

항공사-여행사의 관계특성과 갈등에 관한 연구

A Study on the influences of the Relationship Characteristics between Airlines and Travel Agencies to the Conflict

정인경*, 이미혜**

In-Kyung Jung*, Mi-Hye Lee**

요 약

본 논문에서 항공사와 여행사 직원들을 대상으로 하여 유통경로상의 관계특성이 갈등에 미치는 영향 관계를 검증한 결과 항공사 측에서는 경쟁력, 전문성, 환경의 불확실성, 접촉빈도, 상호의존이 갈등에 부(-)의 영향을 여행사 측에서는 환경의 동태성, 유사성, 경쟁력, 접촉빈도, 전문성이 갈등에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 두 변수에 대한 항공사와 여행사의 인식 차이 분석 결과 관계특성 중 경쟁력, 유사성, 접촉빈도와 지각차이갈등, 의사소통장애갈등에서 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과로 검증된 관계특성 요인들은 항공사와 여행사간의 갈등을 감소시켜 긍정적인 관계로 발전시키는데 중요한 역할을 할 수 있을 것이다.

Abstract

This study purpose to find out how the relationship characteristics between travel agencies and airlines affect the conflict. As a result of analysis, competition, specialty, uncertainty of environment, frequency of contact and cooperation from the airline's answers have an effect on conflict while variability of environment, similarity, frequency of contact and specialty from the travel agency's answers are affected. In terms of relationship characteristics and conflict between airlines and travel agencies, competition, similarity, frequency of contact and difference of perception and communication difficulty are affected. The relationship characteristics from the result of this study makes a contribution in reducing conflict and improving positive relationship between airlines and travel agencies.

Key words : Airlines, Travel agencies, Relationship characteristics, Conflict

I. 서 론

정보통신기술의 발달로 날로 새로워지는 마케팅 환경에서 기업간 경쟁심화, 유가와 환율의 급변동, 테러와 전쟁 등으로 기업경영환경의 불확실성이 날

로 증가하고 있는 상황에서 기업들은 협력관계를 통해 거래비용 절감, 기회주의 제거, 정보의 공유 등을 이룸으로써 기업의 위험을 분산하고 있다[5]. 이러한 불확실하고 불안정한 기업환경은 관광 및 관련사업 내에서도 예외가 아니며, 관광 및 관련사업 내에서

* 숭의여자대학 관광경영과 겸임교수

** 경기대학교 이벤트학과 교수

· 제1저자 (First Author) : 정인경

· 투고일자 : 2011년 8월 19일

· 심사(수정)일자 : 2011년 8월 20일 (수정일자 : 2011년 10월 21일)

· 게재일자 : 2011년 10월 30일

핵심적인 기능을 수행하고 있는 항공사와 여행사의 입장에서는 이러한 상황을 효율적으로 극복하기 위해서 상호협력적인 관계 구축이 무엇보다 중요하다.

유통경로상의 공급자와 수요자 또는 판매자와 구매자의 관계에 있는 항공사와 여행사는 거래과정상 교환관계를 형성하게 되고 그 관계를 유지하려고 하는데, 이러한 구매자와 판매자 사이의 관계의 형성과 발전에 대한 이론적 패러다임이 관계마케팅이다[27]. 관계란 두 기업간의 연결고리이며, 관계에 참여한 기업들은 명백한 역할을 수행하거나 기대되는 행동을 한다. 특히 오늘날과 같이 거래파트너와의 관계가 성과에 큰 영향을 미칠 수 있는 상황에서 기업간의 협력적 관계의 중요성은 더욱 강조된다.

그러나 기업간의 관계는 영원할 수 없으며, 비록 한 기업이 파트너와의 관계를 지속하고자 하는 의지를 가지고 있다고 하더라도 여러 가지 이유에 의해 발생할 수 있는 갈등으로 인해 중요한 협력적 관계가 해지되기도 한다[1].

유통경로를 구성하고 있는 항공사와 여행사는 기본적으로 상호의존적이고 협조적인 관계를 이루고 있으나 관계형성 기간이 길어지고 관계의 폭이 넓어지면서 관계구조에 변화가 생기고 점차 갈등의 관계로 전환되는 경우가 많아지고 있다. 특히 최근의 급변하는 관광산업 내에서 경영의 효율성 확보와 경쟁우위를 점유하기 위한 전략수립 및 정책시행의 과정에서 양기업간의 갈등이 심화되고 있는데, 항공권 발권수수료 인하 및 폐지 정책으로 인하여 발생한 항공사와 여행사간의 갈등은 그 일례라고 할 수 있다.

이렇게 발생한 갈등은 효율적으로 관리되지 못하면 종국에는 관계해지로까지 이어질 수 있으며, 이는 양기업의 경영성과에는 물론 관광산업 발전에까지 큰 악영향을 미칠 수 있으므로 갈등에 영향을 미치는 두 기업간의 관계요인에 관한 연구를 통해 효과적인 갈등관리를 위한 전략적인 시사점 제시는 현시점에서 매우 시급한 과제라고 할 수 있다.

유통경로관리의 중요한 초점이 되고 있는 관계와 갈등에 대한 연구가 국내외 제조업과 유통업분야에서는 강조되어 활발하게 이루어졌으나, 관광 및 관련 사업 분야에서는 호텔관계마케팅 중심으로 연구가 이루어지고 있으며, 유통경로를 구성하며 밀접한 관

계를 맺고 있는 항공사와 여행사간에는 이인희(2009), 이준호(1998), 최은주(2006), 한금희(2004) 등에 의해 주로 관계특성과 성과에 관한 연구가 이루어졌고[12][13][16][17], 유통경로의 관계특성과 갈등에 관한 연구는 최은주(2006)의 연구에서 변수의 일부로 다루어진 정도로 아직 초기단계라고 할 수 있다[16]. 이러한 선행연구들도 이인희(2009)의 연구를 제외하고는[12] 모두 일방향 연구에 그쳐 양자간 거래를 전제로 하는 관계연구의 영향요인을 일반화하는 데에는 다소 무리가 있다고 사료된다.

이에 본 연구에서는 관계를 이루고 있는 양자인 항공사와 여행사간의 양방향 연구를 시도하여 관계특성과 갈등의 요인에 대한 두 기업간의 인식의 차이를 살펴보고 관계특성이 갈등에 미치는 영향을 규명하여 관계성을 검토하는 것을 주요 목적으로 하며, 이를 토대로 두 기업이 긍정적인 관계를 형성하고 유지할 수 있는 방안을 모색하고 궁극적으로는 두 기업이 안정적이고 장기적인 관계로 발전할 수 있는 전략수립의 기틀을 마련하고자 한다. 이로써 첫째, 고객은 양질의 여행상품과 서비스를 제공받을 수 있고, 둘째, 기업은 거래비용 절감 및 생산성 증가로 판매와 수익을 증대시킬 수 있으며, 마지막으로 관광산업 측면에서는 가시적인 큰 발전을 이룰 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

2-1 항공사와 여행사간의 관계특성

유통경로상에서는 공급자와 대리점 사이에 강력하고 지속적인 협력관계가 존재하게 되는데, 이러한 양자간의 상호관계를 중요시하는 요인이 관계특성이다[9].

관계특성은 기업간의 관계를 체결하고 유지하는 주요한 요인이며[8], 본사와 가맹점 사이에 강력하고 지속적인 관계유지에 필요하며 궁극적으로는 가맹점의 성과에 영향을 미치게 되는 주요 요인이다[2].

항공사와 여행사의 관계특성요인은 유통연구의 교환관계이론 중 자원의존이론과 거래비용이론을 바탕으로 설명할 수 있다.

Pfeffer & Salancik(1978)이 불확실한 환경과 의존 상태에 전략적으로 반응하는 조직관리의 차원으로 본 자원의존이론에서는 핵심조직은 자신의 생존이나 성장에 필요한 자원을 공급해 주는 조직에게만 의존하게 되며, 이때 자원을 공급해 주는 관련조직이 핵심조직에 의존할 자원이 있으면 상호의존관계가 성립된다고 설명하고 있는데[28], 항공사와 여행사는 항공좌석이라는 자원을 중심으로 상호의존관계를 이룬다고 할 수 있다.

기업간 관계는 상호거래비용의 절감을 가져다주는 거래양식을 설계하는 과정에서 특정한 교환형태의 거래구조가 형성되게 되는데 이러한 관점에서 거래비용이론을 체계화시킨 Williamson(1985)은 거래를 분석의 기본단위로 하여 거래비용증가에 따른 시장의 실패원인을 인간적 요인, 환경적 요인, 거래특성적 요인으로 나누어 설명하고 있다[35].

이는 항공사와 여행사의 관계에서도 설명되어질 수 있는데 한금희(2004)는 이를 토대로 하여 항공사와 여행사의 관계유형을 거래환경적 관계유형, 조직적 관계유형, 개인적 관계유형으로 구분하여 관계특성요인을 연구하였다[17].

첫째, 거래환경 관계특성은 항공사와 여행사의 거래관계에 영향을 미치는 유통환경 차원의 특성이다. 환경의 동태성은 유통경로시스템에 관련되는 환경요소들의 변화의 정도를 의미하며, 유통경로상의 수평적 갈등을 유발시키는 요인이다[20]. 정민희(2000)는 여행사의 환경변화를 환경불확실성으로 정의하고 환경불확실성은 상호유전적 규범과 결속적 규범에 영향을 미쳐 여행사와 항공사의 장기지향성에 영향을 미친다고 하였다[14]. 문화, 경제, 정치적 환경요인에 의한 변동은 항공사와 여행사의 관계에서 불확실성을 야기하고 부정적인 관계성으로 이어질 수 있다.

둘째, 조직적 관계특성은 항공사는 판매대리점으로 여행사를, 여행사는 상품공급업체로 항공사를 선택하는데 있어서 중요한 선택속성이라고 할 수 있다. Doney & Cannon(1997)은 신뢰형성에 영향을 미치는 기업차원의 특성을 평판, 규모, 정보의 공유, 고객화된 서비스 제공의지 등으로 제시하였고[23] 김완민·배상욱·이주형(2005)은 유통경로상에서 갈등에 영향을 미치는 관계마케팅 요인을 유대, 협동, 대체안의

비교, 상호의존성으로 제시하였다[6]. 항공사와 여행사의 거래관계에서 중심이 되는 항공좌석 및 제반서비스들은 양 조직을 상호의존적인 관계로 결속시켜 주는 거래특유자산으로서 관계를 결정짓는 중요한 요인이라고 할 수 있다.

셋째, 개인적 관계특성은 판매자와 구매자의 경계에서 접촉하고 있는 양 조직의 직원들간의 관계차원이다. 항공사와 여행사는 서비스제공 기업으로서 인적자원 중심으로 운영이 되기 때문에 직원들간의 관계가 항공사와 여행사의 관계를 결정짓는데 매우 중요한 역할을 한다고 할 수 있는데 특히, 이낙귀(2002), 한금희(2004), Doney & Cannon(1997)는 전문성, 유사성, 접촉빈도 등의 요인들이 관계성도에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다[12][17][23].

본 연구에서는 항공사와 여행사간의 관계특성을 여행소재 제공자인 항공사와 항공권 판매대리인인 여행사간의 상호의존적이고 지속적이며 성과에 영향을 미치는 관계결정 요인으로 정의하고 선행연구를 토대로 관계특성의 요인을 거래환경특성으로서 환경의 동태성과 환경의 불확실성을 조직관계특성으로 평판, 경쟁력, 상호의존성, 거래특유자산을 설정하였고 개인관계특성으로 전문성, 유사성, 접촉빈도를 설정하였다.

2-2 갈등

갈등은 실제 혹은 원하는 제반 반응들의 비양립성으로 말미암아 야기되는 경로구성원간의 긴장상태이다[32].

사회 시스템에서 자기의 목표달성 및 효과적인 성과달성에 다른 구성원의 행위가 방해가 된다고 지각하게 되면 좌절의 분위기가 팽배하게 되고, 주어진 시스템의 구성원들이 다른 구성원에게 좌절의 대상이 되면 갈등상태가 존재하게 된다[34]. 갈등은 의존관계에 있는 모든 사회조직에 보편적으로 존재하고 있는 현상인바 교환관계의 조직들로 결합된 유통경로에서도 필연적으로 존재한다[32].

유통경로에서의 갈등은 하나의 경로구성원이 그의 목표를 달성하는데 있어서 다른 경로구성원이 그들의 목표를 가로막거나 방해하려 하고 있다는 것을 다른 경로구성원이 인지하고 있는 상태이다[33]. 갈

등은 둘 이상의 유통경로 주체 사이에서 발생하는 행동적 현상으로서 심리적 대립감과 대립적 행동이 내포된 과정으로 이해할 수 있다[24].

기업들은 유통경로 내에서 역할을 수행하기 위하여 각자의 기능을 전문화하게 되며 또한, 상호의존을 필요로 한다. 따라서 최소수준의 협력이 필요하게 되며, 이러한 협력이 없는 경로는 갈등을 유발시키게 된다.

마케팅 패러다임이 교환마케팅에서 관계마케팅으로 전환되면서 갈등 연구의 중요성은 더욱 커지고 있는데, 특히 유통경로 연구에서의 갈등은 핵심적인 연구주제가 되고 있다.

Palamountain(1955)은 유통경로 갈등을 수평적 갈등, 형태간 갈등, 수직적 갈등의 세 가지 유형으로 구분하였는데[29], 항공사와 여행사간의 갈등은 제조업자와 도매상 또는 소매상, 도매상과 소매상 같은 상이한 수준에 있는 경로구성원간에 발생하는 수직적 갈등에 해당된다고 할 수 있다.

갈등이론은 갈등이 발생하는 단계별 과정을 중심으로 연구하는데 중점을 둔 과정모형과 갈등행동에 영향을 미치는 갈등의 원인 변수를 연구하는데 중점을 둔 구조모형으로 구분될 수 있는데[7], 본 연구에서는 갈등행동에 영향을 미치는 갈등요인을 밝히는데 주안점을 두고 연구하고자 한다.

유통경로상 갈등의 요인도 학자에 따라 다양하게 연구되고 있는데, 유통경로에서 갈등은 조직 차원에서 발생하는 경우가 많기 때문에 조직에 원인을 두고 상대방의 이익과 충돌될 수 있는 욕구에 관련된 구조적인 측면에서 많이 연구되고 있다. 유통경로 갈등의 원인으로 Bowersox & Cooper(1992)는 목표불일치, 지위·역할·영역불일치, 의사소통장애, 현실에 대한 인식 차이, 이데올로기의 차이, Stern & Gorman(1969)은 역할 불일치, 자원부족에 대한 경쟁, 지각차이, 의사결정영역의 불일치, 목표불일치, 의사소통의 왜곡 등으로 보았다[21][34]. 또한, 국내 학자 중 한상린(2004)은 갈등의 원인을 힘의 불균형, 역할 불이행, 지각의 차이, 의사소통장애, 역할명확성으로 보고 연구하였다[18].

이들 선행연구를 토대로 본 연구에서는 항공사와 여행사간 유통경로에서 갈등을 유발하는 가장 주요

한 원인을 지각의 차이와 의사소통장애로 보았다.

지각불일치 갈등은 동일한 사실이나 실체에 대해서도 다르게 지각할 때 발생하게 되는데 경로구성원은 서로 자신의 인식에 기초하여 상이한 반응을 보이게 되므로 갈등이 나타나게 된다[31]. 항공사와 여행사간의 관계에서는 성수기 항공좌석 부족에 대한 상황이나 여행시장의 경쟁상황을 바라보는 측면에서 지각의 차이를 보인다고 할 수 있다.

Mohr & Nevin(1990)은 효율적인 의사소통은 경로구성원들의 행위를 조정하는 수단과 협력 및 경로갈등의 해결 방안으로 작용할 수도 있지만 비효율적인 의사소통은 조화를 해칠 수 있으며 갈등을 조장할 수 있다고 하였다[26].

의사소통과 갈등은 상호의존적이며 그 과정들은 상호영향을 미친다. 의사소통은 갈등을 불러일으키기도 하고 갈등의 징후가 되기도 하며, 갈등해소의 효율적인 분위기를 조성할 수도 있다[4].

특히 항공사와 여행사간에는 양기업의 조직 및 담당자에 의해 구두로 이루어지는 합의 및 허가 내용이 많은데 이러한 경우 의사전달이 정확하게 이루어지지 못해 갈등을 겪는 경우가 빈번하여 의사소통장애는 두 기업간에 갈등을 초래하는 핵심적인 요인이라고 할 수 있다.

여러 선행연구들을 토대로 본 연구에서는 갈등을 유통경로상에서 상호의존 관계에 있는 구성원이 자신의 목표와 효율적인 성과달성에 다른 구성원이 방해가 된다고 느껴 불안한 상태라고 정의하고 선행연구를 토대로 갈등의 요인을 지각의 차이, 의사소통장애로 구성하였다.

2-3 관계특성과 갈등간의 관계

유통경로에서 마케팅 전략수립을 위한 관계특성과 갈등에 관한 연구는 일반경영학 차원에서 주로 프랜차이즈 대리점과 유통대리점을 중심으로 이루어지고 있었으며 관광관련기업간의 연구는 아주 미흡한 것이 현실이다.

따라서 본 연구에서는 국내외 학자들의 관계특성과 갈등, 그리고 이들 간의 영향관계에 대해 살펴봄으로써 항공사와 여행사에 대한 연구의 확고한 근거의 틀을 마련하고자 한다.

Mattson(1969)은 비효율적인 의사소통은 구성원간의 오해, 전략의 실패, 욕구불만의 상호감정을 유인하며, 모호한 상징 개념, 이념의 사용, 비밀주의, 정보 전달을 위한 동기의 부족, 표준화된 정보처리 절차 부족 등으로 인해 갈등이 유발된다고 주장하였다[25].

Buchanan(1992)은 거래환경이 역동적으로 변화하고 불확실성이 높은 경우, 상대방의 의존도를 높여 힘의 균형을 피하는 것이 상대방의 불공정한 힘의 행사를 억제하고, 갈등과 불만족을 사전에 차단하는 효과를 지니고 있다고 하였다[22].

김재곤(2001)은 여행사와 관련기업간 협력, 갈등, 경쟁관계에 관한 연구에서 갈등의 원인을 태도변수와 구조변수로 나누고 태도변수로는 역할, 기대, 의사소통을 들고 구조변수로는 목표의 불일치, 자치권 획득 요구, 희소자원에 대한 경쟁으로 보고 항공사, 호텔 등의 여행관련기업과의 갈등관계를 연구하였는데, 여행사가 다른 업체보다 갈등의 정도가 심한 것으로 나타났으며 이는 여행사가 관련기업과의 거래시 수평적이 아닌 수직적인 관계에서 업무를 하기 때문인 것으로 설명하고 있다[7].

김금림(2000)의 여행사-호텔기업간의 관계형성요인과 관계마케팅요인이 관계성과에 미치는 영향에 관한 연구에서는 비강압적 권력의 원천은 갈등에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 밝혀졌으며, 의존성이 높아지면 갈등관계도 심화되는 것으로 나타났다[3].

조현진(2003)의 연구에서는 공급업체와 유통업체간의 관계에서 나타나는 갈등현상을 불일치 개념으로 보고 갈등범주를 3개의 목표불일치·역할불일치·지각불일치로 구분하여 갈등에 영향을 미치는 주요 관계특성을 파악해 갈등양상에 대한 탐색적인 시도를 하였는데, 과거 거래에 대한 만족은 목표불일치 갈등, 역할불일치 갈등을 감소시키고, 비강압적 영향전략은 지각불일치 갈등을 감소시키며, 강압적 영향전략은 목표불일치 갈등과 역할불일치 갈등을 증가시키고 마지막으로 거래상의 불공정성은 목표불일치 갈등과 지각불일치 갈등을 증가시키는 것으로 나타났다[15].

한상린(2004)은 주유소와 가전제품 취급점을 중심으로 갈등발생요인과 갈등과의 관계, 갈등이 경영성과에 미치는 영향 연구에서 갈등원인 중 힘의 불균

형, 본사의 역할 불이행, 가맹점의 역할 불이행, 지각의 차이, 의사소통장애는 갈등과 정(+)의 관계를 가지고 역할명확성은 갈등과 부(-)의 관계를 가지는 것을 검증하였다[18].

최은주(2006)는 항공사와 여행사의 관계에서 갈등에 영향을 미치는 유통관계특성을 연구하였는데, 유통관계특성요인으로 과거거래상 만족, 거래의 불공정성, 기회주의적 행동, 상호의존성으로 설정하고, 갈등요인으로 목표불일치 갈등, 지각불일치 갈등으로 설정하여 목표불일치 갈등에 과거거래상 만족과 상호의존성은 부(-)의 영향을, 기회주의적 행동은 정(+)의 영향을 미치고, 지각불일치 갈등에 미치는 영향에 있어서 과거거래의 만족은 부(-)의 영향을, 기회주의적 행동은 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다[16].

김성우(2006)는 자동차 판매대리점을 중심으로 유통경로 상의 관계특성요인을 의사소통, 만족, 공정성, 의존성으로 설정하고 이러한 요인들이 갈등에 미치는 연구를 하였는데, 의사소통, 의존, 공정성, 만족의 순으로 관계특성요인 모두 갈등에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타나 경로구성원의 만족이 높을수록 대리점이 본사와의 거래관계에서 공정하다고 인식할수록, 의사소통이 자주 행해질수록 본사와의 거래관계에서 지각하는 의존의 정도가 클수록 양자간의 갈등수준을 낮추는 것으로 설명하고 있다[4].

III. 조사설계

3-1 연구모형 및 가설

본 연구의 목적은 유통경로상에서 항공사와 여행사간의 관계특성요인과 갈등요인의 측정을 통하여 관계특성과 갈등간의 차이 및 영향관계를 파악하고 이론 고찰을 토대로 개발된 연구모형의 타당성, 적절성을 검증해 보고자 함이다. 항공사와 여행사의 관계특성과 갈등이 서로 유의적인 차이를 보이는 것을 검증한 김재곤(2001), 황미화(2002) 등의 연구[7][19]와 관계특성이 갈등에 미치는 영향이 유의하다는 것을 검증한 김금림(2000), 조현진(2003), 최은주(2006), Buchanan(1992)등의 연구결과[3][15][16][22]를 토대

로 다음과 같은 연구모형과 가설을 설정하였다.

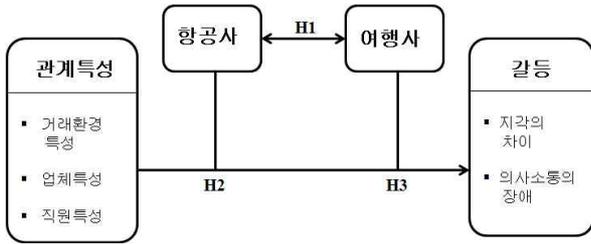


그림 1. 연구모형
Fig. 1. Research Model of the Study

H1. 항공사와 여행사의 관계특성, 갈등은 서로 유의적인 차이를 보일 것이다.

H1-1. 항공사와 여행사의 관계특성은 서로 유의적인 차이를 보일 것이다.

H1-2. 항공사와 여행사의 갈등은 서로 유의적인 차이를 보일 것이다.

H2. 항공사 측면에서의 항공사와 여행사간의 관계특성은 갈등에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2-1. 항공사 측면에서의 항공사와 여행사간의 관계특성은 지각차이갈등에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2-2. 항공사 측면에서의 항공사와 여행사간의 관계특성은 의사소통장애갈등에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H3. 여행사 측면에서의 항공사와 여행사간의 관계특성은 갈등에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H3-1. 여행사 측면에서의 항공사와 여행사간의 관계특성은 지각차이갈등에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H3-2. 여행사 측면에서의 항공사와 여행사간의 관계특성은 의사소통장애갈등에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3-2 연구방법과 설문구성

본 연구는 2008년 7월1일부터 7월 30일까지 30일 동안 서울, 경기, 부산 지역의 대한항공, 아시아나항공 및 국내 취항 외국항공사에서 여행사 관련 업무를 담당하는 영업부, 예약발권부의 직원들과 국외여행업과 일반여행업체에서 항공사 관련 업무를 담당하

고 있는 여행사의 카운터 직원과 판매관리자들을 연구대상으로 하여 자기기입형 설문지법(Self-Administered Questionnaires)을 이용하여 이루어졌으며, 항공사와 여행사 각각 230부씩 460부를 배포하여 항공사 203부, 여행사 221부를 각각 회수하였으며 이중에서 응답의 신뢰도가 떨어진다고 판단되는 설문지를 제외시켜 항공사 193부, 여행사 201부를 최종유효표본수로 하여 실증분석을 하였다.

본 연구에서 수집된 자료에 대한 통계처리는 SPSS version 13.0을 사용하여 통계처리를 실시하였으며, 빈도분석, 측정도구의 검증을 위하여 신뢰도 분석(Reliability Analysis)과 요인분석(Factor Analysis)을 사용하였으며, 가설검증을 위하여 T-test, 다중회귀분석(Regression Analysis)을 사용하였다.

표 1. 측정도구 및 설문문의 구성
Table 1. Measure factor and Questionnaire form.

구 분		문항수	측정 척도
관계 특성	거래 환경 특성	환경의 동태성, 환경의 불확실성	리커트 5점 척도
	업체 특성	평판, 경쟁력, 상호의존, 거래특유자산	
	직원 특성	전문성, 유사성, 접촉빈도	
출처	Doney & Cannon(1997), Pfeffer & Salancik(1978), 김완민·배상욱·이주형(2005), 정민희(2000), 최은주(2006), 황미화(2002), 한금희(2004)		
갈등	지각의 차이	8	리커트 5점 척도
	의사소통장애		
출처	Stern & Gorman(1969), Bowersox & Cooper(1992), 한상린(2004), 최은주(2006)		
일반적 사항	성별, 연령, 재직기간, 직위, 주요업무, 주거래사 분류	6	명목 척도

IV. 실증분석

4-1 조사대상자의 인구통계학적 특성

본 연구에서 사용된 표본의 인구통계학적 특성을 파악한 결과는 <표 2>와 같다.

표 2. 인구통계학적 특성

Table 2. Description of survey respondents.

구 분		여행사		항공사		구 분		여행사		항공사		
		빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)			빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	
성별	남자	66	32.8	69	35.8	직위	사원	80	39.8	70	36.3	
	여자	135	67.2	124	64.2		대리급	42	20.9	30	15.5	
연령	20~30세	116	57.7	66	34.2		과/차장급	7	3.5	73	37.8	
	31~40세	80	39.8	93	48.2		부장급	1	0.5	19	9.8	
	41~50세	5	2.5	32	16.6		임원	53	26.4	1	0.5	
	51세 이상	61	30.3	2	1.0		예약/발권	54	26.9	86	44.6	
재직 기간	3년 미만	79	39.3	50	25.9		업무	영업	77	38.3	95	49.2
	3~7년	33	16.4	47	24.4			기타	17	8.5	12	6.2
	7~10년	28	13.9	30	15.5			주거래 여행사	국외여행사	84	41.8	45
	10년 이상	71	35.3	66	34.2		일반여행사		30	14.9	148	76.7
						Total		87	43.3	193	100.0	

4-2 타당성과 신뢰성 검증

본 연구에서는 측정도구의 타당성검증을 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였으며 요인선택의 기준을 아이겐값은 1.0이상으로, 요인적재량은 일반적으로

‘아주 유의하다’ 고 하는 0.5 이상으로 하여 추출하였다[10]. 또한, 신뢰도 검증에서는 Cronbach's Alpha 값을 0.6이상으로 기준한 결과 관계특성과 갈등의 모든 요인이 충족하여 모두 신뢰할 수 있는 요인으로 나타났다으며 분석결과는 <표 3>과 같다.

표 3. 타당성과 신뢰성 분석

Table 3. Feasibility and Reliability analysis.

요인명		요인항목		요인 적재치	아이겐값	분산 변량	Chronbach's Alpha
관계 특성	거래 환경 특성	환경의 동태성	환경요인에 의한 상품판매량 변동	.863	1.941	38.824	.723
			경제요인에 의한 상품판매량 변동	.774			
			정치요인에 의한 상품판매량 변동	.769			
	환경의 불확실성	주거래 대체가능성 회사와의 거래 고객수요에 따른 대응방안 마련	.868	1.499	29.975	.658	
			.852				
			.899				
	업체 특성	평판	고객의 인식 정도	.899	2.578	23.438	.805
			브랜드 인지도	.854			
			업계의 평판	.712			
			상품의 경쟁력	.527			
		상호의존	주거래사 영업전략이 자사의 영업에 미치는 영향 정도	.827	1.907	17.388	.689
			주거래사 제공정보의 중요도	.781			
			주거래사에 대한 판매 의존도	.701			
		경쟁력	가격경쟁력 마케팅 능력	.872	1.655	15.042	.666
				.641			
				.824			
	거래특유 자산	업무시스템 연결 정도 업무 절차 및 제도의 용이성	.774	1.380	12.546	.627	
			.824				
	직원 특성	전문성	업무관련 전문지식	.865	2.363	26.251	.820
			신속, 정확한 업무 처리	.837			
새로운 정보의 신속한 제공			.720				
접촉빈도		업무시간 외의 사적인 만남 연락의 용이성 필요시의 신속한 방문	.790	1.800	20.004	.663	
			.732				
			.671				
유사성		성별의 유사성 지위의 유사성 신념이나 가치관의 유사성	.832	1.700	18.893	.607	
			.793				
			.560				
			.779				
갈등	지각 차이	같은 시장상황에 대한 다른 인식	.779	2.425	30.306	.739	
		거래과정에서의 견해 차이	.711				
		중요사안에 대한 주거래사의 경시	.703				
		목표하는 판매기간의 차이	.683				
		수익구조의 차이	.577				
	의사소통 장애	부적절한 정보의 교환 사업이익, 성장기회에 대한 논의 부족 문제발생시 신속한 협의 불가	.876	2.339	29.234	.813	
			.834				
			.815				
			.815				
			.815				

4-3 가설검증

4-3-1 가설1의 검증

여행사와 항공사간의 관계특성의 차이를 분석한 결과, 거래환경특성은 항공사와 여행사간의 인식차이가 없는 것으로 나타났다. 업체특성에서는 경쟁력 요인이 유의한 차이를 보이고 있었으며 평균이 항공사가 더 높아 주거래사의 경쟁력이 높다고 인식하고 있는 정도가 항공사가 더 큰 것으로 나타났다. 직원 특성에서는 유사성과 접촉빈도가 유의한 차이를 보였는데 여행사에서 인식하고 있는 항공사와의 유사성이 더 높은 것으로 나타났고, 항공사에서 인식하고 있는 여행사와의 접촉빈도가 더 높은 것으로 나타났다.

여행사와 항공사간의 갈등 차이 분석 결과, 지각 차이갈등과 의사소통장애갈등 모두 유의한 차이를 보였으며 여행사에서 인식하고 있는 갈등의 정도가 더 큰 것으로 나타났다.

표 4. 항공사-여행사의 관계특성, 갈등에 대한 차이분석
Table 4. Result of t-test analysis between airline and travel agency

구 분			항공사 (N=193)		여행사 (N=201)		t값	p값
			평균	표준 편차	평균	표준 편차		
관계 특성	거래 환경 특성	환경의 동태성	3.71	.764	3.71	.670	.097	.923
		환경의 불확실성	3.64	.623	3.58	.649	.943	.346
	업체 특성	평판	3.84	.571	3.76	.581	1.274	.203
		경쟁력	3.65	.602	3.18	.703	7.049	.000***
		상호의존	3.62	.568	3.67	.558	-.925	.355
		거래특유 자산	3.33	.632	3.40	.614	-1.015	.311
	직원 특성	전문성	3.50	.649	3.42	.686	1.151	.251
		유사성	2.84	.710	2.98	.590	-2.126	.034*
		접촉빈도	3.42	.622	3.00	.704	6.251	.000***
	갈등	지각차이	2.80	.524	2.97	.507	-3.101	.002**
의사소통 장애		2.46	.612	2.74	.683	-4.169	.000***	

주) *:p<.05, **:p<.01, ***:p<.001

4-3-2 가설2의 검증

항공사 측면에서 항공사와 여행사간의 관계특성

이 갈등에 미치는 영향을 분석한 결과는 <표 5>와 같다. 관계특성이 지각차이갈등에 미치는 영향에 대한 분석결과에서 R²값이 0.093으로서 회귀모형의 설명력이 9.3%로 나타났으며, 유의수준 5%에서 회귀모형이 유의한 것으로 나타났다. 요인별로 영향력을 보면, 경쟁력과 전문성이 지각차이갈등에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 의사소통장애갈등에 미치는 영향에 대해 조사하여 분석한 결과에서는 R²값이 0.381로서 회귀모형의 설명력이 38.1%로 나타났으며, 유의수준 0.1%에서 회귀모형이 유의한 것으로 나타났다. 요인들의 영향력을 보면, 전문성, 환경의 불확실성, 접촉빈도, 상호의존이 의사소통장애갈등에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 5. 항공사와 여행사간의 관계특성이 갈등에 미치는 영향 분석(항공사 측면)

Table 5. Result of regression analysis (Airline's answer)

종속변수	독립변수	Beta	t	p
지각차이	(Constant)		8.324	.000
	환경의 동태성	.008	.106	.916
	환경의 불확실성	-.027	-.317	.751
	평판	-.031	-.338	.736
	경쟁력	-.174	-2.023	.045*
	상호의존	.115	1.513	.132
	거래특유자산	.071	.870	.385
	전문성	-.189	-2.085	.038*
	유사성	.067	.901	.369
	접촉빈도	-.017	-.198	.843
R ² =.093 F=2.092 P=.032*				
의사소통 장애	(Constant)		.762	.447
	환경의 동태성	-.002	-.029	.977
	환경의 불확실성	-.235	-3.294	.001**
	평판	.046	.610	.543
	경쟁력	-.021	-.290	.772
	상호의존	-.135	-2.141	.034*
	거래특유자산	-.040	-.594	.553
	전문성	-.293	-3.906	.000***
	유사성	-.061	-.998	.320
	접촉빈도	-.214	-3.091	.002**
R ² =.381 F=12.501 P=.000***				

주) *:p<.05, **:p<.01, ***:p<.001

4-3-3 가설3의 검증

여행사 측면에서의 항공사와 여행사간의 관계특성이 갈등에 미치는 영향을 분석한 결과는 <표 6>과

같다. 관계특성이 지각차이갈등에 미치는 영향에 대한 분석결과에서 R²값이 0.166으로서 회귀모형의 설명력이 16.6%로 나타났으며, 유의수준 0.1%에서 회귀모형이 유의한 것으로 나타났다. 요인별로 영향력을 보면, 환경의 동태성, 유사성은 지각차이갈등에 정(+)의 영향을 미치고 있었으며, 경쟁력은 지각차이갈등에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 의사소통장애갈등에 미치는 영향에 대해 조사하여 분석한 결과, R²값이 0.432로서 회귀모형의 설명력이 43.2%로 나타났으며, 유의수준 0.1%에서 회귀모형이 유의한 것으로 나타났다. 관계특성 요인별로는 접촉빈도, 전문성이 의사소통장애갈등에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 6. 항공사와 여행사간의 관계특성이 갈등에 미치는 영향 분석(여행사 측면)

Table 6. Result of regression analysis (Travel agency's answer)

종속변수	독립변수	Beta	t	p
지각차이	(Constant)		8.120	.000
	환경의 동태성	.173	2.338	.020*
	환경의 불확실성	.002	.034	.973
	평판	-.088	-1.092	.276
	경쟁력	-.219	-2.673	.008**
	상호의존	0.84	1.051	.294
	거래특유자산	-.030	-.376	.708
	전문성	-.113	-1.214	.226
	유사성	.215	2.962	.003**
	접촉빈도	-.030	-.355	.723
R ² =.166 F=4.209 P=.000***				
의사소통장애	(Constant)		2.314	.022
	환경의 동태성	.100	1.629	.105
	환경의 불확실성	-.112	-1.850	.066
	평판	-.047	-.700	.485
	경쟁력	-.072	-1.069	.287
	상호의존	-.089	-1.351	.178
	거래특유자산	.078	1.194	.234
	전문성	-.272	-3.536	.001**
	유사성	.047	.786	.433
	접촉빈도	-.358	-5.182	.000***
R ² =.432 F=16.167 P=.000***				

주) *.p<.05, **.p<.01, ***.p<.001

V. 결 론

본 연구는 관광산업의 핵심기업인 항공사와 여행사의 관계특성이 갈등에 미치는 영향 요인을 검증하여 항공사와 여행사의 관계발전을 위해 개선해야 할 속성들을 파악하고 양기업이 장기협력관계를 구축하기 위한 마케팅 전략 수립에 도움이 되고자 하였으며, 주요 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 항공사와 여행사의 관계특성과 갈등에 대한 차이 분석 결과, 관계특성 요인 중 경쟁력, 유사성, 접촉빈도 요인이 갈등 요인 중 지각차이와 의사소통장애 요인이 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

둘째, 항공사와 여행사간의 관계특성이 지각차이갈등에 미치는 영향을 분석한 결과 유의한 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 항공사를 대상으로 연구한 경우 경쟁력, 전문성이 지각차이갈등에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 검증되었고 여행사를 대상으로 한 경우에는 환경의 동태성, 유사성이 지각차이갈등에 정(+)의 영향을 미치며, 경쟁력은 지각차이갈등에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 검증되었다.

셋째, 항공사와 여행사간의 관계특성이 의사소통장애갈등에 미치는 영향을 분석한 결과 유의한 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 항공사를 대상으로 연구한 경우에는 전문성, 환경의 불확실성, 접촉빈도, 상호의존은 의사소통장애갈등에 부(-)의 영향을 미치고 있는 것으로 검증되었고 여행사를 대상으로 한 경우에는 접촉빈도, 전문성이 의사소통장애갈등에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 검증되었다.

실증분석을 바탕으로 몇 가지 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 항공사와 여행사의 갈등에 대한 차이 분석에서 평균값이 항공사보다 여행사가 더 높아 여행사에서 느끼는 항공사와의 지각차이갈등과 의사소통장애갈등이 더 큰 것을 알 수 있다. 이는 항공사와 여행사의 관계에서 항공사보다는 여행사가 가지는 갈등의 정도가 더 큰 것으로 해석할 수 있으며, 여행사가 다른 여행 관련기업보다 갈등관계가 심하다는 김재곤(2001)의 연구결과를 뒷받침하고 있다. 여행사는 항공사와의 업무 관계에 있어서 중요한 역할을 수행하고 있음에도 불구하고 유통구조의 특성상 항공사

와 동등한 관계보다는 수직관계를 이루고 있다고 볼 수 있는데 이러한 관계구조의 부정적 측면이 표출된 결과라고 볼 수 있다. 이러한 결과를 볼 때, 항공사에서는 여행사에 대한 파트너십의 인식을 공고히 하고 여행사와의 갈등요소를 파악해 갈등을 줄여나가려는 노력이 여행사와의 관계정립을 위해 우선적으로 필요하다고 할 수 있겠다.

둘째, 항공사와 여행사간의 관계특성이 지각차이 갈등에 미치는 영향을 분석한 결과 항공사 직원들은 여행사의 경쟁력, 전문성이 높을수록 지각차이갈등이 낮아진다는 인식을 하고 있었으며, 여행사 직원들은 항공사의 경쟁력은 높을수록 환경의 동태성과 유사성이 낮을수록 항공사와의 지각차이갈등이 낮아진다는 인식을 하고 있는 것으로 나타났다. 항공사와 여행사 모두 경쟁력이 지각차이갈등에 영향을 미친다는 결과가 도출된 바, 항공사는 마케팅 및 영업차원에서 타항공사와는 차별화 되는 서비스를 개발하여 경쟁력을 제고 할 수 있도록 노력해야 할 것이며, 여행사는 패키지 상품 일변도인 여행상품 시장에서 자사만의 특화된 상품을 개발하여 경쟁력을 높일 수 있는 방안을 마련해야 할 것이다. 또한, 여행사를 대상으로 한 실증분석 결과를 볼 때, 유사성이 지각차이갈등에 정(+)의 영향을 미친다는 것은 의외의 결과인데, 이는 항공사 직원과 여행사 직원이 성별, 연령, 직급 등이 같을 경우, 항공사가 거래우위에 서는 경우가 많아 여행사 직원들에게 상대적인 갈등을 유발시킬 수 있는바 이런 결과가 도출된 것으로 해석된다.

셋째, 항공사와 여행사의 관계특성이 의사소통장애갈등에 미치는 영향을 분석한 결과, 항공사 직원들은 여행사의 환경의 불확실성, 전문성, 접촉빈도가 높을수록 여행사와의 의사소통장애갈등은 낮아진다고 인식하고 있으며 여행사 직원들은 항공사의 전문성과 접촉빈도가 높을수록 항공사와의 의사소통장애갈등은 낮아진다고 인식하고 있는 것으로 나타나 전문성과 접촉빈도가 양 기업 모두에게 중요한 영향요인임을 파악할 수 있다. 이런 결과를 놓고 볼 때, 항공사와 여행사가 긍정적인 관계로 발전하기 위해서는 거래 파트너에 대한 충분한 이해를 바탕으로 거래사의 업무 내용, 업무 절차, 시스템에 대한 전문적인 지식을 습득하여 전문성을 키울 수 있도록 하고 원활한 의사소통과 적절한 정보교환을 위한 커뮤니케이

션 제도 확립 및 상호의 이익을 위한 상세하고 전문적인 협의가 이루어져야 할 것으로 판단된다.

본 연구는 항공사와 여행사의 관계형성에 있어서 관계특성을 파악해 그 특성들이 갈등에 미치는 영향을 실증적인 입증을 통해 규명하고자 하였으나 아직 까지도 다음과 같은 몇 가지의 한계점을 지니고 있다.

첫째, 연구대상 지역 및 대상자에 있어서의 일반적인 한계점을 가진다. 지역의 경우 서울, 경기, 부산 지역에 한정했기 때문에 전체지역의 특성을 포함시키지 못한 한계가 있으며, 대상자에 있어서는 관리자급의 응답자가 적어 항공사와 여행사 종사자들의 인식을 일반화하는 데에는 무리가 있는 것으로 사료된다.

둘째, 항공사와 여행사의 관계특성과 갈등에 관한 선행연구 중 항공사와 여행사의 양방향(dyadic research) 연구가 거의 없어 충분한 연구 자료를 반영하지 못했다는 한계가 있으나 본 연구가 항공사와 여행사의 양방향 연구에 계기가 되어 향후에 이루어지는 연구에 준거의 틀을 마련했다는 데에 의의가 있다고 하겠다.

셋째, 선행연구의 이론을 중심으로 관계특성 요인을 추출하였기 때문에 현실적인 설명력이 부족한 요인들이 있어 향후에 이루어지는 연구들에서는 좀 더 보완이 되어야 할 것으로 사료된다.

참 고 문 헌

- [1] 강보현, 오세조, “환경의 동태성이 관계해지의도에 미치는 영향 유통연구”, 제10권, 제1호(2005), pp.85-107.
- [2] 강인호, 김영규, 김승욱, “외식산업 사업형 프랜차이즈 시스템의 관계특성과 재계약 의도”, *호텔경영학연구*, 제15권, 제2호(2006), pp.223-240.
- [3] 김금림, “여행사와 호텔기업간의 관계형성요인과 관계마케팅요인이 관계성과에 미치는 영향에 관한 연구”, *조선대학교 대학원 석사학위논문* (2002).
- [4] 김성우, “유통경로상의 관계특성, 갈등 및 관계해지의도의 관계에 관한 연구”, *연세대학교 대학원 석사학위논문*(2006).
- [5] 김성일, *관계마케팅*, 경문사, 1999.

- [6] 김완민, 배상욱, 이주형, “유통경로 상에서 관계 마케팅이 갈등 및 경로성과에 미치는 영향에 관한 실증연구”, *마케팅관리연구*, 제10권, 제1호 (2005), pp.95-119.
- [7] 김재곤, “여행사와 관련기업간 협력, 갈등, 경쟁 관계에 관한 연구”, *Culinary Research*, 제7권, 제1호(2001), pp. 147-180.
- [8] 성명순, “항공사-여행사의 의사교환이 파트너십에 미치는 영향”, *금주논총*, 제8집(2001), pp.115-130.
- [9] 신창락, “프랜차이즈 가맹점의 성과결정요인에 관한 연구”, *국민대학교 대학원 박사학위논문*(1993).
- [10] 원태연, 통계조사분석, *SPSS 아카데미*, 2004
- [11] 이낙귀, “여행도매업체의 여행소매업체에 대한 관계적 특성이 신뢰와 재구매의도에 미치는 영향에 관한 연구”, *강원대학교 대학원 박사학위논문*(2002).
- [12] 이인희, “여행사와 항공사의 의사교환, 유통관계 특성, 파트너십의 관계 연구”, *관광연구*, 제23권, 제4호(2009), pp.37-57.
- [13] 이준호, “항공사와 여행사간의 거래특성이 관계 결속에 미치는 영향”, *여행학연구*, 제7호(1998), pp.193-214.
- [14] 정민희, “여행사와 항공사의 장기협력관계에 관한 연구”, *경기대학교 대학원 박사학위논문*(2000).
- [15] 조현진, “공급업체와 유통업체의 관계특성이 갈등에 미치는 영향에 관한 연구”, *연세대학교 대학원 박사학위논문*(2003).
- [16] 최은주, “항공사와 여행사 유통관계특성과 신뢰”, *경기대학교 대학원 박사학위논문*(2006).
- [17] 황금희, “항공사와 여행사의 관계특성이 관계질에 미치는 영향에 관한 연구”, *관광경영학연구*, 제8권, 제3호(2004), pp. 401-423.
- [18] 한상린, “유통경로상의 갈등원인, 갈등 및 거래성과에 관한 연구”, *유통연구*, 제9권, 제1호(2004), pp.93-110.
- [19] 황미화, “호텔-여행사 관계특성이 관계결속과 장기협력관계에 미치는 영향”, *세종대학교 대학원 박사학위논문*(2002).
- [20] R. S. Achrol, and L. W. Stern, “Environmental Determinants of Decision-Making Uncertainty in Marketing Channels,” *Journal of Marketing Research*, Vol.25, No.1, 1988. pp.36-50.
- [21] D. J. Bowersox, and M. B. Cooper, *Strategic Marketing Channel Management*, McGraw-Hill, 1992. pp.324-325.
- [22] L. Buchanan, “Vertical Trade Relationships: The Role of Dependence and Symmetry in Attaining Organizational Goals,” *Journal of Marketing Research*, 29(1), 1992. pp.65-75.
- [23] P. M. Doney, and J. P. Cannon, “An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships,” *Journal of Marketing*, Vol.61(April), 1997. pp.35-51.
- [24] M. Etgar, “Sources and Types of Intra-channel Conflict,” *Journal of retailing*, 1979. pp.77-78.
- [25] L. Mattson, *Integration and Efficiency in Marketing Systems*, Stockholm School of Economics, 1969.
- [26] J. Mohr, and J. R. Nevin, “Communication Strategies in Marketing Channel: A Theoretical Perspective”, *Journal of Marketing*, 54(4), 1990. pp.36-51.
- [27] R. M. Morgan, and S. D. Hunt, “The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing,” *Journal of Marketing*, Vol. 58(July), 1994. pp.20-38.
- [28] J. Pfeffer, and G. R. Salancik, *The External Control of Organizations: A resource Dependence Perspective*, New York: Harper And Row, 1978.
- [29] J. C. Palamountain, *The Politics of Distribution*, Cambridge, MA, Harvard University, 1955.
- [30] B. H. Raven, and A. W. Kruglanski, “Conflict and Power,” *The Structure of Conflict*, Paul Swingle, ed., New York: Academy Press, 1970. pp.69-109.
- [31] S. P. Robbins, “Conflict Management and Conflict Resolution are nor Synonymous Terms,” *California Management Review*, 1987. pp.36-43.
- [32] B. Rosenbloom, *Marketing Channels: A Management View*, The Dryden Press, 5th (ed.), 1995.
- [33] L. W. Stern, A. I. El-Ansary, and A. T. Coughlan, *Marketing Channels*, 5th(ed.), Prentice-Hall Inc. 1996.
- [34] L. W. Stern, and R. H. Gorman, “Conflict in Distribution Channels: An Exploration,” *Distribution Channels: Behavioral Dimensions*, Boston: Houghton Mifflin, 1969. pp.288-305.

- [35] O. E. Williamson, *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*, New York: *The Free Press*, 1985.

정 인 경 (鄭仁京)



2009년 2월 : 경기대학교
 관광전문대학원 석사
 2009년 3월~현재 : 경기대학교
 관광전문대학원 박사과정
 (현) 숭의여자대학 관광경영과
 겸임교수
 관심분야 : 관광학 전반, 항공사,
 여행사, 관계마케팅

이 미 혜 (李美惠)



1983년 2월 : 경기대학교
 관광개발학과 (경영학학사)
 1988년 2월 : 경기대학교 대학원
 관광개발학과 (경영학석사)
 1994년 2월 : 경기대학교 대학원
 관광경영학과 (경영학박사)
 (현) 경기대학교 이벤트학과 교수
 관심분야 : 관광학 전반, 이벤트