

공정여행 경험에 대한 소비자인식 연구

A Study on the Consumers' Perceptions of Fair Tourism Experiences

박미혜*

동국대학교 가정교육과

Park, Mi Hye

Dept. of Home Economics Education, Dongguk University

Abstract

Recently, interest in fair tourism and demand for this service has been steadily increasing. This study examined the tourists' perceptions of their fair tourism experiences. Phenomenological method was adopted as a qualitative research approach. Participants were nine adults who were interviewed in depth on their experiences of fair tourism. Data analysis led to the emergence of seven categories (sharing and volunteerism, environment and animal protection, tourism created together, communication and relationship, from consumption to experience, ethicality and fairness, contemplating life) and 21 subcategories. This research was a significant step in providing options to explore the improvement of ethical-tourism and may have implications for the future development of tourism. This study also has various implications for tour operators, consumers, and government. In future all stakeholders should make efforts to establish the tour culture which encourages consumers to consider the ethicality and fairness of their choices as tourists.

Keywords: fair tourism, phenomenological study, perceptions of fair tourism experiences

I. 서론

여행산업은 1950년 이후 매년 평균 12%의 성장을 하고 있다. 시장규모가 전세계 국내총생산(GDP)의 10%에 이르고 전 세계 노동력의 8%를 흡수하고 있다. 2020년에는 여행지출이 2조달러를 초과하며, 여행객이 16억명에 이르게 될 것으로 예상하고 있다(World Travel & Tourism Council, 2009). 여행산업은 관광객을 내보내고 받아들이면서 각 나라에서 국제적 사업이 되었다. 이러한 여행산업으로 경제가 빠르게 성장하고 있지만 저개발국의 여행지 개발로 인한 환경파괴 및 문화훼손의 문제, 대규모 기업으로의 수익편중, 여행관련 종사자의 인권문제 등이 대두되었다(Global exchange,

2005). 이러한 문제를 줄이기 위해 나타난 것이 최근 착한여행, 책임여행, 윤리적여행 또는 공정여행 등 다양한 이름으로 불리는 대안적 여행이다.

1990년대 들어 관광문제는 이미 전 지구적 관심이 되었다. 세계관광기구(WTO)는 1992년 관광윤리강령을 발표하여 관광산업이 지켜야 할 목표를 제시하였고, 2002년에는 전세계 관광사업 관계자, 국제 NGO 관계자 등이 남아프리카공화국 케이프타운에 모여 책임여행 선언을 하였다. 공정여행은 2000년대 이후 유럽을 중심으로 급속히 확산되기 시작하고 있다. 공정여행은 책임 여행이라고도 불리며 여행객은 여행하는 곳의 환경과 문화를 존중하고 보호할 책임이 있다는 개념이다 (International Centre for Responsible Tourism, 2007).

* Corresponding author: Park, Mi Hye
Tel: 02-2260-8750, Fax: 02-2265-1170
E-mail: angelmh@paran.com

우리가 아름다운 지역을 방문할 때 우리의 여행이 지역 사람들과 그들의 환경에 긍정적인 영향을 미치기를 원하는 것은 자연스러운 일이다. 공정여행은 여행지와 현지인을 더욱 고려하는 진정한 여행의 경험을 가능하게 해준다. 모든 여행은 지역에 긍정적, 부정적 영향을 줄 수 있는데 공정여행은 여행이 미치는 이익은 극대화하고, 부정적 영향은 최소화한다(Corkhill, 2007).

국외의 경우 소비자들의 공정여행에 대한 인식이 비교적 높은 것을 볼 수 있다(Cleverdon & Kalisch, 2000; Tearfund, 2000). 우리나라는 공정여행에 대한 인식이 아직 높지는 않지만 최근 주요일간지 등을 통해 공정여행이 소개되면서 사회적으로 공정여행에 대한 관심과 수요자가 서서히 증가하고 있는 추세이며 공정여행 전문여행사도 등장하고 있다. 따라서, 소비자입장에서 공정여행이 일반여행과 어떻게 다르고, 공정여행 경험자가 여행체험에 대해 어떻게 느끼고 있는지에 대한 정보가 필요하다. 하지만 아직 공정여행에 대해 구체적인 개념정의나 학문적으로 접근한 연구는 별로 없는 실정이다. 외국의 경우 공정여행에 대해 관광마케팅 분야에서 접근한 몇몇 연구(Cravatte & Chabloz, 2008; Fennell & Malloy, 1999; King, 2002; Ross & Wall, 1999)들이 있지만 국내에서는 관광윤리에 대한 연구(장익선, 2006)가 있을 뿐 공정여행에 대한 연구가 전무한 실정이다. 따라서 본 연구는 공정여행을 경험한 소비자들이 공정여행에 대하여 어떻게 느끼고 있는지를 분석해 봄으로써 공정여행 경험의 의미를 밝혀 보고자 한다.

이를 위하여 본 연구에서는 현상학적 질적연구방법을 사용하였다. 현상학적 연구방법은 살아있는 인간의 경험을 기술하는 것이며, 대상자의 실제에 접촉하는 총체적인 접근을 요구한다. 현상학은 ‘사실을 있는 그대로 보는 것’으로서 경험의 의미와 본질을 찾아내는 것이다. 따라서 현상학적 연구는 어떤 선입견이나 이론적 개념들의 방해받지 않고 연구자의 직관적 통찰로 연구 참여자들의 기술에 대한 분석을 통해서 인간적으로 경험된 현상의 의미를 밝히려고 노력한다(제니스 M. 모스, 페기 앤 필드, 1997/2003). 현상학적 연구는 대상자의 면담내용으로부터 경험의 의미를 서술하는 방법으로서 본 연구의 공정여행 경험에 대한 인식을 알아보기 위한 적절한 질적 연구방법이라고 사료된다.

공정여행의 초기 단계인 현 시점에서 공정여행 경험자들의 인식을 기초로 한 질적연구를 통해서 여행사, 소비자, 정부에게 다양한 함의를 제공할 수 있을 것이다.

여행사에게는 소비자의 공정여행경험 인식에 대한 자료를 제공해 줌으로써 향후 관련 프로그램을 보완하고 설계하는 데 도움을 줄 수 있을 것이다. 소비자에게는 공정여행에 대한 관련 정보를 제공하여 공정여행의 이해를 돕고 여행의 선택대안으로서 자리매김하도록 할 수 있을 것이다. 정부에게는 관광에 대한 정책을 시행하고 지원하는데 있어 고려할 수 있는 하나의 방향점이 될 수 있는 자료가 될 것으로 본다. 본 연구는 위와 같은 연구목적을 달성하기 위해 다음과 같은 질문을 하였다. ‘공정여행을 경험한 소비자에게 공정여행의 의미는 무엇인가?’

II. 이론적 배경

1. 공정여행의 등장배경

여행은 대중적인 관심을 받으며 성장했다. 여행은 경제에 획기적으로 영향을 주는 반면 환경적 측면과 문화충돌 등의 몇가지 측면에서 문제점을 찾을 수 있다.

공정여행은 지속가능한 여행산업 개발에 그 기원을 두고 있으며 지속가능한 글로벌 개발의 폭넓은 이슈로부터 태동하게 되었다. 지속가능성은 대중관광의 부정적이며, 파괴적 영향에 대한 긍정적인 대안으로서 주창되어졌다(Dinan & Sargent, 2000). 이는 관광산업 개발이 지역문화와 조화를 이룰 수 있고, 환경친화적으로 운영되고, 현지주민에게 경제적 혜택이 돌아갈 수 있어야 한다는 취지를 갖는다(Curtain & Busby, 1999).

여행산업은 개도국 지역의 자연환경에 피해를 줄 수 있다. 또한 여행산업은 세계경제의 경제적 부를 소수가 소유하도록 이동시키는 역할을 했는데, 전지구적으로 항공사와 여행사, 호텔경영업 등 여행을 할 수 있는 능력을 가진 남반구의 이익으로 남겨졌다. 또한 다국적기업이 시장에 관여하면 지역 중소기업들은 불공정한 경쟁으로 피해를 입었다. 해외여행객은 매년 늘어나고 여행 지출액은 증가하고 있지만 여행국의 현지인에게 지불되는 비중은 많지 않다. 여행의 이익은 많은 여행객이 생각하는 것처럼 지역주민에게 가는 것이 아니고 소수의 다국적 기업에게 돌아가게 된다(Corkhill, 2007).

여행에 대한 과도한 경제적 측면의 강조는 다양한 발전을 저해했다. 이는 지역 스스로의 조절력을 약화시켰는데 때로 문화적이고 농업적인 발전과 같은 부분도 무

시됐다. 여행에 의해 생겨나는 지역의 일자리는 비정기적이고 사회적으로 낮은 인식에 머물러 있고 저임금노동으로 이뤄지는 경우가 많다. 호텔과 골프코스장 건설은 많은 '토지'가 필요하며 외국소유의 리조트의 경우 전망이 좋은 해변가에 자리잡는 경우가 많기 때문에 어획을 방해하기도 한다. 환경적 피해는 때때로 현지인의 주거지를 바꾸어 놓을 만큼 고통을 준다. 습지, 생태계 시스템, 해양환경의 파괴 등 지속되는 환경파괴는 계속 진행 중이다(International Ecotourism Society, 2006).

여행에 의한 문화적 손상은 환경의 파괴를 능가한다(Jacob, 2008). 서구 중심으로 설계된 여행 시스템은 토착민 사회에 이질적인 규칙과 라이프스타일을 만들어 냈다. 지역주민들이 불편을 감수하는 동안 늘어난 외국 관광객의 관심과 경제적 바탕은 전통문화를 위협했다. 이 결과 지역축제, 수공예품 등이 상업화되었다. 침입당한 문화는 전통이 해체되는 상황, 정신적인 의미, 그리고 지역사람들 자체가 생산품이 되었다. 실제로 그들 사이에 오가는 것은 '문화적인 이해'가 아니라 여행객들의 선입견에 의한 인공적인 이미지가 문화를 대표하게 되었다. 부유하고 책임감 없는 여행자들은 소비지향적인 삶의 태도를 거침없이 보여줌으로써 지역주민에게 부정적인 영향을 미치기도 한다.

이러한 문제에 대한 사회적이고 책임있는 대안으로서 1970년대부터 주로 아시아와 태평양 지역을 중심으로 여행산업의 재배치가 시작되었다. 교회 공동체와 인권단체들은 대안적인 형태의 여행을 제안했는데, 그것은 여행객들이 소비중심의 여행을 하는 대신, 지역조건과 지역원주민과 소통하는 방식의 여행이다. 이러한 대안여행은 1980년대 미국전역으로 급속도로 퍼졌다. 이렇게 증가한 대안여행은 여성학교, 여성 커뮤니티, 자원봉사자 조직, 인권단체 등 여러 조직과 결합했다. 많은 여행객들이 이러한 지역을 찾았고, 이러한 여행의 방식은 '운동의 연대'로 이어졌다. 이러한 변화는 전체사회 운동에서 '책임'을 나누어 분담하는 분위기를 형성했고 이렇게 여행에 초점을 가지고 여행객들을 교육하고 그들과 각국의 연대를 조직하는 사람들이 모여 대안여행인 공정여행이 시작되었다(Global exchange, 2005).

2. 공정여행의 개념 및 유형

공정여행은 책임여행으로도 불리며 윤리와 인권에 바탕을 둔 여행이다. 예를들어 서비스 노동자의 보호,

포터의 노동 권리로부터 여성과 아동착취, 멸종동물의 보호 등이 포함된다. 또한 여행자의 지출이 직접 지역 사회로 돌아올 수 있는 지역에 기반한 여행자 프로그램을 지지한다. 공정여행은 여행객이 여행하는 곳의 경제와 환경, 문화를 존중하고 보호하며, 윤리적여행, 생태여행과 상통한다. 여행지와 현지주민을 배려한 윤리적, 이타적 여행이다. 즉, 여행이 윤리적 구조를 가지며, 공정임금, 지역의 장기적 이익에 초점을 둔다(Transitions Abroad Magazine, 2006).

세계 여행전문 발간지 론니플레닛(Lonely planet)에 의하면 공정여행은 여행의 부정적 영향을 최소화하면서 현지주민과 환경의 연결을 최대화하는 것으로 환경, 사회·문화, 경제의 3가지 이슈를 고려한 여행으로 정의할 수 있다. 환경측면은 부정적 환경의 영향을 최소화하고, 생태계, 야생동식물, 자연, 문화유산 보존에 긍정적 기여를 하는 여행을 의미한다. 사회·문화적 측면은 문화 및 전통을 존중하고, 여행자와 현지 주민간의 이해를 보다 증진하고 상호교류를 하는 여행을 의미한다. 경제적 측면은 공정거래원칙을 준수하고, 현지 주민사회에 금전적 혜택이 돌아가는 여행을 의미한다. 공정여행을 한다는 것은 우리세상에 영향을 끼치는 빈곤 및 평화라는 큰 이슈에 변화를 가져오는 가장 직접적이고 개인적인 방법 중 하나이다(Lonely Planet Publication, 2008).

영국의 AITO(Association of Independent Tour Operator)의 공정여행 가이드라인에 따른 정의는 환경적·사회적·경제적 측면에 책임있는 것을 목표로 하며, 기업, 소비자, 지역의 공급자가 환경을 보호, 지역문화를 존중하며, 지역공동체에 이익이 되게 하고, 천연자원을 보존, 오염을 줄이는 공동 책임을 인식하는 것이다. Tearfund(2000)는 여행의 5가지 원칙을 언급했는데, 첫째, 여행은 윤리적 이슈이다. 둘째, 개발이슈이다. 셋째, 사람이 중심이 되어야 한다. 넷째, 개발에 긍정적인 기여를 할 수 있다. 다섯째, 여행객은 긍정적인 기여를 할 수 있다. 여행소비자가 현지비스를 이용하고, 주민이 운영하는 숙소에 머물고, 존경심을 가지고 주민들을 대하고, 지역풍습에 대해 알고 존중하며, 환경을 돌보는 것을 포함시키고 있는데, 이는 공정여행의 개념이 여행상품에 도입되어야 함을 언급한 것이라고 할 수 있다.

공정여행의 개념은 윤리적 여행, 지속가능한 여행과 밀접하게 관련이 되며 사회적, 경제적, 환경적 공정성을 갖는데, 지역공동체여행, 책임여행, 생태여행 등의 다양한 형태를 갖는다(Weeden, 2001). 공정여행에 포함될

수 있는 관련된 여행의 유형은 다음과 같이 다양하다 (Transitions Abroad Magazine, 2006). 녹색여행 (Agrotourism), 지역사회기반여행(Community based tourism), 의식있는 여행(Conscientious tourism), 생태 여행(Ecotourism), 공정무역여행(Fair-trade tourism), 지질여행(Geotourism), 유적여행(heritage tourism), 친 빈곤여행(Pro poor tourism), 현실여행(Reality tourism), 농촌여행(Rural tourism), 지속가능한 여행 (Sustainable tourism), 도시생태여행(Urban ecotourism), 자원봉사여행(Volunteer tourism) 등이 있다.

3. 공정여행의 실태

1) 국외

공정여행은 2000년대 이후 급속히 확산되고 있다. 미국, 영국을 중심으로 여행사 및 여행 관련 단체들이 책임여행 프로그램을 운영하고 있다. 영국의 경우 윤리적 여행은 여행업계의 하나의 틈새 여행상품으로서 90년대 이후부터 두드러진 성장을 해오고 있다. 글로벌 기업이 세계무역을 지속적으로 지배해 감에 따라 윤리적 거래의 개념, 인권이슈, 글로벌 기업의 사회적, 환경적 책임이 압력단체, 미디어, 소비자들에 의해 도전받게 되었다. 이것은 관광산업에 있어 우려스러운 것이 될 수 있지만 윤리여행과 같은 대안적 지속가능 여행상품을 제공하기를 원하는 여행사들에게는 하나의 마케팅 기회를 제공해 주기도 한다(Weeden, 2001). 미국의 ‘글로벌 익스체인지(Global Exchange)’의 사회적이고 책임 있는 여행은 1988년부터 시작됐다. 여행을 할 때 여행이 나의 삶을 어떻게 변화시키며 여행의 경험이 사람들의 감정적 유대를 어떻게 만들어 내는가에 대한 개인의 경험이 단체를 이끌어냈다. 이러한 여행은 단순히 개인의 사회적 책임감으로 존재하지 않고 정부와 지역 간의 정치적 분쟁까지 해결할 수 있는 역량을 가지고 있다. ‘글로벌 익스체인지’에서는 리얼리티투어(reality tour)를 통해 유대형성과 인권향상에 기여하고, 각국의 정치적 상황을 관찰하고 선거모니터링 집단으로도 참여하고 있다. 그들은 여행을 통해 사회 현실에 대한 자각, 참여적 활동, 배움, 지속적 연대의 네트워크를 구축해 지구적 변화를 관계를 통해 이끌어가고 있다. 필요한 경우는 해당 국가는 물론 자국의 정부에도 변화를 촉구하

는 다양한 활동 및 캠페인을 전개하고 있다(Global Exchange, 2005).

영국의 경우 1988년 관광산업의 착취와 개발에 맞서 싸우는 시민단체 투어리즘 컨선(Tourism Concern)이 세워진 뒤 빈부격차와 환경파괴의 책임이 여행자에게도 있다는 주장이 공감을 불러 일으켰다. 리스펜서블 트레블닷컴은 2001년 세계 최초로 설립된 영국의 공정여행 전문여행사로 169개국의 920개의 지역에 걸쳐 여행자와 현지여행사를 연결해 주는 한편 새로운 여행 프로그램을 개발하고 있다. 이 여행사는 현지지역주민, 여행자, 환경, 여행사의 장기적 이익을 위해 여행을 바꾸고자 하며 여행산업을 바꾸기 위한 여러 캠페인을 펼치고 다양한 포럼을 개최하고 있다. 홈페이지에는 각각의 여행상품들이 현지에 어떤 도움이 되는지 구체적으로 적고 있다(Responsibletravel.com Ltd, 2009). 이외에도 슬로트레블(slowtravel), 그린글로브(greenglobe), 에티컬이스케이프(ethicalescape) 등 국제적 네트워크를 구축한 여행사와 여행관련단체들이 공정여행 프로그램을 운영하고 있다(“매너있는 여행, 책임여행”, 2007).

Tearfund(2000)는 앞으로 여행은 ‘현지 주민은 관광객이 그들을 방문하는 것을 원하는가?, 관광산업의 노동환경은 어떠한가?, 여행객이 지불한 돈이 어디로 가야하는가?, 누가 혜택을 받아야 하는가?, 여행의 환경적 측면의 영향은 어떠한가?, 특정장소의 여행이 민주주의와 인권신장에 기여하는가 아니면 저해하는가?’ 등과 같은 많은 윤리적 이슈를 제공하며 윤리적 여행을 요구하는 소비자들이 증가할 것이라고 예측하였다. 최근의 여행소비자들은 독립적이고, 자유로운 여행자이면서 비판적인 소비자인 새로운 여행소비자로 변모하고 있는 추세이다. 이러한 시장 트렌드는 더욱 능동적이고 체험적인 여행상품개발에 영향을 주며, 더 많은 여행상품과 서비스가 윤리적으로 거래되도록 하는 압력을 행사하고 있다.

2) 국내

국내 공정여행은 2009년부터 시민단체를 중심으로 시작되었으며 현재 공정여행을 전문적으로 주관하고 있는 단체는 NGO인 ‘아시안브릿지(Asianbridge)’의 착한 여행사, 국제민주연대, ‘트레블러스맵(Travelers' MAP)’ 등이 있다. 착한여행사는 예비사회적기업으로서 2009년부터 ‘메콩강 시리즈’부터 시작하여 테마가 있는 여

행을 개발하고 있으며, NGO인 국제민주연대에서는 중국 윈난성 지역을 중심으로 한 공정여행 프로그램을 운영하고 있다. 하자센터에 속한 예비사회적기업인 ‘트레블러스맵’은 ‘로드스콜라’라는 여행학교를 운영하며, 네 팔 히말라야 트레킹을 비롯한 국외공정여행 프로그램뿐만 아니라 지리산길 홈스테이, 섬진강 걷기여행 등의 국내공정여행 프로그램 및 다양한 프로그램을 개발하여 소개하고 있다. 이 여행사들은 공정여행수칙을 만들어 공정여행 소비자에게 권장하고 있다. 평화운동단체 이매진피스(imaginepeace)는 ‘여행은 소비가 아닌 관계’라는 슬로건을 가지고 2007년 말부터 국내에 공정여행을 소개하고 있다. 2008년부터 공정여행축제를 열고 있으며 공정여행에 대하여 공부하는 여행인문학 모임을 하고 있다. 또한 ‘공정여행자가 되는 열가지 방법’ 등의 공정여행 가이드라인을 만들어 제시하고 있다. 공정여행이 대중매체를 통해 소개되면서 소비자들이 관심과 공감을 가지기 시작했지만 아직은 초기단계이며 일반여행사에서도 공정여행상품을 도입하고 있는 추세이다.

한국과 일본의 대표적 NGO인 환경재단과 피스보트에서 공동으로 주최하는 공정여행 프로그램으로는 피스 & 그린보트 투어가 있다. 배리는 공간에서 동북아시아의 사회와 문화, 환경문제를 열린 시각으로 보고 대안을 찾기 위해 만들어진 여행이다. 2005년 8월 첫 출항을 시작으로 2006년 12월, 2007년 7월 세 번째 항해에 이어 2008년 11월 네 번째 항해를 마쳤다(“도보여행작가”, 2009). 관광공사에서 주최했던 캠페인도 공정여행의 사례라고 볼 수 있다. 2008년 당시 기름유출사고로 고통을 겪고 있는 태안반도에서 한달간 개최한 ‘서해안 살리기’ 관광캠페인은 봉사과 여행을 함께 체험하는 국내 최초의 볼린투어리즘(voluntourism) 공정여행 사례로 볼 수 있다(“문화부-태안으로 봉사여행 떠나요”, 2008). 또한 ‘구석구석나눔 캠페인’의 일환으로 슬로우 시티인 완도, 청산도에 나무와 꽃심기 등 생태환경 지킴이 행사는 여행의 즐거움과 지역경제와 환경을 생각하는 공정여행을 실천하는 것이라고 할 수 있다(“관광공사, 구석구석 나눔캠페인 전개”, 2008) 국내 공정여행은 아직 초보수준이지만 느림의 관광의 새로운 장을 열어가고 있는 제주 올레길 걷기가 대표적인 프로그램이라고 할 수 있으며, 기타 농촌체험프로그램, 자전거여행, 대중교통으로 여행하기, 지역경제를 살리는 여행, 일회용품 안 쓰는 여행 등도 공정여행의 일환으로 볼 수 있을 것이며 국내에도 새로운 여행문화로 확산되고 있다.

4. 선행연구의 고찰

공정여행에 관한 국내의 연구는 아직 많이 이루어지지 않은 실정이고, 여행사나 소비자를 대상으로 여행에 있어서의 윤리적인 이슈에 대한 관심도 조사를 중심으로 이루어졌다. Payne과 Dimanche(1996)는 여행사가 윤리여행을 추구하고 윤리적인 평판을 지닌 것으로 주장할 수 있기 위한 공정여행의 4가지 영역으로서 여행지 지역사회와 여행사간의 관계, 여행사 종업원의 대우, 여행자에게 여행상품의 마케팅활동, 자연환경에 대한 여행사의 태도를 언급하였다. 이 네가지 영역은 지속가능여행의 사회적·환경적·경제적 원칙에서 출발한 것이다. 여행사를 대상으로 한 Weeden(2001)의 연구에 의하면 대다수의 여행사가 윤리적 여행에 대해 분명한 이해를 하고 있었으며 주류여행사로부터 경쟁적 우위를 유지하기 위한 하나의 틈새상품으로 인식하고 있었다.

Tearfund(2000)에 의하면 영국 소비자들은 현지 주민 혹은 환경에 피해를 주지 않고 휴가를 취하고자 하며, 현지 지역경제에 기여하고 책임있게 행동하기 위해 그들의 방문지에 대한 더 많은 정보를 원하는 것으로 나타났다. 조사대상의 과반수의 소비자가 자신이 지불하는 돈이 지역환경 보존에 쓰이며, 현지노동자의 급여와 작업환경개선 혹은 현지 자선단체에 돌아간다면 그들의 해외여행 비용을 더 지불할 의향이 있다고 응답하고 있다.

Goodwin과 Francis(2003)의 연구에 의하면 윤리적 소비가 여행부문까지 확산되면서 뚜렷한 시장 트렌드로 나타나고 있다. 윤리적 여행에 돈을 더 지불할 의사가 있다고 응답하는 소비자가 늘고 있는 것으로 나타나고 있으며, 여행을 결정할 때 비용, 기후, 편의시설의 질이 가장 중요하지만 그 이외에 여행지역의 사회적·경제적·정치적 정보의 질, 현지인과 접촉할 기회, 환경적 영향 등도 중요한 고려사항인 것으로 나타났다. 또한 해외여행시 윤리적 측면에 관한 정보, 지역풍속과 적절한 의상과 행동에 관한 정보를 원한다고 응답했으며 많은 소비자들이 여행에서 소비하는 돈이 현지인의 적절한 임금과 노동조건, 환경보존과 지역사회에 환원된다면 더 지불할 의사가 있다고 응답하였다. Cleverdon과 Kalisch(2000)의 조사에서는 여행상품 구매시 구매자의 73%가 윤리적 이슈에 대해 관심을 표시하는 것으로 나타나 소비자들이 기업책임과 윤리기준을 더욱 요구하는 추세인 것으로 나타났다.

Ⅲ. 연구방법

1. 자료수집방법

본 연구에서는 질적연구의 자료수집을 위해 공정여행 경험자를 대상으로 2010년 1월에서 3월에 걸쳐 심층 면담을 진행하였다. 1차 면담 후 추가질문이 필요한 대상에 대해서는 전화나 이메일을 이용하여 추가 면담을 하였다. 면담 참여자의 수집을 위해 공정여행 인터넷 카페에 공지하는 방법과 공정여행사를 방문하여 협조를 요청하는 방법을 사용하였다. 참여자가 확정되는 순서대로 참여자와 약속을 정하여 연구를 진행하였다. 연구 참여자는 면담의 편의상 서울 및 경기지역에 거주하는 소비자로서 한정하였으며 최종 수집된 연구 참여자는 9명이었다.

면담은 연구 참여자들이 원하는 날짜와 시간, 장소를 미리 정하여 개별적으로 만나서 진행하였으며, 장소는 진행하는데 소음 등의 방해가 없고, 참여자가 편안한 분위기에서 진솔하게 이야기할 수 있는 비교적 조용한 카페에서 진행하였다. 면담을 시작하기 전에 연구자에 대한 소개와 연구의 목적, 진행과정을 설명하였다. 면담내용은 익명으로 처리하며, 연구이외의 목적으로는 사용하지 않음을 약속하였으며 본인이 원할 경우에는 언제든지 취소할 수 있다는 점을 알렸다.

면담은 1시간 30분에서 2시간 정도의 심층면담으로 진행되었다. 참여자에게 “공정여행을 한 경험에 대해서 자유롭게 말씀해 주십시오.” 라는 질문을 하였으며 형

식에 구애없이 자유롭게 이야기하도록 하였다. 면담시 의도적으로 연구자가 원하는 답을 유도하지 않도록 주의하면서 연구참여자의 경험세계를 솔직하고 구체적으로 이야기하도록 하였다. 연구자는 연구의 객관성을 가지기 위해 편견이 개입되지 않도록 의식적으로 노력하였다. 면담을 진행하면서 진술에 대한 보다 구체적인 내용이 필요할 경우 추가질문을 하거나 더욱 심층적인 이야기를 도출하기 위한 질문을 하였다. 연구대상의 경험을 끌어내기 위한 주요 질문은 “공정여행을 하게 된 동기는 무엇입니까?”, “공정여행의 주요경험에 대하여 말해 주십시오.”, “공정여행과정에서 느낀점을 말해 주십시오”, “공정여행을 하고 변화한 점은 무엇입니까?” 등이었다. 진술된 내용에는 공정여행을 하게 된 동기부터 체험, 느낌, 여행후 변화, 희망사항 등과 같은 내용들이 포함되었으며 면담 내용은 기록과 함께 참여자의 동의하에 녹음을 하였다. 연구참여자의 성별, 연령, 혼인상태, 직업, 거주지, 여행국가, 개인·가족여행 여부에 대한 기본적인 사항은 다음과 같다. 참여자의 구분은 프라이버시 보호를 위해 이름을 밝히지 않고 숫자로 표시하였으며 연구결과의 인용문구에서도 번호로 표시하였다.

2. 자료 분석방법

자료를 분석하기 위해 연구 참여자들의 공정여행 경험인식에 대한 진술을 녹음한 원자료를 반복해서 들으면서 전체 내용을 기록하였으며, 풀어쓴 내용을 여러 차례 반복해서 읽으면서 개념을 추출하고 범주화하는 코

〈표 1〉 연구 참여자의 기본사항

참여자	성별	연령	혼인 상태	직업	거주지	여행 국가	개인·가족 여행여부
1	남	39세	미혼	대학강사	서울	소말리아, 쿠바, 베트남	개인
2	여	38세	미혼	회사원	수원	베트남, 라오스	개인
3	여	30세	미혼	회사원	서울	중국	가족 (부모, 형제)
4	여	31세	미혼	교사	서울	태국	개인
5	남	55세	기혼	사업	경기도	버마(미얀마)	가족 (배우자)
6	여	49세	기혼	생활활동가	경기도	중국	가족 (자녀)
7	여	50세	기혼	프리랜서	경기도	중국	개인
8	여	29세	미혼	의사	서울	몽고, 중국	개인
9	남	34세	미혼	회사원	서울	중국	개인

당을 하였다. 본 연구는 공정여행경험에 대한 인식을 심층적으로 연구하기 위해 질적 연구방법 중의 하나인 현상학적 방법을 사용하였다.

현상학적 방법은 주체의 경험에 초점을 두는 접근방법으로서 살아있는 경험을 지향하며 그 경험의 의미를 포함하여 구조, 즉 현상의 본질을 밝혀 기술하는 것을 목적으로 한다(한전숙, 1998). 현상학적 연구에서 반성, 직관, 판단중지, 현상학적 시각은 현상학의 방법에서 그 과정을 밝히기 위한 것이며 분석단계의 기술은 이를 성취하기 위한 노력이다(최영희, 1993). 현상학적 연구과정은 현상확인, 연구의 구조화, 자료의 수집, 자료분석, 보고서 작성의 과정을 거치는데, 자료의 분석방법은 학자들에 따라 다양하다. 그러나 연구하고자 하는 현상의 경험에 대한 본질에 집중하고 대상자의 생활세계에서 자료를 수집하며, 개개인의 의식을 일반화하는 것이 아닌 상호주관성을 통하여 본질구조를 파악하는 일련의 반성과정을 거친 결과에 대해 현상학적 기술을 한다는 점에서는 서로 유사하다고 볼 수 있다(신경림 외, 2004).

현상학의 자료분석의 방법으로는 Colaizzi, Giorgi, Van Kaam 등이 있는데, 본 연구에서는 김분한 외(1999)의 현상학적 연구의 비교에 대한 연구를 살펴본 결과 적합한 것으로 판단된 Colaizzi의 분석방법을 사용하였다. Colaizzi의 방법은 참여자로부터 기술된 내용의 의미있는 문장이나 구를 추출하고 이를 기반으로 일차적이며 추상적인 진술을 만들어 의미를 구성하여 주제목록으로 범주화한 후 경험의 본질적 구조를 기술하는 것이다. 그 절차는 다음과 같다. 첫째, 연구현상과 관련이 있는 문장이나 구를 선택하여 의미있는 진술을 추출해낸다. 둘째, 의미있는 진술들을 주의깊게 보면서 중복되는 표현은 배제하고 일반적이고 추상적인 형태로 재진술한다. 셋째, 의미있는 진술로부터 의미를 구성한다. 넷째, 구성된 의미로부터 주제, 주제목록으로 범주화한다. 다섯째, 분석된 자료를 주제에 따라 총체적으로 통합하여 본질적 구조를 진술한다(신경림, 2003).

본 연구에서는 이러한 절차에 따라 연구참여자들의 진술이 필사된 내용을 여러번 읽으면서 전체적인 내용을 파악하였다. 중복된 진술을 제외하고 의미단위를 구분하였으며, 재진술한 의미단위들을 묶어 주제를 도출하였고 동질적이라고 판단되는 주제를 묶어 구성요소를 도출하였다.

IV. 연구결과

연구분석의 결과 총 7개의 범주와 21개 하위범주가 도출되었다<표 2 참조>. 공정여행 경험에 대한 인식에 대한 범주화로는 ‘나눔과 봉사’, ‘환경과 동물보호’, ‘함께 만들어가는 여행’, ‘소통과 관계’, ‘소비에서 체험으로’, ‘윤리성과 공정성’, ‘성찰하는 삶’의 7개로 정하였다. 공정여행경험의 인식을 포괄하는 본질은 인간과 환경, 동물을 고려하는 ‘서로 상생하는 더불어 살아감’이라고 규정해 볼 수 있었다.

1. 나눔과 봉사

공정여행 경험에 대하여 질문한 결과 추출된 첫 번째 범주는 ‘나눔과 봉사’였다. 대부분의 참여자들은 공정여행의 경험에 대한 인식으로서 현지인에게 이익이 돌아가는 소비를 떠올렸다.

소비를 통한 나눔이라는 공정여행 취지와 실천에 대하여 매우 만족하고 있었으며, 공정여행을 하게 된 하나의 동기로도 작용하고 있었다.

연구 참여자들은 서로 도움을 주기도 하고 받기도 하는 자원활동과 비화폐적 교환의 경험에 대하여 의미있게 인식하고 있었으며 프로그램 중의 하나로서 자원활동을 한 경험에 대해 상당히 보람 있었던 것으로 인식하고 있었다.

이러한 측면은 나눔이나 선행은 수준높은 만족감의 원천이 되는 인간의 보편적인 욕구라는 것을 말해주고 있다. 따라서 소비에 있어서 나눔을 실천할 수 있는 가치를 담고 있는 윤리적 여행상품의 다양한 개발이 필요함을 말해준다고 볼 수 있다.

이 여행에서 취지하는 것처럼 이익을 기업들이 갖는 것이 아니라 정말 작은 사람들 현지민들. 대기업보다는 중소기업 이런쪽으로 직접 작으나마 그 결과물이 간다니까 그게 좋아서 갔던 것이고. 실제 그 지역사람들한테 많이 도움이 된데요. 우리에게도 그렇게 부담도 안되고...(참여자7).

현지 소수민이 운영하는 숙소에서 묵는게 좋았고 시설이 안 좋았어요. 난방도 안되고. 그렇지만 그 사람들에게 직접 비용이 간다는게 좋았고... 이제는 되도록 현지에서 운영하는 것, 물건을 하나 사더라고 어떤 사람에게 돌아가는지 최대한 좀 더 알아보려고 노력할 것 같아요(참여자3).

〈표 2〉 공정여행경험 인식에 대한 개념추출과 범주화

범주화	주제	구성된 의미
나눔과 봉사	소비를 통한 나눔	현지마을 돕는 여행, 현지인숙소 이용, 로컬사람에게 이익, 내가 지불한 가치가 현지인에게 전달
	도움을 주고받음	봉사활동기회, 자원활동여행 비화폐적 교환
	만족스러운 기부	현지민에게 기증, 현지아동선물, 현지학교방문
환경과 동물보호	환경영향에 대한 고려	여행의 이산화탄소배출 인식, 자전거여행, 기차여행, 이동수단에 대한 환경적인식, 여행지개발의 환경파괴문제, 아름다운 휴양지의 이면, 조용한 손님
	동물학대 인식	코끼리병원, 코끼리쇼
	환경적 소비체험	환경제품구매, 공정무역샵, 즐거운불편, 재생용지 만들기 체험
함께 만들어가는 여행	내가 주도하는 여행	현장아이디어 참여, 능동적 느낌
	자율적인 여행	충분한 자율적 시간, 유연한 일정, 느끼고 생각할 수 있는 시간, 같이 노력하고 양보, 비강요적 소비
소통과 관계	현지인과의 교류	현지인과의 만남, 인간의 동질감인식, 만나는 여행
	주최측과의 소통	원활한 커뮤니케이션, 사전정보, 기대부합
	참가자들의 친밀감과 배려	참가자 공동체체험, 참가자와의 대화, 공감, 친밀감을 느낌, 여행후속모임, 나와 만나는 사람이 더 행복해 지는 것
소비에서 체험으로	귀중한 체험	돈으로 살수 없음, 사람사는 모습, 경험이 자녀에게 큰 자산, 쉽게 경험할 수 없는것, 가장 긍정적 효과
	정말 다른 여행	위안받는 여행, 자녀인성교육, 차별적 프로그램, 색다른 경험, 오감이 자극되는 경험
	문화의 다양성	전통문화, 삶의 현장을 봄, 소수민족문화, 오지체험, 현지음식요리체험, 소박한 삶 체험, 모계사회문화
윤리성과 공정성	인격의 존중	여행소비자에 대한 존중, 여행관계자의 인격존중, 노동착취가 없음, 생산자에 대한 배려
	투명한 거래	비용에 대한 정확한 정보 생산주체의 이익분배과정이 공정, 상식적, 중간에 새나가는 돈이 없음, 과정이 투명
	여행의 윤리성	상업화에 대한 우려, 공정하면서도 인문적인 여행, 공정여행의 소비자인식필요
	공정성에 대한 인식	일상의 공정성, 경제활동에 있어서의 공정성, 소수와 덜 가진 자에 대한 관심, 빈곤국에 대한 관심, 공정가격에 대한 관심
성찰하는 삶	마음을 열게 됨	타 집단과의 소통노력, 마음을 열고 봐야 볼 수 있음, 받아들이고 이해하는 여행, 틀에 가두지 않음, 편견의 극복, 다양한 시각, 바쁘고 목표에만 매달렸던 삶 인식, 자연에 대한 감사
	물질보다 정신	물질위주의 삶에 대한 반성 지나친 풍요, 물질에 덜 구애받는 삶, 행복의 참된 의미, 행복해질 수 있는 소비
	나누는 삶	돈보다 봉사정신, 빈자와의 연대

저흰 소수민족이 운영하는 곳에만 가고, 소수민족이 운영하는 객잔에서만 묵고, 소수민족 공연만 보고, 운전 사도 소수민족이고, 소수민족들에게 저희가 쓰는 돈이 흘러들어가고, 그 사람들에게 직접적으로 소비를 한다는 걸 느끼고 굉장히 좋았죠.(참여자8).

내가 소비하는 돈이 그 여행지의 로컬 사람들에게 환경적으로나 이익이 되는 여행이지요. 경제적으로나 이익이 되게 하는 것?(참여자2).

6개월 정도 소말리아 한 마을에서 전기를 설치하고 우물을 파주고 그 사람들과 지냈던 그게 공정여행에 첫 경험이에요. 자원활동 겸한 여행이었죠. 쿠바에서는 사전에 조사를 해서 이 사람들에게 절실하게 필요한 생활용품 이런 것들을 채워가지고 가서 그것들을 나눠주면서 저는 밥 한끼 얻어먹고, 하루 얻어 자기도 하고, 또 자전거 고치는데 도움을 받기도 하고 이러면서...(참여자1).

특별히 다른 점은 것은 봉사활동을 할 수 있는 계기를 가졌다는 것이죠. 보육원에 부모없는 아이들이나 생활이 어려워 말거진 아이들한테 내가 밥을 해주고 한국 사람이라는 것에 대한 것을 그렇게라도 심어주고 온 것이 미약하지만 굉장히 의미있는 출발점이 아닌가 생각해요(참여자5).

여행프로그램 중 현지인을 만나고 기부하는 활동에 대해 보람 있었던 경험으로 기억하고 있었다. 다만 일부 참여자는 기부에 있어서는 현지인들이 느낄 수 있는 상대적 박탈감에 대한 우려를 표시했다. 따라서 대다수 공정여행 프로그램에 들어있는 기부에 있어서 다소 조심스러운 접근이 필요하며 주최측의 어느 정도의 기준이나 규칙이 필요함을 알 수 있다.

저희가 낸 돈 중에서 몇%는 주최 측에서 현지 아이들에게 학용품 사서 주고, 갔다 오신 분들이 다음여행에 돈을 모아 보내기도 하죠. 그런 기부도 참 만족스러운 것 같아요. 전 학용품 같은 것 사가서 아이들 주고 했는데 좋았어요(참여자8).

아이들이 낯선 사람들이 오니까 때로 몰려다니면서 저희에게 막 호기심을 나타내더라고요. 그때부터 사람들이 사탕도 주고 초코렛도 주고 그런 거예요. 그런데 그게 상당히 잘못 진행된 것 같은 느낌을 받았어요. 저희들이 나중에 '아 이걸 아니다'하는 생각들을 한 것 같아요(참여자2).

티벳 소금마을에 갔을 때 학용품이 필요하다고 해서 준비했대요. 평가할 때 참석자들이 얘기하는데 갑자기 우리가 마치 베푸는 것 같은 이상한 느낌을 한 순간을 못 견디겠는 거예요(참여자7).

2. 환경과 동물보호

공정여행경험을 통해 참가자들은 환경에 대한 문제 인식과 더 나아가 동물복지 차원에 있어서의 새로운 인식을 하는 것으로 보인다. 환경을 고려한 점으로 여행을 하는 수단으로 자전거를 이용해서 여행을 하거나 기차를 타고 여행을 한 점을 들었으며, 여행의 이산화탄소배출이 환경에 미치는 문제에 대해 인식하고 있었다. 또한 관광지 개발의 환경파괴의 문제점과 기념품의 환경적 피해에 대해 인식하고 있었다. 여행을 통해서 이전에는 전혀 생각하지 못했던 여행의 동물학대 문제에 대해 깨닫게 되고, 소비에 있어서의 동물복지에 대해 생각할 수 있게 된 계기가 되었음을 말한 참여자도 있었다. 이는 의식수준이 높은 소비자가 공정여행을 하게 되기도 하지만 공정여행을 통해 새로운 사실을 인식하게 되는 계기가 된다는 점에서 공정여행이 소비자들의 윤리적소비의 인식 향상에 기여하는 측면이 있음을 말해준다.

'비용이 저렴하면 당연히 비행기 타지 왜 배타고 기차 타?' 이렇게 생각했는데 사람들이 돈 없어서 배타고 기차 타는게 아니라는 거예요. 그런 거 환경적 측면에서 느꼈어요(참여자4).

기념품에 대한 문제도 심각하다고 생각하거든요. 어디가나 똑같은 기념품이 있기도 하고, 곤충을 잡아서 박피를 한다거나 산호를 판다거나... 이런 것들이 당장은 주민들한테 돈이 돌아갈지 몰라도 궁극적으로는 삶의 터전을 삼고 있는 자연을 파괴하는 거잖아요(참여자3).

자전거 타고 외곽으로 쿠바를 도는 여행을 했어요. 또 월드비전에서 후원하던 아이를 보러 베트남하고 캄보디아를 같이 갔었는데 양 지점에서 차를 얻어 타거나, 자전거나 오토바이를 이용해서 타고 다녔어요(참여자1).

내가 손님이라서 대접 잔뜩 받다가 오는 게 아니라 그들의 일상이나 환경을 흐트리지 그들의 삶에 잠깐 조용한 손님으로 갔다가 조용히 나오는 것?(참여자6).

"코끼리 타는데 얼마예요?" 이런걸 물었는데 "타는 것에 대해서는 뭐라고 안하는데 우리는 코끼리 보호차원에서 생각해 주셨으면 좋겠습니다." 라고 하시더라고요. 순간 '우리가 잠깐 즐기기 위한 학대 아닌 학대가 될 수도 있겠구나'하는 생각이 들었어요.. 코끼리병원에 가서도 코끼리가 왜 다치는지, 왜 여기에 있는지 생각하게 되고요. 동물학대에 관해서 악어가방을 산다든지 그런건 아니었지만 '아! 밍크입으면 이쁘겠다' 이런 생각을 했는데 '그게 이쁘다고 살 수 있는게 아니구나 이거 한 개 만들려면 몇 마리 죽일까?'

이런 생각을 하죠(참여자4).

3. 함께 만들어가는 여행

참여자들은 공정여행의 경험을 이미 정해진 틀에 짜인 여행이라기보다 '함께 만들어가는 여행'의 경험으로 인식하고 있었으며, 주도적인 느낌과 자율성을 많이 경험한 것으로 보였다. 여행을 하면서 참여자들이 그날 모여서 느낀 점을 이야기하고 서로 아이디어를 공유한 것에 대해 만족스러운 의견들을 보였다. 또한 기존의 여행과는 다르게 느끼고 생각할 수 있는 시간을 많이 가질 수 있는 점, 일정의 여유, 자율성과 소비의 강요가 없었던 점이 상당히 만족스러운 경험으로 인식하고 있었다. 이는 일반 패키지여행과 아주 중요한 차별점이라고 생각되며, 소비자들이 기존여행과 다른 이러한 속성을 지닌 새로운 형태의 여행을 원하고 있다는 것을 보여준다.

만족하는 점은 프로그램들이 짜여져 있지만 중간중간에 참여하는 사람이 충분히 의견을 냈었던거... 정해진 프로그램에 따라가는 게 아니라 이렇게 해보면 어떨까 하고 아이디어들을 내고 그런 것. 일반패키지 여행에선 쇼핑센터 같은 공간에 가둬놓고 시간을 무리하게 보내야 되는 것 선택의 여지가 없는 거죠. 내가 원하지 않는데 해야 되는 것들이 없었죠(참여자3).

공정여행은 스스로 하는 능동적인 여행이었던 것 같아요. 다 만들어가는 여행이었던 것 같아요. 해줄 때 까지 기다리지 않고 필요하면 자신이 직접하고 이랬죠(참여자4).

여행지에서 새벽부터 쫓기는 스케줄 그 짧은 시간에 버겁게 여행하는 것보다는 자유롭게 자기가 시간을 가지고 편안한 마음으로 원하는 곳을 선택해서 가고 자유로운 시간을 주었다는 것이 의미가 있는 것 같아요(참여자5).

패키지는 천편일률적으로 설명을 하잖아요. 공정여행은 그렇게 하지 않아요. 대략적으로만 설명하고 자기가 느끼게 해요(참여자7).

그리고 일반 패키지여행은 물건을 사라고 강요를 많이 하는데 그런건 없었구요. 구매도 "구매하면 여기서 어느정도의 혜택이 갑니다"라는 설명을 곁들여줘서 강요가 아니라 그냥 선택으로 사게 되었죠(참여자4).

4. 소통과 관계

공정여행경험은 소통과 관계를 맺는 여행이었다. 이러한 소통과 관계는 여행참여자, 현지인, 여행 주최측을

포함한 것이었다. 상호간에 공감대 형성의 경험을 하였으며, 대화하고 배려하면서 좋은 감정을 공유하였다. 이들은 여행 후에도 여행기수별 후속모임을 통해 만남을 지속하고 있었으며 이러한 소통과 관계형성에 대하여 만족스러워하고 있었다. 이는 소통과 관계형성이 인간의 만족이나 행복감의 중요한 요인이며 우리의 여행문화에서도 수용해야 할 부분이라는 것을 말해준다고 볼 수 있다.

참가자 멤버들 간에도 서로 다른 모습을 보게 된 것 같아요. 차안에서 '여행이란 뭐다' 이런 것도 하고, 초등학교부터 노인층까지 재미있게 노는 모습이 좋았어요. 그룹으로 가는 것도 좋았던 것 같아요. 친구처럼 되기도 하고(참여자7).

공정여행은 주변사람들을 더 행복하게 하고, 일상에서 상식이 통하는 것들? 다같이 즐거워지는 것이라고 생각해요. 양보하고 같이 노력하는 모습 서로 배려하는 모습이 다른 것 같은데, 그게 취지에 동감하고 참여하는 자세나 마음이 달랐기 때문인 것 같아요(참여자3).

공정여행은 취지가 비슷한 마음을 가져서 그런지 잘 섞여서 사람 위주의 여행을 해서 그런지 거기 여행을 같이 한 사람들과 같이 친해지고 팀이 되고, 사람 사는 모습을 느끼는 것을 중심으로 했던 그런 여행이었던 것 같고요(참여자6).
그들을 이해하고 그들의 생활을 지켜봐주는 여행. 그들을 나에게 받아들이는 여행?(참여자5).

소통, 같이 여행하는 사람들과의 관계가 참 중요하구나 하는 걸 생각했어요. 하나의 이벤트가 있으면 다양한 의견을 들어봐서 좋았고, 여행뿐만 아니라 다양한 주제 예를들면 교육, 공정성, 그런 것들을 밤새 토론하기도 했죠. 갔다 와서 후기모임 가서도 저는 너무 많이 배우죠(참여자8).

5. 소비에서 체험으로

참여자들은 공정여행을 소비보다는 공감과 체험으로 인식하고 있었다. 관광지에서는 볼 수 없었던 현지인들의 살아가는 모습을 돈으로도 살수 없는 매우 소중한 경험으로 인식하고 있었다. 이는 여행문화가 발달하면서 소비자들이 소비위주의 여행과 관광지를 급하게 둘러보는 여행에서 벗어나 충분한 시간을 두고 직접 그들의 삶에 들어가 충분한 경험과 교감을 나누고 싶어하는 한단계 높아진 새로운 욕구가 증가하고 있음을 말해준다.

내가 이 돈을 쓰고 현지 살아가는 모습을 얻어간다 이런 느낌? 현지인들이 먹는 염소치즈 같은 것들. 그 사람들이 시장에서 사먹는 것. 이 사람들이 이런 느낌을 가지는구나, 이렇게 사는구나 하는 걸 정확히 느끼고 왔다는 것이죠. 공정여행에서는 체험하는 것이었죠. 현지인과 밀착해서 생활하고 그 사람들에게 내가 지불한 가치에 대해 돌려받는 여행이 없을 것 같아요(참여자9).

체험하는 프로그램이 염색 같은걸 한다거나 밥을 먹을 때 민가에서 해주시는 밥을 먹었거든요. 식당에서 먹는 밥처럼 화려하게 나온 건 아니지만 부엌 앞에서 해주는 걸 먹으니까 맛도 좋고 새로운 경험이었어요(참여자3).

여행이 기존의 소비위주가 아닌 어떤 여행이라는 것을 애들한테 전하고 싶어서 하게 되었어요. 여행은 돈이 있어서 즐기는게 아니라 내가 여러 지구에 있는 여러 사람들과 공감하기 위해서 내 경험을 쌓기 위해서 가는 것으로 생각이 이제 바뀐거죠(참여자6).

지금까지 제가 해온 여행 중에 가장 의미있는 여행이라고 생각이 들고요. 미안마 시골학교의 살림에 대한 현황을 조금 이해할 수 있었고 시골마을을 촌장과 대화도 나눠서 그 사람들이 살고 있는 삶의 현실을 직접 겪어봐서 좋았고요. 여행지에서 깊숙이 오지에 들어가서 그들의 생활상을 보았다는 것하고...(참여자5).

만날 수 없고 볼 수 없는 것을 만나고 경험하는 것... 사람이 사는 냄새를 느낄 수 있는 것. 극장에서나 볼 수 있는 것... 그런 것들은 본거죠. 아무리 내가 돈이 있어도 가고 싶어도 갈 수 없는, 찾아가서 볼래야 볼 수 없잖아요. 그걸 불편해 하는 사람들은 못가겠죠(참여자7).

공정여행은 위안받는 여행, 비소비적 여행, 색다른 경험을 한 여행, 기존여행과는 정말 달랐던 여행으로 인식되었다. 하지만 일부 참여자는 아직까지는 공정여행이 초기단계라 명확한 차별성이 부족하다는 아쉬움을 나타내기도 하였다. 명확한 차별성의 문제 측면은 공정여행사가 앞으로 해결해야 할 과제라고 볼 수 있다. 참여자 대부분은 좀 다른 여행문화를 마음속으로 원하고 있었고, 공정여행에 대한 정보를 유연히 접하면서 기존의 여행과 다른 점을 인식하게 되고, 공정여행은 뭔가 다른 여행일 것이라는 기대감을 가지고 적극적으로 정보를 더 찾아보고 선택하게 되는 것으로 보였다. 공정무역에 대한 기존의 인식이나 여행에 대한 관심으로 여행인문학 공부를 하면서 여행의 문제점에 대해 알게 된 것이 공정여행을 하게 된 계기가 되었다는 참여자도 있었다.

이는 소비자들의 정보나 의식이 실천행동을 하는데 있어 상당히 중요한 변수라는 것을 말해주는 것이라고 볼 수 있으며 이러한 측면에서 소비자의 의식수준을 높이는 교육이나 정보제공이 필요함을 알 수 있다.

이제는 편하고 화려한 여행 말고 정말 마음으로부터 위안받는... 이런쪽을 가고싶다 제가 얘기를 했었는데 사실 갈 생각은 못했어요... 큰 맘먹고 가게 된 것이고 공정무역 이런 것을 많이 접했었기 때문에 크게 거부감 없이 이해를 했어요(참여자7)

다른 형태의 여행을 하고 싶다는 막연한 생각이 있다가 여행인문학을 접하고 구체화된 거지요. 내가 생각한 취지와 맞고 혼자 기획하는 두려움을 덜어주는 프로그램이 잘 마련되어 있어서 여행이 달라질 거라는 기대를 갖고 갔지요. 아쉬웠던 점은 너무 숙소가 너무 좋았다는 점? 기존의 패키지여행이랑 차별성을 두려고 하는데 아직은 명확하게 차별화된 것 같진 않아요(참여자3).

일반패키지는 유희를 즐긴다든지 방콕이나 주요 사원만 돌아다니는 거였는데 여기 프로그램은 조금 생소했었어요. 코끼리 센터를 그냥 방문만하고 오는데 아니라 거기 머무르고... 메칸퐁 마을을 가는데 거기서 구경만 하고 오는데 아니라 현지인들과 같이 식사도 하고 거기 마을에 있는 커피 재배러던지 경험을 하고 하니까 뭔가 다르겠다 싶고(참여자4).

아마 제가 의식적으로 그 곳 사람들한테 뭐랄까 돈을 쓰고 다니는 관광객으로 보이지 않으려고 노력한 여행이었다고 생각해요(참여자1).

공정여행은 여행지가 주로 오지나 소수민족이 사는 지역을 위주로 진행되기 때문에 참여자들은 덜 발달된 문화, 공동체문화, 모계사회문화, 소수민족문화, 종교문화에 대한 경험을 인상깊게 기억하고 있었다. 이는 소박한 현지공동체 문화를 접하면서 현대 소비사회에서 우리가 잃어가고 있는 것에 대한 인식을 하게 되었음을 말해주며 공동체문화의 중요성을 시사해주고 있다고 볼 수 있다.

엄청난 짐을 남자들보다 여성이 지고 가고. 여성이 다 노동을 하는 어떻게 보면 모계사회 과거 남자들은 그냥 마작하고. 그 여성들의 건강함과 그런 모습들이 이름답게 비춰졌는데 안 잊혀져요. 덜 발전된, 더 자연과 가까운 그런 현상들 모든 것이 좋았었어요. 옷색깔을 봐도 자연에서 본 색상이 다 있는 거잖아요. 저는 오체투지도 만났어요. 너무 감동이었죠(참여자7).

소수민족들 보니까 공동체문화가 있는 것 같더라고요.

저희가 간 집은 한집인데도 동네에서 다들 와서 같이 놓고 그러더라고요. 또 할머니가 해뜰 때 염불을 하는데 가족의 평안, 세상 사람들의 건강과 평화를 염원한다고 하더라고요. 세상 사람들의 평화를 기원하는 걸 뜻깊게 봤고(참여자8).

명상시간을 가져서 저같이 바쁘게 생활했던 사람이 무릎 꿇고 앉아서 명상문화를 잠깐 맛볼 수 있었던 것 같아 굉장한 의미가 있었고요(참여자5).

6. 윤리성과 공정성

여행 앞에 '착한' 또는 '공정' 이라는 수식어를 붙인 여행을 하게 되면서 참여자들은 윤리성과 공정성에 대해서 다시 한번 생각해 보는 계기를 가지는 것으로 보였다. 공정여행에 대하여 여행에 참여하는 사람들의 인격을 존중하고, 노동착취가 없는 여행, 거래가 투명한 여행, 여행과정이나 생산과정에 참여한 사람에 대해 생각하는 여행으로 생각하고 있었다. 또한 여행소비에 있어서 합리성뿐만이 아니라 새로운 기준으로서 윤리적 측면에 대한 중요성을 인식하고 있었으며, 공정여행을 경험하면서 여행의 공정성뿐만 아니라 일상생활에서의 공정성이나 소비에 있어서의 공정성도 생각하게 되는 것으로 보였다. 이는 제품뿐만 아니라 여행부문에 있어서도 윤리적소비의 필요성과 인식이 증가하고 있고, 이러한 관심이 생활의 여러 영역에 걸친 윤리성이나 공정성에 대한 관심으로 이어지고 있음을 말해준다.

여행이 이루어지는 구조가 여행으로 먹고 살아야 하는 사람들에게 노동의 착취를 강요하면서 이루어지거든요. 투어 가이드나 로컬여행사도 큰 여행사의 마진을 강요받으면서, 소비자도 그 여행에 종사하는 사람들을 소외시키는데 알게 모르게 동참하고 있다고 저는 생각하죠. 왜냐하면 그게 합리적일 수 있지만 윤리적인 것 같다고 생각하는데 가능하면 싼 여행을 하려고 하거든요(참여자1).

우리는 몰디브 가면 돈을 참 많이 쓰고 오는데 그 아름다움 이면에는 1달러 이하로 쓰는 사람들이 많고 굶어죽는 사람도 심지어 있고, 소비자들이 멸종동물이나 식물들 기념품을 사지 않는 움직임도 필요한 것 같아요. 앞으로 어디서 어떻게 만들어졌는지 좀 더 알려고 할 것 같아요(참여자3).

공정여행을 하기 위해서는 다수보다는 소수, 덜 가진 자 그런 사람들을 조금 더 생각하자 이런건데. '아 소수라는 것도 생각해 보면 좋겠다'하고 생각했지요. 사람들 생각이 바뀌어 아지요. 공정하게 돈을 쓰고 공정하게 생각하고 공정하게 행

동하고... 사람들이 최소한의 비용으로 너무 많은 걸 얻으려고 하는 마인드도 바뀌어야 할 것 같아요(참여자8).

거래가 투명한 여행. 만나면서 움직이면서 만나는 사람들이 좀 더 행복해지는 여행이라고 할 수 있지요. 싸다고 옳은 것은 아니다. 내가 돈을 더 주더라도 합당한 가격 이런 생각은 있어요. 싼 것은 구멍난 부분을 메꾸기 위해 누군가가 피해를 본다고 생각해요. 공정여행 가면 중간에 뭔가 비효율적인게 없어지는구나 하는 인식이 많이 생겨야 할 것 같아요(참여자9).

7. 성찰하는 삶

참가자들은 여행을 통해서 이전보다 좀 더 열린 마음과 깨달음을 경험하는 것으로 나타났으며, 편견을 없애고 사고가 좀 더 넓어지는 경험을 하는 것으로 보였다. 물질문명이 덜 발달된 지역 현지인들의 밝은 모습을 보면서 물질이 행복의 척도는 아니라는 인식과 물질보다는 정신이 중요하다는 소비와 소유개념 변화를 겪은 것으로 보였다. '삶에서 중요한 것이 무엇인가?' 하는 질문을 스스로 하게 되는 계기가 되었으며, 감사하는 마음을 가지고 살려는 노력을 하게 되었다고 말한 참여자도 있었다. 공정여행은 불필요한 소비를 줄이면 할 수 있고, 또한 경쟁사회에서 뒤쳐지지 않기 위해 남들이 하듯 무조건 따라하는 소비가 아니라 자신이 진정으로 행복해 질 수 있는 소비가 중요하다고 말하는 참여자도 있었다. 이는 행복이 사회의 화두가 되는 시점에서 우리가 행복해질 수 있는 여행소비에 대해서도 생각해 볼 때가 되었음을 느끼게 해주는 부분이라고 생각된다.

내가 스스로 마음을 열고 봐야 볼 수 있는 여행이겠죠.. 제가 그들한테 마음을 담은 것이지 그 사람은 항상 마음을 열어줬어요. 닫는 자체가 없이 열고 있었던 거예요. 제가 편견을 가지고 있었던 거죠. 누구나 다 이렇게 열린 마음을 갖고 있는데 나만 마음을 못 열었구나라고 느꼈죠(참여자5).

자연을 감사하는 마음으로 보는 그들을 보면서 우리는 너무 많기 때문에 지키려고 버리는 게 많은 것이고 그들은 없기 때문에 자연에 감사하면서 행복해 하는 것 같아요. 애들에게 여행을 많이 하게 해줘야겠다는 생각으로 바뀌었어요. 편견을 없애고 사고가 넓어질꺼 아니에요(참여자6).

현지인들의 웃는 웃음이 너무 예뻐요. 우리 주변에서 그런 표정을 볼 수가 없는 거예요. 찡그린 표정이 많지요. 물질문명이 발달한 곳보다 오지의 그들이 훨씬 더 행복하다는

생각이 들어요.. 여행 갔다와서 어떻게 하면 나도 물질에 덜 구애받고 살 것인가 고민을 많이 하게되요(참여자7).

참가자 중에는 사회적 약자에 대한 관심을 가지고 함께하는 여행을 희망하고 있는 경우가 있었다. 약자에 대한 배려와 기부와 나눔에 대한 관심을 더욱 가지게 되었으며 나눔을 실천할 수 있는 공정여행을 앞으로도 가겠다고 말하는 참가자도 있었다. 금전적 나눔뿐만 아니라 재능나눔의 필요성에 대한 언급도 있었다. 이는 공정여행의 경험이 이후의 생활에 있어서도 나눔의 실천으로 연결되는 계기가 되기도 한다는 것을 말해준다고 볼 수 있다.

노숙을 하다가 쉼터 같은데 들어와 생활하는 분들에게 인문학 강의를 하면서 그분들을 알게 되었는데 그런 분들 정말 현재까지 한번도 빈곤한 삶에서 벗어나지 못한 사람들도 꽤 있는데... 제대로 된 여행을 같이 가보고 싶어요. 또 장애인과 함께 여행을 준비하고 있는 그런 모임이 있는데 기회가 되면 하려고 해요(참여자1)

여행 차수별로 인터넷 카페모임이 있어요.. 기회가 되면 그분들에게 도움을 드리기도 하죠. 그분들 중에 지방의 교장 선생님이 계신데 아이들 검진을 해주면 좋겠다해서 "필요하면 저를 불러주세요" 하고 봉사해 드리기로 했죠(참여자8).

V. 결론 및 제언

본 연구는 소비자의 공정여행 경험인식에 대하여 공정여행을 경험한 소비자들을 대상으로 현상학적 질적연구를 수행하였다. 공정여행 경험의 인식에 대한 질적연구의 결과는 연구 참여자들은 공정여행에 대하여 대체적으로 매우 만족하고 있었으며, 일부 미비한 점을 보완한 앞으로의 발전 및 후속 프로그램 개발을 희망하고 있었다. 공정여행에 참여하는 소비자층과 동기는 다양했지만 아직은 공정여행이 초기단계이다 보니 공정여행에 참여하는 소비자들은 비교적 의식수준이 높고, 기존 여행에 대해서 느낀 문제점에 대한 새로운 해답을 추구하는 소비자들로 보였다. 연구 참여자들이 특별히 만족했던 부분은 바로 공정여행이 일반 패키지여행과 비교해서 갖는 차별성에 있었다. 참여자 대부분은 여행경비의 일부가 여행국의 가난한 현지민에게 전달된다는 점에 상당히 만족을 하고 있었다. 크게 부담이 되지 않으면서도 여행소비를 통해 나눔을 실천한 점, 기존여행에

서 느꼈던 지나친 상업성이나 비자율성의 문제점들을 해결해 주고 있다는 점에서 만족이 컸다. 이러한 연구 결과는 인간의 본성은 누군가에게 도움을 줄 때, 스스로 능동적 주체가 되었을 때 만족감과 행복감을 느낀다는 것을 확인시켜 주었다. 따라서 공정여행은 이타심, 자율성, 공동체 지향, 자연과 함께 함, 환경과 동물에 대한 배려 등과 같은 우리가 현대 소비사회에서 잃어가고 있는 가치들을 실현할 수 있는 여행이며, 이러한 가치의 경험은 공정여행의 만족요인이라고 볼 수 있다.

이러한 공정여행의 만족요소는 소비과정에서 인간, 환경, 동물복지 등을 고려하는 윤리적 소비의 구성요소(Harrison et al., 2005)와 관련된다고 할 수 있다. 또한 공정여행은 영국신경제재단(Nef, 2009)에서 행복의 다섯가지 실천요소로 언급한 연결(connect), 움직이기(being active), 인지(take notice), 학습(keeping learning), 선행(give)과도 맥락을 같이 한다고 볼 수 있다. 공정여행은 함께 움직이면서 현지공동체 문화를 접하고 자연을 느끼며, 공정성이나 동물복지 환경에 대한 새로운 인식에 눈뜨며, 경험을 통해 학습하게 되며, 소비를 통한 나눔을 실천한다는 측면에서 행복을 실천하는 한 방법이 될 수 있다는 통찰을 얻을 수 있었다. 즉, 공정여행자들의 경험은 행복한 윤리적 여행이었다고 결론지을 수 있다. 공정여행은 소비자의 행복감을 증진시킬 수 있는 여행에서의 윤리적 소비이며, 여행을 통한 만족을 위해서는 이러한 요소들을 경험하고 실천하는 것이 중요하다고 볼 수 있다. 따라서 공정여행의 시작단계인 현 시점에서 무엇보다 공정여행에 대해 일반 소비자들의 인식을 넓히고 알리는 방안이 필요하다고 본다. 조금은 불편할 수 있지만 배려와 소통이 있는 행복한 윤리적 여행, 공정여행은 앞으로의 여행소비에 있어서의 필수적인 방향이라고 본다. 여행의 윤리성, 생산자의 인권과 환경, 동물복지 등을 고려할 수 있는 여행문화가 확산될 수 있도록 여러 주체의 노력이 필요할 것이다.

본 연구를 통한 몇 가지 제언을 하면 다음과 같다. 첫째, 소비자에게 공정여행에 대한 인식제고를 위한 정보제공이 필요하다. 이는 공정여행사나 언론매체, 공정여행을 체험한 소비자들에 의해 이루어질 수 있을 것이다. 공정여행을 하게 된 주된 출발점은 정보였고 여행을 통해 인식에 변화를 가져왔다. 따라서 정보제공과 소비자교육은 변화를 위한 상당히 중요한 의미를 가진다고 보며 다양한 정보매체를 통하여 공정여행을 알려 나가는 것이 필요하다. 둘째, 본 연구를 통해 여행문화를 바

꾸기 위한 기존 공정여행단체나 여행사측에서의 변화 노력이 필요하다. 여행사측에서도 소비자가 공정여행의 취지에 공감하고 있으며, 기존 여행의 문제점들을 보완할 수 있는 다른 여행을 추구하고 있다는 점을 인식해야 할 것이다. 불만족하거나 충족되지 않은 소비자욕구에 적극 대응하고, 윤리적 욕구에 부합할 수 있는 상품을 개발함으로써 경쟁이 더욱 심화되는 여행업계에서 새로운 경쟁력을 확보할 수 있을 것으로 본다. 여행의 윤리적 정책의 개발 및 공정여행 프로그램의 도입이 필요하며, 궁극적으로는 공정여행이 지향하는 가치를 수용하여 여행문화를 한 단계 발전시켜야 할 것이다. 기존의 공정여행단체는 또한 현지국과의 지속적인 의사소통과 연대를 통해 공정여행의 본질을 잊지 말고 취지가 변질되지 않도록 노력하고 대상국이나 지역, 프로그램에 대하여 지속적인 보완과 개발을 해야 할 것이다. 셋째, 소비자의 의식함양과 여행에 있어서의 소비자주권이 필요하다. 아직 공정여행의 의미를 알고 실천하는 소비자층은 매우 적지만, 연구결과 소비자들이 기존여행의 문제점에 대하여 인식하고 차별화되고 보다 공정하고 윤리적인 프로그램을 원하고 있음을 알 수 있었다. 따라서 여행소비자로서 여행 전에 여행사가 환경보호, 노동자권리, 지역개발을 지원하는 정책들을 규정하는 윤리규정을 갖고 있는지 여부, 현지풍습이나 여행사 행동지침에 대한 충분한 정보를 제공하는지 검토하고 이를 요구해야 할 것이다. 소비자로서 요구사항을 지속적으로 기업에 전달하고 소비자의 의견을 반영시켜 여행에 대한 소비문화를 바꿀 수 있는 소비자주권이 필요하다. 또한 자신의 여행이 지역경제에 기여하는지, 어떤 방법으로 윤리적 여행을 할 수 있는지에 대한 정보를 스스로 추구해야 할 것이다. 소비자단체에서도 윤리적인 여행 소비문화를 확산시키기 위한 다양한 소비자교육의 실사가 필요하다고 본다. 넷째, 정부의 공정여행에 대한 인식 및 관련기관의 지원 및 홍보가 필요할 것이다. 정부에서도 공정여행에 대한 인식을 가지고 관련 정책적 지원을 해야 할 것이다. 국내공정여행을 활성화하기 위한 기반시설이나 인프라 확충, 공정여행상품 인증제 등이 필요할 것이다. 문화관광부나 관광공사 등에서 UCC 제작이나 인터넷을 통해 공정여행 관련 홍보를 한다든지 교육정책적으로 공정여행을 개념을 도입한 수학여행을 장려하는 것도 교육적 차원에서 바람직하고 공정여행의 인식을 높여주기 위한 방법이라고 생각된다.

본 연구는 공정여행이 여행상품으로서 우리나라에

도입된 초기단계이고 관련연구들이 별로 없는 시점에서 공정여행 경험자들의 인식을 알아봄으로써 여러 가지 개선점이나 발전방향을 모색해 볼 수 있는 단초를 제공했다는데 의의가 있다고 사료된다. 앞으로의 연구는 질적연구뿐만이 아니라 양적연구, 공정여행과 일반여행의 인식이나 만족요인, 행복감의 차이분석, 자유 공정여행과 여행사 공정여행의 비교연구도 필요하다고 본다. 앞으로 공정여행 소비자가 증가하면 공정여행 유형을 자원봉사여행, 에코여행, 농촌여행, 빈곤지역여행 등으로 세분화한 연구나 공정여행자의 심리적 특성요인 등의 비교연구도 가능하리라 본다. 또한 본 연구에서는 자원봉사나 기부 프로그램, 소비를 통한 현지인을 돕는 공정여행의 취지나 실제 여행에서의 만족감이 매우 큰 것으로 나타났는데, 그러한 이타심에 대한 심층적인 배경이나 동기가 무엇인가를 밝히는 질적연구 등은 후속연구에서 보완 발전시켜야 할 부분이라고 생각된다. 여행이 여가소비문화로서 보편화되고, 우리나라에서도 공정여행이 서서히 확산되기 시작하는 시점에서 나의 여행이 환경과 사회정의에 미치는 영향들을 생각해 보는 작은 인식의 변화, 작은 실천이 바로 공정여행의 출발점이 될 수도 있을 것이다. 이러한 실천을 통해 우리가 좀 더 행복해지고 우리사회가 좀 더 공정해지길 기대해 본다.

주제어: 공정여행, 윤리적 여행, 현상학적 연구, 공정여행 경험인식

참 고 문 헌

- 김분한, 김금자, 박인숙, 이금재, 김진경, 홍정주, 이미향, 김영희, 유인영, 이희영.(1999). 현상학적 연구방법의 비교고찰: Giorgi, Colaizzi, Van Kaam 방법을 중심으로. **대한간호학회지**, 29(6), 1208-1220.
- 신경림. (2003). 현상학적 연구의 이론과 실제. **간호학 탐구**, 12(1), 49-68.
- 신경림, 조명옥, 양진향. (2004). **질적연구방법론**, 이화여자대학교 출판부.
- 장익선. (2006). 관광윤리의 인식에 관한 연구. **경영교육논총**, 제43집, 253-268.
- 재니스 M. 모스, 페기 앤 필드. (1997). **질적 간호연구방**

- 법. 신경림 옮김. (2003). 이화여자대학교 출판부.
- 최영희. (1993). **질적 간호연구**, 수문사.
- 한전숙. (1998). **현상학**, 민음사.
- 관광공사, 구석구석 나눔 캠페인 전개. (2008, 3. 27). Money today. 자료검색일 2009, 7. 20, 자료출처 <http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2008032709510513795&type=1>
- 도보여행작가 김남희가 전하는 피스 & 그린보트. (2009, 1. 7). 중앙일보. 자료검색일 2009, 8. 26, 자료출처 http://article.joinsmsn.com/news/article/article.asp?total_id=3447682
- 문화부 “태안으로 봉사여행 떠나요”. (2008, 1. 25). 공감코리아. 자료검색일 2009, 1. 20, 자료출처 http://korea.kr/newsWeb/pages/brief/categoryNews2/view.do?_nfls=false&_pageLabel=news_page_02&newsDataId=148647960&_windowLabel=portlet_categorynews_2&portl=&_nfpb=true
- 매너있는 여행, 책임여행-'여행객은 여행지 환경과 문화를 존중할 책임이 있다'... 청소여행, 자전거투어 등 다양. (2007. 8. 9.). 한겨레 21, 제672호.
- Cleverdon, R. & Kalisch, A. (2000). Fair trade in tourism. *International Journal of Tourism Research*, 2, 171-187.
- Corkhill, M. (2007). How to be an Ethical Shopper, Impact Publishing Ltd.
- Cravatte, C. & Chabloz, N. (2008). Enchantment and solidarity: Which dream does 'fair tourism' sell. *Tourist Studies*, 8(2), 231-247.
- Curtin, S. & Busby, G. (1999). Sustainable destination development: The tour operator perspective. *International Journal of Tourism Research*, 1, 135-147.
- Dinan, C. & Sargent, A. (2000). Social marketing and sustainable tourism-Is there a match?. *International Journal of Tourism Research*, 2, 1-14.
- Fennell, D. A. & Malloy, D. C.(1999). Measuring the ethical nature of tourism operators. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 928-943.
- Global Exchange. (2005). Be a Socially Responsible Traveler. Retrieved October 10, 2009, from <http://www.globalexchange.org/tours/SociallyConsciousTraveler.pdf>
- Goodwin, H. & Francis, J.(2003). Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 271-284.
- Harrison, R., Newholm, T., & Shaw, D. (2005). The Ethical Consumer. Sage Publications.
- International Centre for Responsible Tourism (2007). Advances in Responsible Tourism. Occasional paper, No.8. ICRT
- International Ecotourism Society. (2006). TIES Global Ecotourism Fact Sheet. Retrieved July 17, 2010, from <http://www.ecotourism.org/atf/cf/%7B82a87c8d-0b56-4149-8b0a-c4aaccd1cd38%7D/TIES%20GLOBAL%20ECOTOURISM%20FACT%20SHEET.PDF>
- Jacob, S. (2008). Understanding Culturally sustainable Tourism : An Observed Comparison of the Models followed by Kerala and Goa, Conference on Tourism in India-Challenges Ahead, 15-17 May, IIMK.
- King, J. (2002). Destination marketing organisations-Connecting the experience rather than promoting the place. *Journal of Vacation Marketing*, 8(2), 105-108.
- Lonely Planet Publication. (2008). Responsible Travel. Retrieved January 15, 2009, from <http://www.lonelyplanet.com/responsibletravel/overview.cfm>
- Nef (2009), National Accounts of Well-being.
- Payne, D. & Dimanche, F. (1996), Towards a code of conduct for the tourism industry: An ethics model. *Journal of Business Ethics*, 15, 997-1007.
- Responsibletravel.com Ltd. (2009). Responsible Tourism Report: Our Social & Environmental Impacts, Retrieved December 3, 2009, from <http://www.responsible.com/resources/csr/rtReport2009.pdf>
- Ross, S. & Wall, G. (1999). Ecotourism: Towards congruence between theory and practice. *Tourism Management*, 20, 123-132.
- Tearfund(2000), Tourism-an Ethical Issue, Market

- Research Report.
Transitions Abroad Magazine. (2006). Responsible Travel handbook 2006, Retrieved May 25, 2009, from http://www.transitionsabroad.com/listings/travel/responsible/responsible_travel_handbook.pdf
- Weeden, C. (2001). Ethical tourism: An opportunity for competitive advantage?. *Journal of Vacation Marketing*, 8(2), 141-153.
- World Travel & Tourism Council. (2009). Progress and Priorities 2009-10, Retrieved February 5, 2010, from http://www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/pandp_final2_low_res.pdf

접 수 일 : 2010. 08. 05.
수정완료일 : 2010. 10. 08.
게재확정일 : 2010. 10. 11.