

코로나19 위험지각이 여행동기, 기내서비스품질 및 고객만족에 미치는 영향

김 효 주(제1저자)

경희대학교 대학원 조리외식경영학과 (박사과정)

이 규 민(교신저자)

경희대학교 외식경영학과 (부교수)

COVID-19 Risk perception Impact on Travel Motivation, In-Flight Service Quality and Customer Satisfaction

Kim, Hyo Joo(First Author)

Graduate School of Food Service Management, Kyunghee University (Doctoral Student)

Lee, Gyu Min(Corresponding Author)

Department of Food Service Management, Kyunghee University (Associate Professor)

Abstract

This study analyzed the impact of COVID-19 risk perception on travel motivation, in-flight service quality, and customer satisfaction based on Maslow's desire stage theory. We analyzed 328 samples from an online survey of travelers who experienced in-flight services in the last two years during the COVID-19 pandemic in November 2022. The analysis used SPSS 26.0 and AMOS 22.0. The analysis results are summarized as follows. First, customers' perceptions of

COVID-19 risks have had a positive impact on all aspects of travel motivation (physiological needs, safety needs, and self-realization). Second, while the safety needs of travel motivation had a positive effect on the quality of in-flight service, physiological needs and self-realization did not have a significant effect. Third, in-flight service quality had a positive effect on customer satisfaction. Both theoretical and industrial meanings are proposed.

Keywords : COVID-19 risk perception, Travel motivation, In-flight service quality, Customer satisfaction

접수일(2023년 04월 28일), 수정일(1차 : 2023년 05월 11일, 2차 : 05월 18일), 게재확정일(2023년 05월 18일)

I. 서 론

코로나19의 발생으로 침체되었던 항공산업은 전 세계적인 백신 보급과 세계 각국의 입국 절차 완화로 점차 회복되고 있으며, IATA 트래블 패스의 디지털 혁신 기술 도입에 따라 공항 내 편의성 확대 및 항공여행 증진을 도모하는 등 항공여행 수요도 점차 증가하고 있다(한익현, 2022). 2022년 우리나라의 국내선 항공 여객은 연간 7천만 명을 돌파하였으며, 국내선 항공 탑승객은 저비용항공사의 공급 확대와 제주 관광 수요의 꾸준한 증가로 2010년부터 연평균 5.2%의 지속적인 성장세를 보였고, 2022년 탑승객은 코로나19 이전인 2019년 6천632만 명에 비해 12.3% 성장한 것으로 나타났다(한국공항공사, 2022). 하지만 여전히 여행객들은 코로나19 환경에서 감염에 대한 심리적 불안감과 사회적 주변 시선을 의식하고 있으며, 코로나19 상황이 지속화되고 확산세가 커지면서 여행에 대한 즐거움이나 만족감의 기대도 낮아질 수 있어 항공사는 이용객의 두려움과 불안을 해소시킬 수 있는 철저한 방역조치 및 대응방안 마련이 필수적이라고 강조하였다(김수민, 2020).

코로나19 팬데믹은 인간의 삶과 사회적 규제, 산업 구조에 직접적인 영향으로 관광 산업을 위협하였으며(박정하, 2022), 여행객들은 코로나19의 전염성을 고려하여 여행 일정을 변경하거나 취소하고, 잠재 관광객은 전염병으로 인해 경제적 불안감과 신체적 위험, 사회적 위험을 느끼고 있다(김혜진, 2021). 따라서 여행 산업의 회복과 유지에는 관광객의 적극적인 참여와 지원이 필수적이다.

컨슈머인사이트에 따르면 포스트 코로나 여가활동으로 관광·여행이 압도적 1위로 나타났으며, 거리두기 전면 해제 이후 실내·비대면·정적 활동에서 야외·대면 활동 관

심이 급상승 하였다(컨슈머인사이트, 2022). 이처럼 국내 여행 패턴에 새로운 변화가 일어나기 시작했으며, 일상 속에서 개인의 관심사, 취향과 관련된 경험을 추구하고, 다양한 테마 여행을 통한 현재의 행복을 만끽한다는 의미인 모멘트(M.O.M.E.N.T.)가 2023년 국내관광 트렌드의 핵심 키워드가 될 전망이라고 하였다(한국관광공사, 2023).

아울러 여행객은 관광활동을 통하여 심리적 만족을 추구하므로 욕구 또는 동기와 같은 심리적 요인들이 관광활동의 성과에 영향을 미친다고 하였다(김명선, 2015). 이에, 코로나19 이후 항공산업에서 고객들의 변화된 심리적 욕구와 니즈를 파악한 새로운 기내서비스 마케팅 전략의 효과에 대한 연구가 필요한 시점이다(윤혜진·안희정, 2021). 여행객들의 여행동기, 서비스품질, 고객만족에 대한 연구는 여행 산업의 경쟁력 향상과 지속 가능성을 위해 중요하며(이인혜·박진영, 2020), 최근에는 코로나19 전염병 대응에 대한 여행객들의 욕구와 적절한 서비스 제공이 중요한 이슈로 부각되고 있다(이한진·김인호, 2020). 또한 위험지각, 여행동기, 서비스품질 및 고객만족에 대한 연구는 코로나19와 같은 위기 상황에서도 안정적으로 운영할 수 있는 지속 가능한 여행 산업의 발전과 경쟁력을 강화하는 데 큰 역할을 할 것으로 예상하였다(Al-Hamarneh, 2021).

최근 항공 및 관광 분야는 코로나19에 따른 위험지각, 방역 안전(김성태·김진동, 2020; 김수민, 2020; 김윤진, 2021; 김지현·정남호, 2022) 및 전염병과 관광산업의 세계변화에 대해 초점을 다룬 연구가 대부분이다(Brouder et al, 2020; Gössling et al, 2020). 위드코로나 상황 속에서 항공 여행객들의 여행심리가 변화하고 있음에도 불구하고, 이와 관련된 연구는 많이 다뤄지고 있지 않은 상황이다.

따라서 본 연구에서는 매슬로우의 욕구 단계 이론의 프레임워크를 기반으로 코로나19 위험지각이 여행동기와 기내서비스품질 및 고객만족에 미치는 영향을 실증해 보고자 한다. 더불어 이러한 영향 관계를 통해 포스트 코로나 시대의 항공여행 산업에서 이를 고려한 기내서비스 마케팅 전략 수립과 개선 방안을 모색하고, 이론을 확장하여 정보를 제공하는 데 본 연구의 목적이 있다.

II. 이론적 배경

2.1 코로나19 위험지각

위험지각이란 객관적인 확률적 위험과는 차별되는 것으로써 선택적 상황에서 개인이 주관적으로 인식하는 위험으로 정의된다(Cox and Rich, 1964). 코로나19와 같은

신종 바이러스에 감염될 경우 전염성 및 질병의 위험 정도를 정확히 파악할 수 없으며, 완치 후에도 후유증 등의 여러 문제가 발생할 수 있기 때문에 여행객들은 위험지각을 보다 크게 느낄 수 있다(Kim, 2020). 이로 인해 관광객들은 여행에 대해 복합적인 감정을 경험할 수 있다(Lee et al, 2012). 또한, 코로나19 팬데믹은 여행이 관광객의 건강을 해칠 수 있으며 다른 사람들까지 감염시킬 수 있는 위험한 행동으로 간주되어 여행 수요를 억제하는 요인으로 작용한다고 하였다(Kim et al, 2022).

윤태연(2021)은 항공여행 위험지각을 보건안전, 사회심리, 성과, 경제손실로 유형을 구분하여 측정하였으며, 김지현·정남호(2022)는 코로나19 위험지각을 인지적 위험지각과 감성적 위험지각의 두 가지 구성요소로 도출하였다. 김수민(2020)은 항공사 위험지각을 사회·심리적 위험, 기능적 위험, 시간·경제적 위험, 코로나19 방역위험이라는 네 가지 차원으로 구분하였다.

코로나19 팬데믹 동안 단기간 내에 여행 위험 인식이 크게 증가한 것으로 나타났으며(Neuburger Eggerand, 2020), 코로나19 상황에서 항공 여행으로 인해 주변 시선과 심리적 위험지각이 클수록 방역 서비스 속성이 중요하게 평가되는 것으로 나타났다(윤해진·안희정, 2021). 이에 여행자들은 감정적인 광고 호소보다는 안전에 대해 긍정적으로 반응하며, 안전욕구에 대한 지각된 건강 위험과 항공사 신뢰가 항공여행 의도와 항공사 추천에 영향을 미치는 것으로 나타났다(Garaus and Hudáková, 2022). 이에 따라 본 연구에서는 선행연구를 참고하여 실증연구를 진행하였다.

2.2 여행동기

동기(motivation)는 행동을 유도하는 원동력으로, 방향을 부여하고 인간의 행동과 활동에 직접적이거나 간접적인 영향을 미치는 내부적 요인이다(Dann, 1981; Schiffman and Kanuk, 1987). 이는 개인이 명확한 목표와 방향을 설정하고 활성화하는 정서로 볼 수 있으며, 인간 내부의 추진력을 의미한다(이윤희, 2019).

여행동기는 여행행동을 유발하는 심리적인 에너지이며, 여행욕구는 이러한 심리적 원동력을 설명한다(김혜영·장양례, 2011; 윤성필, 2022). 초기 여행동기 연구자들(Pearce and Caltabiano, 1983; Moscardo and Pearce, 1986; Pearce, 1988)은 매슬로우의 욕구 단계 이론을 여행동기에 적용하여 여행 경험 간의 관계를 탐구하였으며, 이는 여행 경력단계(TCL: Travel Carrier Ladder) 이론으로 진화하였다(Pearce and Lee, 2005). 이 이론에 따르면 관광동기는 생리적 욕구, 휴식욕구, 안전욕구, 관계욕구, 자아존중 및 자기개발욕구, 자아실현욕구의 일련의 단계를 따라 진행된다고 설명하였다. 또한, Holden and Sparrowbawk(2002)는 관광객들의 여행동기 유형을 휴양, 일탈, 서비스 시설이나 흥분, 설렘, 사회적 유대, 자아실현 발견, 성취로 구성하였으

며, 여행동기는 일상생활에서 탈출의 기회를 제공하며, 여행목적지 경험과 여행 행동에 영향을 미친다(임화순·고계성, 2013).

최근 해외여행동기에 대한 연구를 살펴보면 대학생들은 해외여행 동기를 개인들이 여행을 통해 신체적인 욕구 충족, 안전과 안정감, 사회적 교류, 자아의식과 성장, 개인적 발전을 추구한다고 하였으며(최영순·김영자, 2018), 국내 개별 여행자들은 생리적 욕구, 안전 욕구, 사회적 욕구, 자아실현 욕구, 자아통제 욕구의 차이를 보였으며, 특히 자아실현 욕구가 주요한 여행동기로 나타났다(이선영 외, 2019). 반면 코로나 19 기간 동안 심리적 스트레스가 누적되며, 이를 해소하기 위하여 휴식 욕구가 크게 나타났다(Madani et al, 2020), 자아실현 욕구도 전체적으로 증가하면서 지속적으로 유지되고 있다고 하였다(Suh et al, 2021). 이렇게 코로나19 이후 여행객들에게는 생리적욕구, 안전욕구, 자아실현욕구에 초점을 맞추어 안전하고 의미있는 여행을 즐길 수 있는 방안을 제시하는 것이 중요하다(윤성필, 2022). 따라서 선행연구들을 바탕으로 본 연구에서는 매슬로우의 욕구 단계 이론을 여행동기에 적용하여 생리적욕구, 안전욕구, 자아실현욕구 세 가지 하위차원을 도출하여 여행객들의 욕구와 관련된 요소들을 파악하고 이를 기반으로 실증연구를 진행하였다.

2.3 기내서비스품질

Parasuraman et al(1988)은 서비스품질을 기업의 우수성이나 우월성에 대한 소비자의 종합적인 판단으로 정의하였다. 항공운항 서비스는 물리적서비스와 인적서비스가 높은 비중을 차지하는 산업이며, 이는 무형적인 특성과 다양한 서비스 요소로 구성된다(송성인·조주은, 2004). 기내서비스품질은 퍼스트, 비즈니스, 이코노미 등급에 따라 고객의 기대치가 형성되며, 이는 기내 공간에서의 물리적 환경, 식음료 서비스, 기내 엔터테인먼트, 승무원 서비스 등을 경험한 후 고객의 판단에 영향을 미친다(Punel et al, 2019; Shadiyar et al, 2020).

항공사의 IFSQUAL은 기내에서 제공하는 제품과 서비스 질의 우수성을 의미하며, 이는 승객들에게 제공된 서비스로부터 단순한 만족 이상의 요소를 포함한다(김순희, 2021). 기내서비스는 연구자들이 "인지된"이라는 용어를 사용하여 무형적인 품질을 측정하며, 이는 승객의 만족도에 어느 정도 부합하는지를 측정하는 것이다(Rose et al, 2016). 인지된 IFSQUAL은 기내서비스와 실제 제공되는 기내서비스 사이의 차이를 비교하는 것으로 이해할 수 있다(Jankalová, 2016; Rose et al, 2016). 코로나19 불황, 높은 운영비용, 자연재해, 국내외 정치적 및 사회적 현상에도 항공사는 주요 고객들에게 안전하고 고품질의 만족스러운 서비스를 제공해야 한다고 강조하였다(김순희, 2021).

항공사의 기내서비스품질은 승무원의 개인적 속성과 기내서비스가 고객만족에 유의한 영향을 미치며, 기내서비스품질의 확산성, 유형성, 반응성은 고객의 가치 인식과 향후 항공사를 이용할 의도에 영향을 미친다고 하였다(김효주, 2022). 인적서비스는 항공사의 승무원과의 상호작용을 의미하며, 이는 고객들의 재이용 의도와 감정반응에 직접적인 영향을 미친다(김현수 외, 2022). 이에 따라 본 연구에서는 선행연구를 토대로 적당한 기내 온도, 객실승무원의 용모 청결, 친절함, 고객 응대 시 뛰어난 커뮤니케이션, 문제해결능력의 다섯 가지 요인으로 구성하고, 이를 기반으로 실증연구를 진행하였다.

2.4 고객만족

고객만족은 소비자행동론에서 가장 많이 다루어지는 주제 중 하나로, 정윤지·김미정(2017)에 따르면 고객만족은 고객의 기대 수준, 경험, 감정 등에 따라 영향을 받을 수 있으며, 동일한 상품이나 서비스에 대해서도 고객마다 주관적인 감정 반응이 달라질 수 있다고 하였다(최금년 외, 2016). 고객만족도는 서비스 경험 후 잠재고객의 행동의도를 예측하는 데에 사용되는데(Carpenter, 2008), 전반적인 서비스 태도나 평가가 긍정적으로 개선되면 만족도가 높아진다는 것이 Rajaguru(2016)의 연구에서 확인되었다. 이러한 이유로 고객만족은 고객의 욕구와 기대가 충족될 때 고객의 신념이나 태도에 영향을 미칠 수 있으며, 고객만족도의 향상은 충성도, 재구매 의사, 타인에게 추천 의사 및 행동 의도에 긍정적인 영향을 미친다(Parasuraman et al, 1994).

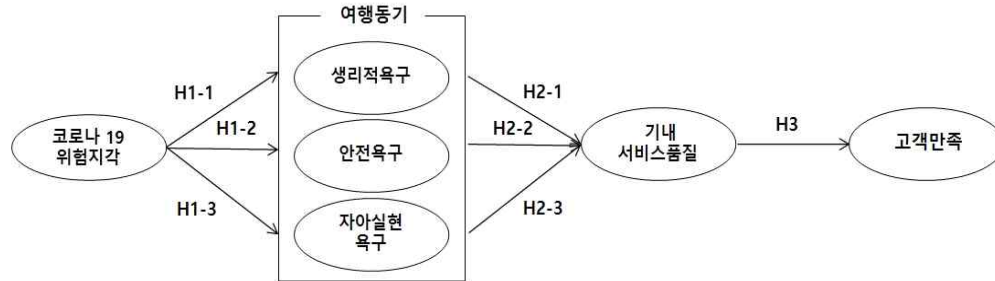
고객들은 항공사가 제공하는 물적, 인적, 시스템적 기내서비스를 만족할수록 충성도도 높아지는 경향을 보이며, 기내서비스 중 인적서비스가 물적서비스보다 고객만족에 큰 영향을 미치는 요인이라고 하였다. 이는 승무원의 태도, 커뮤니케이션 능력, 문제해결능력 등과 같은 인적서비스가 고객과의 상호작용에서 중요한 역할을 한다(정윤지·김미정, 2017). 이렇게 항공사의 기내서비스에 대한 고객의 신뢰는 고객만족과 재이용의도로 이어진다(이지영·김현준, 2022). 따라서 본 연구에서는 선행연구를 토대로 고객만족을 기내서비스의 전반적인 만족도, 기대보다 우수한 기내식, 훌륭한 기내서비스 가치 이 세 가지 요인으로 구성하고 실증연구를 진행하였다.

Ⅲ. 연구모형 및 가설설정

3.1 연구모형

본 연구는 매슬로우의 욕구 단계 이론을 토대로, 고객의 코로나19 위험지각이 여행동기(생리적욕구, 안전욕구, 자아실현욕구), 기내서비스품질 및 고객만족에 미치는 영향 관계를 검증하고자 하였다. 이에 선행연구들의 검증결과를 바탕으로 가설을 도출하였으며, 다음 <그림 1> 같은 연구모형을 개발하였다.

<그림 1> 연구모형



3.2 가설설정

3.2.1 코로나19 위험지각과 여행동기의 관계

코로나19로부터 위험지각을 인지하였을 때 자기 의사 결정은 매우 중요하게 작용한다(김지현·정남호, 2022). Lam et al(2021)은 코로나19 대유행이 여행동기에 영향을 미치고, 이를 다양한 욕구 단계와 연결하여 실증하였으며, Qiao et al(2021)은 관광객들은 자신의 건강과 안전, 여행지에서의 위생 상태 등에 대한 우려가 크게 작용하며, 관광객들은 보호 장치를 통해 위험을 완화하고 여행을 즐길 수 있다는 인식을 가지고 있다는 사실을 밝힌 바 있다. Becker and Richter(2021)는 코로나19 대응을 위한 프로사회적 행동이 자기주도성과 성취욕구를 증가시킨다는 사실을 밝힌 바 있으며, 윤성필(2022)는 코로나 시대 대학생들의 해외여행 동기는 휴식과 힐링추구 집단이 다른 집단에 비해 사회적 위험을 비교적 중요하게 고려한다는 사실을 실증하였다. 이러한 논의를 바탕으로, 본 연구는 코로나19 위험지각이 여행동기의 하위차원인 생리적

욕구, 안전욕구, 자아실현욕구에 유의한 영향을 미칠 것으로 판단하였기에 다음과 같이 가설 1을 설정하였다.

가설 1: 코로나19 위험지각은 여행동기에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1: 코로나19 위험지각은 생리적욕구에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2: 코로나19 위험지각은 안전욕구에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3: 코로나19 위험지각은 자아실현욕구에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 여행동기와 기내서비스품질 간의 관계

Hajri and Meddeb(2016)은 관광객의 동기가 높을수록 서비스품질 인식과 목적지 충성도가 높아진다고 밝힌 바 있으며, 김은영·정선화(2020)는 국내 외래관광객들의 동기가 높을수록 서비스품질 인식과 목적지 이미지가 높아졌으며, 목적지 이미지가 높을수록 충성도가 높아진다는 것을 실증하였다. 이상호 외(2020)는 동기가 높을수록 서비스품질 인식과 만족도가 높아졌으며, 이러한 관계는 관광객의 개인적 특성에 따라 차이가 있을 수 있다고 밝힌 바 있다. 또한 Hu et al(2021)은 여행동기가 높을수록 목적지 만족도와 서비스품질 인식이 높아졌으며, 여행 스타일은 이러한 관계를 일부 조절한다는 사실을 실증하였다. 이러한 논의를 바탕으로, 본 연구는 여행동기가 기내서비스품질에 유의한 영향을 미칠 것으로 판단하였기에 다음과 같이 가설 2를 설정하였다.

가설 2: 여행동기는 기내서비스품질에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1: 생리적욕구는 기내서비스품질에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2: 안전욕구는 기내서비스품질에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3: 자아실현욕구는 기내서비스품질에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 기내서비스품질과 고객만족 간의 관계

정윤지·김미정(2017)은 기내서비스품질 중 인적 서비스가 물적 서비스보다 만족도에 큰 영향을 미치는 요인이라고 밝힌 바 있으며, Park and Kim(2020)은 승무원의 서비스 역할이 서비스품질과 고객만족에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 실증하였다. Lee and Kim(2021) 역시 서비스품질이 고객만족과 충성도에 긍정적인 영향을 미친다고 밝혀 냈으며, 김순희(2022)는 항공사 IFSQUAL의 하위 요인 중 승무원 개인적 속성, 기내서비스는 고객만족에 유의한 영향을 미친다는 것을 실증하였다. 이러한 논

의를 바탕으로, 본 연구는 기내서비스품질이 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것으로 판단하였기에 다음과 같이 가설 3을 설정하였다.

가설 3 : 기내서비스품질은 고객만족에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

IV. 연구 방법

4.1 측정변수의 조작적 정의 및 측정

4.1.1 코로나19 위험지각

본 연구에서의 코로나19 위험지각은 개인이 인식하고 있는 코로나19에 대한 감염의 심각성, 불안감, 건강 문제에 대한 우려 및 영향력으로 정의하고자 한다. 이 항목은 선행연구를 근거로 코로나19에 대한 감염 심각성, 코로나19의 불안감, 코로나19에 대한 건강 문제 우려의 3개 요인으로 구분하여 김지현·정남호 (2022), 박정하 (2022), 윤성필(2022)의 연구를 참고하여 3개 항목을 추출하였다. 측정 척도는 전혀 그렇지 않다(1)~매우 그렇다(5)의 5점 리커트 척도를 이용하여 측정하였다.

4.1.2 여행동기

본 연구에서 여행동기는 해외여행을 통한 휴식, 스트레스 해소의 생리적욕구와 재충전, 심리적 안정감, 안전보안, 감염 위험 예방의 안전욕구, 자기만족, 배움 실현, 다양한 경험을 하고자 하는 자아실현욕구에 대한 충족으로 정의하고자 한다. 이 항목은 여행동기에 Maslow의 욕구 단계를 적용한 선행연구를 근거로 생리적 욕구, 안전 욕구, 자아실현 욕구의 3개 하위 요인으로 구분하였으며, 송준호(2016), 조성규·최규환 (2016), 정중하이(2021), 왕설양 외(2022), 박정하(2022), 윤성필(2022)의 연구를 참고하여 9개 항목을 도출하였다. 측정 척도는 전혀 그렇지 않다(1)~매우 그렇다(5)의 5점 리커트 척도를 이용하여 측정하였다.

4.1.3 기내서비스품질

본 연구에서 기내서비스품질은 기내의 물리적 환경과 객실승무원이 담당하는 인적 서비스로써 용모, 친절, 커뮤니케이션, 문제해결능력으로 정의하고자 한다. 이 항목은 조정희·배현숙(2017), 김순희(2021), 김효주(2022)의 연구를 참고하여 5개 항목을 도출하였다. 측정 척도는 전혀 그렇지 않다(1)~매우 그렇다(5)의 5점 리커트 척도를

이용하여 측정하였다.

4.1.4 고객만족

본 연구에서 고객이 기내서비스를 경험한 후 느끼는 전반적인 만족 수준, 서비스 기대 일치, 서비스 가치로 정의하고자 한다. 이 항목은 최금년 외(2016), 김순희(2021)의 연구를 참고하여 3개 항목을 도출하였다. 측정 척도는 전혀 그렇지 않다(1)~매우 그렇다(5)의 5점 리커트 척도를 이용하여 측정하였다.

4.2 자료수집

본 연구의 표본 조사기간은 2022년 11월까지 2년 동안 해외여행 시 국내외 항공사 국제선 노선에 탑승하여 기내서비스를 제공받은 경험이 있는 20세 이상 내국인을 대상으로 하였다. 온라인 리서치 전문 업체 M사에 의뢰하여 패널의 DB정보를 통해 할당 표본추출 법으로 설문조사를 실시하였다. 360명이 설문에 참여하였으며 회수된 설문 중 불성실 응답자 및 비유효 데이터 32부를 제외하고, 최종 328(91%) 부를 실증분석에 사용하였다.

V. 실증분석 결과

5.1 측정모형 분석결과

본 연구는 SPSS 26.0, AMOS 22.0 프로그램을 사용하였으며 인구통계학적 특성은 빈도분석 실시, 신뢰도분석, 확인적 요인분석, 상관관계분석을 실시하였다. 측정도구의 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha) 계수를 이용해 설문 항목에 대한 신뢰성과 일관성을 측정하였으며, 타당성 검증을 위해 확인적 요인분석을 실시하였다. 구성타당도의 집중타당도를 평균 분산 추출 지수(AVE)와 개념신뢰도(CR)로 검증하였고, 판별타당도는 평균 분산 추출값(AVE)이 상관계수 제곱보다 커야 한다는 수용 기준에 적합한지 분석하였다(이훈영, 2021). 가설검정을 위해 구조방정식 모델을 이용해 유의수준 95%에서 연구모형의 적합도를 측정하였으며 연구가설은 구조방정식 경로분석으로 각 요인 간 영향 관계의 유의성을 검증하였다(Mullen, 1995).

5.2 표본의 일반적 특성

본 연구의 유효표본으로 활용된 328부의 인구통계학적 특성 결과는 <표 1>과 같다. 성별은 남성 164명(50%), 여성이 164명(50%)으로 고른 분포를 보였으며, 연령은 20대(65명, 19.8%), 30대(65명, 19.8%), 40대(65명, 19.8%), 50대(67명, 20.4%), 60대(66명, 20.1%)에서 모두 고른 분포로 나타났다. 학력은 4년제 대학 재학 또는 졸업이 199명(60.7%)으로 나타났으며, 직업은 회사원이 가장 높게 나왔고(166명, 50.6%), 월 소득은 250만원~400만원이 107명(32.6%)으로 나타났다. 결혼 여부는 기혼이 218명(66.5%), 이용 항공사는 대한항공이 144명(43.9%)으로 압도적으로 높게 나타났다.

<표 1> 표본의 인구통계학적 특성

변수/항목		빈도(명)	비율(%)	변수/항목		빈도(명)	비율(%)
성별	남자	164	50	결혼	미혼	110	33.5
	여자	164	50	여부	기혼	218	66.5
학력	고졸	40	12.2	이용 항공사	대한항공	144	43.9
	전문대졸	49	14.9		아시아나항공	61	18.6
	대졸	199	60.7		LCC항공사	75	22.6
	대학원 이상	40	12.2		국외항공사	48	14.6
직업	학생	22	6.7	월 소득	100만원 미만	30	9.1
	회사원	166	50.6		100만원~250만원	64	19.5
	전문직	34	10.4		250만원~400만원	107	32.6
	자영업	28	8.5		400만원~550만원	48	14.6
	주부	44	13.4		550만원~700만원	48	14.6
	기타	34	10.4		700만원 이상	31	9.5

5.3 측정변수의 확인적 요인분석

본 연구에서 제시된 연구모형 및 가설의 검증에 앞서 측정 도구의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위해 AMOS 22.0을 사용하여 각 요인에 대한 측정모형을 검증하는 확인적 요인분석(CFA)을 실시하였으며 분석결과는 <표2>와 같다.

모든 측정항목의 표준화 요인적재량(β)은 기준치(0.5) 이상으로 나타났으며, AVE(평균 분산 추출값) 값은 기준치(0.5) 이상, CCR(개념신뢰도) 값은 기준치(0.7) 이

상으로 나타났으며, C.R값도 통계적으로 유의한 수준($p < 0.001$)으로 측정항목의 집중 타당성을 입증하였다. 본 연구의 측정모형의 적합도는 기준치에 부합하여 수용 가능한 것으로 나타났다.

<표 2> 측정변수의 확인적 요인분석

측정항목		표준화 요인부하량	표준 오차	C.R.	AVE	CCR	
코로나19 위험지각		코로나19는 무서운 질병이라 생각	.740	.061	13.935***	0.676	0.861
		코로나19 감염 우려	.803	.065	14.932***		
		코로나19가 다른 건강문제 야기	.876	Fixed	—		
여 행 동 기	생 리 적	휴식을 위해	.789	.081	13.685***	0.691	0.870
		스트레스 해소를 위해	.768	.083	13.400***		
		재충전을 위해	.802	Fixed	—		
	안 전	심리적 안정감이 중요	.501	.103	7.393***	0.625	0.829
		안전보안이 중요	.773	.113	9.167***		
		감염위험 예방이 중요	.700	Fixed	—		
	자 아 실 현	자기만족을 위해	.710	.103	9.596***	0.589	0.810
		배움을 위해	.650	.082	9.267***		
		다양한 경험을 위해	.752	Fixed	—		
기내서비 스 품 질		적당한 기내 온도	.647	.056	12.587***	0.783	0.947
		기내식서비스 시 객실승무원의 용모 청결	.740	.054	14.945***		
		객실승무원의 기내서비스 시 친절함	.777	.052	16.051***		
		객실승무원의 고객 응대 시 뛰어난 커뮤니케이션	.848	.054	18.180***		
		객실승무원의 문제해결 능력	.848	Fixed	—		
고객만족		기내서비스의 전반적인 만족도	.749	.055	14.051***	0.755	0.902
		기내식이 기대보다 우수	.727	.063	13.601***		
		기내서비스는 훌륭한 가치가 있음	.851	Fixed	—		
$\chi^2=320.782(p=0.000)$, $\chi^2/DF=2.097$, RMSEA=.058, GFI=.914, TLI=.931, CFI=.945, NFI=.901							

*** $p < .001$

5.4 상관관계 분석

본 연구의 구성개념에 대한 판별타당성을 검증하기 위해 도출된 구성개념 간의 상관관계 제곱 값과 AVE(평균 분산 추출 값)을 비교하였으며, 각 구성개념 간의 상관계수의 제곱 값은 .010~.588로 각 AVE(평균 분산 추출 값) .589~.783보다 낮게 나타나 판별타당성이 확보되었다. 그 검증 결과는 다음 <표 3>과 같다.

<표 3> 상관관계 분석

변수	1	2	3	4	5	6	AVE
코로나19 위험지각	1						0.676
생리적욕구	.192** (.036)	1					0.691
안전욕구	.433*** (.187)	.381*** (.145)	1				0.625
자아실현욕구	.138* (.019)	.410*** (.168)	.313*** (.098)	1			0.589
기내서비스품질	.161* (.025)	.226*** (.051)	.402*** (.161)	.139* (.019)	1		0.783
고객만족	.102* (.010)	.185** (.034)	.305*** (.093)	.224** (.050)	.767*** (.588)	1	0.755

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

5.5 가설 검증

코로나19 위험지각이 여행동기(생리적욕구, 안전욕구, 자아실현욕구)에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1은 채택되었다. 여행동기 중 안전욕구는 기내서비스품질에 유의한 정(+)의 영향을 미치지만, 생리적욕구와 자아실현욕구는 기내서비스품질에 정(+)의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설 2는 부분 채택이 되었다. 기내서비스품질은 고객만족에 유의한 정(+)의 영향이 있는 것으로 나타나 가설 3은 채택되었다.

<표 4> 가설 검증 결과

가설	독립	종속	표준화계수	S.E.	C.R.	결과
가설1-1	코로나19 위험지각	생리적욕구	.197	.062	3.142***	채택
가설1-2		안전욕구	.467	.040	5.027***	채택
가설1-3		자아실현욕구	.153	.065	2.217***	채택
가설2-1	생리적욕구 안전욕구 자아실현욕구	기내서비스품질	.085	.059	1.234	기각
가설2-2			.346	.156	4.316***	채택
가설2-3			.032	.064	.451	기각
가설3	기내서비스품질	고객만족	.736	.055	11.253***	채택
$\chi^2=319.661(p=0.000)$, $\chi^2/DF=2.010$, RMSEA=.056, GFI=.914, TLI=.937, CFI=.947, NFI=.901						

***p<.001

VI. 결론

본 연구는 코로나19 위험지각이 항공사 여행고객들에 대한 여행동기와 기내서비스 품질 및 고객만족에 미치는 영향을 파악하여 뉴노멀 시대에 기내서비스의 혁신적인 마케팅 방안 모색을 위한 시사점을 제시하고자 하였다. 실증 분석 결과 및 그에 따른 시사점은 다음과 같다.

첫째, 코로나19 위험지각은 여행동기(생리적욕구, 안전욕구, 자아실현욕구)에 모두 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 코로나19 위험 불안에도 불구하고 오히려 소비자들은 해외여행에 대한 열망이 커지고 있는 것을 알 수 있다. 코로나19로 억눌려 있던 여행 욕구를 분출시킬 목적으로 보복 소비 및 보복 여행의 패턴을 보이고 있으며, 앞으로 여행객들은 새로운 경험과 기쁨을 찾아 여행 계획을 하게 될 것으로 예상된다.

둘째, 여행동기의 생리적욕구와 자아실현욕구는 기내서비스품질에 정(+)의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 기내 공간이 코로나19 감염 위험으로부터 쾌적함과 안전이 보장될 경우에 고객은 심리적 편안함과 안정감을 느낄 수 있다는 것을 알 수 있다.

셋째, 여행동기의 안전욕구는 기내서비스품질에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 코로나19 상황 속 항공여행에 대한 심리적 불안감이 클수록 기내 방역 서비스에 대한 중요성과 기대치가 높은 것을 알 수 있다. 따라서 위드코로나 시대에는 기내 방역 및 보건위생관리 등의 체계적인 기내서비스 관리가 지속되어야 하며, 항공여행이 신체적·심리적·정서적으로 매우 안전하고 안심할 수 있는 여행이라는 인식 개선과 신뢰가 필요하다.

넷째, 기내서비스품질은 고객만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 코로나19 이후 기내서비스환경과 객실승무원의 인적서비스 등의 기내서비스품을 개선 및 지속적으로 관리한다면 향후 항공여행에 대한 고객의 기대치가 만족으로 이어질 것이며, 항공사 경쟁우위를 도모할 수 있을 것이라 판단된다.

본 연구의 분석결과를 토대로 학문적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 고객은 항공사 선정 시 서비스품질에서 안전에 중점을 둔다는 점을 기반으로 안전 표준화 절차와 항공객실서비스품질 요소를 우선적으로 개발해야 한다(김윤진, 2021)는 내용에 부합하는 결과로 항공산업에서 코로나19 위험지각, 여행동기, 기내서비스품질, 고객만족 간의 관계를 동시에 파악함으로써 코로나19 팬데믹 이후 고객의 여행동기를 촉발하는데 있어서 안전욕구의 영향이 크다는 점을 발견할 수 있었던 점에서 학문적 의의가 있다. 둘째, 기존 선행연구인 고객의 코로나19 위험지각이 항공사 모바일 체크인 서비스 이용의도에 미치는 영향 연구에서는 보호동기이론을 적용(김지현, 정남

호, 2022)하였으나, 본 연구는 코로나19 위험지각, 여행동기, 기내서비스품질, 고객만족 간의 영향 관계를 새로운 관점에서 매슬로우 욕구 단계 이론을 적용함으로써 기존 연구와 차별화가 있으며, 고객의 항공 여행동기를 유발하는 방안을 모색하는데 효과를 더했다. 또한 항공산업에서 코로나19, 여행동기, 기내서비스품질 간의 관계에서 매슬로우 욕구 단계를 적용한 국내 최초 연구였다는 점에서 학문적 의의가 있다.

아울러 항공산업의 기내서비스에 적용 가능한 실무적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 기내 공간에서 고객에게 물리적, 인적, 정서적 서비스가 안전하고 효율적으로 구현될 수 있도록 기내서비스 매뉴얼을 통해 기내방역서비스 절차 대응 방안 등의 내용을 구축하고, 정기적으로 객실승무원들을 대상으로 기내 안전위생 및 감염예방 교육을 실시한다. 이를 통해 고객들에게 코로나19 예방수칙을 철저하게 안내하여 고객이 항공 여행에 대한 코로나19 위험으로부터 안전하고 안심할 수 있는 인식 제고에 힘을 필요로 한다. 둘째, 최근 코로나19 방역 완화가 되면서 그동안 여행 제한으로 움츠렸던 여행 소비가 분출할 것으로 예상된다. 따라서 고객의 웰니스 건강을 고려한 ‘기내 웰니스 건강 상품’을 출시하여 비행 중 감염 위험 예방과 안정감을 느끼고자 하는 고객들의 안전욕구와 니즈를 반영한 ‘기내 상품 판매’로 ‘기내 부가수입 창출’이 가능할 것으로 사료된다. 셋째, 객실승무원들은 고객들의 안전을 보장하기 위해 적극적인 예방 조치를 취해야 하며, 기내식음료 서비스 제공 시 용모 복장에 더 신경을 쓰고, 기내식음료 소비 후 발생하는 쓰레기 처리는 객실승무원들이 항시 위생 감염 및 청결 체크를 수행할 필요가 있다. 마지막으로 항공사는 뉴노멀 시대에 새롭고 다양한 기내서비스 시도를 통해 항공여행에 대한 소중함과 신체적·심리적·사회적으로 건강한 기내 웰니스에 심혈을 기울여야 한다. 이는 항공사 기내서비스에 대한 차별화된 경쟁우위뿐만 아니라, 지속 가능한 브랜드 이미지 제고, 브랜드 신뢰, 항공사 선택에도 중요한 영향력을 미칠 수 있을 것으로 사료된다.

본 연구는 위드코로나 시기에 이루어진 연구에 따른 일반화의 어려움이 있으며, 국내의 항공사 기내서비스 경험이 있는 내국인 고객들을 대상으로 표본을 제한하였기에 일반화에 어려움이 있다. 또한 코로나19에 따른 여행 제약으로 인해 여행동기의 하위차원으로 현재 고객들이 제일 결핍되어 있는 생리적욕구, 안전욕구, 자아실현욕구로 한정하였기 때문에 코로나19 종식 이후에 적용하기에는 한계가 있을 수 있다. 향후 연구에서는 코로나19 대응이 여행동기에 미치는 영향에 대한 연구가 진행된다면 항공사 고객들의 여행동기 변화를 파악하여 기내서비스 마케팅 활용 방안에도 도움을 줄 수 있을 것으로 예상된다. 또한 코로나19 이후 웰니스 건강에 대한 인식이 높아짐에 따라 고객의 건강을 고려한 비건 기내식 메뉴 개발에 대한 연구를 진행한다면, 기내식 서비스품질에 있어 지속 가능한 발전이 가능할 것으로 사료된다.

참고문헌

- 김명선 (2015), 욕구와 여행 동기에 따른 가이드만족, 여행상품 만족, 방문만족 간의 인과 관계 분석, *한국관광학회*, 78(3), 509-516.
- 김수민 (2020), 항공사에 대한 위험지각과 항공사 선택속성이 관계품질에 미치는 영향: 코로나19 서비스 환경을 중심으로, 경기대학교 서비스경영전문대학원, 석사학위논문.
- 김순희 (2021), 기내서비스품질과 고객만족 및 항공사이미지 간의 구조적 관계 : LCC와 FSC간의 영향 차이분석, *관광진흥연구*, 9(3), 111-134.
- 김윤진 (2021), 방역 안전을 위한 항공객실서비스 고찰: 코로나19 팬데믹 대응을 중심으로, *한국항공경영학회 춘계학술발표논문집*, 2020.
- 김윤진 (2021), 항공사 객실서비스 COVID-19 대응에 대한 고찰: K 항공사를 중심으로, *서비스경영학회지*, 22(2), 186-205.
- 김은영, 정선화 (2020), 관광객의 동기와 서비스 품질 인식이 목적지 이미지와 충성도에 미치는 영향: 국내 외래관광객을 대상으로, *관광레저연구*, 32(8), 103-119.
- 김지현, 정남호 (2022), 고객의 코로나19 위험지각이 항공사 모바일 체크인 서비스 이용의도에 미치는 영향: 보호동기이론 관점, *인터넷전자상거래연구*, 22(3), 19-38.
- 김현수, 김민수, 박혜윤 (2022), 항공사 서비스 품질 요인이 재이용의도와 고객의 감정반응에 미치는 영향 연구, *서비스경영학회지*, 23(2), 257-277.
- 김혜영, 장양례 (2011), 국내여행객의 관광동기, 여행 상품선택속성, 관광형태에 관한 연구, *대한관광경영학회*, 26(4), 147-166.
- 김혜진 (2021), 전염병 위험지각이 관광행동의도에 미치는 영향, 세종대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김효주 (2022), 항공사 기내와인서비스품질이 고객가치 및 행동의도에 미치는 영향, *서비스경영학회지*, 23(2), 94-114.
- 류영경, 박진우, 이상학 (2019), 기내식이 기내서비스 만족, 항공사 이미지, 가격 민감도 및 재이용 의도에 미치는 영향, *한국항공경영학회*, 17(2), 45-61.
- 박수미 (2019), 저비용항공사의 서비스품질이 고객만족과 추천 의도에 미치는 영향, *관광레저연구*, 31(12), 275-290.
- 박정하 (2022), 코로나19로 인한 관광산업의 위기와 향후 대응방안. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 36(1), 19-29.

- 송준호 (2016), 참가동기, 관여도, 지각된 가치가 컨벤션 참가자의 만족도 및 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구, 광주대학교 대학원, 박사학위논문.
- 정윤지, 김미정 (2017), 항공사 기내서비스품질이 고객만족과 충성도에 미치는 영향: 국내 대형항공사와 저비용항공사의 비교연구, *관광연구저널*, 31(1), 215-228.
- 정중하이 (2021), 농촌관광동기의 push-pull요인이 행동의도에 미치는 영향에 있어 관광제약의 조절효과, 호남대학교 대학원, 박사학위논문.
- 조경희, 배현숙 (2017), 항공사 기내식 서비스품질과 고객만족, 브랜드이미지, 브랜드 충성도에 관한 융합 연구, *한국융합학회*, 8(12), 317-327.
- 조성규, 최규환 (2016), 자연테마여행객의 관광동기 관광만족 재이용 의도와 의 영향 관계: 관광지의 정서적 이미지를 조절효과로, *컨벤션연구*, 16(3), 131-150.
- 왕설양, 장설, 노세카이, 유강 (2022), 한국관광의 관광동기가 관광만족도 및 행동의도에 미치는 영향 연구: 재한 중국인 관광객을 대상으로, *관광레저연구*, 34(12), 47-68.
- 윤성필 (2022), 코로나 시대 대학생들의 해외여행 동기에 따른 위험지각의 차이 연구, *관광연구논총*, 34(4), 23-42.
- 윤태연 (2021), 코로나19 시대의 항공여행 위험지각이 태도와 행동의도에 미치는 영향 연구, *Tourism Research*, 46(1), 355-374.
- 윤혜진, 안희정 (2021), 항공사 코로나19 환경의 지각된 위험이 서비스 선택속성, 만족도 및 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구, *호텔경영학연구*, 30(8), 195-211.
- 이상호, 이우진, 박수현 (2020), 호텔기업의 서비스 품질과 관광객 만족도 간의 관계에서 관광동기의 조절효과, *관광연구논총*, 32(2), 57-73.
- 이선영, 이은주, 김지혜 (2019), 매슬로우의 욕구 단계 이론에 근거한 국내 개별여행자의 여행동기 연구, *한국콘텐츠학회논문지*, 19(5), 245-257.
- 이윤희 (2019), 외국인 근로자의 국내여행 동기, 태도 및 사회문화 적응이 행동의도에 미치는 영향 연구: 여가제약협상이론을 중심으로, 경희대학교 대학원, 박사학위논문.
- 이인혜, 박진영 (2020), 코로나19 이후 국내여행객의 여행동기, 여행행태, 관광지선택속성이 만족도에 미치는 영향, *호텔관광연구*, 38(10), 31-47.
- 이지영, 김현준 (2022), 항공사 객실승무원의 서비스 진정성이 라포, 신뢰, 고객만족 및 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구: 항공사 상위클래스 이용객을 대상으로, *한국항공경영학회*, 20(3), 3-20.
- 이한진, 김인호 (2020). 코로나19 대유행시 여행객의 위험지각이 지각된 서비스품질,

- 지각된 가치, 만족, 충성도 및 추천의도에 미치는 영향, *관광학연구*, 44(8), 135-156.
- 임화순, 고계성 (2013), 관광지 방문객의 방문동기가 만족도와 행동의도에 미치는 영향 연구: 경남통영시 미륵도를 중심으로, *관광연구저널*, 27(2), 289-302.
- 최금년, 전진명, 김영택 (2016), 항공사 객실 승무원의 안전 활동이 지각된 품질, 신뢰 및 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구, *서비스경영학회지*, 16(4), 63-181.
- 최영순, 김영자 (2018), 매슬로우의 욕구 단계 이론을 적용한 대학생의 해외여행동기 연구, *한국콘텐츠학회논문지*, 18(5), 361-371.
- 컨슈머인사이트 (2021), 포스트 코로나 여가활동 ‘관광·여행’이 압도적 1위, 2022년 6월 20일, https://www.consumerinsight.co.kr/voc_view.aspx?no=3252&id=pr10_list&PageNo=1&schFlag=0
- 한국공항공사 (2022), 국내선 항공 여객 연간 7천만 명 돌파, 2022년 12월 13일, https://www.airport.co.kr/www/cms/frBoardCon/boardView.do?pageNoMENU_ID=1060&CONTENTS_NO=&SITE_NO=2&BOARD_SEQ=41&BBS_SEQ=3554223&PWD=&SEARCH_FLD=&SEARCH=
- 한국관광공사 (2023), 올해 국내 관광트렌드는 ‘일상의 모든 순간이 여행’, 2023년 1월 31일, <https://kto.visitkorea.or.kr/kor/notice/news/press/board/view.kto?id=446965&isNotice=false&instanceId=42&rnum=2>
- 한익현 (2022), 코로나19 관련 항공정책 동향분석: 2021년 하반기(7월~9월) 트렌드 동향 분석, *항공정책*, 4(1).
- Al-Hamarneh, A. M., Al-Makhadmeh, S. A. and Haddad, R. M. (2021), Travel Motivation, Risk Perception, Service Quality and Customer Satisfaction: A Study of Tourist Behavior in Jordan during COVID-19 Pandemic, *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4(2), 246-259.
- Becker, M. and Richter, D. (2021). COVID-19 and Motivational Profiles: The Role of Prosociality, *Frontiers in Psychology*, 12, 624914.
- Brouder, P., Teoh, S., Salazar, N. B., Mostafanezhad, M., Pung, J. M., Lapointe, D. and Clausen, H. B. (2020), Reflections and discussions: tourism matters in the new normal post COVID-19, *Tourism Geographies*, 22(3), 735-746.
- Carpenter, J. M. (2008), Consumer shopping value, satisfaction and loyalty in discount retailing, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 15(5), 358-363.
- Cox, D. F. and Rich, S. U. (1964), Perceived risk and consumer decision-making

- : The case of telephone shopping, *Journal of Marketing Research*, 1(4), 32–39.
- Dann, G. M. S. (1981), Tourist motivation: An appraisal, *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184–194.
- Garaus, M. and Hudáková, M. (2022), The impact of the COVID–19 pandemic on tourists’ air travel intentions: The role of perceived health risk and trust in the airline, *J Air Transp Manag*, 103, 102249.
- Gössling, S., Scott, D. and Hall, C. M. (2020), Pandemics, tourism and global changer: a rapid assessment of COVID–19, *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20.
- Hajri, S. and Meddeb, A. (2016), The relationship between motivation, service quality, and destination loyalty: The case of Ain Drahem, Tunisia, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 305–314.
- Holden, A. and Sparrowhawk, J. (2002), Understanding the motivations of ecotourists: The case of trekkers in Annapurna, Nepal, *International Journal of Tourism Research*, 4(6), 435–446.
- Hu, N., Zhang, J. and Zheng, T. (2021), The effect of travel motivation on destination satisfaction: The mediating role of service quality and the moderating role of travel style, *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100508.
- Jankalová, M. (2016), Service quality–object of business excellence measuring, *Review of European Studies*, 8(2), 71–84.
- Kim, S. T. (2020), An Impact of Tourism Risk Perception on Intention to Visit Tourist Attractions: Focusing on Mediating Effect of Tourist Attitude, *Journal of Tourism Enhancement*, 8(4), 77–95.
- Lam, Y. Y., McKercher, B. and Jang, S. (2021), Travel Motivation and Risk Perception during the COVID–19 Pandemic: A Study of Hong Kong Residents, *Sustainability*, 13(12), 6821.
- Lee C., Song H., Bendle L. J., Kim M. and Han H. (2012), The Impact of Non–Pharmaceutical Interventions for 2009 H1N1 Influenza on Travel Intentions: A Model of Goal–Directed Behavior, *Tourism Management*, 33, 89–99.
- Lee, H. and Kim, M. (2021), The Effect of Airline Service Quality on Customer

- Satisfaction and Loyalty: The Moderating Role of Perceived Value, *Sustainability*, 13(10), 5786.
- Madani, A., Boutebal, S. E., Benhamida, H. and Bryant, C. R. (2020), The impact of COVID-19 outbreak on the tourism needs of the Algerian population, *Sustainability*, 12(21), 8856
- Maslow, A. (1970), *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row.
- Moscardo, G. and Pearce, P. (1986), Historical Theme Parks: An Australian Experience in Authenticity, *Annals of Tourism Research*, 13(3), 467-479.
- Neuburger L. and Egger R. (2020), Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: a case study of the DACH region, *Current Issues in Tourism*, 24(5), 1-14.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988), SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perception of service quality, *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, P. A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1994), Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research, *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124.
- Park, S. and Kim, J. (2020), The Role of Flight Attendants in Airline Service Quality: The Effects of Service Encounter Quality, Interactional Justice, and Emotional Labor on Customer Satisfaction, *Sustainability*, 12(24), 10575.
- Pearce, P. and Caltabiano, M. (1983), Inferring Travel Motivation from Travellers' Experiences, *Journal of Travel Research*, 22(2), 16-20.
- Pearce, P. (1988), *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York: Springer-Verlag.
- Pearce, P. and Lee, U. (2005), Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation, *Journal of Travel Research*, 14(4), 163-184.
- Punel, A., Hassan, L. A. H. and Ermagun, A. (2019), Variations in airline passenger expectation of service quality across the globe, *Tour Manag*, 75, 491-508.
- Qiao, G., Ruan, W. J. and Pabel, A. (2021), Understanding tourists' protection motivations when faced with overseas travel after COVID-19: the case of South Koreans travelling to China, *Current Issues in Tourism*, 25(10), 1588-160.

- Rajaguru, R. (2016), Role of value for money and service quality on behavioural intention: a study of full service and low cost airlines, *Journal of Air Transport Management*, 1(53), 114–122.
- Rose, I., Izah, T. and Dakian, M. (2016), Inflight service quality can affect customers' perspective the satisfaction, *International Business Management*, 10(16), 3700–3707.
- Schiffman, G. L. and Kanuk, L. L. (1987), Consumer behavior. NJ: Prentice Hall.
- Shadiyar, A., Ban, H. J. and Kim, H. S. (2020), Extracting Key Drivers of Air Passenger's Experience & Satisfaction through Online Review Analysis, *Sustainainability*, 12, 9188.
- Suh, J. E., Horvitz, R. W., White and Althoff, T. (2021), Population-scale study of human needs during the COVID-19 pandemic: Analysis and implications, *In Proceedings of the 14th ACM International Conference on Web Search and Data Mining*, 4–12.

* 저자소개 *

· 김 효 주(hjoo3429@hanmail.net)

경희대학교 일반대학원 조리외식경영학과 박사과정에 재학중이며 주요관심 분야는 항공서비스경영, 서비스품질, 관광, 미식학, 와인이다.

· 이 규 민(gmlee@khu.ac.kr)

경희대학교 외식경영학과 교수로 재직중이며, 주요관심 분야는 외식경영, 미식학, 리더십이다.