

항공사 기내식 서비스품질 연구

고선희
서원대학교 항공서비스학과

Research of the Inflight Meal Service Quality

Seon-Hee Ko
Department of Airline Service, Seowon University

요 약 본 연구는 기내식 서비스품질에 대한 중요도, 성취도의 순위와 차이를 확인하고 IP분석을 통해 지속유지영역, 노력 집중영역, 저순위, 과잉노력지양 등의 분배방안을 도식화 하여 기내식 서비스품질 제고를 위한 마케팅전략 수립의 기초자료를 제공하고자 하였다. A 항공사를 이용한 고객을 대상으로 자료를 수집하였으며, 측정도구의 신뢰도와 타당도 확보를 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 음식, 서비스, 청결성의 요인을 도출하였다. IP분석결과는 다음과 같다. 먼저 I 사분면 지속유지 영역은 기내식 맛, 기내식 질, 기내식 메뉴, 균형적 식단, 한식제공여부, 기내식 식기의 청결, 승무원 복장의 청결 등으로 나타났다. II 사분면 노력집중영역은 기내식 온도, 기내식 청결성, 식사제공시간의 적정성으로 나타나 항공사에서 이 속성들에 대해 가장 많은 관심을 가지고 우선적으로 개선해야 함을 알 수 있었다. III 사분면 저순위영역은 기내식 양, 주류의 다양성, 공손한 태도, 기내식 관련 즉시 응대, 기내식에 관한 지식, 기내식 신선도로 나타났다. IV 사분면 과잉노력지양 영역은 음료의 다양성과 특별식 제공으로 나타났다. 과잉노력지양 영역에 투입되는 자원을 최소화하여 중요도는 높으나 성취도가 낮은 노력집중 영역으로 자원배분이 필요할 것으로 사료된다.

주제어 : 기내식, 서비스품질, 항공서비스, 중요도-성취도 분석

Abstract The purpose of this study was to identify the importance and performance ranking and differences in inflight meal service quality. Data were collected from A airlines passengers. In order to secure the validity and reliability of the measurement tools, exploratory factor analysis were conducted, accordingly meal, service, cleanliness were deduced. IPA results are as follows. First, the quadrant I consisted of meal flavor, meal quality, meal menu, balanced diet, korean food availability, cleanliness of dishes, cleanliness of crew clothes. In the II quadrant, appropriate temperature, appropriateness of meal distribute time, cleanliness of the meal were found. So, the airline managers should have the most interest in these attributes and had to improve first. The quadrant III showed meal quantity, liquor diversity, polite attitude, immediate response to the meal, knowledge of the meal, meal freshness. Lastly, the quadrant IV showed a variety of beverage and special meal order. It is considered that resource allocation is necessary for minimizing the amount of resources invested to the quadrant IV, and then it should be allocated the quadrant II, which is high in importance but low in performance.

Key Words : Inflight Meal, Service Quality, Airline Service, Importance-Performance Analysis

1. 서론

우리나라 항공운송사업은 대한항공 아시아나항공 양 대항공사 체제로 운영되어 오다가 2005년 이후 저비용항

공사(LCC)가 등장하면서 새로운 국면에 접어들었다. LCC 업계는 지난해 국내선 1만8427명, 국제선 2만302명을 운송함으로써 전년 대비 국내선 4.91%, 국제선은 41.94% 증가하였다[1]. 이처럼 국내선 뿐 아니라 국제선

*Corresponding Author : Seon-Hee Ko(sunny_ko@hanmail.net)

Received February 12, 2018
Accepted April 20, 2018

Revised April 9, 2018
Published April 28, 2018

에서도 LCC 시장이 가파르게 성장함으로 인해 대형항공사의 입장에서는 고객유지 및 신규고객 확보를 위해 다양한 차별화 서비스를 모색하고 있다. 그 중 기내식은 고객 접점 서비스 중 가장 많은 부분을 차지하고 있고[2-4], 고객의 항공서비스 경험에 있어 감성적으로 작용하여 항공사를 재이용 하도록 하는 중요한 요소로 평가되고 있다[5-7]. 따라서 승객 욕구의 다양화와 음식에 대한 웰빙 열풍과 함께 관심의 대상이 되고 있는 분야이다.

항공기 기내식은 시간상 공간상의 제약과 함께 기내라는 특수한 환경에서 제공되는 음식으로 일반 음식점에서 제공되는 음식보다 안전한 생산과 위생 점검이 필수적인 특성을 안고 있다[8]. 기내식은 지상에서 기내식 공급업체를 통해 만들어져서 기내로 탑재된 후 음료와 함께 승객에게 제공되며 메뉴의 결정은 항공사별 객실 서비스 관련 부서와의 협의를 통해 운항시간, 거리 등을 고려하여 정해진다[9] 이처럼 기내식은 지상에서 만들어져 기내로 탑재된 뒤 승객에게 제공되기 때문에 대고객만족을 위해 메뉴 선정, 신선도 유지, 적절한 조리 상태, 다양한 식음료 제공, 서비스 시간 등 여러 가지 측면이 고려되어야 한다.

서비스품질은 고객의 품질 지각 관점에서 볼 때, 고객이 서비스에 대해 기대하는 것과 실제 서비스 성과에 대한 지각으로 형성된 고객의 태도나 판단을 의미한다[10]. Parasuraman et. al(1988)은 이러한 연구를 기초로 서비스에 대한 전반적 판단이나 태도로 소비자의 지각과 기대사이의 차이로 서비스품질을 정의하였고[11], 유형성(Tangibles), 신뢰성(Reliability), 반응성(Responsiveness), 확신성(Assurance), 공감성(Empathy)이라는 5개 하위차원을 통합하여 SERVQUAL 모델을 완성하였다. 이후 서비스품질 연구에서 SERVQUAL 은 다양한 분야에서 적용되어 서비스 품질을 측정하는데 사용되었다. 기내식 서비스품질의 경우 제한적으로 연구가 진행되었는데 먼저 안명숙(2004)[12]은 33개 기내식 서비스품질 항목을 도출하여 좌석 등급에 따른 기내식 서비스품질이 고객만족에 영향을 미치는 실증하였다. 특히 상위클래스 고객의 경우 기내식 품질의 평가에 있어 더 민감하고 세심하기에 등급에 따른 전략설정이 필요하다고 주장하였다. 김경민, 최병창(2014)[13]의 연구에서는 기내식 서비스품질 중 서비스, 음식 요인이 고객의 지각된 가치에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 기내식 이용자의 지각된 가치, 고객만족, 행동의도 간에는 모두 긍정적 관계성이 존재하는 것

으로 나타나 가격 경쟁보다는 고객요구에 기반 한 기내식의 가치 향상이 중요함을 시사하였다.

홍지혜 등(2014)[14]은 기내식 서비스품질, 고객만족과 충성도의 영향관계 연구에서 기내식 서비스 품질을 승무원 공감성 및 반응성, 메뉴 및 식기의 다양성, 기내식 유형성 및 맛, 기내식 제공시간 및 선택으로 구분하였으며 이들 하위차원이 고객만족과 충성도에 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 확인하였다. 김도윤(2015)[15]은 국내의 기내 식음료 서비스 환경에 관한 연구를 시도하여 저비용 항공사의 기내식 제공에 관한 마케팅 환경을 분석하였다. 분석결과 서비스품질의 유형적 측면은 우수하나 승객과의 공감성, 보증성 부분은 미흡한 것으로 나타났다. 조경희, 배현숙(2017)[16]은 기내식 서비스 품질을 음식, 서비스, 청결의 하위차원으로 구분하였고, 음식요인은 고객만족에 영향을 미치고, 음식요인 및 서비스요인은 항공사 브랜드 이미지 형성에 긍정적으로 작용한다고 주장하였다.

기내식 서비스품질의 측정을 살펴보면 안명숙(2004)[12]의 연구에서는 식사 맛, 양, 메뉴, 온도 등을 포함한 음식 관련 요인과 승무원의 문제해결 노력, 약속 수행의지, 정확한 제공, 신속한 서비스, 승무원의 지식을 포함하는 서비스 관련 요인으로 총 33 항목으로 측정하였다. 김춘빈(2006)[17]은 맛있는 음식, 좋은 품질의 재료, 승무원의 옷차림, 조리정보 제공, 기내식 문제 신속 해결, 승무원들이 특별 요구 잘 응대 등을 포함하여 20 항목으로 측정하였다. 이상과 같이 기존의 기내식 서비스품질관련 연구는 주로 기내식 서비스품질과 고객만족, 가치, 충성도 등의 후행변수와의 관계를 규명하는 연구위주로 진행되어왔다.

한편, IPA(Importance Performance Analysis) 기법은 각 속성별로 고객이 판단하는 중요도와 성취도를 측정하여 두 값의 차이에 따라 전략적 우선순위를 결정하는 접근방법이다[18-20]. IP 매트릭스상에 평가요소의 중요도와 성취도를 표시하고 그 위치에 따라 의미를 부여하게 된다. 따라서 비용과 시간의 한계를 가지고 있는 정책결정자들에게 어떤 분야에 우선순위를 둘 것인가 관한 시사점을 제공하고 개선이 필요한 분야를 판단할 수 있는 정보를 제공하게 된다[21]. 중요도 성취도 매트릭스는 격자 모형으로 이루어져 평가점수에 기초하여 4개 사분면으로 구분된다. 일반적으로 중요도와 성취도의 교차점은 평균값을 기준으로 설정된다[18,21]. I 사분면은 높은 중

요도와 높은 성취도를 나타내는 영역으로 현상유지가 필요한 지속유지(keep up the good work)영역이다. II 사분면은 중요도는 높으나 성취도가 낮은 영역으로 노력집중영역(concentrate here)에 해당하며, III 사분면은 중요도와 성취도가 모두 낮은 저순위(low priority)영역, IV 사분면은 중요도는 낮으나 성취도가 높은 과잉노력지양 영역(possible overkill)이 이에 해당한다[18,21,22]. 이처럼 IPA는 평균값과 같은 간단한 수치로 분석이 가능하여 사용하기 용이하며, 매트릭스를 활용하여 전략적 시사점을 시각적으로 파악할 수 있는 장점이 있어 마케팅 실무자들이 기업의 자원을 효율적으로 활용하기 위해 많이 사용된다.

이러한 맥락에서 항공사 기내식 서비스품질에 대한 고객 요구 파악이 용이한 IP분석을 이용하여, 고객들이 기내식 서비스품질 속성에 대해 얼마나 중요하게 생각하며, 이에 대해 얼마나 만족하고 있는지를 파악하는 것이 필요하다. 이와 같은 중요성에도 불구하고 앞서 언급한 바와 같이 기존의 기내식 서비스품질 연구는 기내식 서비스 품질과 그 후행변수에 관한 연구가[12-14] 주를 이루고 있어 기내식 서비스품질의 중요도와 성취도 분석 연구는 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구는 기내식 서비스품질에 대한 중요도 및 성취도의 순위와 차이를 확인하고 IP분석을 통해 지속유지영역, 노력집중영역, 저순위, 과잉노력지양 등의 분배방안을 도식화 하여 기내식 서비스품질의 질적 수준 향상에 기여하고 나아가 항공사 기내식 서비스품질 제고를 위한 마케팅전략 수립의 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 연구설계

2.1 연구방법

본 연구는 2017년 7월 3일부터 4일 까지 인천국제공항에서 출국수속을 위해 대기 중인 승객 중 A항공사 기내식 이용경험이 있는 승객을 대상으로 설문지를 배포하고 수거하였다. 설문지의 신뢰도를 높이기 위해 소정의 선물을 지급하였으며 설문지는 자기기입식으로 총 200부를 배포하여 179부가 회수 되었다. 회수된 설문지 중 불성실한 설문지 31부를 제거하고 유효표본으로 총 148부를 분석에 활용하였다.

실증분석은 PASW STATISTICS 23.0, EXCEL 프로

그램을 사용하여 분석을 진행하였다. 연구대상자의 일반적 특성과 기내식 서비스품질에 대한 평균값을 확인하고자 빈도분석과 기술통계분석을 실시하였으며, 측정도구의 타당성 및 신뢰성 확보를 위해 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 마지막으로 기내식서비스품질에 대한 지각 차이 검증을 위해 대응표본 t-test를 실시하였으며, IP 분석을 활용하여 기내식 서비스품질에 대한 중요도와 성취도를 평가하였다.

2.2 변수의 조작적 정의와 측정도구

설문문항은 응답자의 인구통계적 특성과 항공사 기내식 서비스품질의 중요도 및 성취도 문항에 대해 답변하도록 만들어졌다. 인구통계적 특성은 성별, 결혼여부, 학력, 연령, 직업, 항공사 이용횟수(년) 등으로 구성하였다.

기내식 서비스품질은 기내식 서비스에 대한 고객의 주관적 판단 혹은 지각 정도로 정의하였다. 측정문항은 홍지혜등(2014)[14], 김춘빈(2006)[17], 박승식(2008)[2]등의 선행연구를 토대로 기내식 양, 기내식 맛, 기내식 질, 기내식 메뉴, 특별식 제공, 적절한 온도, 균형적 식단, 음료의 다양성, 주류의 다양성, 한식제공여부, 식사시간의 적정성, 공손한 태도, 기내식 관련 즉시 응대, 기내식에 관한 지식, 기내식 신선도, 기내식 청결성, 기내식 식기의 청결, 승무원 복장의 청결성 등 총 18문항을 사용하였다. 각 항목은 5점 리커트 척도로 측정하였다.

3. 실증분석

3.1 연구대상자의 일반적 특성

연구대상자의 일반적인 특성은 아래 Table 1과 같다. 총 148명의 분석대상 중 여성이 91명(61.5%)으로 남성의 비율 38.5% 보다 높았으며, 기혼자가 82명(55.4%)으로 미혼(44.6%)보다 많은 것으로 나타났다. 최종학력은 대졸이 70명(47.3%)으로 가장 많은 것으로 나타났고 그 다음이 고졸(27.7%), 전문대졸(21.6%)순으로 나타났다. 연령은 20대 26.4%, 30대 27%, 40대 25.7%, 50대 이상이 20.9%로 고른 분포를 보이고 있었다. 직업은 사무실 근로자 50명(33.8%), 주부 47명(31.8)으로 가장 높은 비율을 차지하고 있었고, 지난 1년간 항공기 이용횟수는 3회 미만이 100명(67.5%)로 가장 많은 것을 알 수 있었다.

Table 1. Characteristics of Participants

Variables	Categories	N	%
Gender	male	57	38.5
	female	91	61.5
Marital Status	married	82	55.4
	single	66	44.6
Level of Education	high school	41	27.7
	collage graduates	32	21.6
	bachelor's degree	70	47.3
	over master's degree	5	3.4
Age	20-29	39	26.4
	30-49	40	27.0
	40-49	38	25.7
	over 50	31	20.9
Occupation	office worker	50	33.8
	public official	2	1.4
	student	12	8.1
	business	16	10.8
	professional	6	4.1
	housewife	47	31.8
Frequency (within previous 1 year)	3 less	100	67.5
	3-5 less	34	22.9
	5 and more	14	9.5
Total		148	100

3.2 측정도구의 타당도 및 신뢰도

기내식 서비스품질 요인의 타당도 검증을 위해 주성분 분석(principal component analysis)을 통하여 직교회전(orthogonal rotation)방식인 varimax방법을 이용하여 요인을 추출하였다. 고유치(eigen value)가 1.0 이상인 변수에 대하여 요인화하였다.

Table 2는 기내식 서비스품질 문항에 대한 요인분석 결과로써 음식, 서비스, 청결성의 3개 요인이 추출되었으며, 18개의 기내식 서비스품질 항목 모두 요인적재량이 0.5 이상으로 나타났다.

각 문항의 변인별 신뢰도 계수를 분석하기 위하여 Cronbach's α 계수를 분석한 결과 .779~.824로 나타나 일반적 채택 기준인 0.7[23]을 만족시키고 있어 본 연구에 사용된 측정도구가 신뢰성을 가지고 있는 것으로 평가되었다. 모형의 적합도를 판단하는 KMO는 0.821, Bartlett's test는 3212.510($p < .001$), 누적 분산률은 68.672%로 나타났다.

Table 2. Exploratory Factor Analysis

Variables	Item	Inflight Meal Service Quality		
		FAC1	FAC2	FAC3
Meal	Meal quantity	.728		
	meal flavor	.689		
	meal quality	.895		
	meal menu	.788		
	appropriate temperature	.851		
	balanced diet	.797		
	variety of beverage	.845		
	liquor diversity	.734		
	korean food availability	.699		
Service	appropriateness of meal time		.855	
	polite attitude		.788	
	immediate response to the meal		.724	
	knowledge of the meal		.721	
	special meal offer		.849	
Cleanliness	meal freshness			.733
	cleanliness of the meal			.787
	cleanliness of dishes			.810
	cleanliness of crew clothes			.812
Eigen value		5.283	2.122	1.327
Variance(%)		42.112	15.228	11.332
Cumulative(%)		42.112	57.340	68.672
Cronbach's α		.779	.804	.824

3.3 기내식 서비스품질 기술통계 및 차이분석

기내식 서비스품질 요인에 대한 중요도의 평균과 성취도의 평균을 산출하여 그 차이 값을 통해 항목들을 분석하기 위해 대응표본 t-test를 실시하였다. 분석결과는 Table 3과 같이 나타났다. 기내식 맛 과 특별식 제공을 제외하고 기내식 서비스품질 요인 모두 유의수준 $p < .05$ 에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

3.4 기내식 서비스품질의 중요도-성취도 분석

본 연구에서는 평균값을 활용하여 IPA의 교차점을 설정하여 도식화하였다[18]. x축은 성취도 평균 3.396, y축은 중요도 평균 3.933 으로 매트릭스를 도식화한 분석결과는 Fig. 1과 Table 4와 같다. 먼저 I 사분면은 높은 중요도와 높은 성취도를 나타내는 영역으로 현재 현상유지가 필요한 지속유지(keep up the good work)영역이다. 해당속성으로는 기내식 맛, 기내식 질, 기내식 메뉴, 균형적 식단, 한식제공여부, 기내식 식기의 청결, 승무원 복장의 청결로 나타났다. II 사분면은 중요도는 높으나 성취도가 낮은 영역으로 노력집중영역(concentrate here)이

Table 3. Priority and T-test of Inflight Meal Service Quality

ITEM	Importance			Performance			t(p)
	Mean	S.D	Ranking	Mean	S.D	Ranking	
meal quantity	3.61	0.922	15	3.26	0.599	11	4.817(.000)**
meal flavor	4.34	0.859	1	3.89	0.713	1	1.873(.063)
meal quality	4.00	0.765	10	3.49	0.853	7	6.386(.000)**
meal menu	4.04	0.799	7	3.51	0.795	6	6.731(.000)**
appropriate temperature	4.23	0.844	3	2.82	0.779	18	6.679(.000)**
balanced diet	4.13	0.802	4	3.82	0.78	2	4.176(.000)**
variety of beverage	3.87	0.666	11	3.74	0.984	3	5.361(.000)**
liquor diversity	3.76	0.874	14	3.14	0.808	16	15.279(.000)**
korean food availability	4.32	0.791	2	3.49	0.821	7	10.332(.000)**
appropriateness of meal distribute time	4.01	0.877	9	3.16	0.863	15	8.953(.000)**
polite attitude	3.60	0.909	16	3.23	0.661	14	4.657(.000)**
immediate response to the meal	3.53	0.836	17	3.25	0.582	12	3.919(.000)**
knowledge of the meal	3.82	0.771	13	3.36	0.739	10	5.838(.000)**
meal freshness	3.84	0.809	12	3.24	0.643	13	7.856(.000)**
cleanliness of the meal	4.02	0.837	8	3.06	0.82	17	6.835(.000)**
cleanliness of dishes	4.09	0.799	5	3.64	0.719	4	7.153(.000)**
cleanliness of crew clothes	4.08	0.752	6	3.47	0.777	9	7.804(.000)**
special meal offer	3.50	0.892	18	3.56	0.774	5	1.644(.102)

다. 해당속성으로는 기내식 온도, 기내식 청결성, 식사제공시간의 적정성으로 나타났다. III 사분면은 중요도와 성취도가 모두 낮은 저순위(low priority)영역으로 기내식 양, 주류의 다양성, 공손한 태도, 기내식 관련 즉시 응대, 기내식에 관한 지식, 기내식 신선도로 나타났다. IV 사분면은 중요도는 낮으나 성취도가 높은 과잉노력지역(possible overkill)으로 음료의 다양성과 특별식 제공으로 나타났다.

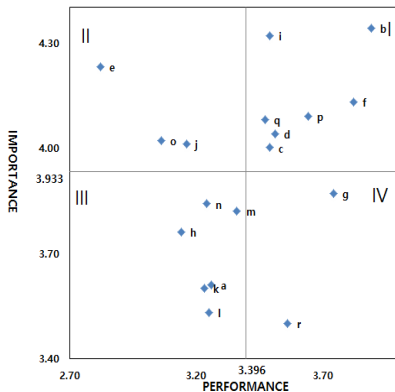


Fig. 1. IPA Matrix

Table 4. IPA of Inflight Meal Service Quality

Section	Inflight Meal Service Quality
I quadrant	b. meal flavor, c. meal quality, d. meal menu, f. balanced diet, i. Korean food availability, p. cleanliness of dishes, q. cleanliness of crew clothes
II quadrant	e. appropriate temperature, j. appropriateness of meal distribute time, o. cleanliness of the meal
III quadrant	a. meal quantity, h. liquor diversity, k. polite attitude, l. immediate response to the meal, m. knowledge of the meal, n. meal freshness
IV quadrant	g. variety of beverage, r. special meal offer

4. 연구결과 및 시사점

본 연구에서는 기내식 서비스 품질 제고를 위해 각 속성에 대한 중요도, 성취도의 순위와 차이를 확인하고 IPA 매트릭스를 도식화하여 항공 기업에서 어떠한 마케팅 전략을 펼칠 것인가에 관한 이론적 실무적 시사점을 도출해보고자 하였다. 실증분석 결과는 다음과 같다.

먼저, 기내식 서비스품질 신뢰도 분석과 타당도 분석을 통해 신뢰성을 확보하였고, 탐색적 요인분석을 통해 음식, 서비스, 청결성의 3가지 요인을 도출하였다. 둘째, 기내식 서비스품질에 대한 중요도의 평균과 성취도의 평균을 산출하여 대응표본 t-test를 실시하였다. 분석결과, 기내식 맛 과 특별식 제공을 제외하고 기내식 서비스품질의 모든 속성이 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

중요도 성취도의 우선순위를 살펴보면, 기내식 서비스 품질에 대해 가장 중요하다고 인식하는 속성은 기내식 맛으로 나타났고, 그 다음으로 한식제공여부, 적절한 온도, 균형적 식단 순으로 나타났다. 성취도 중에서 가장 높게 인식하는 것은 중요도와 마찬가지로 기내식 맛으로 나타나 기내식 맛은 기내식 서비스품질 중 가장 중요하다고 인식할 뿐 아니라 가장 만족하다고 느끼고 있는 속성임을 알 수 있었다. 두 번째로 성취도가 높은 것은 균형적 식단으로 나타났고, 그 다음이 음료의 다양성, 기내식 식기의 청결성 순으로 나타났다.

셋째, IP 분석 결과 I 사분면의 유지영역은 기내식 맛, 기내식 질, 기내식 메뉴, 균형적 식단, 한식제공여부, 기내식 식기의 청결, 승무원 복장의 청결성 등으로 나타났다. 기내식 서비스품질 속성 중 가장 많은 속성이 이 영역에 해당하는 것으로 나타나 항공사에서 서비스품질 유지를 위해 기내식에 관한 전략을 비교적 잘 펼치고 있음을 알 수 있다. 이 영역은 중요도와 성취도를 모두 높게 인식하기 때문에 속성들에 대해 지속적으로 관심을 가지고 유지하면서 강화시켜야 할 필요가 있다.

II 사분면의 노력집중영역은 적절한 온도, 식사제공시간의 적정성, 기내식 청결성 등으로 나타났다. 이들 속성은 기내식서비스품질에 있어 중요하다고 인식하고 있으나 상대적으로 성취도를 낮게 인지하고 있으므로 가장 관심을 가지고 우선적으로 개선해야 할 속성으로 분류된다. 기내식 서비스의 기본은 차가운 것은 차갑게, 뜨거운 것은 뜨겁게 서비스 하는 것이 매뉴얼 화 되어 있다. 하지만 항공서비스의 특성상 항공편은 대부분 연결편으로 운항하고 있어 짧은 시간의 지상 체류 시간동안 기내식을 탑재하고 하기하는 과정을 거쳐야하기 때문에 여름에는 적절한 온도를 유지하는 것이 쉽지 않다. 음료의 경우 이륙전 승무원이 차가운 서비스를 위해 칠링(chilling)과정을 거치지만 어느 정도 시간이 지나야 적절한 온도를 유지 하는 문제점을 안고 있다. 따라서 지상서비스 시간 동안 기내식 준비과정을 위한 시간안배나 해당 구역별

승무원 duty를 철저히 하여 적절한 온도를 유지할 수 있도록 해야 한다. 또한 탑재된 음식에 대하여 주요리의 경우 오븐히팅을 거쳐 승객의 트레이에 세팅해서 서비스 하는 과정을 거친다. 기내식 주요리를 서비스 하는 시간은 구간에 따라서 다르지만 약 1시간 정도의 시간이 소요되기 때문에 맨 처음 서비스 받는 승객은 따뜻한 식사를 할 수 있지만 구역(Zone)의 마지막으로 서비스를 받게 되는 경우는 미지근한 식사를 하게 되고 이에 대한 불만 사항이 제기되기도 한다. 따라서 구역별 서비스 안배에 있어 기내식 배분 시간을 최소화 할 수 있도록 하는 방안을 모색하는 것이 필요할 것으로 사료된다. 또한 승무원 신입교육이나 재교육시 트레이 세팅시간이나 오븐히팅 등의 시간을 다른 서비스 절차를 고려하여 최소화 할 수 있는 방안을 모색하여 교육이 필요할 것으로 보인다.

식사제공시간의 적정성은 항공편 구간에 따라 한번 혹은 두 번의 식사가 제공되는데 기내라는 한정된 공간에서 고객들이 원하는 시점에 서비스를 제공하는 문제와 관련된 것이기에 성취도가 낮은 것으로 판단된다. 식사제공시간의 경우 승객의 니즈(needs)보다는 서비스 제공 프로시저를 기준으로 이루어지기 때문에 개개인의 요구를 만족시킬 수 없는 특성을 안고 있다. 따라서 식사제공 시간에 대한 고객의 만족을 제고할 수 있는 방안으로는 슬립웰 태그(sleep well tag)의 활용이다. 항공사별로 명칭은 다르지만 일반적으로 식사 시 주무시는 승객에게 태그(tag)을 승객의 앞좌석에 부착하여 서비스 받도록 권고하고 있다. 이러한 서비스를 활용하여 성취도를 높일 수 있는 방안이 필요하다고 사료된다.

기내식 청결성은 신선도와 함께 기내식의 신뢰성 확보를 위해 중요하게 고려해야 할 요인으로 판단된다. 따라서 지상서비스에서부터 기내식을 다루는 승무원의 위생교육 및 기내식 제공시에도 청결에 관한 철저한 교육이 필요할 것으로 보인다.

III 사분면의 저순위 영역은 중요도와 성취도를 모두 낮게 인지하는 영역으로 기내식 양, 주류의 다양성, 공손한 태도, 기내식 관련 즉시 응대, 기내식에 관한 지식, 기내식 신선도 등이 이에 해당한다. 일반적으로 식사의 양보다는 질을 중요시하는 경향이 많아지고 승무원의 친절교육은 신입직원 때부터 강조하고 있어 공손한 태도나 즉시 응대 등에 대해서는 당연히 하고 있어 나타난 결과로 해석이 된다. 이들 속성에 대해서는 중요도와 성취도를 모두 낮게 인지하고 있어 시급한 자원배분과 홍보에

주력할 필요는 없으나 향후 고객의 욕구가 다양화 되기 때문에 지속적인 관심을 가지고 있어야 한다.

IV 사분면의 과잉노력지방 영역은 중요도에 비해 성취도가 높은 영역으로 음료의 다양성, 특별식 제공이 이에 해당한다. 기내 특별식의 경우 종교로 인한 특별식, 건강을 위한 특별식, 어린이를 위한 특별식, 기타 특별식 등 다양한 종류의 특별식을 제공하고 있으나 일반적으로 특별식에 대한 고객의 이해가 높지 않고 해당 서비스를 이용하는 빈도 또한 높지 않은 실정이다. 음료의 경우도 다양한 음료를 구비하고 있기에 이 부분에 대해 자원배분을 할 필요는 없을 것으로 보인다. 따라서 이 영역에 배분되는 노력을 노력집중영역인 적정한 온도, 식사제공 시간의 적정성, 기내식 청결성 등으로 투입해야 함을 시사한다.

연구의 한계점은 다양한 기내식 서비스품질 중 일부분을 사용하여 측정하였기에 향후 연구에서는 본고에서 측정하지 않은 속성에 대한 평가를 고려해 보았으면 한다. 또한 본 연구는 국내에 운항중인 항공사 중 A 항공사 이용객을 중심으로 연구를 진행하였다. 따라서 타 항공사의 기내식 서비스 품질을 측정하여 본고의 결과와 비교해 보는 것이 향후 의미 있을 것으로 사료된다.

REFERENCES

- [1] Ministry of Land, Infrastructure and Transport, Aviation Transport Report, (2017).
- [2] S. S. Park (2008). Comparative analysis of importance and satisfaction on airlines cabin meal service. *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, 11(2) 7-26.
- [3] E. J. Kim & D. J. Kim (2013). Study of Structural Relationships between In-flight Food Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction and Behavior Intention of Airline. *Korea Entertainment Industry Association*, 2013(5), 121-131.
- [4] K. M. Lee. (2009). The Effect of the factors of in-flight service on emotional reaction and on their behavior intentions. *The Korean Academic Association of Business Administration*, 22(3), 1381-1402.
- [5] Y. J. Park, A. E. Jeon & M. S. Kim. (2015). The effects of inflight meal experience and emotional responses on customer satisfaction and reuse intention. *Aviation Management Society of Korea*, 13(4), 35-59.
- [6] T. King. (2001). Inflight catering. *Tourism and Hospitality Research*, 3(2), 181-184.
- [7] J. Mills & J. M. Clay. (2001). Consumer attitude toward adding quick-service foods to inflight meals. *Journal of Restaurant and Food Service Marketing*, 4(3), 99-112.
- [8] J. H. Lee, H. S. Han & K. S. Kyung. (2013). Impact of well-being in-flight meal service on customer satisfaction and customer loyalty. *Journal of the Korea Academia-Industrial*, 14(6), 2688-2699.
- [9] J. Y. Lee, Y. S. Cho & Y. J. Park. (2014). The Consequences in Inflight Food Service Quality of Airline. *Korean Academic Society of Hotel Administration*, 2006, 559-570.
- [10] C. Grönroos. (1983). Innovative marketing strategies and organization structures for service firms in emerging perspectives on service marketing. *American Marketing Association*, 9-21.
- [11] A. L. Parasuraman, L. Berry & V. A. Zeithaml. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Marketing*, 64, 12-40.
- [12] M. S. An. (2004). *Impact of the airlines food service quality on customer's satisfaction and repurchase intention: classifying customer by passenger's seat class*, Kyunggi University, MA. D. thesis.
- [13] K. M. Kim & B. C. Choi. (2014). Study of structural relationships between in-flight food service quality, perceived value, customer satisfaction and behavior intention of airline. *Korean Journal of Tourism Research*, 25, .
- [14] J. H. Hong, S. Y. Bae & M. S. Kim. (2014). The impact of in-flight service quality on customer's satisfaction and loyalty. *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, 17, 209-227.
- [15] D. Y. Kim. (2015). The environment of in-flight F&B service quality based on low cost airlines. *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, 18(5), 313-331.
- [16] K. H. Cho & H. S. Bae. (2017). Convergence study of the in-flight meal quality on customer satisfaction, brand image and brand loyalty in airlines. *Journal of the Korea Convergence Society*, 8(12), 317-327.
- [17] C. B. Kim. (2006) *The effect of in-flight meal service on airline satisfaction and repeat patronage*, Yonsei University, MA. D. thesis.
- [18] J. A. Martilla & J. C. James. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(3), 77-79.
- [19] W. Deng. (2007). Using revised important-performance

analysis approach: The case of Taiwanese hot springs tourism, *Tourism Management*, 28, 1274-1294.

- [20] J. B. Cha, G. Y. Ryu & H. Y. Lee. (2013). Medical services on each process MOT using IPA. *Korea Customer Satisfaction Management Association*, 15(3), 47-65.
- [21] H. Oh. (2010). Revisiting importance- performance analysis. *Tourism Management*, 22(6), 617-627.
- [22] S. H. Ko & E. S. Park. (2012). Research on the medical tourism attributes by IPA. *Journal of the Korea Contents Association*, 12(4), 438-447.
- [23] J. C. Nunnally. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed). NY : McGraw-Hill.

고 선 희(Ko, Seon Hee)

[정회원]



- 1994년 2월 : 국립경상대학교 독문학과(문학사)
- 2008년 8월 : 경기대학교 서비스경영(경영학석사)
- 2011년 8월 : 경기대학교 관광경영(관광학박사)
- 2013년 3월 ~ 현재 : 서원대 항공호텔서비스학과 교수
- 관심분야 : 관광경영, 항공서비스, 서비스품질
- E-Mail : sunny_ko@hanmail.net