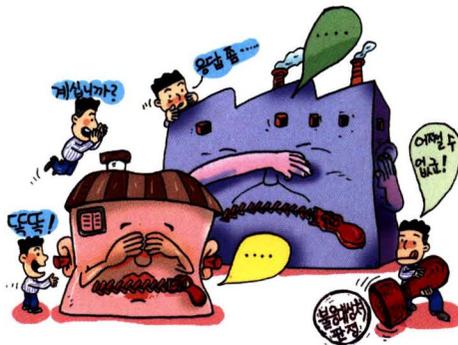




# 현장조사 종합 매뉴얼

## II. 불응대응 부문

| [kostat.go.kr](http://kostat.go.kr) |



# | 목 차 |

불응대응 매뉴얼을 발간하면서 4



## PART 01 불응대상처 인정 기준

1. 불응대상처 개념 | 8
2. 불응 설득횟수 인정요건 | 12
  - 불응 설득횟수 · 12
  - 비협조대상처에 대한 추가설득 단계별 과정 · 12
  - 불응대상처 판정 · 14
3. 적용범위 및 적용시기 | 18
4. 불응 처리 방법 | 21



## PART 02 조사 거부 대상처 대응 요령

1. 조사 거부 대상처와의 면접 | 30
2. 거절 회피 전략 5단계 | 32
3. 효과적으로 설득하는 10가지 기술 | 37
4. 심리적 설득기술 | 43
  - 화난 상대를 침착하게 만드는 요령 · 48
  - 숙련된 설득경험자가 사용하는 기술 · 49
  - 민원 응대요령 · 50
  - 전화민원 응대요령 · 51



**PART 03** 조사거절 사례 유형별 대응 방법

1. 일반적 대응 방법 | 54
2. 가구부문 | 62
3. 사업체부문 | 70
4. 지방청별 주요 불응 설득 노력 | 76
  1. 경인지방통계청 · 76
  2. 동북지방통계청 · 77
  3. 호남지방통계청 · 78
  4. 동남지방통계청 · 79
  5. 충청지방통계청 · 80



**PART 04** 부록

- 통계조사 불응 관련 규정 | 84
1. 통계법 · 84
  2. 통계법 시행령 · 85
  3. 통계법 시행령 별표 · 85
  4. 질서위반행위규제법 · 86
  5. 질서위반행위규제법 시행령 · 86

## 불응대응 매뉴얼을 발간하면서

경제·사회현상이 복잡해지면서 국가정책을 입안하는데 통계의 필요성은 커지는 반면, 최근 사업체의 비밀보호 증가와 개인들의 사생활 노출 기피로 인한 통계조사 거부는 현장 조사의 큰 걸림돌이 되고 있습니다

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

이에 본 매뉴얼은 그동안 지방청, 사무소의 조사현장에서 축적된 조사거부 대응방법 및 설득요령, 심리적 설득기술 등을 공유하여 사전에 불응률을 최소화 하는데 도움이 되고자 작성되었습니다.

또한 통계조사 불응에 따른 현장조사 직원의 업무부담을 줄이고 현장조사의 자신감을 높이기 위해, 조사 설득 노력에도 불구하고 조사 거부 시 불응대상처 인정을 위한 기준 및 처리방법 등을 제시하였습니다.

**PART 01**에서는 불응대상처 인정 기준과 관련하여 불응대상처 개념, 불응 설득횟수 인정 요건, 불응대상처 인정 기준의 적용범위 및 적용시기, 불응 처리 방법을 소개하였습니다.



**PART 02**에서는 조사 거부 대상처 대응 요령과 관련하여 조사 거부 대상처와의 면접, 거절회피전략 5단계 등을 소개하였습니다.

**PART 03**에서는 조사거절 사례 유형별 대응방법으로 일반적 대응방법, 가구부문, 사업체 부문의 사례와 지방청별 주요 불응 설득노력을 함께 소개하였습니다.

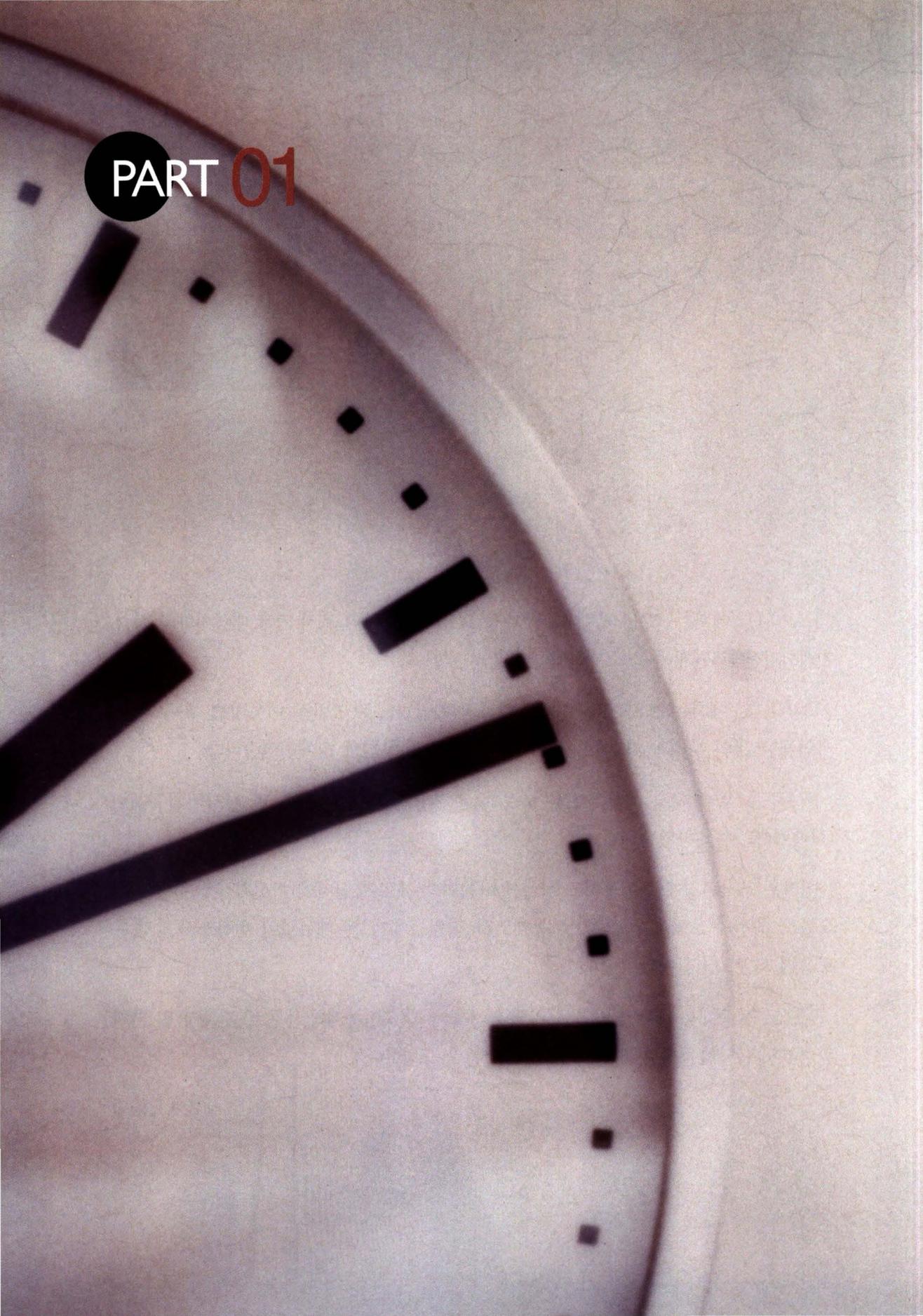
**PART 04** 부록에서는 통계조사 불응과 관련된 통계법(시행령) 및 질서행위규제법(시행령)을 수록하였습니다.

어려운 조사환경에도 불구하고 성실한 마음과 자세로 응답자에게 신뢰감을 주기 위해 오늘도 최선의 노력을 하고 있는 통계조사 직원들에게 본 매뉴얼이 현장조사에 많은 도움이 되었으면 합니다.

끝으로 '불응대응 매뉴얼 발간'을 위해 의견을 주신 지방통계청(사무소) 관계자 및 본청 관련부서 담당자들에 다시 한 번 감사의 말씀을 드립니다.

2012년 12월





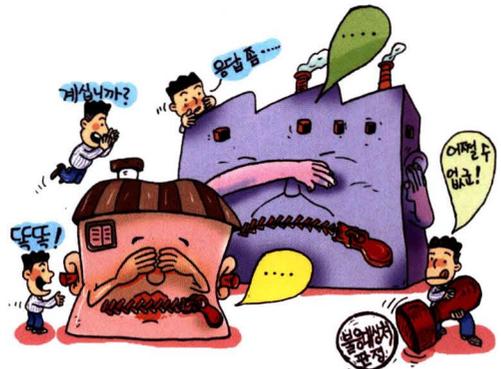
PART 01

PART 01



# 불응대상처 인정 기준

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





# 1 불응대상처 개념



## 불응대상처

비협조대상처에 대해 일정횟수만큼 추가적으로 더 설득했음에도 불구하고, 명확한 조사거부 의사를 표시하여 응답을 거부하는 대상처를 말한다.

\* 불응대상처 인정을 위한 추가 설득 횟수는 현장조사 직원 설문조사(2012.9월), 실사와 협의(2012.10월)를 통해 결정

| 불응가구(농어업포함) | 비협조대상처를 3회 더 설득했음에도 불구하고 계속하여 응답 거부 시 불응가구로 간주한다.

| 불응사업체(기업체 포함) | 비협조대상처를 2회 더 설득했음에도 불구하고 계속하여 응답 거부 시 불응사업체로 간주한다.

자율설득기간 적용조사는 자율설득기간 경과 후부터 불응대상처로 인정한다. 단, 자율설득기간 내에도 더 이상의 설득 노력이 효과가 없다고 팀장(또는 소장, 과장) 등이 판단할 경우 비협조대상처로 지정할 수 있다.

- ① 자율설득기간 조사직원이 신규 조사 대상처와의 신뢰구축 또는 응답자와 면접 곤란 시 대응기회 확보 등에 필요한 최소한의 기간

## ② 자율설득기간 적용 조사

- 가구부분 : 가계동향조사, 경제활동인구조사, 집세조사

자율설득기간 적용 조사	경제활동인구조사	가계동향조사*	집세조사
자율설득기간	4개월	2개월	6개월

\* 가계동향조사 대상가구는 다목적표본으로, 경제활동인구조사 연동 시작 후 통상 3개월째 실시됨에 따라 불응 설득 절차가 경제활동인구조사와 함께 진행될 수 있도록 하기 위해 2개월로 설정

- 사업체부분 : 서비스업동향조사, 사이버쇼핑동향조사, 전자상거래동향조사

자율설득기간 적용 조사	서비스업동향조사	사이버쇼핑동향조사	전자상거래동향조사
자율설득기간	3개월	3개월	6개월

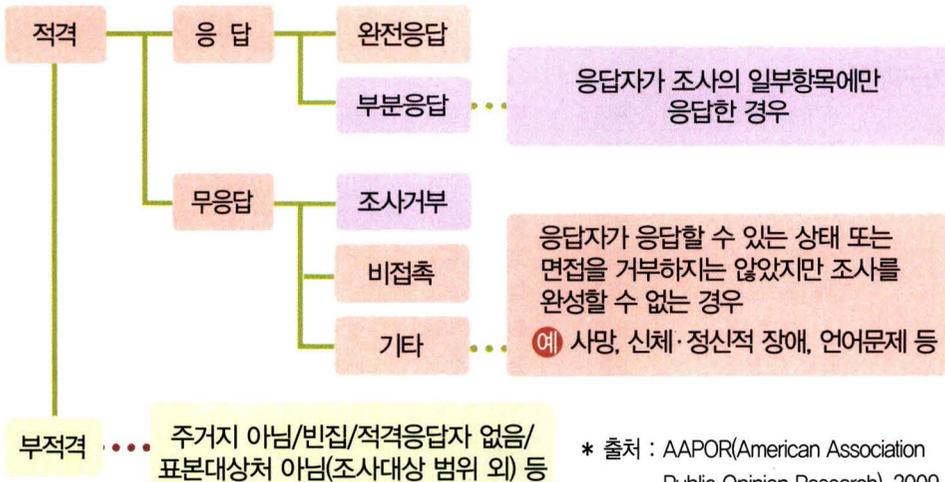
일정기간 조사 협조 후, 중도에 조사 거부 의사를 표시하는 경우에도 동일한 불응대상처 개념을 적용한다.

### 명확한 조사 거부 의사

**응답지연의 경우** 응답자의 응답지연 답변의 상습성, 고의성 등을 고려하여 현장조사 직원이 명확한 조사 거부 의사 여부를 판단

**부분응답의 경우** 아래 <조사 응답 유형>에서 「조사거부」외에 「부분응답」에 해당되는 경우, 응답 거부 항목이 개별 조사의 핵심항목인지 여부에 따라 조사거부로 간주할 것인지를 판단

#### 조사 응답 유형



\* 출처 : AAPOR(American Association Public Opinion Research), 2009.

| 핵심항목 | 부분응답(항목불응)의 경우, 통계조사별 **핵심항목**에 대해 조사거부시에는 **전체 거부**로 간주한다.

### 통계조사별 핵심항목

연번	조사명	방법	소관부서	핵심항목
<b>사업체 부문</b>				
1	건설경기동향조사	표본	산업동향과	모든 항목
2	광업제조업동향조사	표본	산업동향과	생산, 출하(내수·수출), 재고량(금액)
3	기계주동향조사	표본	산업동향과	수주액, 수요자 분류
4	사이버쇼핑동향조사	표본	서비스업동향과	상품군별 거래액
5	서비스업동향조사	표본	서비스업동향과	매출액
6	전자상거래동향조사	전수	서비스업동향과	전자상거래액
7	광업제조업조사	전수	산업통계과	출하액, 생산품목
8	기업활동조사	전수	경제통계기획과	-기업 내 조직 및 종사자 수 -관계회사(자회사, 관련회사, 모회사)사항 -기업의 경영방향
9	농어업법인조사	전수	산업통계과	종사자수, 매출액
10	도소매업조사	표본	산업통계과	매출액
11	서비스업조사	표본	산업통계과	매출액
12	운수업조사	표본	산업통계과	매출액
13	전국사업체조사	전수	경제총조사과	종사자수, 사업의 종류
14	전문·과학·기술 서비스업조사	표본	산업통계과	매출액
15	경제총조사	전수	경제총조사과	-사업체 단위 : 종사자수, 사업실적 (매출액, 사업비용) -기업체 단위 : 종사자수, 사업실적 (매출액, 사업비용)
<b>가구 부문</b>				
16	가계동향조사	표본	복지통계과	소득, 가계지출 등 486개 공표항목
17	경제활동인구조사	표본	고용통계과	모든 항목
	집세조사	표본	물가동향과	집세종류, 집세액
18	양곡소비량조사	표본	복지통계과	양곡소비량(품목별, 용도별)
19	지역별고용조사*	표본	고용통계과	월평균 임금을 제외한 모든 항목
20	가계금융·복지조사*	표본	복지통계과	모든 항목
21	사회조사*	표본	사회통계기획과	모든 항목
22	외국인고용조사*	표본	고용통계과	교육정도, 소득수준을 제외한 모든 항목
23	녹색생활조사*	표본	사회통계기획과	모든 항목
24	생활시간조사*	표본	사회통계기획과	모든 항목
25	인구총조사*	전수	인구총조사과	모든 항목
26	주택총조사*	전수	인구총조사과	모든 항목

연번	조사명	방법	소관부서	핵심항목
<b>농어업 부문</b>				
27	농가경제조사	표본	복지통계과	모든 항목
28	농가판매및구입가격조사	표본	농어업통계과	품목별 품목규격에 따른 가격사항
29	농축산물생산비조사	표본	농어업통계과	모든 항목
30	어가경제조사	표본	복지통계과	모든 항목
31	어업생산동향조사	표본	농어업통계과	품종별/어법별 생산량 및 생산금액
32	가축동향조사	표본	농어업통계과	가축(소, 돼지, 닭, 오리) 사육두수
33	어류양식동향조사	전수	농어업통계과	양식방법/시설면적(수면적), 입식량, 사료 급이량, 현사육량, 생산량 및 생산금액 등
34	농림어업조사*	표본	인구총조사과	-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)
35	농림어업인복지실태조사*	표본	사회통계기획과	모든 항목 -공통항목 : 판매금액(농가, 임가, 어가), 경영형태(농가, 임가, 어가), 전·겸업(농가, 어가) -특성항목 : 논면적 합계, 밭면적 합계, 농기계 보유(농가), 산림면적 합계, 육림업·벌목업 및 양묘업·채취업 중 선행항목인 「①예, ②아니요」(임가), 보유 어선, 어법종류, 양식 품종(어가)
36	농림어업총조사*	전수	인구총조사과	모든 항목 -공통항목 : 판매금액(농가, 임가, 어가), 경영형태(농가, 임가, 어가), 전·겸업(농가, 어가) -특성항목 : 논면적 합계, 밭면적 합계, 농기계 보유(농가), 산림면적 합계, 육림업·벌목업 및 양묘업·채취업 중 선행항목인 「①예, ②아니요」(임가), 보유 어선, 어법종류, 양식 품종(어가)

\* 임시조사원을 채용하는 가구부문 표본조사와 5년 주기 총조사의 경우 핵심항목에 대해서는 추후 재검토



## 2 불응 설득횟수 인정요건

### 불응 설득횟수

응답자를 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 판단하에 추가 설득 생략이 가능하다.
- 추가 설득 과정에서 설득 효과 제고를 위한 지방청/사무소별 설득 지원반 운영은 자율적으로 운영한다.
- 추가 설득 방문 시마다 방문일시, 설득방법, 불응사유 등 「불응가구/사업체 설득 현황」을 기록한다.

### 비협조대상처에 대한 추가설득 단계별 과정

#### 불응가구(농어업포함) 설득횟수 3회의 단계별 과정

3회의 추가 설득 과정에서 2회 차에는 현장경험이 풍부한 다른 직원 또는 업무 총괄자,

3회 차에는 팀장 또는 과장(소장 등)과 설득 동행 방문을 원칙으로 한다.

1회 차	조사직원이 통계청장 명의의 협조서한을 전달하면서 추가 설득
2회 차	현장경험이 풍부한 다른 직원 또는 업무 총괄자 설득 동행 방문 원칙
3회 차	팀장 또는 과장(소장) 등 설득 동행 방문 원칙

| 업무총괄 담당 대상처의 경우 |

2회 차 : 현장경험이 풍부한 다른 직원 또는 팀장

3회 차 : 과장(소장)이 설득 동행 방문 원칙

| 팀장 담당 대상처의 경우 |

2회 차 : 현장경험이 풍부한 다른 직원 또는 다른 팀장

3회 차 : 과장(소장)이 설득 동행 방문 원칙

- 전화통화로 조사협조를 요청해야 하는 부득이한 경우에는,

1회 차	팀장에게 보고 후 업무 담당자가 전화
2회 차	업무총괄자가 전화
3회 차	팀장 또는 과장(소장)이 직접 전화

| 업무총괄 담당 대상처의 경우 |

2회 차 : 현장경험이 풍부한 다른 직원 또는 팀장이 전화

3회 차 : 과장(소장)이 직접 전화

| 팀장 담당 대상처의 경우 |

2회 차 : 현장경험이 풍부한 다른 직원 또는 다른 팀장

3회 차 : 과장(소장)이 직접 전화

**불응사업체(기업체 포함) 설득횟수 2회의 단계별 과정**

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

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

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

- 전화통화로 조사협조를 요청해야 하는 부득이한 경우에는 다음과 같다.

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

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

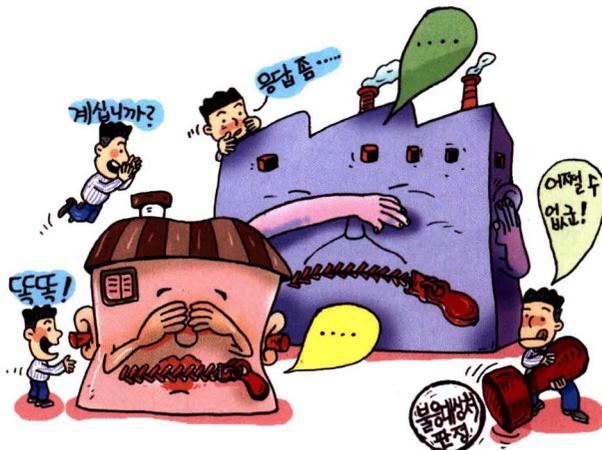
## 불응대상처 판정

| 불응대상처 판정 | 3회 차(가구 부문)·2회 차(사업체 부문) 추가 설득 노력에도 불구하고 조사에 불응 시, 「불응가구·사업체 설득 현황」 자료를 작성하여 팀장, 부서장 결재를 받은 후 설득을 중단할 수 있다.

| 본청 소관부서 통보 | 불응대상처로 판정 시, 불응 일시, 설득방법, 불응사유 등이 작성된 「불응가구·사업체 설득 현황」 자료를 첨부하여 본청 소관부서에 통보한다.

| 보고체계 | 각 조사별 지방청 총괄담당자가 취합하여 본청으로 보고한다.

사무소 → 지방청 담당 조사과 → 본청 소관부서 보고



### 불응가구(농어가포함) 설득 현황 양식(예시)

통계조사명		조사담당자	성 명	
			연락처	
조사구번호				
조사대상처 고유번호*				
가구주 성 명	성 명			
	연락처	(☎)	(H.P.)	
1차 추가설득	설득지원자			
	일 시	년	월	일 시
	설득방법	방문 · 전화 · 기타( )		
	불응사유			
	비 고			
2차 추가설득	설득지원자			
	일 시	년	월	일 시
	설득방법	방문 · 전화 · 기타( )		
	불응사유			
	비 고 (총괄자 의견 등)			
3차 추가설득	설득지원자			
	일 시			
	설득방법			
	불응사유			
	비 고 (팀장 의견 등)			
설득중단 판정결재	팀 장			
	부서장			

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

### 불응사업체(기업체포함) 설득 현황 양식(예시)

통계조사명	조사담당자		성 명	
			연락처	
업체명				
주소				
응답자	성 명		부서명	
	연락처	(☎) (H.P.)	FAX E-mail	
1차 추가설득	설득지원자			
	일 시	년	월	일 시
	설득방법	방문 · 전화 · 기타( )		
	불응사유			
	비 고 (총괄자 의견 등)			
2차 추가설득	설득지원자			
	일 시	년	월	일 시
	설득방법	방문 · 전화 · 기타( )		
	불응사유			
	비 고 (팀장 의견 등)			
설득중단 판정결재	팀 장			
	부서장			

## 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 통계 기법을 통해 통계청에서 실시하는 '○○○ 조사'의 표본 대상으로 선정되었기에 통계법 제26조(실지조사), 제32조(통계응답자의 성실응답의무)에 따라 통계 조사표 작성을 요청드리기 위해서입니다.

'○○○ 조사'는 ○○○ 정책을 수립하는 데 기초 자료로 활용되는 매우 중요한 통계 자료입니다.

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

귀찮고 번거로우시더라도 통계 조사에 적극 협조해 주시기를 다시 한 번 요청드립니다.

끝으로 귀 가정에 건강과 행운이 항상 함께하기를 진심으로 기원합니다.

2012년 12월

통 계 청 장



### 3 적용범위 및 적용시기

#### 적용범위

2012년 12월 현재 통계청 조사통계 43종 중 25종과 집세조사에 적용한다. 다만 농어업 부문 전수조사\*의 경우에는, 값대체(Imputation) 기법 등 보완방안 마련 시 까지 적용하지 않는다.

\* 어류양식동향조사, 어업생산동향조사 및 가축동향조사의 일부 전수조사

「불응대상처」 개념 적용 대상통계(25종+집세조사)

구분	연번	조사명	조사주기	조사방법	담당 부서
사업체	1	건설경기동향조사	월간	표본조사	산업동향과
	2	광업제조업동향조사	월간	표본조사	산업동향과
	3	기계수주동향조사	월간	표본조사	산업동향과
	4	사이버쇼핑동향조사	월간	표본조사	서비스업동향과
	5	서비스업동향조사	월간	표본조사	서비스업동향과
	6	전자상거래동향조사	분기	전수조사	서비스업동향과
	7	광업제조업조사	연간	전수조사	산업통계과
	8	기업활동조사	연간	전수조사	경제통계기획과
	9	기업활동조사	연간	전수조사	산업통계과
	10	농어업법인조사	연간	표본조사	산업통계과
	11	서비스업조사	연간	표본조사	산업통계과

사업체	12	운수업조사	연간	표본조사	산업통계과
	13	전국사업체조사	연간	전수조사	경제총조사과
	14	전문·과학·기술서비스업조사	연간	표본조사	산업통계과
	15	경제총조사	5년	전수조사	경제총조사과
가구	16	가계동향조사	월간	표본조사	복지통계과
	17	경제활동인구조사	월간	표본조사	고용통계과
		집세조사	월간	표본조사	물가동향과
농어업	18	양곡소비량조사	월간	표본조사	복지통계과
	19	농가경제조사	월간	표본조사	복지통계과
	20	농가판매및구입가격조사	월간	표본조사	농어업통계과
	21	농축산물생산비조사	월간	표본조사	농어업통계과
	22	어가경제조사	월간	표본조사	복지통계과
	23	어업생산동향조사	월간	표본(일부 전수)	농어업통계과
	24	가축동향조사	분기	표본(일부 전수)	농어업통계과
	25	어류양식동향조사	반기	전수조사	농어업통계과

| 추후 검토 | 임시조사원을 채용하는 가구(농어업 포함)부문 표본조사와 5년 주기 총조사의 경우 추후 재검토 후 적용 예정이다.

#### 추후검토 대상통계(11종)

구분	연번	조사명	조사주기	조사방법	담당 부서
가구	1	지역별고용조사	분기	표본조사	고용통계과
	2	가계금융'복지조사	연간	표본조사	복지통계과
	3	사회조사	연간	표본조사	사회통계기획과
	4	외국인고용조사	연간	표본조사	고용통계과
	5	녹색생활조사	2년	표본조사	사회통계기획과
	6	생활시간조사	5년	표본조사	사회통계기획과
	7	인구총조사	5년	전수조사	인구총조사과
	8	주택총조사	5년	전수조사	인구총조사과
농어업	9	농림어업조사	연간	표본조사	인구총조사과
	10	농림어업인복지실태조사	5년	표본조사	사회통계기획과
	11	농림어업총조사	5년	전수조사	인구총조사과

| 불응대상처 개념 적용 제외 | 조사통계 43종 중에 실측조사나 신고자료 이용 조사에 해당되는 다음 7종은 제외된다.



#### 적용제외 조사통계(7종)

조사명	제외사유
건설업조사, 인구동향조사	신고자료 또는 협회자료 이용
농업면적조사	경지면적 실측조사
사교육비조사	조사대상처 접촉 불가(조사표 간접전달 방식)
농작물생산조사	대지중심 실측조사
소비자물가조사(집세조사 제외)	표본대체
통계인력 및 예산조사	공공기관을 대상으로 인터넷조사만 실시

#### 적용시기

2013년 1월 1일부터 적용한다.



## 4 불응 처리 방법



### 일반적 처리

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

조사별 불응 처리 방법(현황)

구분	조사별 불응 처리 방법	조사명
사업체 부문	값대체	광업제조업동향조사, 전자상거래동향조사, 광업제조업조사, 기업활동조사, 농어업법인조사, 도소매업조사, 서비스업조사, 운수업조사, 전국사업체조사, 전문·과학·기술서비스업조사, 경제총조사
	표본대체	기계수주동향조사, 사이버쇼핑동향조사
	값대체, 표본대체	서비스업동향조사
	규정없음	건설경기동향조사
가구 부문	가중치 조정	경제활동인구조사
	표본대체	양곡소비량조사, 사회조사, 녹색생활조사, 생활시간조사, 지역별고용조사
	가중치 조정, 표본대체	가계동향조사
	가중치 조정, 값대체	가계금융·복지조사, 외국인고용조사
	값대체	인구총조사, 주택총조사
	표본보완	집세조사
농어업 부문	표본대체	농가경제조사, 농가판매및구입가격조사, 어가경제조사, 농축산물 생산비조사, 어업생산동향조사, 농림어업인복지실태조사
	값대체	어류양식동향조사, 농림어업총조사
	행정자료 대체	가축동향조사
	규정없음	농림어업조사 * 값대체 검토 중

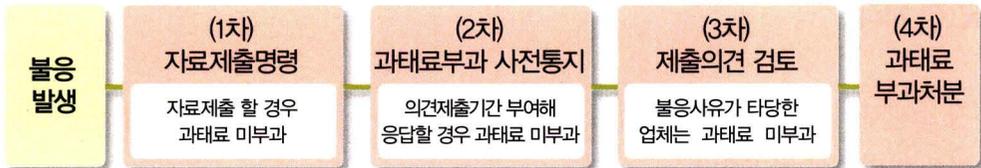
## 가구 부문 후속절차

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, 가계동향조사(표본대체가 안된 경우)

\*\* 개별조사 표본관리 지침에서 규정

## 사업체 부문 이행강제절차



| 자료제출명령 | 본청 소관부서에서는 지방청에서 통보받은 모든 불응업체 대하여 자료제출명령 발송한다.

| 과태료부과 사전통지 | 자료제출명령을 불이행한 업체 중 과태료 부과 대상에 속하는 업체에 대하여, 의견진술서 및 과태료부과처분 사전통지서를 발송한다.

- 과태료 부과 사전통지 시 10일 이상의 의견제출기간을 부여하고, 과태료 부과 처분 예정에 대한 의견진술서도 함께 발송한다(동 기간에 조사 자료를 제출할 경우 과태료를 부과하지 않음).

\* 영세 업체의 경우 과태료 부과보다는 표본대체, 임퓨테이션 등의 방법을 활용하되 과태료 부과기준은 본청 소관부서에서 결정한다.

| 제출의견 검토 | 본청 소관부서에서 제출 의견 검토 후 상당한 이유가 있는 경우 과태료 미부과 또는 감경이 가능하다.

| 과태료 부과처분 | 제출의견에 상당한 이유가 없는 경우 또는 의견 미제출업체 대하여 과태료 부과처분 통지를 한다. 과태료 납부고지서는 통계청 운영지원과에서 발급하고 과태료 처분에 대한 이의 신청서도 함께 발송한다.

## 자료제출명령서 양식(예시)



함께하는 공정사회 더 큰 희망 대한민국

# 통 계 청



수신자 ○○(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 조사원이 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 제41조에 의해 100만원 이하의 과태료가 부과될 수 있음을 알려드립니다.
4. 이에 통계조사에 응해 주실 것을 다시 한 번 요청하오니 동봉한 조사표를 작성하여 ○○년 ○○월 ○○일(○)까지 통계청(○○과)으로 반송하여 주시기 바랍니다.

붙임 : ○○조사 조사표 1부. 끝.

## 과태료 부과처분 사전통지 양식(예시)



함께하는 공정사회 더 큰 희망 대한민국

# 통 계 청



수신자 ○○(업체명) ○○○(대표자 성명)  
(경유)

제목 『○○조사』 과태료 부과처분 사전통지

1. 통계청에서는 ○○년 ○○월 ○○일 ~ ○○월 ○○일 사이에 조사에 응할 의무가 있는 국가지정통계로서 『○○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 ○○일(○)까지 통계청(○○과)에 구술 또는 서면으로 제출하여 주시기 바랍니다. 위 기일 까지 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

- 과태료금액 : ○○만 원
- 산출근거: 통계법시행령 제53조

붙임 : 1. ○○조사 조사표

2. 과태료 처분예정에 대한 의견진술서, 끝.

과태료 처분예정에 대한 의견진술서 양식(예시)

과태료 처분예정에 대한 의견진술서

수신자	통계청 ○○과			
법을 위반내용	「○○조사」 응답거부 및 자료제출명령 불응 (통계법 제25조 및 제26조 위반)			
의견진술인	업체명		대표자명	
	주 소			
	전화번호		H.P.	
의견 내용				

과태료 처분예정에 대하여 위와 같이 의견을 제출합니다.

년 월 일

대표자명

(서명 또는 날인)

## 과태료 부과처분 양식(예시)



함께하는 공정사회 더 큰 희망 대한민국

# 통 계 청



수신자 ○○ ○○○ (업체명과 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 ○○일(○)까지 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 알려 드립니다.

붙임 : 1. 과태료 납부고지서 1부.

2. 과태료 처분에 대한 이의신청서 1부. 끝.

과태료 처분에 대한 이의신청서 양식(예시)

과태료 처분에 대한 이의신청서

수신자	통계청 〇〇과		
법률 위반내용	『〇〇조사』 응답거부 및 자료제출명령 불응 (통계법 제25조 및 제26조 위반)		
이의신청인	업체명		대표자명
	주소		
	전화번호		H.P.
의견 내용			

과태료 처분에 불복하여 위와 같이 이의를 신청합니다.

년 월 일

대표자명

(서명 또는 날인)

PAI

02



## PART 02



# 조사 거부 대상처 대응 요령

1. 조사 거부 대상처와의 면접
2. 거절 회피 전략 5단계
3. 효과적으로 설득하는 10가지 기술
4. 심리적 설득기술  
화난 상대를 침착하게 만드는 요령  
숙련된 설득경험자가 사용하는 기술  
민원 응대요령  
전화민원 응대요령





# 1 조사 거부 대상처 대응 요령

## 현장조사 직원의 기본자세

조사거부나 비협조적 대상처 방문시 현장조사 직원은 아래와 같은 자세로 면접한다.

- 공무 수행자로서의 품위를 유지하여 정중히 응답자를 면접한다.
- 항상 응답자의 눈높이에서 응답자를 먼저 배려하는 마음으로 대화한다.
- 여유로운 마음으로 친절하게 대하며 상대방으로부터 호감과 신뢰 받는 언행으로 응답자를 대한다.
- 조사에 대한 전문지식으로 무장하고, 자부심과 자신감이 가득 찬 태도로 응답자에 대한 적절한 아량과 관용으로 대한다.
- 복장은 각자의 개성에 맞는 의복을 착용하되 항상 깨끗하고 단정한 옷차림을 유지한다.
- 비협조적 대상처 응답자와 면접 시 항상 웃는 모습으로 면접한다.
- 항상 단정한 복장과 태도로 응답자를 면접한다.

## 조사 거부 대상처와의 면접

1. 응답을 거부하는 응답자와 면접을 청할 때에는 신분을 확인할 수 있는 신분증(공무원증, 조사직원증 등)을 제시하여 자신을 먼저 소개한다(공무원증, 조사직원증 등의 신분증 패용으로 조사담당자가 공무수행중임을 나타내어 신분안전을 보장받을 수 있도록 함).
2. 면접의 목적, 응답내용에 대한 비밀보장 등을 설명하여 응답자가 응답을 위한 충분한 분위기가 조성된 후에 설득을 시작한다.
3. 가구 부문 조사의 경우 집안에 들어가기 전 가구원들의 상태를 확인하고 응답자가 불편하지 않은 환경에서 면접하도록 한다.
4. 불응가구는 다양한 이유로 조사직원이 집안으로 들어가는 것을 허용하지 않을 경우가 많은데, 완강히 면접을 거부한다면 무리하게 면접하려고 하지 말고 가능하다면 다음 번 방문 시기를 약속받도록 노력한다.
5. 너무 늦은 시간이나 이른 시간 또는 식사시간 등을 피하여 방문하고, 맞벌이가구, 단독가구 등 근무시간에 면접이 곤란한 경우에는 응답자의 부담이 최소화 되도록 노력한다.





## 2 거절 회피 전략 5단계

- 거절 회피 전략 5단계
1. 관계의 유지
  2. 적극적인 청취
  3. 거절의 요점 파악
  4. 대답을 생각하기
  5. 적절한 대답

### 1. 관계의 유지

- ① 어떤 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.
  - 응답자는 조사에 응하기 싫은 경우, 매몰차게 몇 번 거절을 하면 조사자가 쉽게 포기하겠지 하는 생각을 지니고 강하게 거절 의사를 밝히는 경우가 종종 있다. 이때 조사직원은 응답자에게 쉽게 물러 설 사람이 아니라는 나름대로의 강한 인상을 주는 것이 필요하다.
- ② 거절을 받아들일 듯한 신호를 절대 주지 말라.
  - 불응 의사를 밝힌 응답자는 끝까지 자신의 불응 태도를 관철시키기 위해 조사직원의

이런 저런 설득에 ‘무관심’으로 대응하거나 반대되는 의견이나 불만을 토로하며 끝까지 조사거부 의사를 고집한다. 이 과정에서 조사직원이 조금이라도 힘든 표정이나 망설이는 듯한 모습을 보이면 응답자의 의사를 더욱 확고하게 만들 수 있다.

- 따라서 조사직원은 응답자의 조사 거부 의사를 그대로 수용할 수는 없다는 의지를 여러 가지 말과 행동으로 완곡하게 표현하고, 불응 의사를 밝힌 응답자가 다른 타협안을 내어 놓든지, ‘왜 내가 이걸 해야 되는가’ 등의 논쟁을 벌이려고 들면 조사에 대한 충분한 설명으로 다시 설득을 시도한다.

### ③ 침묵은 금기다.

- 조사직원이 침묵하는 시간이 길어지면 응답자에게 대책이 없다는 신호를 주게 되어 거절 의사를 다시 한 번 강하게 가지게 된다. 길게 침묵하지 말고, 적절한 침묵의 시간을 두며 설득하도록 노력한다.
- 거부의 말이 끝나자마자 설득하면 응답자를 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.

- 응답자가 대화 도중 짜증을 내거나 큰 소리를 칠 때, 놀라는 표정이나 한숨을 짓거나 고개를 숙이는 등의 행동은 하지 않아야 한다. 조사직원의 행동이 응답자의 표현을 더 강하게 만들 수 있기 때문이다.
- 응답자와 시선을 맞추고 경청하면서도 이야기할 기회가 되면 바로 응대한다. 그러나 조사 자체에 대해 부정적인 이야기를 하는 동안에는 고개를 끄덕이거나 고개를 가로젓는 것을 삼가해야 한다. 고개를 끄덕이면 응답자의 말에 동의한다는 의사 표시가 되고, 고개를 가로젓는 행동은 응답자 말이 아직 끝내지 않은 상황에서 조사직원이 반대의사를 먼저 표현하는 것이 되어 기분을 상하게 할 수 있다.
- 하지만 때로는 가벼운 공감을 표시하는 것이 필요할 때도 있으므로, 응답자의 이야기를 듣고 난 뒤 짧은 침묵과 함께 가벼운 수준의 공감을 표현하는 것이 좋다.

## 2. 적극적인 청취

### ① 주의 깊게 들어라.

- 조사거부 의사를 표시한 응답자는 신경이 날카로워져 있다고 볼 수 있다. 거절을 표현하였는데도 조사직원이 계속 설득하려 하기 때문에, 응답자는 일시적으로 조사직원에게 심리적인 공격 충동을 느낄 수 있다.
- 자신이 하는 말을 잘 알아듣지 못한다거나 이해하지 못한다고 생각하면 거세게 반박하게 되므로, 조사직원은 응답자의 심리적 불편 상태를 이해하고 응답자의 이야기를 주의 깊게 들어줘야 한다.
- 통명스러운 거절에도 물러서지 않고 진지한 자세로 자신의 이야기를 잘 들어주는 조사직원의 주의 깊은 경청 자세는 응답자의 태도를 누그러뜨릴 수 있다.

### ② 응답자의 몸짓과 표정에 주의하라.

- 응답자의 표정과 몸짓을 읽는 것은 바로 마음을 읽는 것이다.

### ③ 말하는 도중에 끼어들지 말라.

- 대화의 기본 규칙으로, 응답자가 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 응답자의 입장에서 이해하려 노력하라.

- 조사직원은 어떤 상황에서도 응답자에게 강요를 해서는 안 되며, 자발적으로 조사에 참여하도록 설득한다.
- 응답자를 설득하기 위해서는 응답자의 입장에서 생각해야 하며, 이해하려고 노력해야 한다. 입장을 바꾸어 생각해야만 응답자가 말로 표현하는 것 이상을 파악하고 설득할 수 있는 단서를 찾을 수 있다.

### 3. 거절의 요점 파악

응답자를 설득하기 위해서는 응답자가 왜 조사에 불응하겠다는 것인지를 정확하게 파악하여야 한다. 이때 중요한 점은 응답자의 입장에서 조사에 불응하려는 이유와 요점을 정확하게 파악해야 한다.

① 이야기 도중에 손가락이나 연필 끝으로 툭툭 소리를 낸다.

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

② 주먹을 쥐거나 주먹으로 손바닥을 내리친다.

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

③ 손톱을 깨문다.

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

④ 손을 호주머니에 넣은 채 이야기를 듣는다.

상대에 대한 불신과 은근한 무시를 드러내는 것으로 볼 수 있다.

⑤ 맞장구를 치지 않고 가벼운 미소를 짓는다.

완곡한 거부나 난처함의 표시이며, 상대방을 설득하는데 어려움이 예상된다.

⑥ 갑자기 미소를 중단한다.

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

⑦ 설득하기 위해 애쓰는데 상대의 얼굴에 표정이 없다.

부탁을 거부하거나, 난처한 입장이거나, 혹은 혐오감의 표시이다. 가장 접근하기 힘든 경우이므로 신중하게 설득해야 한다.

⑧ 손을 입에 대고 묵묵히 있다.

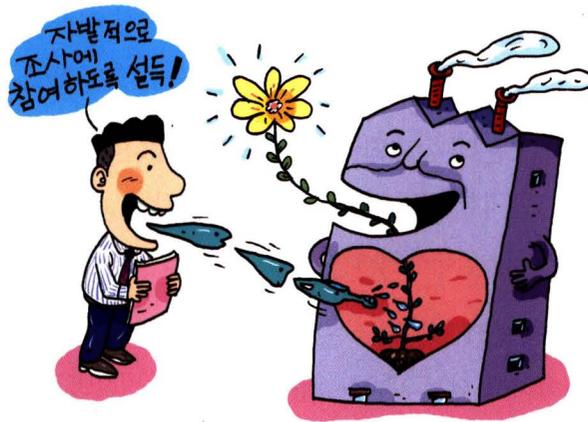
더 이상 상대와 대화하고 싶지 않다는 의사 표시이다. 거절의 뜻도 있으므로, 일단 말을 중단하고 다른 방법을 찾도록 한다.

## 4. 대답을 생각하기

응답자의 반론이나 질문이 끝나면 준비된 대답을 주저하지 않고 하는 것이 중요하다. 대답은 요점을 정확히 전달할 수 있는 정도로 짧고 간결한 것이 좋다. 대답이 길어지면 응답자가 요점을 파악하지 못할 수가 있으므로, 지나치게 짧지 않고 간결하게 대답하면서 친절한 말투와 태도, 표정을 유지해야 한다.

## 5. 적절한 대답

- 응답자가 반문을 할 경우, 조사직원은 응답자의 반문에만 초점을 맞추어 대답한다. 조사직원이 응답자가 미리 할 수 있는 질문까지 미리 예측해서 대답을 장황하게 설명하는 것은 바람직하지 않다. 응답자가 짧게 질문을 했는데 조사직원이 장황하고 길게 대답을 하게 되면 응답자는 그 대화가 불공평하다고 느끼기 때문이다.
- 응답자들의 연령, 성, 경제, 교육 수준은 다양하기 때문에 동일한 질문에 대한 대답도 응답자의 언어 수준과 습관에 적절히 맞춰서 이해하기 쉬운 말로 설명해야 하며, 이때에는 응답자들에게 생소한 용어는 피하는 것이 좋다.





## 3 효과적으로 설득하는 10가지 기술

### 효과적으로 설득하는 10가지 기술

성공적인 설득의 첫걸음은 상대를 기분 좋게 하는 것이다. 그리고 상대를 효과적으로 이해시키기 위해서 가장 필요한 것은 상대방에게 최대한 집중하는 것이다. 모든 설명은 나 아닌 다른 사람에게 하는 것이기 때문이다.

#### 1. 상대방의 수준에 맞춰 설명한다

- 정보를 미리 수집하고 확인한다.
  - 응답자의 말에 귀 기울인다.
  - 응답자에 대한 정보를 얻는 일 자체가 상대방에 대한 관심을 보이는 것이다.
- 응답자의 관심사나 이해도를 미리 파악한다.
  - 조사의 목적, 취지 등을 전문용어로 설명하면 이해하기 어렵다. 통계조사자료가 생활에 쓰이고 적용되는 것에 초점을 맞추어 설명하면 응답자가 흥미를 느끼게 되고 알고 싶은 내용을 정확하게 파악하게 된다.
  - 상대방의 표정과 손동작을 관찰하며 마음을 읽고 질문을 던져 상대방의 이야기 내용을 확인한다.

- 응답자를 파악할 때 이런 점에 주의한다.
  - 추측성 판단은 절대 금물이다.
  - 상대방이 말하는 도중에 끼어들지 않는다.
  - 말하기 편한 분위기를 만든다.
- 응답자는 쉽게 본심을 드러내지 않으므로 주제나 관심사를 살짝 물어보고 관련된 다른 일을 물어 시점을 바꿔본다.
- 응답자 본심을 알고 싶다면 주의깊게 관찰한다.
  - 인간의 감정은 은연중에 드러나므로 특히 시선, 손동작, 표정 등을 관찰하면 상대방의 본심을 알 수 있다.

## 2. 반응을 확인하며 말한다.

- 눈을 보고 상대방의 표정을 관찰하며 말한다(전화통화시에는 중요사항마다 확인하고 내용별로 적당한 간격을 두고 확인하며 질문할 기회를 부여한다).
- 듣는 사람의 반응을 무시하지 않는다.
  - 지침을 따르되 거기에 구속되지 않는 유연한 자세가 필요하다.
  - 상황에 따라 상대방의 질문이나 반론이 나오면 바로바로 대답한다.
  - 상대방을 이해시키고 설득하려면 상대방의 반응에 민감하게 대응해야 한다.
- 상대방의 가려운 곳을 긁어주어 효과적인 설명을 한다.
- 심리적인 부담이나 물적 부담을 주어 거절할 수 없는 입장을 만든다.

## 3. 서론을 줄이고 핵심을 이야기한다.

- 단도직입적으로 이야기를 꺼낸다.
  - 서론을 없애고 가장 중요한 내용부터 단도직입적으로 말한다.
- 조사의 필요성과 취지 등 꼭 응답해야 할 항목을 강조하며 분명히 이야기한다.

#### 4. 근거를 들어 설명한다.

- 상대가 납득할 수 있는 이유를 말한다. 설명의 근거가 불분명하면 효과가 없으므로 응답자의 맞춤형 시간에 방문하여 차근차근 설명한다.
- 주장에는 근거, 근거에는 논거가 필요하므로 조사에 대하여 명확하게 강조하고 제시하여 설득력 있게 설명한다.

#### 이런 설명으로는 상대방을 설득할 수 없다

- |                        |                             |
|------------------------|-----------------------------|
| ① 이야기가 산만하다.           | ⑥ 주제가 불분명하다.                |
| ② 설명이 지나치게 반복되거나 부족하다. | ⑦ 부정확한 표현을 자주 사용한다.         |
| ③ 전문용어나 약어를 자주 사용한다.   | ⑧ 예를 들거나 구체적으로 설명 하는 데 서툴다. |
| ④ 핵심을 빙빙 돌려 말한다.       | ⑨ 설명이 지나치게 평범해서 이야기가 밋밋하다.  |
| ⑤ 서두가 길다.              | ⑩ 요점을 설명하는 데 약하다.           |

#### 5. 조사관이 작성한 조사표를 보이며 이해시킨다.

- 아무리 반복 설명을 하여도 상대방이 알아듣지 못할 때는 직접 작성한 조사표를 보이며 이해시키는 방법도 효과적이다.
- 꼼꼼하게 추가로 설명하여 비교적 쉽게 이해하도록 설명한다.



## 6. 우선순위를 정하여 한 번에 한 가지씩 설명한다.

- 전문적인 이야기는 듣는 사람이 이해할 수 있도록 준비과정에서 내용을 정리하고 용어 선택이나 의미 해설에 신경을 써야 한다.
- 지나치게 여러 가지를 설명하면 응답자가 거부감이 생길 수 있다.
- 한 가지 내용을 천천히 반복하여 구체적으로 말한다.
- 사실 그대로를 말할 수 있도록 훈련하여 상대를 감동시켜 쉽게 설득한다.
- 한가지 가치로 상대의 마음을 파고 든다.

### 상세하게 설명할 때 유의할 점

- 상대방이 얼마나 이해할 수 있을지 확인 한다.
- 내용을 어디까지 이해시킬지 범위와 수준을 정한다.
- 차례와 내용을 요약하고 정리해서 설명 지침으로 삼는다.
- 어디까지 설명할 지를 생각 한다.
- 내용에 체계를 세우고 대항목, 중항목, 소항목으로 나눈다.
- 쉬운 말을 사용한다. 특히 생소한 전문 용어는 뜻을 설명해준다.
- 설명할 때 지금 이야기하는 내용은 어느 부분인지, 앞부분과 연결, 항목별 관계로 명확히 한다.
- 항목별로 이야기한 내용의 요점을 종합하고 되새긴다.
- 어디까지 이해했는지 확인하고 내용의 수준을 조절한다.
- 중요 항목은 반복해 설명하고 듣는 사람에게 질문을 받거나 질문을 해본다.

## 7. 사례로 상대방의 공감과 이해를 높여라.

- 직·간접 경험한 것을 예로 들어 효과를 얻는다.
- 말로 그림을 그리듯 구체적으로 이미지를 표현한다.

## 8. Keyword(열쇠가 되는 단어)를 활용한다.

- 핵심을 한단어로 표현한다.
- 짧고 명쾌한 단어나 좋은 표현을 수집하는 습관을 들인다.

### 알아두면 좋은 키워드, 속담

#### 접대나 태도, 매너에 관한 키워드

- 인간을 겉모습으로 판단하지 말라. 겉모습이 전부는 아니다.
- 눈도 입 못지않은 메시지를 전달한다.
- 미소는 세계 공통언어다.
- 첫 만남은 두 번 오지 않는다.
- 접대는 매번 첫 만남처럼 하라.
- 모두가 남을 조금씩만 배려한다면 삶이 훨씬 평화로워질 것이다.
- 예의를 갖추는 것은 본질적인 설득의 수단이다.

#### 시간에 관한 키워드

- 시간은 화살처럼 지나간다.
- 시간은 금이다.
- 세월은 사람을 기다리지 않는다.
- 시간을 낭비하는 것은 시간을 도둑질하는 것과 같다.
- 효율적으로 시간을 쓰는 사람에게 시간은 천천히 지나간다.

#### 그 밖의 키워드

- 일찍 일어나는 새가 벌레를 잡는다.
- 3년만 견디면 무엇이든 해낸다.
- 우물안 개구리다.
- 시작이 반이다.
- 구르는 돌에는 이끼가 끼지 않는다.

## 9. 비교를 통해 특징을 부각시킨다.

- 특징을 시·공간적으로 비교해서 말한다.
- 차이점을 비교한다.
- 시간에 따른 과거와 현재와 미래를 비교하여 말한다.
- 공간적인 비교(장소, 지역차이, 장소의 영향 등)를 한다.

## 10. 상대방에게 통하는 말을 사용한다.

- 의미가 애매모호한 단어는 사용하지 않는다.
- 상대방을 배려하고 진심으로 이해시키고 싶다면 가능한 보편적이고 쉬운 용어를 사용한다.



## 4 심리적 설득기술



설득은 대부분 거절에서 시작된다. 처음부터 선뜻 응답해주는 사람이 몇이나 되겠는가? 거절당한 이유를 외부적인 요인에서 찾지 말고 자신에게 이유가 있다고 생각해야 한다. 그래야만 해결책을 찾아 개선하고 노력하며, 응답자의 입장에서 요구하는 사항을 정확하게 파악할 수 있다.

### 사람의 심리를 이용하면 설득이 쉬워진다.

- 웃는 얼굴로 yes라고 말하게 하는 법을 몸에 익힌다.
- 기대고 싶은 인간의 심리를 이용한다.
- 한 번에 1시간 만나는 것보다 20분씩 세 번을 만난다.

### 설득 상대에게서 시선을 떼지 않는다.

- 상대를 응시하고 시선을 피하지 않고 상대를 쳐다보면 상대는 상당한 부담을 느끼는 동시에 강한 열의를 느낀다.

### 상대를 기분 좋게 해주는 것이 설득의 첫걸음이다.

- 상대가 좋아하는 호칭을 사용(선생님, 부장님, 사장님 등)하여 상대를 기분 좋게 해준다.

- 마음을 움직이는 미묘한 어감을 사용한다(예, '나는 이렇게 생각합니다' 보다는 '우리는 이렇게~'로, '꼭 말씀 드리고 싶은 것이 있습니다' 보다는 '꼭 들어주셨으면 하는 말씀이 있습니다'라고 표현함).
- 유쾌한 이미지를 만드는 것이 설득의 첫걸음이다.

### 맞장구는 성의 있게 얘기를 듣고 있음을 표현한다.

- 아무리해도 지나치지 않는 말은 '고맙습니다'이다.
- 의자는 낮게, 몸은 약간 앞으로 굽혀서 적극적인 자세로 듣는다.
- 상대의 요점을 요약해서 진지함과 이해하고 있다는 표현을 한다.
- 상대의 질문에 답하기 전에 2~3초 동안 깊이 생각한다.

### 귀 기울여 듣고 적당한 때에 상대가 납득하도록 얘기한다.

- 안되면 과감하게 물러날 줄도 알아야 한다.
- 아무리 부탁하고 협조를 유도하여도 끝까지 거부하는 경우, 다음에 한발 더 나아갈 것을 생각하여 일단 물러난다.

### 응답자의 질문은 중요한 메시지로 대답에 따라 성패가 좌우된다.

- 호감을 보이지 않는 상대의 마음을 바꾸는 가장 좋은 시점을 잘 파악해 싫다는 말을 할 수 없는 상황을 만든다.
- 단, 끝까지 거부하는 경우 애매한 단계에서 세상 돌아가는 얘기로 화제를 바꾼다.

### 인간관계를 맺는 데는 상대 이름을 많이 부르거나 사적인 화제가 효과적이다.

- 허물없는 대화를 위해서 식사나 차를 마시면 분위기를 바꿔 마음을 열게 한다.
- 대화를 할 때 상대방의 이름을 부르면 친밀도가 높아진다.
- 사생활을 공유하면 친밀감이 생긴다(배우자, 자녀, 취미, 고향 등).

## 설득이 실패하면 그 이유를 분석한다.

- 설득이 실패할 때 자신에게 잘못이 있다고 생각하면 해결책이 보인다.

## 안부편지나 문자 등은 상대방을 기분 좋게 하고 만나는 시간보다 횟수를 늘린다.

- 많은 시간과 노력으로 먼저 방문한다는 편지를 보내고 상대방의 일정에 맞추어 약속을 하여 만난다.
- 시간을 내준데 감사의 말을 이메일이나 휴대폰 메시지로 전달한다. '고맙습니다, 만나서 매우 반가웠습니다' 등 좋은 인상을 주어 다음을 기약한다.

## 처음 부탁을 할 때에는 전자우편은 가급적 삼가한다.

- 상대방에게 부탁하는 가장 좋은 방법은 직접 만나는 것이다.
- 그것이 여의치 않으면 전화를 이용한다(부탁을 할때는 편리한 방법보다 성의를 보여줄 수 있는 수단을 이용한다).

## 'Yes But'의 논리를 활용한다.

- 적극적인 도전 자세와 대담한 태도를 보여준다.
- 밀져야 본전이라고 생각하면 마음이 훨씬 가벼워진다.
- 비장한 각오로 개성을 살려 거리낌 없이 말을 거는 일 또한 호감을 얻을 수 있다.
- 상대의 얘기를 이해해주면서 반론을 펼친다.
- 거절해도 계속 부탁하고, 또 찾아가 고개 숙여 부탁하면 응답자가 부담을 갖는다.
- 시간을 두고 설득하는 것도 때론 좋은 방법이다(매번 방문 시 성의를 다해야 상대의 마음을 움직임).
- 매번 부탁을 거절당한 후 발길을 끊어 상대의 궁금증을 준 뒤, 1~2달 후 다시 조사를 부탁하여 본다(화난 사람에게 맞대응을 절대 피하고 진정된 후 얘기함).

## 설득법에 따른 예시

**문간에 발 들여놓기(단계적 설득법)** 작은 제안부터 시작해서 차츰 큰 제안을 하는 방법

- 예 한 장짜리 설문지를 해 달라고 부탁한 후, 받아 주면 “기왕 하는 김에 5장짜리 설문지 하나 더 있는데 그것도 해 달라”고 하는 경우

**면전에서 문 닫기(양보적 설득법)** 먼저 큰 요구를 해서 거절당한 다음에, 진짜 원했던 작은 요구를 하면 상대는 거절 후의 죄책감 때문에 잘 받아들인다.

- 예 50권짜리 전집 책을 들여 놓으라 권유했다가 거절당한 후, “5권짜리 세트라도…”하고 요청한다.

**낮은 공 효과(추가적 설득법)** : 상대가 수용할 만한 가벼운 요구에서 시작해 조건을 더해가는 방법

- 원했던 결과의 일부에 해당하는 것에 먼저 개입하게 만들어, 그 다음 단계도 받아들이게 만드는 것 (일단 개입하면 잘 취소하지 않음)

- 예 OO자동차가 미국 시장을 개척할 때, 아주 낮은 가격으로 자동차를 구입할 수 있다고 광고한 후, 막상 구입하려고 하는 시점에서 여러 옵션들에 따른 추가 비용들을 제시한 사례

**사회적 증거의 원리** : 다른 사람들의 선택 자체가 사회적 증거의 기능을 한다.

- 유사한 상황에서 다른 사람들도 같은 선택을 했다는 것을 알려 줌으로써, 당사자도 그 선택을 하는 것이 좋겠다는 쪽으로 유도

- 예 “다른 사람들도 다 이런 선택을 했다.” “대부분은 다 이렇게 한다.” 등

**사회적 인정, 지지** : 다른 사람의 인정을 받고 싶어 하는 인정 욕구가 큰 사람의 경우, 권장하는 선택이 그러한 측면에서 유리할 것임을 호소하는 것이 효과적이다.

- 예 “이렇게 하는 것이 많은 사람들의 인정을 받는 데 유리할 거다.” “이렇게 해야 승진에 유리할 거다.”





## 화난 상대를 침착하게 만드는 요령

### 1 휴식을 취한다.

**요령 1** 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 2** 상대방이 흥분해서 소리치는 동안 조용히 듣는다. 상대방의 얼굴을 똑바로 보며 가만히 있다가 상대방의 화가 가라앉은 시점에서 다른 화제로 바꾼다.

### 3 주제를 바꾼다.

**요령 3** 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 4** 상대방의 분노에 근거가 있을 때는 솔직하게 사과한다. 상대방의 분노에 연연해서는 안 된다. 솔직하게 사과하고 설득을 시킨다는 본래의 목표를 달성한다.

### 5 조금 양보한다.

**요령 5** 상대방의 분노가 좀처럼 가라앉지 않을 때는 조금 양보한다. 쉽게 양보하면 만만해 보여 더 큰 양보를 요구받을 수 있으므로, 다른 방법을 시도해도 안 되었을 경우에만 이 방법을 사용한다.

### 6 다른 사람에게 설득을 부탁한다.

**요령 6** 다른 방법을 모두 시도했는데도 상대방의 분노가 가라앉지 않을 때는 다른 사람(이웃, 이장, 통장 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.

## 숙련된 설득경험자가 사용하는 기술



### 1 당근과 채찍 작전

**설득기술 1** 가계조사까지 응해줄 거라고 생각했는데 상대방은 경찰 조사만 응대해준다고 한 경우 상대방에게 일단은 실망스러움을 전한다(채찍), 조사에 협조하도록 상품권 또는 답례품을 이용하여 부탁한다(당근).

### 2 자기비하 작전

**설득기술 2** 자신의 제안을 상대방이 반대할지도 모른다는 생각이 들면 자신을 비하한다. 이로 말미암아 상대방은 심리적 벽을 낮추기 때문에 제안이 받아들여지기 쉬워진다. 단, 자기비하가 지나치면 신뢰를 잃을 수 있으므로 주의해야 한다

### 3 변속기 변환 작전

**설득기술 3** 설득포인트가 3가지가 있을 경우, 우선 첫번째에 대해 절충하다가 최종적인 설득을 하지 않은 채 두번째로 옮겨간다. 두 번째에 대해서도 마찬가지로 설득에 이르지 못한 상태로 세 번째에 대한 논의로 옮겨간다. 이것을 몇 번 반복한다. 변속기처럼 변환을 반복하다 보면 상대방은 혼란스러워져 이쪽 조사에 수락하기 쉬워진다.

### 4 유감 작전

**설득기술 4** 거의 최종 설득에 이르고 한 두 가지 어려운 문제만 남았을 때, '지금까지 돌이켜 고생했는데 여기서 단념하는 것은 정말 유감입니다'와 같이 지금까지의 노력을 되돌아보게 한다. 상대방을 어떻게든 설득하려고 다른 방법으로 대안을 제시한다.

### 5 양보 반복 작전

**설득기술 5** 복잡한 내용에 대해 설득할 때는 장시간에 걸친 논의를 몇 번 하는 것보다 한 번에 끝내거나 시간을 짧게 하고 횟수를 늘린다. 그리고 매번 작은 양보를 유도하도록 노력한다. 작은 양보이기 때문에 상대방은 그다지 거부감을 느끼지 않으나 이것이 반복되면 이쪽에는 큰 성과가 된다.

### 6 포커페이스 작전

**설득기술 6** 예를 들어 경찰조사에 응대하기로 약속했는데 상대방이 가계조사까지 약속하였을 때 기쁜 마음으로 감사 인사를 한다. 단, 상대방이 지나치게 협조적이거나 바로 응답 약속을 하는 경우 반복할 가능성이 있으므로 항상 간격을 두고 조사에 참여하는지 확인할 필요가 있다.



## 민원 응대요령

1

### 첫인사 및 방문목적 확인

- (1) 민원인이 민원실에 들어오면 ⇨ 민원인과 가볍게 눈을 맞춘 후 공손하게 인사한다.
- (2) 민원인에게 방문 목적을 먼저 확인한다.
  - 주의** - 민원인이 방문하였을 때, 동료들과 잡담하는 등 무관심한 태도를 보이지 않는다.
  - 첫인상이 나쁘면 민원 해결이 어려워질 수 있으므로 특히 주의해야 한다.

2

### 민원상담 및 끝인사

- (1) 민원인의 말을 경청하면서 ⇨ 중요하거나 잊어버리기 쉬운 내용은 메모하고, 적절하게 고개를 끄덕이거나 대답을 하며 공감을 표시한다.
  - 주의** 민원인의 말을 중간에 끊거나 하품이나 컴퓨터를 조작하는 등 무성의한 태도로 민원인의 마음을 상하게 하지 않는다.
- (2) 민원상담을 할 때는 ⇨ 어려운 용어나 절차 등은 민원인의 입장에서 알아듣기 쉽게 설명한다.
- (3) 민원인이 반복해서 질문하는 경우 ⇨ 자신의 업무범위만 내세워 소극적으로 대처하지 않고, 민원인의 질문과 요구에 최대한 쉽고 상세하게 설명하고 적극적인 해결 노력을 보인다.
  - 주의** 민원인이 민원해결을 위해 시간과 비용을 쏟지 않도록 최선을 다하여 돕는다.
- (4) 현장에서 바로 처리되지 않는 민원은 ⇨ 처리에 소요되는 시간이나 절차 등을 자세히 알려준다.
- (5) 민원인이 돌아갈 때는 공손하게 인사한다.

3

### 불만민원 응대요령

- (1) 상담 중 민원인과의 마찰 또는 갈등이 발생할 우려가 있을 경우 ⇨ 재빨리 부서장 또는 상급자가 적극적으로 개입하여 민원인을 진정시키고 마찰이 커지지 않도록 노력한다.
- (2) 민원인의 요구사항을 들어줄 수 없는 경우 ⇨ 관련 제도와 법령을 쉽고 자세하게 다시 설명하고, 요구사항을 들어줄 수 없어 안타까운 마음을 표현한다. 그리고 민원인의 요구사항에 대한 대안적 해결방안을 적극적으로 찾아 지원할 수 있도록 노력한다.
- (3) 민원인이 지속적으로 반복 민원을 제기하는 경우 ⇨ 민원신청·답변내용을 다시 설명하거나 다른 해결책을 모색 하는 등 민원해결을 위해 최선을 다하는 모습을 보인다.
  - 주의** 반복 민원에 해당하더라도 일단 접수한 후, 처리과에서 민원법 시행령 제21조에 따라 종결 처리하여야 한다. 다만, 종결 처리하는 경우에도 민원인을 이해시키는 것이 중요하다.
- (4) 상급자나 기관장과의 면담을 요청하는 경우 ⇨ 면담 요청 사유를 물어본 후 특별한 사유가 없는 경우, 민원의 세부 내용을 가장 잘 아는 사람이 담당자임을 알리고, 담당자와의 상담을 유도한다. 그래도 상급자 면담을 계속 요청할 경우, 상급자에게 보고하고 상황에 맞게 면담을 실시한다.
  - 주의** 기관장 또는 상급자와 면담 가능한 별도의 제도(예:기관장과의 대화 등)가 있는 경우, 이를 안내하고 신청을 유도한다. 가급적 관리자와 면담을 주선하는 방안을 강구해야 한다.

- 출처 : 공직자 민원응대 매뉴얼



## 1 첫 인사 및 용건확인

- (1) 전화벨이 울리면 ⇨ 벨이 3회 이상 울리기 전에 빨리 수화기를 든다.  
 민원인에게 인사를 한 후 소속과 성명을 밝힌다.  
**주의** - 부득이하게 전화를 늦게 받았다면 양해를 구한다.  
 - 상대방이 알아듣기 좋은 속도와 발음으로 친절하게 말한다.
- (2) 민원인에게 전화한 용건을 물어본다.

## 2 민원상담 및 끝인사

- (1) 민원인의 말을 경청하면서 ⇨ 적절하게 답변하고 공감을 표시한다.  
**주의** 단답형 답변보다는 민원인을 배려하는 표현을 쓴다
- (2) 중요하거나 잊기 쉬운 내용은 메모한다. ⇨ 어려운 용어나 절차는 알기 쉽게 풀어서 설명한다.  
**주의** 민원인의 말을 중간에 끊지 않는다.
- (3) 민원상담이 끝난 후에 ⇨ 추가적으로 필요한 사항은 없는 지 물어본다.  
 “감사합니다” 등 공손한 끝인사 후 전화를 끊는다.  
**주의** 민원인의 말이 끝나기 전에 먼저 전화를 끊지 않도록 주의한다.

## 3 불만민원 응대요령

- (1) 전화로 처리 불가능한 민원을 제기하며 언성을 높이는 경우 ⇨ 전화로 처리 가능한 민원에 대하여 설명하고, 전화로 접수·처리 불가능한 민원은 서면으로 제출하거나 방문하도록 유도한다.
- (2) 민원인의 구체적 요구사항이 있으나 이를 들어줄 수 없는 경우 ⇨ 관련 제도와 법령 등을 들어 다시 자세하게 설명하고, 요구사항을 들어줄 수 없어 안타까운 마음을 표현한다.
- (3) 민원인이 구체적 요구사항 없이 하소연을 하는 경우 ⇨ 민원인의 말을 끊지 말고 성실하게 경청하고, 예의바르게 응대한다.
- (4) 민원인이 동일한 내용으로 반복 민원을 제기하는 경우 ⇨ 그동안의 민원신청·답변내용을 다시 설명하거나 다른 해결책을 모색하는 등 민원해결을 위해 최선을 다하는 모습을 보인다.
- (5) 상급자나 기관장과의 통화를 반복하여 요청하는 경우 ⇨ 특별한 사유가 없는 경우, 민원내용을 가장 잘 아는 담당자와의 상담을 유도한다. 그래도 상급자와의 통화를 반복하여 요청할 경우, 상급자에게 사전에 민원내용을 보고한 후, 특별한 경우를 제외하고는 통화하도록 하거나 별도의 면담제도(예:기관장과의 대화 등)가 있는 경우 이를 안내한다.

- 출처 : 공직자 민원응대 매뉴얼

PART 03



## PART 03



# 조사거절 사례 유형별 대응 방법

1. 일반적 대응 방법
2. 가구부문
3. 사업체부문
4. 지방청별 주요 불응 설득 노력

경인지방통계청

동북지방통계청

호남지방통계청

동남지방통계청

충청지방통계청





# 1 일반적 대응 방법



조사 현장에서 응답자들이 조사를 거절할 경우 당황하지 말고 그 거절의 이유를 생각하면서 이에 대해 철저히 대비하여야 한다.

## 사례 : 낯선 사람의 방문(조사대상자 수기)

“안녕하세요. 통계청 직원인데, 이곳은 통계청에서 조사하는 표본 조사구이건데요...”라며 약간은 경계하는 내게 취업 및 실업 등 국가 고용정책의 기초 자료로 쓰이는 조사를 하는 지역이라며 기본적인 인구조사인 가족들의 실제 생일과 학력 및 직업 등을 물었다.

당시 가사로 쉬고 있는 내게 취업 자리를 알아보지 않았는지 구직의사는 없는지 등등 이것저것 질문을 하는데 기분이 그다지 유쾌하지는 않았다.

낯선 사람의 방문. 공적인 업무라 해도 이사 온 지 얼마 안 되는데 그동안 살면서 이런 조사가 없었는데, 의심스러운 마음까지 겹쳐 나도 모르게 얼굴은 짜증스러움으로 일그러졌고, 그 '기분 나쁜 느낌'이 통계청 직원에게 전달되었음이 틀림없었다. 그런데 다음 번 방문에는 다른 직원과 함께 방문했다.

선물을 들고 같이 온 한 직원이 웃으면서 “집이 깨끗하네요, 집을 수리하셨나 봐요. 이렇게 고치려면 얼마나 들어요,” “우리도 집을 수리해야 될 텐데...” 하며 말을 건넸다. 그 이야기를 듣는 순간 지난 번 느꼈던 거부감과는 달리 닫혔던 마음의 문이 서서히 열리는 듯한 느낌을 받았다.

출처 : 가구부문 응답자 수기공모 및 체험사례집

## 1. 지금 당장 불편하다는 경우

| 응답자가 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 응답자는 조사에 협조적이었음을 강조하기

| 조사에 응하는 것 자체를 귀찮아 하고 그 상황을 회피하고 싶어서 거절하는 경우 |

일반적으로 응답자들이 귀찮아 하는 이유는 아래와 같다. 하지만 조사 담당자는 자신의 모든 능력을 발휘해서 응답자를 설득하도록 노력해야 한다.

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

위의 4가지에 대해 자세히 알아보자.



① 낯선 사람들과 이야기하고 싶지 않다.

- 사람들은 상대방에 대한 정보가 없고, 그 사람이 자신에게 득이 되어줄 사람인지 해가 될 사람인지를 판단할 수 없기 때문에 낯선 사람과 이야기하고 싶지 않은 경우가 많다.
- 조사담당자는 응답자들의 경계심을 해소시키기 위해 친근하고 자연스럽게 접근하고 첫인상을 좋게 하기 위해 아래 사항을 숙지한다.

- 시간 약속을 한 경우, 시간을 반드시 지켜라.
- 웃는 표정을 잃지 마라.
- 꾸밈없는 자연스러움을 유지하라.
- 배려하는 눈길과 말투를 유지하라.
- 긍정적이고 당당한 태도를 보여라

- 낯선 사람과의 시간 약속의 준수는 바로 그 사람에게 줄 수 있는 신뢰의 증거이기 때문에 시간 약속은 반드시 지켜야 한다.
- 밝고 환한 표정은 응답자로 하여금 낯선 사람에 대한 불안을 감소시켜 주며, 조사 직원 스스로가 긴장하고 있지 않다는 것과 응답자에게 위협이 되지 않을 것이라는 신호로 해석된다.
- 아무리 밝은 표정을 지으려 노력을 하고 미소를 지어도 그 표정과 미소가 자연스럽게 못하고 가식적으로 보이면 응답자는 더욱 경계하게 되므로, 자연스러움을 유지하도록 노력한다.
- 조사 담당자가 응답자를 친구처럼 생각하면 자연스럽게 받아들일 수 있고, 배려하는 눈길과 말투도 유지될 수 있다.
- 조사 담당자는 조사에 대한 자부심과 책임감을 지니고, 응답자로부터 협조를 받아 조사를 할 수 있다는 자신감을 갖고 상대방을 설득한다.
- 긍정적인 생각과 책임감, 당당한 태도는 응답자로 하여금 조사 담당자의 말과 행동에 대한 신뢰를 갖게 하고, 점차 조사직원의 설득을 받아들일 수 있게 한다.

## ② 지루하고 재미없는 것에 시간을 낭비한다.

- 응답자들은 조사라는 것이 자신의 의지나 흥미와는 관심이 없는 일이기 때문에 그것이 지루하고 재미없는 질의응답이 될 것이라는 선입견과 편견을 지니고 응답을 거절하기도 한다.
- 조사 담당자는 조사에 대해 설명을 할 때, 응답자와 어떤 관련이 있는지, 응답자가 자신의 지식과 경험 내에서 얼마나 쉽게 응답을 할 수 있는 것인지를 구체적인 사례를 들어 설명하면서 응답자가 조사에 흥미를 갖도록 유도한다.

## ③ 긴 시간 나를 못 살게 굴 것이다.

- 응답자가 조사에 소요되는 시간을 이유로 거절하려는 경우, 조사 담당자는 평균적인 조사 시간을 이야기 해준다. 예를 들어, '30분 정도 걸리는 조사입니다.' 라고 알려 주고, 바로 이어서 '협조를 잘 해주신 분들은 20분만에 끝나기도 합니다.'라고 말을 해서 시간에 대한 부담을 재차 경감시켜준다.
- '귀찮음'을 이유로 거절하는 경우에는 시간이 큰 문제가 되지 않을 수 있으므로, 응답자가 '얼마나 걸리는데요?'라고 직접 질문하는 경우 이외에는 설득 과정의 가장 마지막에 이야기하는 것이 유리하다.
- 설득 초기에 시간을 묻는 응답자는 적극적으로 거절할 의사가 있는 경우이므로 실제 시간보다는 조금 짧은 시간을 제시하고, 그 정도의 시간은 내줄 수 있지 않느냐 하는 점에 초점을 맞춰 설득한다. 이런 응답자는 이 시점에 설득을 하지 못하면 더 이상의 설득의 기회를 주지 않는 경향이 있다.

## ④ 나에게 아무런 이득도 없을 것이다.

- 응답자가 '이런 조사하면 뭐합니까?', '나하고 관련도 없는 조사!'라는 반응을 보이는 경우, 자신에게 돌아오는 것은 없고, 시간만 뺏긴다는 계산을 하고 있는 것으로 볼 수 있다.
- 이런 이해득실이 빠른 응답자로 판단되었을 때는 답례품을 꺼내 보이면, 응답자의 호기심을 발동시켜 협조를 구할 수도 있다.

## 2. 조사에 응하지 못할 개인적 고충

### ① 응답자의 신상 문제

- 오랫동안 실직 상태인 가장이거나 대학 졸업 후 장기간 취업을 하지 못한 경우, 신용불량 상태로 경제적인 어려움을 겪고 있는 경우에는 조사에 쉽게 응해주지 않는 경향이 있다. 이런 경우 응답자들은 사람들을 만나기를 꺼리는 대인기피 증상을 보이거나, 사람들과의 대화에 무표정하고 무반응하거나, 작은 자극에도 쉽게 분노를 표출하는 성향을 보인다.

#### 시각 장애우의 협조 사례

시각장애인 주부를 방문했다. 아주머니는 “그런 일은 성한 사람이나 할 수 있는 일인데, 우리 집은 빠주면 안되겠느냐?”고 하였다. 사실 그럴 것이다. 나는 잠시 주춤하였지만, “통계조사를 하기 좋은 곳만 골라서 조사하게 되면 아주머니처럼 사시는 분들은 모두 통계조사에서 빠지게 돼 정확한 통계를 작성할 수가 없습니다”라고 설명했다. 그랬더니 아주머니는 “한번 해보겠다”며 흔쾌히 받아 주셨다.

그날부터 나는 날마다 그 집을 방문하여 가계부를 받아 적었다. 며칠을 방문하니 아주머니는 “점자를 아니까 매일매일 점자로 적어 놓았다가 매월 초에 읽어 줄 테니 한꺼번에 받아 적어가라”며 안쓰러운 마음으로 대해주셨다. 마음에서 마음을 전한 것이다. 아주머니의 따뜻한 마음과 배려가 나에게서 그녀가 장애인이라는 타이틀을 지워 주었다. 소외된 계층의 삶이라 해서 배타적인 것이 아니라는 사실을 일깨워 주었던 것이다.

출처 : 통계조사 현장체험수기

- 응답자가 이러한 성향을 보이는 경우, 그 사람의 개인적 신상문제를 염두에 두고 매우 신중하게 접근하도록 하며, 항상 친절하고 부드러운 첫 인상을 주어 응답자의 경계심과 불안을 해소해 주도록 노력한다. 무엇보다도 진심으로 상대방을 배려하는 마음을 느낄 수 있도록 한다.

### ② 응답자의 상황 문제

- 응답자가 질환이 있거나 병원에 입원해 있는 경우, 집안에 경조사가 있는 경우, 심신이

미약한 노인들만 있는 경우, 경제적으로 너무 궁핍해서 다른 사람들의 방문을 꺼리는 경우, 맞벌이나 기타 사유로 집에 있을 때가 거의 없는 경우 등 응답자의 상황이 적합하지 않아 거절하는 경우가 많다.

- 이처럼 응답자가 조사에 응하기 어려운 상황에 처해 있는 경우 조사 담당자는 그 상황을 정확히 판단하여 조사관리자와 상담을 통해 대상 표본을 더 설득할 것인지 아니면, 대체 표본을 찾을 것인지를 결정한다.

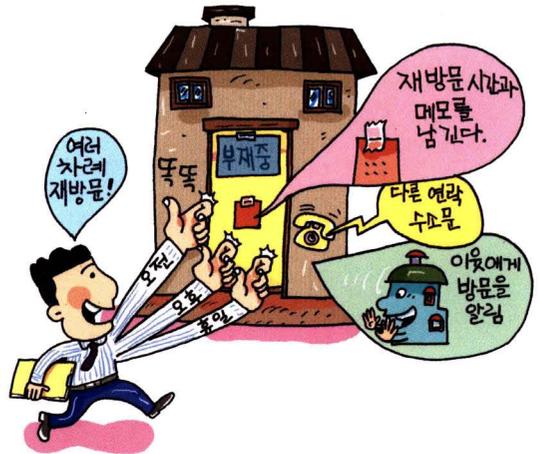
### 우울증 주부와와의 인연 사례

우울증 주부 남편이 자살한 가구를 방문하게 되었습니다. 아주 무섭게 칼을 들이대면서 나가라고 외칠 때도 있고, 당장 먹고 사는 데도 급급한 사람이 가게부는 무슨 소리라며 “내 집에서 당장 나가요” 외마디를 질렀다. 너무 놀라 더 이상 말도 못 꺼내고 뒤돌아 나올 수밖에 없었습니다. 그 이후 출장 시 그 가구를 지나칠 때마다 아이들이 생각이 나서 아이들 과자와 학용품을 조금 준비하여 제 마음을 전했습니다. 한 두어 달이 지나자 아이들이 제 마음을 알았는지 마음의 문을 열기 시작했습니다. 다행히 아이 엄마도 뒤늦게 마음의 문을 열어 주었습니다.

출처 : 통계조사 현장체험수기

### ③ 응답자 부재중

- 이웃이나 통장, 또는 경비원 등의 도움을 받아 자신의 방문을 알리고, 연락처와 추후 방문 계획에 대한 메모를 남기거나, 다른 연락처를 수소문해서 연락을 취하고, 다른 연락처를 알 수 없을 때는 평일·휴일, 오전·오후·저녁으로 시간대를 나누어 번갈아 재방문을 해서 접촉할 방법을 찾아본다.



### 3. 조사에 대한 오해와 불신

- 최근 개인정보의 악용으로 인한 피해 사례가 많아지면서 조사를 통해 드러나는 자신의 신상정보 및 경제활동정보 등을 이용, 정부의 다른 기관에서 자신을 추궁하거나 자신을 처벌할 수도 있다는 오해 때문에 조사를 거절하는 경향이 있다.
- 신용불량 상태인 집안의 가계부조사를 해야 하는 경우 자신의 수입과 지출이 금융기관에 노출될까 두려워 조사에 응하지 않는 경우가 있다. 사업체의 경우, 매출과 지출에 대한 정보가 세무서에 노출될까 우려해 조사에 응하지 않는 경우도 있다.
- 조사직원은 통계법 상의 정보 보호에 대한 사항을 확실히 숙지하고 응답자에게 제대로 설명하여 오해를 풀어 주어야 한다.

### 4. 조사기관 또는 정부기관에 대한 불신

- 일부 응답자들은 정부에서 하는 일은 모두 부정적으로 바라보고 의심을 하기도 한다. 정부기관의 정책과 의사결정에 대한 불만과 불신이 정부기관의 조사에 대한 불신으로 연결되는 경우도 많다.
- 이럴 경우 조사 지침에 나온 대로 조사의 목적과 그 활용에 대해 명확히 설명 후 통계청의 조사 결과 획득된 조사 자료의 사용 주체가 정부만이 아니라, 온 국민이라는 사실을 주지시켜 설득하도록 한다.
- 또한 언론과 일반 시민들도 통계 자료를 통해서 정부기관의 정책과 행정을 감시할 수도 있으며, 통계자료에 기초해 정부의 문제점을 지적하고 제안할 수도 있다는 점을 잘 설명해 준다.

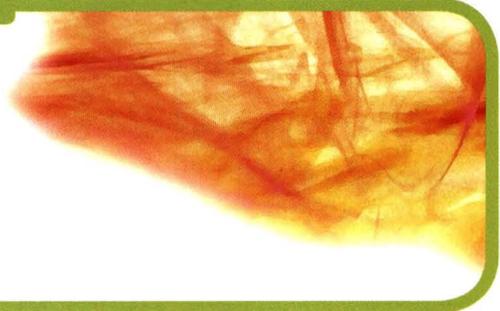
## 5. 조사직원에 대한 불신

- 최근 조사를 빙자한 마케팅이나 사기까지 기승을 부리고 있어 때로는 응답자들이 '조사'라는 말만 들어도 의심과 불신의 눈길을 보내는 경우가 있다. 이는 조사직원 자체에 대한 불신과 의혹으로 이어져 조사에 동의해주지 않을 수 있다.
- 가구 방문 조사의 경우 이러한 불신이 더욱 심한데, 특히 노인 가구 방문 시, 이러한 노인대상 사기 행각으로 인한 피해의식이 강해 조사직원과의 만남 자체를 기피하는 사례들이 많다.
- 조사 담당자는 응답자 방문할 시 조사직원증을 항상 착용하며, 통계청에서 발행한 조사 안내 책자와 공문 등을 응답자에게 함께 제시하고 설명할 준비를 갖춘다.





## 2 가구부문



현장조사에서 대부분의 응답자는 가능하면 통계조사를 거절하려 여러 가지 이유를 대며 피하는데, 이때 조사직원은 본 조사의 목적과 중요성에 대해 짧고 분명하게 설명하여 응답자가 조사에 참여할 수 있도록 설득해야 한다. 이를 위해 우선 조사직원은 조사대상처 방문 시 조사직원증을 패용하고 자신의 소속과 이름을 명확히 밝혀 신뢰감을 쌓고, 응답내용은 오직 통계 목적만으로 활용되기에 응답자의 개인정보는 철저히 보호된다는 사실을 반드시 알려줘야 한다.

하지만 어떤 응답자들은 조사직원의 이야기에 관심을 보이지 않거나, 조사직원의 어떠한 말이나 행동에서도 반응을 보이지 않음으로써 말 붙이기 자체를 무시하기도 한다. 이런 경우 억지로 설득을 시도하면 곧바로 적대적 불응으로 연결될 수 있기에 조사직원은 불응 유형별 대응방법을 참조하여 사전준비를 철저히 해야 한다.



## 1. 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, 돈벌기에 바빠다는 등의 이유로 면접을 거부하는 경우가 많다. 또한 면접에 응하더라도 원치 않는 항목에 대한 응답 거부가 많은데 아래 표를 참조하여 소득계층에 따른 불응 대응방안을 마련한다.

소득계층에 따른 불응 유형과 대응방안

구분	불응사유	대응방법
상위계층	신분노출, 소득노출 등을 염려하여 면접기피	통계법의 비밀보호를 설명하고 꾸준한 설득이 필요. 통장 또는 부녀회장의 협조를 얻어서 면접 시도
하위계층	가정결손, 피해의식, 정부불신, 신용불량자의 신분노출 기피, 돈벌기에 바빠서 등 면접거부, 응답거부	집주인이나 이웃집의 도움으로 면접 시도, 답례품도 있음을 알리고, 통계법의 비밀보호를 설명

### 예시 가정사정이 어렵다며 불응하는 가구

**상황예시** 가구주는 정리해고된 상태이며, 남편은 지방에서 일하고 계심. 고등학생 아들은 학교에서 매우 늦게 하교하여 면접도 힘들고 지금 상황이 어려워 맘의 여유가 없으니 통계 조사에 응할 수 없다며 표본가구에서 빼달라고 함

**설득과정** 담당자가 자주 방문하고 면접을 하지 못하는 날도 항상 메모를 남겨 가구에 성심을 다하고 있음을 보여주고 꼭 만나겠다는 일념으로 저녁 늦게까지 불응가구 대문 앞 계단에 앉아 기다리고 있으니 가구주가 들어오라고 하였음. 가구주는 작년에 정리해고되어 이 상황에서 조사에 응해줄 수 없다며 그동안은 일부러 피해왔으니 표본에서 빼달라고 오히려 부탁을 함. 담당자는 가구주의 얘기를 들어주며, 위로가 될까 하여 본인도 남편이 건강문제로 25년간 일하던 회사에서 희망퇴직하였고, 담당자가 대신 일하러 나오게 되었다며 개인사를 털어놓은 후로 조금씩 마음을 열고 지금은 가계부에 양곡까지 성실히 작성해 줌

## 2. 주거 형태에 따른 불응 유형 및 대응방안

최근 도심이나 부도심, 또는 시골까지도 아파트들이 많이 들어서 있는 상황에서 고급 아파트의 경우 첨단전자장비 설치로 단지 입구에서부터 접근이 어려운 경우도 많다. 또 서민아파트의 경우에도 맞벌이 등으로 출타 중인 세대가 많아 면접이 어려운 경우가 많다. 단독주택이나 빌라는 아파트에 비해서 비교적 접근의 용이한 편이지만, 노인 가구, 빈곤한 가정 사정 등으로 응답을 기피하여 적절한 면접이 이루어지지 못하는 경우가 있을 수 있으므로 아래 주거 형태별 불응 대응방안을 참조하여 대응한다.

### 소득계층에 따른 불응 유형과 대응방안

구분	불응사유	대응방법
아파트	<ul style="list-style-type: none"> <li>고급아파트는 첨단전자장비 설치로 단지입구에서부터 접근이 어려움</li> <li>서민아파트는 맞벌이 등으로 출타 중이어서 면접이 어려움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>관리사무실을 방문하여 조사취지 설명하고 협조 구함(구내방송이나 아파트 게시판에 활용 및 홍보용 답례품을 제공하여 협조 유도)</li> <li>최근 역할이 커진 부녀회를 설득하는 것도 한 가지 방법</li> </ul>
단독빌라	<p>상대적으로 접근은 용이하나 맞벌이 가구로 빈집이 많고, 노인가구, 빈곤한 가정 사정 등으로 응답을 기피하거나 적절한 면담이 이루어지지 않음</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>통장이나 부녀회장, 이웃집 등 협조가 필요</li> <li>야간에 방문 등 꾸준한 설득 필요</li> </ul>

#### 예시

#### 대인기피가 심하여 면접이 어려운 장애인 가구

**상황예시** 영구임대아파트에 거주하는 뇌졸중 장애인으로 대인기피가 심하여 면접이 어려움. 경제활동인구조사와 가계부 둘 다 불응하는 가구로 인근 거주 가족이 방문하여 간병 등 가사를 돕고 있음

**설득과정** 간병 가족 방문 시 통계조사의 필요성을 알리고 적극적 협조를 요청하여 지속적인 설득을 실시함. 협조 편지와 리플릿을 지속적으로 남겨 통계조사 인지를 시도하였으나 심각한 대인기피로 현관 안에 들어가도 방에서 나오지 않고 면접을 거부하여 따라서, 그룹조 동행출장시도 간병가족 방문시간대에 맞추어 협조를 요청하였으나 면접을 거부해 실패함

### 3. 접근 시간대별 면접 곤란 유형

조사직원 입장에서는 오전이나 오후, 심지어는 저녁시간까지 면접에 활용해야 한다. 하지만, 오전시간은 야간근무, 주부의 아침



잠, 가족이 출타한 시간을 이용한 여가 활용 등으로 면접 자체가 어렵거나 면접에 응하더라도 달가워하지 않는 시간대이기 때문에 사전 약속이 되어 있지 않는 한 피하는 것이 좋다. 주부들을 대상으로 하는 경우에는 오후 시간대가 추천되지만 주부들이 저녁 준비를 위해 장보는 시간대(오후5시 정도)는 만나기 힘들기 때문에 피해야 할 시간대이다.

#### 접근 시간대별 면접 곤란 유형

구분	불응사유	대응방법
오전시간	야간근무, 주부아침잠, 가족이 출타한 시간을 이용한 여가활용 등으로 면접이 어렵거나, 면접이 가능하더라도 시간적으로 피해야 할 경우가 있음	<ul style="list-style-type: none"> <li>방문전화를 하고 시간 약속을 철저히 지킴</li> <li>방문안내 스티커를 적극 활용과 필요하다면 편지를 통한 설득</li> </ul>
오후시간	만날 수 없으므로 저녁 시장 보는 시간은 피해야 함(5시 이후)	
저녁시간	직장에서 돌아온 가족들이 모이는 시간 이므로 만날 수는 있으나 오붓한 시간을 방해하는 것 같은 느낌이 들며, 때론 주부들이 싫어할 때도 있음	

#### 예시 야간업무와 경제적 어려움을 이유로 불응하는 가구

**상황예시** 모녀 가정으로 가구주는 노래방을 경영하며, 미혼자녀는 인근 소규모 회사에 경리일을 하는 가정으로 평일에는 가구주는 낮에는 잠을 자기 때문에 문을 열어주지 않고 딸은 밤늦게 퇴근하다보니 너무 만나기 힘든 가정으로 주말에도 딸은 개인적인 용무로 면접하기 힘들어 가게, 경찰 조사를 불응함

**설득과정** 가구주의 노래방 세금관련으로 애로점을 해결해주시니 가구주, 딸이 통계청 조사에 관심을 보여 스마트폰 카톡을 이용하여 집, 회사에 전자기계부를 설치하여 기입하고 있으며, 경제활동조사는 인테넷을 이용하여 조사를 해주고 궁금한 사항은 스마트폰 카톡으로 올리면 즉시 해결해줌

#### 4. 교육 수준에 따른 불응 유형과 대응방법

- 대학원 이상의 고학력자들 또는 고급공무원, 의사, 판검사, 변호사 등은 통계에 대한 이해도 있고 협조도 잘 해 주는 편이지만, 때로는 신분 노출이나 경제적 소득관계 노출을 꺼려 조사를 거부하는 경우도 있다. 이런 경우 정부의 공식 통계임을 강조하고 사회 지도층이 솔선수범해 줄 것을 강조하면서 불응에 대응한다.
- 반대로 무학력자이거나 또는 저학력자의 경우, 통계에 대한 이해 부족으로 응답을 거부하거나, 건축노무자, 행상 등을 하는 사람들은 면접이 어렵거나 정부에 대한 불만이 많아 조사 거부를 하는 경우가 많다. 이런 경우 그들의 어려움과 불만을 함께 들어주고 누구나 사는 것이 그리 쉽지 않음을 함께 토로하여 서로 공감대를 이룰 수 있도록 한다. 오히려 한번 마음을 열면 협조를 잘 해주기도 하는 경우도 있고, 답례품이 설득에 효과적인 경우도 많다.

#### 교육 수준에 따른 불응 유형과 대응방법

구분	불응사유	대응방법
대학원 이상 고학력자	통계를 이해하고 협조도 양호하나 일부에서는 알보는 듯한 면접거부 등이 있음 (고급공무원, 의사, 판검사, 변호사 등)	꾸준한 노력이 필요. 정부의 공적인 통계임을 강조, 사회지도층에서 솔선수범하여 줄 것을 강조
무학 또는 저학력자	통계에 대한 이해 부족으로 응답거부하거나, 건축노무자, 행상 등 면접이 어렵거나 정부에 대한 불만이 많아서 불응하는 경우	요즘 생활하기가 어려움을 호소하는 등 공감대 형성이 필요함. 한번 마음을 열면 오히려 통계조사에 협조를 잘해 주기도 함. 설득용 답례품 활용 필요

#### 예시 통계청에 대한 믿음이 깨져 불응하는 가구

**상황예시** 연동 전입 후 가계부를 6개월 기입해주었으나, 집세 모니터링 때문에 기분이 상하여 불응. 당초 담당자만 아는 것으로 약속을 하고 조사에 응해주었으나, 본인 정보를 다른 곳에서 확인한다는 사실에 통계청에 대한 믿음이 깨졌다며 가계동향조사를 19개월간 거부함

**설득과정** 담당자가 지속적으로 방문하여 모니터링은 담당자가 조사를 잘하는지 본청에서 확인하는 전화이며, 통계청에서 조사된 자료는 통계청 외의 기관에서는 알 수 없다며 설득하고, 통계의 중요성과 통계법으로 개인 정보의 비밀이 보장되는 것을 재차 강조함. 그간 경제활동인구조사를 열심히 하는 담당자의 노고를 봐서 한번 써보겠다고 이야기함

## 5. 연령별 불응 형태 및 대응방안

- 노인가구의 경우는 경제적 어려움, 저학력, 통계에 대한 이해가 부족으로 거부하는 경우가 많다. 때로 자녀들이 노인들을 대상으로 한 사기 등을 염려하여 아무에게나 신상정보를 노출시키면 안 된다고 설득하여 조사 면접을 거부하는 사례가 늘고 있다. 노인가구를 방문할 경우에는 세심한 주의를 가지고 가능한 마음을 열도록 노력하고 가구 내 젊은 사람들이 있는 경우, 젊은 사람과 면담을 통해 통계조사의 취지를 충분히 설명하여 협조를 구한다.
- 20~30대들의 경우, 개인 사생활에 대한 강조와 정부 또는 공무원에 대한 불신이 팽배한 세대로서 조사에 쉽게 협조하지 않는 경향이 있다. 이들에게는 사생활 관련 정보를 통계처리 이외의 목적으로 사용할 수 없도록 통계법이 보호하고 있으며, 사생활 못지않게 정부 살림을 위한 국가 통계도 중요함을 강조하여 설명한다.

### 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	노인들의 마음을 열도록 노력하며, 가구내 젊은 사람과 면담하여 통계조사의 취지를 설명하여 협조 구함
20~30대	개인 사생활을 지나치게 강조하는 세대로 정부 또는 공무원을 불신하여 불응	사생활 보호도 중요하며 정부의 통계도 사생활 보호 못지않게 중요함을 설명하고 안내문 등을 활용하여 설득

#### 예시 **사생활노출에 대한 우려로 가계부 작성에 불응하는 가구**

**상황예시** 38세의 여자 가구주가 혼자사는 1인가구로, 혼자사는 여자다 보니 사회에 대한 불신이 많고, 그로인해 사생활 노출에 대한 우려가 많아 연동초기부터 강력 불응하던 가구

**설득과정** 경찰조사는 그런대로 응답해주고 조사표도 부탁하면 해주는 편이었으나, 가계부에 대해서는 시간이 없다며 강력거부하던 가구. 경제활동조사를 하며 서서히 친근감을 주려고 문자도 보내고, 답례품을 이용해서 일부러 근무하는 학교 행정실까지 가서 전달하며 '천천히 마음에 여유가 생기면 해주세요~'라고 재촉하지 않았다. 그러던 중, 전자가계부 아카데미를 조사구에서 개최하게 되어 참석협조를 구해 직접 차로 왕복으로 모셔다드리니, 마음이 많이 열린 것 같았다. 그리고 전자가계부 아카데미를 통해 통계청에 대한 의심도 해소되고, 적극적으로 협조해야겠다는 마음도 생겨 이번 9월달 첫 전자가계부를 입력해주심

## 6. 조사 단계별 불응 형태 및 대응방안

통계청에서 주관하는 주요 조사들의 조사 수행 단계별 불응 유형과 대응방법에 대해 아래 표를 참조한다.

조사 단계별 불응 형태 및 대응방안

구분	불응사유	대응방법
가구파악 단계	무조건 불응	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍보 팸플릿 활용</li> <li>• 통반장 도움 필요</li> <li>• 조사 필요성 설명</li> </ul>
인구조사 단계	사생활을 알려 줄 수 없다고 불응	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍보 팸플릿 활용</li> <li>• 조사의 당위성 설명</li> </ul>
경찰조사 단계	귀찮다고 불응	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍보 팸플릿 활용</li> <li>• 보조조사표 활용</li> <li>• 적은 시간만 할애하면 된다고 강조</li> <li>• 조사의 목적, 자료의 활용 설명</li> </ul>
가계조사 단계	바빠서 가계부 쓸 시간이 없어서 불응	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍보 팸플릿 활용</li> <li>• 표본조사 설명</li> <li>• 답례품 활용</li> </ul>
사회통계 등	너무 귀찮게 한다고 불응	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 조사 안내장 활용</li> <li>• 조사 필요성 및 당위성 설명</li> <li>• 바쁜 경우 전화를 통한 조사 가능</li> </ul>



## 7. 불응 정도별 불응유형 및 대응방안

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

불응 정도별 유형 및 대응방안

구분	불응사유	대응방법
적대적인 불응	<ul style="list-style-type: none"> <li>정부불신</li> <li>타인의 응답도 방해</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>유머로 분위기를 누그러뜨린다.</li> <li>설득당했다고 느끼지 않도록 한다.</li> <li>논쟁을 피한다.</li> </ul>
무관심 / 무시	<ul style="list-style-type: none"> <li>면접기피</li> <li>귀찮아서 불응</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>귀가 솔깃한 제안을 한다.</li> <li>혜택이 있음을 설명한다.</li> <li>관심을 가지도록 유도한다.</li> </ul>
무지로 인한 불응	<ul style="list-style-type: none"> <li>노인층의 불응</li> <li>부인들의 불응</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>불응하는 이유가 단순하다.</li> <li>통계조사가 모두를 위함을 알려준다.</li> <li>개개인의 비밀사항은 조사하지 않는 것을 알려준다.</li> <li>질문에 성실히 응해준다.</li> </ul>

- 적대적인 불응은 주로 조사에 대한 불신, 정부에 대한 불만 또는 응답자의 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 보이기 때문에 가능하면 적대적인 불응 의사를 표현하기 전에 잘 설득하여 유보적인 태도를 보이도록 해야 한다.
- 일단 응답자가 불응 의사를 강하게, 그리고 적대적인 말투로 표현한 경우 조사직원이 조사 협조를 다시 요청하게 되면 응답자는 더욱 강한 적대감과 불쾌감을 보일 수 있다. 이때에는 조사 협조 자체에 대한 직접적 설득보다는 한발 물러서서 분위기를 부드럽게 만들거나 지나치지 않은 적당한 유머는 이런 상황에 도움이 될 수 있다.
- 어떤 응답자들은 조사직원의 이야기를 처음부터 듣지 않으려 하거나, 듣는 중 마는 중 관심을 보이지 않거나, 반응을 보이지 않음으로써 조사직원이 말을 붙이기 어렵게 한다. 이럴 때는 솔깃한 제안을 해서 관심을 유도할 수 있는데 이런 경우 '아, 그런 것이었나?'라는 심적 반응이 나타날 것이다. 하지만 일부러 무관심한 척하는 사람들은 얼굴이 굳어 있거나 미간에 힘이 들어가 있고, 행동이 부자연스러운데 이런 경우, 억지로 설득을 시도할 경우 곧바로 적대적 불응으로 연결될 수 있으므로 혜택에 대한 이야기로 관심을 유도하는 것이 좋다.



## 3 사업체부문



### 1. 경기침체에 따른 경영악화

국내 경기 둔화로 인한 업종 분할 및 설비 축소, 종업원 감축 매출 감소 등으로 경영이 악화되자 사업체 측에서 통계 자료 제출을 회피하는 경우에는 가급적 사업체의 책임 있는 사람과 면담하여 설득을 시도한다.

예시

#### 경기침체에 따른 경영악화

**상황예시** 조명기구를 생산하는 OO실업(주)는 중국산 저가제품이 국내시장을 잠식하면서 매출이 급감하였고 이에 따라 경영수지를 개선하고자 불법외국인 근로자를 고용, 정부의 집중단속으로 조업활동에 지장이 초래 되면서 정부에 대한 불만이 고조되고 인력의 감축으로 사무인력이 부족해지면서 대표이사가 조사에 응답을 거부함

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

## 2. 정치 불신에 따른 정부불만

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

예시

### 정치 불신에 따른 정부불만

**상황예시** 기업활동실태조사 대상사업체인 OO세미테크(주)는 반도체소자 및 태양전지를 생산하는 업체로서 정부정책에 대한 불만이 팽배하여 통계자료 제공을 완곡하게 거부(회사 출입통제 및 응답자 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)

## 3. 치열한 경쟁에 따른 정보유출 우려

정보 유출을 우려해서 외부인의 출입을 철저히 통제해서 응답자를 면담하기 어려운 사례가 많다.

예시

### 치열한 경쟁에 따른 정보유출 우려

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

**설득과정** 응답자인 담당계장은 상사의 지시사항이기 때문에 어쩔 수 없다는 이유와 함께 조사 응답을 계속 회피하여 조사담당자는 팀장을 대동하고 사업체를 방문해 상사인 이OO 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 설득완료(회사에 도움이 되는 통계자료를 제공 할 것을 약속함)

## 4. 사업체 응답자의 업무과다

경기 부진과 경영 악화로 사업체 내부 구조 조정 등으로 직원 1인이 여러 가지 업무를 도맡아 수행하는 관계로 통계 응답에 대한 별도의 시간을 내기 어려운 애로사항으로 인해 자료 제공을 거부하는 사례도 종종 발생한다.

예시

### 사업체 응답자의 업무과다

**상황예시** 서비스업동향조사 대상사업체인 (주)OO여객은 시외버스 운송업을 영위하는 업종 특성상 응답자의 잦은 외출과 과중한 업무(총무업무와 경리업무 병행)로 통계조사 자료 취합에 어려움이 발생하여 조사가 지연되고 비협조로 이어짐으로 인하여 조사 담당자와 응답자간의 마찰로 조사거부 사태가 발생

**설득과정** 응답자와 유대관계 개선(식사 함께하기, 경조사 챙기기)을 위한 노력을 경주하고, 동 조사의 중요성을 상기시켜 적극적인 협조를 당부하여 응답자로 하여금 잠정자료 제출이 발생하지 않도록 노력하기로 하였음

## 5. 사업체 응답자 변경 시 응답거부

통계조사에 대한 응답은 부수적인 업무로 취급되어 일정기간 담당하던 직원이 진급 및 인사이동 시에는 신규직원에게 업무가 전가되고, 신규직원은 인수인계가 제대로 이뤄지지 않고 업무파악이 되지 않아 해결능력이 부족하여 조사응답 불응 사례가 발생한다.

예시

### 사업체 응답자 변경 시 응답거부

**상황예시** OO그린피아(주)는 제재목을 생산하는 종사자가 10인 이하인 소규모 업체로서 응답자가 퇴사한 이후 인수인계가 이뤄지지 않아 각재, 판재, 내장재, 테크재 등의 품목별 생산현황, 출하현황에 대해 구분하여 집계가 이뤄지지 않고, 신규 직원으로서 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

## 6. 사업체 상급자에 의한 응답거부

통계 자료 요청 기관이 많아지면서 업무에 지장을 초래한다는 이유 등으로 상급자가 조사 협조 요청을 거부하도록 지시함으로써 조사가 중단되는 경우가 있다.

### 예시 사업체 상급자에 의한 응답거부

**상황예시** (주) OO오탁스는 스위치를 생산하는 업체로 응답자는 조사에 적극협조하고 있는 우수협조 사업체인데 월간조사 이외의 연간조사인 기업활동실태조사를 실시하던 중 상사인 상무이사가 이 사항을 목격하고 통계조사가 너무 많아 업무에 지장을 초래하니 향후 모든 통계조사에 대한 응답을 거부하도록 응답자에게 지시 하는 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 대표이사과 상의 후 응답 여부를 결정하여 연락하기로 하여 당월 조사는 잠정보고, 차후 연락이 없어 재차 질의 한 결과 조사에 협조할 것을 약속하였고 응답자를 통하여 확정치 자료를 제출 받았으며 향후 유사중복 통계방지를 위해 적극적으로 노력할 것을 약속함으로써 문제를 해결부하여 설득완료(회사에 도움이 되는 통계자료를 제공 할 것을 약속함).

## 7. 영세업자의 응답거부

통계에 대한 인식 부족 및 자료 제출로 인해 추가 세금이 부과될 수 있다는 오해로 응답을 기피하는 영세업자들이 주로 이에 해당된다.

### 예시 영세업자의 응답거부

**상황예시** 서비스업동향조사 대상사업체인 O데이는 야간에만 운영하는 호프집으로 사업장 위치가 외진 곳에 있고, 사업장을 인수 후 영업실적이 저조하여 대표자가 조사응답을 거부 하는 사례가 발생

**설득과정** 동료직원을 대동하여 퇴근 후 직원회식을 겸하여 호프를 마시면서 대표자와의 대화의 장을 마련하여 현재의 경기 상황과 조사목적을 설명하고 영업수입에 대한 비밀보장과 함께 지역 내의 경기흐름을 파악하는데 많은 도움이 될 수 있도록 적극적인 협조를 당부하고 설득한 결과 조사를 완료

예시

### 영세업자의 응답거부

**상황예시** 횡집운업을 하는 어가가 가계수입에 대한 노출을 기피하며 응답을 거부함

**설득과정** 횡집 가서 회를 시켜먹고 설득을 시작함. 가계매출에 대해 노출을 하더라도 통계목적  
으로만 사용되며 전혀 세금 책정과는 무관함을 설명하고, 조사로 인해 습득한 비밀은  
엄격히 보장됨을 인식시켜서 조사에 응하도록 설득함

## 8. 통계조사 결과의 발표 내용에 대한 불신

통계에 대한 인식부족 및 정부 불신 풍조로 인해 정부에서 발표되는 모든 통계 내용을  
거짓으로 인식한 결과 조사에 불응하는 경우가 있다.

예시

### 통계조사 결과 발표 내용에 대한 불신

**상황예시** 인천 남동구에 소재한 싱크대 배수구를 생산하는 O스모(주)는 기업활동실태조사에  
대한 응답을 거부하여 설득지원을 하였으나 통계에 대한 인식부족과 대표자의 정부에  
대한 불신으로 통계결과에 신뢰감 상실과 통계자료 요청기관 과다로 업무지장을  
초래한다는 이유로 응답을 거부하여 조사 설득에 실패

예시

### 인식부족으로 인한 응답거부

**상황예시** 000식품은 가공차를 생산하는 사업체로서 통계청 본청의 전화모니터링 후 응답  
내용을 다시 검사받는 것 같아 기분이 매우 나쁘다며, 표본조사니까 다른 사업체를  
조사하라고 하면서 응답을 거부

**설득과정** 응답자 면접을 위해 인근지역을 수소문하여 집으로 방문하여 애로사항을 청취하고  
통계의 중요성 및 당위성 강조함. 그리고 현장조사 모니터링 전까지는 조사규격별  
로 생산 및 출하, 재고수량까지 정확하게 응답해 준 사업체여서 그간 응답에 대한  
고마움으로 베스트 응답자로 추천하여 포상을 전달함. 모니터링 점검에 대해  
응답자의 오해가 없도록 방법을 총동원하여 다시 조사응답 부탁해 문제를 해결하고  
현재 조사 중임

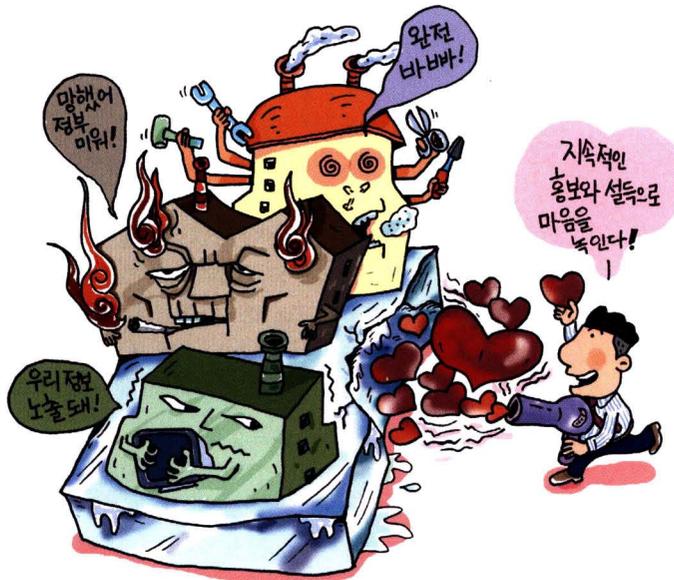
## 9. 사업주 변경에 따른 인수인계 미비

대부분의 회사가 사업주 및 응답자 변경 시 통계응답 관련 업무에 대해서는 인수인계가 거의 없으므로 조사에 불응하는 사례가 초래되기도 한다.

### 예시 사업주 변경에 따른 인수인계 미비

**상황예시** 서비스업동태조사 업체인 OO스파렉스는 대표자가 변경되었는데 대표자에게 통계 조사 대상사업체임을 사전에 보고되지 않은 상태에서 응답자가 자료제공을 한 사실을 인지하고 평상시 조사에 대한 인식이 좋지 않은 상태여서 응답자에게 당장 조사에 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 인식 변화로 조사 설득에 성공





## 4 지방청별 주요 불응 설득 노력

### 1. 경인지방통계청

구분	내용
불응 설득반 관련 (사업체 부문)	<b>구성</b> <불응 및 비협조 사업체 SOS 해결팀> 운영 - 농어업서비스업조사과장을 총괄 반장으로 서비스업동향 팀장 및 전자상거래팀장과 설득 및 조사경험이 풍부한 업무총괄로 4개조로 편성
	<b>운영 및 활동</b> - 불응, 비협조, 2개월 이상 잠정자료 제출, 조사과정에서 나타나는 문제 사업체 지원 - 현장조사 담당자의 요청 및 입력자료를 통하여 SOS 해결팀의 출동 여부를 결정 - 2012년 3월~11월까지 매월 잠정 및 비협조 사업체 설득을 출장 - 설득지원반은 「조사사업체 설득지원 활동 결과보고」를 서식에 의해 기록 유지하고 사례별로 분류하여 관리 - 활동결과, 설득과 불응 사업체수를 고려하여 우수 활동조에 포상 - 또한 결과자료를 체험사례 및 교육자료로 활용
	<b>실적 또는 효과 등</b> <2012년 설득 실적> - 총지원사업체 53개중 43개 설득(설득 성공률:81.1%) - 설득 사업체 중에 전수층으로 전국지수에 영향을 미치는 00(주) 00점 외 42개 사업체를 설득완료 - 설득방법으로 응답자 및 사업체 접근방법이나 설득내용에 대하여 공유함으로써 직원들의 대처능력 향상 - 문제 유형별 대처방법으로 비표본오차의 최소화 등
기타 불응 대응 노력	- 농어업팀 및 사무소는 각각 불응 및 비협조 설득지원 계획을 수립하여 운영

## 2. 동북지방통계청

구분	내용
불응 설득반 관련 (가구 부문)	<b>〈불응가구 설득 지원반〉 운영</b> - 불응 설득 컨퍼런스 회의를 개최하여 각 팀장 및 경험이 풍부한 직원을 중심으로 지원반(조별) 편성
	<b>운영 및 활동</b> - 미제출 가구에 대한 특성을 파악 설득 가능가구에 대한 선별 지원 · 불응 현황 파악 → 설득 제외 사유별 가구 파악 → 대상 가구 선정 - 조사 담당자의 요청이 있을 경우 - 사전 설득 컨퍼런스 회의 개최 · 설득 가능가구 선정 및 가구별 특성에 따른 설득 방법 토의 - 불응가구 관리 시스템으로 불응가구 전반적인 사항 관리 - 결과보고에 기록된 설득지원자의 미설득 가구에 대해서는 설득 담당자의 향후 계속 설득(중단) 여부 의견 제시
	<b>실적 또는 효과 등</b> <b>〈2012년 설득 실적〉</b> - 설득 전담반(조) 편성운영으로 설득 지원 - 설득 지원은 팀장, 부서장으로 순차적 지원 - 지원 가구(201가구) 중 28가구 설득(설득율 13.9%)
<b>기타 불응 대응 노력</b> <b>「가구부문 불응가구 대응 지침」 마련</b> - 불응가구 대응시 일반적 행동지침 등 불응가구 대응 절차 표준화로 응답자 및 조사직원 부담경감 노력 - 동 지침 시행을 위해 각 사무소별 불응가구 설득 지원 계획 수립 - 설득 지원 결과 불응가구 등에 대한 설득 중단제 도입으로 조사자의 부담감 해소	

### 3. 호남지방통계청

구분		내용																										
불응 설득반 관련 (가구 부문)	구성	<b>&lt;불응가구 설득 대책반&gt; 운영</b> 불응 설득 3차 프로세스로 대책반 운영 - 1차 : 담당자, 개인별 불응 설득(상시) - 2차 : 불응 그룹제, 그룹별 총 불응가구 공동설득체제 - 3차 : 관리자 불응 설득, 1, 2차 불응 실패가구 집중적 설득관리																										
	운영 및 활동	<b>계획수립 및 설득대책반 구성 : 3월</b> - 불응유형별 접근방법 강구 : 불응유형별 분석 및 불응유형별 설득방안 마련 <b>1·2차 설득대책반 운영 : 매월</b> - 설득대책반 그룹 구성 및 운영 ① 2011년 연간 조사구별, 개인별 가계동향조사 회수율 및 불응률 파악 ② 조사구별 특성과 난이도를 적용하여 크게 3그룹으로 분류 난이도 지수 적용 ⇒ 가구방문 시 적정인원인 3인1조의 평준화된 설득조 구성 <b>3차 관리자 설득 조 운영 : 5월, 10월</b> - 현 조사팀 팀장 및 팀원을 중심 구성 - 사회조사과장 및 조사팀 팀장이 현 팀원 중심 설득 체제 - 1,2차 불응 설득 대상가구 중 실패 가구를 대상 상반기 집중 설득관리 - 가계부 회수율 70% 미만 조사구 대상 2회 실시																										
	실적 또는 효과 등	<b>&lt;2011년 설득 실적 현황&gt;</b> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th colspan="3">순수불응가구</th> <th colspan="3">3번연동그룹</th> <th colspan="3">총계</th> </tr> <tr> <th>설득 가능 가구</th> <th>불응 설득 가구</th> <th>불응 설득율</th> <th>설득 가능 가구</th> <th>불응 설득 가구</th> <th>설득율</th> <th>설득 가능 가구</th> <th>불응 설득 가구</th> <th>설득율</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>26</td> <td>10</td> <td>38.5%</td> <td>27</td> <td>21</td> <td>77.8%</td> <td>53</td> <td>31</td> <td>58.5%</td> </tr> </tbody> </table>	순수불응가구			3번연동그룹			총계			설득 가능 가구	불응 설득 가구	불응 설득율	설득 가능 가구	불응 설득 가구	설득율	설득 가능 가구	불응 설득 가구	설득율	26	10	38.5%	27	21	77.8%	53	31
순수불응가구			3번연동그룹			총계																						
설득 가능 가구	불응 설득 가구	불응 설득율	설득 가능 가구	불응 설득 가구	설득율	설득 가능 가구	불응 설득 가구	설득율																				
26	10	38.5%	27	21	77.8%	53	31	58.5%																				
기타 불응 대응 노력		설득 사례 수집 및 공유를 통한 공동 대응																										

#### 4. 동남지방통계청

구분		내용
불응 설득반 관련 (가구 부문)	구성	<b>〈불응대상처 설득지원반〉 운영</b> - 농가경제팀, 어가경제팀, 축산물생산비팀, 어업생산팀 4반 편성. 각팀별 반장(팀장)과 반원(업무총괄자,담당자) 3인으로 구성
	운영 및 활동	- 격월제 설득지원반 학습의 날 지정 운영 · 현장면접조사 기법 등 사이버 교육 실시 · 설득요령 및 불응사유별 대처 방안 강구 - 불응 발생시 설득지원 활동 · 설득지원반 행동 매뉴얼에 따른 불응대상처 발생시 설득지원 조치 · 조치 결과를 방문 일지에 기록하여 관리 · 매월 불응대상처 유형별로 관리
	실적 또는 효과 등	<b>〈2012년 설득 실적〉</b> - 설득지원반 학습의 날 운영으로 역량 강화 · 공개과정 현장면접조사 기법 수강: 10명 · 교육 4회 실시 - 설득지원반 활동 결과 · 구 표본 불응 발생건수 2건 설득 2건(100%설득 완료) · 구 표본에서는 설득지원반 편성 이후로 불응으로 대체 신청한 표본은 없었음 - 설득지원반 행동 매뉴얼 작성 - 불응유형별 맞춤형 대응매뉴얼 작성 계획
기타 불응 대응 노력	<b>「불응대상처 설득지원방안 수립」 마련</b> - 불응가구 대응시 일반적 행동지침 등 불응가구 대응 절차 표준화로 응답자 및 조사직원 부담경감 노력	

## 5. 충청지방통계청

구분	내용
불응 설득반 관련 (가구 부문)	<p><b>구성</b></p> <p>〈불응 및 비협조 가구 설득지원반〉 운영            - 가계 : 과장, 팀장 및 경험이 풍부한 직원 등을 중심으로 4개 조로 설득지원반 편성</p> <p>〈연동가구 및 상시전입그룹 멘토 스쿨〉 운영            - 가계 : 팀장 및 경력이 많은 직원 등을 중심으로 멘토 스쿨 운영</p>
	<p><b>운영 및 활동</b></p> <p>〈불응 및 비협조 가구 설득지원반〉            - 장기 또는 전입가구 가계 불응 문제 가구 지원            - 조사 담당자 요청 가구 지원            - 8월, 9월 가계 설득 지원후 설득결과물 제출            - 설득사례 연구 및 불응가구 유형분석</p> <p>〈연동가구 및 상시전입그룹 멘토 스쿨〉            - 3년 미만 경력자 5번 연동그룹 및 상시전입가구 멘토·멘티 지정 운영            - 설득스킬 및 도구개발 및 회수율 제고 방안 연구            - 장기불응가구에 협조공문 발송 및 재 설득의 기회 확보            - 불응가구 설득 결과 취합 공문발송 효과 분석 및 담당자 회수율 제고에 경각심 고취            - 멘토스쿨지원 연구모임 참석 및 결과 공유            - 사무소 실정에 맞는 불응가구 설득사업 운영 계획</p>
	<p><b>실적 또는 효과 등</b></p> <p>〈2012년 설득 실적-불응 및 비협조 가구 설득지원반〉            - 총지원가구 24개중 5가구설득(설득성공률 : 20.8%)            - 장기 불응가구 설득 및 협조유도</p> <p>〈2012년 설득 실적-연동가구 및 상시전입그룹 멘토 스쿨〉            - 연동 5번그룹 첫달 가계부회수율 80%로 멘토스쿨 미운영 회수율보다 22.2%p 높음            - 가계불응 협조공문 발송 52가구 중 8가구(15.4%) 긍정적 반응            - 연동 선행가계부 기입이 회수율에 긍정적 영향을 미침            - 멘토의 가계기록부 지도 관리로 가계부 품질향상에 기여</p>
기타 불응 대응 노력	<p>「경제활동 가구 자료 피드백」            - 매월 발표되는 고용동향 자료 및 지역보도자료 편집하여 조사가구에 제공하여 협조유도</p> <p>「부서장 불응가구 설득 독려」            - 불응율이 높은 조사관 부서장 개별 면접으로 설득 독려</p>



The background is a dark, almost black, textured surface. On the left side, there is a vertical strip of golden, shimmering material that looks like a metallic or crystalline surface, possibly a mineral deposit or a piece of gold leaf. The texture of the dark area is rough and uneven, with some lighter brown and grey tones. The golden area has a more crystalline, layered appearance with some darker spots.

PART 04

PART 04



# 부록

통계조사 불응 관련 규정

통계법

통계법 시행령

통계법 시행령 별표

질서위반행위규제법

질서위반행위규제법 시행령





## 통계조사 불응 관련 규정

### 1. 통계법

**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 요구받거나 질문을 받은 자는 정당한 사유가 없는 한 이에 응하여야 한다.

**제41조(과태료)** ③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 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

## 2. 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 완료 시일이 촉박하다고 인정되는 경우 등 특별한 사유가 있으면 그러하지 아니하다.

**제53조(과태료의 부과기준)** 법 제41조제1항부터 제3항까지의 규정에 따른 과태료의 부과기준은 별표와 같다.

## 3. 통계법 시행령 별표

(단위 : 만원)

위반사항	해당 법규정	위반횟수별과태료부과기준		
		1회	2회	3회 이상
법 제25조제3항을 위반하여 자료의 제출을 거부 또는 방해하거나 거짓 자료를 제출한 자	법 제41조 제3항제2호	50(5)	80(10)	100(20)
법 제26조제2항을 위반하여 관계 자료의 제출요구 또는 응답요구를 거부·방해·기피하거나 거짓으로 자료제출 또는 응답을 한 자	법 제41조 제3항제3호	50(5)	80(10)	100(20)

- 가. 위반행위의 횟수에 따른 과태료 부과기준은 최근 1년간 같은 위반행위를 한 경우에 적용한다. 이 경우 위반횟수별 부과기준의 적용일은 동일 위반행위에 대하여 부과처분을 한 날과 그 처분 후에 다시 동일한 위반행위를 적발한 날로 한다.
- 나. 부과권자는 위반행위의 동기·내용 및 그 결과 등을 고려하여 과태료 부과 금액의 2분의1의 범위에서 감경하거나 가중할 수 있다. 다만, 가중하는 경우에도 과태료의 총액은 법 제41조제1항부터 제3항까지의 규정에 따른 과태료의 상한액을 초과할 수 없다.
- 다. 위반횟수별 과태료 부과기준 중에서 괄호 안은 조사·보고 등 자료수집의 대상이 개인이나 가구인 경우에 부과하는 과태료 금액을 말한다.

## 4. 질서위반행위규제법

**제16조(사전통지 및 의견 제출 등)** ① 행정청이 질서위반행위에 대하여 과태료를 부과하고자 하는 때에는 미리 당사자(제11조제2항에 따른 고용주등을 포함한다. 이하 같다)에게 대통령령으로 정하는 사항을 통지하고, 10일 이상의 기간을 정하여 의견을 제출할 기회를 주어야 한다. 이 경우 지정된 기일까지 의견 제출이 없는 경우에는 의견이 없는 것으로 본다.

② 당사자는 의견 제출 기한 이내에 대통령령으로 정하는 방법에 따라 행정청에 의견을 진술하거나 필요한 자료를 제출할 수 있다.

③ 행정청은 제2항에 따라 당사자가 제출한 의견에 상당한 이유가 있는 경우에는 과태료를 부과하지 아니하거나 통지한 내용을 변경할 수 있다.

**제17조(과태료의 부과)** ① 행정청은 제16조의 의견 제출 절차를 마친 후에 서면(당사자가 동의하는 경우에는 전자문서를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)으로 과태료를 부과하여야 한다.

**제18조(자진납부자에 대한 과태료 감경)** ① 행정청은 당사자가 제16조에 따른 의견 제출 기한 이내에 과태료를 자진하여 납부하고자 하는 경우에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 과태료를 감경할 수 있다.

## 5. 질서위반행위규제법 시행령

**제3조(사전통지 및 의견제출 등)** ① 법 제16조제1항에 따라 행정청이 과태료 부과에 관하여 미리 통지하는 경우에는 다음 각 호의 사항을 모두 기재한 서면으로 하여야 한다.

1. 당사자의 성명(법인인 경우에는 명칭과 대표자의 성명)과 주소
2. 과태료 부과 원인이 되는 사실, 과태료 금액 및 적용 법령
3. 과태료를 부과하는 행정청의 명칭과 주소
4. 당사자가 의견을 제출할 수 있다는 사실과 그 제출기한
5. 법 18조에 따라 자진 납부하는 경우 과태료를 감경받을 수 있다는 사실(감경액이 결정된 경우에는 그 금액을 포함한다)
6. 제2조의2에 따라 과태료를 감경받을 수 있다는 사실(감경액이 결정된 경우에는 그 금액을 포함한다)
7. 그 밖에 과태료 부과에 관하여 필요한 사항

제5조(자진납부자에 대한 과태료 감경) 법 제18조제1항에 따라 자진납부하는 경우 감경할 수 있는 금액은 부과될 과태료의 100분의 20의 범위 이내로 한다.

☞ 정리하면, 경제통계의 경우 최근 1년간 1회 위반시 50만원, 2회 80만원, 3회 이상 100만원을 부과하는데, 1/2 범위에서 감경하거나 가중할 수 있으므로 1회 위반시 25~75만원, 2회 40~100만원, 3회 이상 50~100만원을 부과할 수 있음(상한액 100만원)

☞ 질서위반행위규제법에 규정된 감경 사유 중 제2조의2에 따른 감경 사유(국민기초생활수급자 등)은 경제통계의 경우 해당사항이 없고, 제18조에 따라 의견제출 기간에 자진납부할 경우 100분의 20 범위 내에서 감경할 수 있음



## 현장조사 종합 매뉴얼

### Ⅱ. 불응대응 부문

발행 : 2012년 12월

발행인 : 통계청장 우기종

편집인 : 조사관리국장 강창익

발행처 : 통계청

기획 : 김남훈, 이민경, 안상건, 정수진

기획 진행 및 디자인 : 예감기획 02-337-3810

주소 : 302-701 대전광역시 서구 청사로 189 정부대전청사 3동 통계청

전화 : 042-481-3708, 042-481-3714

홈페이지 : [kostat.go.kr](http://kostat.go.kr)