

# 포항시 브랜드 인지도 전화설문조사

2011. 12.

## 제 출 문

포항시청 肅中

---

본 보고서를 포항시에서 우리 연구원에 의뢰한 『포항시 브랜드 인지도 전화설문조사』의 최종 보고서로 제출합니다.

2011년 12월

(재)한국산업평가연구원  
이사장 행정학박사 이 중 화

---

# 목 차

## I. 조사의 개요

1. 조사의 배경 및 목적 .....	1
2. 조사의 수행 절차 .....	2
3. 조사 설계(Research Design) .....	3
4. 주요 조사 내용 .....	3
5. 조사원 선발 및 실사 진행 .....	4
6. 만족도 조사 분석의 체계 .....	6
7. 포트폴리오 분석 실시 .....	8
8. 응답자 특성 .....	10

## II. 조사연구결과

1. 종합 만족도 .....	11
2. 지역별 분석 .....	22
1) 서울 .....	22
2) 인천 .....	27
3) 부산 .....	32
4) 울산 .....	37
5) 대구 .....	42
6) 광주 .....	47
7) 대전 .....	52

## III. 결론 및 제언

1. 결론 .....	57
2. 제언 .....	61

## 부록(조사표)



## I. 조사의 개요

### I. 조사의 개요

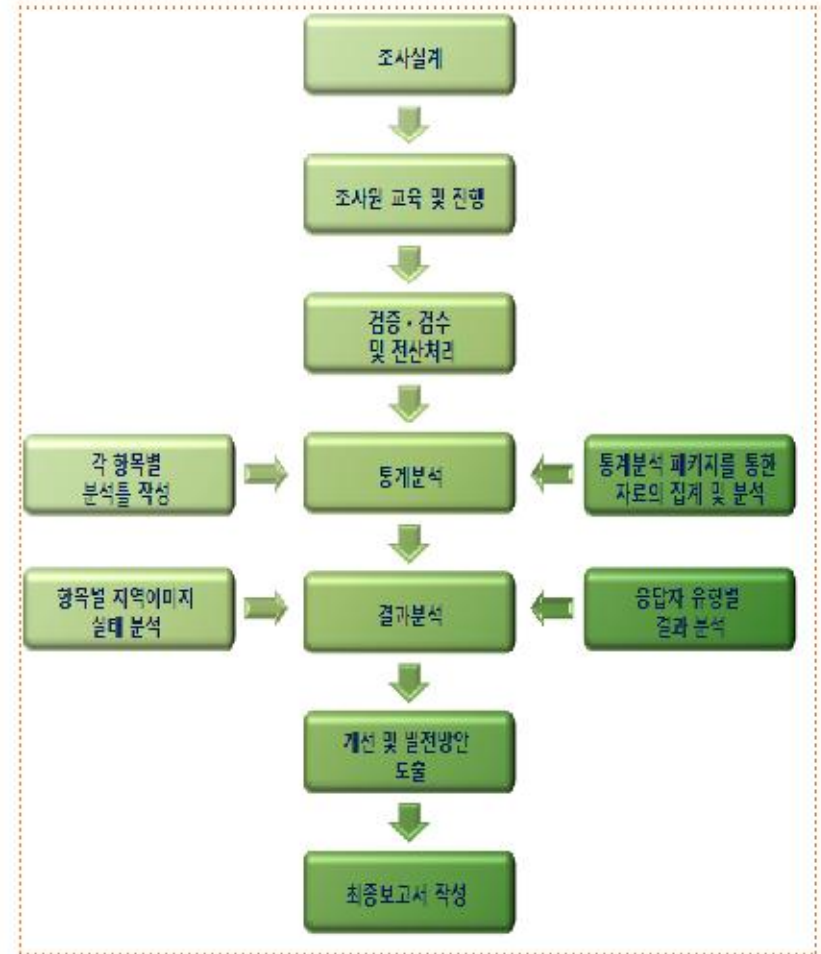
#### 1. 조사의 배경 및 목적

- 각종 행사 및 관광객 유치로 많은 내·외국인이 방문할 것으로 예상됨에 따라, 포항 이미지를 적극적으로 인식시켜 국제화도시, 일류도시로 도약할 기회로 삼을 필요성이 있음.
- 이에 서울특별시와 6대 광역시 지역민들이 보는 포항시 지역 이미지 인식 및 실태를 조사하여 밝고 활기찬 포항 이미지 조성 및 조직 내부 혁신을 위한 자료로 활용코자 함.



### 2. 조사의 수행 절차

포항시 브랜드 인지도 조사 흐름도



### 3. 조사 설계(Research Design)

구분	내 용
조사대상	서울특별시, 6대 광역권의 성인
조사구분	- 세 출 : 100표본 - 인 천 : 100표본 - 부 산 : 100표본 - 울 산 : 100표본 - 대 구 : 100표본 - 영 주 : 100표본 - 대 전 : 100표본
표본오차	95% 신뢰수준에서 표본오차 ± 3.7% point
조사규모	유효표본 700명
표본추출	전화번호부를 이용한 체계적 표본추출 (Systematic Sampling)
조사도구	구조화된 설문지(Structured Questionnaire)
조사방법	전화조사(Telephone Survey)
조사일시	2011년 11월 22일부터 11월 25일까지

### 4. 주요 조사 내용

구분	세 부 명 목
포항의 브랜드	1. 존재감(presence): 포항 방문 경험 및 포항의 인지 정도 2. 장소(place): 포항의 살기 좋은 도시의 정도 3. 잠재력(potential): 포항의 성장 가능성 4. 생동감(pulse): 포항의 매력정도 5. 인격자질(people): 포항 시민들의 친절 및 개방성 6. 도시 인프라(prequisites): 포항의 기본적 도시시설 정도
포항의 인식	7. 포항의 대표 이미지 7-1. 대표 이미지에 대한 느낌 7-2. 이유
브랜드 가치제고	8. 포항 방문(거주)시 요인 9. 포항의 가치와 경쟁력 제고를 위한 필요 요인
전반적 만족도	10. 포항에 대한 전반적 느낌이나 이미지 만족도

### 5. 조사원 선발 및 실사 진행

#### 1) 조사원 선발 및 교육

- 도시 인지도 조사 경험이 있는 조사원을 선발하여 실사팀을 구성함. 선발된 조사원에 대해서는 조사의 목적과 내용 및 대상에 대한 정규 교육을 실시하며, 총원되는 조사원에 대해서도 동일한 내용의 수시 교육을 개별적으로 실시함.

#### 2) 실사진행 및 감독

- 교육과정을 완료한 조사원에 대해서는 실습면접을 수행하게 한 후 결과를 평가하여 B등급 이상의 조사원만 투입하고 나머지는 재교육을 실시함.
- 조사원은 소속 실사팀장이 관리 및 감독하며 실사팀장은 실사감독원과 담당 연구진이 관리 및 감독함.

#### 3) 검증 및 검수

- 불성실 응답설문 또는 불량 자료를 체크하기 위하여 회수된 설문 중 무작위로 20%이상을 추출하여 전문 검증원에 의해 전화 검증을 실시하며 검증 내용은 인구 통계적 변인 및 임의로 추출된 문항에 대해 응답 사실 여부를 확인함.
- 검증결과 불량 자료로 판명된 자료에 대해서는 해당 조사원이 수행한 설문지 전수를 폐기하고 타 조사원에 의해 재조사가 진행됨. 검증된 설문의 Error에 대한 검수내용의 일관성, 누락된 문항 등 Logic은 전문 검수원에 의해 실시되며, 검수결과 불충분 자료는 전화로 재질문하여 보완함.

## 4) 자료처리 및 집계

- 검수된 설문지의 개방형 질문은 부호화하여 인덱스 정리를 하며, 코딩이 완료된 자료는 입력요원에 의해 전산 입력되어 전산처리가 가능하도록 DB화 함.
- 입력된 자료는 전산담당 연구원에 의해서 전산 처리되며, 이 과정에서 교차 확인 등을 통해 발견된 입력 오류는 설문지와 비교 확인 후 수정함. 전산담당 연구원은 통계분석 패키지인 SPSS와 Excel을 이용하여 자료를 집계하고 통계 분석함.



## 6. 만족도 조사 분석의 체계

## 1) 중요도 및 만족도 분석

## 가. 항목별 만족도와 중요도

- 항목만족도는 설문지의 항목별 응답비율을 100점 만점으로 환산한 점수.

$$\begin{aligned} \times \text{항목만족도} &= (\text{"매우 그렇다"} \text{ 응답비율} \times 100) \\ &+ (\text{"그런 편이다"} \text{ 응답비율} \times 75) \\ &+ (\text{"보통"} \text{ 응답비율} \times 50) \\ &+ (\text{"그렇지 않은 편이다"} \text{ 응답비율} \times 25) \\ &+ (\text{"전혀 그렇지 않다"} \text{ 응답비율} \times 0) \end{aligned}$$

- 항목중요도는 해당 차원을 구성하고 있는 각 항목이 해당 차원 내에서 얼마만큼 중요한지를 설문조사한 설문비율(%)을 말함. 예컨대 100에서 차지하는 비중이 클수록 중요도가 높은 것이고 비중이 낮을수록 중요도가 낮은 것임.
- 항목중요도는 각 항목에 대한 중요성 응답비율과 무작위선택비율을 더한 값의 평균값을 말함.

$$\times \text{항목중요도} = (\text{각 항목의 중요성 응답비율} + \text{무작위 선택비율})/2$$

## 나. 체감만족도

- 체감만족도는 평가 대상 도시가 제공하는 각 부문 요소의 전반에 대해 타 지역민들이 느끼는 체감만족도를 말함.
- 체감만족도는 설문지의 차원이나 부문의 체감만족도 측정 응답비율을 100점 만점으로 환산한 점수임.

- ※ 체감만족도 = (“매우 좋다” 응답비율 × 100 )  
 + (“좋은 편이다” 응답비율 × 75 )  
 + (“보통” 응답비율 × 50 )  
 + (“나쁜 편이다” 응답비율 × 25 )  
 + (“매우 나쁘다” 응답비율 × 0 )

**다. 종합만족도**

- 항목 만족도와 체감 만족도 합계의 평균값을 말함.

※ 종합만족도 = (항목 만족도 + 체감 만족도) / 2

**2) 만족도의 해석**

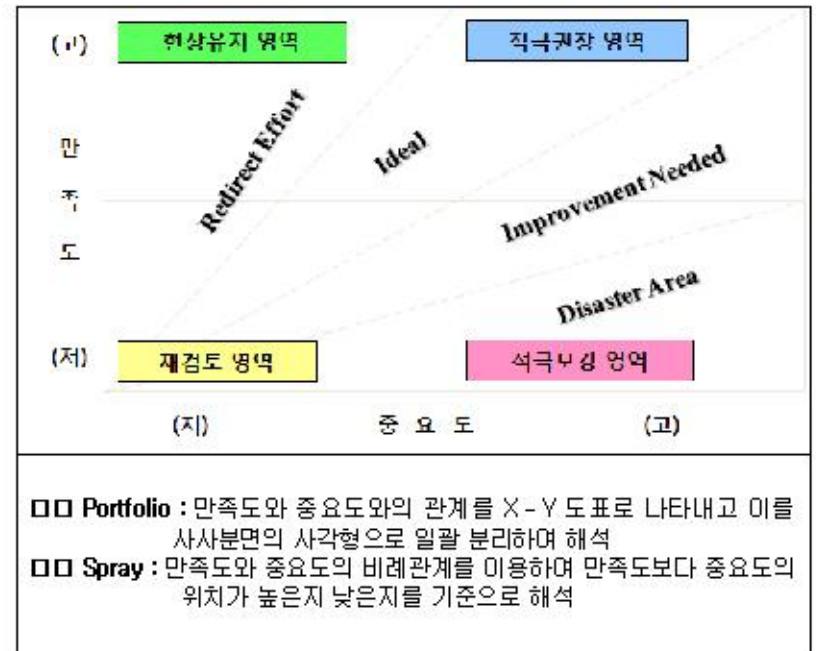
- 100점 만점으로 환산한 만족도지수는 50점을 기준으로 100점으로 갈수록 만족도가 높은 것을 말하며, 0점으로 갈수록 만족도가 낮은 것을 말함.
- 본 조사에서는 0점~100점에 걸친 구간별 만족도지수의 해석을 다음과 같이 함.



**7. 포트폴리오 분석 실시**

**1) Portfolio 분석방법**

- 도시만족 항목을 구성하는 요소들에 대해 타 지역민들이 평가한 중요도와 만족도 관계를 뚜렷이 나타냄으로써 향후 지향해야할 만족도 제고 활동의 전략적 방법을 보다 쉽게 제시함.
- 만족도는 각 세부항목 만족도에 비중을 곱하여 산출한 결과(세부항목의 만족도에 대한 100점 환산 점수)이며, 중요도는 타 지역민들이 나타낸 응답의 비율과 무작위 선택 확률을 더한 값의 평균값임.



Portfolio Map (IPA : Importance-Performance Analysis)

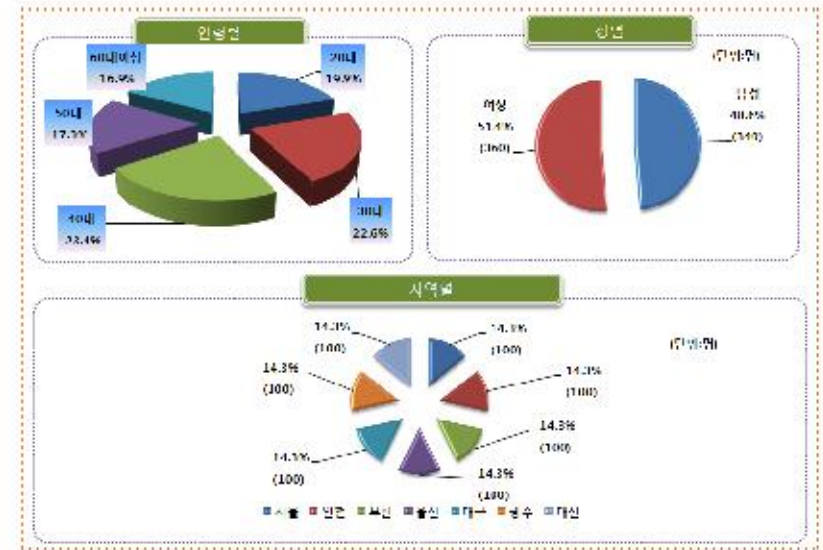


2) Portfolio 분석의 의의 및 해석

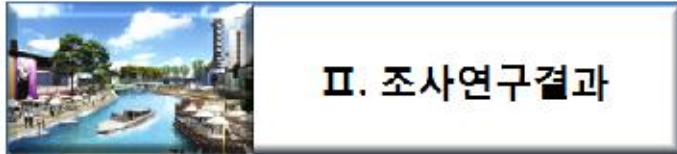
- 각 만족도와 중요도를 고려하여 자원의 효율적 배분, 전략적 시사점을 도출하기 위해 4개 영역으로 나누고, 각 세부항목의 영역 내 위치를 파악해 의미를 해석함.
- 각 영역별 의미해석

구 분	영역명칭	의 미
A영역	유지강화	고객만족도의 유지관리를 위해 지속적인 노력이 요청
B영역	소극적관리	고객만족도의 유지관리 또는 다른 영역으로 자원을 배분
C영역	점진개선	우선순위가 상대적으로 낮음
D영역	중점개선	즉각적인 개선이 필요하며, 고객만족도를 높이기 위해 중점 노력

8. 응답자 특성



구 분	사건수	비율	비 고
성 별	남자	340	48,6%
	여자	360	51,4%
	전계	700	100%
지역별	서울	100	14,3%
	인천	100	14,3%
	부산	100	14,3%
	울산	100	14,3%
	대구	100	14,3%
	광주	100	14,3%
	대전	100	14,3%
	전계	700	100%
	연령별	20대	139
30대		158	22,6
40대		164	23,4
50대		121	17,3
60대 이상		118	16,9
전계		700	100,0
합 계	700	100%	



## II. 조사연구결과

### 1. 종합 만족도

#### 1) 종합평가

○ 포항시 브랜드 인지도 종합점수 : **58.7점**

⇒ 보통 수준임.

[준거]

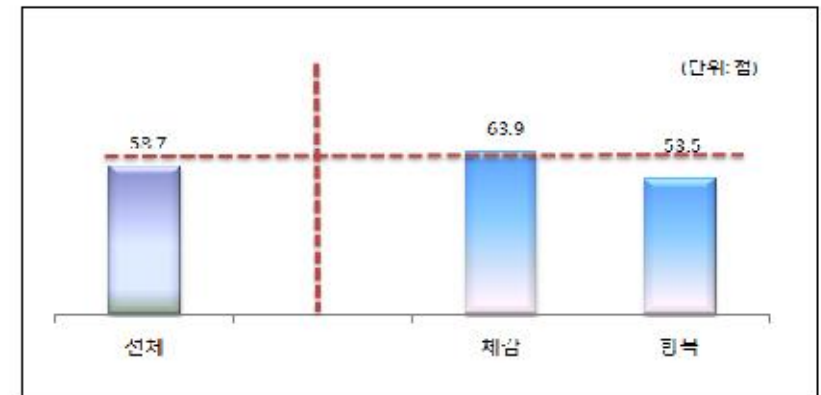
- 20점 미만 : 매우 낮은 수준임
- 20점~39점 : 낮은 수준임
- 40점~59점 : 보통 수준임
- 60점~79점 : 높은 수준임
- 80점 이상 : 매우 높은 수준임

\* 빅분율 및 점수는 소수점 둘째 자리에서 반올림함.

○ 항목 만족도는 53.5점, 체감 만족도는 63.9점임.

체감 만족도가 항목 만족도보다 10.4점 더 높게 나타남.

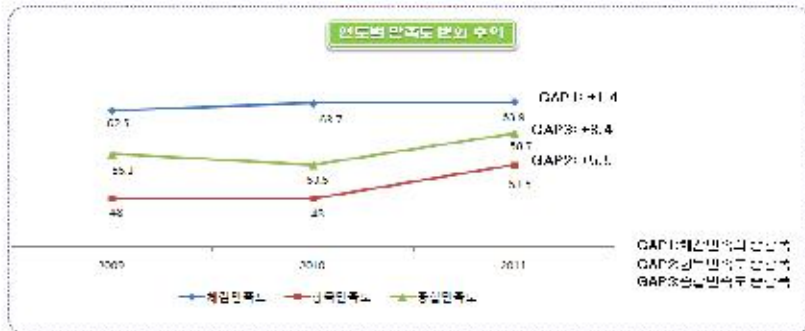
○ 종합만족도 대비, 체감 만족도는 5.2점 더 높은 반면, 항목 만족도는 5.2점 더 낮게 나타남.







- 포항시의 3년간의 종합만족도는 2009년 55.3점에서 2010년 55.9점, 2011년 58.7점으로 2년간 3.4점이 높아진 것으로 나타났으며, 대구와 광주를 제외한 5개 광역시의 종합만족도가 소폭 상승한 것으로 해석됨.
- 각 광역시별로 살펴보면, 울산의 종합만족도가 2년간 10.8점이 올라 가장 높은 상승폭을 기록했으며, 인천의 경우 2010년 종합만족도가 45점으로 51.7점이었던 2009년에 비해 6.7점 가량 하락했다가 2011년에 다시 11.9점가량 상승하며 가장 큰 등락폭을 보임



- 포항시의 3년간의 체감만족도, 항목만족도, 종합만족도 추이를 살펴보면 체감만족도가 1.4점 증가, 항목만족도가 5.5점 증가함으로 인해서 종합만족도가 3.4점 증가함. 종합만족도를 향상시킨 요인 중 항목만족도의 만족도 증가가 큰 영향을 미침 것으로 판단됨.

2) 지역별 분석

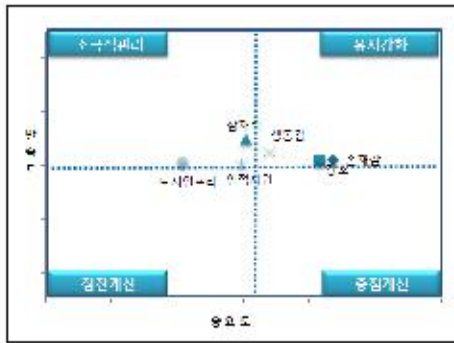
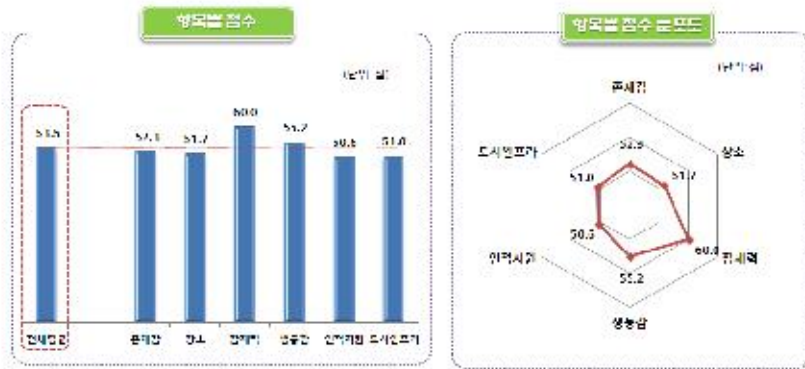
- 각 지역 응답자별로 살펴보면, 대구가 62.7점으로 가장 높게 나타났으며, 부산 61.6점, 울산 61.5점 순으로 분석 됨.
- 광주 지역 응답자가 52.1점으로 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났으며, 이는 지역감정이 어느 정도 작용한 것으로 사료됨



NO.	구분	체감만족도	공공만족도	종합만족도
1	서울	63.5	51.7	57.6
2	인천	65.5	48.3	56.9
3	부산	64.3	59.0	61.6
4	울산	64.8	58.3	61.5
5	대구	66.5	58.9	62.7
6	광주	59.5	45.5	52.5
7	대전	63.3	52.5	57.9
전체 평균		63.9	53.5	58.7

3) 항목별 분석

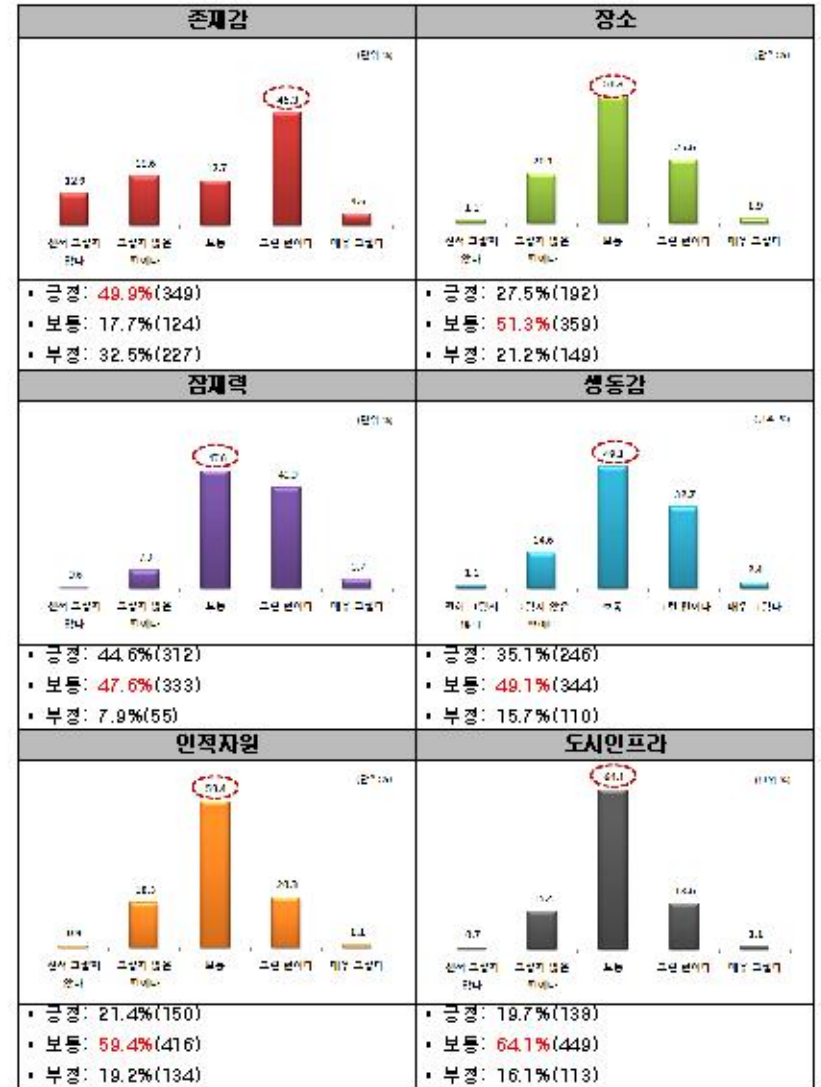
- 항목별 만족도 평균 : **53.5점**
- **잠재력이 60.0점**으로 가장 높으며, **생동감 55.2점, 존재감 52.3점** 순으로 나타남.



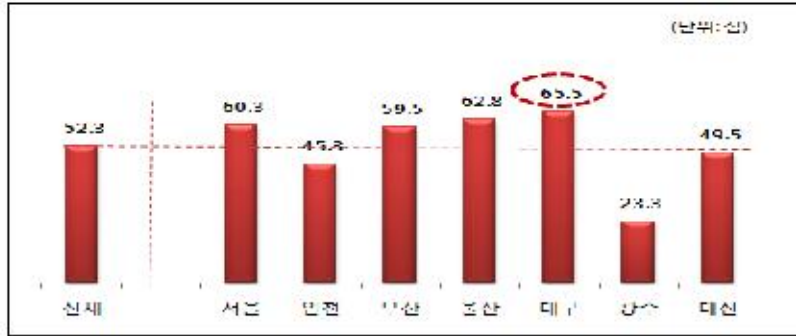
- **소극적 권려**  
- 잠재력, 도시인프라, 인적 자원
- **유지경로**  
- 생동감, 장소, 존재감

항목	존재감	장소	잠재력	생동감	인적자원	도시인프라
평균(점)	52.3	51.7	60.0	55.2	50.6	51.0

- 각 항목별 빈도를 “**긍정적**”(매우 그렇다, 그런 편이다), “**보통**”, “**부정적**”(그렇지 않은 편이다, 전혀 그렇지 않다) 세 가지 영역으로 구분



(1) 존재감



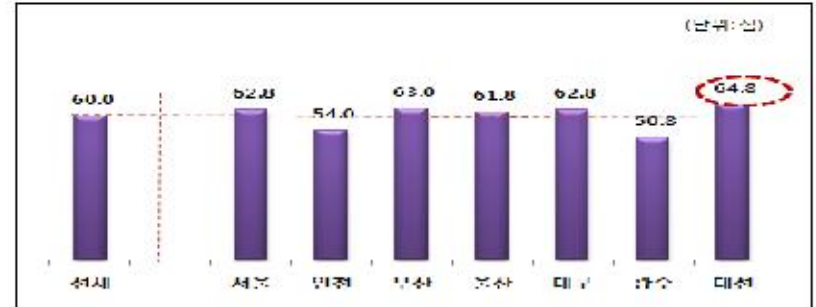
- 포항시의 “방문경험 및 알고 있다”에 대해 대구지역 응답자가 65.5점으로 가장 높게 평가하였고, 울산 62.8점, 서울 60.3점 순으로 나타났으며, 광주가 23.3점으로 가장 낮게 나타남.
- 주로 인근지역의 응답자가 잘 알거나, 방문한 경험이 있는 것으로 분석됨.

(2) 장소



- 포항시가 “살기 좋은 도시이다”에 대해 대구지역 응답자가 61.3점으로 가장 높게 평가하였고, 울산 55.3점, 부산 54.8점 순으로 분석됨.
- 반면에 서울이 44.0점으로 가장 낮게 평가함.

(3) 잠재력



- 포항시가 “성장가능성이 큰 도시이다”에 대해 대전지역 응답자가 64.8점으로 가장 높게 평가하였고, 부산 63.0점, 대구와 서울이 62.8점 순으로 분석됨.
- 인근지역이 아닌 대전이 최고점인 이유는 같은 첨단산업도시로서의 인식 때문인 것으로 사료됨.

(4) 행동감



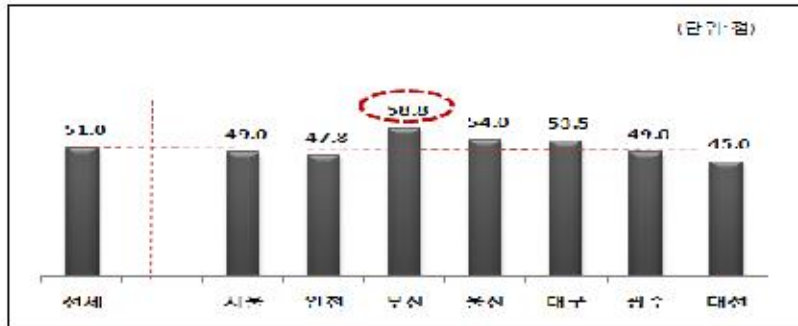
- 포항시는 “볼거리, 먹을거리, 즐길거리가 많은 매력적인 도시이다”에 대해 부산지역 응답자가 62.8점으로 가장 높게 평가하였고, 대구 59.5점, 울산 58.8점 순으로 분석됨.
- 포항 인근 광역시가 아닌 곳에서는 평균 점수 이하로 나타남.

(5) 인적자원



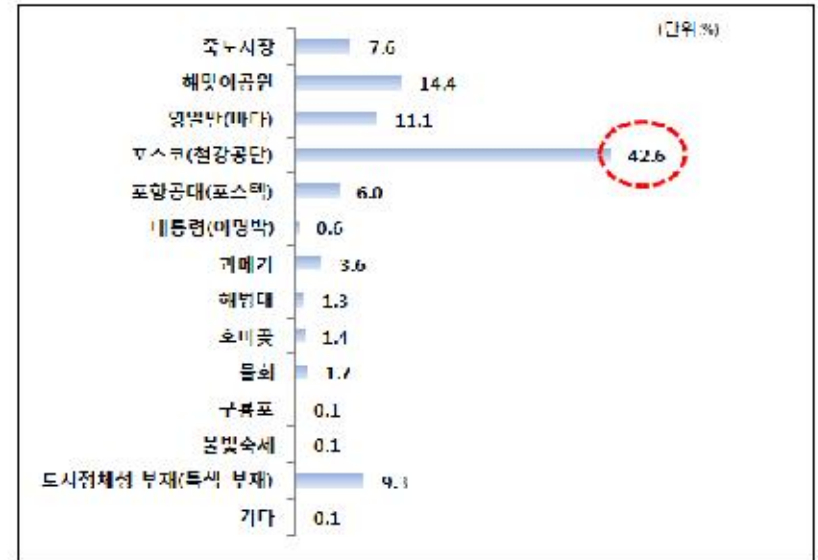
- “포항 시민들은 친절하고 개방적이다”에 대해 울산지역 응답자가 57.3점으로 가장 높게 평가하였고, 부산 55.5점, 대구 51.0점 순으로 분석됨.
- 서울은 45.3점으로 타 지역 응답자에 비해 다소 낮게 평가한 것으로 나타남.

(6) 도시인프라



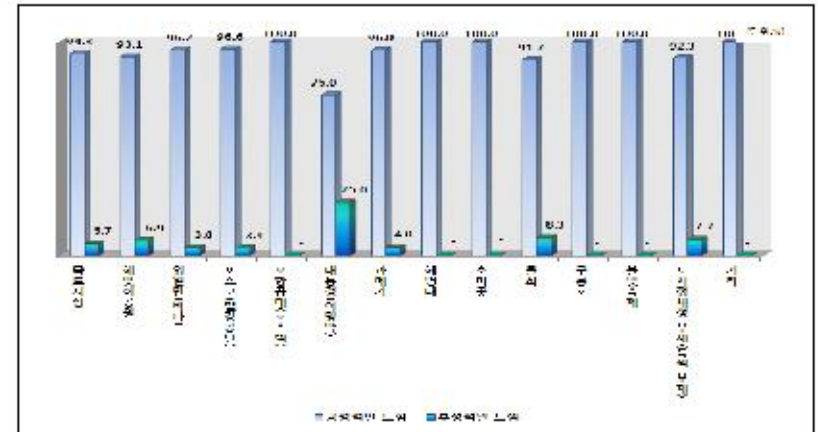
- 포항시는 “교통, 교육, 의료 등 기본적인 시설이 잘 갖추어져 있다”에 대해 부산지역 응답자가 58.8점으로 가장 높게 평가하였고, 울산 54.0점, 대구 53.5점 순으로 분석됨.
- 대전은 45.0점으로 타지역 응답자에 비해 상대적으로 낮게 평가하고 있는 것으로 나타남.

(7) 포항의 대표이미지



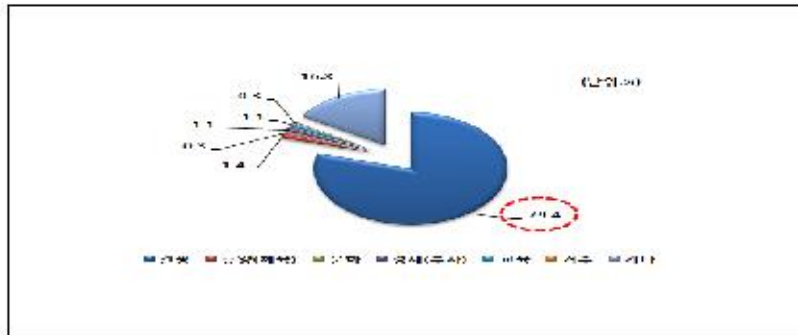
- 포항시의 대표이미지로는 포스코(철강공단)가 42.6%로 가장 높게 나타났으며, 해맞이공원 14.4%, 영일만(바다) 11.1% 순으로 나타남.

(8) 대표이미지에 대한 느낌



- 포항시의 대표이미지에 대한 느낌은 전반적으로 긍정적인 것으로 나타남. 주요 상가요인들에 대한 이유는 포스코는 긍정적인 요인으로 세계적으로 유명한 기업, 지역발전에 기여, 방문경험 등이 있었으며 부정적인 요인으로는 환경오염에 관한 우려등이 있음.
- 호미곶에 관한 긍정적인 요인은 바닷가 여행, 방문경험, 꾸준한 미디어에 의한 노출, 해맞이 행사, 경치 등이 있었으며 부정적인 요인으로는 방문 후에 불만족 했다는 응답이 있음.
- 죽도시장에 관한 긍정적인 요인으로는 유명한 재래 어시장, 저렴한 가격, 여행지등이 있었으며 부정적인 요인으로는 교통체증에 관한 응답이 있음.
- 그 외 과메기에 관한 긍정적인 요인으로는 유명한 특산품, 구매경험 등이 있었으며, 부정적인 요인으로는 개인적으로 싫어한다는 응답이 있음. 또한 구룡포에 관한 긍정적인 요인으로는 방문 후 만족, 방문희망 등이 있었으며 영일만의 경우 바닷가, 지리적 인접성, 방문경험, 먹을거리 등의 긍정적인 요인이 있음.

**(9) 포항의 향후 방문(거주) 요인**



- 포항시의 향후방문(거주)요인으로는 기타를 제외한 관광이 79.4%로 다른 요인에 비해 월등히 높게 나타났으며, 휴양(체육) 1.4%, 경제(투자), 교육이 1.1% 순으로 나타남.

**(10) 포항의 가치 및 경쟁력 제고 요인**

순위	요인	내용	응답자 수	비율
1	교통	고속망 확충 및 도로포장, 이경리철도, 교통체증 완화, 누선버스 정비, 교통관리시설 확충, 지하철 개통	58	22.1
2	문화/레저	관광도시라는 인기에 반해 포항에 대한 전반적 정보 부족	43	16.3
3	관광	바닷길, 영유권, 각종과 유공사도 숙박시설 확충 및 관광객용 당 선유기, 등거리 확충	39	14.8
4	환경개선	5기 오담 및 도시환경 개선, 녹지인근 조성, 해안가 및 바다시설의 정밀형, 기묘성, 리빙터공관 조성, 바닷가 수질 개선	20	7.6
5	시각의식고취	시민의식 고취 및 도시상업 환경성, 바가지 요금, 산업기	17	6.5
6	문화개선	바다 및 놀이시설, 문화시설 확충, 공연 및 경시시설 및 환경 정화	16	6.1
7	교육	교육시설 확충 및 취업연계, 국제학교 설립, 구비인프라 구축	14	5.3
8	산업단지개발	대기업 유치 및 산업단지 개발, 포스코 본진 및 다른 제반산업 발전	12	4.6
8	죽도시장개선	값싸고 질 좋은 수산물 제공 및 주변환경 및 도로 여건, 주차 시설, 위생 개선	12	4.6
9	도시계획	개발 및 계획된 도시 치매 조성	9	3.4
10	시설부족	노인요양 시설 부족, 편의시설 부족	8	3.0
11	이미지개선	기존 및 원천도시 이미지에 대해 탈고하여 새로운 이미지로 부각, 이미지에 비해 도시발전 미진	7	2.7
12	투거리	공정관 역거리, 회 특산화	5	1.1
13	기업및공공유치	대형한 기업 및 공단 유치를 통한 발전 및 연구 증가	2	0.8
14	신형발전	신형발전 에너지 다양한 분야의 발전	2	0.8
15	F시도교육	다시두개의 교육 발전	1	0.4

- 총 응답자 521명 중 모름, 무관심, 생각없음(193명), 이유없는 개발 및 발전(35명), 기타(30명)를 제외한 263표본 중,
- 포항시의 가치 및 경쟁력 제고 요인으로는 교통개선이 22.1%(58명)로 가장 높게 나타났으며, 홍보확대 16.3%(43명), 관광 14.8%(39명)순으로 분석됨.

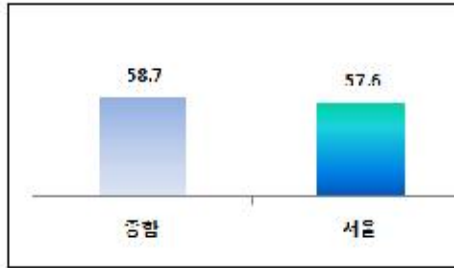
2. 지역별 분석

1. 서울

1) 종합평가

▶ 종합만족도 : 57.6점

▷ Gap : -1.1점



2) 항목별 평가

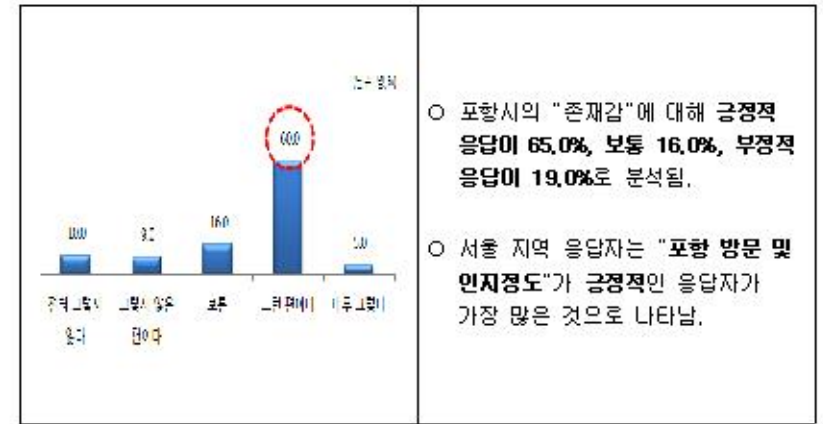


3) 개선요인 분석



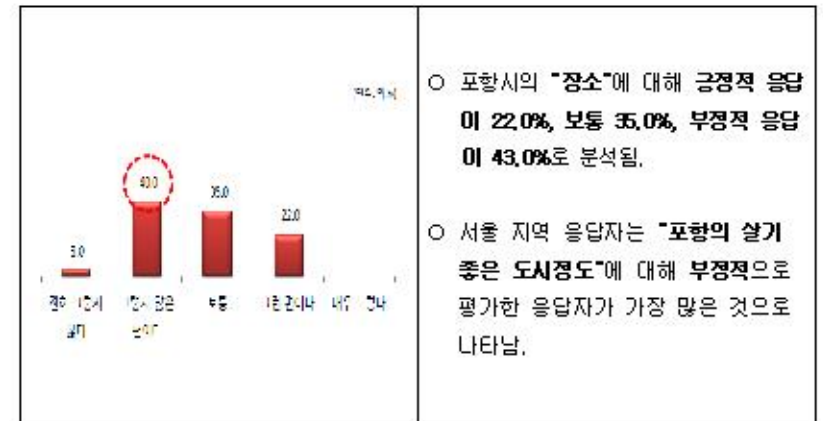
4) 항목별 빈도 분석

(1) 존재감



- 포항시의 "존재감"에 대해 긍정적 응답이 65.0%, 보통 16.0%, 부정적 응답이 19.0%로 분석됨.
- 서울 지역 응답자는 "포항 방문 및 인지정도"가 긍정적인 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(2) 장소



- 포항시의 "장소"에 대해 긍정적 응답이 22.0%, 보통 35.0%, 부정적 응답이 43.0%로 분석됨.
- 서울 지역 응답자는 "포항의 살기 좋은 도시정도"에 대해 부정적으로 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(3) 잠재력



- 포항시의 "잠재력"에 대해 긍정적 응답이 64.0%, 보통 22.0%, 부정적 응답이 13.0%로 분석됨.
- 서울 지역 응답자는 "포항의 성장 가능성"에 대해 높게 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(4) 생동감



- 포항시의 "생동감"에 대해 긍정적 응답이 26.0%, 보통 46.0%, 부정적 응답이 28.0%로 분석됨.
- 서울 지역 응답자는 "포항의 매력정도"에 보통으로 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(5) 인적자원



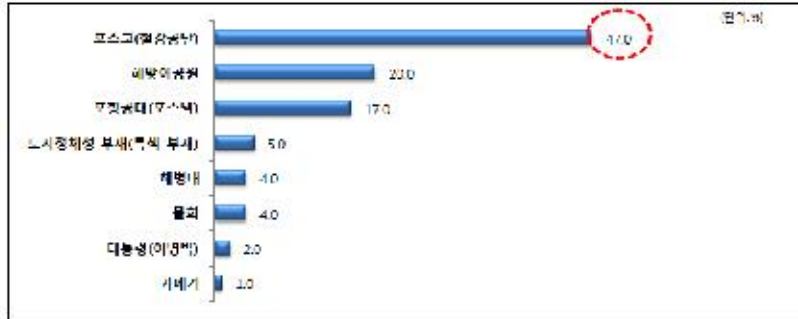
- 포항시의 "인적자원"에 대해 긍정적 응답이 19.0%, 보통 46.0%, 부정적 응답이 35.0%로 분석됨.
- 서울 지역 응답자는 "포항시민의 권력 및 개방성"에 보통으로 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(6) 도시인프라



- 포항시의 "도시인프라"에 대해 긍정적 응답이 22.0%, 보통 52.0%, 부정적 응답이 26.0%로 분석됨.
- 서울 지역 응답자는 "포항시의 도시 기본 시설"에 보통으로 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(7) 포항의 대표이미지



○ 포항시의 대표이미지로는 포스코(철강공단)가 47.0%로 가장 높게 나타났으며, 해맞이공원 20.0%, 포스텍 17.0%로 나타남.

(8) 포항의 향후 방문(거주) 요인



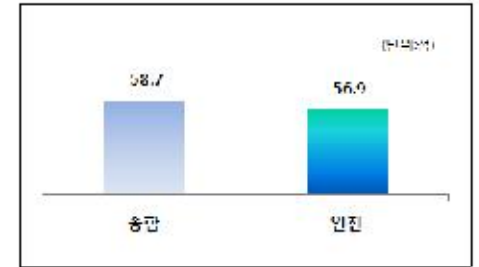
○ 포항시의 향후방문(거주)요인으로는 관광이 95.0%로 다른 요인에 비해 월등히 높게 나타남.

2. 인천

1) 종합평가

▶ 종합만족도 : 56.9점

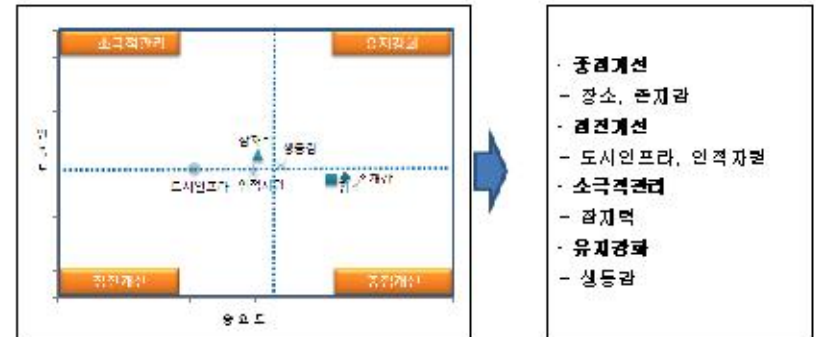
▷ Gap : -1.8점



2) 항목별 평가



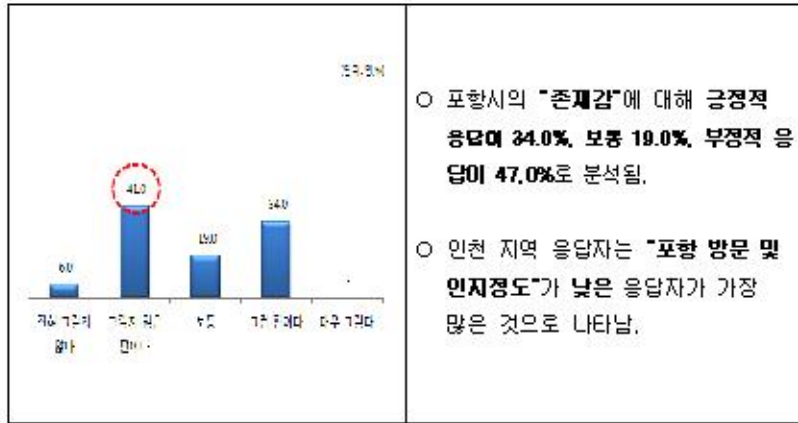
3) 개선요인 분석





4) 항목별 빈도 분석

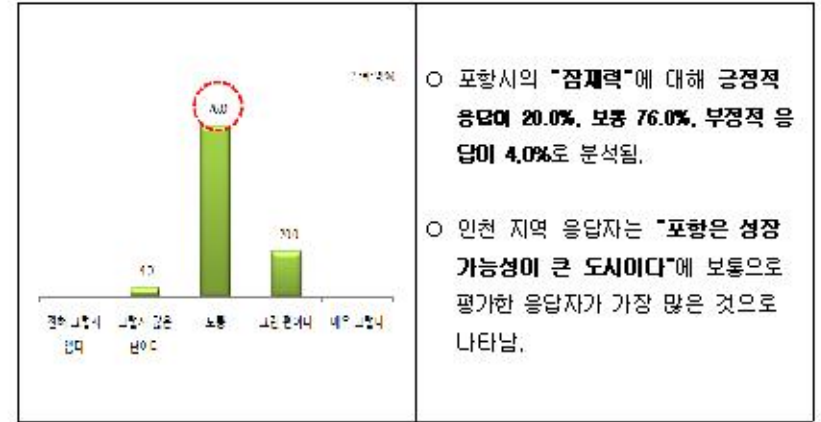
(1) 존재감



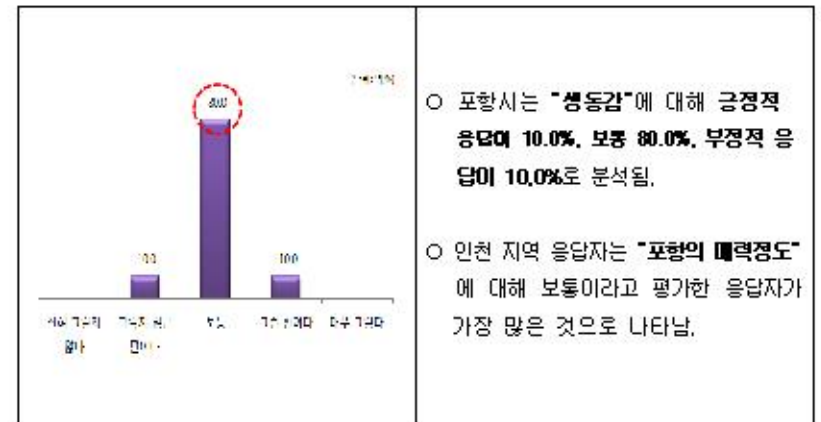
(2) 장소



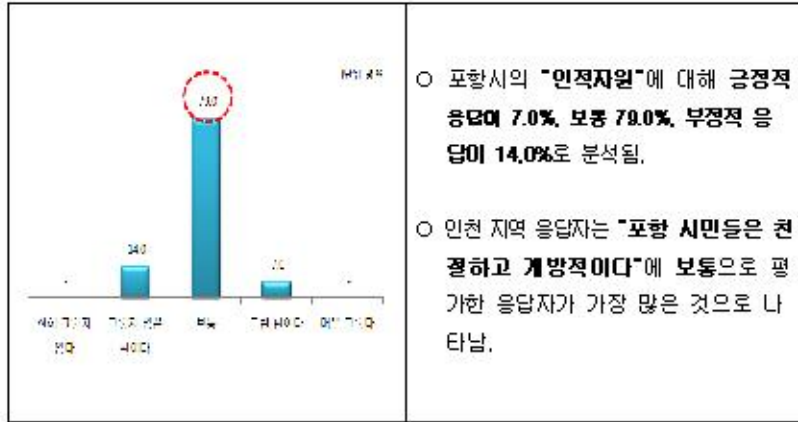
(3) 잠재력



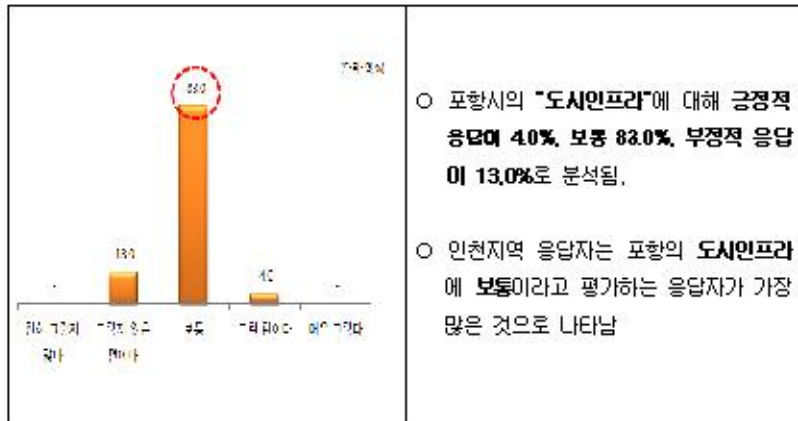
(4) 생동감



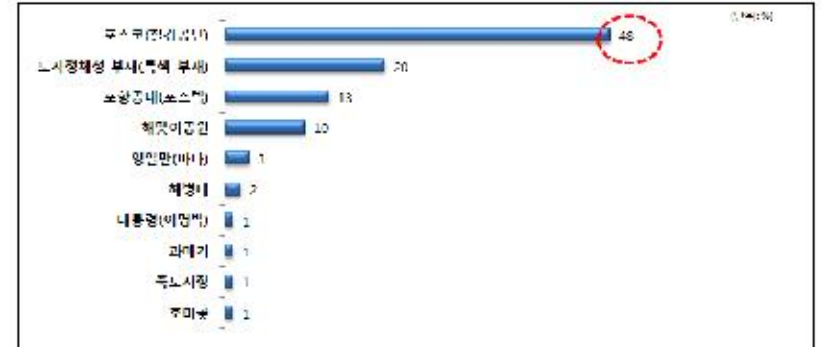
(5) 인적자원



(6) 도시인프라



(7) 포항의 대표이미지



○ 포항시의 대표이미지로는 포스코(철강공단)가 48.0%로 가장 높게 나타났으며, 도시정체성 부재 20.0%, 포스코 13.0% 순으로 분석됨.

(8) 포항의 향후 방문(거주) 요인

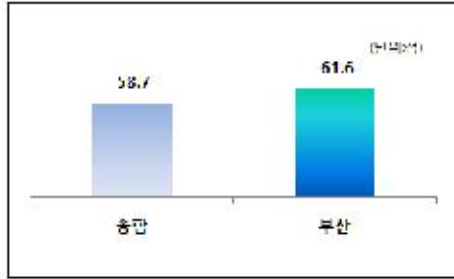


○ 포항시의 향후방문(거주)요인으로는 관광이 73.0%로 다른 요인에 비해 월등히 높게 나타남.

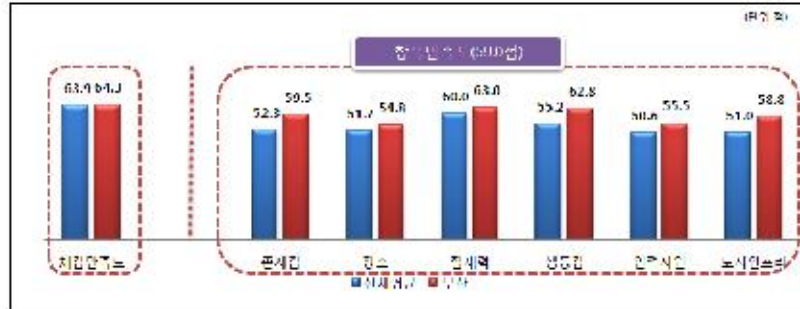
### 3. 부산

#### 1) 종합평가

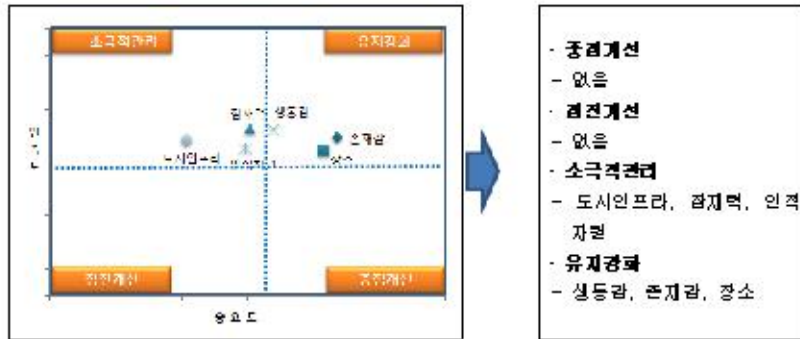
▶ 종합만족도 : **61.6점**  
 ▷ Gap : 2.9점



#### 2) 항목별 평가

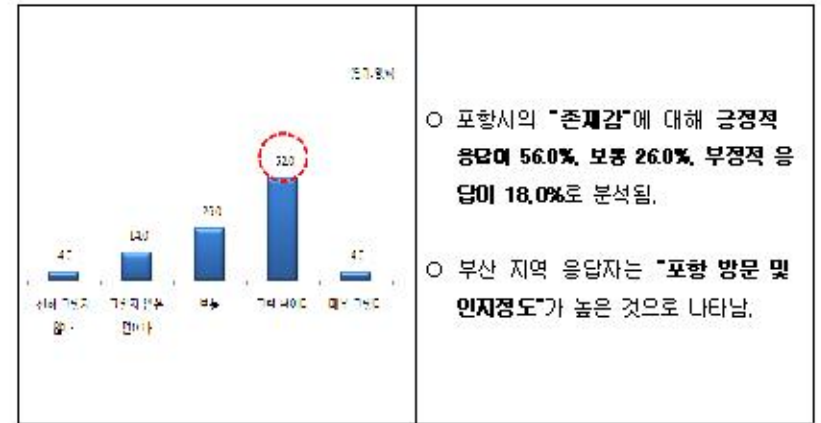


#### 3) 개선요인 분석



### 4) 항목별 빈도 분석

#### (1) 존재감



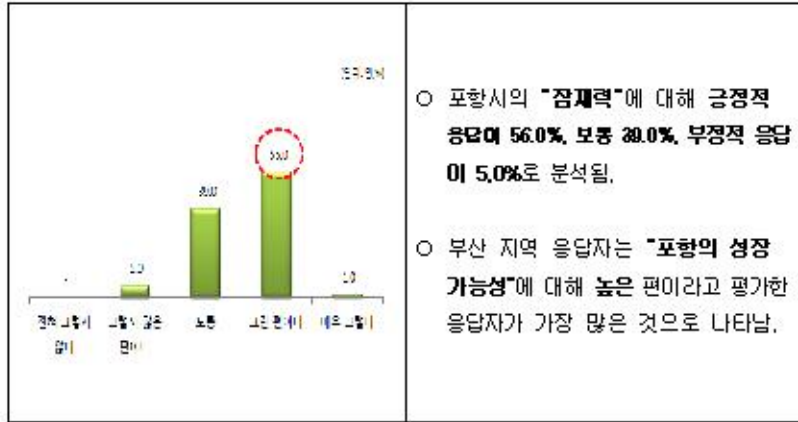
- 포항시의 "존재감"에 대해 긍정적 응답이 56.0%, 보통 26.0%, 부정적 응답이 18.0%로 분석됨.
- 부산 지역 응답자는 "포항 방문 및 인지정도"가 높은 것으로 나타남.

#### (2) 장소



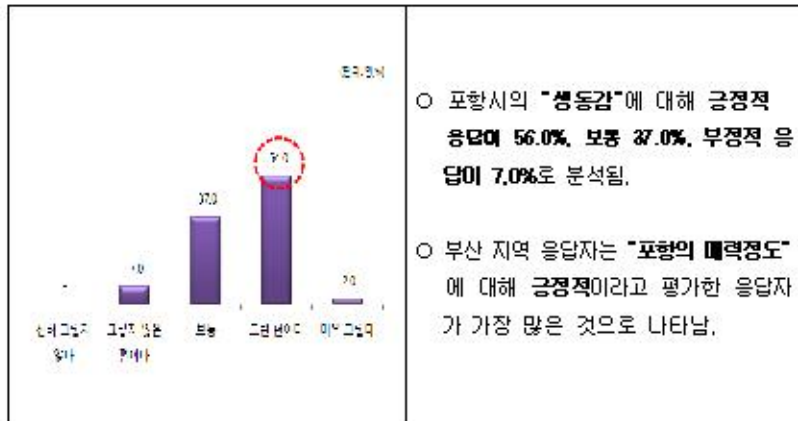
- 포항시의 "장소"에 대해 긍정적 응답이 33.0%, 보통 49.0%, 부정적 응답이 14.0%로 분석됨.
- 부산 지역 응답자는 "포항의 살기 좋은 도시정도"에 대해 보통이라고 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(3) 잠재력



- 포항시의 "잠재력"에 대해 긍정적 응답이 56.0%, 보통 30.0%, 부정적 응답이 5.0%로 분석됨.
- 부산 지역 응답자는 "포항의 성장 가능성"에 대해 높은 편이라고 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(4) 생동감



- 포항시의 "생동감"에 대해 긍정적 응답이 56.0%, 보통 30.0%, 부정적 응답이 7.0%로 분석됨.
- 부산 지역 응답자는 "포항의 매력정도"에 대해 긍정적이라고 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(5) 인적자원



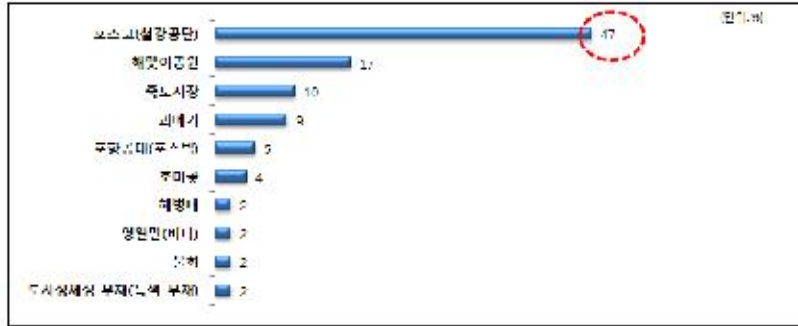
- 포항시의 "인적자원"에 대해 긍정적 응답이 31.0%, 보통 60.0%, 부정적 응답이 9.0%로 분석됨.
- 부산 지역 응답자는 "포항시민의 친절 및 개방성"에 대해 보통이라고 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(6) 도시인프라



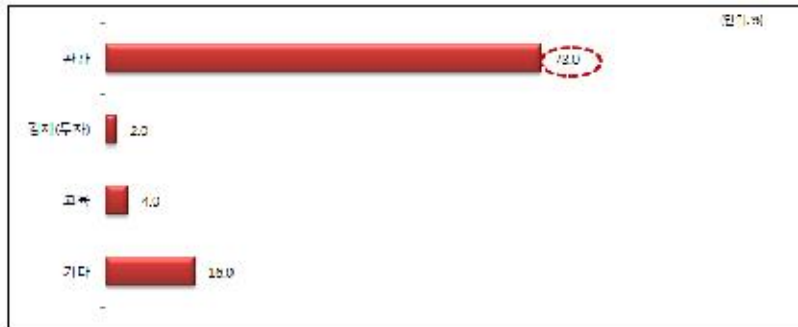
- 포항시의 "도시인프라"에 대해 긍정적 응답이 41.0%, 보통 52.0%, 부정적 응답이 7.0%로 분석됨.
- 부산 지역 응답자는 "포항시의 도시 기본 시설"에 대해 보통이라고 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(7) 포항의 대표이미지



○ 포항시의 대표이미지로는 포스코(철강공단)가 47.0%로 가장 높게 나타났으며, 해맞이공원 17.0%, 죽도시장 10.0% 순으로 분석됨.

(8) 포항의 향후 방문(거주) 요인

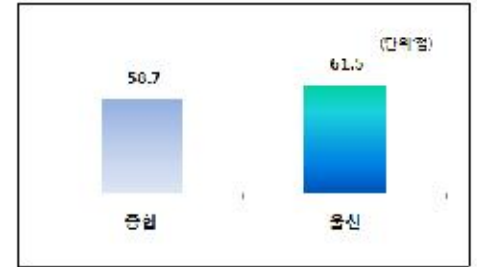


○ 포항시의 향후방문(거주)요인으로는 기타를 제외한 관광이 78.0%로 다른 요인에 비해 월등히 높게 나타남.

4. 울산

1) 종합평가

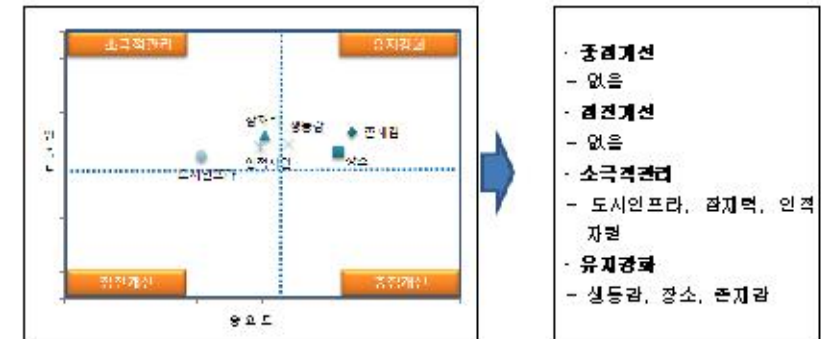
▶ 종합만족도 : 61.5점  
▷ Gap : 2.8



2) 항목별 평가

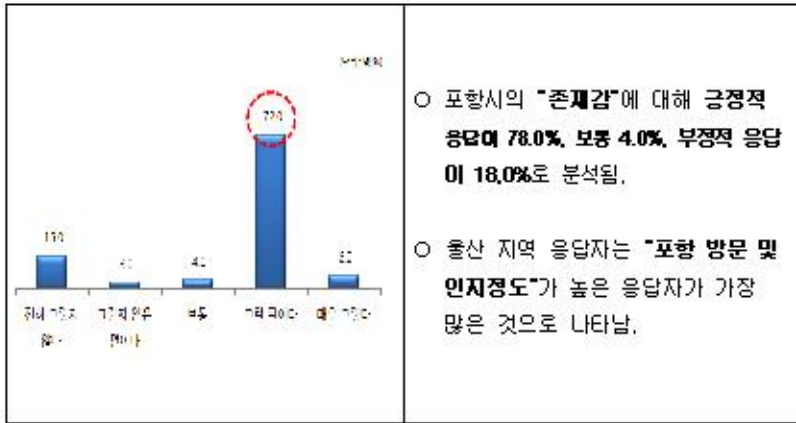


3) 개선요인 분석

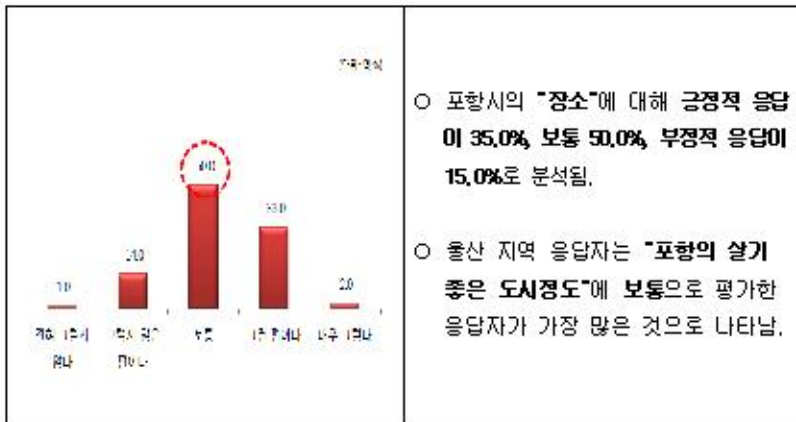


4) 항목별 빈도 분석

(1) 존재감



(2) 장소



(3) 잠재력



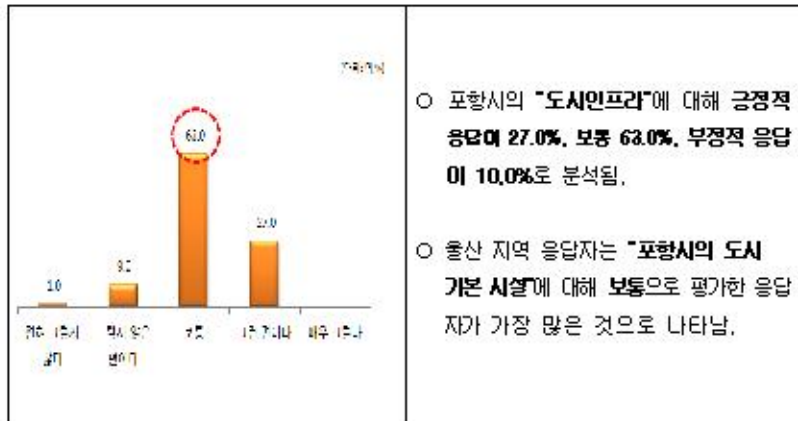
(4) 생동감



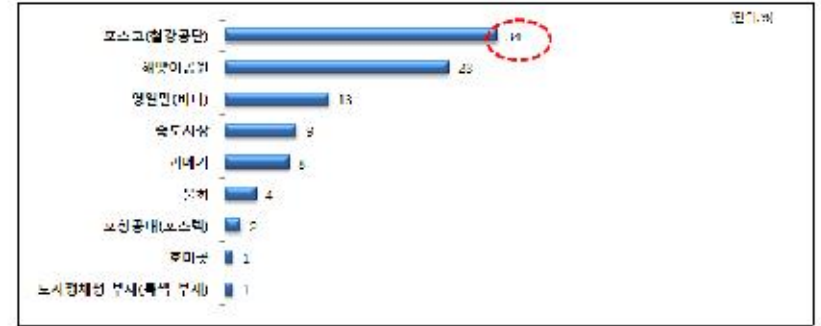
(5) 인적자원



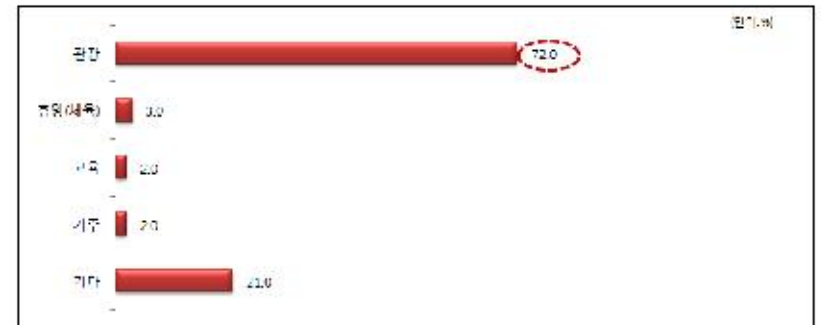
(6) 도시인프라



(7) 포항의 대표이미지



(8) 포항의 향후 방문(거주) 요인

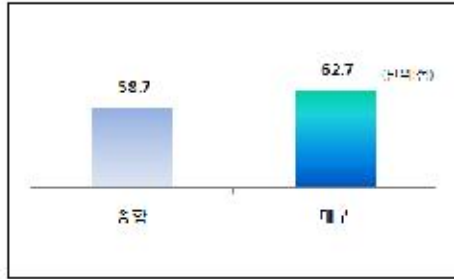


5. 대구

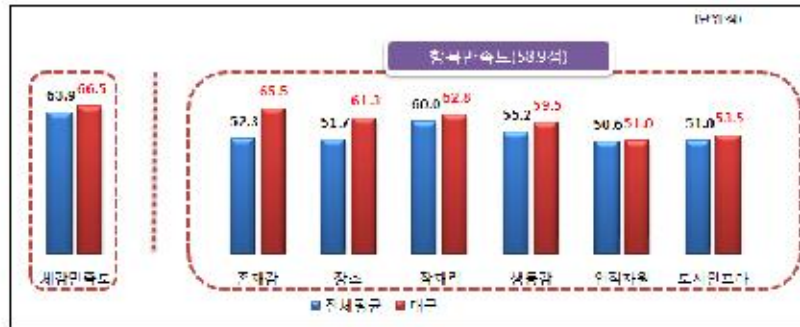
1) 종합평가

▶ 종합만족도 : 62.7점

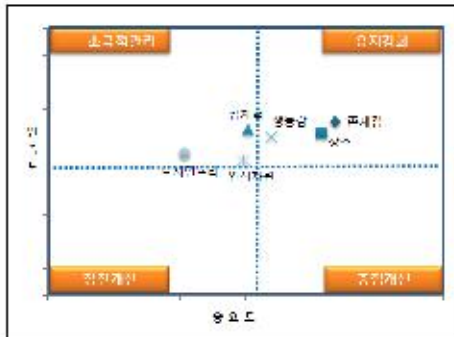
▷ Gap : 4.0



2) 항목별 평가



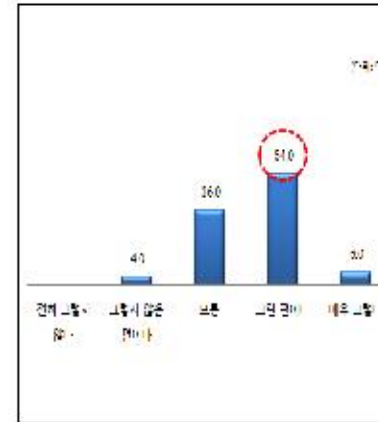
3) 개선요인 분석



- 중요개선**
- 없음
  - 점진개선
  - 없음
- 소극적개선**
- 도시인프라, 인적 자원
  - 감지력
- 유지관망**
- 생동감, 장소, 편의감

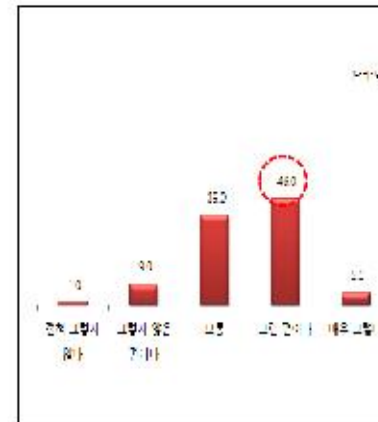
4) 항목별 빈도 분석

(1) 존재감



- 포항시의 "존재감"에 대해 긍정적 응답이 60.0%, 보통 36.0%, 부정적 응답이 4.0%로 분석됨.
- 대구 지역 응답자는 "포항 방문 및 인지정도"에 높게 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(2) 장소



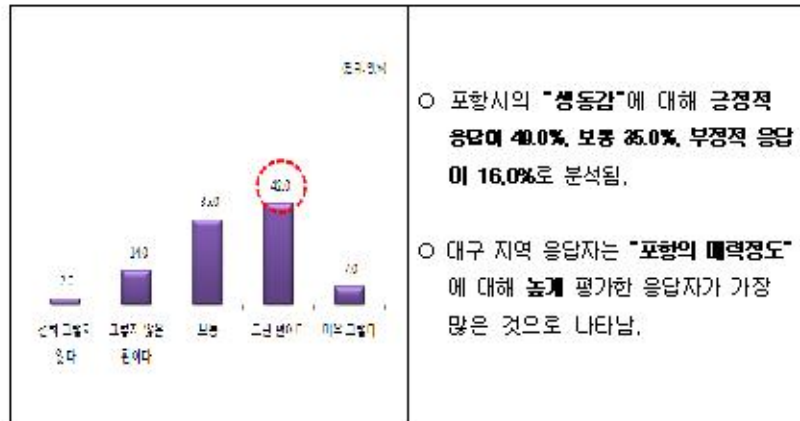
- 포항시의 "장소"에 대해 긍정적 응답이 51.0%, 보통 39.0%, 부정적 응답이 10.0%로 분석됨.
- 대구 지역 응답자는 "포항의 살기 좋은 도시정도"에 대해 높게 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.



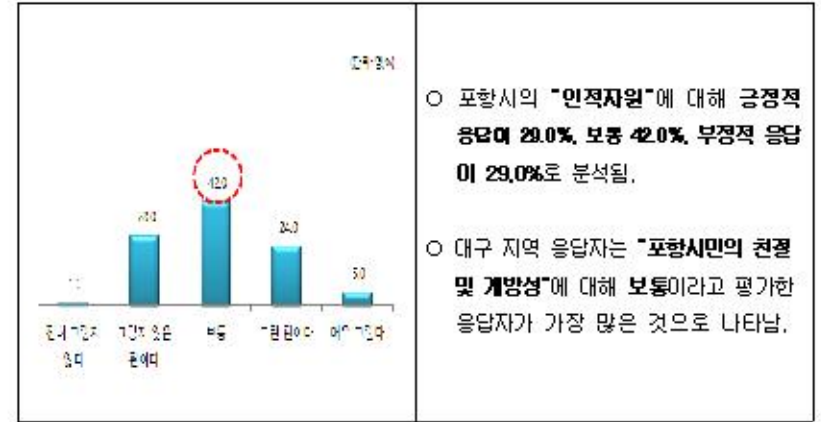
(3) 잠재력



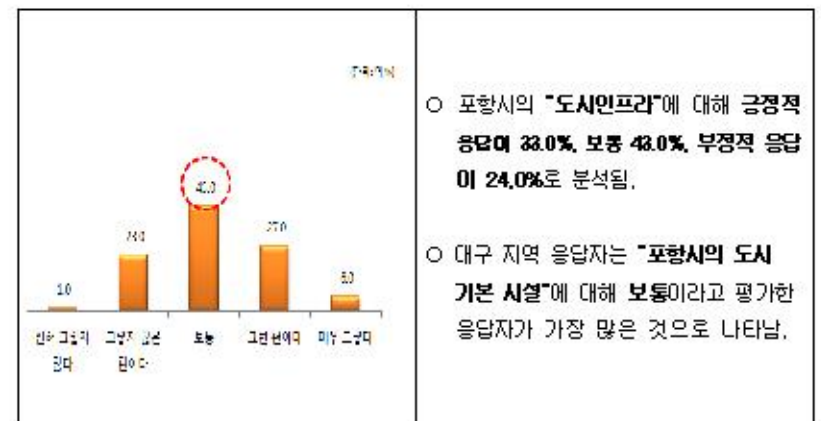
(4) 생동감



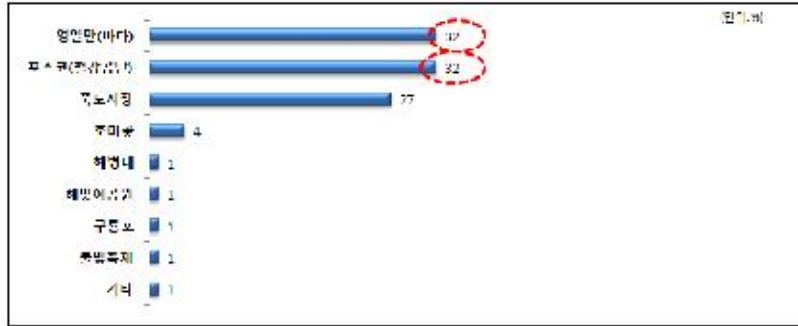
(5) 인적자원



(6) 도시인프라

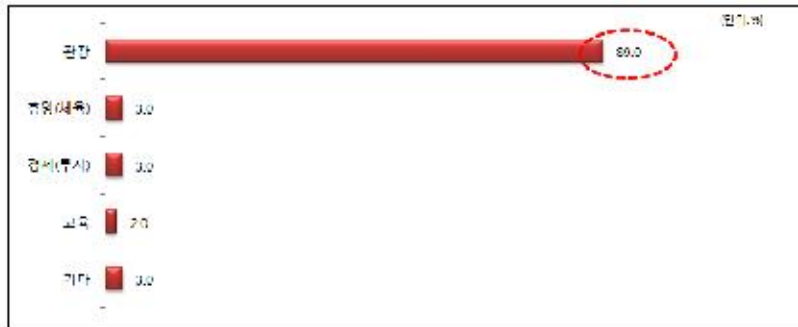


(7) 포항의 대표이미지



○ 포항시의 대표이미지로는 영일만(바다) 및 포스코(철강공단)가 각각 32.0%로 가장 높게 나타났으며, 죽도시장 27.0% 순으로 분석됨.

(10) 포항의 향후 방문(거주) 요인

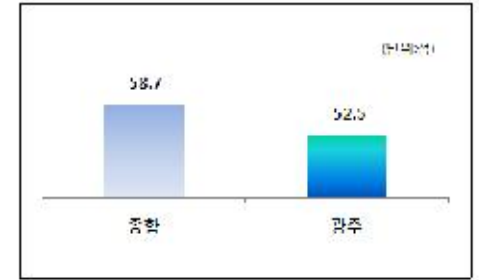


○ 포항시의 향후방문(거주)요인으로는 관광이 89.0%로 다른 요인에 비해 월등히 높게 나타났으며, 휴양(체육)과 경제(투자)가 각각 3.0%순으로 분석됨.

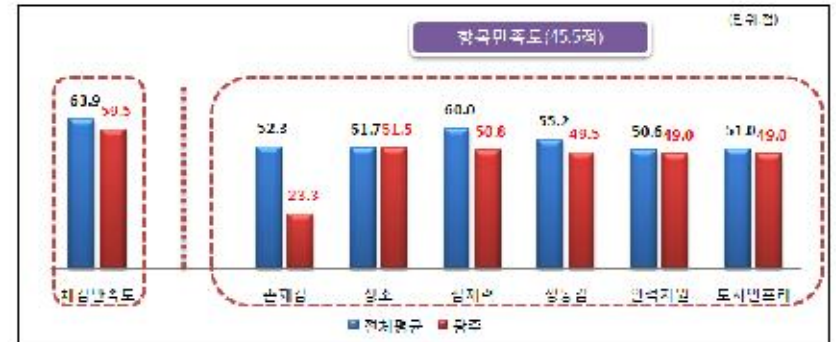
6. 광주

1) 종합평가

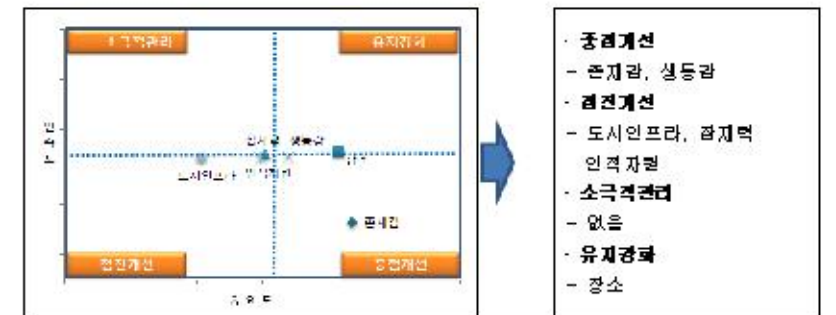
▶ 종합만족도 : 52.5점  
▷ Gap : -5.2



2) 항목별 평가



3) 개선요인 분석

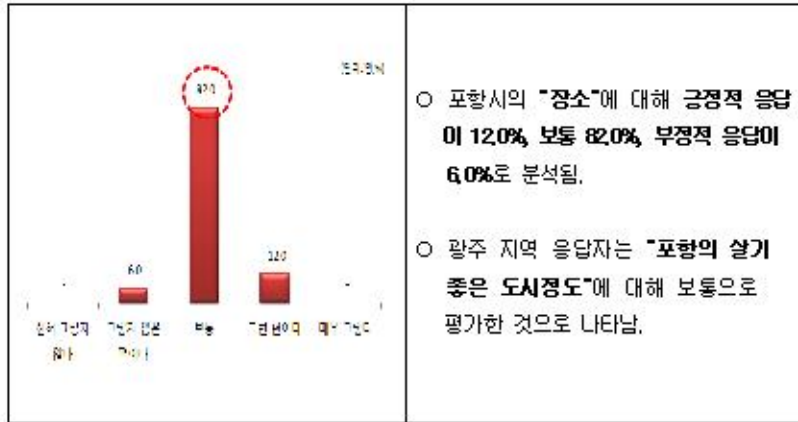


4) 항목별 빈도 분석

(1) 존재감



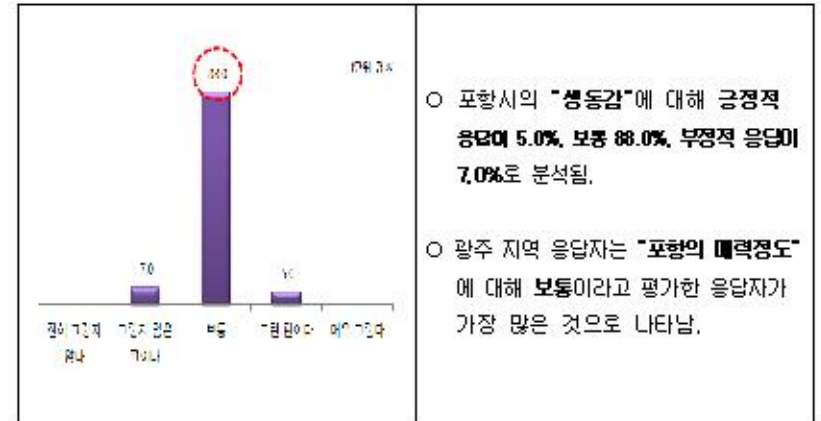
(2) 장소



(3) 잠재력



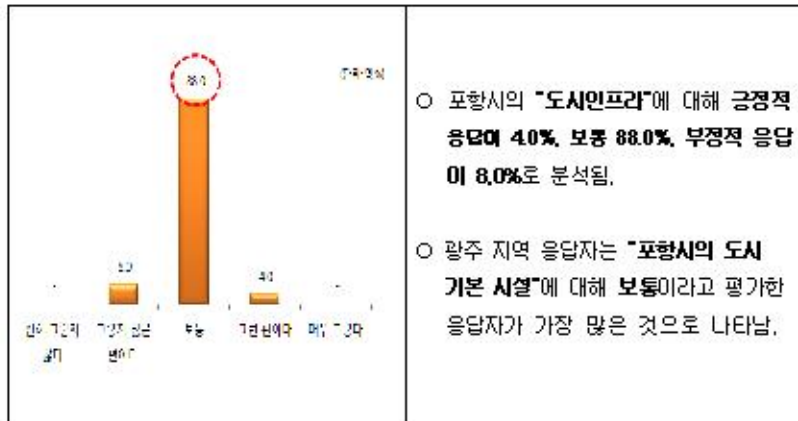
(4) 생동감



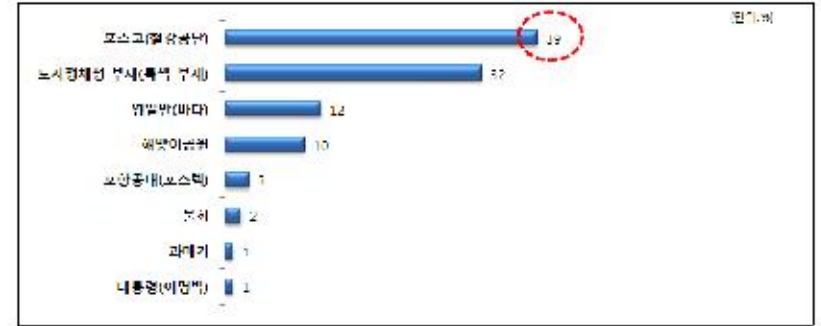
(5) 인적자원



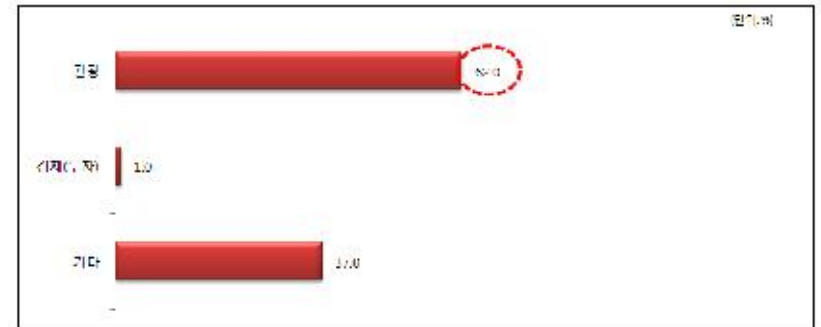
(6) 도시인프라



(7) 포항의 대표이미지



(8) 포항의 향후 방문(거주) 요인

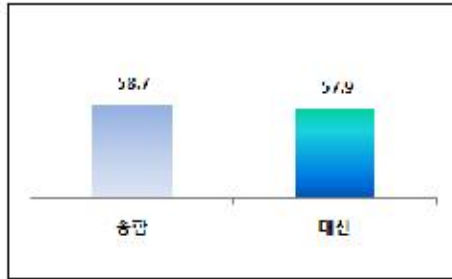


## 7. 대전

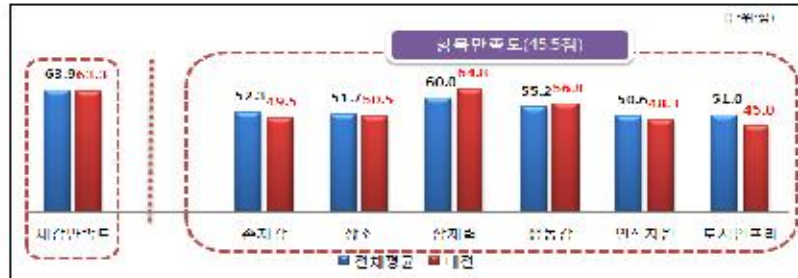
### 1) 종합평가

▶ 종합만족도 : 57.9점

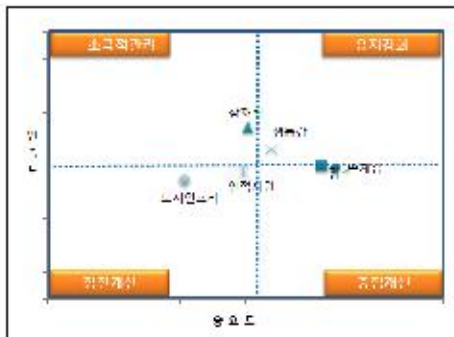
▷ Gap : -0.8



### 2) 항목별 평가



### 3) 개선요인 분석



- 중점개선
  - 장소, 존재감
- 점진개선
  - 도시인프라, 인적자원
- 소극적권력
  - 감지력
  - 유지경과
  - 실등량

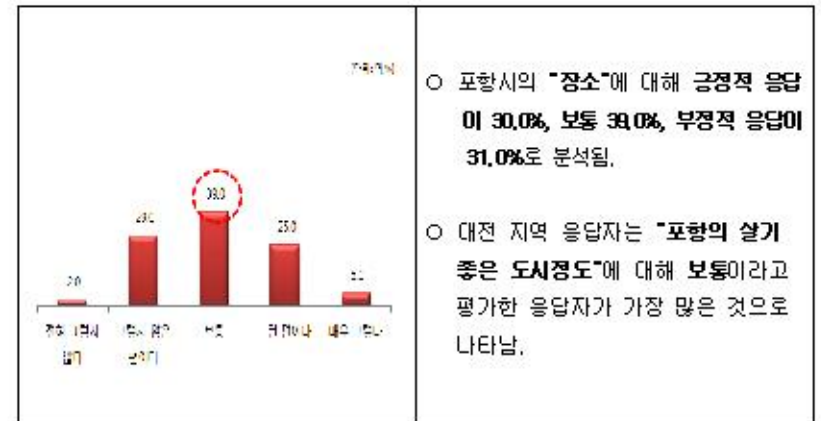
## 4) 항목별 빈도 분석

### (1) 존재감



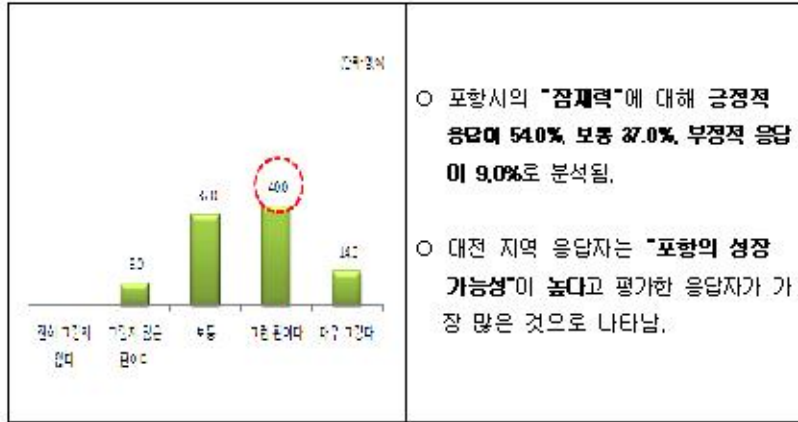
- 포항시의 "존재감"에 대해 긍정적 응답이 47.0%, 보통 14.0%, 부정적 응답이 39.0%로 분석됨.
- 대전 지역 응답자는 "포항 방문 및 인지정도"가 높은 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

### (2) 장소



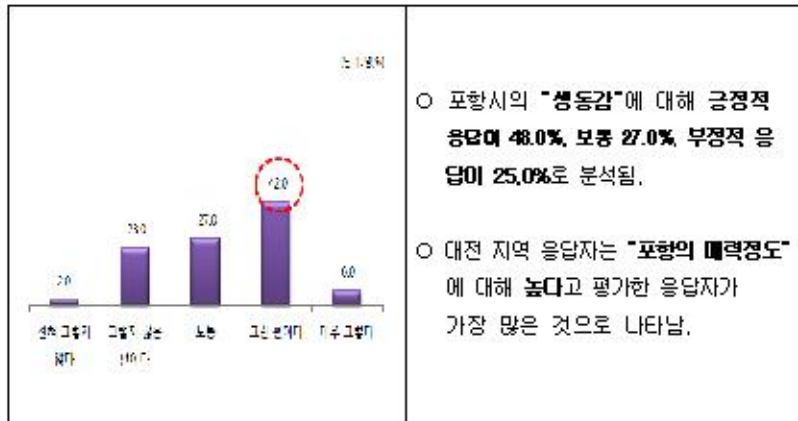
- 포항시의 "장소"에 대해 긍정적 응답이 30.0%, 보통 39.0%, 부정적 응답이 31.0%로 분석됨.
- 대전 지역 응답자는 "포항의 살기 좋은 도시정도"에 대해 보통이라고 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(3) 잠재력



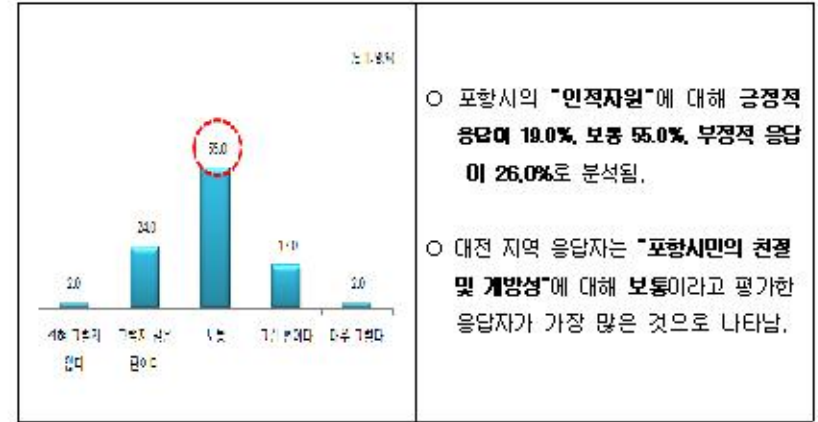
- 포항시의 "잠재력"에 대해 긍정적 응답이 54.0%, 보통 37.0%, 부정적 응답이 9.0%로 분석됨.
- 대전 지역 응답자는 "포항의 성장 가능성"이 높다고 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(4) 생동감



- 포항시의 "생동감"에 대해 긍정적 응답이 48.0%, 보통 27.0%, 부정적 응답이 25.0%로 분석됨.
- 대전 지역 응답자는 "포항의 매력정도"에 대해 높다고 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(5) 인적자원



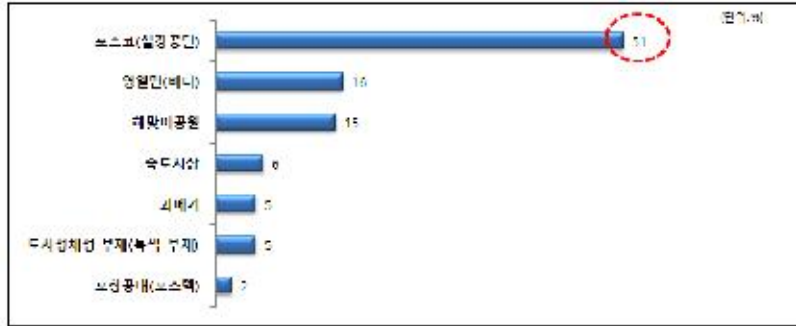
- 포항시의 "인적자원"에 대해 긍정적 응답이 19.0%, 보통 55.0%, 부정적 응답이 26.0%로 분석됨.
- 대전 지역 응답자는 "포항시민의 친절 및 개방성"에 대해 보통이라고 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(6) 도시인프라



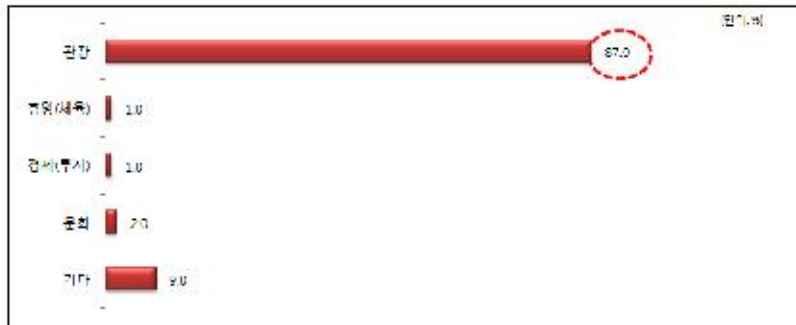
- 포항시의 "도시인프라"에 대해 긍정적 응답이 7.0%, 보통 68.0%, 부정적 응답이 25.0%로 분석됨.
- 대전 지역 응답자는 "포항시의 도시 기본 시설"에 대해 보통이라고 평가한 응답자가 가장 많은 것으로 나타남.

(7) 포항의 대표이미지

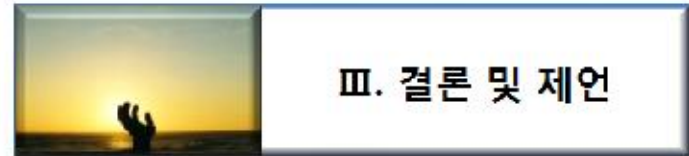


○ 포항시의 대표이미지로는 포스코(철강공단)가 51.0%로 가장 높게 나타났으며, 영일만(바다) 16.0%, 해맞이공원 15.0% 순으로 분석됨.

(8) 포항의 향후 방문(거주) 요인



○ 포항시의 향후방문(거주)요인으로는 관광이 87.0%로 다른 요인에 비해 월등히 높게 나타남.



### Ⅲ. 결론 및 제언

#### 1. 결론

- 종합만족도 : **58.7점**, 전년 대비 **3.2점 상승**
- 체감만족도 : **63.9점**, 전년 대비 **0.2점 상승**
- 항목만족도 : **53.5점**, 전년과 **5.5점 상승**

〈2010, 2009년 만족도 비교표〉

NO.	구분	종합만족도			체감만족도			항목만족도		
		2011	2010	증감	2011	2010	증감	2011	2010	증감
1	서울	57.6	53.9	3.7	68.5	62.5	1.0	51.7	45.2	6.5
2	인천	56.9	45.0	11.9	65.5	57.0	-1.5	48.5	33.1	15.2
3	부산	61.6	62.9	-1.3	64.8	68.5	-4.2	59.0	57.3	1.7
4	울산	61.5	59.3	2.2	64.8	65.5	-0.7	58.8	53.2	5.1
5	대구	62.7	61.6	1.1	66.5	66.0	0.5	58.9	57.2	1.7
6	광주	52.5	52.1	0.4	59.5	62.0	-2.5	45.5	42.3	3.2
7	대전	57.9	56.3	1.6	68.8	64.5	-1.2	52.5	48.0	4.5
전체평균		<b>58.7</b>	<b>55.3</b>	<b>2.9</b>	<b>63.9</b>	<b>62.5</b>	<b>-1.2</b>	<b>53.5</b>	<b>48.0</b>	<b>5.4</b>

〈지역-항목별 점수표〉

거주지	존재감	장소	잠재력	생동감	인적자원	도시인프라
서울	60.8	44.0	62.8	49.0	45.8	49.0
인천	45.8	44.8	54.0	50.0	48.8	47.8
부산	59.5	54.8	68.0	62.8	55.5	58.8
울산	62.8	55.8	61.8	58.8	57.8	54.0
대구	65.5	61.8	62.8	59.5	51.0	58.5
광주	28.8	51.5	50.8	49.5	49.0	49.0
대전	49.5	50.5	64.8	56.8	48.8	45.0
2011평균	52.3	51.7	60.0	55.2	50.6	51.0
2010평균	50.0	49.3	51.2	47.4	45.7	44.6
증감	2.3	2.4	8.8	7.8	4.9	6.4

- 존재감 전년 대비 **2.3점 상승**
- 장소 전년 대비 **2.4점 상승**
- 잠재력 전년 대비 **8.8점 상승**
- 생동감 전년 대비 **7.8점 상승**
- 인적자원 전년 대비 **4.9점 상승**
- 도시인프라 전년 대비 **6.4점 하락**



〈포항의 대표이미지〉

순위	명칭	빈도(명)	퍼센트
1	포스코(철강공단)	298	42.6
2	해맞이공원	101	14.4
3	영일만(바다)	78	11.1
4	도시정체성부재(특색부재)	65	9.3
5	죽도시장	53	7.6
6	포항공대(포스텍)	42	6.0
7	과메기	25	3.6
8	물회	12	1.7
9	호미곶	10	1.4
10	해병대	9	1.3
11	대통령(이명박)	4	0.6
12	불빛축제	1	0.1
13	구룡포	1	0.1
14	기타	1	0.1
합계		700	100.0

○ 포항이라고 하면 가장 먼저 떠오르는 것에 대해 포스코(철강공단), 해맞이공원, 영일만(바다) 순으로 나타남.

○ 서울특별시와 6대 광역권 지역민들이 보는 포항시의 대표이미지를 중심으로 긍정 및 부정적 이미지를 분석함.

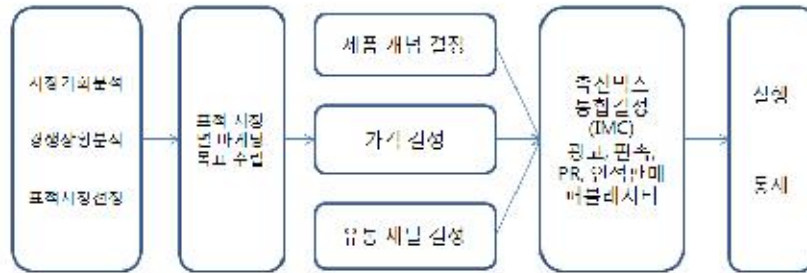
대표이미지	긍정적 요인	부정적 요인
포스코 (철강공단)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포항의 상징적 기업</li> <li>• 상징적 의미로서의 잠재력</li> <li>• 세계적으로 유명한 기업</li> <li>• 지역발전 및 철강산업의 발전</li> <li>• 경제력</li> <li>• 방문경험</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 환경오염</li> <li>• 공업도시 이미지</li> </ul>
영일만	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 바닷가 여행</li> <li>• 지리적 인정</li> <li>• 먹을거리 풍부</li> </ul>	
호미곶 (해맞이)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 방문경험</li> <li>• 미디어에 노출됨(유명함)</li> <li>• 해맞이행사</li> <li>• 경관이 좋음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 방문 후 불만족</li> </ul>
죽도시장	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유명한 재래 어시장</li> <li>• 홍보, 경제력, 인심</li> <li>• 먹을거리 풍부</li> <li>• 저렴한 가격</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주변 교통난 극심</li> </ul>
포항공대	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 선진화 인력 창출</li> <li>• 포항의 대표대학</li> <li>• 명문대 이미지</li> </ul>	
과메기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특산 관광상품 가능성</li> <li>• 구매 경험</li> <li>• 높은 인지도</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 개인적으로 선호하지 않음</li> </ul>

## 2. 제언

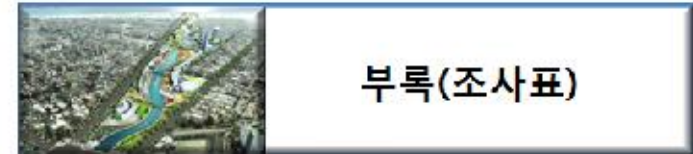
- 긍정 및 부정적 요인 및 서울특별시와 6대 광역권 지역민들이 생각하는 포항시의 가치 및 경쟁력 제고방안을 바탕으로 각 항목별 개선방안을 도출함.

항목	항목 설명	개선 방안
존재권	전속도, 방문도, 연지도 향상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포항시를 대표할 수 있는 Building brand전략 수립</li> <li>• 지역축제의 활성화, 각종 캐릭터 개발, 관광자원화</li> <li>• 미디어를 이용한 지속적인 PR전략 수립</li> </ul>
경소	우수한 주거환경 조성 관광도시	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영일만등 우수 관광자원의 Place marketing</li> <li>• 시민의 의견을 수렴한 도시기법(내부고리의 만족도 향상)</li> <li>• 역동적인 City Brand 수립.</li> </ul>
경제역	경제 성장역 향상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업친화적 환경 조성 (지자체의 세제 혜택 등 경제적 지원)</li> <li>• Infrastructure 기반 조성</li> </ul>
생동권	볼거리, 먹거리, 즐길거리 등 높고 역동적인 이미지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광 특화 (휴양 숙박시설 확충 및 상품 개발 등)</li> <li>• 문화 기선 (문화 및 여가시설 확충)</li> <li>• 죽도시장 기선 (주변환경 개선, 고품종 수산식품 제공)</li> </ul>
연계지권	시민들의 전결성 및 개방성 우수연계 유지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시민의식고취 (상인 전결성 및 바가지 요금 개선)</li> <li>• 포스텍등 우수 대학의 PR광화(젊은인재 유치)</li> <li>• 대학과 기업의 연계지권</li> <li>• 관광자원의 바가지요금 단속</li> </ul>
도시인프라	기반시설 확충	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 교통망 확충 및 도로, 교통편의시설 개선, 교통체계 정비</li> <li>• 시민들의 편의를 위한 공공시설 확충(공원, 병원, 도서관)</li> <li>• 각종 시설 설립(노인 시설 및 편의시설)</li> <li>• 타시도의 우수 발전사례 벤치마킹</li> </ul>

- 도시 마케팅은 장소(Place) 마케팅 차원에서 처음 도입되어, 재개발 사업을 촉진하거나 관광객 유치를 위한 판촉의 수단으로 활용되어 온 도시행정 기법의 하나임.
- 일반적인 브랜드와 같이, 브랜드 개성은 브랜드의 충성도와 지각된 품질에 영향을 미치며 이는 도시 브랜드에도 적용될 수 있음.
- 포항의 브랜드 인지도 상승을 위하여 교통 시설 및 계획 정비, 관광자원, 시설, 상품 개발 등과 더불어 개성 있는 포항의 Brand concept를 정하고 전략적인 방식으로 IMC(통합 마케팅)을 실시할 필요가 있음.
- 도시마케팅의 관점에서, 고객은 크게 거주자, 기업, 방문객 등 세 부류로 나누어지며 각각의 세부고객을 타겟으로 한 목적지향적인 마케팅활동이 이루어 져야 할 것임.
- 포항 브랜드 인지도 상승은 전략적 마케팅 계획의 일부로서 우선, 전사적 계획을 세우는 것이 선행되어야 할 것임. 이는 마케팅계획을 포함한 여러 가지 계획들을 수립하기위한 토대가 되는 기본계획임.
- 이러한 마케팅 전략을 기반으로 통합마케팅믹스(IMC)차원에서 각각 마케팅 요소들을 적절하게 사용하여야 마케팅 목표를 이룰 수 있음.
- 따라서 포항이라는 복합 상품의 현황분석, SWOT분석, 경쟁업체(도시) 분석 등을 통하여 확실한 목표를 가지고 타겟 고객에 맞는 상품을 제공하고, 마케팅하는 계획을 수립하는 것이 중요함. 포항시의 목표는 포항의 브랜드 아이덴티티를 정립하고 소비자로 하여금 포항이라는 브랜드 자산에 대해 우호적인 인식을 갖게 하는 것으로 정의할 수 있음.



- 포항은 불빛축제, 해맞이 공원 등 우수한 관광자원을 보유하고 있으며 이는 향후 포항의 브랜드 이미지를 높일 수 있는 주요한 자산임
- 따라서 포항시가 소비자들에게 전달하고 싶은 브랜드 아이덴티티를 명확히 정립하여 여타 다른 도시와 차별화를 주는 것이 중요할 것으로 판단됨. 전달하려는 브랜드 이미지가 명확해야만 전략적인 마케팅 과정을 수립하는데 도움이 될 것임
- 또한, 기업, 내부고객(거주민), 관광객들로 타겟 고객을 세분화하여 이들을 각각에 대한 마케팅 전략을 알맞게 수립해야 함. 기업의 경우 친기업적인 투자 환경을 조성하고 포스텍 등 포항이 보유하고 있는 우수 인적자원과 산업과의 연계를 활발히 하는 전략이 필요할 것으로 판단됨.
- 내부고객(거주민)들은 지속적인 포항시의 홍보로 자긍심을 높여주는 한편, 도시기반시설의 확충으로 충성도를 끌어올리는 방안이 필요함. 또한, 관광객들의 경우 다양한 홍보와 함께 관광 상품의 꾸준한 개발로 경쟁력 있는 관광도시를 만들어야 할 것임. 특히, 인천, 서울 등 거리적으로 멀리 있는 도시의 경우, 포항의 인지도가 떨어지는 것을 볼 수 있으므로 이들 도시를 상대로 하여 지속적인 마케팅활동으로 브랜드 이미지를 높이는 것이 필요하다고 판단됨.



부록(조사표)

**포항시 브랜드(인지도) 설문지**

안녕하십니까?

본 조사는 포항시의 브랜드 향상을 통한 도시의 가치와 경쟁력을 높이기 위하여 다양한 영역을 준비하는 데 있어 어디까지를 측정하고, 포항시 브랜드 인지도에 대하여 알고자 실시하는 조사입니다. 당황해 주신 걱정은 두절해만 사용될 뿐, 그 외의 목적으로는 사용되지 않으니 마브시더라도 잠시만 시간을 내셔서 응답해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

**Part1. 포항의 브랜드 개념을 묻는 질문입니다.**

다음의 각 질문에 대해 귀하의 동의하시는 정도를 체크(V)하여 주시기 바랍니다.

문항	묘사	평가내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통	그렇지 편이다	매우 그렇다
Q1	인지감 (presence)	포항을 방문한 경험이 있거나 포항에 대해 잘 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
Q2	장소 (place)	포항은 살기 좋은 도시이다.	①	②	③	④	⑤
Q6	감정적 (emotional)	포항은 생각 차남성이 큰 도시이다.	①	②	③	④	⑤
Q4	생활감 (urban)	포항은 논지다, 바들지다, 혼란지다, 많은 세력적인 도시이다.	①	②	③	④	⑤
Q5	인적자원 (people)	포항 시민들은 친절하고 개방적이다.	①	②	③	④	⑤
Q8	도시 인프라 (infrastructure)	포항은 교통, 교육, 의료 등 기본적인 시설이 잘 갖추어져 있다.	①	②	③	④	⑤

**part2. 포항의 인식 개념을 묻는 질문입니다.**

Q7. 귀하께서는 '포항'이라고 하면 가장 먼저 떠오르는 것이 무엇입니까? ( )

<보기-1>

- ① 국도시광 ② 호미곶(해맞이) ③ 영일만(바다) ④ 포스코(원삼공단) ⑤ 포항풍채(포스코)  
 ⑥ 내일산 ⑦ 대동령(이명박) ⑧ 과해기 ⑨ 부주, 시금치 ⑩ 해병대  
 ⑪ 울진 ⑫ 구룡포 ⑬ 불빛축제 ⑭ 스타벅스 ⑮ 도시경치상 부채(특히 부채)  
 ⑯ 기타( )

Q7-1 7번에서 응답한 것에 대해 떠오르는 느낌은 어떻게 됩니까?

- ① 긍정적인 느낌 ② 부정적인 느낌

Q7-2 그 이유는 무엇입니까?

( )

**part3. 다음은 포항의 브랜드 가치를 높이기 위한 질문입니다.**

Q8. 귀하께서는 앞으로 포항시를 방문(거주)하신다면 어떤 요인 때문이다 생각하십니까?

- ① 관광 ② 휴양(체육) ③ 문화 ④ 경제(투자) ⑤ 교육 ⑥ 거주 ⑦ 기타 ( )

Q9. 포항의 이미지가 좋아지고 가치와 경쟁력이 높아지기 위해 어떤 점이 필요하다고 생각하십니까?

( )

**part4. 다음은 포항의 전반적 만족도에 대한 질문입니다.**

Q10. 귀하께서 포항에 대해 갖고 있는 전반적인 느낌이나 이미지는 어떠한가요?

- ① 매우 좋다 ② 좋은 편이다 ③ 보통이다 ④ 나쁜 편이다 ⑤ 매우 나쁘다

◆ 일반적 특성

연령	1) 20대 2) 30대 3) 40대 4) 50대 5) 60대 이상
성별	1) 남 2) 여
응답자 거주지	응답자 직업
응답자 성별	응답자 연차

참여 연구진

책임연구원 이 중 화

선임연구원 이 순 화

연구원 이 석 민

연구원 권 기 혁

연구원 박 재 광

## 포항시 브랜드 인지도 전화설문조사

---

---

인쇄·발행 : 2011년 12월

발행처 : 포항시

수행기관 : (재)한국산업평가연구원  
대구시 동구 효목동 199-19  
TEL : (053) 958-0950  
FAX : (053) 958-0952

인쇄처 : (재)한국산업평가연구원  
대구시 동구 효목동 199-19  
TEL : (053) 958-0950

---

---

이 책에 기재된 내용의 무단 전재 또는 역직을 금합니다.