

해양레저스포츠 체험선택과 체험효과, 체험만족에 관한 연구

정문현
충남대학교 스포츠과학과

A Study on the Experience Choice, Experience Effect and Experience Satisfaction on Marine Leisure Sports

Moon-Hyun Jung

Dept. of Sports Science, Chungnam National University

요약 해양레저 관광 활성화를 위해 해양레저스포츠 체험선택과 체험효과, 체험만족 간의 관계를 연구하고자 설문지를 제작한 후 보령지역을 방문하여 조사분석을 실시하는 연구를 수행한 결과 다음의 결론을 얻었다. 첫째, 해양레저스포츠의 선택중요는 선택만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 해양레저스포츠의 선택중요는 체험효과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 해양레저스포츠의 선택만족은 체험효과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 해양레저스포츠 방문객들은 모타보트, 바나나보트, 요트 체험을 선호하는 것으로 조사되었다. 다섯째, 해양레저체험센터 건립시에는 장비대여소, 안전시설, 해양레저체험시설이 포함되어야 한다.

주제어: 해양레저스포츠, 해양레저체험, 선택중요, 선택만족, 체험효과

Abstract The purpose of this study is studying the relationship among experience choice, experience effect and experience satisfaction of marine leisure sports for the vitalization of marine leisure tourism. After preparing a questionnaire, investigation and analysis were done by visiting Boryeong area. The result of the study is as following. First, it was found that the major cause of choice in marine leisure sports has positive impact on choice satisfaction. Second, it was found that the major cause of choice has positive impact on experience effect. Third, it was found that the choice satisfaction in marine leisure sports has positive impact on experience effect. Fourth, it was found that the marine leisure sports visitors like motor boat, banana boat and yacht experience. Fifth, it is suggested that an equipment rental desk, safety facilities and marine leisure experience facility included in a marine leisure experience center to be built.

Key Words : marine leisure sports, marine leisure experience, major cause of choice, choice satisfaction, experience effect

* This work was supported by research fund of Chungnam National University.

Received 3 August 2014, Revised 15 September 2014

Accepted 20 October 2014

Corresponding Author: Moon-Hyun Jung
(The Society of Digital Policy)

Email: jmhyun520@cnu.ac.kr

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

1.1 연구의 필요성 및 목적

21세기 디지털 정보화 시대에 지역적, 사회적, 문화적 경계가 불분명해짐에 따라 보고, 듣고, 느끼고, 즐기고 체험하는 해변으로 발전시켜 자원화 하는 등 소비자의 다양한 체험을 기반으로 새로운 여가마케팅의 패러다임인 체험마케팅이 어느 때보다도 강조되고 있다[1].

우리나라는 3,170개의 섬과 11,542km의 해안선, 2.39km²의 갯벌은 물론 2,240개의 어항과 포구, 360개의 해수욕장이 있으며, 수많은 해안 경관지와 약 70여개의 해양 축제 및 스포츠이벤트 등이 꾸준히 개최되고 있다 [2]. 최근 들어 전반적인 국민 소득수준의 향상과 교통수단의 발달 그리고 가치관의 변화는 육지 중심의 관광에서 벗어나 해양의 다양성을 체험하고 즐길 수 있는 해양 관광의 토대를 마련하고 있다[3].

해양관광은 우리나라의 공간적, 사회·문화적 특성을 가장 잘 반영할 수 있는 관광자원으로 중앙정부 및 지방자치단체에서는 지역주민의 삶의 질 향상과 소득증대는 물론 환경자원의 보존과 관리를 위한 방안으로 해양권 발전산업을 육성하고 있다[4].

바다와 인접한 지자체들은 해양과 관련한 외래 관광객의 유치 확대 및 침체된 지역경제 활성화를 위해 다양한 유인 프로그램 개발에 박차를 가하고 있으며, 이러한 가치를 높이기 위해서는 단순한 관광장소에 대한 인식보다는 여가소비자들이 직접 체험할 수 있는 소비자 체험적 접근 방법이 필요하다[1]. 이를 위해 바다를 보유한 지자체들은 앞을 다투어 해양레저 체험관광 기반 조성사업에 큰 관심과 노력을 기울이고 있다.

바다를 이용한 마케팅은 해변, 수상, 수중, 수산물, 주변 볼거리를 이용한 다양한 콘텐츠로 구성할 수 있어 관광사업에 용이하다. 바다를 이용한 마케팅 차원에서 개인의 스포츠관광 결정은 탈출, 스틸, 재미나 교육과 같은 무형요소에 의해 영향을 받으며, 목적지에 의해 제공된 건물, 여가스포츠시설, 자연자원이나 인위적인 매력과 같은 유형요소로 이해된다고 하였고[5], 해양레저 소비자의 충성도를 나타내는 재방문은 고객확보 차원을 넘어 다양한 체험만족을 통한 잠재 수요시장 확보의 중요변수가 된다[1]. 해양레저 체험을 전문적이고 체계적으로, 안전하게 즐길 수 있는 해양레저 체험센터의 건립이 필요한

시기가 되었다. 그러나, 체험마케팅의 일환인 체험센터 건립 필요성과 그 효과에 관한 연구는 부족한 실정이다.

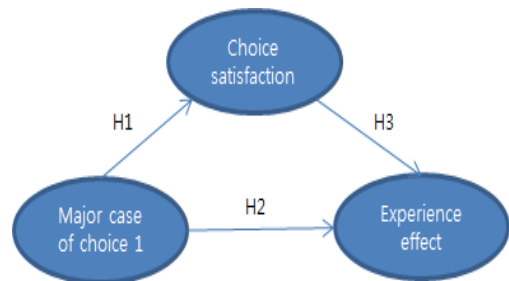
체험마케팅은 소비자에게 브랜드를 직접 체험하게 함으로써 만족감을 높이고 이러한 만족감을 바탕으로 재방문의도를 유도할 수 있는 하나의 대안이 될 수 있으나, 이에 대한 높은 관심과 이론적, 실무적 성과에도 불구하고 체험마케팅에 관한 연구는 부족하다[1]. 그동안 해양레저스포츠와 관련된 연구로는 도시마케팅 전략과 해양레저스포츠[6], 해양관광활성화 마케팅 전략[7][8], 해양레저 체험 공간의 속성과 만족도[9][10]와 체험마케팅의 관광지 충성도[1]에 관한 연구 등이 수행되어 왔다.

체험마케팅은 소비자에게 브랜드를 직접 체험하게 함으로써 만족감을 높이고 이러한 만족감을 바탕으로 재방문의도를 유도할 수 있는 하나의 대안이 될 수 있다[1]. 해양관광객들의 방문율을 높이려면 해양관광객들의 복합적이고 다차원적인 욕구를 충족시켜 주기 위한 연구가 진행되어야 하며[11], 이의 일환으로 해양레저스포츠 체험선택과 체험효과, 체험만족에 관한 연구를 수행하는 것은 의미가 있겠다.

따라서, 본 연구의 목적은 해양레저 관광객들의 해양레저 체험 선택시 중요요인, 만족요인, 체험효과와의 관계를 알아보고 이를 통해 재구매율을 높이기 위한 방안을 모색하는 것이다.

1.2 연구모형

본 연구에서 해양레저 관광객들이 지각하는 해양레저 선택중요요인, 선택만족요인, 체험효과와의 관계를 알아보는 연구모형은 [Fig. 1]과 같다.



[Fig. 1] study model

1.3 연구가설

해양관광소비자의 재방문의도를 높이고 관광지의 브랜드와 방문객들의 만족감을 높일 수 있는 해양레저 체험센터의 건립은 체험마케팅의 효과를 극대화 시킬 수 있는 대안이 될 수 있다. 제시한 연구모형을 기초로 설정한 가설은 다음과 같다.

- 가설1. 선택중요와 선택만족은 관계가 있을 것이다.
- 가설2. 선택중요와 체험효과는 관계가 있을 것이다.
- 가설3. 선택만족과 체험효과는 관계가 있을 것이다.

2. 연구방법

본 연구는 충청남도 해양관광의 중심에 있는 보령 대천해수욕장의 브랜드를 강화할 수 있는 해양레저 체험센터 건립의 필요성을 알아보기 위해 연구를 수행하였다. 이를 위해 해양레저체험센터 건설에 관한 관련 문헌을 수집·분석하고, 해양관광객들을 대상으로 해양레저체험센터 건설에 대한 관심 정도를 조사하고자 질문지를 제작하여 설문조사를 실시하였다.

2.1 연구대상

본 연구에 참가한 대상은 대천해수욕장을 방문한 관광객을 대상으로 모집단을 설정하였으며, 2013년 7월 1일부터 2013년 8월 30일에 걸쳐 조사를 실시하였다. 표집 방법은 본 연구자를 포함한 5명의 조사원이 조사지를 방문하여 비확률표본추출법(non-probability sampling) 중 편의표본추출법(Convenient sampling method)을 사용하여 400부의 설문지를 배부하였다. 이 중 348부의 설문지를 회수하였으며, 답안은 자기평가기입법을 이용하여 작성하도록 하였다. 회수된 설문지 중 불성실하다고 판단되거나 설문지 내용의 일부가 누락된 27부를 제외한 321부의 자료가 실제분석에 사용되었다. 본 연구대상자의 인구통계학적 특성은 <Table 1>과 같다.

2.2 측정 도구

체험관광 활성화를 위한 해양레저 체험센터 건립의 필요성을 규명하기 위해 본 연구에 사용한 도구는 설문지이다.

<Table 1> Demographic characteristics of study subjects

	Classification	Frequency	ratio(%)
Gender	Male	253	78.8
	Female	68	21.2
Age	Younger than 20s	179	55.8
	20s	40	12.5
	30s	41	12.8
	40s	49	15.3
	50s	9	2.8
	60s or elder	3	0.9
Income	Less than 3 million won	101	31.5
	3 million won +	51	15.9
	4 million won +	58	18.1
	5 million won +	45	14.0
	6 million won +	66	20.6
Education	Finished high school or less	184	57.3
	University graduate	81	25.2
	Graduate school graduate	37	11.5
	Higher education than graduate school	19	5.9
Occupation	Student	189	58.9
	Teacher	19	5.9
	Government employee	16	5.0
	Office worker	33	10.3
	Housewife	28	8.7
	Self-employed	14	4.4
	Specialist	22	6.9
Area	Big city	275	85.7
	Small and medium sized cities	41	12.8
	Farming or fishery village	5	1.6
Total		321	100.0

설문지의 구성내용은 <Table 2>와 같다. 인구사회적 특성으로 성, 연령, 수입, 학력, 직업, 지역 6개 문항으로 구성하였으며, 체험관광 관련 설문은 해양레저 선택중요, 선택만족, 체험효과의 3요인이 포함되어 있다. 마지막으로 해양레저 관심 요인과 해양레저체험센터 건립시 필요 시설을 포함하였다. 해양레저 선택중요요인과 선택만족요인은 정문현(2011)이 사용한 설문지를 본 연구의 목적과 대상에 부합되도록 수정·보완하여 사용하였으며, 이는 체험프로그램, 안전/위생, 운영서비스, 지원시설편리성의 4개 하위요인으로 구성되었다[12]. 다음으로는 해양레저 체험효과요인, 해양레저관심요인에 응답하도록 하였으며, 설문지의 응답형태는 5단계 Likert 척도를 사용하여 ‘매우 그렇다’는 5점에서 ‘전혀 그렇지 않다’는 1점으로 구성하였다.

<Table 2> Variables and content of questionnaire

Constituting indicators	Contents	Number of question by cause	
Major cause of choosing marine leisure	Experience program	2	4
	Safety/hygiene	3	
	Operation service	4	
	Convenience of supporting facilities	4	
Cause of satisfaction on marine leisure	Experience program	2	4
	Safety/hygiene	3	
	Operation service	4	
	Convenience of supporting facilities	4	
Experience effect of marine leisure	Stress relief	5	5
	Vitality on life		
	Increase intimacy with colleagues		
	Interest increase on marine leisure		
Interest cause on marine leisure	Improve sociality	2	2
	Cause of interest on marine leisure		
Demographic characteristics	Required facilities in marine experience center	6	

2.2.1 설문지의 타당도 및 신뢰도

측정도구인 설문지는 연구자와 체육학 전공 박사 3인에게 내용타당도(content validity)를 검증 받았으며, 요인분석을 통한 구성타당도를 실시하였다. <Table 3>의 선택중요의 탐색적 요인분석을 살펴보면, 고유값이 1.0 이상인 요인이 4개가 추출되었다. 특히, 변수간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되는 정도를 나타내주는 KMO 값은 .928으로 높게 나타났다. 그리고 요인분석의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형성 검정치는 $\chi^2=3264.723$, 유의확률 .000으로 나타나 측정에 적합하며 공통 요인이 존재한다고 할 수 있다. 해양스포츠 참가자를 대상으로 한 선택중요 설문지의 신뢰도는 Cronbach's α 값이 .716~.867로 나타나 신뢰할 만한 척도라고 판단되었다. 인구사회적 요인을 제외한 총 33문항으로 구성되었으며, Likert의 5점 척도를 이용하였다.

<Table 4>의 선택중요의 탐색적 요인분석을 살펴보면, 고유값이 1.0 이상인 요인이 4개가 추출되었다. 특히, 변수간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되는 정도를 나타내주는 KMO 값은 .945으로 높게 나타났다. 그리고 요인분석의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형성 검정치는 $\chi^2=4336.732$, 유의확률 .000으로 나타나 측정에 적합하며 공통 요인이 존재한다고 할 수 있다. 선택만족

의 신뢰도는 Cronbach's α 값이 .830~.910상으로 나타나 신뢰할 만한 척도라고 판단되었다.

<Table 3> Cause analysis on the major cause of choice and the reliability of it

Question	Component			
	Experience program	Safety/hygiene	Operation service	Convenience of supporting facilities
Major cause of choice 1	.823			
Major cause of choice 8	.787			
Major cause of choice 3		.883		
Major cause of choice 5		.863		
Major cause of choice 6		.855		
Major cause of choice 12			.851	
Major cause of choice 13			.832	
Major cause of choice 7			.792	
Major cause of choice 2			.779	
Major cause of choice 4				.808
Major cause of choice 9				.731
Major cause of choice 10				.726
Major cause of choice 11				.652
Unique value	3.111	2.686	2.345	2.274
% variance	23.931	20.661	18.036	17.489
% cumulation	23.931	44.592	62.628	80.117
KMO	.928			
Bartlett's sphericity test	3264.723($p < .001$)			
Cronbach's α	.716	.769	.845	.867

<Table 4> Cause analysis on choice satisfaction and the reliability of it

Question	Component			
	Experience program	Safety/hygiene	Operation service	Convenience of supporting facilities
Choice satisfaction 1	.806			
Choice satisfaction 8	.791			
Choice satisfaction 3		.895		
Choice satisfaction 5		.880		
Choice satisfaction 6		.772		
Choice satisfaction 2			.869	

Choice satisfaction 3			.823	
Choice satisfaction 7			.783	
Choice satisfaction 2			.712	
Choice satisfaction 4				.881
Choice satisfaction 9				.814
Choice satisfaction 0				.735
Major cause of choice 11				.678
Unique value	3.358	3.202	2.742	1.774
% variance	25.827	243630	21.096	13.648
% cumulation	25.827	50.457	71.552	85.201
KMO		.945		
Bartlett's sphericity test		4336.732($p < .001$)		
Cronbach's α	.830	.843	.903	.910

2.2.2 연구변인의 확인적 요인분석 결과

앞에서 제시한 탐색적 요인분석 결과를 토대로 연구에서 설정한 가설적 인과모형의 관측변수와 잠재변수의 관계 그리고 전반적인 모형의 적합도를 파악하기 위해 확인적 요인분석을 실시한 결과는 <Table 5>와 같다.

<Table 5>모형의 평가 방법에는 χ^2 검증을 이용하는 방법과 적합도 지수를 이용하는 방법이 있다. 그러나 χ^2 검증은 표본 크기에 민감하고, 영가설이 상당히 엄격하므로 χ^2 검증에 전적으로 의존하여 모형을 평가하지는 않는다. 본 연구에서는 표본 크기에 민감하지 않고, 모형의 간명성을 고려하였으며, 적합도 평가 지수의 기준이 확립된 GFI, AGFI, NFI, TNI를 통해 모형의 적합도를 평가하였다. 적합도 검증 시 권장 사용되는 수치의 수용

<Table 5> Result of confirmative cause analysis on study variables

		Non-standardized coefficients	S.E.	C.R.	P	AVE	conceptual reliability	
Major cause of choice	>	Major cause of choice 4	1.000			.957	.849	
Major cause of choice	>	Major cause of choice 3	1.084***	.037	29.397 ***			
Major cause of choice	>	Major cause of choice 2	.963***	.038	25.212 ***			
Major cause of choice	>	Major cause of choice 1	1.034***	.040	25.704 ***			
Experience effect	>	Experience effect 1	1.000			.958	.821	
Experience effect	>	Experience effect 2	1.017***	.030	33.774 ***			
Experience effect	>	Experience effect 3	.927***	.035	26.802 ***			
Experience effect	>	Experience effect 4	.949***	.035	26.845 ***			
Experience effect	>	Experience effect 5	.888***	.037	24.04 ***			
Choice satisfaction	>	Choice satisfaction 1	1.000			.940	.797	
Choice satisfaction	>	Choice satisfaction 2	.967***	.042	22.77 ***			
Choice satisfaction	>	Choice satisfaction 3	1.004***	.037	26.949 ***			
Choice satisfaction	>	Choice satisfaction 4	.965***	.046	21.146 ***			
Fitness of model		χ^2	df	p	GFI	AGFI	RMR	RMSEA
		246.961	62	.000	.891	.841	.032	.096

수준의 χ^2 값은 p값이 .05 이상 일 때, GFI, AGFI, NFI, TNI는 .8~.9이상 RMR, RMSEA는 .05~.09이하이다[13]. 따라서 지수를 대체로 충족시키고 있어 비교적 적합한 모형이라고 할 수 있다.

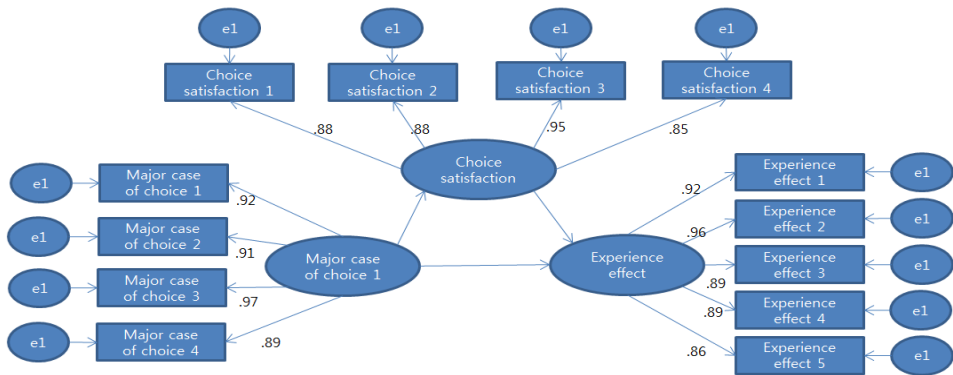
2.3 연구절차 및 자료처리

본 연구의 설문조사를 위하여 연구자와 사전교육을 받은 보조원들이 직접 해양활동 지역을 방문하여 연구의

<Table 6> Result of correlation analysis

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
A experience effect 1	1	.916**	.818**	.789**	.752**	.627**	.619**	.623**	.519**	.318**	.220**	.257**	.216**
B experience effect 2		1	.844**	.835**	.803**	.647**	.637**	.673**	.570**	.301**	.194**	.239**	.240**
C experience effect 3			1	.836**	.780**	.596**	.568**	.579**	.488**	.302**	.244**	.246**	.241**
D experience effect 4				1	.859**	.601**	.583**	.606**	.515**	.354**	.266**	.313**	.239**
E experience effect 5					1	.565**	.549**	.584**	.496**	.296**	.225**	.289**	.233**
F major cause of choice 1						1	.842**	.884**	.819**	.331**	.219**	.271**	.278**
G major cause of choice 2							1	.883**	.791**	.262**	.188**	.236**	.201**
H major cause of choice 3								1	.864**	.292**	.190**	.233**	.233**
I major cause of choice 4									1	.242**	.148**	.180**	.232**
J choice satisfaction 1										1	.771**	.843**	.746**
K choice satisfaction 2											1	.842**	.759**
L choice satisfaction 3												1	.810**
M choice satisfaction 4													1

** . Correlation coefficients are significant on the level of 0.01 (both sides).



[Fig. 2] Analysis result of study model

취지를 설명하고 설문지를 배포하였으며, 응답자가 자기 평가기입법(self-administered questionnaires)으로 응답하도록 한 후 회수하였다. 자료처리는 SPSS 21.0 프로그램을 사용하여 빈도분석, 상관관계분석을 실시하였으며, AMOS 21.0 프로그램을 사용하여 확인적 요인분석과 구조방정식 모형분석을 실시하였다.

본 연구의 결과를 검증하기 위하여 선택중요, 선택만족, 체험효과에 대한 상관분석을 실시하였다. <Table 6>에서 제시된 바와 같이 선택중요와 선택만족 및 체험효과와의 하위 요인은 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이러한 상관관계를 토대로 구조방정식 분석을 실시하였다.

3. 결과 및 논의

3.1 요인 간 상관관계

3.2 가설검증

<Table 7> Result of model fitness analysis

Fitness	χ^2	df	p	GFI	AGFI	RMR	NFI	TLI	RMSEA
Study model	243.691	62	.000	.891	.841	.032	.950	.952	.096

GFI: goodness of fit index, AGFI: adjusted goodness of fit index, RMR: average difference between original numbers, NFI: normal fitness index, TLI: Tucker Louis index, RMSEA: root mean square error of approximation

<Table 8> Analysis result of study model

Hypothesis	Path		Path Coefficient	Standard Error	C.R.	Direct effect	Indirect effect	Total effect	p	Result
	Major cause of choice	Choice satisfaction								
Hypothesis 1	Major cause of choice	Choice satisfaction	.213	.044	4.806	.275	.000	.275***	.000	Accept
Hypothesis 2	Major cause of choice	Experience effect	.831	.061	13.562	.673	.034	.707***	.000	Accept
Hypothesis 3	Choice satisfaction	Experience effect	.195	.070	2.774	.122	.000	.122**	.006	Accept

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

<Table 7>에 제시된 바와 같이 연구 모형에 대한 적합도 검증 결과, $\chi^2=243.691(p<.000)$, GFI=.891, AGFI=.841, NFI=.950, RMR=.032, TLI=.952, RMSEA=.096으로 나타나 적합도 수준을 충족하였다.

<Table 8>에 제시된 바와 같이 연구모형 분석 결과 제시된 각 모수 추정치를 통해 해양스포츠의 선택중요 요인과 선택만족 요인 및 체험효과 간에 통계적으로 유의한 정적인 관계를 지니는 것을 알 수 있었다. 세부적으로 살펴보면 아래와 같다.

첫째, ‘선택중요와 선택만족은 관계가 있을 것이다.’ 라는 가설에 대한 분석 결과 선택만족이 선택중요에 .275의 직접효과와 총 효과를 받는 것으로 나타났다. 이러한 영향은 통계적으로 유의하며, 선택중요는 선택만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1은 채택되었다.

둘째, ‘선택중요와 체험효과는 관계가 있을 것이다.’ 라는 가설에 대한 분석 결과, 체험효과는 선택중요에 .707의 총 효과를 받는 것으로 나타났다. 이러한 영향은 통계적으로 유의하며, 선택중요는 체험효과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 2는 채택되었다.

셋째, ‘선택만족과 체험효과는 관계가 있을 것이다.’ 의 분석 결과, 체험효과는 선택만족에 .122의 총효과를 받는 것으로 나타났으나, 이러한 영향은 통계적으로 유의하며, 선택만족은 체험효과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 3은 채택되었다.

<Table 9> 해양레저 관광객이 체험을 희망하는 해양레저스포츠 종목 순위는 모터보트(16.9%), 바나나보트(15.2%), 요트(14.2%)인 것으로 조사되었으며, 후순위로는 체트스키, 스쿠버다이빙, 잠수함관광, 바다낚시, 갯벌 체험 등이 있었다.

<Table 9> Marine leisure sports which visitors want to experience

Sports name	N	Percent
Motor boat	163	16.9%
Banana boat	146	15.2%
Yacht	137	14.2%
Jet ski	128	13.3%
Scuba diving	118	12.3%
Submarine tour	111	11.5%
Sea fishing	67	7.0%
Tideland experience	50	5.2%
Fishing on tideland rock	35	3.6%
Others	8	.8%
	963	100.0%

<Table 10> 해양레저 체험센터 건립시 필요시설 순위로는 장비대여소(15.7%), 안전시설(14.8%), 해양레저 체험시설(14.3%) 순인 것으로 응답하였으며, 후순위로는 샤워, 탈의시설, 자연경관관람시설, 안내시설, 대중교통 연계시설, 홍보시설 등이 있었다.

<Table 10> Required facilities when building a marine leisure experience center

Required facilities	N	Percent
Equipment rental desk	151	15.7%
Safety facility	142	14.8%
Marine leisure experience facility	138	14.3%
Shower and locker room	117	12.2%
Natural landscape viewing facility	116	12.1%
Guidance facility	110	11.4%
Public transportation connection facility	50	5.2%
PR facility	44	4.6%
Linked tour facility	43	4.5%
Lodging facility	40	4.2%
Others	11	1.1%
	962	100.0%

3.3 논의

연구결과를 중심으로 선행 연구자들의 문헌분석을 통한 논의는 다음과 같다. 백윤기(2009)는 선택중요요인 중 선택만족에 미치는 요인으로 프로그램/컨텐츠, 쾌적성, 접근성 선택만족에 정적인 영향을 미친다고 하였는데, 선택요인의 하위 요인에는 체험·교육 프로그램 다양성, 체험내용의 체계성, 테마공원 자연경관의 매력성, 교통편리, 시설 접근성 등의 요인 등이 포함되어 있다[14].

이러한 결과는 본 연구에서 나타난 해양레저스포츠 선택중요의 하위요인인 체험프로그램, 안전/위생, 지원시설의 편리성이 선택만족에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 본 연구의 결과를 지지하고 있다. 또한, 주가려(2011)는 문화유산 관광지 선택속성의 구성요인 중 만족도에 영향을 미치는 하위 요인은 매력성, 교육성, 진정성, 서비스, 편리성, 해설 등 총 6가지라고 하였으며 특히 일만관광지와 달리 교육성이 중요한 요소라고 주장하여 본 연구의 결과인 체험프로그램 중 체계적인 교육프로그램이 해양레저스포츠 선택시 중요한 재구매 요소라는 사실을 입증하였다[15].

김성진(2010)은 해양관광활성화를 위한 여러 변수 중 접근성을 중요한 변수로 보고 있다. 따라서 해양스포츠 관광이 본격화되는 성수기와 향후 수요 증대를 고려해 볼 때, 해양스포츠관광 체험공간까지 보다 편리하고 빠르게 다양한 교통수단을 이용하여 접근할 수 있도록 하는 접근의 용이성을 강조하였다[7]. Haati(1986)는 해양스포츠관광의 매력성으로 ‘접근성’, ‘스포츠시설’, ‘야생 및 야영활동’, ‘체험’, ‘아름다운 환경’등의 요인을 제시하고 이러한 요인들이 관광객들을 유인하게 하는 요소로 작용한다고 하여 본 연구의 결과인 주차편리, 교통편리, 주변시설편리 등이 선택만족에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타난 이 연구의 타당성을 높여주고 있다[16]. 지원시설의 편리성 요인도 관광만족에 영향력을 미치는 것으로 나타났는데 이는 심미숙(2008)의 연구결과와 일치한다[17]. 체험공간의 방문객의 만족도를 높이고, 재방문을 유도하기 위해서는 일단 교통망의 완비가 중요하다. 이를 위해 각 해양스포츠시설 간의 교통시설 개발로써 셔틀버스를 도입하고, 각 시설마다의 넓은 주차장 확보 등을 적극 검토해 볼 필요가 있다.

김현숙(2011)은 선택중요에 따른 체험 효과 또한 유의미한 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 체험을 중심으로

하는 관광전략이 더 유리하며 영향력을 높인다고 하여 [18] 본 연구의 결과를 뒷받침 하고 있다. 체험효과와 구성 내용에는 스트레스해소, 생활의 활력을 얻음, 주변 사람들과 친밀감 증대, 사회성 증가 등의 내용이 있는데 이는 체험을 중요시 하는 해양스포츠관광 특성상 체험 효과는 더욱이 뚜렷하게 나타날 것으로 사료된다.

조용하(1997)는 무인도 생활체험캠프에서 선택 이유 별 만족도와 체험효과 조사 결과 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보고하고 있다[19]. 체험만족도가 체험효과에 영향을 미치고 있음을 보고하여 본 연구를 지지하고 있다. 또한 Alegre & Juaneda(2006)은 만족했던 경험을 찾아 자신이 익숙한 장소를 방문하려는 경향이 높으며, 재방문은 자연풍경 또는 숙박시설의 질과 같은 내부 요인에 의해 결정된다고 보고한 바 있다[20].

5. 결론 및 제언

5.1 결론

해양관광활성화 방안을 모색하기 위해 해양레저스포츠 체험선택과 체험효과, 체험만족 간의 관계를 알아보고자 연구를 수행한 결과 분석을 통하여 다음의 결론을 얻었다.

첫째, 해양레저스포츠의 선택중요는 선택만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 해양레저스포츠의 선택중요는 체험효과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 해양레저스포츠의 선택만족은 체험효과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 해양레저스포츠 방문객들은 모타보트, 바나나보트, 요트 체험을 선호하는 것으로 조사되었다.

다섯째, 해양레저체험센터 건립시에는 장비대여소, 안전시설, 해양레저체험시설이 포함되어야 한다.

5.2 제언

본 연구는 해양레저 관광활성화 차원에서 방문객들의 재방문율과 만족도를 높이기 위한 방안으로 해양레저스포츠 체험선택과 체험효과, 체험만족 간의 관계를 연구하였다. 이를 통한 연구의 연장으로 해양레저체험센터 건립의 필요성에 관한 연구가 진행되기를 바란다. 보다

현실적인 도움을 얻기 위해서는 지역적 특성을 고려한 국내의 해양레저체험 현황과 접근방안을 연구하는 것도 효과적일 것이며 무궁무진한 해양관광 자원의 개발에 대한 연구도 진행되어야 하겠다.

ACKNOWLEDGMENTS

This work was supported by research fund of Chungnam National University.

REFERENCE

- [1] Choi Seong-beom, Lee Gye-seok, Han Tae-yong (2013). A study on the impact of marine leisure sports experience at East Coast on the satisfaction and loyalty to the tour spot bo experience marketing (SEMs), Journal of Korea Sports Science Association, No. 22, Vol. 2, pp. 87-97.
- [2] Lee Seong-ho, Yeo Ho-geun, 2007, Examination of structural relationship regarding the psychological decision-making process at marine tour spots, Hotel Management Studies, 16(2), pp. 203-216.
- [3] Go Gye-seong (2011), A study on the difference in awareness of local residents regarding the impact of marine tour development on tourism - focusing on Changwon and Jinhae, Gyeongsangnam-do, Tourism Study Journal 25(2), pp. 41-54.
- [4] Kim Hye-yeong (2009). A study on the development of sustainable marine tour spots, PhD degree thesis, Graduate School of Gyeonggi University.
- [5] Kim, K., & Beck, J. A.(2009). Exploring Leisure trip behaviours of University women students: An onvestigation of push and pull motivational models. Journal of hospitality marketing and management. 18(4), 386-405.
- [6] Park Sang-gyu (2008). Relationship among marine tour lesure sports participation motive, limitation, city brand and tour satisfaction for city marketing

- strategy, Unpublished PhD degree thesis, Graduate School of Joseon University.
- [7] Kim Seong-jin (2010). Analysis of importance by tour element and characteristic of coastal area for the vitalization of marine tour, Unpublished PhD degree thesis, Graduate School of Dongui University.
- [8] Seo Dong-hardware (2010). A study on the impact of Gyeongin area marina facilities on the marine sports participation and the living of local residents, Unpublished PhD degree thesis, Graduate School of Inha University.
- [9] Lee Sang-ho (2007), A study on the impact of marine leisure sports experience space attributes on the emotional response, satisfaction and reparticipation intention of participants, Unpublished master degree thesis, Graduate School of Bugyeong University.
- [10] Seo Min-jeong (2012), A study on the impact of marine leisure sports participants experience on the feeling, memory, satisfaction and loyalty of the participants, *Hotel Tourism Study*, No. 13, Vol.3, 43-56.
- [11] Kim Seong-hyeok, Kim Yong-il, Oh Jae-gyeong (2012), A study on the impact of marine tour visit motive market detail classification on the difference, satisfaction of marine tour activity and the image of tour spots - focusing on the visitors to Busan area, *Tourism Study*, Korea Tourism Management Association, No. 27, Vol. 1. 17-36.
- [12] Jeong Mun-hyeon (2012). Evaluation of choice attributes on screen golf places utilizing IPA analysis, *Journal of Korea Golf Study Association*, 6(1), 71-83.
- [13] Song kwon-suk (2019). The Relationship between Shared Mental Model and Group Cohesion and Exercise Commitment and Satisfaction, Unpublished PhD degree thesis, Graduate School of Dankuk University.
- [14] Paek, Yun-gi (2012). A study on the importance and satisfaction awareness of user on the choice attributes of farming village theme park - focusing on Anseong Farm Land, Unpublished master degree thesis, Graduate School, University of Seoul.
- [15] Ju, Ga-ryeo (2011). A study on the impact of importance on cultural heritage tour spot choice attributes on the satisfaction and revisit intention of tourists, Unpublished master degree thesis, Graduate School of Hanyang University.
- [16] Haati. A.(1986). Finland's competitive position as a destination. *Annal of Tourism Research*, 13.
- [17] Shim Mi-suk (2008). A study on the choice attributes of beach users on the overall satisfaction and activity intention - focusing on beaches in Busan area, Unpublished master degree thesis, Graduate School of Bugyeong University.
- [18] Kim Hyeon-suk, Kim Gyeong-rae (2009), A study on the impact of farming village ecological resources on the tour spot choice and satisfaction - focusing on farming village experience tour, Unpublished PhD degree thesis, Graduate School of Gwandong University.
- [19] Jo Yong-ha, Baek Sang-tae (1997), A study on the satisfaction and effect of uninhabited island living experience camp activity, Unpublished master degree thesis, Graduate School of Education, Dong-a University.
- [20] Alegre & Juaneda, 2006. Destination loyalty: Consumer's economic behavior. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 684-706.

정 문 현(Jung, Moon hyun)



- 1993년 2월 : 충남대학교 사회체육학과(학사)
- 1999년 2월 : 한양대학교 대학원(이학박사)
- 2013년 2월 ~ 현재 : 충남대학교 스포츠과학과 교수
- 관심분야 : 스포츠산업, 해양레저스포츠

· E-Mail : jmhyun520@cnu.ac.kr