

Article

항공관광종사원의 공항서비스 정책수용성 인식이 고객가치에 미치는 영향

최성수*, 김광옥**, 최진영***, 김현득****

A Study of the Effect of Aviation·Tourism Industry Employees' Airport Service Policy Acceptance on Creating Customer's Value

Seong-Soo Choi*, Kwang-Ok Kim**, Jin-Young Choi***, Hyun-Deuk Kim****

ABSTRACT

Aviation/tourism industry has a unique characteristic of high inter-dependance between customer and service-provider. It is the mental condition of service-provider that could influence on the attitude of the service-provider. Thus, it is important to manage the mental condition of the service employees to enhance a company's financial performance. This paper tries to analyze the combined model of both policy acceptance and service profit chain(SPC) models. First, service policy acceptance model tells how the service policy acceptance, which consists of policy compliance, trust, participation and policy failure, would influence on SPC model. According to empirical research, it was found that both the employees' policy compliance and the policy trust have a positive significant impact on their participation on service policy. In the policy acceptance model, the employee's voluntary participation based on their trust and compliance of the policy was proven to have a positive effect on increasing job satisfaction and customer orientation. Regarding SPC model, their participation in the policy had the strongest impact among variables on customer orientation. Such results implies the employees' participation on the policy could become the starting point to enhance the customer value.

Key words : Policy acceptance(정책수용성), Policy trust(정책신뢰), Policy participation(정책참여), Customer value(고객가치), Service-profit chain(서비스이익사슬모형)

I. 서론

1.1 연구의 배경

서비스는 고객과 서비스 제공자 간의 상호작용으로

Received : 01. Feb. 2017. Revised : 10. Mar. 2017.

Accepted : 23. Mar. 2017

* 세종대학교 일반대학원 호텔관광경영학과 박사과정

** 한국항공진흥협회

*** Leiden University

**** 경북전문대학교 철도경영학과

연락처, E-mail : beoing747kr@naver.com

경상북도 영주시 대학로 77

고객이 서비스 기업에서 다중 상호작용을 하는 경우에도 각각의 서비스 접점이 기업의 전반적 이미지를 형성하며 이러한 고객과 서비스 제공자의 상호작용 결과가 기업의 성공에 중요한 영향을 미친다[1]. 이러한 이유로 많은 서비스 기업들은 고객에게 무결점의 서비스를 제공하기 위하여 노력한다. 그러나 일반적으로 서비스는 고객과 서비스제공자의 상호작용을 통하여 창출되고 제공되며, 생산과 소비가 동시에 일어나는 특징이 있어[2], 서비스 제공과정에 있어 지적, 감정적 판단 등 종합적인 관점에서의 접근이 요구된다. 항공관광산업은 고객과 서비스제공자의 상호작용이 중요한 인적자원 의존도가 높은 서비스

산업으로 제공자의 심리상태는 서비스 제공 태도에 영향을 미치는 요인이 될 수 있으므로 서비스 제공자의 심리적 정서적 차원의 관리로 기업경영에 긍정적 성과를 도출하려는 노력이 필요하며[3], 항공관광종사원은 서비스정책에 대한 깊은 이해와 높은 정책수용성이 필요하다고 할 수 있다. 또한, 이를 뒷받침하기 위해서 항공관광종사원들을 대상으로 하는 유연한 조직문화 정착노력 및 서비스교육을 지속적으로 실시하여 종사원들이 느끼는 만족이 정책수용성 제고 및 고객지향적인 서비스노력으로 이어지기 위한 제반 여건의 마련이 선행되어야 한다.

또한, 정부는 정책집행을 통해 자원을 동원·배분·조정하게 되는데 국민의 ‘동의’와 ‘합의’가 선행되어야 한다. 항공관광정책의 집행 측면에 있어서 항공관광종사원의 ‘동의’, ‘합의’는 정책수용성이라고 할 수 있는데, 이를 서비스분야에 확대한 개념이 본 연구에서 고찰하고자한 서비스정책수용력이라 할 수 있다. 정책수용성이 확보되려면 정책은 규범적 정당성, 참여적 정당성, 도구적 정당성이 확보되어야 하는데 이를 구체적으로 살펴보면, 규범적 정당성은 정책 내용의 측면, 참여적 정당성은 정책과정에서 수용 대상자와 의사소통의 측면, 그리고 도구적 정당성은 정책수단의 측면으로 구분할 수 있다[4].

고객가치는 무엇을 주고(서비스 획득과 이용에서의 비용 또는 희생), 무엇을 받았는지(서비스에 의해 제공된 이점)를 바탕으로 서비스의 순수한 가치에 대한 고객의 전반적인 평가로 정의 될 수 있다[5]. 또한, 고객가치는 미래 지향적인 전략적 측면에서 현재 및 잠재 고객의 요구사항을 가장 잘 충족시킬 수 있는 가치를 어떻게 제공할 것인가에 초점을 맞추어 진행되는 연구로 고객가치를 상품 선택, 구매 의도, 재구매 등 고객 행동의 서로 다른 부분을 설명할 수 있다[6].

이에 본 연구에서는 첫째, 항공관광서비스 분야에 근무하는 종사원들의 서비스 정책수용력에 대해서 살펴 본 후 고객가치에 어떠한 영향을 미치는 지 탐색하고, 둘째, 서비스이익사슬이라는 연구모형을 확장하여 항공관광종사원이 인식하는 서비스 정책수용력이 고객가치에 미치는 영향에 있어 서비스이익사슬모형이 어떠한 매개효과를 하는지 구체적으로 살펴보고자 한다. 또한 연구결과를 중심으로 본 연구가 주는 학문적 및 실무적 시사점을 적용, 활용할 수 있는 방안을 제시하는데 연구의 목적이 있다.

II. 이론적 고찰

2.1 정책수용성

수용성(Acceptance)은 어떤 사람이 특정 대상의 내적 또는 외적 가치를 마음속으로 받아들이는 태도의 정도이며[7] 정책 수용성은 주어진 정책에 대해서 정책대상 집단이 이를 받아들일 것인가 또는 거부할 것인가의 태도를 결정하는 것으로 특정 정책과 정책대상 집단 간 내면적 관계에 대한 주관적 표현이다[8].

정책 수용성에 있어서 개인의 태도에 영향을 미치는 인지적 차원의 요인에는 이해관계와 이념 또는 가치에 따른 요인 뿐 아니라, 제도 자체에 대한 신뢰도 포함될 수 있다. 즉, 행태주의적 관점에서의 요인 뿐 아니라 제도 또는 정책에 대한 신뢰수준(태도)도 정책의 수용성에 영향을 미칠 수 있으며[9], 정책수용의 주요 주체로는 정책집행자, 정책대상집단, 중간매개집단으로 분류할 수 있다[10].

정책수용의 측면에서 수용동기를 3가지로 분류되는데[11][12] 첫째는 계산된 동기(calculated motivations) 또는 경제적 동기에 영향을 받는 것을 가정한 수용동기이다. 둘째는 규범적 동기(Normative motivations)이며, 셋째, 사회적 동기(Social motivations)이다.

정책수용성 구성요인을 연구한 선행연구들에서의 바람직한 정책성과 창출의 중요요인 가운데 하나는 정책대상자의 정책순응이다[13]. Young (1979)은 “순응(compliance)이란 특정의 행동규정이나 규칙 등에 일치하는 특정 행위자의 모든 행위를 의미한다고 주장하였으며, 반대로 불응(non-compliance)이란 이러한 규정이나 규칙에 일치하지 않은 행위”라고 정의하고 있다[14].

둘째, 정책참여(Policy Participation)에 대한 선행연구에서 Brinkerhoff(1999)는 시민사회 단체의 정책적 참여 증대가 정부의 책임감, 투명성 및 반응성(response)을 현실화하고 강화하는 수단이 된다고 주장하였다[15].

셋째, 정책방향성에 대한 신뢰로 박희봉·이희창·조연상(2003)[16]은 대인신뢰, 정치참여 양식, 단체참여, 거주지역, 개인의 사회경제적 배경인 정부신뢰에 영향을 미치는 요인이라는 점에 초점을 맞추었으며, 이종범(1988)[17]은 정부의 신뢰성을 분석하는데

‘정직성’, ‘정책집행’, ‘정부능력’, ‘정책내용’을 분석적으로 하였으며, 박통희(2000)[18]는 신뢰대상인 정부의 특성으로 ‘개방성’, ‘정직성’, ‘일관성’, ‘정부의 능력’, ‘공정성’을 제시하였다.

넷째, 정책 추진의 장애요인에 대해 정주용(2014)[19]는 크게 정책 수행능력에 대한 불신과 정책의 공정성 및 투명성에 대한 불신으로 나누었으며, 특히 Bultler(1991)[20]는 정부신뢰의 영향요인으로 공정성을 강조한 바 있다. 선행연구 중 정부의 능력요소 내지 정부의 정책수행능력 등을 장애요인으로 오경민과 박홍식(2002)[21]은 ‘전문지식’, ‘절약’, ‘능력’을 제시한 바 있으며, 이종수(2001)[22]는 ‘효율성’을 정부능력으로 보았다. 또한, Bultler(1991)[20]는 ‘충성’, ‘개방성’, ‘유능’, ‘수용성’, ‘분별’, ‘공평’, ‘성실’, ‘일관성’, ‘약속이행’ 등의 특성을 도출한 바 있다. 본 연구에서는 서비스정책수용성을 선행연구를 통해 ‘방향성’, ‘정책동조’, ‘정책참여’, ‘장애요인’ 네 가지로 분류하여 변수로 정하였다.

2.2 정책신뢰

최근 행정학 및 정책학 분야의 연구에서 신뢰라는 개념이 많이 등장하고 있으나, 정책신뢰라는 용어는 그간 학술적으로 구체적으로 논의된 개념은 아니다. 하지만 정책문제의 특성은 정책관련 집단의 문제정의과정에 증대한 영향을 초래하며[23], 사회적 갈등을 야기할 수 있는 가능성이 크다는 점이다.

특히, 정부정책의 경우 정책의 영향을 받는 범위가 넓으며, 파급효과가 크기 때문에 더욱 신중하게 접근할 필요가 있다. 이로 인해 발생할 수 있는 부작용을 최소화하기 위한 중요한 부분이 ‘신뢰’라는 개념이다. 어떤 정부정책의 성공가능성을 높이는 주요한 원인인 정부신뢰[24][25]는 합리적인 정책대안 선택과 원활한 정책집행을 위한 전제조건이 될 수 있다.

양희창·홍인기·박광철(2012)[26]은 이를 ‘정책을 감시 또는 통제할 수 있는 능력과는 상관없이 대상자가 정책으로부터 피해를 볼지도 모르는 데도 불구하고 기꺼이 감수하며 정책을 지지하는 심리적 태도’라 정의하였다.

신뢰의 인과구조를 정치, 경제, 사회의 3가지 차원에서 밝혔던 서문기(2001)[27]는 정부의 신뢰 수준을 분석하기 위해서 사회경제적인 인구통계학적 요인(성별, 직업, 교육 및 소득 수준), 공직자 요인(직무

권한의 사적 이용과 문제해결), 정부구조요인(구조적 집권성, 경직성, 비밀주의), 정부환경요인(급격한 사회변화, 국민욕구증대, 권력지상주의, 정치 불신, 매스컴의 왜곡) 등의 요인에 대해 논의한 바 있다.

2.3 고객가치

고객가치(customer value)란 고객의 욕구를 만족시키거나 고객에게 편익을 제공하는 제품이나 서비스의 은력으로 정의 할 수 있다[28]. Cronin & Taylor(1992)[29]는 고객가치가 주관적 가치대상에 대한 전반적인 평가로서 경제적 가치 및 경험적 가치의 의미가 모두 반영된 것이라고 하였다. 즉, 고객가치란 고객이 희망하는 궁극적 목적을 달성하기 위해 제품이나 서비스를 이용, 소유, 경험하는 상황에서 발생하는 결과에 대한 지각을 의미한다고 할 수 있으며, 구성요소로는 기능적 가치(서비스 품질, 시설/설비, 전문성, 편의성), 사회적 가치(신분강화, 자존심 환기), 감정적 가치(심미성, 즐거움) 등으로 구성되어 있다고 하였다.

Parasuraman & Grewal(2000)[30]은 고객가치를 4가지로 설명하였는데, 금전적 비용의 회생을 통해 얻는 획득가치(acquisition value), 거래를 통해 얻는 즐거움과 같은 감정을 설명하는 거래가치(transaction value), 제품이나 서비스의 효용성에 대한 사용가치(in-use value), 거래 이후 장기간 또는 제공되는 잉여가치를 설명하는 상환가치(redemption value)로 설명하였다.

고객가치 관련 선행연구 가운데 김남수(2009)는 항공서비스에 대해 서비스 품질, 가치, 만족, 행동의 도와의 관계모형을 설정하고 고객만족에 영향을 미치는 중요한 선행변수로 서비스 품질과 고객가치를 설정하여 이들 사이의 관계를 규명하고자 하였으며, 고객가치를 감정적 가치, 기능적 가치, 사회적 가치의 세 차원으로 구분하였다[31].

본 연구에서는 고객가치를 항공산업 관련 정책을 수립하거나 고객접점에서 근무하는 종사원이 해당 산업군에서 서비스를 이용하거나 경험하는 상황에서 발생하는 결과에 대한 지각으로 규정하였다.

2.4 서비스 이익사슬모형

서비스 마케팅 분야에서 가장 널리 사용되는 이론은

서비스이익사슬(Service-Profit Chain, SPC) 모형이다[32]. 이는 서비스 수익이 일어나는 단계들이 서로 연결되어 상호 영향을 준다는 것으로 서비스 기업이 서비스업 특유의 운영관행을 실행하는 새로운 서비스 경영모형이라고 정의할 수 있다.

서비스이익사슬은 수익성, 고객충성도, 종사원의 만족과 충성도, 생산성의 관계를 공고히 해준다. 또한 최고경영자로 하여금 이익목표와 시장점유율에 신경을 쓰기보다는 최일선의 종사원과 고객에 대해 경영의 최우선 관심을 둘 것을 강조한다[33]. 또한, 서비스이익사슬 모형은 서비스 기업의 이익, 종사원의 역량, 만족도 및 고객이 기대하는 가치 사이에 직접적인 인과 관계가 있음을 시사한다. 즉, 기업 수익성의 동력인 고객의 인지 가치를 창출해 내는 종사원의 능력(또는, 기업의 가치제안)을 제시하여 준다. 이러한 견해는 극심한 경쟁시장 속에서 항공서비스 종사원은 고객의 인지가치를 실현할 수 있는 성과물로서 서비스 기업의 정책과 전략이 성공할 수 있음을 시사하고 있다. 이는, 고객만족을 통한 기업목표 달성을 위한 중요한 선행조건이며, 고객만족을 위해서는 서비스를 창출하는 종사원의 만족이 필수불가결한 조건이라는 점을 호텔기업 측면에서 진행한 선행 연구에서는 밝힌 바 있다[34].

A. O’Cass, P. Sok(2015)는 관광산업에서 고객의 가치창출은 Fig 1과 같이 서비스이익사슬모형을 구성한다는 것을 보여주었다[35]. 경영자의 가치제안(Value Proposition), 종사원의 가치전달(Value Offering) 및 고객이 인지한 가치(Perceived Value)의 3단계 인과과정이 있으며, 종사원의 고객지향성이 통제변수로 고객 가치창출 실현에 영향을 미친다는 것을 실증적으로 제시하였다.

고객들의 서비스 경험에 맞추어 가고 강화하는 것은 종사원의 높은 고객지향 인식에 의하여 이루어질

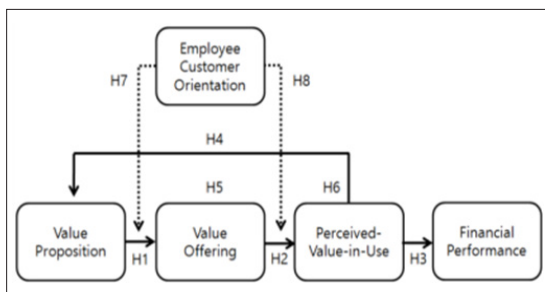


Fig. 1. SPC in tourism industry

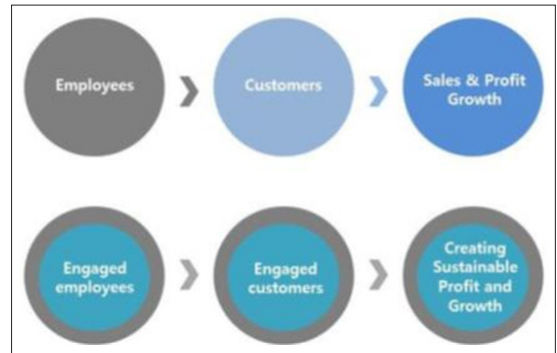


Fig. 2. Three Perception Processes of SPC

수 있다[36]. 종사자의 고객 지향성은 가치가 바탕된 서비스를 발전시키는데 중요한 요소이다[37]. 따라서 본 연구는 기업과 고객의 관계뿐만 아니라 고객 가치 실현을 위해서 영향을 미치는 요인들을 제시하고자 하였다. 즉, 고객의 가치 실현을 위해서 항공관광종사원들의 직업만족도, 고객지향성 등이 고객의 가치 실현에 어떠한 영향을 미치는 지에 대해 살펴보하고자 하였다.

서비스이익사슬모형에 대한 연구들이 진행되면서 고객가치 측면에서 서비스이익사슬을 확장하고, 발전된 개념들이 등장하고 있으며[38][39], 이러한 확장된 개념을 본 연구에 적용하여 항공산업 종사원들이 경험하는 서비스정책수용성이라는 개념이 고객가치에 어떠한 영향을 주는데 있어서 서비스이익사슬 모형이 매개효과 측면에서 영향관계를 형성하고 발전해 나아가는지 구체적으로 살펴보하고자 한다.

III. 연구의 설계

3.1 연구 모형

본 연구는 이론적 고찰에서 제시한 정책수용성과 SPC 모형을 결합하여 실증분석을 위한 모형을 Fig 3과 같이 제시하였다. 항공여객, 다시 말해서 고객의 가치를 창출하기 위해 항공관광종사원의 서비스 정책에 대한 수용성을 분석하고 이들의 서비스 정책 수용성이 서비스-이익 사슬 모형에 영향을 주는 지 분석하였다. 본 연구에서는 공항에 근무하는 다양한 상주기관에 속한 항공관광종사원을 대상으로 설문 을 실시하였으므로 기업의 이익이라는 SPC 모형의

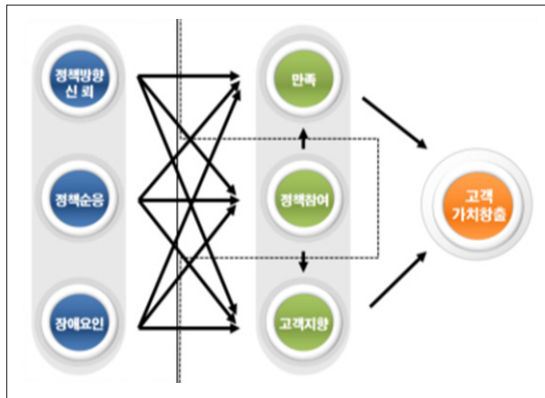


Fig. 3. Theoretical Research Model

종속변수 대신에 고객의 가치창출을 종속변수로 선택하였다.

항공관광종사원의 서비스정책에 대한 수용성은 점선으로 SPC 모형은 실선으로 표시되어 2개의 모형을 구성하는 잠재변수들의 인과관계를 분석하였다.

설문은 인천국제공항, 김포국제공항, 김해국제공항 및 제주국제공항 등 국내주요 공항에 근무하는 항공업계 상주직원을 비롯하여 호텔, 여행사, 면세점, 한국관광공사, 한국관광연구원, 한국관광업협회중앙회, 한국여행업협회 등 관광업에 근무하는 종사원을 대상으로 총 350부를 배포하였으며 불성실한 설문지를 제외한 329부의 유효설문지(회수율 94%)를 회수하여 분석을 하였다.

3.2 연구 가설

Fig 3에서 제시된 연구모형을 바탕으로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

· 정책 수용성 모형

- H1-1 : 정책방향성에 대한 신뢰는 종사원의 직업만족도에 정(+)의 영향을 미친다.
- H1-2 : 정책방향성에 대한 신뢰는 종사원의 정책참여에 정(+)의 영향을 미친다.
- H1-3 : 정책방향성에 대한 신뢰는 종사원의 고객지향성에 정(+)의 영향을 미친다.
- H1-4 : 종사원의 정책수용은 직업만족도에 정(+)의 영향을 미친다.

- H1-5 : 종사원의 정책수용은 정책참여에 정(+)의 영향을 미친다.
- H1-6 : 종사원의 정책수용은 고객지향성에 정(+)의 영향을 미친다.
- H1-7 : 종사원의 정책에 대한 장애요인 인식은 직업만족도에 부(-)의 영향을 미친다.
- H1-8 : 종사원의 정책에 대한 장애요인 인식은 정책참여에 부(-)의 영향을 미친다.
- H1-9 : 종사원의 정책에 대한 장애요인 인식은 고객지향성에 부(-)의 영향을 미친다.
- H2-1 : 종사원의 정책참여 노력은 직업만족도에 정(+)의 영향을 미친다.
- H2-2 : 종사원의 정책참여 노력은 고객지향성에 정(+)의 영향을 미친다.
- H2-3 : 종사원의 직업만족도는 고객가치 창출에 정(+)의 영향을 미친다.
- H2-4 : 종사원의 고객지향성은 고객가치 창출에 정(+)의 영향을 미친다.

IV. 실증 분석

4.1 표본의 인구통계학적 특성

표본(n=329)의 인구통계학적 특성은 Table 1과 같이 남성이 135명, 여성이 194명으로 항공관광업계 종사원의 특성 상 여성비율이 남자보다 높은 것으로 분석되었다. 연령은 25세에서 29세 사이가 25.8% 그리고 30세에서 34세 사이가 32.8%로 높은 구성을 차지하는 집단으로 나타났다.

근무 경력은 5년 미만인 전체의 50% 이상으로 항공사에 근무한다는 응답이 40.6% 그리고 여행사가 21.4%로 높은 분포를 차지하고 있었다. 항공사의 경우 공항에서 설문지를 배포한 특성상 공항 체크인카운터 등 지상조업 근무자들이 주를 이루고 있다.

4.2 확인적 요인분석

확인적 요인분석을 위해 AMOS 20.0 프로그램으로 확인적 요인분석을 수행 후 요인들의 표준화

Table 1. Demographics of Sample (n=329)

항목	구분	응답자수	비율(%)
성별	남자	135	41.0
	여자	194	59.0
연령	20~24세	23	7.0
	25~29세	85	25.8
	30~34세	108	32.8
	35~39세	36	10.9
	40~44세	42	12.7
	45~49세	26	7.9
	50세 이상	10	3.1
근무경력	1년 미만	49	14.8
	1년~5년	136	41.5
	5년~10년	76	23.1
	10년 이상	68	20.5
근무분야	상업시설	4	1.3
	호텔	37	11.4
	항공사	134	40.6
	면세점	33	10.0
	여행사	70	21.4
	기타	50	15.3

계수는 0.7 이상, 설명력을 나타내는 다중상관제곱(Squared Multiple Correlation)은 0.5 이상을 기준으로 하여 잠재변수 7개와 관련 관측변수들을 추출하였다. 확인적 요인분석으로 추출된 7개의 잠재변수들 사이에 설정된 인과관계는 곧 경로분석의 연구가설을 나타낸다.

서비스 정책수용성 모형의 구성변수들에 대한 확인적 요인분석 결과, 표준화계수는 0.7 이상이며 SMC는 0.4 이상의 요건을 충족시키는 관측변수들과 잠재변수들이 추출되었다. 서비스정책 동조는 10개의 설문문항(관측변수)이 채택되었으며 방향성에 대한 신뢰는 4개의 관측변수, 정책참여는 3개의 관측변수 그리고 장애요인에 대한 종사원의 인식은 3개의 관측변수가 채택되었다. SPC 모형의 잠재변수들에 대한 확인적 요인분석 결과, 표준화 계수는 0.7 이상이며 SMC는 0.4 이상의 요건을 충족시키는 관측변수들과 잠재변수들이 추출되었다. 고객지향성은 총 11개의 관측변수가 채택되었으며 고객가치창출은 4개의 관측변수, 직업만족도는 5개의 관측변수가 채택되었다.

Table 2. Confirmatory Factor Analysis of Policy Acceptance

잠재변수	관측변수	Est.	SMC	C.R.	p	크론바흐 알파
정책수용	고객에게 더 나은 서비스를 제공한다.	1.000	.704	-	-	.973
	고객에게 더욱 신뢰감 가는 서비스를 제공한다.	1.017	.726	13.566	***	
	고객이 정보가 필요할 때 항상 도와줄 준비가 되어있다	1.147	.650	13.993	***	
	고객이 정보가 필요할 때 빠르게 응답한다	1.026	.681	13.157	***	
	고객과의 관계를 개선하기 위해 항상 노력한다	1.003	.703	13.854	***	
	고객이 문제를 쉽게 해결할 수 있도록 도와주려한다	1.060	.677	14.202	***	
	고객이 최고로 대접받는 느낌을 받도록 행동한다	1.105	.624	13.908	***	
	고객과의 관계에 있어 혜택을 받을 수 있도록 고민한다	1.124	.687	13.496	***	
	고객들이 기대하는 서비스 가치를 창출하기 위해 노력한다	1.090	.655	14.501	***	
고객들과 보다 소중한 관계를 유지하고자 힘쓴다	1.104	.603	14.211	***		
정책방향성신뢰	서비스 개선을 위해서는 서비스 인프라가 강화되어야 한다	1.000	.544	-	-	.885
	서비스 개선을 위해 행정절차 간소화가 필요하다	1.069	.702	12.379	***	
	서비스 개선을 위해 상주기관 간 협업을 강화해야 한다	1.050	.651	12.891	***	
	서비스 개선을 위해 창의적인 조직문화가 필요하다	1.028	.571	11.205	***	
정책참여	서비스 개선 정책에 대해 잘 알고 있다	.993	.725	11.193	***	.892
	나의 업무는 서비스 개선 정책과 많은 관련을 맺고 있다	1.109	.759	12.161	***	
	나의 부서는 서비스 개선 정책을 적극적으로 추진하고 있다	1.000	.850	-	-	
장애요인인식	상주기관 간 부적절한 의사소통	1.000	.509	-	-	.890
	상주기관 및 종사자들의 서비스 정책 변화에 대한 저항	1.384	.881	10.633	***	
	공방운영당국의 관료적이고 권위적인 조직 문화	1.091	.522	10.341	***	

Table 3. Confirmatory Factor Analysis of SPC

잠재변수	관측변수	Est.	SMC	C.R.	p	크론바흐 알파
고객 지향성	고객이 무엇을 필요로 하는 지 잘 알고 있다	1.000	.581	-	-	.954
	고객의 최고의 관심사가 무엇인지 잘 알고 있다	.937	.758	14.637	***	
	고객에게 서비스뿐만 아니라 문제해결도 도와주려고 노력한다.	.964	.776	15.332	***	
	고객의 문제 해결에 도움이 될 서비스를 제공한다	1.015	.648	16.731	***	
	어떤 서비스가 고객에게 가장 도움이 되는 지 잘 알고 있다	.995	.692	14.916	***	
	일할 때 고객을 최우선으로 고려한다.	.972	.670	15.506	***	
	고객의 요청사항이 있으면 즉시 응대하는 편이다.	1.063	.639	15.920	***	
	고객이 내 서비스에 만족한 모습을 보면 행복하다.	.963	.734	15.083	***	
	고객의 요구를 충족시키는 것이 업무의 최우선 목표이다.	.986	.661	17.574	***	
	고객이 요구하는 서비스를 스스로 찾으려고 노력한다.	1.075	.623	17.204	***	
고객이 원하는 서비스 니즈를 정확히 알고 있다	.903	.705	13.866	***		
고객 가치 창출	고객과의 서비스 정보 공유가 중요하다	1.000	.645	-	-	.884
	정부당국과 항공관광종사원 간 의사소통이 중요하다	1.032	.701	17.935	***	
	정부당국의 서비스 정책 관련 행정절차 간소화가 필요하다	.983	.792	16.138	***	
	항공관광 상주기관 간 협업이 중요하다	.858	.738	15.053	***	
직업 만족도	나는 현재 내 직업에 만족한다.	1.000	.567	-	-	.871
	나는 대체로 서비스업이 나의 적성에 가깝다고 생각한다.	1.091	.621	14.477	***	
	나의 현재시점에서 최상의 선택이었다고 생각한다.	1.120	.755	14.895	***	
	나는 직업에 필요한 조건들을 다 갖추었다고 생각한다.	1.231	.723	13.110	***	
	만약 다른 기회가 주어져도 현업에서 종사하고 싶다.	.951	.640	12.352	***	

Table 4. Structural Equation Model Analysis (p<.05)

잠재변수 경로	Estimate	S.E.	C.R.	p-value
방향성 신뢰 → 정책참여	.370	.099	3.752	***
정책순응 → 정책참여	.163	.069	2.364	.018
장애요인 인식 → 정책참여	.019	.083	.227	.820
정책참여 → 만족도	.202	.081	2.504	.012
정책참여 → 고객지향성	.888	.064	13.778	***
방향성 신뢰 → 만족도	.575	.120	4.814	***
정책순응 → 만족도	.217	.079	2.761	.006
장애요인 인식 → 만족도	-.083	.093	-.890	.373
방향성 신뢰 → 고객지향	.103	.053	1.955	.051
정책순응 → 고객지향	-.025	.036	-.694	.488
장애요인 인식 → 고객지향	.023	.044	.535	.593
만족도 → 고객가치창출	.356	.060	5.982	***
고객지향 → 고객가치창출	.242	.066	3.644	***

잠재변수와 관측변수의 조건이 충족되어도 전체 모형적합도에 문제가 있다면 본 모형을 토대로 구조방정식 실증분석을 할 수 없다. 따라서 요인분석 모형에 대한 적합도계수를 분석한 결과 CMIN/df가 2.198로 전체 적합도는 매우 높은 수준이었다. GFI 계수는 .896이었으며 RMSEA는 .08 보다 낮은 .069로 확인적 요인분석 모형은 수용가능하였다. 그 외의 지표들도 대부분 .9를 상회하여(NFI .902, IFI .918, TLI .909, CFI .904)로 확인적 요인분석 모형에서의 잠재변수들과 관측변수들은 구조방정식실증분석에 적용가능하였다.

4.3 구조방정식 모형

구조방정식 모형에 대한 전체 적합도를 분석한 결과, 모형에 대한 적합도 분석결과 CMIN/df는 2.424로 확인적 요인분석의 전체 적합도인 2.198

보다는 다소 상승하였지만 여전히 수용 가능한 수준이므로 모형의 구성타당도는 적합하였다.

GFI계수는 0.9에 근접한 .894이었으며 RMSEA는 .075로 비록 확인적 요인분석의 RMSEA지표인 .069보다 다소 상승하였으나 .08보다 낮아 수용가능한 것으로 분석되었다. 그 외의 적합도 계수들도 NFI .901, IFI .917, TLI .906 및 CFI .904로 전반적으로 .9 이상을 상회하는 것으로 나타났다.

Table 4의 구조방정식 모형 분석 결과 첫째, 항공관광종사원들이 서비스정책의 방향성을 신뢰하고

(CR=3.752, $p < .001$) 서비스 정책에 순응하고자 노력할수록 (CR=2.364, $p = .018$) 종사원들의 정책참여에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 수 있음이 분석되었다. 둘째, 종사원들의 정책참여 노력이 강할수록 직업만족도가 95% 신뢰도에서 매우 유의하게 증가하고(CR=2.504, $p = .012$) 항공여객에 대한 고객지향성 역시 더불어 유의하게 증가할 수 있음을 확인하였다(CR=13.778, $p < .01$).

셋째, 항공관광종사원들의 직업만족도가 상승하고(CR=5.982, $p < .01$), 고객지향성이 늘어날수록(CR=3.644, $p < .01$) 고객가치 창출에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

Fig 4의 구조방정식 모형분석에서 경로분석 결과를 요약하면 공항에서 근무하는 항공관광종사원들이 공항의 서비스 정책의 방향성에 대해 신뢰하고 그 정책에 순응할수록 정책참여도가 증가하게 될 것이다. 또한, 정책참여도가 증가할수록 직업 만족도와 고객지향성 인식이 향상되어 공항을 이용하는 항공여객의 고객가치 창출에 이바지 할 수 있게 되는 것으로 해석이 가능하다.

V. 결론

가설검정 결과 95% 신뢰수준에서 총 13개의 연구가설 가운데 8개가 채택되었으며 5개는 기각되었다. 가설검정결과는 서비스정책 수용성 모형과 SPC

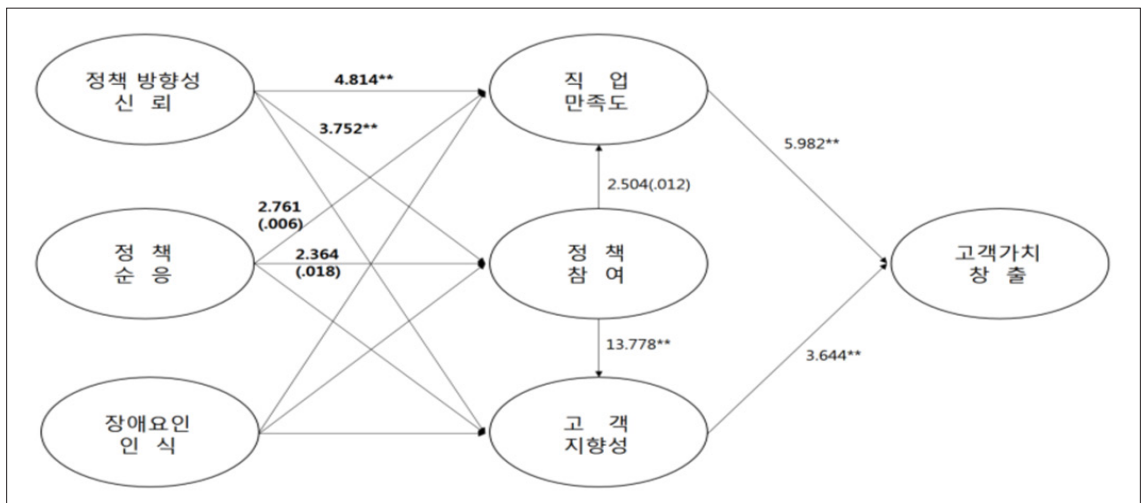


Fig 4. Path Analysis in Structural Equation Model

Table 5. Hypothesis Analysis of H-1

	연구가설	채택 여부
H1-1	정책방향성에 대한 신뢰는 종사원의 직업 만족도에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	채택
H1-2	정책방향성에 대한 신뢰는 종사원의 정책 참여에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	채택
H1-3	정책방향성에 대한 신뢰는 종사원의 고객 지향성에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	기각
H1-4	종사원의 정책수용은 직업만족도에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	채택
H1-5	종사원의 정책수용은 정책참여에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	채택
H1-6	종사원의 정책수용은 고객지향성에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	기각
H1-7	종사원의 정책에 대한 장애요인 인식은 직업만족도에 부(-) ¹ 의 영향을 미친다.	기각
H1-8	종사원의 정책에 대한 장애요인 인식은 정책참여에 부(-) ¹ 의 영향을 미친다.	기각
H1-9	종사원의 정책에 대한 장애요인 인식은 고객지향성에 부(-) ¹ 의 영향을 미친다.	기각

모형이 고객이 기대하는 가치 실현에 영향을 미치는 주요한 인과관계를 형성하고 있음을 실증적으로 지지하고 있었다.

서비스 정책수용성에 대한 연구가설 검증에 있어서 첫째, 항공관광종사원들의 정책수용은 정책참여로 이어지는 정(+)¹의 유의한 인과관계가 검증되었다. 둘째, 서비스 정책을 추진하는 데 있어 정책의 방향성에 대한 종사자들의 신뢰가 없다면, 항공서비스 정책에 종사자들의 참여를 유도할 수 없다는 중요한 시사점을 발견할 수 있었다. 서비스 정책방향성에 대한 신뢰는 정책참여에 95% 신뢰수준에서 매우 유의한 p-값($p < .000$)을 보여주었기 때문이다. 서비스정책의 방향성에 대한 신뢰는 정책참여 뿐 아니라 직업만족도에도 매우 유의한 CR 값(4.814)과 p-값($p < .000$)을 보여주어 향후 공항에서 서비스정책을 추진하는 과정에서 정책 방향에 대한 종사원들의 신뢰를 얻는 것이 중요하다는 점을 보여주고 있다.

서비스정책 방향성에 대한 신뢰($\beta = .103$, $CR = 1.955$) 및 정책에 대한 수용($\beta = -.025$, $CR = -.694$)은 고객지향성에 영향을 미친다는 가설들은 모두 기각되었다. 이러한 연구가설 검증결과는 항공관광종사자들이 서비스정책 방향성에 대한 신뢰와 정책에

Table 6. Hypothesis Analysis of H-2

	연구가설	채택 여부
H1-1	종사원의 정책참여 노력은 직업만족도에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	채택
H1-2	종사원의 정책참여 노력은 고객지향성에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	채택
H1-3	종사원의 직업만족도는 고객가치 창출에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	채택
H1-4	종사원의 고객지향성은 고객가치 창출에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	채택

대한 순응을 토대로 서비스 정책에 참여 할 때 비로소 그들이 인식하는 고객지향성이 향상될 수 있음을 의미한다.

SPC 모형에 대한 가설검정 결과는 다음과 같다. 첫째, 종사원의 서비스 정책에 참여가 이루어진다면 직업만족도와 고객지향성이 동시에 향상될 수 있다는 것이다. 95% 신뢰수준에서 정책참여가 직업만족도에 미치는 영향력은 유의한 것($p = .012$)으로 나타났다며 고객지향성에 미치는 영향력은 매우 유의한 p-값($p < .000$)을 보여주었다. 특히 항공관광종사원의 정책참여가 고객지향성에 미치는 영향력은 그들의 직업만족도에 미치는 영향력($\beta = .202$, $CR = 2.504$) 보다 상대적으로 더욱 강한 계수($\beta = .888$, $CR = 13.778$)를 보여주었다.

이와 같은 가설검정 결과는 SPC 모형에서도 종사원의 정책참여가 중요한 시발점이 될 수 있다는 점을 보여준다[40]. 고객지향성을 위한 교육훈련만을 강조할 것이 아니라 종사원 스스로가 공항에서 추진되는 정부 및 공항운영당국의 서비스정책에 자발적으로 참여할 수 있는 근무환경이 조성된다면 직업만족도와 고객지향성은 더불어 상승할 수 있을 것이다[41]. 특히 고객지향성이 직업만족도보다 4배 이상 큰 CR 값을 나타낸 점을 고려한다면 고객지향성은 더욱 빠르게 향상될 것이며 이로 인해 항공관광분야의 對고객서비스 품질 향상에 기여를 할 수 있을 것이다.

Reference

- 1) Park, J. M., Park, Y. S., Yi, H. U., (1997), "A Study on the Service Encounters : Trends and Future Directions", *The Journal of Economics and Management*, (5), pp. 153-174
- 2) Berry, Leonard L. and A. Parasuraman(1991), *Marketing Services : Competing Through Quality*, New York: The Free Press.
- 3) Kim, K. G., Kim, Y. C., (2010), "A Study on the Psychological Ownership by the Employee of Hotel Industry : Focused on the Job Characteristics and Social support", *Korea Academic of Tourism Management*, 25(1), pp.461-484
- 4) Seo, S. H., (2016), "The Effects of Group Emotion on the Policy Acceptance: Focusing on Internet Regulatory Policy under the Complex System", *Journal of Korean Association for Regional Information Society* 19(3), pp.27-51.
- 5) Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A.(2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37(11-12): pp.1762-1800.
- 6) Eggert, A.; Ulaga, W. (2002). "Customer perceived value; a substitute for satisfaction in business markets?", *The Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 17, No. 2-3. pp.107-118.
- 7) Min, K., (2009), "The Impact of Local Residents' Rurality on Policy Acceptance : A Case of Ropeway Establishment in Mt. Halla", *Korean Governance Review*, 16(3), pp.53-70
- 8) Huh, B., (1982), "Policy Acceptance and Democratization of Administration", *Modern Society*, Winter.
- 9) Park, J. K., Jang, H. J., (2012) "The Impact Factors for Social Seruciry Policy Acceptance", *The Korea Association for Policy Analysis and Evaluation*, 22(4), pp.317-344
- 10) Jung, J. J., Choi, J. W., Lee, S. W., Jung, J. K., Jung, K. H., (2011), "Theories of Policy Science", Third Edition, Seoul : Daemyung Publishing Co.
- 11) Burby, R. J. & Paterson, R. G. (1993). "Improving Compliance with State Environmental Regulation". *Journal of Policy Analysis and Management*. 12(4): 753-772.
- 12) Levi, M. (1988). *Of Rule and Revenue*. Berkeley: University of California Press.
- 13) O'Toole Jr. (1986). *Policy Recommendation for Multi-Actor Implementation: An Assessment of the Field*. *Journal of Public Policy*, 6(2): pp.181-210.
- 14) Young, O. R. (1979). *Compliance and Public Authority: A Theory with International Application*. Johns Hopkins University Press.
- 15) Brinkerhoff, D. W. (1999), "The Implementation of Environment and Natural Resource Policy in Africa: Blending Regulatory Enforcement with Community Participation", *International Journal of Organization Theory and B*, Vo. 2, No. 1-2. pp.233-259.
- 16) Park, H. B., Lee, H. C., Cho, Y. S., (2003), "An Analysis on the Properities and Determinants of Trust in Government in Korea", *The Korean Public Administration Review*, Vol. 37, No. 3. pp.45-66.
- 17) Lee, C. B., (1988), "Korean Public Bureaucracy in a Pluralistic Society", Seoul, The Korea University Press.
- 18) Park, T. H., (2000), "Alternative Practical Actions to overcome the Crisis of Public Administration", *The Korean Association for Public Administraion Forum*, No. 92, pp. 21-26
- 19) Jung, J. Y., Nam, T. W., (2014), "Why Do Local Bureaucrats Resist National Government Reform Directives?: A Case Study of Government 3.0 in Korea", *Korea Association for Local Government Administration Society*, 28(4), pp.111-137

- 20) Burtler, D. (1991), A Small-Scale Study of Wastewater Discharges from Domestic Appliances, *J. IWEM*.
- 21) Oh, K. M., Park, H. S., (2002), "The Level of Public Trust in Government and Its Comparisons", *Policy Studies of Korea*, Vol. 11, No. 3. pp.113-135
- 22) Lee, J. S., (2001), "Trust in the Government and its Determinants", *Social Science Review*, Vol. 32, pp.67-86.
- 23) Cobb, and Charles Elder. (1983), *Political Participation in american Politics: The Dynamics of Agenda Setting*. The Johns Hopkins Press.
- 24) Easton, D. (1965), *A System Analysis of Political Life*, New York: Wiley.
- 25) Newton, K. (2001), "Trust, Social Capital, Civil Society, and Democracy," *International Political Science Review*, Vol. 22, No. 2, pp. 201-214.
- 26) Yang, H. C., Hong, I. G., Park, K. C., (2012), "The Effect of Perceived Low-Carbon Green Policy on Organizational Commitment in Small and Medium Construction Workers", *Management Information Systems Review*, Vol. 31, No. 4, pp.237-260.
- 27) Suh, M. G., (2001), "Governance and Trust in South Korea", *Korean Journal of Sociology*, 35(5), pp.119-146
- 28) Haksverer. C, B. Render, R. S. Russel & R. G. Murdick (2000). *Service Management and Operation*. Prentice Hall.
- 29) Cronin, J. J. Jr. & Taylor, A. S.(1992). Measuring service Quality : A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3): 55-68.
- 30) Parasuranman, A. & D. Grewal (2000). The Impact of Technology on the quality- Value-Loyalty Chain: A Research Agenda. *Journal of the academy of marketing*, 28(1), 168-174.
- 31) Kim, N. S., (2009), "Relationship between Air-service Quality, Value Perception, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention", Dissertation to Doctoral Degree, Graduate School of Keimyung University
- 32) Leonard A. Schlesinger & James L. Heskett, "The Service-Driven Service Company", *Harvard Business Review* (September-October 1991)
- 33) Ju-Hyun Moon(1997). "A Study on the Service-Profit Chain for Hospitality Industry", *Journal of Tourism Policy*, Vol. 3, No. 1, pp.27-46.
- 34) Jeong-Hwa Park, Hong-Bumm Kim.(1997). "Impacts of the Service-Quality Management on the Satisfaction of Employee and Customer in Hotel Industry", *Journal of Tourism Sciences*, 20(2), pp. 134-153
- 35) O'Cass, A., & Sok, P. (2013), "Exploring the roles of manager and employees in innovation driven value creation in B2B service firms", *Journal of Business Research*, 66(8), pp. 1074-084
- 36) Tajeddini. K. (2010), "Effect of customer orientation and entrepreneurial orientation on innovativeness: evidence from the hotel industry in Switzerland", *Tourism Management*, 31(2), pp. 221-231.
- 37) Dong, P., Siu, N. Y. M. (2013), "Service -scape elements, customer predispositions and service experience: the case of theme park visitors", *Tourism Management*, 36, pp. 541-551.
- 38) Bowman, D.; Narayandas, D. (2004) "Linking Customer Management Effort to Customer Profitability in Business Markets", *Journal of Marketing Research*, Vol. 41, No. 4, pp.433-447.
- 39) Kassinis, G. I.; Soteriou, A. C. (2003), "Greening the Service Profit Chain: The Impact of Environmental Management Practices", *Production and operations management*, Vol. 12, No.3, pp.386-402.

- 40) Kim, K. O., Kim, K. W., Kim, K. I., Kim, N. S., Park, S. S., (2015), "A Study for Increasing Satisfaction of Transfer Facilities, Services & Transit Tour by Analyzing Air Passengers' Behaviors", The Korean Society for Aviation and Aeronautics Vol 23, No. 2, pp. 89-97
- 41) Ko, K. P., Lee, N. R., Park, S. S., (2015), "A Study on the Effects of Perception of Airline's Service Management Strategies to Realize Customer's Expected Value", The Korean Society for Aviation and Aeronautics Vol 23, No. 4, pp. 109-116