
기업의 사회공헌활동이 지역주민에 미치는 사회·문화적인 영향에 관한 연구

- 강원랜드를 중심으로 -

문 경 원

강원대학교 산업과학대학원 관광학과

E-mail : mun@kangland.com

신 동 주

강원대학교 산업과학대학원 관광학과

E-mail : sdj@kangwon.ac.kr

.....

본 연구는 사행산업으로써 강원랜드의 사회공헌활동(Corporate Social Responsibility)이 지역주민에게 주는 사회·문화적 파급효과에 주목하였다. 특히 문화적으로 소외된 지역인 폐광지역의 주민들에게 문화 활동을 장려하면서 나타난 영향을 고찰하여 앞으로 카지노 산업의 지속성장과 지역사회를 위해 나아가야 할 발전적인 방향을 모색하고자 한다.

연구 대상은 폐광지역 내 태백, 고한·사북 지역 중심으로 지역주민 185명이다. 설문조사를 통해 먼저, 응답자의 인구통계학적 특성을 조사하였고 이에 따른 강원랜드에 대한 사회공헌활동 인식 수준과 만족도, 사회·문화적인 영향, 마지막으로 사회공헌활동에 따른 부정적 이미지 쇄신 등에 대해 분석하였다.

조사 결과, 지역주민들은 대체적으로 강원랜드의 사회공헌활동에 대해 인식하고 있었으며, 이에 대한 만족도 역시 높았다. 또한 삶의 질 역시 카지노

개발 이후 좋아졌다고 하였다.

.....

색인어 : 강원랜드, 사회공헌활동, 사회·문화적 파급효과

I. 서 론

지금까지 강원랜드는 2000년 스킨카지노로 시작하여 2003년 메인카지노 개장 이후 해마다 지속적인 성장을 거듭해오고 있는 강원랜드에 대해 연구자들은 기업의 사회적 책임을 비롯한 사회·문화적인 측면보다는 폐광지역의 경제 활성화에 어떠한 영향을 미쳤는가에 대하여 관심이 집중되었다.

기존 상당수 연구자들은 카지노 및 관광산업을 통해 지역사회 및 지역주민에 미치는 영향에 대하여 대체로 경제적 영향(economic impacts), 사회·문화적 영향(social cultural impacts), 마지막으로 환경적 영향(environmental impacts)으로 분류하여 살펴보고 있다(김수성, 2008 재인용). 이러한 분류의 틀에서 최근 10년 간 발표된 선행연구를 살펴보면, 강원랜드와 관련한 폐광지역의 경제적 영향(economic impacts)을 분석한 연구와 카지노 사업에 대한 지역 주민의 태도와 인식을 고찰하는 연구가 활발히 이루어져왔다.

그러나 카지노 산업이 외형적인 측면에 있어서 지역경제를 활성화시키는데 중심적인 역할을 하고 있지만 긍정적인 측면만 있는 것은 아니다. 일반적으로 우리사회에서 카지노에 대한 인식은 한탕주의 문화로 인식되고 있으며, 이러한 측면이 매스미디어에 많이 노출되어 카지노에 대한 이미지가 부정적이라는 한계를 가지고 있다. 특히 카지노가 위치한 지역 및 인접지역의 주민들이 느끼는 사회적인 부작용이 여러 가지 나타나면서 삶의 질에 영향을 주고 있다.

이러한 사회적 환경에서 강원랜드는 사회적 부작용을 감소시키기 위해 2004년 이후, 스키장 완공으로 가족형 복합리조트로 발전하면서 지역사회에 대한 사회공헌활동(Corporate Social Responsibility)이 능동적이고 다양하게 변화

고 있다.

따라서 본 연구는 기존 관점과는 다르게 먼저 폐광지역을 위한 강원랜드의 사회공헌활동(Corporate Social Responsibility)이 얼마나 이 지역에 정착되어 있는지 알아보는 것부터 시작하였다. 이를 통해 폐광지역 주민이 받는 사회·문화적 파급효과와 사회적으로 강원랜드가 가진 부정적인 이미지에 대한 변화에 주목했다.

II. 이론적 배경

1. 기업의 사회공헌활동(Corporate Social Responsibility)

최근 국내 기업들이 이윤만을 추구하던 행태에서 벗어나 사회적 책임을 실현하기 위해 다양한 사회공헌 활동을 펼치고 있다. 이렇듯 국내에서는 2000년대부터 윤리적 경영이라는 측면에서 기업들은 사회적 책임(Corporate Social Responsibility)을 실현하기 위해 노력하고 있다. 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility)이란 개념은 정의내리기 쉽지 않았으나, 20세기 초에 미국에서 몇몇 학자들로부터 체계적으로 정립되기 시작하였다. 초창기에는 사회적 책임은 기업의 마케팅 수단으로써 후원(sponsorship), 자선기부(charitable donation) 등의 개념과 함께 혼동되어 사용되었다(김유진, 2006). 또한 포괄적인 개념으로써, 기업은 기업과 연관된 협력 관계에 있는 업체들뿐만 아니라 다양한 소비자층에게 관심을 가져야 한다는 것이다(최원희, 2010). 기업의 사회적 책임은 최초로 Bowen(1953)의 저서인 「기업의 사회적 책임」(Social Responsibilities of the Businessman)에서 대두되었고 여기서 Bowen은 사회가 기대하는 바람직한 기업의 사회적 역할과 기능을 해야 한다는 의미로, 경제적으로 이윤을 추구할 뿐만 아니라 보편적인 가치 실현을 위해 공헌해야 한다는 것을 전제로 하고 있다(신유근, 2001, 최원희, 2010). 이후, Eelles & Walton(1961), Mcguire(1963) 및 Sethi(1975)은 기업에 대한 사회적 책임을 경제적 법적 문제를 초월하여 기업 활동으로 인해 발생하는

모든 환경 및 자원문제 등 사회관계 속에서 나타난 이슈들을 윤리적 원칙을 포함한 규범이나 가치의 관점에서 바라봐야 한다고 언급하고 있다(이홍일, 2009). 또한 기업의 사회적 책임이란 기업의 의사결정권자가 자사의 기업 행동이 사회에 미치는 영향을 심각하게 고려하는 것으로 사회적 이익을 위해 사회적 복지문제를 지원하거나 증진시켜 나가는 의무로 규정하고 있다(Davis & Blomstorm, 1975). 그리고 지금까지 기업의 사회적 책임에 대해 가장 보편적으로 쓰인 개념으로 Carroll(1979)은 기업의 사회적 책임을 경제적 책임, 법적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임으로 4가지 모델로 분류하여 고찰하였다.

<표 1> 기업의 사회적 책임에 대한 정의

연구자	정 의
Bowen(1953)	기업이 사회의 일반적인 목표나 가치에 부합하는 정책을 추구하고, 의사결정하며, 행동을 수행하는 의무
Eelles & Walton(1961)	기업 활동으로 인해 발생하는 모든 환경 및 자원문제 등 사회관계 속에서 나타난 문제들에 대한 책임
Carroll(1979)	기업이 수행해야하는 경제적, 법적, 윤리적, 재량적 책임
한은경 & 류은경(2003)	경영인을 중심으로 하는 사회와의 관계를 구축하는 기업커뮤니케이션
신강균(2003)	기업이 사회를 압박하는 여러 사회적 문제들의 해결을 위해 기업이 가지고 있는 인적, 물적 자원 등을 활용하여 도울 책임

출처: 이홍일(2009)

국내 연구에서 정리된 개념을 살펴보면, 기업의 사회적 책임은 경영인을 중심으로 하는 사회와의 관계를 구축하는 기업커뮤니케이션이라고 정의(한은경 & 류은경, 2003)하였으며, 기업이 사회를 압박하는 여러 사회적 문제들의 해결을 위해 기업이 가지고 있는 인적, 물적 자원 등을 활용하여 도울 책임이 있는 것이라고 정의하였다(신강균, 2003).

그리고 김이환(2005)연구에 따르면, 기업은 기업 활동으로 발생하는 사회, 경제적 문제를 해결함으로써 기업의 이해관계자와 사회 일반의 요구나 사회적 기대를 충족시켜 주어야 하는 기업 행동의 규범적 체계라고 정의하였다<표

1>. 이렇듯 기업의 사회적 책임은 보는 시각에 따라 연구자별 정의를 다르게 내리고 있으며, 공통적으로 기업이 사회 전반에 걸친 문제들에 있어 책임을 가지고 해결해야 한다는 것이다.

기업의 사회공헌활동의 개념에 대한 선행연구를 살펴보면, ‘기업과 지역사회 간의 상호작용으로 기업이 지역민과 지역의 여러 조직으로부터 좋은 이미지를 확보하고, 지역사회 복지에 기여함으로써 명성을 얻게 되는 활동’으로 정의하고 있다(문철수, 2004). 또한 기업의 사회공헌은 기업의 경제적 성과를 사회 속에 환원하고 또한 기업이 속한 사회 또는 관계하는 집단(Community)의 발전에 기여함으로써 기업의 내부 발전과 사회 구성원으로써 책임을 실현하는 일련의 활동으로 정의하고 있다(김창수, 2005). 이렇듯 기업의 사회공헌활동은 사회적 요구에 적극적 반응 행위로서 기업이 자발적으로 자원을 투입하여 행하는 모든 활동을 사회공헌활동이라고 폭 넓게 정의할 수 있겠다(이홍일, 2009).

<표 2> 사회공헌 활동의 유형별 구분

구 분	유 형	세부항목
공익사업 활동	문화예술지원	전통문화재 보존, 문화예술 지원, 문화시설 건립 및 운영
	체육진흥	체육단체 행사지원, 사회체육시설 건립 및 운영
	교육학술지원	학교설립 및 후원, 장학금, 지원, 교육시설 기증 및 지원, 산학협동
	지역사회개발	지역홍보, 지역행사지원, 지역 공공시설 건립 및 지원
	환경보호	자원 재활용, 수질보호, 공해방지, 폐기물 처리, 에너지 고갈에 대한 대책
기부협찬 활동	기부금 성금	제품 기부, 설비기기 기부, 현금기부
	운영비 지원	컴퓨터 교육 프로그램, 아동 청소년 프로그램, 인건비 지원, 공공요금지원
	자선구호	불우이웃돕기, 재해구호, 난민구호
자원봉사 활동	사회봉사	소년소녀가장돕기, 의료활동, 재가방문
	전문서비스	의료보건재활서비스제공, 작업관련기술제공
	위원자문	지역사회단체 자문위원

출처: 김유진(2006)

기업의 사회공헌활동 유형은 크게 3 가지로 정리되고 있다. 기부활동, 임직원 참여 자원봉사활동, 기업이 직접 또는 외부 기관과 파트너십을 통해 기획 및 운영에 참여하는 공익사업 및 프로그램 운영 등으로 구분할 수 있고, 이외에도 현금·현물기부, 시설·인재제공, 금융지원 등으로 이뤄지고 있다(김유진 재인용, 2006)<표 2>.

선행연구에 따르면 소비자들은 기업의 사회공헌활동을 사회봉사 차원과 더불어 기업의 이미지 개선의 일환으로 인식하고 있다. 세부적으로 살펴보면, 기업과 기업이 하고 있는 사회공헌활동에 대해 인지적으로 일치성을 보일수록 기업 이미지에 미치는 영향력이 크다고 보고되고 있다. 대표적인 선행연구를 보면, 기업이 공중에게 담배회사라는 부정적 인식을 불식시키고 신뢰의 기업임을 인식시키기 위해 지역사회관계 활동을 신뢰의 메신저로 활용하고 있음을 보여주고 있다(문철수, 2004). 이렇듯 사전연구에서 나타났듯이 부정적인 이미지를 가진 담배를 판매하는 기업에서 사회공헌활동이 기업의 호감도와 신뢰도에 긍정적인 영향을 받고 있다는 것은 본 연구의 대상인 강원랜드 역시 10년이 지난 지금 사회공헌활동을 통해 기업의 신뢰도를 포함한 여러 측면에서 변화가 있을 것이라고 예상된다.

강원랜드의 사회공헌활동은 공익사업을 비롯한 사회봉사활동 및 지역 사회를 위한 활동을 꾸준히 펼치고 있다. 다른 기업과 구분되는 점은 사회공헌위원회와 강원랜드 복지재단이 각각 기업의 사회적 책임을 실행하기 위해 활동하고 있다. 다시 말해, 지역사회를 위한 복지사업과 사회공헌활동이 혼재되어 있다. 강원랜드의 사회공헌활동은 2007년부터 2009년까지 사회공헌기업 대상을 수상할 만큼 전략적이면서 활발하게 이루어지고 있으며, 2006년 스키장과 골프장 개장으로 인하여 종합리조트로서의 모습을 갖춘 후에는 더욱 지역주민을 위한 전략적인 사회공헌활동에 집중하고 있는 실정이다. 강원랜드는 2011년부터 본격적으로 사회공헌활동의 위원회를 구성하여 2013년까지 사회공헌기업으로써 기틀을 확고히 다지겠다는 계획이다. 또한 2014년 이후에는 글로벌 사회공헌활동을 실현하는 것을 목표를 세우고 있다. 강원랜드는 지역사회를 위한 사회적 책임 실현의 일환으로 ‘더 깊이’, ‘더 멀리’, ‘더 가까이’라는 세

가지 기초 아래 다음과 같은 활동을 하고 있다. 강원랜드 역시 초창기 자선적 사회공헌으로서 임직원의 자원봉사와 현금기부를 통한 소규모 사회공헌활동을 시작하였다. 이후, 강원랜드의 사회공헌사업은 크게 4가지로 분류되는데, ‘교육지원사업’, ‘지역복지사업’, ‘지역재활력사업’, ‘문화예술사업’,을 지역사회를 위해 실행하고 있다.

먼저, ‘교육지원사업’은 ‘하이원 해피스쿨’, ‘하이원 북스타트’, ‘하이틴 원정대’, ‘하이원 영어교실’, ‘희망학습 환경지원’, ‘기타교육지원 사업’으로 구성되어 있다. 이 중에서 지역사회를 위해 활발히 활동된 사업 중 2008년부터 기획된 ‘하이원 해피스쿨’은 지역 교육환경을 장기적 관점에서 체계적으로 개선하기 위하여 프로그램을 공모하고 지원학교를 선정하여 체계적으로 집중 관리하는 프로그램으로 교육부문에 사각 지역인 폐광지역 학교를 지원해 왔다. ‘하이원 북스타트’ 역시 2008년부터 시작되었으며, 이 사업은 북스타트코리아((재)책읽는사회문화재단)와 함께하여 2008년 시작하여 2009년에는 폐광지역뿐만 아니라 강원도 전역 20,000명 영유아를 대상으로 확대해 진행하고 있다. 두 번째는 ‘문화예술사업’으로써 ‘희망의 운동화 나눔축제’, ‘메세나지원 및 문화예술공연 개최’, ‘하이원 다문화 지원사업’ 및 ‘지역 문화·체육행사 지원’ 사업으로 구분되어 사회적 책임을 실현하고 있다. 이 분야에서 가장 대표적인 활동인 ‘희망의 운동화 나눔축제’는 캔버스화 위에 세계의 평화를 상징하는 희망의 이미지를 담아 이를 해외 빈곤 청소년들에게 전달하는 전 세계적인 지구촌 나눔운동의 일환으로 유네스코한국위원회(미지센터)와 하이원 리조트가 공동주최하여 한국에서는 2007년 처음 시작한 활동이다. 세 번째 ‘지역재활력사업’은 ‘사회적기업 지원사업’, ‘공공미술 프로젝트 ART IN VILLAGE’, ‘지역리더 아카데미’로 구성되어 있다. 이는 폐광으로 인해 활력을 잃은 지역 사회를 위한 사회적 책임 활동으로 지역 리더 육성 및 새로운 성장 에너지를 찾아주기 위한 노력이 2008년부터 꾸준히 계속되고 있는 실정이다. 특히, 2008년 시범사업의 형태로 출발한 하이원의 신재생에너지 우드펠릿사업단은 함께 일하는 재단과 지역자활센터와 협력하여 38대의 우드펠릿보일러와 6대의 난로를 설치하는 등 업무적 성과와 더불어, 지역 에너지 간담회/우드펠릿 조사연구사업 등 교육사업을 병행함으로써 사업적 성장의 토대를 구축하였다. 마지막으로 ‘지역

복지사업'은 사회공헌위원회가 아닌 강원랜드 복지재단에서 운영하고 있다. 강원랜드가 시행하고 있는 폐광지역 사회를 위한 대표적인 사업으로 '진폐지원', '이동복지', '소외계층지원', 및 '복지역량강화지원'이 있다. 복지 사업은 지역사회에 소외된 계층과 함께하며 의료를 포함한 각종 사업의 일환으로 복지사가 각 지대 해소를 위해 노력하고 있다.

이외에도 강원랜드 임직원으로 구성된 '하이원 사회봉사단'을 통하여 지역사회를 위해 자발적인 봉사활동을 하고 있다. 또한 '스포츠 사회공헌'을 통하여 동계 스포츠의 저변 확대와 비인기 종목의 활성화에 앞장서고 있다.

2. 카지노 산업의 사회·문화적 파급효과

카지노 및 관광산업을 통해 지역사회 및 지역주민이 받는 영향 중 사회·문화적 영향(social cultural impacts)은 경제적 영향과 다르게 객관적인 수치로 평가하는데 한계가 있다. 사회·문화적 파급효과를 분석한 각각의 선행연구를 살펴보면, 연구의 목적에 따라 사회·문화적인 범주가 조금씩 상이하며, 주민들의 삶의 질과 연관이 되어 있어 세부적으로 카지노 개발에 따른 사회·문화적 파급효과를 분석하기 위한 항목 설계에 있어 어려움이 있다.

일반적으로 선행연구에서 카지노 산업이 지역사회에 미치는 파급효과는 긍정적 효과와 부정적 효과가 동시에 나타난다고 언급하고 있다(Andriotis & Vaughan, 2003). 특히, 지역주민들에게 있어 문화의 현대화와 교류 촉진, 사회적 변화와 선택, 지역사회의 이미지 개선, 공공보건의 증진, 사회적 편의 시설 개선, 여가 활동의 기회, 교육과 전통문화 보전, 관광객과 접촉으로 긍정적인 상호 변화를 가져왔다(Belisle & Hoy, 1980; Brougman & Butler, 1981; Johnson, Snepenger & Akis, 1994). 반면, Carmichael 등의 연구에 따르면 지역주민들은 카지노 개발 이후, 삶의 질이 떨어졌다고 인식하고 있었다. 또한, Perdue 등의 연구에서는 지역주민의 삶의 질이 초기에는 저하되었지만 주민들이 새로운 환경에 적응함으로써 점차 향상되었다고 언급하고 있다(송용찬, 2008 재인용).

국내에서는 처음으로 2000년부터 강원랜드가 개장한 이후 약 9년간 카지노

노를 운영한 결과, 사회적인 측면에서 과거와는 달리 도박중독자의 지속적인 발생, 가사탕진에 의한 가정해체, 자살행위 등 반 사회적 행위가 꾸준히 발생되었다. 또한, 카지노장 주변의 유흥문화와 전당포 증가 등 이에 따른 치안상의 문제점 등 사회적 폐해와 부작용이 경제적으로 지역사회의 발전과 함께 심각하게 나타나고 있는 실정이다. 용지선(2009) 연구에서는 기존에 카지노 도입에 대해 부정적인 인식을 가진 지역 주민은 사회적·문화적으로 부정적인 영향을 준다고 언급하였지만 카지노 개발에 대한 긍정적인 입장을 가졌던 지역 주민의 경우 경제 및 사회·문화적 파급효과에 대해 긍정적으로 생각한다고 분석하였다. 즉, 카지노에 대한 지역주민의 인식이 카지노 개발 이후에도 지속적으로 영향을 미치고 있다.

따라서 본 연구의 목적과 같이 강원랜드는 카지노에 대한 부정적인 사회·문화적 파급효과에 대한 분석을 통해 이에 대한 감소 방안을 개발해 운영할 필요가 있다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구 문제

본 연구는 강원랜드의 기업의 사회적 책임을 실현하기 위한 사회공헌활동이 얼마나 지역사회에 뿌리내렸는가와 함께 지역 사회와 주민들에게 사회·문화적으로 어떠한 영향을 미쳤는지에 대하여 설문조사를 통해 중점적으로 알아보았다. 또한 지역주민들이 카지노를 인식하는 이미지에 영향을 주었는지에 대해 살펴보았다. 또한 사회·문화적 활동 차이에 따라 지역 주민이 느끼는 복지 및 사회·문화적 영향이 집단 간 어떠한 차이가 발생하는 분석하였다.

본 연구의 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

<연구문제 1> 강원랜드의 사회공헌활동은 정착되었는가?

H1-1. 연령에 따른 사회공헌활동 사업을 인식하는데 차이가 있을 것이다.

<연구문제 2> 강원랜드의 사회공헌활동 만족도는 어떠한가?

H2-1. 거주지에 따라 사회공헌활동에 대한 만족도에 차이가 있을 것이다.

H2-2. 직업에 따라 사회공헌활동 만족도에 차이가 있을 것이다.

H2-3. 사회공헌활동 만족도와 경제적 이익과 관계가 있을 것이다.

H2-4. 사회·문화적으로 삶의 질 향상과 경제적 이익과 관계가 있을 것이다.

<연구문제 3> 강원랜드의 기업 이미지에 대한 변화가 있는가?

H3-1. 출신지에 따라 사회공헌활동을 통한 강원랜드 이미지에 변화에 대한 차이가 있을 것이다.

H3-2. 경제적 이익 여부가 사회공헌활동을 통한 강원랜드 이미지에 변화에 영향을 미칠 것이다.

2. 측정 도구

연구문제 해결을 위하여 설문조사와 사전 인터뷰를 통해 사용할 항목 선정하였다. 본 연구의 설문지 구성은 선행연구를 참고하고, 연구자가 산업 및 지역 특성에 맞게 수정·보완하여 인구통계학적 특성을 포함한 총 41항목을 개발하였다<표 2>.

첫 번째 강원랜드의 사회공헌활동에 대한 인식과 더불어 만족도와 이를 통해 기업이미지에 대한 영향을 받았는지에 대해 지역주민의 의견을 묻고자 총 4문항 5점 Likert 척도로 조사하였다.

두 번째 강원랜드가 폐광지역주민의 삶에 미친 영향을 알아보기 위해 카지노가 들어선 이후, 삶의 질을 포함한 문화시설, 지역사회에 대한 자부심과 사회적인 측면들에 대해 8문항을 5점 Likert 척도로 구성하여 조사하였다. 세 번째로 카지노에 대한 지지의사와 사회공헌활동과의 관계를 알아보기 위해 과거와 현재 강원랜드에 대한 지역주민의 지지의사를 5문항을 5점 Likert 척도로 구성하여 조사하였다. 네 번째 현재 거주하는 지역에 대한 사회적 관심 및 애착

심에 관한 질문으로 8문항 5점 Likert 척도로 조사하였다. 마지막으로 지역주민들의 사회·문화적 수준을 알아보기 위하여 여가활동에 관해 5문항 5점 Likert 척도로 조사하였다.

<표 2> 설문 문항

문 항	출 처
강원랜드의 사회공헌활동	연구자 최원희(2010) 배현미(2007)
강원랜드가 폐광지역에 미친 영향	박병기(2006) 송용찬(2008) 문정홍(2009)
강원랜드에 대한 지역주민의 태도	김수성(2008)
지역에 대한 사회적 관심 및 애착심	원문규(2006) 용지선(2009)
삶의 질 및 여가활동(예술·문화적활동)에 대한 수준	김수성(2008) 송용찬(2008) 서현숙(2009) 임근식(2008)

3. 조사 대상, 자료수집 및 분석방법

카지노의 사회공헌활동이 지역주민에 미치는 사회·문화적 영향에 대한 연구를 진행하기 위해 폐광지역 4개 시·군 중 강원랜드와 지리적으로 가깝게 위치한 태백과 고한에 거주하고 있는 주민들을 대상으로 하였다. 질문의 명확성과 응답의 용이성을 확인하기 위하여 20명의 지역주민을 대상으로 사전 심층 인터뷰를 실시하여 설문문항 작성의 기초자료로 활용하였으며, 지역 사회의 삶의 질을 포함한 사회·문화적 환경을 분석하는데 자료로 사용되었다.

IV. 결과 및 논의

본 연구는 폐광지역에 대체 산업으로 설립된 강원랜드를 중심으로 지역사

회를 위한 사회공헌활동의 특징에 대해 조사하고 이를 통해 지역주민이 받는 삶의 질적인 부분인 사회·문화적인 파급효과와 만족도, 개선해야 할 요소 및 긍정적인 기업 이미지로의 인식전환에 대하여 파악하기 위해 그 원인을 분석하였다. 연구 대상은 폐광지역 내 태백, 고한·사북 지역 중심으로 지역주민 185명이었으며 응답자의 인구통계학적 특성을 조사하여 강원랜드에 대한 사회공헌활동 인식 수준과 이에 따른 만족도, 지역주민이 받은 사회·문화적인 영향, 사회공헌활동에 따른 부정적 이미지 쇄신 등에 대해 분석하였다. 조사 결과 대체적으로 강원랜드가 무슨 사회공헌활동을 하는지에 대해 인식하고 있었으며, 이에 대한 만족도 역시 높았다. 또한 삶의 질 역시 카지노 개발 이후 좋아졌고 지역사회에 문화적인 측면에서 접할 수 있는 기회는 증가하여 긍정적인 영향을 받았다고 하였지만 사회·문화적인 인프라에 대해서는 여전히 만족하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 구체적인 분석결과는 다음과 같다.

첫 번째 강원랜드의 사회공헌활동에 대해 지역 주민들의 인식정도가 활동에 따라 차이가 있었지만 다양한 측면에서 많은 사람들이 알고 있었다. 특히 연령대별로 사회공헌활동에 따라 인식 정도가 다르게 나타났으며 전략적 사회공헌 단계에 이른 강원랜드의 사회적 책임이 지역사회에 뿌리를 내리기 시작했다고 볼 수 있다. 두 번째 강원랜드의 사회공헌활동 만족도와 함께 지역사회에 미친 사회·문화적 파급효과에 대해 살펴본 결과 지역주민들은 강원랜드의 사회공헌활동에 대해서 전체적으로 만족하고 있는 것으로 나타났다. 하지만 만족도는 강원랜드에 대한 긍정적 태도와 경제적 이익을 받은 것과 관계가 있는 것으로 분석되었다. 또한 지역의 사회·문화적인 환경에 대해서는 대부분의 사람들이 불만족하였으나 카지노 개발 이후 삶의 질은 증가하였다고 응답하였다. 이는 강원랜드의 사회공헌활동 중 ‘지역문화체육시설’지원 사업 등이 지역사회에 정착하여 사회·문화적으로 긍정적인 파급효과를 주고 있는 것으로 해석된다. 또한 카지노 개발 이후 삶의 질이 증가함에 있어서 도시지역과의 접근성 개선 등 사회간접자본에 대한 확충과 함께 강원랜드로 부터 경제적 이익을 통한 생활의 안정화 역시 영향을 미쳤다고 할 수 있겠다. 세 번째 사행산업이라는 한계를 가지고 있는 강원랜드의 이미지가 사회공헌활동 이후 바뀌었는지에 대해 알아본 결과, 강원랜드 태생 자체가 폐광지역의 대체산업으로 주 수

입원이 카지노이기 때문에 부정적인 이미지에 대한 선입견에서 벗어나지 못하였기 때문이라고 해석 된다. 하지만 이 중 부정적 이미지가 바뀌었다고 응답한 사람의 경우 사회공헌활동을 통해 이미지가 변화에 영향을 받았다는 것 보다는 앞서 언급한 경제적 이익에 대해 보상을 받은 사람들의 경우 부정적인 이미지가 긍정적으로 바뀌었다. 마지막으로 부정적 이미지 개선을 위해서는 도박폐해 측면에서 사회공헌활동 및 문화시설 확충을 통해 사회·문화적으로 건전한 지역사회를 만들어 나가는 것이 필요하다고 사료된다.

참 고 문 헌

- 김유진(2006). 기업의 위기 발생 시 사회공헌활동의 효과에 관한 연구. 석사학위논문. 연세대학교 대학원 신문방송학과
- 김이환(2005). 사회책임활동과 기업평판의 관계에 관한 연구: 5개업종, 10개 기업을 중심으로. 박사학위논문. 성균관대학교 대학원
- 김창수(2005). 기업의 사회공헌활동이 기업 이미지에 미치는 영향. 석사학위논문. 중앙대학교 신문방송대학원.
- 문정홍(2009). 폐광지역 관광자원 활용에 대한 중요도 분석연구: 강원도 정선 지역의 주민의식을 중심으로. 석사학위논문. 한양대학교 도시대학원 도시 및 부동산개발 경영학과.
- 박병기(2006). 강원랜드 카지노 개장이 지역에 미치는 영향 및 발전방향에 관한 연구. 석사학위논문. 고려대학교 정책대학원.
- 배현미(2007). 기업의 사회책임활동(CSR)이 기업 이미지와 명성에 미치는 영향. 박사학위논문. 중앙대학교 대학원.
- 송용찬(2006). 카지노산업이 지역발전에 미치는 효과 인식에 관한 연구. 박사학위논문. 중앙대학교 대학원.
- 이홍일(2009). 기업 사회공헌의 전략적 특성 및 기업의 사회적 정당성이 재무성과에 미치는 영향에 관한 연구. 박사학위논문. 한양대학교 대학원.

- 임근식(2008). 춘천시 주민의 삶의 질 인식에 관한 연구. 석사학위논문. 강원대학교 정보과학·행정대학원.
- 용지선(2009). 카지노 개발 이전의 기대, 지역사회에 미치는 영향, 애착심, 카지노 개발에 대한 지속적인 지지의사 간의 관계 연구. 석사학위논문. 세종대학교 관광대학원 호텔관광경영학과.
- 원문규(2006). 리조트개발 사업이 지역사회에 미치는 영향분석; 강원도 홍천지역을 중심으로. 석사학위논문. 강원대학교 경영행정대학원.
- 최원희(2010). 기업재단의 사회공헌활동이 기업 이미지에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위논문. 이화여자대학교 정책과학대학원 공공정책학전공.
- 문철수(2004). 기업 PR 캠페인으로서의 전략적 사회공헌활동에 관한 연구; 국내의 담배회사의 사회공헌활동을 사례로. 광고학연구, Vol.15 No.5, pp.343-360
- 신강균(2003). 기업의 사회적 책임활동(Corporate Social Responsibility : CSR)의 효과에 관한연구: 유한킴벌리의 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인(KKG) 20년 활동 사례를 중심으로. 광고학연구, 14(5).
- 한은경, 류은아(2003). 기업의 사회적 책임활동이 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구. 「광고연구」 통권 제60호, pp.157~177.
- 신유근(2001). 「사회중시경영: 기업과 사회」. 서울 경문사
- Carroll. Archie B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*, Vol.4 Oct.
- Bowen, H. R., 1953. 「Social Responsibility of the Business」. Haper & Row Broom, p.6.
- Davis. K & Blomstrom R. L. 1975. 「Business and society: Environment and Responsibility」. 3rd ed. New York: McGrew-Hill.

A Study on Social and Cultural Effect of Corporate Social Responsibility on Local Residents

–Focusing on Kangwon Land–

Moon, Kyoung Won

Master of Tourism Sciences, Department of Tourism Sciences
Kangwon National University

Shin, Dong Ju

Professor, Department of Tourism Sciences
Kangwon National University

Abstract

This study paid attention to the social cultural ripple effect which as a project for the past 10 years, the corporate social responsibility gave to local residents. Especially the study considered the effect appearing from encouragement of cultural activities of residents in abandoned mine which were culturally disadvantaged, and would search for productive ways for continuous development of casino industry and local community in the future.

The study area was mainly Taebaek, Gohan, Sabuk located in abandoned mine and the number of residents involved were 185. Through surveys, first, demographic characteristics of respondents were investigated, second, recognition level and satisfaction, third, social cultural impacts of social responsibility of Kangwon Land according to that, and last negative image make over by corporate social responsibility were analyzed.

As the result of the investigation, 185 of first response in general

recognized the corporate social responsibility of Kangwon Land, and their satisfaction about that was also high. In addition they felt the quality of life were bettered after the development of casino.

Key Words : Kangwon Land, social responsibility, social, cultural ripple effect