

2021년 중소기업 정보화수준조사 조사 지침서

2021. 11



지침서의 활용

- 본 지침서는 “2021년 중소기업 정보화수준조사” **조사업무 수행에 필요한 사항을 정리한 교재**입니다.
- 지침서에는 조사개요, 조사대상 및 범위, 조사원 관련 업무 및 조사 요령, 조사표 작성 및 검토 등 **조사와 관련된 지침** 등이 수록되어 있습니다.
- 본 지침서는 **기업체 전화 컨택 및 조사 진행시 항상 휴대**하여 조사 과정에서 의문이 있을 경우 활용해야 합니다.
- 지침서 이외에 조사과정에서 발생하는 문의사항은 **한국통계진흥원 연구 담당자**에게 문의하시기 바랍니다.

■ 담당자 및 연락처

실사연구원

전 재 현 연구원

☎ 070-4128-3227

담당연구원

이 동 훈 차장

☎ 070-4466-4123

김 규 민 연구원

☎ 070-4466-2352

목 차



I. 조사 개요

1. 조사 목적	1
2. 조사 연혁	1
3. 법적 근거	1
4. 조사 개요	2

II. 조사 수행 지침

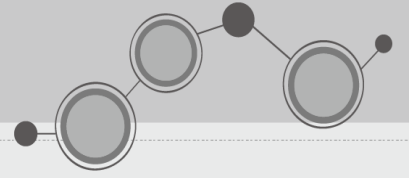
1. 조사원 유의사항	5
1) 조사원 기본 자세	5
2) 기업 응대 태도	6
3) 조사 전 조사원의 역할	6
4) 전화컨택 시	7
5) 컨택 시나리오	8
6) 방문조사 요령	10
7) 코로나19 대응 지침	12
8) 조사 후 조사원의 역할	13
9) 기타	13
2. 기업체 관리요령	14
1) 기업체에 대한 이해	14
2) 기업체리스트 활용 관련 유의사항	14
3) 기업체 정보 관리	14
3. 예상 질문 및 응답요령	15

III. 조사표 작성 요령

1. 설문지 기본 기입 요령	21
2. 개별 조사항목 작성 요령	22
1) 업체 개요	22
2) 기업의 일반현황	23
3) 정보화 관련 문항	24
4) 스마트화 관련 문항	24

IV. 부록. 산업분류 및 용어해설

1. 산업분류	26
2. 용어해설	30



1. 조사 개요



1. 조사 목적

- 본 조사의 목적은 국내 중소기업의 정보화 수준을 종합적·시계열적으로 파악하여 객관적인 정보화 수준의 현황을 분석하고, 중소기업 기술경쟁력 강화를 통해 국민경제 발전에 기여함에 있음

2. 조사 연혁

- 2004년 6월 : 최초 조사 (승인번호 제 398001호)
- 2021년 11월 : 제22회 조사

< 조사대상 업종 및 표본 수의 변화 >

구 분	대상 업종	중소기업 표본 수 (대기업은 별도)
2002년	제조업	1,503
2003년		1,572
2004년	제조, 건설, 도·소매, 운수, 정보통신업	1,879
2005년		3,688
2006년		5,601
2007년		6,004
2008년		4,038
2009년~2016년		[제9차 한국표준산업분류 적용] 제조, 건설, 도·소매, 정보통신업, 전문과학기술서비스업, 폐기물 완료재생 환경 복원업
2017년~2021년	[제10차 한국표준산업분류 적용] 제조, 하수·폐기물 처리·원료재생 및 환경복원, 건설, 도매 및 소매, 운수, 출판·영상·방송통신 및 정보서비스, 전문·과학 및 기술서비스	

3. 법적 근거

- 중소기업기술혁신촉진법 제 20조, 4항 5호. 중소기업 정보화 기반조성 및 수준평가 의거

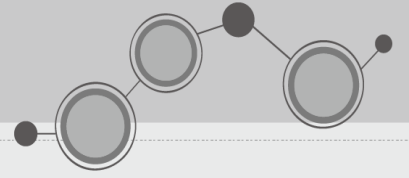
4. 조사 개요

- 표본크기 : 4,300개 (중소기업 4,000개, 대기업 300개)
- 목표 모집단 : 전국 매출액 5억원 이상 제조업(담배제조업 제외), 하수·폐기물처리/원료재생 및 환경복원업, 건설업, 도·소매업, 운수업, 출판·영상·방송·통신 및 정보서비스업, 전문·과학 및 기술 서비스 중소기업
- 조사 모집단 : 2019년 전국사업체조사(통계청) 결과 제10차 한국표준산업분류 상 대분류 C, E, F, G, H, J, M에 속하는 사업체 중 중소기업 기준을 만족하는 사업체
 - 조직형태 : 개인, 회사법인, 회사외법인, 비법인단체 (국가지자체는 제외)
 - 사업체구분 : 단독, 본점 및 본사 (지사 및 영업소는 제외)

< 조사 모집단 대상 업종 >

코드	한국표분산업분류	코드	한국표분산업분류
C	제조업 (10~33)	H	운수업 (49~52)
E	하수, 폐기물처리, 원료 재생 및 환경복원업 (37~39)	J	출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업 (58~63)
F	건설업 (41~42)	M	전문, 과학 및 기술 서비스업 (70~73)
G	도매 및 소매업 (45~47)		

- 조사 방법 : 방문면접조사 (응답자 선호에 따라 전화, 팩스, 이메일 조사 병행)
- 조사 지역 : 전국 17개 광역 시도 (제주, 세종 포함)
- 조사 항목 :
 - 응답자 선정 (9개)
 - 기업의 일반현황 (5개)
 - 정보화추진의지 및 계획 (3개)
 - 정보화 추진환경 (12개)
 - 정보시스템 구축 및 활용현황 (7개)
 - 기업 영향도 (3개)
 - 스마트화 수준 (10개)
- 조사 기간 : 2021년 11월 ~ 2021년 1월 (약 2개월)



II. 조사 수행 지침



1. 조사원 유의사항

1) 조사원 기본 자세

- 조사 기간 중에는 조사업무에만 전념해야 한다.
- 조사원은 지정된 일자 및 장소에서 조사지침에 대한 교육을 받은 후 조사업무를 수행하기 전에 지침서의 내용을 충분히 숙지, 업체 방문시에도 조사지침서를 휴대하고 의문발생 시 확인 후 조사를 실시한다.
- 조사기간 중 완료된 조사표는 수시로 조사관리자에게 제출하여 내용검토를 받고, 조사관리자(총관리자) 검토사항에 대하여 즉시 보완하도록 하며, 또한 조사 진행사항 등도 조사관리자(총관리자)에게 수시로 보고하고 업무지시에 따라야 합니다.
- 특별한 사유(질병 등)로 조사업무를 수행하지 못하는 경우 지체 없이 조사관리자(총관리자)에게 보고하여야 한다.
- 조사과정에서 알게 된 개인이나 업체의 조사내용은 통계업무 외의 목적에 사용해서는 안된다. [통계법 제33조(비밀의보호), 통계법 제39조(벌칙)에 의해 처벌]

통계법 제33조 (비밀의 보호)

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

통계법 제34조 (통계종사자 등의 의무)

통계종사자, 통계종사자이었던 자 또는 통계작성기관으로부터 통계 작성업무의 전부 또는 일부를 위탁받아 그 업무에 종사하거나 종사하였던 자는 직무상 알게 된 사항을 업무 외의 목적으로 사용하거나 다른 자에게 제공하여서는 아니 된다.



2) 기업 응대 태도

- 본 조사가 법에 정해진 조항에 따라 실시되고 있다 하더라도 절대 기업에게 ‘의무’와 ‘강요’의 형태로 조사를 진행하여서는 안된다.
- 조사 실시 및 조사 결과는 정보화시대 기업경쟁력 제고를 위하여 국내 중소기업의 정보화 실태, 추진현황, 지원수요 등 정보화지원을 위한 기초자료를 수집하여 중소기업의 정보화 정책 수립을 목적으로 수집되므로, 이 조사 진행이 기업의 영업활동을 방해하거나 지장을 주게 된다면 이는 조사 목적에 위반된다.
- 기업이 원하는 시간에 원하는 방식으로 조사하는 것이 원칙이며, 이에 따라 조사시간 지연, 조사계획 혼란이 있거나, 수용하기 어려운 요구가 있을 경우, 우선은 수용한 후 반드시 실사 연구원에게 보고하고 실사연구원을 통해 이후 해결 절차가 진행될 수 있도록 하여야 한다.
- 민원 발생시, 바로 실사연구원에게 보고하고, 이후 모든 사항은 실사연구원의 지시에 따르며 스스로의 판단에 따른 개별행동은 하지 않아야 한다.
- 바쁜 업무시간에도 어렵게 시간을 내어 조사에 응하는 것으로, 이에 대한 미안함과 감사함을 가지고 조사를 진행하여야 한다.
- 적절한 방문 시간 선택 : 업무개시시간, 가장 조업이 바쁜 시간은 피한다.

3) 조사 전 조사원의 역할

- 조사 방법과 질문지 내용에 대해 충분히 숙지해야 한다.
- 신분증 휴대 및 단정한 옷차림으로 응답자에게 신뢰감을 주도록 한다.
- 공문, 조사지침서, 설문지, 답례품, 면접원 방문일지, 신분증, 필기도구 등 조사에 필요한 물품을 미리 확인하여 당황하는 일이 없도록 해야 한다.

4) 전화컨택 시

- 직접대면이 아닌 전화로 커뮤니케이션이 이루어지기 때문에 목소리톤, 어투 등에 의해 오해 발생 가능성이 높음 → 친절한 어투, 정확한 발음, 보통 속도의 목소리로 진행해야 한다.
- 조사대상 기업체, 담당자(직급/이름 등)가 맞는지 확인하며, 응답자 편의에 따른 희망 조사 방법을 질문해 필요 정보를 정확히 기재해야 한다.
- 조사대상 기업체가 맞는지 확인 (업종과 상호명이 같은지 꼭 확인)
 - 전화교환사원 단계에서 응답 거절되는 일이 없도록 조사의 중요성과 참여의 필요성에 대해 강조하고 정보화 담당자(부서장급 이상)의 내선번호 안내를 요청할 것
 - 리스트는 현재 시점과 업체 정보에 변동이 있을 수 있으므로 리스트상의 정보의 재확인이 필요함. 즉, 업체명, 업종, 주소 등에 대한 재확인이 응답 대상자와 통화 시에 수행되어야 함
- 전년도 응답자 확인 및 조사가능 대상자와 접촉
 - 원활한 조사 진행을 위해 먼저 전년도 응답자 컨택을 시도함. 담당자 변경 시 조사가능 대상자(정보화 담당자) 연결을 요청하며, 전화연결 시 다시 한 번 조사가능 대상자인지 확인하고 협조를 요청함
 - 조사실시를 알리고 해당 업체가 중소기업기술정보진흥원의 의뢰로, 한국통계진흥원에서 실시하는 <2021년 중소기업 정보화수준조사>의 중요한 조사표본의 하나로 선정되었으니 최대한 조사협조를 부탁드리다고 당부하고 필요할 경우 사전에 공문을 발송하도록 함
 - 본 조사는 통계청이 공식적으로 인정한 통계로, 통계의 작성·보급·이용에 있어서 그 중요성이 인정된 통계임을 알려 조사 공신력을 높임
- 담당자 확인 요령
 - 최초 전화를 걸었을 시에는 대부분 교환직원(총무나 인사팀 등의 직원이 받아 교환)이 처음 받음. 이 때, 위의 컨택포인트를 참고하여 회사의 정보화 부서의 부서장급을 알려달라고 할 것. 전화를 돌려줄 경우, 반드시 내선번호와 이름을 정확히 받아 적을 것
 - ⇒ 단, 교환직원에게 설문 응답 가능한 부서를 스스로 판단해서 연결해 달라고 요청해서는 안 됨



○ 담당자 경력 확인 요령

- 설문에 원활히 응답할 수 있는 대상은 **부장(팀장)급 이상**임. 따라서, 부장급 이상을 컨택할 수 있도록 최대한 노력하여야 함. 부득이한 경우에는 과장급도 컨택 가능하되, 최소 해당 직장에서 2년 이상은 근무한 자여야 함. 단순 경리 등을 보는 직원은 결코 적격 응답자가 아님 (직원을 통한 담당자에게 설문지 전달 등은 가능)

○ 희망조사 방법 확인

- 조사방법으로는 방문/우편/fax/이메일 조사가 모두 가능하다고 설명 드리며, 희망하는 조사 방법을 파악하여 응답에 맞게 대응함

5) 컨택 시나리오

○ 1단계 - 전화를 걸게 된 배경 설명

조사 안내	안녕하세요? 저는 한국통계진흥원 조사원 ○○○입니다. 이번에 저희 회사는 중소기업기술정보진흥원이 주관하는 정부승인통계인 <2021년 중소기업 정보화수준조사>를 수행중입니다. 귀 업체가 조사 대상이어서 전화를 드리게 되었는데, 몇 가지만 확인할 사항이 있으니 잠시만 시간 좀 내어주시겠는지요?
--------------	--

○ 2단계 - 적격대상 연결 요청

적격 대상자 연결 요청	본 조사는 귀사의 정보화 추진의지 및 2021년 계획 등을 파악하는 내용인데요, 이를 위해 정보화 관련 부서의 팀장님과의 연결이 가능할까요? [담당자가 없다고 하는 경우] 그럼 그 분의 후임자 분께 연결이 가능할까요? 내선번호를 함께 알려주시면 감사하겠습니다.
-------------------------	--

조사에 비협조적일 경우의 대응요령	[비슷한 부서가 없다고 하는 경우] 그럼 어떤 부서가 있는지요? (말해주는 부서를 듣고 앞서 언급된 부서가 가장 관련 있는 부서를 판단 후) 제가 000 부서와 통화해보면 될 것 같습니다. 해당부서의 팀장님(최소 부장/팀장급)을 연결해 주시겠습니까? [조사 자체에 비협조적인 경우] 이 조사는 인구주택총조사(센서스)처럼, 정부에서 아주 중요하다고 판단하여 공식적으로 승인한 조사입니다. 따라서, 조금 번거로우시겠지만 귀사의 응답 하나가 매우 중요하고 필요한 사항이오니 협조 부탁드립니다.
---------------------------------------	---

↳ 인원규모에 따라서 정보화 관련 부서가 따로 없고 총무팀/관리팀/경영팀 등의 부서에서 1~2명의 담당자가 업무를 병행하고 있을 수 있으므로, 앞의 컨택포인트를 참고하여 적절하게 대처할 것

○ 3단계 - 담당자에게 연결이 되었을 경우, 담당자 정보 재확인/조사 협조 요청

담당자에게 협조 요청	<p>안녕하세요. 저는 한국통계진흥원 조사원 ○○○입니다. 회사의 정보화 관련된 업무를 보고 계시는 000 선생님이 맞으신지요?</p> <p>[작년 응답자와 동일할 경우] 네, 선생님께서 작년에 응답해주신 <중소기업 정보화수준조사>를 올해도 진행하게 되었습니다. 작년과 동일한 내용으로 구성되어 있는데, 조사에 참여해 주시겠습니까? 참여 응답자에 한해 소정의 답례품도 준비되어 있습니다. (답례품 소개)</p> <p>[작년 응답자와 다를 경우] 전화를 드린 것은 다름이 아니라, 중소기업기술정보진흥원이 주관하는 정부승인 통계인 <중소기업 정보화수준조사>를 진행 중인데요. 참여를 부탁드립니다. 전화 드렸습니다. 번거로우시겠지만, 조사에 참여해 주시겠습니까? 내부 결재가 필요할 상황을 고려하여 공문도 준비되어 있습니다. 또 참여 응답자에 한해 소정의 답례품을 드립니다.</p>
------------------------	--

↳, 조사실시를 알리고 해당 기관이 중소기업기술정보진흥원의 의뢰로, 한국통계진흥원이 실시하는 <중소기업 정보화수준조사>의 중요한 조사표본의 하나로 선정되었으니 최대한 조사협조를 당부드립니다. 필요하다고 할 경우 공문을 발송함

○ 4단계 - 희망조사 방법 확인

희망조사 방법 확인	<p>본 조사는 회사의 정보화 추진 현황에 대한 질문으로 해당내용에 대해 방문, 우편, fax, 이메일(Web)을 보내드리는 방법이 있습니다. 어떤 방법으로 조사를 진행 하시는게 편하시겠습니까? 혹시 공문이나 설문지가 필요하시면 미리 이메일이나 팩스로 보내드리겠습니다.</p>
우편조사를 원할 경우	<p>네 그럼 조사표와 함께 관련 자료를 보내드리도록 하겠습니다. 주소가 작년에 받으신 0000 맞으신가요? 담당자분 성함과 부서, 직급, 연락처를 알려주시면 보내드리도록 하겠습니다. 조사표 도착 즈음해서 다시 한 번 연락드리겠습니다.</p>
fax조사를 원할 경우	<p>네 그럼 조사표와 관련 자료를 fax로 보내드리도록 하겠습니다. 팩스 번호가 어떻게 되시나요? 알려주신 번호로 응답방법, 회신방법 등 보내드리도록 하겠습니다. - 팩스로 송신한 경우에는 팩스 송신 직후 반드시 팩스로 발송을 완료했다는 확인전화를 실시할 것</p>
이메일 조사를 원할 경우	<p>참여 의사를 밝혀주셔서 감사합니다. 선생님의 이메일 주소를 알려주시면, 해당 주소로 설문지를 보내드리겠습니다. 이메일 주소를 알려주시겠습니까? 알려주신 이메일 주소는 절대로 외부에 공개되지 않으니 안심하시고요. 이메일은 곧 받아보실 수 있습니다. 받아보시면 첫 화면의 주의사항을 꼼꼼히 읽어보시길 바라겠습니다. 더불어, 공문도 같이 있으니 내부 결재 시 활용하여 주십시오. - 담당자 성명, 전화번호, 이메일 주소는 반드시 받아 기록하고, 업체 일련번호와 업체명 등을 반드시 재확인 후 시스템에 이메일 주소를 입력하고 발송을 하면 즉시 응답자에게 메일이 발송됨</p>



방문조사를 원할 경우

참여 의사를 밝혀주셔서 감사합니다. 업체 주소가 000이 맞으신가요?
알려주신 주소로 언제 방문하면 응답이 가능하실까요? 네, 알려주신 0월 0일 0시에
방문하도록 하겠습니다.
방문 전에, 미리 이메일로 조사표와 공문도 발송 가능 합니다.

6) 방문조사 요령

- 조사원은 전화 확인한 면담일자에 조사업체를 방문하여, 예의바른 언행으로 응답자에게 조사취지를 설명하고 업체의 응답자가 조사표를 작성하도록 하거나, 조사원이 조사항목별로 질문하면서 직접 조사표를 작성

현장조사 운영지침 제5조(현장조사 시 유의사항) 현장조사 직원은 통계조사시 응답부담 경감을 위하여 다음 각호의 사항에 유의하여야 한다.

1. 면접조사의 경우 사전 준비를 철저히 할 것
2. 신규조사대상처인 경우 협조공문을 조사 실시이전에 발송하거나 현장조사 단계에서 제시할 것
3. 가능한 응답자가 희망하는 시간에 조사할 것
4. 기타 불필요한 질문 발언을 자제할 것

- 신분을 확인해 주는 조사요원증, 업체명부, 조사표, 조사지침서, 필기구류 등을 반드시 지참
- 업체명부의 대상처 소재지 등을 확인하여, 오늘 어느 업체를 방문할 것인지 미리 계획
- 업체를 방문하면 신분과 방문 목적을 밝힌 후 조사표 작성이 가능한 대표자 또는 부서(정보화 관련 부서)에 조사 협조를 요청

“저는 <2021년 중소기업 정보화수준조사>를 하러 온 조사원 000입니다.”
“000부서의 000 선생님을 만날 수 있을까요?” 또는
“어느 부서의 누구를 만나야 조사를 할 수 있습니까?”

- 방문시간은 업체 담당자(응답자)와 협의 후 결정
- 복장을 단정히 하고 올바른 언행으로 응답자와 친숙한 분위기로 조사 수행
- 적격 응답자(업체의 사정을 잘 아는 대표, 정보화부서장 등) 인지를 확인하고 조사 목적과 소요시간을 알려 줌

<2021년 중소기업 정보화수준조사>는 국내 중소기업의 경쟁력 제고를 위하여 국내 중소기업의 정보화실태, 추진현황, 지원수요 등을 파악하고 이를 중소기업 대상 정책을 수립하는데 활용하기 위해 실시하고 있습니다. 이 조사는 평균 20~30분 정도 소요됩니다.

○ 응답자가 직접 작성(자기기업 조사) 할 경우

- 조사항목별 작성방법을 구체적으로 설명한 후 조사표 기입요령과 조사표를 배부
- 작성 중 질의할 사항이 있거나 작성 후 연락할 수 있도록 반드시 조사표에 자신의 성명, 전화번호 등 연락처를 기입하고 조사표 회수일에 사업체를 방문
- 조사표 회수 전에 응답 누락이나 기입 오류가 없는 지 확인 후 회수

▶ 조사표 회수 전 확인사항

- ☞ 내용이 없는 조사항목은 기입이 누락되었는지 실적이 없는지 확인
- ☞ 합계를 기입하는 항목은 합계가 정확한지 확인
- ☞ 조사항목의 누락 또는 착오 시에는 반드시 해당 사업체에 질의 확인하여 보완하며, 착오사항을 정정할 때에는 관련항목도 문제가 없는지 반드시 확인

○ 단, 조사불응 또는 다음과 같은 문제 발생시에는 조사관리자에게 보고 또는 연락하여 조치 받아 조사 수행

조사 응답을 거부할 경우	조사의 취지, 활용도 및 법적근거 등을 잘 설명하여 협조를 구하고, 지속적으로 응답 거부시 조사관리자에게 보고하여 조치 받고, 명부상에 명확히 표시함
휴업, 폐업, 부도 발생한 경우	방문한 업체가 휴·폐업, 부도 발생 등으로 조사가 불가능할 경우 조사관리자에게 보고하여 조치 받고, 명부상에 명확히 표시함
업종 또는 매출액 규모가 명부상의 내용과 다른 경우	방문한 업체가 업종전환 또는 사업축소·확장 등으로 당초 명부상의 업종 또는 매출액 규모와 다른 경우 조사관리자에게 보고하여 조치 받고, 명부상에 명확히 표시함 ※ 업체 방문 전 반드시 명부와 지역, 업종, 매출액 규모 일치여부 확인
본사에서만 조사표 작성이 가능한 경우	방문한 지사에서는 조사가 불가능하고 본사에서만 조사표 작성이 가능한 경우 본사에 방문하여 해당 지사를 포함한 기업 전체에 대해 조사
조사 대상 업종이 아닌 경우	조사관리자에게 보고 후 다른 업체로 대체받아 조사하고, 명부상에 명확히 표시함

7) 코로나19 대응 지침

- 방문조사 가능한 경우 평시대로 조사 실시하며, 조사 거부 및 응답불응 등 조사가 곤란한 경우, 비대면 조사(우편, 전화, 이메일 등)를 통해 진행
- 기업체조사 현장조사 지침

<현장조사 지침>

단계	현장조사 지침
1단계	비대면 조사 업체 이외는 선호 조사방식 문의 (방문 또는 이메일, 전자 조사 등)
2단계	업체에서 선호하는 방식으로 조사
3단계	통신 조사로 조사내용이 부실할 경우 필요시 방문 조사

- 조사직원 격리 및 복무 지침
 - 신종 코로나바이러스감염증 확진자와 접촉, 감염환자가 발생·경유한 의료기관 방문 등으로 감염이 의심되는 경우
 - 신고 및 보고 : 질병관리청 콜센터(1339) 또는 보건소 등 해당 기관에 자진신고 후, 지방청 조사지원과 » 현장조사비상대응과로 즉시 보고
 - 자가 격리 : 신종 코로나바이러스 감염증 감염이 의심되면 자가격리 후, 결과확정 전까지 '공가' 처리. 해당 사무실 직원들은 검사결과 확정 전까지는 보건용 마스크 착용 및 위생 관리 철저

8) 조사 후 조사원의 역할

- 조사가 끝나면(회수 방문 시) 혹시 누락된 문항이나 부정확한 응답은 없는지 다시 한 번 확인하고 감사의 인사를 꼭 전달함
- 개인 정보를 밝히기 꺼려하는 경우가 있으므로, 만약 개인 신상에 대한 정보 제공을 꺼릴 경우 무리하게 응답을 받지 말고 검증을 위해 기본적인 인구통계 특성을 파악하기 위함이라는 취지 정도만 말씀드린 후 반응에 따라 응답을 받도록 함
- 응답 대상자 정보는 절대로 다른 용도로 사용하면 안 됨

9) 기타

- 조사원은 실사연구원과 자주 연락하여 조사 진행사항에 대해 수시로 보고하고 지시사항을 전달받고, 조사 진행 도중, 모르는 부분이 있으면 혼자 결정하지 말고, 담당 실사연구원이나 연구원과 상의하여 결정함
- 응답자가 회사 보안에 대한 염려가 많을 경우 개별 기업체 단위가 아니라 업종별 평균으로 통계를 생산하므로, 해당기업의 정보 및 사업 비밀이 절대 누설되지 않으며, 만일 이를 어길 경우 관련자는 통계법에 의해 처벌될 수 있음을 알림



2. 기업체 관리요령

1) 기업체에 대한 이해

- 본 조사는 '기업체'를 대상으로 진행되며, 기업체의 정의는 다음과 같음
 - 기업체: 재화 및 서비스를 생산하는 법적 또는 제도적 최소 경영단위로 자원배분에 관한 의사결정의 자율성이 있고 수입, 지출 및 자금관리에 관한 재무제표(손익계산서, 대차대조표, 기타 기록)를 독립적으로 유지, 관리하는 단위
(예: 본사/지점/지사/공장 -> 모두 1개의 기업체로 인식)
 - 사업체: 일정한 물리적 장소 또는 일정한 지역 내에서 하나의 단일 또는 주된 경제활동에 독립적으로 종사하는 기업체 또는 기업체를 구성하는 부분 단위
(예: 본사, 지사, 공장, 상점, 영업소, 센터 등이 모두 각각으로 인식됨)

2) 기업체리스트 활용 관련 유의사항

- 기업체리스트 출처 : 2019년 전국사업체조사(통계청) 결과 리스트로 구성됨
- 모든 조사 관련사항과 변동사항은 리스트에 반드시 기록되어야 함
(날짜별 연락처 정보, 연락처 협조도, 연락처 실패 시 실패 이유 등)
- 업체 담당자의 요청에 적극적이고 빠른 피드백이 이루어져야 함
(업체 담당자가 자료를 요청하거나, 이메일/팩스 조사를 요청할 경우 그 즉시 담당 실사 연구원에게 통보해야 함)
- 조사 완료 후 실사연구원에게 리스트 및 조사표를 제출해야 함. 검증 후 문제가 발생할 경우 면접원의 책임을 물을 것임

3) 기업체 정보 관리

- 조사여부 기입: 아래의 기준에 따라 리스트 내에 조사 진행상황을 표기함

리스트 내 조사 진행상황 기입 기준		
1. 조사 완료	5. 통화 중	8. 휴/폐업
2. 내부 검토 중	6. 응답 거부	9. 기타
3. 비수신	7. 담당자 일시 부재 (출장 등)	
4. 결번		

3. 예상 질문 및 응답요령

- Q** 조사는 의무사항인가요?
- A** 물론, 통계법에 의하면 국가승인통계는 응답할 의무가 있습니다. 그러나, 아무도 실제로 이를 강제할 수는 없습니다. 귀하가 응답해주시는 내용들이 정부 정책수립의 매우 귀중한 자료로 활용되고 있으니, 부디 바쁘시더라도 잠시만 시간을 내어 협조해주시기 부탁드립니다.
- Q** 작년에도 조사를 해 줬는데, 올해 또 해요. 그냥 작년이랑 똑같이 해주세요.
- A** 매년 실시되는 국가승인통계조사입니다. 올해 조사는 20년 9월~21년 9월을 기준으로 조사를 진행합니다. 또한 작년 조사와 조사항목이 다른 부분도 있습니다. 정보화 현황에 대한 지속적인 실태 파악이 원활히 진행되어야 좀 더 구체적인 정책 수립 등에 활용할 수 있으므로 꼭 참여를 부탁드립니다.
- Q** 바빠서 시간이 없습니다.
- A** 편한 방법으로 참여하실 수 있도록 여러 가지 방법을 마련하였습니다. 방문, 이메일, 팩스, 우편조사로 참여하실 수 있습니다. 원하시는 방식으로 조사표를 보내드릴 수 있습니다.
- Q** 한국통계진흥원은 뭐하는 회사인가요? 중소기업기술정보진흥원과 무슨 관계가 있죠?
- A** 한국통계진흥원은 전문 조사수행 회사입니다. 그리고 본 조사는 중소기업기술정보진흥원에서 총괄/운영하며, 저희 한국통계진흥원이 위탁을 받아 조사를 진행하는 것입니다. 마음 놓으시고 편하게 응답해 주시면 감사하겠습니다. 조사 신뢰를 위해 중소기업기술정보진흥원에서 발행한 위탁 내용 및 조사 협조 공문을 송부해 드리오니 참고하여 주시기 바랍니다.
- Q** 나라에서 하는 조사가 너무 많습니다. 한 번에 묶어서 진행하면 안되나요?
- A** 조사마다 목적이나 방법이 너무 달라서 현실적으로 그게 쉽지는 않습니다. 하지만 현재 정부에서도 유사한 조사를 하나로 묶거나, 한 번에 조사하는 등 개선을 꾸준히 하고 있으니, 몇 년 안에 조사에 대한 부담이 많이 줄어들 것이라 생각합니다. 저희도 그 점은 안타깝고 죄송하게 생각하고 있습니다. 양해바랍니다.



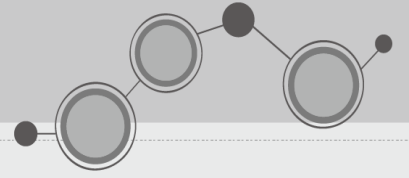
- Q** 국세청이나 통계청에서 조사해간 항목들이 많은데, 그걸 사용하면 안되나요?
- A** 현재 국세청과 통계청 모두 각기의 관련 법 조항 때문에 응답자 정보와 응답 내용을 한꺼번에 제공하지 못하게 되어 있어서 저희가 활용할 수 없습니다. 또한 저희가 조사하는 정보화 수준이나 정책 수요 파악을 위한 설문은 없습니다. 대신 통계청으로부터 조사대상 기업 리스트나 업종, 종사자수 등 기본 정보는 제공받아서 지금 조사를 실시할 수 있게 되었고, 최대한 설문지에 중복된 문항은 담지 않으려 노력했습니다.
- Q** 조사는 많은데, 정말 정책에 반영되고 있는 건가요?
- A** 물론입니다. 정책에 대한 아무리 좋은 아이디어가 있어도, 근거 수치가 없어서 정책을 만들지 못하는 경우도 많다고 합니다.
- Q** 매번 조사를 해주고는 있는데, 결과는 알려주는 건가요?
- A** 응답해주신 모든 기업에는 개별분석리포트를 보내드립니다. 올해 조사 결과도 내년 2-3월 중에 조사결과를 발송할 예정이며, 설문지 마지막 응답자란에 기재된 메일 주소로 일괄 발송해드립니다.
- Q** 우리는 IT랑 상관도 없고 정보화에 관심도 없어서 조사대상이 아닙니다.
- A** 본 조사는 기업 전체의 정보화수준에 대한 평가를 위한 것으로, 정보화가 잘되어 있거나 정보화와 관련 있는 기업만을 대상으로 하는 조사가 아닙니다. 전체 기업 중 얼마나 많은 기업이 정보화를 추진하고 있는지, 얼마나 많은 기업이 정보화에 대해 관심이 없는지 그 이유는 무엇인지를 파악하는 것도 조사의 매우 중요한 목적 중 하나입니다. 때문에 귀사의 응답은 더더욱 중요합니다. 대신 응답항목이 별로 없어서 부담이 덜 하신테니 협조 부탁드립니다.
- Q** 우리는 대기업인데 왜 중소기업 정보화 수준조사를 실시하나요?
- A** 중소기업 정보화 수준 자체를 진단하는 건, 그 수준이 높은지 낮은지 무엇이 부족한지 파악하기 어렵기 때문에 대기업도 조사하여 그 차이를 비교하여야 합니다. 또한 대기업 입장에서 바라보는 중소기업 현실이나 수준, 문제점 등의 의견 또한 매우 중요하기 때문에 저희가 매년 300개 정도의 대기업을 대상으로 조사를 실시해오고 있습니다.

Q 문항이 너무 어렵고 설문이 너무 많습니다.

A 정보화수준에 대한 조사로, 낮은 수준부터 미래지향적인 수준의 문항까지 포함하고 있어 어렵게 느껴질 수 있습니다. 저희가 보기카드 등의 추가자료를 활용해 최대한 쉽게 응답하실 수 있도록 도와드리겠습니다. 또한 의문사항이 있으시면 언제든지 설문지 첫 장의 저희 연락처로 문의해주시면 친절히 설명해드리겠습니다.

Q 요즘 개인 정보 유출등의 문제들도 발생하고 있고, 회사내부의 기밀사항인데 응답을 해야하나요?

A 응답하신 내용은 개별 기업에 대한 보고서를 작성하여 각 기업에 발송하기 위해서만 활용을 하고, 그 외에 목적으로는 절대 사용하지 못하도록 통계법 33조, 34조에서 강조하고 있습니다. 저희는 전문 조사회사로써, 본 조사뿐만 아니라 다른 기업 대상 조사들도 많이 진행하고 있으며, 응답하신분의 개인정보나 개별회사를 인식할 수 있는 자료들은 통계데이터와 별도로 관리하고 있으므로 유출이나 조사 외 목적으로 사용하는 부분에 대해서는 책임지고 관리감독을 하고 있습니다.



III. 조사표 작성 요령



1. 설문지 기본 기입 요령

- 숫자는 아라비아 숫자로, 문자는 한글(필요한 경우 한자나 영문병기)로 기입
- 잘못 기입한 사항을 정정 시, 횡선을 긋고 그 바로 위에 다시 기입
 - 1차 조사 후 2, 3차 내검 등 진행시 수정사항 역시 횡선을 긋고 위에 다시 기입하며, 수정 사항 응답자가 초기 응답자와 다를 경우 다시 기입한 내역 옆에 다른 응답자 인적사항을 기재함
 - 초기 응답자와 다른 응답자가 수정해준 내역이 많을 경우는 해당 내역 옆에 “응답자 2” 식으로 쓰고, 제일 뒷면 응답자 란에 응답자 2에 대한 추가 내역을 기재하여야 함 (이후 최종 검증단계에서 응답자별 응답내역 상이 시 이로 인한 에러 발생을 막기 위함임)
- 보기 항목 중 선택하도록 하는 항목은 해당 보기 번호에 V표/○표 등으로 표시하고, 기타를 응답하는 경우 기타 내역을 기재하도록 지도
 - 모든 설문은 특별한 언급이 없는 한 하나의 응답만을 선택하여야 함
 - 순위별 응답은 순위별 □ 안에 해당 번호를 기입하되 1순위는 반드시 응답이 되어야 함
 - 해당사항 모두 선택하는 문항은 보기 옆에 □ 표시를 하여 하나만 선택
- 특별한 언급이 없는 한 모든 설문의 응답 기준시점은 “2021년 9월 1일 기준”입니다.
“현재”라는 표현의 질문에서도 모두 2021년 9월 1일 기준으로 응답해 주시기 바랍니다.
- 조사표 기입 요령
 - 숫자는 아라비아 숫자로, 문자는 한글로 기입함
 - 판단이나 응답이 모호한 경우 조사 중 또는 조사 직후 실사연구원에게 문의하여 즉각적인 조치가 이루어질 수 있도록 함
 - 응답 시 0, 모름, 무응답(응답거부), 해당사항 없음은 반드시 구분되어 작성되어야 함
 - * 0: 반드시 ‘0’으로 기입
 - * 모름: 응답 기입칸에 ‘모름’으로 기입
→ 다른 담당자가 알고 있는 경우, 해당 담당자를 추가로 컨택하여 ‘모름’ 응답은 최소화하여야 함
 - * 무응답(응답거부): 사유와 함께 응답 기입칸에 ‘무응답’ 기재
(예. 업체 기밀, 보안 등 여러 이유로 거부한 경우)
 - * 해당사항 없음: 응답 기입칸에 ‘미해당’ 기재
 - * 인허가번호, 사업자등록번호 등을 모른다고 하는 것은 외우지 않고 있기 때문임
→ 일단 ‘모름’으로 기재 후, 추후 전화나 이메일 등을 통해 알려달라고 협조를 구해 조사를 마무리하여야 함
 - * 자기 업무가 아니거나 권한이 없어서 응답하지 못하는 경우
→ 일단 ‘모름’으로 기재 후, 다른 담당자를 컨택해 보완조사 진행

2. 개별 조사항목 작성 요령

1) 업체 개요

- 조사표 앞면에 있는 기업명, 사업자등록번호, 소재지는 반드시 업체 명부상의 정보와 맞는지 확인하여 연필로 작성하며, 지역별 조사 관리자가 최종적으로 작성 (2021년 9월 1일 기준 작성)

1. 기업명	<input type="text"/>	2. 사업자 등록번호	<input type="text"/> - <input type="text"/> - <input type="text"/>
		3. 법인 등록번호	<input type="text"/> - <input type="text"/>
4. 소재지	<input type="text"/> 시도 <input type="text"/> 시군구		(상세주소)
5. 조직형태	<input type="checkbox"/> ① 회사 법인 <input type="checkbox"/> ② 회사외 법인 <input type="checkbox"/> ③ 개인 사업체 <input type="checkbox"/> ④ 비법인 단체	6. 구분	<input type="checkbox"/> ① 단독사업체 <input type="checkbox"/> ② 본사/본점 <input type="checkbox"/> ③ 지사/영업소/부설공장 등 (설문 종료) ▶ ③번 응답자는 조사대상에 포함되지 않습니다.
7. 기업유형	<input type="checkbox"/> ① 대기업 <input type="checkbox"/> ② 중견기업 <input type="checkbox"/> ③ 중소기업 <input type="checkbox"/> ④ 소기업	8. 창업년도	<input type="text"/> 년

- 기업명 : 실제로 사용하고 있는 정식 명칭을 구체적으로 기재
- 사업자등록번호 : 사업자등록증상에 기재된 사업자등록번호 기재(본사기준 작성)
※ 사업자번호 중간의 두 자리가 81, 86, 87, 88이 아닌 경우 본사여부 확인
- 조직형태 :
 - ① 회사법인: 상법상의 회사(제169조 및 제170조 참고)
 - 상행위 기타 영리를 목적으로 설립한 사단법인
 - 주식회사, 유한회사, 합자회사, 합명회사로 구분
 - 외국회사(상법 제614조부터 제621조 참고) : 외국법에 근거하여 설립된 회사
 - ② 회사이외의 법인: 상법을 제외한 민법, 특별법 등의 법률에 근거하여 설립된 법인(그 법인이 설립한 사업체를 포함)
 - ③ 개인 사업체: 법인이나 단체가 아닌 개인이 소유·경영하거나 법인격을 갖추지 않고 2인 이상이 공동으로 운영하는 사업체 (예시) 개인이 소유하고 경영하는 주유소, 슈퍼마켓, 음식점, PC방, 노래방, 당구장, 서점, 문구점, 안경점, 독서실 등
 - ④ 비법인단체: 법인격이 없는 단체
- 창업년도 : 법인은 법적 설립년도, 개인은 사업자등록증상의 개업년도 기재
※ 업종을 변경한 경우 업종전환 년도, 개인기업에서 법인으로 전환한 경우 법인 전환년도 기재

2) 기업의 일반현황

- 업종분류 및 코드는 통계청 한국표준산업분류(10차 개정분)에 따름
- 겸업의 경우 일반적으로 매출액이 가장 큰 산업을 주 업종으로 하나, 특수한 경우 투입 인력, 회사 주력산업 등이 기준이 될 수 있음

구 분		< 단위: 원 >						
		조	천억	백억	십억	억	천만	백만
1	자본금	2020년						
		2019년						
2	매출액	2020년						
		2019년						
3	영업이익	2020년						
		2019년						

- 재무현황 중, 자본금은 조직형태가 법인(회사법인, 회사이외 법인)이고, 사업체 구분이 단독 사업체인 경우 작성
- 자본금 : 회사의 주주들이 기업에 투자한 총 금액

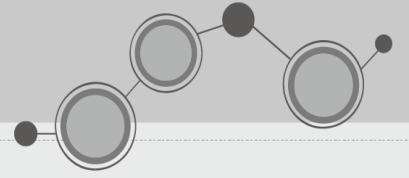


3) 정보화 관련 문항

- 정보화 관련 문항(B.정보화 추진의지 및 계획 ~ D.정보시스템 구축 및 활용 현황)
 - 일부 '해당 없음'이나 분기 상 SKIP(뛰어넘기)을 인정한 경우 외엔 반드시 응답되도록 지도함
 - 기업의 특이사항 발생 시 설문지 여백에 해당 사항을 구체적으로 기업이 표현하는 내용 그대로 메모하고, 이를 조사표와 함께 실사연구원에게 전달
(예. 기업 기밀 상 응답 불가능한 항목 등)
 - 판단이나 응답이 모호한 경우 조사 중 또는 조사 직후 실사연구원나 문의 전용 전화로 질의하여, 즉각적인 조치가 이루어질 수 있도록 함

4) 스마트화 관련 문항

- 스마트화 관련 문항(F.기업 영향도 ~ S.스마트화 수준)
 - 'S.스마트화 수준' 부문에서 문항과 관련해 해당사항이 없는 경우(예. 생산공정 미보유), ①번 응답으로 응답되도록 지도함
 - 스마트화 관련 문항은 기업의 스마트화 수준을 파악하는 지수를 산출하기 위한 문항으로 항목 무응답이 있어서는 안되므로, 모든 문항에 대해 응답이 될 수 있도록 지도함
 - 스마트화 관련 문항 내에는 스마트화 관련 전문 용어가 많아 응답자가 응답하기에 다소 어려움이 있을 수 있음. 따라서 문항 내의 안내문, 용어해설집, 보기카드를 적극적으로 활용하여 응답자가 정확히 이해하고 응답할 수 있도록 해야 함



부록. 산업분류 및 용어해설



1. 산업분류

○ 업체가 수행하는 산업활동을 유사성(재화 및 서비스의 특성 등)에 따라 체계적으로 분류한 것

< 한국표준산업분류 항목표 >

C제조업(10~33)	
10	식료품 제조업
11	음료 제조업
12	담배 제조업
13	섬유제품 제조업; 의복제외
14	의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업
15	가죽, 가방 및 신발 제조업
16	목재 및 나무제품 제조업;가구제외
17	펄프, 종이 및 종이제품 제조업
18	인쇄 및 기록매체 복제업
19	코크스, 연탄 및 석유정제품 제조업
E하수·폐기물처리,원료재생및환경복원업(37~39)	
37	하수, 폐수 및 분뇨 처리업
38	폐기물 수집운반, 처리 및 원료재생업
39	환경 정화 및 복원업
F건설업(41~42)	
41	종합 건설업
42	전문직별 공사업
G도매및소매업(45~47)	
45	자동차 및 부품 판매업
46	도매 및 상품중개업
47	소매업; 자동차 제외
H운수업(49~52)	
49	육상운송 및 파이프라인 운송업
50	수상 운송업
51	항공 운송업
52	창고 및 운송관련 서비스업
J출판,영상,방송통신및정보서비스업(58~63)	
58	출판업
59	영상·오디오 기록물 제작 및 배급업
60	방송업
61	통신업
62	컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업
63	정보서비스업
M전문,과학및기술서비스업(70~73)	
70	연구개발업
71	전문서비스업
72	건축기술, 엔지니어링 및 기타 과학기술 서비스업
73	기타 전문, 과학 및 기술 서비스업



1) C. 제조업(10 ~ 33)

- 원재료(물질 또는 구성요소)에 물리적, 화학적 작용을 가하여 투입된 원재료를 성질이 다른 새로운 제품으로 전환시키는 산업활동을 말한다. 따라서 단순히 상품을 선별·정리·분할·포장·재포장하는 경우 등과 같이 그 상품의 본질적 성질을 변화시키지 않는 처리활동은 제조활동으로 보지 않는다. 이러한 제조활동은 공장이나 가내에서 동력기계 및 수공으로 이루어질 수 있으며, 생산된 제품은 도매나 소매형태로 판매될 수도 있다.

2) E. 하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업(37~39)

- 하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업에는 고형 혹은 비고형의 각종 형태의 산업 또는 생활 폐기물의 수집운반 및 처리 활동, 환경 정화 및 복원 활동과 원료재생 활동이 포함된다. 폐기물 처리공정이나 하수 처리공정의 산출물은 처분되거나 혹은 다른 생산과정의 투입물이 될 수 있다.

3) F. 건설업(41~42)

- 계약 또는 자기계정에 의하여 지반조성을 위한 발파·시굴·굴착·정지 등의 지반공사, 건설용지에 각종 건물 및 구축물을 신축 및 설치, 증축·재축·개축·수리 및 보수·해체 등을 수행하는 산업 활동으로서 임시건물, 조립식 건물 및 구축물을 설치하는 활동이 포함된다. 이러한 건설 활동은 도급·자영건설업자, 종합 또는 전문건설업자에 의하여 수행된다. 직접 건설 활동을 수행하지 않더라도 건설공사에 대한 총괄적인 책임을 지면서 건설공사 분야별로 도급 또는 하도급을 주어 전체적으로 건설공사를 관리하는 경우에도 건설 활동으로 본다.

4) G. 도매 및 소매업(45 ~ 47)

- 구입한 각종 신상품 또는 중고품을 변형하지 않고 구매자에게 재판매하는 도매 및 소매활동, 판매상품에 대한 소유권을 갖지 않고 구매자와 판매자를 위하여 판매 또는 구매를 대리하는 상품중개, 대리 및 경매활동이 포함된다.

5) H. 운수업 (49 ~ 52)

- 각종 운송시설에 의한 여객 및 화물 운송업, 창고업 및 기타 운송관련 서비스업을 수행하는 산업활동을 말한다.
- 운송업 : 노선 또는 정기 운송 여부를 불문하고 철도, 도로, 파이프라인, 해상 및 항공 등으로 여객 및 화물을 운송하는 산업활동을 말한다.
- 운송관련 서비스업 : 여객 및 화물 운송업을 지원·보조하는 화물취급업, 창고업, 터미널시설 운영업, 화물운송 주선 및 기타 운송관련 서비스업을 수행하는 산업활동을 말한다. 화물취급 및 화물운송 주선 사업체 등은 고객과 운송업체간에 화물의 수수업무에 이용되는 운송시설을 보조적으로 소유할 수 있으나 고객이 요구한 운송활동 전체를 수행하지는 않는다.

6) J. 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58 ~ 63)

- 정보 및 문화상품을 생산하거나 공급하는 산업활동; 정보 및 문화상품을 전송하거나 공급하는 수단을 제공하는 산업활동; 통신서비스 활동; 정보기술, 자료처리 및 기타 정보서비스를 제공하는 산업활동을 말한다. 여기에는 출판업, 소프트웨어 제작, 영상 및 오디오 기록활동, 라디오 및 텔레비전 방송, 프로그램공급, 전기통신, 정보기술 및 기타 정보서비스활동이 포함된다.
- 출판업 : 학습서적, 정보목록부, 소설 및 수필집 등의 일반서적과 신문, 주간지, 월간지, 연보 등의 정기간행물 등의 인쇄물을 발간하거나 소프트웨어를 출판하는 산업활동을 말한다. 출판물은 자사에서 직접 창작되거나 다른 사람에 의하여 제작된 창작물을 편집, 구입 또는 계약에 의하여 출판될 수도 있다.
- 영상·오디오 기록물 제작 및 배급업 : 영화 및 방송프로그램의 제작, 배급 및 상영하거나 영화 제작에 관련된 필름가공, 더빙 등의 제작 후 서비스를 제공하는 산업활동과 음반 등 오디오 기록물의 원판 및 출판활동을 말한다.
- 방송업 : 라디오 및 텔레비전을 지상파, 유선 및 위성 등의 각종 전송 방식에 의하여 송출하는 산업활동을 말한다.
- 통신업 : 유선, 무선 및 기타 전자적 방법에 의하여 음성, 자료, 문자, 영상 등의 각종 정보를 수신하거나 전달하는 통신서비스를 제공하는 산업활동을 말한다. 우편활동도 여기에 분류한다.
- 컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업 : 컴퓨터 시스템의 통합관련 기획 및 설계서비스를 주로 제공하는 산업활동과 컴퓨터 시스템의 관리 및 운영관련 기술서비스를 주로 제공하는 산업활동을 말한다.
- 정보서비스업 : 정보처리, 호스팅 서비스 및 온라인 정보제공 서비스를 제공하는 산업활동이 포함된다. 뉴스제공 등의 기타 정보 서비스활동도 여기에 분류한다.






7) M. 전문, 과학 및 기술 서비스업(70 ~ 73)

- 이 산업은 다른 사업체를 위하여 전문, 과학 및 기술적 업무를 계약에 의하여 수행함으로써 경영의 전문성과 효율성을 달성한다. 이러한 전문, 과학 및 기술서비스는 동일 기업 내의 다른 사업체에 의하여 수행될 수 있다. 이 산업은 고도의 전문지식과 훈련을 받은 인적 자본이 서비스생산의 주요 요소로서 투입된다. 여기에는 연구개발 활동과 법률, 회계, 광고, 시장조사, 경영컨설팅, 건축설계, 엔지니어링, 수의업, 디자인 및 기타 전문·과학·기술서비스를 제공하는 산업 활동이 포함된다.
- 연구개발업 : 자연과학, 인문과학 및 사회과학 등의 각 연구분야에서 새로운 지식을 얻기 위한 기초탐구, 실용적 목적으로 연구하는 응용연구, 제품 및 공정개발을 위한 실험개발 등의 연구개발활동을 말한다.
- 전문 서비스업 : 전문적인 지식을 갖춘 인적 자본이 주요 요소로서 투입되는 법률, 회계, 광고, 경영 등에 대한 전문적 서비스를 제공하는 산업활동을 말한다.
- 건축기술, 엔지니어링 및 기타 과학기술 서비스업 : 건축설계, 감리 등의 건축기술 서비스, 엔지니어링 원리를 이용한 공학적 전문기술 서비스, 지질 또는 지구물리학적 조사 서비스, 물리적 및 화학적 분석시험 서비스 등의 과학기술 서비스를 제공하는 산업활동을 말한다.
- 기타 전문, 과학 및 기술 서비스업 : 인테리어디자인, 제품디자인, 시각디자인 등의 디자인 전문 서비스활동과 수의활동, 번역 및 통역 등의 기타 전문기술 서비스를 제공하는 산업 활동을 말한다.

2. 용어해설

1) 기업의 일반현황

해당 문항	용 어	용 어 설 명	
		개념	이미지/예시
A3	B2C (Business to Consumer)	<ul style="list-style-type: none"> 기업이 제공하는 물품 및 서비스가 소비자에게 직접적으로 제공되는 거래 형태를 설명하는 용어 	 <p>B2C 마케팅</p> <p>Business to Customer 마케팅의 줄인 말로, 기업이 일반 소비자를 대상으로 하는 마케팅 전략</p> <p>* 최종목표 → 상품 또는 서비스의 판매</p>
	B2B (Business to Business)	<ul style="list-style-type: none"> 기업과 기업 사이에 이루어지는 전자상거래를 일컫는 경제용어. 인터넷을 기반으로 하는 전자상거래의 유형 가운데 하나. 	 <p>B2B란 무엇인가요?</p> <p>B2B란 Business to Business를 의미하는데, 기업과 기업간의 거래를 의미합니다. 기업이 기업을 상대로 여러 서비스와 물품을 판매하는 것을 지칭합니다.</p>
	B2G (Business to Government)	<ul style="list-style-type: none"> 기업과 정부기관이 전자상거래를 이용하여 물건을 거래하거나 정보를 주고받는 것, G는 단순히 정부뿐만 아니라 지방정부, 공기업, 정부투자기관, 교육기관 등을 의미 	 <p>기업 ↔ 정부</p>

2) 정보화 추진의지 및 계획

해당 문항	용 어	용 어 설 명	
		개념	이미지/예시
B1	정보화	<ul style="list-style-type: none"> 조직의 경영 효율화를 위해 정보통신 기술을 활용한 개선 및 전환 활동 예시 <ol style="list-style-type: none"> ERP 등 시스템을 도입하여 업무처리 방식을 바꾸는 것 출입문에 자동출근체크 시스템을 활용 회계업무 프로그램 및 인터넷뱅킹 사용 종이문서대신 이메일이나 전자결재로 전환 사무용품, 재료 등을 인터넷으로 주문 인터넷 속도 및 컴퓨터 사양 업그레이드 등 	
B2	ERP (Enterprise Resource Planning)	<ul style="list-style-type: none"> 기업 내 생산, 물류, 재무, 회계, 영업과 구매, 재고 등 경영 활동 과정을 통합적으로 연계 기업에서 발생하는 정보들을 서로 공유하고 새로운 정보의 생성과 빠른 의사 결정을 도와주는 전사적자원관리시스템 	
	사무자동화	<ul style="list-style-type: none"> 전자기기 등을 사용한 사무처리(문서의 작성이나 보관 및 전달, 정보의 교환, 저장 따위의 작업)의 자동화 	
	물류시스템	<ul style="list-style-type: none"> 상품의 수송, 보관, 하역, 포장 등을 유기적으로 조합하는 시스템 	
B3	정보화 투자 타당성 분석	<ul style="list-style-type: none"> 정보화 도입·추진 전후로 컨설팅, ROI 분석 등을 통하여 투자의 타당성을 살펴보는 활동 정성적 투자효과 평가, 단편적인 평가, 분석적인 평가 등이 있음 	

3) 정보화 추진환경

해당 문항	용 어	용 어 설 명	
		개념	이미지/예시
C2, C2-1	정보화 교육	<ul style="list-style-type: none"> 컴퓨터를 통한 업무활용, 기업 내 구축된 정보시스템 활용, 정보보안 등 정보화와 관련된 교육 전체를 의미함 자체교육, 위탁교육, 전문외부강사 초빙 교육, 아웃소싱 및 직원개별 외부교육의 교육비부담 형태의 지원 등을 포함 	
C2	정보화 담당직원	<ul style="list-style-type: none"> 정보화 추진 및 전략의 기획/관리, 개발, 운영/유지보수 인력을 모두 포함함 	
C4	아웃소싱	<ul style="list-style-type: none"> 기업 업무의 일부 프로세스를 경영 효과 및 효율의 극대화를 위해 제3자에게 위탁해 처리하는 것. 외부 전산 전문업체가 고객의 정보 처리 업무의 일부 또는 전부를 장기간 운영·관리하는 것 또한 포함. 	
C7	정보자산식별 및 관리 프로세스 도입	<ul style="list-style-type: none"> 정보자산(Information Asset)이란, 조직이 업무 및 사업을 수행하기 위해 꼭 필요한 유/무형 형태의 정보를 말함 정보자산식별이란 다양한 정보자산을 인지하여 분류하고, 이에 대한 접근 통제등의 관리 지침을 결정하는 것을 의미함 	
	스팸메일	<ul style="list-style-type: none"> 이메일을 통해 이용자가 원하지 않음에도 불구하고 일방적으로 전송되는 영리목적의 광고성 메일 	
	해킹	<ul style="list-style-type: none"> 다른 사람의 컴퓨터나 정보시스템에 불법 침입하거나, 정보시스템의 정상적인 기능이나 데이터에 임의적으로 간섭하는 행위 	

해당 문항	용 어	용 어 설 명	
		개념	이미지/예시
	바이러스	<ul style="list-style-type: none"> • 불특정 다수에게 피해를 주기 위한 목적으로 제작된 컴퓨터 프로그램 또는 실행 가능한 코드 	
	NAC (Network Access Control)	<ul style="list-style-type: none"> • 호스트가 네트워크에 접근하기 전에 보안정책 수준을 준수했는지 여부를 검사하여 네트워크 접속을 통제하는 기술 	
	IPS (Intrusion Prevention System)	<ul style="list-style-type: none"> • 외부 네트워크로부터 내부 네트워크로 침입하는 네트워크 패킷을 찾아 제어하는 기능을 가진 소프트웨어 또는 하드웨어 	
C8	정보시스템	<ul style="list-style-type: none"> • 조직이 수행하는 업무 및 관련 정보를 전산화한 체계로 소프트웨어, 하드웨어 및 통신망, 데이터베이스, 관련 인력 등의 일체를 포함 	

4) 정보시스템 구축 및 활용 현황

해당 문항	용 어	용 어 설 명	
		개념	이미지/예시
D1	모바일 오피스	<ul style="list-style-type: none"> • 노트북 PC와 휴대 전화 등을 갖추고 언제 어디서나 본사와 통신망으로 접속하여 필요한 정보를 찾아보고 업무 지시를 받으며, 그 자리에서 신속하게 결과를 보고하는 근무 형태 • 컴퓨터와 정보 통신 기술을 바탕으로 '직원이 있는 곳이 곧 사무실'이라는 개념을 바탕으로 한 용어 	
D3	클라우드 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 영화, 사진, 음악 등 미디어, 파일, 문서, 주소록 등 사용자의 콘텐츠를 서버에 저장해 두고 어느 기기에서든 다운로드 후 사용 할 수 있는 서비스 • 저장해둔 자료를 언제 어디서나 어느 장치에서든 사용할 수 있음 	
D4	온라인 교육 (e-learning)	<ul style="list-style-type: none"> • 컴퓨터 활용 수업, 멀티미디어 활용 교육, 웹기반 교육 등 여러 형태의 정보통신을 활용한 업무 교육 	
	그룹웨어 (Groupware)	<ul style="list-style-type: none"> • 컴퓨터 통신망을 이용하여 소규모 공동 작업자의 협동성과 공동 생산성을 증가시키는 응용프로그램 	
	전사적 자원관리 (ERP)	<ul style="list-style-type: none"> • 기업 내의 영업, 생산, 자재, 회계, 구매 등 모든 조직과 업무를 정보 기술로 통합하여 리얼타임으로 정보를 통합 처리할 수 있는 프로그램 	
	공급망 관리 (SCM)	<ul style="list-style-type: none"> • 제품생산 및 서비스개발에서 판매까지의 프로세스를 전산화해 부품, 인력, 시스템, 설비 등 각종 자원의 제공업체부터 최종 소비자까지의 물류, 정보, 자금 흐름의 최적화를 도모하는 정보시스템 	

해당 문항	용 어	용 어 설 명	
		개념	이미지/예시
	고객관계관리 (CRM)	<ul style="list-style-type: none"> 고객관리에 필수적인 요소들을 고객 중심으로 정리, 통합하여 개선함으로써 고객과의 장기적인 관계를 구축하고 기업의 경영성과를 개선하기 위한 통합시스템 	
	기업정보포털 (EIP)	<ul style="list-style-type: none"> 기업들이 내·외부에 저장된 정보에 접근할 수 있게 하고, 사용자들에게 정보에 입각한 경영의사결정을 하는데 필요한 정보를 단일한 통로 (Gateway)를 통해 제공하는 어플리케이션 	
	기업지식포털 EKP (Enterprise Knowledge Portal)	<ul style="list-style-type: none"> 기업의 내부,외부 정보를 웹을 기반으로 통합시키는 시스템 	
	생산정보화시스템 (POP)	<ul style="list-style-type: none"> Point of Production, 생산활동이 행하여 질때 발생하는 정보를 그 시점에서 획득하고, 관리상 필요한 각종의 정보를 제공 	
	생산/공정관리 시스템 (MES)	<ul style="list-style-type: none"> 기업의 생산 현장에서 작업 일정, 작업 지시, 품질 관리, 작업 실적 집계 등 제반 활동을 지원하기 위한 관리 시스템 	
	지식관리시스템 (KMS)	<ul style="list-style-type: none"> 인적자원이 소유하고 있는 지식 자원을 축적·활용할 수 있도록 정형·비정형 지식들을 체계적으로 통합, 관리하는 시스템 	
D5	SNS서비스	<ul style="list-style-type: none"> 웹상에서 이용자들이 인적 네트워크를 형성할 수 있게 해주는 서비스로, 트위터·싸이월드·페이스북 등이 대표적 	

5) 스마트화 수준

해당 문항	용 어	용 어 설 명	
		개념	이미지/예시
S3	PLM (Product Lifecycle Management)	<ul style="list-style-type: none"> 제품수명주기 관리를 의미하는 용어로, 주로 제품수명주기 관리를 위해 사용되는 솔루션을 지칭하는 용어로 사용됨 	<p>PLM (Product Lifecycle Management) : 제품의 기획, 수주단계에서부터 설계, 개발, 생산, 유통에 이르기까지의 전 과정에서 발생된 제품 관련 정보, 리얼과 제품 개발 업무 Process를 관리 하고 공유하는 시스템</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 개발시간 단축 ▶ 품질 향상 ▶ 원가 감소