



## 제2장

# 다사업체 기업에 대한 본사조사 방안 연구

박중서 · 임주원

## 제1절 서론

### 1. 연구배경 및 목적

기업체는 보통 경제규모가 커지면서 한 장소에서만 사업을 영위하지 않고 여러 장소에서 사업을 영위하게 되는데 이러한 기업체를 다사업체 기업이라 하며 경제규모가 커지면 커질수록 다사업체 기업은 증가하는 경향이 있다. 다사업체 기업의 각 사업체는 1개의 본사와 다수의 지사로 구성되어 있으며 그 산업활동은 본사를 중심으로 이루어지고 있다. 다사업체 기업에 있어서 본사는 기획, 회계, 재무, 구매, 광고, 법무 등 총괄적인 관리 내지는 지시업무가 이루어지는 사업체를 말하며 지사는 본사의 지시를 받고 구체적인 산업활동 등이 이루어지는 사업체를 말한다.

경제총조사는 우리나라의 모든 사업체를 조사하는 사업체단위 전수조사로서 2011년 기준 약 500억원 이상의 조사비용이 소요되는 막대한 조사이다. 경제총조사의 조사대상은 기업체 산하 사업체를 대상으로 하고 있으며 이들 기업체 중 규모가 큰 것은 대부분 다사업체 기업이다. 2010년 기준 경제총조사 자료로 볼 때 다사업체 기업은 사업체수로는 우리나라 전체 사업체의 5%(약 17만개)이나 매출액으로는 전체 매출액의 63%(약 2,710조원)를 차지하여 주로 대규모 기업체에 해당한다(세부내용 : <부표 2-1> 첨부). 따라서 우리나라 산업에서 차지하는 비중이 매우 큰 다사업체 기업의 정확한 조사는 경제총조사에서 매우 중요하다.

그러나 경제총조사의 각 사업체에 대한 조사항목은 구체적인 산업활동에 관한 조사항목 뿐만 아니라 지사에 관한 정보이지만 총괄적 관리대상인 항목을 포함하므로 산하 사업체에서 각 조사표를 완전하게 작성하기 어려운 특성이 있다. 따라서 경제총조사에서 차지하는 비중이 큰 다사업체 기업의 정확한 조사를 위한 문제의식이 대두되었고, 특히 1기업 1사업체는 법인세 행정자료를 그대로 이용할 수 있지만 다사업체 기업은 법인세 행정자료를 그대로 이용할 수 없어서 이러한 문제의식은 경제총조사의 성공적인 수행을 위한 중요한 요소로 자리잡게 되었다.

특히, 경제총조사에서 차지하는 비중이 큰 다사업체기업의 정확한 조사는 경제총조사 자료의 정확성과 직결되는데 다사업체 기업의 각 사업체들은 유기적으로 연결되어 산업 활동을 수행하므로 일반적인 사업체조사로는 정확한 조사가 매우 어렵기 때문에 기존의 일반적인 사업체별 방문조사를 지양하고 본사를 통한 조사방법에 대하여 연구가 필요하게 되었다.

## 2. 연구목적 및 방향

본 연구는 경제총조사에서 다사업체 기업의 정확한 조사를 위하여 다사업체 기업에 본사조사라는 새로운 형태의 조사방법에 대한 도입가능성과 바람직한 운영방안에 대하여 연구하는 것을 목적으로 한다. 따라서 우선 다사업체 기업의 현황을 살펴본 후 본사조사의 장점 및 실현가능성 여부와 이에 관한 해외사례를 검토하고 기타 본사조사에 관한 여러 가지 조사방법들을 검토하고자 한다.

본 연구는 경제총조사의 사업체 조사방법에 관한 연구이므로 조사방법에 대한 전문서적들을 살펴보고 연구를 수행함에 있어서는 실용적인 연구결과를 산출하기 위하여 업무담당자와 접촉하고 아울러 해외사례를 파악하기 위하여 관련 홈페이지 및 해외 업무담당자와도 이메일 등으로 접촉하여 합리적인 연구결과를 산출하고자 노력하였다.

## 3. 연구범위 및 내용

본 연구는 다사업체 기업에 있어서 본사를 통한 사업체별 조사에 관한 연구로서 다사업체 기업현황, 본사조사에 관한 여러 특성 및 구체적인 실현방법, 해외사례 등을 연구범위로 하며 조사항목선정과 조사표설계와 같은 내용은 포함하지 않는다. 구체적으로 본 연구의 내용은 다사업체 기업 현황, 본사조사방법의 특징 및 필요성, 본사조사의 여러 가지 구체적인 방법별 실현가능성, 본사조사의 조사체계 및 해외사례 등으로 한다.



## 제2절 다사업체 기업 현황과 본사조사의 의의

### 1. 다사업체 기업 현황

2010년 기준 경제총조사 자료 기준 우리나라 전체 산업에서 다사업체 기업은 약 4만개이며 사업체수로는 우리나라 전체 사업체의 5%(약 17만개)이나 매출액은 전체 매출액의 63%(약 2,710조원)를 차지하여 주로 대규모 기업체에 해당한다. 기업 내 산하 사업체수 기준으로 다사업체 기업의 특징을 살펴보면 대부분의 다사업체 기업(95%)은 기업 내에 10개 미만의 사업체를 가지고 있으며 기업 내 산하 사업체수가 증가하면서 다사업체 기업수는 크게 감소한다. 그리고 기업 내 산하 사업체수가 100개 미만인 다사업체 기업은 광업, 제조업이 중심을 이루고 있지만 100개 이상으로 늘어나면서 도매 및 소매업, 금융 및 보험업, 교육서비스업 등이 중심을 이루며 500개 이상의 산하 사업체를 가진 기업체도 존재한다.

〈표 2-1〉 다사업체 기업의 사업체수 규모별 기업체수

산하 사업체수 규모	합계	10개 미만	10개 이상 ~ 50개 미만	50개 이상 ~ 100개 미만	100개 이상 ~ 300개 미만	300개 이상 ~ 500개 미만	500개 이상
기업체수	40,756개	38,721개	1,765개	122개	110개	20개	18개
구성비(%)	100.0	95.0	4.3	0.3	0.3	-	-
주요 업종		광업	제조업	제조업 도소매업	도소매업	도소매업 숙박음식점업	도소매업 금융보험업 교육서비스업

또한 2010년 기준 경제총조사 자료로 볼 때 다사업체 기업의 사업체당 매출액은 전산업 평균(약 13억원)의 약 12배(156억원)에 해당하여 전체적으로 규모가 크고, 100개 미만의 산하 사업체를 가진 다사업체 기업은 제조업이 중심을 이루며, 산하 사업체수가 증가할수록 사업체당 매출액도 증가하여 50개 이상에서 100개까지 산하사업체수 규모를 가진 다사업체 기업에서 사업체당 매출액이 가장 많은 것(약 290억원)으로 나타났다. 100개 이상의 산하 사업체를 가진 기업부터는 도소매업이 중심을 이루며 사업체당 매출액이 150억원 이하로 약간 낮아지나, 300개 이상의 산하 사업체를 가진 기업부터는 금융 및 보험업이 중심을 이루며 사업체당 매출액이 다시 200억원 이상을 상회하는 것으로 나타났다.

〈표 2-2〉 다사업체 기업의 사업체수 규모별 사업체당 매출액

산하 사업체수 규모	전산업	다사업체 기업							
		합계	10개 미만	10개 이상 50개 미만	50개 이상 100개 미만	100개 이상 300개 미만	300개 이상 500개 미만	500개 이상 1000개 미만	1000개 이상
기업체수	-	40,756개	38,721개	1,765개	122개	110개	20개	16개	2개
구성비(%)	-	100.0	95.0	4.3	0.3	0.3	-	-	-
주요 업종	-		광업	제조업	제조업 도소매업	도소매업	도소매업 숙박 음식점업	도소매업 금융 보험업 교육 서비스업	금융 보험업
사업체 수	336만개	173,278개	93,978개	31,103개	8,331개	17,968개	7,719개	11,735개	2,444개
사업체당 매출액	13억원	156억원	118억원	193억원	295억원	138억원	248억원	212억원	250억원

## 2. 본사조사의 의의와 특징

### 가. 본사조사의 의의

다사업체 기업의 각 사업체는 1개의 본사와 다수의 지사로 구성되어 있으며 그 산업 활동은 본사를 중심으로 이루어지고 있다. 다사업체 기업에 있어서 본사는 기획, 회계, 재무, 구매, 광고, 법무 등 총괄적인 관리 내지는 지시업무가 이루어지는 사업체를 말하며 지사는 본사의 지시를 받고 구체적인 산업활동 등이 이루어지는 사업체를 말한다. 경제 총조사에서 수행되는 사업체별 조사에서 각 사업체에 대한 조사항목은 구체적인 산업 활동에 관한 조사항목뿐만 아니라 지사에 관한 정보이지만 총괄적 관리대상인 항목을 포함하므로 산하 사업체에서 각 조사표를 완전하게 작성하기 어려운 특성이 있다. 따라서 본사조사는 사업체별 통계조사에서 다사업체 기업 내에 속한 각 사업체에 대하여 개별적으로 조사하지 않고, 산하 사업체를 관리하고 총괄정보를 소유하고 있는 특성을 가진 본사에서 모든 산하 사업체를 조사하는 것으로 때로는 본사일괄조사라고도 한다.

### 나. 본사조사의 특징

본사조사는 1명의 조사원이 1개 기업의 본사를 방문하여 모든 사업체정보를 사업체별로 수집하는 방식이고 일반적인 사업체조사는 1명의 조사원이 1개 사업체를 방문하여 1개 사업체를 조사하는 방법이다. 따라서 조사의 여러 가지 측면에서 일반적인 사업체



조사와 비교하여 본사조사는 다른 특징을 가지고 있다. 우선 두 조사방식의 비교를 간명하게 하기 위해서 비현실적이지만 다사업체기업의 산하사업체가 조사에 필요한 모든 정보를 가지고 있다고 가정하고 본사조사의 특징을 살펴보면 다음과 같다.

우선 시의성 측면에서 통계조사의 필수요소인 조사기간을 서로 비교하면 본사조사는 본사에서 산하 사업체의 조사표를 모두 본사직원이 작성하므로 조사원수에 따라 조사기간을 단축하기가 어려우며 조사기간을 다음과 같이 함수형태로 나타낼 수 있다.

$Period = f\{\text{Max}(Equantity)\}$ , 여기에서  $\text{Max}(Equantity)$ 는 기업 내 최대 산하사업체수

일반적인 사업체조사는 1명의 조사원이 1개의 사업체를 방문하여 1개 사업체를 조사하므로 산하 사업체수가 많다고 해서 조사기간이 늘어나는 것이 아니라 산하 사업체수가 늘어날수록 조사원수를 증가시키면 조사기간은 단축이 가능하므로 조사기간을 다음과 같이 함수형태로 나타낼 수 있다.

$Period = f\{\text{quantity}/\text{No. of Person}\}$ ,

여기에서 quantity는 사업체수, No. of Person은 조사원수

다음으로 통계조사에 있어서 응답부담측면을 살펴보면 본사조사는 본사직원이 기업 내 사업체에 대한 모든 정보를 작성하므로 본사직원의 응답부담이 매우 높지만 산하 사업체는 조사표를 작성하지 않으므로 상대적으로 응답부담이 없어서 응답부담의 편향이 큰 조사방식이다. 반면에 일반적인 사업체조사는 1명의 조사원이 1개 사업체를 방문하여 1개 사업체를 조사하므로 다사업체 기업에 있어서 산하 사업체별 응답부담이 골고루 분산화가 되어 응답부담의 편향이 없는 통계조사방식이다.

〈표 2-3〉 본사조사와 일반적인 사업체조사의 비교

구 분	본사조사	일반적인 사업체조사
자료수집 측면 (방문조사 가정)	○ 1명의 조사원이 1개 기업의 본사를 방문하여 기업 내 모든 사업체를 조사	○ 1명의 조사원이 1개 사업체를 방문하여 1개 사업체를 조사
조사기간 측면	○ $Period=f\{\text{Max}(Equantity)\}$ * $\text{Max}(Equantity)$ 는 기업 내 최대 산하 사업체수 ○ 본사직원이 기업 내 모든 사업체에 대하여 응답하므로 조사원수에 따라 조사기간 단축이 불가능함	○ $Period=f\{\text{quantity}/\text{No. of Person}\}$ * quantity는 사업체수, No. of Person은 조사원수 ○ 조사원수에 따라 조사기간 단축이 가능
응답자부담 측면	○ 본사직원이 기업 내 사업체에 대한 정보를 모두 응답하므로 본사의 응답부담이 대단히 높음	○ 사업체별 응답부담이 분산화되어 조사체계에 부합함

## 제3절 본사조사의 필요성과 구체적인 실현방법

### 1. 본사조사의 필요성

#### 가. 본사조사 필요성의 의의

본사조사의 특징부분에서 서술했듯 다사업체 기업의 산하 사업체가 조사에 필요한 모든 정보를 가지고 있다는 비현실적인 가정하에서는 일면 조사기간 단축이 어렵고 응답부담도 분산이 되지 않는 측면이 있는 본사조사에 대하여 현실적인 상황하에서는 본사조사가 필요한 지의 여부를 검토하고자 한다.

다사업체 기업은 1개의 본사와 다수의 지사로 구성되어 있으며 본사에서는 기획, 회계, 재무, 구매, 광고, 법무 등 총괄적인 관리 내지는 지시업무가 이루어지고 지사는 본사의 지시를 받고 구체적인 산업활동 등이 이루어지고 있어서 다사업체 기업의 산업활동은 본지사 간에 전체적으로 서로 유기적으로 연결되어 이루어진다고 할 수 있으므로 대부분의 경우 지사에서 조사에 필요한 모든 정보를 가지고 있다고 할 수 없다(경제총조사 항목 : <부표 2-2> 첨부). 따라서 지사별로 방문을 하여 조사표를 완전하게 작성하는데 많은 어려움이 따르므로 본사를 통하여 각 지사의 조사표를 작성할 수 있는 조사방법을 검토하게 되었다.

본사조사의 필요성을 검토하기 위해서는 먼저 본사조사가 필요하다는 것이 무엇을 의미하는지 정의해야 한다. 다사업체 기업에서 본사조사가 필요하다는 것은 산하 사업체별 조사항목에 관한 정보를 수집함에 있어서 본사조사가 필요하다는 의미이며 이는 자료 수집방법의 선택에 관한 문제이다. 그리고 학자마다 자료수집방법의 선택에 있어 여러 가지 기준들을 들고 있다. 여기에서 두 가지를 소개하면 다음과 같다.

“일반적으로 자료수집방법을 선택하는 기준으로는 필요한 자료의 다양성, 자료수집하는 과정의 신속도와 비용, 수집된 자료의 객관성과 정확성 등이 있다. 조사자는 현재 수행 중인 조사가 요구하는 다양성, 신속도, 객관성 등의 기준정도를 만족시키는 자료수집 방법중에서 필요한 방법을 선택하게 되는 것이다”(채서일, 사회과학조사방법론(1996, 307P), 학현사).

“자료수집은 자료의 품질을 높이고 자료수집을 효율적으로 할 수 있는 방법을 선택한다”(통계청, 조사통계품질진단(2011, 36P)).

본 연구에서는 이러한 내용들을 종합하여 자료수집방법 선택기준으로써 자료의 다양성 및 효율성, 신속성, 정확성을 기준으로 다사업체 기업에서 본사조사의 필요성을 검토하고자 한다.



## 나. 본사조사 필요성

다사업체 기업은 <표 2-2> 다사업체 기업의 사업체수 규모별 사업체당 매출액 현황에서 살펴 보았듯이 일반적인 사업체에 비해서 사업체당 매출액규모가 큰 기업이다. 따라서 다사업체 기업은 대규모 기업체이므로 다사업체 기업의 정확한 조사는 경제총조사 오차를 줄이는 데 많은 기여를 할 것으로 판단된다.

만약 경제총조사 결과치(총량)  $\Theta_i$ 와 참값  $\Theta$ 와의 차이의 절대값  $|\Theta_i - \Theta|$ 를 경제총조사 오차크기라고 하면 규모가 작은 사업체보다는 규모가 큰 사업체를 정확히 조사함으로써 경제총조사 오차크기를 줄일 수 있다. 만약 우리나라에 두 개 사업체만 존재하여 경제총조사 참값  $\Theta = \Theta_A + \Theta_B$ 이고 실제값은 A사업체에서만 오차가 발생한다고 가정할 때 일반적으로 규모가 큰 사업체에서 오차가 크게 발생하므로 A사업체의 조사값  $\Theta_{Ai} = \Theta_A + a\Theta_A$ (오차항,  $a$ 는 상수)로 표현할 수 있고, 이때 경제총조사 오차크기  $|\Theta_i - \Theta| = |(\Theta_A + a\Theta_A) + \Theta_B - \Theta| = |a\Theta_A| = |a||\Theta_A|$ 이므로, 이는 경제총조사 오차크기는 사업체의 조사항목규모 내지는 크기에 비례한다는 것을 알 수 있다.

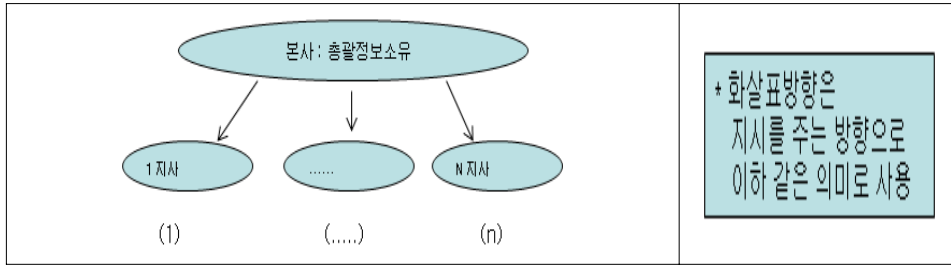
또한 다사업체 기업은 정확한 조사단위와 조사항목이 일치하는 행정자료가 없어 행정자료 이용에도 한계가 있다. 현재 이용가능한 행정자료는 법인세자료와 부가가치세 자료 등을 상정할 수 있는데 법인세자료는 사업실적 세부항목을 산출하고 있으나 기업 단위로 자료가 구성되어 있어서 사업체단위 자료로는 직접적으로 이용할 수 없고 부가가치세 자료는 사업체(장)단위이기는 하나 세부비용항목이 없어서 직접적으로 이용하기 어렵다.

<표 2-4> 이용가능한 행정자료 현황

구 분	법인세자료 (손익계산서)	부가가치세 자료
단위	기업단위	사업장(사업체)단위
자료구성	매출액과 세부비용	매출액과 매입액
특징	단독사업체(법인)은 직접 이용할 수 있으나 다사업체 기업은 직접 이용할 수 없음	다사업체 기업에 일부 적용가능하나 세부비용항목이 없음

다음으로 경제총조사에서 요구하는 조사항목의 다양성을 볼 때 다사업체 기업에서 본지사의 소유정보 및 역할측면에서 본사조사가 효율적이다. 본사조사의 특징부분에서의

가정을 현실화하여 다사업체 기업은 본지사 간 완결된 정보를 가지고 있지 않고 본사는 총괄정보, 지사는 구체적인 산업활동에 관한 정보를 소유하고 있는 것으로 하며 정보통신 기술의 발달에 따라 본지사 간 의사소통도 자유롭다고 할 때 다사업체 기업을 모형화하면 다음과 같다.



[그림 2-1] 다사업체 기업의 모형

모형화된 다사업체 기업을 통하여 본사조사의 흐름을 살펴보면 본사조사는 총괄정보를 소유한 본사를 통하여 조사하므로 1개 본사의 계획에 따라 총괄정보는 본사에서 응답하고 구체적인 산업활동 정보는 지사로 하여금 응답토록 지시하는 흐름이므로 다사업체 기업의 실제 운영형태와 일치하는 조사방식임을 알 수 있다.

그러나 일반적인 사업체조사는 N개 각 지사의 응답계획에 따라 조사에 응답하기 위하여 총괄정보를 본사에 요구함으로써 다사업체 기업의 실제운영형태와 역방향으로 나타나 본사에서는 언제 무엇을 응답할지 모르는 상황이 n번 만큼 발생하므로 본사업무에 과부하가 걸리기 쉬운 것을 알 수가 있다. 따라서 본지사의 소유정보 및 역할측면에서 일반적인 사업체조사보다 본사조사는 효율적이라 할 수 있다.

다사업체기업 실제 운영 형태	본사조사	일반적인 사업체 조사
총괄정보를 소유한 1개 본사의 지시자와 n개 지사의 지시받는 자로구성	총괄정보를 소유한 본사를 통하여 조사하므로 1개 본사의 계획에 따라 총괄정보는 본사에서 응답하고 구체적인 산업활동 정보는 지사로 하여금 응답토록 지시함으로써 다사업체기업의 실제 운영형태에 일치하는 조사방식임	N개 각 지사의 응답계획에 따라 조사에 응답하기 위하여 총괄정보를 본사에 요구함으로써 다사업체 기업의 실제 운영형태와 역방향으로 나타나 본사업무에 과부하가 걸리기 쉬움

[그림 2-2] 본사조사와 일반적인 사업체조사의 비교





다음으로 통계조사의 신속성 측면을 살펴보면 다사업체 기업의 경우에는 일반적인 사업체조사보다 본사조사가 더 신속하다.

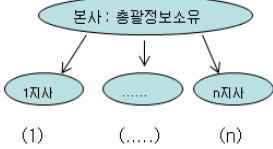
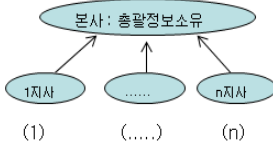
통계조사의 신속성측면을 살펴보기 위해서는 조사과정분류와 조사과정별 시간측정이 필요한데, 조사과정을 분류하기 위해서 여기에서는 통계청 표준업무량 측정 시 사용하는 분류를 참고하여 작성하였고 조사과정별 시간은 조사표기준으로 산정하되 시간측정이 불가능하므로 전체 빈도수로 측정하였다. 그러면 조사과정분류 결과는 다음과 같이 나타낼 수 있다.

1) 조사원 조사과정 : 조사준비 + 이동(재방문 포함) + (조사표 작성) + 조사표정리  
+ (조사표내검 + 조사표입력) + 결과정리

2) 사업체 응답과정 : 응답준비(장부열람 포함) + (조사표 작성) + 마무리작업

※ 조사표 작성은 조사원이나 사업체에서 선택적으로 작성할 수 있으므로 ( )로 표시

이를 기준으로 다사업체 기업의 경우 본사조사 시 총 조사완료시간(빈도수)를 계산하면  $(n+1)$ 조사준비시간 +  $(1)$ 이동시간(재방문 포함) +  $(n+1)$ 응답준비시간(장부열람 포함) +  $(n+1)$  조사표작성시간 +  $(n+1)$ 조사표제출시간 +  $(n+1)$ 마무리시간 +  $(n+1)$ 조사표정리 및 내검시간 +  $(n+1)$ 조사표입력시간 +  $(n+1)$ 결과정리시간으로 나타난다(해당 시간은 방문면접 시 재방문을 별도로 산정하지 않은 시간임). 그리고 일반적인 사업체조사의 총 조사완료시간(빈도수)를 계산하면  $(n+1)$ 조사준비시간 +  $(n+1)$ 이동시간(재방문 포함) +  $(n)$ 응답대기시간 +  $(2n+1)$  응답준비(장부열람 포함) +  $(n+1)$ 조사표작성시간 +  $(n+1)$ 조사표제출시간 +  $(2n+1)$ 마무리시간 +  $(n+1)$ 조사표 정리 및 내검시간 +  $(n+1)$ 조사표입력시간 +  $(n+1)$ 결과정리시간으로 나타난다. 따라서 일반적인 사업체조사의 총 조사완료시간(빈도수)에서 본사조사의 총 조사완료시간(빈도수)을 차감하면  $n$ 번의 각 사업체 응답대기시간 +  $n$ 번의 본사의 산하사업체에 대한 응답준비시간 +  $n$ 번의 본사의 산하사업체에 대한 마무리시간 +  $n$ 번의 조사원이동시간으로 나타나므로 본사조사는 일반적인 사업체조사보다 조사가 신속하다고 할 수 있다.

본사조사	일반적인 사업체 조사	본사조사의 시간절약 정도
		
<p>&lt; 총 조사완료시간(빈도수) &gt;                      (n+1)조사준비시간 + (1)이동시간(계방문 포함) +                      (n+1)응답준비시간(장부열람 포함) +                      (n+1)조사표작성시간 + (n+1)조사표제출시간 +                      (n+1)마무리시간 + (n+1)조사표정리 및 내검시간 +                      (n+1)조사표입력시간 + (n+1)결과정리시간</p>	<p>&lt; 총 조사완료시간(빈도수) &gt;                      (n+1)조사준비시간 + (n+1)이동시간(계방문 포함) +                      (n)응답대기시간 + (2n+1)응답준비(장부열람 포함) +                      (n+1)조사표작성시간 + (n+1)조사표제출시간 +                      (2n+1)마무리시간 + (n+1)조사표 정리 및 내검시간 +                      (n+1)조사표입력시간 + (n+1)결과정리시간</p>	<p>&lt; 총 조사완료시간(빈도수) 차이 &gt;                      n번의 각 사업체 응답대기시간 절약                      n번의 본사의 산하사업체에 대한 응답준비시간 절약                      n번의 본사의 산하사업체에 대한 마무리시간 절약                      n번의 조사원이동시간 절약</p>

[그림 2-3] 본사조사와 일반적인 사업체조사의 조사신속성 비교

다음으로 통계조사의 정확성 측면을 살펴보면 다사업체 기업의 경우에는 일반적인 사업체조사보다 본사조사가 더 정확하다.

다사업체 기업조사 시 통계조사 응답자는 사업체단위조사에 익숙하지 않으므로 일반적인 사업체조사시 산하 사업체에서 기업체단위로 작성될 수 있으나 본사조사는 본사에서 이를 모니터링함으로써 이러한 오류를 방지할 수 있다. 특히 사업체간 생산제품의 흐름이 없이 산업활동이 이루어지는 수평적 결합기업의 경우 일반적으로 기업체 양적정보는 산하 사업체 양적정보의 합으로 나타난다.

$$\text{기업체 양적 정보} = \sum(\text{산하 사업체 양적 정보})$$

이러한 수평적 결합기업의 경우에는 본사에서 정확하게 산하 사업체 양적 정보를 모니터링할 수 있으므로 일반적인 사업체조사보다 본사조사는 조사의 정확성과 일관성 측면에서 우수한 조사방식이라 할 수 있다.

또한 통계조사에서 다사업체 기업의 응답여부는 정보공개 문제이자 기업비밀보호에 관한 문제이다. 현재 산업환경은 갈수록 기업 간 경쟁이 치열해 지고 있으며, 이에 따라 기업비밀보호가 강화되는 추세여서 사업체통계조사는 갈수록 불응 등으로 인하여 어려움을 겪고 있다. 통계조사가 정보공개 여부의 문제이고 다사업체 기업에서 정보공개 여부에 대한 결정권은 본사에 있음을 감안할 때, 본사조사가 다사업체기업에 알맞은 조사방식임을 알 수 있다. 왜냐하면 본사의 정보공개 결정도 없이 산하 사업체에 대하여 정보공개를 요구한다면 이는 많은 무리가 따르기 때문이다.

또한 일반적인 사업체조사는 조사체계상 한정된 조사기간 내에 독립적으로 지사(또는 산하 사업체)에 총괄정보까지 요구함에 따라 불응을 유발하기 쉬우나 본사조사는 본·지사 간 역할 분담을 함으로써 불응을 방지할 수가 있다.



따라서 다사업체 기업의 각 사업체별 조사항목을 수집함에 있어서 다사업체 기업의 운영형태와 조사기술적인 측면을 고려할 때 본사조사는 경제총조사 오차를 줄이기 위해 필요하며 기업 전체적인 측면에서 일반적인 사업체조사보다 자료수집과정이 효율적이고 신속하며 수집된 조사자료 또한 정확하므로 다사업체 기업조사에 있어서 일반적인 사업체조사보다 장점을 많이 가지고 있다고 할 수 있다.

## 2. 본사조사의 구체적인 실현방법

### 가. 본사조사 구체적인 실현방법의 의의

본사조사의 필요성 부분에서 다사업체 기업 전체적으로 일반적인 사업체조사보다 조사방법상 많은 장점을 가지고 있는 것으로 나타났다. 그러나 다사업체 기업 전체적으로 일반적인 사업체조사보다 본사조사가 조사방법상 많은 장점을 가지고 있다고 해서 바로 일반적인 사업체조사보다 본사조사를 해야 한다는 것은 아니다. 왜냐하면 본사조사가 장점을 많이 가지고 있지만 본사조사의 특징부분에서도 나타났듯이 본사의 응답부담이 가중되면서 산하 사업체는 응답부담이 거의 없는 응답부담 편향이 나타나는 단점도 존재하기 때문이다.

통계조사는 시의성을 필요로 하므로 한정된 조사기간 내에 모든 사업체를 조사해야만 하는 특성이 있고 이러한 조사체계의 성격상 특정한 조사방법이 실현가능하기 위해서는 응답부담이 가급적 모든 사업체에게 동등하게 주어져야 한다. 따라서 본사조사의 구체적인 실현방법을 검토하는 것은 다음과 같은 내용을 검토하는 것과 동일하다.

$$\text{연구목표} : \text{Min(Period)} = \text{Min}[\{\text{사업체수(고정)}/\text{응답자수}\}] \Leftrightarrow \text{Max(응답자수)}$$

해당 연구목표식은 바로 산하 사업체에서 정보를 가지고 있으면 본사에서 응답하는 것이 아니라 산하 사업체에서 응답해야 실현가능함을 의미하고 이는 조사항목 소재별로 다음과 같이 표로 나타낼 수 있다.

〈표 2-5〉 조사항목 정보소재별 목표응답사업체

경우의 수	조사항목 정보소재		목표응답사업체
	본사	지사	
A	정보존재	정보부존재	본사용답
B	정보존재	정보존재	지사용답
C	정보부존재	정보존재	지사용답

또한 예외적이지만 다사업체기업 현황에서 <표 2-1> 다사업체 기업의 사업체수 규모별 기업체수를 보면 500개 이상의 산하 사업체를 가진 기업은 18개 기업체가 있으며, 만약 500개 이상 사업체를 가진 다사업체 기업 통계조사 시 본사에서만 조사표를 작성할 경우에는 본사의 업무부담은 매우 클 것으로 예상되므로 본사조사가 다사업체 기업 전체적으로 좋은 조사방식이라고 하더라도 무조건적으로 본사에 산하 사업체별 조사표 작성을 요구한다면 이러한 경우는 본사조사가 좋은 조사방식이라 할 수 없다. 따라서 이러한 사업체수 규모별 다사업체 기업 현황을 고려하여 본사의 응답부담을 최소화할 수 있는 구체적인 실현방법을 찾아보고자 하는 것이 본 연구부분의 목적이다.

### 나. 경제총조사 조사항목 분류

본사조사의 구체적인 실현방법을 연구하기 위하여 상기의 연구목표식에 따라서 고려해야 할 핵심사항은 과연 지사는 어떠한 정보를 가지고 있는지가 주요한 요소이다. 물론 지사에 존재하는 정보는 기업마다 다를 수 있으므로 여기에서는 일반적으로 경제총조사 항목을 크게 분류하고 이에 따라 분류된 정보별로 정보소재 여부를 검토하고자 한다.

다사업체 기업은 본사에서 총괄정보를 소유하면서 지사로 하여금 구체적인 산업활동을 지시하는 형태이므로 정보를 제도적 총괄정보, 비제도적 총괄정보, 구체적인 산업활동 정보로 구분할 수 있다. 여기에서 제도적이라는 말은 기업단위 결산과 같이 법률이나 제도에 근거해 특정부문의 업무로 고착된 것을 말하며, 이러한 구분은 다사업체 기업에 모두 적용되므로 정보의 보편성 측면에서 유용하다. 제도적 총괄정보는 총괄정보이므로 본사의 업무이며 제도적이라는 것은 해당 업무가 본사에 제도적으로 귀속되었다는 것을 의미한다. 비제도적 총괄정보는 총괄정보이므로 본사의 업무이지만 비제도적이라는 것은 해당 업무가 본사에 제도적으로 귀속되어 있지 않다는 것을 말하며 따라서 기업자유의 원칙에 따라 해당 업무를 지사에서도 수행가능함을 의미한다. 구체적인 산업활동정보는 총괄정보가 아닌 실제 산업활동정보를 의미한다. 이러한 분류에 따라 정보별 특징과 목표응답사업체를 정리해보면 다음과 같다.

<표 2-6> 조사항목분류와 목표응답사업체

정보유형	제도적 총괄정보		비제도적 총괄정보		구체적 산업활동 정보
정보의 보편성	다사업체 기업 모두 적용		특정 다사업체 기업 적용		특정 다사업체 기업 적용
근거	법률 또는 제도		경영목적 (기업자유의 원칙)		경영목적 (기업자유의 원칙)
사례	기업단위 결산		-		연간 판매량
정보소재지	본사	독립채산제로 운영 시 지사에도 존재	본사	지사에도 존재가능	지사
목표응답사업체	본사	지사	본사	지사	지사



#### 다. 본사조사의 구체적인 실현방법

이제 본사조사의 구체적인 실현방법을 검토해 보자. 본사조사는 다사업체 기업에 있어서 본사를 통하여 모든 산하 사업체를 조사하는 것이며 이는 모든 산하 사업체의 각 조사표를 작성한다는 것이다. 이러한 본사조사에 있어서 취할 수 있는 구체적인 조사 방법은 ① 본사에서 모두 조사표를 작성하는 방법 ② 기업단위의 사업체전자조사표를 구성하여 본사와 지사에서 선택적으로 입력하게 하는 방법 ③ 조사표를 재설계하여 특정한 조사항목만 본사에서 조사하는 방법 등 3가지 정도를 상정할 수 있다.

첫 번째로 본사에서 모두 조사표를 작성하는 방법은 기본적으로 본사조사의 취지에 부응한 조사방식이며 제도적 총괄정보와 비제도적 총괄정보는 본사에 존재하므로 본사 소유 정보를 통하여 조사하고 구체적인 산업활동 정보는 각 지사에만 존재할 경우 지시 계통을 따라 정보를 요구함으로써 지사로 부터 송부받은 정보에 기초하여 조사표를 작성하는 방식이다. 이와 같이 본사에서 모두 조사표를 작성하는 방법은 본사조사의 개념에는 충실하나 본사의 응답부담이 너무 크다는 단점이 있다. 특히 500개 이상의 산하 사업체를 가진 다사업체 기업 18개를 고려할 때 그러한 응답부담은 더욱 크게 나타난다. 왜냐하면 본사에서 500매 이상의 조사표를 본사직원이 작성해야 하는 조사방식이기 때문이다. 이러한 조사방법은 한정된 조사기간 내에 모든 사업체를 조사하기 위한 연구 목표식  $\text{Min(Period)} = \text{Min}\{f(\text{사업체수(고정)}/\text{응답자수})\} \leq \text{Max}(\text{응답자수})$ 에 부응한다고 할 수 없으므로 좋은 실현방법이라 할 수 없다. 왜냐하면 조사항목분류별 목표응답사업체를 볼 때 해당 지사에 정보가 소재하고 있는 경우가 있으며 이러한 경우 지사에서 조사에 응하여 응답부담을 경감할 수 있음에도 불구하고 본사에서 응답하기 때문이다.

두 번째로 기업단위의 사업체전자조사표를 구성하여 본사와 지사에서 선택적으로 입력하게 하는 방법이다. 기업단위의 사업체전자조사표를 구성하면 기업 내 산하 사업체는 모두가 사업체전자조사표에 접속하여 각각의 조사항목을 입력할 수 있게 된다. 그러면 제도적 총괄정보, 비제도적 총괄정보, 구체적인 산업활동 정보에 따른 목표응답사업체에 정확히 부응하여 응답할 수 있게 된다.

〈표 2-7〉 전자조사표 구성시 조사항목분류와 목표응답사업체

정보유형	제도적 총괄정보		비제도적 총괄정보		구체적 산업활동 정보
	본사	독립채산제로 운영 시 지사에도 존재	본사	지사에도 존재가능	
정보소재지	본사	독립채산제로 운영 시 지사에도 존재	본사	지사에도 존재가능	지사
목표응답사업체	본사	지사	본사	지사	지사
전자조사표 구성 시	본사에서 전자조사표에 접속하여 해당 정보입력	지사에서 전자조사표에 접속하여 해당 정보입력	본사에서 전자조사표에 접속하여 해당 정보입력	지사에서 전자조사표에 접속하여 해당 정보입력	지사에서 전자조사표에 접속하여 해당 정보입력

통상적인 방문조사가 원칙인 통계조사에 있어서 종이조사표는 필수적인 조사용품 중 하나로 인식된다. 그러나 종이조사표는 결국 전자조사표로 입력되는 과정을 거치기 때문에 전자조사표 작성에서 반드시 종이조사표를 작성해야 한다고는 판단되지 않는다. 또한 전자조사표가 작성되면 언제든지 종이조사표로 이기가 가능하므로 다사업체 기업에서 반드시 종이조사표를 작성할 필요는 없다고 판단된다. 이제 일반적인 사업체조사와 전자조사표 형태의 본사조사를 비교하여 보면 일반적인 사업체조사는 조사표작성 주체가 각 산하 사업체에 있으며 조사표작성 시 구체적인 산업활동에 관한 정보는 직접 작성하고 총괄적인 정보는 본사에 문의하여 작성하는 조사방식이다. 이를 표로서 비교하면 다음과 같다.

〈표 2-8〉 전자조사표에 의한 본사조사와 일반적인 사업체조사와 비교

정보유형	제도적 총괄정보		비제도적 총괄정보		구체적 산업활동 정보
	본사	독립채산제로 운영 시 지사에도 존재	본사	지사에도 존재가능	
정보소재지	본사	독립채산제로 운영 시 지사에도 존재	본사	지사에도 존재가능	지사
일반적인 사업체조사	본사에 문의하여 각 사업체에서 조사표 작성	각 사업체에서 조사표 작성	본사에 문의하여 각 사업체에서 조사표 작성	각 사업체에서 조사표 작성	각 사업체에서 조사표 작성
전자조사표 구성 시	본사에서 전자조사표에 접속하여 해당 정보입력	지사에서 전자조사표에 접속하여 해당 정보입력	본사에서 전자조사표에 접속하여 해당 정보입력	지사에서 전자조사표에 접속하여 해당 정보입력	지사에서 전자조사표에 접속하여 해당 정보입력



결국 일반적인 사업체조사의 응답주체들은 모두 전자조사표를 통하면 동일한 응답주체가 되므로 이들은 동일한 응답부담을 갖게 되고 다사업체 기업 전체적으로는 조사과정이 효율적이고 신속하며 정확하다고 할 수 있으므로 기업단위의 사업체전자조사표는 적어도 일반적인 사업체조사 보다 우월하며 실현가능하다고 할 수 있다.

다만 기업단위의 사업체전자조사표에서 추가적으로 고려해야 될 것이 정보보안문제와 다사업체 기업의 분포를 고려한 본사조사방법이다. 다사업체 기업 내의 각 사업체들은 서로 간에 경쟁 및 협조관계에 있으므로 산하 사업체간에는 정보보안문제가 발생한다고 할 수 있다. 그러나 산하 사업체 정보는 본사로 집결되므로 산하 사업체와 본사 간에는 정보보안문제가 없다고 보아야 한다. 따라서 정보보안에서 중요한 점은 산하사업체 간 정보보안이며, 이는 본사에서 산하 사업체간에는 서로의 정보를 볼 수 없도록 아이디 및 패스워드를 별도로 산하 사업체별로 부여할 수 있기 때문에 어렵지 않게 해결될 수 있다고 판단된다. 다음으로 고려될 것은 다사업체기업의 분포를 고려할 때 일률적으로 기업단위 사업체전자조사표 형태의 본사조사방식이 합리적인지 고려해야 할 문제이다. 왜냐하면 산하 사업체수가 적은 기업수는 많고 산하 사업체수가 많은 기업은 적기 때문이다. 기업단위 사업체전자조사표 형태의 본사조사방식이 수행되기 위해서는 기본적인 전산 지식이 별도로 필요하고 또한 종이조사표가 갖는 편리성이 존재하므로, 10개 미만의 산하 사업체를 가진 대부분의 기업은 종이조사표를 본사에서 한 번에 작성하는 것이 더 편리할 수가 있다. 그러나 몇 개의 산하 사업체수까지를 종이조사표로 작성하고 몇 개부터는 전자조사표로 작성해야 한다는 Tuning Point를 결정하는 것은 주관적인 편리성 등의 많은 요인들을 양적인 측도로 함수화하여 고려를 해야 하므로, Tuning Point를 결정하는 것은 무리가 있고, 다만 산하 사업체수 규모가 작은 기업을 가진 기업의 편의를 고려하여 현실적으로는 종이조사표와 전자조사표를 통한 조사방법을 선택적이고 병행적인 방법으로 혼합조사하는 것이 바람직하다고 판단된다.

세 번째로 조사표를 재설계하여 특정한 조사항목만 본사에서 조사하는 방법을 고려할 수가 있다. 이러한 조사표재설계는 일반적인 사업체조사처럼 각 사업체별 조사표를 산하 사업체에서 작성하되 산하 사업체에서 산하 사업체의 조사항목이지만 작성이 곤란한 항목을 해당 산하사업체 조사표에서 처음부터 제외시키고 이를 본사의 조사표에 통합시켜 본사에서 해당 산하 사업체 조사항목을 작성하게 하자는 것이다.

조사표를 재설계하여 특정한 조사항목만 본사에서 조사하게 하는 방법에서 우선적으로 고려해야 할 것은 과연 경제총조사 항목 중 산하 사업체에서 조사하기 어려운 어떠한 항목이 존재하는지 추려내는 작업이다. 왜냐하면 산하 사업체에서 작성할 수 있는 조사항목은 한정된 조사기간 내에 조사를 완료해야만 하는 통계조사 특성상 본사에 정보가 소재하더라도 당연히 산하 사업체에서 작성해야 통계조사 특성에 부합하기 때문이다.

그러면 우선 산하 사업체에서 작성하기 불가능한 조사항목이 일반적으로 존재하는지 <표 2-6> 조사항목분류와 목표응답사업체를 통하여 살펴보자.

경제총조사 조사항목 분류를 살펴보면 비제도적 총괄정보는 기업자유의 원칙에 따라 본사의 업무로 귀속시킨 것이기 때문에 어떤 기업은 본사에만 정보가 소재할 수 있고 어떤 기업은 지사에도 정보가 소재할 수가 있다. 다음으로 제도적 총괄정보는 법률 또는 제도적으로 본사의 업무로 귀속시킨 것이기 때문에 모든 기업의 본사에는 반드시 정보가 소재하지만 어떤 기업에서 독립채산제로 운영할 시에는 지사에도 정보가 소재할 수가 있다. 결국은 보편적으로 본사에 소재하는 조사항목 정보는 존재하지만 산하 사업체에서 작성하기가 불가능한 조사항목이 일반적으로 존재한다고 할 수는 없기 때문에 조사항목 재설계 내용에 따라 기업단위의 사업체전자 조사표에 비해서 추가적인 응답부담은 허용하지 않을 수 없다. 왜냐하면 조사항목재설계는 본사에서 작성할 항목과 각 산하 사업체에서 작성할 항목을 특정화하여 모든 다사업체 기업에게 적용하는 특성이 존재하기 때문이다. 그리고 구체적인 조사항목별 조사항목재설계에 있어서는 본사조사가 본사의 업무부담을 가중하는 속성이 있으므로 본사와 지사에 정보가 혼재하는 상황에서 특정한 정보가 보편적으로 본사에 존재하는 상황이 아니라면 지사의 조사항목으로 가급적 귀착시키는 것이 본사의 업무부담을 줄여주는 방법이 된다.

그러면 이제 <부표 2-2>에 나와 있는 경제총조사항목을 기준으로 본사에서 조사할 항목과 지사에서 조사할 조사항목을 분류하여 보자. 분류하는 순서는 본사의 응답부담을 줄여 주는 방향으로 조사항목재설계가 이루어 져야 하므로 과연 지사에서 조사할 수 있는 항목이 어느 항목들이 존재하는지 추려내는 과정을 거치게 된다. 우선 객관적으로 법률적 또는 제도적 규제요인에 의해서 지사에 존재하는 항목들이 있다. 상법에서는 지점의 등기사항을 규정하고 있고 부가가치세법에서는 사업장(체)등록과 관련하여 등록사항들이 규정되어 있다. 이러한 규정을 종합해 보면 사업체명, 대표자명, 창설년월, 소재지, 사업자 등록번호, 조직형태, 사업의 종류 등은 객관적으로 지사에 존재한다고 할 수 있으므로 지사의 조사항목으로 설계하는 것이 바람직하다. 이러한 객관적인 법률적 또는 제도적 규제요인에 의해서 지사에 존재하는 항목들을 제외하면 경제총조사에서 존재하는 잔여 항목들은 ① 종사자수, 영업기간, 전자상거래여부, 건물연면적, 객실 및 객석수, 육상 운송차량보유, 창고보유현황 등 ② 출하액(판매량), 재고액(재고량), 상품매입차별 구성비, 상품판매차별 구성비, 창고보관실적 등 ③ 사업실적이다.

①번 항목의 특성은 산하 사업체에서 현재시점에서 물리적으로 또는 단순하게 영업 내용을 통하여 파악이 가능한 항목이다. 따라서 본사에 장부로서 정보가 소재하고 지사에서 장부로서 정보가 소재하지 않더라도 해당 조사항목은 지사에서 물리적으로 Counting 내지는 확인을 통하여 조사가 가능하므로 지사의 조사항목으로 재설계하는 것이 바람직





하다. ②번 항목의 특성은 구체적인 산업활동의 내용이 되는 항목이다. 해당 정보는 구체적인 산업활동의 가장 단순한 산업활동 정보이지만 연간 산업활동 내용이므로 기억에 의존하기보다는 기초적인 회계장부 등이 존재하여야 정확한 조사가 이루어지는 항목이다. 문제는 과연 이러한 기초적인 회계장부가 지사에 존재할 수가 있는가 하는 점이다. 원칙적으로 부가가치세 법에 따라 사업장(사업체)마다 신고하는 정보에는 매입처별 세금계산서합계표와 매출처별 세금계산서합계표를 제출하도록 하고 있는데 이러한 내용으로 판단할 때 기초적인 회계장부는 원칙적으로 사업체마다 구축되어 있다고 보아야 하므로 이러한 조사항목은 본사의 조사항목으로 재설계하지 않고 지사의 조사항목으로 재설계하는 것이 바람직하다. ③ 사업실적은 법률에 의한 회계기준과 회계정책에 근거하여 재무제표로서 기업단위로 작성하는 항목이다. 물론 기업단위로 작성함에 있어서 각종 사업체정보를 수집하고 종합하는 과정을 거치지만 근본적으로 사업실적은 산하 사업체의 역할이 아니고 기업본사의 역할이므로 본사조사표에 포함시켜야 할 최소한의 지사조사 항목은 사업실적이라 할 수 있다.

이상의 구체적인 본사조사 방법의 장·단점을 요약하면 본사에서 모두 조사표를 작성하는 방법은 본사개념에는 충실하나 본사의 업무부담이 매우 크므로 바람직하지 않고 기업단위의 사업체전자조사표를 구성하여 본사조사를 하는 것은 본사의 업무부담을 최소화하면서 일반적인 사업체조사보다 우월한 조사방식이고 조사표재설계를 통한 본사조사방법은 기업단위의 사업체전자조사표보다 추가적인 응답부담을 야기할 수 있으므로 차선책으로 고려할 수 있으며 조사표재설계 시 지사조사 항목이지만 본사에서 조사해야 할 최소한의 항목은 사업실적 항목이다.

## 제4절 본사조사의 조사체계 및 외국사례

### 1. 본사조사의 조사체계

#### 가. 본사조사 조사체계의 의의

상기의 연구에서는 본사조사의 특징, 필요성, 구체적인 실현방법 등을 연구하였으며 그 결과 본사조사는 자료수집의 효율성, 신속성, 정확성 측면에서 많은 장점을 가지고 있고, 본사조사의 본질적인 본사응답부담은 기업단위의 사업체전자조사표로 극복할 수 있음을 보여 주었다. 본 연구의 목적은 통계조사로서 혹은 경제총조사로서 본사조사의 특징에 맞는 일반적인 조사요소들을 살펴보는 데 있다. 왜냐하면 본사조사를 구체적으로 통계조사에 활용하기 위해서는 일반적인 조사요소에 따라 조사가 진행되어야 하기 때문이다. 따라서 본 연구에서는 경제총조사에 있어서 일반적인 조사요소에 비추어 본사조사는 어떠한 측면을 가져야 하는지 살펴보는 것이다. 경제총조사의 일반적인 조사요소는

여러 가지가 있지만 여기에서는 조사목적, 조사시기, 조사방법, 조사항목, 조사주체, 명부 구성, 자료처리 등을 살펴보는 것으로 한다.

## 나. 본사조사 조사체계

우선 조사목적 측면을 살펴보면 사업체를 전수조사하는 경제총조사에서 한정된 조사기간 내에 조사를 완료하기 위해서 일반적으로 사업체마다 조사하는 것이 일반적이다. 그러나 본사조사는 본사를 통해서 다사업체 기업의 모든 산하 사업체 조사표를 작성하는 것이며 이러한 조사방법을 취하는 이유는 자료수집의 효율성, 정확성, 신속성, 응답부담 경감에 있다. 상기의 연구에서 보았듯이 경제총조사에서 일반적인 사업체조사방식이 존재함에도 불구하고 다사업체 기업에서 본사조사라는 조사방법이 필요한 이유 내지 목적은 다사업체 기업에서 본사조사는 일반적인 사업체조사보다 다사업체 기업의 운영형태에 부합한 조사방식으로 사업체별 자료수집이 일반적인 사업체조사보다 신속하고 정확하며 응답부담 또한 일반적인 사업체조사보다 적기 때문에 경제총조사에서 다사업체 기업에 한해서 본사조사를 해야 하는 것이다.

다음으로 사업체를 전수조사하는 경제총조사에서 본사조사 시기는 언제로 할 것인가의 문제이다. 그리고 본사조사 시기의 문제는 과연 어느 시점에 경제총조사 조사항목 정보를 완전하게 수집할 수 있는가의 문제이다. 경제총조사 조사항목은 특정 시점 언제라도 파악할 수 있는 항목(예를 들면 물리적으로 존재하는 항목 등)이 존재하는 반면에 때론 결산이라는 과정을 거쳐야만 정보가 산출되는 조사항목이 존재한다. 이러한 경우 특정 시점 정보는 언제든지 자료수집이 가능하지만 결산이라는 과정을 거쳐야만 하는 항목들은 조사대상기간이 완료된 후 결산이라는 비교적 긴 기간이 지나야만 자료를 수집할 수 있다. 이와 관련 법인세법 60조 ①항에서는 “납세의무가 있는 법인은 각 사업연도 종료일이 속하는 달의 말일부터 3월 이내에 해당 사업연도의 소득에 대한 법인세의 과세표준과 세액을 납세지 관할 세무서장에게 신고해야 한다”고 되어 있다. 따라서 본사조사의 시기는 3월 이후 이른 시기에 조사하는 것이 바람직하며 이는 일반적인 사업체조사와 다르지 않다.

다음으로 경제총조사에서 본사조사의 방법측면을 살펴보기로 한다. 경제총조사는 사업체를 전수조사하는 대규모 통계조사이며 수많은 조사인력에 의해서 수행되고 있으므로 정확하고 일관된 조사방식에 의한 자료수집과정이 조사현장에서 혼선을 최대한 줄이고 정확한 자료를 산출하는데 필수적이다. 그러나 경제총조사 대상 중 1기업 1사업체의 경우에는 1명의 조사원이 1개의 사업체를 방문하여 해당 사업체의 조사표를 작성하는 것이지만 다사업체 기업은 본사를 통하여 모든 산하 사업체의 조사표를 작성하기 때문에 조사방식이 매우 이질적이다. 또한 본사조사 대상인 다사업체 기업은 대부분 규모가 큰



대기업체가 중심을 이루고 1기업 1사업체는 비교적 규모가 작은 중·소규모의 기업체가 중심을 이루고 있다. 따라서 경제총조사에서 정확하고 일관된 조사방식을 수행하기 위해서는 1기업 1사업체를 조사하는 일반적인 사업체조사와 다사업체 기업을 조사대상으로 하는 본사조사를 분리하여 시행하는 것이 바람직하며, 본사조사가 대규모 기업체를 대상으로 하고 일반적인 사업체조사 대상보다 경제총조사에서 차지하는 비중이 크므로 경제총조사 오차크기를 줄이기 위해 경제총조사에서 조사방법을 이원화하여 일반적인 사업체조사보다 먼저 시행하는 것이 바람직하다.

다음으로 본사조사의 항목은 본사조사의 구체적인 실현방법 중 조사표재설계 문제를 연구할 때 보았듯이 지사조사항목에 대한 본사조사를 특정화하는 것은 추가적인 응답 부담을 최소화하지 못할 가능성이 존재하므로 각 사업체별 조사항목을 재설계하지 않고 원래의 조사표대로 본사에 송부하여 다사업체 기업 내에서 자율적으로 조사표를 작성하게 하는 것이 바람직하다고 판단된다. 그러나 반드시 조사표재설계를 통하여 지사조사항목이지만 본사에서 조사해야 할 항목을 특정화할 필요가 있다면 본사조사의 응답부담과 조사항목의 성질, 법률·제도적 요인을 고려하여 사업실적 항목만큼은 지사조사항목이지만 본사에서 조사해야 할 항목으로 판단된다.

다음으로 본사조사에서 조사주체의 선정에 대한 문제이다. 본사조사가 어떤 특징이 있고 이러한 특징이 있는 조사를 가장 잘 수행할 수 있는 기관이 조사주체가 되어야 한다. 본사조사는 필연적으로 본사의 조사역할이 매우 중요하다. 왜냐하면 다사업체 기업에 속해 있는 모든 사업체의 조사표를 송부받고 난 후 본사에서는 해당 조사표에 적시되어 있는 조사항목 중 어떤 것을 본사에서 작성하고 어떤 것을 지사에서 작성해야 하는지 배분작업이 필요하기 때문이며 또한 다사업체 기업 내의 모든 사업체에 대한 조사표 작성이 완료된 후에는 제대로 조사표가 작성되어 있는지 검증하는 작업이 필요하기 때문이다. 이러한 본사조사의 특징을 고려할 때 본사조사가 잘 수행되기 위해서는 전문적인 능력보다는 조사가 잘 수행될 수 있도록 협력을 이끌어 낼 수 있는 기관에서 수행되어야 하고 이는 다사업체 기업과 자주 접촉하는 기관에서 수행되어야 하므로 지방자치단체에서 수행하는 것이 바람직하다고 판단된다. 왜냐하면 본사조사 수행 중 전문지식이 필요한 상황에 부딪치면 2차적으로 통계청에 문의하면 되기 때문이다.

다음으로 본사조사의 명부에 관한 문제이다. 일반적으로 통계조사는 조사명부를 구축하고 난 후에 조사표를 작성하며 조사명부를 구축하는 방법은 실제로 조사구설정과 같은 명부조사를 하는 방법이 있는가 하면 행정자료 등을 이용하는 방법이 있다. 두가지 방법은 서로 간에 장·단점이 있으므로 명부를 구축할 때는 상호 간 서로 보완하는 과정을 거친다. 사업체통계조사에서 조사명부는 조사대상사업체의 누락과 중복을 방지 하는데 주요 목적이 있지만 본사조사에서의 명부는 본사에서 작성할 사업체들을 특정화

한다는 부가적인 의미가 있으므로 일반적인 사업체조사에서의 명부보다도 다사업체 기업의 본사조사에서 명부구축은 매우 중요한 의미를 가지며, 그만큼 더 정확한 명부구축이 필수적이다. 다사업체 기업에서 구축할 수 있는 조사명부의 행정자료 원천으로서는 사업체조사, 사업자등록자료, 법인등기자료 등이 있다. 이러한 다수의 행정자료들은 서로 전산적으로 동일사업체를 식별하여 결합하는 과정을 거쳐 명부로서 구축된다. 이러한 전산적인 명부구축방법은 언제나 실제와는 다를 수 있다. 또한 일반적으로 사업체 전수조사에서는 현장조사를 통한 명부구축방법으로 조사구 설정이 있다. 그러나 조사구 설정은 지역적으로 조사대상사업체를 확정할 뿐 해당 조사대상사업체가 다사업체 기업리스트라는 것을 보장해주는 못한다. 따라서 실제 조사에서는 조사구 설정이든 행정자료를 이용한 명부구축이든 이들을 종합하여 명부가 구축이 되겠지만, 다사업체 기업의 본사조사에서 명부구축은 그것이 본조사와 같이 수행되든 별도로 수행되든 간에 본사를 통한 명부확인을 거치지 않으면 많은 오류가 발생할 것으로 판단된다.

다음으로 경제총조사에서 본사조사의 조사기간과 자료처리에 관한 문제이다. 일반적으로 통계조사는 시의성 때문에 일정한 조사기간 내에 조사를 완료해야 하는 특성을 가지고 있으며 보통 전수조사로의 통계조사는 1개월 내외에서 수행되고 있고 이후 자료처리 과정을 거쳐 집계되고 있다. 1명의 조사원이 1개의 사업체를 조사하는 일반적인 사업체 조사는 조사원수에 따라 조사기간을 단축하는 것이 가능하고 따라서 동시에 자료처리를 수행할 수 있다. 그러나 본사조사는 다사업체 기업 내에서 주로 본사에 의해서 조사표를 작성하므로 조사원을 많이 투입하는 것은 아무런 의미가 없으며 오직 다사업체 기업 내에서 산하의 모든 사업체조사표를 얼마나 빨리 작성하여 송부하는지에 따라 조사기간이 결정되고 이에 따라 자료처리가 결정된다. <표 2-1> 다사업체 기업의 사업체수 규모별 기업체수를 살펴보면 다사업체 기업 간에 산하 사업체수 규모가 크게 차이가 나므로 이들이 동일한 기간 내에 조사표작성을 마무리 할 수 있다고 보기에는 어렵다. 따라서 다사업체 기업조사의 본사조사에서는 산하 사업체수가 많은 기업에 대하여는 조사기간을 연장하는 것이 바람직하며 이에 따라 순차적으로 산하 사업체수 규모가 작은 다사업체기업부터 조사가 완료되는 대로 1기업 1사업체와 자료를 통합하여 자료처리를 수행하는 것이 필요할 것으로 판단된다.

## 2. 본사조사의 외국사례

본 연구부분에서는 경제총조사 본사조사관련 해외사례들을 살펴보기로 한다.

우선 일본에서는 2012년 경제센서스에서 본사조사를 실시하였다. 일본의 본사(일괄)조사 시 조사대상사업체는 산하에 지사·출장소 등을 가진 다사업체 기업으로 하였으며



조사방법으로는 본사 앞으로 본사 분 및 지사·출장소 분의 조사표를 일괄하여 송부하고 이에 따라 조사표 제출 의뢰(독촉), 회수한 조사표의 기입내용 조회 등과 같은 작업을 할 때 상대방 창구도 일원화하여 기업 전체의 산업활동을 파악할 수 있었다. 일본의 경제총조사시 응답방법으로는 조사객체의 응답편의성을 도모하기 위하여 종이매체에 의한 응답, 온라인조사(인터넷), 오프라인 조사(CD-RW에 의한 전자매체) 등을 수행하였으며 다사업체 기업에 대해서는 본사뿐만 아니라 지소·지사에서도 전자조사표에 기입할 수 있는 시스템으로 만들어 본사의 기입부담을 줄이기 위해 노력하였다. 일본의 본사(일괄)조사 조사표 회수기간을 보면 조사표 배포·회수기간은 2012년 1월 ~ 3월까지로 조사원조사와 동일하였으며 조사표 배포 및 회수기간에 본사조사는 예외를 인정하여 결산시기가 겹쳐 3월까지 조사표를 제출할 수 없는 기업 및 지소·지사의 수가 무척 많아 지사에 대한 조사표를 기입하는데 시간이 많이 소요되는 대기업에 대해서는 조사표 배포 및 회수기간을 연장하였다. 기업기준의 조사표 회수율 목표치는 2012년 6월말 시점에 8할 이상이었고 최종 회수시점은 12월말이었으며 데이터 입력 및 간이심사는 2013년 1월말에 완료하였다. 일본의 본사(일괄)조사 실시관점으로는 ① 기입자 부담 경감의 관점 ② 회수율 향상의 관점 ③ 데이터 정확도 향상의 관점 ④ 작업의 효율화·신속화, 비용절감의 관점 ⑤ 확실한 실시를 약속하는 계획과 체제의 관점 ⑥ 견고한 보안관리체제 구축의 관점 ⑦ 각 공정에서의 품질관리 관점이었다.

미국은 2012년 Economic Census를 실시하였으며 모든 사업체 중에서 소규모의 사업체(약 2천 만개)에 대해서는 행정자료로 대체하였고 중·대규모의 사업체(약 6백 만개)에 대하여 우편조사를 실시하였다. 미국은 2012년 Economic Census를 실시할 때 다사업체 기업에 대해서는 사업체단위로 조사표를 작성하였으며 조사방법은 본사에 모든 조사표를 우송하여 본사의 회계담당직원이 본사에서 작성할 항목과 지사에서 작성할 항목을 결정하고 이렇게 조사표가 작성된 후에 완성된 조사표를 제공하였다.

일반적으로 유럽국가나 뉴질랜드는 사업체단위의 경제센서스를 하지 않고 있으며 사업체 내지는 기업체관련 모집단은 Business Register에서 산출되고 있다. 사업체 또는 기업체관련 모집단으로서 Business Register는 대부분 행정자료를 통하여 산출되고 있으며 이들은 조사자료로서 보장된다. 이러한 Business Register는 특정한 통계조사의 표본추출용으로 사용되기도 한다. 일반적으로 유럽국가는 사업체단위 통계조사보다는 기업체단위 통계조사가 주류를 이루고 있다.

〈표 2-9〉 경제총조사 본사조사 관련 외국사례

대륙	아시아	아메리카	유럽	오세아니아
국가	일본	미국	Eurostat	뉴질랜드
명칭	경제센서스	Economic Census	없음	없음
조사단위	사업체	사업체	O 일반적으로 유럽국가는 사업체단위 경제센서스는 없음	O 뉴질랜드는 경제센서스를 하지 않고 있음
조사범위	JSIC 21개 대분류 중 18개(일부업종 제외)	NAICS 18개 대분류 (일부업종제외)		
조사년도	2012년(5년 주기)	2012년(5년 주기)		
조사규모	약 600만개 (면접조사, 인터넷조사)	행정자료대체(약 2천만개) 우편조사(약 600만개)	O 유럽국가의 사업체 또는 기업체관련 모집단은 대부분 Business Register이며 이는 센서스를 기반으로 하는 것이 아니라 행정자료를 기반으로 함	O 사업체관련 모집단으로 Business Register가 사용되고 있으며 이는 행정자료에서 주로 산출되고 조사자료로 보강하도록 되어 있음
본사조사 조사표 작성	O 본사 일괄조사 대상기업에 대하여 본사앞으로 본사분 및 지사분의 조사표를 일괄송부하여 조사표 작성	O In the economic census,data are collected at the establishment level for multiunits. All report forms are Initially mailed to the headquarters and company accounting staff at the headquarters determine who in their company should complete the forms. In some cases they may be able to report data from company records but in other instances they rely on individual branches(establishments) to provide the data.(본사에 조사표를 우송하여 작성)		
본사조사 기타 조사방법	O 지사에서도 전자조사표에 기입할 수 있는 시스템을 만들어 본사부담 경감 O 지사수가 많은 대기업의 경우, 지사조사표를 기입하는데 많은 시간이 걸려 1년여에 걸쳐 회수			O 기업활동 관련 통계의 대부분은 기업단위로 조사하고 있음



## 제5절 결론

### 1. 요약

본 연구는 경제총조사의 정확한 조사를 위해 경제총조사에서 차지하는 비중이 큰 다사업체 기업의 정확한 조사를 위해 기존의 일반적인 사업체별 방문조사를 지양하고 총괄적인 정보를 소유하고 있고 또한 산하 사업체에게 지시하는 관계에 있는 본사를 통한 조사방법에 대하여 연구를 하였으며 구체적으로는 다사업체 기업현황, 본사조사에 관한 여러 특성 및 구체적인 실현방법, 해외사례 등을 연구하였다.

그리고 본 연구와 관련하여 다음과 같은 결과를 얻었다

- 가. 다사업체 기업은 대부분 규모가 큰 기업체이며 산하 사업체수 규모로 볼 때 10개 미만의 산하 사업체를 가진 기업이 대부분이지만 도소매업, 금융 및 보험업을 중심으로 500개 이상의 산하 사업체를 가진 기업도 존재한다.
- 나. 다사업체 기업에서 본사조사는 본질적으로 일반적인 사업체조사에 비해서 본사의 응답부담이 크기 쉬운 조사방식이다.
- 다. 다사업체 기업은 대규모 기업체이므로 경제총조사에서 다사업체 기업의 정확한 조사에 집중함으로써 총조사의 오차를 줄일 수 있다.
- 라. 다사업체 기업조사에 있어서 본지사의 소유정보 및 역할과 조사과정의 신속성, 정확성을 고려할 때 본사조사는 일반적인 사업체조사보다 많은 장점을 가진 조사 방법이다.
- 마. 다사업체 기업의 본사조사에 있어서 여러가지 방법 중 기업단위 전자조사표에 의한 본사조사가 가장 좋은 조사방법이며 이는 일반적인 사업체조사보다 응답부담을 줄일 수 있다. 그러나 산하 사업체수가 적은 기업을 고려하여 현실적으로는 종이조사표에 의한 본사조사방법과 병행하는 혼합조사방법이 바람직한 것으로 판단된다.
- 바. 다사업체 기업의 본사조사에 있어서 조사목적은 자료의 정확성과 자료수집의 신속성 및 응답부담 경감에 두는 것이 바람직하며 조사시기는 법인세법에 따라 3월 이후에 하는 것이 바람직하고 조사방법은 중요성우선원칙에 따라 이원화한 후 우선적으로 실시하는 것이 바람직하고, 조사항목은 전반적으로 실시하는 것이 바람직하며, 조사주체는 지방자치단체에서 하는 것이 바람직하고, 명부구성은 기초 자료를 구성한 후 명부를 확인하는 것이 바람직하며, 조사기간은 산하 사업체수가 많은 기업은 조사기간에 예외를 두어 연장하는 것이 바람직하고 이에 따라 자료 처리는 순차적으로 처리하는 것이 바람직한 것으로 판단된다.
- 사. 다사업체 기업의 본사조사와 관련하여 일본과 미국에서는 본사에 조사표를 우송하여 조사하도록 하고 있다.

## 2. 결론

본 연구는 다사업체 기업의 현황, 본사조사에 관한 여러 특성 및 구체적인 실현방법, 해외사례 등을 연구하여 합리적인 결과를 최대한 도출하려고 노력하였다. 본 연구에서 산출된 연구결과들에 대하여 가장 중요한 고려사항은 아무리 좋은 조사방법이라고 하더라도 근본적으로 조사대상 기업 내지는 사업체에서 협조에 불응하면 좋은 조사방법도 무용지물이 될 가능성이 대단히 높다. 따라서 사업체별 통계조사를 어떻게 수행하는 것이 합리적인가에 대하여 더 많은 연구가 필요하겠지만 장기적으로는 조사대상사업체가 통계조사를 신뢰하고 자발적으로 참여할 수 있는 방법에 대한 연구도 병행해야 할 것으로 판단된다.





## <참고문헌>

- 채서일 (1996), “사회과학조사방법론”, 학현사.  
통계청 (2011), “조사통계품질진단”, 내부자료.  
통계청 (2011), “2010년 기준 경제총조사 지침서”, 내부자료.  
통계청 (2010), 『2010년 기준 경제총조사 종합시행계획』, 내부자료.  
통계청 (2004), 『2003년 기준 사업체기초통계조사 지침서』, 내부자료.  
일본 총무성 통계국 (2012), “본사조사 실시계획서”, 내부자료.

## <부 록>

<부표 2-1> 1기업 다사업체 현황

대분류 코드	업종명	사업체수(단위:개)			매출액(단위:백만원)		
		전체사업체	1기업다사업체	구성비	전체사업체	1기업다사업체	구성비
총합계	전체업종	3,355,470	173,278	5	4,332,292,658	2,710,807,888	63
A	농업 임업 및 어업	2,354	599	25	9,207,983	6,552,995	71
B	광업	1,770	158	9	3,650,007	1,903,027	52
C	제조업	326,813	17,830	5	1,464,336,545	1,071,357,711	73
D	전기 가스 증기 및 수도사업	1,499	835	56	120,556,744	113,547,768	94
E	하수폐기물원료재생 환경복원	5,402	789	15	14,474,084	4,920,170	34
F	건설업	96,833	5,348	6	271,063,929	157,610,611	58
G	도매 및 소매업	876,654	45,098	5	819,828,179	371,043,356	45
H	운수업	347,179	9,133	3	147,571,423	101,449,838	69
I	숙박 및 음식점업	634,500	8,180	1	77,682,506	16,310,324	21
J	출판영상방송통신 정보서비스	26,375	3,667	14	115,566,239	76,648,460	66
K	금융 및 보험업	39,353	30,267	77	744,138,697	567,967,291	76
L	부동산 및 임대업	126,081	7,443	6	64,305,803	29,358,465	46
M	전문과학기술서비스업	70,601	9,710	14	117,677,853	82,421,707	70
N	사업시설관리지원 서비스업	35,910	6,670	19	36,393,804	19,556,862	54
O	공공행정	11,929	111	1	97,290,425	1,918,795	2
P	교육서비스업	165,964	9,025	5	84,001,584	33,388,365	40
Q	보건 및 사회복지사업	107,012	5,521	5	69,552,877	23,216,370	33
R	예술 스포츠 여가관련 산업	102,948	1,362	1	34,228,991	19,488,773	57
S	협회단체개인서비스업	376,293	11,532	3	40,764,985	12,147,000	30

## 〈부표 2-2〉 경제총조사 조사항목

## ▣ 공통항목

◆ 통계표 작성 시 기준이 되는 항목		
• 사업체명	• 대표자명	• 창설연월
• 소재지	• 사업자등록번호	• 조직형태
• 사업의 종류	• 종사자 수 및 연간급여액	• 전자상거래여부
• 사업실적(매출액, 비용)	• 유·무형자산	• 녹색산업활동

## ▣ 특성항목

◆ 산업별 특성파악이 필요한 항목			
▷ 농림어업 등*	• 영업기간		
▷ 광업·제조업	• 영업기간	• 기업총매출액	• 근무형태별 근로자수
	• 제품 출하액 및 재고액	• 임가공 수입액	• 재고액
▷ 전기·가스·증기·수도사업	• 연간 주요 전력량	• 연간 증기생산 및 판매	• 발전업 유형
	• 연료 사용량	• 배관시설	• 재고량 및 재고액
	• 연간 도입량	• 연간 생산량	• 산하 사업장 수
▷ 건설업	• 영업기간	• 근무형태별 근로자 수	• 신재생에너지
▷ 도소매업	• 영업기간	• 사업체 건물 연면적	• 상품매입처별 구성비
	• 상품판매처별 구성비	• 체인점 가입여부	
▷ 운수업	• 근무형태별 근로자 수	• 육상운송 차량 보유	• 창고보유 및 보관실적
	• 연료비		
▷ 숙박음식점업	• 영업기간	• 사업체 건물 연면적	• 객실 및 객실 현황
	• 체인점 가입여부		
▷ 출판, 영상, 방송통신 및 정보	• 영업기간	• 연구기술직종사자 현황	• 직능별 종사자 수
▷ 전문과학기술, 사업설·지원	• 영업기간	• 연구기술직종사자 현황	
▷ 예술, 여가관련	• 영업기간	• 이용인원(고객) 수	
▷ 교육서비스업	• 영업기간	• 복수학위 및 공동학위	• 외국어 전용강좌
▷ 보건·사회복지	• 영업기간	• 직능별 종사자 수	

\* 농림어업(A), 하수·폐기물처리, 원료재생 및 환경복원업(E), 금융보험업(K), 부동산 및 임대업(L), 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업(S)