

우리나라 저가항공 서비스의 만족이 재이용과 지역관광산업에 미치는 영향에 관한 연구

김효경^o, 문재영^{*}

^o한국관광대학교 관광경영과,

^{*}동서대학교 글로벌경영학부

e-mail: hyokyung_kim@hanmail.net^o, jaymoon@dongseo.ac.kr^{*}

A Study on the Satisfaction of Low-cost Carrier Service influence on Reuse and Local Tourism Industry in Korea

Hyo-Kyung Kim^o, Jae-Young Moon^{*}

^oTourism Management, Korea Tourism College,

^{*}Div. of Global Business Administration, Dongseo University

● 요 약 ●

Today, the tourism industry, unlike the past, is fused with various fields and is closely related to various fields, not just one field. In the case of the tourism industry, it leads to an increase in product sales through not only national import but also enhancing national image, forming a positive virtuous chain. As mentioned in order to verify the hypothesis presented in this study, pilot tests were conducted on about 50 copies of the data, and as a result, in-flight service (H1), flight service (H2), compensation service (H3), and reservation service (H4) It has been shown to have a positive effect on customer satisfaction, and when customer satisfaction is achieved, it naturally leads to reuse.

키워드: LCC(Low Cost Carrier), Customer Satisfaction, Business Results

I. Introduction

오늘날 관광산업은 과거와 달리 다양한 분야와 융합되어 단순히 하나의 분야가 아닌 여러 분야와 밀접한 관계를 맺고 있다. 관광산업의 경우 단순히 국가 수입뿐만 아니라 국가의 이미지 제고 등을 통한 제품 판매의 증대로 이어져 긍정적인 선순환 체인을 이루고 있다.

이러한 관광산업을 적극 발전시키기 위해서 가장 먼저 선행되어야 하는 것이 관광객의 유치이며 특히 해외관광객을 유치 시 없어서는 안 될 운송수단이 항공이라고 할 수 있으므로 항공산업은 시간이 지날수록 그 규모가 커지고 있다.

일반적으로 항공사는 일반 항공사(Full-Service Carriers)와 저가 항공사(Low cost carrier)로 나눌 수 있으며 저가항공사의 경우 일반 항공사 보다 약 70% 미만의 자기유임 정책을 통해 점차 그 사업범위를 넓혀 가고 있으며 우리나라의 경우에도 2005년 한성항공을 시작으로 제주항공, 에어부산, 진에어, 이스타항공 등 저가항공사들이 등장하였다(강민승과 이희찬, 2017).

저가항공의 경우 일반 항공사와의 경쟁에서 살아남기 위해 선택한 것이 자기유임 전략으로 지점대 진점운항, 제2공항이용, 높은 항공기 가동율, 단일기종 운영, 가내 서비스의 축소 및 유료화 등을 통하여

적극적인 고객 확보를 하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다(서선, 2008, 임태민 외, 2018).

이처럼 저가항공시장은 매년 빠르게 성장하고 있으나 이에 따른 많은 부작용도 발생하고 있다. 저가항공시장에서 발생하는 대표적인 불만사항은 운송의 불이행 및 지연, 항공권 구매 취소시 발생하는 환불비용 등 이 주를 이루고 있으며 고객에 대한 서비스의 경우에도 일반 항공사에 비해 다소 부족한 것이 사실이다(임태민 외, 2018).

특히 저가항공의 경우 주로 단거리 우주의 운항이 주를 이루었으나 최근 들어 장거리 운항에도 참여하는 저가항공사가 나타나고 있는 추세이나 저가항공사의 특성상 장거리 운항에 대한 경험의 부족으로 다소 문제가 발생하는 것도 현실이다.

따라서 본 연구는 우리나라 저가항공사의 경쟁력 제고를 위해 고객에게 제공되는 서비스 중 중요하게 생각되는 것은 무엇이며 부족한 부분은 무엇인지를 파악할 테스트를 통해 알아보고자 한다.

II. The Proposed Scheme

본 연구를 진행하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.

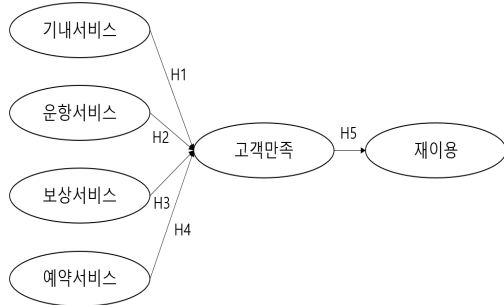


Fig. 1. 연구모형

- H1: 저가항공의 기내서비스는 고객만족에 영향을 줄 것이다.
- H2: 저가항공의 운항서비스는 고객만족에 영향을 줄 것이다.
- H3: 저가항공의 보상서비스는 고객만족에 영향을 줄 것이다.
- H4: 저가항공의 예약서비스는 고객만족에 영향을 줄 것이다.
- H5: 저가항공에서의 고객만족은 저가항공의 재이용에 영향을 줄 것이다.

III. Conclusions

본 연구에서 제시한 가설을 검증하기 위해 언급한 것처럼 약 50부의 데이터를 통해 파일럿 테스트를 진행하였으며 그 결과 기내서비스(H1), 운항서비스(H2), 보상서비스(H3), 예약서비스(H4) 모두 고객만족에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났으며 고객만족이 달성되면 자연스럽게 재 이용으로 이어지는 결과를 도출 하였다.

본 연구의 결과는 기존 연구에서 보여주었던 결과와 동일한 결과로 저가항공을 이용하는 고객들의 경우 비록 일반 항공사 보다 약 30%~40% 싼 항공료를 지불하지만 서비스의 경우 일반항공사와 동일한 수준을 요구하는 것으로 나타났다.

REFERENCES

- [1] 강민승, 이희찬, “기내서비스품질의 만족도가 행동의도에 미치는 영향 연구,” 관광레저연구, Vol.29, No.12, pp.195-209, 2017.
- [2] 서선, “한국의 국제선 저가항공사 비즈니스 모델” 대한관광경영학회, Vol. 23, No. 1, pp.317-340, 2018
- [3] 임태민, 김유진, 이형석, “저가항공사의 서비스품질과 고객만족 관계에서 여행거리의 조절효과분석,” 충북대학교 산업과 경영, Vol. 31, No. 2, pp.57-80, 2018.