

# 부산시 해양산업 육성을 위한 ‘해양산업박람회’ 개최방안 구상

김상구\* · 우양호\*\* · 정문수\*\*\*†

\* 한국해양대학교 해양행정학과, \*\* 한국해양대학교 국제해양문제연구소, \*\*\* 한국해양대학교 유럽학과

## Strategy for Growth of Ocean Industries through Holding the Busan Ocean Industry Expo

Sang-Goo Kim\* · Yang-Ho Woo\*\* · Moon-Soo Jung\*\*\*†

\* Department of Maritime Administration, National Korea Maritime University, Busan 606-791, Korea

\*\* Institute of International Maritime Affairs, National Korea Maritime University, Busan 606-791, Korea

\*\*\* Department of European Studies, National Korea Maritime University, Busan 606-791, Korea

**요 약 :** 본 연구는 부산의 지역해양산업의 육성과 지역경제 활성화 차원에서 해양산업박람회의 개최 논리와 효과적인 실행 방안을 구상하고자 했다. 본 연구가 다루고자 하는 해양산업박람회는 기존의 모든 해양산업들을 포괄하는 종합전시회로서의 위상과 의미를 담고 있다. 그러므로 향후 부산에서 진정으로 개최되어야 할 박람회는 해양산업박람회가 되어야 한다는 연구의 취지와 목적을 가지고 있다. 이러한 취지와 목적에 도달하기 위해 본 연구에서는 순차적으로 부산의 해양산업 환경과 비중을 검토하고, 기존 전시회의 현황과 문제점을 살펴본 다음, 해양산업체에 대한 의견조사를 통해 해양산업박람회의 합리적인 개최논리와 방안을 결론으로 제시하였다.

**핵심용어 :** 부산, 해양산업, 전시회, 타당성, 실행전략

**Abstract :** The purpose of this study was to examine the effect of Busan Ocean Industry Expo on ocean related industries and Busan regional economy. The study analyzed the effects of the various projects related to Busan Ocean Industry Expo and answered the question of how to link the effects to development of ocean related industries as well as the economic activation of Busan area. To attain this goal, first of all, this study attempted to analyze status of ocean related industries, characteristics of existing exposition and opinion of enterprises. To maximize the above positive effects of Busan Ocean Industry Expo, several strategic alternatives were suggested.

**Key Words :** Busan, Ocean industry, Exposition, Validity, Implementation plan

### 1. 서 론

오래 전부터 부산시는 우리나라를 대표하는 해양산업도시로 스스로를 특화시켜, 수도권에 집중된 산업기능을 적극적으로 분담하는 지역임을 자처해 왔다. 예컨대 부산시는 21세기 해양수도로서의 위상정립에 필수적인 마스터플랜을 이미 2001년에 수립하였고, 중앙정부나 타 지방자치단체에 대응할 수 있는 전략계획인 ‘해양수도 21 기본계획’도 수립하여 시행해오고 있다(부산발전연구원, 2001). 또한 부산은 우리나라 해양문제 논의의 주도적인 위치에서 ‘세계해양포럼(World Ocean Forum)’을 매년 개최하고 있다.

그러나 부산시가 지향하는 해양수도(Ocean capital)의 모습

은 해양을 중심으로 각종 경제, 사회, 문화적 활동이 활발한 도시를 의미하며, 특히 “해양산업이 종합적으로 발달한 도시”를 의미한다(부산광역시, 2009). 이에 부산시는 최근 “해양산업육성에 관한 조례”(부산광역시 공고 제2009-814호)를 제정하여, 지역해양산업을 체계적으로 육성·발전시키는 획기적인 정책을 마련하였다. 대한민국 해양수도로서의 위상정립과 지역경제 활성화를 위해 부산시는 전국 최초로 해양산업의 활성화 조례를 통해 새로운 길을 찾고 있는 것이다. 물론 여기에는 경제적으로 부산의 해양산업 비중이 타지역보다 높은 원인도 있고, 2012년 여수세계박람회 개최의 국내환경과 해양수산 공공기관의 부산이전(해양클러스터 구축) 등 지역호재도 작용한 것으로 생각된다(김과 박, 2008).

그런데 다른 산업과 마찬가지로 지역과 국가 해양산업의 획기적인 발전을 위해서는 무엇보다 산업박람회(Industry exposition)의 제도적, 정책적 역할이 매우 크다(Cooper, 1999;

\* 대표저자 : 종신회원, ksg1515@hhu.ac.kr, 051-410-4671

† 교신저자 : 정희원, jms@hhu.ac.kr, 051-410-4851

Hultsman, 2001). 왜냐하면 산업박람회는 특정시장에 접근하기를 원하는 기업들을 위한 기회의 장을 제공하고(유, 2003), 공통의 관심을 가진 고객을 끌어 모으는 이벤트로서 직접 판매와는 달리 유통 및 제조업의 판매를 촉진하기 위해 널리 사용되는 마케팅 수단이기 때문이다(신 등, 2002).

산업박람회라고 불리는 전문박람회(Special exhibition)는 제한된 분야의 특정한 주제로 개최되는 국제적인 산업박람회로 일반 관람객보다는 전문분야의 제품만이 출품되기 때문에 관람객이 선별되며, 참가기업들과 유망한 구매자 또는 잠재고객과의 상담 등이 원활하게 진행되어 기회손실을 방지하는 데 그 목적이 있다(Morrow, 2001). 세계적으로 상당수 국가는 산업박람회를 수출 진흥책의 하나로 이용하고 있으며(Tongren and Thompson, 1981), 제품판매기능 외에도 신시장 개척, 산업 홍보, 시장정보 수집, 신규 에이전트 발굴, 유통 네트워크 확대 등 종합적인 마케팅 기능을 가장 효과적으로 수행할 수 있는 수단으로 삼고 있다(Ngamsom and Beck, 2000; 홍과 박, 2006).

이런 맥락에서 부산에서 개최되어 온 기존의 해양산업전시회인 국제조선 및 해양산업전(Marine Week), 부산국제수산물엑스포(Busan International Seafood & Fisheries EXPO)는 지역에 산재해 있는 모든 해양산업(U-기반항만물류산업, 물류/항만기술개발산업, 해양에너지개발산업, 해양바이오산업, 조선/자재산업, 해양안전/환경기술개발산업, 수산업, 수산가공업 등) 중에서 조선(기자재)산업과 수산업에만 한정되어 있는 단점을 가지고 있다. 즉 두 산업박람회 모두 정기적으로 개최되고는 있으나, 해양산업 전체의 종합적인 관점에서는 각 행사가 일정부분 한계점도 드러내고 있는 것이 사실이다. 해양산업의 속성상 하위 연관산업의 상관성 및 유관성의 면모가 강하다는 측면에서 시너지 효과를 스스로 제한할 수 있는 맹점이 있다는 것이다. 또한 기존의 두 행사는 참가기업과 품목에 있어서도 일부 중복현상이 나타나고 있다.

이상의 배경에서 본 연구는 부산시 해양산업 발전방향을 해양산업(종합)박람회의 개최 차원에서 다루고자 하며, 이를 토대로 전반적인 해양산업의 발전방향을 제시해 보고자 한다. 본 연구가 다루고자 하는 해양산업박람회는 기존의 모든 해양산업들을 포괄하는 종합전시회로서의 의미가 있어, 향후 부산에서 진정 개최되어야 할 박람회는 해양산업박람회가 되어야 한다는 목적을 가지고 있다. 이러한 목적의 체계적인 달성을 위해 본 연구는 첫째, 부산의 해양산업 환경과 비중을 검토하고, 둘째, 기존 전시회의 현황과 문제점을 살펴본 다음 셋째, 해양산업체들의 의견조사를 통해 해양산업박람회 개최논리와 방안을 결론으로 제시할 것이다.

## 2. 부산시 해양산업의 환경과 비중

### 2.1 해양산업의 환경 분석

해양산업의 육성과 활성화방안을 구상하기 위해서는 이를 둘러싼 환경에 대한 검토가 전제되어야 한다. 즉 SWOT 분석

을 통해 해양산업 내부의 강점과 약점을, 산업 외부의 기회와 위협을 대응시켜 보면 '해양산업 활성화와 발전'의 필요성과 취지를 쉽게 이해할 수 있다. 해양산업 내부와 외부의 모습을 동시에 파악할 수 있기에 장기적 안목에서도 유리하며, 자체가 간단명료하게 정리되기 때문에 해양산업의 현실과 문제점을 보다 쉽게 파악할 수 있다. 부산의 해양산업을 둘러싼 환경에 대하여 강점과 약점, 기회와 위협요인(SWOT)으로 구분하여 분석하면 다음과 같이 제시할 수 있다.

먼저 부산의 해양산업에 대한 강점(Strength)과 기회(Opportunity)요인으로는 다음과 같은 것들이 검토될 수 있다.

첫째, 부산은 우리나라의 해양수도이자 세계 10대 해양강국을 주도하는 선도도시이다. 우리나라 제 1의 해양도시인 부산은 세계 10위권 해양력(Sea power)의 토대인 조선분야에서 1위, 선박보유량 8위, 컨테이너 처리량 5위, 수산물 생산량 12위를 주도하고 있으며, 실질적인 우리나라의 해양수도 역할을 담당하고 있다(부산발전연구원, 2007b; 한국해사문제연구소, 2009).

둘째, 국가경제를 뒷받침하는 우리나라 제1의 수출입 해상 관문 부산항은 개항한 이래, 제 1의 국가항만으로서 그 역할을 충실히 수행해 왔다. 예를 들어 2007년 기준 수출화물의 약 70%, 수입화물의 약 70%, 환적화물의 94%가 부산항을 이용하고 있다(부산발전연구원, 2007a). 부산항은 기본적으로 물류분야 국내 항만들 중에서 80%에 육박하는 화물 집중도를 보여주고 있으며, 평균 증가율도 매년 10% 정도로 전국의 10여 개 컨테이너 항만들 중에서 물동량 규모, 집중도 측면에서 단연 우위에 있다(부산발전연구원, 2007b). 부산지역 해운·항만·물류관련산업의 비중은 전국대비 약 30%를 차지하고 있으며, 해양산업은 전국에서 가장 높은 비중을 보여주고 있다(해양산업발전협의회, 2007). 부산항의 물류 규모의 확대와 이에 따른 산업활동 증대 및 기술수준 제고에 따라 해양산업은 여타 지역이나 도시에 비해 성장잠재력이 매우 크다고 볼 수 있는 것이다.

셋째, 부산은 명실상부한 국내 1위의 해운·항만·수산세력을 보유하고 있으며, 최고의 항만물동량 처리도시, 선원출생도시, 선박보유 도시로 평가되고 있다. 부산은 우리나라 제 1의 수산도시이자 국내최대의 수산 및 수산가공산업이 입지하고 있는 지역이다. 미국, 일본, 러시아, 중국, 우리나라 등 5개국의 수산물 생산 및 수입량이 세계 총량의 약 50%를 점유하고 있어(부산발전연구원, 2007a), 부산은 지리적으로 동북아의 중심 기지로서 수산물 국제교역에 유리한 조건을 가지고 있다. 따라서 부산은 항만/물류/해운 기능뿐만 아니라, 국내 수산업의 실질적인 메카로서의 기능을 수행하고 있다. 수산유통 부문에서도 부산공동어시장을 비롯한 9개소의 집하장으로 구성되어 연면적 77,834㎡, 경매장은 53,711㎡규모로 국내 수산물 유통 시설규모에서 45%이상을 소유하고 있는 것도 강점이다(부산발전연구원, 2007b). 냉동수산물 동결능력이 하루 4,500톤 이상, 냉장보관능력 90만톤 이상으로 전국대비 65% 수준이며, 수산식품업체 등 해양생물산업 연관업체가 700여 개 이상 입지하고 있어(부산발전연구원, 2007b), 수산물가공유통에 필요한 우수한 기반시설이 구축되어 있기 때문에 물류 및 유통분

야의 노하우가 축적되어 있다.

이 외에도 국제적으로 부산은 최근 부산-후쿠오카 초광역 경제권 형성이 점차 현실화되어 가고 있으며, 국제항구와 고속철도가 만나는 관문(Asian Gateway)으로서 해운, 물류, 조선산업을 중심으로 한 동북아 해양산업의 거점으로서의 발전이 전망되고 있다(부산발전연구원, 2007a). 이에 부산 신행만 개장에 따른 북항 재래부두 재개발사업이 추진 중이며, 지역해양자원과 각종 산업의 연계를 통한 해양산업 활성화가 예상되고 있다. 그리고 부산지역과 인근 경남지역은 우리나라 조선산업의 발상지이자 제 1의 조선(기자재)산업단지가 입지하고 있는 것이 강점이자 기회로 여겨지고 있다(한국해사문제연구소, 2009).

다른 한편으로, 부산의 해양산업에 대한 약점(Weakness)과 위협(Threat)요인으로는 다음과 같은 것들이 있다. 첫째, 부산 시민의 해양에 대한 이해 및 관심 부족을 들 수 있다. 부산은 해양수도로서의 무한한 성장 잠재력이 있음에도 불구하고 역사적으로 내륙 중심적 사고와 유교사상의 영향으로 해양에 대한 진취성이 부족하고, 해양사상을 배척하는 경향이 강했다(한국해사문제연구소, 2009). 지금도 해양과 직접 관계되는 관련기관이나 관계자 정도만 그 중요성을 인식하고 있는 정도이다.

둘째, 해양의 중요성에 대한 지역시민의 인식 부족과 함께 바다에 대한 관심이 매우 적었고, 해양공간의 다양한 경제적 활용에 대한 사회적 관심도 낮았으며, 단순 어업공간이나 화물선 운항 중심의 항만 물류공간으로만 여겨왔다(부산발전연구원, 2001).

셋째, 부산의 해양산업은 조선, 해운항만, 국방(해군)의 터전이자 수산, 광물, 에너지 자원의 보고로서 개척하고 육성해야 할 중요한 영역이었다. 그럼에도 불구하고 육지중심에서 해양시대로의 변화에 중앙부처와 지방정부는 능동적으로 대응하지 못해 왔던 탓에 우리나라는 임해지역의 난개발을 비롯하여 삼면이 바다인 반도국가이면서도 지금까지 내륙지향적 국토정책을 추진해 왔다(부산발전연구원, 2007b).

넷째, 해양산업체(기업)의 전반적인 영세성으로 부산을 비롯한 해양산업분야 업체들 대부분이 중소·영세기업으로 집계되고 있다. 이들은 현재 자금·인력의 부족과 취약한 유통망으로 인해 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 수준의 제품개발 능력이 취약한 실정에 있다(해양산업발전협의회, 2007).

다섯째, 해양산업에 대한 안정적인 국내수요 및 성장기반이 취약하다. 우리나라의 경우 좁은 국토와 자원으로 인해 해양산업에서 가장 중요한 관건이라고 할 수 있는 내수시장이 현재로서는 적은 실정이다(한국해사문제연구소, 2009). 즉 해양산업의 부가가치 창출은 거의 전적으로 해외시장에 의존해야 하지만, 필요한 국제시장정보와 마케팅 능력이 아직 부족한 실정에 있는 등 성장기반이 취약한 실정에 있다.

여섯째, 해양산업은 전반적으로 수산업 등 1차 산업에서 3차 서비스 산업까지 연계된 종합산업으로서 다양한 분야의 협력이 필연적이다. 그러나 우리나라의 경우 중앙 및 지방정부의 부처는 물론이고 관련기관, 대학 등 모든 분야의 상호협력 체계가 미흡하고, 지역수준(Local level)에서 산·학·연·관 협력 체계나 해양거버넌스(Ocean governance)를 구축을 하고 있는

경우는 거의 없다. 설령 그것이 있다고 해도 실질적인 협력적 운영은 아직 미흡한 상태로 보여진다.

## 2.2 해양산업의 비중 분석

다음으로 부산의 해양산업 비중을 검토해 봄으로써, 해양산업박람회 개최의 타당성을 논의할 수 있다. 부산시 전체산업에서 해양산업분야가 차지하는 각 요소별 비중은 사업체의 3.13%, 종사자의 5.33%, 매출액의 12.55%를 나타내고 있다. 구체적으로 이러한 해양산업의 내부비중을 살펴보면, 2007년 까지 부산 해양산업의 사업체 수는 8,347개이며, 이 중에서 수산업의 사업체 수는 5,787개로 해양산업 중 가장 큰 비중(69.33%)을 차지하고 있다. 그 다음으로 조선산업이 903개(10.82%), 항만물류산업이 719개(8.61%), 해양관광업이 521개(6.24%), 해운산업이 347개(4.16%), 해양토목업이 71개(0.85%)의 순으로 나타나고 있다(Table 1).

Table 1. The relative importance of ocean industries in Busan(unit: enterprise, person, million won, percent)

Ocean industry	Enterprise	%	Person	%	Million won	%
Fishing industry	5,787	2.17	26,148	2.33	2,340,664	2.89
Fishery	3,508	1.31	10,952	0.98	842,259	1.04
Fisheries processing	351	0.13	4,734	0.42	540,682	0.67
Fisheries distribution	1,928	0.72	10,462	0.93	957,723	1.18
Shipping	346	0.13	4,789	0.43	1,493,398	1.85
Goods transport	332	0.12	4,496	0.40	1,448,674	1.79
Passenger transport	14	0.01	293	0.03	44,724	0.06
Civil engineering	71	0.03	1,893	0.17	319,129	0.39
Construction	71	0.03	1,893	0.17	319,129	0.39
Shipbuilding industry	903	0.34	11,566	1.03	2,406,528	2.97
Steel construction	59	0.02	3,590	0.32	1,339,909	1.66
Shipbuilding equipment	844	0.32	7,976	0.71	1,066,619	1.32
Physical distribution industry	719	0.27	13,865	1.24	3,512,585	4.34
Goods transport	208	0.08	3,211	0.29	1,676,948	2.07
Warehousing	166	0.06	4,424	0.39	350,092	0.43
Freight terminal	4	0.00	111	0.01	4,395	0.01
Freight service	341	0.13	6,119	0.55	1,481,150	1.83
Tourist industry	521	0.20	1,577	0.14	78,331	0.10
Cruise ship	10	0.00	101	0.01	8,165	0.01
Lodging industry	90	0.03	236	0.02	1,112	0.00
Manufacturing	105	0.04	730	0.07	55,331	0.07
Leasing service	290	0.11	400	0.04	11,739	0.01
Other services	26	0.01	110	0.01	1,984	0.00
Total	8,347	3.13	59,838	5.33	10,150,635	12.55
Total(Busan)	267,066	100.0	1,122,259	100.0	80,899,294	100.0

Data : National statistics office(2009) : 통계청(2009)

한편, 부산지역 해양산업 종사자수는 총 59,838명인데, 이중 수산업 종사자수가 26,148명(43.70%)으로 가장 많으며, 항만물류산업 13,865명(23.17%), 조선산업 11,566명(19.33%), 해운산업 4,789명(8.00%), 해양토목업 1,893명(3.16%), 해양관광 1,577명(2.64%) 등의 순으로 종사자수 비중이 많은 것으로 나타난다. 이와 같이 부산은 우리나라 도시 중에서도 해양산업의 비

중과 집적 수준이 아주 높게 나타나고 있다. 그러나 해양산업의 높은 비중과 장점에도 불구하고 조선, 해운, 물류를 제외한 다른 해양산업 분야의 전반적인 열악함, 고부가가치 지향의 해양산업 육성 부족, 사업체 수에 비해 평균종사자가 너무 적은 영세성은 지속적으로 극복해야 할 과제로 지적될 수 있다.

### 3. 기존 전시회의 현황과 문제점

#### 3.1 국제조선 및 해양산업전(Marine Week)

부산의 해양산업관련 양대 전시회 중 하나인 '부산 국제조선 및 해양산업전'은 1978년 1회 대회를 시작한 이후 2년 단위 격년제로 개최해 오고 있다. 통상 4일 개최하는 이 전시회는 정부, 조선(기자재) 업체와 유관단체가 대거 참석하는 명실상부한 우리나라 최고의 조선/기자재 중심 전시회이다. 이 전시회는 세계 4대 조선해양분야 전문 전시회 중 하나로 주요 참가국은 우리나라를 비롯하여 중국, 핀란드, 오스트리아, 스위스, 독일, 노르웨이, 덴마크, 영국, 네덜란드 등이다. 이 전시회를 통해 부산은 조선 해양산업 분야에서 세계 4대 전시회의 확고한 입지를 구축하였고, 지역 조선, 해양 산업 발전과 해외 수출에 크게 기여하고 있다. 또한 해외 경제사절단, 유명 선주사, 해외 바이어 등의 대거 참관을 유도하여 수출상담 및 계약을 통해 지역경제 발전에 기여하고 있다. 프로그램은 국제조선기자재 및 해양장비전(Kormarine), 국제 해양방위 산업전(Naval & Defence), 국제 항만·물류 및 해양환경 산업전(Sea-port) 등으로 구성되며, 조선 및 해양기자재, 조선소 설비기자재, 엔진 및 추진시스템, 조선수리 및 관리, 해양플랜트 및 기자재, 항해장비 및 시스템, 조선해양IT장비, 해양안전장비 및 보안시스템, 해양환경 등의 품목으로 전시되고 있다. 이 전시회는 2009년 기준 수출상담 및 계약추진 58,300만달러(50,079건), 수출구매 및 상담 8,300만달러(4,039건)의 성과를 거두었다(부산국제해양대전, 2009).

#### 3.2 부산국제수산물무역엑스포(Busan International Seafood & Fisheries EXPO)

수산업관련 최대 전시회인 '부산국제수산물무역엑스포'는 2003년부터 1년을 단위로 개최되고 있으며, 통상 하반기 3일(비즈니스 데이 2일, 일반관람 1일)로 행사가 진행되고 있다. 이 전시회는 '세계적 수산전문 EXPO'를 지향하고 있으며 부산을 21세기 세계 최대 수산 물류 무역 중심도시로 육성, 발전시키기 위한 목적을 가지고 있다. 최근에는 전문화된 비즈니스 쇼로 성장하기 위해 이벤트 성격의 행사는 지양하는 추세이며, 참가업체의 비즈니스 기회 확대에 중점을 두고 있다. 또한 국제성 및 무역성의 강화로 부산국제수산물도매시장의 활성화와 수산업의 고급 비즈니스화를 도모하고 있다. 이 전시회는 Seafood관, 수산기자재관, 해양산업관으로 분류하여 냉동냉장제품, 연제품, 조미제품, 해조제품, 건포류제 등과 어선장비, 양식장비/설비, 해양바이오 신소재, 해양생물 기능성 소재 등

을 주요 품목으로 전시하고 있다. 2008년 기준 상담실적 32,100만불, 수출계약 5,800만불의 성과를 거두었다(부산국제무역수산엑스포, 2009).

#### 3.3 기존 전시회의 문제점

부산의 기존 박람회는 국제조선 및 해양산업전, 국제수산물무역엑스포 2가지 행사가 모두 성공적으로 개최되고 있으나, 해양산업의 종합적인 관점에서는 각 행사가 일정한 한계점도 드러내고 있다.

첫째, 박람회의 기본성격과 범주의 측면에서 국제조선 및 해양산업전, 국제수산물무역엑스포 각각의 두 박람회는 해양산업 내에서도 '조선(기자재) 산업' 분야와 '수산업' 분야에 다소 제한된 성격의 박람회라는 한계점을 가지고 있다. 이는 해양산업의 속성상 하위 연관산업의 상관성 및 유관성의 변모가 강하다는 측면에서 시너지 효과를 스스로 제한할 수 있는 맹점을 가진다고 볼 수 있다. 기존 두 행사의 지속적인 발전과 규모확대에 있어서도 기본성격과 범주가 좁다면 한계가 생길 수 있다.

둘째, 기존의 두 행사는 참가대상이나 전시품목에 있어서도 약간의 중복성이 나타나고 있다. 예컨대, 2009년 기준 국제조선 및 해양산업전의 조선소/조선기자재 및 해양장비 전시관과 2008년 기준 국제수산물무역엑스포의 수산기자재관의 전시품목은 모두 선박에 관련된 장비로 일부 유사한 품목이 전시되고 있다. 또한 국제조선 및 해양산업전에는 해양산업분야(해양플랜트 및 기자재, 항해장비 및 시스템, 조선해양IT장비, 해양안전장비 및 보안시스템, 해양환경 등)가 있고 국제수산물무역엑스포에도 해양산업관이 별도로 준비되어 있어 참가업체의 혼선이나 품목이 겹치고 있다.

셋째, 기존의 두 행사 중에서 '국제조선 및 해양산업전'은 중앙정부(지식경제부)의 Global Top 전시회로 인정받고 있으나, 향후 인근 경상남도 창원에서 개최되는 국제조선해양산업전 개최와의 경쟁이 심화될 것으로 예상된다. 특히 경남은 스스로를 세계 최고의 조선산업의 메카로 자부하고 국제조선해양산업전을 중점, 육성하고 있으며 세계 3대 조선소(삼성중공업, 대우조선해양, STX조선)를 행정관할지역에 가지고 있다는 이점을 십분 활용하고 있다. 현재 부산은 홀수연도에, 경남은 짝수연도에 개최하여 큰 마찰을 피하고 있는 실정이지만 부산과 경남의 전시행사는 근본적으로 조선산업 위주의 동일행사이므로 경쟁과 마찰이 불가피할 것으로 보여진다.

넷째, 기존의 두 행사는 전문화된 비즈니스 쇼로서의 육성을 위한 행사의 전국적 홍보와 일반인 관람의 기회확대가 필요하다. 현재 부산의 두 전시회는 홍보를 체계적으로 잘 하고 있으나 전국신문, 방송을 통한 대규모의 홍보에 있어서는 아직 부족한 모습이 나타나고 있다.

이상으로 기존 해양산업 관련 박람회의 문제점을 종합해 볼 때, 부산에는 전체 해양산업을 포괄하는 의미를 가진 종합적인 의미의 박람회가 반드시 필요하다. 즉 앞으로 부산에서 진정 개최되어야 할 박람회는 장기적 관점에서 기존의 국제조

선 및 해양산업전, 국제수산물엑스포를 모두 아우르거나 최소한 연계할 수 있는 해양산업(종합)박람회가 되어야 한다는 것이다.

#### 4. 해양산업체에 대한 의견 조사

##### 4.1 조사의 목적과 개요

해양산업박람회 개최의 객관적 타당성을 높이고 보다 효과적이면서 실질적인 결과를 얻기 위해서는 해양산업분야 기업 현장에서의 구체적인 박람회 수요, 요구사항, 지원방안 마련 등에 대해 사전 의견조사를 해야 한다. 이에 본 연구는 부산 지역 해양산업체들에 대한 해양산업박람회 개최의 필요성과 타당성에 관한 인식조사를 하였다.

이 조사에서 응답한 기업은 총 113개 해양산업체로 분석이 가능한 최종 유효표본은 N=113으로 나타났다. 구체적으로 해운/물류분야가 59개 기업(52.2%), 조선(기자재)분야가 26개 기업(23.0%), 해양과학/기술 분야는 6개 기업(5.3%), 해양 바이오/에너지 분야, 정보/금융분야, 수산관련 분야가 각각 4개 기업(3.5%)씩, 그리고 해양환경/안전 분야에 1개 기업(0.9%)이 응답하였다. 특히 각 기업에서 해양산업박람회 참가에 대한 가장 정확한 정보와 마인드를 가진 사람으로부터 응답을 받았기 때문에 응답은 각 기업의 대표의견으로 볼 수 있다. 설문은 과거 유사한 산업박람회에 대한 인식, 향후 해양산업박람회 개최에 대한 인식, 해양산업육성조례에 대한 인식 등 총 3가지 부분으로 조사되었다.

##### 4.2 조사 결과와 해석

부산시 해양산업체들에 대한 조사결과와 해석은 다음과 같다 (Table 2).

첫째, 다른 산업전시전이나 박람회에 참가경험의 여부를 묻는 문항에, “있다”고 응답한 참가자가 77개 기업(68.1%)으로, “없다”고 응답한 36개 기업(31.9%)에 비해서 높게 나타났다. 평소 해양산업체들의 산업전시전이나 박람회 참가율은 높은 편으로 볼 수 있다.

둘째, 해양산업박람회 개최에 대한 기업의 인식에서 해양산업박람회 개최에 대하여 필요하다는 쪽의 의견(약 62%)이 반대 의견(약 8%) 보다 훨씬 많았다. 해양산업박람회 참가의사는 참가하겠다는 쪽의 의견(56%)이 반대쪽 의견(12%) 보다 많았다. 해양산업박람회 참가 주요목적은 “기업브랜드 홍보(46.9%)”와 “시장반응조사(20.4%)”가 가장 많았고, 박람회가 개최된다면 그 기대효과는 전반적으로 높을 것이라는 의견(52.2%)이 많았다. 세부적으로는 조사과정에서 “신규고객 발굴 및 제품판매”, “제품/기술/디자인 개발”, “신기술 및 신제품 소개/홍보”, “기업브랜드 홍보나 이미지 제고” 등에서 일선 기업 현장의 기대효과는 큰 것으로 나타났다. 참가경비 부담은 100만원~200만원 정도를 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 박람회 준비위원장이거나 개막식 대표에 가장 적합한 사람은 ‘국내

유명기업 대표’와 ‘고위관료/기관장’을 호하는 것으로 나타났다. 그러므로 부산시는 이상의 결과를 고려하여 향후 해양산업박람회에 대한 기업의 적극적인 참가유도를 할 수 있는 방안을 구상할 필요가 있다.

Table 2. The result of survey for the "Busan Ocean Industry Expo"(unit: frequency, percent)

Contents item	Answer	Frequency	Percent
Experience of exhibition participation	Yes	77	68.1
	No	36	31.9
Necessity of Ocean Industry Expo	Very positive	23	20.4
	Slightly positive	47	41.6
	Average	33	29.2
	Slightly negative	5	4.4
	Very negative	5	4.4
Attend an Ocean Industry Expo	Very positive	12	10.6
	Slightly positive	52	46.0
	Average	35	31.0
	Slightly negative	10	8.8
	Very negative	4	3.5
Purposes of Ocean Industry Expo	Secure new customers	20	17.7
	PR/brand image	53	46.9
	Sales promotion	7	6.2
	Marketing research	23	20.4
Expected effect of Ocean Industry Expo	Very positive	14	12.4
	Slightly positive	45	39.8
	Average	41	36.3
	Slightly negative	10	8.8
	Very negative	2	1.8
Entry fee for Ocean Industry Expo	Less than one million won	34	30.1
	One-two million won	53	46.9
	Two-three million won	20	17.7
	More than three million won	3	2.7
Guest speaker of Ocean Industry Expo	High-ranking politician	11	9.7
	High-ranking officials	30	26.5
	CEO(domestic)	50	44.2
	CEO(foreign)	8	7.1
	CEO(media)	6	5.3
Awareness of ocean governance	Very positive	1	.9
	Slightly positive	23	20.4
	Average	37	32.7
	Very negative	52	46.0
Participation for ocean governance	Yes	60	53.1
	No	52	46.0

셋째, 해양산업박람회 개최의 제도적 근거인 해양산업육성조례에 대한 기업의 인식에 있어서, 2009년에 제정된 부산광역시 해양산업육성에 관한 조례에 대해 인지하고 있는가에 대한 질문에 전혀 모른다고 응답한 곳이 52개 기업(46.0%)으로 나타나 그 인지도는 낮은 편이었다. 그러나 해양산업의 육성에 관한 조례에 따른 집행과정이나 기구에 참여, 협력, 의사개진의 용의가 있느냐의 문항에 “있다”는 응답이 60개 기업(53.1%)으로 높게 나타났다. 그러므로 부산시는 최근 제정된

해양산업육성조례의 적극적인 홍보를 통해 인지도를 제고하고, 향후 조례 집행과정에 기업들의 자발적인 참여유도 방안을 구상해 나가야 할 것이다.

## 5. 해양산업박람회 개최방안 구상

### 5.1 해양산업박람회의 개최 논리

#### 1) 해양산업의 환경변화와 해양수도의 위상 제고

해양산업박람회 개최는 해양산업 환경의 급속한 변화에 적합한 대응방안의 하나이며, 동시에 해양수도 부산의 위상 유지에 아주 중요할 것으로 판단된다. 이러한 논리의 근거로 앞서 부산시 해양산업을 둘러싼 환경에 대하여 강점과 약점, 기회와 위협요인(SWOT)으로 구분하여 분석한 결과를 제시할 수 있다. 부산시 해양산업 환경상의 강점요인(Strength), 약점요인(Weakness), 기회요인(Opportunity), 위협요인(Threat)들을 종합해 볼 때, 부산시는 해양산업 환경상의 강점과 기회요인을 극대화하고, 약점과 위협요인을 최소화는 측면에서 향후 해양산업박람회 개최가 대안적으로 필요하다.

#### 2) 해양산업의 높은 지역비중과 경쟁력 제고

해양산업박람회 개최는 부산의 위상에도 중요하고 해양산업의 비중과 경쟁력에도 중요한 견인차 역할을 할 것으로 기대된다. 이러한 논리의 근거로 앞서 부산시 해양산업의 비중을 통계자료를 이용하여 분석하였다. 그 결과 부산지역은 인근 경남, 울산을 제외하더라도 해양산업의 집적 수준이 높게 나타나고 있고, 다른 도시에 비해 사업체 수나 부가가치 면에서 월등하게 높은 비중을 차지하고 있다. 따라서 부산은 해양산업 기능집적과 역량을 더욱 강화할 수 있도록, 향후 해양산업박람회 개최와 같은 한층 획기적인 해양산업 육성정책이 필요하다. 부산에서 해양산업의 육성정책이 해양산업박람회로 정례화 된다면, 그 지역 경제적 파급효과와 성과확산이 증폭적으로 일어날 것이기 때문이다. 또한 부산이 자랑하는 항만물류, 해운, 해양과학기술산업 등은 수익체증적 성격을 갖고 있기 때문에, 그 성과 및 지식확산시스템을 해양산업박람회를 통해 제대로 구축하게 된다면 그 파급효과는 예상보다 클 것으로 기대된다.

#### 3) 기존 행사와의 연계통합을 통한 시너지효과 창출

부산시 해양산업박람회 개최는 기존 국제조선 및 해양산업전, 국제수산물무역엑스포 행사의 한계와 문제점을 보완해 주고 최소한 이 행사들과의 연계/통합을 통한 시너지 효과 창출을 기대할 수 있다. 이러한 논리의 근거는 앞선 부산의 기존 산업박람회 현황분석을 통해 나타났다. 기존 국제조선 및 해양산업전, 부산국제수산물무역엑스포 등의 두 행사는 해양산업 내에서도 '조선/기자재 산업' 분야와 '수산업' 분야에 다소 제한된 성격의 박람회라는 한계점을 가지면서, 참가품목에 있어서도 약간의 중복성이 나타나고 있다. 그리고 '국제조선 및 해양

산업전'은 인근 경상남도의 창원에서 개최되는 행사와의 경쟁이 점차 심화될 것으로 예상된다. 전국적 홍보에 있어서도 2009년 기준 부산, 경남 지역언론을 제외한 공중파방송(KBS, MBC, SBS)이나 주요 일간지(조선, 중앙, 동아, 매일경제)에 홍보기사가 없어 아직 부족한 면이 남아 있다. 따라서 현황과 문제점을 종합해 볼 때, 모든 해양산업들을 포괄하는 의미를 가진 종합적인 의미의 박람회가 필요하고, 부산에서 진정 개최되어야 할 박람회는 장기적 관점에서 기존의 행사를 모두 아우르거나 최소한 연계할 수 있는 해양산업박람회가 되어야 한다는 것이다.

#### 4) 지역 해양산업체들의 높은 기대와 요구

해양산업박람회 개최는 지역 해양산업체들의 높은 기대와 요구에 부응하는 차원에서 그 개최의 당위성과 타당성이 높은 것으로 보여진다. 앞서 지역 해양산업체들을 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 행사 수요자들인 해양산업체들의 높은 기대와 요구는 부산시 해양산업박람회 개최의 당위성과 타당성을 높여주고 있다. 따라서 부산시는 해양산업체들에 대한 설문조사 결과를 고려하여 앞으로 해양산업박람회 개최를 적극 추진할 필요가 있으며, 수요자들의 적극적인 참가유도와 행사의 활성화를 할 수 있는 방안을 구상할 필요가 있다. 같은 맥락에서 장기적으로는 해양산업박람회 개최가 향후 부산 지역의 해양거버넌스 형성과 내실화에도 중요한 견인차 역할을 할 것으로 기대된다. 다른 박람회와 같이 해양산업박람회는 중앙정부, 지방정부, 해양산업체와 기업, 일반시민, 학계/연구기관, 언론 등이 모두 참여하는 열린 공간이며, 여기서 다양한 의제와 토론의 장이 형성될 수 있기 때문이다(Ngamsom and Beck, 2000). 해양산업박람회 개최를 통해 형성되는 부산의 해양거버넌스는 타 지역보다 경쟁우위의 산업체제를 구성케 하고, 지역적 제도를 창출하는 새로운 산과역할을 해 줄 것으로 보인다.

### 5.2 해양산업박람회 개최방안과 추진체계

#### 1) 해양산업박람회의 공감대 확산

해양산업박람회의 개최를 준비하기 이전에, 가장 먼저 해양산업의 장기적 발전을 위한 종합박람회의 필요성과 당위성에 대한 공감대를 전방위적으로 확산시켜야 한다. 이를 위해서 기존 마린위크(코마린)와 국제수산물무역엑스포의 행사범위 확대 및 세계해양포럼과 연계하는 방안이 현실적으로 검토될 수 있다. 즉 기존의 국제조선 및 해양산업전, 국제수산물무역엑스포가 정례 전시회로 자리를 잡았으므로, 이 행사를 당장 해양산업박람회로 통합하거나 폐지하는 것에는 부작용이 따를 것이다. 이에 단기적으로는 일단 조선(기자재), 수산에만 한정된 기존행사의 영역을 사각지대가 생기지 않도록 점차 확대해 나가는 것이 좋다. 그리고 부산에서 매년 열리는 세계해양포럼(WOF)의 연차 주제와 연계해서 부분전시회를 동반 개최하는 것이 좋을 것이다. 예컨대 2009년 제3회 세계해양포럼의 아젠다가 '기후변화'였다면, 해양산업체들 중 해양에너지산업, 해양

바이오산업 및 해양안전산업 등이 이 아젠다와 관련되므로, 이들 대표를 포럼의 공동조직위원장으로 추대하고, 연관업체들의 제품전시회를 갖도록 하는 것이 좋을 것이다. 이 경우 세계해양포럼의 콘텐츠도 다양화할 수 있고, 기업체와 바이어, 관람객의 흥미유발과 홍보에 도움이 될 것으로 보인다. 그리고 궁극적으로 기존에 취약한 해양산업들을 모두 아우르는 해양산업박람회 개최의 토대가 마련될 수 있을 것이다.

## 2) 행사 추진기획단 구성

장기적으로 해양산업박람회를 독자 개최할 경우, 행사의 효율적인 추진을 위해 행정적으로는 가장 먼저 부산시가 주관하는 별도의 추진 조직을 만들어야 한다. 향후 우리나라 해양전시산업을 대표할 해양산업박람회는 부산시 지방정부와 지식경제부, 국토해양부 등 중앙정부의 차원에서의 능동적인 지원이 없는 업무 수행이 곤란한 분야가 많기 때문이다. '(가칭)부산 해양산업박람회 추진기획단'은 해양산업박람회 개최의 원활한 준비 및 운영과 주요사항의 심의·결정을 위해 설립되는 기구로서, 최초 박람회 1회 개최가 끝나면 해산하는 한시적인 일몰기구이다. 해양산업박람회 추진기획단의 구성은 부산시, 국토해양부, 학계/전문가 등으로 배정하고 이 위원회에는 위원장, 부위원장, 다수의 위원, 간사 등을 두는 것이 바람직할 것이다. 추진기획단의 기능은 최초 1회 행사를 위한 실무추진사항의 계획 수립·집행하는 것이 핵심이며, 준비사업의 규모와 방향, 개별 사업계획 수립, 최초 행사에 대한 개별사업의 추진 상황을 정기적으로 점검 관리하고 추진성과를 분석·평가하는 기능을 하면 될 것으로 생각된다.

## 3) 행사 공식명칭 및 로고 설정

해양산업박람회 개최를 위한 기획단이 만들어지면 그 다음 단계에서는 해양산업박람회 기본계획을 수립하고, 본격적인 행사준비에 들어가야 한다. 행사개최 준비에는 가장 먼저 명칭 및 로고가 설정되어야 한다. 참가기업과 관람객의 관심을 끌고 실질적으로 해양산업박람회에 참가하도록 유도하기 위해서 개최할 분야를 함축적으로 표현할 수 있는 명칭 및 로고 선정은 매우 중요한 문제이다. 이는 해양산업박람회에 대한 기대감이 있도록 해야 하며, 타이틀 또는 슬로건은 감동과 상징성을 나타낼 수 있는 연차별 주제가 바람직하다. 최종 명칭은 공모전을 통해 선정하거나 전문 카피라이터에 의뢰하는 것이 좋을 것이며, 정식 국문명칭 외에도 영문 및 약어로 된 국제적 명칭도 추가되어야 할 것이다.

## 4) 행사시기 및 기간 설정

해양산업박람회의 최종적인 행사명칭과 로고를 결정하는 단계에서 행사의 개최시기 및 기간을 확정해야 하는데, 개최의 적정 시기는 해양산업의 업종특성 및 상황, 계절적 특수성, 참가자 및 바이어의 선호도, 국내·외 산업박람회에 대한 파악을 통하여 시기적 장단점을 고려한 차별화를 꾀할 필요가 있다. 해양산업의 경기변동에 따른 적정시기는 연관산업의 제품

이 성수기에서 비수기로 넘어가는 시기가 가장 좋고, 그 다음으로는 각 기업에서 홍보활동이 활발해지는 비수기에서 성수기로 들어가는 시기가 좋으며, 다수 기업이 신제품을 개발하여 시장에 내놓는 시기도 좋다. 특히 부산은 국립해양박물관 건립 2012년, 여수세계박람회 개최 2012년, 세계해양포럼의 세계적 인지도 획득 2014-2016년(7회-10회), 동삼동 해양혁신지구 완공 2014-2015년, 부산신항만 완전개장 2015년 등을 종합적으로 고려하여 개최시기를 정하는 것이 바람직할 것이다. 또한 해양산업(종합)박람회의 향후 개최주기를 1년으로 한다면, 경남과의 경쟁이 불가피하므로 경남과의 상생, 협력방안도 마련되어야 할 것이다. 현재 정부(지식경제부)는 지방정부간 유사전시회의 통합·대형화를 유도하고 국제적 수준의 브랜드 전시회의 육성과 지역산업 발전을 위해 집중 지원을 하고 있다. 소위 「5+2 광역경제권」과 연계, 발전시킬 수 있는 전시회를 발굴·육성하는 추세에 있는 것이다. 이에 따라 부산시는 인근 경상남도와 향후 공동으로 국비확보를 위한 해양산업박람회 공동개최와 참여(WIN-WIN)를 위한 긴밀한 협의도 할 필요가 있다.

## 5) 행사장소 및 규모 설정

산업박람회장은 단순히 행사가 개최되는 공간적인 장소(Place) 개념을 넘어서 그 내용과 주변환경에 따라 다양한 국제적 이벤트 활동의 장(field)이다((Ngamsom and Beck, 2000). 왜냐하면 박람회장은 참가자, 바이어, 소비자 중심의 시설 및 콘텐츠의 질적 수준을 고급화·차별화시켜 각 참가자가 목표를 이룰 수 있는 비즈니스의 장, 정보의 장으로서의 역할을 하기 때문이다(노와 김, 2006). 그러므로 박람회 장소는 참가자와 관람객의 교류에 용이한 환경이 조성되어야 하며, 산업박람회의 성격에 가장 적합한 지역 및 장소를 선정해야 한다. 부산은 벅스코(BEXCO)가 각종 박람회의 가장 유력한 장소이고 해양산업박람회의 유력한 후보지이기도 하지만, 기본적으로 행사장소는 개최할 지역의 교통수단, 편의시설 용이성, 물가수준, 기후, 숙박시설 등을 고려하여 선정하여야 한다. 그리고 기존 행사보다 상당히 다양해진 종합전시품목을 고려한 해양산업박람회 장소로서의 고유한 적합성도 따져 보아야 할 것이다.

## 6) 행사의 목표와 경쟁전략 수립

해양산업박람회의 목표와 경쟁전략은 부산의 국제조선 및 해양산업전, 국제수산물무역엑스포 등 기존 해양관련 산업박람회와의 관계설정 및 인근 경남의 국제조선해양산업전과의 관계 및 경쟁내용을 포함하는 것이다. 이는 지속적인 경쟁우위를 가지고 행사의 미션과 목적을 성취하기 위한 장기적인 방향과 자원 활용방법을 제시하는 포괄적 활동계획이다. 경쟁우위를 확보할 수 있는 접근방식은 비용우위와 차별화, 집중화 전략 등이 있는데, 이 중에서 비용우위와 차별화전략을 피하는 것이 좋을 것이다. 왜냐하면 이미 해양산업박람회를 찾는 참가기업과 관람객은 이미 세분화되어진 집단이기에 세분화와

집중화를 고려하기에는 범위가 매우 작아 무의미할 수 있기 때문이다(노와 김, 2006). 해양산업박람회가 향후 경쟁우위를 확보하고 변화하는 환경에 민첩하게 대응할 수 있으려면 먼저 정보를 획득하여야 하며, 그에 따른 유연성도 갖추어 나가야 할 것이다.

#### 7) 행사 운영기관 및 조직 구성

해양산업박람회가 기획에서 홍보에 이르기까지 전문성이 요구되는 것이기에 조직과 전문인력의 선제적 확보는 가장 중요한 문제가 될 것으로 예상된다. 먼저 운영기관은 박람회를 실질적으로 책임을 지고 이끌어 나가는 기관으로 주최기관, 주관기관, 후원기관으로 나눌 수 있다. 박람회를 성공적으로 개최하기 위해서는 참가자가 많아야 하며, 참가자들이 많이 참가하도록 하기 위해서는 운영위원회에 주최기관, 주관기관, 후원기관, 협찬기관들을 공동으로 구성해서 업무를 분장하는 것이 좋을 것이다. 주최자가 대외적으로 공신력이 약할 경우 명성 있는 기관이나 단체를 주최기관으로 내세우기도 하지만, 부산시가 주최할 경우 주관기관은 국토해양부, 부산항만공사, (사)해양산업발전협의회 등 공공기관이 적절할 것이다. 행사실무를 맡는 운영조직의 경우 업무에 대한 전반적인 관리와 조율을 하는 기획팀, 시설관리와 사무를 보는 운영관리팀, 행사를 대외적으로 알림과 동시에 고객 및 언론에게 우호적인 이미지를 갖게 하는 홍보팀, 전시공간과 디자인을 맡는 설치팀 등으로 일단 구성하는 것이 좋을 것이다.

#### 8) 행사 프로그램 기획과 구성

해양산업박람회의 세부 프로그램 구성은 기본적으로 부산과 우리나라 해양산업 발전정책 비전, 해양산업 투자설명을 핵심테마로 선정하여 여기에 대한 비전을 선포하고 관련된 기업과 정부기관, 기업 상호간의 MOU를 집중 발굴하는 것이 중요할 것으로 생각된다. 또한 해양산업에 대한 종합적 성격의 박람회인 만큼 해운/물류, 조선/기자재, 과학기술, 바이오, 환경, 안전, 수산, 기타 분야에 대한 국내의 기업의 투자를 활성화하기 위한 행사를 기획하는 것이 바람직할 것이다. 이 외에 세부 해양산업 전반을 아우르는 테마전시관(해운/물류관, 조선/기자재관, 해양과학기술관, 해양바이오/환경관, 해양안전관, 수산/유통진흥관, 기타관)·투자상담관 및 컨퍼런스/부대행사를 종합적으로 운영하는 방안을 제시할 수 있다.

이상으로 본 연구에서 예측·분석된 해양산업박람회의 논리와 구상에 기초하여 부산시는 특화된 정책을 입안하거나 해양산업활성화 계획을 실효성 있게 마련할 수 있을 것으로 보인다.

### 후 기

본 연구는 (사)해양산업발전협의회가 발주한 「해양산업박람회 개최를 위한 기획 연구」 용역의 일부분을 대폭 수정, 보완한 것임.

### 참 고 문 헌

- [1] 김길성·박복재(2008), 여수세계박람회의 경제적 효과 제고방안: 광양만권을 중심으로, 한국항만경제학회지, 제24집, 제3호, pp. 37-55.
- [2] 노용호·김화경(2006), 지각된 가치와 태도에 의한 산업전시박람회참관자의 행동의도, 관광학연구, 제30권 제6호, pp. 361-379.
- [3] 부산광역시(2009), 부산광역시 해양산업육성에 관한 조례(부산광역시 공고 제2009-814호), p. 6.
- [4] 부산국제무역수산물엑스포(2009), <http://www.bisfe.com>.
- [5] 부산국제해양대전(2009), <http://www.marineweek.org>.
- [6] 부산발전연구원(2001), 해양수도의 기능 및 역할 수립과 부분별 사업검토, 연구보고서, pp. 1-45.
- [7] 부산발전연구원(2007a), 해양수도 부산의 잠재력분석과 추진전략 연구, 연구보고서, pp. 1-88.
- [8] 부산발전연구원(2007b), 해양특별시 설치타당성 연구 조사 용역, 연구보고서, pp. 1-23.
- [9] 신윤창·김호식·김장기·손경숙(2002), 관광문화박람회를 통한 지속가능한 발전의 탐색: 2002 삼척세계동굴박람회를 중심으로, 한국정책과학학회보, 제6권, 제3호, pp. 191-212.
- [10] 유재경(2003), 지역진흥 이벤트로서 일본 박람회 역할에 관한 연구, 일본문화연구, 제9집, pp. 119-132.
- [11] 통계청(2009), KOSIS(사업체기초통계) 조사, <http://www.kosis.kr>.
- [12] 한국해사문제연구소(2009), 해운, 조선, 물류 2010년 산업전망과 현안, 월간해양한국(11월), pp. 116-119.
- [13] 해양산업발전협의회(2007), 부산지역 해양산업 실태조사 및 분석, 연구보고서, pp. 1-35.
- [14] 홍영호·박희수(2006), 산업박람회 참가자의 중요속성 인식에 관한 연구, 이벤트컨벤션연구, 제5권, pp. 73-91.
- [15] Cooper, M. (1999), "Prediction and Reality: The Development of the Australian Convention Industry 1976-1993, and Beyond", *Journal of Convention & Exhibition Management*, Vol. 1(4), pp. 3-15.
- [16] Hultsman, W. (2001), "From the eyes of an exhibitor: Characteristics that make exhibitions a success for all stakeholders", *Journal of Convention & Exhibition Management*, Vol. 3(3), pp 27-44.
- [17] Morrow, S. (2001), *The Art of the Show. An Introduction to the Study of Exposition Management*. IAEM Foundation Inc.(3rd edition), pp. 1-43.
- [18] Ngamsorn, B. and J. Beck(2000), "A Pilot Study of Motivation, Inhibitors, and Facilitators of Association Members in Attending International Conferences", *Journal of Convention & Exhibition Management*, Vol. 3(3), pp. 45-62.
- [19] Tongren, H. N. and J. P. Thompson(1981), "The Trade



Show in Marketing Education", *Journal of Marketing Education*, Vol. 20(fall), pp. 250-257.

---

원고접수일 : 2010년 01월 18일

원고수정일 : 2010년 03월 08일

게재확정일 : 2010년 03월 24일