

## 국내 풋살장 선택속성이 고객만족 및 참여의도에 미치는 영향

신진호<sup>†</sup>

<sup>1</sup>서원대학교 레저스포츠학부, 조교수

(2023년 11월 23일 접수: 2023년 12월 21일 수정: 2023년 12월 26일 채택)

### Effect of Domestic Futsal Field Selection Attribute on Customer Satisfaction and Participation Intention

Jin-Ho Shin<sup>†</sup>

*School of Leisure & Sports, Assistant Professor, Seowon University, Chungbuk, Korea*

*(Received November 23, 2023; Revised December 21, 2023; Accepted December 26, 2023)*

**요약** : 본 연구는 국내 풋살장의 효율적인 운영 전략을 위한 기초자료를 제공하기 위해 선택속성이 고객만족 및 참여의도에 어떠한 영향력이 있는지를 검증하고자 했다. 따라서 국내 풋살장을 이용한 사람들을 표본으로 선정했으며, 편의표본 추출방법을 활용했다. 최종분석은 271부의 자료를 활용했다. 자료처리는 SPSS(ver. 21.0) 프로그램으로 빈도분석, 요인분석 및 신뢰도 분석, 상관분석, 단순 및 다중회귀분석을 실시했다. 연구결과는 첫째, 국내 풋살장 선택속성은 서비스, 편의성, 가격, 시설 순으로 고객만족에 유의한 영향이 있었다. 둘째, 고객만족이 참여의도에 유의한 영향이 있었다. 셋째, 선택속성은 시설, 서비스, 편의성, 가격 순으로 참여의도에 유의한 영향이 있었다. 이상의 결과들을 종합해보면 국내 풋살장들은 소비자들이 보다 편리하고 안전하게 풋살 경기를 즐길 수 있는 시설과 서비스를 제공할 필요가 있을 것으로 판단된다.

**주제어** : 풋살, 풋살장, 선택속성, 고객만족, 참여의도

**Abstract** : This study attempted to verify how the selection attribute affects customer satisfaction and participation intention to provide basic data for the efficient operation strategy of domestic futsal fields. Therefore, people who used domestic futsal fields were selected as samples, and convenience sampling methods were used. The final analysis used 271 copies of data. The data processing was conducted with the SPSS (ver. 21.0) program, which conducted frequency analysis, factor analysis and reliability analysis, correlation analysis, simple and multiple regression analysis. First, the results of the study showed that domestic futsal field selection attributes had a significant impact on customer satisfaction in the order of service, convenience, price, and facility. Second, customer satisfaction had a significant effect on participation intention. Third, the optional attributes had a significant impact on participation intention in the order of facility, service, convenience, and price. Summarizing the above

---

<sup>†</sup>Corresponding author

(E-mail: k1jinho@seowon.ac.kr)

results, it is believed that domestic futsal courts need to provide facilities and services that allow consumers to enjoy futsal games more conveniently and safely.

*Keywords : Futsal, Futsal field, Selection attribute, Customer satisfaction, Participation intention*

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 필요성 및 목적

1930년 우루과이의 후안 카를로스 세리아니(Juan Carlos Ceriani Gravier)에 의해 창안된 풋살(futsal)은 5인(필드선수 4명, 골키퍼 1명)제 축구형태로 상대방 골대에 골을 넣어 승부를 겨루는 경기로 볼 수 있다[1].

하지만 축구 종목과 확연히 다른 규칙들이 적용된다. 전통 풋살 종목은 실외가 아닌 실내에서 모든 경기가 진행되며, 경기장 규격(평균 길이 40m, 너비 20m) 및 골대 크기(가로 3m, 세로 2m)가 다르다[2]. 이외 사이드 라인 아웃 시 스로인이 아닌 킥 인이 적용되며, 골라인 아웃 시 골킥 대신 골 클리어נס로 경기가 재개되는 점 등 세부적인 규칙이 전혀 다른 특징이 있다[2]. 또한 축구와는 다르게 교체한 선수가 언제든지 다시 피치로 들어갈 수 있는 무제한 교체 방식이 적용되므로 보다 빠른 공수 전환에 의한 박진감 넘치는 경기가 펼쳐진다[3].

즉, 풋살 경기는 화려한 기술 및 정교한 패스와 스피드(speed)와 파워(power)를 겸비한 퍼포먼스(performance)가 펼쳐지는 신속한 경기가 진행되기에 남녀노소를 막론한 유·청소년들과 성인들에게 매우 많은 인기를 누리고 있는 스포츠로 이해할 수 있다[4, 5]. 문화체육관광부가 발간한 체육백서에 의하면 2020년 기준 대한민국 국민들이 가장 많이 참여하는 체육활동을 조사한 결과, 걷기(41.9%), 등산(17.3%), 보디빌딩(13.3%) 다음으로 축구/풋살(7.0%)을 즐기고 있는 것을 확인할 수 있다[6].

더욱이 SBS 예능 ‘골 때리는 그녀들’ 프로그램에서 여성 출연진들이 땀과 눈물을 흘리며 매 경기 최선을 다하는 모습에 여성 시청자들이 큰 감동을 받으면서 하나둘씩 풋살장으로 모이기 시작했고, 연령을 불문한 수많은 참가자들에 의해 전국 각지에서 여성 풋살팀들이 창단되면서 여성들만 참가할 수 있는 대회들이 개최되고 있다[7].

이처럼 풋살에 대한 관심이 고조되면서 참가자

들의 활발한 활동을 지원하기 위한 경기 매칭 플랫폼 및 소셜 매치, 구장 예약, 팀원 모집, 게스트(용병) 모집 등 다양한 서비스들이 제공되기 시작하였으며, 각 지역에서 새로운 풋살장들이 개장되면서 수익 창출을 위한 비즈니스 형태의 스포츠 시설로 자리매김 했다[8].

이와 같은 상황에 따라 각 풋살장들은 시장 경쟁력을 제고하기 위한 차별화된 환경과 서비스 등의 구장 속성을 강화하여 운영하는 것이 무엇보다 중요해 졌다[9]. 참여자들이 여러 풋살장 중 우리 구장을 선택해서 이용하는 속성이 어떠한지 확인하고, 분석하여 지속적이고 효율적인 운영을 하는 것이 중요해진 것이다[8].

본 전략을 수립하는 것을 학문적으로는 선택속성이라고 정의한다. 속성은 유·무형의 제품이 가지고 있는 특징들의 전반적인 부분을 의미하며, 소비자의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 가치 있는 속성에 대한 주관적인 판단에 의해 의사를 결정하는 것을 선택이라고 한다[10].

더불어 선택속성은 소비자들이 문제를 인식하고, 정보를 탐색하여 구매 및 참여행동을 하는 경영 전략에 중대한 요인으로 작용한다[11]. 더욱이 고객의 반응과 판단으로 볼 수 있는 고객만족 요인도 기업의 성과와 매출 증가에 직접적인 역할을 하는 구매 의사를 결정하는데 중요하게 작용하고 있다[12].

이러한 측면에서 풋살장의 선택속성을 확인하고, 소비행동을 과학적으로 분석해 선택속성이 고객만족과 참여의도에 어떠한 영향을 미치고 있는지를 규명하는 것은 의미가 있을 것으로 판단된다. 조정래, 박세혁, 서희정(2023)[13] 역시 풋살에 참여 하는 소비행동이 어떠한지를 규명하는 연구는 가치가 있으며, 국내에서는 이와 관련된 연구들이 매우 부족한 실정이라고 주장한 바 있다.

따라서 본 연구는 국내 풋살장의 효율적인 운영 전략을 위한 기초자료를 제공하기 위해 선택속성이 고객만족 및 참여의도에 어떠한 영향력이 있는지를 검증하는데 목적이 있다.

**1.2. 연구문제**

연구 문제는 다음과 같다.  
 연구문제 1: 국내 풋살장 선택속성이 고객만족에 미치는 영향은 어떠한가?  
 연구문제 2: 국내 풋살장 고객만족이 참여의도에 미치는 영향은 어떠한가?  
 연구문제 3: 국내 풋살장 선택속성이 참여의도에 미치는 영향은 어떠한가?

**2. 연구방법**

**2.1. 연구대상**

국내에서 사용료를 지불하고 풋살장을 이용한 사람들을 표본으로 구성했다. 추출방법은 비확률 표본추출방법 중 편의표본 추출방법을 활용했다. 조사는 2023년 4월 3일부터 9월 22일까지 5명의 조사원이 현장 방문과 모바일 설문지로 실시했으며, 대상자들은 자기평가 기입법으로 작성했다. 조사원들이 수집한 305부의 자료는 데이터 클리

닉을 실행했으며, 응답이 누락되어 신뢰할 수 없는 34부를 제외했다. 따라서 최종 271부의 자료를 분석에 활용했다. 연구대상자들 특성은 Table 1과 같다.

**2.2. 연구의 조사도구**

국내 풋살장 선택속성은 김남익, 장호중(2023)[14], 남재준(2012)[15]의 변인을 중심으로 강유원, 이제현, 변경원(2014)[16], 정명수, 장경희(2014)[17]의 문항을 참고해 구성했다. 고객만족은 강유원, 이제현, 변경원(2014)[16], 정명수, 장경희(2014)[17], 조정래(2023)[9]의 문항을 토대로 구성했다. 참여의도는 신진호(2022)[18], 이유민, 신진호(2022)[19]의 문항을 확인해 구성했다. 조사도구 문항은 ‘매우 그렇다’에 7점, ‘보통이다’에 4점 ‘매우 그렇지 않다’에 1점, 7점 리커트(Likert) 척도로 구성했다. 연구대상자 특성은 성별과 연령 그리고 월 평균 이용빈도, 3개 문항으로 구성했다. 조사도구의 구체적인 내용은 Table 2와 같다.

Table 1. Characteristics of the subject of investigation

Variable	Items	Frequency(%)
Gender	Male	271(100)
	Female	0(0)
Age	20-29	182(67.2)
	30-39	70(25.8)
	Over 40	19(7.0)
Average monthly purchase frequency	1	60(22.1)
	2-3	187(69.0)
	Over 4	24(8.9)
	None	0(0)

Table 2. Contents of the survey tool

Variables	Sub factor and Contents	Number
Selection attribute	Facility	4
	Service	3
	Price	3
	Convenience	3
Customer satisfaction	Decision to use, Value of use, Satisfying Expectations, Rational operation	4
Participation intention	Re-Participation, Talk positive, Recommend	3
Characteristics	Gender, Age, Average monthly frequency of use	3
	Total	23

Table 3. Exploratory factor analysis results of selection attribute

Sub Factor	Items	1	2	3	4	Cronbach's $\alpha$	
						Deleted	Total
Facility	Additional facilities(toilet, shower)	.860	.143	.180	.107	.864	
	Parking space	.843	.080	.184	.112	.882	
	Equipment (balls, vests, etc.)	.833	.228	.129	.146	.870	
	Size of the stadium	.797	.306	.185	.133	.872	
Service	Kindness of the staff	.248	.854	.258	.143	.903	
	Staff communication	.223	.873	.196	.166	.917	
	Provide information	.188	.869	.278	.162	.900	
Price	Stadium fee	.179	.265	.205	.807	.835	
	Food and drink	.184	.083	.205	.870	.800	
	Futsal shoe rental fee	.062	.103	.111	.887	.847	
Convenience	Reservation	.199	.167	.850	.221	.903	
	Accessibility	.214	.262	.846	.204	.855	
	Stadium operating hours	.241	.368	.805	.160	.863	
Eigen value		3.139	2.740	2.483	2.449		
Variance(%)		24.149	21.079	19.103	18.836		
Cumulative(%)		24.149	45.229	64.332	83.167		

KMO value=.879, Bartlett test  $\chi^2=2739.019(P<.001)$ ,  $df=78$

Table 4. Exploratory factor analysis results of customer satisfaction

Sub Factor	Items	1	Cronbach's $\alpha$	
			Deleted	Total
Customer satisfaction	Decision to use	.902	.854	
	Value of use	.871	.871	
	Satisfying Expectations	.880	.867	
	Rational operation	.849	.883	
Eigen value		3.068		
Variance(%)		76.693		
Cumulative(%)		76.693		

KMO value=.813, Bartlett test  $\chi^2=667.209(P<.001)$ ,  $df=6$

### 2.3. 조사도구의 타당도와 신뢰도 검증

타당도는 주성분 방법의 직교 회전 중 베리맥스를 활용해 실행했으며, 신뢰도는 문항내적일관성의 Cronbach's  $\alpha$  계수를 통해 검증했다. 선택속성의 표본 적합도는 KMO=.879로 나타났고 전체 분산 설명력은 83.167%로 나타났다. 신뢰도는 시설  $\alpha=.901$ , 서비스  $\alpha=.936$ , 가격  $\alpha=.878$ , 편의성  $\alpha=.912$ 로 나타났으며, 내용은 Table의 3과 같다.

고객만족의 표본 적합도는 KMO=.813으로 나타났고, 전체 분산 설명력은 76.693%로 나타났다. 신뢰도는  $\alpha=.898$ 로 나타났으며, 내용은 Table의 4와 같다.

참여의도의 표본 적합도는 KMO=.700으로 나타났고, 전체 분산 설명력은 74.768%로 나타났다. 신뢰도는  $\alpha=.824$ 로 나타났으며, 내용은 Table의 5와 같다.

Table 5. Exploratory factor analysis results of participation intention

Sub Factor	Items	1	Cronbach's $\alpha$	
			Deleted	Total
Participation intention	Re-Participation	.861	.766	.824
	Talk positive	.832	.816	
	Recommend	.900	.694	
Eigen value		2.243		
Variance(%)		74.768		
Cumulative(%)		74.768		

KMO value=.700, Bartlett test  $\chi^2=318.937(P<.001)$ ,  $df=3$

Table 6. Results of correlation

	1	2	3	4	5	6
Facility	1					
Service	.487**	1				
Price	.356**	.399**	1			
Convenience	.488**	.585**	.463**	1		
Customer satisfaction	.524**	.766**	.502**	.661**	1	
Participation intention	.608**	.617**	.441**	.613**	.729**	1

\*\*  $p<.01$ 

#### 2.4. 조사도구의 자료처리 방법

본 연구에서는 SPSS(ver. 21.0) 프로그램으로 자료처리를 실시했다. 구체적으로 성별, 연령, 월 평균 이용 빈도 확인을 위한 빈도분석과 타당도와 신뢰도 검증을 위한 요인분석 및 신뢰도 분석, 변인 간의 관계 확인을 위한 상관분석을 실시했다. 마지막으로 연구문제를 검증하기 위한 단순 및 다중회귀분석을 실시했다.

### 3. 결과 및 고찰

#### 3.1. 상관분석

국내 풋살장 선택속성(4개변인: 시설, 서비스, 가격, 편의성)과 고객만족, 참여의도 요인 모두 다중공선성(.80 미만)에 문제가 없었으며, 유의한 상관관계(+)가 있는 것으로 검증됐다.

#### 3.2. 국내 풋살장 선택속성이 고객만족에 미치는 영향

국내 풋살장 선택속성은 서비스( $\beta=.517$ ,  $t=11.522$ ), 편의성( $\beta=.240$ ,  $t=5.195$ ), 가격( $\beta=.149$ ,  $t=3.731$ ), 시설( $\beta=.102$ ,  $t=2.449$ ) 순으로 고객만족에 유의한 영향이 있었으며, 선택속성의 독립변인이 고객만족의 종속변인에 미치는 설명력은 67.8%로 나타났다.

#### 3.3. 국내 풋살장 고객만족이 참여의도에 미치는 영향

국내 풋살장 고객만족( $\beta=.729$ ,  $t=17.493$ )이 참여의도에 유의한 영향이 있었으며, 고객만족의 독립변인이 참여의도의 종속변인에 미치는 설명력은 53.0%로 나타났다.

Table 7. Results of multiple regression analysis

Dependent variable	Independent variable	<i>b</i>	<i>s.e</i>	$\beta$	<i>t</i>	<i>p</i>
Customer satisfaction	(constant)	.594	.215		2.758	.006
	Facility	.086	.035	.102	2.449	.015
	Service	.461	.040	.517	11.522	.001
	Price	.157	.042	.149	3.731	.001
	Convenience	.223	.043	.240	5.195	.001
$R^2 = .678, F = 143.056(.001)$						

Table 8. Results of simple regression analysis

Dependent variable	Independent variable	<i>b</i>	<i>s.e</i>	$\beta$	<i>t</i>	<i>p</i>
Participation intention	(constant)	.915	.252		3.632	.001
	Customer satisfaction	.802	.046	.729	17.493	.001
$R^2 = .530, F = 305.988(.001)$						

Table 9. Results of multiple regression analysis

Dependent variable	Independent variable	<i>b</i>	<i>s.e</i>	$\beta$	<i>t</i>	<i>p</i>
Participation intention	(constant)	.449	.278		1.614	.108
	Facility	.293	.046	.315	6.435	.001
	Service	.271	.052	.276	5.234	.001
	Price	.119	.054	.103	2.193	.029
	Convenience	.255	.055	.250	4.607	.001
$R^2 = .554, F = 84.897(.001)$						

### 3.4. 국내 풋살장 선택속성이 참여의도에 미치는 영향

국내 풋살장 선택속성은 시설( $\beta = .315, t = 6.435$ ), 서비스( $\beta = .276, t = 5.234$ ), 편의성( $\beta = .250, t = 4.607$ ), 가격( $\beta = .103, t = 2.193$ ) 순으로 참여의도에 유의한 영향이 있었으며, 선택속성의 독립변인이 참여의도의 종속변인에 미치는 설명력은 55.4%로 나타났다.

본 결과들은 풋살장의 직원들의 소통과 정보 제공으로 구성된 서비스, 소비자들에게 제공되는 예약 시스템 등의 편의성, 적절한 이용 가격, 경기장 및 부대시설 등으로 구성된 선택속성이 고객들에게 매우 좋은 반응을 보이고 있는 것으로 해석할 수 있다. 이와 같은 결과들에 대해 유아 스포츠센터를 중심으로 연구한 하제현, 하재필(2021)[20]과 스크린야구장을 대상으로 접근한

이태용, 박문수, 김성겸(2016)[21]의 연구들이 부분적으로 선택속성과 고객만족도 간의 영향력이 있다는 결과를 도출하여 본 연구 결과를 지지해 주고 있다. 더불어 이들은 신규고객 유치에 비해 기존 고객을 지속적으로 유지하는 것이 중요하므로 가격 프로모션 및 다양한 이벤트와 청결을 유지하기 위한 시설 보수 등을 통해 고객 확보에 최선을 다할 필요가 있다는 시사점을 제시했다.

또한 선택속성과 풋살장 이용 경험 등을 통해 형성된 고객만족이 참여의도에 긍정적인 영향을 미치고 있는 결과들을 스크린골프연습장의 선택속성과 참여의도의 영향력을 검증한 김남익, 장호중(2023)[14]과 퍼스널트레이닝 스튜디오 고객 참여만족이 재참여의도에 미치는 영향력을 연구한 김병운, 이현서, 김차용[22]이 본 결과들의 타당성을 뒷받침해주며, 소비자 요구에 신속하게 응대하는 태도와 예약 등의 정보제공이 지속적인

참여율을 증가시킬 것이라고 주장했다.

이러한 선행연구들을 종합해보면, 풋살장과 성격이 유사한 스포츠 시설들이 강조하고 있는 공통점은 각 분야 특성에 맞는 청결하고 편리한 시설과 신속한 서비스, 주요 시설 및 부대시설의 적절한 가격과 소비자들의 편리하게 이용할 수 있는 정보 등의 속성을 강화하여 효율적인 운영이 필요하다는 시사점을 제시할 수 있을 것이다.

마지막으로 풋살장의 홍보 및 이벤트를 목적으로 실시하는 대회 개최시에는 구장의 규격, 골대, 안정성, 경기진행요원들의 서비스와 풋살장 및 주변 상권(식당, 편의점 등)의 접근성을 고려해야 할 것이며, 특히 간접 참여자로 볼 수 있는 학부모들과 관람들을 하기 위해 방문하는 지인들을 위한 편의 시설을 제공할 수 있는 환경이 되는지 여부를 파악하는 것이 풋살장의 이미지를 제고할 수 있을 것으로 판단된다[3].

#### 4. 결론

본 연구는 국내 풋살장의 효율적인 운영 전략을 위한 기초자료를 제공하기 위해 선택속성이 고객만족 및 참여의도에 어떠한 영향력이 있는지를 검증하고자 하는 목적이 있으며, 다음과 같은 결론을 도출했다.

첫째, 국내 풋살장 선택속성은 서비스, 편의성, 가격, 시설 순으로 고객만족에 유의한 영향이 있었다.

둘째, 국내 풋살장 고객만족은 참여의도에 유의한 영향이 있었다.

셋째, 국내 풋살장 선택속성은 시설, 서비스, 편의성, 가격 순으로 참여의도에 유의한 영향이 있었다.

이상의 결과들을 종합해보면 국내 풋살장들은 소비자들이 편리하고 안전하게 풋살 경기를 즐길 수 있는 시설과 서비스를 제공할 필요가 있을 것으로 판단된다.

국내 풋살장을 대상으로 진행하는 후속연구를 위한 제언은 다음과 같다.

본 연구는 양적 연구방법론 중 통계분석을 적용해 진행했다. 따라서 다음 연구에서는 보다 구체적이고, 다양한 정보를 수집하기 위한 질적 연구방법 중 하나인 심층면담 등을 활용할 필요가 있을 것으로 사료된다. 또한 17개 시도의 풋살장 현황과 가격, 시·도민들의 라이프 스타일에 따라

풋살장을 선택하는 속성도 다를 것이라고 예측된다. 이에 후속연구에서는 지역별 풋살장의 속성을 비교분석하는 것도 의미가 있을 것이다.

#### References

1. Y. J. Lee, C. W. Lee, "A plan for development of korea futsal and fk league", *The Korean Journal of Society of Sport Policy*, Vol.13, No.2 pp. 55-75, (2015).
2. FIFA, "Futsal laws of the game(2022-23)". Available From: <https://www.fifa.com/fifaplus/ko> (2022).
3. Y. T. Kwon, J. H. Shin, "The effect of futsal attendance attributes on participatory attitude and re-participation behavior", *Journal of the Korean Data Analysis Society*, Vol.19, No.5 pp. 2709-2720, (2017).
4. J. H. Shin, C. H. Choi, "Estimating the determinants of winner and defeat through performance analysis of korean futsal : application of decision tree analysis based on data mining", *Journal of the Korean Data Analysis Society*, Vol.20, No.3 pp. 1405-1417, (2018).
5. W. R. Kim, "A study on the establishment and activities of the korea futsal league". Chung-Ang University of Graduate School Education, Master's dissertation, (2023).
6. Ministry of Culture, Sports and Tourism, "2020 Sport white paper". Ministry of Culture, Sports and Tourism, (2022).
7. Y. J. Jung, "[Z-market] "Even if it rains, don't kick the ball"... women in their 20s and 30s". Available From: <https://www.moneys.co.kr/news/mwView.php?no=2023062221513715640> (2023. 06. 30).
8. J. M. Lee, J. H. Cha, "The effect of futsal facility selection attributes using IPA on behavioral intentions", *The Korean Journal of Sport*, Vol.21, No.3 pp. 59-70, (2023).
9. J. R. Cho, "The effects of service quality on flow experience, customer satisfaction,

- repurchase intention, and word-of-mouth intention of futsal facility users”. Seoul National University of Science and Technology of Graduate School, Master’s dissertation, (2023).
10. G. Y. Park, J. H. Ha, “The causal relationship among selection attribute, relationship quality, and behavioral intention toward children sports center”, *The Korean Journal of Sport*, Vol.21, No.2 pp. 127-138, (2023).
  11. C. S. Jeon, “The structural relationship between the choice attributes, perceived values, customer satisfaction and loyalty of youth sports franchise consumers: focused on swimming and taekwondo”. Kyung Hee University of Graduate School, Doctoral dissertation, (2020).
  12. M. S. Han, “A study on the effect of fashion influencer on consumer purchase intention and word of mouth intention -focusing on the mediating effect of brand attachment and customer satisfaction-”. Soongsil University of Graduate School, Doctoral dissertation, (2022).
  13. J. R. Cho, S. H. Park, H. J. Seo, “The effects of service quality on flow experience, customer satisfaction, repurchase intention, and word-of-mouth intention of futsal facility users”, *Journal of Sport and Leisure Studies*, Vol.92, pp. 99-110, (2023).
  14. N. I. Kim, H. J. Jung, “The relationship among screen golf driving range participants’ selection attribute, golf immersion and participation continuation intention”, *The Korean Journal of Sport*, Vol.21, No.2 pp. 63-72, (2023).
  15. J. J. Nam, “Relationship between selective attributes and use satisfaction & continuous participation intention in screen golf course”, *Korean Society of Golf Studies*, Vol.6, No.2 pp. 35-47, (2012).
  16. Y. W. Gang, J. H. Lee, K. W. Byeon, “The structural relationships among screen golf selection attribute, truth, commitment, and customer loyalty: a model comparison according to level of usage”, *The Korean Journal of Physical Education*, Vol.53, No.2 pp. 347-365, (2014).
  17. M. S. Jung, K. H. Jang, “The effects of customer satisfaction on behavioral intention and switching intention in the selection attributes of indoor screen golf”, *The Korean Journal of Sports Science*, Vol.23, No.2 pp. 811-824, (2014).
  18. J. H. Shin, “The effect of korean fk(futsal korea) cup tournament identity on value and participation intention”, *Journal of the Korean Applied Science and Technology*, Vol.39, No.4 pp. 560-567, (2022).
  19. Y. M. Lee, J. H. Shin, “The effect of inline skating educational institutions servicescape on perceived value and purchase intention”, *Journal of Next-generation Convergence Information Services Technology*, Vol.11, No.6 pp. 681-692, (2022).
  20. J. H. Ha, J. P. Ha, “The influence of selective attribute on customer satisfaction and intention to re-register children sports center”, *Journal of Sport and Leisure Studies*, Vol.83, pp. 147-157, (2021).
  21. T. Y. Lee, M. S. Park, S. K. Kim, “Study on the effect of selection attributes of screen baseball shop on customer satisfaction and customer loyalty”, *The Korean Journal of Sport*, Vol.14, No.4 pp. 289-298, (2016).
  22. B. Y. Kim, H. S. Lee, C. Y. Kim, “The effect of personal training studio customer’s character traits on participation satisfaction and behavior intention”, *The Korean Journal of Sport*, Vol.18, No.1 pp. 33-44, (2020).