

프로야구 경기환경요인이 관람만족에 미치는 영향

Influence of Factors of Baseball Stadium Environment on Spectating Satisfaction of Professional Baseball

황선환*, 김홍설**

서울시립대학교 생활체육정보학과*, 배재대학교 레저스포츠학과**

Sunhwan Hwang(shhwang@uos.ac.kr)*, Hong-Seol Kim(hongseol@pcu.ac.kr)**

요약

이 연구는 프로야구 관람 만족에 영향을 미치는 다양한 요인의 규명을 통하여 프로야구 관람률 및 관람 만족을 제고시킴으로써 궁극적으로 건진 여가활동으로서의 관람 스포츠 문화를 정착시키는 데 그 목적이 있다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 본 연구는 D시에서 열린 2011시즌 6월 14일 프로야구 경기 직접 관람자를 모집단으로 설정한 다음 유층집락무선표집법(stratified cluster random sampling method)을 이용하여 표본을 추출하였으며 유효표본 614명을 최종 조사 자료로 활용하였다. 본 연구의 조사도구는 설문지였으며, Wakefield와 Sloan(1995), Hansen과 Gauthier(1989), Jeffrey(1997), Green(1995) 등이 개발하고 김홍설(1999)이 번안하여 사용한 설문지였다. 본 연구는 SPSSPC+ V. 18.0 프로그램을 이용하여 상관분석(correlation), 회귀분석(regression)을 실시하였으며 이를 통해 얻어진 연구결과 및 논의를 토대로 다음과 같은 결론을 도출하였다. 첫째, 경기장 요인은 관람만족에 영향을 미친다. 둘째, 관람 비용 요인은 관람 만족에 영향을 미친다. 셋째, 관람 촉진 요인은 관람 만족에 영향을 미친다.

■ 중심어 : | 경기장환경 | 경기장요인 | 관람비용 | 관람촉진 | 관람만족 |

Abstract

The purpose of this study was to examine if factors of baseball stadium environment which people have spectating satisfaction of professional baseball. The respondents of the study 614 who were spectators at D city professional baseball event. The stratified cluster random sampling method has been used in this study. The material collection device was the brochure named [A Influence of Factors of Baseball Stadium Environment on Spectating Satisfaction of Professional Baseball]. The result of reliability check up was here below; stadium factors $\alpha = .966 \sim .890$, spectating costs $\alpha = .922 \sim .988$, spectating promotion $\alpha = .894 \sim .789$. To analyze materials, the "correlation analysis" and "regression analysis" were used as statistic analysis techniques. The conclusion based on above study method and the result of material analysis are here below. 1. The stadium factors influence spectating satisfaction of professional baseball. 2. The spectating cost factors influence spectating satisfaction of professional baseball. 3. The spectating promotion factors influence spectating satisfaction of professional baseball.

■ keyword : | Stadium Environment | Stadium Factors | Spectating Costs | Spectating Promotion | Spectating Satisfaction |

1. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

2011년에 출범 30시즌을 맞은 한국 프로야구는 그 해 9월13일 시즌 중 유료관중 600만 명을 돌파하는 기염을 토했다[17]. 이와 같이 날로 인기를 더해가고 있는 국내 프로야구에 있어서 선수와 관중, 그리고 시설 등과 같은 경기장 환경요인은 관람스포츠로서 프로야구의 질적 수준을 가늠하는 주요 척도임이 분명하다. 특히 이대호, 류현진 등의 국내파와 일본무대에서 돌아온 박찬호, 이승엽, 김태균과 같은 스타 선수는 경기에서 핵심적 역할을 담당하기 때문에 그들의 일거수일투족은 팬들을 울고 웃게 만든다.

이렇듯 오늘날 프로야구는 국민들에게 삶의 의욕과 생활 재충전 기회를 제공하고, 삶의 질 제고의 전기를 마련하는 데 지대한 역할을 담당하고 있다고 볼 때, 이에 대한 학문적, 실증적인 규명 작업이 절실히 요청된다. 외국의 경우 이차적 스포츠 역할, 특히 스포츠 관람에 대한 필수적인 기능 및 성향, 흥미, 그리고 관람 행동과 같은 현상적 측면을 규명하고자 하는 연구가 활발하게 이루어지고 있다[13-16][19][20]. 기존 국내 연구는 일차적 스포츠 역할사회화 과정과 관련된 특정 문제 및 논의의[1][7-9]에 초점을 두고 있었으며, 또한 이차적 스포츠 역할과 관련된 연구는 최근 들어 연구되고 있으나[2][3], 경기장 시설 등 경기 환경에 대한 실제적인 관심과 관련된 부분에 대해서는 몇몇 진행되고 있을 뿐[4][5][10], 매우 미흡한 실정이다.

경기장에서 즐거운 시간을 보낸 관중들은 관람만족도를 증가시켜 차후에 열리는 경기도 다시 보고자 하는 경향이 높기 때문에 프로스포츠 경영자나 관련기관 담당자들은 경기장의 관리·운영에 대한 의사결정시 소비자의 관점을 고려해야 한다. 오늘날 각 구단은 관람스포츠 활성화를 위하여 입장료나 구장 내 매점, 기념품 구입 등 관람 비용에 대한 다양한 정책을 펼치고 있는 것만 보아도 관람료 등이 관람만족에 얼마나 지대한 영향을 미치는지 쉽게 짐작할 수 있다[4]. 또한 선수 및 경기 홍보와 팬 서비스로 구분되는 관람 촉진 요인은 관람 만족에 지대한 영향을 미친다. 다시 말하여 경

기장 내 방송 및 전광판을 통하여 선수의 구체적인 신상명세 및 개인기록을 소개하고 또한 앞으로의 경기일정을 소개함으로써 관람을 촉진하며, 팬 사은품 증정, 장애인, 여성, 노인, 어린이 등 특정인에 대한 특정일 무료입장 행사, 행운권 추첨이벤트, 회원가입행사 이벤트 등을 통하여 관람을 촉진함으로써 관람만족을 증대시킬 수 있다[4].

경기장 요인의 경우 경기 외적 요인이라 할 수 있는 시설물 등과 관련된 경기장의 지리적 위치 등의 근접성, 주차시설 및 교통수단 등의 접근성, 입장료 안내 시설 및 입장권 구입의 용이 등의 편의성, 좌석배열 상태 및 출입통로의 폭 등의 혼잡성, 시설 디자인, 시설 미관 등의 쾌적성, 음주, 관중소란, 관중 폭력 등의 통제성 등을 하위 요인으로 설정하고, 이들 환경과 관련된 요인을 종합하여 경기장 요인이라 규정하였다. 또한 관람 비용 요인의 경우 입장권 구입비용, 경기장까지의 이동 교통비용, 식·음료수 구입비, 기념품 구입비 등 부대비용 요인을 종합하여 관람 비용요인이라 규정하였다. 관람 촉진 요인의 경우 선수 및 경기 홍보와 팬 사은품 증정, 입장권 추첨행사, 특정일 및 특정인 무료입장 행사, 구장 내 매점 할인 촉진, 입장료 할인촉진 등의 팬 서비스로 규정하였다. 또한, 관람 만족은 가정 또는 직장에서 경기장에 입장하면서 경기장을 떠나 가정으로 돌아갈 때까지의 과정에서 느끼는 만족감을 통틀어 지칭하는 개념이며, 본 연구에서는 경기장의 시설에 대한 만족과 경기장 환경 만족, 경기활동 만족, 팬 서비스 만족 등으로 규정하였다[4].

이에 본 연구는 프로야구 경기장 시설 요인 및 관람 비용 요인, 관람 촉진 요인 등과 같은 경기환경 요인이 관람 만족에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 분석을 통하여 오늘날 전성기를 구가하고 있는 프로야구의 전반적 발전전략 수립에 효과적으로 부응할 수 있는 정책대안을 제시하는데 그 필요성이 제기된다.

2. 연구 가설

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

가설 1. 경기장 요인은 관람 만족에 영향을 미칠 것

이다.

가설 II. 관람 비용 요인은 관람 만족에 영향을 미칠 것이다.

가설 III. 관람 촉진 요인은 관람 만족에 영향을 미칠 것이다.

II. 연구 방법

1. 표집

본 연구는 D사에서 열린 2011시즌 6월 14일 프로야구 경기 직접 관람자를 모집단으로 설정한 다음 유층집락무선표집법(stratified cluster random sampling method)을 이용하여 표본을 추출하였다.

각 종목 경기 관람자의 표집 절차는 경기장 내 표본의 다양성을 고려하여 경기장을 동, 서, 남, 북으로 사분한 다음, 사분된 각 지역에서 상, 하, 좌, 우를 각각 분배하여 각 경기당 20명의 설문조사원을 배치시켜, 설문조사원 1인당 좌석 순서대로 상, 하, 좌, 우 각각 8명씩 총 32명을 최종 선정하였다.

이와 같은 표본의 추출절차를 통하여 총 640을 표집하였다. 표집된 인원에 대한 설문 조사를 실시 후 응답 내용이 부실하거나 무기입 자료는 분석에서 제외한 다음 614명을 최종 조사 자료로 활용하였다.

2. 측정 도구

1) 설문지의 구성

본 연구에서 사용한 설문지의 구성 내용은 경기장 요인 19개 문항, 관람비용 요인 6개 문항, 관람촉진 요인 6개 문항 등 31개 문항, 관람 만족 12개 문항 등 43개 문항으로 구성하였다.

2) 설문지의 타당도 및 신뢰도

본 연구 과제를 수행하기 위하여 예비검사, 전문가 회의, 요인분석 등을 통하여 타당도를 검증하였다.

구체적으로 본 설문지는 Wakefield와 Sloan(1995)[20], Hansen과 Gauthier(1992)[16], Green(1995)[14] 등이 개발하고 김홍설(1999)[4]이 번안하여 사용한 설문내용을

본 연구의 목적에 적합하도록 발췌한 설문문항을 기초로 스포츠사회학 및 경영학 분야의 석·박사 학위 소지자와 한국스포츠사회학회 D시 지부 및 한국스포츠산업경영학회 석·박사급 회원 8명의 전문가 집단을 구성하여 사전에 작성된 설문지에 대한 검토 및 논평을 요청한 후 내용 타당도 및 문항의 적합성 여부를 결정하였다.

예비조사는 P대학 여가스포츠관련 강좌 수강생 각각 30명을 대상으로 프로야구 관람만족 요인을 개방형으로 질문하여 설문지 개정에 반영하였다.

표 1. 경기장 요인의 요인분석 및 신뢰도분석 결과

문항 내용	요 인				
	접근성	편이성	혼잡성	쾌적성	통제성
6. 이동거리 근접	.887	.267	.120	.022	.077
11. 주차시설 좋음	.896	.312	.127	.097	.392
15. 시설접근 양호	.790	.221	.091	.076	.201
14. 안내시설 편리	.090	.798	.072	.212	.281
16. 입장권구입 편리	.179	.728	.187	.293	.271
18. 화장실이용 편리	.242	.711	.220	.028	.091
19. 매점이용 편리	.099	.652	.022	.053	.190
1. 좌석배열 혼잡	.057	.084	.808	.288	.201
4. 진출입통로 혼잡	.007	.152	.798	.291	.271
7. 매점/화장실 혼잡	.088	.190	.789	.301	.201
2. 시설디자인 쾌적	.074	.138	.102	.881	.266
3. 화장실 쾌적	.023	.257	.092	.728	.291
5. 좌석 쾌적	.201	.299	.298	.721	.101
8. 통로 쾌적	.087	.091	.371	.701	.243
9. 전광판 쾌적	.321	.271	.222	.699	.299
10. 시설미관 쾌적	.023	.129	.233	.689	.211
12. 관중소란 통제	.301	.123	.133	.092	.866
13. 관중폭력 통제	.022	.119	.209	.281	.854
17. 안전사고 통제	.066	.182	.100	.224	.701
고유치	3.699	3.567	5.333	3.901	2.775
분산(%)	22.156	9.876	22.601	15.888	20.111
누적(%)	22.156	32.032	54.633	70.521	90.632
신뢰도 값	.897	.900	.890	.966	.891
KMO = .788 구형성검정치 = 1223.68 p<.001					

표 2. 관람비용 요인의 요인분석 및 신뢰도분석 결과

문항 내용	요 인	
	입장료	부대비용
5. 입장료 저렴	.887	.267
6. 입장료 적절	.896	.312
1. 교통비 저렴	.190	.821
2. 부식비 저렴	.270	.898
3. 기념품비 저렴	.149	.728
4. 식음료비 저렴	.142	.811
고유치	4.301	6.123
분산(%)	30.022	40.119
누적(%)	30.022	70.141
신뢰도 값	.899	.922
KMO = .763 구형성검정치 = 1552.32 p<.001		

본 연구에서는 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)과 주성분분석법(principle component analysis), 베리맥스(varimax rotation)방법을 사용하였으며, 요인은 적재치(eigen value)가 1이상인 요인만을 추출하였으며, 공통성은 모든 항목에서 .5 이상으로 확인되었다. 경기장에 대한 요인분석 결과 5개의 요인이 도출되었으며, 총 설명력은 90.632%이며 그 결과는 [표 1]과 같다. 신뢰도를 검증하기 위하여 내적일관성을 나타내는 신뢰계수인 Cronbach's Alpha값을 산출한 결과 .966~.890으로 나타나 매우 양호함을 알 수 있다. 관람 비용에 대한 요인분석 결과 2개 요인이 도출되었으며, 총 설명력은 70.141%이며 그 결과는 [표 2]와 같다. 신뢰도 검증 결과 .922~.899로 나타나 비교적 양호함을 알 수 있다. 관람 축진에 대한 요인분석 결과 2개 요인이 도출되었으며, 총 설명력은 52.131%이며 그 결과는 [표 3]과 같다. 신뢰도를 검증 결과 .8942~.789로 나타나 비교적 양호함을 알 수 있다.

표 3. 관람축진 요인의 요인분석 및 신뢰도분석 결과

문항 내용	요 인	
	홍보	팬서비스
5. 마스크 선수홍보 우수	.762	.093
6. 마스크 경기홍보 우수	.880	.289
1. 치어리더 서비스 좋음	.089	.763
2. 판촉물 서비스 좋음	.301	.809
3. 경품 서비스 좋음	.230	.832
4. 방송 서비스 좋음	.098	.782
고유치	7.679	9.439
분산(%)	23.338	28.793
누적(%)	23.338	52.131
신뢰도 값	.789	.894
KMO = .701 구형성검정치 =1384.22 p<.001		

표 4. 관련변인간의 상관관계분석 결과

	접근성 (1)	편이성 (2)	혼잡성 (3)	쾌적성 (4)	통제성 (5)	입장료 (6)	부대비용 (7)	홍보 (8)	팬서비스 (9)	관람만족 (10)
1	1									
2	.066	1								
3	.088	.165*	1							
4	.133*	.214**	-.123*	1						
5	.213**	.322***	-.340***	.136*	1					
6	.214**	.394***	.150*	.092	.056*	1				
7	.328***	.279**	.099	.241**	.127*	.201**	1			
8	.223**	.202**	-.102*	.185*	.166*	.211**	.205**	1		
9	.236**	.154*	-.255**	.143*	.321***	.235**	.324***	.353***	1	
10	.443***	.522***	-.158*	.342***	.237**	.429***	.353***	.536***	.456***	1

* p<.05 ** p<.01 *** p<.001

3. 조사 절차 및 자료 처리

1) 조사 절차

본 연구에서는 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 프로야구 경기장을 각각 직접 방문하여 경기 관계자 및 조사 대상자에게 사전에 협조를 받은 다음 실시하였다.

2) 자료 처리

회수된 설문지 가운데 분석 가능한 유용한 자료를 사례별로 입력한 다음 경기장 요인, 관람 비용 요인, 관람 축진 요인이 관람 만족에 미치는 상대적 영향 정도를 알아보기 위하여 SPSSPC+ V. 18.0 프로그램을 이용하여 상관분석(correlation), 회귀분석(regression)을 실시하였다.

III. 결과 분석

1. 관련변인의 상관관계분석

본 연구의 관련변인간의 상관관계분석 결과, [표 4]에서 보는 바와 같이 경기장 요인인 접근성, 편이성, 혼잡성, 쾌적성, 통제성, 관람비용 요인인 입장료, 부대비용, 관람축진 요인인 홍보, 팬서비스 등의 독립 변인 간에 있어서 대부분 통계적으로 유의한 상관관계가 존재하는 것으로 나타났으나, 상관계수 값이 높지 않아 다중공선성이 존재하지 않음을 알 수 있다.

2. 경기장 요인이 관람만족에 미치는 영향

표 5. 경기장 요인이 관람만족에 미치는 영향에 관한 회귀 분석 결과

독립변인: 경기장 요인	종속변인: 관람만족		t값(유의도)
	비표준화회귀계수 (b)	표준화회귀계수 (β)	
접근성	.156	.201	3.901***
편이성	.179	.184	5.118***
혼잡성	-.210	-.299	-7.664***
쾌적성	.188	.196	5.661***
통제성	.131	.157	2.486***
(상수)	4.609		49.920***
R ²	.305***		

*** p<.001

가설 I “경기장 요인은 관람만족에 영향을 미칠 것이다”에 대한 검증 결과 [표 5]에서 보는 바와 같이 접근성(β: .201), 편이성(β: .1841), 혼잡성(β: -.299), 쾌적성(β: .196), 통제성 변인(β: .157) 모두에서 관람만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 접근성, 편이성, 쾌적성, 통제성의 경우 .1% 수준에서 관람만족에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 혼잡성의 경우 .1% 수준에서 부적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 전체 변인의 설명력은 30.5%(R²=.305)로 나타났다.

3. 관람비용 요인이 관람만족에 미치는 영향

표 6. 관람비용 요인이 관람만족에 미치는 영향에 관한 회귀 분석 결과

독립변인: 관람비용 요인	종속변인: 관람만족		t값(유의도)
	비표준화회귀계수 (b)	표준화회귀계수 (β)	
입장료	-.149	-.158	2.534**
부대비용	-.122	-.144	2.187**
(상수)	4.609		21.440***
R ²	.245***		

** p<.01 *** p<.001

가설 II “관람비용 요인은 관람만족에 영향을 미칠 것이다”의 검증 결과 [표 6]에서 보는 바와 같이 입장료

(β: -.158), 부대비용(β: -.144) 변인 모두에서 관람만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 입장료, 부대비용에서 1% 수준에서 관람만족에 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 전체 변인의 설명력은 24.5%(R²=.245)로 나타났다.

4. 관람축진 요인이 관람만족에 미치는 영향

표 7. 관람축진 요인이 관람만족에 미치는 영향에 관한 회귀 분석 결과

독립변인: 관람축진 요인	종속변인: 관람만족		t값(유의도)
	비표준화회귀계수 수(b)	표준화회귀계수 수(β)	
홍보	.316	.365	10.774***
팬서비스	.298	.306	9.222***
(상수)	4.609		55.612***
R ²	.341***		

*** p<.001

가설 III “관람축진 요인이 관람만족에 영향을 미칠 것이다”에 대한 검증 결과 [표 7]에서 보는 바와 같이 홍보(β: .365), 팬서비스(β: .306) 변인 모두에서 관람만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 홍보, 팬서비스 변인 모두 .1% 수준에서 관람만족에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 전체 변인의 설명력은 34.1%(R²=.341)로 나타났다.

IV. 논의 및 결론

1. 논의

가설 1 검증 결과와 같이 경기장 요인이 관람만족에 지대한 영향을 미치는 것으로 나타난 것은 경기장 시설 등의 물리적 환경이 관중의 관람 만족을 증가시키는 요인으로 작용하고 있다고 주장한 Bitner(1992)[12]의 연구 결과 및 김홍설(1999)[4]의 연구 결과를 지지하여 주고 있다. 경기장 시설 가운데 접근성은 경기장을 찾는 관람객들의 관람만족 및 지속적 관전 의사 강화에 매우 중요한 요인으로 작용한다. 그러므로 시설은 항상 주요도로나 대중 교통수단의 이용의 편리한 지점에 위치해야 한다. 왜냐 하면, 일반적으로 관람객들은 자동차 또

는 대중 교통수단으로 손쉽게 접근할 수 있는 장소를 원하기 때문이다[4].

또한, 입장료 안내시설, 입장권 구입, 화장실 및 매점 이용의 편리함 등과 같은 편의성이 관람만족에 지대한 영향을 미치는 것으로 나타난 본 연구 결과는, 경기장을 찾는 관람객들에게 경기장의 넓이와 범위를 정확하게 알려주는 안내표시를 하게 되면 관중인지도가 증가한다고 주장한 Wilson(1991)[21]의 연구결과를 지지하여 주고 있다. 경기장 내부 시설에 대한 안내시설이나 매점과 화장실의 편의시설은 관람만족의 중요 요인으로 작용한다.

또한, 좌석 배열상태, 좌석의 크기 및 여유 공간, 출입구 통로 폭 등의 혼잡성은 경기 관람만족에 지대한 영향을 미친다는 본 연구 결과는 Bateson과 Hui(1992)[11]의 연구 결과를 지지하여 주고 있다. 그들은 경기장에서 개인적 공간을 확보하지 못하면 관람에 대한 불만족으로 이어진다고 주장하고 있다.

경기장의 시설 미관, 즉 펜스나 통로, 벽의 페인트 또는 광고물 상태의 아름다움, 화장실, 매점 등의 청결함, 전광판 시설의 아름다움 등의 쾌적성 또한 관람만족에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타난 본 연구 결과로 볼 때, 이와 같은 시설 및 환경에 대한 세심한 관심과 배려가 뒷받침되어야 할 것으로 판단된다[4].

음주, 관중소란 및 폭력에 대한 통제성은 경기 관람만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타난 본 연구 결과를 통해 우리 사회에 만연해 있는 무질서 의식에서 배태된 관람문화의 질적 저하로 인식하여 이의 개선노력이 이루어져야 할 것이다. 2011년 8월 김성근 SK 와이번스 감독의 경질에 분노한 SK 팬들은 문학구장 그라운드에 오물을 투척하고 관중이 그라운드에 난입하고 유니폼을 불태우는 등의 소동을 벌였다[18]. 이와 같은 경기장 관중의 폭력, 소란, 폭동 등은 다른 관중들에게 스트레스를 유발하여 궁극적으로 관람만족에 부정적 영향을 미친다.

한편, 가설 II 검증 결과와 같이 관람비용 요인이 관람만족에 지대한 영향을 미치는 것으로 나타난 것은 프로 야구 경기관람에 있어서 입장료 및 교통비, 식음료 구입비, 기념품 구입비 등의 부대비용은 관람자들에

게 만족감에 영향을 미치는 주요 요인임을 알 수 있다. 따라서 구단은 어린이, 노약자 또는 여성들을 위한 무료입장의 날 행사를 개최함으로써 팬들을 유인하고, 또한 부부 및 가족동반의 경우 여성입장객 무료 서비스 제도를 실시함으로써 더 많은 팬을 확보해야 할 것이다 [4].

관중들이 합리적 소비자일 때, 일정한 입장료를 지불하고 경기를 관람하는 이유는 입장료를 지불함으로써 얻는 금전적 가치보다 경기를 관람함으로써 얻는 이익이 훨씬 더 가치가 있기 때문이다. 또한, 관람비용 정도가 낮을 때 관중들은 경기 내용이 아주 만족스럽지는 못하더라도 낮은 관람비용을 고려하여 어느 정도 관람만족 정도를 느낄 수 있다. 관중은 경기를 관람하고 관람비용을 고려한 평가를 통하여 관람만족 정도를 결정할 수 있다는 것이다.

또한 최근 가족단위 관람문화가 점차 증가추세에 있음을 고려할 때, 입장료, 교통비, 식음료수비, 기념품비 등의 관람 비용의 저렴함은 가족 단위 관람객의 관람만족을 증가시키는 주요 요인으로 작용할 수 있다. 최근 경제위기로 인하여 국민의 소비심리가 위축된 상황에서, 주말에 경기를 관람할 경우, 점심 또는 저녁을 경기장에서 해결한다고 했을 때 식음료 구입비가 예상보다 많이 들어갈 경우 관람객들은 불만족을 느낄 것이다 [4].

가설 III 검증 결과와 같이 관람 촉진 요인은 관람만족에 영향을 미치는 것으로 나타난 것으로 볼 때, 다양한 매체를 통한 팀, 시설, 경기일정, 팀 이미지 등의 홍보가 관중의 관람만족을 증가시키는데 결정적 역할을 함을 알 수 있다.

구단의 경기 일정 홍보는 구단에 의해서, 그리고 TV, 신문, 인터넷 등 매스컴에 의해서 이루어진다. 또한 선수의 홍보는 TV, 신문, 인터넷뿐만 아니라, CF, 라디오, 강연회, 사인회, 화보집 등을 통하여 직·간접적으로 이루어진다. 이러한 선수 홍보를 통하여 그 선수의 인지도는 높아지고 또한 그 내면을 접하게 됨에 따라 많은 팬을 확보함으로써 관람자에게 만족감을 증대시켜 궁극적으로 관람 만족을 증가시킨다. 각 구단의 이미지가 담긴 마스크트 제작을 통한 구단 홍보가 대표적인 관람

축전 요인이라 할 수 있는데, 이의 예는 경기장을 찾은 팬들에게 공을 미리 준비하여 관중석으로 미리 던져주는 것 등을 들 수 있다. 팬들이 자기가 좋아하고 응원하고 싶은 구단이 언제 어디서 경기가 열리는지에 대한 경기 일정에 대한 홍보는 팬들을 경기장으로 유인할 수 있게 해 준다. 각 구단이나 매스컴에서 경기일정을 소개할 경우 단순히 어느 구단과 어느 구단의 경기에 대한 일정만을 소개하는 단순 홍보보다는 몇 가지 흥미진진한 선전과 볼거리가 있다는 것을 알림으로써 더 많은 관객들의 호기심을 자극하여 그들을 경기장으로 유인할 수 있다.

대부분의 구단은 그 팀의 상징적인 기념품을 다양하게 판매한다. 그것이 소비자들에게 팀과 일체감을 유발하는 효과가 있기 때문이다. 관람자들이 팀과 일체감을 느끼게 되면 자신이 팀을 매우 사랑하고 있다는 생각이 강해지고, 팀에 대한 애착이 높아진다. 따라서 경기에 대해서도 그것이 자신의 일인 것처럼 더 집중하게 되고 더 만족하게 된다[4].

최근 프로 스포츠는 인기회복을 위해서 각 구단별로 다양한 팬 서비스와 이벤트를 계획·시행하고 있다. 다시 말하여 각 구단은 스포츠 비즈니스, 즉 철저한 시장 조사와 설문조사, 관중성향 분석 등을 통하여 관중동원 및 관람 만족을 증진시키기 위해 노력하고 있다. 나아가, 프로 스포츠 구단주는 보드나 홍보자료에만 의존하지 않고 다양한 방법을 동원하여 소비자들을 자극함으로써 경기장에 더 많은 관람객을 유치하고 그들의 관람 만족을 배가시킬 수 있도록 노력해야 할 것이다.

2. 결론

본 연구는 프로야구 관람 만족에 영향을 미치는 다양한 요인의 규명을 통하여 프로야구 관람률 및 관람 만족을 제고시키고 궁극적으로 건전 여가활동으로서 관람 스포츠 문화를 정착시키는 데 그 목적이 있다.

이러한 목적을 달성하기 위하여 본 연구는 D시에서 열린 2011시즌 6월 14일 프로야구 경기 직접 관람자를 모집단으로 설정한 다음 유층집락무선표집법(stratified cluster random sampling method)을 이용하여 표본을 추출하였으며 유효표본 614명을 최종 조사 자료로 활용하였다.

본 연구의 조사도구는 설문지였으며, Wakefield와 Sloan(1995), Hansen과 Gauthier(1989), Jeffrey(1997), Green(1995) 등이 개발하고 김홍설(1999)이 번안하여 사용한 설문지였다. 본 연구는 SPSSPC+ V. 18.0 프로그램을 이용하여 상관분석(correlation), 회귀분석(regression)을 실시하였으며 이를 통해 얻어진 연구결과를 토대로 다음과 같은 결론을 도출하였다. 첫째 경기장 요인은 관람만족에 영향을 미친다. 둘째, 관람 비용 요인은 관람 만족에 영향을 미친다. 셋째, 관람 축전 요인은 관람 만족에 영향을 미친다.

이와 같은 연구결과 및 결론을 통하여, 내후년에 제9 구단이 정규시즌에 합류하는 등 한창 전성기를 맞이하고 있는 국내 프로야구의 각 구단의 프런트는 심기일전하여 야구선진국과 어깨를 나란히 할 만한 경기장 관람 시설을 갖춰 관람 만족을 높임으로써 관람 인구를 증대시키는 등 프로야구 더욱 더 발전하는 전기를 마련해야 할 것이다.

참고 문헌

- [1] 김기웅, "사회체육 진흥계획수립을 위한 기초조사 연구", 학술진흥재단, 1987.
- [2] 김용만, "프로 스포츠 경기장 시설과 스포츠 소비자의 반복구매와의 관계", 한국체육학회지, 제36권, 제1호, pp.359-367, 1997.
- [3] 김종, "프로야구 관중성향 및 관련 행동 분석", 스포츠행정경영학회지, 창간호, pp.44-64, 1996.
- [4] 김홍설, "스포츠 팬의 소비자행동 결정 요인", 서울대학교 대학원 박사학위논문, 1999.
- [5] 김홍설, "프로스포츠 관람만족 및 관람몰입이 재관람의사에 미치는 영향", 한국콘텐츠학회논문지, 제8권, 제7호, pp.216-221, 2008.
- [6] 김홍설, 변영근, "프로축구관중의 라이프스타일이 충성도 및 관람유인요인에 미치는 영향", 한국콘텐츠학회논문지, 제8권, 제10호, pp.278-286, 2008.
- [7] 이귀숙, "여대생의 스포츠 사회화 주관자와 성 역할 모형에 관한 연구", 이화여자대학교 대학원 석

사학위논문, 1988.

[8] 이종영, “1986년 아시안 게임 및 1988년 서울올림픽 게임 한국 메달리스트들의 사회환경 변인에 관한 연구”, 한국체육과학연구원, 1989.

[9] 임변장, “청소년의 스포츠 사회화 과정에 관한 경로분석적 연구”, 연구논총, 서울올림픽 스포츠 과학 학술대회 조직위원회, 1986.

[10] 최창호, “경기장 관람시설과 관중반응의 관계”, 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1998.

[11] J. Bateson and M. K. Hui, The ecological validity of photographic slides and videotapes in simulation the service setting. *Journal of Consumer Research*, Vol.19, pp.271-280, 1992.

[12] M. J. Bitner, Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees, *Journal of Marketing*, Vol.56, pp.57-71, 1992.

[13] J. C. Evagelopoulos, An Analysis of the Psycho-geographic characteristics and Situational Factors that Influence the Behavior of sport Consumers in Greeces, The Ohio State University, Ph. D., 1993.

[14] R. E. Green, An Examination of Factors Related to Consumer Behavior Influencing Attendance at Professional Sporting Events. The Florida State University, Ph. D., 1995.

[15] 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.

[16] H. Hansen and R. Gautheir, Marketing objectives of professional and university sports organizations, *Journal of sport Management*, Vol.6, No.1, pp.27-37, 1992.

[17] <http://news.donga.com/3/all/20110914/40286869/1>.

[18] <http://ntn.seoul.co.kr/?c=news&m=view&idx=111560>.

[19] J. A. Schofield, Performance and attendance at

professional team sports, *Journal of Sport Behavior*, Vol.6, No.4, p.196, 1983.

[20] 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.

[21] W. M. Waccamaw, unvils new design, from signage to fixtures. The prototype uses customer research to help bring a more friend, comfortable atmosphere to its shoppers, *Chain Store Age Executive*, Vol.12, pp.86-88, 1991.

저 자 소 개

황 선 환(Sunhwan Hwang)

정회원



- 2008년 8월 : 미국 조지아대학교 여가학 박사졸업
- 2010년 10월 ~ 현재 : 서울시립대학교 생활체육정보학과 조교수

<관심분야> : 여가사회학, 여가심리학, 여가경영, 청소년 캠프

김 홍 설(Hong-seol Kim)

정회원



- 1987년 2월 : 서울대학교 체육학 학사
- 1992년 8월 : 서울대학교 교육학 석사
- 1999년 8월 : 서울대학교 교육학 박사

▪ 2000년 3월 ~ 현재 : 배재대학교 레저스포츠학과 교수
<관심분야> : 레저스포츠학, 스포츠사회학