



개인의 배경적 특성에 따른 어촌체험휴양마을 선호도 분석

Analysis of Preference for Fishing Village Experience Recreation Village According to Individual's Background Characteristics

최규철^a · 김정태^{b,†} · 이서구^c · 강동선^d

Choi, Kyuchul · Kim, Jungtae · Lee, Seogu · Kang, Dongseon

ABSTRACT

The purpose of this study is to analysis the influence of personal backgrounds on the preference of fishing village experience recreation villages. As the analysis method, binary logistic regression analysis was used. Dependent variables are experience recreation villages (rural and fishing). The independent variables consist of 9 groups of people: gender, age, family type, marital status, presence of children, principal companion, fishing village image, visit experience villages, recognition of fishing village experience recreation village. As a result of the analysis, it was found that the tourist's gender, age, family type, marital status, presence of children, principal companion, fishing village image, visit experience villages, recognition of fishing village experience recreation village influence the preference of fishing village experience recreation village. By characteristics of each group, it was found that male prefer fishing village experience recreation villages 1.597 times as much as female, and those with a positive image about fishing villages prefer fishing village experience recreation villages as much as 2.644 times than those with negative images. In addition, it was found that those who visited the fishing village experience and recreation village prefer the fishing village experience village about six times more than those who have never visited.

Keywords: Fishing village experience recreation village; preference; tourist; binary logistic regression analysis

1. 서론

개인적 배경에 따른 어촌체험휴양마을의 선호도에 영향을 미치는 요인을 분석하는 것은 어촌체험휴양마을 활성화를 위해 중요한 연구과제이다 (Choi et al., 2020; Kim et al., 2014; Lee et al., 2020; Nam, 2020). 어촌체험휴양마을은 어업인에게는 어업의 소득증대를 통한 어촌경제 활성화, 도시민에게는 어촌과의 교류를 통한 자연과 공생하는 여가 및 휴식공간을 제공하기 위해 조성되었다 (Choi et al., 2020; Lee et al., 2020). 실제 전국 104개소에서 운영되고 있는 어촌체험휴양마을의

소득은 약 750억 원 (2019년 기준)으로 체험프로그램, 숙박, 식당, 특산물 판매 등 직접소득이 약 420억 원 이 외의 간접소득이 330억 원으로 조사되고 있다 (MOF, 2020). 이는 어촌체험휴양마을 운영을 통해 실질적인 어업의 소득증대 (마을별 약 7억 2천만 원) 효과를 가져오고 있는 것으로 볼 수 있다. 또한 방문객은 1,330만 명 (2019년 기준 중복 방문자 수 포함)으로 관광객에게 여가 및 휴가를 제공하는 공간으로 자리매김해 나가고 있다.

어촌체험관광은 프로그램의 속성상 개인적 배경에 따른 특성이 크게 작용하고 있다. 기존 선행연구에서 다루고 있는 개인적 배경으로는 성별, 연령 등 일반특성, 결혼여부, 자녀유무 등 가족특성 및 농어촌체험휴양마을의 방문경험, 선호도, 인지도 등 관심도를 대상으로 하고 있다. 이러한 개인적 배경에 따른 어촌체험을 통해 상호간에 감정을 이해하고, 상대방의 이야기를 들으려고 노력하는 효과와 가족간의 즐거움, 정서적 유대감, 대화 등을 공유하는 효과가 있는 것으로 연구되었으며 (Choi et al., 2020), 선호하는 어촌체험프로그램에도 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다 (Lee et al., 2020). 이 외에도 어촌체험은 다양한 분야에서 긍정적인 효과가 있는 것으로 연구되고 있다. 어촌체험마을의 브랜드 개성이 이미지, 만족도, 충성도에 영향을 미친다고 하였으며 (Nam, 2020), 어촌체

^a Director of the Center, Gyeongnam Fishing Village Specialized Support Center, Korea Fisheries Infrastructure Public Agency

^b Associate Professor, Department of Regional Development, Kongju National University

^c Team Leader, Fishing Village Department Fisheries Development, Korea Fisheries Infrastructure Public Agency

^d Associate Professor, Department of Industrial Design, Hanyang Women's University

† Corresponding author

Tel.: +82-41-330-1382, Fax: +82-41-330-1390

E-mail: kjt2013@kongju.ac.kr

Received: January 4, 2021

Revised: January 20, 2021

Accepted: January 25, 2021

험휴양마을의 방문객이 체험을 통해 느끼는 감정은 방문 만족도 및 재방문에 영향을 주는 것으로 나타났다 (Kim et al., 2014). 어촌체험관광과 유사한 농촌체험관광을 대상으로 하는 연구에서는 선택속성, 만족도, 귀촌 활성화 방안 등 다양한 분야에서 보다 폭 넓은 연구가 이루어지고 있다 (Choi, 2018; Kim et al., 2017; Lee et al., 2018; Min et al., 2012; Park et al., 2017; Son, 2014). 먼저, Kim et al. (2017) 연구에서는 도시민의 농촌체험이 귀농·귀촌 인식에 영향을 미친다고 하였으며, Park et al. (2017) 연구에서는 농촌체험이 치유효과가 있다는 것을 밝혀냈다. Lee et al. (2018) 연구와 Choi (2018) 연구에서는 농촌체험이 가족과 관련된 자아존중감, 가족유대감, 가족응집력 등에 영향을 미친다고 하였다. 이상의 연구 결과를 토대로 살펴보면, 개인적 배경의 특성에 따라 만족도, 충성도, 선호도 등에 영향을 미치는 것을 유추할 수 있는 중요한 변인이다.

본 연구의 목적은 어촌체험객이 가지는 일반특성, 가족특성, 관심도 특성의 개인적 배경에 따라 어촌체험휴양마을 선호도에 미치는 영향을 규명하여 어촌체험휴양마을의 발전가능성을 도출하여 제언하고자 한다. 기존 선행연구에서 개인적 배경은 표본을 설명하는 정도인 것에 비해 동 연구에서는 농촌체험과 비교하여 선호도에 따른 경쟁력을 분석하고자 한다.

이 연구에서 언급하고자 하는 내용과 방법을 간략히 살펴보면 다음과 같다. 먼저 II장에서 본 연구를 위한 조사 설계 내용을 소개하고 가설 등 분석의 틀을 정하고, III장에서는 개인적 배경에 따른 어촌체험휴양마을 선호도에 미치는 영향

정도를 분석한다. 마지막으로 IV장에서는 동 연구의 결과와 함께 ‘정책적’ 의미를 찾아보고 동 연구의 한계점과 향후 연구 과제 등을 제시하고자 한다.

II. 연구방법

1. 설계조사

동 연구를 위해 전국 만 19세 이상 일반국민 500명을 대상으로 2019. 12. 2. - 2019. 12. 10. (9일간) 기간에 온라인 조사 방식을 이용해 설문조사를 진행했다. 설문조사는 구조화된 설문지를 웹 (web) 설문지로 구성하여 배포하고 실사 진행 및 관리, 자료 검증의 단계로 진행하였다. 웹 설문 배포 단계에서는 문항 간 오류 체크, 할당 오류 체크를 위한 로직 설정 후 예비조사를 실시한 후 표본 할당하여 설문을 배포하였다. 실사 진행 및 관리 단계에서는 표본할당별 시스템 자동 체크, 일 단위 진행과정을 확인하였다. 자료 검증 단계에서는 웹 시스템에 의한 조사과정을 모니터링하고, 문항 논리 구조상 이상치를 검증하였다.

조사의 모집단은 행정안전부의 전국 주민등록통계 인구수 (행정안전부 2019년 11월 기준, 51,851,427명)를 기반으로 산정하였으며, 전국 성, 연령, 지역을 기준으로 계층군 비례 배분하여 500명 (표본오차 ±4.38%, 신뢰수준 95%)의 표본을 할당하였다 (Table 1).

Table 1 Sample allocation to the survey population

(n=500)

Division	Male					Female					Total
	19-29s	30s	40s	50s	Over 60s	19-29s	30s	40s	50s	Over 60s	
Seoul	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6
Busan	3	3	3	3	4	3	3	3	4	5	34
Daegu	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
Incheon	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
Gwangju	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21
Daejeon	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21
Ulsan	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
Sejong	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
Gyeonggi	7	7	7	7	7	6	6	7	7	8	69
Gangwon	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	22
Chungbuk	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	22
Chungnam	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	29
Jeonbuk	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	24
Jeonnam	2	2	2	3	3	2	2	2	3	4	25
Gyeongbuk	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	31
Gyeongnam	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	33
Jeju	1	1	2	3	1	1	1	2	2	2	16
Nationwide	47	47	48	52	54	44	45	48	51	64	500

2. 분석의 틀

본 연구는 선행연구 (Choi et al., 2020; Lee et al., 2020)에서 관광객의 개인적 배경이 체험프로그램의 선택, 가족응집력 등에 영향을 미친다는 결과를 토대로 체험휴양마을 선택에도 영향을 미칠 것으로 예상하였다. 따라서 동 연구에서는 성별, 연령, 가족형태, 결혼여부, 자녀유무, 주동행자, 어촌 이미지, 체험마을 방문경험, 어촌체험마을 인지도를 범주로 하는 9개 집단 (독립변인) 특성이 어촌체험휴양마을 선호도 (종속변인)에 영향을 미친다는 가설을 설정하였다 (Table 2).

개인적 배경 특성에 따른 어촌체험휴양마을 선호도 분석을 위해 독립변인 집단은 크게 3개의 관련 변인으로 구성하였다. 먼저 설문조사 대상자의 일반적인 특성 (성별, 연령), 가족과 관련한 특성 (가구형태, 결혼유무, 자녀유무, 주 동행자), 어촌에 대한 관심 특성 (어촌 이미지, 체험마을 방문경험, 어촌체험마을 인지도)으로 구성하여 종속변인인 체험휴양마을 중 농촌체험휴양마을과 어촌체험휴양마을 중 어느 체험휴양마을을 더 선호하는지와 그 영향력을 알아보고자 하였다.

각 변인에 대한 빈도분석 결과 (Table 3), 설문조사 대상자의 일반특성인 성별로 구분한 집단에서 남성 248명 (49.6%), 여성 252명 (50.4%)이었으며, 연령으로 구분한 집단에서는 19-29세 집단이 91명 (18.2%), 30대 집단이 92명 (18.4%), 40대 집단이 96명 (19.2%), 50대 집단이 103명 (20.6%), 60세 이상 집단이 118명 (23.6%)으로 조사되었다. 성별과 연령의 집단은 조사설계에서 의도한 표본할당 결과이다.

가족과 관련한 독립변인 집단을 살펴보면, 1인 가구 65명 (12.0%), 2인 가구 94명 (18.8%), 3인 가구 149명 (29.8%), 4인 가구 159명 (31.8%), 5인 가구 이상 33명 (6.6%)으로 조사되었

다. 결혼여부의 집단 특성은 미혼 (이혼 또는 사별 포함) 186명 (37.2%), 기혼 314명 (62.8%)으로 조사되었다. 또한 자녀유무의 집단 특성은 자녀가 있는 집단이 307명 (61.4%), 자녀가 없는 집단이 193명 (38.6%)으로 조사되었다. 여행시 주 동행자는 가족/친지가 327명 (65.4%), 친구/애인/선후배 동행이 109명 (21.8%), 직장/단체 동료와 함께하는 여행이 21명 (4.2%), 혼자 여행하는 집단은 43명 (8.6%)로 나타나 가족 또는 친지와 함께하는 여행이 다수를 차지하고 있었으며, 직장/단체 동료보다는 혼자 여행하는 사람이 2배 이상 많은 것으로 나타났다. 가족과 관련된 독립변인의 특성을 종합해보면, 3인 가구 이상의 자녀가 있는 기혼 집단이 가족 또는 친지들과 함께 여행을 주로 하고 있음을 확인할 수 있다.

어촌에 대한 관심도 측면에서 독립변인 집단을 살펴보면, 어촌에 대한 긍정적인 이미지를 가지고 있다고 응답한 집단은 440명 (88.0%), 부정적이라고 응답한 집단은 60명 (12.0%)으로 조사되었으며, 체험마을 방문경험에 대한 문항에서는 어촌체험휴양마을 방문과 농촌체험휴양마을 방문 경험자가 각각 79명 (15.8%), 두 곳 모두 방문한 경험이 있는 응답자가 92명 (18.4%), 전혀 방문한 적이 없는 응답자가 250명 (50.0%)로 조사되었다. 또한 어촌체험마을에 대해 알고 있는 응답자가 244명 (48.8%), 모르고 있는 응답자가 256명 (51.2%)로 나타났다. 이는 농어촌체험휴양마을에 대한 국민적인 관심이 아직까지도 저조하다는 의미로 해석할 수 있다.

종속변인인 체험휴양마을 선호도에서는 어촌체험휴양마을을 선호하는 집단이 197명 (39.4%), 농촌체험휴양마을을 선호하는 집단이 303명 (60.6%)으로 조사되어 어촌체험휴양마을보다는 농촌체험휴양마을을 더 선호하는 것으로 나타났다.

Table 2 Construction of measurement variables for hypothesis verification

Independent variable			Dependent variable	
Variable		Measurement	Variable	Measurement
Gender	1	① Male, ② Female	Experience recreation village	1. Fishing village 2. Rural village
Age	2	① 19-29s, ② 30s, ③ 40s, ④ 50s, ⑤ Over 60s		
Family form	3	① 1 People, ② 2 People, ③ 3 People, ④ 4 People, ⑤ Over 5 People		
Marriage	4	① Single, ② Married		
Children	5	① Exist, ② None		
Main companion	6	① Family relatives, ② Friend etc., ③ Co-workers, ④ Alone		
Fishing village image	7	① Positive, ② Negative		
Visit experience	8	① Fishing village, ② Rural village, ③ Vist all, ④ None at all		
Awareness	9	① Know, ② Do not know		

Table 3 Frequency analysis result for each variable

Division	Variable	Frequency	Ratio (%)	Remark	
Dependent variable	(1) Fishing village	197	197.0		
	(2) Rural village	303	60.6	Ref.	
Independent variable	(1) Gender	① Male	248	49.6	
		② Female	252	50.4	Ref.
	(2) Age	① 19-29s	91	18.2	
		② 30s	92	18.4	
		③ 40s	96	19.2	
		④ 50s	103	20.6	
		⑤ Over 60s	118	23.6	Ref.
	(3) Family form	① 1 people	65	13.0	
		② 2 people	94	18.8	
		③ 3 people	149	29.8	
		④ 4 people	159	31.8	
		⑤ Over 5 people	33	6.6	Ref.
	(4) Marriage	① Single	186	37.2	
		② Married	314	62.8	Ref.
	(5) Children	① Exist	307	61.4	
		② None	193	38.6	Ref.
	(6) Main companion	① Family relatives	327	65.4	
		② Friend etc.	109	21.8	
		③ Co-workers	21	4.2	
		④ Alone	43	8.6	Ref.
	(7) Fishing village image	① Positive	440	88.0	
		② Negative	60	12.0	Ref.
	(8) Visit experience	① Fishing village	79	15.8	
		② Rural village	79	15.8	
		③ Vist all	92	18.4	
		④ None at all	250	50.0	Ref.
	(9) Awareness	① Know	244	48.8	
② Do not know		256	51.2	Ref.	
Total		500	100.0		

3. 통계분석

본 연구에서 로지스틱 회귀분석 (Logistic Regression Analysis)을 위해 종속변인에서는 ‘농촌체험휴양마을’, 독립변인에서는 ‘여성’, ‘60세 이상’, ‘기혼’, ‘자녀없음’, ‘혼자 여행’, ‘부정적 어촌 이미지’, ‘체험휴양마을 방문경험 없음’, ‘어촌체험마을 모름’이라고 답한 집단을 각 변인에 대한 준거집단 (reference category)으로 설정하였다. 또한, SPSS 분석과정에서 설문 문항의 마지막 문항을 준거집단으로 설정하여 분석을 실시하였다.

이 연구에서는 관광객의 특성에 따른 체험휴양마을 선호도에 미치는 영향력을 분석하고자 SPSS 24.0 분석도구를 사용하여 이분형 로지스틱 회귀분석 (Binary Logistic Regression Analysis)을 실시하였다. 동 분석은 명명척도로 측정된 종속변인 집단의 수가 2개 일 때 사용하는 로지스틱 회귀분석 기법으로 독립변인과 종속변인 간의 인과관계를 분석하는 통계방법이다 (Choi, 2016). 로지스틱 회귀분석에서는 독립변인 값을 통해 특정 사건이 발생할 확률, 즉 특정 집단에 속할 확률을 예측할 수 있다.

로지스틱 회귀분석에서 종속변인 승산 (odds)을 로그로 변

환한 회귀방정식은 다음 식 (1)과 같다. 여기서 a는 상수, b는 회귀계수로서 독립변인 X가 1단위 변화할 때의 확률 log(P)만큼 변화를 준다는 의미이다.

$$\log(P) = \ln\left(\frac{P}{1-P}\right) = a + bX \quad (1)$$

식 (1)을 로지스틱 회귀방정식으로 변환하면 다음 식 (2)와 같다.

$$P = \frac{e^{a+bX}}{1 + e^{-(a+bX)}} \quad (2)$$

로지스틱 회귀분석에서 독립변인이 명명적으로 특정되었을 경우 선형성 (linearity) 전제를 검증하지 않으나, 동 연구의 독립변인 중 등간척도로 측정된 변인이 있어 분석결과와 신뢰도 제고를 위해 정규분포의 충족여부를 확인한 결과, 기술 통계 분석 (Descriptive Stastics Analysis)에서 왜도 (skewness)는 -0.70~2.35, 첨도 (kurtosis)는 -2.00~3.51로 왜도의 절대값이 3보다 작고 첨도의 절대값이 10보다 작아 정규분포 충족을 확인하였다 (Kline, 2015).

III. 연구결과

어촌체험휴양마을을 선호하는 집단을 종속변인으로 하는 이분형 로지스틱 회귀분석 (Binary Logistic Regression Analysis) 결과의 모형에 대한 유의도와 설명변량은 다음의 Table 4와 같다. 먼저 유의도 검증에서 각 독립변인 집단은 체험휴양마을 선호도에 영향을 주는 것으로 나타났다 ($x^2=87.28$, $df=19$, $p<0.01$). 또한 모형의 적합성 평가에서 독립변인 <성별>, <연령>, <가족형태>, <결혼여부>, <자녀유무>, <주 동행자>, <어촌 이미지>, <체험마을 방문경험>, <어촌체험마을 인지도>에 대한 9개 변인이 종속변인 <어촌체험휴양마을 선호>에 미치는 설명변량 Cox & Snell의 R^2 '0.160', Nagelkerke의 R^2 '0.217'로 나타났다. 이는 높은 설명력이라고 볼 수는 없으나, <어촌체험휴양마을 선호>에 각 독립변인이 일정부분 영향을 주는 요인이라고 할 수 있다.

Table 4 Significance verification and description variance

Step	x^2	df	p	Cox & Snell R^2	Nagelkerke R^2
1	87.28	19	0.000	0.160	0.217

개별 회귀계수의 유의도 검증결과는 다음의 Table 5와 같다. <성별>, <어촌 이미지>, <체험마을 방문경험> 변인은 <어촌체험마을 선호>에 영향 (+)을 주는 것으로 나타났다. 이외의 <연령>, <가족형태>, <결혼여부>, <자녀유무>, <주 동행자>, <어촌체험마을 인지도> 변인에서는 유의미함을 찾을 수 없었다. 성별 (남성)의 승산비 (OR)는 '1.597'로 나타나 남성이 여성에 비해 1.597배만큼 어촌체험휴양마을을 선호하는 것으로 나타났다. 이는 해양레포츠 등 어촌체험이 농촌체험보다 액티비티 (activity) 요소가 강하여 여성보다 남성에게 더 매력적으로 다가가기 때문인 것으로 생각된다. 어촌 이미지에서는 어촌에 대한 긍정적인 이미지를 가지고 있는 사람이 부정적인 이미지를 가지고 있는 사람보다 어촌체험마을을 더 선호하는 것으로 나타났다. <어촌 이미지> 변인에 대한 승산비 (OR)는 '2.644'로 긍정적인 이미지를 가지고 있는 사람이 부정적 이미지를 가지고 있는 사람보다 2.644배만큼 어촌체험휴양마을을 선호한다. <체험마을 방문경험> 변인에서 어촌체험휴양마을을 방문한 사람은 전혀 방문하지 않은 사람보다 어촌체험마을을 더 선호하는 것으로 나타났다. 체험마을 방문경험 (어촌체험휴양마을)의 승산비 (OR)는 '5.835'로 어촌체험휴양마을을 방문한 사람은 전혀 방문하지 않은 사람보다 약 6배 어촌체험마을을 더 선호한다는 의미로 해석할 수 있다. 반면, 체험마을 방문경험 (농촌체험휴양마을)의 승산비 (OR)는 '0.382'로 방문 경험이 전혀 없는 사람들에 비해 농촌체험휴양마을을 방문했던 사람이 어촌체험휴양마을을 선택할 확률이 낮다는 것은 역으로 해석하면, 농촌체험휴양마을을 선택했던 사람은 농촌체험휴양마을을 선택할 가능성이 높은 것으로 해석할 수 있다. 그러나 어촌체험휴양마을과 비교해보면, 농촌체험휴양마을의 비율은 '0.682' (1-0.382)로 농촌체험휴양마을을 보다는 어촌체험휴양마을이 더 높은 것을 알 수 있다. 다시말해 어촌체험휴양마을 방문자가 농촌체험휴양마을 방문자보다 월등히 충성도가 높은 것을 의미한다. 어촌체험휴양마을에 대한 충성도가 높다는 의미는 어촌체험에 대해 반복적, 지속적 체험의사를 가진 것으로, 체험상품 구매, 숙박, 식사 등을 통해 어촌체험휴양마을 운영에 긍정적인 영향을 미치게 될 것으로 예상된다. 결과적으로 어촌체험휴양마을에 대한 충성도는 어촌체험휴양마을의 경쟁력과 관계될 것으로 생각되며, 농촌체험휴양마을과 비교하면 어촌체험휴양마을이 더 경쟁력을 갖추고 있다고 볼 수 있다.

동 논문의 모델에 대한 분류 정확도는 전체 69.4%를 보인다. Table 6에서 보듯이 모델을 통해 실제 농촌체험휴양마을을 선호한다고 응답한 197명을 재분류한 결과 농촌체험휴양마을을 제대로 분류한 사람이 94명이었고, 어촌체험휴양마을 선호로 잘못분류한 사람이 103명으로 나타나 분류정확도는

47.7%로 나타났다. 반면 모델을 통해 실제 어촌체험휴양마을을 선호한다고 응답한 303명을 재분류한 결과 어촌체험휴양마을을 제대로 분류한 사람은 253명이고, 농촌체험휴양마을을 선호로 잘못 분류한 사람이 50명으로 나타나 분류정확도는 83.5%로 나타났다. 분류정확도가 이처럼 큰 편차를 보이는 것은 설문조사시 어촌체험휴양마을을 위한 조사를 밝혀 응답자의 왜곡된 의도가 반영된 것으로 해석된다.

이상의 분석결과를 종합해보면, 관광객의 성별, 연령, 가족 형태, 결혼여부, 자녀유무, 주 동행자, 어촌 이미지, 체험마을 방문경험, 어촌체험마을 인지도 특성은 어촌체험마을 선호도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 각 집단 특성별로는 남성이

여성에 비해 1.6배만큼 어촌체험휴양마을을 선호하고, 어촌에 대한 긍정적인 이미지를 가지고 있는 사람이 부정적인 이미지를 가지고 있는 사람보다 2.6배만큼 어촌체험휴양마을을 선호하는 것으로 나타났다. 또한 체험마을 방문경험 유무를 기준으로 어촌체험휴양마을과 농촌체험휴양마을 선호도를 비교해보면, 어촌체험휴양마을을 방문한 집단은 전혀 방문하지 않은 집단보다 어촌체험휴양마을을 약 6배 더 선호하는 것으로 나타났다. 농촌체험휴양마을과 어촌체험휴양마을을 비교해보면, 어촌체험휴양마을 방문자가 농촌체험휴양마을 방문자보다 월등히 충성도가 높은 것을 알 수 있다.

Table 5 Results of verifying the significance of individual coefficient

Variable		B	S.E.	Wald	df	p	Exp (B)
Gender (ref. female)	Male	0.468*	0.207	5.139	1	0.023	1.597
	19-29s	-0.417	0.429	0.945	1	0.331	0.659
Age (ref. over 60s)	30s	0.041	0.367	0.013	1	0.910	1.042
	40s	-0.254	0.339	0.560	1	0.454	0.776
	50s	0.015	0.329	0.002	1	0.965	1.015
	1 People	0.362	0.505	0.514	1	0.473	1.436
Family form (ref. over 5 people)	2 People	0.625	0.477	1.719	1	0.190	1.868
	3 People	0.262	0.427	0.378	1	0.539	1.300
	4 People	0.401	0.425	0.888	1	0.346	1.493
	Marriage (ref. married)	Single	-0.280	0.415	0.454	1	0.500
Children (ref. none)	Exist	-0.444	0.433	1.052	1	0.305	0.641
Main companion (ref. alone)	Family relatives	-0.245	0.410	0.356	1	0.551	0.783
	Friend etc.	-0.606	0.419	2.097	1	0.148	0.545
	Co-workers	-0.447	0.624	0.513	1	0.474	0.639
Fishing village image (ref. negative)	Positive	0.972*	0.311	9.787	1	0.002	2.644
Visit experience (ref. none)	Fishing village	1.764**	0.435	16.427	1	0.000	5.835
	Rural village	-0.963**	0.291	10.994	1	0.001	0.382
	Vist all	0.039	0.285	0.019	1	0.890	1.040
Awareness (ref. do not know)	Know	0.247	0.224	1.215	1	0.270	1.280
Constant term		-0.361	0.801	0.204	1	0.652	0.697

Reference category: rural village, *p<0.05, ** p<0.01

Table 6 Reclassification results for the model

Real		Prediction		
		Experience village preference		Classification accuracy (%)
		Rural village	Fishing village	
Experience village preference	Rural village	94	103	47.7
	Fishing village	50	253	83.5
Total percent (%)				69.4

IV. 결론

본 연구에서는 어촌체험휴양마을을 방문할 수 있는 잠재 관광객인 일반국민 500명을 대상으로 성별, 연령, 가족형태, 결혼여부, 자녀유무, 주 동행자, 어촌 이미지, 체험마을 방문 경험, 어촌체험마을 인지도 특성을 가진 9개 집단 특성을 대상으로 독립변인을 구성하여 농촌 또는 어촌 체험휴양마을 선호에 미치는 영향을 분석하고자 하였다. 설문조사는 구조화된 설문지를 웹(web) 설문지로 구성하여 배포하고 실시 진행 및 관리, 자료 검증의 단계로 진행하여 신뢰도 제고를 위해 노력하였다. 분석방법은 SPSS 24.0을 사용하여 이분형 로지스틱 회귀분석(Binary Logistic Regression Analysis)을 실시하였다.

분석결과, 관광객의 성별, 연령, 가족형태, 결혼여부, 자녀유무, 주 동행자, 어촌 이미지, 체험마을 방문경험, 어촌체험마을 인지도 특성은 어촌체험마을 선호도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 각 집단 특성별로는 남성이 여성에 비해 1.6배만큼 어촌체험휴양마을을 선호하고, 어촌에 대한 긍정적인 이미지를 가지고 있는 사람이 부정적인 이미지를 가지고 있는 사람보다 2.6배만큼 어촌체험휴양마을을 선호하는 것으로 나타났다. 또한 체험마을 방문경험 유무를 기준으로 어촌체험휴양마을과 농촌체험휴양마을 선호도를 비교해보면, 어촌체험휴양마을을 방문한 집단은 전혀 방문하지 않은 집단보다 어촌체험휴양마을을 약 6배 더 선호하는 것으로 나타났다. 반면 농촌체험휴양마을을 방문한 집단은 전혀 방문하지 않은 집단보다 오히려 선호도가 낮아지는 것으로 나타났다.

본 연구에서는 이상의 분석결과를 토대로 크게 3가지의 의미를 찾을 수 있었다. 첫째, 어촌체험휴양마을은 농촌체험휴양마을에 비해 경쟁력을 갖추고 있다고 하는 점이다. 농촌체험휴양마을은 1,115개가 구성되어 있으며(농림축산식품부 농촌산업과, 2019년 기준), 673개 프로그램이 운영 중인 것으로 나타났다(농촌여행포털 ‘웰촌’ 자료기준). 어촌체험프로그램이 마을별 약 2.4개 운영되는 반면 농촌체험프로그램은 마을별 약 3.5개 운영됨에 따라 수요자에게 다양한 선택 기회를 제공하고 있다(MOF, 2020). 단순 양적인 측면에서 경쟁력을 비교해보면, 농촌체험휴양마을이 어촌체험휴양마을보다 비교우위에 있다고 볼 수 있을 것이다. 그러나 연구결과에서 알 수 있듯 농어촌체험휴양마을을 전혀 방문하지 않은 관광객도 어촌체험휴양마을을 더 선호하고 있는 것으로 나타났다. 어촌체험마을 인지도 조사에서 50% 이상이 어촌체험마을을 인지하지 못하고 있고, 어촌체험휴양마을은 농촌체험휴양마을이 1,115개소인 반면 104개소로 10%도 되지 않는 현실에서 아직까지 어촌은 매력적인 공간인 것으로 생각된다. Lee et al. (2020) 선행연구에서도 어촌체험이 농촌체험에 비해 경쟁

력을 확보할 수 있다는 결과에 대한 반증으로 해석할 수 있다. 둘째, 어촌에 대한 긍정적 이미지 각인이 필요하다. 어촌에 대한 긍정적인 이미지를 가지고 있는 사람이 부정적인 이미지를 가지고 있는 사람보다 월등히 어촌체험휴양마을을 선호한다는 결과에서 어촌에 대한 긍정적 이미지는 중요한 요소이다. 해양수산부의 어촌체험휴양마을 실태조사(2020) 결과에서 어촌에 대한 부정적 이미지로는 ‘청결하지 못함’이 46.2%, ‘인프라가 부족함’이 23.1% 등으로 조사되어 청결과 관련한 위생 문제에 관심을 갖고, 최근 추진하고 있는 어촌뉴딜 300 사업 등을 통해 인프라를 확충하여 어촌경제에도 긍정적인 영향을 미쳐야 할 것이다(Lee et al., 2019). 또한 어촌체험은 가족관계 및 가족응집력 등에 긍정적인 영향을 미치므로(Choi et al., 2020; Lee et al., 2020) 이에 대한 적극적인 홍보도 필요할 것으로 사료된다. 셋째, 어촌체험휴양마을의 서비스 품질향상이다. 최근 5년간(2014-2018년) 방문객 수는 년 평균 2.6%, 직접소득은 5.2% 성장하면서 정체기를 맞고 있다(Lee et al., 2020). 또한 전체 어촌체험휴양마을의 약 50.6%가 운영에 어려움이 있는 것으로 조사되었으며, 주된 이유는 ‘편의시설 부족’(51.1%), ‘체험 프로그램 부족’(44.7%) 등의 이유였다(MOF, 2020). 이에 어촌체험휴양마을의 내실화를 통한 경쟁력 향상을 위해서는 편의시설 확충과 함께 수요자 니즈(needs)를 충족할 수 있는 어촌체험 상품개발을 개발하여 서비스 품질향상에 노력하여야 할 것이다.

지금까지 어촌체험 및 농촌체험을 대상으로 한 연구는 다수 진행되어져 왔다. 그러나 농촌체험과 어촌체험을 비교하여 선호도를 통한 경쟁력을 비교하는 연구는 전무하다. 이러한 측면에서 동 논문은 의미를 가진다 할 수 있으며, 본 연구 결과가 어촌의 경쟁력 강화를 위한 정책의 기초자료로 활용되기를 기대해본다.

동 연구의 한계점은 관광객의 일반특성, 가족관련 특성, 어촌 관심 특성으로 구분한 집단을 대상으로 어촌체험휴양마을 선호에 미치는 영향을 분석하였으나, 이 외에도 지리적 접근성, 출신지 등 제3의 요인이 어촌체험휴양마을 선호에 영향을 미칠 것으로 예상되나 본 연구에서 이러한 특성을 반영하지 못했다고 하는 점이다. 향후 연구에서는 다양한 변인들을 추가하여 어촌체험휴양마을의 선호도에 미치는 영향을 분석해보고자 한다.

REFERENCES

1. Choi, K. C., and S. G. Lee, 2020. The effects of fishing village experience on family relationships. *The Journal of Fisheries Business Administration* 51(2): 107-121 (in

- Korean). doi:10.12939/FBA.2020.51.2.107.
2. Choi, H. C., 2016, *Statistical analysis in social sciences (2nd Ed.)*, Nanam Press, 483-523 (in Korean).
 3. Choi, S. J., 2018, Effects of on-site experiences in rural tourism on family cohesion, Ph.D. Thesis, Kyonggi University (in Korean).
 4. Kim, J. G., and D. H. Jang, 2017. The rural experience and customer satisfaction of urban residents on the recognition of return to farm and rural areas. *Journal of the Korean Society of Rural Planning* 23(3): 97-105 (in Korean). doi:10.7851/Ksrp.2017.23.3.097.
 5. Kim, J. H., and E. J. Cho, 2014. A study on the types of visitors to experiential fishing villages - focused on the case of Tae An-Gun in Chung nam province. *Journal of the Korean Society of Rural Planning* 20(3): 45-53 (in Korean). doi:10.7851/Ksrp.2014.20.3.045.
 6. Kline, R. B., 2015, Principles and practice of structural equation modeling, guilford press.
 7. Lee, S. G., K. C. Choi, and J. T. Kim, 2020. A study on influence of fishing village experience program choice by the tourist characteristics. *Journal of the Korean Society of Rural Planning* 26(3): 1-12 (in Korean). doi: 10.7851/Ksrp.2020.26.3.001.
 8. Lee, S. G., and J. T. Kim, 2019. The analysis on economic ripple effect of the fishing village new deal 300 project. *The Journal of Fisheries Business Administration* 50(3): 73-86 (in Korean).
 9. Lee, S. G., and J. T. Kim, 2020. The impact of fishing village experience on family cohesion. *The Journal of Maritime Business* 46: 115-141 (in Korean).
 10. Lee, S. H., and S. J. Choi, 2018. Effects of rural experience activities on self-esteem and the formation of family ties. *Journal of Tourism Sciences* 42(8): 11-28 (in Korean). doi:10.17086/JTS.2018.42.8.11.28.
 11. Min, Y. K., and Y. S. Lee, 2012. The effects of rural tourism selection attributes on the visitor's satisfaction, revisit and recommendation. *Journal of Travel Study* 33: 73-92 (in Korean).
 12. Ministry of oceans and fisheries (MOF), 2020, *Fishing village recreational village survey*.
 13. Nam, J. H., 2020. The impact of fishing village's brand personality on image, satisfaction and loyalty. *Journal of Hospitality and Tourism Studies* 21(1): 40-56 (in Korean). doi:10.31667/jhts.2020.2.82.40.
 14. Park, J. A., and B. G. Kim, 2017. Therapeutic effects of rural tourism experiences. *The Journal of Korean Institute of Forest Recreation* 21(2): 83-92 (in Korean). doi: 10.34272/forest.2017.21.2.008.
 15. Son, J. Y., 2014. A study on the activation of green tourism by the "rural experience and recreation village business". *Korea Tourism Research Association* 28(11): 95-107 (in Korean).