

어촌체험마을 방문동기에 관한 연구* : 삼척 장호마을을 중심으로

김은정

강원대학교 산업대학원 석사과정 졸업
micky1010@naver.com

손재영**

강원대학교 관광학과 조교수
sonbal@kangwon.ac.kr

장각현

호텔카지노관광경영학과 부교수
ghchang1957@hanzhong.ac.kr

.....

본 연구는 어촌관광객의 방문동기를 찾아내고 방문동기가 방문객의 만족도에 미치는 영향을 분석하기 위하여 계획되었다. 방문객의 인구통계적 특성, 활동특성, 방문동기, 만족도를 분석하기 위해 어촌 방문객을 대상으로 설문조사를 실시하고 SPSS를 이용해 빈도분석, t-test, 분산분석, 요인분석 및 회귀분석을 실시하였다. 분석결과 어촌관광방문동기로 어촌체험, 신체 및 자아실현, 교육 및 문화, 지위 및 명예, 휴식이라는 5가지 요인이 추출되었다. 방문동기는 인구통계적 특성 및 활동특성에 따라 차이가 있었고, 지위 및 명예요인을 제외한 4개 요인이 방문객의 만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

.....

〈색인어〉 해양관광, 어촌관광마을, 방문동기

I. 서론

21세기 관광활동은 인간의 삶의 질 향상과 더불어 관광활동 형태가 다원화·개별화 되고 있으며 관광객의 욕구는 기존의 단체관광 형태에서 개별관광, 대안관광,

* 이 연구는 김은정(2008)의 석사학위논문 일부를 수정·보완한 것입니다.

** 교신저자

체험관광의 형태로 변화하고 있다. 이러한 최근의 관광형태는 단순히 시각중심의 정적 관광에서 체험을 통해 즐거움을 만끽할 수 있는 동적인 관광의 형태로 변화되는 것이 흐름이다(고종화, 2002).

또한 관광대상 공간도 확대되어 농촌을 배경으로 하는 녹색관광(Green Tourism), 어촌을 배경으로 하는 청색관광(Blue Tourism)의 활성화도 예상된다(김성귀 외, 2001).

어촌관광은 도시민들이 연안과 도서지역의 어촌에 머물며 어민들의 일상생활을 체험하고 해양문화를 이해하며 여가를 즐기는 것을 말한다. 해양문화를 자원으로 하는 어촌관광은 육지에서 생활하는 도시민들에게 매우 독특하고 이국적인 정취를 준다. 이미 일반화되고 있는 녹색관광은 물론 푸른 바다와 해안이 있는 청색관광까지 겸한 것이 어촌관광의 장점이다(김준, 2005).

우리나라 어촌은 독특한 전통과 도시에서 누리지 못하는 자연조건 등 친수공간을 유지하고 있어 어업 외 소득으로써 어촌관광이 발전할 수 있는 여건을 갖추고 있으며, 주 5일제 근무와 소득증대로 인하여 도시민들도 복잡하고 오염된 도시환경에서 떠나 어촌의 자연환경과 고유한 생활방식 및 문화를 체험할 수 있는 대안적 관광에 대한 수요가 커지고 있으며, 향후 그 수요는 급속히 증가할 것으로 예상된다(강철승, 2006).

또한 우리나라는 3170개의 섬과 1만1542km의 해안선, 2393km의 갯벌, 2240여개의 어항 및 포구, 360여개의 해수욕장 등을 갖고 있으며, 이러한 어촌관광 자원의 적극적 활용은 도시와 어촌이 함께 사는 새로운 대안으로 등장하고 있다. 이에 해양부 관계자는 “어촌 관광은 주5일 근무와 함께 늘어나는 여가선용 욕구를 풀어줄 확실한 대안”이라며 “바다가 갖고 있는 무한한 생명력은 일상생활에 치진 도시민들에게 큰 활력을 안겨줄 것”이라고 말했다(국정브리핑, 2005).

현재 해양수산부에서는 어촌관광수요의 증가에 대비하고 어업자원의 감소 및 어장축소, 수입개방화 등으로 어려움을 겪고 있는 어가경제를 활성화시켜 어업 외 소득을 증대시키고자 “어촌·어항 관광 활성화 방안”을 마련하고 어촌체험관광마을 조성사업을 추진하고 있다(최병길, 2005).

또한 정부의 어촌관광을 위한 지원을 보면 어촌의 관광기반이 잘 구비되지 못하여 이를 구축하기 위한 어촌휴양단지조성, 어촌민속관, 해양수산과학관 등의 사업과 지역 테마어촌관광 조성에 힘쓰고 있고, 1999년부터는 어촌체험마을을 지정하여 특성에 맞는 어촌의 육성에 힘을 기울이고 있다. 또한 어촌종합개발사업을 하면서 식당, 숙박시설, 접근도로 개선 등을 지원하여 상당한 효과를 거두고 있다.

2004년에는 “어촌관광진흥종합대책”을 수립하여 3개의 어촌·어항관광개발사업 모

델을 개발하는 등 최근 다각적인 어촌관광 활성화 정책을 추진하고 있다. 이 같은 시설중심의 하드웨어 지원사업 이 외에도 최근에는 어촌관광마을 체험비용을 지원 하는 프로그램 운영, 아름다운 어촌마을 100선 선정 및 홍보사업, 어촌체험마을 컨설팅사업 등도 이루어지고 있다(김성귀, 2006).

그러나 이에 대응한 학술적 연구는 크게 이루어지지 않고 있다. 기존 연구에서는 어촌관광의 현황과 문제점, 그리고 이에 대한 정책 개선방안, 개발전략에만 치우치고 있는 실정이며, 어촌관광의 실제 참여자인 어촌관광객에 대한 철저한 분석이 없이 연구가 이루어지고 있으며, 현재 어촌관광에 대한 연구가 절대적으로 부족한 실정이다.

따라서 어촌관광이 지속적으로 성장, 발전하기 위해서는 어촌관광지를 방문하는 관광객들의 방문동기 및 만족여부를 파악하여, 관광객들의 관광 만족을 극대화하여 재방문을 유도하는 것이 필요하다.

이에 본 연구의 대상지인 장호어촌체험마을의 관광객들을 대상으로 한 설문을 바탕으로 문제점을 도출시키고, 개선방안을 찾음으로써 마케팅 전략 수립자에게 필요한 정보를 제공하는 것이 목적이다.

이를 위한 구체적인 연구방법과 범위는 다음과 같다.

첫째, 요인분석을 통해 어촌관광 참여동기를 추출하였고, 둘째, 이러한 참여동기가 관광객의 인구통계적 특성과 이용행태적 특성에 따라 차이가 있는지 T-test와 분산분석을 통해 분석하였다. 셋째, 어촌관광 참여동기가 만족도에 미치는 영향력을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 연구범위(대상)는 2007년 제 2회 우수 어촌체험마을 경진대회에서 최우수 마을로 선정된 강원도 동해안에 위치한 삼척시 장호어촌체험마을로 한정하였으며, 이 마을을 방문한 관광객을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

II. 이론적 고찰

1. 어촌관광

우리나라는 아직까지 어촌관광에 대한 연구가 그리 많지 않기 때문에 명확한 개념의 규정이 이루어지지 않은 상태이며, 해양관광(Marine Tourism)이나 해안관광(Coast Tourism), 블루 투어리즘(Blue Tourism)등의 용어와 구분하지 않고 사용되고 있다(임영규, 2004).

한국해양수산개발원(김성귀外)에서 어촌관광에 대해서 연구한 문헌들을 살펴보면, “어촌관광은 해양과 도서, 어촌, 해변 등을 포함하는 공간에 부존하는 자원을 활용하여 일어나는 관광목적의 모든 활동”이라는 정의를 사용하고 있다(김성귀外, 2001). 다시 말해 어촌관광은 바다를 둘러싼 공간적 범위 내에서 탈일상성을 지닌 관광객들이 각각의 요구를 충족하기 위해 실시하는 다양한 해양성 관광활동을 말한다.

특히, 김성귀 外(2001)는 어촌관광을 해양관광의 하위 개념으로 보고 있으며, 해양관광과 유사하게 요약될 수 있으나 관광활동, 관광이 이루어지는 장소, 관광형태, 관광주체, 투자규모 및 시설, 관광객과의 관계, 대상 관광객 등의 기준으로 비교하면서 해양관광과 어촌관광의 차이점을 규명하였다. <표 1참조>

<표 1> 해양관광과 어촌관광의 차이

구분	해양관광	어촌관광
활동	레크레이션, 스포츠 등 활동적 특성이 강함. 해양 레저 스포츠, 휴식·휴양 등 관광 레저 중심	휴식적, 체험적 활동이 강함. 생태, 경관, 사회문화, 산업 등 체험 위주(휴양, 교육중심)
공간	모든 연안 공간(해양 및 해안선 주변, 주로 지정관광지가 많이 활용됨)	어촌 공간에 국한(어촌어항의 주변지역, 대부분이 미지정관광지, 도시 및 관광수요가 높은 어촌지역)
형태	인공적 형태(해양리조트, 마리나)	어촌의 자연, 산업, 문화를 있는 그대로 이용하고 즐기는 형태
특성	환경 친화적	환경 친화적
주체	관광회사 혹은 해양 레저 주관회사 어민은 보조가 혹은 방관자	어민
대상관광객	일반 관광객	교육 및 체험 목적의 가족, 학생, 동호인
관광객과의 관계	어민과 관광객 사이에 매개자(관광여행사)가 있음	어민과 관광객의 직접 접촉
투자규모	대규모 투자	시설 보완 차원에서의 소규모 투자
투자시설	대규모 시설	기존의 소규모 여우시설 이용

자 료 : 해양수산부, 「해양관광진흥을 위한 종합계획 수립 연구」, 2000.

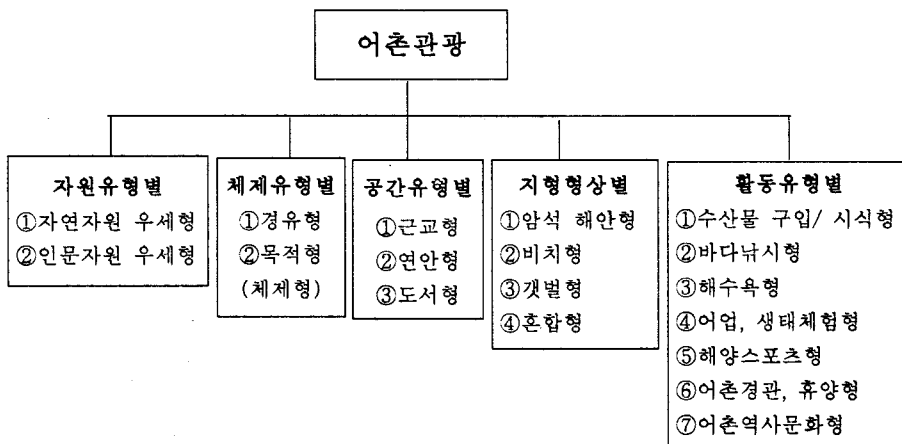
어촌관광자원은 크게 자연자원과 인문자원으로 구분되는데 연구자에 따라 위락 자원까지도 분류될 수 있다. <표 2참조>

〈표 2〉 어촌관광자원의 분류

구분		내용
자연자원		- 해수욕장, 철새도래지, 해안경관지, 갯벌 - 해양스포츠 공간, 천연적인 바다 낚시터, 바다갈라짐
인문자원	사회문화적 자원	- 해양관련 박물관, 과학관, 전시관, 수족관, 지역축제, 체험관광마을 - 지역고유의 바다음식, 어구 · 어법 - 해양관련 사적지, 유적지, 어촌촌락
	산업자원	- 어항, 항만, 마리나 - 양식장, 유어선(낚시배), 유선(놀이배)
위락자원		- 해수욕장, 요트장, 호텔, 콘도미니엄, 민박업, 요식업, 캠프장

자료 : 해양수산부, 「해양관광진흥을 위한 종합계획 수립 연구」, 2000.

국내의 어촌관광의 유형은 자원유형, 체제유형, 공간유형, 지형형상, 활동유형별로 분류할 수 있다(한국해양수산개발원, 2001). 어촌관광의 유형별 세부내용은 <그림 1>과 같다.



(그림 1) 어촌관광의 유형별 분류(논자 재구성)

2. 참여동기

관광동기는 잠재관광객으로 하여금 관광행동을 일으키도록 하는 관광욕구를 의

사결정을 통하여 행동으로 나타내는 힘을 말한다. 따라서 관광동기는 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서 인간이 관광을 통해서 만족을 얻고자 할 때 발생한다.

또한 관광동기는 관광행동의 변화에 큰 비중을 차지하고, 관광행동을 일으키게 하는 중요한 요인으로서, 여행형태를 지배하는 궁극적인 동기이다. 그러므로 이러한 관광동기에 대한 지식은 사람들의 여행습관과 목적지 결정은 물론 그들의 미래패턴을 예견하는데 매우 중요하다(김성수, 2005, 재인용).

하지만 관광동기는 심리적·사회적 요소에 근거를 두고 있기 때문에 이를 어떤 척도에 기준을 두고 총체적으로 추출해 내기란 매우 어려운 일이다.

이러한 관광동기의 원인을 도출하기 위해서는 주어진 상황에 영향을 미치는 요구가 무엇인지를 밝히는 것이 중요하다고 할 수 있다.

이와 같이 관광동기란 욕구의 완성단계이며, 행동의 이전단계로서 인간의 욕구로부터 내·외적인 자극을 통하여 동기가 발생하며, 이러한 관광동기가 시간, 정보, 그리고 비용의 조건이 구비되면 관광행동으로 구체화되어 실현되어진다(심건형, 2001).

Ⅲ. 연구설계

1. 대상지 개황

연구대상지인 장호어촌체험마을은 삼척에서 남쪽으로 20Km 거리에 위치하고 있으며, 동해안의 작고 아담한 한국의 나폴리라 불리운다. 그만큼 아름다운 항구와 기암절벽이 잘 어우러진 동해안의 작은 마을로 깨알 같은 모래와 깨끗한 바다가 공존하는 곳이다. 장호항은 수심이 깊고 경치가 아름다워 관광지로 각광 받고 있으며 해산물이 풍부하여 아는 사람들만 아는 명소로 자리매김 하고 있다.

장호마을은 2007년 어촌체험마을경진대회에서 최우수상을 수상하였으며, 2001년 해양수산부가 선정한 동해안 1호 어촌체험마을이다. 또한 바가지 없는 마을로 유명하며, SBS의 “있다, 없다”를 통해 먼저 알려진 투명카누로도 유명하다. 또한 천혜의 자연자원을 이용해 2008년 7월 21일부터 5일간 제1회 장호어촌체험축제가 개최되었으며 “장호바다 드디어 열리다”라는 주제로 개최되어 성황리에 막을 내렸다.

2. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 모집단은 장호어촌체험마을을 방문하는 관광객을 대상으로 하였으며, 표본추출방법은 확률표본추출 중 체계적 표본추출법(systematic sampling method)을 사용하였다. 조사방법은 체험장입구와 해수욕장입구에서 매 3번째 방문객 중 설문에 응하겠다는 의사를 표시한 응답자에게 설문의 내용과 설문지 기입법 등을 설명하고 응답자가 직접 설문지에 기입하는 방식으로 조사가 이루어졌다.

설문조사 기간은 2008년 7월 20일부터 8월 10일까지로 하였다. 총 350부의 설문지 중 334부의 설문지가 회수되었고, 미응답 설문지 34부를 제외한 300부를 분석에 이용하였다. 수집된 자료를 통해 어촌체험마을 관광객들의 인구통계적 특성, 이용행태적 특성을 알아보고, 관광객들의 참여동기를 개념화해 보고자 한다.

이에 인구통계적 특성과 이용행태적 특성에 따라 참여동기에 차이가 있는지를 분석해 보고 각각의 참여동기가 만족도에 미치는 영향을 파악해 봄으로써 어촌관광 시장을 세분화하고자 한다.

이를 분석하기 위한 통계적 도구로는 SPSS Win 12.0을 이용하였으며, 빈도분석, 신뢰성분석, 요인분석, T-test, 분산분석, 회귀분석을 실시하였다.

3. 설문지의 구성

본 조사에 이용된 설문지는 크게 다섯부분으로 구성되었다. 첫째, 응답자들의 인구통계적 특성을 파악하기 위하여 성별, 결혼여부, 연령, 소득, 학력, 거주지에 관한 내용으로 구성하였다. 둘째, 이용행태적 특성을 파악하기 위하여 방문횟수, 체류기간, 교통수단, 동반형태, 숙박장소, 정보원천, 방문목적에 관한 내용으로 구성하였다.

셋째, 응답자들의 어촌관광 참여동기를 파악하기 위해 선행연구자들의 연구를 토대로 어촌관광 참여동기에 적합하다고 생각하는 30개의 항목을 추출하였다. 이들 항목들이 어촌관광 참여동기를 적절히 평가할 수 있는지를 알아보기 위해 전문가 집단(교수와 해당 지자체 공무원)의 평가와 예비조사를 거쳐 20개의 참여동기항목을 추출하였다.

넷째, 참여동기가 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위한 문항으로 전반적인 만족도, 재방문 의사, 권유의사에 관한 내용으로 구성하였다.

다섯째, 본 연구에 있어서 시사점을 제시하고 해당 어촌체험마을의 문제점을 도출하기 위한 문항으로 관광지의 문제점, 개선사항, 부족한 시설에 관한 내용으로 구성하였다.

IV. 분석결과

1. 조사대상자의 인구통계적 특성

어촌체험마을을 방문하는 관광객의 인구통계적 특성 분석한 결과 남성과 여성의 비율이 각각 44.7%, 55.3%로 비교적 성별분포가 고르게 나타났다. 주 관광객은 20·30·40대로 총 구성비에서 85.3%를 차지하며 75.4%가 서울·경기 지역에 분포되어 있으며, 72%가 기혼으로 분석되었다.

〈 표 3 〉 인구통계적 특성

측정항목	구분	빈도(%)	측정항목	구분	빈도(%)
성 별	남자	134(44.7)	학 력	중졸이하	20(6.7)
	여자	166(55.3)		고졸	116(38.7)
결혼 여부	미혼	84(28.0)		대졸	144(48.0)
	기혼	216(72.0)		대학원 이상	20(6.7)
연 령	20세 미만	8(2.7)	소 득	100만원 미만	12(4.0)
	20-29세	76(25.3)		100-199만원	50(16.7)
	30-39세	102(34.0)		200-299만원	64(21.3)
	40-49세	78(26.0)		300-399만원	70(23.3)
	50-59세	26(8.7)		400-499만원	58(19.3)
	60세 이상	10(3.3)		500만원 이상	46(15.3)
직 업	학생	24(8.0)	거주지	서울	110(36.7)
	자영업	56(18.7)		경기도/인천	116(38.7)
	관리사무직	40(13.3)		충청도	24(8.0)
	전문직	54(18.0)		전라도	2(0.7)
	기능/생산직	20(6.7)		경상도	20(6.7)
	서비스/판매직	24(8.0)		강원도	28(9.3)
	주부	68(22.7)		제주도	0(0)
	기타	14(4.7)			
계		300(100)	계		300(100)

응답자들의 학력수준은 86.7%가 고졸이상 대졸에 가장 많은 분포를 보였으며, 직업별로 보면 주부(22.7%), 자영업(18.7%), 전문직(18%), 관리사무직(13.3%)로 나타났다. 그 외 직업은 빈도가 다소 떨어지는 것으로 나타났다.

소득수준별로 보면 전체적으로 고른 분포를 보이고 있다(〈표 3〉 참조).

2. 조사대상자의 이용행태적 특성

어촌체험마을을 방문하는 관광객의 이용행태적 특성 분석결과 방문횟수는 처음 방문이 190명(63.3%)으로 가장 많았으며, 2회 방문이 50명(16.7%), 3회 방문이 12명(4%), 4회 이상이 48명(16%)로 나타났다.

〈 표 4 〉 이용행태적 특성

측정항목	구분	빈도(%)	측정항목	구분	빈도(%)
방문횟수	1회	190(63.3)	체류시간	당일	24(8)
	2회	50(16.7)		1박 2일	100(33.3)
	3회	12(4)		2박 3일	134(44.7)
	4회이상	48(16)		3박 4일 이상	42(14)
여행정보	주위사람	120(40)	숙박장소	호텔	10(3.3)
	신문/잡지	6(2)		여관/모텔	18(6)
	TV/라디오	26(8.7)		민박	188(62.7)
	인터넷	60(20)		친구/친척집	40(13.3)
	브로셔	10(3.3)		야영	22(7.3)
	여행사	0(0)		당일관광	10(3.3)
	기타	78(26)		기타	12(4)
동반형태	혼자	2(0.7)	교통수단	자가용	272(90.7)
	부부	36(12)		기차	0(0)
	가족동반	150(50)		정기노선버스	18(6)
	친구/연인	58(19.3)		관광버스	8(2.7)
	직장/친목단체	28(9.3)		기타	2(0.7)
	친척	20(6.7)			
종교단체	6(2)				
계		300(100)	계		300(100)

여행정보는 66%가 주로 주위사람과 기타로부터 얻는 것으로 나타나 이 지역에 대한 적극적인 홍보가 미흡한 실정이라고 할 수 있다. 기타로는 '거주하던 곳, 고향, 지나가다'라는 답변이 있었다. 20%는 인터넷을 통하여 여행정보를 얻는 것으로 나타나 인터넷을 통한 마케팅을 더욱 강화해야 할 것으로 보인다. 그 외의 정보원천은 빈도가 떨어지는 것으로 나타났다. 동반형태의 분포를 살펴보면 가족동반이 전체 구성비에서 50%를 차지하는 높은 비율을 나타내고 있으며, 이는 어촌관광은 가족단위의 방문객이 주를 이루고 있음을 보여주고 있다. 체류시간의 분포를 살펴보면 1박 2일과 2박 3일의 빈도가 88%로 가장 높게 나타났다. 이는 해양수산개발원에서 조사한 어촌관광의 체류기간과 상반되는 결과이다. 어촌관광은 주로 6시간 이내로 당일형이 압도적이라고 하였는데 본 연구에서는 숙박형이 압도적이며 이는 계절성으로 인한 결과로 보여진다. 숙박장소로는 188명(62.7%)이 민박이라고 응답하여,

어촌마을 방문객 중 대다수가 민박을 이용하는 것으로 조사되었다.

이 연구 결과는 장호어촌마을 뿐만이 아니라 한국해양수산개발원(1999)과 한국농촌경제연구원(1996)이 조사한 “우리나라 국민이 어촌지역 여행 시 이용한 숙박시설은 민박으로서 어촌지역을 여행하는 관광객의 절반정도가 민박을 이용하고 있다.”라는 결과와도 일치하는 결과이다. 기타로는 자기집 또는 처갓집, 시댁 등의 응답내용이 있었다. 교통수단으로는 자가용이 90.7%로 가장 많이 이용되고 있음을 알 수 있었다.

3. 참여동기의 신뢰도 분석 및 요인분석

본 연구에서는 문헌연구를 통해 도출한 30개의 어촌관광 참여동기 항목을 적용하여 요인분석을 실시하였다. 자료의 신뢰도를 나타내는 크론바하 알파계수는 일반적 기준인 0.6보다 높은 0.846으로 나타났다. 적합도를 나타내는 KMO값은 0.72로 기준치인 0.5보다 높아 자료가 요인분석에 적합한 것으로 나타났다. Bartlett의 구형성 검정에서도 유의 확률이 .000으로 본 표본자료가 요인분석에 적합함을 알 수 있었다.

본 연구에서는 고유값(Eigen value)이 1.0이상, 요인적재량이 0.4이상인 참여동기 각 항목을 적용하여 요인 분석을 실시한 결과, 5개의 요인이 도출되었다.

9개의 요인 중 하나의 변수로만 묶여진 것과 신뢰도가 0.4이하인 총 4개의 요인(7개의 변수)을 제거하여 5개 요인이 도출되었고, 분석과정에서 2요인-15번(일상생활에 변화를 주기 위해), 3요인-31번(수산물 구입), 5요인-42번(여행목적 달성)의 3개 항목을 제외할 경우 신뢰도가 높아져 세 항목을 제외시켰다.

추출된 5개의 요인 중 1요인은 어촌체험동기, 2요인은 신체·자아실현 동기, 3요인은 교육·문화동기, 4요인은 지위·명예동기, 5요인은 휴식동기라 명명하였다. 요인의 분산설명력은 68.255%로 나타났다.

요인분석을 통해 기존의 관광동기와 차별화되는 어촌관광의 방문동기로 어촌 체험동기라는 새로운 요인이 추출되었다. 이는 어촌이라는 공간적 범위 내에서 체험할 수 있는 체험 및 활동요인으로 해양스포츠 활동, 낚시, 특수한 어구/어법체험, 수산물 채취, 수산물 맛보기, 어촌의 향수와 정취 느끼기 등이 포함된다.

〈표 5〉 어촌관광 참여동기에 대한 신뢰도분석 및 요인분석

요인 및 측정항목	신뢰도	요인 적재량	공통 값	고유 값	분산 설명력	평균*
요인 1: 어촌체험동기						
해양스포츠 활동을 하기위해(26)		.565	.606			2.59
낚시를 하기위해(27)		.728	.631			2.57
특수한 어구·어법 체험하기 위해(29)	.784	.676	.653	6.221	26.735	2.33
수산물을 채취하기 위해(31)		.736	.713			2.47
수산물을 맛보기 위해(32)		.493	.630			3.11
어촌의 향수,정취를 느껴보기위해(44)		.455	.561			3.30
요인 2: 신체·자아실현 동기						
여행을 통한 신체활력, 건강증진(34)		.568	.569			3.64
여가생활을 위해(35)	.741	.772	.704	2.648	18.827	3.85
재미있고 흥미로운 것 같아서(36)		.713	.587			3.70
자아발전 및 개발(38)		.477	.664			2.87
내적욕구의 충족(39)		.431	.667			2.86
요인 3: 교육·문화 동기						
아름다운 자연경관 감상(22)		.769	.659			3.63
어촌의 문화자원을 알고 싶어서(23)	.721	.471	.693	2.012	10.359	2.97
배움의 기회를 갖고자(24)		.464	.684			2.91
주변지역의 관광지를 둘러보려고(30)		.721	.650			3.27
요인 4: 지위·명예 동기						
타인에 대한 자기과시(40)	.604	.645	.469	1.712	6.708	2.01
사회적으로 인정받기 위해(41)		.690	.693			1.86
일출을 보기위해(43)		.600	.561			2.39
요인 5: 휴식 동기						
스트레스해소(16)	.605	.788	.724	1.388	5.626	3.80
휴식·휴양을 위해(17)		.810	.734			4.04

Cronbach's $\alpha = .846$, 요인의 분산 설명력 : 68.255%, KMO 값 : 0.72

주 : *5점 척도의 평균(1=전혀아니다. 2=아니다. 3=보통이다. 4=그렇다. 5=매우그렇다)

4. 관광객 특성에 따른 참여동기 차이검증

어촌체험마을 관광객의 인구통계적 특성과 이용행태적 특성에 따라 참여동기에 차이가 있는지를 분석하기 위해 T-test와 분산분석을 실시하였다.

인구통계적 특성에서는 유의수준 $P < .05$ 에서 결혼여부를 제외한 성별, 연령, 학력,

소득에서 모두 유의한 차이를 보였다.

〈표 6〉 인구통계적 특성 및 이용행태적 특성에 따른 참여동기 차이분석

동기 항목		어촌체험 동기	신체·자아실현 동기	교육·문화 동기	지위·명예 동기	휴식 동기
성별M*	남성	.014	-.139	.071	.115	.065
	여성	-.011	.112	-.057	-.093	-.052
T		.215	-2.178	1.111	1.832	1.305
P		.830	.267	.030**	.068	0.302
연령M*	20세미만	.590	-.160	-.591	-.105	.113
	20대	.086	-.080	.253	-.088	.210
	30대	.040	-.068	.208	-.018	.027
	40대이상	-.104	.150	-.450	.173	-.145
F		1.180	1.082	6.632	2.538	1.509
P		.319	.30	.000**	.029**	.187
학력M*	중졸이하	-.231	-.151	-.318	-.496	-.403
	고졸	.150	-.020	-.157	-.083	-.059
	대졸이상	-.045	-.020	.169	.171	.023
F		1.986	1.290	3.048	3.851	3.552
P		.116	.278	.029**	.010**	.015**
소득M*	200만원미만	-.531	-.243	-.370	-.149	-.111
	200-400만원	.381	-.169	.144	.170	-.045
	400만원이상	-.246	.196	-.024	-.153	.291
F		4.142	1.307	2.964	1.972	2.602
P		.001**	.261	.013**	.083	.025**
정보원천 M*	주위사람	.099	.041	.092	-.007	-.121
	인터넷	.241	-.242	-.284	-.418	-.045
	TV/라디오	-.600	.112	.402	.267	.265
F		3.225	1.077	2.701	3.940	2.329
P		.008**	.373	.021**	.002**	.043**
반형태M*	부부	.732	-.235	-.186	-.010	.830
	친구/연인	-.075	-.144	.314	.089	.096
F		5.299	2.074	2.50	.579	.670
p		.000**	.056	.039**	.747	.674
체재기간 M*	당일	-.021	-.124	-.739	-.070	-.248
	3박 4일이상	.304	.472	.215	.215	.521
F		1.638	3.855	12.169	.768	5.293
p		.181	.010**	.000**	.513	.001**
숙박장소 M*	민박	.021	.012	.068	-.005	-.058
	친구/친척집	.208	.213	-.092	.097	.009
F		.957	1.801	.773	.483	2.782
p		.455	.099	.592	.821	.012**

주: * M은 요인 값을 이용해 산출됨

** P < 0.05에서 유의함

성별에서는 남성이 여성에 비해 교육·문화동기가 높은 것으로 나타났다. 연령에서는 교육·문화동기와 지위·명예동기에서 차이가 나타났으며, 교육·문화동기는 20·30대에서 가장 높고, 지위·명예동기는 20세미단에서 가장 낮은 것으로 나타났으며 나이가 많을수록 동기수준이 높게 나타났다.

2,30대의 비율이 높으면서 교육·문화적 동기가 높게 나타난 것으로 보아 가족중심의 자녀교육 프로그램과 체험프로그램 중심으로 프로그램을 다양하게 구성해야 할 것이다.

학력에서는 교육·문화동기와 지위·명예동기, 휴식동기에서 차이가 나타났으며, 이는 학력수준이 낮을수록 모든 동기가 낮은 것으로 학력이 높을수록 동기수준이 강한 것으로 나타났다.

소득의 경우 어촌체험동기와 교육·문화동기, 휴식동기에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 어촌체험동기는 소득이 낮을수록 동기수준이 낮은 것으로 분석되어 저렴한 비용이나 무료로 체험할 수 있는 프로그램을 다양화할 필요가 있다.

이용행태적 특성에서는 유의수준 $P < .05$ 에서 정보원천, 동반형태, 체류시간, 숙박장소에서 모두 유의한 차이를 보였다.

정보원천에서는 어촌체험동기, 교육·문화동기, 지위·명예동기, 휴식동기에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 어촌체험동기의 경우 인터넷을 통해 정보를 얻고 방문한 경우 동기수준이 가장 높은 것으로 나타났다.

교육·문화동기, 지위·명예동기, 휴식동기의 경우 TV/라디오를 통한 정보획득의 경우 동기수준이 높은 것으로 나타나 인터넷과 TV/라디오에 집중적인 마케팅을 해야 할 것이다.

동반형태에 따른 차이에서는 부부가 어촌체험동기가 가장 높은 것으로 나타났다. 따라서 부부가 왔을 경우 둘이서 즐길 수 있는 보트타기, 트레킹과 같은 둘만의 체험요소를 더욱 강화한다면 좋은 결과를 가져올 수 있을 것이다.

체제기간에 따라 신체·자아실현동기, 교육·문화동기, 휴식동기에서 차이가 나타났는데 모두 3박 4일 이상이 가장 높았으며 당일이 가장 낮은 것으로 분석되었다.

숙박장소에 따른 차이에서는 민박보다 친구/친척집일 경우 휴식동기가 높은 것으로 나타났다.

5. 어촌관광 참여동기와 만족도 회귀분석

회귀분석결과를 보면 R^2 값은 0.197로 나타나 회귀방정식은 19.7%의 설명력을 가지고 있으며, 회귀식에 대한 F값이 14.451, 유의확률이 0.000으로서 어촌관광 참여동기가 관광객의 만족도에 미치는 영향을 설명하려는 회귀모형이 유의수준 0.05에

서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

이를 세부적으로 알아보면 관광객의 만족에 유의한 영향을 미치고 있는 어촌관광 참여동기 요인으로는 어촌체험동기($P=.000^{**}$), 신체·자아실현동기($P=.000^{**}$), 교육·문화동기($P=.003^{**}$), 휴식동기($P=.000^{**}$)등의 4개의 변수만이 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며, 지위·명예동기의 회귀계수 0.093은 통계적 유의도가 낮아서 회귀계수로서 의미가 없다고 할 수 있다.

또한 회귀계수를 통하여 보면 어촌관광 참여동기 요인 중에서 신체·자아실현동기 요인이 가장 높은 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며, 다음으로는 휴식동기 요인, 어촌체험동기 요인, 교육·문화동기 요인의 순으로 어촌관광 만족도에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

〈표 7〉 참여동기와 만족도 회귀분석

참여동기	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타(Beta)		
상수	3.827	.045		84.192	.000**
어촌체험동기(X1)	.167	.046	.192	3.677	.000**
신체·자아실현동기(X2)	.250	.046	.287	5.492	.000**
교육·문화동기(X3)	.138	.046	.159	3.035	.003**
지위·명예동기(X4)	-.077	.046	-.088	-1.684	.093
휴식동기(X5)	.185	.046	.212	4.064	.000**

종속변수 : 전반적인 만족도

$R^2 = .197$ 자유도 = 5 $F값 = 14.451$ 유의확률 = .000

** $P < 0.05$

V. 결론

오늘날 어장의 축소, 자원고갈, 수산물 수입시장의 개방 등 여러 가지 요인으로 어려움을 겪고 있는 어촌지역에 관광개발은 지역사회 발전을 위한 유력한 대안이 될 수 있어서 지역주민과 정책당국의 큰 관심사가 되고 있다. 또한 어촌관광에 대한 관광객들의 관심과 참여인구, 횡수는 지속적으로 증가할 것이라고 해양수산부에

서는 전망하고 있다.

이에 본 연구는 어촌체험마을의 효과적인 마케팅 활동을 위해 수요측면에서 참여를 유발시키는 동기를 이해하고 이러한 참여동기가 어촌마을에 대한 전반적인 만족도에 미치는 영향을 파악함으로써 문제점을 도출시키고 개선방안을 찾음으로써 어촌관광 활성화에 기여하고자 한다.

본 연구는 우선 선행연구를 통해서 어촌관광 참여동기를 어촌체험동기, 신체 및 자아실현 동기, 교육 및 문화동기, 지위 및 명예동기, 휴식동기로 구분하였다. 이러한 참여동기와 인구통계적 특성, 이용행태적 특성을 바탕으로 설문지를 구성하여 강원도 삼척에 위치한 장호어촌체험마을 관광객들을 대상으로 설문을 받았다.

본 연구의 전반적인 결과를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 인구통계적 특성과 이용행태적 특성의 빈도분석결과, 어촌을 방문한 주관객은 서울·경기도에 거주하는 2,340대로 남성, 여성의 비율이 고르게 나타났다.

여행정보는 주로 구전(40%)과 알고 있던 곳(26%)으로 앞으로도 사람을 통한 구전에 많은 신경을 써야 할 것이다. 반면 다른 매체에서의 정보획득이 미약한 것으로 구전 이외의 홍보수단을 더욱 더 강화해야 할 것이다.

어촌관광의 관광객들이 대다수가 가족동반(50%)으로 가족과 함께할 수 있는 체험 프로그램을 다양하게 개발하는 것이 필요하겠다.

체류기간은 1박 2일과 3박 4일의 빈도가 88%로 나타났는데, 이는 해양수산개발원에서 조사한 6시간 이내의 당일형과는 차이가 나는 것으로 본 연구의 조사시기가 여름, 휴가철인 점을 고려해야 할 것이다.

하지만 어촌관광의 특성상 특정시간, 계절로의 집중현상이 있으므로 비수기에 수도권권 관광객을 끌어들이기 위한 새로운 아이템이 필요하다. 예를 들어, 어획량이 풍부한 때일수록 홍보를 강화하여 수도권 관광객을 방문하게 하여 마을의 수입증대에도 기여하고 관광객에게는 저렴한 가격으로 수산물을 공급할 수 있는 방안을 모색해야 한다.

숙박장소로는 민박이 62.7%로 압도적이었으며, 교통수단으로는 자가용이 90.7%로 우세하였다. 이는 기존의 연구와 비슷한 결과를 보인다.

또한 어촌마을의 주방문 동기는 50%가 해수욕을 30.7%가 휴식을 위해서라고 응답하였다.

둘째, 요인분석결과 어촌체험동기, 신체 및 자아실현 동기, 교육 및 문화동기, 지위 및 명예동기, 휴식동기가 도출되었는데, 기존의 관광동기와 차별화되는 어촌관광의 방문동기로 어촌체험동기라는 새로운 요인이 추출되었다. 이는 어촌을 방문했을 때 어촌이라는 공간에서 즐길 수 있는 체험요소로서 활동적인 측면이 강조된다.

셋째, 인구통계적 특성에 따른 참여동기의 차이검증 결과 성별, 연령, 학력, 직업, 소득, 거주지 모두에서 유의한 차이가 나타났다.

어촌체험동기는 소득에서만 유의한 차이를 나타냈으며 소득이 낮을수록 동기수준이 낮은 것으로 조사되었다. 이는 어촌체험요소가 비용을 수반하는 것을 인지한 결과로 보여지며 별도의 비용 없이 즐길 수 있는 어촌체험프로그램을 만들거나 아니면 별도의 비용 없이 어촌생활 100% 즐기기 등의 안내문을 만들어 어촌생활을 직접 체험할 수 있는 방법을 상세히 기술해 놓는 등 또 다른 대안이 요구된다.

2,30대의 비율이 높으면서 교육 및 문화적 동기가 높게 나타난 것으로 보아 가족 중심의 자녀교육 프로그램과 체험프로그램 중심으로 프로그램을 다양하게 구성해야 할 것이다.

넷째, 이용행태적 특성과 참여동기의 차이검증 결과 방문횟수, 정보원천, 동반형태, 체류기간, 숙박장소, 교통수단 등 모두에서 유의한 차이가 나타났다.

정보원천에 따른 차이에서는 어촌체험동기는 인터넷의 경우 가장 높았으며, 교육·문화동기, 지위·명예동기, 휴식동기의 경우 TV/라디오를 통한 정보획득의 경우 동기수준이 높은 것으로 나타나 인터넷과 TV/라디오에 집중적인 마케팅을 해야 할 것이다.

동반형태에 따른 차이에서는 부부가 어촌체험동기가 가장 높은 것으로 나타났다. 따라서 부부가 왔을 경우 둘이서 즐길 수 있는 보트타기, 트레킹과 같은 둘만의 체험요소를 더욱 강화한다면 좋은 결과를 가져올 수 있을 것이다.

다섯째, 참여동기가 만족도에 미치는 영향을 알아보기에 앞서 참여동기와 만족도와의 상관관계를 알아보기 위해 상관관계를 분석한 결과 유의수준 0.05수준에서 어촌체험동기, 신체 및 자아실현동기, 교육 및 문화동기, 휴식동기는 만족도와 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 지위 및 명예동기는 만족도와 상관관계가 없는 것으로 나타났다.

여섯째, 참여동기가 만족도에 미치는 영향에 관한 분석 결과 신체 및 자아실현동기(.250), 휴식동기(.185), 어촌체험동기(.167), 교육 및 문화동기(.138)의 순으로 어촌관광 만족도에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

하지만 지위 및 명예동기(-.077)는 어촌관광 만족도에 부정적인(-) 영향을 미치는 것으로 나타나 만족도에 직접적인 영향을 미치지 못하는 것을 알 수 있다.

회귀식은 다음과 같다.

$$Y = 3.827 + 0.167X_1 + 0.250X_2 + 0.138X_3 - 0.077X_4 + 0.185X_5$$

일곱째, 전반적인 만족도는 5점 만점에 평균 3.83으로 다소 만족했음을 보여주고 있다. 재방문 의사를 묻는 질문에 92.7%가 보통이상(평균 3.79)으로 다시 방문할 것이라는 긍정적인 답변을 보이고 있지만 최우수 마을이라는 타이틀에 앞서 많은 문제점을 갖고 있는 것으로 나타나 앞으로의 잠정적인 수요확보를 위해 관광객들의 목소리에 더 많은 귀를 기울여야 할 것이다.

권유의사 또한 99.9%가 보통이상(평균 3.89)으로 타인에게 권유를 한다고 하였다. 이는 “주위사람으로부터 정보를 얻고 이곳에 방문했다.”라는 관광객이 40%이상인 점을 감안해 들 때 구전을 통한 홍보가 중요하다는 사실을 다시금 알 수 있다. 이는 관광 당사자의 재방문과도 밀접한 관련이 있기 때문에 이 부분에 대해서 노력하는 것은 매우 중요하다. 따라서 장호어촌마을 측면에서는 방문한 관광객의 만족을 극대화하는 방법을 모색한다면 향후 잠정적인 수요를 유도해 낼 수 있을 것이다.

이처럼 높은 만족에도 불구하고 관광객들이 느끼는 불편함은 있기 마련이다. 36%가 관광시설이 부족하다고 느끼고 있으며 24.7%가 휴식공간이 확충되기를 바라고 있는 것으로 나타났다.

홍보가 부족하다는 의견도 14%로 나타났다. 그리고 화장실부문(공동 화장실, 민박 화장실포함)에 있어서 관광객들의 과반수이상 불편을 느끼고 부족하다고 느끼고 있는 것으로 나타나 화장실부문에 있어서의 정비가 필요한 것으로 보인다. 이외에도 숙박시설정비, 주차시설 확충, 식당시설 정비등의 의견도 높은 것으로 나타났다.

이는 관광지에 도착해서 관광활동을 하는데 있어 시설이 전반적으로 부족하고 낙후되었다는 것을 나타내주고 있다. 따라서 관광과 관련된 시설들을 개선 할 필요가 있으며, 관광지에 대한 홍보 및 정보가 부족하다는 점도 높은 비율을 나타내고 있으므로 정보를 제공할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있다.

예를 들어, 관광안내소를 운영한다든지, 브로셔등을 식당이나 숙박시설등지에 많이 비치해둘 필요가 있다.

이상의 연구에서 어촌관광객의 특성에 따라 참여동기가 달랐으며, 참여동기가 만족도에 미치는 영향력의 크기도 각기 다름을 알 수 있었다.

따라서 어촌관광의 개발과 운영에 있어서 관광객들의 요구사항과 관심을 잘 파악하여 시장의 세분화가 이루어져야 함과 동시에 수용규모에 맞는 어촌관광 시설 및 프로그램의 개발, 정비가 필요한 것으로 보인다.

본 연구는 한정된 지역의 선정으로 타 어촌지역의 특성을 반영하지 못한 문제점을 지니고 있다. 향후 이러한 문제점과 한계점을 극복하여 어촌관광에 대한 더 활발한 연구가 필요하다고 본다.

참고문헌

- 강미희(2006). “생태관광객의 여행동기 및 태도”, 한국학술정보.
- 강병서 외 1(2007). 사회과학 통계분석.
- 강철승(2006). “어촌관광의 활성화 방안에 관한 연구”, 한국호텔경영학회 3차 춘계학술대회.
- 고종화(2002). “농어촌체험관광 활성화 방안에 관한 연구”,경희대학교 석사학위 논문.
- 국정브리핑(2005). “어촌의 아름다움에 함께 빠져 봅시다”, 네이버 뉴스.
- 권정택(2000). “관광이벤트이 방문동기가 사후이미지 만족과 재방문 의도에 미치는 영향”, 대구대학교 박사학위 논문, p.14, 재인용.
- 김성귀 외 2(2001). “어촌관광 유형별 개발방안 연구”, 한국해양수산개발원.
- 김성귀 외 7(2001). “어촌관광 중장기 발전계획 수립에 관한 연구”, 한국해양수산개발원.
- 김성수(2005), “축제 이미지가 관광객 참여동기와 만족에 미치는 영향”, 안양대학교 석사학위 논문.
- 김진동(2006). “강원도 동해안 어촌관광 활성화 방안”, 강원해양수산포럼.
- 김재만(2000). “어촌·어항 관광상품화 방안”, 어촌·어항관광활성화를 위한 포럼, 해양수산부·해양수산개발원.
- 김 준(2005), “관광 콘텐츠로서 어촌의 문화자원 연구”. 도서문화 제 28집.
- 박광범(2005). “어촌관광 현황 및 활성화 방안”, 수산업협동조합 중앙pp.8-13.
- 박광범(2005). “어촌관광 현황 및 활성화 방안”, 수산경제정책연구원, p.7.
- 박구원·이수옥(2002). “해안어촌관광의 개발방향에 관한 연구”, 관광학 연구, 제 26권 제 3호.
- 박시사(2001). 관광소비자행동론, 대왕사.
- 신동주·손재영(2008). “어촌관광 방문동기에 관한 연구”, 관광학 연구 제 32권 제 3호 (통권 제 67호).
- 손재영 외1(2006). “꽃 축제 방문동기에 관한 연구”, 관광학 연구 제 30권 제6호 (통권 제 58호).
- 손대현(1997). 『여가 관광심리학』, p.184. 재인용.
- 심건형(2001). 재인용, “지역축제 참여동기 모형에 관한연구; 6개 참여동기 요인을 중심으로(2003).”
- 양희재(2005). “해양관광 참여동기와 시장세분화에 관한 연구”, 경기대학교 박사학위 논문
- 일신사 (1997). “녹색관광 p.12”, 원저(미야자키 미쓰히로 등), 번역(강신겸 등).
- 이승우(2003). “어촌의 비전은 없는가?”, 월간 해양수산 제 228호.

- 이지훈(1993). 사회과학의 메타분석방법론, 충북대학교 출판부
- 이장주(2003). “지역축제 참여동기 모형에 관한 연구”, 전남대학교 박사학위논문.
- 이재천(1994). “관광어촌의 형성과 지역구조에 관한 연구”,경희대학교 박사학위 논문.
- 임영규(2004). “국내 어촌관광 실태에 따른 개발방향의 탐색적 연구”, 경희대학교 석사학위 논문.
- 장영남(2007). “농촌관광 방문동기와 선택속성이 관광객 만족에 미치는 영향”, 경주대학교 석사학위 논문.
- 장호어촌마을 체험축제 추진 위원회(2008), 제1회 장호어촌체험축제.
- 정기환 외(1993). “어촌지역 관광개발에 관한 연구”, 한국농촌경제원.
- 정충영 외(2001). SPSSWIN을 이용한 통계분석, 무역경영사.
- 채서일(2002). 사회과학조사방법론, 학현사.
- 최병길(2005). “어촌체험관광 활성화 방안 연구; 고창 하전어촌체험관광마을을 중심으로”, 경기대학교 석사학위 논문.
- 해양수산부(2001). “해양관광활성화 방안.”
- 해양수산부(2001). “해양관광진흥을 위한 종합계획 수립 연구.”
- 해양수산부·한국어촌어항협회(2007). “2007년 우수 어촌체험마을 선정 성공사례 발표회 참가마을.”
- 허중욱(2008). “삼척시 장호마을 활성화 방안”, 강원도 동해안 어촌관광 활성화 방안, 2008년 강원해양수산포럼.
- 황기형(2001). “국내어촌관광 실태분석”월간 해양수산, 제 205호, 한국해양수산개발원.
- Crompton, J.L.(1979). Motivations of pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*. 6(4) : 408-424
- Dann, Graham M.S.(1977). Anomie, Ego-Enhancement and Tourism.
- Goeldner, Ritchie & McIntosh(2000). *Tourism Principles, Practices,*
- Kozak. M .(2002). Comparative analysis of tourist motivation by nationality and destination. *Tourism Management. Annals of Tourism Research*. 4 : 184-194
- Mark Orams(1999). “Marin Tourism”, p.9.
- McIntosh,R.W.(1980). *Tourism: principles, practices, philosophies*. Ohio : Grid, Inc. Philosophies, Eighth Edition, p.61.
- Scott D. (1996). A comparison of visitor' motivation to attend three urban festivals. *Festival Mangement and Event Tourism*.

A Study on the Participants' Motivation of Fishing Village Tourism: Focused on the Jang-Ho village

Kim, Eun-Jung
Son, Jae-Young
Chang, Gak-Hyun

ABSTRACT

This research is designed to comprehend the 'participation' motivation of fishing village, and analyze the effect of such participation' motivation of the overall satisfaction on fishing village, in aspect of 'demand'. And, this thesis is intended to present the detailed factors of such participation motivation, and raise and address the pertained problems, in an effort to strengthen the effective marketing activities in fishing village and rejuvenate the fishing village tourism.

The significant difference has made, with regard to demographical traits, and available traits and participation motivation of fishing village tourism. Concerning significant relations and effects of participation motivation and satisfaction, the five factors, such as "somatic and self-realization" , "recreation", and "educational or cultural" reveals to have had effects on the satisfaction of fishing village tourism, in turn. But, "status or fame" have had less direct effects on the satisfaction.

Key words : Marine tourism, Fishing village tourism, Visiting motivation