



서울신용보증재단

수신자 내부결재
(경유)

제목 2015년 서울신용보증재단 인지도 조사 결과 보고

2015년 서울신용보증재단 인지도 조사 결과를 아래와 같이 보고합니다.

1. 조 사 명 : 2015년 서울신용보증재단 인지도 조사

2. 조사개요

- 가. 조사대상 : 서울시 거주 만18세~60대까지의 성인남녀(유효표본 1,000명)
- 나. 표본오차 : 95% 신뢰수준에서 $\pm 3.09\%$ point
- 다. 조사방법 : 인터넷 패널 이용(인구비례 성별/연령별 비례할당 추출법)
- 라. 조사기간 : 2016년 1월 27일~ 2016년 2월 3일
- 마. 조사기관 : (주)한국리서치

3. 조사결과

가. 인지도 및 인지경로, 이미지

(1) 인지도

- 서울신용보증재단(63.0%), 신용보증기금(69.5%), 기술보증기금(46.2%)
 - 중소기업 및 자영업 영위자 77.0% 인지 (전년대비 5%p 상승)

(2) 인지경로

- 인터넷 검색(36.7%), 인쇄매체(30.8%), 은행 등 금융회사(21.9%) 등
 - 일반시민 : 인터넷 검색 중 우연히 인지 (36.7%)
 - 사업자 : 은행 등 금융회사를 통해 알게 됨 (43.3%)

(3) 이미지

- 60% 이상 동의 : 희망을 갖게 하는 기관, 전문성, 서민의 성공을 돕는 이미지
- 60% 이하 동의 : 공명정대·청렴, 변화에 능동대처하는 혁신적인 기관 이미지

나. 설립취지 공감도 및 사업 필요도, 체감도

(1) 설립취지 공감도 : 62.4%

(2) 사업 필요성 인식도 : 74.9%

- 신용보증(79.8%), 자금지원(81.6%), 소상공인종합지원(81.9%)

(3) 체감도 종합점수 : 60.0점

- 설립목적 부합성, 수행사업개선노력도, 공공이익기여도, 법/윤리 준수도

다. 2015년 특별 조사 항목

(1) 메르스 긴급 자금 지원 인지

- 인지도 46.4%, 도움도에 응답자 과반(52.0%) 긍정적 평가

(2) 창업·자영업 관련기관 비보조 인지

- 응답자 과반(54.9%)이 생각나는 창업·자영업 관련 기관이 없다고 응답
- 창업지원센터(6.2%), 중소기업청(5.1%), 금융기관(은행)(4.2%), 신용보증기금(3.0%)...서울신용보증재단(0.8%) 등

라. 홍보 활성화 필요채널 및 추진 희망사업

(1) 필요 홍보채널

- 라디오 등 방송(42.3%), 옥외광고(19.4%), 온라인 홍보(17.2%) 등

(2) 추진 희망사업

- 서민(7.6%)/소기업·소상공인(6.8%)을 위한 실질적 지원, 적극적 홍보(6.1%), 현재 시행중인 사업의 충실한 이행(5.6%) 등

4. 결과 분석 및 향후 인지도 향상 방안

가. 결과 분석

- 사업자의 재단 인지도는 77.0%로 전년(72.0%) 대비 5%p 상승하여 고무적이나 전체 재단 인지도는 63.0%로 전년(63.8%)과 비슷한 수준인 바, 일반 시민을 대상으로 한 재단 홍보 노력이 필요한 것으로 판단됨

나. 인지경로 감안 홍보계획 수립, 추진

- 일반 시민의 경우 재단을 '인터넷 검색 중 우연히 인지'했다는 비율 높은 바, 재단 온라인 홍보채널(홈페이지, 블로그, 페이스북) 운영 활성화, 온라인 광고 등 온라인 홍보를 강화하여 일반 시민에 대한 재단 인지도 향상시키고자 함.

★대리 팀장 실장 이사장

협조자

감사실장 경영기획팀 감사번호 82

시행 경영기획팀-249 (2016.04.01.) 접수 ()
우 04130 서울시 마포구 마포대로 163(공덕동) /<http://www.seoulshinbo.co.kr>
전화 02-2174-5620 /전송 02-3278-8112 / icanfly@seoulshinbo.co.kr / 공개