

## 프로축구 관람결정요인이 관람만족에 미치는 영향

### The Influence on the Viewing Determinative Factors of Pro-Soccer Sporting Events base on Viewing Satisfaction

김홍설  
배재대학교

Kim Hong-Seol  
Paichai Univ.

#### 요약

본 연구는 프로축구 관람결정요인이 관람만족에 미치는 영향을 규명하는 데 그 목적이 있었다. 이와 같은 목적을 달성하기 위한 연구 대상으로서 2006년 국내 프로축구 정규시즌의 대전월드컵 경기장 직접관람자를 모집단으로 설정하였으며, 유층집락무선표집법을 이용하여 총 400부의 설문지를 배부하였고, 그 중 388부가 실제 분석에 사용되었다. 자료 분석을 위한 통계기법으로는 다중회귀분석이었다.

이와 같은 연구 절차를 거쳐 얻어진 본 연구의 결론은 다음과 같다.

- 첫째, 관람결정요인은 시설만족에 영향을 미친다.
- 둘째, 관람결정요인은 경기내용만족에 영향을 미친다.
- 셋째, 관람결정요인은 팬서비스만족에 영향을 미친다.

#### Abstract

This Study has the influence on the viewing determinative factors of pro-soccer sporting events base on viewing satisfaction.

To attain the goal of the study described above paragraphs, some viewers of '06 season pro-soccer games held in Daejeon province was set as a collected group. Then, using the stratified cluster random sampling method, finally drew out and analyzed 388 people.

The material collection device was the brochure named <A Study has the influence on the viewing determinative factors of pro-soccer sporting events base on viewing satisfaction>. To analyze materials, the regression analysis techniques.

The conclusion based on above study method and the result of material analysis are here below.

The pro-soccer sporting events viewing determinative factors influence on viewing satisfaction.

## I. 서론

### 1. 연구의 필요성 및 목적

오늘날 자동화, 분업화에 따른 노동시간의 단축 등으로 말미암아 건강을 유지하기 위하여 많은 사람들은 참여스포츠뿐만 아니라 관람스포츠에 많은 관심을 가지게 되었다.

우리나라의 스포츠 산업 가운데 하나인 관람 스포츠 산업은 관람의 대상으로서 제공된 스포츠 제품의 생산과 유통을 통하여 이윤을 창출해내는 경제 활동 또는 그 결과로 정의되어진다(박영옥, 1998). 이에 대해 스포츠 기업들은 수요를 올리기 위한 마케팅 전략 또한 날로 다양해지고 있다.

국내 프로축구는 잔디구장마저 사용이 여의치 않던 시절에서 어느덧 월드컵 경기를 성황리에 마치고 축구 전용 구장에서 경기를 관람하는 시대가 되었다. 월드컵과 복표사업 도입 등의 직 간접적 축구환경의 발전으로 정치, 경제, 사회적 파급효과와 함께 축구 붐이 조성되고 있는 프로리

그는 이제 점차 관람스포츠로서의 자리는 확고히 자리잡아 가고 있는 실정이다.

관람스포츠 산업부문에 경기관람에 영향을 미치는 요인들은 스포츠마케팅의 근간이다. 프로스포츠에 있어서 관중의 증가는 주요한 목표이며, 따라서 관중들의 성향에 대한 이해는 필수적이다.(Hansen & Gauthier, 1992)

이에 따라 프로축구의 활성화를 위한 관중성향 파악과 소비자행동 분석을 통하여 좀 더 다양한 형태의 관중동원 및 확보 전략을 개발, 시행하여 프로스포츠 현장에서의 구단 관계자들이 소비자가 만족할 수 있는 적절한 마케팅 전략을 수립하는데 기초자료로 제공하는 데 본 연구의 필요성이 제기된다.

결국, 본 연구는 프로축구 관람결정요인이 관람만족에 미치는 영향을 규명하는 데 그 목적이 있다.

## 2. 연구의 가설

프로축구 경기관람 결정 요인이 관람만족에 미치는 영향을 규명하기 위한 구체적인 연구가설은 다음과 같다.

가설 I. 관람결정요인은 시설만족도에 영향을 미칠 것이다.

가설 II. 관람결정요인은 경기내용만족도에 영향을 미칠 것이다.

가설 III. 관람결정요인은 팬 서비스만족도에 영향을 미칠 것이다.

## II. 연구방법

### 1. 연구 대상

본 연구의 대상은 2006년 K-리그 정규시즌의 대전월드컵 경기장 직접관람자를 모집단으로 설정한 후, 유층집락 무선표집법(stratified cluster random sampling method)을 이용하여 총 400명을 표집하였다. 이중 불성실하게 응답한 설문지를 제외한 388명의 자료가 실제 분석에 사용되었다.

### 2. 연구 도구

프로축구 경기관람 결정요인이 관람만족에 미치는 영향을 규명하기 위한 자료수집 도구로 설문지를 사용하였다.

경기관람 결정요인에 관한 문항은 Schollaert & Swith(1987)와 Jeffrey(1997)의 프로 스포츠 팬 성향 및 경기관람 결정요인에 관한 연구와 김홍설(1999)의 스포츠 팬의 소비자 행동 결정요인에 관한 연구 등에서 발췌한 다음 본 연구목적에 부합되도록 수정·보완하여 사용하였다. 또한 관람만족도는 김홍설(1999)의 스포츠 팬의 소비자 행동 결정요인에 관한 연구 설문지를 이용하였다.

본 연구에서는 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach'  $\alpha$  방법을 이용하였으며, 본 연구에서 신뢰도 검증결과는 <표 1>과 같이 나타났다.

[표 1] 각 요인의 신뢰도

변인	하위 변인	Cronbach's $\alpha$
관람 결정요인	물리적 환경	.745
	팀 성적	.790
	스타 선수 및 팀 이미지	.718
	관람 촉진	.609
관람만족도	시설 만족 경기내용 만족 서비스 만족	.765

## 3. 자료 분석

본 연구에서는 설문지 응답결과자료를 회수한 후 응답내용이 부실하거나 신뢰성이 없다고 판단되는 자료를 제외한 나머지 설문자료를 Window용 SPSS 12.0Version을 이용하여 분석하였으며, 구체적인 통계분석방법은 중다회귀분석이었다.

## III. 연구 결과 및 논의

### 1. 관람결정요인이 시설만족도에 미치는 영향

연구의 가설 I은 “관람결정요인이 시설만족도에 영향을 미칠 것이다.” 이었다. 이를 규명하기 위하여 중다회귀분석을 실시한 결과는 다음 <표 2>와 같다.

[표 2] 관람결정요인이 시설만족도에 미치는 영향에 관한 분석 결과

독립변인	종속변인: 시설만족도			유의도
	B	$\beta$	t값	
물리적 환경	3.514	2.071	4.194	.000
팀 성적	-.040	.050	-.792	.429
스타선수 및 팀 이미지	.341	.354	2.635	.009
관람 촉진	.042	.059	.719	.473
(상수)	3.032		9.690	.000
R <sup>2</sup>	.123(.000)			

<표 2>에서 보는 바와 같이, 시설만족도는 관람결정요인에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

구체적으로, 물리적 환경 요인( $\beta=2.071$ )은 .1% 수준에서, 스타선수 및 팀 이미지( $\beta=.054$ )는 1% 수준에서 시설만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 전체변인의 설명력은 12.3%( $R^2=.123$ )으로 나타났다.

특히, 물리적 환경에 경기관람 결정을 하는 집단일수록 시설 만족도가 높게 나타난 본 연구 결과는 경기장내 주차장이나 보행 통로, 관람 좌석 등의 쾌적성 정도에 따라 경기관람을 결정하는 집단일수록 관람만족에 있어서 시설만족도가 높음을 의미하며, 이와 같은 결과는 김홍설(1999)의 스포츠 팬의 소비자행동 결정요인에 관한 연구결과를 뒷받침하여 주고 있다.

### 2. 관람결정요인이 경기내용만족도에 미치는 영향

본 연구의 가설 II는 “관람결정요인이 경기내용만족도에 영향을 미칠 것이다.” 이었다. 이를 규명하기 위하여 중다회귀분석을 실시한 결과는 다음 <표 3>와 같다.

[표 3] 관람결정요인이 경기내용만족도에 미치는 영향에 관한 분석 결과

독립변인	종속변인: 경기내용만족도			유의도
	B	$\beta$	t값	
물리적 환경	-.021	.020	-.037	.794
팀 성적	.954	.959	3.704	.000
스타선수 및 팀 이미지	.945	.915	3.616	.000
관람 촉진 (상수)	.069	.062	1.140	.255
R <sup>2</sup>	2.461		7.606	.000
	.344(.000)			

<표 3>에서 보는 바와 같이, 경기관람결정 요인은 경기 내용만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

구체적으로, 팀 성적( $\beta=.959$ ), 스타선수 및 팀 이미지( $\beta=.915$ )는 .1% 수준에서 경기내용만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 전체변인의 설명력은 34.4%( $R^2=.344$ )로 나타났다.

이와 같이, 팀 성적, 스타선수 및 팀 이미지 등을 관람결정요인이라 생각하는 집단일수록 경기내용만족도가 높게 나타난 결과는 본인이 지지하는 팀의 프로 리그전 성적을 중요시 여기고, 또한 팀 내의 스타선수 존재여부, 팀 칼라, 즉 팀의 역사와 전통 등을 중요시 여기수록 전반적 경기내적 요소에 대한 만족, 즉 경기내용만족을 더 한다는 것이다. 이와 같은 결과는 Sloan(1996), 김용만과 전태준(1996)의 연구결과와 전반적으로 일치하고 있다.

### 3. 관람결정요인이 서비스만족도에 미치는 영향

본 연구의 가설 III은 “관람결정요인이 서비스만족도에 영향을 미칠 것이다.” 이었다. 이를 규명하기 위하여 중다 회귀분석을 실시한 결과는 다음 <표 4>와 같다.

[표 4] 관람결정요인이 서비스만족도에 미치는 영향에 관한 분석 결과

독립변인	종속변인: 서비스만족도			유의도
	B	$\beta$	t값	
물리적 환경	.235	.222	2.404	.033
팀 성적	.039	.036	.638	.524
스타선수 및 팀 이미지	.215	.191	3.314	.001
관람 촉진 (상수)	1.085	1.066	3.901	.000
R <sup>2</sup>	2.200		5.810	.000
	.340(.000)			

<표 4>에서 보는 바와 같이, 관람결정요인은 서비스만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

구체적으로, 물리적 환경( $\beta=.222$ )은 5% 수준에서, 스타선수 및 팀 이미지( $\beta=.191$ )는 1% 수준에서, 관람 촉진( $\beta=.1.066$ )은 .1% 수준에서 서비스만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 전체변인의 설명력은 34.0%( $R^2=.340$ )으로 나타났다.

구체적으로, 경기 외적요소라 할 수 있는 팀 후원, 광고, 구단 이벤트, 경품행사, 무료입장이벤트 등과 관련 있는 관람촉진요인 또는 물리적 환경을 경기관람의 결정요소라고 주장하는 집단일수록 서비스 만족도가 높음을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 김홍철(1999), 강현민(1998)의 연구와 전반적으로 일치함을 알 수 있다.

따라서, 프로 스포츠의 발전을 위해서는 각 구단별로 다양한 팬 서비스와 이벤트를 계획, 실행해야 함을 지적할 수 있다.

## IV. 결론

본 연구에서는 프로축구 관람결정요인이 관람만족에 미치는 영향을 분석하여 2006년 K-리그 정규시즌의 대전월드컵 경기장 직접관람자를 모집단으로 설정한 후, 유층집락무선표집법(stratified cluster random sampling method)을 이용, 최종 388부의 설문지를 실제 분석이 이용되었으며, 조사도구는 설문지였다. 통계분석방법은 중다 회귀분석을 실시하였다.

위와 같은 연구방법을 기초로 하여 얻어진 결과를 토대로 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 관람결정요인은 시설만족에 영향을 미친다.

둘째, 관람결정요인은 경기내용만족에 영향을 미친다.

셋째, 관람결정요인은 팬서비스만족에 영향을 미친다.

### 참고 문헌

- [1] 강현민(1998). 프로야구단 경영전략을 위한 지역별 관중성향 분석. 한국사회체육학회지, 9, 281-296.
- [2] 김용만, 전태준 (1996). 프로축구 관중의 구매행동에 영향을 미치는 요인 분석. 제 34 회 한국체육학회 학술발표 논문집.
- [3] 김홍철(1999). 스포츠팬의 소비자 행동 결정요인에 관한 연구. 서울대학교대학원 박사학위논문.
- [4] 박영옥 (1998). 한국스포츠산업육성방안연구. 한국체육과학연구원.
- [5] Jeffrey, D.J. (1997). *Becoming A sports Fan: Understanding Cognitive Development and Socialization in the Development of Fan Loyalty*. Unpublished the Doctoral dissertation. The Ohio State University.
- [6] Scholaert, P. T., & Smith, D. H. (1987). Team racial composition and sports attendance. *The Sociological Quarterly*, 28, 71-87.
- [7] Sloan, L. R. (1989). *The motives of sports fans*. In J. H. Goldstein(ED), *Sports, games, and play: social and psychological viewpoints(2nd ed.)*, 175-240. Hillsdalw, lawrence eribaum Associates.
- [8] Hansen, H., & Gautheir, R. (1992). Marketing objectives of professional and university sports organizations. *Journal of sport Management*, 6(1), 27-37.