

현장조사 및 불응 대응 매뉴얼

2017. 8.



통계청
Statistics Korea

CONTENTS



PART 01

현장조사 요령

1. 현장조사직원의 역할과 임무 | 08
2. 현장조사직원의 기본자세 | 10
3. 현장조사직원이 지켜야 할 예절 | 12
4. 현장조사 면접 요령 | 14



PART 02

현장조사 안전 수칙

1. 현장조사를 안전하게 수행하기 위한 기본사항 | 20
2. 안전사고 예방법 | 22
3. 조사대상처에서의 안전 수칙 | 25



PART 03

조사 거부 대응 요령

1. 조사 거부 유형별 대응 방법 | 30
 - 가. 일반적 대응 방법 | 30
 - 나. 상황별 대응 방법 | 35
 - 다. 대상별 대응 방법 | 44
 - 1) 가구 부문 | 44
 - 2) 사업체 부문 | 50
2. 거절 회피 전략 5단계 | 57
3. 효과적으로 설득하는 10가지 기술 | 65
 - 〈참고〉 심리적 설득의 기술 | 68



PART 04

불응대상처 인정 기준

1. 불응대상처의 개념 | 74
2. 불응 설득횟수 인정요건 | 78
 - 가. 불응 설득횟수 | 78
 - 나. 비협조대상처에 대한 추가설득 단계별 과정 | 78
 - 다. 불응대상처 판정 | 80
3. 적용범위 및 적용시기 | 84
4. 불응 처리 방법 | 86

PART 05

부 록

1. 통계작성 절차의 이해 | 96
2. 주요 조사 용어 | 105
3. 통계법 관련 주요 사항 | 120

현장조사 및 불응 대응 매뉴얼을 발간하면서

경제·사회현상이 복잡해지면서 국가정책을 입안하는데 통계의 필요성은 커지는 반면, 최근 사업체의 비밀보호 필요성 증가와 개인의 사생활 노출 기피로 인한 통계조사 거부는 현장조사의 큰 걸림돌이 되고 있습니다.

지속적인 설득 노력에도 불구하고 불응률이 증가하는 최근 통계 조사환경에서, 현장조사 업무를 수행하는 직원 개개인의 설득노하우는 모든 직원들이 공유해야 할 통계청의 큰 자산이라 할 수 있습니다.

이에 본 매뉴얼은 그동안 지방청, 사무소의 조사현장에서 축적된 현장조사 요령, 조사 거부 대응방법 및 설득요령 등을 공유하여 사전에 불응률을 최소화 하는데 도움을 주고자 작성되었습니다.

또한 통계조사 불응에 따른 현장조사직원의 업무 부담을 줄이기 위해 조사 설득 노력에도 조사를 거부하는 조사대상처에 대한 불응대상처 인정 기준 및 처리방법 등을 제시하였습니다.

PART 01에서는 사명감과 자신감을 가지고 현장조사업무에 임할 수 있도록 현장조사직원의 역할과 임무, 기본자세와 예절, 현장조사 면접 요령을 수록하였습니다.

PART 02에서는 현장조사직원의 안전과 직결되는 현장조사 안전수칙을 수록하였습니다.



PART 03에서는 조사 거부 대응 요령과 관련하여 조사 거부 유형별 대응 방법, 거절 회피 전략 5단계 등을 수록하였습니다.

PART 04에서는 불응대상처 인정 기준과 관련하여 불응대상처 개념, 불응 설득횟수 인정 요건, 불응대상처 인정 기준의 적용범위 및 적용시기, 불응 처리 방법을 수록하였습니다.

PART 05 부록에서는 현장조사 시 필요한 통계작성 절차, 주요 조사용어, 통계법 관련 주요 사항을 수록하였습니다.

어려운 조사환경에도 불구하고 성실한 마음과 자세로 조사대상자에게 신뢰감을 주기 위해 오늘도 최선의 노력을 다하고 있는 현장조사직원에게 본 매뉴얼이 많은 도움이 되었으면 합니다.

끝으로 ‘현장조사 및 불응 대응 매뉴얼’ 발간을 위해 의견을 주신 지방통계청(사무소) 관계자 및 본청 관련부서 담당자들에게 다시 한 번 감사의 말씀을 드립니다.



PART 01



현장조사 요령

1. 현장조사직원의 역할과 임무
2. 현장조사직원의 기본자세
3. 현장조사직원이 지켜야 할 예절
4. 현장조사 면접 요령



1

현장조사직원의 역할과 임무

현장조사직원의 가장 중요한 임무는 맡겨진 조사를 성공적으로 완료하는 것이다. 조사준비 과정 및 조사팀 구성이 완벽해도 조사대상자에 대한 조사가 제대로 이루어지지 않으면 조사 품질에 문제가 발생하기 때문에 현장조사 직원의 역할이 매우 중요하다.



가. 현장조사직원의 역할

1) 담당 조사의 성공적 완료

현장조사직원의 가장 기본적인 임무는 무엇보다 자신에게 맡겨진 조사를 책임지고 완료하는 것이다.

2) 조사원칙에 근거한 정확한 조사

현장조사에 많은 현장조사직원이 동원되더라도 한사람의 현장조사직원이 일한 것처럼 모든 조사과정이 동일해야하므로 조사원칙을 근거로 한 정확한 조사가 중요하다.

나. 현장조사직원의 임무(의무)

1) 현장조사

현장조사직원은 면접조사(실측조사 포함) 또는 전자조사* 방법으로 조사를 실시한다. 다만 본청 소관부서의 장이 전화조사 등 별도의 조사방법을 허용한 경우에는 그 방법으로 조사를 실시할 수 있다.

* “전자조사”란 CASI · CATI · 팩스 · 전자우편(이메일) · 원격탐사를 활용하여 실시하는 조사를 말한다.

현장조사직원은 면접조사 또는 전자조사 시 「현장조사 운영지침」에서 정한 조사별 방문횟수 기준에 따라 조사대상처를 조사·관리해야 한다.

2) 조사표류 제출

현장조사직원은 조사지침서 등에 정해진 종이조사표 등 조사표류를 일정기간 보관하고 본청 소관부서에서 자료제출을 요구하는 경우 이에 따라야 한다.

3) 불응 대응

조사대상자가 통계조사에 불응하는 경우 담당과장, 사무소장, 담당팀장, 멀티현장전문가, 불응설득반 또는 조사경험이 많은 다른 직원과 동행하여 조사협조를 요청해야 한다.

조사협조 요청에도 불구하고 계속 조사에 불응하는 경우에는 'PART 03. 불응대상처 인정 기준', 조사지침서 또는 표본 관리지침 등에 따른 조치를 취해야 한다.

4) 조사과정자료(Paradata)의 수집

현장조사직원은 조사대상자의 응답부담을 경감하고 현장조사의 품질제고를 위하여 면접 시간, 방문횟수, 응답 선호시간 등 조사과정과 관련된 자료(조사과정자료)를 수집해야 한다.

5) 인계인수

현장조사직원(전자조사 포함)은 업무의 재분장 등에 따라 인계인수를 할 때에는 아래의 사항을 준수해야 한다.

- 전임자는 조사표류, 기록부, 지침서, 명부, 조사과정자료 등 조사에 필요한 일체의 자료를 후임자에게 인계한다.
- 전·후임자는 조사대상자 부재 등 불가피한 경우를 제외하고는 조사대상자를 함께 방문하여 현장조사직원 변경 사실을 통보한다.
- 후임자는 전임자의 부실조사 의혹 등 문제점이 발견된 경우 즉시 담당팀장 및 과장이나 사무소장에게 보고한다.

6) 교육 참여

현장조사직원은 조사지침 등 현장조사 관련 교육에 적극 참여해야 한다.



2

현장조사직원의 기본자세

현장조사직원에게는 조사에 대해 최대한 정확한 응답을 얻어내고자 노력하는 자세가 중요하다. 현장조사직원은 처음 만나거나 조사에 불응하는 조사대상자가 조사에 협조할 수 있도록 설득하고, 조사대상자가 끝까지 조사에 참여할 수 있게 지원하여 빠짐없이 모든 조사항목에 정확한 응답을 확보해야 한다.



◎ 현장조사직원이 갖추어야 할 태도

① 조사원칙을 철저히 지키자

- 현장조사직원은 교육받은 대로 조사원칙을 지켜야 한다.
- 국가통계의 일차적인 품질은 조사현장에서 현장조사직원의 성실한 조사원칙 준수 여부가 좌우한다.

② 자부심을 가지자

- 현장조사직원은 개개인이 통계청의 대표로 국가정책 수립을 위한 국가통계를 생산한다는 자부심을 갖고 당당한 태도로 조사에 임해야 한다.

③ 의사소통 능력을 키우자

- 현장조사직원은 교육과 현장경험을 통해 조사대상자와 인간적 유대감을 형성하고 다양한 상황에서 조사협조를 구할 수 있는 의사소통능력을 갖추어야 한다.

④ 인내심을 가지자

- 현장조사직원은 조사대상자를 설득해야 하는 과정에서 다양한 어려움이 발생할 수 있기 때문에 조사를 완결하기 위해서는 인내심이 필요하다.

- 현장조사직원의 인내심은 자신이 맡은 임무를 완수하려는 책임감으로부터 나온다.

⑤ 자신감을 가지자

- 현장조사직원은 어떠한 어려움이 있더라도 조사환경에 적응할 수 있다는 열정과 거절하는 조사대상자를 끝까지 설득할 수 있다는 자신감을 가지고 조사에 임해야 한다.



직위별 · 직무별 청렴행동수칙

현장조사직원은 통계청 「직위별 · 직무별 청렴행동수칙」의 조사 분야 청렴 행동수칙에 따라야한다.

조사 분야 청렴 행동수칙

1. 통계조사 업무 수행에 있어 관계법령 및 규정을 준수하여 정확한 통계를 생산하기 위하여 노력한다.
2. 조사기간 중에는 조사업무에 전념하며 조사지침의 정확한 이해 및 원칙에 따라 성실하게 조사한다.
3. 조사대상자의 입장을 존중하고 부드러운 말투로 친절하게 조사에 임한다.
4. 조사대상처에 필요 이상의 방문을 하지 않으며, 조사 내용과 상관없는 불필요한 질문 및 행동은 하지 아니한다.
5. 조사대상처로부터 수수금지 금품 등을 요구하거나 받지 아니한다.
6. 조사과정에서 알게 된 정보를 누설하거나 타인에게 제공하는 등 업무외의 목적에 사용 하지 아니한다.
7. 행정자료에 대한 보안의식 강화 및 관련 규정을 준수하여 자료의 유출 방지 및 업무 외의 목적에 사용하지 아니한다.



3

현장조사직원이 지켜야 할 예절

현장조사직원은 조사대상자에 대해 존중하는 태도와 감사하는 마음을 가지고, 조사대상자가 처음부터 끝까지 조사에 성실하게 참여할 수 있도록 유도해야 한다.

현장조사직원에게 조사는 업무의 하나이지만, 조사대상자에게는 본인의 시간을 내어주어야 하는 번거로운 일이므로 조사대상자의 성실한 조사참여를 유도하기 위해서 현장조사직원은 현장조사의 기본예절을 숙지하고 이를 지키기 위해 노력해야 한다.



가. 복장예절

- 사업체부문조사에서는 정장, 가구부문조사에서는 부담을 느끼지 않을 정도의 준정장 정도가 좋다.
- 노출이 심한 옷, 반바지와 같이 너무 가벼워 보이는 복장은 피한다.
- 조사직원들을 잘 보이도록 패용하여 자신의 신분을 명확히 한다.

나. 인사예절

- 적절한 시기에 눈 맞춤을 한다.
- 눈으로는 반가움을, 머리와 허리로는 정중함을 표현한다.
- 부드럽고 밝은 표정을 짓는다.
- 상대에 맞는 적절한 인사말을 한다.



다. 언어예절

- 이해하기 쉽고 일상적인 언어를 사용한다.
- 부정적 표현보다는 긍정적 표현을, 명령형보다는 청유형을 사용한다.
- 표준어와 쉬운 우리말을 사용한다.

라. 대화예절

1) 말할 때의 예절

- 조용하면서도 분명한 어조로 천천히 말한다.
- 이야기를 듣는 사람의 표정과 눈을 주시해 반응을 살핀다.
- 조사대상자의 질문에 성실히 답변하고, 의견은 성의 있게 청취한다.
- 말을 시작할 때는 양해를 구하고, 끝맺음은 요령 있고 분명히 한다.

2) 조사대상자의 말을 들을 때의 예절

- 조사대상자가 하는 말을 경청한다.
- 의문이 있어도 응답 중간에 끼어들지 말고 끝난 뒤에 질문한다.
- 재질문이나 다른 의견을 말할 때는 정중하게 양해를 구한다.
- 말을 다 들은 후에는 조사대상자에게 감사함을 표시한다.

3) 대화할 때 주의 사항

- 주위를 두리번거리지 않는다.
- 시계를 자주 들여다보지 않는다.
- 조사대상자의 약점을 노골적으로 지적해서 무안을 주지 않는다.
- 불평, 반대, 비판이 지나치지 않도록 한다.
- 상대를 낮잡아보거나 가르치는 태도를 취하지 않는다.
- 갑자기 화제를 바꾸지 않는다.



1 · 2 · 3 법칙

하고 싶은 말은 **1**분만 하고,
상대방 말은 **2**분 이상 들어주며,
맞장구치는데 **3**분을 쓴다.



4

현장조사 면접 요령

현장조사직원은 조사대상자와의 면접에 앞서 순조로운 조사 진행을 위하여 아래 면접 요령을 숙지하고 활용해야 한다.



가. 표정과 시선 처리

- 현장조사직원은 어느 정도 위엄이 있게 보이면서도 자연스럽게 행동해야 한다.
- 조사대상자를 배려하는 의미에서 조사대상자와 시선을 마주치도록 노력한다.
- 전자 보조기기(태블릿PC, 스마트폰 등)를 사용할 때는 화면에만 집중하다가 시선이나 표정이 흐트러지는 상황이 발생하지 않도록 주의한다.

나. 대화의 요령

- 조사대상자에게 진정한 관심을 표명하여, 현장조사직원에 대한 인간적인 흥미를 갖도록 해야 한다.
- 조사대상자가 하고자 하는 말을 진지하게 들어준다. 조사에 거부감을 표시하는 경우에도 충분히 의견을 들은 뒤 협조를 구하도록 한다.
- 조사대상자는 제3자가 있는 상황에서 응답에 영향을 받을 수 있으므로, 제3자가 없는 상황에서 조사대상자와 단둘이서만 조사를 진행하는 것이 좋다.
- 조사대상자가 질문해 오는 경우, 현장조사직원의 답변이 조사대상자의 응답에 영향을 미칠 수 있으므로 조사 중 질문을 받는 것을 피하는 것이 좋다.
- 필요 이상으로 시간을 소요하지 않도록 신속하게 진행한다. 그러나 대답을 재촉해서는 안 되며 적절한 시간적 여유를 주는 것이 좋다.
- 화제에서 벗어나거나 말이 길어지면 조사대상자가 말하는 내용을 주제와 관련시켜 질문한다.
- 조사대상자의 언어 이해력에 따라 상대가 이해할 수 있는 쉬운 단어를 선택하여 말한다.

다. 응답의 확인

- 조사대상자가 질문의 뜻을 제대로 이해하지 못한 것 같으면 반복하여 질문한 후 다시 응답을 요청한다.
- 보기 중에서 선택해야 하는 문항의 경우, 응답이 어디에 해당하는지 확실하지 않으면 직접 확인한 후 조사대상자에게 다시 선택하게 한다.
- ‘찬성 · 반대’, ‘예 · 아니요’로 대답하는 유형의 응답에서 조사대상자가 애매하게 대답할 경우에는 선택지의 어디에 해당하는지 다시 물어봐야 한다.



라. 캐어묻기



캐어묻기(probing)

조사대상자가 엉뚱한 대답을 하거나 좀 더 자세한 응답이 필요할 때,
질문에 맞는 정확한 응답을 얻어내기 위하여 부가적인 질문을 하는 것



- 조사대상자가 얘기를 할 때 간단한 찬성의 어구를 사용하여 다음 말을 계속하도록 자극을 준다.
예 “네, 그렇겠군요.”, “참, 흥미 있군요.”
- 응답이 너무 길고 분명하지 않을 때 조사대상자의 대답을 되풀이하면 조사대상자가 좀 더 자세히 말하도록 하는데 효과적이다.
- 조사대상자가 너무 간단히 대답하면 고갯짓, 눈짓 등으로 조사대상자의 다음 말을 기대한다는 뜻을 나타내어 조사대상자가 대답을 계속할 수 있도록 자극한다.
- 조사대상자의 응답이 모순되거나 일관성이 없으면 명확한 대답을 요구한다.
- 더 구체적이고 명확한 대답을 얻기 위해서 여러 가지 중립적인 질문을 할 수 있다.
- 캐어묻는 질문은 대답의 방향이나 답을 암시하는 요소가 없는 비지시적인 질문이어야 한다.
- 계속된 캐어묻기는 조사대상자에게 불쾌감을 주어 유대감이 손상될 수 있으므로 적당한 선에서 멈춰야 한다.

마. 조사 마무리하기

- 조사가 끝나면 누락되거나 잘못 기입한 것은 없는지 그 자리에서 조사표를 검사한다.
- 조사가 끝난 뒤 조사대상자에게 감사의 뜻을 표한다.
- 명확하지 않거나 이상한 점이 있으면 다시 연락할 수 있다고 미리 말해 둔다.





PART 02



현장조사 안전수칙

1. 현장조사를 안전하게 수행하기 위한 기본사항
2. 안전사고 예방법
3. 조사대상처에서의 안전 수칙



1

현장조사를 안전하게 수행하기 위한 기본사항

현장조사직원에게 주어진 임무를 완수하는 것보다 중요한 것이 업무를 안전하게 수행하는 것이다. 현장조사직원은 조사를 사고 없이 수행하기 위해서 안전상의 주의를 기울여야 하고, 사전에 적절한 대응 방법을 익혀 놓아야 한다. 안전한 조사를 위해서 기본적으로 아래와 같은 준비가 필요하다.



가. 안전용품 및 조사용품 준비

- 현장조사 전 안전한 조사수행을 위한 안전용품 및 조사용품을 철저히 준비한다.

나. 담당조사구 확인

- 조사구의 지형, 주택 배치 및 형태, 교통량, 경찰지구대, 파출소 등을 확인한다.

다. 방문 위험지역 사전 파악

- 시골지역의 경우 마을 이장을 통해 위험우려 지역을 사전에 파악하여 가급적 야간조사는 피하고, 부득이 야간조사를 실시하게 되면 이장이나 마을방범대 등의 도움을 받아 조사를 할 수 있도록 한다.
- 도시지역의 경우 인근 파출소를 통해 범죄 발생지역이나 범죄 발생 우려지역 등을 미리 확인해둔다.

라. 비상연락처 확보

- 조사 중 긴급한 상황이 발생한 경우나 도움이 필요한 경우를 대비하여 비상연락처(사무실, 인근 경찰지구대, 파출소 등)를 기록하고 바로 활용 가능한 형태로 확보해 둔다.

마. 본인의 일정 공유

- 조사 당일의 방문예정지 및 예정시각을 동료 및 관리자 등과 공유하고, 조사 도중 변경 사항이 생긴 경우에는 즉시 그 변경사항을 알린다. 야간 조사 시에는 당직자에게도 사전에 일정을 알린다.

바. 조사활동에 적합한 복장 착용

- 조사활동을 하는데 적절한 의상이나 신발을 착용하고, 너무 화려하거나 노출이 심한 의상 착용, 종교 · 사회단체 배지 부착 등은 피하도록 한다.





2

안전사고 예방법

가. 넘어지거나 굴러 떨어지지 않도록 주의

- 도로의 높낮이, 구덩이나 하수구가 있는 위치 등을 확인하여 통행 시에 주의한다.
- 급할 때에도 계단을 오르내릴 때는 조심하며, 비가 올 때나 야간에는 미끄러져 부상을 당하지 않도록 주의한다.
- 계단이 많은 지역에서나 비오는 날에는 바닥이 미끄러운 재질의 신발을 착용하는 것을 피하여 계단에서 넘어지는 것을 예방한다.
- 인적이 드문 곳의 시설물은 관리가 잘 되지 않은 경우가 있으므로 철제계단, 임시다리 등을 이용할 때는 각별한 주의가 필요하다.

나. 개에 물리지 않도록 주의

- 개를 기르는지, 개가 줄에 매여 있는지 여부와 개 줄의 길이 등을 확인한다.
 - 개를 기르는 곳이 보이지 않을 수 있으므로 초인종을 누르거나 문을 열 때에도 주의한다.
- 불필요하게 개를 만지는 행위를 삼간다.
 - 개는 무슨 습성이 있으므로, 주인과 함께 있어도 머리를 쓰다듬거나 안아주는 등의 불필요한 접촉을 삼가야 한다.



다. 교통사고가 나지 않도록 주의

- 교통사고가 많은 교차로나 좁은 골목에서 또는 야간 및 우천 시에 차량을 이용할 때에는 속도를 줄여 안전운전을 하도록 한다.
- 저녁 무렵은 주위의 움직임이 잘 보이지 않아 예기치 못한 사고가 일어날 수 있기 때문에 각별히 주의한다.
- 부득이 야간조사를 하게 될 경우 어두운 색의 복장은 피하고 눈에 잘 띄는 밝은 색의 복장을 착용한다.
- 자전거를 이용할 경우에는 몸에 맞지 않는 것은 피하고, 우천 시에는 자전거 및 이륜 자동차를 이용하는 것을 삼간다.



라. 벌에 쏘이거나, 벌레·뱀 등에 물리지 않도록 주의

- 농어촌 등의 야외 조사 시에는 짧은 소매 옷보다는 긴 소매 옷을, 화려한 색의 옷보다는 어두운 계열의 옷을 착용하는 것이 안전하다.
 - 장화, 작업화, 모자, 장갑 등을 착용하여 신체노출을 최소화한다.
 - 향수나 스프레이와 같이 향이 강한 화장품은 사용하지 않는다.

마. 조사관련 서류를 분실하지 않도록 주의

- 조사관련 서류(조사표, 가구명부, 조사필수품 등)를 분실하지 않도록 항상 휴대하고, 특히 조사 완료된 조사표가 분실 및 훼손되지 않도록 주의한다.



안전사고의 보고

현장조사직원은 안전사고가 발생하면 즉시 조사관리자에게 보고해야한다. 안전사고가 보고되면 지방통계청에서는 「현장조사 운영지침」에 따라 처리*한다.

* 사무소장 또는 지방통계청 조사관련 부서장은 아래 기준에 따라 지방통계청장에게 보고, 지방통계청장은 사안이 중대하다고 판단될 경우 운영지원과장 및 조사기획과장에게 지체 없이 통보한다.



참고 | 안전사고 판단기준

사고종류	처리내용
교통사고	• 입원 치료가 필요한 중상 등의 경우는 즉시보고 • 자가 치료가 가능한 경우, 통원치료가 가능한 경상의 경우는 정기 보고
개 물림	
벌 쏘임	
넘어짐	
기타 부상	
폭행	즉시보고
성폭행	
성추행	
성희롱	
조사원 사칭	
도난(조사표 등)	
기타	



3

조사대상처에서의 안전 수칙

가. 가구 방문 시의 안전 수칙

■ 가구 방문은 가능한 낮 시간에 완료

- 부재가구의 경우 조사 방문통지서를 배부하고, 이웃주민 등을 통해 조사 가능 시간을 파악하고 다시 방문한다.
- 부득이 야간에 방문해야 할 경우 어두운 도로나 인적이 드문 길을 피하도록 하고, 필요한 경우 2인 1조 동행 출장을 실시한다.

■ 조사는 현관에서 실시

- 부득이 집안으로 들어갈 경우에도, 방에는 절대 들어가지 말고 현관문을 열어둔 채 조사를 마친다.

■ 조사직원증 제시

- 먼저 조사직원증을 제시하여 통계청 현장조사직원임을 명확히 전달한다.

■ 예의바른 태도를 갖추

- 고압적인 말투, 음주 후 방문, 정치·종교 등의 불필요한 대화는 피하도록 한다.
- 조사대상자의 언행이 다소 불쾌하더라도 화를 내거나 거부 반응을 보이지 않도록 한다.

■ 공동주택(아파트, 연립, 다세대 등) 조사 시 관리인에게 알림

- 관리사무소의 안내방송 협조 요청을 통해 통계청 현장조사직원이 방문하게 됨을 알린다.

■ 조사 수행 중 영업행위나 종교활동 금지

- 조사 수행 이외의 방문판매 행위나 종교활동, 사회단체활동 등을 하여 조사대상자에게 거부감을 주어서는 절대 안 된다.



나. 사업체 방문 시의 안전 수칙

■ 안전한 장소에서 조사

- 공장이나 작업장 등에서는 가동 중인 기계, 쌓아올린 자재, 화학약품류 등이 있어 위험하므로 가능한 안전한 장소로 이동하여 조사한다.

■ 적절한 방문 시간 선택

- 사전에 사업체에 연락을 취하여 방문하기 적절한 시간대를 확인하고, 위험요소를 미리 파악하여 사업체 방문 시에 발생할 수 있는 안전사고를 방지한다.

다. 안전 확보가 필요한 대상처에 대한 단계별 안전 대책

■ (1단계) 면접조사를 비대면조사로 대체

- (대체사유) 대상처 방문으로 조사원 안전에 위협을 받는 경우
- (대체절차) 소속 부서장 서면보고 및 결재 후 조사담당 실사과에 통보

■ (2단계) 표본 대상처 교체

- (교체사유) 안전 확보가 필요한 대상처에 대해 비대면조사가 가능하지 않을 경우 등
- (교체절차) 공문 또는 메모보고로 표본과에 교체 요청

■ (3단계) 2인 1조 동행 출장

- (전제조건) 안전 확보가 필요하나 비대면조사 또는 표본교체가 불가능한 대상처에 대해 부득이 현장조사를 수행해야 할 경우
 - 2인 1조 동행 출장 시 업무량 증가 등으로 인한 직원 부담을 고려하여 실시
- (운영방법) 2인 1조 동행 출장이 필요할 경우, 각 지방청(사무소)별 예산범위 내에서 자체적으로 시행

- 지방청(사무소)에서는 경찰관의 원활한 협조를 얻을 수 있도록 관할 경찰서와 사전에 협의 필요
- 범죄 발생 가능성이 현저한 고위험 조사대상자를 방문할 경우 반드시 경찰관이나 남자 직원과 2인 1조로 동행 출장



안전사고 비상 수칙

① 상대와 일정한 간격을 두어 상대의 동작에 주의

- 면접조사를 할 때에는 조사대상자와 일정한 간격을 유지한다.
- 면접 중에 조사대상자의 태도 또는 동작을 잘 살펴 이상한 행동을 할 경우에는 조사를 중단하고 날짜를 바꾸어 다시 방문한다.

② 불안을 느낄 때에는 되돌아오도록 함

- 노숙자, 정신질환자 등이 이상한 행동을 할 때, 면접 도중 불안을 느낄 때에는 조사를 중단하고 되돌아오도록 한다.

③ 신체 위협과 불안을 느낄 경우 큰 소리로 도움을 요청

- 갑작스럽게 위협에 처한 경우에는 “불이야” 등 큰 소리를 여러 번 외쳐서 주변에 위험 발생을 알리고, 안전한 곳으로 피신한 후 경찰서와 사무실 등에 연락한다.
- 안전용품으로 지급된 호신용 경보기와 스프레이는 항상 소지하고, 사전에 사용법을 충분히 숙지하여 위험 발생 시에 즉시 사용할 수 있도록 준비해 둔다.



PART 03



조사 거부 대응 요령

1. 조사 거부 유형별 대응 방법
 - 가. 일반적 대응 방법
 - 나. 상황별 대응 방법
 - 다. 대상별 대응 방법
2. 거절 회피 전략 5단계
3. 효과적으로 설득하는 10가지 기술
〈참고〉 심리적 설득기술



1

조사 거부 유형별 대응 방법

가. 일반적 대응 방법

조사환경이 복잡하고 다양해지면서 일정한 조사 거부 상황에 대한 특정한 대응 방법을 제시하는 것이 어려워지고 있다. 비슷해 보이는 조사환경이라도 현장조사직원의 숙련도, 조사 대상자의 특성 등에 따라 최선의 대응 방법이 달라질 수 있기 때문이다. 이러한 이유로 현장 조사직원은 불응에 대응하는 일반적 방법을 숙지하여 현장에서 융통성 있게 사용할 수 있도록 항상 준비가 되어있어야 한다.

1) 개인적 차원의 대응 방법

가) 사전방문약속 잡기

불응이 발생한 경우 다음 방문에 대한 사전약속을 하는 것은 필수적이다. 불응하는 조사 대상자는 현장조사직원이 방문하는 것 자체를 싫어하는 경우가 많은데, 이런 상황에서 사전 연락도 없이 찾아가는 것은 조사대상자의 심기를 더욱 불편하게 할 수 있다. 조사대상자가 의도적으로 접촉을 피하는 경우가 아닌 한, 사전방문약속 요청에 응답하지 않더라도 방문 시기를 알 수 있도록 충분히 고지하는 것이 바람직하다.

나) 정보의 제공

정보의 제공은 불응이 발생한 경우 가장 기본적으로 해야 하는 대응 방법이다. 다수의 불응이 통계조사에 대한 오해에서 비롯되기 때문에 현장조사직원은 이를 해소하기 위해 필요한 정보를 조사대상자에게 제공해야 한다.

제공하는 정보의 양과 종류는 오해의 유형, 조사대상자의 특성에 따라 달라지며, 가능한 한 충분한 양의 정보를 제공하는 것이 좋다.

유의할 점은 현장조사직원의 역할이 단순히 정보를 제공하는데 그치지 않는다는 것이다.

정보의 제공만으로 모든 조사대상자가 그 정보를 바르게 해석하고 이해하는 것이 아니므로, 현장조사직원은 조사대상자가 정보를 바르게 이해할 수 있도록 설명하고, 계속적으로 지원해야 한다.

오해의 유형에 따른 정보제공

통계조사에 대한 오해	• 통계조사에 대한 기본 정보부터 표본의 선정, 결과처리, 공표까지 설명이 필요한 통계작성과정에 대한 정보 제공 • 홍보물, 리플릿 등을 제공
개인정보유출에 대한 오해	• 통계법, 개인정보보호법 등의 법·제도적 보호 장치에 대한 정보 제공
국가통계에 대한 오해	• 국가통계의 중요성, 통계조사 협조의무 등의 정보 제공
현장조사직원에 대한 오해	• 조사직원증 함시 비용, 협조공문 제시, 신분을 증명할 자료 제공

다) 인센티브(조사필수품)의 제공

조사대상자에게 조사대상처에 발급되는 조사필수품 등의 인센티브 제공을 강조하는 방법이다. 조사과정자료 분석결과를 보면 일반적으로 조사필수품이 제공되는 경우 응답률이 증가하는 경향을 보이므로, 조사필수품의 제공은 상당히 효과적이고 유효한 불응 대응 방법이 될 수 있다. 다만, 인센티브의 제공이 일부 조사대상자에게는 반감을 줄 수 있으므로 상황에 따라서는 주의가 필요하다. 특히 형편이 어려운 가정의 경우 조사필수품의 제공을 강조하는 것이 해당 가정의 자존심을 상하게 하여 더 강한 불응을 유발할 수 있으므로 주의해야 한다.

사업체의 경우에는 인센티브보다는 페널티를 받을 수 있음을 알리는 것이 더 효과적이다. 사업체가 계속적인 설득에도 조사협조에 미온적인 경우 현장조사직원은 자료제출명령, 과태료 부과 등의 조사 불응에 따른 페널티에 대해 자세히 알려주는 것만으로도 상당한 설득효과를 볼 수 있다. 단, 조사협조 요청 초기부터 관련된 이야기를 하는 것은 조사대상처에 통계조사가 강압적으로 이루어진다는 인상을 줄 수 있으므로 주의해야 한다.



라) 불응에 수용하지 않는다는 단호한 태도 유지

일단 불응 의사를 밝힌 조사대상자는 자신의 의사를 관철시키기 위해서 강력하게 거부 의사를 표시하는 경우가 있다. 이때 현장조사직원이 조금이라도 힘들어하는 표정이나 망설이는 듯한 모습을 보이면 조사대상자의 의사를 더욱 확고하게 만들 수도 있다. 그러므로 현장조사직원은 조사대상자가 불응한다는 의사를 밝히더라도 당황하거나 망설이지 말고 당당한 태도로 지속적인 조사협조를 요구해야 한다.

참고로 단호한 태도의 유지라는 것은 강하고 고압적인 태도를 의미하는 것이 아니라, 유연하게 상대를 설득하면서도 불응에 대해서는 수용하지 않겠다는 의사를 명확하게 밝히는 것이다.

마) 래포(Rapport) 형성하기

프랑스어인 래포(Rapport)는 다른 사람과의 관계를 의미하지만, 좀 더 정확히 말하면 편안함, 조화로움 혹은 정신적 결속을 뜻한다. 한편 래포를 이니셜로 풀면 Really All People Prefer Others Reflecting Themselves(사실상 모든 사람은 자기 자신을 반영해 주는 사람을 좋아한다)는 뜻이라고 한다.

래포의 형성은 가장 핵심적인 불응 대응 방법이다. 현장조사직원은 조사대상자와 래포를 형성해야 성공적인 조사를 기대할 수 있다. 래포의 형성이 다른 대응 방법보다 중요한 이유는 조사협조의 지속성 때문이다. 일단 조사대상자와의 래포가 형성되면 조사협조가 장기간 유지될 가능성이 높아진다.

래포를 형성하기 위해 다음과 같은 것들을 고려해야 한다.

① 비언어적 대화에 유념한다. [메라비언의 법칙]

메라비언의 법칙*에 의하면 한 사람이 상대방으로부터 받는 이미지는 시각이 55%, 청각이 38%, 언어가 7%라고 한다.

시각이미지는 자세 · 용모와 복장 · 제스처 등 외적으로 보이는 부분을 말하며, 청각은 목소리의 톤이나 음색처럼 언어의 품질을 말하고, 언어는 말의 내용을 말한다. 이 이론에 따르면, 대화를 통하여 상대방에 대한 호감 또는 비호감을 느끼는 데 상대방이 하는 말의 내용이 차지하는 비중은 7%로 그 영향이 미미하다. 반면에 말을 할 때의 태도나 목소리 등 말의 내용과 직접적으로 관계가 없는 요소가 93%를 차지하여 상대방으로부터 받는 이미지를 좌우한다.

현장조사직원은 조사현장에서 짧은 시간에 조사대상자와 래포를 형성하기 위해서는 옹모나 복장, 목소리 톤 등 비언어적인 대화에 신경을 쓸 필요가 있다.

* 미국의 심리학자 앨버트 메라비언(Albert Mehrabian)이 1971년에 출간한 저서 《Silent Messages》에 발표한 것으로, 커뮤니케이션 이론에서 중요시된다. 특히 짧은 시간에 좋은 이미지를 주어야 하는 직종의 사원교육에서 많이 활용되는 이론이다.

② 조사대상자와 비슷하게 행동하라.

영화 ‘제8요일’에서 주인공 해리는 강의 중에 고객을 닮으라고 외친다. 그러면서 해리는 강의를 듣는 여성이 만년필로 자기 입술을 때리는 모습을 보며 자기도 똑같이 따라한다. 그의 말을 잠깐 인용한다.

“여러분들의 고객을 닮으려고 노력하세요. 고객들을 관찰하세요.

그리고 그들의 제스처와 포즈, 억양을 자신의 것으로 받아들이 보세요.

서로 닮은 두 사람이 서로 닮지 않은 사람들보다 좀 더 쉽게 엮여질 수 있는 겁니다.”

조사대상자와 비슷하게 행동하라고 하여서 조사대상자의 자존심을 건드릴 정도로 따라하라는 것은 아니다. 조사대상자의 눈높이에 맞추고 조사대상자의 행동을 나의 행동에 반영하라는 것이다. 이것을 ‘미러링(Mirroring)’이라고 한다. 마치 내가 조사대상자의 거울이 되는 것이다. 한편 현장조사직원이 조사대상자의 말 중에서 중요한 부분을 반복할 수 있는 데 이것을 ‘백트래킹(Backtracking)’이라고 한다. 현장조사직원이 조사대상자를 처음 만날 때 미러링이나 백트래킹을 사용하면 조사대상자가 현장조사직원을 호감이 가는 사람으로 인식하고, 자주 만날수록 동질감이 생겨 쉽게 래포를 형성할 수 있다.

③ 자연스럽게 행동한다.

현장조사직원은 평소처럼 행동하되, 조사대상자의 입장을 고려하며 자연스럽게 행동해야 한다. 조사대상자의 생각과 행동에 자연스럽게 맞추어 따라가는 것이다. 이것을 ‘페이싱(Pacing)’이라고 한다. 예를 들어 조사대상자가 느긋하면 나도 느긋하고, 조사대상자가 빠르게 말하면 나도 빠르게 말하는 것이다. 페이싱의 대상은 호흡, 말의 속도, 목소리의 높낮이, 자주 사용하는 용어나 단어 표현, 자세, 제스처 등이다.



④ 조사대상자와 동일한 경험을 공유하라.

현장조사직원이 전문가라고 해도 조사대상자와 같은 사람이다. 똑같은 고민을 하고, 똑같은 실수를 한 적도 있을 것이다. 현장조사직원은 조사대상자의 고민과 아픔이 드러날 때 그것에 공감해야 한다. 여기서 공감은 제삼자의 입장이 아니라 동일한 경험을 했던 사람으로서 공감을 말한다.

현장조사직원이 먼저 자기를 공개하는 경우에도 조사대상자와 래포의 관계가 형성될 수 있다. 그 예의 하나로 현장조사직원 자신의 실수나 약점을 먼저 드러내는 것이 있다. 이 경우 조사대상자는 현장조사직원에 대한 경계를 낮추고, 자신과 비슷한 사람이라는 데 호감을 가질 수 있다. 물론 현장조사직원과 조사대상자가 서로 상대의 약점을 제삼자에게 공개하지 않는다는 약속이 전제되어 있어야 한다.

2) 조직적 차원의 대응 방법

가) 관리자 또는 불응대응반의 지원

현장조사직원은 개인적 차원의 노력을 최우선으로 하되, 너무 시간이 지체되거나, 개인적 차원의 대응이 효과적이지 않다고 판단되면 경험이 많은 동료(전임자)나 관리자, 불응대응반의 지원을 받아야 한다.

나) 현장조사직원 교체 시 불응 관리

경상조사의 경우 다양한 이유로 담당 현장조사직원이 교체되는 경우가 많은데, 이때 불응이 발생할 가능성이 높다. 현장조사직원 교체 시 불응은 조사대상자가 오랜 조사로 인해 쌓인 피로감을 드러내는 과정으로 볼 수 있는데, 이러한 현상이 발생하는 가장 큰 이유는 조사대상자와 새로 교체된 현장조사직원 간의 래포가 형성되어 있지 않은 상황에서 조사대상자가 조사를 거부하는 것에 대한 부담이 적기 때문이다.

그러므로 조사관리자는 현장조사직원 교체로 인한 불응이 발생하지 않도록 조사과정자료(Paradata)의 수집을 통해 조사대상처에 대한 정보를 체계적으로 관리하고, 이 정보를 바탕으로 인수인계 시 새 현장조사직원이 빠르게 조사대상자와 래포를 형성할 수 있도록 지원해야 한다.

나. 상황별 대응 방법

현장조사에서 대부분의 조사대상자는 가능하면 통계조사를 거절하려고 여러 가지 이유를 대며 피하는데, 이때 현장조사직원은 본 조사의 목적과 중요성에 대해 짧고 분명하게 설명하여 조사대상자가 조사에 참여할 수 있도록 설득해야 한다.

그런데 어떤 조사대상자는 현장조사직원의 이야기에 관심을 보이지 않거나, 현장조사직원의 어떠한 말이나 행동에도 반응하지 않음으로써 대화 시도 자체를 무시하기도 한다. 이런 경우 억지로 설득을 시도하면 곧바로 적대적인 불응으로 연결될 수 있기 때문에 현장조사직원은 불응 상황별 대응방법을 참조하여 사전에 대응책을 준비를 해놓아야 한다.

1) 지금 당장 불편하다는 경우

| 조사대상자가 시간이 없어서 거절할 경우 |

간단히 조사 목적과 협조사항에 대해 설명하기 ➡ 조사에 걸리는 시간이 적다는 것 강조하기
➡ 면접 가능한 시간 약속 받기 ➡ 약속 시간에 반드시 재방문하기

| 시간 약속을 해주지 않을 경우 |

비교적 한가한 시간대를 파악하기 ➡ 재방문 약속과 연락처 남기기 ➡ 약속한 시간에 반드시 재방문하기 ➡ 다른 조사대상자는 조사에 협조적이었음을 강조하기

| 조사에 응하는 것 자체를 귀찮아하고 그 상황을 회피하고 싶어서 거절하는 경우 |

일반적으로 조사대상자가 귀찮아하는 이유는 아래와 같다.

- ① 낯선 사람과 이야기하고 싶지 않다.
- ② 지루하고 재미없는 것에 시간을 낭비할 것이다.
- ③ 긴 시간동안 나를 못 살게 굴 것이다.
- ④ 나에게 아무런 이득도 없을 것이다.

위의 4가지에 대해 자세히 알아보자.



① 낯선 사람과 이야기하고 싶지 않다.

- 일반적으로 사람들은 상대방에 대한 정보가 없으면, 그 사람이 자신에게 득이 될 사람인지 해가 될 사람인지를 판단하기 어렵기 때문에 많은 경우 낯선 사람과 이야기하고 싶어 하지 않는다.
- 현장조사직원은 조사대상자의 경계심 해소를 위해 친근하고 자연스럽게 접근하고, 좋은 첫인상을 갖기 위해 노력해야 한다.



② 지루하고 재미없는 것에 시간을 낭비할 것이다.

- 조사대상자는 조사가 자신의 의지나 흥미와는 관련이 없기 때문에 그것이 지루하고 재미 없는 질의응답일 것이라는 선입견으로 응답을 거절하기도 한다.
- 현장조사직원은 조사에 대해 설명을 할 때, 조사가 조사대상자와 관련되어 있으며, 조사 대상자의 지식과 경험 내에서 쉽게 응답할 수 있는 것이라는 점을 구체적인 사례를 들어 설명하면서, 조사대상자의 흥미를 유발해야 한다.



③ 긴 시간동안 나를 못 살게 굴 것이다.

- 조사대상자가 조사에 소요되는 시간을 이유로 거절하려는 경우, 현장조사직원은 평균적인 조사시간을 이야기 해준다. 예를 들어, '30분 정도 걸리는 조사입니다.'라고 알려주고, 바로 이어서 '협조를 잘 해주신 분들은 20분 만에 끝나기도 합니다.'라고 언급하여 시간에 대한 부담을 재차 경감시켜준다.
- '귀찮음'을 이유로 거절하는 경우에는 시간이 큰 문제가 되지 않을 수 있으므로 조사 대상자가 '얼마나 걸리는데요?'라고 직접 질문하는 경우 이외에는 조사시간은 설득 과정의 가장 마지막에 이야기하는 것이 유리하다.
- 설득 초기에 시간을 묻는 조사대상자는 적극적으로 거절할 의사가 있을 수 있으므로 실제 시간보다는 조금 짧은 시간을 제시하고, 조사 시간이 크게 부담이 되지 않을 것이라는 점에 초점을 맞춰 설득해야 한다.



④ 나에게 아무런 이득도 없을 것이다.

- 조사대상자가 '이런 조사하면 뭐합니까?', '나하고 관련도 없는 조사!'라는 반응을 보이는 경우, 조사협조가 자신에게 득이 될 것은 없고, 시간만 뺏긴다는 계산을 하고 있는 것으로 볼 수 있다.
- 이런 경우 조사의 목적과 역할, 일반국민과 조사대상자에게 미치는 영향에 대해서 설명해주고 조사대상자와 관련 없는 조사가 아님을 강조한다.
- 이해득실의 계산이 빠른 조사대상자로 판단되는 경우 조사필수품을 제시하여, 조사대상자의 호기심을 유발하는 방법으로 협조를 구할 수도 있다.

2) 조사에 응하지 못할 개인적 고충

① 조사대상자의 신상 문제

- 조사대상자가 오랫동안 실직 상태의 가장인 경우, 대학 졸업 후 장기간 취업을 하지 못한 경우, 신용불량 상태로 경제적인 어려움을 겪고 있는 경우 등 개인적 고충이 있는 경우에 조사에 쉽게 응하지 않는 경향이 있다. 이런 상황의 조사대상자는 사람을 만나는 걸 꺼려하는 대인기피 증상을 보이거나, 작은 자극에도 쉽게 분노를 표출하는 성향을 보일 수 있다.
- 조사대상자가 이러한 성향을 보이는 경우, 그 사람의 개인적 신상문제를 염두에 두고 매우 신중하게 접근하도록 하며, 친절하고 부드러운 인상을 주어 조사대상자의 경계심과 불안을 해소해 줄 수 있도록 노력해야 한다. 무엇보다도 진심으로 조사대상자를 배려한다는 마음을 느낄 수 있도록 진지한 자세로 꾸준한 접촉을 이어가는 것이 중요하다.



조사대상자의 신상 문제의 사례

조사대상	· 가구	조사종류	· 가계동향조사
상황설명	· 이혼 후 아버지 혼자 아이 돌을 키우는 편부모 가정 · 아버지는 밤낮으로 일을 해 만나기가 어려움, 문자나 전화도 받지 않음		
불응사유	· 결혼가정으로 어려운 가정 형편인 것을 이유로 조사 거부		
대응방법	· 항상 집에 남겨져 있는 아이들이 안쓰러워 간식 등을 챙겨주고 지역아동센터에 다닐 수 있게 연결해 줌		



내 용

사는 게 힘든데 무슨 통계조사에 관심이 있겠냐며 되묻는 그는 통계조사를 하러 방문한 조사직원도 귀찮고 신용불량자라 빗 독촉으로 전화번호도 수시로 바꾼다며 더 이상 쓸데 없는 노력하지 말라는 것이다.

짧지 않은 통화로 그간의 망고생은 사그라지고 역지사지의 마음으로 다가섰다.

“선생님 힘드신데 자주 연락드려 죄송합니다. 그리고 전화해 주셔서 감사합니다. 마지막으로 한 가지만 부탁드리고 싶습니다. 아이들 간식비라도 하게 조사필수품으로 나온 농협상품권 애들한테 주고 싶은데요, 조사표 완성하지 못한 거보다 애들만 있는 모습이 마음이 아프네요!”라는 말에 한참의 침묵 후에 말문을 여는 그는 “제가 뭘 해 드리면 될까요? 대신 제가 낮에 있는 곳으로 오셔야 합니다.”

순간 울컥하며 진심은 통하는가 보다... 자신의 사는 모습과 처한 상황을 보이고 싶지 않아하던 그 자존심이 아이라는 같은 부모마음의 공감대 앞에서 무너지는 순간이었다.

우여곡절 끝에 만난 조사대상자인 듯한 남자의 선량한 모습에 살짝 긴장되었지만 몇 번 본 사람처럼 유연하게 조사를 마칠 수 있었다.

 출처 | 2016년 통계조사 현장체험 사례집

② 조사대상자의 상황 문제

- 조사대상자가 질환이 있거나 병원에 입원해 있는 경우, 심신이 미약한 노인만 있는 경우, 타 지역 취업, 장기 출장 등의 사유로 집에 있을 때가 거의 없는 경우 등 조사대상자의 상황이 조사에 적합하지 않는 경우가 있다.
- 이처럼 조사대상자가 조사에 응하기 어려운 상황에 처해있는 경우 현장조사직원은 그 상황을 정확히 판단하고 조사관리자와 상담을 통해 대상 표본을 더 설득할 것인지 아니면, 대체 표본을 찾을 것인지를 결정한다.

③ 조사대상자 부재중

- 조사대상자가 부재중인 경우 이웃이나 통장, 또는 경비원 등의 도움을 받아 현장조사 직원의 방문을 알리고, 연락처와 추후 방문 계획에 대한 메모를 남겨 놓는다. 계속적으로 연락이 안 되는 경우 다른 연락처를 수소문해서 연락을 취하고, 다른 연락처를 알 수 없을 때는 평일 · 휴일, 오전 · 오후 · 저녁으로 시간대를 나누어 방문하여 접촉할 방법을 찾아 본다.



조사대상자 부재중인 경우의 사례

조사대상	· 가구	조사종류	· 경제활동인구조사
상황설명	· 부재중인 경우가 많으나 집에 사람이 있는데도 특별한 이유 없이 응답하지 않음		
불응사유	· 없음		
대응방법	· 통계조사 표본이 되었음을 인식시키고, 현장조사직원 자신에 대한 신상정보를 알려 다음 방문에 응답할 수 있도록 정보 제공		
내 용	첫 번째, 두 번째 방문은 거의 낮 시간에, 그 다음부터 퇴근시간에 맞추어 저녁시간이나 또는 주말을 이용하여 방문하였다. 부재가구는 방문시마다 협조공문, 얼굴이 담긴 통계자료, 손글씨 메모까지 동원해 정성과 흔적을 남기는 것과 다음 방문시기와 시간을 적어놓는 것을 잊지 않았다. 최대한 통계조사 표본대상이 됨을 어느 정도 인식할 수 있도록 부지런히 흔적을 남기기에 치중을 하는 편이다. (중략) 오늘은 기필코 면접을 하리라 다짐을 하고 몇 차례 노크를 했다. “안녕하세요. 통계청에서 나왔습니다. 잠깐만 볼 수 있을까요?” 한참 후 드디어 대문이 열렸다. 그냥 평범해 보이는 아주머니였다. 딱히 문제가 되는 가구도 아닌데 왜 그동안 문을 굳게 닫고 응답이 없었던 걸까 정말 의아했다. 부재 시 남겨 놓았던 자료 덕에 나에 대한 정보가 어느 정도 인지되어 있음에 쉽게 조사를 진행할 수 있었다.		
	 출처 2016년 통계조사 현장체험 사례집		

3) 정보보호에 대한 오해와 불신

- 최근 개인정보의 악용으로 인한 피해 사례가 많아지면서 조사를 통해 드러나는 자신의 신상정보 및 경제활동정보 등을 이용, 정부의 다른 기관에서 자신을 추궁하거나 처벌할 수도 있다는 오해 때문에 조사를 거절하는 경향이 증가하고 있다.
- 현장조사직원은 통계법 상의 정보보호에 대한 사항을 확실히 숙지하고 조사대상자에게 상세하게 설명하여 오해를 풀어 주어야 한다.



4) 조사기관 또는 정부기관에 대한 불신

- 일부 조사대상자는 정부에서 하는 일은 모두 부정적으로 바라보고 의심을 하기도 한다. 정부기관의 정책과 의사결정에 대한 불만과 불신이 정부기관의 조사에 대한 불신으로 연결되는 경우도 많다.
- 이럴 경우 조사지침에 나온 대로 조사의 목적과 그 활용에 대해 명확히 설명한 후 통계청의 조사결과와 획득된 조사자료를 정부만 사용하는 것이 아니라, 모든 국민이 사용하고 있다는 사실을 알려주어 설득하도록 한다.
- 또한 언론과 일반시민들이 통계자료를 통해서 정부기관의 정책과 행정을 감시할 수도 있으며, 통계자료에 기초해 정부의 문제점을 지적하고 새로운 정책을 제안할 수도 있다는 점을 잘 설명해 준다.

정부기관에 대한 불신 사례

조사대상	· 농가	조사종류	· 농가경제조사
상황설명	· 10월에 한창 수확으로 바쁜 농가 방문하여 조사 협조 요청		
불응사유	· 통계조사의 불신과 조사내용의 복잡성 등을 이유로 조사 거부		
대응방법	· 맞춤형 보조조사표를 작성하여 조사대상자의 부담완화, 직접 확인할 수 있는 정보 (전기세, 수도세)는 직접 조사 · 농가경제조사 보고서와 관련 보도 자료를 보여주어 통계조사의 성과 또는 영향성을 알림		
내 용	“농사일로 너무나 바쁘고 힘든데, 왜 하필 내가 표본인가 원가로 뽑혀서 조사를 해야 하는지... 나라에서 농민한테 해준 게 뭐가 있는데 이런 조사로 또 괴롭히느냐... 이런 거 조사 해봤자 아무 소용없어... 바쁜 사람 잡고 쓸데없는 짓 하지 말고 그냥 가세요.” 10월말 수확으로 한 참 바쁜 농가에 방문해 “안녕하세요. 통계청 직원인데 잠깐만 시간 내주실 수 있으신가요.”라는 인사말에 돌아온 답변이다. 다시 방문했을 때 아저씨께서는 지난 번 심한 말이 마음에 걸리셨는지 나의 간곡한 부탁을 거절하지 못하시고 시간을 내어 주셨다. 아저씨의 조사 부담을 줄여드리려는 노력으로 아저씨의 마음을 돌리는데 성공했지만 마지막으로 통계조사에 대한 불신을 해결하는 것이 필요했다.		

농가경제조사가 마무리되면 4월에 결과가 발표되는데, 농가경제조사 보고서와, 관련 보도자료를 출력해서 농가에 가져다 드리면서 “아저씨가 작성해주신 자료로 나온 보고서예요.”하면 “이게 진짜로 농업정책 수립에 반영이 되는 거야? 그럼 정말로 숨기는 거 없이 사실대로 조사 해야겠네... 그래야지 어려운 농업을 위해 보조도 하고, 정책도 세우고 그럴 거 아니야?” 이런 응답을 해주신다. 처음에는 쓸데없는 조사라며 거부하시던 아저씨도 이전 통계조사 모범 조사대상자가 되었다.

 출처 | 2015년 통계조사 현장체험 사례집

5) 현장조사직원에 대한 불신

- 최근 조사를 빙자한 마케팅이나 사기가 기승을 부리고 있어 때로는 조사대상자가 ‘조사’라는 말만 듣고도 의심의 눈길을 보내는 경우가 있다. 이는 현장조사직원에 대한 불신과 의혹으로 전이되어 조사에 응해주지 않는 결과로 이어진다.
- 가구 방문 조사의 경우 이러한 불신이 더욱 심한데, 특히 노인 가구 방문 시, 노인대상 사기 행각으로 인한 경계심이 강해 현장조사직원과의 만남 자체를 기피하는 사례들이 많다.
- 현장조사직원은 조사대상자를 방문할 때 조사직원증을 항상 패용하며, 통계청에서 발행한 공문과 조사 안내책자 등을 조사대상자에게 제시하여 신분을 분명하게 알리고, 조사대상자가 오해하지 않도록 대화에 신중을 기해야 한다.

현장조사직원에 대한 불신 사례

조사대상	· 가구	조사종류	· 가계동향조사
상황설명	· 남편의 건강을 위해 지방으로 이주한 가정		
불응사유	· 낯선 환경에 적응하지 못하는 상황에서 조사직원을 신뢰하지 못하고 조사를 거부		
대응방법	· 지속적으로 방문하여 안부를 묻고, 통통소식지, 리플릿과 함께 전화번호가 담긴 자필 메시지를 남김 · 곤란한 상황이 생겨 먼저 연락이 와서 도움을 주고 이웃도 소개해 줌으로써 신뢰를 얻음		



내 용

현장경험으로 보건데 이분은 오랜 도시에서의 생활로 개인주의적 성향이 있으신 데다 낯선 환경과 아픈 남편이 있는 상황이라 쉽게 낯선 사람들에게 마음을 열지 못하고 계신 것 같았다. 이런 분들에게는 어떤 목적이나 부탁을 하는 일보다 자주 찾아뵙고 신뢰감을 드리는 것이 먼저였다. 그래서 나는 조사기간이 아니더라도 종종 찾아갔고, 시간 날 때마다 안부를 물었으며, 집 앞에다 사무소에서 만든 통통소식지, 가계조사 관련 리플릿과 함께 전화번호가 담긴 손글을 남겼다.

(중략: 조사대상자의 곤란한 상황에 도움을 줌)

“어제는 나 때문에 고생이 많았지? 아는 사람이 없어서 걱정이었는데, 통계청 전화번호가 집 앞에 붙어 있어서, 내가 오지 말라고 했는데도 자주 찾아오고, 시간 되면 얼굴보고 가는 게 믿음이 가서 연락 했어” 라며 부끄럽게 웃으신다.

“내가 여기가 낯설어서, 살던 곳이란 사람이 달라 보여서, 그래서 그랬어. 그동안 미안해.”

이렇게 또 한 분이 마음을 열었고, 나와 인연을 맺었고, 3년간 가계조사라는 동행을 시작하기로 하였다.



출처 | 2014년 통계조사 현장체험 사례집



화난 상대를 침착하게 만드는 요령

① 휴식을 취한다.

요령 휴식을 취하면 화가 가라앉을 수 있는데, 이때 장소를 바꾸면 더욱 효과적이다. 상대방이 어느 정도 화가 났는지에 따라 몇 분에서 1시간 정도 휴식을 취하고, 상당히 화가 나 있을 때는 며칠 휴식을 취한다.

② 조용히 이야기를 듣는다.

요령 상대방이 흥분해서 소리치는 동안 조용히 듣는다. 상대방의 얼굴을 똑바로 보며 가만히 있다가 상대방의 화가 가라앉은 시점에서 다른 화제로 바꾼다.

③ 주제를 바꾼다.

요령 상대방의 분노에 그다지 근거가 없을 때는 그 점을 지적하고 나서 '이 건은 나중에 다시 검토하자'고 한 후 다른 이야기로 주제를 바꾼다.

④ 사과한다.

요령 상대방의 분노에 근거가 있을 때는 솔직하게 사과한다. 상대방의 분노에 연연해서는 안 된다. 솔직하게 사과하고 설득을 시킨다는 본래의 목표를 달성한다.

⑤ 조금 양보한다.

요령 상대방의 분노가 좀처럼 가라앉지 않을 때는 조금 양보한다. 쉽게 양보하면 만만해보여 더 큰 양보를 요구받을 수 있으므로, 다른 방법을 시도해도 안 되었을 경우에만 이 방법을 사용한다.

⑥ 다른 사람에게 설득을 부탁한다.

요령 다른 방법을 모두 시도했는데도 상대방의 분노가 가라앉지 않을 때는 다른 사람(이웃, 이장 등)에게 대신 부탁하는 방법이 있다. 상대방의 성격이나 설득 과정을 주변 이웃의 도우미(통장, 이장, 지인 등)에게 자세히 설명하고 같이 작전을 짜거나 동행하여 협조를 부탁한다.





다. 대상별 대응 방법

가구를 대상으로 하는 통계조사의 불응 유형은 매우 다양하다. 거시적으로 시기, 지역에 따라, 미시적으로는 조사대상자 개개인의 개성까지 유사한 조사환경에서도 수많은 변수로 인해 개별 조사현장을 경험하지 않고서 최적의 해결책을 제시하는 것은 불가능하다.

하지만 그렇다고 조사환경을 일정한 기준으로 유형화하는 것이 불필요한 것은 아니다. 조사 환경의 유형화는 현장조사직원이 현장의 상황을 빠르게 판단하고 불응 대응을 위한 방향성을 잡을 수 있게 도움을 주는 역할을 할 수 있다.

아래에서 소개하는 가구와 사업체의 대상별 대응방안은 조사현장에서의 문제 상황을 간접적으로 체험하게 해줄 것이다. 현장조사직원은 이를 불응대응의 방향성을 잡는데 참고 자료로 활용하기 바란다.

1) 가구 부문

가) 소득계층에 따른 불응 유형과 대응방안

일반적으로 상위계층은 신분이나 소득이 노출되는 것을 염려하여 면접을 기피하는 성향이 있다. 반면, 소득이 낮은 계층에서는, 가정 결손 상황, 정부 불신, 피해의식, 또는 신용불량자의 신분 노출에 대한 기피 등의 이유로 면접을 거부하는 경우가 많다. 또한 면접에 응하더라도 원치 않는 항목에 대한 응답 거부가 많다.

아래 표를 참조하여 소득계층에 따른 불응 대응방안을 마련한다.

소득계층에 따른 불응 유형과 대응방안

구분	불응사유	대응방법
상위계층	• 신분노출, 소득노출 등을 염려하여 면접 기피	• 통계법의 비밀보호를 설명하고 꾸준한 설득이 필요 • 동장 또는 부녀회장의 협조를 얻어서 면접 시도
하위계층	• 가정결손, 피해의식, 정부불신, 신용불량자의 신분노출 기피 등	• 집주인이나 이웃집의 도움으로 면접 시도 • 조사필수품도 있음을 알리고, 통계법의 비밀보호를 설명



예시

아픈 남편과 생계를 책임진 배우자의 조사 거부

상황예시

- 가구주의 남편은 몸이 편찮아 사람을 만나는 것을 귀찮아하고, 가구주인 아내는 회사 식당에서 보조업무를 하는 관계로 근무시간이 매우 길고, 피곤하여 매달 조사에 응하는 것을 어렵게 생각한다.

설득과정

- 매일 집에 계신 가구주의 남편은 조사에 대한 거부감이 강하여 가구주인 아내를 공략하기로 함.
- 아내는 주말엔 시간이 있다고 해서 일요일에 약속시간을 정해 만나러 감. 만날 때 자신이 1시간이 넘게 걸리는 거리를 와야 한다는 점을 강조하여 조사를 위해 노력하고 있음을 설명. 또 조사필수품(현금지급)이 있음을 알림.
- 처음에는 비협조적인 아내가 점점 마음의 문을 열고 조사에 협조하기 시작함. 생활이 여유롭지 못한 터라 조사필수품(현금지급) 지급에 만족하심.

나) 주거 형태에 따른 불응 유형 및 대응방안

가구 조사의 경우 주거 형태에 따라 불응 유형에 차이를 보인다. 고급 아파트의 경우 첨단 전자장비 설치로 단지 입구에서부터 접근이 어려운 경우가 많고, 서민아파트의 경우에는 맞벌이 등으로 출타 중인 세대가 많아 면접이 어려운 경우가 많다. 단독주택이나 공동주택은 아파트에 비해서 비교적 접근이 용이한 편이지만, 가정결손, 빈곤, 심리적 문제 등의 이유로 응답을 기피하는 경우가 상대적으로 많다.

주거 형태에 따른 불응 대응방안을 참조하여 다양한 형태의 주거에 따른 불응 유형에 대비한다.

주거형태에 따른 불응 유형과 대응방안

구분	불응사유	대응방법
아파트	• 고급아파트는 첨단전자장비 설치로 단지 입구에서부터 접근이 어려움 • 서민아파트는 맞벌이 등으로 출타 중 이어서 면접이 어려움	• 관리사무실을 방문하여 조사취지 설명하고 협조 구함(구내방송이나 아파트 게시판을 활용) • 최근 역할이 커진 입주자회를 설득하는 것도 한 가지 방법
단독빌라	• 상대적으로 접근은 용이하나 맞벌이가구로 빈집이 많고, 가정결손, 빈곤, 심리적 문제 등으로 응답을 기피하거나 적정한 면담이 이루어지지 않음	• 통장이나 부녀회장, 이웃집 등 협조가 필요 • 야간에 방문 등 꾸준한 설득 필요



다) 교육 수준에 따른 불응 유형과 대응방법

- 대학원 이상의 고학력자 또는 고위공무원, 의사, 판검사, 변호사 등은 통계에 대한 이해도 있고 협조도 잘 해주는 편이지만, 때로는 신분 노출이나 소득정보 유출을 꺼려 조사를 거부하는 경우도 있다. 이런 경우 정부의 공식 통계라는 점을 강조하고, 사회지도층으로서 솔선수범해 줄 것을 강조하면서 불응에 대응한다.
- 반대로 무학력자 또는 저학력자인 경우, 통계에 대한 이해 부족, 정부에 대한 불만 등의 이유로 조사를 거부하는 경우가 많다. 이런 경우 통계에 대한 이해를 돕기 위해 홍보지, 리플릿 등의 정보를 제공하고, 쉽게 설명을 해준다. 또 그들의 어려움과 불만을 함께 들어주고 공감하면서 조사대상자와 래포를 형성할 수 있도록 노력해야 한다.

교육 수준에 따른 불응 유형과 대응방법

구분	불응사유	대응방법
대학원 이상 고학력자	• 통계를 이해하고 협조도 양호하나 일부에서는 권위적인 태도로 면접을 거부하는 경우 등이 있음 (고위공무원, 의사, 판검사, 변호사 등)	• 꾸준한 노력이 필요. 정부의 공적인 통계임을 강조, 사회지도층으로서 솔선수범하여 줄 것을 강조
무학력자 또는 저학력자	• 통계에 대한 이해 부족으로 응답을 거부하거나, 건축노무자, 일용직 등 직업상 면접이 어렵거나 정부에 대한 불만이 많아서 불응함	• 통계에 대한 정보제공 및 설명 • 조사대상자와 상황에 대해 공감을 표하면서 래포 형성 노력



예시

사생활 노출이 두려워 거부하는 교육 공무원 가구



상황예시

- 가구주는 교육 공무원이고 배우자는 종합병원 간호사인 중산층 가정으로 가계부를 기입하면 국가가 사생활을 침범할 수 있다며 거부함.



설득과정

- 통계청 보도자료, 리플릿을 우편함에 넣어드리고 국가통계의 중요성을 설명해드림. 전자가계부의 장점 및 가계부를 인터넷으로 하여 면접조사를 하지 않고 관리가능하다고 설명.

설득과정

- 가계부 조사를 앞집도 실시하고 있다는 점과 표본가구의 협조의무가 있다는 점을 인식할 수 있도록 도움.
- 처음에는 강력하게 불응하였으나 이웃들도 조사에 참여하고 있다는 것을 알고, 같은 공무원으로 국가업무에 협조하지 않을 수가 없어 마음의 문을 열기 시작함, 인터넷으로 가계부를 작성하는 것이 사생활 노출의 우려가 적다는 점을 알고 조사에 협조함.

라) 연령별 불응 형태 및 대응방안

- 노인가구의 경우는 경제적 어려움, 저학력, 통계에 대한 이해 부족으로 거부하는 경우가 많다. 때로 자녀들이 노인을 대상으로 한 사기를 염려하여 아무에게나 신상정보를 노출 시키면 안 된다고 주의를 주어, 노인들이 조사면접을 거부하는 사례도 늘고 있다. 현장 조사직원은 노인가구를 방문할 때에는 신분을 분명히 밝히고 통계조사에 대해 쉽게 이해 할 수 있도록 설명하면서도, 대화에 신중을 기하여 신분에 대한 의심을 받지 않도록 노력 해야 한다. 만약 가구 내 젊은 사람들이 있는 경우에는 젊은 사람과 면담을 통해 통계 조사의 취지를 충분히 설명하고 협조를 구한다.
- 20~30대의 경우, 개인 사생활에 대한 강조와 정부 또는 공무원에 대한 불신을 가진 세대로서 조사에 쉽게 협조하지 않는 경향이 있다. 이들에게는 사생활 관련 정보를 통계 처리 이외의 목적으로 사용할 수 없도록 통계법이 보호하고 있다는 것을 강조한다.

연령별 불응 형태 및 대응방안

구분	불응사유	대응방법
노인층	• 통계에 대한 이해부족으로 인한 불응 • 자녀들이 사기 등을 염려하여 응답해주면 안 된다고 하여 면접거부 또는 불응	• 현장조사직원의 신분을 분명히 확인 • 신분을 의심받지 않도록 대화에 주의 • 가구 내 젊은 사람과 면접을 통해 통계 조사의 취지를 설명하고 협조를 구함
20~30대	• 개인 사생활을 지나치게 강조하는 세대로 정부 또는 공무원을 불신하여 불응	• 개인정보보호에 대한 법과 제도를 설명하고 안내문 등을 활용하여 설득



예시

노인대상 사기사건에 대한 우려로 조사에 불응하는 노인가구



상황예시

- 경제활동인구조사 시작으로 유대감을 조성하는 단계에서 조사필수품을 강하게 거부하고 부담스러워함. 그 이후 만남조차 거부함.
- 조사필수품을 받기 위한 계좌번호를 노출할 경우 계좌에서 예금이 출금되는 사기를 당할까 우려하여 조사에 불응



설득과정

- 조사구를 자주 방문하여 유대감을 조성하고 이웃들도 경제활동인구조사를 한다는 것을 인식할 수 있도록 알려주어 경계심을 낮춤.
- 계속된 설득에 조사대상자 본인은 조사에 대한 경계심을 풀었지만 출가한 자녀들이 조사직원에게 대한 불신으로 계속 반대함. 자녀들의 불신을 잠재우고자 통화를 시도하여 자녀들을 설득함. 자녀들을 설득하는데 성공함으로써 조사대상자가 조사에 응하기 시작함.

마) 불응 정도별 불응유형 및 대응방안

조사 협조 요청에 불응하는 강도에 따라 적대적인 불응, 무관심, 무시 등으로 나누어 볼 수 있으면 각각의 대응방법은 아래 표를 참조한다.

불응 정도별 유형 및 대응방안

구분	불응사유	대응방법
적대적인 불응	• 정부에 대한 불신 • 통계조사에 대한 불신 • 개인적인 사정	• 조사대상자가 관심이 있을 것 같은 다른 주제로 화제로 돌려 우선 관계를 유지 • 불응을 받아들이지 않겠다는 태도 유지 • 설득을 당했다고 느끼지 않도록 대화에 주의
무관심 / 무시	• 개인적 사정으로 인한 대인기피 • 귀찮아서 불응	• 지속적인 접촉을 통해 래포 형성 노력 • 혜택이 있음을 설명

- 적대적인 불응은 주로 조사에 대한 불신, 정부에 대한 불만 또는 조사대상자의 개인 사정 등의 이유에서 나타난다. 사람들은 일단 자신의 강한 의사를 표현하고 난 다음에는 자신의 말을 되돌리지 않으려 하며 또한 자신의 말과 자신의 행동을 일치시키려는 경향을 보인다.

- 일단 조사대상자가 불응 의사를 강하게, 그리고 적대적인 말투로 표현한 경우 현장조사 직원이 조사 협조를 다시 요청하게 되면 조사대상자는 더욱 강한 적대감과 불쾌감을 보일 수 있다. 이때는 다른 이야기로 화제를 돌려 분위기를 누그러뜨리고, 조사협조요청 보다는 조사대상자와의 관계유지에 신경 쓰는 것이 좋다. 하지만 이 과정에서 현장조사 직원이 망설이거나 조사대상자의 의견을 다 받아들이는 것 같은 태도를 보이면 조사 대상자는 자신의 의사를 관철시키기 위해 더 강하게 불응할 수 있으므로 상대가 적대적인 불응을 한다고 하여 너무 저자세로 대응하는 것은 좋지 않다.
- 어떤 조사대상자는 현장조사직원의 이야기를 처음부터 듣지 않으려 하거나, 듣는 동안 관심을 보이지 않거나, 반응을 보이지 않음으로써 현장조사직원이 말을 붙이기 어렵게 한다. 이럴 때에는 조사에 대한 이야기는 일단 뒤로 미루고 관계를 유지하기 위한 노력을 하는 것이 좋다. 지속적으로 접촉을 시도하고, 접촉을 의도적으로 회피할 때에는 홍보지, 리플릿, 자필 메시지 등을 통하여 간접적인 접촉을 유지하는 것이 좋다.
- 개인적인 사정으로 대인을 기피하는 경우에는 어느 정도 관계가 형성된 후 경청과 공감을 통해 조사대상자의 협조를 유도하는 것이 좋다. 반면 귀찮아서 불응하는 경우에는 적극적으로 조사에 시간이 많이 소요되지 않음을 강조하고 조사대상자의 조사부담을 줄이기 위한 방안을 제안한다.

예시 처음 만남부터 욕을 하며 강하게 조사를 거부하는 가구



상황예시

- 몇 번을 방문해도 만나기 힘들었던 가구주를 어렵게 만난 자리에서 욕을 하고, 강하게 거부감을 드러내며 조사를 거부함
- 통장님의 도움을 받아 마련한 자리에서도 잘 부탁한다는 의미로 드린 음료수를 바닥에 던지고 욕을 하며 거부하여 현장조사직원과 마찰이 생김



설득과정

- 주변 이웃을 통해 경제적인 문제로 인한 가정불화로 부인과 자녀가 집을 나가 타인에 대한 적대감이 심하다는 것을 알게 됨
- 개인적 사연을 알고 역사사지의 자세로 가구주의 마음을 이해하고 진심이 담긴 편지를 전달하고 사과함
- 마지막이다 하는 생각으로 찾아가니 가구주가 편지를 읽고서 미안한 마음이 들었으며, 사과하고 조사에 협조해주겠다고 약속함.



2) 사업체 부문

사업체 조사환경은 가구 조사에 비해서는 불응의 유형이 다양하지 않고 그 대응 방안이 유형에 따라 큰 차이를 보이지 않는다는 특징이 있다. 현장조사직원은 사업체 조사에서 발생할 수 있는 유형과 사례를 파악하고, 일반적 대응 방법과 다음 장에서 소개하는 설득기법들을 숙지하여 현장에서 활용한다.

가) 경기침체에 따른 경영악화

국내 경기 둔화로 인한 업종 분할 및 설비 축소, 종업원 감축, 매출 감소 등으로 경영이 악화 되어 사업체 측에서 통계 자료 제출을 회피하는 경우에는 가급적 사업체의 담당 책임권한이 있는 사람과의 면담을 통해 설득을 시도한다.

상황예시

- 조명기구를 생산하는 OO실업(주)은 중국산 저가제품이 국내시장을 잠식하면서 매출이 급감하였고 이에 따라 경영수지를 개선하고자 불법외국인 근로자를 고용, 정부의 집중 단속으로 조업활동에 지장이 초래되면서 정부에 대한 불만이 고조되고 인력의 감축으로 사무인력이 부족해지면서 대표이사가 조사에 응답을 거부함.

설득과정

- 통계청의 통계조사가 불법외국인 근로자 단속 업무와는 관련이 없으며, 통계조사로 수집된 정보가 법적으로 비밀유지가 된다는 점을 강조함.
- 대상처의 상품을 구매한 적이 있는 소비자라는 점을 부각시키고 앞으로 주변에 적극적으로 홍보하겠다는 내용으로 대표이사의 호감을 시려고 노력함. 지속적인 방문과 설득으로 조사에 협조해주심.

나) 정치 불신에 따른 정부불만

경기 침체와 정부 정책에 대한 불만으로 조사 협조 거부 사례가 발생한 경우도 많다.

상황예시

- 기업활동조사 대상사업체인 OO세미테크(주)는 반도체소자 및 태양전지를 생산하는 업체로써 정부정책에 대한 불만이 많아 통계자료 제공을 강하게 거부(회사 출입통제 및 조사대상자 면접 거부)

설득과정

- 수차례에 걸친 면접요청과 업무 총괄자와 실사지도자가 설득지원을 하였지만 면접 자체가 이루어지지 않아 설득을 실패하였고 전수업종인 관계로 조사 불가로 유고 처리를 할 수밖에 없었음(설득 실패 사례).

다) 치열한 경쟁에 따른 정보유출 우려

정보 유출 우려로 외부인의 출입을 철저히 통제하여 담당자를 면담하기 어려운 사례가 많다.

상황예시

- 주)OO은 핸드폰 부품인 케이스를 생산하는 사업체로 신제품 개발에 심혈을 기울이고 있어 외부인 출입이 제한되고 있으며, 특히 중국시장 진출과 코스닥에 상장을 앞두고 매월 조사되는 자료에 대한 정보유출을 우려하여 조사응답에 불응

설득과정

- 조사대상자인 담당계장은 상사의 지시사항이기 때문에 어쩔 수 없다는 이유로 조사 응답을 계속 회피하여 현장조사직원이 팀장을 대동하고 사업체를 방문해 상사인 팀장과 면담을 시도함.
- 그러나 원천적으로 사무실 출입이 통제된 회사인지라 부재중이라는 답변만 듣고 면담을 하지 못하였고, 추후 전화로 지속적 면담을 시도한 끝에 통화를 하게 되어, 동 사업체의 중요성(가중치가 높은 사업체 임)을 강조하고 자료의 집계과정, 처리과정, 공표과정 등 통계에 대한 특성을 설명하고 조사에 대한 협조를 당부하여 설득에 성공(회사에 도움이 되는 통계자료를 제공 할 것을 약속함).

라) 사업체 조사대상자의 업무과다

경기 부진과 경영 악화로 사업체 내부 구조 조정 등으로 직원 한명이 여러 가지 업무를 맡아 수행하는 관계로 통계 응답에 대한 별도의 시간을 내기 어려워 자료 제공을 거부하는 사례도 있다.

상황예시

- 서비스업동향조사 대상사업체인 (주)OO여객은 시외버스 운송업을 영위하는 업종 특성상 조사대상자의 잦은 외출과 과중한 업무(총무업무와 경리업무 병행)로 통계조사 자료 취합에 어려움이 발생, 조사가 지연되고 비협조로 이어짐.
- 이로 인한 현장조사직원과 조사대상자 간의 마찰로 조사 거부 사태가 발생

설득과정

- 조사대상자와 유대관계 개선(식사 함께하기, 겸조사 챙기기)을 위한 노력을 하고, 동 조사의 중요성을 상기시켜 적극적인 협조를 당부하여 조사대상자로 하여금 잠정자료 제출이 발생하지 않도록 노력하겠다는 약속을 받음.



마) 사업체 조사대상자 변경 시 응답거부

조사대상처에서 통계조사에 대한 응답을 부수적인 업무로 취급되어 일정기간 담당하던 직원이 진급 및 인사이동을 하게 되면 신규직원에게 전가하는 경우가 많다. 일반적으로 신규직원은 업체 사정에 밝지 못하여, 통계조사 자료 제공에 어려움이 많은 경우가 있다. 이런 경우 조사응답에 불응하는 사례가 발생할 가능성이 있다.

상황예시

- 000000(주)는 제재목을 생산하는 종사자가 10인 이하인 소규모 업체로서 조사 대상자가 퇴사한 이후 인수인계가 이뤄지지 않아 각재, 판재, 내장재, 테크재 등의 품목별 생산현황, 출하현황에 대해 구분하여 집계해 이뤄지지 않고, 신규직원으로서 조사내용별로 집계하기가 어려워 조사 대상에서 제외해줄 것을 요청하며 응답을 거부하는 사례 발생

설득과정

- 광업제조업동향조사의 취지, 중요성, 표본업체가 지속적인 조사대상이 되어야 하는 이유 등을 설명하고, 조사품목인 제재목에 대한 집계를 당부함과 함께 관리이사의 협조를 받아 품목별 집계에 대한 어려운 현실을 보완하여 조사 완료

바) 사업체 상급자에 의한 응답거부

통계자료 요청기관이 많아지면서 업무에 지장을 초래한다는 이유 등으로 상급자가 조사 협조 요청을 거부하도록 지시함으로써 조사가 중단되는 경우가 있다.

상황예시

- (주) 00오탁스는 스위치를 생산하는 업체로 조사대상자는 조사에 적극 협조하고 있는 우수협조 사업체인데 월간조사 이외의 연간조사인 기업활동조사를 실시하던 중 상사인 상무이사가 이 상황을 목격하고 통계조사가 너무 많아 업무에 지장을 초래하니 향후 모든 통계조사에 대한 응답을 거부토록 조사대상자에게 지시하는 일이 발생

설득과정

- 1차 담당팀장을 대동하여 설득을 시도하였으나 불응하였으며 2차로 경제조사과장이 전화로 면담을 신청하였으나 역시 거부, 지속적으로 면담을 시도하여 조사에 중요성을 강조하며 협조를 당부하여 상무이사가 답변을 유보하고 대표이사와 상의 후 응답여부를 결정하여 연락하기로 하여 당월 조사는 잠정보고
- 차후 연락이 없어 재차 질의 한 결과 조사에 협조할 것을 약속하였고 조사대상자를 통하여 확정지 자료를 제출 받았으며 향후 유사중복 통계방지를 위해 적극적으로 노력할 것을 약속함으로써 설득에 성공

사) 영세업자의 응답거부

영세업자의 경우 통계에 대한 인식 부족 및 자료 제출로 인해 추가 세금이 부과될 수 있다는 오해로 응답을 기피하는 사례가 많다.

상황예시

- 횡집운영을 하는 어가가 가계수입에 대한 노출을 기피하며 응답을 거부함

설득과정

- 횡집에 가서 회를 시켜먹고 설득을 시작함. 가게매출에 대해 노출을 하더라도 통계 목적으로만 사용되며 전혀 세금 책정과는 무관함을 설명하고, 조사로 인해 습득한 비밀은 엄격히 보장됨을 인식시켜서 조사에 응하도록 설득에 성공

아) 사업주 변경에 따른 인수인계 미비

대부분의 회사가 사업주 및 조사대상자 변경 시 통계응답 관련 업무에 대한 정보가 거의 없어 조사에 불응하는 사례가 초래되기도 한다.

상황예시

- 서비스업동향조사 업체인 000000은 대표자가 변경되었는데 대표자에게 통계조사 대상사업체임을 사전에 보고되지 않은 상태에서 업무담당자가 자료제공을 한 사실을 인지하고 평상시 조사에 대한 인식이 좋지 않은 상태여서 업무담당자에게 당장 응답을 중지토록 지시하는 사례가 발생

설득과정

- 수차례에 걸쳐 면접을 요청해도 사업주는 바쁘다는 관계로 면접을 할 수가 없었으며 지속적인 연락을 통하여 사업주가 임시휴무일에는 사무실에 상주한다는 정보를 입수하게 되어 팀장 및 경제조사과장을 대동하여 사업체를 방문해 사업주를 면담하여 장시간에 걸친 설득 노력에 사업주의 통계에 대한 인식을 개선하여 조사 설득에 성공



현장조사직원의 감정회복(스트레스 관리)

조사협조를 요청하는 현장조사직원은 조사대상자의 협조를 얻어내기 위해 다양한 설득 기법을 사용하는 과정에서 자신의 감정을 억제해야 하는 감정적 부조화를 경험하게 된다. 감정적 부조화는 현장조사직원을 정신적으로 힘들게 만들며 이로 인해 생긴 문제가 적절하게 다루어지지 않는 경우에는 심한 스트레스 증상(좌절이나 분노, 적대감, 감정적 소진)을 유발함은 물론 장기간 지속될 경우에는 심신 및 신체장애로까지 발전할 수 있다.

때문에 현장조사직원의 감정회복을 위해 스트레스 관리가 필요하다. 현장조사직원은 아래와 같은 대처방법을 유념하여 스트레스를 관리해야 한다.

단, 스트레스 상황을 개인적으로 관리할 수 없을 때에는 즉시 관리자에게 도움을 요청하고 조직적으로 관리를 받아야 하며, 전문의나 심리상담사 등의 전문적인 도움을 받는 것이 바람직하다.



기초증상

- 자기의 감정 상태를 다른 사람에게 표현하거나 전달하기 어렵다.
- 자신의 생각에 대한 정리가 어렵고, 원하는 표현을 할 수 없어 타인과의 관계 맺음에 어렵다.

처 방

- 일상생활에서의 스트레스에 대한 느낌을 주위사람들에게 말하기
- 자신이 화가 나거나 분노하는 느낌이 어떤지 파악하기
- 이유 없이 짜증날 때 감정 돌아보기
- 휴식시간을 확보하여 긍정적인 대화하기

B 유형



기초증상

- 한번 화가 나면 딴 사람 같고, 평소에는 잘하다가도 한 번씩 견잡을 수 없을 만큼 화가 나면 가장 가까운 가족이나 친구에게 마구 화를 내거나 상처를 주는 심한 말을 하고 뒤에 후회하고 죄책감에 싸여 자책한다.

처 방

- 자신을 관찰하며 상황을 재평가하기
- 상황을 긍정적으로 해석하기
- 몸을 움직이면서 긴장을 풀고 주의를 딴 데로 돌리기
- 감정이 정리되면 '사실은...' 하면서 자신의 견해 전달
- 주변의 동료나 친구에게 하소연하고 수다 또는 위로 받기
- 기분전환 (음악 감상, 쇼핑, 산책, 수면 등)

C 유형



기초증상

- 매사에 힘이 없어 보이고, 이래도 흥... 저래도 흥...
- 순간 잠깐 일어나는 충동적인 생각으로 결정을 하고 책임감이 떨어지는 행동을 하곤 한다.

처 방

- 의욕이 넘칠 때의 느낌과 없을 때의 원인을 파악하기
- 의욕이 넘치는 상황과 사람을 파악하기
- 주변에 동기를 부여해주는 사람을 세우기
- 좋아하는 것, 잘하는 것을 즐겨보기



D 유형



기초증상

- 타인과 상호간 오해발생이 잦다.
- 상황에 맞는 적합한 반응이 어려워, 적절한 대응이 안 되기도 한다.
- 대화지속에 난감해하고, 어떤 말을 해야 할지, 조사대상자에 다가가는 방법을 잘 모른다.

처 방

- 상대가 말할 때 적절한 침묵으로 듣고, 말과 몸짓의 추임새로 반응하기
- 상대의 말을 요약해서 물어보기
- 내가 자주 쓰는 말, 감정 상태, 감정 변화를 적어보기
- 기분 좋았던 일을 한 명 이상과 공유하기
- 긍정의 단어를 열거하고 긍정적인 사람 곁에 있기

E 유형



기초증상

- 혼자서 속앓이를 하는 모습을 보이고, 다른 사람에게 자신의 상황을 말하지 않는다.
- 간혹 공격적인 말이나 행동이 나가기 쉽고, 부적절한 해결책을 제시하거나 자신의 해결방안에 대해 결과를 예측하지 못한다.

처 방

- 일의 목적과 의도를 분명하게 하기
- 모든 가능성을 열어두고 더 좋은 방법을 고민
- 가장 빨리, 쉽게 할 수 있는 일 해보기
- 원인보다 해결책에 집중하여 작은 문제라도 찾아서 해결
- 신문과 책을 가까이 하기

2

거절 회피 전략 5단계

가. 관계의 유지

1) 어떠한 경우에도 'No!'라는 대답을 받아들이지 말라.

- “조사에 협조해주시겠습니까?”라는 요청에 “아니요, 싫어요.”라고 단번에 거절을 한다고 하더라도 “제가 설명이 부족했나 봅니다.”라는 식으로 말하며 다시 설득을 시도한다.
- 조사대상자는 조사에 응하기 싫은 경우, ‘매몰차게 몇 번 거절을 하면 쉽게 포기하겠지’라는 생각을 갖고 강하게 거절 의사를 밝히는 경우가 간혹 있다. 이때 현장조사직원은 조사대상자에게 쉽게 물러 설 사람이 아니라는 나름대로의 강한 인상을 주는 것이 필요하다.

2) 거절을 받아들일 듯한 신호를 절대 주지 말라.

- 불응 의사를 밝힌 조사대상자는 끝까지 자신의 불응 태도를 관철시키기 위해 현장조사직원의 이런 저런 설득에 ‘무관심’으로 대응하거나 반대되는 의견이나 불만을 토로하며 끝까지 조사 거부 의사를 고집한다. 이 과정에서 현장조사직원이 조금이라도 힘든 표정이나 망설이는 듯한 모습을 보이면 조사대상자의 의사를 더욱 확고하게 만들 수도 있다.
- 따라서, 현장조사직원은 조사대상자의 조사 거부 의사를 그대로 수용할 수는 없다는 의지를 여러 가지 말과 행동으로 완곡하게 표현하고, 불응 의사를 밝힌 조사대상자가 다른 타협안을 내어 놓거나, ‘왜 내가 이걸 해야 되는가’ 등의 논쟁을 벌이려고 들면 조사에 대한 충분한 설명으로 다시 설득을 시도한다.

3) 침묵은 금기다.

- 현장조사직원이 침묵하는 시간이 길어지면 조사대상자에게 대책이 없다는 신호를 주게 되어 거절 의사를 다시 한 번 강하게 가지게 된다. 너무 길게 침묵하지 말고, 침묵의 시간을 적절히 조절하면서 설득을 해야 한다.



- 거부의 말이 끝나자마자 설득하면 조사대상자를 불쾌하게 만들 수도 있다. 그러므로 2~3초 동안 살짝 고개를 끄덕이며 가벼운 공감을 표현하면 사려 깊고 진실한 느낌을 줄 수 있다.

4) 표정과 제스처를 적절히 사용하라.

- 조사대상자가 대화 도중 짜증을 내거나 큰소리를 칠 때, 놀란 표정이나 한숨을 짓거나 고개를 숙이는 등의 행동은 하지 않아야 한다. 현장조사직원의 행동이 조사대상자의 표현을 더 강하게 만들 수 있기 때문이다.
- 조사대상자와 시선을 맞추고 경청하면서도 이야기할 기회가 되면 바로 응대한다. 그러나 조사대상자가 조사 자체에 부정적인 이야기를 하는 동안에는 고개를 끄덕이거나 고개를 가로젓는 것을 삼가야 한다. 고개를 끄덕이면 조사대상자의 말에 동의한다는 의사 표시가 되고, 고개를 가로젓는 행동은 조사대상자 말이 아직 끝나지 않은 상황에서 현장조사 직원이 반대 의사를 먼저 표현하는 것이 되어 기분을 상하게 할 수 있다.
- 하지만, 때로는 가벼운 공감을 표시하는 것이 필요할 때도 있으므로, 조사대상자의 이야기를 듣고 난 뒤 짧은 침묵과 함께 가벼운 수준의 공감을 표현하는 것이 좋다.



관계의 유지 사례

조사대상	· 사업체(카페)	조사종류	· 서비스업동향조사
상황설명	· 빵과 음료를 파는 서비스 업체로 대다수의 시간은 매니저와 시간제 아르바이트 인력이 운영하는 사업체에 서비스업동향조사 협조 요청 · 거부 의사를 강하게 표시하고, 현장조사직원을 없는 사람 취급함		
불응사유	· 바쁘다는 이유와 본인에게 돌아오는 혜택이 없다는 이유로 불응		
대응방법	· 불응을 수긍하지 않겠다는 단호한 모습을 보이며 설득		
내 용	내 지역에는 유사업종은 많으나 이 사장님은 꼭 설득해야 한다. 이렇게 물리치면 모두들 통계조사는 해도 되고 안 해도 되는 것으로 인식할 것이다. 다시 매장을 찾았을 땐 사장님이 다시 외출하고 안 계셨다. 바쁜 팔빙수를 하나 시키고 천천히 먹으며 소설책을 펴들었다. 오늘 꼭 끝낸다. 마음속으로 다짐을 하며... 30분쯤 지났을까. 사장님이 들어오셨다. 이젠 망설이지 않는다. 내 자리에서 사장님을 불렀다. 난 지금 통계청 직원이기도 하지만 손님이기도 한 것이다. 일단 사장님을 테이블로 모시는 데는 성공했다. “꼭~ 보험회사 직원처럼 와 그라는데요, 다른데서 하면 되지.” 표정이 조금 누그러진 것 같다. 다행이다. “저희가 사장님께 요구하는 자료는 세무서나 노동청 등에 공개하시는 자료라 정보 공개에 부담이 없으실 겁니다. 사장님의 자료는 해당 산업분류의 많은 자료들 중 하나에 포함 되어 지수작성에 사용되므로 사업비밀 또한 안전하게 지켜질 겁니다.” 사업하시는 대다수 분들이 정보공개를 꺼리는 가장 큰 요인은 통계자료로 공개된 자료들이 세금징수라는 부메랑이 되어 돌아온다는 잘못된 믿음 때문이다. “그러면 세무서, 노동청하고 연락해서 조사하소, 서로 귀찮게 찾아다니지 말고요. 세금낭비잖아요.” 조사대상자들에게 자주 듣는 레퍼토리 중 하나다. “정부가관이라도 개인의 사업체 정보를 함부로 열람할 수 없습니다. 그래서 통계청 공개 자료도 비밀이 유지될 수 있는 거구요.” 자주 듣는 레퍼토리의 자주 답하는 레퍼토리로 응수했다. 이 답변이 가장 정석이고 또한 잘 통한다. 잠시 말씀이 없으시다. “그래 뭐 조사하면 돼요~.” 와우~ 이렇게 된 이상 사업체 대체의 완성은 눈앞에 있다.		



나. 적극적인 청취

1) 주의 깊게 들어라.

- 조사 거부 의사를 표시한 조사대상자는 신경이 날카로워져 있다고 볼 수 있다. 거절을 표현하였는데도 현장조사직원이 계속 설득하려하기 때문에, 조사대상자는 일시적으로 현장조사직원에게 심리적인 공격 충동을 느낄 수 있다.
- 자신이 하는 말을 잘 알아듣지 못한다거나 이해하지 못한다고 생각하면 거세게 반박하게 되므로, 현장조사직원은 조사대상자의 심리적 불편 상태를 이해하고 조사대상자의 이야기를 주의 깊게 들어줘야 한다.
- 통명스런 거절에도 물러서지 않고 진지한 자세로 자신이 이야기를 잘 들어주는 현장조사 직원의 주의 깊은 경청 자세는 조사대상자의 태도를 누그러뜨릴 수 있다.

2) 조사대상자의 몸짓과 표정에 주의하라.

- 조사대상자의 표정과 몸짓을 읽는 것은 바로 마음을 읽는 것이다.

3) 말하는 도중에 끼어들지 말라.

- 대화의 기본규칙으로 조사대상자가 말하는 중간에 말을 끊고 끼어들게 되면 상당히 불쾌한 느낌을 갖게 된다. 설사 억지스런 말이라 해도 말이 중단될 때를 기다린다.
- 꼭 끼어들어 말을 중단시켜야 하는 상황이라면, 설득하기 어려운 상황이라고 판단할 때여야만 한다.

4) 조사대상자의 입장에서 이해하려 노력하라.

- 현장조사직원은 어떤 상황에서라도 조사대상자에게 강요를 해서는 안 되며, 자발적으로 조사에 참여하도록 설득해야 한다.

- 조사대상자를 설득하기 위해서는 조사대상자의 입장에서 생각해야 하며, 조사대상자를 이해하려고 노력해야 한다. 입장을 바꿔 생각해야만 조사대상자가 말로 표현하는 것 이상을 파악하여 설득을 위한 단서를 찾을 수 있다.

적극적 청취의 사례

조사대상	· 가구	조사종류	· 가계동향조사
상황설명	· 조사구에 새로 전입한 가구를 수차례 방문했으나 만나지 못함 · 어머니와 아들이 살고 있는 가정으로 가구주가 입원 중		
불응사유	· 남편이 사망 후 이사를 했고, 몸도 안 좋아 협조할 마음에 여유가 없음을 이유로 불응		
대응방법	· 여러 차례 병원을 방문하여 위로를 전하고 가정의 사정을 경청함		
내 용	친인척 방문안 가듯이 자연스럽게 방문한지 세 번째 되는 날, 그날은 조사직원의 성의를 무시할 수 없었는지, 아이 어머니는 가슴 한편에 가득했던 자신이 처한 상황과 하소연을 하며 속내를 드러내 주었다. 남편이 교통사고로 얼마 전 사망하여 기존에 살던 집을 부랴부랴 팔고 이사를 오게 되었다. 그 충격으로 몸이 안 좋아 수시로 병원을 들락거리며, 낯선 사람 만나는 것도 꺼려진다고 한다. 이 와중에 무슨 가계부를 쓸 마음의 여유가 있겠냐고 반문한다. 순간 너무 미안한 마음과 그녀가 처한 현실이 너무 딱해 가슴이 먹먹했다. 그녀의 이야기를 듣는 내내 그녀의 가슴앓이가 조금이라도 가벼워지기를 바라며 그저 말없이 고개를 끄덕이며 들어주기만 했던 것 같다. 그날, 당장은 아니더라도 마음이 정리되면 영수증이라도 모아 달라 어렵게 부탁하고 왔다. 두 달 후, 말일쯤에 가계부 가져가라 문자가 왔다. 그 당시 나에 대한 첫인상이 너무 좋았다고 한다. 공감, 그녀에겐 무엇과도 바꿀 수 없을 정도의 마음의 위로가 된 모양이다. 조사직원이기 이전에 나도 아내이고 아이들의 엄마이고, 행복한 가정을 꿈꾸는 여자에게 가능하면 인간 대 인간으로 그녀를 대했다. 조사대상자와 소통하기를 바라는 마음으로 받아주었던 그녀의 가슴앓이가 가계부로 이어지는 매개체가 되지 않았나 싶다.		



출처 | 2015년 통계조사 현장체험 사례집



다. 거절의 요점 파악

조사대상자를 설득하기 위해서는 조사대상자가 왜 조사에 불응하겠다는 것인지를 정확하게 파악하여야 한다. 이때 중요한 점은 조사대상자의 입장에서 이유와 요점을 파악해야 한다는 것이다. 조사대상자에 대한 자세한 정보가 없는 상황에서는 조사대상자의 반응(행동)을 통해서 불응하려는 이유와 요점을 파악할 수 있다.

■ 이야기 도중에 손가락이나 연필 끝으로 툭툭 소리를 낸다.

- 상대의 말에 동의할 수 없다는 뜻이거나 또는 상대의 말이 지루하다는 표현이다.

■ 주먹을 쥐거나 주먹으로 손바닥을 내리친다.

- 이러한 동작은 무언의 위협이며 상대에게 많이 화가 난 경우이다. 이때는 일단 한 걸음 물러서서 상대에게 기회를 주는 것이 좋다.

■ 손톱을 깨문다.

- 원래 버릇일 수도 있지만, 이런 습관을 지닌 사람들은 대체로 불안 수준이 높은 경우가 많으므로, 마음을 편안하게 안심시켜주는 것이 좋다.

■ 손을 호주머니에 넣은 채 이야기를 듣는다.

- 상대에 대한 불신과 은근한 무시를 드러내는 것으로 볼 수 있다.

■ 맞장구를 치지 않고 가벼운 미소를 짓는다.

- 완곡한 거부나 난처함의 표시이며, 조사대상자를 설득하는데 어려움이 예상된다.

■ 갑자기 미소를 중단한다.

- 이야기 도중에 갑자기 상대의 얼굴에서 미소가 사라지면 이쪽의 말에 흥미가 없거나 뭔가 실수를 했다는 뜻이므로 빨리 상황을 읽고 수습해야 한다.

■ 설득하기 위해 애쓰는데 상대의 얼굴에 표정이 없다.

- 부탁을 거부하거나 난처한 입장이거나 혹은 혐오감의 표시이다. 거절의 뜻도 있으므로 일단 말을 중단하고 다른 방법을 찾도록 한다.

라. 대답을 생각하기

조사대상자의 반론이나 질문이 끝나면 준비된 대답을 주저함 없이 하는 것이 중요하다. 대답은 요점을 정확히 전달할 수 있는 정도로 짧고 간결한 것이 좋다. 대답이 길어지면 조사대상자가 요점을 파악하지 못할 수가 있으므로 지나치게 짧지 않으면서 간결하게 대답하고, 또한 친절한 말투와 태도, 표정을 유지해야 한다.

마. 적절한 대답

조사대상자가 반문을 할 경우, 현장조사직원은 조사대상자의 반문에만 초점을 맞추어 대답한다. 현장조사직원이 조사대상자가 할 수 있는 예상 질문까지 미리 예측해서 대답을 장황하게 하는 것은 바람직하지 않다. 왜냐하면 조사대상자가 짧게 질문을 했는데 현장조사직원이 장황하고 길게 대답을 하게 되면 조사대상자는 그 대화가 불공평하다고 느낄 수 있기 때문이다.

조사대상자의 연령, 성별, 경제, 교육 수준은 다양하기 때문에 동일한 질문에 대한 대답도 조사대상자의 언어 수준과 습관에 적절히 맞춰서 이해하기 쉬운 말로 설명해야 하며, 이때에는 조사대상자에게 생소한 용어는 피하는 것이 좋다.



조사대상자 설득 시 유리한 고지를 점할 수 있는 Tip 5

① 사람의 신뢰를 얻어라.

설득을 잘하는 사람을 보면 짧은 시간 안에 신뢰를 얻어낸다. 조사대상자의 신뢰를 얻으려면 자신이 바라는 바와 목표에 대해 어느 정도 솔직한 모습을 보여야 하지만, 지나치지는 말아야 한다. 적당한 수준에서 내심을 밝히면 조사대상자는 당신을 더 신뢰하게 될 것이다.

② 자기합리화는 금물이다.

내심을 밝히면 분명 많은 반감이나 거절, 비판 등이 따라올 것이다. 때문에 가끔은 자신을 적당히 감추는 것이 도움이 된다. 솔직하게 임하되(거짓말을 하라는 것이 아니다) 설득을 하는 동안 당신의 입지를 약화시킬 수 있는 언행은 철저히 숨겨야 한다. 또한 입장을 전달할 때는 최대한 간결하게 말한다. 꼭 필요한 부분만 말하고 말을 자제할 필요가 있다. 잠시 침묵하는 것도 좋은 방법이다. 구구절절하게 자신의 입장을 설명하다 보면 따분하거나 우유부단한, 심지어 방어적인 현장조사직원으로 비칠 수 있다.

③ 약한 모습을 보이지 마라.

서툴거나 경험이 부족한 현장조사직원은 조사대상자에게 자신의 약점을 쉽게 보이는 우를 범한다. 비록 속으로는 긴장하고 있을지라도 겉으로는 당당하고 자신 있는 모습을 보여야 한다. 작은 설득부터 시작해서 점점 더 결정적인 설득으로 나아가면 된다.

④ 과감하게 자리를 박차고 일어서는 걸 두려워하지 마라.

협상에서 가장 유리한 사람은 어떤 사람일까? 바로 결과에 연연하지 않는 사람이다. 협상을 계속 이어갈 것인지, 그만 둘 것인지 여부를 정하는 사람이 당신이 되도록 해야 한다.

⑤ 때로는 침묵을 활용하라.

협상이라고 해서 항상 말을 많이 해야 하는 것은 아니다. 가끔은 잠시 침묵하거나 협상을 중단하는 것이 억지로 의견을 관철하고자 애쓰는 것보다 더 효과적일 수 있다. 침묵은 불편하고 어색한 분위기를 만들지만, 그러한 분위기 덕분에 조사대상자로 하여금 더 양보할 마음이 생기게 할 수 있다.

성공적인 설득의 첫걸음은 상대를 기분 좋게 하는 것이고, 상대를 효과적으로 이해시키기 위해서 가장 필요한 것은 조사대상자에게 최대한 집중하는 것이다. 모든 설명은 내가 아닌 다른 사람에게 하는 것이기 때문이다.

① 조사대상자의 수준에 맞춰 설명한다.

- 정보를 미리 수집하고 확인한다.
 - 조사대상자의 말에 귀 기울여 조사대상자에 대한 정보를 파악한다.
 - 조사대상자의 표정과 손동작을 관찰하며 마음을 읽고, 추가적인 질문을 던져 조사대상자에 대한 정보를 확인한다.
- 수집한 정보를 통해 조사대상자의 관심사와 이해도를 미리 파악한다.
 - 조사의 목적과 취지를 조사대상자가 이해하고 흥미를 갖도록 하기 위해서는 전문용어를 사용하여 설명하는 것보다는 이해도나 관심사에 맞춰서 설명하는 것이 좋다.
 - 관심사와 이해도를 파악하기 힘들다면, 조사대상자가 체감할 수 있는 일상생활 사례를 들어 설명하면 조사대상자의 흥미를 유도할 수 있다.
- 조사대상자를 파악할 때 이런 점에 주의한다.
 - 추측성 판단은 절대 금물이다.
 - 조사대상자가 말하는 도중에 끼어들지 않는다.
 - 말하기 편한 분위기를 만든다.

② 반응을 확인하며 말한다.

- 눈을 보고 조사대상자의 표정을 관찰하며 말한다. 전화통화 시에는 중요사항마다 확인하고 내용별로 적당한 간격을 두고 확인하며 질문할 기회를 부여한다.
- 듣는 사람의 반응을 무시하지 않는다.
 - 조사대상자를 이해시키고 설득하려면 조사대상자의 반응에 민감하게 대응해야 한다.



– 상황에 따라 조사대상자의 질문이나 반론이 나오면 바로바로 대답한다.

● 조사대상자의 가려운 곳을 긁어주는 효과적인 설명을 해야 한다.

– 대화도중 조사대상자의 반응을 통해 조사대상자가 이해하지 못하거나 불편해하는 부분을 파악하고, 그에 대해서 상세하게 설명을 해야 한다.

③ 서론을 줄이고 핵심을 이야기한다.

● 조사의 필요성과 취지 등 꼭 응답해야 할 항목을 강조하며 분명히 이야기한다.

● 때로는 단도직입적으로 이야기를 꺼내는 것이 효과적일 수 있다.

– 서론을 없애고 가장 중요한 내용부터 말한다.

④ 근거를 들어 설명한다.

● 상대가 납득할 수 있는 이유를 들어 설명한다. 설명의 근거가 명확하지 않거나 이해하기 어려우면 설득의 효과가 없으므로, 시간적 여유를 갖고 조사대상자가 여유로운 시간에 다시 방문하여 차근차근 설명한다.

● 주장에는 근거, 근거에는 논거가 필요하므로 조사의 필요성과 내용을 명확하게 강조 · 제시하며 설득력 있게 설명한다.

⑤ 직접 작성한 조사표를 보이며 이해시킨다.

● 아무리 반복 설명을 하여도 조사대상자가 알아듣지 못할 때는 예시용으로 작성된 조사표를 보여주며 이해를 돕는 방법이 효과적일 수 있다.

⑥ 우선순위를 정하여 한 번에 한 가지씩 설명한다.

● 전문적인 이야기는 듣는 사람이 이해할 수 있도록 준비과정에서 내용의 우선순위를 정하여 정리하고 용어 선택이나 의미 해설에 신경을 써야 한다.

– 지나치게 여러 가지를 설명하면 조사대상자가 거부감이 생길 수 있다.

– 한 가지 내용을 천천히 반복하여 구체적으로 설명한다.

- 한 가지 가치에 집중하여 상대의 마음을 파고들어야 한다.
 - 통계조사에 대한 여러 가지 가치를 나열하는 것 보다, 조사대상자가 중요하게 생각할 것으로 판단되는 한 가지 가치를 집중적으로 설명하는 것이 설득의 효과를 높일 수 있다.

⑦ 사례를 들어 조사대상자의 공감과 이해를 높여라.

- 조사대상자가 설명을 잘 이해하지 못할 때에는 조사대상자와 유사한 사례를 들어가며 설명하는 것이 조사대상자의 공감과 이해를 높이는데 효과적이다.

⑧ Keyword를 활용한다.

- 핵심을 한 단어(또는 문장)로 표현한다.
- 짧고 명쾌한 문장이나 좋은 표현, 명언 등을 수집하는 습관을 들인다.

⑨ 비교를 통해 특징을 부각시킨다.

- 특징을 시·공간적으로 비교해서 말한다.
 - 차이점을 비교한다.
- 예) 국가통계조사와 민간설문조사와의 차이 부각
- 과거, 현재, 미래의 시간적인 비교를 하거나 장소, 지역적 차이, 장소의 영향 등의 공간적인 비교를 한다.

⑩ 조사대상자에게 통하는 말을 사용한다.

- 전문용어의 사용을 지양하고, 될 수 있으면 쉬운 단어를 사용한다.
- 개인적인 특성을 고려하여 조사대상자가 소속된 집단이 많이 사용하는 특정 어휘를 사용한다.
 - 특히 연령적, 지역적 특성에 맞는 유행어나 은어, 사투리 등을 사용한다면 친근감을 높일 수 있다.
 - 다만 의미가 애매모호한 단어는 사용하지 않는다.



심리적 설득의 기술

심리학자 로버트 치알디니는 유명한 자신의 저서 『설득의 심리학』에서 설득과 관련된 심리학적 연구들을 정리하여 설득을 잘하기 위한 6가지 법칙을 제시하였다. 심리학적 설득의 기술들을 익히고 효과적으로 활용한다면, 조사대상자를 설득하는데 많은 도움이 될 것이다.



1. 상호성의 법칙

① 호의를 먼저 베풀어 상대방을 빚진 상태로 만들어라!

- 상대방에게 호의를 먼저 베풀면 상대방도 받은 만큼 그대로 갚아야 한다는 강박관념에 시달려, 더 설득하기 수월한 상태가 될 수 있다. 쉽게 ‘Give and Take 원칙’이라고 이해하면 간단하다.
- 단, 낮은 상대방에게는 처음부터 큰 호의를 베푸는 것 보다는, 받아들이 수 있을 정도의 작은 호의를 먼저 베푸는 것이 좋다. 너무 과한 호의는 상대방에게 의심과 경계심을 갖게 할 수 있다.

② 먼저 무리한 요구를 하라, 거절하면 그때 원하는 작은 요구를 하라!

- 이는 상호성을 이용한 일보후퇴 이보전진 전략으로 첫 번째 무리한 요구에 대한 거절을 수용하는 것이 상대방에게는 일종의 양보를 받은 것으로 느껴지기 때문에 상대방은 심리적으로 빚진 상태가 된다.
- 이러한 전략은 때로 상대방이 반감이나 위협을 느낄 수 있으므로, 적절한 상황과 상대에게만 선별적으로 적용해야 한다.
- 일단 승낙은 얻게 되면 그 사람에게 승낙의 말에 대한 책임감을 상기시켜야 한다. 승낙이 자기 스스로 내린 결정이라고 인식하면 그 책임감으로 인해 약속을 충실히 이행하기 때문이다.

2. 일관성의 법칙

① 작은 승낙부터 얻어라!

- 사람들은 일단 어떤 선택이나 결정을 하게 되면, 그러한 선택이나 결정과 일치되는 행동을 해야 한다는 심리적 부담감을 느끼게 된다. 그리고 이러한 부담은 스스로 내린 선택이나 결정을 정당화하는 방향으로 행동하게 만든다.
- 이러한 심리적 경향을 설득에 이용하는 기법 중의 하나가 바로 ‘문전에 발 걸치기’이다. ‘단계적 요청법’이라고도 하는 이 기법은 작은 요구로부터 시작하여 결국 더 큰 승낙을 얻어내고자 하는 전략이다. 일단 작은 요청에 동의하게 되면, 나중에 그보다 더 큰 요청에도 동의하게 될 가능성이 높아질 뿐 아니라 처음의 요청과는 성격이 다를 수도 있는 요청에도 쉽게 승낙하게 된다.
- 그러므로 조사대상자에게 조사에 대한 협조를 바로 얻지 못하더라도 조사와 상관없는 작은 요청을 하여 그에 대한 동의를 얻어 내는 것만으로도, 이후 조사대상자의 조사 협조를 얻을 가능성이 높아질 수 있다.
- 예를 들어 물 한잔을 부탁하거나, 화장실을 사용할 수 있게 해달라는 부탁에 승낙을 받는 것만으로도 조사협조에 한발 다가선 것이다. 또한 한 번에 여러 조사를 수행해야 하는 경우 필요한 조사를 모두 요청하는 것보다는 가장 부담이 적은 조사만이라도 동의를 얻는다면 다른 조사들도 추후에 승낙을 받을 가능성이 높아진다.

3. 사회적 증거의 법칙

① 다른 사람의 예를 들어라!

- 사람들에게 어떤 요청을 하게 되면 그들은 다른 사람들은 승낙하지 않는 것을 자신만 하는 것은 아닐까하는 불확실한 상황에 대한 의구심을 품게 된다. 이때 사회적 증거 즉, 다른 사람의 사례를 들어주면 ‘자신만’이라는 불안감을 해소할 수 있게 되어 요청을 받아들일 확률이 높아진다.



● ● 심리적 설득의 기술

- 조사대상자도 기본적으로 자신만 조사에 협조하는 것은 아닌가 하는 의구심을 갖고 있어 조사에 요청에 불응하는 경우가 많다. 이럴 때에는 조사대상자에게 ‘방금 옆집에서 마치고 왔습니다.’ 라든지, ‘젊은 분들이 이 조사에 오히려 흥미를 가지고 더 잘 협조를 해주시네요.’ 등의 말로 먼저 선수를 치는 경우, 조사 요청에 승낙할 확률이 높아진다.
- 특히 사람들은 자신과 유사한 특성을 가진 사람들의 사회적 증거에 더 큰 영향을 받으므로 다른 사람의 예를 들 때는 조사대상자와 유사한 사람의 예를 들어주는 것이 좋다.
- 반대로 다른 조사대상자가 조사를 거부했다는 정보가 공유되거나 알려지면 신규 조사 대상자뿐만 아니라 기존 협조 조사대상자도 조사를 거부할 가능성이 높아지므로 불응 정보에 대한 관리에 특별히 신경 쓸 필요가 있다.

4. 호감의 법칙

① 그 사람의 호감을 사라

- 외모는 어떤 사람에 대한 다른 정보가 없을 때 그 사람에 대한 호감을 결정하는 가장 중요한 근거가 된다. 또는 그 사람에 대한 다른 정보가 있을 때조차 외모는 그 사람에 대한 판단의 가장 중요한 기준으로 작용한다. 이것이 사람들의 심리적 특성이라면, 현장 조사직원은 이러한 특성을 조사대상자를 설득하는데 활용해야 한다.
- 그래서 현장조사직원은 단순히 예절로써 뿐만 아니라 더 수월한 조사 협조를 얻기 위해서 조사대상자에게 호감을 줄 수 있는 외모와 복장을 갖출 수 있도록 노력해야 한다.
- 외적인 것 이외에 상대방을 칭찬하거나 띄워주는 말도 상대방을 호감을 얻을 수 있는 좋은 방법이다. 현장조사직원은 조사 대상자를 만날 때, 그 사람의 친절, 상냥함, 너그러움, 자상함, 배려심 등에 대한 긍정적인 평가를 말로 표현해주는 것이 조사 협조를 얻는데 도움이 된다는 것을 유념해야 한다.

② 접촉 수를 늘려라!

- 사람은 익숙한 것에 더욱 호의적이며, 반복하여 접촉한 대상을 그렇지 않은 대상보다 더 선호한다. 현장조사직원은 조사대상자를 방문할 때에는 미리 연락을 주고, 평소에 SNS, 휴대폰 메시지, 자필 메시지 등을 통해 사소한 인사말이라도 주고받는 것만으로도 조사 대상자에게 더 호의적인 평가를 얻을 수 있다.
- 단, 유쾌하지 못한 상황에서의 접촉이 늘어나면 호감도가 감소할 수 있다. 조사대상자가 좋지 못한 상황에서 조사에 대한 거부 의사를 강하게 한 경우 일단 물러서서 시간을 두고 접촉하는 것이 좋다.
- 조사가 끝나면 감사의 말을 이메일이나 휴대폰 메시지로 전달하고 지속적인 접촉을 유지하는 것이 좋다. 이런 방식으로 조사대상자에게 좋은 인상을 주면 다음 조사에서 조사 협조를 얻는데 큰 도움이 된다.

5. 권위의 법칙

① 전문성으로 승부하라!

- 일반적으로 설득을 하는 사람의 권위의 정도가 설득 당하는 사람의 의사결정에 영향은 준다. 권위에 대한 복종은 거의 무의식적인 측면에서 자동적으로 이루어지는데, 이러한 권위는 두 가지 근원을 갖는다. 하나는 권력이며 다른 하나는 전문성이다. 어느 한 쪽이 지식과 정보에서 우월한 위치에 있게 되면 그 사람은 그렇지 못한 사람들에게 대해 권위를 지닐 수 있게 된다.
- 현장조사직원도 이런 두 가지 권위를 가질 수 있다. 하나는 통계청이라는 국가기관으로 부터 위임받은 공적인 권위이고 다른 하나는 통계조사전문가로 가지는 전문성에서 오는 권위이다. 현장조사직원은 이 두 권위를 바탕으로 조사대상자를 설득할 수 있다.



● ● ● 심리적 설득의 기술

- 현장조사직원은 조사대상자가 권위를 더 잘 받아들일 수 있도록 꼭 조사직원증을 패용하고 공문을 보여주어 공적인 업무로 왔음을 분명히 알린 후, 통계에 대한 전문 지식을 활용하여 조사대상자를 설득해야 한다.
- 단, 지나친 전문용어의 사용은 조사대상자의 이해를 감소시키므로 주의해야 하며, 전문 용어를 조사대상자가 잘 이해하지 못할 때에는 충분한 설명을 해주어야 한다.

6. 회귀성의 법칙

① ‘당신이 마지막’ 이라고 외쳐라!

- 어떤 품목이 희귀하거나 희귀해지고 있는 중이라면 그 가치는 더욱 높아진다. 이전까지는 풍부하던 기회가 갑자기 줄어들고 사라지게 되면 사람들은 그러한 기회에 애착을 느끼며 그 기회를 얻기 위해 애를 쓰게 된다.
- 현장조사직원은 조사대상자가 참여하는 조사와 조사 참여의 희귀성을 적극적으로 알릴 필요가 있다. 요청하는 조사가 그렇게 자주 실시하는 조사가 아니라는 점, 그리고 이 조사에 모든 사람들이 참여할 기회가 있는 것은 아니며 조사대상자가 특별한 기회를 얻고 있다는 점을 역설적으로 설명해줌으로써 조사대상자를 더 수월하게 설득할 수 있다.



PART 04



불응대상처 인정 기준

1. 불응대상처의 개념
2. 불응 설득횟수 인정요건
 - 가. 불응 설득횟수
 - 나. 비협조대상처에 대한 추가설득 단계별 과정
 - 다. 불응대상처 판정
3. 적용범위 및 적용시기
4. 불응 처리 방법



1

불응대상처의 개념

가. 비협조대상처

- 조사 설득에도 불구하고 응답자가 **명확한 조사 거부 의사**를 표시한 대상처를 말한다.
- 다만 **자율설득기간 적용조사**는 **자율설득기간 경과 후부터 비협조대상처**로 인정한다.

① 자율설득기간

현장조사직원이 신규 조사대상처와 신뢰구축 또는 조사대상자와 면접곤란 시 대응기회 확보 등에 필요한 최소한의 기간

② 자율설득기간 적용조사

· (가구부문) 가계지출조사, 경제활동인구조사, 집세조사

자율설득기간 적용 조사	경제활동인구조사	집세조사	가계지출조사
자율설득기간	4개월	6개월	3회 이상 방문

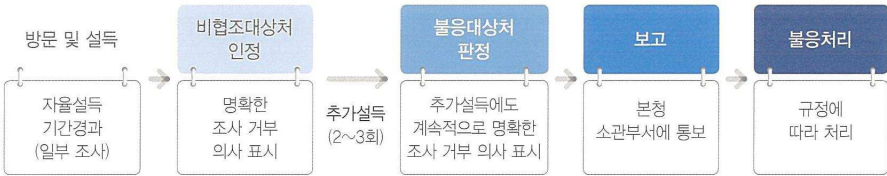
· (사업체부문) 서비스업동향조사, 온라인쇼핑동향조사

자율설득기간 적용 조사	광업제조업동향조사	서비스업동향조사	온라인쇼핑동향조사
자율설득기간	3개월	3개월	3개월

- 단, 자율설득기간 내에도 더 이상의 설득 노력이 효과가 없다고 팀장(분소장 또는 소장, 과장)등이 판단할 경우 비협조대상처로 지정할 수 있다.



참고 | 불응대상처 판정 및 처리절차



나. 불응대상처

- 불응대상처란 비협조대상처에 대해 **일정횟수만큼 추가적으로 더 설득했음에도 불구하고, 명확한 조사 거부 의사를 표시하여** 응답을 거부하는 조사대상처를 말한다.

① 불응가구(농어가 포함)

- 비협조대상처를 **3회 더 설득했음에도 불구하고** 계속하여 응답 거부 시 불응가구로 간주한다.

② 불응사업체(기업체 포함)

- 비협조대상처를 **2회 더 설득했음에도 불구하고** 계속하여 응답 거부 시 불응사업체로 간주한다.
- 일정기간 조사협조 후, 중도에 조사 거부 의사를 표시하는 경우에도 동일한 불응대상처 개념을 적용한다.



참고 | 명확한 조사 거부 의사에 대한 판단

| 응답지연의 경우 |

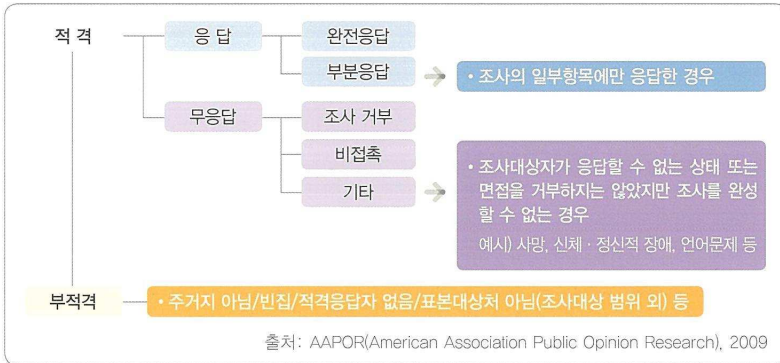
조사대상자의 응답지연 답변의 상습성, 고의성 등을 고려하여 현장조사직원이 명확한 조사 거부 의사 여부를 판단



| 부분응답의 경우 |

아래 <조사 응답 유형>에서 「조사 거부」 외에 「부분응답」에 해당되는 경우, **통계조사별 핵심항목***에 대해 조사 거부 시에는 전체 거부로 간주

<참고: 조사 응답 유형>



*통계조사별 핵심항목

연번	조사명	조사방법	소관부서	핵심항목
<사업체 부문>				
1	건설경기동향조사	표본	산업동향과	수주액, 기성액
2	광업제조업동향조사	표본	산업동향과	생산, 출하(내수·수출), 재고량(금액)
3	기계수주동향조사	표본	산업동향과	수주액, 수요자 분류
4	온라인쇼핑동향조사	표본	서비스업동향과	상품군별 거래액
5	서비스업동향조사	표본	서비스업동향과	매출액
6	광업제조업조사	전수	산업통계과	출하액, 생산품목
7	기업활동조사	전수	경제통계기획과	- 기업 내 조직 및 종사자 수 - 관계회사(자회사, 관련회사, 모회사)사항 - 기업의 경영방향
8	도소매업조사	표본	산업통계과	매출액
9	서비스업조사	표본	산업통계과	매출액
10	운수업조사	표본	산업통계과	매출액
11	전국사업체조사	전수	경제총조사과	종사자수, 사업의 종류

연번	조사명	조사방법	소관부서	핵심항목
----	-----	------	------	------



〈가구 부문〉

12	가계금융·복지조사	표본	복지통계과	모든 항목
13	가계지출조사	표본	복지통계과	가계지출 등 380개 공표항목
14	경제활동인구조사	표본	고용통계과	모든 항목
15	사회조사	표본	사회통계기획과	모든 항목
16	양곡소비량조사	표본	농어업통계과	양곡소비량(품목별, 용도별)
17	이민자 체류실태 및 고용조사	표본	고용통계과	월평균 총소득을 제외한 모든 항목
18	지역별고용조사	표본	고용통계과	월평균 임금을 제외한 모든 항목
19	집세조사	표본	물가동향과	집세종류, 집세액



〈농어업 부문〉

20	가축동향조사	표본	농어업동향과	가축(돼지, 닭, 오리) 사육두수
21	농가경제조사	표본	농어업동향과	모든 항목
22	농가판매 및 구입 가격조사	표본	농어업동향과	품목별 품목규격에 따른 가격사항
23	농림어업조사	표본	농어업통계과	• 공통항목: 판매금액(농가, 임가, 어가), 경영형태(농가, 임가, 어가), 전·겸업(농가, 어가) • 특성항목: 논면적 합계·밭면적 합계(농가), 산림면적 합계(임가), 보유 어선·어법종류·양식품종(어가)
24	농축산물생산비조사	표본	농어업동향과	모든 항목
25	어가경제조사	표본	농어업동향과	모든 항목
26	어류양식동향조사	전수	농어업동향과	양식방법/시설면적(수면적), 입식량, 사료 급이량, 현사육량, 생산량 및 생산금액 등
27	어업생산동향조사	표본	농어업동향과	품종별/어법별 생산량 및 생산금액



2

불응 설득횟수 인정요건

가. 불응 설득횟수

- 조사대상자를 직접 만나 조사 협조를 요청한 경우에만 횟수에 포함하는 것이 원칙이지만, 부득이한 경우 전화 통화를 하여 협조를 요청한 경우에도 불응 설득횟수에 포함한다.
 - － 조사대상처에서 명확한 조사 거부 의사를 표시하기 전까지 방문한 횟수는 불응 설득횟수에 포함되지 않는다.
 - － 신체적 위협, 법정관리 사업체 등 조사대상처 상황에 따라 부서장 판단 하에 추가설득 생략이 가능하다.
 - － 추가 설득 과정에서 설득 효과 제고를 위한 지방청/사무소별 설득지원반 운영은 자율적으로 한다.

나. 비협조대상처에 대한 추가설득 단계별 과정

1) 불응가구(농어가 포함) 설득횟수 3회의 단계별 과정

- 3회의 추가 설득 과정에서 2회 차에는 멀티현장전문가 등 현장경험이 풍부한 다른 직원 또는 업무총괄자, 3회 차에는 팀장(분소장) 또는 과장(소장)과 설득 동행 방문을 원칙으로 한다.

1회 차	현장조사직원이 통계청장 명의의 협조서한을 전달하면서 추가 설득
2회 차	멀티현장전문가 등 현장경험이 풍부한 다른 직원, 설득지원반(불응설득반) 또는 업무총괄자 설득 동행 방문 원칙
3회 차	팀장(분소장) 또는 과장(소장) 등 설득 동행 방문 원칙

| 업무총괄 담당 대상처의 경우 |

2회 차: 멀티현장전문가 등 현장경험이 풍부한 다른 직원 또는 불응설득반

3회 차: 팀장(분소장) 또는 과장(소장)

| 팀장 담당 대상처의 경우 |

2회 차: 멀티현장전문가 등 현장경험이 풍부한 다른 직원 또는 다른 팀장

3회 차: 과장(소장)

※ 전화통화로 조사협조를 요청해야 하는 부득이한 경우, 회 차별 설득 동행 방문자가 전화로 요청했을 때 불응 설득횟수에 포함



1회 차	팀장에게 보고 후 업무담당자가 전화
2회 차	멀티현장전문가 등 현장경험이 풍부한 다른 직원 또는 업무총괄자가 전화
3회 차	팀장(분소장) 또는 과장(소장)이 직접 전화

| 업무총괄 담당 대상처의 경우 |

2회 차: 멀티현장전문가 등 현장경험이 풍부한 다른 직원이 직접 전화

3회 차: 팀장(분소장) 또는 과장(소장)이 직접 전화

| 팀장 담당 대상처의 경우 |

2회 차: 멀티현장전문가 등 현장경험이 풍부한 다른 직원 또는 다른 팀장(분소장)이 전화

3회 차: 과장(소장)이 직접 전화

2) 불응사업체(기업체 포함) 설득횟수 2회의 단계별 과정

- 2회 추가 설득 과정에서 2회 차에는 멀티현장전문가 등 현장경험이 풍부한 다른 직원, 업무총괄자, 팀장(분소장) 또는 과장(소장) 등의 설득 동행 방문을 원칙으로 한다.

1회 차	현장조사직원이 통계청장 명의의 협조서한을 전달하면서 추가 설득
2회 차	멀티현장전문가 등 현장경험이 풍부한 다른 직원 또는 업무총괄자, 팀장(분소장), 과장(소장) 등 설득 동행 방문 원칙

* 단, 임시조사원 조사는 2회 차 조사관리자 또는 지도공무원이 설득 동행 방문



※ 전화통화로 조사협조를 요청해야 하는 부득이한 경우, 회 차별 설득 동행 방문자가 전화로 요청했을 때 불응 설득횟수에 포함한다.



1회 차	팀장에게 보고 후 업무담당자 전화
2회 차	업무총괄자, 팀장(분소장) 또는 과장(소장)이 직접 전화

* 단, 임시조사원 조사는 2회 차 조사관리자 또는 지도공무원이 직접 전화

3) 공통적용 사항

- 추가 설득 방문 시마다 방문일시, 설득방법, 불응사유 등 「불응가구/사업체 설득 현황」을 기록한다.

다. 불응대상처 판정

- 3회 차(가구 부문), 2회 차(사업체 부문) 추가설득 노력에도 불구하고 조사에 불응 시, 「불응가구(농어가 포함) · 사업체(기업체 포함) 설득 현황」 자료를 작성하여 팀장 및 부서장 결재를 받은 후 설득을 중단할 수 있다.
- (본청 소관부서 통보) 불응대상처로 판정 시, 불응 일시, 설득방법, 불응사유 등이 작성된 「불응가구(농어가 포함) · 사업체(기업체 포함) 설득 현황」 자료를 첨부하여 본청 소관 부서에 통보한다.
- (보고체계) 각 조사별 지방청 총괄담당자가 취합하여 본청으로 보고한다.

※ 사무소 → 지방청 담당 조사과 → 본청 소관부서 보고

불응가구(농어가 포함) 설득 현황 양식(예시)

통계조사명		조사담당자	소속	
			성명	
조사구번호				
조사대상처 고유번호*				
가구주 성명	성 명			
	연 락 처	(☎)	(H,P)	
1차 추가설득	설득지원자			
	일 시	년 월 일 시		
	설 득 방 법	방문 · 전화 · 기타 ()		
	불 응 사 유			
	비 고			
2차 추가설득	설득지원자			
	일 시	년 월 일 시		
	설 득 방 법	방문 · 전화 · 기타 ()		
	불 응 사 유			
	비 고 (총괄자 의견 등)			
3차 추가설득	설득지원자			
	일 시			
	설 득 방 법			
	불 응 사 유 (팀장 의견 등)			
설득종단 판정결재	팀 장			
	부 서 장			

* 가계지출조사 · 경제활동인구조사는 거처 및 가구번호, 농가경제 · 농축산물생산비조사는 농가번호, 어가경제 · 어업생산동향조사는 어가번호 등을 기입



불응사업체(기업체 포함) 설득 현황 양식(예시)

통계조사명		조사담당자	소속			
			성명			
업체명						
주 소						
응답자	성 명		부서명			
	연 락 처	(☎) (H,P)	FAX E-mail			
1차 추가설득	설득지원자					
	일 시	년 월 일 시				
	설 득 방 법	방문 · 전화 · 기타 ()				
	불 응 사 유					
	비 고 (총괄자 의견 등)					
2차 추가설득	설득지원자					
	일 시	년 월 일 시				
	설 득 방 법	방문 · 전화 · 기타 ()				
	불 응 사 유					
	비 고 (팀장 의견 등)					
설득중단 판정결재	팀 장					
	부 서 장					

통계 조사표 작성 협조 요청 서신(예시)

통계 조사표 작성 협조 요청 [협조 서신]

안녕하십니까?

통계청장입니다. 일일이 찾아뵙고 인사를 드리는 것이 도리이나 부득이 이렇게 서신으로 인사드리게 된 점을 널리 양해해 주시기 바랍니다.

오늘 저희 직원이 이렇게 다시 찾아뵙게 된 이유는 귀 가정(사업체)이 과학적 통계기법을 통해 통계청에서 실시하는 ‘○○○ 조사’의 표본 대상으로 선정되었기에 통계법 제26조(실지조사), 제32조(통계응답자의 성실응답의무)에 따라 통계 조사표 작성 요청을 드리기 위해서입니다.

‘○○○ 조사’는 ○○○ 정책을 수립하는데 기초자료로 활용되는 매우 중요한 통계자료입니다.

아울러 여러분이 응답해 주신 내용은 통계법 제30조(통계자료의 제공)에 따라 통계작성 목적 이외에는 절대로 사용되지 않으며, 제33조(비밀의 보호)에 따라 비밀이 엄격하게 보호됩니다.

귀찮고 번거로우시더라도 통계조사에 적극 협조해 주시기를 다시 한 번 요청드립니다.

끝으로 귀 가정에 건강과 행운이 항상 함께하기를 진심으로 기원합니다.

2017년 0월

통 계 청 장



3

적용범위 및 적용시기

가. 적용범위

- 2017년 7월 현재 통계청 조사통계 37종* 중 27종과 집세조사에 적용한다. 다만 농어업 부문 전수조사**의 경우에는, 값대체(Imputation) 기법 등 보완방안 마련 시까지 적용하지 않는다.

* 인구총조사와 주택총조사는 가공통계로 분류된다.

** 어류양식동향조사, 어업생산동향조사 및 가축동향조사의 일부 전수조사

「불응대상처」 개념 적용 대상통계(27종+집세조사)

(2017. 7. 현재)

구분	연번	조사명	조사주기	조사방법	담당 부서
사업체	1	건설경기동향조사	월간	표본조사	산업동향과
	2	광업제조업동향조사	월간	표본조사	산업동향과
	3	기계주동향조사	월간	표본조사	산업동향과
	4	온라인쇼핑동향조사	월간	표본조사	서비스업동향과
	5	서비스업동향조사	월간	표본조사	서비스업동향과
	6	광업제조업조사	연간	전수조사	산업통계과
	7	기업활동조사	연간	전수조사	경제통계기획과
	8	도소매업조사	연간	표본조사	산업통계과
	9	서비스업조사*	연간	표본조사	산업통계과
	10	운수업조사	연간	표본조사	산업통계과
가 구	11	전국사업체조사	연간	전수조사	경제총조사과
	12	가계금융·복지조사	연간	표본조사	복지통계과
	13	가계지출조사	분기	표본조사	복지통계과
	14	경제활동인구조사	월간	표본조사	고용통계과
	15	사회조사	연간	표본조사	사회통계기획과
	16	양곡소비량조사	월간	표본조사	농어업동향과
	17	이민자 체류실태 및 고용조사	연간	표본조사	고용통계과
	18	지역별고용조사	분기	표본조사	고용통계과
	19	집세조사	월간	표본조사	물가동향과

구분	연번	조사명	조사주기	조사방법	담당 부서
농어업	20	농가경제조사	월간	표본조사	농어업동향과
	21	농가판매 및 구입가격조사	월간	표본조사	농어업동향과
	22	농림어업조사	연간	표본조사	농어업통계과
	23	농축산물생산비조사	월간	표본조사	농어업동향과
	24	어가경제조사	월간	표본조사	농어업동향과
	25	어업생산동향조사	월간	표본(일부 전수)	농어업동향과
	26	가축동향조사	분기	표본(일부 전수)	농어업동향과
	27	어류양식동향조사	반기	전수조사	농어업동향과
	28	산지쌀값조사	순기	표본조사	농어업동향과

※ 전문·과학·기술서비스업조사는 '17년 5월 서비스업조사와 통합되어 작성이 중지됨

| 불응대상처 개념 적용 제외 |

조사통계 37종 중 실측조사나 신고자료 이용 조사에 해당하거나 5년 주기 조사인 다음 9종과 인구총조사, 주택총조사는 제외된다.

적용제외 대상통계

연번	조 사 명	제 외 사 유
1	• 건설업조사, 인구동향조사	신고자료 또는 협회자료 이용
2	• 농업면적조사	경지면적 실측조사
3	• 농작물생산조사	대지중심 실측조사
4	• 소비자물가조사(집세조사 제외)	표본대체
5	• 초·중·고 사교육비조사	조사대상처 접촉 불가(조사표 간접전달 방식)
6	• 통계인력 및 예산조사	공공기관을 대상으로 인터넷조사만 실시
7	• 생활시간조사	5년 주기 조사는 담당 실무부서에서 자체적인 기준 적용
8	• 농림어업총조사	
9	• 경제총조사	
10	• 인구총조사, 주택총조사	

나. 적용시기

- 2017년 7월부터 적용한다.



4

불응 처리 방법

가. 일반적 처리

- 본청 소관부서에서는 지방청(사무소)에서 통보한 불응대상처에 대해 조사별 불응 처리 방법을 마련하여 처리한다.

조사별 불응 처리 방법

구 분	조사별 불응 처리 방법	조 사 명
사업체 부문	값대체	광업제조업동향조사, 광업·제조업조사, 기업활동조사, 도소매업조사, 서비스업조사, 운수업조사,
	값대체, 표본대체	서비스업동향조사
	표본대체	기계수주동향조사, 온라인쇼핑동향조사
	행정자료 대체	건설경기동향조사
	행정자료 대체, 값대체	경제총조사, 전국사업체조사
가구 부문	가중치 조정	경제활동인구조사
	가중치 조정, 표본대체	가계지출조사
	가중치 조정, 값대체	가계금융·복지조사, 이민자 체류실태 및 고용조사
	값대체	인구총조사, 주택총조사
	표본대체	양곡소비량조사, 사회조사, 생활시간조사, 지역별고용조사
	표본보완	집세조사
농어업 부문	표본대체	농가경제조사, 농가판매및구입가격조사, 어가경제조사, 농축산물생산비조사, 어업생산동향조사,
	값대체	어류양식동향조사, 농림어업총조사, 농림어업조사
	행정자료 대체	가축동향조사

나. 가구 부문 후속절차

- 가구 대체를 허용하지 않는 조사*의 경우 불응가구 판정에 따라 동 가구에 대한 조사 설득은 중단하지만, 전·출입 확인 등을 위한 주기적 가구 관리**는 유지한다.

* 경제활동인구조사, 집세조사, 가계지출조사(표본대체가 안 된 경우)

** 개별조사 표본관리 지침에서 규정

다. 사업체 부문 이행강제절차



1) 자료제출명령

- 본청 소관부서에서는 지방청에서 통보받은 모든 불응업체에 「자료제출명령서」를 발송한다.
 - － 다만 지방청에서 통보받은 불응업체 중 소규모(종사자 수 9인 미만) 영세업체나 법정관리, 회생절차 중인 사업체 등 자료제출명령의 실익이 없는 사업체는 소관 부서의 재량에 따라 자료제출명령을 하지 않을 수 있다.



2) 과태료부과 사전통지

- 자료제출명령을 불이행한 업체 중 과태료 부과 대상에 속하는 업체에 「**과태료 부과처분 사전통지서**」 및 「**과태료 처분예정에 대한 의견진술서**」를 발송한다.
 - － 과태료 부과 사전통지 시 10일 이상의 의견제출기간을 부여하고, 과태료 부과 처분예정에 대한 의견진술서도 함께 발송한다.(동 기간에 조사 자료를 제출할 경우 과태료를 부과하지 않음)
 - － 영세업체의 경우 과태료 부과보다는 표본대체, 임퓨테이션 등의 방법을 활용하되 과태료 부과기준은 본청 소관부서에서 결정한다.

3) 제출의견 검토

- 본청 소관부서에서 제출의견 검토 후 상당한 이유가 있는 경우 과태료 미부과 또는 감경이 가능하다.

4) 과태료 부과처분

- 제출의견에 상당한 이유가 없는 경우 또는 의견 미제출 업체에 과태료 부과처분 통지를 한다.
 - － 과태료 납부고지서는 운영지원과에서 발급
 - － 과태료 부과처분 통지 시, 과태료 처분에 대한 **이의신청서**도 함께 발송



자료제출명령서 양식(예시)



통 계 청

수신 ○○(업체명) ○○○(대표자 성명)

(경유)

제목 「○○조사표」 제출명령

1. 귀 업체의 무궁한 발전을 기원합니다.

2. 통계청에서는 지난 ○○년 ○○월 ○○일 ~ ○○월 ○○일 사이에 『○○조사』를 실시한 바 있습니다. 이에 ○○월 ○○일과 ○○월 ○○일에 현장 조사직원이 두 차례 귀 업체를 방문하여 조사를 시도하였으나, 귀 업체는 동 조사에 불응하고 있습니다.

3. 이 조사는 국가지정통계(제○○호)로서 통계법 제25조 및 제26조에 따른 응답의무가 있으며, 계속 조사에 불응하는 경우 통계법 41조에 의해 100만원 이하의 과태료가 부과될 수 있음을 알려드립니다.

4. 이에 통계조사에 응해 주실 것을 다시 한 번 요청하오니 동봉한 조사표를 작성하여 ○○년 ○○월 ○○일까지 통계청(○○과)으로 반송하여 주시기 바랍니다.

붙임: ○○조사 조사표 1부, 끝.

통 계 청 장



과태료 부과처분 사전통지 양식(예시)



통계청

통 계 청

수신 ○○(업체명) ○○○(대표자 성명)

(경유)

제목 「○○조사」 과태료 부과처분 사전통지

1. 통계청에서는 ○○년 ○○월 ○○일 ~ ○○월 ○○일 기간에 조사에 응할 의무가 있는 국가지정통계인 『○○조사』를 실시한 바 있습니다. 그러나 귀 업체는 동 조사에 불응하였고, 지난 ○○월 ○○일자 자료제출명령에도 계속 불응하여 통계법 제25조 및 제26조를 위반하였습니다.

2. 이에 통계법 제41조에 의거하여 아래와 같이 과태료를 부과하고자 사전 통지하오니, 의견이 있는 경우 ○○년 ○○월 ○○일까지 통계청(○○과)에 구술 또는 서면으로 제출하여 주시기 바랍니다. 위 기일까지 의견이 없을 때에는 위반사실을 인정한 것으로 보고 과태료를 부과할 예정입니다.

3. 아울러 의견진술 기한 내에 조사표를 제출할 경우에는 과태료 부과대상에서 제외시킬 방침이오니 협조하여 주시기 바랍니다.

— 아 래 —

가. 과태료처분 대상자

- 성명: ○○ ○○○ (법인의 경우 법인명과 대표자 성명)
- 주소:

나. 위반사항

- 법적근거: 통계법 제25조제3항 및 제26조제2항
- 위반일자: ○○년 ○○월 ○○일
- 위반내용: 『○○조사』 응답거부 및 자료제출명령 불응

다. 과태료 금액 및 근거

- 과태료 금액: ○○만 원
- 산출근거: 통계법시행령 제53조

붙임 1. ○○조사 조사표 1부,

2. 과태료 처분예정에 대한 의견진술서 1부. 끝.



과태료 처분예정에 대한 의견진술서 양식(예시)

과태료 처분예정에 대한 의견진술서

수신자	통계청 ○○과			
법률 위반내용	『○○조사』 응답거부 및 자료제출명령 불응 (통계법 제25조 및 제26조 위반)			
응답자	업체명		대표자명	
	주 소			
	전화번호		휴대전화	
의견내용				

과태료 처분예정에 대하여 위와 같이 의견을 제출합니다.

년 월 일

대표자명
(서명 또는 날인)



과태료 부과처분 양식(예시)



통계청

통 계 청

수신 ○○(업체명) ○○○(대표자 성명)
(경유)
제목 「○○조사」 과태료 부과처분 통지

1. 귀 업체는 아래와 같이 통계법을 위반한 사실이 있습니다.

— 아 래 —

가. 과태료처분 대상자

- 성명: ○○ ○○○ (법인의 경우 법인명과 대표자 성명)
- 주소:

나. 위반사항

- 법적근거: 통계법 제25조제3항 및 제26조제2항
- 위반일자: ○○년 ○○월 ○○일
- 위반내용: 「○○조사」 응답거부 및 자료제출명령 불응

2. 이에 통계법 제41조에 의거하여 ○○만원의 과태료를 부과하오니, ○○년 ○○월 ○○일까지 납부하여 주시기 바랍니다. 납부기한까지 과태료를 납부하지 아니할 경우 질서위반행위규제법에 의하여 가산금 징수(동법 제24조), 신용정보의 제공(동법 제53조제1항) 등 불이익이 부과될 수 있습니다.

3. 과태료 처분에 불복이 있는 경우 과태료 부과통지를 받은 날로부터 60일 이내에 이의를 제기할 수 있으며, 이의를 제기하는 경우 법원에서 과태료 재판을 받게 됨을 알려드립니다.

- 붙임 1. 과태료 납부고지서 1부,
2. 과태료 처분에 대한 이의신청서 1부, 끝.



과태료 처분에 대한 이의신청서 양식(예시)

과태료 처분에 대한 이의신청서

수신자	통계청 ○○과			
법률 위반내용	『○○조사』 응답거부 및 자료제출명령 불응 (통계법 제25조 및 제26조 위반)			
응답자	업체명		대표자명	
	주 소			
	전화번호		휴대전화	
의견내용				

과태료 처분에 불복하여 위와 같이 이의를 신청합니다.

년 월 일

대표자명
(서명 또는 날인)



PART 05



부 록

1. 통계작성 절차의 이해
2. 주요 조사용어
3. 통계법 관련 주요 사항
 - 가. 통계법
 - 나. 통계법 시행령
 - 다. 통계법 시행령 별표



1 통계작성 절차의 이해

가. 통계작성 기획

통계작성 기획은 조사목적, 조사대상 등 통계작성의 기본 계획을 수립하는 단계로 이용자 요구사항 및 기존 통계와의 유사성 등의 검토가 필요하다.

일반적으로 통계는 다음의 7단계 절차로 작성한다.



통계조사 기획 시 중요 사항

- **조사목적의 결정과 제약조건의 검토:** 통계작성의 필요성과 조사결과의 활용을 분명하게 하여 무엇을 측정할 것인가를 정확히 하고, 조사목적에 달성하기 위해서 무엇으로부터 정보를 얻을 것인가를 결정해야 한다.
- **조사대상 및 조사기간 결정:** 조사대상의 조사단위는 조사목적에 따라 결정하고, 조사목적에 부합하는 조사기간과 시기를 설정해야 한다.
- **조사일정 및 비용 산정:** 조사일정은 크게 조사준비, 조사실시, 자료처리, 결과공표로 구분되고, 조사에 소요되는 비용은 단계별로 조사비와 자료처리비로 나뉜다. 조사비는 준비, 조사구 설정, 홍보, 실시 단계의 비용이며, 자료처리비는 분석, 자료처리 및 공표 단계의 비용이다.

나. 조사설계

조사설계는 정확한 조사를 위한 가장 기본이 되는 단계로 조사표설계, 모집단 명부 작성, 표본설계(표본조사의 경우) 등이 해당한다.

1) 조사항목 설정

조사항목 설정은 조사의 내용과 품질을 결정짓는 단계로 통계의 목적에 맞게 조사항목을 설정하는 것이 중요하다.

| 조사항목 설정 시 기본 사항 |

- 조사항목 설정을 위한 전문가 및 조사경험자의 의견 수렴
- 새 항목 추가 시 해당 분야의 최근 동향, 전문가와 자료 이용자의 수요 등을 검토
- 조사의 시계열 유지를 위해 기본 항목은 가급적 유지

조사표설계

조사표는 조사항목의 배열, 조사표 길이, 조사표에 포함하는 주요 내용 등을 이용자 및 전문가 의견을 수렴하여 설계하고, 조사표설계와 동시에 조사결과를 알기 쉽고 이용하기 편리하기 위해 결과표를 작성한다.

| 최종 조사표 확정 |

- 시험조사 결과를 바탕으로 조사표(안)를 보완하여 조사표 확정
- 조사표가 최종 확정된 후 자료처리를 위한 자료처리규칙 마련

표본설계

모집단을 명확하게 정의하고, 추출틀을 철저하게 준비하며, 표본크기에 가장 효율적인 추출법으로 표본을 추출한다.



| 표본설계 과정 |

- **모집단 정의:** 모집단에는 목표모집단과 조사모집단으로 나뉘며, 조사모집단은 실제 표본설계를 위해 규정하는 모집단으로 일반적으로 통계청 조사에서 모집단은 조사모집단을 말함
- **추출틀 확보:** 모집단을 구성하는 단위 또는 표본추출 단위를 목록화한 것으로 표본추출틀은 조사시점에서 가장 최신 자료로 확보
- **표본추출법 결정:** 확률추출법과 비확률추출법으로 구분되며, 모집단의 분포와 조사예산, 조사의 용이성 등을 고려하여 효율적인 표본추출법 결정
- **표본크기 결정:** 모집단의 성격, 조사예산 및 예상 응답률 등을 고려하여 적절한 표본크기 결정
- **표본설계 보고서 작성:** 표본설계에 관한 정보를 자세하게 기술하고 결과 자료 이용 시의 한계점을 명시

다. 자료수집(현장조사)

현장조사를 통한 자료 수집은 조사 전 필요한 모든 사항을 준비하고 조사구 및 조사대상명부 확인, 본조사 시 필요한 모든 사항을 준비하는 준비조사 단계와 실제 자료를 수집하는 본조사 단계로 이루어진다.

1) 준비조사

준비조사는 조사표류, 조사용품 등을 준비하고, 담당조사구 및 부여된 업무량을 확인하여 본조사를 원활하게 수행할 수 있도록 한다.

사전준비

| 조사표 및 조사용품 준비 |

- 조사표 및 조사지침서, 조사대상처 명부, 조사용품류, 산업 및 직업분류표, 조사협조공문 등을 확인하여 분실하거나 손실되지 않도록 철저히 관리한다.
 - － 조사용품류: 조사구요도, 가구·사업체관리명부, 조사지침서, 조사필수품 지급명부, 인사장, 조사직원 연락망, 비밀보호용 봉투 등

| 조사직원 교육 |

- 조사직원 선발, 현장조사를 수행하는데 필요한 교육 및 훈련, 조사직원의 안전에 관한 사항 등을 숙지한다.

| 조사홍보물 준비 |

- 대상처의 협조를 구하기 위한 홍보물을 준비한다.

준비조사

| 수행 사항 |

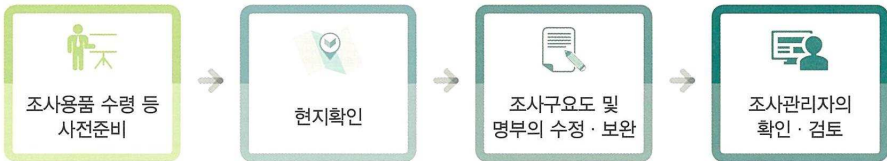
- 조사구요도, 기본도 등 각종 지도의 지형지물(하천, 도로, 건물 등) 수정
- 가구·사업체명부를 수정하고 보완하여 조사대상처에 관한 최신 기본정보를 수집
- 조사구 위치 및 경계를 확인하고, 조사순서를 결정(조사구요도 확인)하여 조사대상처의 중복 및 누락 방지
- 담당조사구 내 가구·사업체관리명부를 작성하여 조사표 작성 대상처 확정 및 위치 확인
- 조사안내문 배부 및 협조 공문 시행 등 협조를 위한 홍보 활동

| 준비조사 관련용품 확인 |

- 기본적으로 조사직원증, 조사지침서, 사무용품, 안전용품 등을 반드시 휴대한다.
 - － 준비조사 시: 조사구요도(부분확대도), 가구 및 사업체명부, 홍보스티커, 조사안내문
 - － 본조사 시: 조사표, 비밀보호용 봉투, 조사직원 연락망, 조사필수품 지급명부



준비조사 단계



2) 본조사

본조사는 현장조사직원이 실제 현장에서 조사업무를 수행하는 단계로, 대상처의 협조를 구하고 면접요령 습득을 통해 정확하게 응답을 얻는 것이 핵심이다.

현장에 나가기 전 준비 사항

- 본조사 기간을 준수하여 대상처를 방문하고, 현장조사 전 다음의 사항을 다시 한 번 확인한다.
- 신분을 확인해 주는 조사직원증과 조사표 및 조사지침서, 조사구요도, 가구·사업체명부, 조사용품 등을 반드시 지참한다.
- 조사구요도 및 가구·사업체명부를 확인하여 당일의 조사계획을 사전에 세운다.
- 부득이 취약지역 및 야간조사를 수행할 경우 반드시 동료나 관리자 등에게 알린다.



조사자료의 수집 방법

◎ 기입방식에 따른 분류

- 조사직원 기입 방식: PAPI, CAPI, CATI 등
- 조사대상자 기입 방식: 우편, CASI, 모바일(SASI) 등

기입자	대면	비대면
조사 직원	PAPI (paper and pencil interviewing) - 종이조사표를 이용한 면접조사 CAPI (computer assisted personal interviewing) - 조사직원이 노트북을 휴대하여 직접 기입하는 면접조사	CATI (computer assisted telephone interviewing) - 컴퓨터를 이용한 전화면접조사
조사 대상자		CASI (computer assisted self interviewing) - 인터넷을 이용한 자기기입식 조사 SASI (smartphone assisted self interviewing) - 스마트폰을 이용한 자기기입식 조사

◎ 주요 조사자료 수집 방법

- **CATI**: 조사직원이 컴퓨터를 이용하여 전화로 수행하는 비대면 조사방법이다.
 - CATI는 일반 전화면접에 비해 조사대상자와 조사직원 관리가 수월하고, 실시간으로 자료 입력과 검증이 가능하다는 장점이 있다.
- **CASI**: 조사대상자가 컴퓨터를 이용하여 조사표를 직접 작성하는 비대면 조사방법이다.
- **SASI**: 스마트폰을 이용해 CASI를 수행하는 비대면 조사방법이다.



라. 자료입력 및 처리

자료수집 과정에서 얻은 가공되지 않은 조사결과를 자료분석에 적합한 형태로 변환하는 단계로, 이 과정에서는 조사 정확성 개선의 목적으로 몇 가지 작업을 통해 자료가 수정될 수 있다.

자료입력 및 처리 과정

일반적으로 사전내용검토, 코딩, 자료입력, 에디팅(내용검토) 순으로 이루어지나 자료의 속성, 수집 방법, 자료 품질 목표 등에 따라 달라진다.

| 사전내용검토 |

현장조사 완료 후 조사표를 입력하기 전에 조사표 항목의 단위나 수치의 합계 및 간단한 오류를 내용검토 후 수정한다.

| 코딩 |

응답에 수치를 할당하고 처리하는 과정으로, 한 응답에 코드를 부여할 때는 조사내용의 특성에 따라 적합한 것을 선택한다.



질문의 형태(폐쇄형, 개방형)별 코딩 시 유의사항

1. 폐쇄형 질문의 코딩

- 폐쇄형 질문은 조사 후 코딩 작업을 최소화하기 위해 예상답안에 번호를 미리 부여하여 작성한 질문임
- 폐쇄형 질문에 기타 항목이 나왔을 때는 전산입력이 가능하도록 적절한 코드를 부여하고 기존에 있던 보기 번호와 겹치지 않도록 유의함

2. 개방형 질문의 코딩

- 개방형 질문을 수작업으로 처리할 때, 코드를 입력하는 사람은 반드시 개방형 질문에 대한 응답을 읽고 해석한 후 숫자코드로 변환해야 함
- 응답의 초기 에디팅이 데이터의 질을 좌우하므로 조사대상자나 조사직원이 기입한 개방형 질문의 응답을 재확인

| 자료입력 |

조사표 자료를 기계가 읽을 수 있는 형태로 전환하는 것으로, 인터넷, 태블릿PC, 모바일기기 등으로 수집되는 자료수집방법에서는 입력과 수집이 동시에 이루어진다.

| 에디팅 |

오차를 일으킬 가능성이 있는 결측자료, 타당하지 않은 자료, 일치하지 않는 자료 등을 식별하고 수정·보완하는 과정

- 대부분의 통계조사의 에디팅은 컴퓨터를 통하여 자동화된 방법을 사용
- 통계청에서의 내검(내용검토)은 간단한 수정, 전화 및 현장방문 확인, 통계적 대체, 집계 대상에서 제외 등으로 오류 내용을 처리

마. 자료분석 및 품질평가

자료처리 후 이용자가 이해할 수 있도록 다양한 기법으로 분석하고 품질을 평가하는 단계로 조사결과 집계와 결과분석, 품질평가 과정으로 이루어진다.

바. 자료제공

공표

조사결과를 이용자가 이용할 수 있도록 다양한 기법으로 분석하여 공표한다.

| 통계와 함께 공표할 사항(통계법 제27조, 통계법 시행령 제42조) |

- 통계의 명칭, 작성 목적·대상·시기·기간 등 통계의 개요
- 표본추출방법, 자료의 수집·처리·수정·보완 및 분석방법 등 통계의 작성방법
- 오차, 무응답의 대체방법, 무응답률 등 통계의 품질 관련 사항
- 주요 용어나 부호에 대한 설명, 공표 일정, 담당자의 연락처 등 이용자 편의를 위한 사항
- 그 밖에 통계의 정확한 이용을 위하여 필요한 사항



통계DB

이용자는 통계DB 시스템을 통하여 통계자료를 이용하고, 통계작성기관은 통계DB를 운영하고 관리하는데 필요한 인력과 예산을 확보하여 전산 환경 구축에 노력을 기울여야 한다.

자료제공

마이크로데이터를 신속하게 제공하고, 통계작성과정에서 수집된 개인정보는 반드시 보호한다.



통계자료의 구분

◎ 원자료(raw data)

실험이나 조사가 진행되는 동안 수집한 원래의 자료로 조사오류, 입력오류 등의 통계적 오류가 제거되기 이전 단계의 자료

◎ 마이크로데이터(micro data)

무응답처리, 내검 등을 통하여 오류를 통계적으로 처리한 자료로 결과표(집계표) 작성 등 통계분석의 기본이 되는 자료

◎ 메타데이터(meta data)

마이크로데이터를 정의하고 설명하는 자료로 자료형식, 항목의 정의, 업무절차에 관련되는 사항 등을 포함하는 자료

◎ 매크로데이터(macro data)

마이크로데이터를 임의의 기준에 따라 집계한 자료로 총계, 평균, 빈도와 같이 마이크로데이터를 자료 처리하여 나온 집단에 대한 통계값 혹은 집계값을 의미

사. 사후관리

통계 담당자는 새로운 분석기법 및 조사방법 등을 습득할 수 있도록 정기적인 교육을 받아야 하며, 통계작성기관의 장이나 관리자는 담당 직원이 다양한 교육 프로그램에 자발적으로 참여할 수 있도록 업무개선을 추구해야 한다.

가공통계(Derived statistics)

수집한 한 종류 이상의 투입자료(1차 통계와 외부자료)를 분류, 집계, 편집, 추계 등의 방법으로 통계를 내는 것. 1차 통계에 어떠한 연산을 하여 얻은 통계로서 조사통계에 비하여 해석적 특성이 있음. 집단특성치의 평균, 산포도, 지수, 상관계수뿐만 아니라, 경기종합 지수, 국민계정 등이 이에 속함

가중치(weight)

전체 집단에서 개별 구성요소가 차지하는 비중이나 중요도를 수치로 나타낸 값을 말함. 비중을 달리하는 여러 품목의 평균을 산출할 때, 단순한 산술평균으로는 합리적인 수치를 뽑을 수 없으므로 비중에 따라 각 개별품목에 알맞은 중요도를 결정하고 이를 적용해 평균값을 얻음.

개방형 질문(open-ended question)

주어진 몇 가지 지문에서 선택하는 것이 아니라 조사대상자의 생각을 자유롭게 기술하도록 하는 질문 양식으로 서술형 질문이라고 부르기도 함. 개방형 질문과 달리 주어진 몇 개의 지문 중에서 해당하는 지문을 선택하도록 하는 질문 양식을 폐쇄형 질문 또는 선지형 질문이라고 함

거부율(refusal rate)

가구나 사업체 모집단에서 성공적으로 접촉한 사람들의 일부가 필요한 정보 제공을 거절하는 경우, 전체 조사대상자 중 조사를 거부한 사람의 비율. 거절한 단위의 수를 원래 정보를 얻고자 하는 전체 표본 단위의 수로 나누어 산출함

결측치 대체(imputation)

결측치 대체는 일반적으로 항목 무응답일 때 사용하며, 무응답의 편향을 줄이고 결측치가 없는 완벽한 데이터를 얻기 위해 사용함. 결측치 대체는 자료수집 또는 데이터 에디팅 과정에서 파락된 결측, 논리적으로 불가능한 응답, 다른 항목과 불일치하는 응답 등 자료가 갖고 있는 다양한 문제를 해결하기 위해 활용됨. 대체는 결측치를 그럴듯한 값이나 일관성 있는 방법을 적용해 채우는 작업을 말함



과대포함(over-coverage)

과대포함은 목표모집단에 속하지 않은 단위가 추출틀에 포함되거나 동일한 단위가 한 번 이상 추출틀에 포함된 경우에 발생함. 예를 들어 사업체조사에서 명부 작성 시 사업 중이던 사업체가 조사 당시에는 폐업하여 존재하지 않는 경우, 또는 동일 사업체가 두 번 이상 중복되어 추출틀에 기재된 경우 등이 이에 해당함

과소추정(under estimation)

표본조사 자료를 이용해 모수를 추정할 때 참값보다 추정값이 체계적으로 작아지는 경향이 있는 경우를 말함. 추출틀에 목표모집단에 속하는 모든 단위가 포함되지 않는 경우, 추출틀에 기재된 정보를 기초로 총계를 추정하게 되면 과소추정이 흔히 발생함

과소포함(under-coverage)

과소포함은 목표 모집단에 속하는 일부 단위가 추출틀에 누락된 경우에 발생하며, 사업체 조사의 경우 조사당시 신규 사업체는 사업체 명부 작성 시 누락되어 실제 모집단에 포함되지만 추출틀에는 존재하지 않는 경우가 이에 해당함.

구역추출(area sampling)

전체 지역을 체계적인 방법으로 구역으로 분할하고, 설정된 구역을 추출단위로 사용한 추출법. 가구조사를 위해 인구주택총조사의 조사구를 추출단위로 사용하는 경우가 대표적인 구역추출법에 해당함

기준시(점)(Base period)

지수를 작성할 때 기준이 되는 시기를 말하며, 보통 특정 연도로 표시됨. 경우에 따라서는 몇 개 연도의 평균이 될 수도 있고, 1개월, 1주일이 될 수도 있음. 우리나라의 물가지수나 산업생산지수 작성에서 기준 시는 서력기원의 5의 배수로 되는 해로 하여 5년마다 기준시를 바꾸는 것을 관례로 하고 있음

다단계추출(multi-stage sampling)

확률추출의 한 방법으로 모집단 지역이 광범위할 때 먼저 몇 개의 집락(조사구, 학교, 병원 등)을 추출하고 다시 표본 집락 내에서 그 다음 단계의 추출단위를 추출하는 방법. 조사 편의 또는 추출틀 확보를 위해 표본을 몇 단계로 나누어 추출

단순확률추출(simple random sampling)

크기가 N인 모집단에서 크기가 n인 표본을 추출할 때 모든 가능한 표본들이 추출될 확률이 동일하도록 해주는 추출법. 이 경우 각 단위가 표본에 포함된 확률은 추출률에 해당하는 n/N 으로 일정함. 흔히 단순임의추출, 단순무작위추출, 단순랜덤추출이라고 부르기도 함

단위무응답(unit nonresponse)

무응답의 유형 중 여러 가지 이유로 조사를 통해 어떤 응답도 얻지 못한 경우를 단위무응답이라고 함. 단위무응답은 주로 조사단위와 접촉할 수 없거나 접촉에 성공했지만 그들이 조사에 참여하기를 거부하기 때문에 발생하며, 단위무응답과는 달리 일부 항목에 대해서만 응답을 얻지 못한 경우는 항목무응답이라고 함. 단위무응답의 경우 흔히 가중치조정이나 사후층화 등의 방법으로 단위무응답에 의한 편향을 보정함

단위응답률(unit response rate)

표본으로 추출된 조사단위 중에서 응답을 완료한 단위의 비율. 일반적으로 가중치를 반영해 응답률을 산출함

대화식 면접(conversational interviewing)

현장조사직원과 조사대상자가 서로 대화를 통해 내용을 주고받는 조사 형식이며 상황에 따라 현장조사직원이 재량껏 면접과정들을 조정할 수 있음. 표준화 면접에 비해 현장조사직원과 조사대상자 사이에 훨씬 높은 수준의 상호작용을 요구하는 면접 방식으로 현장조사직원은 설문지에 있는 질문의 의미를 좀 더 명확히 하고 그 질문이 조사대상자의 특정한 상황에 어떻게 적용되는지 확실히 하기 위해 질문의 표현을 바꿀 수 있음

마이크로데이터(micro data)

무응답처리, 내검 등을 통하여 오류를 통계적으로 처리한 자료로 결과표(집계표) 작성 등 통계분석의 기본이 되는 자료

마이크로 에디팅(micro-editing)

개별적인 조사자료를 검사함으로써 오류를 찾아내고 오류를 수정하는 작업으로 각 조사 단위로부터 얻은 레코드나 질문 항목 수준에서 수행하는 데이터 에디팅 작업을 의미함



매크로데이터(macro data)

마이크로데이터를 임의의 기준에 따라 집계한 자료로 총계, 평균, 빈도와 같이 마이크로 데이터를 자료 처리하여 나온 집단에 대한 통계값 혹은 집계값을 의미

매크로 에디팅(macro-editing)

매크로 에디팅은 평균이나 총계와 같은 총괄(aggregate) 자료나 레코드 전체에 대해 점검을 통해 개별적인 오류를 찾아내는 과정을 말함. 규칙에 근거하여 총계가 의심스럽다고 생각되면 비정상적인 총계를 산출하게 된 원인을 한 개나 몇 개의 잘못된 레코드에서 찾을 수 있는지 확인하기 위해 해당 총계를 구성하는 각각의 레코드를 검사하는 방식으로 에디팅 작업을 함

메타데이터(meta data)

마이크로데이터를 정의하고 설명하는 자료로 자료형식, 항목의 정의, 업무절차에 관련되는 사항 등을 포함하는 자료

모집단(population)

모집단은 표본조사를 통해 특성을 파악하고자 하는 전체 집단을 말하며, 구체적으로 보면 관심대상이 되는 모든 기본단위의 집합을 모집단이라고 함. 조사목적에 따라 개념적으로 정의된 모집단을 목표모집단이라고 하고, 실제 표본추출을 하는 과정에서 현실적인 제약을 반영하여 구체적으로 표본추출 대상이 될 수 있는 기본단위로 구성된 모집단을 조사모집단 또는 조사가능 모집단이라고 함

무응답(nonresponse)

통계조사에서 추출된 단위(개인, 가구, 사업체 등)와 접촉이 불가능하거나 응답 자체를 거부한 경우, 또는 조사항목 중 일부 항목에 대해서는 응답하지 않은 경우를 모두 무응답이라고 부름. 일반적으로 무응답은 단위무응답과 항목무응답으로 구분함

무응답 가중치 조정(nonresponse weighting adjustment)

무응답에 의한 편향을 줄이기 위해 응답한 개체의 속성을 분석하여 무응답에 따른 결측을 응답한 개체의 가중치를 확대함으로써 조정하는 방법. 무응답 조정치를 구성하거나 응답성향 점수를 이용하여 무응답 조정 상수를 산출해 가중치를 조정함

무응답오차(nonresponse error)

무응답오차는 조사에서 한 개 또는 여러 개의 항목에 대해 응답을 얻지 못함으로써 발생하는 오차를 의미함. 무응답이 발생하면 유효한 표본크기가 줄어 결과적으로 사전에 설정한 목표 정도를 달성할 수 없게 됨. 일반적으로 무응답자와 응답자는 여러 가지 속성이 서로 다르기 때문에 편향을 발생시키는 주요 원인이 되며, 무응답오차는 통계조사의 전반적인 품질을 떨어뜨리는 중요한 요인 중 하나임

변동계수(coefficient of variation; CV)

변동계수는 표준오차를 해당 추정값(평균값)으로 나누어 백분율(%)로 표시한 것으로 상대 표준오차를 의미하며, 추정값 대비 상대적인 변동을 설명함. 표본조사 전문가들은 표준오차에 비해 변동계수를 표본추출오차를 나타내는 척도로 더 많이 사용하며, 추정량의 정도 (precision)를 평가하거나 목표오차를 만족하는 표본크기를 산출하는데 사용함

보고통계(Reporting statistics)

법령에 따른 개인이나 단체의 신고, 보고, 신청, 인허가 등과 같이 다른 행정업무에 수반하여 수집된 자료를 이용하여 작성한 통계를 말함. 제2의 통계라고도 하며, 주민등록인구현황, 공중 위생관계업소 실태보고 등이 이에 속함.

부적격단위(ineligible units)

조사대상 기간 동안 목표모집단에 속하지 않기 때문에 추출틀에 포함되면 안 되는 단위로써 만일 이러한 단위가 추출틀에 있어서 조사에 포함되면 총계 추정에 있어서 과다포함에 따른 편향이 흔히 발생함

분산(variance)

통계 추정량의 확률분포가 평균을 중심으로 퍼진 정도를 나타내는 척도. 분산추정을 통해 추정량의 정도를 평가할 수 있으며 신뢰구간을 계산하고 통계적 추론을 하는 데 핵심적인 역할을 함.

비표본오차(non sampling error)

표본조사에서 표본의 추출에 따른 변동으로 인해 발생하는 오차 이외의 다양한 원인에 의해 발생하는 오차. 추출틀의 결함, 무응답, 측정상의 문제, 자료처리상의 오류 등에 의해 발생함.



비표본오차에 의해 보통 체계적인 오차에 해당하는 편향이 발생할 소지가 많기 때문에 조사의 정확성을 확보하기 위해서는 적극적으로 비표본오차를 관리해야 함

비확률표본추출(non-probability sampling)

확률표본추출의 반대 개념으로 특정 표본이 추출될 확률을 알 수 없고 주관적으로 표본을 추출하는 경우를 말함. 편의추출, 판단추출, 할당추출, 눈덩이 추출 등이 대표적인 비확률표본추출법에 해당함. 비확률표본추출은 확률적인 이론에 근거한 추출법이 아니기 때문에 결과를 분석하는 데 있어서 통계적인 이론을 적용할 수 없다는 한계를 갖고 있음

사후층화(post-stratification)

알려진 모집단 구성비율과 표본의 구성 비율이 일치하도록 가중치를 조정하는 방법. 단순평균 대신 실제 적용된 추출법과 상관없이 층화추출법에서의 추정공식으로 사용되는 가중 평균을 사용하여 평균이나 총계를 추정하는 것으로 볼 수 있음

상대표준오차(relative standard error)

상대표준오차는 추정량의 표본추출오차를 나타내는 척도임. 상대표준오차는 추정값의 표준오차를 추정값 자체로 나누어서 산출함. 흔히 백분율로 표시하며 변동계수(CV)라고 부르기도 함

설계효과(design effect)

단순확률추출을 기준으로 실제 적용된 추출방법의 효율성을 나타내는 척도. 해당 추출법을 적용할 때 얻어지는 추정량의 분산을 동일한 표본크기를 갖는 단순확률추출을 적용했을 때의 추정량의 분산으로 나눈 값으로 1보다 크면 적용된 추출법이 단순확률추출법에 비해 효율이 떨어진다는 것을 의미함

스캔 오류(scan error)

자료를 자동화기기를 이용하여 입력하고 컴퓨터 파일로 변환시킬 때 관측자료와 변환자료가 다르게 입력되는 오류

시험조사(pilot study)

예비조사라고도 하며 본 조사에 앞서 실제 조사현장에서 발생할 수 있는 다양한 문제점을

사전에 확인하기 위해 수행하는 소규모 조사. 조사목적에 달성하기 위해서는 어떤 질문을 사용해야 하는지 검토하고, 조사대상자의 반응을 관찰해 조사 질문의 적절성을 평가하며, 자료 수집 방법의 타당성을 검증하는 등 표본조사 전반적인 과정에서 발생할 수 있는 다양한 문제점을 사전에 파악하고 개선방안을 수립하기 위해서 수행하는 조사를 말함

에디팅(editing)

데이터 에디팅은 통계 산출에 사용되는 각각의 자료에 존재하는 오류와 이상점을 확인하고, 불일치 자료를 확인해 수정하는 전반적인 과정을 의미함. 즉 자료의 분석과정을 수행하기 전에 잘못된 자료를 수정할 목적으로 잘못되거나 의심스러운 조사자료를 찾아서 수정하는 모든 절차를 에디팅이라고 함

연동표본제(rotating sampling system)

시점의 변화에 따라 일정 비율의 부표본(sub-sampling)을 표본에서 제외시키고 새로운 부표본으로 표본을 대체하는 것으로, 반복 조사 시 표본의 일부는 계속 조사하고 나머지 부분은 교체하여 표본을 유지하는 방법

오분류(misclassification)

오분류란 설정된 분류기준에서 어긋나게 통계단위를 잘못 분류하는 경우를 말함. 예를 들면 사업체의 산업분류나 근로자의 직업분류를 잘못 하는 경우가 이에 해당함

오차(error)

일반적으로 하나의 실수 또는 일상적인 오류를 의미하며, 보다 제한적인 의미에서 오차는 통계학에서 사용되는 개념으로 추정된 값과 실제 참값과의 차이를 의미함. 흔히 평균제곱오차로 조사에서 발생하는 전체 오차를 설명함

원자료(raw data)

조사결과를 전산처리하기 위하여 입력한 단계의 자료로 조사오류, 입력오류 등의 통계적 오류가 제거되기 이전 단계의 자료



유의추출(purposive sampling)

조사를 실시하는 전문가의 경험이나 주관적인 판단에 의해 모집단을 잘 대표 할 수 있다고 생각되는 대상을 표본으로 추출하는 방법. 전형적인 비확률추출법으로 판단추출 또는 전문가 선택에 의한 추출법이라고 부르기도 함

일반통계[General statistics]

중앙행정기관이나 지방자치단체 또는 지정기관이 작성하는 통계 중 지정통계로 지정받지 않은 통계를 말함

자료처리 오차(processing error)

자료처리 오차는 자료수집과정에서 얻은 가공되지 않은 자료를 분석하고 배포할 수 있도록 가공하고 교정한 상태로 변환하는 작업 중 발생하는 오차를 의미함. 자료의 처리에는 자료의 입력, 에디팅, 코딩, 표의 작성, 추정 등과 같은 단계들이 있으며, 이러한 일련의 처리과정을 거쳐 자료의 정확성은 향상될 수 있음

잠정치(provisional statistics)

모집단의 모수에 대한 최종적인 추정값이 나오기 전에 사용자의 시급한 요구에 부응하기 위해 잠정적으로 산출한 추정값

재가중(reweighting)

재가중은 추정값을 산출할 때 원래 가중치를 수정하여 주는 작업 또는 그 값을 의미함. 재가중은 주로 추출틀이 갖고 있는 결함이나 단위무응답에 따른 편향 등을 줄이기 위해 보조 정보를 사용해 원래의 가중치를 조정해 주는 작업을 말함. 이를 위해 사후층화, 보정(calibration), 응답성향모형을 이용하는 방법이 흔히 사용됨

접촉률(contact rate)

전체 조사대상 단위들 중 접촉 가능한 단위들의 비율을 나타냄

조사구(enumeration district)

조사대상의 누락이나 중복을 방지하기 위하여 조사대상이 되는 집단의 전체 단위 또는 지역을 행정 읍, 면, 동별로 일정한 기준이 되는 수 또는 면적에 근사하게 적당히 구획한 구역 단위

조사구요도

현장조사직원이 담당해야할 구역을 일정한 규격에 주요 지형지물과 명칭, 거처와 거처번호, 거처별 가구 수 등을 표기한 조사구 단위의 지도

조사설계(survey design)

조사설계에서는 주어진 조건 내에서 모든 실현 가능한 조사방법 중 가장 효율적인 방법을 선택하는 과정을 의미함. 조사기획, 조사직원 선정 및 훈련, 설문지 작성, 표본추출, 추정, 자료 처리 등 조사 전반의 계획을 수립하는 전반적인 과정을 말함. 표본설계, 표본추출계획 등과 유사함 의미로 사용되기도 함

조사과정자료(paradata)

조사자료 수집과정에 관한 자료로, 조사과정 중 발생하는 방문횟수, 조사일시, 자료수집방법, 선호시간, 거부사유, 협조도 등 조사과정에 관한 모든 이력이 파라메이터에 해당함. 자료수집 체계의 효율성, 조사문항의 타당성 등을 검토하기 위한 기초자료로 이용됨

조사원 오차(interviewer error)

조사원 오차는 조사직원이 동일한 조사를 다른 방식으로 수행함으로써 조사대상자의 답변에 영향을 주기 때문에 발생하는 오차임. 질문을 잘못 읽거나, 조사대상자가 답을 선택하는데 영향을 줄만한 행동이나 설명을 하는 경우, 또는 조사대상자의 답변을 조사직원이 잘못 기입하는 경우 등 조사직원에 의해 발생하는 다양한 형태의 오차를 말함

조사원 효과(interviewer effect)

면접조사 시 조사직원 개개인의 업무수행방법, 경력 등 조사직원별 개인의 특성, 사회적 속성, 심리적 상태 등에 따라 응답의 차이가 나타나는 현상

조사통계(Survey statistics)

통계작성을 주목적으로 조사를 실시하여 얻은 통계를 말하며, 제1의 통계라고도 함. 조사 통계는 조사대상 집단의 모든 단위를 조사하는 전수조사와 집단의 일부만을 조사하고도 전부 조사하는 것과 같은 자료를 얻는 표본조사로 나뉨



지수(index number)

어떤 현상에 대한 수준의 추이를 살피거나 또는 몇 개의 현상에 대한 추이를 서로 대비하기 위해, 직접 측정할 수 없는 수량의 변동을 기준 시점의 값에 대한 상대값으로 나타낸 값을 말함. 종합지수의 계산식으로는 라스파이레스산식, 파셰산식, 피셔산식 등이 있음

지정통계(Designated statistics)

중앙행정기관이나 지방자치단체 또는 지정기관이 작성하는 통계 중 통계청장이 지정하여 고시하는 통계. 지정통계의 지정 및 지정취소는 통계법 제17조에서 규정하고 있음

집락추출(cluster sampling)

조사단위의 집합 또는 집락을 추출단위로 사용하는 확률추출법을 말함. 흔히 단순확률추출을 하면 조사단위가 너무 산재되어 조사에 어려움이 예상되거나 직접 조사단위를 추출하는 경우 표본추출을 위한 추출틀을 확보하기 어려운 경우 집락추출법을 흔히 사용함. 학교, 병원, 조사구 등이 집락추출에서 주로 사용되는 집락의 형태임

참값(true value)

완벽한 조사를 수행한다고 가정하는 경우, 다시 말해 어떤 형태의 오류도 범하지 않는 경우 얻을 수 있는 실제 모집단의 값을 의미함

최근방 대체(nearest neighbor imputation)

결측치가 있을 때 거리척도(distance measure)를 정의하고 거리 척도를 기준으로 가장 근접한 단위의 응답값으로 결측치를 대체하는 방법. 다시 말해 거리 척도의 기준이 되는 특정 속성을 기준으로 결측된 단위와 가장 유사한 단위의 응답값으로 결측치를 대체하는 방법

추정값(estimate)

관심 모수를 추정하기 위해 표본조사 결과를 통해 얻은 자료를 기초로 추정공식에 해당하는 추정량을 이용해 산출한 값을 의미함

추정량(estimator)

추정량은 모집단의 특성을 나타내는 모수를 추정하는 공식 또는 방법을 말함. 보통은 표본 관측치의 함수로 표현되며, 추정량의 정확성을 통해 조사과정 전체의 정확성이 설명되기 때문에 조사통계의 정확성을 평가하는데 매우 중요한 역할을 하는 요소

추출틀 오차(sampling frame error)

표본조사에서 표본추출틀이 가지고 있는 결함 때문에 발생하는 오차. 추출틀에 모집단 구성원이 아닌 단위가 포함되거나, 포함되어야 할 단위가 누락 또는 중복되는 경우 추출틀 오차가 발생함

측정 오차(measurement error)

다양한 원인에 의해 조사단위가 갖고 있는 참값을 측정하지 못하기 때문에 발생하는 오차. 사회조사의 경우 측정도구에 해당하는 설문지가 정교하지 못한 경우 측정오차가 발생할 수 있으며, 조사대상자가 여러 가지 이유로 정확하지 않은 응답을 하는 경우도 측정 오차로 볼 수 있음

층화추출(stratified sampling)

모집단을 서로 겹치지 않는 그룹, 층으로 나누고 각 층에서 확률추출법으로 표본을 추출하는 방법. 모집단을 상호배타적인 동질적인 단위로 이루어진 층(부차모집단)으로 나누고, 각 층으로부터 전체 분산을 줄이거나 각 층별 통계를 효과적으로 산출할 수 있도록 층별로 표본을 배분해 표본을 추출하는 방법

코딩(coding)

구두로 말한 정보를 수치나 다른 기호로 전환하는 기술적인 절차로서 이를 통해 계산과 통계표 작성이 용이해짐

코딩 오차(coding error)

조사응답에 대해 잘못된 코드가 부여된 경우에 발생하는 오차를 말함

크기비례확률추출법(probability proportional to size sampling)

각 단위에 대해 사전에 크기척도(size measure)를 정의하고, 단위별 크기척도에 비례하는 확률로 표본을 추출하는 경우 이를 크기비례확률추출이라고 함. 집락추출에서 집락의 크기에 비례하는 확률로 집락을 추출하는 경우가 대표적인 크기비례확률추출법에 해당함



통계단위(Statistical unit)

생산단위의 활동(생산, 재무활동 등)에 관한 통계를 작성하기 위하여 필요한 정보를 수집·분석할 대상이 되는 관찰 또는 분석단위를 말함

통계표(Statistical table)

통계표는 조사결과의 통계수치를 목적에 따라 다른 정보와 관련해서 조직적으로 결합하여 행과 열에 배치한 것. 통계표를 만드는 목적은 통계로 얻은 지식을 간략하고 질서 있게 표시하는 데 있으며, 통계표를 이용하면 통계자료의 관찰, 비교, 해석을 아주 간단하게 할 수 있음. 통계 해석이 발달하기 이전에는 통계표로 표시하는 것이 유일한 방법이었으며, 통계표가 통계의 최종목적으로 간주되었음

패널조사(Panel survey)

같은 조사대상(표본)으로부터 자료를 반복적으로 수집하는 조사. 같은 대상을 장기간 조사(이사, 분가 시에도 추적조사)하여 정부정책, 경제변동이 어떤 유형의 가구에 얼마나 영향을 미치는지 파악할 수 있으며, 빈곤 진입·탈출·고착화의 요인과 결과를 동태적으로 분석하는 데 적합함

편의추출(convenience sampling)

조사직원이 손쉽게 접촉할 수 있는 조사대상을 표본으로 선정하는 방법으로 가장 쉽게 접촉할 수 있고, 쉽게 응답을 얻을 수 있는 사람을 표본으로 선택하는 추출법. 자의적인 선택에 의한 표본추출법이기 때문에 대표성 있는 표본을 확보할 수 없음

편향(bias)

통계적 추정결과가 체계적으로 한 쪽으로 치우치는 경향을 보임으로써 발생하는 오차. 일반적으로 추정결과가 크거나 작아짐에 따라 발생하는 변동오차(variation error)와는 달리 추정결과가 체계적으로 한 쪽 방향으로 치우치는 경향을 보이는 오차를 의미함

평균제곱오차(mean squared error)

추정에 대한 평균제곱오차는 편향(잔차)의 제곱합을 자유도로 나눈 것. 표본추출오차, 추출틀오차, 무응답오차, 측정오차, 자료처리오차 등이 표본조사에서 평균제곱오차의 편향과 분산에 영향을 주는 주요 요소

포함오차(coverage error)

포함오차는 표본추출에 사용된 추출틀에 목표모집단의 일부 단위가 포함되지 않았거나 중복 기재되는 경우 또는 모집단에 해당하지 않는 단위가 포함됨으로써 발생하는 오차를 말함. 흔히 과소포함과 과대포함으로 구분되며, 추출틀에서 발생하는 대표적인 오차

포함확률(inclusion probability)

모집단의 특정 단위가 표본에 포함될 확률. 확률추출법에서 포함확률을 계산할 수 있으면 Horvitz-Thomson(HT) 추정량을 이용해 비편향성을 만족하는 추정결과를 항상 얻을 수 있음

표본(Sample)

표본추출틀로부터 추출된 추출단위의 집합으로서 모집단의 일부분을 말함. 표본은 모집단을 잘 대표할 수 있어야 하며, 이러한 표본에서 얻은 정보를 이용하여 모집단의 특성을 파악하게 됨.

표본설계(sample design, sampling plan)

표본설계는 전반적인 조사방법을 기획하는 과정을 의미하며, 조사설계와 동일한 의미로 사용하기도 함. 특히 표본추출이론을 기초로 연구목적에 따른 표본크기를 정하고 주어진 추출틀에서 효율적으로 표본을 추출하는 동시에 모수를 추정하는 효율적인 방법을 중점적으로 다루는 일련의 과정을 의미함

표본추출오차(sampling error)

전수조사 대신 확률추출법(probability sampling)에 의해 모집단에서 추출된 표본으로부터 모수를 추정하기 때문에 발생하는 추정결과와 모수간의 차이를 의미함. 확률표본추출의 경우 추정량의 분산, 표준오차 또는 변동계수 등으로 표본추출오차를 설명함

표본추출틀(sampling frame)

모집단에서 실제 표본을 추출하기 위해서 사용되는 모든 추출단위가 나열된 명부 또는 목록을 말함. 특정 표본이 추출될 확률을 계산할 수 있는 과학적인 확률추출법을 구현하기 위해서는 정확한 표본추출틀을 확보하는 것이 필수적임. 사업체 명부, 전화번호부, 조사구 명부 등이 흔히 표본추출틀로 사용되며 표본추출틀에는 해당 단위를 접촉할 수 있는 정보가 수록되어 있어야 함



표준오차(standard error)

표본조사에서 사용되는 추정량의 분산에 대한 제곱근을 말함. 표본추출오차를 나타내는 척도로 흔히 사용됨

표준화 면접(standardized interviewing)

사전에 일정하게 표준화된 질문지를 만들어서 모든 조사대상자에게 동일한 질문과 동일한 질문 순서에 따라서 면접을 수행하는 방법. 조사직원과 조사대상자 사이의 상호작용을 표준화하는 것으로 표준화 면접의 목적은 응답이 조사직원에게 의해 조금도 영향을 받지 않게 하기 위하여 모든 조사대상자에게 같은 질문을 정확히 같은 방법으로 하도록 만드는 것

할당추출(quota sampling)

관심 변수에 영향을 주는 주요 특성에 대한 모집단 비율이 표본에 그대로 유지되도록 하는 추출법을 말함. 여기서 구성 비율을 제어하는 것은 조사직원에게 의한 선택 편향을 제어하기 위한 것이고, 미리 정해진 기준에 따라 전체 표본을 여러 집단으로 구분하고 집단별로 할당된 수의 대상을 표본으로 추출하는 방법

핫덱 대체(hot-deck imputation)

동일한 조사에서 다른 조사대상자로부터 얻은 자료를 이용해 결측치를 대체하는 방법을 포괄적인 의미로 핫덱이라고 말함. 흔히 자료의 입력순서에 따라 바로 앞에 응답 결과로 결측치를 대체하거나, 유사한 단위로 대체군(imputation class)을 구성하고, 대체군내에서 다른 단위의 응답값으로 결측치를 대체하는 방법을 의미함. 이와 대조되는 방법으로 동일한 조사 자료가 아닌 다른 자료를 사용해 결측치를 대체하는 경우 콜드덱 대체(cold-deck imputation)라고 부름

항목무응답(item nonresponse)

어떤 조사단위가 조사에 참여해 대부분의 항목에 대해서는 응답을 하였으나 일부 항목에 대해 응답을 하지 않은 경우, 항목무응답의 경우 응답된 항목으로부터 해당 단위에 대한 유익한 정보를 얻을 수 있기 때문에 응답 항목으로부터 얻은 정보를 활용한 대체 방법을 적용하는 것이 효과적임

항목응답률(item response rate)

항목응답률은 특정한 항목에 대하여 응답을 얻어야 하는 전체 단위 중에서 해당 항목에 응답결과를 얻은 단위의 비율을 의미함

확률표본추출법(probability sampling)

모든 추출단위가 표본으로 추출될 확률을 계산할 수 있는 표본추출법을 말함. 확률표본추출법에 의한 표본을 통해 얻은 추정결과에 대해서는 통계적인 이론에 따른 해석이 가능함. 단순확률추출법, 계통추출법, 층화확률추출법, 집락추출법 등이 대표적인 확률추출법에 해당함





3

통계법 관련 주요 조항

가. 통계법

제23조 (통계작성에 관한 협조) ① 통계작성기관의 장은 제18조제1항 또는 제20조제1항에 따라 승인을 받거나 협의를 거친 통계를 작성하기 위하여 필요한 경우에는 관계 통계작성기관의 장에게 협조를 요청할 수 있다. 이 경우 협조요청을 받은 관계 통계작성기관의 장은 특별한 사유가 없는 한 이에 응하여야 한다.

② 제1항에 따른 협조에 소요된 경비는 다른 법령에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 협조를 요청한 기관이 부담한다. 다만, 작성된 통계를 협조의 요청을 받은 기관에서도 활용하게 되는 경우에는 서로 협의하여 소요경비를 분담할 수 있다.

제25조 (자료제출명령) ① 중앙행정기관의 장 또는 지방자치단체의 장은 지정통계의 작성을 위하여 필요하다고 인정되는 경우에는 개인이나 법인 또는 단체 등에 관계 자료의 제출을 명할 수 있다.

② 통계청장은 통계작성지정기관이 요청하는 경우로서 지정통계의 작성을 위하여 필요하다고 인정되는 경우에는 제1항에 따른 명령을 할 수 있다.

③ 제1항 및 제2항에 따른 자료의 제출명령을 받은 자는 정당한 사유가 없는 한 이에 응하여야 한다.

④ 제1항 및 제2항에 따른 자료제출명령의 절차 및 방법 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제26조 (실지조사) ① 통계의 작성에 관한 사무에 종사하는 자는 통계의 작성을 위한 조사 또는 확인을 위하여 제18조에 따라 통계청장의 승인을 받은 사항에 관하여 관계인에게 관계 자료의 제출을 요구하거나 질문을 할 수 있다.

② 지정통계의 작성을 위한 조사 또는 확인에 있어 제1항에 따른 관계 자료의 제출을 요구 받거나 질문을 받은 자는 정당한 사유가 없는 한 이에 응하여야 한다.

③ 제1항에 따른 직무를 행하는 자는 그 권한을 나타내는 증표를 지니고 이를 관계인에게 내보여야 한다.

제32조 (통계응답자의 성실응답의무) 통계응답자는 통계의 작성에 관한 사무에 종사하는 자로부터 통계의 작성을 목적으로 질문 또는 자료제출 등의 요구를 받은 때에는 신뢰성 있는 통계가 작성될 수 있도록 조사사항에 대하여 성실하게 응답하여야 한다.

제25조 (자료제출명령) ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.

② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

제34조 (통계종사자 등의 의무) 통계종사자, 통계종사자이었던 자 또는 통계작성기관으로부터 통계 작성업무의 전부 또는 일부를 위탁받아 그 업무에 종사하거나 종사하였던 자는 직무상 알게 된 사항을 업무 외의 목적으로 사용하거나 다른 자에게 제공하여서는 아니 된다.

제25조 (자료제출명령) ④ 다음 각 호의 어느 하나에 하는 자에게는 100만원 이하의 과태료를 부과한다.

2. 제25조제3항을 위반하여 자료의 제출을 거부 또는 방해하거나 거짓 자료를 제출한 자

3. 제26조제2항을 위반하여 관계 자료의 제출요구 또는 응답요구를 거부·방해·기피하거나 거짓으로 자료제출 또는 응답을 한 자

나. 통계법 시행령

제40조(자료제출명령의 절차 및 방법) ① 중앙행정기관의 장 또는 지방자치단체의 장은 법 제25조제1항에 따라 개인이나 법인 또는 단체 등에 자료의 제출을 명하려면 미리 7일 이상의 기간을 두어야 한다. 다만, 해당 지정통계의 자료수집 완료시일이 촉박하다고 인정되는 경우 등 특별한 사유가 있으면 그러하지 아니하다.

제53조(과태료의 부과기준) 법 제41조제1항부터 제4항까지의 규정에 따른 과태료의 부과기준은 별표와 같다.



다. 통계법 시행령 별표

과태료의 부과기준(제53조 관련)

1. 일반기준

가. 위반행위의 횟수에 따른 과태료의 부과기준은 최근 1년간(법 제25조제3항 및 제26조제2항을 위반한 경우에는 대상조사의 주기가 1년 이상이면 3년간을 말한다) 같은 위반행위로 과태료를 부과받은 경우에 적용한다. 이 경우 위반 횟수는 위반행위에 대하여 과태료 부과처분을 한 날과 그 처분 후에 같은 위반행위로 적발된 날을 각각 기준으로 하여 계산한다.

나. 부과권자는 위반행위의 정도, 위반행위의 동기와 그 결과 등을 고려하여 제2호에 따른 과태료 금액의 2분의 1의 범위에서 그 금액을 늘릴 수 있다. 다만, 과태료를 늘려 부과하는 경우에도 법 제41조제1항부터 제4항까지의 규정에 따른 과태료 금액의 상한을 넘을 수 없다.

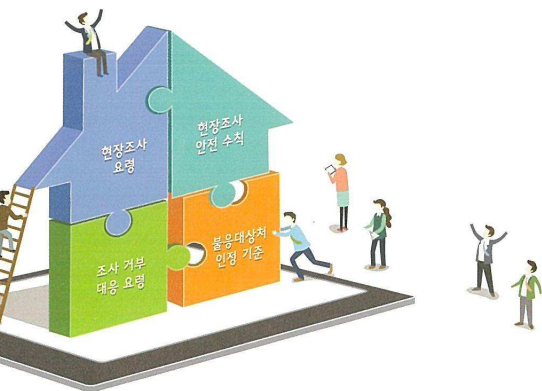
다. 부과권자는 다음의 어느 하나에 해당하는 경우에는 제2호에 따른 과태료 금액의 2분의 1의 범위에서 그 금액을 줄일 수 있다. 다만, 과태료를 체납하고 있는 위반행위자에 대해서는 그렇지 않다.

- 1) 위반행위자가 「질서위반행위규제법 시행령」 제2조의2제1항 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우
- 2) 위반행위가 사소한 부주의나 오류로 인한 것으로 인정되는 경우
- 3) 위반행위자가 법 위반상태를 시정하거나 해소하기 위해 노력한 것이 인정되는 경우
- 4) 그 밖에 위반행위의 정도, 위반행위의 동기와 그 결과 등을 고려하여 과태료를 줄일 필요가 있다고 인정되는 경우

2. 개별기준

(단위: 만원)

위반 사항	해당 법규정	위반횟수별 과태료 부과기준		
		1회	2회	3회 이상
자. 법 제25조제3항을 위반하여 자료의 제출을 거부 또는 방해하거나 거짓 자료를 제출한 경우 1) 위반행위를 한 자가 개인이나 가구(家口)인 경우 2) 위반행위를 한 자가 1) 외의 자인 경우	법 제41조제3항제2호	5 50	10 80	20 100
차. 법 제26조제2항을 위반하여 관계 자료의 제출요구 또는 응답요구를 거부·방해·기피하거나 거짓으로 자료제출 또는 응답을 한 경우 1) 위반행위를 한 자가 개인이나 가구(家口)인 경우 2) 위반행위를 한 자가 1) 외의 자인 경우	법 제41조제3항제3호	5 50	10 80	20 100



현장조사 및 불응 대응 매뉴얼

발행일 2017년 8월

발행인 통계청장 황수경

발행처 통계청 조사기획과

대전광역시 서구 청사로 189 정부대전청사 3동(우 35208)

TEL. 042.481.3710 FAX. 042.481.3719

홈페이지 www.kostat.go.kr

편집인 조사관리국장 김현애

기 획 김대호, 이영보, 김수정, 전소현, 함창인