

화성시 백미리 어촌체험마을사업의 고유성과 관광체험이 방문객의 만족에 미치는 영향

장철호¹ · 장영수* · 이정필

¹(전)한국어촌어항협회, 부경대학교 해양수산경영학과

A Study on the Influences of Authenticity of Hwasung-si Baegmi-ri Fishing Village Experience Program and Tourist Experience on Tourist Satisfaction

Cheol-Ho Jang¹, Young-Soo Jang* and Jung-Phil Lee

¹Pre-Korea Fisheries Introstructure promotion Assocuiation, 153-706, Seoul, Korea
Department of Marine & Fisheries Business and Economics, Pukyong National University, Busan,
608-737, Korea

Abstract

This study aimed to redefine the concept of fishing village tourism. In addition, it aimed to carry out detailed analyses of the influences of authenticity and non-authenticity of fishing village experience on tourist's satisfaction as well as the influences of tourist's experience on their satisfaction.

The study evaluated responses of people who visited research target fishing villages in the East sea area(Hwasung-si Baegmi-ri) which had been rated as successful case. The evaluation was performed to analyze how tourist satisfaction would be influenced by the authenticity of the fishing village experience program based on the authenticity theory(Wang, 1999) and the experience realms theory(Pine & Gilmore, 1999). This study tried to find out realistic factors of the experience realms theory through field investigation, conducting interviews, and holding discussions. From these, the cause-and-effect structure of authenticity, tourism experience and satisfaction could be identified.

The results of hypothesis tests are as follows; With respect to the relationship between authenticity and satisfaction in hypothesis I, authenticity did not have a statistically significant effect on satisfaction, while non-authenticity had a significant influence. As a result, the research hypothesis I that authenticity influences satisfaction was partially supported.

Regarding hypothesis II of the link between authenticity and tourism experience, a significant effect of authenticity was found in education experience, entertainment experience for Baegmi-ri village. The effect

접수 : 2014년 7월 22일 최종심사 : 2014년 9월 23일 게재확정 : 2014년 9월 25일

*Corresponding author : 051-629-5957, ysjang@pknu.ac.kr

of non-authenticity was significant on deviation experience. Consequently, hypothesis II was also partly supported.

The relationship between tourism experience and satisfaction in hypothesis III was significant in education, entertainment, and deviation experiences which lends support to hypothesis III to some extent.

Keywords : Fishing village experience program, Authenticity, Tourism experience, Satisfaction

I. 서론

1980년대 이후 우리나라는 경제적 성장과 더불어 교육수준의 향상과 주 5일 근무제의 확산 등으로 여가에 대한 관심이 높아지고, 교통기반 시설의 확대와 자동차 보급증대, 학교교육의 주 5일 수업제의 본격시행이 자녀의 현장학습 성취를 위한 가족중심의 자녀동반형 체험관광에 대한 관심을 증폭시켜 왔다. 이러한 체험관광 확대와 더불어 해양수산부는 열악한 어촌경제 활성화를 위한 어촌지역 진흥차원에서 2001년부터 어촌의 고유한 자원과 관광요소를 융합한 새로운 체험관광형태의 어촌체험마을을 조성하여 운영하고 있다. 이들 중에는 상당한 수준의 성과를 이룬 것으로 평가되면서 이제는 어촌체험마을을 중심으로 하는 어촌체험관광이 어촌의 대표적인 어업 외 소득사업으로 자리잡고 있는 곳도 확산되고 있다(Sung and Lee, 2010). 그러나 어촌체험마을 조성사업이 10년이 경과한 시점에서 돌아보면 상당한 성과에도 불구하고 정부가 정책적으로 지향하는 주민자력에 의한 운영수준에 이르기에는 아직도 많은 과제들이 남아 있는 것으로 지적되고 있다. 또한 어촌관광만이 갖는 고유성을 통한 방문객들의 만족 중요성을 인식하면서도 아직까지 학술적으로 관련연구가 체계화되어 있지 못한 것도 어촌관광을 발전적으로 활성화시키지 못하는 제한요소로 지적되고 있는 것이 현실이다.

이에 본 연구에서는 화성시 백미리 어촌체험마을 사업을 통해 어촌지역만이 가지고 있는 독특한 고유성과 관광체험, 만족 등 구성요인에 대한 학술적인 고찰과 요인 간 관계구명을 통해 체험객들의 만족을 극대화하고 재방문 유도를 지원하기 위한 전략적·정책적 시사점을 제시하고자 한다.

위의 목적을 달성하기 위한 연구의 구체적인 연구과정은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 주요한 측정개념인 고유성과 관광체험, 만족에 대한 실증적인 관계를 규명하였다.

둘째, 어촌 체험객이 지각하는 어촌체험의 고유성, 관광체험, 만족간의 변수를 측정된 실증분석 결과를 토대로 어촌관광의 질적 향상 및 저해요인에 대해 구체적으로 비교분석함으로써 어촌체험관광 품질향상을 위한 경영 전략적, 정책적 시사점을 제시한다.

II. 개념적 고찰 및 선행연구

1. 고유성과 비고유성

최근에 관광분야에서 논의의 중심이 되고 있는 고유성은 관광자원의 지역적 마케팅을 위한 수단과 관광행위를 고유성 개념과 연계하여 설명하기 위한 전략으로 이해되어지고 있다. 그러나 이러한 고유성에 관한 연구에도 불구하고 고유성의 개념이 공통적으로 설명되기보다 학자

들마다 다양한 의미로 해석되고 있어 여전히 체계적으로 정리하기에는 어려움이 있다(Jang and Choi, 2007). 이렇듯 고유성의 개념에 대한 모호성은 대상을 객관적으로 바라볼 수 있는지 또는 주관적, 사회적, 개별적으로 지각할 수 있는지의 문제가 내재하고 있다는 점이다(Lee et al., 2012; Kolar and Zabkar, 2010).

고유성이라는 개념을 처음으로 관광분야에 도입한 사람은 미국의 역사학자 Boorstin이다(Chen, 2012). 그는 진정한 의미에서의 고유성을 찾는 여행자들은 중세사회에서 위험을 무릅쓰고 모험을 즐기던 사람이며, 오늘날 관광과정은 주로 관광경영자에 의해 만들어진 ‘가짜사건(pseud-event)’에 의존하여 이루어지고 있기 때문에 진실여부에 대해 별로 문제삼지 않게 되었다는 것이다. 그는 관광과 관광경험을 쌓고자 하는 관광객들을 위해 교묘하게 틀에 맞춘 듯 가짜로 만들어 관광객의 경험을 동질화, 표준화하였다는 것이다(Lee et al., 2012; Lee, 2011; Jang and Choi, 2007).

MacCannell(1973)은 고유성과 관련한 연구에서 Boorstin과 다른 견해를 보였다. 그는 Goffman(1959)의 이론을 적용하여 이를 6단계로 세분화하고 관광객들을 위해 만들어진 공간을 설명하면서 ‘무대화된 고유성(staged authenticity)’이라는 용어를 사용하였다.

예를 들어 특정관광지를 방문한 관광객은 그 지역에 거주하는 지역민들과 똑같은 일상의 생활상을 보고 느끼고 싶어하지만 현실적으로 직접 만나지 못하는 지역민, 언어장벽, 정해진 관광코스, 짧은 여정, 낯선 관광지 등의 어두운 지리 등에 의하여 고유성 목표를 성취하지 못한다는 것이다(Cho, 2000; Cho and Yang, 2004; Chen, 2012; Lee et al., 2012).

Wang(1999)은 관광경험과 연계시켜 고유성을 설명하면서 고유성 유형을 관광대상과 관련한 객관적 고유성과 구성적 고유성, 관광경험과 관련한 실존적 고유성으로 분류하였다. 그는 관광

매력물의 고유성으로부터 경험의 고유성을 구별함으로써 기존의 관련 선행연구들이 객관적 고유성과 구성적 고유성을 구별하였다. 그리고 실존적 고유성을 추가하여 문화관광과 연계시켜 체험 및 현대관광의 동인을 찾는 등 체계적인 이론의 틀을 제공하였다(Lee, 2011; Jang and Choi, 2007).

이상과 같이 고유성은 많은 연구자들에 의해 개념이 정리되어 왔으며, 특히 Wang(1999)의 연구를 토대로 객관적·구성적·실존적 고유성으로 구분하여 측정하게 되었다. 하지만 개념적으로 정리된 구성적·실존적 고유성이 현실적으로는 관광체험요소와의 중복성이 많아 본 연구에서는 객관적 고유성만을 고유성 측정 항목으로 사용하고자 한다.

객관적 고유성에 대한 측정변수에 대해 살펴보면, Lee(2011)는 건축물 외관, 건축물의 배치적 합성, 마을풍경의 독특함, 가옥형태의 어울림, 전통적 마을 모습 등 5개의 측정항목으로 살펴보았으며, Kim(2002)은 전체분위기 요인, 전시·시범 요인, 종업원 요인, 건축물 요인 등 5개 요인을 추출하였다.

특히 Jang and Choi(2007)의 연구에서는 수산축제의 객관적 고유성에 대해 어촌, 멸치산지, 어항, 가공, 보관, 시장시설 유무, 체험어장 유무, 판매점 유무, 배와 유어선 유무 등과 같이 어촌 특유의 고유성에 대한 측정항목을 7개로 추출하였으며, Yang(2002)은 문화관광에서 대표적으로 전통적 방법 고수, 전통적인 삶의 재현, 고유한 볼거리, 전통문화 체험 등의 측정항목 12개를 추출하였다.

한편, 고유성에 대한 논의는 관광매력물의 대표적 특성으로 많은 학자들에 의해 관심을 받은 반면, 비고유성에 대한 연구는 명확한 개념조차 정리되지 않고 있다. 수산관광축제와 관련한 연구에서 비고유성 개념을 처음으로 도입한 Jang and Choi(2007) 연구에서는 수산과 관련하여 사실적으로 형성된 특성과 경험적이고 재현될 수

있는 특성을 지닌 요소를 기존의 선행연구를 참고로 고유성으로 분류하였다. 반면 대상주변 관광지와의 연관성, 야간축제활동, 가족들의 친목 관계, 접근의 용이성, 축제 분위기, 주말 나들이, 가요제, 페스티벌 등 관광객의 방문을 유인하는 비수산적 요소를 비고유성으로 분류하였다.

따라서 본 연구에서도 어촌체험마을의 비고유성은 어촌체험마을이 가지는 고유성이 아니면서 고유성을 지원하여 어촌관광을 유인하는 부수적인 요인으로 규명하고자 한다. 즉 체험객들의 어촌관광목적지를 선택할 때 가장 영향을 주는 핵심 매력물 요인 외에도 부수적인 특성을 가진 접근 용이성, 주말 나들이 적합성, 여러 체험 가능성, 편의시설, 정보 획득 편리성 등이 체험객들에게 선택행동에 영향을 주는 동인이 될 수 있기 때문이다.

2. 관광체험 개념과 선행연구

최근 통용되고 있는 관광체험의 정의는 일련의 관광경험단계 중 현지경험 단계에서 보다 활동적인 유형의 관광을 의미하며 관광객이 관광지 등에서 체험하는 프로그램이 제공되고 있는 관광을 체험관광이라고 한다(Kim, 2010). 이에 관광체험은 독특한 체험을 추구하기 위하여 특정관광대상에 대한 보다 직접적이고 강도 높은 관광경험으로 정의할 수 있다.

관광 체험에 관한 이론적 연구는 Pine & Gilmore (1999)의 교육적 · 오락적 · 심미적 · 일탈적 체험의 4가지 유형분류가 대표적인데 최근 까지도 많은 연구가 이 분류를 따르고 있다. 이와 관련한 선행연구들을 살펴보면, Lee(2011)의 연구에서는 Pine & Gilmore(1999)의 연구를 참고로 일탈/몰입, 신기성, 에듀테인먼트, 유대감의 요소를 도출하였다. 일탈/몰입은 스트레스 해소, 기분전환, 탈출, 몰입, 시간가는 줄 모름 등 총 5개 문항, 신기성에서는 이색적인 경험, 새로운 경험, 다양한 경험 총 3개 문항으로 분류하였으며, 에듀테인먼트는 자부심, 교육, 창의성, 심

미, 재미 총 5개 문항, 유대감은 동반자와 하나가 됨, 동반자와의 협동심이 생김 등 총 2개 문항을 도출하여 분석에 활용하였다.

그 외에도 Han & Um(2005), Yang(2009) 등도 Pine & Gilmore(1999)의 체험영역이론을 근거로 체험특성과 관광객의 관계를 고찰하여 관광객의 특성을 오락성, 교육성, 심미성 3가지 차원으로 구분하여 고유성과 관광체험, 만족도 관계의 관계를 고찰하였다. Kim(2002)도 미적체험, 현실도피체험, 교육체험, 엔터테인먼트체험 등 4개의 요인으로 구성하여 관광체험 간에 유의성이 있음을 확인하였다.

이러한 이론들의 근거를 바탕으로 어촌체험관광을 오락성, 교육성 심미성, 일탈성의 4가지 측정항목으로 구체적으로 어촌체험관광 프로그램에 접목한 연구도 진행되었다(Lee & Song, 2011).

국외연구에서 Moscardo & Pearce(1986)는 고유성에 관한 관광상황모델에 기초하여 관광객의 제반 관광환경에 대한 고유성의 인식에는 차이가 날 수 있음을 밝히고 있다. 또한 Prentice, Witt & Hamer(1998)는 체험활동을 관광 속성으로 고려하여 사람들이 가지는 고몰입적 심리상태에서 매우 개인적인 특성을 가지는 것으로 정의하면서 관광체험과 편익에 대한 연구를 실시하였다.

이에 본 연구에서는 Pine & Gilmore(1999)의 연구를 바탕으로 한 국내외 선행연구들의 개념 해석과 측정항목을 바탕으로 현장 인터뷰와 관련 전문가들과의 토론을 통해 어촌체험관광의 현장중심요소를 도출하여 본 연구에 적용하기로 한다.

3. 만족

만족에 관한 연구는 소비자 행동에 대한 연구에서 시작되었고, 일부 연구자들이 관광에 적용하기 시작하면서 관광을 하나의 상품으로 보고 관광객들의 관광만족을 평가하였다(Lee, 2012).

본 연구에서 다루고자 하는 만족에 관한 개념은 체험만족과 방문만족이다. 체험만족은 서비스 만족 개념에 기반을 두고 있으며, 개인이 가지고 있는 기대와 실제 경험의 체험활동에 대한 총체적인 만족도에 초점을 맞춘다는 점에서 서비스 만족에 비해 광의의 개념으로 볼 수 있다(Jang, 2010; Ha & Kim, 2010).

따라서 체험만족은 체험을 통해 얻어지는 만족도라고 할 수 있다. 체험만족도가 높은 관광객은 재방문과 구전의도에 있어 충성 고객으로 연결될 가능성이 높은 것으로 볼 수 있다(Jang, 2010; Curran, Matthew & Surprenant, 2003; Colenutt & McCarville, 2000; Bitner, 1990).

관련 선행연구로 Yun(2012)은 관광체험만족을 관광자원의 다원적 기능 인식에 따라 달라질 수 있는 체험활동의 지속가능성을 결정하는 중요 요소로 규정하였다. Jang(2010)은 관광체험만족도는 관광객이 가지고 있는 기대와 실제 경험을 통한 체험활동에서 느끼는 총체적인 만족도로 규정하면서, 만족도의 구분을 유형별로 나누어 자연 경관에 대한 체험활동의 전반적 만족도, 생태 프로그램에 대한 전반적 만족도, 학습 및 교육활동에 대한 전반적 만족도, 레저 스포츠의 전반적 만족도, 역사 유적 관람 전반적 만족도, 음식 만들기 전반적 만족도, 건강체험 전반적 만족도 등 구분하기로 하였다.

한편, 어촌체험 및 어촌관광연구에서도 Kim & Kim(2011)은 체험만족의 측정 항목으로 전반적 만족도, 기대보다 만족, 프로그램에 만족 등 3개의 문항으로 구분하고, 추천의도를 만족도와 분리하여 어촌체험마을 추천의도, 체험마을의 체험에 대한 추천 의도 등 2가지로 구분하여 연구에 적용시켰다. Lee(2012)는 도시민의 어촌관광동기와 행동의도 간의 연구에서 만족도와 재방문, 추천의도의 변인 간의 영향관계를 고찰한 결과, 어촌체험마을의 만족도는 체험객들의 재방문과 추천의도에 유의한 영향관계가 있음을 밝히고 있으며, Shin(2012)의 연구에서는 체험객

만족도를 전반적인 만족, 재방문, 타인추천 등 3가지로 방문객의 연도별 만족도를 측정하였다.

본 연구에서는 화성시 백미리 어촌체험마을을 방문한 체험 관광객들이 체험활동 후 나타나는 감정적·행동적 의도와 관련있는 측정변수를 추출하고자 한다.

Ⅲ. 연구설계

1. 어촌체험마을 사전조사

사전조사는 화성시 백미리 어촌체험마을은 5월 17일~19일(1차), 6월 6일~8일(2차) 2차례 방문 조사하여 현장에서 적용 가능한 변수를 도출하고자 하였다. 1차 방문에서는 사례조사 부분으로, 연구 대상 마을의 현황과 특성, 각종 체험 프로그램, 체험요소에 필요한 물리적 시설, 방문객 특성 등에 대한 현장 조사와 설문지 조사에 사용되어질 측정항목에 대한 고찰을 목적으로 하였다. 2차 방문에서는 조사대상지를 재방문하여 1차적으로 설계·수정된 설문지의 측정항목에 대해 현장 전문가들과의 재협의를 거쳐 2차적으로 설문지의 측정항목들을 결정하였다. 이는 최종적인 설문조사의 측정항목에 대한 오류를 최소화하기 위한 사전조치로 현지 방문객들을 대상으로 사전 설문조사를 실시하였다. 사전조사에서는 설문조사를 시행하는 어촌계장과 사무장의 설문조사방법에 대한 교육도 병행 실시하였다.

2. 마을 현황과 특성

우선 화성시 백미리 어촌체험마을은 해안선이 짧아 전형적 어촌관광 요소인 어항은 없으나 마을과 연결된 해변공간이 모두 갯벌로 이루어져 있어 갯벌을 이용한 다양한 체험프로그램을 운용하기에 아주 적합한 환경을 지니고 있다. 체험프로그램은 바지락, 동죽, 모시조개 등 조개개기체험, 고동, 게잡이체험, 낙지잡기체험, 굴따기 체험 등 갯벌체험을 비롯하여 건강망체험, 바다

낚시체험, 독살체험 등 어업체험도 즐길 수 있고, 무인도체험, 스킨스쿠버체험, 뽕썰매 타기체험 등 독특한 체험거리가 있다. 또한 서해안의 체험 환경 약점을 보완하기 위하여 준비한 카누, 카약 타기 체험은 특히 어린아이들에게 인기가 높다. 관광체험기반시설은 6,600m²에 이르는 주차장, 온수 샤워장, 세족장, 전망대, 다목적공원, 전광판, 족구장이 있고, 체험사무실, 다목적체험관도 별도로 시설되어 있어 체험방문객의 편의 증진에 크게 기여하고 있는 것으로 조사되었다. 숙박 시설도 마을직영 객실과 주민이 운영하는 한옥 3가구 등이 있어 가족들이 주말 나들이를 다양한 재미와 함께 편하게 즐길 수 있는 곳이다.

화성시 백미리 어촌체험마을은 2007년에 체험마을로 지정되어 2009년에 체험마을 조성을 완료하였으며, 체험마을 운영을 시작한 2009년에 전국어촌체험마을 경진대회에서 최우수상을 수상하였고, 체험마을 평가에서도 성공마을로 평가를 받은 바 있다. 체험마을사업 운영을 시작한지 겨우 4년이 경과한 2012년에 연간 체험시설이용객수는 111,000명을 상회하였고, 체험소득도 34억 원을 상회하여 어촌체험마을사업의 롤 모델이 되고 있다.

3. 연구모형

어촌체험마을 관광객들이 갖는 고유적인 관

광행동특성을 파악하여 관광체험과 만족 간의 영향관계를 통해 어촌관광의 활성화를 위한 전략적 근거를 제시하고자 화성시 백미리 어촌체험마을을 대상으로 방문객의 인구통계특성과 참여형태, 어촌체험마을의 객관적 고유성, 비고유성에 따른 관광체험 및 만족 요인을 파악하고 각 변인 간 관계 및 매개효과를 고찰하였다.

이러한 연구 목적을 달성하기 위해 선행연구들에 대한 이론적 고찰을 토대로 Fig. 1과 같은 연구모형을 도출하였다.

4. 연구가설

본 연구에서는 연구모형을 바탕으로 하여 기존관련선행 연구들이 다루었던 어촌체험마을 사업의 고유성, 비고유성과 관광체험, 만족 간의 관계규명을 위해 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설 I : 고유성은 만족에 영향을 미칠 것이다.

1-1. 고유성은 만족에 영향을 미칠 것이다.

1-2. 비고유성은 만족에 영향을 미칠 것이다.

가설 II : 고유성은 관광체험에 영향을 미칠 것이다.

2-1. 고유성은 교육성에 영향을 미칠 것이다.

2-2. 고유성은 오락성에 영향을 미칠 것이다.

2-3. 고유성은 심미성에 영향을 미칠 것이다.

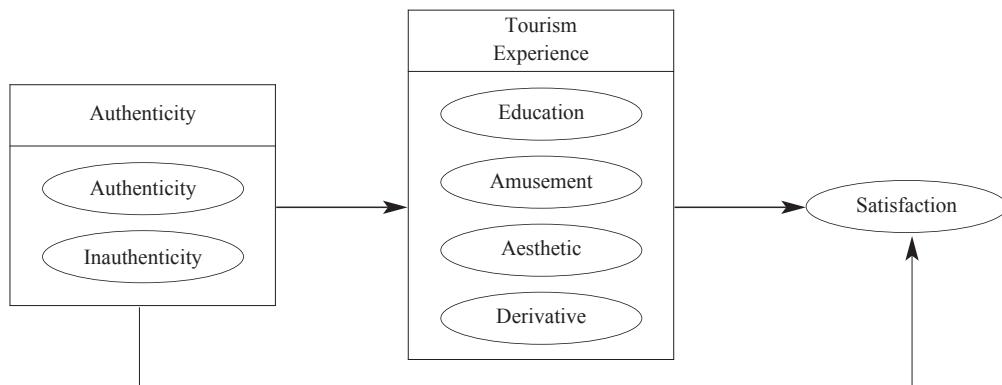


Fig. 1. Research Model.

- 2-4. 고유성은 일탈성에 영향을 미칠 것이다.
- 2-5. 비고유성은 교육성에 영향을 미칠 것이다.
- 2-6. 비고유성은 오락성에 영향을 미칠 것이다.
- 2-7. 비고유성은 심미성에 영향을 미칠 것이다.
- 2-8. 비고유성은 일탈성에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 III: 관광체험은 만족에 영향을 미칠 것이다.
- 3-1. 교육성은 만족에 영향을 미칠 것이다.
- 3-2. 오락성은 만족에 영향을 미칠 것이다.
- 3-3. 심미성은 만족에 영향을 미칠 것이다.
- 3-4. 일탈성은 만족에 영향을 미칠 것이다.

5. 연구의 변수 및 조작적 정의

본 연구에서 사용하고자하는 연구 변수 및 이에 대한 정의는 다음과 같다.

첫째, 지각된 고유성은 Wang(1999)의 분류인 객관적 고유성, 구성적 고유성, 실존적 고유성의 개념을 바탕으로 설정하고자 한다.

고유성의 경우는 선행연구에서 객관적 고유성, 구성적 고유성, 실존적 고유성이 관광관련 연구의 고유성 측정요소로 활용되고 있으나, 구성적 고유성과 실존적 고유성의 경우 어촌관광 체험 요소와 중복되는 측면이 있다. 따라서 연구

Table 1. Operational Definition of the Measured Variable

Factor		Measured Variable
Authenticity	Authenticity	Fishing Atmosphere
		Typical Fishing Village
		Tradition Fishery
		Fishing Environment Reservation
		Fishing special product shopping shop
		Fishing Experience Village Test Prize-giving Career
	Inauthenticity	Ease of access
		Suitability of weekend Short Visit
		Active Relationship of Citizen
		Various Experience
		Information Obtain of Convenience
		Obtain a variety of information
Tourism Experience	Education	Marine Products Important of Experience
		Existence Learning of Experience
		Fishing Culture Learning of Fisheries Products Local Purchase
		Indicate Curiosity Sufficiency of Capture Experience
		Social Knowledge of Fishing Livelihood
		Self-education through experiences
		Children's education through experience
	Amusement	Interesting of Fishing Village life through the catching fish experience
		Variety of food
		Exciting of Tradition Fishery Experience
		Various Experience Active
		Exciting of Beach Recreation Experience
		Pleasure of Sea Bathing

Table 1. (Continued)

Factor		Measured Variable
Tourism Experience	Esthetic	Scenic fishing village charm
		Nostalgia for the homeland
		Like a traditional fishing village
		Thinking about returning home
		A beautiful sunset
		Beautiful coastal scenery
	Deviative	Deviative of Daily Works
		Relaxing of Time
		Opportunity of Diversion
		Stress Annulment
		Deviative of Downtown
Satisfaction	Flow of Experience	
	Satisfaction of Visit	
	Satisfaction of Experience Participation	
	Revisit	
	Word of Mouth	
	Recommend	

의 타당성을 높이기 위해 본 연구에서는 객관적 고유성만을 고유성 측정요인으로 사용하였다.

어촌관광에서 가장 중요한 핵심요인인 어촌의 정취, 전형적 어촌마을, 전통어업, 어촌환경보존, 수산특산물 판매점, 우수어촌체험마을 경진대회 수상경력 등으로 객관적 고유성을 정의하였으며, 비고유성은 고유성의 변수를 제외한 부가적인 사항으로 관광객들에게 필수적인 매력요인은 아니지만 체험시설 이용에 영향을 미치는 접근의 용이성, 주말나들이 적합성, 도시민과의 교류, 체험의 다양성, 편의시설, 정보획득 등으로 하였다.

둘째, 관광체험은 어촌관광지에서 관광활동에 지각된 체험이며, 관광대상의 직·간접적인 접촉을 통해 얻어지는 주관적·심리적인 반응이라고 할 수 있다. 따라서 어촌관광체험에서 관광체험은 다른 관광체험과 다소 특성이 다를 수 있으며, 체험활동에 가장 기본적으로 추구할 수 있는 오락성이나 일탈성 외에도 교육성과 심미

성을 추구하는 활동으로 조직화 할 수 있다.

이에 본 연구에서는 관광체험의 교육성 연구 변수는 체험을 통한 바다환경과 자원의 중요성 인지, 존재가치 습득, 수산물 현지구매를 통한 어촌문화 습득, 지적 호기심 충족, 사회적 지식 습득, 자아교육 및 자녀교육 등으로 설정하였다. 오락성 연구변수는 잡기체험을 통한 어촌생활의 흥미, 다양한 먹거리, 전통어업체험에 대한 재미, 다양한 체험거리, 갯벌오락체험에 대한 재미, 해수욕 등으로 설정하였다. 심미성 연구변수는 어촌경관의 매력, 고향에 대한 향수, 전통어촌마을 모습, 귀향에 대한 생각, 아름다운 해넘이, 아름다운 해양경관으로 설정하였다. 일탈성 연구변수는 일상적인 일로부터 탈피, 시간적 여유로움, 기분전환 계기, 스트레스 해소, 도심에 대한 해방감, 체험에 대한 몰입 등으로 설정하였다.

셋째, 만족은 체험 관광객들이 체험활동 후 나타나는 감정적·행동적 의도와 관련있는 측정변수로 방문에 대한 만족, 체험참여에 대한 만족,

재방문, 추천, 권유 등으로 설정하였다.

6. 설문조사

본 연구의 설문자료 수집방법은 백미리 어촌 체험마을 대상 어촌관광 방문객들이 체험을 끝낸 시점에서 연구목적, 설문문항 안내, 설문지 작성에 대한 요령 등에 대해 자세하게 설명한 후 본인이 직접 기입하는 자기기입식 설문지법으로 실시하였다.

설문조사기간은 어촌관광객들의 체험활동이 가장 활발한 여름철 기간인 2013년 7월 16일부터 2013년 8월 15일(약 30일간) 사이에 총 250부의 설문지를 배포하여 실시되었으며, 응답내용의 일부 누락, 무성의한 응답으로 판단되는 설문지 43부를 제외하고 207부를 최종적으로 실증분석에 활용하였다.

7. 분석방법

본 연구의 모형 및 가설을 검증하기 위하여 다음과 같은 분석을 실시하였다.

첫째, 조사대상의 인구통계적인 특성과 어촌관광 활동에 대한 기본적인 특성에 대해서는 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 어촌체험관광 고유성, 비고유성, 관광체험, 만족에 대한 각 변수별 신뢰성 분석을 위해 각 구성개념별로 내적 일관성에 대한 검증을 실시하였다. 셋째, 각 변수별 신뢰도 분석이 이루어진 후 각 구성개념에 대한 측정항목의 개념타당성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 먼저 실시하였다. 넷째, 구성개념간의 신뢰도 및 타당성을 평가하기 위하여 신뢰도 검증과 요인분석을 실시하였다. 다섯째, 본 모형의 적합도와 선정된 연구가설을 검증하기

위한 절차로 회귀분석을 활용하여 변인간영향력을 측정하고 모형을 검증하였다. 마지막으로 어촌체험관광의 고유성과 만족 간의 영향관계에 대한 직·간접적인 효과를 분석하기 위해 매개효과를 검증하였다.

IV. 연구결과

1. 백미리 어촌체험마을 분석결과

1) 표본의 특성

전체 응답자 207명의 인구통계학적 특성 중 성별비율은 남자가 59.4%, 여자가 40.6%로 남자가 높게 나타났다. 연령별 비율은 20대 이하가 21.3%, 30대 32.4%, 40대 24.6%, 50대 16.4%, 60대 11%로 고르게 분포하고 있는 것으로 나타났다.

관광객의 동반자 여부에 대해서는 혼자 4.8%, 가족끼리의 여행이 43.5%, 연인이 11.6%, 친구 15.9%, 직장동료 12.6%, 친목단체 4.8%, 기타 6.8%로 수도권에 위치한 백미리 어촌체험마을에는 가족단위의 관광객이 가장 많은 것으로 나타났다. 관광객의 방문횟수는 42.0%가 첫 방문이었으며, 재방문이 28.0%, 3회 이상 방문객이 30.0%로 나타나 첫 방문객이 가장 많았지만 재방문의 비율 또한 높은 것으로 확인되었다.

방문지 정보획득 경로에 대한 조사에서는 가족/친지/주변인에 의한 구전의 경로가 49.3%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 인터넷 34.8%, 홍보광고 7.2%, 신문/잡지 4.8%, 기타 2.4%, 여행사 1.0%의 비율로 나타났다.

관광객의 이용 교통수단으로는 자가용 이용 비율이 전체 82.1%로 가장 높게 나타났으며, 대중교통 10.6%, 전세버스 5.8%, 택시 1.4% 순으로

Table 2. Sample List

Village	Total paper	Obtain Paper	Availability Questionaries Obtain Rate	Remarks
Baegmi-ri	250	207	82.8%	Researcher Direct Visit Research and Coperate of Fishing Village of Chief Clerk, an Office Manager

나타났다.

관광객의 거주지에 대한 조사에서는 수도권 이 80.2%의 비율로 가장 많은 응답자를 나타냈 으며, 다음으로 충청권 8.2%, 강원권 6.8%, 영남 권 3.9%, 호남권 1.0%의 순으로 나타났다.

2) 신뢰도 분석

일반적으로 가장 많이 쓰이는 내적일관성에 의한 척도의 신뢰성 평가방법은 Cronbach's α 계수를 이용하는 것이다. 백미리 어촌체험마을 의 신뢰도 분석 결과, 각각의 Cronbach's α 계수 가 비고유성을 제외한 나머지 6개 항목에서 0.8 이상의 결과값을 나타내었고, 비고유성 또한

Cronbach's α 계수가 0.7 이상으로 수용할 만한 것으로 판단되었다(Table 3).

3) 요인 분석

첫째, Table 4는 고유성과 비고유성에 대한 회 전된 성분행렬을 나타낸 것으로서 eigenvalue 값 이 1.0 이상인 요인이 분석에 이용되었다. 고유 성과 비고유성의 요인분석 결과, 성분 1은 고유 성, 성분 2는 비고유성으로 확인되었으며, 성분 2의 b1(접근의 용이성), b5(편의시설)은 적재값 이 0.5 이하로 나타나 제외하였다.

둘째, Table 5는 관광체험항목의 요인분석 결 과값을 나타낸 것으로서 분석 결과, eigenvalue

Table 3. Reliability Analysis

Factor		Items	Cronbach's α
Authenticity	Authenticity	6	0.844
	Inauthenticity	6	0.718
Tourism Experience	Education	7	0.867
	Amusement	6	0.824
	Aesthetic	6	0.840
	Deviation	6	0.930
Satisfaction		6	0.839

Table 4. Authenticity and Inauthenticity of Factor Analysis

Attribute	Factor Loading	
	1	2
a1(Fishing Atmosphere)	.669	.206
a2(Typical Fishing Village)	.852	.114
a3(Tradition Fishery)	.788	.221
a4(Fishing Environment Reservation)	.779	.179
a5(Fishing special product shopping shop)	.596	.344
a6(Fishing Experience Village Test Prize-giving Career)	.665	.214
b2(Suitability of weekend Short Visit)	.234	.764
b3(Active Relationship of Citizen)	.145	.790
b4(Various Experience)	.210	.635
b6(Information Obtain of Convenience)	.187	.689

Kaiser-Meyer-Olkin: .878, df=55, p=.000, Bartlett=832.239

*요인추출 방법 : 주성분 분석. *회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

a. 3 반복계산에서 요인회전이 수렴. b. 제외된 변수 : b1(접근의 용이성), b5(편의시설)

Table 5. Tourism Experience of Factor Analysis

Attribute	Factor Loading		
	1	2	3
c1(Marine Products Important of Experience)	.390	.726	-.029
c2(Existence Learning of Experience)	.215	.676	.279
c3(Fishing Culture Learning of Marine Products Local Purchase)	.006	.779	.284
c4(Indicate Curiosity Sufficiency of Capture Experience)	.315	.669	.177
c5(Social Knowledge of Fishing Livelihood)	.239	.633	.381
d10(Exciting of Tradition Fishery Experience)	.288	.224	.749
d11(Various Experience Active)	.459	.170	.610
d12(Exciting of Beach Recreation Experience)	.272	.259	.730
d13(Pleasure of Sea Bathing)	.188	.204	.619
f20(Deviative of Daily Works)	.731	.139	.406
f21(Relaxing of Time)	.713	.172	.425
f22(Opportunity of Diversion)	.806	.310	.175
f23(Stress Annulment)	.844	.204	.186
f24(Deviative of Downtown)	.739	.344	.283
f25(Flow of Experience)	.789	.226	.299

Kaiser-Meyer-Olkin: .924, df= 105, p= .000, Bartlett= 1879.089

Table 6. Satisfaction of Factor Analysis

Attribute	Factor Loading
	1
g1(Satisfaction of Visit)	.716
g2(Satisfaction of Experience Participation)	.767
g3(Revisit)	.769
g4(Word of Mouth)	.823
g5(Recommend)	.826

Kaiser-Meyer-Olkin: .782, df= 10, p= .000, Bartlett= 444.405

값이 1.0 이상인 성분이 3개로 확인이 되었고, 성분 1은 일탈성 성분 2는 교육성, 성분 3은 오락성으로 확인되었다. 심미성 요인(e14-어촌경관의 매력, e15-고향에 대한 향수, e16-전통적 어촌마을의 아름다움, e17-귀향에 대한 생각, e18-해넘이의 아름다움, e19-해안경관의 아름다움)은 모두 0.5 이하의 적재값을 보여 제외하였다. 심미성 요인 외에도 제외된 요인은 c6(체험을 통한 자기교육), c7(체험을 통한 존재가치습득) d8

(잡기체험을 통한 어촌생활의 흥미로움), d9(다양한 먹거리)의 4개 변수가 제외되어 총 10개의 변수가 제외되었다.

셋째, 만족의 세부요인 또한 모두 0.7 이상의 높은 값으로 성분 1에서 확인할 수가 있었으며, 제거된 요인은 없는 것으로 확인되었다(Table 6).

4) 단순회귀분석 결과

- (1) 고유성-만족 간의 회귀분석 결과 독립변수인 고유성과 비교유성이 만족에 미

치는 영향을 알아보기 위하여 단순회귀분석을 실시하였다. 우선 고유성과 만족의 단순회귀분석 결과를 확인해보면, B값이 0.360으로 유의확률이 만족할 만한 수준에서 나타나지 않아 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다.

반면 비고유성이 만족에 미치는 영향에 대한 결과값은 B값이 0.416으로 나타나 비고유성은 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

(2) 관광체험-만족 간의 단순회귀분석 결과 관광체험요소와 만족간의 단순회귀분석 결과를 다음 Table 8에 나타내었다.

우선 교육성이 만족에 미치는 영향을 살펴보면 표준화 B값은 0.494로 유의수준 1% 수준에서 유의한 것으로 나타나 유의미한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 오락성이 만족에 미치는 영향은 표준화 B값이 0.360으로 유의수준 1% 수준

에서 유의한 것으로 나타났다. 마지막으로 일탈성이 만족에 미치는 영향을 분석한 결과, 표준화 B값이 0.504로 유의확률 0.000으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

(3) 고유성·비고유성-관광체험 간의 단순회귀분석 결과

고유성·비고유성과 관광체험 간의 단순회귀분석 결과는 다음 Table 9와 같다. 먼저 고유성과 관광체험 간의 단순회귀분석 결과를 살펴보면, 고유성-교육성의 경우, B=0.711의 영향력을 미치는 것으로 유의수준 1% 미만의 수준에서 분석되었다.

고유성-오락성의 경우 B=0.512, p=0.000의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면 고유성과 일탈성의 단순회귀분석결과는 B=0.322로 나타났으나 유의수준 내에서 만족하지

Table 7. Authenticity & Inauthenticity and Satisfaction of Regression Analysis* P<0.001

Dependent Variable	Independent Variable	Adj.R ²	F	B	t	p
Satisfaction	Authenticity	.125	30.503	.360	5.523	.151
	Inauthenticity	.169	42.968*	.416*	6.555	.000

* P<0.001

Table 8. Tourism Experience and Satisfaction of Regression Analysis* p<0.001

Dependent Variable	Independent Variable	Adj.R ²	F	B	t	p
Satisfaction	Education	.240	66.076*	.494*	8.129	.000
	Amusement	.125	30.460*	.360*	5.519	.000
	Deviation	.250	69.483*	.504*	8.336	.000

* P<0.001

Table 9. Authenticity & Inauthenticity and Tourism Experience of Regression Analysis * p<0.001

Dependent Variable	Independent Variable	Adj.R ²	F	B	t	p
Education	Authenticity	.504	210.147*	.711*	14.496	.000
	Inauthenticity	.150	37.314	.393	6.108	.146
Amusement	Authenticity	.259	73.013*	.512*	8.545	.000
	Inauthenticity	.070	16.436	.273	4.054	.120
Deviation	Authenticity	.099	23.538	.322	4.852	.213
	Inauthenticity	.262	73.944*	.516*	8.599	.000

* P<0.001

못한 결과가 나타났다.

비고유성과 관광체험간의 단순회귀분석결과 비고유성 - 교육성의 경우 $B=0.393, p=0.146$ 으로 유의미하지 않은 것으로 분석되었다. 비고유성 - 오락성의 경우도 마찬가지로 $B=0.273, p=0.120$ 으로 나타나 역시 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 하지만 비고유성 - 일탈성의 경우에는 $B=0.516$ 으로 유의수준 1% 미만에서 유의미한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

결론적으로 백미리 어촌체험마을의 단순회귀 분석 결과, 고유성은 교육성과 오락성에 영향을 미치는 것으로 나타났지만 일탈성과 만족에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 비고유성은 교육성과 오락성에는 영향을 미치지 않지만 일탈성과 만족에는 직접적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 관광체험의 구성요소인 교육성, 오락성, 일탈성은 모두 만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

2. 가설검증

가설 I의 고유성과 만족 간의 영향 관계에서 고유성은 만족 요인에 유의한 영향을 보이지 않은 것으로 나타났으며, 비고유성은 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 고유성이 만족에 영향을 미친다는 연구가설 I이 부분적으로 지지되었다.

가설 II인 고유성과 관광체험 간의 영향관계 분석 결과에서는 먼저 고유성이 관광체험 요소인 교육성에 의한 영향을 보였으며, 나머지 체험 요소에서는 오락성에 유의한 영향을 나타내는 것으로 분석되었다.

비고유성에서는 일탈성 요인으로 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되어 고유성이 관광체험에 영향을 미친다는 연구가설 II가 부분적으로 지지되었다.

가설 III인 관광체험과 만족 간의 영향관계를 분석한 결과는 교육성, 오락성, 일탈성 등의 요

Table 10. Hypothesis Verification Result

Hypothesis	Hypothesis Content	Hypothesis Verification Result
		Baek Mi Ri Village
1	Authenticity will be affected Satisfaction.	Part Choice
1-1	Authenticity will be affected Satisfaction.	Rejection
1-2	Inauthenticity will be affected Satisfaction.	Choice
2	Authenticity will be affected Education.	Part Choice
2-1	Authenticity will be affected Education.	Choice
2-2	Authenticity will be affected Amusement.	Choice
2-3	Authenticity will be affected Aesthetic.	Rejection
2-4	Authenticity will be affected Deviation.	Rejection
2-5	Inauthenticity will be affected Education.	Rejection
2-6	Inauthenticity will be affected Amusement.	Rejection
2-7	Inauthenticity will be affected Aesthetic.	Rejection
2-8	Inauthenticity will be affected Deviation.	Choice
3	Tourism will be affected Satisfaction.	Part Choice
3-1	Education will be affected Satisfaction.	Choice
3-2	Amusement will be affected Satisfaction.	Choice
3-3	Aesthetic will be affected Satisfaction.	Rejection
3-4	Deviation will be affected Satisfaction.	Choice

인에서 유의한 영향을 보여 연구가설 Ⅲ이 부분적으로 지지되었으며, 이를 Table 10에 나타내었다.

V. 요약 및 결론

어촌관광은 어촌 지역 주민이 주체가 되어 어촌 지역 내 부존자원을 이용하여 관광객에게 체험활동을 제공함으로써 어촌 경제 활성화에 기여하고자 하는 관광산업활동이다. 최근 많은 관광객들은 관광대상을 바라보고 즐기는 개념의 단순 탈출형 관광이 아닌 체험관광상품으로 보려는 시각으로 발전하면서 어촌관광도 체험을 추구하는 관광객에게 차별적인 관광상품으로 각광받고 있다. 이러한 측면에서 어촌체험마을을 찾는 방문객들이 느끼는 어촌의 고유성과 비고유성이 관광체험 및 만족에 어떠한 영향을 미치는지 각 변인 간 관계규명을 통하여 현장에서 요구되는 실무적인 어촌관광의 활성화 전략을 제시하고자 하였으며, 본 연구 결과를 통해 얻은 시사점은 다음과 같다.

첫째, 어촌체험마을 조성사업은 설계에서부터 체험마을 고유의 목표지향적 차별화가 이루어져야 한다. 일반적으로 관광지의 객관적 고유성이 방문객들이 방문지를 선택하는 중요한 요인인 것으로 인식되어 왔으나, 이번 연구 결과는 어촌체험마을 방문객의 경우, 이에 대한 반응이 매우 미약하고 오히려 관광체험 요소들에 대한 반응이 강하게 나타났다. 따라서 어촌체험마을 조성사업은 체험프로그램강화를 통해 마을의 특성을 살린 체험마을의 기본적인 조건들을 제대로 갖추는 것이 중요하다는 것으로 이해되어야 할 것이다. 다만, 고유성 자체를 다른 마을에 비해 차별적으로 부각시킬 수 있다면 이에 대한 목표 지향적 관점에서 충분히 고려해 볼 수도 있을 것으로 본다. 이는 고유성과 관광체험의 관계에서 프로그램이 비교적 다양한 백미리 어촌체

험마을이 오락성에서 유의한 영향을 나타낸 점도 이를 뒷받침 해주고 있는 것으로 이해된다.

둘째, 어촌체험마을 방문객이 만족을 얻는 요소로 비고유성에도 차별적으로 반응한다는 것이다. 비고유성과 만족 간의 관계에서 유의한 영향을 나타낸 점에 유의해야 한다. 백미리 어촌체험마을은 대도시 근교에 위치하여 접근이 용이하고 주차장 등 편의시설이 체험시설 입구에 집중적으로 배치되어 있어 체험시설 이용을 편하게 하도록 지원해 주는 구조가 영향을 주는 것으로 이해된다.

셋째, 고유성과 관광체험 요소에서 가장 중요한 관심이 교육적 요소라는 점이다. 인구통계학적 특성에서 방문객이 30~40대, 가족 동반형으로 나타났으며, 이들이 주로 초중등학생을 동반하고 있는 가족으로 예상되고, 최근 학교 교육에서 현장학습을 중시하는 추세에 따라 어촌체험마을을 통해 교육적 요소에 대한 기대와 만족감에 가장 크게 반응하고 있는 것으로 보여진다. 따라서 체험프로그램에 초중등학생에게 눈높이를 맞춘 교육적요소를 강화하는 노력이 요구된다. 구체적으로는 홈페이지나 팸플렛, 체험안내판 등을 활용하여 다양한 학습정보를 제공하고, 바다해설사 등 전문가를 활용한 학습안내를 통하여 교육수요를 충족시켜 주는 노력이 병행되어야 할 것이다.

넷째, 수요자 중심의 관광체험요소 개발이 선행되어야 한다. 앞에서 언급한 바와 같이 최근 어촌체험마을을 방문하는 주요한 수요층은 30~40대의 가족 동반형으로 자가용을 이용하는 관광객이다. 체험마을이 단순히 체험시설 이용 수입만으로 정책적 목표를 달성하기 어려우므로 주 방문층을 겨냥한 맞춤형 체험프로그램 개발과 다양한 부가상품개발 노력이 요구된다.

REFERENCES

Bitner, M. J. (1990), "Evaluating service encounters:

- The effects of physical surroundings and employee responses,” *Journal of Marketing*, 54, p.70.
- Chen, A. N. (2012), “Relations of authenticity, tourist experience and experiential satisfaction towards heritage tourism sites,” Doctoral Dissertation, Soonchunhyung University, Daejun, South Korea.
- Chhabra, D., Healy, R. and Sills, E. (2003), “Staged authenticity and heritage tourism,” *Annals of Tourism Research*, 30 (3), p.710.
- Cho, M. H. (2000), Munhwa Tourism, Bae San published, 121 – 127.
- Cho, M. H. and Yang, B. S. (2004), “A Study on Measurement of Authenticity of Cultural Tourism Festival-The Case of Gwangalli-Eobang Festival,” *Munhwa Tourism Research*, 6 (1), p.41.
- Colenutt, C. E. and McCarville, R. E. (2000), “The Effect of a Queue-Type Delay on Recreationists’ Mood and Satisfaction Levels With a Leisure Provider,” *Journal of Park & Recreation Administration*, 18 (2), 1 – 20.
- Curran, J. M., Matthew, L., Meuter, M. M. and Surprenant, C. F. (2003), “Intentions to Use Self-Service Technologies: A Confluence of Multiple Attitudes,” *Journal of Service Research*, 5 (3), p.210.
- Goffman, E. (1959), “The moral career of the mental patient”, *Psychiatry*, 22 (2), 123 – 142.
- Ha, D. H. and Kim, S. H. (2010). “The relationship among service quality, experiential quality, experiential satisfaction, and loyalty in pension visitors,” *Annals of Tourism Research*, 25 (1), 1 – 21.
- Han, S. Y. and Um, S. H. (2005), “Verification on Experience Realms of Pine and Gilmore: The Case of Participants’ Satisfaction of Experiential Activities at Hansan Ramie Festival,” *Annals of Tourism Research*, 29 (2), 131 – 145.
- Jang, Y. L. (2010), “A Study green tourism product development support, tourism experience satisfaction towards green tourism research preference,” Doctoral Dissertation, Kyunghee University, Seoul, South Korea.
- Jang, Y. S. and Choi, J. C. (2007), “An analysis on authenticity of fisheries festival-The Gijan anchovy festival,” *Fishing Management*, 38 (2), p.108.
- Kim, J. S. (2002), “A Study on the tourism strategy of sore-pogu using the concept of authenticity,” *Tourism Management Research*, 6 (2), 19 – 36.
- Kim, S. Y. and Kim, J. H. (2011), “The influences of fishing experience tourism and environment knowledge on the experience satisfaction,” *Tourism Institute of Northeast Asia*, 7 (4), p.258.
- Kim, Y. M. (2010), “The influences of local tourism clustering and tourism networking on the local experiential green tourism competitiveness,” Doctoral Dissertation, Kwangdong University, Kwangrung-city, South Korea.
- Kolar, T. and Zabkar, V. (2010), “A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing?,” *Tourism Management*, 31 (5), p.653.
- Lee, H. S. (2011), “Tourists’ Authenticity Perception and its Relationship with Tourism Experience: A Sample of Foreign Tourists Visiting Seoul Buckchon Traditional Village,” *Journal of Tourism Sciences*, 35 (2), 13 – 14.
- Lee, H. S. and Maeng, C. H. and Oh, M. J. (2012), “Impacts of satisfaction on the promptitude village tourist of authenticity recognition,” *Korea Photo Geography*, 22 (2), p.115.
- Lee, Y. I. (2012), “Relations visit satisfaction and experience vitality of fishing experience village,” *Journal of Korea Island*, 24 (3), 151 – 168.
- Lee, Y. J. and Song, M. Y. and Lee, Y. P. (2011), “A Typology of Experience Program of Fishing Village Tourism in Gangneung-An Application of Model of the Four Realms of an Experience by Pine & Gilmore,” *Korea Fishing Ocean Education Research*, 23 (4), 695 – 708.
- MacCannell, D. (1973), “Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings,” *American Journal of sociology*, 79 (3), p.593.

- Moscardo, G. and Pearce, P. (1986), "Historic Theme Parks. An Australian Experience in Authenticity," *Annal of Tourism Research*, 13, p.473.
- Pine, B. J. and Gilmore, J. H. (1999), "The Experience Economy: Work is The atreand Every Businessa Stage," Boston: HBS Press.
- Prentice, R. C., Witt, S. F. and Hamer, C. (1998), "Tourism as experience: The case of heritage parks," *Annals of Tourism Research*, 25 (1), p.2.
- Shin, D. J. (2012), "A Longitudinal Study on Fishing Village Visitor' s Motivation and Satisfaction," *Annals of Tourism Research*, 26 (3), 541 – 558.
- Sung, T. G. and Lee, J. H. (2010), "A study revitalization and tourism realities of Chungnam fishing experience," *Chungnam Development Institute*, 12 – 15.
- Wang, N. (1999), "Rethinking authenticity in tourism experience," *Annals of Tourism Research*, 26 (2), 352.
- Yang, B. S. (2002), "Relations of tourist experience, authenticity, satisfaction towards culture tourism sites," Doctoral Dissertation, Donghwa University, Busan, South Korea.
- Yang, P. S. (2009), "A study relation satisfaction, authenticity knowledge, entertainment experience of tourism destination," Doctoral Dissertation, Jeju National University, Jeju, South Korea.
- Yun, Y. S. (2012), "The Perceived Multi-function of Rural Tourism Resources Influencing on Travel Satisfaction and Destination Loyalty," *Annals of Tourism Leisure Research*, 24 (2), 269 – 287.