

2024년 프로스포츠 관람객 성향조사 SUMMARY REPORT

여자프로농구
BASKETBALL


KPSA
한국프로스포츠협회

조사 기간	2025년 2월 4일 ~ 2월 17일
조사 대상	15세 이상 여자프로농구 경기 예매 및 방문 관람객
조사 방법	조사참여 SMS를 이용한 모바일 조사
유효 표본	1,188명

프로스포츠 관람객 성향조사 개요 _ 여자프로농구

- : 2024년 프로스포츠 관람객 성향조사는 2025년 2월 4일부터 2월 17일까지 여자프로농구 6개 구단 경기의 예매 및 방문 관람객(홈팬) 대상으로 진행하였다.
- : 진행 방법은 조사 참여 링크가 담긴 SMS를 예매 및 방문 관람객(홈팬)에게 발송한 후, SMS를 수신한 대상자가 링크를 클릭, 직접 조사에 참여하는 자기기입식 조사 방법으로 진행하였다.
- : SMS 발송을 통하여, 총 1,708명이 조사 참여 링크를 접속, 설문조사를 완료하였으며, 설문조사 완료자 중 **홈팬 관람객을 유효 표본**으로 분석하였다.

유효 표본 선정 기준

- ① 응원하는 구단과 최근 방문한 경기장이 일치하는 경우
- ② 동행인원 수와 관련된 보기 선택형 질문과 숫자 입력형 질문의 응답 값이 일치하는 경우
- ③ 목표 할당 기준으로 선착순으로 조사에 참여한 홈팬

구단명	조사 참여자 수	유효 표본
	(명)	(명)
아산 우리은행 우리 WON	319	180
부산 BNK 썸	487	347
용인 삼성생명 블루밍스	159	110
인천 신한은행 에스버드	222	152
청주 KB국민은행 스타즈	325	232
부천 하나은행	196	167
합계	1,708	1,188

일러두기

- 본 보고서는 여자프로농구 6개 구단 경기의 최근 예매 및 방문관람객 대상으로 설문조사를 진행하였고, 조사 대상자는 전체 여자프로농구 관람객 특성을 대표하는 것이 아니므로 해석에 주의가 필요합니다.
- 제시된 각 통계 수치는 백분율의 경우 소수점 둘째 자리에서, 5점 평균의 경우 소수점 셋째 자리에서 반올림되었으므로 세부 항목의 합 또는 평균이 전체 합계 또는 평균과 일치되지 않을 수 있습니다.
- 중복응답은 한 개 이상 순위 또는 모두 선택을 응답한 결과치를 집계한 결과로 구성비 합계가 100.0%를 초과할 수 있습니다.
- 보고서 내용 및 자료에 대한 문의는 '한국프로스포츠협회(02-6190-5900)'로 해주시기 바랍니다.



조사 기간	2025년 2월 4일 ~ 2월 17일
조사 대상	15세 이상 여자프로농구 경기 예매 및 방문 관람객
조사 방법	조사참여 SMS를 이용한 모바일 조사
유효 표본	1,188명

프로스포츠 관람객 성향조사 결과 요약(Executive Summary) _ 여자프로농구 전체

응답자 특성

성별	남성 67.4%, 여성 32.6%
연령	평균 연령 40.9세
	연령대 40대(45.1%) > 30대(25.1%) > 20대 이하(13.9%) > 50대(12.0%)
거주지	부산(23.9%) > 경기(19.9%) > 충북(15.7%) > 서울(10.9%) > 인천(9.7%) > 충남(9.6%)

경기 관람 특성

응원기간		1~3년 미만 35.1% (1년 미만 28.1%, 3~5년 미만 19.6%, 5~10년 미만 10.8%, 10년 이상 6.4%)	
1시즌 당 경기 방문 횟수		1시즌 기준 평균 6.3회 경기장 방문 (3회 이하 43.9%, 4~5회 22.6%, 6~10회 21.5%, 11~20회 9.3%, 21회 이상 2.7%)	
시즌권/ 멤버십 보유	시즌권	4.5%	*둘다 보유하지 않음 83.8%
	멤버십	13.2%	
동행인원 수		본인 포함 평균 2.7명	
동반인 유형		2인 이상 함께 방문 비율 : 80.0% vs 혼자 20.0% (가족 54.8%, 친구 16.2%, 연인 6.1%)	
경기장까지 이동		평균 49.4분 / 자가차량 65.0% > 지하철 20.7% > 버스 15.7%	
농구장 지출 금액 (당일)		당일 경기장 방문 시 평균 33,933원 (입장료 12,452원, 교통비 8,130원, 식음료비 13,352원)	
MD구매 금액(1시즌)		1시즌 기준 평균 23,277원	
티켓 구매 방법		공식 사이트 구매(구단 어플 포함) 90.5%	

경기장 방문 이유

농구경기 직접 관람 이유	좋아하는 팀을 응원하기 위하여 4.50점(5점 만점)
	직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서 4.46점(5점 만점)
	좋아하는 선수를 응원하기 위해 4.37점(5점 만점)
농구 직관 제안 받은 경험	45.6%(KB국민은행 스타즈 52.2% > 우리 WON 50.6%)
농구 직관 제안 한 경험	81.1%(KB국민은행 스타즈 87.5% > 우리 WON 86.1%)
농구 직관을 위한 중요사항 TOP3	☐ 경기 관람 시 시야 확보 적절성(4.50점/5점 만점)
	☐ 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화(4.31점/5점 만점)
	☐ 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트(4.31점/5점 만점)
	☐ 시설 전반적 청결성, 쾌적성(4.31점/5점 만점)
농구 직관 시 만족도 TOP3	☐ 경기 관람 시 시야 확보 적절성(3.95점/5점 만점)
	☐ 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화(3.81점/5점 만점)
	☐ 시설 전반적 청결성, 쾌적성(3.79점/5점 만점)

성별 구성비를 살펴보면, 여성 대비 남성의 참여 비율이 높음
여자프로농구 관람객 평균 연령은 40.9세로 40~50대 비율이 50% 이상으로 참여도 높음

경기 관람 특성을 살펴보면, 응원기간 1~3년 미만이 35.1%, 1년 미만(올해 처음) 28.1%, 3~5년 미만은 19.6%임

1시즌 당 평균 6.3회 농구경기장을 방문하고, 시즌권 또는 멤버십 보유자 17.7%임

티켓 구매는 공식 사이트를 통한 구매가 90.5%임
본인 포함 평균 2.7명이 함께 관람하며, 80.0%가 동행인과 함께 방문

농구장 방문 시 당일 하루 평균 33,933원을 지출하고, 그 중 식음료비의 지출이 13,352원, 전체 금액 중 39%를 차지함

경기장 방문 이유(직관이유)를 살펴보면, '좋아하는 팀을 응원하기 위해'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서' 등의 이유로 경기장을 방문함

농구장 직관을 제안 받은 경험은 45.6%, 농구장 직관을 제안 한 경험은 81.1%, KB국민은행 스타즈, 우리 WON에서 직관 제안이 적극적으로 이루어짐

직관 중요도와 만족도는 모두 시야 확보 응답 비율이 높음

성별

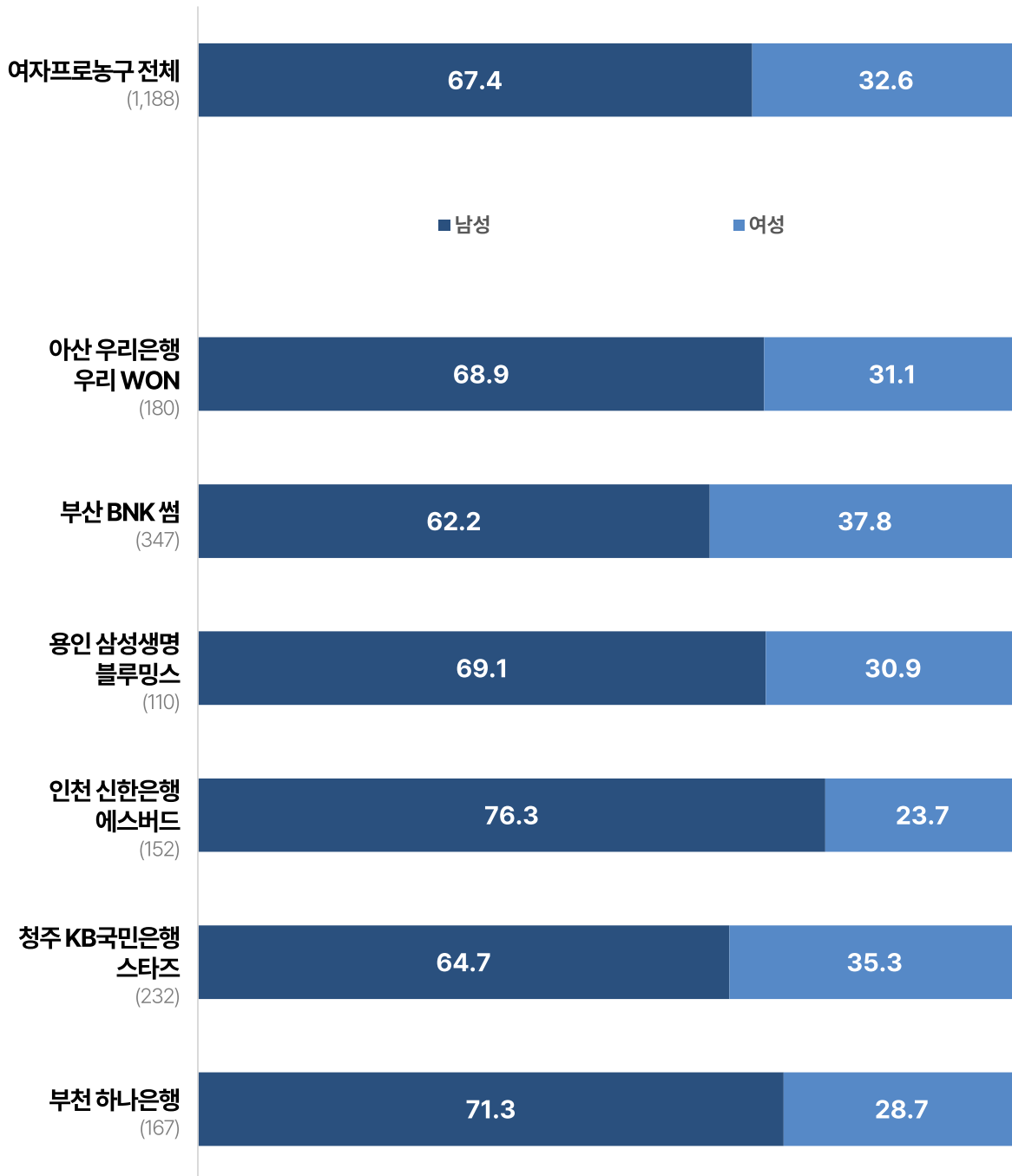
여자프로농구 관람객 중 남성 관람객은 67.4%, 여성 관람객은 32.6%임
남성 관람객 비율이 여성 대비 높게 응답됨

： 2024년 여자프로농구 관람객의 성별을 구단별로 살펴보면,

모든 구단이 여성 관람객보다 남성 관람객 비율이 높게 나타남

： 남성 관람객 비율이 전체 평균 (67.4%) 보다 높은 구단은 인천 신한은행 에스버드(76.3%), 부천 하나은행(71.3%), 용인 삼성생명 블루밍스(69.1%), 아산 우리은행 우리 WON(68.9%)임

(단위 : %)

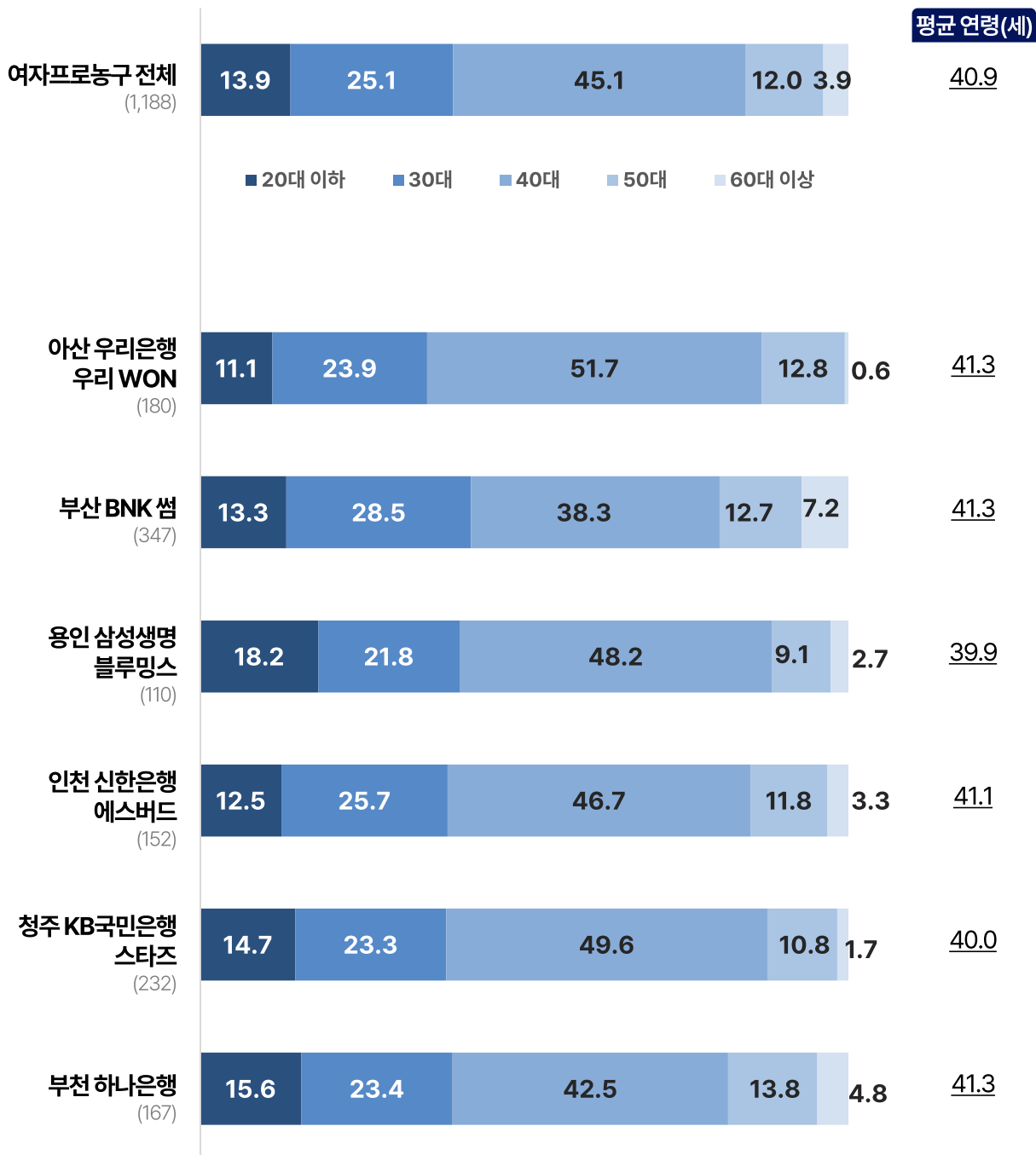


연령대

여자프로농구 관람객의 연령은 평균 40.9세임

: 2024년 여자프로농구 관람객의 연령대를 구단별로 살펴보면,
아산 우리은행 우리WON, 부산 BNK 썸, 부천 하나은행의 관람객이 평균 41.3세로 가장 높고,
용인 삼성생명 블루밍스의 평균 연령은 39.9세로 가장 낮았음

(단위: %)

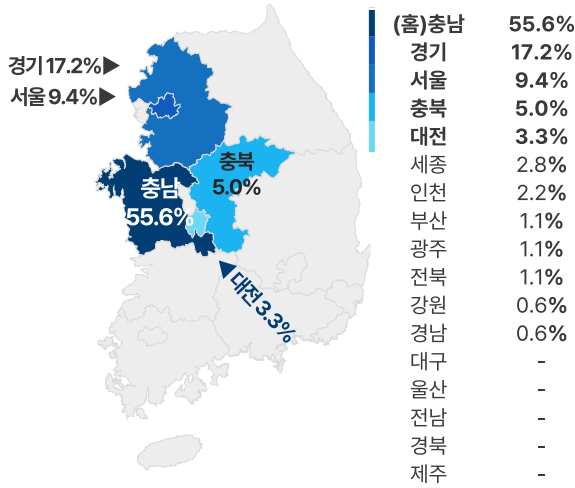


(2024년 설문조사는 온라인 링크를 활용한 모바일 조사로 진행되어 연령별 분석 내용은 결과 해석에 유의해야 함)

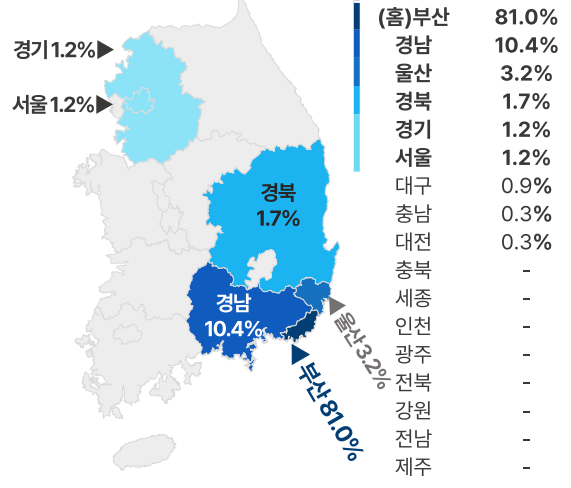
거주지역

각 선호구단별 관람객 거주지역은 동일한 연고지 거주자의 비중이 가장 높음

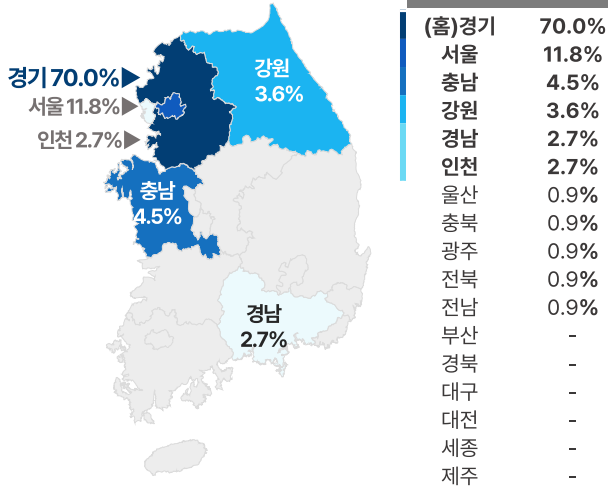
아산 우리은행 우리WON



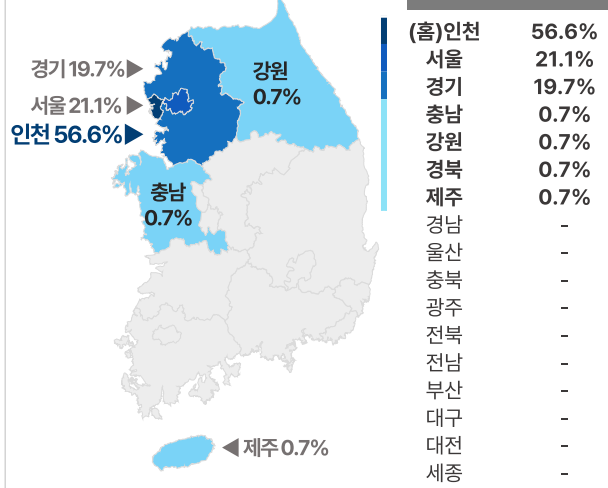
부산 BNK 썸



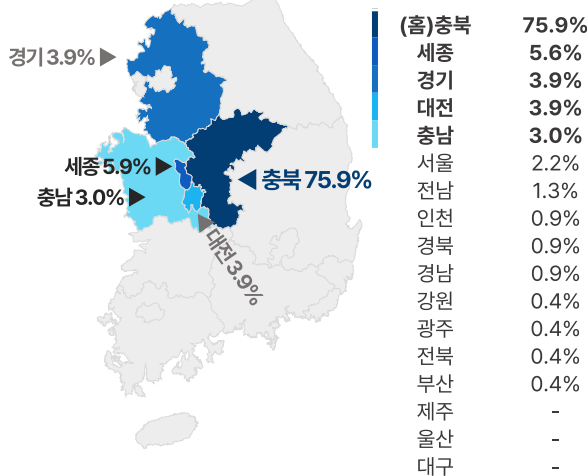
용인 삼성생명 블루밍스



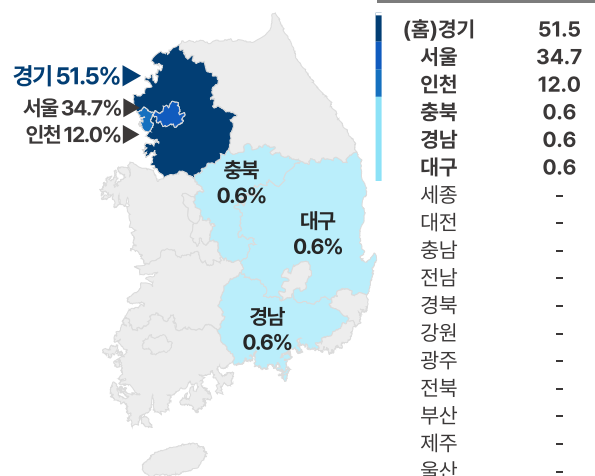
인천 신한은행 에스버드



청주 KB국민은행 스타즈



부천 하나은행

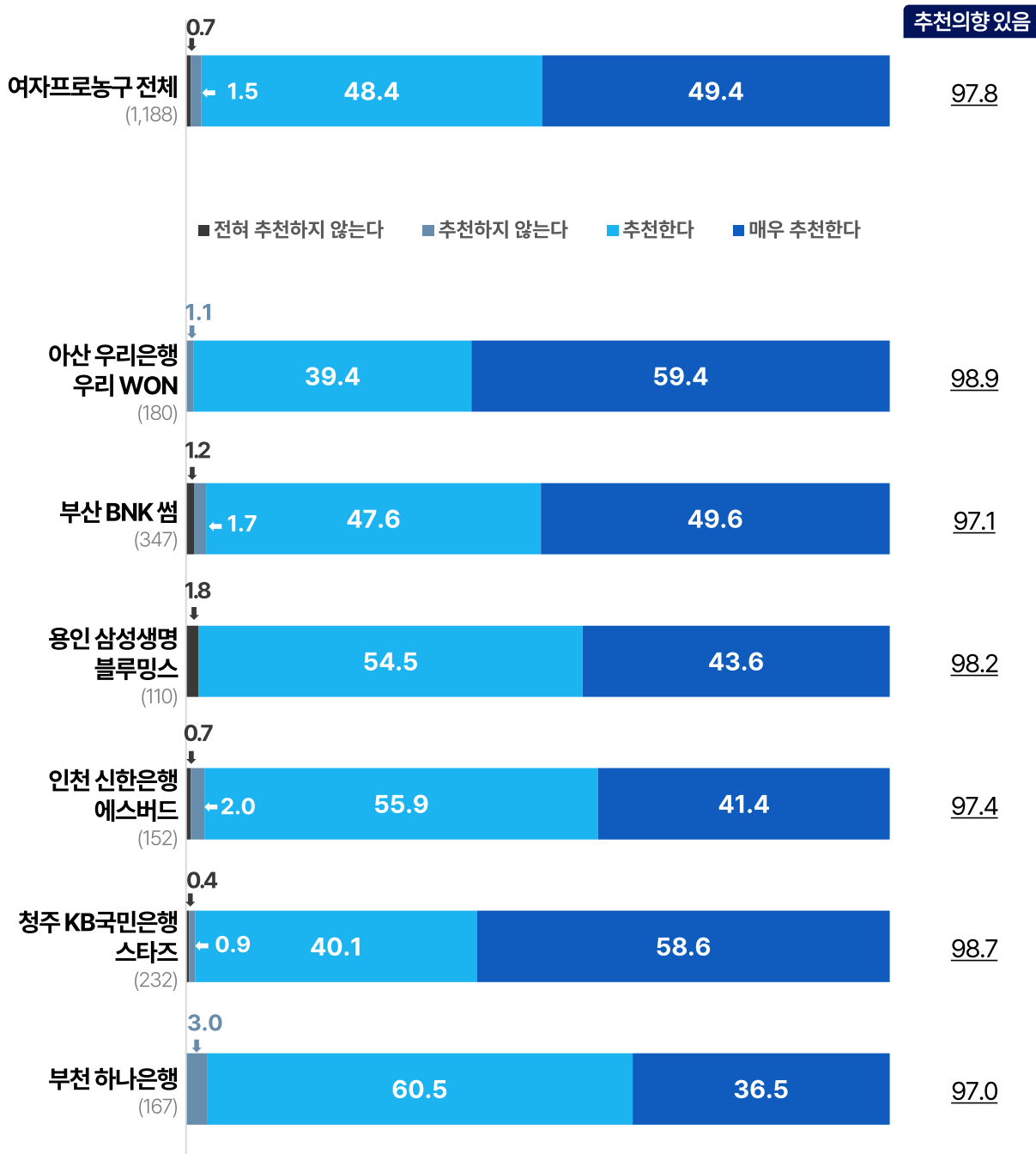


농구 경기 관람 추천의향

농구 경기 직접 관람 추천의향 97.8%임

- ： 2024년 여자프로농구 관람객 중 97.8%(매우 추천한다+추천한다)가 '농구 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 추천할 의향이 있는 것으로 나타나 높은 추천 의향을 보임
- ： 모든 구단 관람객이 주변 지인에게 농구 직접 관람 추천 의향이 높고, 그 중 아산 우리은행 우리WON> 청주 KB국민은행 스타즈 > 용인 삼성생명 블루밍스 등의 순으로 추천의향이 높았음

(단위: %)

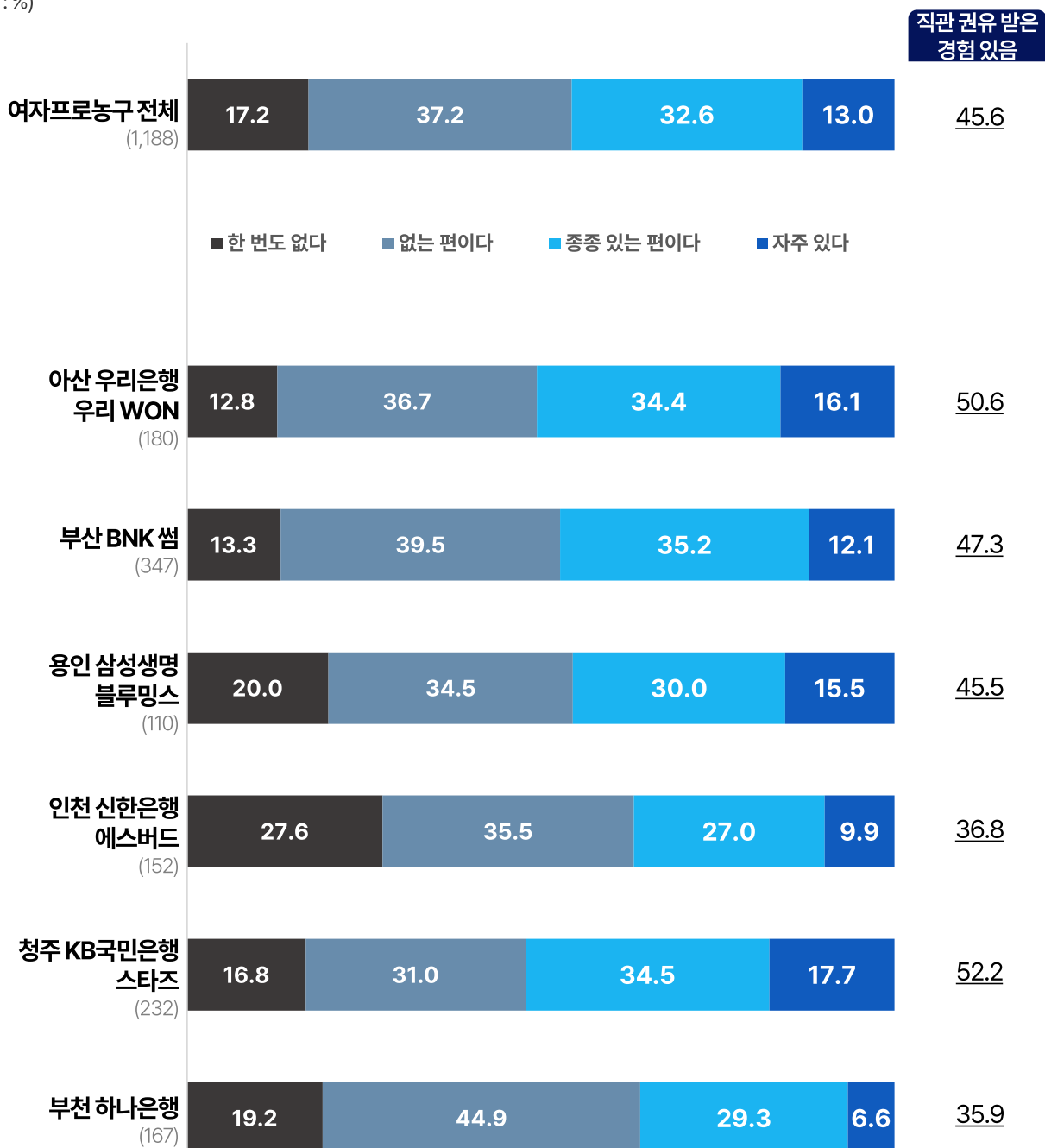


농구 경기 관람 권유 받은 경험

농구 경기 관람 권유를 받은 경험은 45.6%

- : 2024년 여자프로농구 관람객 중 '농구 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 권유를 받은 경험(자주 있다+종종 있는 편이다)은 45.6%인 것으로 나타남
- : 청주 KB국민은행 스타즈, 아산 우리은행 우리WON은 직관 권유 받은 경험이 50% 이상으로 높게 나타났지만,
- : 부천 하나은행, 인천 신한은행 에스버드는 직관 권유 받은 경험이 30% 대로 낮았음

(단위: %)

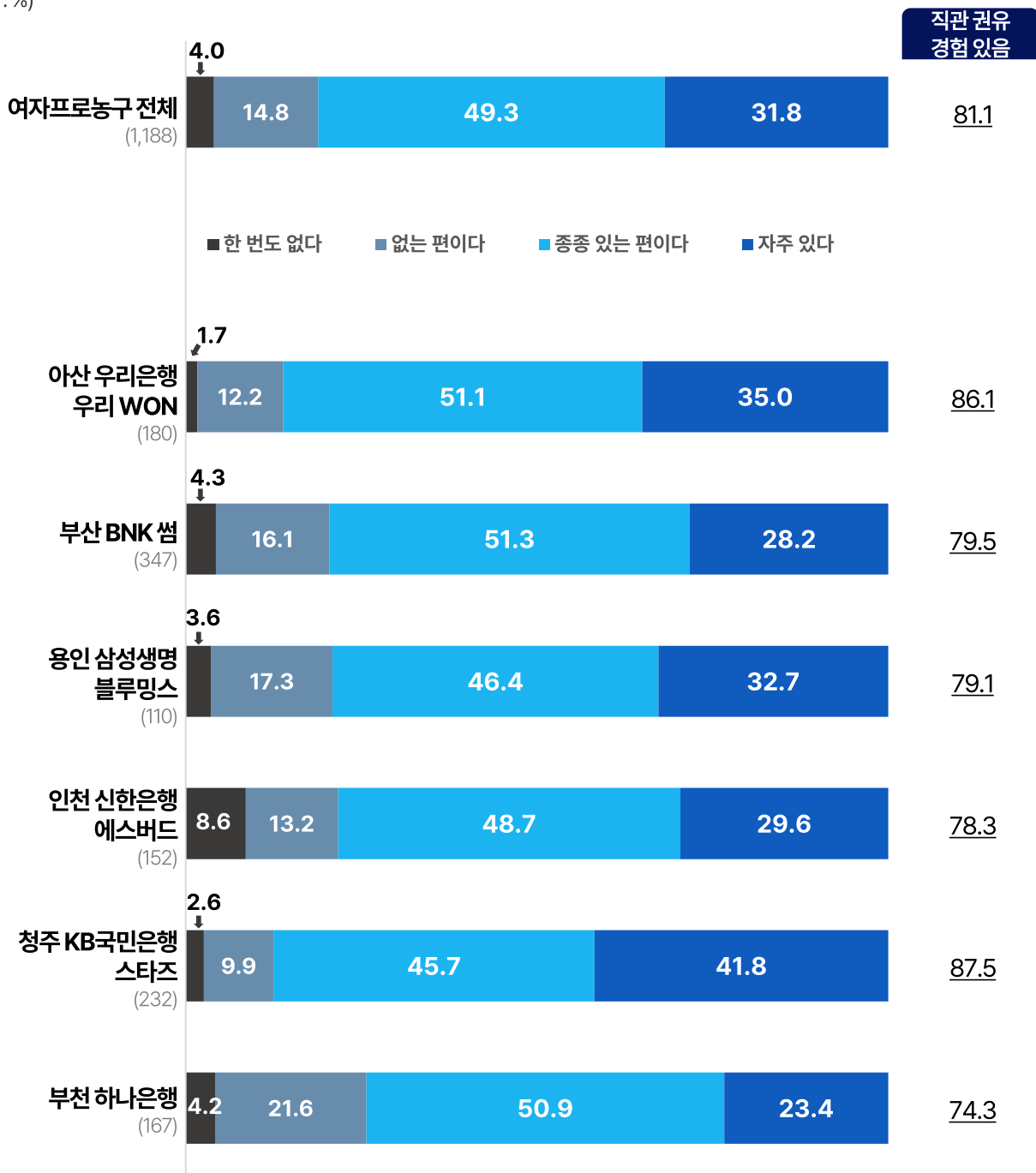


농구 경기 관람 권유한 경험

농구 경기 관람 권유를 한 경험은 81.1%

- ： 2024년 여자프로농구 관람객 중 '농구 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 권유한 경험(자주 있다+종종 있는 편이다)은 81.1%로 여자프로농구 직접 관람을 권유한 경험이 높은 것으로 나타남
- ： 청주 KB국민은행 스타즈, 아산 우리은행 우리WON은 직관 권유 받은 경험이 80% 이상으로 높게 나타났지만,
- ： 부산 BNK 썸, 부천 하나은행, 인천 신한은행 에스버드, 용인 삼성생명 블루밍스는 직관 권유 받은 경험이 70% 대임

(단위: %)

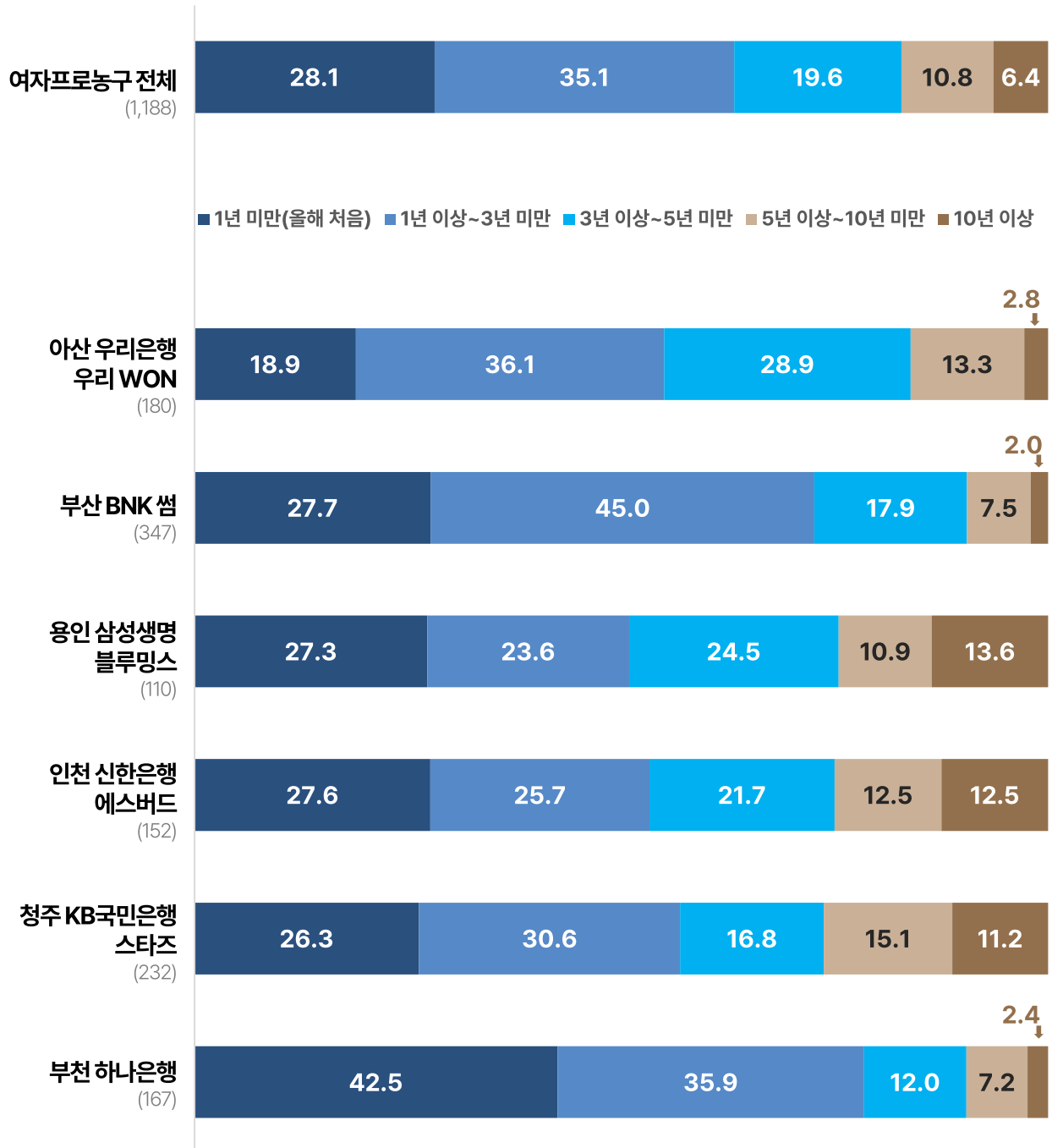


응원 기간

여자프로농구 관람객의 선호구단 응원 기간은 '1~3년 미만'이 35.1%로 가장 높음

: 2024년 여자프로농구 관람객의 응원 구단의 응원 기간을 보면, 응원 기간 10년 이상 관람객 비율은 용인 삼성생명 블루밍스가 13.6%로 가장 높고, 인천 신한은행 에스버드(12.5%), 청주 KB국민은행 스타즈(11.2%) 순으로 높음
: 반면, 응원 기간이 1년 미만(올해 처음)은 부천 하나은행(42.5%)에서 가장 높게 나타남

(단위: %)

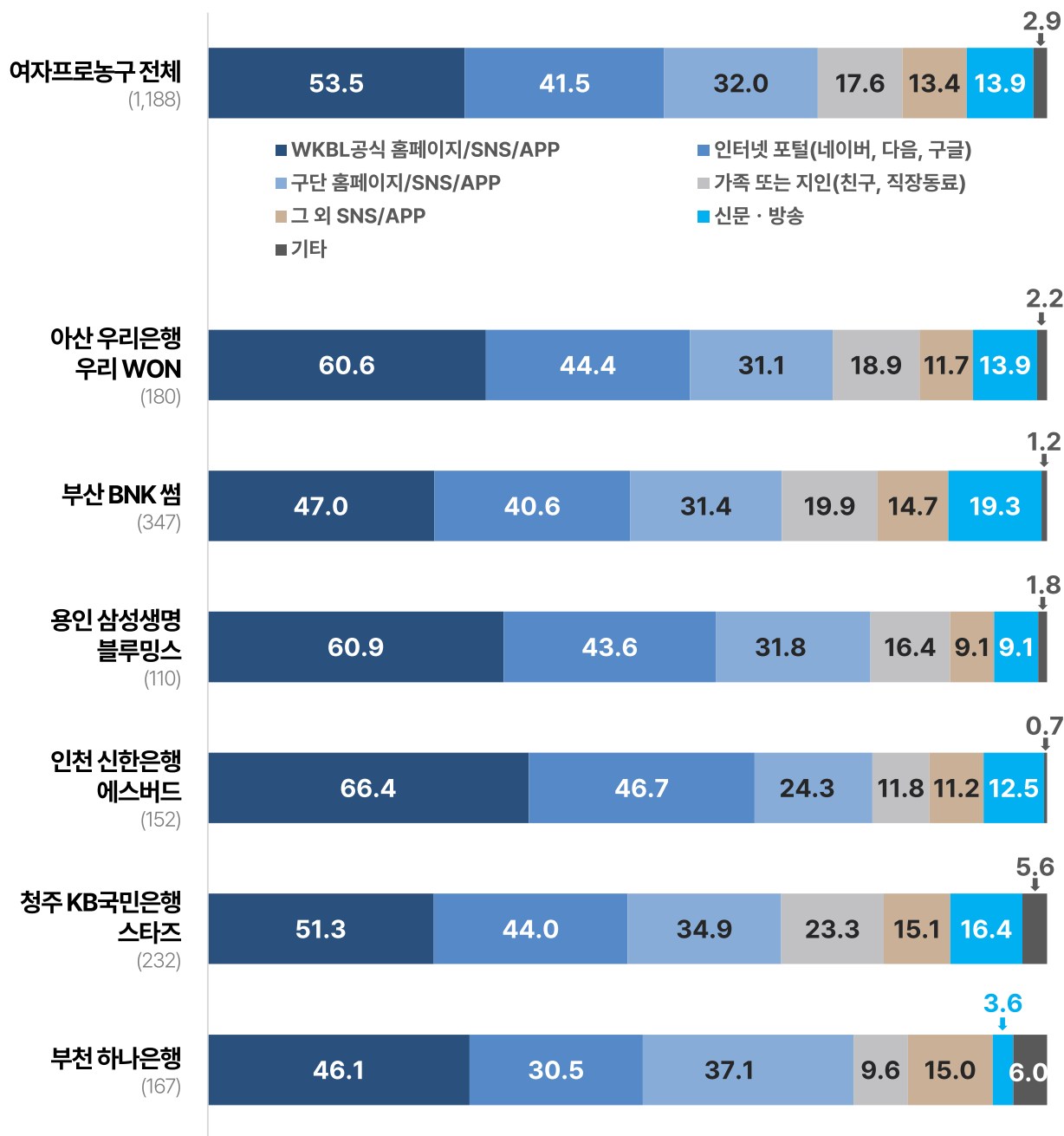


경기 정보 인지 경로

여자프로농구 관람객의 경기 정보 인지는
'WKBL 공식 홈페이지/SNS/APP'을 통한 비율이 높음

- 2024년 여자프로농구 관람객이 응원 구단의 경기 정보를 확인하는 경로를 살펴보면,
'WKBL 공식 홈페이지/SNS/APP'이 가장 높고, 다음으로는 '인터넷 포털', '구단 홈페이지/SNS/APP', '가족 또는 지인' 등의 순임
- 'WKBL 공식 홈페이지/SNS/APP'을 통한 인지는 인천 신한은행 에스버드가 66.4%로 가장 높았음

(단위: %, 복수응답)

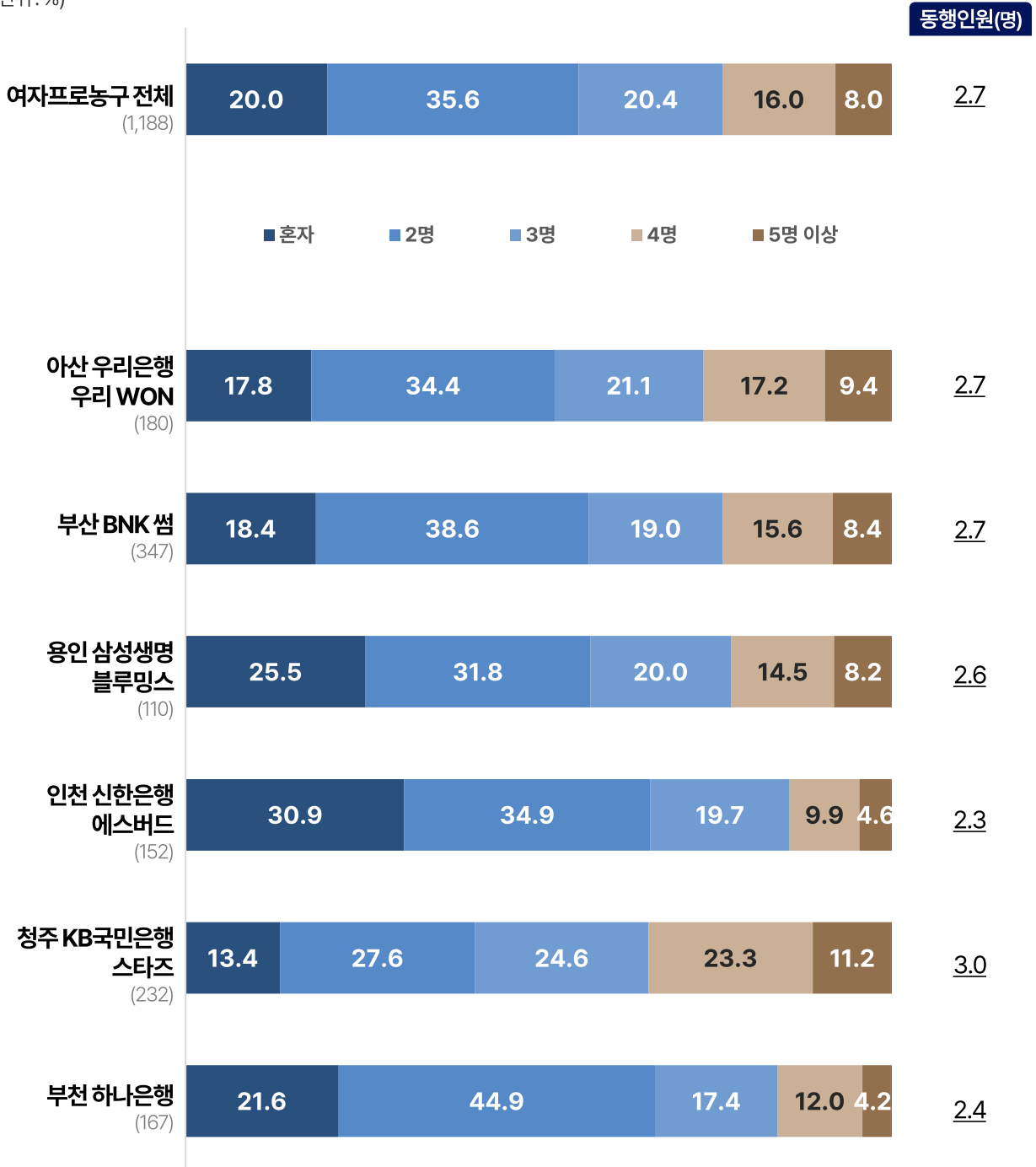


동행인원

여자프로농구 관람을 위하여 본인 포함 평균 2.7명이 함께 경기장에 방문함

- 2024년 여자프로농구 관람객의 경기장 방문 시 동행인원을 살펴보면, 모든 구단에서 본인 포함 2명이 방문한 경우가 가장 많은 것으로 나타남
- 구단별 평균 동행인원 수는 청주 KB국민은행 스타즈가 평균 3.0명으로 가장 많았고, 다음으로 아산 우리은행 우리WON, 부산 BNK 썸(각 2.7명) 순임

(단위: %)

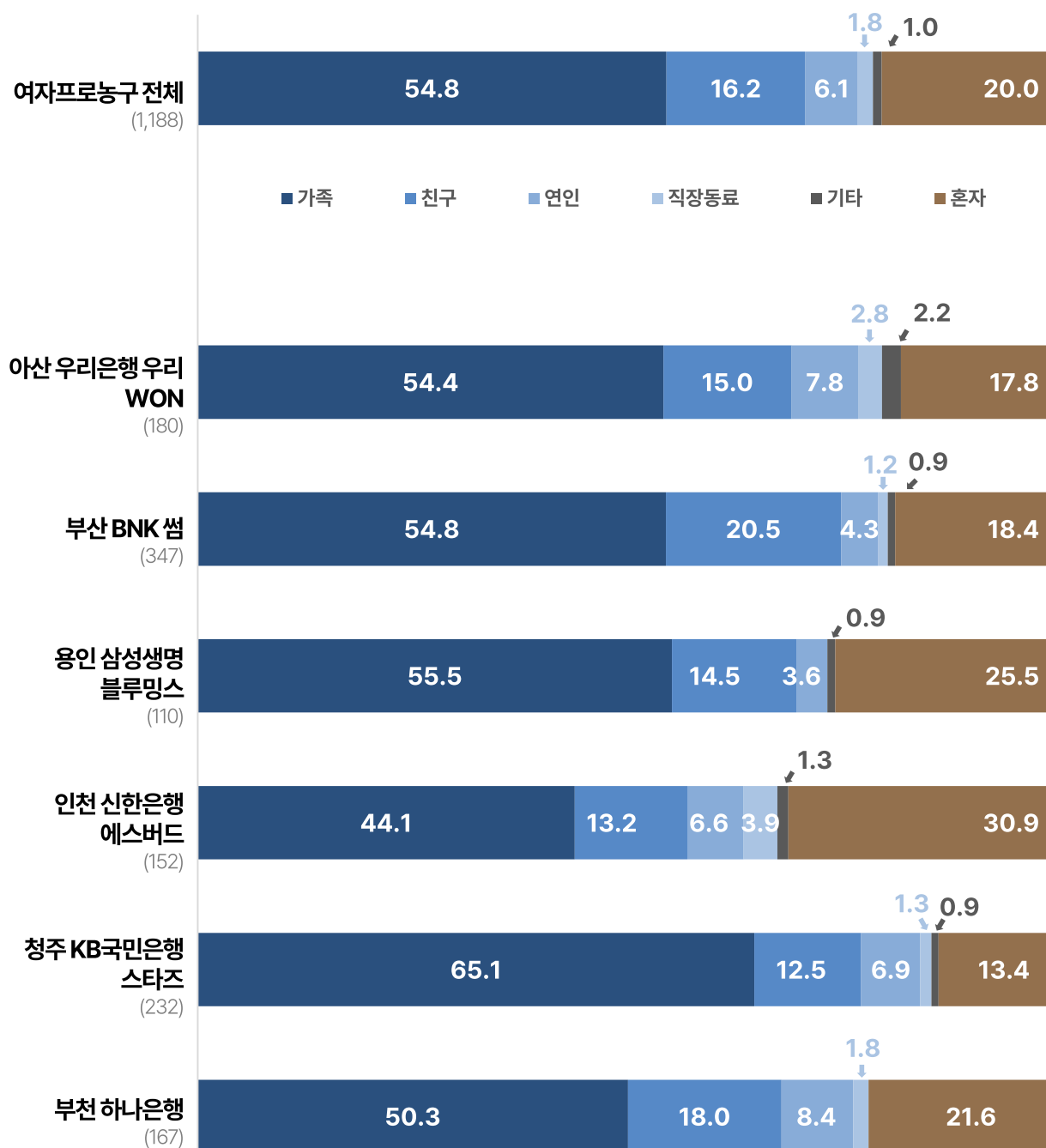


동행자 유형

여자프로농구를 주로 가족 또는 친구와 동행하여 관람

- 2024년 여자프로농구 관람객의 경기장 방문 시 동행자 유형을 살펴보면, '가족'과 함께 농구 경기장 방문은 청주 KB국민은행 스타즈가 가장 높았고, '친구'와 동행은 부산 BNK 썸이 가장 높았음
- 반면, '혼자(동행인 없음)'는 인천 신한은행 에스버드, 용인 삼성생명 블루밍스, 부천 하나은행 관람객에서 상대적으로 높게 나타남

(단위: %)



(* 기타: 동호회, 친인척, 기타 응답 포함)

이용 교통수단

여자프로농구 경기장 방문 시 '자가차량(승용차)'과 '지하철'을 주로 이용함
경기장까지 소요시간은 평균 49.4분임

- : 2024 여자프로농구 관람객의 경기장 방문 시 이동 교통수단과 소요시간을 살펴보면, '자가차량(승용차)'을 이용한 경기장 방문은 아산 우리은행 우리WON, 청주 KB국민은행 스타즈에서 80% 이상으로 가장 높았고, '지하철' 이용은 인천 신한은행 에스버드, 부산 BNK 썸에서, '버스' 이용은 용인 삼성생명 블루밍스가 상대적으로 높았음
- : 경기장까지 이동시간은 평균 49.4분이 소요되며, 용인 삼성생명 블루밍스가 69.4분으로 소요시간이 가장 길었고, 청주 KB국민은행 스타즈가 41.7분으로 가장 짧았음

(단위: %. 이동수단 복수응답)

이동시간(분)

여자프로농구 전체
(1,188)



■ 자가차량 ■ 지하철(지하철간 환승 포함) ■ 버스(버스 간 환승 포함) ■ 도보 ■ 기타

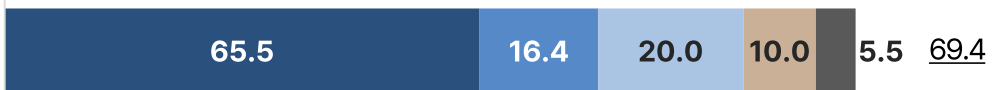
아산 우리은행
우리WON
(180)



부산 BNK 썸
(347)



용인 삼성생명
블루밍스
(110)



인천 신한은행
에스버드
(152)



청주 KB국민은행
스타즈
(232)



부천 하나은행
(167)



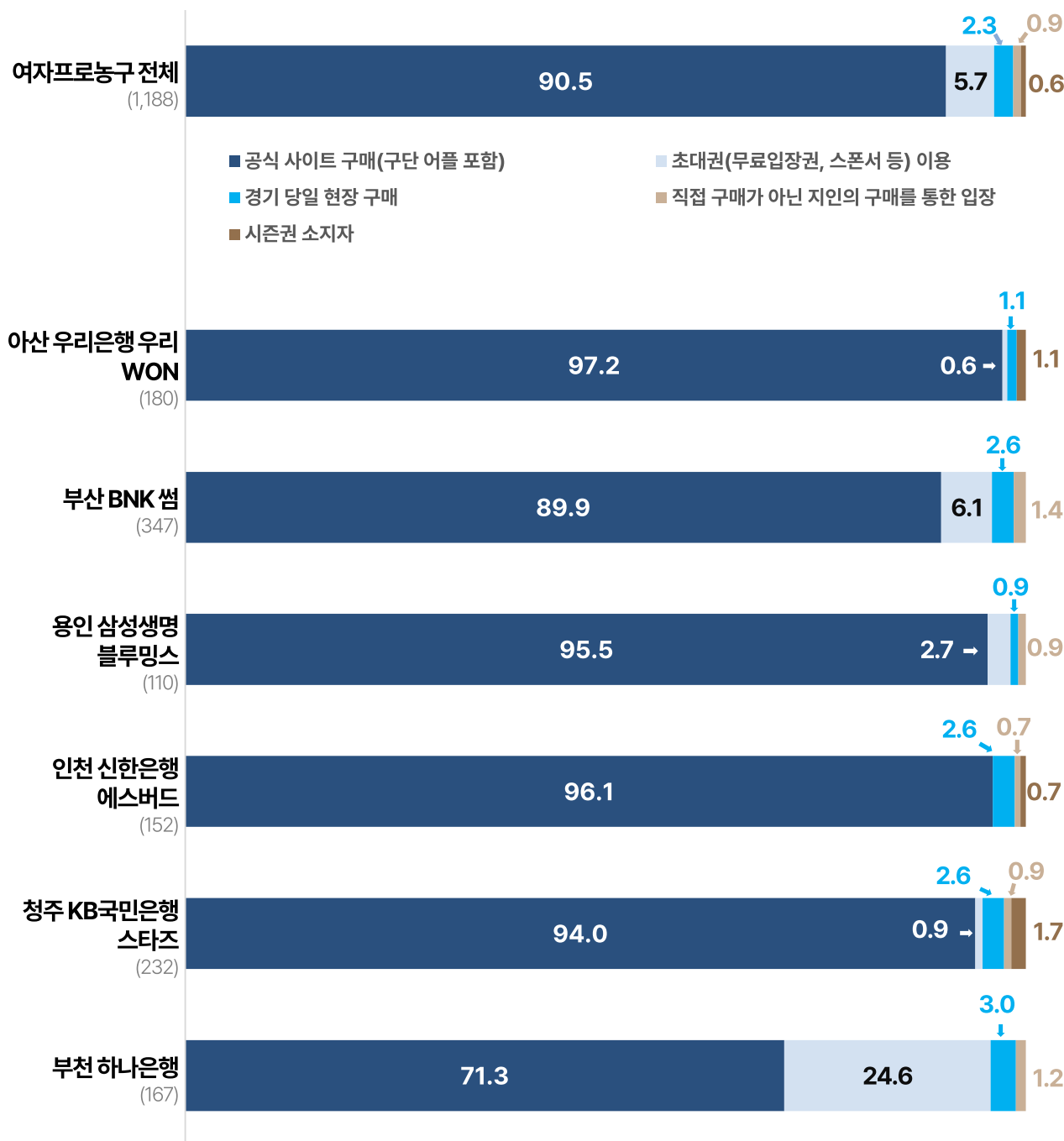
(* 기타: 자전거, 열차, 기타 응답 포함)

티켓 구매 방법

여자프로농구 관람객의 경기 티켓은 대부분 '공식 사이트'를 통해 구매

- : 2024년 여자프로농구 관람객의 경기 티켓 구매 행태를 살펴보면,
'공식사이트 구매(구단 어플 포함)'를 통한 티켓 구매 경험률이 90.5%로 가장 높음
- : 부천 하나은행의 경우 초대권으로 관람한 비율이 24.6%로 가장 높음

(단위: %)



지출금액

경기장 방문 시 입장료+교통비+식음료비 포함 평균 33,933원을 지출함

- : 2024년 여자프로농구 관람객의 경기관람시지출금액을 살펴보면,
- : 입장료+교통비+식음료비를 모두 포함한 평균 지출금액은 아산 우리은행 우리WON이 평균 41,701원으로 가장 많았고, 청주 KB국민은행 스타즈(평균 35,963원), 용인 삼성생명 블루밍스(평균 35,290원) 등의 순으로 지출금액이 많았음
- : 입장료 지출금액은 아산 우리은행 우리WON(평균 16,464원), 용인 삼성생명 블루밍스(평균 15,012원)가 가장 많고,
- : 교통비 지출금액은 아산 우리은행 우리WON(평균 12,651원), 식음료 지출금액은 청주 KB국민은행 스타즈(평균 14,355원)이 가장 많음
- : 1시즌 기준 MD 구매 금액은 평균 23,277원이며, 청주 KB국민은행 스타즈 관람객이 40,841원으로 가장 많이 지출함

(단위: 원)

1시즌 기준 MD 구입비(원)

여자프로농구 전체
(1,188)

12,452

8,130

13,352

33,933

■ 입장료

■ 교통비

■ 식음료

● 당일 경기 기준 1인 총 지출 금액

23,277

아산 우리은행
우리WON
(180)

16,464

12,651

12,586

41,701

22,139

부산 BNK 썸
(347)

10,416

6,211

14,244

30,870

15,494

용인 삼성생명
블루밍스
(110)

15,012

8,072

12,206

35,290

26,037

인천 신한은행
에스버드
(152)

12,571

7,138

13,805

33,514

24,743

청주 KB국민은행
스타즈
(232)

12,216

9,393

14,355

35,963

40,841

부천 하나은행
(167)

10,891

6,429

11,275

28,594

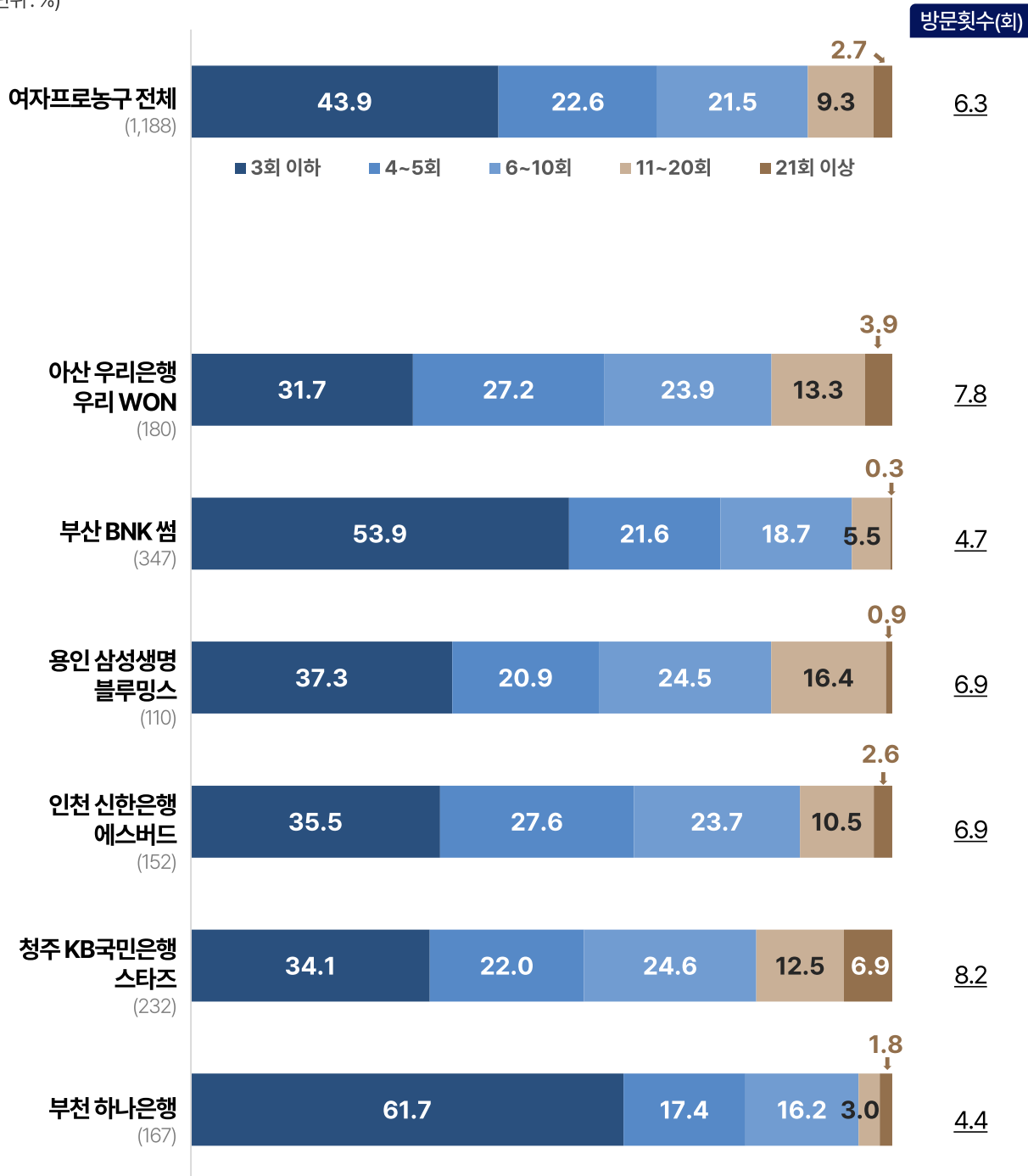
13,126

(1시즌) 방문 횟수

1시즌 기준, 경기 직접 관람(직관)은 평균 6.3회임

- 2024년 여자프로농구 관람객의 1시즌 기준 경기 관람 횟수를 살펴보면,
청주 KB국민은행 스타즈 관람객의 1시즌 평균 관람 횟수가 평균 8.2회로 가장 많고, 다음으로 아산 우리은행
우리WON이 평균 7.8회로 높았음
- 부천 하나은행, 부산 BNK 썸의 관람객 평균 관람 횟수는 4회 대로 상대적으로 낮았음

(단위: %)

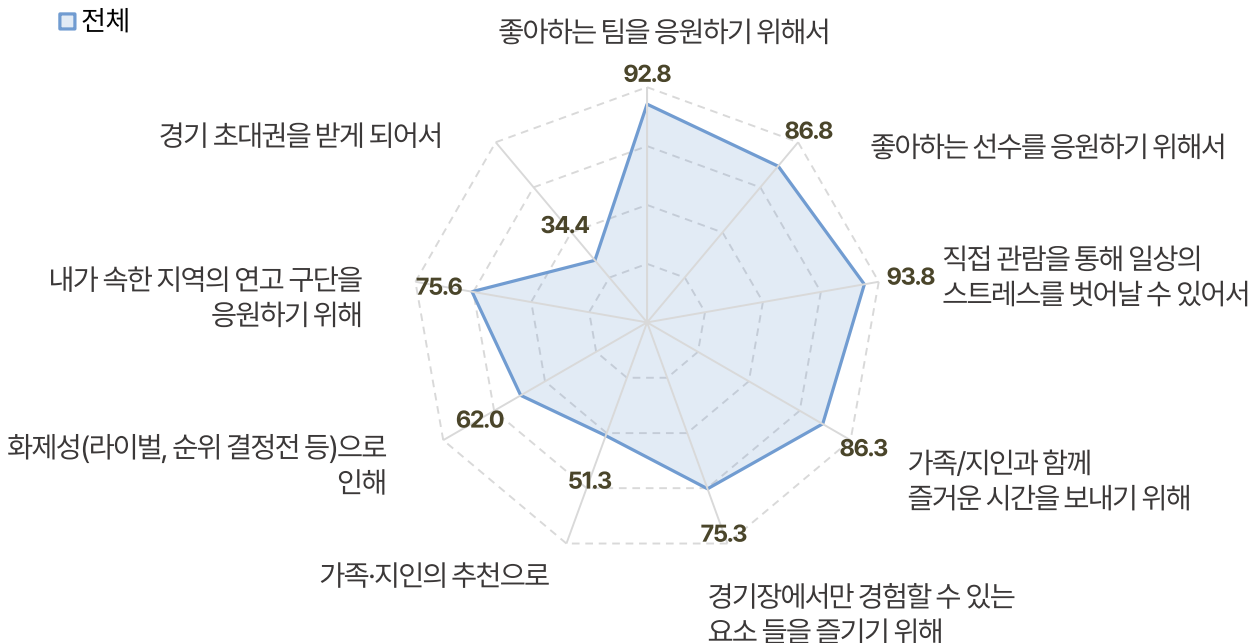


경기장 방문 이유(직관이유)

여자프로농구 관람객은 주로
'직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서',
'좋아하는 팀을 응원하기 위해' 농구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

2024년 여자프로농구 관람객이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
'직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '좋아하는 팀을 응원하기 위해',
'좋아하는 선수를 응원하기 위해서' 등의 순임

(단위: %)



농구 경기장 방문(직관) 영향력(영향력: 매우 동의한다+동의한다 비율)

	좋아하는 팀을 응원하기 위해서	좋아하는 선수를 응원하기 위해서	직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서	가족/ 지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해	경기장에서 만 경험할 수 있는 요소들을 즐기기 위해	가족· 지인의 추천으로	화제성 (라이벌, 순위 결정전 등)으로 인해	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
여자프로농구 전체	92.8	86.8	93.8	86.3	75.3	51.3	62.0	75.6	34.4
아산 우리은행 우리WON	93.9(▲)	88.9(▲)	93.3(▽)	89.4(▲)	73.3(▽)	52.2(▲)	63.3(▲)	65.6(▽)	20.6(▽)
부산 BNK 썸	91.6(▽)	87.3(▲)	94.8(▲)	87.9(▲)	76.7(▲)	57.1(▲)	69.5(▲)	89.9(▲)	41.5(▲)
용인 삼성생명 블루밍스	98.2(▲)	92.7(▲)	95.5(▲)	82.7(▽)	68.2(▽)	45.5(▽)	56.4(▽)	64.5(▽)	25.5(▽)
인천 신한은행 에스버드	93.4(▲)	86.2(▽)	91.4(▽)	78.3(▽)	64.5(▽)	42.1(▽)	59.2(▽)	61.8(▽)	31.6(▽)
청주 KB국민은행 스타즈	96.6(▲)	88.8(▲)	94.4(▲)	90.1(▲)	81.9(▲)	56(▲)	60.8(▽)	86.2(▲)	27.2(▽)
부천 하나은행	84.4(▽)	77.2(▽)	92.2(▽)	83.8(▽)	79.6(▲)	43.7(▽)	53.3(▽)	61.7(▽)	53.3(▲)

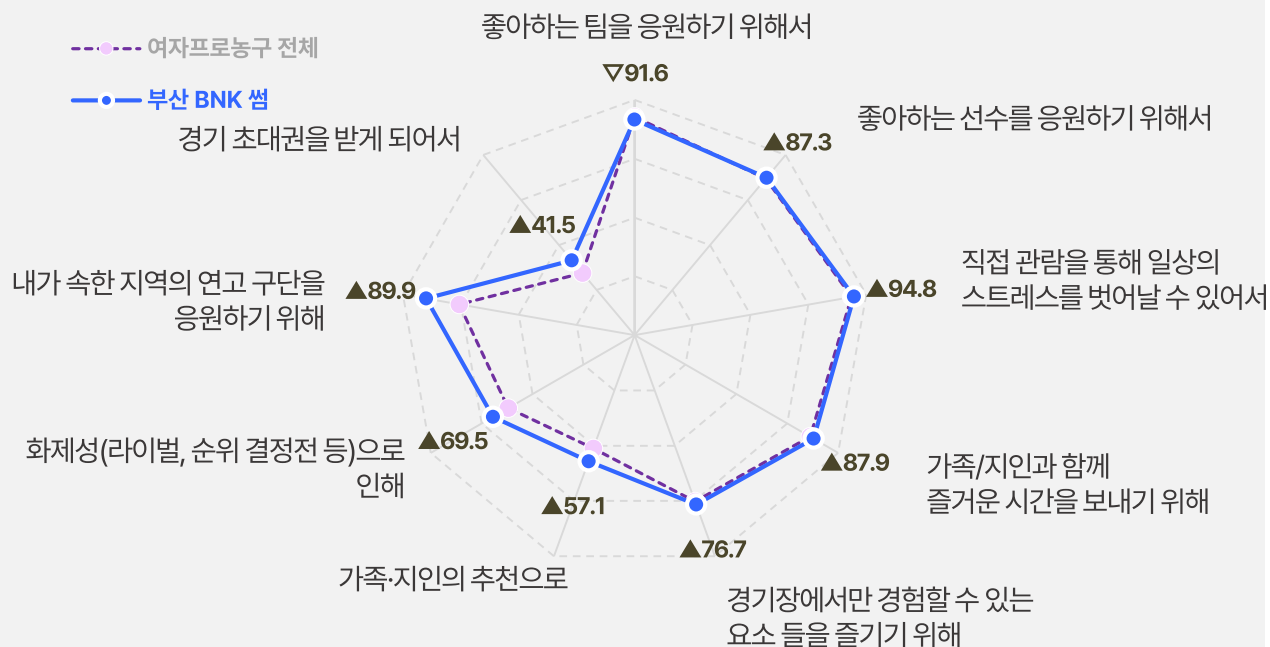
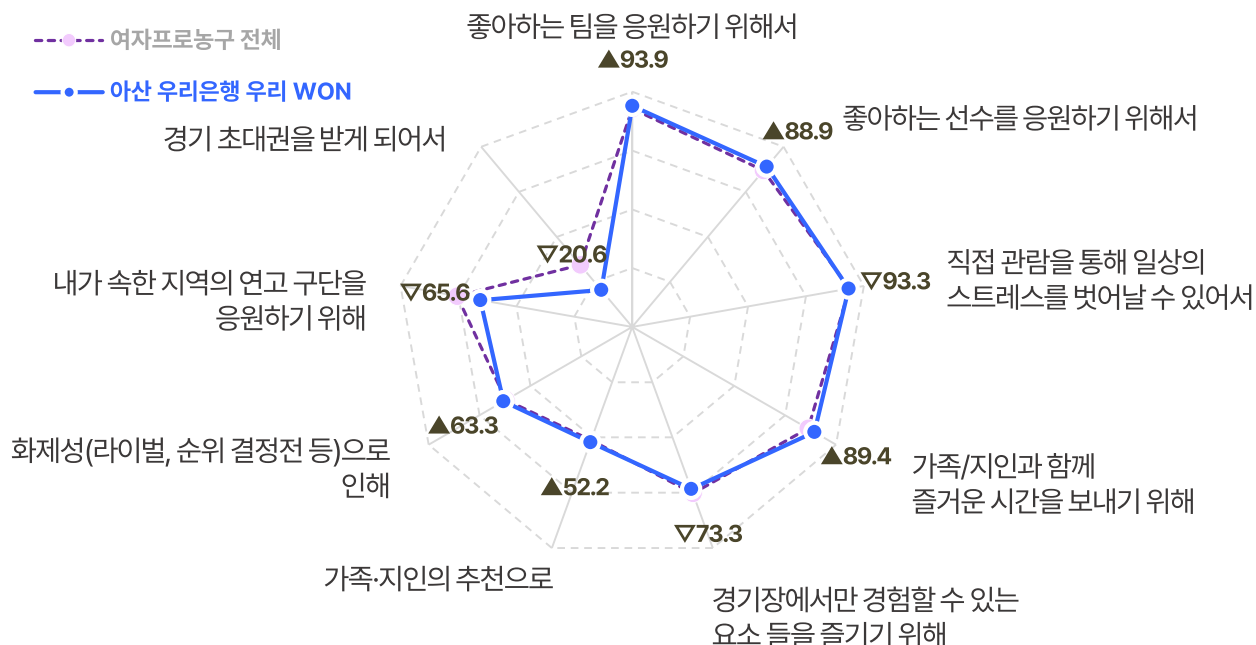
※ ▲: 여자농구 전체 값 대비 높음 / ▽: 여자 농구 전체 값 대비 낮음

경기장 방문 이유(직관이유)

여자프로농구 관람객은 주로
'직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서',
'좋아하는 팀을 응원하기 위해' 농구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

- 2024년 여자프로농구 구단별 관람객들이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
- 아산 우리은행 우리WON 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임
- 부산 BNK 썸 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'와 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'의 순임

(단위:%)



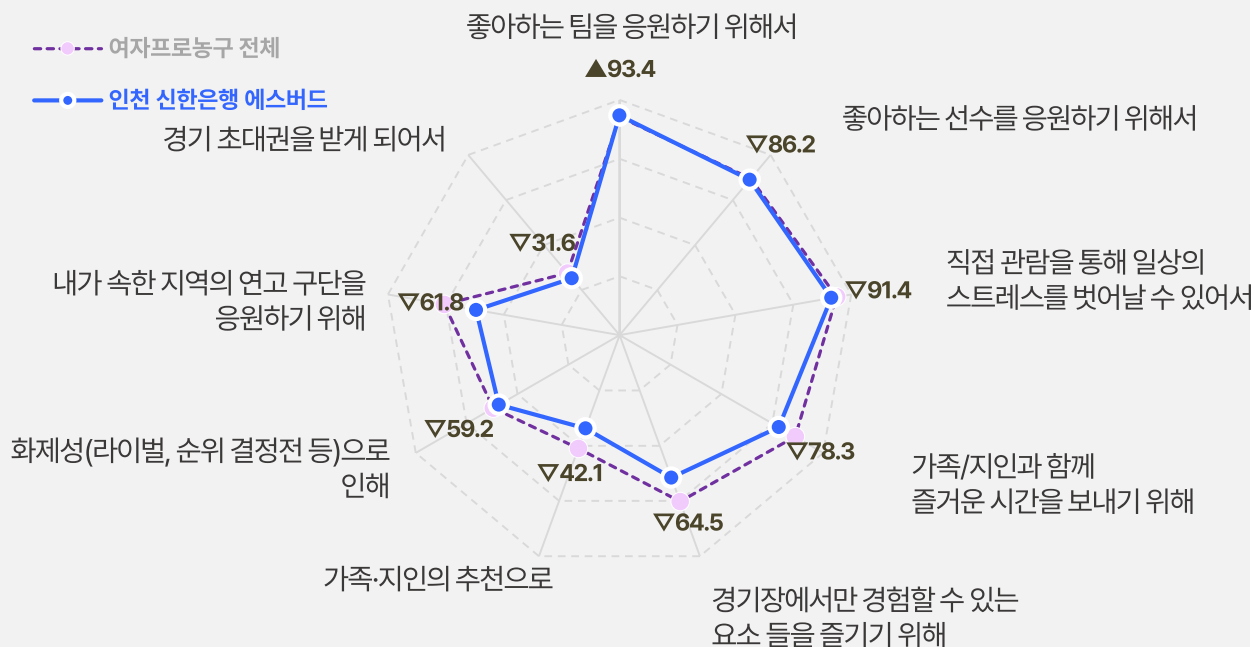
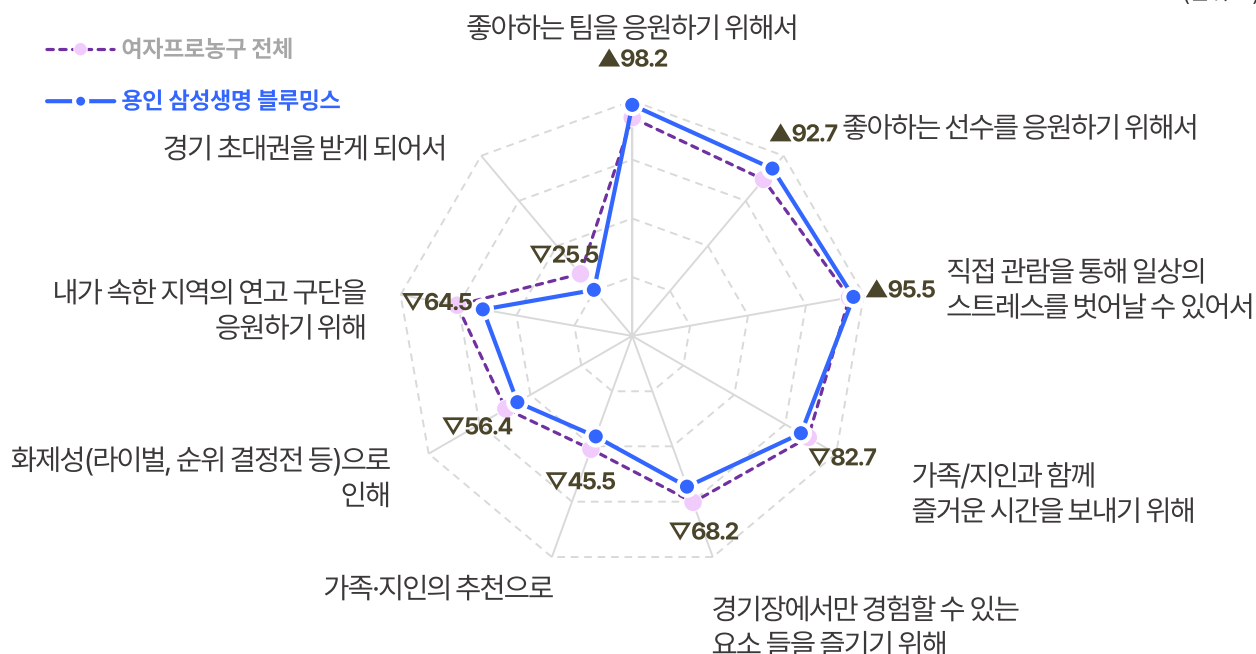
* ▲: 여자농구 전체 값 대비 높음 / ▽: 여자농구 전체 값 대비 낮음

경기장 방문 이유(직관이유)

여자프로농구 관람객은 주로
'직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서',
'좋아하는 팀을 응원하기 위해' 농구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

- 2024년 여자프로농구 구단별 관람객들이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
- 용인 삼성생명 블루밍스 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '좋아하는 선수를 응원하기 위해서'의 순임
- 인천 신한은행 에스버드 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임

(단위:%)

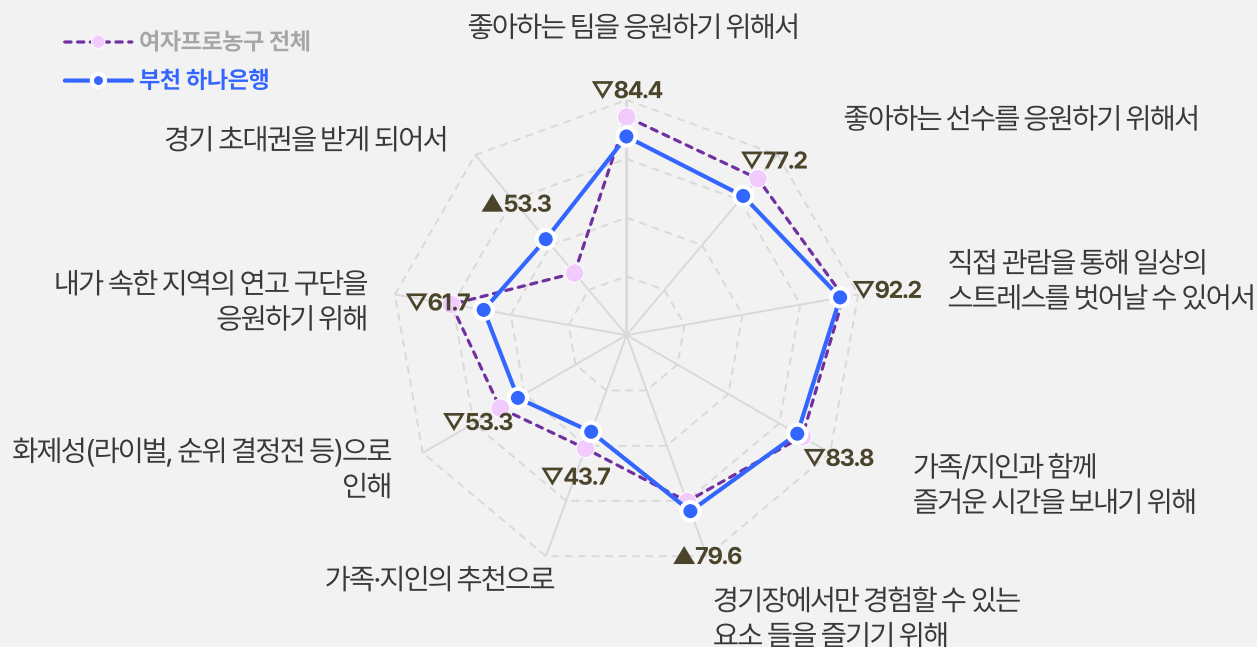
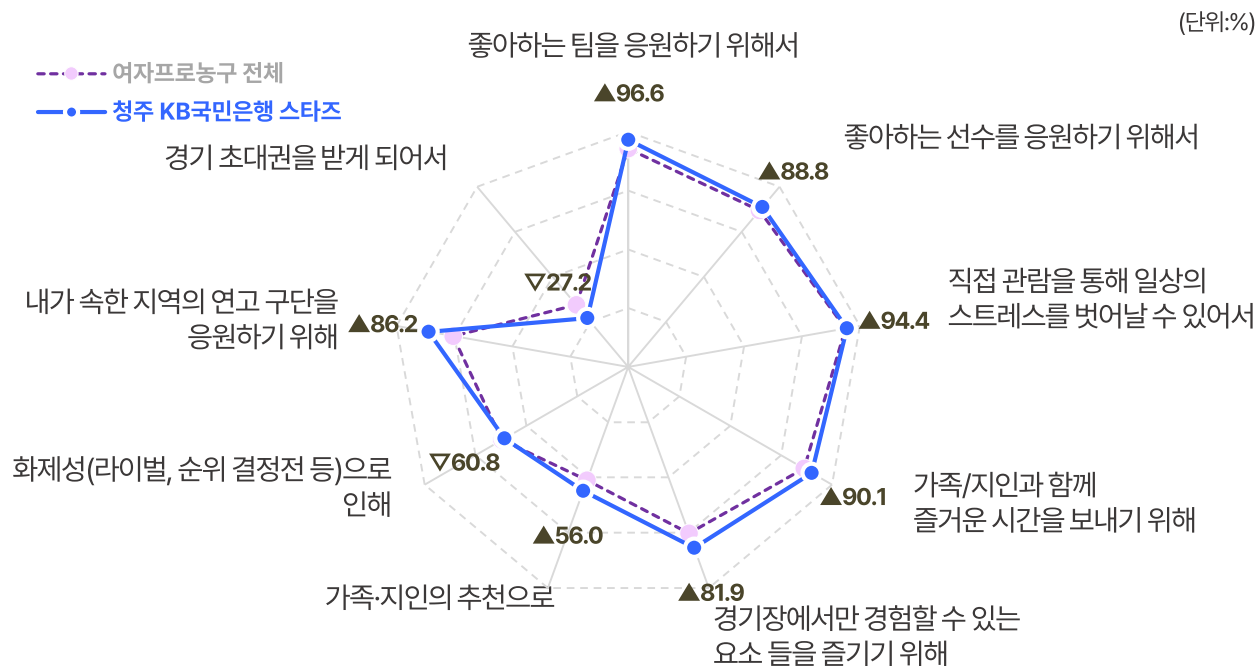


* ▲: 여자농구 전체 값 대비 높음 / ▽: 여자농구 전체 값 대비 낮음

경기장 방문 이유(직관이유)

여자프로농구 관람객은 주로
'직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서',
'좋아하는 팀을 응원하기 위해' 농구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

- 2024년 여자프로농구 구단별 관람객들이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
- 청주 KB국민은행 스타즈 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서'의 순임
- 부천 하나은행 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'가 가장 높았고, '경기 초대권을 받게 되어서'는 전체 평균 보다 매우 높은 특징을 보임

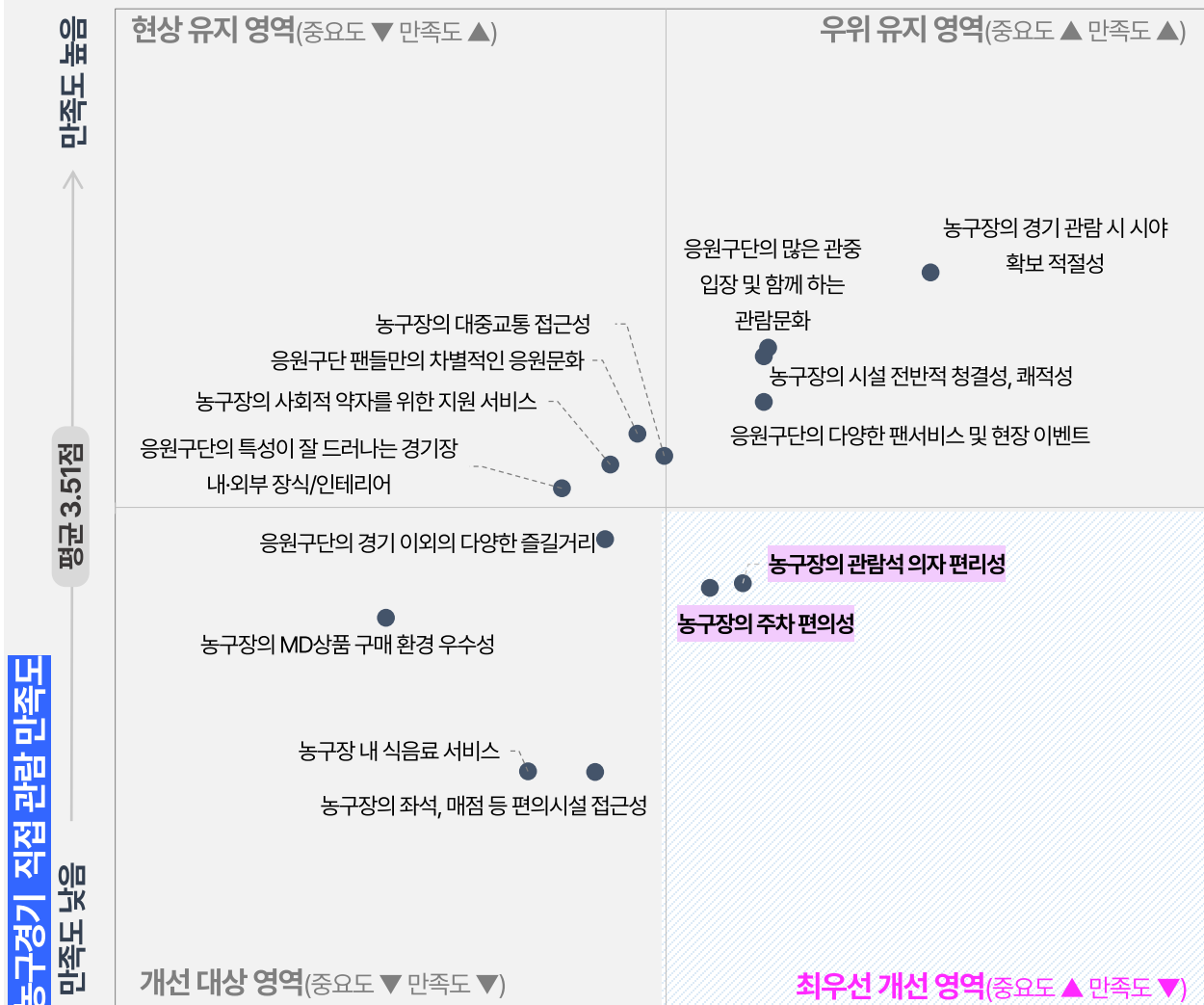


경기관람 속성별 평가

여자 농구 경기 관람 속성 중 우위 유지 영역은 '경기 관람 시 시야 확보 적절성', '응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화', '농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성', '응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트' 임

- : 여자프로농구 관람 시 각 항목의 만족도와 중요도를 살펴보면,
- '(경기장) 농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성', '(구단) 응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화',
- : '(경기장) 농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성', '(구단) 응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트' 항목의
- : 중요도와 만족도 모두 높게 나타남(우위 유지 영역)
- : 최우선으로 개선이 필요한 항목은 '(경기장) 농구장 관람석 의자 편리성', '(경기장) 농구장의 주차 편의성' 임

여자프로농구 구단 전체

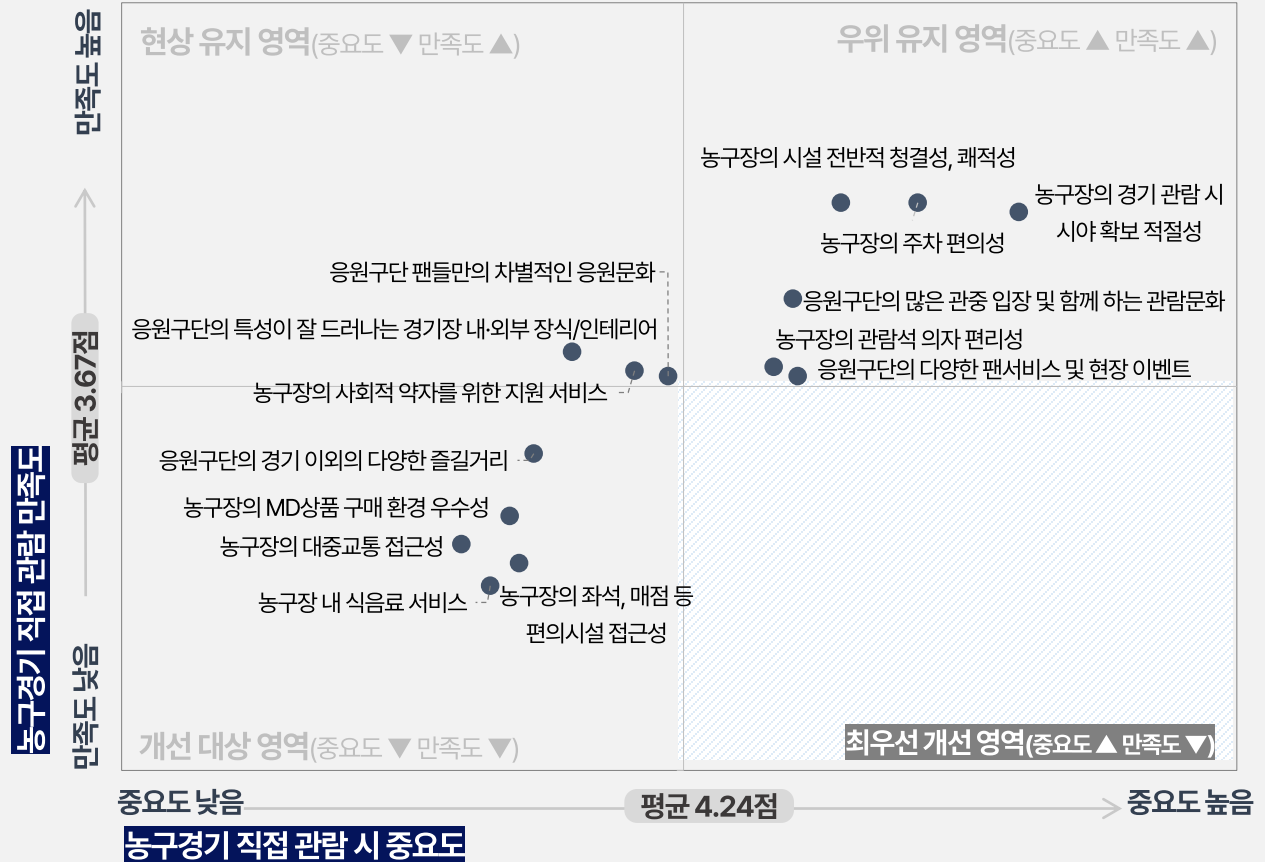


(5점 만점 기준, 5점에 가까울수록 긍정평가임)

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

아산 우리은행
우리 WON

아산 우리은행 우리WON 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과,
경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 없음



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 사회적 약자를 위한 자원 서비스	4.18	3.72
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.22	3.70
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.11	3.77

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.42	4.21
농구장의 관람석 의자 편리성	4.34	3.73
농구장의 주차 편의성	4.51	4.21
농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.63	4.18
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.37	3.70
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.37	3.93

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 대중교통 접근성	3.98	3.21
농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.05	3.15
농구장의 MD상품 구매 환경 우수성	4.04	3.29
농구장 내 식음료 서비스	4.02	3.08
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.07	3.47

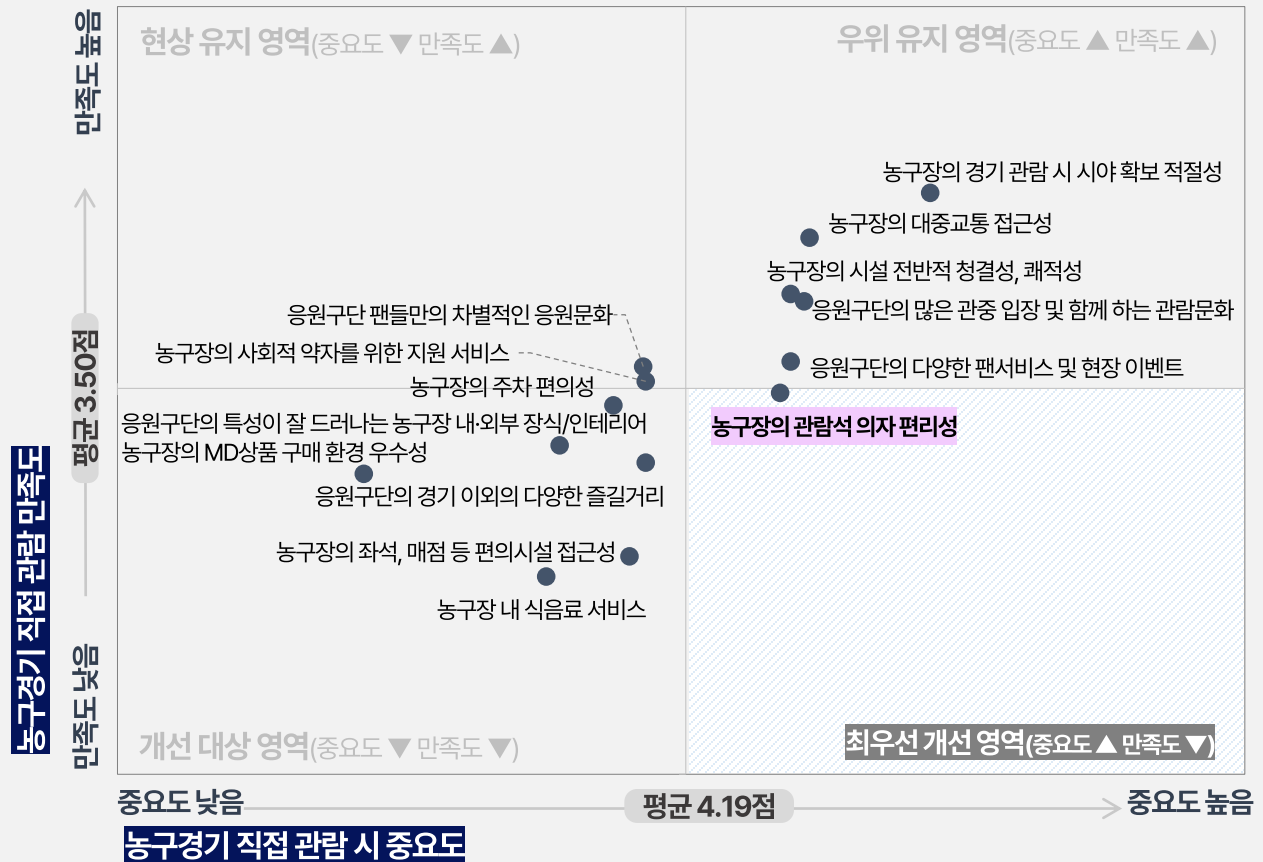
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

중요도 만족도

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

부산 BNK 썸

부산 BNK 썸 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '농구장의 관람석 의자 편리성' 임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.15	3.52
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.14	3.55

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.30	3.72
농구장의 대중교통 접근성	4.32	3.85
농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.45	3.95
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.30	3.56
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.32	3.70

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 주차 편의성	4.11	3.46
농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.13	3.11
농구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.84	3.30
농구장 내 식음료 서비스	4.04	3.07
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.15	3.33
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.05	3.37

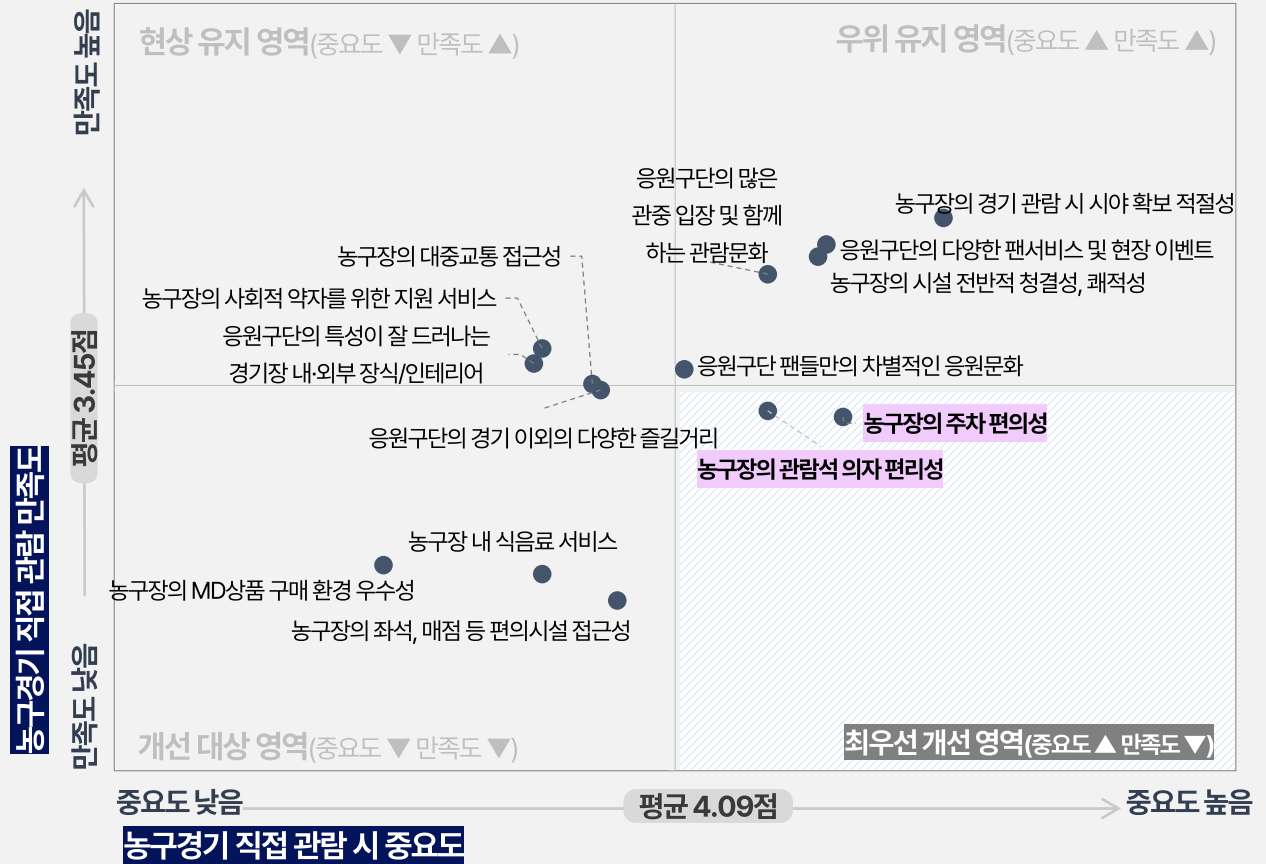
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 관람석 의자 편리성	4.29	3.49

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

용인 삼성생명 블루밍스

용인 삼성생명 블루밍스 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '농구장의 주차 편의성', '농구장의 관람석 의자 편리성' 임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 대중교통 접근성	4.00	3.45
농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	3.95	3.56
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	3.94	3.52

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.25	3.85
농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.38	3.96
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.25	3.88
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.19	3.79
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.10	3.50

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.03	2.79
농구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.77	2.90
농구장 내 식음료 서비스	3.95	2.87
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.01	3.44

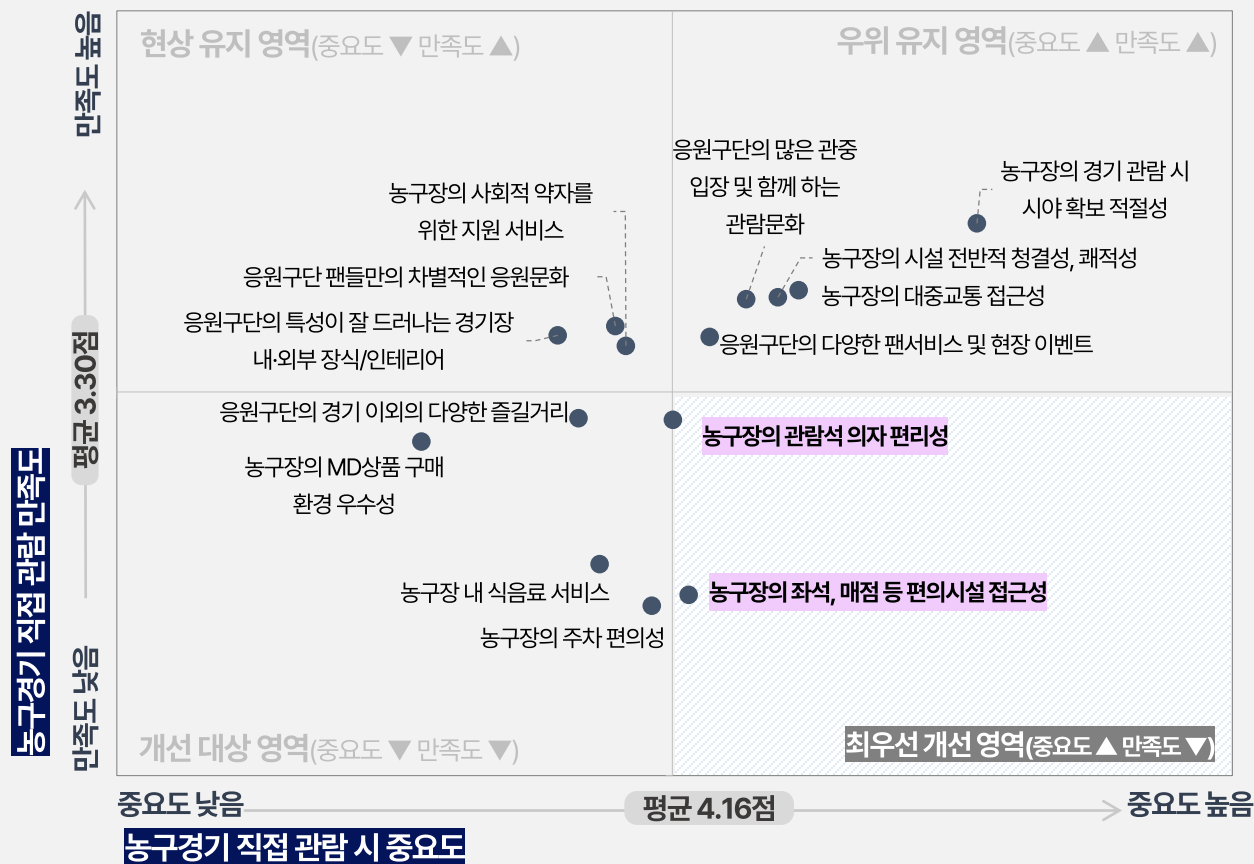
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 관람석 의자 편리성	4.19	3.37
농구장의 주차 편의성	4.27	3.35

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

인천 신한은행
에스버드

인천 신한은행 에스버드 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '농구장의 관람석 의자 편리성', '농구장의 좌석, 매점 등 편의 시설 접근성' 임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.10	3.47
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.09	3.54
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.01	3.51

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.29	3.64
농구장의 대중교통 접근성	4.32	3.67
농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.54	3.91
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.20	3.50
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.25	3.64

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 주차 편의성	4.13	2.52
농구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.84	3.12
농구장 내 식음료 서비스	4.07	2.67
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.04	3.20

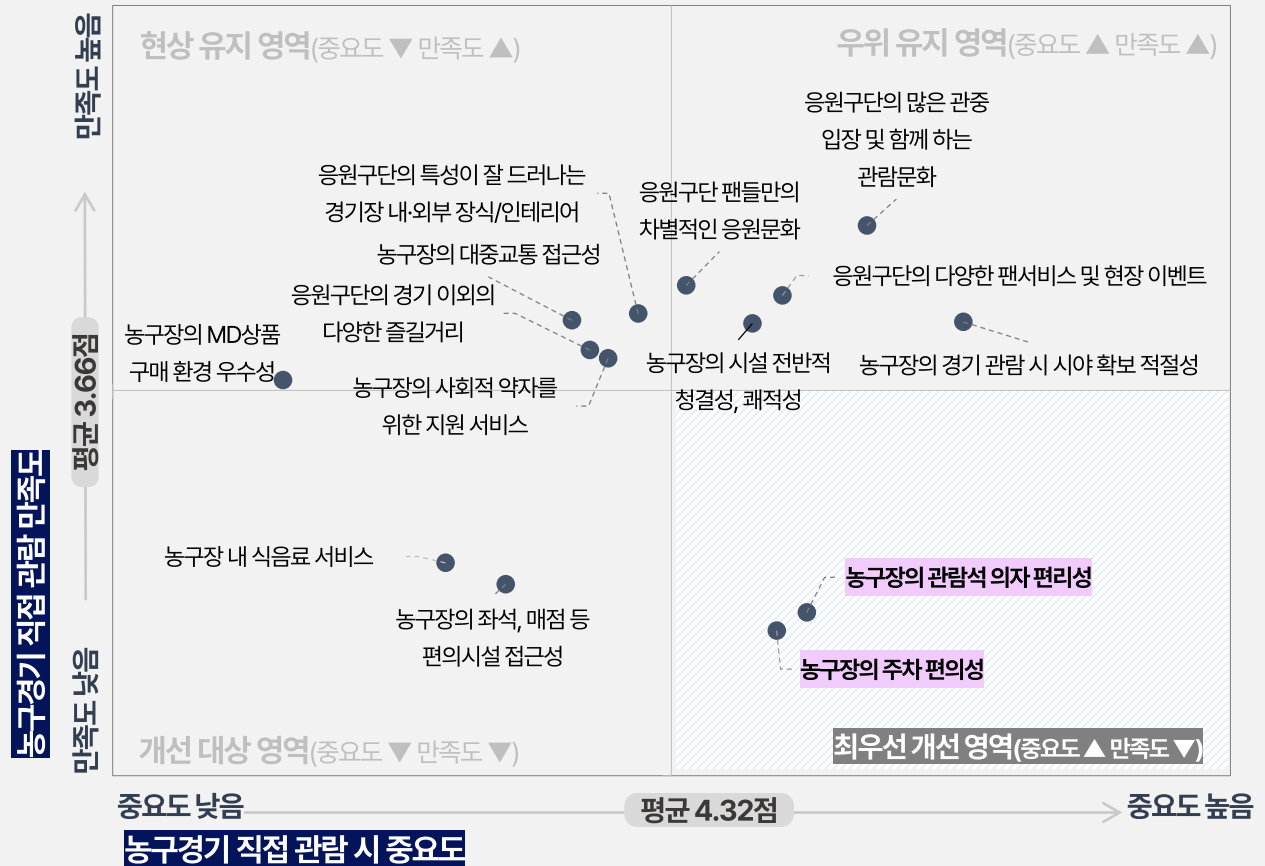
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 관람석 의자 편리성	4.16	3.20
농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.18	2.56

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

청주KB국민은행
스타즈

청주 KB국민은행 스타즈 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '농구장 주차 편의성', '농구장의 관람석 의자 편리성' 임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 대중교통 접근성	4.26	3.86
농구장의 MD상품 구매 환경 우수성	4.05	3.71
농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.28	3.76
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.27	3.78
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.31	3.88

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.39	3.85
농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.54	3.86
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.41	3.93
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.47	4.11
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.34	3.95

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
경기장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.21	3.18
경기장 내 식음료 서비스	4.17	3.23

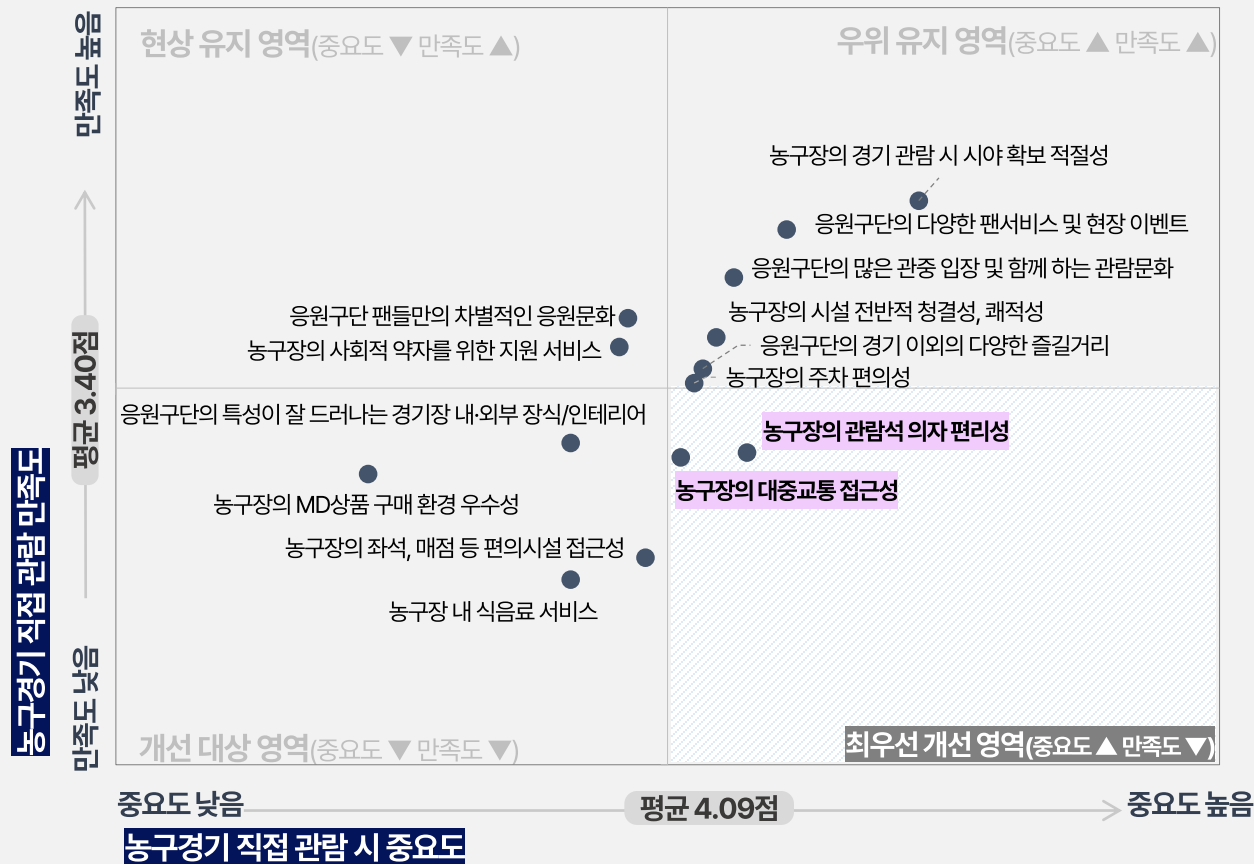
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 관람석 의자 편리성	4.43	3.10
농구장 주차 편의성	4.41	3.06

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

부천 하나은행

부천 하나은행 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '관람석 의자 편리성', '대중 교통 접근성' 임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.02	3.50
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.04	3.57

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.16	3.53
농구장의 주차 편의성	4.13	3.41
농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.43	3.87
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.25	3.80
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.14	3.45
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.18	3.68

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.06	2.98
농구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.68	3.19
농구장 내 식음료 서비스	3.96	2.92
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	3.96	3.26

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

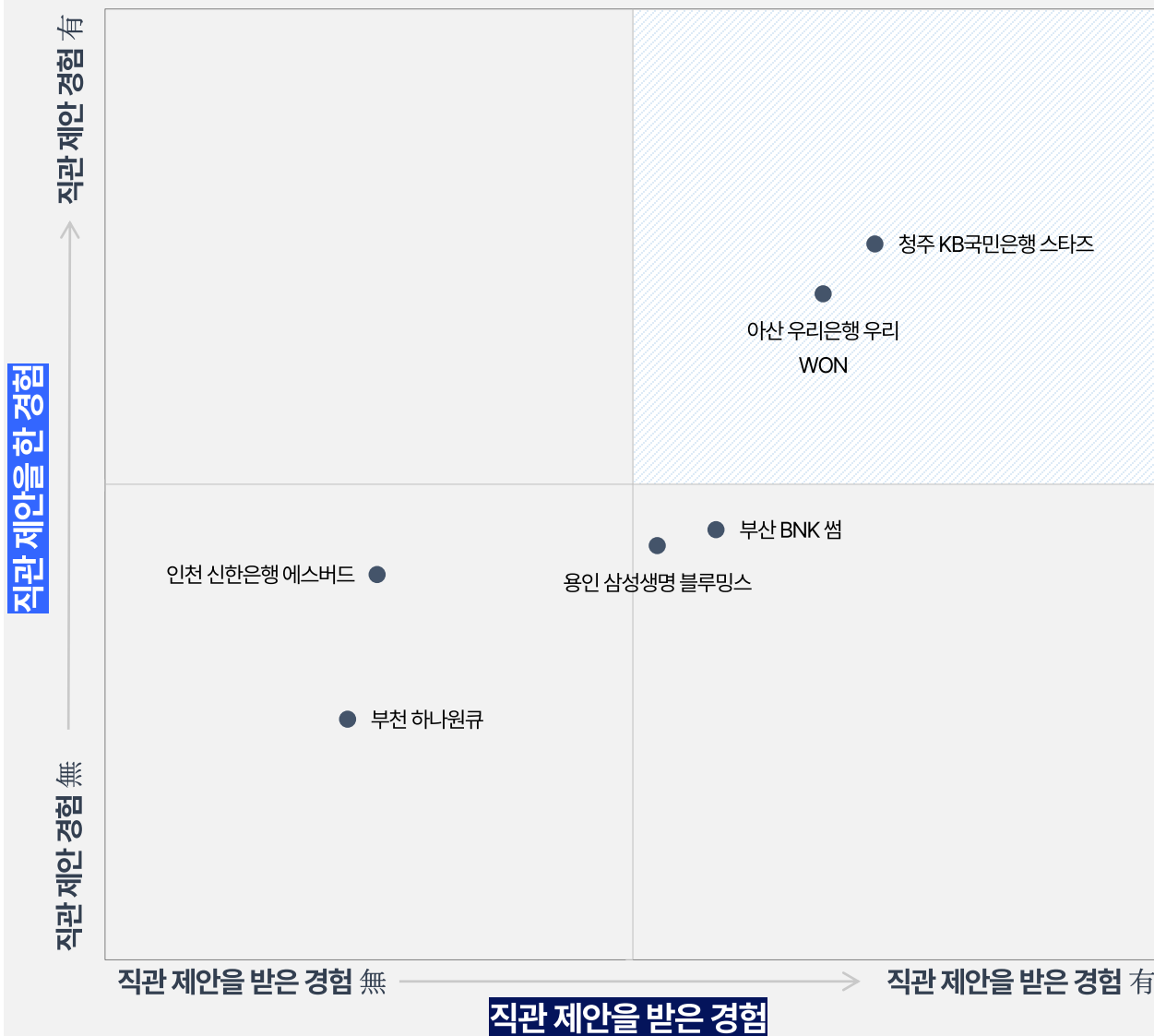
	중요도	만족도
농구장의 관람석 의자 편리성	4.20	3.24
농구장의 대중교통 접근성	4.11	3.23

경기 직관 제안

여자프로농구 직관 제안을 한 경험과 직관을 제안한 경험이 모두 많은 구단은 '청주 KB 국민은행 스타즈', '아산 우리은행 우리 WON'

- 여자프로농구 관람객들의 직관 제안을 한 경험과 직관 제안을 받은 경험을 교차로 살펴보면 타인에게 직관 제안을 한 경험과 농구 경기 직관을 제안 받은 경험 모두 있는 관람객이 많은 구단은 '청주 KB 국민은행 스타즈', '아산 우리은행 우리 WON'
- 타인으로부터 직관 제안을 받은 적은 있지만 직관을 제안한 경험은 없는 관람객이 많은 구단은 '부산 BNK 썸', '용인 삼성생명 블루밍스'임

여자프로농구 구단 전체





KPSA
한국프로스포츠협회