

승마시설 개발을 위한 소비자 선택기준에 관한 연구

- 시설 이용자 및 공급자 관점에 따른 -

Analysis on the Consumer Attraction Determinants for Horse-Riding Facility Development
- Depending on the Perspectives of Service User and Provider -

나 선 주* · 문 근 식** · 이 상 업***

Na, Seon Joo · Mun, Keun Sik · Lee, Sang Youb

目 次

- | | |
|--|---|
| I. 서론
1. 연구배경 및 목적
2. 연구범위 및 방법
II. 이론적 고찰
1. 승마시설에 관한 고찰
2. 레저시설의 선택속성에 관한 고찰
3. 선행연구 고찰
III. 승마시설 선택모형
1. 선택기준 도출
2. 설문조사 | IV. 선택기준 중요도
1. 중요도 분석
2. 이용자 관점에 따른 중요도
3. 공급자 관점에 따른 중요도
4. 승마시설 개발을 위한 시사점
V. 결론
1. 연구의 요약 및 시사점
2. 연구의 한계 및 후속연구
〈abstract〉
〈참고문헌〉 |
|--|---|

ABSTRACT

1. CONTENTS

(1) RESEARCH OBJECTIVES

This study intends to define the determinants for customer attraction to the horse-riding facility and analyze the weight factor for determinants from the perspectives of service user and provider. The research findings intends to provide the implication of the location, the size of facility, the management system etc. to the developer of horse-riding facility in the planning stage of development project.

(2) RESEARCH METHOD

The decision criteria affecting customer attraction have been identified based on prior literature

* 주 저 자 : ㈜두바이컨설팅 팀장, muse0021@naver.com

** 공동저자 : 건국대학교 부동산도시연구원, 부동산학박사, ceomun@konkuk.ac.kr

*** 교신저자 : 건국대학교 부동산학과 교수, 건설경영학박사, sangyoub@konkuk.ac.kr

▷ 접수일(2016년 2월 27일), 수정일(1차: 2016년 3월 28일, 2차: 2016년 4월 14일, 3차: 2016년 5월 7일), 게재확정일(2016년 5월 20일)

review and expert consultation. And the AHP methodology has been implemented in order to develop the weight for criteria based on the survey by experts consisting of service user and provider, which are the experienced horse-riding consumer and facility management personnel.

(3) RESEARCH FINDINGS

Research finding indicates that the 4 criteria and 17 sub-criteria have been determined as the decision criteria affecting customer attraction. And the weight analysis of criteria found that the distance of facility is the most important criteria followed by the horse-riding course, the size of facility, and the transportation convenience. It is noteworthy that the consumer perspective prefers the system factors of facility, while the management perspective prefers the location factors.

2. RESULTS

This study defined the consumer attraction determinants for horse-riding facility and the criteria's weight. The research finding that the distance and transportation for visiting, and the diversity of the riding course and its size are preferred can be applied to the development project of horse-riding facility in the planning and stage as feasibility study.

3. KEY WORDS

- horse-riding facility, development, AHP, consumer attraction determinants, consumer vs. provider perspectives

국문초록

레저스포츠에 대한 관심이 확산되며 승마 레포츠에 대한 수요가 증가함에 따라 본 연구는 승마시설 개발을 위해 개발계획 시 고려되는 소비자의 승마장 선택기준에 대하여 정의하고 시설 이용자와 공급자의 관점에서 중요도를 분석하였다. 소비자의 승마시설 선택기준으로는 4개의 상위기준에 따른 17개의 하위기준이 도출되었으며 전문가 설문에 따른 AHP분석결과, 선택기준의 중요도는 입지에 '승마장과의 거리'가 가장 높고 이어 '승마장 코스', '승마장의 규모', '승마장 이용 시 교통수단', '마방 시설' 등의 순으로 나타났다. 이는 서비스의 공급과 소비관점에 따른 추가분석 결과와도 일관되어 개발계획 시 승마장과의 거리가 가깝고 교통이 편리한 입지를 선택하고 코스의 다양성과 마장의 규모를 크게 개발하는 것이 높은 소비자 집객력을 가질 것으로 기대된다. 본 연구는 이러한 승마장 선택기준과 중요도 도출을 통해 소비자인 이용자 관점과 공급자인 운영자 관점에 있어 공통점과 차이점에 따른 시사점 도출을 통해 향후 승마장 개발 및 운영에서 구성 및 규모와 입지선정에 있어 소비자 요구에 대응하는 객관적인 기초자료로 활용되는 것에 의의가 있다.

핵심어 : 승마시설, 개발사업, 계층분석기법, 소비자 선택기준, 이용자 공급자 관점

I. 서 론

1. 연구배경 및 목적

경제성장에 따른 소득의 증가와 삶의 질적 향상욕구 증대로 다양한 여가 활동이 선호되고 있는 가운데, 건강 및 가족문화의 확산으로 레저 스포츠에 대한 관심이 확산되고 있다. 특히 승마 레포츠에 관한 관심이 높아져서¹⁾ 지난 2011년 『말산업 육성법』²⁾의 제정 공포는 승마산업이 발전할 수 있는 계기가 되어 지방자치단체별로 말산업 육성과 승마체육공원 설립을 추진하는 등 후속사업이 이루어지고 있다.³⁾ 그 결과 말산업의 규모는 '13년도 말 기준 3조 2,094억 원에 달하게 되었으며 2015년 집계된 정부통계에 따르면 말산업 사업체수는 1,999개소로 '13년 대비 175개소로 시설수도 395개소로 '13년 대비 64개소로 각각 9.6%, 19.3%가 증가하였다. 승마인구 또한 정기 승마인구수는 40,596명, 체험 승마인구수는 771,076명으로 크게 확대 되는 등 지속적인 증가세를 보이고 있다.⁴⁾

이와 같이 승마시설에 대한 수요 증대와 승마산업의 지속적인 발전이 이루어짐에 따라 다양한 관련 연구들이 수행되었으나 대부분이 승마로 인한 효과와 특성 위주로,⁵⁾⁶⁾ 승마장의 개

발 및 운영을 위한 부동산학 측면에서의 선행연구는 소수에 불과한 실정이다. 승마시설의 매출액 분석한 선행연구⁷⁾⁸⁾에서는 승마시설의 14%만이 경영효율성을 갖춘 것으로 나타났다.

마사회가 2015년 국회 농림축산식품해양위원회에 제출한 "2013~2014년 전국승마장 경영실적"에 따르면 2013년 전국 승마장 303개 가운데 41%가, 2014년 354개 중 44%가 운영이익을 내지 못했으며, 총매출액은 각각 364억 원과 471억 원으로 나타났다. 특히 같은 기간 세전 이익도 각각 5.5억 원, 6.3억 원으로 시설당 180만원에 불과해 국내 대다수의 승마시설들은 경영상태가 매우 열악한 것으로 나타났다.⁹⁾

이에 정부는 말산업 육성에 387억 원이 투입되어 승마시설 확충을 위해 신규설치 및 개보수와 승용마 조련시설 등을 설치할 계획이며 승마시설의 경영 개선을 위해 승마대중화 여건을 조성하고, 승마시설검증을 통한 승마장 등급제 도입, 부실 승마장에 대한 경영 컨설팅 등의 지원을 확대할 예정이다.¹⁰⁾

이에 본 연구는 승마시설의 경영을 통한 수익창출을 위해서 매출을 발생시키는 이용자의 집객이 최우선적으로 요구됨에 따라 승마장 개발을 위해 소비자 관점에서 승마장을 선택할 때 어떠한 요인이 영향을 끼치는지 선택결정 기준

1) 국민소득 1만 달러가 넘으면 테니스 인구가 양적으로 팽창하였고, 1만 5천 달러에 진입하면 골프인구가 늘어났으며, 2만 달러를 돌파하면 골프인구가 다시 승마로 옮겨갔다고 보고하고 있음 - 김성훈, "승마 참여자의 참여 동기가 몰입과 지속의도에 미치는 영향", 경희대학교 체육대학원 석사학위논문, 2011, p.1에서 발췌.

2) 조진래·김우남 의원 발의 2009.12.9. 말산업육성법 국회제출, 2010.7.15. 국가고용전략회의에서 말 산업을 관광·레저산업육성을 통한 일자리 창출과제로 선정, 2011.2.18. 말산업육성법 국회본회의 의결(투표인원 199명 전원 찬성 통과), 2011.3.9. 공포 및 2011.9. 시행

3) 수안보 : 말문화 복합레저센터 유치 중(충북일보, 2014). 충주 : 거점 승마조련시설 신청(중부매일, 2014). 장흥 : 승마체육공원 설립 예정(광주일보, 2014). 강원도 : 한국재활승마교육센터가 들어설 예정이다(한국경제, 2014). - 이충기, 고성규, 김진옥, "승마체험 동기가 가치와 만족도 및 행동의도에 미치는 구조관계 분석", 관광연구, 대한관광경영학회, 2014, 제28권, 제6호, p.204에서 발췌.

4) 농림축산식품부a, 2014년 말산업 실태조사결과, 2015년 5월 8일 제공 보도자료, pp.1~29

5) 박병훈·임상용 "승마 참가자의 참여동기, 참여만족과 지속의도간의 관계모형 분석", 한국사회체육학회지, 한국사회체육학회, 2009, 제37호, pp.1549~1550.

6) 이원일 "승마동호인의 진지한 여가 조망", 한국여가레크리에이션학회지, 한국여가레크리에이션학회, 2014, 제37권, 제3호, pp.114~115.

7) 김기탁·박동규, "승마산업의 활성화를 위한 시장 세분화 전략", 한국콘텐츠학회지, 한국콘텐츠학회, 2012, 제12권, 제12호, p.780.

8) 서명천, "말산업 기반확립과 발전을 위한 연구", 서울대학교 일반대학원 박사학위논문, 2013, pp.96~140.

9) 마사회 "2013~2014년 전국승마장 경영실적" 국회 농림축산식품해양위원회 제출자료 - 프라임경제신문, 2015년 10월 15일 기사에서 발췌.

10) 농림축산식품부b, 말산업 육성 5개년 종합대책 2015년 시행계획 수립, 2015년 2월 17일 제공 보도자료, pp.1~6.

을 도출하고 나아가 소비자인 이용자 관점과 공급자인 운영자 관점에서 각각 요인의 중요도를 비교 분석하고자 한다. 이를 통해 향후 승마장 개발 시에 소비자 요구에 대응하는 기초자료로 활용 가능하고, 향후 개발대상을 확대하여 다양한 레저스포츠 시설의 개발 활성화를 위한 시사점을 제시하는 연구목적을 가진다.

2. 연구범위 및 방법

승마시설 개발을 위한 소비자 선택기준에 관한 분석을 위해 본 연구는 다음과 같은 연구방법을 가진다.

우선, 선행연구와 전문가 인터뷰를 기반으로 승마시설을 선택할 때 고려하는 요인의 계층구조를 승마장시설, 부대시설, 입지, 승마장서비스의 4개의 대분류와 이를 구성하는 17개의 소분류로 정의하였다. 이어서 전문가 일대일 설문을 통한 계층분석기법(Analytic Hierarchy Process, 이하 AHP)분석을 통해 구조별 요인들의 상대적 중요도를 구하였다. 또한 이를 소비자인 이용자와 공급자인 승마장 운영자의 관점으로 구분하여 관점에 따른 요인별 중요도의 차이점을 비교하여 시사점을 도출하였다.

이러한 연구방법의 적용을 위한 승마시설의 공간적 범위는 서울 및 경기, 수도권 지역을 대상으로 하며 설문을 위한 전문가 범위는 승마를 하는 승마시설의 소비자로서 10년 이상의 승마경험을 가진 개인 및 승마 동호회 참여자와, 역시 승마시설에서 10년 이상 승마시설 관련 업종에 종사한 운영 및 관리자로 구성하였다.

II. 이론적 고찰

1. 승마시설에 관한 고찰

승마장은 「말산업 육성법」에 의한 농어촌형 승마시설과 「체육시설의 설치·이용에 관한

법」에 의한 기존 공공 및 민간 체육형 승마시설(이하 “체육형 승마시설”)로 구분된다.

1) 농어촌형 승마시설

‘농어촌형 승마시설’에는 ‘체육시설의 설치·이용에 관한 법률’에서 규정하는 승마장 이외의 장소에서 최소 500㎡의 마장을 보유하고 3두 이상의 승용마와 마사, 체육지도자를 배치하고 지자체에 신고한 승마시설과 ‘승마 체험장’으로 ‘도시와 농어촌간의 교류촉진에 관한 법률’에 의거하여, 농어촌 체험, 휴양마를 사업자로 지정된 자가 농어촌 체험·휴양 프로그램으로 운영하는 승마시설 등이 있다. ‘말산업’은 마필의 생산에서 시작된다. 마필을 생산하기 위해 ‘종도마’가 필요하며, 새로 태어나는 마필의 출산을 위한 전문 공간 및 마필 육성 단계에서의 말이 제대로 클 수 있는 목장시설과 말을 조련하고 순치·관리할 수 있는 운동장 등이 필요하다.

농어촌형 승마시설은 읍·면지역에 설치가능하며 그 외의 지역은 국토의 계획 및 이용에 관한 법에 따라 지정된 주거·상업·공업지역외의 용도지역, 국토의 계획 및 이용에 관한 법에 따라 지정된 도시지역의 녹지지역 중 생산·보전녹지지역, 관리지역 중 생산·보전관리지역, 농림·자연환경보전지역, 2002.8.14. 이후 개발제한구역에서 해제되어 제1종 일반주거지역으로 지정된 집단취락지구 지역(수도권정비계획법 제2조 1호에 해당되는 지역제외)등으로 광범위하다.

2) 체육형 승마시설

체육형 승마시설은 「체육시설의 설치·이용에 관한 법」을 적용받으며 신고 체육 시설업으로 분류된다. 체육형 승마시설은 건축법 상 운동시설 내 “승마장”으로 시설 기준은 실내 또는 실외 마장면적 500㎡ 이상 3마리 이상 승용 말을 보유하고 말의 관리에 필요한 마사의 설치와 승마 유자격자의 배치, 보험 가입을 의무로 하고 있다. 승마장 설치가능 지역으로는 개발제한구역에 설치할 수 있는 건축물로써, 실외체육시설

범주에 추가되면서 개발제한구역 내 설치가 허용되는 축구장, 야외수영장, 골프장과 유사시설로 승마장을 도시지역 내 그린벨트에 설치하도록 허용하였다. 또한 승마장업시설기준이 대폭 완화되어 실내 또는 실외 마장 면적은 500제곱미터 이상이어야 하고, 실외 마장은 0.8미터 이상의 목책을 설치하며, 3마리 이상의 승마용 말을 배치하고, 말의 관리에 필요한 마사를 설치하면 가능한 것으로 완화되었다.

3) 말산업 관련 시설

말산업 관련 시설은 크게 승마장, 축사, 가축운동시설, 문화 및 집회 시설(경마장 및 장외발매소)로 나누어지며, 이들 시설물은 “국토의 계획 및 이용에 관한 법률”, “건축법” 등에서 규정하고 있으며 설치가능지역은 아래 준주거지역, 근린상업지역, 생산녹지지역, 자연녹지지역, 생산관리지역, 계획관리지역이며, 지자체별 조례에 따라 제한적으로 허용되는 용도지역은 일반주거지역, 중심상업지역, 일반상업지역, 준공업지역으로 광범위한 여건이다.

승마시설로는 2014년 체시법승마장이 190개소, 농어촌형 승마시설 109개소, 미신고 승마시설이 96개소에 달하며, 말산업 종사자수는 총 16,091명으로 한국마사회가 7,883명, 경마마필관계자가 2,086명, 승마시설업이 2,233명, 말사육농가가 1,414명으로 나타났다. 특히 말산업 규모는 2013년도말 기준 3조 2,094억 원이며 생산부문은 1,286억원, 마주부문은 2,533억원, 경마부문은 2조 5,674억원, 승마부문은 934억원, 말관련업이 1,667억원으로 파악되었다.¹¹⁾

2. 레저시설의 선택속성에 관한 고찰

1) 레저시설

한국레저산업연구소의 『레저백서2012』에 따르면 대표적인 레저산업으로 리조트, 골프, 스키, 콘도미니엄, 테마파크 산업 등으로 명시되어 있으며, 승마도 레저산업의 일종이다. 「민법」 제99조에 의하면 부동산은 “토지와 그 정착물”로 정의되고 있는 바, 승마시설은 일정한 토지에 말과 승마를 위한 정착물이 필요한 시설로 국민의 삶의 질 향상과 더불어 각광받고 있는 레저형태의 부동산이다.

레저스포츠 시설은 그 개발 목적을 상업성에 최우선을 두어야 하며 이는 바꾸어 말하면, 레저스포츠 시설 운영을 통한 시설 투자금액 회수와 시설 유지, 개선 및 보수를 위한 수익원의 확보가 중요하다¹²⁾

2) 선택속성

일반적으로 선택속성은 소비자들의 의사결정과정인 문제인식, 정보탐색, 대안의 평가, 구매결정, 구매 후 행동의 과정 중 정보탐색을 통해 수집된 정보를 비교하는데 사용됨으로서 최종적인 상품이나 상표를 선택하는 기준이 되는 것을 의미한다.¹³⁾ 여러 상품의 속성들을 검토 한 후 그 속성을 토대로 다른 상품과 비교, 분석하여 평가하고 선택하게 되는 것이다. 이처럼 상품의 선택속성은 상품 선택에 있어서 중요한 탐색과정이라고 할 수 있다. 이러한 선택속성에 대해서는 다양한 분야에서 연구가 이루어졌으며¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾¹⁷⁾, 본 연구 방향 측면에서 볼 때, 승마

11) 농림축산식품부a, 전제서, pp.1~29.

12) 고경진, 지민준, 석부길, “레저스포츠 시설의 입지 선정 요소에 대한 분석적 고찰”, 한국여가레크레이션학회지, 한국여가레크레이션학회, 2008, 제32권, 제1호, p.135.

13) 윤정현, “가족관광객의 관광동기, 관광지 선택속성 및 관광만족의 영향관계”, 관광레저연구, 한국관광레저학회, 2010, 제22권, 제5호, pp.208~301.

14) 송우석·이호병, “기업형 슈퍼마켓의 입지유형에 따른 점포선택 속성의 고객 계층별 의도에 대한 영향 비교분석 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, 제57집, pp.48-62.

15) 이경아·김갑열, “부동산 구매 소비자의 정보서비스 선택속성”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, 제59집, pp.74-86.

16) 이호병, “커피전문점 선택속성의 만족도에 기초한 점포 입지 및 고객 특성별 세분화모형에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회,

스포츠에 있어서 선택속성은 참여자가 직접 경험하는 것으로 승마스포츠에 관련된 모든 물리적, 사회적, 행동적 특성을 의미한다.¹⁸⁾

3. 선행연구 고찰

1) 승마 관련

승마 참여자인 소비자의 입장에 관한 연구 결과,¹⁹⁾ 소비자들이 어떤 동기를 가지고 승마에 참여하는지, 참여하면서 느끼는 즐거움은 무엇인지 그리고 승마를 지속하고 싶은 이유가 무엇인지 조사하여 승마참여자의 참여 동기가 운동 몰입과 운동지속에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 승마 참여자의 참여 동기가 운동 몰입에 유의한 영향을 미치는 것 나타났으며 참여 동기 중 건강지향과 자기 계발이 운동지속에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 승마참여자의 운동 몰입은 운동지속에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 몰입할수록 운동을 계속하려는 의도가 강한 것으로 볼 수 있다고 하였다. 또 다른 선행연구에서²⁰⁾ 승마 참여자의 심리적 상태를 구체적으로 제시할 수 있는 승마 참여자의 참여동기, 선택속성 분석을 통하여 승마 참여 후 고객만족 및 구매 후 행동에 미치는 영향을 규명하는데 필요성을 두고 있으며 참여동기는 선택속성과 구매 후 행동에 영향을 미치는 것으로 나타났고 또한

선택속성은 구매 후 행동에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 고객만족은 구매 후 행동에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

한편, 승마참가자의 인식과 재미 및 만족감의 구조적 관계에 대한 연구²¹⁾에서는 레저승마가 신체심리, 사회성함양, 성취감경험, 이론수업 요인들이 만족감의 교육적 만족, 사회적 만족, 심리적 만족, 신체적 만족, 신체 심리 요인과 사회성함양 요인 그리고 환경적 만족 요인에 유의한 설명력을 갖는다고 분석하였다. 또한 승마의 정책적 개선 방향의 연구²²⁾에서는 말 산업이 우리나라의 대표 산업으로 자리매김할 수 있게 말 산업 육성법 제정이 가져오는 긍정적·부정적 효과를 살펴보고 향후 말산업의 바람직한 발전 방향에 따른 말산업 육성법 개정 및 관련법제 개선방안을 제시했다.

2) 레저시설 선택속성 관련

레저시설의 선택속성과 관련한 선행연구를 살펴보면, 수상레저스포츠의 경우 선택속성 평가에 대한 연구²³⁾에서는 ‘프로그램요인’, ‘가격요인’, ‘직원요인’, ‘시설요인’, ‘환경요인’으로 선택속성을 구분하였으며, 이어 선택속성과 서비스 가치, 만족 및 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구²⁴⁾에서는 ‘프로그램’, ‘비용’, ‘직원’, ‘시설’, ‘환경’, ‘서비스’ 등으로 구분하였다. 골프장의 경우, 골프장을 선택하게 만드는 주요 요인으로 ‘예약 서비스요인’, ‘현관 및 프론트 서비스 요인’,

2014, 제59집, pp.326-340.

17) 황규성·장형진, “입지요인이 편의점 성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제64집, pp.199-211.

18) 한성희, “승마 참여자의 참여동기, 선택속성이 고객만족 및 구매 후 행동에 미치는 영향”, 국민대학교 스포츠산업대학원, 스포츠경영연구, 2014, pp.1~98.

19) 박금란·박창범, “승마 동호인의 참여동기가 운동몰입 및 운동지속에 미치는 영향”, 한국체육과학회지, 한국체육과학회, 2011, 제20권, 6호, pp.349~358.

20) 한성희, 상계서, pp.1~98.

21) 구자홍, “승마참가자의 인식과 재미 및 만족감의 구조적 관계”, 명지대학교 석사학위논문, 2011, pp.1~46.

22) 류재량, “말산업 육성법 제정의미와 향후 말산업 발전방향에 대한 연구”, 연세대학교 법무대학원 석사학위논문, 2013, pp.1~86.

23) 김성걸·김화룡, “IPA를 이용한 수상레저스포츠 선택속성 평가”, 한국여가레크리에이션학회지, 한국여가레크리에이션학회, 2009, 제33권, 제3호, pp.297~308.

24) 나현주, 김병식, 김화룡, “수상레저스포츠 선택속성과 서비스 가치, 만족 및 행동의도에 미치는 영향”, 한국사회안전학회지, 한국안전학회, 2012, 제8권, 제1호, pp.31~53.

‘경기진행관리요인’, ‘골프장 시설 및 코스요인’, ‘락커, 목욕탕, 화장실요인’, ‘용품 판매점 서비스 요인’, ‘식당 서비스요인’ 등을 파악하였으며²⁵⁾, 골프장방문고객들이 지각하는 서비스 만족도에 관한 연구²⁶⁾에서는 ‘예약만족’, ‘교통만족’, ‘캐디만족’, ‘직원만족’, ‘코스상태만족’, ‘경기진행만족’, ‘부대시설만족’, ‘이용요금만족’이라는 8가지 서비스 만족 요인을 구분 짓고, 어떠한 서비스 만족 요인이 소비자가 골프장을 선택함에 있어서 크게 영향을 미치는가에 대하여 알아보았다. 이어 골프장 이용객들의 선택속성이 고객만족 및 재방문의사에 미치는 영향에 관한 연구²⁷⁾에서는 ‘편의성’, ‘비용’, ‘코스’, ‘서비스’를 요인으로 나누어 분석을 진행하였다.

3) 선행연구와의 차별점

선행연구를 승마 관련한 연구와 레포츠 시설 및 선택속성에 관한 연구로 분류하여 고찰한 결과, 승마의 운동과 여가활동, 참여동기 등의 연구는 다수 있었으며, 승마장 선택을 위한 참여동기와 선택특성에 관한 연구는 있었으나 인문통계학적인 측면에서의 연구였고, 레포츠시설로서의 승마장 선택을 위한 소비자 선택기준을 연구한 사례는 이루어진 바가 없다. 이에 본 연구에서는 기존의 레저스포츠 시설 선택요인에 대한 선행연구를 기반으로 승마시설을 선택할 때 소비자가 고려하는 요인을 도출하고 나아가 이용과 공급의 관점에 따른 요인별 중요도의 차이점을 비교하여 선행연구와의 차별성을 확보하고자 한다.

Ⅲ. 승마시설 선택모형

1. 선택기준 도출

본 연구는 승마장 개발을 위한 소비자 선택기준에 영향을 미치는 요인들을 정의하고 상대적 중요도 도출을 위해 다양한 선행연구 분야에서²⁸⁾²⁹⁾³⁰⁾³¹⁾ 활용된 AHP기반 전문가 설문문을 통해 기준별 중요도를 도출하고자 한다. 선택기준 도출을 위해 승마 관련 및 레저시설 선택 관련

〈표 1〉 선행연구 기반 선택기준 도출

기준	요소	선택속성		레저시설, 승마		
		A32)	B33)	C34)	D35)	E36)
승마장 시설	승마장의 규모	0	0			0
	승마장 코스	0	0	0	0	0
	주차시설	0	0	0		
	마방시설					
부대 시설	클럽하우스		0	0	0	
	식당 시설 및 매점		0	0		
	숙박시설	0	0			
	락커/화장실/사우나등의 시설	0			0	
입지	승마장과의 거리			0	0	0
	승마장 이용시 편리한 교통수단	0			0	
	주변환경과의 호환성 및 경관성		0			
승마장 서비스	승마장직원 서비스 및 업무능력 ³⁷⁾	0	0	0	0	0
	예약서비스			0		
	커뮤니티			0	0	0
	승마비용	0	0	0		0
	프로그램	0	0			
	체계적 지도	0	0			

25) 정찬삼, “골프장 활성화를 위한 마케팅 전략”, 동신대학교 석사학위논문, 2004, pp.1~66.

26) 박미영, “골프장 고객 서비스 만족연구”, 경기대학교 석사학위논문, 2006, pp.1~87.

27) 김낙훈, “골프장 이용객들의 선택속성이 고객만족 및 재방문의사에 미치는 영향”, 국민대학교 석사학위논문, 2009, pp.1~53.

28) 이재우, “교외형 복합쇼핑몰이 지역에 미치는 영향요인 평가분석”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, 제58집, pp.19-32.

29) 김재환·김태중, “아파트단지 외부공간의 옥외시설 중요도 분석”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, 제58집, pp.142-153.

30) 박용덕·정재호, “AHP를 이용한 개업공인중개사의 책임 중요도 및 개선방안”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2015, 제63집, pp.32~45.

31) 강현준·김형주, “프리미엄아웃렛의 집객요인에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제64집, pp.281-292.

32) 김성겸·김화룡, 상계서, pp.301~303.

33) 한성희, 전계서, pp.31~33.

선행연구를 고찰하였다. <표 1 참조>

이와 같이 선행연구 결과를 기반으로 승마 경험 10년 이상의 승마 및 레포츠 관련 전문가와 브레인스토밍을 통해 승마장 선택에 영향을 끼치는 다양한 영향요인들에 대한 예비분석을 하

<표 2> 선택기준 계층구조

기준		정의
상위	하위	
승마장 시설	승마장의 규모	전체적 규모, 마평, 실내외 마장 등 크기
	승마장 코스	실내승마, 실외승마, 연계코스
	주차시설	주차장과 실내외 승마장 배치순서, 주차장 규모
	마방시설	말의 출입이 편리한 마방, 말과 장비 청결성
부대 시설	클럽하우스	클럽하우스에서 실내외 마장 가시여부, 승마부츠 착용시 출입편리성, 개인승마 장구 등의 구비
	식당시설 및 매점	레스토랑, 마트 등의 다양성
	숙박시설	숙박시설의 설치 여부
	락커/화장실/사우나 등의 시설	쾌적성, 위생, 청결 상태 등
입지	승마장과의 거리	승마장 이용을 위한 물리적 거리
	승마장 이용시 편리한 교통수단	대중교통의 이용 편리성, 차량 접근성
	주변환경과의 호환성 및 경관성	관광지, 타 레저시설과의 연계 ³⁴⁾
승마장 서비스	승마장직원 서비스 및 업무능력	직원의 복장, 친절한 상담, 불만처리 등
	예약서비스	시간의 편리성, 대기시간 등
	커뮤니티	회원들간의 교류 및 정보 전달
	승마비용	1회권/월 회비 등
	프로그램	쿠폰회원, 자마회원, 체험승마, 단체승마
	체계적 지도	시뮬레이션, 실내교육, 교관 이력 등

고, 이를 전문가 표적집단면접(Focus Group Interview : FGI)을 통해 설문을 위한 최종계 층구조를 확정하였다.

최종 구조는 ‘승마장 시설’, ‘부대시설’, ‘입지’, ‘승마장 서비스’의 4개로 상위계층 항목으로 구성이 되며 이에 따른 하위계층 항목으로는 각각, ‘승마장 시설’은 ‘승마장 규모’, ‘승마장 코스’, ‘주차시설’, ‘마방시설’으로, ‘부대시설’은 ‘클럽하우스’, ‘식당시설 및 매점’, ‘숙박시설’, ‘락커/화장실/사우나 등의 시설’으로, ‘입지’는 ‘승마장과의 거리’, ‘승마장 이용시 교통수단’, ‘주변 환경과의 호환성 및 경관성’으로, 마지막으로 ‘승마장서비스’는 ‘직원 서비스 및 업무능력’, ‘예약서비스’, ‘커뮤니티’, ‘승마비용’, ‘프로그램’, ‘체계적 지도’로 평가 기준을 도출하였다.

2. 중요도 설문조사

설문조사를 위해 앞서 도출된 계층구조의 선택기준을 중심으로 방문을 통한 일대일 설문을 실시하였다. 전문가 대상은 승마장을 방문하여 승마를 하는 승마시설의 소비자로서 10년 이상 승마경험을 가진 개인 및 승마 동호회 참여자와, 역시 승마시설에서 10년 이상 승마시설 관련 업종에 종사한 운영 및 관리자, 59명을 대상으로 상위계층 기준 4가지 항목에 대한 6문항을 하위 계층 기준 17가지 항목에 대한 쌍대비교질문 36 문항을 제시하였다. 조사 결과 총 59부 중 일관성 비율(Consistency Ratio : CR) 확인 결과³⁹⁾ 0.2로 설문 유효율은 55%로 유효한 33부의 설문결과를 바탕으로 분석을 진행하였다.

34) 유홍수, “골프장 이용자 특성이 서비스 만족도에 미치는 영향”, 용인대학교 체육과학대학원 석사학위논문, 2007, pp.24~25.

35) 정찬삼, 상계서, 2004, pp.29~30.

36) 정상운, “골프장 이용수요에 미치는 요인분석 및 수요추정모형의 개발”, 한양대학교 도시대학원 석사학위논문, 2011, pp.16~19.

37) 장해상, 장호중, 이호근, “레저스포츠관광 참여자의 생활양식에 관광지 선택요인과 재방문의사에 미치는 영향”, 한국사회체육학회지, 한국사회체육학회, 2010, 제39권, 제1호, pp.201~211.

38) 구협, “승마장의 건축계획을 위한 기초 조사연구”, 전남대학교 산업대학원 석사학위논문, 2009, pp.1~54.

39) AHP분석에 있어 일관성 비율(CR)은 일반적으로 0.1을 기준으로 하고 있으나, 본 연구를 위한 전문가 확보가 용이하지 않은 점을 고려하여 최소한의 일관성 유지 기준인 0.2까지 기준을 확대하여 적용하였음. 이에 관해 Saaty (1980)는 일관성 비율의 값이 0.1이하이면 합리적인 일관성을 갖고, 0.2이하일 경우는 용납할 수 있으나, 0.2를 초과하면 일관성이 부족한 것으로 판단한다고 하였음. Satty, T. L. 1980 “The Analytic Hierarchy Process.” McGraw Hill, New York, USA.

IV. 선택기준 중요도

1. 중요도 분석

설문조사를 통하여 수집된 자료를 바탕으로 AHP 이론을 적용하여 다음과 같은 상위계층과 하위계층별 중요도를 각각 도출하였다.

상위계층 네 가지 요인에 대한 분석결과 ‘승마장 시설’이 0.330, ‘입지’ 요소가 0.313, ‘승마장 서비스’가 0.239 마지막으로 ‘부대시설’이 0.117의 순으로 도출되었다. ‘승마장 시설’이 가장 높은 중요도를 가지는 것으로 나타나 승마장 자체의 규모나 크기, 코스 등 실질적으로 승마장을 이용하는 자체를 중요하게 보고 있음을 알 수 있다.

전체 선택기준의 상대적 종합중요도를 산출한 <표 3>의 결과를 분석해보면 하위 기준 가운

데 ‘승마장과 거리’가 0.158로 가장 중요한 기준이고 이어 ‘승마장 코스’가 0.113, ‘승마장의 규모’가 0.106의 순으로 상위에 분포하였다. ‘승마장과 거리’가 가장 높은 중요도를 가지는 것은 소비자와 공급자 모두 승마장과 이동거리가 가까운지에 대한 것이 시간적인 효율성을 위해 접근성이 가장 중요하다고 판단할 수 있다. 또한 ‘승마장의 코스’나 ‘규모’ 등이 상위로 나타난 것은 승마장까지 오는 것은 오직 승마를 목적으로 승마장을 방문하기 때문인 것으로 해석된다. 교통수단의 요인도 상위에 나타나 승마장 개발 시 교통의 편리성 또한 우선적으로 고려해야 할 것으로 보인다. ‘승마 비용’은 선택에 장애가 되지 않는 것으로 나타났다.

더불어 도출한 선택기준의 최종 중요도를 시설의 이용자인 소비자와 공급자 관점에서 분류하여 추가 분석을 실시하였다. 이를 통해 시설을 이용하는 승마장 방문객들 관점의 선택기준 중요도와 시설을 공급하는 운영자의 관점의 선택기준과의 차이점을 통해 향후 개발 시 고려해야 할 시사점 도출이 가능하다.

<표 3> 선택기준 중요도

상위기준 중요도		하위기준 중요도		최종 중요도
승마장 시설	0.330	승마장의 규모	0.321	0.106
		승마장 코스	0.343	0.113
		주차시설	0.123	0.042
		마방시설	0.210	0.069
부대시설	0.117	클럽하우스	0.303	0.036
		식당시설 및 매점	0.227	0.027
		숙박시설	0.082	0.010
		락커, 화장실, 사우나 등의 시설	0.387	0.045
입지	0.313	승마장과 거리	0.504	0.158
		승마장 이용시 편리한 교통수단	0.304	0.095
		주변환경과의 호환성 및 경관성	0.193	0.060
승마장 서비스	0.239	승마장직원서비스 및 업무능력	0.176	0.042
		예약서비스	0.075	0.018
		커뮤니티	0.097	0.026
		승마비용	0.220	0.053
		프로그램	0.149	0.036
		체계적 지도	0.283	0.068

2. 소비자 관점에 따른 중요도

소비자 관점에서의 선택기준 대분류 요인에 대한 분석결과 ‘입지’ 요소가 0.324, ‘승마장 시설’이 0.293, ‘승마장 서비스’가 0.254, 마지막으로 ‘부대시설’이 0.129의 순으로 나타나 ‘입지’ 요소가 가장 중요한 기준으로 나타났다. 이와 같이 소비자 관점에서 ‘입지’ 요소가 가장 중요하게 여겨지는 것은 소비자들은 레저활동을 위해 승마장으로 이동할 때 거리가 선택에 결정적 영향을 미치는 것으로 추론된다.

아래 <표 4>에서 보는 것과 같이 하위기준에서는 ‘승마장의 코스’와 ‘승마장의 규모’ 또한 상위로 도출이 되었는데 이는 승마장을 개발할 시 이용자 유인을 위한 코스의 다양성과 규모를 충분하게 고려하여 개발해야 할 것이다. 이와 함께 ‘체계적인 지도’도 상위의 요소로 도출되었는데 이는 승마가 정해진 교육과정이 있는 것이 아

〈표 4〉 수요공급 관점에 따른 기준별 중요도

선택기준		수요공급 관점			
상위	하위	소비자		공급자	
승마장 시설	승마장의 규모	0.293	0.101	0.268	0.066
	승마장 코스		0.110		0.065
	주차시설		0.028		0.057
	마방시설		0.052		0.080
부대 시설	클럽하우스	0.129	0.043	0.093	0.020
	식당시설 및 매점		0.029		0.022
	숙박시설		0.011		0.008
	락커, 화장실, 사우나 등의 시설		0.047		0.042
입지	승마장과와의 거리	0.324	0.169	0.396	0.189
	승마장 이용시 편리한 교통수단		0.094		0.130
	주변환경과의 호환성 및 경관성		0.062		0.078
승마장 서비스	승마장 직원 서비스 및 업무능력	0.254	0.041	0.243	0.050
	예약서비스		0.018		0.021
	커뮤니티		0.025		0.024
	승마비용		0.062		0.032
	프로그램		0.038		0.037
	체계적 지도		0.068		0.079

니기 때문에 객관적이고 전문화된 지도를 원하는 것으로 추론된다.

또한 ‘승마비용’과 ‘주변환경과의 호환성 및 경관성’ 요소도 승마장 선택을 하는데 중간 정도의 중요도를 나타내 승마장 선택을 위한 위의 상위권 중요도를 만족 시키면서 비용적인 부분의 절감이나 승마뿐만이 아니라 주변에 다양한 볼거리나 다른 레저를 즐길 수 있는 시설이 있다면 소비자의 선택은 더 높아질 수 있을 것으로 판단된다.

3. 공급자 관점에 따른 중요도

소비자 관점에서의 선택기준 중요도 분석에 이어 공급자 관점에서의 선택기준 상위기준

에 대한 분석결과, ‘입지’가 0.396, ‘승마장시설’이 0.268, ‘승마장 서비스’가 0.243, 그리고 ‘부대시설’이 마지막으로 0.092의 순으로 도출되었다.

서비스 공급자인 운영자 관점에서 역시 ‘입지’는 가장 중요하다고 도출이 되었다. 결국, 승마장의 ‘입지’에 대한 중요성은 사용자와 운영자 모두 일관되게 승마장 선택을 위한 가장 결정적인 기준임을 확인하였다. 이어 하위기준에서는 승마장 이용을 위한 ‘교통수단’이 중요한 것으로 나타났는데 이 역시 ‘입지’와 연관된 것으로 승마장을 이용하는 소비자들은 승마가 목적이므로 시간적인 절약이 중요하다고 인식하는 것으로 추론된다. 세 번째로 중요하게 나타난 ‘마방시설’은 소비자의 순위와는 확연히 다르게 나타났는데, 이는 ‘마방시설’은 소비자가 직접 느끼는 시설이라기보다 운영하고 종사하는 입장에서 말들의 관리를 통해 소비자에 대한 서비스의 질이 달라질 수 있기 때문에 운영자들이 고려하는 상위 순위가 된 것으로 판단할 수 있다. 또한 체계적인 지도 역시 중요도가 높은 순위로 나타났는데 공급자 관점에서도 교육의 질의 수준을 중요시 하게 생각하고 있다는 것을 알 수 있다.

상위, 하위 요인의 중요도를 종합해보면 공급자 관점에서도 역시 ‘승마장과와의 거리’, ‘승마장 이용 시 교통수단’ 등 ‘입지’적 요소를 가장 중요하게 보고 있으며, ‘체계적인 지도’를 제외하고는 ‘승마장 규모’, ‘승마장 코스’ 등, ‘승마장 시설’의 요인들이 높은 중요요인으로 나타나고 있어 새로운 승마장을 개발 계획에 있어서 교통이 편한 근거리에 위치하고 다양한 코스 등의 개발 계획이 필수적일 것으로 보인다.

4. 승마시설 개발을 위한 시사점

이와 같은 결과들을 볼 때 승마장 개발자가 효율적인 개발을 통해 소비자를 만족시키기 위해서는 첫째, ‘승마장과와의 거리’ 요소가 가장 중요하므로 승마장 개발을 위해서는 절대적인 근거리 입지를 우선으로 선택하고 둘째, ‘승마장의

코스'와 '승마장의 규모' 등도 중요요인으로 도출이 되어, 다양한 코스와 실내외 마장의 크기를 크게 개발하는 것이 소비자를 유인하기 위한 중요한 기준이 될 것이다. 셋째로, '승마장 이용시 편리한 교통수단'요인 역시 승마장 시설을 이용하고자 하는 소비자의 도달 시간 뿐만 아니라 접근의 편의성과 비용 소요액 최적화를 산출할 수 있는 점도 고려되어야 할 것으로 보인다. 마지막으로 '체계적인 지도'와 '주변환경과의 호환성 및 경관성' 역시 중요요인으로 교관들의 합리적인 교육시스템과 이용객들의 주변 관광지로의 이동 경로를 최적화하여 방문의 용이성을 제공하고 승마장 시설의 본래 기능 수행과 병행하는 점이 중요할 것으로 판단된다.

소비자의 만족과 함께 궁극적으로는 어느 한쪽의 이익추구만이 아니라 사업전체 관계자들에 대한 다양한 관점에 대해서 깊이 있는 고찰과 이를 사업 전반에서 합리적으로 반영하는 것이 승마장의 발전을 위한 최선책이라고 하겠다.

V. 결 론

1. 연구의 요약 및 시사점

본 연구는 확산되고 있는 승마 레포츠에 관한 관심과 '말산업 육성법'의 제정을 통한 수요 증대에 따라 승마시설을 개발할 경우 소비자를 유인할 수 있는 선택기준에 대하여 연구를 진행하였다. 이를 위해 소비자의 승마장 선택 시 영향을 주는 결정기준을 정의하고 이에 대한 중요도를 도출하고 나아가 승마서비스의 소비자인 이용자와 서비스의 공급자인 시설운영자의 관점에서 기준의 중요도를 분석하였다.

연구 결과, 소비자 선택 시 고려하는 상위기준으로 '승마장 시설', '부대시설', '입지', '승마장 서비스'의 4개 기준과 이에 따른 17개의 하위기준을 정의하였다. 상위기준 별 분류되는 하위기준은 '승마장 시설'의 경우, '승마장의 규모', '코스', '주차시설', '마방시설'로 상위기준 '부대시설'은 '클럽하우스', '식당 및 매점', '숙박시설', '락커/화장실/사우나'로, 상위기준 '입지적 요소'는 '승마장과의 거리', '승마장 이용 시 교통수단', '주변 환경과의 호환성 및 경관성'으로, 마지막으로 상위기준 '승마장서비스'는 '승마장 직원 서비스 및 업무능력', '예약서비스', '커뮤니티', '승마비용', '프로그램', '체계적 지도'로 정의되었다.

이들 기준에 대한 AHP 전문가 설문문을 통한 중요도 도출결과, '승마장 시설'에서 '승마장 코스'와 '승마장의 규모'가 가장 중요했고 '입지'에서는 '승마장과의 거리'와 '승마장 이용시 편리한 교통수단'이 중요한 요소로 도출된바 합리적인 승마장 개발을 위해서는 소비자가 접근하기 좋은 가까운 거리에 위치하고 있으면서도 실내외 마장 등의 다양한 코스와 규모와 연계코스 개발이 필요할 것으로 보인다.

또한, '승마장 이용시 편리한 교통수단, 과, '체계적인 지도', '주변 환경과의 호환성 및 경관성'도 높은 중요도를 나타내 소비자의 시간 절약을 위해 교통이 편리한곳에 위치하면서 주변 레저 시설을 연계하여 이용할 수 있는 입지를 선택하여 합리적이고 체계적인 교육이 뒷받침 된다면 소비자와 공급자를 모두 만족할 수 있는 승마장이 될 것으로 판단된다.

이와 같이 본 연구는 승마장 선택에 영향을 끼치는 요소들 중에서 소비자인 이용자 관점과 공급자인 운영자 관점에서의 공통점과 차이점에 따른 시사점 도출을 통해 최초의 객관적인 승마시설 소비자 유인을 위한 분석결과로서 차별성을 가진다. 또한 향후 승마장 개발 및 운영에서 소비자 요구에 대응하는 기초자료로 활용 가능하며, 객관적이고 합리적인 승마장 개발의 기준 마련에 기여하는 것에 본 연구의 의의가 있다.

2. 연구의 한계 및 후속연구

본 연구는 승마장 개발을 위한 소비자 선택 기준에 대해 이용과 공급 관점에서 분석하였으나 초기 성장단계에 있는 승마산업에서 승마참

여자로서 설문분석에 유의한 전문가를 충분히 확보하기에 실질적인 제한이 있었다. 이에 불가피하게 일관성 비율을 일반적인 기준을 넘어 최소한의 일관성 유지 기준까지 확대하여 적용한 한계를 가진다. 이와 함께 본 연구에서 도출된 선택기준 역시 소비자의 이용행태와 승마장 규모, 지역 등에 따라 상이할 수 있는 물리적인 한계를 가진다.

향후 효과적인 승마장 개발을 위해 소비자

와 운영자에게 높은 중요도를 보인 요인들에 대해 개발사업자의 입장에서 사업계획시 개발사업과 승마시설의 상호 연계점을 찾을 수 있는 구체적인 사례연구가 기대된다. 또한 승마시설의 소비자의 이용행태와 승마장 규모, 지역 등에 따라 세분화되 후속 연구와 함께, 나아가 개발대상을 확대하여 다양한 레저스포츠 시설의 개발 활성화를 위한 연구가 이루어질 것으로 기대한다.

參考文獻

- 강현준·김형주, “프리미엄아웃렛의 집객요인에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제64집.
- 고경진, 지민준, 석부길, “레저스포츠 시설의 입지 선정 요소에 대한 분석적 고찰”, 한국여가레크리에이션학회지, 한국여가레크리에이션학회, 2008, 제32권, 제1호.
- 구자홍, 이재범, 김용국, “승마참가자의 인식과 재미 및 만족감의 구조적 관계”, 한국사회체육학회지, 한국사회체육학회, 2011, 제46권, 제1호.
- 구협, “승마장의 건축계획을 위한 기초 조사연구”, 전남대학교 산업대학원 석사학위논문, 2009.
- 김기탁·박동규, “승마산업의 활성화를 위한 시장 세분화 전략”, 한국콘텐츠학회지, 한국콘텐츠학회, 2012, 제12권, 제12호.
- 김낙훈, “골프장 이용객들의 선택속성이 고객만족 및 재방문의사에 미치는 영향”, 국민대학교 석사학위논문, 2009.
- 김성겸·김화룡, “IPA를 이용한 수상레저스포츠 선택속성 평가”, 한국여가레크리에이션학회지, 한국여가레크리에이션학회, 2009, 제3권, 제3호.
- 김성훈, “승마 참여자의 참여 동기가 몰입과 지속의도에 미치는 영향”, 경희대학교 체육대학원 석사학위 논문, 2011.
- 김재환·김태중, “아파트단지 외부공간의 옥외시설 중요도 분석”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, 제58집.
- 나현주, 김병식, 김화룡, “수상레저스포츠 선택속성과 서비스 가치, 만족 및 행동의도에 미치는 영향”, 한국사회안전학회지, 한국안전학회, 2012, 제8권, 제1호.
- 농림축산식품부, 2014년 말산업 실태조사결과, 2015년 5월 8일 제공 보도자료.
- 농림축산식품부, 말산업 육성 5개년 종합대책 2015년 시행계획 수립, 2015년 2월 17일 제공 보도자료.
- 류재량, “말산업 육성법 제정의미와 향후 말산업 발전방향에 대한 연구”, 연세대학교 법무대학원 석사학위논문, 2013.
- 마사회 “2013~2014년 전국승마장 경영실적” 국회 농림축산식품해양위원회 제출자료 - 프라임경제신문, 2015년 10월 15일 기사.
- 박금란·박창범, “승마 동호인의 참여동기가 운동몰입 및 운동지속에 미치는 영향”, 한국체육과학회지, 한국체육과학회, 2011, 제20권, 제6호.
- 박미영, “골프장 고객 서비스 만족연구”, 경기대학교 석사학위논문, 2006.
- 박병훈·임상용 “승마 참가자의 참여동기, 참여만족과 지속의도간의 관계모형 분석”, 한국사회체육학회지, 한국

- 사회체육학회, 2009, 제37권, 제2호.
- 박용덕 · 정재호, “AHP를 이용한 개업공인중개사의 책임 중요도 및 개선방안”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2015, 제63집.
- 서명천, “말산업 기반확립과 발전을 위한 연구”, 서울대학교 일반대학원 박사학위논문, 2013.
- 송우석 · 이호병, “기업형 슈퍼마켓의 입지유형에 따른 점포선택 속성의 고객 재방문 의도에 대한 영향 비교분석 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, 제57집.
- 유홍수, “골프장 이용자 특성이 서비스 만족도에 미치는 영향”, 용인대학교 체육과학대학원 석사학위 논문, 2007.
- 윤정현, “가족관광객의 관광동기, 관광지 선택속성 및 관광만족의 영향관계”, 관광레저연구, 한국관광레저학회, 2010, 제22권, 제5호.
- 이경아 · 김갑열, “부동산 구매 소비자의 정보서비스 선택속성”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, 제59집.
- 이원일, “승마동호인의 진지한 여가 조망”, 한국여가레크리에이션학회지, 한국여가레크리에이션학회, 2014, 제37권, 제3호.
- 이재우, “교외형 복합쇼핑몰이 지역에 미치는 영향요인 평가분석”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, 제58집.
- 이충기, 고성규, 김진옥, “승마체험 동기가 가치와 만족도 및 행동의도에 미치는 구조관계 분석”, 관광연구, 대한관광경영학회, 2014, 제28권, 제6호.
- 이호병, “커피전문점 선택속성의 만족도에 기초한 점포 입지 및 고객 특성별 세분화모형에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2014, 제59집.
- 장해상, 장호중, 이호근, “레저스포츠관광 참여자의 생활양식이 관광지 선택요인과 재방문의사에 미치는 영향”, 한국사회체육학회지, 한국 사회체육학회, 2010, 제39권, 제1호.
- 정상운, “골프장 이용수요에 미치는 요인분석 및 수요추정모형의 개발”, 한양대학교 도시대학원 석사학위논문, 2011.
- 정찬삼, “골프장 활성화를 위한 마케팅 전략”, 동신대학교 체육과학대학원 석사학위논문, 2004.
- 한성희, “승마 참여자의 참여동기, 선택속성이 고객만족 및 구매 후 행동에 미치는 영향”, 국민대학교 스포츠산업대학원 석사학위논문, 2014.
- 황규성 · 장형진, “입지요인이 편의점 성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 부동산학보, 한국부동산학회, 2016, 제64집.