

골프회원권 가격 결정요인 및 회원권 종류별 특성 분석

Determinants of Golf Club Membership Price and Characteristics by Membership Types

유 대 종 (Yoo, Daejong)*

이 상 경 (Lee, Sangkyeong)**

< Abstract >

The purpose of this paper is to analyze determinants of golf club membership prices and compare characteristics by membership types. Previous studies did not analyze golf clubs of the entire country and all kinds of memberships. To overcome these limitations, we constructed database for all kinds of memberships and analyse price determinants using various hedonic price models. We test three whole market models: distance gradient model, distance-population index model and sub-market model. The coefficients of determination of three whole market models are 0.65~0.67. We find that sale characteristics such as chain golf clubs, membership issue number, membership per hole are statistically significant and other characteristics such as the number of holes, clubhouse area per hole, golf club in a resort, and golf club in pledge, too. Comparing price determinants of four types of memberships: general, weekdays, corporate and VIP, we find determinants of general membership prices are similar to whole market models. But both corporate and VIP membership are not similar. We therefore conclude that markets of those memberships are segmented for corporate clients.

주 제 어 : 골프회원권 가격 결정요인, 골프회원권 종류, 시가표준액

key word : Determinants of Golf Club Membership Price, Golf Club Membership Types,
Standard Market Price

* 가천대학교 대학원 도시계획학과 박사수료, sparkish77@hanmail.net (주저자)

** 가천대학교 도시계획학과 부교수, skylee@gachon.ac.kr (교신저자)

I. 서론

골프장은 일반적으로 대중제와 회원제로 구분된다. 대중골프장은 회원권 없이 이용료만 지불하고 이용할 수 있는 골프장을 말하며 회원제 골프장은 회원권을 가진 회원들이 우선 이용할 수 있도록 권리를 부여한 골프장을 말한다. 골프회원권을 분양받는다 것은 입회 보증금 납입을 통해 이용권을 확보하게 되는 것을 의미한다. 회원은 통상 5년간의 골프장 이용 권리를 보장받게 되는 데 만기 도래 시 반환청구를 통해 입회보증금을 돌려받을 수도 있고 반환청구 없이 회원자격을 계속 유지할 수도 있다).

골프회원권 명칭은 골프장마다 조금씩 다르지만 회원권 시장에서는 일반적으로 일반회원권, 주중회원권, 법인회원권, VIP회원권으로 구분된다. 통상적으로 일반회원권이 골프장 이용 및 그린피 할인 등에서 주중회원권보다 더 많은 혜택을 받도록 되어 있으며 기업이 주로 보유하는 법인회원권과 VIP회원권이 일반회원권보다 더 큰 혜택을 볼 수 있도록 되어 있다.

골프 회원권은 권리 이전이 가능하기 때문에 회원권거래소 등을 통해 자유롭게 거래되고 있으며 주식시장처럼 별도의 골프회원권 시장을 형성하고 있다. 골프회원권은 부동산과 마찬가지로 취득 및 양도 시 세금부과 대상이 되는데, 이와 관련하여 골프장이 위치한 해당 지방자치단체에

서는 복수의 회원권거래소 자료와 취득세 신고자료 등을 이용하여 매년 시가표준액을 발표하고 있다²⁾. 과거 양도세 부과를 목적으로 국세청에서 고시하던 기준시가는 2010년부터 시가표준액으로 통합되었는데, 기준시가가 해당 골프장을 대표하는 특정 발행 차수의 일반회원권을 주 대상으로 하는 데 반해 시가표준액은 회원권 종류와 발행 차수를 망라한 전체 회원권을 대상으로 한다는 점에서 차이가 난다).

골프회원권이 부동산과 같은 자산으로 인식되고 있기 때문에 주택이나 오피스 가격처럼 골프회원권 가격도 학술적 연구 대상이 되고 있다. 골프회원권 가격 결정요인을 분석한 선행연구들은 대부분 국세청의 기준시가 자료를 이용하고 있다(이종정, 2010; 구원일, 2011; 김승탁, 2011). 결과적으로 이 연구들은 특정 발행 차수의 일반회원권만을 분석 대상으로 하고 있으며 상당히 많은 수의 회원권을 분석에서 제외하고 있다. 또한 선행연구들을 보면 지방 소재 골프장을 빼 수 도권 골프장만을 분석한 경우가 많은 데(박성룡, 2007; 구원일, 2011; 김승탁, 2011), 이는 일반화에 있어 한계를 가질 수밖에 없다.

이 같은 인식 하에, 본 연구에서는 전국 골프장 시가표준액을 이용하여 데이터베이스를 구축한 후 전체 회원권을 대상으로 헤도닉모형을 적용하여 가격 결정요인을 규명하고자 한다. 이어 일반, 주중, 법인, VIP회원권별로 헤도닉모형을 구축하고 가격 결정요인 비교를 통해 회원권 중

- 1) 최근 들어 골프회원권 가격이 떨어지면서 입회 보증금보다 시세가 더 낮은 경우가 발생하고 있음. 이들 골프장을 중심으로 입회보증금 반환청구가 급증하고 있음.
- 2) 조사된 회원권 가격 자료를 이용하여 시가표준액을 만드는 방법은 투명하지 않음. 일반적으로 시세보다 낮은 가격을 적용하거나 평균가격을 적용하는 것으로 알려져 있음. 시가표준액보다 취득가가 낮게 신고될 경우 시가표준액을 기준으로 취득세를 부과하게 됨.
- 3) 기준시가는 국세청(<http://www.nts.go.kr/>), 시가표준액은 위택스(<http://www.wetax.go.kr/>)를 참조하기 바람.

류별 특성을 분석하고자 한다. 이 과정에서 선행 연구에서 다루어지지 않은 새로운 가격 결정요인들을 발굴하고 그 영향 여부를 검증하게 된다.

II. 이론적 고찰

1. 골프회원권 분양 및 가격형성 고찰

골프장을 개발하고자 하는 사업시행자들은 접근성, 지형, 지세, 환경, 공사 편리성, 민원발생 여부 등 다양한 요인들을 검토하여 입지를 결정하게 된다. 입지가 결정되더라도 토지 매입, 인허가 기간 등을 감안할 경우 공사 완료까지 통상 4년 이상의 시간을 필요로 한다. 골프회원권 분양은 법적으로 골프장 공사 공정률이 30% 이상일 때 할 수 있도록 되어 있다⁴⁾. 입회보증금, 즉 골프회원권의 분양가와 회원 규모는 관행적으로 총사업비 한도 내에서 승인되고 있다⁵⁾.

골프회원권 명칭은 골프장마다 조금씩 다르지만 일반적으로 일반, 주중, 법인, VIP회원권으로 구분된다. 보통 일반회원권은 1구좌 단위로 개인이 분양받게 되며 주중과 주말 이용이 모두 가능하다. 주중회원권은 주중에만 이용할 수 있기 때문에 시간 활용이 가능한 여성들이나 시니어들이

보유하는 경우가 많다. 법인회원권은 일반적으로 일반회원권 2구좌를 묶어 한 구좌를 구성하며 혜택도 일반회원권보다는 다양하게 주어진다. VIP회원권은 무기명회원권으로 부킹과 그린피 할인 등에서 가장 많은 혜택을 받는다. 법인회원권과 VIP회원권은 기업체에서 접대 등의 목적으로 보유하는 경우가 많다.

골프회원권의 추가 분양은 최초 모집계획서의 내용이 변경된 경우, 회원권 반환으로 여유분이 발생한 경우 또는 공사비가 추가로 발생한 경우에 가능하며 추가 분양을 위해서는 회원 모집계획서를 재작성하여 승인을 받아야 한다.⁶⁾ 골프회원권이 추가로 분양될 경우 회원수 증가로 이어지면서 회원권 가격에 부정적 영향을 주게 된다.

골프회원권은 권리가전이 가능하기 때문에 회원권거래소 등을 통해 거래될 수 있다. 한국회원권거래소협회에 등록된 정회원업체는 모두 123개소이며 대부분 중소기업으로 운영되고 있다⁷⁾. 대표적인 거래소로 에이스회원권거래소가 있으며, 여기서 매일 발표하는 에이스회원권 지수는 골프회원권시장을 대표하는 지수라고 할 수 있다⁸⁾. 골프장이 위치한 지방자치단체들에 의해 매년 초 발표되고 있는 시가표준액은 통상적으로 1~2개월 전 회원권거래소의 거래가격과 취득세 신고자료 등을 참고하여 작성되고 있다.

회원권 가격은 경기변동, 정부정책, 회원권 공

4) 체육시설의 설치·이용에 관한 법률 시행령 제17조 회원모집시기를 참조하기 바람.

5) 사업비 한도 내 회원모집 규정은 현재는 폐지된 상태임(체육시설의 설치·이용에 관한 법률 시행령 참조). 그러나 총 사업비 한도 내에서 승인하는 것이 관행적으로 이루어지고 있음.

6) 회원모집계획서란 체육시설의 설치·이용에 관한 법률에 의해 회원모집의 총인원, 회원의 종류, 금액별, 시기별 모집계획, 회원모집 약관, 건축공정 확인서, 투자 총금액 등이 기재된 서류를 통칭함.

7) 한국회원권거래소협회는 1993년에 창립되었으며 2013년 기준으로 정회원사 123개사, 준회원사 13개사가 등록되어 있음. 한국회원권거래소협회 홈페이지(<http://www.kgmda.com/>)를 참조하기 바람.

8) 에이스회원권거래소 홈페이지(<http://www.acegolf.com/>)를 참조하기 바람.

급량 등과 같은 거시적 요인과 함께 골프장 입지 환경, 시설관리 수준, 재무상태 등과 같은 미시적 요인들에 의해 영향을 받게 된다. 또한 같은 골프장에서 발행한 회원권일지라도 회원권 종류와 발행 차수별로 서비스 혜택이 다른 관계로 가격 수준도 다르게 형성되게 된다.

2. 선행연구 고찰

골프회원권 가격 결정요인 연구와 관련된 국내의 동향을 보면, 해외의 경우 회원권을 대상으로 한 연구를 거의 찾아볼 수 없으며 몇몇 연구에서 그린피 결정요인을 분석하는 정도에 머무르고 있다(Mulligan, 2001; Limehouse et al., 2010; Limehouse et al., 2012). 국내의 경우 최근 들어 관련 연구가 조금씩 늘어나고 있지만 주택이나 오피스 가격처럼 활성화된 단계라고 할 수는 없다. 대표적인 연구들을 살펴보면 다음과 같다.

박성룡(2007)은 수도권 62개 골프장의 회원권 거래소 3개월 시세평균자료를 이용하여 설계, 지리, 관리운영, 마케팅 속성으로 구분되는 19개 변수의 가격 영향을 분석하였다. 분석 결과, 주말 부킹 횟수, 비회원 그린피, 회원 수, 코스 총길이, 연계 서비스, 티업 간격 등이 가격에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이종정(2010)은 전국 85개 골프장을 대상으로 10년(1999년~2008년) 간의 기준시가 자료를 구축한 후 패널모형을 이용하여 배후도시로부터의 거리와 서울로부터의 거리가 회원권 가격에 미치는 영향을 분석하였다. 분석 결과, 서울로부터 거리는 유의하게 나타났지만 배후도시로부터 거리는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 구원일(2011)은 수도권 72개 골프장을 대상으로 지리적, 관리적 특성이 회원권 기준시

가에 미치는 영향을 분석하였다. 분석 결과, 서울로부터의 거리, 홀당 면적, 티업간격이 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 김승탁(2011)은 수도권 88개 골프장을 대상으로 한 연구를 통해 회원 1인당 홀수, 비회원 그린피, 티업간격이 회원권 기준시가에 영향을 준다는 사실을 규명하였다. 모현숙 외(2012)는 전국 239개 골프장을 대상으로 재무적 특성이 회원권 가격에 미치는 영향을 분석하였다. 분석 결과, 시가총액, 회원 1인당 홀수, 1인당 입회금이 유의한 것으로 나타났다.

고찰 결과, 선행연구들은 모두 골프장별 대표 회원권에 한정된 연구를 수행한 것으로 나타나고 있다. 회원권 종류와 발행 차수 등을 고려할 때 결과적으로 이는 상당히 많은 회원권을 분석대상에서 제외한 것이라고 할 수 있다. 특히, 박성룡(2007), 구원일(2011), 김승탁(2011)의 경우 수도권 골프장만을 대상으로 했는데, 이는 절반이 넘는 지방 골프장을 제외했다는 점에서 일반화에 있어 한계를 가지는 것으로 판단된다.

한편, 본 연구에서는 입지특성 변수 중의 하나로 거리인구지수를 이용하고자 하는 데, 거리인구지수는 골프장 용지가격을 분석한 허장식(2008)과 대중골프장의 수익성을 분석한 김주원·조주현(2009)에서 도입되어 이용된 적이 있다. 허장식(2008)은 전국 시, 군 인구나 62개 골프장까지의 거리를 측정하여 거리인구지수를 만들었으며 김주원·조주현(2009)은 시, 군 대신 특·광역시로 대상으로 하는 거리인구지수를 만들어 분석에 이용하였다. 허장식(2008)에서는 거리인구지수가 골프장 용지가격에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났지만 김주원·조주현(2009)에서는 대중골프장의 투자수익률(ROI)에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 본 연구의 경우 회원제 골프장을

대상으로 한다는 점에서 대중골프장을 대상으로 한 김주원·조주현(2009)보다 허장식(2008)의 연구 결과에 좀 더 주목하고자 한다.

III. 분석방법

1. 분석모형

골프회원권 가격 결정요인을 분석하기 위해 본 연구에서는 부동산 가격분석에 널리 이용되고 있는 헤도닉모형을 이용하고자 한다. 헤도닉모형은 함수형태에 따라 선형모형, 반로그(semilog)모형, 이중로그(log-log)모형 등으로 구분될 수 있는데, 본 연구에서는 종속변수인 회원권 가격에 로그를 취한 반로그모형을 분석에 이용한다.

$$\ln P = \alpha + X\beta + \epsilon \quad (1)$$

여기서, $\ln P$ 는 로그변환 골프회원권 가격이며 X 는 가격 결정요인 벡터, α , β 는 추정 대상 모수벡터, ϵ 은 오차항을 의미한다.

2. 설명변수

선행연구에 따르면 골프회원권 가격은 다양한 요인들에 의해 영향을 받지만 본 연구에서는 분양특성, 시설특성, 재무특성, 입지특성만을 결정요인으로 설정하고 분석을 수행하고자 한다. 박성룡(2007), 김승택(2011) 등의 연구에서 다루어졌던 그린피, 티업간격, 주말 부킹횟수 같은 운영 관련 요인들의 경우 자료 구축의 어려움과 모형 설정 상의 문제로 본 연구에서는 제외하였다. 그

린피, 티업간격의 경우 계절별, 시간대별로 차이가 있고 주말 부킹횟수의 경우 회원권 종류별로 달라 이를 파악하기가 쉽지 않기 때문이다. 특히, 그린피는 Limehouse et al.(2010)에서 볼 수 있듯이 헤도닉모형에서 시설 및 입지특성의 영향을 받는 종속변수로 사용될 수 있으며, 따라서 이를 설명변수에 포함할 경우 모형설정 상의 문제가 야기될 수 있다.

1) 분양특성

분양특성이란 사업자의 분양전략을 대변하는 특성으로 본 연구에서는 회원권 종류, 발행 차수, 홀당 회원 수, 체인 여부, 제휴 여부를 변수로 설정한다. 회원권 종류 변수는 본 연구에서 처음으로 도입되는 변수로 더미변수 형태로 투입되며 일반회원권, 법인회원권, VIP회원권, 주중회원권으로 회원권을 구분하게 된다. 분석을 통해 참조 집단인 일반회원권과 여타 회원권 간에 가격 차이가 있는 지를 검정하게 된다.

발행 차수 변수는 골프회원권 종류와 마찬가지로 본 연구에서 처음 이용되는 변수이다. 회원권의 추가 분양은 회원모집계획의 변경이나 추가로 투입된 공사비의 회수 때문에 하는 경우도 있지만 최근 시장 상황을 고려할 때 기존 골프회원권의 반환청구로 인한 자금 마련용일 가능성이 높다. 추가로 회원권을 분양할 경우 기존 회원권보다 더 많은 혜택을 부여하는 경우가 많으며, 따라서 뒤에 발행된 차수가 높은 회원권일수록 가격이 높을 것으로 예상된다.

홀당 회원수 변수는 골프장 회원수를 홀수로 나누는 것으로 김승택(2011)에서는 이의 역수인 회원1인당 홀수가 사용된 적이 있다. 홀당 회원수가 적으면 이용 편리성이 증대되므로 회원권 가

격에 긍정적인 영향을 줄 것으로 예상된다. 체인 여부 변수는 더미변수로 골프장 체인으로 운영될 경우 1의 값을 가지며 그렇지 않을 경우 0의 값을 가진다. 일반적으로 체인 골프장은 예약과 그린피 혜택 등을 가맹 골프장 모두에게 제공한다. 체인 운영은 회원입장에서 보면 하나의 회원권으로 복수의 골프장을 이용할 수 있고 높은 수준의 서비스를 제공받을 수 있다는 점에서 장점을 가지기 때문에 회원권 가격에 긍정적인 영향을 줄 것으로 예상된다.

제휴 여부 변수는 더미변수로 다른 골프장과 제휴를 통해 다양한 혜택을 주는 골프장을 식별하기 위해 도입한 변수이다. 골프장간 제휴는 회원권 가치 하락을 막고 골프장 이용객을 늘리기 위한 목적으로 이용된다. 따라서 회원권 가격에 긍정적인 영향을 줄 것으로 판단된다.

2) 시설특성

골프장 시설은 크게 골프코스과 부대시설로 구분될 수 있다. 본 연구에서는 시설특성으로 골프코스를 대변하는 홀수 변수와 부대시설을 대변하는 홀당 클럽하우스 면적 변수, 그리고 종합리조트 여부 변수를 설정한다. 골프장 운영과 관련하여 18홀은 코스 구성의 다양화가 어렵지만 27홀 이상의 경우에는 다양한 코스 구성이 가능하다. 회원들은 다양한 골프 코스를 선호하기 때문에 홀수는 회원권 가격에 정의 영향을 미칠 것으로 예상된다.

홀당 클럽하우스 면적 변수는 부속시설물을 제외한 클럽하우스 연면적을 홀수로 나눈 것이다⁹⁾. 최근 들어 골프장들이 서비스 질 개선 차원

에서 사우나, 락카룸, 주차장, 서비스룸, 휴게시설 등과 같은 클럽하우스 시설을 확대하고 있다. 클럽하우스 면적이 증가할수록 회원들에게 혜택이 돌아갈 것이기 때문에 홀당 클럽하우스 면적 변수는 회원권 가격에 긍정적인 영향을 줄 것으로 예상된다.

종합리조트 여부 변수는 더미변수로 최근의 골프장 개발 추세를 반영하기 위해 도입한 것이다. 최근의 골프장들은 연습장과 숙박시설 설치 수준을 넘어 콘도, 스키장, 워터파크 등 체류형 시설을 포함하는 종합 리조트로 개발되는 경향이 있다. 가족과의 동반 방문이 가능하기 때문에 종합리조트는 골프회원권 가격에 긍정적인 영향을 줄 것으로 판단된다.

3) 재무특성

재무특성은 골프장의 현재 운영 상태를 보여주는 것으로 본 연구에서는 신탁 여부 변수와 대기업 소유 여부 변수를 재무특성으로 설정한다. 신탁 여부 변수는 더미변수로 골프장의 자금 상태를 대변하기 위해 본 연구에서 처음으로 도입한 변수이다. 최근 신규 개장된 골프장의 경우 경기침체와 공급과다 등으로 인해 회원권 분양이 쉽지 않은 경우가 많다. 회원제 골프장의 특성상 입회보증금을 받아 빌린 사업비를 상환해야 하는데 그렇지 않을 경우 자금 회전이 어려운 상황이 도래할 수 있다. 이 경우 담보신탁을 통해 자금을 조달하는 경우가 많기 때문에 본 연구에서는 등기부 등본을 통해 이를 확인한 후 더미변수 형태로 투입하게 된다.¹⁰⁾ 담보신탁 설정은 회원권

9) 건축물대장에 클럽하우스에 부속되는 시설(예를 들면, 티하우스, 경비실, 창고, 주차장 등)이 있는 경우 부속시설을 제외한 순수 클럽하우스면적만을 산정하였음.

10) 신탁 여부는 신탁회사에 담보신탁된 경우와 시중은행에 담보 설정된 경우를 모두 포함한 것임.

가격에 부정적 영향을 줄 것으로 전망된다.

최근 들어 회원권 시세가 입회보증금보다 떨어지는 경우가 나타나면서 기존 회원들의 입회금 반환 청구가 늘어나고 있는 데, 이는 골프장 운영사의 재무구조에 상당한 부담을 야기할 수 있다. 이 같은 상황에서 대기업 소유 골프장의 경우 재무적 안정성이 상대적으로 높기 때문에 회원권 가격이 더 높게 형성될 수 있다. 이를 분석하기 위해 본 연구에서는 국내 50대 대기업 소유 골프장을 더미변수로 하여 모형에 투입한다.

4) 입지특성

입지특성의 경우 선행연구들을 참조하여 서울로부터 거리 변수, 거리인구지수 변수, 권역더미 변수로 구체화하였다. 서울로부터의 거리 변수는 거리지락함수 형태로 설정되며, 이는 서울로부터 멀어질수록 회원권 가격이 떨어진다는 일반적인 인식에 기초한다. 이 가설은 이종정(2010)에서 타당한 것으로 검증되었지만 이 연구에서는 85개 골프장의 대표 회원권만을 분석대상으로 했기 때문에 표본크기가 작다는 한계를 가지며 따라서 추가적 검증이 필요한 상황이다.

거리인구지수는 라일리모형(Reilly model)에 기초하여 배후지 인구규모와 거리의 영향력을 측정하기 위해 고안된 것으로 골프용지 가격 결정요인을 분석한 허장식(2008)과 대중골프장의 수익성을 다룬 김주원·조주현(2009)에서 사용된 적이 있다. 거리인구지수 변수는 배후도시 인구를 골프장과 거리로 나눈 후 합산한 것으로 본 연구에서는 배후도시를 서울시를 포함한 7대 특·광역시(서울, 부산, 인천, 대구, 광주, 대전, 울산)로 한정한다. 또한 도시인구 전체를 사용한 김주원·조주현(2009)과 달리 골프 참여가 가능한 20세부

터 69세까지의 인구로 한정한다. 배후도시의 인구가 많고 거리가 가까운 골프장일수록 거리인구지수의 값이 크며 이 경우 골프회원권 가격은 높아지게 된다. 따라서 거리인구지수 변수는 양의 계수 값을 가질 것으로 예상된다.

권역더미변수는 골프회원권 시장의 공간적 분화와 하위시장의 존재를 검증하기 위해 도입한 변수이다. 골프장 이용객 특성과 허장식(2008)을 참조하여 광역단위인 수도권, 강원권, 충청권, 경상권, 전라권으로 권역을 구분하며 수도권을 참조집단으로 하여 가격 차이를 검증한다.

IV. 분석자료

1. 자료구축

본 연구에서 분석에 이용되는 자료는 전국 188개 골프장의 1,010개 회원권을 대상으로 구축한 것이다. 지역적 한계를 갖는 제주도 소재 골프장과 관련 자료 확보가 어려운 골프장은 분석에서 제외되었다. 골프회원권 종류와 발행 차수, 가격자료는 2013년 1월 시가표준액 자료를 이용하였다. 회원수, 홀수, 종합리조트 여부, 서울로부터의 거리는 에이스회원권거래소(2012)의 “2012년 골프회원권 가이드북”을 이용하여 구축하였다. 가이드북에 관련 자료가 없는 경우는 회원권 거래소나 해당 골프장에 문의하거나 지방자치단체에서 공개한 자료를 참고하였다. 서울로부터의 거리가 누락된 경우에는 인터넷 포털 다음의 지도서비스를 통해 직접 측정하였다¹⁾.

제휴 여부 변수는 한국골프장경영협회 회원사

보도 자료를 참조하여 작성하였으며¹²⁾, 제휴의 지속 여부는 해당 골프장에 문의하여 정리하였다. 체인 여부 변수와 50대 대기업 소유 여부 변수는 서천범(2012)의 “레저백서 2012”를 참고하여 구축하였다. 담보신탁 여부 변수와 홀당 클럽 하우스 면적 변수는 건축물대장과 등기부 등본 등을 통해 구축하였다. 실제 운영되고 있으나 준공허가를 받지 못한 골프장의 경우는 골프장에게 문의 또는 실시계획 인가서류를 참조하였다.

2. 기초통계분석

<표 1>은 분석에 이용되는 골프회원권을 종류별, 권역별로 정리한 것이다. 회원권 종류를 보

면, 일반회원권이 56.3%로 가장 많으며 이어 주중회원권 20.3%, VIP회원권 13.7%, 법인회원권 9.7% 순으로 분포하고 있다. 권역별로 보면, 골프장의 경우 수도권이 43.1%로 가장 많으며, 이어 경상권 23.4%, 충청권 14.9%, 강원권 11.7%, 전라권 6.9% 순으로 분포하고 있다. 그러나 회원권을 보면 경상권이 30.1%로 수도권의 27.7%보다 오히려 더 많은 것으로 나타나고 있다. 이는 경상권에서 회원권 발행이 상대적으로 많이 있었다는 것을 의미한다. 수도권과 비수도권의 회원권 종류별 분포를 보면, 수도권과 비수도권 모두 일반회원권과 주중회원권의 비중이 크지만 비수도권은 수도권에 비해 법인회원권과 VIP회원권의 비중이 상대적으로 큰 것으로 나타나고 있다.

<표 1> 분석자료 기준 권역별, 종류별 골프회원권 현황

구분	단위	수도권	비수도권					전체
			강원권	충청권	경상권	전라권	소계	
골프장	골프장 수	81	22	28	44	13	107	188
	권역별 비율	43.1%	11.7%	14.9%	23.4%	6.9%	56.9%	100.0%
전체 회원권	회원권 수	280	159	182	304	85	730	1010
	권역별 비율	27.7%	15.7%	18.0%	30.1%	8.4%	72.3%	100.0%
일반 회원권	회원권 수	162	95	90	185	37	407	569
	권역별 비율	28.5%	16.7%	15.8%	32.5%	6.5%	71.5%	100.0%
	회원권별 비율	57.9%	59.7%	49.5%	60.9%	43.5%	55.8%	56.3%
주중 회원권	회원권 수	76	32	57	23	17	129	205
	권역별 비율	37.1%	15.6%	27.8%	11.2%	8.3%	62.9%	100.0%
	회원권별 비율	27.1%	20.1%	31.3%	7.6%	20.0%	17.7%	20.3%
법인 회원권	회원권 수	17	17	10	46	8	81	98
	권역별 비율	17.3%	17.3%	10.2%	46.9%	8.2%	82.7%	100.0%
	회원권별 비율	6.1%	10.7%	5.5%	15.1%	9.4%	11.1%	9.7%
VIP 회원권	회원권 수	25	15	25	50	23	113	138
	권역별 비율	18.1%	10.9%	18.1%	36.2%	16.7%	81.9%	100.0%
	회원권별 비율	8.9%	9.4%	13.7%	16.4%	27.1%	15.5%	13.7%

11) 다음지도(<http://map.daum.net/>)를 참조하기 바람.

12) 한국골프장경영협회(<http://www.kgba.co.kr/>)를 참조하기 바람.

<표 2>는 설명변수들의 기초통계량을 정리한 것이다. 로그변환 전 회원권 가격의 평균은 1억 8692만원이며, 최저 6백만원부터 최고 24억7천만원까지 분포하는 것으로 나타났다. 분양특성과 관련하여, 골프회원권 발행 차수의 평균은 3회이며 최대 16회까지 발행한 경우가 있는 것으로 나타났다. 또한 체인혜택을 제공하는 회원권이 제휴 혜택을 제공하는 회원권의 1.8배에 이르는 것으로 나타났다. 홀당 회원수의 평균은 34명이지만 최대값이 최소값의 17배 정도로 차이가 큰 것으로 나타났다. 시설특성과 관련하여, 홀당 클럽

하우스 면적도 홀당 회원수와 비슷하게 최대값이 최소값의 16배 정도로 나타났다. 홀수 평균이 22홀로 18홀 골프장 회원권이 27홀 이상보다 더 많은 것으로 나타났다. 재무특성과 관련하여, 담보 신탁 골프장의 회원권은 전체의 29%이며, 대기업 소유 골프장 회원권은 12%로 나타났다. 입지특성과 관련하여, 서울로부터의 거리 평균은 193km이며, 골프장들은 서울시청을 기점으로 17km부터 430km까지 분포하는 것으로 나타났다.

<표 2> 분석자료 기초통계량

변수특성	변수명	단위	변수 내역	평균	표준 편차	최소	최대	
종속변수	회원권 가격	ln(천원)	ln(시가표준액)	11.60	1.05	8.7	14.7	
분양 특성	회원권 종류	일반회원권	더미	일반회원권 (참조집단)	0.56	0.50	0	1
		주중회원권	더미	주중회원권	0.20	0.40	0	1
		법인회원권	더미	법인회원권	0.10	0.30	0	1
		VIP회원권	더미	VIP회원권	0.14	0.34	0	1
	발행 차수	연속	회원권 발행 차수	3.0	2.7	1	16	
	체인 여부	더미	체인 1, 아니면 0	0.21	0.41	0	1	
	제휴 여부	더미	제휴 1, 아니면 0	0.12	0.33	0	1	
	홀당 회원수	명/홀	회원수/홀수	34.4	20.3	7.3	126.5	
시설 특성	홀수	개	골프장 홀수	22.3	5.9	18	45	
	홀당 클럽하우스 면적	m ² /홀	클럽하우스 연면적/홀수	317.0	160.0	74.5	1168.1	
	종합리조트 여부	더미	종합리조트 1, 아니면 0	0.08	0.26	0	1	
재무 특성	신탁 여부	더미	담보신탁 1, 아니면 0	0.29	0.45	0	1	
	대기업 소유 여부	더미	대기업 1, 아니면 0	0.12	0.33	0	1	
입지 특성	서울로부터 거리	km	서울시청과의 거리	192.8	128.5	17.0	430.0	
	거리인구지수	만명/km	2(특광역시 인구/거리)	17.27	7.30	6.8	63.5	
	입지 권역	수도권	더미	경기, 인천 (참조집단)	0.28	0.45	0	1
		경상권	더미	경남, 경북, 부산, 울산, 대구	0.30	0.46	0	1
		전라권	더미	전남, 전북, 광주	0.08	0.28	0	1
		충청권	더미	충남, 충북, 세종, 대전	0.18	0.38	0	1
강원권		더미	강원	0.16	0.36	0	1	

V. 분석결과

1. 골프회원권 가격결정요인 분석

<표 3>은 입지특성 투입 변수들인 서울로부터의 거리, 거리인구지수, 입지권역을 중심으로 분석 결과를 정리한 것이다. 세 모형의 $AdjR^2$ 는 0.64~0.67로 양호한 수준이며, VIF값은 모두 2이하로 낮게 나타나 다중공선성 문제는 없는 것으로 나타났다. 설명변수들 중 제휴 여부 변수와 대기업 소유 여부 변수를 제외한 변수들이 모두 유의한 것으로 나타났다.

먼저 분양특성 변수들에 대해 살펴보면 다음과 같다. 회원권 종류 더미변수들을 보면, 주중회원권 계수는 음의 값을 가지지만 법인회원권과 VIP회원권은 양의 값을 가지는 것으로 나타났다. 참조집단인 일반회원권과 비교하여 주중회원권은 75~76% 정도 더 낮은 가격수준을 보이는 반면 법인회원권과 VIP회원권은 각각 90~96%와 186~196% 정도 더 높은 가격 수준을 보이고 있다¹³⁾. 발행 차수 변수의 계수는 양의 값을 가져 발행 차수가 높을수록, 즉 뒤에 발행된 회원권일수록 가격이 높은 것으로 나타났다. 또한 체인 여부 더미변수는 양의 값을 가져 체인 골프장의 회원권 가격이 그렇지 않은 경우보다 더 높은 것으로 나타났다. 반면 제휴 여부 변수는 유의하지 않은 것으로 나타나 제휴 혜택은 골프회원권 가격에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 홀당 회원수는 음의 계수 값을 가져 홀당 회원 수가 많을수록 가격이 떨어지는 것으로 나타났다. 이는 홀당 회원 수가 많으면 부킹을 포함한 각종

서비스의 질이 떨어지기 때문으로 판단된다.

시설특성과 관련하여, 홀수 변수는 양의 계수 값을 가져 홀수가 많은 골프장일수록 회원권 가격이 높아지는 것으로 나타났다. 홀당 클럽하우스 면적도 양의 계수 값을 가져 홀당 클럽하우스 면적이 클수록 회원권 가격은 높아지는 것으로 나타났다. 이는 홀당 클럽하우스 면적이 커질수록 회원들의 만족도가 높아지기 때문으로 판단된다. 종합리조트 여부 변수도 양의 계수 값을 가져 가설에 부합하는 것으로 나타났다. 이는 종합리조트에 있는 골프장이 그렇지 않은 경우보다 더 높은 가격을 형성한다는 것을 의미한다.

채무특성과 관련하여, 신탁 여부 더미변수를 보면 음의 계수 값을 가져 담보신탁이 설정되어 있는 골프장 회원권이 없는 경우보다 가격이 낮은 것으로 나타났다. 앞서 고찰했듯이, 담보신탁 설정이 회원권 미분양에 따른 사업비 조달차원에서 이루어지는 경우가 많고 이는 곧 해당 골프회원권에 대한 시장의 선호도가 낮다는 것을 의미한다. 대기업 소유 여부 더미변수는 세 모형 모두에서 10% 수준에서 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이는 대기업 소유일수록 채무적 안정성이 높아 회원권 가격을 높게 형성시킬 것이라는 가설이 성립하지 않는다는 것을 의미한다.

입지특성 분석 결과는 다음과 같다. 모형1에서 서울로부터의 거리 변수를 보면 계수가 음의 값을 가져 서울로부터 거리가 멀수록 가격이 떨어지는 것으로 나타나고 있다. 모형2의 거리인구지수 변수의 경우 계수가 양의 값을 가져 거리인구지수가 작을수록 회원권 가격이 떨어지는 것으로 나타났다. 이는 역으로 배후도시 인구가 많고 가

13) 주중회원권 가격이 75~76% 낮다는 결과는 더미변수가 0에서 1로 변할 때 회원권 가격의 상대적 변동을 산정한 것임. $-0.75 = \exp(-1.393) - 1$, $-0.76 = \exp(-1.442) - 1$. 나머지 회원권도 동일한 방법을 적용한 것임.

카이 있을수록 회원권 가격이 높아진다는 것을 의미한다. 모형3을 보면, 비수도권의 경상권과 전라권, 충청권 골프회원권 가격은 모두 수도권보다 낮게 나타나고 있다. 반면, 강원권의 경우 회원권 가격이 수도권보다 더 높게 나타나고 있다. 강원권의 경우 수도권에 가까운 골프장이 많고

또 최근에 개장하여 시설수준이 높은 경우가 많기 때문에 판단된다. 구체적으로 보면, 수도권과 비교하여 경상권의 골프회원권 가격은 14%, 전라권은 38%, 충청권은 25% 정도 낮으며 강원권은 16% 정도 더 높은 것으로 나타나고 있다⁴⁾. 수도권에서 멀고 인구가 적은 전라권의 가

〈표 3〉 전체 회원권 회귀분석 결과

		모형1(서울로부터 거리)			모형2(거리인구지수)			모형3(권역)		
		계수	t값	VIF	계수	t값	VIF	계수	t값	VIF
절편		11.617	94.6***		10.985	87.4***		11.762	95.0***	
회원권 종류	주중회원권	-1.442	-27.5***	1.2	-1.393	-28.0***	1.1	-1.411	-27.4***	1.2
	법인회원권	0.669	9.5***	1.1	0.672	10.0***	1.1	0.642	9.4***	1.1
	VIP회원권	1.050	17.3***	1.1	1.086	18.6***	1.1	1.083	18.3***	1.1
발행 차수		0.033	4.3***	1.1	0.038	5.0***	1.1	0.033	4.3***	1.1
체인 여부		0.239	4.3***	1.3	0.241	4.5***	1.3	0.195	3.6***	1.4
제휴 여부		0.065	1.0	1.1	0.048	0.8	1.1	0.024	0.4	1.2
홀당 회원수		-0.014	-13.4***	1.2	-0.015	-15.0***	1.2	-0.015	-14.2***	1.2
홀수		0.009	2.5**	1.3	0.010	2.7***	1.3	0.005	1.2	1.3
홀당 클럽하우스 면적		0.001	8.5***	1.2	0.001	10.2***	1.2	0.001	8.7***	1.3
종합리조트 여부		0.279	3.5***	1.2	0.366	4.8***	1.2	0.153	1.8*	1.3
신택 여부		-0.325	-7.0***	1.2	-0.278	-6.2***	1.2	-0.303	-6.6***	1.2
대기업 소유 여부		-0.004	-0.1	1.3	0.057	0.9	1.3	-0.083	-1.2	1.3
서울로부터 거리		-0.0005	-3.0***	1.2						
거리인구지수					0.026	9.4***	1.1			
입지 권역	경상권							-0.146	-2.6***	1.8
	전라권							-0.471	-6.0***	1.3
	충청권							-0.283	-4.6***	1.5
	강원권							0.149	2.3**	1.6
F값		142.9***			160.3***			125.9***		
N		1010			1010			1010		
R ²		0.65			0.67			0.66		
Adj R ²		0.64			0.67			0.66		

***, **, *은 각각 1%, 5%, 10%에서 유의

14) 수도권과 비수도권 지역들의 골프회원권 가격 차이는 앞서 회원권 종류별 가격 차이를 산정한 방법과 동일한 방법을 적용하여 산정하였음.

격이 가장 낮은 것은 거리인구지수 변수 설정 시 채택했던 가설과 일치하는 결과라고 할 수 있다. 또한 권역별 가격 차이의 존재는 골프회원권 시장의 공간적 분화와 하부시장의 존재 가능성을 보여준다는 점에서 의미를 가질 수 있다.

2. 회원권 종류별 비교분석

모형1, 2, 3을 통해 R^2 가 가장 높게 나타난 거리인구지수모형을 이용하여 <표 4>와 같이 일반회원권, 주중회원권, 법인회원권, VIP회원권의 가격 결정요인을 분석하였다. 분석 결과, 모형의 설명력이 전체 자료를 대상으로 한 모형1, 2, 3에 비해 떨어지는 것으로 나타났다. 모형2-1 일반회원권 모형의 경우 $Adj R^2$ 가 0.48로 4개 모형 중

에서 상대적으로 양호하게 나타났다. 설명변수들의 경우 제휴 여부 변수와 대기업 소유 여부를 제외한 모든 변수들이 10% 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 유의한 변수들의 계수부호는 모두 모형2와 일치하여 동일한 해석이 가능한 것으로 나타났다. 추정 결과가 전체 자료를 대상으로 한 모형2와 유사한 이유는 일반회원권의 비중이 전체 회원권의 56%일 정도로 높기 때문으로 판단된다.

주중회원권의 $Adj R^2$ 는 0.29로 비교적 낮게 나타났다. 투입 변수들 중 홀당 회원수, 신택여부, 대기업 소유 여부, 거리인구지수만이 유의하게 나타났다. 계수 값을 보면, 주중회원권의 가격은 인구가 많은 배후도시에 가까울수록 더 높아지는 것으로 나타났다. 또한 담보신택이 없는 경

<표 4> 회원권 종류별 회귀분석 결과

변수명	모형2-1 (일반회원권)		모형2-2 (주중회원권)		모형2-3 (법인회원권)		모형2-4 (VIP회원권)	
	계수	t값	계수	t값	계수	t값	계수	t값
절편	10.957	79.0***	9.739	39.8***	12.394	21.7***	12.324	23.7***
발행 차수	0.046	5.3***	-0.007	-0.6	0.024	0.5	0.096	3.0***
체인 여부	0.325	5.1***	0.105	1.1	0.132	0.6	0.470	2.1**
제휴 여부	0.067	1.0	0.066	0.5	-0.525	-1.8*	-0.252	-1.0
홀당 회원수	-0.019	-15.6***	-0.006	-3.1***	-0.028	-4.9***	-0.009	-2.4**
홀수	0.008	1.9*	0.003	0.5	0.020	1.2	-0.002	-0.1
홀당 클럽하우스 면적	0.001	9.8***	0.0003	1.3	0.001	2.9***	0.001	2.2**
종합리조트 여부	0.477	5.5***	0.101	0.6	0.282	0.9	0.270	0.7
신택 여부	-0.356	-6.5***	-0.234	-2.9***	-0.545	-2.7***	0.050	0.3
대기업 소유 여부	0.006	0.1	0.233	2.1**	-0.183	-0.7	-0.640	-2.2**
거리인구지수	0.032	10.5***	0.035	6.4***	0.010	0.8	0.002	0.2
F값	54.2***		9.7***		4.5***		2.5***	
N	569		205		98		138	
R ²	0.49		0.33		0.34		0.16	
Adj R ²	0.48		0.29		0.26		0.10	

***, **, *은 각각 1%, 5%, 10%에서 유의

우와 대기업이 소유한 경우, 즉 재무상태가 좋은 경우 가격이 더 높은 것으로 나타났다. 일반회원권과 달리 제휴 혜택이나 종합리조트 여부에 영향을 받지 않는 반면 홀당 회원수가 적을수록 가격은 높아지는 것으로 나타났다. 주중에 골프를 즐기기 위해서는 배후도시에서 가까워야 하고 부킹이 용이해야 한다는 점에서 이는 주중회원권의 특성과 부합하는 결과로 판단된다.

법인회원권의 $AdjR^2$ 도 0.26으로 비교적 낮게 나타났다. 변수들 중 제휴 여부와 홀당 회원수, 홀당 클럽하우스 면적, 신타 여부만이 유의한 것으로 나타났다. 제휴 여부 변수가 음의방향으로 유의하게 나타나 일반회원권, 주중회원권과는 다른 특징을 보여주고 있다. 이는 변수설정 과정에서 고찰했던 가설과 반대되는 결과이지만 법인회원권의 특수성을 감안할 때 가능한 결과로 보여진다. 법인회원권은 일반적으로 접대용으로 보유하는 경우가 많은 데 제휴 골프장의 경우 제휴 상대 골프장 회원들의 방문으로 인해 경우에 따라서는 예약이 어려워지는 상황이 발생할 수 있고 이것이 가격에 부정적 영향을 준 것으로 판단된다. 한편, 일반회원권과 주중회원권에서 유의하게 나타났던 거리인구지수가 유의하지 않게 나타났다. 이는 법인회원권 가격의 경우 배후도시의 인구규모와 거리에 영향을 받지 않는다는 것을 의미한다.

VIP회원권의 $AdjR^2$ 는 0.10으로 상당히 낮게 나타났다. 설명변수 중 발행 차수, 체인 여부, 홀당 회원수, 홀당 클럽하우스 면적, 대기업 소유 여부 변수가 유의한 것으로 나타났다. 특히 사항은 대기업 소유 여부 변수가 음의 계수를 가지면서 유의하게 나타났다는 점이다. 이는 대기업 소유일수록 재무상태가 양호하여 가격에 긍정적으

로 영향을 미친다는 가설과 반대되는 결과라고 할 수 있다. VIP회원권의 경우 일반적으로 무기명회원의 수가 많고, 그린피도 무료인 경우도 많다. 그러나 대기업 소유 골프장일수록 추후 운영 이익을 고려하여 무기명회원수를 제한하고 할인 혜택 등을 많이 주지 않아 이 같은 결과가 발생한 것으로 보여진다. 거리인구지수 변수는 법인회원권과 마찬가지로 유의하지 않게 나타났다. VIP회원권의 경우도 법인회원권처럼 배후도시의 인구규모와 거리에 그다지 영향을 받지 않는다는 것을 의미한다. 이 같은 결과로부터 법인회원권과 VIP회원권의 경우 일반회원권이나 주중회원권과는 구분되는 차별화된 시장을 형성하고 있다는 것을 알 수 있다.

VI. 결론

이 연구에서는 제주도를 제외한 전국 골프장 회원권 시가표준액을 이용하여 데이터베이스를 구축한 후 전체 회원권을 대상으로 헤도닉모형을 적용하여 가격 결정요인을 분석하였다. 이어 일반, 주중, 법인, VIP회원권별로 헤도닉모형을 구축한 후 가격 결정요인 비교를 통해 회원권 종류별 특성을 분석하였다.

전체 회원권을 대상으로 입지특성을 대변하는 서울로부터의 거리 변수와 거리인구지수 변수, 권역변수가 각각 포함된 헤도닉모형을 구축한 결과 세 모형의 설명력이 0.65~0.67로 양호한 것으로 나타났다. 본 연구에서 처음으로 도입된 분양 특성의 경우 회원권 종류, 발행 차수, 홀당 회원수, 체인 여부 변수가 유의한 것으로 나타났다. 일반회원권과 비교하여 주중회원권 가격은 더 낮

지만 법인회원권과 VIP회원권은 더 높은 것으로 나타났다. 회원권 발행 차수가 커질수록, 홀당 회원수가 적을수록, 체인으로 운영될수록 가격은 더 높아지는 것으로 나타났다. 시설특성으로 설정한 홀당 클럽하우스 면적 변수와 종합리조트 여부 변수는 유의한 것으로 나타났다. 이는 홀수가 많을수록, 홀당 클럽하우스 면적이 클수록, 종합리조트와 같이 있을수록 회원권 가격이 더 높아지는 것을 의미한다. 재무특성 변수로는 신탁 여부 변수가 유의하게 나타났는데 이는 담보신탁을 통해 사업자금을 조달할 경우 회원권 가격이 더 떨어진다는 것을 의미한다. 입지특성의 경우 서울로부터의 거리 변수, 거리인구지수 변수, 권역변수가 모두 유의하게 나타났다. 서울로부터의 거리가 멀수록 가격이 떨어지며 거리인구지수가 클수록 가격이 높아지는 것으로 나타났다. 수도권과 비교하여 경상권, 전라권, 충청권 회원권의 가격은 낮지만 강원권은 오히려 더 높은 것으로 나타났다.

회원권 종류별로 가격 결정요인을 분석한 결과, 개인에게 주로 분양되는 일반회원권의 경우 모형 설명력도 양호하며 전체 회원권을 대상으로 한 모형과 유의한 변수들도 비슷하게 나타났다. 그러나 주중회원권과 법인회원권, VIP회원권의 경우 설명력도 낮고 유의한 변수가 많지 않은 것으로 나타났다. 특히 법인회원권과 VIP회원권의 경우는 거리가중지수가 유의하지 않게 나타나 입지지역과 무관하게 가격이 형성되는 것으로 나타났다. 이 같은 결과로부터 법인회원권과 VIP회원권의 경우 일반회원권이나 주중회원권과는 구분되는 차별화된 시장을 형성하고 있다는 것을 알 수 있다.

이 연구는 일반, 주중, 법인, VIP회원권을 포함하는 전체 회원권을 분석 대상으로 했다는 점에서 일반회원권에 한정된 선행연구들보다 진일보한 연구라고 할 수 있다. 또한, 수도권에 한정된 대부분의 연구와 달리 전국 골프장을 대상으로 연구를 했다는 점에서도 차별성을 가진다고 할 수 있다. 이 연구를 통해 골프회원권 종류와 발행 차수, 체인 여부, 홀당 클럽하우스 면적, 신탁 여부 같은 새로운 변수들을 발굴하고 회원권 종류별 가격 결정요인 비교를 통해 회원권 시장에 대한 인식을 새롭게 한 점은 학술적 의미를 갖는 결과라고 할 수 있다.

골프회원권 가격은 본 연구에서 다룬 미시적 요인들 외에 그린피, 주말 부킹횟수 같은 운영요인들과 거시경제요인들의 영향도 받는다. 구축 자료와 헤도닉모형의 한계로 인해 이들 변수들을 분석에 이용하지 못한 점은 본 연구의 한계라고 할 수 있다. 후속 연구를 통해 이들 요인들의 회원권 가격 영향이 분석될 수 있기를 기대한다.

논문접수일 : 2013년 9월 10일

논문심사일 : 2013년 10월 22일

게재확정일 : 2013년 11월 8일

참고문헌

1. 구원일, “골프장의 지리적, 관리적 특성이 골프회원권 기준시가에 미치는 영향에 관한 연구”, 「관광레저연구」 제23권 제2호, 한국관광레저학회, 2011, pp. 299-314
2. 김승탁, “골프회원권 가격의 결정요소에 관한 실증분석-골프장 경영자에 대한 합의를 중심으로”, 「전문경영인연구」 제14권 제3호, 한국전문경영인학회, 2011, pp. 225-245
3. 김주원·조주현, “대중 골프장의 개발요소가 수익성에 미치는 영향에 관한 연구”, 「부동산학연구」 제15집 제2호, 한국부동산분석학회, 2009, pp. 131-147
4. 모현숙·이학동·방경식, “골프장의 재무특성이 회원권가치에 미치는 영향”, 「감정평가학연구」 제11권 제1호, 한국감정평가학회, 2012, pp. 1-12
5. 박성룡, “골프회원권 가격 결정요인 및 내재 가격 추정-헤도닉 가격 모형을 이용하여”, 단국대학교 박사학위논문, 2007
6. 서천범, 「레저백서 2012」, 한국레저산업연구소, 2012
7. 에이스회원권거래소, 「2012골프회원권 가이드북」, 매일경제신문사, 2012
8. 이종정, “골프장 산업의 효율성과 골프회원권 가격 결정요인 분석-공기업 골프장 민영화문제와 관련하여”, 한양대학교 박사학위논문, 2010
9. 허장식, “골프장용지의 가격형성요인에 관한 연구”, 단국대학교 박사학위논문, 2008
10. 국세청, <http://www.nts.go.kr/>
11. 다음지도, <http://map.daum.net/>
12. 에이스회원권거래소, <http://www.acegolf.com/>
13. 위택스, <http://www.wetax.go.kr/>
14. 한국골프장경영협회, <http://www.kgba.co.kr/>
15. 한국회원권거래소협회, <http://www.kgmda.com>
16. Limehouse, Frank F., Michael T. Maloney, Kurt W. Rotthoff, “Peak-Load Versus Discriminatory Pricing: Evidence from the Golf Industry”, *Review of Industrial Organization*, Vol. 40 No. 3, 2012, pp. 151-165
17. Limehouse, Frank F., Peter C. Melvin, Robert E. McCormick, “The Demand for Environmental Quality: An Application of Hedonic Pricing in Golf”, *Journal of Sports Economics*, Vol. 11 No. 3, 2010, pp. 261-286
18. Mulligan, J. G., “The Pricing of a Round Golf: The Inefficiency of Membership Fees Revisited”, *Journal of Sports Economics*, Vol. 2 No. 4, 2001, pp. 328-340