

피지(Fiji)의 농촌관광개발 사례분석 및 개선방안 연구

황한철

한경대학교 지역자원시스템공학과

A Study on the Improvement Directions and Case Analysis of Rural Tourism Development in Fiji

Hwang Hancheol

Dept. of Bioresource and Rural Systems Eng., Hankyong National University

ABSTRACT : Tourism is often considered as one of the main industries to promote development and modernization in small South Pacific islands countries. In Fiji, this was recognized in the 1960s, and resulted in large-scale resort based tourism development in coastal areas. While tourism has obvious advantages to the economy, a lot of problems such as exclusive foreign control of the main hotels and resorts, considerable overseas leakage of earnings, the limited participation by indigenous resource owners, and localized environmental damages to reefs and mangroves are emerging. For sustainable tourism development, it is needed to set growth objectives and targets for tourism in terms of benefits to Fiji, and to concentrate support on 'Rural Tourism' such as community-based tourism that have lower leakage and put more into local economies. Through case study in this paper, to develop rural tourism at the local level, several recommendations are as follows: 1) to introduce various rural tourism programs such as experiencing Fiji's traditional culture, participating in activities, picking fruits and harvesting agro-products, 2) to enhance aggressive promotion and marketing strategies, 3) to build the capacity of local communities for improving the quality of tourism services, and 4) to provide the infrastructure for tourism business such as road accessing, water supply and disaster prevention.

Key words : Fiji, Rural Tourism, Tourism Development, Community Based Tourism, Improvement Directions

I. 서 론

1. 연구배경 및 목적

남태평양 작은 규모의 도서 국가들은¹⁾ 천혜의 자연조건들로 인해 관광이 주된 산업인 경우가 대부분이어서 남태평양관광기구 등의 연합 조직을 창설하여 공동 정책을 펴기도 하고, 개별 국가 단위로도 활발한 관광산업 정책을 펼치고 있다(SPTO, 2016). 이들 국가 중 남태양의 허브라 불리는 피지(Fiji)는 주변 섬나라들을 연결하는 교통과 물류의 요지이자 경제, 문화, 관광의 중심지로써 여러 분야에서 최우위의 지위를 차지하고 있다(TFK,

2015, Kweon et al., 2014). 2015년 현재 관광업이 피지 수출입에 차지하는 비중이 45%나 달하고 있으며 매년 증가추세를 보이고 있다. 관광 수입 또한 매년 10% 이상의 성장을 하고 있어 피지정부는 관광산업을 외화 수입을 위한 전략산업으로 육성 중이다. 관광업의 국가 경제기여도가 세계에서 13번째로 높은 나라에 속하며, GDP의 35%를 차지하고 있고(세계 평균 14%, 2011년 기준), 피지 전체 취업인구의 약 32%(10만4천여명)가 관광업에 종사하고 있다. 피지 정부는 앞으로도 관광이 가장 유망한 산업으로 인식하고 최근 중국, 인도, 아랍에미리트 등 신흥시장을 공략하기 위하여 홍보에 심혈을 기울이고 있다(FBoS, 2016, Kweon et al., 2014). 그러나 피지는 남태평양을 찾는 관광객의 40% 이상을 점유하고 있는 관광대국으로서 아직 그 위상은 높지만 최근 들어 남태평양 다른 나라들도 관광산업에 관심을 기울이기 시작

Corresponding author : Hwang Hancheol
Tel : 031-670-5133
E-mail : hwang@hknu.ac.kr

하면서 관광객 유치경쟁이 갈수록 심해지고 있는 실정이어서(TFK, 2015, Kweon et al., 2014), 관광산업 경쟁력 제고를 위한 새로운 대책 마련이 절실하게 되었다.

그동안 피지의 관광산업이 급성장하는 과정에서 외연적 확대는 괄목하였지만 내면적으로는 여러 가지의 한계와 문제점들을 안고 있다. 피지의 관광산업은 1970년 독립 이전부터 주로 외국의 대규모 자본과 원주민의 토지 자본들이 결합되어 대규모 해양리조트 중심으로 개발되어 왔다(Rao, 2002, Pratt et al., 2016). 관광개발이 토지소유자 중심으로만 개발이 제한되어 있고, 외부자본가에 의해 개발된 대형 리조트 중심의 관광산업이 주축을 이루고 있어 부의 편중현상이 점점 심화되고 경제 누수현상, 즉 자본의 역외유출에 따른 문제를 야기하고 있다(Walsh, 2006). 또한, 지역적으로는 서부와 남서부 해안 및 해양 중심의 집중 개발로 인하여 해변의 맹그로브 파괴나 산호초 등 해양생태계 파괴 등에 대한 문제를 지속적으로 낳고 있다(Xie et al., 2013).

따라서 대규모 자본을 바탕으로 한 대형 관광단지 개발은 사회적으로나 환경적으로 미치는 영향이 크기 때문에 이와 같은 악영향을 줄이기 위한 지속가능한 관광개발을 위한 자원의 보전 및 보호, 공간계획 등을 포함한 보다 체계적인 관광개발이 이루어져야하고 이를 위한 제도 마련이 필요하다. 또 관광산업의 지속적 성장을 유도하기 위해서는 현재 해양 중심의 레포츠나 휴양 프로그램 중심으로 편중되어 있는 관광산업을 다변화하고, 더불어 관광시장 규모 자체를 키우는 것도 중요하지만 피지의 전통사회자원들을 기반으로 하여 국내 이익 극대화를 위한 또 다른 노력이 필요하다(Walsh, 2006, Xie et al., 2013).

지역사회 기반의 농업·농촌자원을 활용한 농촌관광은 각국의 농촌마을의 자연풍경을 즐길 수 있고 지역의 다양한 문화 등을 몸소 체험할 수 있어 외국인들의 관광욕구를 충족시켜 줄 수 있는 최적의 프로그램이라고 할 수 있다(Yoon et al., 2014). 특히 부족사회의 지역공동체를 기반으로 하는 피지 고유의 전통농업 및 농촌생활 체험 등의 농촌관광 개발이 피지의 지역경제 활성화와 관광산업 활성화에 새로운 돌파구를 마련할 수 있을 것이라 사료된다.²⁾

그러나 피지의 정부 차원에서는 아직 농촌관광에 대한 이해 부족으로 농촌관광마을이나 관광농원 개발 등에 대한 정책적 노력은 없는 실정이다. 다만, 최근 농가 수익증대를 위하여 지역농산물을 지역의 관광리조트에 직접 판매할 수 있는 연계 방안, 즉 지역의 농업과 관광산업과의 연계 활성화에 대한 정책은 논의되기 시작하였다(MoA, 2015a). 이는 아직 초기 단계로 그 경험과 실적은

매우 미미한 수준이지만 농촌관광에 대한 인식이 시작되고 있다는 점은 매우 고무적이다. 특히 피지 농촌의 경우 전통적인 부족사회를 구성하고 있고 지역공동체 활동이 매우 강하기 때문에 대형 리조트 중심의 관광개발의 부작용을 최소화하고 지역사회 경제에 실질적으로 도움이 되는 지역사회기반형 관광산업³⁾의 모색, 즉 농촌관광개발이 그 하나의 대안이 될 수 있을 것이다.

본 연구는 이러한 맥락에서 최근 피지에서 처음으로 농촌관광사업을 시도하고 있는 관광농원(‘아비바 관광농원’, Aviva Farm)을 대상으로 농촌관광산업으로의 발전 방안을 모색하기 위한 사례분석 연구로서, 먼저 대상지의 관광 운영 실태와 각종 문제점들을 분석하고 보다 실용적이고 현실적인 대안과 개선점들을 도출하고자 피지 내의 선진관광사례와 비교분석을 실시하였다. 본 연구를 통해 도출된 농촌관광 개선점과 정책방안들은 향후 피지의 농촌지역들의 관광개발을 도모하는데, 나아가 피지와 유사한 소규모 도서 국가들의 농촌관광개발에 유용한 시사점을 제공할 것이다.

2. 연구방법 및 자료

먼저 남태평양지역과 피지의 지리인문환경 특성과 관광특성 등을 이해하기 위하여 남태평양관광국, 피지관광청 등의 관련기관의 문헌자료는 물론 당해 지역의 관광산업에 관련한 연구자료 등을 수집·고찰하였고, 피지농림부 등의 관련 공무원 면담을 통해 연구사례지역을 선정하였다. 이렇게 선정된 사례연구지역은 피지의 관광관문이자 최대관광지인 난디(Nadi)⁴⁾ 인근에 위치하고 있는 농업 및 농촌체험 등을 바탕으로 농촌관광을 처음으로 시도하고 있는 ‘아비바 관광농원’(Aviva Farm)이다. 또한 농촌관광개발사업의 실현 가능성을 높이고 보다 객관적인 개선방안을 도출하고자 이곳과 1km 이내의 매우 가까이에 위치하고 있는 피지의 유명 내륙관광지(TFK, 2015) 2곳 ‘잠자는 거인의 정원’(Garden of the Sleeping Giant)과 ‘삼베토 온천 머드 풀’(Sabeto Hot Spring and Mud Pools)을 비교연구와 벤치마킹 사례지로 선정하였다. 2015년 3월부터 9월까지 약 6개월에 걸쳐 사례연구 대상지역들의 경영담당자를 대상으로 관광프로그램 및 관련시설 운영현황, 연간 방문객수 및 홍보마케팅 방법, 개선과제 및 연계협력 방안 등에 대하여 면담 조사하였다. 또한 이곳을 찾는 방문 관광객 대상으로(유효설문 219명) 국적, 방문방법, 여행유형, 관광 만족도, 농촌관광 프로그램 수요도 등에 대하여 대면 설문 조사를 실시하였고, 이의 결과를 토대로 선진관광지와 차이점과 문제점, 벤치마킹 요소들을 찾아내고 관광객들의 특성과

농촌관광프로그램 수요를 분석하여 사례연구지역의 농촌 관광 활성화를 위한 개선방안을 제시하였다.

II. 농촌관광개발 사례 비교분석 및 고찰

1. 사례지역의 특성 분석

난디(Nadi)에는 피지관광의 관문인 난디국제공항(Nadi International Airport)과 대형 고급 관광리조트인 데나라우(Denarau) 리조트 단지가 있는데, 피지 전체 관광객의 약 30%가 이곳에 머물고 있다. 또한 피지 전체 관광객의 약 30%가 야사와(Yasawa) 군도와 마마누다(Mamanuca) 군도를 찾고 있고 이들 대부분의 관광객은 이곳 난디를 거점으로 이동하고 있어 피지 관광의 1번지로 불린다(TFK, 2015, Starnes et al., 2012, Walsh, 2006).

본 사례연구지역인 ‘아비바 관광농원’은 난디국제공항 으로부터 6.5km, 난디 중심가나 대형 관광리조트 데나라우로부터 자동차로 약10-30분 이내로 도착할 수 있어 접근성이 매우 양호하다. 인접한 곳에 ‘잠자는 거인의 정원’(Garden of the Sleeping Giant)과 ‘삼베토 온천 머드 풀’(Sabeto Hot Spring and Mud Pools)이 각각 1km 이내에 위치하고 있다(Figure1). 본 연구에서는 농촌관광 개

발의 초기 단계에 있는 ‘아비바 관광농원’의 발전 개선 방안을 도출하기 위하여 인근의 2개 선진관광지 사례를 함께 비교 분석하여 벤치마킹할 수 있는 요소를 도출하고자 한다.

Table 1에서 보는 바와 같이 본 사례연구지역인 ‘아비바 관광농원’은 해양관광이 주를 이루고 있는 피지에서는 보기 드물게 농업·농촌자원을 활용하여 농촌관광을 시도하고 있는 곳이다. 약 2년의 짧은 역사를 가지고 있어 관련프로그램이 아직 빈약하고 운영 노하우가 부족하여 관광객이 연간 500명 정도로 인근의 두 비교사례지역과는 30배 ~ 40배 이상 차이를 보이고 있는 매우 열악한 상태라고 할 수 있다. 마을의 마탕갈리(Mataqali) 추장의 자손이 직접 경영하는 이곳은 16ha의 넓은 토지위에 열대과일인 유기농 파파야(Papaya), 피지전통특용식물원, 체험승마 등을 기반으로 6명의 마을주민이 직원으로 일하고 있다.⁵⁾

비교 선진사례지인 ‘잠자는 거인의 정원’(Garden of the Sleeping Giant)의 경우 약 40년 전 난(Orchid) 애호가인 미국영화배우 레이먼드 부르(Raymond Burr)에 의해 가꾸어진 20ha에 달하는 대규모 정원으로 160여종 1,500여점의 난이 전시되어 있어 난 감상은 물론 자연 정글 속을 걸으면서 즐길 수 있어 연간 2만명 이상이 찾는 매우 인기 있는 관광지이다. 현지인 전문 경영인을 두고



Source: Google earth

Figure 1. Location map of 3 case study areas

15명의 직원 중 10명을 현지 마을 주민으로 고용하고 있으며, 주기적인 직원 교육 등을 통해 높은 관광서비스의 질을 올리고 있다.

삼베토 온천 머드 풀(Sabeto Hot Spring and Mud Pools)은 1990년 개발을 시작했지만 소규모 시설과 정비 미흡, 홍보 부족 등으로 그동안 관광지로서 잘 알려지지 못하다가 2012년 재정비와 함께 전문 경영인을 두고 여행사, 호텔 등 다양한 홍보 노력 끝에 짧은 기간 내에 연간 1만5천명 이상이 찾는 유명 관광지로 탈바꿈하였다. 특히 모든 직원을 마을 주민으로 고용하고 있는 마을공동경영체(Community Business)의 전형을 잘 보여주고 있다. 뿐만 아니라 마을 주민들이 직접 제작한 공예품을 판매하기도 하고, 관광객의 수에 따라 마사지 수요가 다양한데 순번을 정해 골고루 참여하게 할 뿐만 아니라 외부 전문가를 초청하여 마사지 기술을 배우는 등 관광서비스 교육, 즉 주민역량 강화에도 심혈을 기울이고 있어 마을주민 참여형 관광산업의 좋은 사례가 될 것으로 기대된다.

2. 경영 구조

자료취득의 어려움으로 인해 수입과 지출에 대한 상세한 자료를 확보하지 못하여 경영자 대상 인터뷰를 통하여 개략적인 경영구조(비율)를 확인하였다. Table 2에서 보는 바와 같이 먼저 수입구조를 살펴보면 ‘아비바

관광농원’은 ‘잠자는 거인의 정원’과 ‘삼베토 온천 머드 풀’에 비해 뚜렷한 차이를 보이고 있음을 알 수 있다. 선진지 2곳은 입장료가 수입의 90% 이상을 차지하고 있는 반면 ‘아비바 관광농원’은 10%에 그치고 있다. 관광객을 대상으로 하는 실질적인 관광수익 보다는 열대과일인 유기농 파파야(Papaya)의 외부 판매(일부 수출)가 전체 수익의 절반을 차지하고 있고 나머지는 묘목 판매나 주로 현지인 또는 외국인 거주자들의 가족잔치나 결혼식 장소로 대여하는 이벤트성 수익이 주를 이루고 있다.

지출 구조는 3곳 모두 다양한 구조를 가지고 있는데, 먼저 ‘잠자는 거인의 정원’은 전체 지출의 40%정도를 인건비로 지출하고 있고 나머지는 유지관리, 재투자 등으로 골고루 사용하고 있다. ‘삼베토 온천 머드 풀’은 인건비가 20%로 다른 지역에 비해 가장 낮은 비율이지만 재투자에 전체 지출의 65%를 차지하고 있다. 이는 현재 관광사업의 확장을 위하여 신규 방문센터 건립과 온천시설의 정비·보완에 집중하고 있어 이런 구조를 보이고 있는 것으로 판단된다. ‘아비바 관광농원’의 경우는 아직 수입 총액이 많지 않은 관계로 전체 지출의 절반 이상이 인건비이며 유지관리 및 투자에 각 20%정도를 지출하고 있다. 아직 수익 창출이 어려워 관광농원 활성화를 위한 말(馬) 관리사와 승마 연습장 신설, 전통특용식물원 확충 등에 필요한 신규 자금 확보에 어려움을 겪고 있었다.

Table 1. Characteristics of 3 case study areas

	Garden of the Sleeping Giant	Sabeto Hot Spring and Mud Pools	Aviva Farm
Area & Facilities	·20ha ·Visitor center ·Green houses for orchids ·Car parks	·3.6ha ·Visitor center ·Cafe ·Massage rooms ·Car parks	·16ha ·Visitor center ·Traditional house(Bure) ·Indigenous species nursery ·Organic papaya farm
Founded	·1977	·1990(modernized in 2012)	·2014
Souvenir & selling goods	·None	·Handmade crafts ·Traditional drink & food	·Organic fruits
Ownership & Staffs	·Owner: USA ·Staffs: 15(10villagers)	·Owner: matangali(village leader) ·Staffs:7 villagers, 30 part time villagers	·Owner: Villager ·Staffs: 3 villagers, 3 part time villagers
Tourism activities	·Fiji's orchid collection & lily ponds ·Tropical jungle	·Mod pool ·Hot spring ·Massage ·Traditional welcoming ceremony	·Horse riding ·Indigenous species nursery tour
Annual Visitors	·21,000(approx)	·15,500(approx)	·500(approx)

Table 2. Income and expense structure(%)

		Garden of the Sleeping Giant	Sabeto Hot Spring and Mud Pools	Aviva Farm
Income	Entrance fee	99	90	10
	Goods sale	0	5	50
	Others	1	5	40
Expense	Labors	40	20	50
	Maintenance	20	10	20
	Investment	20	65	20
	Others	20	5	10

*Approximate ratio

3. 홍보 마케팅

관광객들이 관광 상품을 접하게 되는 경로는 매우 다양하다. 사례지역들을 찾은 관광객을 대상으로 각각의 관광지에 대한 정보 취득 방법을 조사한 결과 Table 3과 같이 나타났다. 두 선진관광지인 ‘잠자는 거인의 정원’과 ‘삼베토 온천 머드 풀’의 경우 절반 이상은 인터넷과 여행을 통해 관광 관련정보를 취득하였고, 호텔과 관광 홍보안내서나 책자 등을 통해서도 30% 이상이 정보를 접한 것으로 나타났다. 그러나 ‘아비바 관광농원’은 75%

이상이 방문객들의 주변 지인들의 소개 등을 통한 것으로 나타나 두 지역과는 매우 상이한 결과를 보였다.

이는 Table 4의 홍보 마케팅 실태 결과에서도 그 차이를 여실히 보여주고 있다. 두 선진지의 경우 여행사나 호텔을 상대로 매우 적극적으로 홍보를 하고 긴밀한 사업자 관계를 유지하고 있으며, 인터넷이나 홍보물 제작 배포 등 매우 다양한 채널을 통해 홍보 마케팅을 하고 있다. 반면에 ‘아비바 관광농원’의 경우 아직 관광산업에 대한 이해가 부족하고 홍보 마케팅의 중요성에 대한 인식이 부족하여 개인 페이스북 운영이나 간이 홍보물의 관

Table 3. Methods of obtaining information

	Garden of the Sleeping Giant	Sabeto Hot Spring and Mud Pools	Aviva Farm
Internet	43(54.4)	38(50.7)	5(7.7)
Brochures	24(30.4)	26(34.7)	1(1.5)
Travel agency	40(50.6)	45(60.0)	6(9.2)
Hotels	32(40.5)	31(41.3)	5(7.7)
Friends	4(5.1)	4(5.3)	49(75.4)
Others	4(5.1)	4(5.3)	13(20.0)
Total	79(100%)	75(100%)	65(100%)

* Multiple choice $\chi^2=206.92, p<.0001$

Table 4. Marketing

	Garden of the Sleeping Giant	Sabeto Hot Spring and Mud Pools	Aviva Farm
Internet	○	○	△
Brochures	○	○	△
Travel agency	○	○	×
Hotels	○	○	×
Published Tour guide book	○	○	×

*○: Good, △: Moderate, ×: Bad/None

광농원 내의 비치 정도에 그치고 있고 관광객 홍보 및 모집 등을 전문적으로 하는 여행사나 호텔 등과의 연계가 없어 관광객 유치에 매우 어려움을 겪고 있는 실정이다.

한편 관광객들의 방문방법을 살펴보면 두 선진지의 경우는 대부분이 여행사나 호텔을 통한 단체여행객들이 대부분을 차지하고 있는 반면, ‘아비바 관광농원’의 경우는 90% 가까이 개인적으로 직접 방문하는 사례가 주를 이루고 있어 매우 큰 대조를 보이고 있음을 알 수 있다 (Table 5).

이상의 결과들을 종합해 보면 관광산업의 성패를 좌우하는 관광객 유치에 매우 중요한 요소는 홍보 마케팅의 노력에 의해 좌우되고 있고, 특히 여행객의 다수를 차지하는 단체 관광객을 유치할 수 있도록 전문 여행사나 호텔 등과 긴밀한 사업 파트너십의 구축, 나아가 인터넷은 물론 각종 홍보 안내물의 제작 및 배포 등 다양한 노력이 절실히 필요함을 알 수 있다.

4. 현안과제 및 정부 등의 지원 요청사항

현재 관광업을 운영하면서 해결해야 할 당면과제나 정부 등의 지원책을 조사한 결과, 3곳 모두 지역간선도로 (Queens Road)에서 접근하는 지선도로(Wailoko Road)의 확포장을 지역의 관광산업 활성화의 최우선 과제로 꼽았

다. 이어 홍수 등의 자연재해 예방대책과 건기의 가뭄으로 인한 물부족 현상을 극복하기 위한 상수도 개발 등 관광산업을 위한 기초기반시설 구축의 수요가 가장 높은 것으로 나타났다. 마을공동체를 기반으로 하는 ‘삼베토 온천 머드 풀’과 ‘아비바 관광농원’의 경우는 현지 마을 주민들이 참여하는 지역사회기반의 커뮤니티 비즈니스 육성 방안으로서 초기 사업자금 지원과 농촌관광개발 컨설팅 등의 정부지원 정책이 필요함을 적극 제시하고 있다 (Table 6).

5. 관광객 특성 및 농촌관광 수요 분석

이곳을 찾는 관광객 분포를 나라별로 살펴보면 ‘잠자는 거인의 정원’과 ‘삼베토 온천 머드 풀’의 경우는 피지를 방문하는 전체 관광객의 일반적인 분포상황과 큰 차이를 보이고 있지 않으나 ‘아비바 관광농원’은 전혀 다른 양상을 보이고 있다. ‘기타’ 부문이 전체 관광객의 절반 가까이를 차지하고 있는데, 주로 피지 현지인이나 피지에 장기로 거주하고 있는 외국인들이 대부분으로 위의 두 곳과는 현저한 차이를 보이고 있음을 알 수 있다 (Table 7). 이는 ‘아비바 관광농원’의 관광객 유치 전략으로 순수 외국 관광객 확대 방안이 가장 시급한 과제임을 암시하고 있다.

Table 5. Methods of visiting

	Garden of the Sleeping Giant	Sabeto Hot Spring and Mud Pools	Aviva Farm
Group tour (Travel agency)	56(70.9)	67(89.3)	7(10.8)
Personal	23(29.1)	8(10.7)	58(89.2)
Total	79(100%)	75(100%)	65(100%)

$\chi^2=95.90, p<.0001$

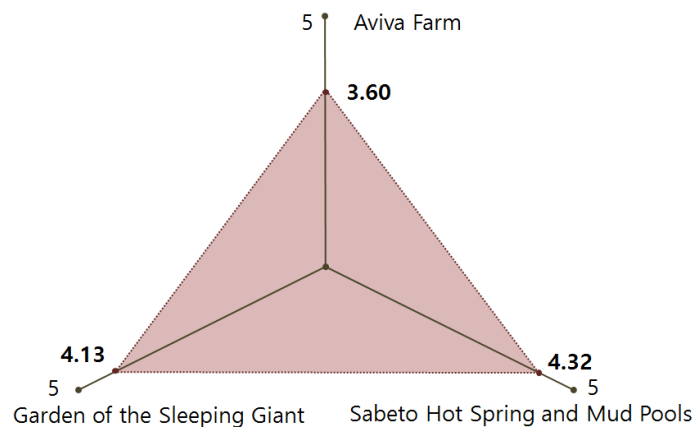
Table 6. Challenges and requirements

	Challenges and requirements
Garden of the Sleeping Giant	·lack of water in dry season(water supply, dam) ·poor road accessing(upgrade road conditions of Wailoko Road)
Sabeto Hot Spring and Mud Pools	·natural disaster(flood prevention) ·poor road accessing(upgrade road conditions of Wailoko Road) ·assist in training farmers for tourism business ·meet start-up costs locally owned/managed and community-based business
Aviva Farm	·natural disaster(flood prevention) ·poor road accessing(upgrade road conditions of Wailoko Road) ·lack of water in dry season(water supply system) ·support fund-raising and consulting for locally owned and community-based rural tourism

Table 7. Respondents by country of residence

Country	Fiji(2015)	A	B	C
Australia	367,273(48.7)	33(41.8)	31(41.3)	10(15.4)
New Zealand	138,537(18.4)	11(13.9)	10(13.3)	9(13.8)
USA	67,831(9.0)	7(8.9)	5(6.7)	2(3.1)
Canada	11,709(1.6)	4(5.1)	3(4.0)	1(1.5)
United Kingdom	16,716(2.2)	1(1.3)	1(1.3)	1(1.5)
Continental Europe	31,195(4.1)	4(5.1)	4(5.3)	3(4.6)
China	40,174(5.3)	7(8.9)	4(5.3)	1(1.5)
Rest of Asia	27,173(3.6)	5(6.3)	5(6.7)	5(7.7)
Pacific Islands	48,570(6.4)	1(1.3)	0(0.0)	0(0.0)
Others	5,657(0.7)	6(7.6)	12(16.0)	33(50.8)
Total	754,835(100.0)	79(100%)	75(100%)	65(100%)

* A: Garden of the Sleeping Giant, B: Sabeto Hot Spring and Mud Pools, C: Aviva Farm



* 1: very unsatisfaction 3: moderate 5:very satisfaction

Figure 2. Satisfaction levels of tourism services ($\chi^2=49.07, p<.0001$)

관광객들의 관광서비스에 대한 종합적인 만족도를 살펴보면 Figure 2에서 보는 바와 같이 ‘삼베토 온천 머드풀’(4.32)과 ‘잠자는 거인의 정원’(4.13)은 매우 높은 만족도를 보이고 있으나, ‘아비바 관광농원’의 경우는 비교적 낮은 만족도(3.60)를 보였다. 두 선진관광지는 관광객들이 선호하는 특화된 관광자원을 보유하고 있기 때문이기도 하지만 직원들의 친절함과 우수한 시설 등 전반적인 관광서비스의 질적 수준이 높은 데 반해, ‘아비바 관광농원’은 관광업을 시작한 초기라 아직 매력적인 관광프로그램이 부족하고 직원들 또한 관광서비스에 대한 이해가 부족하고 질적 수준이 낮은 것이라 사료된다.

농촌관광을 활성화하기 위해서는 무엇보다도 먼저 관

광객의 수요에 걸맞은 매력적인 관광프로그램을 개발하는 것이라 할 수 있다. 본 연구에서는 ‘아비바 관광농원’의 농촌관광 프로그램을 개발·도입하기 위하여 관광객을 대상으로 잠자리, 살거리, 즐길거리, 먹을거리 등을 중심으로 그 수요도를 조사하였다.

농촌관광 프로그램별로 관광객들이 참여하고자 하는 의사를 살펴본 결과 Table 8과 같이 살거리 항목의 ‘지역의 과일이나 농산물’(3.36)을 제외하고는 대부분의 프로그램에 4.0이상의 높은 참여 의사를 보이고 있음을 알 수 있었다. 특히 전통문화체험, 열대과일이나 농산물 수확체험, 생태관광, 전통음식과 음료 만들기 체험 등 즐길거리를 중심으로 매우 높은 관심을 보이고 있다. 그리고

Table 8. Willingness to join rural tourism activities

Category	Items	Score
Accommodations	Traditional house(Bure)	4.36
Shopping	Folk craft	4.06
	Fruit & agricultural products	3.36
Experience tourism activities and attractions	Traditional culture	4.37
	Horse riding(trekking)	4.06
	Eco-trekking	4.16
	Cooking & eating traditional food	4.29
	Harvesting fruit & agricultural products	4.42
Eats	Traditional food & drink	4.10

* 5 point Likert scale(1: strongly disagree 3: moderate 5: strongly agree)

전통주택인 부레(Bure)의 숙박체험, 먹을거리로는 전통음식 및 음료(카바 Kava) 등 피지의 전통을 바탕으로 한 다양한 농촌체험형 관광프로그램에 관심을 보이고 있어 향후 농촌관광의 전망을 밝게 하고 있음을 확인할 수 있었다.

III. 농촌관광 활성화를 위한 개선방안: 아비바 관광농원(Aviva Farm) 사례

지금까지 피지의 농촌관광 시발점이라 할 수 있는 ‘아비바 관광농원’의 활성화 관점에서 관광운영 실태를 두 곳의 선진관광지와 비교분석해 보고, 또한 관광객들을 대상으로 한 관광특성과 농촌관광프로그램 개발 수요 등을 조사·분석한 결과들을 바탕으로 몇 가지 개선 방안을 도출해보면 다음과 같다.

1. 다양한 농촌관광프로그램의 개발

농촌관광이 관광지로서 경쟁력을 갖추기 위해서는 관광객이 될 중요하게 생각하는 지를 파악하는 것과 관광지가 갖는 다양한 구성요소의 질적, 양적 수준을 확보하는 것 또한 중요한 과제이다(Litvin and Ling, 2001, Choi and Lim, 2010). 관광산업 활성화의 핵심은 결국 관광객을 유인할 수 있는 그 지역의 특색을 잘 살린 매력적인 관광프로그램이라 할 수 있다(Yoon et al., 2014). 그러한 관점에서 볼 때 피지의 농촌관광 그리고 ‘아비바 관광농

원’의 관광 활성화를 위해서는 외국관광객의 수요에 부응하여 이곳 농촌지역 내에서 제공할 수 있는 특색 있는 농촌관련 다양한 관광프로그램의 개발이 무엇보다도 필요하다. 현재 ‘아비바 관광농원’은 피지 농촌주민들이 전통적으로 농산물 수송이나 이동수단 등에 사용하고 있는 말(馬)을 활용하여 체험용 관광승마프로그램을 도입·운영하고 있는 것이 주된 관광 프로그램이다.⁶⁾ 체험승마 관광프로그램은 순수 외국관광객뿐만 아니라 피지 거주 외국인(국제학교 학생들의 교양프로그램 포함)들도 많이 참여하고 있다. 그리고 피지 특용식물원 투어프로그램을 운영하고 있으나 아직 식물이 다양하지 못하고 관광 상품화 수준에는 못 미치고 있어 수입을 창출할 정도는 아니고 현재 그 관광기반을 확충하고 있는 단계이다. 이외 열대과일인 파파야는 생산·판매 중심으로 농산자원을 활용한 체험관광 등에는 활용하고 있지 못하는 등 전체적으로 농촌관광은 걸음마 수준이라 할 수 있다.

따라서 ‘아비바 관광농원’이 가지고 있는 잠재력으로 볼 때 Table 8에서 본 바와 같이 외국인들이 선호하고 있는 전통문화체험(피지전통 환영식, 노래, 춤 등), 파파야나 망고 등 열대과일이나 카사바, 사탕수수 등의 농산물 수확체험, 잠자는 거인의 산(Mt. Sleeping Giant)⁷⁾ 생태관광 트레킹, 전통음식과 음료(카바 kava) 만들기 체험 등 다양한 즐길거리는 물론 전통주택인 부레(Bure)의 숙박체험, 전통음식 및 음료 등의 먹을거리 등 피지의 전통을 바탕으로 반나절, 하루, 1박2일 등의 다양한 농촌체험관광프로그램이 우선적으로 개발되어야 할 것이다.

2. 홍보·마케팅

‘아비바 관광농원’이 ‘잡자는 거인의 정원’과 ‘삼베토 온천 머드 풀’과 비교했을 때 가장 취약한 부분이 홍보 마케팅의 부족임을 알 수 있었다. 이는 결국 방문 관광객 수 확보와 직접적으로 연결된다고 할 수 있는데, 현재 ‘아비바 관광농원’은 페이스북을 통한 소식 전달, 자체 제작한 소규모 안내지를 관광농원 내에 비치하는 정도가 홍보 마케팅의 전부이다. 선진 사례관광지 두 곳의 대부분의 관광객이 전문 여행사를 통한 단체 관광객임을 볼 때 이들이 적극적으로 펼치는 전문 여행사나 호텔 등을 대상으로 하는 홍보 마케팅 전략은 매우 유효함을 알 수 있다. 따라서 ‘아비바 관광농원’이 관광객 유치를 위하여 무엇보다도 먼저 해야 할 일이 지역에 소재하고 있는 전문 여행사나 호텔 등을 대상으로 하는 보다 공격적인 홍보 마케팅이고, 나아가 이들과의 동업자로서 관계를 돈독하게 유지해나가는 것이라 할 수 있다. 또한 홈페이지 구축 등 인터넷은 물론 전문 홍보 안내지를 제작하여 여행자들이 찾는 여러 장소에 비치하는 등 다양한 방법의 홍보 마케팅 전략을 적극적으로 구사하여야 할 것이다. 그러나 자본이 부족한 소규모 관광농원으로서 초기 홍보활동은 매우 부담스러울 수 있기 때문에 지역의 관광전문 여행사와 긴밀한 파트너십을 구축하고 인근 선진관광지와는 협력프로그램을 개발하여 홍보 마케팅을 공유하는 것도 유용한 방안이라 사료된다.

3. 직원 관광서비스 강화 교육

관광객의 만족도를 높이는 것은 충성도를 높이고 재방문을 유도하는데 매우 중요하다(Yoon et al., 2014). 최근에는 SNS의 발달로 관광객의 만족도가 실시간으로 피드백되고 있기 때문에 관광객의 만족도가 관광산업 활성화에 미치는 영향이 지대하다. 만족도를 제고하기 위해서는 농촌관광프로그램의 매력성을 높이는 것뿐만 아니라 대면 서비스의 질을 높이는 것, 즉 숙인적인 요소 또한 매우 중요하다고 할 수 있다. ‘아비바 관광농원’의 경우 직원들의 관광서비스에 대한 교육이 전혀 이루어지지 않아 아직 관광서비스에 대한 이해가 부족하고 피지 원주민의 특유한 느긋함 등으로 인해 시간 미준수나 프로그램 진행 미숙 등 다양한 문제점을 노출하고 있다. 따라서 무엇보다도 먼저 관광서비스 마인드를 고취시킬 수 있도록 직원들의 기초교육은 물론 관광프로그램의 운영이나 관광농원의 경영 등에 관한 전문적인 교육이 급선무하다고 할 수 있다. 또한 인근 선진관광지를 주기적으로 견학하면서 관광서비스나 경영의 실재를 익히는 것이

매우 주효할 것이다.

4. 주변 관광지 연계 강화 방안

‘아비바 관광농원’은 인근 1km 이내에 본 연구의 비교분석 사례지인 두 곳의 선진관광지가 소재하고 있는데 그 중간에 위치하고 있으면서 접근로(Wailoko Road)를 함께 사용하고 있다. ‘잡자는 거인의 정원’은 난을 테마로 ‘삼베토 온천 머드 풀’은 온천과 머드팩, 마사지 등을 소재로 한 각각 색다른 관광프로그램을 운용하면서 두 곳은 각각 연간 20,000명과 15,000명 이상의 관광객을 유치하고 있는 매우 인기 있는 관광지로 각광받고 있다. 그러나 관광주체가 각기 달라 그동안 서로 경쟁적인 관계가 아님에도 불구하고 보완적인 관계로 상생 발전하기 위한 노력은 전혀 이루어지지 않았다. 따라서 아직 홍보 마케팅이 매우 부족한 ‘아비바 관광농원’의 경우는 선진 두 곳의 관광 상품과 연계할 수 있는 프로그램, 즉 상지에서 언급한 농촌관광프로그램과 연합하는 패키지 관광 상품을 개발하여 서로가 상생 발전할 수 있는 대안을 모색하는 것이 매우 중요한 개발 전략이 될 것이다.⁸⁾

5. 제도적 지원

서론에서도 언급한 바와 같이 그동안 대형 리조트 단위의 해양관광 중심 개발로 환경파괴 문제, 자원의 역외 유출 및 지역경제 소외 등 피지관광산업에 대한 다양한 문제점을 노출해 왔는데, 이를 극복하기 위한 하나의 대안으로 지역공동체를 기반으로 하는 농촌관광의 적극적인 도입이라 할 수 있다. 농촌관광을 도입하고 발전시켜 나가기 위해서는 무엇보다도 먼저 정부 스스로가 이에 대한 필요성과 올바른 인식을 갖는 것이 중요하다.⁹⁾ 이러한 인식하에서 농촌관광 활성화를 위한 정책 마련이 매우 중요한데, 먼저 농촌관광 개발의 기반이라 할 수 있는 관광 진입도로 확포장, 상하수도 설치, 홍수 등 재해예방과 같은 관광인프라 구축은 물론 농촌관광 개발계획을 수립하고 평가·자문하는 전문적인 컨설팅, 사업 초기에 필요한 자금 지원 등 농촌관광을 위한 하드웨어는 물론 소프트웨어에 이르기까지 조화로운 지원책이 필요하다.

특히 피지의 경우 전통적인 부족사회를 이루고 있기 때문에 지역공동체 차원의 농촌관광산업은 매우 유효할 것으로 사료되나, 지역주민의 관광산업 참여를 독려하고 선진 관광산업서비스 의식 고취를 위한 주민역량 강화 교육, 관광산업 경영지도 및 컨설팅 등에 많은 시간과 노력을 투입하여야 할 것이다.

IV. 결론

피지와 같은 남태평양 도서국들의 관광산업이 그동안 외국의 대형 자본에 의한 해양 중심의 리조트 개발에 집중되어온 결과 해양 생태계 파괴 등의 환경문제를 비롯하여 자본의 역외 유출, 지역적 편중 개발, 관광프로그램의 단순화로 인한 관광산업 성장의 한계 등의 각종 문제점을 노출하고 있는 실정이다.

관광산업의 지속적 성장을 유도하고 국내 이익 극대화를 위해서는 대형 리조트 중심의 관광개발로 관광시장 자체만을 키우기 보다는 지역경제에 실질적으로 도움이 되는 지역사회의 인적·물적 자원을 기반으로 하는 관광산업의 다양화에 대한 논의가 필요하게 되었다. 즉 해외 자본 중심의 해양관광에서 벗어나 부족사회의 전통을 이어오고 있는 지역공동체를 기반으로 하는 전통문화 체험이나 자연생태체험, 농업·농촌체험관광 등 새로운 차원의 관광산업 재편과 관광산업의 외연적 확대에 대한 필요성도 대두되고 있다.

본 연구에서는 이러한 관점에서 최근 피지 전통의 농업·농촌자원을 활용하여 농촌관광을 시도하고 있지만 아직 저급한 수준에 있는 ‘아비바 관광농원’을 사례연구지역으로 선정하여 인근의 유명 선진관광지 대상 비교연구 결과와, 관광객 상대 관광특성 및 농촌관광 수요 조사·분석을 통하여 농촌관광산업으로 발전하기 위한 개선점들을 도출하고 향후 피지를 비롯한 도서해양국들의 농촌관광 개발의 시사점을 제공하고자 하였다.

농촌관광개발 초기에 있는 ‘아비바 관광농원’은 아직 유기농 파파야 생산·판매가 주 소득원이고 관광 상품인 체험승마나 피지전통식물원 투어를 통한 수입은 매우 미미한 것으로 나타났다. 연간 관광객이 아직 500여명 수준으로 인근 선진관광지 두 곳이 각각 15,000명, 20,000명 이상인 것과 비해 30배, 40배 이상 차이를 보이고 있다. 이는 아직 외국 관광객을 유인할 수 있는 매력적인 관광프로그램이 부족한 것으로 판단되며, 이를 극복하기 위해서는 외국관광객들이 선호하는 전통문화체험, 농산물 수확체험, 생태관광 트레킹, 전통음식과 음료 만들기 체험 등 다양한 즐길거리와 전통주택숙박체험, 전통음식 및 음료와 같은 먹을거리 등 다양한 피지의 전통 기반형 농촌체험관광프로그램 개발이 필요하다.

또한 ‘아비바 관광농원’이 두 선진관광지와 비교해 가장 뒤떨어진 것이 홍보 마케팅의 부재였다. 선진관광지 두 곳을 찾는 대부분의 관광객은 전문 여행사나 호텔을 통해 오는 단체관광객인데 이는 매우 유효한 관광객 유치 전략이었다. 이를 고려할 때 ‘아비바 관광농원’도 마

찬가지로 지역의 전문 여행사나 호텔 등을 대상으로 관광사업의 동업자 관계인 파트너십 구축을 위해 적극적인 홍보 마케팅에 나서야 할 것이다.

나아가 연계해 있는 선진관광지들과 관광 주제가 각기 다른 특성을 살려 서로 보완적인 관계 발전을 위한 연계관광 상품 개발, 즉 농촌관광프로그램과 연합하는 패키지 관광 상품을 개발하고 홍보 마케팅도 공유한다면 그 시너지 효과를 제고할 수 있어 상생발전의 대안이 될 것으로 사료된다.

마지막으로 지역공동체기반인 농촌관광산업이 발전하기 위해서는 무엇보다도 정부나 관련단체의 농촌관광 도입의 필요성에 대한 인식과 농촌관광 기반을 조성하는 것이라 할 수 있다. 관광 접근로인 농촌도로 개선이나 자연재해 예방 등 하드웨어 지원뿐만 아니라 농촌관광개발 계획 수립, 관광개발 자금 지원 및 경영컨설팅, 농촌 지역주민의 관광서비스 참여 및 의식 고취를 위한 주민 역량 강화 교육 등 다양하고 적극적인 지원정책이 필요할 것이다.

이와 같은 본 연구 결과가 갖는 시사점은 피지의 여러 농촌지역들의 농촌관광 개발 확대 전략으로 유용하게 활용할 수 있을 뿐만 아니라, 피지와 유사하게 대부분 해양관광이 주를 이루고 있어 자원 활용이 한정되어 있는 남태평양 관광도서국들의 관광산업 다변화와 외연적 확대에도 기여할 수 있고, 나아가 저개발국가의 농촌개발 전략으로서 농촌관광이 갖는 의미도 함께 제공할 수 있으리라 기대한다.

주1) 태평양을 적도를 기준으로 남태평양과 북태평양으로 구분하고 일반적으로 민족과 언어 등의 문화적 기준에 따라 폴리네시아(Polynesia), 멜라네시아(Melanesia), 마이크로네시아(Micronesia) 세 지역으로 구분하고 있다. 폴리네시아 주요국가로는 사모아, 통아, 프랑스령 폴리네시아, 하와이 등이 있고, 멜라네시아 지역의 주요 국가로는 피지, 파푸아뉴기니, 솔로몬 제도, 바누아투 등이 있으며, 마이크로네시아 지역은 팔라우, 마이크로네시아 연방국, 마셜 제도 등이 있다. 피지는 멜라네시아 지역에 속하지만 폴리네시아 경계에 있고 오래 전부터 통가, 사모아 등의 폴리네시아 국가들과의 활발한 교류로 인하여 양쪽 문화의 특징을 모두 지니고 있다(Lal and Fortune, 2000, Kweon et al., 2014, Choe, 2006 등에서 재정리).

주2) 피지 전통사회의 가장 작은 단위는 가족(Tokatoka)이고, 이 가족이 여러 개 모여 마탕갈리(Mataqali)가 된다. 몇 개의 마탕갈리가 모여 야부사(Yavusa) 대부족이 되고 야부사가 모여 바누아(Vanua, 지역)를 이룬다. 즉 가족 - 부족 - 씨족 - 지역으로 이어지는 개념이며, 투랑아(Turaga)라 불리는 추장이 마탕갈리 친족집단을 이끌고 장자상속제로 이어진다. 또한 피지의 전통 사회 문화인 케레케레(Kerekere)는 사회적 자본형성과 호혜적 교환체제로 자본주의적 성격과 다른데 인맥자원 또는 사회적 자본에 가깝다. 부족사회 구성원들 간의 호혜적 교환, 상호부

조의 원리, 친족 커뮤니티의 재화의 평등성을 보장하는 시스템이라 할 수 있다(Kwen et al., 2014에서 재정리). 따라서 농촌관광과 같은 주민참여를 바탕으로 하는 일자리 창출과 이익을 공유하는 공동경영체 커뮤니티 비즈니스에는 적합할 수 있을 것이다.

- 주3) 지역사회기반형 관광(Community Based Tourism, CTB)은 관광을 통하여 사회경제적 이익을 극대화하는 반면 부정적 환경영향을 최소화하는 지속가능개발 모델로 그동안 많은 학자들에 의해 다양하게 정의되었는데(Tolkach and King, 2015), 국내에서도 이런 개념의 도입으로 농촌관광, 생태관광 등의 형태로 자리하고 있고 지역관광산업을 지역주민들이 주체적으로 운영하여 관광개발에 따른 이익이 지역내에 분배되고 커뮤니티기반을 튼튼하게 구축함으로써 외부의 영향이나 압력 없이 지역주민들 스스로 내생적 발전을 도모하는 것을 말한다(Yun, 2011에서 재정리).
- 주4) 피지 알파벳은 영어와 비슷하지만 발음상 차이를 보이는 것이 많다. c는 ‘드’로 d는 앞에 n을 붙여 발음한다. 그래서 Nadi도 ‘나디’가 아닌 ‘난디’라고 발음한다. 이외 b는 m을 앞에 붙여 발음하고 g는 ‘잉’으로 q는 ‘잉크’로 발음하고 있다(Kweon et al., 2014, Starnes et al., 2012에서 재정리).
- 주5) 본 ‘아비바 관광농원’은 마탕갈리(주2 참조)의 추장 차남이 토지소유자이며 경영자인데, 직원 모두 마을주민을 채용하고 있으며 향후에도 사업이 확장되면 직원 모두를 마을 주민으로 채용할 계획을 밝히고 있다. 이는 일종의 마을공동경영체(Community business) 형식의 사회적 기업으로 운영하고자 하는 포부를 가지고 있다. 피지의 농촌마을 경우 전통적 부족사회를 형성하고 있어 이런 방식의 운영은 매우 자연적일 수 있으며, 인근 마을 ‘삼베토 온천 머드 풀’의 경우에서도 확인할 수 있었다.
- 주6) 년 2회 정도 피지 전통 경마대회를 마을의 축제 형식으로 열고 있으나 규모가 작고 마주(馬主)들이나 마을주민들의 내기 경기 수준에 머물고 있으며, 관람객이 외국 관광객이 아닌 주로 현지인들이 대부분인데, 이의 규모를 확대하고 경마대회 수준을 끌어올려 관광 상품화하는 것도 하나의 방안이 될 수 있으리라 사료된다.
- 주7) 이 산은 코로야니투 국립유산공원(Koroyanitu National Heritage Park)내의 1,195m 높이를 가진 코로야니투산인데, 그 모습이 ‘잠자는 거인(Sleeping Giant)’과 닮았다고 하여 붙여진 이름으로 지역주민이나 관광객들에게 더 잘 알려줘 있다(Starnes et al., 2012).
- 주8) 경영인 상대 인터뷰 결과, 3곳 모두 이런 대안에 대하여 매우 긍정적이고 적극적인 태도를 보여 향후 인근 3곳의 관광지가 연합하여 대응한다면 그 상승효과는 매우 클 것으로 사료되며, 피지 농촌관광지의 시발점이자 핵심지로 발돋움할 것으로 기대된다.
- 주9) 관련 공무원 인터뷰 결과, 피지관광의 문제점과 지역공동체 기반 농촌관광산업 도입 등에 대한 필요성은 어느 정도 인식하고 있으나 적극성은 아직 부족하고 이와 관련된 직접적인 정책은 마련하고 있지 못하다. 하지만 고품질 농산물 생산과 유통을 통한 관광산업과의 연계 등에 대한 노력을 기울이고 있는 등 농업·농촌 자원의 관광산업 연계 필요성에 대한 인식이 조금씩 확산되고 있어 차츰 농촌관광정책도 도입·개발되리라 사료된다.

References

1. Choe, J., 2006, The Characteristics of Environmental Friendly Tourism in the South Pacific Islands: A Case of Ecotourism in Fiji Islands, Journal of The Korean Association of Regional Geographers 12(1), 124-141.
2. Choi, C. and Lim, B., 2010, An Empirical Study on the Relation between Satisfaction and Revisit in the Choice of Tourist Attractions, Bulletin of Institute of Business and Economic Research 24(2), 45-66.
3. Fiji Bureau of Statistics(FBoS), 2016, Statistical News, FBoS Release No.26.
4. Kweon, M., Lee, M., and Kang, D., 2014, The Republic of Fiji, KIOST, pp.303.
5. Lal, B. V. and Fortune, K., 2000, The Pacific Islands: An Encyclopedia, University of Hawai i Press.
6. Litvin, S. W. and Ling, S. L., 2001, The Destination Attribute Management Model: An Empirical Application to Bintan, Indonesia, Tourism Management 22(5), 481-492.
7. Ministry of Agriculture(MoA), 2015a, Annual Corporate Plan 2015, MoA.
8. Ministry of Agriculture(MoA), 2015b, Fiji Farm Management Budget Manual, MoA.
9. Pratt, S., McCabe, S., & Movono, A., 2016, Gross happiness of a 'tourism' village in Fiji, Journal of Destination Marketing & Management 5(2016), 26-35.
10. Rao, M., 2002, Challenges and issues for tourism in the South Pacific island states: the case of the Fiji Islands, Tourism Economics, 8(4), 401-429.
11. South Pacific Tourism Organization(SPTO), 2016, <http://spto.org/>
12. Starnes D., Brash C., & Jealous V., 2012, Fiji, Lonely Planet.
13. Tolkach, D. and King, B., 2015, Strengthening Community-Based Tourism in a new resource-based island nation: Why and how?, Tourism Management 48, 386-398.
14. Tourism Fiji Korea(TFK), 2015, Fiji Travel Guide Book, Tourism Fiji Korea.
15. Walsh, C., 2006, Fiji: An Encyclopaedic Atlas, USP(The University of The South Pacific, pp.419.

본 연구는 2014년도 한경대학교 교비(해외)과건 연구비의 지원에 의한 것임.

16. Xie, P. F., Chandra, V., & Gu, K., 2013, Morphological changes of coastal tourism: A case study of Denarau Island, Fiji, *Tourism Management Perspectives* 5(2013), 75-83.
 17. Yoon, S., Han, S. & Kim, Y., 2014, A Study of Segmentation of Foreign Rural Tourists based on Rural Tourism Attributes, and Satisfaction and Loyalty, *Journal of the Korean Society of Rural Planning*, 20(2), 115-126.
 18. Yun, H., 2011, Demand Analysis for Community-based Tourism Using Count Data Models, *Korean J. Community Living Science*. 22(2), 247-255.
-
- Received 30 August 2016
 - First Revised 16 September 2016
 - Finally Revised 9 October 2016
 - Accepted 9 October 2016