

한국 FK(Futsal Korea) CUP 대회 아이덴티티가 가치와 참가의도에 미치는 영향

신진호[†]

서원대학교 레저스포츠학부, 조교수
(2022년 7월 21일 접수: 2022년 8월 15일 수정: 2022년 8월 29일 채택)

The Effect of Korean FK(Futsal Korea) CUP Tournament Identity on Value and Participation Intention

Jin-Ho Shin[†]

*School of Leisure Sports, Assistant Professor, Seowon University, Chungbuk, Korea
(Received July 21, 2022; Revised August 15, 2022; Accepted August 29, 2022)*

요약 : 본 연구는 한국 FK CUP 대회 아이덴티티가 가치와 참가의도에 어떠한 영향력을 미치는지를 규명하여 효율적인 대회 운영방안의 기초자료를 제공하고자 했다. 따라서 한국풋살연맹이 주관하는 FK CUP 대회를 인지하고 있는 사람들 중 풋살대회에 참가했던 경험자를 표본으로 선정했다. 조사는 2022년 4월 1일부터 6월 17일까지 면대면 및 비대면으로 실시했으며, 총 299부의 자료를 최종 분석에 이용했다. 자료처리는 SPSS(ver. 21.0) 프로그램을 활용해 빈도분석, 탐색적 요인분석, 문항내적일관성, 상관분석, 단순 및 다중회귀 분석을 실시했다. 본 연구의 주요 결과, 첫째, 한국 FK CUP 대회 아이덴티티는 조직, 인간, 상징 순으로 가치에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 한국 FK CUP 대회 가치는 참가의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 한국 FK CUP 대회 아이덴티티는 조직, 인간 순으로 참가의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

주제어 : 풋살, FK CUP 대회, 아이덴티티, 가치, 참가의도

Abstract : This study attempted to provide basic data on efficient competition operation plans by identifying how the identity of the Korean FK CUP competition affects value and participation intention. Therefore, among those who are aware of the FK CUP competition organized by the Korea Futsal League, those who have participated in the futsal competition were selected as samples. The survey was conducted face-to-face and non-face-to-face from April 1 to June 17, 2022, and a total of 299 data were used for the final analysis. Data processing used the SPSS (ver.21.0) program to conduct frequency analysis, exploratory factor analysis, internal consistency, correlation analysis, simple and multiple regression analysis. The main results of this study are as follows. First, the identity

[†]Corresponding author
(E-mail: k1jinho@seowon.ac.kr)

of the Korean FK CUP competition has been shown to influence the value in the order of organization, human and symbol. Second, the value has been shown to influence the participation intention. Third, the identity of the Korean FK CUP competition has been shown to influence the participation intention in the order of organization, human.

Keywords : futsal, fk cup tournament, identity, value, participation intention

1. 서론

1.1. 연구의 필요성 및 목적

남미를 중심으로 급속도로 발전한 풋살은 1930년 후안 카를로스 세리아니(Juan Carlos Ceriani)에 의해 창안된 스포츠 종목이다[1]. 풋살은 축구와 비슷한 형태의 경기로 인식되고 있지만 정식 풋살은 가로 40m, 세로 20m 규격의 실내 코트에서 두 팀이(골리 포함 5명 구성) 상대방 골대에 득점을 하여 승패를 결정짓는 경기이다[2]. 더불어 수시로 무한 선수 교체가 가능하고, 공수 전환이 빠른 역동적인 상황이 지속되기 때문에 민첩성 및 순발력을 겸비한 정교한 스킬과 패스 능력이 요구되는 경기로 이해할 수 있다[3, 4].

풋살이 공식적으로 국내에 도입된 배경은 1999년 국민생활체육 전국풋살연합회가 창립되면서 생활체육 풋살 대회가 개최되기 시작했고, 2009년 FK 리그 대회개최와 함께 2010년 대한축구협회 산하 한국풋살연맹이 출범했으며, 2016년 양기관이 통합되면서 17개 시·도 풋살연맹과 함께 다양한 대회들이 추최되고 있다[1, 5, 6]. 현재 한국풋살연맹이 주관하는 주요 대회로는 승강제 시스템이 적용되는 국내 최상위 FK 슈퍼리그(6개 구단)와 드림리그(7개 구단) 대회와 FK 리그 참가 구단과 시·도 풋살연맹에 승인을 받은 생활체육 풋살팀이 함께 경쟁을 펼치는 FK CUP 대회가 있다[1].

특히, FK CUP의 경우 대회에 참가한 생활체육 풋살팀 선수가 리그 구단 선수로 스카우트되기도 하며, 생활 풋살인이 리그 선수 생활을 하면서 국가대표로 선발될 수 있는 기회가 제공되는 바람직한 선순환 구조로 발전하고 있다[1, 7]. 즉, FK CUP 대회는 전국에 있는 생활체육 풋살팀 또는 동호인들 모두가 참여할 수 있는 균등한 기회를 제공하는 동시에 다양한 가치를 제공하는 이벤트로 바라볼 수 있다.

이와 같은 상황에 따라 본 연구에서는 FK

CUP 대회를 인식하고 사람을 대상으로 브랜드만의 고유한 특성들로 정체성을 확고히 수립하는 [8] FK CUP 대회 아이덴티티를 확인하고자 한다. 아이덴티티는 경쟁자와 차별화된 브랜드를 자연스럽게 지각할 수 있도록 도와주며, 애호도 형성에 의한 의존도를 향상시킬 수 있는 브랜드 전략이다[9]. 아이덴티티 이론과 모델은 학자들에 따라 견해가 다르기에 목적과 분야를 고려하여 적용할 필요가 있다[10]. 본 연구에서는 스포츠 조직 분야 선행연구들이 전반적으로 활용하고 있는 Aaker(1996)의 조직, 인간, 상징 이론을 통해 접근하고자 한다[11].

Aaker(1996)가 제시하고 있는 조직은 비전 및 미션, 문화, 혁신성 등의 활동을 내포하고 있으며 [12], 인간과 동일한 역할과 관계를 포함하고 있다[11]. 상징은 로고 등의 디자인과 같은 시각적·언어적 속성에 의한 연상을 의미한다고 볼 수 있다[13]. 이러한 아이덴티티는 지금까지 KBO (Korea Baseball Organization) 리그[14], 한국여자축구리그[15], 중국 프로농구 리그[16] 외 K리그 클래식 구단, 프로야구 구단 등 스포츠구단을 대상으로 연구가 진행되어 왔지만 풋살 종목과 관련된 연구는 국내에서 찾아보기 힘든 실정이다.

따라서 본 연구는 한국풋살연맹이 주관하는 대회 중 FK 리그 참가 구단과 생활체육 풋살팀이 함께 경쟁할 수 있는 FK CUP 대회 아이덴티티가 가치와 참가의도에 어떠한 영향력을 미치는지를 규명하여 생활체육 풋살팀들이 많이 참가할 수 있는 효율적인 대회 운영방안의 기초자료를 제공하는데 목적이 있다.

1.2. 연구문제

한국풋살연맹이 주관하는 FK CUP 대회 아이덴티티가 가치 및 참가의도에 미치는 영향력을 규명하기 위해 연구문제를 설정했다.

첫째, 한국 FK CUP 대회 아이덴티티가 가치에 영향을 미치는가?

둘째, 한국 FK CUP 대회 가치가 참가의도에 영향을 미치는가?

셋째, 한국 FK CUP 아이덴티티가 참가의도에 영향을 미치는가?

2. 연구방법

2.1. 조사대상

조사는 한국풋살연맹이 주관하는 FK CUP 대회를 인지하고 있는 사람들 중 풋살대회 참가 경험자를 표본으로 선정했다. 표집은 비확률 표본추출방법 중 편의표본추출 방법을 선택했다. 조사는 2022년 4월 1일부터 6월 17일까지 면대면 및 비대면 모바일을 통해 자기평가 기입법으로 작성하도록 했다. 회수된 조사도구는 데이터 클리닝을 실시했으며, 299부의 자료를 최종분석에 활용했다. 조사대상자 특성은 다음 <Table의 1>과 같다.

2.2. 조사도구

한국 FK CUP 대회 아이덴티티는 신진호(2015)

[10], 김정만(2018)[17]의 조사도구를 참고해 하위요인 3개(조직: 6개 문항, 인간: 6개 문항, 상징: 6개 문항), 총 18개 문항으로 구성했다. 가치는 박하늘(2022)[18], 강준상(2019)[19]의 조사도구를 토대로 4개 문항으로 구성했다. 참가의도는 신진호, 황인선(2021)[20]의 조사도구를 바탕으로 4개 문항으로 구성했다. 각 요인의 조사도구 문항은 7점 리커트(Likert) 척도로 ‘매우 그렇지 않다’ 1점, ‘보통이다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 7점으로 구성했다. 조사 대상자 특성은 성별, 연령, 풋살 참가 기간, 3개 문항으로 구성했다. 조사도구의 구체적인 내용은 <Table의 2>와 같다.

2.3. 조사도구의 타당도 및 신뢰도

타당도는 직교 회전의 베리맥스를 통해 탐색적 요인 분석을 실시했으며, 신뢰도 검증은 문항내적 일관성의 Cronbach's α 계수를 산출해서 검증했다.

한국 FK CUP 대회 아이덴티티의 타당도의 표본 적합도는 KMO=.923으로 나타났고, 조직 6개, 인간 6개, 상징 6개 문항으로 추출됐으며, 전

Table 1. Characteristics of the subject of investigation

Classification	Items	Frequency(%)
Gender	Male	299(100.0)
	Female	0(0.0)
Age	20-29 years old	132(44.1)
	30-39 years old	154(51.5)
	Over 40 years old	13(4.3)
Futsal Participation period	Less than 3 years	30(10.0)
	4-6 years or less	133(44.5)
	7-9 years or less	98(32.8)
	More than 10 years	38(12.7)

Table 2. Contents of the survey tool

Variables	Sub factor and Contents	Question number
Identity	Organization	6
	Human	6
	Symbol	6
Value	Semantic, Rational, Empirical, Important	4
Participation intention	Plan to participate, Intention to participate, Recommend, Positive word	4
Characteristics	Gender, Age, Futsal participation period	3
	Total	29

체 분산 설명력은 77.596%로 나타났다. 신뢰도는 조직 $\alpha=.939$, 인간 $\alpha=.937$, 상징 $\alpha=.945$ 로 나타났으며, 문항 삭제 경우 계수가 모든 요인 계수보다 낮게 나타나 신뢰도가 검증됐다. 구체적인 검증 내용은 <Table의 3>과 같다.

한국 FK CUP 대회 가치의 타당도의 표본 적

합도는 KMO=.869로 나타났고, 가치 4개 문항으로 추출됐으며, 전체 분산 설명력은 86.760%로 나타났다. 신뢰도는 가치 $\alpha=.949$ 로 나타났으며, 문항 삭제 경우 계수가 모든 요인 계수보다 낮게 나타나 신뢰도가 검증됐다. 구체적인 검증 내용은 <Table의 4>와 같다.

Table 3. Factor analysis results of identity

Sub Factor	Items	1	2	3	Cronbach's α	
					Deleted	Total
Organization	Sound social culture	.211	.871	.240	.919	.939
	Ethical competition management	.194	.849	.159	.928	
	Players and coaching steps	.225	.864	.196	.922	
	Pursuit of change and innovation	.245	.873	.173	.920	
	Communication with fans	.150	.708	.330	.940	
	Reputation of a contest	.226	.742	.264	.935	
Human	Special charm	.264	.229	.783	.928	.937
	Thrill of the competition	.301	.211	.817	.923	
	Lively competition	.189	.197	.850	.923	
	Individuality of the competition	.160	.177	.867	.922	
	Formation of intimacy	.166	.286	.798	.928	
	Leisure activities opportunities	.197	.222	.785	.931	
Symbol	Giving meaning to competition	.786	.190	.232	.941	.945
	Special image of the competition	.864	.281	.168	.929	
	Distinguish from other competitions	.805	.248	.177	.939	
	Federation Image Match	.848	.130	.212	.937	
	Atmosphere of the stadium	.836	.198	.272	.932	
	Tradition of competition	.873	.208	.187	.930	
Eigen value		4.747	4.616	4.605		
Variance(%)		26.372	25.643	25.582		
Cumulative(%)		26.372	52.014	77.596		

KMO value=.923, Bartlett test $\chi^2=5294.828(P<.001)$, $df=153$

Table 4. Factor analysis results of value

Sub Factor	Items	1	Cronbach's α	
			Deleted	Total
Value	Semantic value of a competition	.924	.937	.949
	Rational value of a competition	.943	.927	
	Empirical value of a competition	.922	.938	
	Important value of a competition	.937	.931	
Eigen value		3.470		
Variance(%)		86.760		
Cumulative(%)		86.760		

KMO value=.869, Bartlett test $\chi^2=1183.675(P<.001)$, $df=6$

Table 5. Factor analysis results of participation intention

Sub Factor	Items	1	Cronbach's α	
			Deleted	Total
Participation Intention	Plan to participate in a competition	.932	.922	.942
	Intention to participate in the competition	.917	.929	
	Recommend competitions to others	.923	.924	
	Positive word of mouth for others	.928	.922	
	Eigen value	3.424		
	Variance(%)	85.589		
	Cumulative(%)	85.589		

KMO value=.831, Bartlett test $\chi^2=1147.243(P<.001)$, $df=6$

Table 6. Results of correlation

	1	2	3	4	5
Organization	1				
Human	.535**	1			
Symbol	.504**	.508**	1		
Value	.688**	.525**	.489**	1	
Participation Intention	.712**	.502**	.366**	.584**	1

** $p<.01$

한국 FK CUP 대회 참가의도의 탐색적 요인분석 결과, 표본 적합도는 KMO=.831로 나타났으며, 전체 분산 설명력은 85.589%로 나타났다. 신뢰도는 참가의도 $\alpha=.942$ 로 나타났으며, 문항 삭제 경우 계수가 모든 요인 계수보다 낮게 나타나 신뢰도가 검증됐다. 구체적인 검증 내용은 <Table의 5>와 같다.

2.4. 자료처리 방법

자료처리는 SPSS(ver. 21.0) 통계분석 프로그램을 활용해 조사 대상자 특성을 확인하기 위한 빈도분석, 타당도 검증을 위한 탐색적 요인분석, 신뢰도 검증을 위한 문항내적일관성, 변인들 간의 관계와 영향력을 검증하기 위한 상관분석, 단순 및 다중회귀 분석을 실시했다.

3. 결과 및 고찰

3.1. 상관관계

상관관계 분석결과, 한국 FK CUP 대회 아이덴티티 3개요인, 가치, 참가의도 모두 유의한 상

관관계가 있는 것으로 나타났으며, 다중공선성에 문제가 없는 .80미만으로 나타났다. 결과 내용은 <Table의 6>와 같다.

3.2. 한국 FK CUP 대회 아이덴티티가 가치에 미치는 영향

한국 FK CUP 대회 아이덴티티 3개 하위요인 모두 가치에 통계적으로 유의한 영향이 있는 것으로 나타났으며, 조직($\beta=.526$, $t=10.429$), 인간($\beta=.176$, $t=3.488$), 상징($\beta=.134$, $t=2.714$) 순으로 나타났다. 또한 아이덴티티의 독립변인이 가치의 종속변인에 미치는 설명력은 51.5%로 나타났다. 결과는 <Table의 7>과 같다.

3.3. 한국 FK CUP 대회 가치가 참가의도에 미치는 영향

한국 FK CUP 대회 가치($\beta=.584$, $t=12.402$) 요인이 참가의도에 통계적으로 유의한 영향이 있는 것으로 나타났으며, 가치의 독립변인이 참가의도의 종속변인에 미치는 설명력은 33.9%로 나타났다. 결과는 <Table의 8>과 같다.

Table 7. Results of multiple regression analysis

Dependent variable	Independent variable	<i>b</i>	<i>s.e</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>
Value	(constant)	.933	.308		3.032	.003
	Organization	.554	.053	.526	10.429	.001
	Human	.205	.059	.176	3.488	.001
	Symbol	.133	.049	.134	2.714	.007
$R^2=.515, F=106.330(.001)$						

Table 8. Results of simple regression analysis

Dependent variable	Independent variable	<i>b</i>	<i>s.e</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>
Participation Intention	(constant)	2.765	.254		10.904	.001
	Value	.516	.042	.584	12.402	.001
$R^2=.339, F=153.809(.001)$						

Table 9. Results of multiple regression analysis

Dependent variable	Independent variable	<i>b</i>	<i>s.e</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>
Continuous Participation Intention	(constant)	1.608	.269		5.970	.001
	Organization	.593	.046	.637	12.759	.001
	Human	.192	.051	.187	3.731	.001
	Symbol	-.044	.043	-.050	-1.022	.307
$R^2=.524, F=110.270(.001)$						

3.4. 한국 FK CUP 대회 아이덴티티가 참가의도에 미치는 영향

한국 FK CUP 대회 아이덴티티 3개 하위요인 중 2개 요인이 참가의도에 통계적으로 유의한 영향이 있는 것으로 나타났으며, 조직($\beta=.637, t=12.759$), 인간($\beta=.187, t=3.731$) 순으로 나타났다. 또한 아이덴티티의 독립변인이 참가의도의 종속변인에 미치는 설명력은 52.4%로 나타났다. 결과는 <Table의 9>와 같다.

본 결과들은 한국풋살연맹이 주관하는 FK CUP 대회 아이덴티티의 조직으로 구성된 사회문화, 비전 및 미션, 혁신 추구, 평판 등을 내포하고 있는 속성[12]과 리그만의 매력, 개성, 친밀감 형성 등 인간과 동일한 성격의 역할과 관계, 그리고 리그 로고가 지향하는 이미지, 다른 대회 간의 차별성, 전체적인 분위기 등의 시각적·언어적 속성에 의한 연상[13]이 대회 참여의 의미적, 경험적, 합리적 가치 등에 긍정적인 영향을 미치고 있다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 또한 이러한 가치들이 형성되어 참가자들이 대회에 참가

할 계획을 하거나 타인에게 호의적으로 이야기하는 구전효과가 있다는 것을 확인할 수 있었다.

하지만 아이덴티티의 상징 변인이 실질적으로 참여할 의도가 있는지를 평가하는 참가의도에 영향을 미치지 않는 것은 시각적·언어적 속성에 의한 연상들이 참가의도에는 효과가 미약하다고 보여진다.

따라서 풋살 보급화 및 저변확대를 위해 누구나 즐길 수 있는 환경조성을 목표를 대회를 유지하고 있는 한국풋살연맹[1]은 풋살 경기를 통해 보다 건전한 사회문화 형성과 윤리적인 대회 운영을 통해 참가들과 끊임없는 소통으로 대회 아이덴티티를 강화시키기 위한 전략을 수립해야 할 것으로 판단된다.

4. 결론

4.1. 결론

본 연구는 한국 FK CUP 대회 아이덴티티가

가치와 참가의도에 어떠한 영향력을 미치는지를 규명하여 효율적인 대회 운영방안의 기초자료를 제공하고자 했으며, 도출된 결론은 다음과 같다.

첫째, 한국 FK CUP 대회 아이덴티티는 조직, 인간, 상징 순으로 가치에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 한국 FK CUP 대회 가치는 참가의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 한국 FK CUP 대회 아이덴티티는 조직, 인간 순으로 참가의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

4.2. 제언

본 연구는 한국풋살연맹이 주관하는 FK CUP 대회를 인지하고 있는 사람들 중 풋살대회 참가 경험자를 대상으로 조사를 진행했다. 따라서 후속 연구에서는 한국풋살연맹에서 주관하는 FK 리그로 연구를 확장하여 진행한다면 FK 리그와 CUP 대회의 아이덴티티를 비교 분석 할 수 있을 기반을 형성할 수 있을 것으로 사료된다. 또한 FK CUP 대회 참가팀이 대부분 일반 남성팀으로 구성되어 있으므로 FK 리그에 참가하는 여성팀을 추가적으로 조사한다면, 성별에 따른 대회 아이덴티티와 참가하는 가치를 확인할 수 있을 것으로 본다.

References

1. Korea Futsal League, "Introducing futsal", Available From: <http://www.futsal.or.kr/home.action>, (2022).
2. 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).
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. C. H. Choi, J. H. Shin, "Analysis of futsal attack pattern using network theory", *Journal of the Korean Data Analysis Society*, Vol.20, No.4 pp. 1973-1988, (2018).
5. J. H. Shin, Y. T. Kwon, "A qualitative research study for adoption of futsal event in national athletic meet", *The Korea Journal of Sports Science*, Vol.26, No.6 pp. 233-247, (2017).
6. Y. J. Lee, "Study of development plan of Korean futsal". Woosuk University of Graduate School, Doctoral dissertation, (2015).
7. Y. T. Kwon, J. H. Shin, "Qualitative search for promoting futsal sports", *The Korea Journal of Sports Science*, Vol.27, No.1 pp. 201-214, (2018).
8. C. Michel, M. Gerald, "Luxury brand management: a world of privilege", John Wiley & Sons. Inc. (2012).
9. A. Wheeler, "Designing brand identity(2nd ed)", John Wiley & Sons. Inc. (2006).
10. J. H. Shin, "The development of brand 3I model scale for Korean professional soccer club". Korea University of Graduate School, Doctoral dissertation, (2015).
11. D. A. Aaker, "Building strong brands", New York: The Free Press. (1996).
12. S. J. Min, "A study on the direction of commercial photo studio management through brand identity establishment - focusing on purchase group attitude-". Chung-Ang University of Graduate School, Doctoral dissertation, (2012).
13. J. H. Shin, S. Y. Kim, "The effect of brand identity of golf wear on brand trust and consumer's purchasing behavior", *The Korea Journal of Sports Science*, Vol.24, No.6 pp. 613-627, (2015).
14. S. Y. Koo, "A strategy for the strategic direction of the "KBO league" for success of brand identity", *Journal of Korean Society of Sport Policy*, Vol.8, No.15 pp. 99-115, (2017).
15. B. J. Lee, "The effects of identity of Korean women soccer league on spectating

- value and spectator behavior". Korea University of Graduate School, Master dissertation, (2018).
16. J. H. Choi "The study on the brand construction of chinese basketball professional league through CIS". Wonkwang University of Graduate School, Doctoral dissertation, (2020).
 17. J. M. Kim, "The structural relationship among professional soccer team identity, team image and team reputation", *Journal of Sport and Leisure Studies*, Vol.74, pp. 211-220, (2018).
 18. H. N. Park, "Parents a study on the effects and correlation of beauty contest quality factors on perception of the value of the contest, participation satisfaction and intention to re-participate", *Culture and Convergence*, Vol.44, No.3 pp. 969-986, (2022).
 19. J. S. Kang, "A structural relationship among emotional reaction, perceptual value and participation satisfaction of marathon event participants", *The Korean Journal of Sport*, Vol.17, No.3 pp. 563-571, (2019).
 20. J. H. Shin, I. S. Hwang, "The influence of the physical environment of youth soccer competition on participation satisfaction, re-participation, and word of mouth intention", *The Korea Journal of Sports Science*, Vol.30, No.5 pp. 411-423, (2021).