
프로스포츠 관람만족 및 관람몰입이 재관람의사에 미치는 영향

Effect of Satisfaction and Absorption of Spectating on Desire of Re-Spectating at the Professional Sporting Events

김홍설

배재대학교 레저스포츠학과

Hong-Seol Kim(hongseol@pcu.ac.kr)

요약

본 연구는 프로스포츠 관람만족 및 관람몰입이 재관람의사에 미치는 영향을 규명하는데 주된 목적이 있었다. 이와 같은 연구 목적을 달성하기 위하여 본 연구는 2007년 대전광역시에서 개최된 프로 축구 및 프로 야구 경기 직접 관람자를 모집단으로 설정한 다음 유층집락무선표집법(stratified cluster random sampling method)을 이용하여 표본을 추출하였으며, 최종 605명의 자료가 분석에 이용되었다. 본 연구에서 사용된 조사도구는 설문지였으며, 설문문항에 대한 신뢰도 검증결과 관람만족의 경우 .889, 관람몰입의 경우 .901, 재관람의사의 경우 .870로 나타남으로써 비교적 양호한 것으로 나타났다. 본 연구에서 사용된 통계기법은 상관분석(correlation), 회귀분석(regression)이었다. 이와 같은 연구방법을 통해 얻어진 결과를 종합하여 도출시킨 결론은 다음과 같다. 첫째, 관람만족은 재관람의사에 영향을 미친다. 둘째, 관람몰입은 재관람의사에 영향을 미친다.

■ 중심어 : | 관람만족 | 관람몰입 | 재관람의사 |

Abstract

The purpose of this study was to examine the effects of the satisfaction and absorption of spectating on desire of re-spectating at the professional sporting events. This study set a model of consumer behavior decision based on the results of the precedent studies about the determinative factors of consumer behavior and the hypothetical model done by Wakefield & Sloan(1995), Hansen & Gauthier(1989), Jeffrey(1997), Green(1995), and Kim(1999) and clarified it through the regression. To attain the goal of the study described above paragraphs, some viewers of 2007 season pro-soccer and pro-baseball games were set as a collected group. Then, using the stratified cluster random sampling method, finally drew out and analyzed 605 spectators in total. Data collected through a questionnaire designed for this study consist of fixed alternative choice response to items constructed to represent the operational definition for each variable. Statistics employed for data analysis was correlation and multiple regression. Based upon the results of the study, the following conclusions appear warranted: 1. Satisfaction of spectating influence on desire of re-spectating at the professional sporting events. 2. Satisfaction of absorption influence on desire of re-spectating at the professional sporting events.

■ keyword : | Satisfaction of Spectating | Absorption of Spectating | Desire of Re-Spectating |

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

오늘날 대부분의 사람들은 TV와 라디오, 신문과 잡지, 인터넷 등을 통하여 스포츠 경기중계를 관람하거나 기사를 읽으며 또한 경기장에 직접 찾아가 스포츠를 관람한다. 이와 같이 스포츠는 현대인의 여가 활동의 주요 부분으로 견고하게 자리 잡아가고 있다.

스포츠의 직접 관람은 개인이 경기장에 관중의 일원으로 참가하는 것이며[1], 이러한 관중으로서의 스포츠 참가는 TV 시청, 신문 구독 등의 간접 관람에 비하여 다분히 행동적·적극적 관람 형태이다[2].

1980년대 초반 프로 스포츠의 출범과 함께 봄이 일기 시작한 관람 스포츠는 많은 스포츠 팬들에게 감동과 즐거움을 제공하고 있다. 특히, 1986년 아시안 게임과 1988년 서울 올림픽 대회의 성공적 개최 및 종합 4위 입상은 관람 스포츠의 확산과 발전을 위한 기틀을 제공하여 주었으며, 멕시코 세계청소년 축구 4강 진출 및 2002년 월드컵 축구 개최권 획득, 미국 메이저리그에서의 박찬호, 김병현 및 PGA의 최경주, LPGA에서의 박세리, 김미현, 박지은 등의 활약은 관람 스포츠가 국민의 건전 여가 활동으로서 견고하게 자리를 잡는 데 직접적인 계기로 작용하였다[2].

스포츠 현장에서 선수, 관중 및 경기장은 해당 스포츠의 관람 수준과 관람 가치를 가능하는 주요 요인이다. 특히 선수는 경기에서 핵심적 역할을 담당하기 때문에 그들 개개인의 동작은 스포츠 소비자에게 지대한 영향을 미친다. 또한, 스포츠 현장에서 관중이 선수에게 보내는 응원은 선수의 사기를 드높이고 불안감을 감소시켜 기량을 십분 발휘할 수 있도록 해 준다. 축구의 경우, 최근 우리나라는 월드컵 개최권 획득에 따른 정치·경제·사회적 파급 효과 기대와 함께 그 어느 때보다도 활발한 축구 붐이 일고 있으며, 특히 “붉은 악마”란 이름의 한국 축구 대표 팀 응원단의 등장과 국내 프로축구 각 구단 응원단 “서포터스”의 출현은 한국 축구 발전을 한 걸음 앞당기는 전기를 마련하였다. 또한 농구 등 구기 종목에서 “오빠부대”의 등장은 선수들에게 기량 발휘의 기회뿐만 아니라, 불거리 제공을 통한 관

중동원 유인과, 나아가 관람 스포츠 활성화의 기틀을 다지는 계기로 작용하고 있다.

이와 같은 관람 스포츠는 국민들에게 삶의 의욕과 생활 재충전 기회를 제공하고, 삶의 질 제고의 전기를 마련하는 데 지대한 역할을 담당하고 있다고 할 수 있다.

따라서 프로스포츠 관중의 관람만족 및 관람몰입이 재관람의사에 미치는 영향에 관하여 보다 실증적이고 학문적인 규명 작업이 절실히 요청되고 있다. 외국의 경우 이차적 스포츠 역할, 특히 스포츠 관람에 대한 필수적인 기능 및 성향, 흥미, 관람 행동과 같은 현상적 측면을 규명하고자 하는 연구가 활발하게 이루어지고 있으나[3-5][1][6-11], 국내 연구는 일차적 스포츠 역할사회화 과정과 관련된 특정 문제 및 논의[12-17]에 초점을 두고 있으며, 2차적 스포츠 역할과 관련된 연구는 최근 활발하게 연구되고 있으나[18][2][19-21]학문적 성과를 달성하기에는 매우 미진한 실정이다.

이러한 시점에서 본 연구는 프로스포츠 관중의 관람만족 및 관람몰입이 재관람의사에 미치는 영향 규명을 통하여 관람 스포츠 참여율을 제고시킴으로써 궁극적으로 건전 여가활동으로서 관람 스포츠 문화를 정착시키는 데 그 목적이 있었다. 이와 같은 스포츠 관람에 영향을 미치는 요인을 규명하는 작업은 스포츠 경영 논리에 바탕을 두고 있다고 할 수 있는데, 다시 말하여 스포츠 팀 운영자의 핵심 목표가 경기 관람객 수 확보를 통한 수입 증대라고 할 때, 스포츠 관람 행동 결정 요인의 규명은 스포츠 활성화 및 스포츠 경영 발전을 위한 핵심 작업이라 할 수 있다.

2. 연구 가설

본 연구는 프로스포츠 관중의 관람만족 즉, 시설만족, 경기내용만족과 관람몰입 즉, 인지몰입, 행위몰입이 재관람의사에 미치는 영향을 규명하는데 주된 목적이 있었다.

이와 같은 연구목적은 달성하기 위하여 본 연구에서 설정한 구체적인 연구 가설은 다음과 같다.

가설 I. 프로스포츠 관람만족은 재관람의사에 영향을 미칠 것이다.

가설 II. 프로스포츠 관람몰입은 재관람의사에 영향

을 미칠 것이다.

3. 관련 변인의 정의

3.1 관람만족

만족은 기본적으로 개인이 어떠한 행동을 하거나 태도를 견지함으로써 얻게 되는 심리적 감정 상태이다. 많은 사람들은 활동에 대한 보상이 만족스러울 때 그 활동에 보다 적극적으로 개입한다. 따라서 만족이란 일반적인 경험이나 상황에 대하여 즐거워하거나 만족감을 느끼는 주관적인 지각을 의미하는 개념 및 활동의 선택과 참가의 결과로서 개인이 형성하거나 획득하는 긍정적인 인식 또는 감정으로 정의할 수 있다[19].

본 연구에서는 경기장 시설만족, 경기 내용만족 관람 촉진만족을 관람만족이라 규정하였다.

즉, 경기장 시설만족은 경기 외적 요인이라 할 수 있는 시설물 등과 관련된 경기장의 지리적 위치 등의 근접성, 주차시설 및 교통수단 등의 접근성, 입장료 안내 시설 및 출입통로의 폭 등과 관련 있는 혼잡성, 시설 디자인, 시설 미관 등과 관련 있는 쾌적성, 음주, 관중소란, 관중 폭력 등과 관련 있는 통제성에 관한 만족정도를 말한다. 경기내용만족은 스타 및 선호선수 출연여부, 경기의 짜임새, 팀워크, 조직력 등과 관련된 만족도를 나타낸다. 관람 촉진만족은 선수 및 경기 홍보와 팬 사은품 증정, 특정일 및 특정인 무료입장 이벤트실시, 경기장내 매점할인 촉진, 입장료 할인촉진 등의 팬 서비스로 규정하였다.

3.2 관람몰입

본 연구에서는 인지몰입과 행위몰입을 관람몰입으로 규정하였다. 인지몰입은 관람에 대한 자부심, 기대, 선호, 소중함, 행복감, 즐거움 등을 나타내며, 행위몰입은 관람과 관련된 정보 습득이나 매스컴(TV, 인터넷, 신문, 잡지 등)에 대한 관심 정도를 나타낸다.

3.3 재관람의사

재관람의사는 경기장 시설, 경기 내용, 관람 촉진 요인 등이 긍정적으로 작용함으로써 관람만족과 관람 지속 욕구를 느끼고 추후에 다시 관람하고자 하는 생각

정도를 의미한다.

본 연구에서는 재관람 가능성과 재관람 의지를 종합하여 재관람의사라 규정하였다.

II. 연구 방법

1. 연구 대상

본 연구는 2007년 프로축구 및 프로야구 경기 직접 관람자를 모집단으로 설정한 다음 유층집락무선표집법(stratified cluster random sampling method)을 이용하여 표본을 추출하였다. 구체적으로 프로축구의 경우 2007년 10월 14일 대전월드컵경기장에서 개최된 대전과 수원의 K리그 2007시즌 최종전 경기 관람자였으며, 프로야구의 경우 2007년 10월 18일 대전한밭종합운동장야구장에서 개최된 한화와 두산의 2007시즌 준플레이오프 1차전 경기 관람자였다.

각 종목 경기 관람자의 구체적인 표집 절차는 경기장내 표본의 다양성을 고려하여 경기장을 동, 서, 남, 북으로 사분한 다음, 사분된 각 지역에서 상, 하, 좌, 우를 각각 분배하여 각 경기당 20명의 설문조사원을 배치시켰으며, 설문조사원 1인당 좌석 순서대로 상, 하, 좌, 우 각각 4명씩 총 16명을 최종 선정하였다.

이와 같은 표본의 추출절차를 통하여 프로축구 관람자 320명, 프로야구 관람자 320명 등 총 640을 표집하였다. 표집된 인원에 대한 설문 조사를 실시한 후 응답 내용이 부실하거나 무기입 자료는 분석에서 제외하고, 통계적 방법을 이용한 극단치(outlier) 제거 절차를 거쳐 총 605부의 자료가 분석에 이용되었다.

한편, 본 연구 조사대상의 일반적 특성으로서 남성(N=380)이 여성(N=225)보다 많은 비율을 보이고 있으며, 연령의 경우 20대 이하(N=225), 30대(N=178), 40대 이상(N=202)등으로 나타났다. 직업유형의 경우 판매서비스/자영업(N=98), 사무직/전문기술직(N=170), 경영관리직/전문자유직(N=74), 학생(N=230), 무직, 전업주부 등 기타(N=33)등으로 나타남으로서 학생관람자가 많은 분포를 보이고 있음을 알 수 있다.

2. 측정 도구

본 연구에서 사용한 설문지의 구성 내용은 관람만족에 관한 항목 9개 문항, 관람몰입에 관한 항목 12개 문항, 재관람의사에 관한 항목 5개 문항 등 총 26개 문항으로 구성되었다.

본 연구에서는 <프로스포츠 관람만족, 관람몰입이 재관람의사에 미치는 영향>에 관한 연구를 수행하기 위하여 예비검사, 전문가 회의, 요인분석 등을 통하여 타당도를 검증하였다.

구체적으로 본 설문지는 관람만족 및 재관람 의사의 경우 Wakefield와 Sloan[5], Hansen과 Gauthier[8], Jeffrey[3], Green[4]등이 개발하여 사용한 설문내용을 본 연구의 목적에 적합하도록 발췌하여 사용한 김홍설[2]의 선행연구를 기초로 스포츠사회학 분야의 석·박사 학위 소지자 및 한국스포츠사회학회 D시 지회 회원 20명으로 구성된 전문가 집단을 구성하여 사전에 작성된 설문지에 대한 검토 및 논평을 요청한 후 내용 타당도 및 문항의 적합성 여부를 결정하였으며, 두 차례의 예비조사를 실시하였다.

신뢰도는 연구방법을 확립하는 데 있어서 고려해야 할 가장 중요한 요인 중의 하나이다. 즉 조사 대상의 경험을 측정하는 설문지 조사방법은 비체계적이고 임의적인 오차를 유발할 여지가 많다는 점에서[22], 조사 대상자의 인지적 경험에 의존하여 정보를 얻는 본 연구에서는 설문지의 신뢰도 검사가 무엇보다도 중요하다.

본 연구에서 사용하고자 하는 설문지의 신뢰도는 Cronbach's α 방법을 사용하여 검증하였다. 신뢰도 검증결과 관람만족의 경우 .889, 관람몰입의 경우 .901, 재관람의사의 경우 .870로 나타남으로써 비교적 양호한 것으로 나타났다.

또한 본 연구는 타당도를 검증하고자 탐색적 요인분석을 실시하였으며 구인타당도검증을 실시하였다.

탐색적 요인분석에서 .40미만의 적재치를 보이거나 다중공선성이 발견되는 문항은 삭제하였다. 요인추출은 주성분분석, 직교회전방식을 적용하였으며, 변수 선정의 적절성에 대한 KMO 지수는 경기장 시설만족이 .922, 경기 내용만족이 .880, 관람 촉진만족이 .910, 인지몰입이 .879, 행위몰입이 .950으로 나타나 요인분석을

위한 변수선정이 적절하였음이 밝혀졌으며 또한 요인 분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett 구형검정치의 경우 관람만족($\chi^2=2789.290$, $p<.000$), 관람몰입($\chi^2=1807.550$, $p<.001$), 재관람의사($\chi^2=2943.145$, $p<.000$) 등으로 각각 나타남으로써 유의미한 것으로 확인되었다. 또한 관람만족은 전체적으로 79%의 설명력을 보였으며 관람몰입의 경우 67%, 재관람의사의 경우 70%의 설명력을 보이는 것으로 나타났다.

3. 조사 절차 및 자료 처리

3.1 조사 절차

본 연구에서는 <프로스포츠 관중의 관람만족, 관람몰입이 재관람의사에 미치는 영향>에 관한 설문지를 조사 대상자에게 배포한 다음, 자기평가기입법(self-administrated method)으로 설문내용에 대하여 응답하도록 지시하고 완성된 설문지를 회수하였다. 설문 조사는 본 연구자를 포함하여 보조 조사원 20명이 표집 대상인 프로축구, 프로야구 경기장을 각각 직접 방문하여 경기 관계자 및 조사 대상자에게 사전에 협조를 받은 다음 실시하였다.

3.2 자료 처리

회수된 설문지 가운데 응답 내용이 부실하거나 신뢰성이 없다고 판단되는 자료는 분석대상에서 제외한 다음 분석 가능하고 유용한 자료를 사례별로 입력하여 분석·처리하였다.

본 연구에 사용된 통계분석은 상관분석(correlation), 회귀분석(regression)이었다.

III. 결과분석 및 논의

1. 독립변인간의 다중공선성 검증

독립변인들의 다중공선성은 중다회귀분석 결과에 결정적 영향을 주기 때문에 반드시 점검해야 한다. 다중공선성 점검은 주로 독립변인간의 기초상관행렬, 공차(tolerance), 상승변량(VIF)을 검토함으로써 검증할 수 있다[23].

표 1. 관련 변인간의 상관관계 분석 결과

	경기장 시설만족(1)	경기 내용만족(2)	관람 촉진만족(3)	인지몰입(4)	행위몰입(5)	재관람의사(6)
1	1					
2	.215(.057)	1				
3	.130(.108)	.098(.210)	1			
4	.121(.130)	.204(.083)	.105(.222)	1		
5	.150(.079)	.239(.030)	.098(.210)	.087(.276)	1	
6	.109(.212)	.029(.340)	.145(.120)	.092(.198)	.016(.789)	1

따라서 본 연구에서는 회귀분석을 실시하기에 앞서 독립변인간의 다중공선성 검증을 실시하였다.

기초상관행렬에서 독립변인간의 상관의 경우 [표 1]에 나타난 바와 같이 경기내용만족과 행위몰입이 $r=.239$ 로 $p<.05$ 에서 유의하였을 뿐 나머지 변인들 간의 상관은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

또한 각 변인의 공차의 경우 행위몰입의 .830을 제외하고 모두 1.0에 근접하고 있어 다중공선성에 크게 문제되지 않는 것으로 확인되었다. 뿐만 아니라, 상승변량의 값들이 모두 1.0에 가까운 값들이어서 독립변인들간의 다중공선성이 거의 존재하지 않는 것으로 조사되었다.

2. 관람만족이 재관람의사에 미치는 영향

본 연구의 가설 H1은 “프로스포츠 관람만족은 재관람의사에 영향을 미칠 것이다” 이었다. 이를 검증하기 위하여 경기장 시설만족, 경기 내용만족, 관람 촉진만족이 재관람의사에 미치는 영향에 관한 중다회귀분석을 실시한 결과는 [표 2]와 같다.

표 2. 관람만족이 재관람의사에 미치는 영향에 관한 중다회귀분석 결과

독립변수	종속변수 : 재관람의사			유의도
	B	β	t값	
경기장 시설만족	.214	.153	2.185	.027
경기 내용만족	.170	.289	6.527	.000
관람 촉진만족	.209	.210	3.972	.000
R: .562 R2: .399 F값: 37.124(.000)				

[표 2]에서 보는 바와 같이, 경기장 시설만족, 경기 내용만족, 관람 촉진만족 모든 변인에서 재관람의사에 통

계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 경기장 시설만족과 경기 내용만족의 경우 .1%수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며, 관람 촉진만족의 경우 5%수준에서 통계적으로 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다.

또한 독립변인의 전체 설명변량 값, 즉 이 회귀모형의 전체 설명력은 39.9%($R^2=.399$)이며, F값이 37.124로 .1% 수준에서 통계적으로 적합한 모형인 것으로 나타났다.

김용만,정정희,이계석[23]의 프로축구 경기장의 물리적 환경과 재관람 의도의 구조적 관계에 대한 연구에서 프로축구 경기를 관람하는 관중들은 현장에서 상당한 시간을 체류하게 되며, 결과적으로 경기장 시설과 같은 물리적 환경의 효과가 더욱 두드러지게 나타날 가능성이 있으므로, 좌석의 편안함정도, 전광판의 질, 시설의 청결성, 시설의 심미성 정도 등 경기장의 물리적 환경에 대한 관중의 감정, 태도가 재관람의사에 지대한 영향을 미친다고 주장함으로써 본 연구결과를 지지해주고 있다.

또한, 이와 같은 결과는 경기장 시설과 관중참여의 상호 관련성에 대하여 경기장의 신축 여부와 많은 관련성이 있다고 주장한 Bitner[24]의 연구결과와 일치하고 있다. 따라서 이러한 결과에 비추어 볼 때 매점이나 화장실, 출입구나 통로의 청결함과 경기장 외관의 개성과 매력성에 대한 서비스를 강화해야 함을 알 수 있다.

프로스포츠의 성장과 발전은 다양한 시설을 갖추고 효율적인 운영 및 관리, 그리고 프로그램개발, 서비스품질의 전문화와 차별화를 통해 가능하다[23]. 또한 프로스포츠의 물리적 환경은 전체적인 이미지 창출 측면과 관중들의 감정적 반응에 중요한 영향을 미치기 때문에

그에 대한 효율적 관리는 매우 중요하다. 다시 말하여 물리적 환경개선은 경기장 환경에 대한 긍정적 감정을 유발시킬 뿐만 아니라 재관람의사를 높이는 효율적인 방안중의 하나이다.

표 3. 관람몰입이 재관람의사에 미치는 영향에 관한 중다회귀 분석 결과

독립변수	종속변수 : 재관람의사			
	B	β	t값	유의도
인지몰입	.124	.085	1.145	.097
행위몰입	.370	.301	5.522	.000
R: .246 R2: .228 F값: 22.091(.000)				

3. 관람몰입이 재관람의사에 미치는 영향

본 연구의 가설 H는 “프로스포츠 관람몰입은 재관람의사에 영향을 미칠 것이다” 이었다. 이를 검증하기 위하여 인지몰입, 행위몰입이 재관람의사에 미치는 영향에 관한 중다회귀분석을 실시한 결과는 [표 3]과 같다.

[표 3]에서 보는 바와 같이, 인지몰입, 행위몰입이 재관람의사에 미치는 영향을 분석한 결과 인지몰입이 .1%수준에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

또한 독립변인의 전체 설명변량 값, 즉 이 회귀모형의 전체 설명력은 22.8%(R²=.228)이며, F값이 22.091로 .1% 수준에서 통계적으로 적합한 모형인 것으로 나타났다.

이와 같은 연구 결과는 김용만[25]의 프로축구 관중의 관람동기가 관람만족, 신뢰, 몰입 및 재관람 의도에 미치는 영향에 관한 연구에서 프로축구 관중은 프로축구에 대한 배력을 느끼기 위한 동기가 강할 때 관전만족에 긍정적인 영향을 미친다는 주장을 뒷받침하여 주고 있다. 또한 신좌중[26]의 합기도 참여요인이 수련지속의지에 미치는 영향에 관한 연구에서 종목특성은 다소 상이하지만 인지몰입도와 행위몰입도가 높을수록 수련지속의지가 높은 것으로 나타남으로써 본 연구 결과를 간접적으로 지지하여 주고 있다.

IV. 결론 및 기대효과

본 연구는 관람만족 즉, 시설만족, 경기 내용만족, 관람 촉진만족과 관람몰입 즉, 인지몰입, 행위몰입이 재관람의사에 미치는 영향을 규명하는데 주된 목적이 있었다.

이와 같은 연구 목적을 달성하기 위하여 본 연구는 2007년 대전광역시에서 개최된 프로 축구 및 프로 야구 경기 직접 관람자를 모집단으로 설정한 다음 유층집락 무선표집법(stratified cluster random sampling method)을 이용하여 표본을 추출하였으며, 최종 605명의 자료가 분석에 이용되었다.

본 연구에서 사용된 조사도구는 설문지였으며, 설문 문항에 대한 신뢰도 검증결과 관람만족의 경우 .889, 관람몰입의 경우 .901, 재관람의사의 경우 .870로 나타남으로서 비교적 양호한 것으로 나타났다. 본 연구에서 사용된 통계기법은 상관분석(correlation), 회귀분석(regression)이었다.

이와 같은 연구방법을 통해 얻어진 결과를 종합하여 도출시킨 결론은 다음과 같다.

첫째, 프로스포츠 관람만족은 재관람의사에 영향을 미친다.

둘째, 프로스포츠 관람몰입은 재관람의사에 영향을 미친다.

또한 본 연구는 다음과 같은 기대효과가 예상된다.

첫째, 스포츠 경영·관리 측면으로서 본 연구의 결과는 스포츠 경영 관계자에게 스포츠 관람 결정 요인을 더 잘 이해하도록 함으로써 보다 효과적인 스포츠 경영을 가능케 할 것이다. 즉, 스포츠 관련 신제품 개발과 관련된 위험부담을 줄이고 개발비용 및 자원의 낭비를 감소시킬 수 있다. 결국, 스포츠 소비자 관람 욕구 및 행태를 구체적으로 파악함으로써 효과적인 스포츠 경영 기법의 개발이 가능해질 것이다.

둘째, 스포츠 관람자의 개인적 측면으로서 스포츠 관람 결정 요인에 관한 연구를 통하여 스포츠 팬, 즉 스포츠 관람자는 관람 행위에 영향을 미치는 여러 가지 요인을 이해하고, 나아가 스포츠 관람자 자신의 관람 욕구를 충족시키기 위한 바람직한 스포츠 관람 행위를 포출할 수 있을 것이다.

셋째, 공공 정책적 측면으로서 공공정책 입안자는 본 연구 결과를 기초로 하여 지역사회 스포츠 관람자가 스포츠 관람 행동을 통해 자신의 사회적·심리적 욕구 충족 방법을 이해함으로써 건전한 스포츠 관람 문화의 유도와의 효과적인 계몽 및 교육이 가능하게 될 것이다. 또한 미래 스포츠 경기장 입지선정 및 스포츠 관람자를 위한 편의시설을 계획할 때 유용하게 활용될 수 있을 것으로 사료된다.

넷째, 본 연구 결과는 국민 스포츠 문화 발전을 위한 효과적인 홍보자료로 활용될 수 있을 것이다. 여가시대의 국민 핵심 여가문화의 하나인 스포츠 관람문화를 발전, 유지, 정착시키기 위하여 본 결과물을 기초로 하여 각종 세미나 및 학술발표회, 강연회 등 홍보 및 계도 활동을 적극적으로 전개해 나갈 수 있을 것이다.

참고 문헌

[1] B. D. McPherson, "Sport Consumption and the Economics of Consumerism. In D. W. Ball, J. W. Loy, (Eds), Sport and Social Order: Contribution to the Sociology of Sport. Reading," MA: Addison-Wesley, 1975.

[2] 김홍철, 스포츠 팬의 소비자행동 결정 요인, 서울대학교 대학원 박사학위논문, 1999.

[3] D. J. Jeffrey, "Becoming A Sports Fan: Understanding Cognitive Development and Socialization in the Development of Fan Loyalty," The Doctoral Dissertation, The Ohio State University, 1997.

[4] R. E. Green, "An Examination of Factors Related to Consumer Behavior Influencing Attendance at Professional Sporting Events," The Doctoral Dissertation, The Florida State University, 1995.

[5] K. L. Wakefield and H. J. Sloan, "The Effects of Team Loyalty and Selected Stadium Factors on Spectator Attendance," Journal of Sport

Management, Vol.9, No.2, pp.153-172, 1995.

[6] G. S. Kenyon, "The Significance of Physical Activity as a Function of Age, Sex, and Socio-economic Status of Northern U. S. Adults," International Review of Sport Sociology, Vol.1, 1966.

[7] J. A. Scofield, "Performance and Attendance at Professional Team Sports," Journal of Sport Behavior, Vol.6, No.4, p.196, 1983.

[8] H. Hansen and R. Gauthier, "Marketing Objectives of Professional and University Sports Organizations," Journal of Sport Management, Vol.6, No.1, pp.27-37, 1992.

[9] T. N. Greenstein and J. P. Marcum, "Factors Affecting Attendance of Major League Baseball: Team Performance," Review of Sport and Leisure, Vol.6, No.2, p.21, 1981.

[10] M. H. Medoff, "On Monopolistic Exploitation in Professional Baseball," Quarterly Review of Economics and Business, Vol.16, No.2, p.113, 1976.

[11] J. C. Evagelopoulos, "An Analysis of the Psycho-geographic Characteristics and Situational Factors that Influence the Behavior of Sport Consumers in Greece," The Doctoral Dissertation, The Ohio State University, 1993.

[12] 하지원, 스포츠 소비자 행동에 관한 의사결정요인 분석, 이화여자대학교 대학원 박사학위 논문, 1998.

[13] 이종영, 정철수, 진성태, 이한규, 김병현, "1986년 아시안 게임 및 1988년 서울올림픽 게임 한국 메달리스트들의 사회환경 변인에 관한 연구", 한국체육과학연구원, 1989.

[14] 이귀숙, 여대생의 스포츠 사회화 주관자와 성 역할 모형에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1988.

[15] 김성영, 대학생의 사회계층적 배경과 스포츠 참가의 관계, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문,

1988.

- [16] 임변장, “청소년기의 스포츠 참여에 대한 경로분석적 연구”, 연구논총, 서울올림픽 스포츠과학 학술대회 조직위원회, 1986.
- [17] 김기웅, “사회체육 진흥계획수립을 위한 기초조사 연구”, 학술진흥재단, 1987.
- [18] 서희진, 스포츠 수용자의 소비행동 분석, 서울대학교 대학원 박사학위논문, 2000.
- [19] 최창호, 경기장 관람시설과 관중반응의 관계, 서울대학교 대학원 체육교육과 석사학위논문, 1998.
- [20] 김용만, “프로스포츠 경기장 시설과 스포츠 소비자의 반복구매와의 관계”, 한국체육학회지, 제36권, 제1호, pp.359-367, 1997.
- [21] 김용만, 전태준, “프로축구 관중의 구매행동에 영향을 미치는 유인 요인 분석”, 제34회 한국체육학회 학술발표 논문집, pp.372-378, 1996.
- [22] M. J. Allen and W. M. Yen, Introduction to Measurement Theory, Monterey, CA: Brooks/Cole, 1979.
- [23] 김용만, 정정희, 이계석, “프로축구 경기장의 물리적 환경과 재관람의도의 구조적 관계”, 한국체육학회지 제46권, 제5호, 2007.
- [23] 양병화, 다변량자료분석의 이해와 활용, 학지사, 1998.
- [24] M. J. Bitner, “Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees,” Journal of Marketing, pp.56-71, 1992.
- [25] 김용만, 허진, 이계석, “프로축구 관중의 관람동기가 관람만족, 신뢰, 몰입 및 재관람 의도에 미치는 영향”, 한국체육학회지, 제44권, 제6호, pp.725-737, 2005.
- [26] 신좌중, 합기도 참여요인이 수련지속의지에 미치는 영향, 한국체육대학교 대학원 석사학위논문, 2006.

저자 소개

김 홍 설(Hong-Seol Kim)

정회원



- 1987년 2월 : 서울대학교 체육교육과(교육학사)
- 1992년 8월 : 서울대학교 체육교육과(교육학석사)
- 1999년 8월 : 서울대학교 체육교육과(교육학박사)

• 2000년 3월 ~ 현재 : 배재대학교 레저스포츠학과 부교수

<관심분야> : 레저스포츠, 스포츠마케팅, 사회체육