

석사학위논문

항공운송 서비스 요인에 따른
고객 만족에 관한 연구

A Study on the Customer Satisfaction
by Air Transport Service Factors

2019년 6월

배재대학교 대학원
컨설팅학과 컨설팅학전공
이진영

항공운송 서비스 요인에 따른
고객 만족에 관한 연구

A Study on the Customer Satisfaction
by Air Transport Service Factors

지도교수 문 창 권

배 재 대 학 교 대 학 원

컨설팅학과 컨설팅학전공

이 진 영

2019년 6월

이진영의 석사학위 논문을 제출함

이진영의 석사학위 논문을 인준함

심사위원장

李成島



심사위원

鄭嬉溶



심사위원

文昌權



2019년 6월

배재대학교 대학원

항공운송 서비스 요인에 따른 고객만족도에 관한 연구

이 진 영

지도교수 문 창 권
배재대학교 대학원 건설경영학과

본 연구는 항공서비스 고객만족도 제고를 위한 전략요인 도출을 목표로 일반적인 고객만족 및 항공서비스 고객만족의 결정요인들과 함께 불만 요소 및 기저요인들에 대한 문헌연구를 수행하고, 항공운송사업의 위상 강화 현상과 우리나라 항공서비스산업의 경쟁상황 및 추이를 국적 및 외국적과 대형 및 저가 항공사들로 구분하고, 국내항공 및 국제항공 서비스로 세분하여 비교분석을 수행했다.

특히 고객만족도 제고를 목표로 차별화 및 커뮤니케이션 활동으로 포지셔닝전략을 수행하는 국내외 항공사들의 서비스 현황과 차별화요소를 대형 및 저가 항공사의 차원에서 구분하여 규명하고, 항공사 고객만족도 성과 평가현황과 관련 불만요소들을 관련기관들의 실증자료를 기초로 분석하여, 항공사 서비스의 고객만족 전략방침을 성과지표 평가결과들을 기초로 규명하고, 수행전략 요인들을 만족요인 성과요소, 비가격경쟁력, 가격경쟁력 차원에서 도출했다.

키워드 : 항공운송 산업, 항공운송 서비스 요인, 고객만족 전략요인, 대형항공사, 저가항공사, 고객 불만요소, 차별화요소, 비가격경쟁력, 가격경쟁력

〈목 차〉

국문초록.....	i
목차.....	ii
표목차.....	vii
그림목차.....	ix
I. 서론.....	1
I.1 연구의 배경 및 목적.....	1
I.2 연구의 방법 및 주요 내용.....	3
II. 고객만족과 항공서비스 고객만족요인.....	5
II.1 고객 만족 요소와 서비스가치제안.....	5
II.1.1 고객 만족의 구성요소와 실행요건.....	5
II.1.1.1 고객 만족의 구성요소.....	5
II.1.1.2 고객만족의 결정요인.....	6
II.1.1.2.1 기대-불일치패러다임.....	6
II.1.1.2.2 공정성 이론.....	6
II.1.1.2.3 가치-지각 불균형이론.....	7
II.1.1.2.4 감성적 모형.....	7
II.1.1.3 고객만족과 재구매 행동.....	8
II.1.1.4 고객만족과 구전 의도.....	8
II.1.2 고객서비스의 제안 내용.....	9

II.1.2.1 서비스의 제안 내용.....	9
II.1.2.2 고객서비스의 제안 내용.....	11
II.2 항공서비스 구성요소와 만족도 요인 및 지표.....	13
II.2.1 항공사 서비스의 구성요소	13
II.2.1.1 항공사 서비스의 가치제안.....	13
II.2.1.2 항공운송 서비스의 구성요소.....	14
II.2.1.2.1 예약 서비스.....	15
II.2.1.2.2 발권 서비스.....	16
II.2.1.2.3 항공 이용자 공항서비스.....	16
II.2.1.2.4 기내 및 객실 서비스.....	17
II.2.1.2.5 운항 및 기타 서비스.....	18
II.2.2 항공운송 서비스 고객만족 요인과 평가지표.....	20
II.2.2.1 항공운송 서비스 요인 고객만족도	20
II.2.2.2 항공운송서비스 고객만족도 평가지표	21
II.2.3 항공서비스 고객 불만의 유형, 구조 및 요인	23
II.2.3.1 서비스 고객 불만족 상태 구분.....	23
II.2.3.2 서비스 고객 불만족 대상 구조.....	23
II.2.3.3 서비스 고객 불만족의 기저 요인.....	24
 III. 항공운송사업 실적과 경쟁요소별 특징.....	26
 III.1 항공운송 실적과 세계시장 경쟁 추이	26
III.1.1 우리나라 항공운송 실적과 세계적 위상.....	26
III.1.1.1 우리나라 항공운송 실적.....	26
III.1.1.2 우리나라 항공운송사업의 세계적 위상 변화.....	29
III.1.1.3 우리나라 항공사의 세계적 위상 변화.....	30
III.1.2 항공 여객운송시장의 경쟁 추이.....	33
III.1.2.1 세계 정기항공사 여객운송 성과 추이.....	33

Ⅲ.1.2.2 세계적 항공사들의 여객운송 성과와 규모 비교	36
Ⅲ.2 우리나라 여객운송시장 경쟁 요소와 특징	37
Ⅲ.2.1 우리나라 여객운송 시장 경쟁요소	37
Ⅲ.2.1.1 여객운송시장의 노선별 특징	37
Ⅲ.2.1.2 여객운송시장의 대상국별 특징	39
Ⅲ.2.1.3 여객운송 국적항공사 현황	39
Ⅲ.2.2 국적항공사 여객운송시장 경쟁 요소와 특징	41
Ⅲ.2.2.1 국제선 여객운송시장 경쟁성과와 구조적 특징	41
Ⅲ.2.2.2 국내선 여객운송시장 경쟁성과와 구조적 특징	50
Ⅲ.2.3 국내외 항공사 고객 피해와 처리 현황 비교	58
Ⅲ.2.3.1 국내외 항공사 고객의 피해현황 비교	58
Ⅲ.2.3.2 고객 소비자 피해 유형 및 구제처리 성과 비교	60
 Ⅳ. 여객항공운송서비스 차별화요소와 전략과제	 61
Ⅳ.1 대형 항공사 서비스 현황과 차별화요소	62
Ⅳ.1.1 국적 대형 항공사 서비스 현황	62
Ⅳ.1.1.1 대한항공	62
Ⅳ.1.1.1.1 대한항공의 서비스현황	62
Ⅳ.1.1.1.2 대한항공의 차별화요소	63
Ⅳ.1.1.2 아시아나항공	64
Ⅳ.1.1.2.1 아시아나항공의 서비스현황	64
Ⅳ.1.1.2.2 아시아나항공의 차별화요소	64
Ⅳ.1.2 외국 대형 항공사 서비스 현황	66
Ⅳ.1.2.1 카타르항공	66
Ⅳ.1.2.1.1 카타르 항공의 서비스현황	66
Ⅳ.1.2.1.2 카타르 항공의 차별화요소	66
Ⅳ.1.2.2 전 일본공수항공	67
Ⅳ.1.2.2.1 전 일본공수 항공의 서비스현황	67

IV.1.2.2.2 전 일본공수 항공의 고객만족 차별화요소	67
IV.1.2.3 싱가포르항공	68
IV.1.2.3.1 싱가포르항공의 서비스현황	68
IV.1.2.3.2 싱가포르항공의 차별화요소	69
IV.1.2.3 KLM 네덜란드 항공	70
IV.1.2.3.1 KLM 네덜란드 항공의 서비스현황	70
IV.1.2.3.2 KLM 네덜란드 항공의 차별화 요소	70
IV.2 저가 항공사 서비스 현황과 차별화요소	72
IV.2.1 국적 저가 항공사 서비스 현황	72
IV.2.1.1 진에어 항공	72
IV.2.1.1.1 진에어항공의 서비스현황	72
IV.2.1.1.2 진에어항공의 차별화요소	73
IV.2.1.2 제주 항공	74
IV.2.1.2.1 제주 항공의 서비스 현황	74
IV.2.1.2.2 제주 항공의 차별화 요소	74
IV.2.1.3 이스타 항공	75
IV.2.1.3.1 이스타 항공의 서비스 현황	75
IV.2.1.3.2 이스타 항공의 차별화 요소	76
IV.2.2 외국 저가 항공사 서비스 현황	77
IV.2.2.1 사우스 웨스트 항공	77
IV.2.2.1.1 사우스 웨스트 항공의 서비스 현황	77
IV.2.2.1.2 사우스 웨스트 항공의 차별화요소	78
IV.3 항공사 고객만족도 성과와 불만요소	79
IV.3.1 항공사 고객만족도 지표기준 성과	79
IV.3.1.1 항공운송 서비스 고객만족도 성과 비교	79
IV.3.1.2 국적 항공사 서비스평가 및 고객만족도	80
IV.3.1.2.1 국적 항공사 부문 평가	80
IV.3.1.2.2 고객만족도 설문조사 결과	81
IV.3.1.3 외국적 항공사 서비스평가 및 고객만족도	82

IV.3.1.3.1 외국적 항공사 서비스 평가	82
IV.3.1.3.2 고객만족도 설문조사 결과	83
IV.3.2 항공사 고객만족도 요인별 성과	84
IV.3.2.1 대형항공사 고객만족도	84
IV.3.2.2 저가항공사 고객만족도	87
IV.3.3 항공서비스 불만요소 처리과제	89
IV.3.3.1 기내 서비스 불만요소 처리과제	89
IV.3.3.2 소비자 피해 방지 및 적정보상 과제	91
 IV.4 항공사 고객만족 전략 방침 및 요인확충방안	 93
IV.4.1 항공사 고객만족 전략방침	93
IV.4.1.1 고객 전환유입요소 강화	93
IV.4.1.2 무결점 서비스 모색접근 강화	93
IV.4.2 항공사 고객만족 전략요인 확충방안	95
IV.4.2.1 고객 만족 요인성과 기준 접근강화	95
IV.4.2.2 고객만족 비가격요인 성과제고 방안	96
IV.4.2.3 고객만족 가격요인 성과제고 방안	97
IV.4.2.4 고객 만족도 전략요인의 도출	97
 V. 요약 및 결론	 100
 <참고문헌>	 104
 <Abstract>	 107

〈표 목차〉

〈표 Ⅱ.1-1〉 항공운송서비스 요인	14
〈표 Ⅱ.1-2〉 항공운송서비스 고객만족 평가 항목	22
〈표 Ⅲ.1-1〉 우리나라 항공수송실적 추이	27
〈표 Ⅲ.1-2〉 우리나라 항공수송 위상 변화추이	29
〈표 Ⅲ.1-3〉 우리나라 공항의 세계 순위 추이	30
〈표 Ⅲ.1-4.1〉 우리나라 항공사의 운송성과 세계적 위상 추이	31
〈표 Ⅲ.1-4.2〉 국적 항공사의 항공운항 현황(2018년 하계 기준)	32
〈표 Ⅲ.1-5〉 세계 정기 항공사의 여객운송 실적 추이	33
〈표 Ⅲ.1-6〉 여객 운송실적 순위(2016년 기준)	34
〈표 Ⅲ.1-7〉 항공사의 종업원 및 항공기 보유대수 세계 순위(2016년) ..	35
〈표 Ⅲ.2-1〉 국내선 및 국제선 노선별 여객운송 순위	37
〈표 Ⅲ.2-2〉 국제선 여객운송 대상국가 순위(2017년)	38
〈표 Ⅲ.2-3〉 국내/국제 항공운송사업 국적항공사(2018년)	40
〈표 Ⅲ.2-4〉 우리나라 국제선 항공여객운송 경쟁현황(2017년)	41
〈표 Ⅲ.2-5.1〉 국적항공사별 국제선 여객 수 경쟁 상황 추이	42
〈표 Ⅲ.2-5.2〉 국적항공사별 국제선 여객 수의 연간 증가율 추이	43
〈표 Ⅲ.2-5.3〉 국적항공사별 국제선 여객 수 점유율 추이	45
〈표 Ⅲ.2-6.1〉 국적항공사별 국제선 여객 킬로 경쟁 추이 특성	46
〈표 Ⅲ.2-6.2〉 국적항공사별 국제선 여객 킬로 연간 증가율 추이	47
〈표 Ⅲ.2-6.3〉 국적항공사별 국제선 여객 킬로 점유율 추이	49
〈표 Ⅲ.2-7〉 국적항공사별 국제선 탑승률 추이	50

<표 Ⅲ.2-8.1> 국적항공사별 국내선 여객 수 경쟁추이 특성	51
<표 Ⅲ.2-8.2> 국적항공사별 국내선 여객 수의 연간 증가율 추이	52
<표 Ⅲ.2-8.3> 국적항공사별 국내선 여객 수 점유율 추이	53
<표 Ⅲ.2-9.1> 국적항공사별 국내선 여객 킬로 경쟁 추이 특성	54
<표 Ⅲ.2-9.2> 국적항공사별 국내선 여객 킬로 연간 증가율 추이	55
<표 Ⅲ.2-9.3> 국적항공사별 국내선 여객 킬로 점유율 추이	56
<표 Ⅲ.2-10> 국적항공사별 국내선 탑승률 추이	57
<표 Ⅲ.2-11> 국내 항공사별 소비자 피해 현황(건)	59
<표 Ⅲ.2-12> 외국 항공사별 소비자피해 접수 현황(건)	59
<표 Ⅲ.2-13> 피해 유형별 접수 현황	61
<표 Ⅳ.3-4> 처리 결과별 현황(건, %)	61
<표 Ⅳ.3-1> 2016-17년 항공운송 서비스 평가	79
<표 Ⅳ.3-2> 2016-17년 항공운송 국적항공사 등급 평가 결과	81
<표 Ⅳ.3-4> 2016-17년 외국적 항공사 등급 평가 결과	82
<표 Ⅳ.3-5> 2016-17년 외국적 항공사 고객 만족도 결과	84

〈그림 목차〉

〈그림 Ⅱ.1-1〉 항공운송서비스 고객만족요인	21
〈그림 Ⅲ.1-1〉 우리나라 항공운항 실적 추이	28
〈그림 Ⅲ.1-2〉 우리나라 여객운송 실적 추이	28
〈그림 Ⅲ.2-1〉 국적항공사별 국제선 여객 수 점유율 추이	44
〈그림 Ⅲ.2-2〉 국적항공사별 국제선 여객 킬로 점유율 추이	48
〈그림 Ⅲ.2-3〉 국적항공사별 국내선 여객 수 점유율 추이	53
〈그림 Ⅲ.2-4〉 국적항공사별 국내선 여객 킬로 점유율 추이	56
〈그림 Ⅳ.1-1〉 국적 및 외국적 대형항공사 고객만족도	86
〈그림 Ⅳ.1-2〉 국적 및 외국적 저가항공사 고객만족도	89

I. 서론

I.1 연구의 배경 및 목적

1963년 국영인 대한항공공사를 거쳐 1969년 두 번째 민간항공인 대한항공이 운항을 시작함으로써 우리나라도 본격적인 항공운송산업을 시작하게 되었다. 1988년 제2 민항인 아시아나 항공이 출범함으로써 우리나라 항공 시장에도 복수 항공체제가 도입되었는데 이러한 경쟁체제의 도입은 우리나라 항공운송 산업을 한 단계 발전시켰을 뿐만 아니라 항공서비스 고객 만족도를 세계적인 수준으로 높였다고 평가되고 있다.

2003년 한성 항공을 시작으로 제주항공, 이스타 항공, 진 에어, 에어부산 등 운항을 시작으로 우리나라 항공운송 산업에도 저비용 항공사의 시장경쟁이 뜨거워지고 있다. 2000년대 후반에 진입하여 우리나라 항공시장은 내국인 출국자의 꾸준한 증가와 중국의 해외여행 자유화, 한류열풍, 지속적인 항공 자유화 정책으로 중국, 일본 및 동남아인들의 수요가 급증하고 있다.

이와 같은 항공 관광산업의 동반 성장에 힘입어 2013년 국제민간 항공기구의 여객, 운송 수송량 순위에서 우리나라가 당당히 세계 6위를 차지하였다. 이러한 성장의 배경에는 항공자유화 정책도 주효 하였지만 무엇보다도 국내 항공사들의 과감한 공급증대와 신규 시장 개척, 효과적으로 추진했던 고객만족 전략들이 기반을 이루었다.

항공기를 이용하는 고객들이 증가하고 항공운송 산업이 발전함에 따라

서 항공서비스에 대한 고객들의 요구가 높아지고 있다. 항공사 서비스 요인으로 인한 냉정한 고객만족도 평가가 이루어지고 있으며, 고객들의 기대 수준을 충족시키기 위하여 기존의 서비스를 고급화 시킨 항공사 또한 서비스의 뚜렷한 차별화를 통해 그 성장을 모색하고 있다.

그렇지만 꾸준한 고객 만족 개선에도 불구하고 항공기를 이용하는 소비자들의 불만은 계속해서 일어나고 있다. 항공운송 산업에서 항공권구매부터 목적지에 도착할 때 까지 다양한 불만 사례가 발생하고 있다.

서비스를 고객에게 전달하는 과정에서 소비자 불만이 발생하게 되고, 기대에 미치지 못하였을 시 불만족을 나타내게 됨으로써 제공된 서비스가 낮게 평가되며 약속위반, 직원의 실수, 오류 등을 말한다.

소비자 불만은 더 나아가 서비스 기업에 부정적인 이미지를 갖게 하고 더 잠재 고객 이탈과 수익 감소를 일으킨다. 그러므로 고객 불만족은 고객 본인 그리고 그 주변의 잠재 고객에게도 부정적인 이미지를 갖게 만들고 기업 신뢰도를 잃게 만들기 때문에 불만족을 회복시키는 것은 무엇보다 중요하다.

이에 본 연구는 우리나라 항공운송사업 실적과 그로 인한 경쟁상황들의 추이를 검토하고 운송실적 활성화를 목적으로 하는 항공사별 포지셔닝전략에 따른 서비스 차별화 및 커뮤니케이션 내용을 조사하고 항공서비스 요인평가 지표와 관련 설문조사결과를 통한 고객만족도 평가 현황을 검토 분석하고자 한다. 또한 항공운송 산업에서 발생하는 소비자 불만과 피해를 최소화시킬 수 있는 요인들을 만족도 제고 전략요인으로 규명하여, 체계적인 항공서비스 고객만족 제고의 전략계획 수립요인들을 도출하고자 한다.

I.2 연구의 방법 및 주요 내용

본 연구는 항공운송산업의 실적과 성과로 인한 고객만족도의 요인들을 위해 문헌연구를 기초로 내용과 수행 목표 및 기준들을 파악하는 것을 목적으로 다음과 같이 연구배경에 따른 문제의 인식, 관련 이론 및 선행연구에 대한 문헌연구, 상황의 관찰가능영역 검토를 위한 관련기관의 2차 자료와 실증조사연구 결과들을 분석하고자 한다.

또한 항공사들의 포지셔닝전략 상황들의 구성요소들과 커뮤니케이션 방식들을 비교하여 정체성 요소들을 규명하고, 항공사별 불만처리 현황, 항공사 서비스 평가현황, 고객만족도 현황을 비교분석하여 항공서비스 고객 만족 및 불만 결정요인들을 기초로 고객만족도 제고 전략요인들을 도출하고자 한다.

이상의 연구 방법론을 기초로 다음과 같은 관련 이론 및 선행연구 결과들과 관련 자료들을 검토 및 분석하고자 한다.

- 우리나라 항공운송산업 현황과 위상 강화 : 윤덕영(2015), 임진영·정경일(2017), 항공정보포탈시스템 자료 등
- 고객 욕구와 고객만족 구성요소 : 박용석(2010), 김희수(2007), 노재택(2005), 김재희(1995), 권주현(1996) 등
- 항공사 서비스 품질 : 고경임·원미연(2011), 안세진(2013), 권병찬(2017) 등
- 항공사별 고객 만족 의사결정에 대해 최세종(1997), 유창조 등(2009), 임희진(2018) 등
- 여객이용고객 불만 및 실패사례 결정요인 관계 추정결과 : 정은미·조민호(2009), 박수영(2009), 김윤진·이돈희(2018), 김형순·김립인(2004) 등
이상의 관련이론과 선행연구결과들을 기초로 항공사들의 포지셔닝전

략에 따른 차별화 요인들의 규명과 함께, 항공서비스 요소에 대한 평가 결과 설문조사 결과에 따른 고객만족도 성과 제고 및 부진 요인들을 규명하고, 항공서비스 고객만족도 제고를 위한 전략방침과 요인들을 도출하도록 다음의 내용으로 연구를 수행하고자 한다.

제1장에서는 연구의 방법 및 동기와 연구목적을 제시하고, 연구목적 달성을 위한 연구 방법 및 개요를 제시한다.

제2장은 고객 만족의 구성요소와 실행요건 현황과 항공서비스 요인을 설명하고 그로인한 고객만족도 평가를 규명하고 차별화된 고객 만족 서비스의 필요성을 제시한다.

제3장은 우리나라 항공운송사업 경쟁 상황 및 추이와 여객운송시장의 경쟁 특징을 분석하고, 국내외 항공사 고객 피해와 처리현황에 대한 비교를 수행한다.

제4장은 국적사 및 외국적사와 대형 및 저가항공사들의 포지셔닝 전략에 따른 서비스현황과 차별화요인들을 규명하고, 항공서비스 평가순위와 고객만족도 평가결과 및 불만요소 규명을 기초로 고객만족도 제고를 위한 전략적 방침 및 결정요인들을 도출하고자 한다.

제5장은 수행 연구결과들을 요약하고, 특유의 차별화요인 강화와 고객 불만 제거를 목표로 지속가능 경쟁우위 확보를 위한 고객만족 전략방안을 결론으로 제시한다.

II. 고객만족과 항공서비스 고객만족요인

II.1 고객 만족 요소와 서비스가치제안

II.1.1 고객 만족의 구성요소와 실행요건

II.1.1.1 고객 만족의 구성요소

누적된 거래 또는 접촉을 통해 만들어진 의미 또는 특정한 거래 혹은 고객과 특정 기업과의 접촉을 통해서도 정의될 수 있다. 그리고 고객만족을 소비를 하고 난 후 나온 결과 또는 평가되는 과정이라 정의할 수도 있다.

첫째, 고객 만족은 소비를 한 경험에 대해 기대한 가치만큼 보상받았다고 느끼는 인지적 상태이다. 서비스 구매행동 또는 특정한 제품을 구매했을 시 나타나는 정서적 반응인 것이다.

둘째, 특정 제품 또는 서비스의 사용소비 및 경험의 고객 기대가 일치하는지 불일치하는지를 나타내는 반응이다.

셋째, 고객 만족을 인지적 상태 관점에서 보면, 고객 만족은 구매자가 소비를 하고 구매를 한 이후 만족스럽게 보상을 받은 느낌을 얻은 소비자의 인지적 상태이다.

넷째, 고객 만족은 소비경험이 최소한 소비자가 기대한 만큼 뛰어나게

만족스러웠다고 나타낸 평가이다. 이는 선택된 대안이 그것에 대하여 사전신념과 일치되었는가에 대한 평가이다[심우극(2014), 49-50].

II.1.1.2 고객만족의 결정요인

II.1.1.2.1 기대-불일치패러다임

기대-불일치패러다임은 제품의 품질 과 구매 전 기대간의 사전의 기대 사이의 불일치가 고객만족 과 불만족에 영향을 주는 것으로 나타내고 있다.

고객만족과 고객 불만족에 대한 가장 보편적인 정의는 고객의 서비스 품질 기대와 실제 경험의 비교를 규명하는 기대불일치모형을 기초로 한다.

기대 불일치모형은 구매자들의 구매 시점 이전에 제품성과에 대한 기대감을 형성하고, 제품구매 및 사용을 통해 직접 느끼고 경험한 실제제품의 품질수준에 대해 자신이 사전에 기대했던 수준과 비교하는 것이다.

제품성과가 자신의 기대치보다 낮게 나타나면 부정적 불일치라 하며, 제품성과가 기대치보다 높게 나타났을 경우를 긍정적 불일치, 딱 기대했던 정도이면 단순한 일치라 한다.

이에 따라 단순한 긍정적으로 평가되었을 때는 만족하게 되고, 부정적으로 평가했을 경우에는 불만족하게 된다는 것이다.

결국 기대/경험의 불일치 패러다임은 고객들의 불만족경험과 성과 및 불일치에 영향을 받는다[윤덕영(2015), 41-42].

II.1.1.2.2 공정성 이론

공정성 이론에 따르면, 개인은 자신의 보상 및 투입의 비율과 타인의 보상 및 투입의 비율을 비교하였을 때 비율이 같으면 공정성이 인지되고

비율이 서로 다르면 불공정성을 지각하게 된다. 이는 개인이 자기가 어떠한 서비스나 구매를 위해 투입한 것과 그 구매로부터 받는 보상이 만족스러운지 느끼는 개인의 주관적인 판단을 하기 때문이다.

따라서 공정성 이론에 의하면, 기업이 얻은 투입비율보다 고객 자신이 투입한 비율이 더 높게 되면 고객은 만족을 느낀다고 말하고 있다.

II.1.1.2.3 가치-지각 불균형이론

가치-지각 불균형이론은 제품에 대한 만족이 형성되는 과정을 설명하며, 제품에 대한 지각상태와 고객의 당위기준사이에 불일치가 크게 나타날수록 불만족 상태는 더욱 커지게 되며 반대로 불균형이 작게 나타날수록 고객만족도는 증가한다.

기대불일치이론의 사전기대라는 정의 대신에, 가치-지각 불균형이론은 세부적인 내용과 수준을 나타내는 가치를 기준으로 삼고 있다. 따라서 가치-지각불균형이론은 실질적인 경험을 통한 제품성과의 개념 대신에 구매자의 내면적인 지각정도를 사용했다.

II.1.1.2.4 감성적 모형

감성적 모형은 소비자 만족 판단과정을 인지적 과정보다는 소비자의 구매 후 나타나는 감성적 변수들에 의해 주로 영향을 받는 것으로 주장한다. 비교적 중요하지 않은 제품의 만족은 감정 상태에 있어서 영향을 받지 않을 수 있는 것으로 간주한다.

또한 소비자의 만족판단, 불평 행동, 구전활동에 소비활동의 긍정적 부정적 감정이 직접적인 영향을 미친다고 보며, 감정반응의 유형을 적대감, 즐거운 놀라움, 관심의 3가지로 구분하고 있다[김희수(2007), 27-29].

II.1.1.3 고객만족과 재구매 행동

제품에 대한 평가는 구매 의도로 부터 시작된다. 따라서 고객들은 제품을 구매하고 평가한 후, 기대만족이 가장 높게 성취되는 제품을 구매하려고 하게 될 것이다. 따라서 재 구매 의도(repurchase intention : RPI)는 고객의 서비스 평가가 높거나 낮음에 따라 결정이 되는 것이다.

고객만족도가 높은 고객은 머릿속에 좋은 이미지가 생겼기 때문에 재구매가 이루어질 것이며, 기업은 이 기회를 통하여 더 많은 고객을 유치할 수 있게 된다.

재구매 의도를 높이려면, 질 좋은 물적 환경이 고객만족을 높이고 또한 품질에 대한 고객의 믿음과 태도를 좋게 형성시켜 구매가능성을 증가시켜야 한다.

또한 소비자 와 종업원간의 관계성 형성을 강화시켜, 종업원과 소비자와의 관계에 의해서 재 구매 의도가 증가하도록 해야 한다. 재 구매 의도는 소비자와 기업 관계에서 단 한 번의 구매로 끝나는 것이 아니라 서비스 만족 평가에 의하여 계속해서 나타날 수 있다.

II.1.1.4 고객만족과 구전 의도

구전이란 고객이 서비스에 대해 구매하기 전에 타인에게 서비스에 대해 조언을 구하는 행동을 말하며 기대를 하게 만드는 강력한 원천이다.

고객 반응에서 구전을 다음과 같은 이유로 중요하다.

첫째, 어떤 기업이나 마케팅과 전혀 상관없는 정보 원천에 기초한다.

둘째, 문서나 매스커뮤니케이션 보다 대면 의사소통이므로 더욱 효과적이다.

셋째, 고객의 불평은 많은 사람들에게 전파되기 때문에 더욱 나쁜 결

과를 가져올 수 있다.

그리하여 구전은 부정적인 면이 긍정적인 면보다는 부정적 편의를 보이는 경우가 많다. 긍정적 구전보다 부정적 구전은 고객의 의사결정과정에서 보다 더 많은 영향을 준다.

고객은 대중매체 광고, 종업원 등으로부터 정보를 얻기도 하지만 주위 사람들로부터 전달되는 중요한 정보를 듣고 모으기도 한다. 또한 소비자는 상업적이고 직접적인 광고보다는 주변 지인들의 정보를 더욱 신뢰하는 경향이 있다. 기업에서는 신제품의 판매촉진을 위한 전략을 다양한 방법으로 개발하고 있는데 다른 마케팅보다 구전 커뮤니케이션이 중요하다는 점을 인식하기 때문이다.

기업은 할인이나 프로모션 등 다양한 촉진 프로그램을 활용하여 효과적인 구전 마케팅을 선보이기도 하고, 이해관계가 있는 그룹이나 집단에게 좋은 정보를 제공하여 판매를 촉진하려는 구전 커뮤니케이션을 수행할 수 있다[노재택(2005), 55-57].

II.1.2 고객서비스의 제안 내용

II.1.2.1 서비스의 제안 내용

미국 마케팅학회(American Marketing Association, 1960)에서는 서비스를 “판매 목적으로 제공되거나 또는 상품판매와 연계해 제공되는 모든 활동(activities), 편익(benefits), 만족(satisfaction)”이라고 정의하고 있다.

이러한 서비스 정의는 판매직원이 고객의 편의를 위해 제공하는 일련의 과정상에서 고려될 수 있는 모든 것들을 포함한다고 볼 수 있다. 서비스란 욕구만족을 제공하는 본질적인 행위이며 제품이나 다른 서비스의 판매

와 연계되지 않는 무형의 활동으로 확인 가능한 것이다.

서비스는 눈에 보이는 유형의 상품과는 다르게 무형재라는 큰 특징을 가지고 있다. 서비스는 일반 제품과 비교해 보았을 때 무형성, 생산 및 소비의 비 분리성, 이질성, 소멸성이라는 4가지 특성을 다음과 같이 보유하고 있다.

첫째, 무형성(Intangibility)이다. 서비스의 무형성은 제품과 서비스를 분류하는 특징적인 의미이다. 서비스가 무형적이라는 것은 눈에 보이지 않으며 지각하기가 쉽지 않음을 뜻한다. 제품이 인지되는 것과 같은 형태로 보거나 느끼거나 만지거나 맛볼 수 없는 어떤 특성이라고 설명하고 있다.

이러한 특성을 나타내기 때문에 서비스란 고객의 구전과 개인의 주관적인 생각 등에 의해 평가되는 경우가 많고 인지도나 직원의 외모 또는 태도 등이 중요하며, 고객의 이미지를 보완하고 정확하지 않은 생각들을 제거하는 것이 중요하다고 할 수 있다.

둘째, 생산 및 소비의 비분리성(Inseparability)이다. 또 다른 서비스의 특성이란 소비와 생산이 함께 이루어져 소비행동이 일어 날 때 서비스를 제공하는 사람과 고객이 같이 공존해야 한다는 것이다. 고객이 원하는 서비스를 만족스럽게 제공하기 위해서 고객과 서비스 제공자 서로 간에 상호작용이 필요하다.

따라서 고객도 서비스 성취도에 영향을 미치는 것이다. 그러나 고객은 소비하기 전에 그 제품에 대한 서비스를 경험해 볼 수 없다는 한계가 있으며, 서비스를 제공하는 사람은 대량생산의 시스템과 품질을 통제할 수 없게 되는 어려움이 발생한다. 이러한 비분리성 때문에 직접 고객을 대면하여 일어나는 서비스 접점에 있는 직원들이 조직과 서비스품질 전체의 효과성의 결정요인이 되며, 성공적인 기업 마케팅에 핵심요인이 되는 것이다.

셋째, 이질성(Heterogeneity)이다. 서비스의 불일치성이라고도 하는 데, 이는 누가 어디서 어떻게 언제 얼마나 다양한 서비스를 제공 했느냐와 그 서비스를 누가 어떠한 상황 속에서 받았는지에 따라서 서비스에 수준과 성과가 다르게 나타난다는 것을 의미한다. 서비스는 생산과 인도과정에서 고객과 직원 상황 등 여러 변화로 인하여 제공하고 받는 서비스가 다를 수 있다.

넷째, 소멸성(Perishability)이다. 서비스는 제공하는 시점에서 소비하지 않으면 사라지게 되며 재고가 생기지 않기 때문에 기업들은 예약, 계절에 따른 할인정책 등의 마케팅전략을 운영하고 있습니다. 또한 구매시점에 소멸된 서비스는 얼마나 많은 고객들의 수요가 있는지 예측하기 어렵고 생산과 공급의 균형을 이루는 것이 사실상 불가능하다[원석희(2002), 41-42].

II.1.2.2 고객서비스의 제안 내용

서비스는 고객이 원하는 것을 만족시켜 주고 고객의 마음을 행복하게 만드는 행위, 다른 사람을 위해 수행하는 일, 고객을 위해 봉사하는 것, 그리고 어떤 행위에 대한 실천이다.

그렇기 때문에 서비스는 고객 욕구를 충족시켜 즐겁게 해주는 것이기 때문에 서비스를 제공하는 사람의 정성과 능력, 그리고 기술과 지식이 있어야지만 서비스 기업에 성공 할 수 있다..

특히 서비스 성과는 무형성과 인적요인에 강하게 의존하고 있어, 서비스 활동은 결국 서비스의 제공자 입장에서 부가가치의 본질과 소비자 입장에서는 구매하는 상품이 무형적인 동시에 서비스 개발 및 생산과정과 고객의 서비스 안에서 인적 요인이 매우 작용한다는 것이다[원석희(2002), 43].

기업 입장에서 이익창출이 궁극적인 목표이며 이익창출은 결국 고객으로부터 나오기 때문에 무엇보다 세부적인 고객관리가 중요하다. 고객의 유형에는 가치생산에 직접 참여하는 내부고객, 기업과 최종 고객이 되는 소비자 사이에 가치를 전달하는 중간고객, 기업이 생산한 가치를 이용하는 외부고객으로 나눌 수 있다.

고객은 항상 왕이라는 개념에 시대에서 고객은 이제 우리와 함께 발맞추어 나아가는 동반자적 입장으로 바뀌고 있다.

따라서 고객은 기업가치에 기여 하는 기업이 판매할 제품을 결정하는 사람이라고 간주할 수 있다.

또한 고객은 제공 받은 서비스에 대해 평가하고 기업이 서비스의 품질을 향상시킬 수 있는 기회를 제공한다. 그리하여 고객의 개념은 계속해서 변화하고 있으며 기업과 상생하고 있다고 해도 과언이 아니다. 고객은 단순히 상품과 서비스를 이용하는 것이 아니라 폭넓은 의미에서 본다면 고객은 상품을 생산하고 이용하며 서비스를 제공하는 모든 관계의 과정이라 할 수 있다.

고객서비스는 기업이 자신의 회사의 제품을 다른 회사의 제품과 차별화시키고, 고객의 신뢰성을 유지하고, 판매와 수익을 증가시키는 수단으로 여겨진다.

또한 고객 서비스는 다양하고 각기 다른 고객의 욕구를 충족함으로써 기업에 이익창출에 즉각적인 영향을 미치며 기업의 성과를 높이는 필수적인 도구라고 할 수 있다. 그러므로 고객서비스가 제품의 전략에 있어서 별도의 요소로 역할을 하기 때문에, 그 구성요소를 순수한 유형제품, 서비스 수반 유형제품, 상품 및 서비스 공동 수반 서비스, 순수 서비스의 네 가지로 구분할 수 있다[권주현(1996), 5-8].

II.2 항공서비스 구성요소와 만족도 요인 및 지표

II.2.1 항공사 서비스의 구성요소

II.2.1.1 항공사 서비스의 가치제안

현대사회에서 고객 서비스의 비중이 증가하고 경제활동에 있어서 서비스의 역할이 중요해지면서 항공서비스에 관한 관심 또한 높아지고 있다. 항공사는 전체적인 서비스를 제공하는데 다음과 같다. 항공권의 예약, 구매, 공항서비스, 모든 기재서비스, 항공기의 연착이나 수하물 분실서비스이다.

즉 항공사 서비스 요인은 여러 가지 속성들의 복합물이다. 항공사의 서비스 요인으로 인한 고객 만족도 등급 과 평가는 승객이 기대했던 서비스와 보상 되어진 서비스의 비교를 통해 이루어진다.

승객들의 기대감은 개개인 승객들의 특성 그리고 장소 와 시간에 따라 다르게 나타난다. 승객들의 기대가 동일하지 않은 이유는 여행의 목적지와 배경 그리고 국적이 모두 다르기 때문이다. 그러한 이유로 항공사들은 각 고객만족의 기준을 만들어 품질평가를 주기적으로 분석해야 한다.

항공운송 서비스는 초기에는 단순히 이동하는 교통수단에 불과하였으나 항공사와 타 교통 수단간 경쟁 구조 상황이 시작되면서 이동적인 가치 이외에 다양한 종류의 서비스가 상품의 중대한 요소가 되었다.

국내 선행연구들의 요인추출에 의한 항공 운송 서비스요인들은 아래<표 II.1-1>같이 다양하게 정리되고 있다[조영희·장대성·채규진(2010), 329].

〈표 II.1-1〉 항공운송서비스 요인

연구자	연도	요인수	항공 운송 서비스 요인
정재우	2009	5	편리한일정,공항서비스,기내서비스,가격,항공사직원
박수영	2008	6	유형성, 신뢰성,응답성,확신성,공감성,서비스품질
이은경	2007	5	편리성,신뢰성,인적서비스,유형성,경제성
서창적/ 강미라	2006	5	신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성, 유형성
김의근	2005	6	종사원신뢰성요인, 편의 및 안전성 요인, 고객대응성 요인, 운항관련요인, 이미지관련요인, 예약관련요인
김계섭/ 조주은	2005	6	운송서비스의 신뢰성, 기내서비스의 우수성, 운항서비스,의확신성,승객서비스의차별성,물적서비스의다양성,
송성인/ 조주은	2005	5	기내서비스, 승객서비스,운항서비스, 운송서비스,물적서비스
김선희	2005	3	무형적 서비스,유형적서비스, 인적서비스
장경관	2005	8	예약서비스,공항서비스, 기내서비스, 항공요금정책,회원
김호중	2005	2	유형적 서비스품질, 무형적 서비스품질
송준혁	2004	6	유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성,항공사이미지
서화정	2003	6	유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성, 기내식
박천우	2003	3	신뢰,응대성, 공감성, 유형성

자료 : 조영희 등(2010), 329.

II.2.1.2 항공운송 서비스의 구성요소

항공사의 운항서비스는 항공사의 운항시간과 안전성을 의미하는 것으로 항공사의 정시발행 정시도착이 매우 중요한 항공운송서비스 요인으로 설

명되고 있다. 즉 항공기에 탑승하여 출발하고 도착하여 입국장을 빠져나갈 때까지 항공권을 발급하고 목적지에 도착할 때까지의 모든 제반 서비스 업무를 총칭하고 있는 것이다.

항공사 서비스에 대한 설명은 고객이 구매하는 항공기의 좌석을 통하여 유 무형적인 서비스를 제공하는 것이다. 항공사의 서비스는 지상 서비스, 운항서비스, 기내서비스로 구분할 수 있다. 세부적으로는 예약 서비스, 발권 서비스, 항공 이용자 공항서비스, 객실 서비스, 운항 및 기타 서비스로 구분할 수 있다[송래헌(2007), 58-59].

II.2.1.2.1 예약 서비스

승객들이 탑승하기 전 예약이나 발권할 수 있는 우선 예약 및 발권 서비스가 있다.

항공예약은 선택한 항공사의 항공편을 이용하여 목적지까지 안전하게 도착 할 수 있게 좌석예약을 한다. 여행에 추가되는 요구사항 및 서비스를 탑승 전에 안내하고 좌석의 판매를 효과적으로 관리한다. 또한 좌석 사용을 극대화하여 기업 수익을 높이는 것에 기하는 것을 주요 업무로 한다.

따라서 고객은 사전에 항공사에 특정일 및 선택한 항공사의 공급되는 좌석 공급 가능 여부를 확인한 후 그 항공편을 탑승하겠다는 약속으로 항공사에서 제시하는 일자까지 항공요금을 지불하고 구입함으로서 계약이 성사된다.

예약 시 고객들은 자신이 원하는 특별 요청 서비스를 신청할 수 있는데 요청받은 특정 서비스가 항공사 마다 또한 비수기 성수기에 따라 달라지기 때문에 예약 접수를 받는 직원들은 시기마다 정확한 정보를 알고 있어야 하며 특별한 서비스의 제공을 모르고 있는 승객들에게 서비스가 누락

되지 않도록 안내해야 한다.

예약은 효율적인 판매를 통해 이용률을 증가시키고 철저한 운용관리를 통하여 항공사의 수입을 제고하고, 승객들의 편의를 도모하는 데 그 목적이 있다.

이에 따라 예약 담당 직원들은 단지 좌석만 예약해주고 끝나는 것이 아니라 여행지의 공항정보, 여권 비자 사항, 호텔 과 시내관광의 정보 등 각 나라의 여행정보를 동시에 제공해야 하는 역할을 하고 있다.

II.2.1.2.2 발권 서비스

발권은 승객에게 항공권을 발급하는 업무로서 예약기록 있는 승객의 성명, 목적지, 좌석 및 서비스 등급 등의 사항을 이용하여 항공권 및 탑승권 발행과 그에 따른 제반업무를 총칭한다.

항공권은 항공사와 승객 간에 계약 내용을 명시하고 항공사의 운송약관에 의거하여 계약되었다는 것을 표시하는 증서이다.

그러나 계약내용을 제대로 이해하지 못한 승객들을 위하여 피해를 볼 수 있는 부분에 대해 자세한 설명을 하여 고객들의 피해와 불만을 최소화시킬 수 있는 배려가 요구되고 있다.

II.2.1.2.3 항공 이용자 공항서비스

항공 이용자 공항서비스 또는 운송 서비스는 출발지 공항에서부터 시작되는 서비스이며, 중간 기착지가 있는 경우에는 도착지에서의 서비스 및 환승시의 서비스를 포함하여 최종 목적지 공항에 도착 후 수하물을 찾는 공항에서 제공되는 모든 서비스가 포함된다.

공항에 도착한 승객들은 탑승수속을 위해 항공사별 수속 카운터를 가게 되는데 승객이 탑승수속카운터를 찾을 수 있도록 안내판이 설치되어 있어

야 한다.

탑승 수속 카운터는 항상 깨끗하게 승객들을 맞이할 준비가 되어야 하고 또한 승객들에게 적시 적절한 서비스 제공을 위해 각 포지션에 직원들이 배치되어 있어야 한다.

그밖에도 탑승 수속 담당직원은 목적지 여행에 관련된 지식을 반드시 숙지해야만 하고 승객들이 쉽게 볼 수 있는 곳에 여행에 있어서 필요한 모든 약관을 공시해야 한다. 탑승 수속 시 탑승 대기시간을 최소화하기 위하여 승객들의 요청사항들을 최종적으로 재확인하여 서비스가 차질 없이 제공될 수 있어야 한다.

그밖에도 출국장에서 환승 및 탑승 대기 승객들에게도 그에 따른 안내를 정확하게 공지해야 하며 편의시설 제공이 요구되며, VIP실 고객들을 위한VIP 라운지 서비스도 운송 서비스에 포함시켜야 한다. 또한 불규칙적인 상황으로 비행편이 지연 되거나 결항 시에 빠른 상황 대처 그리고 그에 맞는 적절한 보상도 서비스에 하나이며 그에 따른 정확하게 수하물을 운영하는 것도 운송서비스에 포함된다. 또한 도움이 필요한 노약자, 임산부, 그리고 환자들에 대한 배려는 항공사에 대한 엄청난 긍정적인 이미지를 생성할 수 있다.

II.2.1.2.4 기내 및 객실 서비스

항공사 서비스 중 가장 큰 비중을 차지하는 기내서비스는 항공사 승무원 의해 제공되는 인적 서비스, 좌석 안내, 기내식음료 서비스, 오락 시설 등의 물적 서비스 등으로 분류 할 수 있다. 항공사의 등급 평가 시 주요한 평가이자 변수인 기내서비스란 기내 탑승 후 도착지에서 하기 할 때까지 제공되는 모든 서비스를 말한다.

기내에서의 서비스는 항공 운송 서비스에 있어서 가장 중요하게 초점을

맞추게 되는 서비스이다. 기내에서는 기내식 식사 음료 편의시설 오락시설 기내 면세품 서비스가 일반적으로 항공 기내에서 승객들에게 제공되는 서비스이다.

이와 더불어 필요한 안전 업무로는 비행 중 주의사항 좌석 안내 및 입국서류 세관신고서 작성, 환승안내, 중간 기착지의 안내 등이 있다.

특히 기내서비스는 승객이 보다 목적지까지 안전하게 비행 할 수 있도록 승객들의 만족도를 높이기 위한 다양한 종류의 서비스와 탑승 승무원의 인적 서비스가 함께 통합 되어 이루어진다.

일등석의 경우 유명한 전문 요리사가 같이 탑승하여 승객들에게 직접 요리를 선보이며 고급요리를 그 자리에서 즐길 수 있는 서비스를 제공하고 있다. 인적 서비스는 종사자가 어떠한 방법과 태도로 서비스를 제공하는가에 따라 고객만족에 큰 영향을 미치게 된다.

II.2.1.2.5 운항 및 기타 서비스

항공사에서 제공하는 본질적 서비스인 운항과 기타 서비스는 고속성이나 안전성, 쾌속성, 편리성 등을 기준으로 구분하거나, 또는 항공사 서비스를 물적 서비스 및 인적 서비스, 기내서비스 및 지상 서비스, 항공 운송 패키지 핵심 서비스 및 보조 서비스로 구분할 수 있다.

첫째, 인적 서비스는 항공사와 관련된 모든 종업원과 객실 담당 승무원을 통합하여 제공하는 가장 중요한 항공사 서비스라고 할 수 있다.

인적 서비스는 예약접수, 발권업무, 티켓팅 그리고 기내 접객서비스 등에서 이루어진다. 특히 기내에서 제공하는 승무원의 서비스는 고객에게 어떤 한 말투, 태도, 방법으로 서비스를 제공 하는지에 따라서 고객이 느끼는 만족도에 매우 큰 영향을 미친다.

따라서 승무원들은 객실에서 이루어지는 서비스를 위해 기본적인 자질

즉 서비스 태도 예절 단정한 용모 기반지식을 갖춘 커뮤니케이션 능력 등 기내업무에 요구되는 능력들을 갖춰야한다.

기내 승무원들은 고객에 대한 적절한 호칭법 및 언제든지 일어날 수 있는 불만 고객들을 지혜롭게 대응하는 방법 등으로 고객에게 최상의 서비스를 제공할 수 있도록 노력해야 된다.

둘째, 항공사 서비스 가치의 평가를 높일 수 있는 중요한 요인이 되는 것은 물적 서비스이다. 물적 서비스란 항공기 내부 또는 외부의 청결도 그리고 식음료 기내 필수용품 등이 있다.

인적 서비스와는 다르게 유형성이 높은 물적 서비스는 타 항공사 고객 만족을 평가하는 경우에 비교되는 평가가 직접적으로 눈에 나타나기 때문이다. 각 항공사들은 차별화된 다양한 물적 서비스 마케팅 전략으로 고객들의 호감도를 높이고 더 많은 고객을 얻으려는 경쟁이 활발하게 이루어지고 있다.

셋째, 많은 사람들로부터 이용되는 인터넷을 활용한 예약시스템은 제도적 서비스를 말하는 시스템적 서비스이다. 예컨대 시스템적 고객 서비스를 위해 개인 또는 기업의 이용누적에 따른 마일리지 점수를 내수시장 확대와 단골고객 확장차원에서 시행되고 있다.

세부적으로 타 항공사와 연동하여 간편하고도 저렴하게 이용할 수 있는 항공서비스, 예약에서 발권까지 동시에 이용 가능한 E-Ticket 제도, 특정 기간에 할인을 제공하는 서비스, 특별 고객 VIP 제도 할인 또는 쿠폰제도 등 항공 산업에서는 다양한 서비스를 이용할 수 있도록 하는 특별서비스가 제공되고 있다[임희진(2018), 10-14].

II.2.2 항공운송 서비스 고객만족 요인과 평가지표

II.2.2.1 항공운송 서비스 요인 고객만족도

항공운송 서비스요인은 정시성, 이용자 보호 충실성, 안전성, 고객 만족 평가로 설명되고 있고 그에 따라 고객만족 평가도 이루어지고 있다.

첫째, 정시성은 운항스케줄에 따라 정해진 시간에 출발하고 도착하는 시간이 계획된 시간에 맞춰 운항이 되었는지를 설명한다.

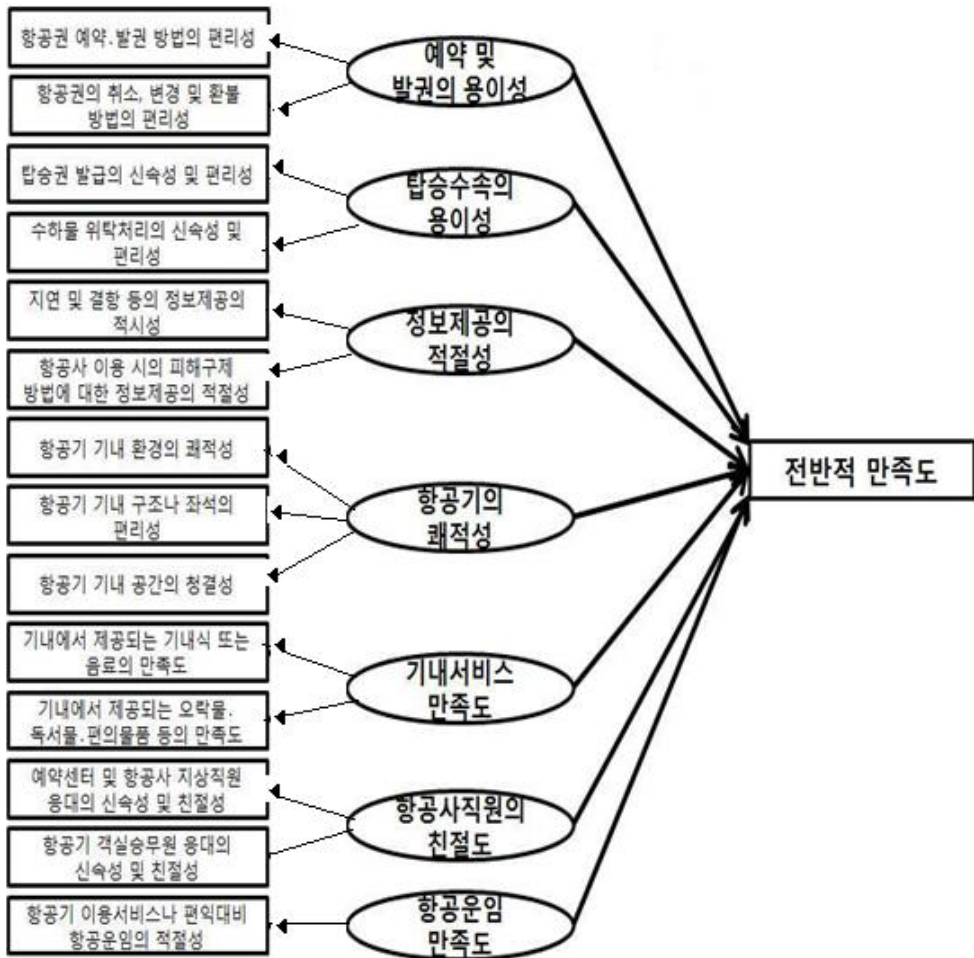
둘째, 항공기이용자 보호충실성은 항공기를 이용하는 고객들의 피해구제접수 및 분쟁조정, 행정처분 그리고 항공사가 항공편을 이용하는 고객들의 권익 보호를 위한 조치를 나타낸다.

셋째, 안전성은 항공기사고, 안전관련 행정처분 등 전반적인 항공운송사업자의 안전성 설명한다.

넷째, 항공사가 제공하는 서비스에 대한 고객들의 만족을 정의한다. 세부적인 항공운송 서비스 만족도는 <그림 II.1-1>과 같다.

항공서비스 요인으로 인한 고객만족은 항공기를 이용하여 목적지까지 친절하고 안전하게 운송해주는 것이며, 비행 중 탑승객들은 항공사가 제공하는 다양한 형태의 서비스를 제공받게 된다.

승객들이 목적지에 도착했을 때에는 보상으로 받는 유형제는 없지만 원하는 목적지까지 안전하게 도착한 안도감, 비행중의 안락함, 쾌적성 그리고 기내승무원의 서비스가 주된 속성이다. 그리고 유형제와 추가적인 무형의 서비스가 동시에 이루어지는 것을 말한다. 이는 단순히 화물과 여객을 운송하는 단순한 개념이 아니라 국가 경쟁력을 대표하는 21세기 신 개념 복합적 서비스 산업인 것이다[권병찬(2017), 40-42].



자료 : 국토교통부, <<http://www.molit.go.kr>>

<그림 II.1-1> 항공운송서비스 고객만족요인

II.2.2.2 항공운송서비스 고객만족도 평가지표

국토교통부는 한국교통연구원을 통해 실시한 2016-17년 항공운송서비스 평가 결과를 발표했다. 항공운송서비스 평가는 국적 및 외국적항공사의 매출규모, 여객 수, 사업운영방식, 주요 운항국가 및 노선 등을 고려하여 대상을 선정하고 평가집단을 구분하여 평가하였다. 세부적인 평가 항목은

<표 II.1-2>와 같다.

<표 II.1-2> 항공운송서비스 고객만족 평가 항목

평가항목		세부항목
정량 평가	정시성	- 지연 및 결항
	안전성	- 항공기 사고·준사고 발생률 - 사고로 인한 사망자 등의 수 - 안전관련 과징금 부과건수 및 부과액 - 항공중사자 처분 건수 및 처분일수 - 인사원칙, 징계절차 등 안전문화 점수
	항공교통 이용자보호 충실성	- 한국소비자원 피해구제 접수건수 - 한국소비자원 분쟁조정 결과 - 소비자 관련 행정처분 점수 - 법정 소비자보호조치 충실 이행도
정성 평가 (이용자만족도)		- 예약 및 발권의 용이성 - 탑승수속의 용이성 - 정보제공의 적절성 - 항공기의 쾌적성 - 기내서비스 만족도 - 항공사 직원 친절도 - 이용요금 만족도 - 전반적인 만족도

자료 : 김도건 등(2018), 8.

첫째, 정량평가는 1등급(매우 우수)부터 10등급(매우 미흡)까지 10등급제이며, 정성평가는 7점 척도 설문조사로 진행됨에 따라 매우만족부터 매우불만족까지 7등급제*로 등급이 매겨진다.

항공사 정량평가 항목은 정시성, 안전성, 소비자 보호 충실성으로 구성된다. 그리고 공항 정량평가 항목은 수속신속성, 수하물처리 정확성, 공항이용 편리성으로 구성된다.

둘째, 조사수행은 리서치랩이 담당하며, 성수기·비수기를 나누어 연중 2회 이상 조사를 실시한다.

셋째, 정성평가는 매우만족, 만족, 다소만족, 보통, 다소불만족, 불만족,

매우불만족의 7등급으로 측정된다.

II.2.3 항공서비스 고객 불만의 유형, 구조 및 요인

II.2.3.1 서비스 고객 불만족 상태 구분

고객은 만족 여부나 정도에 따라 잠재적 만족 고객, 만족 고객 그리고 불만족 고객으로 분류할 수 있다. 고객의 불만족 상황을 다음과 같이 구분할 수 있다.

첫째, 고객이 갖는 잠재적 불만족이란 전반적으로 만족했다고 응답했지만 실제로는 만족스럽지 못했던 상황들과 관련된 경험을 어느 정도 가지고 있는 상황으로 볼 수 있다.

둘째, 불만족 상태는 불만족스러운 감정의 상태가 구매하는 과정에서 나타나는 감정적 불일치 상태를 나타낸다.

셋째, 불만족 상태는 사전에 기대했던 가치와 구매하고 난 후 인지된 제품의 품질성과 사이에서 나타나는 차이에서 소비자의 반응 및 제품이나 서비스 등을 비교하고 구매하는 과정에서 일어나는 경험에 대해 비호의적 감정을 경험하는 것이다[정은마·조민호(2009), 272].

II.2.3.2 서비스 고객 불만족 대상 구조

불만족 대상에 따른 분류로서 제품과 서비스를 생산하고 분배하는 방법에 대한 일반적인 불만을 시장조직의 불만족, 쇼핑시스템 불만족, 구매시스템 불만족, 소비시스템 불만족 등으로 다음과 같이 구분할 수 있다.

첫째, 쇼핑시스템 불만족은 소비자들이 다양한 형태의 소매점에서의 이용 가능성에 수반되는 불만족을 의미한다.

둘째, 구매시스템 불만족은 소비자들이 제품을 선택하고 소매점에서 구매하는 과정에서 수반되는 소비자 불만족을 말한다.

셋째, 소비시스템 불만족은 소비자가 구매한 제품을 사용하는 과정 중에 발생하는 불만족을 말한다.

II.2.3.3 서비스 고객 불만족의 기저 요인

불만족을 구매와 소비하는 과정에서 재원에 대한 불충분한 결과에 의해 나타나는 인지적, 감정적 불일치의 상태로 규정할 수 있다. 이러한 고객 불만족 요인은 다음과 같이 추론할 수 있다.

첫째, 동화이론은 소비자 불만 발생을 설명하는 이론이다. 구매 전 기대와 구매 후 만족도를 비교하여 불만족이 발생한다는 것이다. 사전 기대가 실제 만족도 보다 큰 경우에는 불만이 발생하게 되며 소비자 불만은 결국 소비자 불평을 나타내게 된다는 것이다.

이것은 어떤 제품에 대한 소비자의 사전 기대와 제품품질 사이에 불일치가 발생하면 심리적으로 부조화상태가 되거나 또는 심리적으로 불안한 상태는 발생하여 소비자는 자기가 구매한 제품에 대한 기대감에 맞추어 문제를 해결하려고 한다는 이론이다.

동화이론은 심리적인 측면의 중요성을 제품이나 서비스의 성능, 상황, 및 사회 인구적변수보다 더 중요하다고 주장하는 이론이다.

둘째, 대조이론은 소비자가 사전 기대와 제품성과 사이의 차이를 확대시키려고 한다는 것을 가정하고 있다. 만약 기대성과가 소비자의 사전기대에 못 미친다면 그 상품에 대해 기대를 하지 않았을 때의 평가보다 덜 우호적으로 평가하려고 한다는 이론이다.

소비자의 기대수준이 실제 제품성과와 일치하지 않았을 때 기대와 성과

간의 대조에 의해 소비자는 그 차이를 과장시킨다는 것으로 동화이론과는 정반대의 이론이라 할 수 있다.

셋째, 일반화된 부정론이론은 기대와 실제 사이의 어떤 모순 또는 불일치가 일어나면 소비자에게는 부정적 상황을 만들게 되는데 이는 소비자의 제품에 대한 성능과 기대 간에 차이가 발생하게 되면 소비자의 기대를 초과했을지라도 이전보다도 제품을 덜 바람직하게 평가한다는 이론이다. 마케팅믹스 활동에서 광고와 촉진 활동은 어떠한 과장이나 과소평가 없이 제품의 성능과 일치되어야지만 소비자에게 높은 만족도를 이끌어 낼 수 있다.

넷째, 동화 및 대조이론은 소비자의 지각이 거절과 수락, 그리고 중립의 영역을 나타내고 있다고 할 수 있다. 소비자의 기대와 제품의 성능의 차이가 발생하면 소비자는 그 차이를 동화시키려하거나 제품에 대한 평가를 호의적으로 평가하지만 기대와 성과 간의 불일치가 크게 차이 나면 대조효과가 일어나기 때문에 기대 이전보다도 제품을 덜 바람직하게 평가한다는 것이다[김영주(2006), 19-21].

Ⅲ. 항공운송사업 실적과 경쟁요소별 특징

Ⅲ.1 항공운송 실적과 세계시장 경쟁 추이

Ⅲ.1.1 우리나라 항공운송 실적과 세계적 위상

Ⅲ.1.1.1 우리나라 항공운송 실적

<표 Ⅲ.1-1>과 같이 우리나라 항공운송사업 실적은 2013년에 비해 4년 만인 2017년에 여객운송은 국내선에서 45.0%p만큼, 국제선에서 50.9%p만큼의 증가를 시현 했다.

또한 화물 운송 역시 국내선에서 14.6%p와 국제선에서 24.2%p만큼의 증가를 보였다. 이에 따라 2017년의 운항실적은 국내선에서 21.6%p, 국제선에서 34.8%p만큼의 증가를 달성했다. 이러한 우리나라 항공운송의 실적 확충 과정은 국내선과 국제선 모두에서 발생하고, 그 증가율과 규모는 국제선에서 보다 크게 나타나고 있다. 그리고 다음과 같이 국내선과 국제선 모두에서 화물운송보다 여객운송에서 증가 성과가 배수 이상으로 나타나고, 그러한 효과는 국제선에서 더 큰 규모로 나타나는 것을 볼 수 있다.

첫째, 국내선의 경우에 화물 운송은 장기추세를 반영하는 10년 (이동)평균증가율이 2017년부터 양(+)으로 전환된 반면에, 여객운송은 2014년부터 증가율이 급증하고 있다. 한편 중기추세를 반영하는 5년 평균 증가율은 화물운송은 2014년부터 양(+)으로 전환되어 지속적으로 증가하고 있고, 여객운송은 2013년에 비해 2017년에는 거의 2배 수준으로 접근하고 있다.

둘째, 국제선의 경우에 10년 평균증가율은 화물 운송보다 여객운송이 약 3배의 증가율을 보이면서 증가해왔다. 그리고 5년 평균증가율에서 화물운송보다 여객운송이 2배 이상의 실적을 보인다.

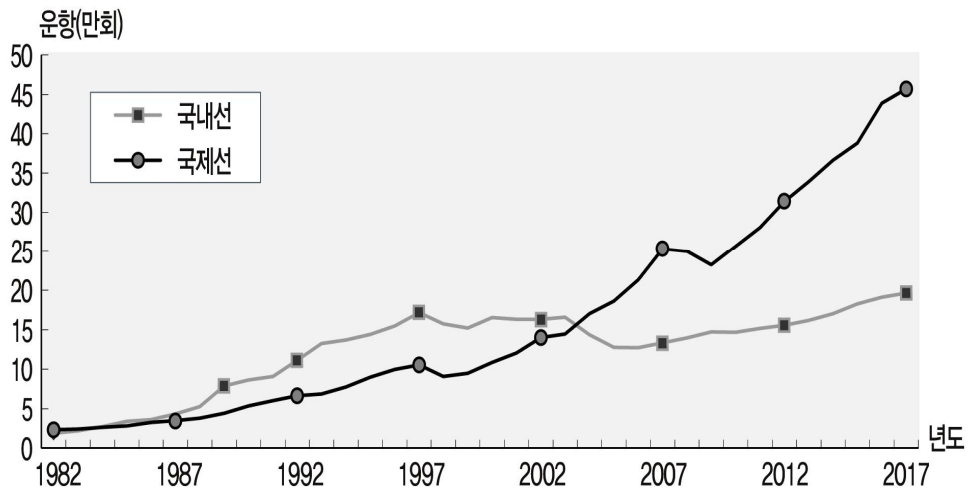
따라서 우리나라 항공운송사업의 지속 가능 성장 원천확보를 위해서는 국제선 여객운송의 경쟁력 강화가 가장 크게 필요한 것을 알 수 있다.

<표 III.1-1> 우리나라 항공수송실적 추이

구 분 \ 연 도 별			2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
국 내 선	여 객	실적(천명)	22,353	24,648	27,980	30,913	32,406
		전년 대비(%)	3.5	10.3	13.5	10.5	4.8
		5년 평균증가율	5.5	5.1	7.5	9.4	9.7
		10년 평균증가율	1.9	4.1	5.6	7	7.4
	화 물	실적(천톤)	253	283	288	293	290
		전년 대비(%)	-4.7	12	1.6	1.8	-0.9
		5년 평균증가율	-1.5	2	0.6	2.5	3.5
		10년 평균증가율	-5.2	-3	-2.3	-0.9	1.5
	운 항	실적(천회)	162	170	183	191	197
		전년 대비(%)	3.9	5.2	7.3	4.6	2.9
		5년 평균증가율	2.4	3.8	4.8	5.3	5
		10년 평균증가율	1.3	3.2	4.1	4.1	3.9
국 제 선	여 객	실적(천명)	50,987	56,779	61,434	73,001	76,956
		전년 대비(%)	6.9	11.4	8.2	18.8	5.4
		5년 평균증가율	11.1	9.1	9.6	11.2	10.8
		10년 평균증가율	7.3	7.5	7.3	7.9	9
	화 물	실적(천톤)	3,246	3,411	3,519	3,781	4,032
		전년 대비(%)	1.2	5.1	3.2	7.5	6.6
		5년 평균증가율	3.1	0.6	2.1	4.2	5.6
		10년 평균증가율	2.6	3	2.4	2.1	3.3
	운 항	실적(천회)	339	366	388	439	457
		전년 대비(%)	8.1	8.1	5.9	13.1	4.2
		5년 평균증가율	9.9	9.3	8.4	8.8	7.8
		10년 평균증가율	8	7.8	6.9	6.3	6.9

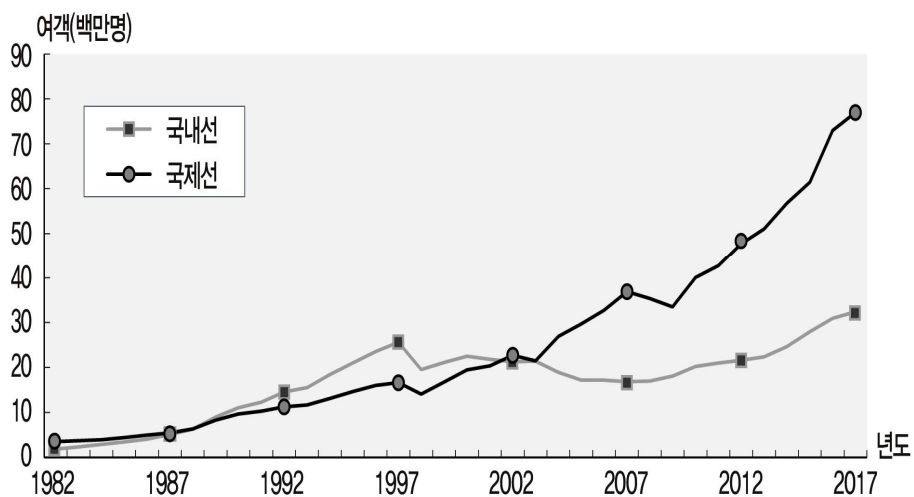
* 여객은 유입, 화물은 순화물+우편+수하물, 국내선 출발, 국제선 출발도착, 환승(T/S) 포함 기준

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/index.jsp>>



자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

<그림 III.1-1> 우리나라 항공운항 실적 추이



자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

<그림 III.1-2> 우리나라 여객운송 실적 추이

<그림 III.1-1>과 같이 우리나라 항공사업의 실적은 2003년을 분기점으로 국내선을 국제선이 추월하기 시작하여, 2017년 말 현재 그 격차는 보다 확대되고 있다.

또한 항공 여객운송 실적에서도 <그림 III.1-2>와 같이 2003년을 분기점으로 국내선을 국제선이 추월하기 시작하여, 2017년 말 현재 그 격차는 보다 확대되고 있다.

III.1.1.2 우리나라 항공운송사업의 세계적 위상 변화

<표 III.1-2>와 같이 우리나라 항공운송사업의 전체 세계순위는 2016년에는 2014년 및 2015년보다 1단계 더 상승한 7위를 기록했다. 그런데 국제선 기준으로는 계속 6위에 머물러 있다.

여객운송의 경우에 국내선 실적이 타국보다 상대적으로 증가하여 16위에서 2016년에는 15위로 상승했지만, 국제선 세계순위는 11위에서 12위로 한 계단 추락했다. 화물 운송에서는 지속적으로 4위를 랭크하고 있다.

<표 III.1-2> 우리나라 항공수송 위상 변화추이

구분	범위	2014년		2015년		2016년	
		순위	실적	순위	실적	순위	실적
여객+화물	국내선+국제선	8	21,432	8	22,561	7	23,611
여객+화물	국제선	6	20,765	6	21,803	6	22,756
여객(백만 킬로)	국내선+국제선	16	112,754	16	119,739	15	131,890
여객(백만 킬로)	국제선	11	106,139	11	112,357	12	123,284
화물(백만 톤킬로)	국내선+국제선	4	11,047	4	11,297	4	11,485
화물(백만 톤킬로)	국제선	4	10,997	4	11,242	4	11,435

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

〈표 Ⅲ.1-3〉 우리나라 공항의 세계 순위 추이

구분			단위	2014년		2015년		2016년	
				순위	실적	순위	실적	순위	실적
인천	여객	국내+국제	천명	23	45,662	22	49,413	20	57,850
	여객	국제	천명	8	44,907	8	48,720	7	57,152
	화물	국내+국제	천톤	4	2,558	5	2,596	4	2,714
	화물	국제	천톤	2	2,474	3	2,490	2	2,603
	운항	국내+국제	천회	48	293	47	308	41	343
김포	여객	국내+국제	천명	82	21,567	82	23,164	78	25,043
	화물	국내+국제	천톤	128	138	130	135	135	134
	운항	국내+국제	천회	116	171	128	167	140	164
제주	여객	국내+국제	천명	71	23,198	72	26,238	66	29,709
	화물	국내+국제	천톤	126	138	133	134	137	131
	운항	국내+국제	천회	139	147	134	161	129	176
김해	여객	국내+국제	천명	157	10,379	148	12,382	143	14,903
	화물	국내+국제	천톤	265	38	239	47	211	66
	운항	국내+국제	천회	288	81	270	90	238	102

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

〈표 Ⅲ.1-3〉과 같이 우리나라 공항들중에서 인천공항은 여객 수를 기준으로 국내선과 국제선 모두에서 세계 순위가 계속 상승하고, 화물운송량 기준으로는 2016년 세계 4위를 기록하고 있다.

한편 운항 횟수 기준으로 세계 41위를 기록하지만, 순위가 2016년에는 6계단이나 상승하고 있다.

그리고 김포공항, 제주공항, 김해공항에서도 여객 수 기준 세계 순위가 2016년에는 몇 계단씩 상승했다. 이러한 실적 개선은 항공사업의 경쟁력 강화원천을 여객운송에서 찾아야한다는 것을 반영한다.

Ⅲ.1.1.3 우리나라 항공사의 세계적 위상 변화

〈표 Ⅲ.1-4.1〉과 같이 우리나라 국적 항공사인 대한항공(KAL)과 아시아나항공(AAR)의 실적은 규모에서는 증가세를 보여주고 있지만, 세계 순위

에서는 KAL은 여객운송의 개선과 화물운송의 퇴보를, AAR은 여객운송 국제선의 퇴보를 보여주고 있다.

〈표 III.1-4.1〉 우리나라 항공사의 운송성과 세계적 위상 추이

구 분		단 위		2014년		2015년		2016년	
				순위	실적	순위	실적	순위	실적
대한항공	톤킬로미터	국내+국제	백 만	-	14,295	-	14,350	-	14,567
	톤킬로미터	국제	백 만	-	14,042	-	14,077	-	14,280
	여 객	국내+국제	천 명	36	23,036	40	24,632	36	26,616
	여 객	국제	천 명	19	16,381	19	17,258	18	18,756
	여객킬로미터	국내+국제	백만킬로	24	67,281	24	70,923	26	75,197
	여객킬로미터	국제	백만킬로	17	64,869	17	68,224	17	72,321
	화 물	국내+국제	천 톤	4	1,519	5	1,533	7	1,514
	화 물	국제	천 톤	5	1,430	5	1,458	6	1,445
	화물톤킬로미터	국내+국제	백만킬로	5	8,079	5	7,761	6	7,666
	화물톤킬로미터	국제	백만킬로	3	8,046	3	7,733	4	7,639
아시아나항공	톤킬로미터	국내+국제	백 만	-	6,988	-	7,144	-	7,608
	톤킬로미터	국제	백 만	-	6,794	-	6,950	-	7,401
	여 객	국내+국제	천 명	54	17,110	56	17,575	54	18,933
	여 객	국제	천 명	28	12,028	29	12,511	31	13,524
	여객킬로미터	국내+국제	백만킬로	40	36,605	38	39,435	37	42,168
	여객킬로미터	국제	백만킬로	32	34,640	30	37,466	32	40,058
	화 물	국내+국제	천 톤	14	868	15	856	15	922
	화 물	국제	천 톤	11	826	11	814	11	882
	화물톤킬로미터	국내+국제	백만킬로	19	3,693	19	3,595	19	3,813
	화물톤킬로미터	국제	백만킬로	17	3,676	17	3,578	17	3,796

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

그리고 <표 III.1-4.2>와 같이 2018년 하계 스케줄 및 정기노선 기준으로 2개의 FSC(Full Service Carrier : 대형항공사)인 KAL 및 AAR과 7개의 LCC(Low cost Carrier : 저비용항공사)가 취항국가 46개국, 취항도시 152개 지점, 253개 노선, 주 3,163회의 항공운항 실적을 수행하고 있다.

각 항공사들 별로 중복되는 국가들은 24개국, 도시는 59개, 노선은 65개로, 활발한 운항을 수행하고 있다.

한편 우리나라에 35개 국적의 84개 외국 항공사들이 39개국 및 119개 도시들 에서 212개 노선으로 주 1,619회(여객은 주당 1,433회, 화물은 주당 186회)로 운항을 하고 있다.

<표 III.1-4.2> 국적 항공사의 항공운항 현황(2018년 하계 기준)

	국가 수	도시 수	노선 수			운항횟수(회/주)		
			계	여객	화물	계	여객	화물
대한항공	43	108	161	112	35	997	890	107
아시아나	24	72	94	71	23	696	580	70
에어부산	11	19	26	26	-	137	204	-
에어서울	6	14	14	14	-	-	97	-
이스타	8	21	25	25	-	133	187	-
제주항공	12	30	40	40	-	237	398	-
진에어	11	23	32	32	-	302	302	-
티웨이	11	25	37	37	-	119	272	-
에어인천	3	5	5	-	5	56	-	56
계	46	152	253	202	51	3,163	2,930	233

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

Ⅲ.1.2 항공 여객운송시장의 경쟁 추이

Ⅲ.1.2.1 세계 정기항공사 여객운송 성과 추이

ICAO(International Civil Aviation Organization : 국제민간항공기구)의 연간보고서를 기준으로 작성된 <표 Ⅲ.1-5>와 같이 글로벌금융위기가 발생했던 2009년을 제외하고는 운송실적이 지속적으로 증가 되어 왔다.

이러한 여객운송의 증가율은 국제선의 경우에 2014년부터 여객 수와 여객 증가율이 지속적으로 상승하고 있고, 2016년에는 국내선 증가율을 상회하는 것을 볼 수 있다.

<표 Ⅲ.1-5> 세계 정기 항공사의 여객운송 실적 추이

구분		여객 수		여객 킬로	
		백만명	증감률(%)	백만킬로	증감률(%)
국내선 + 국제선	2009년	2,488	-0.4	4,554,781	-1.1
	2010년	2,705	8.7	4,917,070	8
	2011년	2,870	6.1	5,240,510	6.6
	2012년	3,004	4.6	5,520,842	5.3
	2013년	3,138	4.5	5,824,084	5.5
	2014년	3,316	5.7	6,172,191	6
	2015년	3,556	7.2	6,635,006	7.5
국제선	2016년	3,796	6.8	7,124,350	7.4
	2009년	936	1.3	2,781,644	-1.3
	2010년	1,036	10.6	3,018,229	8.5
	2011년	1,124	8.5	3,248,212	7.6
	2012년	1,191	6	3,447,426	6.1
	2013년	1,253	5.2	3,644,113	5.7
	2014년	1,333	6.4	3,870,543	6.2
	2015년	1,437	7.7	4,158,958	7.5
	2016년	1,553	8.1	4,481,293	7.8

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

〈표 III.1-6〉 여객 운송실적 순위(2016년 기준)

순위	항공사	여객수 (천명)	순위	항공사	여객킬로 미터(백만)
1	Southwest Airlines	151,740	1	American Airlines	320,044
2	American Airlines	144,191	2	Delta AirLines	308,088
3	Delta Air Lines	143,322	3	United Airlines	299,080
4	China Southern Airlines	114,493	4	Emirates	270,797
5	Ryanair	112,015	5	China Southern Airlines	205,720
6	United Airlines	100,140	6	Southwest Airlines	200,848
7	China Eastern Airlines	80,509	7	Lufthansa	149,702
8	EasyJet	70,747	8	British Airways	144,028
9	LATAM Airlines Group	66,814	9	Ryanair	142,740
10	Air China	62,308	10	China Eastern Airlines	138,042
11	Turkish Airlines	61,737	11	Qatar Airways	137,603
12	Lufthansa	57,091	12	Air France	136,659
13	Emirates	55,198	13	Air China	135,464
14	Qantas Airways	53,227	14	Turkish Airlines	125,098
15	All Nippon Airways	47,325	15	Qantas Airways	120,029
16	Hainan Airlines	46,601	16	LATAM Airlines Group	113,587
17	Air France	44,308	17	Cathay Pacific Airways	110,246
18	British Airways	44,098	18	KLM	97,676
19	IndiG	39,768	19	Air Canada	93,663
20	JetBlue	38,275	20	Singapore Airlines	92,437
21	Japan Airlines	32,749	21	Etihad Airways	89,480
22	Lion Airlines	32,409	22	Aeroflot Russian Airlines	82,667
23	Gol Airlines	32,216	23	Hainan Airlines	82,290
24	Qatar Airways	31,209	24	All Nippon Airways	79,099
25	Skywest Airlines	31,205	25	EasyJet	78,641
36	Korean Air	26,616	26	Korean Air	75,197
54	Asiana Airlines	18,933	37	Asiana Airlines	42,168

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

〈표 III.1-7〉 항공사의 종업원 및 항공기 보유대수 세계 순위(2016년)

순위	항공사	종업원 (명)	순위	항공사	항공기 보유(대)
1	Federal Express	184,740	1	American Airlines	929
2	Lufthansa	124,306	2	Delta Air Lines	832
3	American Airlines	104,463	3	United Airlines	737
4	United Airlines	87,779	4	China Southern Airlines	701
5	Delta Air Lines	84,322	5	Federal Express	652
6	China Eastern Airlines	75,333	6	China Eastern Airlines	581
7	China Southern Airlines	69,087	7	Air China	411
8	Emirates	51,937	8	Ryanair	362
9	LATAM Airlines Group	45,836	9	Lufthansa	346
10	British Airways	41,840	10	British Airways	334
11	Qantas Airways	41,234	11	Turkish Airlines	334
12	Air China	35,349	12	LATAM Airlines Group	329
13	Egyptair	29,753	13	Qantas Airways	298
14	Qatar Airways	29,365	14	All Nippon Airways	257
15	Air Canada	24,186	15	Emirates	254
16	Turkish Airlines	24,124	16	Hainan Airlines	238
17	KLM	23,845	17	JetBlue	226
18	Cathay Pacific Airways	23,338	18	Qatar Airways	191
19	Shenzhen Airlines	22,423	19	Aeroflot Russian Airlines	189
20	Thai Airways International	21,998	20	Air Canada	169
21	Aeroflot Russian Airlines	21,554	21	Avianca	168
22	JetBlue	21,533	22	Korean Air	162
23	Avianca	21,061	23	KLM	161
24	Korean Air	20,844	24	Japan Airlines	159
25	Air India	18,694	25	Alaska Airlines	155
44	Asiana Airline	10,146			

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

Ⅲ.1.2.2 세계적 항공사들의 여객운송 성과와 규모 비교

IATA(International Air Transport Association : 국제항공운송협회) 기준 2016년의 여객운송실적에서 각 항공사의 실적은 <표 Ⅲ.1-6>과 같다.

<표 Ⅲ.1-6>와 같이, 실질적 수익을 반영하는 여객 킬로를 기준으로 American Airlines, Delta AirLines의 순으로 시장을 지배하고 있다. 한편 우리나라의 KAL은 26위, AAR은 37위에 있어, American Airlines의 실적에 비해 각각 23.5%와 13.2%에 머물러있는 실정이다.

한편 이러한 <표 Ⅲ.1-6>의 실적을 <표 Ⅲ.1-7>의 항공사 규모 기준으로 비교를 하면, 2016년 말 현재 종업원 수를 기준으로 American Airlines의 18.5 만명에 비해, KAL의 2.1만명은 24위를, AAR의 1.0만명은 44위를 기록하여 상대적 규모로는 실적이 양호한 것으로 평가된다. 그러나 항공사 규모순위로는 26위의 여객 킬로 운송실적이 좋지 않아, 조직의 효율성 부족 및 경쟁력 취약성을 반영하고 있다.

반면에 AAR은 종업원 기준으로 44위에서 여객 킬로 기준으로 37위를 달성한 실적을 보여 KAL에 비해 효율성 및 경쟁력에서 나은 상황을 보여주고 있다.

Ⅲ.2 우리나라 여객운송시장 경쟁 요소와 특징

Ⅲ.2.1 우리나라 여객운송 시장 경쟁요소

Ⅲ.2.1.1 여객운송시장의 노선별 특징

<표 Ⅲ.2-1>과 같이 우리나라 항공여객운송 시장은 국내시장의 협소로 인해 국내선 노선의 편중도가 큰 반면에, 국제선은 253개 노선으로 인해 다양화 성과를 보인다.

<표 Ⅲ.2-1> 국내선 및 국제선 노선별 여객운송 순위

순위	국내선 2017년 여객			순위	국제선 2017년 여객		
	노 선	실적 (명)	점유율 (%)		노 선	실적(명)	점유율 (%)
1	김포-제주	16,770,554	51.8	1	홍콩(HKG)-서울(ICN)	3,446,446	4.5
2	제주-김해	4,348,464	13.4	2	오사카(KIX)-서울(ICN)	3,177,633	4.1
3	김포-김해	2,709,315	8.4	3	방콕(BKK)-서울(ICN)	2,621,066	3.4
4	제주-청주	2,342,272	7.2	4	동경(NRT)-서울(ICN)	2,405,948	3.1
5	제주-대구	1,905,466	5.9	5	대북(TPE)-서울(ICN)	2,395,486	3.1
6	제주-광주	1,714,507	5.3	6	후쿠오카(FUK)-서울(ICN)	2,236,038	2.9
7	김포-울산	506,237	1.6	7	하네다(HND)-서울(GMP)	1,949,717	2.5
8	인천-김해	425,493	1.3	8	푸둥(PVG)-서울(ICN)	1,717,336	2.2
9	김포-여수	350,468	1.1	9	하노이(HAN)-서울(ICN)	1,629,120	2.1
10	제주-여수	231,482	0.7	10	마닐라(MNL)-서울(ICN)	1,544,053	2
	전체노선	32,406,255	100		10대 노선 계	23,122,843	30.0

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

첫째, 국내선의 경우에 2017년에 김포-제주 51.8%, 제주-김해 13.4%로 여객 수 기준으로 1개 노선이 과반수를, 2개 노선이 65.2%를 차지하는 아주 높은 편중도를 보이고 있다.

둘째, 국제선의 경우에 홍콩(HKG)-서울(ICN) 4.5%와 오사카(KIX)-서울(ICN) 4.1%로 4% 이상이 2개 노선, 3%대가 3개 노선, 2%대가 5개 노선으로 10대 노선이 30.0%를 점유율을 기록하고 있다. 이는 국내선에 비하면 편중이 거의 없지만, 253개 노선 중에서 약 12% 노선들이 30%의 여객 수를 점유하는 것은 편중도가 존재하는 것을 반영한다.

〈표 III.2-2〉 국제선 여객운송 대상국가 순위(2017년)

순위	국가	2015		2016		2017		
		실적 (명)	증감 (%)	실적 (명)	증감 (%)	실적 (명)	증감 (%)	점유율 (%)
1	일 본	12,168,572	12.9	15,114,249	24.2	19,043,187	26	24.7
2	중 국	16,475,680	3.4	19,857,325	20.5	13,940,932	-29.8	18.1
3	미 국	6,019,682	11.5	6,568,068	9.1	7,266,595	10.6	9.4
4	베트남	2,710,917	29.6	3,786,648	39.7	5,613,270	48.2	7.3
5	태 국	3,469,917	13.4	3,885,618	12	4,388,947	13	5.7
6	필리핀	3,467,050	12.5	3,823,365	10.3	4,341,850	13.6	5.6
7	홍 콩	3,478,603	0.1	3,996,561	14.9	3,981,175	-0.4	5.2
8	대 만	2,340,092	0.9	3,447,775	47.3	3,975,704	15.3	5.2
9	말레이시아	1,067,397	6	1,360,109	27.4	1,727,693	27	2.2
10	싱가포르	1,253,908	-0.3	1,377,173	9.8	1,426,696	3.6	1.9
	전체 여객	61,434,404	8.2	73,000,810	18.8	76,955,719	5.4	100

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

Ⅲ.2.1.2 여객운송시장의 대상국별 특징

<표 Ⅲ.2-2>와 같이 국제선 여객운송의 대상국에서 여객 수를 기준으로 2015년에 비해 2017년의 실적이 규모에서 전체는 25.3%가 증가했고, 베트남은 107.1%p만큼 급증한 반면에, 중국은 15.4%p만큼의 큰 감소를 보였다. 그리고 10개국 시장의 비중은 중국시장으로 인해 2015년의 85.4%에서 2017년의 85.3%로 감소했다.

첫째, 일본시장 비중은 2105년 19.8%에서 2017년 24.7%로, 베트남시장은 2015년 4.4%에서 2017년 7.3%로, 대만시장은 2015년 3.8%에서 2017년 5.2%로 크게 증가했다.

둘째, 중국시장 비중은 2105년 26.8%에서 2017년 18.1%로 급감하여 여객 수의 절대수준도 감소했고, 미국시장은 2105년 9.8%에서 2017년 9.4%로 비중이 감소했다.

Ⅲ.2.1.3 여객운송 국적항공사 현황

<표 Ⅲ.2-3>과 같이 2018년 3월 말 현재 기준으로 국내선과 국제선 취항을 하는 국적항공사들의 현황을 볼 수 있다.

업체별 종사자는 조종사, 항공정비사, 운항관리사, 객실승무원으로 구성된다. 특히 객실승무원은 대한항공 KAL 6,379명, 아시아나항공 AAR 3,843명, 제주항공 JJA 852명, 진에어 JNA 717명, 에어부산 ABL 441명, 이스타항공 ESR 445명, 티웨이항공 TWB 593명, 에어인천 AIH 0명, 에어서울 ASV 1명으로 구성된다.

여기서 2013년 3월에 최초 취항을 한 에어인천 AIH은 국제선 화물운송만을 취급하여 객실승무원을 두지 않는다.

9개 국적항공사들의 사업범위는 에어인천 AIH을 제외한 8개사는 모두 국내선과 국제선을 허가받은 상태이다.

그런데 2개의 FSC(Full Service Carrier : 대형항공사)인 KAL 및 AAR을 보면, KAL은 AAR에 비해 종사자 및 항공기 규모는 약 2배에 달한다.

그리고 7개의 LCC(Low Cost Carrier : 저비용항공사)들 중에서 종사자 및 항공기 보유 기준으로 JJA가 JNA 및 ABL의 평균에 비해 1.5배 이상의 규모를 갖고 있다. 한편 JJA에 비해 AAR은 종사자 규모로 3.9배에 달하고, KAL은 6.9배에 달한다.

〈표 III.2-3〉 국내/국제 항공운송사업 국적항공사(2018년)

구분	대한항공	아시아나항공	제주항공	진에어	에어부산	이스타항공	티웨이항공	에어인천	에어서울
대표자	조원태	김수천	안용찬 이석주	최정호	한태근	최종구	정홍근	박용광	조규영
면허(등록) 일자	62.11.30	88.02.24	'05.08.25	08.04.05	08.06.11	08.08.06	05.03.31	12.05.22	15.12.28
최초 취항일	69.03.01	88.12.23	06.06.05	08.07.17	08.10.27	09.01.07	05.08.31	13.03.05	16.07.11
사업 범위	국내 · 국제	국내 · 국제	국내 · 국제	국내 · 국제	국내 · 국제	국내 · 국제	국내 · 국제	국제	국내 · 국제
항공기 보유	164대	82대	32대	25대	23대	18대	19대	2대	6대
자본금 (원)	4,798억	10,262억	1,318억	300억	500억	386억	169억	72억	175억
종사자 (명)	12,180	6,866	1,768	1,353	917	881	1,147	50	279

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

Ⅲ.2.2 국적항공사 여객운송시장 경쟁 요소와 특징

Ⅲ.2.2.1 국제선 여객운송시장 경쟁성과와 구조적 특징

<표 Ⅲ.2-4>와 같이 대한항공 KAL, 아시아나항공 AAR, 진에어 JNA, 제주항공 JJA, 티웨이항공 TWB, 이스타항공 ESR까지 6위의 순으로, 에어부산 ABL은 8위, 에어서울 ASV는 29위의 점유율 순위로 8개 국적사가 여객수 68.3%, 여객 킬로 66.9%의 점유율을 갖는다.

<표 Ⅲ.2-4> 우리나라 국제선 항공여객운송 경쟁현황(2017년)

구분	운항횟수 (회)	운항킬로 (km)	공급좌석 (석)	여객 수 (명)	여객 수 점유율	여객킬로 (km)	여객킬로 점유율	공급좌석킬로 (km)	탑승률 (%)	여객킬로 순위
KAL	105,741	391,225,234	24,254,203	18,924,701	24.6%	75,078,914,818	32.4%	94,625,328,397	79.3	1
AAR	72,555	206,657,449	16,269,361	13,343,785	17.3%	42,761,904,065	18.5%	51,570,151,113	82.9	2
JNA	25,664	52,013,102	5,680,032	4,859,493	6.3%	10,536,926,210	4.6%	12,251,773,164	86.0	3
JJA	34,741	62,975,392	6,551,148	5,825,360	7.6%	10,452,751,085	4.5%	11,864,598,465	88.1	4
TWB	20,521	34,978,649	3,866,277	3,278,069	4.3%	5,485,663,816	2.4%	6,583,410,708	83.3	5
ESR	15,622	31,588,418	2,920,739	2,514,596	3.3%	5,148,493,500	2.2%	5,926,194,230	86.9	6
DAL	1,802	17,838,022	540,336	480,053	0.6%	4,881,492,702	2.1%	5,494,368,777	88.8	7
ABL	19,028	25,300,501	3,632,949	3,003,639	3.9%	3,912,491,085	1.7%	4,767,839,066	82.1	8
SIA	3,671	20,611,855	1,036,266	698,764	0.9%	3,526,183,805	1.5%	5,814,757,200	60.6	9
HVN	5,109	15,782,709	1,280,098	1,127,050	1.5%	3,482,879,969	1.5%	3,953,800,264	88.1	10
DLH	1,863	15,877,189	455,369	380,148	0.5%	3,241,975,803	1.4%	3,883,089,071	83.5	11
ACA	1,341	12,486,546	395,545	343,647	0.4%	3,202,800,426	1.4%	3,678,847,106	87.1	12
THA	3,451	12,631,725	1,236,747	930,343	1.2%	2,965,027,671	1.3%	4,525,827,345	65.5	13
XAX	1,978	9,088,626	745,706	610,442	0.8%	2,805,265,496	1.2%	3,426,412,002	81.9	14
THY	1,342	10,642,060	375,236	321,570	0.4%	2,550,050,100	1.1%	2,975,621,480	85.7	15
PAL	5,245	14,196,120	1,210,501	942,727	1.2%	2,547,689,400	1.1%	3,268,045,910	78.0	16
UAE	783	5,265,077	403,626	343,114	0.4%	2,307,098,536	1.0%	2,713,981,224	85.0	17
UAL	1,320	13,170,096	353,562	291,903	0.4%	2,102,471,912	0.9%	3,406,893,328	61.7	18
CPA	4,476	9,186,423	1,257,174	1,039,640	1.4%	2,035,114,480	0.9%	2,578,463,874	78.9	19
AAL	706	7,751,880	201,476	183,960	0.2%	2,019,880,800	0.9%	2,212,206,480	91.3	20
ASV	5,837	10,112,808	1,135,426	820,943	1.1%	1,484,653,241	0.6%	1,966,154,783	75.5	29
국적사	299,709	814,851,553	64,310,135	52,570,586	68.3%	154,861,797,820	66.9%	189,555,449,926	83.0	
합계	457,099	1,292,909,720	94,875,193	76,955,719	100.0%	231,398,037,659	100.0%	286,378,758,708	80.8	

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

이상의 경쟁구조는 2개의 FSC(Full Service Carrier : 대형항공사) 국적사들인 KAL 및 AAR은 과점의 특성을, 그리고 7개의 LCC(Low Cost Carrier : 저비용항공사) 국적사들은 독점적 경쟁의 특성을 내포하고 있다.

한편 여객 킬로 기준으로 7위 DAL(Delta Air Lines) 2.11%, 9위 SIA(Singapore Airlines) 1.52%, 10위 HVN(Vietnam Airlines) 1.51%, 11위 DLH(Lufthansa) 1.40%, 12위 ACA(Air Canada) 1.38%, 13위 THA(Thai Airways International) 1.28%, 14위 XAX(AirAsia X) 1.21%, 15위 THY(Turkish Airlines) 1.10%의 점유율을 보인다. 이러한 8개 외국 국적 항공사들의 우리나라 국제선 여객운송에서 여객 킬로 기준 점유율은 11.53%로 266.6억km에 달한다.

<표 III.2-5.1> 국적항공사별 국제선 여객 수 경쟁 상황 추이

년도	여객수(명)								
	계	KAL	AAR	ABL	ESR	JJA	JNA	ASV	TWB
2017	76,955,719	18,924,701	13,343,785	3,003,639	2,514,596	5,825,360	4,859,493	820,943	3,278,069
2016	73,000,810	19,036,977	13,865,801	2,215,581	2,073,512	4,124,597	3,749,912	117,374	2,022,741
2015	61,434,404	17,582,649	12,870,999	1,624,693	1,305,837	2,923,964	2,034,895		1,077,382
2014	56,778,759	16,599,947	12,424,917	1,255,551	1,070,257	2,150,338	1,361,367		680,419
2013	50,986,891	16,645,952	11,705,808	898,185	927,780	1,724,753	930,081		428,842
2012	47,702,644	16,986,675	11,226,400	609,919	627,066	1,192,888	825,731		331,903
2011	42,648,549	15,796,367	10,505,263	407,350	179,665	774,121	454,472		18,922
2010	40,060,948	15,423,041	10,287,673	133,023	83,536	493,913	215,383		
2009	33,513,556	13,365,832	8,467,356		654	159,123	4,198		
2008	35,341,410	13,150,269	8,538,990			11,360			
2007	36,855,905	13,458,190	8,542,696			138			
2006	32,707,495	12,322,924	7,825,624						
2005	29,683,846	11,561,659	6,892,717						
2004	26,930,936	10,597,249	6,513,473						
2003	21,459,288	8,764,175	5,090,028						
2002	22,716,956	9,362,715	5,338,747						
2001	20,350,504	8,346,104	4,354,877						
2000	19,452,282	8,502,049	4,059,814						
1999	16,750,100	7,662,492	3,448,254						
1998	14,104,367	6,721,210	2,690,906						
1997	15,131,902	7,659,719	3,017,565						
1996	15,992,455	7,492,571	2,853,060						

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

<표 III.2-5.1> 및 <표 III.2-5.2>와 같이 국적항공사들의 국제선 여객 수의 규모 및 증가율 추이를 보면 글로벌 금융위기 후 2010년 이후에 전체 여객 수는 증가했지만, KAL은 2013년, 2014년, 2017년에 감소했고, AAR은 2017년에 3.8%의 큰 폭 감소를 보인다.

반면에 LCC들의 여객 수 증가율은 매년 아주 큰 폭으로 발생하고 있다. 특히 TWB는 2013년 이후 58%를 상회하는 증가율들을 꾸준히 기록하고 있다.

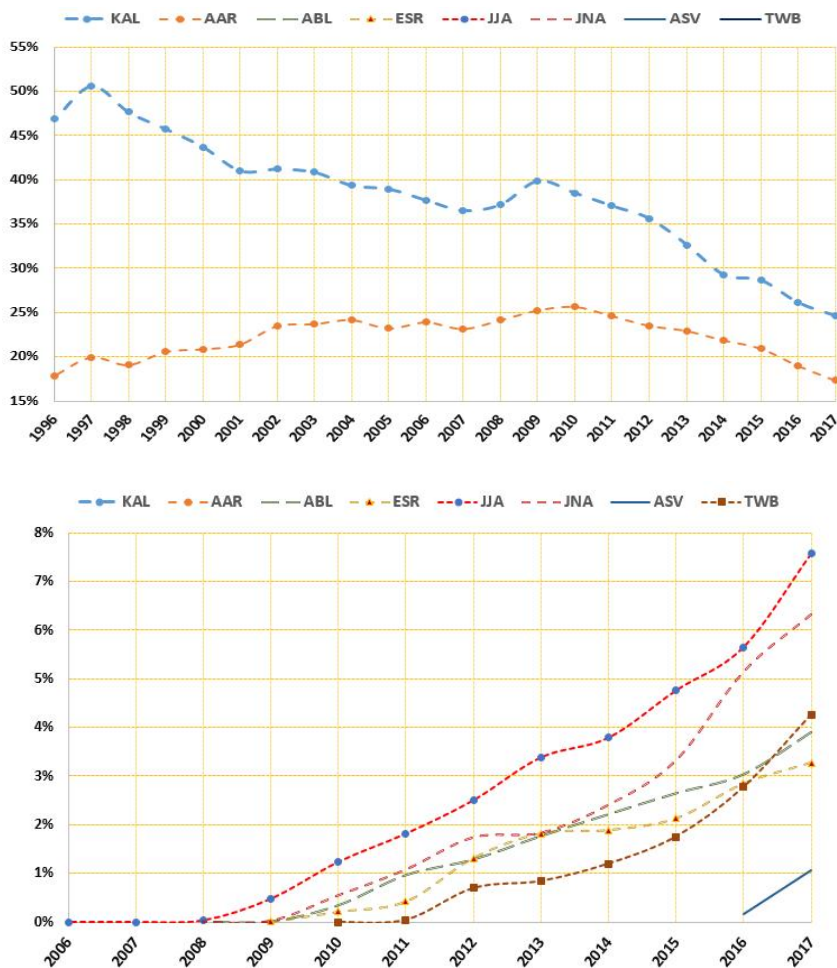
<표 III.2-5.2> 국적항공사별 국제선 여객 수의 연간 증가율 추이

년도	여객 수(명) 연간 증가율								
	계	KAL	AAR	ABL	ESR	JJA	JNA	ASV	TWB
2017	5.4%	-0.6%	-3.8%	35.6%	21.3%	41.2%	29.6%	599.4%	62.1%
2016	18.8%	8.3%	7.7%	36.4%	58.8%	41.1%	84.3%		87.7%
2015	8.2%	5.9%	3.6%	29.4%	22.0%	36.0%	49.5%		58.3%
2014	11.4%	-0.3%	6.1%	39.8%	15.4%	24.7%	46.4%		58.7%
2013	6.9%	-2.0%	4.3%	47.3%	48.0%	44.6%	12.6%		29.2%
2012	11.9%	7.5%	6.9%	49.7%	249.0%	54.1%	81.7%		1654.1%
2011	6.5%	2.4%	2.1%	206.2%	115.1%	56.7%	111.0%		
2010	19.5%	15.4%	21.5%		12673.1%	210.4%	5030.6%		
2009	-5.2%	1.6%	-0.8%			1300.7%			
2008	-4.1%	-2.3%	0.0%			8131.9%			
2007	12.7%	9.2%	9.2%						
2006	10.2%	6.6%	13.5%						
2005	10.2%	9.1%	5.8%						
2004	25.5%	20.9%	28.0%						
2003	-5.5%	-6.4%	-4.7%						
2002	11.6%	12.2%	22.6%						
2001	4.6%	-1.8%	7.3%						
2000	16.1%	11.0%	17.7%						
1999	18.8%	14.0%	28.1%						
1998	-6.8%	-12.3%	-10.8%						
1997	-5.4%	2.2%	5.8%						

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

<표 III.2-5.3>과 같이 국적항공사별 여객 수 점유율의 연도별 추이를 보면, <표 III.2-1>과 같이 2개의 FSC들 중 KAL은 1997년 이후 지속적인 감소 추세를 보이고, AAR은 2010년까지 점진적 증가를 보이다가 2011년 이후 지속적인 감소 추세를 보인다.

반면에 6개 LCC들은 점유율의 급격한 증가를 보이며, 특히 JJA가 이들 중에서 가장 높은 점유율을 보이면서 계속 증가세를 보인다.



<그림 III.2-1> 국적항공사별 국제선 여객 수 점유율 추이

〈표 III.2-5.3〉 국적항공사별 국제선 여객 수 점유율 추이

년도	여객 점유율							
	KAL	AAR	ABL	ESR	JJA	JNA	ASV	TWB
2017	24.6%	17.3%	3.9%	3.3%	7.6%	6.3%	1.1%	4.3%
2016	26.1%	19.0%	3.0%	2.8%	5.7%	5.1%	0.2%	2.8%
2015	28.6%	21.0%	2.6%	2.1%	4.8%	3.3%		1.8%
2014	29.2%	21.9%	2.2%	1.9%	3.8%	2.4%		1.2%
2013	32.6%	23.0%	1.8%	1.8%	3.4%	1.8%		0.8%
2012	35.6%	23.5%	1.3%	1.3%	2.5%	1.7%		0.7%
2011	37.0%	24.6%	1.0%	0.4%	1.8%	1.1%		0.0%
2010	38.5%	25.7%	0.3%	0.2%	1.2%	0.5%		0.0%
2009	39.9%	25.3%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%		
2008	37.2%	24.2%	0.0%		0.0%	0.0%		
2007	36.5%	23.2%			0.0%			
2006	37.7%	23.9%			0.0%			
2005	38.9%	23.2%						
2004	39.3%	24.2%						
2003	40.8%	23.7%						
2002	41.2%	23.5%						
2001	41.0%	21.4%						
2000	43.7%	20.9%						
1999	45.7%	20.6%						
1998	47.7%	19.1%						
1997	50.6%	19.9%						
1996	46.9%	17.8%						

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

〈표 III.2-6.1〉 및 〈표 III.2-6.2〉와 같이 국적항공사들의 국제선 여객 킬로의 규모 및 증가율 추이를 보면 글로벌 금융위기 후 2010년 이후에 전체 여객 킬로는 증가했지만, KAL은 2013년, 2014년에 감소했지만, AAR은 2017년까지 지속적인 증가를 보여준다.

한편 LCC들 중에서 여객 수와는 달리 JNA가 2016년부터 JJA보다 더 큰 여객 킬로 실적을 보여준다. JNA와 JJA는 ESR 및 TWB의 실적에 비해 약 2배의 성과를 보이고 있다.

〈표 III.2-6.1〉 국적항공사별 국제선 여객 킬로 경쟁 추이 특성

년도	여객킬로(Km)								
	계	KAL	AAR	ABL	ESR	JJA	JNA	ASV	TWB
2017	231,398,037,659	75,078,914,818	42,761,904,065	3,912,491,085	5,148,493,500	10,452,751,085	10,536,926,210	1,484,653,241	5,485,663,816
2016	212,261,253,909	72,842,041,832	41,089,548,384	2,822,105,550	4,109,727,137	7,486,901,081	8,522,149,075	238,316,449	3,358,883,611
2015	187,737,000,000	68,864,808,575	38,543,537,712	2,022,756,445	2,615,179,026	5,653,303,863	4,225,798,831		1,694,340,462
2014	173,643,425,127	65,088,231,024	35,867,226,583	1,576,767,118	2,086,832,678	4,139,451,166	2,876,068,393		1,180,434,903
2013	163,869,564,223	66,540,574,576	34,031,024,331	1,201,425,938	1,974,903,474	3,338,788,377	2,074,810,045		818,842,530
2012	154,025,032,053	67,209,492,485	32,394,629,326	820,802,863	1,313,328,034	2,310,026,787	1,840,777,531		698,038,714
2011	139,999,170,306	63,339,764,658	29,862,267,766	525,201,459	423,674,361	1,425,871,152	1,158,029,644		56,297,239
2010	127,763,197,379	60,581,479,745	28,585,836,816	69,218,910	203,323,466	781,864,191	666,337,619		
2009	109,203,059,493	54,545,468,218	24,539,642,102		1,837,536	248,720,480	13,946,534		
2008	114,920,255,448	54,280,771,064	24,497,674,740			9,530,162			
2007	114,770,840,661	54,427,990,304	23,217,945,728			140,898			
2006	104,139,645,535	50,964,034,201	20,994,784,905						
2005	95,070,645,837	48,131,556,040	18,240,587,330						
2004	89,432,112,574	44,464,914,169	18,488,499,081						
2003	74,293,311,256	38,056,509,794	15,168,080,936						
2002	84,366,203,558	42,845,386,336	17,869,437,776						
2001	76,670,781,464	38,336,989,696	15,375,294,656						
2000	75,916,476,370	41,561,526,068	14,441,594,673						
1999	64,933,954,645	37,351,709,233	12,524,424,577						
1998	55,735,664,549	31,405,381,049	10,473,359,922						
1997	72,715,450,180	38,544,377,509	13,151,684,910						
1996	70,489,823,984	36,897,631,590	11,943,718,544						

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

〈표 III.2-6.2〉과 같이 국적항공사별 국제선 여객 킬로 연간 증가율 추이 2010년 이후에는 KAL을 제외한 모든 국적항공사들이 양(+)의 실적을 보이며, 2010-2017년 동안 KAL은 평균 4.1%의 증가율을 기록한 반면에, AAR은 평균 7.3%의 견조한 증가율을 기록했다.

한편 LCC들은 최초 취항 3년 이후부터로 공통된 기간으로 평가하여 5개사가 2013-2017년 동안 평균 40.6%의 대폭적 연간 증가율을 기록했다. 특히 JNA 44.7%, TWB 40.6%, ABL 36.8%, JJA 35.4%, ESR 32.8%의 순으로 높은 연간 증가율을 달성했다.

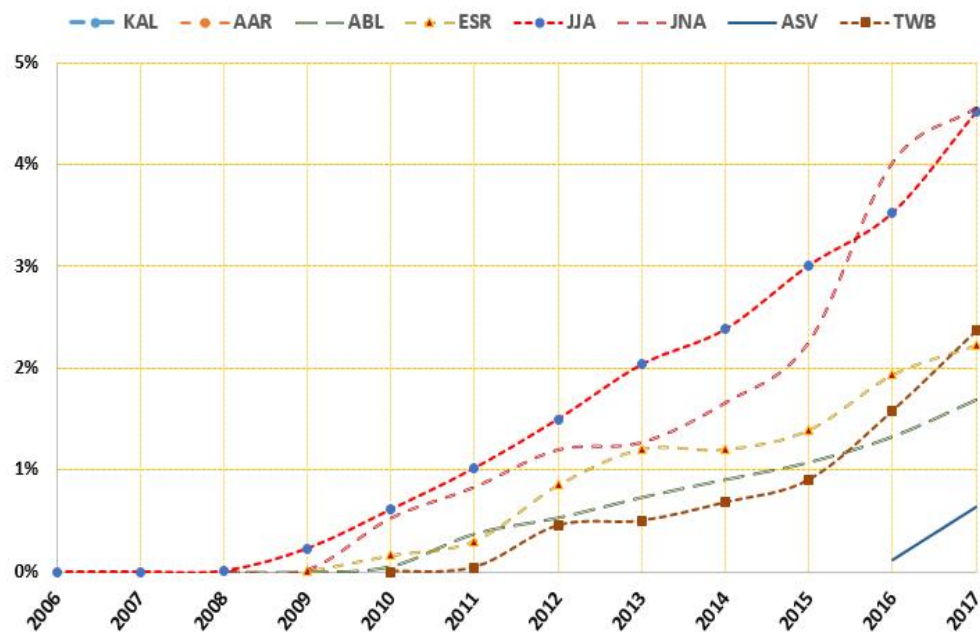
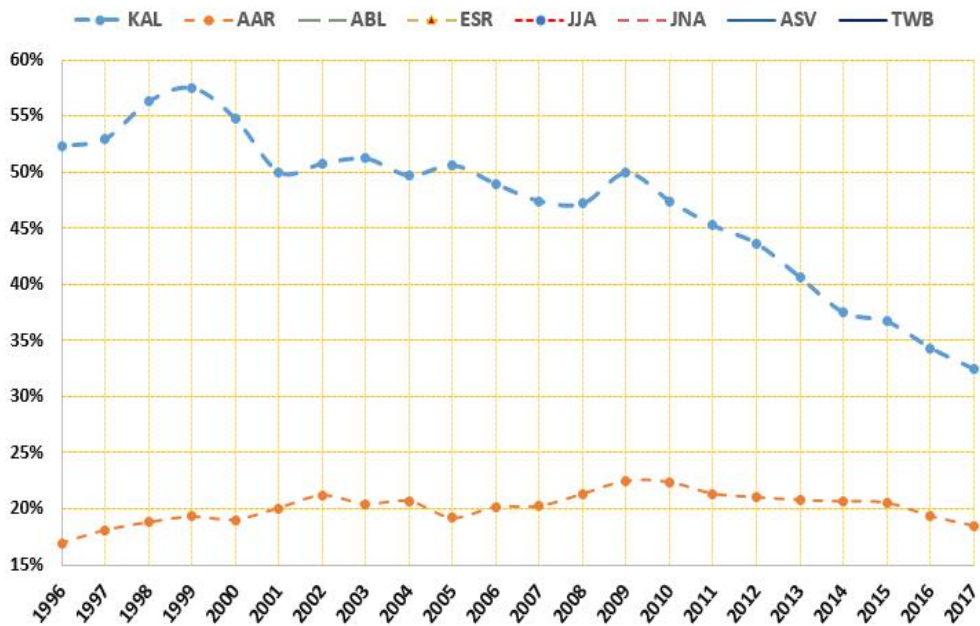
〈표 Ⅲ.2-6.2〉 국적항공사별 국제선 여객 킬로 연간 증가율 추이

년도	여객킬로(km) 연간 증가율								
	계	KAL	AAR	ABL	ESR	JJA	JNA	ASV	TWB
2017	9.0%	3.1%	4.1%	38.6%	25.3%	39.6%	23.6%	523.0%	63.3%
2016	13.1%	5.8%	6.6%	39.5%	57.1%	32.4%	101.7%		98.2%
2015	8.1%	5.8%	7.5%	28.3%	25.3%	36.6%	46.9%		43.5%
2014	6.0%	-2.2%	5.4%	31.2%	5.7%	24.0%	38.6%		44.2%
2013	6.4%	-1.0%	5.1%	46.4%	50.4%	44.5%	12.7%		17.3%
2012	10.0%	6.1%	8.5%	56.3%	210.0%	62.0%	59.0%		1139.9%
2011	9.6%	4.6%	4.5%	658.8%	108.4%	82.4%	73.8%		
2010	17.0%	11.1%	16.5%		10965.0%	214.4%	4677.8%		
2009	-5.0%	0.5%	0.2%			2509.8%			
2008	0.1%	-0.3%	5.5%			6663.9%			
2007	10.2%	6.8%	10.6%						
2006	9.5%	5.9%	15.1%						
2005	6.3%	8.2%	-1.3%						
2004	20.4%	16.8%	21.9%						
2003	-11.9%	-11.2%	-15.1%						
2002	10.0%	11.8%	16.2%						
2001	1.0%	-7.8%	6.5%						
2000	16.9%	11.3%	15.3%						
1999	16.5%	18.9%	19.6%						
1998	-23.4%	-18.5%	-20.4%						
1997	3.2%	4.5%	10.1%						

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

〈표 Ⅲ.2-6.3〉로 나타나는 국적항공사별 국제선 여객 킬로 점유율 추이는 〈그림 Ⅲ.2-2〉와 같이 FSC들의 경우에 KAL은 1999년을 정점으로 이후 지속적인 감소추세를 보이는 반면에, AAR은 2009년까지 꾸준히 상승하다가 2009년을 정점으로 지속적인 하락을 기록하고 있다.

한편 LCC들에서는 JNA가 2013년 이후 급격한 점유율 증가를 보이면서 2016년부터 가장 높은 점유율을 달성했다. 또한 TWB는 2016년에는 ABL을 추월하고, 2017년에는 ESR을 추월하는 점유율 수준에 도달하는 점유율의 큰 연간 증가율을 시현하고 있다.



<그림 III.2-2> 국적항공사별 국제선 여객 킬로 점유율 추이

〈표 III.2-6.3〉 국적항공사별 국제선 여객 킬로 점유율 추이

년도	여객킬로 점유율							
	KAL	AAR	ABL	ESR	JJA	JNA	ASV	TWB
2017	32.4%	18.5%	1.7%	2.2%	4.5%	4.6%	0.6%	2.4%
2016	34.3%	19.4%	1.3%	1.9%	3.5%	4.0%	0.1%	1.6%
2015	36.7%	20.5%	1.1%	1.4%	3.0%	2.3%		0.9%
2014	37.5%	20.7%	0.9%	1.2%	2.4%	1.7%		0.7%
2013	40.6%	20.8%	0.7%	1.2%	2.0%	1.3%		0.5%
2012	43.6%	21.0%	0.5%	0.9%	1.5%	1.2%		0.5%
2011	45.2%	21.3%	0.4%	0.3%	1.0%	0.8%		0.0%
2010	47.4%	22.4%	0.1%	0.2%	0.6%	0.5%		0.0%
2009	49.9%	22.5%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%		
2008	47.2%	21.3%	0.0%		0.0%	0.0%		
2007	47.4%	20.2%			0.0%			
2006	48.9%	20.2%			0.0%			
2005	50.6%	19.2%						
2004	49.7%	20.7%						
2003	51.2%	20.4%						
2002	50.8%	21.2%						
2001	50.0%	20.1%						
2000	54.7%	19.0%						
1999	57.5%	19.3%						
1998	56.3%	18.8%						
1997	53.0%	18.1%						
1996	52.3%	16.9%						

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

〈표 III.2-7〉에서 국적항공사들의 국제선 탑승률은 모두 장기적으로 개선되는 추세를 보여주고 있다.

특히 FSC인 KAL과 AAR의 경우에 1998년 이후 AAR이 KAL보다는 높은 탑승률을 지속적으로 보이고 있다. 그리고 KAL은 2014년 이후 평균 탑승률보다 낮은 탑승률을 기록하는 문제를 표출하고 있다.

LCC들의 경우에 JJA는 2009년을 저점으로, JNA는 2011년을 저점으로 탑승률의 상승 추세를 보이고 있다. 또한 TWB와 ESR 역시 탑승률의 상승 추세를 나타내고 있다.

〈표 III.2-7〉 국적항공사별 국제선 탑승률 추이

년도	탑승률(%)								
	KAL	AAR	ABL	ESR	JJA	JNA	ASV	TBW	평균
2017	79.3	82.9	82.1	86.9	88.1	86.0	75.5	83.3	80.8
2016	77.9	83.2	84.3	85.7	85.3	82.2	68.6	82.3	79.7
2015	76.2	81.2	78.6	85.0	83.2	82.9		77.6	77.2
2014	73.4	80.5	76.0	88.6	82.6	82.6		82.7	75.4
2013	74.4	78.1	72.9	86.2	81.1	74.9		83.4	74.1
2012	75.6	77.5	76.6	82.6	78.4	79.1		76.7	74.0
2011	74.5	76.5	76.1	81.5	80.0	73.9		63.3	72.7
2010	76.8	79.0	73.5	81.9	77.8	75.2			74.9
2009	70.1	72.4		65.4	71.7	90.9			68.4
2008	73.4	73.9			75.8				71.1
2007	72.9	76.8			93.2				70.2
2006	73.7	77.4							70.2
2005	74.1	77.2							69.8
2004	73.4	75.2							68.1
2003	69.9	72.7							64.8
2002	73.3	76.0							66.9
2001	71.5	72.8							65.1
2000	72.8	74.1							64.5
1999	73.0	76.6							65.4
1998	64.9	66.2							55.5
1997	65.2	62.7							55.0
1996	66.8	69.5							57.9

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

III.2.2.2 국내선 여객운송시장 경쟁성과와 구조적 특징

〈표 III.2-8.1〉에서 나타나는 국적항공사들이 달성한 국내선 여객 수 확보실적의 연도별 추이는 〈표 III.2-8.2〉와 같이 2008년 이후 전체 실적은 지속적으로 증가했다. 따라서 국내선 여객 수는 2007년의 1,684.8만명에서 2017년에는 그 1.92배인 3,240.6만명으로 급증했다.

<표 III.2-8.1> 국적항공사별 국내선 여객 수 경쟁추이 특성

년도	여객 수(명)							
	계	KAL	AAR	ABL	ESR	JJA	JNA	TWB
2017	32,406,255	7,988,802	5,990,619	4,106,166	3,006,318	4,641,543	3,737,910	2,934,897
2016	30,912,922	7,904,329	5,444,059	3,667,282	2,530,686	4,533,247	3,935,030	2,801,413
2015	27,980,134	7,431,897	5,255,729	3,220,620	2,058,403	4,195,186	3,254,752	2,563,547
2014	24,647,538	6,891,634	5,264,761	2,853,999	1,809,556	3,398,380	2,233,400	2,195,808
2013	22,353,370	6,960,631	4,615,744	2,440,194	1,826,964	2,867,111	1,831,784	1,810,942
2012	21,601,518	7,579,117	4,554,256	2,142,223	1,619,410	2,635,697	1,509,484	1,561,331
2011	20,980,803	7,795,067	4,499,516	2,085,541	1,570,161	2,259,761	1,300,441	1,470,316
2010	20,216,355	8,699,705	4,504,818	1,977,338	1,795,951	1,707,325	1,378,592	152,626
2009	18,061,073	8,388,711	4,732,168	1,404,397	985,043	1,353,431	1,197,323	
2008	16,990,360	9,817,117	5,521,298	101,481		959,623	162,237	
2007	16,847,870	10,445,461	5,314,597			815,006		
2006	17,181,085	11,168,930	5,639,414			250,423		
2005	17,157,595	11,403,964	5,732,372					
2004	18,892,652	12,351,699	6,540,953					
2003	21,379,524	13,989,173	7,390,351					
2002	21,248,326	13,747,521	7,500,805					
2001	21,811,334	13,957,476	7,853,858					
2000	22,514,887	14,118,347	8,396,540					
1999	21,144,542	13,286,168	7,858,374					
1998	19,504,413	13,244,105	6,260,308					
1997	25,638,653	17,942,601	7,696,052					
1996	23,566,588	16,306,700	7,259,888					

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

국제선과는 달리 국내선시장에서 2개의 FSC(Full Service Carrier : 대형 항공사) 국적사들인 KAL 및 AAR과 7개의 LCC(Low Cost Carrier : 저비용 항공사) 국적사들은 과점 경쟁의 특성을 내포하고 있다.

<표 III.2-8.2>에서 2013-2017년 동안의 5년간 여객 수의 연간 평균증가율을 국적항공사별로 계산하면, LCC들에서는 JNA 21.0%, ABL 13.9%, TWB 13.6%, ESR 13.5%, JJA 12.2%의 순으로, FSC들에서는 AAR 5.8%, KAL 1.2%로 나타난다.

이러한 결과, <표 III.2-8.1>과 같이 2017년의 여객 수는 7개사 평균이 462.9만명이며, 평균에 대한 상대크기(=해당수단/평균)가 최대 KAL 1.73부

터 최소 TWB 0.63까지로 분포되고, AAR 1.29, JJA 1.00, ABL 0.89, JNA 0.81, ESR 0.65의 순으로 상대적 크기 분포를 이루고 있다.

<표 III.2-8.2> 국적항공사별 국내선 여객 수의 연간 증가율 추이

년도	여객 수(명) 연간 증가율							
	계	KAL	AAR	ABL	ESR	JJA	JNA	TWB
2017	4.8%	1.1%	10.0%	12.0%	18.8%	2.4%	-5.0%	4.8%
2016	10.5%	6.4%	3.6%	13.9%	22.9%	8.1%	20.9%	9.3%
2015	13.5%	7.8%	-0.2%	12.8%	13.8%	23.4%	45.7%	16.7%
2014	10.3%	-1.0%	14.1%	17.0%	-1.0%	18.5%	21.9%	21.3%
2013	3.5%	-8.2%	1.4%	13.9%	12.8%	8.8%	21.4%	16.0%
2012	3.0%	-2.8%	1.2%	2.7%	3.1%	16.6%	16.1%	6.2%
2011	3.8%	-10.4%	-0.1%	5.5%	-12.6%	32.4%	-5.7%	863.3%
2010	11.9%	3.7%	-4.8%	40.8%	82.3%	26.1%	15.1%	
2009	6.3%	-14.6%	-14.3%	1283.9%		41.0%	638.0%	
2008	0.8%	-6.0%	3.9%			17.7%		
2007	-1.9%	-6.5%	-5.8%			225.5%		
2006	0.1%	-2.1%	-1.6%					
2005	-9.2%	-7.7%	-12.4%					
2004	-11.6%	-11.7%	-11.5%					
2003	0.6%	1.8%	-1.5%					
2002	-2.6%	-1.5%	-4.5%					
2001	-3.1%	-1.1%	-6.5%					
2000	6.5%	6.3%	6.8%					
1999	8.4%	0.3%	25.5%					
1998	-23.9%	-26.2%	-18.7%					
1997	8.8%	10.0%	6.0%					

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

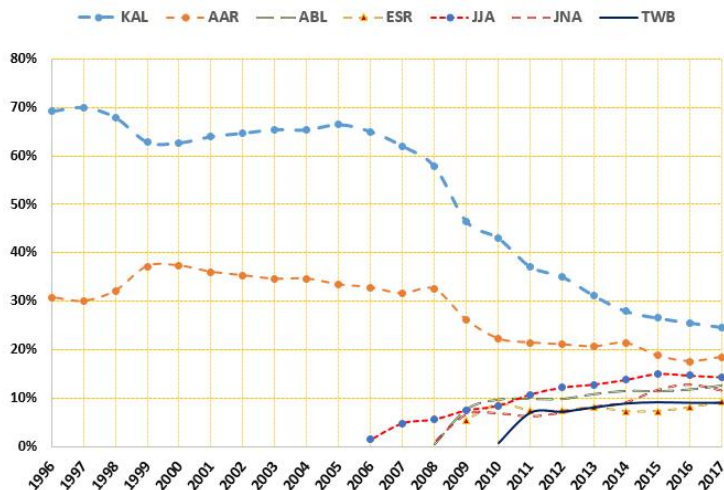
<표 III.2-8.3>과 같이 국적항공사별 국내선 여객 운송에서 여객 수의 점유율을 보면 <그림 III.2-3>과 같이 KAL은 1997년 70.0%를 정점으로 지속적인 감소를 보이고, AAR 역시 2000년 37.3%를 정점으로 점진적 하락을 지속적으로 보이고 있다.

한편 LCC들의 경우에 JJA는 2006년부터 2015년 15.0%까지 지속적인 증가를 보였다가 이를 정점으로 점진적 하락을 보이고 있다. 그리고 JNA 역시 2016년 12.7%까지 지속적 증가를 보인 후에 정점을 기록했다. 이와는 달리 ABL, ESR, TWB는 지속적인 증가를 꾸준히 보이고 있다.

〈표 III.2-8.3〉 국적항공사별 국내선 여객 수 점유율 추이

년도	여객 점유율						
	KAL	AAR	ABL	ESR	JJA	JNA	TWB
2017	24.7%	18.5%	12.7%	9.3%	14.3%	11.5%	9.1%
2016	25.6%	17.6%	11.9%	8.2%	14.7%	12.7%	9.1%
2015	26.6%	18.8%	11.5%	7.4%	15.0%	11.6%	9.2%
2014	28.0%	21.4%	11.6%	7.3%	13.8%	9.1%	8.9%
2013	31.1%	20.6%	10.9%	8.2%	12.8%	8.2%	8.1%
2012	35.1%	21.1%	9.9%	7.5%	12.2%	7.0%	7.2%
2011	37.2%	21.4%	9.9%	7.5%	10.8%	6.2%	7.0%
2010	43.0%	22.3%	9.8%	8.9%	8.4%	6.8%	0.8%
2009	46.4%	26.2%	7.8%	5.5%	7.5%	6.6%	
2008	57.8%	32.5%	0.6%		5.6%	1.0%	
2007	62.0%	31.5%			4.8%		
2006	65.0%	32.8%			1.5%		
2005	66.5%	33.4%					
2004	65.4%	34.6%					
2003	65.4%	34.6%					
2002	64.7%	35.3%					
2001	64.0%	36.0%					
2000	62.7%	37.3%					
1999	62.8%	37.2%					
1998	67.9%	32.1%					
1997	70.0%	30.0%					
1996	69.2%	30.8%					

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>



〈그림 III.2-3〉 국적항공사별 국내선 여객 수 점유율 추이

〈표 III.2-9.1〉 국적항공사별 국내선 여객 킬로 경쟁 추이 특성

년도	여객킬로(Km)							
	계	KAL	AAR	ABL	ESR	JJA	JNA	TWB
2017	12,243,233,861	2,897,608,557	2,331,732,271	1,365,917,505	1,257,425,255	1,783,376,617	1,497,565,938	1,109,607,718
2016	11,819,784,935	2,886,585,111	2,112,852,539	1,222,826,325	1,065,989,104	1,785,584,635	1,642,672,404	1,059,778,945
2015	10,706,669,782	2,710,631,029	2,035,825,916	1,075,940,872	877,025,913	1,652,178,799	1,387,386,772	967,680,481
2014	9,469,617,447	2,491,517,550	2,030,560,977	957,372,036	774,067,180	1,336,893,791	1,002,550,089	903,595,955
2013	9,092,997,444	2,708,324,855	1,851,697,179	849,559,699	809,438,565	1,164,942,072	859,045,168	849,989,906
2012	8,709,800,534	2,922,927,555	1,814,956,623	745,684,628	720,035,984	1,065,711,413	707,953,144	732,531,187
2011	8,394,805,022	2,982,213,691	1,782,314,373	717,110,741	695,621,505	917,981,183	609,938,509	689,625,020
2010	8,010,586,401	3,358,718,498	1,755,233,802	666,899,182	802,742,249	709,152,910	646,256,450	71,583,310
2009	7,105,171,868	3,237,420,379	1,861,948,924	476,201,748	438,758,516	571,117,755	519,724,546	
2008	6,643,004,388	3,814,259,881	2,121,988,532	35,367,881		412,113,663	76,097,425	
2007	6,525,889,909	4,042,889,979	2,018,291,068			352,609,568		
2006	6,650,985,647	4,345,401,024	2,153,741,443			107,824,574		
2005	6,593,754,843	4,402,171,420	2,184,504,176					
2004	7,151,145,211	4,709,969,056	2,441,176,155					
2003	7,937,708,519	5,216,501,654	2,721,206,865					
2002	7,808,856,126	5,053,123,986	2,755,732,140					
2001	7,873,364,794	5,057,624,072	2,815,740,722					
2000	8,039,026,815	5,079,613,082	2,959,413,733					
1999	7,505,087,355	4,725,084,499	2,780,002,856					
1998	6,876,866,339	4,693,113,570	2,183,752,769					
1997	9,052,056,959	6,410,509,584	2,641,547,375					
1996	8,292,893,849	5,788,981,696	2,503,912,153					

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

〈표 III.2-9.1〉 및 〈표 III.2-9.2〉와 같이 국적항공사들의 국내선 여객 킬로의 규모 및 증가율 추이를 보면 2008년 이후에 전체 여객 킬로는 증가했지만, KAL은 2010년, 2015-2017년을 제외하고는 계속 감소를 보였고, AAR은 2009-2010년을 제외하고는 2017년까지 지속적인 증가를 보여준다.

한편 LCC들 중에서 ABL 및 TWB는 2009년 이후 지속적 증가를, JJA는 2007년 이후 지속적으로 증가하다가 2017년에 0.1% 감소를 보여 주었다. 그리고 ESR은 2011년과 2013년에 감소를, JNA는 2011년과 2017년에 감소를 기록했다.

2017년에 대해 7개 항공사들의 여객 킬로 평균 17.5억km를 구하고, 이를 이용하여 각 항공사들의 여객 킬로 상대크기를 구하면, 최대 KAL 1.66 부터 최소 TWB 0.63의 분포를 구할 수 있다. 그리고 AAR 1.33, JJA 1.02, JNA 0.86, ABL 0.78, ESR 0.72의 순으로 나타난다.

<표 III.2-9.2> 국적항공사별 국내선 여객 킬로 연간 증가율 추이

년도	여객킬로(km) 연간 증가율							
	계	KAL	AAR	ABL	ESR	JJA	JNA	TWB
2017	3.6%	0.4%	10.4%	11.7%	18.0%	-0.1%	-8.8%	4.7%
2016	10.4%	6.5%	3.8%	13.7%	21.5%	8.1%	18.4%	9.5%
2015	13.1%	8.8%	0.3%	12.4%	13.3%	23.6%	38.4%	7.1%
2014	4.1%	-8.0%	9.7%	12.7%	-4.4%	14.8%	16.7%	6.3%
2013	4.4%	-7.3%	2.0%	13.9%	12.4%	9.3%	21.3%	16.0%
2012	3.8%	-2.0%	1.8%	4.0%	3.5%	16.1%	16.1%	6.2%
2011	4.8%	-11.2%	1.5%	7.5%	-13.3%	29.4%	-5.6%	863.4%
2010	12.7%	3.7%	-5.7%	40.0%	83.0%	24.2%	24.3%	
2009	7.0%	-15.1%	-12.3%	1246.4%		38.6%	583.0%	
2008	1.8%	-5.7%	5.1%			16.9%		
2007	-1.9%	-7.0%	-6.3%			227.0%		
2006	0.9%	-1.3%	-1.4%					
2005	-7.8%	-6.5%	-10.5%					
2004	-9.9%	-9.7%	-10.3%					
2003	1.7%	3.2%	-1.3%					
2002	-0.8%	-0.1%	-2.1%					
2001	-2.1%	-0.4%	-4.9%					
2000	7.1%	7.5%	6.5%					
1999	9.1%	0.7%	27.3%					
1998	-24.0%	-26.8%	-17.3%					
1997	9.2%	10.7%	5.5%					

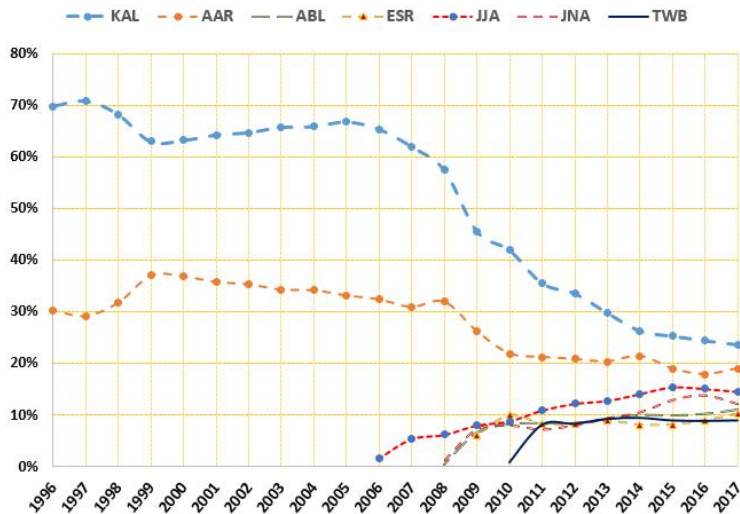
자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

<표 III.2-9.3>에서 계산된 국적항공사별 국내선 여객 킬로 점유율들의 연도별 추이를 보면 점진적으로 균등화 현상을 만들어가고 있다는 평가를 가능하게 한다.

〈표 III.2-9.3〉 국적항공사별 국내선 여객 킬로 점유율 추이

년도	여객킬로 점유율						
	KAL	AAR	ABL	ESR	JJA	JNA	TWB
2017	23.7%	19.0%	11.2%	10.3%	14.6%	12.2%	9.1%
2016	24.4%	17.9%	10.3%	9.0%	15.1%	13.9%	9.0%
2015	25.3%	19.0%	10.0%	8.2%	15.4%	13.0%	9.0%
2014	26.3%	21.4%	10.1%	8.2%	14.1%	10.6%	9.5%
2013	29.8%	20.4%	9.3%	8.9%	12.8%	9.4%	9.3%
2012	33.6%	20.8%	8.6%	8.3%	12.2%	8.1%	8.4%
2011	35.5%	21.2%	8.5%	8.3%	10.9%	7.3%	8.2%
2010	41.9%	21.9%	8.3%	10.0%	8.9%	8.1%	0.9%
2009	45.6%	26.2%	6.7%	6.2%	8.0%	7.3%	
2008	57.4%	31.9%	0.5%		6.2%	1.1%	
2007	62.0%	30.9%			5.4%		
2006	65.3%	32.4%			1.6%		
2005	66.8%	33.1%					
2004	65.9%	34.1%					
2003	65.7%	34.3%					
2002	64.7%	35.3%					
2001	64.2%	35.8%					
2000	63.2%	36.8%					
1999	63.0%	37.0%					
1998	68.2%	31.8%					
1997	70.8%	29.2%					
1996	69.8%	30.2%					

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>



〈그림 III.2-4〉 국적항공사별 국내선 여객 킬로 점유율 추이

<그림 III.2-4>와 같이 국적항공사들의 여객 킬로 점유율들이 2014년 이후 수렴화 현상을 보이는 형태로 꼬이기 직전의 모양을 나타내고 있다.

특히 KAL의 여객 킬로 점유율은 1997년 70.8%를 정점으로 지속하락하여 2017년 23.7%로 낮아졌고, AAR의 점유율은 1999년 37.0%를 정점으로 지속 하락하여 2017년 19.0%로 감소된 수준을 보인다.

한편 LCC들은 지속적으로 점유율이 증가하여 TWB 9.1%를 제외하고는 모두 10%를 상회하는 여객 킬로 점유율을 달성하고 있다.

<표 III.2-10> 국적항공사별 국내선 탑승률 추이

년도	탑승률(%)							평균
	KAL	AAR	ABL	ESR	JJA	JNA	TWB	
2017	78.1	86.0	87.8	91.5	95.4	94.8	92.8	89.5
2016	77.9	84.3	87.4	89.5	92.0	94.9	92.7	88.4
2015	74.0	79.5	84.4	88.2	91.4	92.6	87.9	85.4
2014	71.1	77.5	78.7	90.9	91.7	92.0	90.2	84.6
2013	70.1	73.6	76.7	89.3	90.0	88.3	91.0	82.7
2012	70.4	76.1	74.7	88.5	89.6	87.2	88.0	82.1
2011	68.0	74.0	74.9	85.5	89.5	83.1	79.5	79.2
2010	72.5	76.2	72.2	89.4	86.3	85.2	49.2	75.9
2009	67.7	72.8	66.8	84.6	77.2	65.5		72.4
2008	71.8	72.2	52.7		74.9	42.6		62.8
2007	74.9	75.4			82.5			77.6
2006	74.1	74.6			73.8			74.2
2005	70.1	69.2						69.7
2004	68.5	67.9						68.2
2003	69.8	65.0						67.4
2002	71.2	66.1						68.7
2001	72.9	68.5						70.7
2000	73.6	69.4						71.5
1999	74.1	72.0						73.1
1998	68.8	60.0						64.4
1997	78.7	69.0						73.9
1996	80.3	76.5						78.4

자료 : 항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

<표 Ⅲ.2-10>의 국적항공사별 국내선 탑승률 추이에서 KAL은 2005년까지 평균보다 높은 수준의 탑승률을 기록하다가, 2009년부터 평균을 크게 하회하는 탑승률을 보이고 있다.

또한 AAR은 2006년, 2008-2010년을 제외하고는 항상 평균을 하회하는 탑승률을 보이고 있다.

한편 LCC들은 ABL을 제외하고는 모두 평균보다 높은 수준의 탑승률들을 지속적으로 기록하고 있지만, 평균 수준으로 수렴하는 현상을 장기적으로 보일 것으로 예상된다.

ABL은 평균수준보다 하회된 폭을 축소시키면서 평균 수준의 탑승률로 접근하는 반면에, ESR, JJA, JNA는 2010년 평균을 거의 10% 정도 상회하는 높은 탑승률에서 갈수록 평균과의 격차가 축소되어 왔다. 그리고 TWB 역시 2015년 이후 평균으로 수렴하고 있다.

따라서 2017년 말 현재 탑승률은 JJA 95.34%, JNA 94.8%, TWB 92.8%, ESR 91.5%의 순으로 높지만 평균 89.5%에 많이 근접하였다.

Ⅲ.2.3 국내외 항공사 고객 피해와 처리 현황 비교

Ⅲ.2.3.1 국내외 항공사 고객의 피해현황 비교

해외여행을 선호하는 항공서비스 이용객이 증가하면서 그에 따른 소비자피해도 매년 증가하고 있다. 이에 한국소비자원은 2014년 1월부터 2015년 9월까지 항공서비스 관련 피해 접수 건을 항공사별로 비교분석하였다.

국내외 항공사 관련 피해구제 접수는 총 1,179건으로, 국내 항공사가 36.6%(431건), 외국 항공사가 63.4%(748건)를 차지했다. 그런데 국내항공사들에 대해 접수건수 기준으로 상위 7개 항공사들의 순위는 <표 Ⅲ.2-11>

과 같이 제주항공이 0.64건, 이스타항공 0.57건, 진에어 0.48건, 티웨이항공 0.29건의 순으로 나타났다.

에어부산을 제외하고는 LLC항공사들에서 피해가 많이 발생하였고, FSC 항공사들인 AAR 및 KAL에 비해 최대 약 3배 정도까지 피해가 많은 것을 반영하고 있다.

<표 Ⅲ.2-12>와 같이 여객수 대비 피해구제 접수 상위 10개 외국 항공사의 경우에 에어아시아제스트가 21.86건으로 가장 많았고, 에어아시아엑스 16.36건, 가루다 인도네시아 9.42건, 스쿠트항공 7.66건, 아메리칸항공 5.95건 등의 순으로 나타났다.

이는 외국항공사들 중에서 동남아 국적항공사들에서 피해 접수가 상당히 많고, 국내 FSC사들에 비해 많은 경우에 20배부터 최대 104배까지 피해가 아주 빈번하게 발생하는 것을 반영하고 있다. 또한 미국, 독일, 일본 국적항공사들에서도 아주 많이 피해가 나타나고 있다.

<표 Ⅲ.2-11> 국내 항공사별 소비자 피해 현황(건)

No	항공사명	국적	피해구제 접수건수	항공 이용자 10만 명당 접수건수	여객수
1	제주항공	대한민국	110	0.64	17,251,018
2	이스타항공		49	0.57	8,563,241
3	진에어		56	0.48	11,777,978
4	티웨이항공		28	0.29	9,720,961
5	아시아나항공		86	0.21	40,229,865
6	에어부산		27	0.21	12,773,506
7	대한항공		75	0.14	54,532,340

자료 : 한국공항공사, <<http://www.airport.co.kr/>>

<표 Ⅲ.2-12> 외국 항공사별 소비자피해 접수 현황(건)

No	항공사명	국적	피해구제 접수건수	항공 이용자 10만 명당 접수건수	여객수*
1	에어아시아제스트	필리핀	140	21.86	640,384
2	에어아시아엑스	말레이시아	116	16.36	709,257
3	가루다 인도네시아	인도네시아	39	9.42	413,938
4	스쿠트항공	싱가포르	14	7.66	182,832
5	아메리칸항공	미국	16	5.95	268,970
6	에티하드항공	아랍에미레이트	15	5.40	277,944
7	말레이시아 항공	말레이시아	12	4.14	290,047
8	루프트한자항공	독일	26	4.11	632,996
9	피치항공	일본	33	4.06	812,641
10	필리핀항공	필리핀	55	4.04	1,360,609

자료 : 한국공항공사, <<http://www.airport.co.kr/>>

Ⅲ.2.3.2 고객 소비자 피해 유형 및 구제처리 성과 비교

<표 Ⅲ.2-13>과 같이 소비자 피해유형을 살펴보면 항공권 구매 취소 시 위약금 과다 요구, 환급거절, 운송 불이행, 그리고 지연이 각각 45.2%(533건)와 35.0%(413건)로 나타났고, 그 외 위탁수하물 분실 파손, 이 7.0%(82건), 환승 및 탑승 정보제공 미흡에 따른 미 탑승도 3.6%(42건)를 나타냈다. 그리고 <표 Ⅲ.2-14>와 같이 분석을 하는 동안 항공사가 소비자들의 합의권고를 받아들여 계약해 배상, 환급 등으로 합의처리 된 사건은 40.5%(478건)에 불과하였다. 그러나 이는 지난 분석기간(2013.1~2014.9)의 합의율(30.1%)에 비해 10.4%p 증가한 것으로, 항공사들이 소비자 피해보상에 보다 적극적으로 나서고 있는 것으로 보인다.

합의로 종결된 478건의 처리결과를 보면, 항공권 구매 취소 등에 따른 대금 환급 56.1%, 수하물 분실 등에 대한 배상 29.1%, 누락된 마일리지 적립 등 계약이행 3.6%, 파손된 수하물의 수리 및 보수 2.1% 등으로 나타

났다.

〈표 III.2-13〉 피해 유형별 접수 현황

피해 유형	국내	외국	계 (비율)
항공권 구매 취소 시 위약금 과다요구 · 환급거절	204	329	533 (45.2)
운송 불이행 · 지연	132	281	413 (35.0)
위탁수하물 분실 · 파손	37	45	82 (7.0)
환승 및 탑승 정보제공 미흡에 따른 미탑승	16	26	42 (3.6)
항공권 초과 판매에 따른 탑승 불가	1	2	3 (0.3)
기타	41	65	106 (9.0)
계	431	748	1,179 (100.0)

자료 : 한국소비자원, <<http://www.kca.go.kr/>>

〈표 IV.3-4〉 처리 결과별 현황(건, %)

구분	합의 건수 (합의율*)	미합의 건수**	계
국내 항공사	179 (41.5)	252	431
국외 항공사	299 (40.0)	449	748
계	478 (40.5)	701 (59.5)	1,179 (100.0)

* 합의율: 소비자기본법(제58조)에 규정된 피해구제 처리기간 이내에 배상, 환급, 계약이행 · 해제 등 소비자의 권고를 받아들여 사건이 종결된 비율

*미합의 건수 : 상담기타, 정보제공, 취하 · 중지, 분쟁조정위원회 상정 등 피해구제 처리기간 이내에 합의로 처리되지 않은 건수

Ⅳ. 여객항공운송서비스 차별화요소와 전략과제

Ⅳ.1 대형 항공사 서비스 현황과 차별화요소

Ⅳ.1.1 국적 대형 항공사 서비스 현황

Ⅳ.1.1.1 대한항공

Ⅳ.1.1.1.1 대한항공의 서비스현황

한진그룹의 주력 기업인 대한항공은 1969년 3월 (주)대한항공으로 상호를 바꿔 창립했다. 전 세계 43개국 123개 도시에 취항해 여객 및 화물을 운송하고 있다.

2018년 1월에 새롭게 개장한 제2여객터미널은 승객들의 편리한 여행을 위한 무인탑승수속기기, 자동 수화물 위탁기기, 출입국 대기 공간 확대 그리고 환승객을 위한 보안검색과 카운터 장소를 제1여객터미널보다 2.4배나 더 크게 갖췄다.

2017년부터 차세대 신형 항공기 B787-9 드림 라이너 5대를 신규 도입하고, B747-8i 3대를 추가로 도입해 기단을 현대화했다.

국내 브랜드평판 1위를 차지한 대한항공은 글로벌 고객만족도 13년 연속 1위를 차지하고 있다. 글로벌 만족도 (GCSI)는 다국적 컨설팅 그룹인 일본능률협회컨설팅에서 고객만족도를 측정하는 지표이다. 구성요소로는 고객만족요소, 고객가치, 글로벌 역량등의 요소를 평가하여 매년 부문별 최우수 기업을 선정한다.

IV.1.1.1.2 대한항공의 차별화요소

그리고 대한항공만의 특화된 서비스들은 다음과 같다.

첫째, 하트 투 하트 서비스는 가족 또는 친구 등 지인이 대한항공을 이용해서 기내에 탑승했을 때 사전에 인터넷을 이용하여 기내면세품을 주문하고 감사의 메시지를 작성하면 탑승 시 승무원이 주문한 제품을 메시지와 함께 해당 승객에게 직접 전달해주는 감동 서비스이다.

둘째, 대한항공은 항공동맹체 스카이팀과 스카이 프라이어리티를 실시하고 있다. 탑승수속, 수하물처리, 항공기에 탑승할 때까지 결합된 보다 신속하게 여행 할 수 있는 우대 서비스를 제공하고 있다.

셋째, 비행기 안에서 홀로 여행하는 비 동반 소아 어린이의 비행 중 모습을 편지를 통하여 보호자에게 알려주는 프라임맘서비스이다. 기내에서 승무원들이 엄마와 같은 마음으로 비행 내내 정성껏 보살피 주며 하늘에서의 마음을 편지로 직접 작성하여 아이의 상태가 걱정이고 궁금한 보호자가 편지를 읽었을 때 엄청난 감동을 느낄 수 있는 서비스라 할 수 있다.

넷째, 대한항공의 최고시설을 갖춘 차별화된 항공기의 도입으로 2009년 6월 코스모 스위트, 프레스티지 슬리퍼, 뉴 이코노미등 모든 객실 클래스에 명품 좌석을 설치한 최신형 항공기(B777-300ER)를 선보일 수 있었다.

게다가 대한항공은 하늘의 호텔(A380), Dreamliner(B787) 친환경 항공기를 도입하여 프리미엄 서비스를 제공하고 있다.

다섯째, 모든 항공사가 그러하듯이 대한항공이 최우선으로 여기는 것은 고객들의 서비스 만족도이다. 고객들의 평가와 의견을 수집하기 위한 방법으로 인터넷 홈페이지에는 고객의 말씀 난을 운영하고 있다.

IV.1.1.2 아시아나항공

IV.1.1.2.1 아시아나항공의 서비스현황

대한항공에 이은 대한민국 2위 규모의 민간 항공사인 아시아나 항공은 1988년에 설립되었고 2010년 11월 B777-200ER 신 개념의 비즈니스 클래스 '오즈 퀴드라 스마티움'을 장착하여 기내 비즈니스 클래스를 한층 업그레이드 하였다.

오즈 퀴드라 스마티움은 좌석을 지그재그 식으로 배열 한 것으로 옆자리에 앉은 승객에 대한 불편 과 마주칠 일 없이 자유롭게 출입이 가능한 국내 최초로 신 개념 좌석 배열을 도입한 것이다.

기내에서 이루어지는 기내식 서비스로 기내식 메뉴는 취향지에 따른 각 나라의 전통음식 이 있으며 보통 한식과 양식으로 나뉘어 제공 된다.

또한 고급 레스토랑 및 셰프와 업무제휴를 통해 개발된 메뉴를 서비스 하고 있으며 종교 또는 건강상의 이유, 어린이 식사 등 별도로 특별하게 구성된 기내식을 사전에 신청할 수 있게 하고 여러가지 기념일을 위해 케이크도 제공하고 있다.

2015년에는 소믈리에가 직접 선정한 프랑스, 미국, 칠레등 다양한 국적의 와인을 미주, 유럽 등 장거리 노선에서 모든 클래스에서 제공하고 있으며 단거리 노선에서는 퍼스트, 비즈니스 클래스에서만 제공한다.

IV.1.1.2.2 아시아나항공의 차별화요소

아시아나항공의 차별화요소에는 막걸리 서비스 제공, 고급 기내식 제공, 기내 특화서비스, 매직콘서트 등이 있다.

첫째, 아시아나항공에서는 모든 클래스에서 막걸리 서비스도 제공하고 있다. 또한 일등석으로 장거리를 여행하는 고객은 선택의 폭이 넓은 약

11가지의 궁중 반상 기내식 중 하나를 선택할 수 있다.

둘째, 아시아나항공은 미주, 유럽 장거리 상용노선 비즈니스 클래스 승객들에게 보다 고급스러운 기내식을 선보이기 위해 특별 기내 서비스인 온보드 크루 셰프 서비스를 강화하여 시행하고 있다.

매주 둘째 주 토요일 인천출발 LA, 뉴욕 노선과 매주 둘째 주 일요일 인천출발 프랑크푸르트편 비즈니스 승객들은 기내 셰프가 직접 조리하는 기내식을 즐길 수 있다.

셋째, 아시아나 항공사만의 기내 특화서비스라고 하는 특화서비스팀을 보유하고 있다. 이 매직팀은 2004년에 머큐리 어워드 서비스 부문 금상을 수상한 적이 있고 중거리 노선을 중심으로 손님들에게 늘 재미있고 신선한 마술 쇼를 보여줘서 오랫동안 굉장히 큰 호응을 얻고 있다.

넷째, 아시아나항공 본사에서 매년 여름 magic 콘서트를 열어 직원들에게도 즐거움을 주고 있다. 승무원들이 마술을 보여주는 매직부터 손 편지 쓰기를 제공하는 오즈 러브레터, 지친 피부를 위해 마스크팩을 제공하는 차밍, 운세를 봐 주는 타로점서비스까지 클래스별로 제공되고 승무원이 전문 커피 바리스타가 되어 직접 신선한 원두로 커피를 추출하고 제공하는 고품격적인 커피서비스를 제공한다.

다섯째, 이외에도 와인 테이스팅, 와인 디캔팅, 와인문화를 직접 체험할 수 있는 소물리에 서비스, 탑승하는 아이들이 승무원과 함께 유니폼을 입고 사진 찍기, 초크아트 공예를 이용한 요처청한 문구로 제작하여 제공하는 등의 다양한 서비스가 아시아나 항공사만의 기내 특화 서비스라고 할 수 있다.

[아시아나항공 위키백과, 아시아나 홈페이지, <<https://flyasiana.com>>].

IV.1.2 외국 대형 항공사 서비스 현황

IV.1.2.1 카타르항공

IV.1.2.1.1 카타르 항공의 서비스현황

카타르 항공은 동부 페르시아만에 돌출한 카타르 반도에 있는 중동지역 국가인 카타르의 국적 항공사이다.

유력한 항공 평가사 스카이트랙스 에어헬프에서는 2018년 최고의 항공사로 카타르 항공을 뽑았다. 카타르 항공은 세계에서 가장 빠르게 성장하는 항공사이다. 신생 항공사에 속했던 카타르 항공사는 1993년에 설립하였고 1994년도 취항을 시작한 후 10년 동안 매년 30%에 달하는 성장률을 기록하고 있다.

카타르 항공은 대한민국에 2003년 처음 취항하기 시작하였고 처음 취항했을 당시에는 상하이를 경유하는 경유 편을 먼저 운행하였다. 2015년에 들어와 매일 운항하게 되었다.

IV.1.2.1.2 카타르 항공의 차별화요소

카타르 항공은 180도 완전 평면 침대로 전환되는 마사지기능이 포함된 엑스트라 화이트 좌석B777-300ER은 2016년도에 세계 최고의 비즈니스 클래스로 선정된 바 있다. 항공 공학이 낡은 걸작이라는 수식어가 붙을 정도로 카타르 항공 기내서비스와 최고의 시설에 공을 많이 들인 기종이 바로 보잉 787 드림 라이너라고 할 수 있다.

그 중 최고의 비즈니스라고 불리우는 더블침대와 스위트형 도어를 장착하여 퍼스트 클래스 못지않은 개인공간을 제공하는 Q-스위트 가 대한민국에도 상륙하였다. 또한 카타르 항공은 온 보드 제품 및 직원 서비스

의 품질에 대한 최고 등급 5등급을 받았고 카타르 항공의 홈 공항 서비스 역시 5등급 인증을 받았다.

저녁 식사는 일반적으로 중동의 식사 “매제“로 시작 한다. 카타르항공의 기내식은 고객을 중심으로 진화하고 있다. 세계 최고의 셰프들이 만든 고급스러운 요리를 즐기고 전문성 있는 승무원이 서빙 하는 특별 와인을 맛보는 것도 특별한 경험이 될 수 있다[카타르항공 홈페이지, <<https://www.qatarairways.com>>].

IV.1.2.2 전 일본공수항공

IV.1.2.2.1 전 일본공수 항공의 서비스현황

아시아 최대 항공사 중 하나인 전 일본공수 항공사는 13개국 77개 목적지를 취항하는 세계10대 항공사 중 하나로 뽑힌다.

일본 전 공수 항공은 일본 국내 여행시장의 50%를 차지하고 있으며 52개 취항지를 매일 운항하고 있다.

일본 내 연간 승객 수는 약 4700만 명이며 216대의 항공기를 보유하고 있으며 매출이나 노선규모로 볼 때 현재 일본항공업계 1위를 자랑하는 항공사 이다. 1963년 후지타항공(Fujita Airlines)을 인수했고 ANA는 일본 최대의 국내선 운항업체가 되었다.

IV.1.2.2.2 전 일본공수 항공의 고객만족 차별화요소

2013년에 들어와 일본 항공사로는 최초로 스카이트랙스 평가에서 별 다섯 개를 당당히 받았으며 그 이후 2017년까지 5년간 연속으로 별 다섯 개를 획득하며 일본 내 입지를 굳혔고 2018년 The World's Top 10 Airlines에서 당당히 3위를 차지했다.

또한 미국의 항공 통계사이트 플라이트스탯츠 조사결과 2017년 글로벌 항공사 도착 정시율 2위를 차지했으며 정시율은 84.5%를 나타내고 있다. 전 일본공수 항공은 기내 인터넷 서비스를 제공한다. 일본 국내선 안에서는 모두 무료로 제공하고 있다.

2014년부터 기내인터넷 서비스를 도입하였으며 국내선은 무료화 하였다. 전 일본 항공은 현재 김포-하네다 노선 단 하나만을 운항 하고 있기 때문에 인천공항에서는 전 일본항공을 만날 수 없다.

대신에 전 일본항공사는 코드셰어를 활용하여 서울, 부산, 제주 등 우리나라 주요도시를 운항하는 효과를 얻고 있다.

전일본공수 홈페이지, <<https://www.ana.co.jp/en/us>>

IV.1.2.3 싱가포르항공

IV.1.2.3.1 싱가포르항공의 서비스현황

싱가포르항공은 1947년 5월 설립되었다. 싱가포르의 국영항공사로서 반 세기가 넘도록 큰 성장을 이루어 냈으며 최고의 서비스와 상품을 제공하며 항공업계의 혁신적인 명성을 얻고 있다.

1972년 싱가포르 항공이 운항을 시작했을 당시에는 경쟁항공사와 차별화가 자리 잡혀 있지 않은 상태였다.

왜냐하면 항공운송산업은 기재, 정비, 연료 등과 같은 고정비 비율이 고가의 산업이고, 대부분의 항공사들은 정부에 의해 보호되는 국영항공사였으며 항공 서비스와 가격은 국제항공운송협회에 의해서 강력한 규제를 받고 있었기 때문이었다.

이러한 싱가포르 항공의 역사들은 정부 도움을 전혀 받지 않고 세밀하고 철저한 시장경제논리에서 시작한 성공한 기업으로 이어졌으며, 싱가포

르 항공은 시작부터 고객만족을 위한 서비스에 모든 열정을 쏟아 부었고 그것이 오늘날에도 지속적인 성공요인으로 작용하고 있다.

IV.1.2.3.2 싱가포르항공의 차별화요소

싱가포르항공이 최고의 서비스 기업으로 자리매김 되도록 한 것은 객실 승무원의 최상의 서비스이다.

싱가포르 항공의 전체 승무원 중 여승무원의 비율은 60~70%로 남승무원이 비행 중 갤리 안에서 일하는 반면에 여승무원들은 객실에서 서비스를 제공한다. 이러한 Singapore Girl은 싱가포르 항공 마케팅 전략의 핵심이자 핵심인물이라고 할 수 있다.

이러한 전략은 상냥하고 예의바르고 친절한 동양의 특유의 문화적 전통을 기반으로 수립되었고 성공적인 전략으로 싱가포르 항공은 국제 항공업계에서 최고의 서비스 품질을 자랑하고 있다.

싱가포르 항공의 고객만족 서비스로 160글자의 문자 메시지를 원하는 이메일 계정이나 핸드폰으로 보낼 수 있는 부가서비스를 제공하고 있다.

기내 이메일과 문자 메시지(SMS)를 승객들이 원하는 시간에 기내에서도 지속해서 지상과 연결하려는 싱가포르항공의 강한 의지가 담겨져 있다.

SMS는 이용방법이 간단하고 편리하기 때문에 유용하게 쓰이고 있으며 기내 인트라넷을 이용한 기내 채팅 서비스 제공의 가능성도 조사하고 있다.

또한 많은 경쟁항공사들의 급격한 성장으로 일어나는 치열한 경쟁 속에서도 싱가포르항공만의 차별화된 전략과 특별한 핵심서비스를 발전을 위한 노력을 아끼지 않고 있으며 다양한 배경과 문화를 고려한 서비스 개발에 심혈을 기울이고 있다[고경임·원미연(2011),111-129].

IV.1.2.3 KLM 네덜란드 항공

IV.1.2.3.1 KLM 네덜란드 항공의 서비스현황

KLM 네덜란드 항공은 1919년에 설립하였고 설립했을 당시 네덜란드 여왕 빌헬미나가 로열칭호를 승인하여 현재까지도 사용되고 있다.

세계적으로 현존하는 항공사로 가장 오래된 기록을 가지고 있고 많은 최초기록을 가지고 있는 항공사가 바로 KLM 네덜란드 항공사이다.

세계 최초로 암스트레담과 아시아를 연결하여 최초로 국제선 비행의 역사를 세웠고 세계최초로 기내승무원의 탑승, 최초 대서양 횡단 미주노선 운행, 세계최초 이코노미 도입 등 수많은 업적을 볼 수 있다.

네덜란드의 특성으로 쉥겐 조약 가입 국가를 말 할 수 있는데 여행과 통행의 편의를 위해 유럽지역 26개국이 함께 체결한 협약을 말하고 네덜란드 도착 후 다른 유럽으로 경유할 때 또 다시 입국심사를 받지 않아도 되는 조약을 뜻한다.

다시 말해 쉥겐 국가 간의 국경이 사라진 거라고 볼 수 있다. 그리하여 암스트레담 스카폴 국제공항에는 쉥겐국가 와 비 쉥겐 국가를 오가는 여행객을 위한 분리된 통로가 따로 존재하는 것 도 특별한 점이라고 할 수 있다.

IV.1.2.3.2 KLM 네덜란드 항공의 차별화 요소

KLM 네덜란드 항공은 어느 항공사보다 적극적인 마케팅을 실행하는 항공사로 유명하다. 2017년에는 외 항사 최초로 인천국제공항에 항공사 직원을 통하지 않고 공항에서 줄서는 시간을 줄이고 간편하게 수하물을 수송할 수 있는 자동 수화물 위탁 서비스를 새롭게 런칭 하였다.

또 다른 고객만족 차별화 서비스로는 이름 하여 KLM 서프라이즈 서비스이다. 공항에서 대기하는 승객이 SNS 트윗에 메시지를 보내면 그에 적절하게 맞는 서프라이즈를 응대하는 서비스를 말한다.

단지 형식적인 SNS마케팅을 잘 활용해서 그치는 게 아니라 온라인에서 위챗이라는 시스템으로 항공운항 시간의 변경, 수하물 관리, 운항 노선 등을 자세하게 설명하고 있다. 이점에서 고객들은 24시간 응대를 해주는 서비스에 동양 아시아 고객들을 만족시켰고 특히 중국시장은 KLM의 주요 마케팅 시장으로 자리매김을 하였다.

다른 항공사와 차별화를 둔 특별 기내 서비스로는 세계최초로 기내 생맥주 제공 서비스라 할 수 있다. 생맥주를 뽑기 위해서는 이산화탄소의 압력이 필요한데 이산화탄소를 기내에 반입하는 것을 많은 위험이 있다는 기내 안전 규정에도 불구하고 세계적 맥주회사인 하이네켄과 함께 부르락이라고 하는 혁신적인 시스템을 개발하여 많은 승객들의 높은 고객만족도를 실현시키는 서비스이다

[네덜란드 항공 홈페이지, <<https://www.klm.com>>].

IV.2 저가 항공사 서비스 현황과 차별화요소

IV.2.1 국적 저가 항공사 서비스 현황

IV.2.1.1 진에어 항공

IV.2.1.1.1 진에어항공의 서비스현황

진 에어는 Jin Air는 2008년도 대한항공이 출자한 대한민국의 저비용 항공사이다. 2008년 김포 - 제주간 노선의 취항을 시작으로 일본, 중국, 그리고 동남아시아 국가를 운항하고 있으며, 최초로 국내 저비용 항공사 중 미국령 괌에 취항하였다.

2008년 하반기에는 99%의 정시율 그리고 99.6%의 운항율을 자랑하였으며, 정비 소홀이나 결함으로 인한 결항은 0%로 기록되었다.

진 에어는 승무원들은 독특하게 유니폼으로 청바지를 입는다. 진 에어는 대한항공으로부터 B777기 4대를 도입해 운항하고 있으며, 보잉 737-800 21대, 보잉 777-200 4대 등 총 25대의 항공기를 보유하고 있으며 국내선 4개를 비롯해 국제선 32개, 11개국 36개의 노선에 취항하고 있다.

진 에어는 플라이 베러 플라이라는 특별한 슬로건을 내세우고 있다. 2018년 3월부터 진 에어는 차세대 여객 서비스 시스템을 도입해 운영하고 있다. 이것은 세계적인 항공 IT 서비스 업체 IBS에서 개발한 아이플라이레스 여객 서비스 시스템으로 진 에어 홈페이지나 다양한 정보를 빠르고 정확하게 인식하고 항공권 예매 편의성을 높이는데 초점을 맞추고 있다.

IV.2.1.1.2 진에어항공의 차별화요소

진 에어는 국내 LCC 중 최초로 유일하게 반려동물을 위한 위탁수하물 탑재 서비스를 운영 하고 있으며 최근 반려동물 동반 여행의 추세가 증가 하는 트렌드를 맞춘 것이다.

기내에 함께 탑승할 수 없는 크기나 무게가 되는 동물들을 실을 수 있다는 것이 반려동물 위탁수하물 탑재 서비스의 장점이다. 진 에어의 반려동물 운송 서비스는 총 3가지 방식으로 제공된다. 진에어의 기내 특화서비스는 다음과 같다.

첫째, 진 에어는 100일 후 愛(애) 라고 하는 기내에서 작성한 엽서 발송 서비스를 운영하고 있다. 기내에서 제공되는 엽서에 편지나 메시지를 작성 후 객실승무원에게 접수하면 접수된 그림엽서는 고객이 신청한 국내외 주소지에 100일 후 도착하게 되는 사랑을 전하는 감동 서비스이다.

둘째, 진 에어는 어린이들을 위한 유료 기내식 지니키즈밀 을 어린이 승객을 대상으로 제공하고 있다. 어린이 맞춤 식사를 이용을 원하는 고객은 출발 3일 전까지 사전 예약 신청을 할 수 있다.

셋째, 진 에어 항공기 탑승에 있어서 지니 플러스 시트 서비스도 제공하고 있다. 지니 플러스 서비스란 이코노미 좌석 간격 78cm, 지니 플러스 시트 좌석 간격은 94cm로 이코노미 좌석 보다 6인치(15~16cm)더 넓어 편안한 비행을 제공하는 서비스이다.

넷째, 진에어의 부가서비스 바로 지니 플레이 이다. 이것은 기내 무선공유기를 사용해 와이파이를 개인기기에 접속하면 다양한 콘텐츠를 비행시간동안 즐길 수 있는 서비스이다[진에어 항공 위키백과 진에어 홈페이지, <www.jinair.com>].

IV.2.1.2 제주 항공

IV.2.1.2.1 제주 항공의 서비스 현황

2005년도에 설립한 제주항공은 대한민국 두 번째 저비용 항공사이다. 대한민국 3위 규모의 민간 LCC 항공사로서 아시아 LCC 벨류 얼라이언스 항공동맹의 창립 멤버이다. 합리적이고 저렴한 항공 가격을 내세워 지속적으로 확장하고 있으며 LCC항공사의 큰 혁신을 불러오고 있다.

자유여행을 가는 승객들에게 현지 공항과 호텔간 픽업서비스를 예약하고 숙소와 렌터카 유모차 대여와 짐 보관 통번역 서비스 등 외국에서 현지 가이드 역할을 하는 트래블 라운지온라인 서비스를 개설해 운영하고 있다.

제주항공의 항공기 보유는 34대로 보잉 B737-800NG 기종이며 모두가 동일한 단일기종이다. 국내 최대 LCC 제주항공은 기내이벤트로 유명하다. 저비용항공사 제주항공은 지금까지 운영하던 7개의 기내 특화서비스팀을 2018년부터 비행편별로 고정 편성해 승객들과 함께 하고 있다.

IV.2.1.2.2 제주 항공의 차별화 요소

기내 특화서비스는 악기 연주가 가능한 승무원들을 탑승시켜 승객과 함께 노래하고, 그림의 소질이 많은 승무원들이 승객에게 직접 얼굴을 그려주는 캐리커처 서비스를 제공하는 방식으로 이뤄지고 있다.

제주항공은 자체 승무원들로 이루어진 7개 특화서비스팀은 매직팀-카드나 꽃 등의 소품을 활용한 마술, 뷰티풀코리아 팀-아름다운 승무원의 목소리로 안내하는 상공 주요 안내 방송, 땀따라 팀-마라카스와 우쿨렐레와 같은 악기 연주를 하며 직접 노래를 하는 서비스, 재펀(JAFUN)팀-한일노선에서 일본인승객을 대상으로 승무원체험이나 게임이벤트, 풍선의 달인

팀-동물과 예쁜 꽃을 풍선아트로 만들어 승객에게 선물, 일러스트팀-어린이 승객들을 대상으로 얼굴에 그림을 그려주는 페이스페인팅과 캐리커처 서비스를 제공, 게임 팀-퀴즈 및 가위 바위 보게임 등의 서비스를 실행하고 있다.

제주항공에서만 볼 수 있는 특별한 기내이벤트 신청 서비스는 사랑하는 사람에게 프로포즈 및 소중한 감동과 사연이 있는 승객들의 이야기를 신청을 통해 참여할 수 있는 감동 서비스 이다.

탑승객 4000만 돌파 기념행사로 2017년 3월2일 인천에서 출발하는 일본 삿포로 편에서 기내에서 오케스트라 고객 감사콘서트를 열기도 하여 고객들에게 큰 감동을 선사 하였다

[제주항공 위키백과, 제주항공 홈페이지, <www.jejuair.net>].

IV.2.1.3 이스타 항공

IV.2.1.3.1 이스타 항공의 서비스 현황

합리적 가격을 통하여 항공여행의 대중화를 실현하고 기존 대형 항공사 위주의 항공시장 형성을 깨버린 이스타 항공은 2007년 10월 설립했다.

저비용항공사 항공 동맹체인 유플라이 얼라이언스의 회원사이다.

국내 도심공항터미널에 입점하여 탑승수속, 위탁 수하물 서비스를 제공한다.

유플라이 얼라이언스 세계 최초 LCC 연맹체 회원사이며 이스타 항공, 홍콩 익스프레스, 렉키에어, 우루무치에어, 웨스트에어와 함께 한국과 중국에 거점을 두고 있으며 글로벌 네트워크를 구축하여, 홍콩 익스프레스와 인터라인 방식의 9개 노선을 운영하고 있다.

국내 6개 LCC의 국내선 여객점유율은 2017년 말 기준으로 56%로 대한

항공 아시아나(43.4%)를 제쳤으며, 국제선도 38.62%로 증가하였다. 주요 수상 이력은 2017 한국서비스품질지수 저비용항공 부문 1위를 수상하였고 2017 인천국제공항공사 Best Growth 항공사로 선정 되었다.

IV.2.1.3.2 이스타 항공의 차별화 요소

이스타항공의 대표 슬로건은 짜릿한 가격으로 추억을 파는 국민항공사다. 거품을 뺀 가격의 향수를 자극하는 서비스로 무장, 취항 1년 만에 고객들이 자발적으로 찾는 항공사로 거듭난 이스타항공의 다음 목표는, 동북아 최고의 LCC항공사이다.

이스타 항공의 기내 서비스로는 사전주문 18종 기내식 서비스, 기내 유료 판매 서비스, 기내 면세품 판매, 부가서비스를 제공하고 있으며, 저비용항공사 최초로 에어시네마 서비스와 기내식 현장주문 서비스를 오픈했다. 이스타항공의 특화서비스로는 에어시네마 기내서비스가 있다.

대형 항공사처럼 좌석전면에 설치된 화면을 통해 영화를 시청하는 것이 아니라 3D 업체 음향 기능이 탑재된 데블릿을 대여하여 서비스를 제공하고 있다. 그밖에 기내 이벤트 팀(E.T TEA M)을 구성해 기내 이벤트 서비스 또한 제공하고 있다. 다양하고 즐거운 이벤트를 제공하는데 승객들과의 가위바위보 , 퀴즈 , 기내체조, LED 댄스 , 라디오 이스타 등이 있다.
[이스타항공 위키백과, 이스타항공홈페이지, <www.eastarjet.com >].

IV.2.2 외국 저가 항공사 서비스 현황

IV.2.2.1 사우스 웨스트 항공

IV.2.2.1.1 사우스 웨스트 항공의 서비스 현황

사우스 웨스트 항공은 1967년에 설립한 미국의 저비용 항공사이다. 여객 운송 기준으로 세계 3위를 차지하고 있으며 오로지 항공기 보잉 737만을 운항하며 최소화된 기내서비스를 대표하고 있는 저가 항공사이다.

그 뜻은 해당 노선에 대한 운임요금은 낮아지고 반대로 이용객들은 증가하면서 항공 산업 시장에 매우 긍정적인 효과를 가져 온다는 뜻이다. 그 효과에 가장 큰 부분을 최저가 정책이다. 지금 수많은 저비용항공사가 운항하고 있지만 저비용항공사라는 개념의 시초는 사우스웨스트 항공이라고 할 수 있다.

공항에 비행기가 도착하고 승객이 하기한 이후 기내 청소 및 정리를 하고 다음 편수 승객의 탑승이 있을 때까지 턴어라운드 시간은 보통 B737 기준 대형 항공사는 50분 정도 소요되는 반면에 사우스 웨스트 항공은 25분 이내에 이뤄진다는 것이 큰 장점이다.

사우스웨스트 항공은 총 기종 B737 약 700대를 보유하고 있으며 1995년 1월 31일 처음으로 전자 항공권 제도를 도입하였다.

독자적이고 창의적인 분리 예약시스템으로 1994년에 유나이티드 항공, 콘티넨탈 항공, 델타 항공사에 시스템을 도입하게 된 것으로 그와 동시에 티켓리스시스템의 도입을 시작하였다.

IV.2.2.1.2 사우스 웨스트 항공의 차별화요소

특별한 서비스로 사우스웨스트 항공에는 NO NO라는 몇 가지 유머가 존재한다. No assign seat(좌석배정 하지 않음), No meal(식사 서비스 없음), No hassles(싸움이 없음), No problems(문제가 없음)과 같은 서비스를 단순하게 하라는 기본 철학을 갖고 있다[최세중(1997), 173].

고객 경험 컨설팅 기업인 템킨에 따르면 사우스웨스트 항공은 지난 8년 중 7차례나 9곳의 항공사들 가운데 고객 만족도 1위를 차지했다.

이처럼 항공업계에서 좋은 평가를 받고 있는 사우스 웨스트 항공사의 편 마케팅 서비스란 흥미롭게 감동적인 이벤트를 진행하여 고객유치를 활성화하며 매출을 증가시키는 마케팅 전략이다.

사우스 웨스트 항공은 편 마케팅을 사용하는 전례 없는 대표적인 기업이다. 사우스 웨스트 항공사 승무원들이 실제 비행에서 제공한 편 서비스의 사례를 보면 유머러스한 기내 방송사례, 비상시 요령을 누구나 알기 쉬운 대중적인 노래로 부르거나 랩송으로 기내 안전수칙을 부르기도 하고 크리스마스 같은 특별한 날에 기장이 캐롤을 부른 사례도 있다.

다양한 이벤트도 진행하는데 비행 중 과연 좁은 기내 화장실 안에 최대 몇 명까지 들어갈 수 있는지 맞추는 독특한 퀴즈 콘테스트를 열어 승객들의 비행을 지루하지 않게 즐거운 시간을 선사한다[사우스웨스트항공 위키백과 홈페이지, <<https://www.southwest.com>>, 프레스티지고릴라 콘텐츠, <<http://www.prestigegorilla.net>>].

IV.3 항공사 고객만족도 성과와 불만요소

IV.3.1 항공사 고객만족도 지표기준 성과

IV.3.1.1 항공운송 서비스 고객만족도 성과 비교

한국교통연구원이 2018년 상반기에 리서치랩을 통해 항공운송서비스 부문에 대해 8개 국적 항공사 및 45개 외국적 항공사를 대상으로 <표 II.2-1>의 지표들을, 공항서비스 부문은 운송실적이 가장 많은 5개 국제 공항(인천, 김포, 김해, 제주, 청주)을 대상으로 <표 II.2-2>의 지표들에 따라 서비스를 평가하였다.

또한 공항 현장에서 실제 항공사 및 공항 이용객을 대상으로 한 설문조사를 통해 수집한 384부의 응답자료를 조사하였고, 설문조사 통계량의 신뢰수준은 95%±5%이다.

<표 IV.3-1> 2016-17년 항공운송 서비스 평가

		정량 평가				정성 평가
		정시성		안전성	소비자보호	이용자 만족도
		국내선	국제선			
국적 항공사	최우수	대한항공	에어부산	에어서울	에어부산	에어부산
	최하위	진에어	아시아나 항공	티웨이항공	진에어	에어서울
외국적 항공사	최우수	-	전일본공수	-	중화항공	전일본공수
	최하위	-	심천항공	-	필리핀 에어아시아	필리핀 에어아시아

자료 : 김도건 등(2018), 1.

<표 IV.3-1>과 같이 실제 탑승객이 응답한 고객만족도 조사결과에서는 국적항공사는 에어부산이, 외국적항공사는 전 일본공수(일본, ANA)가 가장 높은 만족도를 보였다.

한편, 국내선 정시성 분야에서는 대한항공이, 국제선 정시성·소비자 보호 분야에서는 에어부산이, 안전성 분야에서는 에어서울이 가장 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.

IV.3.1.2 국적 항공사 서비스평가 및 고객만족도

IV.3.1.2.1 국적 항공사 부문 평가

<표 IV.3-2>와 같이 정시성 분야에서는 국내선은 대한항공이, 국제선은 에어부산이 최우수로 나타났다.

반면에 제주노선 비중이 높은 진에어와 중국노선이 많은 아시아나항공은 각각 국내선과 국제선에서 최하위로 나타났다. 안전성 분야에서는 에어서울이 가장 우수했고, 티웨이항공이 가장 낮았다. 2016-17년에는 사고·준사고가 각 1건으로 적어 국적항공사의 안전운항 성적이 전반적으로 우수하였으나, 티웨이항공은 운항횟수 대비 안전 관련 처분건수·액수가 상대적으로 많았다.

소비자 보호 분야에서는 에어부산이 이용객 대비 피해접수건수가 적게 나타났고, 소비자 관련 행정처분이 한 건도 없었으며 최고 등급을 받았다. 반면 진에어는 소비자와의 분쟁에서 합의율이 가장 낮았던 관계로 가장 낮은 등급을 받았다.

〈표 IV.3-2〉 2016-17년 항공운송 국적항공사 등급 평가 결과

정시성				안전성		소비자보호	
국내선		국제선					
항공사	등급	항공사	등급	항공사	등급	항공사	등급
대한항공	4등급	에어부산	1등급	에어서울	1등급	에어부산	1등급
에어부산	5등급	에어서울	1등급	에어부산	2등급	아시아나항공	2등급
티웨이항공	5등급	진에어	2등급	진에어	3등급	대한항공	3등급
아시아나항공	6등급	대한항공	2등급	대한항공	3등급	이스타항공	3등급
제주항공	6등급	제주항공	2등급	아시아나항공	3등급	제주항공	4등급
이스타항공	6등급	티웨이항공	2등급	이스타항공	4등급	티웨이항공	4등급
진에어	7등급	이스타항공	2등급	제주항공	4등급	에어서울	5등급
		아시아나항공	3등급	티웨이항공	5등급	진에어	5등급

자료 : 김도건 등(2018), 3.

〈표 IV.3-3〉 2016-17년 국적 항공사 고객 만족도 결과

순위	항공사	등급
1	에어부산	만족
2	대한항공	만족
3	아시아나항공	만족
4	제주항공	만족
5	진에어	만족
6	티웨이항공	만족
7	이스타항공	만족
8	에어서울	다소만족

자료 : 김도건 등(2018), 4.

IV.3.1.2.2 고객만족도 설문조사 결과

〈표 IV.3-3〉과 같이 실제 탑승객을 대상으로 실시한 고객만족도 조사에

서도 에어부산이 가장 높은 점수로 종합 ‘만족’ 등급을 받았다.

대한항공, 아시아나항공이 그 뒤를 이었으며, 취항 3년차를 맞이한 에어서울이 가장 점수가 낮아 서비스 개선이 필요한 것으로 나타났다.

IV.3.1.3 외국적 항공사 서비스평가 및 고객만족도

IV.3.1.3.1 외국적 항공사 서비스 평가

<표 IV.3-4>와 같이 정시성 분야에서는 전일본공수(일본), 오로라 항공(러시아), 일본항공(일본, JAL) 등이 최우수 등급을 받았다. 이들은 한국-일본, 한국-블라디보스톡 등 비교적 혼잡이 적은 항로를 이용하고 있는 점이 크게 작용했다.

<표 IV.3-4> 2016-17년 외국적 항공사 등급 평가 결과

구분	정시성		소비자보호	
	항공사(국적)	등급	항공사(국적)	등급
상위 항공 사	전일본공수(일본)	1등급	중화항공(대만)	1등급
	오로라항공(러시아)	1등급	홍콩익스프레스(홍콩)	2등급
	일본항공(일본)	1등급	에바항공(대만)	2등급
	에미레이트항공(UAE)	1등급	태국항공(태국)	2등급
	에티하드항공(UAE)	1등급	싱가포르항공(싱가포르)	2등급
하위 항공 사	아에로플로트(러시아)	4등급	핀에어(핀란드)	8등급
	에어캐나다(캐나다)	4등급	카타르항공(카타르)	8등급
	몽골항공(몽골)	5등급	세부퍼시픽(필리핀)	9등급
	상하이항공(중국)	5등급	터키항공(터키)	10등급
	심천항공(중국)	5등급	필리핀에어아시아(필리핀)	10등급

자료 : 김도건 등(2018), 5.

심천 항공(중국), 상하이항공(중국), 몽골항공(몽골) 등 혼잡한 한국-중국 항로를 이용하는 항공사들은 정시성에서 낮은 점수를 받았다.

소비자 보호 분야에서는 중화항공(대만), 홍콩익스프레스(홍콩), 에바항공(대만) 등 동남아계열 대형항공사들이 높은 점수를 받았다. 이들은 이용객 대비 피해접수건수가 적었고, 항공법령상 소비자 보호조치를 준수하고 있는 것으로 조사되었다.

이에 비해, 피해 접수건수가 많았던 필리핀에어아시아(필리핀), 세부퍼시픽(필리핀) 등 동남아계 저비용항공사와 소비자와의 합의율이 낮았던 터키항공(터키), 카타르항공(카타르) 등 중동·유럽계 항공사들은 점수가 낮았다.

IV.3.1.3.2 고객만족도 설문조사 결과

<표 IV.3-5>와 같이 실제 탑승객을 대상으로 실시한 고객만족도 조사에서는 모든 항공사가 보통이상의 등급을 획득하면서 전반적으로 서비스의 질이 우수한 것으로 나타났다.

전일본공수(일본), 일본항공(일본), 싱가포르항공(싱가포르) 등은 기내서비스와 직원 친절도에서 높은 점수를 받으면서 가장 우수했으며, 필리핀에어아시아(필리핀), 비엠펙항공(베트남), 타이에어아시아X(태국) 등은 기내좌석 불편 등으로 이용자만족도가 가장 낮았다.

각 평가 분야별로 일정 등급 이하를 받은 항공사는 개선을 위한 서비스 계획을 수립하여 이행하여야 한다.

우리 항공 운송 산업은 빠른 성장을 통해 항공여객 1억 명 시대를 맞이했으며, 매년 새해 서비스평가를 시행하는 등 서비스의 질적 개선도 함께 확장해 나아가야 한다[김도곤 등(2018), 1-8].

〈표 IV.3-5〉 2016-17년 외국적 항공사 고객 만족도 결과

상위 10개 항공사			하위 10개 항공사		
순위	항공사(국적)	점수	순위	항공사(국적)	점수
1	전일본공수(일본)	만족	36	피치항공(일본)	다소만족
2	일본항공(일본)	만족	37	춘추항공(중국)	다소만족
3	싱가포르항공(싱가포르)	만족	38	심천항공(중국)	다소만족
4	케세이드래곤에어(홍콩)	만족	39	아에로플로트(러시아)	다소만족
5	에바항공(대만)	만족	40	몽골항공(몽골)	다소만족
6	에미레이트항공(UAE)	만족	41	에어아시아X(말레이시아)	다소만족
7	핀에어(핀란드)	만족	42	홍콩익스프레스(홍콩)	다소만족
8	상하이항공(중국)	다소만족	43	타이에어아시아X(태국)	다소만족
9	루프트한자(독일)	다소만족	44	비엠펙항공(베트남)	다소만족
10	델타항공(미국)	다소만족	45	필리핀에어아시아(필리핀)	보통

자료 : 김도건 등(2018), 5.

IV.3.2 항공사 고객만족도 요인별 성과

IV.3.2.1 대형항공사 고객만족도

국제민간항공기구(ICAO)의 항공사 분류기준에 의하면, 항공사 유형은 대형항공사(Full Service Carriers, FSCs)와 저비용항공사(Low Cost Carriers, LCCs)로 분리된다. 대형항공사는 상대적으로 높은 운임을 받고 부가적인서비스를 제공하는 전통적인 항공사를 의미한다.

저비용항공사는 비용절감체제를 바탕으로 대형항공사보다 낮은 운임을 형성하는 항공사로서 최소화된 단순한 기내서비스로 항공운임을 낮추고,

단일기준으로 운항한다.

기존 대형항공사들은 품격 있는 고급서비스와 차별화된 기내서비스로 경쟁력을 강화하는 반면에 저비용항공사들은 원가를 줄이고 실용성을 강조하는 서비스로 경쟁력을 키우고 있다[정윤지·김미정(2017),216].

세종대학교 관광산업연구소와 여행 리서치 전문회사 컨슈머인사이트는 2017 여행 만족도 조사에서 지난 1년 이내에 항공사를 이용한 소비자들에게 항공사를 이용하는 과정에서 얼마나 만족했는지 조사하였다. 대형항공사(FSC)와 저가항공사(LCC)를 분리하여 조사를 실행했으며, 코드셰어로 이용한 항공사는 조사대상에서 제외하였다. 항공사 고객 만족도 평가 요인으로는 다음과 같다.

첫째, 예약/문의(정보탐색 등)이다.

둘째, 발권/체크인이다.

셋째, 탑승/하차이다.

넷째, 기내 환경/시설이다.

다섯째, 기내 서비스이다.

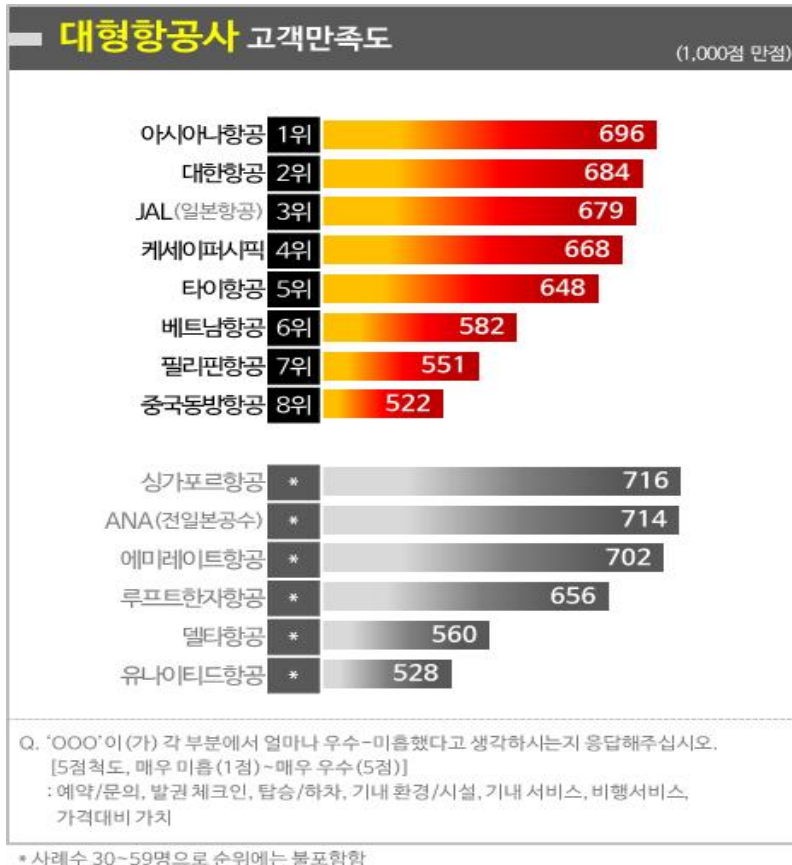
여섯째, 비행 서비스이다.

일곱 번째,가격대비 가치이다.

총 7개 항목으로 평가했고, 이의 중요도를 감안해 종합 점수를 산출했다. 항공사 이용객을 대상으로 실시한 만족도 조사에서는 특히 우리나라 국적 항공사들이 모두 우수한 평가를 받았다. 아시아나는 자회사인 에어부산과 에어서울을 자회사로 갖고있는 아시아나 항공은 대형과 저가항공 모두를 석권했다.

대형항공사에 비해 저가항공사의 만족도는 크게 낮았는데, 차별화된 핵심 경쟁요소인 가격대비 가치도 더 좋은 평가를 받지 못했기 때문이다. 이는 결국 저가항공은 비용은 저렴하지만 서비스는 만족스럽지 못하다고

평가된 것이다..



〈그림 IV.1-1〉 국적 및 외국적 대형항공사 고객만족도

지난 1년 간 대형항공사를 이용 경험이 있는 2,661명을 통해 조사하여 60명 이상의 표본을 확보한 항공사는 총 8개였으며, 아시아나 항공이 696점(1,000점 만점)을 얻어 1위를 차지했다.

아시아나항공은 기내 환경/시설, 발권/체크인, 예약/문의, 탑승/하차 등 7개 항목 중 4개에서 1위를 했다. 다음은 대한항공(684점)이 2위로 기내 서비스 부문에서 가장 우수했고, 3위는 JAL(679점)로 비행서비스와 가격

대비 가치에서 1위였다. 그 다음은 케세이퍼시픽 668점, 타이항공 648점의 순이었다.

표본 수가 30~59명으로 순위를 나타내기에는 다소 불충분한 규모로 판단되었던 싱가포르항공은 716점(1,000점 만점), ANA는 714점, 에미레이트항공은 702점으로 우수한 평가를 받았으며 이는 공식적으로 1위를 차지한 아시아나 항공 보다 높은 점수를 받은 것이다.

대형항공사는 대한민국과 일본 국적 항공사의 선전, 동남아시아 국가 항공사의 부진으로 요약될 수 있다. 흥미로운 것은 싱가포르, 일본과 같이 만족도가 높은 해외여행지 국가의 항공사들이 더 높은 평가를 받았다는 것이다.

IV.3.2.2 저가항공사 고객만족도

1년 내 저가항공사 이용객 2,986명을 대상으로 조사한 결과 60명 이상의 표본을 수립한 저가항공사는 총 7개의 항공사이며, 에어부산이 636점(1,000점 만점)으로 당당히 1위를 차지하였다.

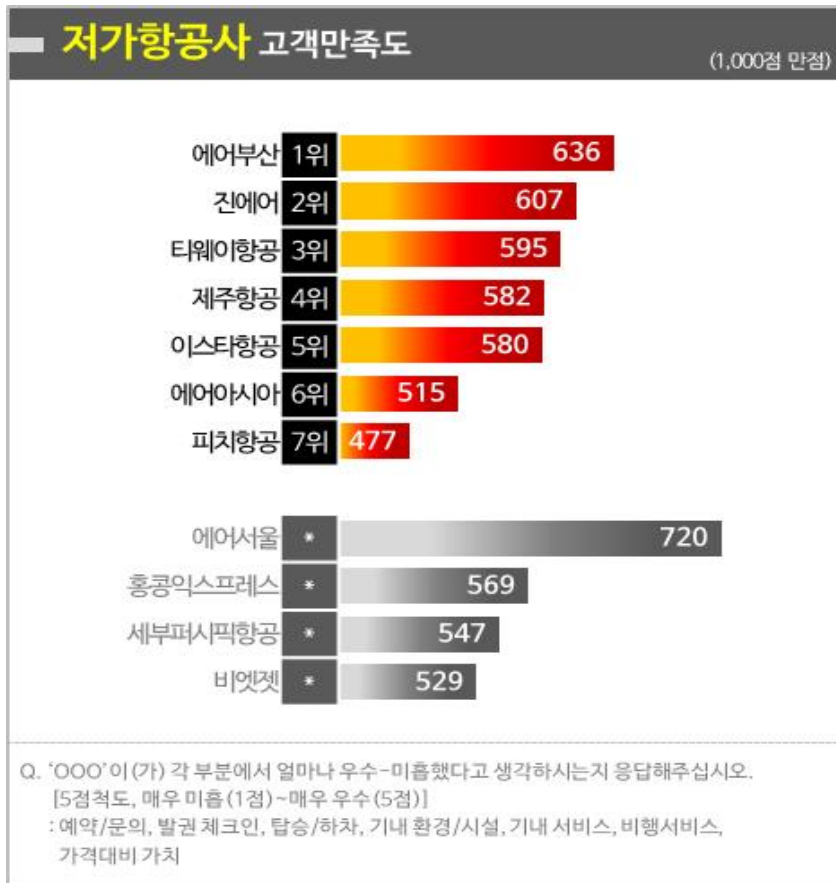
에어부산은 고객만족도를 구성하는 7개 항목에서 모두 가장 우수한 평가를 받았으며, 특히 기내 서비스와 기내 환경/시설에서 높은 평가를 받았다.. 다음은 진에어 607점, 티웨이항공 595점, 제주항공 582점, 이스타항공 580점 등의 순이었다. 외국 국적기인 에어아시아와 피치항공은 우리나라 국적기와 큰 격차로 하위권에 머물렀다.

순위에서는 제외했으나, 표본 수가 30~59명인 4개 저가항공사를 살펴보면 에어서울이 720점으로 가장 높았다. 에어서울은 대형과 저가 항공사 전체를 합쳐 가장 우수한 평가를 받았고, 기내 환경/시설, 비행서비스, 가격대비 가치에서 특히 우수한 평가를 받았다. 에어서울은 아시아나 산하 저가항공사이면서 국제선만을 운영하고, 저가항공사 중에서 기내 좌석 공

간이 넓은 것으로 알려져 있다.

아시아나항공과 자회사인 에어부산과 에어서울의 고객 만족도는 주목할 만한 결과를 보였다. 우수한 기내 환경과 기내 서비스는 고객들에게 높은 만족도를 주고 있다.

저가항공사의 상승세가 무섭게 나타난다. 그렇지만 아직 고객 만족도 부분에서는 대형항공사에 미달되는 것으로 나타났다. 가격대비 가치를 포함하여 고객 만족도를 구성하는 7개 항목 모두에서 대형항공사 보다 낮았고 특히, 기내 환경/시설, 기내 서비스, 비행 서비스 등 전반적인 기내서비스 경험에서 큰 격차를 보였다[김형곤(2018), 1-4].



* 사례수 30~59명으로 순위에는 불포함함

<그림 IV.1-2> 국적 및 외국적 저가항공사 고객만족도

IV.3.3 항공서비스 불만요소 처리과제

IV.3.3.1 기내 서비스 불만요소 처리과제

항공사의 차별화된 서비스 향상 노력에도 불구하고 복잡적이고 복잡한 서비스로 구성되어 있는 항공사 서비스에는 승객의 불만 이 다양한 요소로 발생한다.

항공승객의 불만에 대한 연구가 고객충성도, 재 구매 의도, 시장 피드백 구조, 신제품 개발 및 사회복리 현상에 중요한의미를 나타낸다는 것이 모든 실무자들에게 인식되어지면서 항공사는 기업의 목적 달성을 위한 승객의 불만을 감소시키면서 동시에 고객만족을 극대화 하려는 노력은 계속되고 있다[박수영(2009), 153-155].

항공사 기내 객실 서비스 불만 요인으로는 다음과 같이 업무미숙, 승무원의 응대태도, 탑승첫인상, 식음료, 기내환경, 면세품 구매, 엔터테인먼트로 지적되고 있다.

첫째, 업무미숙은 항공사가 제공해야 하는 서비스 업무가 인적과실로 인해 성공적으로 처리되지 않았을 경우 발생하는 불만을 말한다. 즉, 승무원의 실수로 인하여 발생하는 불만을 의미하고 선반의 수하물 낙하, 기내 분실물 처리, 부서지는 물건의 보관상태와 같은 문제가 불만으로 나타난다.

둘째, 승무원의 응대 태도는 승무원 서비스의 품질을 의미하는 것으로 고객을 대할 때 나타나는 승무원의 말투, 표정, 태도에서의 불친절함에 불만을 나타내는 것을 말한다.

셋째, 탑승첫인상은 승객이 항공기에 탑승하면서부터 느끼는 전체적인 사항에 대한 불만으로 항공기 탑승절차, 좌석배치, 수하물보관, 탑승음악 대한 불만을 포함한다.

넷째, 식음료 불만은 기내에서 서비스하는 기내식과 선택권, 맛, 대기시간에 대한 불만이 있다.

다섯째, 기내환경은 항공기 객실내의 주변 환경에서 객실온도, 에어컨물, 우는 아이, 주변의 소란 등의 불만을 말한다.

여섯째, 엔터테인먼트에 대한 불만은 주로 리모트컨트롤 기내 비디오, 영화, 헤드폰 등에서 발생하는 문제에 대한 불만을 말한다.

일공제, 면세품 구매과정에서 생기는 불만은 특정제품의 재고가 부족하거나 결제나 상품전달이 지연되는 등 구매과정에서 발생하는 불만을 의미한다[정은미·조민호(2009), 279].

여덟째, 항공사들의 불만족건수도 높아지는 가운데 또 하나의 고민은 항공권 할인 경쟁으로 인한 항공사 안전관리가 우려된다.

IV.3.3.2 소비자 피해 방지 및 적정보상 과제

항공사들이 너나 할 것 없이 가격경쟁에 뛰어들면서 저비용항공사의 안전에 대한 우려도가 커지고 있다. 적은 항공기로 수익성을 증가시키기 위해 운항 횟수를 늘리면서 동시에 항공기의 노후화가 빨라지고 비용을 삭감하는 과정에서 안전관리에 소홀해질 수 있다는 것이다.

저비용항공사의 경우 매출에서 여객수송이 차지하는 비중이 90% 이상이다. 항공기 가동률을 높여야 수익이 발생하는 구조인 탓에 국내 5개 저비용항공사 모두 운항 스케줄이 빡빡하다. 이 때문에 안전점검에 소홀할 수도 있다[조은아(2015)].

특히 저비용항공사는 국내노선을 운항한 항공기를 같은 날 곧바로 국제선에 투입하는 경우도 많아 안전관리에 대한 우려가 커지고 있다. 또한 실적 향상에 성과급 지급으로 인한 실적 위주로 편의성을 제공받아야 할 소비자의 피해로 이어지는 것이다. 또한 저비용항공사들이 유가 하락과 수요 증가 등의 이유로 실적이 나날이 고공행진을 이어가고 있다.

이에 따라 고질적 문제로 나타났던 고객 서비스 질도 수익 증가에 따라 함께 향상되어야 한다는 지적이 나오고 있다. 저비용항공사들은 지난해 사상 최대의 실적을 기록했다.

저비용항공사로 인한 소비자피해가 접수된 건은 지난해 총 146건으로 지난해 같은 기간과 비교한 결과 240% 늘어났다. 피해 건수의 종류를 살

펴보면 항공권 환불·지연이 64.4%인 94건으로 가장 많았고, 서비스 불만족 33건, 수하물 파손 등 문제 13건 등으로 나타났다.

지난 2013년 28건을 받았던 항공권 환불·지연피해의 경우에는 지난해 235.7%로 급증했다. 저비용항공은 대형항공사보다 저렴한 운임으로 이용할 수 있다는 강점 때문에 국내선에선 대형항공사 점유율을 넘어서 인기가 날로 높아지고 있는 가운데 일부 저비용항공사들이 고객의 환불 요구에 과도한 수수료를 부과하며 사실상 환불을 거부하고 있는 것으로 나타났다.

그러나 저비용항공사를 이용하는 승객들의 불만은 여전히 발생한다. 저비용항공사들의 고객 불만을 개선하기 위해선 다른 것 보다 항공사 자체적으로 불만에 대한 분쟁을 해결하기 위한 적극적인 대책을 마련해야 할 것이다[이동직(2015)].

IV.4 항공사 고객만족 전략 방침 및 요인확충방안

IV.4.1 항공사 고객만족 전략방침

IV.4.1.1 고객 전환유입요소 강화

항공서비스에 있어서 천재지변이나 기체 정비문제 그리고 다른 기타 요소들로 갑작스러운 문제들이 가장 많이 일어나는 산업이기 때문에 완벽한 시스템을 구축하여도 질적인 면에서 항상 최고의 서비스의 수준을 높여 유지하는 것은 사실상 쉽지 않다.

따라서 항공서비스의 이러한 특성을 고려할 때 항공업 서비스는 다른 서비스업종보다 실패할 수 있는 일들이 많이 일어날 것이며 그에 따르는 고객 불만을 해결하고 고객만족을 확보하기 위해 서비스실패에 대한 개선과 서비스 전략을 더욱 강화 시켜야 한다[김형순·김립인(2004), 96-97].

불평을 한 소비자가 만족스럽게 불만이 해소가 된다면 불만의 정도에 상관없이 추후 더 높은 재 구매 의도를 가지게 되며 또한 그 기업에 대한 충성도를 가지게 된다고 밝히고 있다. 그러므로 불평고객들을 자기 항공사의 고객으로 전환시키기 위한 대응이 시급하다고 할 수 있다[김영주(2006), 26-28].

IV.4.1.2 무결점 서비스 모색접근 강화

한국소비자원은 항공서비스 관련 소비자피해를 사전에 방지하기 위해서 계약해지에 따르는 위약금이 발생하는데 그것은 항공사별·노선별로 다르고 또한 특가항공권은 항공사가 자체 약관을 설정해 환급을 거절하는 경우가 많이 발생하기 때문에 구매하기 전 약관을 세밀하게 확인해야 한다

고 한다.

또한 항공사의 귀책사유로 인정되지 않는 경우 즉 기상악화나 공항사정 등의 사유로 인한 지연·결항은 배상받기 어려울 수 있는 관계로 일정을 여유 있게 세우는 등의 대비책이 필요하다.

외국 항공사 이용 중 지연 및 결항, 수하물 관련사고 등이 발생할 경우 항공사에 따라 피해구제가 어렵기 때문에 피해사실을 확인할 수 있는 지연 및 수하물 확인서 등의 입증할 수 있는 자료를 먼저 확보할 것을 당부하였다[홍인수(2015), 1-3].

항공사들은 성과주의에만 치우쳐 안전관리 및 고객관계관리 및 승객과의 소통능력, 서비스 마인드에 소홀해 지면 장기적으로 항공사의 미래는 결코 고객만족이라는 항공 산업의 질적 향상에 다가가기 어려울 것이다.

고객의 불만 문제를 해결하는 동안 서비스제공자의 정중한 태도, 사과, 경청, 공감 등의 태도가 상당히 중요하다. 고객과 직접적으로 대면하게 되는 항공사 직원들의 교육에 있어 보다 체계적이고 탄탄한 이론적인 교육이 실행되어야 한다.

고객이 가졌던 부정적인 감정을 긍정적인 감정으로 이끌어 내기 위한 정중한 태도도 중요하지만 문제 해결을 위한 직접적이고 적절한 보상을 제공하는 것 또한 중요하다.

항공사가 이러한 해결방법을 통하여 부정적인 감정을 긍정적인 감정으로 전환할 수 있다면 기존 고객과의 지속적인 관계를 유지하게 되고 그 항공사의 좋은 이미지를 가질 수 있게 되어 장기적으로는 이윤증가에 기여하게 된다.

IV.4.2 항공사 고객만족 전략요인 확충방안

IV.4.2.1 고객 만족 요인성과 기준 접근강화

고객관리에서 서비스 실패에 대한 처리과정 과 절차를 구축하고 이를 실천하고 체계적으로 관리하는 것이 필요하며 고객의 감정반응 변수가 중요함을 재인식하고 고객을 효율적으로 관리해야 한다[고선희 등(2011), 420-421].

이를 위해 각 고객 만족 요인별 ROI(Return On Investment)를 예측하여 고객 만족도의 순위를 설정하는 접근 방법을 형성해야 한다.

이를 통해 고객 만족과 재무성과의 연결 고리를 강화할 수 있는 투자 대비 효과가 가장 큰 요인을 우선적으로 실행해야 할 것 이다[고경임·원미연(2011), 123].

고객 만족을 향상시킬 수 있는 고객만족 요인, 각 요인별 성과 수준, 성과 향상을 위한 투자, 투자를 통해 발전 가능성이 있는 요인, 전반적인 고객만족도, 충성행동, 재무성과의 향상 정도 등에 대한 정확한 정보가 필요하다.

만약 예상했던 것과는 다르게 고객만족도가 향상되지 않았거나, 만족도는 향상되었는데 그에 따른 고객 충성도가 발생하지 않는다면 정확한 원인을 찾고 개선할 필요가 있다. 고객의 재구매, 추천행동 등을 통해 기업 성과로 이어질 수 있는 긍정적인 고객 가치를 창조 할 필요가 있다[최경운(2007), 3-7].

효과적인 서비스 개선을 통해 고객만족을 실현할 수 없다면 고객들의 마음을 잃어 상실감을 얻게 되고, 부정적인 이미지를 만들 수 있음과 동

시에 부정적인 분위기를 조성하여 결과적으로는 서비스에 소요되는 비용까지 발생하게 된다고 하였다.

그러므로 효과적인 서비스회복 노력을 통하여 불만족스러운 고객뿐만 아니라 불만을 가지고 있지만 실제 표현하지 않고 있는 고객까지도 파악하여 이들이 그냥 현장을 떠나가는 것이 아니라 불만 사항을 신속히 해결하여 불만이 만족으로 바뀌고 좋은 이미지를 받고 기업의 지속적인 고객으로 남을 수 있도록 철저하게 관리해야 한다[김윤진·이돈희(2018), 193].

IV.4.2.2 고객만족 비가격요인 성과제고 방안

잠재승객이 항공사 운송서비스를 이용하기 위해 정보검색부터 발권 관련과정, 운항 중 기내서비스와 수화물 수령 및 사후관리에서 주된 애로 및 불만사항들을 개선하도록 하는 조치가 필요하다.

첫째, 운항서비스 관련 정보 제공에서 탐색 및 예약의 용이성, 이용 요금 안내의 다양성, 각종 운항 스케줄의 정확성 및 체계성을 확보해야 한다.

둘째, 공항에서 발권부터 탑승까지의 체계적 시스템 구축으로 편리함과 신속성을 기하고, 직원 친절도 및 수화물 검사 체계성 등 관련 서비스를 확충해야 한다.

셋째, 탑승 후 기내 객실 서비스 불만 요인들인 미숙한 업무, 승무원의 미흡한 응대태도, 탑승첫인상, 기내식과 음료, 객실환경, 면세품 구매, 엔터테인먼트 편협성 및 비다양성들을 시정해야 한다.

넷째, 운항관련 정시성과 함께 엄격한 안전관리제도 및 특유의 안전문화 구축 소개를 통한 소비자 안심 제공, 수화물 인도서비스 체계의 확보 등을 통해 자체적인 독자성과 차별성을 확보해야 한다.

IV.4.2.3 고객만족 가격요인 성과제고 방안

고객의 항공서비스 이용에 대한 대가 지불은 항공권 가격과 항공서비스 이용을 위해 발생한 고객노력의 비용으로 구성된다. 고객이 부담하는 항공서비스 이용비용의 최소화 요인들을 다음과 같이 발굴하여 확충 및 강화시켜 나가야 한다.

첫째, 운항서비스 관련 정보 제공에서 다양한 요금체계와 위약금 안내, 정확한 예약 프로세스 제공 등으로 예약 실패의 방지와 용이성으로 소비자 노력의 비용을 절감하는 체계를 구축해야 한다.

둘째, 공항에서 발권부터 탑승까지의 쾌적하고 신속한 체계적 시스템 구축으로 편리함 및 신속성으로 발권 및 수화물 등록에서의 비용을 최소화시켜 공항 내부 발권 및 수화물 인도의 비용을 최소화시켜야 한다.

셋째, 탑승 후 기내 객실 서비스의 차별화요소 제고를 통해 가성비를 높여 지불요금에 대한 서비스 가치제공의 상대가격을 높여야 한다.

넷째, 운항관련 안전관리제도의 준수를 통해 사고 방지비용의 최소화와 안전성과를 높여 간접비용의 관리를 효율화시키고, 신속정확한 수화물 인도서비스 체계를 통해 불필요한 소비자 분쟁을 사전에 방지하여 소비자피해 배상 및 관련 비용들을 원천 봉쇄해야 할 것이다.

IV.4.2.4 고객 만족도 전략요인의 도출

이상과 같이 항공 서비스의 차별화요소의 특유성 강화와 효과적인 커뮤니케이션방안의 도출을 통해 목표 고객들에 대한 포지셔닝 확보 및 발전을 도모하는 것은 항공사들의 주된 과제로 대두되고 있다.

그렇지만 이러한 차별화요소들의 특유성은 고객의 이미지를 목표로 수행되어야 하고, 그 수행에서 방법과 정도 결정에 대한 전략요인들을 타당하게 효과적이며 효율적으로 규명하여 전략의 비용 최소화과 성과 최

대화를 달성하기 위해서는 <표 IV.4-1>과 같이 전략수립 방침, 비가격경쟁력, 가격경쟁력 차원에서 확보 및 발전시켜 나가야 할 것이다.

<표 IV.4-1> 고객만족도 제고 전략요인

전략방침요인	비가격경쟁력요인	가격경쟁력요인
고객만족 요인별 우선순위 결정 및 접근방법 모색	운송서비스 전반에 필요한 과정 개선 정보검색, 운항 및 기내 및 하기 후 서비스	기간별 다양한 요금체제와 정확한 위약금 규정 안내 예약 및 취소 환불방지 강화
투자대비 효과가 가장 큰 요인을 우선적으로 실행	예약 및 요금 정보 제공 정확한 운항 스케줄 제공으로 예약 관련 실패비용 최소화	발권부터 탑승까지 최소화 비용시스템 적극 활용
현재성과 수준 및 성과 개선을 위한 투자와 재무성과에 대한 정확한 정보 체계 확립	(공항)발권에서 탑승까지 일관적 시스템 구축 (기내) 기내에서 발생한 불평사항 신속처리	차별화된 기내서비스로 가성비 수요 및 항공사 브랜드가치 상승
효과적인 서비스 개선 서비스 실패 회복노력 현시 불만고객 및 잠재 불평고객 파악 후 신속한 해결	(운항) 정시성, 안전성 그리고 하기 후 수화물 인도서비스까지의 독자성과 차별성 강화	운항안전관리제도 효율화 불필요한 소비자 분쟁 방지 및 처리비용 감소

첫째, 전략방침요인에서 고객만족 요인별 우선순위 결정 및 접근방법 모색과 투자대비 효과가 가장 큰 요인을 우선적으로 실행하고, 현재성과 수준 및 성과 개선을 위한 투자와 재무성과에 대한 정확한 정보시스템의 확보가 필요하다. 이러한 체계적 수행을 기초로 효과적인 서비스 개선,

서비스 실패의 회복노력 성과 최대화와 그에 따른 현시 불만고객 및 잠재 불평고객 파악 및 신속한 해결을 유도해야 한다.

둘째, 비가격경쟁력 제고 요인의 확보 및 강화를 위해, 운송서비스 전반에 필요한 과정의 플로우 및 요건 개선, 고객의 정보검색·운항 및 기내 및 하기 후 서비스 콘텐츠·예약 및 요금 정보 제공·정확한 운항 스케줄 제공으로 예약 관련 실패비용 최소화를 추진해야 한다. 특히 공항에서 발권부터 탑승까지 일관성 있고 체계적인 시스템을 구축하고, 기내에서 발생한 불평사항 신속처리, 운항의 정시성 및 안전성, 고객의 하기 후 수화물 인도서비스까지의 전과정에 관련된 독자성과 차별성 강화요소들을 모색하고 확보 및 발전시켜야 한다.

셋째, 가격경쟁력 제고 요인의 확보 및 강화를 위해, 고객의 운송서비스 획득 비용과 항공사의 운송서비스 제공 원가 최소화를 달성하는 방향으로 전략요소를 발굴하고 확보 및 발전시켜야 한다. 이를 위해서는 기간별 다양한 요금체계와 정확한 위약금 규정 안내, 예약 및 취소 환불방지 강화, 발권부터 탑승까지 불필요한 절차의 최소화와 효율성을 보장하는 시스템 구축으로 소비자 획득비용의 최소화를 추진해야 한다. 이와 함께, 차별화된 기내서비스로 가성비 제고와 브랜드 정체성을 확립하여 인지가치를 높혀 상대적 요금부담을 축소시키는 방안들을 강구해야 한다. 또한 운항안전관리제도 효율화를 통해 안전성 제고와 소비자 피해를 방지하여 불필요한 소비자 분쟁 방지 및 처리비용 감소와 관련 소비자비용 원천을 사전에 제거하도록 해야 한다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 항공운송산업에서 중요성이 증가하고 있는 여객운송의 추이와 우리나라 공항을 중심으로 측정한 경쟁 현황을 분석하고, 그로인해 향상되는 항공 운송 서비스 요인을 도출하고 그에 따른 고객만족도 평가를 분석하였다. 여객운송의 지속적인 경쟁력 강화를 위해 필요한 항공여객서비스 고객만족들을 도출하는 것을 목표로 이론적 배경의 연구, 경쟁현황 및 관련 성과분석, 고객서비스 및 기내서비스 차별화 요소를 분석하였다.

제2장 1절에서는 고객 만족의 구성요소 및 결정요인에 대한 모형분석과 함께 재 구매 행동 및 구전의도의 절차 및 내용을 검토하고, 서비스 가치 제안과 고객서비스 가치제안내용의 특성요소를 분석하였다.

제2장 2절에서는 예약서비스, 발권서비스, 항공이용자 공항 서비스, 기내 및 객실 서비스, 운항 및 기타 서비스로 구성된 항공사 서비스 구성요소와 관련 결정요인들을 검토했다. 그리고 항공서비스 요인으로 인한 고객만족 등급 및 평가, 서비스 고객 불만족 상태구분, 서비스 고객 불만족 대상 구조, 서비스 고객 불만족의 기저요인으로 구성된 항공사 서비스의 고객만족 및 불만요소 현황을 분석했다.

제3장 1절에서는 우리나라 항공 운송 실적, 우리나라 항공운송산업의 세계적 위상변화, 우리나라 항공사의 세계적 위상변화를 검토하여 항공운송사업의 경쟁상황 및 추이를 분석했다. 그리고 세계 정기 항공사 여객운송 성과추이, 세계적 항공사들의 여객운송 성과와 규모를 비교하여 항공 여객운송시장의 경쟁상황 및 추이를 분석했다.

제3장 2절에서는 우리나라 여객운송 시장의 노선별 특징, 대상국별 특징, 국적 항공사 현황을 검토하였고 국제선 여객운송시장 경쟁성과와 구

조직 특징, 국내선 여객운송시장 경쟁성과와 구조적 특징을 검토하여 전반적인 우리나라 여객운송시장 경쟁과 특징을 분석했다. 또한 항공사 고객의 피해현황과 구제처리결과에 대해 국내 및 외국항공사들의 비교분석을 수행하였다.

제4장 1절에서는 대형항공사 기준으로 대한항공의 서비스 현황과 차별화요소, 아시아나항공의 서비스 현황과 차별화요소, 카타르항공의 서비스 현황과 차별화 요소, 전 일본공수 항공의 서비스 현황과 차별화 요소, 싱가포르항공의 서비스 현황과 차별화 요소, 네덜란드 항공의 서비스 현황과 차별화 요소로 구성된 국적 외국적 대형 항공사의 서비스 현황과 차별화 요소를 검토했다.

제4장 2절에서는 저가항공사 기준으로 진에어항공의 서비스 현황과 차별화 요소, 제주항공의 서비스 현황과 차별화 요소, 이스타항공의 서비스 현황과 서비스요소, 사우스웨스트 항공의 서비스 현황과 차별화 요소로 구성된 저가항공사의 서비스 현황과 차별화 요소를 검토하였다. 그리고 항공서비스 불만 요소와 관련 서비스차별화 과제를 검토하고, 무결점 서비스 개발과 고객만족 성과 최대화 서비스 개발에 대한 전략적 접근법을 도출하였다.

제4장 3절에서는 항공사 서비스 평가와 고객만족도 현황을 기초로 국적 항공사와 대형 및 저가항공사들의 경쟁력 현황을 서비스 수행요소와 고객만족도 요인들을 기준으로 검토하고 분석했다. 이상의 분석들을 기초로 제4장 4절에서는 항공사 고객만족 전략방침에서의 결정요인들 검토와 고객만족도 제고를 위한 전략요인들을 도출하였다.

결론적으로 성공한 항공사들의 최대 성공 요인은 바로 종업원들의 헌신적인 자세라는 것을 많은 항공사의 차별화요소 선언내용에서 제시된 것을 검토했다. 또한 낮은 운임에도 불구하고 고객만족도는 저가 항공사 보다

는 대형항공사의 만족도가 높게 나타났다.

항공 여객서비스의 경쟁력 원천은 바로 사람을 통한 경쟁력 확충에 있다. 서비스 기업의 제일의 가치는 고객만족과 고객감동이다. 그리고 생산과 소비가 동시에 발생하는 서비스 산업의 특성으로 인하여 현장직원은 그것을 창출하는 주체이다. 따라서 항공여객서비스의 경쟁력 확보를 위해서는 다음의 전략방안들이 차별화 정체성, 전략방침, 비가격경쟁력, 가격경쟁력 차원에서 구축되어야 한다.

첫째, 차별화 측면에서 가치 있고, 특유하며, 모방곤란하고, 조직화된 서비스를 제공하고, 이러한 가치제안 요소존재를 목표 고객들에게 효과적으로 전달해야 한다. 이를 위해서는 항공사 고유의 혁신방안 도출, 조직시민정신 강화와 조직문화의 창출, 체계적인 직원 교육시스템 구축과 조직학습 성과 강화, 직원에 대한 적절한 권한 위양으로 서비스 품질과 다양성 성과 최대화, 전략·계획·수행프로그램 및 감시체계의 일관성과 타당성 확보로 운영성과 최대화를 추구해야 한다.

둘째, 전략방침요인에서 고객만족 요인별 우선순위 결정 및 접근방법 모색과 투자대비 효과가 가장 큰 요인을 우선적으로 실행하고, 현재성과 수준 및 성과 개선을 위한 투자와 재무성과에 대한 정확한 정보시스템의 확보와 함께 효과적인 서비스 개선, 서비스 실패의 회복노력 성과 최대화와 그에 따른 현시 불만고객 및 잠재 불평고객 파악 및 신속한 해결을 유도할 필요가 있다.

셋째, 비가격경쟁력 제고 요인의 확보 및 강화를 위해, 운송서비스 전반에 필요한 과정의 플로우 및 요건 개선, 고객의 정보검색·운항 및 기내 및 하기 후 서비스 콘텐츠·예약 및 요금 정보 제공·정확한 운항 스케줄 제공으로 예약 관련 실패비용 최소화를 추진해야 한다.

넷째, 가격경쟁력 제고 요인의 확보 및 강화를 위해, 기간별 다양한 요

금체제와 정확한 위약금 규정 안내, 예약 및 취소 환불방지 강화, 발권부터 탑승까지 불필요한 절차의 최소화와 효율성을 보장하는 시스템 구축을 통해 고객의 운송서비스 획득 비용과 항공사의 운송서비스 제공 원가 최소화를 달성하는 전략요소를 발굴하고 확보 및 발전시켜야 한다.

다섯째, 소비자 획득비용의 최소화를 추진하고, 차별화된 기내서비스로 가성비 제고와 브랜드 정체성을 확립하여 인지가치를 높혀 상대적 요금부담을 축소시키는 방안들을 강구해야 한다. 또한 운항안전관리제도 효율화를 통한 안전성 제고 및 소비자 피해 방지로 불필요한 소비자 분쟁 방지 및 처리비용 감소와 관련 소비자비용 원천을 사전에 제거해야 할 것이다.

본 연구는 이상과 같이 일반적인 고객만족요소와 특수한 항공서비스 고객만족요소들에 대한 이론적 검토와 항공산업의 경쟁현황 및 지배력 변화 추이를 분석하고, 항공사들의 포지셔닝전략에 대한 차별화요소 및 커뮤니케이션 방안들의 비교분석을 수행한 결과들을 기초로 항공서비스 경쟁력 요소와 고객만족도 제고요소에서 영향력 요소들을 전략요인으로 도출하고, 그 요인들의 효과적 확보 및 강화방안을 제시했다. 이러한 연구결과는 항공서비스 구성요소와 고객만족도 결정요인들을 통합적으로 고려하여 전략방침 및 수행계획 방안을 도출한 점에서 여타 연구와 차별성을 달성한 것으로 사료된다.

보다 상세하게 고객만족도 제고를 위한 요인들의 도출에 대한 조사디자인과 효과적인 모집단 선정 및 표본추출을 통해 1차 자료를 획득하여 분석을 한다면, 본 연구 결과에 추가하여 실행 가능성에서 정도와 용이성을 높일 수 있는 규범적 방안들을 효과적으로 확보할 것으로 보인다.

<참고문헌>

- 고경임·원미연(2011), “싱가포르항공의 서비스경영 및 성공요인분석”, *항공진흥*, 57(2), 111-129.
- 고선화·박은숙·이향정(2011), “서비스회복 공정성지각, 고객의 감정반응 및 회복만족 간의 구조적 관계”, *한국콘텐츠학회논문지*, 11(5), 413-423.
- 권병찬(2017), *저비용항공사 장거리노선 서비스품질이 고객만족과 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구*, 한국항공대학교 대학원, 박사학위 논문
- 권주현(1996), *고객서비스 품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구*, 동덕여대 대학교 대학원, 박사학위논문
- 김기일(1999), *서비스접점에서 재구매의도와 구전효과에 미치는 영향요인*, 영남대학교대학원, 박사학위논문
- 김도건·홍승희·홍창빈(2018), “16~17년 항공이용객 만족도”, *국토교통부 보도자료* 1-9.
- 김영주(2006), *항공서비스 이용 승객의 불만요인에 관한 연구*, 한양대학교 국제관광대학원, 석사학위논문
- 김윤진·이돈희(2018), “항공객실서비스 서비스 실패 사례를 통한 서비스회복에 관한 연구”, *서비스경영학회지*, 19(3), 189-206.
- 김재희(1995), *서비스 만족-구매의도간 영향요인에 관한 연구*, 서울대학교 대학원, 석사학위논문
- 김형곤(2018), 2017 항공사 고객만족도 조사, 세종대관광산업 연구소 1-4
- 김형순·김립인(2004), 항공사의 서비스 실패 및 회복노력이 서비스 접점의 고객만족에 미치는 영향. *한국경영과학회지*, 29(4), 95-116.
- 김희수(2007), *서비스 품질차원이 고객만족에 미치는 영향의 차이에 관한 연구*, 단국대학교 대학원, 박사학위논문
- 노재택(2005), *고속버스의 서비스 품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한*

- 실증연구, 단국대학교 대학원, 박사학위 논문
- 박수영(2009), “항공서비스의 불만 요인이 전환의도와 전환행동에 미치는 연구”, *아시아 유럽미래학회 유라시아연구*, 6, 153-155.
- 박용석(2010), *교육서비스 만족요인에 관한 연구*, 경희대학교 대학원, 박사학위논문.
- 손명수(2018), “항공시장동향”, *국토교통부 한국항공협회*, 74(8), 1-116.
- 심우극(2014), *교육서비스 품질과 서비스가치, 고객만족, 브랜드 이미지, 자발적 행동의도 간의 구조적 관계에 관한 연구*, 공주대학교 대학원, 박사학위논문
- 송래현(2007), “항공사 서비스 요인에 따른 고객만족도에 관한 연구”, *한국호텔관광학회*, 9(2), 57-66.
- 안세진(2013), *한중 노선의 저가항공사 진출 전략: 춘추항공을 중심으로*, 한국항공대학교 항공경영대학원, 석사학위 논문
- 오현경·박성식·원미연(2011), “K-항공사 객실라인팀장의 리더역량이 리더십 만족도에 미치는 영향에 관한 연구”, *항공진흥*, 57(1), 63-87.
- 원석희(2002), *서비스 운영관리*, 형설출판사
- 유창조·안광호·김동훈(2009), 대한항공의 문화마케팅 전략, *ASIA MARKETING JOURNAL*, 11(3), 167-184.
- 윤덕영(2015), “우리나라 항공운송산업의 혁신과 도전”. *항공진흥*, , 39-55.
- 이동직(2015), *저비용항공사 싸도 불만족... 실적 '고공' 서비스는 '저공'*, CBS노컷뉴스
- 이학식·안광호·하영원(1997), *소비자행동*, 법문사
- 임진영·정경일(2017), “항공기 객실의 물리적 환경과 객실 승무원의 서비스지향성의 관계에서 승무원만족의 매개효과 분석. *관광연구저널*”, 31(8), 23-136.
- 임희진(2018), *항공사 서비스품질이 고객만족 재구매 의사결정에 미치는*

영향 카타르 항공(Qatar Airways)을 중심으로, 경희사이버 대학교 호텔관광대학원, 석사학위논문

정은미·조민호(2009), “서비스청사진의 실수가능점 분석을 통한 항공사 기내서비스의 고객 불만 분석”, *호텔경영학연구*, 6, 272-279

정윤지·김미정(2017), “항공사 기내서비스 품질이 고객만족과 충성도에 미치는 영향”, *관광연구저널*, 31(1), 215-228.

조은아(2015), *저비용항공사, 싸게 팔고도 어떻게 이익 남기나*, 비즈니스 포스트

최경운(2007), 재무성과로 연결되는 고객만족 경영 포인트, *LG 주간경제*, 8(1), 3-7.

최세종(1997), “Southwest Airlines의 성공비결. 항공진흥”, (1), 164-180.

홍인수(2015), *항공서비스, ‘에어아시아제스트’가 소비자피해 접수 가장 많아*, 한국소비자원 피해구제국

네덜란드 항공 위키백과 공식 홈페이지 <https://www.klm.com>

대한항공 위키백과 공식 홈페이지 <https://kr.koreanair.com>

사우스웨스트항공 위키백과 공식 홈페이지 <https://www.southwest.com>

싱가포르항공 공식 홈페이지 <http://www.singaporeair.com/>

아시아나항공 위키백과 공식 홈페이지 <https://flyasiana.com>

아시아나항공 채용정보 공식 홈페이지 <https://recruit.flyasiana.com>

이스타항공 위키백과 공식 홈페이지 www.eastarjet.com

전일본공수 위키백과 공식 홈페이지 <https://www.ana.co.jp/en/us>

제주항공 위키백과 공식 홈페이지 www.jejuair.net

진에어 항공 위키백과 공식 홈페이지 www.jinair.com

카타르항공 위키백과 공식 홈페이지 <https://www.qatarairways.com>

프레스티지고릴라 콘텐츠, <http://www.prestigegorilla.net>

항공정보 포털 시스템, <<http://www.airportal.go.kr/in>>

<Abstract>

A Study on the Customer Satisfaction by Air Transport Service Factors

Jin-Young Lee

Department of Consulting
Graduate School of PaiChai University
Daejeon, Korea

(Supervised by Professor Chang-Kuen Moon)

In this study, for the sake of deriving the market demand drive services leading to the activation of air transport services in Korea, we identify the customer satisfaction determinants from the air transport services to clarify the structural characteristics and the characteristics of the passenger transport market and derive the differentiated strategies for customer satisfaction.

In particular, this paper aims to understand and clarify the processing

status of customer complaints resulting from the improvement in passenger transport capacity of the Law on Ensuring Soundness and Access Control.

As well, we make the systematic reviews on the customer satisfaction components and the complaint sources and their settlement processes in the viewpoints of customers to establish the sustainable growth foundation with the unique capabilities of service value propositions.

The key elements of the airline service industry's success is the current state of international operations of international carriers and the establishment of a strategy for customer service for internationally differentiated domestic airlines .

In order to estimate the impact on customer satisfaction with aviation service elements, We have conducted a test of the data based on content survey theory.

Concludingly, the customer satisfaction levels for major airlines and low-cost airlines should be managed according to the customer-tailored and adequate growth and evolution strategies of airlines. .

Keywords : Air Transport Industry, Air Transport Service Factors, Customer Satisfaction, Large Airlines, Low Pricing Airlines, Customer Complaints