

철도관광상품 구매경험에 따른 서비스품질 IPA 분석

주용준* · 이용철**†

* 우송정보대학 철도운수경영과

** 부천대학 관광경영과

The Importance-Performance Analysis(IPA) of Service Quality According to Buying Experience of Rail Tours

Ju, Yong-jun* · Lee, Yong-Chul**†

* Dept. of Railroad Management, Woo-Song Information College

** Dept. of Tourism Management, Bu-Cheon University

Key Words : Railroad Tourism, Service Quality, Importance Performance Analysis : IPA

Abstract

In this research, the selection of rail tour items of importance and achievement of service quality will be different 'analysis under the assumption that the relationships between them, were studied. Through this research, managers' subjective judgments of the customer rather than by a judge, ie, the true value to our customers think of the rail service quality for tourism products is crucial to develop the important elements. In addition, market-oriented thinking is to present the basic data of the transition. To summarize the conclusions of this paper is as follows. First, what tourists are seeking, constant research and improvement of tourism services should be looking for ways. Secondly, the focus on service quality aspects of products and the urgent need to identify the side of part "Concentrate Here" and "Possible Overkill" by reducing the effort to improve the efficiency of management is considered to be accelerated. Finally, most point in terms of focus and means of transport for the tourism sector as well as the railway tourism products, using the railway as a tourism product now on tour items should be changed.

1. 서 론

세계는 물론 한국 관광사에 있어서 철도시대의 개막은 공간적 이동에 대한 획기적인 변화를 가져왔다. 이는 대량관광(mass tourism)시대를 가져옴과 동시에 단체관광객의 이동을 원활하게 해 줌으로써 관광지 형성 및 관광개발을 촉진시켰으며, 관광교통수단으로써 이용도를 높이면서 관광지 경영에도 절대적인 영향력을 행사하였다고 해도 과언이 아닐 것이다.

이에, 김창수(2001)는 21세기 철도산업은 고속화 및 첨단화를 관광과 함께 접목시킨 방향으로의 전환을 통

하여 철도관광에 대한 연구와 관광객유치에 대한 철도 경영환경변화에 대처해야 함을 지적하였다. 이와 더불어 최연혜(1998)는 철도공사의 경영개선을 위해 적극적인 수익 부대사업 개발이 필요하며, 핵심사업인 운송 사업부분의 경쟁력 제고를 위한 철도 관광상품개발은 큰 의미가 있다고 주장하고 있다.

위에서 주장하였듯이, 철도산업은 국민 여객서비스를 담당하는 것으로 공공성의 성격으로 수익성보다는 공익성을 추구함으로써, 지속적인 영업수익의 감소를 초래할 수밖에 없다. 이를 극복하기 위하여 운임인상을 통한 수입증대에는 한계가 있다. 이에 따라 철도공사의 경영개선을 위해 다양한 신상품을 개발하고 있으며, 이중 철도관광상품의 개발 및 판매는 철도공사의 이미지

† 교신저자 sportevent@hanmail.net

제고와 수입증대, 지역개발 촉진과 관광산업 저변확대, 철도공사 직원의 경영마인드 확립 등의 철도공사 경영 개선을 위해 노력을 피하고 있다.

이에 녹색교통의 성장 동력으로서 낙후되어 있는 철도산업의 활성화와 발전을 위하여 철도운영자의 서비스 수준을 높이고 철도 이용자의 편익을 증진시키며 새로운 철도 수요의 창출과 타 교통수단과의 경쟁력 향상을 도모하기 위하여 철도서비스품질평가의 필요성을 주장(이현주, 2009)하고 있다. 따라서, 철도공사에서 개발 및 판매하고 있는 철도관광상품에 대한 서비스품질평가에 대한 필요성이 제기된다. 이는 철도공사에서 판매되고 있는 철도관광상품에 대하여 서비스품질은 공급자 입장의 객관적 품질(Objective Quality)과 고객 입장의 주관적 품질인 지각된 품질(Perceived Quality)로 구분(이유재, 2004)할 수 있다. 서비스의 무형성, 이질성, 비분리성, 소멸성 등과 같은 특성은 고객의 입장에서 주관적으로 평가되기에 철도관광상품 서비스 품질을 높이기 위해서는 지각된 품질을 향상시킬 필요성이 제기된다.

이에 본 연구의 목적은 첫째, 타 교통수단과 관광교통수단 서비스품질 변수를 검토하여 향후 철도관광상품 서비스품질평가를 위한 변수를 도출하고자 하였다. 둘째, 철도관광상품에 대한 서비스품질평가를 위하여 기대-성과 불일치기준 측정방법을 적용하였다. 이는 철도관광상품을 구매한 구매자를 중심으로 고객이 무엇을 중요하게 고려하고 있으며, 경험 후 철도관광상품의 성과의 변화를 측정함으로써 지각된 품질에 어떠한 변화를 가져왔는지 규명하고자 한다.

본 연구를 통하여 ‘경영자의 주관에 의한 판단이 아닌, 고객의 판단’, 즉, 고객에게 참된 가치가 있다고 생각하는 철도관광상품 서비스품질의 결정적 중요요소를 개발하고, 이에 발맞추어 시장 지향적 사고의 전환의 기초자료를 제공하고자 하였다.

2. 철도관광상품 서비스품질 선행연구

철도산업발전기본법 제3조에 의한 “철도”라 함은 여객 또는 화물을 운송하는데 필요한 철도시설과 철도차량 및 이와 관련된 운영·지원체계가 유기적으로 구성된 운송체계를 말한다. 철도여객이란 철도를 이용하여 여행중에 있는 사람을 의미하는 것으로써 열차를 이용하고 있거나 승차권을 구입하고 역구내에서 대기하는 사람을 말한다. 여객이 있는 장소에서 필요로 하는 장소

간에는 항상 거리(공간)가 존재하게 되고, 이러한 거리 조정을 위해 장소적 이동을 담당하는 것이 운송시스템을 말한다(유홍천, 2006).

관광의 공동된 이론은 자기 집을 떠나 시간적, 공간적 이동을 수반한다는 것이다. 이러한 공간적 장소의 이동을 위해 매개체로서 이루어지는 것을 관광교통이라 할 수 있다. 관광교통이란 관광객을 한 장소에서 다른 장소로 이동시키는 모든 활동과 그 과정절차를 말하며, 교통은 관광의 출발지와 목적지를 연계하여 관광을 목적으로 하는 이동 역할을 수행하는 것을 말한다(고석면, 이홍운과 김창식, 2001). 관광관광상품은 철도상품과 관광서비스가 결합된 상품으로 철도상품은 관광객의 욕구를 유발시키고 충족시켜 줄 관광목적지까지 열차로 신속·쾌속·안전하게 이동시켜주는 중간매체로서의 역할과 열차 그 자체가 관광객에게 일차적 매력물로서 역할하고, 관광서비스란 관광객에게 포괄요금을 적용하여 전 여행 일정의 서비스를 제공함으로써 모두 책임지는 패키지(주용준과 이용철, 2009)라고 주장하였다.

Gronroos(1983)는 서비스 품질을 결과적으로 무엇(What)이 고객에게 제공되는가 하는 기술적 품질(Technical Quality)과 서비스가 고객에게 어떻게 제공되는가 하는 기능적 품질(Functional Quality)로 구분하였으며, 이 두 가지 품질이 기업이미지를 형성한다고 하였다. 따라서 기업이미지가 고객의 지각된 서비스 품질을 결정하는 중요한 요인이라고 하였다. 반면, Lehtinen(1985)은 과정품질(Process Quality)과 결과품질(Outcome Quality)을 주장하면서 과정품질은 서비스가 제공되는 동안 고객이 평가하는 품질을 말하며, 고객이 서비스를 어떻게(how) 받는 가 또는 서비스 제공과정을 어떻게 경험하는가를 나타내는 것으로 기능적 품질이라 하였다. 결과품질은 서비스가 수행된 후 고객이 평가하는 품질을 말하며, 고객이 제공자와의 상호작용에서 무엇(what)을 받느냐 즉 상호작용이 끝난 뒤 고객에게 남은 것을 나타내는 것으로 성격상 해결책인 경우가 많기 때문에 기술적 품질이라고 주장하였다.

서비스품질 측정방법은 고객의 기대와 지각된 성과의 차이를 기준으로 하는 기대-성과 불일치기준 측정과 지각된 성과를 중심으로 측정하는 성과기준 측정방법이 있으나 본 연구에서는 기대-성과 불일치기준 측정방법을 적용하였다. 이는 기대-성과 불일치기준 측정은 서비스 품질을 고객의 기대와 지각된 성과 사이의 불일치로 측정하는 방법이다. 대표적인 측정도구로는 Parasuraman, Zeithaml과 Berry(1988)가 개발한 SERV

QUAL이 있으며 이는 업종에 관계없이 일반적으로 적용될 수 있는 다항척도로 개발하였다. Parasuraman 등은 서비스품질의 결정요소인 신뢰성, 능력, 예의, 신용도, 안전성, 유형성, 접근용이성, 의사소통, 고객의 이해, 대응성 등 10가지에 대해 반복적인 요인분석과정을 실행하여 신뢰성, 확신성, 유형성, 공감성, 대응성의 다섯 가지 차원으로 재구성하였으며, 이를 바탕으로 기대에 대한 22개 문항과 지각에 대한 22개 문항을 작성하고 서비스품질에 대한 고객의 전체적인 지각차이를 측정하였다.

철도서비스품질평가는 공공복리의 증진과 철도서비스이용자의 권익보호를 위하여 철도사업법 제26조 및 동법 시행규칙 제19조, 철도산업발전기본법 제15조, 대중교통의 육성 및 이용촉진에 관한 법률 제18조 및 동법 시행령 제21, 22, 23조 등에 따라 각 운영기관별로 매 2년마다 시행하고 있다. 이는 서비스 요구수준의 이행이 적정하고 확실하게 제공되고 있는지의 여부를 확인하고 서비스 개선 자료로 활용되고 있다.

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 교통수단으로써 철도 서비스품질과 관광교통수단으로써 철도관광상품의 서비스 품질을 도출하기 위하여 다음과 같이 선행연구를 진행하였다. 철도운송을 이용시 기본적인 욕구로 안정성, 신뢰성, 정시성, 청결성, 정확한 정보, 대고객서비스를 3단계로 '철도 운임'과 관련지어 연구가 진행되었다(황승순, 1997). 철도서비스 고객만족도 평가 모형 구성에 있어 안정성, 신속성, 정시성, 쾌적성, 편리성, 경제성외에 역직원 및 열차승무원의 서비스 등으로 구성하였으며, 고객만족도는 지각된 성과외에 기대수준도 함께 측정하는 것이 바람직하다고 하였다(이정열, 2004). 이와 더불어 한국철도공사의 효율적 마케팅 프로그램개발을 위한 시장조사(KDI 리서치, 2006)에서는 편리성, 편안함, 안정성, 재미, 속도 및 가격을 편의속성으로 고려하고, 고객이 교통수단을 선택시 고려하는 이유로 운임 저렴, 빨리 이동, 안전 이동, 역, 터미널 근접, 편안이동, 정시도착, 수화물, 동행인 여부, 마일리지 할인혜택, 습관적 이용, 재미, 낭만 등을 제시하였다. 선행연구자들의 교통운송특성을 참고로 하여 관광교통이 가지는 속성을 편안함, 편리성, 접근성, 신속성, 안정성, 경제성, 도로 미관성 등 7개로 분류하였으며, 교통속성에 대한 요소를 30개로 정리하였다(김영란, 1997). 소사-원시 복선전철 민간투자사업(2009)에서 철도서비스품질의 향상을 위한 항목으로 유용성, 편리성, 안전성, 고객만족도로 나누어 총 22개의 항목으로 측정하였

다. 이와 더불어 주용준과 이용철(2009)은 교통운송특성을 중심으로 철도운송 관광상품의 서비스특성에 대하여 편리성, 신속성, 안락성, 안정성, 서비스성, 분위기성, 가격성, 연계성, 편의성, 관광성 등 총 10개로 분류하였으며, 이에 세부적인 항목으로 총 44개의 문항으로 철도관광상품의 서비스 항목으로 구분하였다.

3. 조사설계 및 연구방법

이에 본 연구는 철도관광상품 서비스품질평가를 위한 변수를 도출하고자 하였으며, 철도관광상품 구매자는 철도관광상품 서비스품질에 대하여 구매시 중요도와 경험 후 성취도에 어떠한 차이가 발생하는가를 규명하기 위하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1: 철도관광상품 서비스품질은 구매시 중요도와 경험 후 성취도에는 차이가 없을 것이다.

이와 더불어 철도관광상품 구매경험(첫 구매자와 재구매자)에 따른 중요도 및 성취도에서 어떠한 차이가 발생하는지를 규명하고자 하였다.

H2: 첫 구매자는 철도관광상품 서비스품질은 구매시 중요도와 경험 후 성취도에는 차이가 없을 것이다.

H3: 재구매자는 철도관광상품 서비스품질은 구매시 중요도와 경험 후 성취도에는 차이가 없을 것이다.

이에 본 연구의 연구모델로 Parasuraman, Zeithaml, Berry(1988)가 개발한 SERVQUAL을 중심으로 기대성과 불일치기준 측정을 위하여 IPA방법을 적용함으로써 철도관광상품의 서비스품질에 대한 고객의 전체적인 지각차이를 측정하였다. 이는 철도관광상품 구매시 중요도와 경험 후 성취도의 차이점은 고객의 입장에서 주관적으로 평가되기에 서비스 품질을 높이기 위해서는 지각된 품질을 향상시킴으로써 시장지향적 사고의 전환의 기초자료를 제공하고자 한다.

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 교통수단으로써 철도 서비스품질 변수를 도출하기 위하여 다음 <표 1>에서 볼 수 있듯이 황승순(1997), 김영란(1997), 이정열(2004), KDI 리서치(2006), 소사-원시 복선전철 민간투자사업(2009), 주용준과 이용철(2009) 등의 선행연구를 중심으로 편리성, 신속성, 안락성, 안정성, 서비스성, 분위기성, 가격성, 연계성, 편의성, 관광성 등 총 10개로 분류하여 세부적인 항목으로 36개의 문항으로 철도관광상품 서비스 품질항목을 도출하였다.

<표 1> 철도관광상품 서비스품질 평가변수

연구자	서비스품질 측정 변수	방법론
황승순 (1997)	안정성, 신뢰성, 정시성, 청결성, 정확한 정보, 대고객서비스 등	문헌 연구
김영란 (1997)	편안함, 편리성, 접근성, 신속성, 안정성, 경제성, 도로 미관성 등	실증 연구
이정열 (2004)	안정성, 신속성, 정시성, 쾌적성, 편리성, 경제성외에 역직원 및 열차승무원의 서비스 등	실증 연구
KDI 리서치 (2006)	운임 저렴, 빨리 이동, 안전 이동, 역, 터미널 근접, 편안이동, 정시 도착, 수화물, 동행인 여부, 마일리지 할인혜택, 습관적 이용, 재미, 낭만 등	실증 연구
소사-원시 복선전철 민간투자사업 (2009)	유용성, 편리성, 안전성, 고객만족도 등	실증 연구
주용준과 이용철(2009)	편리성, 신속성, 안락성, 안정성, 서비스성, 분위기성, 가격성, 연계성, 편의성, 관광성 등	실증 연구

주: 논자 작성

본 연구의 공간적 범위는 대전광역시에 소재한 철도 관광전문 여행사인 H사의 협조로 인하여 ‘논산탈기축제’의 철도관광상품을 구매 후 이용한 관광객으로 한정하여 조사대상자를 선별·한정하였다. 조사시기는 2010년 4월 10일부터 11일 까지 2일간 수행되었으며, 총 250부의 설문지를 배포하여 201부가 회수되었으며, 이중 불성실하게 응답한 15부를 제외한 186부를 최종 표본으로 선정하여 1차 자료로 삼았다. 조사방법은 자기 기입형설문지법을 이용하였으며, 설문문항에 관한 의미 전달이 미흡한 부분은 면접원에 의해 보충 설명하는 방식으로 조사되었다.

수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(Data Coding)을 거쳐, 대응표본 t-검증을 통하여 가설을 검증 및 IPA분석(Importance-Performance Analysis)등을 활용하였다. IPA분석은 상품이나 서비스가 지니고 있는 중요 속성들의 중요도 및 성취도를 소비자가 어떻게 인식하고 있는지 동시에 분석하기 위해 마케팅에서 개발된 기법이다. 이는 4분면을 통해서 관리자는 우선적으로 개선되어야 할 속성을 쉽게 발견할 수 있게 된다. 따

라서 1분면은 유자(Keep Up the Good Work)로 이용자들도 중요하게 생각하고 있으며 실제로도 만족스럽게 반영되어 있는 속성들로서 현재와 같은 노력이 유지되어야 할 것들이다. 2분면은 과잉(Possible Overkill)으로 이용자들은 중요하게 생각하고 있지 않지만 만족스럽게 반영되고 있는 속성들로서 현재의 노력을 다른 속성에 투입해야 하는 것들이다. 3분면은 집중(Concentrate Here)로 이용자들이 중요하게 생각하고 있지만 실제로는 반영이 잘 되어 있지 못한 속성들로서 시급히 개선되어야 할 것들이다. 4분면은 저순위(Low Priority)로 이용자들도 중요하게 생각하고 있지 않지만 만족스럽게 반영되어 있지 않은 속성들로서 현재 수준 이상의 노력 투입은 불필요한 것들이다. 즉, IPA 매트릭스는 정해진 인력과 예산으로, 우선적으로 해결해야 할 사항을 결정하는데 유용한 정보를 제공하며, ‘집중’면에 속한 항목들이 개선의 우선대상이 된다.

본 연구에서는 IPA분석의 중심점을 평가요소가 어떤 영역에 속하게 될지를 구분하는 결정요소이므로 평가속성 평균값의 최대값과 최소값의 중앙값을 중심점으로 설정하여 분석을 실시하였다.

4. 실증분석

4.1 인구통계적 특성 및 신뢰성 검증

조사대상자의 성별은 남성은 76명(40.9%), 여성은 110명(59.1%)이 응답하였다. 연령은 30대(69명, 37.1%), 40대(57명, 30.6%)순으로 조사되었으며, 학력으로는 대학교 졸업(85명, 45.7%)이 가장 많은 것으로 분석되었다. 또한 직업으로는 일반직 직장인(72명, 38.7%)과 주부(38명, 20.4%)가 가장 많았으며, 철도관광상품 이용경험이 있는 응답자가 45명(24.2%), 철도관광 첫 구매자한 응답자는 141명(75.8%)로 파악되었다. 철도관광상품 이용시 정보원천으로는 철도홈페이지(65명, 34.9%), 인터넷(40명, 21.5%), 구전(32명, 17.3%)순으로 정보원천으로 삼고 있는 것으로 분석되었다.

본 연구에서는 신뢰성을 검증하기 위하여 전체항목과 구성요소별로 Cronbach's Alpha 계수를 이용하였다. 철도관광상품 서비스품질에 대하여 전체집단별, 첫구매집단, 재구매자를 중심으로 선택중요성과 성취도에 대한 신뢰도 검증 결과 Cronbach's Alpha 계수는 0.931에서 0.945로 신뢰성이 높다고 볼 수 있다.

4.2 철도관광상품 서비스품질요인 IPA분석

가설 H1 ‘철도관광상품 서비스품질은 구매시 중요도와 경험 후 성취도에는 차이가 없을 것이다.’ 검증하기 위하여 철도관광상품을 중심으로 철도관광상품 서비스 품질의 중요도와 성취도의 차이를 살펴보기 위하여 대응표본 t-검증을 실시한 결과, <표 2>에서 중요도와 성취도의 항목 중 총 24개의 항목에서 차이를 보이고 있는 것으로 분석되어 귀무가설은 기각되었다.

철도관광상품 서비스품질의 선택 중요도에서 성과항목을 뺀 값은 중요도에 따라 얼마만큼의 성취도를 나타냈는지를 가늠할 수 있는 지표로서 음(-)의 값이 크게 나올수록 일반적으로 긍정적이라 할 수 있으며, 양(+)의 값이 클수록 중요도에 비해 성취도가 매우 낮은 것으로 볼 수 있다. 이에 본 조사 결과 7. 목적지까지 빠른 이동성(-0.688), 5. 열차를 이용한 여행거리(-0.650), 3. 열차내에서의 자유로운 이동(-0.645), 19. 낭만적인 기차여행의 이미지성(-0.580), 10. 열차내의 냉난방 온도의 적성성(-0.559)순으로 모든 항목에서 성취도가 긍정적으로 나타난 반면, 32. 관광목적지의 이미지 및 명성(0.747), 33. 관광목적지의 관광매력성(0.612), 27. 연계교통수단의 대기시간의 적정성(0.489), 31. 여행스케줄 구성(0.478) 등에서는 부정적인 것으로 분석되었다.

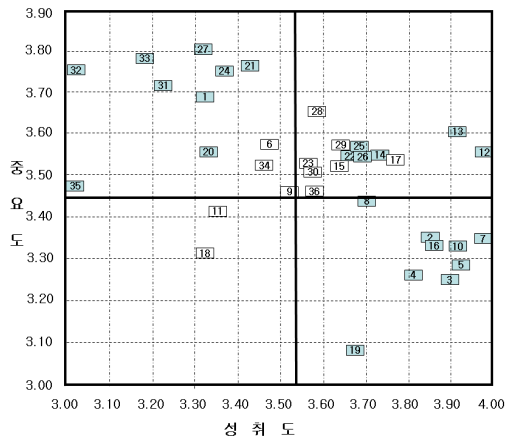
철도관광상품 서비스품질의 중요도-성취도(IPA)분석 결과, ‘유지’면에 있는 항목은 12. 열차운행의 안정성, 13. 여행자 보험가입 여부, 14. 고객안전을 위한 신변보호 대책, 15. 관광안내소 및 전화상담의 친절성, 17. 인솔자 및 승무원의 친절한 응대, 22. 운임요금(이동비용)의 저렴성, 23. 할인혜택(단체)의 다양성, 25. 연계교통수단의 안정성 및 쾌적성, 26. 연계교통수단의 안내서비스, 28. 열차내 휴게소 및 편의시설이용의 용이성, 29. 승/하차시 수화물의 휴대이동의 편의성, 30. 수화물 보관장소의 편의 및 쾌적성항목으로 분석되었다. 이에 중요도와 성취도가 높기 때문에 지속적으로 유지하여야 한다.

반면, ‘과잉’측면에는 2. 예약 및 구입장소의 다양성, 3. 열차내에서의 자유로운 이동, 4. 목적지까지의 소요시간, 5. 열차를 이용한 여행거리, 7. 목적지까지 빠른 이동성, 8. 좌석의 공간, 10. 열차내의 냉난방의 온도의 적정성, 16. 인솔자 및 승무원의 관광안내서비스, 19. 낭만적인 기차여행의 이미지성으로 조사되었으며, 이에 현재의 노력을 다른 속성의 만족을 위하여 노력하여야

한다.

‘집중’측면에서는 1. 출발/도착 시간대 편리성, 6. 열차의 정시도착/출발, 9. 열차내의 청결성, 20. 열차내 이벤트 및 레크리에이션의 다양성, 21. 타 교통수단에 비해 관광비용의 저렴성, 24. 연계교통수단을 이용한 접근성, 27. 연계교통수단의 대기시간의 적정성, 31. 여행스케줄 구성, 32. 관광목적지의 이미지 및 명성, 33. 관광목적지의 관광자원의 매력성, 34. 관광목적지의 관광프로그램의 유익성, 35. 관광목적지의 다양한 문화행사 경험, 36. 정확한 여행정보의 제공으로 파악되었으며, 이는 관광열차 이용객은 중요시 여기지만 낮은 성취도로 인하여 불만족을 가져 올수 있기에 시급히 개선하여야 할 것이다.

‘저순위’측면의 항목은 11. 열차의 소음의 적정성, 18. 객실내의 장식 및 디자인의 매력성 항목으로 현재 수준의 이상의 노력투입은 불필요한 것으로 분석되었다.



주1) ■ 집단간 차이가 있음 □ 집단간 차이가 없음

<그림 1> 철도관광열차 운송특성 중요도-성취도 분석

4.3 철도관광상품 구매경험에 따른 IPA분석

가설 H2 ‘첫 구매자는 철도관광상품 서비스품질은 구매시 중요도와 경험 후 성취도에는 차이가 없을 것이다.’검증한 결과, 중요도와 성취도의 항목 중 총 22개의 항목에서 차이를 보이고 있는 것으로 분석되어 귀무가설은 기각되었다.

철도관광상품 서비스품질의 선택 중요도에서 성과항목을 뺀 값을 중심으로 볼 때 7. 목적지까지 빠른 이동성(-0.638), 3. 열차내에서의 자유로운 이동(-0.673), 5. 열차를 이용한 여행거리(-0.581)순으로 모든 항목에

<표 2> 철도관광상품 서비스품질 대응 t-검증

	항 목	중요도	성취도	평균차이	표준편차	t	p
편리성	1. 출발/도착 시간대 편리성	3.6989	3.3065	.39247	1.19537	4.478	.000***
	2. 예약 및 구입장소의 다양성	3.3548	3.8548	-.50000	.78671	-8.668	.000***
	3. 열차내에서의 자유로운 이동	3.2581	3.9032	-.64516	.84014	-10.473	.000***
신속성	4. 목적지까지의 소요시간	3.2742	3.8065	-.53226	.93087	-7.798	.000***
	5. 열차를 이용한 여행거리	3.2903	3.9409	-.65054	.97061	-9.141	.000***
	6. 열차의 정시도착/출발	3.5806	3.4839	.09677	1.00877	1.308	.192
	7. 목적지까지 빠른 이동성	3.3548	4.0430	-.68817	1.03431	-9.074	.000***
안락성	8. 좌석(앞뒤공간, 좌석의 쿠션 등)의 공간	3.4409	3.7043	-.26344	.91265	-3.937	.000***
	9. 열차내의 청결성(쾌적성)	3.4892	3.5323	-.04301	.88120	-.666	.506
	10. 열차내의 냉난방의 온도의 적정성	3.3548	3.9140	-.55914	.82478	-9.246	.000***
	11. 열차의 소음의 적정성	3.4194	3.3548	.06452	.99519	.884	.378
안정성	12. 열차운행의 안정성	3.5538	4.0753	-.52151	.93697	-7.591	.000***
	13. 여행자 보험가입 여부	3.6075	3.9086	-.30108	.86724	-4.735	.000***
	14. 고객안전을 위한 신변보호 대책	3.5430	3.7312	-.18817	.78642	-3.263	.001**
서비스	15. 관광안내소 및 전화상담의 친절성	3.5215	3.6398	-.11828	.89864	-1.795	.074
	16. 인솔자 및 승무원의 관광안내서비스	3.3548	3.8387	-.48387	.97662	-6.757	.000***
	17. 인솔자 및 승무원의 친절한 응대	3.5699	3.7419	-.17204	1.00940	-2.325	.021
분위기	18. 객실내의 장식 및 디자인의 매력성	3.3118	3.3172	-.00538	.95576	-.077	.939
	19. 낭만적인 기차여행의 이미지성	3.0968	3.6774	-.58065	.85516	-9.260	.000***
	20. 열차내 이벤트 및 레크리에이션의 다양성	3.5699	3.3011	.26882	.81393	4.504	.000***
가격성	21. 타 교통수단에 비해 관광비용의 저렴성	3.7742	3.4301	.34409	.88830	5.283	.000***
	22. 운임요금(이동비용)의 저렴성	3.5376	3.6667	-.12903	.82168	-2.142	.034*
	23. 할인혜택(단체)의 다양성	3.5376	3.5645	-.02688	.90901	-.403	.687
연계성	24. 연계교통수단을 이용한 접근성	3.7581	3.3387	.41935	.98445	5.810	.000***
	25. 연계교통수단의 안정성 및 쾌적성	3.5645	3.6935	-.12903	.83473	-2.108	.036*
	26. 연계교통수단의 안내서비스	3.5538	3.6989	-.14516	.89769	-2.205	.029*
	27. 연계교통수단의 대기시간의 적정성	3.8011	3.3118	.48925	.83335	8.007	.000***
편의성	28. 열차내 휴게소 및 편의시설이용의 용이성	3.6613	3.5914	.06989	1.01367	.940	.348
	29. 승/하차시 수화물의 휴대이동의 편의성	3.5699	3.6505	-.08065	.80468	-1.367	.173
	30. 수화물 보관장소의 편의 및 쾌적성	3.5215	3.5645	-.04301	.81756	-.717	.474
관광성	31. 여행스케줄(여행일정표) 구성	3.7258	3.2473	.47849	.98204	6.645	.000***
	32. 관광목적지의 이미지 및 명성	3.7527	3.0054	.74731	.96737	10.536	.000***
	33. 관광목적지의 관광자원의 매력성	3.7849	3.1720	.61290	.92453	9.041	.000***
	34. 관광목적지의 관광프로그램의 유익성	3.5215	3.4677	.05376	.92842	.790	.431
	35. 관광목적지의 다양한 문화행사 경험	3.4731	3.0269	.44624	1.18996	5.114	.000***
	36. 정확한 여행정보의 제공	3.4677	3.5699	-.10215	1.00016	-1.393	.165

서 성취도가 긍정적으로 나타난 반면, 32. 관광목적지의 이미지 및 명성(0.765), 33. 관광목적지의 관광매력성(0.652)순으로 부정적인 것으로 분석되었다.

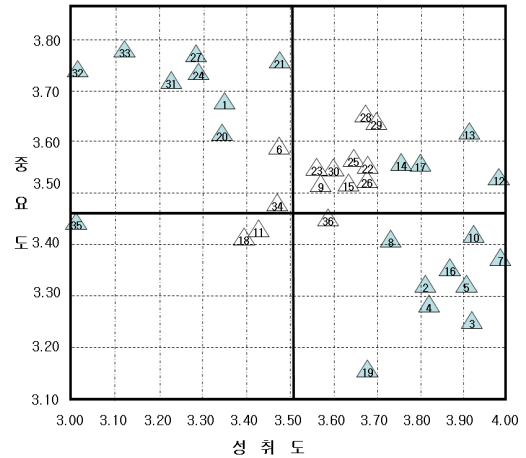
철도관광상품 서비스품질의 중요도-성취도(IPA)분석 결과, '유지'면에 있는 항목은 9. 열차내의 청결성, 12. 열차운행의 안정성, 13. 여행자 보험가입 여부, 14. 고객안전을 위한 신변보호 대책, 15. 관광안내소 및 전화상담의 친절성, 17. 인솔자 및 승무원의 친절한 응대, 22. 운임요금의 저렴성, 23. 할인혜택(단체)의 다양성, 25. 연계교통수단의 안정성 및 쾌적성, 26. 연계교통수단의 안내서비스, 28. 열차내 휴게소 및 편의시설이용의 용이성, 29. 승/하차시 수화물의 휴대이동의 편의성, 30. 수화물 보관장소의 편의 및 쾌적성항목으로 분석되었다. 이에 중요도와 성취도가 높기 때문에 지속적으로 유지하여야 한다.

반면, '과잉'측면에는 2. 예약 및 구입장소의 다양성, 3. 열차내에서의 자유로운 이동, 4. 목적지까지의 소요시간, 5. 열차를 이용한 여행거리, 7. 목적지까지 빠른 이동성, 8. 좌석의 공간, 10. 열차내의 냉난방의 온도의 적정성, 16. 인솔자 및 승무원의 관광안내서비스, 19. 낭만적인 기차여행의 이미지성, 36. 정확한 여행정보의 제공으로 조사되었으며, 이에 현재의 노력을 다른 속성의 만족을 위하여 노력하여야 한다.

'집중'측면에서는 1. 출발/도착 시간대 편리성, 6. 열차의 정시도착/출발, 20. 열차내 이벤트 및 레크리에이션의 다양성, 21. 타 교통수단에 비해 관광비용의 저렴성, 24. 연계교통수단을 이용한 접근성, 27. 연계교통수단의 대기시간의 적정성, 31. 여행스케줄 구성, 32. 관광목적지의 이미지 및 명성, 33. 관광목적지의 관광자원의 매력성, 34. 관광목적지의 관광프로그램의 유익성으로 파악되었으며, 이는 관광열차 이용객은 중요시 여기지만 낮은 성취도로 인하여 불만족을 가져 올수 있기에 시급히 개선하여야 할 것이다.

'저순위'측면의 항목은 11. 열차의 소음의 적정성, 18. 객실내의 장식 및 디자인의 매력성, 35. 관광목적지의 다양한 문화행사 경험 항목으로 현재 수준의 이상의 노력투입은 불필요한 것으로 분석되었다.

가설 H3 '재구매자는 철도관광상품 서비스품질은 구매시 중요도와 경험 후 성취도에는 차이가 없을 것이다.'검증한 결과, 중요도와 성취도의 항목 중 총 19개의 항목에서 차이를 보이고 있는 것으로 분석되어 귀무가설은 기각되었다.



주1) ▲ 집단간 차이가 있음 △ 집단간 차이가 없음

<그림 2> 철도관광열차 첫 구매자 집단 IPA 분석

철도관광상품 서비스품질의 선택 중요도에서 성과항목을 뺀 값을 중심으로 볼 때 5. 열차를 이용한 여행거리(-0.866), 7. 목적지까지 빠른 이동성(-0.844), 19. 낭만적인 기차여행의 이미지성(-0.777)순으로 모든 항목에서 성취도가 긍정적으로 나타난 반면, 32. 관광목적지의 이미지 및 명성(0.688), 1. 출발/도착 시간대 편리성(0.644), 35. 관광목적지의 다양한 문화행사 경험(0.533)순으로 부정적인 것으로 분석되었다.

철도관광상품 서비스품질의 중요도-성취도(IPA)분석 결과, '유지'면에 있는 항목은 2. 예약 및 구입장소의 다양성, 8. 좌석의 공간, 12. 열차운행의 안정성, 13. 여행자 보험가입 여부, 14. 고객안전을 위한 신변보호 대책, 15. 관광안내소 및 전화상담의 친절성, 16. 인솔자 및 승무원의 관광안내서비스, 17. 인솔자 및 승무원의 친절한 응대, 22. 운임요금의 저렴성, 23. 할인혜택의 다양성, 25. 연계교통수단의 안정성 및 쾌적성, 26. 연계교통수단의 안내서비스, 36. 정확한 여행정보의 제공 항목으로 분석되었다. 이에 중요도와 성취도가 높기 때문에 지속적으로 유지하여야 한다.

반면, '과잉'측면에는 3. 열차내에서의 자유로운 이동, 4. 목적지까지의 소요시간, 5. 열차를 이용한 여행거리, 7. 목적지까지 빠른 이동성, 10. 열차내의 냉난방의 온도의 적정성, 19. 낭만적인 기차여행의 이미지성으로 조사되었으며, 이에 현재의 노력을 다른 속성의 만족을 위하여 노력하여야 한다.

'집중'측면에서는 1. 출발/도착 시간대 편리성, 6. 열차의 정시도착/출발, 9. 열차내의 청결성, 20. 열차내

<표 3> 철도관광상품 첫 구매 집단의 서비스품질 대응 t-검증

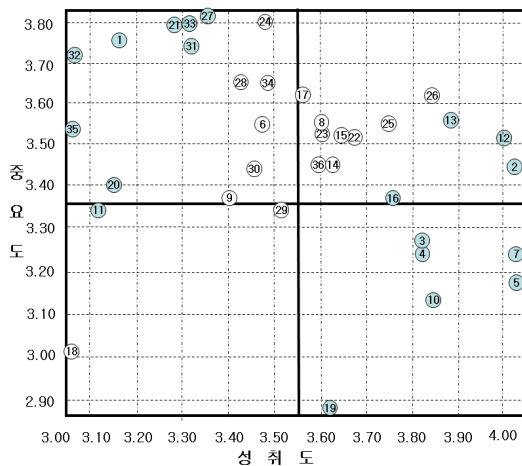
항 목		중요도	성취도	평균차이	표준편차	t	p
편리성	1. 출발/도착 시간대 편리성	3.6738	3.3617	.31206	1.21969	3.038	.003*
	2. 예약 및 구입장소의 다양성	3.3262	3.8014	-.47518	.79805	-7.070	.000**
	3. 열차내에서의 자유로운 이동	3.2553	3.9291	-.67376	.84089	-9.514	.000**
신속성	4. 목적지까지의 소요시간	3.2766	3.8085	-.53191	.90675	-6.966	.000**
	5. 열차를 이용한 여행거리	3.3262	3.9078	-.58156	.94231	-7.328	.000**
	6. 열차의 정시도착/출발	3.5957	3.4894	.10638	1.06705	1.184	.238
	7. 목적지까지 빠른 이동성	3.3759	4.0142	-.63830	1.00908	-7.511	.000**
안락성	8. 좌석(앞뒤공간, 좌석의 쿠션 등)의 공간	3.4043	3.7376	-.33333	.84233	-4.699	.000**
	9. 열차내의 청결성(쾌적성)	3.5248	3.5745	-.04965	.83944	-.702	.484
	10. 열차내의 냉난방의 온도의 적정성	3.4255	3.9362	-.51064	.78937	-7.681	.000**
	11. 열차의 소음의 적정성	3.4397	3.4326	.00709	1.06568	.079	.937
안정성	12. 열차운행의 안정성	3.5674	4.0993	-.53191	.90675	-6.966	.000**
	13. 여행자 보험가입 여부	3.6170	3.9149	-.29787	.93918	-3.766	.000**
	14. 고객안전을 위한 신변보호 대책	3.5674	3.7660	-.19858	.79480	-2.967	.004*
서비스	15. 관광안내소 및 전화상담의 친절성	3.5248	3.6383	-.11348	.89516	-1.505	.135
	16. 인솔자 및 승무원의 관광안내서비스	3.3475	3.8652	-.51773	1.00430	-6.121	.000**
	17. 인솔자 및 승무원의 친절한 응대	3.5532	3.7943	-.24113	1.03441	-2.768	.006*
분위기	18. 객실내의 장식 및 디자인의 매력성	3.4043	3.3972	.00709	1.01768	.083	.934
	19. 낭만적인 기차여행의 이미지성	3.1631	3.6809	-.51773	.81594	-7.535	.000**
	20. 열차내 이벤트 및 레크리에이션의 다양성	3.6241	3.3475	.27660	.82033	4.004	.000**
가격성	21. 타 교통수단에 비해 관광비용의 저렴성	3.7660	3.4752	.29078	.92226	3.744	.000**
	22. 운임요금(이동비용)의 저렴성	3.5461	3.6738	-.12766	.88520	-1.712	.089
	23. 할인혜택(단체)의 다양성	3.5390	3.5532	-.01418	.87002	-.194	.847
연계성	24. 연계교통수단을 이용한 접근성	3.7447	3.2979	.44681	.93675	5.664	.000**
	25. 연계교통수단의 안정성 및 쾌적성	3.5674	3.6738	-.10638	.81681	-1.547	.124
	26. 연계교통수단의 안내서비스	3.5319	3.6525	-.12057	.92948	-1.540	.126
	27. 연계교통수단의 대기시간의 적정성	3.7801	3.2979	.48227	.82465	6.944	.000**
편의성	28. 열차내 휴게소 및 편의시설이용의 용이성	3.6596	3.6454	.01418	.97090	.173	.863
	29. 승/하차시 수화물의 휴대이동의 편의성	3.6383	3.6950	-.05674	.81743	-.824	.411
	30. 수화물 보관장소의 편의 및 쾌적성	3.5461	3.5957	-.04965	.83944	-.702	.484
관광성	31. 여행스케줄(여행일정표) 구성	3.7163	3.2270	.48936	.99007	5.869	.000**
	32. 관광목적지의 이미지 및 명성	3.7660	3.0000	.76596	.99741	9.119	.000**
	33. 관광목적지의 관광자원의 매력성	3.7801	3.1277	.65248	.91796	8.440	.000**
	34. 관광목적지의 관광프로그램의 유익성	3.4752	3.4610	.01418	.93339	.180	.857
	35. 관광목적지의 다양한 문화행사 경험	3.4539	3.0355	.41844	1.21981	4.073	.000**
	36. 정확한 여행정보의 제공	3.4681	3.5603	-.09220	1.03441	-1.058	.292

<표 4> 철도관광상품 재구매 집단의 서비스품질 대응 t-검증

	항 목	중요도	성취도	평균차이	표준편차	t	p
편리성	1. 출발/도착 시간대 편리성	3.7778	3.1333	.64444	1.09036	3.965	.000***
	2. 예약 및 구입장소의 다양성	3.4444	4.0222	-.57778	.75344	-5.144	.000***
	3. 열차내에서의 자유로운 이동	3.2667	3.8222	-.55556	.84087	-4.432	.000***
신속성	4. 목적지까지의 소요시간	3.2667	3.8000	-.53333	1.01354	-3.530	.001**
	5. 열차를 이용한 여행거리	3.1778	4.0444	-.86667	1.03573	-5.613	.000***
	6. 열차의 정시도착/출발	3.5333	3.4667	.06667	.80904	.553	.583
	7. 목적지까지 빠른 이동성	3.2889	4.1333	-.84444	1.10691	-5.118	.000***
안락성	8. 좌석(앞뒤공간, 좌석의 쿠션 등)의 공간	3.5556	3.6000	-.04444	1.08619	-.274	.785
	9. 열차내의 청결성(쾌적성)	3.3778	3.4000	-.02222	1.01105	-.147	.883
	10. 열차내의 냉난방의 온도의 적정성	3.1333	3.8444	-.71111	.92004	-5.185	.000***
	11. 열차의 소음의 적정성	3.3556	3.1111	.24444	.71209	2.303	.026*
안정성	12. 열차운행의 안정성	3.5111	4.0000	-.48889	1.03621	-3.165	.003*
	13. 여행자 보험가입 여부	3.5778	3.8889	-.31111	.59628	-3.500	.001**
	14. 고객안전을 위한 신변보호 대책	3.4667	3.6222	-.15556	.76739	-1.360	.181
서비스	15. 관광안내소 및 전화상담의 친절성	3.5111	3.6444	-.13333	.91949	-.973	.336
	16. 인솔자 및 승무원의 관광안내서비스	3.3778	3.7556	-.37778	.88649	-2.859	.006*
	17. 인솔자 및 승무원의 친절한 응대	3.6222	3.5778	.04444	.90342	.330	.743
분위기	18. 객실내의 장식 및 디자인의 매력성	3.0222	3.0667	-.04444	.73718	-.404	.688
	19. 낭만적인 기차여행의 이미지성	2.8889	3.6667	-.77778	.95081	-5.487	.000***
	20. 열차내 이벤트 및 레크리에이션의 다양성	3.4000	3.1556	.24444	.80214	2.044	.047*
가격성	21. 타 교통수단에 비해 관광비용의 저렴성	3.8000	3.2889	.51111	.75745	4.527	.000***
	22. 운임요금(이동비용)의 저렴성	3.5111	3.6444	-.13333	.58775	-1.522	.135
	23. 할인혜택(단체)의 다양성	3.5333	3.6000	-.06667	1.03133	-.434	.667
연계성	24. 연계교통수단을 이용한 접근성	3.8000	3.4667	.33333	1.12815	1.982	.054
	25. 연계교통수단의 안정성 및 쾌적성	3.5556	3.7556	-.20000	.89443	-1.500	.141
	26. 연계교통수단의 안내서비스	3.6222	3.8444	-.22222	.79455	-1.876	.067
	27. 연계교통수단의 대기시간의 적정성	3.8667	3.3556	.51111	.86923	3.944	.000***
편의성	28. 열차내 휴게소 및 편의시설이용의 용이성	3.6667	3.4222	.24444	1.13128	1.449	.154
	29. 승/하차시 수화물의 휴대이동의 편의성	3.3556	3.5111	-.15556	.76739	-1.360	.181
	30. 수화물 보관장소의 편의 및 쾌적성	3.4444	3.4667	-.02222	.75344	-.198	.844
관광성	31. 여행스케줄(여행일정표) 구성	3.7556	3.3111	.44444	.96661	3.084	.004*
	32. 관광목적지의 이미지 및 명성	3.7111	3.0222	.68889	.87444	5.285	.000***
	33. 관광목적지의 관광자원의 매력성	3.8000	3.3111	.48889	.94441	3.473	.001**
	34. 관광목적지의 관광프로그램의 유익성	3.6667	3.4889	.17778	.91176	1.308	.198
	35. 관광목적지의 다양한 문화행사 경험	3.5333	3.0000	.53333	1.09959	3.254	.002*
	36. 정확한 여행정보의 제공	3.4667	3.6000	-.13333	.89443	-1.000	.323

이벤트 및 레크리에이션의 다양성, 21. 타 교통수단에 비해 관광비용의 저렴성, 24. 연계교통수단을 이용한 접근성, 27. 연계교통수단의 대기시간의 적정성, 28. 열차내 휴게소 및 편의시설이용의 용이성, 30. 수화물 보관장소의 편의 및 쾌적성, 31. 여행스케줄 구성, 32. 관광목적지의 이미지 및 명성, 33. 관광목적지의 관광자원의 매력성, 34. 관광목적지의 관광프로그램의 유의성, 35. 관광목적지의 다양한 문화행사 경험으로 파악되었으며, 이는 관광열차 이용객은 중요시 여기지만 낮은 성취도로 인하여 불만족을 가져 올수 있기에 시급히 개선하여야 할 것이다. ‘저순위’측면의 항목은 11. 열차의 소음의 적정성, 18. 객실내의 장식 및 디자인의 매력성, 29. 승/하차시 수화물의 휴대이동의 편의성 항목으로 현재 수준의 이상의 노력투입은 불필요한 것으로 분석되었다.

재구매한 응답자는 24.2%로 상대적으로 낮은 응답을 보이고 있었다. 둘째, 철도관광상품 서비스품질의 선택 시 중요도와 성취도에서 24개의 항목에서 차이를 보였으며, 특히 본 연구 결과 23개 항목은 운송특성으로 성취도가 긍정적으로 나타난 반면, 13개 항목에서는 부정적인 것으로 조사되었다. 특히 관광분야의 서비스품질에 대하여 부정적으로 조사되었다. 셋째, 전체 및 이용 경험에 따라 공통적으로 시급히 개선해야 할 부분인 ‘집중(Concentrate Here)’측면에서는 1. 출발/도착 시간대 편리성, 6. 열차의 정시도착/출발, 20. 열차내 이벤트 및 레크리에이션의 다양성, 21. 타 교통수단에 비해 관광비용의 저렴성, 24. 연계교통수단을 이용한 접근성, 27. 연계교통수단의 대기시간의 적정성, 31. 여행스케줄 구성, 32. 관광목적지의 이미지 및 명성, 33. 관광목적지의 관광자원의 매력성, 34. 관광목적지의 관광프로그램의 유의성으로 파악되었다. ‘저순위(Low Priority)’측면의 항목은 ‘저순위’측면의 항목은 11. 열차의 소음의 적정성, 18. 객실내의 장식 및 디자인의 매력성 항목으로 현재 수준의 이상의 노력투입은 불필요한 것으로 분석되었다.



주1) ● 집단간 차이가 있음 ○ 집단간 차이가 없음

<그림 3> 철도관광열차 재구매경험 있는 집단 IPA 분석

5. 결 론

본 연구에서는 ‘철도관광상품 서비스품질의 특성을 중심으로 철도관광상품의 구매시 서비스품질의 중요도 및 성취도가 다를 것이다’라는 가정하에 이들 간의 차이를 규명하는데 본 연구의 1차적인 목적이 있다. 이와 더불어 철도관광상품 이용경험에 따른 중요도 및 성취도 차이점을 중심으로 고객의 입장에서 주관적으로 평가되기에 서비스 품질을 향상시킴에 대한 기초자료를 제공하였다.

이에 연구결과를 종합해 보면, 첫째, 철도관광상품을

재구매자 집단이 철도관광상품에 대한 서비스 품질 및 향후 재구매에 대한 의사가 높은 것으로 분석되었다.

이를 통하여 다음과 같은 방안을 제언할 수 있다. 첫째, 철도관광상품 서비스품질의 평가는 제공자의 입장이 아닌 고객 개개인이 인식하는 주관적으로 평가함으로써 고객 즉, 관광객이 결과적으로 무엇을 얻고자 하며, 서비스가 어떻게 전달받고자 하는지에 대한 끊임없는 연구와 개선방안을 모색하여야 할 것이다.

둘째, 현대 기업경영에 있어 가장 핵심적인 화두는 고객만족을 가치창출 즉, 고객가치창출로 인한 재구매와 충성고객을 통한 지속적인 매출증대는 물론 기업에 대한 충성심을 유지하는 것일 것이다. 이에 철도관광상품의 서비스품질에 대한 집중 측면과 과잉 측면을 파악하여 시급히 개선할 부분과 불필요한 노력을 줄임으로써 경영의 효율화를 도모하여야 할 것으로 사료된다.

마지막으로, 집중측면에서 가장 많이 지적되고 있는 관광분야에 대하여 운송수단으로써의 철도관광상품이 아니라, 이제부터는 관광상품으로써 철도를 활용한 철도관광상품으로 변모하여야 할 것이다. 이를 위하여 관광객의 끊임없는 욕구변화에 주목해야 하며, 이에 걸맞은 다양한 철도관광상품 개발은 물론, 철도관광상품 개발시 관광전문가의 자문 및 철도관광분야를 담당할 수

있는 직원채용도 고려해 볼 필요성이 제기된다.

본 연구는 하나의 지역축제를 중심으로 연구를 수행함으로써 공간적 범위 및 시간적 범위의 제한에서 결론을 도출하여 일반화하는데 한계가 있다. 하지만, 철도관광상품의 서비스품질을 중심으로 철도관광상품을 이용하는 관광객이 증가하고 있는 시점에 여객운송산업, 한국철도공사 및 철도전문여행사에 시사 하는 바가 클 것으로 사료된다.

참고문헌

- [1] 고석면, 이홍윤, 김창식(2001), 「관광사업론」, 기문사.
- [2] 김정애(2000), “철도관광상품 마케팅 전략에 관한 연구”, 세종대학교 관광대학원 석사학위논문.
- [3] 김영란(1997), “관광교통속성의 중요성 인식에 관한 연구”, 제주대학교 대학원 석사학위논문.
- [4] 김준호, 차현수(2004), “서비스품질에서의 조정된 기대에 대한 연구,” 「서비스경영학회지」, 제5권 제3호, 3-22.
- [5] 김창수(2001). “관광열차상품의 특화개발방안 연구”, 「관광경영학연구」. 제12권 제1호, 24-49.
- [6] 문보영(1999), “철도관광상품 개발에 관한 연구”, 「호텔관광학연구」 제2권 제2호, 109-129.
- [7] 소사~원시 복선전철 민간투자사업(2009) 「성과요구 수준서」.
- [8] 유홍천(2006), “철도여객운송의 효율화방안에 관한 연구 : 고속철도 여객영업을 중심으로”, 충남대학교 행정대학원 석사학위논문.
- [9] 윤동주(1995), “철도운송서비스의 마케팅 전략에 관한 연구”, 청주대학교 대학원 석사학위논문.
- [10] 이경환(1999), “철도관광상품의 개발 및 촉진에 관한 연구”, 「경기관광연구」, 제3권 제12호, 167-183.
- [11] 이유재(2004), 「서비스마케팅」, 서울, 학현사.
- [12] 이정열(2004), “고속철도 개통에 따른 철도 서비스개선 및 발전방향에 관한 연구: KTX 서비스에 대한 고객만족도를 중심으로”, 부산대학교 행정대학원 석사학위논문.
- [13] 이현주(2009), “도시철도운영기관의 서비스지향성과 품질이 직원 및 고객성과에 미치는 영향”, 서울산업대학교 철도전문대학원 박사학위논문.
- [14] 주용준, 이용철(2009), “교통운송특성을 중심으로 철도운송 관광상품 IPA분석”, 「한국산학기술학회논문지」, 제10권 제4호, 900-9007.
- [15] 최연혜(1999), “철도관광상품의 핵심성공요인 분석: 정동진관광열차를 중심으로”, 「한국철도대학 논문집」, 제15권, 철도전문대학교, 46-84.
- [16] 황승순(1997), “철도운임정책 개선방안에 관한 연구”, 동국대학교 행정대학원 석사학위논문.
- [17] KDI 리서치(2006), “효율적 마케팅 프로그램 개발을 위한 시장조사 결과보고서”, KDI 리서치.
- [18] Gronroos, C. A.(1983), “Service Quality Model and Its Marketing Implication,” *European Journal of Marketing*, Vol.18, No.4, 36-44.
- [19] Lehtinen, U. and Lehtinen, G. (1985), “Service Quality A Study of Quality Dimensions”, Unpublished Working Paper.
- [20] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988), “SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality,” *Journal of Retailing*, Vol.64, No.1, 12-40.

2010년 10월 6일 접수, 2010년 12월 7일 1차 수정, 2010년 1월 11일 채택