

성류굴 주변 관광상업지역의 특성

The Specific Character of Tourist - commercial District around Seongryu Cave in Uljin

유 영 준*

국문초록

본 연구는 1963년 천연기념물로 지정된 성류굴 주변의 관광상업지역 특성을 조사하여 관광지의 조성이 관광상업지역의 발전에 어떤 영향을 미쳤는가를 살펴 보는데 그 목적이 있다. 연구를 위한 설문조사는 1998년 8월 29일에 관광상업 지역 내의 전 상점을 대상으로 하여 이루어졌으며, 그 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 관광상업지역에는 10년 이상 된 업체가 절반 이상(52.6%)의 비중을 차지하고 있으며, 상점의 경영 동기는 관광객을 대상으로 하기 때문에 수익성이 좋을 것 같아서 개업한 경우가 많았고(57.9%), 경영주의 전직은 상업(31.6%)과 농업(26.3%)이 많았으며, 상점의 규모는 10평 미만의 상점을 운영하는 상점들이 많았으며, 20평 이상의 상점을 경영하는 경우는 개업한 지 10년 이상 된 장기 경영자들이 주류를 이루었다. 둘째, 경영주의 학력을 조사한 결과 고졸 출신들이 가장 많았고(52.6%), 현재의 업종을 구분한 결과 기념품점과 식당이 주류를 이루고 있었다. 또한 업종 변경을 고려하고 있는 가라는 질문에는 절반 이상 52.6%)이 고려하지 않고 있으며, 변경을 고려하는 경우에도 식당을 선호하는 것으로 나타났다. 셋째, 상점의 소유 형태를 살펴본 결과 임대하여 운영하는 경우(63.2%)가 더 많음을 알 수 있었고, 한편 개업연도와 소유 및 임대별 상황과 직주 분리 현황을 교차 비교한 결과 상점을 소유하고 있는 경영주보다 임대하고 있는 경영주가 직주분리를 더 선호하고 있다. 마지막으로 관광객들의 관광상품에 대한 불만 정도를 조사한 결과 대부분의 상점(78.9%)이 불만을 듣지 않고 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 최근 들어 강원도의 신흥 동굴관광지 조성으로 인해 관광객들이 감소하고 있으며, 이것은 성류굴 주변의 관광상업지역에도 영향을 미쳐 관광상업지역의 발전에 저해요소가 되고 있음을 알 수 있다.

* 경주대학교 관광경영학과 초빙교수

I. 머리말

관광이란 하나의 사회현상이다. 이런 특성을 지닌 관광은 주체(관광객)·객체(관광의 대상) 및 이 두 요소를 다양한 측면에서 연결시켜주는 매개체로 구성되어 있다. 관광의 주체인 관광객들은 객체인 관광의 대상만을 고려하여 관광 행동을 결정하지만, 관광지에 도착하고 나서는 관광의 대상 이외에 관광지 입구부터 늘어선 관광상업지역(관광의 매체)과 관광을 시작하는 시간부터 끝내는 시간까지 접촉하게 된다.

대부분의 관광객들은 이들 관광상업지역에서 식사를 한다던가, 기념품을 사고 있기 때문에 관광객들과 무수한 접촉을 하고 있는 중요한 관광요소가 관광상업지역이다.

한편 동굴이라는 관광자원에 대한 연구는 한국동굴학회를 중심으로 하여 많이 행해지고 있지만 관광과 관련한 연구는 축적된 자료가 부족한 실정이다. 그러나 1990년대에 동굴이 관광명소로 자리잡게 되면서 관광자원으로서의 동굴을 인식하게 되어 관광지·관광자원으로서의 특성 및 교통 특성에 대한 연구가 주로 행해지고 있다(홍시환·유영준·홍충렬, 1996).

그런데 전술한 바와 같이 관광상업지역이 동굴 관광에서도 중요한 요소가 될 수 있지만, 아직까지 동굴학계에서는 1996년에 행해진 고수동굴 주변지역의 관광상업지역에 관한 연구(홍현철·유영준·홍충렬·장상태) 이외에는 진전을 보이지 않고 있다.

따라서 본 연구에서는 1963년 천연기념물로 지정된 성류굴을 연구대상지역으로 하여 그 주변지역의 관광상업지역 특성을 조사함으로써 관광지의 조성이 관광상업지역의 발전에 어떤 영향을 미쳤는가를 살펴보는데 그 목적이 있다. 본 연구를 위한 설문조사는 1998년 8월 29일에 실시되었으며, 전수조사를 원칙으로 했으나 응답을 거부한 경우가 있어 관광상업지역 내의 전 상점이 연구 대상이 되지 못하였음을 밝혀둔다.

II. 성류굴의 관광적 특성

경북 울진군 근남면 구산리에 위치한 성류굴은 성류산 밑에 형성된 동굴로 길이 472m의 석회동굴이며, 옛 지형도에는 '선유굴(仙遊窟)'이라고 되어 있는데, 이것은 풍치가 우아하여 신선들이 한가로이 놀던 곳이라는 뜻이다. 오늘날 이 굴을 '성류굴'이라고 부르게 된 것은

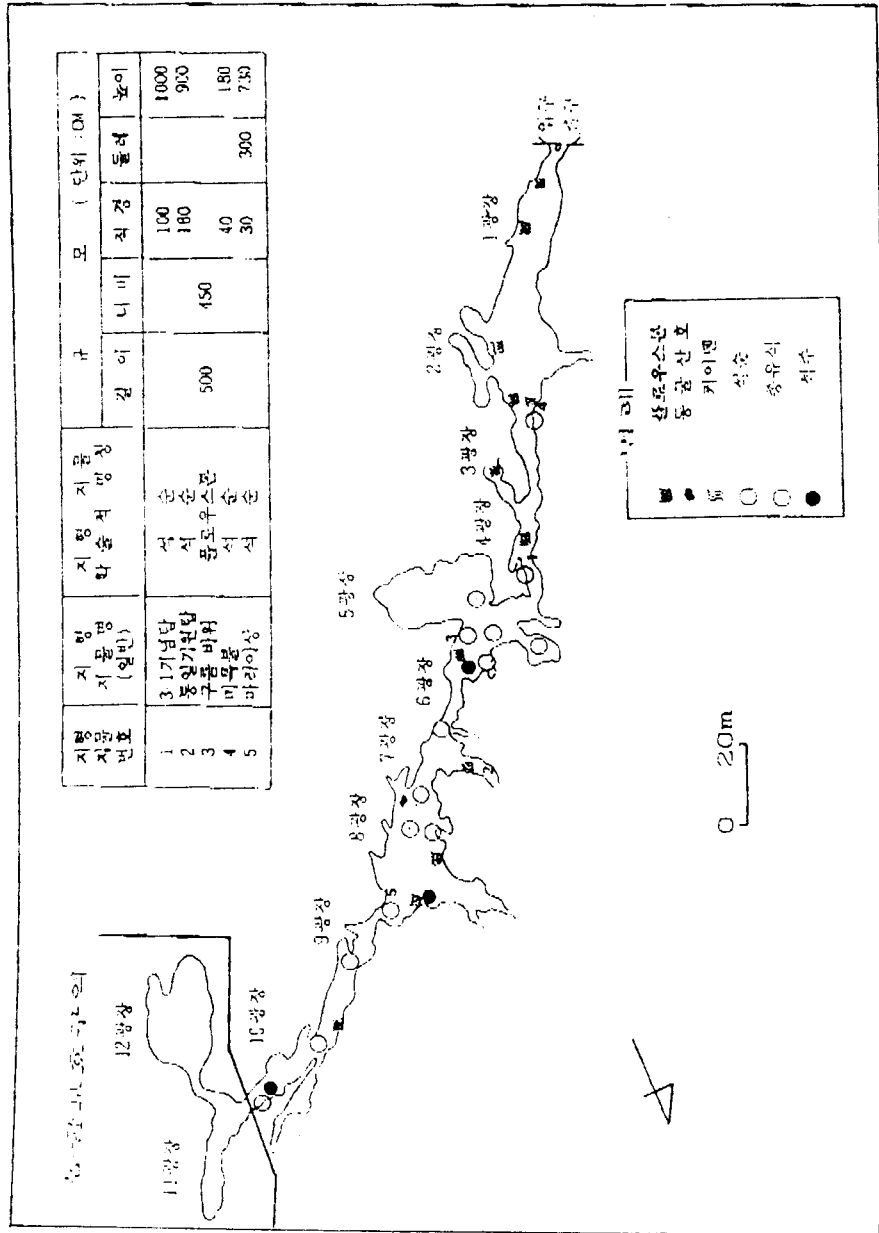


그림 1 성류굴 지형지물 분포도

입진왜란 때 성류사(聖留寺)라는 절이 있었는데 왜병들에 의해 이 절이 소실되었으며, 이 때 성류사에 안치되었던 불상들을 굴 안에 피난시켜 이를 연유로 하여 성불(聖佛)이 머물던 곳(留)이라 하여 이름짓게 된 것이다.

성류굴은 크고 작은 광장들로 연결되어 있는 직선형이며 수평적인 석회동굴이다. 일반적으로 우리 나라 대부분의 석회동굴은 기복이 심하거나 꼬불꼬불한 곡선형 또는 계단적인 다층 구조가 많다. 그러나 곧바로 넓은 광장이 직선적으로 연결되고 있을 뿐만 아니라 그 동굴의 바다 경사도 단조롭고 수평적인 형태로 되어 있는 것이 성류굴의 특징이다.

이 밖에도 성류굴은 천장이 높아 그 생성연대가 오래되었음을 말해주고 있는데, 옥피천(玉避川)의 냇물이 밀려들어와 진동굴성 생물의 생태환경을 해치고 있는 것도 특징의 하나라고 하겠다. 따라서 동굴 내부는 항상 지나칠 정도로 다습한 환경을 이루고 있으며, 오염된 옥피천 냇물에 의하여 수질이 오염되고 있다. 그리고 화려하고도 대규모인 2차 생성물, 즉 동굴 퇴적물들이 성장하고 있음도 또 다른 특징이다(유영준, 1998).

이상과 같은 관광적 특성을 지닌 성류굴 내에 분포하고 있는 동굴 지형지물의 분포는 그림 1과 같다.

Ⅲ. 관광객 현황

1. 울진군 관광객 현황

1995년부터 1997년까지 울진군을 찾은 관광객 수를 1995년 390여 만 명을 기점으로 하여 1996년에는 359만 명, 1997년에는 358만 명으로 점차적으로 줄어들고 있어 이에 대한 대책 마련이 시급하다 하겠다.

그리고 울진군 관내에는 14개소의 관광지가 개발되었는데, 그 중에 7개소(나곡·후정·봉평·망양·덕신·구산·후포 해수욕장)가 해수욕장이며, 온천(백암·덕구온천)이 2개소, 동굴(성류굴) 1개소, 계곡(불영사계곡) 1개소 등으로 자연관광자원이 11개소를 차지하여 인문관광자원(월송정·망양정·원자력전시관)에 비해 자연관광자원의 비중이 높은 곳임을 알 수 있다.

한편 울진군을 방문한 관광객을 관광지별로 나누어 비중을 살펴본 결과 표 1에서 보는 바

와 같이 백암온천이 1997년 현재 43%로 가장 높은 비중을 차지하고 있지만 1995년부터 그 비중이 점차 감소하고 있다. 반면에 덕구온천의 경우에는 1995년에는 20.2%였던 비중이 1997년에는 25.4%로 늘어나고 있어 백암온천과 대조를 보이고 있는데, 이는 많은 관광객들이 찾던 백암온천에 비해 온천 수질이 좋다는 평가를 들은 것에 기인한다고 볼 수 있다.

한편 성류굴은 울진군 관내 관광지 중 세 번째로 높은 비중을 나타내고 있는데, 1995년에는 60만 명이 방문하여 15.5%의 비중이었다가 1996년에는 71만 명으로 늘어난 결과 거의 20% 수준까지 도달했으나 1997년에는 비중은 16.3%를 차지하고 있지만 관광객 수는 58만 명으로 1995년에 비해서도 줄어들고 있다. 이것은 1996년에 동해의 천곡동굴, 1997년에 삼척의 환선굴 등이 새로이 개장됨으로써 성류굴을 찾았던 관광객이 새로운 관광동굴로 이동하였음을 시사한다.

표 1 울진군 관광지와 관광객 현황

단위 : 명, %

관 광 지	관광객 수	95 비중	96 비중	97 비중
백 암 온 천	1,584,116	45.5	44.0	43.0
성 류 굴	710,304	15.5	19.7	16.3
월 송 정	29,435	1.1	0.8	0.6
돌영사 계곡	44,816	7.0	1.2	4.3
망 양 정	78,678	2.1	2.2	0.4
덕 구 온 천	781,033	20.2	21.7	25.4
원자력전시관	262,187	6.0	7.3	7.9
나곡해수욕장	10,411	0.4	0.3	0.2
후정해수욕장	15,130	0.4	0.4	0.3
봉평해수욕장	19,340	0.5	0.5	0.4
망양해수욕장	18,615	0.6	0.5	0.4
덕신해수욕장	3,587	0.1	0.1	0.1
구산해수욕장	32,477	0.5	0.9	0.6
후포해수욕장	7,117	0.2	0.2	0.2
울 진 군	3,582,354	100.0	100.0	100.0

자료 : 울진군 관광과, 1998, 관광객 통계.

2. 성류굴의 관광객 현황

성류굴을 찾은 관광객은 표 1에서 본 바와 같이 감소 추세에 있음을 알 수 있다. 1997년에 성류굴을 찾은 관광객을 월별로 살펴보면 그림 2와 같다.

성류굴을 찾은 관광객은 휴가철인 8월(22.2%)에 가장 많음을 알 수 있는데, 이것은 동해안을 찾은 관광객들이 해수욕뿐만 아니라 주변의 관광명소를 찾고 있음을 입증하는 것이다. 또한 4월(10.2%)·5월(10.7%)·7월(10.4%)이 유사한 비중을 보이는 것 역시 4·5월의 수학여행 시즌과 7월의 휴가 기간에 관광객이 방문함을 보여준 자료이다.

그리고 10월 역시 8.2%의 비중을 차지하고 있는 점으로 미루어 성류굴을 찾는 관광객은 4·5월의 수학여행 시즌, 7·8월의 휴가철, 10월의 단풍 시즌 등에 집중되고 있다고 볼 수 있다. 이 점은 7·8·10월의 경우 주변의 해수욕장 및 계곡 등과 더불어 자연경관을 찾는 관광객을 유치할 수 있음을 시사하는 것이다.

이상에서 살펴본 바와 같이 성류굴을 찾는 관광객이 줄어들고 있는 점을 해소하기 위해 다음과 같은 점에 유의해야겠다. 첫째 동굴 내부의 경관이 변화하기에는 장구한 시간이 소요되기 때문에 단시일 내에 경관의 변화를 기대할 수 없다는 점, 둘째 동굴을 찾는 관광객들의 월별 비중을 통해 관광객을 유인할 수 있는 테마 이벤트를 기획해야 한다는 점 등이다.

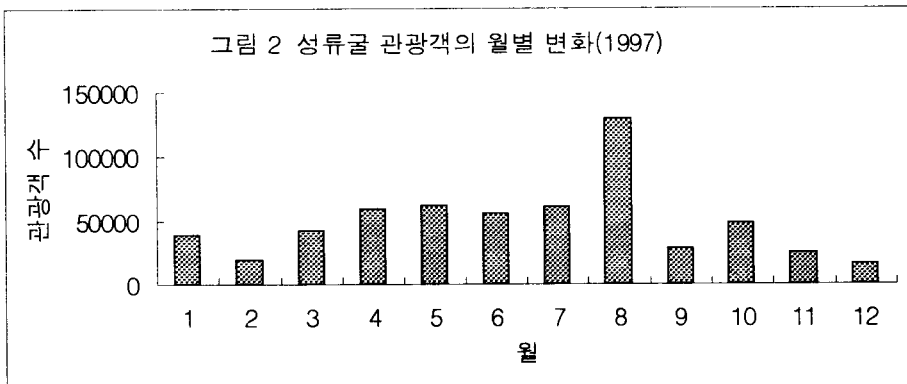


그림 2 성류굴 관광객의 월별 변화(1997)

IV. 성류굴 주변 관광상업지역의 특성

성류굴 주변 관광상업지역의 특성을 살펴보기 위해 1998년 8월 29일에 설문조사를 실시하였으며 전수조사를 원칙으로 했으나 응답을 거부한 경우가 있어 관광상업지역 내의 전 상점이 표본이 되지 못하였다. 설문조사는 조사원이 직접 방문하여 설문지에 응답을 기록하는 타계식 방법을 채택하였으며, 면접 대상자는 상점의 경영주로 하였다.

성류굴 주변의 관광상업지역은 사진1, 2에서 보는 바와 같다.



사진 1 관광상업지역(1)

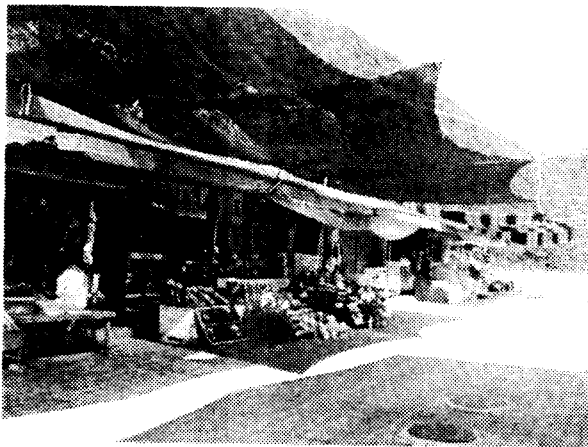


사진 2 관광상업지역(2)

1. 개업 연도

상점의 개업 연도를 조사한 결과 표 2에서 보는 바와 같이 10년 이상 된 업체가 10개소로 반 이상(52.6%)을 차지하고 있으며, 4~9년이 5개소(26.3%), 3년 이하의 상점이 4개로 21.1%의 비중을 차지하고 있어 오래된 업체들이 주로 분포하고 있음을 확인할 수 있다.

또한 현 업체들 대부분이 강원도 지역에 새로운 동굴(삼척의 환선굴, 동해의 천곡굴)이 개장함에 따라 성류굴을 찾는 관광객이 줄고 있다는 견해를 제시하고 있다.

표 2 상점의 개업 연도

단위 : 개소, %

구 분	3년 이하	4 ~ 9년	10년 이상	계
업소 수	4	5	10	19
비 율	21.1	26.3	52.6	100.0

2. 경영 동기

경영 동기를 살펴본 결과 동굴 관광지를 찾는 관광객이 많아 수익성이 높을 것으로 생각 되어 상점을 개설했다는 경우가 11개소로 절반 이상을 차지하고 있으며, 대를 이어서 하는 경우가 3개소, 내 고향의 자랑과 지역발전의 일환으로 경영하는 경우가 2개소, 관광사업 발전의 일환으로 하는 경우 및 남의 권유로 경영하는 경우, 그리고 생계 유지를 위한 경우는 각각 1개소가 응답했다.

이를 개업 연도별로 살펴보면, 3년 이하와 4~9년의 상점들의 경우에는 수익성이 좋을 것 같아서 개업한 경우가 많았지만, 10년 이상이 된 상점 중에는 대를 이어서 경영하는 경우가 3개소나 된다는 점이 특이하다. 이것은 관광상점을 운영하는 것이 매력적임을 보여주는 한 실례라고 할 수 있다.

3. 경영주의 전직

경영주의 전직을 살펴본 결과 상업을 하다가 전직한 경우가 가장 많아서 6개 업소(31.6%), 농업이 5개 업소(26.3%), 회사원이 3개 업소(15.8%), 일반사업을 하던 경우가 2개 업소(10.5%)였으며, 무직이었던 업소도 3개 업소(15.8%)나 된다.

표 3 경영 동기

단위 : 개소, %

경영동기	구 분	개업 연도			계
		3년이하	4~9년	10년이상	
수익성이 좋을 것 같아서		2	4	5	11(57.9)
대를 이어서				3	3(15.8)
내 고향 자량과 지역발전의 일환으로		1		1	2(10.5)
관광사업 발전의 일환으로		1			1(5.3)
남의 권유로				1	1(5.3)
생계 유지			1		1(5.3)

표 4 경영주의 전직

단위 : 개소, %

전직	구 분	개업 연도			계
		3년 이하	4~9년	10년 이상	
상 업		1	2	3	6(31.6)
농 업			2	3	5(26.3)
회 사 원		2			3(15.8)
무 직		1	1	1	3(15.8)
일반사업				2	2(10.5)

이를 개업연도별로 살펴보면, 3년 이하의 경우에는 회사원이 2개 업소, 4~9년인 경우에는 상업과 농업이 각각 2개소, 10년 이상인 경우에도 상업과 농업이 전직인 경우가 3개소씩으로 전 업소를 대상으로 하는 경우와 유사하게 나타났다.

따라서 관광상업지역의 경영주들은 상업과 농업을 하다가 전업한 경우가 많다는 것을 알 수 있었다.

4. 상점의 규모

상점 규모 면에서는 10평 미만에 해당하는 업소가 6개 업소로 가장 많고, 10~20평의 업소가 5개, 20~30평의 업소가 4개, 40평 이상의 대규모 업소가 3개여서 절반 이상인 11개

업소가 20평 미만의 상점을 소유하고 있는 것으로 나타났다.

이를 개업연도별로 살펴보면 오래된 상점일수록 규모가 크다는 것을 알 수 있다. 20평 이상의 상점을 보유한 업소 중 3년 이하의 규모를 지닌 1개 업소를 제외하면 상점의 개업연도가 모두 10년 이상에 해당되기 때문에, 이 곳에서 오래 운영한 상점일수록 대규모 상점을 운영하고 있다고 결론지을 수 있다.

표 5 상점의 규모

단위 : 개소, %

구분 규모	개업 연도			계
	3년 이하	4~9년	10년 이상	
10평 미만	2	3	1	6(31.6)
10 ~ 20평	1	2	2	5(26.3)
20 ~ 30평	1		3	4(21.4)
30 ~ 40평			1	1(5.3)
40평 이상			3	3(15.8)

5. 경영주를 제외한 종업원 수

경영주를 제외하고 종업원을 운영하는 실태를 조사한 결과 절반 이상인 12개의 상점이 종업원을 고용하지 않고 있으며, 종업원을 고용하고 있는 경우인 7개 업소도 종업원이 1~2명으로 소규모임을 알 수 있다.

이를 개업연도별로 살펴보면, 종업원을 보유하고 있는 상점 중에 3년 이하인 업소는 단 1개뿐이고 10년 이상인 상점이 6개 업소나 되어 상점의 규모와 마찬가지로 오래된 상점일수록 상점의 규모가 크기 때문에 종업원을 두어 운영하고 있는 것으로 사료된다.

표 6 경영주를 제외한 종업원 수

단위 : 개소, %

구분 종업원	개업 연도			계
	3년 이하	4~9년	10년 이상	
없 음	3	1	8	12(63.1)
1 ~ 2 명	1		6	7(36.9)

6. 관광 성수기의 임시 종업원 고용관계

종업원을 고용하고 있지 않거나 종업원을 고용해도 관광 성수기에는 일손이 부족해서 임시종업원을 고용하는 가라는 질문을 한 결과, 전체 상점 중 8개 업소만이 임시 종업원을 고용한다고 응답했다.

이를 개업연도별로 살펴보면 3년 이하 2개 업소, 4~9년 2개 업소, 10년 이상 4개 업소로 나타났으며, 고용하는 경우에도 경영주 이외에 종업원을 둔 상점은 1개 업소뿐이다.

이것은 임시 종업원을 고용할 정도로 관광 성수기에도 많은 관광객들이 찾아오지 않고 있음을 보여주는 예이기도 하다.

표 7 관광 성수기의 임시 종업원 고용 여부
단위 : 개소, %

고용		구 분	개업 연도			계
			3년 이하	4~9년	10년 이상	
고용하지 않는다			2	3	6	11(57.9)
고용한다	종업원 없음		2	2	3	7(36.8)
	종업원 있음				1	1(5.3)

7. 경영주의 학력

경영주의 학력을 살펴본 결과 고졸 출신들이 가장 많았고(10개 업소, 52.6%), 대졸이 1개, 중졸이 3개, 초등학교 졸업이 1개, 응답을 거부한 경우도 4개 업소나 되었다. 따라서 대체로 고졸 이상의 경영주들이 상점을 운영하고 있음을 알 수 있다.

이를 개업연도별로 살펴보면, 최근에 생긴 상점들일수록 고졸 학력 이상의 경영주들이 참여함을 알 수 있고, 10년 이상인 상점의 경우에 경영 동기에서 '대를 이어서'라고 경영한다고 답한 응답자 중 대졸 1개, 고졸 1개 업소가 해당되어 이를 더욱 입증하고 있다.

따라서 이들 고학력자의 유입은 그 동안 상업지역의 특성이 미약했던 이 지역에 성류굴만의 독특성을 나타내도록 하는 변화를 유도할 수 있을 것으로 기대된다.

표 8 경영주의 학력

단위 : 개소, %

학력	구 분	개업 연도			계
		3년 이하	4~9년	10년 이상	
초등학교 졸				1	1(5.3)
중학교 졸		1		2	3(15.8)
고등학교 졸		3	3	4	10(52.6)
대학교 졸				1	1(5.3)
무 응 답			2	2	4(21.0)

8. 현 업종 구분

19개의 업종을 구분한 결과 기념품점과 식당이 각각 6개 업소였으며, 토산품점이 5개 업소, 건어물 상점이 2개 업소여서, 관광객을 대상으로 한 영업 업종이 다양하지 못함을 알 수 있다.

표 9 현 업종 구분

단위 : 개소, %

업종	구 분	개업 연도			계
		3년 이하	4~9년	10년 이상	
기념품업		1	3	2	6(28.6)
식 당		1		5	6(28.6)
토산품점		2	1	2	5(23.8)
건어물 상점			1	1	1(5.3)

또한 기념품점의 경우에 판매하는 기념품들이 성류굴에서만 구입할 수 있는 독특한 것이 아니라 우리 나라의 어떤 관광지에 가더라도 구입할 수 있는 별다른 특색이 없는 상품들이어서 관광객의 구매 욕구를 충족시키지 못하고 있는 것으로 사료된다.

이를 개업연도별로 구분해 보면, 3년 이하의 상점은 토산품점이 4~9년의 상점은 기념품점이 우세하고, 10년 이상인 상점의 경우에는 식당을 많이 경영하고 있는 것으로 나타났다.

이런 결과는 볼거리는 동굴 내부에서 끝내고 동굴 밖으로 나오면 먹거리로 유도한다는 것

으로 판단되는데, 이 점은 동굴 주변의 상업지역에 불거리나 다른 놀이기구 등을 유치함으로써 관광객들이 더 머물 수 있는 공간으로 만드는 방안을 강구해야 함을 지적하는 것이다.

9. 업종 변경 시에 원하는 업종

현재의 경영주들이 앞으로 업종을 변경하고자 할 때 어떤 업종을 선호하는가를 조사하였다.

그 결과 기념품점의 경우에는 변경을 고려하는 상점은 없었으며, 식당의 경우에는 토산품 상점과 여관으로 변경하고자 하는 상점이 각각 1개소씩이고, 토산품 상점의 경우에는 식당으로 변경하길 원하는 상점이 3개소, 휴식과 응답하지 않은 상점이 각각 1개소씩이다. 한편 건어물 상점은 식당과 여관으로 변경할 것으로 고려하고 있다.

이를 연도별로 살펴보면 10년 이상 된 상점 중 식당에서 토산품과 여관으로 변경하기를 고려하는 경우가 각각 1개소, 토산품 상점을 식당으로 변경하고자 하는 경우가 2개소, 건어물 상점을 식당으로 변경하고자 하는 경우가 1개소여서 식당을 선호하고 있음을 알 수 있다. 4~9년이 된 상점 중 건어물 상점을 여관으로 변경하려 계획한 경우가 1개소, 휴식을 고려한 경우가 1개소였다. 3년 이하인 상점은 토산품 상점을 식당으로 변경하고자 고려하는 경우가 1개소 있을 뿐이었다.

결과적으로 변경을 고려하지 않고 있는 상점들이 절반 정도였고, 변경을 고려하는 경우에는 식당을 선호하는 경향이 있음을 알 수 있다.

표 10 업종 변경시 원하는 업종

단위 : 개소, %

변경업종	기념품점		식 당			토산품점			건어물	
	변경無	휴식	변경無	토산품	여관	식당	휴식	무응답	식당	여관
10	2		3	1	1	2			1	
4~9	3						1			1
3		1	1			1		1		
계	5	1	4	1	1	3	1	1	1	1

10. 상점의 소유 형태

상점의 소유 형태를 살펴본 결과 자기 상점을 소유하여 직접 운영하는 경우보다 소유하지 못하고 전·월세로 상점을 임대하여 운영하는 경우(12개소, 63.2%)가 절반 이상을 차지하고 있음을 알 수 있다.

이를 개업연도별로 보면 10년 이상 된 상점 중에는 6개소가 상점 건물을 소유하고 있고, 3년 이하의 상점 중 1개소만이 본인 소유의 상점을 운영하는 것으로 나타났다. 특히 4~9년 된 상점의 경우에는 1개소도 자립하지 못한 채 임대하여 운영하고 있는 것으로 나타나고 있어서 상점의 경영면에서 효율성이 다소 떨어질 것으로 예상된다.

표 11 상점의 소유 형태

단위 : 개소, %

구 분	개업 연도			계	
	3년 이하	4~9년	10년 이상		
소 유	1		6	7(36.8)	
임대	전 세	2	3	4	9(47.4)
	월 세	1	2		3(15.8)

11. 직주 분리

상점과 주거지가 분리되어 있는가를 확인한 결과 절반 이상인 13개소가 주거지를 분리하고 있는 것으로 확인되었으며, 특히 4~9년인 상점의 경우에는 전 상점이 상점과 주거지가 분리되어 있는 것으로 나타났다.

표 12 직주 분리 형태

단위 : 개소, %

구 분	개업 연도						계
	3년 이하		4~9년		10년 이상		
	소유	임대	소유	임대	소유	임대	
직주 동일	1	1			4		6(31.6)
직주 분리		2		5	2	4	13(68.4)

직주 분리 상황을 개업연도와 소유 및 임대별로 교차 비교한 결과를 살펴보면, 개업 연도가 9년 이하인 상점들의 경우가 10년 이상 된 상점에 비해 직주 분리 경향이 높고, 상점을 소유한 사람들에 비해 임대하고 있는 상점 경영주들의 경우가 직주분리를 더 선호하고 있는 것으로 나타났다. 이런 현상은 상점을 소유하고 있더라도 상점의 규모가 크지 않음을 암시하는 결과라고 볼 수도 있다.

12. 방문객의 상품에 대한 불만

방문객들이 상점에서 판매하고 있는 관광상품에 대한 불평 회수를 주 단위로 조사한 결과 대부분의 상점이 불만을 듣지 않고 있는 것으로 나타났다. 이는 이들 상점들의 대고객 서비스가 양호하다는 평가를 보여주는 예이기도 하다.

표 13 방문객의 불평회수

단위 : 개소, %

구 분	개업 연도			계
	3년 이하	4~9년	10년 이상	
없 다	4	2	8	15(78.9)
1~ 5회		1	2	3(15.8)
6~10회		1		1(5.3)

이 결과를 개업연도별로 살펴본 결과 개업연도가 얼마 되지 않은 3년 이하의 상점들은 방문객의 불평을 들은 경우가 없는 경우로 나타나 새로이 개업한 상점들일수록 대고객 서비스에 만전을 기하고 있음을 알 수 있다. 불평을 들은 상점의 경우에는 “좋은 약은 입에 쓰지만 그 결과는 달다”는 속담을 인용하며 방문객의 불만이 오히려 경영에 더 좋은 결과를 미치고 있음을 지적하고 있어, 성류굴 주변 상점들의 대고객 서비스는 더욱 좋아질 것으로 기대된다.

V. 결 론

동굴은 지형·지질작용과 관계가 깊은 자원이지만 지하의 신비적 경관이 관광자원으로 활용되고, 그 구조의 특성에 따라 산업적·군사적 또는 학술적 연구의 이용에 크게 기여하는 등 다기능적 복합성을 띠고 있는 복합관광자원이다. 그 중에서도 성류굴은 동해안의 절경과 어우러져 7·8월의 휴가철과 10월의 단풍 시즌에 관광객들이 많이 찾고 있는 관광지이다.

따라서 본 연구에서는 1963년 천연기념물로 지정된 성류굴 주변의 관광상업지역 특성을 조사하여 관광지의 조성이 관광상업지역의 발전에 어떤 영향을 미쳤는가를 살펴보는데 그 목적이 있다. 본 연구를 위한 설문조사는 1998년 8월 29일에 관광상업지역 내의 전 상점을 대상으로 하여 이루어졌으며, 그 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 상점의 개업연도를 조사한 결과 10년 이상 된 업체가 절반 이상(52.6%)의 비중을 차지하고 있으며, 이것은 강원도 지역의 새로운 관광동굴의 개장으로 인해 성류굴의 관광객 감소와도 관계가 있는 것으로 나타나고 있다.

둘째, 상점의 경영 동기는 관광객을 대상으로 하기 때문에 수익성이 좋을 것 같아서 개업한 경우가 많았으며(57.9%), 10년 이상 된 상점 중에는 대를 이어서 상점을 운영하는 경우도 3개소나 되었다.

셋째, 경영주의 전직을 살펴본 결과 상업(31.6%)과 농업(26.3%)이 많았으며, 최근 들어 회사원에서 전직한 경우가 2개소였을 뿐 대부분이 상업과 농업 종사자들이었다.

넷째, 상점의 규모는 10평 미만의 상점을 운영하는 상점들이 많았으며, 20평 이상의 상점을 경영하는 경우는 개업한 지 10년 이상 된 장기 경영자들이 주류를 이루었다. 이것은 경영주를 제외한 종업원 및 성수기의 임시 종업원 고용과도 연계가 있는데, 규모가 크고 오래된 상점일수록 경영주 이외의 종업원을 고용하고 있으며, 종업원을 고용하고 있는 상점 중에서 1개소만이 성수기에 임시 종업원을 고용하고 있는 것으로 나타나 관광객들이 예상보다 많이 찾지 않고 있음을 나타낸다.

다섯째, 경영주의 학력을 조사한 결과 고졸 출신들이 가장 많았고(52.6%), 최근에 생긴 상점일수록 고졸 학력 이상의 경영주들이 참여하고 있으며, '대를 이어서' 경영한다고 응답자 중에는 대졸 1개소와 고졸 1개소가 포함되고 있어 성류굴만의 독특성을 지닌 관광상업지역 조성이 기대된다.

다섯째, 현재의 업종을 구분한 결과 기념품점과 식당이 주류를 이루고 있으며, 오래된 상점일수록 식당을 선호하고 있음을 알 수 있었다. 또한 업종 변경을 고려하고 있는 가라는 질문에는 절반 이상(52.6%)이 고려하지 않고 있으며, 변경을 고려하는 경우에도 식당을 선호하는 것으로 나타났다.

여섯째, 상점의 소유 형태를 살펴본 결과 임대하여 운영하는 경우(63.2%)가 더 많음을 알 수 있었고 10년 이상 된 상점 중에는 6개소(60%)가 상점을 소유하고 있는 것으로 나타났다. 4~9년 된 상점 중에는 자립한 상점이 없는 것으로 보아 이런 면이 상점의 효율성을 떨어뜨리고 있다고 지적할 수 있다. 한편 개업연도와 소유 및 임대별 상황과 직주 분리 현황을 교차 비교한 결과 상점을 소유하고 있는 경영주보다 임대하고 있는 경영주가 직주분리를 더 선호하고 있다.

마지막으로 관광객들의 관광상품에 대한 불만 정도를 조사한 결과 대부분의 상점(78.9%)이 불만을 듣지 않고 있으며, 불평을 들은 상점도 더 좋은 경영을 유도하는 것으로 받아들여 대고객 서비스가 더 좋아질 것으로 기대된다.

이상에서 살펴본 바와 같이 최근 들어 강원도의 신흥 동굴관광지 조성으로 인해 관광객들이 감소하고 있으며, 이것은 성류굴 주변의 관광상업지역에도 영향을 미쳐 관광상업지역의 발전에 저해요소가 되고 있음을 알 수 있다. 관광객의 감소로 인해 상점의 확대를 기대하는 것이 어려워졌고 이는 재투자를 감소시켰으며, 울진군 관광 당국의 미온적인 대응으로 인해 관광상업지역의 다양화를 초래하고 있지 못해 새로운 관광객의 유입뿐만 아니라 한 번 방문했던 관광객의 재방문을 유도하고 있지 못하다.

따라서 성류굴 관람 후 관광객들에게 또 다른 볼거리와 이벤트, 성류굴과 주변 관광지의 연계 코스를 개발함으로써 관광객들이 더 머무를 수 있도록 유도하는 정책이 필요하다. 이것은 관광상업지역 주민들만의 힘으로는 불가능하고 군청 관광 당국과 상점 경영주 및 지역 주민들의 참여가 이루어져야 가능하다.

★ 참고문헌

- 변대준, 1992, “성류굴 주변지역의 환경 실태,” 「동굴」, 제30호, 34~45.
- 울진군, 1992, “성류굴의 환경 및 안전진단 조사 연구보고서”.
- 유영준, 1997, “동굴의 관광자원으로서의 가치,” 「동굴」, 제49호, 31~43.
- 유영준, 1998, “울진 성류굴의 관광적 특성,” 「동굴」, 제53호, 15~24.
- 홍시환·변대준, 1997, “성류굴의 안전진단과 환경보전,” 「동굴」, 제42호, 56~67.
- 홍시환·유영준·홍충렬, “동굴의 국내 연구동향,” 「동굴」, 제49호, 3~30.
- 홍현철, 1992, “성류굴의 특성과 분포상에 관한 연구,” 「동굴」, 제30호, 13~24.
- 홍현철·유영준·홍충렬·장상태, 1996, “고수동굴 주변 관광상업지역의 특성,” 「동굴」, 제47호, 19~34.
- 울진군, 1988, 「울진의 얼」.
- 이희연, 1989, 「지리통계학」, 법문사 : 서울.
- 조현호, 1998, 「관광학개론」, 대왕사 : 서울.
- 홍시환, 1990, 「한국동굴대관」, 삼주출판사 : 서울.