



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

체육학석사 학위논문

경남·울산 골프장 고객 만족도에
관한 연구



2009년 2월

부경대학교 대학원

체 육 학 과

김 성 태

체육학석사 학위논문

경남·울산 골프장 고객 만족도에
관한 연구

지도교수 문 선 호

이 논문을 체육학석사 학위논문으로 제출함



2008년 12월

부경대학교 대학원

체 육 학 과

김 성 태

김성태의 체육학석사 학위논문을
인준함.

2009년 2월 일



주 심 이학박사 지삼엽 (인)

위 원 체육학석사 이태웅 (인)

위 원 철학박사 문선호 (인)

목 차

Abstract

I. 서론	1
1. 연구의 필요성	1
2. 연구의 목적	4
3. 연구의 문제	5
4. 연구의 제한점	7
5. 용어의 정의	8
II. 이론적 배경	11
1. 골프의 역사	11
2. 한국골프의 역사	12
3. 전국골프장 현황	13
4. 현행 골프연구	19
5. 만족도에 관한 연구	24
III. 연구 방법	33
1. 조사대상	33

2. 조사 방법 및 도구	36
3. 조사 기간	38
4. 타당도	38
5. 신뢰도	41
6. 자료처리	45
IV. 결과 및 논의	46
1. 결과	46
2. 논의	51
V. 결론 및 제언	57
1. 결론	57
2. 제언	58
참고문헌	59
설문지	64

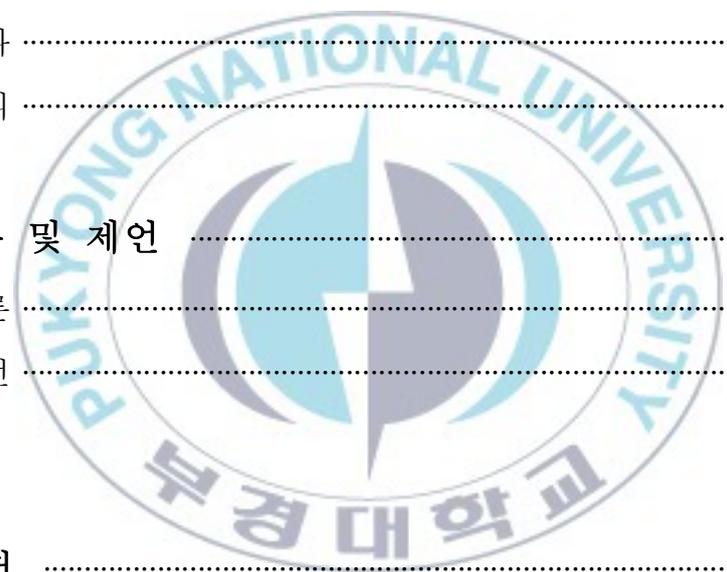


표 목 차

표 1. 국내 골프장 현황	16
표 2. 지역별 내장객 현황	17
표 3. 골프장 수 및 내장객 증감률 현황	18
표 4. 고객만족도 평가모형들	29
표 5. 선행연구에서 제시된 고객 만족의 개념적 정의	32
표 6. 연구대상의 인구통계학적 특성	34
표 7. 설문지의 구성	37
표 8. 운영서비스에 관한 탐색적 요인분석 결과	39
표 9. 골프코스설계에 관한 탐색적 요인분석 결과	40
표 10. 골프장 관리에 관한 탐색적 요인분석 결과	41
표 11. 운영서비스 요인별 신뢰도 분석결과	41
표 12. 코스설계 요인별 신뢰도 분석결과	42
표 13. 골프장 관리 요인별 신뢰도 분석결과	42
표 14. 운영서비스 변인간의 상관관계행렬	43
표 15. 코스설계 하위변인과 만족도의 상관관계행렬	44
표 16. 골프장 관리 변인간의 상관관계행렬	44
표 17. 운영서비스요인 만족도 회귀분석결과	46
표 18. 골프장 설계요인 만족도 회귀분석결과	48
표 19. 골프장 관리요인 만족도 회귀분석결과	49

그림 목 차

그림 1. 골프장 유형	14
그림 2. 불일치 모델	27
그림 3. 골프장 운영 서비스 요인과 고객만족도	47
그림 4. 골프코스설계 서비스 요인과 고객만족도	49
그림 5. 골프장 관리 서비스 요인과 고객만족도	50



Study on the golfer's satisfaction at the area of Gyeongnam and Ulsan golf courses

Kim Sung-Tae

Department of Physical Education, in Graduate School of
Pukyong National University

Abstract

The purpose of this study was to identify the customer satisfaction from golf course visitors in terms of the golf course management service, course design and control and to provide the basic data for inducing golfers again to the golf courses by making them more satisfying operation services, course design and management for golfers.

To achieve the purpose of this study, selected 346 golfers who visit golf courses located in Gyeongnam and Ulsan area and prepared questionnaires asking them for answers for detailed items. Using SPSS statistical program. This study conducted the frequency analysis based on the demographic characteristics by using SPSS statistical program, used the Cronbach's Alpha for the reliability analysis and exploratory factory analysis for the construct. Also I conducted the correlation to find out the relation between factors as well as multiple regression analysis to find out how each factor affects the customer satisfaction. This study final conclusions from the study are as follows.

First, the operation service factors (such as staff services, factor of reservation , menu factor, and fee factor) are statistically significant in customer satisfaction and are in direct proportion to it.

Second, in terms of the golf course design factors (such as access factor, difficulty factor, and green & fairway factory and parking lot factor), the difficulty factor and green & fairway factor are statistically significant and in direct proportion to customer satisfaction while the access factor and parking lot factor are statistically insignificant.

Third, the golf course management factors (such as management status factor and golf course aesthetic factor) are statistically significant and in direct proportion to the customer satisfaction.

From the conclusions above, this study could check that golf course services toward

customers, golf course design and management are main factors affecting the customer satisfaction. It means that they are essential for enhancing competitiveness.



I. 서론

1. 연구의 필요성

국민소득 증대와 현대인들의 건강에 대한 관심이 높아지면서 그 동안 일부 특권층만 누릴 수 있었던 골프는 질적, 양적으로 꾸준히 발전하여 왔다. 더욱이 최경주, 박세리 등 스타플레이어들의 두드러진 활약이 국민들의 사기 진작과 골프에 대한 관심을 불러일으키는 큰 역할을 하였다. 그 중 골프 이용 인구는 레저스포츠의 대중화 시대 도래로 본격적인 레저 활동으로 부각되어 국민적 선호도가 점점 높아지고 있다(최득호, 2001).

최근 생활수준의 향상과 여가시간의 증대로 인하여 골프는 과거 일부계층의 전유물이라는 이미지에서 대중스포츠의 이미지로 전환되고 있다(이종호, 2003). 이는 최근 골프산업의 성장률의 증가와 골프장 이용고객수의 급증을 통해서도 확인할 수 있다. 골프장 이용고객의 수가 2003년 11,733,670명으로 1998년 7,042,091명보다 60% 급성장하였고, 2006년 1년간 내장객은 모두 19,653,359명으로 2005년 17,766,976명(회원제 147개소, 대중 77개소)에 비해 1,886,383명이 늘어 전년대비 10.62% 증가한 것으로 나타났다. 최근 10년 동안 연평균 13.2%의 증가율을 나타내고 있는데 주5일제 근무로 인해 이수치는 더 증가할 것으로 예상 된다(한국골프장경영협회, 2007).

골프인구의 증가 및 골프 인기 상승의 가장 큰 요인으로, 골프가 도심생활에서 벗어나 탁 트인 자연환경과 함께 호흡하며, 마음껏 즐기면서 스트

레스를 해소하고 가까운 친구나 동료 혹은 가족과 대화를 하면서 건강을 증진시키고 자신과의 싸움을 통한 인생을 배울 수 있다는 매력 때문이라고 하였다(구창모, 2003).

더욱이 김대중 대통령 정권 당시 골프대중화 선언이 복합적으로 이루어지면서 더욱 가속화 되었다. 2006년 전국 골프장 250개소(회원제 157개소, 대중 93개소)를 이용한 내장객은 1965만3359명으로 2005년에 비해 10%이상 늘었는데, 국내 골프 내장객이 처음 1000만 명을 돌파한 것은 1999년이며, 2003년 1500만 명을 돌파한 이후 불과 3년 만에 500만 명이 늘어나는 가파른 상승세를 보인 것이다(서천범, 2007).

그러나 이와 같이 골프산업의 양적인 성장에도 불구하고 질적으로는 골프를 즐기고 있는 소비자의 입장에서 보면 플레이 환경은 더욱 악화되어 온 것이 사실이다. 특히 중과세 정책의 영향으로 정상적인 발전을 하지 못하고 있는 점과 늘어나는 골프인구를 수용할 수 있는 골프장 수가 부족한 문제(문영래, 1999)는 기존 골프장들에게 독과점 체제와 같은 혜택을 누릴 수 있는 기회를 제공하였다. 따라서 경영관리와 효율성이나 서비스품질을 향상시켜야 한다는 필요성을 크게 느끼지 못하였을 뿐만 아니라 변화하는 시장 환경에 능동적으로 대처할 수 있는 대응능력이나 고객만족을 중시하는 견실한 경영능력을 함양하지 못하였다(박찬규, 2004).

골프장의 이용객 확대와 확산 유지를 위한 마케팅 전략의 핵심은 이용객의 소비 행위와 소비 행위의 심리적 기제인 주관적 기준 및 지각능력 등에 따라 표출되는 선택 행동이라는 사실이 확인되어 왔다. 즉, 이용객의 특성에 따라 골프장 소비와 관련된 선택행동(Selection behavior)에는 차이가 있으며 실제로 골프장에 대한 소비자 평가와 차별화된 서비스 제공이 골프장 운영에 있어 중요한 경쟁 요인이 될 수 있다 하겠다. 다시 말해 골프장 이용객의 의사결정 과정을 확인함으로써 효율적인 마케팅 전략을 세워 경

쟁 골프장보다 매력도를 높인다면 이용객이 반드시 증가 할 것이다(이정민, 2008).

지금까지 골프산업은 경쟁자가 없는 미개척 산업으로 고수익을 창출하였으며 골프시장은 공급보다 수요가 많은 상황으로 인한 호황을 누렸다. 하지만 골프장이 늘어나고 골프인구가 그만큼 증가한 것에 비해 내장객은 점점 감소하고 있는 것을 알 수 있다(표 2 참조). 앞으로 골프장이 더욱 많이 개설될 계획에 있는 시점에서 국내 골프시장은 성장기에 도입되었음을 알고 차별화된 골프장 브랜드를 구축하기 위해 전문화된 마케팅의 중요성이 요구되고 있다(안지은, 2005). 뿐만 아니라, 최근에 골프산업을 둘러싸고 있는 시장 환경이 급변할 기미를 보이기 시작하였다. 경기가 침체되어 있음에도 불구하고 지방자치단체 및 기업들은 앞을 다투어 골프장 사업 진출을 도모하고 있다. 그 예로 2008년 4월 30일 현재 골프장 사업승인을 받아 공사 중이거나 착공을 앞두고 있는 미 개장 회원제 골프장이 50개에 달하며, 승인을 받기 위해 사업을 구체적으로 추진 중인 곳만도 42개인 것으로 나타났다. 이는 현재 운영 중인 골프장 178개의 약 50%에 해당하는 수치로, 머지않아 골프장 300개 시대를 맞이할 전망이다. 특히 경제정책조정회의에서 정부가 레저·스포츠 부문 활성화를 위해 골프장 면적기준을 기존 시·군·구 임야 대비 3%에서 5%로 확대키로 함에 따라 향후 골프장 신규 건설은 더욱 늘어날 것으로 보인다. 여기에 쓰레기 매립장, 공터 등 임야가 아닌 부지는 임야 규제면적 비율에서 제외됨에 따라 골프장 공급은 급격히 늘어날 전망이다(파이낸셜 뉴스, 2008).

이렇듯 골프에 대한 관심과 수요가 지속적으로 증가하고 있는 추세이며 사회의 이목을 끄는 스포츠로서의 입지가 굳어졌다고 볼 수 있다. 이에 골프산업은 최근 몇 년 사이에 많이 발달되었으며 ‘황금알을 낳는 산업’으로 발전해 왔었다(안지은, 2005).

이에 본 연구에서는 앞서 살펴본 골프장 시장 확대에 대비하여 운영서비스부문, 코스설계부문, 관리부문에 중요성을 인식하고 골프장에 미치는 만족도에 이들이 어떠한 영향을 미치는가에 대해 살펴보고자 한다.

2. 연구의 목적

본 연구는 골프장의 고객을 대상으로 골프장 고객 만족 경영을 위한 골프장 운영서비스, 코스설계, 관리에 대한 고객의 만족도를 규명하는데 그 목적이 있다. 골프장 고객 만족도 규명을 통하여 재방문 창출을 위한 시사점을 얻는 것이다. 즉, 골프장의 운영 개선을 통한 재방문 창출에 필요한 고객 만족을 위해 운영서비스, 코스설계, 관리 부문 경쟁력 방안을 위한 기초 자료를 제시하는 것이다.

첫째, 골프장 운영 서비스에 종업원 서비스부문, 예약의 편의성 부문, 메뉴의 다양성 부문, 이용요금의 적정성 부문이 골프장 만족도 요인에 미치는 영향을 알아본다.

둘째, 골프코스 설계에 입지선정 및 접근의 편의성 부문, 전체적인 골프장의 난이도 부문, 페어웨이 및 그린의 적절성 부문, 주차장의 편의성 부문이 골프장 만족도 요인에 미치는 영향을 알아본다.

셋째, 골프장 관리에 관리상태 부문, 코스의 미적 상태 부문과 골프장 만족도 요인의 인과관계를 규명한다.

3. 연구의 문제

이 연구에서 밝히고자 하는 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

가. 경남·울산 골프장의 운영서비스의 만족도는 어떠한가?

- (1) 경남·울산 골프장의 종업원 서비스가 고객 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?
- (2) 경남·울산 골프장의 예약 편의성이 고객 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?
- (3) 경남·울산 골프장의 음식 메뉴가 고객 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?
- (4) 경남·울산 골프장의 요금의 적정성이 고객 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?

나. 경남·울산 골프장의 골프코스설계의 만족도는 어떠한가?

- (1) 경남·울산 골프장의 접근성이 고객 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?
- (2) 경남·울산 골프장의 난이도가 고객 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?
- (3) 경남·울산 골프장의 페이웨이 및 그린의 그린이가 고객 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?

(4) 경남·울산 골프장의 주차장이 고객 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?

다. 경남·울산 골프장의 골프장관리의 만족도는 어떠한가?

(1) 경남·울산 골프장의 코스 내 관리상태(잔디)가 고객 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?

(2) 경남·울산 골프장의 코스 내 미적상태(조경)가 고객 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?



4. 연구의 제한점

본 연구를 수행하는데 다음과 같은 제한점을 두었다.

첫째, 연구대상은 경남·울산 지역 골프장에서 라운드 경험이 있는 사람들로 제한하였다. 따라서 이 연구 결과의 일반화에서 제한이 될 수 있다.

둘째, 본 연구는 시대적으로 급격하게 변화하는 골프장 이용객의 다양한 욕구들을 수용할 수 없는 제한점이 있다.

셋째, 본 연구에서는 골퍼의 경험이 있는 일반 골퍼를 대상으로 연구가 수행되어 전문가 의견이 반영된 요인변수들이 부족하게 조사되었을 가능성을 가지고 있다. 앞으로 전문가 설문조사, 관찰, 인터뷰 등의 복합적이고 구체적인 만족요인 변수에 대한 연구의 제한점이 있다.

5. 용어의 정의

가. 골프장 (golf course)

골프장이란 골프 경기에 필요한 시설과 서비스를 제공하는 것을 업무로 해서 운영되고 있는 사업장을 말한다. 이 연구에서는 18홀 이상으로 홀의 평균 거리(코스의 총 길이를 홀수로 나눈 수치)가 100m² 이상의 시설(총면적 10만m²이상)로 회원제 운영방법을 채택하고 있는 골프클럽 또는 컨트리클럽이나 구락부와 비회원제로 운영되고 있는 퍼블릭 골프장까지 포함한다(박찬규, 2003).

나. 코스레이아웃(course lay-out)

코스레이아웃이란 골프 코스를 구성하는 홀 전체의 디자인을 의미한다. 코스레이아웃은 좋은 코스의 가장 중요한 조건 중에 하나라고 하였다. 이 연구에서는 골프 코스의 디자인에 해당하는 것을 코스레이아웃이라고 조작적으로 개념을 정의하고 그 구체적인 하위요인으로 샷·미들·룽홀 배치와 조합 및 변화성, 홀의 넓이와 길이, 안정선·이동성과 같은 인접 홀과의 관계, 홀의 엷다운 및 상하좌우의 변화, 코스의 전략성, 코스 주변의 미관 등으로 구성하였다(박찬규, 2003).

다. 운영 및 코스관리(management & course maintenance)

골프장 경영의 핵심은 운영관리의 코스관리이다. 이 연구에서는 골프장 경영의 핵심 사항인 운영관리와 코스관리를 운영 및 코스관리라고 조작적으로 개념을 정의하고 그 구체적인 하위요인으로 골프장 운영의 신뢰성, 운영의 타당성, 경기진행의 속도, 적정한 이용객 수라는 운영관리와 티잉 그라운드의 유지관리, 페어웨이의 유지관리, 퍼팅 그라운드의 유지관리라는 코스관리 요인으로 구성하였다(박찬규, 2003).

라. 만족도(satisfaction)

만족도란 이용자가 골프장 시설이나 골프장 운영서비스를 사용, 구매, 평가하는 과정에서 경험하는 호의적 감정 및 태도를 의미하며, 이러한 것이 골프장 이용후의 이용자에게 종합적인 심상으로 지각되는 정도를 만족도로 정의한다. 태도나 행동에 영향을 미칠 수 있는 요인이다(류창현, 2007).

마. 예약성(booking)

대부분의 회원 제도를 채택하고 있는 한국의 골프장에서는 예약규정이나 예약약관에서 규정하고 있는 예약 제도를 채택하고 있다. 이 연구에서는 골프장의 회원을 포함한 고객의 예약에 대한 평가를 의미하는 것으로 구체적으로는 주중 회원예약, 주중 비회원 예약, 주말 회원 예약, 주말 비회원 예약으로 구성하였다(박찬규, 2003).

바. 캐디 서비스(caddie service)

캐디서비스는 골프장의 인적서비스 중에서 가장 중요하게 여겨지는 것이다. 이 연구에서는 캐디 및 카트 운영 시스템, 캐디의 소양서비스(용모, 언어, 예절 등), 캐디의 기본서비스(사전준비, 골프규칙 등), 캐디의 전문서비스(조언, 지원 등)를 캐디 서비스라고 개념을 조작적으로 정의하였다(박찬규, 2003).

사. 운영서비스

운영서비스란 골프장을 운영하는데 필요한 인적서비스와 운영 시스템에 관련된 모든 서비스를 지칭한다(류창현, 2007).

아. 클럽하우스(club house)

클럽하우스는 골프장을 방문하는 사람들이 골프 라운딩 전후에 꼭 들러서 클럽생활을 즐기는 곳으로 골프장 서비스품질의 중요 구성부분을 차지하고 있다. 이 연구에서는 클럽하우스 전체의 외관과 주차의 편리함, 라커룸·사우나·화장실 사용의 편리함, 현관과 프런트 및 휴게실의 분위기와 청결함, 하우스 및 코스 매점의 이미지(가격, 품목 등)를 클럽하우스라고 개념을 조작적으로 정의하였다(박찬규, 2003).

II. 이론적 배경

1. 골프의 역사

골프의 기원은 스코틀랜드 지방에서 양을 기르던 목동들이 끝이 구부러진 나뭇가지로 돌맹이를 날리는 민속놀이가 구기고 발전했다는 설과 기원전 네덜란드에서 어린이들이 실내에서 즐겨하던 콜프(kolf)라는 경기에서 비롯되었다는 설이 있다. 또한 네덜란드의 콜벤 이라는 오늘날의 크리켓이나 아이스하키와 비슷한 구기가 14세기경 바다를 건너 스코틀랜드에 전래되었다는 설이 있다.

골프에 관해 발견된 기록에 의하면 1744년 스코틀랜드에서 지금의 에든버러골프인협회의 전신인 신사골프협회가 조직되어 경기를 한 것이 골프클럽과 경기대회의 시초이다. 골프는 19세기 후반에 영국에서 신대륙으로 건너가 1873년 캐나다에 아메리카 대륙 최초로 로열몬트리올골프클럽이 창설되었으며, 1887년 미국 최초의 클럽과 코스를 자랑하는 폭스버그골프클럽이 발족되었다. 그 후 20년도 못되는 동안에 황금기를 구가함으로써 영국에 맞먹는 실력을 갖추게 되었다. 미국의 골프는 20세기부터 영국을 능가하였다(정성진, 2008).

오늘날 가장 유력한 골프의 기원설은 다음과 같다. 골프는 유럽대륙에서 만들어져 수입된 것이 아니라 스코틀랜드에서 독자적으로 만들어져 형성된 것이다. 영국의 캄부카가 그대로 발전하지 않고 스코틀랜드의 리스지방에

서 골프가 탄생하고 형성되었던 것은 그 지방이 유럽대륙과 교류가 빈번히 이루어 졌던 곳으로 천연의 녹지대가 풍부하게 발달하였기 때문이었다고 한다. 그리고 스코틀랜드의 옛말 고우프(gouff)가 골프의 어원이라고 지적하는 챔버 사전(Chamber's Dictionary)의 설이 가장유력하다(박찬규, 2003).

2. 한국 골프의 역사

우리나라 골프의 시초는 지금부터 80여년전 원산의 세관 안에 있던 영국인들이 6홀을 만들어 경기한 것이 처음이며, 일제시대에 일인 관리와 사업가들을 통하여 한국인들에게 전파 되었다는 것이 통설이다. 그러나 최근의 자료에 의하며 [조선은 일본 골프의 발상지이다]라고 되어있으며 원산 코스의 건설연대도 1900년이라는 통설을 뒤집어 1897년이라고 적혀있다. 일본에서 처음 골프 코스가 만들어진 것이 1903년인데 반하여 한국에는 그보다 6년 앞선 1897년에 원산항의 한국정부 세관간리로 고용된 영국인들이 세관 구내에 6홀의 코스를 만들어 골프를 즐겼다고 되어있다.

그 자료에는 1913년 원산 근처 갈문 반도의 외인촌, 그리고 황해도의 구미포에도 외국인들의 코스가 있었는데, 목책으로 엄중히 막아 한국인은 물론 일인의 출입도 금지하였기 때문에 그 규모는 알 수 없었다고 기록되어 있다. 우리나라 골프사에 빼놓을 수 없는 중요인물은 영친왕이다. 영친왕 부처는 1924년 조선 철도국에 의하여 서울 효창공원 안에 9홀의 코스가 세워졌는데 이때에 우리나라 골프 사상 처음으로 [경성 구락부]라는 골프 클럽이 탄생하였다. 그 후 청량리를 비롯한 대구, 평양, 부산, 원산 등지에 골

프 코스가 잇달아 생겨 보급되었으나, 골프를 가르칠 사람이 없어 33년 경성 클럽은 일본에서 천칭수이, 나카무라 켄키치 등을 서울에 초청하여 레슨도 받고 시범경기도 가졌다. 이 때 한국인으로는 박용균, 장병량, 외에 약 50여명의 선수가 있었다.

우리나라 프로 골프의 역사는 연덕춘으로 부터 시작된다. 그는 군자리 코스(후일 서울 컨트리클럽이며, 현재는 어린이 대공원이다)에서 17세때 부터 골프를 배우고 뛰어난 재질을 보여 일본인의 주선으로 일본에 가서 골프를 배워 3년만에 일본 오픈에 출전, 8위에 올라 가능성을 보여주었다. 41년 그는 한국인으로서 처음으로 일본 오픈에서 패권을 잡았으며 그가 배출한 수많은 프로 선수 중에서 한 장상이 72년 일본오픈에서 두 번째로 우승하였다. 그 해는 연덕춘이 한국 프로 골프(PGA)회장에 뽑히기도 한 해였다. 71년 한 장상, 김승학 조는 미국에서 열렸던 월드컵 골프에서 선전을 하여 단체 5위에 드는 기염을 토했다. 같은 해에 한 장상은 또 일본 오픈과 한국 오픈 을 모두 제패 하였고, 이에 더하여 74년 조태운이 한국 오픈에서 우승을 차지함으로써 한국 프로 선수들은 큰 타이틀 5개를 획득하는 사상 초유의 황금의 3년을 맞이하였다. 현재에도 구옥희, 고우순, 한희원등이 일본프로골프에서 활약하고 있으며, 특히 박세리, 김미현은 세계적으로 이름을 빛내고 있다.

3. 전국골프장 현황

가. 골프장의 종류 및 형태

골프장은 일반적으로 이용형태, 지형특성, 입지조건, 그리고 골프장 규모

에 따라서 <그림 1>와 같이 분류할 수가 있다.

이용형태에 따라서는 골프장은 회원제 골프장(Membership Course)과 비회원제 골프장(Public Course)으로 나눌 수가 있다.

회원제 골프장은 회원을 모집하여 회원권을 발급하고 예약에 의해 이용하는 골프장으로 18홀 이상으로 운영된다. 그러나 비회원제 골프장은 회원을 모집하지 않고 도착순서나 예약에 의해 이용하는 골프장으로 누구나 이용할 수가 있으며, 이용요금도 회원제 골프장에 비해 비교적 저렴하다. 따라서 회원제 골프장은 회원권분양에 의해 투자자금을 조기에 회수하는 것이 용이하지만 비회원제 골프장은 투자비 회수에 장기간이 소요된다는 단점이 있다(김한식, 2006).



그림 1. 골프장 유형(신명용, 2004)

골프장의 운영 형태측면에서 회원제 골프장은 입회금 회원제, 사단법인제, 주주회원제등으로 분류할 수 있는데, 우리나라의 회원제 골프장은 대부분 입회금 회원제로 운영되고 있다. 입회금 회원제란 회원이 경영회사에 입회비를 예탁하고 그 시설을 우선적으로 이용할 권리(시설 이용권)와 일정한 거치기간이 지난 후 입회금의 반환을 청구할 권리(입회금 반환청구권)를 갖는 골프장이다. 사단 법인제란 골퍼들로 구성된 조직체가 골프장을 건설, 운영하고 그 회원인 골퍼들이 그 시설을 이용하는 골프장을 말한다. 이때의 골프클럽은 법인격을 갖추어야 하는데, 그 클럽이 법인격을 갖춘 경우에는 사단법인으로 되며 이런 골프장을 사단법인제 골프장이라고 한다. 주주회원제란 골프장을 경영하는 주식회사의 주식을 전 회원이 골고루 나누어 가지고 이들의 총의에 의해 그 회사가 운영되는 골프장을 말한다. 대중 골프장은 일반 골퍼를 대상으로 하고, 운영 주체의 자유로운 의사 결정에 의해 영업일, 영업시간, 이용료등을 결정할 수 있는 장점이 있다. 대중 골프장은 운영주체의 의사에 따라 이용료를 결정할 수 있으므로 회원제 골프장보다 요금이 저렴하고, 자유로운 운영이 가능하므로 폭 넓은 골퍼의 요구에 부응할 수 있다(류창현, 2007).

나. 국내골프장 현황 및 내장객 현황

일반적으로 골프장은 회원제 골프장과 대중 골프장으로 나눈다. 회원제 골프장은 18홀 이상의 홀을 가진 골프장을 말하며 우리나라 대부분의 골프장이 회원제 골프장으로 볼 수 있다. 그러나 대중 골프장도 지속적인 증가 추세에 있다.

다음 <표 1>의 국내 골프장 현황을 나타내고 있다. 그 내용을 구체적으로

로 살펴보면, 2008년 4월 현재 운영 중인 골프장은 회원제 골프장 178개소, 퍼블릭 골프장 111개소로 합계 289개소이며, 건설 중인 골프장은 회원제 55개소, 퍼블릭 68개소로 합계 123개소이다. 그리고 승인중인 골프장은 회원제 42개소, 퍼블릭 53개소로 합계 95개소이다. 그러므로 전국 골프장 시설의 총합은 회원제 270개소, 퍼블릭 232개소로 총합 502개소이다.

국내 골프장 현황의 특징으로는 <표 1> 국내 골프장 현황에서 살펴보는 바와 같이, 현재 운영 중인 회원제골프장 178개소 중 42%인 75개소가 수도권에 집중되어 있으며, 호남지역은 13개소로 다소 지역편중이 심한 것으로 나타났다.

표 1. 국내 골프장 현황 (2008년4월 30일 기준)

(단위:개소)

구 분		수도권	충청권	영남권	호남권	제주권	강원권	계
운 영 중	회원제	75	18	33	13	22	17	178
	퍼블릭	36	11	19	14	15	16	111
	계	111	29	52	27	37	33	289
추 가 예 정	회원제	10	6	15	6	8	5	50
	퍼블릭	14	9	16	20	2	7	68
	계	24	15	31	26	10	12	118
승 인 중	회원제	1	10	9	14	3	5	42
	퍼블릭	2	10	13	19	2	7	53
	계	3	20	22	33	5	12	95

출처 : 한국골프장경영협회, 2008

다음 <표 2>은 지역별 내장객 현황을 보여주고 있다. <표 2>에서 보는 바와 같이 홀 당 내장객수가 제주지역을 시작으로 영남지역과 경기 수도권 을 제외한 충청, 전라지역 까지 크게는 25%까지 감소하는 것으로 나타났 다.

내장객수를 살펴보면 홀 당 내장객수는 감소하는 반면 내장객수가 증가 한 것은 신규 골프장의 증가가 그 원인인 것으로 나타났다.

표 2. 지역별 내장객 현황

(단위 :명)

지 역	홀당 내장객수		내장객 수	
	2008.6	2007.6	2008.6	2007.6
강원	335	307	132,847	107,668
경기	459	479	874,985	891,859
경북	411	427	158,997	115,324
경남	440	474	197,948	200,637
전북	363	395	32,679	28,450
전남	362	474	61,826	80,984
충북	411	493	110,997	93,144
충남	412	484	88,975	78,373
제주	231	261	108,003	108,101
계	406	435	1,767,257	1,704,537

출처 : 한국골프장경영협회, 2008

표 3. 골프장 수 및 내장객 증감률 현황

(단위:개소,명,%)

년 도	골프장수	내장객수	증감율	비 고
1983년도	24	1,152,405	3.9%	
1984년도	27	1,316,515	14.2%	
1985년도	27	1,530,417	16.2%	
1986년도	33	1,908,765	24.7%	
1987년도	36	2,173,936	13.9%	
1988년도	39	2,685,685	23.5%	
1989년도	42	3,201,691	19.2%	
1990년도	46	3,232,183	1.0%	
1991년도	51	3,813,695	18.0%	
1992년도	59	4,899,968	28.5%	
1993년도	69	5,276,611	7.7%	
1994년도	74	6,091,752	15.4%	
1995년도	83	7,031,228	15.4%	
1996년도	86	7,586,142	7.9%	
1997년도	92	8,165,978	7.6%	
1998년도	97	7,042,091	-13.8%	
1999년도	108	8,615,792	22.3%	
2000년도	114	9,760,768	13.3%	
2001년도	117	10,262,439	5.1%	
2002년도	120	11,169,522	14.4%	
2003년도	129	11,733,670	5.1%	
2004년도	140	12,622,170	7.6%	
2005년도	151	13,213,890	4.69%	
2006년도	165	14,044,505	6.29%	
2007년도	184	15,735,525	12.03%	

출처 : 한국골프장경영협회, 2008

지난 20여 년간의 골프장 내장객 수를 살펴보면, 경제적 부흥기인 1980년대 중반기와 경제적 성숙기인 2000년대 들어서 골프장 내장객수가 급증하였음을 알 수 있다. 반면 경제적으로 혼란기인 1990년 후반기에는 IMF 여파로 인하여 일시적이지만 골프장 내장객이 현격하게 격감하였다. 그 후 국가경제가 회복기에 접어들면서 점차적으로 골프장 내장객 수가 증가하였다. 골프내장객 수와 국가경제는 항상 밀접한 관계가 있는 반면 국가 체육장려정책의 일환으로 2000년도 초반에 골프를 현실화시키고, 골프를 권장하는 분위기를 조성함으로써 국내 골프장 내장객 수가 급상승하였다는 사실을 위 <표 3> 골프장 수 및 내장객 증감률 현황을 통하여 알 수 있다.(김한식, 2006)

4. 현행 골프 연구

골프와 관련된 지금까지 나타나 있는 선행 연구들을 살펴보고자 한다. 골프관련 서비스연구로는 한국의 유시건(1997)을 필두로 김시덕 등(1997)이 골프관련 서비스품질 연구를 진행하여 왔다. 그러나 이러한 연구들은 다소 미흡하다. 골프장 서비스품질 측정에 일반 경영집단을 대상으로 측정하였던 도구를 그대로 이용하면서 골프장 특성을 제대로 반영하지 못하였다는 한계를 가지고 있기 때문이다. 류창현(2007)의 한국골프장의 고객만족도 결정요인의 관한 연구에서는 전국골프장 119개소 대상으로 연구한 결과에 의하면 고객 만족도에 영향을 미치는 요인으로는 골프장이미지와 코스관리 상태로 나타나고 있으며, 최영문(1993)은 만족도가 높을수록 긍정

적 구전 의사 및 재방문의사가 높게 나타난다고 하였다. 하지만 그의 연구에서는 서비스질이 재방문의사에 직접적인 효과는 가지지 않는 것으로 나타났다. 한편, 한효민(1998)은 주제공원 방문자들의 지각된 가격, 지각된 서비스질, 전반적 만족의 경로모형을 검증하여, 관광자의 가격지각 및 지각된 서비스질이 전반적 만족에 영향을 미친다고 하였다.

Baker & Crompton(2000)은 축제를 대상으로 서비스질, 관광자 만족, 행동의도의 관계를 연구한 결과, 성과중심의 척도로 측정된 서비스질이 행동의도에 직접효과와 만족을 통한 간접효과를 가지며, 그 전체 효과는 관광자 만족이 직접효과와 만족을 통한 간접효과를 가지며, 그 전체 효과는 관광자 만족이 행동의도에 미치는 효과보다 크다고 하였다. 또한 서비스질을 측정하는 여러 척도를 비교·분석하여 성과중심의 척도가 가장 우수하다고 주장하였다.

장지적(1994)은 골프장 가격 형성요인에 기초한 개발방향에 관한 연구에서 헤도닉 모형(Hedonic Value Model)을 도출한 후 골프장 개발방향과 평가기준을 마련하고자 하였다. 그는 설문지를 바탕으로 계량화된 평가모형을 도출하여 골프장 개방 개선 방향을 제시하는 데 목적을 두어 본 연구의 목적과는 상이하나, 기본적으로 회원권 가치추정에 Rosen의 이론에 근거한 가격추정 모형의 설정 시 헤도닉 모형(Hedonic Value Model)을 사용하였다는 점에서 참조할 만하다. 사례논문의 연구과정은 19개 골프장을 분석한 후 설정한 평가모형으로 연구 당시인 1989년도에 개장한 골프장 3곳의 회원권 분양가의 적정성을 조사원가에 의한 분양가격과 평가 모형에 의한 회원권가격으로 상호 비교·분석한 것이다. 사용된 속성변수로는 회원수, 골프장까지 소요되는 시간과 거리, 설계의 질, 골프장의 잔디 상태 등이 있다.

류양섭(1997)은 고객만족에 영향을 미치는 속성을 확인하는 데 목적을 마케팅 요소로서 여러 변수를 연구·검토하였다. 그 결과 나타난 변수로는

종업원의 서비스, 부대시설의 수준, 운영과정 중 티업시간, 이용요금의 수준, 교통의 편리성, 소요시간 등이 있다. 강순형(1998)은 제주도 소재 골프장을 이용하는 고객들의 속성을 확인하고 골프장 사업의 발전 방안을 찾고자 이용 시 비용, 부킹의 어려움, 이동거리 및 소요시간, 교통의 불편함, 골프장 내 숙박시설 등으로 나타났는데, 그는 이를 토대로 제주도 관광발전을 위한 골프장의 발전 방안을 제시하였다. 김성현(1999)은 골프 대중화를 위한 의식을 분석하는 데 목적을 두고 연구하였다. 그에 따르면 골프 대중화에 가장 걸림돌이 되는 요소는 골프장 이용요금, 부킹의 어려움, 교통의 불편, 직원들의 불친절 등으로 나타났다. 그는 골프 대중화를 위해 이용요금의 인하, 사회적 이미지 개선, 국가시책의 변화가 이루어져야 한다고 주장하였다.

강훈철(2003)은 제주도 지역에 위치한 골프장을 이용하는 이용객의 골프장 시설 및 서비스에 관한 만족도를 규명하고자 하였다. 그는 만족도에 대한 항목을 예약과 관련된 부킹의 편리성, 골프장 이용요금, 주차시설, 캐디의 능력, 골프장의 조경 및 관리상태, 부대시설, 홀 별 위치의 적정성 등으로 구분하였다. 그에 따르면 골프장 이용객의 만족요인에서 사전예약은 통계적으로 유의하며, 사전예약과 교통편이 골프장을 이용하는 데 가장 중요한 요소로 나타났다.

우기남(2003)은 각 골프장을 대상으로 고객과 서비스 제공자 측면에서 서비스질, 서비스 인지가치, 고객만족, 고객 충성도 간의 인과적 관련성을 검증하고, 각 변수 간의 지각 불일치가 골프장의 선호도에 미치는 영향에 대한 실증분석을 하고자 하였다. 그는 골프장 부대시설, 운영시스템, 직원들의 수준, 주차의 편리성, 코스의 조경 및 관리상태, 접근 용이성, 코스의 디자인 등을 서비스를 좌우하는 변수로 보아 신뢰도를 검정하였다.

소국섭(2005)은 리커트 5점 척도로 골프 참여자들의 주말 여가 형태에

대한 요인 분석과 신뢰도 분석을 이용하여 참여 정도를 보다 적은 수의 요인으로 나타내고, 측정척도의 신뢰성을 검증하였다. 그는 캐디의 친절도, 필드의 조경상태, 부대시설, 전동 카트, 주변관광지와 연계성, 퍼블릭 골프장의 유무, 캐디들의 티업시간 재촉, 부팅의 용이성, 교통접근성 등을 주요 요인으로 다루었다. 박성룡(2004)은 헤도닉 기법을 이용하여 수도권 골프장의 회원권가격 결정요인을 분석 하였으며 사용한 변수는 골프장 방문객 수, 회원 수를 포함하여 총15개였으며 모형을 수립한 후 실증 분석하였다.

서천범(2003)은 해외골프관광객의 증가로 인하여 국내 골프관광에 많은 어려움이 따르고 있다고 연구보고는 자주 언급되었다. 해외 골프관광객의 증가는 국내에서 겨울철에 골프를 치기 어렵고, 비용도 해외가 국내에 비해 상대적으로 저렴하기 때문이나, 겨울철 이외 계절의 해외골프여행객은 국내에서의 골프 부팅 난으로 인해 플레이하기 어렵기 때문이라고 분석된다고 나타나 있다. 또한, 한국관광공사에 따르면 해외여행을 하면서 골프비로 사용한 금액이 지난 2007년 3월과 비교하여 2007년 5월의 조사 결과 2배 이상 증가한 것을 볼 수 있다.(www.knto.or.kr). 이것은 점점 해외로 골프를 즐기러 떠나는 관광객이 많아지고 있다는 것을 증명하는 한 예라고 할 수 있겠다.

김용덕(2002)은 골프장 선택을 위한 결정 속성을 마케팅 믹스요소인 7Ps의 범주로 구체화시켜 소비자를 통해 확인함으로써 골프장 경영자가 효과적으로 골프장 서비스의 마케팅전략을 마련하는 방안을 제시하였다. 그는 골프장 서비스의 마케팅전략을 마련하는 방안을 제시하였다. 그는 골프장 선택의 주요 요인으로 페어웨이 관리상태, 그린피의 가격, 부킹의 편리성, 이정표의 안내, 직원들의 대 고객서비스, 티업 간격, 부대시설의 관리 및 서비스 상태 등 마케팅 믹스요소인 7Ps로 분석하였다.

김찬룡(2006)은 문화적 측면에서 골프 및 골프 관계자들의 ‘노블리스 오블리제’라는 정신을 토대로 먼저 솔선수범하여 적극적으로 지역사회에 대한 다양한 형태의 기여를 하여야 하며, 사회제도적인 측면에서는 정부의 ‘골프는 여가활동의 하나이며, 사회제도적인 측면에서는 정부의 ’골프는 여가활동의 하나이며, 이에 따른 제도적인 규제 및 세금의 완화가 선행되어야 하고, 골프 관계자들도 골프의 다양한 요구를 충족시킬 수 있는 골프 코스의 차별화, 대중 골프장의 증설, 전문 경영인 제도의 도입이 필요하다고 하였다.

이창섭, 이종호(2002)는 골프장이 건설은 결국 골프경기를 위한 새로운 유형의 생태계가 형성되는 것을 의미하는데, 이는 사람의 힘에 의해 자연 상태로 존재해 왔던 삼림생태계가 골프생태계로 변화된 것으로서 설명할 수 있다. 이렇게 되면 주변의 생태계에서도 예측할 수 없는 작용과 반작용을 주고받으며 변화 할 수밖에 없다. 조영권(1999)은 골프장 부지면적 중 골프코스로 개발되는 면적은 전체면적의 60%에 이르고 있으며, 이 개발 면적에 한하여 자연 생태계의 변화는 어쩔 수 없는 현상이다. 이은희(2000)는 18홀의 골프장을 개발할 경우 약 50~60 헥타아르의 토지가 필요하다. 또한 국내 대부분의 골프장이 산지사면을 경기장의 기반 환경으로 하고 있기 때문에 산사태, 토양 유실을 유발하는 것으로 나타났다.

5. 만족도에 관한 연구

가. 고객만족도의 개념

고객만족은 수요자의 효용을 의미하는 것으로 속성상 주관적인 것이어서 개념규정이 매우 어렵다. 이로 인해 고객만족에 대한 정의는 학과에 딸 관심영역이 달라 다른 형태로 규정되고 있다. 또한 “소비 경험 전체를 대상으로 하는가?”와 “상품의 다양한 개별 속성을 대상으로 하는가?”에 따라 다른 형태로 규정되고 있다.

기존 연구에서 정의하고 있는 고객 만족(customer satisfaction) 개념은 만족을 고객들의 인지적인 형상으로 보느냐, 아니면 정서적인 반응으로 보느냐에 따라 다르게 정의될 수 있다고 보았다. “사전 기대와 제품 사용 후 인지된 실제 성능과의 지각된, 불일치에 대한 소비자의 반응”으로 인지적 측면을 강조하기도 하고(Tse & Witon, 1988), “전반적인 시장뿐만 아니라, 쇼핑이나 구매행동 등의 행동패턴, 소매점의 전시상태, 구매되는 제품과 서비스의 사용 결과로 나타나는 감정적 반응“이라고 하는 정서적 측면으로서 고객 만족에 대한 정의를 내리기도 한다.(Wesbrook & Reilly, 1983)

고객만족이란 개념은 1972년 미국 농산부에서 농산품에 대한 소비자만족지수(Index of Consumer Satisfaction ; CSI)를 측정하여 발표한 이후 마케팅 학계에서 독립된 연구영역으로 부상하여 오늘날까지 지속적으로 연구되어 왔다. 고객만족은 기대와 지각된 성과 간의 일치 여부에 따라서 접근하는 관점이 있는데, 지각된 성과가 기대된 성과보다 높을 경우는 만족하게 되고, 지각된 성과가 기대된 성과보다 낮을 경우에는 불만족하게 되며, 지

각된 성과가 기대된 성과와 일치될 경우에는 중립으로 표현하고 있다.(Walker,1995).

보편적으로 사용되는 “만족시킨다(to satisfy)”는 개념은 영어 어휘적 의미로 볼 때 ”가득 차도록 충족시킨다“ (to gratify to the full)는 뜻이다. Oliver(1997)는 만족(Satisfaction)이란 단어는 라틴어의 satis(enough)와 facere(to do or make)에서 파생되었으며, 만족시키는 제품과 서비스는 충분(being enough)한 정도까지 고객이 요구하는 것을 제공할 능력을 가지고 있다는 의미로 보고 있다. 여기서 만족이란 과식(overeating) 또는 과도한 투기(excessive gambling)등과 같은 지나친 결과 수준까지의 충족을 의미하는 것이다.

나. 고객만족의 결정요소

고객만족에 관한 여러 이론들 중 가장 많은 인정을 받고 있는 이론은 기대불일치 이론으로서 불일치 이론이라고도 말한다. 이 이론에서 고객만족은 개인이 느끼는 실제 성과와 기대된 성과 수준과의 차이에 의해 결정된다고 주장하고 있다. 이에 대하여 학자에 따라서 5가지 혹은 4가지의 구성요소를 주장하고 있다.

(1) 비교수준

고객만족의 측정에는 기대가 비교수준으로 사용되는데, 비교기준으로 쓰이는 기대에는 여러 가지가 있을 수 있다. 기대는 보통 고객의 사전경험에 근거해서 형성된 것을 사용하고 있는데 고객과 친밀한 다fms 사람들 즉

친구, 친지 등의 경험이나 광고, 구전 등에 근거해 형성된 것도 사용될 수 있다. 비교기준으로써 가장 빈번히 사용되는 기대는 향후 이용과 경험에 대하여 예상되는 상품 또는 서비스의 효용을 나타낸다고 할 수 있다.

(2) 인지된 성과

인지된 성과는 구매 후 제품 혹은 서비스에 대한 개개인의 실제 사용과 경험에 근거한 주관적 인지를 의미한다. 여기에서 강조되는 점은 인지된 성과는 객관적으로 인정되는 제품 또는 서비스에 대한 성과가 아니라 그것을 직접 경험하는 개인이 생각하는 성과에 대한 평가라는 것이다(Churchill & Superenant, 1982).

(3) 불일치-기대

불일치는 만족에 있어서 매우 중요한 역할을 담당하는 요소이다. 이 요소는 비교기준 즉 기대와 실제성과 사이에서의 인지된 차이를 나타낸다. 만약 성과수준이 기대했던 것과 같지 않다면 불일치 정도는 그것들이 서로 어느 정도 차이가 나는지를 나타내게 된다.

(4) 만족

만족이란 소비자가 제품 또는 서비스의 결과를 예상하고 지불한 비용과 그 댓가를 소비자가 사후에 비교하는 데에서 발생하는 결과라고 할 수 있다. 즉, 만족은 제품 혹은 서비스의 여러 특성들에 대한 만족의 함이라고 간주할 수 있다(Churchill & Superenant., 1982). 따라서 만족은 개인의 주

관적 판단으로써 구성된다고 할 수 있다. 이러한 태도는 예상한 성과와 실제 성과를 서로 비교한 결과에서 나오는 경험에 근거를 두고 있고, 이 경험은 구매 후 소비자의 태도와 재구매의도에 영향을 미친다(Chon, 1990). <그림 2>에서 보는바와 같이 만족은 불일치와 인지된 성과 두 가지 요소에 직접적으로 영향을 받고, 또 비교기준과 인지된 성과 요소에 간접적으로 영향을 받는다고 할 수 있다.



그림 2. 불일치 모델 (Oliver, 1981, pp.25-48).

다. 고객만족의 평가방법

고객만족은 거래한 상품이나 서비스에 대하여 거래나 이용 시의 체험을 평가하여 전체적으로 어떻게 만족하였는가를 측정하고, 이를 바탕으로 만족도를 구성하는 각 요소에 대하여 고객의 평가를 측정하는 것(Rust and Oliver, 1994)이라 할 수 있다. 이상과 같이 기존의 연구를 통한 고객 만족의 정의들을 명확하게 구분하기는 모호한 면이 많다고 볼 수 있다. 또한,

이러한 고객만족의 개면과 기존 모형들의 실용적인 측면을 활용하여 기업 차원의 조사 결과였던 고객만족을 산업차원으로 실용화 한 ACSI(National Quality Research Center, 1995)나 NCSI(Korea Productivity Center, 1997)와 같은 고객만족도 측정 모형들이 최근 개발되었다. 이러한 모형들은 최근 고객만족지수를 측정하여 산업에서 기업을 위한 시장이나 순위 선정에 이용되고 있다. 다음은 대표적인 ACSI와 NCSI 모델에 대해서 살펴본다.

(1) ACSI (American Customer Satisfaction Indices)

University of Michigan Business School의 National Quality Research Center에 의해 지난 1995년 발표된 ACSI는 고객이 중심이 된 측정 시스템으로서 개별 회사와 산업, 경제영역 구리고 국가 경제의 성과를 측정할 수 있는 지표이다. ACSI의 측정 목적은 첫째, 국가적인 차원에서의 고객만족도 척도를 제시하는데 있고, 둘째, 국가뿐만 아니라 개별 회사들에게도 하나의 기준을 제시함으로써 경제적인 수익을 위한 장기적인 척도 또한 제공해 준다. 셋째, 경제적인 결과에 대해 기존의 양적인 관점과는 다르게 이해될 수 있는 정보를 제공하는데 있다.

표 4. 고객만족도 평가모형들

<p>Gronroos (1993)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 지각 품질 = 기대 품질 - 경험 품질 2. 2가지 측면의 품질 고려 <ul style="list-style-type: none"> - Technical quality - Functional quality
<p>National Quality Research Center (1995)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ACSI 2. 과 회사별, 산업별, 국가별 평가 가능 3. ASCI 목적 <ul style="list-style-type: none"> - 국가 차원에서의 고객만족 측정 - 각 기업에 대해 표준 측정 - 현 정량적 관점으로 경제적 결과에 대한 새로운 정보 제공
<p>Korea Productivity Center (1997)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 국가고객만족도(NCSI) 2. 신리성과 완성도 측면에서 우수한 측정 모형 3. 종합적 원인과 결과 분석 가능 4. 고객 만족의 변화에 대한 기업 정보와 기업 수입에서의 영향 파악 가능 5. 기업별, 산업별, 경제영역별, 국가별 비교가능 6. Evaluation by company level, industry level, economic sector level, and national level

출처 : 윤용기(2005). IT 아웃소싱 고객만족도 평가시스템 개발 및 활용에 관한 연구. 박사학위논문. 연세대학교 대학원.

라. 고객만족 이론

고객만족 이론은 경영학의 마케팅 이론가들이 발전시켰다. 물론 현재도

지속적인 개선이 이루어지고 있는 상태이므로, 정의상의 문제가 끊임없이 제기되고 있다. 예를 들면, ‘고객 만족은 소비경험 전체에 대한 평가인가? 전체의 개별 구성요소들에 대한 평가인가? 아니면, 구성요소들에 대한 평가에 근거하여 전체를 평가한 것인가? 구매의사 결정과정이나 소비경험에 관한 것인가?, ‘고객만족은 소비자들에게 허용 가능한 최소의 수준인가? 아니면, 만족의 완전한 수준을 의미하는 것인가?’ 등이 그것이다. 더욱이 만족 태도, 성과 등의 개면들과 유사하거나 밀접한 관계를 맺고 있어 개념상 혼돈이 초래된다. 이와 같이 고객만족 경영에서 목적하는 고객만족의 중요성에도 불구하고 고객만족의 개념에 대한 접근방법은 연구자와 실무자간에 의견이 불일치가 존재하지만 일반적으로 두 가지의 유형으로 분류할 수 있다. 첫째는 결과에 초점을 두고 제품과 서비스를 사용한 소비경험으로부터 얻은 결과의 개념과 둘째는 과정에 초점을 맞추어 개념을 정의할 수 있을 것이다. (Yi Y, 1993). 고객만족도의 측정은 이러한 고객의 결과 지향적 관점에서 다음과 같이 정의할 수 있다. 즉, 고객 만족이 소비경험으로부터 얻을 수 있는 결과라는 것이다.

고객만족이론은 경영학의 마케팅 이론가들을 통해 발전되었다. 그러나 아직도 지속적인 개선이 이루어지고 있는 상태이므로, 고객만족이 무엇인가를 정의함에 있어서 문제가 끊임없이 제기되고 있다. 예를 들면, “고객만족은 소비경험 전체에 대한 평가인가? 전체의 개별 구성 요소들에 대한 평가인가? 아니면 구성 요소들의 평가에 근거하여 전체를 평가한 것인가”, “고객만족은 소비자들에게 허용 가능한 최소의 수준인가? 아니면 만족의 완전한 수준을 의미하는 것인가?” 등이 그것이다. 더욱이 고객만족이 태도, 성과 등의 개면들과 유사하거나 밀접한 관계를 맺고 있어 정의상 혼돈이 초래되고 있다.

마. 만족도 관련 연구

고객 만족 개념에 대한 초기 연구에서는 인지적 상태 또는 주관적 평가 후 만족 또는 불만족 상태가 형성된다는 포괄적인 개념적 정의를 제시하고 있다. 최근 들어 고객 만족에 대한 이론의 정교화가 양적과 질적 진보를 거듭하면서 고객 만족의 개념적 정의는 앞에서 제시한 훌륭한 정의의 기준에 근접한 정교화 된 개념적 정의로 발전해 오고 있다(이병희, 2003).

Howard & Sheth(1969)는 소비자가 치른 대가에 대하여 적절히 혹은 부적절하게 보상되었다고 느끼는 소비자의 인지적 상태라고 정의하고 있으며, Oliver(1981)는 불일치된 기대와 소비자가 소비경험에 대하여 사전적으로 가지고 있었던 감정이 복합적으로 결합하여 발생된 종합적 심리상태로 고객만족을 정의하고 있다.

과정에 중점을 두는 고객만족의 정의를 살펴보면 Hunt(1977)는 소비경험이 최소한 기대했던 것보다 좋았다는 평가로서 고객만족을 정의하고 있으며, Engel & Blackwell(1982)은 선택된 대안이 그 대안에 대한 사전적 신념과 일치되었다는 평가로 정의하고 있다.

Czepiel 과 Rosenberg(1974)는 고객만족이란 “제공된 제품 또는 서비스를 획득하거나 소비함으로써 유발되는 욕구 및 요구를 충족시키는 정도에 대한 소비자의 주관적인 평가”로 정의하였다. Westbrook(1981)은 “특정 제품 또는 서비스를 사용, 소비 및 소유함으로써 얻는 경험의 평가에 대한 소비자의 정서적 반응” 이라고 하였으며, Babin 과 Griffin(1998)은 “불일치와 지각된 성과 등을 포함한 일련의 경험에 대한 평가 결과에 따라 유발되는 정서”라고 정의하였다.

표 5. 선행연구에서 제시된 고객 만족의 개념적 정의

연구자	정의	속성
Howard & Sheth (1969)	구매자가 치른 대가에 대해 보상되었다고 느끼는 인지적 상태	인지적 상태
Czepiel & Rosenberg	고객의 욕구들 충족시키는 정도에 대한 소비자의 주관적 평가	인지과정 이후 형성되는 소비자의 평가
Hunt (1977)	사전기대와 실제 소비 경험의 일치 여부에 대한 평가	
Engel & Blackwell (1982)	사전신념과 선택대안의 일치 여부에 대한 평가	
Westbrook (1981)	구매 후 유발되는 정서적 반응	
Westbrook & Reily (1988)	구매경험에 대한 정서적 반응	정서적 반응
Tse & Wilton (1988)	사전 기대와 제품이 실제 성과간의 차이에 대한 반응	
Spred 등 (1996)	제품 또는 서비스 경험에 대한 정서적 반응으로써 감정적 상태	
Babin & Griffin (1998)	일련의 경험에 대한 평가 결과 유발되는 정서적 반응	
Oliver (1997)	충족상태와 대한 반응 제품 : 서비스의 특성 또는 제품 : 서비스 자체가 소비에 대한 충족상태를 미충족 또는 과충족 수준을 포함하여 유쾌한 수준에서 제공하거나 제공하였는가에 대한 판단	

Ⅲ. 연구 방법

본 연구는 골프장의 고객을 대상으로 골프장 고객 만족 경영을 위한 골프장 운영서비스, 코스설계, 관리에 대한 고객의 만족도를 규명하는데 그 목적이 있다. 골프장 고객 만족도 규명을 통하여 골프장에 대한 만족도와 재방문의사, 그리고 타인에 대한 추천을 통해 재방문 창출을 위한 시사점을 얻는 것이다. 즉, 골프장의 운영 개선을 통한 재방문 창출에 필요한 고객 만족을 위해 운영서비스, 코스설계, 관리 부문 경쟁력 방안을 위한 기초자료를 제시하는 것이 본 연구의 목적이다.

이 연구의 절차와 관련하여 연구대상, 조사도구, 조사절차 및 자료처리 방법은 다음과 같다.

1. 조사 대상

본 연구의 대상은 경남·울산 소재한 골프장 일부를 대상으로 모집단을 선정하였다. 표집방법은 비확률표본추출법(non-probability sampling method) 중 한 방법인 편의표본추출법(convenient sampling method)을 사용하였다. 총 대상자 수는 400명이었으나 설문지 스크린을 통해 불성실하게 응답한 설문지 54부를 제외한 346명의 설문지를 본 연구의 목적을 달성하기 위해 이용하였다. 본 연구의 인구 통계학 대상을 살펴보면 총346명중 남자 269명(77.7%), 여자 77명(22.3%)으로 나타났고, 연령은 20대에서

60대 사이에 분포되었으며, 학력분포는 고졸이하 64명(18.5%), 전문대졸 100명(28.9%), 대졸 163명(47.1%), 대학원 이상 19명(5.5%)이었으며, 직업은 자영/경영업이 127명(36.7%), 전문직이 66명(19.1%), 사무/관리직 46명(13.3%) 순이며, 학생이 5명(1.4%)으로 가장 낮게 나타났다. 수입에서는 400~500백만원미만이 116명(33.5%)으로 가장 높게 나타났으며, 200~300백만원이 18명(5.2%)로 가장 낮게 나타났다. 회원권은 비회원인 160명(46.2%)이며, 주중회원이 90명(26%)로 나타났으며, 타골프장 회원은 22명(6.4%)로 가장 낮게 나타났다. 골프경력은 6~9년이 150명(43.4%)으로 가장 높게 나타났으며, 1년미만이 4명(1.2%)으로 가장 낮게 나타났다. 골프실력은 82타~90타가 176명(50.9%)로 가장 높게 나타났으며, 72타이하는 1명(3%)로 가장 낮게 나타났다.

표 6. 연구대상의 인구통계학적 특성

	구분	빈도(%)	계
성별	남	269(77.7)	346(100)
	여	77(22.3)	
연령	20대	7(2)	346(100)
	30대	36(10.4)	
	40대	147(42.5)	
	50대	121(35)	
	60대	35(10.1)	
학력	고졸이하	64(18.5)	346(100)
	전문대졸	100(28.9)	
	대졸	163(47.1)	
	대학원이상	19(5.5)	
직업	학생	5(1.4)	346(100)
	사무/관리직	46(13.3)	

	농업,어업	6(1.7)	
	기능직	26(7.5)	
	판매/서비스	27(7.8)	
	전문직	66(19.1)	
	자영/경영	127(36.7)	
	주부	35(10.1)	
	무직	8(2.3)	
수입	200~300만원미만	18(5.2)	346(100)
	300~400만원미만	96(27.7)	
	400~500만원미만	116(33.5)	
	500~600만원미만	41(11.8)	
	600만원이상	75(21.7)	
회원권	정회원	43(12.4)	346(100)
	법인회원	31(9)	
	주중회원	90(26)	
	보유하지않음	160(46.2)	
	타골프장 회원	22(6.4)	
경력	1년미만	4(1.2)	346(100)
	1~3년	28(8.1)	
	4~5년	121(35)	
	6~9년	150(43.4)	
	10년 이상	43(12.4)	
실력	72타이하	1(3)	346(100)
	73타~81타	31(9)	
	82타~90타	176(50.9)	
	90타~100타	101(29.2)	
	100타~110타	23(6.6)	
	110타이상	14(4)	

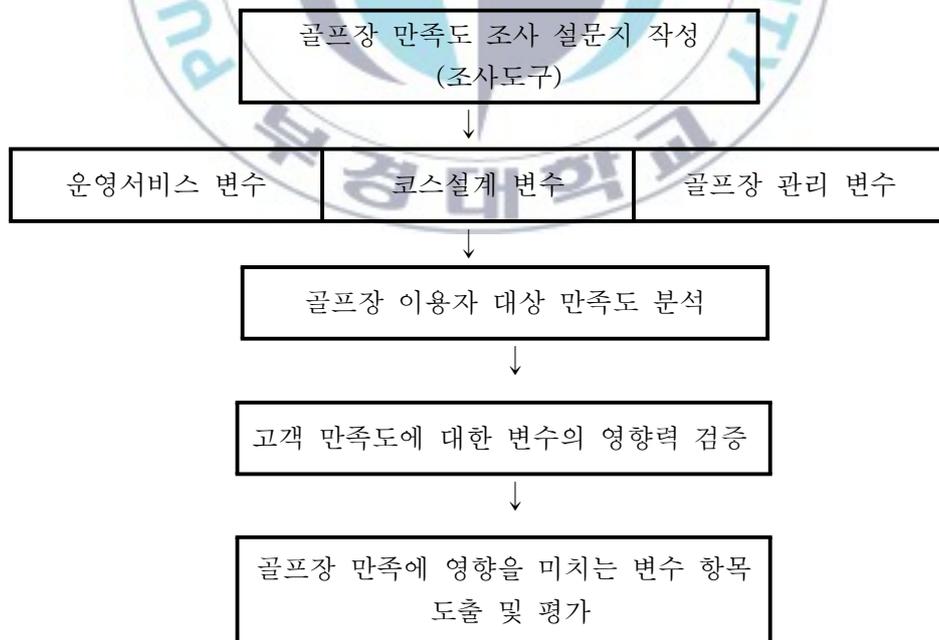
2. 조사 방법 및 도구

가. 조사 방법

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 골프의 만족을 결정짓는 독립변수인 운영서비스, 골프코스 설계, 골프장 관리로 크게 분류하고 각 분야별 하위 변수로 세분하여 이용자의 만족도를 평가하였다.

본 연구의 설문조사는 설문지의 응답율을 높이기 위해서 골프장 이용자를 대상으로 골프장을 직접 방문한 응답자가 기재한 후 회수 하였다.

골프장 만족도 조사 설문지 작성 (조사도구)



나. 조사도구

본 연구에서 사용된 조사 도구는 설문지 방식을 사용하였고 설문지 구성은 인구 통계적 특성과 각 변인들의 설문 문항은 다음과 같다.

독립변인은 크게 운영서비스, 골프코스 설계, 골프장 관리 3요인으로 류창현(2007)이 사용했던 문항들을 수정·보완하여 본 연구에 사용하였다. 첫째 운영서비스의 하위변인으로는 종업원의 서비스, 예약의 편의성 및 회원관리 시스템, 메뉴의 다양성, 이용요금의 적정성 등이 있으며, 골프코스 설계의 하위변인으로는 입지선정 및 접근의 편의성, 전체적인 골프장 설계 및 난이도, 그린설계의 적정성, 페어웨이설계의 적정성, 주차장 동선의 편의성이 있으며, 골프장 관리의 하위변인으로는 코스 내 잔디상태, 코스의 미적상태로 나누어져 있다.

표 7. 설문지의 구성

변인	구성내용	문항수
인구통계학적 특성	성별, 연령, 학력, 직업, 수입, 회원권, 경력, 실력	8
운영서비스	종업원서비스 6, 예약 3, 메뉴3, 요금 4	16
골프코스설계	접근성 3, 난이도 6, 그린/페어웨이 4 주차장 2	15
골프장 관리	관리상태 4, 미적 3	7
만족도	종합적인 골프장 만족도	3
소계		49

3. 조사 기간

가. 문헌연구 및 논문 설정 : 2007. 12 ~ 2008. 3

나. 자료수집 및 문헌연구 : 2007. 3 ~ 2008. 5

다. 논문계획서 작성 : 2008. 5 ~ 2008. 7

라. 설문지 조상 : 2008. 6 ~ 2008. 9

마. 자료정리 및 통계처리 : 2008. 9 ~ 2008. 10

바. 논문작성 : 2008. 10 ~ 2008. 11

4. 타당도

본 연구에서 사용된 설문지 구성이 자체적으로 개발한 것이 아니라 선행연구를 기초로 하여 각 변인별 다 항목 문항으로 만든 질문지이기 때문에 이 연구에 적합하게 구성이 되었는지를 판별하기 위해 타당도를 측정하였다.

타당도 검사는 내용 타당도(content validity)와 개념 타당도(construct validity)로 실시하였다. 내용 타당도를 측정하기 위해서 스포츠 계열 교수 2명과 박사과정 생 2명이 본 연구의 적합성 여부를 측정하였고, 그 후 수정·보완된 설문지를 스포츠 경영을 전공한 교수가 조언을 주어 내용 타당도를 보았으며, 내용 타당도를 거친 설문지의 개념 타당도를 측정하기 위해 탐색적 요인 분석(exploratory factor analysis)을 이용하였다.

이 연구에서 사용된 종속변수(만족도)로 구성되어 있고 독립변인(운영서비스, 골프코스 설계, 골프장 관리)으로 구성되어 각 종속변수별로 탐색적 요인분석을 실시하였다. 만족도변수를 종속변수로 둔 요인분석을 측정하기

위해 표본의 적합도를 알아보기 위해 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 지수를 보았다. 운영서비스에서는 KMO=.870으로 표본을 충족시켰고, 변인간의 상관행렬을 측정하기 위해 Bartlett's test를 본 결과 p=.00으로서 단위행렬이 아니라고 측정되었다.

탐색적 요인분석 시 직교회전 방식 중 베리맥스(varimax)방식을 사용했고 고유치(eigenvalue)값이 1이상인 요인들로만 채택되었다. 설문지의 타당도 측정은 <표 8>과 같다.

표 8. 운영서비스에 관한 탐색적 요인분석 결과

문항	요인1	요인2	요인3	요인4
종업원서비스1	.807			
종업원서비스2	.784			
종업원서비스3	.791			
종업원서비스4	.684			
종업원서비스5	.748			
종업원서비스6	.778			
예약1				.687
예약2				.847
예약3				.874
메뉴1			.758	
메뉴2			.820	
메뉴3			.759	
요금1		.714		
요금2		.828		
요금3		.855		
요금4		.645		
고유치	3.751	2.747	2.412	2.232
%분산	23.443	17.167	15.074	13.951
누적%	23.433	40.611	55.685	69.636

골프코스설계에서는 KMO=.817으로 표본을 충족시켰고, 변인간의 상관행렬을 측정하기 위해 Bartlett's test를 본 결과 p=.00으로서 단위행렬이 아니

라고 측정되었다.

탐색적 요인분석 시 직교회전 방식 중 베리맥스(varimax)방식을 사용했고 고유치(eigenvalue)값이 1이상인 요인들로만 채택되었다. 설문지의 타당도 측정은 <표 9>과 같다.

표 9. 골프코스설계에 관한 탐색적 요인분석 결과

문항	요인1	요인2	요인3	요인4
접근성1			.838	
접근성2			.859	
접근성3			.820	
난이도1	.622			
난이도2	.757			
난이도3	.601			
난이도4	.574			
난이도5	.647			
난이도6	.697			
그린밋페어웨이1		.722		
그린밋페어웨이2		.668		
그린밋페어웨이3		.736		
그린밋페어웨이4		.728		
주차장1				.912
주차장2				.921
고유치	2.863	2.444	2.327	1.794
분산(%)	19.084	16.292	15.513	11.963
누적(%)	19.084	35.376	50.889	62.852

골프장관리에서는 KMO=.813으로 표본을 충족시켰고, 변인간의 상간행렬을 측정하기 위해 Bartlett's test를 본 결과 p=.00으로서 단위행렬이 아니라고 측정되었다.

탐색적 요인분석 시 직교회전 방식 중 베리맥스(varimax)방식을 사용했고 고유치(eigenvalue)값이 1이상인 요인들로만 채택되었다. 설문지의 타당도 측정은 <표 10>과 같다.

표 10. 골프장 관리에 관한 탐색적 요인분석 결과

문항	요인1	요인2
관리상태1	.763	
관리상태2	.684	
관리상태3	.701	
관리상태4	.752	
미적1		.795
미적2		.830
미적3		.788
고유치	2.258	2.078
분산(%)	32.262	29.681
누적(%)	32.262	61.943

5. 신뢰도

운영서비스 신뢰도 검사를 위해 Cronbach's Alpha Coefficient 값을 보았다.

<표 11> 에서 보는 바와 같이 Cronbach's Alpha 값이 .820에서 .880으로 나타났다. 따라서 본 연구의 설문지는 신뢰할 수 있는 것으로 나타났다. 설문지의 타당도 측정은 <표 8> 과 같다.

표 11. 운영서비스 요인별 신뢰도 분석결과

변인	문항수	Cronbach's α
종업원서비스	6	.880
예약	3	.820
메뉴	3	.823
요금	4	.858

코스설계 신뢰도 검사를 위해 Cronbach's Alpha Coefficient 값을 보았다.

<표 12> 에서 보는 바와 같이 Cronbach's Alpha 값이 .769에서 .897으로 나타났다. 따라서 본 연구의 설문지는 신뢰할 수 있는 것으로 나타났다. 설문지의 타당도 측정은 <표 9>과 같다.

표 12. 코스설계 요인별 신뢰도 분석결과

변인	문항수	Cronbach's α
접근성	3	.829
난이도	6	.780
그린/페어웨이	4	.769
주차장	2	.897

골프장 관리 신뢰도 검사를 위해 Cronbach's Alpha Coefficient 값을 보았다. <표 13> 에서 보는 바와 같이 Cronbach's Alpha 값이 .769에서 .897으로 나타났다. 따라서 본 연구의 설문지는 신뢰할 수 있는 것으로 나타났다. 설문지의 타당도 측정은 <표 10>과 같다.

표 13. 골프장 관리 요인별 신뢰도 분석결과

변인	문항수	Cronbach's α
상태관리	4	
미적	3	

또한, 다중 회귀분석을 통하여 가설검증 실시 전에 각 변인간의 관련성을 보기 위해 단순상관관계를 분석하였다. 연구 변인 간 상관계수가 각 변인들간 .80보다 작게 나타나 다중공선성의 문제는 없는 것으로 나타났다.

각 변인(운영서비스)간의 상관계수는 <표 14>과 같다.

표 14. 운영서비스 변인간의 상관관계행렬

	만족요인	종업원서비스	예약성	음식메뉴	요금요인
만족요인					
종업원 서비스	.345**				
예약성	.440**	.367**			
음식메뉴	.405**	.366**	.396**		
요금요인	.467**	.315**	.483**	.578**	

각 변인(코스설계)간의 상관계수는 <표 15>과 같다.

표 15. 코스설계 하위변인과 만족도의 상관관계행렬

	만족요인	접근요인	난이도요인	그린 및 페어웨이	주차요인
만족요인					
접근요인	.136*				
난이도요인	.550**	.168**			
그린 및 페어웨이	.558**	.207**	.591**		
주차요인	.126*	.426**	.154**	.166**	

각 변인(골프장 관리)간의 상관계수는 <표 16>과 같다.

표 16. 골프장 관리 변인간의 상관관계행렬

	만족요인	상태관리	미적요소
만족요인			
상태관리	.604**		
미적요소	.440**	.485**	



6. 자료처리

본 연구의 목적을 수행하기 위해 346부의 설문지를 이용하여 각 특성에 맞게 통계 프로그램을 사용하였다. 인구 통계학적 특성에 빈도분석을 이용하였고, 신뢰도 분석 방법에서는 Cronbach's Alpha를 이용하였으며, 구성개념에 대한 것은 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 사용하였고, 각 요인간의 상관관계를 보기 위해 상관관계를 보았다. 또한 본 연구에서 설정한 연구문제를 검증하기 위해 SPSS ver 10.0을 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 이용하였다.



IV. 결과 및 논의

1. 결과

본 연구에서는 운영서비스, 골프코스 설계, 골프장 관리가 종속변수인 만족도에 어떠한 영향을 미치는 지를 알아보고자 한다. 이 결과를 도출하기 위해 다중회귀분석을 이용하였다. 다중회귀식의 가정에 충족한 조건을 갖춘 것인지를 확인하기 위해 분산의 동질성, 다중공선성, 잔차의 독립성을 검증한 결과 본 연구에 사용된 회귀식이 적절한 조건을 가진 것으로 사료된다.

운영서비스, 골프코스 설계, 골프장 관리가 만족도에 미치는 영향은 <표 17>에 제시된 바와 같다.

표 17. 운영서비스요인이 만족도에 미치는 영향의 회귀분석 결과

모형	R	R ²	adjusted R ²	SE
1	.557 ^a	.311	.303	.44344

모형 a. 예측값: (상수), 종업원 서비스, 예약요인, 메뉴요인, 요금요인
b. 종속변수: 만족도

모형	B	SD	β	t	P
1(상수)	1.345	.183		7.339	.000 ^{***}
종업원 서비스	.138	.049	.142	2.832	.005 ^{***}
예약요인	.182	.044	.221	4.136	.000 ^{***}
메뉴요인	.103	.047	.124	2.174	.030 ^{***}
요금요인	.188	.045	.244	4.166	.000 ^{***}

계수 a. 종속변수 : 골프장 운영서비스에 대한 만족도

** :p<.05 *** :p<.001

운영서비스요인이 만족도에 미치는 영향에 대한 회귀선의 적합도를 분석한 결과 $F=111.140$ 으로 $p<.001$ 수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀분석의 결정계수를 검정한 결과, $R^2=.331$ 로 통계에 이용된 변인들의 33%가 표준회귀선에 적합하다고 할 수 있다. 즉, 총 변량의 33%를 설명하고 있는 것으로 분석되었다.

그리고 운영서비스 하위요인에 따라서 운영서비스의 만족도에 얼마만큼 변화하는가를 알 수 있는 회귀계수는 요금요인($\beta=.244$), 예약요인($\beta=.221$), 종업원 서비스($\beta=.142$), 메뉴요인($\beta=.124$)순으로 나타났다.

운영서비스요인이 만족도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석 결과를 도식화 하면 다음과 같다.

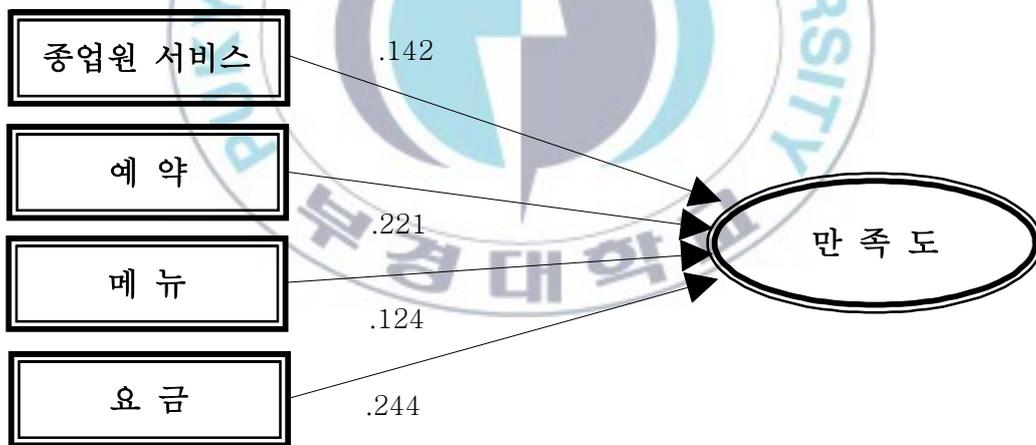


그림 3. 골프장 운영서비스 요인과 고객 만족도

표 18. 골프코스설계요인이 만족도에 미치는 영향의 회귀분석 결과

모형	R	R ²	adjusted R ²	SE
1	.621 ^a	.386	.379	.41851

모형 a. 예측값: (상수), 접근요인, 난이도요인, 그린 및 페어웨이 요인, 주차요인

b. 종속변수: 만족도

모형	B	SD	β	t	P
1(상수)	.684	.231		2.961	.003
접근요인	.000	.043	.000	-.006	.995
난이도요인	.471	.065	.338	6.413	.000***
그린및페이웨이요인	.366	.055	.355	6.687	.000***
주차요인	.014	.043	.015	.320	.749

계수 a. 종속변수 : 골프코스설계에 대한 만족도

** :p<.05 *** :p<.001

골프코스설계요인이 만족도에 미치는 영향에 대한 회귀선의 적합도를 분석한 결과 $F=38.438$ 으로 $p<.001$ 수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀분석의 결정계수를 검정한 결과, $R^2=.386$ 로 통계에 이용된 변인들의 39%가 표준회귀선에 적합하다고 할 수 있다. 즉, 총 변량의 39%를 설명하고 있는 것으로 분석되었다.

그리고 골프코스설계 하위요인에 따라서 골프코스설계의 만족도에 얼마만큼 변화하는가를 알 수 있는 회귀계수는 그린 및 페어웨이요인($\beta=.366$), 난이도요인($\beta=.138$), 순으로 나타났다.

골프장 코스 설계요인이 만족도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석 결과를 도식화 하면 다음과 같다.

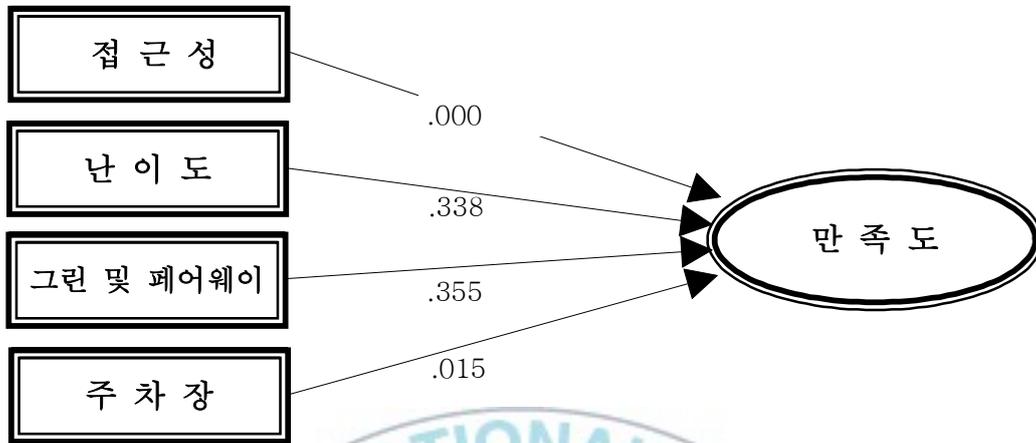


그림 4. 골프코스설계요인 과 고객 만족도

표 19. 골프장관리요인이 만족도에 미치는 영향의 회귀분석 결과

모형	R	R ²	adjusted R ²	SE
1	.627 ^a	.393	.390	.41486

모형 a. 예측값: (상수), 상태관리요인, 미적요인

b. 종속변수: 만족도

모형	B	SD	β	t	P
1(상수)	.820	.178		4.613	.000***
상태관리 요인	.544	.051	.510	10.616	.000***
미적요인	.182	.044	.221	4.136	.000***

계수 a. 종속변수 : 골프장 관리에 대한 만족도

** :p<.05

*** :p<.001

골프장관리요인이 만족도에 미치는 영향에 대한 회귀선의 적합도를 분석한 결과 $F=111.140$ 으로 $p<.001$ 수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀분석의 결정계수를 검정한 결과, $R^2=.393$ 로 통계에 이용된 변인들의 33%가 표준회귀선에 적합하다고 할 수 있다. 즉, 총 변량의 33%를 설명하고 있는 것으로 분석되었다.

그리고 골프장관리 하위요인에 따라서 골프장관리의 만족도에 얼마만큼 변화하는가를 알 수 있는 회귀계수는 상태관리요인($\beta=.544$), 미적요인($\beta=.182$), 순으로 나타났다.

골프장관리요인이 만족도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석 결과를 도식화 하면 다음과 같다.

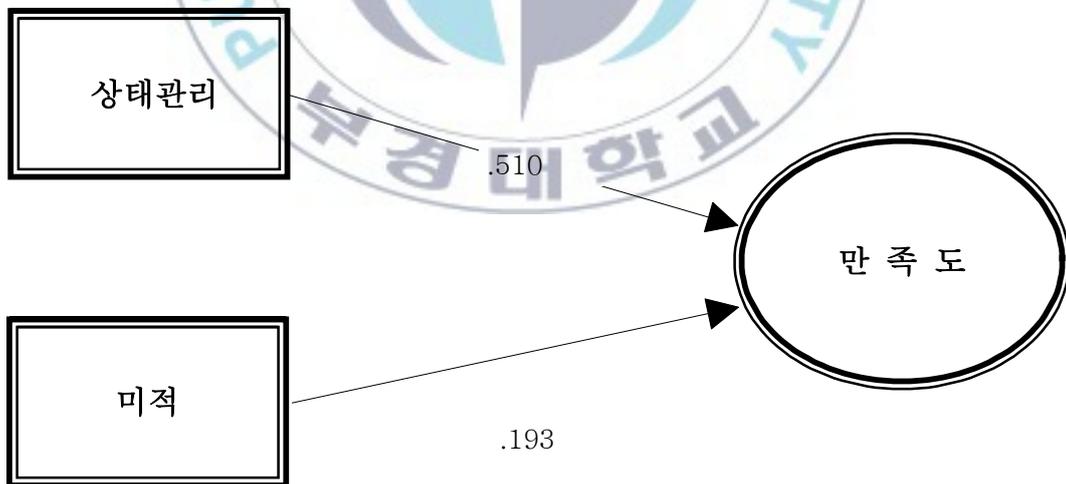


그림 5. 골프장 관리요인 과 고객 만족도

2. 논 의

본 연구는 경남·울산 골프장의 운영서비스, 골프코스 설계, 골프장 관리가 고객 만족도에 미치는 영향을 규명하는 것이 목적이다. 분석결과 운영서비스에 있어 직원의 친절성, 예약의 편의성, 메뉴의 다양성, 요금의 적절성에 있어 만족도에 모두 긍정적인 반응이 있다는 것으로 나타났다. 또한, 골프코스설계에 있어 코스의 난이도, 그린 및 페어웨이의 적절성요인에 있어 만족도에 모두 긍정적인 반응이 있다는 것으로 나타났지만, 접근성 요인과 주차장 요인은 통계적으로 유의하지 않고 만족하지 않는 것으로 나타났다. 마지막으로 골프장 관리요인에 있어 관리 상태와 미적부문에서도 긍정적인 만족도 반응이 있는 것으로 나타났다. 이에 경남·울산 골프장 고객 만족도에 대해 본 연구 결과가 가지는 의의를 살펴보기 위해 선행연구를 바탕으로 다음과 같이 논의 하였다.

가. 골프장 운영서비스와 고객 만족도의 인과관계

경남·울산 골프장을 내장한 고객들을 대상으로 골프장의 운영서비스가 만족도에 미치는 영향을 조사한 결과 운영서비스에 대하여 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 조사결과 고객들은 직원친절, 예약의 편의성, 메뉴, 요금의 적절성 대하여 대체로 긍정적인 반응을 나타낸 것으로 나타났다. 이용된 변인들의 구체적인 영향관계에 대한 회귀계수 설명값이 31.1%로 나타났다.

본 연구 결과를 보면, 운영서비스부문에 있어서는 대부분의 참여자들이 요금요인($\beta=.244$)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 예약요인($\beta=.221$),

종업원 서비스($\beta=.142$), 메뉴요인($\beta=.124$)순으로 나타났다. 이와 같은 결과는 골프를 즐기는데 필요한 비용이 부담이 안 되고 있음을 알 수 있다.

류창현(2007)의 연구는 한국 골프장 고객 만족도에 영향을 주는 결정요인에 관한 연구로서 이 연구 결과에 의하면 운영서비스의 하위 요인들은 고객만족도에 결정요인으로 통계적으로 유의한 영향을 미친다고 지적하고 있다. 보다 자세히 살펴보면, 예약 요인, 식음료 서비스, 직원 서비스, 이용요금 요인 순으로 고객 만족도의 결정요인으로 나타났다.

본 연구 결과와 류창현(2007)의 연구 결과는 운영서비스 요인이 만족도에 영향을 주는 주요한 요인이라는 의견에는 일맥상통하는 연구 결과라고 사료되지만, 세부적인 하위요인별로는 다른 결과를 존재하고 있는 것을 알 수 있다. 즉 본 연구결과에서는 요금 요인이 가장 중요한 요인으로 인식되고 있었고 류창현(2007)의 연구에서는 예약 요인이 가장 중요한 요인으로 조사되었다. 이는 아마도 지역적인 문제로 사료된다. 본 연구의 조사 지역은 경남 및 울산 지역으로 한정되었고 류창현(2007)의 연구는 인구 밀집도가 높은 서울 및 경기도 일대를 상대로 연구 조사 지역으로 인해 수도권 일대는 골프장 예약이 쉽지 않은 실정으로 사료되어 예약 요인이 상대적으로 중요한 요인으로 사료되고 본 연구 결과 요금 요인의 골프장 수준과 이미지등은 수도권 골프장과 차이가 없는 상태에서 상대적으로 이용요금이 저렴한 것으로 인식되어 이러한 결과를 도출한 것으로 생각한다.

그 다음으로 본 연구 결과는 예약 요인이 중요한 요인으로 인식되었고 종업원 서비스 요인, 마지막으로 메뉴 요인이었다. 류창현(2007)의 연구에서는 식음료 서비스, 직원 서비스 요인, 그리고 마지막으로 이용요금 요인으로 나타났다.

즉 이러한 결과를 살펴보면, 골프장 서비스는 고객만족도에 미치는 매우 중요한 요인임을 알 수 있다. 이러한 결과는 강호정 등(2002)은 스케이팅장

의 서비스질(약속이행,고객응대, 접근용이, 예상외 혜택)은 고객만족에 통계적으로 유의한 영향을 미친다는 연구결과와 일치하고 있으며, 김상국과 임태식(1999)은 상업용 스포츠센터의 서비스품질(시설이용의 편의성, 종사원 이미지, 운영의 효율성, 제공서비스, 이용의 편의성, 교육서비스)은 고객만족도와 밀접한 관계가 있다는 연구결과를 지지하였다. 또한 이남미와 이근모(2003)는 개별 스포츠 종목인 스키장의 서비스품질(이용편의성, 접근용이성, 프로그램, 시설, 종사자)은 스키수업참가 대학생들의 스키수업만족에 유의한 긍정적 영향을 미친다고 하였으며, 조송현(2002)은 참여스포츠 서비스품질은 고객만족에 유의한 긍정적인 영향을 미친다는 연구의 결과와 그 맥을 같이 하고 있다.

나. 골프 코스설계요인과 고객 만족도요인과의 인과관계

경남·울산 골프장을 내장한 고객들을 대상으로 골프 코스설계가 만족도에 미치는 영향을 조사한 결과 두 개의 요인(난이도 요인 및 그린 및 페어웨이 요인)이 통계적으로 유의하게 만족하는 것으로 나타났고, 나머지 두 개의 요인(접근성 요인 및 주차 요인)은 통계적으로 유의하지 않게 만족하지 않는 것으로 나타났다.

류창현(2007)의 연구를 살펴보면, 골프 설계 요인의 하위 영역 요인들은 통계적으로 유의한 고객 만족도 결정요인으로 설명하고 있다. 구체적으로는 코스 구성이 가장 높게 고객 만족도에 미치는 결정요인으로 나타났고, 그린 및 페어웨이의 특성 요인이 그 다음으로 나타났고, 마지막으로 접근성 요인으로 나타났다.

이정호(2007)는 최근에 신설되는 골프장은 골프코스의 거리를 가급적 길

게 하고, 난이도를 높게 함으로서 전략적인 코스로 조성하고 있다. 그러나 오래전에 건설된 골프장은 코스의 거리가 짧고, 페어웨이 폭이 넓으며 그린 또한 완만하게 조성되어 코스에 대한 특징이 없으므로 골프에 대한 흥미와 즐거움을 주지 못하고 있는 실정이다.

본 연구와 류창현(2007)의 연구를 비교 분석 할 때 난이도 요인과 그린 및 페어웨이 요인에서는 같은 결과 즉 고객 만족도에 영향을 주는 중요한 결정요인으로 인식되었다. 그러나 본 연구 결과에서 접근성 요인과 주차 요인에서는 통계적으로 만족하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 이는 류창현(2007)의 연구와는 상반되는 연구 결과이다. 본 연구 조사 골프장 특성을 살펴보면 접근성에 다소 어려운 문제가 있는 것으로 사료된다. 즉 조사 지역 골프장이 골퍼들에게 이 지역 근방에 있는 골프장 보다 쉽게 접근하는 게 다소 시간이 더 걸리며 산 정상에 위치하기 때문으로 사료된다.

김용만(2002)은 지리적 위치는 접근의 용이성에 크게 영향을 미친다고 하였다. 골프장의 서비스품질 하위차원으로서의 접근용이성은 골프장 소재지로 골프를 치러가기 위하여 투자하는 시간을 의미한다. 한국골프장신문(2007)에 의하면 접근용이성이 골프회원권 가격에 미치는 영향력이 크다고 하였다. 또한 문영래(1999)는 골프장 회원권 추천의사에 미치는 요인으로 예약과 골프장의 위치 및 접근성이라고 하여 접근성 요인의 중요성을 강조하였다. 유양섭은(1997)은 골프장의 입지조건은 고객만족에 영향을 주는 요인이라고 하여 이 연구 결과와 맥을 같이 하고 있다.

우제철(2006)은 골프장 이용자 만족에 영향을 미치는 요인은 코스시설요인, 경기결과(스코어), 운영서비스 만족의 순이었으며, 코스시설요인의 세부 항목으로는 골프장의 전체이미지와 골프코스(레이아웃)에 대한 만족, 그리고 골프코스의 경관구성(조경 및 조형)만족, 골프코스의 관리상태에 대해 만족 항목에 의해 이용자의 코스시설 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타

났다.

다. 골프장 관리와 고객 만족도의 인과관계

경남·울산 골프장을 내장한 고객들을 대상으로 골프장 관리가 만족도에 미치는 영향을 조사한 결과 골프장관리에 대하여 긍정적인 만족도 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 조사결과 고객들은 골프장 관리 상태요인 그리고 골프장 미적 요인에 대하여 대체로 긍정적인 만족도 반응을 나타낸 것으로 나타났다. 이용된 변인들의 구체적인 영향관계에 대한 회귀계수 설명값이 39.3%로 나타났다. 골프장관리부문에 있어서는 대부분의 참여자들이 관리상태요인($\beta=0.544$)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 미적요인($\beta=0.182$), 순으로 나타났다.

본 연구 결과에 따르면 본 연구 조사 지역 골프장에 참여한 고객들에 반응은 골프장 관리 상태에 대해서는 긍정적인 만족감을 나타내고 있다. 이는 골프장 관리가 고객들에게 편리하고 만족감을 주는 관리 서비스가 제공되었다고 볼 수 있고 또한 이곳에서 프로 경기가 매년 열리는 곳이라 골프장 관리 상태는 다른 곳보다 심혈의 주의를 하는 것으로 사료된다.

또한 미적 요인도 만족도를 측정할 수 있는 요인으로 볼 수 있다. 이는 골프장에의 조경 상태, 코스의 심미성, 그리고 코스의 환경친화 등의 요인들에 관한 측정으로 고객들에게 이러한 부분에서는 만족감을 주는 것으로 사료된다.

이러한 골프장 관리 요인은 류창현(2007)의 연구와 같은 결과를 보여주고 있다.

V. 결 론 및 제 언

1. 결 론

본 연구의 목적은 경남·울산 골프장의 운영서비스, 골프코스 설계, 골프장 관리가 고객 만족도에 미치는 영향을 규명하는 것이다. 이 목적을 달성하기 위해 설문지에 사용된 요인별에 대한 신뢰도와 타당도검사를 실시하였고, 독립변수(운영서비스, 골프코스 설계, 골프장 관리)가 종속변수(만족도)에 미치는 영향을 보기 위해 다중회귀분석을 실시하여 다음과 같은 결과를 도출하였다.

첫째, 운영서비스요인(종업원 서비스, 예약 요인, 메뉴 요인, 요금 요인)이 만족도에 통계적으로 유의하고 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 골프 코스 설계요인(접근성 요인, 난이도 요인, 그린 및 페어웨이 요인, 그리고 주차장 요인)중 난이도 요인과 그린 및 페어웨이 요인이 만족도에 통계적으로 유의하고 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 접근성 요인과 주차장 요인은 통계적으로 유의하지 않고 만족하지 않는 것으로 나타났다.

셋째, 골프장 관리 요인(관리상태 요인 및 골프장 미적 요인)은 만족도에 통계적으로 유의하고 긍정적인 만족도 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구결과에 따른 총괄적인 결론을 제시하면 골프장에 내장하는 고객들에게 골프장의 운영서비스 와 골프코스 설계 그리고 골프장 관리는 만족도에 중요한 영향을 미치는 요인으로 확인되었다. 이는 골프장 입장에서

운영서비스, 코스설계, 골프장관리를 철저히 하는 것이 경쟁력 강화에 필수적이라는 것을 시사한다.

2. 제 언

이 연구는 다음과 같은 점에서 한계점을 가지고 있으며, 이에 따라 미래의 연구방향을 제시하고자 한다.

첫째, 이 연구에서는 대상을 경남·울산 골프장 고객으로 제한하였다. 그러므로 연구의 결과가 전체 골프장 고객을 대표할 수 있는냐는 표본의 대표성 문제를 제기할 수 있다. 향후의 연구에서는 다른 대상으로 연구를 실시하여 보다 다양한 결과를 제시하는 것이 필요하겠다.

둘째, 이 연구에서는 설문문항의 변별력을 향상시키기 위하여 표집기준을 설정한 다음에 그 기준에 적합한 표본만을 분석에 사용하였다. 이는 골프경력과 이용 빈도 그리고 핸디캡이 낮은 사람들에 의한 골프장 만족도 평가의 왜곡을 방지하기 위함이었다. 이러한 점을 감안하면 앞으로 변별력을 높이기 위해 더 많은 사례 수를 사용하는 연구가 있어야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 강순형(1998). 제주도 관광개발을 위한 골프장 사업의 발전 방안. 미간행 석사학위논문. 제주대학교 행정대학원.
- 강호정, 이준엽, 김경식(2002). 태릉국제스케이트장의 서비스 질과 고객만족 및 고객충성도의 관계. 한국체육학회지, 41(3), 237-246.
- 강훈철(2003). 골프장 이용객의 만족도에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 제주대학교.
- 골프 경영과 정보 2005년 7월호 P.56 - GMI골프디자인
- 구창모(2003). 한국골프의 사회적 의미에 관한 담론. 한국체육학회지, 42(6), 143-151.
- 권우문(2003). 골프장 이용 고객이 만족에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 신라대학교.
- 김기성(2006). 골프장서비스 품질이 고객가치와 골프장 이미지 및 재구매의도에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 단국대학교.
- 김상국, 임태식(1999). 상업용 스포츠센터의 서비스품질에 따른 소비자만족도. 한국체육학회지, 38(4), 731-744.
- 김시덕, 김학신, 윤우상(1997). 골프장 서비스품질 이미지 지각에 따른 포지셔닝 전략. 한국체육학회지, 36(4), 395-403.
- 김용덕(2002). 골퍼의 골프장 선택에 영향을 미치는 요인. 미간행 석사학위논문. 고려대학교.
- 김한식(2006). 골프장 고객 만족도가 골프장 이미지, 충성도, 그리고 재방문 의사에 미치는 영향. 미간행 박사학위논문. 경희대학교.
- 레저백서(2007) 한국레저산업연구소, 서천범
- 류양섭(1997). 골프산업의 서비스경영 전략에 관한 연구 : 골프연습장 서비스를 중심으로. 미간행 석사학위논문. 경기대학교.
- 류창현(2007). 한국골프장의 고객만족도 결정요인의 관한 연구. 미간행 박사학위논문. 성균관대학교.

- 박성룡(2004). 헤도닉 기법을 이용한 골프장 회원권 적정분양가 산정연구. 단국대학교 지역연구소, 24, 87-115.
- 박성식(2003). 골프장 이용자의 만족도와 충성도, 이미지가 재방문에 미치는 영향. 미간행 박사학위논문. 수원대학교.
- 김석겸, 최종진, 박찬규, 이병관(2003). 골프장 캐디 서비스가 고객 만족도 및 구매 후 행동에 미치는 영향. 한국체육학회지, 42(5), 313-320.
- 박찬규(2004). 골프장 서비스품질과 고객만족도 및 상표충성도의 관계. 미간행 박사학위논문. 단국대학교.
- 서천범(2003). 경륜·경정산업의 역기능. 제41회 체육주간기념 제22회 국민체육진흥세미나. 국민체육진흥의 장애와 극복. 한국체육학회.
- 서천범(2006). 스포츠마당 : 골프가 대중화되기 위해서는. 체육과학연구원.
- 소국섭(2005). 골프장 선택속성에 따른 시장세분화와 골프수요 결정요인 분석. 미간행 석사학위논문. 세종대학교 대학원.
- 안지은(2005). 골프장 이미지제고와 경쟁력 확보를 위한 MPR 전략 연구. 미간행 석사학위논문. 성균관대학교.
- 우기남(2003). 골프장 서비스에 대한 고객과 서비스 제공자간의 지각불일치에 관한 연구. 미간행 박사학위논문. 제주대학교.
- 우재철(2006). Golf장 이용행태 특성과 만족. 미간행 석사학위논문. 계명대학교 교육대학원
- 유명상(2004). 골프장 소비자의 지각된 서비스 품질이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 중앙대학교.
- 유명상(2007). 골프장 이용객의 서비스 만족에 관한 연구. 미간행 박사학위논문. 중앙대학교.
- 유시건(1997). 골프장 이용자의 만족도 영향 요인에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 한남대학교.
- 윤형일(2007). 골프장 서비스품질 만족도가 재방문의도에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 단국대학교.
- 이계석, 허진(2004). 골프연습장 서비스만족도가 재구매의도 및 구전의도에 미치는 영향. 한국체육학회지, 43(6), 653-663.
- 이근모, 이남미(2003). 스키장 서비스품질이 대학스키수업참가자들의 재이용의사와 소비의향에 미치는 영향. 한국체육학회지, 42(1), 421-432.

- 이병휘(2003). 서비스 품질이 만족도 및 충성도의 행위적 반응에 미치는 영향에 관한 연구 : 이동통신서비스 사용자특성의 조절효과를 중심으로. 미간행 박사학위논문. 연세대학교.
- 이정민(2008). 골프장 이용객의 라이프스타일이 골프장 선택속성과 재이용에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 성균관대학교.
- 이정호(2008). 골프장의 Course Renovation 계획 및 이용자 평가에 관한 연구 : Golf Course 난이도 와 흥미도를 중심으로. 미간행 석사학위논문. 경원대학교 산업환경대학원.
- 이창섭, 이종호(2002). 생태관광으로서의 골프관광 활성화 방안. 한국체육교육학회지. 7(3), 64-73.
- 정성진(2008). 골프장 운영의 선진화 방안에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 한양대학교.
- 조송현(2002). 참여스포츠의 서비스품질과 고객애호도의 관계. 미간행 박사학위논문. 서울대학교.
- 최득호(2001). 골프 대중화에 따른 골프장 클럽하우스의 건축계획 방향에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 한양대학교.
- 한국골프장경영협회(2007). 지역별 내장객현황 및 연도별 내장객현황:
www.kgba.co.kr/data/guestinfo2.asp
- 한국골프장신문(2007).
- Babin and Griffin (1998). The Nature of Satisfaction: An Updated Examination and Analysis, *Journal of Business Research*, 41, pp.127-136
- Churchill, G. A. Jr., & Suprenant, C. (1982, November). **An investigation into the determinants of customer satisfaction.** *Journal of Marketing Research*, 14, 491-504.
- Czepiel, J. A., Rosenberg, L. J., & Akerele, A. (1974). Perspective on consumer satisfaction. AMA Educators Proceedings. Chicago.
- Engel, James F. and Roger D. Blackwell (1982). **Consumer Behavior**, New York: Holt, Rinehart, and Winston. p.501.
- Engel, James F. and Roger D. Blackwell, **Consumer Behavior**, New York: Holt, Rinehart, and Winston. 1982.

- Howard, J. H. & Sheth, J. N. (1969). **The theory of buyer behavior.** New York, NY:Wiley.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N (1969). **The theory of buyer behavior.** New York: John Wiley & Sons.
- Hunt, H Keith, **CS/D-Overview and Future Research Direction**, in Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, H Keith Hunt, ed., Cambridge, MA: Marketing Science Institute. 1977.
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction process in retail setting. *Journal of Retailing*(Fall). 25-48
- Oliver, Richard. L. (1997). **Satisfaction A Behavioral Perspective on the Consumer** (New York : McGraw-Hill, Inc)
- Olver, Richard L (1997). **Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer**, McGraw-Hill International Editions.
- Rust, R. T. and R. L. Oliver (1994). **Service Quality: Insights and Managerial Implications From the Frontier**, in R. T. Rust and R. L. Oliver(eds) *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Sprend, R. A., & Mackoy, R D.(1996) An empirical examination of model of perceived service quality and satisfaction. *Jour of Retailing*, **72(2)**. pp. 201-214.
- Tse, David K and Peter C. Wilton, **Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension**, *Journal of Marketing Research*, 1988,May, 204-212
- Walker, James L(1995). **Service Encounter Satisfaction: Conceptualized**, *Journal of Service Marketing*, Vol.9 No.1 (Spring). pp.5~14.
- Westbrook, R. A. (1981). Sources of consumer satisfaction with retail outlets. *Journal of Consumer Rrtailing*, 57(3). 68-85.
- Wsetbrook Rober A. and Michael D. Reilly (1983). **Value-Percept Disparity: An Alternative to the Disconfirmation of Expectations Theory of Consumer Satisfaction**, *Advances in*

Consumer Research, Richard P. Bagozzi and Alice M. Tybout,
eds, Ann Arbor, M/. Association Consumer Research,
pp.256-261



경남·울산 골프장 고객 만족도 조사설문지 ID

안녕하십니까?
 부경대학교 일반대학원에 재학중인 김성태입니다.
 본 설문은 경남 및 울산 지역 골프장 고객 만족도를 알아보고자 합니다.
 본 설문은 학문적 목적 이외에는 사용하지 않으며, 귀하가 응한 설문내용은 또한 익명으로 처리 될 것을 약속드립니다. 귀하의 정성어린 응답은 옳고 그름이 없으며, 설문지작성이 번거로우시더라도 평소에 생각하신 바 솔직하게 끝까지 빠짐없이 응답하여 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2008년 월

지도교수 : 문 선 호 교수
 석사과정 : 김 성 태 드림
 모 바 일 : 010-4025-2854

I. 골프장의 운영서비스

아래 항목은 골프장의 운영서비스에 대한 귀하의 의견을 묻는 질문들입니다. 각각의 항목에 대해 귀하의 의견과 일치하는 칸에 “√”표해 주십시오.

종업원의 서비스 부문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 전화예약 시 종업원의 전화응대가 친절하다.	①	②	③	④	⑤
2. 현관 종업원의 첫 표정이 밝고 친절하다.	①	②	③	④	⑤
3. 프론트직원의 용모가 단정하며 표정이 밝고 친절하다.	①	②	③	④	⑤
4. 캐디가 친절하고 매너가 훌륭하다.	①	②	③	④	⑤
5. 캐디의 코스에 대한 인지도(그린라이,거리측정등)가 뛰어나며 잘 안내해 준다.	①	②	③	④	⑤
6. 캐디 서비스가 신속 정확하다.	①	②	③	④	⑤

예약의 편의성 및 회원관리 시스템 부문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 회원관리나 안내 시스템이 잘 되어 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 회원의 부킹에 대한 공정성이 확보되어 있다.	①	②	③	④	⑤
3. 희망시간대의 예약이 원활하게 잘된다.	①	②	③	④	⑤

경기운영(진행시간 및 티오프 간격) 부문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 티오프 시간 간격이 적절하고 마음에 든다.	①	②	③	④	⑤
2. 티오프 시간을 정확하게 준수한다.	①	②	③	④	⑤
3. 경기 소요시간을 잘 준수하고 정체되지 않는다.	①	②	③	④	⑤

클럽하우스 및 티 하우스의 맛, 메뉴의 다양성 부문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 식당 음식의 메뉴가 다양하며 마음에 든다.	①	②	③	④	⑤
2. 식당 음식의 맛이 뛰어나다.	①	②	③	④	⑤
3. 티하우스 음식 예약주문이 빠르고 정확하다.	①	②	③	④	⑤

이용요금의 적정성(그린피, 캐디피, 카트료등) 부문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 그린피(이용요금)가 골프장 수준에 비해 적절하다.	①	②	③	④	⑤
2. 캐디피가 비싸지 않고 적절하다.	①	②	③	④	⑤
3. 카트료가 비싸지 않고 적절하다.	①	②	③	④	⑤
4. 식당이나 티하우스의 음식 가격이 적절하다.	①	②	③	④	⑤

II. 골프코스 설계

아래 항목은 골프장의 코스설계에 대한 귀하의 의견을 묻는 질문들입니다. 각각의 항목에 대해 귀하의 의견과 일치하는 칸에 “√”표해 주십시오.

입지선정 및 접근의 편의성 부문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 골프장 이용 시 교통 등 입지선정이 잘 되어 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 골프장 이용 시 시간적으로 접근성이 뛰어나다.	①	②	③	④	⑤
3. 골프장 접근 시 안내 표지판이 잘 되어 있다.	①	②	③	④	⑤

전체적인 골프장 설계 및 난이도 부문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 전체적인 골프코스 설계가 잘 되었다.	①	②	③	④	⑤
2. 코스의 전체적인 거리가 적절하다.(레귤러, 레이디티)기준	①	②	③	④	⑤
3. 코스의 난이도가 적합하게 구성되어있다.	①	②	③	④	⑤
4. 14개의 클럽을 다양하게 사용할 수 있도록 코스의 샷 밸류(샷의 가치)가 확보 되어있다.	①	②	③	④	⑤
5. 잘친 골퍼에게 보상을 못친 골퍼에게 페널티를 줄 수 있도록 홀의 공정성이 확보되어 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 파 배열이나 코스의 구성이 리듬감 있게 되어 있다.	①	②	③	④	⑤

그린의 설계 (크기, 굴곡, 핀 위치)의 적절성 부문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 그린의크기가 적절하다.	①	②	③	④	⑤
2. 그린 홀핀의 위치가 적절하다.	①	②	③	④	⑤
3. 그린의 모양이 마음에 든다.	①	②	③	④	⑤

페어웨이의 설계 (폭, 조형, 잔디)의 적정성 부문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 페어웨이 폭이 적절하다.	①	②	③	④	⑤
2. 페어웨이 전체 조형(굴곡)이 마음에 든다.	①	②	③	④	⑤
3. 러프 잔디의 길이가 적절하여 별점을 받는 의미가 있다.	①	②	③	④	⑤
4. 연못 및 계류의 배치가 전략적이고 재미있다.	①	②	③	④	⑤

주차장 및 차량 동선의 편의성 부문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 골프장 이용시 주차장 이용이 편리하다.	①	②	③	④	⑤
2. 클럽하우스 내의 동선 이용이 편리하다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 골프장 관리

아래 항목은 골프장 관리에 대한 귀하의 의견을 묻는 질문들입니다. 각각의 항목에 대해 귀하의 의견과 일치하는 칸에 “√”표해 주십시오.

코스 내 잔디관리상태 부문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 코스 내 잔디 관리가 전체적으로 잘 되어있다.	①	②	③	④	⑤
2. 그린의 관리가 뛰어나고 그린스피드가 빨라 만족스럽다.	①	②	③	④	⑤
3. 그린의 난이도가 다양하며 재미있게 구성되어 있다.	①	②	③	④	⑤
4. 그린의 이슬이나 서리제거가 잘 되고 있어 경기하기 좋다.	①	②	③	④	⑤

코스의 미적 상태 부문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 코스 내 수목이 다양하며 계절감을 느낄 수 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 코스 내 조경이 주변경관과 조화롭게 되어 있다.	①	②	③	④	⑤
3. 다른 골프장과 차별화되어 독특하게 아름답다.	①	②	③	④	⑤

IV. 전체적인 골프장 만족도

아래 항목은 전체적인 골프장의 만족도에 대한 귀하의 의견을 묻는 질문들입니다. 각각의 항목에 대해 귀하의 의견과 일치하는 칸에 “√”표해 주십시오.

종합적인 골프장 만족도	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
1. 골프장의 운영 서비스 부문이 만족스럽다.	①	②	③	④	⑤
2. 골프코스 설계 부문이 만족스럽다.	①	②	③	④	⑤
3. 골프장 관리 부문이 만족스럽다.	①	②	③	④	⑤

V. 인구통계학적 특성

다음 인구통계학적 특성에 관한 문항입니다. 가장 적합한 것을 1개만 골라 “√” 표시를 해 주십시오.

- 성별은 ?
① 남성 ② 여성
- 연령은 ?
① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대

3. 최종학력은 ?
 ① 고졸이하 ② 전문대졸 ③ 대졸 ④ 대학원 이상
4. 직업은 ?
 ① 학생 ② 사무/관리직 ③ 농업·어업 ④ 기능직
 ⑤ 판매/서비스 ⑥ 전문직 ⑦ 자영/경영 ⑧ 주부 ⑨ 무직
5. 월평균 수입은 ? (주부나 학생은 가계 총수입으로)
 ① 200~300만원 미만 ② 300~400만원 미만 ③ 400~500만원 미만
 ④ 500~600만원 미만 ⑤ 600만원 이상
6. 귀하께서는 골프장 회원권을 보유하고 계십니까?
 ① 정회원 ② 법인회원 ③ 주중회원 ④ 보유하지 않음
 ⑤ 타 골프장 회원
7. 귀하의 골프경력은 얼마나 되십니까?
 ① 1년 미만 ② 1-3년 ③ 4-5년 ④ 6-9년 ⑤ 10년 이상
8. 귀하의 골프실력은 어느 정도입니까?
 ① 72타 이하 ② 73 - 81타 ③ 82타 - 90타 ④ 90타 - 100타
 ⑤ 100 - 110타 ⑥ 110타 이상

***** 지금까지 설문에 응답해 주셔서 대단히 감사드립니다. *****