

진주 국제 농식품 박람회의 이용자 평가 분석

전상곤¹ · 김성훈^{2*}

¹경상대학교 식품자원경제학과(농업생명과학연구원), ²충남대학교 농업경제학과

User analysis for Jinju international agriculture & food EXPO 2013

Sanggon Jeon¹, Soungun Kim^{2*}

¹Dept. of Food and Resource Economics, Institute of Agriculture and Life Science, Gyeongsang National University, Jinju 660-701, Korea

²Dept. of Agricultural Economics, Chungnam National University, Daejeon 305-764, Korea

Received on 7 February 2014, revised on 19 March 2014, accepted on 20 March 2014

Abstract : In Korea, many local governments has hosted the agriculture and/or food EXPO for the promotion of agro-food industry. Some EXPOs were successful to achieve their initial goal, but others were severely criticized due to wasting budget without outcome. The comprehensive debates and studies for the better management of EXPOs are required. The purpose of this paper is to analyze users for Jinju international agriculture & food EXPO 2013 and to suggest the strategies for the development of this EXPO. Survey analyses for two groups (enterprises and audiences) were conducted for this research.

The results of studies present a few findings: First, the differentiated strategies for each groups (enterprises and audiences) should be developed. Second, EXPO need to attract more participants from the whole country. Third, the methods of advertisement should be improved, especially on-line ads. Fourth, various complains from participants, which are collected via surveys, need to be handled.

Key words : User analysis, Jinju international agriculture & food EXPO, Survey

I. 서론

농업 및 농식품에 대한 국내외적인 관심이 지속적으로 증가하는 상황에서 우리나라 각지에서 지방자치단체가 주도하는 다양한 박람회가 개최되고 있다. 그 중 진주시는 국제 농식품 박람회를 2011년부터 매년 개최하고 있는데, 지역은 물론 전국에서 온 관람객들이 박람회에 참석하는 등 나름의 성과가 나타나고 있다. 그러나 일부에서는 박람회 개최가 지방자치단체의 전시 행정의 표본으로 예산만 낭비하고 실제 효과는 미미하다는 비판도 제기되고 있는 것이 사실이다. 지역에서 개최되는 박람회의 구체적인 성과를 실증적으로 분석하여 개선 방안을 논의하여야 할 시점이다.

농업 또는 농식품 관련 지역 박람회에 대한 선행 연구는 그렇게 많지 않은 편인데, 이만희(2002)와 김문석(2010)은

각각 충청남도 안면도와 경기도 고양시의 꽃 박람회 개최에 따른 성과 분석을 각각 진행하였고, 이인성과 이상원(2011)은 서울에서 개최된 한국음식관광박람회의 이미지와 관람객 만족도의 상관관계를 분석하였다.

이상에서 알 수 있듯이, 그동안의 연구들은 박람회 개최 주체의 경영 성과나 파급 효과 분석, 관람객의 만족도 분석에 그치고 있어 보다 구체적인 심층 분석이 박람회 참여자(참여업체 및 관람객) 모두에 진행되지 못하는 한계를 지니고 있다.

본 연구의 목적은 진주시의 2013년 국제 농식품 박람회의 실태와 문제점 등을 분석하고, 박람회 발전을 위한 개선 방안을 제시하는데 있다. 보다 구체적으로는 박람회 참가자와 참여업체들의 설문 조사 및 집단심층면접조사(FGI: Focus Group Interview) 등을 통해 이용자 특성, 만족도 및 문제점, 개선 방안 등을 제시하고자 하였다.

*Corresponding author: Tel: +82-42-821-6741

E-mail address: soungunkim@hotmail.com

II. 연구방법

2013년 진주 국제 농식품 박람회 이용자 분석을 위해 이 용자 그룹을 참여 기업과 관람객으로 구분하여 각각 설문 조사를 진행하였다. 설문 조사를 진행한 다음, 결과를 정리 하여 빈도 분석을 진행하였다.

이어서 설문 조사 결과에 대한 재검증과 보다 구체적인 시사점 도출 등을 위해 정성조사를 병행하였다. 정성조사는 관련 전문가 및 관계자를 대상으로 집단심층면접조사 방식으로 진행되었다.

연구 첫 단계로 진행된 설문조사의 기간은 박람회 개최 기간인 2013년 11월 6일부터 11월 10일까지이며, 현장에서 설문조사표를 배부하여 수거하는 방식으로 진행되었다. 수 거한 설문조사표 중에서 통계적으로 유의한 참여업체용 조 사표 215부와 관람객용 조사표 237부를 실제 분석에 사용 하였는데, 조사 응답자에 대한 특성은 각각 Table 1과 Table 2와 같다.

Table 1에서도 나타났듯이, 소재지별 참여 업체 수는 인 근 지역의 경남이 42.4%로 가장 높았고, 해외 소재 업체도 11.4%로 박람회 참여 업체의 범위가 다양한 것으로 평가되 었다. 업체들의 사업 기간은 10년 이상 운영 업체가 55.1% 로 가장 높았고, 1년 미만의 신규 업체의 박람회 참여율이 2.6%로 상대적으로 낮게 나타났다. 연 매출액은 11억 원 ~ 50억 원 규모의 업체가 33.7%로 가장 많았고, 참여 업체 의 상당 부분이 연 매출 10억 원 이하의 중소기업인 특성을 보였다.

또한, 참여 업체의 주력 상품에 대한 주요 판매처로는 국내 시장이 전체의 60.7%로 가장 높았고, 동아시아가 19.7%로 분석되었다.

동시에 진행된 관람객조사 결과의 인구학적 특성이 Table 2에 제시되어 있다. 응답자들의 성별은 남성과 여성 이 각각 53.6%와 46.4%로 비슷하였는데, 거주 지역은 경 남이 79.7%로 가장 많아 인근 지역에 편중되어 있는 특성 을 보였다. 연령대는 대체로 고른 분포를 보이나, 50세 이 상이 전체의 51%를 차지하여 고연령층의 박람회 관람이 많 았음을 반영하고 있었다.

응답자들의 학력은 고졸이 전체의 39.6%이고, 대졸 이 상은 45.8%로 상대적으로 고학력자의 박람회 방문 비율이 높은 것으로 나타났다. 직업은 기타를 제외하고 농축산물 생산업이 14.8%로 가장 높으며, 대학/연구/교육 기관도

Table 1. Characteristics of whole sample: enterprise.

(unit : ea, %)			
항목	구분	응답자	응답률
소재지	경기	19	9.0
	강원	2	1.0
	충북	3	1.4
	충남	11	5.2
	전북	9	4.3
	전남	7	3.3
	경북	8	3.8
	경남	89	42.4
	제주	1	0.5
	서울	18	8.6
	인천	1	0.5
	대전	1	0.5
	대구	6	2.9
	광주	4	1.9
울산	1	0.5	
부산	6	2.9	
해외	24	11.4	
계		210	100.0
사업 기간	1년 미만	5	2.6
	1년 ~ 5년	49	25.0
	6년 ~ 10년	34	17.3
	10년 이상	108	55.1
	계	196	100.0
연 매출액	1억원 미만	20	11.4
	1억원 ~ 5억원	33	18.9
	6억원 ~ 10억원	31	17.7
	11억원 ~ 50억원	59	33.7
	51억원 ~ 100억원	15	8.6
	100억원 이상	17	9.7
계	175	100.0	
주요 판매처	우리나라	139	60.7
	동아시아(일본, 중국, 대만 등)	45	19.7
	동남아(베트남, 인도네시아, 스리랑카 등)	15	6.6
	유럽	11	4.8
	북미(미국, 캐나다)	7	3.1
	중남미(브라질, 아르헨티나 등)	2	0.9
	중동	3	1.3
	아프리카	0	0.0
	기타	7	3.1
	계	229	100

10.6%로 조사되어 관람객중 상당 부분이 현업이나 관련 기 관 종사자임을 반영하고 있다.

Table 2. Characteristics of whole sample: audience.

(unit : person, %)

항목	구분	응답자	응답률
성별	남성	127	53.6
	여성	110	46.4
	계	237	100.0
거주지	경기	7	3.0
	강원	0	0.0
	충북	1	0.4
	충남	1	0.4
	전북	4	1.7
	전남	8	3.4
	경북	11	4.6
	경남	189	79.7
	제주	1	0.4
	서울	3	1.3
	인천	0	0.0
	대전	2	0.8
	대구	0	0.0
	광주	1	0.4
	울산	1	0.4
	부산	8	3.4
	계	237	100.0
연령대	19세 이하	9	3.8
	20세 ~ 29세	37	15.6
	30세 ~ 39세	35	14.8
	40세 ~ 49세	35	14.8
	50세 ~ 59세	60	25.3
	60세 이상	61	25.7
	계	237	100.0
학력	중학교 졸업 이하	33	14.5
	고등학교 졸업	90	39.6
	대학교 졸업	86	37.9
	대학원 졸업 이상	18	7.9
	계	227	100.0
직업	농축산물 생산업	35	14.8
	농식품 가공업	14	5.9
	농식품 유통업	10	4.2
	외식/관광업	14	5.9
	대학/연구/교육 기관	25	10.6
	정부/공공기관	19	8.1
	자제/장비제조	19	8.1
	무역업	2	0.8
	언론/출판기관	0	0.0
	기타	98	41.5
	계	236	100.0

III. 결과 및 고찰

1. 참여 업체 분석

가. 업체 특성

가장 먼저, 응답 업체들의 진주 국제 농식품 박람회에 참여한 목적을 조사하였는데, 업체 및 상품 홍보가 전체의 55.3%로 가장 많았고, 판매 및 판매 상담이 31.6%로 조사되었다. 이를 통해 참여 업체들이 자사 상품 및 업체 홍보나 실제 판매를 위해 박람회에 참가한 것을 알 수 있다.

업체들의 박람회 참여 분야는 농축산기계가 22.4%, 가공식품이 21.1%, 농업서비스 및 기타가 11.6%로 조사되어 이들에 대한 집중도가 높았던 것으로 분석되었다. 특히, 가공식품이나 농업 서비스 부분에 대한 참여 분야가 적지 않은 것은 농식품 산업을 중시하는 박람회의 개최 목적에 상당 부분 부합하고 있는 것으로 볼 수 있다.

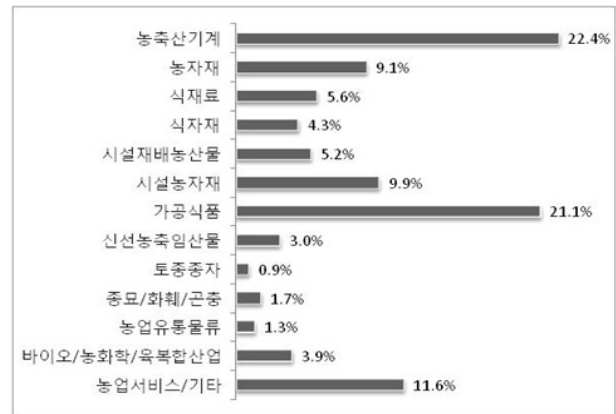


Fig. 1. Area of the participation of EXPO.

박람회에 대한 정보 수집 경로를 조사한 결과, 협회나 기관 추천이 36.7%로 가장 높았다. 이어 초청장 및 관련 홍보물이 21.2%로 조사되었고, 박람회 홈페이지도 15.5%로 조사되었다.

이상의 내용을 통해 업체들에 대한 박람회 홍보 수단이 오프라인(off-line)은 물론 온라인(on-line)상으로도 적절하게 활용되고 있는 것으로 평가할 수 있다.

응답 업체들 중 이전에도 동일 박람회에 참여한 경험이 있는지를 설문한 결과, 이전 참가 무경험업체와 참가 유경험 업체의 비중이 각각 54.4%와 45.6%로 비슷한 상황이었다. 이는 진주 국제농식품박람회의 역사가 3년으로 길지

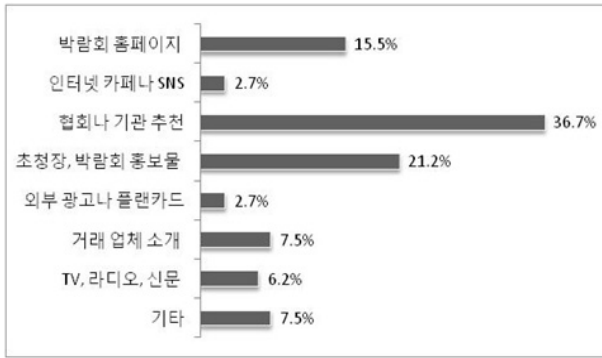


Fig. 2. Method for the information of EXPO.

않은 점을 감안하면, 이전 박람회 참가에 대한 만족도가 낮지 않았던 것으로 평가될 수 있다.

이러한 결과는 참가 유경험 업체들을 대상으로 한 박람회 재 참가 유인 조사 결과에서도 검증이 될 수 있는데, 전체 응답자 중 61.6%가 지난 박람회에 만족하였기 때문으로 분석된다. 한편, 2013년 박람회의 내용이 지난 박람회와 달라서 다시 참가하였다는 응답도 10.1%로 나타나, 진주 국제 농식품 박람회의 발전 노력이 반영되고 있는 것으로 생각된다.

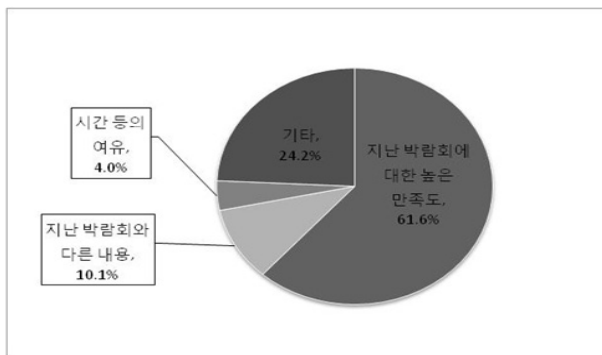


Fig. 3. Reason of the re-participation of EXPO.

나. 만족도

응답 업체들을 대상으로 박람회의 만족 여부를 조사한 결과, 매우 만족과 만족을 합한 응답이 전체의 42.4%로 나타나, 박람회 참여 업체들의 만족도가 일정 수준을 유지한 것으로 판단된다. 다만, 보통이라는 응답도 34.8%로 적지 않은 비중을 보여, 박람회 참여 업체들이 높은 수준의 만족도를 보이는 것은 아닌 것으로 평가될 수 있다.

보다 구체적인 박람회 만족도 분석을 위해 분야별 만족도 조사를 실시하였다. 상대적으로 매우 만족 또는 만족의

비중이 높았던 분야는 편의시설과 수출 바이어 수로 각각 41.4%와 34.0%로 나타나 해당 부분에 대한 박람회 운영조직의 준비가 적절하였던 것으로 분석된다. 반면, 박람회 참여를 통해 얻은 정보 수준이나 사전 홍보 등의 분야에는 만족 수치가 낮아 향후 개선이 집중되어야 할 부분으로 판단된다.

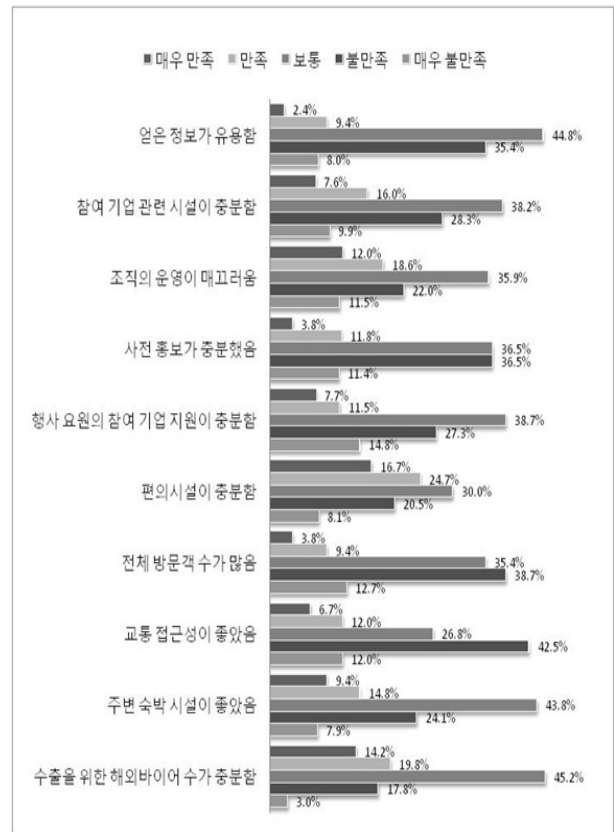


Fig. 4. Level of satisfaction: each area.

다음으로 박람회 행사별 만족도를 보면, 전시 행사에 대한 만족도가 전체 응답의 63.5%로 가장 높았고, 비즈니스 프로그램과 공식 행사가 각각 15.5%와 14.4%로 나타났다.

이를 전술한 분야별 만족도와 연계하여 분석하면, 진주 국제 농식품 박람회의 사전 홍보 등의 일부 부문은 향후 개선이 필요하나 전반적인 행사 내용에는 일정 수준 이상의 성과가 달성된 것으로 판단된다.

다. 박람회 참가 목적 달성도 및 재방문 의향

응답 업체들의 박람회 참가 목적에 대한 달성 여부를 조사한 결과, 목표를 달성했다고 응답한 업체의 비중과 그렇지 못하다고 응답한 업체의 비중이 각각 31.5%와 27.9%로

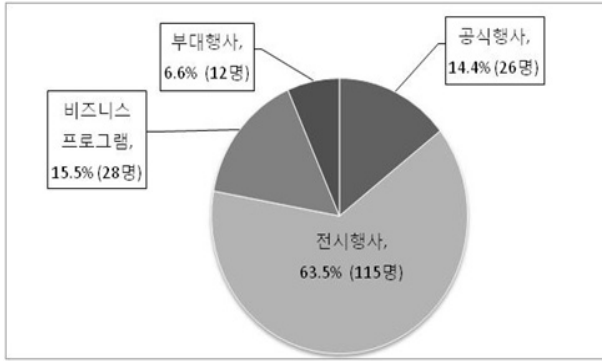


Fig. 5. Level of satisfaction: each event.

나타나 목표 달성 업체가 상대적으로 높게 나타났다. 다만, 보통이라고 응답한 업체의 비중이 전체의 40.6%로 절반 가까이 차지하고 있어 향후 이에 대한 보완이 필요한 상황으로 볼 수 있다.

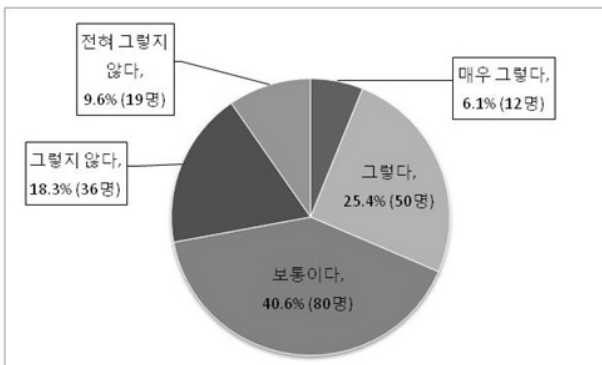


Fig. 6. Level of the achievement of goal.

또한, 응답 업체들이 내년 박람회에 다시 오거나, 주변에 권유할지에 대한 설문에는 전체 응답자의 50.5%가 강한 긍정 또는 긍정의 응답을 하여 차기 박람회에 대한 성공 가능성을 어느 정도 예측할 수 있었다.

2. 관람객 분석

가. 관람객 특성

응답자들이 진주 국제 농식품 박람회를 관람한 목적은 거래업체 방문이 전체의 48.1%로 절반 가까이 차지하였고, 관련 전문 지식 습득과 시장 및 신제품 조사가 각각 23.6%와 2.5%로 조사되었다. 이에 따라 진주 국제농식품박람회를 찾는 관람객의 상당수는 참가 기업과의 업무적 연관성을 가진 관련 업종 종사자들로 박람회의 개최 목적에 상당

부분 부합하는 모습을 보였다.

응답자들의 관심 분야는 농식품/식자재가 26.2%로 가장 높게 나타났고, 농기계/농자재와 작물재배/가공이 각각 19.4%와 14.8%로 조사되었다. 반면 이너뷰티 산업은 1.3%로 낮은 모습을 보였는데, 해당 산업이 아직 초기 단계로 업계의 관심도가 낮은 여건을 보여주는 것으로 생각되나, 향후 박람회의 다양한 콘텐츠 구축을 위해 지속적으로 육성시켜야 할 것으로 판단된다.

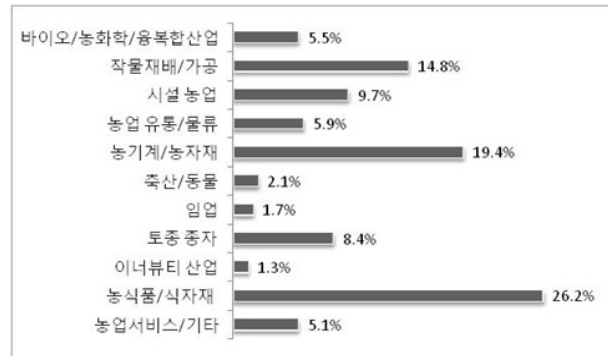


Fig. 7. Area of the concern of EXPO.

응답자들의 관람객 규모는 평균적으로 본인 포함 8.7명으로 나타나 개별 관람이 적은 전문 산업 박람회의 특성을 보여주고 있었다. 특히, 참석자 규모별 응답 지중을 보면 본인 포함 6인 이상이라는 응답이 전체의 91.1%로 압도적으로 높은 비중을 차지하고 있는 것을 알 수 있다.

한편 관람객의 동반자에 대한 설문 조사 결과, 가족이나 친지 등이라는 응답과 직장 동료 등이라는 응답이 각각 43.5%와 34.6%로 나타나 진주 국제 농식품 박람회의 행사 콘셉트가 다소 모호할 수 있는 것으로 판단된다. 일반적으로 관람객 동반자로 직장 동료 등이 많은 경우에는 업무관련 전문성이 높은 박람회로 볼 수 있고, 가족이나 친지 등이 많은 경우에는 엔터테인먼트 성격이 높은 박람회로 볼 수 있는데, 진주 국제 농식품 박람회의 경우 특성의 구분이 모호한 상황이다. 이에 따라, 차기 박람회에서는 박람회의 성격을 보다 명확하게 하여 기획을 할 필요성이 제기될 수 있다.

박람회에 대한 정보 수집 경로를 조사한 결과, 전체 응답자들의 절반에 육박하는 41.8%가 TV, 라디오, 신문 등의 대중매체를 통해 박람회 관련 내용을 알게 되었다고 응답했고, 초청장 및 박람회 홍보물과 외부 광고나 플랜카드가 각각 16.0%와 10.5%로 나타났다.

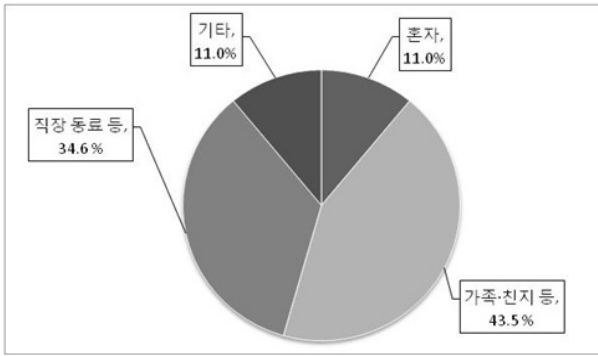


Fig. 8. Accompany for EXPO.

반면, 박람회 홈페이지를 통한 정보 수집과 인터넷 카페나 SNS를 통한 정보 수집은 각각 8.0%와 5.5%로 조사되어 온라인(on-line)을 통한 박람회 정보 제공보다는 오프라인(off-line)을 통한 정보 제공이 더 주효했던 것으로 분석되었다. 이는 관람객들이 50세 이상의 상대적 고령층에 치우쳐있고, 농축산물 생산·가공·유통 등 오프라인적 활동에 익숙한 종사자가 상당 부분인 점이 일정 부분 반영된 결과로 볼 수 있다. 이에 따라, 향후 박람회 홍보 방식을 오프라인(off-line) 방식보다는 온라인(on-line) 방식에 치중하는 것이 보다 효과적일 것으로 생각된다.

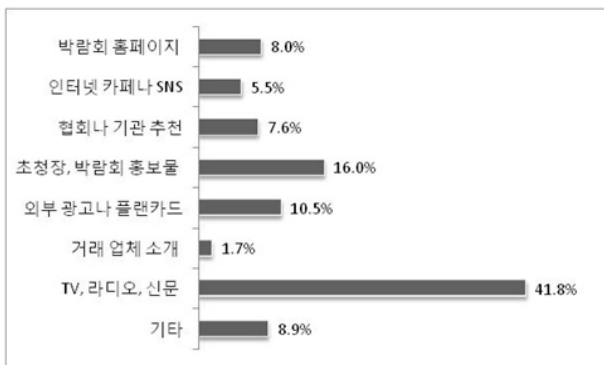


Fig. 9. Method for the information of EXPO.

응답자들 중 이전에도 참가한 경험이 있는 경우와 처음 참가하는 경우는 각각 49.8%와 50.2%로 비슷한 상황이었다. 이는 2013년 진주 국제 농식품 박람회의 역사가 3회 차로 그리 길지 않은 점을 감안하면, 이전 박람회 참가에 대한 만족도가 낮지 않았던 것으로 추론할 수 있다.

이는 박람회 참가 경험이 있는 응답자들을 대상으로 한 박람회 재 참가 유인 조사 결과에서도 검증되는데, 전체 응답자 중 절반인 50.0%가 지난 박람회에 대한 높은 만족

도로 응답하였다. 한편, 2013년 박람회의 내용이 지난 박람회와 달라서 다시 참가하였다는 응답도 21.2%로 나타나 진주 국제 농식품 박람회의 발전 노력에 따른 결과가 어느 정도 시현되고 있는 것으로 추정된다.

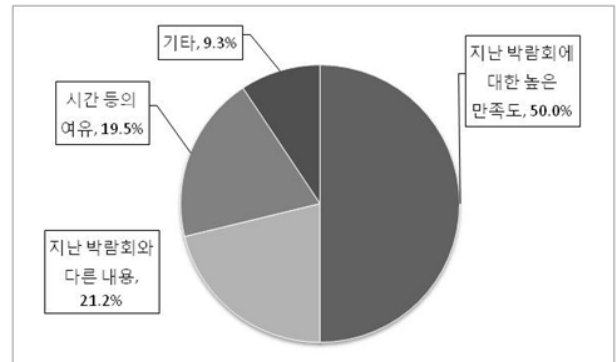


Fig. 10. Reason of the re-participation of EXPO.

나. 만족도

응답자들을 대상으로 박람회의 만족 여부를 조사한 결과, 매우 만족과 만족을 합한 응답이 전체의 74.7%로 매우 높게 나타나 박람회 관람객들의 만족 수준이 상당히 높은 것으로 조사되었다. 다만, 만족 또는 매우 만족 응답자 중 매우 만족 응답자의 비중이 15.6%로 만족을 표현한 응답자의 비중인 59.1%의 26.4%에 불과하여, 박람회가 관람객들에게 “감동” 수준의 높은 만족을 주기에는 부족한 부분이 없지 않은 것을 보여주고 있다.

매우 만족에 대한 응답이 상대적으로 적은 문제점을 분야별 만족도 조사를 통해 보다 구체적으로 살펴본 결과, 불만족 또는 매우 불만족의 비중이 높은 분야로는 박람회 제공 정보의 유용성과 참여 기관 및 업체 수 분야로 각각 74.5%와 73.4%로 부정적인 응답을 하여, 해당 분야의 개선이 시급한 것으로 나타났다. 또한, 행사 프로그램의 다양성과 행사 요원의 친절도도 각각 전체 응답자의 65.5%와 61.6%가 불만을 표시하여 차기 박람회를 위한 개선방안도 출이 필요한 부분으로 생각된다.

반면, 주변 숙박 시설과 관광 명소에 대한 불만 비율은 각각 23.8%와 33.5%로 나타나 진주 국제 농식품 박람회의 외부 여건 연계 수준은 상대적으로 우수했던 것으로 평가되었다. 또한, 편의시설과 조직 운영에 대한 불만 응답 비중도 각각 44.3%와 48.5%로 조사되어 상대적으로 원활한 준비 및 관리가 실현되었던 것으로 생각된다.

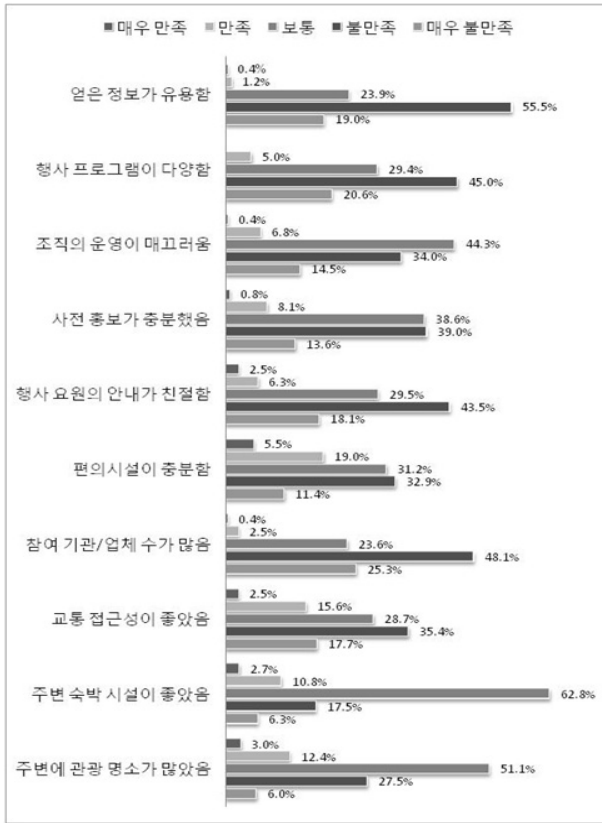


Fig. 11. Level of satisfaction: each area.

다음으로 박람회 행사별 만족도를 보면, 전시 행사에 대한 만족도가 전체 응답의 80.4%로 조사되어 압도적인 만족을 보였다. 이에 반해, 비즈니스 프로그램에 대한 만족도는 10.2%로 나타났고, 부대행사와 공식행사에 대한 만족도는 각각 6.0%와 3.4%로 조사되었다.

이를 전술한 분야별 만족도와 연계하여 분석하여 보면, 비록 정보의 유용성과 참여 기관 및 업체에 대한 불만이 적지 않았지만, 진주 국제 농식품 박람회의 기본 취지는 살렸던 것으로 볼 수 있다. 다만, 한 가지 아쉬운 것은 비즈

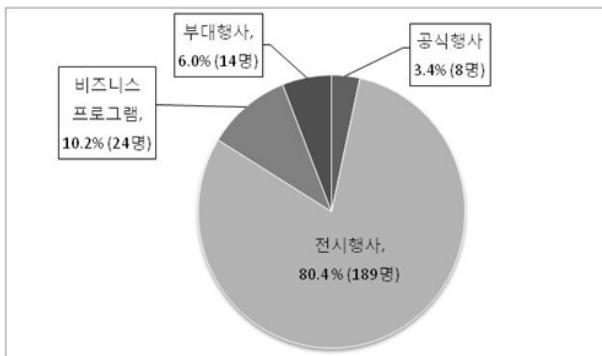


Fig. 12. Level of satisfaction: each event.

니스 프로그램에 대한 만족도가 전시 행사에 대한 만족도보다 상당 수준 낮게 조사되어 차기 박람회에서는 이 부분에 대한 노력이 배가되어야 할 것으로 평가될 수 있다.

다. 박람회 참가 목적 달성도 및 재방문 의향

응답자들의 박람회 참가 목적 달성 여부를 조사한 결과, 전체 응답자의 68.2%가 그러한 것으로 응답하여 진주 국제 농식품 박람회가 소기의 목적을 달성하였던 것으로 평가할 수 있다.

이를 앞에서 논의된 분야별 만족도 조사 결과 등과 비교해보면, 비록 주요 분야에 대한 만족도가 높지 않았지만 그래도 관람객들의 목적 달성에 기여한 것으로 분석할 수 있다. 따라서, 진주 국제 농식품 박람회가 최우수 수준의 성과까지는 아니지만 상당한 수준의 성과 달성에는 도달한 것으로도 추정할 수 있을 것이다.

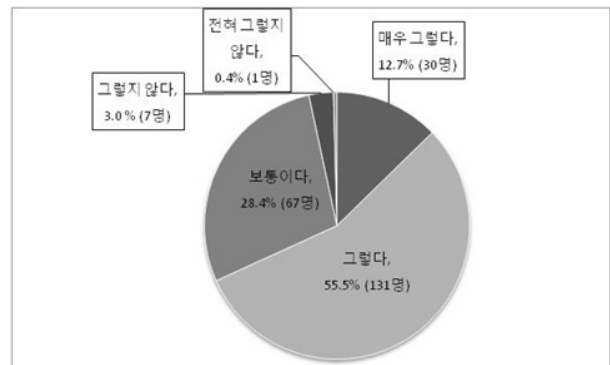


Fig. 13. Level of the achievement of goal.

또한, 응답자들이 내년 박람회에 다시 오거나, 주변에 권유할 지에 대한 설문에는 전체 응답자의 80.2%가 강한 긍정 또는 긍정의 응답을 하여 차기 박람회의 성공 가능성을 상당 부분 지지하고 있는 것으로 추론된다.

이러한 조사 결과는 전술한 박람회 만족도와 박람회 참가 목적 달성 여부에 대한 조사 결과와도 부합되는 것으로 본 설문 조사의 일관성을 담보하고 있다.

3. 시사점

진주 국제 농식품 박람회 이용자들이 대한 설문 조사를 통해 제기되는 시사점 중 참여 업체에 대한 내용은 다음과 같다.

첫째, 응답 업체의 42.4%가 인근 경남 지역에 위치하고 있어 지역 편중 현상이 발견되고 있어 향후 개선이 필요하다. 다만, 해외 소재 업체의 비중이 11.4%로 나타나 해외 업체 유치에 성과가 일부 시현되고 있는 것으로 평가되었다.

둘째, 응답 업체의 55.1%가 10년 이상의 사업을 유지해 온 반면 사업 기간 1년 미만의 신생 업체의 참여율이 낮아 이에 대한 대응이 필요하다.

셋째, 진주 국제 농식품 박람회의 관련 정보 수집 경로는 오프라인(off-line)과 온라인(on-line) 방식이 적절하게 사용되고 있어 효과적인 업체 참여 유치가 진행되었음을 알 수 있다.

넷째, 진주 국제 농식품 박람회에 대한 전반적인 만족도는 전체의 42.4%로 매우 높은 수준은 아닌 것으로 조사되어 향후 대응책 마련이 필요하다. 분야별 만족도를 분석한 결과, 편의시설과 수출 바이어 수에 대한 만족이 높았던 반면, 박람회 참여를 통해 얻은 정보 수준이나 사전 홍보 등의 분야는 만족 수준이 낮아 개선이 필요하다.

다섯째, 관람객들의 박람회 참가 목적 달성도는 일정 수준을 달성하였으나 향후 개선이 필요한 것으로 나타났다. 다만, 차기 박람회에 다시 오거나 주변에 권유하겠다는 응답이 전체의 50.5%로 조사되어 일정 성과는 달성한 것으로 평가할 수 있다.

다음으로 관람객에 대한 시사점은 다음과 같다.

첫째, 응답자 중 79.7%의 거주 지역이 경남으로 조사되어 박람회 관람객들이 인근 지역으로 한정되어 있었다. 이는 국가 규모의 대규모 행사로 성장하여야 하는 과제를 제기하고 있는 부분이기도 하다.

둘째, 관람석 규모가 평균적으로 본인 포함 8.7명인데, 특히 본인 포함 6인 이상이라는 응답이 전체의 91.1%로 나타나 단체 관람이 많은 특성을 보였다. 또한, 관람객 동반자로 직장 동료와 가족·친지 비중이 비슷하여 진주 국제 농식품 박람회의 성격이 다소 모호한 모습을 보였다.

셋째, 진주 국제 농식품 박람회의 관련 정보 수집 경로는 오프라인이 대부분으로 박람회 홍보 전략에 참고가 될 수 있다. 다만, 이러한 홍보 방식의 파급효과는 경남 지역으로 제한될 우려가 있어 개선이 필요하다.

넷째, 진주 국제 농식품 박람회에 대한 전반적인 만족도는 전체의 74.7%로 상당히 높은 편이다. 다만, 분야별 만족도 조사에서는 추후 개선이 필요한 부분이 다수 지적되었는데, 박람회 제공 정보의 유용성 제고, 참여 기관 및 업체

수 확대, 행사 프로그램의 다양성 강화, 행사 요원의 친절도 제고 등이 제기되었다. 또한, 비즈니스 프로그램에 대한 개선 방안도 필요하다.

다섯째, 관람객들의 박람회 참가 목적 달성도는 상당히 긍정적으로 나타났고, 박람회 재 참가 및 주변 권유 여부도 긍정적인 응답이 높았다. 이에 따라, 진주 국제 농식품 박람회는 3년의 짧은 역사에도 불구하고 소기의 성과를 달성한 것으로 평가할 수 있다.

IV. 결론

진주 국제 농식품 박람회의 이용자 조사를 통해 제시된 결과들을 토대로 향후 박람회 발전 방안을 몇 가지 제안할 수 있다.

첫째, 참여 업체와 관람객에 대한 차별화된 전략 수립이 필요하다. 만족도 조사 결과, 참여 업체의 42.4%가 만족감을 표시한 반면, 관람객은 전체의 74.7%가 만족감을 표시하여 참여 업체보다는 관람객의 만족도가 더 크게 나타난 것으로 분석되었다. 박람회에 대한 만족 수준이 참여 업체와 관람객이 서로 상이한 것은 박람회의 향후 운영 목표에 중요한 시사점이 될 수 있는데, 2013년에 진행된 진주 국제 농식품 박람회가 박람회 콘텐츠 공급자인 업체보다 수요자인 관람객에 보다 초점을 두었던 것으로 볼 수 있다. 박람회의 특성상, 양측 모두 높은 만족도를 주기는 어려운 것이 현실이므로, 추후 박람회에서 보다 역량을 집중해야 할 대상이 참여 업체 또는 관람객 중 어디인지를 결정하고, 여기에 맞는 전략을 수립하여야 할 것이다.

둘째, 참여 업체 및 관람객의 지역 편중 문제 개선이 시급하다. 진주 국제 농식품 박람회가 경상남도 진주시에 개최되는 지역적 불리를 감안하더라도, 응답 업체의 42.4%와 관람객들의 79.7%가 경남 지역에 위치하고 있는 것은 문제가 심각한 편이다. 참여 업체 및 관람객의 지역 편중 문제 해결은 진주 국제 농식품 박람회의 발전을 위해 반드시 필요한 부분이므로, 타 지역 참여 업체에 대한 직접적인 홍보 강화, 전국 규모의 관련 조직을 통한 홍보 확대, 관계 부처의 협조 요청, 교통 및 기타 관련 인프라 확충 등을 통해 전국에서 박람회에 참여할 수 있도록 하여야 할 것이다. 특히, 전국 단위의 연구 및 정책 집행 기관들이 참여하는 세미나 또는 포럼 등을 동시 개최하여 참여자의 지역적 범위 확대를 유도하는 방안의 검토가 필요하다.

셋째, 홍보 방식 개선을 통한 참여 유치 확대가 필요하다. 진주 국제 농식품 박람회에 대한 관련 정보 수집 경로를 조사한 결과, 참여 업체들은 협회나 기관 추천, 초청장 및 관련 홍보물, 박람회 홈페이지 순으로 조사되었고, 관람객들은 TV, 라디오, 신문 등의 대중매체, 초청장 및 박람회 홍보물, 외부 광고나 플랜카드 순으로 나타나 차이를 보였다. 이에 따라 참여 업체와 관람객에 대한 홍보 방식을 달리 하여 보다 높은 홍보 효과를 달성할 수 있도록 세부 전략을 마련하여야 할 것이다. 특히, 참여 업체나 관람객 대상 조사에서 온라인(on-line)을 통한 박람회 정보 확산보다는 오프라인(off-line)을 통한 정보 확산이 더 높게 나타났는데, 이는 진주 국제 농식품 박람회의 참여 지역 확대의 걸림돌이 될 수 있으므로 온라인(on-line)방식의 참여 확대 전략을 보다 집중적으로 모색하여야 할 것이다.

넷째, 분야별·행사별 미흡 사항 집중 개선을 지속적으로 추진하여야 한다. 참여 업체를 대상으로 한 분야별 만족도 분석 결과에 따르면, 편의시설과 수출 바이어 수 분야에서는 상대적으로 높은 만족도가 측정된 반면, 박람회 참여를 통해 얻은 정보 수준이나 사전 홍보 등의 분야는 낮은 만족도가 측정되어 해당 부분에 대한 보다 집중적인 개선 방안 수립이 필요하다. 관람객의 경우, 분야별 만족도 조사에서 주변 숙박 시설과 관광 명소에 대한 만족 수준이 높았으나 박람회 제공 정보의 유용성과 참여 기관 및 업체 수에 대한 불만이 제기되어 해당 분야에 대한 개선이 집중되어야 할

것이다.

진주시가 3년째 개최하고 있는 국제 농식품 박람회는 최근 전국적으로 진행되고 있는 지방자치단체 주도의 지역 박람회의 전형적인 모습을 보여주고 있다. 이에 따라, 본 연구에서 제안되는 진주 국제 농식품 박람회의 발전 방안을 통해 타 지역의 유사 박람회에도 일정 부분 시사점을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

감사의 글

본 논문은 (주)MBC 경남(2013 진주국제농식품박람회 개최에 따른 성과분석)의 연구 결과를 기반으로 작성되어진 것임.

참고 문헌

- Lee MH. 2002. A study on the effort to district economy of Anmyeon Island Flower Exhibition. Master dissertation, Hannam Univ., Daejeon. Korea. [in Korea]
- Kim MS. 2010. A study on the success factors of international flower exhibition. Master dissertation, Korea Aerspace Univ., Seoul. Korea. [in Korea]
- Lee IS, Lee SW. 2011. The effects of attraction attributes and image of food & tourism EXPO participants on satisfaction. Korea Journal of Tourism and Hospitality Research 25(4): 345-361. [in Korea]