국항공사의 비행편 유치에 대한 공항마케팅 측면에서의 접근이 필요하게 되었다.

본 연구는 우리나라와 지리적인 국토면적 여건이 비슷한 암스테르담 스키폴공항, 히드로공항 등의 공항들이 취하고 있는 對항공사마케팅 정책과 對항공사 유치를 위해 현재 실행하고 있는 방법들을 통해 앞으로 인천국제공항이 공항마케팅에서의 對항공사 마케팅 전략 수립시 고려 방안들을 제시하고자한다. 이에 공항마케팅의 일반적인 고찰과 외국 선진공항들의 對항공사마케팅전략을 고찰하고, 현재 인천국제공항의 경쟁공항인 동북아시아의 중국 및 일본 공항들의 현황등을 살펴보고자 한다. 마지막으로는 계량적 방법과 문헌들을 통해 여러 가지 방안들을 고려하여 인천국제공항이 실행하여야하는 對항공사마케팅전략방안을 제시하여 본 연구의 목적을 달성하려한다.

I. 서론

항공교통수단은 다른 교통수단보다 늦게 출발하였지만 그 어떤 교통수단보다 급속한 발전을 하였다. 특히, 양호한 안전성 확보를 통해 대중적인 교통수단으로 발전했다. 항공교통수단은 신속성과 고속성이라는 특성을 갖음으로써 생활권에 대한 시간적, 공간적 개념을 변화시켰으며, 현재나 미래에도 신속성, 고속성, 대형화, 편리성 등의 특성을 갖음으로써 다른 교통수단과의 경쟁에서 우위를 차지하게 될 것이다. 타 교통수단에 대한 항공교통수단의 우위성은 항공운송의 수요 증가와 항공기의 고속화, 대형화를 초래하게 됨으로써 공항의 확장 및 발전을 유도하게 되었다. 하지만 공항의 발전은 공항당국에 의해서만 이루어지는 것이 아니며 여러 가지 환경에 영향을 받게 된다. 우리 정부는 동북아지역 허브 공항으로 발전시킬 목적으로 인천국제공항을 건설하고 있다. 허브공항으로 성공하려면 무엇보다도 공항의 1차 수요자인 항공사의 유치성공이 필수적이다. 이런 면에서 국·내외 항공사를 유치하기 위한 공항마케팅은 매우 중요한 의미를 갖는다. 이 논문의 목적은 인천국제공항이 항공사 유치를 위한 마케팅 전략을 어떻게 수립하여야 할 것인가를 연구하는데 있다. 기존의 활발한 공항마케팅을 통해 항공사 유치에 성공한 대표적인 공항들의 사례를 문헌 연구하여 인천국제공항이 국내·외항공사들을 유치할 수 있는 전략 방안을 수립해 보도록 하겠다.

II. 공항마케팅의 이론적 고찰

공항 마케팅이란 공항이 동태적 환경변화에 적응하면서 소비자인 항공사와 승객의 필요와 욕구를 충족시키기 위하여 각종 시설과 서비스를 제공하고 이를 위한 경영활동을 수행하는 활동이라고 정의할 수 있고, 공항이라는 특수한 환경하에서의 서비스 제공이라는 특성을 지니고 있다.

1970년대 미국의 항공운송산업에 대한 규제 완화는 미국내 항공운송산업의 경쟁력을 강화시키게 되었다. 항공사들은 노선망을 자유롭게 구성할 수 있었으며, 대형항공사들은 경쟁력이 부족한 중소항공사들을 흡수·통합하게 되는 결과를 낳았다. 이러한 상황속에서 항공사들은 허브& 스포크 개념의 노선망을 구성하여 적은 비행편수로 많은 도시들을 운항할 수 있게 되었다. 또한 허브& 스포크 노선망을 구축하여 탑승율을 높임으로서 항공사의 경제적 효율성을 달성하였고, 허브공항은 항공사의 잦은 운항으로 인한 항공교통량 및 공항의 수입증대를 높일 수 있었다. 수입증대를 위하여 공항들은 고객인 항공사와 여객에 대한 마케팅의 필요성을 느꼈으며, 공공기관으로서의 공항 마케팅을 도입하게 되었다. 허브공항에서의 항공교통량의

증가는 공항 처리능력의 한계성을 드러나게 하였으며, 이런 한계성을 극복하기 위해서 공항의 확장이나 새로운 공항의 건설이 필요하나 막대한 건설자금을 조달하기 위해서 공공성을 띄는 자금보다는 상업적성격의 자금조달이 더욱 손쉽게 조달 가능하기에 재정적인 부족현상을 해결하기 위한 방안으로서의 마케팅을 도입하였다. 공항마케팅은 공항이 공공적 성격을 지니고 있으며, 공항운영에는 공공조직과 민간조직이 혼합되어 운영에 참여하고 있다는 점 때문에 독특한 특성을 지니게 된다. 공공적인 성격과 공항운영 주체들이 매우 다양하게 참여함으로 인해 운영주체들이 추구하고 있는 목적 또한 다양하게 나타나고 있다. 공공적 성격의 정부조직, 교통관계기관, 항공사, 공항당국 등의 여러 조직들이 고유의 업무를 수행하는 공공적인 성격으로 인해 항공교통처리의 안전 확보를 고려해야하며, 둘째는 신속하고 정확한 항공교통처리의 방해가 되서는 안된다는 점에서 제한을 받게된다. 이러한 두 가지 요인들을 고려하면서 상업활동을 펼쳐야하는 특성을 갖고 있다. 또한 공항당국이 항공사에 신속·정확한 서비스를 제공하고 항공사의 이미지 향상에 도움을 줄 수 있는 서비스 수준 유지, 공항사용료에 따른 항공사의 운영비용을 절감시켜줄 수 있는 서비스를 제공해야하는 공항만의 독특한 서비스 특성과 공항지역을 출입하는 다양한 이용자가 존재한다는 특성등이 공항마케팅의 특성이 된다.

공항마케팅의 목표로는 일반적으로 항상 고객의 욕구(Needs)만족과 안전(safety)확보에 초점을 맞추며, 지속적인 고객에 대한 서비스 향상 및 비용절감에 역점을 두고, 직원의 능력을 최대한 발휘할 수 있는 환경의 마련등을 전략 목표로 설정하여야 한다.

공항조직은 전통적으로 운영, 관리, 기술, 재정, 인사 또는 안전등을 포함하는 기능적 구조방식을 채택하여 왔다. 기능적 공항조직구조에서는 공항당국의 책임과 방침을 분리하는 기능적인 접근방식을 채택하여 왔으나, 최근의 공항은 상업적인 활동을 확대하기 위한 조직으로 개편되는 경향이 나타나고 있다.

III. 외국선진공항의 對항공사 마케팅 사례연구

선진국의 주요 국제 공항들은 마케팅 개념을 공항운영에 적용하여 어느정도 성과를 올리고 있으나, 소유형태·운영방법·지리적 위치·문화적 특성등에 따라 각 공항이 다른 방법으로 對항공사 마케팅 활동을 펼치고 있다.

본 장에서는 외국 선진공항들의 자국 및 외래항공사를 유치하기 위한 마케팅활동들에 대하여 고찰하고자 한다.

1. 암스테르담 스키폴 국제공항(네덜란드)

스키폴 공항이 마케팅이라는 상업적인 개념을 도입하기 시작한 것은 12~13년전에 스키폴 공항이 민영화되기 시작하면서 부터이며, 현재 스키폴 공항은 “major airport”에서 “mainport”로 개념을 전환할 것을 시도하고 있다. 스키폴 공항이 추구하는 mainport란 항공교통 뿐만 아니라 도로, 철도 교통까지 포함하는 종합적인 여객 수송 및 화물 수송의 중심지가 되어 스키폴 지역이 유럽의 교통 중심지가 되도록 노력하는 것이다.

스키폴 공항의 항공사 유치에 위한 마케팅 활동으로는 Open Sky정책, KLM의 강한 경쟁력 등을 바탕으로 한 허브 & 스포크 노선망 구성을 성공적으로 실현하여 항공사 유치에 성공하고 있으며, 새로운 항공사를 적극적으로 유치하기 위해 마케팅 전담부서에 마케팅 매니저를 두고 전 세계의 항공사를 1년에 1회이상 방문, 스키폴 공항으로의 취항을 권유하고 있다. 새로이 취항을 희망하는 항공사에게는 항공사가 원하는 것이 무엇인가를 파악, 취항전 시장 조사와 홍보활동, 판촉활동을 공항의 마케팅 담당부서에서 실시해 주고 있으며, 기존 취항 항공사에 대하여는 증편운항을 위한 자료를 제공하고 있다. 그리고 취항항공사와의 밀접한 관계 유지를 위해 그들이 무엇을 원하고 있는가를 파악하여, 이를 제공해주기 위한 온갖 노력을 기울이고 있다. 또한 지상조업체간의 경쟁을 통해 양질의 지상조업 서비스를 제공해 주기 위해 다수의 지상조업체를 유치하고 있다. 특히, 암스테르담 스키폴 공항은 항공화물 유치를 위하여 높은 수준의 transshipping 서비스 제공에 초점을 맞춰 노력하고 있는데, 효율적이고 신속한 입·출화물과 트랜스퍼 화물의 처리를 위해 컴퓨터를 이용한 고부가가치 전산망인 Cargonaut라는 독자적인 화물자동처리시스템을 개발하여 다양한 연결 비행편과 신속한 transshipping을 통해 정기항공사 및 항공화물회사들이 스키폴 공항을 유럽의 화물 허브 공항으로 이용하도록 노력하고 있다.

2. BAA plc(영국)

런던의 Heathrow Airport는 영국의 BAA plc가 운영하는 공항으로 공항 시설 규모가 방대함으로 인해 다섯개의 터미널로 분산되어 있어 터미널간 이동거리가 멀 뿐 아니라 터미널 내부가 혼잡하여 쾌적성 및 편의성 확보가 매우 어렵다. 특히 통과여객은 터미널간 이동이 필요한 경우가 많아 매우 불편하게 느끼고 있다.

히드로 공항의 對항공사 마케팅은 Heathrow 공항의 수용력 포화 상태로 인해 항공사들로 하여금 히드로 공항을 피하고 Gatwick이나 Stansted 공항으로 취항하도록 유도하고 있으나 항공사들은 연결 항공편이 풍부한 히드로 공항으로의 취항을

선호하고 있다. BAA plc는 새로이 런던 지역에 취항 하고자 하는 항공사들을 Gatwick 공항이나 Stansted공항으로 유치하기 위해 착륙료, 승객의 공항 이용료 등에서 Heathrow공항보다 유리한 조건을 제시하고 있다.

또한 BAA plc는 새로운 항공사를 런던 지역공항에 유치하기 위해 항공기 제작사인 미국의 보잉이나 유럽의 에어버스 항공기 제작사 등의 신규 주문리스트를 체크, 신규 항공기 도입 계약을 체결한 항공사에 BAA소속 공항 취항을 권유하고 있다. 또한 항공사 유치를 위해 BAA plc는 신규 취항지가 그 항공사에게 얼마나 시장성이 있는가를 분석해 주고 재무 컨설팅도 제공해 주고 있으며, 기존 항공사에게도 마케팅 자료와 함께 각종 통계 자료를 제공하여 항공사의 전략 계획의 자료로 사용하도록 돕고 있다. 이밖에 정기적으로 취항 항공사의 지점장이나 그라운드 매니저 등과 BAA plc의 해당 지역 운영 담당자가 만나 항공사가 필요로 하는 것이 무엇인지 파악하고 적극적으로 공항운영에 반영하고 있다.

3. 프랑크푸르트 국제공항(독일)

프랑크푸르트 공항은 프랑크푸르트 도심으로부터 남서쪽으로 9km 떨어진 지점에 위치한 공항으로 공항 운영상의 특성은 지상 조업을 공항당국이 직접 수행함으로써 turn around 시간과 transfer 시간을 최소화함으로써 허브(Hub) 공항이 될 수 있는 장점을 갖추고 있으며, 항공사들을 유치하고 처리교통량을 늘리기 위해 공항의 지리적 위치(유럽의 중앙)와 다양한 연결 노선망을 홍보하고 있다. 사실상 항공화물의 경우 지리적 위치와 야간 운항 및 야간 지상 조업의 활성화 덕분에 유럽 제일의 화물 처리 공항이 되었고, 항공여객의 경우도 연결 비행편에 의한 항공노선망 뿐만 아니라 철도와 고속도로를 이용한 연결 노선도 편리하여 허브 공항으로서 강점이 되고 있다.

프랑크푸르트 공항 당국은 위와 같은 지상 및 공중의 연결 교통망을 항공사들에게 효과적으로 홍보하기 위해 유럽의 주요 항공사들에게 프랑크푸르트 공항을 경유하여 연결 가능한 해당국 도시와 타국 도시간의 비행편 스케줄을 해당국의 언어로 작성하여 배포하고 있으며, 항공사들이 동공항을 허브공항으로 사용하도록 유도하기 위해 트랜스퍼 타임의 최소화를 홍보하고 있다.

4. 창이 국제공항(싱가폴)

항공사업에 중점 육성하기 위해 세계 어느 곳에서나 연결이 용이한 항공노선 확보, 여객청사의 단순 편리한 시설배치, 넓고 안락하며 깨끗한 여객청사의 운영을 실행해오고 있으며, 공항당국은

신속한 수하물 처리와 효과적이고 예외바른 CIQ 검사를 실시하고 있다. 특히 제한된 항공수요를 보완하기 위하여 환승여객과 관광객을 유치하는 방향에서 Hotel이용, Shopping, 관광객에게 할인 계산서 발급, 무료 시내 관광의 실시, 출국시 공항 이용료의 면제등 특별서비스를 제공하고 있다.

싱가폴 정부당국의 항공협정에서의 완전 항공자유화(Open Sky Policy)를 채택하여 모든 국가에 자국의 영공을 개방하고 있으며, 싱가포르에어라인과의 공동노력으로 동남아시아 항공시장의 중추적인 역할을 수행해오고 있다.

IV. 동북아 경쟁공항의 현황

국제 경제 환경속에서 항공산업이 경쟁력을 갖추고 21세기를 대비하기 위해 동북아지역 각국들은 대규모의 공항개발, 확충에 착수하였으며, 동북아지역 허브 공항화를 통해 항공산업의 우위를 확보하려하고 있다.

따라서 주요공항에 항공사를 유치하는 것은 공항의 장래와 국가 경제의 활성화로 직결된다고 볼 수 있으므로, 이 장에서는 인천국제공항과 직접적인 경쟁공항들간의 현황과 항공사 유치를 위한 마케팅 전략방안들에 대해 살펴보기로 한다

1. 신동경(나리타)국제공항

신동경(나리타)국제공항은 1978년 5월 개항된 이래 일본 및 동북아지역의 중심공항으로 중요한 위치를 차지하고 있다. 1998년 현재 전세계 38개국 98도시와 노선망을 구축하고 있으며, 취항하는 항공사는 51개사이다. 1998년 여객운송실적은 1997년보다 약 4.8% 줄어든 2천4백만명이었으며, 화물운송실적은 1.6백만톤으로 전년대비 약 5.8% 줄어들었다. 운항회수는 127,000회로 전년대비 약 1.4% 증가하였다.

1998년 국제공항협회(ACI)¹⁾ 통계에 따르면 신동경(나리타)국제공항의 처리 실적은 전세계 공항 가운데 여객처리 32위, 화물처리 5위, 항공기 이착륙회수 143위를 차지하였다.

신동경(나리타)국제공항은 동북아지역 중추공항으로서의 역할을 수행하는데 중요한 문제점을 갖고 있다. 1988년의 운수성 '토지 강제매입 불허'의 원칙에 따라 토지수용문제가 미해결상태로 남아있는데, 수용능력이 한계에 이르러 용량을 초과하여 처리하고 있는 상황에서 21세기의 동북아의 허브공항으로서의 위치 확보에는 어려움이 발생할 것이다.

신동경(나리타)국제공항은 세계 공항중에서

1) ACI(Airports Council International) : 국제 공항 협회. 1991년 설립된 세계공항들의 국제적 협의체로서 비영리단체

가장 붐비는 공항중의 하나로서, 아시아·태평양 노선의 대부분이 신동경(나리타)국제공항에서 환승되거나 출발하므로 신규진입 항공사가 당 공항을 취항하기에는 매우 어려운 실정이다.

2. 간사이국제공항

간사이국제공항은 1987년 착공후 약 8년에 걸친 공사뒤에 개항한 해상공항으로 1998년말 현재 취항항공사는 35개국 47개사이며 전세계 75개 도시를 운항하고 있으며, 운송실적은 항공기 운항회수 12만회로 개항 첫해 보다 약 3배의 성장을 보였으나 동북아 경쟁공항들중에서는 최하위를 기록하였고, 여객운송실적 19백만명, 화물운송실적 76만톤을 기록하였다.

간사이국제공항은 해상에 공항을 건설, 개항하였으나 침하 문제와 막대한 투자로 인하여 투자비용의 회수문제에 따르는 비싼 공항사용료를 항공사가 지불하게 함으로써 많은 항공사들이 취항을 꺼리고 있는 상황이다. 그러나 간사이국제공항은 해상공항임에 따라 소음, 공해방지 및 자연환경 보전을 할 수 있으며, 일본 최초의 24시간 운영한다는 점과 공항진입을 위한 다양한 교통수단(자동차, 전철, 선박)을 갖고 있다는 장점을 갖고 있다.

간사이국제공항은 신동경(나리타)공항의 Slot 문제로 인한 대체 공항으로서의 성격을 지니고 있으며, 기종점으로서의 공항역할을 수행하고 있다고 할 수 있다.

간사이국제공항의 對항공사 마케팅 전략으로는 외국항공사를 유치하기 위해 유럽의 외국항공사를 방문하여 노선 개설 담당 임원의 방문을 통해 간사이공항의 국제선과 국내선과의 Transit의 편리성, 간사이공항으로부터의 Access 편리성, 오사카 경제권에 대한 경제적 발전성 및 관광 진흥에 대해 외국항공사가 취항하게 되면 얻는 이익 등을 설명하며, 오사카시에 위치해 있는 외국사무소등을 방문하여 외국항공사의 취항을 유도하는 對항공사 마케팅을 실시하고 있다.

3. 북경국제공항

1980년대에 개혁과 개방정책을 추진한 이래 중국의 항공운송업은 급격한 성장을 보였고, 여객·화물수송량은 연평균 20% 속도로 성장해오고 있다.

중국에는 약 150여개의 공항이 있으며, 모든 공항은 중국 정부의 민항총국(CAAC)의 관할권에 속해 있다. 공항의 서비스 측면은 낙후되어 선진공항들에 비해 2류공항 수준밖에는 안되는 실정인데, 이런 낙후된 공항을 개선하기 위하여 수도권에 위치하고 있는 북경국제공항 개발 계획을 수립, 1999년 10월에 완공될 예정이다.

1998년말 현재 취항항공사는 58개사이며, 운송실적은 항공기 운항회수 16만회, 여객운송실적 17백만명, 화물운송실적 66만톤을 기록하였다. 그러나 이미 북경국제공항의 수용한계를 훨씬 넘어서 혼잡한 공항의 하나가 되었다.

선진 외국항공사들은 중국의 잠재적인 항공수요를 예상하여 많은 항공편을 투입하고 있으나 아직까지는 Hub공항이 아닌 기, 중점 공항으로 인식되고 있다.

4. 상하이(포동)국제공항

중국 정부의 개방과 개혁에 따른 인적·물적 이동은 상하이지역의 항공수요를 급증시키고 있으며, 상하이 제8차 5개년 경제개발계획의 하나로 추진 중인 상하이(포동)국제공항개발은 1999년 1단계 건설 후 2010년까지 지속적으로 확장개발 될 예정이다. 1단계공사 완료시기인 1999년에는 4,000m 활주로 1본과 15만㎡의 여객터미널과 상업적인 편의 시설로 운영 개시 되었으며, 연간처리능력은 여객이 2,000만명, 화물은 75만톤에 이를 전망이다. 최종단계 건설완료시의 면적은 15km², 활주로 4본으로 연간 8,000만명-1억명 처리능력을 보유하게 된다.

상하이(홍교)공항에는 1998년말 현재 취항항공사는 36개사가 취항중이며, 운송실적은 항공기 운항회수 12.7만회, 여객운송실적 14백만명, 화물운송실적 45만톤을 기록하였다. 상하이(홍교) 공항은 항공여객보다는 항공화물의 수송량이 두드러지는데 이것은 상하이의 황하 경제권과 관련한 수출입화물의 활발함을 나타내고 있다.

5. 김포(인천)국제공항

1990년대 중반 이후부터 한국의 관문인 김포국제공항은 이미 처리능력 한계에 도달하여 포화상태에 이르렀고 일부 시설에 대한 시설에 대해 확장을 추진해오고 있으나 급속하게 늘어나는 항공수요 증가를 감당하기에는 역부족인 상태에 이르렀다. 인천국제공항은 이런 김포국제공항의 한계를 극복하고 국제항공운송의 규제완화와 운송시스템의 Hub & Spoke화에 능동적으로 대처하는 추세로 인해 동아시아의 Hub공항이라는 역할을 수행하게 되었다.

인천국제공항은 서울로부터 서쪽으로 52km 떨어진 해상공항으로 24시간 개항함으로써 항공기에 대한 소음문제를 해결하고, 공항의 폐쇄시간에 관계없이 이·착륙할 수 있도록 운영할 예정으로 2001년 1단계 개항을 목표로 건설이 추진중이다. 1단계 시설이 완공이 되면 인천국제공항은 연간 여객 2,700 만명, 화물 170 만톤, 운항회수 170,000회 처리가 가능하게 된다. 개항 1단계에서는 총335만평의 공항부지에 3,750×60m활주로 1본과 1본의 활주로 부지만을 조

성하게 되며, 최종단계가 마무리되는 2020년에 인천국제공항의 수용능력은 연간 여객 1억명, 화물 750만톤, 운항회수 530,000회이다.

김포국제공항에 취항하는 항공사 현재 32개사가 취항하고 있으며, 운송실적은 1998년 현재 항공기 운항회수 24만회, 여객운송실적 29백만명, 화물운송실적 142만톤을 기록하였다. 김포국제공항은 주로 기중점 비행편의 주류를 이루는 공항으로 일본의 나리타국제공항과는 다르게 Transit이 차지하는 비율이 낮은 편으로 이것은 김포국제공항이 한국을 기, 중점으로 하는 지역공항임을 나타내는 것이다.

V. 인천국제공항의 Hub공항을 위한 항공사 유치방안

1. 항공정책을 통한 항공사 유치전략

인천국제공항이 국내외항공사를 유치하기 위한 국가적 항공 정책 방안으로는 동북아시아 항공시장의 점진적인 자유화를 통한 완전개방, 국적항공사에 대한 외국인 투자 및 항공시설립 유도, 직항노선이외의 이원노선 개발, 동남아, 서남아 시장 거점확보, 중남미, 대양주 노선보강, 한·중·일 단일 항공시장 구상을 통한 3국간의 항공수요창출 등을 목표로 하는 항공정책을 펼쳐 국내외항공사들의 활동에 제약이 없는 완전항공자유화를 이루어야 한다.

2. 공항시설이용료를 통한 항공사 유치전략

공항의 시설이용료는 화객이나 항공사에 급진적인 비용을 지불하게 함으로써 공항을 이용하는 데에 직접적인 영향을 미치는 요인이 된다. 공항시설이용료가 다른 경쟁공항과의 비교에서 높으면 항공사의 영업비용이 증가함으로써 공항의 이용회수가 줄어들거나, 보다 저렴한 대체공항을 이용하려 할 것이다. 이러한 현상은 궁극적으로 해당공항의 환승객 규모가 줄어드는 결과를 낳을 것이다. 그러므로 인천국제공항이 동북아의 중추공항으로서의 역할을 수행키 위해서는 환승객 규모를 늘려야하므로 환승 비행편에 대하여 공항시설이용료를 할인해주거나, 다른 공항과의 비교에서 우위를 차지할 수 있도록 저렴하게 공항시설이용료를 책정해야 한다.

또한, 김포공항이 공항시설이용료에서 우위를 점할 수 있는 유리한 위치에 있으므로, 앞으로 개항하는 인천국제공항도 경쟁공항과의 비교에서 우위를 지켜야하며, 공항이용료 수준을 공공성에 바탕을 둔 상업적이고 합리적인 요금체계의 형성과 항공사를 유인할 수 있는 방안을 수립하여야 한다.

3. 공항지원시설의 효율적 운영을 통한 항공사 유치전략

여객청사의 항공사 체크인카운터 배치, 지상조업 서비스 등이 항공사에게 편리하도록 배려 하여야한다.

항공사의 체크인 카운터는 공항당국의 수익성, 여객의 편의성, 터미널의 혼잡도, 배정의 공정성 등을 고려한 배정이 중요하며, 국적 항공사 및 국외항공사 모두에게 불만을 주지 않는 범위내에서 이루어져야 한다.

지상조업서비스는 항공기의 출발, 도착과 연계하여 신속하게 이루어져야 하며, 철저한 품질관리를 통하여 결함이 최소화 되도록 하여야한다.

이 외에도 많은 공항시설들이 최첨단의 시설로 구성되어있으므로 철저한 시운전을 통한 운영의 효율화를 이루고 국내외의 적극적인 홍보를 통해 동북아의 중추공항으로서의 위상을 높여야한다.

4. 공항의 기타 서비스를 제공에 따른 항공사 유치전략

현재 많은 공항들이 수익증대를 위한 하나의 방편으로 청사내에서 상업활동을 수행해오고 있다. 인천국제공항에서도 상업활동을 활발히 펼쳐 중추공항으로서의 역할과 많은 환승여객에 대한 상업활동의 조화를 이루어 발전해 나가야 한다. 상업적인 활동측면에서의 국내외 항공사를 유치하는 방안으로서는 다양한 물품의 준비, 쾌적한 환경과 종업원의 서비스정신 함양, 철저한 품질관리를 토대로한 고객을 찾아 나서는 적극적인 통합마케팅전략이 필요하다.

VII. 요약 및 결론

항공교통량의 증가와 더불어 Mega Carrier의 등장과 전 세계적 Alliance의 구축 등과 같은 변화가 일어나고 있다.

이와 같은 환경변화에 적응하면서 인천국제공항을 동북아시아 허브공항으로 성장할 수 있는 전략을 수립, 실천해야 할 것이다. 특히, 항공사 유치에 성공해야 하는데,

결론적으로 인천국제공항이 동북아의 공항으로 성공하기 위한 항공사 유치방안으로는,

첫째, 동북아시아 지역의 완전한 항공자유화를 항공 협정 등의 항공정책을 통해 이루어내는 것이며,

둘째, 동북아의 경쟁공항보다 적은 비용으로 건설됨에 따라 비교우위에 있는 공항시설료의 우위성을 지속적으로 유지시켜 나가야 하며,

셋째, 공항지원시설에 대한 효율적인 운영을 통

한 고품질의 서비스를 국내외항공사에게 제공하며,

넷째, 공항당국은 공항마케팅측면에서의 적극적인 항공사 유치활동을 지속적으로 펼쳐나가야 한다.

위에서 언급한 4가지의 결론은 인천국제공항이 동북아시아에서의 중추적인 공항으로서의 역할을 수행하는데에 최소한으로 이루어져야 하는 사항들이다. 이러한 사항들을 발판으로 꾸준한 노력과 실행을 한 후에 비로소 인천국제공항 동북아시아의 중추공항이 될 것이다.

< 参 考 文 献 >

國內文獻

교통개발연구원, "인천국제공항의 허브화 전망과 대책", 1997.

교통개발연구원, "인천국제공항 종합운영계획 I · II", 1998.

한국공항공단, "세계 주요 공항", 1999.

유광의, 대한교통학회, 제34회 추계 학술발표회, "공항 마케팅에 관한 일반적 고찰", 1998.

유광의, 「인천국제공항의 허브화를 위한 공항 사용료 결정정책」, 1997.

건설교통부, 항공국, "21세기 신항공정책(동북아 Hub Strategy)", 1999

國外文獻

OAG, "Flight Guide Worldwide", July, 1999.

Reantragoon, "Criteria For Successful Airport Marketing", Marketing & Market Research Seminar, Westminster University, UK, 1994

Ian Lowden, "Optimising Airport Marketing Through Effective Research", Marketing & Market Research Seminar, Westminster University, UK, 1997

Ashford, Norman, "Airport Business", Routledge, London, England, 1992.

"BAA Annual Reports (1981-1998)", Brithish Airport Authority

"Schiphol Airport Annual Reports (1996-1998)", The Netherlands Schiphol Airport