



## 저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#) 

공기업정책학 석사 학위논문

공항 서비스품질요인이  
관광이미지에 미치는 영향  
- 제주공항을 중심으로 -

2013년 8월

서울대학교 행정대학원

공기업정책학과

김민철

공항 서비스품질요인이  
관광이미지에 미치는 영향

- 제주공항을 중심으로 -

지도교수 박 정 훈

이 논문을 공기업정책학 석사학위논문으로  
제출함

2013년 5월

서울대학교 대학원

공기업정책학과

김 민 철

김민철의 석사학위논문을 인준함

2013년 6월

위 원 장 이 수 영 (인)

부위원장 홍 준 형 (인)

위 원 박 정 훈 (인)

## 국문초록

제주도는 1964년 ‘제주도건설종합계획’이 수립되면서부터 본격적인 관광개발이 시작되어, 연간 800만명 이상이 방문하는 대한민국의 대표적인 관광지로 자리매김하였다. 제주도는 항공과 선박 외에 다른 교통수단이 없는 섬인데다 왕래하는 관광객과 도민의 90%가 항공편을 이용하고 있다.

제주공항은 2006년 저가항공의 활성화로 항공편이 급증하면서 항공여행 대중화시대가 열림에 따라 국내 관광객이 급증하여 2012년에는 1,844만명을 기록하여 사상 최고기록을 갱신했다.

또한, 생물권보전지역 지정, 세계자연유산 등재, 세계지질공원 인증 등 이른바 ‘유네스코 3관광’ 달성을 비롯해 세계7대자연경관 선정 등으로 국제적 인지도가 높아져 제주를 찾는 외국인 관광객도 꾸준히 증가하고 있다. 특히, 국제공항 건설에 박차를 가하고 있는 중국의 경우 항공여행이 늘고 있어 제주를 찾는 중국인 관광객수도 더욱 증가할 것으로 보인다. 이와 함께, 국토연구원이 실시한 ‘제주공항 개발구상 연구’(2010년 6월~2012년 4월) 결과 제주공항 포화시기가 정부안보다 6년이나 빠른 2019년으로 예측되고 있어 기존공항 확장 또는 신공항건설의 필요성이 대두되고 있다

공항이용객이 증가함에 따라 공항의 서비스품질의 중요성은 더해지고 있고 서비스품질이 바로 공항의 경쟁력을 의미하기도 한다. 이제 공항은 단순한 운송수단을 보조하는 시설을 넘어 지역 문화를 알리고 이미지를 전달하는 또 하나의 관문이 되고 있다.

본 연구에서는 제주공항의 서비스품질요인들과 제주관광이미지와의 관계를 분석하여 제주공항의 서비스품질요인이 제주관광이미지의 두 가지 요인인 인지적 이미지와 정서적 이미지에 미치는 영향에 대해 알아보는데 연구 목적이 있다.

연구문제를 검증하기 위하여 공항서비스, 관광이미지 등 국내외 관련 문헌을 조사하였으며, 한국공항공사에서 자체 개발한 서비스품질평가 모형인 KAC-CSI를 독립변수로 정하고 관광이미지요인을 종속변수로 재구성하여 설문지를 최종적으로 완성하였다.

이를 바탕으로 제주출발 이용객을 대상으로 설문조사를 통해 실증분석을 수행하였다.

연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 제주공항 서비스품질요인의 하위변수 모두가 제주관광이미지에 정(+의 영향을 미치는 것은 아니라는 것이다. 특히, 서비스품질요인 중 차별적서비스는 대부분의 가설에서 유의수준의 범위에서 벗어나 가설을 충족하지 못했다. 이는 제주공항 차별적서비스 요인들이 제주관광이미지에 큰 영향을 미치는 것은 아니라는 것을 확인할 수 있다.

둘째, 제주공항 서비스품질요인이 인지적 이미지에 미치는 영향을 보면 서비스품질요인 하위변수 중에서 인적서비스가 인지적 이미지에 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 제주공항은 제주관광을 인지할 수 있는 시작과 마무리가 되는 장소이므로 관광객들은 무엇보다도 고객의 입장에서 생각해주는 제주지역에서만 느낄 수 있는 서비스를 바란다는 것이다.

셋째, 제주공항 서비스품질요인이 정서적 이미지에 미치는 영향을 보면 서비스품질요인 하위변수 중에서 제공시설서비스와 본원적서비스가 정서적 이미지에 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 제주공항 서비스품질요인이 높을수록 제주관광이미지가 높아지는 것으로 나타나 서비스품질요인과 관광이미지는 정적인 상관관계가 있었다. 즉, 공항 서비스품질요인에 대한 만족도에 따라 제주관광이미지에까지 영향을 미친다는 것을 알 수 있다.

**주요어** : 서비스품질, 관광이미지, 인지적 이미지, 정서적 이미지

**학 번** : 2012-22749

# 목 차

제 1 장 서론 .....	1
제 1 절 연구의 배경 .....	1
제 2 절 연구의 목적 .....	2
제 3 절 연구의 방법 및 구성 .....	3
제 2 장 이론적 논의 .....	4
제 1 절 공항서비스의 개념 및 특성 .....	4
1. 공항서비스의 개념 .....	4
2. 공항서비스의 특성 .....	6
3. 제주공항 현황 .....	8
제 2 절 공항서비스품질 평가모형 .....	15
1. 서비스품질 구성요인 .....	15
2. 서비스품질의 측정 .....	17
제 3 절 공항서비스품질의 선행연구 .....	21
1. 공항서비스품질 평가모델 .....	21
2. 공항서비스품질 선행연구 .....	25
제 4 절 관광지이미지에 관한 이론적 고찰 .....	31
1. 관광지이미지의 개념 .....	31
2. 관광지이미지의 특성 .....	33
3. 관광지이미지에 관한 선행연구 .....	35

제 3 장 연구모형 및 가설설정 .....	41
제 1 절 연구모형 .....	41
제 2 절 가설의 설정 .....	42
1. 제주공항 서비스품질요인과 제주도의 인지적 이미지 영향관계 ..	42
2. 제주공항 서비스품질요인과 제주도의 정서적 이미지 영향관계 ..	43
제 3 절 표본설계 및 자료분석 방법 .....	44
1. 자료의 수집 .....	44
2. 자료의 분석방법 .....	45
제 4 장 실증분석 및 결과해석 .....	46
제 1 절 인구표본의 특성 .....	46
제 2 절 측정척도의 타당성 및 신뢰도 분석 .....	48
1. 타당성 분석 .....	48
2. 신뢰도 분석 .....	51
3. 변수간의 상관관계 분석 .....	55
제 3 절 가설의 검정 및 해석 .....	56
1. 제주공항 서비스품질요인과 제주도의 인지적 이미지 영향관계 ..	56
2. 제주공항 서비스품질요인과 제주도의 정서적 이미지 영향관계 ..	60
제 5 장 결론 .....	66
제 1 절 연구결과의 요약 및 시사점 .....	66
1. 연구결과의 요약 .....	66
2. 시사점 .....	69
제 2 절 연구의 한계 및 향후 연구방향 .....	71
참고문헌 .....	80
Abstract .....	85

## 표 목차

<표 2-1> Davis(1999)의 서비스 산업의 네가지 유형 .....	5
<표 2-2> 제주공항 관광객 현황 .....	11
<표 2-3> 제주공항 항공 여객현황 .....	11
<표 2-4> 제주공항 항공기 탑승현황 .....	12
<표 2-5> 여객수요와 운항횟수 수요추정 비교 .....	14
<표 2-6> 서비스품질의 10가지 구성요소 .....	15
<표 2-7> SERVQUAL의 5가지 구성요소 .....	17
<표 2-8> SERVQUAL과 SERVPERF 모형의 비교 .....	19
<표 2-9> PCSI모델의 개념 .....	22
<표 2-10> KAC-CSI모델의 개념 .....	24
<표 2-11> 공항서비스 시스템 분류 .....	25
<표 2-12> 제주공항의 제주관광이미지 구성요인 .....	40
<표 3-1> 연구모형 .....	41
<표 3-2> 서비스품질요인과 인지적 이미지와의 영향관계 연구기설 설정	42
<표 3-3> 서비스품질요인과 정서적 이미지와의 영향관계 연구기설 설정	43
<표 3-4> 설문지의 구성 및 출처 .....	44
<표 4-1> 조사대상자의 인구통계학적 특성 .....	47
<표 4-2> 제주공항 서비스품질요인에 대한 요인분석 결과 ..	49
<표 4-3> 인지적 이미지에 대한 요인분석 결과 .....	50
<표 4-4> 정서적 이미지에 대한 요인분석 결과 .....	51
<표 4-5> 제주공항 서비스품질요인에 대한 신뢰도분석 결과 ..	52
<표 4-6> 인지적 이미지에 대한 신뢰도분석 결과 .....	53
<표 4-7> 정서적 이미지에 대한 신뢰도분석 결과 .....	54
<표 4-8> 변수의 상관관계분석 결과 .....	55
<표 4-9> 서비스품질과 인지적 이미지(관광매력성)간의 회귀분석 결과	57

<표 4-10> 서비스품질과 인지적 이미지(관광인프라)간의 회귀분석 결과·	58
<표 4-11> 서비스품질과 인지적 이미지(음식 및 쇼핑)간의 회귀분석 결과	59
<표 4-12> 인지적 이미지에 대한 신뢰도분석 결과 .....	61
<표 4-13> 서비스품질과 정서적 이미지(즐거움)간의 회귀분석 결과·	62
<표 4-14> 서비스품질과 정서적 이미지(여유와 편안함)간의 회귀분석 결과·	63
<표 4-15> 가설검정의 요약 .....	64

## 그림 목차

<그림 2-1> 제주공항 전경 .....	9
------------------------	---

## 부록 목차

<부록> 설문지 .....	73
----------------	----

# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 연구의 배경

공항서비스에 대한 고객만족개념은 서비스가 제공되는 과정에서 갑작스러운 기상악화나 정비문제, 기타 실패 요소로 인해 불규칙한 문제가 많이 일어나는 산업이다. 시-공간적으로 여러 단계에 걸쳐 서로 다른 소속의 다양한 직원들이 한 고객에게 서비스를 제공하고 있으며, 출발지와 목적지의 기후변화, 출입국가의 정책 차이, 승객들의 다양한 국적으로 인해 항상 우수한 서비스 품질을 일정하게 유지하는 것이 결코 쉽지 않은 것이 현실이고, 이러한 과정에서 다른 서비스 분야에 비해 고객불만요소가 잠재되어 있다. 항공 서비스가 이루어지는 공간 중 하나인 공항, 그 중에서 국제공항은 이미 단순한 운송의 경로가 아닌 정치, 경제, 사회 및 문화적인 파급 효과를 미치는 공간이 되었다.

제주도는 우리나라에서 제일 큰 섬으로 중국 일본 동남아를 연결하는 중요한 지정학적 위치에 있다. 우리나라 다른 행정구역 혹은 관광지에 비해 주로 항공교통을 통해 접근할 수 있는 ‘섬’이라는 지리적 한계도 있다. 이로 인해 제주도민과 제주를 찾는 관광객 대부분은 관문인 제주공항을 통해 입도한다. 제주공항은 1946년 서울~광주~제주 민간항공기 취항 이후 1958년 건설교통부에 의해 ‘제주비행장’으로 승인, 설치됐다. 1968년 국제공항으로 승격돼 반세기 동안 ‘대한민국 관광메카’인 제주의 관문 역할을 해왔다.

제주도는 지난 10년 동안 연평균 8.07% 관광객이 증가했으나 2010년 16.16%, 2011년 15.34% 증가에 이어, 2012년에는 10.88%가 증가하여 매년 10%이상 증가한 것으로 발표되었다.<sup>1)</sup> 과거 신혼여행의 메카이자 대학생들의 대표적인 졸업여행지였으나 이제는 동북아시아를 대표하는 국제적인 관광지로 자리 잡았다. 이제 제주국제공항은 내국인뿐만 아니라 세계인이 찾는 관문이 됐다.

1) 제주특별자치도 관광통계정보, 2013(<http://www.hijeju.or.kr/>)

국토연구원은 제주공항 여객수요가 2020년 2060만명에 이르고 2019년 제주공항이 포화상태가 될 것으로 전망했다.<sup>2)</sup> 국토해양부도 제주공항이 2025년 포화상태에 이를 것으로 예측하고 있다. 제주를 방문하는 관광객 증가 추이를 보면 제주공항의 포화상태 시점은 정부의 전망인 2025년보다 국토연구원이 예상한 2019년이 더욱 설득력 있어 보인다.

21세기 현 시점에서 경쟁력 있는 공항은 국가 번영에 필수불가결한 요소이며, 지역사회 발전에 기여하고 국가와 지역 간 통상과 교류를 촉진하며, 고용 창출과 지방자치단체의 수익을 증대시키는 데 긍정적인 역할을 수행하고 있다. 또한, 공항의 수용능력을 가늠하는 물적서비스품질과 공항이미지와 직결되는 인적서비스품질은 관광산업을 발전시키는 토대가 된다는 것은 의심의 여지가 없다.

## 제 2 절 연구의 목적

제주공항은 2007년 제주도내 관광지(19곳) 평가에서 서비스분야 4.8점(5점 만점)을 받아 제주도내 관광지 중에서 가장 우수한 서비스를 제공하는 것으로 평가되었고,<sup>3)</sup> 2011년 국토해양부 항공교통서비스평가에서는 95.9점을 획득하여 인천공항, 김포공항을 제치고 전국공항 1위의 공항서비스를 제공하는 것으로 조사되었다.<sup>4)</sup> 하지만, 제주공항의 서비스품질에 대한 지속적이고 체계적인 연구를 통해 적정수준의 서비스 품질을 계속 유지해야만 공항을 방문하는 이용객들의 만족으로 이어질 수 있을 것이다.

나아가 공항서비스에 대한 만족은 곧 제주공항의 경쟁력 향상으로 이어져 더욱 많은 관광객들이 제주를 방문하고 다시 찾고 싶어 할 것이다. 제주공항이 고객들에게 제공하는 상품은 서비스이기에 고객의 입장에서 더 나은 서비스를 제공받아야만 고객만족과 재방문으로 이어지며 나

---

2) 제주공항 개발구상 연구, 국토연구원(2012. 4) p131

3) 조선일보 Z14면(2008. 1. 31) “도내 관광지 서비스 ‘제주공항’ 1위”

4) 문화일보 12면(2012. 2. 7) “공항서비스 제주공항 1위”

아가 좋은 이미지를 갖게 된다는 것이다. 따라서 제주공항의 서비스 미래 경쟁력은 서비스 제공 능력에 좌우 될 것이며, 서비스 경쟁력 확보를 위한 다양한 노력이 요구 된다.

이에 본 연구에서는 제주공항의 서비스품질요인들에 대한 만족도를 조사하여 공항의 이미지와 제주관광이미지와의 관계를 연구하고자 한다.

이러한 연구의 목적을 구체적으로 살펴보면 다음과 같이 정리 할 수 있다.

첫째, 이론적 고찰을 통해 제주공항의 서비스 품질을 결정하는 요인들은 무엇이며, 각 요인들이 고객만족에 어떤 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 즉, 서비스 품질을 결정하는 요인들과 공항이미지와의 상관관계를 분석해 본다.

둘째, 공항의 서비스에 대한 공항이용객들의 만족도와 공항이미지, 관광이미지와의 관계에 대해 알아본다.

위의 분석 결과를 기초로 하여 제주공항이 관광객 1,000만 시대, 해외 관광객 200만 시대에 걸맞은 제주관광의 관문공항으로써 그 역할을 충실히 하고, 대한민국을 대표하는 세계적인 공항으로 발전하기 위한 서비스 시사점을 제공하는데 본 연구의 목적이 있다.

### 제 3 절 연구방법 및 구성

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌연구와 실증분석을 병행하여 실시했다. 첫째, 문헌연구에서는 공항서비스 질에 관련된 이론과 관광지 만족도에 대한 선행연구를 고찰함으로써 이론적 틀을 마련하였다. 둘째, 문헌연구를 토대로 연구가설을 설정하고, 설문지를 구성할 수 있는 변수와 구체적인 요인들을 추출하는 작업을 통하여 최종 설문지를 작성하였다. 셋째, 앞서 완성된 설문지를 제주공항을 이용하는 이용객들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 넷째, 회수한 설문지의 분석은 SPSS 18.0 for Windows 통계프로그램을 이용하여 탐색적 요인과 신뢰도 분석을 살펴보았다.

본 연구의 논문은 총 5장으로 구성되었으며, 주요내용은 다음과 같다.

제 1장에서는 연구의 배경 및 목적, 연구방법 및 구성에 대하여 서술하였다.

제 2장에서는 공항서비스에 대한 전반적인 이론적 배경을 선행연구와 문헌들을 통해 조사하고 서비스품질에 대한 연구와 관광지이미지에 대한 이론적 고찰도 함께 이루어 졌다.

제 3장에서는 연구를 위한 설계부분으로 연구모형의 제시 및 가설을 설정하고, 조사설계 및 분석방법을 제시하였다.

제 4장에서는 자료분석 및 가설을 검증하였다.

제 5장에서는 결론부분으로 연구를 요약하고 한계점 및 향후 연구방향을 제시하였다.

## 제 2 장 이론적 논의

### 제 1 절 공항서비스의 개념 및 특성

#### 1. 공항서비스의 개념

공항서비스란 공항에서 수행되어지는 공항과 관련된 모든 서비스의 총체를 말한다. 공항은 단순히 여객과 화물을 실어 나르는 운송터미널의 개념이 아닌 21세기의 국가 경쟁력을 대표하는 복합적인 서비스 산업이다. 장대성(2001)은 공항서비스를 공항에서 수행되어지는 공항과 관련된 모든 서비스의 총체를 말하고, 공항은 단순히 여객과 화물을 실어 나르는 운송터미널의 개념이 아닌 21세기의 국가경쟁력을 대표하는 복합적인 서비스 산업이라고 하였다. Davis(1999)는 공항의 명확한 개념 정리를 위해서는 먼저 공항이 어떤 유형의 산업인지를 아래와 같이 서비스 산업 유형 분류에서 규명해 놓고 있다.<sup>5)</sup>

---

5) Tim R. V. Davis, "Different Service Firms, Different Core competencies", Business Horizons, Vol. 42, No. 5, 1999, p23~33

<표 2-1> Davis(1999)의 서비스 산업의 네가지 유형

구분		서비스 업무	
		일상화 (Routinized)	지식 (Knowledge)
서비스 제공	통합적 (Integrated)	서비스 공장 (Service Factory)	서비스 샵 (Service Shop)
	분할적 (Decoupled)	서비스 저장 (Service Store)	서비스 콤플렉스 (Service Complex)

출처 : Business Horizons, Sep-Oep. 1999. pp.23-33.

위 네 가지 유형에서 서비스 콤플렉스(Service Complex)가 있는데, 이는 다양한 조직멤버에 의해 수행되는 다양한 범위로 고객화 되어진 지식기반의 서비스이다.

공항의 경우 서비스 산업 중 네 번째 유형인 서비스 콤플렉스(Service Complex)에 해당된다고 볼 수 있다. 공항에는 다양한 독립 조직들이 서로 연결되어 공항의 제반업무를 수행하고 있다. 다양한 각각의 조직들은 항공기들의 운항 스케줄 수립과 동시에 안전한 이착륙을 위한 항행정보시스템 및 관제활동과 각종 수하물 처리, 입·출국 수속 등의 각기 독립된 업무를 처리하기 위해 각종 데이터와 정보 및 지식을 활용해야 한다.

또한 공항은 안전한 운항과 이용객들의 편의를 위해 소프트한 정보 및 지식자산 이외에 거대한 토지 및 초현대식 건축물과 활주로 그리고 각종 첨단 시설 및 장비를 보유하고 있다.<sup>6)</sup>

그러므로 공항은 정보와 지식기반을 활용해 업무를 처리하는 인적자원이 수행하는 무형의 서비스품질은 물론 각종 시설물 및 장비 자체의 유형적 서비스 품질이 통합되어 있다(장대성외 2인. 2003).

이 외에 공항의 기본적인 임무 수행뿐만 아니라 새로운 공항의 개념

6) 장대성, “국제공항 서비스품질 측정도구 개발에 관한 연구”, 품질경영학회지 제 23권 제2호, 품질경영학회, 2002, p63

으로써의 역할을 수행하기 위한 각종 문화행사, 예식장, 컨벤션, 쇼핑몰, 영화관 등 쇼핑·레저 문화공간으로써의 이용객을 위한 다양한 프로그램을 실행하고 있다.

이러한 공항의 다양한 서비스품질의 수준이 바로 항공기의 안전한 운항은 물론 공항 운영 및 공항서비스에 직접적인 영향을 준다. 또한 국제공항 터미널은 지역적으로 독점적 성격이 강한 일면과 건축물과 같은 장치산업이 주를 이루고 있다. 이러한 특성들 때문에 공항의 서비스품질과 관련된 여러 조직들의 프로세스들의 유기적인 협조와 개선에 대한 인식이 단일 조직의 서비스 산업보다 복잡하고 어렵다.

## 2. 공항서비스의 특성

공항 서비스의 연구들에서 공통적으로 거론되어지는 공항서비스가 갖추어야 할 요소를 살펴보면 다음과 같이 분류할 수 있다(장형섭외 3인, 2003).

### (1) 보안 및 안전성

공항과 연관된 안전 분야는 공항서비스를 논하면서 반드시 다루어야 할 분야로써 항공기의 안전한 이·착륙을 담당하는 Airside 시설인 활주로 및 유도로시설과, 계류장시설, 무선항행지원시설, 관제시설, 구조 및 소방시설, 항공통신시설 등 항행안전시설 등으로 대변된다. 또한 여객 및 항공기안전을 위한 항공보안 검색분야(security)는 독립적 분야로써 특수성이 있지만 궁극적으로 여객 및 안전을 위한다는 의미에서 안전분야로 간주해도 될 것 같다. 안전 분야에 관련된 정밀기술 장비들은 완벽하게 훈련된 전문요원들에 의해 조작·운영되어야 하고, 감시·통제되어야 한다. 항공분야의 모든 기본 정책과 운영목표 및 마케팅의 일차적 도구는 항상 안전(safety)으로 부터 출발하여야 하며 안전 관련 요소에의 투자는 항상 전향적이어야 할 것이다.

## (2) 수용능력

공항 수용능력의 문제는 항공기 처리량의 증대와 여객혼잡(congestion)의 해소 측면에서 매우 중요한 공항서비스 요소라 할 수 있다. 항공기 처리량의 증대와 안전 문제는 불가분의 함수관계에 있지만, 안전 분야에 대해서는 이미 언급하였으므로 여기서는 하늘에서의 수용력 증대와 지상에서의 수용력 증대문제만 언급하기로 한다. 항공기의 신속하고 원활한 처리는 곧바로 항공수요 예측을 통한 청사 확장과 신축 등은 혼잡의 사전 해소를 통해 쾌적한 공항 서비스를 제공하는 일차적 수단이다.

## (3) 여객 및 화물처리

공항이 여객에게 제공해야 할 최종적 핵심서비스 중의 하나가 바로 쾌적한 환경 속에서 신속하고 편리하게 항공기 탑승 및 도착여객을 처리하는 일이다. 기본적인 욕구인 안전서비스와 공항수용능력을 충족한다고 가정하면, 서비스의 차별화 전략으로 대두되는 것은 당연히 공항 이용의 편리성과 신속성 뿐 일 것이다. 또한 공항서비스 특성상 여객 처리 분야는 관련시설 및 장비의 신속성 있는 24시간 운영이 매우 중요하므로 이들 시설이나 장비를 유지 및 보수하는 인적 자원의 전문성도 간과할 수 없는 중요한 요소라고 할 수 있다. 아울러 공항 수용력 및 여객처리 면에서 간과해서는 안 될 또 하나의 중요변수는 지상연계 교통수단이다. 지상연계 교통수단은 항공여객 뿐 아니라 지역주민 및 공항 근무자도 이용해야 하고, 그 중요성에 비추어 볼 때 공항 당국의 영향력 행사가 미흡한 분야이기도 한다.

## (4) 접촉서비스

공항을 인적, 물적 요소로 구성된 서비스 복합체로 볼 때 접촉 서비스 분야는 지금까지 언급된 공항서비스 요소들 중 가장 차별화가 요구되면서도 어려운 분야이다. 공항시설 측면에서의 문화적, 감성적 욕구 충족은 물론이고 여객들의 요구사항 이상의 각종 인간적 서비스 실행은 서비스 기본 정책의 수립과 통합관리가 요구되고, 공항 모든 요소들의 서비스마

인드와 태도(service mind and attitude)가 의식개혁과 훈련을 통해 정착되어 있어야만 최고의 공항이라는 명예를 획득할 수 있을 것이다. 인간적이고 친절하며 즐겁고 쾌적한 공항, 그리고 문화적, 감성적으로 독창적인 공항의 모습은 곧바로 화폐가치가 있는 공항이미지(airport image) 획득에의 결정적인 요소이다. 또한 최근의 공항서비스는, 지역주민과 상생하고 사회적 책임에 주력하는 친근감 있는 공항 이미지를 구현하는 것이라고 할 수 있다. 위와 같이 공항서비스의 연구자들이 공통적으로 제시한 공항서비스가 갖추어야 할 요소와 특성에 대하여 살펴본 결과, 본 논문에서 연구할 제주공항이 추구하는 서비스와 상통한다는 것을 확인할 수가 있을 것이다.

### 3. 제주공항 현황

#### (1) 제주공항 연혁

제주공항은 1948년 5월 민간 항공하면서 공항이 설립 운영이 되었다. 1958년 1월 제주비행장 설치되었으며, 1968년 4월 국제공항으로 승격되었으며, 1985년 9월 한국공항공단 제주지사가 설립되어 제주 공항을 인수 운영해 오고 있다. 2000년 7월 신화물 청사 개관 및 운영되었으며, 2002년 3월 한국공항공사로 회사 명칭이 변경되었다. 2006년 10월 여객청사 탑승동 확장을 시작으로, 2007년 5월 제주공항 시설확장공사 기공식을 시작으로 2009년 11월 신국제선 청사 개관 했으며 2012년 7월에 제주공항 확장 및 리모델링 공사가 마무리되었다.

주활주로 3,180m x 45m, 보조활주로 1,900m x 45m이며, 계류장은 384,458㎡로 31대 동시주가가 가능하고, 여객터미널은 연간 2,547만명을 수용할 수 있는 능력을 보유하고 있다.

제주공항의 2011년말 여객수는 1,720만 명으로 정부의 2015년 예측치를 4년이나 앞당겨 달성하였고, 최근 영국의 경제주간지 「이코노미스트」에서 제주-김포 노선이 전 세계에서 가장 붐비는 공항 1위로 선정되었다.<sup>7)</sup>

7) May 14th 2012, by The Economist online "Where are the world's busiest airline routes?"

<그림 2-1> 제주공항 전경



### (2) 제주공항 상주기관 현황

제주공항은 한국공항공사(협력업체 포함) 782명, 정부기관 433명, 입점업체 1,046명, 항공사 및 지상조업체 1,353명으로 전체인원은 3,614명이 근무하고 있다. 한국공항공사는 2단 9팀으로 구성되어 있으며, 운영단은 운영/지원으로 37명, 현장접점(청경, 보안검색감독관) 56명이며, 시설단 97명으로 전체인원은 190명으로 구성되어 있다.

### (3) 제주공항 주요 시설

주요시설로는 총 부지면적 356만 1,679㎡, 활주로 2곳(3,180×45m, 1,900×45m, 연간 처리능력 17만 2,000회)과 계류장 38만4,458㎡(동시 주기 능력 31대), 주차장 103,911㎡(동시 주차능력 2,620대)이다.

여객터미널 국내선 68,562㎡(연간 처리능력 2,302만명)와 국제선 27,818㎡(연간 처리능력 245만명), 화물 터미널 17,574㎡(연간 처리능력 33만톤) 등 이다.

#### (4) 국내선 취항노선

제주공항 국내선 취항항공사는 모두 7개 항공사로 대한항공, 아시아나항공, 제주항공, 진에어, 에어부산, 이스타항공, 티웨이항공이며, 국내선 13개 노선인 김포, 인천, 김해, 대구, 광주, 청주, 울산, 여수, 사천, 군산, 원주, 무안, 포항 노선 취항, 운항편수는 2.217편이다(2012년 동계스케줄 기준).

#### (5) 국제선 취항노선

제주공항 국제선 취항항공사는 9개 항공사로 대한항공, 아시아나항공, 진에어, 제주항공, 이스타항공, 동방항공, 남방항공, 부흥항공, 드래곤에어이며, 취항노선은 나리타, 후쿠오카, 오사카, 나고야, 북경, 푸둥, 대련, 장춘, 닝보, 심양, 항조우, 난징, 홍콩, 타이페이 등 국제선 4개국 14개 노선을 운항하고 있다. 운항 편수는 주 132편이다(2012년 동계스케줄 기준).

#### (6) 제주공항의 이용수요

외국인 관광객을 중심으로 관광객의 급격한 증가현상 발생하고 있다. 2002년 451만명이었던 관광객이 2012년 969만 명으로 2배 이상 증가하였고, 10년 동안 내국인 증가율은 6.75%, 외국인 증가율은 21.46%에 이르렀다.

2012년에는 2011년 대비 내국인 4.09%, 외국인 60.80% 증가함으로써 외국인을 중심으로 하는 제주 관광객의 급격하게 증가하고 있는 추세이다.

내국인 관광객 점유율은 82.65%에 이르고 있으며, 2010년을 기점으로 외국인 관광객 점유율이 10%가 넘어서 2012년에는 17.35%로 최근 급격한 증가추세를 보이고 있다.

<표 2-2> 제주공항 관광객 현황

연도	내국인관광객		외국인관광객		총계
	인원	비율	인원	비율	
2002	4,226,019	93.59%	289,496	6.41%	4,515,515
2003	4,692,376	95.5%	221,017	4.5%	4,913,393
2004	4,603,297	93.33%	329,215	6.67%	4,932,512
2005	4,641,552	92.46%	378,723	7.54%	5,020,275
2006	4,852,638	91.34%	460,360	8.66%	5,312,998
2007	4,887,949	90.03%	541,274	9.97%	5,429,223
2008	5,281,501	90.72%	540,516	9.28%	5,822,017
2009	5,891,584	90.31%	632,354	9.69%	6,523,938
2010	6,801,301	89.75%	777,000	10.25%	7,578,301
2011	7,695,339	88.04%	1,045,637	11.96%	8,740,976
2012	8,010,304	82.65%	1,681,399	17.35%	9,691,703

출처 : 제주특별자치도 관광통계정보(<http://www.hijeju.or.kr/>)

제주공항 여객수는 2009년 1,364만명, 2010년 1,572만명, 2011년 1,720만명, 2012년 1,844만명으로 매년 100만명이 넘는 증가추세를 나타내고 있다. 또한 2003년 이후로는 연평균 6.97%의 증가율을 보이고 있으며, 외국인 여객수는 연평균 12.11%로 더 큰 증가추세를 보이는 등 제주공항 이용객수는 꾸준히 증가하고 있다.

<표 2-3> 제주공항 항공 여객현황

연도	공항이용객			증가율		
	계	국내선	국제선	계	국내선	국제선
2003	10,802,989	10,505,743	297,246	7.66%	7.81%	2.96%
2006	12,109,836	11,209,896	899,940	3.88%	2.19%	44.67%
2007	12,296,426	11,031,811	1,264,615	1.54%	-1.59%	40.52%
2008	12,448,084	11,704,899	743,185	1.23%	6.10%	-41.23%
2009	13,643,366	13,017,275	626,091	9.60%	11.21%	-15.76%
2010	15,724,360	15,010,737	713,623	15.25%	15.31%	13.98%
2011	17,201,878	16,482,948	718,930	9.40%	9.81%	0.74%
2012	18,443,047	17,357,551	1,085,496	7.22%	5.31%	50.99%
연평균증가율				6.97%	7.02%	12.11%

출처: 한국공항공사 공항통계자료 원용(<http://www.airport.co.kr/>)

지속적인 공급좌석수 증가에도 탑승률은 꾸준히 증가하고 있다. 2006년 공급좌석수 1,558만석에서 2012년 2,249만석으로 691만석이상의 좌석수가 증가하였음에도 탑승률은 지속적으로 증가하여 2012년 80.90%로 최고치를 기록하였다. 세계적 경기불황에도 외국인 관광객이 증가하는 추세이며 특히, 중국관광객의 국내선(김포공항) 이용률 급격히 증가하는 추세로 이는 제주 브랜드가치 상승으로 인한 비수기 탑승률이 증가되고 있음을 알 수 있다.

<표 2-4> 제주공항 항공기 탑승현황

구분	공급좌석	탑승객수	탑승률
2006	15,580,673	11,956,995	76.74%
2007	16,016,239	12,152,111	75.87%
2008	16,563,641	12,283,934	74.16%
2009	17,926,867	13,475,934	75.17%
2010	19,587,200	15,533,628	79.30%
2011	21,652,152	16,980,219	78.42%
2012	22,497,187	18,201,098	80.90%
연평균 탑승률			77.23%

출처: 한국공항공사 공항통계자료 원용(<http://www.airport.co.kr/>)

또한, 국제자유도시의 조성 등 대규모 관광개발 프로젝트 등의 추진으로 장기적 수요증가가 예상된다. 제주도를 세계적인 관광·휴양지역으로 육성하기 위해 6대 핵심프로젝트 추진 등 미래여건변화에 따른 항공수요의 증가가 예상되고 있으며, UNESCO지정 자연과학분야 3관왕(생물권 보전지역(2002.2.16), 세계자연유산(2007.6.27), 세계지질공원(2010.10.3) 지정) 달성으로 관광객의 증가가 예상된다.

세계7대자연경관 선정을 계기로 현재 중국·일본에 편중된 제주도 관광시장은 전 세계로 다변화되고, 단순한 관광지에서 휴양·쇼핑 등을 겸한 다목적 관광지로 변화를 가져올 것으로 예상되어 관광시장의 다변화가 예상된다.

또한, 무비자 입국허가제도 시행으로 제주를 찾는 외국인 방문객 편의를 증진하여 외국관광객이 보다 자유롭게 제주를 방문하여 외국인 관광객의 비중은 더욱 증가할 것이다.

#### (7) 제주공항 항공수요 추정자료(제주신공항 국토연구원 자료)

제주는 세계평화의 섬, 특별자치도, 국제자유도시로 추진되면서 2010년 6월 23일 신공항추진 착수 보고회를 개최 했으며, 국토연구원이 실시한 '제주공항 개발구상 연구'(2010년 6월~2012년 4월) 결과 제주공항 포화시기가 정부안보다 6년이나 빠른 2019년으로 예측되고 있어 기존공항 확장 또는 신공항건설의 필요성이 대두되고 있다

특히, 활주로 용량의 포화시기는 연간운항횟수가 172,000회에 도달하는 2019년으로 공항건설기간이 일반적으로 7~10년 정도 소요되는 점을 감안하여, 제주공항의 확장 또는 신공항 건설을 위한 사전준비의 필요성이 제시되었다. 교통량 포화시기 측정기법은 피크타임과 연간 운항횟수 2가지가 있으나, 국토해양부에서는 보수적 관점에서 적용하고 있는 연간 운항횟수를 적용하고 있다. 또한 교통수요량 조사 용역시 일반적으로 적용하는 피크타임(30th)을 적용할 경우 2015년 이전에 포화될 것으로 전망되었다.

여객수요와 운항횟수를 추정은 상위계획에서 제시된 것과 비교분석하였다. 주요내용은 아래 <표 2-5>와 같이 2015년에서 2030년까지 제시하였다. 2011년 2월말 현재 실제 항공수요는 여객수요에서 1,720만 명으로 정부계획보다 4년이나 빨리 달성되었다.

상위계획과 비교하여 높게 추정된 이유로는 변수의 차이 및 급격히 증가하는 최근 추세 반영에 따라 여객수요가 높게 추정되었다. 구체적으로는 활용데이터의 차이 및 회귀분석에서 사용된 변수값(GDP, 운항요금, 관광객수 등)의 차이로 상위계획과 상이한 결과가 도출되었다. 제주를 국내를 대표하는 관광지이므로 관광객 수 지표를 도입하였으며, 2009년 이후 월등히 증가한 관광객 수의 추이를 반영하여 <표 2-5>와 같은 결과가 도출되었다.

<표 2-5> 여객수요와 운항횟수 수요추정 비교

구분		2015	2020	2025	2030
여객 (백만명)	제4차 공항개발중장기 종합계획('11.1.5)	17.3	19.9	22.3	24.9
	제주공항 개발구상 연구(국토연구원)	21	24.4	28	32.1
운항횟수 (만회)	제4차 공항개발중장기 종합계획('11.1.5)	12.7	14.8	16.6	18.6
	제주공항 개발구상 연구(국토연구원)	15.3	18.2	20.8	23.8

출처: 제주공항 개발구상 연구, 국토연구원(2012)

제주공항 개발구상 연구에서는 기존공항의 확장(안) 4개 대안과 신공항 후보지(안) 4개 대안을 제시하고 사업개요 및 장단점, 사업비를 제시하고 있다. 기존공항의 확장(안)의 경우에는 활주로간 이격 정도에 따라 사업비가 1~5조원 소요되는 것으로 분석되었고, 신공항의 경우에는 입지적 여건에 따라 3~5조원 정도 소요되는 것으로 분석되었다. 기본적인 전제조건으로 2개의 평행 활주로를 확보하는 것으로 검토하였다.

## 제 2 절 공항서비스품질 평가모형

### 1. 서비스품질 구성요인

서비스 품질을 구성하는 요소에 대한 연구는 서비스 품질을 측정할 수 있는 기본이 된다. Gronroos(1984)에 의하면 서비스 품질은 기대된 서비스와 지각된 서비스에 의해 이루어진다고 했다.<sup>8)</sup> 따라서 기대된 서비스와 지각된 서비스 각각에 영향을 미치는 요소들을 찾으면 서비스 품질의 결정적 요인들을 알 수가 있다. 먼저 기대된 서비스 품질의 영향을 미치는 요소들로는 기업의 약속, 전통과 사상, 과거의 경험, 구전 의사소통, 개인적 욕구 등의 다섯가지가 있고, 지각된 서비스에는 기업의 물리적, 기술적 자원, 대고객 담당직원, 참여고객 등 세가지가 있다.

또한, Parasuraman, Zeithaml & Berry(1985)(이하 PZB)는 Gronroos의 연구를 기초로 하여 보다 세부적으로 서비스 품질의 구성요인을 신뢰성, 반응성, 능력, 접근성, 예절, 의사소통, 신용도, 안전성, 고객의 이해, 유형성 등 10가지 범주로 제시했고, 이러한 10가지 구성요인에 대한 기대된 서비스 수준과 지각된 서비스 수준의 차이가 서비스 품질을 결정하는 것으로 제시하였다.

<표 2-6> 서비스 품질의 10가지 구성요소<sup>9)</sup>

서비스 품질의 구성요소	구성요소의 내용
신뢰성 (Reliability)	서비스 업무 수행의 정확성 (기업이 제시한 약속의 이행, 계산 및 기록의 정확성)
반응성 (Responsiveness)	서비스를 제공하는 종업원의 자발성 (서비스의 즉시 배달, 신속한 처리 및 조치, 적시 제공)
능력 (Competence)	서비스를 제공하는데 필요한 기술이나 지식의 소유 (종업원과 대상 서비스의 풍부한 기술 및 지식)

8) Gronroos "A Service Quality Model and Its Marketing Implication", European Journal of Marketing, Vol. 18, No. 4, 1984, p36~44

9) Parasuraman, Berry & Zeithamal, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", Journal of Marketing, Vol. 49, 1985, p47

서비스품질의 구성요소	구성요소의 내용
접근성 (Access)	대상 서비스에의 접근 가능성과 종업원への 접촉 용이성 (서비스 시설의 편리한 위치, 편리한 영업시간, 예약의 편리성, 대기시간, 혼잡정도 등)
예절 (Courtesy)	대고객 접촉직원의 친밀감, 공경, 배려, 호의 (서비스직원의 말씨, 예절, 행동, 도덕심)
의사소통 (Communication)	고객들이 이해할 수 있는 방법으로 서비스 정보를 자세히 전달하며 고객들에게 귀를 기울이는 것 (서비스 제공방법, 서비스 비용, 문제처리방법 설명)
신용성 (Credibility)	대상 서비스 기업의 신용 및 정직, 기업의 평판이나 명성
안전성 (Security)	의심으로부터의 자유, 육체적, 정신적, 정치적 안전 (물리적 안전, 재무적 안전, 기밀보장 등)
고객이해 (Understanding)	고객의 요구를 이해하려는 노력 (고객요구의 이해, 개별적 관심, 단골고객의 인식)
유형성 (Tangibles)	서비스의 제공과정에 투입되는 유형적 증거 (시설, 장비, 도구나 서류, 직원의 보장, 분위기 등)

출처 : Parasuraman, Zeithaml & Berry(1985b)

그들의 연구에 의하면 각 구성요소에 해당하는 척도항목들의 정밀한 검증에 따라 서비스를 전달하는 인간의 상호작용요소와 직접적인 관련이 있음을 알 수 있다(PZB, 1988b). Garman(1990)은 “서비스품질에 대한 고객만족”이라는 그의 논문에서 PZB(1988b)의 연구를 검토하고, 다른 대상의 서비스 업체를 평가하였다. 서비스품질의 구성요소들은 상호간에 다수의 중복되는 내용을 지니고 있어서 명확하게 인식되기가 어려운 면이 있고, 또한 고객들의 개인적인 욕구나 서비스 업종에 따라서 구성요소들 간에 상대적으로 중요성이 다를 수 있다고 하며 이러한 구성요소들이 복합적으로 상호작용하여 서비스품질이 결정된다고 주장했다.

## 2. 서비스품질의 측정

### (1) SERVQUAL모형

서비스품질의 측정 중 가장 일반화 된 모형으로 SERVQUAL은 미국의 PZB(1985b)<sup>10)</sup>에 의해 개발된 서비스품질 측정도구로서 서비스기업이 고객의 기대와 평가를 이해하는데 사용되는 다문항 척도(multiple-item scale)이다. PZB는 일련의 반복적인 자료수집과 자료분석 단계를 통해 97개 문항으로 구성된 측정 도구 시안을 점차 개선시키고 축약하여 신뢰성(Reliability ; R), 확신성(Assurance ; A), 유형성(Tangibles ; T), 공감성(Empathy ; E), 반응성(Responsiveness ; R)을 대표하는 22개 문항을 확정했다. 다섯 가지 품질차원은 각 차원의 영문 첫 자를 모아 RATER라고 부르기로 했다. 이리하여 5개의 품질차원에 대한 고객의 지각과 기대를 측정하는 22개 문항으로 구성된 서비스 품질 측정 도구인 SERVQUAL이 개발되었다.

<표 2-7> SERVQUAL의 5가지 구성요소<sup>11)</sup>

구성요소	정 의
유형성 (Tangibles)	물리적 설비, 장비, 접촉사원, 커뮤니케이션 수단 등
신뢰성 (Reliability)	약속된 서비스를 정확하게 수행 할 가능성과 신뢰 가능한 기업의 능력
반응성 (Responsiveness)	즉각적인 서비스 제공, 고객의 요구에 대응 가능한 정도
확신성 (Assurance)	사원의 예의바름, 지식 및 확신과 신뢰를 주는 능력
공감성 (Empathy)	고객에게 개별적인 관심과 애정을 표현하는 능력

출처 : Parasuraman(1988b)

10) Parasuraman, Berry & Zeithamal, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Ruture Research." Journal of Marketing, Vol. 49, 1985b, p33~46

11) Parasuraman, Berry & Zeithamal, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality," Journal of Retailing, 64(1), 1988b, p12~40

더 나아가 이들은 서비스품질에 영향을 미치는 기업 내부의 요인들에 대한 연구를 시작하여 고객이 지각한 GAP과 연결시키는 개념적 모형을 개발하였다. 그들에 의하면 서비스 품질에 대한 인식은 기대한 서비스와 지각 경험된 서비스의 차이에서 발생한다고 한다. 즉 기대한 서비스가 지각된 서비스보다 높을 때( $EP > PS$ ) 인식된 서비스는 더 이상 만족스럽지 못하고 반대의 경우( $EP < PS$ ) 만족 이상의 것으로 이상적인 서비스품질이 되는 것이다. 같은 경우 ( $EP = PS$ )에는 수용할 수 있는 만족스러운 서비스가 된다.

## (2) SERVPERF모형

Cronin & Taylor(1992)<sup>12)</sup>는 서비스품질은 태도에 의해 개념화되고 또 측정되어야 한다는 관점에서 “서비스품질=성과”라는 공식하에 성과만을 측정하는 SERVPERF 모형을 개발하여, 성과항목만으로 품질수준을 측정하는 것이 다른 측정항목에 비하여 우수하다고 주장하였다. 서비스 품질은 고객의 기대치와 인지한 서비스의 차이가 아니라 인지한 서비스, 즉 고객이 지각한 서비스 그 자체라고 주장한 것이다.

그 내용은 SERVQUAL 개발의 이론적 토대가 된 서비스품질과 고객 만족에 대한 기존 연구에 개념적으로 상당한 혼란이 존재한다는 점과 비록 서비스 품질을 태도와 유사한 개념으로 정의할 수 있다 하더라도 SERVQUAL식의 개념적 정의는 고객만족에서 이야기하는 만족/불만족 패러다임의 범위를 벗어나지 못한다는 것이었다. 즉 만족과 서비스 품질을 개념적으로 뚜렷이 구별해내지 못한다는 것이다.

그리고 실증적 연구에서 SERVQUAL에서 사용된 5개차원의 22개 항목에 대해 SERVQUAL과 SERVPERF를 비교하는 연구를 수행하였다. 연구결과 SERVQUAL은 연구대상이 된 4개 산업(은행, 해충퇴치, 세탁소, 패스트푸드) 중 2개 산업에서만 적합하게 나타났으나 SERVPERF는 4개 산업에서 모두 적합한 것으로 나타났으며 회귀분석의 결과 R2값도 더 높게 나타나 서비스 품질 척도로서 SERVPERF가 더 우수하다고 주장하였다(조동진, 2001).

---

12) Cronin and Taylor "Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension", Journal of Marketing, Vol. 56, 1992, p55~68

Cronin & Taylor(1992)는 이러한 연구결과를 바탕으로 서비스품질 측정에 있어서 SERVQUAL식의 차이점수를 이용하는 것보다 성과에 대한 지각만을 측정함으로써 서비스 품질을 평가하는 것이 더 타당하다는 결론을 내렸다. SERVPERF에서는 서비스 품질을 지각하고 경험할 때 이미 과거의 경험은 물론 기대도 반영되어 있으므로 서비스에 대한 기대를 따로 측정할 필요가 없다고 본 것이다.

Cronin & Taylor(1994)<sup>13)</sup>는 더 나아가 SERVPERF 문항들에 가중 항목을 추가해 단순한 성과만의 측정방법에서 SERVPERF외에 가중된 성과의 측정방법(Weighted SERVPERF)을 제시하고 있다. 그들은 성과 항목만으로 품질 수준을 평가하는 SERVPERF와 성과 항목에 중요성 항목을 곱하여 가중된 성과의 측정도 분석하였다. 그런데 그들의 연구 결과(1992)는 가중된 성과의 측정이 단순성과만의 측정에 비해 서비스 품질을 효과적으로 측정하지 못하는 것으로 나타났다

결국 지각된 서비스 품질은 태도로써 가장 잘 개념화될 수 있다는 이들의 서비스 품질에 대한 새로운 개념적 정의는 서비스 품질, 고객만족, 구매 후 행동간의 관련성을 이론적으로 밝혀냈다는 데 의미를 가진 것으로 알려져 있다.

**<표 2-8> SERVQUAL과 SERVPERF 모형의 비교**

구분	SERVQUAL	SERVPERF
제안자	Parasuraman, Zeithaml & Berry	Cronin & Taylor
척도의 구성	성과 - 기대	성과
기대의 정의	규범적 기대 (제공해야만 할 수준)	기대는 측정 안함
측정차원	5개 차원 22개 항목	5개 차원 22개 항목

출처 : Cronin & Taylor(1992)

13) Cronin and Taylor "SERVPERF versus SERVQUAL : Reconciling Performance-Based and Perception Minus-Expectations Measurement of Service Quality," Journal of Marketing, Vol. 58, 1994, p125~131

### (3) SERVPERF 모형에 대한 비판

Cronin & Taylor(1994)의 이러한 주장에 대하여 PZB(1996)는 SERVQUAL의 5가지 차원간의 상호관련성을 무시하였으므로 부적절하며, 이로 인하여 Cronin과 Taylor의 연구에서의 SERVQUAL의 적합성이 낮게 나타날 수 있다고 반박하였다. 먼저 Cronin & Taylor가 서비스에 대한 기대는 따로 측정할 필요없이 성과에 대한 지각 측정만으로도 더 우수한 서비스품질 측정이 될 수 있다는 주장에 대해 PZB는 Bolton & Drew(1991)의 연구를 인용하여 서비스품질에 대한 지각은 성과와 기대간의 차이에 달려 있으며, 오히려 성과와 기대간의 차이가 성과보다도 서비스품질의 분산결과를 더 많이 설명한다고 밝히고 있다. 나아가서 Helson(1964)과 Kahneman & Miller(1986)의 연구를 인용하여 서비스품질의 요인으로 성과만으로 서비스 품질을 비교하는 것에 대한 부정적 의견을 피력하고 있다. 이밖에도 Cronin & Taylor(1994)가 성과와 기대간의 불일치로 서비스 품질을 측정할 필요없이 성과만으로 측정하는 것을 지지한다고 인용한 문헌에서도 성과만의 측정을 확실하게 지지하지는 않고 있다는 것을 지적하고 있다.

또한, PZB는 SERVPERF가 주장하는 일차원성에 대한 의문제기도 하고 있다. 이밖에도 실무적 가치에 있어서 SERVPERF는 서비스 품질의 문제점을 정확하게 파악하기 위한 진단적 정보를 더 많이 제공하는 SERVQUAL에 비해 덜 유용하다는 지적을 받고 있다.

## 제 3 절 공항서비스품질의 선행연구

### 1. 공항서비스품질 평가모델

#### (1) ACI<sup>14)</sup>의 ASQ(Airport Service Quality) 모델

인천, 김포국제공항은 동종업계의 서비스수준 파악과 세계화를 위한 경쟁력 강화를 위하여 국제공항협회(ACI)에서 주관하는 고객만족도에 대한 평가를 참여하고 있다.

ASQ 평가는 1회에 최소한 350명 이상의 고객들로부터 응답을 받기 때문에 신뢰성이 높다. 2012년 ASQ에 참여한 공항은 인천공항, 김포공항, 싱가포르 창이공항 등 198개 공항으로, 조사 항목은 크게 5가지로 구분된다. 첫째는 공항운영(비행정보안내, 공항내 동선, 안내표지판 등), 둘째는 공항 서비스와 시설(식당, 상점, 화장실 등), 셋째는 출입국과 안전(대기시간, 직원의 도움 등), 넷째는 공항의 환경(청결도, 공항분위기 등), 다섯째는 공항서비스(효율적인 체크인 수속, 대기시간 등)로 구성된 총 30개 항목을 바탕으로 공항 내 출발장에서 설문을 실시한다.(제주공항 2014년 ASQ 평가 참여 예정)

#### (2) 공기업고객만족도(PCSI) 모델

공기업 고객만족도 수준에 대한 종합진단을 통해 공기업의 고객중심 경영 및 대국민 서비스개선을 위해 기획재정부가 1999년부터 도입하여 현재 공기업 및 준정부기관 등 총 264개 기관을 대상으로 시행하고 있다. 기획재정부가 주관해 매년 실시하고 있는 공공기관 고객만족도 조사는 ‘공공기관의 운영에 관한 법률, ‘공기업·준정부기관 경영 및 혁신에 관한 지침 및 ‘기타 공공기관의 혁신에 관한 지침’에 의거해 시행되는 것으로, 국민에게 직접 서비스를 제공하는 공공기관은 연 1회 이상 고객만족도를 의무적으로 시행하는 것을 원칙으로 공기업, 준정부기관, 기타 공공기관으로 나뉘어져 진행된다. 공기업만족도 조사는 2005년까지 공기업만족도 평가 모델로 NCSI모델을 활용하다가 한국적 공기업의 특성을

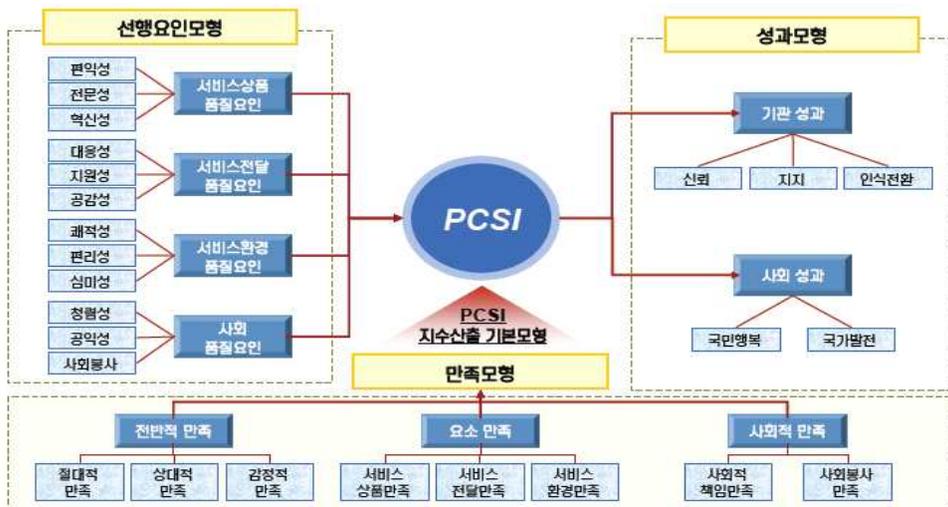
---

14) Airport Council International : 국제공항협회

반영하지 못한 평가 모델로 효율성 문제가 제기되어 2006년부터 평가 모델을 PCSI(Public-service Customer Satisfaction Index)로 변경하여 KMAC에서 조사를 시행하게 되었다.

PCSI는 ‘공공기관 운영법’ 발효 이전 정부산하기관에서 조사 활용된 모델을 업그레이드한 것으로 서울대(이유재 교수)와 함께 KMAC(한국능률협회컨설팅)가 공동 개발하였다. PCSI모델은 공공부문 고객만족도를 측정하는 대표적 현장 실천형 모델로 정착된 것으로 한국의 공공기관 특성을 반영한 독자적 평가모델일 뿐만 아니라, 공공기관 고객만족도의 체계적 측정이 가능하다.

<표 2-9> PCSI모델의 개념



출처 : KMAC(한국능률협회컨설팅)

공공기관의 고객만족활동에 대한 고객의 긍정 정도, 기관의 고객만족 활동에 대한 고객의 현재 만족수준, 그리고 고객만족 활동에 따른 기관의 성과를 측정하도록 구성됐다. 공공기관에 적합한 고객만족도 측정을 위해 사회품질요인, 사회적만족, 사회성과를 측정한다.

또한 기관의 특성이 개별적으로 반영되도록 개발되어 기관별 고객만족 수준을 객관적으로 측정할 수 있으며, 기관별 만족·불만족의 원인을 구체적으로 파악해 실천과제 도출을 이끌어 낼 수 있는 장점이 있다.

### (3) 한국공항공사 고객만족도조사(KAC-CSI) 모델

한국공항공사 고객만족도 조사(KAC-CSI)는 한국표준협회컨설팅에 의해 개발되었으며 공항에 특화된 고객만족도 조사로서 당시에 이미 실시되고 있던 공공기관 고객만족도 조사<sup>4)</sup>나 서비스품질모니터링(QSM ; Quality Service Monitoring)의 서비스개선정보 제공 미흡이라는 한계를 극복하기 위한 목적으로 설계되었다. 앞서 언급한 바와 같이 공공기관 고객만족도 조사모형은 다양한 공공기관의 고객만족성과를 비교하기 위한 목적이었으며 미국의 민간부문 고객만족도조사 모형인 ACSI(America Customer Satisfaction Index)를 그대로 도입한 결과 시행과정에서 우리나라 공공부문의 상황과 부합하지 않은 부분 등 문제점들이 수차례 지적되어 왔다.

또한, 한국공항공사가 자체적으로 시행하고 있었던 QSM의 경우 1990년 이전에 세계공항협회(Airport Council International)가 회원사인 세계공항들에 대해 유료로 시행하고 있던 QSM을 벤치마킹하여 자체적으로 실시하였는데 각 품질요소의 만족수준만을 측정하는 단순모형으로 서비스개선의 활용측면이나 그 효과가 제한적이었던 것으로 판단하고 있었다. 공항공사는 이를 개선하기 위해 2006년 한국표준협회컨설팅과 공동으로 공항서비스 특성의 반영과 개선정보 제공기능이 강화된 KAC-CSI모형을 개발하였다. 따라서 KAC-CSI모형은 종합만족지수 산출방법으로 간접측정법을 선택하고 있는 데 평가반영시 각 서비스품질요인의 만족수준을 합산하여 종합만족지수에 산출함으로써 피평가자의 조사결과에 대한 수용성을 높일 수 있고 부서별 담당 품질영역에 대한 성과를 명확하게 구분할 수 있어 서비스개선에 대한 유인효과가 높은 장점을 가지고 있다.

KAC-CSI모형은 원인변수인 서비스품질요인을 측정하기위해 6가지 차원 124개 설문항목으로 구성되어 방대한 내용을 가지고 있는데 PCSI모형에 비해 보다 정확하고 유용한 서비스개선자료를 담을 수 있다는 장점이 있지만 복잡하고 많은 내용을 답변해야하는 특징 때문에 설문응답자의 답변충실도가 낮아지는 비표본오차가 발생할 확률이 높다.

KAC-CSI모형의 세부적인 서비스품질차원과 품질요인은 <표 2-10>으

로 연구자가 설문항목을 연구취지에 맞게 재구성한 것이다.

<표 2-10> KAC-CSI모델의 개념

품질차원	설문내용	
제공시설 서비스	1. 공항 안내시설	12. 공항 내 화장실
	2. 공항 안내방송	13. 공항 내 이동 편리성
	3. 공항 안내 콜센터	14. 공항 내의 쾌적성
	4. 엘리베이터	15. 공항 내 조명 밝기 정도
	5. 에스컬레이터	16. 공항 내의 청결성
	6. 자동문	17. 공항 내/외 조경시설
	7. 카트	18. 공항 내 교통시설
	8. 음수대	19. 주차장 등 주차시설
	9. 대기의자	20. 주차장 이용요금
	10. 흡연실	21. 여객판매시설 구비 정도
	11. 어린이 놀이터	22. 여객 필요시설 편리한 배치
본원적 서비스	1. 제주공항에서 제공하는 시설 및 서비스는 신뢰할 만하다.	
	2. 제주공항 시설과 서비스 이용은 안전하다.	
	3. 제주공항 내 안전관리(보안 및 비상사태 관리/이착륙 지원 등)가 잘 이루어지고 있다.	
차별적 서비스	1. 제주공항 내 문화시설, 문화행사 등 다양한 이벤트가 제공된다.	
	2. 문화행사, 이벤트, 배경음악 등으로 제주공항 이용시 즐거움을 느낀다.	
	3. 제주공항은 차별화된 서비스 이미지를 전달하고자 노력한다.	
인적 서비스	1. 제주공항 직원은 고객을 맞이할 때 친절하게 인사한다.	
	2. 제주공항 직원은 예의 바른 태도로 고객을 대한다.	
	3. 제주공항 직원의 유니폼, 명찰 등 복장이 단정하다.	
	4. 제주공항 직원은 두발 등 용모가 단정하다.	
	5. 제주공항 직원은 고객의 입장에서 적극적으로 고객을 돕고자 한다.	
	6. 제주공항 직원은 고객의 말을 경청하는 등 고객응대에 집중한다.	

출처 : KAC-CSI 모형과 최찬섭(2012) 연구를 기초로 연구자가 재구성

## 2. 공항서비스품질 선행연구

공항서비스품질이 국가적으로 중요한 서비스사업임에도 불구하고 공항과 관련된 연구는 항공사여객의 서비스품질요인에만 국한된 연구가 대부분이었고, 공항의 서비스품질에 대한 연구는 많지 않다. 전순란(2002)은 SERVPERF를 기초로한 서비스품질을 측정하였고 장대성, 이정현(2007)의 연구에서는 공항 및 철도운송 서비스품질과 충성도를 비교하여 서비스품질향상을 위한 제안사항을 정리하였다.

### (1) Marter Seneviratne(1990) 연구

Marter Seneviratne는 공항여객 터미널의 서비스 수준에 영향을 주는 요소를 연구하면서, 공항서비스를 12개의 공항시설별로 구분하고 이를 다시 도착, 연계, 통과, 환승, 등의 세부 내용으로 나누었다. 이 세부 내용에 각 시설에서 갖추어야 할 서비스 변수를 작성, 정리하여 공항시스템 평가에 관한 연구에서 공항시스템 6개 분야로 나누어 이를 분석하였다.

### (2) Ndoh & Ashford(1994) 연구<sup>15)</sup>

Ndoh & Ashford는 교통서비스 수준 평가에 관한 연구에서 공항서비스를 아래와 같이 5개 부분으로 나누었다.

<표 2-11> 공항서비스 시스템 분류

공항서비스 시스템	내 용
여객 및 화물처리	ticketing, check-in, 보안검색, 수하물처리, 통관/세관검사
대기장소	게이트라운지, 환승라운지, 출발 및 도착장소(concourse)
공항내 이동시설	curb-side지역, 복도, 도보지역, 환승 및 탑승
부대시설	화장실, 은행, 컨세션(구내매점), 우체국, 안내시설, 기타
접근 교통시설	접근성, 편리성, 요금, 청사와 연계

15) Ndoh and Ashford, "Evaluation of Transportation Level of Service, Using Fuzzy Sets", Transportation Research Record, 1990

### (3) 함대영(2000) 연구<sup>16)</sup>

함대영은 유럽의 Hub 국제공항은 환승 절차를 손쉽게 할 수 있도록 도와주는 단일 터미널 구조를 채택하고 있으며, 단일 터미널 구조는 여객의 집중이 문제가 되지만, 환승에는 많은 장점을 제공하는 바, Frankfurt(people-mover) 고속 수하물 환적 시스템 등을 통해 원활한 연계를 함으로써 공항 서비스와 연계를 갖고 있다고 하였다.

### (4) 장대성 등(2001) 연구<sup>17)</sup>

장대성(2001)은 “인천국제공항과 김포국제공항의 내국인 일반이용객을 대상으로 공항에 대한 서비스 품질에 대하여 연구” 하였는데, 연구결과 공항 이용객에게 건물, 시설, 장비 등의 공항시설도 중요하지만, 인적자원과 시설자원을 통합, 운영하는 서비스가 우선 시 되어야 한다는 결론을 제시하였다.

또한 공항은 ①신속·정확한 이착륙 ②짧은 대기시간과 편안한 서비스 제공 ③환승정보 제공 ④교통연계수단 제공 ⑤종사원의 친절 ⑥쾌적하고 안락함을 제공해야 한다고 제시하고 있다.

장대성(2003)의 연구에서는 SERVQUAL의 품질구성 요소를 근간으로 하여 위의 공항서비스 특성과 공항서비스 구성요소를 종합한 결과 PZB(1988)의 5개의 서비스 품질 구성요인 이외에 운영절차와 지리적 위치 그리고 안전성을 추가하여 8개의 서비스 품질 요인들을 제시하였다.

그리고 이 8개의 요인들을 측정하는 37개의 항목들에 대하여 인천국제공항의 이용객들로부터 SERVPERF에 의한 측정 자료를 수집하고 확인요인 분석을 실시하여 이 8개의 요인들이 인천국제공항의 서비스 품질을 측정하는 타당한 도구라고 밝혔다.

### (5) 전순란(2002) 연구

전순란은 단순 SERVPERF를 기초로 하여 인천국제공항 이용객들과

---

16) 함대영, “인천국제공항의 허브화 전략”, 국방대학원, 2000, p24~66

17) 장대성·김영택·전순란, “공항이용객과 항공 종사자간 김포국제공항 서비스품질 평가와 만족에 관한 연구”, 대한경영학회지, 제 14권 제3호, 2001, p277~295

항공사직원들을 대상으로 인천국제공항의 서비스품질을 측정하였다. 이 연구의 특징은 5점 척도를 중심으로 선진국(미국 및 서부유럽, 일본) 공항의 수준을 4점으로 설정하고 인천국제공항이 선진국의 수준보다 높은지 낮은지 측정하였고 인구통계학적 분류를 통해 이용객 집단 간 비교 분석을 하였다는 것이다. 그 결과 이용객과 직원 두 집단 모두 인천국제공항의 서비스품질이 전반적으로 선진국의 공항보다 낮은 수준으로 평가한 것으로 보았다. 또한 이용객과 항공사 직원 두 집단 모두 만족에 영향을 주는 주요 서비스품질로 안전성을 꼽았고 공항이용객의 경우 반응성이 가장 큰 영향력을 미쳤다.

#### (6) 김민수(2006) 연구<sup>18)</sup>

김민수는 “인천국제공항의 서비스품질 특성과 이용만족 및 충성도에 관한 연구”에서 한국, 중국, 일본인을 대상으로 인천국제공항의 서비스품질요인인 기술적 서비스품질과 기능적 서비스품질이 고객만족과 충성도에 미치는 영향에 대해 규명하였다.

연구 결과, 첫째, 인천국제공항의 서비스품질 측정도구를 개발하게 되었다. 인천국제공항의 기술적 서비스품질요인인 공항운영능력, 공항시설 및 직원용모 단정함, 공항시설 이용의 편리성·신속성 그리고 주정차 위치 및 편리성의 네 가지 요인을 밝혔다.

둘째, 인천국제공항은 기술적 서비스품질에 긍정적인 영향을 주고 있으며 기능적 서비스품질 요인은 고객만족에 긍정적인 영향을 주지 않는다고 규명하였다. 또한 기술적 서비스품질로 발생된 고객만족이 고객충성도에 직접적인 영향을 주고 있다고 밝혔다. 이러한 결과는 인천국제공항의 서비스는 인적 중심의 고접점 서비스 보다는 자동화, 정보 기술화 중심의 저접점 서비스가 더욱 적절하다는 결론을 내렸다. 또한 한국, 중국, 일본인 고객집단 중 중국인 고객집단이 가장 낮은 평가를 했다고 했다. 따라서 잠재력이 높은 중국인들에 대한 서비스품질 향상을 위한 별

---

18) 김민수, “인천국제공항의 서비스품질 특성과 이용만족 및 충성도에 관한 연구”, 석사학위논문, 경기대학교 대학원, 2007

도의 프로그램 개발과 공항의 기술적 서비스품질이 고객만족에 유의하게 영향을 미치므로 기술적 서비스품질 향상 프로그램의 구축과 complex 서비스에 대한 기술적 향상이 필요하다고 제시하고 있다.

#### (7) 이정현(2007) 연구<sup>19)</sup>

이정현은 “아시아 Hub 국제공항 품질에 관한 연구”에서 인천국제공항 이용객을 대상으로 공공부문 종업원들의 서비스품질 요인과 Hub국제공항 시스템 품질 요인, Hub 국제공항 정보시스템 품질 요인이 고객만족에 어떠한 영향을 미치는가를 규명하였다.

그 결과 Hub 국제공항의 서비스 만족은 인적 중심의 서비스 품질보다는 고객에게 필요한 내용이나, 형식(시각적 디자인 등), 시스템을 가장 쉽고 빠르게 전달할 수 있는 방법을 찾아내야 한다고 정의하고 있다.

공항을 이용하는 고객들은 국제공항 서비스를 저접점 서비스(low contact service)로 인식한다는 의미도 되어 서비스의 기능을 중시하는 인적 서비스 품질보다는 기술적인(technical)인 정보나 시스템, 시설물에 대하여 만족할 때 그 만족도가 높아진다고 제시하고 있다.

특히 업무로 인한 입·출국 이용객들은 가장 빠른 시간 내에 원하는 정보를 얻고, 최첨단 시스템으로 가장 편리하게 공항을 이용하고 싶어한다고 하였다.

결론적으로 Hub국제공항들은 고객만족을 위해서는 정보시스템 향상과 공항시설 및 시스템 향상이 매우 중요한 요소인 것을 인식하여야 한다고 했다. 그러나 종업원들의 기능적인 서비스는 그 중요도가 상대적으로 낮게 작용되기 때문에 종업원을 감축하고, 근무하는 종업원들에 대하여는 업무숙지를 위한 교육을 철저하게 시켜야 하며, 인원감축으로 인해 절약된 비용으로 정보화, 자동화, 로봇화, 인공지능화를 위한 투자가 바람직하다고 제시하고 있다.

---

19) 이정현 “아시아 Hub 국제공항 품질에 관한 연구” 석사학위논문, 경기대학교 서비스경영전문대학원, 2007, p80~82

## (8) 최정아(2007) 연구<sup>20)</sup>

최정아의 “KTX 고속철도 서울역사와 김포국내선 공항의 서비스품질과 고객만족 및 충성도에 관한 연구”도 위의 장대성, 이정현 연구와 마찬가지로 김포공항 국내선 이용객들도 공항에서의 만족도는 직원들의 인적 서비스에 만족하는 것이 아니라 시스템적으로 편리하여 공항 이용 불편함이 없도록 하고, 신속한 출입국 및 세관수속 절차를 밟기를 원한다고 하였다. 또한 수하물 처리속도, 정확한 정보 안내, 주차차 위치 및 편리성 등을 원하며 시스템적으로 자동화된 정보를 제공했을 때 만족한다고 하였다. 또한 이러한 만족이 고객충성도에 영향을 미치는 것이라고 규명하였다. 규명한 결과에 따라 다음과 같은 전략적 방법을 제시하였다.

첫째, “김포 국내선 공항의 서비스품질 및 운영 정보품질이 고객만족에 유의하게 영향을 미치므로 서비스품질 향상 프로그램을 개발 구축해야 한다.”

둘째, “김포 국내선 공항에 대한 서비스품질 경험 및 지각치를 향상시키는 프로그램 구축이 시급하며, 특히 공항을 이용하는 승객들보다는 고속철도를 이용하여 여행이나 친지방문을 하는 경우가 많은 것으로 나타났다. 두 운송서비스 수단이 경쟁에서 살아남기 위해서는 서비스품질에 많은 투자와 지속적인 프로그램의 개발이 필요하다.” 고 제시하였다.

위와 같이 공항에 관한 연구들을 살펴본 결과 공항이용객들이 공항에 바라는 서비스는 인적서비스 품질보다는 기술적인(Technical)인 정보나 시스템, 시설물에 대한 안전과 편리함, 시스템적이고 과학화된 안전시스템과 자동화된 정보안내라는 것을 파악할 수 있다. 이 또한 공항 공사에서 고객에게 최고의 가치를 부여해야 한다는 소명과 일치하는 것이라고 할 수 있으며, 또한 고객접점에서의 인적서비스 또한 중요한 요소이므로 간과해서는 안될 부분이라고 사료된다.

---

20) 최정아, “KTX 고속철도 서울역사와 김포 국내선 공항의 서비스품질과 고객만족 및 충성도에 관한 연구, 석사학위논문, 경기대학교 서비스전문경영대학원, 2007, p5~10

### (9) 오은실(2009) 연구<sup>21)</sup>

오은실의 “국제공항 터미널의 운영특성에 따른 고객만족 비교 연구”에서 연구결과, 김포공항과 인천공항의 운영시스템 품질에는 차이가 있고, 운영시스템의 품질은 운영시스템의 만족도에서 부분적으로 채택되었으며, 공항운영품질의 전반적인 고객만족도는 5점 척도에서 김포공항은 3.69, 인천공항은 3.86 수준으로 두 공항의 서비스품질 만족도는 비슷하다고 밝혔다. 그리고 두 공항 모두 안전성 품질에 대한 만족도가 높고 전반적인 만족도에도 가장 큰 영향력을 미친다는 것은, 증 공항이용객들은 공항이 모든 위험으로부터 안전하다고 느끼기 때문에 공항에 대한 만족도가 높다는 것을 의미한다고 하였다.

### (10) 최찬섭(2012) 연구

최찬섭의 “공항서비스 고객만족도 조사에 관한 연구”에서 현재관련법령을 근거로 시행되고 있는 공기업고객만족도조사(PCSI)와 공항의 특성을 반영하여 개발된 한국공항공사 고객만족도조사(KAC-CSI) 모형을 비교·분석함으로써 공항서비스의 경쟁력을 강화하기 위한 방법을 제시하였다.

첫째, 고객만족은 사용전 인지된 기대수준과 사용된 후지각된 불일치와 관련하여 나타나는 심리적 상태로서 그로인해 나타나는 신뢰재구매타인추천 등 소비자의 행태변화도 포함하는 개념으로 서비스품질요인이 그 원인변수로 받아들여지고 있으며 고객만족과 서비스품질요인 간의 관계를 계량적으로 분석하여 활용할 경우 기업의 전략적 활용이 가능하다.

둘째, 공기업고객만족도조사(PCSI) 모형의 경우 공공기관의 경영실적을 관리·감독하는 정부 또는 외부관리인의 관점에서 경영성과를 측정하고 경쟁력을 강화하는데 초점이 맞춰져 있는 반면 한국공항공사 고객만족도조사(KAC-CSI) 모형은 공공기관 내부의 관점에서 각지사 또는 부문의 고객만족 향상실적을 측정하고 서비스개선을 위한 정보를 획득하는데 초점이 맞춰져있다. 따라서, 이 두가지 모형이 가지고 있는 특성과

---

21) 오은실, “국제공항 터미널의 운영 특성에 따른 고객만족 비교 연구”, 석사학위논문, 한국항공대학교 항공·경영대학원, 2009

한계를 이해하고 조사결과의 해석과 활용시 이용한다면 보다 효과적이고 효율적으로 서비스 개선이나 경쟁력 향상을 이룰 수 있을 것으로 기대한다.

셋째, 고객만족경영은 고객만족의 극대화가 아닌 최적화에 초점을 맞추어야 하며 이를 위해서는 고객만족도 조사결과에서 나타난 만족수준과 고객만족에 대한 영향력을 토대로 전략적 선택을 할 수 있어야 한다. 또한 고객만족도 조사결과를 활용하여 서비스개선 및 고객만족향상을 위한 전략적 선택을 구체화하는데 있어 검색할 수 있는 VOC시스템과 서비스품질수준의 진단과 관리를 가능하게 해주는 서비스품질의 표준화제도가 운영되어 고객만족도 조사결과가 가진 정보의 한계를 보완함으로써 유효한 고객만족 경영체계를 구축할 수 있다고 보았다.

## 제 4 절 관광지 이미지에 관한 이론적 고찰

### 1. 관광지 이미지의 개념

관광지가 하나의 대상을 볼 때 대상은 관광자에게 아주 원초적인 물리적 작용을 가하며, 이에 관광자는 수동적으로 자극을 받아 반응을 하게 된다 이 단계를 지각(perception)이라고 하며, 이때에 관광자의 반응에 따라 다음 단계인 인지과정(cognition)을 통하여 최종적인 대상의 실체파악이 이루어지고 그 결과 대상에 대한 이미지(image)가 형성된다. 이미지란 용어는 리프먼(W. Lippman)의 ‘퍼블릭 오피니언(public opinion)’에서 인간이 자극대상에 대해 가지는 상이라는 의미를 시발로 구체화되어 이후로 마케팅 분야를 비롯한 많은 분야에서 다양한 형태로 연구되어 왔다.

관광분야에서 이미지의 중요성에 대한 인식은 1970년대 이후 활발하게 진행되고 있는데 관광이미지는 주로 관광객의 목적지 선택과정을 이해하기 위한 중요한 개념으로 인식되어 왔으며 여러 학자들에 의해 다양한 개념적 정의가 이루어져 왔다(김덕경·최영준·윤중업, 2004; 이후석·오민재, 2006).

관광지 이미지를 ‘개인 혹은 사람들이 그들이 거주하지 않는 지역에 대해 가지는 인상’으로 정의한 Hunt(1971)와 관광지이미지 형성과정을 처음으로 개념화시킨 Gunn(1972)의 연구를 시작으로 Tuan(1975)은 ‘장소나 환경에 대한 이미지는 물리적 환경이 없는 상태에서 사람들의 마음 속에 형성되는 것’으로 Kotler(1980)는 ‘어떤 대상에 대하여 가지는 신념인 상등의 집합으로써 자신이 지각하고 중요하게 고려하는 관점에 대한 평가’로 Fridgen(1984)은 ‘관찰자의 눈앞에 물리적으로 존재하지 않는 대상이나 장소에 대한 정신적인 표상’으로 Echter & Ritchie(1991)는 ‘목적지 이미지는 개인의 목적지 속성에 대한 지각뿐만 아니라 목적지에 의해 만들어진 전반적인 인상’으로 Gartner(1993)는 ‘이미지는 태도처럼 상대적인 개념으로써 어떤 대상에 대한 압도적인 인상이나 고정관념을 함축하며 대상지에 대한 경험없이도 형성되는 것’으로 정의하였다(장은경, 2005; 김민영, 2006).

사회심리학자인 Ditcher(1985) 역시 이미지를 ‘한 개인이 어떤 대상에 대하여 가지는 전반적인 인상’으로 정의하였는데 사회심리학의 인상 이론들은 관광대상 이미지에 대한 체계적인 이해를 하는데 도움이 되어 왔다(박한식, 2007).

이와 같은 이미지의 정의에 비추어 볼 때 관광지이미지는 다음과 같이 정의할 수 있다. 관광지 이미지란 관광목적지의 인적·물적인 모든 구성요소를 포괄하는 총체적인 커뮤니케이션에 의해 영향을 받으며 이에 따라 관광목적지가 관광객에게 송신·전달하는 모든 정보를 종합하여 관광객이 관광목적지에 대하여 갖게 되는 인상·신념·아이디어·기대와 감정의 종합이라고 할 수 있다(Lawson & Boudbody, 1997; 이은미, 2005).

관광지 이미지는 잠재관광객이 가지는 잠재관광 행동욕구와 관광지의 물리적 속성(physical attitude)이 결합된 결과물이라고도 할 수 있는데 잠재관광행동욕구란 실제의 구매행동이 새롭고 신기하며 재미있는 곳을 방문하고 싶은 욕구를 말하며 관광지 태도는 반드시 구매결정의 단계에서만 형성되는 것이 아니라 잠재되어 있던 욕구가 가상적이라도 관광행동욕구로 현실화되는 경우 관광지이미지는 관광목적지 태도로 변환될 수

있다(엄서호, 1998).

관광지 이미지의 창출은 기존의 유형적·물리적 관광자원이 갖는 유인력의 한계를 벗어나 서비스 등 무형의 질이 중요시 되는 현대관광시장에서 관광지 혹은 국가를 매력을 지닌 상품으로 인식시킴으로써 많은 사람들이 그 곳을 찾게하는 중요한 역할을 하며(이상봉 2002), 관광지 이미지의 연출은 관광객이 관광목적지를 결정할 때 영향을 미치는 중요한 요인의 하나로 효과적으로 관광지를 마케팅하는 수단이 되며 한 국가를 관광목적지로서 연출하는 경우는 국가이미지 개선과도 연결되는 중요한 변수의 역할을 한다(이태희, 1996). 관광지 이미지에 관한 다양한 접근 가운데 이미지 형성과정에 대한 연구는 관광목적지의 이미지가 긍정적 또는 부정적으로 형성되는 이유를 밝힐 뿐만 아니라 마케팅전략에 반영됨으로써 지역의 이미지를 개선하는 학문적 가치와 실용성을 갖는다(이인재·조광익, 2003; 권유홍, 2005). 또한 관광객들은 관광목적지에 대한 이미지에 기초하여 관광목적지를 방문하기 때문에 관광목적지 마케팅전략의 가장 근본적인 목표는 잠재관광객의 기대에 영향을 줄 수 있는 이미지를 개발·변경·유지하도록 하는 것이다. 그러므로 이미지는 관광목적지의 촉진을 위해 필연적인 중심이 된다고 할 수 있으며(최승이·한광중, 1993; 오민재, 2006), 관광객의 주관적인 인식에 영향을 미치고 결과적으로 행동과 목적지 선택에 영향을 미치기 때문에 관광연구자 실무자 목적지 마케팅담당자들에게 관심의 대상이 되어왔다(이승곤·류재숙, 2008).

## 2. 관광지 이미지의 특성

관광자가 방문지나 방문국가, 방문지의 사람들에 대하여 갖는 이미지는 관광대상에 대한 정신적인 영상으로 여행에 관련된 의사결정에 커다란 영향을 미치는 것으로 나타나며, 그 선택과정은 비용이나 시간 등의 사회인구학적 통계, 관광동기, 그리고 관련정보의 수집 등에 의해 영향을 받게 된다.

김성혁(1992)은 관광지 이미지의 특성을 여섯 가지로 규정했다.

첫째, 이미지는 인간이나 사물 등에 대해 품고 있는 정서성을 동반하

는 주관적 평가이다.

둘째, 이미지는 대상 그 자체를 나타내는 언어, 대상의 심볼에 대해 상기되는 관념이나 사물의 총체이다.

셋째, 이미지는 대상이 되는 사물의 특성 및 그에 관한 정보에 의해 규정되는 것으로 어느 시대, 어느 사회의 성원 간에 공통성이 높다 특히 관광이미지의 경우에는 정보의 영향이 매우 크다.

넷째, 이미지는 내적인 정신작용의 산물이므로 본질적으로 개별성독자성이 있다 그러므로 특정 관광지에 대하여 어떤 감정을 갖는가는 개인마다 다르다.

다섯째, 형성된 이미지는 어느 정도 행동성향을 규정하는 역할을 하고, 특히 정보를 받아들이는 경우에는 여과기능을 발휘한다. 따라서 좋은 이미지에 대해서는 접근하려 하고 자신이 좋다고 생각하거나 자신이 지지하는 내용과 정보에 관심이 많다.

여섯째, 이미지는 학습이나 경험을 통한 정보에 의해 변용된다. 따라서 기대한 대로 만족을 느껴서 이미지가 더욱 강해지는 경우도 있고, 기대와 실제의 차이가 발생해 이미지를 바꾸어 놓기도 한다.

관광지 이미지 형성은 관광지 홍보에 매우 중요한 역할을 한다. 관광지 이미지는 관광지에 관한 작은 정보에 의해 관광지에 대한 이미지를 갖게 될 수도 있으며, 특정한 이미지를 창출하기도 하는데 이러한 이미지는 강력하고 즉흥적이며, 시각적·청각적으로도 질이 우수하다 또한 이미지는 기대를 반영한다. 이때 기대에 부합하지 못하는 관광지의 생명주기는 단축되거나 소멸한다(최승이·한광중, 1993).

관광지 이미지는 국가 이미지이기도 하며 국가 이미지의 형성은 대개 국가 간 투영(country's projection), 여행자의 경험과 소문으로 이루어진다. 국가관 투영은 상징이나 신문, 뉴스 등의 언론 매체를 통한 국가관의 언급이나, 광고와 축진이 모두 포함되는데 한나라의 브랜드 이미지는 각 영역 국가관의 투영에 의해 생겨나는 정서적·이성적 심상의 조직체라고 할 수 있다(손대현, 1990).

### 3. 관광지 이미지에 대한 선행연구

관광지 이미지 형성이론은 Gunn(1972)에 의해 처음으로 개념화가 시도된 이래 주로 두가지 관점에서 연구되고 있는데 첫 번째는 유기적(organic)이미지와 유인적(induced) 이미지에 의한 관광지 이미지 형성과정과 인지적 이미지와 정서적 이미지에 의한 관광지 이미지 형성과정이다(현용호·홍선영·오홍철, 2007). 관광지 이미지는 인지적·정서적·행동적 요소들이 주로 계층적으로 상관되어 전개되는데 인지적 요소는 신념의 총합과 관광지속성에 대한 개개인의 평가를 의미하며 정서적 요소는 관광지에서 관광객들이 추구하는 여행동기에 근거한 개개인의 가치를 평가한 것이다(Gartner, 1993). 두 번째 관광지 이미지는 관광객이 관광지에 대하여 갖는 인지적요소와 감정적 요소의 평가결과로 이루어진 전체적인 이미지이며 이러한 이론을 바탕으로 이미지 구성요소들 간의 영향관계를 밝히려는 연구들이 최근 관광지 이미지 형성이론연구에 주목을 받고 있다(Stern & Krakover, 1993; Baloglu & McCleary, 1999; Beerli & Martin, 2004; 정정숙 2004; 현용호·홍선영·오홍철, 2007). 이러한 연구에 따르면 인지적 요소는 관광지의 특성들에 대한 믿음이나 지식에 관련된 평가이고 정서적 요소는 그 관광지에 대한 느낌이나 기분과 관련된 평가라 정의하였다(Baloglu & McCleary, 1999).

#### (1) 이태희(1997) 연구<sup>22)</sup>

이태희는 한국관광지 이미지 측정척도의 개발이라는 연구에서 선행연구 고찰을 통한 이미지 표현문항(33문항), 전문가조사(24문항), 예비조사(15문항), 타당성조사 등 과학적인 절차를 통해 한국이미지측정을 위한 15개 항목의 의미차별척도를 개발하였다.

#### (2) 엄서호(1998) 연구<sup>23)</sup>

엄서호는 관광지 이미지와 태도의 차이를 중심으로 한 관광지 이미지 측정에 관한 연구를 통해 관광이미지 인지적요소 정서적요소와 행동의지를 포함하는 태도(인지적요소, 정서적요소, 행동적요소)로 구분하여 의도

22) 이태희, “한국 관광지 이미지 측정척도의 개발”, 관광학연구, 1997, p80~95

23) 엄서호, “관광지 이미지 측정에 관한 연구”, 관광학연구, 1998, p53~65

를 분석한 결과 방문가능성이 낮은 집단에서는 이미지와 선호도 방문가능성이 높은 집단과 방문가능성이 낮은 집단 간의 선호도와 재방문에서 방문가능성이 높은 집단에서는 태도와 방문의도에만 유의한 결과를 보여 관광이미지와 태도간의 차이를 입증하였다.

### (3) Baloglu & McCleary(1999) 연구<sup>24)</sup>

Baloglu & McCleary는 관광객이 느끼는 관광지에 대한 인지적 평가와 정서적 평가를 중심으로 인구통계학적인 특성 및 사회심리학적인 특성을 고려한 인적요인과 정보의 다양성 및 형태 정보량 등의 외생변수를 추가로 모형에 투입하였는데 정서적 평가가 인지적 평가보다 관광이미지 형성에 보다 직접적인 영향을 미치며 인지적 평가는 정서적 평가를 통해 관광이미지 형성에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

### (4) 박석희·고동우·김병국(2000) 연구<sup>25)</sup>

박석희·고동우·김병국은 이태희(1997)의 문헌연구를 보다 관광자 중심인 개방형 설문을 통해 관광지에 대한 이미지를 122개의 형용사로 구성하였으며 박석희·고동우(2002)는 기존의 연구보다 명확하게 척도를 구분하기 위하여 관광지 이미지를 크게 전반적인 인상도 정서적 이미지인 지적이미지로 구분하고 정서적 이미지를 순정서적 이미지와 준정서적 이미지로 세분화하였으며 이에 따른 척도를 개발하였다.

### (5) 김병국·박석희(2001) 연구<sup>26)</sup>

김병국·박석희는 관광이미지를 크게 인지적 이미지와 정서적 이미지로 구분하였으며 인지적 이미지를 환경, 매력물, 경험의 질, 가치 등 4가지 요인으로 정서적 이미지를 자극, 즐거움, 우세함, 환기 등 4가지 요인으로 구성하여 인지적 이미지가 정서적 이미지와 전체이미지에 영향을

---

24) Baloglu & McCleary, "A model of destination image formation", Annals of Tourism Research, 1999, p868~897

25) 박석희, 고동우, 김병국, "관광지의 정서적 이미지 척도 개발 연구", 한국공원휴향지회지, 2000, p149~163

26) 김병국, 박석희, "관광지 이미지 형성에 관한 연구 : 인지적, 정서적 이미지를 중심으로", 관광학연구, 2001, p271~290

미치며 정서적 이미지는 전체 이미지에만 영향을 미친다는 인과관계를 경로모형을 통하여 입증하였다.

#### (6) 이충기(2002) 연구<sup>27)</sup>

이충기는 월드컵 메가이벤트가 한국관광지의 인지도와 이미지 및 선택에 미치는 영향평가에 대한 연구에서 월드컵에 따른 한국의 이미지를 17개의 항목을 통하여 속성별로 비교 연구하였으며, 한국의 인지도 뿐만 아니라 이미지 개선에 영향을 미치고 있으며 로짓모형을 통해 전체적인 경제효과를 파악하였다.

#### (7) 김성섭·오선영·김기홍(2003) 연구<sup>28)</sup>

김성섭·오선영·김기홍은 월드컵 이후 우리나라를 방문한 일본과 중국의 관광객을 대상으로 월드컵 이전 이후 그리고 방문 중 이미지를 GLM을 통하여 비교분석한 결과 조사한 32개의 전 항목에 대해서 차이가 있음을 검증하였다.

#### (8) 강재정·송재호·양성국(2003) 연구<sup>29)</sup>

강재정·송재호·양성국은 관광동기·이미지·재방문의도 간의 구조적 관련성에 대한 연구를 통해 이미지를 인지적 이미지(음식 및 쇼핑, 기반시설의 양호, 유희 및 레포츠시설, 자연경관의 아름다움, 문화풍습의 독특성, 지역주민의 친절)와 정서적 이미지(여유와 편안함, 매력과 독특성)으로 나누고 이들 이미지와 동기 및 재방문의도에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 각각의 변수를 정준 상관관계분석과 다중회귀분석결과 6가지 인지적 이미지 요인 중에는 자연경관의 아름다움 요인 1가지만이 2가지 정서적 이미지 요인은 모두 재방문의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

---

27) 이충기, “월드컵 메가이벤트가 한국 관광지의 인지도와 이미지 및 선택에 미치는 영향평가 : 2002 월드컵을 중심으로”, 관광학연구, 2002, p13~29

28) 김성섭, 오선영, 김기홍, “2002 월드컵 개최로 인한 방한 외래관광객이 지각하는 한국에 대한 국가이미지 변화”, 관광학연구, 2003, p43~56

29) 강재정, 송재호, 양성국, “관광동기, 이미지, 재방문의도간 구조적 관련성”, 관광학연구, 2003, p221~238

### (9) Beerli & Martin(2004) 연구<sup>30)</sup>

Beerli & Martin은 선행연구들을 통하여 이미지 형성모형을 결정변수 및 관광이미지 하위구성요인들의 인과관계를 이용하여 구성하고 이를 처음 방문한 집단과 재방문한 집단으로 구분하여 분석한 결과 과거의 직접적인 경험이 현재의 자극을 이해하는데 영향을 미친다는 사실을 밝혔다.

### (10) 이정규(2004) 연구<sup>31)</sup>

이정규는 중국과 일본관광객을 중심으로 관광객의 심리적 거리에 따른 관광목적지 이미지영향을 분석하였는데 인지적 이미지를 중국인의 5가지 요인(다양한 즐길거리, 관광의 편의성, 여행비용 및 한국문화, 다양한 문화 및 오락, 관광지의 쾌적성)과 일본인의 6가지 요인(한국의 고유문화, 관광지의 쾌적성, 고유문화적 경험, 여행비용, 접근성, 오락성)으로 정서적 이미지를 중국인의 4가지 요인(안정성 및 새로움, 흥미성, 유용성, 여유성)과 일본인의 5가지 요인(즐거움, 안정성, 청결성, 독특성, 전통성)으로 도출하였으며 중국인과 일본인관광객을 비교분석 하였다.

### (11) 권유홍(2005) 연구<sup>32)</sup>

권유홍은 드라마에 대한 감정반응 및 태도를 중심으로 TV 드라마가 관광목적지 이미지형성에 미치는 영향에 대해 연구하였는데 이미지를 인지적 이미지 3가지 요인(매력성, 관광인프라, 기후 및 음식)과 정서적 이미지 2가지 요인(즐거움, 환기)으로 구성하여 확인적 요인분석을 통해 척도를 정제하였으며, 공분산 구조분석을 통하여 각 요인들 간의 관계를 알아보았다. 그 결과 드라마를 보고 느낀 감정은 드라마 태도를 통하여 관광목적지 이미지형성에 간접적으로 작용하기 보다는 관광지의 인지적 이미지에 직접적인 영향을 미치며 정서적 반응 가운데 즐거움의 영향이 중요한 것으로 나타났다.

---

30) Beerli and Martin, "Factors Influencing Destination Image. Annals of Tourism Research, 2004, p657~681

31) 이정규, "관광객의 심리적 거리에 따른 관광목적지 이미지 영향 분석 : 중국, 일본관광객을 중심으로", 관광학연구, 2004, p153~174

32) 권유홍, "TV 드라마가 관광목적지 이미지 형성에 미치는 영향 : 드라마에 대한 감정반응 및 태도를 중심으로", 관광학연구, 2005, p335~356

### (12) 오민재(2006) 연구<sup>33)</sup>

오민재는 드라마촬영지 관광객의 이미지에 따른 관광동기 유형별 포지셔닝에 대해 연구를 통해 인지적 이미지를 관광자원성, 관광편의성, 접근성, 친절·쾌적성, 매력성, 연계성 등 6가지 요인으로 정서적 이미지를 흥미·독특성, 자극성, 여유성, 청결성, 즐거움, 안정성 등 6가지 요인으로 구분하여 측정 한 후 이를 근거로 드라마촬영지에 방문한 관광객을 대상으로 관광동기와 관광이미지간의 관련성을 파악하고 드라마촬영지를 방문한 관광객의 관광동기 유형별 관광객의 이미지를 근거로 경쟁관계를 파악할 수 있는 포지셔닝 분석을 통해 드라마촬영지 관광객에 대한 마케팅전략에 대해 시사점을 제공하였다.

### (13) 박한식(2007) 연구<sup>34)</sup>

박한식은 관광객과 지역주민 이미지 차이를 분석하여 장소마케팅전략을 제시하였는데 지역이미지를 형성하고 있는 요인으로 흥미성, 편의성 친숙성의 3가지 요인을 들어 관광객과 지역주민들이 지각하는 지역이미지의 차이를 규명하였다.

### (14) 이승곤·류재숙(2008) 연구<sup>35)</sup>

이승곤·류재숙은 제주도방문객을 대상으로 관광동기 유형 및 관광지 이미지 유형에 따른 세분시장을 파악하였으며, 관광동기유형은 일탈 및 매력성 추구형 집단, 다목적 추구형 집단, 미온적 동기 집단의 3개의 군집으로 관광지이미지에 대한 유형도 열성적 이미지 집단, 미온적 이미지 집단, 중도적 이미지 집단의 3개의 군집으로 분류하여 특성을 파악한 결과 뚜렷한 관광동기를 가진 집단과 제주도에 대한 열성적이미지를 가진 집단이 방문 후 만족 재방문 추천의사가 높게 나타났다.

이상의 연구들을 통해 본 연구에서도 연구목적에 상응하는 제주공항

---

33) 오민재, “드라마 촬영지 관광객의 이미지에 따른 관광동기 유형별 포지셔닝 연구”, 경희대학교원 박사학위논문, 2006

34) 박한식, “지역 이미지 분석을 통한 장소마케팅 전략 : 관광객과 지역주민 이미지 차이를 중심으로”, 관광연구논총, 2007, p101~115

35) 이승곤, 류재숙, “제주도 방문객의 관광동기 및 이미지에 따른 시장세분화에 관한 연구”, 관광연구저널, 2008, p21~40

에 대한 제주관광지의 인지적·정서적 구성요소에 한정하였고 <표 2-12>으로 연구자가 설문항목을 연구취지에 맞게 재구성하였다.

<표 2-12> 제주공항의 제주관광이미지 구성요인

순서	구성요인	내용
인지적 이미지	관광 매력성	제주공항은 제주도의 독특한 분위기를 가지고 있다.
		제주공항은 제주도의 문화적 매력이 풍부하다.
		제주공항은 제주도의 관광지를 대표하는 활동이 다양하다.
	관광 인프라	제주공항은 제주도의 관광지를 접근하는데 용이하다.
		제주공항은 제주도의 관광지에 대한 안내가 우수하다.
		제주공항은 제주도의 관광인프라가 우수하다.
	음식 및 쇼핑	제주공항은 제주도의 음식문화를 맛볼 수 있다.
		제주공항은 제주도의 관광상품(자원)이 풍부하다.
		제주공항은 제주도의 쇼핑문화를 대표한다.
정서적 이미지	즐거움	제주공항에서 제주도의 흥미로움을 느낀다.
		제주공항에서 제주도의 즐거움을 느낀다.
		제주공항에서 제주도의 유쾌함을 느낀다.
	신비성	제주공항에서 제주도의 아름다움을 느낀다.
		제주공항에서 제주도의 깨끗한 청정이미지를 느낀다.
		제주공항에서 제주도의 신비로움을 느낀다.
		제주공항에서 제주도의 이국적인 감정을 느낀다.
	여유와 편안함	제주공항에서 제주도의 여유를 느낀다.
		제주공항에서 제주도의 안정감을 느낀다.
제주공항에서 제주도의 편안함을 느낀다.		

출처 : 1. Baloglu & McCleary(1999), 2. Chen(2001), 3. 김병국·박석희(2001), 4. 강재정·송재호·양성국(2003), 5. Beerli & Martin(2004), 6. 권유홍(2005), 7. 오민재(2006), 8. 김상균·현용호·한진수(2006), 9. 이승곤·류재숙(2008)을 참고하여 연구자 재구성.

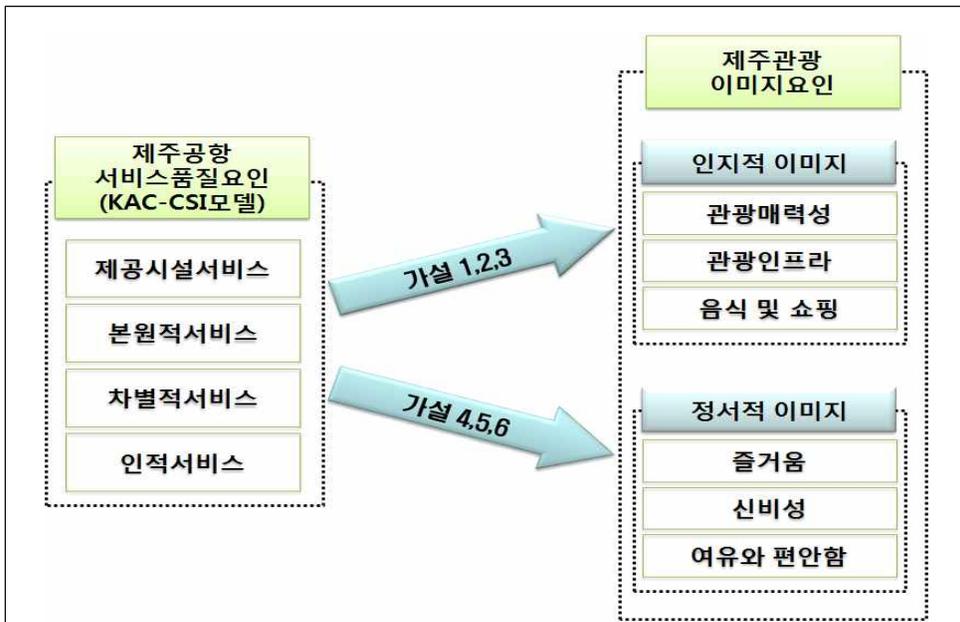
## 제 3 장 연구모형 및 가설설정

### 제 1 절 연구모형

본 연구는 제주공항 이용객들을 대상으로 각 서비스 품질요인에 대한 만족도와 제주관광 이미지에 대해 조사를 한다. 서비스품질요인 만족도에 따라 각각 다른 공항의 이미지를 가지고, 그에 따라 제주관광 이미지를 가지게 될 것이라는 가설 하에 연구를 진행하였다.

이에 본 연구는 독립변수로 한국공항공사가 자체 개발한 서비스품질모형인 KAC-CSI를 사용하였으며 하위차원으로 KAC-CSI의 4가지 차원을 두었다. 또한, 제주관광 이미지의 2가지 차원의 요인인 인지적 이미지와 정서적 이미지를 종속변수로 하였다. 다음의 <표 3-1>은 연구의 모형을 도식화한 것이다.

<표 3-1> 연구모형



## 제 2 절 가설의 설정

현재까지, 관광이미지 연구의 대부분은 인지적 이미지와 정서적 이미지를 동시에 측정하지 않고 있었으나 관광지 선택과정에서 이미지가 형성될 때 이미지의 인지적요소와 정서적요소가 구별됨에도 불구하고 서로 상관관계가 있어 어느 한 요소만을 측정하는 것은 좋은 결과를 도출해 낼 수 없음이 밝혀져(김병국·박석희 2001), 최근에는 인지적 이미지와 정서적 이미지를 동시에 측정한 연구(Dann, 1996; Baloglu & McCleary, 1999; 김병국·박석희 2001; 강재정·송재호·양성국 2003; 이정규 2004; 오민재 2006; 김상균·현용호·한진수 2006)들이 등장하고 있다.

### 1. 제주공항 서비스품질요인과 제주도의 인지적 이미지 영향관계

따라서 본 연구에서는 한국공항공사에서 자체개발한 서비스평가모델인 KAC-CSI의 4가지 차원을 독립변수로 놓고, 제주관광이미지의 첫 번째 요인인 인지적 이미지(Baloglu & McCleary, 1999; 김병국·박석희, 2001; 권유홍, 2005; 오민재, 2006; 김상균·현용호·한진수, 2006)의 관광매력성과 관광인프라, 음식 및 쇼핑을 종속변수로 연구가설을 설정하였다.

#### <표 3-2> 서비스품질요인과 인지적 이미지와의 영향관계 연구가설 설정

##### **가설 1. 서비스품질은 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.**

가설 1-1. 제공시설서비스는 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2. 본원적서비스는 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3. 차별적서비스는 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4. 인적서비스는 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.

##### **가설 2. 서비스품질은 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.**

가설 2-1. 제공시설서비스는 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2. 본원적서비스는 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3. 차별적서비스는 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.

가설 2-4. 인적서비스는 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.

**가설 3. 서비스품질은 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.**

가설 3-1. 제공시설서비스는 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2. 본원적서비스는 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.

가설 3-3. 차별적서비스는 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.

가설 3-4. 인적서비스는 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.

**2. 제주공항 서비스품질요인과 제주도의 정서적 이미지 영향관계**

또한, 제주관광이미지의 또 다른 요인인 정서적 이미지(Baloglu & McCleary, 1999; 이태희, 1997; 박석희·고동우 2002; 권유홍, 2005; 오민재, 2006; 김상균·현용호·한진수, 2006; 강영숙·박시사·홍영임, 2007)의 즐거움, 신비성, 여유와 편안함을 종속변수로 연구가설을 설정하였다.

**<표 3-3> 서비스품질요인과 정서적 이미지와의 영향관계 연구가설 설정**

**가설 4. 서비스품질은 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.**

가설 4-1. 제공시설서비스는 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.

가설 4-2. 본원적서비스는 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.

가설 4-3. 차별적서비스는 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.

가설 4-4. 인적서비스는 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.

**가설 5. 서비스품질은 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.**

가설 5-1. 제공시설서비스는 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.

가설 5-2. 본원적서비스는 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.

가설 5-3. 차별적서비스는 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.

가설 5-4. 인적서비스는 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.

**가설 6. 서비스품질은 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.**

가설 6-1. 제공시설서비스는 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.

가설 6-2. 본원적서비스는 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.

가설 6-3. 차별적서비스는 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.

가설 6-4. 인적서비스는 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.

### 제 3 절 표본설계 및 자료분석 방법

#### 1. 자료의 수집

본 연구는 제주공항을 이용하는 이용객들을 대상으로 서비스품질요인이 제주관광이미지에 미치는 영향을 파악하기 위하여 설문지를 이용해 자료수집을 실시하였다. 설문은 2013년 1월 14일부터 1월 27일까지 2주간 제주출발 이용객(만 20세 이상)을 대상으로 제주공항 출발 격리대합실에서 실시하였다.

자료수집 결과 총 320부의 설문지를 회수하고 신뢰성이 부족하거나 설문지에 충실하지 못한 설문지 29부를 제외한 나머지 291부를 분석자료로 활용하였다.

설문지의 구성은 독립변수는 한국항공공사 서비스품질요인 평가모델인 KAC-CSI를 바탕으로 작성했고, 종속변수는 관광이미지의 두가지 요인인 인지적 이미지와 정서적 이미지를 중심으로 설문을 구성하였다.

<표 3-4> 설문지의 구성 및 출처

변수 유형	변수명		문항수	측정 척도	출처
독립 변수	제주공항 서비스품질 요인	제공시설서비스	9	5점 (Likert) 척도	한국항공공사 서비스평가모델 (KAC-CSI)
		본원적서비스	3		
		차별적서비스	3		
		인적서비스	6		
종속 변수	인지적 이미지	관광매력성	3	5점 (Likert) 척도	Baloglu & McCleary(1999), 강재정·양성국(2003), Beerli & Martin(2004), 권유흥(2005), 오민재(2006)
		관광인프라	3		
		음식 및 쇼핑	3		
	정서적 이미지	즐거움	3		
		신비성	4		
		여유와 편안함	3		
인구통계학적 특성			7	명목 척도	
총문항수			47		

## 2. 자료의 분석방법

회수된 설문자료에 대한 실증분석을 위하여 통계처리는 데이터 코딩(data coding)과 데이터 크리닝(data cleaning)과정을 거쳐, SPSS(version 18.0) 통계패키지 프로그램을 활용하여 분석하고 자료분석방법으로는 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 상관관계분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

첫째, 조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였다.

둘째, 제주공항 서비스품질요인, 인지적 이미지, 정서적 이미지를 대상으로 요인분석(factor analysis) 및 Cronbach's Alpha 계수분석을 통해 변수들의 타당성과 신뢰도를 검증하였다.

셋째, 제주공항 서비스품질요인과 제주관광이미지 간 상관관계를 알아보기 위하여 상관관계분석(correlation analysis)을 실시하였다.

넷째, 제주공항 서비스품질요인이 제주관광이미지(인지적, 정서적 이미지)에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 회귀분석(regression analysis)을 실시하였다.

## 제 4 장 실증분석 및 결과해석

### 제 1 절 연구표본의 특성

조사대상의 일반적 특성은 <표 4-1>은 조사대상자의 인구통계학적 특성에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 성별은 남자 135명(46.4%), 여자 156명(53.6%)으로 나타났고, 연령은 20대 69명(23.7%), 30대 83명(28.5%), 40대 66명(22.7%), 50대 47명(16.2%), 60대 이상 26명(8.9%)으로 나타났다.

직업은 사무직 75명(25.8%), 주부 52명(17.9%), 자영업 51명(17.5%), 공무원 34명(11.7%), 학생 30명(10.3%), 생산직 26명(8.9%)으로 나타났고, 학력분포는 대학재학/졸업 119명(40.9%), 전문대재학/졸업 79명(27.1%), 고졸이하 65명(22.3%), 대학원재학/졸업 28명(9.6%) 순으로 나타났다.

연 소득분포는 2천~4천만원 121명(41.6%), 4천~6천만원 80명(27.5%), 6천~8천만원 62명(21.3%), 8천~1억원 16명(5.5%), 1억원 이상 12명(4.1%)으로 나타났다.

방문목적에 있어서는 여행이 242명(83.2%)으로 제주도를 방문하는 주요특성으로 조사되었으며 다음으로 업무 25명(8.6%), 친구/친지방문 17명(5.8%)가 뒤를 이었다.

최근 3년 이내 제주공항 이용횟수는 3~5회 93명(32%), 1~2회 83명(28.5%), 5~10회 54명(18.6%), 10~15회 30명(10.3%), 15회 이상 31명(10.7%)로 나타났다.

아래의 도표 <표 4-1>은 동일집단 조사대상자의 인구통계학적 특성을 나타낸 것이다.

<표 4-1> 조사대상자의 인구통계학적 특성

구분	빈도수(명)	구성 비율(%)	
성별	남자	135	46.4
	여자	156	53.6
연령	20대	69	23.7
	30대	83	28.5
	40대	66	22.7
	50대	47	16.2
	60대이상	26	8.9
직업	자영업	51	17.5
	사무직	75	25.8
	생산직	26	8.9
	주부	52	17.9
	공무원	34	11.7
	학생	30	10.3
	기타	23	7.9
학력	고졸이하	65	22.3
	전문대재학/졸업	79	27.1
	대학재학/졸업	119	40.9
	대학원재학/졸업	28	9.6
연소득	2천-4천만원	121	41.6
	4천-6천만원	80	27.5
	6천-8천만원	62	21.3
	8천-1억원	16	5.5
	1억원 이상	12	4.1
방문목적	여행	242	83.2
	업무	25	8.6
	친구/친지방문	17	5.8
	기타	7	2.4
공항이용횟수	1-2회	83	28.5
	3-5회	93	32.0
	5-10회	54	18.6
	10-15회	30	10.3
	15회 이상	31	10.7
합계	291	100.0	

## 제 2 절 측정척도의 타당성 및 신뢰도 분석

본 연구에서 사용된 문항의 타당성을 검증하고, 공통요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인분석(factor analysis)은 일련의 관측된 변수에 근거하여 직접 관측되지 않은 요인을 확인하기 위한 것으로 수많은 변수들을 적은 수의 몇 가지 요인으로 묶어줌으로써 그 내용을 단순화하는 것이 목적이다. 그러한 각 문항을 몇 가지 소수의 요인으로 묶어줌으로써 각 문항들이 동일한 개념을 측정하는지 곧 타당성이 있는지를 파악할 수 있다. 본 연구에서는 요인추출법으로 주성분법을 실시하였으며, 지정한 고유치 이상의 값을 갖는 요인만을 추출하였다. 요인회전과 관련하여 베리맥스(varimax)회전을 실시하였다. 베리맥스는 요인을 단순화하기 위한 방법으로 일반적으로 널리 사용되는 방법이다. 각 변수의 요인간의 상관관계의 정도를 나타내는 요인적재량(factor loading)은 0.40이상을 기준으로 선택하였다. 또한 각 요인이 전체 분산에 대해 설명할 수 있는 정도를 나타내 주는 고유치(eigen value)는 1 이상을 기준으로 하였다.

신뢰성이란 측정문항 간의 내적 일관성(internal consistency)을 뜻하며 측정변수의 진정한 값을 측정할 수 있는 정도라고 할 수 있다. 본 연구에서는 측정도구들에 관한 정확성이나 정밀성의 신뢰도를 측정하기 위하여 하나의 개념에 대해 여러 개의 항목으로 구성된 척도에 사용되는 크론바흐 알파계수(Cronbach's Alpha Coefficient)를 이용하여 신뢰도를 측정하였다. 일반적으로 알파계수의 값이 0.60 이상이면 신뢰성이 있다고 할 수 있으며, 항목을 제거하여 알파계수 향상으로 측정도구의 신뢰성을 높일 수 있다.

### 1. 타당성 분석

#### (1) 독립변수의 요인분석

본 연구에서 설정한 독립변수인 제주공항 서비스품질요인에 관한 총 21개 항목의 요인분석을 실시한 결과 <표 4-2>와 같이 아이젠 값이 1.0

이상인 4개 요인이 도출되었다. 요인적재량은 최하 0.752에서 최고 0.916으로 적절한 설문구성 타당성을 가지고 있는 것으로 분석되었다. 제공시설서비스는 전체분산의 30.179%, 본원적서비스는 11.907%, 차별적서비스는 12.748% 그리고 인적서비스는 24.346%를 설명하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-2> 제주공항 서비스품질요인에 대한 요인분석 결과

구분	요인 적재량	공통성	고유값 (eigen value)	분산 설명력 (%)
<b>제공시설서비스</b>				
제주공항은 청사 내부시설이 우수하다.	.872	.800	6.338	30.179
제주공항은 안내방송이 신속, 정확하다.	.871	.796		
제주공항은 교통시설이 우수하다.	.857	.787		
제주공항은 청사 외관이 훌륭하다.	.815	.688		
제주공항은 공항안내시설이 편리하다.	.802	.693		
제주공항은 주차장시설이 우수하다.	.779	.725		
제주공항은 상업시설이 우수하다.	.773	.632		
제주공항은 여객편의시설이 우수하다.	.768	.689		
제주공항은 접근성이 좋다.	.752	.665		
<b>본원적서비스</b>				
제주공항 제공서비스는 신뢰할 만하다.	.839	.881	2.501	11.907
제주공항 시설과 서비스 이용은 안전하다.	.836	.891		
제주공항 안전관리가 잘 이루어지고 있다.	.806	.869		
<b>차별적서비스</b>				
제주공항은 차별화된 서비스를 전달한다.	.897	.885	2.677	12.748
문화행사 등으로 즐거움을 느낀다.	.867	.862		
공항내 다양한 이벤트가 제공된다.	.807	.825		
<b>인적서비스</b>				
제주공항 직원의 복장이 단정하다.	.916	.881	5.113	24.346
제주공항 직원은 예의 바른 태도로 고객을 대한다.	.907	.880		
제주공항 직원은 고객응대에 집중한다.	.886	.831		
제주공항 직원은 두발 등 용모가 단정하다.	.884	.848		
제주공항 직원은 친절하게 인사한다.	.830	.739		
제주공항 직원은 적극적으로 고객을 돕고자 한다.	.820	.761		

## (2) 종속변수의 요인분석

본 연구에서 설정한 종속변수인 관광이미지 형성요인의 하나인 인지적 이미지에 대한 총 9개 항목을 요인분석한 결과 <표 4-3>와 같이 고유치 1.0이상인 3개 요인이 도출되었다. 요인적재량은 최하 0.715에서 최고 0.856으로 모두 0.70을 초과하여 설문문항의 타당성이 매우 높은 것으로 분석되었다. 각각의 요인의 설명비율은 관광매력성 28.304%, 관광인프라 28.397%, 음식 및 쇼핑 31.045%를 설명하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-3>인지적 이미지에 대한 요인분석 결과

구분	요인 적재량	공통성	고유값 (eigen value)	분산 설명력 (%)
<b>관광매력성</b>				
제주공항은 제주의 독특한 분위기를 가지고 있다.	.856	.856	2.547	28.304
제주공항은 제주의 문화적 매력이 풍부하다.	.841	.861		
제주공항은 제주의 관광지를 대표활동이 다양하다.	.781	.821		
<b>관광인프라</b>				
제주공항은 제주의 관광지를 접근하는데 용이하다.	.861	.891	2.556	28.397
제주공항은 제주의 관광지 안내가 우수하다.	.856	.945		
제주공항은 제주의 관광인프라가 우수하다.	.715	.829		
<b>음식 및 쇼핑</b>				
제주공항은 제주의 관광상품이 풍부하다.	.843	.940	2.794	31.045
제주공항은 제주의 음식문화를 맛볼 수 있다.	.828	.875		
제주공항은 제주의 쇼핑문화를 대표한다.	.813	.880		

또한, 본 연구에서 설정한 종속변수인 관광이미지 형성요인의 다른 하나인 정서적 이미지에 대한 총 10개 항목을 요인분석한 결과 <표 4-4>와 같이 고유치 1.0이상인 3개 요인이 도출되었다. 요인적재량은 최

하 0.695에서 최고 0.856으로 모두 0.60을 초과하여 설문문항의 타당성이 높은 것으로 분석되었다. 각각의 요인의 설명비율은 즐거움 26.548%, 신비성 31.149%, 여유와 편안함 29.675%를 설명하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-4>정서적 이미지에 대한 요인분석 결과

구분	요인 적재량	공통성	고유값 (eigen value)	분산 설명력 (%)
<b>즐거움</b>				
제주공항에서 제주의 흥미로움을 느낀다.	.767	.847	2.655	26.548
제주공항에서 제주의 유쾌함을 느낀다.	.759	.867		
제주공항에서 제주의 즐거움을 느낀다.	.727	.936		
<b>신비성</b>				
제주공항에서 제주의 이국적인 감정을 느낀다.	.842	.850	3.115	31.149
제주공항에서 제주의 아름다움을 느낀다.	.748	.876		
제주공항에서 제주의 청정이미지를 느낀다.	.743	.814		
제주공항에서 제주의 신비로움을 느낀다.	.695	.792		
<b>여유와 편안함</b>				
제주공항에서 제주의 편안함을 느낀다.	.856	.925	2.967	29.675
제주공항에서 제주의 안정감을 느낀다.	.824	.956		
제주공항에서 제주의 여유를 느낀다.	.755	.872		

## 2. 신뢰도 분석

### (1) 독립변수의 신뢰도분석

<표 4-5>는 독립변수의 각 변수별 신뢰도 분석결과를 나타낸 표이다. 인적서비스의 신뢰계수가 0.952로 가장 높게 나타났으며, 차별적서비스의 신뢰계수가 가장 낮게 나타났다. 각 요인 군별 Cronbach  $\alpha$ 의 값이 0.90이상으로 높은 수준의 신뢰성이 있는 것으로 평가되었으며 Alpha if

Item Deleted 값은 각 설문항목을 제거했을 때, 전체 Cronbach  $\alpha$  값보다 하락하는 것으로 분석됐다. 따라서 신뢰수준을 저해하는 항목은 없는 것으로 나타났다. 문항분석결과 “제주공항은 접근성이 좋다(4.33).”가 가장 높은 점수를 보였으며, “공항 내 다양한 이벤트가 제공된다(3.28).” 등 차별적서비스 항목이 가장 낮은 점수를 보였다.

<표 4-5> 제주공항 서비스품질요인에 대한 신뢰도분석 결과

구분	문항분석		신뢰도분석	
	평균	표준 편차	Alpha if Item Deleted	Cronbach $\alpha$
<b>제공시설서비스</b>				
제주공항은 청사 외관이 훌륭하다.	4.28	.740	.939	.945
제주공항은 청사 내부시설이 우수하다.	4.15	.722	.936	
제주공항은 여객편의시설이 우수하다.	4.23	.788	.939	
제주공항은 상업시설이 우수하다.	3.72	.937	.941	
제주공항은 주차장시설이 우수하다.	3.86	.976	.938	
제주공항은 교통시설이 우수하다.	3.82	.925	.937	
제주공항은 공항안내시설이 편리하다.	4.03	.787	.939	
제주공항은 안내방송이 신속, 정확하다.	4.12	.742	.935	
제주공항은 접근성이 좋다.	4.33	.839	.940	
<b>본원적서비스</b>				
제주공항 제공서비스는 신뢰할 만하다.	4.18	.645	.918	.930
제주공항 시설과 서비스 이용은 안전하다.	4.29	.699	.883	
제주공항 안전관리가 잘 이루어지고 있다.	4.30	.697	.894	
<b>차별적서비스</b>				
공항내 다양한 이벤트가 제공된다.	3.28	.772	.893	.912
문화행사 등으로 즐거움을 느낀다.	3.32	.727	.845	
제주공항은 차별화된 서비스를 전달한다.	3.47	.767	.883	
<b>인적서비스</b>				
제주공항 직원은 친절하게 인사한다.	4.19	.780	.948	.952
제주공항 직원은 적극적으로 고객을 돕고자 한다.	4.15	.741	.936	
제주공항 직원의 복장이 단정하다.	4.27	.699	.938	
제주공항 직원은 두발 등 용모가 단정하다.	4.23	.695	.941	
제주공항 직원은 적극적으로 고객을 돕고자 한다.	3.90	.929	.951	
제주공항 직원은 고객응대에 집중한다.	4.20	.709	.942	

## (2) 종속변수의 신뢰도분석

본 연구에서 설정한 종속변수인 관광이미지 형성요인의 하나인 인지적 이미지에 대한 각 변수별 신뢰도 분석결과 <표 4-6>과 같이 나타났다.

관광매력성 변수와 관광인프라 변수의 경우 Cronbach  $\alpha$ 의 값은 0.895, 0.931로 신뢰수준이 높게 나타났으며, Alpha if Item Deleted 값은 각 설문항목을 제거했을 때, 전체 Cronbach  $\alpha$ 의 값보다 하락하는 것으로 분석됐다. 따라서 신뢰수준을 저해하는 항목은 없는 것으로 나타났다.

음식 및 쇼핑 변수의 경우는 Cronbach  $\alpha$ 의 값은 0.947로 신뢰수준이 매우 높게 나타났으며, Alpha if Item Deleted 값에서 한 항목(제주공항은 제주의 음식문화를 맛볼 수 있다.)이 0.954로 0.947보다 높게 나타났으나 Cronbach  $\alpha$ 의 값 자체가 높기 때문에 제거하지 않기로 하였다.

문항분석결과 “제주공항은 제주의 독특한 분위기를 가지고 있다(4.00).”가 가장 높은 점수를 보였으며, “제주공항은 제주의 쇼핑문화를 대표한다(3.14).” 등 음식 및 쇼핑 항목이 가장 낮은 점수를 보였다.

<표 4-6> 인지적 이미지에 대한 신뢰도분석 결과

구분	문항분석		신뢰도분석	
	평균	표준 편차	Alpha if Item Deleted	Cronbach $\alpha$
<b>관광매력성</b>				
제주공항은 제주의 독특한 분위기를 가지고 있다.	4.00	.777	.868	.895
제주공항은 제주의 문화적 매력이 풍부하다.	3.67	.720	.828	
제주공항은 제주의 관광지를 대표활동이 다양하다.	3.70	.778	.856	
<b>관광인프라</b>				
제주공항은 제주의 관광지를 접근하는데 용이하다.	3.84	.952	.929	.931
제주공항은 제주의 관광지 안내가 우수하다.	3.82	.874	.840	
제주공항은 제주의 관광인프라가 우수하다.	3.73	.820	.926	
<b>음식 및 쇼핑</b>				
제주공항은 제주의 음식문화를 맛볼 수 있다.	3.27	.890	.954	.947
제주공항은 제주의 관광상품이 풍부하다.	3.28	.865	.886	
제주공항은 제주의 쇼핑문화를 대표한다.	3.14	.871	.927	

또한, 본 연구에서 설정한 종속변수인 관광이미지 형성요인의 다른 하나인 정서적 이미지에 대한 각 변수별 신뢰도 분석결과 <표 4-7>과 같이 나타났다.

즐거움 변수의 경우 Cronbach  $\alpha$ 의 값은 0.935로 신뢰수준이 매우 높게 나타났으며, Alpha if Item Deleted 값에서 한 항목(제주공항에서 제주의 흥미로움을 느낀다.)이 0.951로 0.935보다 높게 나타났으나 Cronbach  $\alpha$ 의 값 자체가 높기 때문에 제거하지 않기로 하였다.

여유와 편안함 변수의 경우에도 Cronbach  $\alpha$ 의 값은 0.954로 신뢰수준이 매우 높게 나타났으며, Alpha if Item Deleted 값에서 한 항목(제주공항에서 제주의 여유를 느낀다.)이 0.961로 0.954보다 높게 나타났으나 Cronbach  $\alpha$ 의 값 자체가 높기 때문에 제거하지 않기로 하였다.

문항분석결과 “제주공항에서 제주의 여유를 느낀다(4.24).”가 가장 높은 점수를 보였으며, “제주공항에서 제주의 신비로움을 느낀다(3.76).” 항목이 가장 낮은 점수를 보였다.

<표 4-7> 정서적 이미지에 대한 신뢰도분석 결과

구분	문항분석		신뢰도분석	
	평균	표준 편차	Alpha if Item Deleted	Cronbach $\alpha$
<b>즐거움</b>				
제주공항에서 제주의 흥미로움을 느낀다.	4.15	.814	.951	.935
제주공항에서 제주의 즐거움을 느낀다.	4.20	.792	.856	
제주공항에서 제주의 유쾌함을 느낀다.	4.14	.801	.907	
<b>신비성</b>				
제주공항에서 제주의 아름다움을 느낀다.	4.02	.820	.880	.923
제주공항에서 제주의 청정이미지를 느낀다.	4.09	.731	.906	
제주공항에서 제주의 신비로움을 느낀다.	3.76	.857	.911	
제주공항에서 제주의 이국적인 감정을 느낀다.	4.09	.778	.903	
<b>여유와 편안함</b>				
제주공항에서 제주의 여유를 느낀다.	4.24	.783	.961	.954
제주공항에서 제주의 안정감을 느낀다.	4.19	.809	.899	
제주공항에서 제주의 편안함을 느낀다.	4.20	.812	.936	

### 3. 변수간의 상관관계 분석

본 연구의 변수에 대한 신뢰도와 타당성을 분석한 후, 연구의 가설을 검증하기 위하여 변수들의 기술적 통계특성과 각 변수들 간의 상관관계가 어떠한 방향이며, 어느 정도 관련성을 갖고 있는지를 알아보기 위하여 Pearson의 상관관계분석을 실시하였다. <표 4-8>에서 보듯이 모든 변수들 간의 상관관계는 0.01 유의수준 하에서 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 독립변수 중 인적서비스는 종속변수와의 관계에 있어서 높은 상관관계를 나타냈고, 차별적서비스는 종속변수와 비교적 약한 상관성을 나타냈다.

<표 4-8> 변수의 상관관계분석 결과

변수	제공 시설	본원적 서비스	차별적 서비스	인적 서비스	관광 매력성	관광 인프라	음식 및 쇼핑	즐거움	신비성	여유
제공 시설	1									
본원적 서비스	.435 (**)	1								
차별적 서비스	.402 (**)	.555 (**)	1							
인적 서비스	.332 (**)	.454 (**)	.253 (**)	1						
관광 매력성	.248 (**)	.297 (**)	.177 (**)	.515 (**)	1					
관광 인프라	.416 (**)	.407 (**)	.404 (**)	.497 (**)	.632 (**)	1				
음식 및 쇼핑	.434 (**)	.359 (**)	.301 (**)	.479 (**)	.656 (**)	.752 (**)	1			
즐거움	.468 (**)	.536 (**)	.331 (**)	.402 (**)	.389 (**)	.529 (**)	.438 (**)	1		
신비성	.466 (**)	.527 (**)	.372 (**)	.434 (**)	.370 (**)	.508 (**)	.460 (**)	.819 (**)	1	
여유	.474 (**)	.467 (**)	.358 (**)	.420 (**)	.381 (**)	.448 (**)	.434 (**)	.819 (**)	.765 (**)	1

\*\* 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의합니다.

### 제 3 절 가설의 검정 및 해석

#### 1. 제주공항 서비스품질요인과 제주도의 인지적 이미지 영향관계

제주공항 서비스품질요인이 제주도의 인지적 이미지에 미치는 영향을 분석하고자 인지적 이미지(관광매력성, 관광인프라, 음식 및 쇼핑)를 종속변수로, 서비스품질요인(제공시설서비스, 본원적서비스, 차별적서비스, 인적서비스)을 독립변수로 다중회귀분석을 실시하였다.

##### (1) 제주공항 서비스품질과 인지적 이미지(관광매력성)간의 영향관계

**가설 1. 서비스품질은 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.**

가설 1-1. 제공시설서비스는 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2. 본원적서비스는 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3. 차별적서비스는 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4. 인적서비스는 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.

제주공항 서비스품질요인이 인지적 이미지의 관광매력성에 미치는 영향(가설 1)을 분석하고자 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-9>와 같다. 제공시설서비스가 인지적 이미지의 관광매력성에 미치는 영향은 t값이 1.190( $p=0.235$ )으로 나타나 가설1-1은 기각되었다. 본원적서비스와 차별적서비스도 t값이 각각 0.802( $p=0.423$ ), 0.018( $p=0.986$ )로 가설1-2와 가설1-3은 기각되었다. 인적서비스는 t값이 8.136으로 가설1-4는 채택되었다. 회귀모형은 F값이  $p=0.000$ 에서 26.960의 수치를 보이고 있으며, 회귀식에 대한 R제곱=0.523으로 52.3%의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 1.704로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다.

공차한계(tolerance)는 모두 0.1이상의 수치를 보이기 때문에 독립변수 간 다중공선성에는 문제가 없다.

표준화계수 베타를 보면 이는 제주공항 서비스품질요인이 인지적 이미지의 관광매력성에 미치는 영향력의 상대적 크기를 나타낸 것으로 가설이 채택된 인적서비스요인의 베타값은 0.467로 영향력이 매우 큰 것으로

나타났다. 따라서, “제주공항 서비스품질요인이 인지적 이미지의 관광매력성에 미칠 것이다.”라는 가설1은 부분 채택되었다.

<표 4-9>서비스품질과 인지적 이미지(관광매력성)간의 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	표준오차	베타	t값	유의확률	공차한계
인지적 이미지 (관광매력성)	(상수)	.280	-	4.682	.000	-
	제공시설서비스	.058	.069	1.190	.235	.750
	본원적서비스	.073	.054	.802	.423	.563
	차별적서비스	.061	.001	.018	.986	.659
	인적서비스	.057	.467	8.136	.000**	.770
	R=.523, 수정된 R제곱=.264 F=26.960, p=.000, Durbin Watson=1.704					

\* p<0.05, \*\* p<0.01

(2) 제주공항 서비스품질과 인지적 이미지(관광인프라)간의 영향관계

**가설 2. 서비스품질은 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.**  
 가설 2-1. 제공시설서비스는 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.  
 가설 2-2. 본원적서비스는 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.  
 가설 2-3. 차별적서비스는 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.  
 가설 2-4. 인적서비스는 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.

다음으로 제주공항 서비스품질요인이 인지적 이미지의 관광인프라에 미치는 영향(가설 2)을 분석하고자 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-10>와 같다. 제공시설서비스가 인지적 이미지의 관광인프라에 미치는 영향은 t값이 3.533으로 나타나 가설2-1은 채택되었다. 본원적서비스는 t값이 0.653(p=0.514)으로 가설2-2는 기각되었다.

차별적서비스와 인적서비스는 t값이 각각 3.655, 6.693으로 가설2-3과 가

설2-4는 채택되었다.

표준화계수 베타를 보면 이는 제주공항 서비스품질요인이 인지적 이미지의 관광인프라에 미치는 영향력의 상대적 크기를 나타낸 것으로 인적 서비스( $\beta=0.360$ ) 요인이 인지적 이미지의 관광인프라에 미치는 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다. 그 다음으로 차별적서비스( $\beta=0.213$ ), 제공시설서비스( $\beta=0.193$ ) 요인 순으로 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 “제주공항 서비스품질요인이 인지적 이미지의 관광인프라에 미칠 것이다.”라는 가설2는 부분 채택되었다.

<표 4-10>서비스품질과 인지적 이미지(관광인프라)간의 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	표준오차	베타	t값	유의확률	공차한계
인지적 이미지 (관광인프라)	(상수)	.315	-	-.042	.966	-
	제공시설서비스	.065	.193	3.533	.000**	.750
	본원적서비스	.082	.041	.653	.514	.563
	차별적서비스	.069	.213	3.655	.000**	.659
	인적서비스	.064	.360	6.693	.000**	.770
R=.601, 수정된 R제곱=.353 F=40.512, p=.000, Durbin Watson=1.855						

\*  $p<0.05$ , \*\*  $p<0.01$

### (3) 제주공항 서비스품질과 인지적 이미지(음식 및 쇼핑)간의 영향관계

**가설 3. 서비스품질은 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.**

가설 3-1. 제공시설서비스는 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2. 본원적서비스는 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.

가설 3-3. 차별적서비스는 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.

가설 3-4. 인적서비스는 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.

제주공항 서비스품질요인이 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 미치는 영향(가설 3)을 분석하고자 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-11>와 같다. 제공시설서비스가 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 미치는 영향은 t값이 4.765로 나타나 가설3-1은 채택되었다. 본원적서비스와 차별적서비스 t값은 각각 0.537(p=0.592), 1.424(p=0.156)로 가설3-2와 가설3-3은 기각되었다. 인적서비스는 t값이 6.373으로 가설3-4는 채택되었다.

표준화계수 베타를 보면 이는 제주공항 서비스품질요인이 인지적 이미지의 관광인프라에 미치는 영향력의 상대적 크기를 나타낸 것으로 인적서비스( $\beta=0.353$ ) 요인이 인지적 이미지의 관광인프라에 미치는 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다. 그 다음으로 제공시설서비스( $\beta=0.268$ ) 요인이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 “제주공항 서비스품질요인이 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 미칠 것이다.”라는 가설3은 부분 채택되었다.

<표 4-11>서비스품질과 인지적 이미지(음식 및 쇼핑)간의 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	표준오차	베타	t값	유의확률	공차한계
인지적 이미지 (음식 및 쇼핑)	(상수)	.326	-	-1.165	.245	-
	제공시설 서비스	.067	.268	4.765	.000**	.750
	본원적 서비스	.085	.035	.537	.592	.563
	차별적 서비스	.072	.085	1.424	.156	.659
	인적 서비스	.066	.353	6.373	.000**	.770
R=.569, 수정된 R제곱=.314 F=34.212, p=.000, Durbin Watson=1.884						

\* p<0.05, \*\* p<0.01

## 2. 제주공항 서비스품질요인과 제주도의 정서적 이미지 영향관계

제주공항 서비스품질요인이 제주도의 정서적 이미지에 미치는 영향을 분석하고자 인지적 이미지(즐거움, 신비성, 여유와 편안함)를 종속변수로, 서비스품질요인(제공시설서비스, 본원적서비스, 차별적서비스, 인적서비스)을 독립변수로 다중회귀분석을 실시하였다.

### (1) 제주공항 서비스품질과 정서적 이미지(즐거움)간의 영향관계

#### 가설 4. 서비스품질은 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.

가설 4-1. 제공시설서비스는 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.

가설 4-2. 본원적서비스는 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.

가설 4-3. 차별적서비스는 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.

가설 4-4. 인적서비스는 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.

제주공항 서비스품질요인이 정서적 이미지의 즐거움에 미치는 영향(가설 4)을 분석하고자 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-12>와 같다. 제공시설서비스와 본원적서비스가 정서적 이미지의 즐거움에 미치는 영향은 t값이 각각 4.946, 5.735로 나타나 가설4-1, 가설4-2는 채택되었다. 차별적서비스는 t값이 -0.240(p=0.810)으로 가설4-3은 기각되었다. 인적서비스는 t값이 2.891로 가설4-4는 채택되었다.

정서적 이미지 즐거움에 영향을 미치는 각 독립변수(서비스품질요인)들을 살펴보면, 제공시설서비스, 본원적서비스 요인이 1%의 유의수준 하에서 통계적으로 유의하며, 인적서비스 요인은 5%의 유의수준 하에서 통계적으로 유의하게 나타났다.

회귀모형은 F값이 p=0.000에서 42.728의 수치를 보이고 있으며, 회귀식에 대한 R제곱=0.612로 61.2%의 설명력을 보이고 있다.

Durbin-Watson은 2.143으로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다.

공차한계(Tolerance)는 모두 0.1이상의 수치를 보이기 때문에 독립변수 간 다중공선성에는 문제가 없다.

표준화계수 베타를 보면 이는 제주공항 서비스품질요인이 정서적 이미지의 즐거움에 미치는 영향력의 상대적 크기를 나타낸 것으로 본원적서비스( $\beta=0.357$ ) 요인이 정서적 이미지의 즐거움에 미치는 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다. 그 다음으로 제공시설서비스( $\beta=0.267$ ), 인적서비스

( $\beta=0.154$ ) 요인 순으로 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 “제주공항 서비스품질요인이 정서적 이미지의 즐거움에 미칠 것이다.”라는 가설4는 부분 채택되었다.

<표 4-12>서비스품질과 정서적 이미지(즐거움)간의 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	표준오차	베타	t값	유의확률	공차한계
정서적 이미지 (즐거움)	(상수)	.285	-	1.872	.062	-
	제공시설서비스	.059	.267	4.946	.000**	.750
	본원적서비스	.074	.357	5.735	.000**	.563
	차별적서비스	.062	-.014	-.240	.810	.659
	인적서비스	.058	.154	2.891	.004*	.770
R=.612, 수정된 R제곱=.365 F=42.728, p=.000, Durbin Watson=2.143						

\* p<0.05, \*\* p<0.01

## (2) 제주공항 서비스품질과 정서적 이미지(신비성)간의 영향관계

**가설 5. 서비스품질은 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.**

가설 5-1. 제공시설서비스는 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.

가설 5-2. 본원적서비스는 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.

가설 5-3. 차별적서비스는 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.

가설 5-4. 인적서비스는 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.

다음으로 제주공항 서비스품질요인이 정서적 이미지의 신비성에 미치는 영향(가설 5)을 분석하고자 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-13>와 같다.

제공시설서비스와 본원적서비스가 정서적 이미지의 신비성에 미치는 영향은 t값이 각각 4.600, 4.767로 나타나 가설5-1, 가설5-2는 채택되었다. 차별적서비스는 t값이 0.989(p=0.323)로 가설5-3은 기각되었다. 인적서비스는 t값이 3.834로 가설5-4는 채택되었다.

표준화계수 베타를 보면 이는 제주공항 서비스품질요인이 정서적 이미

지의 신비성에 미치는 영향력의 상대적 크기를 나타낸 것으로 본원적서비스( $\beta=0.296$ ) 요인이 정서적 이미지의 신비성에 미치는 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다. 그 다음으로 제공시설서비스( $\beta=0.247$ ), 인적서비스( $\beta=0.203$ ) 요인 순으로 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 “제주공항 서비스품질요인이 정서적 이미지의 신비성에 미칠 것이다.”라는 가설5는 부분 채택되었다.

<표 4-13>서비스품질과 정서적 이미지(신비성)간의 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	표준오차	베타	t값	유의확률	공차한계
정서적 이미지 (신비성)	(상수)	.270	-	1.661	.098	-
	제공시설서비스	.056	.247	4.600	.000**	.750
	본원적서비스	.070	.296	4.767	.000**	.563
	차별적서비스	.059	.057	.989	.323	.659
	인적서비스	.055	.203	3.834	.000**	.770
R=.617, 수정된 R제곱=.372 F=43.890, p=.000, Durbin Watson=1.994						

\*  $p<0.05$ , \*\*  $p<0.01$

### (3) 제주공항 서비스품질과 정서적 이미지(여유와 편안함)간의 영향관계

**가설 6. 서비스품질은 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.**

가설 6-1. 제공시설서비스는 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.

가설 6-2. 본원적서비스는 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.

가설 6-3. 차별적서비스는 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.

가설 6-4. 인적서비스는 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.

제주공항 서비스품질요인이 정서적 이미지의 여유와 편안함에 미치는 영향(가설 6)을 분석하고자 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-14>와 같다.

제공시설서비스와 본원적서비스가 정서적 이미지의 여유와 편안함에 미치는 영향은 t값이 각각 5.143, 3.212로 나타나 가설6-1, 가설6-2는 채택되었다. 차별적서비스는 t값이 1.301(p=0.194)로 가설6-3은 기각되었다. 인적서비스는 t값이 3.924로 가설6-4는 채택되었다.

정서적 이미지 여유와 편안함에 영향을 미치는 각 독립변수(서비스품질요인)들을 살펴보면, 제공시설서비스, 인적서비스 요인이 1%의 유의수준 하에서 통계적으로 유의하며, 본원적서비스 요인은 5%의 유의수준 하에서 통계적으로 유의하게 나타났다.

표준화계수 베타를 보면 이는 제주공항 서비스품질요인이 정서적 이미지의 여유와 편안함에 미치는 영향력의 상대적 크기를 나타낸 것으로 제공시설서비스( $\beta=0.284$ ) 요인이 정서적 이미지의 여유와 편안함에 미치는 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다. 그 다음으로 인적서비스( $\beta=0.214$ ), 본원적서비스( $\beta=0.204$ ) 요인 순으로 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 “제주공항 서비스품질요인이 정서적 이미지의 여유와 편안함에 미칠 것이다.”라는 가설6은 부분 채택되었다.

<표 4-14>서비스품질과 정서적 이미지(여유와 편안함)간의 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	표준오차	베타	t값	유의확률	공차한계
정서적 이미지 (여유와 편안함)	(상수)	.296	-	2.094	.037	-
	제공시설서비스	.061	.284	5.143	.000**	.750
	본원적서비스	.077	.204	3.212	.001*	.563
	차별적서비스	.065	.077	1.301	.194	.659
	인적서비스	.060	.214	3.924	.000**	.770
R=.589, 수정된 R제곱=.338 F=38.037, p=.000, Durbin Watson=2.124						

\* p<0.05, \*\* p<0.01

이상과 같은 연구가설에 대한 검증결과를 표로 정리하면 <표 4-15>와 같다.

<표 4-15>가설검정의 요약

가설 번호	연구가설	채택 여부
가설1	<b>제주공항 서비스품질요인은 제주도 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.</b>	
가설1-1	제공시설서비스는 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.	기각
가설1-2	본원적서비스는 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.	기각
가설1-3	차별적서비스는 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.	기각
가설1-4	인적서비스는 인지적 이미지의 관광매력성에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설2	<b>제주공항 서비스품질요인은 제주도 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.</b>	
가설2-1	제공시설서비스는 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설2-2	본원적서비스는 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.	기각
가설2-3	차별적서비스는 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설2-4	인적서비스는 인지적 이미지의 관광인프라에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설3	<b>제주공항 서비스품질요인은 제주도 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.</b>	
가설3-1	제공시설서비스는 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설3-2	본원적서비스는 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.	기각
가설3-3	차별적서비스는 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.	기각
가설3-4	인적서비스는 인지적 이미지의 음식 및 쇼핑에 영향을 미칠 것이다.	채택

가설 번호	연구가설	채택 여부
가설4	<b>제주공항 서비스품질요인은 제주도 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.</b>	
가설4-1	제공시설서비스는 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설4-2	본원적서비스는 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설4-3	차별적서비스는 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.	기각
가설4-4	인적서비스는 정서적 이미지의 즐거움에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설5	<b>제주공항 서비스품질요인은 제주도 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.</b>	
가설5-1	제공시설서비스는 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설5-2	본원적서비스는 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설5-3	차별적서비스는 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.	기각
가설5-4	인적서비스는 정서적 이미지의 신비성에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설6	<b>제주공항 서비스품질요인은 제주도 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.</b>	
가설6-1	제공시설서비스는 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설6-2	본원적서비스는 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설6-3	차별적서비스는 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.	기각
가설6-4	인적서비스는 정서적 이미지의 여유와 편안함에 영향을 미칠 것이다.	채택

## 제 5 장 결 론

### 제 1 절 연구결과의 요약 및 시사점

#### 1. 연구결과의 요약

본 연구는 제주공항의 서비스품질요인들과 제주관광이미지와의 관계를 분석하여 제주공항의 서비스품질요인이 제주관광이미지의 두가지 요인인 인지적 이미지와 정서적 이미지에 미치는 영향에 대해 알아보는데 연구 목적이 있다.

연구문제를 검증하기 위하여 공항서비스, 관광이미지 등 국내외 관련 문헌을 조사하였으며, 한국공항공사에서 자체 개발한 서비스품질평가 모형인 KAC-CSI를 독립변수로 정하고 관광이미지요인을 종속변수로 재구성하여 설문지를 최종적으로 완성하였다.

이를 바탕으로 2013년 1월 14일부터 1월 27일까지 2주간 제주출발 이용객(만 20세 이상)을 대상으로 총 320부의 설문지를 회수하고 이 가운데 신뢰성이 부족하거나 설문지에 충실하지 못한 설문지 29부를 제외한 나머지 291부를 최종 실증분석의 자료로 활용하였다.

각 설문은 Likert 5점 척도를 사용하였고, 회수된 설문자료는 통계처리 는 데이터 코딩(data coding)과 데이터 크리닝(data cleaning)과정을 거쳐, SPSS(version 18.0) 통계패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다.

조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였으며, 제주공항 서비스품질요인, 인지적 이미지, 정서적 이미지를 대상으로 요인분석(factor analysis) 및 Cronbach's Alpha 계수분석을 통해 변수들의 타당성과 신뢰도를 검증하였다. 제주공항 서비스품질요인과 제주관광이미지 간 상관관계를 알아보기 위하여 상관관계분석(correlation analysis)을 실시하였고, 제주공항

서비스품질요인이 제주관광이미지(인지적, 정서적 이미지)에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 회귀분석(regression analysis)을 실시하였다.

이러한 실증적 분석을 통해 도출한 본 연구의 결과를 요약해 보면 다음과 같다.

### (1) 제주공항 서비스품질요인과 제주도의 인지적 이미지 영향관계

제주공항 서비스품질요인이 제주도의 인지적 이미지에 어떠한 영향을 미치는가? 라는 질문이 본 연구의 첫 번째 연구문제였으며 이를 구체화하여 서비스품질요인인 제공시설서비스, 본원적서비스, 차별적서비스, 인적서비스가 인지적 이미지인 관광매력성, 관광인프라, 음식 및 쇼핑에 각각 어떠한 영향을 미치는가를 실증적으로 분석하고 규명하고자 하는 것이 연구의 목적이었다.

이러한 연구결과를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 제주공항 서비스품질과 인지적 이미지 관광매력성에 어떠한 영향을 미치는 지에 대한 가설의 검정결과, 서비스품질은 관광매력성에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 서비스품질 유형별 분석결과 네 가지 서비스품질 유형 중 인적서비스요인만이 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다.

둘째, 제주공항 서비스품질과 인지적 이미지 관광인프라에 어떠한 영향을 미치는 지에 대한 가설의 검정결과, 서비스품질은 관광인프라에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 서비스품질 유형별 분석결과 네 가지 서비스품질 유형 중 인적서비스, 차별적서비스, 제공시설서비스 요인 순으로 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다.

셋째, 제주공항 서비스품질과 인지적 이미지 음식 및 쇼핑에 어떠한 영향을 미치는 지에 대한 가설의 검정결과, 서비스품질은 음식 및 쇼핑에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 서비스품질 유형별 분석결과 네 가지 서비스품질 유형 중 인적서비스, 제공시설서비스 요인

순으로 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 주는 것으로 나타났다.

## (2) 제주공항 서비스품질요인과 제주도의 정서적 이미지 영향관계

제주공항 서비스품질요인이 제주도의 정서적 이미지에 어떠한 영향을 미치는가? 라는 질문이 본 연구의 두 번째 연구문제였으며 이를 구체화하여 서비스품질요인인 제공시설서비스, 본원적서비스, 차별적서비스, 인적서비스가 정서적 이미지인 즐거움, 신비성, 여유와 편안함에 각각 어떠한 영향을 미치는가를 실증적으로 분석하고 규명하고자 하는 것이 연구의 목적이었다.

이러한 연구결과를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 제주공항 서비스품질과 정서적 이미지 즐거움에 어떠한 영향을 미치는 지에 대한 가설의 검정결과, 서비스품질은 즐거움에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 서비스품질 유형별 분석결과 네 가지 서비스품질 유형 중 본원적서비스, 제공시설서비스, 인적서비스 요인 순으로 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 주는 것으로 나타났다.

둘째, 제주공항 서비스품질과 정서적 이미지 신비성에 어떠한 영향을 미치는 지에 대한 가설의 검정결과, 서비스품질은 신비성에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 서비스품질 유형별 분석결과 네 가지 서비스품질 유형 중 본원적서비스, 제공시설서비스, 인적서비스 요인 순으로 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 주는 것으로 나타났다.

셋째, 제주공항 서비스품질과 정서적 이미지 여유와 편안함에 어떠한 영향을 미치는 지에 대한 가설의 검정결과, 서비스품질은 여유와 편안함에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 서비스품질 유형별 분석결과 네 가지 서비스품질 유형 중 제공시설서비스, 인적서비스, 본원적서비스 요인 순으로 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 주는 것으로 나타났다.

## 2. 시사점

본 연구의 결과를 바탕으로 도출한 시사점은 다음과 같다.

첫째, 제주공항 서비스품질요인의 하위변수 모두가 제주관광이미지에 정(+)의 영향을 미치는 것은 아니라는 것이다. 특히, 서비스품질요인 중 차별적서비스는 대부분의 가설에서 유의수준의 범위에서 벗어나 가설을 충족하지 못했다. 이는 제주공항 차별적서비스 요인들이 제주관광이미지에 큰 영향을 미치는 것은 아니라는 것을 확인할 수 있다.

그러나, 차별적서비스 요인들은 공항이미지를 구성하는 주요인으로 관광이미지에 영향을 미치지 않는다고 해서 서비스품질요인 자체에 영향이 없다고 보는 것은 아니다.

이는, 제주공항의 차별적서비스 요인들을 구성하는 공항 내 문화행사 와 이벤트 등의 다양한 차별화된 서비스이미지 전달요인이 제주관광이미지를 구성하고 있는 인지적, 정서적 이미지 요인에 영향을 미치는 것은 아니지만, 공항 서비스품질요인을 구성하고 있는 제공시설서비스, 본원적 서비스, 인적서비스 등의 요인들과 함께 제주공항이미지를 형성하는 중요한 역할을 담당하고 있다고 볼 수 있다.

둘째, 제주공항 서비스품질요인이 인지적 이미지에 미치는 영향을 보면 서비스품질요인 하위변수 중에서 인적서비스가 인지적 이미지에 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 제주공항은 제주관광을 인지할 수 있는 시작과 마무리가 되는 장소이므로 관광객들은 무엇보다도 고객의 입장에서 생각해주는 제주지역에서만 느낄 수 있는 서비스를 바란다 는 것이다.

공항이용객들은 제주공항에서 종사하는 모든 직원들을 하나로 인식하고 궁금한 사항이 생기면 가장 가까운 곳에 있는 안내카운터, 보안검색, 환경미화 등 접점직원들에게 문의하게 되므로, 제주공항은 단순히 항공기 탑승을 위해 기다리는 공간이 아닌 제주관광이미지를 창조하는 공간으로의 역할을 지속적으로 코칭하고 인적서비스 역량을 강화시켜 나가야

할 것이다.

또한, 제주공항이 인적서비스를 통하여 제주 정서적 이미지를 극대화하기 위해서는 근무하는 직원들의 복장을 제주전통 의복으로 전환하고, 제주방언을 활용하여 제주의 전통문화를 자연스럽게 알리는 과정을 통해 제주관광이미지를 강화해 나가는 것이 중요하다고 할 수 있다.

셋째, 제주공항 서비스품질요인이 정서적 이미지에 미치는 영향을 보면 서비스품질요인 하위변수 중에서 제공시설서비스와 본원적서비스가 정서적 이미지에 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이는, 제주공항을 이용하는데 있어서 고객의 편의를 위해 제공하는 안내서비스, 제주공항 조경(야자수, 돌담 등), 제주관광 연계 프로그램 등이 서비스제공시설이 잘 구비되어 있을수록 제주도의 존재와 이미지에 대해 더 잘 알 수 있고 이미지에 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다. 이를 위해서 안내데스크, 흡연실 등의 기본서비스시설 이외에 인터넷라운지, 영화관, 찜질방, 제주올레정원 등의 고객편의를 위한 서비스시설과 면세점, 제주토속식당 등의 상업시설 등의 확대 및 강화를 통해 제주관광이미지를 향상시킬 수 있도록 해야 할 것이다.

또한, 관련기관(문화체육관광부, 한국관광공사, 제주관광협회, 제주관광공사 등)과의 협조체계를 구축하여 제주관광이미지 제고를 위한 전시 및 행사를 지속적으로 유치하여 제주공항을 항공기 이용을 위한 관문이 아닌 하나의 관광지로 인식될 수 있도록 다양한 프로그램을 개발해 나가야 할 것이다.

아울러, 제주공항을 통해 제주 정서적 이미지 인식을 더욱 강화하기 위해서는 본원적서비스인 대중교통시설 및 정시 출도착 등의 비행스케줄을 더욱 더 강화하고 제주공항에 취항하는 항공사의 수와 노선 수를 더욱 확보하여 다양한 운항편수와 횟수를 통해 이용객들에게 다양한 선택권을 줄 수 있도록 하는 노력이 필요할 것이다.

넷째, 제주공항 서비스품질요인이 높을수록 제주관광이미지가 높아지

는 것으로 나타나 서비스품질요인과 관광이미지는 정적인 상관관계가 있었다. 즉, 공항 서비스품질요인에 대한 만족도에 따라 제주관광이미지에 까지 영향을 미친다는 것을 알 수 있다.

지난 2011년 8월 제주와 대한민국을 강타했던 태풍 무이과로 인해 제주공항을 이틀 동안 완전 고립시켰던 사례에서 볼 수 있듯이 단 한 번의 비정상 운항 상황이 제주관광이미지에 미치는 영향은 엄청나고, 신속하게 적절한 대처가 이루어 지지 않으면 고객의 불만은 분노의 수준이 되어버린다는 것을 확인할 수 있었다.

이는 고객이 서비스실패를 인지하기 전에 먼저 확인하고 문제를 해결해야 하며, 서비스실패 상황을 수정하고자 빠르게 행동하는 것이 고객들을 더 감동시키며 서비스실패를 곧바로 잊게 되며 제주관광이미지에 긍정적인 영향으로 돌아온다는 것을 보여주고 있다.

앞으로, 이러한 상황을 역으로 제주공항에서 조금 더 세심한 배려로 대처한다면 제주와 제주공항이미지 향상에 큰 역할을 할 수 있을 것으로 기대할 수 있다.

## 제 2 절 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구는 제주공항 이용객을 대상으로 제주공항 서비스품질요인이 제주관광이미지에 미치는 영향을 분석하였으나, 다음과 같은 한계점과 향후 연구방향을 제시할 수 있다.

첫째, 내국인관광객을 대상으로 표본을 추출하였으나 외국인관광객을 포함하여 분석하였다면 제주도 관광객에 대하여 보다 정확하고 대표성 있는 연구가 되었을 것이라 기대되며, 제주관광이미지를 인지적 이미지 3개요인, 정서적 이미지 3개 요인으로 구분하여 재구성하였으나, 제주관광이미지 전체를 대신할 수 없으므로 후속 연구에서는 세분화된 요인분석이 필요하다.

둘째, 제주공항 출발장에서 일시적인 표본조사를 하게 되면서 전체적인 객관적인 데이터로 삼을 수 없으므로, 제주공항 도착장에서 추가 조사와 주기적인 조사 실시 등을 통하여 자료를 수집한다면 보다 객관성 있는 연구결과를 도출할 수 있을 것이다.

셋째, 제주공항은 2012년 현재 국내선 이용의 77.6%를 차지하는 공항으로 전 국민이 이용하는 공항이다. 또한, 제주공항은 지속적으로 탑승률이 증가되어 2012년에는 80.90%로 사상 최고치를 갱신했다. 이렇다 보니 제주 신공항 건설에 대한 기대감이 어느 때보다 높아지고 있다. 제주공항은 제주도의 연륙교통 수단일 뿐 아니라 세계적 관광휴양도시로의 발전과 국가균형발전을 선도할 핵심적 기간 인프라다. 제주공항 서비스 품질요인과 제주 신공항 건설 필요성에 대한 영향관계 분석이 필요한 시점이다.

아직까지 제주공항과 제주관광이미지와의 관계규명에 관한 연구는 없었으며 이 연구를 토대로 제주공항과 제주특별자치도와 관련된 연구가 이루어지기를 바라며, 앞으로 제주 신공항 및 기존공항 확장과 관련하여 이론적인 근거로 활용되길 바란다.

## 부 록

### <부록 1> 설문지

#### 제주공항 서비스품질요인이 제주관광이미지에 미치는 영향

안녕하십니까?

저는 현재 서울대학교 행정대학원에서 공기업정책학과를 전공하고 있습니다.

본 연구의 취지는 제주공항에서 제공하는 서비스품질이 제주관광 이미지에 어떠한 영향을 미치는지에 관해 알아보고자 하는데 있습니다.

수집된 자료는 연구목적 이외의 타 용도로는 사용되지 않을 것이며, 응답해 주신 모든 내용은 익명으로 처리될 것입니다. 시간을 내어 설문에 응해 주셔서 감사합니다.

2013년 1월

서울대학교 행정대학원

지도교수 : 박정훈

연구자 : 김민철

(H.P : 010-6629-8538,

E-mail : kmc777@airport.co.kr)

※ 다음은 일반적인 사항에 관한 질문입니다. 해당하는 곳에 표시  
해주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은? ① 남자 ② 여자
  
2. 귀하의 연령은?  
① 20세-30세 미만 ② 30세-40세 미만 ③ 40세-50세 미만  
④ 50세-60세 미만 ⑤ 60세 이상
  
3. 귀하의 직업은 무엇입니까?  
① 자영업 ② 사무직 ③ 생산직 ④ 주부 ⑤ 공무원  
⑥ 학생 ⑦ 기타( )
  
4. 귀하의 학력은 어느 정도인지 해당란에 표시해주시기 바랍니다.  
① 고졸이하 ② 전문대학재학/졸업 ③ 대학재학/졸업  
④ 대학원재학/졸업
  
5. 귀댁의 연소득은 어느 정도입니까?  
① 2천-4천만원 미만 ② 4천-6천만원 미만 ③ 6천-8천만원 미만  
④ 8천-1억 미만 ⑤ 1억원 이상
  
6. 귀하의 방문목적은 무엇입니까?  
① 여행 ② 업무 ③ 친구/친지방문 ④ 기타( )
  
7. 귀하의 3년 이내 제주공항 이용횟수는?  
① 1-2회 ② 3-5회 ③ 5-10회 ④ 10-15회 ⑤ 15회 이상

I. 다음 설문사항은 고객께서 이용하신 제주공항에서 제공하는 시설 및 서비스에 대한 질문들입니다. 잘 읽어보시고 귀하의 의견에 가장 가까운 곳에 표기(√ 또는 O)해주시기 바랍니다.

1. 제주공항 제공시설만족도

설문 문항		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
		①	②	③	④	⑤
1	제주공항은 청사(터미널) 외관이 훌륭하다.					
2	제주공항은 청사 내부시설이 우수하다.					
3	제주공항은 여객편의시설(화장실, 엘리베이터, 에스컬레이터, 카트 등)이 우수하다.					
4	제주공항은 상업시설(음식점, 편의점 등)이 우수하다.					
5	제주공항은 주차장시설이 우수하다.					
6	제주공항은 교통시설(승하차장)이 우수하다.					
7	제주공항은 안내표지판 등 공항안내시설이 편리하다.					
8	제주공항은 안내방송이 신속, 정확하다.					
9	제주공항은 접근성이 좋다.					

## 2. 제주공항 본원적서비스 만족도

설문 문항		전혀 그렇지 않다 ①	그렇지 않다 ②	보통 이다 ③	그렇다 ④	매우 그렇다 ⑤
1	제주공항에서 제공하는 시설 및 서비스는 신뢰할 만하다.					
2	제주공항 시설과 서비스 이용은 안전하다.					
3	제주공항 내 안전관리(보안 및 비상사태 관리/이착륙 지원 등)가 잘 이루어지고 있다.					

## 3. 제주공항 차별적서비스 만족도

설문 문항		전혀 그렇지 않다 ①	그렇지 않다 ②	보통 이다 ③	그렇다 ④	매우 그렇다 ⑤
1	제주공항 내 문화시설, 문화행사 등 다양한 이벤트가 제공된다.					
2	문화행사, 이벤트, 배경음악 등으로 제주공항 이용시 즐거움을 느낀다.					
3	제주공항은 차별화된 서비스 이미지를 전달하고자 노력한다.					

4. 제주공항 접점서비스(인적서비스) 만족도

설문 문항		전혀 그렇지 않다 ①	그렇지 않다 ②	보통 이다 ③	그렇다 ④	매우 그렇다 ⑤
1	제주공항 직원은 고객을 맞이할 때 친절하게 인사한다.					
2	제주공항 직원은 예의 바른 태도로 고객을 대한다.					
3	제주공항 직원의 유니폼, 명찰 등 복장이 단정하다.					
4	제주공항 직원은 두발 등 용모가 단정하다.					
5	제주공항 직원은 고객의 입장에서 적극적으로 고객을 돕고자 한다.					
6	제주공항 직원은 고객의 말을 경청하는 등 고객응대에 집중한다.					

II. 다음 설문사항은 제주공항이 관광지인 제주도의 관문으로써 관광지이미지에 대한질문입니다. 잘 읽어보시고 귀하의 의견에 가장 가까운 곳에 표기(√ 또는○)해주시기 바랍니다.

1. 관광지인 제주도의 관문으로써 인지적 이미지

설문 문항		전혀 그렇지 않다 ①	그렇지 않다 ②	보통 이다 ③	그렇다 ④	매우 그렇다 ⑤
1	제주공항은 제주도의 독특한 분위기를 가지고 있다.					
2	제주공항은 제주도의 문화적 매력이 풍부하다.					
3	제주공항은 제주도의 관광지를 대표하는 활동이 다양하다.					
4	제주공항은 제주도의 관광지를 접근하는데 용이하다.					
5	제주공항은 제주도의 관광지에 대한 안내가 우수하다.					
6	제주공항은 제주도의 관광인프라가 우수하다.					
7	제주공항은 제주도의 음식문화를 맛볼 수 있다.					
8	제주공항은 제주도의 관광상품(자원)이 풍부하다.					
9	제주공항은 제주도의 쇼핑문화를 대표한다.					

## 2. 관광지인 제주도의 관문으로써 정서적 이미지

설문 문항		전혀 그렇지 않다 ①	그렇지 않다 ②	보통 이다 ③	그렇다 ④	매우 그렇다 ⑤
1	제주공항에서 제주도의 흥미로움을 느낀다.					
2	제주공항에서 제주도의 즐거움을 느낀다.					
3	제주공항에서 제주도의 유쾌함을 느낀다.					
4	제주공항에서 제주도의 아름다움을 느낀다.					
5	제주공항에서 제주도의 깨끗한 청정이미지를 느낀다.					
6	제주공항에서 제주도의 신비로움을 느낀다.					
7	제주공항에서 제주도의 이국적인 감정을 느낀다.					
8	제주공항에서 제주도의 여유를 느낀다.					
9	제주공항에서 제주도의 안정감을 느낀다.					
10	제주공항에서 제주도의 편안함을 느낀다.					

귀중한 시간 할애해주셔서 진심으로 감사드립니다.

## 참 고 문 헌

### <국내문헌>

- 김경숙(1996), “항공사 선택행동과 경영성과의 결정요인에 관한 연구”,  
세종대학교 대학원 박사학위 논문
- 이유재, 김주영, 김재일(1996) “서비스 산업의 현황에 대한 실증연구,”  
소비자학연구
- 이유재, 이준엽(1997) “서비스 품질에 관한 종합적 고찰: 개념 및 측정을  
중심으로,” 서울대학교 경영연구소, 경영논집
- 김경숙(1998), “한국 국제선 승객의 항공사와 공항 서비스만족도 분석”,  
관광개발노총, 제8집, pp.285~306
- 이문규(1999) “서비스 충성도의 결정요인에 관한 연구,” 마케팅연구
- 장대성, 김영택, 정순란(2001), “공항이용객과 항공사 종사자간 김포국제공항  
서비스품질평가와 만족에 관한 연구”, 대한경영학회지,  
제14권 제3호. pp.277~295
- 함대영(2000) “인천국제공항의 허브화 전략”, 국방대학원, pp.24~66
- 이유재, 안정기(2001) “서비스 애호도와 의사애호도가 재구매 의도에 미  
치는 영향에 관한 연구,” 소비자학연구
- 이유재, 이준엽(2001) “서비스 품질의 측정과 기대효과에 대한 재고찰”,  
마케팅연구
- 장대성 · 김영택 · 전순란(2001) “공항이용객과 항공 종사자간 김포국제공  
항 서비스품질 평가와 만족에 관한 연구”, 대한경영학회  
지, 제 14권 제3호, pp.277~295
- 장대성, 전순란(2002), “인천국제공항 서비스품질 평가에 관한 연구”,  
경기대학교 대학원 석사학위 논문
- 장대성(2002), “국제공항 서비스품질 측정도구 개발에 관한 연구”, 품질  
경영학회지 제 23권 제2호, 품질경영학회, pp.63
- 이문규(2002) “e-SERVQUAL : 인터넷 서비스 품질의 소비자 평가 측정  
도구,” 마케팅연구
- 이유재, 라선아(2002) “구매후 만족도 평가, 기대의 조정, 재구매 의도의  
흐름에 관한 연구 : 고객충성도의 조절효과를 중심으로,”  
소비자학연구

- 황아란(2003) “행정서비스 조사방법론의 비판적 검토”, 정부학연구  
 김경숙(2003), “공항서비스론”, 백산출판사
- 장현섭외 3인(2003), “인천국제공항의 서비스품질 전략에 관한 연구”,  
 상품학연구, 제28권, pp.85~86
- 이유재, 라선아(2003) “서비스 품질 연구의 흐름과 전망,” 한국 마케팅학회  
 송건섭(2003) “지방정부의 공공서비스 평가시스템 구축 : 객관적·주관적  
 평가기준의 통합시스템을 중심으로”, 한국사회와 행정연구  
 장택원(2005) “서비스 기업 품질과 광고 그리고 기업이미지” 한국학술정보(주)  
 이광희, 홍운기(2005) “공공기관 고객만족도의 측정과 활용”, 한국행정학보,  
 제39권 제4호
- 장대성, 김민수(2006), “인천국제공항의 서비스품질 특성과 이용만족 및  
 충성도에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 석사학위 논문
- 이유재, 이청립(2006) “고객만족이 기업의 수익성과 가치에 미치는 영향”,  
 마케팅연구 제21권 제2호
- 장대성, 이정현(2007), “아시아 HUB 국제공항 품질에 관한 연구”,  
 경기대학교 대학원 석사학위 논문
- 장대성, 최정아(2007), “KTX 고속철도 서울역사와 김포국내선 공항의  
 서비스품질과 고객만족 및 충성도에 관한 연구”,  
 경기대학교 대학원석사학위 논문
- 장대성(2007), “국제공항 서비스품질 측정도구 개발에 관한 연구”,  
 품질경영학회, 제32권 제2회, pp.63
- 이유재, 라선아(2007) “서비스 품질의 각 차원이 CS에 미치는 상대적 영  
 향에 대한 연구”, 마케팅연구 제18권 제4호
- 김반디(2008) “고객만족경영(CRM)에 관한 연구”
- 김영신(2008) “고객만족론”, 한국학술정보(주)
- 오은실(2009), “국제공항 터미널 운영특성에 따른 고객만족 비교 연구”,  
 한국항공대학교 대학원 석사학위 논문
- 김혜정(2009) “공공기관 고객관계관리(CRM) 기법의 적용원리와 추진방안,  
 한국지역정보화학회지 제12권 제2호
- 양정숙(2012), “제주 공항서비스 질에 관한 이용객의 기대에 관한 연구”,  
 한국항공대학교 대학원 석사학위 논문

- 이태희(1997), “한국 관광지 이미지 측정척도의 개발”, 관광학연구, 1997, pp.80~95
- 엄서호(1998), “관광지이미지 측정에 관한 연구”, 관광학연구, pp.53~65
- 박석희, 고동우, 김병국(2000), “관광지의 정서적 이미지 척도 개발 연구”, 한국공원휴향지회지, pp.149~163
- 김병국, 박석희(2001) “관광지 이미지 형성에 관한 연구 : 인지적, 정서적 이미지를 중심으로”, 관광학연구, pp.271~290
- 이상봉(2002) “관광지 이미지가 관광지 선택에 미치는 영향에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 석사학위 논문
- 이충기(2002), “월드컵 메가이벤트가 한국 관광지의 인지도와 이미지 및 선택에 미치는 영향평가 : 2002 월드컵을 중심으로”, 관광학연구, pp.13~29
- 김성섭, 오선영, 김기홍(2003), “2002 월드컵 개최로 인한 방한 외래관광객이 지각하는 한국에 대한 국가이미지 변화”, 관광학연구, pp.43~56
- 강재정, 송재호, 양성국(2003), “관광동기, 이미지, 재방문의도간 구조적 관련성”, 관광학연구, pp.221~238
- 이정규(2004), “관광객의 심리적 거리에 따른 관광목적지 이미지 영향 분석 : 중국, 일본관광객을 중심으로”, 관광학연구, pp.153~174
- 권유홍(2005), “TV 드라마가 관광목적지 이미지 형성에 미치는 영향 : 드라마에 대한 감정반응 및 태도를 중심으로”, 관광학연구, pp.335~356
- 김민영(2006) “관광지이미지와 여행의 의미, 장소애착이 기념품 구매에 미치는 영향 : 제주도를 대상으로”, 세종대학교 대학원 석사학위 논문
- 오민재(2006), “드라마 촬영지 관광객의 이미지에 따른 관광동기 유형별 포지셔닝 연구”, 경희대대학원 박사학위논문
- 현용호, 홍선영, 오홍철(2007) “인지적 이미지 구성확인 모델이 따른 관광지 이미지 형성모델과 충성도간의 구조적 관계 고찰 : 제주지역을 중심으로”, 관광·레저연구
- 박한식(2007), “지역 이미지 분석을 통한 장소마케팅 전략 : 관광객과 지역주민 이미지 차이를 중심으로”, 관광연구논총, pp.101~115
- 이승곤, 류재숙(2008), “제주도 방문객의 관광동기 및 이미지에 따른 시장세분화에 관한 연구”, 관광연구저널, pp.21~40
- 윤준(2008), “관광지 마케팅 믹스와 관광이미지가 재방문의도에 미치는 영향”, 경희대학교 관광대학원 석사학위논문

<외국문헌>

- Grönroos, C.(1983), "Innovative Marketing Strategic and Organization structures for Service Firm", *Emerging Perspectives on Services marketing, AMA*, pp.9~12
- Grönroos, C.(1984), "A Service Quality Model and Its Marketing Implication", *European Journal of Marketing*, Vol. 18, No. 4, pp.36~44
- Parasuraman, A., A, Zeithaml and L. L. Berry(1985b), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Ruture Research." *Journal of Marketing*, Vol.49(Fall), pp.33~46
- Parasuraman A., A, Zeithaml and L. L. Berry(1988a), "Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality." *Journal of Marketing*, Vol.52(April), pp.35~48
- Parasuraman A., A, Zeithaml and L. L. Berry(1988b), "SERVQUAL : AMultiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol.64(Spring), pp.12~40.
- Ndoh and Ashford(1990), "Evaluation of Transportation Level of Service, Using Fuzzy Sets", *Transportation Research Record*
- Garvin, D. A(1991), "Competing on the Eight Dimensions of Quality", *Harvard Business Review*, Vol. 69, pp.101~109.
- Cronin, J., Joseph, Jr. and S. Taylor(1992), "Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension," *Journal of Marketing* Vol.56(July), pp.55~68
- Cronin, J., Joseph, Jr. and S. Taylor(1994), "SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perception Minus-Expectations Measurement of Service Quality," *journal of Marketing*, Vol.58(January), pp.125~131

- Ndoh, N. N. and Norman J. Ashford(1994), "Evaluation of Transportation Level of Service. Using Fuzzy Sets", *Transportation Research Record*.
- Drew, J. H, A. Karla. R. Staelin and V. A. Zeithaml(1998), "A Dynamic process Model of Service Quality : From Expectations to Behavioral Intentions", *Journal of Marketing Research*, Vol.30, Iss.1, pp.7~27.
- Tim R. V. Davis(1999), "Different Service Firms, Different Core competencies", *Business Horizons*, Vol. 42, No. 5, pp.23~33
- Baloglu & McCleary(1999), "A model of destination image formation", *Annals of Tourism Research*, pp.868~897
- Berli and Martin(2004), "Factors Influencing Destination Image. *Annals of Tourism Research*, pp.657~681

#### <기타참고>

- 제주특별자치도 관광통계정보(<http://www.hijeu.or.kr/>)
- 한국공항공사 공항통계자료(<http://www.airport.co.kr/>)
- 제주공항 개발구상 연구, 국토연구원(2012. 4) p131
- 조선일보 Z14면(2008. 1. 31) "도내 관광지 서비스 '제주공항' 1위"
- 문화일보 12면(2012. 2. 7) "공항서비스 제주공항 1위"
- May 14th 2012, by The Economist online "Where are the world's busiest airline routes?"
- 제주공항 개발구상 연구, 국토연구원(2012)

## Abstract

# The effect of the Airport Service Quality Factors on Jeju Tourism Image - Focusing on Jeju Airport -

Kim, Min Cheol

Department of Public Enterprise Policy

The Graduate School

of Public Administration

Seoul National University

Full-scale Jeju tourism development started since the establishment of 'Jeju Construction Master Plan' in 1964 and more than 8 million tourist visit Jeju on an annual basis, which makes Jeju one of major tourist destinations of Korea. Jeju has no other means of transportation but airlines and ships and thus 90% of tourists and residents use airlines.

The Jeju International Airport has recorded an all-time high-18.44 million visits by domestic tourists-due to the sharp increase of low-priced airlines since the introduction of low-priced airline services.

Furthermore the global recognition on Jeju Island is gradually increasing thanks to so-called "UNESCO 3 Medals"; 'Biosphere Reserve designation', 'World Heritage designation' and 'World

Geo-park Certification' and 'World 7 nature landscapes', which leads to an increase of foreign tourists. In particular, Chinese tourists are expected to grow further as China accelerates the construction of international airports. In parallel with this, "A Study on the Development Plans of the Jeju International Airport" conducted by the Korea Research Institute for Human Settlements(June 2010-April 2012) forecasts the Jeju International Airport will be saturated in 2019, 6 years faster than the government's forecast, which increases a need of the expansion of the existing airport and the construction of new one.

An increase of airport users intensify an importance of airport service quality and the airport service quality determines the competitiveness of airport. Thus an airport plays a role in promoting the regional culture and images rather than supporting the transportation.

The purpose of this study is to analyze the effect of the service quality factors of the Jeju International Airport on two Jeju tourism image factors, which are cognitive and emotional images via an analysis of the correlation between the service quality factors of the Jeju International Airport and Jeju tourism images.

To verify the research problems, this study has investigated the literature on airport services and tourism images both in home and abroad, and then completed the questionnaires on the basis of the service evaluation model 'KAC-CSI' developed by the Korea Airports Corporation as tourism image factors as an independent variable. Based on these, an empirical questionnaire survey was conducted targeting the passengers departing from the Jeju Internal Airport. The findings can be summarized as follows.

First, all the sub-variables of the Jeju international service quality factors do not have a positive effect on Jeju tourism images. In particular the discriminatory service of the service quality factors do not satisfy most hypotheses, being off the significance level, which indicates the discriminatory service quality factors of the Jeju International Airport do not have a great factor on Jeju tourism images.

Second, of the sub-variables of the Jeju International Airport service quality factors, the Jeju international airport service quality factors do have the greatest effect on the cognitive image. The recognition of Jeju tourism starts and ends at the Jeju International Airport. Thus it is natural that tourists desire the discriminatory customer services in Jeju.

Third, of the sub-variables of the Jeju international service quality factors, the facilities and the fundamental services have the greatest effect on the emotional images of Jeju.

Fourth, the Jeju tourism image improves as the Jeju International Airport service quality factors increase, indicating there is a positive correlation between service quality factors and tourism images. In other words, the satisfaction on the airport service quality factors leads to an positive effect of Jeju tourism images.

**Keywords :** quality of Service, tourism image, cognitive image, affective image

***Student Number :*** 2012-22749