

골프장 서비스 품질에 대한 중요도와 고객만족도가 행동의도에 미치는 영향

권민우* · 오만원 제주대학교

Effects of importance and satisfaction for service quality of golf course on behavioral intention

Kwon, Min-Woo* · Oh, Man-Won Cheju National University

ABSTRACT

This research's purpose is to find out the importance and satisfaction for service quality of golf course and how the satisfaction effects on the behavioral intention to effectively manage golf course and give them suggestion.

The subjects of the study were selected from who use the golf course located in jeju-do, and 312 surveys are answered and used for this research by Factor analysis, Reliability, t-test, ANOVA and Duncan test and Regression Analysis. The results are as follows.

1. In importance for golf service quality's factors, course, caddie and the progress of game factors are highly regarded. But price, reservation and staff factors are underestimated. The importance for golf service quality factor are effected by demographic character.
2. In satisfaction for golf course service quality's factors, course, geographic, reservation, caddie, and staff factors are satisfied, but price and game progression factors are terribly dissatisfied to golf players. The satisfaction for golf course service quality's factors are effected by demographic character.
3. There is difference between importance and satisfaction for golf course service quality on all of the factors, except transport and staff of pro-shop. Especially, green-fee, green · fairway · grass condition, tee-off time interval, and staff of game progression factors have significant difference between importance and satisfaction. This is because the satisfaction for them is remarkably low in comparing with the importances.
4. In the relationship between satisfaction and revisit intention, the satisfaction positively effects on the revisit

Key words; Importance, Satisfaction, Behavioral Intention.

* punch1@naver.com

intention. The effectible factors are green-fee, hazard · bunker condition, distance to golf course and game(play) speed.

5. In the relationship between satisfaction and intention of recommendation, the satisfaction positively effects on the intention of recommendation. The effectible factors are green · fairway · grass condition, hazard · bunker condition, staff of sauna. and game(play) speed.

I. 서론

1. 연구의 필요성

국민생활 수준의 향상과 여가시간의 증대로 인하여 국민적 관심은 다양한 스포츠 활동에 대한 자발적 참여의 증대로 이어지게 됐다. 이러한 현대인들의 스포츠 활동에 대한 관심과 참여가 지속적으로 증가함에 따라 스포츠산업은 발전을 거듭하고 있다(서천범, 2005). 스포츠는 건강과 행복을 추구하는 현대인에 가장 중요한 생활의 일부이며 경제사회의 발전과 더 나은 여가생활을 향유하려는 문명사회의 기본적인 부분이다.

골프는 타 종목에 비해 체력소모가 적어 남녀노소 누구나 할 수 있고, 자연과 함께할 수 있어 현대인의 생리에 가장 잘 맞는 대표적인 스포츠라고 볼 수 있다(이동익, 이창민, 2001). 또한 쾌적한 자연 속에서 차별적인 재미와 즐거움까지도 만끽할 수 있는 장점 때문에 자기실현 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 차별적인 레저 스포츠로 주목받고 있다(김학신, 2004). 골프는 1980년대에만 해도 일부 특수층의 소수만 즐기는 과시형 소비스포츠로 인식되었지만, 1990년대에 들어서면서부터 박세리의 맥도날드 챔피언십 우승과 김대중 대통령의 '골프대중화 선언'으로 인해 호황국면으로 접어들었다. 특히 박세리 선수의 우승은 IMF 사태로 시름에 빠져 있던 우리 국민에게 희망을 주었고 골프에 대한 국민의 부정적인 인식을 변화시키는 데 크게 기여하였다(서천범, 2005). 그리고 문화관광부의 국민생활체육활동 참여 실태조사에서 '앞으로 하고 싶은 운동종목'으로 골프를 선택한 응답비율이 1986년 4.3%에서 2003년에는 8.0%로 증가된 것으로 나타

나 수영과 등산, 축구 등에 이어 가장 선호되는 스포츠로 자리 잡고 있다. 그리고 골프를 즐기는 계층도 초기에는 40·50대 남성을 중심으로 형성되어 중년층의 성향을 보였으나, 최근에는 골프 붐과 대중의 여가 생활의 필요성이라는 선호흐름에 편승하여 젊은 층과 여성의 이용이 증가하고 있는 추세이다(임태성, 박영남, 2004).

우리나라의 골프산업은 해를 거듭하면서 발전해 나가고 있다. 골프장을 찾은 이용객을 살펴보면 1990년에는 골프장 55개에 연인원 355만 명을 기록하였던 것이 2003년도에 골프장 245개에 연인원 11,733,670명이고, 2006년에는 골프장 317개에 연인원 14,044,505명으로 늘어난 것으로 나타났다(한국골프장 경영자 협회, 2006). 이와 같이 골프장 수에 비하여 급증하고 있는 골프장 이용객수로 인하여 해외 골프 여행 인구가 연간 10만 명이 넘고 매년 해외 골프로 유출되는 외화는 1조원에 이르는 현실에서 재경부는 국내에 골프장을 다수 건립하면 세수 증가와 고용 창출 효과가 있다고 허가를 신청한 2백 30개 골프장 대부분에 대해 허가를 내줄 방침임을 시사했다(이상석, 이승주, 2004). 그리고 이러한 성장에 따라 대기업이 레저스포츠 산업에 뛰어들어 골프장을 건설하게 되고, 지방자치단체는 지역의 산업 공동화 현상을 대체할 수 있는 방안으로 골프장을 핵심으로 하는 리조트 개발에 흥미와 관심을 갖기 시작하면서 골프장 개발의 전국화 현상이 발생하여(박찬규, 이병관, 문선호, 2005) 골프장 수가 급격히 증가하였다. 특히 제주도는 다수의 골프장 건설을 추진 중인데 현재 회원제 19곳과 9홀 이하의 퍼블릭을 포함 27곳까지 확대되었고 현재 12곳의 골프장이 공사를 진행하고 있고 사업승인 절차를 밟고 있는 곳도 4곳에 달하여 이러한 추세로 나간다

면 심각한 공급과잉 현상이 발생되고, 골프장 경영이 상당히 악화될 가능성이 높아진다. 골프장 증가율은 2005년과 2007년을 거쳐 80개 이상이 늘어나 75%에 가까운 증가율을 보이고 있는 반면 골프장 이용객은 1990년대에는 해마다 10%이상의 증가를 보였으나 2003년부터 5%미만의 성장을 보이고 있다(한국골프장 경영자협회, 2006). 이러한 골프장의 공급 초과와 골퍼 증가를 정제로 그린피(green fee) 인하가 불가피하고, 유지관리비조차 감당하기 힘든 골프장이 생겨날 것이다. 하지만 지금의 골프장의 현실은 소비자가 운동에 입문하고 골프장 시설을 이용하는데 있어서 아직까지는 모든 경영자체가 소비자의 욕구를 만족 시켜주는데 부족하고 경영의 노후가 부족한 것으로 나타나고 있다. 즉 골프산업이 커지고 경쟁이 가속화됨에 따라 신규고객의 확보가 점점 더 어려워지게 되었다. 따라서 기존고객의 유지가 더욱 필요하게 되었고, 또 고객이 가진 좋은 인상과 이들이 느낀 만족을 통해서 신규고객을 확대하는 것이 그 무엇보다도 중요하다고 볼 수 있다(류양섭, 1999). 다시 말해 지난날의 골프장은 경영관리의 효율성이나 서비스 품질을 향상시켜야 한다는 필요성을 크게 느끼지 못하였을 뿐만 아니라 변화하는 시장 환경에 능동적으로 대처할 수 있는 대응능력이나 고객만족을 중시하는 건실한 경영능력을 함양하지 못하여(박찬규, 2003), 이 부분에 대한 경영혁신이나 보안, 대처방안이 시급하다고 할 수 있다.

최덕철(1995)은 경영자는 항상 소비자의 변화 추세를 파악하는 것이 무엇보다 중요하고, 급변하는 환경 변화를 정확히 분석하여 그것에 적절히 대응하는 서비스 품질 전략을 탄력적으로 운용할 수 있는 마인드를 갖고 있어야 한다고 하였다. 따라서 골프장을 운영하는 마케팅 관리자는 소비자만족을 최우선으로 고려하는 고객중심의 원칙에 입각하여 모든 마케팅 전략의 수립 및 실행을 추진해야 하며, 이를 소비자행동 변화에 따라 수정, 보완해야 한다고 하였다.

이러한 맥락에서 보면 최적의 골프장 마케팅 전략을 수립하기 위해서는 소비자들에게 제공되는 골프장 서비스의 소비자에 대한 중요도와 만족도에 대한 조사와 소비자들의 만족도에 따른 행동의도 역시 전략

적인 마케팅 수립에 중요한 부분이라 할 수 있을 것이다.

윤석조(2005)의 골프장 이용자의 참여목적, 서비스 품질, 고객만족 및 구매행동 간의 관계성 연구는 서울·경기지역을 중심으로 대상을 선정하였고, 신중환(2006)의 대학생 골퍼들의 서비스 만족이 골프장 재구매의도에 미치는 영향 연구도 서울지역을 중심으로 대상을 선정하였고, 윤창수(2004)의 골프장의 서비스 품질이 고객만족 및 재이용의사에 미치는 영향이란 연구는 부산지역을 중심으로 대상을 선정하였다. 이렇듯 많은 기존의 연구들은 수도권을 중심으로 한 연구이다. 하지만 수도권은 여전히 골프장공급이 소비자수보다 적은 곳으로서 소비자의 욕구를 충족하기 보다는 골프장의 요구에 끌려 다니는 불균형적 소비현상을 경험 할 수밖에 없는 곳이다. 이에 반해 제주지역은 현재 골프장의 과잉공급으로 인하여 그린피 인하 혹은 도민할인, 주중할인 등의 마케팅 전략을 수립하여 시행하고 있어 골프장 서비스 품질에 대한 소비자의 만족도 실태와 소비자가 인식하는 서비스의 중요도를 파악하기 용이하다.

따라서 본 연구는 서비스마케팅에 관한 기존의 연구결과를 기초로 하여 제주 지역의 골프장을 이용하는 소비자를 대상으로 서비스의 중요도와 고객만족도, 만족도에 따른 행동의도를 분석함으로써 골프장의 새로운 서비스마케팅 전략수립에 객관적인 자료를 제시하고자 한다.

II. 연구 방법

1. 조사대상

본 연구의 조사대상은 2006년 현재 제주지역 골프장을 이용하고 있는 제주도민을 대상으로 모집단을 선정하였으며, 표집방법은 비확률표본추출 방법 중의 하나인 편의표본추출법(Convenient sampling method)을 이용하여 자기응답 방식의 설문법(self-administration questionnaire)으로 표본을 추출하였다. 최초 설문조사에 응답한 골프장 이용객은 총 342명이

었으나, 불성실하게 응답했다고 판단되거나, 무 기입 된 자료 30부를 제외한 총 312부를 골프장 서비스 품질에 대한 이용자의 중요도, 만족도 및 행동의도의 실 증분석 자료로 사용하였다.

2 측정도구

본 연구에서는 측정도구로 설문지를 사용하였고, 내용은 골프장 이용자의 인구통계학적 특성에 관한 항목 4문항과 개인 특성에 관한 항목 3문항, 골프장 서비스 품질에 대한 중요도, 만족도 각각 25문항, 행 동의도에 관한 항목 2문항으로 총 59문항으로 구성하 였다.

3. 조사절차

본 연구에서는 골프장 서비스 품질에 대한 중요도 와 만족도가 행동의도에 미치는 영향 정도를 알아보 기 위해 선행연구에서 사용되었던 설문 내용을 본 연 구의 목적에 맞게 수정·보완하여 설문을 제작하였고, 우선 설문지 40부를 예비설문으로 이용하여 타당성 검정을 실시한 후, 설문내용을 재수정, 보완하여 사용 하였다.

본 연구의 자료 수집은 2006년 9월 17일부터 10월 30일까지 시행되었으며, 제작한 설문지는 연구자가 직 접 제주도내 골프장을 방문하여 설문지를 배부하여, 완성된 설문지를 회수하였다.

4. 자료처리

연구대상자들로부터 회수된 자료들 중 불성실한 응 답으로 신뢰성이 없다고 판단되는 자료와 이중 기입, 무 기입 등은 자료 분석에서 제외시켰으며, 분석 가능 한 자료들만 가지고 SPSS 12.0 통계프로그램을 이용 하여 다음과 같이 통계처리 하였다.

첫째, 고객의 일반적인 특성을 파악하기 위해서 빈 도분석(frequency analysis)을 실시하였다.

둘째, 서비스품질에 대한 중요도와 만족도의 구성

요인을 분석하기 위해 요인분석(factor analysis)을 실 시하고, 요인들에 대한 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach Alpha를 사용하였다.

셋째, 골프장 이용고객의 특성에 따른 중요도와 만족 도차이를 분석하기 위하여, t-검정, 분산분석(ANOVA)과 Duncan의 사후검정을 실시하고, 고객만족과 행동의도 의 관계분석을 위해 단순회귀분석(regression analysis) 을 실시하였다.

모든 통계적 유의수준은 5%로 하였다.

III. 결과 및 논의

1. 표본의 특성

표 1. 표본의 특성

구분	범위	응답자(n=312)
성별	남성	243(77.9%)
	여성	69(22.1%)
연령	20대	32(10.3%)
	30대	86(27.6%)
	40대	125(40.1%)
	50대	53(17.0%)
	60대 이상	16(5.1%)
직업	학생	25(8.0%)
	회사원	55(17.6%)
	자영업	81(26.0%)
	전문직	59(18.9%)
	서비스직	29(9.3%)
	전업주부	24(7.7%)
	공무원	33(10.6%)
기타	6(1.9%)	
월평균 소득	200이하	51(16.3%)
	201~300	73(23.4%)
	301~400	79(25.3%)
	401~500	59(18.4%)
	500이상	50(16.0%)
평균타수	70대	29(9.3%)
	80대	50(16.0%)
	90대	125(40.1%)
	100타 이상	108(34.6%)
이용횟수	월1회 미만	46(14.7%)
	1~2회	105(33.7%)
	3~4회	103(33.0%)
	월5회 이상	58(18.6%)

표본의 성별 분포 현황을 보면 남성이 77.9%, 여성이 22.1%이며 연령별로는 주로 30대, 40대가 절반 이상을 차지하고 있다. 직업으로는 모든 직업들이 고루 분포되어있었고, 소득에 있어서는 200만 원 이상, 400만 원 이하가 절반 가까이 차지하고 있다. 설문자들의 골프 실력은 전반적으로 90대 이상으로 이 표본에서 74.7%를 차지하고 있다. 월평균 이용횟수로는 1~2회가 33.7%, 3~4회가 33.0%를 차지하고, 월 5회 이상도 18.6%나 차지하고 있다.

2. 골프장 서비스품질요인의 중요도 차이 분석

1) 남녀 간에 따른 중요도 차이 분석

골프장 선택 시 골프장 서비스 요인에 대한 중요도에 남, 여 차이가 있는지를 분석한 결과는 <표 2>와 같다.

지리요인과 경기진행요인을 제외한 모든 요인에서 여자가 더 중요하다고 응답하고 있었다. 예약 요인($t=2.765, p<.01$)과 직원요인($t=-3.584, p<.001$)에서는 남녀 간에 유의한 차이로 여자가 더 높았다. 그러나 지리요인($t=.544, p>.05$)과 경기진행요인($t=1.291, p>.05$)에서는 남자가 조금 높지만 통계적으로 유의한 차이는 아니었다.

표 2. 남녀 간 골프장 서비스 중요도 분석

요인	성별		t	P
	남자 (n=243)	여자 (n=69)		
가격 요인	3.38 ± .87	3.48 ± .88	-0.788	.428
코스 요인	3.69 ± .73	3.84 ± .62	-1.654	.099
지리 요인	3.62 ± .89	3.56 ± .87	0.544	.587
예약 요인	3.50 ± .77	3.78 ± .65	-2.765	.006
캐디 요인	3.81 ± .73	3.97 ± .73	-1.626	.105
직원 요인	3.47 ± .82	3.86 ± .72	-3.584	.000
경기진행 요인	3.82 ± .97	3.65 ± 1.00	1.291	.198

이는 조문수(2003)의 제주지역 골퍼의 골프장 선택

요인과 인식을 분석한 연구에서 여성보다 남성이 코스요인과 경기진행요인을 좀 더 중요하게 생각한다든 결과와는 상반된 결과로, 이는 여성이 남성보다 좀 더 사전예약의 편의성과 공정성, 예약 처리의 신속성, 직원의 태도 등에 예전보다 여성들이 더 많은 관심을 가져 나온 결과로 사료된다.

2) 연령에 따른 중요도 차이 분석

연령에 따른 중요도 차이분석 결과는 <표 3>과 같다.

코스요인에서는 연령 간에 유의한 차이를 보였지만, 가격요인, 지리요인, 예약요인, 캐디요인, 직원요인, 경기진행요인에서는 연령 간에 유의한 차이를 보이지 않았다. 이는 조문수(2003)의 제주지역 골퍼의 골프장 선택요인과 인식을 분석한 연구에서 골프장 선택 시 연령에 따른 중요도 차이가 없다는 연구결과와 상반되는 결과로, 이는 현재 제주도에 건설하는 골프장의 길이가 점점 짧아지고, 쉬워지므로 서 생기는 흥미감소가 비거리가 상대적으로 많이 나는 20대에는 크게 느껴지고, 이에 반해 60대 이상에서는 이러한 골프장 유행에 대해 덜 민감하므로, 세대 간의 유의한 차이가 있는 것으로 사료된다.

표 3. 연령에 따른 골프장 서비스 중요도 분석

연령 요인	20+ (32)	30+ (86)	40+ (125)	50+ (53)	<60대 (16)	F	P
가격요인	3.43	3.44	3.44	3.27	3.30	0.433	.785
코스요인	3.90 (c)	3.74 (bc)	3.78 (bc)	3.55 (ab)	3.38 (a)	2.494	.045
지리요인	3.63	3.52	3.68	3.67	3.28	1.077	.368
예약요인	3.60	3.50	3.60	3.58	3.36	0.559	.693
캐디요인	3.84	3.88	3.81	3.98	3.47	1.612	.171
직원요인	3.48	3.60	3.55	3.62	3.34	0.502	.734
경기진행 요인	3.77	3.97	3.79	3.62	3.35	1.986	.097

3) 직업에 따른 중요도 차이분석

직업에 따른 중요도 차이분석 결과는 <표 4>와 같다.

표 4. 직업에 따른 골프장 서비스 중요도 분석

직업 요인	학생 (25)	회사 원 (55)	자 영 업 (81)	전 문 직 (59)	서 비 스 (29)	주 부 (24)	공 무 원 (33)	기 타 (6)	F	p
가격 요인	3.16	3.41	3.34	3.44	3.77	3.35	3.47	3.04	1.263	.268
코스 요인	3.77	3.78	3.61	3.78	3.78	3.79	3.65	3.58	0.538	.806
지리 요인	3.20 (ab)	3.65 (bc)	3.78 (c)	3.58 (bc)	3.81 (c)	3.65 (bc)	3.39 (abc)	3.00 (a)	2.258	.030
예약 요인	3.56	3.66	3.52	3.50	3.65	3.85	3.44	2.79	1.848	.078
캐디 요인	3.57	3.88	3.81	3.84	3.93	4.13	3.78	3.92	1.161	.325
직원 요인	3.27	3.49	3.60	3.56	3.82	3.79	3.34	3.67	1.615	.130
경기 진행 요인	3.61	4.00	3.69	3.85	3.78	3.62	3.81	3.78	0.734	.648

직업에 따른 중요도의 지리요인은 $F=2.258(p<.05)$ 로 유의한 차이가 나타났다. 이종호(2003)의 골프연습장 이용자의 이용유형에 따른 서비스 품질의 만족도 분석에서 이용유형에 따라 접근용이성, 즉 지리요인에 대해 중요도에 차이가 있다는 결과를 가지고 있어 이 부분에서 본 연구를 부분적으로 지지하고 있다. 본 연구에서는 자영업자나 회사원은 골프장까지의 거리를 중요하게 생각한 반면, 학생이나 공무원은 그렇지 않았다.

4) 소득에 따른 중요도 차이 분석

소득에 따른 중요도 차이분석 결과는 <표 5>와 같다.

소득에 따른 중요도의 코스요인은 $F=2.993(p<.05)$ 으로 유의한 차이를 나타냈으며 500만 원 이상의 소득 집단이 더 높은 반응을 나타냈다. 박충만(2003)의 골프장 소비자 선택행동요인의 구조적 검증 연구를 살펴 보면, 일반적으로 골프장 소비자의 월평균 소득은 골프장의 선택에 다양한 형태로 영향을 미친다고 하였고, 월평균 소득이 증가할수록 골프장을 선택함에 있어 가격보다 골프코스나 캐디요인에 좀 더 많은 관심을 기울였다고 하였는데, 본 연구에서도 소득이 증가할수록, 코스요인과 캐디요인, 경기진행요인의 중요도가 4.03이상으로 아주 높게 나타났고, 중요도 차이분

석에 있어서도 코스요인에서 소득수준에 따라 유의한 차이를 보였다.

표 5. 소득에 따른 골프장 서비스 중요도 분석

소득 요인	>200 만원 (51)	201~ 300 (73)	301~ 400 (79)	401~ 500 (59)	<500 만원 (50)	F	p
가격요인	3.59	3.47	3.29	3.28	3.44	1.341	.255
코스요인	3.71 (a)	3.63 (a)	3.64 (a)	3.70 (a)	4.03 (b)	2.993	.019
지리요인	3.57	3.46	3.65	3.71	3.68	0.883	.474
예약요인	3.51	3.43	3.52	3.58	3.83	2.243	.064
캐디요인	3.87	3.82	3.75	3.82	4.02	1.104	.355
직원요인	3.61	3.61	3.52	3.55	3.56	0.231	.921
경기진행 요인	3.86	3.74	3.71	3.61	4.11	2.082	.083

5) 평균타수에 따른 중요도 차이분석

평균타수에 따른 중요도 차이분석은 <표 6>과 같다.

표 6. 평균타수에 따른 골프장 서비스 중요도 분석

타수 요인	70+ (29)	80+ (50)	90+ (125)	<100 (108)	F	P
가격요인	3.33	3.29	3.51	3.36	1.046	.373
코스요인	3.71	3.83	3.78	3.61	1.568	.197
지리요인	3.36 (a)	3.76 (b)	3.73 (b)	3.46 (ab)	3.107	.027
예약요인	3.32	3.51	3.66	3.53	1.897	.130
캐디요인	3.46 (a)	3.77 (b)	3.91 (b)	3.90 (b)	3.534	.015
직원요인	3.43	3.36	3.58	3.66	1.763	.154
경기진행 요인	3.76	3.79	3.95	3.60	2.514	.058

평균타수에 따라 골프장 선택 시 중요도 요인인 지리요인($F=3.107, p<.05$)과 캐디요인($F=3.534, p<.05$)에서는 유의한 차이가 나타났다. 김수잔, 박영준, 김철용(2001)의 골퍼의 참여유형에 따른 골프장 코스요인의 중요도 연구에서 골퍼 실력이 높을수록 페어웨이나 그린 같은 코스요인을 더 중요하게 생각한다는 결과

가 본 연구를 뒷받침 해주고 있다. 그리고 캐디요인에서는 90대와 100타 이상 집단의 중요도가 3.90이상으로 아주 높게 나타났고, 70대 집단에서는 3.46으로 아주 낮게 나타났다. 이는 실력이 좋을수록 골프경기에 대한 캐디의존도가 낮기 때문이라고 할 수 있다.

6) 이용횟수에 따른 중요도 차이분석
 이용횟수에 따른 중요도 차이분석은 <표 7>과 같다.

표 7. 이용횟수에 따른 골프장 서비스 중요도 분석

이용횟수	1회 미만 (46)	1~2회 (105)	3~4회 (103)	<5회 (58)	F	P
가격요인	3.54	3.37	3.42	3.31	0.627	.598
코스요인	3.76	3.73	3.74	3.65	0.270	.847
지리요인	3.71	3.60	3.60	3.57	0.236	.871
예약요인	3.60	3.64	3.42	3.63	1.726	.162
캐디요인	3.94 (bc)	3.99 (c)	3.73 (ab)	3.69 (a)	3.444	.017
직원요인	3.49	3.69	3.51	3.46	1.355	.257
경기진행요인	4.01	3.85	3.67	3.70	1.572	.196

이용횟수별 골프장 서비스 중요도 차이분석에서는 캐디요인만 이용횟수에 따라 유의한 차이가 나타났다. 월 1회나 2회 미만 집단인 경우 캐디요인에 대한 중요도가 3.94이상으로 아주 높았으나 월 5회 이상 집단은 캐디요인에 대한 중요도가 3.69로 다소 낮았다. 이는 참여빈도가 높을수록 골프수준이 높을 가능성이 있다고 사료되고, 골프수준이 높을수록 캐디 의존도가 낮기 때문으로 사료된다.

7) 이용목적에 따른 중요도 차이분석
 이용목적에 따른 중요도 차이분석은 <표 8>과 같다.
 여기서는 코스요인, 지리요인, 캐디요인, 직원요인에서 유의한 차이가 나타났다. 코스요인에서는 건강과 취미 집단의 중요도가 높았다.

이는 김수잔, 박영준, 길철용(2001)의 '골퍼의 참여 유형에 따른 골프장 코스요인의 중요도' 연구에서 건

강을 목적으로 골프를 하는 사람은 페어웨이 상태를 중요시 한다는 결과와 일치한다. 이는 실질적으로 골프라는 운동의 대부분이 그린과 페어웨이에서 이루어지고 그린과 페어웨이 상태가 그만큼 자신의 골프를 즐기기에 중요한 요소라 생각하기 때문으로 사료된다.

표 8. 이용목적에 따른 골프장 서비스 중요도 분석

이용목적 요인	건강 (56)	사업 (36)	대인 관계 (43)	취미 (154)	기타 (23)	F	P
가격요인	3.35	3.30	3.38	3.45	3.41	0.316	.867
코스요인	3.78 (bc)	3.60 (abc)	3.49 (ab)	3.83 (c)	3.42 (a)	3.638	.007
지리요인	3.71 (b)	3.42 (ab)	3.73 (b)	3.65 (b)	3.15 (a)	2.511	.042
예약요인	3.65	3.40	3.44	3.64	3.25	2.363	.053
캐디요인	3.85 (ab)	3.63 (ab)	3.83 (ab)	3.94 (b)	3.54 (a)	2.420	.049
직원요인	3.58 (b)	3.31 (ab)	3.37 (ab)	3.68 (b)	3.41 (a)	2.536	.040
경기진행요인	3.81	3.71	3.69	3.85	3.61	0.504	.733

3. 골프장 서비스 품질요인의 만족도 차이분석

1) 남녀 간에 만족도 차이분석
 남녀 간의 만족도 차이분석은 <표 9>와 같다.

표 9. 남녀 간 골프장 서비스 만족도 분석

요인	성별		t	P
	남자 (n=243)	여자 (n=69)		
가격요인	2.63 ± .67	2.66 ± .67	-.356	.722
코스요인	3.21 ± .58	3.39 ± .66	-2.080	.040
지리요인	3.50 ± .78	3.55 ± .75	-.520	.604
예약요인	3.24 ± .62	3.38 ± .56	-1.762	.079
캐디요인	3.36 ± .64	3.47 ± .51	-1.289	.198
직원요인	3.33 ± .62	3.51 ± .59	-2.242	.023
경기진행요인	2.87 ± .81	3.01 ± .74	-1.355	.176

코스요인은 유의 수준 $p < .05$ 에서 두 집단 간의 유의적인 차이가 나타났고, 직원요인도 유의 수준 $p < .05$ 에서 성별에 따라 유의적인 차이가 나타났다. 이는 오대현(1998)의 골프장 이용객의 만족도에 관한 연구에서 모든 서비스요인에서 여자의 만족도가 높았다는 결과가 본 연구를 뒷받침해주고 있으며, 성별에 따라 유의한 차이를 나타낸 서비스요인에서 차이를 보였다.

2) 연령에 따른 만족도 차이분석
 연령에 따른 만족도 차이분석은 <표 10>과 같다.

표 10. 연령에 따른 골프장 서비스 만족도 분석

연령 요인	20대 (32)	30대 (86)	40대 (125)	50대 (53)	<60대 (16)	F	P
가격요인	2.91 (b)	2.70 (ab)	2.62 (ab)	2.43 (a)	2.44 (a)	3.193	.014
코스요인	3.38	3.26	3.27	3.17	2.98	1.497	.203
지리요인	3.35	3.45	3.53	3.64	3.47	0.806	.522
예약요인	3.41	3.19	3.31	3.29	3.03	1.517	.197
캐디요인	3.55	3.32	3.37	3.49	3.17	1.781	.132
직원요인	3.37	3.34	3.39	3.42	3.16	0.655	.624
경기진행 요인	3.09	2.88	2.94	2.79	2.58	1.461	.214

가격요인($F = 3.193$, $p < .05$)에서만 연령별로 만족도에 유의한 차이를 나타냈다. 이는 권우문(2003)의 골프장 이용객의 만족도에 관한 연구에서 비용 요인이 연령별 만족도 차이를 보였다는 연구결과가 본 연구를 뒷받침해 준다.

3) 직업에 따른 만족도 차이분석
 직업에 따른 만족도 차이분석은 <표 11>과 같다.
 유의수준 $p < .05$ 에서 가격요인, 코스요인, 지리요인, 예약요인, 캐디요인, 직원요인, 경기진행요인 모두에서 직업에 따른 만족도 차이가 없었다. 즉 골프장 서비스 만족도에 대해 직업상의 차이는 없다고 할 수 있다.

표 11. 직업에 따른 골프장 서비스 만족도 분석

직업 요인	학생 (25)	회사원 (55)	자영업 (81)	전문직 (59)	서비스 (29)	주부 (24)	공무원 (33)	기타 (6)	F	p
가격요인	2.82	2.67	2.59	2.61	2.72	2.54	2.58	2.50	0.533	.809
코스요인	3.34	3.34	3.17	3.15	3.40	3.40	3.27	2.71	1.863	.075
지리요인	3.44	3.52	3.52	3.47	3.41	3.54	3.53	4.08	0.589	.765
예약요인	3.31	3.29	3.26	3.14	3.40	3.33	3.37	3.08	0.868	.532
캐디요인	3.41	3.52	3.27	3.34	3.40	3.57	3.36	3.25	1.178	.315
직원요인	3.32	3.40	3.31	3.33	3.42	3.63	3.38	3.17	0.907	.501
경기진행 요인	3.13	3.05	2.74	2.77	3.11	2.89	2.93	2.72	1.646	.122

4) 소득에 따른 만족도 차이분석
 소득에 따른 만족도 차이분석은 <표 12>와 같다.

표 12. 소득에 따른 골프장 서비스 만족도 분석

소득 요인	>200 만원 (51)	201~ 300 (73)	301~ 400 (79)	401~ 500 (59)	<500 만원 (50)	F	p
가격요인	2.72	2.57	2.60	2.60	2.74	0.706	.588
코스요인	3.34	3.21	3.17	3.23	3.36	1.179	.320
지리요인	3.33 (a)	3.34 (a)	3.47 (ab)	3.67 (bc)	3.78 (c)	3.781	.005
예약요인	3.30	3.15	3.21	3.34	3.42	1.861	.117
캐디요인	3.39	3.29	3.31	3.48	3.51	1.516	.197
직원요인	3.26	3.27	3.45	3.42	3.44	1.399	.234
경기진행 요인	2.93	2.90	2.76	2.84	3.18	2.359	.053

소득에 따른 만족도 차이에서는 지리요인($F = 3.781$, $p < .01$)에서만 유의한 차이를 나타내고 있다. 소득이 적을수록 지리 요인에 대한 만족도 낮았으며, 이것은 거의 대부분의 고소득자는 자기차량을 이용하는 반면 소득이 적어 자기차량이 없을 경우 골프장까지의 거리나 교통편이 문제가 되기 때문으로 사료된다.

5) 평균타수에 따른 만족도 차이분석
 평균타수에 따른 만족도 차이분석은 <표 13>과 같다.

표 13. 평균타수에 따른 골프장 서비스 만족도 분석

평균타수 요인	70+ (29)	80+ (50)	90+ (125)	<100 (108)	F	P
가격요인	2.69 (a)	2.53 (b)	2.53 (b)	2.79 (a)	3.367	.019
코스요인	3.21	3.14	3.23	3.33	1.338	.262
지리요인	3.28	3.58	3.58	3.45	1.565	.198
예약요인	3.25 (b)	2.99 (a)	3.35 (b)	3.31 (b)	4.676	.003
캐디요인	3.35 (ab)	3.18 (a)	3.46 (b)	3.40 (ab)	2.661	.048
직원요인	3.27 (ab)	3.09 (a)	3.47 (b)	3.37 (b)	5.132	.002
경기진행 요인	2.97	2.69	2.98	2.90	1.672	.173

가격요인(F= 3.367, p<.01)과 예약요인(F= 4.676, p<.01), 캐디요인(F= 2.661, p<.05), 그리고 직원요인(F= 5.132, p<.01)에서 평균타수에 따라 유의한 차이를 나타냈다. 80대 정도를 치는 집단은 모든 요인에서 가장 낮은 만족도를 보여 다른 집단과의 큰 차이를 나타냈다. 이 집단은 일반인 수준에서는 아주 높은 골프 실력을 가진 집단으로서 골프장 이용이 많은 집단이다. 이러한 집단의 이용객은 여러 골프장의 이용경험을 바탕으로 타 골프장과의 비교가 가능하여 골프장에 대한 기대수준이 높아지고 이러한 기대수준을 충족시키지 못하면서 만족도가 낮게 나타난 것으로 풀이된다.

6) 이용횟수에 따른 만족도 차이분석

이용횟수에 따른 만족도 차이분석은 <표 14>와 같다.

이용횟수에 따른 만족도 차이에서는 가격요인과 캐디요인에서 유의한 차이가 나타났다. 가격요인에서는 1회 미만으로 이용하는 집단의 가격만족도가 가장 높은 점수를 보였으며, 3~4회 이용하는 집단이 가장 낮은 만족도를 보였다. 이는 위에서 언급한 바와 마찬가지로

지로 이용횟수가 많아질수록 경제적 부담은 더욱 커지기 때문에 나타난 현상이라 할 수 있다.

또 캐디의 만족도에서도 이용횟수가 많아질수록 점점 더 만족도는 낮아졌는데 이 또한 여러 명의 캐디를 접해본 이용객이 캐디에 대한 기대수준이 높아져 이 수준을 충족시키지 못하면서 만족도가 낮게 나타난 것으로 사료된다.

표 14. 이용횟수에 따른 골프장 서비스 만족도 분석

이용횟수 요인	1회 미만 (46)	1~2회 (105)	3~4회 (103)	<5회 (58)	F	P
가격요인	2.84 (b)	2.60 (a)	2.51 (a)	2.73 (ab)	3.067	.028
코스요인	3.41	3.26	3.17	3.24	1.691	.169
지리요인	3.54	3.48	3.50	3.54	0.118	.950
예약요인	3.27	3.33	3.24	3.22	0.601	.615
캐디요인	3.53 (b)	3.46 (ab)	3.28 (a)	3.31 (ab)	2.630	.050
직원요인	3.29	3.41	3.36	3.37	0.437	.727
경기진행 요인	2.97	2.90	2.86	2.92	0.232	.874

7) 이용목적에 따른 만족도 차이분석

이용목적에 따른 만족도 차이분석은 <표 15>와 같다.

표 15. 이용목적에 따른 골프장 서비스 만족도 분석

이용목적 요인	건강 (56)	사업 (36)	대인 관계 (43)	취미 (154)	기타 (23)	F	P
가격요인	2.61	2.83	2.64	2.61	2.52	0.945	.438
코스요인	3.34 (b)	3.22 (b)	3.32 (b)	3.25 (b)	2.90 (a)	2.471	.045
지리요인	3.55 (b)	3.32 (ab)	3.47 (ab)	3.60 (b)	3.15 (a)	2.434	.047
예약요인	3.37	3.13	3.26	3.28	3.25	0.882	.475
캐디요인	3.40	3.35	3.46	3.37	3.31	0.284	.888
직원요인	3.52	3.19	3.28	3.39	3.29	1.925	.106
경기진행 요인	3.02	2.97	2.82	2.86	2.91	0.580	.678

이용목적에 따른 만족도 차이에서는 코스로인과 지리요인에서 유의한 차이를 보였는데, 건강상의 이유로 골프를 치는 집단이 거의 모든 요인에서 높은 만족도를 보이고 있다. 이는 자신의 건강을 중요시 생각하는 현대인들의 생활패턴이 운동으로 이어져 생긴 현상으로 자신을 건강을 위해 골프를 치는 집단은 골프장 서비스에 대한 기대가 다른 집단에 비해 상대적으로 낮아 골프장 서비스에 좀 더 높은 만족도를 가지는 것으로 사료된다.

4 서비스 품질요인의 중요도, 만족도 차이분석

표 16. 요인별 중요도, 만족도 차이분석

요인	항목	중요도	만족도	t	p
가격 요인	그린피	3.91	2.68	15.138	.000
	캐디피	3.42	2.84	1.497	.000
	식음료비	3.00	2.46	6.541	.000
	카트비	3.28	2.56	8.243	.000
코스 요인	코스 설계	3.71	3.39	5.547	.000
	그린·페어웨이·잔디관리 상태	4.04	3.11	13.826	.000
	헤저드·벙커 관리 상태	3.54	3.13	6.598	.000
	코스 조정	3.59	3.37	3.642	.000
지리 요인	골프장까지 거리	3.69	3.51	2.638	.009
	교통편용이	3.53	3.50	0.383	.702
예약 요인	예약 편리	3.82	3.44	6.080	.000
	인터넷 예약 가능	3.20	2.97	3.100	.002
	신속·공정	3.63	3.30	5.823	.000
	예약 취소 편리	3.60	3.36	4.114	.000
캐디 요인	캐디의 친절	4.06	3.49	9.893	.000
	캐디의 골프에 관한 지식	3.79	3.25	9.078	.000
	캐디의 업무능력	3.91	3.32	9.662	.000
직원 요인	캐디의 복장 및 용모단정	3.60	3.47	2.223	.027
	프론트 직원의 태도	3.77	3.47	4.849	.000
	식당·그늘집 직원의 태도	3.64	3.37	4.659	.000
	사우나 직원의 태도	3.45	3.31	2.286	.023
경기 진행 요인	프로샵 직원의 태도	3.37	3.32	0.930	.353
	티 오프 시간 간격	3.79	2.91	11.958	.000
	경기 진행 속도	3.80	2.82	12.897	.000
	경기진행 요원 서비스	3.77	2.96	12.390	.000

골프장을 이용하는 이용객이 중요하게 생각하는 기

대정도에 대한 만족여부를 알아보기 위해서 요인분석으로 도출된 7가지 서비스 요인별로 중요도와 만족도의 차이를 알아보았다.

모두 25개의 요인 중에 단 두 개의 요인만 중요도와 만족도간의 유의한 차이가 없고, 모든 요인에서 유의한 차이를 나타냈다. 이는 윤창수(2004)의 연구결과, 골프장 서비스품질에 대한 기대수준과 지각수준 간에 유의한 차이가 있으며, 기대와 지각의 모든 항목에서 성과가 기대에 못 미쳤다는 연구결과를 뒷받침 해준다. 그리고 유의한 차이를 나타내지 않은 두 개의 요인이 바로 교통편용이와 프로샵 직원의 태도였다. 이는 대부분의 골프장 이용객은 자기차량을 이용하기 때문에 교통편에 대해서는 기대수준이 낮고, 또 골프장의 프로샵은 보통 비싸다는 이미지 때문에 이용객들이 이용을 꺼린다. 그러므로 이 두 요인에 대한 골프장 이용객의 기대수준은 낮을 수밖에 없고, 중요도와 만족도의 차이가 유의하지 않은 것이다.

5. 만족도에 따른 행동의도 분석

1) 고객 만족도에 따른 재방문의도 분석

골프장 서비스 품질요인에 대한 고객만족이 골프장 서비스의 재방문의도에 미치는 영향을 규명하기 위해 단순회귀분석을 실시하였다.

그 결과는 다음 <표 17>과 같다.

표 17. 고객만족과 재방문의도의 회귀분석

구분	비표준화 계수		t	p
	B	표준 오차		
(상수)	1.805	.265		
그린피	.091	.041	.143	.027
헤저드·벙커 관리 상태	.120	.060	.151	.047
골프장까지 거리	.143	.069	.205	.033
경기 진행 속도	.152	.056	.242	.007

R² = .306, F = 5.044 p < .000

회귀분석 결과 그린피, 해저드·벙커 관리 상태, 골프장까지 거리, 경기진행 속도만 재방문의도에 유의한 영향을 미치는 변수로 선택되었다. 결정계수인 R² 값이 .306인 것으로 보아 위의 4가지 요인은 재방문의도를 30.6% 설명해 줄 수 있다고 볼 수 있고, 경기 진행 속도의 beta값은 .242로 다른 변수들에 비해 재방문의도에 미치는 영향이 가장 큰 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 골프장 서비스품질 요인 중에서 코스레이아웃, 운영관리, 예약, 접근용이성 요인이 재구매의도에 유의한 영향을 미친다는 박찬규 등(2005)의 연구 결과와도 부분적으로 일치하고 있다.

2) 고객만족도에 따른 추천의도 분석

고객만족도에 따른 추천의도를 알아보기 위한 단순 회귀분석 결과는 다음 <표 18>과 같다.

표 18. 고객만족과 추천의도의 회귀분석

구분	비표준화 계수		표준화 계수 beta	t	p
	B	표준 오차			
(상수)	1.132	.302			
그린·페어웨이·잔디관리상태	.119	.057	.151	2.075	.039
해저드·벙커 관리 상태	.218	.069	.225	3.167	.002
사우나 직원의 태도	.167	.075	.169	2.239	.026
경기 진행 속도	.130	.064	.170	2.030	.043
R ² = .390, F= 7.309 p<.000					

회귀분석 결과 그린·페어웨이·잔디 관리 상태, 해저드·벙커 관리 상태, 사우나 직원의 태도, 경기 진행 속도만 추천의도에 유의한 영향을 미치는 변수로 선택되었고 결정계수인 R² 값이 .390인 것으로 보아 위의 4가지 요인은 재방문의도를 39.0% 설명해 줄 수 있다고 볼 수 있다. 해저드·벙커 관리 상태의 beta값은 .225로 다른 변수들에 비해 추천의도에 미치는 영향이 가장 큰 것으로 나타났다.

IV. 결론

본 연구는 인구통계학적 특성에 따라 골프장 선택 요인의 중요도와 이용후의 만족도를 알아보고, 이러한 고객 만족이 재방문의도와 추천의도에 어떠한 관계를 가지는지 규명하여 효과적인 골프장 운영을 위한 관리방안 및 시사점을 제시하는데 그 목적이 있고 다음과 같은 연구결론을 얻었다.

첫째, 골프장 서비스 품질에 대한 중요도에 있어서 인구통계학적 특성에 따라 유의한 차이를 나타냈다. 성별에 따라 예약과 직원요인에서, 연령에 따라 코스요인, 직업에 따라 지리요인, 소득에 따라 코스와 캐디요인, 평균타수에 따라 지리와 캐디요인, 이용횟수에 따라 캐디요인, 이용목적에 따라 코스, 지리, 캐디와 직원요인에서 유의한 차이를 나타냈다. 코스요인, 캐디요인, 경기진행요인은 전체적으로 매우 중요하다고 생각하나, 가격요인, 예약요인, 그리고 직원요인에 대해서는 덜 중요하게 평가되었다.

둘째, 골프장 서비스 품질에 대한 만족도에 있어서 직업을 제외한 인구통계학적 특성에 따라 유의한 차이를 나타냈다. 성별에 따라 코스와 직원요인, 연령에 따라 가격요인, 소득에 따라 지리요인, 평균타수에 따라 가격, 예약, 직원과 캐디요인, 이용횟수에 따라 가격과 캐디요인, 이용목적에 따라 코스와 지리요인에서 유의한 차이를 나타냈다. 코스요인, 지리요인, 예약요인, 캐디요인, 직원요인에 대해서 비교적 전체적으로 만족스러워 하나, 가격요인과 경기진행요인에 대해서 매우 불만족스럽게 평가되었다.

셋째, 교통편용이 요인과 프로샵직원의 태도 요인을 제외한 모든 요인에서 중요도와 만족도가 유의한 차이를 나타냈고, 특히 그린피, 그린·페어웨이·잔디 관리 상태, 티오프 시간 간격, 경기 진행 속도, 그리고 경기 진행 요원 서비스 요인은 중요도에 비해 만족도가 현저히 낮게 나타나 두 변수간의 차이가 크게 나타났다.

넷째, 만족도와 재방문의도와의 관계에서 만족도는 재방문의도에 유의한 영향을 미쳤으며, 그 요인으로 그린피, 해저드·벙커관리 상태, 골프장까지의 거리,

경기진행 속도가 선택되었다.

다섯째, 만족도와 추천의도와의 관계에서 만족도는 추천의도에 유의한 영향을 미쳤으며, 그 요인으로 그린·페어웨이·잔디관리 상태, 해저드·벙커 관리 상태, 사우나 직원의 태도, 경기 진행 속도가 선택되었다.

참고문헌

- 권우문(2003). 골프장 이용고객의 만족도에 관한 연구. 미간행석사학위논문, 신라대학교
- 김수잔, 박영준, 김철용(2001). 골프의 참여유형에 따른 골프장 코스요인의 중요도. 한국체육대학교 학회지, 24, 491-512
- 김학신(2004). 골프장 이용자의 이미지지각에 따른 이미지 포지셔닝 방안. 한국스포츠 리서치, 15(5), 145-155.
- 류양섭(1999). 골프산업의 서비스 경영 전략에 관한 연구. 미간행석사학위논문, 경기대학교 대학원.
- 박찬규(2003). 골프장 서비스품질과 고객만족도 및 상표충성도의 관계. 미간행박사학위논문, 단국대학교대학원.
- 박찬규, 이병관, 문선호(2005). 골프 소비자의 활동정도에 따른 골프장 서비스품질과 재구매의도. 한국사회체육학회지, 23, 147-159.
- 박충만(2003). 골프장 소비자 선택행동요인의 구조적 검증. 미간행박사학위논문, 수원대학교 대학원.
- 서천범(2005). 레저백서 2005. 한국레저산업연구소
- 신중환(2006). 대학생 골퍼들의 서비스 만족이 골프장 재구매의도에 미치는 영향. 미간행석사학위논문, 경희대학교 대학원.
- 오대현(1999). 골프장 利用客의 満足度 要因에 관한 實證 研究. 미간행석사학위논문, 제주대학교 경영대학원.
- 윤석조(2005). 골프장 이용자의 참여목적, 서비스품질, 고객 만족 및 구매행동 간의 관련성 연구. 석사학위논문, 원광대학교대학원.
- 윤창수(2004). 골프장의 서비스품질이 고객만족 및 재방문의사에 미치는 영향에 관한 연구. 미간행석사학위논문, 부산대학교 대학원.
- 이동익, 이창민(2001). 골프장 이용자의 만족도가 재이용 의사에 미치는 효과. 한국사회체육학회지, 15, 883-892.
- 이상석, 이승주(2004). 국내 골프장의 서비스 품질이 고객 만족과 재구매의도에 미치는 영향. 한국체육학회지, 24(5), 553-567.
- 이종호(2003). 골프연습장 이용자의 이용유형에 따른 서비스품질 만족도 및 구매의도. 한국체육학회지, 42(1), 443-451.
- 임태성, 박영남(2004). 골프장 서비스 환경이 재방문의사에 미치는 영향. 한국체육학회지, 43(4), 591-602.
- 조문수(2003). 제주지역 골퍼의 골프장 선택요인과 인식에 관한 연구. 산경론집, 18, 207-227.
- 최덕철(1995). 서비스 마케팅. 학문사
- 한국골프장경영협회(2006). 전국 골프장 현황, Retrieved December 23, 2006, from <http://www.kgba.co.kr>

접 수 일 : 2008. 01. 10.

게재확정일 : 2008. 02. 14.