

현안과제연구
2011. 6.

전통시장 활성화 방안 모색을 위한 상인의식 설문조사 분석 결과

연구수행 : 임준홍 · 임형빈 · 고승희

CDI 충남발전연구원

전통시장 활성화 방안 모색을 위한 상인의식 설문조사 분석 결과

- 사업평가와 정책방향을 중심으로 -

- 목 차 -

I. 설문조사 개요

II. 설문분석 요약 및 시사점

- ① 전통시장 관련 사업의 시장활성화 기여 정도
- ② 전통시장 활성화 사업 성과(효과) 평가
- ③ 전통시장 활성화 방향
- ④ 정책제언

III. 분야별 설문 분석결과

- ① 상인 및 점토특성
- ② 전통시장 활성화사업에 대한 평가
- ③ 전통시장활성화 사업의 성과 평가
- ④ 전통시장 활성화의 과제와 정책 방향

<붙임자료> 설문항목별 조사통계표

전통시장 활성화 방안 모색을 위한 상인의식 설문조사 분석 결과

- 사업평가와 정책방향을 중심으로 -

I. 설문조사 개요

- 조사기간 : 2011년 5월 16일 ~ 5월 30일(15일간)
- 조사대상 : 시장활성화사업이 추진된 충남 15개 시군(신도시인 계룡시 제외)
전통시장 상인 570명
- 회수설문지 498부, 87.4%, 유효설문지수 495부, 99.4%

<표> 시군별 유효설문지수

구 분	공주	금산	논산	당진	보령	부여	서산	서천
유효설문지수	24	41	41	29	39	31	25	18
구 분	아산	연기	예산	천안	청양	태안	홍성	합계
유효설문지수	30	44	11	79	12	28	43	495

- 조사방법 : 지자체 담당공무원 및 상인회장을 통한 설문지 배포 후 회수
- 설문항목 : 5개 분야 49개 문항

<표> 설문항목의 구성

분 야	주요 항목	분 야	주요 항목
상인 및 점포 특성	전통시장에서의 역할 점포 소유형태 영업기간 취급품목 종업원수 영업형태 점포면적 나이 성별 등	전통시장 활성화사업 에 대한 평가	시설현대화사업에 대한 평가 기반시설 정비사업 편의시설 정비사업 홍보시설 확충사업 경영현대화사업에 대한 평가
전통시장 활성화사업에 대한 성과 평가	전통시장 활성화 기여 정도 고객 증가율 매출액 증가율 빈점포 감소율 등	전통시장 활성화 정책 방향	전통시장의 상태 전통시장의 문제점 활성화를 위해 필요한 부분 전통시장의 경쟁상태 전통시장 발전 방향 등

II. 설문분석 요약 및 시사점

① 전통시장 관련 사업의 시장활성화 기여 정도

1) 시설현대화 사업

- 시설현대화사업(3가지 유형 : 기반시설, 편의시설, 홍보시설 관련 사업)의 효과에 대해 응답자의 33.4%는 시장활성화에 많이 기여하였다고 생각함(보통까지 포함하면 57.7%)
- 3가지 사업유형 중에서는 기반시설 정비사업 효과가 가장 크다고 생각함
 - 기반시설 정비사업(39.4%), 편의시설 정비사업(37.3%), 홍보시설 확충사업(28.0%)
- 기반시설 정비사업 중에서는 비가림시설(31.2%)과 아케이드 설치(14.2%)를, 편의시설 정비사업 중에서는 주차장 설치(77.3%)를, 홍보시설 확충사업 중에서는 이벤트광장(24.7%)과 시장안내판 설치(22.7%) 사업의 효과가 크다고 생각함
- 지금까지의 사업에도 불구하고, 향후에도 시설현대화사업은 계속 추진되어야 한다고 생각함(응답자의 88.7%)

2) 경영현대화 사업

- 경영현대화사업 결과 응답자의 41.8%가 시장활성화에 많이 기여하였다고 생각함(보통까지 포함하면 77.1%)
- 경영현대화사업 중에서는 공동마케팅(28.3%)의 사업효가가 가장 크고, 이어 상인대학 교육(24.2%), 온누리 상품권 취급(19.1%) 임
- 이러한 경영현대화사업에 대해 아직 부족하다고 생각하고 있으며, 앞으로도 지속적으로 추진하기를 원함
 - 응답자의 86.0%가 추가적인 시설현대화사업을 희망
- 상인의식 개선과 마케팅 능력 향상 등의 차원에서 이루어지는 상인교육의 경우 52.6%의 응답자가 효과가 높다고 생각하고 있음

② 전통시장 활성화 사업 성과(효과) 평가

- 사업 후 전통시장을 찾는 고객이 증가하였다고 생각하는 사람이 48.1%임
 - 사업 전에 비해 전통시장을 찾는 고객은 20.5%정도 증가
 - 특히 천안, 연기, 서산, 보령, 홍성은 많이 증가
- 사업 후 전통시장의 매출액이 증가하였다고 생각하는 사람이 46.7%임
 - 사업전에 비해 매출액은 20.8%정도 증가
 - 특히 연기, 서산, 천안, 연기, 서산, 보령, 홍성은 많이 증가

③ 전통시장 활성화 방향

1) 전통시장의 실태와 문제점

- 응답자의 76.8%가 현재 전통시장이 정체 또는 쇠퇴하고 있다고 생각함
- 전통시장의 가장 큰 문제점으로는 상인의 경영·마케팅 능력 부족(20.3%), 상인고령화(16.7%), 주차장부족(11.7%), 대형마트SSM규제 부족(9.4%) 순임
- 전통시장의 경쟁(위협)상대로는 대형마트(50.3%), 농협·축협 매장(19.1%), SSM(10.8%)으로 생각함

2) 전통시장의 활성화를 위한 필요사업과 발전방향

- 전통시장 활성화를 위해서는 상인교육 및 공동마케팅 강화가 가장 필요(20.1%)하다고 생각하고 있으며, 젊고 의욕 있는 상인 유인(13.8%), 노후 시장 개선(12.3%), 주차장 확보(9.5%), 대형마트SSM규제 강화(9.1%)가 필요하다고 생각함
- 응답자의 34.6%는 전통시장이 시장에서 생존할 가능성이 없다고 생각하고, 34.6%는 특화전문시장으로 변화가능성도 낮다고 생각하고 있어, 구조조정이 필요함
 - 일부 시장은 시장 폐쇄, 시장의 일부공간을 공원 등 새로운 용도로 시설과 기능을 변경하는 등 근본적인 대처도 필요

④ 정책제언

□ 선택적·지속적인 전통시장 활성화 사업 추진

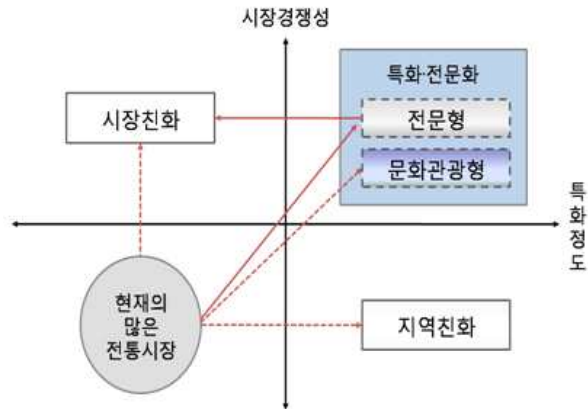
- 충남 전통시장 활성화 관련 사업은 고객수나 매출액증가 등으로 볼 때 상당 부분 성과가 있는 것으로 판단됨. 이에 향후 지속적 사업추진이 필요함
- 단, 사업의 우선순위에 있어 많은 사업비가 소요되는 주차장 설치, 비가림 설치 등보다는 저비용사업이나 경영현대화 사업에 중점을 두고 선택적으로 사업을 추진하는 것이 바람직함. 사업추진에 있어 보다 면밀한 분석이 요구됨

□ 사업선정기준의 전환 : 상인중심보다는 이용자(고객) 중심의 사업으로 전환

- 지금까지의 전통시장 활성화 관련 사업은 상인중심의 사업이 주를 이루고 있음. 이에, 향후 전통시장 활성화사업은 고객을 끌어들이고, 고객이 머물수 있는 고객위주의 사업 추진이 요구됨
 - 예를들어, 빈점포, 저이용공간을 활용한 1-3평의 소규모 공원(광장)을 곳곳에 조성하여 고객의 회유성 증가(대규모 광장보다는 다수의 소규모 광장 조성)
- 이와 연계하여 상인과 지역민이 함께 사업을 발굴하여 제안하는 ‘공모형 사업’ 추진(시범사업으로 추진)

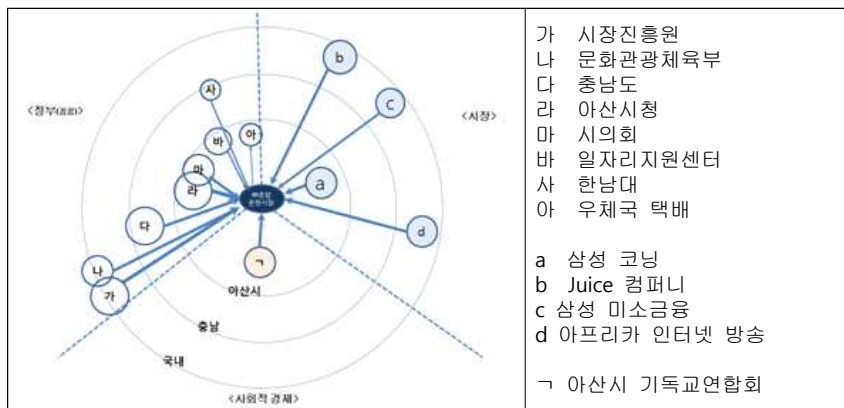
□ 전통시장 활성화 사업평가를 바탕으로 한 전통시장 구조조정 필요

- 전통시장 활성화 사업과 전통시장의 특성 및 잠재력을 종합분석하여 전통시장의 구조조정이 필요한 시점임
- 구조조정의 방향은 다음과 그림과 같이 상권활성화가 이루어지고, 상권활성화 구역이 필요한 시장을 중심으로 ‘시장친화형 지역상권’으로 육성하고, 상품의 전문화, 주변 문화관광자원과 연계할 수 있을 경우 ‘특화·전문시장’으로 육성하고, 나머지 변화가 힘든시장은 시장철폐, 용도변경 등 적극적인 방향을 중장기적으로 수립하여야 함
- 특히, 2010년 새롭게 도입된 상권활성화구역을 적극활용하여 전통시장을 지역상권의 중심으로 육성
 - 충남 75개 전통시장(2010년 기준) 중 상권활성화구역 지정이 가능한 시장은 12개 전통시장으로 분석됨(충남발전연구원)



□ 상인조직의 활성화, 커뮤니티 비즈니스 활용

- 전통시장 활성화의 필수조건은 상인조직의 활성화임. 이에 상인조직 활성화를 위해 중앙정부와 충남도 차원에서 추진하고 있는 사회적기업, 커뮤니티 비즈니스(마을기업) 관련 정책 적극 활용
- 실제 온양전통시장과 보령전통시장은 충남형사회적기업과 마을기업으로 지정되어 활성화 방안을 도모하고 있음
- 커뮤니티 비즈니스를 통한 지역활성화는 다양한 네트워크 관계망을 통해 전통시장 뿐만 아니라 상권, 지역사회를 건강하게 만들



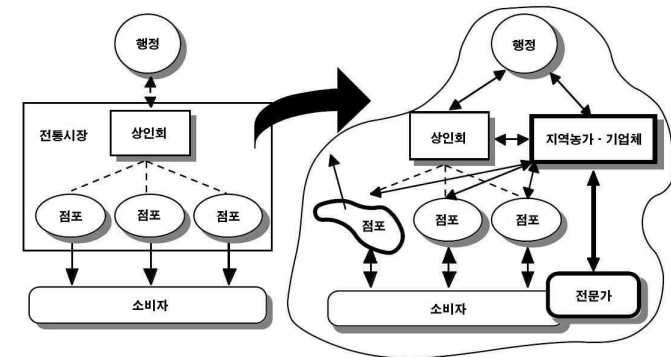
<그림> 온양전통시장의 네트워크 관계도_ 커뮤니티 활성화

□ 전통시장 활성화에서 지역상권활성화로 확대

- 중소기업청(시장경영진흥원)은 전통시장 활성화사업을 지속적으로 추진함은 물론, 사업추진의 방향을 ‘상권활성화’, ‘상점가활성화’로 확대되어 감에 따라 충남도도 능동적으로 대응
- 사업추진에 있어서는 상권활성화구역 제도 활용뿐만 아니라 구도심 재생차원에서의 접근이 필요함
- 이를 구체화하고, 전략적으로 접근하기 위해서는 ‘(가칭) 충남 지역상권 활성화 전략’을 수립하는 것이 요구됨
 - 그 방법은 중소기업청(시장경영진흥원)에서 매년 초 추진하는 ‘시장활성화 사업’ 연구와 연계하여 추진하는 것이 바람직함(중소기업청 5천만원 정도 지원함)

□ 지역사회와 함께하는 지역상권(전통시장) 육성

- 전통시장의 지속적인 발전을 위해서는 지역상권을 둘러싼 환경을 중장기적으로 새롭게 설정하는 것이 요구됨
- 전통시장 활성화를 위해서 기존의 행정과 개별상인, 소비자(주민)의 단편적이고 횡적인 구조에서 지역을 구성하고 있는 주민, 상인, 소규모 생산자·공급자(농민), 전문가가 함께할 수 있는 유기적·네트워크 조직체계로 전환하여야 함



<그림> 지역상권(전통시장) 활성화 체계 구축 개념

Ⅲ. 분야별 설문 분석결과

① 상인 및 점포특성

- 설문에 응답한 사람은 남성이 5.30%이고, 연령별로는 50대가 가장 많고, 종업원수(대표 포함)는 대부분 1~2인의 소규모 점포임
- 구체적인 내용은 다음 표와 같음

<표> 설문 응답자 및 점포 특성

(설문응답자수 : 495명)

구 분		응답자수(%)	구 분		응답자수(%)
시장에서 맡은 역할 (483명)	상인회 회장	2.9	주요 취급 품목 (487)	농산물	20.1
	및 임원	21.1		축산물	9.7
	점포 주인	70.6		수산물	9.9
	점포 종업원	5.4		가공식품	8.8
성별 (491)	남성	53.0	점포 종업원 총수 (481)	의류 및 신발	24.2
	여성	47.0		가정용품	7.2
나이 (489)	30대	11.9		음식점	7.6
	40대	26.0		생활서비스관련	5.1
	50대	39.3		기타	7.4
	60대	20.0	점포 영업형태 (449)	1인	41.4
	70대 이상	2.9		2인	44.5
영업기간 (490)	1년전	9.2		3인 이상	14.1
	2~3년	7.6		도매업	3.8
	3~5년	8.8		소매업	67.0
	5~10년	18.6		도매+소매업	29.2
	10~20년	23.1	점포면적	5평이하	18.3
	20년 이상	32.9		5~10평	38.0
점포 소유형태 (478)	본인 점포	45.0		10~15평	16.8
	임대점포	55.0		15~20평	13.6
				20평 이상	13.2

* ()는 해당 설문항목 응답자수임.

② 전통시장 활성화사업에 대한 평가

1) 시설현대화사업

- 시설현대화사업은 크게 기반시설 정비사업, 편의시설 정비사업, 홍보시설 확충사업으로 구분함
- 시설현대화사업 중 시장활성화에 기여한 사업으로는 기반시설 정비사업이 가장 기여한 것으로 평가하고 있음
 - 기반시설 정비사업에 대해서 응답자의 39.4%의 응답자들이 시장활성화에 기여하였다고 생각하고(효과를 보통이상으로 평가한 사람까지 포함하면 74.6%), 사업 중에서는 비가림시설과 점포정비가 가장 필요하다고 생각하고 있음
 - 편의시설 정비사업은 37.3%, 홍보시설 확충사업은 28.0%의 응답자가 효과가 많다고 생각하고 있으며, 특히, 주차장확충사업에 대해 높이 평가하고 있음

<표> 시설현대화사업 유형별 시장활성화 기여 정도

구 분	매우 많이	많이	보통	조금	매우 조금	점수 (5점 만점)
기반시설 정비사업	12.3	27.1	35.2	16.5	9.0	3.17 (1.122)
	효과가 가장 큰 사업	① 비가림시설 (31.2%) ② 건물(점포)정비 (23.4%) ③ 아케이드 (14.2%)				
편의시설 정비사업	11.9	25.4	33.3	14.7	14.7	3.05 (1.211)
	효과가 가장 큰 사업	① 주차장 (77.3%) ② 고객휴게시설 (6.7%) ③ 고객안내센터 (5.5%)				
홍보시설 확충사업	10.3	17.5	36.8	19.5	16.0	2.87 (1.185)
	효과가 가장 큰 사업	① 이벤트광장 (24.7%) ② 시장안내판 (22.7%) ③ 공용안내판 (19.3)				

- 이상의 3가지 시설현대화 사업이 시장활성화에 기여한 정도에 대해서는 33.4%의 응답자들이 많이 기여하였다고 생각하고 있음(효과를 보통이상으로 평가한 사람까지 포함하면 71.1%)

<표> 시설현대화사업의 시장활성화 기여 정도

구 분	매우 많이	많이	보통	조금	매우 조금	점수 (5점 만점)
비중(%)	9.4	24.0	37.7	15.7	13.2	3.01 (1.141)

* ()는 표준편차임(이하동일)

- 이들 시설현대화사업이 시장의 전체적인 물리적환경 개선에 어느 정도 도움이 되었는가에 대해서는 43.0%의 응답자가 많이 기여하였다고 생각하고 있음(효과를 보통이상으로 평가한 사람까지 포함하면 76.1%)

<표> 시설현대화사업의 물리적 환경 기여 정도

구 분	매우 많이	많이	보통	조금	매우 조금	점수 (5점 만점)
비중(%)	11.8	31.2	33.1	16.0	8.0	3.23 (1.102)

- 이들 시설현대화사업이 향후에도 계속 추진될 필요성이 있는가에 대해서는 계속 추진되어야 한다고 생각하는 사람이 88.5%임
- 이는 아직까지 시설현대화사업이 미진하여, 계속추진하기를 원하는 것을 알 수 있음

<표> 시설현대화사업의 개속 추진 필요 정도

구 분	매우 많이	많이	보통	조금	매우 조금	점수 (5점 만점)
비중(%)	57.7	31.0	8.4	1.5	1.5	4.42 (0.823)

2) 경영현대화사업

- 경영현대화사업이 시장활성화에 기여한 정도에 대해서 응답자의 41.8%의 응답자가 효과가 크다고 생각하고 있음
- 특히, 공동마케팅과 상인대학교육, 온누리 상품권 취급의 효과가 높았다고 생각하고 있음

<표> 경영현대화사업의 시장활성화 기여 정도

구 분	매우 많이	많이	보통	조금	매우 조금	점수 (5점 만점)
경영현대화사업	13.5	28.3	35.3	15.0	7.8	3.25 (1.109)
	효과가 가장 큰 사업	① 공동마케팅(세일, 경흥행사 등) 28.3% ② 상인대학 교육 24.2 ③ 온누리 상품권 취급 19.1				

- 이들 경영현대화사업이 향후에도 계속 추진될 필요성이 있는가에 대해서는 계속 추진되어야 한다고 생각하는 사람이 86.0%임

<표> 경영현대화사업의 개속 추진 필요 정도

구 분	매우 많이	많이	보통	조금	매우 조금	점수 (5점 만점)
비중(%)	49.6	36.4	10.9	2.3	0.8	4.32 (0.819)

- 상인교육이 영업방법 및 상인의식 개선에 얼마나 도움이 되었는가에 대해서는 응답자의 52.6%가 많이 도움이 되었다고 생각함

<표> 상인교육의 상인의식 개선 효과

구 분	매우 많이	많이	보통	조금	매우 조금	점수 (5점 만점)
비중(%)	18.4	34.2	28.9	12.2	6.3	3.46 (1.115)

- 공동마케팅이 매출액 향상에 얼마나 도움이 되었는가에 대해서는 응답자의 29.5%가 많이 도움이 되었다고 생각함

<표> 공동마케팅의 매출액 향상 효과

구 분	매우 많이	많이	보통	조금	매우 조금	점수 (5점 만점)
비중(%)	4.6	24.9	42.5	18.0	9.9	2.96 (1.006)

③ 전통시장활성화 사업의 성과 평가

- 현재 추진되고 있는 모든 사업(시설현대화사업+경영현대화사업)이 시장활성화에 어느 정도 기여하였는가에 대해서는 45.6% 응답자들이 많이 기여하였다고 생각함

<표> 전통시장 활성화사업의 효과

구 분	매우 많이	많이	보통	조금	매우 조금	점수 (5점 만점)
비중(%)	14.6	31.0	35.8	11.9	6.7	3.35 (1.078)

- 이들 시장활성화사업의 추진으로 인해 응답자의 48.1%가 고객이 증가하였고, 사업전에 비해 20.5%정도 증가한 것으로 응답하였고, 매출액은 고객수 증가 정도보다 조금 낮음

<표> 전통시장 활성화사업의 성과

구 분	고객수		매출액	
	증가	평균 증가율	증가	평균 증가율
전체	48.1	20.48	46.7	20.75
공주	39.1	15.56	26.1	18.33
금산	43.8	20.01	39.4	20.02
논산	44.7	22.06	40.5	20.33
당진	32.1	14.25	27.6	16.00
보령	53.8	14.25	56.4	14.74
부여	34.5	29.00	39.3	29.00
서산	59.1	16.50	50.0	17.91
서천	29.4	30.00	26.7	40.00
아산	40.0	15.50	40.0	16.11
연기	64.3	17.15	64.3	17.15
예산	11.1	10.00	11.1	10.00
천안	64.5	22.94	64.5	23.43
청양	33.3	13.75	41.7	15.00
태안	45.0	33.33	42.1	28.75
홍성	50.0	25.00	50.0	25.59

④ 전통시장 활성화의 과제와 정책 방향

□ 전통시장의 상태

- 전통시장이 현재 정체 또는 쇠퇴하고 있다고 생각하는 사람이 76.8%임
 - 향후에도 56.3% 사람들 정체 또는 쇠퇴할 것으로 우려하고 있음

〈표〉 전통시장의 상태

구 분	매우 성장	성장	정체	쇠퇴	매우쇠퇴	점수 (5점 만점)
현재의 상태	2.7	23.3	36.3	26.3	11.5	2.80 (1.011)
현재의 상태 (2년전과 비교)	4.2	26.3	27.5	30.8	11.3	2.81 (1.075)
미래의 상태 (2년 후)	6.9	36.9	19.6	24.0	12.7	3.01 (1.181)

□ 전통시장의 문제점

- 전통시장의 가장 큰 문제점으로는 상인의 경영·마케팅 능력 부족으로 생각하고 있으며, 다음으로 상인의 고령화, 주차장부족 등을 들고 있음

〈표〉 전통시장의 문제점

구 분	1 순위	2 순위	전 체
상인의 경영·마케팅 능력 부족	20.3	7.7	28.0
시장 상인의 노령화	16.7	17.0	33.7
상인회(번영회) 등의 활동 부족	3.3	3.7	7.0
상품의 차별화 특성화 부족	6.5	9.3	15.8
가격 경쟁력 부족	6.3	5.7	12.0
노점상의 무질서한 상행위	7.1	11.7	18.8
시장의 노후화	9.4	9.0	18.4
주차장 부족	11.7	12.8	24.5
소공원 등 편의시설 부족	4.0	6.2	10.2
SSM, 대형마트 규제 부족	9.4	9.9	19.3
정부지원 미비	5.0	6.8	11.8
기타	0.2	0.2	0.4

□ 전통시장 활성화를 위해 가장 필요한 부분

- 전통시장 활성화를 위해서 가장 필요한 것으로는 상인교육 및 공동마케팅 강화가 필요하다고 생각하고 있으며, 다음으로 젊고 의욕 있는 상인의 유인, 노후한 시장 시설 개선이 필요하다고 생각하고 있음

〈표〉 전통시장 활성화를 위해 필요한 부분

구 분	1 순위	2 순위	전 체
상인교육 및 공동마케팅 강화	20.1	3.9	24.0
젊고 의욕있는 상인 유인	13.8	16.2	30.0
다양한 상인회(번영회) 활동 강화	4.2	4.2	8.4
다양고 특색있는 상품개발	9.1	11.6	20.7
판매상품의 가격 경쟁력 강화	6.8	7.5	14.3
노점상 단속	5.9	9.4	15.3
노후한 시장 시설 개선	12.3	9.0	21.3
공공 주차장 확충	9.5	11.6	21.1
소공원 등 편의시설 확충	3.2	5.7	8.9
SSM, 대형마트 규제 강화	9.1	11.2	20.3
정부지원 강화	5.9	9.0	14.9
기타	0.0	0.7	0.7

□ 전통시장의 경쟁상대

- 현재 전통시장의 가장 큰 경쟁상대는 대형마트라고 생각하고 있으며, 이어 농협, 축협, 축협 매장, SSM이라고 생각하고 있음

〈표〉 전통시장의 경쟁상대

구 분	1 순위	2 순위	전 체
백화점	3.4	3.5	6.9
대형마트	50.3	23.5	73.8
농협, 축협 매장	19.1	21.6	40.7
SSM	10.8	20.5	31.3
편의점	0.2	1.2	1.4
인접 상점가	4.3	7.2	11.5
타 전통시장	2.6	3.0	5.6
TV홈쇼핑, 온라인 판매	9.2	19.5	28.7

□ 전통시장의 구조조정 방향

- 현재의 전통시장이 자유 시장경쟁 하에서 생존할 가능성에 대해서 27.1%의 사람은 가능성이 없다고 생각하고 있음
- 문화관광시장, 특화시장으로의 변화 가능성에 대해서 34.6%의 사람들은 가능성이 없다고 생각하고 있음

〈표〉 전통시장의 변화가능성

구 분	있음	조금 있음	보통	별로 없음	없음	점수 (5점 만점)
시장경쟁에서 살아남을 가능성	25.9	18.4	28.6	21.5	5.6	3.37 (1.234)
특화시장으로의 변화 가능성	19.8	20.9	24.6	24.6	10.0	3.16 (1.276)

- 문화관광형 또는 특화시장으로 육성하는 것이 좋겠다고 생각하는 시장으로는 청양, 보령, 공주, 금산, 태안, 보령 정도임
- 시장의 경쟁 속에서 육성하는 것이 필요하다고 생각하는 시장으로는 당진, 논산, 천안 등임

〈표〉 전통시장의 구조조정 방향

구 분	문화관광형	시장경쟁형	시장폐쇄	시장공간 일부전환
전 체	27.3	61.0	2.1	9.6
공 주	39.1	47.8	.%	13.0
금 산	37.8	48.6	2.9%	10.8
논 산	21.6	73.0	0.0	5.4
당 진	8.0	76.0	12.0	4.0
보 령	41.0	38.5	0.0	20.5
부 여	36.7	53.3	0.0	10.0
서 산	33.3	50.0	0.0	16.7
서 천	20.0	60.0	0.0	20.0
아 산	41.4	51.7	0.0	6.9
연 기	14.0	79.1	0.0	7.0
예 산	30.0	60.0	10.0	0.0
천 안	14.5	75.0	1.3	9.2
청 양	45.5	54.5	0.0	0.0
태 안	37.0	59.3	0.0	3.7
홍 성	23.3	58.1	9.3	9.3
전 체	27.3	61.0	2.1	9.6

- 최근 법률 개정으로 도입된 상권활성화구역 제도의 활용이 필요하다고 응답한 사람이 89.2%임

〈표〉 상권활성화구역 지정의 필요성

구 분	필요함	필요없음
전 체	89.2	10.8
공 주	95.5	4.5
금 산	94.6	5.4
논 산	85.4	14.6
당 진	77.8	22.2
보 령	97.4	2.6
부 여	90.3	9.7
서 산	87.0	13.0
서 천	82.4	17.6
아 산	96.4	3.6
연 기	86.4	13.6
예 산	90.9	9.1
천 안	89.7	10.3
청 양	75.0	25.0
태 안	77.8	22.2
홍 성	95.3	4.7
전 체	89.2	10.8

본문 끝.

<붙임자료> 설문항목별 조사통계표

1. 자료분류 및 통계처리를 위한 항목

☐ 시군별 응답자수

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	공주	24	4.8	4.8	4.8
	금산	41	8.3	8.3	13.1
	논산	41	8.3	8.3	21.4
	당진	29	5.9	5.9	27.3
	보령	39	7.9	7.9	35.2
	부여	31	6.3	6.3	41.4
	서산	25	5.1	5.1	46.5
	서천	18	3.6	3.6	50.1
	아산	30	6.1	6.1	56.2
	연기	44	8.9	8.9	65.1
	예산	11	2.2	2.2	67.3
	천안	79	16.0	16.0	83.2
	청양	12	2.4	2.4	85.7
	태안	28	5.7	5.7	91.3
	홍성	43	8.7	8.7	100.0
합계		495	100.0	100.0	

☐ 전통시장에서 맡은 역할(업무)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	상인회(번영회)회장	14	2.8	2.9	2.9
	상인회 임원(총무, 이사 등)	102	20.6	21.1	24.0
	점포 주인	341	68.9	70.6	94.6
	점포 종업원	26	5.3	5.4	100.0
	합계	483	97.6	100.0	
결측	시스템 결측값	12	2.4		
합계		495	100.0		

☐ 점포 소유형태

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	본인 점포	215	43.4	45.0	45.0
	임대 점포	263	53.1	55.0	100.0
	합계	478	96.6	100.0	
결측	시스템 결측값	17	3.4		
합계		495	100.0		

☐ 전통시장에서의 영업 기간

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	1년전	45	9.1	9.2	9.2
	2~3년	37	7.5	7.6	16.7
	3~5년	43	8.7	8.8	25.5
	5~10년	91	18.4	18.6	44.1
	10~20년	113	22.8	23.1	67.1
	20년 이상	161	32.5	32.9	100.0
	합계	490	99.0	100.0	
결측	시스템 결측값	5	1.0		
합계		495	100.0		

☐ 주요 취급 품목

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	농산물	98	19.8	20.1	20.1
	축산물	47	9.5	9.7	29.8
	수산물	48	9.7	9.9	39.6
	가공식품	43	8.7	8.8	48.5
	의류 및 신발	118	23.8	24.2	72.7
	가정용품	35	7.1	7.2	79.9
	음식점	37	7.5	7.6	87.5
	생활서비스 관련업	25	5.1	5.1	92.6
	기타	36	7.3	7.4	100.0
	합계	487	98.4	100.0	
결측	시스템 결측값	8	1.6		
합계		495	100.0		

☐ 종업원수(주인 포함)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	1인	199	40.2	41.4	41.4
	2인	214	43.2	44.5	85.9
	3인 이상	68	13.7	14.1	100.0
	합계	481	97.2	100.0	
결측	시스템 결측값	14	2.8		
합계		495	100.0		

☐ 점포의 영업 형태

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	도매업	17	3.4	3.8	3.8
	소매업	301	60.8	67.0	70.8
	도매+소매업	131	26.5	29.2	100.0
	합계	449	90.7	100.0	
결측	시스템 결측값	46	9.3		
합계		495	100.0		

☐ 점포면적

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	5평이하	86	17.4	18.3	18.3
	5~10평	178	36.0	38.0	56.3
	10~15평	79	16.0	16.8	73.1
	15~20평	64	12.9	13.6	86.8
	20평 이상	62	12.5	13.2	100.0
	합계	469	94.7	100.0	
결측	시스템 결측값	26	5.3		
합계		495	100.0		

☐ 응답자 연령

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	30대 이하	58	11.7	11.9	11.9
	40대	127	25.7	26.0	37.8
	50대	192	38.8	39.3	77.1
	60대	98	19.8	20.0	97.1
	70대 이상	14	2.8	2.9	100.0
	합계	489	98.8	100.0	
결측	시스템 결측값	6	1.2		
합계		495	100.0		

☐ 응답자 성별

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	남성	260	52.5	53.0	53.0
	여성	231	46.7	47.0	100.0
	합계	491	99.2	100.0	
결측	시스템 결측값	4	.8		
합계		495	100.0		

2. 시설현대화사업에 대한 평가

□ 기반시설 정비사업이 시장활성화에 기여한 정도

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 많이	59	11.9	12.3	12.3
	많이	130	26.3	27.1	39.4
	보통	169	34.1	35.2	74.6
	조금	79	16.0	16.5	91.0
	매우 조금	43	8.7	9.0	100.0
	합계	480	97.0	100.0	
결측	시스템 결측값	15	3.0		
	합계	495	100.0		

□ 기반시설 정비사업의 정비효과(1순위)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	건물(점포)정비	109	22.0	23.4	23.4
	소방시설	23	4.6	4.9	28.4
	가스시설	4	.8	.9	29.2
	전기배선	10	2.0	2.2	31.4
	배수시설	11	2.2	2.4	33.8
	냉난방시설	15	3.0	3.2	37.0
	방송시설	8	1.6	1.7	38.7
	화장실	26	5.3	5.6	44.3
	아케이드	66	13.3	14.2	58.5
	비가림시설	145	29.3	31.2	89.7
	진입로	14	2.8	3.0	92.7
	보행통로	9	1.8	1.9	94.6
	가로등	8	1.6	1.7	96.3
	엘리베이터/에스컬레이트	1	.2	.2	96.6
결측	CCTV	16	3.2	3.4	100.0
	합계	465	93.9	100.0	
	시스템 결측값	30	6.1		
	합계	495	100.0		

□ 기반시설 정비사업의 정비효과(2순위)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	건물(점포)정비	35	7.1	7.9	7.9
	소방시설	39	7.9	8.8	16.7
	가스시설	3	.6	.7	17.4
	전기배선	16	3.2	3.6	21.0
	배수시설	5	1.0	1.1	22.2
	냉난방시설	18	3.6	4.1	26.2
	방송시설	19	3.8	4.3	30.5
	화장실	75	15.2	17.0	47.5
	아케이드	27	5.5	6.1	53.6
	비가림시설	80	16.2	18.1	71.7
	진입로	28	5.7	6.3	78.1
	보행통로	38	7.7	8.6	86.7
	가로등	25	5.1	5.7	92.3
결측	엘리베이터/에스컬레이트	1	.2	.2	92.5
	CCTV	33	6.7	7.5	100.0
	합계	442	89.3	100.0	
결측	시스템 결측값	53	10.7		
	합계	495	100.0		

□ 편의시설 정비사업이 시장활성화에 기여한 정도

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 많이	56	11.3	11.9	11.9
	많이	119	24.0	25.4	37.3
	보통	156	31.5	33.3	70.6
	조금	69	13.9	14.7	85.3
	매우 조금	69	13.9	14.7	100.0
	합계	469	94.7	100.0	
결측	시스템 결측값	26	5.3		
	합계	495	100.0		

□ 편의시설 정비사업의 정비효과(1순위)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	간이음수대	14	2.8	3.2	3.2
	고객안내센터	24	4.8	5.5	8.7
	고객휴게시설	29	5.9	6.7	15.4
	물품보관함	5	1.0	1.1	16.5
	수유시설	1	.2	.2	16.7
	유아놀이방/어린이놀이터	6	1.2	1.4	18.1
	자율포장대	3	.6	.7	18.8
	자전거보관소	3	.6	.7	19.5
	주차장	337	68.1	77.3	96.8
	쇼핑카트	11	2.2	2.5	99.3
	공동택배창고	3	.6	.7	100.0
	합계	436	88.1	100.0	
결측	시스템 결측값	59	11.9		
	합계	495	100.0		

□ 편의시설 정비사업의 정비효과(2순위)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	간이음수대	8	1.6	2.8	2.8
	고객안내센터	35	7.1	12.1	14.9
	고객휴게시설	69	13.9	23.9	38.8
	물품보관함	8	1.6	2.8	41.5
	수유시설	1	.2	.3	41.9
	유아놀이방/어린이놀이터	15	3.0	5.2	47.1
	자율포장대	8	1.6	2.8	49.8
	자전거보관소	18	3.6	6.2	56.1
	주차장	31	6.3	10.7	66.8
	쇼핑카트	81	16.4	28.0	94.8
	공동택배창고	15	3.0	5.2	100.0
	합계	289	58.4	100.0	
결측	시스템 결측값	206	41.6		
	합계	495	100.0		

□ 홍보시설 확충사업이 시장활성화에 기여한 정도

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 많이	47	9.5	10.3	10.3
	많이	80	16.2	17.5	27.8
	보통	168	33.9	36.8	64.6
	조금	89	18.0	19.5	84.0
	매우 조금	73	14.7	16.0	100.0
	합계	457	92.3	100.0	
결측	시스템 결측값	38	7.7		
	합계	495	100.0		

□ 홍보시설 확충사업의 정비효과(1순위)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	공용광고판	79	16.0	19.3	19.3
	네온광고	47	9.5	11.5	30.8
	아치/조형물	57	11.5	13.9	44.7
	이벤트광장	101	20.4	24.7	69.4
	테마거리	32	6.5	7.8	77.3
	시장안내판	93	18.8	22.7	100.0
	합계	409	82.6	100.0	
결측	시스템 결측값	86	17.4		
	합계	495	100.0		

□ 홍보시설 확충사업의 정비효과(2순위)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	공용광고판	36	7.3	10.8	10.8
	네온광고	30	6.1	9.0	19.9
	아치/조형물	44	8.9	13.3	33.1
	이벤트광장	58	11.7	17.5	50.6
	테마거리	38	7.7	11.4	62.0
	시장안내판	126	25.5	38.0	100.0
	합계	332	67.1	100.0	
결측	시스템 결측값	163	32.9		
	합계	495	100.0		

☐ 모든 시설현대화사업이 시장활성화에 기여한 정도

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 많이	44	8.9	9.4	9.4
	많이	113	22.8	24.0	33.4
	보통	177	35.8	37.7	71.1
	조금	74	14.9	15.7	86.8
	매우 조금	62	12.5	13.2	100.0
	합계	470	94.9	100.0	
결측	시스템 결측값	25	5.1		
	합계	495	100.0		

☐ 모든 시설현대화사업이 시장의 물리적 환경 개선에 기여한 정도

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 필요	56	11.3	11.8	11.8
	필요	148	29.9	31.2	42.9
	보통	157	31.7	33.1	76.0
	필요 없음	76	15.4	16.0	92.0
	전혀 필요 없음	38	7.7	8.0	100.0
	합계	475	96.0	100.0	
결측	시스템 결측값	20	4.0		
	합계	495	100.0		

☐ 시설현대화사업의 지속적인 추진의 필요성 정도

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 많이	275	55.6	57.7	57.7
	많이	148	29.9	31.0	88.7
	보통	40	8.1	8.4	97.1
	조금	7	1.4	1.5	98.5
	매우 조금	7	1.4	1.5	100.0
	합계	477	96.4	100.0	
결측	시스템 결측값	18	3.6		
	합계	495	100.0		

3. 경영현대화사업에 대한 평가

☐ 경영현대화사업이 시장활성화에 기여한 정도

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 많이	64	12.9	13.5	13.5
	많이	134	27.1	28.3	41.9
	보통	167	33.7	35.3	77.2
	조금	71	14.3	15.0	92.2
	매우 조금	37	7.5	7.8	100.0
	합계	473	95.6	100.0	
결측	시스템 결측값	22	4.4		
	합계	495	100.0		

☐ 경영현대화사업의 정비효과(1순위)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	공동마케팅(세일, 경품행사 등)	123	24.8	28.3	28.3
	상인대학 교육	105	21.2	24.2	52.5
	시장자문 및 점포지도	35	7.1	8.1	60.6
	방송홍보(6시 내고향 등)	63	12.7	14.5	75.1
	토직인력 지원	6	1.2	1.4	76.5
	온누리 상품권 취급	83	16.8	19.1	95.6
	주차도우미 지원	12	2.4	2.8	98.4
	특가판매	7	1.4	1.6	100.0
	합계	434	87.7	100.0	
결측	시스템 결측값	61	12.3		
	합계	495	100.0		

□ 경영현대화사업의 정비효과(2순위)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	공동마케팅(세일, 경품행사 등)	55	11.1	14.0	14.0
	상인대학 교육	64	12.9	16.3	30.3
	시장자문 및 점포지도	46	9.3	11.7	42.0
	방송홍보(6시 내 고향 등)	62	12.5	15.8	57.8
	토직인력 지원	9	1.8	2.3	60.1
	온누리 상품권 취급	109	22.0	27.7	87.8
	주차도우미 지원	27	5.5	6.9	94.7
	특가판매	21	4.2	5.3	100.0
	합계	393	79.4	100.0	
결측	시스템 결측값	102	20.6		
	합계	495	100.0		

□ 경영현대화사업의 지속적인 추진의 필요성 정도

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 필요	241	48.7	49.6	49.6
	필요	177	35.8	36.4	86.0
	보통	53	10.7	10.9	96.9
	필요 없음	11	2.2	2.3	99.2
	전혀 필요 없음	4	.8	.8	100.0
	합계	486	98.2	100.0	
결측	시스템 결측값	9	1.8		
	합계	495	100.0		

□ 상인교육이 영업방법 및 상인의식 개선에 기여한 정도

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 많이	87	17.6	18.4	18.4
	많이	162	32.7	34.2	52.5
	보통	137	27.7	28.9	81.4
	조금	58	11.7	12.2	93.7
	매우 조금	30	6.1	6.3	100.0
	합계	474	95.8	100.0	
결측	시스템 결측값	21	4.2		
	합계	495	100.0		

□ 공동마케팅이 매출액 향상에 기여한 정도

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 많이	20	4.0	4.6	4.6
	많이	108	21.8	24.9	29.6
	보통	184	37.2	42.5	72.1
	조금	78	15.8	18.0	90.1
	매우 조금	43	8.7	9.9	100.0
	합계	433	87.5	100.0	
결측	시스템 결측값	62	12.5		
	합계	495	100.0		

□ 상인교육의 경험

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	없음	166	33.5	34.4	34.4
	1회	135	27.3	28.0	62.4
	2회	62	12.5	12.9	75.3
	3회	36	7.3	7.5	82.8
	4회 이상	83	16.8	17.2	100.0
	합계	482	97.4	100.0	
결측	시스템 결측값	13	2.6		
	합계	495	100.0		

□ 전문가의 시장자문 또는 점포지도의 경험

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	없음	300	60.6	62.5	62.5
	1회	94	19.0	19.6	82.1
	2회	39	7.9	8.1	90.2
	3회	18	3.6	3.8	94.0
	4회 이상	29	5.9	6.0	100.0
	합계	480	97.0	100.0	
결측	시스템 결측값	15	3.0		
	합계	495	100.0		

☐ 상인회의 결속력, 단합, 추진력

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 높음	43	8.7	8.9	8.9
	높음	108	21.8	22.4	31.3
	보통	186	37.6	38.5	69.8
	낮음	92	18.6	19.0	88.8
	매우 낮음	54	10.9	11.2	100.0
	합계	483	97.6	100.0	
결측	시스템 결측값	12	2.4		
	합계	495	100.0		

☐ 상인들의 상인회 참여 정도

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	저극 참여	122	24.6	24.9	24.9
	비교적 적극 참여	141	28.5	28.8	53.7
	보통	183	37.0	37.3	91.0
	참여하지 않음	32	6.5	6.5	97.6
	전혀 참여 하지 않음	12	2.4	2.4	100.0
	합계	490	99.0	100.0	
결측	시스템 결측값	5	1.0		
	합계	495	100.0		

☐ 향후 상인교육이나 점포지도를 받을 의향

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	있음	391	79.0	80.6	80.6
	없음	94	19.0	19.4	100.0
	합계	485	98.0	100.0	
결측	시스템 결측값	10	2.0		
	합계	495	100.0		

☐ 향후(5년 후) 지속적인 장사 의향

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	있음	400	80.8	82.6	82.6
	없음	84	17.0	17.4	100.0
	합계	484	97.8	100.0	
결측	시스템 결측값	11	2.2		
	합계	495	100.0		

☐ 점포의 자녀 승계 의향(자식이 있는 사람)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	있음	156	31.5	35.5	35.5
	없음	284	57.4	64.5	100.0
	합계	440	88.9	100.0	
결측	시스템 결측값	55	11.1		
	합계	495	100.0		

4. 시장활성화 사업 전·후 평가

☐ 시장현대화사업과 경영현대화사업 중 시장활성화에 더 기여한 사업

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	시설현대화사업	348	70.3	74.0	74.0
	경영현대화사업	122	24.6	26.0	100.0
	합계	470	94.9	100.0	
결측	시스템 결측값	25	5.1		
	합계	495	100.0		

☐ 시장현대화사업과 경영현대화사업이 시장활성화에 기여한 정도(종합평가)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 많이	70	14.1	14.6	14.6
	많이	148	29.9	31.0	45.6
	보통	171	34.5	35.8	81.4
	조금	57	11.5	11.9	93.3
	매우 조금	32	6.5	6.7	100.0
	합계	478	96.6	100.0	
결측	시스템 결측값	17	3.4		
	합계	495	100.0		

☐ 사업후 점포를 찾는 고객의 증감

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	증가	218	44.0	48.1	48.1
	큰 변화없음	188	38.0	41.5	89.6
	감소	47	9.5	10.4	100.0
	합계	453	91.5	100.0	
결측	시스템 결측값	42	8.5		
	합계	495	100.0		

☐ 사업후 점포를 찾는 고객의 증가율의 분포

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	0.5%	2	.4	.8	.8
	1%	1	.2	.4	1.2
	2%	5	1.0	2.0	3.3
	3%	4	.8	1.6	4.9
	5%	20	4.0	8.2	13.1
	10%	71	14.3	29.0	42.0
	11%	1	.2	.4	42.4
	15%	11	2.2	4.5	46.9
	20%	56	11.3	22.9	69.8
	25%	1	.2	.4	70.2
	30%	36	7.3	14.7	84.9
	40%	10	2.0	4.1	89.0
	50%	11	2.2	4.5	93.5
	60%	7	1.4	2.9	96.3
	70%	4	.8	1.6	98.0
결측	80%	1	.2	.4	98.4
	90%	2	.4	.8	99.2
	100%	1	.2	.4	99.6
	200%	1	.2	.4	100.0
	합계	245	49.5	100.0	
	시스템 결측값	250	50.5		
	합계	495	100.0		

☐ 사업후 점포 매출액의 증감

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	증가	210	42.4	46.7	46.7
	큰 변화없음	180	36.4	40.0	86.7
	감소	60	12.1	13.3	100.0
	합계	450	90.9	100.0	
결측	시스템 결측값	45	9.1		
	합계	495	100.0		

□ 사업후 점포 매출액 증가율의 분포

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	0.5%	2	.4	.8	.8
	1%	1	.2	.4	1.3
	2%	4	.8	1.7	2.9
	3%	5	1.0	2.1	5.0
	5%	25	5.1	10.5	15.5
	10%	57	11.5	23.9	39.5
	15%	11	2.2	4.6	44.1
	18%	1	.2	.4	44.5
	20%	73	14.7	30.7	75.2
	30%	28	5.7	11.8	87.0
	35%	2	.4	.8	87.8
	40%	6	1.2	2.5	90.3
	50%	13	2.6	5.5	95.8
	60%	2	.4	.8	96.6
	70%	3	.6	1.3	97.9
	80%	3	.6	1.3	99.2
	90%	1	.2	.4	99.6
	200%	1	.2	.4	100.0
	합계	238	48.1	100.0	
결측	시스템 결측값	257	51.9		
합계		495	100.0		

□ 사업후 빈점포의 증감

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	증가	56	11.3	12.9	12.9
	큰 변화없음	251	50.7	57.7	70.6
	감소	128	25.9	29.4	100.0
	합계	435	87.9	100.0	
결측	시스템 결측값	60	12.1		
합계		495	100.0		

□ 사업후 빈점포 감소율 분포

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	0.5%	1	.2	.8	.8
	1%	1	.2	.8	1.6
	2%	3	.6	2.4	4.1
	3%	4	.8	3.3	7.3
	5%	12	2.4	9.8	17.1
	6%	1	.2	.8	17.9
	10%	48	9.7	39.0	56.9
	15%	2	.4	1.6	58.5
	20%	19	3.8	15.4	74.0
	30%	13	2.6	10.6	84.6
	40%	1	.2	.8	85.4
	50%	6	1.2	4.9	90.2
	60%	1	.2	.8	91.1
	80%	3	.6	2.4	93.5
	90%	1	.2	.8	94.3
	100%	7	1.4	5.7	100.0
	합계	123	24.8	100.0	
결측	시스템 결측값	372	75.2		
합계		495	100.0		

□ 점포의 월 매출액(만원)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	100	61	12.3	17.7	17.7
	200	62	12.5	18.0	35.8
	300	38	7.7	11.0	46.8
	400	10	2.0	2.9	49.7
	1000	64	12.9	18.6	68.3
	1001	109	22.0	31.7	100.0
	합계	344	69.5	100.0	
결측	시스템 결측값	151	30.5		
합계		495	100.0		

□ 점포의 평일 방문객 수(명)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	10	123	24.8	32.7	32.7
	20	86	17.4	22.9	55.6
	30	68	13.7	18.1	73.7
	40	19	3.8	5.1	78.7
	50	24	4.8	6.4	85.1
	100	39	7.9	10.4	95.5
	101	17	3.4	4.5	100.0
	합계	376	76.0	100.0	
결측	시스템 결측값	119	24.0		
	합계	495	100.0		

□ 점포의 주말 방문객 수(명)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	10	98	19.8	28.4	28.4
	20	74	14.9	21.4	49.9
	30	51	10.3	14.8	64.6
	40	22	4.4	6.4	71.0
	50	29	5.9	8.4	79.4
	100	44	8.9	12.8	92.2
	101	27	5.5	7.8	100.0
	합계	345	69.7	100.0	
결측	시스템 결측값	150	30.3		
	합계	495	100.0		

5. 전통시장 활성화 방향

□ 전통시장의 현재 상태

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 성장	13	2.6	2.7	2.7
	성장	112	22.6	23.3	26.0
	정체	174	35.2	36.3	62.3
	쇠퇴	126	25.5	26.3	88.5
	매우 쇠퇴	55	11.1	11.5	100.0
	합계	480	97.0	100.0	
결측	시스템 결측값	15	3.0		
	합계	495	100.0		

□ 과거(2년전)과 비교한 전통시장의 현재 상태

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 성장	20	4.0	4.2	4.2
	성장	126	25.5	26.3	30.4
	정체	132	26.7	27.5	57.9
	쇠퇴	148	29.9	30.8	88.8
	매우 쇠퇴	54	10.9	11.3	100.0
	합계	480	97.0	100.0	
결측	시스템 결측값	15	3.0		
	합계	495	100.0		

□ 전통시장의 미래(2년 후) 예측

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	매우 성장	33	6.7	6.9	6.9
	성장	177	35.8	36.9	43.8
	정체	94	19.0	19.6	63.3
	쇠퇴	115	23.2	24.0	87.3
	매우 쇠퇴	61	12.3	12.7	100.0
	합계	480	97.0	100.0	
결측	시스템 결측값	15	3.0		
	합계	495	100.0		

□ 전통시장의 문제점(1순위)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	상인의 경영·마케팅 능력 부족	97	19.6	20.3	20.3
	시장 상인의 노령화	80	16.2	16.7	37.0
	상인회(번영회) 등의 활동 부족	16	3.2	3.3	40.4
	상품의 차별화 특성화 부족	31	6.3	6.5	46.9
	가격 경쟁력 부족	30	6.1	6.3	53.1
	노점상의 무질서한 상행위	34	6.9	7.1	60.3
	시장의 노후화	45	9.1	9.4	69.7
	주차장 부족	56	11.3	11.7	81.4
	소공원 등 편의시설 부족	19	3.8	4.0	85.4
	SSM, 대현마트 규제 부족	45	9.1	9.4	94.8
	정부지원 미비	24	4.8	5.0	99.8
	기타	1	.2	.2	100.0
	합계	478	96.6	100.0	
결측	시스템 결측값	17	3.4		
합계		495	100.0		

□ 전통시장의 문제점(2순위)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	상인의 경영·마케팅 능력 부족	35	7.1	7.7	7.7
	시장 상인의 노령화	77	15.6	17.0	24.7
	상인회(번영회) 등의 활동 부족	17	3.4	3.7	28.4
	상품의 차별화 특성화 부족	42	8.5	9.3	37.7
	가격 경쟁력 부족	26	5.3	5.7	43.4
	노점상의 무질서한 상행위	53	10.7	11.7	55.1
	시장의 노후화	41	8.3	9.0	64.1
	주차장 부족	58	11.7	12.8	76.9
	소공원 등 편의시설 부족	28	5.7	6.2	83.0
	SSM, 대현마트 규제 부족	45	9.1	9.9	93.0
	정부지원 미비	31	6.3	6.8	99.8
	기타	1	.2	.2	100.0
	합계	454	91.7	100.0	
결측	시스템 결측값	41	8.3		
합계		495	100.0		

□ 전통시장 활성화를 위해 필요한 사업(1순위)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	상인교육 및 공동마케팅 강화	95	19.2	20.1	20.1
	젊고 의욕있는 상인 유인	65	13.1	13.8	33.9
	다양한 상인회(번영회) 활동 강화	20	4.0	4.2	38.1
	다양고 특색있는 상품개발	43	8.7	9.1	47.2
	판매상품의 가격 경쟁력 강화	32	6.5	6.8	54.0
	노점상 단속	28	5.7	5.9	60.0
	노후한 시장 시설 개선	58	11.7	12.3	72.2
	공공 주차장 확충	45	9.1	9.5	81.8
	소공원 등 편의시설 확충	15	3.0	3.2	85.0
	SSM, 대현마트 규제 강화	43	8.7	9.1	94.1
	정부지원 강화	28	5.7	5.9	94.1
	기타	0	0.0	0.0	100.0
	합계	472	95.4	100.0	
결측	시스템 결측값	23	4.6		
합계		495	100.0		

□ 전통시장 활성화를 위해 필요한 사업(2순위)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	상인교육 및 공동마케팅 강화	18	3.6	3.9	3.9
	젊고 의욕있는 상인 유인	74	14.9	16.2	20.2
	다양한 상인회(번영회) 활동 강화	19	3.8	4.2	24.3
	다양고 특색있는 상품개발	53	10.7	11.6	36.0
	판매상품의 가격 경쟁력 강화	34	6.9	7.5	43.4
	노점상 단속	43	8.7	9.4	52.9
	노후한 시장 시설 개선	41	8.3	9.0	61.8
	공공 주차장 확충	53	10.7	11.6	73.5
	소공원 등 편의시설 확충	26	5.3	5.7	79.2
	SSM, 대현마트 규제 강화	51	10.3	11.2	90.4
	정부지원 강화	41	8.3	9.0	99.3
	기타	3	.6	.7	100.0
	합계	456	92.1	100.0	
결측	시스템 결측값	39	7.9		
합계		495	100.0		

□ 전통시장의 가장 큰 경쟁상대(1순위)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	백화점	16	3.2	3.4	3.4
	대형마트	234	47.3	50.3	53.8
	농협, 축협 매장	89	18.0	19.1	72.9
	SSM	50	10.1	10.8	83.7
	편의점	1	.2	.2	83.9
	인접 상점가	20	4.0	4.3	88.2
	타 전통시장	12	2.4	2.6	90.8
	TV홈쇼핑, 온라인 판매	43	8.7	9.2	100.0
	합계	465	93.9	100.0	
결측	시스템 결측값	30	6.1		
	합계	495	100.0		

□ 전통시장의 가장 큰 경쟁상대(2순위)

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	백화점	15	3.0	3.5	3.5
	대형마트	101	20.4	23.5	27.0
	농협, 축협 매장	93	18.8	21.6	48.6
	SSM	88	17.8	20.5	69.1
	편의점	5	1.0	1.2	70.2
	인접 상점가	31	6.3	7.2	77.4
	타 전통시장	13	2.6	3.0	80.5
	TV홈쇼핑, 온라인 판매	84	17.0	19.5	100.0
	합계	430	86.9	100.0	
결측	시스템 결측값	65	13.1		
	합계	495	100.0		

□ 전통시장이 향후 시장경쟁에서 생존할 가능성

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	있음	124	25.1	25.9	25.9
	조금 있음	88	17.8	18.4	44.3
	보통	137	27.7	28.6	72.9
	별로 없음	103	20.8	21.5	94.4
	없음	27	5.5	5.6	100.0
	합계	479	96.8	100.0	
결측	시스템 결측값	16	3.2		
	합계	495	100.0		

□ 전통시장이 향후 특화 전문화시장으로의 변화 가능성

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	있음	95	19.2	19.8	19.8
	조금 있음	100	20.2	20.9	40.7
	보통	118	23.8	24.6	65.3
	별로 없음	118	23.8	24.6	90.0
	없음	48	9.7	10.0	100.0
	합계	479	96.8	100.0	
결측	시스템 결측값	16	3.2		
	합계	495	100.0		

□ 전통시장의 변화 방향

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	문화관광형	128	25.9	27.3	27.3
	시장경쟁형	286	57.8	61.0	88.3
	시장폐쇄	10	2.0	2.1	90.4
	시장공간 일부전환	45	9.1	9.6	100.0
	합계	469	94.7	100.0	
결측	시스템 결측값	26	5.3		
	합계	495	100.0		

□ 주변지역과 연계한 전통시장 정비(상권활성화구역제도 도입)의 필요성

		빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
유효	필요함	428	86.5	89.2	89.2
	필요없음	52	10.5	10.8	100.0
	합계	480	97.0	100.0	
결측	시스템 결측값	15	3.0		
	합계	495	100.0		