

제주지역 골프장 인터넷 웹사이트 내용분석

김 용* 제주대학교

An Analysis to the internet Web Site Content of Golf Clubs in Jeju

Kim-Yong* Jeju National University

ABSTRACT

The Purpose of this study was to determine the content and general evaluation of existing Jeju golf clubs Web sites. The population for the study was limited to 16 the official Web sites of golf clubs as of October 4-11, 2006. To evaluate the general Web sites of golf clubs in Jeju, the revised questionnaire and criteria from Jeon and Cho(2002), Jeon and Ko(2002), Shin and Lee(2006) were administrated. A coding sheet was developed to catalog the information provided in the official golf clubs Web sites in Jeju. The content of the sites was categorized by researcher then arranged in order of frequency measured. Categories for content, based on the marketing mix, were (a) product and place: 6 items, (b) price: 4 items (c) promotion: 9 items (d) club member: 5items (e) etc: 8items. The results of this study were as following: Based on marketing mix, the mean score for product and place, price, promotion, club member, etc was respectively 4.08, 3.90, 3.36, 3.35, 3.64. The mean scores were slightly lower for 4 point of average in 7 point Likert Scale.

Key words: golf club, Web site, marketing mix, product, place, price, promotion, club member

* ykim@cheju.ac.kr

I. 서론

정보통신 기술의 발달과 급속한 컴퓨터의 보급으로 인해 사회 각 분야는 빠른 속도로 변화하고 있다. 그 결과 컴퓨터는 이제 우리일상생활의 일부분이 되었으며, 경제생활 패턴을 크게 바꾸어가고 있다(최현식·허희영, 2006).

정보통신부와 한국인터넷진흥원이 실시한 2006년 상반기 정보화실태조사 결과에 따르면, 2006년 6월 현재 만 6세 이상 국민의 인터넷 이용률은 73.5%, 이용자수는 33,580천명(표본오차: $\pm 0.61\%$ p, 95% 신뢰수준)으로 조사되었다. 이는 2005년 6월말 기준 인터넷 이용률 71.9%, 이용인구 3,257만 명과 비교했을 때 1.6%p 증가한 수치이다(<http://www.nida.or.kr/>).

골프 관련 시장을 숫자로 살펴보면 전국 골프장의 연간 매출액 규모는 2005년 기준 2조 1,012억 원이다. 2000년 1조 869억 원이었던 것에 비해 두 배 가까이 증가했다. 이 중 회원제 골프장의 매출액이 1조 7,885억 원으로 85.1%의 비중을 차지하고 있다. 한편 '골프인구'는 그 범위를 어디로 보느냐에 따라 숫자가 크게 달라진다. 한국갤럽이 2004년 10월, 20세 이상 전국(제주 제외) 성인남녀 1,507명 대상 조사한 결과 '골프를 치는 사람'은 4.8%로 나타났다. 이는 224만 명에 해당되나, 설문에 '골프를 친다고 응답한 사람 중' 최근 1년 내에 골프장에 나간 사람이 37.3%에 불과하며, '연습장으로 만족하는 경우'가 41.5%, '최근 1년간 골프를 치지 않았다'는 경우도 41.5%에 달해 정확한 골프인구를 예상하기는 어렵다(서울경제신문, 2006).

제주지역 골프장은 사계절이 뚜렷한 한반도 남단 끝에 위치한 섬이라 언제 비가 올지 바람이 불지, '변덕스러운 날씨'는 말 그대로 예상이 힘들다. 그럼에도 불구하고 제주지역 골프장이 지금처럼 늘어난 것에는 그나마 겨울에도 플레이 할 수 있다는 장점 때문이기도 하다. 국내 최고의 관광지, 그곳에

골프장이 우후죽순 들어서고 있으나 정작 손님은 줄어들고 있다(에이스골프신문, 2006).

골프장경영협회의 자료에 따르면 2005년 제주지역 14개 회원제 골프장이용객이 859,576명으로 연평균 내장객이 61,398명이며, 전국에서 6.51%의 점유율을 보이고 있다. 연평균 내장객이 2002년 71,105명, 2003년 77,846명, 2004년 65,104명에 비해 매년 골프장 연평균 이용객수가 감소하고 있는 실정이다.

회원제골프장은 두 마리 토끼를 잡아야 하는 실정이다. 첫째로 회원들의 요구를 적극적으로 수용하고 회원권 가격을 유지하기 위한 영업적 전략이 필요하며 둘째로 골프장 영업 활성화를 통한 이익 창출의 극대화이다. 이에 골프장 회원들 요구의 적극수용과 영업활성화를 위한 골프장 웹사이트의 활용은 절대적으로 필요한 실정이다.

본 연구는 정보제공자로서, 그리고 마케팅 도구로서 활용되고 있는 골프장 웹사이트를 구축하는데 있어서 중요하게 고려되어야 할 사항을 파악하기 위하여 기존 연구 및 보고서를 참조하여 평가요소들을 선정하고 골프장 웹사이트의 종합적인 내용을 평가하고자 하였다. 또한 선정된 평가요소들을 통하여 골프장 웹사이트의 적극적인 활용방안을 모색하고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 웹사이트 평가항목

웹사이트 평가란 웹사이트의 성능 및 기능을 향상시키기 위해서 웹사이트 유용성에 관한 데이터를 수집, 분석하는 일련의 과정을 말한다. 유용성이란 웹사이트 평가의 중요한 척도로서 웹사이트가 사용되기 쉽고, 사용자가 필요로 하는 모든 기능이 포함되어 있는지, 그리고 고객이 웹사이트를 통해서 최적의 만족을 경험할 수 있는지를 측정하는 것이다.

표 1. 국내외 평가모델의 평가요인

구분	평가사이트	평가요인
연구자	홍일유,정부현 (1999)	디자인, 비즈니스 기능의 지원, 신뢰감, 인터페이스 기술, 커뮤니티, 콘텐츠, 기타 성과변수
	Mark Tomita(1999)	ADQ 모델 Administration, Design, Quality
	Chang Liu, Kirk P. Arnett(2000)	Information and Service Quality, System Use, Playfulness, System Design Quality
	Mateos, Mera, Gonzalez, Lopez(2001)	Accessibility, Speed, Navigability, Site Contents
국내사이트	조선일보 인터넷 대상	시스템 평가(안정성, 신뢰성, 혁신성), 사용성평가(내용설계, 구조/항해설계, 커뮤니케이션 설계), 디자인평가(시각적 디자인, 감성, 가치만족)
	한국인터넷대상	정보가치성, 주제충실도, 표현성, 디자인, 구현기술 난이도
	삼성경제연구소	유저인터페이스, 디자인, 콘텐츠, 커뮤니티, 기술, 신뢰성, 전략, 비즈니스
	한국능률협회	시스템 평가(상호작용성, 편리성, 시각디자인 보완성), 상품/정보의 다양성, 상품/정보의 신뢰성, 비용, 정보의 개별성, 종합적 만족
	한국웹사이트 평가개발원	Contents, Community, Commerce, Design, Technology
국외사이트	PC Magazine	Design, Performance, Security, Use ability
	Webjective	Site Contents, Site Design, Site Use ability, Online Tactics, Partner Site, Competitor Site의 구성요소(Components)
	Forrester	Advice and Market info, Cost, Customer Service, Delivery, Features and Content, Transacting, Usability, Value
	The Webby Award	Content, Structure and Navigation, Visual Design, Functionality, Interactivity, Overall Experience

자료: 최현식,허희영(2006). 여행사 웹사이트 평가와 만족도에 관한 연구. 항공경영학회 '06년 춘계학술 발표 대회. 33-46.

웹사이트에 평가에 관한 기존 문헌들을 살펴보면, 연구자에 의한 평가, 전문사이트들에 의한 평가와 프로구단의 마케팅 믹스에 의한 평가의 범주로 분류해 보면 <표 1>, <표 2>와 같다. <표 1>은 전문사이트들에 의한 평가이다.

정부현(1999)은 웹사이트를 평가할 때 고려해야 할 평가영역을 8가지 평가영역인 디자인, 비즈니스 기능의 지원, 신뢰감, 인터페이스 기술, 커뮤니티, 콘텐츠, 기타 성과변수로 구분하여 이들 각각에 대해서 성공요인을 살펴보고, 이러한 웹사이트 성공

요소 및 평가모형에 관한 기존의 연구를 바탕으로 새로운 분석 틀을 근거로 하여 투자관점에서의 평가와 성과관점에서의 평가에 대해서 세부측정항목을 개발하고 웹사이트 유형별로 주요하게 고려되어야 할 평가기준을 조명하였다.

Mark Tomita(1999)는 많은 웹사이트 평가관련 연구와 개인적인 경험을 바탕으로 Administration, Design, Quality를 평가기준으로 하는 ADQ평가방법론을 제시하였다.

Liu, C. & Arnett, K. P.(2000)은 전자상거래의

표 2. 프로구단의 마케팅 믹스에 의한 평가

구분	항목	
		김종환(1998), 고흥렬·전용배(2002), 전용배·조민행(2003)
제품	선수단, 선수약력, 홈경기일정, 팀 연혁, 경기/선수기록, 홈경기 결과, 용품구매정보, 보도자료, 용품카다로그, 전년시즌기록	
가격	입장권 판매, 입장권 정보	
프로모션	멀티미디어, 경기속보, 이벤트 공지, 회원모집, 대화의방, 프로모션, 팬 Poll, 스크린세이버	
장소	홈구장안내, 연습구장안내	경기장 정보
기타	마스코트/치어리더, 관련사이트 접속, 배너스폰서, 프런트 소개, 사이트 접속현황, 관련 정보, 음악, 박물관, e카드, 관련 컴퓨터 게임	자료실, 사진, 서포터즈 소개 및 자료실, 서포팅 안내, 서포터즈 게시판, 선수별 서포팅 지원 안내
일반적 기준	외국어 서비스, 회원/비회원 차별화, 유료화 여부, 로딩속도, Sitemap여부, 경매여부, 동영상의 질과 양, 게시판 조회수, 글남기기, 쇼핑물 수준, 구성디자인, 웹진 발행	

관점에서 성공요소를 연구하였는데, Fortune지의 1,000대 기업 웹마스터들의 조사로부터 수집한 자료를 바탕으로 정보와 서비스 품질(Information and Service Quality), 시스템사용(System Use), 흥미(Playfulness), 시스템 디자인 품질(System Design Quality)의 4가지 주요웹사이트의 성공요인을 도출하였다. 웹사이트의 성공요인에 관한 연구는 성공적인 웹사이트 구축 및 운영, 관리를 위한 이론적 배경으로 사용될 수 있으며, 이는 또한 웹사이트를 평가하는 연구를 진행하는데 있어 매우 유용하다고 할 수 있다.

Mateos 등(2001)은 웹사이트의 품질을 평가하기 위한 metrics를 접근성(Accessibility), 스피드(Speed), 네비게이션(Navigability), 콘텐츠(Site Contents)의 네 영역으로 나누어 제시하고, 대학교 사이트를 평가하는 사례들을 통해 metrics의 유용성을 증명하였다.

<표 2>는 프로구단 웹사이트의 마케팅 믹스에 의한 평가이다. 김종환(1998)은 국내 프로스포츠팀 공식 웹사이트의 내용분석을 위하여 마케팅 믹스에 따라 (1)제품(10): 선수단, 선수약력, 홈경기일정, 팀

연혁, 경기/선수기록, 홈경기 결과, 용품구매정보, 보도자료, 용품카다로그, 전년시즌기록, (2)가격(2): 입장권 판매, 입장권 정보, (3)프로모션: 멀티미디어, 경기속보, 이벤트 공지, 회원모집, 대화의방, 프로모션, 팬 Poll, 스크린세이버, (4)장소(2):홈구장안내, 연습구장 안내, (5)기타(10): 마스코트/치어리더, 관련사이트 접속, 배너스폰서, 프런트 소개, 사이트 접속현황, 관련 정보, 음악, 박물관, e카드, 관련 컴퓨터 게임의 32개의 세부 항목으로 구분하여 15개 웹사이트를 대상으로 분석하였으며, 32개의 항목 중 5개의 구단이 50%이상을 제공하는 것으로 나타나고 있다.

고흥렬·전용배(2002)는 김종환의 연구에 일반적 기준 12개 항목(외국어 서비스, 회원/비회원 차별화, 유료화 여부, 로딩속도, Sitemap여부, 경매여부, 동영상의 질과 양, 게시판 조회수, 글남기기, 쇼핑물 수준, 구성디자인, 웹진 발행)을 추가하여 한국 프로야구구단과 미국프로야구구단의 웹사이트를 분석하였으며, 신동성·이성윤(2006)은 장소에 경기장 정보와 기타사항에서 서포터즈와 관련된 6개 사항을 추가하여 13개의 한국프로축구 구단 웹사이트를

평가하였다.

2 지역별 골프장 이용객

<표 3>은 지역별 골프장 이용객을 나타낸 것이다. 18홀당 내장객의 경우 영남권이 44,447명, 충청권이 43,444명, 호남권이 40,517명, 수도권이 40,111명으로 4만명을 상회하지만, 제주권이 25,352명, 강원권이 23,244명으로 2만명을 상회하고 있다. 강원권의 경우 동계철 휴장등을 감안할 때 제주권 골프장의 18홀당 내장객수가 가장 적은 것으로 나타났다. 이를 위하여 계절별, 요일별, 시간대별 내장객 수요를 파악하여 내장객 증가를 위한 마케팅 방안의 일환으로서 골프장 웹사이트의 적극적인 활용이 필요한 시점이라 할 수 있다.

표 3. 2006년 지역별 골프장 이용객 현황

지역	18홀환산 골프장수	전체홀수	총이용객	18홀당 이용객
수도권	100.5	1,809	4,031,114	40,111
강원	15	270	348,663	23,244
충청	20	360	868,876	43,444
영남	32.5	585	1,444,542	44,447
호남	10.5	189	425,433	40,517
제주	19	342	481,683	25,352

자료출처: 골프장 경영협회, 에이스골프회원권 거래소 2006년도 7월 기준

되었다. 평가의 객관성을 높이기 위해 전문가 집단 6명의 심사를 거쳐 조사항목이 선정되었다. 또한 개인별 평가 기준의 적절성 등에 대하여 내부적인 평가 기준에 의거하여 평가가 이루어졌다.

표 4. 제주도 골프장별 이용객 현황

순 번	홀 수	월 누계비교			
		구분		전년대비	
		06.01-07	05.01-07	증감	%
1	36	83,812	86,221	-2,409	-2.8%
2	18	36,078	33,910	2,168	6.4%
3	18	41,207	48,454	-7,247	-15.0%
4	18	35,638	40,412	-4,774	-11.8%
5	18	34,546	49,571	-15,025	-30.3%
6	18	18,368	22,529	-4,161	-18.5%
7	18	31,624	40,768	-9,144	-22.4%
8	18	13,457	12,845	612	4.8%
9	27	17,114	24,012	-6,898	-28.7%
10	27	41,066	38,399	2,667	6.9%
11	27	38,588	23,162	15,426	66.6%
12	27	25,262	20,074	5,188	'05년2월
13	27	33,059	24,998	8,061	32.2%
14	18	31,864	6,840	25,024	'05년4월
15	18				'06년9월
16	18				'06년9월

자료: 한국골프장 경영협회, 에이스회원권 거래소

III. 연구방법

1. 연구대상

<표 4>는 제주도 골프장별 이용객 현황이다. 본 연구의 표본은 제주지역에서 2006년 9월 30일 현재 운영중인 16개 골프장을 대상으로 하며, 웹사이트 평가 기간은 2006년 10월 4-11일까지 평가가 실시

2. 자료분석의 틀 및 자료처리

본 연구는 고희렬·전용배(2002), 전용배·조민행(2002), 신동성·이성운(2006)의 인터넷 내용분석(content analysis)기법을 수정 보완하여 사용하였다. 사이트의 내용은 빈도측정을 위해 분류되었으며 자료처리는 빈도분석으로 하였다. 전체 항목을 30항목을 기준으로 리커트 7점 척도(1-7점)를 사용하였다. 마케팅 믹스의 요소에 따라 제품·장소(6), 가격

(4), 프로모션(9)으로 항목화 하였다. 마케팅믹스에 포함되지 않는 항목은 회원(5)과 기타(8)항목으로 구분하였으며 세부항목의 내용은 <표 5>와 같다.

표 5. 마케팅믹스 요소에 따른 제주지역 골프장 웹사이트 내용의 항목구분

구분(개)	항목(골프장 웹사이트의 정보제공)
제품(6)	코스소개(전반적), 코스소개(각 홀별), 부대시설, 연습장, 약도, 코스설계자
가격(4)	패키지상품, 골프장 이용료, 부대시설 이용료, 골프연습장 이용료
프로모션(8)	인사말, 회사연혁, 예약안내, 공지사항, 진행 중 이벤트, 리무진버스, 항공관련 사항, 항공관련 링크
회원(6)	회원예약, 회원정보, 스코어기록, 회원건의사항, 정보수정, 회원골프장소식
기타(6)	날씨, 링크서비스, 골프규칙(로컬룰)안내, 주변관광지, 채용정보, FAQ.

IV. 연구결과

<표 6>는 마케팅믹스에 따른 제주지역 골프장 웹사이트 항목 빈도 내용이다. 전체적으로 보면 골프장 개장 순서와 골프장 웹사이트의 점수화한 값에는 반비례관계가 있다고 할 수 있다.

이는 신규골프장이 골프장을 개장하면서 골프장 웹사이트를 개설하여 웹사이트가 만들어진지 오래되지 않아서 웹사이트 구축이 잘 되어 있음을 의미하고 있었으며, 골프장 웹사이트를 통한 마케팅이 전혀 이루어지지 않고 있음을 의미하고 있다.

이는 16개의 골프장 웹사이트의 내용분석을 한 결과 전체적으로 리커트 7점 척도로 4점을 기준(보통)으로 본다면 4점 이상이 8군데 4점 미만이 8군데로 반 이상이 보통에도 미치지 못하고 있는 실정이다.

마케팅 믹스에 따른 세부 항목을 보면 제품·장소(6)는 4.08, 가격(4)은 3.90, 프로모션(9)은 3.36, 회

원(5)은 3.35, 기타(8)는 3.64로 총 30항목의 평점은 3.60점으로 나타났다. 이는 제품·장소(6)에서만 평점 4.08점으로 평균치를 겨우 상회하는 것으로 나타났다.

V. 논의

지금까지 스포츠와 관련된 웹사이트의 평가는 스포츠 구단을 중심으로 이루어졌다. 본 연구는 스포츠와 관련된 좀 더 광범위한 범위로 확대될 필요성을 가지고 연구를 하고자 하였다.

이승철(1999)의 연구에서 스키장에 대하여 마케팅믹스요인인 제품전략 11항목, 가격전략 8항목, 촉진전략 11항목, 장소전략 4항목으로 구분하여 분석하였다.

김승운·강희택(1999)은 기업 웹사이트 평가요인에 관한 연구에서 웹사이트의 방문목적과 주요 웹사이트에 대한 산업별 분류 및 산업별 업종별 웹사이트 평가요인에 대한 연구가 있다고 하였다.

박희석(1998)은 국내·외 호텔들의 인터넷 홈페이지의 특성과 시사점의 차이점을 크게 세가지로 나누고 있다. 첫째 상세하게 설명되어진 그룹과 둘째, 비교적 상세한 중간 단계 셋째, 부분별 디렉토리가 개설되지 않아 정보의 제공이 미흡한 상태이다.

제주도 골프장은 항공료 인상, 항공권 예약 난, 골프장 수의 증가, 동남아 및 일본 골프장과의 가격 경쟁, 호주 뉴질랜드 등으로 겨울철 동계훈련의 증가, 기상이변으로 인한 골프장 관리의 어려움 등의 여러 가지 경영환경의 위협요소를 안고 있다.

그러나, 지금까지 골프장업계에서는 마케팅활동을 하지 않더라도 찾아오는 손님을 가려서 내장시킬 정도로 앞서서 영업을 해왔다. 하지만 많은 경영환경의 변화로 인하여 현실에 안주 할 수만은 없는 데 골프장 웹사이트를 활용한 마케팅활동의 강화도 하나의 방편이라 생각할 수 있다.

표 6. 마케팅믹스에 따른 제주지역 골프장 웹사이트 항목 빈도

믹스	NO	내용	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	소계평점
제품 장소	1	코스소개(전반적)	4.17	1.00	1.00	4.33	1.00	6.33	3.33	6.83	4.50	5.00	4.00	4.67	4.67	5.00	5.50	6.00	4.09
	2	코스소개(세부적)	4.83	1.00	1.00	4.67	1.00	6.17	3.33	6.33	5.17	5.33	4.00	4.67	5.33	5.33	4.67	5.00	
	3	부대시설안내	3.67	1.00	1.00	4.67	1.00	4.67	3.00	6.17	4.00	5.50	5.00	4.33	4.50	5.17	4.67	4.00	
	4	골프연습장	3.67	1.00	1.00	4.33	1.00	4.67	2.33	4.67	4.67	4.67	4.00	4.33	4.00	4.67	4.33	4.00	
	5	위치안내	5.00	1.00	1.00	4.17	1.00	5.67	3.33	5.83	4.00	5.33	2.67	4.50	4.00	5.67	5.00	5.67	
	6	코스설계자	4.83	1.00	1.00	5.17	1.00	6.33	2.67	6.33	5.00	5.33	4.67	5.67	5.17	4.50	5.17	4.67	
가격	7	패키지상품	4.50	1.00	1.00	3.33	1.00	4.00	4.33	5.50	4.33	4.50	4.33	4.33	4.67	4.17	4.33	4.67	3.90
	8	골프장이용료	5.00	1.00	1.00	4.17	1.00	4.33	5.33	6.17	4.83	4.67	4.00	4.83	4.50	4.67	4.83	4.83	
	9	부대시설이용료	4.00	1.00	1.00	4.17	1.00	3.83	5.00	6.00	5.00	4.83	4.33	4.67	4.50	4.67	4.50	4.83	
	10	골프연습장이용료	5.00	1.00	1.00	3.83	1.00	2.67	3.67	4.67	4.50	4.67	4.00	4.33	3.67	4.67	3.50	4.67	
프로 모션	11	인사말	4.33	1.00	1.00	4.67	1.00	2.67	2.67	5.67	5.00	5.00	2.67	2.67	4.67	4.33	4.50	4.67	3.36
	12	회사연혁	4.33	1.00	1.00	3.50	1.00	2.67	2.67	5.00	4.00	4.67	2.67	4.00	4.67	4.83	4.67	5.00	
	13	예약안내	3.67	1.00	1.00	4.17	1.00	4.67	3.00	5.67	5.17	4.83	4.17	4.33	4.83	5.33	4.50	4.33	
	14	회원공지	3.00	1.00	1.00	3.50	1.00	2.67	2.67	5.50	4.17	4.83	2.67	4.00	3.17	4.00	3.33	3.33	
	15	진행중이벤트	4.67	1.00	1.00	2.33	1.00	2.00	2.33	5.33	4.00	3.33	3.33	3.67	3.67	4.00	2.83	4.17	
	16	리무진버스	4.33	1.00	1.00	3.17	1.00	1.50	2.33	6.00	5.17	4.33	4.33	2.33	4.33	4.00	4.33	4.67	
	17	항공관련사항	4.67	1.00	1.00	2.67	1.00	1.50	3.33	5.17	4.50	4.33	3.67	2.00	2.33	2.33	2.67	2.33	
	18	항공(직접링크)	4.00	1.00	1.00	1.33	1.00	1.50	4.33	5.17	4.50	4.33	3.67	2.33	2.50	2.50	2.50	2.50	
회원	19	웹예약(회원)가능	4.33	1.00	1.00	1.67	1.00	1.50	3.67	6.50	5.33	2.83	5.67	4.33	5.33	4.33	4.17	4.67	3.35
	20	회원정보	3.67	1.00	1.00	3.00	1.00	1.50	2.67	5.67	4.00	4.67	4.33	4.00	4.67	4.17	4.00	5.33	
	21	회원스코어기록	3.50	1.00	1.00	2.33	1.00	1.50	2.33	5.33	4.00	4.00	4.33	3.67	4.00	4.33	3.83	4.00	
	22	골프장소식	3.50	1.00	1.00	3.33	1.00	2.50	2.67	5.33	4.67	4.00	4.00	4.00	4.67	4.67	4.67	5.33	
	23	회원건의사항	4.17	1.00	1.00	1.33	1.00	1.33	2.33	5.00	4.33	3.67	4.00	3.83	3.67	3.67	3.67	4.67	
	24	회원정보수정	3.83	1.00	1.00	3.00	1.00	1.33	2.33	5.17	4.67	3.67	3.67	3.67	4.17	4.67	4.33	4.17	
기타	25	날씨	4.00	1.00	1.00	1.33	1.00	5.67	3.67	5.83	4.83	5.67	3.67	3.00	4.67	5.00	5.00	5.17	3.64
	26	사이트 링크	4.83	1.00	1.00	4.17	1.00	4.50	2.33	6.33	5.00	5.00	4.67	4.33	4.67	5.00	4.83	4.67	
	27	골프규칙, 에티켓	2.50	1.00	1.00	3.50	1.00	4.33	2.67	5.50	4.67	4.50	3.83	4.67	4.67	4.67	5.17	4.67	
	28	주변관광지	2.67	1.00	1.00	2.00	1.00	4.00	2.33	5.50	5.17	4.50	4.33	3.67	5.33	4.67	3.83	5.67	
	29	채용정보	4.33	1.00	1.00	2.17	1.00	3.33	2.33	5.67	4.50	4.17	2.33	4.33	4.50	4.67	4.50	4.67	
	30	FAQ	4.83	1.00	1.00	1.33	1.00	4.00	2.33	5.33	4.67	4.33	2.33	4.33	4.83	4.00	4.17	4.00	
합계점수			123.8	30.0	30.0	97.3	30.0	103.3	91.3	169.2	138.3	136.5	115.3	119.5	130.3	133.7	128.0	136.3	
평점			4.13	1.00	1.00	3.24	1.00	3.44	3.04	5.64	4.61	4.55	3.84	3.98	4.34	4.46	4.27	4.54	

주) 1.오라CC, 2.제주CC, 3.중문GC, 4.캐슬렉스제주GC, 5.크라운CC, 6.핀크스GC, 7.해비치CC, 8.나인브릿지CC, 9.레이크힐스CC, 10.라온GC, 11.엘리시안CC, 12.스카이힐 제주CC, 13.로드랜드CC, 14.블랙스톤, 15.사이프러스, 16.제피로스

VI. 결론

본 연구는 이러한 문제를 인식하여 제주도에서 운영 중인 골프장을 대상으로 골프장 웹사이트를 종합적으로 평가하기 위한 연구모형을 개발하고 이를 현실적으로 적용해 보고자하였으며 다음과 같은 몇 가지 제안을 하고자 한다.

첫째, 회원과 비회원에게 줄 수 있는 차별화된 혜택의 구분이다. 예를 들면 평일 시간대의 예약을 예측하여 토달 사이트를 통하여서라도 판매를 하여야 한다.

둘째, 다양한 상품의 개발이다. 지금까지 할인정책을 주로 하였다면, 고품질을 통한 고가정책도 바람직하다. 예를 들면 스쿨을 열어서 1팀 4인 중에 3인은 플레이어로하고 1인은 세미프로정도가 동반하는 상품 등의 개발이다.

셋째, 자체 역량을 강화해야한다. 직원이 회사에 대한 만족을 했을 때 회사에 대한 이미지가 좋게 되고 고객을 대하는 태도도 달라질 것이다.

마지막으로 웹사이트를 이용한 ON STOP SERVICE를 권장하고 싶다. 요즘은 멀티미디어 시대이다. 골프장 자체적으로 여행사 시스템을 가지고 고객에 대한 머리에서 발끝까지의 적극적인 마케팅이 절대 필요한 시점이다.

참고문헌

- 고흥렬 · 전용배(2002). 한국 · 미국프로야구구단의 웹사이트 비교분석. 한국사회체육학회지, 18, 175-191.
- 김승운 · 강희택(1999). 기업 웹사이트 평가요인에 관한 연구. 한국정보전략학회지, 2(1), 262-289.
- 김종환(1998). 국내 프로스포츠구단의 인터넷 웹사이트 내용 분석 연구, 한국체육학회지,

37(4), 553-563.

박희석(1998). 인터넷을 이용한 호텔업의 인터넷 마케팅 전략에 관한 연구, 대한관광경영학회, 12, 1-30.

서울경제신문(2006). 리빙앤 조이. 통계로 본 골프, 2006.9.03.

신동성 · 이성윤(2006). 한국프로축구단 마케팅 믹스 요소 및 일반적 항목 웹사이트 내용분석. 한국체육학회지, 45(2), 315-326.

아이비즈넷(주)(2001). 인터넷 비즈니스, 21세기북스사(서울).

에이스 골프신문(2006). 제주골프장 비상“손님이 줄었어요”, 270호, 2006.9.12

이승철(1999). 스키리조트의 인터넷 마케팅에 관한 연구, 한국체육학회지, 38(2), 612-625.

전용배 · 조민행(2003). 한국프로야구 구단의 인터넷 웹사이트 분석, 한국체육학회지, 42(1), 465-474.

정부현(1999). 인터넷 웹사이트 평가모델에 관한 연구, 중앙대학교 석사학위논문.

최현식 · 허희영(2006). 여행사 웹사이트 평가와 만족도에 관한 연구. 항공경영학회 '06년 춘계학술 발표대회, 33-46.

<http://www.kgba.co.kr/>

<http://www.nic.or.kr/>

<http://www.nida.or.kr/>

Liu, C. & Arnett, K. P. (2000). Exploring the Factors Associated with Web Site Success in the Context of Electronic Commerce. *Information and Management*, 38(1), 23-33.

Mateos, M. B., Mera, A. C., Gonzalez, F. J. M. & Lopez, O. R. G. (2001). A New Web Assessment Index: Spanish Universities Analysis. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 11(3), 187-234.

Tomita, M. (1999). Administration Design Quality
Web Site Evaluation Method.
<http://steinhardt.nyu.edu/hepr/resources/online/adq.pdf>

접 수 일 : 2009. 01. 23.

게재확정일 : 2009. 02. 10.

