

공정관광 운영자의 인식과 공정관광 운영 현황 분석*

— 심층면접을 통한 영역분석을 중심으로 —

김경희** · 강성진

농촌진흥청 국립농업과학원(전북 완주군 이서면 농생명로 166)

A Qualitative Study on Responsible Tour Operators' Perception and Operation Status

Kyung-Hee Kim · Sung-Jin Kang

National Academy of Agricultural Science, Rural Development Administration,
166, Nonsaengmyeong-ro, Iseo-myeon, Wanju-gun, Jeollabuk-do 565-851, Republic of Korea

Abstract

Responsible tourism attracting worldwide attention has supported local economy and community development as a type of alternative tourism. This study explored the perception toward fairness in tourism and operation status of responsible tour operators in South Korea by conducting in-depth interviews with probe questions. Ten responsible tour operators were interviewed with a semi-structured interview questionnaire for one upto two hours. From the interview data, six themes were identified as difficulties of responsible tour operators: lack of manpower, advertising and promotion, absence of marketing strategy, regulation, lack of budget and lack of recognition of responsible tourism. As government support identified through the interviews, there are the followings seven themes: a low entry barrier market, investment in human resources, resource utilization, community-based policies, connection with local produce, community support and connection system of responsible travel agencies with intermediate support organizations at a local level, The findings of this paper implicate the underlying subject of responsible tourism from a tour operators' perspective.

key words: responsible tourism, tour operator, perception

1. 서 론

1960년대 이후 관광산업에서 대중관광이 크게 성장했다. 그러나 획일적인 형태의 대중관광 경험에 대한 관광객들의 만족은 점차 떨어져 갔다. 관광객들의 욕구는 보다 복잡해져가고 있으며, 고유하고 의미 있는 여행경험을 찾게 되었다.

많은 기업에서도 기업의 사회적 책임(CSR, Corporate Social Responsibility)이나 공유가치창출(CSV, Creating Shared Value) 경영이

중요시되고 있다. 기업이 사회적 책임을 수행하거나 사회적 가치를 창출함으로써 경제적 가치를 창출할 수 있게 되는 것이다(Porter & Kramer, 2011). 관광은 자연환경 및 사회적 자원에 크게 의존하는 분야임에도 불구하고 다른 분야에 비해 비교적 늦게 이러한 움직임이 시작되었다(Frey & George, 2010).

관광분야에도 공정관광을 통해 지역에 긍정적인 영향을 줄 수 있도록 하려는 움직임이 확산되고 있다. 세계적으로 가장 큰 산업 중 하나라고 할 수 있을 정도로 크게 성장한 관광산업의 이면에는

주요어: 공정관광, 운영자, 인식

* 본 연구는 농촌진흥청 국립농업과학원 농업과학기술 연구개발사업(과제번호: PJ01008201)의 지원에 의해 이루어진 것임

** 교신저자(김경희) 전화: 063-238-2631 e-mail: khkim08@korea.kr

농촌진흥청 국립농업과학원 농업연구사

대부분 지역주민의 소득이나 삶의 질에 기여하지 못한 경우가 많다는 회의 속에서 공정관광이 생겨나게 되었다.

영국의 경우 비교적 일찍부터 공정관광에 대한 움직임이 일기 시작하여 1989년 출범한 NGO 단체 Tourism Concern의 경우 성장한 관광산업의 이면에 감춰진 환경파괴, 노동력 착취, 인권침해를 알리고 개선하고자 하였다. 1996년 시작된 미국의 비영리단체 Ethical Traveler도 여행자들의 단합된 목소리를 통해 세상에 긍정적인 영향력을 미치기 위해 시작되었으며, 2003년 설립된 비영리 연구기관 Center for Responsible Tourism의 경우에도 책임관광의 사회적·환경적 약속을 디자인, 모니터링, 평가, 그리고 개선하며, 관광산업에서 지속가능한 관행과 원칙을 촉진하는 정책지향의 연구를 수행하고 있다. 1980년대 후반부터 호주, 캐나다, 영국 등에서는 소규모 책임여행사들이 생겨나기 시작하였으며 현재 세계적으로 대표적인 온라인 공정여행사들로 성장하기도 하였다.

국내의 경우에도 관광은 사회적·경제적으로 어려움을 겪고 있는 농촌지역을 활성화할 수 있는 수단으로 주목을 받아왔다. 농촌관광을 통한 지역 활성화를 위해 정부에서는 2000년대 들어 주도적으로 농촌관광마을을 조성해오고 있다(Park & Yoon, 2009). 실제로 국내 농촌관광객의 현황을 살펴보면, 도시민의 농촌관광 경험율은 2003년 8.1%에서 2011년 13.8%로 증가했다. 이 중 당일방문객수의 비율은 같은 기간 동안 20.4%에서 46.3%로 크게 증가했지만 숙박관광객의 비율은 79.6%에서 53.7%로 감소한 것으로 나타났다. 특히 지역주민의 소득과 직접적으로 연계될 수 있는 농가민박 이용객 수는 32.6%에서 10.3%로 감소한 것으로 나타났다(2011, 농촌진흥청). 이처럼 농촌관광객의 수가 증가한 것에 비해 지역주민들의 소득과의 연계는 미약하다는 것을 알 수 있다.

도시민들의 농촌관광만족도를 살펴보면 프로그램/콘텐츠에 대한 만족도가 70.3점으로 낮게 나타나(농촌진흥청, 2011), 농촌관광이 활성화되기 위해서는 보다 차별화된 콘텐츠와 지역에서의 특색 있는 경험이 필요하다는 점을 시사하고 있다. 따라서 지역의 고유한 문화와 지역민의 삶을 가까이에서 경험하고, 관광의 혜택이 보다 직접적으로 지역에 돌아갈 수 있도록 하는 공정관광의 개발이 필요하다.

공정관광을 활성화하기 위해서는 실질적으로 공정관광을 개발하고 운영하는 운영자들을 대상으로 공정관광에 대한 인식, 공정관광의 개발과 운영을 위한 여건을 분석하는 것은 매우 중요하다. 왜냐하면 공정관광이 갖는 의미와 취지에는 모두가 동의하지만 실질적으로 현장에 적용하고 운영하는 데에는 여러 가지 제약과 어려운 점이 따를 수 있기 때문이다.

그 동안 공정관광에 대한 연구들이 이루어졌지만 대부분 관광에서 공정성의 개념 논의 및 공정성에 대한 척도(Blackstock, White, McCrum, & Stanford, 2008; Buckley, 2012; Cleverdon & Kalisch, 2000;

Fennell & Malloy, 1999), 공정관광객을 대상으로 이루어진 연구(Boluk, 2011; Caruana, Glozer, Crane, & McCabe, 2014; Kang & Moscardo, 2006; Miller, 2010; 박미혜, 2010; 조명환 & 정선자, 2012; 박정하, 2014) 등이 이루어졌다. 그러나 운영자의 태도와 행동에 대한 연구는 일부 연구를 제외하고는(Cooper & Ozdil, 1992; Fennell & Malloy, 1999; Frey & George, 2010) 많이 이루어지지 않았다.

지금까지 이루어진 국외 공정관광 운영자에 대한 선행연구는 공정관광에 대한 태도와 인식을 분석한 연구들이 중심이 되고 있다. 국내의 경우 공정관광에 대한 소비자의 인식과 태도를 분석한 연구는 이루어졌으나 아직 공정관광 운영자를 대상으로 공정관광에 대한 인식과 운영현황을 분석한 연구는 이루어지지 않았다.

본 연구는 국내 공정관광 운영자들을 대상으로 심층면접조사(In-depth Interview)를 통해 공정관광 운영 현황과 특징, 공정관광 운영에 대한 인식을 심도 있게 분석해 보고자 한다. 공정관광 운영자들이 생각하는 공정관광 사업에 대한 견해, 사업 운영의 애로사항, 공정관광 운영을 위한 실천사항, 정부의 지원이 필요한 부분 등을 분석함으로써 전반적인 공정관광 운영 현황과 특성을 이해하는데 도움이 될 것이며, 공정관광을 효과적으로 운영하고 공정관광 운영 여건을 개선하기 위한 전략을 수립하는데 기초자료가 될 것이다.

2. 이론적 고찰

2.1. 공정관광

공정관광은 지속가능한 관광의 중요한 측면으로, 관광객과 지역주민이 상호이익과 동등한 파트너십을 가짐으로써 관광에 참여하는 이해관계자들의 편익을 최대화 하는 것을 목적으로 한다(Boluk, 2011). 공정관광은 사회적인 인식을 실천에 옮기는 형태의 관광인 지속가능 관광(sustainable tourism), 생태관광(eco-tourism), 윤리적 관광(ethical tourism) 등과 공통점을 가지고 있지만, 공정관광(responsible tourism, fair trade tourism)이라는 용어로 가장 많이 사용되고 있다(Caruana, et al., 2014).

공정관광은 대중관광에 대한 비판과 함께 공정무역의 개념이 관광분야에 적용된 것으로 관광에 참여하는 이해주체들이 서로 동등하고 공정한 관계를 갖는 것을 지향하며, 지역사회의 사회경제적 편익을 증진하고 문화자원과 생태자원에 미치는 영향을 최소화함으로써 지역주민의 삶의 질을 높일 수 있는 지속가능한 형태의 관광을 말한다.

UN(1987)의 Brundtland 보고서에서 환경에 대한 경제적 활동들이 관리되지 않는다면 세대 간의 평등은 이루어질 수 없다는 점이

제시된 이후 지속가능한 관광의 실천과 철학에 대한 논의와 연구가 증가되었다. 대중관광이 제어되지 않는다면 관광 목적지에 환경적으로 부정적인 영향을 미칠 수 있다는 깨달음에서 지속가능한 관광에 대한 우려가 시작되었다(Budeanu, 2005; Spenceley, 2005). 1989년, 세계 관광 기구(World Tourism Organization)는 대안관광의 역할과 활동을 규정하기 위한 세미나를 개최하기도 하였다. 2002년 Cape town Conference에서 공정관광은 환경적, 사회적, 문화적, 경제적으로 부정적인 영향을 최소화하고, 긍정적인 영향을 극대화하도록 하는 것이며, 지역민의 참여와 공동체를 강화하고, 장애인들에게 접근의 기회를 제공하고, 지역민과 관광객이 서로 존중하고 연계를 강화하는 것으로 규정되었다(Stanford, 2008).

1980년대 후반 독일의 관광학자 Krippendorf는 공정관광(Responsible tourism)을 Maslow의 욕구 피라미드의 맥락에서 보았다. 그에 따르면 신체적 휴양(수면, 음식 섭취 등)이 충족되면 관광객들은 일상생활에서는 영위하지 못하는 정서적 휴양 활동과 경험을 추구하고, 다음 단계로 창조적 활동과 지식에 대한 탐구 등을 통해 다른 사람들과의 접촉, 자아실현을 할 수 있는 사회적 욕구에 대한 만족을 추구하게 된다는 것이다(Goodwin & Francis, 2003).

1980년대 후반부터 영국에서는 Tourism Concern 등 NGO 단체들이 관광을 이슈로 한 캠페인을 전개하기 시작하였다. 2001년부터 남아프리카공화국에서는 공정관광 매뉴얼(Responsible Tourism Manual for South Africa, RTMSA)과 가이드라인(Responsible Tourism Guidelines, DEAT)을 개발하였으며(DEAT, 2002), 2002년 자체적인 공정관광 인증제를(Fair Trade Tourism South Africa, FTTSA) 최초로 시행하였다. FTTSA는 공정한 임금, 공정한 노동 환경, 이익에 대한 공정한 배분, 문화, 인권, 환경적인 측면에서 윤리적 사업 관행에 주안점을 두었다(FTTSA, 2011).

이론적, 실무적으로 공정관광이 의미하는 바에 대해 많은 논의가 이루어져 왔다. 실무자적인 면에서 공정관광의 핵심 원칙과 실천에 대해 규정하는 산업적 규칙들이 만들어지기도 했다. 2002년 케이프타운 선언에서는 공정관광에 관하여 (i) ‘영향을 최소화 함’ (ii) ‘방문한 지역에 경제적 혜택이 가도록 함’ (iii) ‘의사결정에 지역민이 참여하도록 함’ (iv) ‘자연과 문화 유산을 보호 함’ (v) ‘관광객과 지역민 사이에 의미 있는 관계를 제공함’ (vi) ‘접근성 있고 문화적으로 민감하게 함’ 등으로 특징지었다 (World Tourism Market Responsible Tourism, 2013).

2.2. 공정관광 운영자 선행연구

공정관광 운영자들을 대상으로 이루어진 선행연구들을 살펴보면 관광사업 운영자들을 대상으로 공정관광에 대한 태도와 인

식을 분석한 연구들(Budeanu, 2005; Cooper & Ozdil, 1992; Fennell & Malloy, 1999; Frey & George, 2010)이 이루어졌다.

Cooper & Ozdil(1992)은 터키를 방문한 영국인 관광사업 운영자들을 16명을 대상으로 사회문화적 환경과 자연환경 보전에 대한 인식과 태도를 분석하였다. 인바운드 관광사업자들은 관광지에 대한 사회적·환경적 책임성을 수용하는 것으로 나타났으며, 일부는 관광지에 대한 책임성을 마케팅 도구로 이용하고 있었다.

Fennell & Malloy (1999)는 미국과 캐나다의 여행 운영자 714명을 대상으로 도덕성, 책임관광에 대한 태도와 인식을 분석하였다. 운영하는 관광사업의 유형에 따라 생태관광, 모험관광, 어촌관광, 크루즈/골프관광으로 분류하여 다차원의 윤리 척도 문항을 적용해 유형별 차이를 분석하였다. 생태관광 운영자들이 다른 유형보다 보다 윤리적인 것으로 나타났으며, 운영 유형에 따라 교육수준, 조직규모, 일상적인 비즈니스 운영에 윤리규범 등에 차이가 있는 것으로 나타났다.

Frey & George(2010)는 남아프리카 케이프타운의 224개 관광사업체의 운영자들을 대상으로 공정관광 운영에 대한 태도와 인식을 분석하였다. 전반적으로 공정관광 운영에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있지만, 변화를 위한 시간적, 경제적 투자의 부족이 낮은 수준의 공정관광을 운영하게 만드는 요인으로 나타났다.

지금까지 이루어진 국외 공정관광 운영자에 대한 선행연구를 살펴보면 공정관광에 대한 태도와 인식을 분석한 연구들이 중심이 되고 있다. 관광사업 운영 및 조직 형태에 따라 윤리 척도 수준에 차이가 있는 것으로 나타나고 있으며, 공정관광 운영자들은 공정관광 운영에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있고, 공정관광을 마케팅 도구로 활용하기도 하는 것으로 나타나고 있다. 국내의 경우 공정관광에 대한 소비자의 인식과 태도를 분석한 연구는 이루어졌으나 아직 공정관광 운영자를 대상으로 공정관광에 대한 인식과 운영현황을 분석한 연구는 이루어지지 않았다.

3. 연구방법

3.1. 자료수집 및 연구절차

본 연구의 연구대상은 1차적으로 국내 지역 공정관광 운영 단체 및 사업체 운영자들이며 면접조사 참여자 선정기준은 국내 지역관광을 운영하는 공정관광 단체 및 사업체들을 대상으로 하였다. 그 가운데 2차적으로 공정관광 프로그램을 제공하는 네 개의 유형의 조직들(사회적 기업, 지역기반 공정관광업체, 시민단체, 지역기반 중간지원조직)의 대표 또는 중간관리급 이상의 담당자들로 한정하였다. 면접조사대상자는 공정관광 운영 조직의 웹사이트 상에 나와

있는 메일주소와 전화로 연락하여 연구취지와 목적들을 간략하게 설명하고 면접조사 참여 희망여부를 확인하였다.

국내 공정관광은 초기 단계로 운영단체나 사업체의 수가 상당히 제한적이다. 따라서 공정관광 운영자들의 공정관광에 대한 인식과 운영현황을 심도 있게 접근하고자 심층면접조사(face to face in-depth interview)를 실시하였다. 면접조사는 질문지를 활용한 반구조화된 면접(semi-structured interview)형태로 실시하였으며 연구자와 인터뷰 운영 지침을 교육받은 숙련된 2명의 보조 연구원들에 의해 2014년 5월~8월 사이에 이루어졌다.

면접조사를 위한 질문문항들은 공정관광 운영과 관련된 선행연구(DEAT, 2002; Spenceley, et al., 2002; Spenceley, 2007)를 바탕으로 구성되었고 관련 연구자 및 공정관광 현장 전문가들을 대상으로 질문문항의 적절성을 검토하였다. 기초조사 차원에서 3개의 심층면접이 이루어졌고 이들 기초조사 경험을 바탕으로 문항이 수정 보완되었다. 이는 이후에 이루어진 심층면접조사의 진행방식과 조사방향 설정에도 반영되었다.

면접조사 참여자들에게 조사에 대한 동의를 구한 후 조사 2~5일 전에 질문 내용을 이메일로 보내 응답자들이 사전에 질문 내용을 숙지하고 생각을 정리할 수 있도록 하였다. 면접조사 장소는 참여자들의 편의를 고려하여 응답자의 사무실 또는 사업장에서 60~120분간 진행되었다. 모든 조사 내용은 참여자의 동의하에 녹음이 되었다. 면접 조사에서 가장 중요한 것은 조사자와 참여자간의 신뢰감과 친밀감(rapport)형성이다 (Creswell, 2012). 이를 위하여 조사자는 응답자들에게 조사 내용은 연구목적으로만 사용되고 익명성을 보장하기 위해 약칭을 사용하였다. 그리고 조사자와 참여자들 간의 어색함을 줄이기 위하여 일상적인 소재들로 이야기를 시작해 가벼운 질문들과 연구자의 경험담 등을 나누며 최대한 참여자가 편안하게 면접조사에 응할 수 있도록 분위기를 조성하였다.

질문 내용은 공정관광 단체 및 사업체의 일반현황, 운영 특징, 공정관광 사업에 대한 견해, 공정관광에 대한 인식과 운영현황 등에 관한 것으로 이들 내용은 개방형 질문으로 질문되었다. 조사자는 필요에 따라 면접조사 진행 중 참여자들로부터 심도 있는 내용들을 이끌어 내기 위한 탐사적 질문들(probe questions)을 사용하였다.

인터뷰가 끝날 때 마다 녹취된 인터뷰 내용들을 여러 번 반복해 들으며 단어 하나하나를 정확하게 기록하는 방식으로 120장 분량의 녹취록이 완성되었다. 녹취록 작성 중 부분적으로 부족하거나 확인이 필요한 부분은 참여자들과 전화통화를 통해 보완하였다.

3.2. 자료분석

본 연구에서는 심층면접조사 자료의 분석을 위해 범주들간

의 인과관계를 파악하면서 영역구조를 파악해 가는 영역분석(domain analysis)을 시행하였다(Spradley, 1979). 자료 분석의 첫 단계로 2명의 연구자는 완성된 녹취록을 반복해 읽어 나가면서 떠오르는 주제와 개념들을 녹취록 오른쪽 여백에 메모를 하는 개방코딩(open coding)을 실시하였다. 이때 Spradley(1979)가 제시한 코딩방법으로 인터뷰 참여자가 언급한 단어를 사용하여 이름을 붙이도록 하였다. 그 다음 단계에서는 개방코딩을 통해 분류해 놓은 자료들을 상위범주로 분류하고 범주화 하면서 학술적인 용어로 코딩을 실시하였다. 그리고 이들 범주화된 자료들의 인과관계를 파악하면서 전체적인 영역구조를 파악하였다. 정량적 연구와 달리 정성적 연구에서는 단일 자료, 단일 연구자, 단일 연구방법으로 인한 편견을 방지하기 위하여 삼각검증법(triangulation)을 통해 연구의 신뢰성(credibility)과 타당성(trustworthiness)을 확보하고 있다(Decrop, 2004). 본 연구에서는 공정관광 관련 자료 및 문헌 연구와 공정관광 프로그램 참여관찰 및 공정관광 운영자 심층인터뷰 연구방법들을 동시에 시행하는 방법론 삼각검증법(method triangulation)을 통해 연구의 신뢰성과 타당성을 높이고자 하였다.

3.3. 면접조사 대상자

본 연구를 위한 심층면접조사의 대상자는 공정관광 단체 및 사업체의 운영자로 8명은 대표를 맡고 있었으며, 나머지 2명은 이사, 사무국장 등 중간관리급 이상의 담당자들로 이루어졌다. 이들은 모두 최소 3년 이상의 공정관광 사업 및 업무 경력을 가지고 있었다.

4. 분석결과

4.1. 공정관광업체 현황

조사대상 공정관광 사회적 기업이 4개소이며 이 중 지역을 기반으로 한 공정관광 사회적 기업이 2개소이다. 지역기반 공정관광업체가 2개소, 시민단체가 1개소, 지역기반 중간지원조직이 3개소이다. 조사대상 공정관광 사회적 기업들은 대부분 2000년대 후반 이후에 설립되었으며, 국내의 프로그램을 운영하는 곳이 2개소, 국내 지역기반 프로그램을 운영하는 곳이 2개소이다. 공정관광사업의 규모는 연간 방문객이 약 500명부터 약 6,000명 이상인 곳까지 다양하게 나타나고 있다. 지역기반 공정관광사업체들은 1990년대 후반 이후 공정관광을 운영하기 시작하였으며, 지역기반 국내 프로그램을 운영하고 있다. 공정관광사업의 규모는 연간 방문객이 약 500명부터 약 2,000명 정도까지 나타나고 있다.

〈표 1〉 조사대상 공정관광 단체 및 사업체의 일반현황

응답자		항 목	내 용
사회적 기업	R1	단체/사업체의 특징	청소년 교육부문의 특화, 국내·외 여행자 교육, 기업 단체 연수를 위한 맞춤형 프로그램 네트워크 사업(해외 지사에 대출금을 빌려주고 수익이 나면 돌려받는 형식으로 브랜드를 같이 씀)
		사업규모	고용 인원-상근 36명(청년 혁신 활동가, 인턴 등 포함하면 약 40여명) 연간 공정관광객 수-6,461명, 매출액-약 48억원
		기타사항	2009년 설립, 사회적기업
	R2	단체/사업체의 특징	인력양성과 공정관광 개발에 초점을 두고 있음
		사업규모	고용 인원-상근 13명, 연간 공정관광객 수-관광객 1,000명 정도, 매출액-18억 정도
		기타사항	2010년 설립, 사회적기업
사회적 기업 - 지역 기반	R3	단체/사업체의 특징	농촌의 자원을 기반으로 지역주민들이 주체가 되어 운영
		사업규모	고용 인원-상근 5명(비상근 포함 총 25명), 연간 공정관광객 수-연 5,000~6,000명 매출액-연 2억 7,000만원~2억 8,000만원
		기타사항	2010년 설립, 사회적기업
	R4	단체/사업체의 특징	평화, 역사, 지역에 대한 여행상품 개발
		사업규모	고용 인원-상근 3명, 연간 공정관광객 수 -500~600명 정도, 매출액 - 설립한지 얼마안 되어 아직 집계안됨
		기타사항	2013년 설립, 사회적 기업
지역 기반 공정 관광 업체	R5	단체/사업체의 특징	우포늪을 활용한 생태여행프로그램 운영, 주로 장애인, 외국인 전문분야에 특화된 공정관광 운영 내국인들을 대상으로 하여서는 생태여행을 키워드로 하고 있음
		사업규모	고용 인원-정규직(1인),비정규직(10인) 연간 공정관광객 수-약 2,000명 정도, 매출액-4천만원
		기타사항	1992년 지역 해설가이드에서부터 시작, 1999년 생태와 문화자원을 활용한 공정관광 시작 사전에 여행자 체크리스트 작성(좋아하는 음식, 프로그램, 코스, 질병 등)
	R6	단체/사업체의 특징	지리산과 서부경남의 문화적 가치를 기반으로 농촌마을과 여촌마을의 삶과 이야기를 여행의 테마로 하고 있음
		사업규모	고용 인원-상근 1명, 연간 공정관광객 수-관광객 550명 정도, 매출액-2,500만원 이내
		기타사항	2013년 사업자등록, 예비사회적기업 신청예정
시민 단체	R7	단체/사업체의 특징	중국 소수민족 공정관광 프로그램 개발
		사업규모	고용 인원-상근 2명(방학기간 인턴 2~3명 합류), 연간 공정관광객 수-약 200명 정도 매출액-연 2억~2억 5,000만원 정도
		기타사항	2008년에 기획하여 2009년에 사업시작, 시민단체에서 만든 공정관광사업단
지역 기반 중간 지원 조직	R8	단체/사업체의 특징	지역밀착형 중간지원조직 시스템이 자리잡을 때까지 사무장들을 중심으로 움직이고 있으나 결국은 중간지원조직 없이 자발적으로 움직일 수 있도록 하려고 함
		사업규모	고용 인원-비상근(대표 1명, 이사 7명, 사무장 5~6명), 연간 공정관광객 수-전체 마을 집계하지 못했음 매출액-전체 마을 집계하지 못했음
		기타사항	2011년 사단법인 설립, 지역관광 중간지원조직
	R9	단체/사업체의 특징	군 단위 중간지원조직으로서 마을단위연합회로 농촌관광마을에 방문객을 보내주거나, 프로그램을 제안, 농촌관광과 농산물 판매 연계, 해설사 역량강화 교육, 선진지 견학 등을 통해 농촌관광마을 지원
		사업규모	고용 인원-상근 5명, 연간 공정관광객 수-관광객 17,000명 정도, 매출액-3~4억 정도
		기타사항	2012년 사단법인 형태로 시작된 군단위 중간지원조직
	R10	단체/사업체의 특징	정부지정 농촌관광마을 뿐만 아니라 군에서 사업이 진행되고 있는 마을들을 포함하여 30여개 마을을 대상으로 농촌 공정관광을 운영하는 중간지원조직 지역자원을 활용하여 콘텐츠를 개발하고 전체적으로 운영
		사업규모	고용 인원-상근 3명, 연간 공정관광객 수-관광객 12,000명 정도, 매출액-2억 8천만원 정도
		기타사항	2010년에 발족된 중간지원조직, 비영리법인

공정관광 시민단체는 2000년대 후반 이후 공정관광 사업단을 운영하기 시작하였으며, 국내·외 프로그램을 운영하고 있다. 공정관광사업의 규모는 연간 방문객이 약 200명 정도로 나타나고 있다. 지역기반 공정관광 중간지원조직들은 2010년 이후 설립되었으며, 국내 지역기반 마을 연계 프로그램을 운영하고 있다. 공정관광사업의 규모는 연간 방문객이 약 12,000명부터 약 17,000명 정도로 나타나고 있다.

4.2. 공정관광 운영자의 인식

4.2.1. 공정관광단체 운영 동기

공정관광 운영자들의 공정관광 업체 운영시작 동기는 공정관광 운영자들의 공정관광에 대한 인식의 토대를 이해할 수 있을 것이라는 가정 하에서 질문이 이루어졌다. 면접조사 참여자들이 공정관광 단체를 운영하게 된 계기는 크게 네 가지 유형으로 분류되어졌다.

첫째는 교육 활동을 기반으로 한 운영이 공정관광으로 이어진 사례들이다. 예를 들면 청소년을 위한 대안학교에서 ‘걷기여행’ 등을 진행하다가 일반인으로 대상을 확대하여 공정관광원칙에 부합하는 여행을 설립하게 된 경우, 또는 NGO 활동을 오래 하며 여행을 통한 역사문화교육, DMZ 평화교육 등과 같은 교육 활동에서 공정관광으로 확장된 경우가 여기에 속한다.

두 번째 유형은 지역에 대한 연구와 애착심에서 시작하여 공정관광으로 발전한 사례들이다. 예를 들면 몇몇 사람들이 모여 지역 향토 사공부하고 지역안내와 가이드를 하면서 공정관광 사회적기업을 시작한 경우, 그리고 지역의 습지에 대한 연구에서 자연스럽게 생태여행과 접목되어 공정관광사업으로 확대되었다는 사례도 있었다.

세 번째는 여행 산업 또는 사회의 구조적인 문제점을 해결하기 방안으로서 공정관광을 시작한 유형이다. 저가의 저질 패키지 여행난립과 지역사회의 경제적, 사회적 소외와 같은 대중관광의 문제점을 느끼고 여행자와 지역사회가 상생할 수 있는 여행으로 공정관광을 시작한 사례, 기자생활을 하며 아시아 지역과 한국 내에서 변화와 혁신 방법을 고민하다가 여행을 통해서 풀어 보겠다고 시작한 공정관광 등이 여기에 해당한다.

네 번째는 농촌관광의 문제점을 지역에서 해결해보고자 시작한 중간지원조직으로서 공정관광이다. 이 유형은 마을단위로 운영하던 점적 구조의 농촌관광마을 사업에 한계를 느끼며 지역 마을 대표들이 자원들을 포괄하는 연계형 관광사업 운영의 필요성을 느끼고 2~3개 지역의 관광연구회가 통합하여 중간지원조직으로서 공정관광을 운영하는 사례들이다. 이외에도 사회적 기업 양성과정에 공모, 공정관광 아이템이 선정되어 사업을 시작하게 되었다는 경우도 있다.

네 가지 유형의 운영동기들 즉 교육의 연장, 지역사회 발전, 산업 구조적 한계라는 각기 다른 출발점에서 시작하였지만 이들 모두 공정관광의 핵심인 관광객과 지역주민들의 동등한 관계에서 상호이익을 추구한다는 동일한 목표를 갖고 있었다.

4.2.2. 공정관광 성장과 확대

공정관광의 성장 전망에 대한 질문에서 모든 공정관광 운영자들은 현재 해외 공정관광 시장이 빠르게 성장하고 있고 앞으로 국내 공정관광 시장도 급속히 성장할 것이라고 전망하고 있었다. 국내 공정관광 업체들의 프로그램 역시 지역에 초점을 맞춘 상품들로 활성화 되고 있어서 빠른 시일 내에 내실 있게 발전할 것이라고 내다보고 있었다.

지금은 공정여행이 관광업계에서 분류할 수도 없을 정도죠. 0.1%? 앞으로 분류정도만 될 수 있다면, 엄청 커질 거라고 보는 데, 저희가 앞으로 더 세밀하게 분류를 해야 되겠지만, 출국자수 대비해서 전체의 5%정도는 공정여행으로 가는. 공정여행 시장이 형성 이 될 거예요. 우리나라에서는 연구보고서는 거의 없고, 연구를 하는 분들도 없고, 이런 상황이지만, 영국이나 이런 곳에서 시작되었던 곳에서는 매년 공정여행, 책임여행, 지속가능한 여행은 매년 25%이상 성장하고 있고, 일반여행은 5%정도 성장하고 있어요. 그래서 앞으로 국내 시장도 성장할 거라고 봅니다. 많은 성장이 될 건데, 다른 나라보다 더 빨리 성장할거예요. 우리도 시작하지 5년 밖에 되지 않아서, 이 정도로 성장을 했다고 하면, 앞으로 5년 안에 더욱 성장할거라고 생각해요. (R1)

공정관광의 유형으로서 농촌관광의 전망에 대해서 운영자들 모두 긍정적인 시각을 갖고 있었다. 그 이유로 언급된 내용을 세 가지로 요약하면 첫째, 외래 관광객 수 증가로 지방지역이나 농촌으로 외래 관광객들이 유입될 것이고 농촌이나 지역사회 관광의 저변이 넓어지면서 공정관광도 확대될 것이라고 보았다. 두 번째로는 공정관광에 참여하는 관광객들의 상당한 여행경력을 가진 여행객들(experienced travelers)로 이들의 농촌관광 경험 후 반응을 고려할 때 공정관광으로 농촌 관광의 발전은 자연스러운 수순으로 바라보고 있었다. 마지막으로 농촌지역 주민에게 가장 직접적인 경제적 이익창출을 가져다 줄 수 있는 농촌관광이야말로 국내 공정관광 실현의 지표라는 점에서 밝게 전망하고 있었다. 이에 덧붙여 몇몇 인터뷰 참여자들은 단지 농촌에 있는 자원을 어떻게 차별화 시키느냐가 성공의 관건이라고 언급하였다.

농촌관광은 시장경제 사람들이 표현하는 것으로는 블루오션과

같아요. 그런데 이게 블루우션이 될 수도 있고, 사막이 되어버릴 수도 있어요. 중요한 것은 이 농산어촌에 있는 자원을 어떻게 차별화 시키고 콘텐츠를 그리고 그것이 얼마만큼 도시소비자들에게 만족도, 가치 공감을 끌어 내냐 그게 가장 키워드가 될 것 같아요. (R10)

4.3. 공정관광 운영 특징

4.3.1. 지역과 연계한 공정관광 운영방식

공정관광 운영을 위해 지역과 연계한 공정관광 운영 사항들에서 공정관광 운영자 10 명 모두 ‘지역에서 운영하는 숙박시설 이용’, ‘지역에서 제공하는 서비스 이용’, ‘지역의 상품을 구입’, ‘자연지역을 보존’ 을 하고 있다고 응답하였다. 공정관광 참여관찰을 통해서도 공정관광 업체들이 지역민이 운영하는 농가민박이나 게스트하우스, 체험마을, 마을회관, 마을펜션, 사찰, 사회적 기업의 숙박시설 등을 이용하고 있는 것을 확인할 수 있었다. 그리고 식사는 마을 체험관, 농가, 마을학교 등에서 부녀회 등 마을주민들이 준비하는 음식 또는 지역식당의 향토음식을 이용하고 있었다. 체험과 관련해서는 주로 마을 및 지역문화 탐방, 생태체험, 농촌체험 등을 통해 지역주민들이 해설, 재능기부, 관광지 안내, 여행자 학교 근무, 연극이나 전통공연 등으로 참여하고 있고 교육이나 콘텐츠 개발에 참여하는 경우도 있었다. 관광객들의 농산물 또는 가공품 구매로 농촌지역 주민들의 소득에도 기여하고 있었다.

또한 공정관광 운영자들에게 공정관광 프로그램을 통해 관광객이 지불하는 비용이 지역에 유입되는 비율을 질문한 결과 운영자들은 관광객들이 지불한 여행비용의 74.9%가 평균적으로 지역에 유입된다고 응답하였다. 몇몇 인터뷰 참여자들은 그들의 공정관광프로그램은 지역의 직접적인 경제적인 혜택이외도 지역의 자연환경 보전과 에너지와 물 절약, 문화유적지 보전 등을 위한 활동들을 실천하고 있다고 언급하였고 이런 사항들은 참여관찰을 통해 그들의 프로그램 내용에서도 확인되었다.

4.3.2. 지역의 서비스 제공자(파트너) 선택의 고려 요소들

지역과 연계한 프로그램들을 운영을 위해 공정관광 업체 운영자들이 지역 서비스 제공자들의 선택 시 고려하는 요소들을 질문한 결과 세 개의 요인들로 요약될 수 있었다.

첫째, 지역주민들의 공정관광에 대한 이해와 공정관광의 마인드를 공유하고 공감하는지 여부이다. 한 면접조사 참여자는 지역주민의 관광 사업에 대한 합의의 판단여부와 이로 인한 사업의 원활한 운영에 대해서 다음과 같이 진술했었다.

먼저 연락 온 사람들과 주로 함께 일합니다. 이런 분들은 해보자

하는 의지가 있는 거고, 보통 마을에서 한사람이 우발적으로 연락하는 경우는 없거든요. 마을에서 어느 정도 거국적 공정관광 운영에 대한 합의가 되어있지요. 왜 그걸 해야 하는지에 대해 기본적으로 마인드가 되어 있으니까 함께 일을 하기가 굉장히 편하죠... (R2)

두 번째 요인은 농촌관광 사업에 대한 마을 운영자들의 의지와 적극성이다. 모든 면접조사 참여자들은 원활한 운영을 위해 실질적인 면도 중요하지만 주민들의 참여도, 관광객들에 대한 친절성, 지역 문화의 올바른 전달, 지역을 사랑하는 마음, 삶의 태도에서 느껴지는 열의가 더 중요한 요소라고 언급하였다.

지역의 파트너를 선정할 때 가서 일단 얘기를 해보죠. 그 열의가 있는. 제일 중요하더라고요. 열의가 있고 그리고 그것은 보통 어떻게 해봤나 보면 대충 보여요. 숙소고 음식점이고 자기네 집이고 개인집이고. 사람들 삶의 태도에 대해서 대충 드러나잖아요. 얼마나 그 삶을 열심히 살고 있는가 이게 대충 보여요. 그럼 말해보면 그 대로예요. 열의가 있는가 해보자고 해보자 하고자 하는 열의가 있는가 그게 제일 중요한 것 같아요. (R7)

세 번째는 지역 서비스 제공자들의 인적자본이다. 공정관광 중간지원조직의 인터뷰 참여자들의 역시 다른 형태의 공정관광 업체들과 마찬가지로 농촌관광 사업에 대한 열성, 시설 활용과 체험 프로그램 운영, 식사제공 등이 중요하다고 언급하였다. 그러나 이에 덧붙여 중간지원 조직 형태의 공정관광 운영자들은 마을 지도자 및 주민들의 역량 그리고 사업단에서 지원해 주는 것을 실행할 수 있는 인력이 갖춰져 있는지 여부 즉 지역의 인적자원 부분에 더 강조를 두고 있었다. 그 외에도 지역 농촌의 토속성이나 특수성(예: 한옥 민박이나 어탕국수, 약초관련 등)을 경험할 수 있는 매력성 등도 중요하게 고려하는 점으로 나타났다.

4.3.3. 공정관광 운영의 어려움들

공정관광 운영자들은 새로운 관광 패러다임으로서 공정관광의 기회와 가능성과 함께 여러 가지 운영의 어려움에 대해서도 언급하였다. 어려움의 종류는 시작단계인 공정관광의 수요 미성숙으로 인한 어려움들이었다. 관광객들이 기존 관광에 대한 변화를 원하고 공정관광의 가치에는 동의하지만 비용을 감당할 준비는 아직 안되어 있다고 면접조사 참여자들은 설명하였다.

시민들이 기존의 관광이나 여행일정의 변화 요구가 있는데. 문제는 공정여행이라는 가치에 동의하면서 그 공정여행에 드는 비용을 감당할 그런 준비는 아직 안되어 있는 거예요. 공정여행사의

여행 가격이 기존의 여행사보다 비싸다고 느껴질 수 있어요. 왜냐하면 기존 여행사는 불포함 가격들이 많지만 공정여행은 대부분을 포함시킨 가격이니. 근데 처음에 이제 가격 거부감이 생기거든요. 여기는 처음 내는 돈이 싸고, 여기는 다 포함돼 있으니까..... (중략) 아직까지 수요층이 형성되어 있지 않아서 시민들의 인식 변화와 수요층 형성 이것을 어떻게 할 것인가가 어려운 측면이라고 봐요. (R4)

모든 유형의 공정관광 운영업체들은 공통적으로 홍보와 관광객 유치 어려움, 자금부족, 지역 인프라와 인력 부족, 마케팅 등의 어려움을 겪고 있었다. 가장 근본적인 문제는 공정관광에 대한 인식부족으로 인한 지속적인 관광객 확보의 한계로 인해 수입 면에서 안정적이지 못하고 이것은 다시 지속적인 프로그램 개발과 안정적인 인력확보의 어려움으로 이어지고 있었다. 게다가 기존 여행업체와 같은 등록비를 적용하므로 자금운영의 어려움이 더욱 가중되고 있는 것으로 나타났다.

그리고 조직의 특성상 공정관광 중간지원조직의 운영자들은 사업비 운영에 대한 불신, 마을단위 연합체로서 다수의 의견 수렴으로 인한 사업 추진이 더디다는 점, 열악한 근무여건, 마을 현장에서 돌발적으로 발생하는 변수들, 농촌 현장에 적용하기 어려운 제도와 규정 등으로 나타났다.

농촌에 인력을 구하기 어렵다는 것과 열악한 근무조건이이지요. 또 마을 현장에서 벌어지는 돌발상황, 방문객의 인식전환도 그렇구요. 공정관광을 강요할 수 있는게 아니에요. 스스로가 그 단계까지 갈 때까지 우리가 유도를 해야 하는데 쉽지가 않아요. 그리고 정책적인 지원이 지속성이 있어야 하는데 단체장이 바뀌면 정책 따라 관점 따라 바뀐단 말이죠. 그럼 지속성이 없을 수가 있어요. (R10)

4.3.4. 정부지원이 필요한 부분

공정관광 운영자들은 정부의 지원이 필요한 부분에 대해서는 크게 두 가지로 의견이 수렴되었다. 첫 번째는 공정관광에 대한 인식을 확대하기 위한 지원이며, 두 번째는 안정적인 운영인력확보를 위한 정책적 지원이다. 면접조사 참여자들은 구체적으로 공정관광에 대한 홍보 아이디어로서 공정관광에 대한 공익광고와 함께 지자체 연수 등 공익성 있는 프로젝트를 함께 진행하면 좋을 것 같다는 의견을 제시하였다. 운영인력 확보와 관련하여서는 농촌 지역의 인적 인프라를 구축하기 위하여 청년인턴을 농촌으로 보내기, 젊은이들이 농촌지역에 취업을 하면 경력을 호봉으로 인정해 주거나 가산점 주기와 같은 구체적인 방안들을 언급하였다.

사람을 키워야 되요. 농촌의 경우 지금 상태에서 하드웨어적인 프라가 더 들어가는 게 맞지 않아요. 운영할 사람도 없는데 계속 넣어주면 뭐해요.. 인프라에 넣는 지원금을 일부 떼서 젊은 사람들, 예컨대 뭐 청년인턴으로 고용하면 그 사람을 공공근로 하는 걸로 농촌에 보내는 방식으로 좀 고민을 해 보든가.. 어찌되었건 사람이 필요해요. 무슨 수를 써서라도 사람을 키워야 하는데 사람이 오는 데에는 너무 인색한 거죠. (R2)

이외에도 인터뷰 참여자들은 제도적인 측면에서 사업의 장벽을 낮추고 농촌마을의 자원이 공정관광 프로그램으로 재구성될 수 있는 연구조사 등이 필요하다고 언급하였다. 특히 공정관광 중간지원조직의 경우는 시대의 변화에 맞게 자원을 어떻게 잘 연계시킬 것인지를 방법과 전략에 대한 연구가 필요하다고 지적하였다. 다른 유형의 운영자들과 달리 중간지원조직의 운영자들은 지역에 도움이 되는 지역밀착형 정책, 공정여행사와 지역 중간지원조직의 연계시스템, 지역농산물을 홍보하고 판매할 수 있는 판매장과 연계 시스템, 조직 운영의 인건비 지원, 공동체 지원 등과 같은 지원들에 대해서 언급하였다.

5. 결론 및 시사점

대중관광의 한계 속에서 착한소비와 환경보전, 지역의 고유성을 경험할 수 있는 공정관광이 관심을 모으고 있다. 아직은 국내 소비자들에게 공정관광에 대한 인식이 미약하고 공정관광 시장이 매우 작은 영역을 차지하고 있지만 가치지향적인 소비에 대한 소비자들의 중요성이 높아짐에 따라 공정관광 시장은 점차 성장할 것으로 전망된다.

본 연구는 국내 공정관광 단체 및 사업체 운영자 10명을 대상으로 심층면접 조사를 통해 공정관광에 대한 인식과 공정관광 운영현황을 분석하였다. 분석결과 조사대상자들이 공정관광 사업을 시작하게 된 동기는 기존 지역관광의 문제점을 해결해 보고자 하는 노력과 기존의 방식과는 다른 변화를 모색하다가 시작하게 된 경우가 대부분이었다. 이는 공정관광 운영자들의 관광지에 대한 책임성을 분석한 선행연구(Cooper & Ozdil, 1992)의 연구와 유사한 결과이다.

공정관광 사업의 사업성에 대해서는 세계적으로 대안관광이 크게 성장하고 있기 때문에 국내 공정관광 사업에 대해서도 대부분 긍정적인 전망을 가지고 있었다. 그러나 아직 소비자들의 인식이 적고 수요층이 형성되어 있지 않기 때문에 공정관광 사업은 기회와 가능성도 있지만, 위기와 어려움도 함께 공존한다는 생각을 가지고 있었다. 이는 공정관광 운영에서 변화를 위한 시간적, 경제

적 투자의 부족을 지적한 선행연구(Frey & George, 2010)의 선행연구와 유사한 결과이다. 관광객들이 기존 관광과는 다른 변화를 원하고 공정관광의 가치에는 동의하지만 일반 관광에 비해 비싸다는 인식으로 비용을 감당할 준비는 아직 안되어 있어 공정관광이 사업성은 있지만 매출과 수익적인 면에 있어서는 아직 어려운 실정이다. 지역관광에서 지역의 자원을 보존하면서 활용하는 공정관광이 앞으로 추세가 될 것이지만 농촌에 있는 자원을 어떻게 차별화 시키고 그것이 도시소비자들에게 얼마나 만족을 주고 가치에 대한 공감을 이끌어 내느냐가 중요할 것이다.

공정관광 사업 운영의 중요한 요인으로는 지역에 대한 이해가 바탕이 된다는 점, 공정관광에 대한 의미를 느낄 수 있도록 하면서도 재미있는 프로그램을 기획한다는 점, 차별화된 콘텐츠 개발과 가치 부여 등으로 나타나 공정관광에 대한 의미를 느끼면서도 재미를 느낄 수 있는 콘텐츠의 개발이 필요함을 알 수 있다. 또한 지역민들과 함께 고민하고 교류하며 지역에 대한 이해가 차별성 있는 프로그램의 바탕이 되고 있음을 알 수 있다.

사업 운영의 애로사항은 지역에 인프라가 부족하다는 점과 인력을 구하기 어렵다는 점, 수요가 많지 않다보니 수입이 안정적이지 못하다는 점, 홍보와 마케팅 등이 가장 큰 어려움으로 나타났다. 그리고 농촌 현장에 적용하기 어려운 제도와 규정, 기존 여행업체와 같은 등록비를 적용받기 때문에 비용적인 부담도 어려움으로 나타나 지역 공정관광 운영의 특성을 고려한 제도와 규정을 마련하고 적용하는 것이 필요한 것으로 나타나고 있다.

정부의 지원이 필요한 부분에 대해서는 인력에 대한 투자, 공정관광 사업에 대한 제도적 장벽 낮추기, 지역밀착형 정책, 홍보의 장 마련, 그리고 공정관광에 대한 인식을 확대하기 위한 공익광고 등이 필요하다고 응답하여 사업에 대한 제도적 장벽과 지역에도움이 될 수 있는 정책, 인적자원에 대한 지원이 필요함을 알 수 있다. 그리고 공정관광에 대한 인식과 수요를 확대하기 위한 홍보, 공익광고에 대한 지원이 필요하다는 것을 알 수 있다.

공정관광은 기존 관광과 다른 새로운 형태의 관광이 아니라 관광에 참여하는 이해관계자들이 갖는 관광에 대한 태도와 방식을 중심으로 한 논의이다. 공정관광 운영을 통해 지역에 도움이 되는 소비, 지역문화에 대한 이해, 지역민들과의 진솔한 교류, 그리고 환경에 미치는 영향을 최소화 하여 모두에게 혜택이 될 수 있는 지역관광을 만들어야 할 것이다.

참고 문헌

1. 농촌진흥청.(2011). 도시민 농촌관광 실태조사. 수원: 농촌진흥청.
2. 박미혜. (2010). 공정관광 경험에 대한 소비자인식 연구. 한

3. 박정하. (2014). 해외관광자들의 개인가치에 따른 공정관광 인식 차이 연구: 대전지역을 중심으로. *관광연구저널*, 28(6), 37-52.
4. 조명환, & 정선자. (2012). 관광객의 가치와 공정관광 결과 지각에 관한 연구 - 윤리적 소비행동의 매개효과를 중심으로. *관광학연구*, 36(1), 91-114.
5. Blackstock, K. L., White, V., McCrum, G., Scott, A., & Hunter, C. (2008). Measuring responsibility: An appraisal of a Scottish National Park's sustainable tourism indicators. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), 276-297.
6. Boluk, K. A. (2011). Fair trade tourism South Africa: Consumer virtue or moral selving? *Journal of Ecotourism*, 10(3), 235-249.
7. Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546.
8. Budeanu, A. (2005). Impacts and responsibilities for sustainable tourism: a tour operator's perspective. *Journal of Cleaner Production*, 13(2), 89-97.
9. Caruana, R., Glozer, S., Crane, A., & McCabe, S. (2014). Tourists' accounts of responsible tourism. *Annals of Tourism Research*, 46, 115-129.
10. Cleverdon, R., & Kalisch, A. (2000). Fair trade in tourism. *International Journal of Tourism Research*, 2, 171-187.
11. Cooper, C. P., & Ozdil, I. (1992). From mass to 'responsible' tourism: The Turkish experience. *Tourism Management*, 13(4), 377-386.
12. Creswell, J. (2012). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. CA: Sage Publications.
13. Decrop, A. (2004). Trustworthiness in qualitative tourism research. In J. Phillipmore & L. Goodson (Eds.), *Qualitative research in tourism: Ontologies, epistemologies and methodologies*. London: Routledge.
14. Department of Environmental Affairs and Tourism (DEAT) (2002) *Responsible Tourism Gruidelines for South Africa*. DEAT.
15. Fennell, D. A., & Malloy, D. C. (1999). Measuring the ethical nature of tourism operators. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 928-943.
16. Fletcher, J. E., Witt, S. F., & Moutinho, L. (1994). *Analytical methods applied to tourism*. Hemel Hempsted: Prentice-Hall.
17. Frey, N., & George, R. (2010). Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and

- behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management*, 31(5), 621-628.
18. FT TSA(2011). *Making tourism more responsible and more rewarding*. from <http://www.fairtourismsa.org.za>.
 19. Goodwin, H., & Francis, J. (2003) Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 271-284.
 20. Hudson, S., & Miller, G. A. (2005). The responsible marketing of tourism: The case of Canadian Mountain Holidays. *Tourism Management*, 26, 133-142.
 21. Kang, M. H., & Moscardo, G. (2006). Exploring cross-cultural differences in attitudes towards responsible tourist behaviour: A comparison of Korean, British and Australian tourists. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 11(4), 303-320.
 22. Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Beverly Hills, CA: Sage.
 23. Miller, G. A. (2010). Consumerism in sustainable tourism: A survey of UK consumers. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(1), 17-39.
 24. Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
 25. Park, D. B., & Yoon, Y. S. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30(1), 99-108.
 26. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
 27. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2007). *Research method for business students*(4th ed.). UK: Financial Times, Prentice Hall.
 28. Sin, H. L. (2010). Who are we responsible to? Locals' tales of volunteer tourism. *Geoforum*, 41, 983-992.
 29. Spenceley A, Relly, P., Keyser, H., Warmeant, P., McKenzie, M., Mataboge, A., Norton, P., Mahlangu, S., & Sief, J. (2002) *Responsible Tourism Manual for South Africa*. Department for Environmental Affairs and Tourism, Pretoria.
 30. Spenceley, A. (2005). Nature-based tourism and environmental sustainability in South Africa. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(2), 136-144.
 31. Spenceley, A. (2007) *Responsible tourism practices by South Africa tour operators*. International Centre for Responsible Tourism – South Africa.
 32. Spradley, J. (1979). *The ethnographic interview*. CA: Wadsworth.
 33. Stanford, D. (2008). 'Exceptional visitors': Dimensions of tourist responsibility in the context of New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), 258-275.
 34. United Nations (UN). (1987). The Brundland report. www.un.org.
 35. Weiss, S. (1994). *Learning from strangers: The art and method of qualitative interview Studies*. New York: Free Press.
 36. World Tourism Market Responsible Tourism. (2013). About WTM responsible tourism. Retrieved Sep. 15th 2014 from WTM Website: <http://www.wtmresponsibletourism.com/Content/About-WTM-Responsible-Tourism>
 37. **Center for Responsible Tourism** (2015) <http://www.responsibletravel.org/>
 38. **Ethical Traveler**(2015) <http://www.ethicaltraveler.org/>
 39. **Tourism Concern**(2015) <http://www.tourismconcern.org.uk/>

Received 10 February 2015; Revised 02 March 2015; Accepted 10 March 2015



Kyung Hee Kim is a researcher of Department of Agricultural Environment in the National Academy of Agricultural Science, Rural Development Administration, South Korea. Her research interests on rural tourism, consumer behavior, and contents development.

Address: Department of Agricultural Environment, National Academy of Agricultural Science, Rural Development Administration, 166, Nongsaeangmyeong-ro, Iseo-myeon, Wanju-gun, Jeollabuk-do 565-851, Republic of Korea e-mail) khkim08@korea.kr, phone) 82-63-238-2631



Sung-Jin Kang is a postdoctoral researcher of the National Academy of Agricultural Science, South Korea. Her speciality is Tourism and her current research interests include special interest tourism and qualitative studies in tourism.

Address: Department of Agricultural Environment, National Academy of Agricultural Science, Rural Development Administration, 166, Nongsaeangmyeong-ro, Iseo-myeon, Wanju-gun, Jeollabuk-do 565-851, Republic of Korea e-mail) grandmeadow@korea.kr, phone) 82-63-238-2657