

양경제획정, 군사활동 등에 관한 적용의 제한과 예외에 대하여 확대 관할권을 적용하여 해양분쟁의 강제적 해결 원칙에 한층 더 가까워질 수 있다.

4. 한국컨테이너터미널 마케팅전략 수립에 관한 연구

무역학과 하형탁

지도교수 김재봉

오늘날 선사들의 전략적 제휴를 통한 컨테이너터미널의 수요자의 영향력이 커졌으며, 선박 또한 대형화, 고속화되면서 기항하는 항만이 감소하는 추세에 있다. 특히 동북아시아 지역의 경우 그 물동량이 지속적으로 증가하고 있으며, 그에 따라 중국 및 일본 기타항만은 경우 항만의 시설을 확충하고 있으며, 하역장비를 설치하며, 컨테이너터미널을 찾는 선사에게 편리한 항만서비스를 제공하고자 노력하고 있다. 또한 향후 동북아 지역의 항만간에는 어느 항만이 중심항, 허브항이 되는가의 경쟁속에 있기 때문에 향후 지속적인 물동량을 유치하기 위해서는 부산컨테이너터미널의 경우 항만마케팅의 필요성이 강력히 대두되고 있다.

본 논문의 항만마케팅을 기존의 마케팅믹스이론인 4P's를 제품, 가격, 촉진과 인원에 변형시켜 현황을 살펴보았다.

제품의 경우는 현재 부산컨테이너 터미널은 체선현상은 전혀 없으나, 향후 지속증가하는 물동량을 유치하기 위해서는 시설이 부족하다. 특히 고객인 수요자에게 차별화된 서비스를 제공할 수 없는 현상에 처해 있기에 저가전략으로서 타 터미널에 대외비로 처리하며 하역요율을 하락시키는 인센티브제를 취하고 있다. 또한 항만물류시스템의 경우 항만하역 장비의 자동화가 외국항만에 비해 떨어지는 상황이고, 항만서비스의 효율성을 제공하는 물류정보망도 또한 통합이 되어있지 않아 항만운영의 효율성을 저해하고 있다. 내륙연계시스템의 경우 모든 터미널은 트레일러를 통한 내륙운수에 의존하여 물류비용을 증가시키며, 사회에도 교통혼잡, 환경오염등을 유발시키고 있다.

가격의 경우는 항만시설사용료와 하역요율인 항만요율로 제시할 수 있다. 항만시설사용료의 경우 해양수산부가 가격을 결정하여 고시하고 있으며, 하역료의 경우는 각 터미널에서 산정하여 해양수산부에 신고를 하게 되어있다. 항만시설사용료의 경우는 선박입항료, 접안료, 정박료, 화물입출항료, 화물장치료, 화물체화료로 구성되며, 이 항목상 요율체계에 문제점이 발생하고 있다. 즉 시설사용료와 개별시설사용료의 상호관계가 복잡하며, 선박입항료 및 화물입항료의 원가관계가 불투명하며, 항만별 동일요율제도를 채택하여 항만시설사용료의 탄력성이 결여되어 있으며, 현재의 시설사용료 수준을 판단할 수 있는 객관적인 근거가 없으며, 경직적인 요율결정체제는 각 터미널이 가지고 있는 조건을 적용시키기에 어려움이 있으며, 부두별 동일한 접안료를 부과하고 있다.

하역료의 경우 각 터미널이 산정하므로 터미널 운영자가 이용할 수 있는 마케팅수단이지만, 현재의 하역요율을 각 터미널간에 비교해 보면 큰 차이가 없다. 이는 현재 부산항 내의 터미널간은 과점시장의 형태를 취하고 있기 때문에, 타 터미널의 하역요율에 민감하게 반응을 보이기 때문에 하역요율은 큰 차이가 없다.

촉진의 경우 컨테이너터미널 운영자들은 적극적인 촉진전략을 하고 있지는 않다. 간행물을 발간하기는 하지만, 그 내용이 미흡하고 터미널을 방문하는 선사 혹은 고객들에게만 배포하고 있으며 외국의 선사에게는 발송하지 않고 있다. 더욱이 비용상의 문제로 외국의 선사를 직접 방문하지 않으며, 광고 또한 한 건당 천 만원이 넘는 비용 때문에 거의 하고 있지 않다. 또한 세미나, 국제심포지움 등은 개최하지 않고 참가자로 필요시 참석은 하고 있는 실정이다. 하지만 비용이 전혀 들지 않는 항만건축의 경우는 부산지방해양수산청의 요청 혹은 세관의 요청이 있을 경우 안내자의 설명하에 서들을 이용하거나, 방선을 하고 있다. 인터넷을 통한 홍보의 경우 다른 촉진 전략보다 활발히 이루어지고 있는데 각 선사의 홈페이지를 통하여 터미널의 시설현황, 통계, 조직, 업무내용, 하역요율을 게시함으로써 홍보활동을 하고 있다. 이에 반해 한국컨테이너부두공단의 경우는 터미널 운영자보다는 적극적인 촉진활동을 하고 있다. 포트세일즈단을 구성하여 국제심포지움 및 국제회의에 참석하고 있으며, 더불어 전시장을 만들어 부산컨테이너터미널을 홍보하고 있는 실정이다. 간행물의 경우 국제회의에 참석시 외국의 선사 혹은 항만관계자에게 배포하고 있으나 직접 선사로 발송하고 있지는 않다. 하지만 포트세일즈단이 한국컨테이너부두공단의 직원으로 구성되어 있기 때문에 터미널 운영자의 입장이 잘 반영되지 않고 있다고 할 수 있다.

바다의 날 행사의 경우 부산지방해양수산청의 요청이 있을 경우, 지원을 하고 있는 실정이며 학계를 위해서도 한국항만학회 및 한국항만경제학회를 지원하고 있다.

부산지방해양수산청의 경우 간행물을 발행하고 있으나 직접발송을 하지는 않고 있으나, 국제회의 등에 참석하여 항만홍보활동을 하고 있다. 또한 해상왕 장보고의 기일을 기념하여 매년 5월 30일 열리는 바다의 날의 행사를 주관하고 있으며, 항만을 건축할 경우 신청서를 받고 있다.

인원의 경우 각 터미널은 아직 마케팅부서의 필요성을 절실히 인식하지 못하여 신선대컨테이너터미널만 마케팅전담 부서가 있으며, 항운노조의 경우 항만노동공급권을 독점하고 있기 때문에 이로 인한 문제점이 발생하고 있다.

항후 동북아 지역의 물동량을 유지하기 위해서는 제품부분에서 항만시설을 확충하고, 이와 병행하여 고객차별화정책을 수행하고, 물류정보망을 통합하여 일괄적인 물류정보서비스를 이용하여야 하며, 하역시스템과 부분적인 자동화를 거쳐서 완전자동화로 방향을 잡아 하역의 효율성을 증대시키고, 철도운송과 내항운송을 발전시켜 내륙연계시스템의 다각화를 하여야 할 것이다.

가격의 경우, 항만시설사용료는 시설사용료와 개별시설사용료의 상호 복잡한 관계를 개선하여 원가항목과 사용료 항목과의 관계를 객관적 기준하에 단순화시켜야 한다. 항만별 동일 효율제도를 각 터미널에 맞게 탄력성 있게 적용하며 경직적인 효율결정체계를 유동적으로 개선해야 한다.

촉진의 경우 포트세일즈단을 재구성하는 것이 가장 효율적이다. 즉 포트세일즈단의 구성시 정부의 입장을 대표할 수 있는 부산지방해양수산청의 대표자로, 또한 각 터미널의 운영자들을 포트세일즈단의 일원으로 조직을 재개편해야 할 것이다. 각 구성원의 기금을 마련하여 외국선사들을 직접방문하는 적극적 홍보를 해야 할 것이며, 국제회의 등에 참석하여 외국의 항만관련자, 선사들을 만나 부산컨테이너터미널의 장점을 알리는 동시에 회의때마다 열리는 전시회에 참석하여 크게는 부산의 컨테이너터미널을 작게는 부산내 각 터미널을 적극 홍보해야 할 것이다.

인원의 경우 각 터미널은 마케팅 전담부서를 신설하여 포트세일즈단과 유대관계를 존속시키고, 항운노조의 항만노동독점권을 없애는 상용화를 하여 항만운영효율을 증대시켜야 할 것이다. 부산컨테이너터미널은 촉진에서의 포트세일즈단의 효율적 운영을 모색해야 할 것이며, 이와 더불어 인원의 마케팅 전담부서를 신설하며, 하역 노동자를 사용하고 제품부분을 개선확충을 병행한다면 가격부분에서 저가전략이 아닌 고가전략을 별 있으며, 부산컨테이너터미널의 물량을

지속적인 확보가 이루어질 것이며 동북아시아의 중심항이 될 것이다.

5. 러시아와 한국의 경제관계 추이와 발전전망에 관한 연구

무역학과 Lavrinovich Vitaly
지도교수 이수호

러시아와 한국 간에 공식적인 경제교류가 시작 된지 10년이 채 되지 않았지만 그 경제교류가 양국에 중요한 역할을 하고 있다고 본다. 본 논문의 목적은 첫째, 러시아와 한국간의 경제교류가 10년 동안 어떻게 변화되었나를 분석하고, 둘째, 그 경제교류의 문제점은 무엇이며, 그 문제점이 교류에 어떤 영향을 미쳤는지 분석하는 것이다. 셋째, 발견된 문제의 해결방안과 앞으로 러시아와 한국간의 경제교류의 발전방안에 대해 고찰해 보는 것이다.

본 논문은 총 4장으로 구성되어있다. 제1장에서는 본 논문의 이론적인 배경을 제시하고 있다. 우선 러시아와 한국간의 무역을 설명할 수 있는 핵서-오린과 동학적 기술격차에 기초한 무역이론에 대해 설명하고, 다음으로 러시아와 한국간의 경제교류에 있어 중요한 분야인 직접투자와 관련한 이론, 즉 독점적 우위, 과점적 반응, 내부화, 중립적 패러다임 이론에 대해 설명하였다.

제2장에서는 러시아와 한국이 외교관계를 맺기 전 경제교류무역과 투자분야가 어떻게 발전해왔는지에 대해 검토하였다. 그 결과에 따르면, 1986년부터 1990년까지 양국의 무역량은 8배 이상 증가하였다. 무역량증가의 내용을 살펴보면, 러시아는 한국시장에 진출하기 위해 많은 제품과 천연자원을 덤핑 가격에 팔았고, 한국정부는 러시아시장에 진출하는 한국기업에 많은 지원을 제공하고 있다. 그 외에 한국의 대기업이 러시아 천연자원 개발에 직접투자하여 이에 따른 러시아와 한국간의 무역량증가가 큰 비중을 차지하고 있다.

제3장에서는 러시아와 한국간의 외교협정 체결 이후의 경제교류 추이를 살펴보았다. 구 소련의 붕괴로 인한 정치적 혼란은 러시아와 한국간의 무역거래를 많이 감소시켰다. 또한 새로 출범한 러시아 정부는 과거 구 소련과 한국 정부간에 이루어진 많은 경제협약을 취소시켰고 이는 러시아와 한국간의 경제교류에 악영향을 끼쳤다. 그러나 1993년 러시아의 경제개방은 러시아와 한국의 많은 중소기업과 상인들을 무역거래에 참여하게 했고, 이에 따라 양국간 교역량이 1997년도까지 계속 증가하였다. 그러나 1997년말에 한국의 외환위기는 1998년 8월에 러시아의 외환위기로 이어져 양국간 교역량은 1999년도까지 계속 감소하였다. 2000년에 들어와 러시아와 한국의 경제성장으로 인해 양국간 무역량은 증가하고는 있어도 1997년도에 비해 50%에도 미치지 못하고 있다. 이외에도 본 장에서는 두 나라 정부간의 경제협력, 특히 자유경제지역의 개설과 시베리아 천연자원 공동개발 프로젝트에 관해 연구했다.

제4장에서는 앞으로의 양국간 경제교류의 발전방향과 산업연관관계의 전망에 대해 살펴보고, 바람직한 경제교류협력방안에 대해 연구하였다. 본 연구에서 러시아와 한국간 비교우위에 의해 경제교류의 타당성이 큰 분야는 천연자원 개발, 과학기술 협력 그리고 산업기술 프로젝트에의 벤처투자 등이라는 것을 발견할 수 있었다. 결론적으로 앞으로의 두 나라간의 경제교류를 더욱 발전시키기 위해서는 이러한 비교우위를 가진 분야에 관한 산업의 육성과 상호보완적 교류를 증진시켜야 할 것이다.