

어촌체험휴양마을의 고유성이 체험가치와 주관적 행복감에 미치는 영향[†]

조성대* · 김창수¹

*국립공주대학교 수산생명의학과 교수, ¹경기대학교 여행·항공·크루즈관광경영학과 교수

Effects of Experiential Fishing Village Authenticity on Experience Value and Subjective Well-being

Sung-Dae Cho* and Chang-Soo Kim¹

**Professor, Department of Aqualife Medicine, Kongju National University, Chungcheongnam-do, 32439, Rep. of Korea*

*¹Professor, Major of Travel, Airline and Cruise Service Management Graduate School of Tourism and Hospitality
Kyonggi University, Seoul, 03746, Rep. of Korea*

Abstract

The purpose of this study is to elucidate the impact of authenticity on experience value and subjective well-being among visitors who have participated in direct experiential activities in experiential fishing villages. The research method used literature research methods and empirical research methods using questionnaires, and this questionnaire was composed by determining three major variables and seven constituent factors for each variable through factor analysis and conducting prior research and preliminary surveys. The survey was conducted from February 5, 2023 to April 5, 2023 among experimental fishing villages with excellent ratings for scenery (environment), service, experience, accommodation, and food, and four villages that can experience tidal flats and manage customers online. The survey was conducted from February 5, 2023 to April 5, 2023, among experimental fishing villages with excellent ratings for scenery (environment), service, experience, accommodation, and food, and four villages that can experience tidal flats and manage customers online. The results of this study are as follows. First, the factors of authenticity in experiential fishing villages include three sub-factors: objective authenticity, constructive authenticity, and existential authenticity. The factors of experience value include two sub-factors: emotional values and functional values. Subjective well-being is derived from positive emotion and life satisfaction. Second, upon examining the importance of authenticity in experiential fishing villages, it was found that existential authenticity and objective authenticity, in that order, have a significant impact on emotional values. However, constructive authenticity did not have a

Received 20 February 2024 / Received in revised form 25 March 2024/ Accepted 25 March 2024

[†]본 논문은 주저자의 박사학위 논문 일부를 요약, 발전시킨 것임.

*Corresponding author : <https://orcid.org/0009-0004-6451-4331>, +82-41-330-1147, amigomar@naver.com

¹ <https://orcid.org/0009-0004-1526-0486>

© 2024, The Korean Society of Fisheries Business Administration

significant impact on emotional values. Third, in terms of functional values, constructive authenticity, existential authenticity, and objective authenticity, in that order, had a significant impact. Fourth, experience value, in the order of emotional values and functional values, had a significant impact on positive emotion and life satisfaction of subjective well-being. Therefore, it was confirmed that the authenticity of experiential fishing villages is important as a strategy to enhance experience value and subjective well-being. Especially, considering that the majority of visitors to experiential fishing villages are family-centered (86.5%), applying marketing management strategies to develop programs that enhance existential authenticity and improve emotional values could elevate the subjective well-being of experiential visitors.

Keywords : Effects of Experiential Fishing Village, Authenticity, Existential Authenticity, Experience Value, Subjective Well-being

I. 서 론

삼면이 바다로 둘러싸여 있는 우리나라는 동·서·남해 해역별 수심의 차이와 수온·염분·먹이생물 등 변화에 따라 서식하는 수산생물이 이동하게 된다. 그리고 이를 포획·채취하는 어업 행태가 오랜 역사를 거쳐 변화하면서 해역별·지역별로 조금씩 다른 이문화가 형성되어 어촌별로 특색 있는 고유한 문화를 갖게 된다. 하지만 전국 74개 시·군·구, 392개 읍·면·동에 분포하는 어촌에 거주하는 어촌인구는 2000년 25만 1,000명에서 2020년 9만 7천 명으로 지속 감소하면서 소멸 고위험 어촌 마을이 증가하고 있다(박상우 외, 2018; 박상우, 2022). 어촌의 쾌적한 환경, 고유한 전통과 문화가 함께 사라지지 않을까 우려된다.

이에 최근 정부는 어촌이 보유한 핵심 자원과 차별화된 콘텐츠로 어촌지역의 활력과 어촌주민 삶의 질을 높이는 사업을 추진하고 있다. 이는 2019년부터 2027년까지 6조 원의 국가재정을 투입하여 600여 개의 사업대상지를 대상으로 어촌과 어항을 현대화하고, 해양관광 활성화와 어촌지역을 활력이 넘치는 매력적인 공간으로 재탄생하는 어촌뉴딜 300사업(이서구·김정태, 2019)과 의료, 복지, 문화 등 생활환경 개선을 추진하는 어촌신활력증진사업(대한민국 정책브리핑, 2022.9.23.)이다. 또한 2022.6.20. 「인구감소지역지원특별법」을 제정하여 주민등록법에 따른 주민 외에 관광, 휴양, 업무, 정기적 교류 등으로 방문하여 체류하는 사람을 새로운 인구 개념인 ‘생활인구’라 칭하면서, 이의 확대를 위해 전국 89개 시·군을 인구감소지역으로 지정, 매년 1조 원씩 10년간 지방소멸대응기금을 지원하고 있다.

이러한 시점에서 어촌체험휴양마을에 깊이 관심을 가질 필요가 있다. 이 마을은 도시민에게 전통적 어업을 체험하고 휴양공간으로 제공하는 마을로서 어촌을 관광, 휴양 등 생활인구를 확대하는 중심의 축으로서 새로운 변화를 이끄는 중요한 역할을 할 수 있기 때문이다. 어촌체험휴양마을은 2001년부터 정부 정책사업으로 추진하여 현재 121개소가 지역별로 고유한 특성을 살려 갯벌체험, 어업체험, 어업 문화, 공예체험, 먹거리체험, 생태체험 등 다양한 체험 행사를 개발하고 있다(조성대, 2022).

한편, 관광학 측면에서 이들 마을이 풀어야 할 숙제가 많다. 어촌의 배타성, 단편적인 어촌과 바다 자원의 활용, 어촌주민의 고유한 전통 문화가치, 브랜드화 및 마케팅 활용 등 경영의 중요성에 대한 인식 부족 등이다. 특히, 우리나라 어촌다움의 매력을 갖추기 위한 대안으로 가장 한국적인 것이 세계

적인 것이 되듯이 어촌에서는 어촌만이 가진 고유한 문화와 전통성을 갖추고 활용할 때 어촌의 미래 가치가 있다. 어촌의 부족자원과 생활문화 등을 토대로 한 고유성을 다양하게 체험할 때 소비자 입장의 관광객은 그 체험(experiential)의 가치(value)를 가지게 된다. 어촌 고유의 매력과 특성을 가장 잘 나타낼 수 있는 어촌체험휴양마을에서 그 고유성을 체험한 가치에 따라 행복을 찾을 수 있고, 행복감이 달라질 수 있지만 이의 선행연구가 부족한 실정이다.

본 연구는 기존의 고유성에 체험활동으로 진정된 자아를 찾는다라는 실존적 고유성을 추가한 Wang(1999)의 이론을 중심으로 한 연구들을 고찰하여, 고유성 구성요인이 체험가치에 미치는 영향을 규명하고자 한다. 또한 체험가치가 주관적 행복감에 미치는 영향을 검증하고자 한다. 더 나아가 어촌 체험휴양마을에 방문한 관광객의 체험가치와 주관적 행복감 향상을 위한 어촌지역별 매력과 차별화한 마케팅전략 수립에 실무적 시사점을 제시하고, 어촌생활인구의 확대와 행복한 삶을 영위하는데 어촌 체험휴양마을의 역할에 대하여 논의할 수 있는 기초자료를 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 어촌체험휴양마을의 고유성

어촌체험휴양마을(experiential fishing village)이란 용어는 2001년 정부 정책사업인 어촌체험마을 조성사업으로 시작하여 어촌체험마을로 사용하였다. 2008년 6월 22일 어촌체험휴양마을이란 정의가 포함된 「도시와 농어촌 간 교류 촉진에 관한 법률」이 제정되면서 어촌체험휴양마을이란 법률적 용어가 학술적으로 인용되고 있다. 현재 전국적으로 어촌체험휴양마을이란 법률적 명칭 앞에 해당마을의 명칭을 붙여 121개소가 지정·운영되고 있다.

어촌체험휴양마을을 방문하는 관광객의 주요 관심 대상은 직접 보고, 즐기고, 경험하는 체험프로그램이다. 체험프로그램의 주요유형은 어촌체험, 만들기체험, 교육이며, 하위요인으로 갯벌체험, 어업체험, 어업문화, 공예체험, 먹거리체험, 기타체험 등 어촌 특성에 맞게 운영된다(해양수산부·한국어촌어항공단, 2018). 전국적으로 총 278개 프로그램이 운영되고, 어촌체험 155개(55.8%), 해양레저 75개(27.0%), 만들기체험 29개(10.4%), 기타 19개(6.8%) 순으로 나타났다(한국경영인증원, 2022).

이들 어촌체험휴양마을을 대상으로 연구한 학자는 연구 대상의 관점에 따라 달리 정의하고 있다. 어촌의 자연 문화, 전통 등 어촌 문화론적 관점에서의 살펴본 김준(2008)은 어업체험을 중심으로 어촌의 자연환경, 생활문화와 연계한 관광기반시설을 조성하여 어업인 소득증대를 도모하는 마을로 정의하였고, 어촌관광객의 선호 속성을 중심으로 연구한 장양례 외(2011)는 어촌체험관광은 어촌지역의 생활, 문화, 자연, 자원을 포괄적으로 포함한 관광자원을 통해 관광객들이 어촌생활을 이해하고 체험할 수 있는 관광·여가·레저·체험 활동이라 하였으며, 정유준(2020)은 어촌지역의 부존자원을 활용한 프로그램으로 어촌의 문화를 이해하고, 전통어로체험 등의 경험을 제공하는 곳이라 하였다. 본 연구에서는 어촌체험휴양마을을 어촌의 전통문화를 교류하고, 소비자 관점에서 브랜드화하기를 기대하면서 연구한 선행연구(김준, 2008; 장양례 외, 2011; 정유준, 2020)을 토대로 어촌체험휴양마을을 어촌 지역 주민(host)이 주체가 되어 도시민 관광객(guest)들이 바다와 어촌에서 고유한 자연환경과 전통문화를 체험하고, 휴양할 수 있도록 제공하는 어촌관광형 마을이라 한다.

문학이나 철학 분야에서 언급되는 고유성(authenticity)은 관광학의 담론 가운데 주요한 주제이다(조태영, 2008; 이후석, 2011). 이는 관광객이 일상생활에서 충분치 못한 경험을 관광지의 고유성 체험을 통해서 채우고자 하는 요구가 많아지고 있기 때문이다(이후석, 2011). 문학이나 철학 분야에서 진정성(眞正性)으로 언급되기도 하나 관광학에서 주요한 주제인 고유성에 관하여 어촌체험휴양마을에서 그 의미를 고찰하면 Wang(1999)은 관광 체험에서 고유성의 개념을 명확한 정립하는 목표로 하여, 체험의 대상물과 관련한 고유성이라 할 수 있는 기존의 객관적(客觀的: objective) 고유성과 구성적(構成的: constructive) 고유성에 포스트모더니즘 상황에서는 관광 공간에서 원본의 고유성이 사라지고 진실성을 정당화하고 있는 문제점을 진단하였으며, 대안적 체험으로 실존적(實存的: existential) 고유성을 추가한 이론을 제시하였다. 이에 순수 문화와 유산 관점의 가치와 관광 분야 관점의 가치로 본격 논쟁이 시작되었다.

인류학자 Handler(1986)가 고유성은 박물관에 진열된 유물과 같이 진정 혹은 거짓 없는 상태의 정태적 상황으로 주장하였으나, Wang(1999)은 그간의 고유성은 다른 사람이나 과거의 대표성 있는 민족, 역사, 문화관광과 같은 관광의 종류와 관련이 있지만, 관광의 일상에서 중심적 중요성을 가지며, 더 다양한 관광 경험을 설명할 수 있는 실존적 고유성을 추가하여 더 다양한 관광 체험과 진짜 자아를 경험하는 것이 실존적 고유성이라 정의하였고, 관광에서 진정한 체험의 대체적 원천으로 관광활동에서 활성화될 것이라고 하였다.

고유성을 문화유산 체험 관점에서 연구한 김진수(2002)는 관광에서의 고유성은 반드시 본래부터 있었던 듯 아닌 다른 곳에서 다시 있을 수 없는 것으로 하고, 양봉석(2007)은 관광객이 문화관광 활동을 대상이 되는 문화관광자원을 체험하면서 관광객 스스로 지각하는 진짜 또는 사실의 정도로, 진애니(2012)는 관광객이 유산 관광지에서 관광 활동을 통해 관광목적지 고유성에 대한 정보나 자극을 받아들이고 이를 처리하여 해석하는 과정이며, 주관적으로 인식하는 고유성이라고 했다.

농어촌분야에서 고유성을 연구한 최진철(2017)은 고유성을 어떤 대상이 가지는 자체적인 존재가치의 의미로서 수산관광, 자원관광, 체험관광 그 자체들이 가지는 각각의 고유성 정도로 존재한다고 하였고, 어촌체험휴양마을 대상으로 고유성을 선행연구 한 장철호(2014)는 관광 대상으로서의 고유성은 하나의 라벨(Label)에 불과하며, 시간이 지남에 따라 비고유한 것도 고유해지는 것이라고 주장하였다.

그간 국내 관광 분야의 고유성 선행연구는 대부분 고궁, 박물관, 민속촌 등 정적(靜的)인 문화 유산지를 주요 대상으로 하였다. 어촌 또는 어촌체험휴양마을의 고유성에 관한 연구는 매우 제한적이고 Wang(1999)의 이론인 객관적·구성적·실존적 고유성 세 가지 중 객관적, 실존적 고유성만(홍란지, 2021), 고유성(객관적, 경험적)과 비고유성(최진철, 2007; 장철호, 2014)으로, 객관적, 구성적, 경험적 고유성(조명환·양봉석, 2004; 김지선·이훈, 2009) 등 부분 적용하고, 경험적 고유성을 혼용하여 적용 분석하였다. 이에 우리의 일상적인 삶의 터전인 어촌이며 도시민의 이 문화체험이 가능한 어촌체험휴양마을을 대상으로 실존적 고유성을 포함한 Wang(1999)의 이론인 객관적·구성적·실존적 고유성 세 가지 모두를 측정할 필요가 있다. 탈현대사회의 관광 현상을 설명하며, 고유성과 관련한 선행연구(Wang, 1999; 김진수, 2002; 양봉석, 2007; 진애니 2012)를 견해를 같이하면서, 본 연구에서 어촌체험휴양마을의 고유성은 어촌체험휴양마을에서 관광객이 어촌의 경관·환경 서비스와 체험프로그램, 숙박, 음식 등 전통과 문화를 체험하면서 스스로 지각하는 진짜 또는 사실의 정도로 정의하고, 구성요인은 Wang(1999)의 이론을 바탕으로, 김진수(2002), 진애니(2012), Akhoondnejad(2016), Zhang et

al.(2018)이 지지한 객관적 고유성, 구성적 고유성, 실존적 고유성으로 구분하여 측정하고자 한다.

1) 객관적 고유성

객관적 고유성(objective authenticity)의 대표적인 연구는 관광체험의 동질화(同質化)와 표준화(標準化)를 비판한 Boorstin(1964)의 가짜사건(pseudo-events) 개념과 MacCannell(1973)의 무대화된 고유성(staged authenticity) 개념을 들 수 있다(김진수, 2002; 진애니, 2012). Boorstin(1964)은 대중 관광을 문화의 상품화와 관련된 관광 체험의 동질화와 표준화에 의해 야기된 “사이버 사건”이라고 비난했다(Wang, 1999). 이에 “원형” 그대로 유지되는 것을 객관적 고유성(양봉석, 2007)이라 할 수 있는데, 관광객들은 “원래”, “원형” 등을 조작한 관광지외의 고유성을 간파할 수 없다.

어촌관광 분야에서도 진짜와 가짜 여부를 중요시하는 것이 있다. 그 사례로 제주해녀어업 등 어촌 체험휴양마을에서 일부 체험할 수 있는 국가중요어업유산(KIFHS)이다(조성대, 2022).

또한 오상훈(2005)은 관광객들 스스로 고유성에 의미를 부여하고 정의를 내리려 해서 실제의 것 또는 진품에 기초한 객관적 고유성의 개념은 관광객에 의해 지각되는 고유성을 설명하기에는 충분하지 않다고 했다. 김진수(2002)는 관광에 있어 이러한 객관적 고유성은 신기성 혹은 모험성을 불러일으키는 요인이지만 근대화 과정에서 점점 약해지는 추세라 했고, 진애니(2012)는 이를 인용하여 정의하였다. 장철호(2014)는 어촌관광체험의 객관적 고유성은 신기성, 체험성을 불러일으키는 사실적 느낌으로 정의했다. 이러한 관점에서 본 연구에서는 Wang(1999)과 오상훈(2005)의 선행연구를 토대로 어촌체험 휴양마을의 ‘객관적 고유성’은 어촌의 경관과 경험, 지식, 기술 체계가 실제의 것 또는 진품의 것에 기초한 것을 관광객에 의해 지각되는 사실적 느낌으로 정의한다.

2) 구성적 고유성

구성적 고유성(constructive authenticity)은 관광객이나 관광 생산자가 이미지, 기대, 선호도, 신념, 힘 등의 측면에서 관광객이나 관광객에 의해 투영된 고유성을 의미한다(Wang, 1999). 관광 대상으로서의 자원과 사람, 이벤트에 대하여 원형이나 진짜로서 고유한 경험을 하는 것이 아니라 기호 또는 상징을 통하여 고유성에 지각하게 되는 것이다(Wang, 1999). 특정의 상징이나 기호를 이용하여 관광객에게 고유성에 지각하도록 할 수 있으며, 이렇게 고유성이 구성될 수 있는 특징 때문에 무대화된 고유성이라 불리게 되고, 이것은 관광상품의 홍보를 위한 유용한 마케팅 구성요소가 되고 있다(양봉석, 2007). 김진수(2002)는 실질적으로 근대 기술이 비고유성을 더욱 고유성처럼 보이게 한다고 하면서, 진정한 가짜 혹은 비고유성에 대한 요구가 정당화될 수 있다고 하였다. 그 사례로는 공원에서 새소리가 녹음된 테이프를 반복적으로 틀어주는 것은 실질적으로 새가 우는 것보다 더 진실하게 만들 수 있는 것은 실제 새가 지저귀는 시간에 맞추기 어려운 불확실성이 해소되기 때문이다.

어촌체험마을을 대상으로 고유성을 연구한 장철호(2014)는 구성적 고유성은 진짜처럼 보이기 위해 대상물들과 건축물의 원형을 정확하게 묘사한 것이고, 체험객의 눈에 과거를 대표하는 공예품으로 보이기 위한 모든 종류의 재생산을 포함하는 개념인 신념, 기대와 선호, 이미지, 여행 대상이 포함될 수 있다고 정의했다. 사회적 산물의 관점으로 신념, 관념, 권력, 이미지, 기대 등에 의해 생성된다(Wang, 1999).

이러한 관점에서 Wang(1999), 장철호(2014)의 견해를 같이하면서 본 연구에서는 구성적 고유성을 현재의 필요성에 의해 사회적으로 생성된 결과물로서 진짜처럼 보이기 위해 체험 대상물들과 자연형

태의 원형을 보존하여 묘사한 것을 관광객 자신의 신념과 관념, 이미지, 기대 등에 의해 생성된 것으로 정의한다.

3) 실존적 고유성

실존적 고유성(existential authenticity)은 Wang(1999)의 연구에서 제시하는 핵심적인 고유성으로서 체험을 통해서 진정한 자아를 찾는다는 뜻이다. 그는 그간 정적인 전통적 의미의 객관적·구성적 고유성이 논의되는 동안 관광의 고유성 추구 모델을 향상하기 위해 일상 사용되는 동적인 실존적 고유성을 제시하였다. 실존적 고유성은 존재론적 개념의 오랜 전통(Heidegger, 1962; Berger, 1973)에서 찾을 수 있다. Berger(1973)는 상식적으로 실존적 고유성은 자신에게 진실한 존재의 특별한 상태를 의미하며, 현대 서구 사회에서 공공의 역할과 공공 영역에서 “진정한 자아”를 잃는 것에 대응하는 작용이라 하였다. Heidegger(1962)는 존재의 의미를 묻는 것은 고유성 의미를 찾는 것이라 했다.

Daniel(1996)의 춤 공연은 실존적 고유성을 예시하는 것으로, 쿠바의 룸바와 같은 관광 댄스공연에서는 관광객이 단순히 구경꾼이 되는 것이 아니라 행사에 참여하는 것에서 유래되었다. 여기에 많은 관광객은 친근한 느낌, 사교성 등 음악적 감각적 요소에 의한 참여, 초대받기를 기다리지 않고 자발적 참여, 리듬, 조화 등 신체적 잠재력 탐구, 행복, 즐거움, 기쁨 또는 재미의 감각에 도달하게 된다. 춤 공연은 그들의 현실을 변화시켜 특정한 순간에 그들의 전체 세계가 되면서 시간과 긴장이 중단된다. 일상적인 긴장으로부터 안도감을 주고 황홀한 체험에 빠져드는 것을 허용하는 제한된 세계의 문을 연다는 것이라 하였다(Wang, 1999). 실존적 고유성은 두 가지 다른 차원으로 구분한 Wang(1999)은 개인 내부(intra-personal)의 고유성과 개인 간(inter-personal)의 고유성이 있다고 하였다. 그는 개인 내부의 고유성은 감정과 감각적인 즐거움의 내면적 원천으로서 건강, 자연스러움, 젊음, 활력, 체력, 아름다움, 에너지, 여가, 취향, 낭만 등을 포함한 개인적 정체성이 표시되는 신체의 문화라 하였다. Berger(1973)는 가족이 현대 개인들이 그들의 진정한 자아를 체험하는 주요 사적 영역이라면, 가족 관광은 그러한 실존적으로 진정한 관계의 정점이자 의식적 체험이라고 하였다. 그리고 김지선·이훈(2009)은 실존적 고유성은 그 대상이 진짜인지 아닌지에 상관없이 가짜도 진짜처럼 느낄 수 있는 체험으로서의 정서적 요소를 의미할 수 있기 때문이다(이후석 외, 2012). 이처럼, 실존적 고유성은 객관적 고유성처럼 관광대상물과 관계되는 것과 달리 관광 대상이 진짜냐 아니냐의 문제와는 관계가 없다. Wang(1999)의 이론 세 가지 모두를 구성요인으로 하여 문화유산의 고유성을 찾은 Zhang et al.(2018)은 객관적 고유성과 실존적 고유성이 관광경험은 긍정적 영향을 미치지만 근대화 과정에서 실존적 고유성 인식이 강화된다고 하였다.

이러한 관점에서 본 연구에서는 Berger(1973), Wang(1999), 이후석 외(2012), Zhang et al.(2018)의 선행연구를 토대로 어촌체험휴양마을의 ‘실존적 고유성’은 일상에서 벗어나 어촌에서만 보고 느끼며, 어촌 삶의 일부를 경험하며, 전통적 어촌문화를 직접 체험하는 등을 통해 자기 자신의 진정한 자아를 찾는 주관적인 느낌이라고 정의한다.

2. 체험가치

어촌체험휴양마을에 방문한 관광객은 어촌의 경관, 환경 서비스와 다양한 체험프로그램 참여, 숙박,

음식 등을 직접 경험한 후 지각된 체험가치를 찾게 된다. Sweeney and Soutar(2001)는 체험가치(experiences value)를 소비자가 지불한 것과 받은 것이 무엇인지에 대한 개념이라고 정의했다.

문화유산관광의 체험가치를 연구한 정윤희·강신겸(2016)은 체험을 통해서 제품은 서비스 속성이 고객의 기대와 욕구에 충족되거나 그 일상일 때 개인이 갖는 긍정적 느낌이라 하였으며, 농촌관광의 체험요소와 체험가치를 연구한 유세란(2019)은 소비자들이 지불한 것과 받은 것이 무엇인지에 대한 개념이라고 하였다.

일반적으로 사회학, 심리학, 경제학 등 다양한 분야에서 연구되고, 관광 분야에서도 다수 연구가 되는 지각된 가치(Holbrook and Hirschman, 1982; 유세란, 2019; 최영진, 2021)와 체험가치는 유사한 개념으로 혼용되어 사용하면서 구별된 개념이다. 즉, 지각된 가치는 관광객이 관광상품이나 서비스를 구매하기 전에 이미 가지고 있는 선입견이나 기대를 기반으로 관광상품이나 서비스를 보고, 듣고, 냄새를 맡고 만족도를 느낄 때까지의 기대와 예상에 따라 가치가 형성된다고 정리할 수 있다. 하지만 체험가치는 관광객이 관광상품이나 서비스를 실제로 경험하면서 내재적 가치인 즐거움, 재미 등의 긍정적 감정과 외재적 가치인 소비 경험에서 제품과 소비자의 거래 관계로 얻어지면서 형성된 가치를 체험가치라 정의할 수 있다(Holbrook, 1994, 이주호 외, 2009; 정윤희·강신겸, 2016; 강덕봉 2019; 축인혁, 2021). 이는 체험가치가 지각된 가치보다 깊이 있게 경험할 수 있어 그 가치의 지속성이 오래갈 수 있을 것으로 추론할 수 있다.

농어촌 체험활동에서 고객가치와 체험가치가 고객충성도에 미치는 영향을 연구한 강덕봉(2019)은 고객가치와 체험적 가치 사이에는 많은 유사성이 있다고 하면서 고객가치는 고객의 주관에 의해 결정되고, 소비자의 평가 과정을 통해서 지각되며, 추구 편익과 지급 대가의 균형에 의해 형성되는 것으로 정의하고, 체험적 가치에 관한 연구는 아직 극히 미미한 편이라 주장하며, 고객가치와 체험가치 모두 고객들이 다양한 종류의 경험으로부터 체험가치를 얻을 수 있다고 밝혔다. 어촌분야의 체험가치에 관한 연구는 강덕봉(2019)이 유일하다. 관광 체험가치를 매개변수로 고유성이 관광 체험가치에 미치는 영향뿐만 아니라, 그 체험가치가 주관적 행복감에 어떤 영향을 미치는지에 대한 연구도 필요하다. 어촌체험휴양마을의 고유성이 중요시되는 시점에서 체험활동 후 그 체험가치가 고유성 관점에서 어떠한 영향 관계가 있는지 살펴볼 필요가 있다.

이를 고려하여 본 연구에서는 선행연구(Holbrook, 1994; Sweeney and Soutar, 2001; 정윤희·강신겸, 2016; 강덕봉, 2019; 유세란, 2019)를 바탕으로 어촌체험휴양마을의 체험가치를 관광객이 체험활동을 기반으로 하여 지불한 비용과 제공받은 긍정적 감정과 거래 관계로 얻어지는 혜택으로 정의한다. 연구대상에 따라 체험가치의 구성 및 영향관계가 다르게 나타나지만, 체험을 통해 얻은 가치의 측정 은 가치 측정의 기본적 가치인 기능적 가치와 고객들이 경험하는 동안에 얻을 수 있는 감성적 또는 감정적 반응의 감정적 체험가치(이주호 외, 2009)임을 알 수 있다. 감정적 가치는 고객들이 경험하는 동안에 얻을 수 있는 감정적 또는 감성적 반응에 관한 것이며, 기능적 가치는 고객들에게 제공되는 가장 기본적인 가치로서 커피 맛이 좋은지, 호텔 침대는 안락한지 등을 측정하는 가치라 할 수 있다(Schmitt, 1999; Berry et al., 2002). 따라서 구성요인은 감정적 가치, 기능적 가치로 구분한 선행연구(Babin et al., 1994; 이주호 외, 2009; 강덕봉, 2019)를 바탕으로 측정하고자 한다.

감정적 가치(emotional values)는 심리학 차원에서 감정 및 감정 상태를 불러일으킬 수 있는 능력이라 할 수 있으며(축인혁, 2021), 감정의 개념과 측정 방법은 주로 제품과 서비스와 관련한 분야에서

많은 연구가 되고 있다. 관광 과정에서의 감정적 가치는 만족에 가장 큰 영향을 준다(Williams and Soutar, 2009; Sweeney and Soutar, 2001). Williams and Soutar(2009)는 감정적 가치와 참신함이 기능적 가치를 뛰어넘어 모험관광객의 만족에 더 기여한다고 하였다. 관광객은 관광하기 며칠 전부터 이미 기대하고 흥분하게 된다. 따라서 본 연구에서는 Berry et al.(2002), 축인혁(2021)의 연구를 토대로 어촌체험휴양마을에서의 감정적 가치는 바다와 어촌의 자연경관과 어촌 생활문화, 각종 체험프로그램에 의한 체험활동을 접한 후에 관광객으로서 느끼는 감정과 감정 상태라 하였다.

기능적 가치(functional values)는 기능, 이익, 능력에서 얻는 지각 효용이라고 정의하였다(Sweeney and Soutar, 2001). 기능적 가치는 소비자 선택의 주요 원동력으로 그 속성은 품질, 신뢰감, 내구성 및 가격을 포함한다(강덕봉, 2019). 장은지 · 김기욱(2018)은 소비자 의식 측면에서 가격, 품질, 내구성, 신뢰성을 측정하고, 가치로서는 실용성, 기능 또는 물리적 수행능력에 기인하며, 이러한 기능적 가치는 소비자의 의사 결정에 있어서 주요한 결정요인이 된다(Sheth et al., 1991, 강덕봉, 2019). 관광업에서 관광지의 방문 수, 관광 시간의 정시성, 이동 편리성, 가격과 안전성 등은 기능적 가치에 포함하고 있으며, 관광 과정에서 잠재적인 위험이 있으므로 계획을 세워서 최대한 위험을 줄여야 한다(축인혁, 2021). 따라서 본 연구에서의 기능적 가치는 Sweeney and Soutar(2001), 강덕봉(2019), 축인혁(2021)의 연구를 지지하며, 지불한 거래 관계 측면에서 바다와 어촌의 자연경관, 어촌의 생활문화, 각종 체험프로그램 활동을 접한 후에 그 경제성, 편의성, 신뢰성, 합리성에 지각하는 반응이라고 정의한다.

어촌체험휴양마을의 고유성과 체험가치와의 관계에 관한 선행연구는 매우 제한적이지만, 고유성과 지각가치 관계(김효윤 · 이영빈, 2015)에서는 고유성과 지각가치의 상관관계를 고유성 요인의 객관적 고유성, 구성적 고유성, 실존적 고유성이 높을수록 지각가치에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 채택되었으며, 고유성과 같은 개념인 진정성과 체험가치와의 관계(리정강, 2022)에서는 진정성 지각의 하위요인 모두 단일 요인으로 측정된 체험가치에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 진정성이 높게 나타날수록 체험가치가 높아진다고 할 수 있다. 관광 체험과 고유성과의 영향관계(양봉석, 2007)에서는 문화 관광지의 관광 체험과 고유성이 관광민족에 관한 연구에서 고유성의 경험성 요인에는 관광 체험요인이 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 농어촌 체험활동과 체험가치(강덕봉, 2019)에서는 체험활동이 감정적 가치와 기능적 가치에 긍정적 영향을 미치고(Schmitt, 1999), 체험활동은 감성적 가치와 기능적 가치를 제공할 수 있다(Berry et al., 2002)고 하였다.

3. 주관적 행복감

주관적 행복감(subjective well-being)은 개인이 느끼는 심리적 행복감을 나타내는 것으로, 사기(morale), 생활 만족도(life satisfaction), 행복(happiness) 등의 개념을 포괄하는 상위개념이다(Larson, 1978; 이귀옥, 2011).

고대 그리스의 철학자인 aristoteles(BC 384~BC 322)는 인간의 본질인 이성이 제대로 기능하는 상태를 뜻하며(문수경 외, 2009), 모든 사람은 행복을 추구하고, 그의 주장은 지금도 유효하다(김봉섭, 2015). 행복은 무엇인가에 대해 수천 년 동안 철학자들에 의해 논쟁을 벌였는데, 쾌락론, 삶의 만족도, 실현론, 욕구 실현론과 비 실현론 등 중심이론으로 철학의 행복관이 나타났다(축인혁, 2021). 이렇듯 철학적으로 인간의 행복을 찾기 위한 이론이 다양하다. 19세기 후반에 철학에서 독립된 심리학에서

인간의 정신세계를 과학적으로 탐구하는 문학이 탄생하였고, 제2차 세계 대전 이전의 초기 심리학은 정신질환을 치료하며, 탁월한 재능과 천재성을 발견하여 육성하고, 모든 사람의 행복한 삶을 구현하는 세 가지 실천적 사명을 지녔다(Seligman, 2002; 권석만, 2010 재인용). 2차 세계 대전을 겪으면서 심리적 장애나 퇴역군인 치료에 집중되면서 인간의 부정적 측면의 연구가 긍정적 측면을 다룬 연구보다 17배가 많았다(Myers and Diener, 1995). 이후 긍정심리학(positive psychology)이란 새로운 분야가 1998년 Martin Seligman 미국 심리학회장이 취임하면서부터 인간의 긍정적인 심리 측면에서 과학적으로 연구하였다(권석만, 2010; 축인혁, 2021). 그는 행복을 즐거운 삶(pleasant life)과 몰입하는 삶(engaged life), 의미 있는 삶(meaningful life)으로 분류하였다(권장욱, 2017). 관광산업이 발전하면서 21세기에는 체험관광, 주관적 행복감 사이에 가족 관광, 자녀교육과의 영향 관계가 점점 많은 관심을 받고 있다. Kim et al.(2012)의 기억에 남는 체험관광(MTE: memorable tourism experiences)을 측정하기 위한 척도개발 연구에서 이벤트가 발생한 후 긍정적으로 기억되고 회상되는 체험관광은 관광객의 주관적 행복감 사이에 긍정적인 관계가 있음을 시사한다(Sthapit and Coudounaris, 2018; Vada et al., 2019). 이를 바탕으로 후속 연구한 Miyakawa and Oguchi(2022)는 체험관광은 부모의 주관적 행복감 향상과 자녀의 포괄적인 기술(generic skills)이 발달하는 긍정적인 변화를 준다고 하였다.

이소정·이훈(2022)도 기억에 남는 회상이 주관적 웰빙에 미치는 영향에 관한 연구에서, 주관적 웰빙은 관광 경험 회상을 통해 지각한 긍정적 감정과 삶에 대한 만족으로 정의하고, 자정적 기억의 척도를 지식적 기능, 경험 관광 자기 기능, 사회적 기능으로 살펴서 모두 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 주관적 행복감의 선행연구를 바탕으로 주관적 행복감이란 개인이 주관적으로 느끼는 긍정적 감정, 삶의 만족 등 긍정적인 태도와 느낌을 아우르는 상위개념으로 정의하고, 구성요인으로는 Diener et al.(1985)이 채택한 인지적 척도인 감성적 차원의 긍정적 감정(positive emotion)과 삶의 만족(life satisfaction)으로 정리하였다.

긍정적 감정은 어촌체험휴양마을에서 특정체험을 경험한 후 인지·정서 반응을 끌어내는 긍정적 감정 상태라고 하며, 이와 관련한 척도는 기존 선행연구에서 관광의 즐거움과 관련된 항목을 도출하였고, 전문가 검토 과정을 통해 총 5개의 항목(행복, 편안, 흥분, 신남, 흡족)을 선정하였으며, 삶의 만족은 권장욱(2017)이 적용한 척도(SWLS)인 이상적 모습에 가까움, 주변 상황에 만족, 나의 삶에 만족, 원하는 것 달성, 다시 태어나도 지금처럼 삶을 적용하였다.

관광 분야에서 체험을 가치로 측정하는 후 주관적 행복감에 미치는 영향 관계까지 살펴본 연구로 축인혁(2021)은 일반적으로 고객가치를 측정하는 감정적 가치와 기능적 가치를 체험가치로 적용하여 주관적 행복감에 미치는 영향을 살펴보았다. 그는 체험가치가 관광객의 행복에 긍정적인 영향을 미친다는 선행연구(Chen et al., 2013; Pyke et al., 2016)를 제시하며, 체험가치가 관광객의 행복에 긍정적인 영향을 미치는 주요 결과 변수 중 하나라고 하였다.

Ⅲ. 연구설계

1. 연구모형 및 가설

본 연구에서는 어촌체험휴양마을에서 관광객들은 고유한 특성을 바탕으로 휴양을 포함하여 체험하

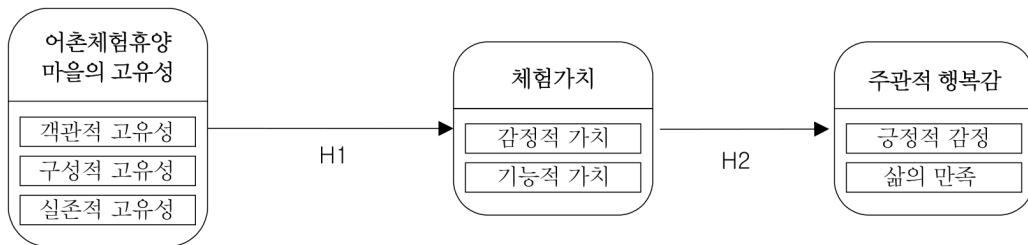
게 되고, 이에 대한 가치의 영향으로 주관적 행복감이 결정되어 어촌체험휴양마을 활성화의 성패를 좌우할 수 있는 고유성을 독립변수로 연구모형을 설정하였다.

어촌체험휴양마을의 고유성의 구성요인은 고유성을 종합적이고 체계적으로 정립한 Wang(1999)의 이론과 김진수(2002), 진애니(2012), Zhang et al.(2018)이 지지 연구한 객관적 고유성, 구성적 고유성, 실존적 고유성으로 구성하고, 고유성과 체험가치와의 관계, 체험가치와 주관적 행복감에 미치는 영향 관계를 구체적으로 살펴보고자 하였다.

어촌체험휴양마을 고유성을 구성하는 여러 구성요인 중에서 일부 요인은 체험가치와의 관계에서 영향이 나타나지 않을 수 있으며, 구성요인 사이에도 중요도 또는 영향력의 행사 정도가 다를 수 있으므로 이를 실증적으로 검증하였다.

체험가치는 선행연구(Babin et al., 1994; Holbrook and Schindler, 1994; 김효운 · 이영빈, 2015; 강덕봉, 2019)를 바탕으로 체험가치 요인으로 감정적 가치, 기능적 가치로 하였으며, 주관적 행복감에 관한 선행연구(Diener, 1984; Neal et al., 1999; 권석만, 2008; Sirgy et al., 2011; 권장욱, 2017)를 바탕으로 주관적 행복감의 구성요인으로는 긍정적 감정, 삶의 만족으로 선정하였다.

어촌체험휴양마을의 고유성이 체험가치와 주관적 행복감에 미치는 영향에 대한 연구모형은 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구모형

2. 연구가설

1) 어촌체험휴양마을의 고유성과 체험가치 간 영향관계

고유성 요인의 객관적 고유성, 구성적 고유성, 실존적 고유성이 높을수록 지각가치에 유의한 영향을 미친다는 연구 결과(김효운 · 이영빈, 2015)와 고유성과 같은 개념이라 할 수 있는 진정성의 하위요인 모두 체험가치에 유의한 영향을 미친다는 연구 결과(리정강, 2022)가 제시된 바 있으며, 이외 유사 선행연구(Schmitt, 1999; Berry et al., 2002; 양봉석, 2007; 강덕봉, 2019)에서도 대부분 체험가치에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 어촌체험휴양마을에서 고유성이 체험가치에 미치는 영향을 분석하기 위하여 가설 1을 설정하였다.

H 1 : 어촌체험휴양마을의 고유성은 체험가치에 유의한 영향을 미칠 것이다.

- 1-1. 어촌체험휴양마을의 고유성은 감정적 가치에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 1-2. 어촌체험휴양마을의 고유성은 기능적 가치에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2) 체험가치와 주관적 행복감 간 영향 관계

체험가치와 주관적 행복감이 유의한 영향 관계에 있다는 연구 결과가 여러 논문에서 제시되었으며

(Neulinger, 1982; Argyle and Crossland, 1987; Chen et al., 2013; 정윤희, 2016; 축인혁, 2021), 체험가치와 만족도 간 영향 관계 연구(Schmitt, 1999; Mathwick et al., 2001; 송학준, 2013)에서도 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 어촌체험휴양마을에서 체험가치가 주관적 행복감에 미치는 영향을 분석하기 위해 가설 2를 설정하였다.

H 2 : 체험가치는 주관적 행복감에 유의한 영향을 미칠 것이다.

- 2-1. 체험가치는 긍정적 감정에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 2-2. 체험가치는 삶의 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3. 설문지 구성

본 연구의 설문지는 측정의 신뢰성과 타당성을 높이기 위하여 앞에서 논의된 선행연구들을 바탕으로 본 연구 목적에 적합하도록 도출하였다.

<표 1> 설문 항목

구성개념	측정변수	분항수	출처	측정방법
어촌체험휴양마을의 고유성	객관적 고유성(4)	12	Moscardo and Pearce(1986), Wang(1999), 양봉석(2007), 조태영(2008)	리커트 5점 척도
	구성적 고유성(4)			
	실존적 고유성(4)			
체험가치	감정적 가치(4)	8	Babin et al.(1994), Holbrook and Schindler(1994), Sweeney and Soutar(2001), 강덕봉(2019)	
	기능적 가치(4)			
주관적 행복감	긍정적 감정(4)	8	Diener et al.(1985), Neal et al.(1999), 권석만(2008), Sirgy et al.(2011), 권장욱(2017),	
	삶의 만족(4)			
인구통계학적 특성 및 행태		7		명목·비율 척도
체험관광의 일반적 성향		11		

4. 자료수집 및 분석방법

조사대상은 2022년 말 현재 지정된 전국 121개 어촌체험휴양마을 중 대표성을 확보하기 위해 먼저 설문 조사대상 기간 중 해양수산부 등급 평가결과 경관(환경) 및 서비스, 체험, 숙박, 음식 등 4개의 각 영역에서 1등급을 1개 이상 평가를 받은 30개 마을을 선별하여 이들 마을 중 어촌체험휴양마을의 대표적인 어촌 체험프로그램이며, 자연경관과 조화를 이루면서 전통문화를 체험할 수 있는 갯벌체험을 하는 16개 마을로 축소한 후, 온라인 예약 등 고객관리가 가능한 대야도(충남 태안)·돌머리(전남 함평)·다대(경남 거제)·문항(경남 남해) 어촌체험휴양마을 4개소를 임의추출방식으로 한정하여 2023년 3월 말 기준, 최근 1년 이내 방문한 체험고객으로 하였다.

설문 조사는 2023년 2월 1일부터 3월 31일까지 2개월간 진행하였으며, 설문 문항의 적절성을 평가하기 위해 예비조사와 본 조사로 차례에 걸쳐 실시하였다.

설문지는 온라인으로 조사를 하였고 사전에 어촌체험휴양마을 사무장 등 어촌체험휴양마을 운영진에게 전화로 본 연구의 목적에 대하여 설명하고, 협조를 요청하여 조사대상 고객 명단을 확보하였다. 온라인 조사를 위한 설문 참여 링크 배포 시 본 연구의 취지와 설문 조사에 참여하여 답하는 요령 등을 SNS 문자 메시지를 통해 상세히 전달하여 설문의 오류를 최소화하였고, 조사 대상자가 직접 답변

에 기재하는 자기 기재방식으로 참여하였다. 예비조사 기간은 2023년 2월 1일부터 2월 15일까지 총 15일간 160부를 배포하여 취합하며, 적절하지 않은 것으로 판단된 문항들을 조정하여 2023년 3월 1일부터 3월 31일까지 31일간 총 500부 설문지로 본 조사를 수행하였다.

배포된 500부의 설문지 중 회수된 410부(82.0%)에서 기재사항이 빠진 설문지 등을 제외하고 371부(90.4%)를 최종 유효 표본으로 선정하여 실증분석을 하였다. 수집된 설문지의 통계처리를 위해 데이터 코딩(data coding)하여 통계 패키지 프로그램인 SPSS 24.0을 사용하였으며, 빈도분석, 탐색적 요인분석, 신뢰성 분석, 피어슨의 상관관계 분석과 회귀분석을 실시하였다.

IV. 실증분석 결과

1. 조사대상의 일반적 특성

조사대상의 인구통계학적 일반적 특성을 살펴보면(<표 2>), 총응답자 371명 중 남성 136명(36.7%), 여성 235명(63.3%)으로 여성 분포가 남성보다 다소 높았다. 대부분이 기혼(91.9%)이며, 연령은 40대가 224명(60.4%), 30대가 87명(23.5%), 50대가 28명(7.5%), 20대가 17명(4.6%), 60대가 15명(4.0%) 순으로 전체 응답자 중에서 30대와 40대가 차지하는 비중이 83.9%로 조사되었다.

현재 직업은 사무직 151명(40.7%), 가정주부 82명(22.1%), 서비스직 46명(12.4%), 전문직 36명(9.7%), 개인사업·상업·농축어업 34명(9.2%), 학생 7명(1.9%) 순으로 전체 응답자 중에서 사무직과 가정주부가 차지하는 비중이 62.8%로 조사되었다. 연간 소득 수준으로는 3,000만 원 미만이 99명(26.7%), 3,000~5,000만 원 미만이 117명(31.5%), 5,000~7,000만 원 미만이 101명(27.2%), 7,000~1억

<표 2> 조사 대상자의 인구통계학적 특성

특성		인원 (명)	비율 (%)	특성		인원 (명)	비율 (%)
성별	남성	136	36.7	연간 소득수준	3천만 원 미만	99	26.7
	여성	235	63.3		3~5천만 원 미만	117	31.5
결혼	기혼	341	91.9		5~7천만 원 미만	101	27.2
	미혼	30	8.1		7천만~1억 원 미만	41	11.1
연령	20~29세 미만	17	4.6	1억 원 이상	13	3.5	
	30~39세	87	23.5	거주 지역	서울특별시	19	5.1
	40~49세	224	60.4		대전광역시	3	0.8
	50~69세	43	11.5		부산광역시	59	15.9
울산광역시					45	12.1	
현재 직업	사무직	151	40.7		대구광역시	48	12.9
	전문직	36	9.7		광주광역시	38	10.3
	개인사업·상업·농축어업	34	9.2		세종특별시	2	0.5
	서비스직	46	12.4		경기도	15	4.1
	가정주부	82	22.1	충청도	6	1.6	
	학생	7	1.9	전라도	28	7.6	
	무직, 은퇴	6	1.6	경상도	108	29.1	
	기타	9	2.4	합계	371	100	

원 미만인 41명(11.1%), 1억 원 이상이 13명(3.5%)으로 나타났다.

조사 대상자의 거주지역은 경상남도 108명(29.1%), 부산광역시 59명(15.9%), 대구광역시 48명(12.9%), 울산광역시 45명(12.1%), 광주광역시 38명(10.2%), 서울특별시 19명(5.1%), 전라남도 28명(7.6%), 경기도 15명(4.1%), 기타 11명(3.0%) 순으로 조사되었다.

조사대상의 체험활동 성향을 살펴보면, 어촌체험휴양마을 체험 횟수는 1회 137명(36.9%), 2회 101명(27.2%), 3회 61명(16.5%), 5회 이상 47명(12.7%), 4회 25명(6.7%) 순으로 나타났다. 체류 기간은 1박 2일 211명(56.9%), 1일 97명(26.1%), 2박 3일 48명(12.9%), 4박 5일 이상 8명(2.2%), 3박 4일 이상이 7명(1.7%) 순으로 조사되었다.

체험 동반 인은 가족 321명(86.5%)으로 가장 많았으며, 친구 19명(5.1%), 친목 단체 11명(3.0%), 직장동료 4명(1.1%), 기타 순으로 나타났다. 체험활동 목적은 어촌체험을 하고 싶어서 154명(41.5%), 휴식·스트레스 해소 95명(25.6%), 자녀교육 82명(22.1%), 친목 도모 24명(6.5%), 단순 여행 13명(3.5%) 기타 3명(0.8%) 순으로 조사되었다.

체험활동의 종류는 갯벌체험이 338명(91.1%)으로 가장 많았으며, 먹거리 10명(2.7%), 낚시 5명(1.3%), 어업 4명(1.1%), 생태학습, 공예 1명(0.3%), 생태학습 1명(0.3%), 기타 12명(3.2%) 순으로 나타났다.

2. 타당성과 신뢰성 검증

본 연구에서는 어촌체험휴양마을의 고유성, 체험가치, 주관적 행복감 영향 검증을 위하여 타당성 분석은 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 사용하였다. KMO 값이 0.7 이상이면 일반적으로 받아들일 수 있는 것으로 보며, bartlett의 구형성 검증에서는 유의수준 p 값이 0.05 미만이면 적합한 것으로 판단한다(Kaiser, 1974).

신뢰성 분석은 신뢰성을 검증에 가장 많이 사용하는 크론바흐 알파(cronbach alpha) 계수를 사용하였다. 크론바흐 알파 계수는 0에서 1 사이의 값을 가지며, 값이 클수록 신뢰성은 높다고 판단할 수 있으나 일률적인 기준을 적용하지는 않고 있으며, 일반적으로 0.7 이상이면 신뢰성이 적당하다고 판단하고, 0.6 이상이면 수렴할 수 있다(박현아, 2021).

본 연구에서는 요인 추출을 위해서 요인 수를 결정하기 위하여 요인을 설명해 줄 수 있는 분산의 정도를 의미하는 아이겐 값(eigenvalue)을 사용하였으며, 아이겐 값이 1.0 이상인 기준으로 요인 수를 결정하였다. 각 변수의 요인 간 상관관계의 정도를 나타내는 요인적재량(factor loading)은 0.5 이상을 기준으로 요인을 추출하였으며, 주성분에 의한 공통성(communality) 추출 값 역시 0.5 이상의 요인으로만 선택하였다. KMO 값은 0.7 이상일 때, Bartlett 구형성 검증에서는 유의수준 p 값이 0.05 미만일 때 요인분석 모형이 적합한 것으로 판단하였고, 크론바흐 알파 계수는 0.7 이상을 기준으로 하였다.

어촌체험휴양마을의 고유성이 체험가치와 주관적 행복감에 미치는 영향에 대한 타당성과 신뢰성 검증을 한 결과는 <표 3>과 같다.

본 연구의 구성요인의 분류를 위하여 예비조사 결과를 바탕으로 탐색적 요인분석을 하였다. 요인 추출 방법으로 주성분 분석을 사용하며, 베리맥스 회전을 시행하였다. 선행연구의 요인 명을 참고하고 묶임 문항의 내용과 의미를 바탕으로 본조사 문항을 정리하였다.

첫째, 고유성 문항 중 일반적으로 문화유적 관광지에서는 지역적 색채를 검증(양봉석, 2007; 양필수,

2009; 진애니, 2012)하는 것을 본 연구에서는 ‘어촌경관의 어울림과 차별화’로 반영하였다. 이는 세계 중요농어업유산의 기대효과는 과거·현재·미래의 연속선상에서 살아 있는 유산(living heritage)을 위해서 경관은 주목해야 할 요소(최우영·김동찬, 2015)로 국가중요어업유산의 지정 기준의 경관 형성기준이 주변 어촌마을 및 자연환경과의 조화(조성대, 2022)가 나타나는지 알아보기 위하여 어촌체험휴양마을의 고유성에 맞게 경관 부분을 반영한 것이다.

둘째, 최초 28개 문항의 타당성 분석과정에 있어 고유성을 나타내는 12개의 문항 가운데 실존적 고유성 1개 문항 ‘전통적 지식, 기술방법으로 만들’과 객관적 고유성 1개 문항 ‘진짜 과거시대 온 것처럼’은 요인 간 묶이지 않아 제거하였다. 그 결과, 26개 문항이 도출되었다.

셋째, 본 조사 결과, 요인분석의 모형 적합성을 확인하였다. 고유성 요인적재 값은 설문지의 10개

<표 3> 타당성 및 신뢰성 검증

구성요인	설문 문항	요인 적재값	아이겐값	분산설명력	신뢰성
구성적 고유성	체험프로그램은 전통적인 지식과 기술을 충분히 반영한다.	0.807	2.928	29.280	0.904
	체험프로그램은 전통적인 어촌과 바다의 모습을 재현한다.	0.791			
	전통 어업인의 생활상을 생동감 있게 재현한다.	0.766			
	어촌의 음식문화, 경관의 어울림은 차별화된 모습을 가진다.	0.647			
실존적 고유성	어촌에서만 보고 느낄 수 있는 것이 많이 있다.	0.834	2.398	23.981	0.816
	어촌의 삶을 일부 느끼고 경험할 수 있다.	0.765			
	전통적 어촌문화를 직접 체험할 수 있다.	0.646			
객관적 고유성	우리 바닷가 선조의 생활터였음이 느껴진다.	0.825	2.119	21.190	0.766
	체험활동 시설과 물품은 어촌지역 사람에 의해 만들어졌다.	0.702			
	어촌과 시설은 과거로부터 실제 이루어진 모습을 보여준다.	0.663			
KMO : 0.922, Bartlett 검증치 : 2285.421(p=.000), 전체 신뢰성 : 0.921, 총분산 설명력 : 74.450%					
기능적 가치	체험·휴양활동 비용은 합리적이다.	0.857	3.294	41.178	0.917
	체험·휴양활동 비용과 비교하면 많은 편익을 제공한다.	0.835			
	체험·휴양활동은 다른 관광상품 비교 시 금전적 가치가 높다.	0.821			
	체험·휴양활동은 경제적이다.	0.812			
감정적 가치	체험·휴양활동은 나를 기분 좋게 한다.	0.904	3.139	39.236	0.909
	체험·휴양활동은 즐겁다.	0.877			
	체험·휴양활동은 내가 즐길만한 체험활동이다.	0.835			
	체험·휴양활동 이후 어촌문화에 대한 이미지가 향상된다.	0.646			
KMO : 0.906, Bartlett 검증치 : 2475.793(p=.000), 전체 신뢰성 : 0.930, 총분산 설명력 : 80.414%					
긍정적 감정	어촌체험휴양마을은 나를 신나게 한다.	0.910	3.397	42.458	0.925
	어촌체험휴양마을은 나를 흡족하게 한다.	0.880			
	어촌체험휴양마을은 나를 행복하게 한다.	0.867			
	어촌체험휴양마을은 나를 흥분하게 한다.	0.831			
삶의 만족	나는 다시 태어난다 해도 지금처럼 살아갈 것이다.	0.869	2.955	36.935	0.877
	지금까지 나는 내 인생에서 원하는 중요한 것을 이루었다.	0.886			
	나는 나의 삶에 만족하다.	0.842			
	내 인생의 주변 상황은 아주 좋은 편이다.	0.702			
KMO : 0.889, Bartlett 검증치 : 2235.267(p=0.000), 전체 신뢰성 : 0.903, 총분산 설명력 : 79.394%					

문항이 모두 0.6 이상으로 나타났다. KMO 측도는 0.922, Bartlett의 구형성 검정 결과, 2285.421(p<0.001)로 나타났다. 체험가치 요인적재 값은 총 2개 요인 설문지의 8개 문항에서 모두 0.6 이상으로 나타났으며, KMO 측도는 0.906, Bartlett의 구형성 검정 결과, 2475.793(p<0.001)으로 나타났다. 주관적 행복감은 총 2개 요인 설문지의 8개 문항에서 모두 0.7 이상으로 나타났으며, KMO 측도는 0.889, Bartlett의 구형성 검정 결과, 2235.267(p<0.001)로 나타나 요인분석의 모든 모형의 적합성을 확인하였다. 한편, 총분산 설명력이 어촌체험휴양마을의 고유성은 74.450%, 체험가치는 80.414%, 주관적 행복감이 79.394%로 나타나 구성된 요인의 설명력이 높은 것으로 판단되었다.

넷째, 구성요인에 대한 내적 일관성의 검증을 위한 신뢰성 분석을 크론바흐 알파 계수로 산정한 결과, 변수의 신뢰도는 고유성의 구성적 고유성 0.904, 실존적 고유성 0.816, 객관적 고유성 0.766으로 모두 0.7 이상으로 나타나 양호한 것으로 판단되었다. 체험가치는 기능적 가치 0.917, 감정적 가치 0.909로 모두 0.9 이상으로 나타나 매우 양호한 것으로 판단되었다. 주관적 행복감은 긍정적 감정 0.925, 삶의 만족 0.877이며, 모두 0.8 이상으로 나타나 매우 양호한 것으로 나타났다.

위의 과정을 통하여 본 연구에서 어촌체험휴양마을의 고유성, 체험가치, 주관적 행복감의 타당성과 신뢰성을 확보하였다.

3. 가설 검증

1) 어촌체험휴양마을의 고유성과 체험가치 간 영향관계

어촌체험휴양마을의 고유성은 체험가치에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설 1을 검증하기 위하여 다중회귀 분석한 결과는 <표 4>와 같으며, 가설 1은 부분 채택이 되었다. 객관적 고유성, 실존적 고유성은 감정적 가치에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으나 구성적 고유성은 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 객관적 고유성과 실존적 고유성이 높아질수록 감정적 가치의 인식 수준은 향상

<표 4> 어촌체험휴양마을의 고유성이 체험가치에 미치는 영향

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수(β)	t	p	공선성 통계량	
		B	S.E				공차	VIF
감정적 가치	(상수)	1.858	0.149		12.469	0.000		
	객관적 고유성	0.143	0.049	0.163	2.938	0.004**	0.489	2.044
	구성적 고유성	0.083	0.052	0.103	1.602	0.110	0.363	2.754
	실존적 고유성	0.417	0.052	0.471	7.941	0.000***	0.427	2.340
	$R^2=0.449$, 수정된 $R^2=0.445$, $F=99.870(p=0.000)$, Durbin-Watson=1.831							
기능적 가치	(상수)	1.258	0.193		6.500	0.000		
	객관적 고유성	0.180	0.063	0.170	2.856	0.005**	0.489	2.044
	구성적 고유성	0.244	0.067	0.251	3.626	0.000***	0.363	2.754
	실존적 고유성	0.266	0.068	0.250	3.907	0.000***	0.427	2.340
	$R^2=0.360$, 수정된 $R^2=0.355$, $F=68.855(p=0.000)$, Durbin-Watson=1.804							

주) * : p<0.05, ** : p<0.01, *** : p<0.001

된다고 분석할 수 있다. 표준화 계수의 크기를 비교하면 실존적 고유성($\beta = 0.471$), 객관적 고유성($\beta = 0.163$) 순으로 감정적 가치에 영향을 미치는 것으로 검증되었다.

객관적 고유성, 구성적 고유성, 실존적 고유성은 기능적 가치에 모두 유의한 정(+)을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 객관적 고유성, 구성적 고유성과 실존적 고유성이 높아질수록 기능적 가치의 인식 수준은 향상된다고 분석할 수 있다. 표준화 계수의 크기를 비교하면 구성적 고유성($\beta = 0.251$), 실존적 고유성($\beta = 0.250$), 객관적 고유성($\beta = 0.170$) 순으로 기능적 가치에 영향을 미치는 것으로 검증되었다.

이는 시가문화유적지 고유성 요인(객관적, 구성적, 실존적)은 지각 가치(감정적, 기능적)에 모두 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고(김효윤 · 이영빈, 2015), 중국인의 에닉스 관광지를 대상으로 연구한 이정강(2022)은 진정성(객관적, 실존적)과 체험가치를 단일 요인으로 하여 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 구성적 고유성에서 감정적 가치만 유의한 정(+)의 영향을 미치지 않는 결과는 체험의 대상에 따라 체험의 가치에 미치는 영향이 서로 상이한 것으로 볼 수 있다.

2) 체험가치와 주관적 행복감 간 영향관계

체험가치가 주관적 행복감에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설 2를 검증하기 위하여 다중회귀분석을 한 결과 <표 5>와 같으며, 가설 2는 채택이 되었다.

감정적 가치, 기능적 가치는 긍정적 감정과 삶의 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 감정적 가치와 기능적 가치가 높아질수록 긍정적 감정과 삶의 만족 인식 수준은 향상된다고 분석할 수 있다. 표준화 계수의 크기를 비교하면 감정적 가치, 기능적 가치 순으로 긍정적 감정과 삶의 만족에 영향을 미치는 것으로 검증되었다.

이는 체험가치를 대상으로 한 실증분석에서 감정적 가치, 기능적 가치가 주관적 행복감에 미친다는 기존의 연구 결과와 유사하며(진운 · 이정실, 2020; 축인혁, 2021), 기억이 남는 관광 체험은 부모의 주관적 행복감과 자녀의 능력발달이 증가하는 긍정적인 변화를 주는 것으로 나타난 선행연구와도 유사하다(Miyakawa and Oguchi, 2022).

<표 5> 체험가치가 주관적 행복감에 미치는 영향

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수(β)	t	p	공선성 통계량	
		B	S.E				공차	VIF
긍정적 감정	(상수)	0.927	0.162		5.708	0.000***		
	감정적 가치	0.489	0.052	0.474	9.415	0.000***	0.505	1.981
	기능적 가치	0.268	0.043	0.312	6.200	0.000***	0.505	1.981
	$R^2=0.530$, 수정된 $R^2=0.527$, $F=207.231(p=0.000)$, Durbin-Watson=1.958							
삶의 만족	(상수)	1.680	0.208		8.077	0.000***		
	감정적 가치	0.321	0.067	0.306	4.824	0.000***	0.505	1.981
	기능적 가치	0.209	0.055	0.239	3.777	0.000***	0.505	1.981
	$R^2=0.254$, 수정된 $R^2=0.250$, $F=62.585(p=0.000)$, Durbin-Watson=1.785							

주) ** : $p < 0.01$, *** : $p < 0.001$

V. 결 론

사람들의 일상인 삶은 특정 지역에서 행복을 갈망하고 행복을 찾기 위해 다양한 활동을 한다. 더불어 새로운 장소와 이문화 체험관광 활동으로 보충하고 다시 일상으로 돌아온다. 본 연구는 어촌의 대표적 체험관광형마을로 자리매김하고 있는 어촌체험휴양마을의 고유성이 체험가치와 주관적 행복감에 미치는 영향의 정도에 의문을 하고 이를 해소하기 위해서 진행하였다. 어촌체험휴양마을을 방문한 관광객을 대상으로 바다와 어촌의 전통과 문화를 체험하며 스스로 지각한 고유성이 체험가치와 주관적 행복감 간 영향 관계를 검증하여 소비자의 성향에 맞는 어촌체험휴양마을로서 중점을 두어야 할 변수가 무엇인지를 도출하여 이론적 시사점과 실무적 시사점을 제시하였다. 더 나아가 소비자의 행복한 삶으로 이어지는데 어촌체험휴양마을이 해야 할 방향을 논의하고자 본 연구를 진행하였다.

본 연구의 이론적 시사점을 요약하면 다음과 같다. 첫째, 관광학에서 주요한 담론인 고유성을 체계적으로 정리한 Wang(1999)의 객관적 고유성, 구성적 고유성, 실존적 고유성 세개 구성요인 모두가 어촌체험휴양마을의 고유성 구성요인으로 도출되었다. 이는 그간 국내 관광 분야의 고유성 연구 대부분이 고궁, 박물관, 민속촌 등 정적(靜的)인 문화 유산지를 대상으로 Wang(1999)의 이론 세 가지 중 일부 구성요인을 부분 적용하였다고 하면, 우리의 일상적인 삶의 터전인 어촌을 대상으로 연구한 점과 Wang(1999)의 이론 세 가지 모두를 측정하여 모두가 구성요인으로 도출하였다는데 의미가 있다. 다만, 실존적 고유성의 ‘전통적 지식, 기술방법으로 만듦’과 객관적 고유성의 ‘진짜 과거시대 온 것처럼’ 2문항은 해당 요인으로 묶이지 않아 제거된 것은 응답자들의 개념적인 접근의 방식이 모호하거나 오류가 생겨 요인화 시키기에는 적합하지 않은 것으로 이해할 수 있다. 그리고 체험가치는 감정적 가치와 기능적 가치로, 주관적 행복감은 긍정적 감정과 삶의 만족으로 구성요인이 도출되었다.

둘째, 고유성과 체험가치의 영향 관계를 살펴본바, 구성적 고유성만 감정적 가치에 유의한 영향을 주지 않았지만, 이외 모든 요인이 유의한 영향을 준다는 사실을 검증하였다. 하지만 구성적 고유성이 기능적 가치에서는 가장 유의한 영향력을 나타낸 것은 체험의 대상에 따라 체험의 가치에 미치는 영향이 서로 상이한 것으로 볼 수 있다. 이는 선행연구 결과를 지지한다(김효윤·이영빈, 2015).

셋째, 어촌체험휴양마을의 고유성에 대한 중요도를 검증한 결과, 체험관광객들은 실존적, 객관적, 구성적 요인 순으로 중요하게 생각하는 것으로 나타났고, 실존적 고유성이 체험가치의 감정적 가치에서도 가장 중요한 역할을 담당하며 다음으로 객관적 고유성이 감정적 가치에 영향 주는 것으로 분석되었다. 이는 Wang(1999)이 체험관광은 자아를 실현하는 실존적 고유성으로 중요하다는 연구 결과를 지지한다.

넷째, 체험관광객들은 체험가치에서 감정적 가치가 기능적 가치보다 중요한 요인으로 생각하면서 주관적 행복감(긍정적 감정, 삶의 만족)에 모두 영향을 주는 것으로 조사되었다. 이는 체험관광의 경험 가치와 주관적 행복감 간의 상관관계를 검증한 진운·이정실(2020)과 축인혁(2021)의 연구 결과를 지지한다. 더욱이 어촌체험휴양마을의 고유성을 체험한 동반인 대부분이 가족(86.5%)이며, 자녀교육(22.1%)이라는 구성원의 특성에서 주관적 행복감에 영향을 주는 것으로 나타난 것은 Miyakawa and Oguchi(2022)가 기억이 남는 관광체험을 한 부모에게는 주관적 행복감을 주고, 자녀에게는 포괄적 기술 발달이라는 긍정적인 변화를 준다는 연구 결과와 Wang(1999)이 가족 관광은 개인 간 고유성을 체험하는 대표적인 예라고 제시하고, 가족은 진정한 자아를 체험하는 사적 영역이라고 하면 가족 관광

은 그러한 실존적으로 진정한 관계의 정점이자 의식적 체험이라는 연구 결과를 지지한다.

이러한 분석 결과로 도출된 실무적 시사점이다. 어촌체험휴양마을의 고유성, 체험가치, 주관적 행복감의 각 구성요인 모두가 소비자를 위하여 갖춰야 할 조건으로 높은 설명력을 나타낸 고유성의 실존적 고유성과 체험가치의 감정적 가치, 주관적 행복감의 긍정적 감정을 집중적으로 개발해야 한다. 어촌체험휴양마을의 고유성, 체험가치, 주관적 행복감의 모든 구성요인에 관심을 두면서 지역별 차별화한 어촌체험휴양마을로 갖추기 위한 마케팅 전략을 제언하면 다음과 같다.

첫째, 실존적 고유성이 체험관광객의 감정적 가치에 두드러지도록 큰 영향을 주는 요인으로 나타났는데 이는 관광객이 자발적으로 다양한 체험에 참여하도록 해야 한다. 그리고 실존적 고유성을 체감할 수 있도록 지역별 차별화된 체험형 어촌관광 정책을 수립해야 한다. 어촌 삶의 현장을 관광객이 자신에 대한 진정한 자아를 스스로 선택하여 체험하는 느낌이 가도록 프로그램을 구성해야 한다. 긍정적으로 기억이 남는 체험의 관점과 전통적 어촌문화도 고유성을 기반으로 대규모, 소규모별로 함께 어울려 참여하는 관점의 프로그램이다. 근대화 과정의 체험관광에서 객관적 고유성보다 실존적 고유성의 인식이 강화됨에 따라 4차산업혁명 시대의 기술인 VR(가상현실), AR(증강현실)을 통해 과거와 현대에 이르는 생생한 바다와 어촌모습을 재현하고 어업인의 생업현장 볼 수 있게 한 간접체험과 강우, 파도 등 급변하는 해양기상에 대응한 다양한 실존적 체험 프로그램도 도입할 필요가 있다.

둘째, 어촌체험휴양마을의 실존적 고유성 다음으로 영향을 주는 객관적 고유성을 보존하고 활용해야 한다. 체험관광객의 자아를 찾는 실존적 고유성을 느끼게 하기 위해서는 기본적으로 객관적 고유성을 느낄 수 있어야 한다. 선조의 생활터, 어촌경관·체험시설이 과거의 모습, 체험시설의 전통지식·기술로 조성 등 체험 대상물과 관련하여 실제 또는 진품에 기초하여지도록 한 것을 관광객이 지각하는 사실적 느낌을 주도록 체험 대상물을 점검하고 개선해 나갈 필요가 있다. 더불어 국가중요어업유산(KIFHS)이 어촌 고유의 문화 형성에 중심적 역할을 해야 한다. 지방자치단체는 KIFHS 고유의 가치를 높이고, KIFHS를 지속해서 발굴하여 관광 자원화해야 할 것이다.

셋째, 가족여행이 중심이 되는 어촌체험휴양마을의 고유성을 체험한 체험가치의 모든 구성요인이 주관적 행복감에 영향을 미치는 것으로 검증된 것은 감정적 가치, 기능적 가치가 높아질수록 주관적 행복감의 인식 수준이 향상되는 것으로 확인하였다. 따라서 가족과 함께 행복을 찾는 어촌체험휴양마을이란 주제를 가져야 한다. 그리고 고유성 중 영향력이 가장 크게 나타난 실존적 고유성을 기반으로 행복을 주도하도록 해야 한다. 즉 체험고객들이 경험하는 동안 얻을 수 있는 즐거움, 기쁨, 좋은 이미지 향상 등의 감정적 가치를 제고시키고, 행복, 흥분, 신남, 흡족함 등 긍정적 감정 상태와 삶의 여건, 성취감, 삶의 자세 등 삶의 만족을 끌어올릴 수 있도록 해야 한다. 특히 가족과 함께하는 체험프로그램을 강화하고 이에 따른 홍보 및 후속 연구가 함께 이루어져야 할 것이다.

마지막으로 최근 정부가 어촌소멸문제의 심각성을 인식하고 정책 방향을 관광인구 확대에 중점을 둔 생활인구 또는 관계인구의 확대 정책에 중점을 두고 있는 시점에서 어촌체험휴양마을을 중심으로 어촌지역별 매력과 차별화를 나타낼 수 있는 고유성을 독립변수로, 체험가치와 주관적 행복감 감의 영향 관계를 분석하였다는 점에서 그 의미를 찾을 수 있다.

그러나 본 연구는 다음과 같은 한계점이 있어 후속 연구가 요구된다. 첫째, 전국 어촌체험휴양마을 중 대표성 있는 4개 어촌체험휴양마을을 임의 추출방식으로 한정하여 조사하여 서울 수도권과 동해안을 비롯한 어촌체험휴양마을의 지역 성격에 따라 다른 결과가 나타날 수 있다. 둘째, 본 조사대상이

체험한 후 1년 이내인 관광객을 조사대상으로 하였기에 체험 전과 체험 직후, 일정 기간 지난 후로 장기적인 비교 분석하여 얼마나 오랜 기간 체험가치와 주관적 행복감이 지속하는지를 분석할 필요가 있다. 끝으로 본 연구를 기초자료로 하여 삼면이 바다인 우리나라 어촌의 고유성을 대상으로 체험가치와 행복한 삶의 영향 관계를 분석하는 후속 연구가 계속되기를 기대한다.

REFERENCES

- 강덕봉(2019), “농어촌 체험활동과 체험가치가 고객충성도에 미치는 영향”, 박사학위논문, 호서대학교.
- 권석만(2008), “긍정심리학 : 행복의 과학적 탐구”, 서울, 학지사.
- _____(2010), “심리학의 관점에서 본 욕망과 행복의 관계”, 철학사상, 36, 121-152.
- 권장욱(2017), “여행 전후 주관적 행복감의 변화 분석 : 쾌락적응 억제변인을 중심으로”, 박사학위논문, 한양대학교.
- 김봉섭(2015), “페이스북 이용에 따른 페이스북 이용자의 정서적 효과 연구 : 주관적 행복감을 중심으로”, 사회과학연구, 41(1), 85-109.
- 김준(2008), “문화론적 어촌 마을 가꾸기 그 실험과 과제”, 인문논총, 22, 79-109.
- 김지선 · 이훈(2009), “고궁 관광 평가요인과 만족도 분석 : 진정성과 HISTOQUAL을 중심으로”, 관광학연구, 33(6), 37-54.
- 김진수(2002), “문화적 고유성이 관광체험에 미치는 영향”, 박사학위논문, 한양대학교.
- 김효운 · 이영빈(2015), “시가 문화유적지 고유성이 지각가치와 선호도에 미치는 영향”, 관광연구저널, 29(11), 129-143.
- 대한민국 정책브리핑(2022), “어촌신활력증진사업 추진방안(2022.9.23.)”, 정책뉴스, 해양수산부.해양수산부 · 한국어촌어항공단(2018), “어촌체험휴양마을 운영매뉴얼”.
- 리정강(2022), “에스닉 관광지 관광객의 진정성 지각, 체험 가치, 재방문의도 간의 영향 관계”, 석사학위논문, 호남대학교.
- 문수경 · 이무영 · 박상희(2009), “부모의 주관적 행복감에 영향을 미치는 변인”, 한국가족복지학, 14(4), 137-153.
- 박상우(2022), “위기의 어촌 부활을 위한 진단과 과제”, 국회 정책간담회 발표자료, 25-33.
- 박상우 · 류정곤 · 황재희 · 이상규(2018), “인구소멸 시대의 어촌사회 정책연구”, 한국해양수산개발원.
- 박현아(2021), “표본조사에서 크론바흐알파값을 사용한 신뢰성”, 응용통계연구, 34(1), 1-8.
- 송학준(2013), “2012여수엑스포 방문객의 체험이 지각된 가치와 만족도에 미치는 영향 : 체험경제 이론을 중심으로”, 호텔경영학연구, 22(6), 159-174.
- 양봉석(2007), “문화관광지의 관광체험과 고유성, 관광만족의 관계 연구”, 박사학위논문, 동아대학교.
- 양필수(2009), “觀光目的地的 엔터테인먼트 經驗과 固有性 知覺, 滿足度 關係 研究”, 박사학위논문, 제주대학교.
- 오상훈(2005), “관광과 문화의 이해”, 서울, 형설출판사.
- 유세란(2019), “농촌관광 체험요소, 체험가치지각, 체험평가의 구조적 관계 : 관여도의 조절역할”, 호텔관광연구, 21(2), 29-44.
- 이귀옥(2011), “여가 프로그램 참여 노인들의 열정, 자아존중감, 정서, 주관적행복에 관한 연구”, 동북아관광연구, 7(3), 27-49.
- 이서구 · 김정태(2019), “어촌뉴딜 300사업의 경제적 파급효과 분석”, 수산경영론집, 50(3), 73-86.
- 이소정 · 이훈(2022), “기억에 남는 관광경험(MTE) 회상이 주관적 웰빙에 미치는 영향 : 자전적 기억의 기능을 중심으로”, 호텔관광연구, 24(2), 50-68.
- 이주호 · 이재원 · 오태현(2009), “장소이미지, 체험가치, 방문만족이 재방문의도에 미치는 영향 연구”, 기업경영연구, 16(4), 165-182.
- 이후석(2011), “관광객의 고유성 인식 수준에 따른 관광체험 차이 연구 : 서울 북촌을 방문한 외래객을 사례로”, 관광학연구, 35(2), 11-27.
- 이후석 · 맹창호 · 오민재(2012), “민속마을 관광객의 고유성 인식이 만족에 미치는 영향 : 고유성과 무대화된 고유성

- 개념의 적용”, 한국사진지리학회지, 22(2), 113-126.
- 장양례 · 윤유식 · 구본기(2011), “어촌관광객의 선호 속성, 어촌체험관광 만족도 및 체험관광 상품개발 지지도, 추천 의도에 관한 실증적 연구 : 고창군 만들어촌체험마을을 중심으로”, 관광연구, 25(6), 341-363.
- 장은지 · 김기옥(2018), “현대 소비자의 소비가치는 소비상황에 따라 다르게 작용하는가?: 여대생 소비자의 소비지향 성과 소비목적에 따른 4 가지 소비상황을 중심으로”, 소비자학연구, 29(1), 83-107.
- 장철호(2014), “어촌체험마을사업의 고유성과 관광체험이 관광객의 만족에 미치는 영향에 연구 : 화성시 백미리 · 양양군 남에 어촌체험마을을 중심으로”, 박사학위논문, 부경대학교.
- 정유준(2020), “해안권별 어촌체험마을의 차별화 방안 : 관광동기를 중심으로”, 관광경영연구, 99, 633-655.
- 정윤희(2016), “문화유산관광 체험요소와 체험가치의 관계 연구”, 전남대학교 대학원, 석사학위 논문.
- 정윤희 · 강신겸(2016), “문화유산관광에서의 체험요소와 체험가치의 관계 연구”, 관광연구, 31(4), 171-191.
- 조명환 · 양봉석(2004), “문화관광축제의 고유성 측정에 관한 연구 : 광안리 어방축제를 중심으로”, 문화관광연구, 6(1), 39-55.
- 조성대(2022), “어촌소멸 위기시대 국가중요어업유산의 관광 자원화를 위한 정책적 제언 : 어촌생활 인구관점에서”, 해양관광학연구, 15(3), 79-101.
- 조태영(2008), “문화관광체험이 고유성 및 관광 만족, 삶의 질에 미치는 영향”, 박사학위논문, 동국대학교.
- 진애니(2012), “유산 관광지의 고유성, 관광체험 및 체험만족 간 관계”, 박사학위논문, 순천향대학교.
- 진운 · 이정실(2020), “체험관광이 경험가치와 행복에 미치는 영향 연구 : 중국인 관광객을 대상으로”, 동북아관광연구, 16(4), 135-155.
- 최영진(2021), “세계문화유산의 환경단서가 관광만족과 행동의도에 미치는 영향 : 지각된 가치의 매개효과, 관여도와 질병 위험지각의 조절효과 분석”, 박사학위논문, 경기대학교.
- 최우영 · 김동찬(2015), “농어업유산의 경관 평가 지표 연구”, 韓國造景學會誌, 43(5), 74-86.
- 최진철(2007), “수산관광축제의 고유성이 방문객 만족도에 미치는 영향”, 석사학위논문, 부경대학교.
- 죽인혁(2021), “중국 노인의 관광체험가치, 관광만족, 행복감의 관계에 관한 연구”, 박사학위논문, 가천대학교.
- 한국경영인증원(2022), “2022년 어촌체험휴양마을 운영실태조사 및 등급제 관리연구”, 한국어촌어항공단.
- 홍란지(2021), “문화유산의 관광체험요인, 진정성, 관광만족 간의 관계 : 문화권 차이를 중심으로”, 상품학연구, 39(2), 79-91.
- Akhoondnejad, A. (2016), “Tourist loyalty to a local cultural event, The case of turkmen handicrafts festival”, Tourism Management, 52, 468-477.
- Argyle, M. and Crossland, J. (1987), “The dimensions of positive emotions”, British Journal of Social Psychology, 26(2), 127-137.
- Babin, B. J., Darden, W. R. and Griffin, M. (1994), “Work and/or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping value”, Journal of Consumer Research, 20(4), 644-656.
- Berger, P. L. (1973), “Sincerity and authenticity in modern society”, The public interest, 31, 81-90.
- Berry, L. L., Carbone, L. P. and Haeckel, S. H. (2002), “Managing the total customer experience”, MIT Sloan Management Review, 43(3), 85-89.
- Boorstin, D. (1964), The Image: A Guide to Pseudo-Events in America, New York: Harper and Row.
- Chen, Y., Lehto, X. Y. and Cai, L. (2013), “Vacation and well-being: A study of Chinese tourists”, Annals of Tourism Research, 42, 284-310.
- Daniel, Y. P. (1996), “Tourism dance performances authenticity and creativity”, Annals of Tourism Research, 23(4), 780-797.
- Diener, E. (1984), “Subjective well-being”, Psychological bulletin, 95(3), 542-575.
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J. and Griffin, S. (1985), “The satisfaction with life scale”, Journal of personality assessment, 49(1), 71-75.

- Handler, R. (1986), "Authenticity", *Anthropology today*, 2(1), 2-4.
- Heidegger, M. (1962), "Being and Time, tr. John Macquarrie and Edward Robinson", Oxford: Blackwell Publishing, 176-137.
- Holbrook, M. B. and Hirschman, E. C. (1982), "The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun", *Journal of consumer research*, 9(2), 132-140.
- Holbrook, M. B. (1994), "The nature of customer value: an axiology of services in the consumption experience", *Service quality: New directions in theory and practice*, 21(1), 21-71.
- Holbrook, M. B. and Schindler, R. M. (1994), "Age, sex, and attitude toward the past as predictors of consumers' aesthetic tastes for cultural products", *Journal of Marketing research*, 31(3), 412-422.
- Kaiser, H. F. (1974), "An index of factorial simplicity", *Psychometrika*, 39(1), 31-36.
- Kim, J. H., Ritchie, J. B. and McCormick, B. (2012), "Development of a scale to measure memorable tourism experiences", *Journal of Travel research*, 51(1), 12-25.
- Larson, R. (1978), "Thirty years of research on the subjective well-being of older Americans", *Journal of gerontology*, 33(1), 109-125.
- MacCannell, D. (1973), "Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings", *American journal of Sociology*, 79(3), 589-603.
- Mathwick, C., Malhotra, N. and Rigdon, E. (2001), "Experiential value: conceptualization, measurement and application in the catalog and Internet shopping environment", *Journal of retailing*, 77(1), 39-56.
- Miyakawa, E. and Oguchi, T. (2022), "Family tourism improves parents' well-being and children's generic skills", *Tourism Management*, 88, 104403.
- Moscardo, G. M. and Pearce, P. L. (1986), "Historic theme parks: An Australian experience in authenticity", *Annals of tourism research*, 13(3), 467-479.
- Myers, D. G. and Diener, E. (1995), "Who is happy?", *Psychological science*, 6(1), 10-19.
- Neal, J. D., Sirgy, M. J. and Uysal, M. (1999), "The role of satisfaction with leisure travel/tourism services and experience in satisfaction with leisure life and overall life", *Journal of Business Research*, 44(3), 153-163.
- Neulinger, J. (1982). "Leisure lack and the quality of life: The broadening scope of the leisure professional", *Leisure Studies*, 1(1), 53-63.
- Pyke, S., Hartwell, H., Blake, A. and Hemingway, A. (2016), "Exploring well-being as a tourism product resource", *Tourism Management*, 55, 94-105.
- Schmitt, B. (1999), *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act and Relate to Your Company and Brands*. The Free Press.
- Seligman, M. E. (2002), Positive psychology, positive prevention, and positive therapy, *Handbook of positive psychology*, 2, 3-12.
- Sheth, J. N., Newman, B. I., and Gross, B. L. (1991). "Why we buy what we buy: A theory of consumption values", *Journal of business research*, 22(2), 159-170.
- Sirgy, M. J., Kruger, P. S., Lee, D. J. and Yu, G. B. (2011), "How does a travel trip affect tourists' life satisfaction?", *Journal of Travel research*, 50(3), 261-275.
- Sthapit, E. and Coudounaris, D. N. (2018), "Memorable tourism experiences: Antecedents and outcomes", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(1), 72-94.
- Sweeney, J. C. and Soutar, G. N. (2001), "Consumer perceived value: The development of a multiple item scale", *Journal of retailing*, 77(2), 203-220.
- Vada, S., Prentice, C. and Hsiao, A. (2019), "The role of positive psychology in tourists' behavioural intentions", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 293-303.

- Wang, N. (1999), "Rethinking authenticity in tourism experience", *Annals of tourism research*, 26(2), 349-370.
- Williams, P. and Soutar, G. N. (2009), "Value, satisfaction and behavioral intentions in an adventure tourism context", *Annals of tourism research*, 36(3), 413-438.
- Zhang, H., Cho, T., Wang, H. and Ge, Q. (2018), "The influence of cross-cultural awareness and tourist experience on authenticity, tourist satisfaction and acculturation in World Cultural Heritage Sites of Korea", *Sustainability*, 10(4), 927.