

항공화물 물류관리 서비스와 경영성과의 상관성: Forwarder의 수익률 효과분석

Correlations between Air Freight Logistic Service and Business Performance of Forwarder

김중관(Joong-Kwan Kim)

동국대-서울 사회과학대 교수

목 차

I. 서론	V. 결론
II. 이론적 배경	참고문헌
III. 연구 방법론	Abstract
IV. 실증분석결과	

국문초록

21세기에는 물류운송 시스템의 정보화가 국제적으로 이루어져서 항공화물운송에서도 화물운송 통합 서비스가 구현되고 있다. 본 연구에서는 항공화물운송 관리체계의 핵심적인 연구 주제인 운송관리 시스템과 고객만족과의 상관성을 전제로 Forwarder의 수익률을 중심으로 경영성과의 상관성을 규명하였다. 소규모 운송관리 품질과 고객만족의 상관성 연구에서 기존에 연구주제로 채택되지 않았던 경영성과와 고객 만족도를 측정하였다. 연구목적의 달성을 위해 포워드링 이용 무역업체들을 대상으로 항공화물 운송관리 품질, 성과, 만족 관련 조사를 통하여 실증분석을 하였다. 항공화물의 운송과정의 제 단계에서 시스템의 서비스조건 측면의 운송관리 부분을 대상으로 성과변수를 단일항목으로 한정하여 측정하였다. 분석 결과, 국내 포워더의 운송시장에서 업무행태가 소비자 집단인 무역업체들의 업무에 긍정적인 영향을 주는 것으로 확인되었으며 이는 본 연구의 전제조건과 합치된다. 운송관리 품질 구성 차원들은 수익률 평가로 측정된 성과에 직접적인 영향을 주는 것으로 평가되었다. 아울러 성과는 고객만족에 긍정적인 영향을 주는 것이 분석되었다. 즉, 소규모 운송관리 품질은 화물위탁자의 만족도에 영향을 주는 한편, 성과를 통해 고객만족에 영향을 주는 것이 확인되었다. 이러한 분석결과는 항공화물 운송관리 상의 업무행태와 고객의 만족의 관계를 경영성과 측면에서 규명하였다는 점에서 실학적 가치를 극대화 하였으며, 운송실무 측면에서 포워더의 운송관리 시스템 향상을 위한 지속적인 투자의 타당성을 확보해준다는 측면에서 의미가 있다.

주제어 : 항공화물, 운송관리, 서비스 품질, 소비자 만족, 경영성과, 수익률

I. 서론

무역 1조 달러 규모 시대에 항공운송환경은 기업 간 업무의 다변화, 세분화 등 경쟁이 강화되고 있다. 화물 운송기업도 긴밀하게 고객과의 업무를 원활하게 수행하여야 실질적인 경영성과를 기대할 수 있다. 국제무역실무에서 화물운송주선업체(포워더)의 활동영역은 해상 항공을 혼재하여, 화물의 수량, 규격, 품질 등을 검사대행 등 국내외 물류관련 서류 처리와 다층적인 고객 지원을 포함하여 기초적인 물류업무를 수행하고 있다. 물류시장에서의 업무분야의 경계가 사라지면서 기업 간 경쟁강도가 높아지고, 기업들은 서비스상품, 지속적인 고객 만족 및 업무운영의 효율성 제고를 필수적인 다중 목표로 인식하고 이를 성공적으로 수행하여야 시장을 선도할 수 있기 때문이다. 2012년 기준 항공화물 운송주선업체는 3천개 이상으로 보고되고 있으며, 이외에 특송업체와 대기업 해외물류 운영부서에서도 국제물류주선사업¹⁾을 수행하고 있다. 국제 항공화물 운송 업무는 운송회사가 이윤창출을 극대화하기 위하여 화물 위탁자로부터 목표 화물을 해외 목적지까지 원활하게 운송하는 상호 거래하는 과정으로 이해할 수 있는데, 최근 항공화물운송업계의 시장 환경은 기업의 목적 달성에 필요한 업무과정이 극히 세분화되는 상황에서 화물운송 관리 시스템의 고객만족은 중요한 연구 주제로 인식되고 있다. 항공화물운송 관리업무에서도 고객만족을 달성하는데 운송관리 품질이 중요한 역할을 담당하고 있다고 추정되지만, 구체적으로 어떤 과정을 통해서 항공화물에 대한 운송관리 품질이 고객만족으로 이어지는 지에 대해서는 명확하게 확인되지 않고 있다. 본 연구는 이와 같은 상황에 대해서 다변화되는 운송업계의 관리시스템 개선차원에서 경영성과의 측정 을 목표로 고객만족이 형성되는 가치인식의 구성인자인 비용과 편익을 규명하고자 한다.

연구 목적의 달성을 위해 일반적인 항공화물 운송관리를 담당하고 있는 포워더의 운송업무에서 관리의 서비스 품질이 고객만족으로 이어지는 업무 과정에서 경영성과의 역할에 주목하고자 한다. 서비스 품질에서 고객만족이란 성과와 기대의 비교를 통해 형성²⁾되는데, 항공화물운송업체에 대한 기대수준 이상의 성과에 대한 확인은 화물위탁 고객의 만족이 기준이 될 수 있다. 이에 본 연구는 운송관리 업무에 대한 포워더의 경영성과평가를 연구주제로

1) '국제물류주선업'은 '타인의 수요에 따라 자기의 명의로 계산으로 타인의 물류시설, 장비 등을 이용하여 수출입화물의 물류를 주선하는 사업(물류정책기본법 제2조의 제11호)'을 말한다.

2) 올리버(Oliver, 1980)는 고객만족, 불만족이라는 기대-불일치패러다임(expectancy-disconfirmation paradigm)을 제시하였음. Oliver, R. L., "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions," *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, 1980, p.461. 고객만족은 제품의 품질이나 성능과 고객이 사전에 가지고 있던 기대 사이의 차이가 기준이 된다는 개념임. 이는 마음속에서 일어나는 작용을 규명하기 위한 것이므로 Oliver의 "고객만족모형"도 심리학 적 기제로 인식할 수 있음(Zeithaml, Valarie, Leonard Berry, and A. Parasuraman, 1993).

채택하여 항공운송에서 보다 세분된 운송업무 상황에서 고객만족의 형성 과정에 집중하고자 한다. 본 연구의 목적은 첫째는 고객만족의 대표적인 선행요인인 운송관리 시스템의 품질과 성과와의 관계규명이다. 둘째는 경영성과와 고객만족과의 관계 확인이다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 항공화물의 운송거래 상황에서의 고객만족의 형성 과정을 구체적으로 확인하고 포워더의 수익률을 측정하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 항공화물운송 거래

21세기에 들어서 급격히 성장하고 있는 항공화물운송 산업은 화물 위탁자의 운송에 대한 인식의 변화와 더불어, 무역량 증가에 따른 대상 수요 상품의 증가가 확연하게 나타나고 있다. 글로벌 시장경제시대에 국제적 경쟁의 가속화에 따라서 운임의 저렴화 및 운송시스템의 질적 향상이 요구되고 국제적 분업화 및 서비스 제고가 경영성과의 결정적 요인이 되었다.³⁾

국제물류는 해상운송과 항공운송으로 대별할 수 있으며, 항공운송은 제품의 고가의 제품과 첨단부품, 수명주기가 짧거나 빠른 납기가 요구되는 경우 활용되는 운송수단으로 국제물류에서 운송거리와 관계없이 선호되고 있고 최근에는 소규모 무역 거래에 집중적으로 이용되고 있다. 항공운송주선업은 화주의 화물운송주선사업이란 타인의 수요에 의하여 유상으로 화물 운송계약을 중개, 대리하거나 화물운송사업을 경영하는 자의 화물운송수단을 이용하여 자기의 명의로 계산으로 화물을 운송하는 사업을 말한다. 즉, 화물을 자기의 명의로 계산으로 운송하되, 제3자의 항공기의 운송수단을 이용하여 국제물류업을 담당하는 업종이다. 항공기에 의해 운송되는 승객의 수화물(Baggage)과 우편물(Mail)을 제외한 항공운송장(Airway Bill: AWB)에 의해 운송되는 항공화물(Air Cargo)운송의 장점⁴⁾을 물류·비용·시스템 상으로는 나누어 기술할 수 있다. 첫째, 물류상의 장점으로 긴급·소형화물 운송에 적합하고, 운송시간 단축으로 비용절감 및 화물의 파손발생 감소, 포장비의 절감, 통관의 간이화를 들 수 있다. 둘째, 비용상의 장점으로 포장의 표준화 및 경량화에 따른 운임절감과 육상운송에 비해 보험료가 저렴

3) 김종득 “국내 사이버물류정보서비스 구축 현황과 기업의 효율적 활용방안”, 『통상정보연구』, 제5권 제1호, 한국통상정보학회 2003, pp.103-121.

4) 항공운송의 장점은 고속운송, 고가 소형 상품에 적합, 품질유지, 손상·분실·도난 등 사고의 감소, 안전성·확실성, 포장비의 절감, 중장거리 수송에 유리, 재고수준의 저하, 시장경쟁력의 유지와 시장의 확대 등으로 알려져 있음(<http://kin.naver.com/qna/detail.nhn?> 2013.2.14. 검색).

하며, 신속한 운송으로 장치 및 보관비가 절감된다. 뿐만 아니라 하역처리 빈도가 비교적 낮고 신속하게 처리되어서 화물의 도난 및 파손의 위험이 경감되며, 기타 창고시설의 투자자본, 임차료, 관리비 등의 비용절감이 예측된다. 셋째, 시스템상의 장점으로 고객에 대한 서비스 향상으로 매출이 증대되고, 유동적인 수요변화에 대처할 수 있으며, 계절적 수요 등으로 판매기간이 짧은 상품도 시장경쟁력을 가질 수 있다.

특히 항공기 이착의 정시성 및 신뢰성 등의 고객 서비스 만족성이나 수요변화에 따른 적응성 등 Door to Door 운송에서 고객만족의 정도가 강조되는 기업경쟁력의 핵심요소를 담보하고 있다. 이 밖에, 신속한 운송으로 투자자본의 효율적 회전이 가능하며, 운송 목적품의 변질 등에 의한 손실을 감소를 들 수 있다. 이러한 요소는 마케팅의 업무에서 중추적인 위치를 점하고 있으며, 서비스 마케팅에 관한 연구에서 나타나는 지배적인 개념적 모형은 기대에 대한 경험의 불일치(disconfirmation of expectation) 연구모형이 되어 있다(Patterson, 1995). 고객만족과 불만족의 기준에 대한 다양한 대체적 개념이 있는데, 보편적인 정의는 서비스품질에 대한 고객의 기대와 실제적인 경험의 비교, 즉 기대불일치모형(expectancy disconfirmation model)에 기반하고 있다(Oliver & Desardo, 1988). 운송거래 과정에서 나타나는 불일치는 실제적인 서비스 품질이 기대한 수준보다 낮으면 성과는 부정적인 불일치가 되고, 곧 화물 위탁자는 불만족에 이르게 되며, 서비스 품질에 대한 지각이 기대보다 높으면 성과는 긍정적인 불일치가 되면서 만족에 이르게 되는 두 가지 측면이 있다.⁵⁾ 결국 항공화물운송의 서비스품질에 대한 기대에 대한 경험상의 불일치 모형에 따르면 고객만족과 고객 불만족 경험과 성과 및 불일치의 함수, 즉 고객만족(customer satisfaction)은 기대(expectancy), 성과(result), 불일치(disconfirmation)의 조합으로 나타낼 수 있다(Patterson, 1995).⁶⁾

항공화물운송 서비스에서 부정적 불일치는 운송업자의 업무행태가 화물위탁자의 기대치보다 낮을 때 발생하게 된다. 긍정적 불일치는 성과가 기대치보다 높을 때 일어나고, 성과가 기대와 같을 때 일치하게 된다(Oliver, 1997; 1993). 항공화물운송에서도 서비스의 품질에 대한 고객의 지각이 기대와 일치하지 않는, 즉 불일치는 부정적인 경험과 긍정적 불일치도 포함한다. 본 연구에서 도입하는 기대불일치 개념은 기대불일치 과정의 불일치 단계를 보다 높거나 보다 낮은(better-than /worse-than) 고객의 평가로 인식한다.

5) 지각이 기대와 같으면 일치(confirmation)하게 되고 그것은 고객만족과 고객 불만족에 크게 상관없으며, 일반적으로 보다 서비스에 대한 고객의 기대불일치로부터 초래된 인지적 및 감정적 판단이 결정 요소가 될 수 있다는 Oliver, Swan, Parasuraman 등에 의해 70년대 후반 소개된 이론으로서 최근 많은 학자들의 호평을 받고 있음.

6) 기대불일치 이론에 지각된 성과의 직접효과를 포함시킴에 있어서 이론적이고 실증적인 지지를 제공하고 있는데, 많은 소비상황에서 소비자만족 판단에 지각된 성과가 기대보다 더 중요할 수도 있음을 주장하였음(Tse and Wilton-1988). (<http://cafe.naver.com/hahohe11/199>, 2013.1.15. 검색)

2. 항공화물운송 관리

고객 만족을 위한 업무 관리 서비스(홍석기·백승익, 2006; Hunt, H. K., 1977; Kettinger, W. J. and C. C. Lee, 1994; and C. H. Mason, 2009; Nunnally, J. C., 1994; Oliver, R. L., 1980)는 다양한 연구에서 중요한 개념으로 인식되고 있고, 국제통상 운송환경에서 고객만족이 형성되는 시점과 한계에 대한 이론적 접근이 실무적으로 응용되어서 연구가 심화되고 있다.⁷⁾ 고객만족은 마케팅의 목적달성에 있어 핵심적인 역할을 담당하고 있으며(Cronin et al., 2000), 운송업무 서비스 품질에서도 고객만족을 설명하는데 있어서 중요한 고려 대상으로 평가할 수 있다. 기존의 연구에서 서비스의 질적조건이 고객만족의 중요한 선행요인이라는 점이 규명되었다.⁸⁾

서비스의 질적조건⁹⁾은 운송관리 업무의 전반적인 탁월성이나 우월성에 대한 소비자의 평가로 정의되며(Parasurman et al., 1985, 2005), 항공화물 운송마케팅 영역에서도 운송기업의 생존과 성장에 있어서 필수적인 요인으로 간주되고 있다. 항공화물 운송관리 품질은 편리성, 접근성, 거래 주체의 상호작용 등 운송관리의 특징을 반영한 새로운 서비스 품질 개념의 정립 필요성이 대두됨에 따라(Cox and Dale, 2001) 항공화물운송은 21세기 들어서 두드러지게 주목받기 시작했으며 운송단계가 효율적으로 운영되고 있어서 효과적인 통관, 서류작성 및 신속한 인도를 담보하는 것이 주요개념이다. 화물운송관리 품질을 측정하기 위한 발표된 기존 연구는 크게 2가지로 분류해서 살펴볼 수 있다.

첫째 국제물류 분야의 전통적인 연구흐름중의 하나는 해상운송뿐만 아니라 항공운송 체제의 질적 조건을 개선하려는 시도이다(박홍균 1994). 이 흐름에 속하는 연구들은 목적화물과 항공기간 상호작용과 같은 국제적인 환경의 특성을 반영한 관리기준 개발에 보다 역점을 두고 있다는 점에서 차별화된다. 서비스 품질이 접근성 혹은 사용성, 정보성, 상호작용의 차원으로 구성된다. 일반적으로 국제운송에서 접근성, 정보성은 서비스품질의 구성항목으로 분류되는 반면 상호작용성은 보안성과 개인성으로 구분되고 있는데, 마케팅과 같은 인접학문의 연구에서는 접근성, 정보성, 보안성, 신속성, 상호작용의 차원이 서비스 품질을 구성하고 있다고 분석하였다. 이러한 연구결과들을 종합할 때, 화물운송시스템의 서비스 품질 구성 차원 중 접근성과 정보성이 주요한 분석대상 항목으로써 대체로 안정적이지만, 상호작용성은 개인

7) Morgan, N. A., D. W. Vorhies, and C. H. Mason, "Market orientation, marketing capabilities, and firm performance," *Strategic Management Journal*, Vol. 30 No. 8, 2009, p.916.

8) 이승창·고도은, "온라인 서비스 품질이 고객만족 및 충성의도에 미치는 영향", 『한국유통학회 학술대회 발표논문집』, 2009 제2호, 한국유통학회, 2009, pp.171-188.

9) 서비스품질에 대한 부정적 불일치는 고객만족의 감소, 긍정적 불일치는 만족의 촉진, 즉 고객만족에 그리고 단순한 일치는 고객만족에 거의 영향을 미치지 못함(Oliver, 1993).

성, 보안성, 신속성 등으로 구분하고 상대적으로 안정성은 기본적인 요건으로 분류되고 있는 것으로 판단된다.¹⁰⁾

둘째로는 서류상 서비스 품질을 기반으로 항공 운송의 특성에 맞게 발전시키려는 접근이 있다. 이 흐름에 속하는 기존연구들은 운송관리 품질 측정에 대한 시도라는 점에서 의미가 있지만,¹¹⁾ 부분적으로 항공운송의 특징을 정확하게 반영하지 못했거나, 물리적으로 제품을 운송하는 항공화물 운송과정을 중심으로 분석하여 서비스 상품을 판매하는 기업으로서의 경영성과나 고객만족측면의 다양성이 담보되지 않다는 점 등의 한계를 내포하고 있다. 따라서 신속성, 안전성, 경제성 등 항공운송의 장점에 초점을 두고, 화물운송의 특성도 동시에 고려해야 한다.¹²⁾ 여객운송과 다르게 목적지에 도착한 화물은 회귀하지 않는 일방운송(One Way Traffic)을 하는 점과 대규모의 고정 구매자가 있으며, 반복적인 거래관계가 유지되는 한편 일관된 지상조업(Ground Handling)의 필요성이 요구된다. 또한 화물은 출발지에서 목적지까지 다양한 경로로 운송이 이루어지거나,¹³⁾ 이로 인한 추가 비용부담이 없는 측면에 대한 고려도 포함되어 있어야 한다. 본 연구에서는 선행연구 결과에 대한 고찰 및 운송 실무 전문가들과의 논의 결과를 토대로 화물운송 서비스 품질이 접근성, 정보성, 보안성, 신속성 차원으로 구성되는 것으로 개념화했다.

3. 경영성과와 고객만족

일반적으로 기업의 경영성과는 마케팅에 대한 주관적 시장성과와 객관적 재무성과로 정의하고 이러한 분류를 통하여 측정한다(Morgan et al., 2009; 마케팅정의제정위원회, 2002). 주관적인 시장성과는 기업의 수익성이나 매출액 또는 시장 점유율과 같은 기업의 마케팅 효과성 지표에 대한 응답자의 주관적 평가를 통해서 측정된다. 객관적 재무성과는 재무제표 상에 나타난 계량적 성과지표를 이용하는 방식으로 측정, 주로 2차 자료를 활용한다.

본 연구에서는 화물운송 거래에서 나타나는 주관적 시장성과는 해당업체의 실무담당자로부터 얻은 성과에 대한 정보(본 연구에서는 수익률)에 대한 주관적인 평가결과(만족도)를 활

10) 송선옥 “AHP기법을 이용한 국제물류주선업체의 정기해운선사 선택요인에 관한 연구,” 『통상정보연구』, 제13권 제2호, 한국통상정보학회 2011, p.100.

11) 장수은, 이용택, 지준호, “수요-공급의 동시모형을 통한 공로 화물운송특성분석”, 『대한교통학회지』 제19권 제4호 대한교통학회, 2001, pp.7-18.

12) 김은하, “항공화물 마케팅의 성공요인 분석”, 『전북대학교 마케팅 학술대회 발표논문집』, 33 전북대학교, 2010.

13) 화물운송에 있어서는 현장 전문가의 Loading, Unloading, Build-up, Break-down 등 지상조업이 필요함. 반면, 여객은 스스로 여러 상황에 대처 가능함. (서성환, “항공화물운송의 특성 및 이점”, 경영 지식, <http://blog.naver.com/shsup?Redirect=Log&logNo=150020036837>. 2012.3.4 검색)

용해서 성과를 측정했다. 이와 같은 주관적 인식이 항공운송 서비스 재구매에 대한 의사결정에 더 큰 영향을 미친다는 점에서 응답의 신뢰도가 확보될 수 있다. 응답자들의 응답 능력과 의지를 고려해서 실제 수익률은 성과지표로 활용하지 않았다.¹⁴⁾ 화물운송 거래가 회계 장부를 통하여 수익률을 확인할 수 있는 가능성은 있지만, 물량과 운송노선을 감안해서 실제 수익률을 파악하기는 용이하지 않으며, 실제로 운송업자들이 자신의 수익률을 정확하게 응답할 유인이 크지 않기 때문이다. 또한, 소규모 항공화물운송시장은 부정기적으로 이용되는 경우가 많아서 정보가 즉각적으로 서비스 채용에 반영되지 않기 때문에 실제로 화물운송거래 업무과정의 서비스 품질 차이가 실제 수익률의 차이로 연결되지 않을 가능성이 존재할 수 있다. 그리고 화물운송 거래에서 나오는 수익률은 화물운송 서비스 품질 이외에도, 운송규모, 거래기간, 업계 정보 등 운송관리업무의 다양한 특성과 계절적 요인, 국제 경제환경, 국제유가 등 외부 경제적 요인 등 다측면의 영향을 동시에 받기 때문에 서비스 품질과 실제 수익률 사이의 인과관계를 정확하게 분석하기가 어려울 수 있다.¹⁵⁾

고객만족은 기업의 영업 측면에서 다양하게 정의되고 있는데(Westbrook and Reilly, 1983; Yi, 1990), 국제경영학의 기초적인 마케팅 성과분석의 핵심으로 인식되고 있다(김상우, 2007), 기업의 수익성에 기여가 실질적으로 확인되고 있으며(Zeithaml, 2000), 실제적으로 고객만족은 운송업을 포함하여 대부분의 서비스 기업에서 경영이념으로 채택되어 있다(이유재, 2000), 항공화물 운송실무에서도 마케팅 기법의 일차적 과제이다. 운송관리 품질은 고객만족이나 충성도와 같은 다양한 마케팅 결과변수에 긍정적인 영향을 주는 것으로 추정할 수 있으나, 아직까지는 화물운송 서비스 품질이 어떤 과정을 통해 고객만족이나 충성도에 이르는 지에 대한 분석은 거의 확인되지 않고 있다. 항공화물운송에서는 서비스에 대한 구매 전 기대와 구매 후 물리적 혹은 심리적 만족감에 따른 성과의 일치 여부에 대한 평가로 이해할 수 있다.¹⁶⁾ 특히 항공화물운송 업무에서 고객만족은 개인고객 보다는 기업을 대상으로 하는 업무의 비중이 크기 때문에 누적된 거래 경험의 관점에 따르게 된다. 고객 만족을 일회적 거래를 기준으로 하는 것은 항공화물운송의 특성상 신뢰도 측면에서 유의성이 낮기 때문에 본 연구에서는 제외하였으며, 운송업무에서 고객만족은 누적적인 서비스 품질로 정의한다. 이와 같은 학술적, 실무적 비중으로 인해 고객만족은 대규모 해상운송 기업뿐만 아니라 화물을 상대적으로 주로 담당하는 포워더의 업무에서도 핵심적인 서비스 목표가 되고 있다.

14) 구본열, “성과지표모형을 이용한 투자성과분석,” 『산업과 경영』, 제24권 제1호, 충북대학교 산업경영연구소, 2011, pp.1-20.

15) 주혜영, 최석범 “한·중·일 3개국 B2C 전자상거래의 전반적 물류서비스 품질 영향경로와 고객성과에 관한 실증적 비교연구,” 『통상정보연구』, 제14권 제2호, 한국통상정보학회 2012, pp.497-521.

16) 김상조, “강의서비스가 만족과 신뢰에 미치는 영향에 대한 학습동기의 조절효과,” 『소비문화연구』, 제11권 1호, 한국소비문화학회, 2008, p.146.

서비스산업의 특성과 이용자 만족, 신뢰, 고객의 충성도 간의 연구 모형을 설정하고 이를 검증한 연구의 결과를 원용하면, 화물운송 상에서도 화물 위탁자의 만족은 신뢰와 서비스 구매에 직접적으로 영향을 주며,¹⁷⁾ 업무 결과에 대한 만족 정도는 화물운송의 물리적 결과와 과정에서 나타나는 심리적 안정성 및 상호 의사전달 과정 등 항공화물 운송고유의 특징의 영향을 받는다고 추정할 수 있다. 고객만족은 다양한 선행 요인들의 영향을 받기도 하고, 여러 가지 결과변수들에 영향을 주기도 한다. 예를 들어 해상을 통한 국제화물 운송에서 고객 만족은 비교적 정기적이고 빈번한 거래상황에서 원격지의 거래에 관한 운송업체의 서비스 품질에 직접적으로 영향을 받으며, 재거래와 고객의 충성도에 영향을 주는 것이 마케팅의 환경으로 연구된 바 있다(이승창·고도은, 2009).

그러나 항공화물의 경우, 포워더의 운송 관리업무에 대한 고객만족에 대한 분석은 대규모 해운회사의 운송업무 만큼 체계적으로 수행될 수는 없는 상황이다. 특히, 원격지, 장기간, 국제적인 운송업무 상황에서 고객만족이 형성되는 과정에 대한 연구에 대해서는 기존 연구에서 확인하기 어렵다.

Ⅲ. 연구 방법론

1. 연구 가설

항공화물 운송 시스템의 서비스 품질은 운송인이 전 구간의 운송에 대하여 일관책임을 부담하는 경우가 일반적이며 전체운송 구간에서 운송업자의 서비스의 전반적인 안전성이나 우월성에 대한 소비자의 판단으로 정의할 수 있으며, 장기적인 거래경험에서 도출되는 전반적인 판단의 형태라고 할 수 있다. 항공화물 위탁업자의 고객만족은 누적된 거래 경험을 토대로 형성된 거래 대상에 대한 심리적인 만족도이므로 서비스 품질의 영향을 직접적으로 받는다. 이러한 서비스 품질은 화물운송 뿐만 아니라 서류관리 업무 상황 모두에서 만족이나 충성도 등의 결과변수에 긍정적인 영향을 주는 것으로 인식되고 있다.¹⁸⁾ 따라서 다음과 같은 가설을 수립하였다.

17) Zeithaml, Valerie. A., "Service quality, profitability, and the Economic worth of Customers: What We Know and What We Need to Learn," *Academy of Marketing Science Journal*, Vol. 28 No. 1, 2000, pp.67-85.

18) 송채현, "송선옥 항만물류서비스의 품질과 고객만족에 관한 연구: 부산·광양항의 해운선사를 중심으로," 『통상정보연구』, 제6권 제2호, 한국통상정보학회 2004, pp.361-384.

가설1. 화물운송 서비스 품질은 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

- 1-1 정보성은 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 1-2 접근성은 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 1-3 신속성은 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 1-4 보안성은 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

서비스 품질이 고객만족이나 충성도에 긍정적인 영향을 주어서 서비스상품의 재구매율이 증가하는 것이 확인되었다.¹⁹⁾ 항공화물 운송관리 품질도 소규모 운송관리가 정확한 정보(정보성)와, 소비자와의 의사소통(접근성) 수준, 거래 내용에 대한 보안(보안성) 및 신속한 업무수행(신속성)활동 등이 상호작용 측면에서 직접적인 효과를 발휘할 가능성이 크고, 분석결과 의 도출에 응답성이 유효할 것이라고 판단되므로 성과에 대해 긍정적인 영향이 예상된다. 따라서 다음과 같은 가설을 수립할 수 있다.

가설2. 항공화물 운송관리 품질은 경영성과(수익률 만족도)에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

- 2-1 정보성은 성과(수익률)에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 2-2 접근성은 성과(수익률)에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 2-3 신속성은 성과(수익률)에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 2-4 보안성은 성과(수익률)에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

화물운송거래에서 위탁업자의 거래만족도는 기대 수준을 심리적으로 만족한 정도에 의해 결정된다. 따라서 성과에 대한 기대수준과 실제 성과에 대한 평가 결과의 비교가 고객만족의 형성에 영향을 미칠 것을 예상할 수 있다.²⁰⁾ 또한 개별 거래의 성과에 대한 고객만족이 누적되어서 장기적인 거래 대상에 대한 고객만족을 형성한다((Anderson et al., 1994))는 것이 기존의 서비스산업에서의 고객만족 연구에서 확인되었다.²¹⁾ 따라서 성과와 고객만족의 관계에 대해 다음과 같은 가설을 수립할 수 있다.

가설3. 경영성과(수익률 만족도)는 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

19) 이문규(2002), "e-SERVQUAL", 『마케팅연구』, 제17권 1호, 한국마케팅학회, 2002, pp.73-95.

20) 오문갑 "중국의 물류정책 발전방향에 관한 실증 연구", 『통상정보연구』, 제15권 제3호, 한국통상정보학회 2013, pp.387-409.

21) 조광행·박봉규, "점포충성도에 대한 전환장벽과 고객만족의 영향력에 관한 실증적 연구", 『경영학연구』, 제28권 1호, 한국경영학회, 1999, pp.47-74.

2. 연구 모형

본 연구는 항공화물 운송관리 품질의 구성차원들을 확인하고, 소규모 운송관리 품질과 고객만족과의 관계에서 성과의 역할을 규명하는 것을 목적으로 하고 있다. 이러한 연구 목적을 중심으로 이론적 고찰과 더불어 항공화물 운송 실무환경에 대한 조사결과를 토대로 연구 모형을 도출하였다.

3. 변수의 측정

<표 1> 신뢰성과 타당성 분석 결과

요인	변 수	요인 부하량	α
정보성	1. 정보의 정확성	.839	.891
	2. 정보의 신뢰성	.876	
	3. 정보의 신속성	.860	
	4. 정보의 유용성	.850	
접근성	1. 상호 업무의 교류의 용이성	.873	.871
	2. 상호 의사전달의 명확성	.848	
	3. 정보에 접근 용이성	.883	
신속성	1. 제 과정 연계의 신속성	.924	.835
	2. 업무처리 신속성	.874	
보안성	1. 화물운송 안전성	.823	.774
	2. 기업정보 보호성	.910	
경영성과	1. 수익률	개별 항목	
고객만족	1. 기능 만족도	.926	.913
	2. 기대 충족도	.922	
	3. 전반적 만족도	.920	

본 연구는 선행연구들을 토대로 항공화물 운송관리 품질을 “서비스의 전반적인 정확성이 나 신속성에 대한 소비자의 판단”으로 정의했으며, 성과는 항공화물주선업체의 현장 근무자들에 대한 설문과 면담을 통하여 개별기업의 수익률과-일반무역업체의 무역관리 담당직원에게 대한 주관적 만족도 평가를 이용해서 측정했다. 고객만족은 대표적인 Oliver(1980)의 4항목 척도를 이용해서 측정했다. 구체적인 측정 항목은 <표 1>에 정리되어 있다.

IV. 실증분석 결과

1. 자료수집

항공운송을 정기적으로 이용하는 수도권에 위치하는 무역업체의 담당직원을 무작위로 선정하여 항공화물운송 주선업체 이용 경험내용을 대상으로 설문을 실시하였다. 총 238부의 설문지가 수집되었으며, 이 중에서 부적합한 설문지를 배제하고 총 203부를 분석하였다. 응답된 유효 설문지를 분석해보면, 응답자들의 항공화물 운송 취급 경력은 1년 미만이 8%, 1년에서 2년 이하가 27%, 2년에서 5년 사이가 31%, 5년에서 10년 사이가 28%, 10년 이상이 6%를 차지하였다. 본 연구가 항공화물 운송에 관한 업무효율성분석을 목표로 수행하는 측면을 감안할 때 위와 같은 표본의 구성은 비교적 적절하게 확보된 것으로 판단된다.

2. 신뢰성과 타당성 분석

탐색적 요인 분석(Exploratory Factor Analysis)을 실시하여 측정된 변수가 구성개념의 정확도 측정을 위하여 검정하였다. 각 항목들에 대한 Varimax 회전의 분석을 실시한 결과, 각 변인과 요인간의 상관관계를 나타내는 각 변수들의 해당 요인들에 대한 요인부하량(factor loading)이 모두 0.8을 초과했으며, 참고로 해당 요인이 아닌 요인에 대해서는 0.4미만의 낮은 요인부하량을 갖는 것으로 나타났다. 또한, 내적일관성의 통계적 의미(동일한 측정을 위한 항목 간의 평균적인 관계에 근거한 신뢰도) 설명하는 모든 변수들의 Cronbach's α 값이 0.7을 초과하였다. 이에 따라서 기본적으로 각 항목들의 타당성과 신뢰성이 확보되었다(Nunnally, 1994). (분석 결과는 <표 1> 참조).

3. 가설검정

연구가설의 검정을 위해 연구자의 학문적 경험을 바탕으로 순차적으로 검증되는 위계적 회귀분석(hierarchical regression)을 실시했다. 가설 1을 검증하기 위해 항공화물 운송관리 품질 구성 요인들을 독립변수로 하고 화물 위탁자들의 고객만족을 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시했다. 분석결과 항공화물 운송관리 품질을 구성하는 4개의 하위 개념은 모두 고객만족에 유의한($p < 0.01$) 긍정적 영향을 주는 것으로 밝혀졌다. 종속변인에 대한 예측 모형간 상관관

계를 나타내는 다중공선성(Multicollinearity)을 확인하기 위한 분산확대지수(VIF; variance inflation factor) 값은 모두 1.0으로 다중공선성 문제가 없는 것이 확인되어서, 가설 1은 지지되었다.²²⁾

<표 2> 회귀분석 결과

독립변수	종속변수(경영성과)			
	β	t값	p값	VIF
정보성	.158	3.104	0.001	1.000
접근성	.219	4.626	0.000	1.000
신속성	.004	.591	.553	1.000
보안성	.132	3.111	0.002	1.000
R ²	.189			

독립변수	종속변수(고객만족)			
	β	t값	p값	VIF
정보성	.444	8.348	0.000	1.000
접근성	.439	8.245	0.000	1.000
신속성	.148	2.786	0.007	1.000
보안성	.311	5.342	0.000	1.000
R ²	.502			

독립변수	종속변수(고객만족)			
	β	t값	p값	VIF
정보성	.402	7.569	0.000	1.071
접근성	.374	6.871	0.000	1.065
신속성	.141	2.695	0.007	1.000
보안성	.263	4.866	0.000	1.019
성과	.293	3.649	0.000	1.180
R ²	.533			
ΔR^2	0.031 = .533 - .502			

가설 2를 검증하기 위해 항공화물 운송관리 품질 구성 요인들을 독립변수로 하고, 경영성과를 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시했다. 분석결과 소규모 운송관리 품질을 구성하는

22) 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)에서 독립변수들 사이에 선형적인 종속관계가 존재할 경우 <다중공선성(multicollinearity)가 존재한다. 일반적으로 다중공선성이 존재할 때 변수를 추가한다든지 또는 제외시킬 경우 추정되는 회귀계수의 값이 크게 변하거나 부호가 상반되게 나타나는 현상이 발생하며, 모형의 적합성에 대한 검정 결과가 유의함에도 불구하고 추정된 회귀계수 각각에 대한 검정에서는 유의하지 않게 나타나는 경우가 발생하기도 한다. 따라서 다중공선성이 존재하게 되면 회귀분석 결과에 대한... 정확성 해석이 불가능하게 될 뿐만 아니라 추정된 회귀식을 예측에 사용할 수 없게 된다.

[출처] 다중공선성(Multicollinearity) <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=buillee&logNo=90190501197>

4개의 하위 개념 중 정보성, 접근성, 보안성은 성과에 유의한($p < 0.01$) 긍정적 영향이 확인되었고, 신속성은 유의한 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다($p > 0.05$). 이 경우에서도 분산 확대지수가 1.0으로 다중공선성 문제는 나타나지 않은 것으로 확인되어서, 가설 2는 부분적으로 지지되었다.

가설 3을 검증하기 위해 고객만족을 종속변수로 하고 항공화물 운송관리 품질 구성 요인들과 여기에 경영성과를 추가한 경우를 포함하는 2차계의 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 분석결과 소규모 운송관리 품질 구성요인들과 경영성과는 화물 위탁자의 만족에 유의하게($p < 0.01$) 나타나서 긍정적인 영향이 평가되었다. 또한 화물 운송관리 품질 구성요소들만을 독립변수로 채택하는 것보다 여기에 성과(수익률 만족도)를 추가하는 경우가 분석모형의 설명력이 더 높은 것으로 나타났다($\Delta r^2 = 0.033$). 다중공선성 정도를 확인하기 위한 VIF 지수들은 모두 1.18이하로 다중공선성이 유효하게 인정되는 기준값 10.0 보다 상당히 낮게 검증되어서 다중공선성 문제는 존재하지 않음이 확인되었다. 따라서 가설 3은 지지되었다.

고객의 만족도가 높을수록 재구매 의도는 당연히 높아지는 반면, 고객만족도가 10% 떨어질 경우, 충성도는 39%가 감소하는 것으로 분석되고 있다(Bowen and Chen, 2001). 본 연구에서는 변수들 사이의 정확한 인과관계를 확인하기 위해 경로분석(path analysis, Wright, 1960)을 통하여 항공화물 운송관리 품질이 고객만족에 대해 갖는 영향력의 효과를 직접효과와 간접효과로 비교하였다. 분석 결과 소규모 운송관리 품질의 만족에 대한 전체 영향력 중 86.4%는 운송관리 품질이 고객만족에 영향을 미치는 것으로 측정되었고, 13.6%는 운송관리 품질이 경영성과에 영향을 미치고 이어서 고객만족이 제고되는 것으로 확인되었다.

V. 결론

본 연구는 항공화물운송관리 품질의 고객만족에 대한 상관성이 무역구조나 운송환경 변화에 따라서 변화하고 있는 상황에서 화물운송주선업자(포워드)의 핵심적인 마케팅 변수로 주목받고 있는 화물의 운송관리시스템의 서비스 품질이 고객만족에 미치는 영향을 중심으로, 경영성과의 관점에서 접근하였다. 연구결과 항공화물 운송관리 품질을 구성하는 가정된 하부요인들 중 신속성을 제외한 모든 요인들은 경영성과에 긍정적인 영향을 주는 것으로 규명되었다. 또한 성과는 고객만족에 긍정적인 영향을 주는 것으로 분석되었다. 고객만족에 영향을 주는 화물 운송관리 품질은 부분적으로 나타나는 경우도 발생하며, 항공화물운송의 경영성과

와 화물위탁자의 고객만족 사이에서 조절효과도 확인되었다.

본 연구의 결과는 다음과 같이 국제운송의 학문 및 실무적 시사점을 갖는다. 학술적으로 항공화물 운송관리시스템의 품질이 고객만족에 미치는 영향을 실증적으로 확인하는 과정에서 경영성과(수익률 만족도)의 역할을 규명하였다. 실무적으로 본 연구를 통해 밝혀진 성과의 역할과 영향력을 활용하는 시사점은 분석을 통해 도출된 것처럼 성과는 운송관리 품질에 대한 고객만족의 효과를 증진시키고 있는 점을 발견하였다. 이런 점을 활용해서 항공화물주선 업체들은 관리시스템의 서비스품질의 구성차원은 물론 성과 측면에서의 경쟁우위를 목표로 위탁업체와 긴밀한 업무협조 방법을 모색할 수 있을 것이다. 실제로 실시간 위탁화물의 이동 경로 확인과 같은 업무협조는 적절한 정보제공 기능을 목적 화물의 안정성에 반영해서 항공화물 운송관리시스템상의 서비스 품질을 향상시키고 이를 성과에 연결시켜서 고객만족도를 높이는 전략을 도출하는 등, 고객만족의 형성과정에 보다 체계적으로 접근할 수 있을 것이다.

본 연구에서는 변수 측정 시 성과변수를 수익률에 대한 주관적 고객만족도 평가의 단일항목으로 측정된 범위를 국제 항공화물 운송으로 제한하여 분석했으므로 연구의 결과를 전체 운송업계의 업무행태에 일반적으로 적용하기는 어렵다. 포워딩에 특화하여 무역업자를 대상으로 자료를 수집한 본 연구를 토대로 목적 지역 별, 운송기업의 규모 등을 고려한 조사를 통하여 연구를 확대하여 분석한다면 다른 국내 운송관리 시스템에도 유효하게 적용할 수 있을 것이다. 또한 항공화물 운송관리 품질이 위탁기업에 대한 만족과 같은 궁극적인 결과변수에 미치는 영향을 연구함에 있어 운송거래 제반의 과정에 대한 성과변수를 세분화하여 반영할 경우에 보다 정교한 연구결과를 얻을 수 있다.

참 고 문 헌

- 구본열, “성과지표모형을 이용한 투자성과분석,” 「산업과 경영」, 제24권 제1호, 1-20, 충북대학교 산업경영연구소, 2011.
- 김상우, “의료 서비스 품질, 고객만족, 신뢰 및 고객애호도의 구조적 관계”, 「소비문화연구」, 제10권 2호, 109-130, 한국소비문화학회, 2007.
- 김상조, “강의서비스가 만족과 신뢰에 미치는 영향에 대한 학습동기의 조절효과”, 「소비문화연구」, 제11권 1호, 143-164, 한국소비문화학회, 2008.
- 김은하, “항공화물 마케팅의 성공요인 분석”, 「전북대학교 마케팅 학술대회 발표논문집」, 전

- 북대학교, 2010.
- 김종득, “국내 사이버물류정보서비스 구축 현황과 기업의 효율적 활용방안”, 「통상정보연구」, 제5권 제1호, 103-121 한국통상정보학회 2003.
- 마케팅정의제정위원회, “한국마케팅학회의 마케팅 정의”, 「마케팅연구」, 제17권 2호, 5-6, 한국마케팅학회, 2002.
- 박홍균, “貨物運送의 特性에 따른 積荷保險者의 責任期間 適用에 관한 考察”, 「해운물류연구」, 제19권, 357-389, 한국해운물류학회, 1994.
- 송선옥, “AHP기법을 이용한 국제물류주선업체의 정기해운선사 선택요인에 관한 연구”, 「통상정보연구」, 제13권 제2호, 95-117 한국통상정보학회 2011.
- 송채현, “송선옥 항만물류서비스의 품질과 고객만족에 관한 연구: 부산·광양항의 해운선사를 중심으로”, 「통상정보연구」, 제6권 제2호, 361-384, 한국통상정보학회 2004.
- 오문갑, “중국의 물류정책 발전방향에 관한 실증 연구”, 「통상정보연구」, 제15권 제3호, 387-409, 한국통상정보학회 2013.
- 이문규(2002), “e-SERVQUAL”, 「마케팅연구」, 제17권 1호, 73-95, 한국마케팅학회, 2002.
- 이승창·고도은, “온라인 서비스 품질이 고객만족 및 충성의도에 미치는 영향”, 「한국유통학회 학술대회 발표논문집, 2009 제2호, 171-188, 한국유통학회, 2009.
- 이유재, “고객만족 연구에 관한 종합적 고찰”, 「소비자학연구」, 제11권 2호, 139-166, 한국소비자학회, 2000.
- 장수은·이용택·지준호, “수요-공급의 동시모형을 통한 공로 화물운송특성분석”, 「대한교통학회지」 제19권 제4호 pp.7-18, 대한교통학회, 2001.
- 조광행·박봉규, “점포충성도에 대한 전환장벽과 고객만족의 영향력에 관한 실증적 연구”, 「경영학연구」, 제28권 1호, 47-74, 한국경영학회, 1999.
- 주혜영, 최석범 “한·중·일 3개국 B2C 전자상거래의 전반적 물류서비스 품질 영향경로와 고객 성과에 관한 실증적 비교연구”, 「통상정보연구」, 제14권 제2호 497-521, 한국통상정보학회 2012.
- 홍석기·백승익, “WebQual을 이용한 인터넷 서점의 서비스 품질 분석”, 「대한경영학회지」, 제19권 5호, 1895-1912, 대한경영학회, 2006.
- Anderson, E. W., C. Fornell, and D. R. Lehmann, “Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Finding From Sweden,” *Journal of Marketing*, Vol. 58, 53-66, 1994.
- Cox. J. and B. G. Dale, “Service Quality and e-commerce: an Exploratory Analysis,” *Managing Service Quality*, Vol. 11 No. 2, 121-131, 2001.

- Cronin, Jr. J. J. and M. K. Brady, and G. T. M. Hult, "Assessing the Effects of Quality, Value, and Consumer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environment," *Journal of Retailing*, Vol. 76 No. 2, 193-218, 2000.
- Hunt, H. K., "CS/D: Bits and Pieces," in Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, Ralph L. Day, ed. Bloomington: *School of Business*, Indiana University, 40, 1977.
- Kettinger, W. J. and C. C. Lee, "Perceived Service Quality and User Satisfaction with the Information Services Function," *Decision Sciences*, Vol. 25 No. 5, 737-766, 1994.
- Morgan, N. A., D. W. Vorhies, and C. H. Mason, "Market orientation, marketing capabilities, and firm performance," *Strategic Management Journal*, Vol. 30 No. 8, 909-920, 2009.
- Nunnally, J. C., *Psychometric Theory*, 3th ed. New York: McGraw-Hill, 1994.
- Oliver, R. L., "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions," *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, 460-469, 1980.
- _____, "Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings," *Journal of Retailing*, Vol. 57, 25-48, 1981.
- Parasuraman, A. Z. and L. Berry, "Problem and Strategies in Service Marketing," *Journal of Marketing*, Vol. 49, 34-35, 1985.
- _____ and A. Malhotra, "ESQUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality," *Journal of Service Research*, Vol. 7 No. 3, 213-333, 2005.
- Wright, S.(1960), "Path Coefficients and Path Regression: Alternative or Complementary Concepts?," *Biometrics*, Vol. 16, 189-202, 1960.
- Yi, Y., A Critical Review of Satisfaction, in Valerie A. Zeithaml(ED.), *Review of Marketing 1990 Chicago: American Marketing*, Vol. 52 No. 3, 2-22, 1990.
- Zeithaml, Valerie. A., "Service quality, profitability, and the Economic worth of Customers: What We Know and What We Need to Learn," *Academy of Marketing Science Journal*, Vol. 28 No. 1, 67-85, 2000.
- Zeithaml, Valerie, Leonard Berry, and A. Parasuraman, "The Nature and Determinant of Customer Expectation of Service," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 21 No. 1, 1-12, 1993.
- <http://blog.naver.com/shsuhp?Redirect=Log&logNo=150020036837>. 28 Dec. 2013.
- <http://kin.naver.com/qna/detail.nhn?>, 15 Jan., 2014.
- <http://cafe.naver.com/hahohe11/199>, 14 Feb., 2013.

ABSTRACT

Correlations between Air Freight Logistic Service and Business Performance of Forwarder

Joong-Kwan Kim*

The study has try to find out the relationship between airfreight service quality and satisfaction in international forwarding practice which has focused to figure out the mediating role of performance that measured as subjective evaluation on profit. For the purpose of this paper, questionnaire survey has been performed on the relationship among the procedure of the air freight service quality was found to have not only direct influence but also indirect impact through performance on satisfaction. This research made some contribution both academicals and logistic practices. Academically, it is the first research to address the relationship between air freight service quality and profit performance in Korean academic field. Practically, this study provides justification for the investment to improve forwarding service quality.

The results of this study bear some implications on international shipping and practice. The quality of the air cargo transportation management system for customer satisfaction and its impact on business performance in the process to make an empirical identifies. The role and influence of the working-level analysis to derive the performance as transportation management, as well as the effectiveness of customer satisfaction for quality and promote a point. Arrange this point take advantage of air cargo companies are composed of service quality management system for the dimension of course aims to foster a competitive advantage in terms of performance.

This paper suggest that real-time movement of the consignment route provides information such as verification and business cooperation for the purpose of proper features a reflecting on the stability of cargo air freight management system, that improve the quality of services on this performance to increase the customer satisfaction strategy in connected getting and so on, is in the process of the formation of customer satisfaction.

Key Words : Airfreight, Transport Management, Service Quality, Satisfaction, Performance, Profit

* Professor, Social Science College, Dongguk Univ.- Seoul, Korea