

축산인의 공동체와 유대감을 돈독히 할 수 있는 계기 마련

—사상 처음 열린 종합축산박람회, 성공적 개최—

□ 정리/김동진 기자

지난해 11월 12일부터 15일까지 4일동안 코엑스 본관 1층 태평양관에서 본회를 비롯한 4개단체가 공동으로 주최하여 열린 '99 한국국제축산박람회의 개최 결과보고 및 평가회가 지난 12월 21일 축산회관 지하 회의실에서 개최됨으로써 제 1회 '99 한국국제축산박람회가 2001년 제2회 대회를 기약하며 화려한 막을 내렸다.

이번 축산박람회는 공교롭게도 유럽에서 개최하는 VIV 전시회와 겹쳐서 외국업체의 유치에 어려움이 따랐고 축산업계의 계속되는 어려움으로 부스유치도 예상보다 다소 미흡한 334부스를 유치하는데 그쳤으나 국내에서는 사상 처음으로 전 축종이 모여 개최

한 박람회 행사로는 성공적이었다는 평을 받았다. 또한 관람객도 8만여명이 다녀가는 등 축산인들의 축제의 장으로 자리매김 하였으며, 축산인 대회를 개최하여 축산인 화합의 장으로 활용하였고, 우수 축산인 및 전시업체를 선발



시상하여 축산인의 사기를 진작시키는 효과를 가져왔다는데 의의를 찾을 수있었다.

따라서 본고는 박람회 참여업체 및 참관객을 대상으로 조사한 설문내용을 분석하고 이날 평가회에서 제기된 내용들을 정리하여 차기 박람회에 대비코자 하였다.

1. 참가업체 대상 설문조사



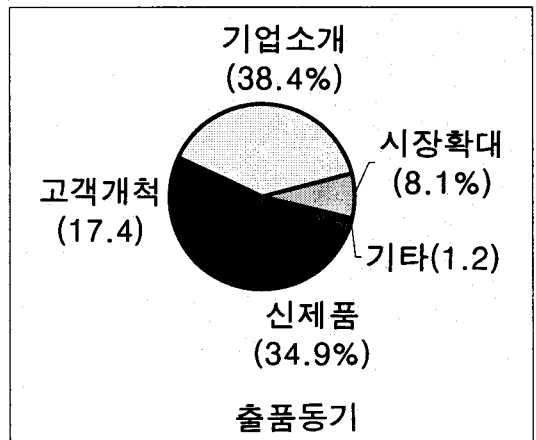
참가업체 대상 설문조사는 본 박람회에 참가한 참가업체 155개 업체중 설문에 응답한 86개 업체를 대상으로 실시하였는데 대부분 성공적인 박람회로 평가하였다.

1) 어떻게 KISTOCK'99에 대해 알게 되었습니까라는 질문에 관련단체(협회)의 권유를 통해서가 41.8%로 가장 높게 나타났으며, 박람회 안내서를 통해서(34.9%), 신문이나 잡지 등의 광고 및 기사를 통해서(6.3%), 타사(Customer, User, Supplier등)의 소개로(3.5%), 기타(3.5%)로 나타났다.

본 박람회는 첫 번째 종합축산박람회인 만큼, 전 축산업계에 대한 홍보의 어려움이 있었던 만큼 각 단체별로 홍보를 분담하여 박람회 추진에 노력을 기울였음을 알 수 있다.

2) 박람회에 출품하게 된 동기를 묻는 질문에는 기업 P.R 및 이미지 부각이 38.4%로 나타났으며 신제품 발표 및 마케팅이 34.9%로 나타났다. 이어서 새로운 고객의 개척(17.4%), 내수 시장 확대를 위하여(8.1%), 기타(1.2%) 순으로

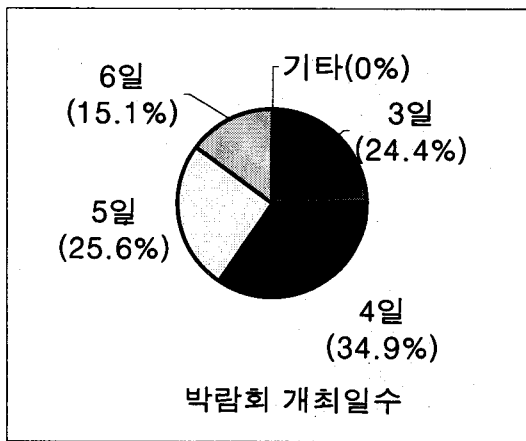
나타났다. 이번 박람회는 세계화의 영향으로 전시참가업체의 참가 목적이 생산량 증가보다는 질적인 향상 및 기업PR에 역점을 두고 있어 시장 확대보다는 기업의 이미지 부각에 초점이 맞춰진 것으로 보인다.



3) 주최자의 박람회 운영 및 관리상태중 BOOTH LAYOUT 및 배치에 대해서는 82%가 불만이 없었다고 답변한 반면 18%는 미흡했다

고 답변했으며, 전시물품 반입 및 공사기간에 대하여는 양호하거나 보통이었다고 대답한 업체들이 81%, 시간이 짧았다고 대답한 업체들도 19%에 이른 것으로 조사되었다.

4) 박람회 개최일수에 대한 질문에는 현행대로 4일이 가장 적당하다고 답변한 업체가 34.9%로 가장 높았으나 3일(24.4%), 5일(25.6%), 6일(15.1%)도 다양한 분포로 나타나 대체적으로 만족한 것으로 나타났다. 일부에서는 일요일이 아닌 주중에 개최되 3일 일정이 바람직하다는 의견이 제시되기도 하였다.

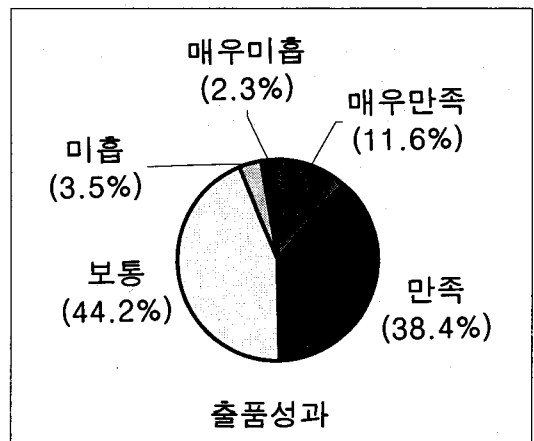


5) 박람회 개최주기에 대한 의견에서는 의외로 1년에 한 번씩 개최하자는 의견이 51.2%로 압도적으로 높았으며 2년마다(37.2%), 연 2회(9.3%), 3년마다(2.3%)로 나타나 이번 박람회가 참가업체들에게 만족스런 대회가 된 것으로 평

가할 수 있다.

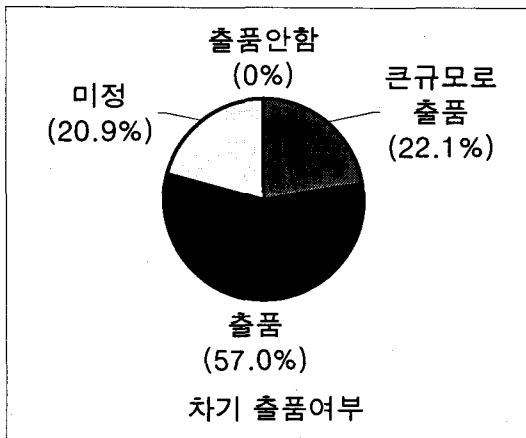
6) 주최측의 홍보활동에 대하여는 미흡했다(36%)는 의견이 양호했다(27%)는 의견 보다 높게 나타났으며 보통이었다는 의견은 37%로 나타나 언론매체 등을 통한 홍보가 다소 미흡했던 것으로 나타났다.

7) 박람회에 참가한 후 효과를 묻는 질문에는 95% 이상이 기업 이미지 제고에 만족(보통 이상)을 보였으며 제품판매에서도 85% 이상이



만족(보통 이상)을 느낀 것으로 답변하였다. 이는 출품성과에서 쉽게 알 수 있는데 94%의 업체가 본 박람회에 참가하여 성과(보통 이상)를 거둔 것으로 나타났다. 구체적으로 보면 계약체결에서 평균 21건으로 약 3천5백만원의 수입성과를 거뒀으며 상담진행 건수는 평균 30건으로 평균 3억4천만원의 성과를 거둔 것으로 예상하였다.

8) 차기 박람회 출품여부에 대하여 묻는 질문에는 이번 보다 큰 규모로 출품(22.1%), 출품(57.0%), 미정(20.9%), 출품 안함(0%)로 나타나 대부분의 업체가 차기 대회에 출품을 희망하고 있는 것으로 나타났다.



9) 종합축산박람회로써 한국국제축산박람회가 계속 개최되는 것에 대하여는 95% 이상이 찬성한다는 반응을 보여주어 종합축산박람회가 축산업 발전을 위해 존속되어야 한다는 의견이 지배적이었다.

2. 박람회 참관객 설문조사

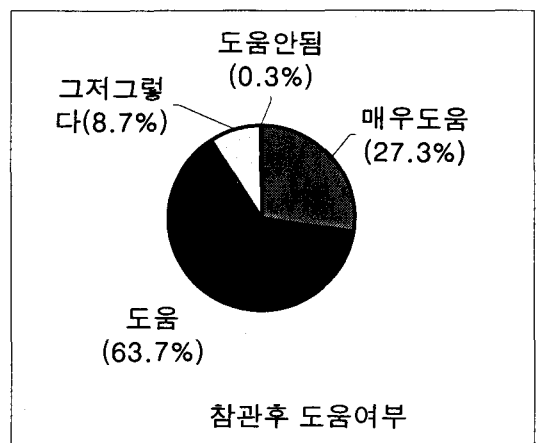
본 설문은 박람회에 참가한 300명의 참관객

을 대상으로 조사한 내용이다.

1) 박람회 참관 동기를 묻는 질문에는 각 협회를 통해서(10%), 언론매체를 통해서(21%), 초청장 및 홍보인쇄물(7%), 축산 관련업계(9.3%), 관련단체의 권유(17%), 행정기관 홍보(5.3%), 기타(29.7%)와 같이 답변하였다. 여기서 기타로 나타난 29%는 축산인이 아닌 대부분 소비자로 추정할 수 있다.

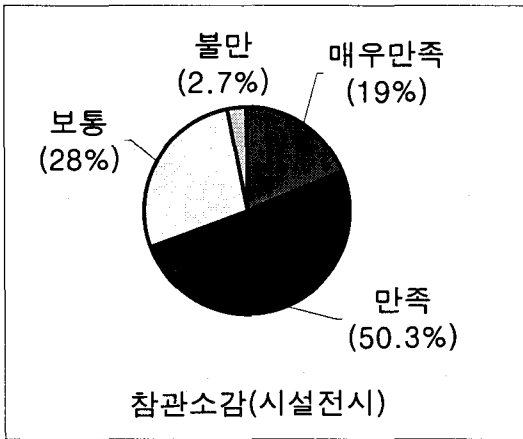
2) 각종 전시행사에서 가장 관심있었던 분야를 묻는 질문에는 사육시설 및 기자재 전시가 40.4%로 가장 높았으며 이벤트 행사(15.4%), 가축 전시(13.8%), 홍보물(정책, 양계발달사, 광고디자인 등)전시(11.5%), 가공품 판매(10.9%), 브랜드 제품 전시(8%)로 나타나 전시회에 걸맞게 전시시설이 가장 관심있는 분야로 답변하였다.

3) 참관 소감을 묻는 질문에는 기계 및 시설 전시에 대해 97%의 참관객들이 대부분 만족(보통 이상)을 느꼈으며 축산홍보관도 96%의 참관객에게 좋은 반응(보통 이상)을 보인 것으로 나타났다.

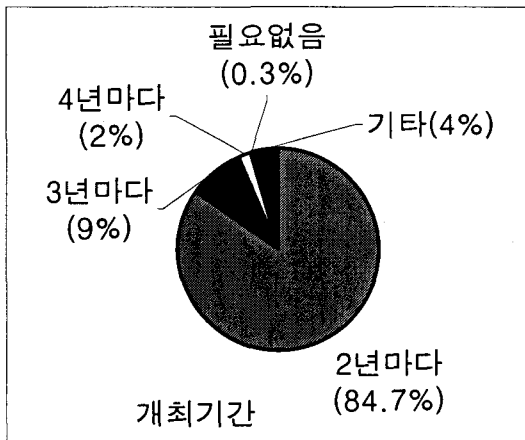


4) 참관후 사업, 또는 생활(학습)에 도움이

되겠는지 여부에 대해서는 도움이 될 것으로 대답한 참관객이 63.7%로 가장 높았으며, 매우 도움이 될 것이다가 27.3%로 90%에 해당하는 참관객이 만족을 보인 것으로 나타났다. 이외에 그저 그렇다(8.7%), 전혀 도움이 안되겠다(0.3%)는 의견도 주었다.



5) 동 박람회 필요성 및 개최기간에 대한 의견에서는 전시참가자들이 1년에 한 번씩 개최하자는 의견이 지배적이었던 것과 달리 2년마다 개최하는 것이 좋다는 의견이 84.7%로 가



장 높게 나타났으며 1년마다 개최해야 한다는 의견은 겨우 4%에 지나지 않았다. 이외에 3년마다는 9%, 4년마다는 2%, 개최할 필요가 없다고 0.3%로 각각 나타났다.

3. 박람회 종합 평가회의

지난 12월 21일 개최된 박람회 종합 평가회에 참석한 대부분의 참석자들은 이번 박람회가 국내 사상 처음으로 축산업계가 한자리에 모여 세계화 시대에 대처하기 위하여 화합의 장을 마련하였다는데 높은 평가를 하였다. 또한 설문조사 결과 전시참여 업체나 참관객 공히 개최에 대하여 만족하는 것으로 반응을 보였으며, 연속적인 행사의 필요성에 대해 인식을 같이 하고 있어 차기 박람회 개최 필요성이 인식되었다 할 수 있다.

이날 평가회의에서 오봉국 박람회추진위원장은 이번 박람회를 통해 소, 돼지, 닭을 사육하는 양축가들이 서로 협조하여 축산을 논의하고 축산인의 공동체와 유대감을 돈독히 할 수 있는 계기를 마련하였다는 점에 가장 큰 의미를 부여하였다.

또한, 과거 박람회의 경우 외국 기자재들이 대거 출품하여 국내 기자재 업체들이 위축되는 듯한 분위기가 있었지만 이번에는 국산이 약 80% 이상 차지하여 품질이나 성능면에서 외국 시설에 뒤지지 않는다는 자신감을 심어주는 기틀을 마련한 계기가 되었다고 평가하였다. 더욱이 이번 박람회의 성격상 소비자 및 생산자가 함께 할 수 있는 교례회나 간담회를 통하여 안전하고 신선한 축산물을 생산해야 하는 목적과 생산된 축산물이 우수하다는 점을 적절히 부각

시킬 수 있는 계기를 만든 것은 수입개방에 대비하기 위하여 의미가 컸다고 평가하였다.

그러나 행사 전이나 개최 중에 축산박람회에 대해 매스컴을 통하여 홍보를 강화했어야 최대의 효과를 높일 수 있었는데 이번에는 준비 기간도 짧았고, 예산 확보에 어려움이 많아 홍보에 다소 미진했다는 점을 아쉬움으로 지적하였다.

이번에 제기된 문제점을 보면 첫째 장소 문제이다. 코엑스의 경우 건물 보수 관계로 주위가 산만하고 축산인들이 행사장을 찾는 데는 어려움이 많았다는 지적이다. 즉, 코엑스는 일반적인 전시장소로는 적합하지만 축산박람회를 개최하기에는 조건이 좋지 않았다는 지적을 통해 축산 상설 전시장 등 타 장소를 모색하는 것도 검토해야 할 것으로 지적하였다.

이에 대해 코엑스가 대여료는 비싸나 행사 성격상 소비자를 유치한다는 면에서는 효과가 있고, 시설 면이나 대중교통 이용 면에서 본다면 편리한 면도 있기 때문에 차기 행사를 할 때에는 충분히 재고를 할 것으로 주최측에서 답변하였다.

둘째로 개최시기 문제이다. 모든 업체들이 사업결산을 하는 연말에 하다 보니 부스유치가 어려웠음을 지적했다.

따라서 11월보다 업체들이 신제품이나 사업계획을 확정하는 3월경이 좋을 것이라는 의견도 제시되었다. 이에 대해 주최측은 이는 농업인의 날이 11월 11일이다 보니 이에 맞추는 과정에서 불가피하게 선택이 되었으며 차기에는 정부와 사전에 협의를 해서 조정이 가능하도록 준비토록 할 것이라는 의견을 주었다.

마지막으로 홍보부족이다. 홍보에 가장 큰

결림돌이 된 것은 매스컴을 끌어들이 수 있는 행사가 부족하여 언론 매체를 통한 일반인 참여 홍보에는 부족함이 많았음을 지적하고 또한 해외에 홍보가 부족하여 외국업체는 물론 외국인 참관객의 유치에도 한계가 있었다는 지적이다. 특히 축산물 판매코너에 업체 참여가 부족하여 매스컴에 주목을 받지 못하는 결정적인 계기가 되었고, 소비자들로부터 관심을 끄는데 한계가 있었다.

또한 박람회는 가장 짧은 시간에 가장 전문적인 지식을 얻을 수 있는 장점이 있어 시설,약품, 사료, 식품 등 가축에 대한 종합적인 현장이기 때문에 축산관련학교 등에 참관 홍보를 하여 교육의 장소로 활용이 되도록 해야 했으며, 축산인에게는 단합과 축제의 장으로 활용이 되도록 하는 것이 좋을 것으로 지적하였다.

이를 종합해 볼 때 차기 박람회부터는 박람회 성격을 확실히 정하여 취지에 맞는 준비가 있어야 하며, 행사 준비를 위해 가급적 개최 계획을 사전에 확정하여 참관업체로 하여금 준비기간을 충분히 주고, 추진위원회에서도 짜임새 있는 기획을 통하여 효과를 높일 수 있도록 노력해야 할 것으로 보인다.

즉, 전시회로 할 것인가, 박람회로 할 것인가에 대한 방향제시가 있어야 참관객과 부대행사에 대한 종합계획을 효율적으로 추진 할 수 있을 것으로 보이며, 장소문제도 박람회의 개최 성격이 정해진 후 목적에 부합하도록 장소가 선정되어야 할 것으로 보인다.

또한, 정부가 한국국제축산박람회의 개최 준비에 관심을 가지고 긴밀한 협조를 하여, 예산의 조기 확보가 있어야 성공적인 박람회가 될 것으로 확신한다. **양계**