

태안군 어촌체험마을 재방문의향에 관한 연구¹⁾

김종화 | 충남발전연구원 책임연구원

태안군 어촌체험마을 재방문의향에 관한 연구



I. 서론

최근 어업·수산업 등의 산업적 패러다임이 어촌·어항 등의 공간적 패러다임으로 전환되면서 어촌의 유·무형의 자원을 이용하여 어업인 소득을 올리는 어촌체험마을에 대한 관심이 지속적으로 높아지고 있다. 특히, 해양수산부에 따르면 2013년 90개의 어촌체험마을에 약 95만명이 방문하여 228억원을 사용하여 전년대비 체험객은 27%, 체험소득은 28% 증가하여 도어교류, 어업인 소득향상 측면에서 그 효과가 증명되고 있다. 또 다양한 체험과 프로그램 개발을 통하여 도시민을 어촌으로 유인하기 위한 노력이 지속되고 있다.

그러나 어촌체험마을의 수가 증가하고, 규모화되고, 다양한 편의시설과 프로그램이 들어서면서 방문객의 눈높이와 요구수준이 점점 높아져 어촌체험마을에서 이를 충족시키기에는 어려움이 크다. 또 인근 어촌체험마을 내의 구성원간의 갈등과 인근 체험마을과의 경쟁구도 형성 등으로 내외적인 요인에 의한 운영 상의 어려움을 겪고 있다.

이러한 어려움을 극복하기 위하여 선행연구에서는 마케팅적 관점에서 방문객의 성향을 분석하고 유인하기 위한 방안을 제시하였다. 먼저, 손재영(2008)은 컨조인트 분석기법을 이용하여 어촌체험마을에 적합한 어촌관광상품의 속성을 도출하였다. 어촌관광상품 선택속성의 중요도는 어업 및 생태체험활동, 레포츠활동, 음식, 가격 순이었으며, 속성수준에서 어업 및 생태체험활동은 어패류 및 해조류 채취, 레포츠활동은 육상레포츠, 음식은 자가 취사 및 매식, 가격은 20만원이 가장 효용이 높은 것으로 나타났다. 문성배(2009)는 2006년까지 영남지역에서 조성된 어촌체험마을 체험객을 대상으로 설문조사를 실시하였

다. 설문결과 체험객은 주로 초등학교 자녀를 동반하는 3~10명 단위이고 인터넷을 통하여 어촌체험마을의 정보를 수집하고 주간에만 방문하는 관광형태가 많은 것으로 나타났다. 김봉태 외(2010)는 어촌체험이 잠재적 수요자인 일반 도시민을 대상으로 어촌체험마을에 대한 인식조사를 실시하였다. 조사결과, 잠재적 수요자가 약 200만명에 이르고 도시민의 질적 수요를 충족시키기 위한 체험프로그램, 편의시설, 교통여건 개선 등이 필요하다고 하였다. 신동주(2011)는 어촌체험마을에 대한 종단적 시간비교연구를 통하여 수요측면에서의 시간흐름에 따라 관광객의 방문동기가 만족도에 미치는 영향을 파악하였다. 그 결과, 2008년과 2010년에 공통적으로 어촌체험, 교육·문화, 휴식이 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김석영 외(2011)는 어촌체험, 환경의식지각과 체험만족간의 영향관계를 분석하였다. 분석결과, 어촌체험의 체험적 요소가 높고, 환경의식을 높게 지각하는 관광객일수록 체험만족에 영향을 미친다고 하였다. 이용일(2012)은 어촌체험에서 경험하는 신기성 특성이 만족도와 재방문에 어떻게 영향을 미치는지 분석하였다. 그 결과, 일탈성이 만족도와 재방문에 영향을 미치고, 재방문은 만족도와 인과관계에 있는 것으로 나타났다.

선행연구에서는 다양한 관측변수를 통하여 방문객의 속성, 방문요인, 만족요인 등을 도출하였다. 또 환경의식, 신기성 등 어촌체험마을이 갖고 있을 다양한 특성과 만족도간의 인과관계를 파악하기 위하여 노력하였다. 그러나 선행연구에서는 방문객의 재방문의향과 관련된 연구가 부족하다. 재방문의향은 어촌체험 경험이 있는 방문객의 만족도를 대변하고, 가까운 미래의 잠재적 고객층에 대한 수요를 파악할 수 있다는 점에서 중요한 마케팅 요인으로 작용할 수 있다. 선행연구에서는 이용일(2012)이 신기성과 만족도, 재방문의 인과관계를 파악했으나, 이는 신기성이라는 특성에 한정되었기에 그 외 요인(심미, 교육, 오락, 편의성 등)이 고려되지 않았다는 점이 한계로 지적될 수 있다. 따라서 본 연구에서는 기존 선행연구를 바탕으로 방문객의 특성을 나타낼 수 있는 요인을 파악하고, 이러한 요인이 방문객의 재방문의향에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 이는 가까운 미래의 잠재적이고 충성도가 높은 방문객의 성향을 파악하기 위함이다.

II. 어촌체험마을의 현황

어촌관광이란 어촌·도서지역의 자연적, 역사적, 문화적 관광자원의 중요성을 인식하고 이를 어메니티(Amenity)로 개발하여 활용하는 관광형태이며, 블루 투어리즘(Blue tourism)이라고도 한다(이계열, 2010). 그리고 어촌체험마을은 어촌관광의 공간적 영역으로 어촌에서 향유하고 체험할 수 있는 자원을 활용하여 도어교류를 촉진하고 이가소득을 창출하는 마을단위 경영체라고 할 수 있다(양길승 외, 2009).

1) 본 연구는 김종화·조은정(2014) 「어촌체험마을 방문객 유형화에 관한 연구: 충남 태안군 어촌체험마을을 중심으로」의 데이터를 재이용하여 분석하였음.



해양수산부는 어업체험을 중심으로 어촌의 자연환경, 생활문화 등과 연계한 관광기반시설 조성을 통한 어업인 소득증대와 어촌경제 활성화를 도모하기 위하여 2001년부터 어촌체험마을 지원사업을 실시 중에 있다(해양수산부, 2014). 2013년까지 해양수산부로부터 어촌체험마을로 지정받은 어촌 수는 122개소이며, 이 중 운영이 미흡하고 유명무실하여 지정이 해제된 22개소를 제외하면 총 100개소의 어촌체험마을이 운영 중에 있다. 어촌체험마을 가장 많은 지역은 전남이고, 경남, 충남·강원, 경기·경북순이다 [표 1].

〈표 1〉 해양수산부 지정 어촌체험마을 현황

구분	계	부산	인천	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
2013년	122	3	5	0	10	11	1	11	7	35	10	20	9
해 제	-22	0	-2	0	-1	-4	-1	-3	0	-6	-3	0	-2
소 계	100	3	3	0	9	7	0	8	7	29	7	20	7

자료: 해양수산부 정보사전공개자료, 2014.

III. 연구방법

1. 자료수집 및 분석방법

본 연구에서는 자연환경이나 기후, 교통 및 인프라, 정주·생활여건 등의 매개변수를 통제하기 위하여 동일한 법정리에 위치한 어촌계를 중심으로 설문조사를 실시하였다. 조사대상지는 충남 태안군 안면읍 중장리의 병술만과 대야도 어촌계이다. 설문조사는 2013년 10월 11일부터 30일까지 대전리서치를 통하여 실시되었으며 총 277명의 응답자로부터 데이터를 수집하였다. 설문형태는 리커트(Likert) 5점 척도를 이용하고, 분석모델은 구조방정식모델(Structural Equation Modeling)을 이용하였다. 그리고 연구의 타당성과 신뢰성 검증을 위하여 확인적 요인분석과 신뢰도 검증을 실시하였다. 통계프로그램은 AMOS 18을 이용하였다.

2. 측정변수 및 가설 설정

본 연구에서는 어촌체험마을 재방문의향을 측정하기 위하여 선행연구에 근거하여 심미성, 체험성, 편의성, 지역성을 인과관계에 있는 요인으로 선정하였다. 먼저, 재방문의향은 한 개인이 과거에 1회 이상 방문한 경험이 있는 지역을 재차 방문하려는 의향이다(김상원, 2012). 재방문의향은 방문 경험이 있는 고객이 미래에도 제공된 서비스를 만족하며 이용할 수 있는 가능성을 말하며(Brady et al., 2001; 이승익

외, 2009 재인용), 미래에 지속적으로 선호하는 제품이나 서비스를 재구매하는 행동이다(Oliver, 1997; 최영진, 2014 재인용). 이용일(2012), 최영진(2014)을 참고하여 재방문 의사, 만족여부, 체험비용 상승에 따른 재방문 의사에 대하여 측정변수로 설정하였다.

둘째, 심미성은 어촌에서 방문객의 시·지각에 의해 발생하는 감성 주도적 평가반응이다(Hassenzahl, 2008 오의택 외, 2012 재인용). 김석영 외(2011), 김상현 외(2011), 이용일(2012)을 참고하여 새로운 체험, 모험심을 측정변수로 설정하였다.

셋째, 체험성은 어촌체험을 통하여 지식을 습득하고 즐거움과 기쁨을 얻는 것이다. 어촌체험마을은 어업체험과 전통놀이 등을 통한 지식습득과 오락적 요소를 포함하고 있다. 김중천(2004), 박덕병 외(2005), 문성배(2009), 신동주(2011), 김보균 외(2011)을 참고하여 새로운 지식 습득, 체험프로그램 만족, 전통놀이 기능여부를 측정변수로 설정하였다.

넷째, 편의성은 개인이 특별한 노력을 들이지 않고 특정 시스템으로부터 느낄 수 있는 만족의 정도라고 표현할 수 있다(Davis, 1989). 어촌체험마을에서 편의는 인적·물적 서비스, 접근성, 홍보 및 안내, 시설 및 부대시설 등 다양한 부분에서 표현될 수 있다. 최현석 외(2007), 이계열(2010), 김상현 외(2011)를 통하여 시설위생, 음식가격 적정여부, 주변시설 정비, 주차시설 편리, 주민친절, 휴식공간 보유여부, 지역 향토식품 구매 가능여부를 측정변수로 설정하였다.

다섯째, 지역성이란 특정 지역이 갖고 있는 유·무형의 자원과 자연환경, 관습·풍습, 분위기 등을 통해 표현될 수 있는 지역만의 성질이다. 어촌체험마을은 지역의 유·무형의 자원 및 환경, 관습 등을 지역성을 드러내고 있다. 이샘 외(2009), 김보균 외(2011)를 바탕으로 특산물 또는 기념품 다양성, 향토음식 다양성, 향토음식 맛, 유명축제 여부, 자연경관, 자연환경을 측정변수로 설정하였다.

IV. 연구결과

1. 응답자 속성

본 연구의 응답자는 태안군 안면읍 중장리에 위치한 병술만과 대야도 어촌체험마을 방문객이다. 총 응답자의 수는 277명이고, 이 중 병술만 105명, 대야도 172명이 응답하였다. 유효 응답자의 특성을 보면, 성별은 여성의 비율이 약간 높고, 결혼여부는 기혼비율이 미혼보다 월등히 높다. 연령대는 만 31-50세가 전체의 54.5%를 차지하고, 직업은 회사원이 33.9%로 가장 높다. 학력은 대학이 45.8%로 가장 높고, 소득은 3천만원 초과에서 5천만원 이하의 비율이 67.1%를 차지하고 있다. 응답자의 거주지는 전북 20.2%, 경기 17.7%, 충남 15.9%로 서해안에 거주하는 주민의 비율이 높았다(표 2).



〈표 2〉 응답자의 속성

구 분		빈도	비율(%)	구 분		빈도	비율(%)
나 이	만 18세 ~20세	17	6.1	성 별	남성	134	48.4
	만 21세 ~30세	42	15.2		여성	143	51.6
	만 31세 ~40세	74	26.7	결 혼	미혼	57	20.6
	만 41세 ~50세	77	27.8		기혼	220	79.4
	만 51세 ~60세	46	16.6	조 사 지	병솔만	105	37.9
	만 61세 이상	21	7.6		대야도	172	62.1
직 업	공무원	37	13.4	거 주 지	서울	31	11.2
	회사원	94	33.9		경기	49	17.7
	자영업	55	19.9		대전	38	13.7
	전업주부	52	18.8		충북	41	14.8
	학 생	25	9.0		충남	44	15.9
	교 원	9	3.2		전북	56	20.2
	기 타	5	1.8		기타(강원, 경남, 경북, 광주, 대구, 인천, 전남)	18	6.5
소 득	2천만원이하	6	2.2	학 력	고등학교	102	36.8
	2천만원 초과 ~ 3천만원 이하	43	15.5		전문대	39	14.1
	3천만원 초과 ~ 4천만원 이하	97	35.0		대학	127	45.8
	4천만원 초과 ~ 5천만원 이하	89	32.1		대학원	9	3.2
	5천만원 초과 ~ 6천만원 이하	35	12.6				
	6천만원 초과	7	2.5				

2. 확인적 요인분석

구조방정식모델은 최대우도법(maximum likelihood method)을 이용하여 계측하기 때문에 관측변수에 대한 정규성 검토가 우선적으로 실행되어야 한다. 이를 위하여 정규분포 형태를 따르지 못하는 측정변수를 배제하여 최종적으로 총 22개의 변수가 분석에 이용되었다. 일반적으로 구정방정식모델은 2단계 접근법(Two-step approach)을 통하여 분석하며, 1단계는 잠재변수 단위의 확인적 요인분석(Confirmatory factor analysis)과 상관패스를 통한 측정모델(measurement model)의 적합도 검증이 이루어지게 되고, 2단계는 설계된 모형을 통해 계수를 측정하고 가설채택 여부가 결정된다(김계수, 2010).

본 연구에서는 우선적으로 확인적 요인분석(Confirmatory factor analysis)을 통하여 다항목으로 구성된 현재 모델이 단일모델로서 수용가능한지를 확인하고, 이를 저해하는 측정변수를 제거하였다(송지준, 2009). 또, 확인적 요인분석의 연장선에서 단일차원성이 확인된 요인들을 결합하여 측정모델의 적합도를 검증하였다(송지준, 2009). 이를 위하여 경로계수의 유의성을 판단할 수 있는 C.R.(Critical Ratio)값을 검토하여 통계적 유의성이 없는 변수를 제외하였다. 그 결과, 4개 변수(음식가격 적당, 지역향토식품 구매 편리, 맛있는 향토음식, 유명축제가 제외되어, 최종적으로 18개의 측정변수가 사용되었다.

각 요인의 신뢰성을 Cronbach's α 계수를 통하여 분석하여 각 요인의 α 계수가 0.6을 상회하거나 근사

치로 나타났다. 또한 각 측정변수의 구성개념 신뢰도(CR:Construct reliability)와 평균분산추출값(AVE: Average variance extracted)을 계산하였으며, CR은 일반적인 추천치인 0.7보다 높게 나타났고, AVE는 일반적인 추천치 0.5보다 높거나 근사치에 있어 수렴 타당성(convergent validity)과 내적 일관성(internal consistency)이 확보되었다고 볼 수 있다(김계수, 2010). 또한 측정모형의 적합도가 CMIN/DF=2.003, RMR=0.030, GFI=0.898, AGFI=0.861, IFI=0.868, CFI=0.864, RMSEA=0.060로 대체로 적합한 것으로 나타났다.

〈표 3〉 신뢰도 검증

잠재변수	관측변수	평균	표준편차	CR	AVE	α 계수
심미성	어촌체험마을을 통하여 놀라운 체험을 했음	3.99	0.70	0.807	0.597	0.626
	어촌체험마을을 통하여 새로운 체험을 했음	4.33	0.61			
	어촌체험마을을 통하여 모험심을 느꼈음	3.99	0.68			
체험성	어촌체험으로 새로운 지식을 습득하였음	4.09	0.63	0.793	0.563	0.604
	어촌체험프로그램에 만족함	4.08	0.60			
	어촌체험으로 전통놀이를 즐길 수 있었음	3.92	0.69			
편의성	체험시설이 위생적이고 깨끗함	4.00	0.72	0.806	0.456	0.674
	주변시설이 정비되어 있음	3.90	0.79			
	주차시설이 편리함	4.01	0.71			
	주민들이 친절하고 서비스가 좋음	4.30	0.64			
	휴식공간이 잘 마련되어 있음	3.76	0.67			
지역성	특산품 또는 기념품이 다양함	4.15	0.66	0.799	0.501	0.605
	향토음식이 다양함	4.03	0.62			
	자연경관이 뛰어나	4.31	0.63			
	자연환경이 좋음	4.34	0.61			
재방문의향	기회가 되면 다시 지금의 어촌체험마을 방문할 것임	4.33	0.56	0.813	0.597	0.581
	지금 어촌체험마을에 전반적으로 만족함	4.25	0.56			
	체험비용이 오르더라도 지금을 어촌체험마을을 방문할 것임	3.92	0.62			

3. 분석결과

먼저, 본 연구모델에서의 외생잠재변수간의 상관계수는 0.313~0.735로 일반적으로 다중공선성이 있다고 보여지는 0.9에 미치지 못하고 있다(豊田, 2003). 또한 연구모델의 전체적인 적합도는 [표 4]와 같이 대체로 수용가능한 수치를 보여주고 있다.

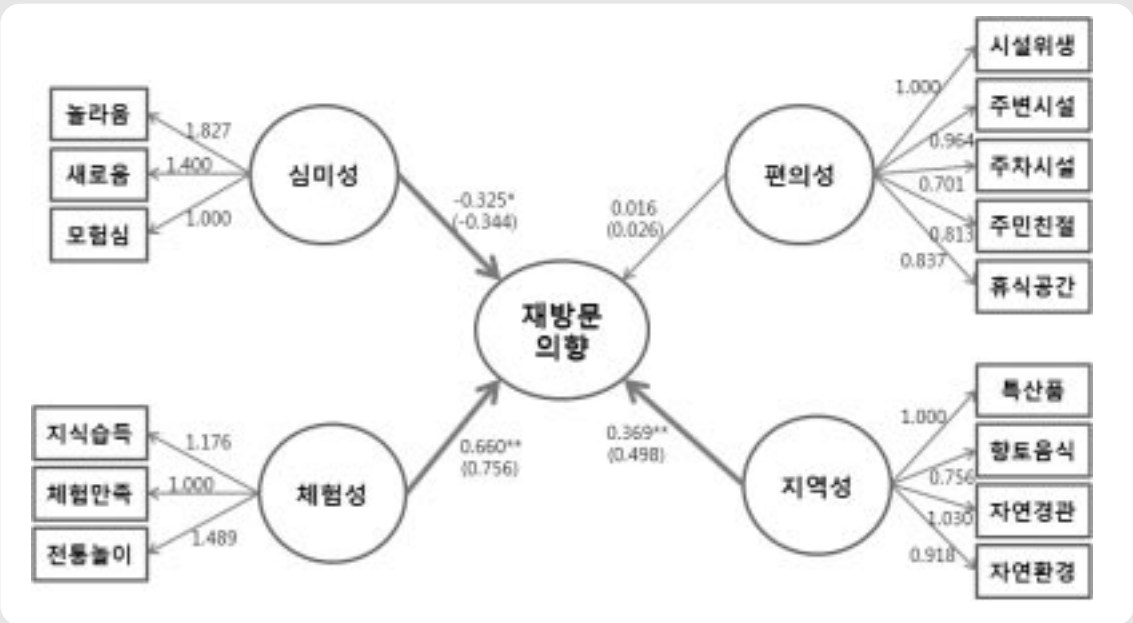
가설 1 '심미성은 재방문의향에 유의한 영향을 미친다'는 채택되었다. 어촌체험마을을 통하여 느낀 놀라움, 새로움, 모험심이라는 심미적 요소는 재방문의향과 유의한 인과관계에 있으며, 이는 김석영 외(2011)와 동일한 결과이다. 그러나 김석영 외(2011)와 다르게 계수의 부호가 마이너스(-)인 것으로 나타나 재방문에 의한 심미적 감정의 발생이 나타나는 것을 보여주고 있다.



가설 2 ‘체험성은 재방문의향에 유의한 영향을 미친다’는 채택되었다. 어촌체험을 통해 새로운 지식을 습득하고, 전통놀이를 즐기며, 그것에 만족함에 따라 방문객의 재방문의향에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 김석영 외(2011), 김보균 외(2011)와 같은 결과로 어촌체험마을에서 체험의 중요성을 보여주고 있다.

가설 3 ‘편의성은 재방문의향에 유의한 영향을 미친다’는 기각되었다. 체험시설과 부대시설, 주민친절은 방문객의 재방문의향에 유의한 영향을 주지 못한다. 이는 김보균 외(2011)이 농촌체험마을에서 편의성을 나타내는 기반시설이 방문객의 재방문의향에 영향을 미친다는 논문과 대비된다. 그러나 어촌체험마을 경우, 지난 10여년간 정책적인 지원아래 구성되어 체험시설이나 부대시설이 대체로 갖추어져 있고, 조성마을 선정에서 주민역량이 고려되었다는 점에서 어촌마을 차별성으로 대두될 수 없음을 보여주고 있다.

가설 4 ‘지역성은 재방문의향에 유의한 영향을 미친다’는 채택되었다. 특산물 및 향토음식, 자연경관과 환경이 방문객의 재방문의향에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 김보균 외(2011)와 동일한 결과로 지역의 향토성과 자연경관·환경이 어촌체험마을을 찾는 방문객에게 주된 요소가 될 수 있음을 보여주고 있다.



〈그림 1〉 재방문의향에 대한 패스

〈표 4〉 연구모델 분석

가설	비표준화계수	표준화계수	t값	p값
H1 심미성 → 재방문의향	-0.325	-0.344	-1.813	0.070*
H2 체험성 → 재방문의향	0.660	0.756	3.178	0.001**
H3 편의성 → 재방문의향	0.016	0.026	0.149	0.882
H4 지역성 → 재방문의향	0.369	0.498	2.640	0.008**
모형 적합도	=250.349(df=125, p=0.00), CMIN/DF=2.003, RMR=0.030, GFI=0.898, AGFI=0.861, IFI=0.868, CFI=0.864, RMSEA=0.060			

이러한 분석결과를 구조화하기 위하여 패스(path)로 표현하면 〈그림 1〉과 같다. 측정변수로부터 재방문의향까지 미치는 경로의 강도를 보면, ① 「전통놀이 체험성 재방문의향」이 0.983, ② 「지식습득 체험성 재방문의향」이 0.777, ③ 「특산물 지역성 재방문의향」이 0.369, ④ 「자연환경 지역성 재방문의향」이 0.334로 나타나, 전통놀이, 지식습득, 특산물, 자연환경 등의 측정변수가 재방문의향에 높은 영향력을 보이고 있는 것으로 나타났다.

V. 장소마케팅 전략 제시

분석결과에 따르면 심미성, 체험성, 지역성이 방문객의 재방문의향에 영향을 주는 것으로 나타났다. 특히, 전통놀이, 지식습득, 특산물, 자연환경 등이 재방문의향의 중요한 요소임을 보여주고 있다. 따라서 방문객의 재방문의향을 높이기 위하여 다음과 같은 장소마케팅 전략이 필요하다.

첫째, 지역자원이 표출하는 지역성으로 방문객을 어필(appeal)해야 한다. 지역의 특산물, 향토음식, 자연경관, 자연환경 등 해당지역을 대표할 수 있는 자원으로 지역성을 표출해야 한다. 이를 위해서는 가능한 지역자원을 방문객이 쉽게 접할 수 있도록 지역정보를 제공해야 하고 지역의 경관, 환경 등에 대한 방문객의 인식을 높여야 한다. 또한, 지역을 대표하는 특산물과 향토음식을 통해 지역 먹거리지도를 만들고, 이를 통한 지역 푸드투어리즘으로의 발전을 도모해 볼 필요가 있다.

둘째, 전통문화와 지식이 결합된 체험프로그램 개발을 통하여 방문객의 만족도를 높여야 한다. 방문객이 전통문화를 체험하고 지식을 습득할 수 있는 기회를 제공해야 한다. 그러기 위해서는 지역의 전통문화 및 유물, 역사, 학문 등에 대한 철저한 고증을 통해 체험 프로그램을 개발해야 한다. 또 개발된 체험 프로그램을 원활히 운영할 수 있도록 인적자원의 개발·확보가 필요하다.

셋째, 방문객의 심미적 감정을 자극할 수 있는 프로모션의 전개가 필요하다. 방문객의 감성을 자극할



수 있는 경관, 시설 프로그램 등의 구비가 필요하다. 방문객의 심미적 감정을 적극 이용하여 놀라움과 새로움을 주고 모험심이 생길 수 있도록 다양한 체험요소를 어촌체험마을 곳곳에 배치해야 한다. 이러한 감정적 요소는 “감성마케팅”과 결합하여 방문객의 호감을 최대한 이끌어 내 마케팅 효과를 극대화시킬 수 있는 방안으로 모색될 필요가 있다.

넷째, 편의시설을 늘리기 보다는 지역적 요소가 가미된 체험프로그램이 더 중요하다. 방문객의 편의성을 찾고자 체험마을을 방문하지 않는다. 그들은 지역의 자연과 경관, 특산품과 향토음식, 전통문화 체험 등을 통한 심미적 감정을 느끼고자 체험마을을 방문하고 있다. 따라서 체험마을의 편의성을 확충하기 위한 투자보다는 방문객의 감성을 자극할 수 있는 콘텐츠 개발이 더 중요하다.

Ⅵ. 결론

본 연구는 어촌체험마을 방문객의 재방문의향에 영향을 미치는 요인을 분석하여 심미성, 체험성, 지역성이 재방문을 위한 중요한 요인임을 밝혔다. 또 세부적으로는 방문객이 느끼는 즐거움, 새로움, 모험심이라는 심미적 감정과, 지식습득, 체험만족, 전통놀이를 통한 체험적 요소, 특산품, 향토음식, 자연경관 및 환경을 통한 지역성이 중요한 요소로 작용하고 있음을 알았다. 그리고 연구결과를 바탕으로 지역성을 표출하고, 전통문화와 지식을 결합한 체험프로그램을 개발하며, 방문객의 심미적 감정을 자극하는 프로모션의 전개가 필요하다고 제안하였다. 반면, 편의성은 방문객의 재방문의향에 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 편의시설 확충 등의 투자만으로 방문객을 유인할 수 없으며, 시설 확충보다는 콘텐츠개발이 더 중요하다고 하였다.

이와 같이 본 연구는 방문객의 재방문의향에 미치는 요인을 명확히 하여 편의성 확충을 위한 투자대신 지역성, 전통문화, 자연경관 등의 “지역”이라는 키워드를 제시하였다는 점에서 의의가 있다. 또 가까운 미래의 잠재적 고객의 요구(needs)를 파악하여 중요한 마케팅 자료로 활용할 수 있다는 점에서 유용성이 크다고 할 있다.

그러나 본 연구는 태안군이라는 지역에 한정되어 있어 지역적 특성이 매개변수로 작용하였음을 완전히 배제할 수 없다. 따라서 후속연구에는 타지역 어촌체험마을 방문객의 재방문의향을 측정하고 요인을 파악하여 본 연구결과와의 비교·분석이 이루어져야 할 것으로 사료된다.

참고문헌

김계수(2010), 『AMOS 18.0 구조방정식 모형 분석, 한나래.
김보균·손호기·이명숙·박인환(2011), "농촌체험마을 방문객 선택속성에 대한 만족과 재방문의사에 미치는 영향", 『농촌지도와 개발』, 제18권제3호, 한국농촌지도학회, pp531-550.
김봉태·이승우(2010), "어촌체험관광에 대한 도시민 수요 특성 분석", 『수산정책연구』, 제8권, 한국해양수산개발원, pp13-33.
김상원(2012), "신혼여행지 재방문 제약협상이 재방문 의사에 미치는 영향: 1970~80년대 제주도 신혼여행 경험자를 중심으로", 『동북아관광연구』, 제8권 제4호, 동북아관광학회, pp149-167.
김상현·엄서호(2011), "농촌관광 체험활동이 서비스품질 만족과 농촌마을에 대한 태도변화에 미치는 영향", 『관광연구저널』, 제25권 제3호, 한국관광연구학회, pp91-108.
김석영·김한주(2011), "어촌체험관광과 환경의식지각이 체험만족에 미치는 영향", 『동북아관광연구』, 제7권 제4호 (통권15호), 동북아관광학회, pp249-269.
김종천(2004) "거제지역의 어가소득증대를 위한 어촌관광 활성화 방안에 관한 연구", 경상대학교 경영대학원 석사학위논문.
문성배(2009), "어촌체험 만족도 설문조사를 통한 어촌체험마을 활성화 방안 연구", 『한국항해항만학회지』, 제33권 제10호, 한국항해항만학회, pp771-776.
박덕병·이혜현(2005), "농촌관광 마을별 농촌관광 체험활동의 특성에 관한 비교연구: 상응분석을 중심으로", 『농촌관광연구』, 제12권 제1호, 한국농촌관광학회, pp141-158.
신동주(2011), "어촌관광 방문동기와 만족도: 장호어촌체험마을의 2008-2010년 비교를 중심으로", 『관광연구』, 제26권 제3호, 대한관광경영학회, pp541-558.
손재영(2008), "컨조인트분석을 이용한 어촌관광 선택속성에 관한연구: 동해안 어촌체험마을을 중심으로", 『해양정책연구』, 제23권 1호, 한국해양수산개발원, pp107-132.
송지준(2009), 『SPSS/AMOS 통계분석방법』, 21세기사.
이계열(2010), "블루투어리즘을 통한 어촌활성화 방안 연구: 삼사면 초도를 중심으로", 『한국도서연구』, 제22권 제4호, 한국도서학회, pp61-80.
이승익·최수근(2009), "패밀리 레스토랑 메뉴 품질이 고객만족, 신뢰, 재방문 의도에 미치는 영향", 『한국조리학회지』, 제15권 제1호, 한국조리학회, pp16-29.
오의택, 박민웅(2012), "스마트폰의 심미성이 사용성에 미치는 영향", 『감성과학』, 제15권 제2호, 한국감성과학회, pp249-258.
이섬·신해식·모영문·신호중(2009), "녹색농촌마을 방문객 성향과 선호도 분석", 『농촌관광연구』, 제16권 제1호, 한국농촌관광학회, pp76-102.
이용일(2012), "어촌체험 마을의 체험 신기성과 방문만족과의 관계", 『한국도서연구』, 제24권 제3호, 한국도서학회, pp151-168.
양길승·문화정(2009), "어촌체험마을 운영실태에 관한 탐색적 연구: 장흥군 수문마을 사례를 중심으로", 『한국도서연구』, 제21권 제2호, 한국도서학회, pp89-108.
최영진(2014), "컨퍼런스 참가자들의 지각가치, 만족도, 재방문 의도에 관한 연구", 『관광연구논총』, 제26권 제2호 (통권 39), 한양대학교 관광연구소, pp29-58.
최현석·박석희(2007), "농촌체험관광마을의 지각된 서비스품질이 충성도에 미치는 영향: 부래미 농촌체험관광마을 사례", 『농촌관광연구』, 제14권 제2호, 한국농촌관광학회, pp23-41.
해양수산부(2014), 2014년 어촌체험마을 운영현황, 정보사전공개자료.
Oliver, R. L.(1997). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer, Columbus, OH: McGraw-Hill.
Brady MK·Robertson DJ·Cronin JJ (2001), Managing behavioral intentions in diverse cultural environments, J international Management 7(2), pp129-149.
Hassenzahl, M. (2008). Aesthetics in interactive products: correlates and consequences of beauty. In: Schifferstein, H., Hekkert, P. (Ed), Product Experience, Elsevier, San Diego, CA, 287-302.
Davis, Fred D. (1989), "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", MISQuarterly, 13(3), pp319-339.
豊田秀樹(2003), 『共分散構造分析(疑問編)』, 朝倉書店, 2003.