



온라인 플랫폼 사용기업 실태조사 결과 보고서

제1장. 조사개요

- 1. 조사 배경 및 목적 2
- 2. 조사 설계 2
- 3. 조사 내용 3
- 4. 응답업체 특성 4
- 5. 참고사항 5

제2장. 조사결과 분석

- 1. 온라인 플랫폼 이용 관련 7
 - 1) 이용 중인 온라인 플랫폼 수 7
 - 2) 온라인 플랫폼 이용 기간 8
 - 3) 창업 후 온라인 플랫폼 이용까지 걸린 기간 9
 - 4) 온라인 플랫폼을 이용하기 시작한 이유 10
 - 5) 온라인 플랫폼 사용기업 매출액 12
 - 6) 전체 매출액 중 온라인 플랫폼 매출액의 비중 13
 - 7-1) 온라인 플랫폼 이용 후 매출액의 변화(증가) 14
 - 7-2) 온라인 플랫폼 이용 후 매출액의 변화(감소) 15
 - 8) 온라인 플랫폼 사용기업 영업이익 16
 - 9-1) 온라인 플랫폼 이용 후 영업이익의 변화(증가) 17
 - 9-2) 온라인 플랫폼 이용 후 영업이익의 변화(감소) 18
 - 10) 온라인 플랫폼 매출액 중 플랫폼 이용료의 비중 19
 - 11) 온라인 플랫폼 이용료 적정성 20
 - 12) 온라인 플랫폼 광고비 적정성 21
 - 13) 상품 노출 기준 공개 여부 22
 - 14) 상품 노출 기준 합리성 23
 - 15) 상품 노출 빈도 만족도 24
 - 16) 온라인 플랫폼 전반적 만족도 25
 - 17) 온라인 플랫폼 불만족 사유 26
 - 18) 온라인 플랫폼 향후 이용 의향 27
 - 19) 온라인 플랫폼 지속 이용 이유 28

CONTENTS



2. 온라인 플랫폼 업체와의 거래관계에서 발생하는 부당행위 경험	29
1) 수수료 및 거래절차 관련	30
2) 타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급	31
3) 부당 요구	32
4) 기타 부당행위	33
5) 부당행위에 대한 대처방법	34
6) 판촉행사 시 부담 비율 결정 방법	35
7) 판촉행사 시 가격 부담 비율	36
8) 판촉행사 부담 비율 만족도	37
3. 지원 및 정책 수요	38
1) 온라인 플랫폼 업체에서 지원을 받은 경험	38
2) 온라인 플랫폼 업체에 바라는 점	39
3) 정부에 바라는 정책	41

부록. 설문지

I. 조사개요

1. 조사 배경 및 목적

□ 본 조사는 온라인 플랫폼 이용 사업자를 대상으로 플랫폼 이용현황, 시장의 거래 구조 등을 파악하여 향후 플랫폼 사업자와 이용 사업자 간 공정한 거래질서 확립 방안 및 상생협력을 위한 방안 마련을 위한 기초자료로 활용하고자 하는 데 그 목적이 있음.

2. 조사 설계

구분	내용
조사대상	<ul style="list-style-type: none"> 6개 온라인 플랫폼 사용기업
표본크기	<ul style="list-style-type: none"> 총 978표본 - 오픈마켓 490표본, 배달앱 164표본, 숙박앱 161표본, 부동산앱 163표본
조사방법	<ul style="list-style-type: none"> 전화조사
표본오차	<ul style="list-style-type: none"> 95% 신뢰수준에서 최대허용오차 ±3.13%p
조사기간	<ul style="list-style-type: none"> 2020.09.23.~2020.10.13.
수행기관	<ul style="list-style-type: none"> (주)리서치랩

3. 조사 내용

구분	내용
응답업체 일반현황	<ul style="list-style-type: none"> 소재지 주 이용 온라인 플랫폼 업종(오픈마켓 입점업체) 2019년 매출액 및 영업이익
온라인 플랫폼 이용 관련	<ul style="list-style-type: none"> 이용 중인 온라인 플랫폼의 수 및 종류 창업 시기 및 온라인 플랫폼 이용 시기 온라인 플랫폼을 이용하기 시작한 이유 전체 매출액 중 온라인 플랫폼을 통한 매출의 비중 온라인 플랫폼 이용 후 매출액 변화 및 증가/감소 비율 온라인 플랫폼 이용 후 영업이익 변화 및 증가/감소 비율 온라인 플랫폼을 통한 매출액 중 플랫폼 이용료의 비중 온라인 플랫폼 이용료 적정성 온라인 플랫폼 광고비 적정성 상품 노출 기준 공개 여부 상품 노출 기준 합리성 상품 노출 빈도 만족도 온라인 플랫폼 전반적 만족도 온라인 플랫폼 불만족 사유 온라인 플랫폼 향후 이용 의향 온라인 플랫폼 지속 이용 이유
온라인 플랫폼 업체와의 거래관계에서 발생하는 부당행위	<ul style="list-style-type: none"> 수수료 및 거래절차 관련 부당행위 경험 타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급 경험 부당 요구 경험 기타 부당행위 경험 부당행위에 대한 대처방법 판촉행사 시 부담 비율 결정 방법 판촉행사 시 플랫폼과 입점업체의 가격 부담 비율 판촉행사 부담 비율 만족도
지원 및 정책 수요	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 플랫폼 업체에서 지원을 받은 경험 온라인 플랫폼 업체에 바라는 점 온라인 플랫폼 관련 정부에 바라는 정책

4. 응답업체 특성

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(978)	100.0
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	50.1
	배달앱	(164)	16.8
	숙박앱	(161)	16.5
	부동산앱	(163)	16.7
소재지	서울	(209)	21.4
	경기/인천	(214)	21.9
	대전/세종/충청	(78)	8.0
	대구/경북	(117)	12.0
	부산/울산/경남	(132)	13.5
	광주/전북/전남	(100)	10.2
	강원	(67)	6.9
	제주	(61)	6.2
업종 (오픈마켓)	의류/패션잡화	(70)	14.3
	도서/음반/악기	(13)	2.7
	취미/스포츠용품	(40)	8.2
	자동차용품	(7)	1.4
	생활용품	(77)	15.7
	가전/컴퓨터	(56)	11.4
	화장품/미용	(43)	8.8
	식품/건강	(83)	16.9
	가구/인테리어	(39)	8.0
	유아/어린이	(19)	3.9
	여행	(2)	0.4
	기타	(41)	8.4

5. 참고사항

- 비율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값을 사용하여 전체 합이 100%에서 ±0.1% 정도의 오차가 발생할 수 있음.
- 응답자 특성 간 비교 분석에서 표본수가 30표본 미만인 계층은 해석에 유의해야 함.

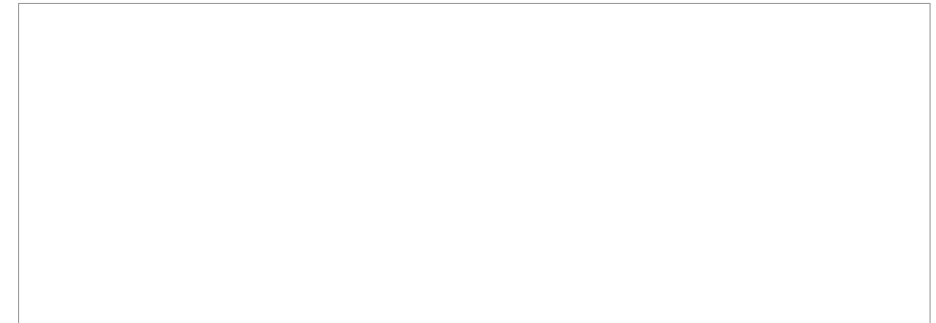
Ⅱ. 조사결과 분석

1. 온라인 플랫폼 이용 관련

1) 이용 중인 온라인 플랫폼 수

- 이용 중인 온라인 플랫폼 수를 확인한 결과, 응답업체의 1/3이 5개 이상의 플랫폼을 이용하고 있는 것으로 나타났으며, 2개 플랫폼을 이용한다는 응답이 그 뒤를 이음.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



- 5개 이상의 플랫폼을 이용한다는 응답은 오픈마켓에서 가장 높게 나타났으며, 배달앱, 숙박앱, 부동산앱의 경우 '2개'의 응답 비율이 상대적으로 높았음.
- 지역별로 살펴보면, 5개 이상의 플랫폼을 이용한다는 응답은 수도권에서 상대적으로 높게 나타남.

구분(단위: %)		사례수	1개	2개	3개	4개	5개 이상
전체		(978)	13.5	26.3	16.2	10.9	33.1
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	11.4	9.0	12.0	11.8	55.7
	배달앱	(164)	25.0	41.5	21.3	8.5	3.7
	숙박앱	(161)	6.2	40.4	13.0	14.3	26.1
	부동산앱	(163)	15.3	49.1	26.4	7.4	1.8
소재지	서울	(209)	9.1	18.2	15.3	11.0	46.4
	경기/인천	(214)	9.8	22.4	15.9	10.7	41.1
	대전/세종/충청	(78)	15.4	29.5	19.2	7.7	28.2
	대구/경북	(117)	13.7	28.2	13.7	11.1	33.3
	부산/울산/경남	(132)	18.2	22.7	15.9	12.1	31.1
	광주/전북/전남	(100)	13.0	40.0	19.0	10.0	18.0
	강원	(67)	25.4	41.8	14.9	7.5	10.4
제주	(61)	16.4	27.9	18.0	18.0	19.7	

2) 온라인 플랫폼 이용 기간

- 온라인 플랫폼 이용 기간을 살펴보면 '2년~5년 미만'(32.4%)이 상대적으로 높았으며, 응답업체의 절반 이상이 최근 5년 이내에 플랫폼을 이용하기 시작한 것으로 나타남.
- 평균 이용 기간은 3.8년으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978), 복수응답]



- 오픈마켓 입점업체의 이용 기간이 상대적으로 길었으며, 배달앱 입점업체의 경우 평균 이용 기간이 가장 짧게 나타남.

구분(단위: %)		사례수	2년 미만	2년~5년 미만	5~10년 미만	10년 이상	평균(년)
전체		(978)	26.9	32.4	17.9	9.7	3.8
온라인 플랫폼 종류	오픈마켓	(490)	18.6	25.9	20.8	17.1	5.1
	배달앱	(164)	60.4	27.4	6.7	0.6	1.6
	숙박앱	(161)	22.4	39.1	19.9	2.5	3.1
	부동산앱	(163)	22.7	50.3	18.4	3.7	3.3
소재지	서울	(209)	16.7	27.8	16.7	17.2	5.0
	경기/인천	(214)	24.8	30.8	21.5	13.6	4.4
	대전/세종/충청	(78)	24.4	44.9	20.5	3.8	3.4
	대구/경북	(117)	28.2	24.8	22.2	11.1	4.3
	부산/울산/경남	(132)	32.6	34.1	15.2	6.8	3.1
	광주/전북/전남	(100)	33.0	41.0	13.0	2.0	2.7
	강원	(67)	34.3	32.8	16.4	3.0	2.6
	제주	(61)	39.3	34.4	13.1	1.6	2.3

*모름/무응답 13.1% 미제시

3) 창업 후 온라인 플랫폼 이용까지 걸린 기간

- 창업 후 온라인 플랫폼 이용까지의 기간을 확인한 결과, 응답업체의 과반수(61.9%)가 창업 후 1년 이내에 온라인 플랫폼을 이용하기 시작한 것으로 나타남.
- 평균적으로 창업 후 1.5년 이내에 온라인 플랫폼을 이용하기 시작하는 것으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978), 복수응답]



- 창업 후 온라인 플랫폼 이용까지의 기간은 부동산앱 입점업체에서 상대적으로 짧게 나타났으며, 최근에 창업한 업체일수록 온라인 플랫폼에 빠르게 진입하는 것으로 나타남.

구분(단위: %)		사례수	1년 미만	1년~5년 미만	5~10년 미만	10년 이상	평균(년)
전체		(978)	61.9	13.6	4.4	4.6	1.5
온라인 플랫폼 종류	오픈마켓	(490)	58.6	11.8	4.5	5.1	1.7
	배달앱	(164)	62.8	18.3	7.9	4.3	1.7
	숙박앱	(161)	60.2	14.3	1.2	5.6	1.4
	부동산앱	(163)	72.4	13.5	3.7	2.5	0.9
소재지	서울	(209)	54.5	12.0	5.7	3.8	1.5
	경기/인천	(214)	67.8	12.6	3.7	4.2	1.4
	대전/세종/충청	(78)	69.2	11.5	3.8	5.1	1.4
	대구/경북	(117)	58.1	14.5	4.3	6.0	2.1
	부산/울산/경남	(132)	65.2	12.1	4.5	3.8	1.3
	광주/전북/전남	(100)	60.0	19.0	3.0	4.0	1.3
	강원	(67)	53.7	16.4	6.0	10.4	2.5
창업 시기	제주	(61)	68.9	14.8	3.3	1.6	0.9
	2010년 이전	(125)	30.4	8.0	8.8	36.0	7.9
	2010년~2014년	(186)	57.0	20.4	15.6	0.0	1.6
	2015년~2020년	(555)	83.1	15.3	0.5	0.0	0.3

*모름/무응답 15.5%, 창업시기 무응답 112개사 미제시

4) 온라인 플랫폼을 이용하기 시작한 이유

- 온라인 플랫폼을 이용하게 된 이유로는 '온라인 플랫폼을 이용하지 않으면 영업을 지속하기 어렵기 때문'이라는 응답이 48.2%로 가장 높게 나타남.
- 다음으로 '온라인 시장으로 사업 범위 확대'(44.4%), '광고/홍보'(36.0%), '온라인 플랫폼을 이용한 창업'(34.8%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978), 복수응답]

--	--

- 온라인 플랫폼을 이용하지 않으면 영업을 지속하기 어렵기 때문이라는 응답은 배달업, 숙박업, 부동산업에서 상대적으로 높게 나타남.
- 오픈마켓의 경우, 온라인 시장으로 사업 범위 확대 및 온라인 플랫폼을 활용한 창업이 상대적으로 높게 나타남.

구분(단위: %)	사례수	온라인 플랫폼을 이용하지 않으면 영업을 지속하기 어려움	온라인 시장으로 사업 범위 확대	광고/홍보	온라인 플랫폼을 활용한 창업	주변 경쟁업체에서 이용하기 때문	기타	
전체	(978)	48.2	44.4	36.0	34.8	24.5	1.7	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	39.2	54.1	23.7	46.1	16.5	0.6
	배달업	(164)	50.0	38.4	32.9	25.6	27.4	7.3
	숙박업	(161)	56.5	42.2	50.3	19.9	33.5	1.2
	부동산업	(163)	65.0	23.3	62.0	24.5	36.8	0.0

- 창업시기별로 살펴보면, 온라인 플랫폼을 통해 창업했다는 응답은 창업시기가 최근 일수록 높았으며, 사업 범위를 확대하기 위해 온라인 플랫폼을 활용하게 되었다는 응답은 상대적으로 오래된 업체에서 높게 나타남.

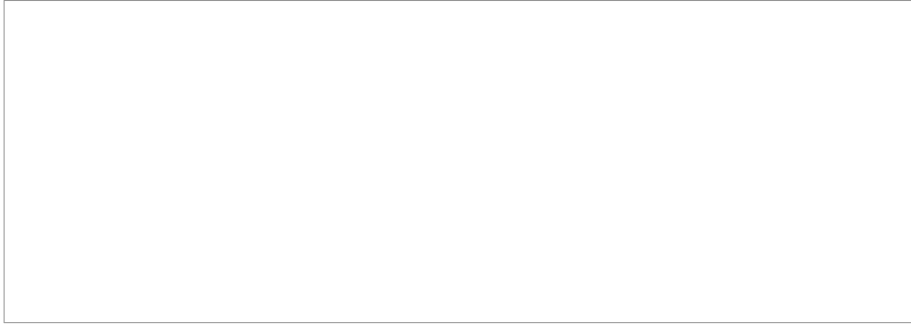
구분(단위: %)	사례수	온라인 플랫폼을 이용하지 않으면 영업을 지속하기 어려움	온라인 시장으로 사업 범위 확대	광고/홍보	온라인 플랫폼을 활용한 창업	주변 경쟁업체에서 이용하기 때문	기타	
전체	(978)	48.2	44.4	36.0	34.8	24.5	1.7	
소재지	서울	(209)	40.7	52.2	28.7	33.5	23.4	1.0
	경기/인천	(214)	47.7	43.9	30.4	45.8	18.7	0.5
	대전/세종/충청	(78)	53.8	37.2	37.2	30.8	25.6	1.3
	대구/경북	(117)	44.4	47.9	35.9	30.8	18.8	2.6
	부산/울산/경남	(132)	53.0	38.6	41.7	40.9	30.3	0.8
	광주/전북/전남	(100)	54.0	42.0	39.0	27.0	27.0	6.0
	강원	(67)	49.3	34.3	49.3	23.9	28.4	3.0
	제주	(61)	54.1	49.2	47.5	24.6	37.7	1.6
창업 시기	2010년 이전	(125)	40.8	62.4	31.2	17.6	16.0	0.8
	2010년~2014년	(186)	46.2	47.8	31.2	38.7	26.9	1.6
	2015년~2020년	(555)	51.5	38.4	38.9	40.0	25.8	2.2

*창업시기 무응답 112개사 미제시

5) 온라인 플랫폼 사용기업 매출액

□ 온라인 플랫폼 입점업체의 2019년 기준 연 매출을 확인한 결과, '1억원~3억원 미만'(11.9%), '10억원~100억원 미만'(10.7%)이 상대적으로 높게 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



□ 오픈마켓 입점업체의 경우, 연 매출액이 10억~100억 미만이라는 응답이 상대적으로 높게 나타났으며, 배달앱에서는 1억~3억 미만, 부동산업에서는 1억 미만의 응답 비율이 높게 나타남.

구분(단위: %)		사례수	1억 미만	1억~3억 미만	3억~5억 미만	5억~10억 미만	10억~100억 미만	100억 이상
전체		(978)	9.7	11.9	6.5	8.1	10.7	2.7
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	5.9	12.4	7.6	11.4	17.3	4.9
	배달앱	(164)	4.3	19.5	9.8	4.9	3.7	0.0
	숙박업	(161)	2.5	6.8	6.8	8.7	8.7	1.2
	부동산업	(163)	33.7	7.4	0.0	0.6	0.0	0.0
소재지	서울	(209)	6.7	11.5	5.3	9.6	17.7	5.3
	경기/인천	(214)	8.4	11.7	6.1	9.3	11.2	4.7
	대전/세종/충청	(78)	10.3	9.0	15.4	12.8	3.8	1.3
	대구/경북	(117)	12.0	12.0	6.0	7.7	12.8	1.7
	부산/울산/경남	(132)	13.6	12.1	8.3	6.8	8.3	0.8
	광주/전북/전남	(100)	11.0	7.0	6.0	8.0	7.0	1.0
	강원	(67)	13.4	19.4	6.0	4.5	1.5	0.0
	제주	(61)	4.9	16.4	0.0	0.0	11.5	0.0

*없음 9.5%, 모름/무응답 40.9% 미제시

6) 전체 매출액 중 온라인 플랫폼 매출액의 비중

□ 전체 매출액 중 온라인 플랫폼을 통한 매출액이 차지하는 비중을 확인한 결과, 응답업체의 대부분(73.9%)이 50% 이상이라고 답함.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



□ 플랫폼 매출액이 전체 매출액의 50% 이상을 차지한다는 응답은 오픈마켓에서 가장 높게 나타났으며, 지역별로는 경기/인천 지역이 가장 높았음.

구분(단위: %)		사례수	10% 미만	10~30%	20~30%	30~40%	50% 이상
전체		(978)	4.4	6.2	6.6	8.8	73.9
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	5.1	6.1	4.9	5.9	78.0
	배달앱	(164)	4.9	11.6	9.8	7.3	66.5
	숙박업	(161)	2.5	2.5	9.9	18.6	66.5
	부동산업	(163)	3.7	4.9	5.5	9.2	76.7
소재지	서울	(209)	6.2	4.8	10.0	8.1	70.8
	경기/인천	(214)	3.3	3.7	2.8	7.9	82.2
	대전/세종/충청	(78)	2.6	6.4	6.4	7.7	76.9
	대구/경북	(117)	3.4	8.5	4.3	7.7	76.1
	부산/울산/경남	(132)	4.5	5.3	6.1	6.8	77.3
	광주/전북/전남	(100)	3.0	6.0	11.0	14.0	66.0
	강원	(67)	9.0	13.4	7.5	13.4	56.7
	제주	(61)	3.3	9.8	6.6	8.2	72.1

7-1) 온라인 플랫폼 이용 후 매출액의 변화(증가)

□ 응답업체의 41.0%가 온라인 플랫폼을 이용한 후 매출이 증가했다고 응답하였으며, 이 중 절반 수준(48.1%)이 50% 이상의 매출 상승을 경험한 것으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



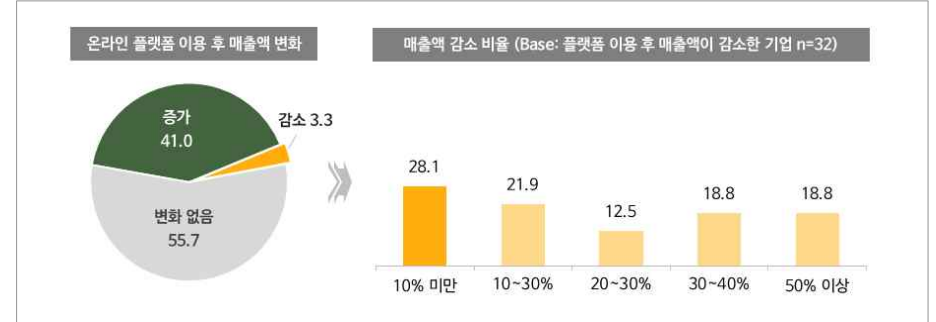
□ 플랫폼 이용 후 매출이 증가했다는 응답은 배달앱에서 상대적으로 높게 나타남.
 □ 매출액 증가 비율을 플랫폼별로 살펴보면, 50% 이상 증가했다는 응답은 부동산앱에서 상대적으로 높게 나타남.

구분(단위: %)	매출액 변화				매출액 증가 비율						
	사례수	증가	변화 없음	감소	사례수	10% 미만	10~30%	20~30%	30~40%	50% 이상	
전체	(978)	41.0	55.7	3.3	(401)	8.7	17.2	12.5	13.5	48.1	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	37.3	59.6	3.1	(183)	10.9	18.0	10.4	10.4	50.3
	배달앱	(164)	48.2	49.4	2.4	(79)	8.9	17.7	16.5	13.9	43.0
	숙박앱	(161)	42.9	52.8	4.3	(69)	7.2	18.8	14.5	23.2	36.2
	부동산앱	(163)	42.9	53.4	3.7	(70)	4.3	12.9	11.4	11.4	60.0
소재지	서울	(209)	41.6	52.6	5.7	(87)	11.5	16.1	13.8	12.6	46.0
	경기/인천	(214)	37.9	60.3	1.9	(81)	8.6	17.3	7.4	13.6	53.1
	대전/세종/충청	(78)	47.4	51.3	1.3	(37)	0.0	16.2	18.9	8.1	56.8
	대구/경북	(117)	35.9	60.7	3.4	(42)	9.5	23.8	7.1	14.3	45.2
	부산/울산/경남	(132)	36.4	59.1	4.5	(48)	10.4	10.4	6.3	14.6	58.3
	광주/전북/전남	(100)	53.0	45.0	2.0	(53)	5.7	17.0	13.2	17.0	47.2
	강원	(67)	43.3	52.2	4.5	(29)	13.8	24.1	24.1	17.2	20.7
	제주	(61)	39.3	60.7	0.0	(24)	8.3	16.7	20.8	8.3	45.8

7-2) 온라인 플랫폼 이용 후 매출액의 변화(감소)

□ 반면, 플랫폼 이용 후 매출이 감소하였다는 응답은 3.3%에 그침.
 □ 감소 비율은 10% 미만(28.1%), 10~30%(21.9%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]

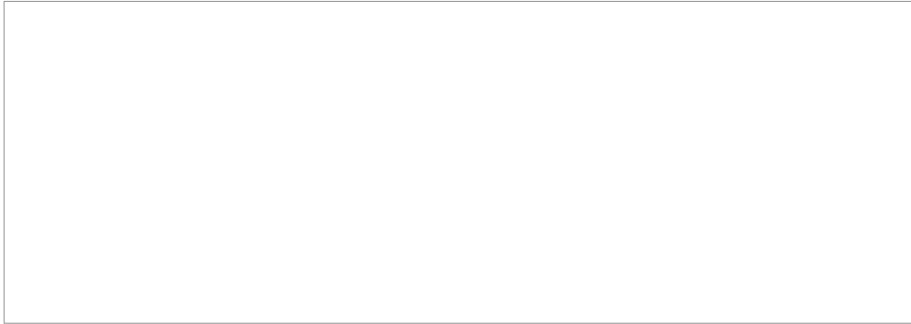


구분(단위: %)	매출액 변화				매출액 감소 비율					
	사례수	증가	변화 없음	감소	사례수	10% 미만	10~30%	20~30%	30~40%	50% 이상
전체	(978)	41.0	55.7	3.3	(32)	28.1	21.9	12.5	18.8	18.8
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	37.3	59.6	3.1	(15)	26.7	20.0	0.0	26.7
	배달앱	(164)	48.2	49.4	2.4	(4)	25.0	25.0	25.0	0.0
	숙박앱	(161)	42.9	52.8	4.3	(7)	57.1	0.0	42.9	0.0
	부동산앱	(163)	42.9	53.4	3.7	(6)	0.0	50.0	0.0	33.3
소재지	서울	(209)	41.6	52.6	5.7	(12)	16.7	16.7	16.7	25.0
	경기/인천	(214)	37.9	60.3	1.9	(4)	0.0	25.0	25.0	25.0
	대전/세종/충청	(78)	47.4	51.3	1.3	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0
	대구/경북	(117)	35.9	60.7	3.4	(4)	25.0	25.0	0.0	25.0
	부산/울산/경남	(132)	36.4	59.1	4.5	(6)	50.0	16.7	16.7	16.7
	광주/전북/전남	(100)	53.0	45.0	2.0	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0
	강원	(67)	43.3	52.2	4.5	(3)	66.7	0.0	0.0	0.0
	제주	(61)	39.3	60.7	0.0	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0

8) 온라인 플랫폼 사용기업 영업이익

□ 온라인 플랫폼 입점업체의 2019년 기준 영업이익을 확인한 결과, '3천만원 미만'(10.5%)이 상대적으로 높았으며, 다음으로 '5천만원~1억원 미만'(7.7%), '3천만원~5천만원 미만'(7.3%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



□ 영업이익이 3천만원 미만이라는 응답은 부동산업 입점업체에서 가장 높게 나타남.

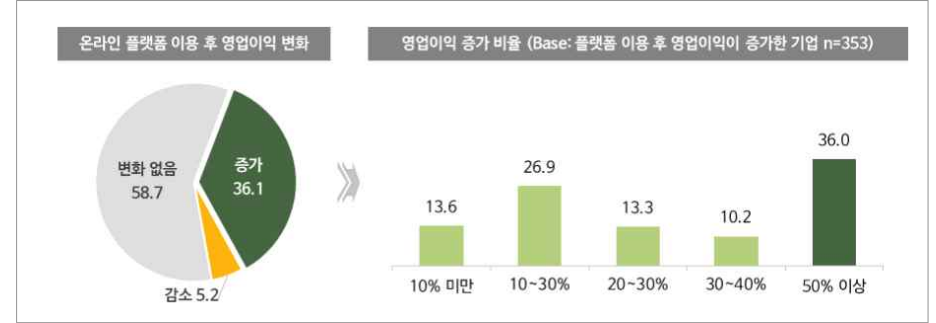
구분(단위: %)		사례수	3천 미만	3천~5천 미만	5천~1억 미만	1억~3억 미만	3억 이상	적자
전체		(978)	10.5	7.3	7.7	6.4	4.5	0.4
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	9.0	8.8	9.8	8.8	7.8	0.2
	배달앱	(164)	11.6	7.3	7.3	5.5	0.6	0.0
	숙박앱	(161)	4.3	1.2	5.0	6.2	3.1	1.9
	부동산업	(163)	20.2	8.6	4.3	0.6	0.0	0.0
소재지	서울	(209)	9.6	7.7	7.7	7.7	7.7	1.0
	경기/인천	(214)	13.1	7.0	8.4	3.3	6.1	0.0
	대전/세종/충청	(78)	14.1	10.3	9.0	10.3	2.6	0.0
	대구/경북	(117)	3.4	7.7	6.8	11.1	3.4	0.0
	부산/울산/경남	(132)	14.4	3.0	9.8	6.1	1.5	0.8
	광주/전북/전남	(100)	4.0	11.0	7.0	7.0	5.0	0.0
	강원	(67)	14.9	7.5	7.5	3.0	1.5	0.0
	제주	(61)	11.5	4.9	1.6	3.3	1.6	1.6

*없음 9.8%, 모름/무응답 53.4% 미제시

9-1) 온라인 플랫폼 이용 후 영업이익의 변화(증가)

□ 온라인 플랫폼 이용 후 영업이익이 증가했다는 응답은 36.1%로, 이 중 1/3 이상이 50% 이상 증가하였다고 답함.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



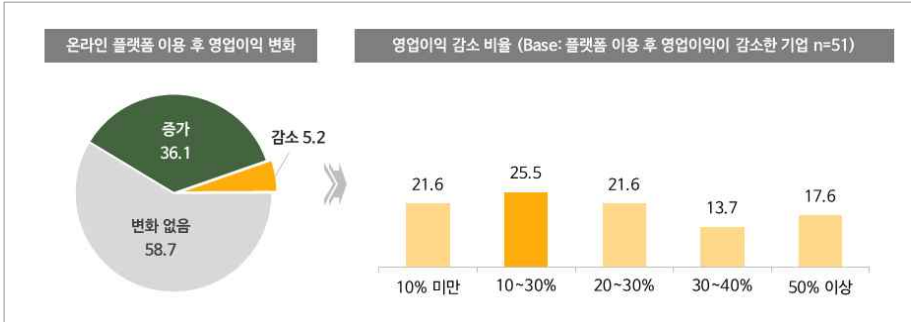
□ 플랫폼 이용 후 영업이익이 증가했다는 응답은 배달앱에서 가장 높게 나타났으며, 50% 이상 증가했다는 응답은 부동산업에서 상대적으로 높게 나타남.

구분(단위: %)		영업이익 변화			영업이익 증가 비율						
		사례수	증가	변화 없음	감소	사례수	10% 미만	10~30%	20~30%	30~40%	50% 이상
전체		(978)	36.1	58.7	5.2	(353)	13.6	26.9	13.3	10.2	36.0
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	33.3	63.3	3.5	(163)	16.0	28.2	12.3	9.8	33.7
	배달앱	(164)	44.5	53.7	1.8	(73)	19.2	24.7	15.1	6.8	34.2
	숙박앱	(161)	33.5	55.9	10.6	(54)	7.4	31.5	16.7	18.5	25.9
	부동산업	(163)	38.7	52.8	8.6	(63)	6.3	22.2	11.1	7.9	52.4
소재지	서울	(209)	36.8	55.0	8.1	(77)	14.3	23.4	14.3	15.6	32.5
	경기/인천	(214)	31.8	64.0	4.2	(68)	11.8	29.4	11.8	8.8	38.2
	대전/세종/충청	(78)	42.3	53.8	3.8	(33)	15.2	33.3	12.1	6.1	33.3
	대구/경북	(117)	32.5	61.5	6.0	(38)	15.8	21.1	15.8	10.5	36.8
	부산/울산/경남	(132)	30.3	64.4	5.3	(40)	7.5	15.0	17.5	10.0	50.0
	광주/전북/전남	(100)	47.0	50.0	3.0	(47)	10.6	31.9	10.6	6.4	40.4
	강원	(67)	41.8	52.2	6.0	(28)	32.1	32.1	14.3	7.1	14.3
	제주	(61)	36.1	62.3	1.6	(22)	4.5	36.4	9.1	13.6	36.4

9-2) 온라인 플랫폼 이용 후 영업이익의 변화(감소)

- 반면, 응답업체의 5.2%는 플랫폼 이용 후 영업이익이 감소했다고 답함.
- 10~30% 감소했다는 응답이 25.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 10% 미만, 20~30%(21.6%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



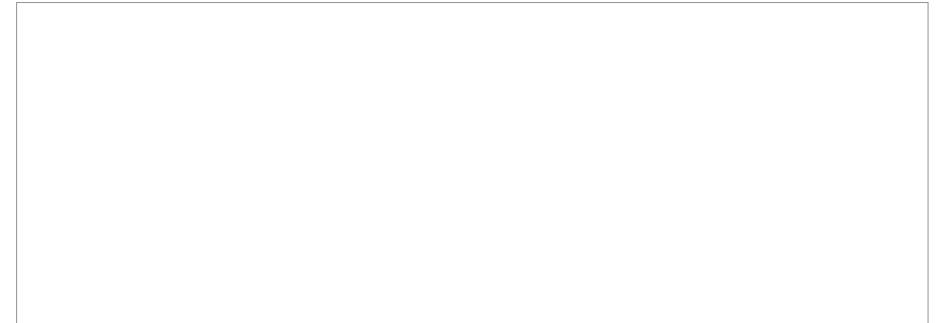
- 플랫폼 이용 후 영업이익이 감소했다는 응답은 숙박앱에서 상대적으로 높게 나타남.

구분(단위: %)	영업이익 변화				영업이익 감소 비율						
	사례수	증가	변화 없음	감소	사례수	10% 미만	10~30%	20~30%	30~40%	50% 이상	
전체	(978)	36.1	58.7	5.2	(51)	21.6	25.5	21.6	13.7	17.6	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	33.3	63.3	3.5	(17)	23.5	23.5	11.8	23.5	17.6
	배달앱	(164)	44.5	53.7	1.8	(3)	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3
	숙박앱	(161)	33.5	55.9	10.6	(17)	23.5	11.8	47.1	5.9	11.8
	부동산앱	(163)	38.7	52.8	8.6	(14)	14.3	50.0	0.0	14.3	21.4
소재지	서울	(209)	36.8	55.0	8.1	(17)	5.9	23.5	23.5	23.5	23.5
	경기/인천	(214)	31.8	64.0	4.2	(9)	33.3	11.1	22.2	11.1	22.2
	대전/세종/충청	(78)	42.3	53.8	3.8	(3)	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0
	대구/경북	(117)	32.5	61.5	6.0	(7)	28.6	28.6	28.6	0.0	14.3
	부산/울산/경남	(132)	30.3	64.4	5.3	(7)	14.3	42.9	28.6	0.0	14.3
	광주/전북/전남	(100)	47.0	50.0	3.0	(3)	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
	강원	(67)	41.8	52.2	6.0	(4)	0.0	25.0	25.0	25.0	25.0
	제주	(61)	36.1	62.3	1.6	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

10) 온라인 플랫폼 매출액 중 플랫폼 이용료의 비중

- 온라인 플랫폼을 통한 매출액 중 플랫폼 이용료(중개수수료)가 차지하는 비중을 확인한 결과, '10~15%'라는 응답이 35.4%로 가장 높았으며, '5~10%(27.7%)'가 뒤를 이음.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



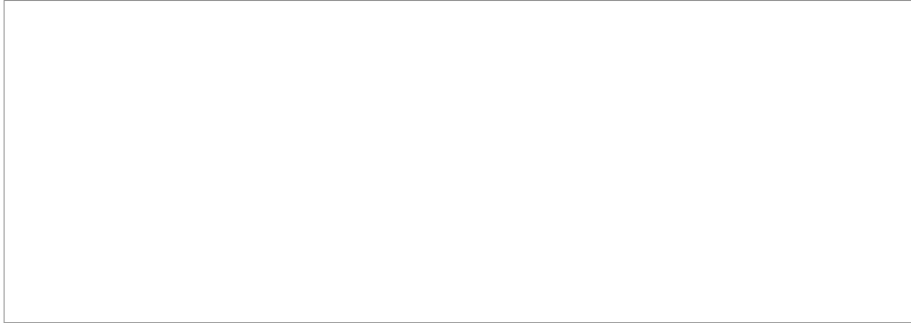
- 중개수수료가 플랫폼 매출액의 20% 이상을 차지한다는 응답은 부동산앱 입점업체에서 가장 높게 나타났으며, 배달앱은 5~10%, 오픈마켓과 숙박앱은 10~15%의 응답이 상대적으로 높게 나타남.

구분(단위: %)	사례수	5% 미만	5~10%	10~15%	15~20%	20% 이상	
		전체	(978)	7.9	27.7	35.4	12.1
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	7.3	29.4	43.1	13.1	7.1
	배달앱	(164)	14.0	36.6	30.5	12.8	6.1
	숙박앱	(161)	4.3	31.1	41.0	10.6	13.0
	부동산앱	(163)	6.7	10.4	11.7	9.8	61.3
소재지	서울	(209)	9.6	25.4	34.0	12.4	18.7
	경기/인천	(214)	6.5	27.1	36.4	14.5	15.4
	대전/세종/충청	(78)	9.0	26.9	39.7	6.4	17.9
	대구/경북	(117)	4.3	27.4	32.5	13.7	22.2
	부산/울산/경남	(132)	5.3	28.8	37.9	11.4	16.7
	광주/전북/전남	(100)	11.0	31.0	35.0	6.0	17.0
	강원	(67)	11.9	29.9	38.8	10.4	9.0
	제주	(61)	8.2	29.5	27.9	19.7	14.8

11) 온라인 플랫폼 이용료 적정성

□ 온라인 플랫폼 이용료가 적정하다는 응답은 13.0%, 부담된다는 응답은 66.1%로, 응답업체의 과반수가 플랫폼 이용료에 대해 부담을 느끼는 것으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



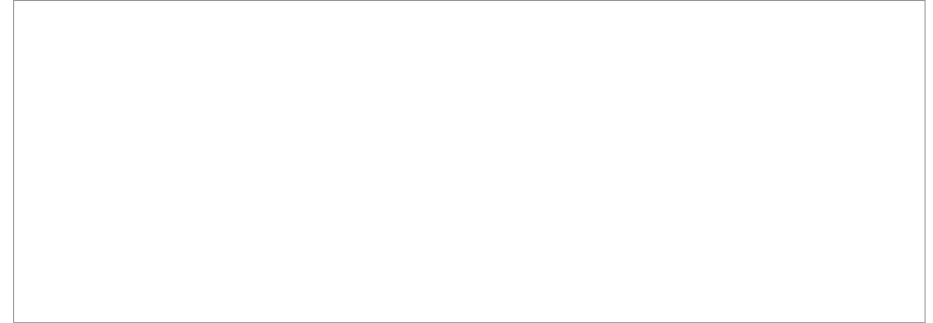
□ 플랫폼 이용료가 부담된다는 응답은 부동산업에서 가장 높게 나타남.

구분(단위: %)	사례수	적정 13.0%		보통	부담 66.1%		100점 평균(점)	
		매우 적정	적정		부담	매우 부담		
전체	(978)	0.7	12.3	21.0	40.4	25.7	30.5	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	1.2	14.7	23.7	44.5	15.9	35.2
	배달앱	(164)	0.6	8.5	22.6	42.1	26.2	28.8
	숙박앱	(161)	0.0	13.0	24.8	29.8	32.3	29.7
	부동산업	(163)	0.0	8.0	7.4	36.8	47.9	18.9
소재지	서울	(209)	1.9	16.3	22.5	38.3	21.1	34.9
	경기/인천	(214)	0.0	14.0	19.2	42.5	24.3	30.7
	대전/세종/충청	(78)	0.0	9.0	16.7	46.2	28.2	26.6
	대구/경북	(117)	0.0	11.1	16.2	41.9	30.8	26.9
	부산/울산/경남	(132)	0.8	8.3	19.7	45.5	25.8	28.2
	광주/전북/전남	(100)	1.0	11.0	23.0	30.0	35.0	28.3
	강원	(67)	0.0	11.9	26.9	40.3	20.9	32.5
	제주	(61)	1.6	9.8	29.5	36.1	23.0	32.8

12) 온라인 플랫폼 광고비 적정성

□ 온라인 플랫폼 광고비가 적정하다는 응답은 10.0%, 부담된다는 응답은 66.0%로, 응답업체의 과반수가 광고비에 대해 부담을 느끼는 것으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



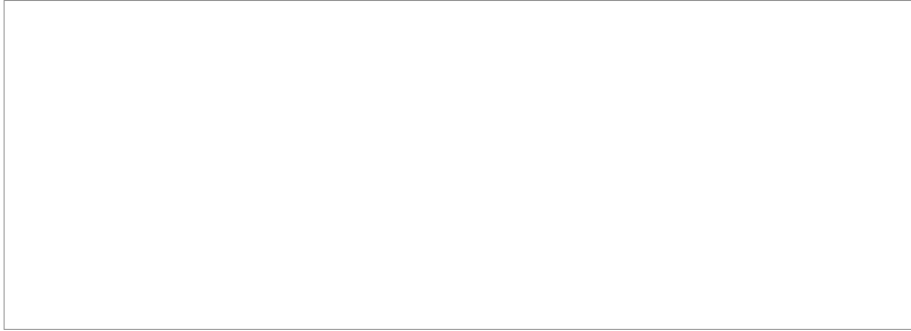
□ 광고비가 부담된다는 응답은 부동산업에서 가장 높게 나타남.

구분(단위: %)	사례수	적정 10.0%		보통	부담 66.0%		100점 평균(점)	
		매우 적정	적정		부담	매우 부담		
전체	(978)	0.5	9.5	24.0	38.2	27.7	29.2	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	0.4	10.0	29.0	40.4	20.2	32.5
	배달앱	(164)	1.2	12.8	25.0	43.3	17.7	34.1
	숙박앱	(161)	0.6	11.2	28.0	28.0	32.3	30.0
	부동산업	(163)	0.0	3.1	4.3	36.8	55.8	13.7
소재지	서울	(209)	1.0	12.9	23.9	36.8	25.4	31.8
	경기/인천	(214)	0.5	8.4	25.2	39.7	26.2	29.3
	대전/세종/충청	(78)	0.0	7.7	21.8	38.5	32.1	26.3
	대구/경북	(117)	0.0	6.0	22.2	35.9	35.9	24.6
	부산/울산/경남	(132)	0.0	10.6	17.4	42.4	29.5	27.3
	광주/전북/전남	(100)	1.0	8.0	23.0	33.0	35.0	26.8
	강원	(67)	0.0	9.0	31.3	44.8	14.9	33.6
	제주	(61)	1.6	11.5	34.4	34.4	18.0	36.1

13) 상품 노출 기준 공개 여부

□ 응답업체의 대부분(77.2%)이 온라인 플랫폼에서 상품 노출 기준을 입점업체에 공개하고 있다고 답함.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



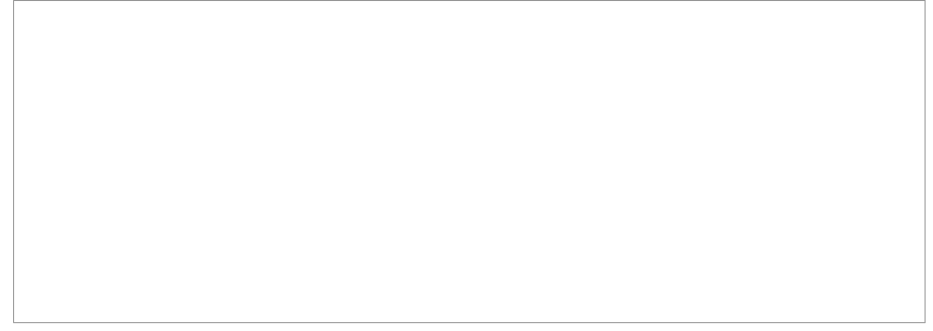
□ 상품 노출 기준을 공개하지 않는다는 응답은 오픈마켓에서 타 플랫폼 대비 높게 나타남.

구분(단위: %)		사례수	공개함	공개하지 않음
전체		(978)	77.2	22.8
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	70.8	29.2
	배달앱	(164)	84.8	15.2
	숙박앱	(161)	83.2	16.8
	부동산앱	(163)	82.8	17.2
소재지	서울	(209)	74.6	25.4
	경기/인천	(214)	70.6	29.4
	대전/세종/충청	(78)	78.2	21.8
	대구/경북	(117)	85.5	14.5
	부산/울산/경남	(132)	78.8	21.2
	광주/전북/전남	(100)	82.0	18.0
	강원	(67)	76.1	23.9
	제주	(61)	82.0	18.0

14) 상품 노출 기준 합리성

□ 상품 노출 기준이 합리적이라고 생각한다는 응답은 26.4%, 불합리하다는 응답은 19.6%로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



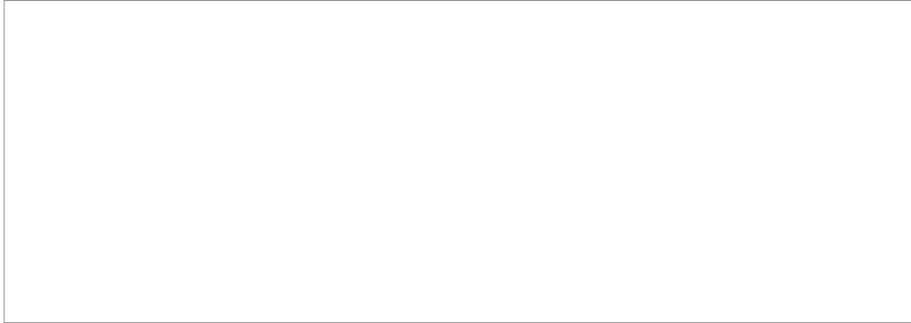
□ 상품 노출 기준이 합리적이라는 응답은 배달앱에서, 불합리하다는 응답은 부동산앱에서 상대적으로 높게 나타남.

구분(단위: %)	사례수	합리 26.4%		보통	불합리 19.6%		100점 평균(점)	
		매우 그렇다	그렇다		그렇지 않다	매우 그렇지 않다		
전체	(978)	2.6	23.8	54.0	13.9	5.7	50.9	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	2.9	22.2	56.9	14.7	3.3	51.7
	배달앱	(164)	4.3	27.4	53.7	9.1	5.5	54.0
	숙박앱	(161)	1.9	24.2	52.2	10.6	11.2	48.8
	부동산앱	(163)	0.6	24.5	47.2	19.6	8.0	47.5
소재지	서울	(209)	3.3	22.5	57.9	11.5	4.8	52.0
	경기/인천	(214)	3.3	23.8	51.9	15.4	5.6	50.9
	대전/세종/충청	(78)	2.6	28.2	51.3	11.5	6.4	52.2
	대구/경북	(117)	0.0	26.5	57.3	8.5	7.7	50.6
	부산/울산/경남	(132)	1.5	17.4	57.6	17.4	6.1	47.7
	광주/전북/전남	(100)	2.0	28.0	47.0	15.0	8.0	50.3
	강원	(67)	3.0	28.4	52.2	11.9	4.5	53.4
	제주	(61)	4.9	19.7	50.8	23.0	1.6	50.8

15) 상품 노출 빈도 만족도

□ 온라인 플랫폼의 상품 노출 빈도에 대해 만족한다는 응답은 22.9%, 불만족한다는 응답은 18.6%로 나타났으며, 만족도를 100점으로 환산한 점수는 50.7점으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



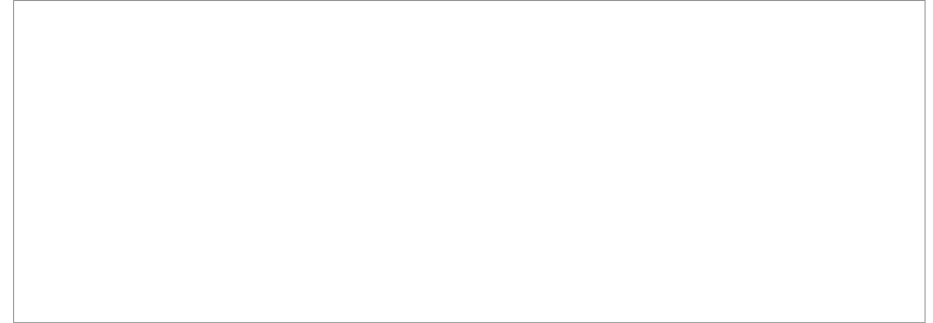
□ 상품 노출 빈도에 대한 만족도는 부동산업에서 가장 낮은 수준을 보임.

구분(단위: %)	사례수	만족 22.9%		보통	불만족 18.6%		100점 평균(점)	
		매우 만족	만족		불만족	매우 불만족		
전체	(978)	1.5	21.4	58.5	15.6	3.0	50.7	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	1.6	21.2	58.6	16.7	1.8	51.0
	배달앱	(164)	1.2	26.8	57.9	11.6	2.4	53.2
	숙박앱	(161)	2.5	24.2	55.9	11.2	6.2	51.4
	부동산업	(163)	0.6	13.5	61.3	20.9	3.7	46.6
소재지	서울	(209)	1.9	21.1	60.8	13.9	2.4	51.6
	경기/인천	(214)	2.3	22.0	53.7	19.2	2.8	50.5
	대전/세종/충청	(78)	0.0	20.5	57.7	17.9	3.8	48.7
	대구/경북	(117)	0.9	19.7	64.1	11.1	4.3	50.4
	부산/울산/경남	(132)	0.0	17.4	61.4	18.9	2.3	48.5
	광주/전북/전남	(100)	2.0	20.0	59.0	14.0	5.0	50.0
	강원	(67)	1.5	28.4	61.2	6.0	3.0	54.9
	제주	(61)	3.3	27.9	47.5	21.3	0.0	53.3

16) 온라인 플랫폼 전반적 만족도

□ 온라인 플랫폼에 대해 전반적으로 만족한다는 응답은 32.6%, 불만족한다는 응답은 16.9%, 전반적인 만족도는 53.3점으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



□ 오픈마켓의 만족도가 상대적으로 높았으며, 부동산업은 가장 낮은 수준으로 나타남.

구분(단위: %)	사례수	만족 32.6%		보통	불만족 16.9%		100점 평균(점)	
		매우 만족	만족		불만족	매우 불만족		
전체	(978)	2.4	30.3	50.5	12.0	4.9	53.3	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	2.7	35.5	52.7	7.3	1.8	57.4
	배달앱	(164)	3.0	32.3	48.8	12.2	3.7	54.7
	숙박앱	(161)	1.9	29.8	42.2	15.5	10.6	49.2
	부동산업	(163)	1.2	12.9	54.0	22.1	9.8	43.4
소재지	서울	(209)	2.4	30.6	53.1	9.6	4.3	54.3
	경기/인천	(214)	1.9	33.2	50.9	10.3	3.7	54.8
	대전/세종/충청	(78)	3.8	24.4	55.1	10.3	6.4	52.2
	대구/경북	(117)	0.9	29.9	47.0	17.1	5.1	51.1
	부산/울산/경남	(132)	0.8	25.0	53.0	15.9	5.3	50.0
	광주/전북/전남	(100)	5.0	26.0	47.0	14.0	8.0	51.5
	강원	(67)	3.0	31.3	53.7	7.5	4.5	55.2
	제주	(61)	3.3	44.3	37.7	11.5	3.3	58.2

17) 온라인 플랫폼 불만족 사유

- 온라인 플랫폼에 대한 불만족 요인으로 '수수료 정책'이 52.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 '정산 절차'(9.0%), '서비스 품질'(5.3%), '할인행사 부담'(5.2%) 등의 순임.
- 기타 응답으로는 '과도한 광고 정책', '고객센터 연결 지연', '소비자의 거짓리뷰/허위 신고로 인한 불이익 경험' 등이 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



- 불만족스러웠던 점으로 수수료 정책을 꼽은 비율은 배달앱, 부동산업에서 상대적으로 높게 나타남.

구분(단위: %)	사례수	수수료 정책	정산 절차	서비스 품질	할인행사 부담	사용 방법	계약 조건	기타	
전체	(978)	52.1	9.0	5.3	5.2	4.1	2.9	5.3	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	44.5	14.3	4.5	7.6	5.1	3.7	4.3
	배달앱	(164)	57.9	7.3	7.3	3.7	0.6	1.8	6.7
	숙박앱	(161)	54.0	2.5	6.2	3.7	3.7	1.9	2.5
	부동산업	(163)	67.5	1.2	4.9	1.2	4.9	2.5	9.8
소재지	서울	(209)	47.8	12.4	4.8	6.2	3.8	2.9	5.7
	경기/인천	(214)	53.7	9.8	3.7	6.5	4.7	1.9	4.2
	대전/세종/충청	(78)	57.7	3.8	5.1	5.1	3.8	6.4	6.4
	대구/경북	(117)	62.4	6.8	2.6	6.0	2.6	0.9	6.8
	부산/울산/경남	(132)	59.1	9.1	6.8	3.0	2.3	3.8	3.8
	광주/전북/전남	(100)	47.0	9.0	6.0	6.0	8.0	4.0	5.0
	강원	(67)	43.3	7.5	9.0	1.5	4.5	1.5	6.0
	제주	(61)	37.7	6.6	9.8	3.3	3.3	3.3	6.6

*없음/무응답 16.1% 미제시

18) 온라인 플랫폼 향후 이용 의향

- 향후 이용 의향에 대해서는 응답업체의 대부분(90.2%)이 온라인 플랫폼을 지속적으로 이용하겠다고 밝혔고, 그렇지 않다는 응답은 1.1%에 그침.
- 이용 의향을 100점으로 환산한 점수는 86.6점으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



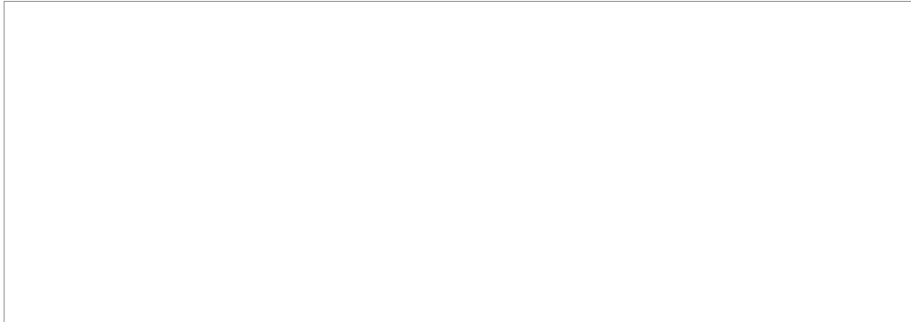
- 향후 이용 의향에 대한 긍정 응답은 오픈마켓과 배달앱에서 상대적으로 높게 나타났으며, '매우 그렇다'의 응답 비율은 오픈마켓에서 가장 높았음.

구분(단위: %)	사례수	긍정 90.2%		보통	부정 1.1%		100점 평균(점)	
		매우 그렇다	그렇다		그렇지 않다	매우 그렇지 않다		
전체	(978)	57.9	32.3	8.7	0.4	0.7	86.6	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	67.1	26.7	5.9	0.0	0.2	90.2
	배달앱	(164)	53.7	39.0	6.1	0.0	1.2	86.0
	숙박앱	(161)	54.7	33.5	8.7	2.5	0.6	84.8
	부동산업	(163)	37.4	41.1	19.6	0.0	1.8	78.1
소재지	서울	(209)	60.3	30.6	8.1	0.0	1.0	87.3
	경기/인천	(214)	62.6	28.5	7.5	0.5	0.9	87.9
	대전/세종/충청	(78)	56.4	34.6	7.7	1.3	0.0	86.5
	대구/경북	(117)	57.3	37.6	5.1	0.0	0.0	88.0
	부산/울산/경남	(132)	65.2	26.5	8.3	0.0	0.0	89.2
	광주/전북/전남	(100)	49.0	30.0	18.0	1.0	2.0	80.8
	강원	(67)	50.7	35.8	10.4	1.5	1.5	83.2
	제주	(61)	42.6	50.8	6.6	0.0	0.0	84.0

19) 온라인 플랫폼 지속 이용 이유

- 온라인 플랫폼을 지속적으로 이용하겠다고 응답한 경우, 그 이유로 '매출 및 영업이익 확대에 도움이 되기 때문'(45.7%)과 '플랫폼을 이용하지 않으면 영업을 지속하기 어려움'(44.3%)이 상대적으로 높게 나타남.

[단위: %, Base: 향후 이용 의향이 있다고 응답한 경우(n=882)]



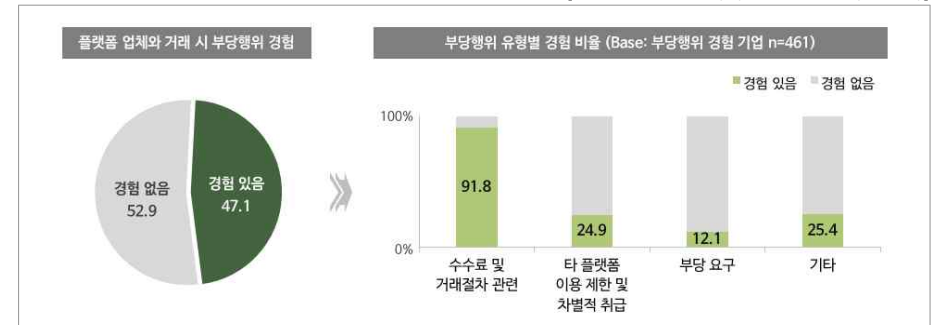
- '매출 및 영업이익 확대에 도움이 되기 때문'이라는 응답은 오픈마켓 입점업체에서 상대적으로 높게 나타났으며, '플랫폼을 이용하지 않으면 영업을 지속하기 어렵기 때문'이라는 응답은 부동산업에서 상대적으로 높게 나타남.

구분(단위: %)		사례수	매출 및 영업이익 확대에 도움이 되기 때문	플랫폼을 이용하지 않으면 영업을 지속하기 어려움	다른 홍보 및 주문접수 방법보다 편리해서	주변 경쟁업체에서 이용하기 때문	기타
전체		(882)	45.7	44.3	5.8	3.6	0.6
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(460)	50.4	41.1	7.0	1.3	0.2
	배달앱	(152)	42.1	46.7	5.3	4.6	1.3
	숙박앱	(142)	43.7	43.0	7.0	5.6	0.7
	부동산업	(128)	35.2	54.7	0.8	8.6	0.8
소재지	서울	(190)	50.0	42.6	4.7	2.1	0.5
	경기/인천	(195)	48.2	40.5	8.7	2.1	0.5
	대전/세종/충청	(71)	45.1	50.7	1.4	2.8	0.0
	대구/경북	(111)	37.8	55.9	0.9	5.4	0.0
	부산/울산/경남	(121)	40.5	47.9	7.4	4.1	0.0
	광주/전북/전남	(79)	44.3	44.3	3.8	5.1	2.5
	강원	(58)	39.7	37.9	13.8	8.6	0.0
	제주	(57)	57.9	31.6	5.3	3.5	1.8

2. 온라인 플랫폼 업체와의 거래관계에서 발생하는 부당행위 경험

- 온라인 플랫폼 업체와 거래 시 발생하는 부당행위에 대한 경험을 확인한 결과, 응답 업체의 47.1%가 부당행위를 겪었다고 답함.
- 수수료 및 거래절차와 관련한 부당행위의 경험 비율이 91.8%로 압도적으로 높게 나타났으며, 다음으로 타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급(24.9%), 부당 요구(12.1%) 등의 순으로 나타남.

[단위: 경험 있음(%), Base: 전체(n=978)]



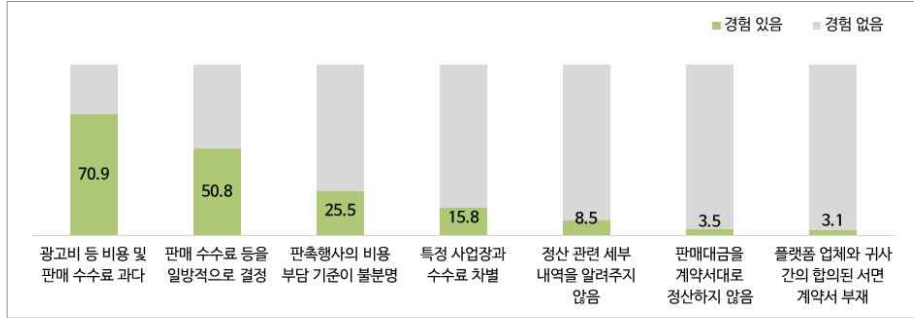
- 부당행위를 경험했다는 응답은 부동산업 입점업체에서 가장 높게 나타났으며, 플랫폼 유형과 관계없이 수수료 및 거래절차 관련 부당행위의 경험 비율이 가장 높았음.

구분(단위: %)		부당행위 경험			부당행위 유형별 경험 비율				
		사례수	경험 있음	경험 없음	사례수	수수료 및 거래절차 관련	타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급	부당 요구	기타
전체		(978)	47.1	52.9	(461)	91.8	24.9	12.1	25.4
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	44.9	55.1	(220)	89.1	30.9	12.7	29.1
	배달앱	(164)	39.6	60.4	(65)	95.4	9.2	6.2	16.9
	숙박앱	(161)	47.8	52.2	(77)	90.9	29.9	20.8	29.9
	부동산업	(163)	60.7	39.3	(99)	96.0	18.2	8.1	19.2
소재지	서울	(209)	48.8	51.2	(102)	96.1	33.3	10.8	20.6
	경기/인천	(214)	47.7	52.3	(102)	85.3	26.5	15.7	29.4
	대전/세종/충청	(78)	51.3	48.7	(40)	90.0	22.5	5.0	20.0
	대구/경북	(117)	49.6	50.4	(58)	96.6	25.9	12.1	25.9
	부산/울산/경남	(132)	47.7	52.3	(63)	92.1	23.8	15.9	28.6
	광주/전북/전남	(100)	49.0	51.0	(49)	93.9	12.2	14.3	20.4
	강원	(67)	37.3	62.7	(25)	88.0	16.0	0.0	32.0
	제주	(61)	36.1	63.9	(22)	90.9	22.7	13.6	31.8

1) 수수료 및 거래절차 관련

- 수수료 및 거래절차와 관련한 부당행위를 겪은 경우, '광고비 등 비용 및 판매 수수료 과다'의 경험 비율이 70.9%로 가장 높게 나타남.
- 다음으로 '판매 수수료 등을 일방적으로 결정'(50.8%), '판촉행사의 비용 부담 기준이 불분명'(25.5%) 등의 순으로 나타남.

[단위: 경험 있음(%), Base: 수수료 및 거래절차 관련 부당행위 경험 업체(n=423)]



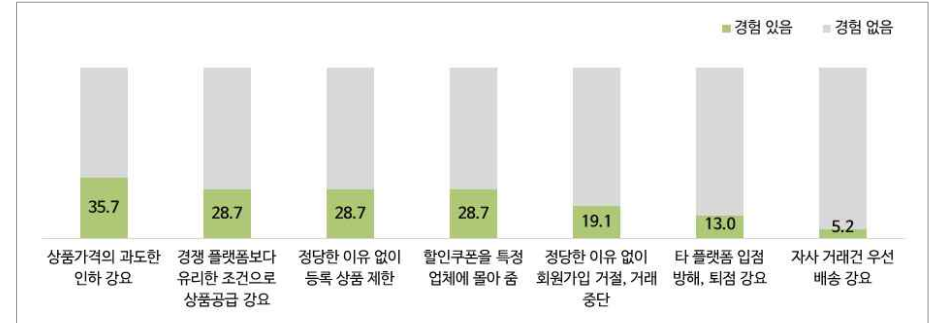
- '광고비 등 비용 및 판매 수수료 과다'를 경험했다는 응답은 부동산업과 배달업 입점 업체에서 상대적으로 높게 나타남.

구분(단위: %)	사례수	광고비 등 비용 및 판매 수수료 과다	판매 수수료 등을 일방적으로 결정	판촉행사의 비용 부담 기준이 불분명	특정 사업장과 수수료 차별	정산 관련 세부 내역을 알려주지 않음	판매대금을 계약서대로 정산하지 않음	플랫폼 업체와 귀사 간의 합의된 서면계약서 부재	
전체	(423)	70.9	50.8	25.5	15.8	8.5	3.5	3.1	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(196)	66.3	46.9	27.6	17.9	9.2	5.6	2.6
	배달업	(62)	75.8	46.8	11.3	17.7	9.7	3.2	6.5
	숙박업	(70)	67.1	50.0	42.9	18.6	8.6	1.4	1.4
	부동산업	(95)	80.0	62.1	17.9	8.4	6.3	1.1	3.2
소재지	서울	(98)	73.5	39.8	28.6	15.3	6.1	7.1	1.0
	경기/인천	(87)	74.7	50.6	25.3	16.1	11.5	1.1	3.4
	대전/세종/충청	(36)	63.9	55.6	22.2	19.4	11.1	5.6	2.8
	대구/경북	(56)	71.4	55.4	28.6	8.9	7.1	3.6	0.0
	부산/울산/경남	(58)	70.7	60.3	22.4	17.2	5.2	3.4	3.4
	광주/전북/전남	(46)	76.1	45.7	23.9	8.7	8.7	2.2	6.5
	강원	(22)	68.2	68.2	18.2	27.3	9.1	0.0	13.6
	제주	(20)	45.0	50.0	30.0	30.0	15.0	0.0	0.0

2) 타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급

- 타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급과 관련한 행위로는 '상품가격의 과도한 인하 강요'의 경험 비율이 35.7%로 상대적으로 높게 나타남.
- 다음으로 '경쟁 플랫폼보다 유리한 조건으로 상품공급 강요', '정당한 이유 없이 등록 상품 제한', '할인쿠폰을 특정 업체에 몰아줌'(28.7%) 등의 순으로 나타남.

[단위: 경험 있음(%), Base: 타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급 경험 업체(n=115)]



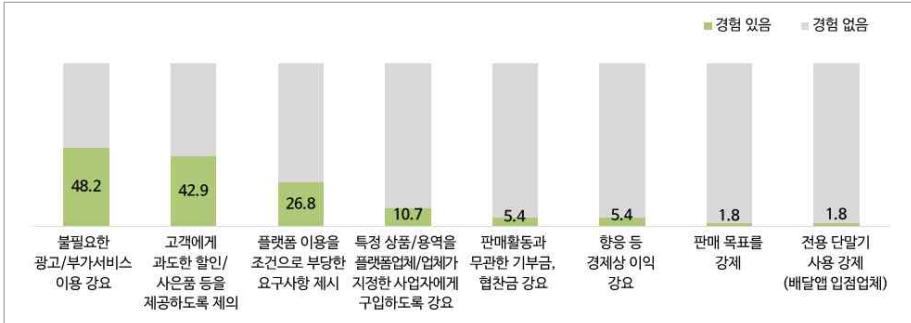
- 상품가격의 과도한 인하를 강요당했다는 응답은 오픈마켓 입점업체에서 가장 높게 나타남.

구분(단위: %)	사례수	상품가격의 과도한 인하 강요	경쟁 플랫폼보다 유리한 조건으로 상품공급 강요	정당한 이유 없이 등록 상품 제한	할인 쿠폰을 특정 업체에 몰아 줌	정당한 이유 없이 회원가입 거절, 거래 중단	타 플랫폼 입점 방해, 퇴점 강요	자사 거래건 우선 배송 강요	
전체	(115)	35.7	28.7	28.7	28.7	19.1	13.0	5.2	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(68)	47.1	26.5	32.4	22.1	22.1	13.2	7.4
	배달업	(6)	0.0	0.0	16.7	66.7	0.0	16.7	0.0
	숙박업	(23)	26.1	47.8	8.7	52.2	4.3	4.3	0.0
	부동산업	(18)	16.7	22.2	44.4	11.1	33.3	22.2	5.6
소재지	서울	(34)	47.1	38.2	14.7	26.5	11.8	5.9	5.9
	경기/인천	(27)	44.4	33.3	44.4	18.5	29.6	11.1	7.4
	대전/세종/충청	(9)	0.0	11.1	11.1	55.6	22.2	11.1	11.1
	대구/경북	(15)	33.3	6.7	26.7	46.7	26.7	20.0	0.0
	부산/울산/경남	(15)	33.3	26.7	46.7	13.3	20.0	6.7	6.7
	광주/전북/전남	(6)	16.7	66.7	33.3	16.7	16.7	33.3	0.0
	강원	(4)	25.0	0.0	50.0	50.0	0.0	25.0	0.0
	제주	(5)	20.0	20.0	0.0	40.0	0.0	40.0	0.0

3) 부당 요구

- 플랫폼 업체로부터 부당한 요구를 받은 경우에는 '불필요한 광고나 부가서비스 이용 강요'(48.2%), '고객에게 과도한 할인이나 사은품 등을 제공하도록 제의'(42.9%)의 경험 비율이 상대적으로 높게 나타남.

[단위: 경험 있음(%), Base: 부당 요구 경험 업체(n=56)]



*전용 단말기 사용 강제는 배달앱 입점업체의 경험 비율임

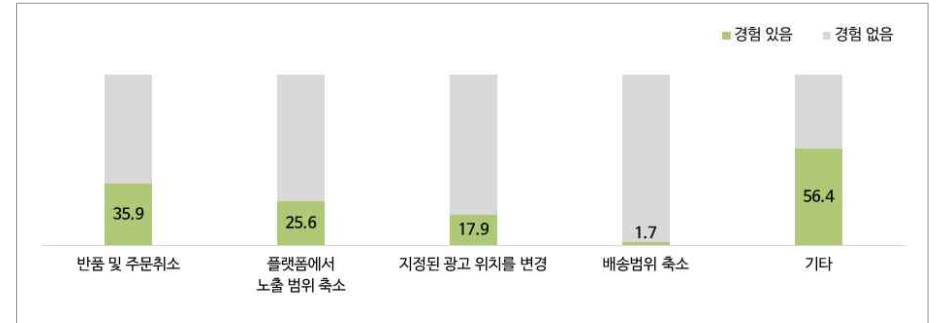
- 고객에게 과도한 할인이나 사은품 등을 제공하도록 제의를 받았다는 응답은 오픈마켓 입점업체에서 가장 높게 나타남.

구분(단위: %)	사례수	불필요한 광고나 부가서비스 이용 강요	고객에게 과도한 할인/사은품 등을 제공하도록 제의	플랫폼 이용을 조건으로 부당한 요구사항 제시	특정 상품/용역을 플랫폼업체/특정 사업자에게 구입하도록 강요	판매 활동과 무관한 기부금, 협찬금 강요	항응 등 경제상 이익 강요	판매 목표를 강제	(배달앱) 전용 단말기 사용 강제
전체	(56)	48.2	42.9	26.8	10.7	5.4	5.4	1.8	0.6
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓 (28)	46.4	53.6	21.4	7.1	7.1	7.1	0.0	0.6
	배달앱 (4)	25.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	숙박앱 (16)	43.8	37.5	31.3	12.5	6.3	0.0	0.0	5.9
	부동산앱 (8)	75.0	12.5	25.0	25.0	0.0	12.5	12.5	0.0
	소재지	(11)	45.5	27.3	45.5	18.2	0.0	9.1	0.0
소재지	경기/인천 (16)	50.0	43.8	12.5	12.5	12.5	12.5	6.3	0.0
	대전/세종/충청 (2)	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	대구/경북 (7)	57.1	57.1	57.1	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	부산/울산/경남 (10)	50.0	40.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0
	광주/전북/전남 (7)	57.1	57.1	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	강원 (3)	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	제주 (4)	100.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9

4) 기타 부당행위

- 기타 부당행위 경험으로는 '반품 및 주문취소'(35.9%)가 상대적으로 높게 나타났으며, 다음으로 '플랫폼에서 노출 범위 축소'(25.6%), '지정된 광고 위치를 변경'(17.9%) 등의 순으로 나타남.
- 기타 응답으로는 '광고비/수수료 일방적 인상', '불합리한 정산', '사고 발생 시 입점 업체에 불이익 부여' 등이 나타남.

[단위: 경험 있음(%), Base: 기타 부당행위 경험 업체(n=117)]



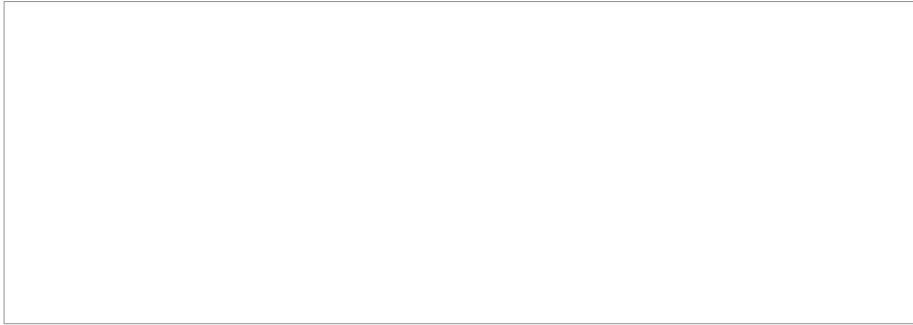
- '부당한 반품 및 주문취소'에 대한 경험은 오픈마켓에서 가장 높게 나타났으며, '노출 범위 축소와 지정된 광고 위치의 임의 변경'을 경험했다는 응답은 숙박앱에서 상대적으로 높게 나타남.

구분(단위: %)	사례수	반품 및 주문취소	플랫폼에서 노출 범위 축소	지정된 광고 위치를 변경	배송범위 축소	기타
전체	(117)	35.9	25.6	17.9	1.7	56.4
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓 (64)	53.1	28.1	10.9	1.6	53.1
	배달앱 (11)	36.4	9.1	9.1	0.0	45.5
	숙박앱 (23)	13.0	39.1	39.1	0.0	43.5
	부동산앱 (19)	5.3	10.5	21.1	5.3	89.5
	소재지	(21)	42.9	33.3	23.8	4.8
소재지	경기/인천 (30)	50.0	20.0	10.0	3.3	53.3
	대전/세종/충청 (8)	0.0	25.0	37.5	0.0	62.5
	대구/경북 (15)	40.0	20.0	6.7	0.0	60.0
	부산/울산/경남 (18)	38.9	22.2	16.7	0.0	55.6
	광주/전북/전남 (10)	20.0	10.0	20.0	0.0	70.0
	강원 (8)	25.0	62.5	25.0	0.0	37.5
	제주 (7)	14.3	28.6	28.6	0.0	42.9

5) 부당행위에 대한 대처방법

- 부당행위에 대한 대처방법으로는 '플랫폼 업체에 시정 요구'가 51.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '행정기관에 신고'(13.4%), '기타 중재기관 활용'(3.3%), '법원 소송'(1.5%) 순으로 나타남.
- 반면, 응답업체의 30.0%는 '대응해도 해결되지 않아서', '불이익을 당할까봐', '거래 유지를 위해' 등의 이유로 부당행위에 대응하지 않고 참는다고 답함.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



- 부당행위를 겪었을 때, 플랫폼 업체에 시정 요구를 한다는 응답은 숙박업에서 가장 높게 나타난 반면, 참는다는 응답은 부동산업에서 상대적으로 높았음.

구분(단위: %)		사례수	플랫폼 업체에 시정 요구	행정기관에 신고	기타 중재기관 활용	법원 소송	참는다
전체		(978)	51.8	13.4	3.3	1.5	30.0
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	51.2	14.3	3.9	0.8	29.8
	배달앱	(164)	50.6	12.8	1.8	3.7	31.1
	숙박업	(161)	58.4	13.0	3.1	1.9	23.6
	부동산업	(163)	48.5	11.7	3.1	1.2	35.6
소재지	서울	(209)	51.7	13.4	3.3	1.0	30.6
	경기/인천	(214)	56.5	10.7	4.2	1.9	26.6
	대전/세종/충청	(78)	47.4	15.4	2.6	1.3	33.3
	대구/경북	(117)	48.7	10.3	4.3	1.7	35.0
	부산/울산/경남	(132)	49.2	14.4	0.8	0.8	34.8
	광주/전북/전남	(100)	55.0	15.0	2.0	2.0	26.0
	강원	(67)	38.8	20.9	7.5	4.5	28.4
	제주	(61)	62.3	13.1	1.6	0.0	23.0

6) 판촉행사 시 부담 비율 결정 방법

- 판촉행사를 진행하는 경우, 인하된 가격에 대한 부담 비율을 결정하는 방법으로 '플랫폼 업체와의 협의를 통해 결정'(48.6%)이 가장 높게 나타남.
- 다음으로는 '사전에 제시된 기준'(29.0%), '플랫폼 업체가 일방적으로 정함'(17.1%), '입점업체가 정하고 플랫폼 업체에 통보'(5.2%) 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)]



- 판촉행사 경험은 오픈마켓 입점업체에서 가장 높았으며, 부동산업, 배달업에서는 상대적으로 낮게 나타남.
- 부담 비율 결정 방법을 플랫폼별로 살펴보면, 대체로 플랫폼 업체와 협의를 통해 정한다고 답한 반면, 배달업은 사전에 제시된 기준을 따른다는 응답이 가장 높았으며, 부동산업은 플랫폼 업체가 일방적으로 결정한다는 응답이 가장 높았음.

구분(단위: %)		판촉행사 경험 여부			판촉행사 시 부담 비율을 정하는 방법				
		사례수	경험 있음	경험 없음	사례수	플랫폼 업체와 협의 제시된 기준	사전에 플랫폼 업체 결정	플랫폼 업체 정함	입점업체 결정
전체		(978)	21.5	78.5	(210)	48.6	29.0	17.1	5.2
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	29.2	70.8	(143)	51.7	26.6	16.1	5.6
	배달앱	(164)	11.0	89.0	(18)	27.8	61.1	5.6	5.6
	숙박업	(161)	21.7	78.3	(35)	62.9	20.0	11.4	5.7
	부동산업	(163)	8.6	91.4	(14)	7.1	35.7	57.1	0.0
소재지	서울	(209)	31.6	68.4	(66)	51.5	28.8	15.2	4.5
	경기/인천	(214)	25.2	74.8	(54)	46.3	24.1	24.1	5.6
	대전/세종/충청	(78)	12.8	87.2	(10)	40.0	40.0	10.0	10.0
	대구/경북	(117)	17.9	82.1	(21)	57.1	19.0	23.8	0.0
	부산/울산/경남	(132)	15.9	84.1	(21)	66.7	23.8	4.8	4.8
	광주/전북/전남	(100)	16.0	84.0	(16)	37.5	25.0	25.0	12.5
	강원	(67)	16.4	83.6	(11)	27.3	54.5	9.1	9.1
	제주	(61)	18.0	82.0	(11)	36.4	54.5	9.1	0.0

7) 판촉행사 시 가격 부담 비율

- 판촉행사 시 평균적으로 입점업체가 52.2%, 플랫폼이 47.8%를 부담하는 것으로 나타남.
- 가맹본부가 비용을 일부 부담한다고 응답한 경우(n=4)에는 입점업체, 플랫폼, 가맹본부가 각 51.8%, 30.3%, 18.0%를 부담하는 것으로 나타남.

[단위: %, Base: 플랫폼과 입점업체가 비용을 부담한다고 응답한 경우(무응답 제외)(n=163)]

--	--	--	--

□ 입점업체의 부담 비율은 배달앱에서 가장 높게 나타남.

구분(단위: %)		사례수	입점업체	플랫폼
전체		(163)	52.2	47.8
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(118)	50.8	49.2
	배달앱	(16)	59.8	40.2
	숙박앱	(21)	54.4	45.6
	부동산앱	(8)	52.5	47.5
소재지	서울	(57)	53.7	46.3
	경기/인천	(41)	50.6	49.4
	대전/세종/충청	(9)	42.3	57.7
	대구/경북	(13)	63.3	36.7
	부산/울산/경남	(17)	41.5	58.5
	광주/전북/전남	(13)	55.2	44.8
	강원	(5)	72.8	27.2
	제주	(8)	47.4	52.6

8) 판촉행사 부담 비율 만족도

- 판촉행사 부담 비율에 대해 만족한다는 응답은 19.0%, 불만족한다는 응답은 21.9%로 나타났으며, 만족도를 100점으로 환산한 점수는 48.2점으로 나타남.

[단위: %, Base: 판촉행사 경험 기업(n=210)]

--	--	--	--	--	--	--	--

- 판촉행사 부담 비율에 대한 만족도는 숙박앱, 부동산앱 입점업체에서 상대적으로 낮게 나타남.

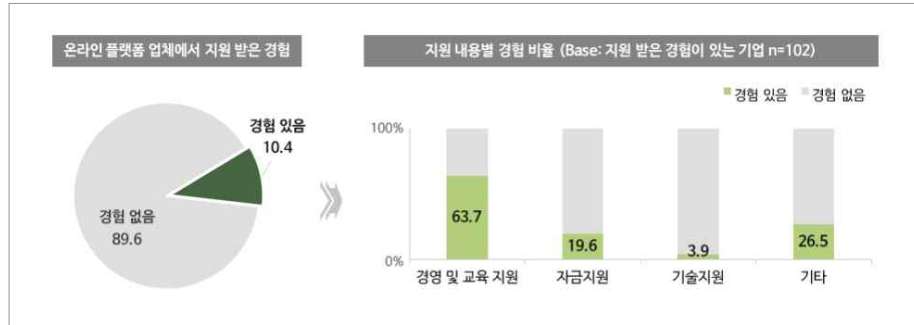
구분(단위: %)	사례수	만족 19.0%		보통	불만족 21.9%		100점 평균(점)	
		매우 만족	만족		불만족	매우 불만족		
전체	(210)	2.4	16.7	59.0	15.2	6.7	48.2	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(143)	1.4	18.2	62.2	14.0	4.2	49.7
	배달앱	(18)	11.1	16.7	44.4	16.7	11.1	50.0
	숙박앱	(35)	0.0	14.3	51.4	25.7	8.6	42.9
	부동산앱	(14)	7.1	7.1	64.3	0.0	21.4	44.6
소재지	서울	(66)	1.5	18.2	63.6	13.6	3.0	50.4
	경기/인천	(54)	0.0	18.5	61.1	14.8	5.6	48.1
	대전/세종/충청	(10)	20.0	20.0	40.0	20.0	0.0	60.0
	대구/경북	(21)	9.5	14.3	57.1	9.5	9.5	51.2
	부산/울산/경남	(21)	0.0	14.3	57.1	14.3	14.3	42.9
	광주/전북/전남	(16)	0.0	12.5	56.3	18.8	12.5	42.2
	강원	(11)	0.0	18.2	36.4	27.3	18.2	38.6
	제주	(11)	0.0	9.1	72.7	18.2	0.0	47.7

3. 지원 및 정책 수요

1) 온라인 플랫폼 업체에서 지원을 받은 경험

- 온라인 플랫폼에서 제공하는 다양한 지원사항에 대해 응답업체의 10.4%가 지원 받은 경험이 있다고 답했으며, '경영 및 교육 지원'의 경험 비율이 63.7%로 가장 높게 나타남.
- 자금지원, 기술지원을 받았다는 응답은 각 19.6%, 3.9%로 나타났으며, 기타 지원 내용으로는 '기획전을 통한 상품 노출 혜택', '물품지원' 등이 나타남.

[단위: 경험 있음(%), Base: 전체(n=978)]



- 플랫폼으로부터 지원을 받았다는 응답은 오픈마켓, 배달앱 입점업체에서 상대적으로 높게 나타났으며, 경영 및 교육 지원의 경험 비율은 오픈마켓에서, 자금지원 경험 비율은 배달앱에서 가장 높게 나타남.

구분(단위: %)	플랫폼 업체 지원 경험			지원 내용별 경험 비율					
	사례수	경험 있음	경험 없음	사례수	경영 및 교육 지원	자금지원	기술지원	기타	
전체	(978)	10.4	89.6	(102)	63.7	19.6	3.9	26.5	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	14.3	85.7	(70)	72.9	12.9	5.7	21.4
	배달앱	(164)	14.0	86.0	(23)	34.8	43.5	0.0	34.8
	숙박앱	(161)	3.7	96.3	(6)	66.7	16.7	0.0	50.0
	부동산앱	(163)	1.8	98.2	(3)	66.7	0.0	0.0	33.3
소재지	서울	(209)	12.0	88.0	(25)	80.0	8.0	0.0	20.0
	경기/인천	(214)	15.0	85.0	(32)	62.5	18.8	9.4	25.0
	대전/세종/충청	(78)	6.4	93.6	(5)	40.0	40.0	0.0	20.0
	대구/경북	(117)	8.5	91.5	(10)	60.0	10.0	0.0	50.0
	부산/울산/경남	(132)	7.6	92.4	(10)	80.0	10.0	10.0	10.0
	광주/전북/전남	(100)	6.0	94.0	(6)	50.0	16.7	0.0	50.0
	강원	(67)	13.4	86.6	(9)	55.6	44.4	0.0	22.2
	제주	(61)	8.2	91.8	(5)	20.0	60.0	0.0	40.0

2) 온라인 플랫폼 업체에 바라는 점

- 온라인 플랫폼 업체에 바라는 점으로는 '수수료 인하'가 79.9%로 가장 높게 나타남.
- 다음으로 '수수료 산정 근거 공개'(12.9%), '고객정보 관리 및 마케팅 노하우 전수'(8.6%), '상품 등록 및 가격관리 통합시스템'(8.5%) 등의 순으로 나타남.
- 기타 응답으로는 '광고비 인하', '고객센터 연결 지연'에 대한 불편의견 등이 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978), 복수응답]



□ 수수료 인하가 필요하다는 응답은 부동산업, 배달업에서 상대적으로 높게 나타남.

구분(단위: %)		사례수	수수료 인하	수수료 산정 근거 공개	고객 정보 관리 및 마케팅 노하우 전수	상품 등록 및 가격관리 통합시스템	소통채널 마련	고객 정보 공유
전체		(978)	79.9	12.9	8.6	8.5	7.5	6.5
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	79.0	11.6	11.0	12.7	8.2	6.5
	배달업	(164)	82.9	10.4	4.3	3.7	3.0	7.3
	숙박업	(161)	75.8	11.8	7.5	5.0	7.5	7.5
	부동산업	(163)	83.4	20.2	6.7	4.3	9.8	4.9
소재지	서울	(209)	77.5	13.9	10.5	10.0	8.6	8.1
	경기/인천	(214)	81.3	15.4	11.2	11.2	9.8	6.5
	대전/세종/충청	(78)	85.9	10.3	6.4	6.4	1.3	3.8
	대구/경북	(117)	81.2	12.8	7.7	10.3	10.3	6.0
	부산/울산/경남	(132)	84.8	13.6	6.1	7.6	6.1	5.3
	광주/전북/전남	(100)	79.0	11.0	5.0	4.0	5.0	5.0
	강원	(67)	71.6	10.4	10.4	3.0	7.5	10.4
제주	(61)	72.1	8.2	6.6	8.2	4.9	6.6	

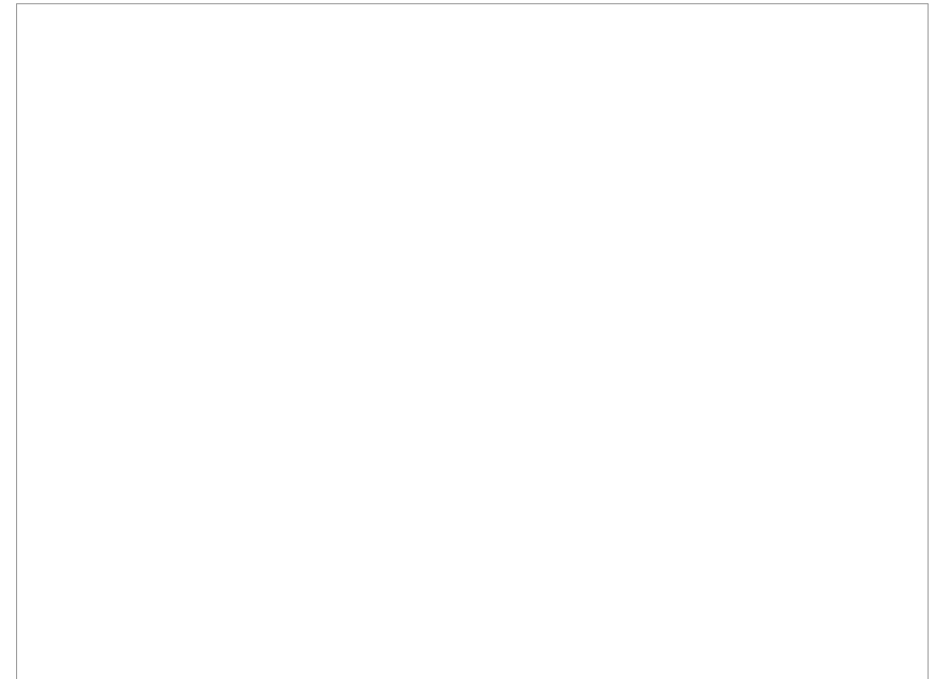
구분(단위: %)		사례수	입점업자에 고객정보 열람·이용 권한 부여	판매 환경 개선을 위한 정보 제공	자금지원	경영 및 교육 지원	기술지원	기타
전체		(978)	6.0	5.7	5.1	4.4	3.9	6.5
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(490)	6.1	8.0	6.7	5.1	3.9	4.3
	배달업	(164)	4.9	1.8	3.7	2.4	1.2	7.9
	숙박업	(161)	7.5	5.0	4.3	5.6	5.6	11.2
	부동산업	(163)	5.5	3.7	2.5	3.1	4.9	7.4
소재지	서울	(209)	6.7	5.3	6.2	6.7	3.8	4.8
	경기/인천	(214)	8.4	8.4	6.1	3.7	5.1	7.0
	대전/세종/충청	(78)	3.8	5.1	2.6	3.8	3.8	6.4
	대구/경북	(117)	5.1	4.3	5.1	3.4	3.4	5.1
	부산/울산/경남	(132)	3.0	3.8	3.8	6.1	3.8	8.3
	광주/전북/전남	(100)	3.0	4.0	5.0	2.0	2.0	8.0
	강원	(67)	11.9	6.0	3.0	3.0	3.0	6.0
제주	(61)	4.9	8.2	6.6	3.3	4.9	8.2	

*없음/무응답 10.8% 미제시

3) 정부에 바라는 정책

- 온라인 플랫폼과 관련하여 정부에 바라는 정책으로는 '입점 중소기업 및 소상공인에 대한 세제혜택'이 50.8%로 가장 높게 나타남.
- 다음으로는 '수수료, 광고비 인상률 등의 가이드라인 제정'(25.8%), '수수료 현황 정기적 조사 및 결과 공표'(18.8%), '피해상담센터의 설치 및 운영'(17.9%) 등의 순으로 나타남.
- 기타 응답으로는 정부에서 자체적으로 플랫폼을 운영하여 수수료 부담, 일부 플랫폼 업체의 독과점 등의 문제를 해소해 주기를 바라는 의견이 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978), 복수응답]



□ 입점 중소기업 및 소상공인에 대한 세제혜택이 필요하다는 응답은 오픈마켓에서 가장 높게 나타남.

구분(단위: %)	사례수	입점 중소기업·소상공인에 대한 세제혜택	수수료, 인상률 등의 가이드 라인 제정	수수료 현황 정기 조사 및 결과 공표	피해상담 센터의 설치 및 운영	정산 시 판매 수수료 등 공개 및 협의 유도	불공정 거래 행위에 대한 조사 및 처분	플랫폼 사업자와 거래조건 변경 협의 권한 부여
전체	(978)	50.8	25.8	18.8	17.9	14.5	14.4	13.6
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓 (490)	58.4	21.2	18.0	17.1	19.8	15.5	15.5
	배달앱 (164)	53.7	23.8	17.1	15.9	15.9	18.9	14.6
	숙박앱 (161)	41.0	34.8	18.6	21.7	14.3	12.4	9.9
	부동산앱 (163)	35.0	32.5	23.3	23.3	17.8	9.2	15.3
소재지	서울 (209)	56.5	25.8	23.0	16.7	20.1	16.7	12.9
	경기/인천 (214)	57.0	26.2	18.2	21.0	16.8	14.5	15.4
	대전/세종/충청 (78)	52.6	25.6	17.9	12.8	11.5	12.8	12.8
	대구/경북 (117)	44.4	28.2	21.4	21.4	12.0	17.1	17.1
	부산/울산/경남 (132)	48.5	26.5	17.4	15.2	11.4	16.7	11.4
	광주/전북/전남 (100)	45.0	22.0	18.0	19.0	14.0	15.0	15.0
	강원 (67)	46.3	29.9	11.9	13.4	11.9	6.0	11.9
	제주 (61)	39.3	19.7	14.8	19.7	6.6	6.6	8.2

구분(단위: %)	사례수	온라인 플랫폼 거래 규제 강화	플랫폼 업체 간 경쟁 촉진	플랫폼-판매자간 분쟁조정 협의회 운영	정부-플랫폼-판매자간 대화의 장 마련	할인쿠폰 제도 가이드라인 제정 및 준수 강화	표준 계약서 마련 및 준수 강화	입점업자에 고객정보 열람·이용 권한 부여	기타
전체	(978)	12.4	11.5	11.3	9.9	9.0	8.7	7.6	5.3
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓 (490)	12.0	9.0	11.6	6.7	9.6	8.4	7.1	2.7
	배달앱 (164)	13.4	13.4	9.1	11.6	7.9	9.8	7.3	7.3
	숙박앱 (161)	9.9	13.0	11.2	11.2	13.7	9.3	10.6	8.7
	부동산앱 (163)	14.7	15.3	12.9	16.6	3.7	8.0	6.1	8.0
소재지	서울 (209)	14.4	11.0	12.4	10.0	11.0	8.6	8.6	2.9
	경기/인천 (214)	14.5	11.2	12.6	8.4	13.6	13.6	8.4	3.3
	대전/세종/충청 (78)	9.0	14.1	12.8	7.7	2.6	1.3	2.6	2.6
	대구/경북 (117)	10.3	14.5	12.0	12.0	9.4	7.7	6.8	7.7
	부산/울산/경남 (132)	15.2	9.8	11.4	15.2	6.8	7.6	6.1	5.3
	광주/전북/전남 (100)	11.0	15.0	8.0	7.0	9.0	8.0	9.0	7.0
	강원 (67)	6.0	4.5	7.5	7.5	4.5	6.0	11.9	13.4
	제주 (61)	9.8	9.8	9.8	9.8	3.3	9.8	4.9	8.2

*정부 개입 필요 없음 18.7% 미제시

부록

설문지

문7. 온라인 플랫폼을 통한 매출액에서 플랫폼 이용료(중개수수료)가 차지하는 비중은 어느 정도입니까?

- ① 5% 미만 ② 5~10% ③ 10~15% ④ 15~20% ⑤ 20% 이상

문8. 온라인 플랫폼 이용료(중개수수료)가 적정하다고 생각하십니까?

- ① 매우 적정 ② 적정 ③ 보통 ④ 부담 ⑤ 매우 부담

문9. 온라인 플랫폼을 통한 광고비는 적정하다고 생각하십니까?

- ① 매우 적정 ② 적정 ③ 보통 ④ 부담 ⑤ 매우 부담

문10. 온라인 플랫폼에서 상품 노출 기준을 귀사에 공개하고 있습니까?

- ① 예 ② 아니오

문10-1. 상품 노출 기준이 합리적이라고 생각하십니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 그렇지 않다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

문11. 귀사의 상품 노출 빈도에 대해 만족하십니까?

- ① 매우 만족 ② 만족 ③ 보통 ④ 불만족 ⑤ 매우 불만족

문12. 이용하고 계신 온라인 플랫폼에 대해 전반적으로 만족하십니까?

- ① 매우 만족 ② 만족 ③ 보통 ④ 불만족 ⑤ 매우 불만족

문13. 온라인 플랫폼 이용 시 가장 불만족하셨던 점은 무엇입니까?

- ① 서비스 품질 ② 수수료 정책 ③ 사용방법
④ 계약 조건 ⑤ 정산 절차 ⑥ 할인행사 부담
⑦ 기타()

문14. 앞으로도 온라인 플랫폼을 이용할 의향이 있으십니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다 ④ 그렇지 않다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

문14-1 (문14 ①, ② 응답자) 온라인 플랫폼을 이용할 의향이 있다고 하셨는데, 그 이유는 무엇입니까?

- ① 매출 및 영업이익 확대에 도움이 되기 때문
② 다른 홍보 및 주문접수 방법보다 편리해서
③ 주변 경쟁업체에서 이용하기 때문
④ 플랫폼을 이용하지 않으면 영업을 지속하기 어려움
⑤ 기타()

온라인 플랫폼 업체와의 거래관계에서 발생하는 부당행위

※ 다음은 온라인 플랫폼 시장 전반에서 이루어지는 부당행위를 파악하기 위한 내용입니다.
귀사에서 온라인 플랫폼 업체와 거래 시 경험한 부당행위와 해당 업체에 대해 솔직하게 답변 부탁드립니다.

문15. [수수료 및 거래절차 관련] 온라인 플랫폼 업체와 거래 시 다음과 같은 행위를 경험한 적이 있습니까?
경험이 있다면 해당 업체명을 함께 말씀해 주십시오.

수수료 및 거래절차 관련 부당행위	경험 있음	경험 없음
1) 광고비 등 비용 및 판매 수수료 과다	① ()	②
2) 판촉행사(할인쿠폰 등)의 비용 부담 기준이 불분명	① ()	②
3) 특정 사업장과 수수료 차별	① ()	②
4) 판매 수수료 등을 일방적으로 결정	① ()	②
5) 정산 관련 세부 내역을 알려주지 않음	① ()	②
6) 판매대금을 계약서대로 정산하지 않음	① ()	②
7) 플랫폼 업체와 귀사 간의 합의된 서면 계약서 부재	① ()	②

문16. [타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급] 온라인 플랫폼 업체와 거래 시 다음과 같은 행위를 경험한 적이 있습니까?
경험이 있다면 해당 업체명을 함께 말씀해 주십시오.

타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급	경험 있음	경험 없음
1) 타 플랫폼 입점 방해, 퇴점 강요	① ()	②
2) 자사 거래건 우선 배송 강요	① ()	②
3) 상품가격의 과도한 인하 강요	① ()	②
4) 경쟁 플랫폼보다 유리한 조건으로 상품공급 강요	① ()	②
5) 정당한 이유 없이 회원가입 거절, 거래 중단	① ()	②
6) 정당한 이유 없이 등록 상품 제한	① ()	②
7) 할인쿠폰을 특정 업체에 몰아 줌	① ()	②

문17. [부당 요구] 온라인 플랫폼 업체와 거래 시 다음과 같은 행위를 경험한 적이 있습니까?
경험이 있다면 해당 업체명을 함께 말씀해 주십시오.

부당 요구	경험 있음	경험 없음
1) 플랫폼 이용을 조건으로 부당한 요구사항 제시	① ()	②
2) 특정 상품이나 용역을 플랫폼 업체 또는 플랫폼 업체가 지정하는 사업자로부터 구입하도록 강요	① ()	②
3) 판매 목표를 강제	① ()	②
4) 불필요한 광고나 부가서비스 이용 강요	① ()	②
5) 판매활동과 무관한 기부금, 협찬금 강요	① ()	②
6) 향음 등 경제상 이익 강요	① ()	②
7) 고객에게 과도한 할인이나 사은품 등을 제공하도록 제의	① ()	②
8) [SQ2 ② 응답자만] 전용 단말기 사용 강제	① ()	②

문18. 온라인 플랫폼 업체가 귀사의 동의를 받지 않고 다음과 같은 행위를 한 적이 있습니까?
경험이 있다면 해당 업체명을 함께 말씀해 주십시오.

기타 부당행위	경험 있음	경험 없음
1) 배송범위 축소	① ()	②
2) 반품 및 주문취소	① ()	②
3) 플랫폼에서 노출 범위 축소	① ()	②
4) 지정된 광고 위치를 변경	① ()	②
5) 말씀드린 사례 외에 온라인 플랫폼 업체와의 거래에서 부당행위를 경험하셨다면, 해당 경험을 구체적으로 말씀해 주십시오. ()	① ()	②

문19. 온라인 플랫폼 업체의 부당행위를 겪은 경우, 어떻게 대처하였습니까?

- ① 플랫폼 업체에 시정 요구
- ② 행정기관에 신고
- ③ 법원 소송
- ④ 기타 중재기관 활용
- ⑤ 참는다 ☞ 부당행위에 대응하지 않는 이유는 무엇입니까? ()

※ 다음은 온라인 플랫폼을 통한 판촉행사와 관련한 질문입니다. 최근에 진행한 행사를 기준으로 응답해 주십시오.

문20. 판촉행사 시 부담 비율을 정하는 방법은 무엇이었습니까?

- ① 사전에 제시된 기준
- ② 플랫폼 업체와 협의하여 정함
- ③ 플랫폼 업체가 일방적으로 정함
- ④ 귀사가 정하고 플랫폼 업체에 통보
- ⑤ 판촉행사를 하지 않음

문21. (문20 ①~④ 응답자) 판촉행사 시 인화된 가격에 대한 부담 비율은 어떠하였습니까?
비율의 합이 100%가 되도록 응답해 주십시오.

귀사: _____% 플랫폼: _____% 가맹본부(가맹점인 경우): _____%

문22. (문20 ①~④ 응답자) 판촉행사 부담 비율에 대해 만족하십니까?

- ① 매우 만족
- ② 만족
- ③ 보통
- ④ 불만족
- ⑤ 매우 불만족

지원 및 정책 수요

문23. 플랫폼 업체에서 제공하는 다음 지원 내용 중 경험한 내용을 선택해 주십시오.

플랫폼 업체의 지원 내용	경험 있음	경험 없음
1) 자금지원(저리 대출, 신용보증 등, 타 회사와 연계 지원 포함)	① ()	②
2) 기술지원(기술이전, 공동연구개발, 신제품 개발지원 등)	① ()	②
3) 경영 및 교육 지원(회계, 세법 등 경영에 관한 사이버 강좌 제공 등)	① ()	②
4) 그 외 지원 받았던 상생 프로그램 ()	① ()	②

문24. 온라인 플랫폼 업체에 바라는 점이 있다면 무엇입니까?(복수응답)

- ① 수수료 인하
- ② 수수료 산정 근거 공개
- ③ 자금지원(저리 대출, 신용보증 등, 타 회사와 연계 지원 포함)
- ④ 기술지원(기술이전, 공동연구개발, 신제품 개발지원 등)
- ⑤ 경영 및 교육 지원(회계, 세법 등 경영에 관한 사이버 강좌 제공 등)
- ⑥ 플랫폼 입점업자에 고객정보 열람·이용권한 부여
- ⑦ 고객 정보 관리 및 마케팅 노하우 전수
- ⑧ 판매 환경 개선을 위한 정보 제공
- ⑨ 플랫폼이 가지고 있는 고객 정보 공유
- ⑩ 상품 등록 및 가격관리 통합시스템
- ⑪ 특정 사업자와 거래조건 등 협의할 수 있는 소통채널 마련
- ⑫ 기타()

문25. 온라인 플랫폼과 관련하여 정부에 바라는 정책이 있다면 무엇입니까?(복수응답)

- ① 입점 중소기업·소상공인에 대한 세제혜택
- ② 플랫폼 업체 간 경쟁 촉진
- ③ 피해상담센터의 설치 및 운영
- ④ 정부, 플랫폼 업계, 입점 중소기업·소상공인 단체 간 대화의 장 마련
- ⑤ 온라인 판매업자 단체를 구성하여 플랫폼 사업자와 거래조건 변경 협의를 할 수 있는 권한 부여
- ⑥ 플랫폼-판매자 간 분쟁조정협의회(기구) 운영(불공정거래행위, 피해보상 등에 대한 분쟁조정, 협의 기구)
- ⑦ 수수료 현황에 대한 정기적인 조사 및 결과 공표
- ⑧ 불공정거래 행위에 대한 조사 및 처분
- ⑨ 온라인 플랫폼 거래 공정화법 제정 등 규제 강화
- ⑩ 플랫폼 입점업자에 고객정보 열람·이용권한 부여
- ⑪ 정산 시 판매 수수료 등의 투명한 공개 및 협의 유도
- ⑫ 할인쿠폰 제도에 대한 가이드라인 제정 및 준수 강화
- ⑬ 수수료, 광고비 인상을 등에 대한 가이드라인을 정부에서 정함
- ⑭ 표준계약서 마련 및 준수 강화
- ⑮ 기타()
- ⑯ 정부의 개입이 필요 없다고 생각함

응답업체 일반현황

DQ1. 귀사의 2019년 매출액과 영업이익을 말씀해 주십시오.

매출액 () 영업이익 ()

※ 성실히 응답해 주신 분께 모바일 커피 상품권을 발송해 드립니다. 선생님의 휴대폰 번호는 경품 발송을 위해서만 활용되며, 원하지 않으시면 '비동의'해 주시면 됩니다. 개인정보 활용에 동의하십니까?

- 1) 동의 ☞ 경품수령을 위한 휴대폰 번호를 말씀해 주십시오. ()-()-()
- 2) 비동의

♣ 실문에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. ♣

온라인 플랫폼 사용기업 실태조사 결과보고서

발행처

중소벤처기업부(대·중소기업농어업협력재단)

발행일

2021년 2월

조사기관

(주)리서치랩
