

# 골프관광 동기가 골프장 선택, 만족 및 행동의도에 미치는 영향

## -중국 소재 골프장 방문 한국인 관광객을 중심으로-

### The Effect of Golf Tourism Motivation on Golf Courses Selecting, Satisfaction and Behavioral Intentions

-Focus on Korean Golf Tourist of a Visit Golf Course in China-

이익수

청주대학교 관광학부

Yk-Su Lee(tour8119@cju.ac.kr)

#### 요약

본 연구는 골프관광 동기가 골프장 선택속성 및 만족, 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지 알아보려고 하였다. 이를 위해 중국 골프장을 방문한 한국관광객을 대상으로 설문지를 이용해 연구를 진행하였다. 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 골프관광 동기는 골프장 선택에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 골프관광 동기는 만족 및 행동의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이를 통해 첫째, 중국을 방문하는 골프관광객의 골프장 선택을 위한 새로운 마케팅 전략을 위한 자료를 제시할 수 있었다. 둘째, 골프관광 동기에 따른 만족 및 행동의도를 향상시킬 수 있는 마케팅 전략에 대해 제시할 수 있었다.

■ 중심어 : | 골프관광 | 동기 | 선택속성 | 행동의도 |

#### Abstract

This research the impacts of the golf tourism motivation to the golf course selecting character and satisfaction, behavioral intention. Questionnaire was studied by Korean tourists visited China Golf Course. The results of this study are as follows. First, golf tourism motive appeared with the fact that affects in the golf course selecting. Second, golf tourism motive appeared with the fact that affects in the satisfaction and behavioral intention.

Through these results, first, we could suggest a new data for the development of the marketing strategy for the golf course selecting of golf tourist visit in China. Second, we can be improved was able to a marketing strategy as golf tourism motivation for satisfaction and behavioral intention.

■ keyword : | Golf Tourism | Motivation | Selecting Character | Behavioal Intention |

## 1. 서 론

### 1. 문제제기 및 연구목적

경제발전과 더불어 주 5일 근무제 도입으로 여가시간

이 증대되고 삶의 질에 비중을 두게 되면서 여가활용에 대한 인식이 높아지고 있다. 이러한 인식의 전환은 현대인들에게 생활의 여유를 주었으며 기존의 여가형태에서 벗어난 아웃도어 형태의 능동적인 여가활동으로

접수번호 : #120326-003

접수일자 : 2012년 03월 26일

심사완료일 : 2012년 11월 28일

교신저자 : 이익수, e-mail : tour8119@cju.ac.kr

변화시키고 있다[1]. 이에 따라 관광과 골프를 결합한 골프관광이 대중화되고 있으며, 특히 비용적 측면과 계절적 측면을 극복할 수 있는 해외 골프관광에 대한 관심이 높아지고 있는 실정이다.

골프관광은 드넓은 자연 속에서 이루어지는 스포츠로 골프 참여자의 인구는 증가 추세를 보이고 있는데, 골프장경영협회(2010)의 자료에 따르면 2008년에 16,925,087명에서, 2009년에는 7.7% 증가한 18,226,218명으로 발표하였다[2]. 또한 골프는 관광을 동시에 할 수 있어 관광지 선택에 있어서도 중요한 요소로 작용하고 있다[3]. 하지만, 골프관광에 대한 개념정립이 아직 완벽하지 않아, 본 연구에서는 관광일정이 골프중심으로 이루어진 관광을 골프관광으로 지칭하고자 한다.

이와 같이 골프와 관련된 관광에 대한 관심이 늘어나면서 이와 관련된 연구도 활발히 진행되고 있는데, 이와 관련한 국내연구를 살펴보면 골프관광 시장세분화 및 활성화와 관련된 연구[4-7], 골프관광객 만족과 관련된 연구[8-10], 골프장 선택속성과 관련된 연구[11][12] 등으로 구분해 볼 수 있다.

하지만 이러한 연구들은 대부분 국내 골프장을 대상으로 한 연구들로서, 현재와 같이 해외 골프관광객이 증가되고 있는 시점에서 해외 골프장을 대상으로 한 연구는 미미한 형편이다. 따라서 중국 및 동남아시아 등을 대상으로 한 골프관광이 증가하는 시점에서 이들 골프장을 대상으로 한 골프관광에 대한 연구가 필요하다고 할 것이다.

이에 본 연구에서는 우리나라 골프관광객이 가장 많이 찾는 나라 중 하나인 중국 골프장 방문한 한국 골프관광객을 중심으로 골프관광동기가 선택속성, 만족 및 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고자 하는데 본 연구의 주요한 목적이 있다. 이러한 연구는 중국 소재 골프장을 찾는 관광객이 날로 증가하고 있는 현실에서, 골프관광 만족도를 높이기 위한 기초적 자료를 제공해 줄 수 있을 것이며, 이를 통해 여행사의 관광상품 기획에 있어 대고객 서비스를 향상시킬 수 있는 전략수립의 기초적 데이터를 제공해 줄 수 있을 것이다. 또한 이러한 연구를 통해 점차 증대되고 있는 중국과의 관광교류에 있어 연구의 범위확대 및 새로운 연구방향

성을 제공해 줄 수 있을 것이다.

## 2. 연구과제

본 연구의 목적을 달성하기 위해서 다음과 같은 구체적인 연구문제를 설정하였다.

첫째, 골프관광동기는 골프장 선택속성에 어떠한 영향을 미치는가?

둘째, 골프관광동기는 만족 및 행동의도에 어떠한 영향을 미치는가?

## II. 이론적 배경

### 1. 골프관광동기

동기(motivation)는 어떠한 목적에 방향이 주어지고 이에 대한 행동을 유발시키는 근원으로 인식되고 있으며, 개인의 목표를 성취하도록 지시하는 내부 상태라고 할 수 있다[13].

이러한 동기는 관광을 발생시키는 중요한 요인으로 많은 연구가 이루어져 왔는데, 연구자 및 연구대상에 따라 조금씩 상이한 결과를 주장하고 있다.

이와 관련한 그 동안의 연구결과를 살펴보면 Mannell & Iso-Ahola(1987)는 레저 및 관광을 목적으로 하는 관광객은 탈피, 휴식, 사회적 교감, 지식습득, 명예와 명성이 주요 관광동기라고 하였다[14]. 또한 Brown & Getz(2005)는 SIT 관광객을 대상으로 한 연구에서 사회적 교감, 지적 습득, 휴식능력 숙달이 관광동기 요인이라고 주장하였다[15].

골프관광을 대상으로 한 관광동기 연구를 살펴보면 안명식·조원득·윤용진·안병욱(2008)은 그들의 연구에서 골프관광 동기를 기술습득, 무동기, 즐거움, 건강, 사교, 외적 과시로 설명하였다[16]. 또한 최인석(2008)은 여가선용, 사교, 친목, 건강추구, 골프활동, 자연미 등을 골프관광 동기로 설명하였다[9].

본 연구에서는 이와 같은 선행연구를 바탕으로 골프관광 동기를 골프관광 행동을 유발시키는 내·외적동기로 규정하고 비즈니스, 휴식, 교류, 골프기술 습득, 외적 과시 등의 요인으로 구분하였다.

## 2. 선택속성

관광지의 선택속성은 첫째, 객관적이고 물리적으로 정의된 속성, 둘째, 주관적이고 물리적으로 정의된 속성, 셋째, 주관적이고 심리적으로 정의된 속성, 넷째, 편익과 인지 위험으로 정의된 속성 등의 4가지로 구분해 볼 수 있다[17].

이를 골프장에 적용한 최근의 연구들을 살펴보면 박충만(2007)은 골프장 소비자 선택행동요인의 구조적 검증을 통한 골프장 이용의 영향 요인에 대한 연구를 통해 골프장 선택속성을 편안한 느낌, 다양한 서비스, 골프장의 이용가격 등으로 구분하였다[18]. 또한 윤창수(2004)는 골프장의 서비스품질이 고객만족 및 재방문의사에 미치는 영향에 관한 연구에서 골프장 선택 속성을 골프장 운영 서비스 요인, 코스 레이아웃 요인, 캐디 서비스 요인, 레스토랑서비스 요인, 예약조건 요인, 클럽하우스 요인, 고객수준 요인, 관리서비스 요인, 이용요금 요인, 접근조건 요인 등의 10가지로 세분화하였다[19].

이 외에도 이준혁·윤창수·김동기(2005)는 회원제 골프장을 대상으로 서비스품질에 따른 선택속성을 연구하였으며[20], 김수현·김도훈(2009)은 퍼블릭 골프장 이용고객을 대상으로 한 연구에서 골프장 선택속성을 코스, 비용, 서비스, 이용편리성으로 구분하였다[21].

본 연구에서는 이와 같은 선행연구를 바탕으로 골프장 선택속성을 가격, 시설, 명성, 편리성 등의 요인으로 구분하였다.

## 3. 만족 및 행동의도

관광만족은 이전의 기대와 이후의 경험이 주관적인 판단의 결과로서 결정되며 개인적인 감정이나 가치판단 기준에 의해서 평가되는 것으로 보고 있다[22].

만족에 대한 접근방법은 두 가지 측면으로 나타나고 있는데, 그중 하나가 결과로 보는 측면이며, 이 측면에서의 관광만족은 관광객이 사후에 그 이미지를 평가하는 것으로서 전체경험에 대한 일종의 태도라고 정의하였다[23]. 또한 평가과정에서의 관광만족은 미리 갖고 있던 신념과 선택된 대안이 일치성을 이룬다는 평가로 정의하였다[24].

행동의도는 고객으로부터 받을 수 있는 호의적 행동의도에 대하여 긍정적인 말을 전달, 다른 고객에게 추천, 재 구매 등과 같이 계속적인 충성도를 유지하고, 그 서비스에 더 많은 이용을 하고, 더 높은 가격을 기꺼이 내고자 하는 것이라고 정의하였다[25]. 또한 행동의도는 고객이 해당기업에 계속남아 있거나 이탈하려는 것을 볼 수 있다고 하였다.

그동안 많은 연구자들에 의해 연구된 행동의도의 표현으로는 흔히 '재방문', 또는 '타인에게 추천 또는 구전' 등이다.

이와 같은 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 만족을 전체 경험에 대한 태도로 보는 결과적 만족으로 정의하며, 행동의도는 재방문 및 추천의도로 정의하였다.

## III. 연구방법

### 1. 연구모형 및 가설설정

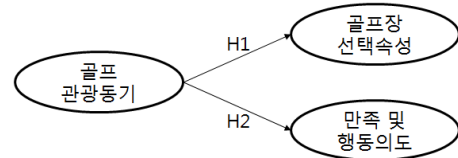


그림 1. 연구모형

본 연구의 모형은 이론연구를 바탕으로 골프 관광동기를 비즈니스, 휴식, 교류, 골프기술 습득 등으로 세분화하고, 골프 관광동기가 골프장 선택속성과 만족 및 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지 실증분석 하고자 개념들의 관계를 [그림 1]과 같이 구성하였으며, 연구가설은 다음과 같다.

골프 관광동기가 골프장 선택속성에 영향을 미친다는 것에 대해 안명식·조원득·윤용진·안병옥(2008)는 골프 관광동기가 골프장 선택에 영향을 미친다고 하였으며[16], 소국섭·이현(2007)은 골프전시장 방문고객을 대상으로 연구[26]에서도 유사한 결과를 얻은 것으로 나타났다.

이러한 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 골프 관광동기가 선택속성에 영향을 미칠 것을 가정하고 다음

과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1. 골프 관광동기는 골프장 선택속성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

골프 관광동기가 만족 및 행동의도에 영향을 미친다는 것에 대해 최조연·박금숙·최윤동(2010)의 연구 및 최인석(2008)의 연구에서 골프 관광동기가 만족 및 행동의도에 영향을 미친다고 하였다[8][9].

이러한 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 골프 관광동기가 만족 및 행동의도에 영향을 미칠 것을 가정하고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2. 골프 관광동기는 만족 및 행동의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 2. 측정도구

이론적 배경을 토대로 설문지를 [표 1]과 같이 구성하고, 5점 척도로 측정하였다.

골프 관광동기는 골프를 위주로 한 관광으로 정의하였으며, 이에 관한 측정변수는 안명식·조원득·윤용진·안병욱(2008), 최인석(2008) 등의 연구에서 사용된 문항을 기초로 측정문항을 구성하였다.

선택속성은 골프관광객이 골프장을 선택하기 위한 골프코스, 이용요금 등의 골프장 선택이라 정의하였으며, 이에 대한 측정변수는 윤창수(2004) 및 김수현·김도훈(2009)의 연구를 바탕으로 본 연구에 맞게 수정·보완하여 측정문항을 구성하였다.

만족 및 행동의도에 대한 측정변수는 최조연·박금숙·최윤동(2010) 및 최인석(2008)의 연구를 바탕으로 본 연구에 맞게 수정·보완하여 측정문항을 구성하였다.

표 1. 설문지 구성

변 수	측정 항목	문항수	관련 연구
골프 관광동기	비즈니스, 휴식, 교류, 기술 습득, 외적과시	18	안명식·조원득·윤용진·안병욱(2008), 최인석(2008)
선택속성	가격, 시설, 명성, 편리성	18	윤창수(2004), 김수현·김도훈(2009)
만족 및 행동의도	만족, 재방문, 행동의도	3	최조연·박금숙·최윤동(2010), 최인석(2008)
인구통계	성별, 연령, 소득 수준, 직업	4	

## 3. 조사설계 및 분석방법

본 조사는 2011년 1월 ~ 3월까지 3개월 동안 중국 산동성 소재 골프장을 방문한 한국인 관광객을 대상으로 설문지를 배포하고 자기기입식 방식으로 설문에 응하게 하였다.

설문지는 총 300부를 배포하였으며, 회수된 설문지는 총 286부를 회수하여 회수율은 95.3%였다. 회수된 설문지 중 무응답하거나, 불성실하게 응답한 설문지 총 15부를 제외한 271부를 최종분석에 사용하여 최종적으로 분석에 사용된 설문지는 총 271부로 전체 배포 설문지의 90.3%를 보였다. 조사대상자의 개인적 특성은 [표 2]와 같다. 데이터 통계 처리는 SPSS 18.0을 이용하였으며, 가설검증을 위한 분석방법은 다중회귀분석을 사용하였다.

표 2. 조사대상자의 일반적 특징

항목	구분	빈도(명)	백분율(%)
성별	남	183	67.5
	여	88	32.5
연령	21~30세	62	22.9
	31~40세	76	28.0
	41~50세	76	28.0
	51세 이상	57	21.0
	200만원 이하	31	11.4
소득수준	201~300만원	35	12.9
	301~400만원	42	15.5
	401~500만원	62	22.9
	501만원 이상	101	37.3
	학생	28	10.3
직업	사무직	73	26.9
	전문직	42	15.5
	자영업	66	24.4
	기타	62	22.9

## IV. 실증분석 결과

### 1. 타당성 및 신뢰성 검증

본 연구에서 사용된 이론적 측정 변수들의 내용 타당성 및 신뢰성 확인을 위해 요인분석 및 신뢰도 분석을 실시하였다. 요인분석은 주성분 분석(principle component analysis)에서 요인간의 독립성을 가정하는 직각 회전방식인 Varimax을 사용했다. 최종적인 문항

의 선택은 아이겐 값의 1이상인 경우에 요인이 추출되도록 하였으며, 요인적재량이 0.4 이상인 경우를 기준으로 하였다.

관광동기에 대한 요인분석 결과 고유값(Eigen Value)이 1 이상인 4개 요인으로 추출되었으며, 각각을 비즈니스, 휴식, 기술습득, 외적과시라 명명하였다. 4개 요인에 의해 설명되는 설명력은 전체분산의 67.139%이다. 또한 요인분석을 위한 각 측정변수들 선정을 확인하는 KMO 값은 .796, 요인분석의 모형 적합성을 판별하는 Bartlett의 구형 검정치 결과는 2377.259(p-value : 0.000)으로 유의하게 나타났다. 한편 도출된 요인들에 대하여 Cronbach's α를 이용한 신뢰도 분석 결과 .899 ~ .753 나타나 비교적 신뢰성이 있는 것으로 나타났다. 18개 문항 중 골프장 경험, 골프대회 관전, 동료와의 경쟁 등 3개 문항은 요인으로 묶이지 않아 분석에서 제거하였다.

표 3. 골프관광동기에 대한 타당도 및 신뢰도

요인 및 변수명	요인 적재값	아이겐값	분산(%)	신뢰도(a)	
비즈니스	고객인맥구성	.942	5.100	28.332	.899
	고객접대	.942			
	고객과의 대화	.923			
	목적달성	.889			
	사회적 지위향상	.529			
	검목적 달성	.474			
휴식	기분전환/스트레스 해소	.841	3.278	18.212	.794
	자연감상	.798			
	일상탈출	.796			
	체력 및 건강관리	.583			
기술 습득	경기력 향상	.802	2.002	11.120	.753
	골프코스 경험	.786			
	골프 wmf기	.751			
교류	관계증진	.908	1.076	9.475	.895
	함께하는 여행	.891			

총분산 설명력 : 67.139%  
KMO 측도 : .796  
Bartlett 검정치 : 2377.258(p-value : 0.000)

선택속성에 대한 요인분석 결과 모든문항이 고유값(Eigen Value)이 1 이상인 4개 요인으로 추출되었다. 설명력은 전체분산의 58.754%이다. 또한 요인분석을 위한 각 측정변수들 선정을 확인하는 KMO 값은 .807, 요인분석의 모형 적합성을 판별하는 Bartlett의 구형 검

정치 결과는 1710.475(p-value : 0.000)로 유의하게 나타났다. 한편 도출된 요인들에 대하여 Cronbach's α를 이용한 신뢰도 분석 결과 .874 ~ .704로 나타나 비교적 신뢰성이 있는 것으로 나타났다. 18개 문항 중 코트난이도, 경기진행 시간 등 2개 문항은 요인으로 묶이지 않아 분석에서 제거하였다.

표 4. 선택속성에 대한 타당도 및 신뢰도

요인 및 변수명	요인 적재값	아이겐값	분산(%)	신뢰도(a)	
가격	카트비	.879	6.051	33.619	.874
	캐디비	.869			
	그린피	.751			
시설	부대시설 요금	.697	1.839	10.217	.872
	페어웨이 및 러프	.842			
	티 그라운드	.808			
	그린관리	.799			
	해저드 및 벙커	.767			
편리성	접근편리	.811	1.483	8.236	.770
	정보획득 편리	.731			
	예약 편리	.490			
	부대서비스 편의	.481			
명성	숙박 편리	.420	1.203	6.681	.704
	상세정보	.804			
	프로그램 유용성	.711			
	골프장 지명도	.540			

총분산 설명력 : 58.754%  
KMO 측도 : .807  
Bartlett 검정치 : 1710.475(p-value : 0.000)

## 2. 골프 관광동기와 골프장 선택속성 영향 검증

골프 관광동기가 골프장 선택속성에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시한 결과는 [표 5]에서 보는 바와 같이 나타났다. 골프 관광동기가 골프장 선택속성에 영향을 미치는 정도는 가격(11.3%), 시설(19.3%), 편리성(10.3%), 명성(9.9%)의 모든 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다만 명성의 경우 DW값이 0.161로 자기상관성에 대한 우려가 있을 수 있다.

구체적으로 살펴보면 가격은 관계(p<.001) 항목이, 시설은 비즈니스(p<0.05), 경기력(P<0.001), 관계(P<0.001) 항목, 편리성은 비즈니스(P<0.01), 관계(P<0.01) 항목, 명성은 비즈니스(P<0.05), 관계(P<0.01) 항목이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 공선성 검사에서도 각 항목들 간 공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다.

표 5. 골프 관광동기와 골프장 선택속성의 회귀분석

종속 변수	독립 변수	비표준화 계수		표준화 계수	T	p	다중 공선성	
		B	표준오차	β			공차한계	VIF
가격	상수	2.707	.379		7.138	.000***		
	비즈니스	-.023	.045	-.036	-.523	.601	.935	1.070
	휴식	-.005	.074	-.005	-.069	.945	.831	1.204
	경기력	.123	.063	.142	1.975	.050	.847	1.181
	관계	.219	.055	.273	3.994	.000***	.929	1.077
R <sup>2</sup> = .113 수정R <sup>2</sup> = 0.096 F = 6.511 p = 0.000*** Durbin-Watson 값 : 1.655								
시설	상수	3.082	.324		9.514	.000***		
	비즈니스	-.098	.038	-.168	-2.577	.011*	.935	1.070
	휴식	-.013	.063	-.014	-.210	.834	.831	1.204
	경기력	.190	.053	.243	3.561	.000***	.847	1.181
	관계	.183	.047	.256	3.926	.000***	.929	1.077
R <sup>2</sup> = .193 수정R <sup>2</sup> = 0.177 F = 12.215 p = 0.000*** Durbin-Watson 값 : 1.502								
편리성	상수	2.626	.323		8.134	.000***		
	비즈니스	.113	.038	.204	2.978	.003**	.935	1.070
	휴식	.052	.063	.061	.834	.405	.831	1.204
	경기력	.152	.053	.206	2.865	.005**	.847	1.181
	관계	.087	.047	.129	1.879	.062	.929	1.077
R <sup>2</sup> = .103 수정R <sup>2</sup> = 0.086 F = 5.869 p = 0.000*** Durbin-Watson 값 : 0.637								
명성	상수	2.423	.336		7.208	.000***		
	비즈니스	.084	.040	.145	2.110	.036**	.935	1.070
	휴식	.125	.065	.140	1.916	.057	.831	1.204
	경기력	.001	.055	.002	.024	.981	.847	1.181
	관계	.165	.049	.234	3.398	.001**	.929	1.077
R <sup>2</sup> = .099 수정R <sup>2</sup> = 0.082 F = 5.627 p = 0.000*** Durbin-Watson 값 : 0.191								

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

### 3. 골프 관광동기와 만족 및 행동의도 영향 검증

골프 관광동기가 만족 및 행동의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시한 결과는 [표 6]에서 보는 바와 같이 나타났다. 골프 관광동기가 만족 및 행동의도에 영향을 미치는 정도는 만족(16.1%), 재방문(16.4%), 추천의도(15.8%)의 모든 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

구체적으로 살펴보면 만족은 비즈니스(p<0.05), 경기력(P<0.001) 항목, 재방문은 비즈니스(P<0.05), 경기력(P<0.001) 항목, 추천의도는 비즈니스(P<0.01), 경기력(p<0.01), 관계(P<0.05) 항목이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 공선성 검사에서도 각 항목들 간 공선성이 존재하지 않는 것으로 나타났다.

표 6. 골프 관광동기와 만족 및 행동의도의 회귀분석

종속 변수	독립 변수	비표준화 계수		표준화 계수	T	p	다중 공선성	
		B	표준오차	β			공차한계	VIF
만족	상수	2.648	.458		5.783	.000***		
	비즈니스	-.123	.054	-.151	-2.283	.023*	.935	1.070
	휴식	.079	.089	.063	.890	.375	.831	1.204
	경기력	.300	.075	.277	3.970	.000***	.847	1.181
	관계	.098	.066	.099	1.486	.139	.929	1.077
R <sup>2</sup> = .161 수정R <sup>2</sup> = 0.145 F = 9.814 p = 0.000*** Durbin-Watson 값 : 1.838								
재방문	상수	2.793	.422		6.617	.000***		
	비즈니스	-.109	.050	-.145	-2.185	.030*	.935	1.070
	휴식	.069	.082	.059	.841	.401	.831	1.204
	경기력	.272	.070	.272	3.908	.000***	.847	1.181
	관계	.116	.061	.127	1.913	.057	.929	1.077
R <sup>2</sup> = .164 수정R <sup>2</sup> = 0.148 F = 10.019 p = 0.000*** Durbin-Watson 값 : 1.797								
추천의도	상수	2.913	.458		6.360	.000***		
	비즈니스	-.155	.054	-.190	-2.864	.005**	.935	1.070
	휴식	.031	.089	.025	.351	.726	.831	1.204
	경기력	.238	.076	.220	3.149	.002**	.847	1.181
	관계	.172	.066	.174	2.609	.010*	.929	1.077
R <sup>2</sup> = .158 수정R <sup>2</sup> = 0.142 F = 9.592 p = 0.000*** Durbin-Watson 값 : 1.926								

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

### 4. 시사점

실증분석의 결과를 요약하면 첫째, 골프 관광동기는 골프장 선택속성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다만 비즈니스 동기는 시설에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 비즈니스 동기가 강할 경우 시설 때문에 골프장을 선택하는 것이 아니라는 것이다.

둘째, 골프 관광동기는 만족 및 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다만 비즈니스 동기는 만족 및 행동의도의 모든 항목에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 비즈니스 동기로 인해 골프관광을 진행할 경우 만족 및 행동의도가 낮아진다는 것을 의미한다.

골프관광은 현대 관광에 있어 그 영역이 점차 확대되고 있으며, 특히 해외 골프관광은 그 시장규모가 매우 급속히 확대되고 있는 부분이다. 따라서 해외 골프관광객을 위한 연구는 반드시 필요하며, 특히 우리나라 골프관광객이 가장 많이 찾는 골프장인 중국 골프장을 대상으로 한 연구는 시급한 것이라 할 수 있다.

실증 분석을 통해 본 연구에서 제시한 연구문제를 검

중한 결과 골프 관광동기는 골프장 선택 및 만족, 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 바탕으로 다음과 같은 시사점을 제안하고자 한다.

첫째, 골프장 선택에 있어 골프관광동기가 영향을 미치고, 특히 시설에 가장 큰 영향을 미친다는 것을 생각할 때 중국내 골프장의 시설적 측면을 강화할 필요가 있다는 것을 알 수 있다. 특히 경기력 향상이나 대인관계의 동기를 가진 골프관광객은 골프장을 선택함에 있어 골프장 시설을 많이 고려한다는 것을 생각해 동기에 따라 해외 골프장을 추천해주는 방식을 달리해야 할 것이다.

둘째, 골프관광 동기가 만족 및 행동의도에 영향을 미치며 특히 경기력이 가장 많은 영향을 미친다는 것을 생각할 때 경기력을 향상시키기 위해 골프장을 방문하는 고정고객 확보를 위해서 여행사 및 골프장 관계자들은 골프스윙분석 및 코스분석 등 경기력을 향상시킬 수 있는 다양한 전략적 방안을 구축해야 할 것이다.

셋째, 비즈니스 동기가 골프장 선택속성, 만족 및 행동의도에 부(-)의 영향을 미친다는 것을 생각할 때 비즈니스 동기를 가진 골프관광객에 대해서는 골프를 접대의 도구로 생각하는 골프관광객의 속성을 반영한 것으로 생각할 수 있다. 따라서 골프장 선택이나 만족에 그다지 흥미가 없을 수 있으므로, 기념품 등의 비즈니스 접대에 맞는 다른 요인을 찾아 비즈니스 골프관광객에 대처해야 할 것이다.

## V. 결론

본 연구는 꾸준히 증가하고 있는 중국 골프관광에 대한 연구를 위해 중국 산둥성 소재 골프장을 방문한 한국인 골프관광객을 대상으로 골프관광 동기가 골프장 선택속성, 만족 및 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지 분석해 보고자 하였다.

이를 통해 중국 골프장을 방문하는 한국인 골프관광객의 관광동기에 따른 골프장 선택 및 만족, 행동의도와 영향관계에 대한 실증적 분석결과를 얻을 수 있었다.

본 연구의 결과는 점차 확대되고 있는 해외 골프관광객에 대한 연구로 많은 시사점을 제공해 줄 수 있을 것이며, 이를 활용하여 더욱 다양한 후속 연구가 이루어

져야 할 것이다.

이러한 성과에도 불구하고, 본 연구의 과정상 분석 결과를 통해서 제기 될 수 있는 몇 가지 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 해외 골프장은 방문하는 골프관광객의 관광동기가 골프장 선택 및 만족, 행동의도에 미치는 영향을 실증적으로 측정하였지만, 날씨, 기후 등 제3의 변수들의 영향관계를 완전하게 배제하지 못했다.

둘째, 연구대상을 2011년 1월-3월까지 중국 산둥성에 소재한 골프장을 방문한 한국인 골프관광객으로 제한하였기에 본 연구의 결과를 전체 골프관광객을 대상으로 일반화시키기에는 무리가 있다. 따라서 향후 연구에서는 결과의 일반화를 위해 다양한 연구대상을 포함시켜 연구할 필요가 있다.

## 참고 문헌

- [1] 김지영, 이철원, 한우진, “도시 근로자들의 여가 몰입과 여가 만족의 관계”, 한국체육학회지, 제45권, 제5호, pp.61-71, 2006.
- [2] 한국골프장경영협회, 2010 골프 연차보고서, 한국골프장협회(<http://www.kgba.co.kr>), 2010.
- [3] 김차용, 이성호, 손재만, “국내 골프관광의 관광특성 및 서비스품질과 재구매의도 간의 인과모형”, 한국사회체육학회지, 제28권, pp.139-152, 2006.
- [4] 오상훈, 양필수, 김정희, “추구편익에 따른 골프관광 시장세분화에 관한 연구: 제주방문 내국인 골프관광자를 대상으로”, 관광학연구, 제32권, 제3호(통권 제67호), pp.319-338, 2008.
- [5] 김명선, “국내 골프관광의 문제점과 활성화 방안에 관한 연구”, 한국스포츠리서치, 제15권, 제5호, pp.167-175, 2004.
- [6] 이창섭, 이종호, “생태관광으로서의 골프관광 활성화 방안”, 한국체육교육학회지, 제7권, 제3호, pp.64-73, 2002.
- [7] 최조연, 박금숙, 최윤동, “골프관광 참여자의 일반적 특성에 따른 서비스 품질 만족의 차이가 골프

관광 재구매 행동에 미치는 영향”, 관광경영연구, 제43권, pp.223-244, 2010.

[8] 김홍식, 박구원, “골프산업 규제완화가 관광에 미치는 파급효과”, 한국콘텐츠학회논문지, 제9권, 제10호, pp.407-416, 2009.

[9] 최인석, “국내 골프관광 동기가 만족, 불평행동, 재방문의도에 미치는 영향”, 한국사회체육학회지, 제32권, 제1호, pp.295-306, 2008.

[10] 최인석, 변해심, “사회체육 경영, 관리, 행정, 정책 편 : 제주국제자유도시 골프관광 서비스 구매 후 만족구인에 따른 불평행동, 전환의도, 타인추천의도 간의 관계”, 한국사회체육학회지, 제35권, 제1호, pp.511-524, 2009.

[11] 이정석, 이지혜, 신중환, 박영민, “해외 골프관광 선택속성과 서비스품질이 해외 골프장 만족도 및 재관광의도에 미치는 영향”, 한국사회체육학회지, 제45권, 제1호, pp.341-352, 2011.

[12] 오응수, 박기범, 신영권, “해외골프관광 참여자의 소비특성 및 참여유형과 국내유인전략”, 한국사회체육학회지, 제34권, 제1호, pp.151-161, 2008.

[13] 주현식, *컨벤션 참가동기, 개최지 속성, 만족 및 재참가 의도 간의 영향관계*, 동아대학교 대학원 박사학위논문, 2001.

[14] R. Mannell and S. E. Iso-Ahola, “Psychological Nature of Leisure and Tourism Experience,” *Annals of Tourism Research*, Vol.14, pp.314-331, 1987.

[15] G. Brown and D. Getz, “Linking Wine Preferences to the Choice of Wine Tourism Destinations,” *Journal of Travel Research*, Vol.43, No.3, pp.266-276, 2005.

[16] 안명식, 조원득, 윤용진, 안병욱, “골프연습장 참가자의 참여동기가 몰입경험과 생활만족에 미치는 효과”, 한국사회체육학회지, 제33권, pp.1157-116, 2008.

[17] D. C. Bojanic, “The use of advertising in managing destination image,” *Tourism Management*, Vol.12, No.4, pp.352-355, 1991.

[18] 박충만, *골프장 소비자 선택행동요인의 구조적*

검증, 수원대학교 대학원 박사학위논문, 2007.

[19] 윤창수, *골프장의 서비스품질이 고객만족 및 재방문의사에 미치는 영향에 관한 연구*, 영산대학교 경영대학원 석사학위논문, 2004.

[20] 이준혁, 윤창수, 김동기, “회원제 골프장의 서비스품질 선택속성에 관한 연구”, 대한관광경영학회 학술연구발표 논문집, pp.179-204, 2005.

[21] 김수연, 김도훈, “퍼블릭 골프장 이용고객의 선택속성과 이용만족 및 재이용의도 간의 관계”, 한국체육과학회지, 제18권, 제3호, pp.735-744, 2009.

[22] 고상동, *서비스 품질이 관광객 만족에 미치는 영향에 관한 연구: 휴양콘도미니엄을 중심으로*, 세종대학교 대학원 박사학위논문, 1996.

[23] J. W. Lounsbury and J. R. Polik, “Leisure needs and Vacation Satisfaction,” *Leisure Science*, Vol.14, No.2, pp.105-106, 1992.

[24] A. Geva and A. Goldman, “Duality in consumer post-purchase attitude,” *Journal of Economic Psychology*, Vol.12, pp.141-164, 1991.

[25] V. A. Zeithaml and M. J. Binter, *Service Marketing*, New York: McCraw Hill Book Company, 1995.

[26] 소국섭, 김현, “골프 전시 관람객의 참가동기에 따른 시장세분화 및 결정요인 : 다중선택(MNL) 모형의 적용”, *관광학연구*, 제31권, 제4호, pp.73-91, 2007.

저 자 소 개

이 익 수(Yk-Su Lee)

종신회원



- 1995년 2월 : 경기대학교 관광경영학과(경영학석사)
- 2000년 8월 : 경기대학교 관광경영학과(경영학박사)
- 2003년 3월 ~ 현재 : 청주대학교 관광학부 교수

<관심분야> : 관광자원, 문화관광, 문화콘텐츠기획