

코리아리서치 퍼블릭 소개

원성훈

2022.03.02

KRi

Copyright © 2021 KRi. All rights reserved.



코리아리서치 퍼블릭 소개

CONTENTS

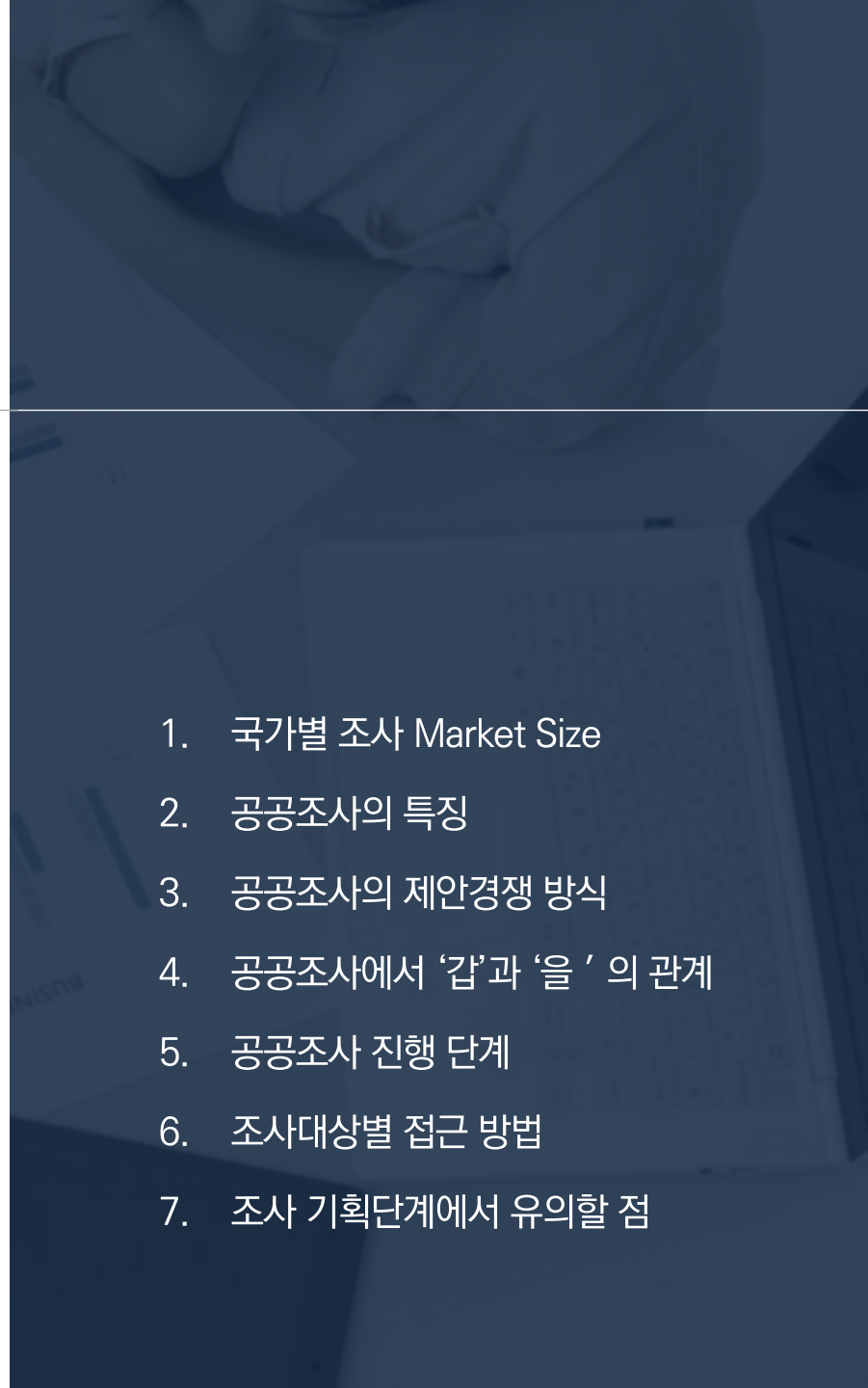
Ⅰ. 공공조사 시장에 대한 이해 03

Ⅱ. 공공조사의 종류 13

Ⅲ. 공공조사의 몇가지 사례 23

Ⅳ. 코리아리서치 퍼블릭 소개 37

공공조사에 대한 이해



1. 국가별 조사 Market Size
2. 공공조사의 특징
3. 공공조사의 제안경쟁 방식
4. 공공조사에서 ‘갑’과 ‘을 ’ 의 관계
5. 공공조사 진행 단계
6. 조사대상별 접근 방법
7. 조사 기획단계에서 유의할 점

1. 국가별 조사 Market Size

한국은 전 세계 11위의 시장 / 공공 여론조사의 비중이 높은 국가

	Country	2012	2013	2014	2015	2016	2016 Public sector(%)
1	USA	14,388	18,186	18,524	19,097	19,487	8
2	United Kingdom	5,076	5,065	7,614	7,344	6,642	14
3	Germany	3,321	3,468	3,569	2,787	2,767	4
4	France	2,568	2,679	2,586	2,251	2,334	5
5	Japan	2,234	1,843	1,730	1,543	1,891	7
6	China	1,544	1,686	1,780	1,847	1,884	2
7	Australia	733	699	646	701	791	33
8	Italy	749	717	742	615	614	4
9	Spain	568	527	559	537	550	8
10	Brazil	823	724	754	502	513	9
11	South Korea	366	412	466	444	464	23
12	Netherlands	352	477	504	449	460	7
13	Mexico	454	451	445	405	391	-
14	Sweden	462	457	458	373	357	-
15	Canada	679	514	372	350	345	11
16	India	263	252	267	259	269	4
17	Russia	391	429	385	229	269	8
18	GCC	148	173	214	227	240	-
19	Switzerland	235	219	218	179	205	13
20	South Africa	249	235	201	176	190	1

2. 공공조사의 특징

1 공공조사의 범위

- 협의의 의미로는 공공기관(행정부, 지방자치단체, 공기업, 정부산하기관 등)에서 발주하는 조사
- 광의의 의미로는 공공기관에서 발주하는 조사 외에 언론사, 정당, 협회 및 각종 기관에서 발주하는 조사를 포괄함.

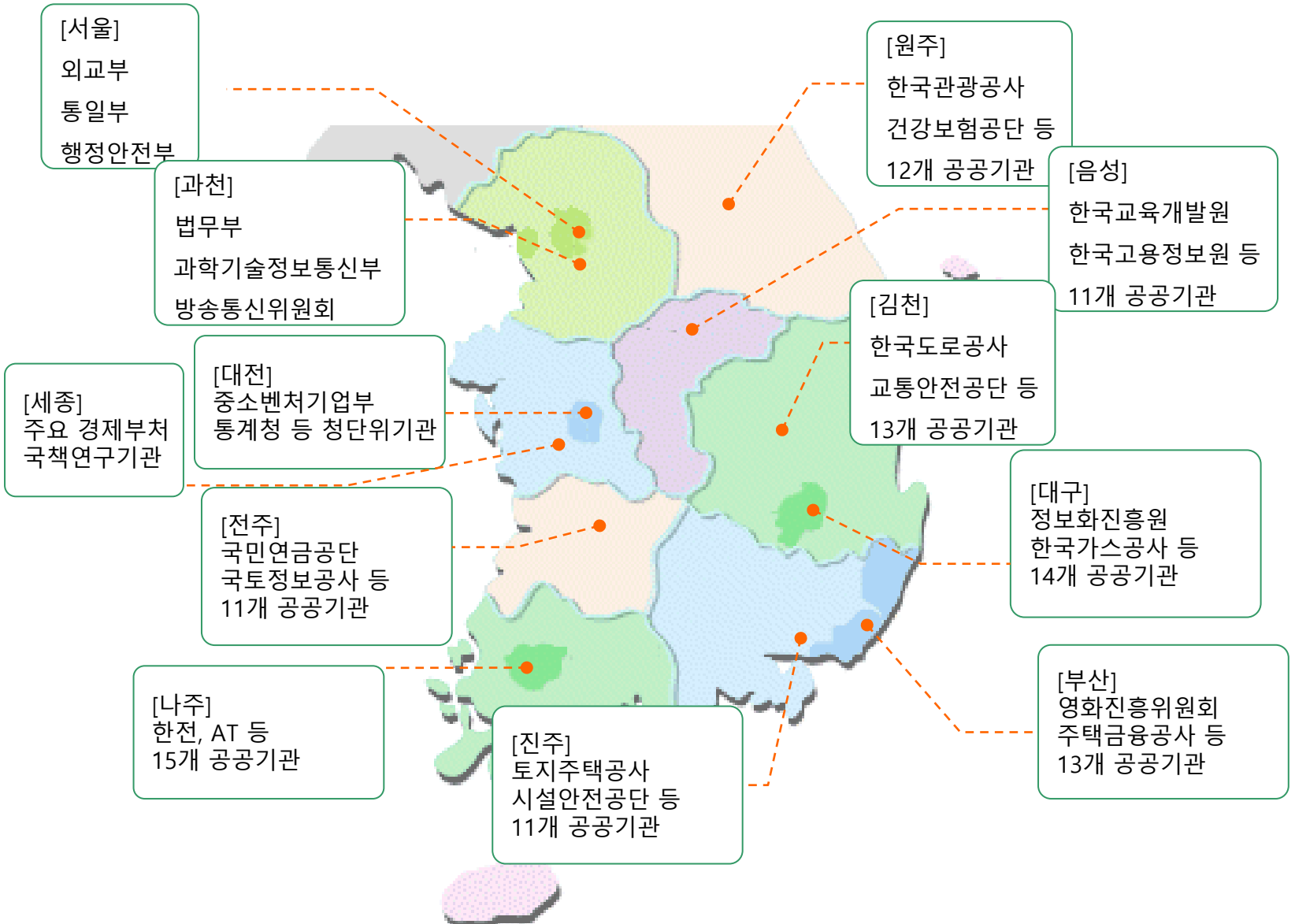
2 공공조사의 목적

- 기업체에서 조사하는 경우 수익성을 목적으로 하는 경우가 대부분
- 공공조사는 공익적인 성격이 강함

3 공공조사의 주요 특징

- 조사설계, 실사 진행, 결과 분석 등 모든 과정이 제3자 입장에서 객관성, 신뢰성을 유지해야 함
- 국회, 감사원 등 공공기관을 관리, 감독, 조사할 수 있는 기관이 자료 제출 요청시, 전 과정이 신뢰를 얻을 수 있어야 함
- 조사 결과는 공공기관의 정책 수립, 내외부 평가 자료 등으로 쓰이므로 정확성이 매우 중요

참고. 정부/공공기관 지역 분포



3. 공공조사의 제안 경쟁 방식

평가 방식

- 제안서 평가(기술평가) 점수와 가격점수를 합산하여 최고점수를 받은 업체가 낙찰되는 방식
- 흔히 경쟁에 의한 계약체결방식이라고 함(3천만원 이상의 경우 가장 많이 사용하는 방식)
- 기술평가와 가격점수 비율 : 70% vs 30%, 80% vs 20%, 90% vs 10%
  (80% vs 20% 방식이 가장 많이 적용됨)

기술 평가 기준

- 기관에 따라 조금씩 다르나 수행회사의 전문성(과거 유사조사 수행 경험, 참여 인력 등), 사업 이해도, 사업 수행능력(표본설계, 실사관리, 보고서 작성 등), 사업 관리 방안 등

제안서 심사위원

- 내부 평가위원, 통계학과 교수, 관련학과 교수, 유사 공공기관 직원 등(기관마다 모두 다름)

4. 공공조사에서 '갑'과 '을 ' 의 관계

01 갑과 을이란?

- '갑' : 물건이나 용역을 공급받는 자, 계약에서 비용을 지불하는 자
- '을' : 물건이나 용역을 제공하는(파는)자, 계약에서 비용을 받는 자
- 계약의 종류에는 물품, 시설, 용역, 공사 등이 있으며, 공공조사는 대부분 용역

02 고객요청 수용성

- 공공기관의 경우 '갑'과 '을'이라는 표현을 가급적 삼가하고자 하는 경향이 있음
- 공공기관에서 리서치 회사를 대부분 파트너로 생각, 무리한 요구는 안 함
- 고객(기관 혹은 담당자)에 따라서는 무리한 요구를 하기도 하지만, 이에 대한 대처가 리서처의 능력

03 고객이 생각하는 리서치 회사는?

- 전문성을 가지고 있는 전문가 집단, 과거에 비해 안정화
- "리서치 회사간 조사 용역의 품질은 다른가?"를 파악하기 어려움

04 고객의 리서치회사 선택기준은?

- 과거 고객과의 프로젝트 수행 경험, 유사용역 실적, 회사에 대한 신뢰, 연구 인력에 대한 신뢰, 기획능력 등
- 이전 프로젝트 수행 과정에서 불만을 가진 리서치회사의 경우 거래가 중단되는 사례 발생

5. 공공조사 진행 단계

프로젝트 수주

- 수의 계약, 가격입찰, 제안경쟁 등으로 프로젝트 수주

사전 미팅

- 고객과 조사 설계에 대해 논의(조사대상, 조사방법, 표본 수, 표본설계, 기간 등)
- 제안 경쟁일 경우에도 고객과 계약 전 미팅 전 전반적인 조사에 대해 논의(기술협상 등)

계약

- 일반 계약 : 계약서 포함 각종 서류 구비 후 계약
- 전자 계약 : 조달청(나라장터) 혹은 각 공공기관의 전자거래사이트에서 ID와 PW를 통해 로그인 후 (공인인증서) 각종 서류를 전송하는 방식
- 계약은 사업부서(주관부서)가 아닌 총무(계약담당) 부서와 거래

조사 설계

- 사전미팅에서 논의되었던 부분을 최종 확정하여 조사의 구체적인 부분을 확정하는 단계

설문지 협의

- 가장 시간이 많이 걸리고, 노력이 요구되는 부분
- 고객과 많은 논의가 필요하며, 향후 분석을 고려해서 작성해야 함.

5. 공공조사 진행 단계

실사	• 사전 실사의 난이도 등을 고려하여 계획을 세우고, 실사부서와 충분한 협의가 필요
통계처리	• 기초 통계표(교차표), 중요도 산출, 추가 분석, 점수 산출 등
보고서 작성	• 연구자가 아닌 고객의 입장을 고려해서 작성
보고서PT(선택)	• 전체 결과에 대한 설명회
대금 청구	• 전자로 세금계산서 발행
사후 서비스	• 고객의 요청에 따라

6. 조사대상별 접근 방법

구 분	조사대상자의 특징	유의할 점
일반국민	• 대표성을 지닌 가장 일반적인 집단 • 전 국민의 의견 취합 조사에 적합 ※ 정치/사회 현안에 대한 조사 등	→ 지역, 성, 연령 등 다양한 계층이 모집단 분포에 맞게 조사되어야 함 → 일반인 눈높이에 맞춘 설문지 구성이 필수
특정 집단	• 이해관계가 명확한 사안의 경우 특정집단을 대상으로 하는 것이 더 효과적 ※ 예) 국민연금 가입자, 65세 이상 노인	→ 모집단(특정집단)에 대한 정확한 정보가 있어야 하고, 특성을 감안한 표본 설계 → 해당 집단의 눈높이에 맞춘 설문지 작성
소수의 집단	• 특정집단의 인원이 일정 이하인 경우 ※ 예) 국회의원, 지자체 복지담당 공무원	→ 표본조사보다는 전수조사를 하는 것이 해당 집단의 의견을 제대로 파악할 수 있음 → 소속 기관(구성원)의 조사 협조가 절대적
전문가	• 어떤 전문가 조사라도 대표성을 담보하기가 어려움 • 전문가가 누구인지는 연구자가 판단	→ 전문가가 특정 방향으로 구성되지 않도록 예) 학계, 협회/단체, 기자, 공무원 → 전문가의 눈높이에 맞춘 설문지 구성

7. 조사 기획단계에서 유의할 점

01 조사의 목적은?

- 조사의 목적을 분명하게 하지 않으면 통계 결과를 활용하는데 한계가 있다
- 기획단계에서 조사의 목적에 부합하는 조사의 설계와 대략적인 조사 항목이 결정되어야 한다

02 조사의 범위는?

- 너무 많은 결과를 얻고자 하면, 조사 결과를 바탕으로 한 결론에 이르기 어렵다
- 핵심 조사 대상자를 선정하고, 얻고자 하는 내용을 집중할수록 조사 효과는 더 커진다

03 조사의 참여자는?

- 많은 사람이 참여하면 다양한 의견을 반영할 수 있지만, 단일한 의견을 도출하기 어렵다
- 참여자는 적극적인 참여가 가능한 적정한 인원이 바람직하다

04 원하는 결과가 있는가?

- 특정한 방향으로 조사 결과가 나오기를 기대하면 정확한 조사는 불가능하다
- 연구자의 예상과 실제 조사 결과는 다를 수 있다

공공조사의 종류



1. 정책수립 조사
2. 공공서비스 CS/모니터링
3. 미디어 수용도 조사
4. 공론조사
5. 패널 추적 조사
6. 특수집단 조사
7. 선거/여론조사
8. 기타 여론조사

1. 정책수립 조사

정책 수용자 조사

- 지자체 및 공공기관에서 행하는 사업에 대한 세부적 평가를 통해 향후 사업 진행방향 결정에 대한 합리적 근거 제공

정책 모니터링

- 모니터 그룹을 구성하여 정책시행에 대한 평가와 대안을 정기적, 비정기적으로 수집, 정책시행에 대한 실패 가능성을 감소



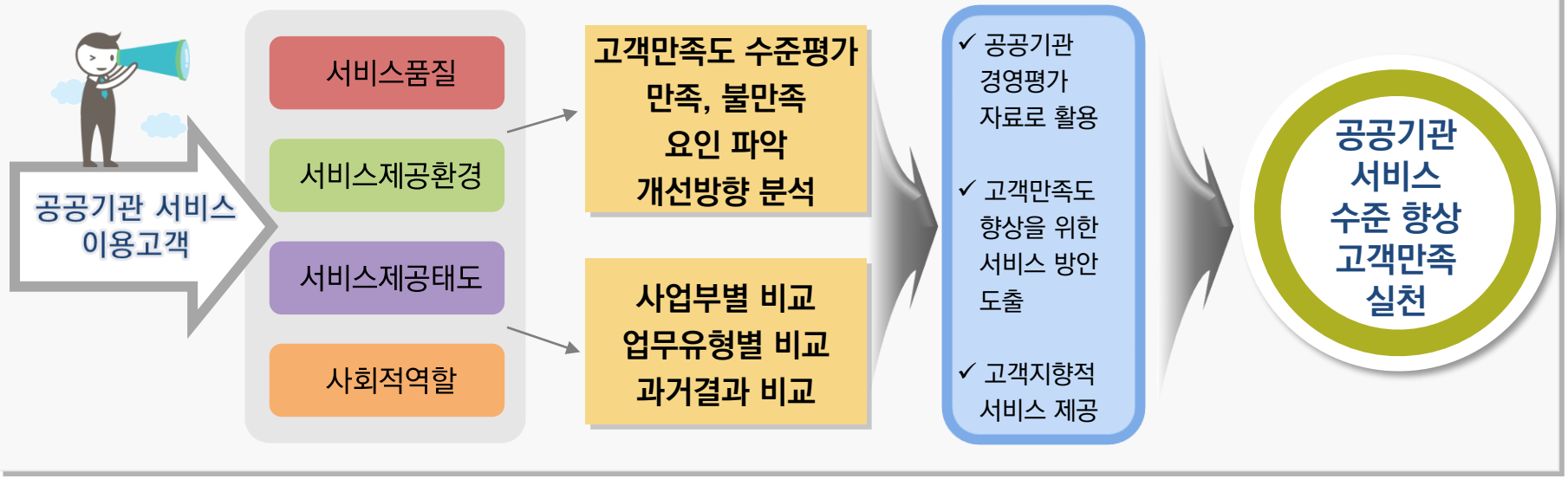
2. 공공서비스 CS/모니터링

1 서비스 만족도 조사

› 서비스 만족도 조사는 공공기관이 제공하는 서비스에 대해 고객들의 만족을 측정하여 고객만족 경영의 기초를 다지기 위한 목적으로 실시

● 공공서비스의 고객형태에 따라 CS 조사는 크게 3가지로 구성됨

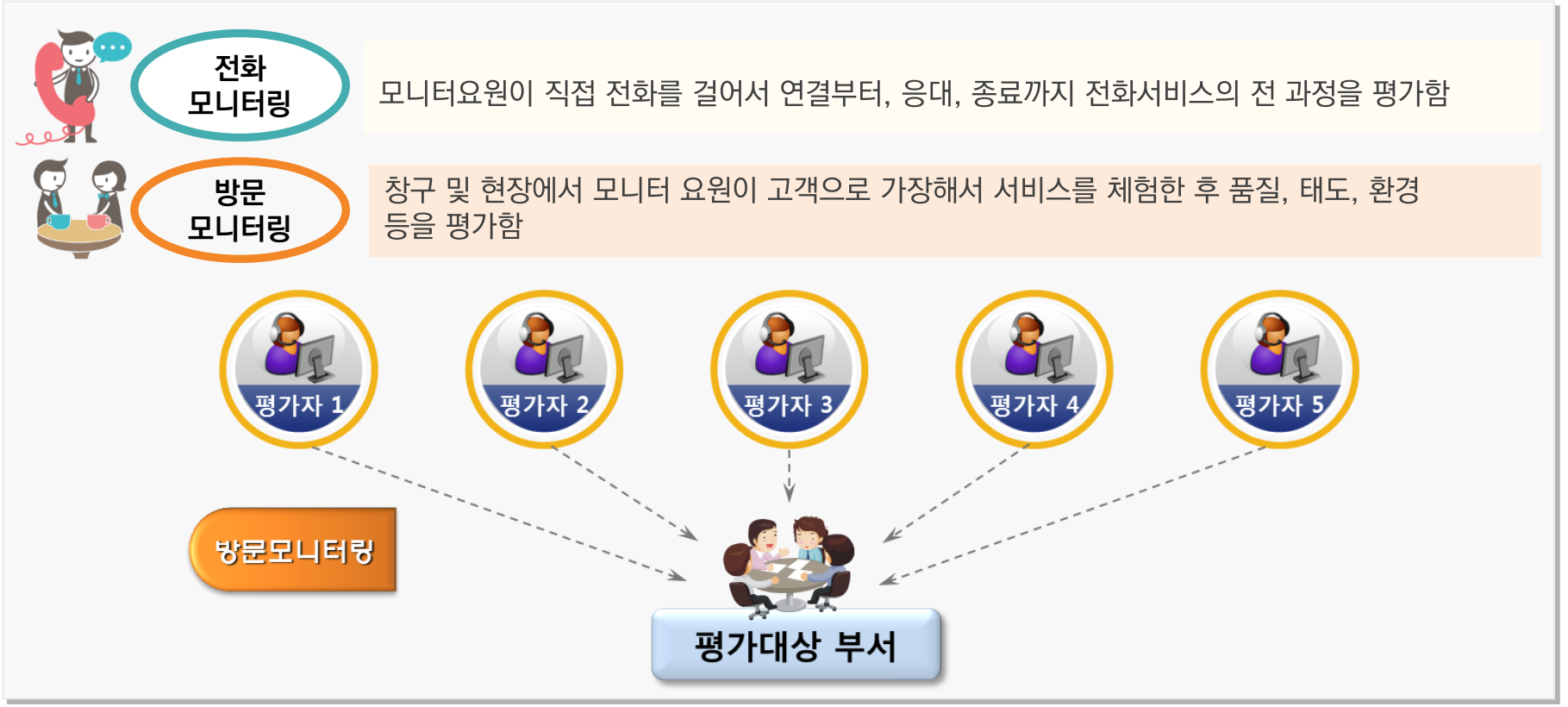
- 고객만족도 : CSI (Customer Satisfaction Index)
- 내부고객만족도 : ESI (Employee Satisfaction Index)
- 협력고객만족도 : FSI (Family Satisfaction Index)



2. 공공서비스 CS/모니터링

2 서비스 모니터링

- 공공기관에서 제공하는 서비스에 대한 만족도를 높이기 위해서 고객과의 접점(MOT)에서 주기적으로 확인하는 프로세스
- 전문모니터 요원이 고객으로 가장하여 전화 및 방문 모니터를 실시



3. 미디어 수용도 조사

이용행태 조사

- TV, 신문, 라디오, 인터넷, 모바일 등 국민들(수용자)의 종합적인 미디어 이용행태와 인식을 조사해 미디어 이용 환경과 수용자에 대한 각종 정보 제공
- 방송통신위원회 등 미디어 정책 수립의 기초가 되는 대표성 있는 수용자 조사
- 시청률, 열독율, 라디오 청취율, 매체교환율 등 각종 미디어 인덱스 조사
- 시청률 검증조사, TV기초조사

매체사 조사

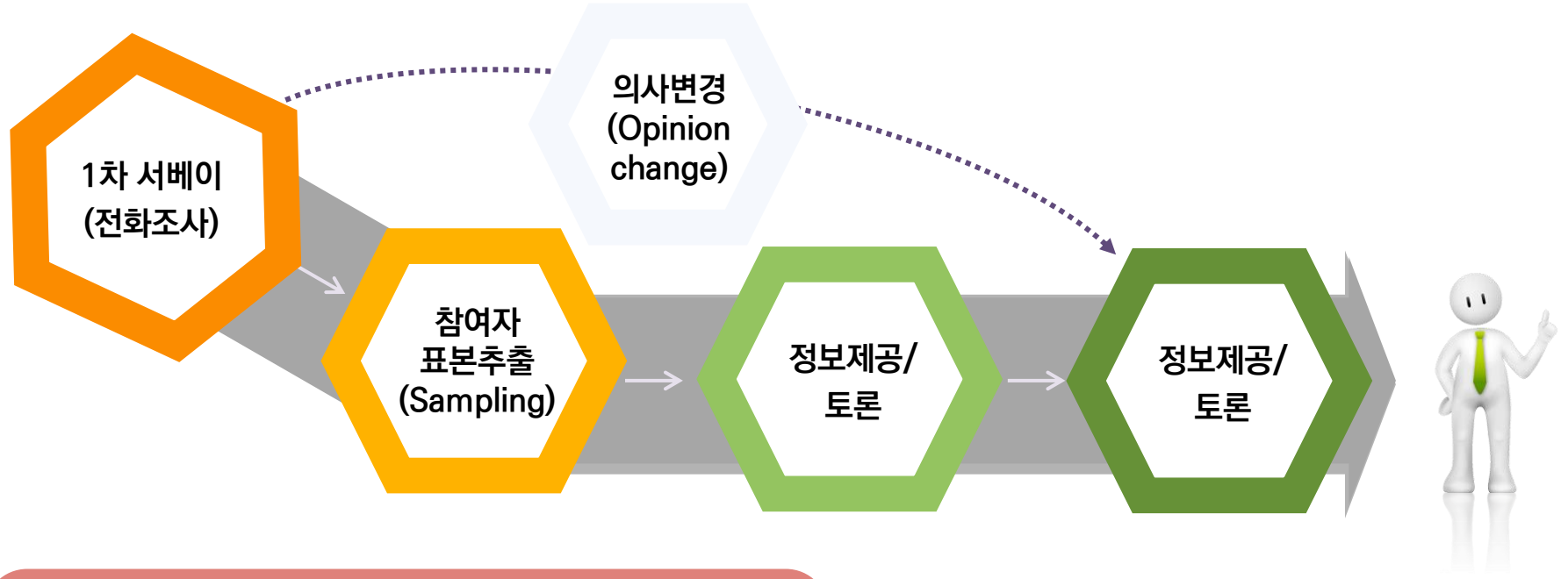
- 방송사, 신문사 등 개별 매체사의 경영전략 수립을 위한 조사
- 방송사의 프로그램 편성과 신문사의 지면 개편을 위한 조사
- 독자/시청자 프로파일 조사
- 매체별/매체사별 영향력 /신뢰도 측정

마케팅 차원의 조사

- 각종 매체별 광고효과조사, 채널 및 프로그램 만족도 조사, 초고속인터넷/IPTV 이용자조사 등 미디어소비자 대상으로 한 개별기업의 마케팅/광고 전략 수립 관련 조사 수행
- 개별 브랜드의 효과적인 매체 전략 수립에 기여하기 위해 다양한 모델로 구성

4. 공론조사

공론조사는 찬반이 첨예하고 부딪히는 사안에 대해 대표성을 갖는 응답자를 선정하여 정보 제공/토론 기회 부여 후 의사를 수집하는 방법



공론조사는 다음과 같은 네가지 요소와 의사변경으로 구성됨

- 표본추출 : 결과의 대표성을 확보하기 위해 과학적인 확률표집방법을 이용하여 표본추출
- 정보/토론 : 토론참여자를 일정한 장소로 소집하고 정책에 관한 정보를 제공 및 소그룹별 토론 진행
- 1차 서베이 : 정보/토론 이전에 여론조사 결과로 통상적인 여론조사 결과와 동일
- 2차 서베이 : 정보/토론 이후의 여론조사 결과로, 이슈에 대해 이해하고 동료와 토론을 거친 후의 결과
- 의사변경 : 동일 설문으로 구성된 1차 서베이와 2차 서베이간 통계적으로 의미있는 변화를 보이는 현상

5. 패널 추적조사

› 패널조사는 동일한 개인 또는 가구를 대상으로 지속적으로 추적 조사하는 것으로 일반적인 통계조사와는 달리 조사 내용이 방대하고 장기간에 걸친 자료 및 표본관리 등에 많은 노력과 비용이 소요

패널조사란?

● 동일표본 반복조사 : 동일한 표본(응답자)을 일정 기간에 걸쳐 반복하여 조사하는 방법

- 몇 가지 조건에 맞는 사람을 무작위로 조사하는 것이 아니라 정해진 사람(패널)만을 대상으로 조사를 진행
- 매 조사 때마다 지난번 조사에 참여했던 응답자가 다음 조사에도 응답을 하여 시간의 흐름에 따른 변화 측정



6. 특수집단 조사

전문가 조사

- 각 분야의 전문가 및 여론 선도층을 대상으로 각종 전문분야의 정책수립과 평가를 위한 조사를 실시

▶ 전문가 집단 구분(예)

정치	경제	통일/안보/외교	복지/노동/환경
교육/문화/여성	이학/공학	의학	법학

▶ 각 집단의 전문가 자격/구성(예)

학　계 : 대학교 교수 및 박사학위 이상
연구소 : 선임 연구원 이상
언론계 : 신문, 잡지, 방송사의 소관분야 언론인으로 경력 3년 이상인 자
시민단체 : 전국 단위 시민단체 간부급

주한외국인조사

- 국내에 거주하는 주한 외국인을 대상으로 조사 거점 기관/장소 및 가구를 방문하여 외국인조사를 수행
- 영어, 중국어, 베트남, 러시아어, 일어 등 각종 언어별 조사 가능 면접원을 투입하여 조사진행

기타 취약계층 조사

- 장노년, 장애인, 저소득, 농어민, 탈북자, 결혼이민자 등 취약계층 대상 조사 수행
- 각 계층별 적격 면접원을 투입하여 조사 진행

7. 선거/여론조사

여론조사

- 방송/신문 등 언론사에서 정치/사회/경제 현안 등에 대해 전 국민을 대상으로 하는 조사
- 조사설계 : 만 18세이상 남녀, 유무선RDD or 휴대전화 가상번호, 조사원 or ARS 등 다양한 방식
- 조사주제 : 선거를 제외하고는 국정운영 지지도, 정당지지도, 정치/사회 현안 등에 대한 주제를 대상으로 조사
- 주요 시행사 : 코리아리서치, 한국갤럽, 한국리서치, 엠브레인퍼블릭, 케이스탯, 리얼미터 등

정당 조사

- 경선 여론조사 : 후보자의 공천을 위해 해당 선거구 유권자 혹은 당원을 대상으로 하는 조사
  - 후보자에게는 가장 민감한 조사
- 정당의 선거 승리를 위해 경쟁력 조사, 판세 분석 조사 등을 진행하기도 함
- 여야 등 특정 정당을 고려해서 조사하지 않고, 공정성 등을 가장 우선하여 조사

선거예측 조사

- 방송사에서 후보자의 당선, 득표율을 예측하는 조사(출구조사가 가장 대표적)
- 사전투표와 당일투표를 감안하여 예측치를 산출하고, 투표마감 이후 즉시 개표
- 여론조사의 꽃, 정답이 있는 유일한 조사
- 코리아리서치 : 2000년 이후 출구조사 연속 실시

8. 기타 여론조사

통계/지표 조사

정부부처, 지자체, 공공기관, 국책 연구기관에서 주관하는 각종 대규모 실태조사 및 통계청 승인조사

교통량 조사

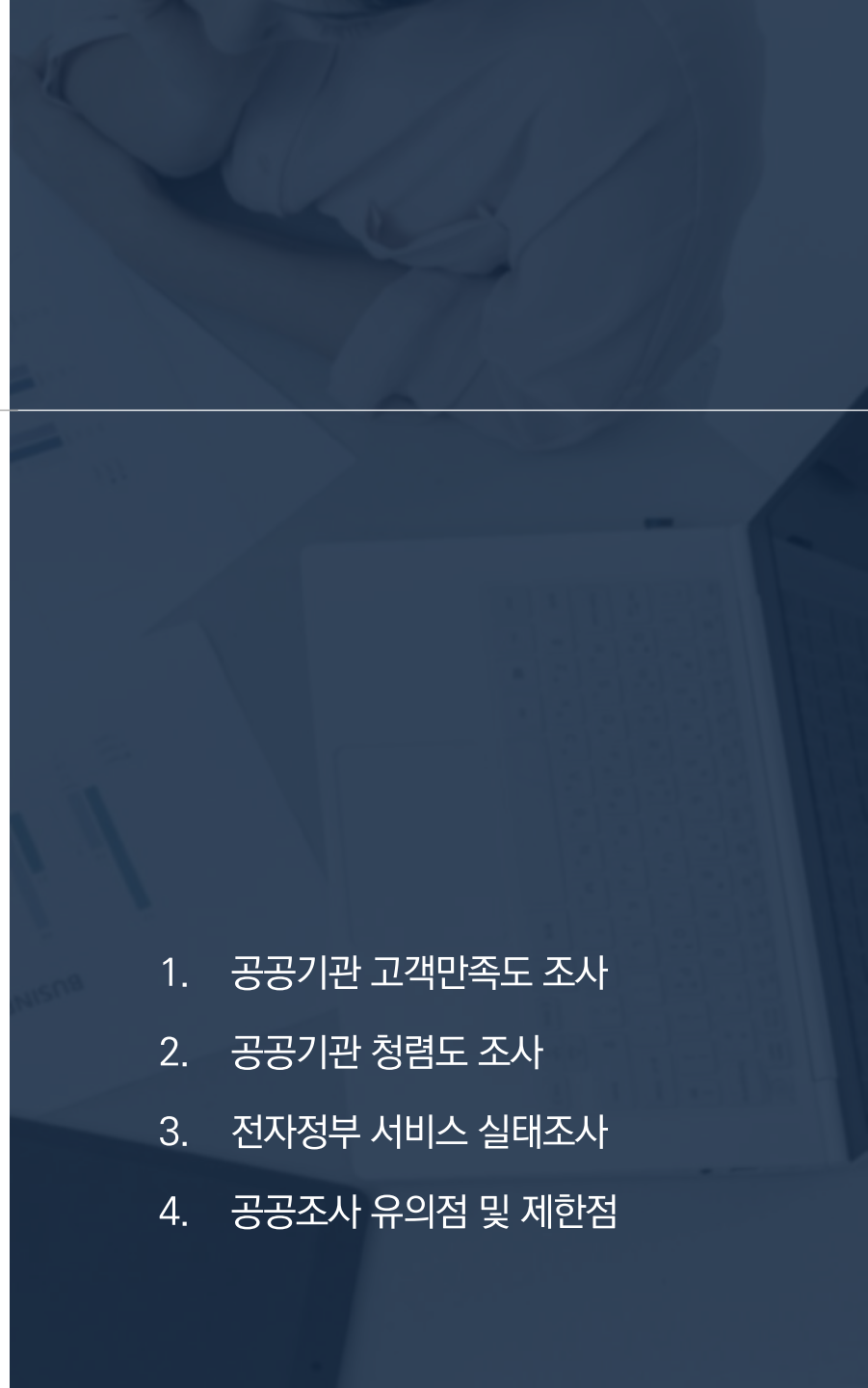
교통량, 속도, 보행량 등 교통부문 전반에 대해 관측 및 설문조사

국제비교 조사

국제적인 네트워크을 통해 정치, 사회, 문화, 경제 등 여러 현안에 대해 국제적인 비교가 필요하거나 특정 국가의 자료가 필요할 때 실시



공공조사의 몇가지 사례

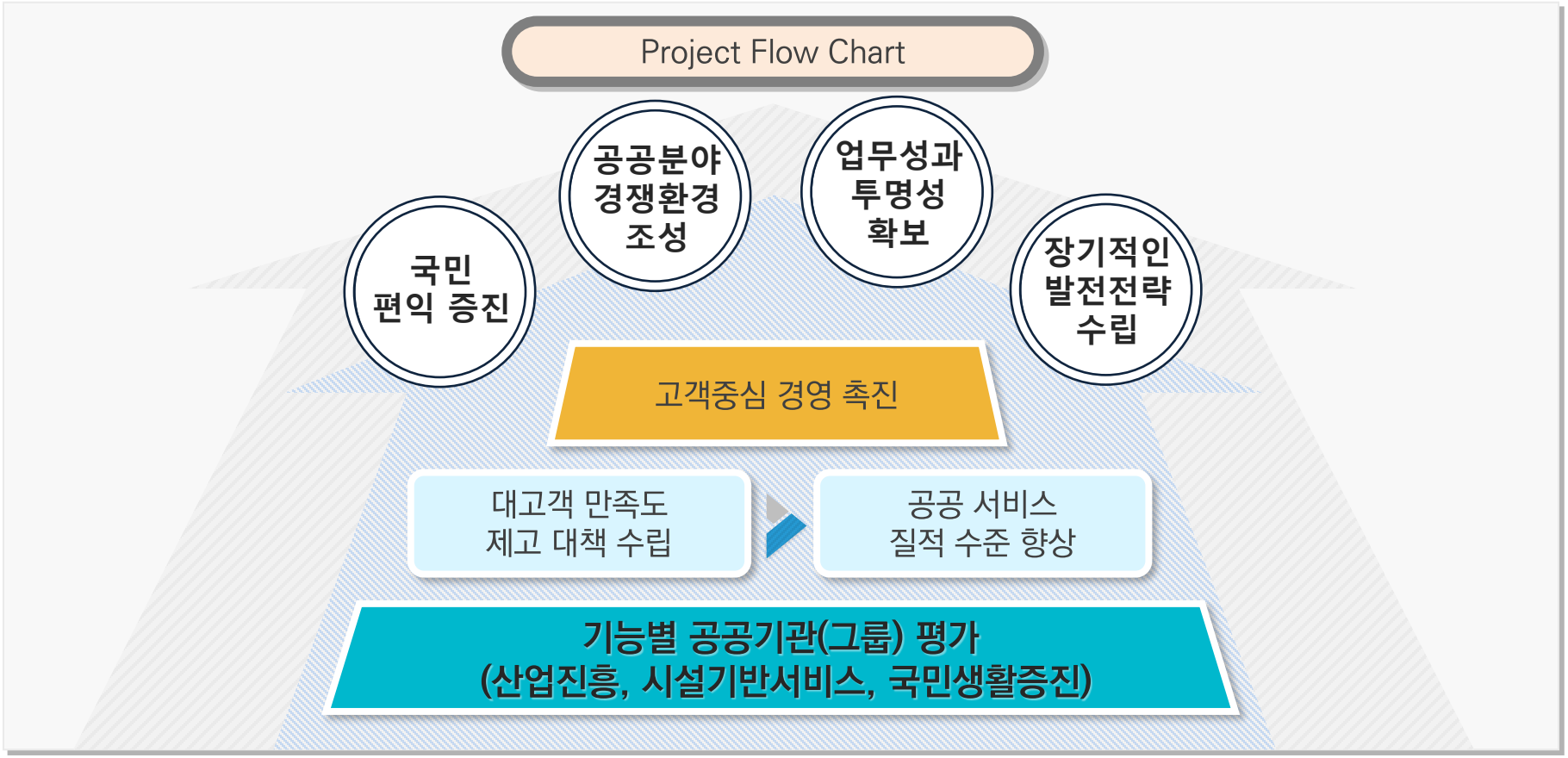


1. 공공기관 고객만족도 조사
2. 공공기관 청렴도 조사
3. 전자정부 서비스 실태조사
4. 공공조사 유의점 및 제한점

1. 공공기관 고객만족도 조사

1 공공기관 고객만족도 조사의 목적

- 공공기관 고객만족도 조사는 기획재정부 주관으로 「공공기관의 운영에 관한 법률」에 의거, 공기업(1999년~), 준정부기관(2004년~), 기타공공기관(2005년~)에 대해 지속적으로 조사 사업이 이어져오고 있음



1. 공공기관 고객만족도 조사

2 조사의 설계

조사 대상	● 그룹별 공공기관 서비스 이용 고객
조사 지역	● 전국 17개 시도 전역
표본 추출 방법	● 모집단의 규모와 특성에 따라 전수조사, 응답자 특성별 비례 추출, Intercept 등 방법을 달리 적용함
조사방법	● 구조화된 설문지를 이용하여 CATI(Computer Aided Telephone Interview)를 활용한 전화면접 방식을 기본으로 함(단, 조사 대상 특성에 따라 현장출구조사(CAPI), 온라인조사 병행)
조사항목	● PCSI 2.0 평가 모델 설문항목(공통) : 21개 내외 ● 인구 통계 및 특성 변수 : 3개 내외

1. 공공기관 고객만족도 조사

3 측정 모형

- 종합만족도는 서비스품질모형, 사회적 책임모형, 서비스 비교평가모형, 고객만족모형, 성과모형의 세부모형으로 구성되어 있으며, 각 세부 모형별 가중치(weight)를 반영하여 종합만족도를 산출함



2. 공공기관 청렴도 조사

1 공공기관 청렴도 조사의 목적

	기본 목적	최종 목적
1 외부청렴도	◤ 공공기관과 업무관계를 맺는 외부인의 청렴도 수준 측정	▪공공기관의 전반적·객관적 청렴 수준 측정 ▪ 부서별 평가를 통해 취약 부서 파악 ▪ 업무별 부패 요소 파악 및 문제점 해결 ▪ 공공기관의 청렴수준 향상을 위한 방안 마련
2 내부청렴도	◤ 내부 직원의 청렴도 인식 수준 측정 ◤ 문제점 및 개선방안 도출	
3 정책고객 평가	◤ 전문가, 이해관계자의 부패경험 및 인식 측정 반영	

청렴한 공공기관의 위상확립

2. 공공기관 청렴도 조사

2 조사의 설계(예시)

	 외부청렴도 조사	 내부청렴도 조사	 정책고객 평가
평가 대상	• 4개 분야 민원인 • 93개 지사, 6개 사업단	• 133개 부서 내부직원	• 관련 전문가 및 이해관계자
조사 규모	• 외부고객 : 2,292명 – 93개 지사 X 24명 씩 = 2,232명 – 6개 사업단 X 10명 씩 = 60명	• 내부고객 : 3,325명 – 133개부서 X 24명씩 = 3,192명	• 전문가 : 50명 • 이해관계자 : 100명
조사 방법	• 전화면접조사	• 온라인 조사 (CAWI, Computer Aided Web Interview)	• 온라인 조사 (CAWI, Computer Aided Web Interview)
조사 회수 및 시기	• 총 2회 – 상반기 : 외부청렴도, 2,292표본 – 하반기 : 외부청렴도, 2,292표본	• 1회 – 하반기 : 내부청렴도, 3,328표본	• 1회 – 6~7월 중 : 총 3,220표본

2. 공공기관 청렴도 조사

3 측정 모형(외부 청렴도)



외부청렴도 측정 문항 및 모형

평가분야	평가사항	가중치
부패인식 지수 (0.506)	특정인에 대한 특혜 여부	0.167
	연고관계에 따른 업무 처리	0.164
	우월적 지위/권한남용 및 부당한 요구 처분(갑질)	0.171
	부정청탁에 따른 업무처리	0.191
	업무처리 기준 절차의 공정	0.154
	업무처리의 책임성	0.153
부패경험 지수 (0.494)	금품 경험률	0.118
	향응 경험률	0.100
	편의 경험률	0.093
	금품, 향응, 편의 경험 빈도	0.359
	금품, 향응 경험 규모	0.330
신뢰도 저해	신뢰도 저해행위 여부 확인(감점 처리)	최대 0.5점
의견	고객요구사항	-

2. 공공기관 청렴도 조사

3 측정 모형(내부 청렴도)

내부 청렴도 조사 문항

평가분야		평가사항
청렴문화 (0.422)	조직문화 (0.631)	· 업무처리의 투명성(0.158) · 부정청탁에 따른 업무처리(0.172) · 연고관계에 따른 업무 처리(0.165) · 우월적 권한 남용 및 부당한 요구/처분(갑질 관행) (0.175) · 직무관련 정보의 사적 이용 및 제3자 제공(0.148) · 부패행위의 관행화(0.182)
	부패방지제도 (0.369)	·부패행위, 공익신고자 보호 실효성(0.322) · 부패행위 적발, 처벌의 적절성(0.381) · 부정청탁금지 제도 운영의 실효성(0.297)
업무청렴 (0.578)	인사업무 (0.413)	· 기관의 인사업무 측면에서의 청렴도 · 금품, 향응, 편의 경험
	예산집행 (0.330)	· 기관의 예산집행 측면에서의 청렴도 · 예산의 위법, 부당 집행 경험
	업무지시 (0.257)	· 기관의 업무지시 측면에서의 청렴도 · 부당한 업무지시 경험

3. 전자정부 서비스 실태조사

1 조사의 목적

- 1) 일반국민의 전자정부서비스 인지도 및 이용률, 만족 수준 파악, 2) 모바일 전자정부서비스 이용률, 만족 수준, 3) 전자정부서비스 이용전망 등을 파악하는 조사
- 이를 토대로 전자정부서비스 이용률 개선 및 활성화를 위한 전자정부 정책 수립의 기초자료로 활용

조사의 흐름도 (Flow chart)

조사개요

- 만 16세 이상 74세 이하 일반국민 4,000명
- 전국 17개 광역자치단체 (제주도, 세종시 포함)
- 2020년 인구주택 총조사

수집 내용

- 성별, 연령 등 사회적 특성 항목
- 행정서비스 이용 관련 문항
- 전자정부서비스 이용 관련 문항
- 모바일 전자정부서비스 이용 관련 문항
- 전자정부서비스 이용전망

기대 효과

일반국민의 전자정부서비스 이용률 및 전자정부서비스 활용 등에 대한 만족, 불만족 원인 등에 관한 정확한 자료 수집 및 분석

▼

전자정부 이용률 개선 및 효과적인 전자정부 정책 수립·개발을 위한 기초자료 제공

3. 전자정부 서비스 실태조사

2 모집단 정의

목표 모집단 (target population)

- 전국 만 16세 이상의 일반국민

조사 모집단 (sampled population)

- 전국 만 16세 ~ 74세 일반국민
  ▶ 과거 조사와의 일관성과 실제 설문 이해도를 고려

시/도별 인구수

구 분	인구수	만 16세 ~ 74세 인구수	전체 인구수 대비 조사 대상 구성비(%)
전 국	**50,617,045**	**38,112,289**	**75.3**
서 울	9,860,372	7,851,870	79.6
부 산	3,400,069	3,389,644	99.7
대 구	2,454,733	1,918,340	78.1
인 천	2,886,172	2,068,619	71.7
광 주	1,516,527	1,123,712	74.1
대 전	1,535,639	1,161,851	75.7
울 산	1,142,469	833,332	72.9
경 기	12,397,902	8,628,004	69.6
강 원	1,506,142	1,128,140	74.9
충 북	1,560,784	1,143,503	73.3
충 남	2,089,470	1,513,472	72.4
전 북	1,798,234	1,328,296	73.9
전 남	1,756,831	1,276,234	72.6
.	.	.	.
.	.	.	.

3. 전자정부 서비스 실태조사

3 표본 추출틀

표본 추출틀 (sampling frame)

- 2020년 인구·주택총조사(통계청)의 조사구 리스트를 활용

▶ 국가승인 통계 가구 조사의 경우 대부분 조사구 자료를 활용하도록 통계청에서 권장

조사구 개념

- 전체 조사지역을 소정의 기일 내 동시에 조사를 실시할 수 있고 조사의 중복과 누락을 방지하기 위하여 각 조사원의 조사 분담 지역을 설정한 조사구역 단위
- 2020년 기준 조사구 당 평균 가구수는 60가구 내외(외국인 가구 제외)

장점	조사구의 경우 요도와 가구 명부가 제공되어 정확한 확률표본추출 가능
단점	총조사가 5년마다 시행되어 조사구 변동(신축, 재개발 등) 미반영

표본 추출틀의 제한

- 조사의 현실적인 측면을 고려
- 섬, 기숙시설, 특수사회시설, 관광호텔 및 외국인 조사구 제외
- 조사구 내에서 집단 가구는 조사 대상에서 제외
  - 가족이 아닌 6인 이상 가구
  - 집단시설 가구(기숙사, 양로원, 보육원 등 사회시설)
- 조사구 내에서 외국인 가구(외국인만으로 구성된 가구)는 조사 대상에서 제외

3. 전자정부 서비스 실태조사

3 표본 추출틀

조사구 요도

- 통계청에서 작성한 조사구별 약식 지도

가구 컨택 현황표

- 조사구 내 가구 구성 확인 가능

조사구 요도 (예)



가구 명부 (예)

2010 인구주택총조사 가구명부

통 계 청

※ 가구종류는 1. 일반가구, 2. 집단가구, 3. 외국인가구
※ 거처종류는 1. 단독주택, 2. 아파트, 3. 연립주택, 4. 다세대주택, 5. 비거주용 건물 내 주택, 6. 주택 이외 거처
※ 빈집 · 비대상은 1. 빈집, 2. 빈방, 3. 건물없음, 4. 거처아님

일련번호	조사구번호	거처번호	가구번호	주소								공동주택				가구주성명	가구원수			가구종류	거처종류	빈집 · 비대상
				시도명	시군구명	읍면동명	법정동리	번지	도로명	건물번호명	통행정리	명칭	동	호수	거주층		계	남	여			
1	11111111111	001	001	대전	유성구	노은1	노은	101	선사로	139	1통					김통계	2	1	1	1	1	
2	11111111111	002	001	대전	유성구	노은1	노은	107-1			5통					김복지	5	3	2	1	1	
3	11111111111	003	001	대전	유성구	노은1	노은	205-1			5통			301	3	유재석	1	1	0	1	3	
4	11111111111	003	002	대전	유성구	노은1	노은	205-1			5통			201	2	박명수	5	3	2	1	3	

3. 전자정부 서비스 실태조사

참고 집계구 조사 방식

표본 추출틀 (sampling frame)

- 집계구는 2009년 5월부터 전국을 대상으로 인구(약 500명 내외), 주택유형, 지가 등을 기준으로 구획한 읍면동의 약 1/25 크기의 구역으로 통계자료 공표 최소 단위임

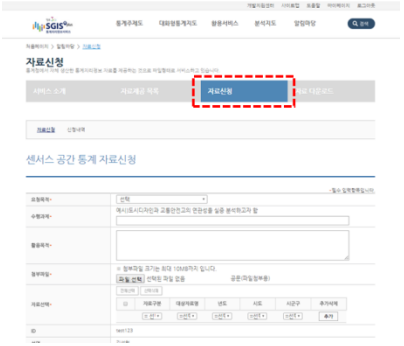
조사구 VS 집계구

- 조사구 활용 조사시 각 조사구에 해당되는 요도와 가구 명부가 제공되어 정확한 확률표본추출이 가능하나 승인통계가 아닌 경우 통계청 협조 불가능
- 집계구의 경우 매년 갱신 제공되고 있어 최신 구역 자료를 기반으로 통계 정보를 수집할 수 있음(현재 2015년 인구총조사 반영 자료 취득 가능)

집계구 수령방법



통계지리정보서비스 회원가입 후 로그인/자료신청



자료신청 메뉴에서 자료신청을 선택



연락처, 회사, 자료선택(자료종류와 해당년도), 목적, 공문(첨부파일) 입력 후 신청

4. 공공조사 유의점 및 제한점

01 객관성, 신뢰성, 정확성

- 공공조사는 무엇보다 조사의 전 과정에 대한 객관성, 신뢰성, 정확성이 담보되어야 한다
- 조사 설계에서 조사결과 분석까지 충분한 검토와 검수가 이루어져야 한다

02 개인정보보호법에 의한 제한

- 리스트 조사에서 개인의 정보사용에 대한 동의가 없으면 조사 불가능
- 개인 정보 식별 표시가 될 수 있는 경우에는 조사 과정에서도 동의가 필수

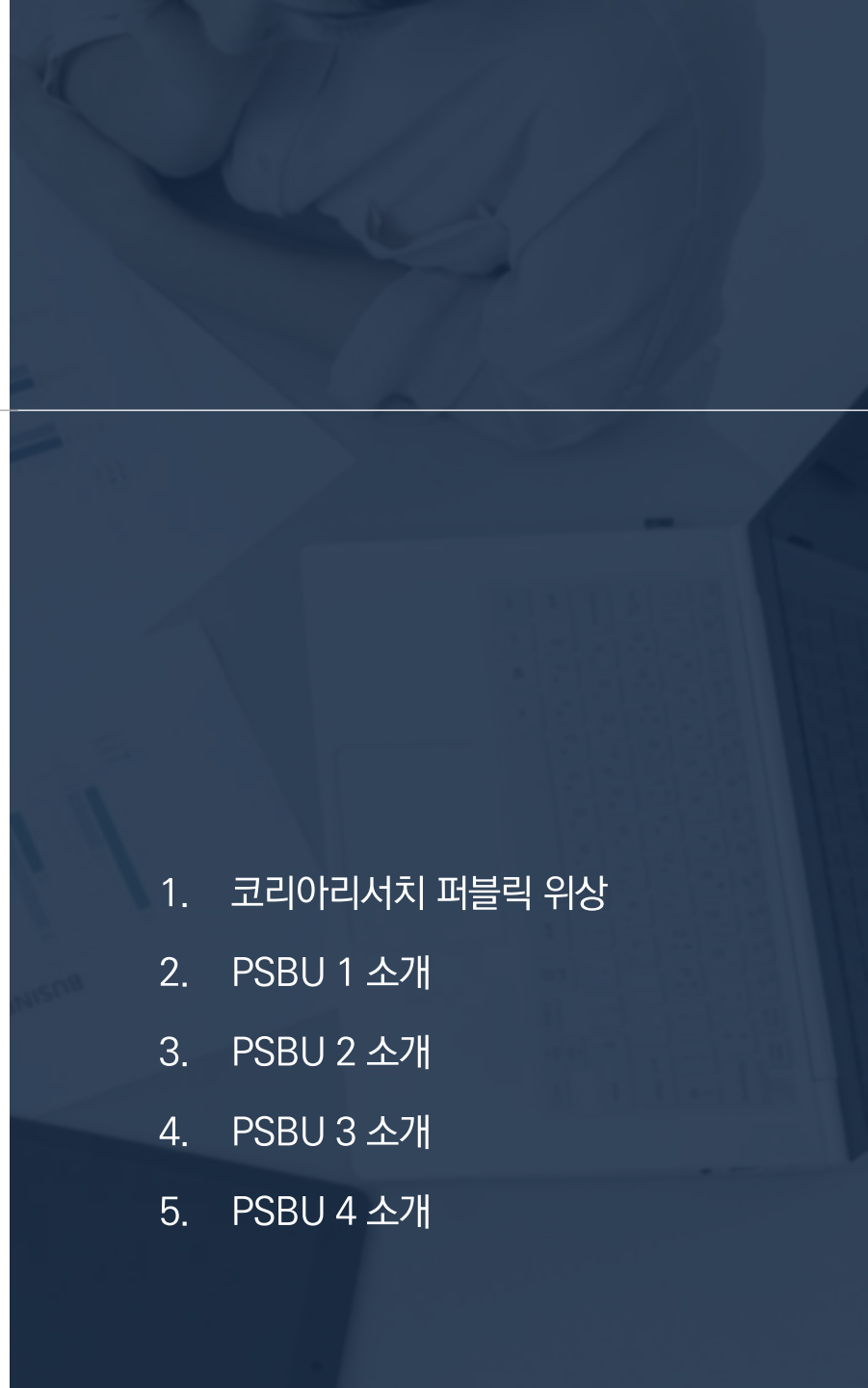
03 가구방문 조사의 어려움

- 1인 가구의 증가, 낮은 재택률, 방문자에 대한 불신 등으로 가구 방문 조사의 한계
- 주말 조사, 패널 조사 등으로 이러한 한계 극복

04 사회 환경의 변화

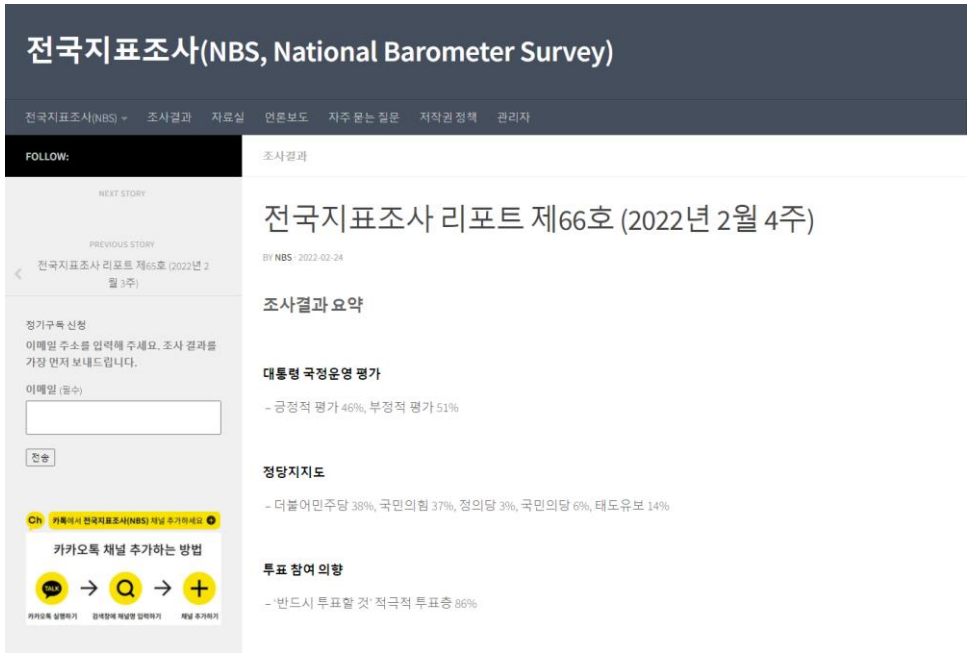
- 텔레마케팅의 증가, 보이스 피싱 등 전화조사에 대한 불신 팽배
- 통계조사에 대한 협조도 저하, 표본의 대표성을 확보하는데 어려움

코리아리서치 퍼블릭 소개



1. 코리아리서치 퍼블릭 위상
2. PSBU 1 소개
3. PSBU 2 소개
4. PSBU 3 소개
5. PSBU 4 소개

1. 코리아리서치 퍼블릭 위상





1. 코리아리서치 퍼블릭 위상



1. 코리아리서치 퍼블릭 위상



1. 코리아리서치 퍼블릭 위상



2. PSBU 1 소개



박지훈 총괄그룹장



송유근 책임



최지혜 책임



홍승연 선임



박진희 사원

2. PSBU 1 소개

1 주요 조사 분야

- 정부부처 및 공공기관 만족도/모니터링 조사, 고용 및 노동 분야, 정보화, 복지관련 조사 담당

2 주요 프로젝트

고객명	프로젝트	비고
한국능률협회컨설팅	기획재정부 주관 공공기관 고객만족도 조사	8~10개 조사기관 참여
한국토지주택공사	고객응대 모니터링 조사	만족도 및 서비스 모니터링
한국에너지공단	신재생에너지 설비 사후관리 실태조사	
한국지능정보사회진흥원	전자정부서비스 이용실태 조사	국가승인통계 조사
한국고용정보원	노인일자리사업 수행기관 및 참여자 실태조사	
국민체육진흥공단	국민체육센터 운영현황 및 이용자 만족도 조사	
한국고용정보원	지역/산업 맞춤형 일자리창출 지원사업 실태 및 만족도 조사	
대전광역시	정기 시민 여론조사/분석	
국민체육진흥공단	체육지도자 사업 모니터링 및 만족도 조사	
정보통신정책연구원	디지털 대전환에 대한 국민인식 조사	

3. PSBU 2 소개



신상욱 총괄그룹장



서강신 이사



최환 전문위원



이정현 수석



김창현 책임



박규림 선임



허안나 선임



현준성 컨설턴트



송승현 컨설턴트



송현경 컨설턴트



문태일 컨설턴트

3. PSBU 2 소개

1 주요 조사 분야

- 실태조사 및 패널조사, 문화예술, 교육, 에너지, 농식품, 에너지 관련 조사 담당

2 주요 프로젝트

고객명	프로젝트	비고
예술경영지원센터	예술통계 및 전문예술법인단체 운영실적 조사	실태조사
한국문화예술위원회	예술지원정책에 대한 인식과 미래수요 조사	
한국문화예술위원회	공연예술분야 인력지원 사업 모니터링/평가	
한국임업진흥원	임업통계조사 체계 개편 사업	
농협경제지주	축사시설현대화사업 사후관리조사 및 생산성 분석	
농림수산식품교육문화정보원	농림축산식품 정책홍보 국민인식도 조사	
한국생명공학연구원	시험/연구용 LMO 안전관리 현황조사 및 분석	
한국원자력안전재단	방사선안전규제 현장의견 수렴 및 지표개발 연구	
한국원자력안전재단	원자력안전규제 국민체감지표 측정/분석	
국토안전관리원	시설물의 성능중심 유지관리체계 인식 및 만족도 조사	

4. PSBU 3 소개



김경돈 총괄그룹장



김효준 수석



이헌아 선임



김정민 선임



박선현 선임



최지은 선임



장은주 컨설턴트



임수경 컨설턴트



이지선 컨설턴트



김나영 컨설턴트

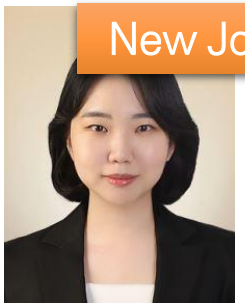


신지수 사원



최예진 인턴

New Join



문정서 님

3. PSBU 3 소개

1 주요 조사 분야

- 실태 및 인식 조사, 관광, 언론, 에너지, 저작권, 과학기술 관련 조사 담당

2 주요 프로젝트

고객명	프로젝트	비고
한국관광공사	사후면세점 DB 현행화를 위한 실태조사	
한국언론진흥재단	한국관광 해외광고 마케팅 커뮤니케이션	HS애드와 co-work
한국관광공사	동남아 6개국 소비자 대상 포스트 코로나 통계 분석	
한국관광공사	구미/대양주 소비자 대상 포스트 코로나 통계 분석	
한국저작권보호원	저작권 보호 연차보고서 발간 용역	
국방기술품질원	군수품 생산업체 품질수준조사 위탁 용역	
한국전력공사	주택용 소비자 인식 조사	
한국산업기술평가관리원	산업기술 수준 조사	
한국양성평등교육진흥원	교육효과성 측정을 위한 설문결과 분석	
한국과학기술정보연구원	국가과학기술연구망 수요 조사 및 가치 분석	

5. PSBU 4 소개



구성욱 총괄그룹장



이인환 수석



조동현 컨설턴트

New Join



송인웅 님

5. PSBU 4 소개

1 주요 조사 분야

- 선거 및 여론조사, 정당 조사, 선거 예측조사, 보건 및 복지, 에너지 관련 조사 담당

2 주요 프로젝트

고객명	프로젝트	비고
한국방송협회	제20대 대통령 선거 예측조사	방송3사, 한국/입소스 co-work
MBC	정기 정치사회 현안조사 수행	
민주당/국민의힘	공천 및 판세분석 조사 수행	
자체	NBS 정기 여론조사	한국, 케이스탯, 엠브레인과 공동
지역 언론사	지역현안 및 선거관련 조사 수행	
한국에너지공단	에너지총조사 수송부문 통계 분석 및 정책 연구	
한국보건사회연구원	사회서비스 수요 실태조사	
한국보건산업진흥원	외국인환자 한국의료서비스 경험 및 만족도 조사	

고객과 함께 최고의 가치를 창조하며,
미래를 함께 여는
리서치 파트너가 되겠습니다.

Thank you.

