

2025년 연구보고서

2025년 기준 경제총조사 조사표 개선 연구: 인지면접

2026. 3.



국가데이터처
국가데이터연구원

2025년 기준 경제총조사 조사표 개선 연구: 인지면접

남상민 · 박주언

본 연구보고서 내용은 저자의 견해이며, 국가데이터처 및 국가
데이터연구원 공식 견해와 일치하지 않을 수도 있습니다.

발간사

“데이터의 가치는 분석과 활용을 통해 의사결정을 지원하고, 혁신과 효율성 향상 등 구체적인 성과를 창출하는 데서 비롯됩니다.”

급변하는 환경 변화 속에서 데이터는 국가 정책과 통계의 신뢰성을 좌우하는 핵심 자산입니다. 국가데이터연구원은 이러한 인식 아래, 국가통계의 정확성과 활용성을 높이기 위한 실무 중심 연구를 지속적으로 수행해 왔습니다.

2025년 내부용 연구보고서에는 최신 환경 변화에 대응하여 국가통계 작성 방법을 개선하고 품질을 제고하기 위한 다양한 실증 연구 결과를 담았습니다.

우선, 대규모 총조사의 개선 방안 마련을 위해 2025년 농림어업총조사 인터넷 조사표 사용성 평가 연구와 인구주택총조사 행정자료·조사자료 연계 개선 방안 연구, 인구주택총조사와 행정자료 간 출산 항목 비교 분석 연구를 추진하였습니다. 이를 통해 총조사의 효율성과 자료 활용도를 제고하고자 하였습니다.

다음으로, 경제통계의 사각지대를 해소하고 복잡해지는 기업 구조를 보다 충실히 반영하기 위해 1기업 다사업체 자료 처리 방법 개선 연구와 사업체조사에 기업 프로파일링을 활용하기 위한 기초연구를 수행하였습니다. 아울러 행정자료를 활용한 공공기관 유형별 사업실적 항목 대체방법 연구는 현장조사의 한계를 보완하는 실질적인 대안이 될 것으로 기대됩니다.

마지막으로, 사회조사의 다문화 가구 통계 작성 방안 연구와 기후변화를 반영한 쌀 예상생산량 추정모형 개선 연구 등은 통계가 사회 변화에 유연하게 대응할 수 있도록 하는 개선 방향을 제시하고 있습니다.

가계동향조사의 AI 통계분류 실무 활용 연구는 생성형 AI 기술을 현장조사 자료 자동분류에 적용하기 위한 연구로, 통계 생산의 신속성과 정확성을 한층 높이는 계기가 될 것입니다.

국가데이터연구원은 앞으로도 최신 기술과 사람을 잇는 데이터 연구를 통해 국가통계의 전문성과 신뢰성을 지속적으로 강화해 나가겠습니다.

본 연구보고서가 통계 생산과 활용 현장에서 실질적인 자료로 활용되기를 바라며, 다양한 정책 현안에 깊이 있는 시사점을 제공하기를 기대합니다.

2026년 3월

국가데이터연구원장

가진

목 차

제1장 서론	1
제2장 연구 방법	3
제1절 인지면접	4
제2절 초점 집단면접(FGI)	11
제3장 연구 결과	15
제1절 조사표 항목별 결과	15
제2절 조사표 문항 배치	37
제3절 요약 및 제언	41
제4장 맺음말	44
참고문헌	46
Abstract	47

요 약

본 연구는 2025년 기준 경제총조사의 도·소매업 조사표를 대상으로 문항별 응답 가능성과 이해도를 점검하고, 응답자의 및 조사원의 인지면접과 FGI를 통해 개선 의견을 도출하고자 수행되었다.

최근 디지털 전환, 플랫폼 기반 거래 확대, 인공지능 활용 증가 등 산업 환경 변화에 따라 2025년 조사표에는 신규문항 도입 및 일부 항목이 변경되었으며, 이러한 변화가 실제 조사 현장에서 원활하게 진행되는지 사전에 점검할 필요가 있었다.

이를 위해 인지면접(cognitive interviewing)과 조사원 초점집단면접(FGI)을 병행하여 문항 해석 방식, 판단 기준, 응답 과정에서의 오류의 유형, 응답의 일관성에 영향을 줄 수 있는 지침 등을 확인하였다. 이를 통해 조사표 응답 과정에서 도움이 필요한 부분을 중심으로 검토하였다.

분석 결과, 대부분의 문항은 응답이 가능한 것으로 나타났으나, 일부 항목에서는 문항을 이해하는 데 추가 설명이 필요한 경우도 있었다. 예를 들어 AI 활용 여부, 모바일 기반 거래 비중, 무인 운영 형태, 건물·매장 면적 등은 응답의 차이가 발생하는 사례가 있었다.

이러한 결과를 바탕으로, 첫째, 일부 항목의 설명을 명확하게 정리하여 응답자가 문항의 취지를 쉽게 이해할 수 있도록 하거나, 둘째, 응답 과정에서 혼선이 생길 수 있는 항목에는 간단한 예시나 추가 설명을 덧붙여 응답 편의를 높이는 방법도 검토할 수 있다. 셋째, 조사원 교육에서는 실제 조사 사례를 중심으로 문항 해석의 일관성을 높일 수 있는 안내 자료를 보완하는 것이 도움이 될 것이다.

본 연구에서 제시한 의견은 향후 조사표 개선 논의 과정에서 참고 자료로 활용될 수 있을 것이며, 조사표의 품질 향상에 기여할 것으로 기대된다.

주요 용어: 경제총조사, 조사표, 인지면접, FGI

제 1 장

서 론

경제총조사는 우리나라 전 산업의 사업체를 대상으로 구조와 활동 특성을 종합적으로 파악하기 위한 조사로, 경제통계 작성에 필요한 모집단 정보와 주요 가공통계의 기초자료를 제공한다. 경제총조사는 2010년 기준 조사를 시작으로 산업구조 변화와 정책 및 행정 수요를 반영하여 조사표 종류와 항목을 지속적으로 변경하여 왔으며, 2025년 기준 조사는 이러한 변화 흐름 속에서 2026년에 네 번째로 수행할 예정이다.

이번 2025년 기준 경제총조사에서는 2020년 기준 대비하여 조사표는 10종에서 7종으로 변경되며, 일부 조사 항목에서 변경, 신규, 행정자료 대체 등의 변화가 있다.

신규 항목은 외국인 전체 규모를 파악하기 위한 외국인 종사자 수, AI 활용 현황 파악을 위한 인공지능(AI) 활용 여부, 농업 사업체 대상 스마트 농장 운영 여부, 제조업 전체 사업체의 지능형 공장 운영 여부, 로봇 활용 여부, 무인 매장 운영 여부 등이다. 이외 항목 명칭 변경, 조사 대상 산업 확대 등의 세부적인 변경도 있다.

이에 따라 본 연구에서는 2025년 기준 경제총조사 실시에 앞서 7종의 조사표 중 도 소매업을 대상으로 사업실적에 대한 조사표 항목 배치, 신규 항목 등을 조사표 전반에 대한 인지면접과 조사원 FGI를 통하여 검토하고자 하였다.

인지면접은 조사 대상별 소규모의 참여자를 대상으로 일대일 면접으로 진행되며, 생각 말하기, 프로빙(캐어묻기) 방법을 활용하여 응답자 관점에서 조사표를 평가하는 방법으로 각 조사 문항에 대한 이해와 반응을 평가한다. 응답자와 면접을 진행하면서 이해 및 해석 과정을 파악하는 질문을 통해 응답 형성의 이해, 정보 인출, 판단, 응답 보고 등의 단계에서 오류를 진단하고(Hughes, 2004), 조사 현장에서 발생할 수 있는 오차의 원인을 응답자로부터 직접 발견하여 조사표의 품질을 향상시킬 수 있을 것이다.

더불어 2025년에 실시된 경제총조사 시범예행조사를 수행한 조사원을 대상으로, 경제총조사 조사표에 대해 인지면접에서 확인된 사항을 반영한 초점 집단면접을 실시하였다. 초점 집단면접에서는 항목 배치나 신규 항목 등에 대한 정의 개념을 확인하여 조사 현장에서의 이해도를 평가하고, 인지면접에서 발생한 문제에 대해 개선안을 도출하고자 하였다.

이 보고서는 다음과 같이 구성되어 있다. 2장의 연구 방법에서는 인지면접과 초점 집단면접(FGI) 각각의 참가자 특성, 연구 절차 등을 다루었고, 3장의 연구 결과에서는 조사표 항목별 결과와 조사표 문항 배치에 관한 결과를 정리하였다. 마지막으로 4장의 맺음말에서는 연구 결과를 요약하고, 경제총조사 조사표에 대한 시사점을 제시하고자 하였다.

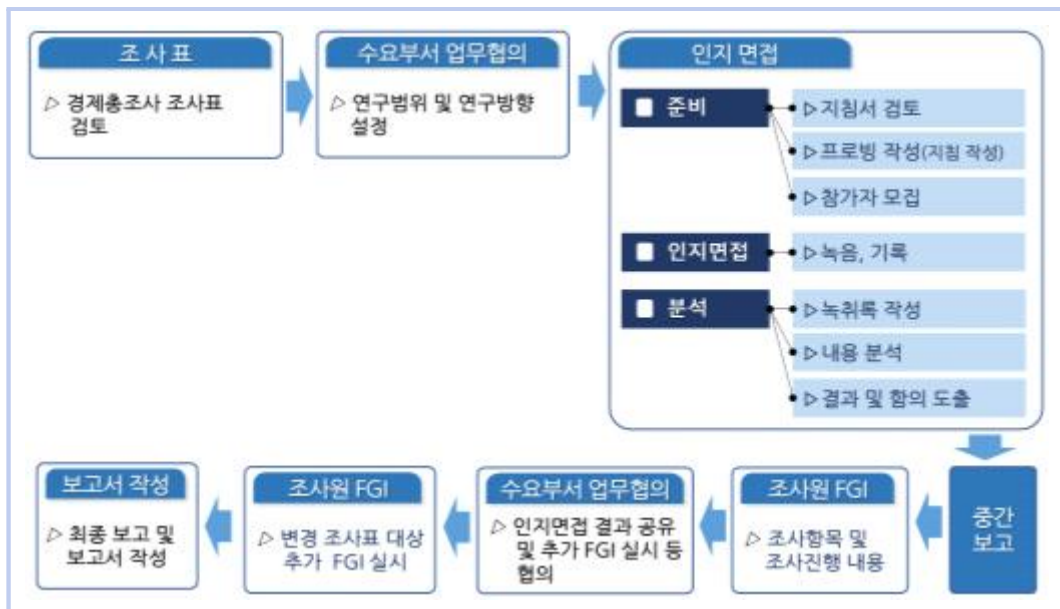
제 2 장

연구 방법

본 연구는 2025년 기준 경제총조사 도·소매업 조사표의 개편사항(신규·변경 문항 및 항목배치)이 실제 조사환경에서 응답 가능하고 일관되게 적용될 수 있는지를 사전 점검하는 데 목적이 있다.

이를 위해 응답자 관점에서 문항 이해와 판단 과정을 확인하는 인지면접과, 현장조사 수행 경험을 바탕으로 실무상 어려움과 개선안을 도출하는 조사원 FGI를 결합하여 조사표를 평가하였다(Willis, 2005; Tourangeau, Rips, & Rasinski, 2000; Groves et al., 2009).

연구추진 절차는 (1) 수요부서(경제총조사과)와의 사전협의를 통한 점검 범위 확정, (2) 조사표 및 지침서 검토 및 프로빙 질문 설계, (3) 인지면접 수행 및 분석, (4) 인지면접 결과를 반영한 FGI 수행, (5) 결과통합 및 수정(안) 제시의 순으로 진행하였다. 인지면접 결과는 수요 부서와 공유·검토하여 최종 조사표 수정안 마련에 참고 자료로 제공하였다.



<그림 2-1> 연구 추진 과정

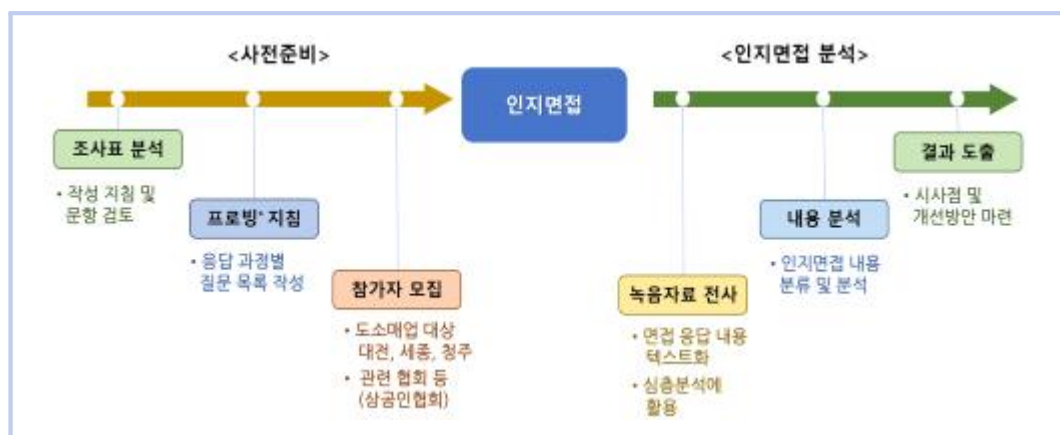
제1절 인지면접

1. 연구 절차

인지면접은 일반적으로 사전 준비, 인지면접 실시, 결과 분석의 단계로 진행된다. 먼저 준비 단계에서는 조사 지침서를 토대로 작성 지침 및 문항을 검토하고, 면접에서 활용할 수 있는 프로빙 지침을 작성한다(Willis, 2005; 박선희, 박현주, 박주연, 2018).

프로빙 지침은 면담자와 참가자 간 예상되는 질문을 중심으로 참가자의 응답 과정 파악을 위한 공통된 캐어묻기(probing) 질문을 목록으로 작성하게 된다. 본 연구에서의 참가자는 도소매업 대상과 관련된 사업체 종사자를 모집하여 진행한다.

본 인지면접은 준비 단계를 거쳐 참가자에 대한 면담 방식으로 진행하며, 결과 분석을 위해 면담 내용을 기록한다. 기록된 자료는 응답 내용, 면담 내용의 분석 등에 활용하게 된다.



<그림 2-2> 인지면접 연구 절차

2. 대상 조사표

본 연구의 인지면접은 25년 경제총조사 시범예행조사 조사표 중 G 도매 및 소매업의 조사표를 대상으로 실시하였다.

먼저, 경제총조사 조사표는 2015년 기준 이후부터 조사표 종류의 수가 단순해졌다. 2015년 이전에는 산업별로 19종의 조사표를 이용하여 조사하였으나, 2020년 기준부터

는 10종으로 축소되었다. 이는 각 산업 중 공통 항목은 앞부분에 배치하였고, 그 외 산업별 특성 항목은 산업별 맨 뒤에 위치하여 구분하였기 때문이다.

2010년부터 현재까지의 조사표 변경 내용은 다음과 같다.



<그림 2-3> '15년, '20년 기준 사업 실적 배치 비교

<표 2-1> 경제총조사 조사표 변경 내용

2015년 기준<19총>		2020년 기준<10총>		2025년 기준<7총>	
(01)	A 농업, 임업 및 어업(01~03)	(01)	A 농업, 임업 및 어업(01~03)	(01)	A 농업, 임업 및 어업(01~03)
	H 운수업(49~52) K 금융 및 보험업(64~66) O 공공행정(84)		D 전기·가스·증기업(35) F 건설업(41~42) H 운수업(49~52) K 금융 및 보험업(64~66) O 공공행정(84) P 교육서비스업(85) S 협회·단체(94)		
(02)	B 광업(05~08) 99이하 C 제조업(10~33) 99이하	(02)	B 광업(05~08) 99이하 C 제조업(10~33) 99이하	(02)	B 광업(05~08) 99이하 C 제조업(10~33) 99이하
(03)	B 광업(05~08) 10만 이상 C 제조업(10~33) 10만 이상	(03)	B 광업(05~08) C 제조업(10~33) 10만 이상	(03)	B 광업(05~08) 10만 이상 C 제조업(10~33) 10만 이상
(04)	D 전기·가스·증기업(35~36)	(04)	D 전기·가스·증기업(35)		
(05)	F 건설업(41~42)	(06)	F 건설업(41~42) P 교육서비스업(851~854) S 협회 및 단체(94)		
(06)	G 도매 및 소매업(45~47)	(07)	G 도매 및 소매업(45~47)		
(07)	H 운수업(49~52)				
(08)	I 숙박업(55)				
(09)	J 음식점 및 주점업(56)				
(10)	J 정보통신업(58~63)				
(11)	K 금융 및 보험업(64~66)				
(12)	M 전문, 과학 및 기술업(70~73)				
(13)	O 공공행정(84)				
(14)	P 교육기관(85)				
(15)	Q 보건업(86)	(09)	Q 사회복지 서비스업(86~87)		
(16)	Q 사회복지 서비스업(87)				
(17)	S 협회 및 단체(94)				
(18)	E 하수·폐기업(37~39)	(05)	E 수도·하수·폐기업(36~39)	(06)	E 수도·하수·폐기업(36~39)
	L 부동산업 및 임대업(68~69)		I 숙박 및 음식점업(55~56)		J 정보통신업(58~63)
	N 사업시설 및 지원업(74~76)		L 부동산업(68)		L 부동산업(68)
	P 교육서비스업(85)		N 사업시설 및 지원업(74~76)		M 전문, 과학 및 기술업(70~73)
	R 예술·스포츠·여가업(90~91)		P 교육서비스업(85)		N 사업시설 및 지원업(74~76)
S 수리·개인 서비스업(95~96)	R 예술·스포츠·여가업(90~91)	P 교육서비스업(85)	P 교육서비스업(85)	Q 사회복지 서비스업(86~87)	
(19)	문사 조사표	(10)	S 수리·개인 서비스업(95~96)	R 예술·스포츠·여가업(90~91)	R 예술·스포츠·여가업(90~91)
				S 수리·개인 서비스업(95~96)	S 수리·개인 서비스업(95~96)
				(07)	문사 조사표

2025년 기준 경제총조사 조사표는 공통 항목이 11개, 산업별로는 0~11개로 구성되어 있으며, 이 중 도매업과 소매업 조사표는 공통 항목 11개, 특성 항목 9개로 구성되었다. 특성 항목 중에는 공통 특성 항목은 6개, 특성 항목은 3개로 구분된다.

모든 산업별 조사표에 공통으로 포함되는 공통 문항은 ①~⑪번으로, ① 사업체명, ② 사업체 대표자, ③ 소재지, ④ 창설 연월, ⑤ 사업자등록번호, ⑥ 조직 형태, ⑦ 사업의 종류, ⑧ 영업 기간, ⑨ 인공지능(AI) 활용 여부, ⑩ 종사자 수 및 연간 급여액, ⑪ 사업실적 문항이다.

이후 도매 및 소매업 조사표의 특성 문항은 ⑫ 일일 평균 영업시간, ⑬ 사업체 건물(사업장)연면적, ⑭ 디지털 플랫폼 거래 여부, ⑮ 상품 매입처별 구입액 구성비, ⑯ 상품 판매처별 매출액 구성비, ⑰ 상품 판매유형별 매출액 구성비, ⑱ 배달(택배) 판매 여부, ⑲ 무인 매장 운영 여부, ⑳ 무인 결제 기기 활용 여부 항목으로 구성되어 있다.

<표 2-2> 도매 및 소매업(G) 조사표 조사 문항

구분	문항번호	공통/특성 항목		문항 내용
출력 문항	1	공통 항목		사업체명
	2			사업체 대표자
	3			소재지
	4			창설 연월
	5			사업자등록번호
	6			조직 형태
	7			사업의 종류
조사 문항	8	공통 항목		영업 기간
	9			인공지능(AI) 활용 여부
	10			종사자 수 및 연간 급여액(외국인 포함)
	11			사업실적(매출액, 영업비용)
	12			일일 평균 영업시간
	13	특성 항목	공통 특성 항목	사업체 건물(사업장)연면적
	14			디지털 플랫폼 거래 여부
	15			상품 매입처별 구입액 구성비
	16			상품 판매처별 매출액 구성비
	17			상품 판매유형별 매출액 구성비
	18		산업 분류별 특성 항목	배달(택배) 판매 여부
	19			무인 매장 운영 여부
	20			무인 결제 기기 활용 여부

또한 경제총조사 조사표는 출력되어 조사되는 문항이 있는데, 출력 문항은 행정자료를 반영한 것으로, 실제 조사 시 조사표에 해당 내용이 출력되고 조사 현장에서 반드시 확인하게 되어 있다.

본 연구에서는 인지면접에서 출력 문항과 조사 문항의 모든 문항을 실제 기재하는 방식으로 진행되었다.

3. 면접 지침

인지면접을 진행하기 위해서는 조사 문항을 중심으로 면접을 위한 기초적인 지침을 작성한다. 이러한 면접 지침은 참가들에게 공통으로 캐어문기를 진행하기 위해 사전에 준비되는 질문을 하기 위한 목록이다.

질문의 목록은 현재 2025년 기준 시범예행조사 조사표를 대상으로, 신규로 추가된 문항뿐만 아니라 전체 문항에 대해 작성하였다. 또한 기존에 오류가 예상되는 문항에 대해서도 추가로 질문을 작성하였다.

<표 2-3> 인지면접 면접 지침(조사 문항별 캐어문기 질문 내용)

조사문항		문항명	질문 내용
공통		-	- 문항의 난이도 및 응답의 부담 여부 - 내용 및 용어 등 수정 사항 여부
출력 문항	1	사업체명	- 사업자등록상의 사업체 기입 여부(간판명) - 불일치 사유 및 응답 기준
	2	사업체 대표자	사업자등록증과 실제 운영하는 사람이 다른 경우
	3	소재지	출력조사표 상 소재지 일치 여부
	4	창설 연월	- 사업자등록증과 실제 영업 시작 날짜의 동일 여부 - 동일하지 않거나, 응답하지 않은 이유 등
	5	사업자등록번호	- 사업자등록번호 변경 여부 - 미기재 사유
	6	조직 형태	- 법인/프랜차이즈 여부 확인 - 단독사업체 응답 시 사업체구분 응답 여부
	7	사업의 종류	- 주/부 사업 작성의 어려움 - 주/부 사업 분류 기준 및 미작성하거나 매출액 비중에 따라 주/부 사업 미일치 - 사업의 내용(투입, 과정, 산출) 작성 어려움
조사 문항	8	영업 기간	1주일 동안의 영업일 수, 정기 휴무일
	9	인공지능(AI) 활용 여부★	- AI에 대한 이해 여부(문항에 대한 이해) - 도소매업의 인공지능 활용 분야 중 추가 또는 제외 분야

조사문항	문항명	질문 내용
10	종사자 수 및 연간 급여액 (외국인 포함)★	• 응답 기준 시점, 응답자 본인 포함 여부 및 종사상 지위 • 외국인 종사자 조사 여부
11	사업실적	• 작성의 어려움 • 인지면접에서는 최소화
12	일일 평균 영업시간	• 평균 영업시간 • 영업시간 및 영업시간에 준비시간 포함 여부
13	사업체 건물(사업장)연면적	• 실제 사용하고 있는 면적 응답 여부 • 건물연면적 응답 시 제외 및 포함 여부 확인
14	디지털 플랫폼 거래 여부	• 디지털 플랫폼 개념의 이해도 • 매출액 중 디지털 플랫폼 거래액 비중 응답 기준
15	상품 매입처별 구입액 구성비	• 해당 용어 및 작성의 어려움 • 본·지점 간 이동/생산업자/도매업자의 차이
16	상품 판매처별 매출액 구성비	• 해당 용어 및 작성의 어려움 • 본·지점 간 이동/도매업자/소매업자/산업 사용자/일반소비자의 차이
17	상품 판매유형별 매출액 구성비	• 인터넷 매출액 구성의 응답 기준 및 모바일 비중의 작성 기준
18	배달(택배 포함) 판매 여부	• 배달/택배 판매 여부
19	무인 매장 운영 여부★	• 영업시간 중 일부 운영 여부
20	무인 결제 기기 활용 여부	• 무인 결제기기 도입 여부 및 실제 운영 여부
기타	조사표 선호	• 사업실적의 문항 배치 선호

★는 2025년 기준 경제총조사 신규 문항임

4. 참가자

가. 참가자 모집

2025년 기준 경제총조사 시범예행조사를 하였던 부산 북구, 경북 경산, 경기 안성 지역 중에서 사업체를 선정하려고 하였으나, 응답자의 부담을 고려하여 세종, 청주, 충북 진천 지역의 상공인협의회 협조를 통해 참가자 모집을 진행하였다.

나. 참가자 특성

인지면접 참가자는 총 19명으로, 성별로는 남성 6명, 여성 13명, 연령별(만 나이)로는 30대 5명, 40대 3명, 50대 8명, 60대 이상 3명으로 구성되었다. 이들 중 고졸 8명,

전문대졸 4명, 대졸 이상이 7명이었으며, 사업체 대표 16명과 사업체 운영을 담당하는 3명으로 주로 사업체 대표가 참여하였다.

조직 형태는 개인사업체 16개, 법인 3개 업체였으며, 산업 분류상 도매업 4개와 소매업 15개 업체였다. 이에 대한 구체적인 참가자 특성은 <표 2-4>와 <표 2-5>에 제시되어 있다.

<표 2-4> 인지면접 참가자 현황

(단위: 명)

전체	성별		연령				교육정도			조직형태		산업분류	
	남	여	30대	40대	50대	60대 이상	고졸	전문대졸	대졸 이상	개인	법인	도매	소매
19	6	13	5	3	8	3	8	4	7	16	3	4	15

<표 2-5> 인지면접 참가자 세부 특성

연번	업종	산업분류	조사표 유형	직위	성별	연령대	교육정도	지역
1	열쇠	소매	B형	대표	남	50대	고졸	진천
2	의류	소매	B형	대표	여	40대	대졸	
3	자전거	소매	B형	대표	남	30대	고졸	
4	그릇	도매	A형	대표	여	50대	고졸	
5	커튼	소매	A형	대표	여	50대	대졸	
6	CCTV	도매	A형	대표	여	50대	고졸	
7	의류	소매	B형	대표	여	50대	대졸	
8	신발	소매	A형	대표	남	60대	고졸	
9	의류	소매	B형	대표	여	30대	전문대졸	
10	달걀	도매	B형	대표	남	60대	고졸	
11	건강보조식품	소매	A형	직원	여	30대	고졸	세종
12	자동차부품	도매	B형	직원	여	40대	전문대졸	
13	의류	소매	B형	대표	남	50대	전문대졸	
14	커튼	소매	A형	대표	남	40대	대졸	
15	화초 및 식물	소매	A형	대표	여	50대	전문대졸	
16	건어물 및 젓갈류	소매	B형	대표	여	30대	대졸	청주
17	건강보조식품	소매	A형	대표	여	60대	고졸	
18	화초 및 식물	소매	A형	대표	여	30대	대졸	
19	인테리어필름	소매	A형	직원	여	50대	대졸	

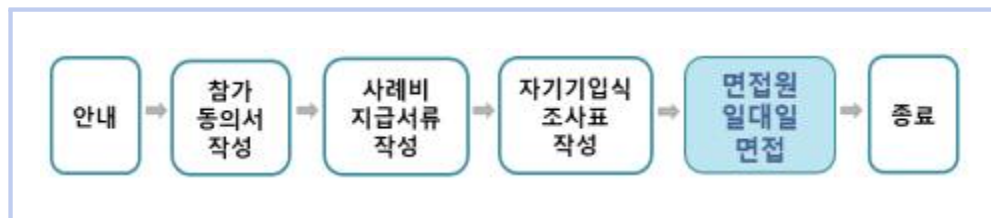
5. 진행 방법

2025년 기준 경제총조사 조사표 인지면접은 2025년 7월부터 8월까지 연구자가 해당 사업체로 방문하여 진행되었다.

인지면접 도입 부문에서는 연구의 목적과 진행 방식, 요청 사항에 대해 간략히 설명 후, 참가동의서¹⁾와 사례비 지급을 위한 서류를 작성하도록 하였다. 이후 도소매업 조사표를 자기기입식으로 작성한 후²⁾, 연구자와의 일대일 면담을 진행하였다.

연구자는 사전에 작성한 면접 지침에 따라 질문형식으로 캐어문기(probing)를 진행하며 이 과정에서 참가자에게 조사표 각 문항의 응답과정을 상세히 묻고 응답내용을 기록 및 녹음을 하였다. 참가자가 작성한 조사표와 일대일 면담을 통한 녹음자료를 통해 향후 분석에 활용하게 된다.

인지면접 후 작성된 조사표 응답내용과 면담자료(녹음자료)는 전사(transcription)하고, 면담 내용을 분석하여 응답 과정 및 응답 선택 이유 등을 확인하고 오류 발생 가능성 및 원인을 탐색하였다(<그림 2-4>).



<그림 2-4> 인지면접 진행 과정

6. 결과 분석

2025년 기준 경제총조사 시범예행조사 조사표를 중심으로 인지면접 지침을 작성하고 인지면접 실시를 통해 응답자가 응답에서 느끼는 문항들을 탐색하여 심층적인 분석을 하였다. 더불어 시범예행조사에서 참여한 조사원을 대상으로 인지면접에서 확인된 사항에 대해 추가로 FGI를 실시하였다. 연구 결과는 제3장에서 인지면접 분석 결과와

-
- 1) 참가동의서에는 모든 진행 과정이 녹화되는 사실과 면접에서 제공한 정보의 비밀 보장 및 연구 목적으로만 활용하고, 진행 과정에서 논의한 모든 내용과 자료를 외부로 유출하지 않는 것에 동의한다는 내용이 포함됨
 - 2) 사업체의 면접에 응한 참여자에 대해 사전에 전자우편(E-mail)으로 조사표를 송부하여 면접을 진행함

함께 FGI 결과를 종합적으로 제시하고자 한다.

제2절 초점 집단면접(FGI)

이 연구에서는 경제총조사가 주로 조사원을 통한 면접방식으로 진행된다는 점을 고려하여 FGI를 통해 조사 현장을 이해하고 조사표의 개선점을 도출하고자 하였다. 이를 위해 올해 실시한 시범예행조사와 경제총조사를 모두 진행해 본 경험이 있는 조사원을 대상으로 FGI를 실시하였다. 본 조사에 대해 잘 알고 있는 참가자를 선정하여 지역별로 구성하였고, 실제 조사 시 응답자와 조사원 간의 진행 과정에서 발생한 여러 가지 어려움 및 이를 통한 개선안을 도출하고자 하였다.

1. 대상 조사표

본 절에서 사용된 조사표는 「2025년 기준 경제총조사 시범예행조사 조사표(G 도매 및 소매업)」이며, 2025년 경제총조사와의 일부 조사항목 변경에 따라 일부 항목이 변경된 조사표를 비교하는 반구조화된(semi-structured) 질의도 포함하였다.³⁾

2. 참가자 특성

FGI는 2025년 9월 및 11월 두 번에 걸쳐 실시되었으며, 시범예행조사에 참여한 조사원은 각 지역에서 10명씩 총 30명이 참여하였다. 경제총조사 시범예행조사는 2025년 6~7월 3개 지역(부산광역시 북구, 경기도 안성시, 경상북도 경산시)에서 실시되었으며, 본 연구를 위한 FGI는 3개 그룹으로 나뉘어 3차례 실시⁴⁾하였다.

성별은 남성 2명과 여성 28명, 연령대별로는 30대 1명, 40대 13명, 50대 9명, 60대 7명이었다. 지난 경제총조사 경력은 1회 7명, 2회 13명, 3회 이상이 10명이고, 조사원 경력은 5년 미만 12명, 5~10년 미만은 9명, 10년 이상은 9명 구성으로 참여하였다. 구체적인 참가자 현황은 <표 2-6>에 제시되어 있다.

3) 연구기간 중에 인공지능(AI) 활용 여부, 외국인 종사자 수의 신규항목은 경제총조사와의 추가적인 전문가 회의를 통해 조사항목이 변경되었다.

4) FGI는 세 차례 진행하였으며, 경기도 안성시, 경상북도 경산시, 부산광역시 북구에서 실시하였다.

<표 2-6> 조사원 FGI 참가자 현황

(단위: 명)

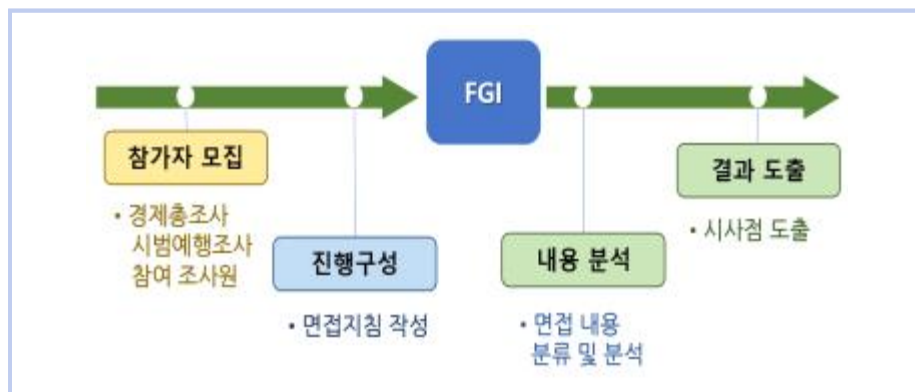
전체	성별		연령대				교육정도			경총 경력			조사원 경력		
	남	여	30대	40대	50대	60대 이상	고졸	전문대졸	대졸 이상	1회	2회	3회 이상	5년 미만	5~10년 미만	10년 이상
합계	2	28	1	13	9	7	14	5	11	7	13	10	12	9	9
안성 ^{경기}	2	8	1	5	1	3	6	3	1	5	4	1	8	2	-
경산 ^{경북}	-	10	-	6	4	-	4	3	4	-	5	5	1	5	4
북구 ^{부산}	-	10	-	2	4	4	4	-	6	2	4	4	3	2	5

<표 2-7> 조사원 참가자 특성

연번	성별	연령	교육정도	경제총조사 경력	조사원 경력	지역
1	여	30대	고졸	2회	1~5년 미만	경기 안성
2	여	40대	고졸	3회	5~10년 이상	
3	남	40대	전문대졸	2회	1~5년 미만	
4	여	60대	고졸	2회	1~5년 미만	
5	여	60대	대졸	2회	5~10년 이상	
6	여	40대	전문대졸	1회	1~5년 미만	
7	여	50대	고졸	1회	1~5년 미만	
8	여	60대	고졸	1회	1~5년 미만	
9	여	40대	고졸	1회	1~5년 미만	
10	남	40대	전문대졸	1회	1~5년 미만	
11	여	40대	고졸	3회	10년 이상	경북 경산
12	여	40대	대졸	3회	5~10년 이상	
13	여	40대	고졸	3회	5~10년 이상	
14	여	40대	대졸	2회	1~5년 미만	
15	여	50대	고졸	2회	10년 이상	
16	여	50대	전문대졸	4회	10년 이상	
17	여	50대	고졸	3회	10년 이상	
18	여	40대	대졸	2회	5~10년 이상	
19	여	50대	전문대졸	2회	5~10년 이상	
20	여	40대	대졸	2회	5~10년 이상	
21	여	50대	대졸	4회	10년 이상	부산 북구
22	여	60대	대졸	4회	10년 이상	
23	여	50대	대졸	2회	1~5년 미만	
24	여	50대	고졸	1회	1~5년 미만	
25	여	40대	대졸	1회	1~5년 미만	
26	여	60대	대졸	2회	10년 이상	
27	여	60대	고졸	2회	5~10년 이상	
28	여	50대	고졸	4회	10년 이상	
29	여	40대	대졸	2회	5~10년 이상	
30	여	60대	고졸	4회	10년 이상	

3. 연구 절차

FGI는 조사원이 거주하는 각 지역의 회의 공간에서 진행되었다. 경제총조사과와 협의를 통해 시범예행조사에 참여한 조사원을 대상으로 선정하고, 참가자들을 대상으로는 연구 목적 및 면접 내용의 녹음과 활용, 개인정보 보호 및 비밀 유지 등에 대한 서면동의를 받았다.



<그림 2-5> 조사원 FGI 절차

FGI는 진행 구성에 진행 순서, 소요 시간, 질문 내용 등이 포함된 면접 지침을 통해 진행되었으며, 질문 내용은 Krueger와 Casey(2000)가 제시한 질문 방식을 참고하여 구성하였다.

<표 2-8> FGI 주요 질문 내용

구 분		질문 내용
도입 질문	• 경제총조사 시범예행조사 경험	• 조사 경험이나 느꼈던 점
주요 질문	• 조사 과정	• 현장 조사 과정 (조사표 배부→조사표 작성→회수)
	• 질문 및 응답 과정	• 항목별 질문 방법 및 응답 경향
	• 조사항목 적절성	• 질문하기 어려웠던 항목과 이유
	• 조사항목의 순서	• 기존 조사표, 사업실적이 맨 뒤 • 실제 조사 과정상 질문 순서
	• 신규 항목에 대한 질의 및 응답	• 조사표에 제시된 용어의 적절성 • 질문 및 응답 과정상의 어려움 정도
마무리	• 개선 의견 및 제안	• 전반적인 평가 및 의견

내용분석에서는 면담에서 진행된 내용을 정리하였고, 추가로 녹음자료를 통해 세부 내용을 포함하여 분석하였다.

4. 조사원 집단 초점 면담(FGI) 결과

경제총조사 시범예행조사에 참여한 조사원을 대상으로 FGI를 실시하였다. FGI에서는 조사표상의 항목 순서대로 항목별로 응답자나 조사원 관점에서의 진행 과정에 대한 면담이 진행되었고, 이를 토대로 각 문항에 분석을 통해 시사점을 도출하고자 하였다.

연구 결과는 제3장에서 인지면접 분석 결과와 함께 FGI 결과를 종합적으로 제시하고자 한다.

제 3 장

연구 결과

경제총조사 조사표에 대한 실제 응답자의 인지면접과 조사원 FGI를 통해 응답자 및 조사자별 관점에서 각각 평가와 반응을 살펴볼 수 있었다.

이 장에서는 2장에서의 인지면접과 FGI의 진행 절차에 따른 결과를 종합적으로 살펴보고, 이에 따라 확인된 주요 의견에 대해 신규 문항과 문항 배치를 중심으로 제언하고자 하였다.

경제총조사 조사표에 출력되어 제공되는 항목(사업체명, 사업체 대표자, 소재지, 창설 연월, 사업자등록번호, 조직 형태, 사업의 종류 등)은 인지면접과 FGI에서 의견이 없는 사항으로 제외하였다.

제1절 조사표 항목별 결과

1. 사업체명, 사업체 대표자, 소재지

①~③은 사업체명, 사업체 대표자, 소재지의 문항으로 모두 출력되는 문항이다.

① 사업체명 (간판명)	② 사업체 대표자	성 명	성 별	연령대
			① 남 ② 여	대
③ 소 재 지	도로명 주소	읍·면·동 도로명 건물번호		
		빌딩·상차·상가 동 층 호		
	지번 주소			
* 도로명 주소가 부여되지 않은 지역은 지번 주소를 기입				

<그림 3-1> 사업체명, 사업체 대표자, 소재지

1) 사업체명

① 사업체명은 사업자등록상의 사업체명을 기재하게 되어 있으며, 사업자등록상의

사업체명이 실제 사용하는 상호와 다른 경우 실제 사용하는 상호의 간판명을 기재하게 되어 있다.

인지면접에서는 괄호로 표시된 ‘간판명’은 사업체명과 간판명 중 하나만 작성하면 되는 것으로 오해할 소지(인지면접-08, 09)가 있어, 사업체명과 간판명을 구분하여 기재할 수 있도록 하고 하단에 이에 대한 설명을 기재하는 것에 대해 검토가 필요하다.

<그림 3-2> 사업체명 검토 내용

(인지면접-08)

- ▷면접원 - 사업체명이 간판명하고 다른데 정확한 사업체명이 어떻게 되세요?
- ▷참가자 - 사업자등록증하고 간판명하고 달라요. 소비자가 이해하기 쉬운 간판명으로 변경하였습니다.
- ▷면접원 - 그러면 조사표상에 사업체명과 간판명이 다른 경우 하단에 괄호로 간판명을 기재하는 것을 확인해 보셨나요?
- ▷참가자 - 그냥 사업자등록상의 사업체명이나 간판명 하나만 적으면 되는 줄 알았습니다.

2) 사업체 대표자

② 사업체 대표자는 출력 사항으로 행정 자료상 대표자의 성명, 성별, 연령대가 모두 출력되는 문항이다.

먼저 인지면접에서는 사업체 대표자가 2명일 때 한 명만 기재하면 되는데, 두 명을 모두 기재한 경우(인지면접-14)가 있었으며, 조사원 FGI에서는 사업체 대표자의 연령대도 출력이 되었는데 사업자등록 시의 생년월일을 기준으로 연령대가 출력되어 확인하여 수정해야 경우가 있었다(FGI-26, 27, 28).

(인지면접-14)

- ▷면접원 - 사업체 대표자를 2명으로 기재하였는데, 선생님 외 누구를 기재하신 건가요?
- ▷참가자 - 제 아내하고 공동명의라서 2명을 기입하였습니다.
- ▷면접원 - 대표자가 2명 이상일 경우에는 한 명만 기재하시면 됩니다.

(FGI-26, 27, 28)

- ▷면접원 - 사업체 대표자에서 출력되는 사항에 대해 말씀 부탁드립니다.
- ▷참가자 - 대표자의 연령대가 많게는 20세 이상, 10세 이상 등 다양하게 현재보다 낮게 되어 있습니다. 대표자에게 확인해 보니 사업자등록 시의 연령으로 기재가 되어 있는 것 같습니다.

3) 소재지

③ 소재지는 인지면접이나 FGI에서 언급된 내용은 없었다.

③ 소재지	도로명 주소	읍·면·동 도로명	건물번호	-
	지번 주소	필당·시장·상가	동	층 호

• 도로명 주소가 부여되지 않은 지역은 지번 주소를 기입

<그림 3-3> 소재지

2. 창설 연월, 사업자등록번호, 조직 형태, 사업의 종류

④~⑦은 창설 연월, 사업자등록번호, 조직 형태, 사업의 종류 모두 출력되는 문항이다.

④ 창설연월	년 월	⑤ 사업자등록번호	미가입 사유 ① 미등록 ② 응답거부
• 사업자등록 상의 등록일자가 아닌 '개업일자' 기입 • 세무서에서 발급한 사업자등록증(고유번호증)에 표기되어 있는 '사업자등록번호(고유번호)'를 기입			
⑥ 조직형태	① 개인사업체 ② 회사법인 ③ 회사이외법인 ④ 비법인단체 ⑤ 국가·지방자치단체	(1) 법인등록번호 (2) 사업체 구분 (a) 단독사업체 (b) 본사, 본점 등 (c) 공장, 지사(점) 등	상품 판매 또는 서비스 제공 여부 ⑩ 있음 ⑪ 없음
	• '(1) 법인등록번호'는 법원으로부터 부여받은 등록번호를 작성 • '④ 비법인단체'는 법인격이 없는 단체나 모임(법인격 유무는 법인등기 여부로 판단)으로 동창회, 후원회, 법인이 아닌 교회나 임차 등이 포함		
⑦ 사업의 종류(주사업, 부사업)			
	[투입] 무엇을 가지고 (영업장소, 원재료 등)	[과정] 어떤 방법으로 (생산 및 영업활동)	[산출] 생산·제공하였는가 (최종 재화 및 용역)
			매출액 비중(%)
주 사업			
부 사업 1			
부 사업 2			
• 사업체가 여러 가지 사업을 하는 경우 매출액 비중이 큰 사업 순서대로 주사업과 최대 2개 부사업에 기입 • 겸업은 산업분류 앞 2자리(중분류)를 기준으로 주사업과 부사업 구분			

<그림 3-4> 창설 연월, 사업자등록번호, 조직 형태, 사업의 종류

1) 창설 연월

④ 창설 연월은 조사자료 및 행정자료의 사업체 창설 연월을 출력하되, 현재의 산업활동을 처음 시작한 연월을 기재하며, 주산업의 대분류 변경이나 조직 형태, 대표자를 변경하였을 때는 변경된 시기의 창설 연월로 기재한다.

인지면접에서 아버지로부터 상속받아 사업자등록을 변경하였는데, 어떤 날짜를 적어야 하는지 어려워하는 사례가 있었다(인지면접-04).

(인지면접-04)

- ▷면접원 - 선생님께서는 창설 연월을 기재해 주셨는데, 생각보다 오래되시지는 않았네요? 선생님께서 처음 창설하신 사업체인가요?
- ▷참가자 - 아버지가 운영하시다가 연로하셔서 제 앞으로 사업자등록증을 다시 등록했습니다.
- ▷면접원 - 그럼 그전에는 아버지의 명의로 사업자등록을 하신 건가요?
- ▷참가자 - 네. 맞습니다.

2) 사업자등록번호

⑤ 사업자등록번호는 인지면접이나 FGI에서 언급된 내용은 없었다.

3) 조직 형태

⑥ 조직 형태는 조사자료 및 행정자료상의 조직 형태를 출력하며, 조직 형태가 빈칸이거나 변경된 경우, 사업체의 법적 조직 형태를 파악하여 해당하는 번호에 표시하게 되어 있다.

<그림 3-5> 조직 형태

인지면접에서는 ① 개인사업체임에도 불구하고 ② 회사법인이나 ③ 회사이외법인 대상으로 조사하는 사업체 구분에 응답한 경우가 있었다(1/19명, 인지면접-14). 조사원 FGI에서는 해당 사항에 대해 어려움은 없었다고 하였다.

(인지면접-15)

- ▷면접원 - 사업체 종류 중 과정과 산출을 중복으로 응답하셨는데, 왜 그렇게 작성을 해주셨나요?
 ▷참가자 - 생산해서 생산활동을 하는 것이 생산, 제공과 겹치는 것 같아서 중복되게 적었습니다.

조사원 FGI에서는 출력 조사표에 확인하는 절차에는 무리가 없었으며, 신규사업체도 한국표준산업분류 종합 색인표나 사례집 등을 참고하여 작성하는 데에는 무리가 없다고 하였다(7명/30명, FGI-01, 02, 04, 10, 14, 18, 20,).

(FGI-참가자 01, 10) 주요 내용

- ▷면접원 - (01) 신규사업체는 통계 분류 포털을 확인하여 산업 분류나 사업의 종류를 표기한다.
 (10) 응답자분들은 작성에 어려움이 있으며, 한국표준산업분류 종합 색인표나 사례집을 통해 사업의 종류를 작성한다.

매출액 비중은 매출액 비중이 가장 큰 산업활동을 주 사업란에 기재하고, 부사업은 매출액순으로 작성하게 되어 있으며, 그 매출액의 비중을 백분율로 적게 되어 있다. 인지면접 참가자와 FGI에서 사업의 종류를 작성한 후, 주 사업과 부 사업 구분 및 매출액 비중을 작성하는 것에 어려움이 없었다.

3. 영업 기간

⑧ 영업 기간의 연간 영업 개월 수는 사업체가 1년간 정상적으로 영업한 개월 수를 말하며, 월간 정기 휴무일 수는 연간에 매월 정기적으로 휴무한 날로 사업체의 월평균 정기 휴무일 수를 파악하여 작성⁵⁾한다.

⑧ 영업기간	
[1] 연간 영업 개월 수	[2] 월간 정기 휴무일 수
개월	① 휴무일 없음 ② 월 1일 ③ 월 2-3일 ④ 월 4-5일 ⑤ 월 6-7일 ⑥ 월 8일 이상
• [1] 연간 영업 개월 수'는 2024년에 사업체가 정상적으로 영업한 개월 수를 기입함(비수가 포함) • [2] 월간 정기 휴무일 수'는 사업체가 정기적으로 휴무한 일수에 ✓표시 (국경일, 명절, 창립기념일과 같은 부정기적인 휴무일은 제외)	

<그림 3-9> 영업 기간

- 5) 국경일, 명절, 사업체 창립 기념일 등 부정기적인 휴무일은 제외하며, 정기적인 휴일 없이 연중 계속 영업하는 경우 ① 휴무일 없음에 해당한다.

인지면접에서는 12개월을 초과하여 응답한 경우는 없으며, 이와 반대로 영업 개월 수를 12개월 미만으로 응답한 사례도 있었다. 휴무를 영업 기간에서 빼고 9개월로 응답한 사례 등이 있었다(인지면접-01, 04). FGI에서는 제시된 사항은 없었다.

(인지면접-01)
▷면접원 - 선생님께서는 영업 기간을 9개월로 응답해 주셨는데요. 영업을 쉬시거나 그 외 사유가 있으신 건가요? ▷참가자 - 아니요. 휴무일 빼고는 쉰 적이 없습니다. ▷면접원 - 그러면 혹시 사업체의 휴무일을 빼고서 응답하신 건가요? ▷참가자 - 네 맞습니다. 정기적인 휴무일을 빼고 9개월이라고 응답했습니다.

4. 인공지능(AI) 활용 여부

인공지능(AI) 활용 여부는 중간에 조사표가 변경됨에 따라 FGI에서 변경된 조사표에 대해 추가로 의견을 검토하였다.

1) (최초 안) 인공지능(AI) 활용 여부 항목

⑨ 인공지능(AI) 활용 여부는 신규 항목으로 사업체의 산업활동에 인공지능(AI)을 활용하는지를 파악한다. 사업체의 제품 또는 서비스, 경영활동에 AI를 직·간접적으로 활용하고 있거나, 사업체에서 비용을 지불하는 공식적인 업무상 활용을 의미하며, 개인적으로 업무에 활용하는 경우는 포함하지 않는다.

인공지능(AI) 활용 여부

☒ 활용하고 있음
☐ 활용하지 않음

↳ ☒ -1 인공지능(AI)을 활용하고 있는 분야

- 인공지능(A.I.: Artificial Intelligence) : 텍스트 마이닝, 컴퓨터 비전, 음성 인식, 머신러닝, 딥러닝 등과 같은 기술을 사용하여 인간의 지각 능력, 학습 능력, 자연어 처리 능력 등을 컴퓨터가 실행할 수 있도록 프로그램으로 구현한 기술을 말함.
- '활용'은 사업체에서 비용을 지불하는 공식적인 업무상 활용을 말함(개인적으로 업무에 활용하는 경우는 포함하지 않음)

<그림 3-10> 인공지능(AI) 활용 여부(최초 문항)

①-1 인공지능(AI)을 활용하고 있는 분야 (중복 선택 가능)		
(1) 분야	활용 여부	설 명
기획	☐ ① 시장 조사-예측	소비자 수요, 경쟁사 동향, 매출 흐름 등을 분석하여 제품 전략이나 판매 예측 등에 활용
	☐ ② 제품·서비스 개발	신제품 기획이나 서비스 고도화를 위해 소비자 의견, 데이터 분석을 통한 아이디어 도출 및 제품 테스트에 활용
생산	☐ ③ 생산	생산 공정 최적화, 생산 라인의 불량 감지 등 자동화를 통해 효율을 높이는 데 활용
	☐ ④ 품질·판매 물류 관리	품질 개선, 수요 기반 공급계획, 재고 예측, 배송 경로 최적화 등 판매 및 물류 효율화를 위해 활용
마케팅	☐ ⑤ 고객 지원	고객 문의 자동 응답(챗봇, 보이스봇 등), 불만 사항 분류 등 고객 상담 및 서비스 대응을 자동화하는 데 활용
	☐ ⑥ 홍보	홍보 콘텐츠 생성, 광고 효과 분석 등 고객 맞춤형 홍보 활동에 활용
조직 관리	☐ ⑦ 안전·보안 관리	작업장 사고 예방, 출입 통제, 보안 감시 영상 분석 등 직원 및 시설의 안전 확보와 데이터 보안에 활용
	☐ ⑧ 경영 지원	회계, 세무, 인사 등 내부 관리 업무의 자동화로 활용
	☐ ⑨ 직원 교육·훈련	직원 맞춤형 교육 콘텐츠 제공, 역량 평가 자동화 등 사내 교육에 활용
⑩ 기타()		☐ ① - ⑨에 해당하지 않는 다른 분야

<그림 3-10> 인공지능(AI) 활용 여부(최초 문항)_계속

인공지능(AI) 활용 여부는 인지면접과 FGI에서 많은 논의가 있었다. 인지면접에서는 AI를 활용하고 있다고 응답한 사업체는 3개 사업체(인지면접-참가자 15, 17, 18)이었으며, 1개 사업체(인지면접-13)는 향후 활용 예정이라고 하였다.

<표 3-1> 인공지능 활용 여부 응답 결과(인지면접)

참가자	업 태	AI 활용 여부	활용 분야
인지면접-15번	화초 및 식물	활용 중	고객지원, 홍보
인지면접-17번	건강보조식품	활용 중	고객지원, 홍보
인지면접-18번	화초 및 식물	활용 중	제품서비스 개발, 홍보
인지면접-13번	의류	활용 예정	

반면, 인지면접에서 AI에 대해 개념을 이해하지 못하는 응답자(인지면접-04, 08, 10)도 있었으며, AI에 대한 예시 및 종류도 필요하다는 의견(인지면접-13, 15)도 있었다.

조사원 FGI에서는 조사 문항 수정, AI 활용 응답에 관한 질문에 적합한 응답자 또는 부서의 확인이 필요하며, 조사원 교육 시 명확한 해설 및 설명이 필요하다는 의견 등 다양한 의견이 제시되었다.

<표 3-2> 인공지능 활용 여부 문항에 대한 의견(FGI)

주요 내용	의견	FGI 참가자
조사 문항 수정 (활용 분야에 대한 단계적 질의)	- 구체적인 예시 필요하며, 활용 분야를 물어보는 것이 타당함 - 활용 여부에 없다고 하고 그 이하 문항 들은 편의상 넘어감 - 활용하면서 “없다”라고 말한 응답자에게 활용 분야에서 상세히 설명하면 “활용한다”라고 응답한 경우가 있음 - 인공지능 활용 여부를 묻는 항목보다는 하위 문항을 단계적으로 질의하는 문항으로의 변경 필요 - 활용분야가 너무 많아 축소 필요	6/30명 (01, 04, 07, 06, 15, 25)
응답자나 부서 확인	- 응답자가 경영, 회계 등의 부서이므로 AI 문항에 대해 모르는 경우 있음 - 전문 지식이나 기술 등 세부적인 사항을 물어보는 항목은 명확한 응답자를 찾는 것이 필요	4/30명 (01, 04, 11, 15)
AI에 대한 다양한 조사원 교육	- 조사원의 AI에 대한 명확한 교육을 통한 지침 숙지 필요 - AI 및 로봇 등 조사원 교육 시 동영상 및 이미지 등 다양한 교육 자료를 통해 설명할 수 있는 교육 필요 - 현장에서 응답자에게 설명할 수 있는 조사원 지침 숙지	9/30명 (06, 11, 12, 13, 15, 17, 18, 20, 22)
문항 어려움	고령자의 경우 해당 문항을 어려워하며, 응답하지 못함	2/30명 (07,15)
도소매 대상 문항 부적합	도소매 대상으로는 AI 활용에 대한 문항이 적합하지 않음	1/30명 (25)

생산 공정, 시스템 등에 대해 명확한 응답이 가능한 응답자를 찾도록 지침서 등 조사원 교육 시 추가 확인 교육 등이 필요하다고 하였다.

인공지능을 활용하고 있는 분야에 대해 설명 중 일반화할 수 있는 예시의 제시가 필요하다. 현재 구체화한 예시 작성에는 어려움이 있으나 고령층 등을 고려하면 최대한의 제시가 필요하다고 보았다. 마지막으로 활용분야가 10가지로 분류되어 이에 대한 단순화가 필요하다고 하였다.

2) (변경안) 인공지능(AI) 활용 여부 항목

변경안은 본 과제의 중간보고 이후 경제총조사과의 전문가 의견을 거쳐 변경되었다. 최초 안에서 활용 여부를 먼저 묻고 “활용하고 있음” 대상자에게 활용 분야를 묻고 있지만 변경안에서는 분야별로, 단계적으로 응답할 수 있도록 하고 있다.

또한 사업에서 비용을 지불하는 공식적인 업무상 활용이라는 최초 안의 전제조건 대신 활용과 관련한 비용 지출 여부를 마지막 단계에서 묻는 형식으로 변경되었다.

⑨ 인공지능(AI) 활용	- 인공지능(AI: Artificial Intelligence)은 인간의 지능으로 할 수 있는 사고, 학습, 문제 해결 등의 능력을 컴퓨터가 수행하도록 만드는 기술로 생성형 AI, 머신러닝(딥러닝) 등이 해당됨 - 활용 예시 : ChatGPT, 워드(Wrtm) 등을 통한 정보 검색·문서 작성, AI 비서, 챗봇, 지능형 CCTV 등 - 활용은 사업체에서 '업무 목적'으로 활용하는 모든 경우를 의미함 - 비용은 인공지능(AI) 활용 관련 서비스 유료 구입비, 본사 자체 개발·투자 등 포함함		
[1] 활용하고 있음	(1) 분야		활용 여부 (중복 선택 가능)
	① 기획	상품 개발, 시장 조사·예측, 경쟁사 동향 파악, 아이디어 도출, 의사결정 지원 등	☐
	② 생산	생산·품질·판매·재고·물류 관리 및 업무 자동화, 고객 맞춤형 서비스 생성(교육·보건 금융서비스 등)	☐
	③ 마케팅	홍보 활동, 광고 콘텐츠 생성, 고객 상담 자동화 등	☐
	④ 조직관리	회계·세무·인사 업무 자동화, 안전·보안 관리 등	☐
	⑤ 기타	()	☐
	(2) 활용 관련 비용 지출		☐ ① 비용 있음 ☐ ② 비용 없음
[2] 활용하지 않음			

<그림 3-11> 인공지능(AI) 활용 여부(변경안)

변경된 조사항목에 대한 FGI⁶⁾에서는 조사원이나 응답자 모두에게 최초 안보다 직관적으로 이해가 되어 대다수의 조사원은 선호한다고 하였다. 다만, 최초 안과 마찬가지로 조사 지침서에서는 분야별 예시의 제시나, 교육 시 항목에 대한 상세한 교육은 필요하다고 하였다.

5. 종사자 수 및 연간 급여액(외국인 포함)

종사자 수 및 연간 급여액(외국인 포함)도 중간에 조사표가 변경됨에 따라 FGI에서 변경된 조사표에 대해 추가로 의견을 검토하였다.

6) 조사원 FGI는 중간보고(25년 9월) 이후 시범예행조사 2개 지역에 대해 추가로 실시(20명)하였다.

1) (최초 안) 종사자 수 및 연간 급여액(외국인 포함)

⑩ 종사자 수 및 연간 급여액(외국인 포함)은 24년 12월 31일 기준 종사자 수를 종사상 지위별로 내국인과 외국인의 성별로 구분하여 기재하는 문항이다.

⑩ 종사자 수 및 연간 급여액 (외국인 포함)	(1) 2024년 12월 말 종사자 수(명)					(2) 연간 급여액(백만 원)							
	㉠ 내국인		㉡ 외국인		소계 (㉠+㉡)	조	천	백	억	조	천	백	만
	㉢ 남	㉣ 여	㉤ 남	㉥ 여									
㉦ 상용 근로자													
㉧ 임시 및 일용 근로자													
㉨ 자영업자						*	*	*	*	*	*	*	*
㉩ 무급가족 종사자						*	*	*	*	*	*	*	*
㉪ 기타 종사자						*	*	*	*	*	*	*	*
합계(㉦+㉧+㉨+㉩+㉪)													

* 종사자 수는 2024년 12월 31일 기준으로 기입함
 * 단, 계절별로 변동이 큰 종사자는 월평균 종사자 수를 기입함
 * '(2) 연간 급여액'은 각종 세금 공제 이전 급여총액으로서 상여금, 각종 수당 등을 포함(퇴직급여, 복리후생비는 제외)
 * 백만 원 미만 수치는 반올림하여 정수로 기입함

<그림 3-12> 종사자 수 및 연간 급여액(외국인 포함)

종사자 수 및 연간 급여액에서는 2가지의 의견이 있었다. 대표자 본인의 상용근로자 또는 자영업자 적용 여부, 무급가족종사자 등 종사상 지위에 대한 의견과 신규 항목인 외국인 종사자에 대한 의견이 제시되었다.

먼저, 인지면접에서는 대표자 본인이 종사자 수에 포함되는지, 포함되면 상용근로자인지 자영업자인지 혼동하거나 오류로 응답하는 사례가 있었다(인지면접-14, 15).

(인지면접-14)

▷면접원 - 선생님께서는 상용근로자로 응답을 해주셨는데요?, 대표님을 상용근로자로 응답해 주신 건가요?

▷참가자 - 네, 맞아요. 제가 회사에서 월급을 받고 있기 때문에 상용근로자로 해놓았습니다.

● 종사자 수 및 연간 급여액 (외국인 포함)	(1) 2024년 12월 말 종사자 수(명)					(2) 연간 급여액(백만 원)						
	㉠ 내국인		㉡ 외국인		소계 (㉠+㉡)	조	천	백	십	억	천	백
	㉢ 남	㉣ 여	㉤ 남	㉥ 여								
㉦ 상용 근로자		X										
㉧ 임시 및 일용 근로자												
㉨ 자영업자		/				*	*	*	*	*	*	*
㉩ 무급가족 종사자						*	*	*	*	*	*	*
㉪ 기타 종사자						*	*	*	*	*	*	*
합계(㉦+...+㉪)		/										

<그림 3-13> 자영업자인데 상용근로자로 응답(인지면접-14)

또, 종사자 수를 숫자 방식으로 기재를 하여야 하는데, ✓로 표시하여 응답하기도 하였다(인지면접-05, 14, 17, 18).

㉦ 상용 근로자												
㉧ 임시 및 일용 근로자												
㉨ 자영업자		✓			1	*	*	*	*	*	*	*
㉩ 무급가족 종사자	2	✓			2	*	*	*	*	*	*	*
㉪ 기타 종사자						*	*	*	*	*	*	*
합계(㉦+...+㉪)	2	1			3							

<그림 3-14> ✓ 표시 후 숫자로 수정(인지면접-05)

두 번째로 신규 항목인 외국인 종사자 수에 대한 의견도 있었다. 인지면접 참가자들은 외국인 종사자를 고용하고 있지 않았다. 또 외국인을 채용하고 있다고 가정했을 때에도 대다수의 대상자는 종사자 수 응답에는 어려움이 없다고 하였다.

FGI에서도 인지면접 결과와 마찬가지로 외국인 종사자에 대한 조사는 원활히 진행되었으나, 조사 현장과 관련해서는 몇 가지의 의견이 있었다. 우선 대상처가 도소매뿐만 아니라 음식점업 등 현장에서 외국인 근로자가 보임에도 응답자는 종사자 수에서 외국인 근로자를 제외하고 응답하는 경향을 보였다고 하였다(7/30명, FGI-04, 10, 12, 14, 18, 22, 26).

(FGI-04)
▷조사원 - 저의 경우에는 외국인들의 고용 상황을 좀 잘 알아요. 그래서 사업체에 가서 조사할 때, “불법이든 합법이든 상관없습니다. 외국인들 모두 종사자 수에 포함해 주세요”라고 이야기를 해요. 그런데 막상 외국인이 밖에서 보이는 데 없다고 응답합니다.

2) (변경안) 종사자 수 및 연간 급여액 / 외국인 종사자

변경안에서는 최초 안에서 종사자 수 및 연간 급여액과 외국인 종사자 문항을 분리하여 작성하였다. 종사자 수 및 연간 급여액은 과거와 같은 문항이며, 외국인 종사자 문항만 추가된 것이다.

❶ 종사자 수 및 연간 급여액	• '1) 종사자 수'는 2025년 12월 31일 기준으로 기입함 • 계절별로 변동이 큰 종사자는 월평균 종사자 수를 기입함 • '2) 연간 급여액'은 각종 세금 공제 이전 급여총액임(상여금 포함, 퇴직급여·복리후생비 제외) • 백만 원 미만 수치는 반올림하여 정수로 기입함										
	(1) 2025년 12월 말 종사자 수(명)			(2) 연간 급여액(백만원)							
	① 남	② 여	소계(①+②)	조	천	백	십	억	천	백	만원
1. 상용 근로자											
2. 임시 및 일용 근로자											
3. 자영업자				*	*	*	*	*	*	*	*
4. 무급 가족 종사자				*	*	*	*	*	*	*	*
5. 기타 종사자				*	*	*	*	*	*	*	*
합 계(1+...+5)											
❷ 외국인 종사자	• 외국인 종사자는 대한민국의 국적을 가지지 아니한 사람으로서 국내에 소재하고 있는 사업장에서 산업 활동과 관련하여 근로를 제공하는 사람을 의미함										
1. 외국인 종사자 있음	→			① 남	② 여	소계(①+②)					
2. 외국인 종사자 없음				(1) 외국인 종사자 수(명)							

<그림 3-15> 종사자 수 및 연간 급여액 / 외국인 종사자(변경 후)

FGI에서 외국인에 대해 종사자 지위를 염두에 두지 않아도 된다는 점이 좋다는 의견이 많았으나, 외국인의 기준 제시와 10번의 항목에서 외국인이 왜 빠져야 하는지를 추가로 질의하는 등 10번과 11번의 관계에 대해 지침서에 명확한 설명 제시가 필요하다고 하였다.

7) 외국인의 범위와 관련하여 귀화자 제외, 등록외국인 기준 등 자세한 기준 제시가 필요하다.

6. 사업실적

⑪ 사업실적은 본 조사에서 사업체 명부를 통해 행정자료와 연계된 사업체 중에서 “N”으로 표시된 사업체를 대상 기준으로 조사하며, 본 인지면접에서는 사업체의 부담을 고려하여 금액표기는 제외하였고, 사업실적의 내용에 대해서만 진행하였다.

⑪ 사업 실적									
구분	내용	갑	조	천	백	십	만	천	백
㉠ 매출액(사업 수익)	2024년 1년간 영업(사업) 활동으로 얻은 수입액(㉠+㉡)								
① 주사업 수익	주사업 영업(사업) 활동을 통한 수입액								
㉡ 상품 매출액	2024년 1년간 상품 매출 총액								
② 주사업 이외 수익	주사업 이외 영업(사업) 활동을 통한 수입액								
㉢ 영업(사업) 비용	2024년 1년간 영업(사업) 활동으로 지출된 비용(㉢+...+㉩)								
① 상품 매출 원가	영업 활동을 위하여 사용할 목적으로 외부로부터 매입한 실제 비용 (㉡+㉢)-(㉣-㉥)								
* 적정 산업 : 자동차 및 부품 판매업(45), 소매업(47)이면서 법인이거나, 도매업(46)									
㉣ 기초 상품 재고액	2024년 1월 1일 기준 판매를 목적으로 보유하고 있는 상품 재고액								
㉤ 당기 상품 매입액	2024년 1년간 판매를 목적으로 매입한 상품 매입액								
㉥ 기말 상품 재고액	2024년 12월 31일 기준 판매를 목적으로 보유하고 있는 상품 재고액								
㉦ 타 계정 대체액	재고 자산 중 기타 목적(자가 소비, 기부, 연구 개발 등)으로 사용한 상품에 대한 비용								
② 급여 총액	근로자에게 준 급여, 임금, 각종 수당 등의 비용								
③ 퇴직 급여	퇴직 급여 또는 퇴직 급여 총당금 전입액								
④ 복리 후생비	종사자의 복리 및 후생을 위해 사용된 비용 (국민·공적 연금 등 4대 보험의 사용자 부담분 포함)								
⑤ 임차료	사업을 목적으로 빌린 건물, 토지, 장비 등의 대가로 지급한 비용								
⑥ 세금과 공과	각종 세금과 공과금(부가 가치세, 법인세, 소득세 제외)								
⑦ 감가 상각비	유형 자산 및 무형 자산의 당기 감가상각액 총액								
⑧ 대손 상각비	외상 매출금, 받을 어음 등 채권의 회수 불능으로 처리된 비용								
⑨ 경상 연구 개발비	기술 개발 또는 제품 연구 등을 위하여 지출한 비용								
㉧ 광고 선전비	판매 촉진이나 선전 효과를 위하여 불특정 다수를 대상으로 지출한 비용								
㉩ 기타 영업 비용	① 금융 보험 비용 - ㉧ 광고 선전비를 제외한 모든 영업 비용								
㉪ 영업(사업) 이익	㉠ 매출액(사업 수익) - ㉢ 영업(사업) 비용								

<그림 3-16> 사업실적

사업실적은 인지면접에서 세무서를 통해 작성하는 사업체의 경우, 사업의 내용은 잘 모르는 응답자가 많았으며, 작성된 실적자료의 제공은 가능하다고 하였다(8/19명, 인지면접-04, 09, 11, 13, 14, 16, 17, 19).

그리고 영세한 사업체는 현재 작성하고 있는 관리 장부로는 사업실적을 작성하기에는 무리가 있다고 하였다(4/19명, 인지면접-01, 02, 07, 10).

사업실적에 대한 조사표상 항목 배치는 본 장의 “제2절 조사표 문항 배치”에서 제시하도록 하겠다.

7. 일일 평균 영업시간

㉔ 사업체의 통상적인 일일 평균 영업시간을 기재하는 문항으로, 사업체의 정상적인 영업일을 기준으로 적용하며 계절적인 요인 등으로 영업시간이 일정하지 않은 경우, 평균적인 영업시간을 기재한다.

㉔ 일일 평균 영업 시간				
① 8시간 미만	② 8~10시간 미만	③ 10~12시간 미만	④ 12~14시간 미만	⑤ 14시간 이상
• 사업체의 통상적인 일일 평균 영업시간에 해당하는 번호에 ✓ 표시				

<그림 3-17> 일일 평균 영업시간

일일 평균 영업시간은 인지면접이나 FGI에서 오류나 논의된 사항은 없었다. 그러나 조사지침서상의 일부 문구는 수정이 필요하다.

8. 사업체 건물(사업장) 연면적

㉕ 사업체 건물 연면적은 영업활동을 위하여 직접 사용하고 있는 사업용 건물의 연면적을 ①소유, ②임차, ③무상으로 구분하여 작성하는 문항이다.

㉕ 사업체 건물(사업장) 연면적				
	합 계	① 소유	② 임 차	③ 무 상
(1) 건물 연면적	m ²	m ²	m ²	m ²
② 매장 연면적	m ²	m ²	m ²	m ²
• '(1) 건물 연면적'은 영업활동 목적으로 직접 사용되는 건물 연면적을 가입함(1명~3.3명). 임대해 준 면적 제외 • '② 매장 연면적'은 건물 연면적에서 상품 진열 및 상품판매에 직접 사용되는 매장의 연면적을 가입				

<그림 3-18> 사업체 건물(사업장) 연면적

인지면접에서는 사업체 건물 연면적은 7명이 응답했지만, 매장 연면적은 16명이 응답하였다. 매장 연면적은 응답이 높았지만, 건물 연면적은 소유 및 임차에 상관없이 무응답이 많았다.

<표 3-3> 사업체 건물(사업장) 연면적 인지면접 대상 응답자 수

	건물 연면적			매장 연면적		
	합계	소유	임차	합계	소유	임차
응답	7	3	4	16	6	10
무응답	12	3	9	3	2	1

주: 무상은 응답자가 없어 제외

(인지면접-13)

- ▷면접원 - 매장 연면적은 작성하였는데, 건물 연면적은 작성하지 않으셨는데요?
▷참가자 - 보통 매장 연면적만 알고, 건물 연면적은 알지 못합니다. 계약서에도 명시가 되지 않아서요.

그리고 사업체에서 응답 기준인 m^2 대신 ‘평’으로 응답하는 사례도 있었다(11/19명, 인지면접-01, 02, 04, 06, 08, 09, 10, 12, 14, 15, 17).

<그림 3-19> 사업체 건물(사업장) 연면적을 평으로 응답(인지면접-06)

FGI에서는 조사 난이도가 높은 항목이며, 매장 연면적은 잘 알고 있으나, 건물 연면적은 대다수 응답자가 알지 못하며 그마저도 불응이 많은 항목이라고 하였다(8/30명, FGI-01, 13, 23, 25, 26, 27, 29, 30)

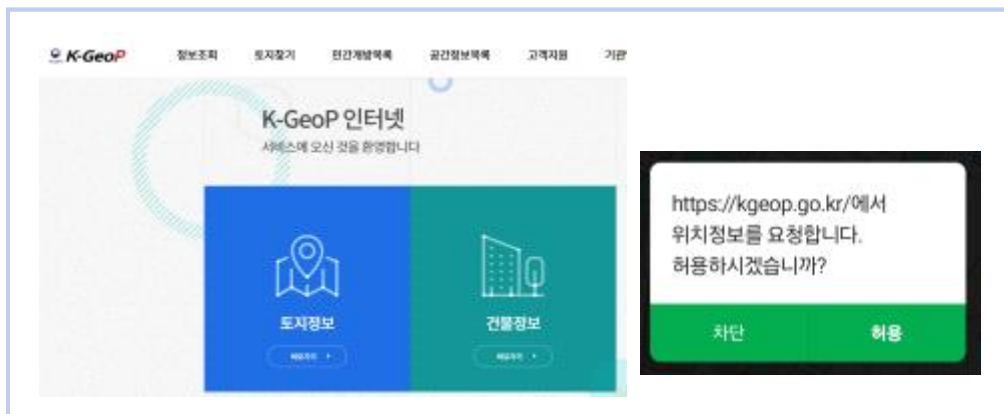
이에 따라 조사원은 최대한의 응답을 유도하고, 불응 사항에 대해 인터넷 등을 통해 기초적인 자료를 획득하고 있었으며, 이를 통해 제외 사항⁸⁾ 등을 추가적으로 질의

8) 사업체 건물 연면적의 경우는 건물이 아닌 경우(야적장 등), 임대 및 비업무용 면적 등 건물 연면적에 제외되는 경우와 매장 연면적은 상품 판매와 직접 관련 없는 종업원 이용 시설, 공용면적, 창고 등에 대한 추가적인 질의를 통해 제외하고 작성한다.

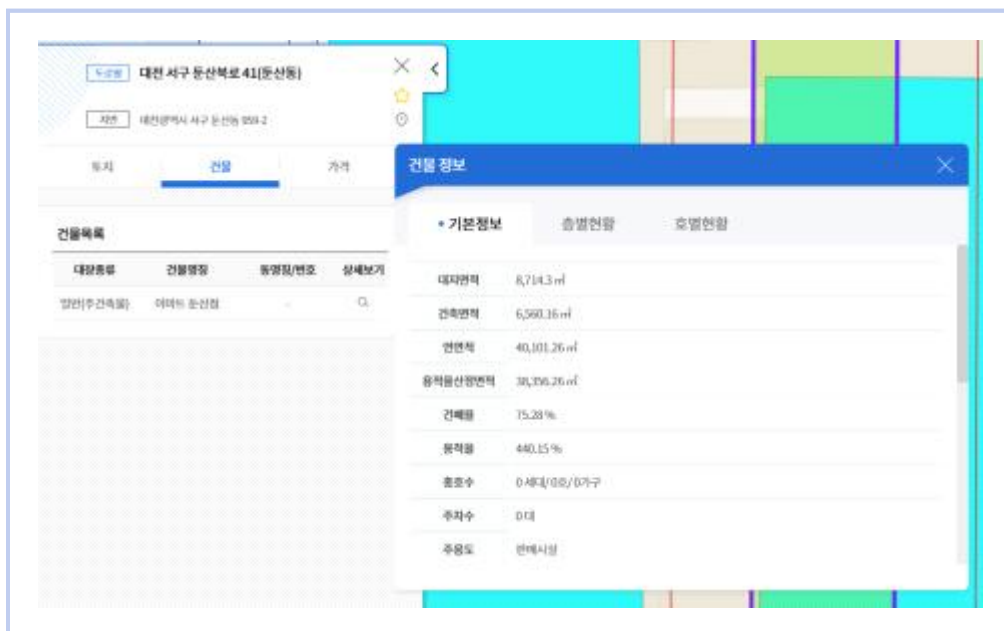
하여 해당 문항을 조사하였다.

인터넷을 통한 자료는 K-GEO 플랫폼에서 확인할 수 있다. 이 플랫폼에서는 위치 정보를 활용하여 현재 자신의 위치에서 사업체의 정보를 확인할 수 있다. 또한 건물의 기본 정보뿐만 아니라 층별로 면적이 기재되어 있어 연면적을 작성하는 데 도움을 준다.

이외에도 조사현장에서 건물 연면적을 작성하기 위해 부동산 관련 사이트를 활용하여 작성하고 있다.



<그림 3-20> K-GEO 플랫폼



<그림 3-21> K-GEO 플랫폼 조회 시 건물정보

구분	층명	구조	용도	면적(m ²)
지하	지1층	철근콘크리트조	창고, 기계실, 전기실	1,745.0
지상	1층	철근콘크리트조	판매및영업시설(대형점)	5,623.69
지상	2층	철근콘크리트조, 프리캐스트콘크리트조	판매및영업시설(대형점)	6,417.64
지상	3층	철근콘크리트조, 프리캐스트콘크리트조	제1중근생활시설	151.9
지상	3층	철근콘크리트조, 프리캐스트콘크리트조	판매및영업시설(대형점)	6,295.82
지상	4층	철근콘크리트조, 프리캐스트콘크리트조	주차장	6,417.64
지상	5층	철근콘크리트조, 프리캐스트콘크리트조	주차장	6,188.29
지상	6층	철근콘크리트조, 프리캐스트콘크리트조	주차장	6,188.29

<그림 3-22> K-GEO 플랫폼 상세 조회 내역

9. 디지털 플랫폼 거래 여부

⑭ 디지털 플랫폼⁹⁾ 거래는 입찰, 계약, 주문 중 최소한 하나의 절차가 디지털 플랫폼에서 이루어진 경우를 말하며, 유료 거래에 속해야 한다.

⑭ 디지털 플랫폼 거래 여부

① 거래하고 있음 → ① 매출액 중 디지털 플랫폼 거래액 비중 %

② 거래하지 않음

• 디지털 플랫폼 : 디지털 기술을 통해 다수의 생산자와 소비자가 서로 원하는 제품과 서비스를 거래할 수 있도록 중개 기능을 제공
 • 디지털 플랫폼 유형 : ㉠ 배달 서비스, 온라인 쇼핑몰(오픈마켓), 온라인 예매·결제 중개 서비스

<그림 3-23> 디지털 플랫폼 거래 여부

9) 디지털 플랫폼은 디지털 기술을 통해 다수의 생산자와 소비자가 서로 원하는 제품과 서비스를 거래할 수 있도록 중개 기능을 제공

인지면접에서는 디지털 플랫폼 거래를 이용하지 않는 경우가 많았으며, 이용하는 응답자(인지면접-15, 16, 18)의 경우 용어나, 작성에는 어려움이 없다고 하였다.

그러나 매출액 중 디지털 플랫폼 거래액 비중은 따로 관리하고 있지 않거나 확인이 어려운 예도 있었다(인지면접-18). 응답하는 과정에서 단순히 기억에 의존하여 응답하였다.

10. 상품 매입처별 구입액 구성비, 상품 판매처별 매출액 구성비

⑬ 상품 매입처별 구입액 구성비는 판매를 목적으로 구입한 상품 총액을 매입처별로 분류하여 비율을 조사하는 항목 구성으로 되어 있다.

⑬ 상품 매입처별 구입액 구성비					
합 계	① 본·지점 간 이동	② 생산업자	③ 도매업자	④ 해외 수입	⑤ 기타
100%	%	%	%	%	%

• 2024년 중 판매를 목적으로 구입한 당기 상품 매입액을 매입처별 분류하여 그 비율을 기입
 • ④ 해외 수입은 중개인 또는 무역상을 통하지 않고 해당 사업체가 해외로부터 직접 수입한 상품 구입액이 총상품 구입액에서 차지하는 비율을 작성

<그림 3-24> 상품 매입처별 구입액 구성비

상품 매입처별 구입액 구성비 항목의 응답에는 어려움이 없었으나, 프랜차이즈의 지점이 아닌 개인사업체의 경우, 본·지점 간 이동으로 응답한 오류 사례가 있었다(6/19명, 인지면접-03, 08, 09, 11, 13, 17).

(인지면접-03)

- ▷면접원 - 상품 매입처별 구입액에서 본·지점 간 이동으로 응답을 해주셨는데요. 선생님 프랜차이즈점에서 물건을 받으신 건가요?
- ▷참가자 - 네 맞아요. 프랜차이즈점으로 본사에서 물건을 받고 있어요.
- ▷면접원 - 그러면 선생님이 대표자가 아니신가요? 본사에서 직접 운영하는 사업체인가요?
- ▷참가자 - 아닙니다. 가맹점으로 제가 대표입니다.

⑭ 상품 판매처별 매출액 구성비는 판매한 상품 총액(연간매출액)을 판매처별로 분류하여 그 비율을 기재하는 문항으로 구성된다.

㉔ 상품 판매처별 매출액 구성비							
합 계	㉑ 본·자점·간이동	㉒ 도매업자	㉓ 소매업자	㉔ 산업사용자	㉕ 일반소비자	㉖ 해외 수출	㉗ 기타
100%	%	%	%	%	%	%	%
• 2024년 중 매출액에 대한 판매처별 매출액 구성비를 기입함 • ㉔ 산업사용자'는 도소매업자 이외의 기타 산업 사용자에게 판매한 금액이 연간 매출액에서 차지하는 비율 (㉓ 건설업체, 숙박업체, 병원, 학교, 관공서, 운송업체 등)							

<그림 3-25> 상품 판매처별 매출액 구성비

상품 매입처별과는 다르게 판매처별 매출액 구성비의 문항은 인지면접 과정상에 오류 등 특이 사항은 없었다. FGI에서 논의된 내용은 없었다.

11. 상품 판매 유형별 매출액 구성비

⑰ 상품 판매 유형별 매출액 구성비는 2024년 1년간 판매한 상품 총액을 판매 유형별로 분류하여 그 비율을 기재한다.

㉙ 상품 판매 유형별 매출액 구성비						
합 계	㉑ 매장	㉒ 방문	㉓ 인터넷	① 모바일	㉔ TV홈쇼핑, 전화, 우편	㉕ 기타
100%	%	%	%	%	%	%
• 2024년 중 매출액에 대한 판매 유형별 매출액 구성비를 기입함 • ㉒ 방문 판매'는 구매처(자)를 직접 방문하여 상품을 판매한 금액이 연간 매출액에서 차지하는 비율을 작성 (판매 방법상 소비자에게 상품을 방문·전달(배달 등)한 경우가 아닌, 판매 유형상 불특정 소비자를 직접 방문하여 판매함을 의미) • ㉔ 전화 판매'는 전화 상담원을 통한 권유를 의미함						

<그림 3-26> 상품 판매 유형별 매출액 구성비

인지면접에서는 인터넷 판매 중 모바일 비중의 응답에 오류가 있었으며, 모바일 비중의 자료가 없어 무의미하다는 의견이 제시되었다.

첫째, “③인터넷 판매”와 “① 모바일” 비중을 합하여 100%로 응답한 참가자가 있었다(인지면접-14, 18).

합계	① 매장	② 방문	③ 인터넷	① 모바일	④ TV홈쇼핑, 전화, 우편	⑤ 기타
100%	60%		30%	10%		

<그림 3-27> 매장, 인터넷, 모바일을 100으로 응답(인지면접-18)

둘째, 장부나 기타 자료로 인터넷 중 모바일 비중을 계산할 수 있게 관리가 되지 않아 정확한 답변이 어렵다고 하였다(인지면접-14, 16).

FGI에서는 인터넷 중 모바일 판매가 있지만 응답자가 정확하게 시스템상 자료가 없어 대충 감으로 응답한다는 의견(FGI-15, 16, 25, 30)과 함께 정확하지 않은 자료 작성으로 인해 삭제 의견이 많았다. 인지면접과 마찬가지로 모바일 비중을 정확히 이해하지 못하는 응답자들 또한 많았다고 하였다(FGI-01, 10, 13, 27).

(인지면접-14)

- ▷면접원 - 상품 판매처별로 매출액 구성비에서 인터넷 비중을 응답하셨는데요. 이 중 모바일로 판매하는 비중이 있으시나요?
- ▷참가자 - 모바일로 판매하는 비중은 있습니다. 그런데 이것은 대략 어느 정도이다 정도만 알고 있지 정확한 수치로 제공은 어려워요.
- ▷면접원 - 왜 그러신가요?
- ▷참가자 - 시스템상 인터넷 중 모바일 비중이 따로 계산되지 않고, 인터넷으로만 나와요.

12. 배달(택배 포함) 판매 여부

⑱ 사업체가 판매하는 재화를 소비자에게 배달(택배) 서비스를 제공하였는지를 확인하는 항목으로 소매업에 해당한다.

<그림 3-28> 배달(택배 포함) 판매 여부

인지면접에서는 13명이 배달 판매를 하고 있다고 응답하였다. 사업체에서 판매하는 상품 이외 이용자의 물품을 배달하는 택배업 등 오류는 없었다.

FGI에서는 배달 판매 여부에 따른 응답은 특이한 오류나 어려운 점은 없다고 하였다.

13. 무인매장 운영 여부

㉔ 무인매장은 신규 문항으로 사업체의 무인매장 운영 여부를 파악하며, 무인 아이스크림점, 셀프 주유소, 무인 편의점 등 다양하다.

<그림 3-29> 무인매장 운영 여부

인지면접에서는 무인매장이 2곳 있었는데 응답자나, 조사원 FGI에서도 원활하게 조사가 진행되었다(인지면접-16,18).

14. 무인 결제 기기 활용 여부

㉔ 무인 결제 기기 활용 여부는 기존 무인 결제 기기(키오스크) 도입 여부 항목이 변경된 항목이다. 무인 결제 기기는 키오스크 중 하나로 주문, 자동 정산 및 결제 서비스를 제공하는 무인 단말기를 말하며, 결제 기능이 없는 키오스크는 제외한다.

㉔ 무인 결제 기기 활용 여부

☐ 활용하고 있음 → ① 무인 결제 기기 개수 개

☐ 활용하지 않음

• 무인 결제 기기 : 키오스크(무인 정보 단말기) 중 하나로 원격 주문, 자동 정산 및 결제 서비스를 제공
 • 카드로 결제 가능한 자동판매기기 포함, 주문만 하고 결제 기능이 없는 키오스크는 제외

<그림 3-30> 무인 결제 기기 활용 여부

인지면접에서는 무인매장을 운영하는 2곳의 사업체에서 무인 결제 기기도 활용한다고 응답하였다(인지면접-16, 18).

활용 여부 및 무인 결제 기기 개수를 응답하는 데 어려움은 없었으며, FGI에서도 어려움은 없었다.

제2절 조사표 문항 배치

2025년 기준 경제총조사 조사표는 2015년 이후 많은 변화가 있었다. 앞서서도 서술한 바와 같이 산업별로 19종의 조사표에서 2020년 기준 조사부터 10종으로 축소되었다. 이 과정에서 산업별 공통으로 조사되는 항목은 공통 항목으로 설정하여 앞부분에 배치하였고, 그 외 산업별로 특성이 있는 항목은 특성 항목으로 묶어 공통 항목 뒤에 순차적으로 배치하였다. 2025년 기준 경제총조사 시범예행조사에서는 기존의 10종에서 7종으로 단순화시켰다.

이러한 가운데 현장에서 응답자나 조사원이 가장 어려운 항목으로 느끼는 조사 실적의 항목 배치를 어떻게 해야 응답자나 조사원의 관점에서 원활한 조사가 진행될지 인지면접과 조사원 FGI를 통해 의견을 물어보고자 한다.

1. 인지면접 결과

먼저 인지면접에서 조사표 A형은 사업실적이 조사표 중간에 위치하게 하고, 조사표 B형은 사업실적을 조사표 맨 뒤로 위치를 바꾸어 각각의 선호도를 파악하고자 하였으며, 인지면접 참가자들을 A, B로 나누어 각각 조사표 A형으로 인지면접 진행 후 조사표 B형에 대해 선호도를 파악하였고, 조사표 B형으로 인지면접 후 조사표 A형에 대한 선호도를 파악하였다. FGI에서는 조사원과 응답자 관점에서 비교한 의견을 수렴하였다.

인지면접 결과는 다음과 같다. 사업실적에 대한 조사표 선호는 10/19명이 조사표 유형에 따른 차이가 없다고 응답하였다. 조사표 A형 배치 선호는 5명, 조사표 B형 배치 선호는 4명이었다. 또 먼저 응답한 조사표 유형별로 선호하는 조사표 유형의 차이는 거의 없었다.

유형별 주요 사유로는 아래 표와 같다.

<표 3-4> 인지면접 결과 중 조사표 유형에 따른 선호 이유

구분	주요 내용
조사표 A형 (기존 조사표)	• 중간에 있으니 그나마 응답, 뒤에 있으면 불응할 것 같음(인지면접-05, 19) • 작성하기 어려워 뒷부분에 있으면 작성하지 않음(인지면접-06, 17) • 중간에 위치하는 것이 응답하기가 편함
유형별로 차이가 없음	• 세무서를 통해 사업실적 자료 확보할 수 있어 어디에 위치해도 상관없음(인지면접-8) • 응답은 어려우나, 위치는 상관없음(인지면접-11)
조사표 B형 (사업실적이 조사표 가장 뒤에 위치)	• 문항이 어려워, 중간에 있다면 응답 포기(인지면접-02, 10, 15) • 신고자료로 작성 가능, 위치는 상관없으나 뒤에 위치가 작성에는 편함(인지면접-12)

<표 3-5> 인지면접 항목배치 선호 결과

연번	업종	산업분류	조사표 유형	항목배치 선호	비고
01	열쇠	소매	B형	△	-
02	의류	소매	B형	B형	문항이 어려워, 중간에 있다면 응답 포기
03	자전거	소매	B형	△	-
04	그릇	도매	A형	△	-
05	커튼	소매	A형	A형	중간에 있으니 그나마 응답, 뒤에 있으면 불응할 것 같음
06	CCTV	도매	A형	A형	작성하기 어려워 뒷부분에 있으면 작성하지 않음

연번	업종	산업 분류	조사표 유형	항목배치 번호	비 고
07	의류	소매	B형	△	-
08	신발	소매	A형	△	세무서를 통해 매출자료가 나오므로 어디에 위치하든 받아서 작성 가능
09	의류	소매	B형	A형	중간에 위치하는 것이 응답하기가 편함
10	달걀	도매	B형	B형	자료를 작성하는 게 어려우며, 중간에 위치하면 더 이상 응답 안 함
11	건강보조식품	소매	A형	△	중간이나 뒤에 위치하든지 간에 응답은 어려우나 위치는 상관없음
12	자동차부품	도매	B형	△	신고자료로 작성이 가능하며 위치는 상관없으나 뒤에 위치가 작성에는 편함
13	의류	소매	B형	△	-
14	커튼	소매	A형	△	-
15	화초 및 식물	소매	A형	B형	문항이 어려워 중간에 있으면 응답할 의향 낮아짐
16	건어물 및 젓갈류	소매	B형	B형	-
17	건강보조식품	소매	A형	A형	중간에 있는 편이 그나마 괜찮음. 어려운 문항은 먼저 하는 것이 좋음
18	화초 및 식물	소매	A형	△	상관없음
19	인테리어필름	소매	A형	A형	뒷부분에 위치하면 응답하지 않고 넘어가면 괜찮은 것처럼 됨

주: 조사표 유형에서 A형은 기존 조사표로써 사업실적이 공통항목에 위치하는 것(조사표 중간)이고, 조사표 B형은 조사표 맨 뒤에 위치하는 것임

2. 조사원 FGI 결과

조사원 FGI는 인지면접과 다르게 조사원이 직접 조사표를 기재하는 것이 아니라, 먼저 조사표 A형에 대해 응답자나 조사원이 조사 현장의 이야기에 대해 의견을 제시할 수 있도록 하였다.

FGI는 경제총조사 시범예행조사 실시 지역의 조사원을 대상으로 실시하였으며, 항목 배치 선호 결과 지역별 조사원의 차이가 보이지 않았다.

조사원은 조사표 A형 2/30명, B형 25/30명, 상관없음 3/30명으로 조사표 B형을 가장 선호하였으며, 인지면접과는 많은 차이가 있었다.

조사표 B형의 선호 이유로는 응답자에게는 사업실적이 가장 예민하고, 문항이 어렵기 때문에 조사표상 맨 뒤에 위치하는 것이 조사 시 도움이 된다는 의견이 많았다. 그러나 조사 현장에서는 대면조사로 현장에서 조사원이 질문을 통해 응답받고 있으며,

조사원 대부분이 사업실적은 가장 뒤에 질의하고 있었다.

<표 3-6> FGI 항목 배치 선호 결과

연번	경기 안성	연번	경북 경산	연번	부산 북구
	• A형(1명) • B형(8명) • 상관없음(1명)		• A형(-) • B형(9명) • 상관없음(1명)		• A형(1명) • B형(8명) • 상관없음(1명)
01	B형	11	B형	21	상관없음
02	B형	12	B형	22	B형
03	B형	13	B형	23	B형
04	B형	14	B형	24	A형
05	B형	15	B형	25	B형
06	B형	16	B형	26	B형
07	A형	17	상관없음	27	B형
08	B형	18	B형	28	B형
09	상관없음	19	B형	29	B형
10	B형	20	B형	30	B형

이러한 이유로 조사표 B형을 선호하지만, 유형의 차이에 따른 선호 이유에 대해서는 많은 의견은 없었다.

<표 3-7> FGI 중 조사표 유형에 따른 선호 이유

지역	주요 내용
경기 안성	• 개인사업체나 단독사업체인 경우, 매출액만 조사하면 되는데, 조사에 어려움이 있음 • 조사원분들이 조사표에서 순차적으로 물어보는 것이 아니라 민감한 부분은 자체적으로 뒤쪽에 배치해서 물어봄 • 조사 문항이 어렵고 난이도가 높아 뒤에 위치하는 게 좋음
경북 경산	• 조사원은 조사 시 사업실적을 맨 나중에 물어봄 • 응답자에게는 예민한 사업실적은 마지막에 질문
부산 북구	• 사업실적이 맨 뒤에 위치하면 조사 진행이 더 쉬울 것 같음 • 조사하는 조사원은 크게 영향이 없으며, 사업체의 경우 뒷면에 있으면 누락 가능성이 있음 • 조사표 분실, 훼손 등으로 대면조사를 통해 조사하므로 조사원이 사업실적은 제일 뒤에 물어봄

제3절 요약 및 제언

요약 및 제언에서는 인지면접과 FGI를 통해 조사표의 내용 검토가 필요한 사항에 대해 신규 문항 검토, 지침에 대한 추가 정보제공, 항목 디자인으로 구분하여 제시하였다.

1. 신규 문항 검토

인공지능(AI) 활용 여부, 외국인 종사자 수, 무인매장 운영 여부가 신규 항목으로 선정되었다. 외국인 종사자 수나 무인매장 운영 여부는 인지면접과 FGI에서는 응답자나 조사 현장에서 어려운 점은 없었다.

반면 인공지능(AI) 활용 여부는 많은 의견이 있었다. 우선 조사 문항이 변경되었는데, 첫째, 최초 안에서는 인공지능 활용 여부와 세부적인 활용 분야를 함께 조사하는 구조에서 활용 분야별 단계적 질의로 조사 문항 수정이 필요하다는 의견과 활용 분야의 축소에 대한 의견이 있었다. 변경안에서는 질문 방식 변경을 통해 검토 내용이 반영되었다.

〈최초 안〉

● 인공지능(AI) 활용 여부

① 활용하고 있음 ② 활용하지 않음

☞ -1 인공지능(AI)을 활용하고 있는 분야

인공지능(AI: Artificial Intelligence)은 텍스트·음성·화상 처리, 통역, 번역, 디자인, 디자인, 디자인 등과 같은 기능을 수행하여 인간의 지능을 모방, 학습, 적용하는 기술로, 제조, 서비스, 유통, 의료, 교육, 문화, 엔터테인먼트 등 다양한 분야에서 활용되고 있다.

①-1 인공지능(AI)을 활용하고 있는 분야 (선택 가능)

구분	항목	항목	항목
기타	① 시장 조사	☐	② 고객 상담, 고객 지원, 제품 추천 등을 위하여 고객 상담이나 판매 상담 등에 활용
	③ 제품 서비스 개발	☐	④ 신제품 기획이나 서비스 고도화를 위해 소비자 의견, 데이터 분석을 통한 의사결정에 도움 또는 제품 테스트에 활용
생산	⑤ 생산	☐	⑥ 생산 공정 최적화, 생산 애간의 불량 감지 등 제조공정 최적화를 위하여 사용
	⑦ 품질 관리	☐	⑧ 품질 개선, 불량률 감소, 불량률, 불량률, 불량률 등 품질 관리 및 불량률 향상을 위하여 활용
판매	⑨ 고객 지원	☐	⑩ 고객 문의 지원, 상담, 문의, 문의, 문의 등 고객 상담 및 서비스 제공을 지원하기 위해 활용
	⑪ 홍보	☐	⑫ 홍보 콘텐츠 생성, 광고 효과 분석 등 고객 맞춤형 홍보 활동에 활용
관리	⑬ 안전 관리	☐	⑭ 작업장 사고 예방, 작업 환경, 안전 관리, 안전 관리 등 작업장 안전 관리에 활용
	⑮ 직원 교육	☐	⑯ 직원 교육, 인사 등 내부 관리 업무의 자동화 활용
기타	⑰ 기타	☐	⑱ - 위에 해당하지 않는 다른 분야

〈변경안〉

● 인공지능(AI) 활용

인공지능(AI: Artificial Intelligence)은 인간 지능과 유사한 사고, 학습, 문제 해결 등의 능력을 가진 소프트웨어 또는 하드웨어로, 텍스트, 음성, 이미지, 동영상 등의 데이터를 학습하여 다양한 작업을 수행할 수 있다. (ChatGPT 등 AI)를 활용하여 업무, 마케팅, 고객 상담, 인사, 재무, 생산, 유통 등 다양한 분야에서 활용되고 있다.

① 인공지능(AI)을 활용하고 있는 분야 (선택 가능)

구분	항목	항목	항목
기타	① 시장 조사	☐	② 고객 상담, 고객 지원, 제품 추천 등을 위하여 고객 상담이나 판매 상담 등에 활용
	③ 제품 서비스 개발	☐	④ 신제품 기획이나 서비스 고도화를 위해 소비자 의견, 데이터 분석을 통한 의사결정에 도움 또는 제품 테스트에 활용
생산	⑤ 생산	☐	⑥ 생산 공정 최적화, 생산 애간의 불량 감지 등 제조공정 최적화를 위하여 사용
	⑦ 품질 관리	☐	⑧ 품질 개선, 불량률 감소, 불량률, 불량률, 불량률 등 품질 관리 및 불량률 향상을 위하여 활용
판매	⑨ 고객 지원	☐	⑩ 고객 문의 지원, 상담, 문의, 문의, 문의 등 고객 상담 및 서비스 제공을 지원하기 위해 활용
	⑪ 홍보	☐	⑫ 홍보 콘텐츠 생성, 광고 효과 분석 등 고객 맞춤형 홍보 활동에 활용
관리	⑬ 안전 관리	☐	⑭ 작업장 사고 예방, 작업 환경, 안전 관리, 안전 관리 등 작업장 안전 관리에 활용
	⑮ 직원 교육	☐	⑯ 직원 교육, 인사 등 내부 관리 업무의 자동화 활용
기타	⑰ 기타	☐	⑱ - 위에 해당하지 않는 다른 분야

둘째, 해당 문항에 대해 응답할 수 있는 부서나 응답자의 구체화 및 AI에 대한 조사원 교육이 강조되어야 한다. 보통 경영, 회계부에서 응답하는 과정에서 답변의 오류가 발생할 소지가 있기 때문이다. 또한 조사원이 응답자와 면담할 때 명확한 설명이 요구되는 경우도 많으며, 고령층에게도 해당 문항에 대해 정확하고 쉽게 설명함으로써

조사의 정확성을 기할 수 있을 것이다.

2. 추가적인 지침 제공

사업체명, 사업체 대표자, 사업의 종류 등은 출력이 되어 제공되는 내용 확인을 통해 수정하지만, 신규사업체의 경우는 모든 사항을 작성해야 하므로 신규 사업체 대상인 응답자에게는 최소한의 작성 지침 제공이 필요하다.

사업체 대표자에서는 공동 대표라서 2명을 기재하는 경우와 조직 형태에서는 개인 사업체인데 사업체 구분란을 작성하는 경우 등 비정확 또는 비대상 응답 등의 오류를 줄이기 위해 조사기입 요령이나 항목 하단에 추가로 주의 사항 기재가 필요하다.

사업의 종류에서도 출력 조사표가 제공되는 사업체와는 달리 신규사업체의 경우, 투입, 과정, 산출 과정 등을 작성하기 어려워하는 응답자가 많았다. 이를 위해 조사표 하단 및 기입 요령을 제작할 때 산업별 대표적인 예시의 제시가 필요하다.

다음은 사업체 건물(사업장) 연면적이다. 응답자나 조사원이 가장 어려워하는 항목으로 인지면접에서도 불응이 많았으며, 현장 조사에서도 조사원마다 조사 방식의 차이¹⁰⁾가 있었다. 이에 따라 조사 지침서에 현장 조사 불응 시 조사 방법, 활용 사이트 등을 제시하여 조사원이 원활하게 조사할 수 있도록 검토가 필요하다.

3. 조사표 항목 디자인

사업체명에서 사업체명과 실제 사용하는 상호가 다름에도 사업체명만 작성하는 경우가 있었다. 이에 따라 사업체명과 간판명을 구분하여 작성하도록 항목 구분에 대한 검토가 필요하다.


 A screenshot of a form field for '사업체명' (Business Name). The field is divided into two sections: '① 사업체명' (Business Name) and '(간판명)' (Sign Name). The entire field is enclosed in a blue rectangular border.

<그림 3-31> 사업체명 검토 내용

다음은 상품 판매 유형별 매출액 구성비에서 인터넷 중 모바일 매출액 구성비가 인지면접에서 오류가 많았으며, 조사원 면접에서도 응답자가 회계장부 등 세부적인 자료를 가지고 있지 않아 정확한 응답이 어려웠다고 제시되었다. 모바일 비중에 대한 항목의 활용 여부를 파악하여 항목 삭제를 검토하거나, 일부 항목의 디자인 변경을 통해 오류의 최소화가 필요하다.

10) 응답자의 불응으로 인해 다양한 부동산 관련 사이트를 활용하여 사업체 건물 연면적 및 매장 연면적을 파악하고 제의 사항을 추가로 질의하여 조사

<기존 안>

● 설문 항목 유형별 배분액 구성비

합 계	① 매출	② 생산	③ 인건비	④ 도매	⑤ TV출소, 전차, 우편	⑥ 기타
100%	%	%	%	%	%	%

* 2024년 중 매출액에 대한 판매 유형별 배분액 구성비율 구성
 * ① 매출 항목은 구매처(가)를 직접 방문하여 상품과 판매한 금액의 연간 매출액에서 차지하는 비율을 작성
 (판매 방법상 소비자에게 상품을 제공한 판매액 중 연간 매출액에서 차지하는 비율은 제외)
 * ② 인건비는 전차, 우편을 통한 판매를 제외한 금액을 작성

⇒

<변경안>

항목	① 매출	② 생산	③ 인건비	④ TV출소, 전차, 우편	⑤ 기타
100%	%	%	%	%	%

* 2024년 중 매출액에 대한 판매 유형별 배분액 구성비율 구성
 * ① 매출 항목은 구매처(가)를 직접 방문하여 상품과 판매한 금액의 연간 매출액에서 차지하는 비율을 작성
 (판매 방법상 소비자에게 상품을 제공한 판매액 중 연간 매출액에서 차지하는 비율은 제외)
 * ② 인건비는 전차, 우편을 통한 판매를 제외한 금액을 작성
 * ③ 도매액은 매출액에서 제외
 * ④ 인건비는 전차, 우편을 통한 판매를 제외한 금액을 작성

4. 항목 배치

경제총조사 조사표 변경 내용에서 살펴보았듯이 2015년 기준 조사부터 조사표 종류의 축소에 따라 산업별로 공통으로 조사하는 항목은 앞부분에 그 외 산업별 특성 항목은 공통 항목 뒤에 배치하였다. 이에 따라 사업실적 항목은 현재 공통 항목 마지막에 배치하여 조사하고 있다.

인지면접에서는 사업실적의 조사표 위치가 중간 부분이든 맨 뒷부분이든 상관없다는 응답이 많았지만, FGI에서 다수의 조사원은 맨 뒤에 배치하는 것을 선호하였다. 이러한 응답의 차이는 다수의 조사원은 응답자가 조사표를 직접적으로 기재하기보다는 조사표 분실, 훼손을 방지하기 위해 현장에서 조사원이 면담을 통해 응답받기 때문으로 유추할 수 있다.

그러나 사업실적을 조사표 맨 뒤에 배치할 경우, 인지면접이나 FGI에서 해당 특성 항목 조사 후 사업실적에 대한 응답 시 누락이 발생할 소지가 있는 점이 파악되어 사업실적 항목의 배치는 종합적으로 판단하여야 한다.

제 4 장

맺 음 말

경제총조사는 그동안 3회째를 거치며, 경제구조의 변화와 정책적 수요를 반영하기 위해 꾸준히 변화해 왔으며, 2026년도 경제총조사에 앞서 올해는 시범예행조사로 최종 점검하는 단계에서 조사 문항, 항목 배치 등 조사표 전반에 대한 검토가 이루어졌다.

본 보고서에서는 응답자 친화적인 조사표 평가를 위해 도매 및 소매업 조사표를 대상으로 응답자 인지면접과 조사원 FGI를 통해 신규 문항, 항목 배치를 중심으로 모든 항목을 검토하고자 하였다.

인지면접에서는 응답자들이 어려워하는 문항, 오류가 많은 문항 등을 일대일 면담을 통해 응답자가 생각하는 의견을 파악하고자 하였고, FGI에서는 시범예행조사 조사원을 대상으로 참여자를 선정하여 실질적으로 조사원이나 응답자 관점에서 개선이 필요한 사항을 도출하려고 하였다.

연구 결과 도출된 조사항목을 검토한 내용은 다음과 같다.

조사문항	주요내용	검토 의견
① 사업체명	○ 간판명(실제 상호명) 누락	○ 사업체명과 간판명을 분리
② 사업체 대표자	○ (출력 조사표) 연령대 오류	○ 행정자료 연계 시 검토
⑥ 조직형태	○ (신규사업체) 개인사업체임에도 사업체구분 작성	○ 지침서에 기준 명시, 오류 사례 검토에 활용
⑦ 사업의 종류	○ (신규사업체) 응답자가 투입, 과정, 산출 작성의 어려움	○ 조사표 내 주요 산업 예시 제공 ○ 조사표 기입요령 제공 시 예시 제공
⑨ 인공지능(AI) 활용 여부	○ 활용 분야에 관한 확인 없이 “활용하지 않음”에 응답	○ (조사 문항 수정) 활용 분야에 대한 단계적 질의 ○ AI에 대한 예시 제시, 응답자에게 설명할 수 있도록 이미지나 동영상 등을 활용한 조사원 교육
	○ 고령층의 AI에 대한 인지도 낮음	
	○ 보통의 응답자나 부서에서 AI 활용 여부 응답 어려움	
⑩ 종사자 수 및 연간 급여액 / 외국인 종사자	○ (변경안) 외국인 종사자에 대한 종사자 수 및 연간 급여액에서 누락 가능성	○ 지침서에 외국인에 대한 종사자 수 및 연간 급여액 포함하여 조사 추가 제시

조사문항	주요내용	검토 의견
⑬ 사업체 건물 (사업장) 연면적	○ 응답자의 건물 연면적 불응 및 조사원 작성 어려움	○ 건물 연면적을 활용할 수 있는 사이트나 확인 방법 지침서 수록
⑭ 상품 판매 유형별 매출액 구성비	○ 인터넷 중 모바일 비중 오류	○ 인터넷 / 모바일 비중을 하단에 배치 ○ 모바일 비중 자료의 활용을 파악하여 삭제 여부 검토

먼저 신규 문항이다. 인공지능(AI) 활용 여부, 외국인 종사자 수, 무인매장 운영 여부의 신규 문항 중 인공지능(AI) 활용 여부는 최초 안에서 인지면접과 FGI에서 제시한 의견이 반영되어 변경안으로 수정되어 제시되었다. 이에 더해 AI에 대한 다양한 교육 자료를 활용한 조사원 교육이 필요하다.

다음은 조사 지침의 추가적인 정보제공이 필요하다. 행정자료를 통해 연계된 사업체는 출력 조사표에서 기본정보(사업체명, 사업체 대표자, 사업의 종류 등)가 제공되어 확인하기 때문에 작성에 어려움이 없지만, 신규사업체는 조사표 작성 시 오류 등이 발생할 수 있어 사업체 기입 요령 등 추가적인 지침 제공이 필요하다.

또한 사업체 건물(사업장) 연면적은 응답자가 관련 자료 등을 확보하기 어려워 조사원이 각자마다 관련 사이트나 자료 등을 확보하여 조사하고 있다. 이에 조사 지침서에 현장 조사 불응 시 조사 방법, 활용 사이트 등의 제시가 필요하다. 또한 조사표 항목 디자인 관련 사업체명, 상품 판매 유형별 매출액 구성비에서 오류를 최소화할 수 있도록 조사표 디자인 검토가 필요하다.

마지막으로 사업실적에 대한 항목 배치이다. 인지면접에서는 사업실적에 대한 항목 배치에 대해 위치는 상관없다는 응답이 많았으나, FGI에서는 사업실적이 맨 뒤에 위치하는 것을 선호하고 있다. 그러나 사업실적을 맨 뒤에 배치할 때 조사표의 특성 항목 조사 후 조사실적의 응답 누락, 불응 등이 발생할 소지가 있어 향후 추가적인 검토가 필요하다.

이상 본 보고서에서 인지실험 등의 결과 분석을 통해 제시한 검토 의견이 단기에 모두 적용될 수는 없지만, 조사표를 작성하면서 발생할 수 있는 측정오차를 최소화하여 완성도 있는 조사표 작성에 기여하고자 하였다.

참고문헌

- 국가데이터처. (2025). **2025년 기준 경제총조사 시범예행조사 조사지침서**. 국가데이터처(내부 자료).
- 백선미, 박선희. (2020). **2021 경제총조사 조사표 개선 연구: 도매 및 소매업**. 통계개발원(현 국가 데이터연구원).
- 박선희, 박현주, 박주언. (2018). “조사표 평가 방법: 인지면접”. 통계개발원.
- 박주언, 양경진. (2015). “2015년 기준 경제총조사 시범예행조사 인터넷조사표 평가”. 통계개발원.
- 박주언, 박현정. (2014). “사업체조사 조사표 평가를 위한 기초연구”. 통계개발원.
- 양경진, 박주언, 박현정. (2014). “인지적 기법을 활용한 「경제총조사」 조사표 평가: FGI 결과 보고”. 통계개발원.
- 김경호. (2014). 설문조사. 한국학술정보.
- Groves, R. M., Fowler, F. J., Couper, M. P., Lepkowski, J. M., Singer, E., and Tourangeau, R. (2009). *Survey Methodology*. John Wiley & Sons, Inc.
- Morrison, R. L., D. A. Dillman, and L. M. Christian. (2010). “Questionnaire Design Guidelines for Establishment Surveys.”. *Journal of Official Statistics* 26: 1, 43-85.
- Tourangeau, R., L. J. Rips., and K. Rasinski. (2000). *The psychology of survey response*. Cambridge.

Abstract**A Research on Improving Questionnaires
for the 2025 Economic Census****Sangmin Nam, Jueon Park**

This study was designed to assess the responsiveness and comprehensibility of questions in the questionnaire for the wholesale and retail trade industry in the 2025 Economic Census, and derive improvement plans through cognitive interviews and focus group interviews (FGI) with respondents and enumerators.

To reflect the recent changes in the industrial environment, such as digital transformation, the expansion of platform-based transactions, the increased use of artificial intelligence (AI), survey items were newly added or revised in the questionnaires for the 2025 Economic Census. Therefore, it was necessary to check these changes would be smoothly implemented in survey environment before carrying out the Census.

To this end, both cognitive interviews and focus group interviews were conducted in order to identify methods to interpret questions, judgment criteria, types of response errors and guidelines that could influence response consistency. These interviews focused on areas in the questionnaires that would need assistance during the response process.

The analysis results showed most questions were understandable, but some questions required additional explanation. For instance, questions regarding the use of AI, the proportion of mobile transactions, unmanned business operation and area of building or store showed a significant difference in responses.

Based on these findings, this research suggests that first, the explanation of some survey items should be more clearly described to help respondents easily understand the intent of questions. Second, to improve response convenience, concise examples or additional explanations should be provided to items that could cause confusion during the response process. Third, guidance materials with a focus on actual survey cases should be provided during the enumerator training sessions to enhance consistency in question interpretation.

The opinions presented in this study can serve as reference in future discussions on improving questionnaires. Finally, it is expected that these improvement plans will contribute to enhance the quality of questionnaires.

Key words. Economic Census, questionnaire, cognitive interviewing, focus group interview (FGI)

연구진

- 남상민(국가데이터처 국가데이터연구원 통계방법연구실 사무관)
- 박주연(국가데이터처 국가데이터연구원 통계방법연구실 주무관)

* 연구진의 소속 및 직급은 연구과제 완료 시 기준임을 알려드립니다.

연구보고서 2025-22

2025년 기준 경제총조사 조사표 개선 연구: 인지면접

발 간 2026년 3월
발 간 인 김 진
발 간 처 국가데이터처 국가데이터연구원
35220 대전광역시 서구 한밭대로 713
Tel.(042)366-7100 Fax.(042)366-7123





국가데이터처
국가데이터연구원