



국민권익위원회

청탁금지법 시행효과 분석을 통한 발전방향 모색 보고서

2018. 10



CONTENTS

목 차

청탁금지법 시행효과 분석을 통한 발전방향 모색 보고서

제 1 장. 서론	1
I. 조사배경 및 목적	2
II. 조사설계	3
III. 조사내용	7
IV. 응답자 구성	9
제 2 장. 조사결과 요약	15
제 3 장. 조사결과 분석	21
I. 청탁금지법 시행 후 인식 변화	23
1. 인식 변화	23
2. 행태 변화	24
1) 청탁금지법 이후 행태 변화 : 일반국민	24
2) 청탁금지법 이후 행태 변화 : 법적용대상	25
3) 더치페이에 대한 인식 변화	31
II. 청탁금지법 시행에 따른 효과	34
1. 청탁금지법 시행이 우리 사회에 미치는 영향	34
2. 청탁금지법 시행이 우리 경제에 미치는 영향	35
3. 청탁금지법 시행이 공직의 부조리관행이나 부패문제 개선에 도움이 되는 정도	36
4. 청탁금지법 시행이 사회생활이나 업무수행에 지장이 되는 정도	37

Ⅲ. 청탁금지법 시행령 개정에 대한 의견	38
1. 가액범위에 대한 의견	38
1) 식사금액 한도 3만원의 적정성	38
2) 선물금액 한도 5만원의 적정성	39
3) 농수축산물 선물금액 한도 10만원의 적정성	40
4) 경조사비 한도 5만원의 적정성	41
5) 외부금액 사례금 상한액 기준 적정성	42
2. 농축수산물 선물 한도 상향 조정 후 인식과 행태	43
1) 농축수산물 선물 한도 상향 조정에 대한 평가	43
2) 농축수산물 선물 한도 상향 조정이 농축수산물 소비 장려에 도움이 된 정도	45
3) 시행령 개정 이후 공직자 등에게 선물 제공 빈도 변화	47
4) 시행령 개정 이후 경조사비 부담 변화	48
3. 청탁금지법 시행령 개정에 따른 영향업종 변화	49
1) 청탁금지법 시행이 매출에 미치는 영향	49
2) 시행령 개정 이후 매출 영향	51
3) 청탁금지법 시행 이후 업종 전반 매출에 대한 의견	53
Ⅳ. 청탁금지법 정착여부 및 개선방향	55
1. 청탁금지법 시행 찬반	55
2. 청탁금지법 정착에 대한 평가	56
3. 청탁금지법 인지경로	57
4. 청탁금지법 교육 경험	58
5. 청탁금지법 성공적 정착을 위한 우선 해결 과제	60

청탁금지법 시행효과 분석을 통한 발전방향 모색 보고서

CHAPTER

01

서론



1. 조사배경 및 목적

1. 조사 배경

국민권익위원회는 우리사회의 비정상적인 접대, 청탁문화를 근절하고 공정하고 투명한 사회를 구현하기 위한 목적으로 「부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률」(약칭「청탁금지법」) 제정을 2011년부터 추진하였고, 2015년 3월에 동 법이 국회를 통과하여, 2016년 9월 28일부터 법이 시행되었다.

본 조사는 청탁금지법 시행 직후 실시된 「청탁금지법 제도 정착을 위한 정책과제 연구」, 2017년 청탁금지법 도입 1년을 맞아 실시된 「청탁금지법 시행 1년 성과 분석 및 발전방향 모색 연구」에 이은 3차 조사이다. 기존 연구에서는 청탁금지법에 대한 일반국민 인식 뿐 아니라 법 적용대상인 공직자, 정치인, 언론인, 교원 등 이해관계자를 대상으로 청탁금지법에 대한 찬반, 수용도, 인식, 개선 방안들을 조사하여 청탁금지법의 안정적 정착을 위한 기초 자료로 활용되어 왔다.

본 조사는 현행 청탁금지법 제도에 대한 인식 변화를 파악하고, 청탁금지법 시행령에 대한 의견 및 효과를 파악하기 위한 목적으로 실시되었다. 이를 통해 청탁금지법에 대한 일반국민과 법 적용대상자의 인식과 태도를 파악하고, 향후 청탁금지법의 개선방안을 파악하고자 한다

2. 조사 목적

본 조사의 목적은 일반국민 및 법적용 대상자들의 청탁금지법에 대한 인식과 태도를 조사하여 향후 청탁금지법 시행 시 개선방점을 발굴하는 것이다. 이와 함께, 2018년 1월 17일에 실시한 청탁금지법의 시행령 개정 내용에 대한 의견을 확인하여 시행령 개정의 효과를 확인하고자 하는 목적으로 실시하였다.

〈그림 1-1〉 조사 목적



II. 조사설계

1. 조사대상

본 연구의 조사대상은 우리나라에 거주하는 내국인으로서 (1) 전국의 만 19세 이상에 해당되는 일반국민과 (2) 국가직/지방직 공무원과 공직유관단체 임직원에 해당하는 공직자, 중앙지/지방지 기자, 신문/방송기자, 인터넷신문기자에 해당하는 언론인, 전국 초중고 및 대학교 교원에 해당하는 교육계로 청탁금지법상 적용을 받는 집단으로 나누어 조사를 실시하였다. 그리고 추가로 청탁금지법 시행에 영향을 받는 (3) 영향업종을 대상으로 조사를 실시하였다.

응답대상자별로 각 집단을 대표할 수 있는 표본을 추출하기 위한 표본설계를 실시하였다. 본 조사를 실시한 조사 그룹별 구성과 표본수, 표본오차, 조사기간 및 조사방법은 아래와 같다.

〈표 1-1〉 표본구성 현황

그룹		구성	표본 수		표본 오차	조사기간 및 조사방법
일반국민		전국 만 19세 이상 성인남녀	1,000명		±3.1%p	2018. 8. 22. ~ 8. 28. (전화조사)
법 적 용 대 상	공 직 자	국가직/지방직 공무원	806명	503명	±3.5%p	2018. 8. 27. ~ 9. 3. (전화조사)
		공직유관단체 임직원		303명		
	언 론 인	중앙지/지방지 기자, 방송기자, 인터넷신문기자	200명		±6.9%p	2018. 8. 27. ~ 9. 3. (웹조사)
	교 육 계	전국 초중고 및 대학교 교원	408명		±4.9%p	2018. 8. 27. ~ 9. 10. (전화조사&웹조사)
영향업종		전국 음식점업 및 농수축산화훼업	602명		±4.0%p	2018. 8. 27. ~ 9. 3. (전화조사)
합계			3,016명			

일반국민 조사는 전국에 거주하는 만19세 이상 성인남녀를 대상으로 조사하였으며, 2018년 8월 기준 행정안전부 『주민등록인구현황』 자료에 근거하여 지역, 성, 연령대별 비례할당을 실시하였다. 조사방법은 컴퓨터를 이용한 전화조사(CATI: Computer Assisted Telephone Interview) 방식을 활용하였으며, 응답율은 13.9%이다.

〈표 1-2〉 일반국민 대상 표본구성 현황

구분	쿼터	19~29세		30~39세		40~49세		50~59세		60세 이상	
		남	여	남	여	남	여	남	여	남	여
전국	1,000	91	82	89	82	101	99	102	99	113	142
서울	195	18	18	18	18	19	19	18	19	22	26
부산	68	6	5	6	5	6	6	7	7	9	11
대구	49	5	4	4	4	5	5	5	5	5	7
인천	57	5	5	5	5	6	6	6	6	6	7
광주	28	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
대전	30	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4
울산	21	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
경기	244	23	21	23	22	27	26	25	24	24	29
강원	30	3	2	2	2	3	3	3	3	4	5
충북	31	3	2	3	2	3	3	3	3	4	5
충남	46	3	3	5	4	5	5	4	4	5	8
전북	35	3	3	3	2	3	3	4	3	5	6
전남	36	3	2	3	2	3	3	4	4	5	7
경북	53	4	3	4	4	5	5	6	5	7	10
경남	66	6	5	5	5	7	6	7	7	8	10
제주	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2

주 : 세종특별자치시는 충청남도에 포함함

공무원의 경우 2017년도 「행정자치통계연보」 자료를 모집단으로 하여 중앙과 지방자치단체 구분 및 직급을 고려하여 할당하였다. 공무원은 1차로 국가직 공무원(중앙)과 지방직 공무원(지방자치단체)로 구분하고, 직급에 따라 관리직(4급 과장급 이상)과 실무직(5급 사무관 이하)으로 나누어 표본을 추출하였다. 모집단 수가 상대적으로 적은 국가직 3-4급과 지방직 4급 이상 공무원은 분석을 위한 표본수 확보를 위해 50명씩 강제할당 후 비례할당을 실시하였다.

공직유관단체 임직원은 모집단 분포를 확인할 수 있는 자료가 없어, 전체 유효표본수를 300명으로 확정 후 관리자와 실무자 분포를 1:4 비율로 할당하여 진행하였다. 공직유관단체에서 관리자는 부장급 이상으로, 실무자는 차장급 이하로 구분하여 분류하였다. 공직유관단체의 경우 국민권익위원회의 협조를 받아 유관단체로부터 리스트를 수집한 후 조사를 실시하였다.

〈표 1-3〉 공무원 및 공직유관단체 표본구성 현황

구분		모집단	쿼터	표본추출 방법
국가직	3-4급	6,657	56	최소 50표본 강제할당 후 비례할당
	5급 이하	138,778	120	
지방직	4급 이상	3,474	53	최소 50표본 강제할당 후 비례할당
	5급 이하	312,820	271	
공직유관단체	관리자	282,758	60	1:4 임의할당
	실무자		240	
합계			800	

언론인의 경우는 정확한 모집단 분포를 확인하는 것이 어렵기 때문에, 본 조사에서는 언론인은 (1) 중앙지 기자, (2) 지방지 기자, (3) 방송사 기자/PD, (4) 인터넷 언론사 4가지 구분으로 분류한 뒤 세부 집단별로 임의할당 하였다. 언론인의 경우 웹조사 방식을 활용하여 조사를 실시하였다.

〈표 1-4〉 언론인 표본구성 현황

구분	쿼터	실제 설문응답자 수	표본추출 방법
중앙지 기자	50	52	언론사 직종별, 소속기관별 임의할당
지방지 기자	70	72	
방송기자	50	54	
인터넷신문기자	30	22	
합계	200	200	

교육계의 경우 초·중·고등학교와 대학교별 교원집단을 분류한 후 각 200명씩 임의할당하였는데, 이는 청탁금지법이 초·중·고등학교 교사에 비해 대학교 교수에 미치는 영향(초청 강의, 자문 등)이 더 크다는 점을 고려하여 기관 수에 비례하여 할당한 것이 아닌 1:1 비율로 균등할당한 것이다. 이러한 할당 이후 초·중·고등학교 교원은 설립유형에 상관없이 권역별 비율을 고려하여 비례할당하였고, 대학교 교원은 국공립과 사립학교 교원의 비교를 위하여 각 70표본, 130표본으로 임의할당하였다. 할당된 표본은 교원 수가 아닌 학교 수를 의미하며, 추출된 학교당 1명의 교원을 임의로 추출하는 방식이 사용되었다.

〈표 1-5〉 교육계 표본구성 현황

구분		쿼터	실제 설문응답자 수	표본추출 방법
초등학교		70	70	초·중·고등학교와 대학교를 1:1비율로 균등할당하고, 초·중·고등학교 교원은 권역별 비례할당, 대학교 교원은 국공립/사립 여부를 고려하여 임의할당(표본추출을 위한 쿼터는 학교 수를 기준으로, 선정된 학교당 1명의 교원을 임의추출)
중학교		70	130	
고등학교		60		
대학교	국공립	70	49	
	사립	130	159	
합계		400	408	

영향업종 조사의 경우 모집단을 추정하기 어렵기 때문에, 본 조사에서는 (1) 음식점업, (2) 생산업, (3) 도소매업으로 나눈 뒤, 3개 분류 안에서 세부 업종 분류를 고려하여 임의할당 하였다. 영향업종 조사의 경우 2018년 사업체 한국전화번호부에서 전화번호를 추출하여 무작위 전화면접 조사를 실시하였다.

〈표 1-6〉 영향업종 표본구성 현황

대분류	중분류	쿼터	실제 설문응답자 수
음식점업	한식 음식점업	40	42
	중식 음식점업	40	40
	일식 음식점업	40	40
	서양식 음식점업	40	40
	기타 음식점업	40	40
	소계	200	202
생산업	농업	50	44
	수산업	50	25
	축산업	50	63
	화훼업	50	68
	소계	200	200
도매업/소매업	과실 및 채소 도매업	25	25
	육류 도매업	25	25
	수산물 도매업	25	25
	화초 및 산식물 도매업	25	25
	과실 및 채소 소매업	25	25
	수산물 소매업	25	25
	육류 소매업	25	25
	화초 및 산식물 소매업	25	25
	소계	200	200

II. 조사내용

설문조사는 구조화된 설문지를 작성하여 이를 응답 대상자들에게 전화 혹은 웹조사 하는 방식을 통해 실시되었다. 설문지는 크게 2종으로 구성되었으며, (1) 일반국민 대상과 (2) 법적용대상(공직자, 언론인, 교원) 집단 (3) 영향업종 설문으로 각각 설계되었다. 각 설문지는 대부분 유사한 설문문항으로 구성되어 있으나, 일부 설문문항의 경우 청탁금지법 시행과 관련하여 집단별 특징이나 영향력 등을 반영하기 위해 독자적 설문문항을 추가하였다.

〈표 1-7〉 설문문항

문 항	조사 대상				
	일반 국민	공직자	언론인	교육인	영향 업종
I. 음식물·선물·경조사비 가액범위					
식사금액 한도 3만원에 대한 의견	○	○	○	○	○
선물금액 한도 5만원에 대한 의견	○	○	○	○	○
농축수산물 선물금액 한도 10만원에 대한 의견	○	○	○	○	○
경조사비 한도 5만원에 대한 의견	○	○	○	○	○
외부강의 사례금 상한액(40만원) 기준에 대한 의견	×	○	×	×	×
외부강의 사례금 상한액(100만원) 기준에 대한 의견	×	×	○	○	×
II. 시행령 개정에 따른 변화					
농축수산물 선물금액의 한도 상향조정에 대한 의견	○	○	○	○	○
농축수산물 선물금액의 한도 상향조정 이후 선물제공 빈도	○	○	○	○	×
농축수산물 선물금액의 한도 상향조정이 농축수산물 소비 장려에 도움 된 정도	○	○	○	○	○
경조사비 금액 한도 하향조정, 화환/조화 경조사비 금액 한도 상향 조정한 후 경조사비 부담 정도	○	○	○	○	×
농축수산물 선물금액의 한도 상향조정이 사업체 매출에 미치는 영향 유무	×	×	×	×	○
시행령 개정으로 인한 사업체 매출 변화	×	×	×	×	○
시행령 개정 이후 5만~10만원 제품의 매출상승 여부	×	×	×	×	○
시행령 개정 이후 업종 전반의 매출상승 여부	×	×	×	×	○
III. 청탁금지법 시행과 관련된 변화					
청탁금지법 시행 이후 부절적인 행위에 대한 인식	○	○	○	○	×
청탁금지법 시행 이후 변화들	○	○	○	○	×
청탁금지법 시행 이후 더치페이 인식	○	○	○	○	×
청탁금지법 시행이 사업체 매출에 미치는 영향 유무	×	×	×	×	○
청탁금지법 시행으로 인한 사업체 매출 변화	×	×	×	×	○
청탁금지법 시행으로 인한 업종 전반의 매출감소 여부	×	×	×	×	○

문 항	조사 대상				
	일반 국민	공직자	언론인	교육인	영향 업종
Ⅳ. 청탁금지법 시행에 따른 효과					
청탁금지법 시행이 우리 사회에 미치는 영향에 대한 인식	○	○	○	○	○
청탁금지법 시행이 우리 경제에 미치는 영향에 대한 인식	○	○	○	○	○
청탁금지법 시행이 공직의 부조리 관행이나 부패문제 개선에 도움이 되는 정도	○	○	○	○	○
청탁금지법 시행으로 정상적인 사회생활이나 업무수행에 지장을 받는 정도	○	○	○	○	×
청탁금지법 시행 찬반	○	○	○	○	○
청탁금지법 정착에 대한 인식	○	○	○	○	○
청탁금지법 인지 경로	○	○	○	○	×
청탁금지법 관련 교육 받은 경험	○	○	○	○	×
청탁금지법 교육이 충분한 정도	×	○	○	○	×
청탁금지법의 성공적 정착을 위해 해결해야 할 과제	○	○	○	○	○

Ⅲ. 응답자 구성

응답자 분포표_1) 일반국민

(단위 : %)

Base=전체 □ 전체 □		사례수 (명) (1,000)	비율 100.0
성별			
	남자	(496)	49.6
	여자	(504)	50.4
연령			
	20대	(173)	17.3
	30대	(171)	17.1
	40대	(200)	20.0
	50대	(201)	20.1
	60대 이상	(255)	25.5
거주 지역			
	서울	(195)	19.5
	경기/인천	(301)	30.1
	대전/세종/충북/충남	(107)	10.7
	광주/전북/전남	(99)	9.9
	대구/경북	(102)	10.2
	부산/울산/경남	(155)	15.5
	강원/제주	(41)	4.1
직업			
	농/임/어업	(47)	4.7
	자영업	(167)	16.7
	판매/영업/서비스직	(92)	9.2
	생산/기능/노무직	(51)	5.1
	사무/관리/전문직	(341)	34.1
	전업주부	(148)	14.8
	학생	(56)	5.6
	무직/퇴직/기타	(96)	9.6
	잘 모르겠다	(3)	0.3
월평균 소득			
	100만원 미만	(75)	7.5
	100~199만원	(79)	7.9
	200~299만원	(166)	16.6
	300~399만원	(175)	17.5
	400~499만원	(113)	11.3
	500~699만원	(186)	18.6
	700~999만원	(81)	8.1
	1000만원 이상	(62)	6.2
	잘 모르겠다	(64)	6.4
혼인 여부			
	미혼	(231)	23.1
	기혼	(736)	73.6
	이혼/별거/사별	(33)	3.3
	잘 모르겠다	(1)	0.1
초중고 자녀 유무			
	초중고 자녀 있음	(236)	23.6
	초중고 자녀 없음	(764)	76.4
대학원생 여부			
	대학원생임	(8)	0.8
	대학원생 아님	(992)	99.2

응답자 분포표_2) 공직자

(단위 : %)

Base=전체 ▣ 전체 ▣	사례수 (명) (806)	비율 100.0
공직자 구분 (1)		
공무원	(503)	62.4
공직유관단체	(303)	37.6
공직자 구분 (2)		
국가직	(176)	21.8
지방직	(327)	40.6
공직유관단체	(303)	37.6
직급		
관리자	(162)	20.1
실무자	(644)	79.9
기관 소재지		
서울	(85)	10.5
경기/인천	(124)	15.4
대전/세종/충북/충남	(252)	31.3
광주/전북/전남	(83)	10.3
대구/경북	(66)	8.2
부산/울산/경남	(161)	20.0
강원/제주	(35)	4.3
성별		
남자	(551)	68.4
여자	(255)	31.6
연령		
20대	(99)	12.3
30대	(241)	29.9
40대	(279)	34.6
50대	(177)	22.0
60대 이상	(9)	1.1
모름/무응답	(1)	0.1

응답자 분포표_3) 언론인

(단위 : %)

Base=전체 ▣ 전체 ▣	사례수 (명) (200)	비율 100.0
언론사 구분		
중앙언론	(91)	45.5
지방언론	(83)	41.5
인터넷 언론	(26)	13.0
담당 업무		
신문기자	(146)	73.0
방송기자	(14)	7.0
PD	(40)	20.0
성별		
남자	(151)	75.5
여자	(49)	24.5
연령		
20대	(13)	6.5
30대	(65)	32.5
40대	(68)	34.0
50대	(49)	24.5
60대 이상	(5)	2.5

응답자 분포표_4) 교육인

(단위 : %)

Base=전체 ▣ 전체 ▣	사례수 (명) (408)	비율 100.0
소속기관 유형		
초등학교	(70)	17.2
중/고등학교	(130)	31.9
대학교	(208)	51.0
국공립 여부		
국공립	(194)	47.5
사립	(214)	52.5
기관 소재지		
서울	(143)	35.0
경기/인천	(80)	19.6
대전/세종/충북/충남	(41)	10.0
광주/전북/전남	(44)	10.8
대구/경북	(29)	7.1
부산/울산/경남	(55)	13.5
강원/제주	(16)	3.9
성별		
남자	(230)	56.4
여자	(178)	43.6
연령		
20대	(15)	3.7
30대	(49)	12.0
40대	(157)	38.5
50대	(154)	37.7
60대 이상	(33)	8.1

응답자 분포표_5) 영향업종

(단위 : %)

Base=전체 □ 전체 □		사례수 (명)	비율
		(602)	100.0
업종 (1)			
	일반음식업	(202)	33.6
	농수축산화훼업	(400)	66.4
업종 (2)			
	일반음식업	(202)	33.6
	농수축산화훼 생산업	(200)	33.2
	농수축산화훼 도매업	(100)	16.6
	농수축산화훼 소매업	(100)	16.6
세부업종			
	한식	(42)	7.0
	중식	(40)	6.6
	일식	(40)	6.6
	서양식	(40)	6.6
	음식점 기타	(40)	6.6
	농업	(94)	15.6
	축산업	(113)	18.8
	수산업	(75)	12.5
	화훼업	(118)	19.6
사업체 소재지			
	서울	(38)	6.3
	경기/인천	(101)	16.8
	대전/세종/충북/충남	(84)	14.0
	광주/전북/전남	(137)	22.8
	대구/경북	(90)	15.0
	부산/울산/경남	(109)	18.1
	강원/제주	(43)	7.1
상권			
	관공서 인근	(31)	5.1
	대형오피스 밀집지	(3)	0.5
	학교 주변	(34)	5.6
	주택가	(135)	22.4
	도시 변두리	(100)	16.6
	대도시 교외	(11)	1.8
	역세권	(29)	4.8
	도심 유흥 변화가	(47)	7.8
	농어촌	(118)	19.6
	시장	(64)	10.6
	기타	(30)	5.0
매출액			
	5천만원 미만	(130)	21.6
	5천만원 - 1억원 미만	(124)	20.6
	1억-5억원 미만	(134)	22.3
	5억 - 10억원 미만	(32)	5.3
	10억원 이상	(84)	14.0
	잘 모르겠다	(98)	16.3
종사자 수			
	5인 미만	(459)	76.2
	5인 이상 9인 미만	(77)	12.8
	10인 이상	(66)	11.0

청탁금지법 시행효과 분석을 통한 발전방향 모색 보고서

CHAPTER

02

조사결과 요약





청탁금지법 시행 후 인식 변화

- 법 적용 대상자 10명 중 7-8명, 일반국민 10명 중 6명,

청탁금지법 이후 부탁, 선물, 접대, '부적절한 행위로 인식하게 되었다'

- 청탁금지법 시행 이후 기존의 부탁·접대·선물 등의 관행을 '부적절한 행위'로 생각하게 되었다는 응답은 교육계 83.3%, 언론인 82.0%로, 다른 법 적용대상자들에 비해 높음
- 그 외 '부적절한 행위로 인식하게 되었다'는 응답은 공직유관단체 임직원(78.2%), 공무원(72.8%), 일반국민(64.5%) 순임
- 일반국민의 경우 10명 중 6명 정도가 청탁금지법 시행 이후 관행적 부탁이나 접대, 선물에 대해 '부적절한 행위'로 인식하게 되었다고 응답함

- 일반국민 10명 중 6명, '식사, 선물수수, 경조사 등의 금액이 줄거나 지불 방식이 달라지고 있다'

- 법 시행 이후 나타난 일반국민의 행태변화는 '1) 본인이나 주변에서 식사, 선물수수, 경조사 등의 금액이 줄어들거나 지불 방식이 달라지고 있다'는 응답이 58.2%로 가장 높고, '4) 공직자, 언론인, 교원 등의 직무수행이 공정해지고 있다'는 응답이 57.1%로 두번째로 높음

- '청탁금지법 이후 상대방의 더치페이 제안을 이해하게 되었다', 70% 이상

- 청탁금지법 시행 이후 상대방의 더치페이 제안을 이해하게 되었다는 응답은 모든 법 적용대상 집단에서 높은 수준의 응답을 보임
- 공무원 및 공직유관단체 임직원의 약 90%, 교육계 및 일반국민의 약 80%, 언론인의 72.5%가 긍정 응답함



청탁금지법 시행에 따른 효과

- 청탁금지법, 우리사회에 '긍정적인 영향을 미치고 있다', 80% 이상

- 청탁금지법 시행이 우리 사회에 미치는 영향에 대해 일반국민과 법 적용대상의 인식을 조사한 결과, '긍정적인 영향을 미치고 있다'는 응답이 공직유관단체 임직원 및 공무원에서 95% 이상으로 높음
- 교육계, 일반국민의 약 90%, 언론인의 81%가 긍정적인 영향을 미치고 있다고 응답함
- 한편, 영향업종에서는 64.5%만이 긍정적인 영향을 미치고 있다고 응답함

- 청탁금지법, '공직의 부조리관행이나 부패문제 개선에 도움이 되고 있다', 70% 이상

- 청탁금지법 시행이 공직의 부조리관행이나 부패문제 개선에 도움이 되고 있는지 조사한 결과, '도움이 되고 있다'는 응답은 공직유관단체 임직원, 공무원에서 90% 이상으로 높고, 교육계의 85.3%, 일반국민의 74.9%, 언론인의 69.5%가 긍정 응답함
- 한편, 영향업종의 59.1%만이 도움이 되고 있다고 응답함

○ 청탁금지법, ‘사회생활이나 업무수행에 지장이 된다’, 언론인 14.5%

- 청탁금지법 시행이 사회생활이나 업무수행에 지장이 되는 정도를 조사한 결과, 언론인의 14.5%는 청탁금지법 시행으로 사회생활이나 업무수행에 ‘지장을 받고 있다’고 응답함
- 언론인을 제외한 나머지 집단에서는 청탁금지법 시행으로 인해 ‘정상적인 사회생활이나 업무수행에 지장을 받고 있다’는 응답이 10% 미만임



청탁금지법 시행령 개정에 대한 의견

○ 식사금액 한도, 3만원, 선물금액 한도, 5만원 ‘적정하다’는 응답이 우세

- 모든 집단에서 ‘적정하다’는 응답이 가장 높은 비중을 차지한 가운데, 공무원과 공직유관단체 임직원이 법적용대상자 중에서 ‘적정하다’는 응답이 높음
- 일반국민의 10명 중 6명 정도가 한도가 적정하다고 응답함

○ 농수축산물 선물금액 한도 10만원, ‘적정하다’는 응답이 우세

- 식사금액과 선물금액 한도와 마찬가지로 모든 집단에서 ‘적정하다’는 응답이 가장 높은 비중을 차지한 가운데, 공무원에서 ‘적정하다’는 응답이 80.5%로 가장 높음
- 그 외 공직유관단체 임직원(69.0%), 교육계(65.9%), 일반국민(65.8%), 언론인(61.5%), 교육계(65.9%) 순임

○ 경조사비 한도 5만원, ‘적정하다’는 응답이 우세

- 식사금액과 선물금액 한도와 마찬가지로 모든 집단에서 ‘적정하다’는 응답이 가장 높은 비중을 차지함
- 공무원(71.6%), 교육계(69.9%), 공직유관단체 임직원(69.0%)에서 ‘적정하다’는 응답이 약 70% 수준으로 응답됨
- 언론인의 경우 50%가 ‘적정하다’고 응답하여 다른 집단과 대비하여 낮은 수준임

○ 외부강의 사례금 상한액 ‘적정하다’는 응답이 우세

- 공무원과 공직유관단체 임직원의 경우 외부강의 사례금 상한액 시간당 40만원에 대해 ‘적정하다’는 응답이 각각 73.4%와 68.0%로 우세함
- 외부강의 사례금 상한액 100만원에 대해 국공립 교원의 경우 ‘적당하다’는 응답이 60.8%, 언론인, 57.5%, 사립 교원 54.7%임

○ 농축수산물 선물 한도 10만원 상향 조정 ‘잘한 일’, 영향업종 81.2%

- 영향업종의 경우 ‘잘한 일이다’는 응답이 81.2%로, 10개 업체 중 8개 업체가 긍정 평가함
- 공무원의 긍정응답률이 87.3%로 가장 높고, 일반인, 공직유관단체임직원, 언론인, 교육계에서도 ‘잘한 일이다’는 응답이 70% 중후반대임

○ 농축수산물 선물 한도 상향, ‘농수축산물 소비 장려에 도움이 되었다’, 영향업종 63.1%

- 공무원에서 ‘도움이 되었다’는 응답이 67.4%로 가장 높은 반면, 교육계에서 ‘도움이 되었다’는 응답이 57.1%로 가장 낮음
- 영향업종의 경우 63.1%가 ‘도움이 되었다’고 응답함

○ 시행령 개정 이후, 선물 제공 빈도 줄었다, 10% 내외

- 시행령 개정 이후 공직자 등에게 선물을 제공하는 빈도에 변화가 있었는지에 대해 조사한 결과, '제공 빈도가 줄었다'는 응답은 일반국민 9.1%, 교육계 9.1%, 언론인 9.0%임
- 그 외 공무원은 5.0%, 공직유관단체 임직원 3.6%가 '제공 빈도가 줄었다'고 응답함

○ 시행령 개정 이후, 경조사비 부담 줄었다, 20% 내외

- 시행령 개정 이후 공직자 등에게 제공하는 경조사비 부담 변화를 조사한 결과, '부담이 줄었다'는 응답은 교육계가 23.5%로 가장 높고, 언론인(20.0%), 공직유관단체 임직원(17.5%), 공무원(14.3%), 일반국민(14.1%) 순임
- 전반적으로 응답자 대상별로 10명 중 1-2명 정도는 '부담이 줄었다'고 응답함

○ 청탁금지법 이후 '매출 감소했다', 34.7%, '매출 영향 없다', 48.2%

- 총 602명 중 사업체 매출에 영향이 있다는 292명 중 청탁금지법 시행 이후 '매출이 감소했다'는 응답자는 209명(34.7%, 전체 602명 기준)임

○ 시행령 개정 이후 '매출 증가했다', 11.1%, '매출 영향 없다', 65.1%

- 총 602명 중 사업체 매출에 영향이 있다는 179명 응답자 중 시행령 개정 이후 '감소했다'는 응답자는 92명(15.3%, 전체 602명 기준), '증가했다'는 응답자는 67명(11.1%, 전체 602명 기준)임

○ 농수축산화훼업, '매출 증가했다', 30.8%

- 시행령 개정 이후 5~10만원 제품의 매출 증가 여부에 대해 농·수·축산·화훼업 종사자를 대상으로 조사한 결과, 매출이 '증가했다'는 응답이 30.8%, '증가하지 않았다'는 응답이 57.8%임



청탁금지법 정착여부 및 개선방향

○ 청탁금지법 '찬성한다' 70% 이상으로 압도적 우세

- 청탁금지법 시행에 대해 공직유관단체 임직원과 공무원의 찬성 응답은 각각 97.0%, 95.6%로 높고, 교육계 및 일반국민의 찬성 응답은 90%로 압도적으로 높음
- 반면, 영향업종과 언론인의 찬성응답률은 각각 71.3%, 74.5%로 다른 대상에 비해 상대적으로 낮은 편임

○ 청탁금지법 무난하게 정착되고 있다, 60% 이상으로 우세

- 청탁금지법 정착에 대해 공무원 및 공직유관단체 임직원의 92.6%, 교육계의 83.8%, 일반국민의 75.3%가 긍정적으로 평가함
- 반면, 영향업종의 62.5%, 언론인의 64.5%만이 청탁금지법이 우리 사회에서 무난하게 정착되고 있다고 응답하여 다른 대상에 비해 긍정 평가가 낮은 편임

○ 청탁금지법 성공적 정착을 위한 우선 과제, '부정청탁을 유발하는 법 제도의 개선', 청탁금지법 교육 홍보 강화'

청탁금지법 시행효과 분석을 통한 발전방향 모색 보고서

CHAPTER 03

조사결과 분석



I. 청탁금지법 시행 후 인식 변화

1. 인식 변화

문] 귀하께서는 청탁금지법 시행 전에 공직자등에게 일부 관행적으로 이루어졌던 부탁이나 접대, 선물에 대해, 청탁금지법 시행 이후 “부적절한 행위”라고 생각하게 되었습니까?

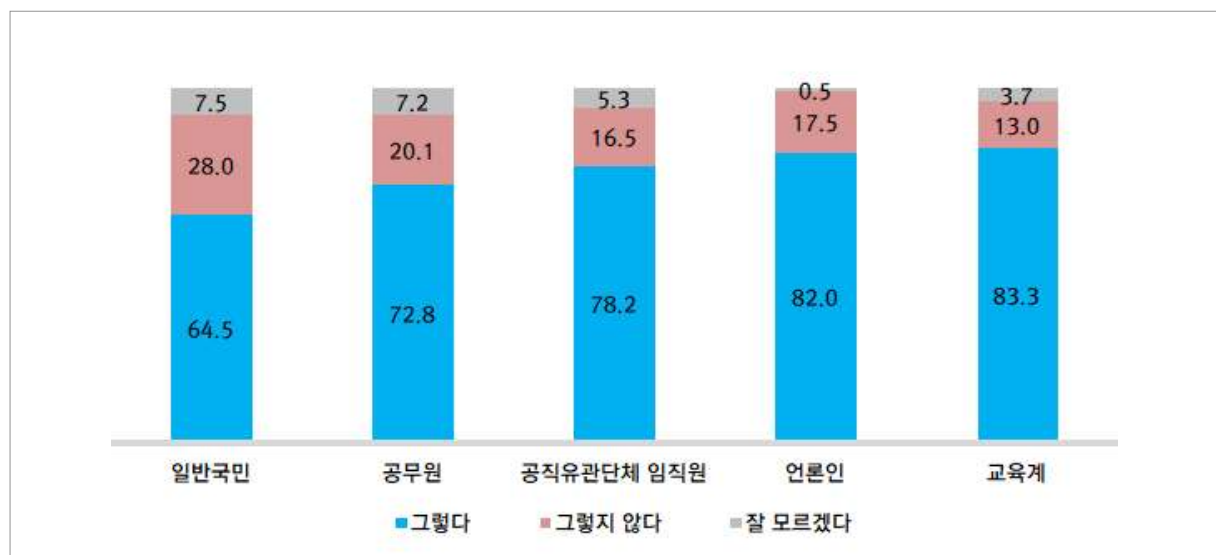


전체

- ▶ 청탁금지법 시행 이후 기존의 부탁·접대·선물 등의 관행을 ‘부적절한 행위’로 생각하게 되었다는 응답은 교육계 83.3%, 언론인 82.0%로, 다른 법적용대상자들에 비해 높음
- ▶ 초등학교 교사 및 대학교 교직원 10명 중 8명, 언론인 10명 중 8명은 청탁금지법 시행 이후 일부 관행적으로 이루어졌던 부탁이나 접대, 선물에 대해 ‘부적절한 행위’로 인식하고 있음
- ▶ 그 외 ‘부적절한 행위로 인식하게 되었다’는 응답은 공직유관단체 임직원(78.2%), 공무원 (72.8%), 일반국민(64.5%) 순임
- ▶ 일반국민의 경우 10명 중 6명 정도가 청탁금지법 시행 이후 관행적 부탁이나 접대, 선물에 대해 ‘부적절한 행위’로 인식하게 되었다고 응답함

〈그림3-1〉 인식 변화

(단위 : %)



2. 행태 변화

1) 청탁금지법 이후 행태 변화 : 일반국민

문] 다음은 청탁금지법 시행이후 변화에 대한 다양한 내용입니다. 청탁금지법 이후 귀하 또는 귀하 주변 동료들의 직무수행이나 일상생활에서 일어나는 변화에 대해 느끼신 대로 선택해 주시기 바랍니다.

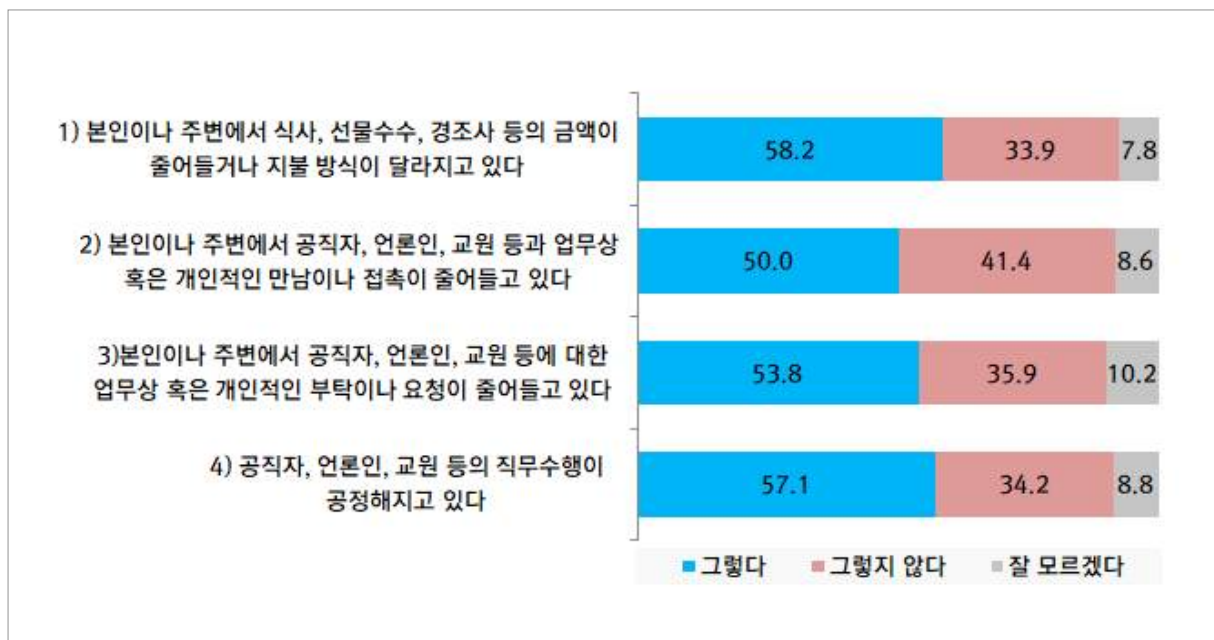


전체

- ▶ 법 시행 이후 나타난 일반국민의 행태변화는 ‘1) 본인이나 주변에서 식사, 선물수수, 경조사 등의 금액이 줄어들거나 지불 방식이 달라지고 있다’는 응답이 58.2%로 가장 높고, ‘4) 공직자, 언론인, 교원 등의 직무수행이 공정해지고 있다’는 응답이 57.1%로 두번째로 높음
- ▶ 다음으로 ‘3) 본인이나 주변에서 공직자, 언론인, 교원 등에 대한 업무상 혹은 개인적인 부탁이나 요청이 줄어들고 있다’는 응답이 53.8%, ‘2) 본인이나 주변에서 공직자, 언론인, 교원 등과 업무상 혹은 개인적인 만남이나 접촉이 줄어들고 있다’는 응답은 50.0% 순임

〈그림3-2〉 청탁금지법 이후 행태 변화 : 일반국민

(단위 : %)



2) 청탁금지법 이후 행태 변화 : 법적용대상

문] 다음은 청탁금지법 시행이후 변화에 대한 다양한 내용입니다. 청탁금지법 이후 귀하 또는 귀하 주변 동료들의 직무수행이나 일상생활에서 일어나는 변화에 대해 느끼신 대로 선택해 주시기 바랍니다.

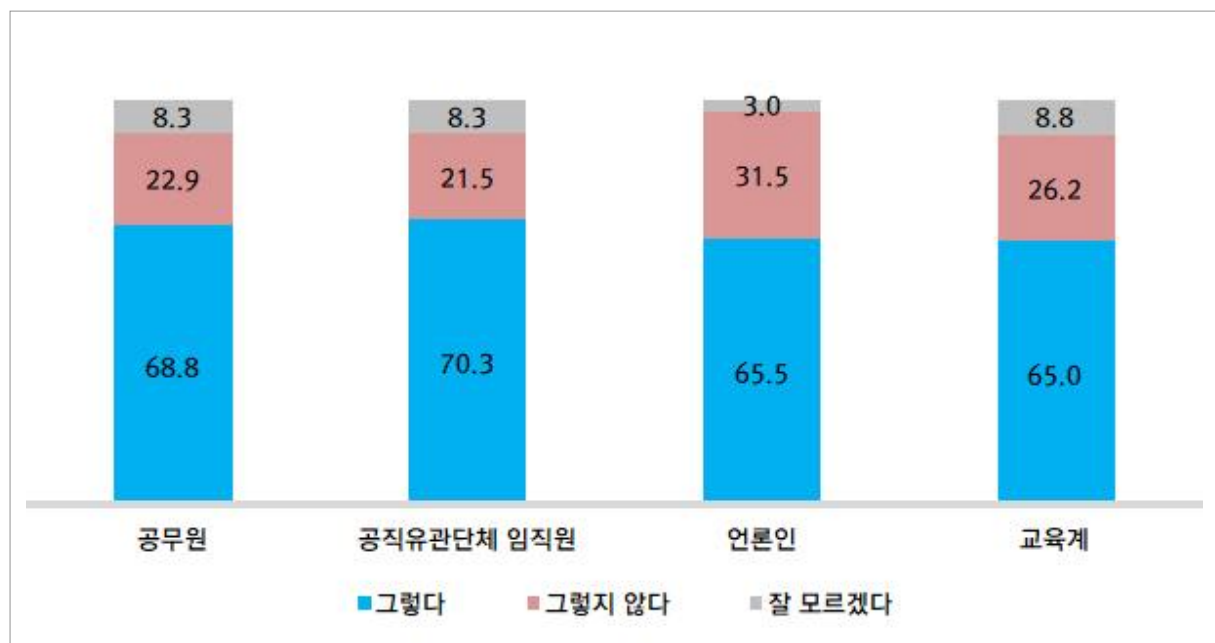


전체

- ▶ 법적용대상자의 행태 변화를 구체적으로 살펴보면, ‘1) 직무관련자와의 비공식적 만남이나 접촉이 줄어들었다’에 대해 공직유관단체 임직원(70.3%), 공무원(68.8%), 언론인(65.5%), 교육계(65.0%) 등 모든 법적용대상 집단의 약 70%가 그렇다고 응답함
- ▶ 법적용 대상자 10명 중 7명은 직무관련자와 비공식적 만남이나 접촉이 줄어들었다에 대해 동의함

〈그림3-3〉 청탁금지법 이후 행태 변화 : 법적용대상
1) 직무관련자와의 비공식적 만남이나 접촉이 줄어들었다

(단위 : %)



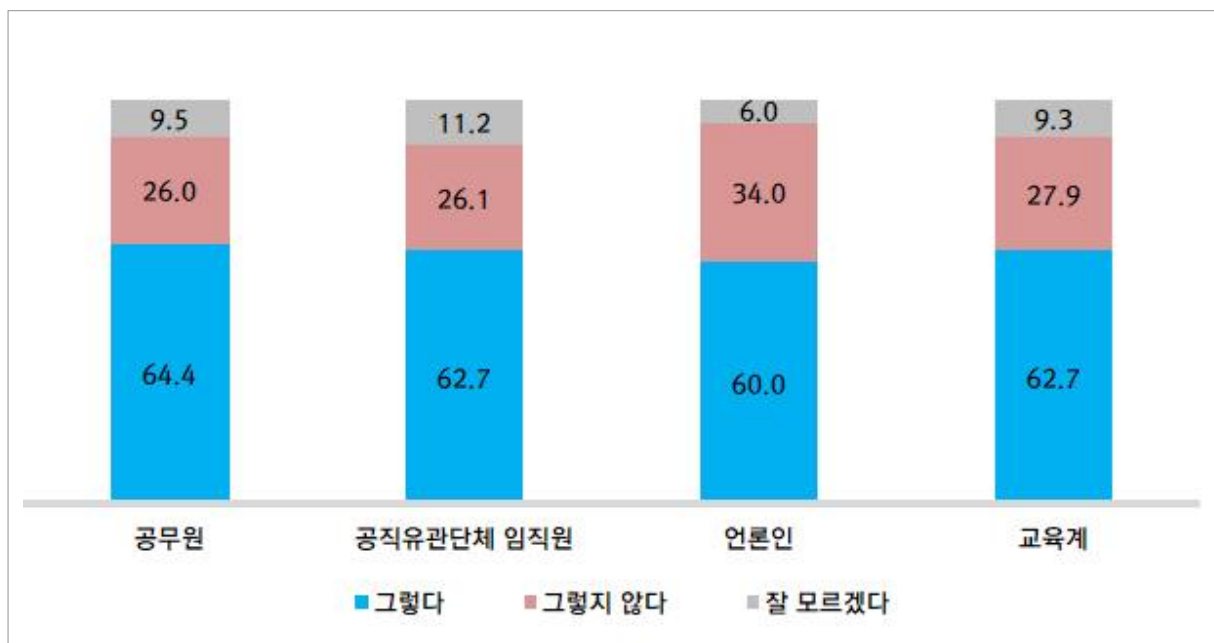


전체

- ▶ ‘2) 인맥을 통해 이루어지던 부탁이나 요청이 줄어들었다’에 대해 ‘그렇다’는 응답은 공무원 (64.4%), 공직유관단체 임직원(62.7%), 교육계(62.7%), 언론인(60.0%) 등 모든 법 적용대상 집단에서 60%를 상회함

〈그림3-4〉 청탁금지법 이후 행태 변화 : 법 적용대상
2) 인맥을 통해 이루어지던 부탁이나 요청이 줄어들었다

(단위 : %)



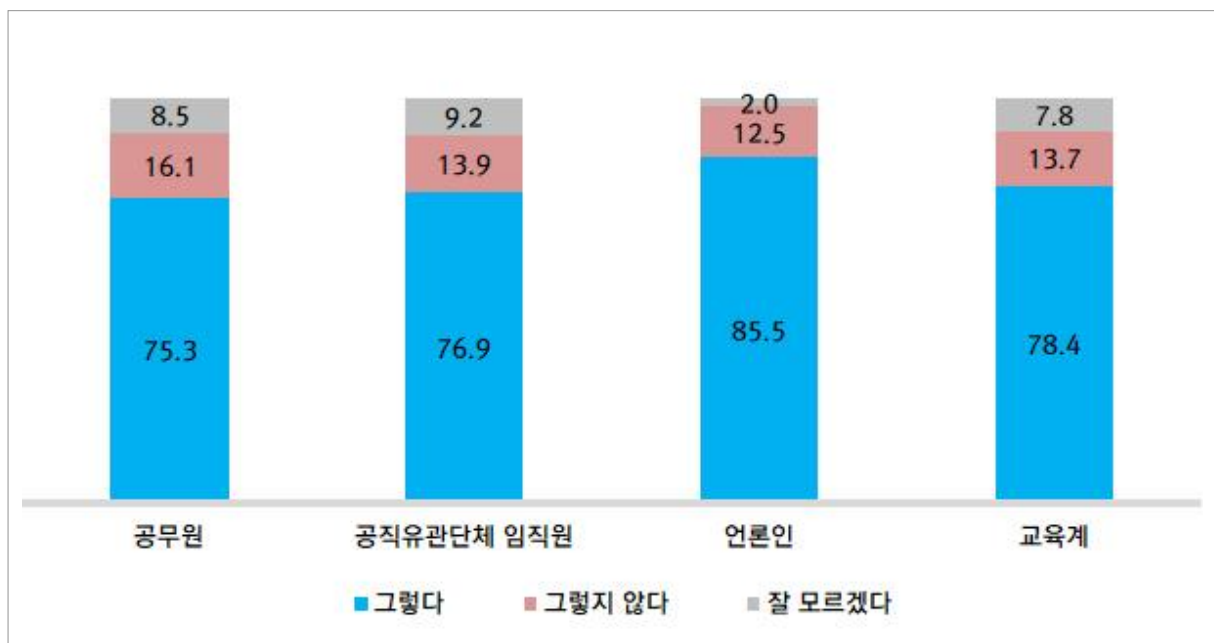


전체

- ▶ ‘3) 직무관련자로부터의 접대·선물 제공 관행이 줄어들었다’에 대해 동의하는 응답은 언론인에서 85.5%로 법적용대상 집단 중 가장 높음
- ▶ 교육계(78.4%), 공직유관단체 임직원(76.9%), 공무원(75.3%)에서도 75% 이상으로 높음

〈그림3-5〉 청탁금지법 이후 행태 변화 : 법적용대상
3) 직무관련자로부터의 접대·선물 제공 관행이 줄어들었다

(단위 : %)



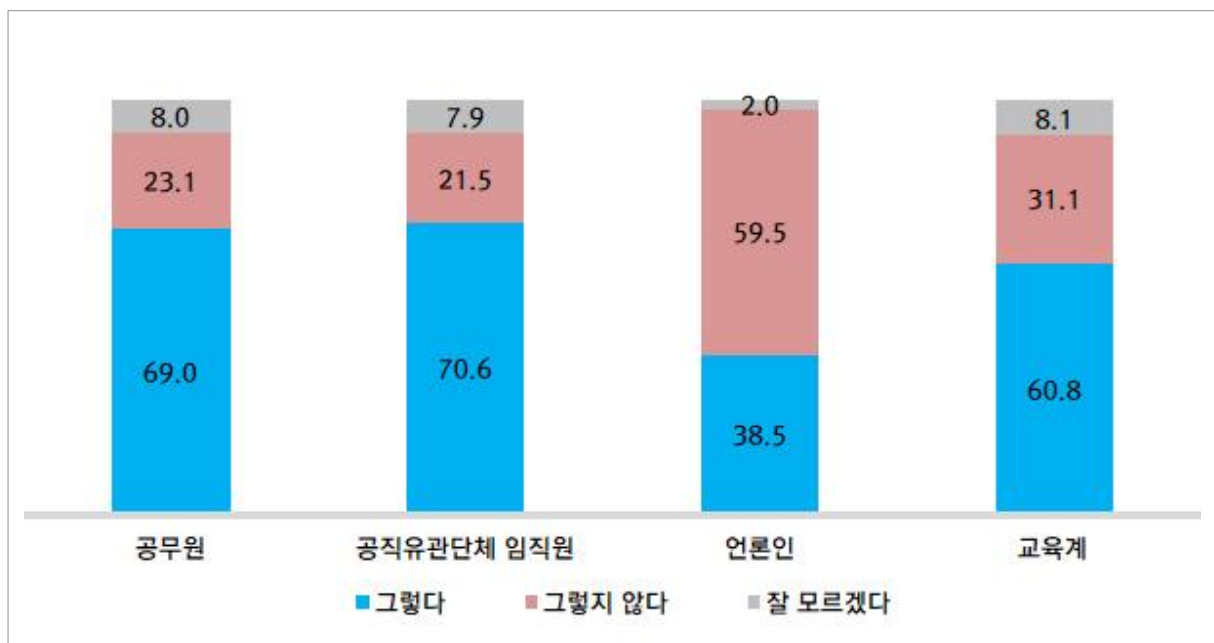


전체

- ▶ ‘4) 직무관련자와의 더치페이가 일상화되었다’는 응답은 공직유관단체 임직원(70.6%), 공무원 (69.0%), 교육계(60.8%)에서 평균 66.8%를 보인 반면,
- ▶ 언론인들은 이 수치의 절반 정도인 38.5%만이 더치페이가 일상화되었다고 응답함

〈그림3-6〉 청탁금지법 이후 행태 변화 : 법적용대상
4) 직무관련자와의 더치페이가 일상화되었다

(단위 : %)



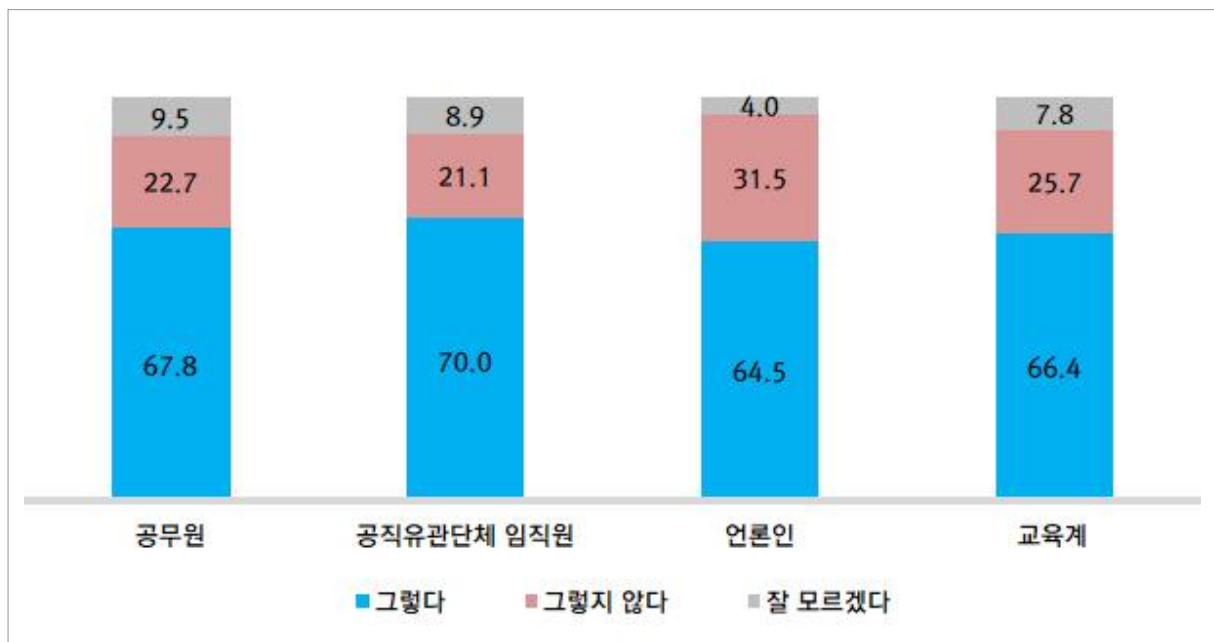


전체

- ▶ ‘5) 직무관련자와의 식사, 선물, 경조사비 금액이 줄어들었다’에 대해 동의하는 응답은 공직유관단체 임직원이 70.0%로 가장 높고, 다음으로 공무원(67.8%), 교육계(66.4%), 언론인(64.5%) 순임
- ▶ 전반적으로 공무원과 공직유관단체 임직원 10명 중 7명은 ‘직무관련자와의 식사, 선물, 경조사비 금액이 줄어들었다’고 응답함

〈그림3-7〉 청탁금지법 이후 행태 변화 : 법적용대상
5) 직무관련자와의 식사, 선물, 경조사비 금액이 줄어들었다

(단위 : %)



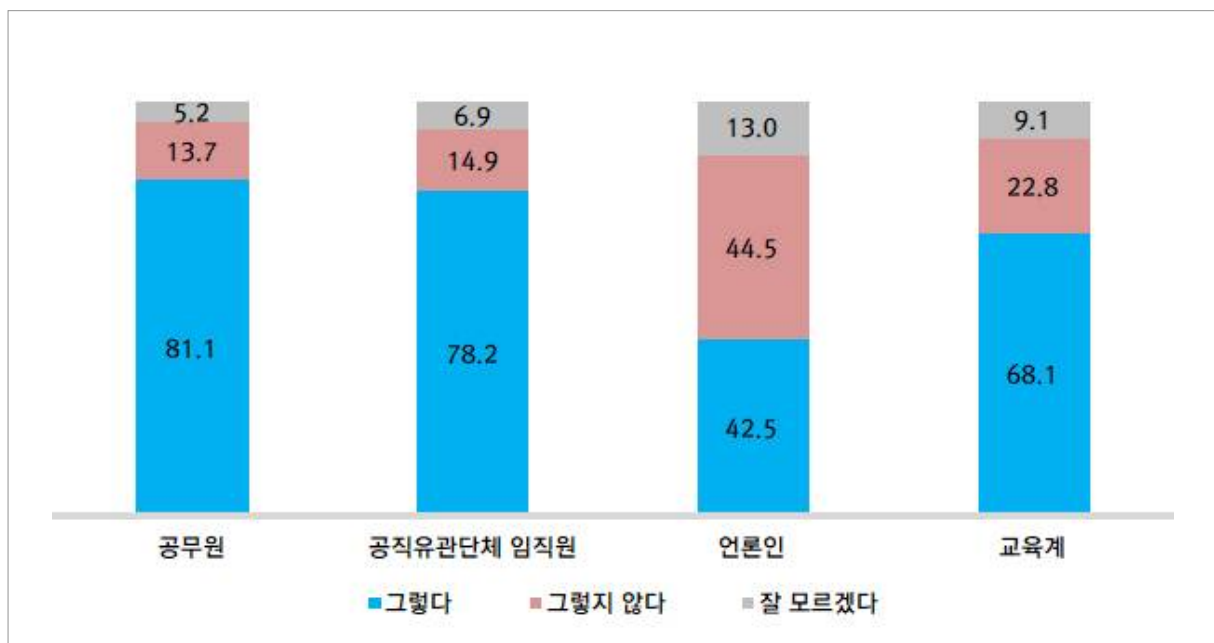


전체

- ▶ ‘6) 공직자, 언론인, 교원 등의 직무 수행이 공정해지고 있다’는 응답은 공무원, 공직유관단체 임직원의 약 80%, 교육계에서 약 70% 수준인 반면,
- ▶ 언론인의 42.5%만이 공직자, 언론인, 교원 등의 직무수행이 공정해지고 있다고 응답함

〈그림3-8〉 청탁금지법 이후 행태 변화 : 법적용대상
6) 공직자, 언론인, 교원 등의 직무 수행이 공정해지고 있다

(단위 : %)



3) 더치페이에 대한 인식 변화

문] 청탁금지법 시행 이후, 귀하는 더치페이에 대해 어떻게 느끼십니까? 귀하가 느끼는 바와 일치하는 대로 응답해 주십시오.

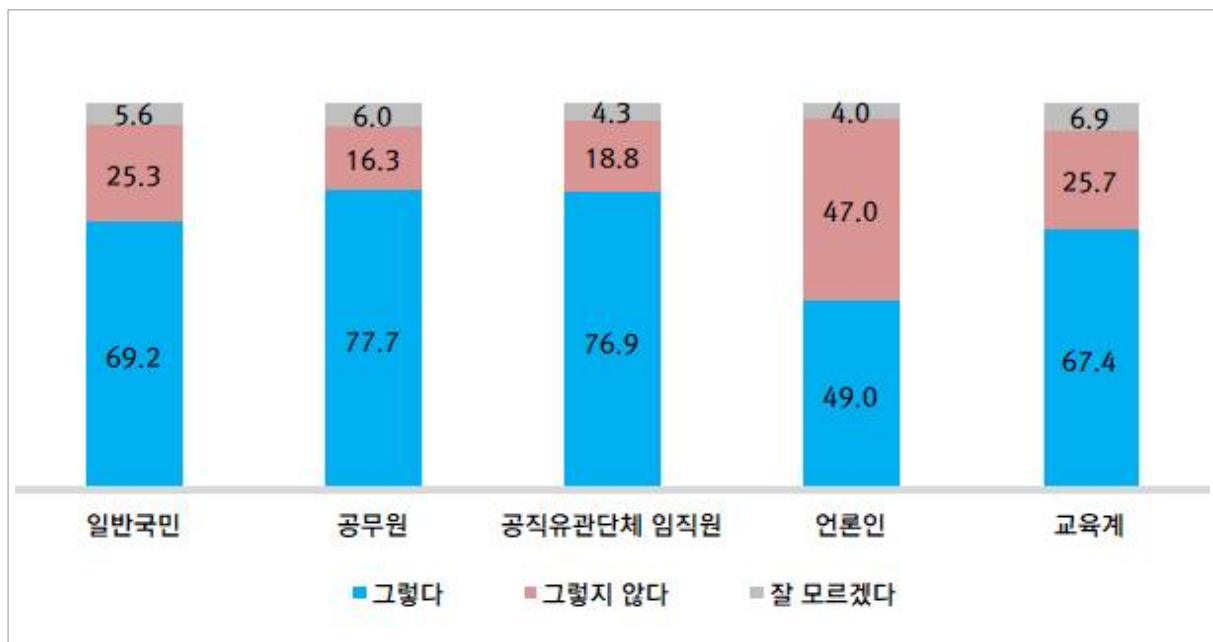


전체

- ▶ 더치페이에 대한 인식 변화를 구체적으로 살펴보면, ‘1) 청탁금지법 시행 이후 더치페이 하는 것이 편해졌다’는 응답은 공무원 및 공직유관단체 임직원에서 약 80%, 일반국민과 교육계에서 약 70% 수준의 응답을 보인 반면,
- ▶ 언론인의 절반 수준(49.0%)만이 청탁금지법 시행 이후 더치페이가 편해졌다고 응답함

〈그림3-9〉 더치페이에 대한 인식 변화
1) 청탁금지법 시행 이후 더치페이 하는 것이 편해졌다

(단위 : %)





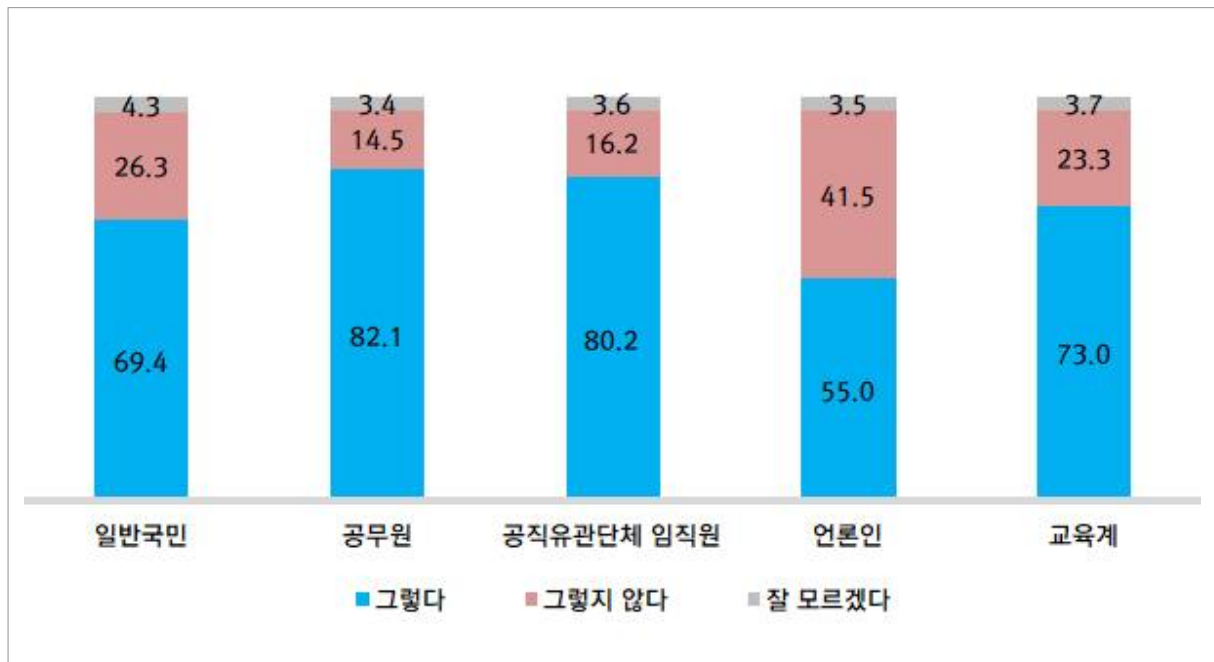
전체

- ▶ ‘2) 청탁금지법 시행 이후 내 스스로 더치페이를 하고 싶어졌다’는 응답 또한 공무원 및 공직유관단체 임직원에서 약 80%, 일반국민과 교육계에서 약 70% 수준의 응답을 보인 반면,
- ▶ 언론인의 55%만이 청탁금지법 시행 이후 내 스스로 더치페이를 하고 싶어졌다고 응답함

〈그림3-10〉 더치페이에 대한 인식 변화

2) 청탁금지법 시행 이후 내 스스로 더치페이를 하고 싶어졌다

(단위 : %)





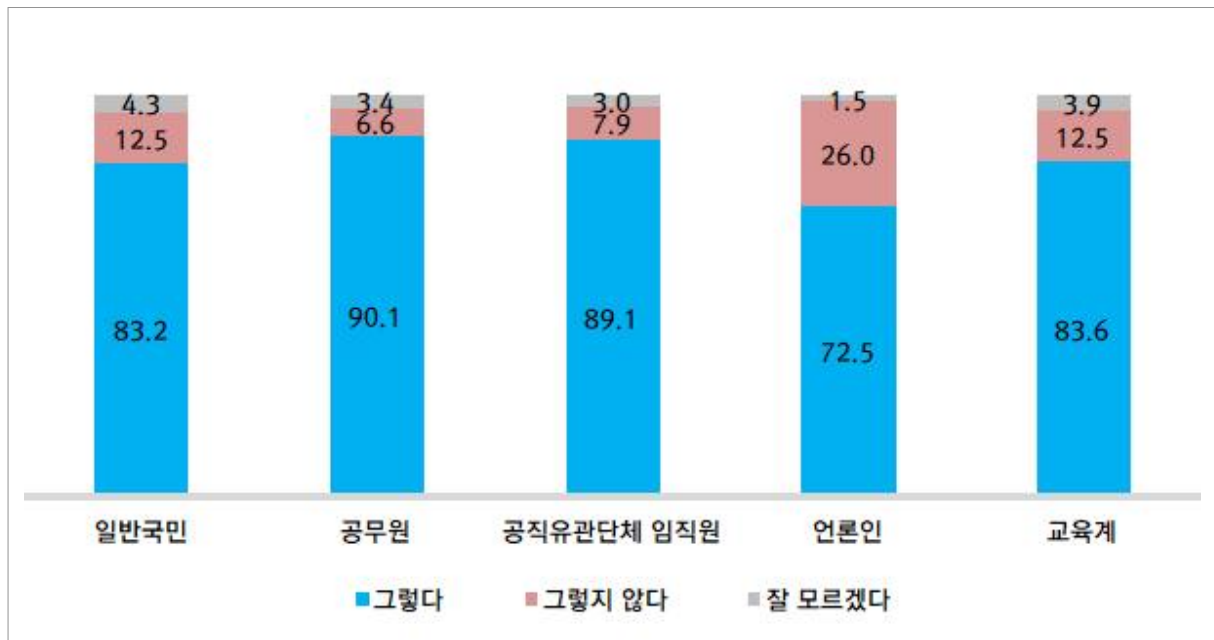
전체

- ▶ ‘3) 청탁금지법 시행 이후 상대방의 더치페이 제안을 이해하게 되었다’는 응답은 모든 법 적용 대상 집단에서 높은 수준의 응답을 보임
- ▶ 공무원 및 공직유관단체 임직원의 약 90%, 교육계 및 일반국민의 약 80%, 언론인의 72.5%가 긍정 응답함

〈그림3-11〉 더치페이에 대한 인식 변화

3) 청탁금지법 시행 이후 상대방의 더치페이 제안을 이해하게 되었다

(단위 : %)



II. 청탁금지법 시행에 따른 효과

1. 청탁금지법 시행이 우리 사회에 미치는 영향

문] 귀하께서는 청탁금지법 시행으로 인한 긍정적 효과와 부정적 효과 등을 함께 고려할 경우, 본 법의 시행이 종합적으로 우리 사회에 어떤 영향을 미치고 있다고 생각하십니까?

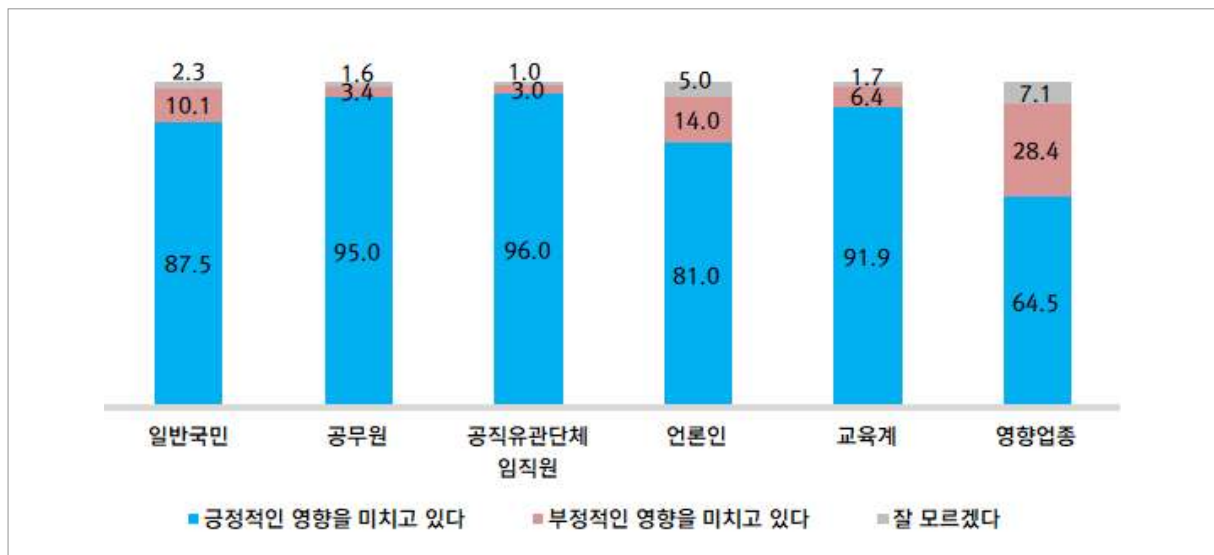


전체

- ▶ 청탁금지법 시행이 우리 사회에 미치는 영향에 대해 일반국민과 법적용대상의 인식을 조사한 결과, ‘긍정적인 영향을 미치고 있다’는 응답이 공직유관단체 임직원 및 공무원에서 95% 이상으로 높음
- ▶ 교육계, 일반국민의 약 90%, 언론인의 81%가 긍정적인 영향을 미치고 있다고 응답함
- ▶ 한편, 영향업종에서는 64.5%만이 긍정적인 영향을 미치고 있다고 응답함

〈그림3-12〉 청탁금지법 시행이 우리 사회에 미치는 영향

(단위 : %)



2. 청탁금지법 시행이 우리 경제에 미치는 영향

문] 귀하께서는 청탁금지법 시행이 우리 경제에 어떤 영향을 주었다고 생각하십니까?

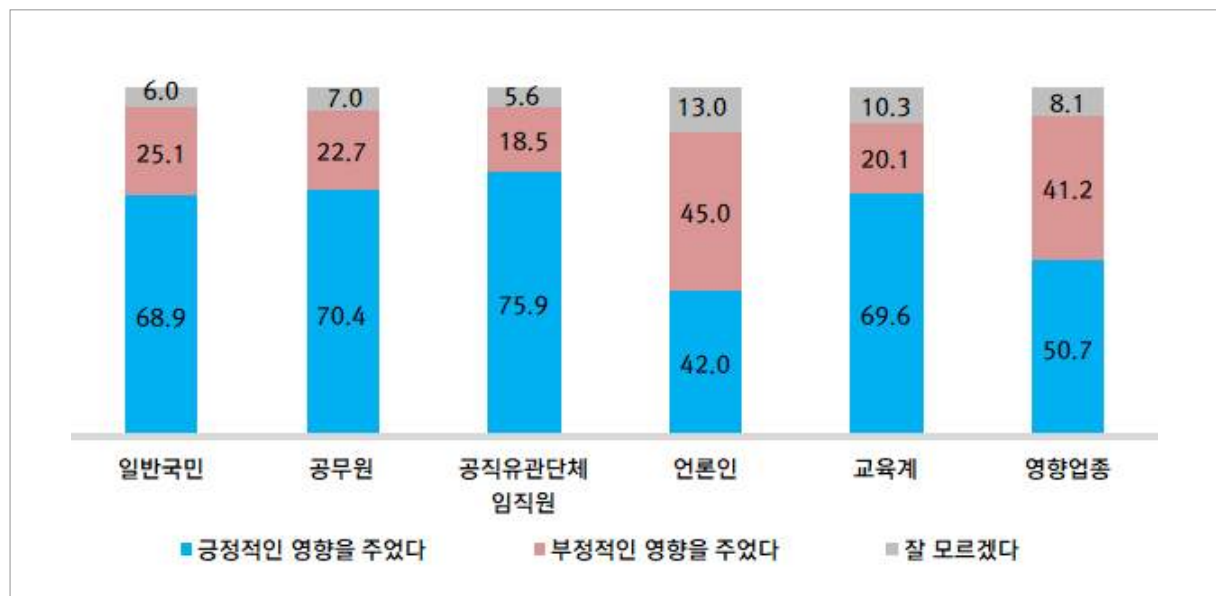


전체

- ▶ 청탁금지법 시행이 우리 경제에 미치는 영향에 대해 일반국민과 법적용대상의 인식을 조사한 결과, 공직유관단체 임직원(75.9%)의 긍정응답률이 가장 높고, 공무원, 교육계, 일반국민의 약 70%가 긍정 응답함
- ▶ 한편, 영향업종의 50.7%, 언론인의 42.0%만이 청탁금지법이 우리 경제에 긍정적인 영향을 미치고 있다고 응답함

〈그림3-13〉 청탁금지법 시행이 우리 경제에 미치는 영향

(단위 : %)



3. 청탁금지법 시행이 공직의 부조리관행이나 부패문제 개선에 도움이 되는 정도

문] 귀하께서는 청탁금지법의 시행이 공직의 부조리 관행이나 부패문제를 개선하는데 도움이 되고 있다고 생각하십니까?

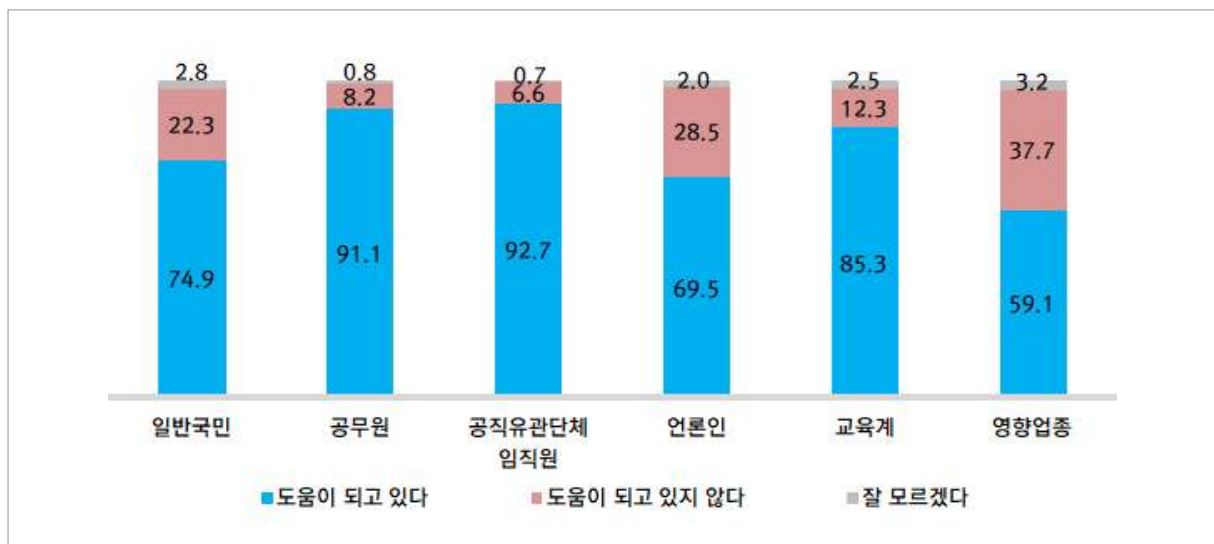


전체

- ▶ 청탁금지법 시행이 공직의 부조리관행이나 부패문제 개선에 도움이 되고 있는지 조사한 결과, ‘도움이 되고 있다’는 응답은 공직유관단체 임직원, 공무원에서 90% 이상으로 높고, 교육계의 85.3%, 일반국민의 74.9%, 언론인의 69.5%가 긍정 응답함
- ▶ 한편, 영향업종의 59.1%만이 도움이 되고 있다고 응답함

〈그림3-14〉 청탁금지법 시행이 공직의 부조리관행이나 부패문제 개선에 도움이 되는 정도

(단위 : %)



4. 청탁금지법 시행이 사회생활이나 업무수행에 지장이 되는 정도

문] 귀하께서는 청탁금지법의 시행으로 인해 정상적인 사회생활이나 업무수행에 지장을 받고 있습니까?

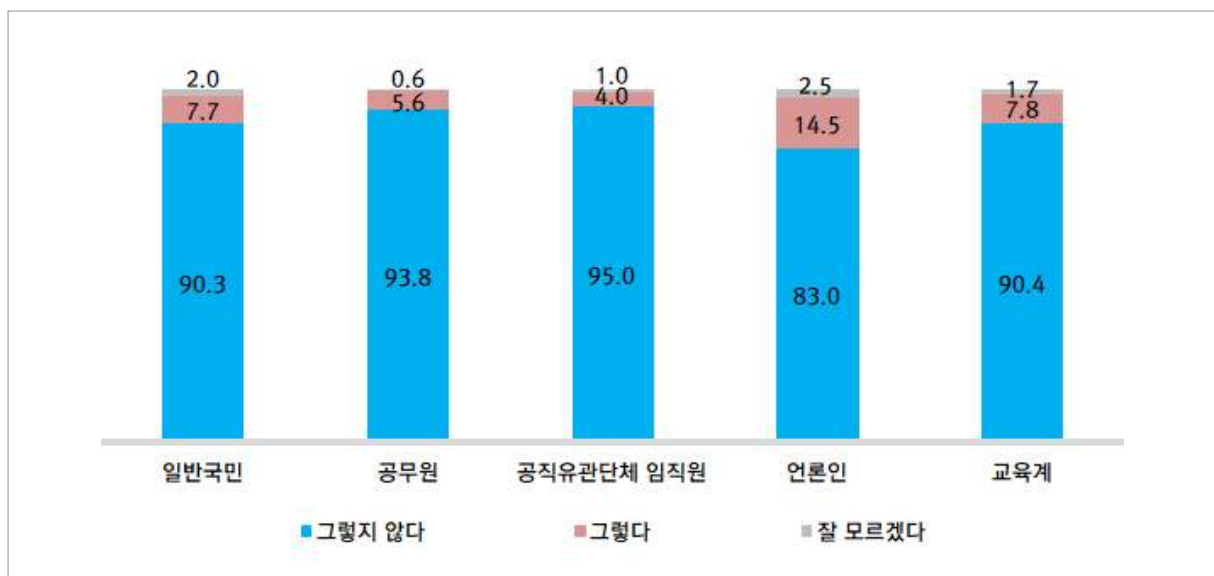


전체

- ▶ 청탁금지법 시행이 사회생활이나 업무수행에 지장이 되는 정도를 조사한 결과, 언론인의 14.5%는 청탁금지법 시행으로 사회생활이나 업무수행에 ‘지장을 받고 있다’고 응답함
- ▶ 언론인을 제외한 나머지 집단에서는 청탁금지법 시행으로 인해 ‘정상적인 사회생활이나 업무수행에 지장을 받고 있다’는 응답이 10% 미만임

〈그림3-15〉 청탁금지법 시행이 사회생활이나 업무수행에 지장이 되는 정도

(단위 : %)



III. 청탁금지법 시행령 개정에 대한 의견

1. 가액범위에 대한 의견

1) 식사금액 한도 3만원의 적정성

문] 귀하께서는 현재의 식사금액의 한도 3만원에 대해 어떻게 생각하십니까?

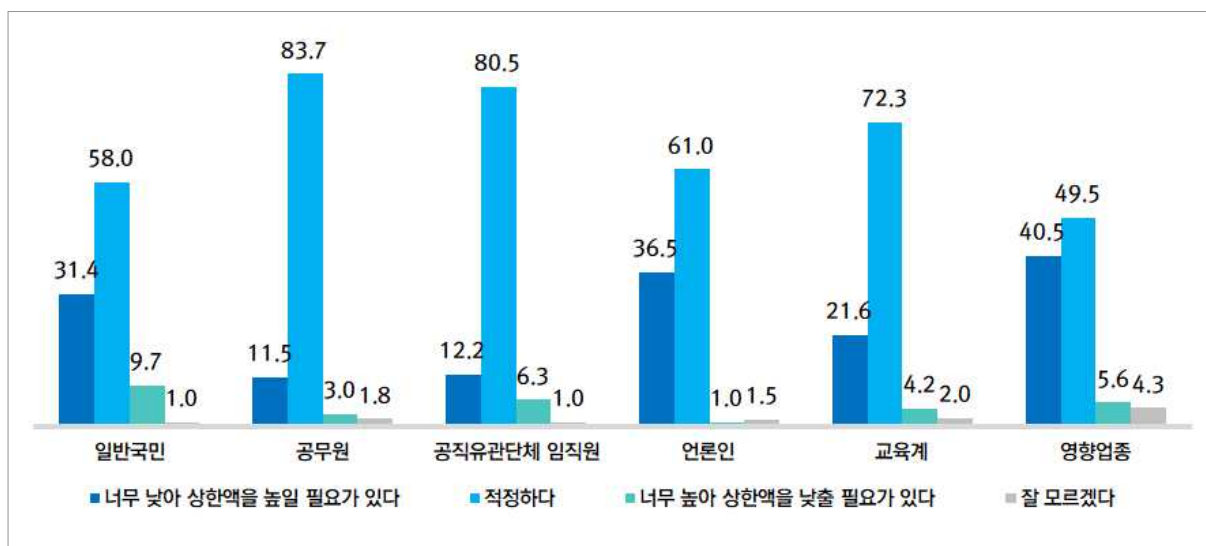


전체

- ▶ 모든 집단에서 ‘적정하다’는 응답이 가장 높은 비중을 차지한 가운데, 공무원의 83.7%, 공직유관단체 임직원의 80.5%가 적정하다고 응답해 법적용대상자 중에서 ‘적정하다’는 응답이 상대적으로 높음
- ▶ 교육계는 72.3%, 언론인은 61.0%가 ‘적정하다’고 응답함
- ▶ 일반국민의 58%만이 한도가 적정하다고 응답해 법적용대상자 대비 상대적으로 낮은 편임
- ▶ 반면, 영향업종의 40.5%, 언론인의 36.5%는 한도가 너무 낮아 상한액을 높일 필요가 있다고 응답함

〈그림3-16〉 식사금액 한도 3만원의 적정성

(단위 : %)



2) 선물금액 한도 5만원의 적정성

문] 귀하께서는 현재의 선물금액의 한도 5만원에 대해 어떻게 생각하십니까?

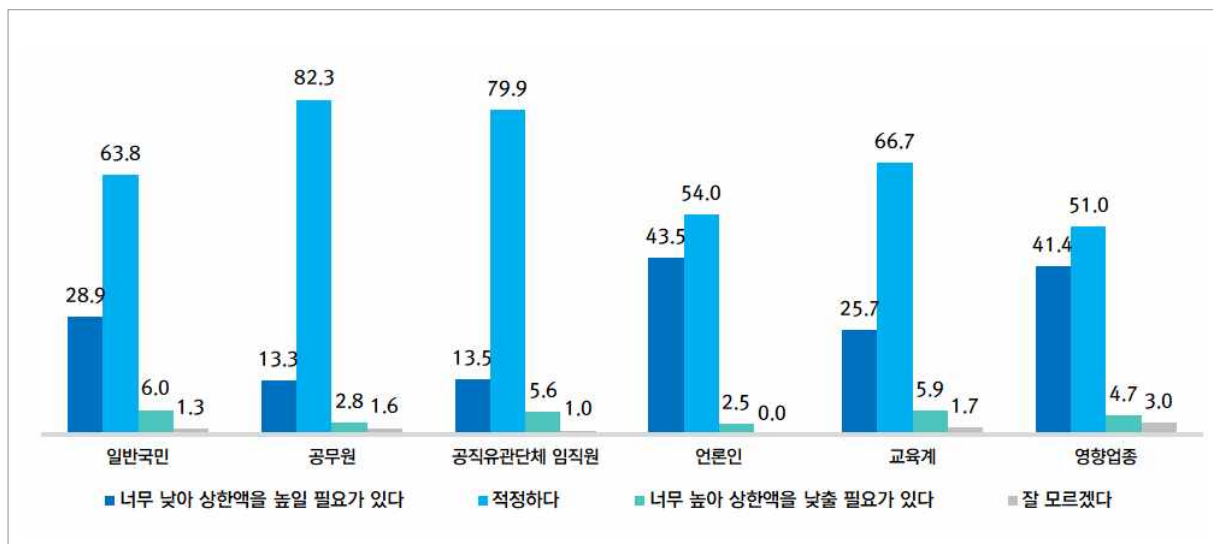


전체

- ▶ 식사금액 한도와 마찬가지로 모든 집단에서 '적정하다'는 응답이 가장 높은 비중을 차지한 가운데, 공무원과 공직유관단체 임직원의 약 80%는 한도가 적정하다고 응답함
- ▶ 교육계의 66.7%, 일반국민의 63.8%가 적정하다고 답해 두 집단은 비슷한 수준으로 응답됨
- ▶ 반면, 언론인의 43.5%, 영향업종의 41.4%는 한도가 너무 낮아 상한액을 높일 필요가 있다고 응답함

〈그림3-17〉 선물금액 한도 5만원의 적정성

(단위 : %)



3) 농수축산물 선물금액 한도 10만원의 적정성

문] 귀하께서는 현재의 농수축산물 선물금액 한도 10만원에 대해 어떻게 생각하십니까?

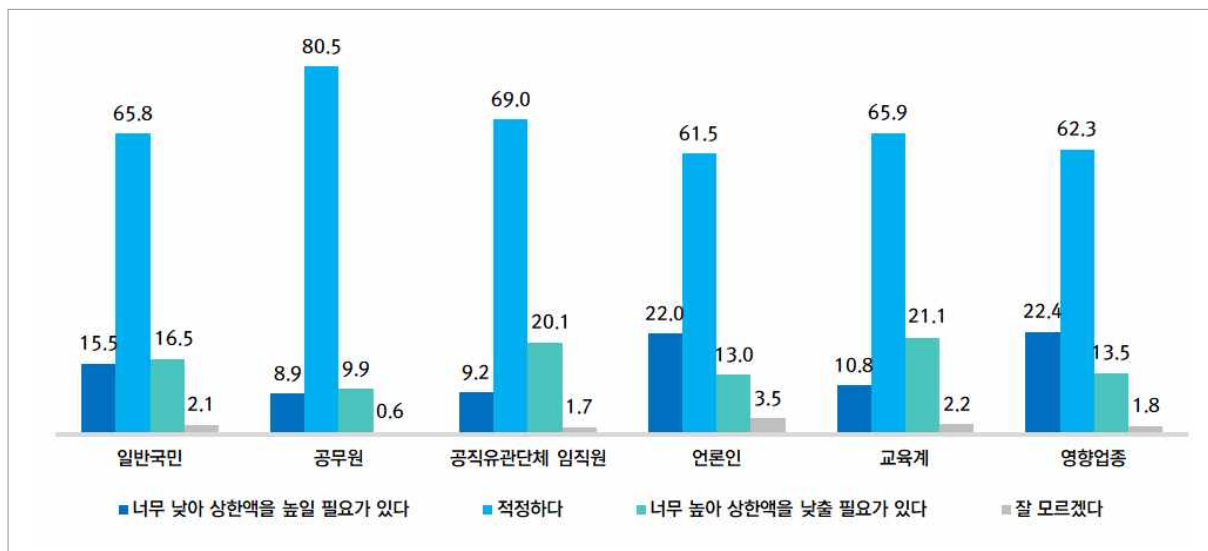


전체

- ▶ 식사금액과 선물금액 한도와 마찬가지로 모든 집단에서 ‘적정하다’는 응답이 가장 높은 비중을 차지한 가운데, 공무원에서 ‘적정하다’는 응답이 80.5%로 가장 높음
- ▶ 그 외 공직유관단체 임직원(69.0%), 교육계(65.9%), 일반국민(65.8%), 영향업종(62.3%), 언론인(61.5%) 순임
- ▶ 영향업종 10개 업체 중 6개 업체는 농수축산물 선물금액 한도 10만원에 대해 ‘적정하다’고 응답함
- ▶ 영향업종의 22.4%, 언론인의 22.0%는 ‘한도가 너무 낮아 상한액을 높일 필요가 있다’고 응답한 반면, 교육계의 21.1%, 공직유관단체 임직원의 20.1%는 ‘한도가 너무 높아 상한액을 낮출 필요가 있다’고 응답해 집단별 차이가 나타남

〈그림3-18〉 농수축산물 선물금액 한도 10만원의 적정성

(단위 : %)



4) 경조사비 한도 5만원의 적정성

문] 귀하께서는 현재의 경조사비의 한도 5만원에 대해 어떻게 생각하십니까?

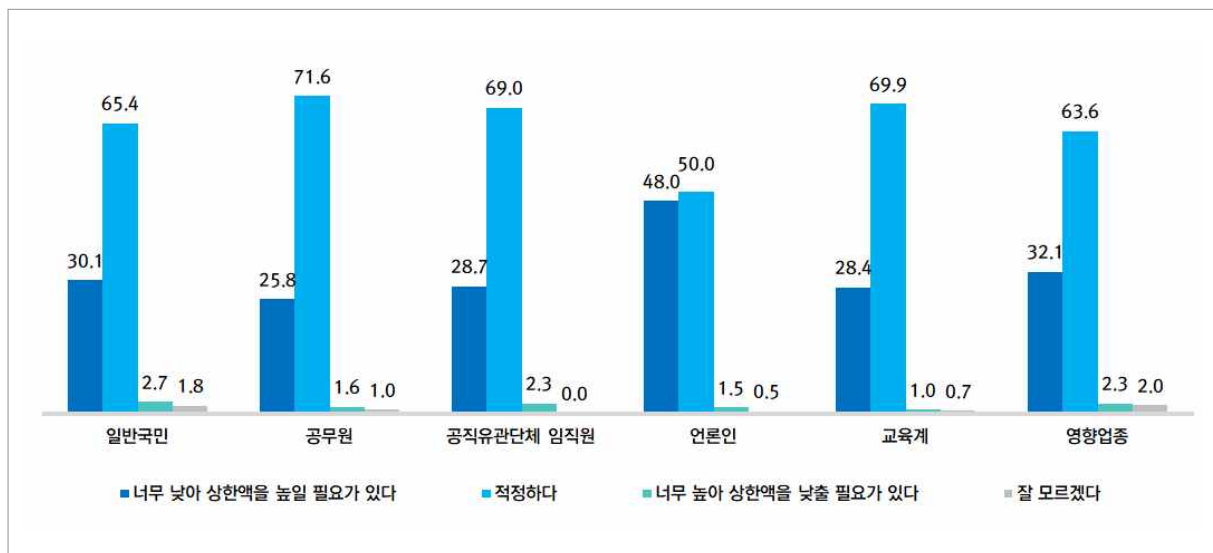


전체

- ▶ 식사금액과 선물금액 한도와 마찬가지로 모든 집단에서 '적정하다'는 응답이 가장 높은 비중을 차지함
- ▶ 공무원(71.6%), 교육계(69.9%), 공직유관단체 임직원(69.0%)에서 '적정하다'는 응답이 약 70% 수준으로 응답됨
- ▶ 언론인의 경우 50%가 '적정하다'고 응답하여 다른 집단과 대비하여 낮은 수준임
- ▶ 언론인에서 한도를 높여야 한다는 의견이 48%로 타 집단 대비 상대적으로 높음

〈그림3-19〉 경조사비 한도 5만원의 적정성

(단위 : %)



5) 외부강의 사례금 상한액 기준 적정성

문] (공무원과 공직유관단체 임직원만) 올해 1월 시행령 개정으로 공무원과 공직유관단체 임직원의 경우 직급별 구분 없이 외부강의 사례금 상한액이 시간당 40만원으로 규정되어 있습니다. 귀하께서는 이러한 사례금 상한액 기준에 대해 어떻게 생각하십니까?

문] (국공립교원만) 올해 1월 시행령 개정으로 국공립학교 교직원의 경우 사립과 마찬가지로 외부강의 사례금 상한액이 시간당 100만원으로 규정되어 있습니다. 귀하께서는 이러한 사례금 상한액 기준에 대해 어떻게 생각하십니까?

문] (사립교원 및 언론사 임직원만) 교직원 및 언론사 임직원의 경우 외부강의 사례금 상한액이 시간당 100만원으로 규정되어 있습니다. 귀하께서는 이러한 사례금 상한액 기준에 대해 어떻게 생각하십니까?

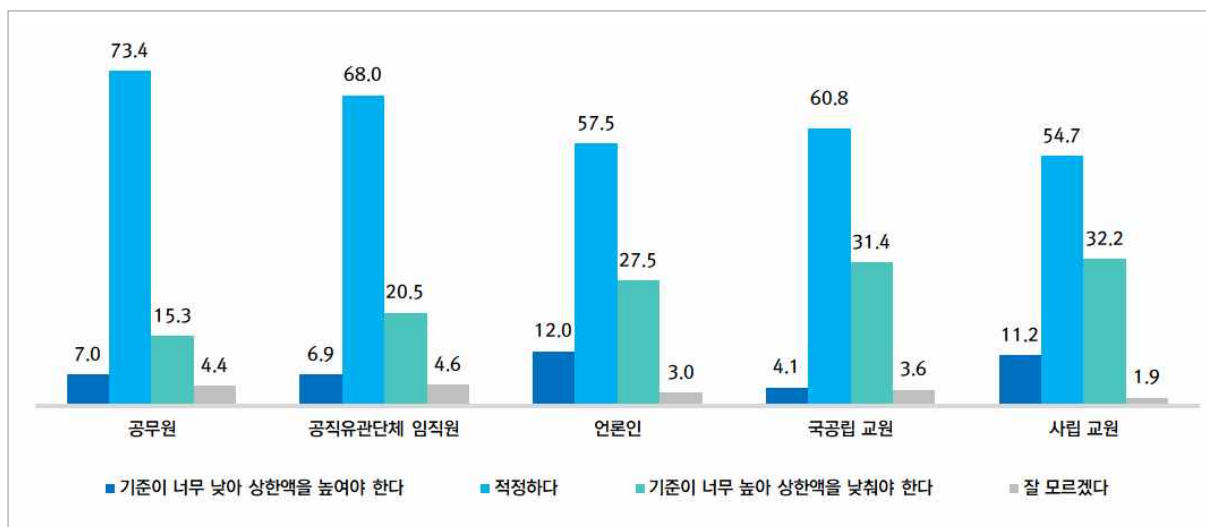


전체

- ▶ 외부강의 사례금 상한액 기준이 적정한지에 대해 조사한 결과, 모든 집단에서 ‘적정하다’는 응답이 가장 높은 비중을 차지함
- ▶ 공무원과 공직유관단체 임직원의 경우 외부강의 사례금 상한액 시간당 40만원에 대해 ‘적정하다’는 응답이 각각 73.4%와 68.0%로 우세함
- ▶ 외부강의 사례금 상한액 100만원에 대해 국공립 교원의 경우 ‘적당하다’는 응답이 60.8%, 언론인, 57.5%, 사립 교원 54.7%임
- ▶ 사립 교원 및 국공립 교원 각각의 약 30%가 ‘기준이 너무 높아 상한액을 낮춰야 한다’고 응답해 타 집단 대비 상대적으로 높음

〈그림3-20〉 외부강의 사례금 상한액 기준 적정성

(단위 : %)



2. 농축수산물 선물 한도 상향 조정 후 인식과 행태

1) 농축수산물 선물 한도 상향 조정에 대한 평가

문] 올해 1월 시행령 개정에 따라 농축수산물과 그 가공품 선물 한도를 5만원에서 10만원으로 상향 조정한 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

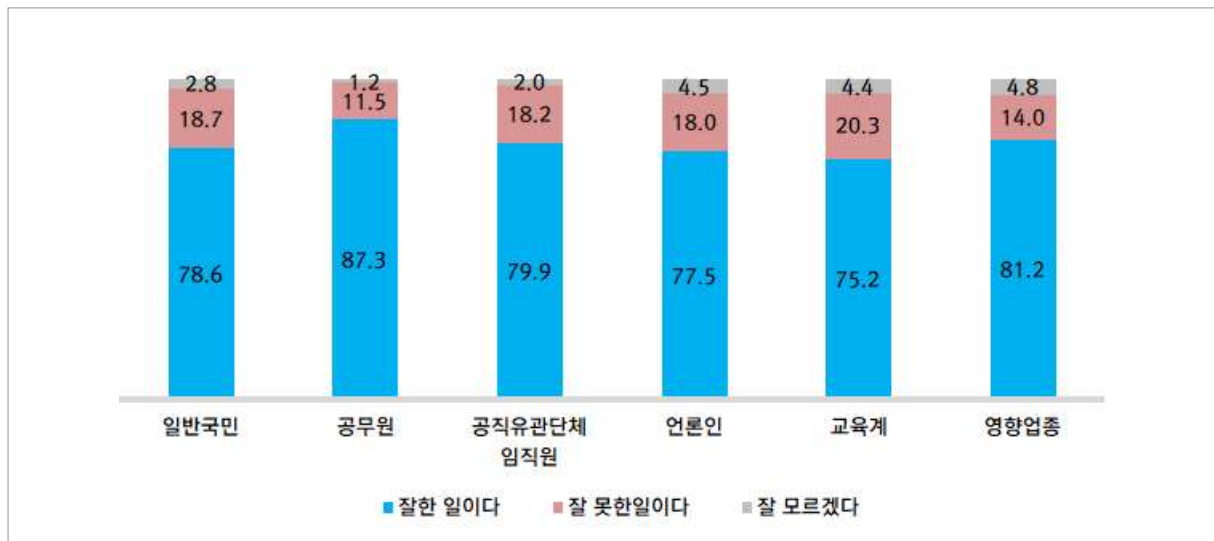


전체

- ▶ 농축수산물 선물 한도를 10만원으로 상향 조정한 것에 대해 모든 집단에서 ‘잘한 일’이라는 응답이 가장 높음
- ▶ 특히 영향업종의 경우 ‘잘한 일이다’는 응답이 81.2%로, 10개 업체 중 8개 업체가 긍정 평가함
- ▶ 공무원의 긍정응답률이 87.3%로 가장 높고, 일반인, 공직유관단체임직원, 언론인, 교육계에서도 ‘잘한 일이다’는 응답이 70% 중후반대임

〈그림3-21〉 농축수산물 선물 한도 상향 조정에 대한 평가

(단위 : %)





응답자 특성 추가 분석

- ▶ 농축수산물 선물 한도 상향 조정에 대한 평가 결과를 영향업종의 특성별로 살펴보면, ‘잘한 일이다’는 응답은 △농수축산 생산업(87.0%), △농수축산 소매업(84.0%), △농업(84.0%), 화훼업(88.1%)에서 상대적으로 높음
- ▶ 반면, △농수축산화훼도매업(18.0%), △수산업(20.0%)에서는 ‘잘못한 일이다’는 응답이 상대적으로 높음

〈표3-1〉 농축수산물 선물 한도 상향 조정에 대한 평가

Base=전체	사례수 (명)	① 매우 잘못한 일이다	② 대체로 잘못한 일이다	①+② 잘못한 일이다	③ 대체로 잘한 일이다	④ 매우 잘한 일이다	③+④ 잘한 일이다	잘 모르 겠다	계
▣ 전체 ▣	(602)	4.5	9.5	14.0	55.5	25.7	81.2	4.8	100.0
업종 (1)									
일반음식업	(202)	4.0	12.4	16.3	55.0	21.8	76.7	6.9	100.0
농수축산화훼업	(400)	4.8	8.0	12.8	55.8	27.8	83.5	3.8	100.0
업종 (2)									
일반음식업	(202)	4.0	12.4	16.3	55.0	21.8	76.7	6.9	100.0
농수축산화훼 생산업	(200)	3.0	7.0	10.0	63.5	23.5	87.0	3.0	100.0
농수축산화훼 도매업	(100)	6.0	12.0	18.0	44.0	32.0	76.0	6.0	100.0
농수축산화훼 소매업	(100)	7.0	6.0	13.0	52.0	32.0	84.0	3.0	100.0
세부업종									
일반음식업	(202)	4.0	12.4	16.3	55.0	21.8	76.7	6.9	100.0
농업	(94)	5.3	5.3	10.6	52.1	31.9	84.0	5.3	100.0
축산업	(113)	2.7	10.6	13.3	58.4	23.9	82.3	4.4	100.0
수산업	(75)	9.3	10.7	20.0	52.0	25.3	77.3	2.7	100.0
화훼업	(118)	3.4	5.9	9.3	58.5	29.7	88.1	2.5	100.0

2) 농축수산물 선물 한도 상향 조정이 농축수산물 소비 장려에 도움이 된 정도

문] 귀하께서는 청탁금지법에서 선물 금액 한도는 5만원으로 유지하되, 농축수산물과 그 가공품에 한하여 금액 한도를 10만원으로 상향한 것이 농축수산물 소비 장려에 얼마나 도움이 되었다고 생각하십니까?

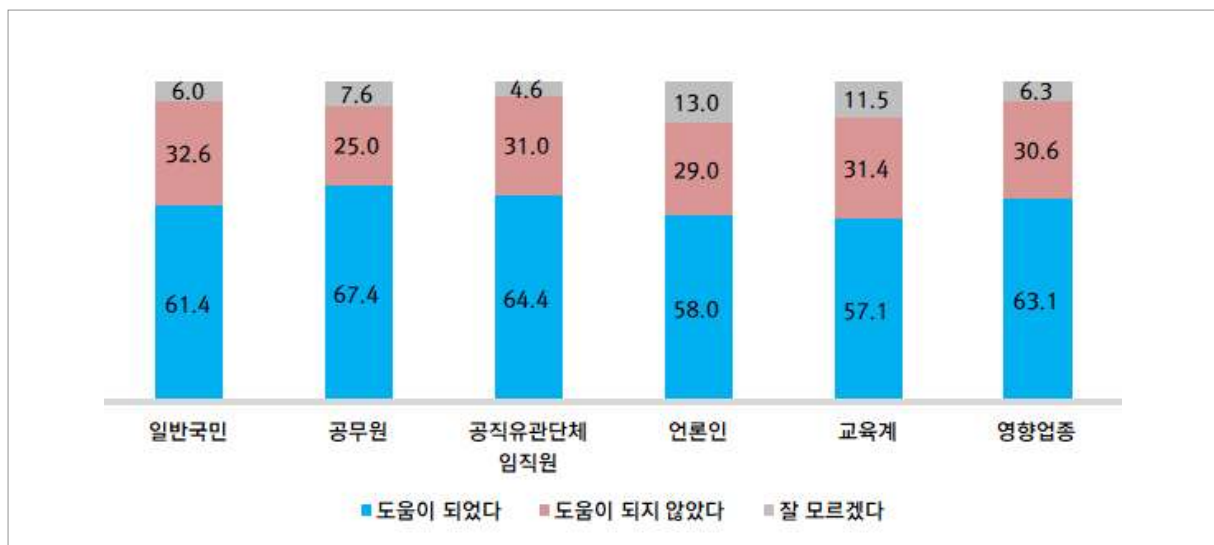


전체

- ▶ 농축수산물 선물 한도 상향 조정이 농축수산물 소비 장려에 도움이 된 정도에 대해 조사한 결과, 모든 집단에서 ‘도움이 되었다’는 응답이 과반 이상임
- ▶ 공무원에서 ‘도움이 되었다’는 응답이 67.4%로 가장 높은 반면, 교육계에서 ‘도움이 되었다’는 응답이 57.1%로 가장 낮음
- ▶ 영향업종의 경우 63.1%가 ‘도움이 되었다’고 응답함

〈그림3-22〉 농축수산물 선물 한도 상향 조정이 농축수산물 소비 장려에 도움이 된 정도

(단위 : %)





응답자 특성 추가 분석

- ▶ 농축수산물 선물 한도 상향 조정이 농축수산물 소비 장려에 도움이 된 정도에 대해 ‘도움이 되었다’는 응답은 △농수축산화훼 생산업(68.0%), △농업(72.3%)에서 상대적으로 높음

〈표3-2〉 농축수산물 선물 한도 상향 조정이 농축수산물 소비 장려에 도움

Base=전체	사례수 (명)	① 전혀 도움이 되지 않았다	② 별로 도움이 되지 않았다	①+② 도움이 되지 않았다	③ 대체로 도움이 되었다	④ 매우 도움이 되었다	③+④ 도움이 되었다	잘 모르 겠다	계
▣ 전체 ▣	(602)	6.3	24.3	30.6	50.0	13.1	63.1	6.3	100.0
업종 (1)									
일반음식업	(202)	5.4	27.7	33.2	46.0	10.9	56.9	9.9	100.0
농수축산화훼업	(400)	6.8	22.5	29.3	52.0	14.3	66.3	4.5	100.0
업종 (2)									
일반음식업	(202)	5.4	27.7	33.2	46.0	10.9	56.9	9.9	100.0
농수축산화훼 생산업	(200)	3.5	24.0	27.5	52.5	15.5	68.0	4.5	100.0
농수축산화훼 도매업	(100)	11.0	20.0	31.0	50.0	14.0	64.0	5.0	100.0
농수축산화훼 소매업	(100)	9.0	22.0	31.0	53.0	12.0	65.0	4.0	100.0
세부업종									
일반음식업	(202)	5.4	27.7	33.2	46.0	10.9	56.9	9.9	100.0
농업	(94)	5.3	20.2	25.5	57.4	14.9	72.3	2.1	100.0
축산업	(113)	6.2	24.8	31.0	49.6	13.3	62.8	6.2	100.0
수산업	(75)	10.7	17.3	28.0	53.3	13.3	66.7	5.3	100.0
화훼업	(118)	5.9	25.4	31.4	49.2	15.3	64.4	4.2	100.0

3) 시행령 개정 이후 공직자 등에게 선물 제공 빈도 변화

문] 귀하께서는 선물 금액 한도를 기존과 같이 5만원으로 유지하되, 농축수산물과 그 가공품에 한하여 금액 한도를 10만원으로 하는 청탁금지법 시행령 개정 이후 공직자 등에게 농축수산물 선물을 제공하는 빈도에 변화가 있었습니까?

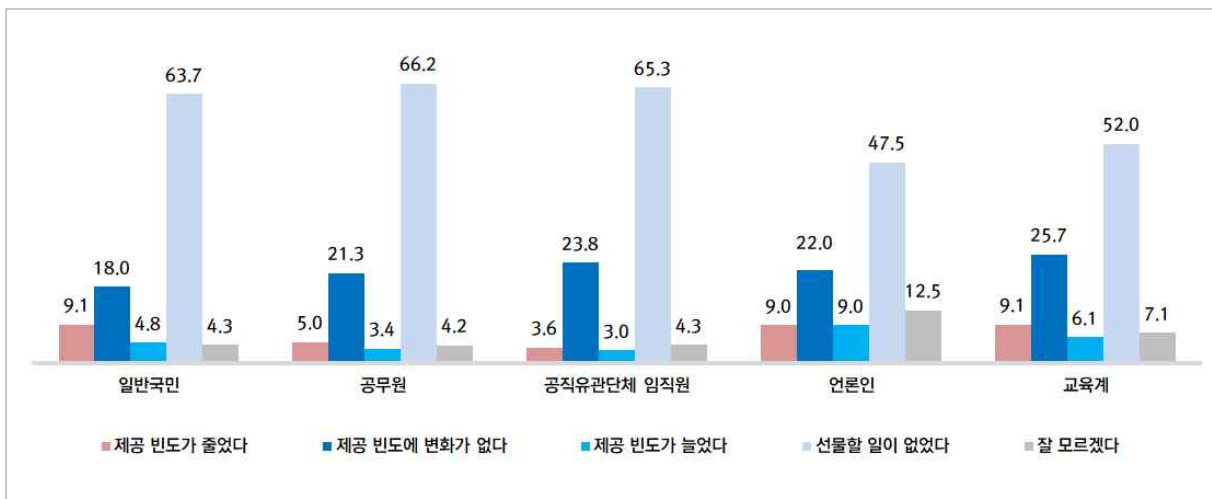


전체

- ▶ 시행령 개정 이후 공직자 등에게 선물을 제공하는 빈도에 변화가 있었는지에 대해 조사한 결과, ‘제공 빈도가 줄었다’는 응답은 일반국민 9.1%, 교육계 9.1%, 언론인 9.0%임
- ▶ 그 외 공무원은 5.0%, 공직유관단체 임직원 3.6%가 ‘제공 빈도가 줄었다’고 응답함
- ▶ ‘제공 빈도에 변화가 없다’는 응답은 모든 집단에서 20% 내외임

〈그림3-23〉 시행령 개정 이후 공직자 등에게 선물 제공 빈도 변화

(단위 : %)



4) 시행령 개정 이후 경조사비 부담 변화

문] 귀하께서는 경조사비 금액 한도를 기존 10만원에서 5만원으로 내리되, 화환·조화에 한해 금액 한도를 10만원으로 하는 청탁금지법 시행령 개정 이후 공직자 등에게 제공하는 경조사비 부담에 변화가 있었습니까?

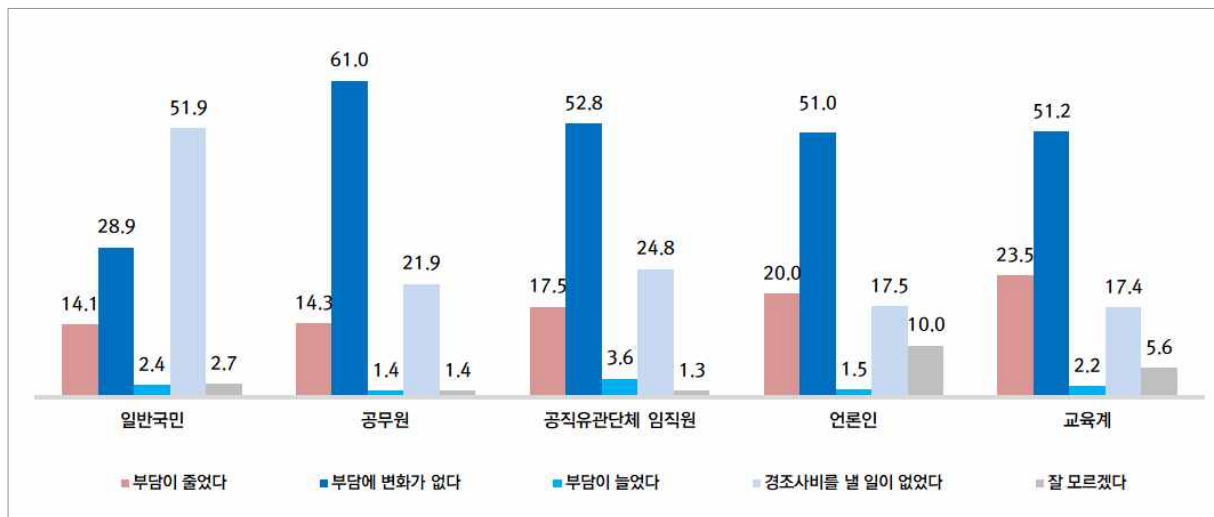


전체

- ▶ 시행령 개정 이후 공직자 등에게 제공하는 경조사비 부담 변화를 조사한 결과, ‘부담이 줄었다’는 응답은 교육계가 23.5%로 가장 높고, 언론인(20.0%), 공직유관단체 임직원(17.5%), 공무원(14.3%), 일반국민(14.1%) 순임
- ▶ 전반적으로 응답자 대상별로 10명 중 1-2명 정도는 ‘부담이 줄었다’고 응답함
- ▶ 그러나 공무원, 공직유관단체 임직원, 언론인, 교육계 등 법적용집단에서는 ‘부담에 변화가 없다’는 응답이 50% 이상을 상회함

〈그림3-24〉 시행령 개정 이후 경조사비 부담 변화

(단위 : %)



3. 청탁금지법 시행령 개정에 따른 영향업종 변화

1) 청탁금지법 시행이 매출에 미치는 영향

문] 청탁금지법 시행이 귀 사업체 매출에 영향이 있다고 생각하십니까?

문] 청탁금지법 시행으로 인해 귀하가 경영하는 사업체의 매출이 어떻게 변했습니까?

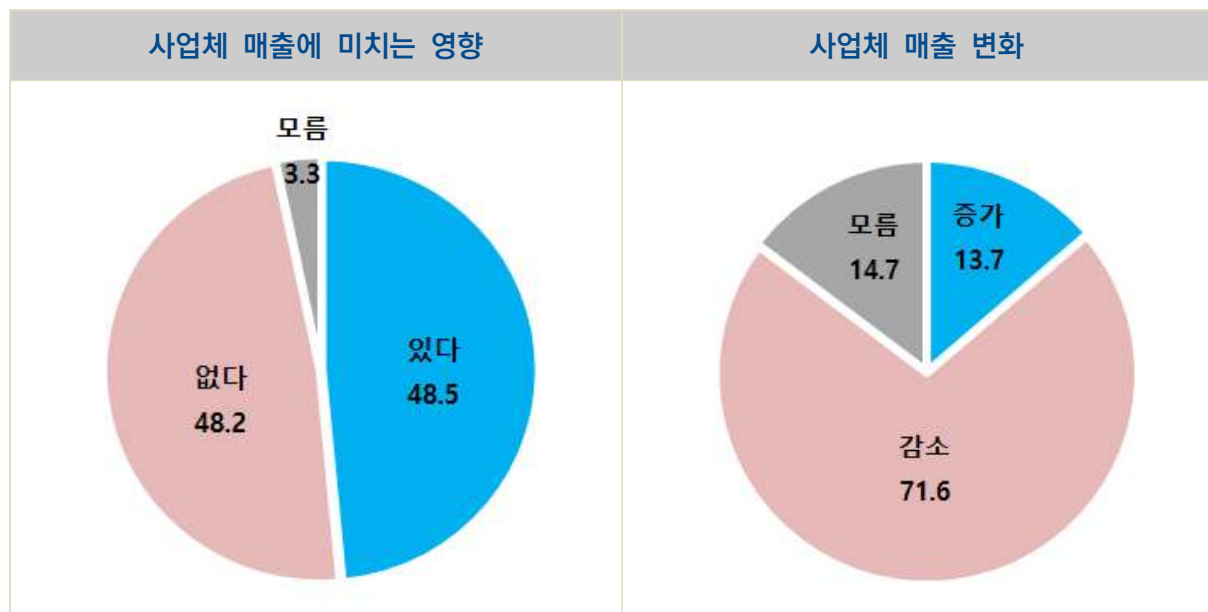


전체

- ▶ 청탁금지법 시행이 매출에 미치는 영향에 대해 영향업종 종사자를 대상으로 조사한 결과, 영향이 ‘있다’ 48.5%, ‘없다’ 48.2%로 비등함
- ▶ 청탁금지법 시행이 사업체 매출에 영향이 있는 영향업종 종사자에게 사업체 매출 변화에 대해 묻은 결과 ‘감소했다’는 응답이 71.6%로 높음
- ▶ 총 602명 중 사업체 매출에 영향이 있다는 292명 중 청탁금지법 시행 이후 ‘매출이 감소했다’는 응답자는 209명(34.7%, 전체 602명 기준)임

〈그림3-25〉 청탁금지법 시행이 매출에 미치는 영향

(단위 : %)



[Base: 영향업종 종사자 602명]

[Base: 사업체 매출 영향 있음 292명]



응답자 특성 추가 분석

- ▶ 총 602명의 영향업종 종사자 중 청탁금지법 이후 매출이 ‘감소했다’는 응답자는 34.7%이며, ‘증가했다’는 응답자는 6.6%임. ‘매출 영향이 없었다’는 응답은 48.2%임
- ▶ 청탁금지법 이후 매출이 ‘감소했다’는 응답은 △농수축산화훼 도매업(41.0%), △화훼업(56.8%)에서 상대적으로 높음

〈표3-3〉 청탁금지법 시행이 매출에 미치는 영향

Base=전체	사례수 (명)	①크게 증가 했다	②조금 증가 했다	(①+②) 증가 했다	③조금 감소 했다	④크게 감소 했다	(③+④) 감소 했다	매출 영향 없음	잘 모르 겠다	계
▣ 전체 ▣	(602)	0.2	6.5	6.6	15.3	19.4	34.7	48.2	10.5	100.0
업종 (1)										
일반음식업	(202)	0.5	0.5	1.0	15.3	18.8	34.2	54.5	10.4	100.0
농수축산화훼업	(400)	0.0	9.5	9.5	15.3	19.8	35.0	45.0	10.5	100.0
업종 (2)										
일반음식업	(202)	0.5	0.5	1.0	15.3	18.8	34.2	54.5	10.4	100.0
농수축산화훼 생산업	(200)	0.0	10.0	10.0	13.5	18.5	32.0	42.5	15.5	100.0
농수축산화훼 도매업	(100)	0.0	11.0	11.0	17.0	24.0	41.0	43.0	5.0	100.0
농수축산화훼 소매업	(100)	0.0	7.0	7.0	17.0	18.0	35.0	52.0	6.0	100.0
세부업종										
일반음식업	(202)	0.5	0.5	1.0	15.3	18.8	34.2	54.5	10.4	100.0
농업	(94)	0.0	8.5	8.5	9.6	9.6	19.1	59.6	12.8	100.0
축산업	(113)	0.0	12.4	12.4	18.6	11.5	30.1	46.9	10.6	100.0
수산업	(75)	0.0	14.7	14.7	17.3	10.7	28.0	42.7	14.7	100.0
화훼업	(118)	0.0	4.2	4.2	15.3	41.5	56.8	33.1	5.9	100.0

2) 시행령 개정 후 매출 영향

- 문] 선물 금액 한도를 기존과 같이 5만원으로 유지하되, 농축수산물과 그 가공품에 한하여 금액 한도를 10만원으로 하는 청탁금지법 시행령 개정 이후 귀 사업체 매출에 영향이 있다고 생각하십니까?
- 문] 시행령 개정으로 인해 귀하가 경영하는 사업체의 매출이 어떻게 변했습니까?
- 문] (농·수·축산·화훼업만) 시행령 개정 이후 5만원에서 10만원 사이 제품의 매출이 늘어나고 있습니까?

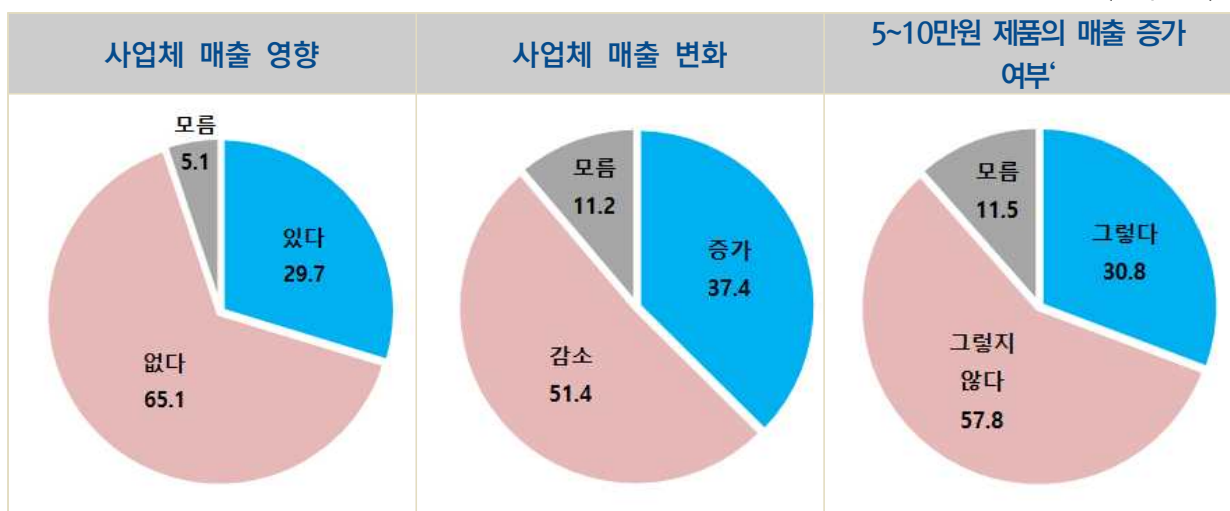


전체

- ▶ 시행령 개정 이후 사업체 매출 영향에 대해 영향없음 종사자를 대상으로 조사한 결과, 영향이 ‘없다’는 응답이 65.1%로 가장 높은 비중을 차지함
- ▶ 시행령 개정 이후 사업체 매출 영향이 있다는 응답자에게 사업체 매출 변화를 묻은 결과, 51.4%가 ‘감소했다’고 응답한 반면, 37.4%는 ‘증가했다’고 응답함
- ▶ 총 602명 중 사업체 매출에 영향이 있다는 179명 응답자 중 시행령 개정 이후 ‘감소했다’는 응답자는 92명(15.3%, 전체 602명 기준), ‘증가했다’는 응답자는 67명(11.1%, 전체 602명 기준)임
- ▶ 시행령 개정 이후 5~10만원 제품의 매출 증가 여부에 대해 농·수·축산·화훼업 종사자를 대상으로 조사한 결과, 매출이 ‘증가했다’는 응답이 30.8%, ‘증가하지 않았다’는 응답이 57.8%임

〈그림3-26〉 시행령 개정 후 매출 영향

(단위 : %)



[Base: 영향없음 종사자 602명]

[Base: 사업체 매출 영향 있음 179명]

[Base: 농·수·축산·화훼업 종사자 400명]



응답자 특성 추가 분석

- ▶ 총 602명의 영향업종 종사자 중 청탁금지법 시행령 개정 후 매출이 ‘감소했다’는 응답자는 15.3%이며, ‘증가했다’는 응답자는 11.1%임. ‘매출 영향이 없었다’는 응답은 65.1%임
- ▶ 청탁금지법 시행령 개정 후 매출이 ‘증가했다’는 응답은 △농수축산화훼업(14.5%), △수산업(17.5%)에서 상대적으로 높음. 반면 ‘감소했다’는 응답은 △농수축산화훼 도매업(21.0%)에서 상대적으로 높음

〈표3-4〉 시행령 개정 후 매출 영향

Base=전체	사례수 (명)	①크게 증가 했다	②조금 증가 했다	①+②) 증가 했다	③조금 감소 했다	④크게 감소 했다	③+④) 감소 했다	매출 영향 없음	잘 모르 겠다	계
▣ 전체 ▣	(602)	0.3	10.8	11.1	9.0	6.3	15.3	65.1	8.5	100.0
업종 (1)										
일반음식업	(202)	0.0	4.5	4.5	7.9	6.4	14.4	72.3	8.9	100.0
농수축산화훼업	(400)	0.5	14.0	14.5	9.5	6.3	15.8	61.5	8.3	100.0
업종 (2)										
일반음식업	(202)	0.0	4.5	4.5	7.9	6.4	14.4	72.3	8.9	100.0
농수축산화훼 생산업	(200)	0.0	13.5	13.5	7.5	4.5	12.0	62.0	12.5	100.0
농수축산화훼 도매업	(100)	1.0	15.0	16.0	14.0	7.0	21.0	60.0	3.0	100.0
농수축산화훼 소매업	(100)	1.0	14.0	15.0	9.0	9.0	18.0	62.0	5.0	100.0
세부업종										
일반음식업	(202)	0.0	4.5	4.5	7.9	6.4	14.4	72.3	8.9	100.0
농업	(94)	0.0	16.0	16.0	6.4	3.2	9.6	64.9	9.6	100.0
축산업	(113)	0.9	10.6	11.5	12.4	4.4	16.8	61.9	9.7	100.0
수산업	(75)	1.3	16.0	17.3	12.0	6.7	18.7	54.7	9.3	100.0
화훼업	(118)	0.0	14.4	14.4	7.6	10.2	17.8	62.7	5.1	100.0

- ▶ 시행령 개정 이후 농수축산화훼업 종사자들에게 5~10만원 제품의 매출이 상승했는가에 대해 물어본 결과, ‘그렇다’는 응답은 △화훼업(39.0%)에서 상대적으로 높음
- ▶ 반면 ‘그렇지 않다’는 응답은 △수산업(62.7%)에서 상대적으로 높음

〈표3-5〉 시행령 개정 이후 5만~10만원 제품의 매출상승 여부

Base=농수축산화훼업 종사자	사례수 (명)	① 전혀 그렇지 않다	② 별로 그렇지 않다	①+② 그렇지 않다	③ 대체로 그렇다	④ 매우 그렇다	③+④ 그렇다	잘 모르 겠다	계
▣ 전체 ▣	(400)	20.3	37.5	57.8	27.8	3.0	30.8	11.5	100.0
업종 (1)									
농수축산화훼업	(400)	20.3	37.5	57.8	27.8	3.0	30.8	11.5	100.0
업종 (2)									
농수축산화훼 생산업	(200)	20.0	35.5	55.5	29.5	2.0	31.5	13.0	100.0
농수축산화훼 도매업	(100)	22.0	34.0	56.0	29.0	5.0	34.0	10.0	100.0
농수축산화훼 소매업	(100)	19.0	45.0	64.0	23.0	3.0	26.0	10.0	100.0
세부업종									
농업	(94)	17.0	37.2	54.3	24.5	2.1	26.6	19.1	100.0
축산업	(113)	17.7	42.5	60.2	26.5	4.4	31.0	8.8	100.0
수산업	(75)	25.3	37.3	62.7	20.0	2.7	22.7	14.7	100.0
화훼업	(118)	22.0	33.1	55.1	36.4	2.5	39.0	5.9	100.0

3) 청탁금지법 시행 이후 업종 전반 매출에 대한 의견

문] 청탁금지법 시행으로 귀하의 사업체 뿐 아니라 업종 전반에 매출이 감소하고 있다고 생각하십니까?

문] 시행령 개정 이후 귀하의 사업체 뿐 아니라 업종 전반에 매출이 증가하고 있다고 생각하십니까?

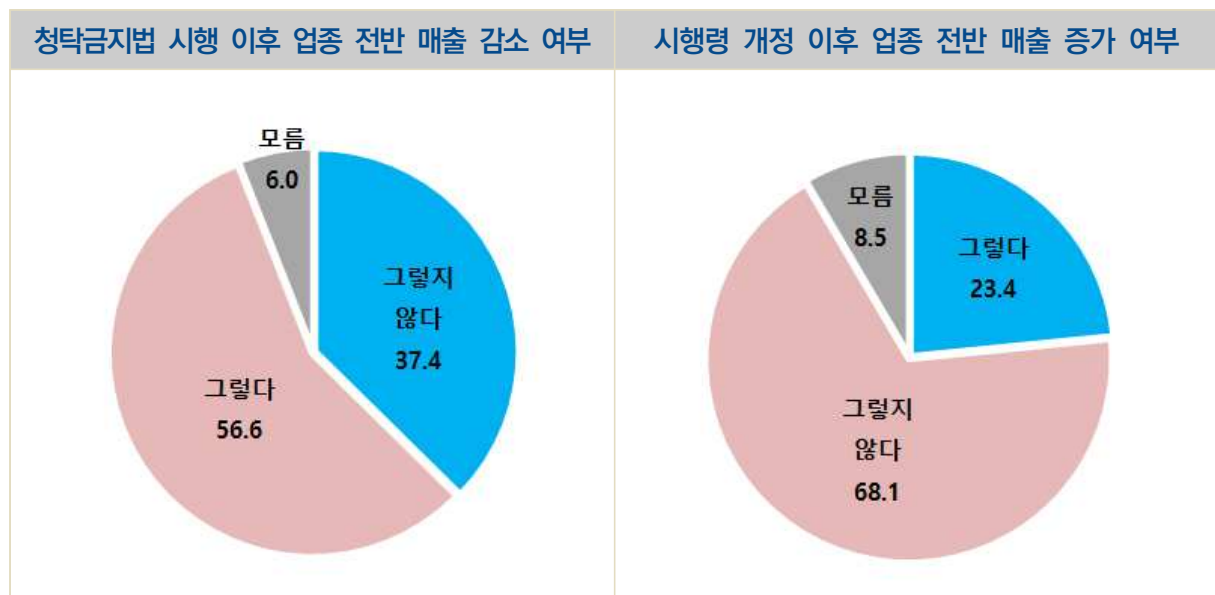


전체

- ▶ 청탁금지법 시행 이후 업종 전반 매출 감소 여부에 대해 영향업종 종사자를 대상으로 조사한 결과, ‘감소했다’는 응답이 56.6%, ‘감소하지 않았다’는 응답이 37.4%임
- ▶ 시행령 개정 이후 업종 전반 매출 증가 여부에 대해 조사한 결과, ‘증가하지 않았다’는 응답이 68.1%, ‘증가했다’는 응답이 23.4%임

〈그림3-27〉 청탁금지법 시행 이후/시행령 개정 이후 업종 전반 매출에 대한 의견

(단위 : %)



[Base: 영향업종 종사자 602명]

[Base: 영향업종 종사자 602명]



응답자 특성 추가 분석

- ▶ 청탁금지법 시행 이후 업종 전반 매출에 대해 ‘감소했다(그렇다)’는 응답은 △화훼업 (72.0%)에서 상대적으로 높음

〈표3-6〉 청탁금지법 시행 이후업종 전반 매출 감소에 대한 의견

Base=전체	사례수 (명)	① 매우 그렇다	② 대체로 그렇다	①+② 그렇다	③ 별로 그렇지 않다	④ 전혀 그렇지 않다	③+④ 그렇지 않다	잘 모르 겠다	계
▣ 전체 ▣	(602)	23.6	33.1	56.6	24.9	12.5	37.4	6.0	100.0
업종 (1)									
일반음식업	(202)	23.8	31.7	55.4	22.3	16.8	39.1	5.4	100.0
농수축산화훼업	(400)	23.5	33.8	57.3	26.3	10.3	36.5	6.3	100.0
업종 (2)									
일반음식업	(202)	23.8	31.7	55.4	22.3	16.8	39.1	5.4	100.0
농수축산화훼 생산업	(200)	20.0	34.0	54.0	25.5	11.5	37.0	9.0	100.0
농수축산화훼 도매업	(100)	29.0	32.0	61.0	28.0	9.0	37.0	2.0	100.0
농수축산화훼 소매업	(100)	25.0	35.0	60.0	26.0	9.0	35.0	5.0	100.0
세부업종									
일반음식업	(202)	23.8	31.7	55.4	22.3	16.8	39.1	5.4	100.0
농업	(94)	16.0	38.3	54.3	24.5	11.7	36.2	9.6	100.0
축산업	(113)	18.6	29.2	47.8	32.7	12.4	45.1	7.1	100.0
수산업	(75)	16.0	36.0	52.0	33.3	6.7	40.0	8.0	100.0
화훼업	(118)	39.0	33.1	72.0	16.9	9.3	26.3	1.7	100.0

- ▶ 시행령 개정 이후 업종 전반 매출에 대해 ‘감소했다(그렇지 않다)’는 응답은 △일반음식점업 (74.3%), △농수축산화훼 도매업(73.0%)에서 상대적으로 높음
- ▶ ‘증가했다(그렇다)’는 응답은 △농수축산화훼업(26.8%), △농수축산화훼 생산업(30.0%), △농업(28.7%), 축산업(28.3%)에서 상대적으로 높음

〈표3-7〉 시행령 개정 이후 업종 전반 매출 증가에 대한 의견

Base=전체	사례수 (명)	① 전혀 그렇지 않다	② 별로 그렇지 않다	①+② 그렇지 않다	③ 대체로 그렇다	④ 매우 그렇다	③+④ 그렇다	잘 모르 겠다	계
▣ 전체 ▣	(602)	29.4	38.7	68.1	21.6	1.8	23.4	8.5	100.0
업종 (1)									
일반음식업	(202)	39.6	34.7	74.3	15.3	1.5	16.8	8.9	100.0
농수축산화훼업	(400)	24.3	40.8	65.0	24.8	2.0	26.8	8.3	100.0
업종 (2)									
일반음식업	(202)	39.6	34.7	74.3	15.3	1.5	16.8	8.9	100.0
농수축산화훼 생산업	(200)	20.0	39.5	59.5	29.0	1.0	30.0	10.5	100.0
농수축산화훼 도매업	(100)	27.0	46.0	73.0	24.0	1.0	25.0	2.0	100.0
농수축산화훼 소매업	(100)	30.0	38.0	68.0	17.0	5.0	22.0	10.0	100.0
세부업종									
일반음식업	(202)	39.6	34.7	74.3	15.3	1.5	16.8	8.9	100.0
농업	(94)	21.3	37.2	58.5	27.7	1.1	28.7	12.8	100.0
축산업	(113)	25.7	44.2	69.9	24.8	3.5	28.3	1.8	100.0
수산업	(75)	16.0	45.3	61.3	25.3	1.3	26.7	12.0	100.0
화훼업	(118)	30.5	37.3	67.8	22.0	1.7	23.7	8.5	100.0

IV. 청탁금지법 정착여부 및 개선방향

1. 청탁금지법 시행 찬반

문] 귀하는 청탁금지법의 시행에 찬성하십니까?

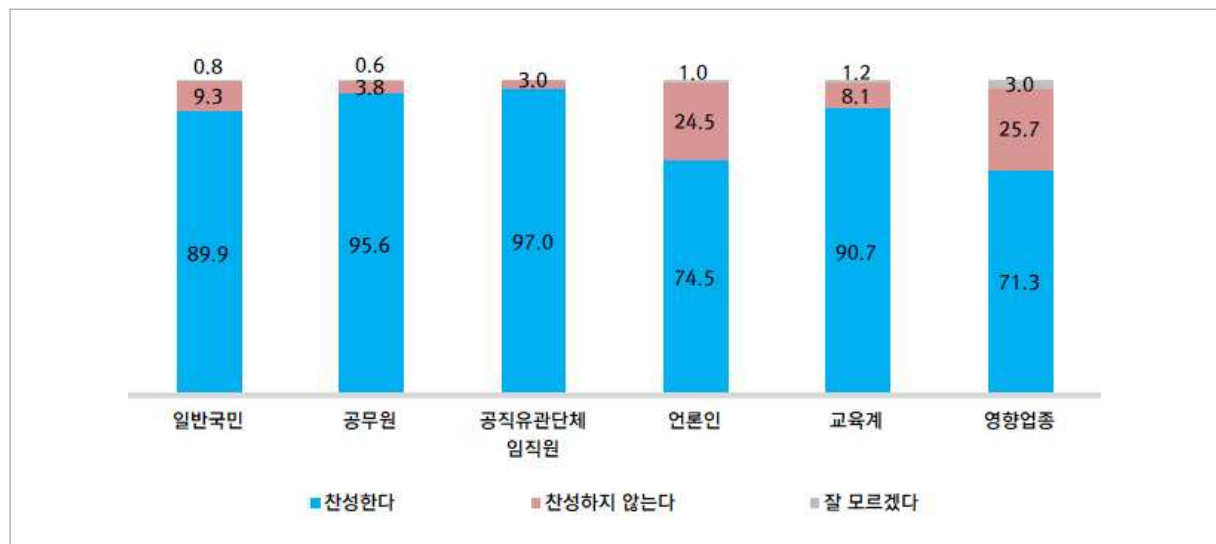


전체

- ▶ 청탁금지법 시행에 대해 공직유관단체 임직원과 공무원의 찬성 응답은 각각 97.0%, 95.6%로 높고, 교육계 및 일반국민의 찬성 응답은 90%로 압도적으로 높음
- ▶ 반면, 영향업종과 언론인의 찬성응답률은 각각 71.3%, 74.5%로 다른 대상에 비해 상대적으로 낮은 편임
- ▶ 전반적으로 일반국민과 법적용 대상자 모두에서 청탁금지법 시행에 대해서는 찬성 여론이 우세함

〈그림3-28〉 청탁금지법 시행 찬반

(단위 : %)



2. 청탁금지법 정착에 대한 평가

문] 귀하께서는 청탁금지법이 우리 사회에서 무난하게 정착되고 있다고 생각하십니까?

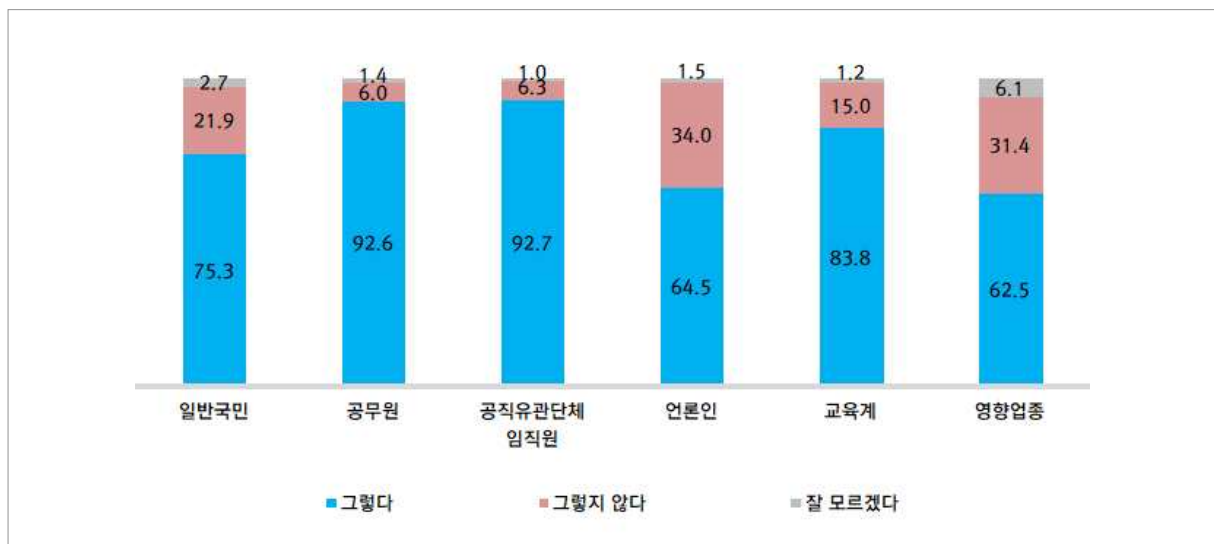


전체

- ▶ 청탁금지법 정착에 대해 공무원 및 공직유관단체 임직원의 92.6%, 교육계의 83.8%, 일반국민의 75.3%가 긍정적으로 평가함
- ▶ 반면, 영향업종의 62.5%, 언론인의 64.5%만이 청탁금지법이 우리 사회에서 무난하게 정착되고 있다고 응답하여 다른 대상에 비해 긍정 평가가 낮은 편임

〈그림3-29〉 청탁금지법 정착에 대한 평가

(단위 : %)



3. 청탁금지법 인지경로

문] 귀하께서는 청탁금지법의 내용을 주로 어떤 경로를 통해 알게 되셨습니까? 다음 보기 중에서 2가지만 선택해 주십시오.

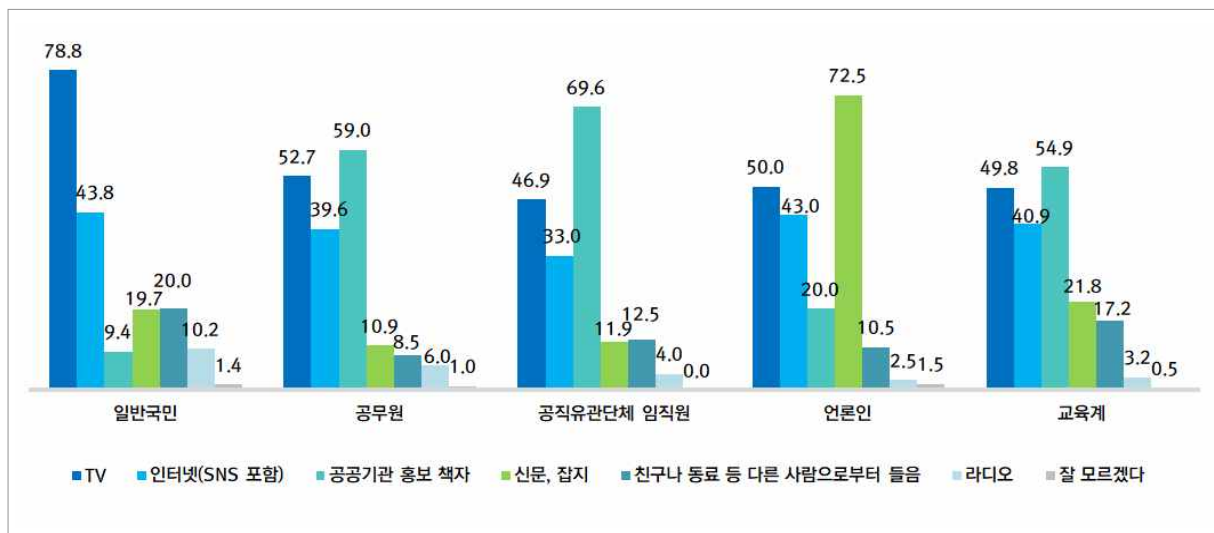


전체

- ▶ 청탁금지법 인지경로에 대해 일반국민과 법적용대상에게 조사한 결과, 공직유관단체 임직원 (69.6%), 공무원(59.0%), 교육계(54.9%)에서는 ‘공공기관 홍보 책자’를 통해 알게 되었다는 응답이 가장 높은 비중을 차지함
- ▶ 일반국민은 ‘TV(78.8%)’를 통해 알게 되었다는 응답이 상대적으로 높고, 언론인은 ‘신문, 잡지 (72.5%)’를 통해 알게 되었다는 응답이 상대적으로 높음

〈그림3-30〉 청탁금지법 인지경로(1+2순위)

(단위 : %)



4. 청탁금지법 교육 경험

문] 귀하께서는 청탁금지법 관련 교육을 받은 적이 있으십니까?

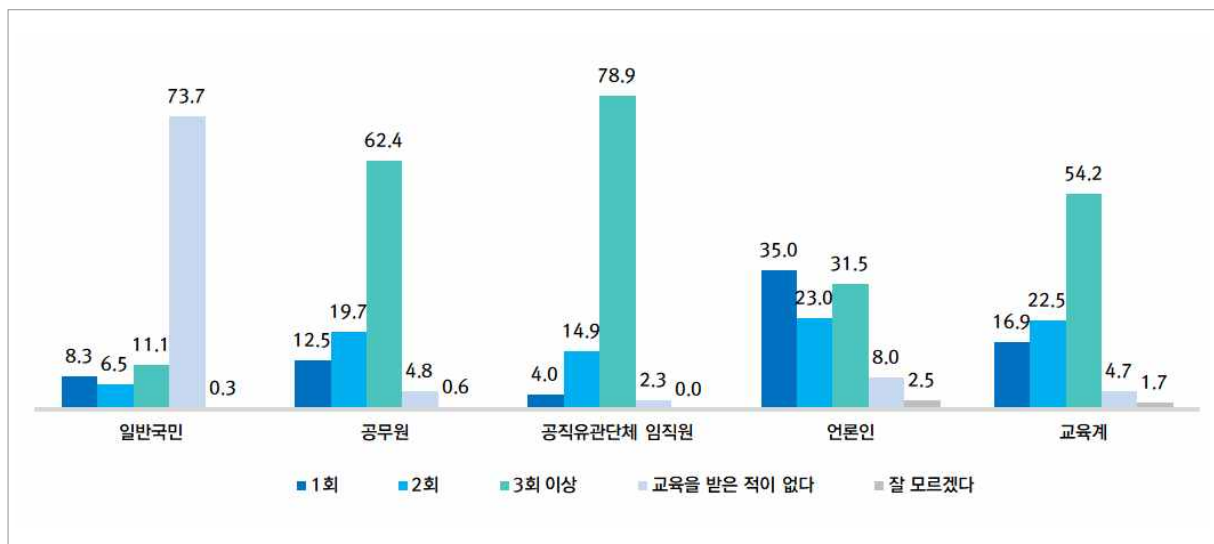


전체

- ▶ 청탁금지법 교육 경험에 대해 일반국민과 법적용대상에게 조사한 결과, 공직유관단체 임직원(78.9%), 공무원(62.4%), 교육계(54.2%)에서는 ‘3회 이상’ 교육을 받았다는 응답이 가장 높은 비중을 차지함
- ▶ 일반국민은 ‘교육을 받은 적이 없다’는 응답이 73.7%로 두드러지게 높고, 언론인은 ‘1회 (35.0%)’ 교육을 받았다는 응답이 상대적으로 높음

〈그림3-31〉 청탁금지법 교육 경험

(단위 : %)



문] 귀하께서는 청탁금지법 관련 교육이 충분히 이루어지고 있다고 생각하십니까?

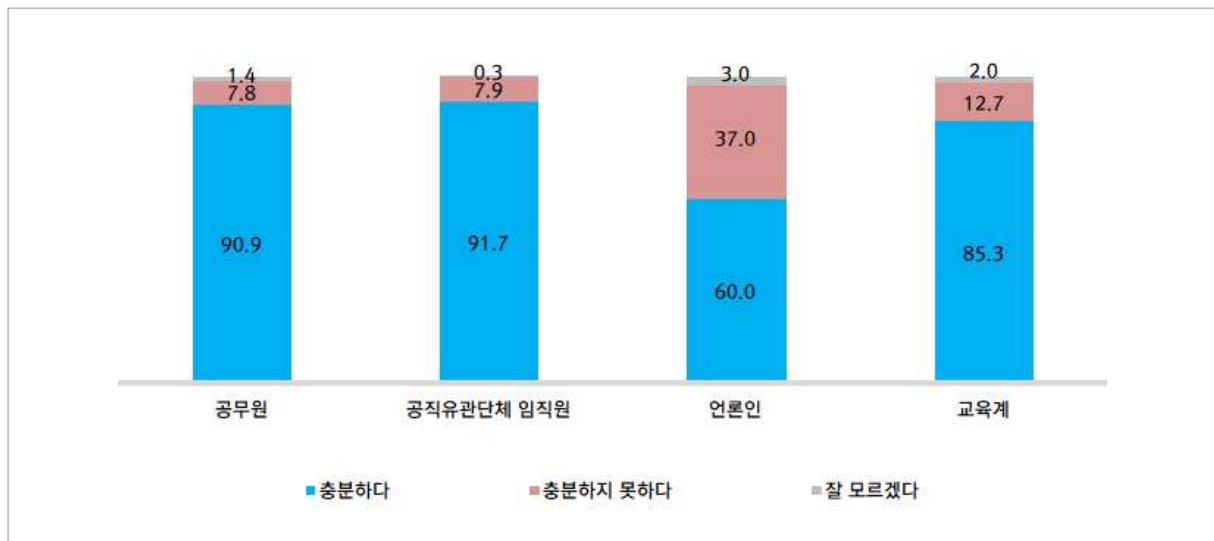


전체

- ▶ 청탁금지법 교육이 충분한지에 대해 법적용대상에게 조사한 결과, 공직유관단체 임직원 및 공무원의 90% 이상이 충분하다고 응답한 반면,
- ▶ 언론인의 60%만이 청탁금지법 교육이 충분하다고 응답함

〈그림3-32〉 청탁금지법 교육의 충분성 정도

(단위 : %)



5. 청탁금지법 성공적 정착을 위한 우선 해결 과제

문] 귀하께서는 청탁금지법의 성공적인 정착을 위해 우선적으로 해결해야 하는 과제는 무엇이라고 생각하십니까? 우선적으로 해결해야 한다고 생각하는 순서대로 2가지를 응답해 주십시오.



전체

- ▶ 청탁금지법의 성공적인 정착을 위해 우선적으로 해결해야 하는 과제에 대해 조사한 결과, 언론인(71.5%), 교육계(65.4%), 영향업종(50.3%)에서는 ‘부정청탁을 유발하는 법 제도의 개선’이라는 응답이 상대적으로 높은 반면,
- ▶ 공무원(61.0%) 및 공직유관단체 임직원(51.5%)은 ‘청탁금지법 교육·홍보 강화’가 우선 해결 과제라는 응답이 상대적으로 높음
- ▶ 일반국민은 ‘청탁금지법 위반에 대한 처벌 강화(53.0%)’, ‘부정청탁을 유발하는 법 제도의 개선(50.5%)’이 우선 해결 과제라는 응답이 상대적으로 높음

〈그림3-33〉 청탁금지법 성공적 정착을 위한 우선 해결 과제(1+2순위)

(단위 : %)

