

웹서비스를 포함한 항공사 서비스품질이 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구

(The Effects of Airline Service Qualities Including Webservice on the Airline Reuse Intention)

장 형 욱* · 윤 승 자** · 오 흥 철***

* 부산광역시 남구 대연동 314-79 경성대학교 경영학부 초빙교수

** 부산광역시 남구 대연동 314-79 경성대학교 경영학과 박사과정

*** 부산광역시 남구 대연동 314-79 경성대학교 호텔관광경영학부 부교수

Abstract

In spite of abundant researches on service quality, researches on airline service quality have not been sufficiently conducted. This study attempts to delineate inclusive service quality factors by using SERVQUAL variables, airline core service variables, and web service variables together. Furthermore, the reuse intention of international airlines was regressed with these seven service quality factors. All service quality factors had positive impacts on dependent variable. Among the factors, the web service factor has most positive effect on reuse intention.

I. 서론

고유가, 테러, 과잉경쟁 등으로 인해 미국의 대표적인 항공사인 유나이티드항공, 델타항공, 노스웨스트항공 등이 파산보호에 들어갔으며, 최근 4년간 약 380억달러의 누적 적자를 기록할 만큼 항공사들은 극심한 어려움에 직면해 있다. 한편, 국내에서도 한성항공과 제주에어 등이 저가격 전략을 내세워 로컬지역에 기반을 둔 민간항공사로 출범하여 국내 항공시장의 경쟁이 더욱 치열해지고 있다. 이러한 항공산업의 경쟁환경 속에서 주요 항공사들은 스카이팀, 스타얼라이언스, 원월드 등 항공사 동맹을 통한글로벌 네트워크를 구축하고 있으며, 정보기술을 이용한 서비스 확대 등의 경쟁력 강화를 위한 전략을 추진하고 있다.

인터넷기술의 발전과 더불어 항공산업에서도 웹을 이용하여 고객서비스를 차별화하는 것은 더 이상 새로운 전략이 아니다. 국내 항공사에서도 최근에 웹사이트를 통한 서비스를 확대하고 있으며, 항공시간표의 조회, 실시간 발

착정보, 예약 및 발권, 예약의 변경 및 취소 등의 여러 가지 웹서비스를 고객이 누릴 수 있도록 하고 있다. 또한, 글로벌 웹사이트가 운영되어 국외에서도 국내를 도착지로 항공권 구매가 가능하게 되었다.

정보기술의 진보는 고객의 편의를 높이고 차별화된 고객서비스를 산출할 수 있게 하였으나, 고객들이 새로운 서비스를 미처 경험도 하지 못하는 경우도 허다하다. 특히 웹서비스의 경우, 고객의 연령이나 컴퓨터에 대한 친숙성 등에 따라 정보 및 서비스의 격차가 발생하고 있다.

이러한 정보와 서비스의 격차에도 불구하고 정보기술의 발전은 멈추지 않고 항공산업에 혁신의 바람을 불러일으키고 있다. 국제항공운송협회(IATA)는 전 세계 항공사들의 지속적인 경비절감 노력의 일환으로 2007년말까지 종이항공권을 없애는 e-티케팅을 도입할 계획과 탑승권(boarding pass)의 바코드화, 무선 주파수 인식 수화물 처리시스템 구축, 셀프서비스 체크인 기기(Kiosk) 사용의 일반화, 꼬리표 없는 화물처리 시스템 도입 등을 5대 계획으로 추진하고 있다. IATA의 5대 계획은 장기적으로 항공사의 경비절감은 물론 여행사들의 영업활동의 유연성을 높이며, 항공사를 이용하는 고객들의 편의 또한 높일 것으로 보인다(<http://travelmole.com>).

본 연구는 항공산업의 경쟁력 강화를 위한 항공사 핵심서비스 전략 및 서비스품질, 그리고 웹서비스 등의 측정변수들을 파악하여 이들 통합적 서비스품질 요인들이 재이용의도에 미치는 영향 관계를 살펴보았다. 현재까지의 항공산업에서 연구되었던 논문들과는 달리 기존의 항공 서비스품질 요소에 항공 핵심서비스 전략과 웹서비스 요소를 통합적으로 다루었다는데 의의가 있다.

II. 선행연구 및 변수의 조작적 정의

2.1. 서비스 품질

서비스 품질을 측정하는 가장 합리적인 방법에 관한 연구는 많은 학자들에 의해 끊임없이 연구되고 있으나 서비스의 품질에 대한 특성상 객관적인 품질을 측정하기에는 많은 어려움이 따르므로 학문적 논란의 소지를 지니고 있다.

이러한 논란 속에 서비스 품질을 특정하기에 적합한 모형을 개발한다는 것은 매우 중요한 일이 아닐 수 없으며, 이미 개발된 모형에 대한 평가 또한 무시되어서는 안 될 것이다. 한편 Cronin and Taylor(1992)는 은행 방역회사와 패스트푸드 업체 등을 대상으로 한 연구에서 서비스 품질 측정에서 Parasuraman et al.(1988)이 주창한 서비스 품질에 대한 측정이 우세한 방법이라고 주장한바 있다.

Parasuraman et al.(1988)의 SERVQUAL 혹은 SERVPERF 측정변수를 활용한 항공사 서비스 품질에 대한 여러 연구들을 살펴보았을 때 일반적으로 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성, 유형성이라는 다섯 개의 성분으로 분류되지 못함을 확인할 수 있었다.

본 연구에서는 항공산업의 경우 공항서비스와 기내서비스 등 서비스 스페이스가 다른 경우가 발생하여 이를 복합적으로 평가하기에 그들이 제시한 22개의 측정변수만으로는 부족하다고 생각하였다. 따라서 SERVQUAL (SERVPERF)모형이 아닌 항공사 핵심서비스 측정 관련 선행연구들을 통하여 추가적인 변수를 찾아보고자 하였다.

2.2. 항공사 핵심서비스

Parasuraman et al.(1988)의 22개 변수 외에 항공사 서비스 품질을 대표하는 측정변수들을 추출하기 위하여 선행연구를 실시하였다. 김문성 등(2002)은 항공 서비스를 예약 및 발권 서비스, 기내 서비스, 공항 서비스, 기타 서비스로 분류하고 고객만족 및 재구매, 그리고 추천과의 관계를 조사하였다. 연구결과 예약 및 발권 서비스에 대한 지각이 긍정적이면 항공서비스에 대하여 만족하며, 항공 서비스에서 기내서비스와 기타서비스에 대한 지각이 긍정적이면 그 항공사를 다시 이용하며 다른 사람에게 항공사를 추천하고, 상용고객 우대제도, 항공요금, 운항빈도수 등의 항공사의 기타서비스를 긍정적으로 지각하면 그 항공사를 주위 사람들에게 추천한다고 하였다.

이형백과 이지영(2001)의 연구에서는 고객이 서비스 전달과정에서 지각하는 분배 공정

성, 절차 공정성, 상호작용 공정성, 분배 공정성과 상호작용 공정성이 고객만족에 영향을 미치며, 특히 상호작용 공정성은 강력한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 항공사 종업원이 고객에게 보여주는 신뢰감, 친절함, 노력, 예의, 서비스 행위 등과 같은 고객과의 상호작용상의 행위가 고객만족에 영향을 미치는 것으로 보았다. 반면 절차공정성은 고객이 불만족 한다기 보다는 무관심하거나 항공사의 규정, 절차, 전달시스템에 무관심한 것을 원인으로 보았다.

장대성 등(2002)은 국내 두 항공사의 서비스 품질을 비교하였다. Parasuraman et al.(1988)의 다섯 개 서비스 품질 요소 외에 안전수칙, 기내식 및 오락이란 두 가지 요인을 추가하여 총 일곱 개의 항공사 서비스 품질 요인을 t-test하여 두 항공사간의 서비스 품질을 비교 분석하였다.

지성구와 홍석기(2005)는 국제선 항공 서비스 품질을 국제선 항공 서비스의 전반적 탁월성이나 우월성에 관한 이용자의 판단으로 객관적 품질과는 다른 태도의 유형으로 정의하고 있다. 그는 SERVPERF를 이용하여 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성의 다섯 개의 요인에 안전성과 핵심서비스를 추가하여 항공 서비스 품질척도를 개발하였다.

김계섭과 조주은(2005)은 국내 항공사를 연구대상으로 하여 서비스 품질속성의 중요도와 성과, 만족간의 관련성에 대하여 연구하였다. 그는 항공사 서비스 품질요인을 운송서비스의 신뢰성, 기내서비스의 우수성, 운항서비스의 확신성, 승객서비스의 차별성, 물적 서비스의 다양성, 유형성 등의 차원으로 분류하였다. 또한 운항서비스와 운송서비스의 정확성, 항공좌석은 항공사 서비스 품질속성 중 매우 중요한 요소라고 지적하고 아울러 중요도 및 성과와 만족간의 관련성은 항공사와 이용객의 관점이 다를 수 있음을 시사하였다.

본 연구에서는 항공사 핵심서비스와 관련하여 선행연구에 기반한 총 23개의 변수들을 추출하여 서비스 품질과 같이 사용하고자 하였다. 더하여 인터넷기술의 발달로 항공사들도 웹서비스에 대한 관심이 높아지고 있으므로 항공사 웹서비스에 대한 연구를 통하여 기존의 서비스 품질에 웹서비스라는 요인을 추가하고자 하였다.

2.3. 웹서비스

2.3.1. 항공사 웹서비스

인터넷기술의 발전과 더불어 항공산업에서도 웹을 이용하여 고객서비스를 차별화하는 것은 더 이상 새로운 전략이 아님에도 불구하고 아직까지 항공산업에서의 웹서비스를 분석하는 연구는 진행되지 않고 있다. 하지만 국내외 항공사들은 웹사이트를 통한 서비스의 확대를 도

모하고 있다.

예를 들어, 항공시간표의 조회, 실시간 발착정보, 예약 및 발권, 예약의 변경 및 취소 등의 여러 가지 웹서비스를 고객이 누릴 수 있도록 하고 있으며, 글로벌 웹사이트가 운영되어 국외에서도 국내를 도착지로 항공권 구매가 가능하게 되었다. 나아가서 유비쿼터스 시대를 위한 u-서비스에 대한 관심도 높아지고 있는 실정이다.

웹서비스를 통하여 많은 고객에게 애플리케이션을 지원하는 항공사, 여행사, 렌터카, 호텔, 신용카드사 등과 같은 다양한 여행 관련 비즈니스를 제공할 수 있으며, 화물패키지 배달 수송의 현황을 추적 및 통보해 주는 시스템에서도 유용하게 활용할 수 있다. UPS나 FedEx 등의 회사에서는 여러 애플리케이션과 백-엔드에 있는 데이터베이스를 통하여 현재 화물 패키지의 위치를 파악, 통보해 주는 것이다. 또한 은행이 보험회사나 신용카드 회사 등이 질적인 시스템을 자사 시스템과 연동하고자 할 때도 웹서비스의 사용이 효과적이다(이호수, 2003).

근년 항공사는 고객서비스를 향상시키기 위하여 여러 가지 상용프로그램이 내 놓고 있으며, 타 항공사, 여행사, 호텔, 렌트카 회사 등과 전략적 제휴를 통하여 보다 차별화된 서비스를 제공하려고 하고 있다. 따라서 이러한 상황아래 항공사는 웹서비스를 통하여 통합된 서비스를 수행할 필요성을 느끼고 있다.

대한항공의 경우 웹서비스의 SOA(Service Oriented Architecture)를 적용하여 활주로 운영 및 관리를 위한 파일럿 프로젝트를 추진하고 있으며, 항공기 출발 및 도착과 관련된 여러 애플리케이션 기능을 재구성하여 이를 다양한 업무시스템에서 공용으로 활용할 수 있도록 할 계획이다(전자상거래표준화통합포럼, 2005). 한편, 여행상품은 다양한 정보의 통합이다. 항공기 정보, 호텔정보, 렌트카 정보 등이 묶음되어 제공되어야 한다. 그러나 이들 정보들은 서로 다른 이질적인 형식의 데이터로 저장되어 있으므로 웹서비스를 통한 통합이 필수적이다.

이현정과 손미애(2006)는 이러한 복합 상품 구성을 위한 지능형 여행 정보시스템에 대한 연구를 하였다. 그들은 여행상품 추천을 위해 묶음 상품을 위한 방법론인 PBM(Product Bundling and Modification)에 대한 알고리즘을 제안하고, 단일상품으로 복합상품을 구성하기 위한 시맨틱 웹에 기반한 정보표현에 대하여 연구하였다.

웹서비스와 관련된 연구가 진행되고 있으나 항공사 웹서비스에 대한 평가와 관련한 논문은 없었으며, 웹서비스 성과를 측정할 수 있는 성과지표에 대한 연구 또한 없었다. 따라서 본 연구에서는 항공사 웹서비스 요인들을 기존의 웹서비스 평가와 관련된 선행연구들을 통하여 추출하고자 하였다.

2.3.2. 웹서비스 평가

항공사를 연구대상으로 웹서비스를 평가한 선행연구가 미흡하여 본 연구에서는 웹서비스에 대한 평가를 위하여 전략적 관점에서 비즈니스 모델의 차원을 이용한 웹사이트 평가요소를 이용하기로 하였다. 효과적인 웹사이트의 구축은 매출액이나 고객만족으로 이어진다. 이러한 이유로 웹사이트에 대한 연구는 그 중요성이 높은 만큼 여러 시각에서 연구가 이루어지고 있다. 웹사이트 성공요인의 도출, 웹사이트 평가요인에 관한 연구, 웹 디자인 측면에서의 감성적 연구, 시스템공학 측면에서의 웹사이트 구조나 내용을 구현하는 방법론 등에 관한 연구가 이러한 사실을 잘 대변해준다(정기호, 2002).

김상규와 최영운(2005)은 웹사이트의 평가요인을 비즈니스 요인, 콘텐츠 요인, 네비게이션 요인, 상호작용 요인, 디자인 요인으로 구분하고 있다. 이들 요인에 대하여 공공스포츠 조직의 웹사이트 평가에 일반인과 전문인의 차이가 있는지를 연구하였다. 비즈니스 요인의 측정변수로는 홍보성, 접근성, 기능성, 관리, 마케팅 등을 들고 있으며, 콘텐츠의 요인의 경우에는 다양성, 이벤트, 이해성, 흥미성, 전문성 등을 측정변수로 들고 있다. 네비게이션 요인은 검색기능, 이동성, 연계성, 안내, 사용성 등을 들고 있으며, 상호 작용성 요인은 e-메일, 의견수렴, 질의응답, 회원공간, 활성화를 측정변수로 들고 있고, 디자인 요인은 독창성, 상징성, 은유성, 시각성, 편리성을 측정변수로 구성하였다.

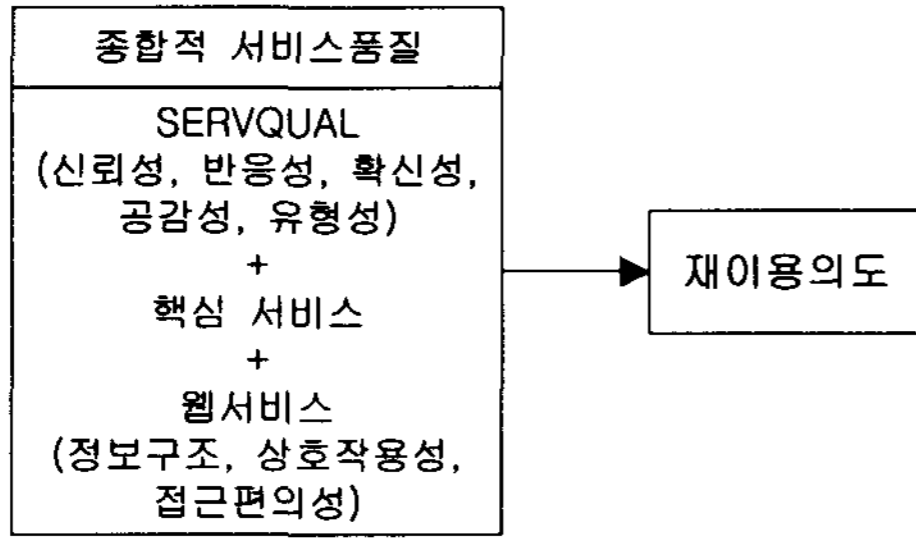
Abels et al.(1997)은 웹사이트 평가요소를 콘텐츠의 다양성, 콘텐츠의 분량, 콘텐츠의 품질, 논리적 구조, 고유특징, 미적 인상 등에 대하여 언급하고 있으며, Bell and Tang(1998)은 접속속도, 검색속도, 다운로드 속도, 네비게이션, 멀티미디어 및 화상회의 시스템 등의 기술적 평가 요소에 대하여 언급하고 있다. Rajani and Rosenberg(1999)는 계속 업데이트, 일자 표시 등을 언급하고 있으며, 이외에도 기술적 평가 요소로 논리적 구조, 정확성, 신뢰성(링크 작동여부 등), 고유특징, 호환성, 보안, 판권소유 등이 있다(이재관, 2000).

항공사 웹서비스에 대해서는 기존의 연구가 없었던 관계로 앞서의 웹사이트 평가요인에 대한 선행연구들에서의 변수들을 사용하여 항공사 웹서비스에 적용되는 17개의 측정변수들을 개발하였다.

III. 연구설계

본 연구는 항공사 서비스품질과 웹서비스 차원이 재이용의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대하여 살펴보고자 <그림1>과 같이 연구모

형을 제시하였다.



< 그림 1 > 연구모형

SERVQUAL의 22개 측정변수와 항공사 핵심서비스 23개, 그리고 웹서비스 17개의 측정변수들에 대하여 리커트 7점 척도(1:전혀 아니다, 7:확실히 그렇다)를 사용하였다. 이들 22개 변수와 항공사 핵심서비스 23개, 웹서비스 17개의 변수 모두를 통합적 개념의 서비스품질로 살펴보고자 하였다.

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 국제선 이용고객을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사대상자는 국제선을 이용한 경험이 있으며, 한 번 이상의 웹서비스를 이용한 항공기 탑승자를 대상으로 2005년 11월 6일부터 8일까지 면접조사를 실시하였다. 총164부가 회수되었으며 이중 응답이 불성실하거나 누락된 설문 27부를 제거한 후 137부에 대하여 SPSS 12.0K를 이용하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 다중회귀분석 등을 실행하였다.

IV. 연구결과

4.1. 표본의 일반적 특성

회수된 설문중 성별분포는 남자가 69명(50.4%), 여자가 68명(49.6%)으로 조사되었고, 연령의 분포는 20-30세미만이 75명(54.7%)으로 가장 많았으며, 30-40세미만 43명(31.4%), 40-50세미만 14명(10.2%), 50-60세미만 4명(4%), 20세미만 1명(0.7%)의 순으로 나타났다. 직업별 분포는 사무직이 41명(29.9%)으로 가장 많았으며, 학생이 30명(21.9%)으로 두 번째로 많은 응답이 있었고, 전문직 25명(18.2%), 자영업 13명(9.5%), 기술직 11명(8.0%), 주부 7명(5.1%), 공무원 4명(4.9%), 기타 6명(4.4%)의 순으로 나타났다.

연간 항공기 이용횟수에 대한 응답에서는 1-3번이 66명(48.2%)으로 가장 많았고, 4-6번이 35명(25.5%), 10번이상이 21명(15.3%), 7-9번이 15명(10.9%)의 순으로 나타났다. 또한 항공기 이용 목적에서는 87명(63.5%)이 관광을 위해 이용하였다고 응답하였으며, 업무의 경우 23명으로 전체 중 16.8%를 차지하고 있다. 이외에도 교육 및 세미나가 11명으로 8.0%를 차

지하고 있으며, 친지방문 8명(5.8%), 휴가 5명(3.6%), 기타 3명(2.2%)으로 조사되었다.

가계소득의 경우, 100-200만원미만이 41명(29.9%), 200-300만원미만 40명(29.2%), 100만원미만과 300-400만원미만이 16명(11.7%)으로 각각 응답자의 수가 같았으며, 400-500만원미만 11명(8.0%), 500만원이상 10명(7.3%)으로 조사되었다.

4.2. 요인분석 및 신뢰도분석

항공사 핵심서비스 23문항, 서비스품질 22문항, 웹서비스 17문항에 대하여 요인분석을 실시하였다. 총62개 변수에서 두 개의 변수(as12, as19)가 신뢰도가 낮아 제거되었고, 한 개의 변수(as1)가 적재치가 작아 제거시켰으며, 연구목적과 달리 묶인 변수(as10) 하나를 제거하여 총58개 변수가 7개의 성분으로 묶이었다. 요인추출방법은 주성분분석을 이용하였으며, 직교회전(orthogonal rotation)은 베리맥스(varimax)법을 이용하였다. 항공사 서비스품질에 대한 요인분석 결과는 < 표 1 >에 나타나 있다.

요인분석 결과 연구모형과는 달리 총 일곱 개의 성분으로 분류되었다. 신뢰성, 확신성, 공감성은 Parasuraman et al.(1988)의 모형과 일치하였으나 반응성은 웹서비스의 상호작용성, 접근편의성이 반응성으로 같은 요인으로 추출되어 '종합 반응성'이라 명명하였다. 또한 유형성의 경우는 두 개의 요인으로 분류되어 각 요인에 대하여 '기내 차별화', '기내 의사소통'이라고 이름을 지었다. 마지막으로 웹서비스에서 정보구조는 하나의 성분으로 묶이어서 '웹 정보구조'라 칭하였다. 각각의 요인들에 대한 신뢰도분석에서도 높은 크론바하 알파값이 나와 이들 요인을 사용함에 문제가 없는 것으로 판단된다.

한편 종속변수인 재이용의도는 항공사 재이용과 항공사 추천, 가격 변동시에도 재이용할 것이라는 세 설문항목을 이용하였다. 재이용의도에 대한 신뢰도분석을 실시한 결과 크론바하 알파값이 .881로 나타났으며, 요인분석 결과 하나의 요인으로 KMO의 값이 .711, 유의확률 .000으로 요인을 사용함에 문제가 없는 것으로 나타났다.

4.3. 가설검증

통합적 항공사 서비스품질에 대한 요인분석시 추출된 요인점수와 재이용의도에 대한 요인점수를 이용하여 다중회귀분석을 실행하였다. 분석에 사용된 요인값들은 각각 직교회전에 의해 추출되었다.

항공사 서비스품질 차원인 신뢰성, 웹 정보구조, 종합 반응성, 확신성, 공감성, 기내 차별화, 기내 의사소통 각각이 재이용의도에 긍

< 표 1 > 항공사 핵심서비스 전략 요인분석 결과

항 목	평균	성 분							크론바 하 알파
		신뢰성	웹정보 구조	종합 반응성	확신성	공감성	기내 차별화	기내 의사소통	
sq12 직원 태도	4.759	.696							.949
sq13 고객 요청에 대한 항공사 신속 대응	4.818	.694							
sq14 직원 신뢰성	4.759	.654							
sq3 직원 복장 단정	5.219	.645							
sq15 직원과의 거래시 안도감	4.664	.645							
sq16 직원 정중함	5.088	.632							
sq17 항공사의 직원에 대한 지원	4.715	.592							
sq7 항공사 신뢰	4.620	.572							
sq4 물적 시설 이미지와 서비스 형태 일치	4.701	.555							
sq9 고객기록 안전성	4.591	.480							
sq11 신속한 정보 제공	4.401	.463							
web3 시각디자인(색상, 눈의 피로도 등)	4.212		.695						.925
web9 접속 신속성	4.358		.695						
web7 접속 용이성	4.416		.677						
web5 제공정보의 쉬운 이해	4.139		.677						
web2 정기적 업데이트	4.328		.647						
web1 검색 용이 및 하이퍼링크 배치	4.380		.593						
web6 보안성	3.956		.590						
web11 FAQ 등의 유무와 제공정보의 질	4.445		.586						
web8 로그인 설치 요구	4.321		.549						
web4 가상체험	3.956		.482						
web10 전자우편 등의 접속 용이성	4.387		.481						
web16 고객 제안이나 요구에 정확한 응답	4.058			.790					.921
web17 고객 요구에 대한 개별적 응답	3.964			.734					
sq21 고객이 편리하도록 운영시간을 조정	3.730			.700					
web15 고객요구에 신속 응답	4.073			.685					
web14 할인, 신상품 등에 대한 맞춤서비스	4.314			.597					
web12 전산 담당 직원과의 커뮤니케이션	3.847			.578					
web13 예약과 지불 등의 거래	4.292			.531					
sq10 서비스 제공시간 안내	4.226			.521					
sq20 항공사의 고객에 대한 최대관심 파악	3.825			.501					
sq19 직원의 고객니즈에 대한 파악	3.891			.495					
as22 상용고객프로그램	4.124			.441					
as14 예약, 발권 신속성	4.657			.706					.904
as17 항공사 국적 만족	4.577			.696					
as16 화물처리의 정확성	4.642			.670					
as13 항공사 직원의 업무수행능력	4.496			.549					
as15 정보 제공	4.255			.546					
sq8 제공서비스 정시 제공	3.818			.479					
sq5 예정된 시간 업무 진행	4.628			.475					
sq18 항공사의 고객에 대한 개별적 관심	3.942				.673				.873
as23 연결편 접속의 적절함	4.007				.574				
sq22 직원은 고객 편의를 위하여 개별관심	3.847				.547				
as11 항공요금 적정성	3.328				.546				
as8 탑승 수속 신속성	3.818				.527				
as21 항공사 로고 매력성	4.175				.524				
as9 운항스케줄 편리성	4.015				.521				
sq6 고객 문제 제기시 심정적 동조	4.467				.513				
sq2 물적 시설의 시각적 만족	4.270				.440				
as7 기내 엔터테인먼트	3.467					.715			.818
as6 기내 면세품	3.460					.664			
as20 보상서비스(수화물, 항공기 지연, 결항)	4.029					.652			
as5 기내 좌석	3.562					.577			
as18 기내 소모품	4.387					.488			
sq1 최신 항공기와 최신시설(기능)	4.204					.447			
as3 기내 내부환경 및 분위기	4.482						.698		.775
as2 기내 방송의 질	4.657						.686		
as4 승무원과의 의사소통	4.854						.567		

고유치	24.976	3.032	2.736	2.028	1.856	1.636	1.374
분산(%)	43.062	5.228	4.716	3.496	3.200	2.821	2.369
누적분산(%)	43.062	48.290	53.007	56.502	59.702	62.524	64.892
Kaiser-Meyer-Olkin 속도	.909						
구형성검정치	6709.053						
유의확률	.000						

정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. T값을 살펴보면 재이용의도에 영향을 미치는 성분으로 웹 정보구조가 가장 높았으며, 다음으로 종합 반응성이 다음 순이었다. 이는 웹서비스가 재이용의도에 큰 영향을 주고 있음을 시사하고 있다.

< 표 2 > 항공사 서비스품질이 재이용의도에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과

종속 변수	항공사 서비스품질	수정 R2	F값	유의 확률	B	T값
재이용 의도	(상수)	.568	26.581	.000	4.142	53.530
	신뢰성				.416	5.359
	웹 정보구조				.531	6.836
	종합 반응성				.469	6.044
	혁신성				.368	4.736
	공감성				.263	3.385
	기내 차별화				.391	5.035
	기내 의사소통				.299	3.853

V. 결론

본 연구에서는 항공사 서비스품질이 재이용의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대하여 실증분석을 실시하였다. 특히 Parasuraman et al.(1988)의 모형과 항공사 핵심서비스에 대한 선행연구는 물론, 웹서비스라는 새로운 항공사 서비스전략 요인을 추출하였다는데 연구의 의의가 있다.

실증분석 결과 항공사 서비스품질 중 웹서비스와 관련된 웹 정보구조와 종합 반응성이 재이용의도에 큰 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 이러한 결과는 인터넷기술의 발전과 더불어 항공산업에서도 웹을 이용하여 고객서비스를 차별화하는 것이 중요한 전략이 되고 있음을 시사하고 있다.

본 연구의 한계점 및 발전방향으로는 다음과 같다. 한계점으로는 첫째, 설문지의 회수된 부수가 적어 대표성이 떨어진다는 점이며, 둘째, 설문항목이 많아 응답자들의 응답에 애로가 있었다는 점이다. 한편 앞으로 웹서비스를 포함한 실증연구의 필요성이 있으며, 웹서비스에 대한 성과를 측정하는 척도의 더욱 개발되어야 할 것이다.

참고문헌

【국내문헌】

김계섭·조주은(2005), "항공사 서비스 품질의 중요도-성과와 만족간의 관련성", 관광연구, 19(2), pp. 35-61.

- 김문성·권문호·이영립(2002), "항공서비스 품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구", 여행학연구, 16, pp. 107-125.
- 김상규·최영운(2005), "공공 스포츠 조직 웹 사이트의 평가에 일반인과 전문인의 차이", 한국스포츠리서치, 16(3), 통권 90호, pp. 53-62.
- 이재관(2000), "커뮤니티 요소를 고려하는 웹사이트 평가", 경영과학, 17(3), pp. 119-129.
- 이현정·손미애(2006), "유비쿼터스 환경에서 복합 상품 구성을 위한 지능형 여행 정보 시스템에 대한 연구 - 의미론적 웹 서비스 중심", 한국지능정보시스템학회논문지, 12(2), pp. 49-65.
- 이형백·이지영(2001), "항공사 서비스 공정성이 고객만족과 관계품질에 미치는 영향에 관한 연구", 인적자원관리연구, 3.
- 이호수(2003), "웹서비스와 정보기술의 미래", 신기술신경영 2003년 봄호, pp. 40-43.
- 장대성·김민수·서화정·선완성·지현주(2002), "SERVQUAL을 이용한 국적항공사 서비스 품질연구", 한국서비스경영학회, 3(1), pp. 177-196.
- 전자상거래표준화통합포럼(2005), "최신 국내 e비즈니스 추진 사례", pp. 1-54.
- 정기호(2002), "퍼지인식도를 활용한 성공적인 웹디자인 요인들의 전략적 영향관계 분석모형", 동명정보대학교 사이버 비즈니스, 1, pp. 36-44.
- 지성구·홍석기(2005), "국제선 항공 서비스품질 척도 개발", 산업경제연구, 18(3), pp. 1179-1201.

【국외문헌】

- Abels, E., White, M. and Hahn, K.(1997), "Identifying User-based Criteria for Web Pages," *Internet Research*, 7(4), pp. 252-262.
- Bell, H. and Tang, N.(1998), "The Effectiveness of Commercial Internet Web Sites : A User's Perspective," *Internet Research*, 8(3), pp. 219-228.
- Cronin, J. Joseph. Jr. and Taylor, S. A.(1992), "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension," *Journal of Marketing*, 56.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L.(1988), "SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perceptions for service quality," *Journal of Retailing*, 64, pp. 12-40.
- Rajani, R. and Rosenberg, D.(1999), "Usable or Not? Factors Affecting the Usability of Web Sites," *CMC Magazine*, 6(1).

【URL】 <http://travelmole.com>.