



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

공기업의 이미지 구성 요인에 관한 연구

- 제주국제자유도시개발센터(JDC)를 대상으로 -

濟州大學校 行政大學院

言論弘報學科

徐 承 模

2012年 2月

공기업을의 이미지 구성 요인에 관한 연구

- 제주국제자유도시개발센터(JDC)를 대상으로 -

指導教授 高 榮 哲

徐 承 模

이 論文을 言論學 碩士學位 論文으로 提出함

2012年 2月

徐承模의 言論學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 _____ ①

委 員 _____ ①

委 員 _____ ①

濟州大學校 行政大學院

2012年 2月

**Research on the factors that constitute the images
of a public enterprise**

- In reference to Jeju Free International City Development Center -

Seungmo Seo

(Supervised by professor Young-Churl Ko)

A thesis submitted in partial fulfillment of the
requirement for the degree of Master of Journalism

2012. 2

This thesis has been examined and approved.

Department of Journalism & Public Relations
GRADUATE SCHOOL OF PUBLIC ADMINISTRATION
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

국문요약

I. 서론	1
1. 연구배경	1
2. 연구목적	2
II. 이론적 배경	4
1. 기업이미지에 관한 선행 연구	4
2. 사회공헌활동에 관한 선행 연구	9
3. 기업의 사회공헌활동과 기업 이미지 관계	17
III. 제주국제자유도시개발센터(JDC)	20
1. 제주국제자유도시개발센터(JDC) 개요	20
2. 제주국제자유도시개발센터(JDC) 핵심프로젝트 및 사회공헌활동	25
IV. 연구문제	34
V. 연구방법	36
1. 이미지구성 항목	36
2. 설문지구성	38
3. 설문조사	39
4. 자료 분석 방법	39
VI. 연구결과	40
1. 응답자 특성	40
2. 결과 분석	42

VII. 결론	68
1. 요약 및 결론	68
2. 연구의 한계 및 제언	74
[참고문헌]	76
[ABSTRACT]	80
[부록: 설문지]	82

<표 목차>

<표 2-1> 기업 이미지 구성 항목 및 요소	8
<표 2-2> 기업의 사회공헌활동에 대한 정의	11
<표 2-3> 한국기업의 사회공헌활동 형태 및 내용	12
<표 2-4> 기업의 사회공헌활동에 대한 세부 분류	13
<표 3-1> 제주국제자유도시개발센터(JDC) 현황	24
<표 3-2> 영어교육도시 사업개요	26
<표 3-3> 헬스케어타운 사업개요	27
<표 3-4> 첨단과학기술단지 사업개요	27
<표 3-5> 신화·역사공원 사업개요	28
<표 3-6> 서귀포 관광미항 사업개요	29
<표 3-7> 휴양형 주거단지 사업개요	29
<표 3-8> 글로벌인재육성 사업 현황	30
<표 3-9> 소외계층지원 사업 현황	32
<표 3-10> 녹색제주 조성사업 현황	33
<표 5-1> 이미지구성 항목	37
<표 5-2> 표본설계 정보	39
<표 6-1> 응답자 특성	41
<표 6-2> JDC에 대한 인지도	42
<표 6-3> JDC가 어떠한 일을 하는가에 대한 인지도	44
<표 6-8> 핵심프로젝트의 국제자유도시 건설 기여도에 대한 인식	46
<표 6-9> 각 사업들이 JDC 설립목적에 어울리는가에 대한 인식	48
<표 6-10> 사회공헌활동의 지역발전 기여도에 대한 인식	52
<표 6-11> 사회공헌활동이 지역발전에 필요한 사업이라는 것에 대한 인식	54
<표 6-12> JDC 이미지에 대한 신뢰도 검증	57
<표 6-13> JDC 이미지에 대한 타당성 검증	58
<표 6-14> 개별이미지 문항에 대한 JDC 이미지	60

<표 6-15> 이미지 요인별 성별 차이 검증	63
<표 6-16> 이미지 요인별 직업별 차이 검증	64
<표 6-17> 이미지 요인별 거주지역별 차이 검증	65
<표 6-18> 제주지역사회 발전을 위해 우선 추진해야 할 사업	66

<그림 목차>

<그림 2-1> 기업 총 지출액 규모 추이	14
<그림 2-2> 기업 평균 지출액 규모 추이	15
<그림 3-1> JDC 임직원 변동 현황	22
<그림 3-2> JDC 예산 변동 현황	22
<그림 3-3> 6대 핵심프로젝트 위치도	25

[국문 요약]

공기업의 이미지 구성 요인에 관한 연구

- 제주국제자유도시개발센터(JDC)를 대상으로 -

국가공기업인 제주국제자유도시개발센터는 제주지역에서 다양한 개발사업과 사회공헌활동을 진행 중에 있다. 따라서 지역민이 인식하고 있는 기업인지도 및 이미지 구성요인을 파악하여 기업이미지 향상을 위해 보완하고 개선해야 할 방안을 모색할 필요성이 대두 되었다.

이에 본 연구에서는 제주도민 502명을 대상으로 제주국제자유도시개발센터에 대한 인지도, 개발사업의 국제자유도시건설 기여도, 사회공헌사업의 지역발전 기여도, 제주국제자유도시개발센터 이미지 구성요소, 사회공헌활동 중 우선 추진활동 등을 대상으로 조사하였다.

제주국제자유도시개발센터의 인지도는 502명 중 37.8%가 모르고(모른다, 전혀 모른다) 있는 것으로 나타났으며, 개발사업의 국제자유도시 건설 기여도에 대한 평가에서는 전반적으로 6개의 모든 사업이 기여하고 있다고 평가하였다. 그 중에서도 ‘첨단과학기술단지 조성사업’과 ‘휴양형 주거단지 조성사업’이 가장 기여도가 높은 것으로 나타났다. 사회공헌사업의 지역발전 기여도에 대한 평가에서 역시 평균을 상회하여 기여하고 있다고 평가하였으며 ‘사랑의 집짓기 사업’이 가장 기여도가 높은 것으로 나타났다. 제주국제자유도시개발센터의 이미지를 조사한 결과 도민들이 가장 긍정적인 이미지로 평가한 이미지는 ‘제주도 관광산업 발전에 기여하는 기업이다’라는 항목으로 조사되었다. 또한 진술문을 항목별로 요인 분석을 실시한 결과 제주국제자유도시개발센터의 이미지를 구성하는 요인은 ‘기업전문성 이미지 요인’, ‘사회적신뢰 이미지 요인’, ‘사회공헌적 이미지 요인’ 총 3개의 요인으로 나타났다. 이 요인들 간의 상관행렬 분석을 실시한 결과 가장 높게 평가한 이미지 요인은 ‘기업전문성 이미지 요인’으로 나타났으며, 부정적인 이

미지 요인은 '사회공헌적 이미지 요인'으로 나타났다. 제주도민들이 가장 우선 추진해야 한다고 한 사회공헌활동은 '도내 대학생 해외 인턴십 프로그램'인 것으로 나타났다. 이는 국제자유도시를 지향하는 제주로서 도민들은 국제화, 글로벌 인재에 대한 중요성을 인식하고 있는 것으로 나타났다.

이처럼 제주도민들은 제주국제자유도시개발센터와 추진사업 및 사회공헌활동에 대해 전반적으로 긍정적인 평가를 하고 있는 것을 확인하였으나 이미지 개선을 위해서는 부정적인 이미지를 보인 요인들에 대한 향상 방안을 중점적으로 다루어야 할 것이며, 향후 이미지 개선 및 발전방향을 수립함에 있어 보다 그 효과를 극대화하기 위해 타겟별 전략을 수립하여 추진해야 할 것이다.

주제어 : 제주국제자유도시개발센터, 기업이미지, 개발프로젝트, 사회공헌활동

I. 서론

1. 연구배경

지역 또는 사회에서 기업 활동을 영위하는데 있어 무엇보다 중요한 것은 기업에 대한 그 지역민 또는 소비자의 호응도와 호감도, 신뢰도일 것이다. 과거 1960년대 제품을 생산하기만 하면 소비가 되었던 공급자 위주의 사회에서 소비자 중심의 사회로 변화되면서 소비자에게 비취지는 기업의 이미지는 기업의 흥망성쇠를 가늠하는 중요한 기준이 되었다. 현대사회는 제품만을 판매하는 시대가 아닌 기업 및 그 기업을 구성하는 종사자들의 소비자에 대한 서비스, 즉 기업의 이미지가 그 중심에 선 시대가 된 것이다.

국가, 사회조직, 기업 심지어 개인에 이르기까지 이미지 관리의 중요성은 지속적으로 증대되고 있다. 특히 기업의 경우 사기업이든 공기업이든 기업의 고유 목적 사업 외에 사회적 책임을 다하지 못한 기업들은 소비자들로부터 외면당하게 되어 그 존재 이유마저 흔들리는 상황이 되었다.

선진국뿐만 아니라 우리나라 역시 기업들의 전략적 사회공헌활동은 이미 기업의 성패를 좌우하는 주요한 요소로 자리 잡았다. 그러한 이유와 영향으로 기업들은 공중의 인식을 사로잡고 기업에 대한 긍정적인 호감과 신뢰를 얻기 위해 직·간접적인 방법으로 전략적 사회공헌활동을 추진하고 있다.

더욱이 국가공기업의 경우는 그 사회적 책임감은 더욱 높아 국민, 지역민, 지역사회로부터 적극적인 지지와 신뢰를 쌓아야만 추진하고자하는 또는 추진하는 사업에 대한 호응과 당위성을 보장 받을 수 있다. 이러한 당위성 보장은 곧 기업의 이미지와 연관된다고 볼 수 있다. 기업이 다양한 전략적 사회공헌활동으로 기업의 이미지를 우호적으로 형성시킨다면 추진하는 사업뿐만이 아니라 기업이익, 종사자의 자부심, 존경받는 기업 등 경영활동에 도움이 될 것이다.

제주지역 역시 국제자유도시 건설을 추진함에 있어 다양한 국책사업과 혁신도

시 등 지역 개발 사업이 2002년 이후 지속적으로 추진되고 있다. 국가사업을 추진함에 있어 사업전담기관은 무엇보다 그 지역에서 원활한 사업을 추진할 수 있도록 지역민으로부터 절대적인 지지와 사업의 당위성을 확보하여야 한다. 단순한 개발 사업이 아닌 국가전략사업으로서 또한 국내·외 투자유치를 이끌어 내야 하는 제주국제자유도시¹⁾ 개발 사업이기에 더더욱 사업에 대한 공감대와 지역민의 지지 및 신뢰가 형성되어야 성공적으로 추진할 수 있는 것이다.

이에 제주국제자유도시개발을 전담하는 국가공기업(국내 최초의 지역을 기반으로 한 개발 및 투자유치 전담 공기업)인 제주국제자유도시개발센터가 제주지역에서 추진하는 지역개발사업과 사회공헌활동에 대해 국제자유도시로의 건설과 지역사회 발전에 어느 정도 기여하고 있는가에 대한 제주도민의 인식과 제주국제자유도시개발센터의 이미지 구성요인을 조사하여 향후 기업이미지 개선을 위해 보완하고 발전시켜야 할 방안을 모색하는 데 그 필요성을 갖는다.

2. 연구목적

일반적으로 국가에서 공공기관 또는 공기업을 설립하는 목적은 민간 기업에서 추진하기 어렵거나 공공성이 보장되어야 하는 사업을 추진하기 위해서다. 그 예로 한국전력공사, LH공사, 한국수자원공사 등 대부분 국민의 생활과 직결되는 사업을 전국적으로(어느 한 지역에 특정됨이 없이) 추진하고 있다. 그러나 제주국제자유도시개발센터와 같이 제주라는 한 지방자치단체를 발전시키기 위해 설립되는 경우는 없던 사례로 이와 같은 조직은 아직까지 없는 상태이다. 이와 비슷한 조직으로 각 지역의 경제자유구역청²⁾을 들 수 있으나 이 조직은 각 지역의 지방자치단체 산하 소속기관(공무원조직)으로 구성되어 있어 제주국제자유도시개

1) 제주도를 사람·상품·자본이동이 자유롭고 기업 활동의 편익이 최대한 보장되는 동북아 중심도시로 발전 시킴으로써 국가 개방거점 개발 및 제주도민의 소득·복지를 향상시키기 위해 지난 2001년 확정된 국가 전략사업; 제주국제자유도시 기본계획, 국무총리 국무조정실 제주국제자유도시추진기획단, 2001

2) 현재 우리나라에는 인천, 부산·진해, 평양만권, 황해, 대구·경북, 새만금 등 6개의 경제자유구역이 지정되어 있다.

발센터와는 그 조직의 근본이 다르다고 할 수 있다. 그러므로 제주국제자유도시 개발센터(JDC)는 그 임무와 목적이 확실한 제주지역을 대표하는 유일한 국가공기업인 것이다.

이에 본 연구의 목적은 제주국제자유도시개발센터(JDC)의 주요 개발사업³⁾들의 국제자유도시 건설 기여도에 대한 제주도민들의 동의정도와 사회공헌활동의 지역사회발전 기여도에 대한 제주도민의 동의정도, 그리고 이러한 여러 사업들을 통해 나타나는 기업이미지에 대한 제주도민들이 갖고 있는 제주국제자유도시개발센터의 기업이미지 구성 요인에 대해 조사하고, 조사 결과에 근거한 향후 이미지 제고 및 개선을 위한 사회공헌활동의 방향을 제시하는데 있다.

3) 핵심프로젝트 : ① 제주영어교육도시 조성 ② 웰스케어타운 조성 ③ 제주첨단과학기술단지 조성, ④ 신화·역사공원 조성 ⑤ 서귀포관광미항 조성 ⑥ 휴양형주거단지 조성 / 전략프로젝트 : ⑦ 쇼핑아울렛 조성, ⑧ 생태공원 조성, ⑨ 제주경빙장 조성(계획구상단계 사업)

II. 이론적 배경

1. 기업이미지에 관한 선행 연구

1) 기업이미지의 정의

이미지의 사전적 정의는 “감각에 의하여 획득한 현상이 마음속에 재생되는 것”, “어떤 사람이나 사물로부터 받는 느낌”이라고 정의하고 있다. Barich & Kotler(1991)는 개인이나 집단이 특정 대상에 대해 갖고 있는 신념, 아이디어, 인상의 총체라 정의하였으며, Boulding(1961)은 주관적인 지식이고 이 같은 지식은 수신된 정보를 토대로 머릿속에서 유용한 단위나 카테고리로 정돈되고 조직된다고 보았다. Lucas and Britt(1985)는 이미지는 보다 전문적인 용어로는 Imagery라고 하는 것이 타당하다고 보고 있으며, 이를 “모든 경험을 분류하고 기억하는 수단으로서 대상, 사건, 질, 관계, 신체적 경험의 정신적인 개념”으로 정의하고 있다.⁴⁾ 즉 이러한 정의를 종합해 볼 때 이미지는 확고하게 자리를 차지하고 있는 것이라고 정의할 수 있을 것이다.

이러한 이미지의 정의를 기본으로 하여 기업이미지란 무엇인지를 살펴볼 필요가 있다. 기업이미지란 소비자, 고객 등이 그 기업에 대해 마음속에 그려지는 하나의 심상으로 로고, 브랜드, 제품, 추진사업이 아닌 이들을 대표하는 기업에 대해 가지고 있는, 또는 형성된 상징으로서 이 상징은 기업에 대해 긍정적 혹은 부정적 태도를 갖게 되는 것을 의미한다.

Lipponcott는 기업이미지의 특성에 대해 다음과 같이 제시하고 있다.⁵⁾

첫째, 기업이미지는 기업이 갖고 있는 것이 아니라 사람들이 기업에 대해 갖고 있는 것이다.

4) 박수연(2005). 조직이미지 구성요인 및 평가체계, 서강대학교 영상대학원 석사학위논문, 5.

5) 유동균(2009). 기업의 사회공헌활동이 기업이미지에 미치는 영향, 성균관대학교 언론정보대학원 석사학위논문, 15-16.

둘째, 기업이미지는 기업이 행하는 어떤 것이 아니라 기업의 행동에 의해 발생하는 사람들의 반응이다.

셋째, 기업이미지의 형성에는 인간의 모든 감각이 동원되며 그 결과 얻어지는 인상은 논리적이라기보다는 감정적인 것이다.

넷째, 기업이미지는 누구도 완전히 통제할 수 없고 다만 부분적으로 선도할 수 있다.

권용석(2002)은 기업이미지란 일반 대중이 기업정보에 접촉한 결과 마음속으로 형성되는 기업 상으로 특정기업에 대하여 연상되는 총체적인 개념화라고 할 수 있다. 즉 긍정적인 이미지를 형성한 기업은 다른 기업과 명확히 구별되며, 호감과 신뢰성으로 기업경영에 있어서 상당한 힘으로 작용할 것이라고 하였다.

여러 학자들의 정의에서 살펴보면 알 수 있듯이 기업이미지는 사람들이 기업에 갖고 있는 총체적인 이상으로 조직의 개성이라고 할 수 있다. 이러한 기업이미지는 기업에 대한 사람들의 긍정적, 부정적 태도로 나타나는데 이 이미지를 형성하는 주체는 기업 자신이 아니라 공중(일반인)이며, 기업의 행동에 대한 사람들의 반응이고 이성적이기 보다는 감성적인 측면이 강하다고 볼 수 있다.

2) 기업이미지의 중요성

기업은 환경과의 상호작용과 상호의존의 관계아래 존속, 성장하는 개방시스템으로서의 성격을 갖는다. 이때 기업과 관계를 맺는 환경주체들은 저마다 그 기업에 대한 이미지를 갖고 있는데 이러한 기업이미지는 환경주체들의 기업에 대한 태도 및 행동을 결정짓는 요인으로 작용한다. 따라서 환경 주체들이 기업에 대하여 호의적인 이미지를 갖는다는 것은 기업과 환경주체들 사이의 긍정적인 상호작용을 높임으로써 기업의 성장가능성을 증대시킨다.

이상철(2003)은 마케팅적 측면에서 기업 이미지의 전략적 중요성을 논하였는데 좋은 기업이미지는 일반 대중의 태도와 행동에 커다란 영향을 미친다고 하였다. 즉, 좋은 기업의 이미지를 바탕으로 마케팅활동을 하면 보다 성공할 확률이 높아질 수 있다는 것이다. 그러나 소지자들이 기업에 대한 부정적 편견이나 선입견이 형성될 가능성도 있어 이러한 선입견이나 편견을 타개하기 위한 대응책으로 기

업 이미지의 관리가 필요하다고 하였다.

강윤정(2010)은 좋은 기업이미지는 기업이 경영활동을 하는 전반에 걸쳐 긍정적으로 작용하여 기업의 사회적 수용을 가능하도록 해주며, 기업 내부 효과로는 종사자들의 근무 의욕을 향상시켜주며, 향후 기업의 인재 모집 및 채용을 용이하게 해주는 수단이 되기도 한다고 하였다.

김기준(2010)은 기업이미지 형성에 있어 소비자가 인식하는 이미지결정요소가 기업브랜드와 명성, 사회적 책임이 중요한 결정요소로 작용하는 만큼 기업이미지 향상을 위해 다양한 방법을 모색해야 한다고 하였다.

또한 Dowling은 장기적인 관점에서 기업이미지는 다음과 같은 소비자들의 긍정적인 태도를 유발시킴으로서 기업의 존속에 영향을 끼친다고 설명한다.⁶⁾

첫째, 좋은 기업이미지를 가지고 있는 기업일수록 신제품 론칭 시 마케팅을 보다 성공적으로 진행할 수 있으며, 둘째, 기업이미지와 상품이미지의 효율적인 연계를 통해 새로운 판촉을 도모할 수 있고, 셋째, 기업이미지를 통해 제품의 차별화 방법을 모색할 수 있다. 넷째, 신뢰성, 안정성 등의 기업이미지는 자금의 조달과 인재확보에 영향을 주며, 다섯째, 호의적인 공공관계를 형성시켜줌으로써 기업 활동에 대한 사회적 수용 및 지지를 용이하게 해주며, 마지막으로 좋은 이미지는 조직구성원 및 거래처 종사자들과의 관계로서 사기가 높아져 생산성 및 판매활동이 더욱 활발해 질 수 있다고 하였다.

이렇듯 기업이미지는 기업의 활동에 있어 공중과의 관계성이라고 볼 수 있다. 지역사업을 추진하는 국가공기업 입장에서는 지역민이 그 기업에 대해 가지는 이미지가 중요하며, 이러한 이미지는 정책홍보 및 추진활동의 실효성을 나타내는데 큰 영향을 미치기 때문에 그 중요성이 더욱 부각되는 것이다.

3) 기업이미지 구성요소

사물에 대한 이미지가 개개인에 따라 모두 상이한 것처럼 기업에 대한 이미지도 마찬가지로 모두 다르다고 할 수 있다. 그렇기 때문에 기업 이미지의 구성 요

6) 심준혁(2006). 『사회공헌활동이 기업이미지 형성에 미치는 영향에 관한 연구』, 동국대학교경영대학원 석사학위논문, 29-30.

소에 대한 견해도 일치된 모습을 보이지 않고 있다. 기업이미지를 구성하는 항목 및 요인에 관한 실증 연구를 살펴보면 <표 2-1>과 같다.

Dowling(1993)은 공식적 회사정책, 구성원의 이미지, 마케팅 커뮤니케이션, 상품/서비스의 제공, 유통지원, 이전의 상품/서비스 경험, 외부인과의 대인 커뮤니케이션, 상위와 하위이미지를 가장 큰 요인으로 제시하였다.

서정환(1995)은 기업이미지를 상징적, 경험적, 기능적 이미지의 세 가지 요인을 추출하고 한국에서는 기업이미지 평가에서 상징적 요인이 가장 큰 영향을 미친다고 주장하였다. 배성일(1997)은 소비자지향성, 자사지향성, 세계화 정도를, 조우현(1999)은 내부안정 요소, 혁신적 요소, 사회적 신뢰, 기업성장, 투자요소, 대외적 인식, 국가공헌 요소를 제시하였다.

김광수(1999)는 개인의 경험, 사회, 환경, 조직요인 등이 기업 이미지 형성에 영향을 미치는 요인으로 제시하면서 기업이 공중에게 투사한 개성과 기업 경영진도 기업 이미지를 규정하는데 영향을 미친다고 하였다.

박기남과 김기운(2001)은 인터넷 비즈니스에 대한 이미지구성 요인들로 첨단/혁신적 이미지, 고객보호 이미지, 성장적 이미지, 사회공헌적 이미지를 구성하였고, 신호창(2002)은 조직이미지를 구성하는 요인으로 능력, 정직, 역동성, 헌신, 사회성, 매력, 공개성 등으로 구성하였다.

이와 같이 기업이미지의 구성요소는 다양하게 나타난다. 그러나 기업이 행하는 모든 활동이 기업이미지를 구성하는 요인들로서 기업이미지에 영향을 미치고 있는 것으로 볼 수 있다. 또한 기업마다 이미지 구성요소의 중요도를 파악, 결정하여 이에 맞는 프로그램을 추진하는 것이 필요하다고 생각한다.

<표 2-1> 기업 이미지 구성 항목 및 요소

연구자	기업이미지 구성 항목 및 요소
전혜선(1992)	신뢰성, 친근감/성실감, 세련미
강경애(1992)	사회적 책임/인적관리, 내부안전성, 서비스/제품, 회사분위기, 대외커뮤니케이션, 주력업종기술력, 친근감, 전문성, 일반인식, 제품선호도, 경쟁측면, 연구개발/기업문화
Dowling(1993)	공식적 회사정책, 구성원의 이미지, 마케팅 커뮤니케이션, 상품/서비스의 제공, 유통지원, 이전의 상품/서비스 경험, 외부인과의 대인 커뮤니케이션, 상위와 하위 이미지
유태용(1994)	지성요인, 생동성 요인, 비인간적 요인, 야성요인, 성실성 요인
이주영(1995)	기업활동지원, 기업활동기본, 기업활동부가
임만규(1995)	기업내부(인적/비인적), 기업외부, 신뢰성
서정환(1995)	상징적, 경험적, 기능적 이미지
배성일(1997)	소비자지향성, 자사지향성, 세계화
조우현(1999)	내부안정요소, 혁신적 요소, 사회적 신뢰, 기업성장, 투자요소, 대외적 인식, 국가공헌요소
하봉준(1999)	기업우수성, 기업시민성, 제품관련(경쟁력, 역사/전통, 혁신적 기업, 환경보호, 문화예술지원, 사회봉사, 제품/서비스 품질, 고객만족노력)
김광수(1999)	개인의 경험, 사회, 환경, 조직요인, 공중에게 투사한 개성, 기업경영진
최인혁과 김화동(2000)	혁신성, 환경친화성, 사회공헌성, 신뢰성, 안정성, 성장가능성
박기남과 김기운(2001)	첨단/혁신적 이미지, 고객보호이미지, 성장적 이미지, 사회공헌적 이미지
신호창(2002)	능력, 정직, 역동성, 헌신, 사회성, 매력, 공개성

출처 : 박수연(2005). 조직이미지 구성요인 및 평가체계, 서강대학교 영상대학원 석사학위논문, 11.

4) 기업이미지 형성요인

Kotler는 기업 이미지 형성요인을 크게 나누어 두 가지 이론으로 제시하고 있다.⁷⁾ 우선 그 한 가지는 대상결정 이론(Object-Determined Theory)으로 이 이론의 가정은 세 가지가 있는데 첫째, 사람들은 대상에 대한 직접경험을 소유하고 있고, 둘째, 사람들은 대상으로부터 신뢰적인 감각정보를 얻고 있으며, 셋째, 사람들은 각기 다른 배경과 개성을 가지고 있으나, 수집한 정보를 처리하는 방법이 유사하다는 것이다. 이러한 가정 하에 기업 이미지는 객관적 실태에 근거해서만 형성될 수 있으며 이미지 변경을 위해서는 기업의 실제 행동과 객관적인 요인을 변경해야 한다는 이론이다. 또 하나는 인적결정이론(Person-Determined Theory)으로 이 이론 역시 세 가지의 가정이 있는데, 첫째, 사람들은 대상과의 접촉빈도가 각기 다르다는 것, 둘째, 사람들은 선택적으로 각기 다른 측면을 인식한다는 것, 셋째, 사람들은 감각정보 형성에 개별적 방식을 갖는다는 것이다. 이러한 가정 하에 세워진 이 이론에서 기업 이미지는 이미지 인식주체의 주관적 특성에 의해 크게 영향을 받으므로 대상의 객관적 실체와 기업이미지 간에는 상관관계가 약하다는 이론이다.

이처럼 기업이미지란 어느 하나의 개별적인 요인에 의해 형성되는 것이 아니라 상호복합적인 작용에 의해 형성된다고 할 수 있다. 그러므로 기업이미지는 객관적 실체와 인간주체의 주관적 특성을 반영하게 되는 것이다. 따라서 한 기업이 올바른 이미지를 형성한다는 것은 일과성이 아니라 지속적인 과업으로 가능하며, 어느 한 부분 만에 초점을 맞추기보다 총체적인 접근이 필요하다.

2. 사회공헌활동에 관한 선행 연구

1) 기업의 사회공헌활동의 개념

7) 김희진(2005). 기업의 사회공헌활동과 기업이미지의 관계에 관한 연구, 연세대학교 언론홍보대학원 석사학위논문, 32-33(제구성).

기업은 이익을 창출하고, 추구하는 주체로서 인식되어 왔다. 하지만, 대중들의 지식수준이 향상되고, 미디어가 발달함에 따라 이윤만을 추구하는 기업에 대해 더 이상 대중들은 호의적이지 않게 되었다. 이에 따라 기업이 이윤을 사회에 환원해야 하는 상황이 되었고, 여기서 기업의 사회적 책임과 관련한 사회공헌활동들이 중요한 개념으로 부각되었다.⁸⁾

사회공헌(Philanthropy)이라는 사전적 의미를 보면 ‘박애’, ‘자선’, ‘박애주의’, ‘자선사업’이라는 의미를 가지고 있는데 실제 이 단어는 자발적인 정신이자 활동을 말한다. 일반적으로 돈, 시간, 의류, 식량 등 구체적인 것을 기부하는 것을 공헌(contribution)이라고 하고, 기업이 하는 사회공헌활동은 총칭하여 기업공헌(corporate giving)이라고 한다.⁹⁾

보통 기업의 사회적 책임(corporate social responsibility)영역 중에서 기업 본연의 경제적 책임(economic responsibility)이외에 기업이 갖는 문화적 책임(cultural responsibility) 그리고 사회공익사업과 소외 계층을 위해 수행하는 자선기부 등과 관계된 기업의 책임, 예컨대 사회복지 사업이나 난민구제 등 기업이 기업시민으로서 맡아야 할 책임을 말하는 사회봉사 책임(social service responsibility) 활동을 포함하는 의미로 쓰이곤 한다.¹⁰⁾

이외에도 조직 또는 기업의 사회공헌활동에 대한 개념의 정의는 다양하다. <표 2-2>에서 정의한 개념들을 총체적으로 정리하면 조직 또는 기업의 사회공헌활동이란 사회가 기업에 기대하는 법적, 경제적 역할 수행의 차원을 넘어서 기업이 보유하고 있는 자원을 적극 활용하여 사회와 바람직한 관계를 형성하고자 수행하는 활동임을 알 수 있다.¹¹⁾

8) 김희진(2005). 『기업의 사회공헌활동과 기업 이미지의 관계에 관한 연구』, 연세대학교 언론홍보대학원 석사학위논문, 8.

9) 박찬영(1998). 『한국기업의 사회공헌활동에 대한 평가; 대학생들의 인지도를 중심으로』, 서강대학교 언론대학원 석사학위논문.

10) 문철수(2004). 기업PR 캠페인으로서의 전략적 사회공헌활동에 관한 연구, 『광고학연구』 제15권 5호.

11) 신유근·한정화(1991). 한국기업의 사회참여활동, 『사회과학논평』 9호.

<표 2-2> 기업의 사회공헌활동에 대한 정의

연구자	정 의
McAlister & Ferrel(2002)	전략적 사회공헌이란 조직적인 핵심역량과 주요 이해관계자들이 관심을 표시하는 지원
Wulfson(2001)	전략적 사회공헌이란 순수한 목적의 사회공헌과 사업의 목적과 목표에 직·간접적으로 연결되는 기부프로그램에 기업이 참여하는 것
박찬영(1997)	기업의 이미지 형성을 통해서 장기적으로 기업의 수익에 기여하는 활동
김동원(2004)	지역사회에 한 기업의 투자

2) 사회공헌활동의 유형

대부분의 기업들은 자사의 이미지 제고를 위해, 또한 기업가치 향상을 위한 전략적 수단으로 다양한 사회공헌활동을 추진하고 있다. 활동 형태는 다양하게 나타날 수 있으나 전경련이 발표한 한국기업의 사회공헌활동의 형태를 살펴보면 <표 2-3>과 같다.

분야별로 나눈 한국기업의 사회공헌활동 형태는 사회복지, 지역사회지원, 문화진흥, 사회발전, 교육진흥, 학술진흥, 체육진흥, 국가민족, 해외지원 등 9개의 유형으로 구분하고 있다.

<표 2-3> 한국기업의 사회공헌활동 형태 및 내용

종 류	내 용
사회복지	사회복지시설지원, 병원설립 및 지원, 국민건강지원, 소외계층지원, 복지시설지원, 장애인훈련 및 고용, 기타 사회복지사업
지역사회지원	인근농어촌지원, 지역사회개발지원, 지역사회환경개선, 지역공공시설 건립 지원, 기타 지역사회개발사업
문화진흥	문화예술단체 행사지원, 문화시설건립 및 운영, 문화도서발간 보급, 국제친선문화사업, 기타 사회문화진흥사업
사회발전	교통거리질서캠페인, 퇴폐풍조추방캠페인, 환경자연보호운동, 청소년선도활동, 미아찾기캠페인, 소비자보호운동, 기타 사회발전운동
교육진흥	학교시설설립 및 운영, 학교 및 교육시설 지원, 외부장학금지급, 사회인을 위한 교육사업, 기타 사회교육사업
학술진흥	대외연구비지원, 대외연구단체지원, 외부인 해외연수지원, 기타 사회학술진흥사업
체육진흥	사회체육시설건립 및 운영, 체육단체 및 행사지원, 사회체육특기자 지원, 국제 친선문화사업, 기타 사회문화진흥사업
국가민족	군기관 위문활동, 국가유공자지원, 이산가족찾기, 기타 국가 민족 사업 지원
해외지원	해외대학/연구소 지원, 해외동포지원, 개도국지원

출처 : 전국경제인연합회(2010). 2009 기업·기업재단 사회공헌백서(채구성)

이 외에도 문철수(2004)는 <표 2-4>와 같이 공익사업, 기부협찬, 자원봉사 등 3개 형태로 대분류하고 이를 다시 12개 유형으로 분류하였다.

<표 2-4> 기업의 사회공헌활동에 대한 세부 분류

구분	유형	세 부 항 목
공익사업	문화예술지원	전통문화재 보존, 문화예술지원, 문화시설 건립 및 운영, 문화예술단체 행사 지원, 문화 도서 발간 및 보급
	체육진흥	사회체육 시설 건립 및 운영, 체육단체 행사 지원
	교육학술지원	학교설립 및 후원, 장학금 지원, 교육시설 기증 및 지원, 산학협동, 대외연구비 지원, 대외 연구 단체 지원
	지역사회개발	지역홍보, 지역행사 지원, 지역 공공시설 건립 및 지원
	환경보호	동·식물 보호, 소음방지, 자원재활용, 수질보호, 공해방지, 대기오염의 방지, 에너지 고갈에 대한 대책, 폐기물 처리
기부협찬 활동	기부금·성금	현금기부, 제품기부, 설비기기 기부
	프로그램지원	컴퓨터 교육 프로그램, 아동 및 청소년 프로그램
	운영비지원	프로그램 운영비 지원, 인건비 지원, 공공요금 지원
	자선 구호	불우이웃돕기, 헌혈, 장기기증, 재해구호, 난민구호
자원봉사 활동	사회봉사	소년소녀 가장 돕기, 사회복지시설, 의료활동, 재가방문
	전문서비스	의료, 보건, 재활서비스 제공, 직업관련 기술제공
	위원·자문	지역사회단체 자문위원, 지역발전 모임 위원

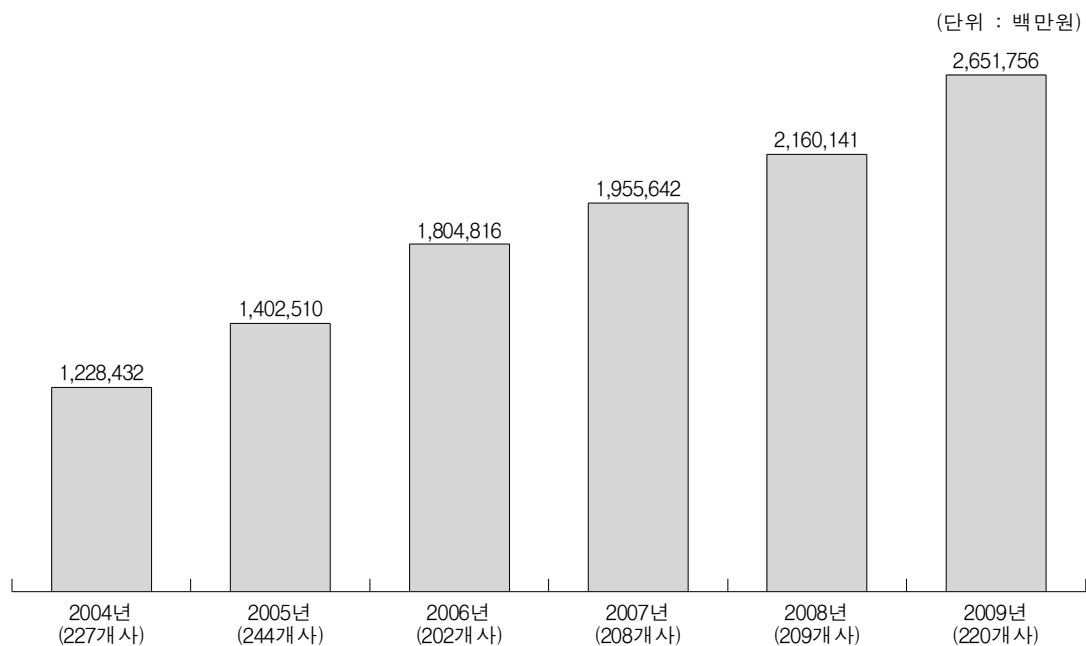
출처 : 문철수(2004). 기업 PR 캠페인으로서의 전략적 사회공헌활동에 관한 연구; 국내·외 담배 회사의 사회공헌활동 사례를 중심으로, 『광고학연구』, 제15권 5호, 4.

3) 기업의 사회공헌활동의 중요성

기업마다 사회공헌활동을 중요하게 다루고 있는 것은 전경련에서 발행한 사회공헌활동백서에 나타난 지출액 규모만 살펴봐도 알 수 있다. 2009년 사회공헌 실

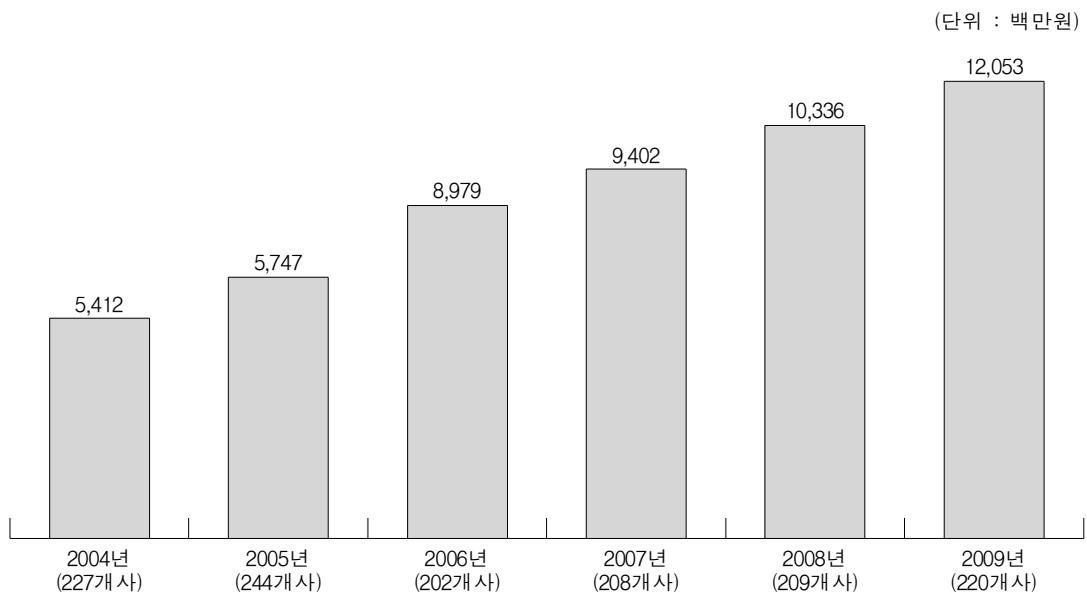
태조사에 응답한 기업 220개사가 연간 사회공헌활동에 지출한 총 금액은 2조 6,517억 5,600만원으로 2008년 2조 1,601억 4,100만원에 비해 약 22.8% 증가하였으며, 이는 2002년도 202개 기업 조사 시 1조 865억 9,400만원보다 1조 5,651억 6,200만원 증가한 금액으로 8년 사이에 약 244% 증가한 것이다. 이렇듯 시간이 지나고 기업이 성장할수록 사회공헌활동에 대한 중요성은 더욱 강조되고 있다는 것을 알 수 있다.

<그림 2-1> 기업 총 지출액 규모 추이



출처 : 전경련(2010). 「2009 기업·기업재단 사회공헌백서」

<그림 2-2> 기업 평균 지출액 규모 추이



출처 : 전경련(2010). 「2009 기업·기업재단 사회공헌백서」

또한 전경련은 사회공헌활동의 중요성이 강조되는 이유를 두 가지로 분석하고 있는데, 첫 번째는 사회공헌활동 패러다임의 변화다. 사회공헌활동에 있어서 기업들은 사회공헌활동 조직의 성격 변화를 제시하고 있다. 패러다임의 전환을 위해 관점, 인식, 역할, 행동의 전환을 요구하는 것이다. 두 번째로는 지속가능한 기업의 사회공헌활동이다. 한국의 사회공헌활동은 역사가 짧은 반면 괄목할 만한 성장을 하였다. 이러한 성장에 걸맞도록 글로벌기업으로서, 사회적 책임기업으로서 인류사회의 성장과 발전에 기여하는 기업으로의 재탄생을 요구하고 있다.

일반적으로 전국적 차원의 공익보다는 지역적 차원의 공익을 더 선호한다는 연구결과가 있다.(Ross, Patterson & Stuffs, 1992 : Consumers Swayed by good causes, 1996). 즉 수혜자가 물리적으로 가까울수록 잠재적 기부자는 친 사회적 행동에 관여할 가능성이 높다는 것을 보여준다.¹²⁾ 이 외에도 정수진(2006)은 사회공헌활동의 중요성에 대해 기업의 사회적 책임에 대한 인식을 가져야 한다는 것과 윤리경영의 중요성으로 인한 경영환경 변화가 중요하다고 지적하였다.

12) 장현수(2005). 금융기관의 사회공헌활동이 기업이미지에 미치는 영향에 관한 연구, 동국대학교 경영대학원 석사학위논문, 13-14.

이는 경영성과가 아무리 높아도 기업윤리의식이 희박할 경우 시장과 사회의 신뢰성을 상실할 수 있다는 것과 윤리경영이 21세기 사회에서는 선택이 아닌 필수이기 때문이다.

윤희주(2004)는 사회공헌활동이 필요한 이유를 기업자체의 이미지를 개선하고 사회공헌활동 자체가 경쟁적 우위를 창출시키는 비즈니스가 될 수 있으며, 기업이 전개하는 특정한 공헌활동이 장기적으로 기업에 영향을 주는 것이기 때문이라고 하였다.

김희진(2005)은 사회공헌활동이 과거 최고경영자 개인의 선호도와 관련자 중심에서 벗어나 전사적 참여가 필요하며 기업 시민으로서의 역할을 수행해야 한다는 적극적인 입장을 가지고 물질적 지원, 전문능력, 자원봉사를 결합하는 총체적 서비스를 제공해야 한다고 하였다.

21세기 기업성장의 트렌드는 기업의 사회적 공헌, 사회적 책임이라고 말할 수 있다. 국제적으로도 기업 외에 공공단체나 조직도 참여가 필수적으로 변해가고 있다. 또한 현대사회에서 기업의 사회적 책임이 강조되는 이유는 사회 구성원으로서 소비자, 사회 등과 끊임없이 커뮤니케이션 활동을 전개해야 하기 때문이다. 지속가능 경영이 기업의 핵심가치로 등장하고 지속가능한 경영을 위해서는 기업의 사회적 책임을 다해야 할 것이며 이러한 이유로 사회공헌활동이 중요시 되고 있는 것이다.

이렇듯 사회공헌 활동의 중요성은 다양한 사례에서 볼 수 있듯이 그 기업경영에 있어 하나의 사업영역으로 자리매김하고 있다. 이익을 추구하는 기업이든 공공성을 추구하는 기업이든 기업의 이미지는 곧 그 기업의 흥망성쇠를 좌지우지 한다 해도 과언이 아닐 것이다. 기업이 소비자로부터, 국민으로부터, 지역민으로부터, 심지어 종사자들에게 신뢰를 받아야하는 것이 기업의 존재이유이다. 이러한 신뢰감으로 인해 이익이 확대되고, 지역에서 추진하는 사업에 대해 지지를 얻음으로써 원활한 사업이 가능하여 이러한 상황이 곧 기업의 발전으로 이어지고 궁극적으로 지역발전 및 국가발전에 이바지 하게 되는 것이다.

3. 기업의 사회공헌 활동과 기업 이미지 관계

기업이 사회공헌활동에 참여하는 이유는 매우 다양하다. 그러나 한 가지 분명한 것은 최근 기업들이 사회공헌활동을 과거보다 더 중요한 경영전략 요소로 활용하고 있다는 것이며, 이는 무엇보다 사회공헌활동이 기업의 이익에 긍정적으로 기여한다는 전제하에 추진하는 것이다. 기업의 사회공헌활동은 이미지와 평판을 좋게 하고, 소비자들은 이러한 기업의 이익을 증가시키는 동시에 공익활동을 지원함으로써 민간의 비영리 영역을 발전시키는데 긍정적으로 기여하게 된다.

기업의 사회공헌활동은 직접적인 수혜자뿐만 아니라 모든 사람들이 긍정적으로 인식하였을 때 기업 경영에 도움이 된다. 사회공헌활동으로 인한 긍정적인 이미지가 소비자들에게 우호적이며, 신뢰감이 있는 기업으로 인식하게 되는 것이다. 사회공헌활동에 대한 기업 평가를 할 때 여러 요소 중 사회공헌활동 관련 평가가 57% 이상을 차지 한다는 결과가 있었다. 다시 말하면 어떤 기업이 소비자로부터 받는 평가 점수의 반 이상이 사회공헌활동을 잘하는 기업인지 여부에 따라 결정된다는 것을 뜻한다. 기업 이미지 점수가 가장 낮은 기업에서 사회공헌활동의 영향력이 가장 높다는 것은 사회공헌활동이 기업 이미지를 향상시켜야 할 필요가 있는 기업에 더욱 필요하다는 점을 시사한다.

또한 기업 이미지가 가장 좋은 기업에서 사회공헌활동 요소가 끼치는 영향이 상대적으로 낮은 이유는 다른 요소들 때문이다. 예를 들어 기업이 생산하는 제품, 직장으로서의 매력, 소비자에 대한 배려 등에 의해 영향을 많이 받고 있기 때문이라고 해석할 수 있다. 따라서 이미 긍정적인 기업이미지를 구축하고 있는 기업은 사회공헌활동을 더욱 전략적으로 실시하는 동시에 이에 대한 홍보를 효과적으로 수행해야 할 필요가 있다.

기업 이미지에 영향을 미치는 기타 변수들로는 기업이 생산하고 있는 제품에 대한 평가, 기업의 운영 상태에 대한 평가, 기업이 소비자를 어떻게 생각하는지에 대한 평가, 일하기 좋은 직장인지에 대한 평가, 끊임없이 변화하는 혁신적인 기업인지에 대한 평가, 돈밖에 모르는 기업인지에 대한 평가, 그리고 국가의 발전에 기여하는지에 대한 평가를 선정했다. 이는 제품에 대한 평가가 미치는 영향

력의 2/3에 해당한다. 기업들이 사회공헌 활동을 전략적 경영의 중요한 요소로 받아들이기 시작한 것이 최근임에도 불구하고 사회공헌활동의 비중이 상당히 높다는 사실은 사회공헌활동이 우리가 생각하는 것보다 훨씬 더 중요하다는 것을 뜻한다.

사회공헌활동이 기업이미지에 미치는 영향 등 선행 연구에서 나타난 결과는 다음과 같다.

윤희주(2004)의 사회공헌활동을 통해 형성된 이미지와 기업제품의 구매의사와의 관계 연구에서 사회공헌활동이 기업이미지와 구매 태도에 대체로 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 장현수(2005) 역시 기업의 사회적 책임 의식에 바탕을 둔 사회공헌활동이 기업이미지 제고에 상당한 기여를 하고 또한 기업이미지가 높아짐에 따라 구매의도에 영향을 미치는 것을 확인하였다.

김희진(2005)은 기업의 사회공헌활동에 따른 기업이미지와 관련하여 소비자의 기대적 호감도와 의도적 호감도를 높이기 위해서는 기업의 특성에 맞는 사회공헌활동을 하는 것이 더욱 바람직하다고 지적하였으며, 심준혁(2006)은 사회공헌활동을 하는 기업이 신뢰성, 경쟁력, 양질의 서비스 제공, 신뢰할 제품생산, 고객반영요구, 경영자 존경심, 소비자 보상제 모두 광고홍보활동을 중점적으로 하는 기업보다 좋은 이미지를 형성한다고 하였다.

김창수(2005)의 연구에서 소비자들은 사회적 책임과 관련된 요소를 기업 평가의 중요한 요소로 인식하고 있고, 사회공헌활동이 기업이미지 형성에 많은 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이는 이러한 활동이 사회봉사 차원에서 인식하기보다는 기업의 이미지 개선과 광고활동의 일환으로 인식하고 있기 때문인 것으로 조사결과 나타났다.

정수진(2006)은 사회공헌유형에 따라 기업이미지에 해당하는 기업행동 이미지, 사회행동 이미지, 기업공헌 이미지 형성의 차이에서 공익사업유형은 전체적인 기업 이미지 형성에 가장 크게 영향을 미치고 있다고 하였으며, 기업행동 이미지에서는 기부협찬이, 사회행동 이미지에서는 공익사업이, 기업공헌 이미지에서 역시 공익사업 유형이 각각의 이미지 형성에 가장 큰 차이를 내는 것으로 나타났다.

유동균(2009)의 연구에서는 기업의 사회공헌활동에 대한 인지된 적합도는 기업 이미지에 대체적으로 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 긍정적인 기업

이미지는 만족도 및 충성도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 향후 기업들이 사회공헌활동을 보다 더 전략적으로 홍보하고, 소비자들로 하여금 많은 참여를 유도할 수 있는 마케팅 전략 수립을 제시하였다.

장미선(2010)은 소비자가 기업이 시행하는 사회적 책임활동을 인지하게 되면 기업에 동일시하게 되며, 소비자가 기업에 대해 동일시하게 되면 기업평판에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다고 하였다.

이와 같이 다양한 연구결과, 공통점은 기업의 사회공헌활동은 기업이미지에 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 기업 또는 제품에 대해 만족도 및 충성도가 높은 것으로 나타났다. 따라서 사회공헌사업은 기업의 경영전략에 없어서는 안 될 중요한 요소로 자리매김한 것이다.

Ⅲ. 제주국제자유도시개발센터(JDC)

1. 제주국제자유도시개발센터(JDC) 개요

1) 설립배경

제주는 지난 '60년대 초부터 특색 있는 개발을 위해 '64년 「제주도건설종합계획」 등 6차례에 걸친 종합계획을 수립하여 추진하여 왔다. 그러나 관광위락시설 부족, 언어불편 및 가격경쟁력 약세 등 여러 요인으로 국제적 관광지로의 발전에 한계가 있었으며, 2001년까지 총 4차례에 걸쳐 제주를 국제자유도시로 개발하려는 시도가 있었으나 여건 미성숙 등으로 인하여 추진되지 못하였다. 그러나 '국민의 정부' 출범 이후 '98. 6월 제주를 국제자유도시로 육성·발전시키기 위한 대통령령의 개발방침 표명과 '99. 6월부터 '00. 6월까지 건설교통부(현, 국토해양부)에서 타당성조사 연구용역(미국 존스 랑 라살)을 실시하고, '01. 1월 「제주국제자유도시 추진지원단」을 설치하였다. 그 해 2월엔 당시 민주당에 「제주국제자유도시 정책기획단」을 설치하였으며, 9월에는 국무총리 국무조정실(현, 국무총리실)에 「제주국제자유도시 추진위원회」(위원장 : 국무총리) 및 「실무위원회」(위원장 : 국무조정실장)를 설치하고 10개 부처 직원으로 구성된 「제주국제자유도시 추진기획단」을 설치하였다. '01. 11월 국무총리 국무조정실에서는 그 동안 중앙정부·제주도·민주당에서 논의된 사항을 결집하고 제주도민의 의견을 수렴하여 제주가 지닌 국제자유도시로서의 잠재력을 최대한 발전시켜 나갈 수 있는 「제주국제자유도시 기본계획」을 수립, 제주도개발특별법의 전면 개정과 관련 법령 개정을 통해 국제자유도시로서의 기본 틀을 마련하였고, 7대 선도프로젝트¹³⁾ 등 제주국제자유도시 개발을 위한 중점사업을 제시하였으며, '02. 4월 제주

13) 7대 선도프로젝트 : (1) 휴양형주거단지 개발, (2) 중문관광단지 확충, (3) 서귀포 관광미항 개발, (4) 첨단 과학기술단지 조성, (5) 제주공항 자유무역지역 조성, (6) 쇼핑아울렛 개발, (7) 생태·신화·역사공원 조성 - 특별자치도 출범 후 6대 핵심프로젝트와 5대 전략프로젝트로 조정됨

국제자유도시특별법을 공포하였다. 이 법률에 근거하여 선도프로젝트 사업 및 중앙정부 차원에서 제주국제자유도시 추진 지원체계를 마련하고, 전문성과 자율성을 갖춘 전담조직의 필요성을 인지하여 이를 담당할 기관인 제주국제자유도시개발센터를 '02. 5월 공공성과 사업성을 동시에 추구할 수 있는 특수법인 성격을 부여하여 건설교통부(현, 국토해양부) 산하 공기업으로 설립하였다. 그 후 '06. 7월 제주특별자치도로 출범하면서 「제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법」 제261조에 의거 제주국제자유도시 추진 전략인 4+1(관광, 교육, 의료, 청정1차+첨단) 핵심산업 육성을 위해 사업영역이 확대 및 선도프로젝트가 조정되었으며, '07. 4월 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제5조에 의거 준시장형 공기업으로 분류되었다.

2) 조직 및 재원

제주국제자유도시개발센터는 3본부 2단 1사무소 6실 8처로 구성되어있다. 이사장 직속으로 비서실, 홍보마케팅실, 면세제도개선추진단을, 경영기획본부 산하 4개실, 개발건설본부 산하 3개 처, 투자사업본부 산하 3개 처, 그리고 면세사업단 산하 2처와 서울사무소로 구성되어 있으며 인원은 총 236명(임원 5명, 직원 231명)으로 구성되어있다. 제주국제자유도시개발센터는 2002년 설립이후 정원의 변동 추이는 <그림 3-1>과 같다.

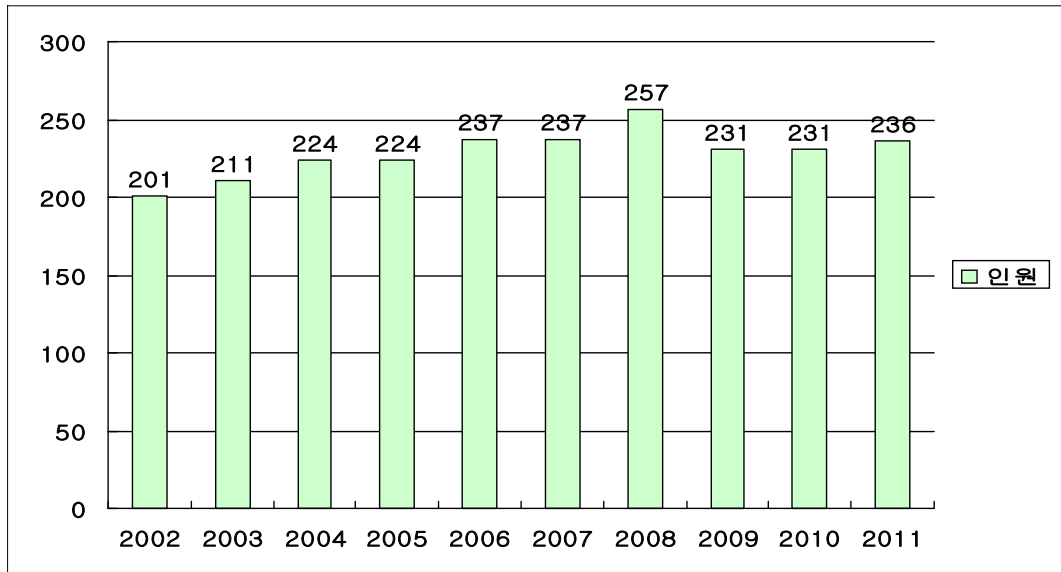
또한 운영 및 사업추진 재원 조달은 현재 제주국제공항 및 제주항 내에 운영 중인 JDC 지정면세점(내국인면세점) 수익금 및 개발사업 수익금, 정부출연금, 외부차입 등을 통해 운영 중에 있다. 2011년 예산은 5,564억 원으로 재원구조를 보면 국고출연금 138억 원, 면세수입, 3,661억 원, 개발수입 413억 원, 외부차입 1,201억 원을 책정하였으며 국제자유도시개발재원의 약66%를 지정면세점 수입으로 조달하고 있다. 제주국제자유도시개발센터의 운영 예산 역시 꾸준한 상승세를 보이고 있는데 그 증가 추이는 <그림 3-2>와 같다. 그러나 국제자유도시 6대 핵심프로젝트¹⁴⁾의 사업비가 총 6조 5,533억 원에 달하고 이중 제주국제자유도시개

14) 첨단과학기술단지, 영어교육도시, 웰스케어타운, 신화·역사 공원, 휴양형주거단지, 서귀포관광미항 조성사업

발센터가 조달하여야 할 재원은 1조2,038억 원으로 현재 예산의 주 수입원인 면세점운영 수익금만으로는 재원조달에 한계가 있어 수익재원의 확대 및 수익사업의 다변화가 필요한 실정이다.

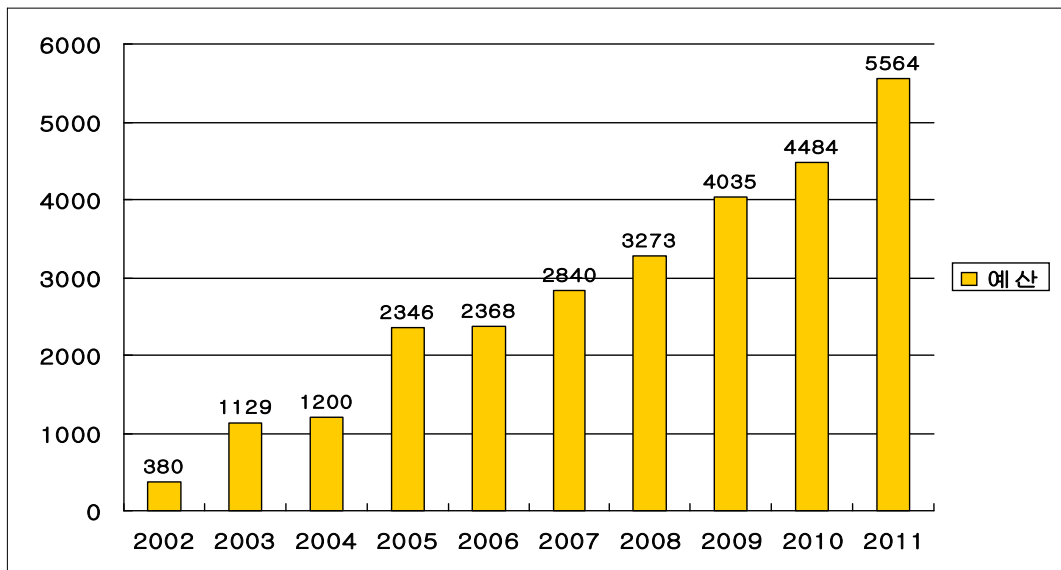
<그림 3-1> JDC 임직원 변동 현황

(단위 : 명)



<그림 3-2> JDC 예산 변동 현황

(단위 : 억원)



3) 주요사업

제주국제자유도시개발센터의 설립근거는 「제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법」 제261조에 규정되어 있으며, 설립목적은 「제주국제자유도시개발센터 정관」 제1조(목적)에 “이 법인은 제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법(이하 “특별법”이라 한다)에 따라 제주특별자치도(이하 “제주자치도”라 한다)를 국제자유도시로 개발함으로써 국가 및 제주자치도의 발전에 이바지함을 목적으로 한다”라고 규정하고 있다.

제주국제자유도시개발센터는 설립 목적을 달성하기 위해 다음과 같은 목적사업¹⁵⁾을 시행하고 있다. 첫째, 개발센터시행계획의 수립·집행, 둘째, 제주국제자유도시 개발을 위한 다음 각목의 사업으로 토지의 취득·개발·관리·공급 및 임대, 개발센터에서 개발·관리하는 관광·산업단지 내의 의료·건강산업 육성·지원 및 주택사업, 산업단지·투자진흥지구의 조성·관리, 외국교육기관의 유치 및 설립·운영 지원, 외국의료기관의 유치 및 설립·운영 지원, 국가 또는 제주자치도로부터 위탁받은 가목 내지 마목의 업무, 그 밖에 도민소득 향상 및 국제화를 위한 지원 사업 등, 셋째, 제주국제자유도시와 관련된 다음 각목의 투자유치업무로서 국내외 투자유치와 이를 위한 마케팅 및 홍보, 국내외 투자자에 대한 상담·안내·홍보·조사와 민원사무의 처리 대행 등 종합적 지원업무, 그 밖에 내·외국인 투자자원을 위하여 필요한 사항, 넷째, 제주국제자유도시 개발에 소요되는 자금조성을 위한 다음 각목의 수익사업으로 지정면세점 운영, 옥외광고사업, 그 밖에 국토해양부장관이 승인한 사업, 다섯째, 그 밖에 개발센터의 설립목적 달성을 위하여 필요한 사항 등의 사업을 추진하고 있다.

제주국제자유도시개발센터는 국제자유도시 추진을 위해 상기 나열한 목적사업을 위해 6대 핵심 프로젝트를 계획, 시행하고 있으며 이 사업들의 기초 자금이라 할 수 있는 재원을 제주공항 및 항만 면세점 운영 수익금 등으로 추진하고 있다. 또한 각 프로젝트를 성공적으로 추진하기 위해서 국내·외 투자자 발굴을 위한 다양한 마케팅 활동을 추진하고 있으며, 투자의향자에 대해서는 성공적으로 투자를 이끌어 내기 위해 투자서비스를 지원하고 있다.

15) 제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법 제265조

<표 3-1> 제주국제자유도시개발센터(JDC) 현황

구 분	내 용
설립일	2002. 5. 15
설립근거	제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법 제261조
설립목적	제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법에 따라 제주특별자치도를 국제자유도시로 개발함으로써 국가 및 제주자치도의 발전에 이바지함
목적사업	<ol style="list-style-type: none"> 1. 개발센터시행계획의 수립·집행 2. 제주국제자유도시 개발을 위한 다음 각 목의 사업 <ol style="list-style-type: none"> 가. 토지의 취득·개발·관리·공급 및 임대 나. 개발센터에서 개발·관리하는 관광·산업단지 내의 의료·건강산업 육성·지원 및 주택사업 다. 산업단지·투자진흥지구의 조성·관리 라. 외국교육기관의 유치 및 설립·운영 지원 마. 외국의료기관의 유치 및 설립·운영 지원 바. 국가 또는 제주자치도로부터 위탁받은 가목 내지 마목의 업무 사. 그 밖에 도민소득 향상 및 국제화를 위한 지원사업 등 3. 제주국제자유도시와 관련된 다음 각목의 투자유치업무 <ol style="list-style-type: none"> 가. 국내외 투자유치와 이를 위한 마케팅 및 홍보 나. 국내외 투자자에 대한 상담·안내·홍보·조사와 민원사무의 처리 대행 등 종합적 지원업무 다. 그 밖에 내·외국인 투자지원을 위하여 필요한 사항 4. 제주국제자유도시 개발에 소요되는 자금조성을 위한 다음 각목의 수익사업 <ol style="list-style-type: none"> 가. 지정면세점 운영 나. 옥외광고사업 다. 그 밖에 국토해양부장관이 승인한 사업
핵심프로젝트	제주영어교육도시, 헬스케어타운, 첨단과학기술단지, 서귀포관광미항, 신화·역사공원, 휴양형주거단지
조직현황	이사장, 3본부, 2단, 1사업소, 6실 7처, 236명
예산현황	'11년도 사업예산 5,564억 원

출처 : 제주국제자유도시개발센터 홈페이지(www.jdcenter.com) 및 특별법 내용 재구성

제주특별자치도의 핵심 전략인 4+1(관광, 교육, 의료, 청정1차+첨단)산업육성을 위해 제주국제자유도시개발센터에서 추진하는 6대 핵심프로젝트는 제주영어교육도시 조성사업, 헬스케어타운 조성사업, 첨단과학기술단지 조성사업, 신화·역사공원 조성사업, 서귀포관광미항 조성사업, 휴양형주거단지 조성사업이다.

<그림 3-3> 6대 핵심프로젝트 위치도



이 외에도 전략프로젝트로써 사업을 구상중인 프로젝트는 쇼핑아울렛개발, 생태공원 조성, 제2관광단지 확충, 제2첨단과학기술단지 조성, 공항자유무역지역 조성 사업 등이며, 이 프로젝트들은 6대 핵심프로젝트의 원활한 추진 및 가시적인 성과가 나오는 시점에 제주지역에서 추진 예정인 사업으로 현재 기본 구상(안)을 계획 중이다.

2. 제주국제자유도시개발센터(JDC) 핵심프로젝트 및 사회공헌활동


1) 6대 핵심프로젝트

(1) 제주영어교육도시 조성

영어교육도시 조성사업은 해외유학 수요를 대체할 수 있는 정주형 교육서비스 제공으로 외화유출을 억제하고 국내 영어교육의 중심지 및 동북아 교육허브로 조성하는 사업이다.

현재 해외 명문 사립학교인 영국의 North London Collegiate School과 캐나다의 Branksome Hall이 제주진출 계약을 체결하여 North London Collegiate School은 국제학교의 이름을 NLCS Jeju로 확정하고 2011년 9월 개교하였다. 또한 Branksome Hall은 Branksome Hall Asia로 학교명을 확정하고 2012년 개교를 예정으로 학교설립준비 및 건축공사를 진행 중에 있다. 이 외에도 제주특별자치도교육청이 주관하는 공립국제학교는 한국국제학교로 명칭을 정하고 와이비엠시사(YBM시사)가 학교운영을 위탁받아 NLCS Jeju와 함께 2011년 9월 개교하였다.

<표 3-2> 영어교육도시 사업개요


조 감 도	사 업 개 요
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목 적 : 정주형 영어교육 서비스 제공 ○ 위 치 : 서귀포시 대정읍 일원 ○ 면 적 : 3,792,000㎡ ○ 사업기간 : 2008 ~ 2015 ○ 사 업 비 : 약 1조 7,806억 원 ○ 주요시설 : 국제학교(12개교), 영어교육센터 등

(2) 헬스케어타운 조성

헬스케어타운 조성사업은 관광(휴양), 의료, R&D 등이 연계된 의료복합단지 조성을 통해 제주를 ‘의료관광 중심지’로 발전할 수 있도록 인프라를 구축하는 사업으로 한국사회의 고령화 대비, 제주의 청정 환경을 기반으로 하여 국내·외 유명 의료기관 등을 유치하여 동북아 지역의 의료관광 중심지로 발전시키기 위한 프로젝트이다.

이 프로젝트는 2009년 12월 개발사업 시행 승인과정을 마치고, 2011년 말 기반 조성공사를 진행할 예정이다.


<표 3-3> 헬스케어타운 사업개요

조 감 도	사 업 개 요
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목 적 : 동북아 의료관광 중심지 ○ 위 치 : 서귀포시 동홍동 일원 ○ 면 적 : 1,539,000㎡ ○ 사업기간 : 2008 ~ 2015 ○ 사 업 비 : 약 7,845억 원 ○ 주요시설 : 헬스케어센터, 전문병원, 메디컬리조트 등

(3) 첨단과학기술단지 조성

첨단과학기술단지 조성사업은 제주의 다양한 생물자원과 청정 환경을 활용한 생명공학 및 정보 통신 연구 등 지식기반 산업단지를 조성하는 사업으로 지난 2004년 10월 국가산업단지로 지정받고, 2007년 산업시설용지 분양을 시작으로 현재 (주)다음커뮤니케이션, (주)이스트소프트, 한국해양연구원 등 70개사('11.11월말 현재)가 입주계약을 완료하고 사무소 이전 또는 이전을 위한 건축공사 등을 진행 중에 있다.


<표 3-4> 첨단과학기술단지 사업개요

조 감 도	사 업 개 요
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목 적 : 첨단 지식기반 산업단지 조성 ○ 위 치 : 제주시 아라동 일원 ○ 면 적 : 1,099,000㎡ ○ 사업기간 : 2003 ~ 2011 ○ 사 업 비 : 약 4,526억 원 ○ 주요시설 : IT·BT 관련 기업 및 연구소(공공, 민간) 등

(4) 신화·역사공원 조성

신화·역사공원 조성사업은 제주만이 가지고 있는 신화·역사 등 다양하고 독특한 문화적 소재를 주제로 한 세계적인 테마공원을 조성하는 사업으로 신화·역사존, 영상테마파크존, 세계식음문화존, 항공우주박물관존 등 4개 지역으로 나누어 사업을 추진하고 있으며, 2008년에는 공군본부에서 주관하는 우주항공박물관 사업을 유치하여 현재 건축공사가 진행 중이다. 또한 2009년에는 투자진흥지구로 지정받았으며 부지조성공사를 진행 중이다.


<표 3-5> 신화·역사공원 사업개요

조 감 도	사 업 개 요
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목 적 : 세계적인 테마공원 조성 ○ 위 치 : 서귀포시 안덕면 일원 ○ 면 적 : 4,000,000㎡ ○ 사업기간 : 2004 ~ 2014 ○ 사 업 비 : 약 1조 5,945억 원 ○ 주요시설 : 신화·역사, 영상, 식음 테마파크 등

(5) 서귀포관광미항 조성

서귀포 관광미항 조성사업은 서귀포항과 주변지역을 관광미항으로 정비·개발하여 친환경 해양 관광거점지역으로 조성하는 사업으로 1단계 사업인 주변 새섬과 연결하는 보도교(새연교)를 2009년 9월에 완료하여 일평균 3~4,000명이 찾는 새로운 명소로 부각되었으며, 현재 2단계 사업계획을 수립 중에 있다.


<표 3-6> 서귀포 관광미항 사업개요

조 감 도	사 업 개 요
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목 적 : 친환경 해양 관광 거점 조성 ○ 위 치 : 서귀포시 서귀포항 일원 ○ 면 적 : 198,000㎡ ○ 사업기간 : 2003 ~ 2013 ○ 사 업 비 : 약 1,430억 원 ○ 주요시설 : 새섬연결보도교, 새섬산책로, 문화재전시관 등

(6) 휴양형주거단지 조성

휴양형주거단지 조성사업은 제주의 청정환경을 활용한 세계적인 고급휴양리조트 단지를 조성하여 친환경적인 고부가가치 휴양·관광산업을 선도하는 사업으로 지난 2008년 8월 말레이시아 버자야사(Berjaya Land)와의 투자계약 완료로 자본금 710억원의 합작법인인 BJR(Berjaya Jeju Resort)을 설립하여 현재 건축공사를 진행 중에 있으며 2014년 1단계 시설이 개장될 예정이다.

<표 3-7> 휴양형 주거단지 사업개요

조 감 도	사 업 개 요
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목 적 : 세계적인 고급휴양리조트 조성 ○ 위 치 : 서귀포시 예래동 일원 ○ 면 적 : 744,000㎡ ○ 사업기간 : 2005 ~ 2015 ○ 사 업 비 : 미화 약 18억 달러 ○ 주요시설 : 호텔, 휴양시설, 메디컬센터 등

2) 사회공헌활동¹⁶⁾

제주국제자유도시개발센터(JDC)에서는 지난 2003년도부터 지속적으로 지역민

16) 2010년 JDC 사회공헌사업 계획, JDC 홍보실 사업보고서 내용을 중심으로 작성함

과 함께 하는 사회공헌 프로그램을 개발하여 지역사회에 사회적 책임과 기여에 앞장서 왔다. 초기 지역사회공헌활동은 단순한 모금 및 기부활동, 자원봉사 등이 주를 이루었으나, 이후 지속적으로 사회공헌활동을 확대 발전시켜 ‘사랑나눔, 행복한 제주’라는 주제 아래 2010년도에는 글로벌인재육성, 소외계층 지원, 녹색제주 조성 등 총 3개 분야¹⁷⁾로 구분하여 활동을 추진하였다.

(1) 글로벌인재육성

글로벌 인재육성 사업은 국제자유도시의 기반을 마련하고 제주인의 삶의 질을 향상시키고, 국제자유도시의 기초라 할 수 있는 영어상용화 기반 조성을 통해 국제자유도시 위상에 맞는 인적인프라를 구축하고 세계 시민으로서 자질을 함양시키는데 그 목적이 있다. 글로벌 인재 육성 프로그램의 세부사업은 제주글로벌아카데미, 도내 대학생 해외장학 인턴십, JDC 사랑 나눔 영어캠프, 제주국제자유도시 꿈나무 교육교재 발간지원, 국제화 논술대회 및 NIE 공모전, 장애인 글로벌 체육인재 육성 등 6종류의 사회공헌활동을 시행하고 있다. 주요 추진 활동은 <표 3-8>과 같다.

<표 3-8> 글로벌인재육성 사업 현황

사업명	사업개요
제주글로벌아카데미	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목적 : 21세기 글로벌시대에 맞는 제주도민의 국제화마인드 함양과 JDC 추진사업에 대한 도민이해 증진 및 협력 유도 ○ 운영방식 : 인간개발연구원, 지역방송, 언론사 등과 협약 ○ 사업내용 : 제주시, 서귀포시, 청소년 아카데미(3개부분) ○ 지원대상 : 제주도민 및 제주도내 중고생 ○ 교육내용 : 사회저명 인사 초청 강의 ○ 사업비 : 534백만원

17) 상기 3개 분야 외에 문화예술진흥부문이 있으나 드라마 제작 지원, 지역 문화행사 후원 등의 단순 활동으로 본 연구에서는 제외하였으며, 또한 각각 분야 세부 활동 중 제주자치도에서 요청하거나 JDC 내 부서 별로 추진한 봉사활동은 제외하였음

<표 3-8> 글로벌인재육성 사업 현황(계속)

<p>도내 대학생 해외 장학 인턴십</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목적 : 도내 대학생들의 해외어학연수 및 인턴십 과정을 통해 리더십 함양 및 국제적 마인드와 경쟁력을 갖춘 글로벌 핵심 인재 육성 ○ 운영방식 : JDC(주최), 도내 대학(주관) 공동 추진 ○ 지원대상 : 도내 각급 대학 및 JDC에서 추천하는 학생 10명 내외 ○ 교육내용 : 소양교육, 해외어학연수, 해외 기업 인턴십 ○ 사업비 : 110백만원
<p>JDC 사랑나눔 영어캠프</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목적 : 영어캠프 참여기회가 적은 도내 저소득층 및 농어촌 청소년을 대상으로 몰입형 프로그램 운영으로 의사소통 능력 배양 ○ 운영방식 : JDC(주최), 제주대 및 MBC(주관) ○ 지원대상 : 도내 초중고 학교장 및 JDC에서 추천하는 학생 100명 내외 ○ 교육내용 : 말하기, 듣기, 쓰기, 읽기, 체험학습 등 ○ 사업비 : 240백만원
<p>제주국제자유 도시 꿈나무 교육교재 발간 지원</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목적 : 제주국제자유도시에 대한 내용이 포함된 초등생 교육교재 발간으로 미래 제주의 주역인 꿈나무들에게 꿈과 희망 부여 ○ 운영방식 : JDC, 제주자치도, 제주도교육청, 제주관광협회 공동 주관 ○ 적용대상 : 도내 20개 초등학교에서 부교재로 사용 ○ 발간부수 : 8,000부 ○ 사업비 : 20백만원
<p>국제화 논술대회 및 NIE 공모전</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목적 : 청소년들의 창의적인 사고력과 종합적인 분석력 배양으로 국제자유도시에 적합한 글로벌 인재 육성 ○ 운영방식 : JDC(주최), 제주도교육청·한라일보(주관) ○ 사업내용 : 중고생(논술대회, 논술학교), 초등생(NIE 공모전, 전시회) ○ 사업비 : 80백만원
<p>장애인 글로벌 체육인재 육성</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목적 : 도내 우수한 자질을 갖추고 있는 장애체육인을 선정하여 훈련비 등 지원으로 글로벌 체육인재 육성 ○ 운영방식 : 제주도 장애인체육회와 업무협약 ○ 지원대상 : 제주도 장애인체육회에서 선발 ○ 사업비 : 20백만원

(2) 소외계층지원

사회 구성원 전체의 행복 극대화를 모토로 제주지역 사회에 나눔의 문화 선도
와 제주지역을 대표하는 공기업으로서의 사회적 책임을 다하고자 하는데 그 목
적이 있다. 세부사업으로는 사랑의 집짓기, 건강 제주 의치보철 사업, 장애인 생
산품 판로 지원 등 3개 분야의 사업을 추진하고 있다.

<표 3-9> 소외계층지원 사업 현황

사업명	사업개요
사랑의 집짓기	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목적 : 소외계층 아동들의 쉼터인 지역아동센터 건축물 리모델링을 통해 국제자유도시 청소년으로서의 자부심 함양 및 국제화 도모 ○ 운영방식 : (주)대우조선해양과 업무협약 ○ 지원대상 : 아동복지시설 ○ 사업내용 : 노후화되어 위험에 노출되어 있는 시설 개·보수 ○ 사업비 : 25백만원
건강 제주 의치보철 사업	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목적 : 의치보철 정부지원 사각지대에 속해 있는 저소득층의 기초 건강 증진 도모 ○ 운영방식 : 제주시, 서귀포시 업무협약, 각 시 관할 보건소에서 대상자 선정(치과의원 위탁) ○ 지원대상 : 정부지원 제외 도내 65세 미만 국민기초생활 수급자 30명 내외 ○ 사업비 : 50백만원
장애인 생산품 판로지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목적 : 장애인 생산품 판로 확대로 장애인의 경제적 자립 도모 ○ 운영방식 : 제주도 장애인판매시설 법인과 업무협약 ○ 사업비 : 5백만원

(3) 녹색제주조성

국제자유도시 건설에 따른 개발에 대한 우려를 불식시키고 청정한 자연환경을
도민과 후손들에게 물려주기 위한 녹색 환경 조성이 그 목적으로 현재 가파도

푸른 숲 가꾸기 운동을 진행 중에 있다.

<표 3-10> 녹색 제주 조성사업 현황

사업명	사업개요
가파도 푸른 숲 가꾸기	<ul style="list-style-type: none"> ○ 목적 : JDC의 친환경 개발의지 피력으로 도민공감대 형성, 가파도 주민의 정서함양 및 저탄소 녹색성장 기반 조성 ○ 운영방식 : 서귀포시 산림조합과 업무협약 ○ 사업내용 : 가파도의 자연경관과 잘 어울리고 해풍에도 잘 자라는 해송 식재 ○ 사업비 : 50백만원

IV. 연구문제

기업이 지역에서 추진하는 고유목적사업은 지역민의 지지, 신뢰 및 공감대 형성이 필요하다. 특히 지역 개발 사업을 추진하는 기업의 경우 그 지역민과의 관계 및 관계 관리는 더욱 중요하다고 할 수 있다. 그렇기에 지역사회에서 그 기업이 가지고 있는 또는 인식 되어지는 이미지는 곧 사업의 성공여부를 결정할 수 있는 중요한 판단기준이기도 하다. 따라서 기업은 우호적인 이미지 형성을 위해서 지역사회, 지역민에게 다가갈 수 있는 전략적 마케팅 활동이 필요하다.

“전략적 사회공헌활동”은 곧 다른 말로 쓰자면 “지역사회관계(community relation)”이다. PR영역에서의 지역사회관계는 지역의 복잡한 개념을 반영하고, 한 지역의 환경 내에서 지역의 각 요소들 사이의 사회적 연결들(linkages)을 확인하고, 그 관계를 발전시켜 나가는 것이라고 할 수 있다. 따라서 PR기능으로서의 대 지역사회관계는 기업이 조직정보, 제품 및 서비스, 활동사항을 알리고 지역의 구성원들과 의사소통을 추구하는 과정이라고 할 수 있다.¹⁸⁾

따라서 본 연구에서는 국가공기업이자 제주지역에 사업 기반을 둔 제주국제자유도시개발센터(JDC)가 추진하는 국제자유도시 개발사업 및 사회공헌활동 사례를 통해 국제자유도시 건설 및 지역발전 기여도에 대한 제주도민의 인식과 국제자유도시 건설을 전담하는 국가공기업으로서 지역에서 추진하는 개발 사업 및 사회공헌활동을 통해 인지되고 있는 기업이미지에 대하여 조사·분석 연구하고자 한다.

또한 이러한 연구를 통하여 향후 기업이미지의 개선 및 보완을 위해서는 어떠한 활동을 보다 강조하고 발전시켜나아가야 하는가를 연구하고자 한다.

<연구문제 1> 제주도민들은 제주국제자유도시개발센터의 지역개발사업들 가운데 어떤 사업이 국제자유도시 건설에 기여하고 있다고 생각하고 있는가?

18) 윤희중·신호창 편저(2005). 『PR전략론』 도서출판 책과길.

인구통계학적 변인에 따라 어떤 차이를 보이는가?

<연구문제 2> 제주도민들은 제주국제자유도시개발센터의 사회공헌활동 가운데 어떤 활동이 지역사회발전에 기여하고 있다고 생각하고 있는가?
인구통계학적 변인에 따라 어떤 차이를 보이는가?

<연구문제 3> 제주국제자유도시개발센터의 이미지 구성요인은 무엇인가?
인구통계학적 변인에 따라 각각 요소에 대해 어떤 차이를 보이는가?

<연구문제 4> 제주지역사회 발전을 위해 제주국제자유도시개발센터의 사회공헌활동 가운데 어떤 사업을 우선적으로 추진해야 하는가?
인구통계학적 변인에 따라 어떤 차이를 보이는가?

V. 연구방법

본 연구를 수행하기 위해 우선 제주국제자유도시개발센터(JDC)가 가지고 있는 이미지 구성항목 조사, 설문지에 대한 예비테스트 및 설문지 작성을 통해 제주도민을 대상으로 설문조사를 실시했다.

연구주제인 제주국제자유도시개발센터의 이미지 연구를 위해서 제주도민이 가지고 있는 일반적이고 추상적인 이미지를 조사하였다. 또한 제주도민 대상 설문 조사는 설문에 대한 사전 조사와 문헌 연구를 통해 제주국제자유도시개발센터의 이미지를 측정할 수 있는 내용들을 추출하여 설문지를 작성, 조사하였다.

1. 이미지구성 항목

본 연구를 수행하기 위해 우선 필요한 부분인 제주도민들이 가지고 있는 제주국제자유도시개발센터의 이미지 구성 항목 및 요소를 찾아내기 위해 2011년 5월 20일부터 5월 30일까지 제주국제자유도시개발센터를 인지하고 있는 제주국제자유도시개발센터 직원 및 일반도민 43명을 대상으로 사전조사를 실시했다. 첫 번째 단계로 ‘제주국제자유도시개발센터’ 또는 ‘JDC’하면 떠오르는 연상단어나 이미지를 2개 이상 조사하여 중복되는 단어나 이미지를 제외한 37개의 항목을 도출하였다. 1차로 도출된 37개의 이미지 구성 항목을 동일한 대상자들을 대상으로 2차 조사를 실시하여 선호하는 이미지항목을 19개로 축약하였다. 여기에 기존 연구를 참고, 연구에 필요한 항목으로 재구성하여 총 22개의 제주국제자유도시개발센터에 대한 이미지 구성항목을 만들었으며, 작성된 이미지 구성항목은 <표 5-1>과 같다.

<표 5-1> 이미지구성 항목

번호	이미지구성항목
1	· 국가 경제 발전에 기여하는 기업이다
2	· 제주도 경제 발전에 기여하는 기업이다
3	· 제주도 개발을 전담하는 기업이다
4	· 투자유치를 전문으로 하는 기업이다
5	· 부동산 분양·임대를 전문으로 하는 기업이다
6	· 제주도 의료산업 발전에 기여하는 기업이다
7	· 제주도 교육산업 발전에 기여하는 기업이다
8	· 제주도 첨단산업 발전에 기여하는 기업이다
9	· 제주도 관광산업 발전에 기여하는 기업이다
10	· 제주도의 자연환경을 파괴하는 기업이다
11	· 제주도를 국내·외에 홍보하는 기업이다
12	· 제주도 내 글로벌 인재 육성에 앞장서는 기업이다
13	· 제주도 내 자연환경 보호에 앞장서는 기업이다
14	· 제주도 내 소외계층 삶의 질 향상을 위해 노력하는 기업이다
15	· 제주도민의 글로벌 마인드 함양에 앞장서는 기업이다
16	· 제주지역 장애인 체육인재 육성에 앞장서는 기업이다
17	· 변화와 혁신에 앞장서는 기업이다
18	· 제주도민에게 신뢰감을 주는 기업이다
19	· 국제적 경쟁력을 갖춘 기업이다
20	· 합리적인 기업이다
21	· 호감이 가는 기업이다
22	· 제주공항에서 면세품을 판매하는 기업이다

2. 설문지구성

본 설문은 제주도민들이 생각하고 있는 제주국제자유도시개발센터(JDC)에 대한 이미지 및 각 사업들에 대한 인식을 조사하기 위해 총 5개 부분으로 구성하였다.

우선 제주도민들의 제주국제자유도시개발센터에 대한 인지도와 기관의 주요 역할을 묻는 2가지 질문으로 구성하였으며, 아울러 질문 후 제주국제자유도시개발센터에 대한 간단한 설명문을 제시하여 기관에 대해 보다 쉽게 알 수 있도록 구성하였다.

두 번째 부분에서는 제주국제자유도시개발센터가 국제자유도시 건설을 위해 지역에서 추진하는 주요 개발 사업들에 대한 설명과 이 사업들의 국제자유도시 건설 기여도에 대한 동의정도, 기업의 설립목적에 부합하는 지에 대한 동의정도, 국제자유도시를 위해 우선 추진해야 할 사업의 순위를 묻는 3개의 항목으로 구성하였다.

세 번째 부분에서는 지역에서 추진하는 전략적 사회공헌활동에 관한 질문으로 사회공헌활동에 대한 간략한 설명과 더불어 이 사업들의 지역사회 발전에 기여도 동의정도, 지역사회발전에 필요한 사업인가를 묻는 질문, 우선 추진해야 할 사업 3개를 순위별로 답하는 질문 등 3개 문항으로 구성하였다.

네 번째 항목으로는 제주국제자유도시개발센터 이미지구성항목 22개를 제시하고 응답자들이 각 항목에 대하여 동의하는 정도를 답변하도록 구성하였다.

마지막으로 인구통계학적 분석을 위한 문항으로 6개의 질문과 참고자료로 활용하기 위해 제주지역 주요뉴스 또는 정보를 얻는 경로를 묻는 질문으로 구성하였으나 금번 연구에서 정보습득 경로에 대한 분석은 조사 신뢰성이 확보되지 않아 제외하였다. 문항들 중 기여도에 대한 동의정도 및 이미지조사를 위한 질문들은 리커트 척도를 적용하여 응답자들이 동의하는 정도를 5점 척도 중에서 선택하도록 하였다.

이번 조사에 사용되는 설문지의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위해 설문조사 전 30명을 대상으로 사전조사를 실시하여 설문문항들의 적합성 여부를 확인함으로써 연구조사의 외적 타당성을 높였다.

3. 설문조사

본 연구를 위한 설문조사는 2011년 9월 19일부터 10월 3일까지 제주지역(제주시, 서귀포시)에서 제주도민 502명을 대상으로 실시했다. 표본은 편의표본추출방법을 통하여 추출하였으며 모집단의 대표성을 높이기 위해 부분적으로 제주시와 서귀포시 인구수에 비례하여 약 7:3의 비율로 조사를 실시하였으며, 남자 259명, 여자 243명이 설문조사에 응하였다.

설문조사는 사전에 설문에 대한 취지와 기입방법을 설명한 후 설문응답자 스스로가 직접 기입하도록 하는 자기기입법으로 시행하였으며 총 502부의 설문지가 분석에 이용되었다. 표본 설계에 대한 정보는 <표 5-2>와 같다.

<표 5-2> 표본설계 정보

구분	내용
조사대상	만 20세 이상 제주도민 502명
조사장소	제주 전역(제주시, 서귀포시)
조사기간	2011년 9월 19일 ~ 10월 3일(15일간)

4. 자료 분석 방법

설문조사를 통하여 수집된 자료는 코딩(data coding)과정을 거쳐 사회과학 통계분석에서 주로 사용하는 윈도우용 SPSS 프로그램을 이용하였으며, 제기한 연구문제 해결을 위해 빈도분석, 교차분석, 기술통계, T-test, 분산분석 등을 시행하였고, 이미지 속성항목에 대한 신뢰성, 타당성 검사와 이미지요인을 추출하기 위해 요인분석방법을 사용하였다.

VI. 연구결과

1. 응답자 특성

본 연구의 실증 분석에 이용된 502명의 인구통계학적 특성은 <표 6-1>과 같다. 먼저 응답자의 성별을 보면 남성 259명(51.6%), 여성 243명(48.4%)으로 남성이 약간 더 많은 것으로 나타났다.

응답자의 연령은 20대가 155명(30.9%), 30대 124명(24.7%), 40대 128명(25.5%), 50대 70명(13.9%), 60대 이상이 25명(5.0%)으로 나타났다.

응답자의 학력별 비율은 중졸이하 14명(2.8%), 고졸 195명(38.8%), 대졸 254명(50.6%), 대학원 이상이 39명(7.8%)으로 나타났다.

직업별로 보면 학생(대학/대학원 포함)이 88명(17.5%), 사무직 종사자가 50명(10%), 서비스/판매직 105명(20.9%), 전문직 53명(10.6%), 공무원 30명(6.0%), 자영업 62명(12.4%), 농·수산업 종사자가 25명(5.0%), 전업주부 53명(10.6%), 기타 35명(7.0%)으로 나타났다.

거주지역별 비율은 제주시가 329명(65.5%), 서귀포시가 173명(34.5%)으로 나타났다.

마지막으로 가족 구성원의 1개월 평균 소득과 관련하여서는 99만 원이하 응답자가 43명(8.6%), 199만 원이하 131명(26.1%), 299만 원이하 93명(18.5%), 399만 원이하 71명(14.1%), 499만 원이하 59명(11.8%), 599만 원이하 43명(8.6%), 699만 원이하 14명(2.8%), 799만 원이하 12명(2.4%), 800만 원이상이라고 답한 사람은 26명(5.2%)으로 나타났다. 월소득과 관련하여 금번 연구에서는 500만 원이상 소득가구를 한 그룹으로 묶어 분석을 시행하였다.

<표 6-1> 응답자 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
성별	남성	259	51.6
	여성	243	48.4
나이	20~29	155	30.9
	30~39	124	24.7
	40~49	128	25.5
	50~59	70	13.9
	60세 이상	25	5.0
학력	중졸이하	14	2.8
	고졸	195	38.8
	대졸	254	50.6
	대학원이상	39	7.8
직업	학생	88	17.6
	사무직	50	9.9
	서비스/판매직	105	21.0
	전문직	53	10.6
	공무원	30	6.0
	자영업	62	12.3
	농·수산업	25	5.0
	전업주부	53	10.6
	기타	35	7.0
거주지	제주시	329	65.5
	서귀포시	173	34.5
월소득	99만원 이하	43	8.7
	100~199만원	131	26.6
	200~299만원	93	18.9
	300~399만원	71	14.4
	400~499만원	59	12.0
	500~599만원	43	8.7
	600~699만원	14	2.8
	700~799만원	12	2.4
	800만원이상	26	5.3

2. 결과 분석

1) 제주국제자유도시개발센터(JDC)에 대한 제주도민의 인지 정도

제주국제자유도시개발센터의 이미지 조사를 위해 우선 제주도민들이 인지하고 있는 정도와 주로 하는 일이 무엇으로 인지하고 있는가에 조사하였다. 그중 먼저 제주국제자유도시개발센터 인지도에 대한 결과를 살펴보면 <표 6-2>와 같다.

<표 6-2> JDC에 대한 인지도

항 목	빈도(명)	비율(%)
· 매우 잘 알고 있다	23	4.6
· 잘 알고 있다	125	24.9
· 보통이다	164	32.7
· 대체로 모른다	126	25.1
· 전혀 모른다	64	12.7
합 계	502	100.0

제주국제자유도시개발센터(JDC)에 대해서 어느 정도 알고 있느냐는 질문에 대한 제주도민들의 인지 정도를 조사한 결과, ‘알고 있다(29.5%)’¹⁹⁾라고 답한 응답자 보다 ‘모른다(37.8%)’²⁰⁾라고 답한 응답자가 더 많은 것으로 나타났다.

이를 구체적으로 살펴보면, ‘보통(32.7%)’이라고 한 응답이 가장 많고, 그 다음은 ‘대체로 모른다(25.1%)’, ‘잘 알고 있다(24.9%)’, ‘전혀 모른다(12.7%)’라고 답하였으며, ‘매우 잘 알고 있다’라고 응답한 비율은 4.6%에 불과했다.

인구통계학적 특성별로 살펴본 결과 성별, 연령별, 소득별에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았으나, 학력별($p=0.001$), 직업별($p=0.005$), 거주지역별($p=0.000$)에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있다($p<0.05$).

19) 매우 잘 알고 있다(4.6%)+잘 알고 있다(24.9%)

20) 대체로 모른다(25.1%)+전혀 모른다(12.7%)

우선 학력별로 살펴보면 ‘매우 잘 알고 있다’라고 응답한 경우 대졸(78.3%), 고졸(13.0%), 대학원이상(8.7%), 중졸이하(0.0%) 순으로 나타났으며, ‘잘 알고 있다’라고 응답한 경우 대졸(58.4%), 고졸(31.2%), 대학원이상(9.6%), 중졸이하(0.8%) 순으로 나타났다. 반면 ‘전혀 모른다’라고 응답한 경우 고졸(53.1%), 대졸(31.37%), 대학원이상·중졸이하(각 7.8%) 순으로 나타났으며, ‘대체로 모른다’라고 응답한 경우 고졸(46.0%), 대졸(43.7%), 대학원이상(8.7%), 중졸이하(1.6%) 순으로 나타났다. 즉, 저학력보다 고학력(대졸이상)자들이 제주국제자유도시개발센터에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났다.

또한 직업별로 살펴보면 ‘매우 잘 알고 있다’라고 응답한 경우 학생·서비스/판매직·기타(각 17.4%), 사무직·공무원·자영업(각13%), 농수산업·전업주부(각 4.3%), 전문직(0%) 순으로 나타났으며, ‘잘 알고 있다’라고 응답한 경우 학생(20.0%), 서비스/판매직(16.8%), 사무직(14.4%), 자영업·전업주부(12%), 전문직(11.2%), 기타(5.6%), 공무원·농수산업(4%) 순으로 나타났다.

반면, ‘전혀 모른다’라고 응답한 경우 학생(25.4%), 서비스/판매직(19.0%), 전업주부(14.3%), 농수산업(12.7%), 사무직(9.5%), 자영업(7.9%), 기타(4.8%), 전문직·공무원(각3.2%) 순으로 나타났다. ‘대체로 모른다’라고 응답한 경우 서비스/판매직(23.8%), 학생(19.8%), 전문직·자영업(각 10.3%), 전업주부(9.5%), 공무원(7.9%), 사무직·기타(각 6.3%), 농수산업(5.6%) 순으로 나타났다.

거주지역별로는 제주도 거주자가 서귀포시 거주자보다 제주국제자유도시개발센터에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났다.

상기 결과를 전반적으로 살펴본 결과 제주도민의 제주국제자유도시개발센터에 대한 인지정도는 ‘모른다(대체로 모른다 25.1%+전혀 모른다 12.7%)’가 37.8%로 거의 40% 정도의 도민이 모르는 것으로 나타났다. 이는 다양한사업과 사회공헌 활동을 하고 있음에도 불구하고 기업의 인지도가 아직도 미흡한 것을 알 수 있다. 따라서 인구통계학적 특성을 고려하여 보다 인지도가 상승될 수 있도록 이에 대한 방안 마련이 필요한 것으로 나타났다.

이러한 인지도에 따라 제주도민들은 제주국제자유도시개발센터(JDC)가 주로 하는 일을 무엇이라고 인식하고 있는지에 대한 질문에 응답한 결과는 <표 6-3>과 같다.

<표 6-3> JDC가 어떠한 일을 하는가에 대한 인지도

항 목	빈도(명)	비율(%)
· 관광단지, 휴양단지, 의료단지, 첨단사업단지 등을 개발하는 기업	135	26.9
· 제주개발에 필요한 국내외자본유치 전담회사	45	9.0
· 제주도를 해외에 홍보하는 회사	41	8.2
· 제주도에서 면세점을 운영하는 회사 (제주공항과 제주항 등)	72	14.3
· 제주도를 국제자유도시로 만들기 위한 각종 발전계획수립 회사	187	37.3
· 기타	22	4.4
합 계	502	100.0

제주도민들에게 제주국제자유도시개발센터(JDC)가 주로 하는 일은 무엇이라고 생각하고 있는지 알아본 결과, ‘제주도를 국제자유도시로 만들기 위한 각종 발전계획 수립회사’라는 응답이 37.3%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘관광단지, 휴양단지, 의료단지, 첨단사업단지 등을 개발하는 기업’이 26.95%, ‘제주도에서 면세점을 운영하는 회사(제주공항과 제주항 등)’가 14.3%, ‘제주개발에 필요한 국내외 자본유치 전담회사’가 9%, ‘제주도를 해외에 홍보하는 회사’가 8.2%, 기타가 4.4% 순으로 나타났다.

이를 인구통계학적 특성별로 살펴보면, 성별, 연령별, 소득별에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았으나, 학력별($p=0.025$), 직업별($p=0.000$), 거주지역별($p=0.002$)에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있다($p<0.05$).

먼저, 학력별로 보면 제주국제자유도시개발센터의 추진 업무 중 가장 빈도가 높은 ‘제주도를 국제자유도시로 만들기 위한 각종 발전 계획 수립회사’라고 응답한 187명 중 대졸자(54.0%)가 가장 많은 응답을 하였고, 그 다음으로 고졸(39.6%), 중졸이하(2.1%), 대학원이상(4.3%)의 순으로 응답을 하였다. 두 번째로 빈도가 높았던 ‘관광단지, 휴양단지, 의료단지, 첨단사업단지 등을 개발하는 기업’으로 응답한 135명 중 대졸(52.6%)이 가장 많았고, 고졸(37.0%), 대학원이상

(7.4%), 고졸(3.0%)의 순이었다. ‘면세점을 운영하는 회사’라고 응답한 72명 중 대졸(51.4%)이 가장 많았고, 고졸(37.5%), 대학원졸(11.1%), 중졸이하(0.0%)의 순으로 나타났다. ‘제주개발에 필요한 국내외 자본 유치 전담회사’라고 응답한 45명 중 대졸(53.3%), 고졸(35.6%), 중졸이하(6.7%), 대학원졸(4.4%) 순으로 나타났으며, ‘제주도를 해외에 홍보하는 회사’로 응답한 41명 중 대졸과 고졸이 39.0%로 함께 나타났고, 그 다음으로 대학원졸(19.5%), 중졸이하(2.4%)의 순으로 나타났다. ‘기타’로 응답한 22명 중 고졸(54.5%), 대졸(22.7%), 대학원졸(13.6%), 중졸이하(9.1%)의 순으로 나타났다.

직업별로 살펴보면 ‘관광단지, 휴양단지, 의료단지, 첨단 사업단지 등을 개발하는 기업’으로 응답한 135명 중 서비스/판매직(24.4%), 학생(20.0%), 전업주부(14.1%), 자영업(11.9%), 전문직(9.6%), 사무직(6.7%), 기타(5.9%), 공무원(3.7%)·농수산업(3.7%)의 순으로 나타났다. ‘제주개발에 필요한 국내외자본유치 전담회사’로 응답한 45명 중 서비스/판매직(22.2%), 자영업(17.8%), 사무직(13.3%), 학생·농수산업·전업주부(각 11.1%), 기타(8.9%), 전문직·공무원(각 2.2%) 순으로 나타났다. ‘제주도를 해외로 홍보하는 회사’로 응답한 41명 중 사무직(24.4%), 학생(14.6%), 공무원(12.2%), 서비스/판매직·자영업(각 9.8%), 전문직·농수산업·전업주부·기타(7.3%)로 나타났다. ‘제주도에서 면세점을 운영하는 회사’로 응답한 72명 중 학생·서비스/판매직(각 19.4%), 자영업(13.9%), 사무직(11.1%), 전문직·전업주부·기타(각 8.3%), 공무원(6.9%), 농수산업(4.2%) 순으로 나타났다. ‘제주도를 국제자유도시로 만들기 위한 각종 발전계획 수립회사’로 응답한 187명 중 서비스/판매직(23.0%), 학생(18.2%), 전문직(15.5%), 자영업(10.7%), 사무직·전업주부(각 9.1%), 공무원(7.0%), 기타(5.9%), 농수산업(1.0%) 순으로 나타났다.

거주지역별로 살펴보면 ‘관광단지, 휴양단지, 의료단지, 첨단 사업단지 등을 개발하는 기업’으로 응답한 135명 중 제주시가 59.3%, 서귀포시가 40.7%로 나타났으며, ‘제주개발에 필요한 국내외자본유치 전담회사’로 응답한 45명 중 제주시 62.2%, 서귀포시 37.8%로 나타났다. ‘제주도를 해외로 홍보하는 회사’로 응답한 41명 중 제주시 58.5%, 서귀포시 41.5%로, ‘제주도에서 면세점을 운영하는 회사’로 응답한 72명 중 제주시 84.7%, 서귀포시 15.3%로 나타났다. ‘제주도를 국제자유도시로 만들기 위한 각종 발전계획 수립회사’로 응답한 187명 중 제주시

67.4%, 서귀포시 32.6%로 나타났으며, ‘기타’로 응답한 22명 중 제주시 45.5%, 서귀포시 54.5%로 나타났다.

상기의 결과를 전반적으로 살펴본 결과 대체로 제주도민들은 제주국제자유도시 개발센터의 주요 업무에 대해 인식하고 있으나, 기업의 고유 업무 중 가장 주요한 부분이라 할 수 있는 ‘국내외 자본유치 전담회사’라는 항목에서는 9%의 응답률로 낮게 인식하고 있었다. 이는 제주국제자유도시개발센터의 이미지가 개발에 치중되어 있다고 볼 수 있을 것이다. 따라서 제주국제자유도시개발센터의 고유 업무에 대해 보다 정확한 인지가 될 수 있도록 다양한 홍보방안이 필요한 것으로 나타났다.

2) <연구문제 1>에 대한 결과

제주도민들은 제주국제자유도시개발센터의 지역개발사업들 가운데 어떤 사업이 국제자유도시 건설에 기여하고 있다고 생각하고 있는가와 인구통계학적 변인에 따른 차이는 어떠한가에 대한 분석 결과를 살펴보면 <표 6-8>과 같다.

<표 6-8> 핵심프로젝트의 국제자유도시 건설 기여도에 대한 인식

항 목	N	평균	표준편차
· 영어교육도시 조성사업	501	3.33	.926
· 헬스케어타운 조성사업	502	3.11	.898
· 첨단과학기술단지 조성사업	502	3.40	.944
· 신화역사공원 조성사업	502	3.27	.982
· 서귀포관광미항 조성사업	502	3.34	.959
· 휴양형주거단지 조성사업	502	3.40	.998

현재 추진되고 있는 6대 핵심프로젝트가 국제자유도시건설에 어느 정도 기여하고 있다고 도민들은 생각하고 있는지 알아보기 위한 질문에서 제주도민들은 ‘첨단과학기술단지 조성사업(3.40)’과 ‘휴양형주거단지 조성사업(3.40)’이 기여도가 가장 높을 것이라고 응답했으며, 그 다음으로 ‘서귀포관광미항 조성사업(3.34)’,

‘영어교육도시 조성사업(3.33)’, ‘신화·역사공원 조성사업(3.27)’, ‘헬스케어타운 조성사업(3.11)’의 순으로 기여도가 높다고 응답하고 있다.

이를 인구통계학적 특성별로 보면 연령별, 학력별은 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있지 않으나, 헬스케어타운 조성사업의 기여도에 대해서는 직업별($p=0.05$)로 유의미한 차이를 보이고 있다($p<0.05$). 직업별로 기여도 평가를 보면 전문직(2.77), 서비스/판매직(3.06), 농수산업(3.08), 사무직(3.12), 공무원(3.17), 학생(3.22), 전업주부(3.26), 자영업자(3.39) 순으로 기여도를 낮게 평가하고 있었다. 즉, 전문직(2.77)은 가장 기여도가 낮다고 평가하는 반면, 자영업자(3.39)의 경우 헬스케어타운 조성사업의 국제자유도시 건설에 기여도가 높다고 평가하고 있다.

또한 첨단과학기술단지 조성사업과 휴양형주거단지 조성사업의 기여도에 대한 소득별($p=0.010$, $p=0.47$) 인식의 차이를 살펴보면 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있다($p<0.05$). 첨단과학기술단지 조성사업의 경우 99만원이하(2.98), 300~399만원(3.32), 100~199만원(3.33), 500만원이상(3.52), 400~499만원(3.53), 200~299만원(3.56)순으로 나타났다. 즉 99만원이하(2.98) 소득자들은 첨단과학기술단지 조성사업이 제주를 국제자유도시로 만드는데 가장 기여를 못하고 있다고 평가한 반면, 200~299만원(3.56) 소득자들은 가장 기여도가 높다고 평가하였다. 휴양형주거단지 조성사업의 경우 99만원이하(3.09), 300~399만원(3.32), 200~299만원(3.33), 100~199만원(3.37), 400~499만원(3.44), 500만원이상(3.65)순으로 나타났다. 즉 99만원이하(3.09) 소득자들은 휴양형주거단지 조성사업이 제주를 국제자유도시로 만드는데 가장 기여를 못하고 있다고 평가한 반면, 500만원이상(3.65) 소득자들은 가장 기여도가 높다고 평가하였다.

성별에 따른 차이를 살펴보면 대부분의 사업이 인식의 차이를 보이지 않았으나 휴양형주거단지 사업의 경우 남성보다 여성이 더 기여도를 높게 평가 하였으며, 거주지역별 인식의 차이를 살펴보면 첨단과학기술단지 조성사업과 서귀포관광미항사업은 제주시보다 서귀포시 거주자가 기여도가 더 높은 것으로 평가하였다.

응답자들은 현재 사업이 어느 정도 진행되고 있는 즉, 실제 투자가 이루어져 사업 진행 상황이 지속적으로 노출되고 있는 사업에 대해 긍정적인 응답을 한 것으로 보이며, 이러한 이유로 현재 건설 중인 프로젝트들을 중심으로 국제자유도

시 건설에 기여도가 높을 것이라고 평가하고 있는 것으로 나타났다.

전반적으로 종합해 볼 때 제주도민들은 제주국제자유도시 핵심프로젝트가 국제자유도시 건설에 기여(평균 3.31)하고 있다고 평가하고 있는 것으로 나타났으나 헬스케어타운(3.11), 신화·역사공원(3.27) 조성사업은 부정적으로 평가하고 있어 향후 이들 사업에 대한 인지도를 향상 시킬 수 있는 방안 마련이 필요한 것으로 나타났다.

또한 현재 진행되거나 계획을 수립중인 개발 사업들이 국제자유도시개발센터의 설립목적에 어울리는지 생각을 묻는 질문에 대한 분석결과는 <표 6-9>와 같다.

<표 6-9> 각 사업들이 JDC 설립목적에 어울리는가에 대한 인식

항 목	N	평균	표준편차
· 영어교육도시 조성사업	502	3.43	.961
· 헬스케어타운 조성사업	502	3.22	.905
· 첨단과학기술단지 조성사업	502	3.49	.908
· 신화역사공원 조성사업	502	3.32	.928
· 서귀포관광미항 조성사업	502	3.47	.919
· 휴양형주거단지 조성사업	502	3.52	.941
· 쇼핑아울렛 조성사업	502	3.26	1.123
· 제주경빙장 조성사업	502	2.87	.953
· 생태공원 조성사업	502	3.65	.944

국제자유도시 건설을 위해 추진되거나 추진 예정인 사업들에 대해 이 사업들이 제주국제자유도시개발센터의 설립 목적에 어울리는지 물어본 결과 ‘생태공원 조성사업(3.65)’과 ‘휴양형주거단지 조성사업(3.52)’이 설립목적에 가장 어울린다고 답하였다. 그 다음은 ‘첨단과학기술단지’, ‘서귀포관광미항’, ‘영어교육도시’, ‘쇼핑아울렛’, ‘헬스케어타운’ 순으로 평가하고 있었다. 다만 ‘제주경빙장(2.87)’사업은 가장 어울리지 않는다고 답하였는데 이는 기존에 국제자유도시 개발 사업으로 선정된 사업이 아니라 최근에 도입검토를 발표함에 따라 정보 부재 및 사행성

사업이라는 사회적으로 민감한 부분과 맞물려 있어 도민들은 부정적으로 인식하고 있는 것으로 평가되었다.

전반적으로 제주국제자유도시개발센터의 설립목적에 부합(평균 3.36)하는 것으로 평가하였으나 제주경빙장 조성사업(2.87)을 포함한 몇몇 사업은 부정적으로 평가하는 것으로 나타났다.

이들 각각의 사업을 인구통계학적 특성별로 살펴보면 ‘영어교육도시 조성사업’, ‘신화역사공원 조성사업’, ‘생태공원 조성사업’의 경우 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

그러나 ‘헬스케어타운 조성사업’의 경우 연령별($p=0.006$), 직업별($p=0.001$), 거주지역별($p=0.023$)에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있다($p<0.05$).

우선 연령별로 살펴보면 20대(3.06), 40대(3.23), 30대(3.26), 50대(3.27), 60세 이상(3.76) 순으로 설립목적에 어울리지 않는다고 평가하고 있었다. 즉, 20대(3.06)는 헬스케어타운 조성사업이 설립 목적에 가장 어울리지 않는다고 평가하는 반면, 60세 이상(3.76)은 가장 어울리는 사업이라고 평가하고 있다.

직업별로 살펴보면 전문직(2.79), 기타(2.97), 학생(3.17), 서비스/판매직(3.19), 공무원(3.23), 사무직(3.30), 자영업(3.37), 전업주부(3.51), 농수산업(3.56) 순으로 설립목적에 어울리지 않는다고 평가하고 있었다. 즉, 전문직(2.79)은 헬스케어타운 조성사업이 설립 목적에 가장 어울리지 않는다고 평가하는 반면, 농수산업(3.56) 종사자는 가장 어울리는 사업이라고 평가하고 있다.

성별로는 남성과 여성의 인식에 차이를 보이지 않았으나 거주지역별 인식은 제주시보다 서귀포시 거주자가 설립목적에 어울린다고 긍정적으로 평가하고 있다.

‘서귀포관광미항 조성사업’의 경우 연령별($p=0.017$), 거주지역별($p=0.009$)에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있다($p<0.05$).

연령별로 살펴보면 50대(3.34), 30대(3.40), 40대(3.45), 20대(3.50), 60세 이상(4.04) 순으로 설립목적에 어울리지 않는다고 평가하고 있었다. 즉, 50대(3.34)는 서귀포관광미항 조성사업이 설립 목적에 가장 어울리지 않는다고 평가하는 반면, 60세 이상(4.04)은 설립목적에 가장 어울리는 사업이라고 평가하고 있다.

성별로는 남성과 여성이 인식의 차이를 보이지 않았으나 거주지역별 인식은 제주시보다 서귀포시 거주자가 설립목적에 어울린다고 긍정적으로 평가하고 있다.

‘휴양형주거단지 조성사업’의 경우 연령별($p=0.023$)에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있다($p<0.05$).

그 차이를 살펴보면 50대(3.24), 40대(3.45), 20대(3.53), 30대(3.68), 60세이상(3.72) 순으로 설립목적에 어울리지 않는다고 평가하고 있었다. 즉, 50대(3.24)는 휴양형주거단지 조성사업이 설립 목적에 가장 어울리지 않는다고 평가하는 반면, 60세 이상(3.72)은 설립목적에 가장 어울리는 사업이라고 평가하고 있다.

성별, 거주지역별로는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

‘쇼핑아울렛 조성사업’의 경우 연령별($p=0.043$)에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있다($p<0.05$).

그 차이를 살펴보면 50대(2.90), 60세이상(3.16), 40대(3.24), 20대(3.34), 30대(3.39) 순으로 설립목적에 어울리지 않는다고 평가하고 있었다. 즉, 50대(2.90)는 쇼핑아울렛 조성사업이 설립 목적에 가장 어울리지 않는다고 평가하는 반면, 30대(3.39)는 설립목적에 가장 어울리는 사업이라고 평가하고 있다.

성별, 거주지역별로는 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

‘첨단과학기술단지 조성사업’의 경우 학력별($p=0.008$), 소득별($p=0.005$)에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있다($p<0.05$).

학력별로 살펴보면 대학원이상(3.13), 고졸(3.41), 대졸(3.59), 중졸이하(3.64) 순으로 설립목적에 어울리지 않는다고 평가하고 있었다. 즉, 대학원이상(3.13)은 첨단과학기술단지 조성사업이 설립 목적에 가장 어울리지 않는다고 평가하는 반면, 중졸이하(3.64)는 설립목적에 가장 어울리는 사업이라고 평가하고 있다.

소득별로 살펴보면 99만원이하(3.21), 100~199만원(3.30), 300~399만원(3.49), 200~299만원(3.54), 400~499만원(3.63), 500만원 이상(3.69) 순으로 설립목적에 어울리지 않는다고 평가하고 있었다. 즉, 99만원이하(3.21)는 첨단과학기술단지 조성사업이 설립 목적에 가장 어울리지 않는다고 평가하는 반면, 500만원이상(3.69)은 설립목적에 가장 어울리는 사업이라고 평가하고 있다.

성별, 거주지역별로는 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

‘제주경빙장 조성사업’의 경우 직업별($p=0.001$)에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있다($p<0.05$).

직업별로 살펴보면 농수산업(2.08), 사무직(2.66), 전문직(2.79), 공무원(2.80), 기

타(2.83), 서비스/판매직(2.91), 자영업(3.02), 학생(3.03), 전업주부(3.06) 순으로 설립목적에 어울리지 않는다고 평가하고 있었다. 즉, 농수산업(2.08) 종사자는 제주경빙장 조성사업이 설립 목적에 가장 어울리지 않는다고 평가하는 반면, 전업주부(3.06)는 설립목적에 가장 어울리는 사업이라고 평가하고 있다.

성별로는 남성과 여성의 인식에 차이를 보였는데 남성이 여성보다 사업목적에 어울린다고 평가하고 있는 것으로 나타났다.

전반적으로 분석 결과를 살펴보면 제주도민들은 핵심프로젝트의 경우 국제자유도시 건설에 대부분의 사업들이 기여하고 있다고 인식하고 있으나 헬스케어타운(3.11) 및 신화·역사공원(3.27) 조성사업은 부정적으로 평가하였다. 또한 각각의 사업들에 대해 기관의 설립 목적에 어울리는가에 대해서는 9개 사업이 평균 3.35로 나타나 이 역시 도민들이 대부분 긍정적으로 평가하고 있으나 부정적으로 나타난 헬스케어타운(3.22), 신화·역사공원(3.32), 쇼핑아울렛(3.26), 제주경빙장(2.87) 조성사업에 대해서는 사업에 대한 인식 개선을 위한 체계적인 홍보활동 방안을 마련해야 할 것이다.

3) <연구문제 2>에 대한 결과

제주도민들은 제주국제자유도시개발센터의 사회공헌활동 가운데 어떤 활동이 지역사회발전에 기여하고 있다고 생각하고 있는가와 인구통계학적 변인에 따른 차이는 어떠한가에 대한 분석 결과를 살펴보면 <표 6-10>과 같다.

<표 6-10> 사회공헌활동의 지역발전 기여도에 대한 인식

항 목	N	평균	표준편차
· 글로벌아카데미강좌	502	3.33	.864
· 도내 대학생 해외 인턴십	502	3.49	.891
· JDC 사랑나눔 영어캠프	502	3.43	.875
· 장애인글로벌 체육인재양성	502	3.26	.857
· 국제자유도시 꿈나무교재 발간지원	502	3.29	.824
· 국제화 논술대회 및 NIE 공모전	502	3.25	.868
· 사랑의 집짓기 사업	502	3.53	.904
· 건강제주 의치 보철 사업	502	3.39	.890
· 장애인 생산품 판로지원	502	3.44	.930
· 가파도 푸른숲 가꾸기	502	3.46	.921

현재 JDC가 제주지역사회에 전략적으로 추진하고 있는 사회공헌활동들이 제주지역사회 발전에 어느 정도 기여하고 있다고 도민들은 생각하고 있는지 알아보기 위한 질문에서 응답자들은 ‘사랑의 집짓기 사업(3.53)’이 지역사회 발전에 가장 필요한 사업이라고 응답했으며, 그 다음으로 ‘도내 대학생 해외 인턴십(3.49)’, ‘가파도 푸른숲 가꾸기(3.46)’, ‘장애인 생산품 판로지원(3.44)’, ‘JDC 사랑나눔 영어캠프(3.43)’, ‘건강제주 의치보철 사업(3.39)’, ‘글로벌아카데미 강좌(3.33)’, ‘국제자유도시 꿈나무교재 발간지원(3.29)’, ‘장애인 글로벌 체육인재 양성(3.26)’, ‘국제화 논술대회 및 NIE 공모전(3.25)’의 순으로 기여도가 높다고 평가하였다.

이들 사업들을 인구통계학적 특성별로 살펴보면, 성별, 학력, 소득별로는 유의미한 차이를 보이지 않았으나, ‘글로벌 아카데미 강좌’, ‘도내 대학생 해외 인턴십 프로그램’, ‘JDC 사랑나눔 영어캠프’, ‘장애인 글로벌 체육인재 양성’ 사업에서는 직업별($p=0.015$, $p=0.010$, $p=0.022$, $p=0.033$)로 유의미한 차이가 나타났다($p<0.05$).

또한 ‘도내 대학생 해외 인턴십 프로그램’, ‘장애인 글로벌 체육인재 양성’ 사업에서는 연령별($p=0.005$, 0.012)로도 유의미한 차이가 나타났다($p<0.05$).

국제자유도시 꿈나무교재 발간지원 사업에서는 거주지역별($p=0.037$)로 유의미

한 차이가 나타났다($p < 0.05$).

직업별로 살펴보면 ‘글로벌아카데미강좌’의 경우 서비스/판매직(3.13), 전문직(3.15), 기타(3.26), 자영업(3.31), 공무원(3.33), 학생(3.38), 농·수산업(3.48), 전업주부(3.57), 사무직(3.62) 순으로 지역사회발전에 기여하지 않는다고 평가하고 있다. 즉, 서비스/판매직(3.13) 종사자들은 ‘글로벌 아카데미 강좌’가 지역사회 발전에 가장 기여하지 못하고 있다고 평가하는 반면, 사무직(3.62) 종사자들은 가장 많이 기여를 하고 있다고 평가하고 있는 것으로 나타났다.

‘도내 대학생 해외 인턴십 프로그램’은 서비스/판매직(3.28), 자영업·기타(3.37), 전문직(3.43), 농수산업(3.44), 공무원(3.50), 사무직(3.54), 전업주부(3.66), 학생(3.78)순으로 나타났다. 즉, 서비스/판매직(3.28) 종사자들은 도내 대학생 해외 인턴십 프로그램이 지역사회 발전에 가장 기여하지 못하고 있다고 평가하는 반면, 학생(3.78)들은 가장 많이 기여를 하고 있다고 평가하고 있는 것으로 나타났다.

‘JDC 사랑나눔 영어캠프’는 기타(3.11), 서비스/판매직(3.28), 전문직(3.36), 자영업(3.39), 공무원(3.50), 사무직(3.52), 농수산업(3.56), 전업주부(3.57), 학생(3.67) 순으로 나타났다. 즉, 기타(3.11) 직종 종사자들은 JDC 사랑나눔 영어캠프사업이 지역사회 발전에 가장 기여하지 못하고 있다고 평가하는 반면, 학생(3.67)들은 가장 많이 기여를 하고 있다고 평가하고 있는 것으로 나타났다.

‘장애인 글로벌 체육인재 양성’사업은 농수산업(2.84), 기타(3.11), 서비스/판매직(3.12), 공무원(3.20), 사무직·전업주부(3.32), 자영업(3.34), 전문직(3.36), 학생(3.47) 순으로 평가하고 있었다. 즉, 농수산업(2.84) 종사자는 장애인 글로벌 체육인재 양성 사업이 지역사회 발전에 가장 기여하지 못하고 있다고 평가하는 반면, 학생(3.47)들은 가장 많이 기여를 하고 있다고 평가하고 있다.

한편 연령별로 살펴보면 ‘도내 대학생 해외 인턴십’의 경우 50대(3.24), 40대(3.41), 30대(3.44), 20대(3.66), 60세이상(3.72) 순으로 나타났다. 즉, 50대(3.24)는 도내 대학생 해외 인턴십 사업이 지역사회 발전에 가장 기여하지 못하고 있다고 평가하는 반면, 60세이상(3.72)은 가장 많이 기여를 하고 있다고 평가하고 있는 것으로 나타났다.

‘장애인 글로벌 체육인재 양성’사업의 경우 50대(3.00), 60세이상(3.04), 40대(3.23), 20대(3.34), 30대(3.40) 순으로 나타났다. 즉, 50대(3.00)는 장애인 글로벌

체육인재 양성 사업이 지역사회 발전에 가장 기여하지 못하고 있다고 평가하는 반면, 30대(3.40)는 가장 많이 기여를 하고 있다고 평가하고 있는 것으로 나타났다.

거주지역별 특성을 살펴본 결과 국제자유도시 꿈나무 교재 발간지원 사업은 제주시 거주자 보다 서귀포시 거주자들이 기여도를 높게 평가하고 있었다.

또한 상기 동일한 사업들에 대해 지역사회 발전에 필요한 사업이 무엇이냐고 묻는 질문에 대한 결과는 <표 6-11>과 같다.

<표 6-11> 사회공헌활동이 지역발전에 필요한 사업이라는 것에 대한 인식

항 목	N	평균	표준편차
· 글로벌아카데미강좌	502	3.55	.871
· 도내 대학생 해외 인턴십	502	3.69	.857
· JDC 사랑나눔 영어캠프	502	3.59	.870
· 장애인글로벌 체육인재양성	502	3.50	.873
· 국제자유도시 꿈나무교재 발간지원	502	3.54	.841
· 국제화 논술대회 및 NIE 공모전	502	3.43	.872
· 사랑의 집짓기 사업	502	3.70	.846
· 건강제주 의치 보철 사업	502	3.58	.876
· 장애인 생산품 판로지원	502	3.68	.904
· 가파도 푸른숲 가꾸기	502	3.65	.933

분석결과 제주도민들은 ‘사랑의 집짓기 사업(3.70)’이 기여도가 가장 높을 것이라고 응답했으며, 그 다음으로 ‘도내 대학생 해외 인턴십(3.69)’, ‘장애인 생산품 판로지원(3.68)’, ‘가파도 푸른숲 가꾸기(3.65)’, ‘JDC 사랑나눔 영어캠프(3.59)’, ‘건강제주 의치보철 사업(3.58)’, ‘글로벌 아카데미 강좌(3.55)’, ‘국제자유도시 꿈나무 교재 발간지원(3.54)’, ‘장애인 글로벌 체육인재 양성(3.50)’, ‘국제화논술대회 및 NIE 공모전(3.43)’의 순으로 필요한 사업을 평가하였다.

이들 사업들을 인구통계학적 특성별로 살펴보면, 성별, 학력, 직업, 소득별로는 유의미한 차이를 보이지 않았으나, 사랑의 집짓기 사업에서는 연령별(p=0.015),

거주지역별($p=0.011$)로 유의미한 차이가 나타났으며, ‘도내 대학생 해외 인턴십’사업에서는 거주지역별($p=0.021$)로 유의미한 차이가 나타났다($p<0.05$).

사랑의 집짓기 사업의 경우 연령별로 살펴보면 20대(3.46), 40대(3.52), 50대(3.53), 60세이상(3.56), 30대(3.62)순으로 지역사회발전에 필요하지 않은 사업이라고 평가하고 있다. 즉, 20대(3.46)는 사랑의 집짓기 사업이 지역사회 발전에 가장 필요하지 않은 사업이라고 평가하는 반면, 30대(3.62)는 가장 필요한 사업으로 평가하고 있는 것으로 나타났다.

도내 대학생 해외 인턴십 사업의 경우 거주지역별로 필요성에 대한 인식의 차이를 살펴보면 제주시 거주자가 서귀포시 거주자보다 지역사회 발전에 필요한 사업이라고 더 높게 평가하고 있었다.

전반적으로 볼 때 도민들은 소외계층이 대상인 지역아동센터 리모델링 사업인 집짓기 봉사 활동과 해외 인턴십 등 인재 육성 사업에 관심을 갖고 있는 것으로 나타났다. 즉 도민 대부분 불우한 이웃을 위한 집짓기 사업 등에 호감을 보였으며, 학습, 교육 관련 사업에 대해서는 수혜 대상자라고 볼 수 있는 학생들이 포함되어 있는 20대의 평가가 높은 것으로 나타났다. 이 역시 다양한 사회공헌활동을 함에 있어 보다 선택과 집중을, 그리고 대상자별 세분화된 기업이미지 향상을 위한 방안이 필요한 것으로 판단된다.

4) <연구문제 3>에 대한 결과

제주국제자유도시개발센터의 이미지 구성요인은 무엇으로 이루어져 있는지, 또한 인구통계학적 변인에 따라 각각의 요소에 대해 어떤 차이를 보이는지 알아보기 위해 신뢰도 및 타당성 검증 그리고 이미지 요인에 대한 평균 분석을 실시하였다.

(1) 신뢰도 검증

신뢰도란 둘 이상의 관찰자가 각기 관찰해서 동일한 결과를 얻을 수 있는 정도로서, 타당성과 더불어 측정에서 가장 중요한 요소이자 측정대상의 지표의 구

비요소이기도 하다. 그러므로 지표가 신뢰성 있게 측정됐다고 하는 것은 그 자료가 안정되고, 일관성이 있으며, 정확해 믿을 만하고, 나아가 예측 가능성이 있음을 의미하는 것(김광욱, 1992)으로 동일한 항목에 대해 측정을 반복했을 때 측정값들의 분산들로 표현할 수 있는 개념이다(고경업, 2010).

신뢰도는 비교 가능한 독립된 측정방법에 의해 특정 대상을 측정하는 경우 결과가 비슷하게 나타나야 하는 것으로, 이의 목적은 각 항목의 측정결과가 일관성을 유지하는가의 여부를 확인하기 위한 목적으로 이용된다(고계성, 2006).

이러한 측정도구의 신뢰도를 측정하기 위한 방법으로는 재검사법, 복수양식법, 반분법, 내적 일관성 등이 있으며(한상인, 2006), 본 연구의 신뢰도 측정방법으로 내적 일관성의 크론바하 알파(Chronbach's Alpha) 계수를 이용해 신뢰도를 측정했다. 크론바하 알파계수는 0과 1사이의 값을 가지며, 사전 조사를 통해 신뢰도가 낮은 항목을 삭제한 후에 본 연구를 위한 측정도구를 개발할 때 이용되기도 하고, 조사가 끝난 뒤에 신뢰도가 낮은 항목을 분석에서 제거시킬 때에도 이용될 수 있는데, 사회과학 자료의 경우 0.7이상이면 신뢰도가 높다(김충련, 1997).

제주국제자유도시개발센터의 이미지에 대한 신뢰도 검증 결과, '제주도의 자연환경을 파괴하는 기업이다' 항목과 '제주공항에서 면세품을 파는 기업이다', '투자유치를 전문으로 하는 기업이다', '부동산 분양·임대를 전문으로 하는 기업이다', '제주도를 국내·외에 홍보하는 기업이다' 항목은 항목제거 시 알파계수가 높게 나타났다.

'제주도의 자연환경을 파괴하는 기업이다' 항목은 '제주도내 자연환경 보호에 앞장서는 기업이다' 항목과 반대 이미지의 동일한 항목으로서 삭제하였으며, '면세품을 파는 기업이다'와 '투자유치 전문', '부동산 분양·임대 전문기업', '제주도를 국내·외에 홍보하는 기업이다' 항목은 특정 사업에 대한 이미지 항목으로서 제주국제자유도시개발센터의 전반적 이미지를 나타내는 항목으로 부적절하다고 판단하여 제거하였다.

이상의 5개 항목을 제거한 신뢰도 검증 결과는 다음 <표 6-12>과 같으며, 알파계수는 0.914로 매우 높게 나타나 설문지 구성항목들이 제주국제자유도시개발센터의 이미지 요인을 도출하는데 적절한 측정 항목임이 입증됐다. 결론적으로 전체적인 측면에서 제주국제자유도시개발센터의 이미지 측정에 대한 신뢰도는

매우 만족할 만한 결과라고 할 수 있다.

<표 6-12> JDC 이미지에 대한 신뢰도 검증

제주국제자유도시개발센터의 이미지	수정된 항목 전체 상관계수	항목 제외 시 알파계수	전체 신뢰도
1. 국가 경제 발전에 기여하는 기업이다	0.608	0.908	0.914
2. 제주도 경제 발전에 기여하는 기업이다	0.611	0.908	
3. 제주도 개발을 전담하는 기업이다	0.541	0.910	
6. 제주도 의료산업 발전에 기여하는 기업이다	0.473	0.912	
7. 제주도 교육산업 발전에 기여하는 기업이다	0.606	0.908	
8. 제주도 첨단산업 발전에 기여하는 기업이다	0.633	0.907	
9. 제주도 관광산업 발전에 기여하는 기업이다	0.544	0.910	
12. 제주도 내 글로벌 인재 육성에 앞장서는 기업이다	0.606	0.908	
13. 제주도 내 자연환경 보호에 앞장서는 기업이다	0.511	0.911	
14. 소외계층 삶의 질 향상을 위해 노력하는 기업이다	0.604	0.908	
15. 제주도민의 글로벌 마인드 함양에 앞장서는 기업이다	0.651	0.907	
16. 제주지역 장애인 체육인재 육성에 앞장서는 기업이다	0.495	0.911	
17. 변화와 혁신에 앞장서는 기업이다	0.601	0.908	
18. 제주도민에게 신뢰감을 주는 기업이다	0.695	0.906	
19. 국제적 경쟁력을 갖춘 기업이다	0.630	0.908	
20. 합리적인 기업이다	0.647	0.907	
21. 호감이 가는 기업이다	0.601	0.908	

(2) 타당성 검증

제주국제자유도시개발센터의 이미지로 사용된 측정척도 구성개념들의 타당성을 검증하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인분석에서 요인추출은 주성분 분석

(principal component analysis)을 한 이후에 고유값이 1.0이상인 요인들을 베리맥스 회전 방식에 의한 직교회전을 실시하여 요인적재값을 산출하였다. 요인분석은 제주국제자유도시개발센터의 이미지에 대한 측정결과를 기준으로 검증하였다.

<표 6-13> JDC 이미지에 대한 타당성 검증 결과

요 인	속 성	공통성	요인적재값	고유값	분산(%)(누적율)
요인1	2. 제주도 경제 발전에 기여하는 기업이다	0.691	0.747	7.206	42.386 (42.386)
	8. 제주도 첨단산업 발전에 기여하는 기업이다	0.662	0.742		
	9. 제주도 관광산업 발전에 기여하는 기업이다	0.560	0.726		
	7. 제주도 교육산업 발전에 기여하는 기업이다	0.709	0.720		
	1. 국가 경제 발전에 기여하는 기업이다	0.563	0.628		
	3. 제주도 개발을 전담하는 기업이다	0.438	0.578		
	15. 도민의 글로벌 마인드 함양에 앞장서는 기업이다	0.548	0.521		
	12. 도내 글로벌 인재 육성에 앞장서는 기업이다	0.449	0.491		
요인2	20. 합리적인 기업이다	0.739	0.812	1.555	9.144 (51.531)
	21. 호감이 가는 기업이다	0.612	0.728		
	19. 국제적 경쟁력을 갖춘 기업이다	0.625	0.717		
	18. 제주도민에게 신뢰감을 주는 기업이다	0.660	0.680		
	17. 변화와 혁신에 앞장서는 기업이다	0.438	0.441		
요인3	16. 지역 장애인 체육인재 육성에 앞장서는 기업이다	0.548	0.672	1.082	6.363 (57.893)
	14. 소외계층 삶의 질 향상을 위해 노력하는 기업이다	0.602	0.651		
	6. 제주도 의료산업 발전에 기여하는 기업이다	0.528	0.640		
	13. 제주도 내 자연환경 보호에 앞장서는 기업이다	0.510	0.577		
KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) Measure of Adequacy = 0.917					
Bartlett's Test of Sphericity = 3911.944 df = 136 Sig = 0.000					

먼저 공통요인들에 의해 설명되어지는 변수의 분산비율을 나타내는 공유치(communalities)가 0.438~0.739로서 사회과학에서의 기준치인 0.4를 상회하였으며(전채구, 2008: 83), 표준화된 분산을 나타내는 고유값이 1이상으로 추출된 3개의 요인들에 의한 분산설명력은 57.893%이다.

변수쌍들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되는 정도를 나타내는 KMO 값이 0.917로서 측정변수들의 선정이 적절한 수준임을 보이고 있으며, 상관관계 행렬이 단위행렬이라는 귀무가설을 기각하기 위한 Bartlett 구상검정치(sphericity)의 유의수준이 0.0001로서 요인분석모형의 적합성이 확보된 것으로 나타났다. 또한 각 변수와 요인 간의 상관관계를 나타내는 요인적재량이 0.441 이상으로 나타나 유의성을 가지고 있다.

요인분석 결과 압축되어 도출된 3개의 제주국제자유도시개발센터의 이미지 요인들에 대하여 요인1은 ‘제주도 경제발전에 기여하는 기업이다’, ‘제주도 첨단산업 발전에 기여하는 기업이다’, ‘제주도 관광산업 발전에 기여하는 기업이다’, ‘제주도 교육산업 발전에 기여하는 기업이다’, ‘국가 경제 발전에 기여하는 기업이다’, ‘제주도 개발을 전담하는 기업이다’, ‘도민의 글로벌 마인드 함양에 앞장서는 기업이다’, ‘도내 글로벌 인재 육성에 앞장서는 기업이다’등 8개의 항목으로 구성되어 있어 해당 속성들을 고려하여 이는 선행연구인 강경애(1992)의 연구에서 나타난 기업전문성 이미지 요인으로 명명하였고, 요인2는 ‘합리적인 기업이다’, ‘호감이 가는 기업이다’, ‘국제적 경쟁력을 갖춘 기업이다’, ‘제주도민에게 신뢰감을 주는 기업이다’, ‘변화와 혁신에 앞장서는 기업이다’ 등 5개의 항목으로 구성되어 선행연구인 조우현(1999)의 연구에서 나타난 사회적신뢰 이미지 요인으로, 요인3은 ‘지역장애인 체육인재 육성에 앞장서는 기업이다’, ‘소외계층 삶의 질 향상을 위해 노력하는 기업이다’, ‘제주도 의료산업 발전에 기여하는 기업이다’, ‘제주도 내 자연환경 보호에 앞장서는 기업이다’ 등 4개의 항목으로 구성되어 선행연구인 박기남과 김기운(2001)의 연구에서 나타난 사회공헌적 이미지 요인으로 명명하였다.

(3) 이미지 요인에 대한 평균분석

요인별 개별이미지 문항에 대한 제주도민이 인식하고 있는 이미지는 <표

6-14>와 같다.

<표 6-14> 개별이미지 문항에 대한 JDC 이미지

요인	항목	항목 평균	항목 표준편차	요인 평균 (표준편차)
기업 전문성이 이미지 요인	2. 제주도 경제 발전에 기여하는 기업이다	3.59	0.786	3.37 (0.586)
	8. 제주도 첨단산업 발전에 기여하는 기업이다	3.31	0.864	
	9. 제주도 관광산업 발전에 기여하는 기업이다	3.61	0.838	
	7. 제주도 교육산업 발전에 기여하는 기업이다	3.16	0.820	
	1. 국가 경제 발전에 기여하는 기업이다	3.35	0.728	
	3. 제주도 개발을 전담하는 기업이다	3.30	0.833	
	14. 도민의 글로벌 마인드 함양에 앞장서는 기업이다	3.29	0.801	
	11. 도내 글로벌 인재 육성에 앞장서는 기업이다	3.32	0.809	
사회적 신뢰 이미지 요인	19. 합리적인 기업이다	3.07	0.801	3.13 (0.658)
	20. 호감이 가는 기업이다	3.15	0.862	
	18. 국제적 경쟁력을 갖춘 기업이다	3.07	0.870	
	17. 제주도민에게 신뢰감을 주는 기업이다	3.10	0.797	
	16. 변화와 혁신에 앞장서는 기업이다	3.26	0.819	
사회공헌적 이미지 요인	15. 지역 장애인 채용인재 육성에 앞장서는 기업이다	2.93	0.791	2.93 (0.612)
	13. 소외계층 삶의 질 향상을 위해 노력하는 기업이다	2.95	0.872	
	6. 제주도 의료산업 발전에 기여하는 기업이다	2.85	0.853	
	12. 제주도 내 자연환경 보호에 앞장서는 기업이다	2.98	0.810	

기업전문성 이미지 요인에 대해서는 평균 3.37로서 긍정적 이미지를 갖고 있는 것으로 나타났으며, 사회적신뢰 이미지 요인에 대해서도 평균 3.13으로 긍정적 이미지를 갖고 있는 것으로 분석되었다. 그러나 사회공헌적 이미지 요인에 대해서는 평균 2.93으로 부정적 이미지를 갖고 있는 것으로 조사되었다.

응답자들은 <표 6-14>에서 보듯이 개별이미지 항목 평균 3.19를 기준으로 했을 때 17개 이미지 속성 중 가장 긍정적인 이미지는 '9. 제주도 관광산업 발전에 기여하는 기업이다(3.61)', '2. 제주도 경제발전에 기여하는 기업이다(3.59)', '20. 합리적인 기업이다(3.52)' 이 세 가지 항목으로 도민들이 가장 긍정적인 이미지로 생각하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 부정적으로 나타난 9개의 개별이미지(7. 제주도 교육산업 발전에 기여하는 기업이다, 19. 합리적인 기업이다, 20. 호감이 가는 기업이다, 18. 국제적 경쟁력을 갖춘 기업이다, 17. 제주도민에게 신뢰감을 주는 기업이다, 15. 지역 장애인 체육인재 육성에 앞장서는 기업이다, 13. 소외 계층 삶의 질 향상을 위해 노력하는 1기업이다, 6. 제주도 의료산업 발전에 기여하는 기업이다, 12. 제주도 내 자연환경 보호에 앞장서는 기업이다)에 대하여 개선방안이 필요한 것으로 나타났다. 특히 사회공헌적 이미지 요인 4개 항목에 대해서는 매우 부정적이어서 개선 방안 마련이 시급한 것으로 나타났다.

개별사업들을 인구통계학적 특성별로 살펴보면, 연령별로는 유의미한 차이를 보이지 않았으나, 학력별($p=0.049$) 특성에서는 '제주도 내 소외계층 삶의 질 향상에 노력하는 기업이다'라는 항목에서 유의미한 차이가 나타났다($p<0.05$). 대학원 이상(2.64), 대졸(2.92), 고졸(3.04), 중졸이하(3.14)의 순으로 소외계층 삶의 질 향상에 노력하지 않는 기업이라고 평가하였다. 즉, 대학원졸이상의 학력을 가진 도민들은 낮은 이미지로 평가하고 있었고 중졸이하의 도민들은 가장 노력하는 기업이라는 이미지를 가지고 있는 것으로 나타났다.

직업별($p=0.000$, $p=0.029$, $p=0.011$)로는 '제주도개발을 전담하는 기업이다', '제주도민의 글로벌 마인드 함양에 앞장서는 기업이다', '제주지역 장애인 체육인재양성에 앞장서는 기업이다'라는 항목에서 유의미한 차이가 나타났다($p=0.05$). '제주도 개발을 전담하는 기업이다'라는 항목에서 전문직(2.98), 서비스/판매직·기타(3.09), 공무원(3.17), 자영업(3.31), 전업주부(3.49), 사무직(3.50), 학생(3.51), 농수산업(3.84)의 순으로 나타났다. 즉 전문직(2.98) 종사자는 제주개발을 전담하는 기업이라는 진술문에 낮은 동의 정도를 보였으며, 농수산업(3.84) 종사자는 제주개발을 전담하는 기업으로 높게 평가하고 있었다.

'제주도민의 글로벌 마인드 함양에 앞장서는 기업이다'라는 항목에서는 서비스/판매직(3.12), 자영업(3.15), 전문직(3.23), 기타(3.26), 공무원(3.27), 학생(3.36), 전

업주부(3.38), 사무직(3.54), 농수산업(3.60)의 순으로 나타났다. 즉 서비스/판매직(3.12) 종사자들은 제주도민의 글로벌 마인드 함양에 앞장서는 기업이라고 동의하는 정도가 가장 낮았으며, 반대로 농수산업(3.60) 종사자들은 동의 정도가 가장 높은 것으로 나타났다.

‘제주지역 장애인 체육인재양성에 앞장서는 기업이다’라는 항목에서는 전문직(2.70), 서비스/판매직(2.77), 기타(2.80), 농수산업(2.88), 사무직(2.94), 자영업(2.98), 전업주부·학생(3.11), 공무원(3.13) 순으로 나타났다. 즉 전문직(2.70)종사자들은 제주지역 장애인 체육인재양성에 앞장서는 기업이라고 동의하는 정도가 가장 낮았으며, 반대로 공무원(3.13)들은 동의 정도가 가장 높은 것으로 나타났다.

소득별로 특성을 살펴보면 ‘제주도 관광산업 발전에 기여하는 기업이다(p=0.031)’, ‘제주도 내 글로벌 인재 육성에 앞장서는 기업이다(p=0.037)’라는 항목에서 유의미한 차이가 나타났다(p=0.05).

‘제주도 관광산업 발전에 기여하는 기업이다’라는 항목에서는 99만원이하(3.42), 100~199만원(3.47), 300~399만원(3.56), 200~299만원(3.61), 500만원이상(3.76), 400~499만원(3.80) 순으로 나타났다. 즉, 99만원이하(3.42) 소득자들은 ‘제주도 관광산업 발전에 기여하는 기업’이라고 동의하는 정도가 가장 낮은 반면, 400~499만원(3.80) 소득자들은 동의 정도가 가장 높은 것으로 나타났다.

‘제주도 내 글로벌 인재 육성에 앞장서는 기업이다’라는 항목에서는 300~399만원(3.15), 99만원이하(3.19), 100~199만원(3.27), 400~499만원(3.31), 200~299만원(3.34), 500만원이상(3.54) 순으로 나타났다. 즉, 300~399만원이하(3.15) 소득자들은 ‘제주도 내 글로벌 인재 육성에 앞장서는 기업’이라고 동의하는 정도가 가장 낮았으며 반면, 500만원이상(3.76) 소득자들은 동의 정도가 가장 높은 것으로 나타났다.

다른 진술문의 경우 별다른 차이를 보이지 않았으나 ‘제주도 개발을 전담하는 기업이다’, ‘제주도 첨단산업 발전에 기여하는 기업이다’, ‘제주도민의 글로벌 마인드 함양에 앞장서는 기업이다’, ‘제주도민에게 신뢰감을 주는 기업이다’, ‘호감이 가는 기업이다’라는 항목에서는 여성보다 남성의 동의정도가 높았으며, ‘제주지역 장애인 체육인재 육성에 앞장서는 기업이다’라는 항목에서는 남성보다 여성의 동의 정도가 더 높은 것으로 나타났다.

거주지역별로 살펴보면 ‘제주도민의 글로벌 마인드 함양에 앞장서는 기업이다’, ‘제주 도민에게 신뢰감을 주는 기업이다’, ‘합리적인 기업이다’라는 항목에서 서귀포시에서 동의정도가 더 높은 것으로 나타났다. 이외 다른 항목들은 거주지역별로 차이가 없었다.

또한 이미지 요인별 인구통계학적 차이를 알아보기 위해 분산분석과 T-test 검증결과 연령별, 학력별, 소득별로는 유의미한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났으나 성별, 직업별, 거주지역별에서 유의미한 차이가 나타났다. 성별에서 기업전문성 이미지요인($p=0.008$)이 유의미한 차이를 보이는 것으로 나타났다($p<0.05$). 남성은 3.43, 여성은 3.30으로 남성보다 여성이 기업전문성 이미지 요인에 대해 다소 낮게 평가하였다.

<표 6-15> 이미지 요인별 성별 차이 검증

	성별	N	평균	표준 편차	t	p-value
기업전문성 이미지 요인	남성	259	3.43	0.59	2.646	0.008*
	여성	243	3.30	0.57		
사회적신뢰 이미지 요인	남성	259	3.16	0.69	1.109	0.268
	여성	243	3.10	0.62		
사회공헌적 이미지 요인	남성	259	2.92	0.63	-0.208	0.836
	여성	243	2.93	0.59		

* $p<0.05$

직업별로 각 요인값에 대한 평균 차이 검증을 위해 분산분석을 실시한 결과, 기업전문성 이미지 요인($p=0.025$)과 사회공헌적 이미지 요인($p=0.007$)에서 유의미한 차이를 보이는 것으로 나타났다($p<0.05$). 기업전문성 이미지 요인의 경우 농수산업(3.57)이 가장 높았으며, 전업주부(3.50), 학생·사무직(각 3.47), 공무원(3.39), 자영업(3.29), 서비스/판매직(3.27), 전문직(3.25), 기타(3.24)의 순으로 나타났다. 즉 농수산업 종사자는 기업전문성 이미지요인이 제주국제자유도시개발센터에 가장 어울리는 이미지요인으로 평가하는 반면, 기타 종사자는 가장 맞지 않는

이미지 요인으로 평가하고 있는 것으로 나타났다.

또한 사회공헌적 이미지 요인의 경우 학생(3.08)이 가장 높았으며, 전업주부(3.07), 공무원(3.06), 농수산업(3.00), 사무직(2.98), 자영업(2.88), 서비스/판매직(2.85), 기타(2.76), 전문직(2.73)의 순으로 나타났다. 즉 학생은 사회공헌적 이미지 요인이 제주국제자유도시개발센터에 가장 어울리는 이미지요인으로 평가하는 반면, 기타 종사자는 가장 맞지 않는 이미지요인으로 평가하고 있는 것으로 나타났다.

<표 6-16> 이미지 요인별 직업별 차이 검증

	직업	N	평균	표준편차	F	p-value
기업전문성 이미지 요인	학생	88	3.47	0.55	2.224	0.025*
	사무직	50	3.47	0.47		
	서비스/판매직	105	3.27	0.62		
	전문직	53	3.25	0.52		
	공무원	30	3.39	0.59		
	자영업	62	3.29	0.59		
	농,수산업	25	3.57	0.57		
	전업주부	53	3.50	0.64		
	기타	35	3.24	0.62		
사회적신뢰 이미지 요인	학생	88	3.21	0.60	1.466	0.167
	사무직	50	3.28	0.48		
	서비스/판매직	105	3.04	0.68		
	전문직	53	2.96	0.55		
	공무원	30	3.17	0.79		
	자영업	62	3.12	0.64		
	농,수산업	25	3.24	0.79		
	전업주부	53	3.20	0.77		
	기타	35	3.03	0.67		
사회공헌적 이미지 요인	학생	88	3.08	0.60	2.694	0.007*
	사무직	50	2.98	0.49		
	서비스/판매직	105	2.85	0.65		
	전문직	53	2.73	0.60		
	공무원	30	3.06	0.56		
	자영업	62	2.88	0.56		
	농,수산업	25	3.00	0.54		
	전업주부	53	3.07	0.69		
	기타	35	2.76	0.64		

* p<0.05

거주지역별에서 기업전문성 이미지요인(p=0.001)이 유의미한 차이를 보이는 것

으로 나타났다($p < 0.05$). 즉 제주시 거주자는 3.31, 서귀포시 거주자는 3.48로 서귀포시 거주자 대비 제주시 거주자가 기업전문성 이미지 요인에 대해 다소 부정적인 이미지 요인으로 평가하였다.

<표 6-17> 이미지 요인별 거주지역별 차이 검증

	지역	N	평균	표준 편차	t	p-value
기업전문성 이미지 요인	제주시	329	3.31	0.56	-3.202	0.001*
	서귀포시	173	3.48	0.61		
사회적신뢰 이미지 요인	제주시	329	3.09	0.62	-1.900	0.058
	서귀포시	173	3.21	0.72		
사회공헌적 이미지 요인	제주시	329	2.92	0.59	-0.522	0.602
	서귀포시	173	2.95	0.66		

* $p < 0.05$

전반적으로 분석결과를 종합하여 보면 제주국제자유도시개발센터는 사회공헌적 이미지 요인을 향상시킬 수 있도록 지역 장애인과 소외계층, 자연환경, 의료산업 등에 대해 더욱 관심을 갖고 이에 대한 지원 사업을 더 확장하고 홍보할 필요가 있다.

특히, 의료산업에 대해서는 2.85점으로 가장 부정적 이미지가 높은 것으로 나타나 의료산업 발전에 기여할 수 있는 사업발굴과 홍보가 시급하다.

기업전문성 이미지 요인과 사회적신뢰 이미지 요인은 긍정적 이미지를 보이고 있지만, 3.5점을 넘지 못하고 있다는 점에서 기업전문성 이미지 요인과 사회적신뢰 이미지 요인에 대해서도 더 관심을 갖고 적극적인 홍보를 통해 긍정적 이미지 향상을 꾀할 필요가 있다.

특히, 기업전문성 이미지 요인에서는 ‘교육산업 발전에 기여하는 기업 이미지’가 3.16으로 가장 낮게 나타났다는 점에서 교육산업 발전에 기여할 수 있는 지원 사업 발굴과 홍보가 필요하다. 그리고 사회적신뢰 이미지 요인에서 낮게 나타난 ‘합리적 기업 이미지’와 ‘국제적 경쟁력 기업’, ‘도민에게 신뢰감 주는 기업’ 이미

지를 상승 시킬 수 있는 방안을 모색해야 한다.

5) <연구문제 4>에 대한 결과

제주지역사회 발전을 위해 제주국제자유도시개발센터의 사회공헌활동 가운데 어떤 사업을 우선적으로 추진해야 하는가와 인구통계학적 변인에 따라 어떤 차이를 보이는가에 대한 결과는 <표 6-18>과 같다.

<표 6-18> 제주지역사회 발전을 위해 우선 추진해야 할 사업

항 목	1순위응답		다중응답 (1순위+2순위+3순위)			
	빈도 (명)	비율 (%)	빈도 (명)	비율 (%)	점수	순위
· 글로벌아카데미강좌	96	19.4	210	14.3	468	2
· 도내 대학생 해외 인턴십	122	24.7	253	17.2	577	1
· JDC 사랑나눔 영어캠프	36	7.3	179	12.2	316	4
· 장애인글로벌 체육인재양성	20	4.0	55	3.7	109	10
· 국제자유도시 꿈나무교재 발간지원	30	6.1	107	7.3	212	8
· 국제화 논술대회 및 NIE 공모전	22	4.5	79	5.4	146	9
· 사랑의 집짓기 사업	63	12.8	200	13.6	407	3
· 건강제주 의치 보철 사업	29	5.9	127	8.6	224	7
· 장애인 생산품 판로지원	33	6.7	133	9.0	243	5
· 가파도 푸른숲 가꾸기	43	8.7	129	8.8	251	6
Total	494	100.0	1,472	100.0		

사회공헌 사업 중 제주지역사회 발전을 위해 우선 추진해야 할 사업은 무엇이 라고 생각하느냐를 묻는 질문에서 1순위 응답자만 분석한 결과, ‘도내 대학생 해외 인턴십’이라는 응답이 24.7%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 ‘글로벌 아카데미 강좌(19.4%)’, ‘사랑의 집짓기 사업(12.8%)’, ‘가파도 푸른숲 가꾸기(8.7%)’,

‘JDC 사랑나눔 영어캠프(7.3%)’, ‘국제자유도시 꿈나무교재 발간지원(6.1%)’, ‘장애인 생산품 판로지원(6.7%)’, ‘건강제주 의치 보철 사업(5.9%)’, ‘국제화 논술대회 및 NIE 공모전(4.5%)’, ‘장애인 글로벌 체육인재 양성(4.0%)’ 등의 순으로 나타났다.

그리고 1순위에서 3순위까지 종합한 다중응답 분석결과를 보면 ‘도내 대학생 해외 인턴십’이라는 응답이 17.2%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 ‘글로벌 아카데미 강좌’가 14.3%, ‘사랑의 집짓기 사업’이 13.6%, ‘JDC 사랑나눔 영어캠프’가 12.2% 순으로 응답이 많았다.

한편, 1순위 응답을 인구통계학적 특성별로 살펴보면 연령별에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있고($p=0.032$), 그 외 인구통계학적 변인에서는 유의미한 차이가 나타나지 않았다($p=0.05$). 즉, 20대(45.1%), 40대(26.2%), 30대(14.8%), 50대(10.7%), 60세이상(3.3%)의 순으로 우선 추진해야 할 사업을 ‘대학생 해외 인턴십 사업’이라고 응답하였다.

분석결과를 살펴볼 때 제주국제자유도시개발센터 사회공헌 사업의 경우 국제자유도시 건설을 주도하는 기업으로서 다양한 사회공헌활동을 추진하는 것도 방법일수 있으나 도민들의 인식도나 희망사항 등을 감안하여 사회공헌활동의 선택과 집중을 통해 사업의 보강 또는 개선 방안을 모색해야 할 것이다.

Ⅶ. 결 론

1. 요약 및 결 론

본 연구는 국책사업인 제주국제자유도시건설을 위해 설립된 국가공기업인 제주국제자유도시개발센터(JDC)에 대한 기업이미지 조사와 아울러 제주국제자유도시개발센터가 추진하고 있는 주요 개발사업 및 사회공헌활동에 대한 제주도민들의 인식을 조사하고 보다 긍정적인 기업이미지를 인지시키기 위한 이미지 향상 방안에 대하여 제언하는데 그 목적이 있다. 따라서 본 연구를 위해 다음과 같은 4가지의 연구문제를 설정했다.

첫째, 제주도민들은 제주국제자유도시개발센터의 지역개발사업들 가운데 어떤 사업이 국제자유도시 건설에 기여하고 있다고 생각하고 있는가? 인구통계학적 변인에 따라 어떤 차이를 보이는가?

둘째, 제주도민들은 제주국제자유도시개발센터의 사회공헌활동 가운데 어떤 활동이 지역사회발전에 기여하고 있다고 생각하고 있는가? 인구통계학적 변인에 따라 어떤 차이를 보이는가?

셋째, 제주국제자유도시개발센터의 이미지 구성요인은 무엇인가? 인구통계학적 변인에 따라 각각 요소에 대해 어떤 차이를 보이는가?

넷째, 제주지역사회 발전을 위해 제주국제자유도시개발센터의 사회공헌활동 가운데 어떤 사업을 우선적으로 추진해야 하는가? 인구통계학적 변인에 따라 어떤 차이를 보이는가?

그리고 본 연구를 위해 만20세 이상 제주도민 502명을 대상으로 2011년 9월 19일부터 10월 3일까지 15일간 1:1 설문조사를 시행하여 회수된 설문지 502장을 연구의 표본으로 선정, 진행 하였다.

본 연구의 성과와 결과를 요약하면 다음과 같다.

우선 제주국제자유도시개발센터가 추진하는 지역개발사업과 사회공헌활동의

기여도에 대한 인식정도, 기업이미지 동의정도, 기업이미지 구성요인, 사회공헌활동 강조, 개발, 발전시킬 요소를 찾아내기 위해 제주국제자유도시개발센터 인지도 및 주로 추진하는 활동에 대해 질문을 하였다. 제주국제자유도시개발센터(JDC)에 대해 얼마나 알고 있는가에 대해 질문한 결과 응답자 502명 중 ‘알고있다’라고 응답한 비율이 29.5%인 반면, ‘모른다’라고 응답한 사람이 37.8%로 더 많은 것으로 나타났다. 인지도에 대한 인구통계학적 특성별로 살펴보면 학력별로는 고학력자일수록 ‘알고있다’는 응답률이 높았고, 상대적으로 저학력자의 인지도가 낮았다. 직업별로는 서비스/판매직, 학생, 자영업자가, 지역별로는 제주시 거주자가 제주국제자유도시개발센터에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났다.

또한 제주국제자유도시개발센터가 주로 어떠한 일을 하고 있는 지에 대해서는 제주국제자유도시개발센터가 ‘제주도를 국제자유도시로 만들기 위한 각종 발전계획을 수립하는 회사’로 알고 있는 도민이 37.3%로 가장 많았고, 그 다음으로는 ‘관광단지, 휴양단지, 의료단지, 첨단사업단지등을 개발하는 기업’으로 인지하고 있는 도민이 26.9%로 많았다. 면세점을 운영하는 회사로 인식하는 경우도 14.3%나 있었다. 반면 기타라고 답한 경우는 4.4%로 나타났다. 전반적으로 볼 때 제주도민들은 제주국제자유도시개발센터가 제주지역에서 추진하고 있는 업무에 대해 비교적 정확히 알고 있는 것으로 나타났으나 기업의 고유 업무 중 가장 주요한 부분이라 할 수 있는 국내외 투자유치 전담회사라는 항목에서는 9%의 응답률로 낮게 인식하고 있었다. 이는 제주국제자유도시개발센터의 이미지가 개발에 치중되어 있다고 볼 수 있을 것이다. 따라서 제주국제자유도시개발센터의 고유 업무에 대해 보다 정확한 인지가 될 수 있도록 다양한 홍보방안이 필요한 것으로 나타났다.

연구문제들에 대한 결과를 살펴보면 다음과 같다.

첫 번째 제주도민들은 제주국제자유도시개발센터의 지역개발사업들 가운데 어떤 사업이 국제자유도시 건설에 기여하고 있다고 생각하고 있는가와 인구통계학적 변인에 따른 차이는 어떠한가에 대한 분석결과 제주국제자유도시개발센터가 추진하는 6대 핵심프로젝트 중 휴양형주거단지 조성사업(3.40)과 첨단과학기술단지 조성사업(3.40)이 기여도가 가장 높다고 응답하였고, 그 다음으로 서귀포관광미항 조성사업(3.34), 영어교육도시 조성사업(3.33), 신화역사공원 조성사업(3.27), 헬스케어타운 조성사업(3.11) 순으로 응답하였다. 이 결과는 현재 사업의 진행 추

이와 맞물린다고도 볼 수 있는데 도민들은 사업이 어느 정도 가시화 되어 추진되고 있는 사업들에 대해서 기여도가 높은 것으로 평가하고 있는 것으로 판단된다. 이를 인구통계학적으로 살펴보면 헬스케어타운 조성사업의 경우 직업별($p=0.05$)에서 유의미한 차이가 나타났는데 자영업(3.39)이 긍정적으로 평가한 반면, 전문직(2.77)은 부정적으로 평가하고 있는 것으로 나타났다. 또한 첨단과학기술단지 조성사업과 휴양형 주거단지 조성사업은 소득별($p=0.010$, $p=0.47$)에서 유의미한 차이가 나타났는데 첨단과학기술단지 조성사업의 경우 200~299만원(3.56) 소득자가 긍정적으로 평가한 반면, 99만원 이하(2.98) 소득자는 부정적으로 평가하였고, 휴양형주거단지 조성사업의 경우 500만원 이상(3.65) 소득자가 긍정적으로, 99만원 이하(3.09) 소득자가 부정적으로 평가하고 있었다. 성별로는 휴양형주거단지 조성사업에 대해 여성이 남성보다 더 긍정적으로 평가하고 있었으며, 거주지역별 인식의 차이를 살펴보면 첨단과학기술단지와 서귀포 관광미항 조성사업에 대해 서귀포시 거주자가 더 긍정적으로 평가하고 있는 것으로 나타났다. 제주도민들은 6대 핵심프로젝트가 국제자유도시 건설에 기여도에 대한 평가 결과 평균 3.31점으로 개발 사업들에 대해 대부분 긍정적 평가를 하는 것으로 나타났다. 그러나 평균보다 낮은 헬스케어타운(3.11) 및 신화·역사공원(3.27) 조성사업은 사업에 대한 인식 개선을 위한 체계적인 홍보활동 방안을 마련해야 할 것으로 나타났다.

두 번째 제주도민들은 제주국제자유도시개발센터의 사회공헌활동 가운데 어떤 활동이 지역사회발전에 기여하고 있다고 생각하고 있는가와 인구통계학적 변인에 따른 차이는 어떠한가에 대한 분석 결과 ‘사랑의 집짓기 사업’(3.53)이 기여도가 가장 높다고 응답했으며, 그 다음으로 ‘도내 대학생 해외 인턴십’(3.49), ‘가파도 푸른숲 가꾸기’(3.46), ‘장애인 생산품 판로지원’(3.44), ‘JDC 사랑나눔 영어캠프’(3.43), ‘건강제주 의치보철 사업’(3.39), ‘글로벌아카데미 강좌’(3.33), ‘국제자유도시 꿈나무교재 발간지원’(3.29), ‘장애인 글로벌 체육인재 양성’(3.26), ‘국제자유도시 꿈나무교재 발간지원’(3.25)의 순으로 기여도가 높다고 응답하고 있다.

몇몇 사업에서는 인구통계학적 특성별로 유의미한 차이가 나타났다($p<0.05$). 우선 직업별로 살펴보면 ‘글로벌 아카데미 강좌’는 서비스/판매직(3.13) 종사자들은 가장 기여하지 못하고 있다고 평가하는 반면, 사무직(3.62) 종사자들은 가장

많이 기여를 하고 있다고 평가하고 있다. ‘도내 대학생 해외 인턴십 프로그램’은 서비스/판매직(3.28) 종사자들은 가장 기여하지 못하고 있다고 평가하는 반면, 학생(3.78)들은 가장 많이 기여를 하고 있다고 평가하고 있다 ‘JDC 사랑나눔 영어 캠프’는 기타(3.11) 직종 종사자들은 지역사회 발전에 가장 기여하지 못하고 있다고 평가하는 반면, 학생(3.67)들은 가장 많이 기여를 하고 있다고 평가하고 있다. ‘장애인 글로벌 체육인재 양성’ 역시 학생(3.47)들이 가장 기여가 높다고 평가하는 반면, 농수산업(2.84) 종사자는 그렇지 않은 것으로 평가하고 있는 것으로 나타났다.

한편 연령별로 살펴보면 ‘도내 대학생 해외 인턴십’의 경우 50대(3.24)는 가장 기여하지 못하고 있다고 평가하는 반면, 60세이상(3.62)은 가장 많이 기여를 하고 있다고 평가하고 있다. ‘장애인 글로벌 체육인재 양성’의 경우 50대(3.00)는 지역사회 발전에 가장 기여하지 못하고 있다고 평가하는 반면, 30대(3.40)는 가장 많이 기여를 하고 있다고 평가하고 있다.

거주지역별 특성을 살펴본 결과 국제자유도시 꿈나무 교재 발간지원 사업은 제주시거주자 보다 서귀포시 거주자들이 기여도를 높게 평가하고 있다.

인구통계학적 특성을 보면 학습, 교육 관련 사업에 20대의 평가가 높은 편으로 나타났으며, 상대적으로 50대는 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났으나 전반적으로 도민들은 사회공헌활동에 대해 긍정적으로 평가하고 있으며, 지역사회발전에 기여를 하고 있다고 평가하고 있었다. 다만, 그 도민들의 인식 결과가 평균점수인 3.39인 것을 볼 때 개발 사업들에 대한 인지정도 및 그 이미지보다 약간 높은 것으로 나타났다. 따라서 각각의 사회공헌활동을 원점에서 재점검하고 핵심프로젝트와 연계하여 도민들에게 보다 긍정적인 이미지로 인식될 수 있는 이미지를 향상 방안을 마련해야 할 것이다.

세 번째, 제주국제자유도시개발센터의 이미지 구성요인에 대한 조사 및 분석 결과 17개의 개별이미지 항목의 평균점수인 3.19를 기준으로 했을 때 가장 긍정적인 이미지, 도민의 동의 정도가 높은 상위 3개 이미지는 ‘제주도 관광산업 발전에 기여하는 기업이다(3.61)’, ‘제주도 경제발전에 기여하는 기업이다(3.59)’, ‘합리적인 기업이다(3.52)’로 나타났다. 또한 이러한 개별이미지 속성들에 대하여 요인분석을 실시한 결과 모두 3개의 요인으로 구분되었다. 즉 제주국제자유도시개

발센터 이미지는 기업전문성 이미지 요인, 사회적 이미지 요인, 사회공헌적 이미지 요인 등에 의해 형성된다고 볼 수 있다.

이러한 결과를 볼 때 이미지 향상을 위해서는 요인 평균 2.93인 사회공헌적 이미지 요인(장애인, 소외계층, 의료산업, 자연보호 등)을 상승 시킬 수 있는 방안을 우선 마련하여야 할 것이며, 기업전문성 이미지 요인에서는 교육산업발전에 기여할 수 있는 지원 사업 발굴과 홍보방안을 적극적으로 개발하여야 할 것이다. 또한 사회적 이미지 요인에서는 합리적인 기업이미지, 국지적 경쟁력을 갖춘 기업이미지, 도민에게 신뢰감을 주는 기업이미지에 대한 상승 방안을 마련해야 할 것이다. 특히 앞서 말한 바와 같이 부정적 이미지를 보인 사회공헌적 이미지에 대한 향상 방안에 대해 보다 중요하게 인식하고 이에 대한 보다 체계적인 홍보 방안을 마련하여야 할 것이다.

제주국제자유도시개발센터가 도민들에게 인식되어지는 가장 긍정적인 이미지인 '제주도 관광산업 발전에 기여', '제주도 경제발전에 기여', '합리적인 기업'이 세 가지 이미지에 대해서는 보다 더 확고한 이미지로 인식되어 질 수 있도록 지속적으로 발전시킬 수 있는 방안을 검토하여야 할 것이다. 이를 위해서는 현재 추진하고 있는 국제자유도시 프로젝트들에 대한 성공적 추진으로 지역발전 및 고용창출을 일으키고 국제적으로 경쟁력 있는 국제자유도시 제주를 건설하여 도민들에게 믿음과 신뢰감을 주어야 할 것이다. 또한 '제주도 의료산업 발전에 기여하는 기업이다(2.85)'라는 항목에서는 도민들이 부정적으로 응답한 것을 참고하여 의료산업에 기여할 수 있는 사업발굴과 홍보방안을 마련하여 기업이미지를 보다 개선시켜야 할 것이다.

네 번째, 제주국제자유도시개발센터는 지역사회에 전략적인 사회공헌활동을 2002년 설립 이래 지속적으로 추진해오고 있다. 물론 다양한 사업들을 진행해 오고 있으나 본 연구에서는 2010년 추진한 활동 중 10개를 선별하여 이 사업들에 대한 제주도민들이 인식하고 있는 기여도와 지역 발전을 위해 우선 추진해야 하는 사업들에 대해 조사를 하였다. 그 결과 도민들이 가장 먼저 추진하여야 할 사업을 '도내 대학생 해외 인턴십 프로그램(24.7%)'이라고 응답하였으며, 그 다음으로 '글로벌 아카데미 강좌(19.4%)', '사랑의 집짓기 사업(12.8%)'순으로 응답하였다. 반면, '장애인글로벌 체육인재 양성(4.0%)', '국제화 논술대회 및 NIE 공모전

(4.5%)', '국제자유도시 꿈나무교재 발간 지원(6.1%)' 활동에 대해서는 부정적인 것으로 나타났다.

인구통계학적 특성을 살펴보면 연령별에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있고($p=0.032$), 그 외 인구통계학적 변인에서는 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 특히 20대(45.1%), 40대(26.2%), 30대(14.8%), 50대(10.7%), 60세이상(3.3%)의 순으로 우선 추진해야 할 사업을 '대학생 해외 인턴십 사업'이라고 응답하였다.

제주도가 국제자유도시로 발전하여 나가기 위해서는 지역 인재 육성에 대해 모두 공감하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 이러한 결과로 볼 때 다양한 사회공헌활동을 추진하는 것도 바람직한 방향이라 할 수 있으나 우선 도민들의 인지도가 떨어지는 사업들에 대해서는 그 사업을 재검토하거나 보완하여 보다 높은 시너지 효과와 인지도 향상을 극대화 할 수 있는 방안을 마련하여 선택과 집중 전략으로 추진하는 것이 보다 효과적이라고 할 수 있을 것이다.

이상과 같이 결과에서 보듯 국제자유도시개발센터의 이미지 향상과 사회공헌활동의 발전, 개선 및 향상을 위해 몇 가지 방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 국제자유도시 개발 사업을 전담하는 국가공기업으로서 전반적으로 기관의 인지도를 끌어올려야 할 것이다. 개발사업과 사회공헌활동과의 연결 고리를 정확히 파악하여 보다 정확하게 기관의 성격과 추진업무에 대해서 알릴 수 있도록 제주도민들의 특성을 파악하여 그에 맞는 홍보 방안을 수립해야 할 것이다.

둘째, 국제자유도시 개발 사업과 관련하여서는 도민들이 국제자유도시로의 발전에 어느 정도 기여하고 있다고 평가하는 만큼, 각각의 사업들에 대한 비전과 추진 현황을 지속적으로 알리고 도민들에게는 어떠한 이익 또는 혜택이 있는가에 대해서도 알려야 할 것이다.

셋째, 개발사업과 사회공헌 활동의 연계점을 찾아, 부정적 인식이 강한 사회공헌적 이미지 요인에 대한 이미지 향상 방안을 중점적으로 찾아야 할 것이며, 기업전문성 이미지 요인에서는 교육산업 발전에 기여할 수 있는 지원 사업 발굴과 홍보방안, 사회적 신뢰 이미지 요인에서는 합리적 기업이미지, 국제적 경쟁력 이미지, 도민에게 신뢰감을 주는 기업이미지 향상방안을 마련해야 할 것이다. 이를 위해서는 사업 및 도민 각각의 특성을 파악하고 보다 면밀한 검토를 통해 개선, 발전시킬 필요가 있다.

마지막으로 이번 연구에서 나타난 바와 같이 제주도민들은 제주국제자유도시 개발센터(JDC)가 추진하고 있는 사업들에 대해서 전반적으로 긍정적으로 평가하고 있는 것으로 나타났으나 그 동의 정도가 평균을 약간 상회하는 정도로 만족할 만한 수준의 결과는 보이지 않았다. 또한 인구통계학적 특성을 살펴볼 때 다양한 차이점을 찾아볼 수 있어 이에 대한 홍보 계획 및 정책 수립 시 타겟별 세분화 전략을 수립하여 추진해 나가야 할 것이다.

제주국제자유도시개발센터는 제주도를 국제자유도시로 발전시키는 중요한 사명이 있음을 잊지 말고 제주도민들과 함께 추진해 나가야 할 것이다.

2. 연구의 한계 및 제언

본 연구는 국책사업인 제주국제자유도시건설을 위해 설립된 국가공기업인 제주국제자유도시개발센터(JDC)에 대한 기업이미지 조사와 아울러 제주국제자유도시개발센터가 추진하고 있는 주요 개발사업 및 사회공헌활동에 대한 제주도민들의 인식을 조사하고 보다 긍정적인 기업이미지를 인지시키기 위한 이미지 향상방안에 대하여 제언하는데 그 목적이 있다. 그러나 연구를 진행하면서 느낀 한계점은 다음과 같다.

우선 20세 이상 제주도민을 대상으로 조사하다 보니 각각의 사업별 특성에 맞는 조사가 이루어지지 못했다는 점이다. 사회공헌활동의 경우 사업별로 그 대상자(수혜자)가 다르다 보니 보다 심도 있는 조사가 이루어지지 못했다는 한계점이 있다.

두 번째는 추진하고 있는 개발사업과 사회공헌활동의 종류가 너무 많아 이 역시 각 사업별로 심도 있는 연구가 이루어지지 못했다는 점이다. 따라서 향후 지역개발사업을 추진하는 기업의 이미지 연구 또는 국제자유도시-이와 비슷한 유형의 사업-개발사업과 사회공헌활동 간의 상관관계에 관한 연구 등이 필요할 것으로 본다.

또한 향후 제주국제자유도시개발센터의 사회공헌활동에 대한 연구 진행이 된다면 1년간의 사업에 대한 연구보다는 다년간의 활동을 종합하여 사회공헌활동

의 변화 및 그에 따른 기업이미지의 변화에 대해서 연구하는 것도 필요하다고 본다.

그러나 본 연구는 지금까지 연구되지 않은 제주국제자유도시개발센터의 이미지와 국제자유도시 개발사업 및 사회공헌활동의 기여도 및 제주도민의 인식과 개선방안을 분석하였다는 데 그 의의가 크다고 생각한다. 향후 기업이미지 및 지역민의 인식에 관한 연구 시 유용한 자료가 되었으면 하는 바람이다.

[참고문헌]

- 강규희(2008). 『공기업의 전략적 사회공헌활동; K공사의 사회공헌 활동 사례를 중심으로』, 대전대학교 경영행정사회복지대학원 석사학위논문.
- 강운정(2010). 『기업의 문화마케팅이기업이미지, 기업-소비자 동일시, 충성도에 미치는 영향』, 숙명여자대학교대학원 석사학위논문.
- 고경업(2010). 『주제공원방문객의 관광동기가 만족에 미치는 영향; 제주지역을 중심으로』, 제주대학교대학원 석사학위논문.
- 고계성(2006). 『관광목적지 유형에 따른 매력성 평가에 관한 연구』, 제주대학교 대학원 박사학위논문.
- 고영철(1999). 제주도 이미지에 관한 연구, 『사회발전연구』 (제15권), 제주대학교 지역사회발전연구소.
- 권용석(2002). 『기업이미지 광고가 기업의 인지도, 이미지 및 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구』, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 권오균(2005). 『기업광고와 사회공헌활동이 기업이미지와, 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구』, 숭실대학교 대학원 석사학위논문.
- 권진우(2010). 『기업의 사회적 책임 활동이 기업이미지와 브랜드 이미지에 미치는 영향에 관한 연구』, 단국대학교 대학원 박사학위논문.
- 국원선(2003). 『기업이미지 형성요인 및 이에 의한 이미지 비교 연구; 국내 이동통신회사 3사를 중심으로』, 서강대학교 영상대학원 석사학위논문.
- 김건성(2007). 『공기업 사회공헌활동 평가와 추진방향 연구: 한국도로공사 사례를 중심으로』, 경희대학교 NGO대학원 석사학위논문.
- 김 균(2009). 고용지원센터 이미지 조사 및 향상방안 연구, 『한국고용정보원』.
- 김기준(2010). 『기업PR활동에 있어서 매체유형이 기업이미지에 미치는 영향; 공연 예술스폰서십 중심으로』, 건국대학교 언론홍보대학원 석사학위논문.
- 김상진(2001). 『기업이미지 구성요인이 구매의사 결정에 미치는 영향에 관한 연구』, 연세대학교 언론홍보대학원 석사학위논문.
- 김승택(2008). 『공공기관의 효율적 PR커뮤니케이션 유형에 관한 연구』, 중앙대

- 학교 신문방송대학원 석사학위논문.
- 김용구(1997). 『기업이미지관리론』, 서울 경문사.
- 김정연(2006). 『본사 지방이전에 따른 기업이미지 제고방안; (주)한국중부발전을 중심으로』, 군산대학교 경영행정대학원 석사학위논문.
- 김찬아·조삼섭·신호창(2006). 정부기관의 이미지 측정 개념과 절차에 대한 탐색적 연구; 교육인적자원부를 중심으로, 『광고연구』 제 73호, 43~60.
- 김창수(2005). 『기업의 사회공헌활동이 기업 이미지에 미치는 영향』, 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 김충련(1997). 『소비자특성이 외산제품 평가에 미치는 영향』, 한국과학기술원 박사학위논문.
- 김현수(2008). 『기업의 사회공헌활동이 기업이미지에 미치는 영향; 신문사 사회·문화·스포츠사업 활동을 중심으로』, 성균관대학교 언론정보대학원 석사학위논문
- 김희진(2005). 『기업의 사회공헌활동과 기업이미지의 관계에 관한 연구』, 연세대학교 언론홍보대학원 석사학위논문.
- 노덕환(2007). 『본사지방이전에 따른 기업이미지제고방안; (주)한국중부발전을 중심으로』, 군산대학교 경영행정대학원 석사학위논문.
- 문철수(2004). 기업 PR 캠페인으로서의 전략적 사회공헌활동에 관한 연구; 국내·외 담배회사의 사회공헌활동 사례를 중심으로, 『광고학연구』 제15권 5호.
- 민동원(2001). 『기업 메세나가 기업 이미지에 미치는 영향 연구』, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 박준식(2007). 『기업의 사회공헌이벤트가 기업이미지와 구매의도에 미치는 영향 연구』, 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 박혜영(2008). 『공기업의 사회공헌활동과 기업이미지, 고객만족도간의 관계연구; 한국마사회(KRA)를 중심으로』, 중앙대학교 신문방송대학원 석사학위논문.
- 신유근·한정화(1991). 한국기업의 사회참여활동, 『사회과학논평』 9호.
- 신호창·조삼섭·김찬아(2008). 정부기관의 이미지구성요소 및 측정 척도 개발을 위한 실증 연구, 『한국광고홍보학보』 제10-1호.
- 유동균(2009). 『기업의 사회공헌활동이 기업이미지에 미치는 영향; 활동유형에 따른 차이 비교를 중심으로』, 성균관대학교 언론정보대학원 석사학위논문.

- 유정아(2010). 『공기업의 PR활동이 기업 명성에 미치는 영향에 관한 연구; 한국도로공사를 중심으로』, 목원대학교 언론광고대학원 석사학위논문.
- 윤은아(2005). 『공기업의 홍보전략에 관한 연구; 부산항만공사를 중심으로』, 동아대학교 언론홍보대학원 석사학위논문.
- 윤희주(2004). 『기업의 사회공헌활동이 기업이미지에 미치는 영향에 관한 연구』 단국대학교 대학원 석사학위논문.
- 윤희중·신호창 편저(2005). 『PR전략론』, 도서출판 책과길.
- 이상철(2003). 『산업재 기업에 있어 기업광고 유형에 따른 기업이미지 효과연구』, 연세대학교 언론홍보대학원 석사학위논문.
- 이충재(2009). 『기업의 사회공헌활동에 관한 연구; 대기업 사례를 중심으로』, 울산대학교 정책대학원 석사학위논문.
- 장미선(2010). 『기업의 사회적 책임활동이 기업평판 및 제품평가에 미치는 영향; 기업의 사회적 책임활동 유형을 중심으로』, 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 장 화(2010). 『기업공익광고가 기업이미지와 구매의도에 미치는 영향; 소비자인식도 중심으로』, 배재대학교 대학원 석사학위논문.
- 장현수(2005). 『금융기관의 사회공헌활동이 기업이미지에 미치는 영향에 관한 연구; 농협을 중심으로』, 동국대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 전국경제인연합회(2010). 『2009 기업·기업재단 사회공헌백서』, 전경련.
- 정수진(2006). 『사회공헌 활동 유형이 조직 이미지에 미치는 영향』, 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 정지은(2007). 『기업이미지 관리방안에 관한 연구』, 한양대학교 산업경영대학원 석사학위논문.
- 진종훈(2008). 『기업의 문화마케팅이 소비자의 기업이미지 형성과 소비행동에 미치는 영향』, 호서대학교 벤처전문대학원 박사학위논문.

Andreassen, T. W. and Lindestad, B.(1998). Customer loyalty and complex services. *International Journal of Service Industry Management*, 9(1).

Alvesson, M.(1990). Organization: From substance to image. *Organizational*

Studies, 11(3).

Barich, H. & Kotler, p.(1991). A framework for marketing image management.
Sloan Management Review, 32, 94-104.

Boulding, K. E.(1956). The Image: Mitch: University of Michigan Press.

Dowling, G. R.(1986). Managing your corporate image. Industrial Marketing
Management15.

Dowling, G. R.(1988). Measuring corporate images: A review of alternative
approaches. Journal of Business Research 17(1).

Dowling, G. R.(1993). Developing your company image into a corporate asset.
Long Range Planning, 26(2).

Ferderick A. Russ & Charles A. Kirkatric(1982). Marketing Little, Brown and
Company, Boston.

Kotler, P.(1984). Rethink the Marketing Concept, Marketind News, 1, 83-97.

Ledingham, J. A., and Burning, S. D.(2000). Public Relations as Relationship
Management. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Lucas, D. B., and Britt, S. H.(1963). Measuring Advertising Effectiveness.
New York McGraw-Hill Book Company.

McAlister, O. C. & Ferrell, W. C.(2002). The new Corporate citizenship in
Two Countries: The case of the United States and France. Journal of
Business Ethics, 23, 283-293.

Winters, L. C.(1986). The Effect of Brand Advertising on Company Image:
Implications for Corporate Advertising. Journal of Advertising
Research(April/May), 54-59

제주국제자유도시개발센터 홈페이지 www.jdcenter.com

전경련 홈페이지 www.fki.or.kr

[Abstract]

Research on the factors that constitute the images of a public enterprise

- In reference to Jeju Free International City Development Center -

Seungmo Seo

Dept. of Journalism & Public Relations

Jeju National University

The Jeju Free International City Development Center(JDC), a public enterprise, carries out various development and public welfare projects in Jeju. Therefore, the necessity has emerged to examine the public image of company and the elements that constitute this image in order to find ways to improve and complement it.

In this study, 502 Jeju citizens were surveyed about their perception of the JDC and their evaluation of its development projects in relation to the construction of a free international city on the island. Also examined in the survey were the contributions of the JDC's social welfare projects to regional development, the factors that constitute the public image of the JDC and the priority areas for the center's social welfare activities.

In the survey, 37.8% of the 502 people said they had no knowledge of the JDC at all. However, a positive evaluation of JDC's development projects saw the respondents citing all six of its projects as being helpful to the construction of a free international city on Jeju Island. Among them, the construction of a High-Tech Science & Technology complex and a

Resort-type Residential complex has contributed the most. As to the contribution of the JDC's public welfare projects to regional development, the respondents also gave positive evaluations. The project that earned the greatest positive response was the 'Love House Project.'

The survey also examined the public image of the JDC. Jeju citizens reacted most positively to the statement that "The JDC has contributed to the development of the tourism industry in Jeju." A factor analysis of the statements in the survey by item revealed that there were three factors that constituted the public image of the JDC - 'business professionalism', 'social reliability' and 'social contribution.' The factor that obtained the most positive evaluation in a correlation matrix analysis of the three was 'business professionalism', while the factor most related to a negative image was 'social contribution'. Jeju citizens cited 'the overseas internship program for college students in Jeju' as a priority project in the field of social contribution. This indicates that Jeju citizens realize the importance of internationalized and global manpower on Jeju Island, which aims to become a free international city.

As stated above, Jeju citizens were in general positive about the JDC its development projects and public welfare activities. In order to improve its image, however, the factors related to a negative image should receive special emphasis. In setting up plans to improve and develop the JDC's image, different strategies that serve different targets should be set up and pursued to maximize their effects.

[부록 : 설문지]

설문지

안녕하십니까?

저는 제주대학교 행정대학원 석사과정에 재학 중인 학생입니다.

이렇게 설문에 응해 주셔서 감사합니다.

본 조사는 기업이미지를 측정하기 위해 실시하고 있습니다. 주어진 질문들은 정해진 답을 찾고자 하는 것이 아니므로 평소의 생각을 솔직하게 답변해 주시면 됩니다.

응답하신 내용은 오직 본 연구 목적을 위해서만 통계 처리되어 사용될 것임을 약속드립니다. 귀하의 답변 내용은 소중하게 활용될 것입니다.

귀한 시간을 내주신 여러분의 협조에 진심으로 감사드립니다.

2011. 9

제주대학교 행정대학원 언론홍보학과 지도교수 : 고 영 철

제주대학교 행정대학원 언론홍보학과 연구자 : 서 승 모

☎ 010-5626-1194 e-mail : ssm0220@hanmail.net

I. 제주국제자유도시개발센터(JDC)에 대한 질문입니다. 동의하시는 곳에 체크해 주십시오.

1. 귀하께서는 제주국제자유도시개발센터(JDC)에 대해서 얼마나 알고 계십니까?
- ① 매우 잘 알고있다 ② 대체로 알고있다 ③ 보통이다
④ 대체로 모른다 ⑤ 전혀 모른다
2. 귀하께서는 제주국제자유도시개발센터(JDC)는 주로 어떠한 일을 하는 회사라고 생각하시는지 보기 중 하나를 선택해 주십시오.
- ① 관광단지, 휴양단지, 의료단지, 첨단 사업단지 등을 개발하는 기업
② 제주개발에 필요한 국내외자본유치 전담회사
③ 제주도를 해외로 홍보하는 회사
④ 제주도에서 면세점을 운영하는 회사(제주공항과 제주항 등)
⑤ 제주도를 국제자유도시로 만들기 위한 각종 발전 계획 수립 회사
⑥ 기타

아래 내용은 제주국제자유도시개발센터(JDC)에 대한 소개입니다.

- 제주국제자유도시개발센터(JDC)는 국가차원에서 제주특별자치도를 지원하고 개발을 촉진하여 국제자유도시로 건설하기 위해 지난 2002년 5월 설립된 국토해양부 산하 국가 공기업입니다.
- 주요 임무 및 역할은 제주자치도가 추진하고 있는
 - ① 관광, 교육, 의료, 청정1차, 첨단 등 주요사업(핵심사업)을 개발하고,
 - ② 국제자유도시 건설을 위한 투자유치활동과 홍보마케팅,
 - ③ 개발 사업에 필요한 자금 마련을 위한 제주공항 및 제주항 면세점 운영,
 - ④ 도민소득향상 및 국제화를 위한 지원사업을 추진하여 제주자치도와 국가 발전에 기여.

Ⅱ. 아래 보기는 제주도를 국제자유도시로 탈바꿈하기 위해 제주국제자유도시개발센터(JDC)가 추진하고 있는 개발사업(핵심사업)입니다. 보기를 읽고 답해 주시기 바랍니다.

	개발사업명	사업목적
영어 교육 도시		세계 명문학교를 유치하여 해외 유학 수요를 제주로 흡수하고 외화유출을 막는 대한민국 영어교육 중심지를 만드는 사업입니다
헬스 케어 타운		관광(휴양)과 의료, 연구개발 등을 연계, 의료관광객 유치와 의료산업 발전을 위한 의료복합단지를 조성하는 사업입니다
첨단 과학 기술 단지		제주만의 다양한 환경을 이용, 첨단 IT·BT 기업 유치를 통해 기업의 발전은 물론 고용창출 및 지역경제 활성화를 위한 산업단지 조성 사업입니다
신화 역사 공원		제주 및 세계 각국의 문화와 역사·신화 그리고 영화 등을 체험할 수 있는 테마파크 리조트 조성사업입니다
서귀 포 관광 미항		서귀포항과 주변지역을 관광미항으로 정비·개발하여 친환경 해양 관광거점지역으로 조성하는 사업입니다.
휴양 형 주거 단지		제주 고유의 청정환경을 활용, 세계 휴양단지를 벤치마킹한 세계적 수준의 고급휴양리조트 단지를 조성하는 사업입니다

3. 아래 각각의 문항에 대해 귀하께서 동의하시는 정도를 (✓)표 해주시기 바랍니다.

문 항	전혀 그렇 지않 다	그 렇 지 않 다	보 통	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1. <u>제주영어교육도시 조성사업</u> 은 제주를 국제자유도시로 만드는데 기여하고 있다	①	②	③	④	⑤
2. <u>헬스케어타운 조성사업</u> 은 제주를 국제자유도시로 만드는데 기여하고 있다	①	②	③	④	⑤
3. <u>첨단과학기술단지 조성사업</u> 은 제주를 국제자유도시로 만드는데 기여하고 있다.	①	②	③	④	⑤
4. <u>신화·역사공원 조성사업</u> 은 제주를 국제자유도시로 만드는데 기여하고 있다	①	②	③	④	⑤
5. <u>서귀포 관광미항 조성사업</u> 은 제주를 국제자유도시로 만드는데 기여하고 있다	①	②	③	④	⑤
6. <u>휴양형 주거단지 조성사업</u> 은 제주를 국제자유도시로 만드는데 기여하고 있다	①	②	③	④	⑤

4. 아래 각각의 문항에 대해 귀하의 생각을 해당란에 (✓)표 해주시기 바랍니다.

문 항	전혀 그렇 지않 다	그 렇 지 않 다	보 통	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1. <u>제주영어교육도시 조성사업</u> 은 제주국제자유도시 개발센터 설립목적에 어울리는 사업이다	①	②	③	④	⑤
2. <u>헬스케어타운 조성사업</u> 은 제주국제자유도시 개발센터 설립목적에 어울리는 사업이다	①	②	③	④	⑤
3. <u>첨단과학기술단지 조성사업</u> 은 제주국제자유도시 개발센터 설립목적에 어울리는 사업이다	①	②	③	④	⑤
4. <u>신화·역사공원 조성사업</u> 은 제주국제자유도시 개발센터 설립목적에 어울리는 사업이다	①	②	③	④	⑤
5. <u>서귀포 관광미항 조성사업</u> 은 제주국제자유도시 개발센터 설립목적에 어울리는 사업이다	①	②	③	④	⑤
6. <u>휴양형 주거단지 조성사업</u> 은 제주국제자유도시 개발센터 설립목적에 어울리는 사업이다	①	②	③	④	⑤
7. <u>쇼핑아울렛 조성사업</u> 은 제주국제자유도시 개발센터 설립목적에 어울리는 사업이다	①	②	③	④	⑤
8. <u>제주경빙장 조성사업</u> 은 제주국제자유도시 개발센터 설립목적에 어울리는 사업이다	①	②	③	④	⑤
9. <u>생태공원 조성사업</u> 은 제주국제자유도시 개발센터 설립목적에 어울리는 사업이다	①	②	③	④	⑤

5. 제주도를 국제자유도시로 만들기 위해서 우선 추진해야 할 사업은 무엇이라 생각하시는지요. 아래 항목 가운데 3가지만 골라 그 순위를 기입해 주십시오.

1순위()	2순위()	3순위()
① 제주영어교육도시 조성	② 헬스케어타운 조성	③ 첨단과학기술단지 조성
④ 신화·역사공원 조성	⑤ 서귀포관광미항 조성	⑥ 휴양형 주거단지 조성
⑦ 쇼핑아울렛 조성	⑧ 제주경빙장 조성	⑨ 생태공원 조성

Ⅲ. 아래 내용은 제주국제자유도시개발센터(JDC)에서 지역사회 발전(인재육성/사회복지/환경보호)에 기여하기 위해 추진하고 있는 사회공헌활동 내역입니다. 보기를 읽으신 후 질문에 답하여 주시기 바랍니다.

○ 글로벌 제주건설(인재육성)

사업명	사업내용
글로벌아카데미 강좌	도내 청소년, 대학생, 일반인 등을 대상으로 국제화 마인드를 심어주기 위한 교양 강좌 프로그램입니다
도내 대학생 해외 인턴십	도내 대학생들의 해외어학연수, 인턴십 과정을 통해 리더십함양 및 국제적 마인드와 경쟁력을 갖춘 글로벌 핵심인재 육성 프로그램입니다
JDC 사랑나눔 영어캠프	도내 저소득층 및 농어촌 청소년을 대상으로 영어캠프 프로그램 운영하여 인재육성에 기여하고자하는 사업입니다
장애인 글로벌 체육인재 육성	도내 우수한 자질을 갖추고 있는 장애체육인을 선정하여 훈련비 지원으로 체육인재 육성 지원사업입니다
국제자유도시 꿈나무 교육교재 발간 지원	제주국제자유도시에 대한 내용이 포함된 초등생 교육교재 발간을 지원하는 사업입니다
국제화 논술대회 및 NIE 공모전	청소년들의 창의적인 사고력과 종합적인 분석력 배양으로 글로벌 인재 육성을 위한 사업입니다

○ 소외계층지원(사회복지)

사업명	사업내용
사랑의 집짓기	지역아동센터 등 아동복지 시설 리모델링 사업입니다
건강제주 의치 보철사업	의치보철 정부지원 사각지대에 속해 있는 저소득층의 기초 건강 증진을 위한 지원사업입니다
장애인 생산품 판로지원	장애인 생산품 판로 확대를 위해 장애인의 경제적으로 자립할 수 있도록 지원하는 사업입니다

○ 녹색제주 조성(환경보호)

사업명	사업내용
가파도 푸른 숲 가꾸기	제주도 자연환경 보존을 위해 가파도에 해송을 심는 사업입니다

6. 아래 각각의 문항에 대해 귀하께서 동의하시는 정도를 (✓)표 해주시기 바랍니다.

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 글로벌 아카데미 강좌는 지역사회발전에 기여 하고 있다	①	②	③	④	⑤
2. 도내 대학생 해외 인턴십프로그램은 지역사회발전에 기여 하고있다	①	②	③	④	⑤
3. JDC 사랑나눔 영어캠프는 지역사회발전에 기여를 하고 있다	①	②	③	④	⑤
4. 장애인글로벌 체육인재 양성은 지역사회발전에 기여 하고있다	①	②	③	④	⑤
5. 국제자유도시 꿈나무교재 발간지원은 지역사회발전에 기여하고있다	①	②	③	④	⑤
6. 국제화 논술대회 및 NIE 공모전은 지역사회발전에 기여하고 있다	①	②	③	④	⑤
7. 사랑의 집짓기 사업은 지역사회발전에 기여를 하고 있다	①	②	③	④	⑤
8. 건강제주 의치 보철 사업은 지역사회발전에 기여를 하고 있다	①	②	③	④	⑤
9. 장애인 생산품 판로지원은 지역사회발전에 기여를 하고 있다	①	②	③	④	⑤
10. 가파도 푸른숲 가꾸기는 지역사회발전에 기여를 하고 있다	①	②	③	④	⑤

7. 아래 각각의 문항에 대해 귀하의 생각을 해당란에 (✓)표 해주시기 바랍니다.

문 항	전혀 그렇 지않 다	그렇 지않 다	보통	그렇 다	매우 그렇 다
1. 글로벌 아카데미 강좌 는 지역사회발전을 위해 필요한 사업이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤
2. 도내 대학생 해외 인턴십프로그램 은 지역사회발전을 위해 필요한 사업이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤
3. JDC 사랑나눔 영어캠프 는 지역사회발전을 위해 필요한 사업이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤
4. 장애인글로벌 체육인재 양성 은 지역사회발전을 위해 필요한 사업이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤
5. 국제자유도시 꿈나무교재 발간지원 은 지역사회발전을 위해 필요한 사업이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤
6. 국제화 논술대회 및 NIE 공모전 은 지역사회발전을 위해 필요한 사업이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤
7. 사랑의 집짓기 사업 은 지역사회발전을 위해 필요한 사업이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤
8. 건강제주 의치 보철 사업 은 지역사회발전을 위해 필요한 사업이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤
9. 장애인 생산품 판로지원 은 지역사회발전을 위해 필요한 사업이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤
10. 가파도 푸른숲 가꾸기 는 지역사회발전을 위해 필요한 사업이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤

8. 제주지역사회 발전을 위해 우선 추진해야 할 사업은 무엇이라 생각하시는지요.
아래 항목 가운데 3가지만 골라 그 순위를 기입해 주십시오.

1순위()	2순위()	3순위()
---------------------------	---------------------------	---------------------------

- ① 글로벌 아카데미 강좌 ② 도내 대학생 해외인턴십 프로그램
- ③ JDC 사랑나눔영어캠프 ④ 장애인글로벌 체육인재 양성
- ⑤ 국제자유도시꿈나무교재 발간 지원 ⑥ 국제화 논술대회 및 NIE 공모전
- ⑦ 사랑의 집짓기 사업 ⑧ 건강제주 의치보철사업
- ⑨ 장애인 생산품 판로지원 ⑩ 가파도 푸른숲 가꾸기

IV. 다음은 제주국제자유도시개발센터(JDC) 이미지에 대한 질문입니다.

9. 귀하께서는 제주국제자유도시개발센터(JDC) 대해 어떠한 생각을 가지고 계신지요?
 각 각의 문항에 대해 귀하의 동의정도를 해당란에 (✓)해 주시기 바랍니다

문 항	전혀 아니 다	아니 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 국가 경제 발전에 기여하는 기업이다	①	②	③	④	⑤
2. 제주도 경제 발전에 기여하는 기업이다	①	②	③	④	⑤
3. 제주도 개발을 전담하는 기업이다	①	②	③	④	⑤
4. 투자유치를 전문으로 하는 기업이다	①	②	③	④	⑤
5. 부동산 분양·임대를 전문으로 하는 기업이다	①	②	③	④	⑤
6. 제주도 의료산업 발전에 기여하는 기업이다	①	②	③	④	⑤
7. 제주도 교육산업 발전에 기여하는 기업이다	①	②	③	④	⑤
8. 제주도 첨단산업 발전에 기여하는 기업이다	①	②	③	④	⑤
9. 제주도 관광산업 발전에 기여하는 기업이다	①	②	③	④	⑤
10. 제주도의 자연환경을 파괴하는 기업이다	①	②	③	④	⑤
11. 제주도를 국내·외에 홍보하는 기업이다	①	②	③	④	⑤
12. 제주도 내 글로벌 인재 육성에 앞장서는 기업이다	①	②	③	④	⑤
13. 제주도 내 자연환경 보호에 앞장서는 기업이다	①	②	③	④	⑤
14. 제주도 내 소외계층 삶의 질 향상을 위해 노력하는 기업이다	①	②	③	④	⑤
15. 제주도민의 글로벌 마인드 함양에 앞장서는 기업이다	①	②	③	④	⑤
16. 제주지역 장애인 체육인재 육성에 앞장서는 기업이다	①	②	③	④	⑤
17. 변화와 혁신에 앞장서는 기업이다	①	②	③	④	⑤
18. 제주도민에게 신뢰감을 주는 기업이다	①	②	③	④	⑤
19. 국제적 경쟁력을 갖춘 기업이다	①	②	③	④	⑤
20. 합리적인 기업이다	①	②	③	④	⑤
21. 호감이 가는 기업이다	①	②	③	④	⑤
22. 제주공항에서 면세품을 판매하는 기업이다	①	②	③	④	⑤

V. 마지막으로 통계 처리를 위한 질문입니다. 다음의 항목에 대하여 답하여 주시기 바랍니다.

10. 귀하의 성별은 무엇입니까?
 ① 남성 ② 여성
11. 귀하의 연령을 선택하여 주십시오.
 ① 20~29세 ② 30~39세 ③ 40~49세 ④ 50~59세 ⑤ 60세 이상
12. 귀하의 최종학력을 선택해 주십시오.
 ① 중졸이하 ② 고졸 ③ 대졸 ④ 대학원(재학포함) 이상
13. 귀하의 직업을 선택해 주십시오.
 ① 학생(대학/대학원생) ② 사무직 ③ 서비스직/판매직 ④ 전문직
 ⑤ 공무원 ⑥ 자영업 ⑦ 농,수산업 ⑧ 전업주부 ⑨ 기타
14. 귀하의 거주 지역을 선택해 주십시오.
 ① 제주도 ② 서귀포시
15. 귀하가 속한 세대 전체의 한 달 평균 소득은 대략 얼마입니까?
 ① 99만원 이하 ② 100만원~199만원 ③ 200만원~299만원
 ④ 300만원~399만원 ⑤ 400만원~499만원 ⑥ 500만원~599만원
 ⑦ 600만원~699만원 ⑧ 700만원~799만원 ⑨ 800만원 이상
16. 귀하께서는 제주지역에서 일어나는 중요한 뉴스나 정보를 주로 어떤 매체를 통해 얻고 계십니까? 아래 매체 중 한 가지만 골라 (✓)해 주십시오.

구분	매체명
TV	① KBS ② MBC ③ JIBS ④ KCTV
라디오	① KBS 라디오 ② MBC 라디오 ③ JIBS 라디오 ④ CBS 라디오 ⑤ 제주극동방송
일간신문	① 제민일보 ② 제주일보 ③ 한라일보 ④ 제주매일
인터넷신문	① 제주의소리 ② 제주투데이 ③ 미디어제주 ④ 이슈제주 ⑤ 제주포커스 ⑥ 제주인터넷신문 ⑦ 기타()
기타	()

♣ 설문에 응해 주셔서 대단히 감사합니다. ♣