

『소상공인시장경기동향조사』

통계정보보고서

2023. 12.

본 이용자용 통계정보보고서는 정기통계품질진단 수행과정에서 통계작성기관이 작성한 보고서로 작성기준 시점에 따라 현재의 통계작성 정보와 다소 차이가 날 수 있습니다.

작성일자: 2024.03.22.

〈차 례〉

I . 통계작성 기획	1
II . 통계설계	6
III . 자료수집	22
IV . 통계처리 및 분석	30
V . 통계공표, 관리 및 이용자서비스	38
VI . 통계기반 및 개선	49

◆ 보고서 개요 ◆

이 보고서는 「소상공인시장 경기동향조사」 통계를 생산하기 위하여 중소벤처기업부에서 수행하는 업무를 설명한 것이다. 보고서의 작성목적은 조사의 배경, 연혁, 이용자 및 용도와 통계에서 이용되는 개념과 방법론에 대하여 심층적으로 알고자 하는 통계작성 담당자(통계 전문이용자, 품질진단자 또는 승인담당자)에게 통계과정 전반에 대하여 포괄적이고 상세한 정보를 제공하는 것이다. 여기에는 통계작성 기획, 통계설계, 자료수집, 통계처리 및 분석, 통계공표, 관리 및 이용자서비스, 통계기반 및 개선 등에 대한 설명이 수록되어 있다.

I . 통계작성 기획

1. 통 계 명

소상공인시장경기동향조사(승인번호 : 제142004호)

2. 통계작성기관/부서명

- 중소벤처기업부/소상공인정책국 소상공인정책과
- 실질적인 조사업무 수행기관 : 소상공인시장진흥공단

3. 법적근거

- 통계법 제18조에 의한 승인통계 : 제142004호(2001.08.06.)

4. 조사방법

- 전화조사(CATI : Computer Assisted Telephone Interviewing 컴퓨터를 활용한 전화조사)

5. 조사 및 공표주기

- 조사주기 : 월
- 공표주시 : 월(매 당월 말 공표)

6. 통계작성과정 개관

☐ 통계작성 체계

○ 사업체 → 용역기관 → 소상공인시장진흥공단 → 중소벤처기업부

☐ 통계작성 절차

No	구분	업무내용	일정
1	조사 기획	조사계획 수립	'23.11월
2	조사 실시	용역기관에서 전화조사(CATI)	`24.매월 18일~22 일(5일간)
3	자료 처리 및 분석	○ 자료처리 및 분석(조사업체) - 에디팅(조사표 기록오류 및 누락 검증) - 코딩(조사 내용을 부호화) - 자료처리 및 분석(SPSS사용) ○ 소상공인시장진흥공단에서 검토 및 확인	
4	보고서 발간 및 공표	<input type="checkbox"/> 보고서작성, 발간 (보고서명 : 소상공인시장 경기동향조사) <input type="checkbox"/> 인터넷 자료 제공 ○ 국가통계 포털 KOSIS - KOSIS 국가통계포털 : 국내통계▶주제별통계▶ 경기·기업경영▶경기▶소상공인시장경기동향 (http://kosis.kr/) ○ 소상공인시장진흥공단 소상공인마당 - 소상공인마당 : 소식&알림▶통계정보▶체감경기 지수(BSI) (http://www.sbiz.or.kr)	

7. 통계연혁

☐ 최초개발시기

- 소상공인경기동향조사(2001.8.6 통계승인)와 시장경기동향조사(2005.7.6 통계승인)
- 소상공인시장경기동향조사로 통합(2014.10.28. 통계변경승인)

☐ 개발배경

- 소상공인 및 전통시장 상인들이 현장에서 느끼는 경기동향 및 경영애로요인을 파악하여 소상공인 및 전통시장의 경영계획 및 경기대응책 수립에 필요한 기초자료

□ 통계변경 이력

- 2001. 8. 6 : 소상공인 경기동향조사 신규작성 통계승인(승인번호 제14204호)
- 2003.10. 6 : 공표협의 면제
- 2008.02.19 : 통계작성 변경승인
 - 모집단 변경 : '99년 사업체기초통계조사 소상공인 250만에서 '06년 사업체기초통계조사 소상공인 267만(최근통계자료로 모집단 업데이트)
 - 조사기간 변경 : 격월(홀수 월)15~21일(7일간)에서 격월 10~16일(7일간) (수집된 자료 분석 및 보고서 작성기간 확보)
- 2012.11.01 : 통계작성 변경승인
 - 업종추가 및 표본규모 확대
- 2013.07.08 : 통계작성 변경승인
 - 조사용어 표준화, 표본설계 보완
- 2014.10.28 : 통계작성 변경승인(소상공인시장경기동향조사)
 - 시장경기동향조사와의 통합에 따른 변경승인 신청에 따라 원안을 보완하여 승인 (통계명, 표본설계, 조사항목, 결과표, 공표범위)
- 2015.06.08 : 통계작성 변경승인
 - 표본설계, 조사항목, 결과표, 공표범위 변경
- 2017.01.16 : 통계작성 변경승인
 - 표본설계, 조사항목, 공표범위 변경
- 2020.01.06 : 통계작성 변경승인
 - 조사항목 변경
- 2022.01.03 : 통계작성 변경승인
 - 표본추출틀 변경, 조사항목 변경

8. 통계의 작성목적

□ 통계작성 목적

- 소상공인 및 전통시장 상인들이 현장에서 느끼는 경기동향 및 경영애로요인을 파악하여 소상공인 및 전통시장의 경영계획 및 경기대응책 수립에 필요한 기초자료로 활용

□ 주된 활용분야

- 소상공인 및 전통시장의 정책수립을 위한 기초자료로 활용
- 자치단체(시도) 지역경제 활성화 정책 수립을 위한 기초자료로 활용
- 중소기업연구원 등 연구원에서 정책수립자료 작성 및 활성화 방안 연구 등을 위한 자료로 활용
- 금융기관에서 소상공인을 위한 정책금융 보조 자료로 활용
- 중소기업중앙회, 소상공인연합회 등에서 소상공인 지원을 위한 업무자료로 활용

- 소상공인 및 전통시장 종사자들이 경기동향 파악을 위한 자료로 활용
- 금융기관에서 소상공인을 위한 정책금융 보조 자료로 활용
- 일반인들의 창업 참고자료로 활용

☐ 관련 국내·외 통계 간 사전 검토한 사항

- 통계기획단계에서 관련통계에 대해 사전 검토가 이루어지지 않았음
 - 단, 기업경기실사지수(한국은행), 소비자심리지수(한국은행), 경기동향지수(한국경제연구원), 중소기업경기전망지수(중소기업중앙회)를 비교 및 참고 자료로 하고 있음

9. 주요 이용자 및 용도

☐ 통계의 주요 이용자와 이용자 유형별 용도

- 중소벤처기업부, 경제부처 : 소상공인 및 전통시장 활성화 방안 등 정책 수립
- 지방자치단체 : 지역통계 활성화 정책 수립
- 중소기업연구원 등 연구원 : 정책수립 자료 작성 및 활성화 방안 연구
- 소상공인시장진흥공단 등 : 소상공인 지원
- 소상공인 및 전통시장 종사자 : 경기동향 파악
- 일반인들 : 창업 참고자료 활용

10. 이용자 의견수렴

☐ 2023년 소상공인시장 경기동향조사 이용자 만족도 조사 실시

- 조사대상 : 소상공인시장 경기동향조사를 이용하는 정부부처 공무원, 공공기관 및 연구기관 연구원 등
- 조사표본수 : 15명
- 조사항목 : 통계자료 이용형태, 이용 만족도, 향후 이용 의향 등
- 조사방법 : 구조화된 설문지를 활용한 온라인 조사
- 조사기간 : 2023. 11. 13 ~ 2023. 11. 20(7일간)

II. 통계설계

1. 조사내용 및 조사표 설계

1-1 조사 항목

□ 주요 개념 및 용어정의

○ 소상공인

소기업 중 상시근로자수가 5인 이하이고 제조업, 광업, 건설업, 운수업 10인이하의 사업체(소상공인기본법률 제2조)

○ 전통시장

「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 의거하여 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 장소로서 자연발생적으로 또는 사회적·경제적 필요에 의하여 조성되고, 상품이나 용역의 거래가 상호신뢰에 기초하여 주로 전통적 방식으로 이루어지는 장소로 정의함. <개정시행 2013. 6. 12>

가. 해당 구역 및 건물에 대통령령으로 정하는 수 이상의 점포가 밀집한 곳일 것

나. 「유통산업발전법 시행령」 제2조에 따른 용역제공장소의 범위에 해당하는 점포수가 전체 점포수의 2분의 1 미만일 것

다. 그 밖에 대통령령으로 정하는 기준에 맞을 것

※ 위 가목에서 “대통령이 정하는 기준”이라 함은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 곳으로서 도매업 소매업 또는 용역업을 영위하는 점포의 수가 50개 이상인 곳을 말함

1. 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포에 제공되는 건축물과 편의시설(주차장·화장실 및 물류시설 등을 포함하며, 도로를 제외한다. 이하 같다)이 점유하는 토지면적의 합계가 1,000m² 이상인 곳

2. 상가건물 또는 복합형 상가건물 행태의 시장인 경우에는 판매·영업시설과 편의시설을 합한 건축물의 연면적이 1,000m² 이상인 곳

□ 항목별 정의

○ 매출(판매실적) : 상품 또는 서비스 등의 판매나 용역제공의 대가에 의해 발생하는 수익

○ 자금사정 : 사업을 경영하는데 쓰이는 현금의 사정

○ 비용상황 : 사업체에서 인건비, 재료비 등 소요되는 비용

○ 구매고객수 : 사업체에서 상품을 구매하는 고객의 수

○ 귀사만의 경기전반 : 해당 월에 체감하는 경기상황

□ 주요용어의 정의나 개념 등에 대한 국내 또는 국제기준 비교 기술

○ 다음의 조사표에 사용하는 용어는 일반적으로 사용하고 있는 회계용어와 동일 함

- 매출 : 상품 또는 서비스 등의 판매나 용역제공의 대가에 의해 발생하는 수익

□ 조사표 : 붙임(2023년 1월 소상공인시장 경기동향조사 조사표)

구분	조사항목
업체명	사업체명 작성
대표자 성명	사업체의 대표자 성명 작성
주소	사업체의 시도, 구시군, 동읍면까지 작성
시장여부	조사대상인 소상공인/전통시장 여부 작성
시장명	전통시장일 경우 시장명 작성
전화번호	사업체의 전화번호 작성
종사자수	사업체의 총 종사자수 작성
업태/업종	조사대상 업종을 대분류(업태), 세세분류(업종)으로 작성
매출 체감/전망	상품 또는 서비스 등의 판매나 용역제공의 대가에 의해 발생하는 수익
자금사정 체감/전망	사업을 경영하는데 쓰이는 현금의 사정
비용상황 체감/전망	사업체에서 인건비, 재료비 등 소요되는 비용
구매고객수 체감/전망	사업체에서 상품을 구매하는 고객의 수
경기전반 체감/전망	해당 월에 체감 혹은 전망 하는 경기상황
- 호전이유	체감 혹은 전망하는 경기상황이 호전인 이유 작성
- 악화이유	체감 혹은 전망하는 경기상황이 악화된 이유 작성

1-2 적용 분류체계

□ 소상공인시장 경기동향조사 분류체계

- 국내기준인 통계청에서 제정한 한국표준산업분류 체계(10차 개정)를 적용하고 있음

□ 한국표준산업분류 개요

- 분류목적
 - 한국표준산업분류는 생산단위(사업체 단위, 기업체 단위 등)가 주로 수행하는 산업활동을 그 유사성에 따라 체계적으로 유형화한 것.
 - 이러한 한국표준산업분류는 통계법에 의거하여 통계자료의 정확성 및 국가 간의 비교성을 확보하기 위하여, 유엔에서 권고하고 있는 국제표준산업분류를 기초로 작성한 통계목적분류.
 - 한국표준산업분류는 통계목적 이외에도 일반 행정 및 산업정책관련 법령에서 적용대상 산업영역을 결정하는 기준으로 준용되고 있다.
- 생산단위의 산업결정방법
 - 생산단위의 산업 활동은 그 생산단위가 수행하는 주된 산업 활동(판매·제공되는 · 재화 및 서비스)의 종류에 따라 결정된다.
- 산업분류의 분류원칙 - 생산단위는 산출물뿐만 아니라 투입물과 생산공정 등을 함께 고려하여, 그들의 활동을 가장 정확하게 설명한 항목에 분류.
 - 산업활동이 결합되어 있는 경우에는 그 활동단위의 주된 활동에 따라서 분류하며, 활동단위는 대분류를 결정하고, 순차적으로 중, 소, 세, 세세분류 단계 항목을 결정.
- 분류구조 및 부호체계

- 분류구조는 대분류(1자리, 영문대문자), 중분류(2자리 숫자), 소분류(3자리 숫자), 세분류 (4자리 숫자), 세세분류(5자리 숫자)의 5단계로 구성.
- 분류는 대분류 21개, 중분류 76개, 소분류 228개, 세분류 487개, 세세분류 1,145개로 구성

□ 항목별 정의

○ 소상공인 조사대상 업종 : 9개 업종으로 재분류

중분류	코드	업종명	세부업종
제조업	107	기타 식품 제조업	떡류 제조업 건강보조용 액화식품 제조업
	132	직물직조 및 직물제품 제조업	천막 및 기타 캔버스 제품 제조업
	141	봉제의복 제조업	셔츠 및 체육복 제조업
	151	가죽, 가방 및 유사제품 제조업	원피가공 및 가죽 제조업, 핸드백 및 지갑 제조업, 가방 및 기타 보호용 케이스 제조업, 기타 가죽제품 제조업
	152	신발 및 신발부분품 제조업	구두류 제조업, 기타 신발 제조업, 신발부분품 제조업
	181	인쇄 및 인쇄관련 산업	경 인쇄업
	222	플라스틱제품 제조업	기계장비 조립용 플라스틱제품 제조업
	241	1차 철강 제조업	그외 기타 1차 철강 제조업
	251	구조용 금속제품, 탱크 및 증기발생기 제조업	금속 문, 창, 셔터 및 관련제품 제조업
	259	기타 금속가공제품 제조업	철삭가공 및 유사처리업
	262	전자부품 제조업	그외 기타 전자부품 제조업
	281	전동기 발전기 및 전기 변환 · 공급 · 제어장치제조업	배전반 및 전기자동제어반 제조업
	291	일반 목적용 기계 제조업	탭, 밸브 및 유사장치 제조업
	292	특수 목적용 기계 제조업	주형 및 금형 제조업
	320	가구 제조업	기타 목재가구 제조업
	339	그외 기타 제품 제조업	간판 및 광고물 제조업
소매업	471	종합 소매업	슈퍼마켓(165m2미만), 편의점
	472	음·식료품 및 담배 소매업	곡물, 육류, 수산물, 과일 및 채소, 빵 및 과자류, 건강보조식품 소매업
	473	정보통신장비 소매업	컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어·통신기기 소매업
	474	섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업	의류·신발·가방 및 가죽제품 소매업
	475	기타 가정용품 소매업	철물, 기계공구, 벽지 및 장판류, 페인트, 유리 소매업
	476	문화, 오락 및 여가 용품 소매업	서적·문구·음반 및 비디오물 소매업
음식점업	561	음식점업	의약품, 의료용품, 화장품·방향제, 사무용기기, 안경, 사진기, 사진용품 소매업
	562	주점 및 비알콜음료점업	한식, 중식, 일식, 제과점, 피자·햄버거·치킨, 분식 및 김밥 전문점
부동산업	682	부동산 관련 서비스업	호프, 소주방, 찻집, 커피숍, 주스전문점
전문과학기술 사업서비스업	733	사진 촬영 처리업	부동산 자문 및 중개업
	752	여행사 및 기타 여행보조 서비스업	인물사진 및 행사용비디오 촬영업
교육 서비스업	855	일반 교습 학원	일반 및 해외 여행사업, 국내 여행사업
	856	기타 교육기관	일반교과·외국어 학원
스포츠 및 오락 관련 서비스업	911	스포츠 서비스업	스포츠, 레크레이션 교육기관, 예술학원
	912	유원지 및 기타 오락관련 서비스업	체력단련시설, 당구장, 골프연습장 운영업
수리업	952	자동차 및 모터사이클 수리업	PC방, 노래방 운영업
	953	개인 및 가정용품 수리업	자동차 수리업, 세차업
개인 서비스업	961	미용, 욕탕 및 유사 서비스업	의복, 시계, 귀금속, 악기 수리업
	969	그외 기타 개인 서비스업	미용업, 두발, 피부 미용업
			세탁업, 애완동물관련 서비스업

○ 전통시장 조사대상 업종 : 8개 업종으로 재분류

업종명	코드	업종명	세부업종
농산물	472	음·식료품 및 담배 소매업	곡물, 과일 및 채소
축산물			육류
수산물			수산물
가공식품			빵 및 과자류, 건강보조식품, 기타 식료품, 음료
의류/신발	474	섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업	한복, 남녀용 정장, 유아용 의류, 내의, 셔츠 및 기타 의복, 신발
가정용품	473	정보통신장비 소매업	통신기기, 가전제품
	475	기타 가정용품 소매업	가구, 전기용품 및 조명장치, 식탁 및 주방용품, 악기, 그외 기타 분류안된 가정용품
	478	기타 상품 전문 소매업	의약품 및 의료용품, 의료용 기구, 화장품 및 방향제
	476	문화, 오락 및 여가 용품 소매업	음반 및 비디오물
음식점업	561	음식점업	한식, 중식, 일식, 분식 및 김밥, 치킨
기타 소매업/ 근린생활 서비스	473	정보통신장비 소매업	컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어
	475	기타 가정용품 소매업	철물 및 난방용구, 기계공구, 벽지 및 장판류, 페인트, 유리 및 기타 건설자재
	476	문화, 오락 및 여가 용품 소매업	서적 및 잡지류, 문구용품, 운동 및 경기용품, 자전거 및 기타 운송장비, 게임용구, 인형 및 장난감
	478	기타 상품 전문 소매업	사무용 기기, 안경, 사진기 및 사진용품, 시계 및 귀금속, 예술품 및 골동품, 관광 민예품 및 골동품, 화초 및 산식물, 애완용 동물 및 관련용품
	근린 생활	약국, 미용실, 세탁소 등	

1-3 조사표 구성

☐ 조사표(2022년 1월~현재)

※ 조사표



소상공인시장 경기동향조사 조사표

(2023. 0월 체감 및 2023. 0월 전망)

• 문의처 : 소상공인시장진흥공단, 홍** 과장 044) 960-7017 • 조사원 :

* 본 조사는 통계법 제18조에 의한 승인통계로, 소상공인 및 전통시장 상인들이 현장에서 느끼는 경기동향 및 경영여요인을 파악하여 소상공인 및 전통시장의 경영계획 및 경기대응책 수립에 필요한 기초자료로 활용하는 것을 목적으로 합니다.
* 본 조사표에 기재된 내용은 통계법 제33조 및 제34조에 의해 비밀이 철저히 보호되며 반드시 대표자 또는 관리자에서 작성해 주시기 바랍니다.

1. 사업체 개요

업체명	대표자 성명	전화번호	업종	종사자수	()명
조사대상 ① 소상공인 ② 전통시장	시장명	소재지	시·도	구·시·군	

2. 월간 경기동향 실적 및 전망

※ 각 항목은 전월대비 실적 및 전망을 ()안에 해당번호를 기재하시기 바랍니다

원쪽의 해당번호 기재

구분	경기실적 및 전망 (전월대비 기준)	당월 체감	익월 전망
판 매 실 적 (매출)	① 매우 감소 ② 다소 감소 ③ 동일 ④ 다소 증가 ⑤ 매우 증가	()	()
자 금 사 정	① 매우 악화 ② 다소 악화 ③ 동일 ④ 다소 호전 ⑤ 매우 호전	()	()
비 용 상 황	① 매우 감소 ② 다소 감소 ③ 동일 ④ 다소 증가 ⑤ 매우 증가	()	()
구 매 고 객 수	① 매우 감소 ② 다소 감소 ③ 동일 ④ 다소 증가 ⑤ 매우 증가	()	()
귀사만의 경기전반	① 매우 악화 ② 다소 악화 ③ 동일 ④ 다소 호전 ⑤ 매우 호전	()	()
- 호전이유 (③,⑤번 응답자)		()	()
- 악화이유 (①,②번 응답자)		()	()

설문에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다.

1-4 조사표 설계 및 변경 절차

□ “소상공인시장 경기동향조사 개선방안 연구” 용역 결과(“21.04)

- “소상공인시장 경기동향조사 개선방안 연구” 용역 조사표 개선

1-5 조사표 변경이력

구분	2017.01.10	2020.01.02	2022.01.03
변경 내용	조사표 통합	경기전반(호전/악화 이유, 주관식), 매출, 자금사정, 재고, 고용	· 삭제: 재고, 고용 · 신규: 비용상황, 구매고객수 · 변경: 판매실적(매출)
사유	조사의 효율성 제고를 위해 조사표를 통합	결과의 활용도 제를르 위해 조사항목 변경	해석이 모호하거나 활용성이 낮은 항목은 삭제하고, 전반전 경기지표의 보조적 지표를 추가하여 정책적 활용도 제고

1-6 응답 소요시간

☐ 소상공인시장 경기동향조사는 전화조사로서 5~10분 소요

- 사업체 일반정보를 제외하고, 실제 응답항목 수는 5~7개로 구성되었으며, 응답 내용이 단답형으로 단순한 구조

2. 모집단 및 표본틀

2-1 목표모집단과 조사모집단

☐ 소상공인

- 목표모집단 : 소기업 중 전국에서 영업하고 있는 5인 미만 사업체(제조업은 10인 미만)
- 조사모집단 : 전국에서 영업하고 있는 5인 미만 사업체로써, 한국표준산업분류(KSIC)상 중분류 제조업(107, 132, 141, 151, 152, 181, 222, 241, 251, 259, 262, 281, 291, 292, 320, 339) 소매업(471, 472, 473, 474, 475, 476, 478), 음식점업(561, 562), 부동산업(682), 전문과학기술사업 서비스업(733, 752), 교육서비스업(855, 856), 스포츠 및 오락관련 서비스업(911, 912), 수리업(952, 953), 개인서비스업(961, 969)에 해당하는 사업체
 - ※ 한국표준산업분류 10차 기준
- 목표모집단인 소상공인에 대한 경기동향을 파악하기 위해 2,400개 사업체를 표본추출하여 조사모집단을 구성하여 조사를 실시하여 집계하고 있음

☐ 전통시장

- 목표모집단 : 전국 전통시장에서 영업하고 있는 사업체
- 조사모집단 : 전국 전통시장에서 영업 중이며, 한국표준산업분류(KSIC)상 소분류(3Digit), 8개 업종(472, 473, 474, 475, 476, 478, 561) 및 기타 근린생활서비스 (961, 969)에 해당하는 사업체
 - ※ 한국표준산업분류 10차 기준
- 목표모집단인 전통시장에 대한 경기동향을 파악하기 위해 1,300개 사업체를 표본추출하여 조사모집단을 구성하여 조사를 실시하여 집계하고 있음

☐ 목표 모집단과 조사모집단의 차이

- 소상공인 제외 대상
 - 종사자규모 초과(서비스업 5인 초과, 제조업 10인 초과)
 - 조사 업종이 아님
 - 조사 당시 기준 폐업, 휴업 등 비영업 사업체
- 전통시장 제외 대상
 - 전통시장 이외의 지역 제외
 - 조사 업종이 아님
 - 조사 당시 기준 폐업, 휴업 등 비영업 사업체

2-2 표본추출틀(표본조사)

☐ 표본추출틀 선정 및 구축

- 선정 자료의 출처
 - 소상공인 : 2020년 경제총조사
 - 전통시장 : 2021년 기준 전통시장·상점가 및 점포경영실태조사
 - 매년 통계를 작성하기 위해 소상공인과 전통시장에 해당하는 업체의 현황을 파악함.

☐ 소상공인 경기동향조사의 표본추출틀

- 표본추출틀 : 2020년 경제총조사 1,559,847개
 - 작성기관 : 통계청 조사관리국 경제총조사과
 - 작성연도 : 2022년
 - 선정이유 : 종사자규모, 종사상지위, 업종, 지역 등이 모두 조사되기 때문에 본 조사의 조사대상에 해당하는 소상공인 점포의 표본추출틀로 적합하여 사용

☐ 전통시장 경기동향조사의 표본추출틀

- 표본추출틀 : 2021년 기준 전통시장·상점가 및 점포경영실태조사 212,252개
 - 작성기관 : 소상공인시장진흥공단 동향분석실
 - 작성연도 : 2022년
 - 선정이유 : 전국 전통시장에서 영업중인 개별 점포(사업체)들에 대한 기초자료가 제공되기 때문에 본 조사의 조사대상에 해당하는 전통시장 점포의 표본추출틀로 적합

☐ 모집단 변동에 따른 표본추출틀 주기적 개편

- 소상공인 표본추출틀은 통계청의 경제총조사 결과를 활용하고, 전통시장은 소상공인 시장진흥공단의 전통시장 점포경영실태조사 결과를 활용함
- 모집단의 조사주기는 경제총조사 5년 전통시장, 상점가 및 점포경영 실태조사는 1년임

3. 표본설계 및 관리(표본조사)

3-1 표본설계 방법 및 결과

☐ 표본설계 내역

분 류	내 용
모집단 및 표본추출틀	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소상공인 <ul style="list-style-type: none"> - 모집단 : 2020년 경제총조사 - 표본추출틀 : 전국사업체조사에 포함된 사업체에 대한 주요 9개 업종별로 소상공인에 해당하는 1,559,847개 사업체 ○ 전통시장

분 류	내 용
	<ul style="list-style-type: none"> - 모집단 : 2021년 전통시장·상점가 및 점포경영실태조사 - 표본추출틀 : 모집단에 포함된 사업체에 대한 주요 8개 업종별에 해당하는 212,252개 전통시장 내 점포
목표오차 및 표본규모	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소상공인 <ul style="list-style-type: none"> - 목표오차 : 전체 표본오차는 $\pm 2.2\%$ 범위 내 - 표본규모 : 전국 2,400개 사업체 ○ 전통시장 <ul style="list-style-type: none"> - 목표오차 : 전체 표본오차는 $\pm 2.7\%$ 범위 내 - 표본규모 : 전국 1,300개 사업체
표본추출방식 (층화, 특성, 분류지표포함)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소상공인 <ul style="list-style-type: none"> - 표본추출방식 : 2단층화계통추출(업종×지역으로 총 153개 층으로 2단계 층화) 층별 기업 수를 기준으로 제곱근비례배분 1차 층화 : 9개 업종 2차 층화 : 17개 시도 - 층내 계통추출 * 각 업종별 층내에서 지역별로 정렬하여 추출등간에 맞춰 추출함 추출등간 = $N_{ij} \div n_{ij}$ (N_{ij} : i업종의 j지역층의 크기, n_{ij} : i업종의 j지역층의 표본크기) ○ 전통시장 <ul style="list-style-type: none"> - 표본추출방식 : 2단층화계통추출(업종×지역으로 총 136개 층으로 2단계 층화) 층별 기업 수를 기준으로 제곱근비례배분 1차 층화 : 8개 업종 2차 층화 : 17개 시도 - 층내 계통추출 * 각 업종별 층내에서 지역별로 정렬하여 추출등간에 맞춰 추출함 추출등간 = $N_{ij} \div n_{ij}$ (N_{ij} : i업종의 j지역층의 크기, n_{ij} : i업종의 j지역층의 표본크기)
표본배정방식	<ul style="list-style-type: none"> - 우선할당 및 제곱근 비례할당 병행

분 류	내 용
추정식 (평균, 총합, 비율, 분산)	- 모수추정은 표본설계에 서술형으로 기입
주요항목별 공표범위	○ 소상공인 - 9개 업종별, 17개 시도별, 주요항목 자료공표 ○ 전통시장 - 8개 업종별, 17개 시도별, 주요항목 자료공표

□ 소상공인 경기동향조사의 업종별 시도별 표본할당(제공근 비례할당)

구분	제조업	소매업	음식점 업	부동산 업	전문기 술사업	교육서 비스업	스포츠 및오락 관련서 비스업	수리업	개인서 비스업	총합	표본 오차
서울	23	50	45	30	16	25	21	14	32	256	-
부산	19	36	32	16	7	16	12	11	21	170	
대구	18	30	27	14	6	15	11	10	19	150	
인천	16	28	26	15	5	13	13	9	18	143	
광주	10	23	20	12	5	11	10	7	15	113	
대전	9	23	21	11	5	11	9	8	14	111	
울산	9	19	20	9	3	10	8	6	12	96	
세종	3	9	8	7	3	7	3	3	5	48	
경기	36	59	52	33	12	31	25	18	37	303	
강원	9	25	27	9	5	11	9	8	15	118	
충북	11	24	24	10	4	10	10	8	14	115	
충남	12	28	27	12	5	12	10	8	16	130	
전북	11	27	24	10	5	12	9	8	16	122	
전남	11	27	25	9	5	11	9	8	16	121	
경북	15	31	33	12	5	14	11	10	19	150	
경남	19	34	35	15	6	17	12	11	21	170	
제주	6	18	18	8	6	7	6	5	10	84	
합계	237	491	464	232	103	233	188	152	300	2,400	
표본 오차	-										±2.2

○ 2,400개 표본에 대한 신뢰수준은 95%, 전체 표본오차는 ±2.0% 범위 내에서 결정

○ 쏠림현상 및 과대추출을 방지하고자 표본 수정

□ 전통시장 경기동향조사의 업종별 시도별 표본할당(제공근 비례할당)

구분	농산물	축산물	수산물	가공식품	의류 및 신발	가정용품	음식점업	기타소매업/근린생활서비스	합계	표본 오차
서울	15	11	12	14	29	14	15	33	143	-
부산	15	8	15	13	21	11	15	25	123	
대구	11	5	7	8	15	13	12	19	90	
인천	8	5	9	8	8	6	9	22	75	
광주	9	4	8	6	5	5	6	6	49	
대전	5	3	3	4	7	5	6	8	41	
울산	9	4	6	7	8	5	8	9	56	
경기	4	3	3	3	3	3	4	3	26	
강원	13	8	10	14	15	10	19	23	112	
충북	9	4	9	6	9	5	12	11	65	
충남	9	5	5	6	9	6	11	11	62	
전북	12	5	9	6	8	6	11	11	68	
전남	11	4	9	7	8	6	7	8	60	
경북	15	5	14	9	9	6	9	9	76	
경남	16	6	13	10	12	9	17	17	100	
제주	16	6	15	13	13	9	15	18	105	
세종	9	3	8	5	8	4	5	7	49	
합계	186	89	155	139	187	123	181	240	1,300	
표본 오차	-									±2.7

- 1,300개 표본에 대한 신뢰수준은 95%, 전체 표본오차는 ±2.7% 범위 내에서 결정
- 쏠림현상 및 과대추출을 방지하고자 표본 수정

3-2 표본관리

□ 표본관리

- 본 조사는 한번 정해진 조사대상 업체를 매월 반복해서 조사하는 패널조사를 기반으로 하고 있음. 그러나 소상공인, 전통시장 업체 특성상 휴·폐업이 빈번하기 때문에 매월 표본 이탈이 발생함
- 이를 보완하기 위해 소상공인 할당된 표본의 3배에 해당하는 예비표본을 확보하고 있으며, 표본 이탈이 발생하는 경우 동일 지역 및 업종에 해당되는 업체로 표본대체를 수행함
 - 표본 대체는 아래와 같은 사유 발생 시 진행됨
 - 표본 대체 사유 : 강성거절, 결번, 비수신(6회 이상), 업종 변경, 지역 변경, 휴업, 폐업
 - 표본 대체 방법 예시 : 서울지역 제조업체의 조사 대상이 폐업으로 조사가 불가능할 경우, 예비 표본의 서울지역 제조업체를 대체하여 조사 진행함

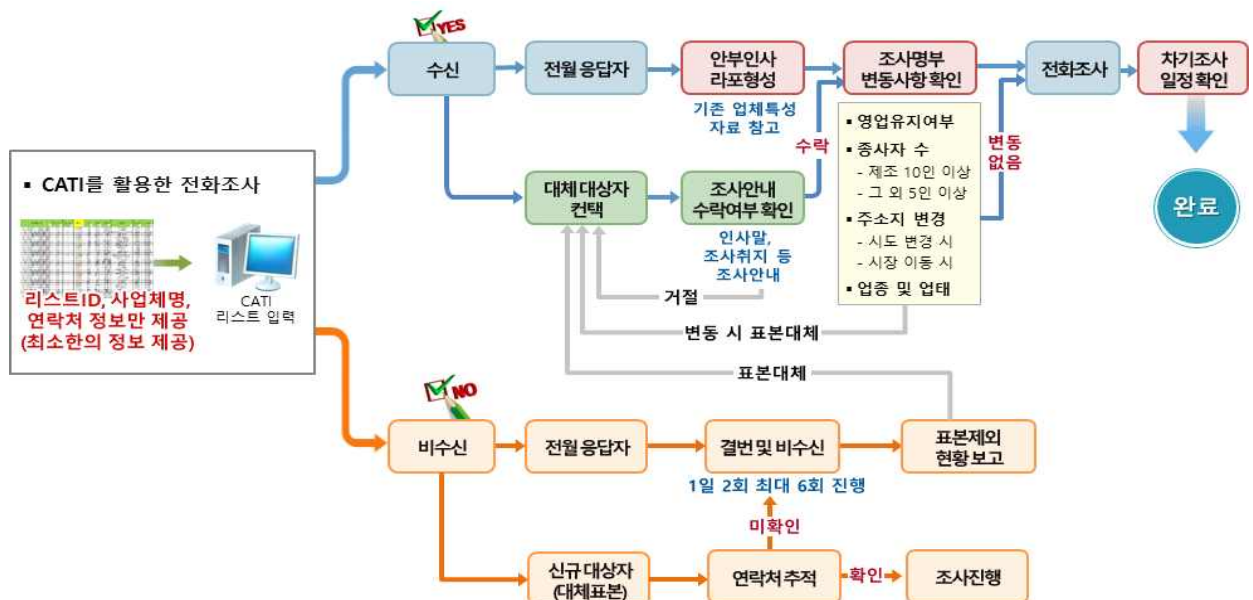
Ⅲ. 자료수집

1. 조사방법

□ 소상공인시장 경기동향조사 조사방법

- 조사 전문기관에 용역을 의뢰하여 수행('19년 조사 업체 : 아테나컴퍼니)
 - 조사대행업체에 조사대상업체 명부자료 제공(표본업체의 업체명, 대표자 성명, 지역, 업종, 업체 전화번호가 포함됨)
- 조사방법
 - 전화조사(CATI)를 바탕으로 조사를 진행
 - 전화조사를 선택하게 된 이유는 사업체 일반정보 이외의 응답문항이 5문항으로 문항수가 적으며 각 문항은 세부항목 중 택일하도록 되어 있어 응답에 부담이 없으며, 조사착오에 따른 비표본 오차의 가능성이 적기 때문임
 - 전화조사 과정은 조사대행업체에서 직접 조사대상업체에 전화를 걸어 타계식으로 작성하고 있음(CATI 시스템에 입력하여 파일형태로 작성됨)

<그림 1> 조사 진행 Process



- CATI 시스템을 활용함으로써 자동으로 전화연결이 이루어짐으로 오류 발생이 없으며 면접원에게 전화번호 노출이 되지 않음으로 개인정보 보호에 용이함
- 전월 응답과의 비교 확인이 가능하며, 연계 문항간의 로직을 통해 자동 에디팅이 가능함
- 매월 동일 표본으로 조사하는 패널조사를 기반으로 하고 있으나 응답거부, 휴·폐업 등의 표본이탈이 발생하는 경우 이탈업체와 동일한 지역, 업종에 해당하는 예비표본을 조사대행 업체에 제공하여 매월 응답률 100%에 해당하는 소상공인 2,400개, 전통시장 1,300개에 해당하는 로데이터(Raw Data)를 확보할 수 있도록 함

2. 조사원

2-1 조사원 채용 및 처우

- 소상공인시장 경기동향조사의 조사실시는 조사 전문기관에 용역으로 수행하고 있으며, 조사 전문기관에서 조사원 인력풀을 이용하여 조사
 - 소상공인시장 경기동향조사 조사수행 업체인 아테나컴퍼니는 상시직원이 직접 조사를 수행하지 않으며 조사원 인력 pool을 운용하여 1년 단위로 조사원을 채용하여 조사를 진행함
 - 소상공인, 전통시장 조사의 경험이 있는 조사원을 선발하여 조사를 진행하였으며, 면접원 이탈로 인해 조사원 교체 시 4개 단계를 거쳐 신규 조사원을 선발함

<그림 2> 신규 조사원 선발 방법



□ 조사원 자격요건 및 처우

- 자격요건 : 최소 3년 이상 전화조사 경력자 중 사업체 조사 경험이 있으며 자체 평가를 통과한 면접원임
- 급여수준 및 지급방법 : 급여는 시급으로 최저임금 이상이며, 식대를 별도로 지급함. 지급방법은 계좌이체임.
 - 조사원별로 전담 업체를 부여하며, 연간 원표본 유지율이 85%이상일 경우 연말에 별도의 인센티브를 제공함

2-2 조사원 교육훈련

□ 조사원 교육훈련

- 과정명 : 소상공인시장 경기동향조사 면접원 교육
- 내용 : 소상공인과 전통시장 경기동향조사 설문을 실제 CATI 시스템 상에서 교육 진행. 설문내용에 변동이 없더라도 전체 조사원 대상으로 설문 내용과 CATI로 직접 구현 관련 교육을 진행하며, 전달 조사 진행 과정상 특이사항 전달
- 방법 : CATI 시스템을 이용한 집합교육
- 일정표(일정 및 시간) : 매달 17일 조사 하루 전 2시간 소요.
 - ※ 교육시간 적절성 : 질문문항이 사업체 기본사항 이외에 5개의 선택형으로 되어있어 조사하는데 1개 업체에 5~10분 정도 소요되며, 실제 실습을 통하여 교육이 이루어짐. 조사진행 중에도 관리자를 통하여 수시로 보강 교육이 이루어짐
- 강사 : 담당연구원(설문 내용) 및 실사 연구원(CATI 시스템 및 조사 진행 방법)
- 교재 : 붙임) 면접원 교육지침서
- 조사원에 대한 업무지식 숙지 정도에 대한 평가 및 평가조치(재교육 실시 등) 내용 :

녹취콜 확인과 동시에 재교육이 필요한 조사원에게 즉시 시정 조치 교육 실시. 해당 조사원의 반복적인 실수가 발견될 경우, 조사원 교체 및 해당 data 미사용

No	교육내용
1	<ul style="list-style-type: none"> 소상공인시장 경기동향조사 개요
2	<ul style="list-style-type: none"> 소상공인시장 경기동향조사 주요 지침 교육 <input checked="" type="checkbox"/> 조사표 내용 설명 <input checked="" type="checkbox"/> 조사 유의사항 안내, 응답에 대한 비밀보호 <input checked="" type="checkbox"/> CATI 활용법, 실습 등
3	<ul style="list-style-type: none"> 개인정보 보호방안 관련 주요 지침 교육 <input checked="" type="checkbox"/> 개인정보 보호의 정의
4	<ul style="list-style-type: none"> 조사원 간담회
5	<ul style="list-style-type: none"> 이슈 및 기타 전달 사항

☐ 조사 중 교체된 조사원에 대한 교육훈련

- 교체 조사원에 대해 담당연구원과 실사 연구원이 위와 동일한 교육 실시. 해당 면접원의 1~2개 조사를 진행하는 동안 담당연구원이 조사 진행 과정 확인
- (19년 조사 기준)18년 참여했던 조사원 모두 참여하여 탈락율은 0%였음

2-3 조사원 업무량

☐ 조사원 업무량

- 조사원 1인당 70개사 배정
- 조사원 1인당 1일 업무량 : 약 14개 업체(실제 조사에 1일 약 2시간 30분 정도 소요)
- 1개 업체당 응답소요시간 : 5~10분
- 조사난이도 : 중
 - 1개 업체당 6개 문항에 대해 선택형(세부항목 중 1개 선택)으로 전화조사
- 평균 접촉시도 : 2~3회 ○ 조사기간 : 매월 18~22일(5일간)

3. 조사 실시

3-1 조사업무 흐름도

□ 조사업무 흐름도

절 차	내 용
조사 홍보 ↓	○ 조사업체에서 대상업체에 문자메세지(핸드폰 번호 있는 경우) 발송
조사원 채용 및 교육 ↓	○ 조사인력풀을 이용하여 조사원 선정 조사원에 대한 교육실시
조사 진행 ↓	○ 조사원이 전화조사(타계식 자료입력) => CATI 시스템을 이용한 자료 입력
자료 처리 및 자료송부	○ 조사업체에서 자료처리 자료를 소상공인시장 진흥공단으로 송부 (e-Mail 이용)

※ 본 조사는 조사기획 및 준비, 실사진행, 자료처리 및 결과 분석의 단계로 수행하였으며 각 단계별 수행 내용은 다음과 같음

- 조사기획 및 준비
 - CATI system 세팅(CATI 가이드 작성, CATI 설문문항개발)
 - 리스트점검(주요정보 확인 및 수정, 리스트 중복여부 확인 등)
 - 결번리스트 표본 대체
- 조사 홍보 실시 내용 및 방법
 - 응답자에게 사전 문자발송
- 실사진행
 - 조사원 선발/교육
 - 실사진행(실사진행 및 간담회 진행)
- 자료 처리 및 결과분석
 - 데이터 처리(검증, 코딩, 클리닝)
 - 결과분석 및 보고서 작성(Dateset 구성, 기초테이블작성, 보고서 작성)

3-2 조사준비 및 준비조사

□ 조사명부 보완

- 전월 리스트 정리 및 점검을 실시하여 업체 정보 변경 현황 등을 파악 및 정리
 - 결번 및 폐업이 발생하였을 경우 표본을 대체함

□ 조사홍보 및 응답자 사전 통지

- 응답업체에 대해 문자메세지로 조사일정 등 안내 메세지 발송(휴대전화 번호 있는 경우)

- 응답업체에서 조사 협조 공문을 요청할 경우, FAX를 이용하여 공문을 제공하고 있음
 - 공문 내용으로는 조사의 목적, 개인정보 보호에 대한 안내, 조사 개요(조사명, 조사 기간, 조사 대상, 조사 업종, 조사 지역, 조사 내용), 담당자 등에 대해 안내하고 있음

3-3 조사항목별 조사 방법

□ 조사표 기입에 대한 일반적 안내사항

- 본 조사표에 기재된 내용은 통계법 제33조 및 제34조에 의해 비밀이 철저히 보호되며, 반드시 대표자 또는 관리자께서 작성해 주시기 바랍니다.
- 종사자수 : 상시근로자를 기준으로 기재(사업주 제외)
- ☞ 상시근로자란 당해 사업장에서 임금을 목적으로 근무하는 모든 사람은 그 명칭과 신분이 어떠하든 상시근로자에 포함(사업주를 제외한 일용직, 아르바이트, 계약직 등이 모두 포함되며, 4대 보험 가입여부와는 관계가 없음)
- 업태와 업종 : (가) ①업태란 한국표준산업분류기준상 영업의 종류 중 대분류(예 : 제조업, 도매 및 소매업, 숙박 및 음식점업 등)에 속하는 것을 의미하고, ②업종은 업태 중에서 세분화된 사업(예 : 소매업 중 의류, 문구용품점, 슈퍼마켓, 안경점, 서점, 과일가게 등)의 분류를 의미함, (나) 【코드번호】 예시표를 참조하여 작성

□ 조사항목별 조사 방법

- 모든 질문은 구체적 시간 및 공간을 제시
 - 귀사의 점포의 경기전반은 지난 1월에 비해 이번 2월의 경기전반은 어떠합니까?
 - 귀사의 점포의 경기전반은 이번 2월에 비해 다음 3월의 경기전반은 어떻게 예상합니까?
- 매출, 자금사정, 재고, 고용
 - 질문 시 응답자가 이해하기 어려울 경우 쉬운 언어로 설명하여 응답 기재

3-4 현장조사 관리

□ 현장조사 관리체계

- 총 조사원 53명(예비 3명) => 슈퍼바이저 4명이 관리
- 조사원 1인별 70개사 배정
- 5일간 조사 : 3,700개 조사업체/1인당 70개사= 52.8명 투입
 - 1명당 1일에 약 14개 업체 전화조사 (1개 업체당 10분 소요될 경우 1일 업무량은 2시간 30분 정도임)

□ 현장조사 관리 방법

- CATI 시스템을 통한 실시간 모니터링을 실시하고 있으며, 조사 내용에 대하여 자동화 녹취시스템을 이용해 조사 내용 100% 저장(조사 실패 콜 포함)
- CATI 시스템에 조사원이 조사내용을 직접 입력

- 매월 18~22일 조사 진행되고 있으며, 업체당 평균 2~3회 접촉 시도 후 조사가 완료됨
- 접촉 실패 이유로는 비수신이 평균 80%로 가장 많으며, 다음으로 거절, 폐업, 휴업 등의 순임

□ 현장조사 관리자 1인당 조사원수 : 13.3명(=53명/4명)

□ 현장조사 관리자(슈퍼바이저) 역할

- 슈퍼바이저 선정 기준
 - 아테나컴퍼니 정직원 중 부장급 1명, 차장급 2명, 과장급 1명, 전화조사 관리 보조 경험 3개월 이상인 자로 선정. 과장급 1명은 소상공인시장 경기동향조사 전담 인력임
- CATI 시스템을 통하여 표본설계상 진행 관리 및 실시간 모니터링을 실시하고 녹취 확인 결과 문제가 발생할 경우 해당 조사원 교체 및 교체 조사원에 대한 교육 진행(설문 내용 관련 교육은 담당 연구원이 별도 진행)

3-5 조사 질의응답 체계

□ 정형화된 조사 가이드라인을 통한 조사 수행

가. 조사 안내 및 협조 단계

- 최초 조사 컨택 방안은 다음과 같음
 - ☞ 안녕하세요? 저는 소상공인,전통시장 경기전망 조사를 담당하고 있는소상공인시장진흥공단의 조사원 000이라고 합니다. 중소벤처기업부와 시장진흥공단에서는 전국의 소상공인,전통시장 상인의 체감경기와 경기전망을 파악하는 조사를 진행하고 있는데, 잠시 통화 가능하신가요?
 - ☞ (조사 거절하는 경우) 본 조사는 선생님께서 사업체를 운영하시면서 느끼시는 경기의 체감 및 전망에 대한 질문으로 선생님께서 응답하신 내용은 절대 비밀이 보장되며, 통계적 목적으로만 이용될 예정입니다. 선생님, 귀사의 대표자 분이나 관리자 분이 자리에 계십니까?
 - ☞ (대상자 컨택) 선생님, 죄송하지만 잠시만 시간 내주시겠습니까?
 - ☞ (부재 시 및 응답이 곤란한 경우) 선생님, 00님과 언제쯤 통화가 가능할까요? 가능하신 시간을 알려주시면 저희가 다시 전화드리도록 하겠습니다.
- 응답자 연락처에 대한 질문 시 대응방안
 - ☞ 귀사의 연락처는 소상공인시장진흥공단의 담당자로부터 제공받은 것으로 응답하신 정보 및 업체의 기타 정보에 대해서는 엄격히 비밀이 보장되기 때문에 안심하고 응답하시기 바랍니다.
- 구체적인 조사항목을 안내하여, 조사항목에 대해서 이해하기 쉽도록 설명할 필요가 있음
 - ☞ 본 조사는 귀하께서 사업체를 운영하시면서 느끼시는 경기의 체감 및 전망에 대한 질문으로 평소 느끼셨던 부분을 솔직히 응답하여 주시면 됩니다.
- 조사 대상자가 공문요청이나 확인 요구 시 명쾌하고 즉각적으로 대응하여야 함

☞ 네, 공문은 바로 팩스로 보내 드리겠고요. 본 조사는 소상공인시장진흥공단 조사연구소에서 담당하고 있습니다.

나. 응답자 선정 질문

☞ 정확한 조사 대상자 확인을 위해 먼저 몇 가지 간단하게 여쭙도록 하겠습니다. 귀사의 업체명은 어떻게 되십니까? 대표자 분의 성명은 어떻게 되십니까?

→ 업체명이 리스트와 다를 경우 조사 중단

귀사의 업태는 어떻게 되십니까? 그리고 업종은 어떻게 되십니까?

→ 업태 및 업종이 리스트와 다를 경우 조사 중단

귀사의 상시 종업원 수는 몇 명이십니까? 또한 선생님의 직급은 무엇입니까?

→ (제조업) 상시 종업원 수 10인 이상 조사 중단

→ (그외 업종) 상시 종업원 수 5인 이상 조사 중단

→ 응답자 직위 확인, 대표자 및 관리자급만 조사 진행

☞ (조사대상자인 경우) 선생님, 감사합니다. 그럼 본 조사를 시작하도록 하겠습니다. → 조사 시작

☞ (조사대상자가 아닌 경우) 귀사는 이번 조사의 대상이 아니십니다. 바쁘신 중에 소중한 시간을 내어주셔서 진심으로 감사드립니다. 향후 다음 조사에 응답가능하시다면 협조 부탁드립니다. 감사합니다.

다. 본 조사 항목

○ 조사 기준 시점 및 응답 요령에 대해 명확하고 정확하게 안내함

☞ (경기체감) 다음 조사 항목에 대해 전월(달) 대비 이번월(달)의 경기 및 실적에 대해 어떻게 체감하시는지 말씀하여 주시면 됩니다.

☞ (경기전망) 다음 조사 항목에 대해 이번월(달) 대비 다음월(달)의 경기 및 실적에 대해 어떻게 전망하시는지 말씀하여 주시면 됩니다.

○ 동일 항목에 대한 현황 및 전망에 대한 문항은 자연스럽게 연결하여 응답자의 부담을 최소화 함

☞ 선생님께서 사업체를 운영하시면서 느끼는 매출 정도는 1월과 비교하여 현재(2월) 어느 정도 수준입니까?

‘1번 매우 감소함, 2번 다소 감소함, 3번 동일함, 4번 다소 증가함, 5번 매우 증가함’입니다.

(응답자 응답완료 후)

그럼 선생님께서는 다음 3월의 매출 전망은 현재 2월과 비교하여 어떤 것으로 예상하십니까?

→ 동일한 방식으로 전체 조사항목 진행

□ 주요 질의 응답 오류 사례 축척 및 관리방법

○ 조사 진행중 질의 및 오류 사례는 현장 조사 관리자(차장급)가 발생 즉시 담당 연구원에게 보고, 담당 연구원은 해당 사례를 정리하여 소상공인시장진흥공단

담당자에게 유선 또는 서면 보고함. 해당 사례에 대한 조치 사항은 현장 조사관리자에 의해 즉시 조사원에게 전파 교육을 진행하며, 다음 달 교육 내용에 반영함

4. 응답자 및 무응답 대처

4-1 응답자

☐ 적격 응답자의 지위, 지정 이유

- 응답자는 사업체의 대표자 또는 관리자에게 응답토록 함
- 사업체의 전반적인 경영 현황을 잘 알고 있는 대표자 또는 관리자를 응답자로 지정
 - 대표자 또는 관리자가 없을 경우, 해당 업체에서 1년 이상 근무한 정규직 직원 중 과장 직급 이상을 대상으로 조사를 진행함

4-2 기억응답

☐ 소상공인시장 경기동향조사는 매월조사하며, 당월 실적과 다음 달 전망에 대해 느끼는 정도를 조사하게 됨. 따라서 조사시기와 조사대상 기간이 차이가 거의 없으므로 기억응답의 여지는 적음

- 매출, 자금사정 등 각 문항에 대한 응답은 영수증, 장부 등의 기록물을 바탕으로 응답할 수 있도록 하는 것이 원칙이나, 소상공인·전통시장 상인들의 특성상 사업규모가 작고, 고 연령층이 많아 기록물이 따로 없는 경우는 응답자가 느끼는 정도를 응답할 수 있도록 하고 있음

4-3 무응답 대처

☐ 단위 무응답에 대해서는 최대 6회 접촉을 시도하며, 최종 거절시 사전에 예비표본으로 뽑힌 사업체 중에서 표본 대체하여 조사

- 항목 무응답은 발생치 않음
 - 경기 현황에 대한 개인적 체감 및 전망을 파악하는 척도 문항으로 항목무응답이 발생하지 않음

4-4 표본대체

☐ 표본대체 허용기준

- 휴·폐업, 업종 전환, 완강 거절 발생시 예비 표본으로 대체
- 요일과 시간을 달리하여 6회 이상 접촉(전화)을 시도하며(1일 2회), 최종 거절 및 결번, 폐업, 업종변경, 6회 이상 비수신시 예비표본으로 선정된 업체를 선정
 - 제공된 예비표본 명부는 CATI 시스템에서 자동으로 대체됨. (표본대체는 소상공인시장진흥공단의 승인하에 실시)
 - 표본 대체는 원표본과 동일 지역 및 업종에 해당되는 업체로 표본대체를 수행함

Ⅳ. 통계처리 및 분석

1. 자료코딩

☐ 소상공인시장 경기동향조사는 업종, 조사지역, 조사문항에 대해 코드를 부여하여 집계하고 있음

○ 코드는 조사원이 전화조사 진행 중 입력(100% 전화 조사)

☐ 소상공인 경기동향조사 자료 코드 내용

○ 업종코드

코드 항목	1	2	3	4	5
업종	제조업	소매업	음식점업	부동산 중개업	전문과학 기술사업 서비스업

코드 항목	6	7	8	9
업종	교육서비스업	스포츠 및 오락관련 서비스업	수리업	개인서비스업

○ 조사지역 코드

코드 항목	1	2	3	4	5	6	7	8	9
지역	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기

코드 항목	10	11	12	13	14	15	16	17	
지역	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	

○ 조사문항 코드

코드 항목	1	2	3	4	5
매출	매우감소	다소감소	동일	다소증가	매우증가
자금사정	매우감소	다소감소	동일	다소증가	매우증가
채고	매우악화	다소악화	동일	다소호전	매우호전
고용	매우악화	다소악화	동일	다소호전	매우호전
귀사만의 경기전반	매우악화	다소악화	동일	다소호전	매우호전

□ 전통시장 경기동향조사 자료 코드 내용

○ 업종 코드

코드 항목	1	2	3	4
업종	농산물	축산물	수산물	가공식품

코드 항목	5	6	7	8
업종	의류/신발	가정용품	음식점업	기타소매품/ 근린생활서비스

○ 조사지역 코드

코드 항목	1	2	3	4	5	6	7	8	9
지역	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기

코드 항목	10	11	12	13	14	15	16	17	
지역	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	

○ 조사문항 코드

코드 항목	1	2	3	4	5
매출	매우감소	다소감소	동일	다소증가	매우증가
자금사정	매우감소	다소감소	동일	다소증가	매우증가
재고	매우악화	다소악화	동일	다소호전	매우호전
고용	매우악화	다소악화	동일	다소호전	매우호전
귀사만의 경기전반	매우악화	다소악화	동일	다소호전	매우호전

2. 자료입력

☐ 조사결과 자료의 전산입력

- CATI(Computer Assisted Telephone Interviewing)를 이용한 입력 방식으로 자료를 입력함
 - 조사원이 사업체에 전화로 통화하면서 응답내용에 해당하는 항목을 버튼 클릭하여 입력하며 시스템상에 자동으로 데이터가 입력됨

☐ 입력오류 검출

- 컴퓨터에 입력된 자료를 녹음된 음성파일과 대조하여 검토하고 있음

☐ 입력 매뉴얼 : CATI 조사이기 때문에 따로 작성되어 있지 않음

3. 자료내검

☐ 실시간 감청(조사내용 100% 저장)

- 별도의 감청요원에 의하여 조사원의 설문진행 내용에 실시간 감청을 실시
- 검증시 표준화된 체크리스트에 따라 검증 실시
 - 정확한 조사 안내 여부, 정확한 문항 질의 여부, 응답에 대한 유도 여부 확인
- 검증 결과 문제 발생 면접원의 설문지 전량 폐기 및 재조사
- 문제 발생 면접원 재교육 실시 및 문제가 심각할 경우 면접원 교체

☐ 전산내검

- 범위 내검의 적용대상 및 적용내용
 - 지난달 응답값과 비교하여 차이가 클 경우(예 : 1=>4, 5=>1) 응답 값을 재확인토록 팝업창이 뜨도록 시스템이 구축되어 확인하여 입력하고 있음
- 논리 내검의 적용대상 및 적용내용
 - 앞뒤 문항 간 논리적인 관계를 분석하여 맞지 않는 경우 프로그램상 팝업창이 나타남에 따라 확인하여 입력(예: 매출과 경기전반은 비슷하여야 함)

4. 무응답

4-1 주요 항목무응답 실태

☐ 항목무응답

- 소상공인시장 경기동향조사는 전화를 이용하여 조사를 실시하기 때문에 항목에 대한 무응답이 발생치 않고 있음

4-2 단위무응답 실태

☐ 소상공인시장 경기동향조사는 단위무응답 발생시 예비표본으로 대체하여 100% 조사가 이루어지도록 하고 있음

☐ 단위무응답 대체 현황

구분		총합	응답	무응답 대체 (단위 무응답률)
소상공인	사례수	2,400	2,180	220
	%	100.0	90.8	9.2
전통시장	사례수	1,300	1,048	252
	%	100.0	80.6	19.4

※ 단위무응답률 산출 산식

단위무응답률 = 단위무응답 단위의 수/전체 추출단위의 수

☐ 단위무응답 유형

구분		계	거절	결번	비수신	조사중단	휴폐업
소상공인	사례수	220	2	2	203	5	8
	%	100.0	0.9	0.9	92.3	2.3	3.6
전통시장	사례수	252	—	2	243	6	1
	%	100.0	—	0.8	96.4	2.4	0.4

5. 표집오차 추정 방법 및 결과(표본조사)

□ 표본평균에 대한 표준오차(SE) 및 상대 표준오차(CV) 추정방식

- 표준오차 : 표준오차(Standard error, SE)는 표본조사에서 사용되는 추정량의 분산에 대한 제곱근을 말함(표집오차를 나타내는 척도로 사용)

$$\sqrt{V(\hat{P}_h)} = \sqrt{\sum_{j=1}^8 W_{hj}^2 \frac{P_{hj}(1-P_{hj})}{n_{hj}}}$$

j: 지역 h: 업종

P_{hj} : 지역h, 업종 j의 비율

n_{hj} : 지역h, 업종 j의 표본크기

- 소상공인 경기동향 조사 표준오차 : 1.07
- 전통시장 경기동향 조사 표준오차 : 1.58
- 허용오차 : 신뢰구간 95% 수준, $D=1.96 \times \sqrt{V(\hat{P}_{st})}$
 - 소상공인 경기동향 조사 허용오차 : $\pm 2.0\%$
 - 전통시장 경기동향 조사 허용오차 : $\pm 2.7\%$

6. 지수작성(지수작성 통계)

6-1 지수 유형 및 산출산식

□ 소상공인시장 경기동향조사 지수 유형 및 산출 산식

○ 소상공인·전통시장 경기동향지수 산출산식(M-BSI 산식)

- 산출방식 : 각 항목별로 5점 서열척도로 배분하여 가중치를 부여한 후 전체 응답점포 수로 나누어 산출

5점서열 척도 배분		가중치
1. 매우감소(악화, 하락, 축소 등)	→	0
2. 다소감소(악화, 하락, 축소 등)	→	50
3. 동 일(적정 등)	→	100
4. 다소증가(호전, 상승, 확대 등)	→	150
5. 매우증가(호전, 상승, 확대 등)	→	200

- 산출식 = $[(\text{매우감소 응답빈도} \times 0) + (\text{다소감소 응답빈도} \times 50) + (\text{동일응답 빈도} \times 100) + (\text{다소증가 응답빈도} \times 150) + (\text{매우증가 응답빈도} \times 200)] / (\text{지역별} \cdot \text{업종별 응답빈도수})$

○ 지수선택이유

- 과거 소상공인진흥원에서 수행되던 소상공인경기동향조사는 BSI산출식을 이용하여 지수를 산출해왔으며, 시장경영진흥원에서 수행되던 시장경기동향조사는 M-BSI산출식을 이용하여 지수를 산출함. 2014년 1월 소상공인진흥원과 시장경영진흥원이 소상공인시장진흥공단으로 통합되었으나 소상공인과 전통시장을 나누어 각각의 산출방식을 통해 지수를 산출해오다가 소상공인과 전통시장 두 지수의 산출방식을 M-BSI 방식으로 통일함

○ 적용한 지수의 장단점

- BSI 산출식을 이용하여 지수를 산출하였을 경우 지수 변동폭이 크기 때문에 매월 지수의 변화가 민감하게 나타나는 반면, M-BSI 산출식으로 지수를 산출하는 경우 상대적으로 안정적인 변화양상을 보임

V. 통계공표, 관리 및 이용자서비스

1. 공표통계 해석방법 및 정확성

1-1 공표통계 해석방법

☐ 공표되는 분류수준

- 시도별(17개 시도), 업종별(표준산업분류를 8개 업종으로 재분류함)로 공표되고 있음

☐ 소상공인시장 경기동향조사 공표통계 및 해석방법

- 공표되는 주요 분류 수준 : 조사문항별, 업종별 BSI
 - 조사문항 : (소상공인) 매출, 자금사정, 재고, 고용, 경기전반
(전통시장) 매출, 자금사정, 재고, 고용, 경기전반
 - 조사업종 : (소상공인) 제조업, 소매업, 음식점업, 부동산업, 전문과학기술사업서비스업, 교육서비스업, 스포츠및오락관련서비스업, 수리업, 개인서비스업
(전통시장) 농산물, 축산물, 수산물, 가공식품, 의류/신발, 가정용품, 음식점, 기타소매업/근린생활서비스

☐ 보고서 공표 경로

- 소상공인마당(sbiz.or.kr) - 소식&알림 - 소상공인, 전통시장 자료 - 체감경기지수(BSI)

☐ 통계 이용상의 유의사항

이 달의 통계 중 전월호의 수치와 다른 것은 정정한 것이니 최근호의 수치를 이용하여야 합니다.

이 보고서에서 사용된 업종분류는 소상공인의 경우 소상공인 내 영업점포 업종 파악을 위해 소상공인시장진흥공단에서 한국표준산업분류(KSIC-9, 2007년 12월 개정)상 중분류 기준 소매업, 음식점업, 부동산업, 전문과학기술사업서비스업(전문, 과학 및 기술서비스업, 사업시설관리 및 사업지원 서비스업), 교육서비스업, 스포츠 및 오락관련 서비스업, 수리업, 개인서비스업등 8개 업종을 재분류한 것이며, 전통시장의 경우 전통시장 내 영업점포 업종 파악을 위해 시장경영진흥원에서 한국표준산업분류(KSIC-9, 2007년 12월 개정)상 소분류(3Digit) 8개 업종(472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 561) 및 기타 근린생활서비스(861, 953, 961, 969)를 재분류한 것입니다.

「소상공인시장경기동향조사」의 내용을 전재 또는 인용할 경우 반드시 “「소상공인시장경기동향조사」의 ○○년 ○○월호에서 전재”하였다고 표시하기 바랍니다. 통계표의 모든 통계수치는 반올림상의 차이로 인해 세부 항목의 합과 전체합계가 일치되지 않을 수도 있습니다. 이 통계표에서 사용된 기호의 뜻은 다음과 같습니다.

「—」 : 해당사항 없음

「0.0」 : 단위 미만

2. 시의성 및 정시성

2-1 조사대상 기간/조사 기준시점과 공표 시기

☐ 조사대상 기간 : 실적(당월 1일~18일), 전망(익월 1일~31일)

○ 조사기간 : 매월 18일 ~ 22일(5일간)

☐ 공표시기 : 당월 말일 경(매월 29일 ~ 31일 중)

※ 월간통계로서 조사시점과 공표일간에 차이는 20일 미만임

☐ 조사과정별 소요되는 기간

○ 조사 기획 및 준비 : 18일(매월 초~18일까지)

○ 조사기간 : 5일(18일~22일)

○ 집계분석 : 3일~5일(매월 25일경 결과 보고서 초안 작성)

○ 최종보고서 작성 : 3일~5일(매월 말일 경)

2-2 공표일정

□ 공표일정

- 경로 : 소상공인마당(sbiz.or.kr) - 소식&알림 - 소상공인, 전통시장 자료 - 체감경기지수(BSI)

<경기동향 결과 월별 공표 일정>

공 표 자 료 명	공 표 일 자
2023년 1월 소상공인시장 경기동향조사 결과	2023. 1. 31(화)
2023년 2월 소상공인시장 경기동향조사 결과	2023. 2. 28(화)
2023년 3월 소상공인시장 경기동향조사 결과	2023. 3. 31(금)
2023년 4월 소상공인시장 경기동향조사 결과	2023. 4. 28(금)
2023년 5월 소상공인시장 경기동향조사 결과	2023. 5. 31(수)
2023년 6월 소상공인시장 경기동향조사 결과	2023. 6. 30(금)
2023년 7월 소상공인시장 경기동향조사 결과	2023. 7. 31(월)
2023년 8월 소상공인시장 경기동향조사 결과	2023. 8. 31(목)
2023년 9월 소상공인시장 경기동향조사 결과	2023. 9. 27(수)
2023년 10월 소상공인시장 경기동향조사 결과	2023. 10. 31(화)
2023년 11월 소상공인시장 경기동향조사 결과	2023. 11. 30(목)
2023년 12월 소상공인시장 경기동향조사 결과	2023. 12. 29(금)

3. 비교성 및 일관성

3-1 통계 작성방법의 비교성

□ 2014년 소상공인시장 경기동향조사로 통합

○ 작성연혁

- 2001. 8. : 「소상공인경기동향조사」 통계작성승인
- 2005. 7. : 「시장경기동향조사」 통계작성승인
- 2014. 11.: 「소상공인경기동향조사」, 「시장경기동향조사」 통합

□ 통계의 개념 : 지수 산출 방식 통합

○ 소상공인시장 경기동향 지수

5점서열 척도 배분		가중치
1. 매우감소(악화, 하락, 축소 등)	→	0
2. 다소감소(악화, 하락, 축소 등)	→	50
3. 동 일(적정 등)	→	100
4. 다소증가(호전, 상승, 확대 등)	→	150
5. 매우증가(호전, 상승, 확대 등)	→	200

- 산출식 = [(매우감소 응답빈도×0)+(다소감소 응답빈도×50)+(동일응답 빈도×100) + (다소증가 응답빈도×150) + (매우증가 응답빈도×200)] / (지역별·업종별 응답빈도수)

- 과거 소상공인진흥원에서 수행되던 소상공인경기동향조사는 BSI산출식을 이용하여 지수를 산출해왔으며, 시장경영진흥원에서 수행되던 시장경기동향조사는 M-BSI산출식을 이용하여 지수를 산출해 왔다. 2014년 1월 소상공인진흥원과 시장경영진흥원이 소상공인시장진흥공단으로 통합되었으나 소상공인과 전통시장을 나누어 각각의 산출방식을 통해 지수를 산출하였다. 이후 '15년 4월 조사부터 산출방식을 통일함

□ 분류기준 : 동일하게 유지함

- 한국표준산업분류기준을 적용

□ 조사 기준 : 일부변경

- 작성주기:월
- 조사대상지역 :전국
- 조사대상
 - 소상공인(소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법 시행령 제2조)
 - 전통시장(전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 제2조)

가. 조사업종 변경 : '13.1월

구분	변경 전('12.12월)	변경 후('13.1월)
소상공인	소매업, 음식업, 택시운송업, 부동산중개업, 기술서비스업, 교육서비스업, 스포츠 및 여가서비스업, 수리 및 개인서비스업, 인쇄업	소매업, 음식업, 부동산중개업, 전문기술사업서비스업, 교육서비스업, 스포츠 및 오락관련 서비스업, 수리업, 개인서비스업

나. 조사항목 변경 : 통계 승인변경 요청 필요

- '15.4월

구분	변경 전('15.3월)	변경 후('15.4월)
전통시장	사업체 개요, 경기전반, 매출, 마진, 매입원가, 상품판매 가격, 자금사정, 구매고객 수	사업체 개요, 경기전반, 매출, 영업 이익, 자금사정, 원재료조달사정, 구매고객수

□ 조사 시기 : 변경

○ 소상공인

구분	2014년	2015년
표본수	3,000개	3,200개
모집단	2012년 전국사업체조사 (추후 2013년 전국사업체조사로 변경)	2013년 전국사업체조사 (추후 2014년 전국사업체조사로 변경)
조사방법	전화조사	전화조사
조사실시	매월 21일~25일	매월 18~22일
조사대상업종	8개 주요 업종	8개 주요 업종

○ 전통시장

구분	2014년	2015년
표본수	1,000개	1,000개
모집단	2013년 기준 전통시장 및 점포경영실태조사	2013년 기준 전통시장 및 점포경영실태조사
조사방법	전화조사	전화조사
조사실시	매월 21일~25일	매월 18~22일
조사대상업종	8개 주요 업종	8개 주요 업종

3-2 시계열 비교성

□ 시계열단절

- 조사업종 및 조사 항목 변경에 따른 시계열 단절 발생

가. 조사업종 변경 : '13.1월

구분	변경 전('12.12월)	변경 후('13.1월)
소상공인	소매업, 음식업, 택시운송업, 부동산 중개업, 기술서비스업, 교육서비스업, 스포츠 및 여가서비스업, 수리 및 개인서비스업, 인쇄업	소매업, 음식업, 부동산중개업, 전문기술사업서비스업, 교육서비스업, 스포츠 및 오락관련 서비스업, 수리업, 개인서비스업

나. 조사항목 변경 : 통계 승인변경 요청 필요

- '15.4월

구분	변경 전('15.3월)	변경 후('15.4월)
전통시장	사업체 개요, 경기전반, 매출, 마진, 매입원가, 상품판매 가격, 자금사정, 구매고객 수	사업체 개요, 경기전반, 매출, 영업 이익, 자금사정, 원재료조달사정, 구 매고객수

- 소상공인시장 경기동향조사 결과보고서에 주석으로 이용시 고려사항 표시

예) 2015년 6월 소상공인시장 경기동향조사 11page 및 12page에 주석 표시

3-3 동일영역 통계와 일관성

□ 유사통계

- 조사내용이 다르지만 유사한 주요국내통계는 다음과 같다. - 현재 경영상황에 대한 판단과 향후 전망을 조사하여 경기 동향을 파악하고 경기를 전망하기 위해 작성하는 통계

통계명칭	작성기관	조사내용 등	작성주기
기업경기조사	한국은행	○ 지수명칭 : 기업경기실사지수(BSI) - 조사 대상 : 제조업, 비제조업 - 표본규모 전국 : 3,696개 업체 (제조업 : 2,229개, 비제조업 : 1,467개)	월
중소기업 경기전망조사	중소기업 중앙회	○ 지수명칭 : 중소기업경기전망지수 - 조사 대상 : 제조업, 비제조업 매출액 5억 이상 중소기업 - 표본규모 전국 : 3,150개 업체 (제조업 : 1,500개, 비제조업 : 1,650개)	월
기업경기 실사지수조사	한국경제 연구원	○ 지수명칭 : 기업경기실사지수(BSI) - 조사 대상 : 업종별 매출액 순 600대 기업	월

- (차이발생) 기업경기조사(한국은행), 중소기업경기전망조사(중소기업중앙회), 기업경기실사지수조사(한국경제연구원) 등 유사 통계 및 조사가 있으나, 작성기준, 조사대상, 모집단 및 표본설계 등이 서로 상이하여 직접비교는 어려우며, 조사결과 활용에 주의가 필요

3-4 작성주기 차이에 의한 통계의 일관성

☐ 동일한 내용을 조사하는 작성주기가 다른 통계 : 해당없음

- 조사내용이 다르지만 유사한 주요국내통계로서 작성주기가 다른 통계는 다음과 같다.

통계명칭	작성기관	조사내용 등	작성주기
제조업경기조사	산업통상 자원부	<ul style="list-style-type: none"> ○ 지수명칭 : 제조업종별경기실사지수(BSI) - 조사 대상 : 제조업(on-line web 방식으로 연결 가능한 3,026업체) - 국내 제조업 및 제조업지원 서비스업 관련 업체를 대상 	분기

- (차이 발생) 제조업경기조사(산업통상자원부)와 작성기준, 조사대상, 모집단 및 표본설계 등이 서로 상이하여 직접비교는 어려우며, 조사결과 활용에 주의가 필요

4. 접근성 및 명료성

4-1 통계의 이용자 서비스

☐ 통계 공표 방법

- 전산망(인터넷)과 간행물(소상공인시장경기동향보고서) 형태로 공표

☐ 통계 서비스 경로

- KOSIS(국가통계포털) (<http://kosis.kr/>)
 - KOSIS 국가통계포털 : 국내통계 ▶ 주제별통계 ▶ 경기·기업경영 ▶ 경기 ▶ 소상공인시장경기동향
- 소상공인시장진흥공단 소상공인마당 (<http://www.sbiz.or.kr>)
 - 소상공인마당 : 소식&알림 ▶ 통계정보 ▶ 체감경기지수(BSI)

4-2 연락처 정보

☐ 연락처 정보

- 중소벤처기업부 소상공인정책과 : 044-204-7825
 - 담당 : 최○○ 사무관
- 소상공인시장진흥공단 동향분석실 : 044-960-7017
 - 담당 : 홍○○ 과장

4-3 통계 설명자료 제공

☐ 소상공인시장 경기동향조사 통계설명자료

- KOSIS에 설명자료 제공

(경로 : <http://meta.narastat.kr/>에서 소상공인경기동향조사 검색)

- 통계개요
- 조사방법론
- 자료제공
- 조사표
- 기타
- 통계 설명자료 DB : <http://meta.narastat.kr/>
주제별 설명자료> 000>000> 소상공인경기동향조사
- KOSIS(국가통계포털) > '소상공인경기동향조사' 통계설명자료 검색
- KOSISTong계설명자료에 작성 내용을 보완 할 필요가 있음(최신화 완료, '20. 4.27)

5. 비밀보호 및 보안

5-1 자료수집, 처리 및 보관 과정의 비밀보호

☐ 자료수집 비밀 보호

- 본 사업 관련 담당자 모두 조사 수행 전 개인정보 관리 지침 등 보안 강화 교육을 실시하고, 프로젝트 수행 전 보안각서 작성 필수화, 사업 종료 후 수집된 자료 파기 및 파기 확인서 작성
- * 자료수집은 문서형태가 아닌 엑셀파일형태로 이루어지며(조사는 컴퓨터를 이용한 전화조사 : CATI), 프로젝트 수행기간동안 프로젝트 담당자와 소상공인시장진흥공단 업무담당자가 병행보관하며, 프로젝트 수행후에는 프로젝트 담당자의 자료는 삭제함(입력된 엑셀 자료 - SPSS를 활용한 분석 - 엑셀자료를 소상공인시장진흥공단에 송부)

☐ 자료처리 과정 비밀 보호

- 입력된 자료는 코드형태로 처리하고 있음
 - 소상공인 : 지역(1~17), 업종(1~8), 경기전반(1~5), 매출(1~5), 영업이익(1~5), 자금사정(1~5), 원재료 조달사정(1~5)
 - 전통시장 : 지역(1~17), 업종(1~8), 경기전반(1~5), 매출(1~5), 영업이익(1~5), 자금사정(1~5), 원재료 조달사정(1~5), 구매 고객수(1~5)

☐ 자료보관과정 비밀 보호

- 자료는 조사업체(프로젝트 수행업체)에서 소상공인시장진흥공단으로 메일을 통해 송부
 - 소상공인시장진흥공단 담당자 1인이 파일형태로 보관 관리함

☐ 조사표 표기

- 본 조사표에 기재된 내용은 통계법 제33조 및 제34조에 의해 비밀이 철저히 보호되며, 반드시 대표자 또는 관리자께서 작성해 주시기 바랍니다.

☐ 용역계약 및 완료

- 경기동향조사 프로젝트 업체(용역기관)과 계약체결 및 종료시에 보안서약서를 작성하여, 자료수집에 비밀보호 준수

5-2 공표자료의 비밀보호

☐ 공표자료

- 공표자료는 응답자(사업체)정보를 코드형태로 집계·분석하여 개개 응답자의 정보가 제거된 형태로 공표하고 있음
 - 업종별, 지역별 자료형태로 공표
- 마이크로 데이터는 제공하지 않고 있음

5-3 자료 보안 및 접근제한

☐ 자료 보안 및 접근제한

- 내부에서 분석되는 자료는 응답자 개인을 식별할 수 있는 정보는 제거하고 있음
- 원자료는 담당자1인의 개인pc에 보관되어 타인은 접근이 제한됨
- 비 권한 사용자의 사용을 방지하기 위해 각 사용자명과 연계되는 패스워드 사용, 파일 시스템 접근 제한
- 보안 S/W 운영, 패스워드 관리 체계 수립, 소프트웨어 사용 및 관리체계 수립, USB 사용 불가

Ⅵ. 통계기반 및 개선

1. 기획 및 분석 인력

☐ 담당인력

- 중소벤처기업부(작성기관)

소속	직급	구체적인 통계업무
소상공인정책과	사무관	경기동향조사 총괄

- 소상공인시장진흥공단(수행기관)

직급	통계업무
실장	외부대응 및 총괄
과장	경기동향조사 자료처리 및 결과분석

- *** (용역업체)

직급	통계업무	세부 통계 업무	통계관련 교육 이슈
부장	사업 총괄		실시하지 않음
과장	연구 총괄		
대리	보고서 총괄		실시하지 않음

2. 통계위탁 조사

☐ 조사완료된후 수탁기관으로부터 조사와 관련하여 제출받고 있는 자료 목록

- 조사기획서(받음)
- 표본설계서 및 예비표본을 포함한 명부 일체(받음)
- 조사원 교육관련 사항(지침서 등) (받음)
- 조사표원본(받음) : 파일형태 원본 받음
- 개개의 조사표는 저장되지 않고 입력된 자료는 CATI시스템에 파일형태로 저장
- 조사결과 원자료 파일, 파일설계서(받음)
- 에디팅(내용검토) 요령서 (받지않음)
- 현장조사평가보고서 (받지 않음)
- 표본대체 원인 및 현황 자료 (받음)
- 최종보고서(통계표 및 분석결과) (받음)

3. 통계 품질관리 및 개선

☐ 이용자 만족도 조사 실시

- 일시 : 2023. 11. 13 ~ 2023. 11. 20(7일간)
- 조사 대상 : 소상공인시장 경기동향조사를 이용하는 정부부처 공무원, 연구기관 연구원 등
- 조사내용 : 통계 이용 자료 행태, 이용 만족도, 향후 이용 의향 등

※ 참고 문헌

1. 국제기준 또는 권고안

□ OECD 권고안

- 대부분의 국내 기관에서 이용하고 있는 BSI 편제방식*은 지수 산출이 용이한 데다 기업의 체감경기를 잘 나타내 주는 장점은 있으나, 기업규모나 업종규모가 충분히 반영되지 않아 산업생산지수 등과 괴리가 발생하는 등 실물 경제지표와의 대응성이 다소 떨어지는 한계점이 있음

* 조사대상업체의 규모에 관계없이 긍정적 응답 표본업체수에서 부정적 응답 표본업체수를 차감하고 이를 전체 표본업체수로 나누어 계산

$$BSI = \frac{\text{긍정적 응답 표본업체수} - \text{부정적 응답 표본업체수}}{\text{전체 응답 표본업체수}} \times 100 + 100$$

- 이러한 점을 보완하기 위하여 OECD에서는 가중BSI방식을 권고
- OECD*에서는 기업별 규모가중치는 종업원수 또는 매출액을, 업종별 규모가중치는 업종 부가가치 등을 사용하는 2단계 가중방식을 권장

* OECD 'Business Tendency Surveys' : A Handbook(2003)

예) 기업규모의 차이를 반영하는 가중치를 부여하여 업종별 지수를 산출하고, 구하여진 업종별 지수에 다시 제조업내 개별업종의 실제 구성비를 반영하는 업종별 가중치를 부여하여 제조업 전체 지수를 산출

※ NEW 경제용어사전(2006, 경기실사지수(BSI))

- 경기실사지수는 주요 업종의 경기동향과 전망, 기업 경영의 문제점을 파악하여 기업의 경영계획 및 경기대응책 수립에 필요한 기초자료로 이용하기 위한 지표이다. 다른 경기관련 자료와 달리 기업가의 주관적이고 심리적인 요소까지 조사가 가능하므로 경제정책을 입안하는 데도 중요한 자료로 활용된다.
- 지수계산은 설문지를 통하여 집계된 전체응답자 중 전기에 비하여 호전되었다고 답한 업체수의 비율과 악화되었다고 답한 업체수의 비율을 차감한 다음 100을 더해 계산한다. 예를 들면 긍정과 부정의 응답이 각각 80%와 60%라면 80에서 60을 차감한 다음 100을 더해 120이 된다. 따라서 향후 경기가 좋아질 것이라는 대답이 나빠질 것이라는 대답보다 20%가 많다는 것을 의미하는데, 일반적으로 지수가 100 이상이면 경기가 좋고 100 미만이면 경기가 안 좋다고 판단하게 된다.
- 한편 경기실사지수는 미국, 일본 등 50여개국에서 실시하고 있으며, 우리나라의 경우 한국은행을 비롯하여 산업은행, 상공회의소, 전국경제인연합회 등에서 분기별 또는 월별로 이를 조사하여 발표하고 있다.

2. 유사통계 외국자료

□ TDB* 경기동향조사

- * (주)제국데이터뱅크(TDB : TEIKOKU DATABANK) 제국데이터뱅크는 1900년에 설립된 일본최대의 신용조사 및 기업DB 서비스 전문기업으로 연간 140여만 건의 기업신용조사를 수행하고 있음
- TDB경기동향조사는 일본의 경기 실태 파악을 주목적으로 2002년 5월부터 조사를 시작했음. 경기 판단과 기업 수익, 설비 투자 의욕, 고용 환경 등 기업 활동 전반에 관한 항목에 대해 전국 2 만개 이상 회사를 대상으로 실시하고 있는 월별 통계 조사임
 - 소상공인시장 경기동향조사와는 조사대상이 서로 다르지만, 경기실태 파악이라는 점에서 동일한 목적을 갖고 있음(일본의 TDB경기동향조사는 전 업종을 대상으로 하지만, 소상공인 시장 경기동향조사는 소상공인과 전통시장을 대상으로 하고 있음)
- 자료 소재 경로 : <http://www.tdb.co.jp/report/index.html>

□ OECD 경기동향조사

- OECD는 기업경기조사(Business Tendency Surveys)에 대한 각국의 자료를 제공하고 있음. 우리나라 자료는 한국은행에서 조사하고 있는 기업경기조사에 대한 자료 수록
 - 한국은행의 기업경기조사는 제조업과 비제조업으로 구분되어 수록
- 각국의 OECD자료는 소상공인시장 경기동향조사와는 작성대상이 달라 직접 비교가 가능하지 않음

3. 기타문헌

□ 「소상공인시장 경기동향조사」 관련 문헌

- SERI 전망(삼성경제 연구소, 2011)
- 세계 경제지표의 비밀(럭스미디어, 2010)
- KDI Annual Report 2002(한국개발연구원, 2003)