

2021년

**온라인 플랫폼 이용사업자
실태조사 결과 보고서**

CONTENTS

제1장. 조사개요

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

제2장. 조사결과 분석

1. 온라인 플랫폼 이용 실태	6
1) 이용 중인 온라인 플랫폼 수	6
2) 창업 후 온라인 플랫폼 이용까지 걸린 기간	7
3) 온라인 플랫폼을 이용하기 시작한 이유	8
4) 2020년 매출액 및 영업이익	10
5) 2020년 연 매출액 중 온라인 플랫폼 매출액 비중	11
6-1) 온라인 플랫폼 이용 후 매출액 변화(증가)	13
6-2) 온라인 플랫폼 이용 후 매출액 변화(감소)	14
7-1) 온라인 플랫폼 이용 후 영업이익 변화(증가)	15
7-2) 온라인 플랫폼 이용 후 영업이익 변화(감소)	16
2. 온라인 플랫폼 이용 관련 비용 부담	17
1) 2020년 연간 플랫폼 매출액 중 플랫폼 이용료(중개수수료) 비중	17
2) 온라인 플랫폼 이용료(중개수수료) 적정성	18
3) 2020년 연간 플랫폼 매출액 중 플랫폼 광고비 비중	20
4) 온라인 플랫폼 광고비 적정성	21
5) [배달앱 이용사업자] 건당 평균 배달비	23
6) [배달앱 이용사업자] 건당 배달비 적정성	24
7) [배달앱 이용사업자] 2020년 연간 플랫폼 매출액 중 배달비 비중	25

CONTENTS

3. 온라인 플랫폼 이용 만족도	26
1) 온라인 플랫폼 전반적 만족도	26
2) 온라인 플랫폼 이용 관련 만족 의견	28
3) 온라인 플랫폼 이용 관련 불만족 의견	29
4) 향후 온라인 플랫폼 이용 계획	30
5) 온라인 플랫폼을 지속적으로 이용하려는 이유	31
6) 온라인 플랫폼 이용을 축소·중단하려는 이유	33
4. 온라인 플랫폼 이용 중 부당행위 경험	34
1) 수수료 및 거래절차 관련	35
2) 타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급	36
3) 부당 요구	37
4) 기타 부당행위	38
5) 부당행위 경험 시 대처방법	39
6) 부당행위에 대응하지 않고 참는 이유	40
5. 지원 및 정책 수요	41
1) 온라인 플랫폼 업체에서 지원을 받은 경험	41
2) 온라인 플랫폼 업체에 바라는 점	42
3) 정부에 바라는 정책	44

부록. 설문지

I. 조사개요

1. 조사 배경 및 목적

- 본 조사는 온라인 플랫폼 이용사업자를 대상으로 플랫폼 이용현황, 시장의 거래 구조 등을 파악하여 향후 플랫폼 사업자와 이용사업자 간 공정한 거래질서 확립 방안 및 상생협력 방안 마련을 위한 기초자료로 활용하고자 하는 데 그 목적이 있음.

2. 조사 설계

구분	내용
조사대상	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 플랫폼 이용사업자
표본크기	<ul style="list-style-type: none"> 총 1,000표본
조사방법	<ul style="list-style-type: none"> 전화조사
표본오차	<ul style="list-style-type: none"> 95% 신뢰수준에서 최대허용오차 $\pm 3.10\%p$
조사기간	<ul style="list-style-type: none"> 2021.08.09.~2021.09.30.
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 ▪ 2020년 매출액 및 영업이익
온라인 플랫폼 이용 관련	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 이용 중인 온라인 플랫폼 수 ▪ 창업 시기 및 온라인 플랫폼 이용 시기 ▪ 온라인 플랫폼을 이용하기 시작한 이유 ▪ 2020년 연 매출액 중 온라인 플랫폼 매출액 비중 ▪ 온라인 플랫폼 이용 후 매출액 변화 및 증가/감소 비율 ▪ 온라인 플랫폼 이용 후 영업이익 변화 및 증가/감소 비율 ▪ 2020년 연간 온라인 플랫폼 매출액 중 플랫폼 이용료(중개수수료) 비중 ▪ 온라인 플랫폼 이용료(중개수수료) 적정성 ▪ 2020년 연간 온라인 플랫폼 매출액 중 플랫폼 광고비 비중 ▪ 온라인 플랫폼 광고비 적정성 ▪ (배달앱 이용사업자) 건당 평균 배달비 및 배달비 적정성 ▪ (배달앱 이용사업자) 2020년 연간 플랫폼 매출액 중 배달비 비중 ▪ 온라인 플랫폼 전반적 만족도 및 만족/불만족 이유 ▪ 향후 온라인 플랫폼 이용 계획 및 지속 이용/축소/중단 이유
부당행위 경험	<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
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		(1,000)	100.0
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(400)	40.0
	배달앱	(300)	30.0
	숙박앱	(200)	20.0
	부동산앱	(100)	10.0
소재지	서울	(179)	17.9
	경기/인천	(250)	25.0
	대전/세종/충청	(120)	12.0
	대구/경북	(105)	10.5
	부산/울산/경남	(135)	13.5
	광주/전북/전남	(107)	10.7
	강원	(50)	5.0
	제주	(54)	5.4

5. 참고사항

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

II. 조사결과 분석

1. 온라인 플랫폼 이용 실태

1) 이용 중인 온라인 플랫폼 수

□ 이용 중인 온라인 플랫폼 수를 확인한 결과, '5개 이상'(36.7%)이 상대적으로 높았으며, '3개'(25.6%), '2개'(18.8%) 등의 순으로 나타남. 한 가지 플랫폼만을 이용하기보다 복수의 플랫폼을 함께 이용하며, 평균적으로 3.6개의 플랫폼을 이용하는 것으로 조사됨.

[단위: %, Base: 전체(n=1,000)]



□ '5개 이상'의 플랫폼을 이용한다는 응답은 오픈마켓, 숙박앱 이용사업자에서 높게 나타났으며, 배달앱은 '3개', 부동산앱은 '2개' 응답 비율이 상대적으로 높았음. 소재지 별로는 수도권, 제주 지역에서 '5개 이상' 응답 비율이 상대적으로 높았음.

[단위: %, Base: 전체(n=1,000)]

구분		사례수(명)	1개	2개	3개	4개	5개 이상	평균(개)
전체		(1,000)	7.7	18.8	25.6	11.2	36.7	3.6
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(400)	7.3	8.8	11.0	9.5	63.5	4.3
	배달앱	(300)	10.3	20.0	46.3	18.7	4.7	2.9
	숙박앱	(200)	3.5	24.0	17.0	6.5	49.0	3.9
	부동산앱	(100)	10.0	45.0	39.0	5.0	1.0	2.4
소재지	서울	(179)	4.5	17.3	22.3	7.8	48.0	3.9
	경기/인천	(250)	6.4	11.6	22.4	13.6	46.0	3.9
	대전/세종/충청	(120)	7.5	20.8	33.3	14.2	24.2	3.4
	대구/경북	(105)	11.4	24.8	27.6	9.5	26.7	3.2
	부산/울산/경남	(135)	9.6	20.0	24.4	11.1	34.8	3.5
	광주/전북/전남	(107)	8.4	29.0	28.0	11.2	23.4	3.2
	강원	(50)	12.0	20.0	36.0	8.0	24.0	3.2
	제주	(54)	7.4	16.7	18.5	11.1	46.3	3.9

2) 창업 후 온라인 플랫폼 이용까지 걸린 기간

□ 응답업체 70.1%가 '창업과 동시에 플랫폼을 이용'했다고 답했으며, 평균적으로 창업 후 1.5년 내에 플랫폼을 이용하기 시작하는 것으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=1,000)]



□ 플랫폼 이용까지의 기간은 타 플랫폼 대비 배달앱 이용사업자에서 상대적으로 길었음. 창업시기가 최근일수록 창업과 동시에 플랫폼을 이용하기 시작했다는 응답이 높았으며, 상대적으로 플랫폼에 빠르게 진입하는 것으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=1,000)]

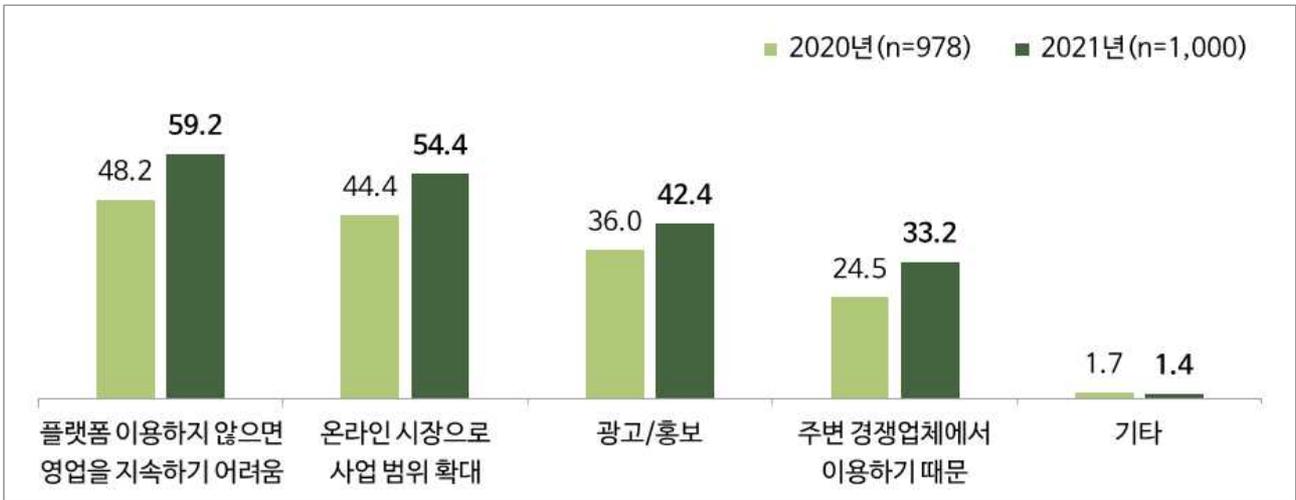
구분		사례수 (명)	창업과 동시에 이용	1년 미만	1~5년 미만	5~10년 미만	10년 이상	평균 (년)
전체		(1,000)	70.1	2.5	11.4	5.4	4.8	1.5
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(400)	74.8	1.8	9.5	5.5	3.0	1.2
	배달앱	(300)	60.0	3.3	16.0	6.7	9.3	2.5
	숙박앱	(200)	73.5	2.5	8.5	4.0	2.5	1.1
	부동산앱	(100)	75.0	3.0	11.0	4.0	3.0	0.9
창업 시기	2005년 이전	(78)	25.6	1.3	3.8	14.1	43.6	11.4
	2006년~2010년	(84)	39.3	0.0	14.3	23.8	16.7	4.4
	2011년~2015년	(150)	60.0	1.3	21.3	14.0	0.0	1.3
	2016년~ 2021년	(605)	84.1	3.6	11.1	0.3	0.0	0.2
	모름/무응답	(83)	59.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
소재지	서울	(179)	75.4	0.0	11.2	3.4	3.9	1.2
	경기/인천	(250)	75.6	4.0	8.4	4.8	2.0	0.9
	대전/세종/충청	(120)	66.7	1.7	14.2	4.2	9.2	2.2
	대구/경북	(105)	62.9	1.9	12.4	4.8	8.6	2.2
	부산/울산/경남	(135)	68.9	3.7	10.4	7.4	1.5	1.1
	광주/전북/전남	(107)	64.5	4.7	15.9	5.6	6.5	1.9
	강원	(50)	52.0	0.0	16.0	14.0	10.0	3.7
	제주	(54)	79.6	1.9	7.4	5.6	3.7	1.3

*모름/무응답 5.8% 미제시

3) 온라인 플랫폼을 이용하기 시작한 이유

- 온라인 플랫폼을 이용하기 시작한 이유로는 '플랫폼을 이용하지 않으면 영업을 지속하기 어려움'(59.2%)이 가장 높았으며, 다음으로 '온라인 시장으로 사업 범위 확대'(54.4%)가 뒤를 이음.
- 기타 응답으로는 배달앱과 숙박앱 이용사업자에서 '프랜차이즈 본사 지침', '협회 권유'로 플랫폼을 이용하게 되었다는 응답이 다수 나타남. 또한 숙박앱 이용사업자는 '플랫폼을 통한 고객 유치', '예약관리 편리성', '주변 경쟁업체와의 가격비교' 등을 이유로 들었음.

[단위: %, Base: 전체(n=978)/전체(n=1,000), 복수응답]



□ '플랫폼을 이용하지 않으면 영업을 지속하기 어렵기 때문'이라는 응답은 배달앱, 숙박앱 이용사업자에서 상대적으로 높게 나타남. 오픈마켓 이용사업자는 '온라인 시장으로 사업 범위 확대', 부동산앱 이용사업자는 '광고/홍보'를 주로 꼽음.

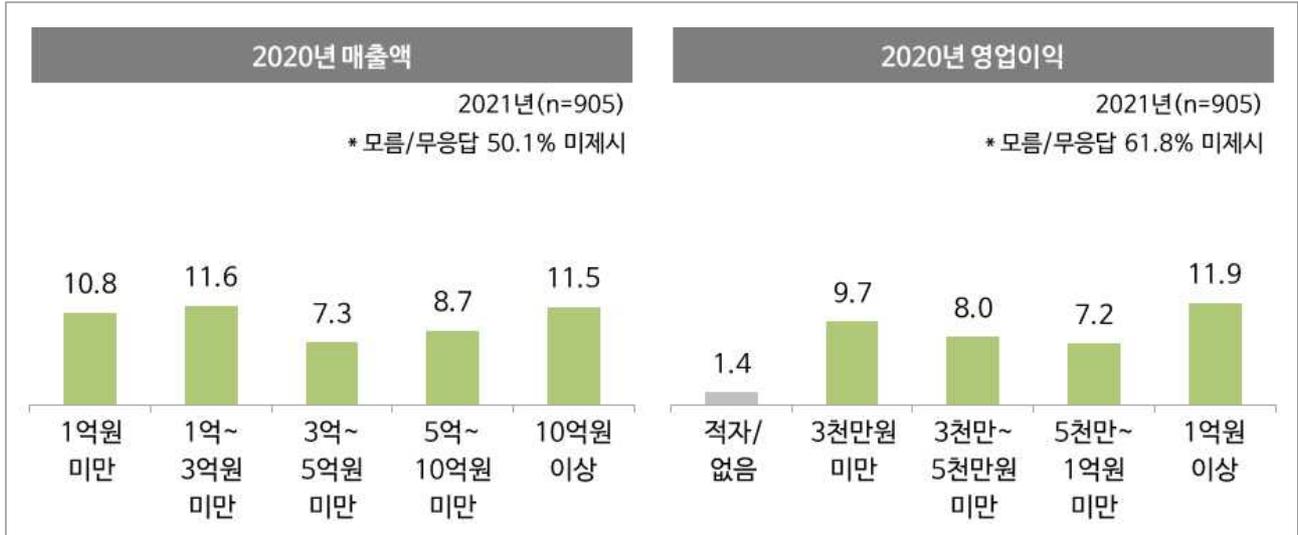
[단위: %, Base: 전체(n=1,000), 복수응답]

구분		사례수 (명)	이용하지 않으면 영업 지속 어려움	온라인 시장으로 사업범위 확대	광고/홍보	주변 경쟁업체에서 이용하기 때문	기타
전체		(1,000)	59.2	54.4	42.4	33.2	1.4
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(400)	53.0	66.3	30.5	26.0	0.8
	배달앱	(300)	67.0	56.3	39.3	43.7	2.3
	숙박앱	(200)	65.0	44.0	54.0	38.5	1.0
	부동산앱	(100)	49.0	22.0	76.0	20.0	2.0
소재지	서울	(179)	63.7	60.3	44.7	35.8	0.6
	경기/인천	(250)	56.4	60.0	37.2	28.0	0.4
	대전/세종/충청	(120)	57.5	52.5	51.7	39.2	3.3
	대구/경북	(105)	61.9	48.6	39.0	33.3	1.0
	부산/울산/경남	(135)	54.1	51.9	38.5	31.1	2.2
	광주/전북/전남	(107)	55.1	43.9	44.9	29.0	0.9
	강원	(50)	72.0	60.0	52.0	46.0	0.0
	제주	(54)	64.8	46.3	40.7	37.0	5.6
창업 시기	2005년 이전	(78)	48.7	66.7	44.9	33.3	1.3
	2006년~2010년	(84)	59.5	61.9	29.8	36.9	4.8
	2011년~2015년	(150)	64.7	51.3	38.7	26.7	0.0
	2016년~ 2021년	(605)	59.3	52.4	44.6	34.0	1.5
	모름/무응답	(83)	57.8	55.4	43.4	34.9	0.0
플랫폼 이용 시기	2005년 이전	(27)	48.1	63.0	44.4	25.9	3.7
	2006년~2010년	(51)	54.9	56.9	33.3	31.4	3.9
	2011년~2015년	(131)	64.9	51.1	37.4	29.0	0.8
	2016년~ 2021년	(691)	58.6	53.5	43.1	34.3	1.4
	모름/무응답	(100)	61.0	61.0	48.0	34.0	0.0

4) 2020년 매출액 및 영업이익

□ 응답업체의 2020년 연매출은 '1억~3억원 미만'(11.6%), '10억원 이상'(11.5%) 등의 순으로 나타났으며, 영업이익은 '1억원 이상'(11.9%), '3천만원 미만'(9.7%) 등의 순임.

[단위: %, Base: 2020년 이전 창업자(n=905)]



[단위: %, Base: 2020년 이전 창업자(n=905)]

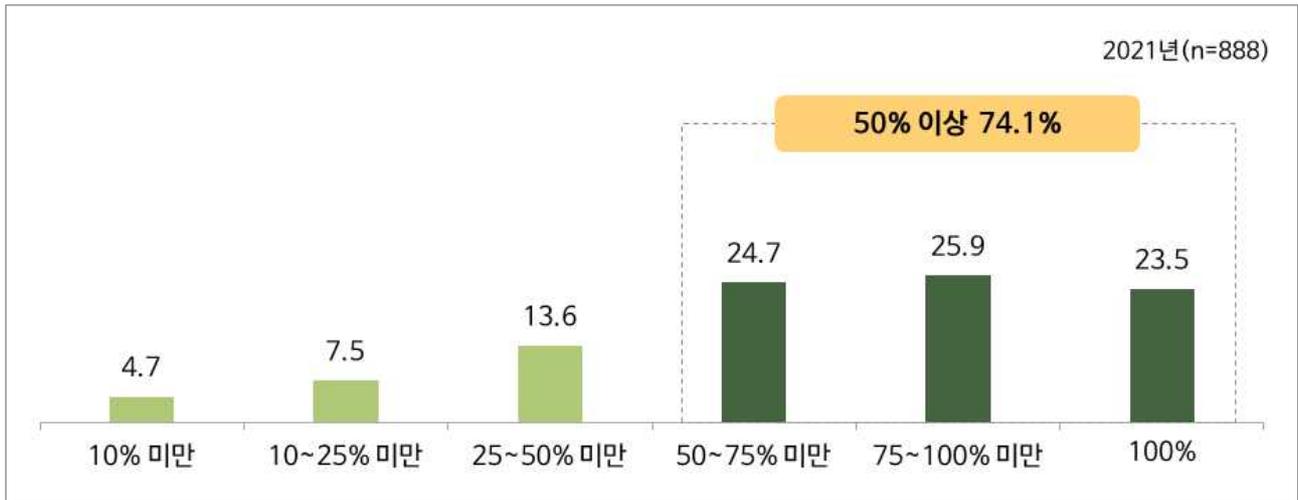
구분	사례수 (명)	2020년 매출액					2020년 영업이익					
		1억원 미만	1억~3억원 미만	3억~5억원 미만	5억~10억원 미만	10억원 이상	적자/없음	3천만원 미만	3천만~5천만원 미만	5천만~1억원 미만	1억원 이상	
전체	(905)	10.8	11.6	7.3	8.7	11.5	1.4	9.7	8.0	7.2	11.9	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(384)	7.3	10.2	7.6	10.4	19.8	0.3	11.5	7.3	8.3	18.5
	배달앱	(248)	6.5	19.8	10.5	7.3	4.0	1.2	7.3	10.9	7.3	8.5
	숙박앱	(185)	10.3	5.4	5.9	11.4	9.7	3.8	4.3	2.2	4.3	8.6
	부동산앱	(88)	39.8	8.0	0.0	0.0	0.0	2.3	20.5	14.8	8.0	0.0
소재지	서울	(165)	10.9	11.5	6.1	7.3	11.5	3.6	8.5	9.1	8.5	9.1
	경기/인천	(235)	8.1	11.5	9.4	8.5	17.0	0.4	12.8	6.0	7.2	16.2
	대전/세종/충청	(95)	16.8	10.5	7.4	11.6	8.4	1.1	13.7	11.6	8.4	11.6
	대구/경북	(98)	10.2	13.3	5.1	12.2	8.2	1.0	6.1	7.1	12.2	8.2
	부산/울산/경남	(119)	15.1	10.1	5.0	9.2	9.2	1.7	11.8	5.9	3.4	14.3
	광주/전북/전남	(93)	11.8	10.8	7.5	7.5	7.5	0.0	8.6	9.7	5.4	10.8
	강원	(48)	4.2	22.9	10.4	8.3	8.3	2.1	2.1	12.5	6.3	8.3
	제주	(52)	7.7	5.8	7.7	3.8	13.5	1.9	3.8	5.8	3.8	9.6

*모름/무응답 50.1%, 61.8% 미제시

5) 2020년 연 매출액 중 온라인 플랫폼 매출액 비중

- 2020년 연 매출액에서 온라인 플랫폼을 통한 매출액이 차지하는 비중을 확인한 결과, 응답업체 대부분(74.1%) 매출의 절반 이상을 플랫폼을 통해 얻었다고 답함.
- 매출액의 100%가 플랫폼 매출액이라는 응답은 23.5%로 나타남.

[단위: %, Base: 2020년 플랫폼 이용사업자(n=888)]



- 오픈마켓 이용사업자 절반가량은 2020년 연 매출 100%가 플랫폼을 통한 매출이라고 응답함. 플랫폼 매출액이 전체 매출액의 '50% 이상'을 차지한다는 응답 또한 4개 플랫폼 중 가장 높게 나타나 오픈마켓 이용사업자의 플랫폼 의존도가 상대적으로 높은 것으로 분석됨.
- 반면, 전체 매출에서 플랫폼 매출액이 차지하는 비중이 '50% 미만'이라는 응답은 배달앱 이용사업자에서 상대적으로 높았음.

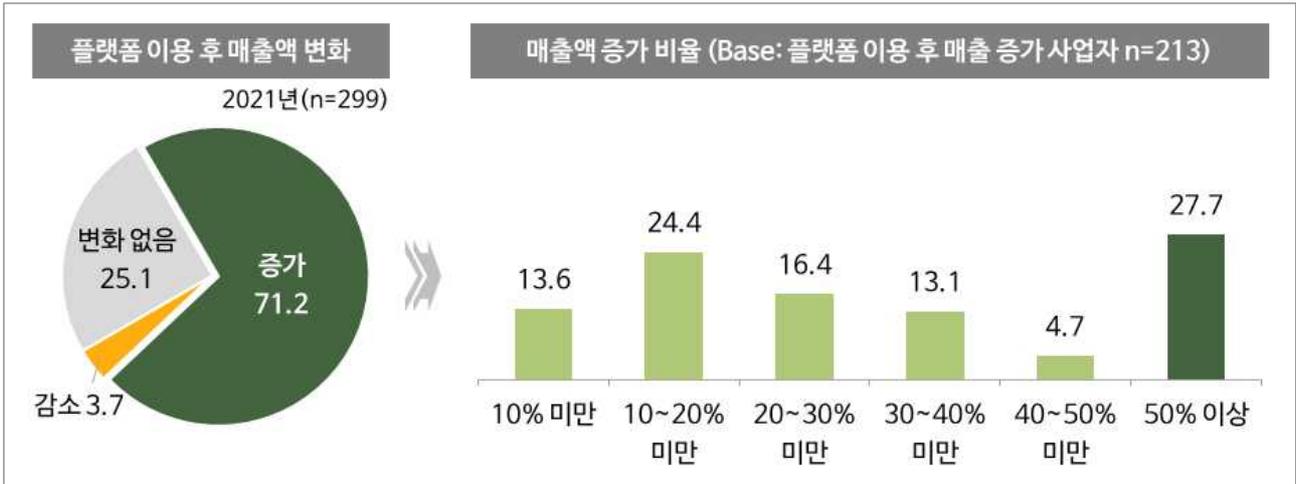
[단위: %, Base: 2020년 플랫폼 이용사업자(n=888)]

구분		사례수 (명)	10% 미만	10~25% 미만	25~50% 미만	50~75% 미만	75~100% 미만	100%
전체		(888)	4.7	7.5	13.6	24.7	25.9	23.5
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(379)	3.2	4.7	6.6	13.2	20.8	51.5
	배달앱	(240)	8.3	14.2	17.9	27.1	27.9	4.6
	숙박앱	(183)	2.7	4.4	18.6	42.1	31.1	1.1
	부동산앱	(86)	5.8	8.1	22.1	31.4	31.4	1.2
소재지	서울	(162)	2.5	4.9	9.9	25.9	25.3	31.5
	경기/인천	(231)	2.6	6.5	8.2	15.2	26.4	41.1
	대전/세종/충청	(95)	7.4	14.7	15.8	25.3	22.1	14.7
	대구/경북	(95)	6.3	5.3	17.9	31.6	28.4	10.5
	부산/울산/경남	(117)	1.7	8.5	17.9	28.2	19.7	23.9
	광주/전북/전남	(89)	10.1	13.5	18.0	32.6	19.1	6.7
	강원	(48)	10.4	2.1	18.8	33.3	31.3	4.2
	제주	(51)	5.9	3.9	15.7	19.6	49.0	5.9
2020년 매출액	1억 미만	(96)	2.1	7.3	13.5	32.3	25.0	19.8
	1~5억 미만	(168)	4.2	6.5	14.3	20.8	27.4	26.8
	5억 이상	(183)	3.3	5.5	10.4	20.8	26.8	33.3
	모름/무응답	(441)	6.1	8.8	14.7	26.1	25.2	19.0
창업 시기	2005년 이전	(78)	9.0	14.1	16.7	26.9	16.7	16.7
	2006년~2010년	(82)	7.3	8.5	17.1	22.0	28.0	17.1
	2011년~2015년	(149)	6.7	5.4	12.8	16.8	26.8	31.5
	2016년~2021년	(496)	3.4	6.7	12.5	25.6	27.2	24.6
	모름/무응답	(83)	2.4	9.6	15.7	33.7	22.9	15.7

6-1) 온라인 플랫폼 이용 후 매출액 변화(증가)

□ 창업 이후 플랫폼을 이용하기 시작한 사업자의 71.2%가 플랫폼 이용 전과 비교하여 매출이 '증가'했다고 답했으며, 이 중 27.7%는 '50% 이상의 매출 상승'을 경험했다고 답함.

[단위: %, Base: 창업 후 플랫폼 이용사업자(n=299)/플랫폼 이용 후 매출 증가 사업자(n=213)]



□ 매출이 증가했다는 응답은 숙박업, 오픈마켓에서 상대적으로 높았으며, '50% 이상'의 매출 증가를 경험했다는 응답 또한 숙박업, 오픈마켓에서 높게 나타남.

[단위: %, Base: 창업 후 플랫폼 이용사업자(n=299)/플랫폼 이용 후 매출 증가 사업자(n=213)]

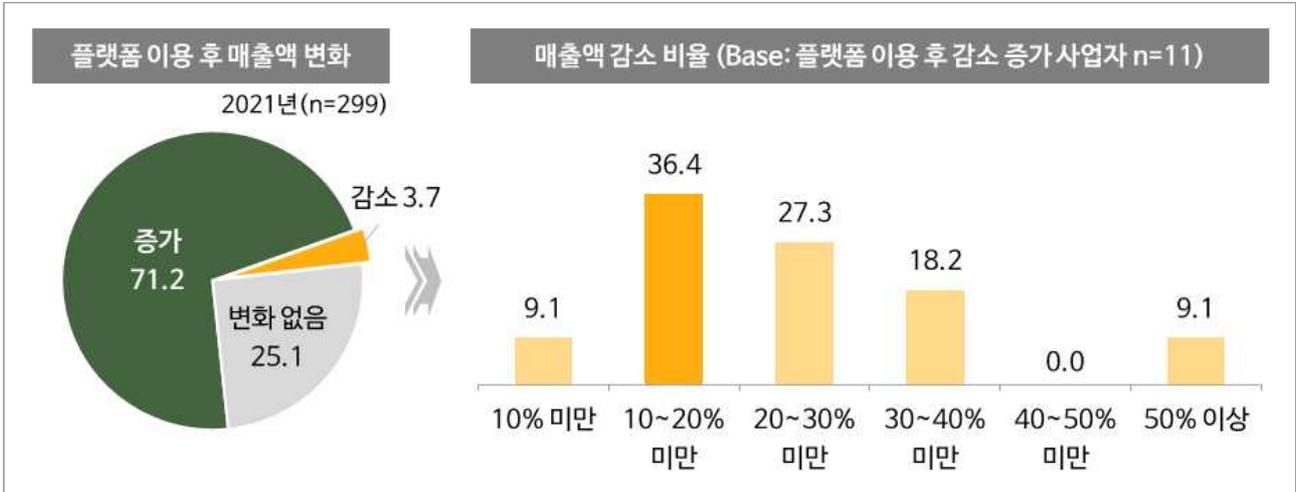
구분		매출액 변화			매출액 증가 비율							
		사례수 (명)	증가	변화 없음	감소	사례수 (명)	10% 미만	10~20% 미만	20~30% 미만	30~40% 미만	40~50% 미만	50% 이상
전체		(299)	71.2	25.1	3.7	(213)	13.6	24.4	16.4	13.1	4.7	27.7
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(101)	77.2	20.8	2.0	(78)	9.0	14.1	17.9	10.3	3.8	44.9
	배달앱	(120)	64.2	29.2	6.7	(77)	16.9	32.5	18.2	16.9	6.5	9.1
	숙박업	(53)	77.4	20.8	1.9	(41)	12.2	22.0	12.2	14.6	2.4	36.6
	부동산업	(25)	68.0	32.0	0.0	(17)	23.5	41.2	11.8	5.9	5.9	11.8
소재지	서울	(44)	68.2	29.5	2.3	(30)	13.3	23.3	26.7	3.3	3.3	30.0
	경기/인천	(61)	70.5	26.2	3.3	(43)	7.0	18.6	20.9	20.9	2.3	30.2
	대전/세종/충청	(40)	77.5	20.0	2.5	(31)	12.9	45.2	6.5	6.5	9.7	19.4
	대구/경북	(39)	74.4	23.1	2.6	(29)	17.2	13.8	17.2	20.7	0.0	31.0
	부산/울산/경남	(42)	78.6	19.0	2.4	(33)	12.1	18.2	15.2	12.1	3.0	39.4
	광주/전북/전남	(38)	60.5	34.2	5.3	(23)	30.4	39.1	8.7	8.7	0.0	13.0
	강원	(24)	70.8	20.8	8.3	(17)	5.9	11.8	17.6	17.6	23.5	23.5
제주	(11)	63.6	27.3	9.1	(7)	14.3	28.6	14.3	14.3	0.0	28.6	
플랫폼 이용 시기	2005년 이전	(7)	85.7	14.3	0.0	(6)	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	50.0
	2006년~2010년	(18)	88.9	11.1	0.0	(16)	0.0	12.5	25.0	37.5	0.0	25.0
	2011년~2015년	(41)	68.3	26.8	4.9	(28)	3.6	25.0	17.9	21.4	3.6	28.6
	2016년~2021년	(182)	69.8	26.4	3.8	(127)	19.7	29.9	13.4	11.0	6.3	19.7
	모름/무응답	(51)	70.6	25.5	3.9	(36)	5.6	11.1	22.2	5.6	2.8	52.8

6-2) 온라인 플랫폼 이용 후 매출액 변화(감소)

□ 온라인 플랫폼 이용 후 매출이 감소했다는 응답은 3.7%에 그침.

□ 매출액 감소 비율은 '10~20% 미만'(36.4%), '20~30% 미만'(27.3%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 창업 후 플랫폼 이용사업자(n=299)/플랫폼 이용 후 매출 감소 사업자(n=11)]



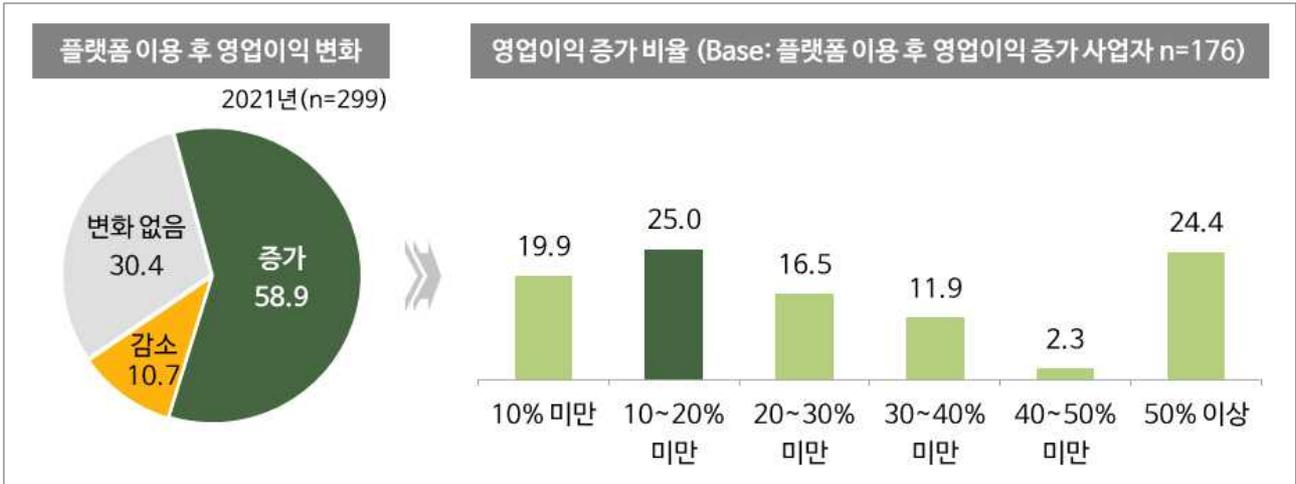
[단위: %, Base: 창업 후 플랫폼 이용사업자(n=299)/플랫폼 이용 후 매출 감소 사업자(n=11)]

구분		매출액 변화				매출액 감소 비율						
		사례수 (명)	증가	변화 없음	감소	사례수 (명)	10% 미만	10~ 20% 미만	20~ 30% 미만	30~ 40% 미만	40~ 50% 미만	50% 이상
전체		(299)	71.2	25.1	3.7	(11)	9.1	36.4	27.3	18.2	0.0	9.1
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(101)	77.2	20.8	2.0	(2)	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	배달앱	(120)	64.2	29.2	6.7	(8)	12.5	50.0	12.5	12.5	0.0	12.5
	숙박앱	(53)	77.4	20.8	1.9	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	부동산앱	(25)	68.0	32.0	0.0	-	-	-	-	-	-	-
소재지	서울	(44)	68.2	29.5	2.3	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	경기/인천	(61)	70.5	26.2	3.3	(2)	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	대전/세종/충청	(40)	77.5	20.0	2.5	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	대구/경북	(39)	74.4	23.1	2.6	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	부산/울산/경남	(42)	78.6	19.0	2.4	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	광주/전북/전남	(38)	60.5	34.2	5.3	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	강원	(24)	70.8	20.8	8.3	(2)	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	제주	(11)	63.6	27.3	9.1	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
플랫폼 이용 시기	2005년 이전	(7)	85.7	14.3	0.0	-	-	-	-	-	-	-
	2006년~2010년	(18)	88.9	11.1	0.0	-	-	-	-	-	-	-
	2011년~2015년	(41)	68.3	26.8	4.9	(2)	0.0	0.0	50.0	50.0	-	0.0
	2016년~ 2021년	(182)	69.8	26.4	3.8	(7)	14.3	42.9	28.6	0.0	-	14.3
	모름/무응답	(51)	70.6	25.5	3.9	(2)	0.0	50.0	0.0	50.0	-	0.0

7-1) 온라인 플랫폼 이용 후 영업이익 변화(증가)

□ 온라인 플랫폼 이용 후 영업이익이 증가했다는 응답은 58.9%로 나타났으며, 영업이익 증가 비율은 '10~20% 미만'(25.0%), '50% 이상'(24.4%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 창업 후 플랫폼 이용사업자(n=299)/플랫폼 이용 후 영업이익 증가 사업자(n=176)]



□ 플랫폼 이용 후 영업이익이 증가했다는 응답은 오픈마켓, 숙박업, 부동산업 이용 사업자에게 상대적으로 높게 나타났으며, 증가 비율은 오픈마켓, 숙박업은 '50% 이상', 부동산업은 '10~20% 미만'이 상대적으로 높았음.

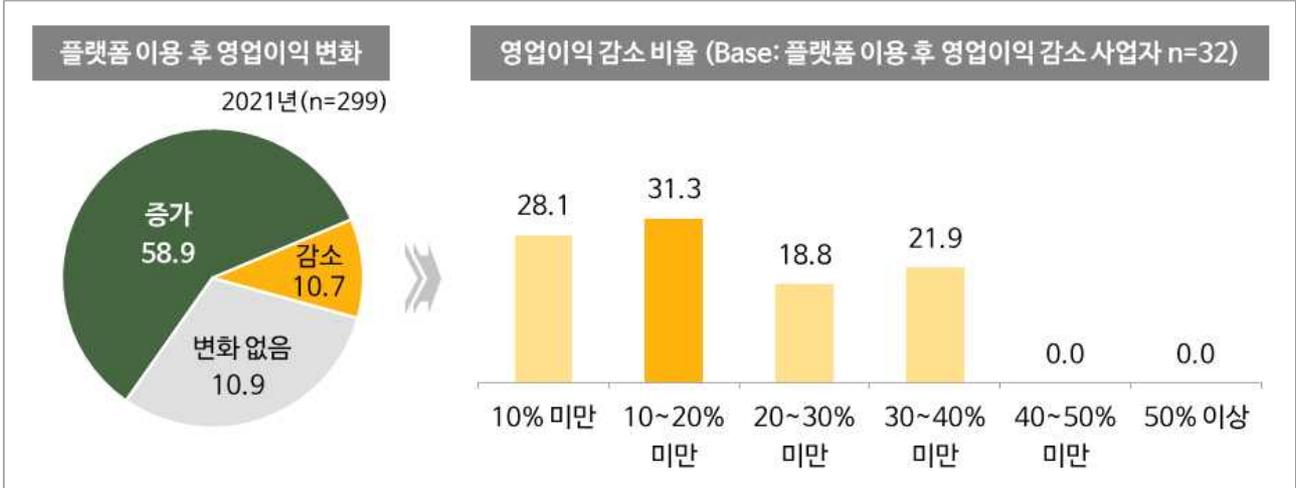
[단위: %, Base: 창업 후 플랫폼 이용사업자(n=299)/플랫폼 이용 후 영업이익 증가 사업자(n=176)]

구분	영업이익 변화				영업이익 증가 비율							
	사례수 (명)	증가	변화 없음	감소	사례수 (명)	10% 미만	10~20% 미만	20~30% 미만	30~40% 미만	40~50% 미만	50% 이상	
전체	(299)	58.9	30.4	10.7	(176)	19.9	25.0	16.5	11.9	2.3	24.4	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(101)	65.3	28.7	5.9	(66)	12.1	16.7	18.2	13.6	1.5	37.9
	배달업	(120)	50.0	35.0	15.0	(60)	28.3	35.0	21.7	6.7	1.7	6.7
	숙박업	(53)	64.2	26.4	9.4	(34)	17.6	14.7	11.8	17.6	2.9	35.3
	부동산업	(25)	64.0	24.0	12.0	(16)	25.0	43.8	0.0	12.5	6.3	12.5
소재지	서울	(44)	45.5	34.1	20.5	(20)	15.0	30.0	30.0	10.0	0.0	15.0
	경기/인천	(61)	62.3	31.1	6.6	(38)	15.8	28.9	18.4	13.2	0.0	23.7
	대전/세종/충청	(40)	57.5	27.5	15.0	(23)	21.7	26.1	17.4	0.0	8.7	26.1
	대구/경북	(39)	59.0	28.2	12.8	(23)	30.4	17.4	8.7	17.4	0.0	26.1
	부산/울산/경남	(42)	71.4	23.8	4.8	(30)	16.7	20.0	10.0	16.7	3.3	33.3
	광주/전북/전남	(38)	50.0	39.5	10.5	(19)	31.6	31.6	10.5	10.5	0.0	15.8
	강원	(24)	66.7	33.3	0.0	(16)	6.3	25.0	25.0	12.5	6.3	25.0
제주	(11)	63.6	18.2	18.2	(7)	28.6	14.3	14.3	14.3	0.0	28.6	
플랫폼 이용 시기	2005년 이전	(7)	71.4	0.0	28.6	(5)	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0
	2006년~2010년	(18)	77.8	22.2	0.0	(14)	0.0	28.6	35.7	14.3	0.0	21.4
	2011년~2015년	(41)	51.2	34.1	14.6	(21)	14.3	23.8	33.3	9.5	0.0	19.0
	2016년~2021년	(182)	57.7	31.3	11.0	(105)	25.7	28.6	10.5	12.4	3.8	19.0
	모름/무응답	(51)	60.8	31.4	7.8	(31)	9.7	12.9	16.1	12.9	0.0	48.4

7-2) 온라인 플랫폼 이용 후 영업이익 변화(감소)

□ 창업 후 플랫폼을 이용하기 시작한 사업자의 10.7%는 플랫폼 이용 후 영업이익이 감소했다고 답했으며, 감소 비율은 '10~20% 미만'(31.3%)이 상대적으로 높았음.

[단위: %, Base: 창업 후 플랫폼 이용사업자(n=299)/플랫폼 이용 후 영업이익 감소 사업자(n=32)]



□ 영업이익이 감소했다는 응답은 배달앱 이용사업자에서 상대적으로 높게 나타남.

[단위: %, Base: 창업 후 플랫폼 이용사업자(n=299)/플랫폼 이용 후 영업이익 감소 사업자(n=32)]

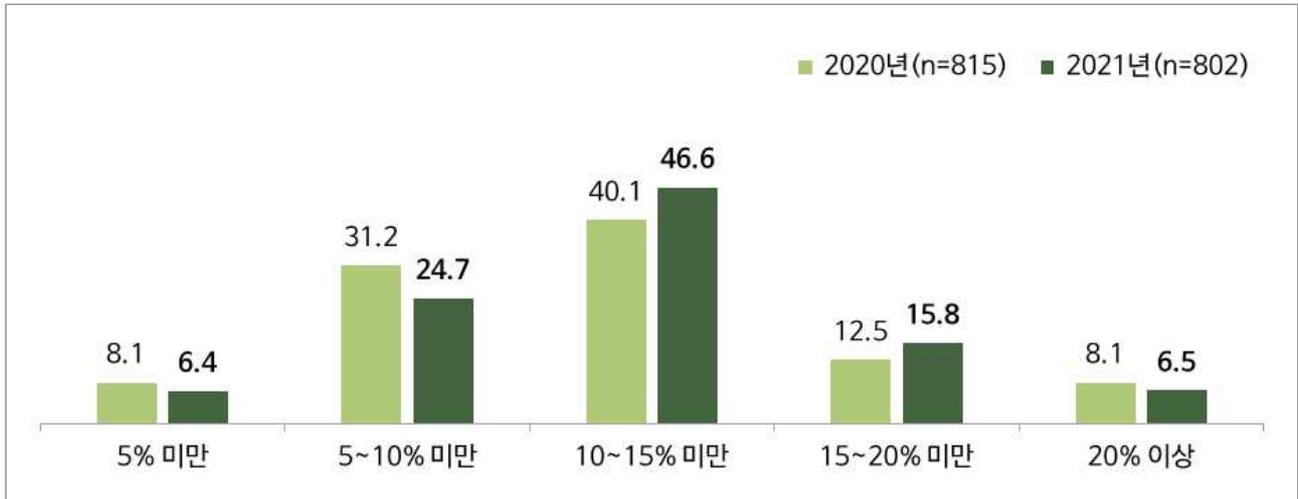
구분	영업이익 변화				영업이익 감소 비율							
	사례수 (명)	증가	변화 없음	감소	사례수 (명)	10% 미만	10~20% 미만	20~30% 미만	30~40% 미만	40~50% 미만	50% 이상	
전체	(299)	58.9	30.4	10.7	(32)	28.1	31.3	18.8	21.9	0.0	0.0	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(101)	65.3	28.7	5.9	(6)	16.7	33.3	16.7	33.3	0.0	0.0
	배달앱	(120)	50.0	35.0	15.0	(18)	27.8	38.9	11.1	22.2	0.0	0.0
	숙박앱	(53)	64.2	26.4	9.4	(5)	40.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	부동산앱	(25)	64.0	24.0	12.0	(3)	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0
소재지	서울	(44)	45.5	34.1	20.5	(9)	22.2	33.3	11.1	33.3	0.0	0.0
	경기/인천	(61)	62.3	31.1	6.6	(4)	25.0	0.0	25.0	50.0	0.0	0.0
	대전/세종/충청	(40)	57.5	27.5	15.0	(6)	33.3	33.3	16.7	16.7	0.0	0.0
	대구/경북	(39)	59.0	28.2	12.8	(5)	40.0	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	부산/울산/경남	(42)	71.4	23.8	4.8	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	광주/전북/전남	(38)	50.0	39.5	10.5	(4)	25.0	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0
	강원	(24)	66.7	33.3	0.0	-	-	-	-	-	-	-
	제주	(11)	63.6	18.2	18.2	(2)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
플랫폼 이용 시기	2005년 이전	(7)	71.4	0.0	28.6	(2)	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	2006년~2010년	(18)	77.8	22.2	0.0	-	-	-	-	-	-	-
	2011년~2015년	(41)	51.2	34.1	14.6	(6)	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
	2016년~2021년	(182)	57.7	31.3	11.0	(20)	25.0	40.0	20.0	15.0	0.0	0.0
	모름/무응답	(51)	60.8	31.4	7.8	(4)	25.0	0.0	0.0	75.0	0.0	0.0

2. 온라인 플랫폼 이용 관련 비용 부담

1) 2020년 연간 플랫폼 매출액 중 플랫폼 이용료(중개수수료) 비중

□ 2020년 기준 온라인 플랫폼을 통한 연 매출액에서 플랫폼 이용료(중개수수료)가 차지하는 비중을 조사한 결과, '10~15% 미만'(46.6%)이 가장 높게 나타남. 다음으로 '5~10% 미만'(24.7%), '15~20% 미만'(15.8%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 오픈마켓·배달앱·숙박앱 이용사업자(n=815)/
2020년 오픈마켓·배달앱·숙박앱 이용사업자(n=802)]



□ 오픈마켓, 숙박앱은 '10~15% 미만', 배달앱은 '5~10% 미만' 응답 비율이 상대적으로 높았음.

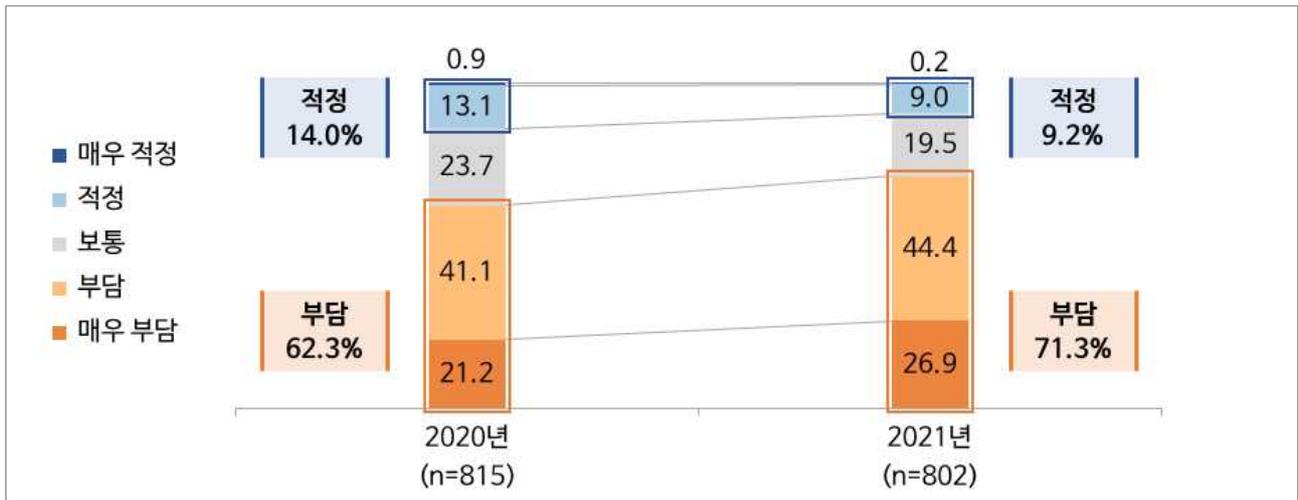
[단위: %, Base: 2020년 오픈마켓·배달앱·숙박앱 이용사업자(n=802)]

구분		사례수 (명)	5% 미만	5~10% 미만	10~15% 미만	15~20% 미만	20% 이상
전체		(802)	6.4	24.7	46.6	15.8	6.5
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(379)	3.4	20.3	54.1	16.9	5.3
	배달앱	(240)	12.5	37.9	25.4	15.0	9.2
	숙박앱	(183)	4.4	16.4	59.0	14.8	5.5
소재지	서울	(143)	3.5	20.3	49.7	18.2	8.4
	경기/인천	(214)	3.3	22.4	49.1	17.3	7.9
	대전/세종/충청	(81)	8.6	37.0	46.9	6.2	1.2
	대구/경북	(82)	9.8	20.7	45.1	22.0	2.4
	부산/울산/경남	(114)	6.1	23.7	47.4	14.9	7.9
	광주/전북/전남	(76)	13.2	32.9	36.8	9.2	7.9
	강원	(44)	6.8	34.1	34.1	18.2	6.8
	제주	(48)	8.3	14.6	54.2	18.8	4.2

2) 온라인 플랫폼 이용료(중개수수료) 적정성

□ 2020년 연간 온라인 플랫폼 매출액에서 플랫폼 이용료가 차지하는 비중을 고려했을 때, 플랫폼 이용료가 '적정하다'는 응답은 9.2%, '부담된다'는 응답은 71.3%로 조사됨.

[단위: %, Base: 오픈마켓·배달앱·숙박앱 이용사업자(n=815)/
2020년 오픈마켓·배달앱·숙박앱 이용사업자(n=802)]



- 플랫폼 이용료가 '부담된다'는 응답은 배달앱 이용사업자에서 상대적으로 높게 나타남.
- 플랫폼 이용료 비중이 커질수록 부담된다고 느끼는 비율도 증가하며, 특히 '10%'를 기점으로 부담 정도에 미치는 영향이 커지는 것으로 나타남.

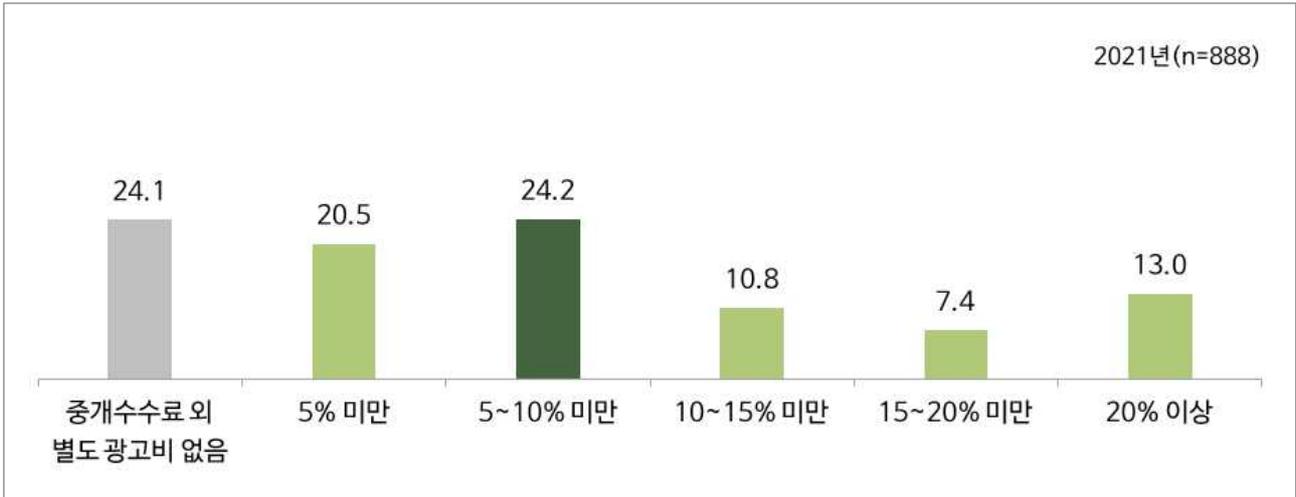
[단위: %, Base: 2020년 오픈마켓·배달앱·숙박앱 이용사업자(n=802)]

구분		사례수 (명)	적정			보통	부담		
			매우 적정	적정	종합		부담	매우 부담	종합
전체		(802)	0.2	9.0	9.2	19.5	44.4	26.9	71.3
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(379)	0.5	11.1	11.6	19.0	43.3	26.1	69.4
	배달앱	(240)	0.0	5.8	5.8	17.1	45.8	31.3	77.1
	숙박앱	(183)	0.0	8.7	8.7	23.5	44.8	23.0	67.8
플랫폼 이용료 비중	5% 미만	(51)	3.9	15.7	19.6	33.3	37.3	9.8	47.1
	5~10% 미만	(198)	0.0	14.6	14.6	25.8	45.5	14.1	59.6
	10~15% 미만	(374)	0.0	7.0	7.0	18.4	46.3	28.3	74.6
	15~20% 미만	(127)	0.0	3.9	3.9	13.4	42.5	40.2	82.7
	20% 이상	(52)	0.0	7.7	7.7	3.8	38.5	50.0	88.5
소재지	서울	(143)	0.7	11.9	12.6	13.3	40.6	33.6	74.1
	경기/인천	(214)	0.0	12.1	12.1	16.8	45.3	25.7	71.0
	대전/세종/충청	(81)	1.2	7.4	8.6	27.2	40.7	23.5	64.2
	대구/경북	(82)	0.0	7.3	7.3	17.1	50.0	25.6	75.6
	부산/울산/경남	(114)	0.0	6.1	6.1	26.3	43.0	24.6	67.5
	광주/전북/전남	(76)	0.0	3.9	3.9	22.4	50.0	23.7	73.7
	강원	(44)	0.0	4.5	4.5	15.9	45.5	34.1	79.5
	제주	(48)	0.0	10.4	10.4	22.9	41.7	25.0	66.7

3) 2020년 연간 플랫폼 매출액 중 플랫폼 광고비 비중

□ 2020년 기준 연간 플랫폼 매출액에서 플랫폼 광고비가 차지하는 비중은 '5~10% 미만'(24.2%)이 상대적으로 높게 나타났으며, '5% 미만'(20.5%)이 뒤를 이음.

[단위: %, Base: 2020년 플랫폼 이용사업자(n=888)]



□ 플랫폼 광고비가 플랫폼 매출액의 '20% 이상'을 차지한다는 응답은 부동산업 이용사업자에서 상대적으로 높게 나타남.

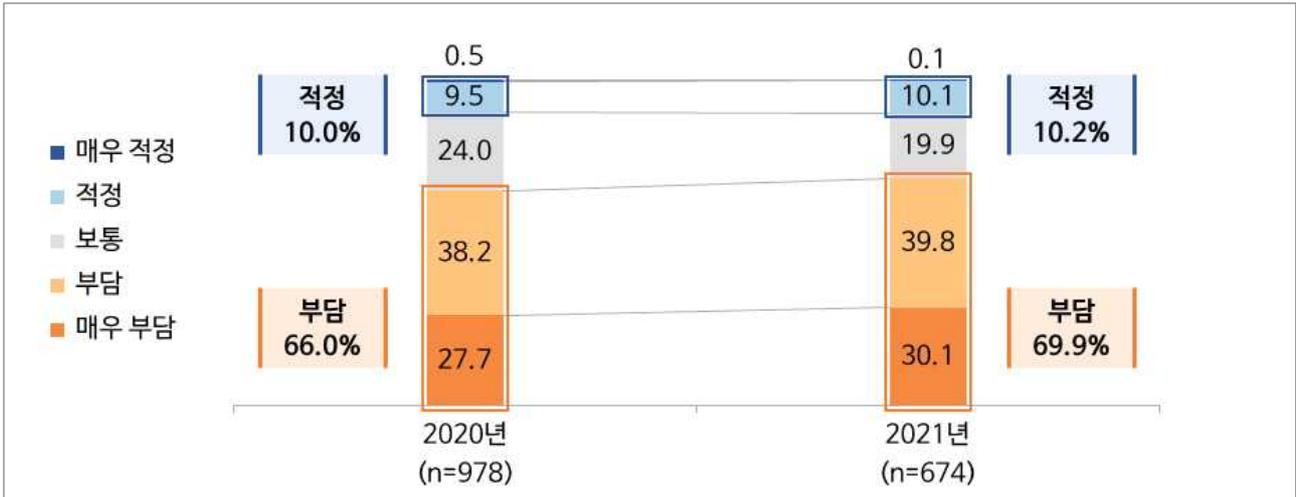
[단위: %, Base: 2020년 플랫폼 이용사업자(n=888)]

구분		사례수 (명)	별도 광고비 없음	5% 미만	5~10% 미만	10~15% 미만	15~20% 미만	20% 이상
전체		(888)	24.1	20.5	24.2	10.8	7.4	13.0
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(379)	18.2	22.4	23.7	13.7	7.7	14.2
	배달앱	(240)	28.8	22.9	29.2	8.8	5.4	5.0
	숙박앱	(183)	33.3	16.9	24.6	9.8	7.1	8.2
	부동산업	(86)	17.4	12.8	11.6	5.8	12.8	39.5
소재지	서울	(162)	21.6	17.3	23.5	13.6	11.7	12.3
	경기/인천	(231)	24.7	21.6	20.3	9.1	6.9	17.3
	대전/세종/충청	(95)	18.9	24.2	36.8	6.3	3.2	10.5
	대구/경북	(95)	23.2	16.8	21.1	17.9	5.3	15.8
	부산/울산/경남	(117)	25.6	21.4	26.5	9.4	8.5	8.5
	광주/전북/전남	(89)	27.0	20.2	21.3	10.1	6.7	14.6
	강원	(48)	20.8	25.0	22.9	10.4	6.3	14.6
	제주	(51)	35.3	19.6	27.5	9.8	7.8	0.0

4) 온라인 플랫폼 광고비 적정성

□ 2020년 연간 온라인 플랫폼 매출액에서 플랫폼 광고비가 차지하는 비중을 고려했을 때, 광고비가 '적정하다'는 응답은 10.2%, '부담된다'는 응답은 69.9%로 조사됨.

[단위: %, Base: 전체(n=978)/2020년 플랫폼 이용사업자 중 광고비를 부담한 경우(n=674)]



- 플랫폼 유형별로는 '플랫폼 매출액 중 광고비 비중이 20% 이상'이라는 응답이 가장 높았던 부동산업에서 광고비가 '부담된다'는 응답 또한 높게 나타남.
- 플랫폼 매출에서 광고비가 차지하는 비중이 커질수록 부담을 느끼는 비율도 증가하며, 10% 이상부터 그 비율이 두드러짐.

[단위: %, Base: 2020년 플랫폼 이용사업자 중 광고비를 부담한 경우(n=674)]

구분		사례수 (명)	적정			보통	부담		
			매우 적정	적정	종합		부담	매우 부담	종합
전체		(674)	0.1	10.1	10.2	19.9	39.8	30.1	69.9
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(310)	0.3	12.3	12.6	17.4	40.6	29.4	70.0
	배달앱	(171)	0.0	8.8	8.8	24.0	41.5	25.7	67.3
	숙박앱	(122)	0.0	7.4	7.4	24.6	32.0	36.1	68.0
	부동산업	(71)	0.0	8.5	8.5	12.7	45.1	33.8	78.9
광고비 비중	5% 미만	(182)	0.5	17.6	18.1	30.8	44.5	6.6	51.1
	5~10% 미만	(215)	0.0	10.7	10.7	22.8	39.5	27.0	66.5
	10~15% 미만	(96)	0.0	8.3	8.3	16.7	37.5	37.5	75.0
	15~20% 미만	(66)	0.0	4.5	4.5	4.5	43.9	47.0	90.9
	20% 이상	(115)	0.0	1.7	1.7	8.7	32.2	57.4	89.6
소재지	서울	(127)	0.0	12.6	12.6	14.2	38.6	34.6	73.2
	경기/인천	(174)	0.0	9.8	9.8	18.4	42.0	29.9	71.8
	대전/세종/충청	(77)	0.0	13.0	13.0	22.1	37.7	27.3	64.9
	대구/경북	(73)	0.0	11.0	11.0	19.2	38.4	31.5	69.9
	부산/울산/경남	(87)	1.1	2.3	3.4	25.3	39.1	32.2	71.3
	광주/전북/전남	(65)	0.0	10.8	10.8	21.5	40.0	27.7	67.7
	강원	(38)	0.0	5.3	5.3	26.3	39.5	28.9	68.4
	제주	(33)	0.0	18.2	18.2	21.2	42.4	18.2	60.6

5) [배달앱 이용사업자] 건당 평균 배달비¹⁾

□ 배달앱을 이용하는 경우, 건당 배달비는 '3,000~3,500원 미만'(29.7%)에 해당한다는 응답이 상대적으로 높았으며, 건당 평균 배달비는 3394원으로 조사됨.

[단위: %, Base: 배달앱 이용사업자(n=300)]



[단위: %, Base: 배달앱 이용사업자(n=300)]

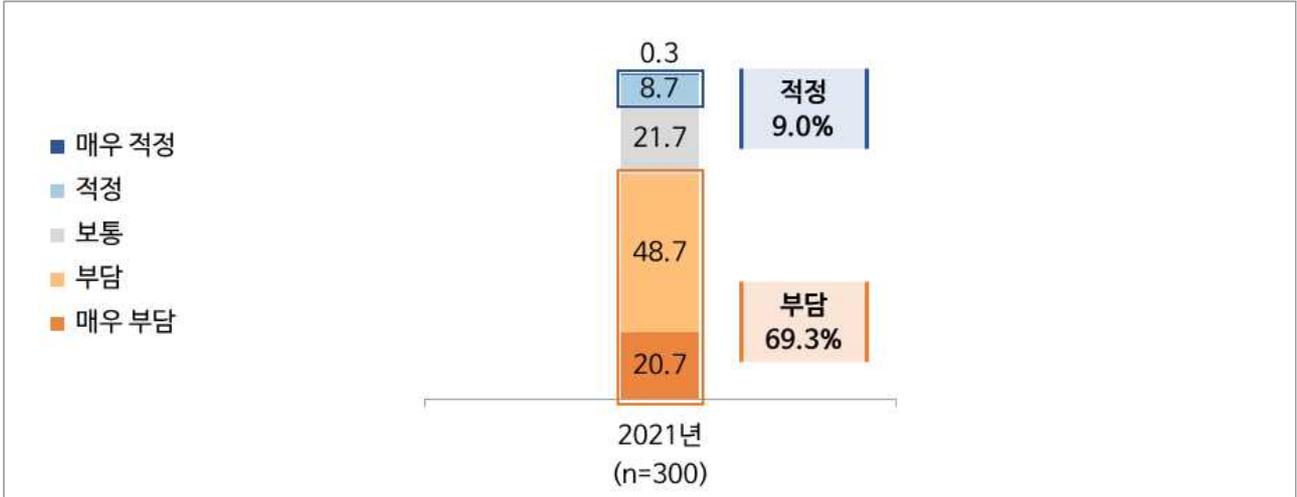
구분	사례수 (명)	3,000원 미만	3,000~3,500원 미만	3,500~4,000원 미만	4,000~4,500원 미만	4,500원 이상	평균 (원)	
전체	(300)	18.3	29.7	18.7	19.3	14.0	3394.3	
소재지	서울	(28)	14.3	28.6	10.7	28.6	17.9	3600.0
	경기/인천	(39)	10.3	33.3	15.4	20.5	20.5	3564.1
	대전/세종/충청	(52)	26.9	23.1	26.9	19.2	3.8	3197.1
	대구/경북	(36)	13.9	30.6	22.2	16.7	16.7	3459.7
	부산/울산/경남	(48)	20.8	31.3	14.6	20.8	12.5	3283.3
	광주/전북/전남	(53)	20.8	39.6	18.9	15.1	5.7	3171.7
	강원	(25)	12.0	32.0	4.0	24.0	28.0	3660.0
	제주	(19)	21.1	5.3	36.8	10.5	26.3	3710.5

1) 2021년 신규 문항

6) [배달앱 이용사업자] 건당 배달비 적정성2)

□ 주문 건당 배달비가 '적정하다'는 응답은 9.0%, '부담된다'는 응답은 69.3%로 조사됨.

[단위: %, Base: 배달앱 이용사업자(n=300)]



□ 배달비가 건당 3,000원 미만인 경우 걱정하거나 보통이라는 응답이 높았던 반면, 배달비가 높아질수록 부담 비율도 증가하며, 3,500원 이상부터 그 비율이 두드러짐.

[단위: %, Base: 배달앱 이용사업자(n=300)]

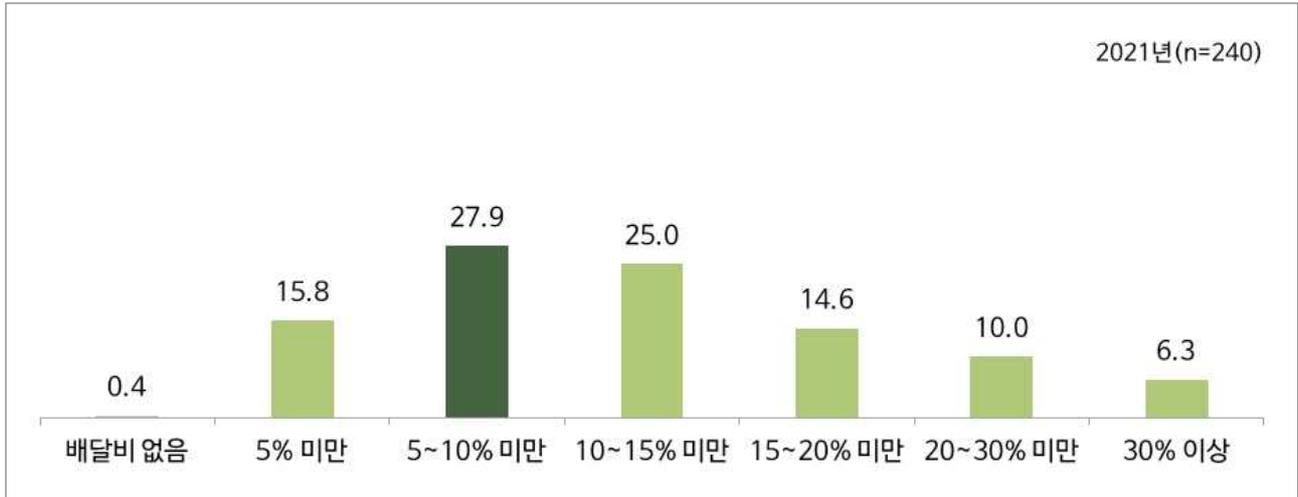
구분	사례수 (명)	적정			보통	부담			
		매우 적정	적정	종합		부담	매우 부담	종합	
전체	(300)	0.3	8.7	9.0	21.7	48.7	20.7	69.3	
건당 평균 배달비	3,000원 미만	(55)	1.8	14.5	16.4	43.6	32.7	7.3	40.0
	3,000~3,500원 미만	(89)	0.0	7.9	7.9	24.7	55.1	12.4	67.4
	3,500~4,000원 미만	(56)	0.0	7.1	7.1	19.6	42.9	30.4	73.2
	4,000~4,500원 미만	(58)	0.0	6.9	6.9	10.3	65.5	17.2	82.8
	4,500원 이상	(42)	0.0	7.1	7.1	4.8	40.5	47.6	88.1
소재지	서울	(28)	0.0	10.7	10.7	17.9	42.9	28.6	71.4
	경기/인천	(39)	0.0	7.7	7.7	12.8	53.8	25.6	79.5
	대전/세종/충청	(52)	0.0	9.6	9.6	30.8	50.0	9.6	59.6
	대구/경북	(36)	0.0	13.9	13.9	16.7	38.9	30.6	69.4
	부산/울산/경남	(48)	2.1	2.1	4.2	25.0	50.0	20.8	70.8
	광주/전북/전남	(53)	0.0	9.4	9.4	22.6	49.1	18.9	67.9
	강원	(25)	0.0	8.0	8.0	16.0	60.0	16.0	76.0
	제주	(19)	0.0	10.5	10.5	26.3	42.1	21.1	63.2

2) 2021년 신규 문항

7) [배달앱 이용사업자] 2020년 연간 플랫폼 매출액 중 배달비 비중³⁾

□ 2020년 연간 온라인 플랫폼 매출액에서 배달비가 차지하는 비중은 '5~10% 미만' (27.9%), '10~15% 미만'(25.0%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 2020년 배달앱 이용사업자(n=240)]



[단위: %, Base: 2020년 배달앱 이용사업자(n=240)]

구분		사례수 (명)	배달비 없음	5% 미만	5~10% 미만	10~15% 미만	15~20% 미만	20~30% 미만	30% 이상
전체		(240)	0.4	15.8	27.9	25.0	14.6	10.0	6.3
소재지	서울	(23)	0.0	4.3	39.1	21.7	13.0	13.0	8.7
	경기/인천	(33)	0.0	9.1	24.2	24.2	21.2	15.2	6.1
	대전/세종/충청	(37)	2.7	10.8	37.8	27.0	10.8	8.1	2.7
	대구/경북	(27)	0.0	18.5	33.3	18.5	11.1	14.8	3.7
	부산/울산/경남	(39)	0.0	10.3	20.5	35.9	12.8	12.8	7.7
	광주/전북/전남	(39)	0.0	28.2	28.2	15.4	15.4	7.7	5.1
	강원	(25)	0.0	24.0	20.0	32.0	16.0	4.0	4.0
	제주	(17)	0.0	23.5	17.6	23.5	17.6	0.0	17.6

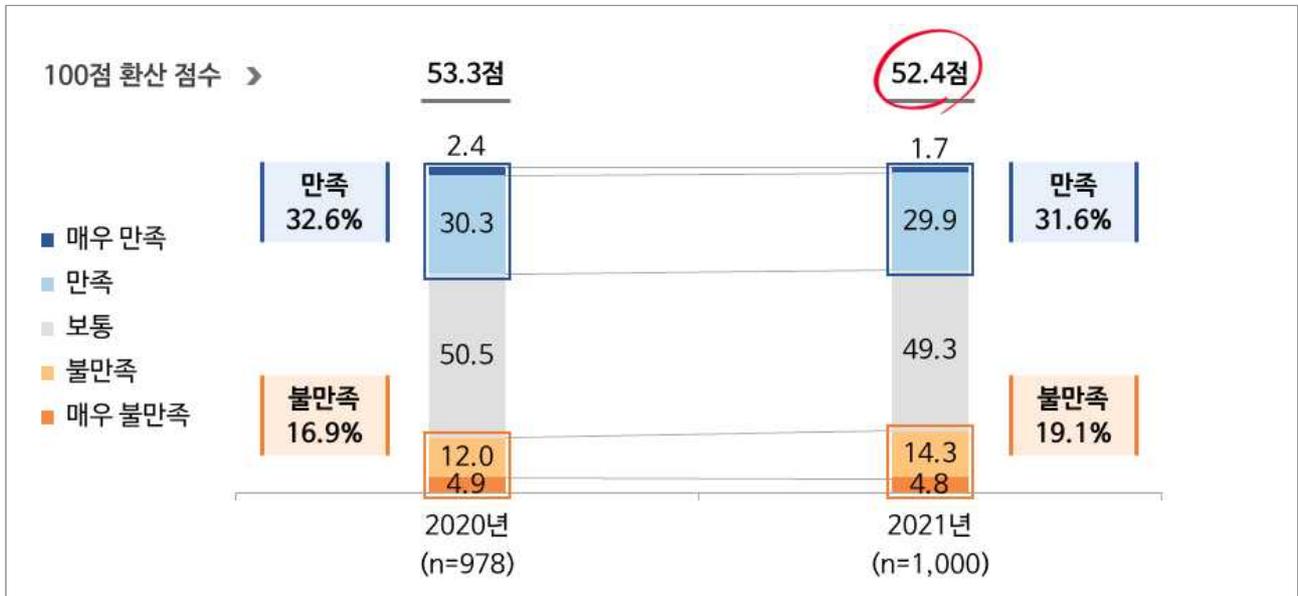
3) 2021년 신규 문항

3. 온라인 플랫폼 이용 만족도

1) 온라인 플랫폼 전반적 만족도

- 이용 중인 온라인 플랫폼에 대해 전반적으로 '만족한다'는 응답은 31.6%, '불만족한다'는 응답은 19.1%로 나타났으며, 절반가량이 '보통'이라고 답함.
- 만족도 점수는 전년도 조사 결과 대비 0.9점 하락한 52.4점으로 조사됨.

[단위: %, Base: 전체(n=978)/전체(n=1,000)]



□ 플랫폼별 만족도를 살펴보면, 오픈마켓 이용사업자의 만족도가 55.7점으로 상대적으로 높게 나타남. 다음은 숙박앱(53.6점), 배달앱(49.5점), 부동산앱(45.0점) 순으로 부동산앱 이용사업자의 만족도가 가장 낮은 수준으로 조사됨.

□ 플랫폼 이용 기간별로는 '1년 미만'인 사업자에서 상대적으로 높은 만족도를 보임.

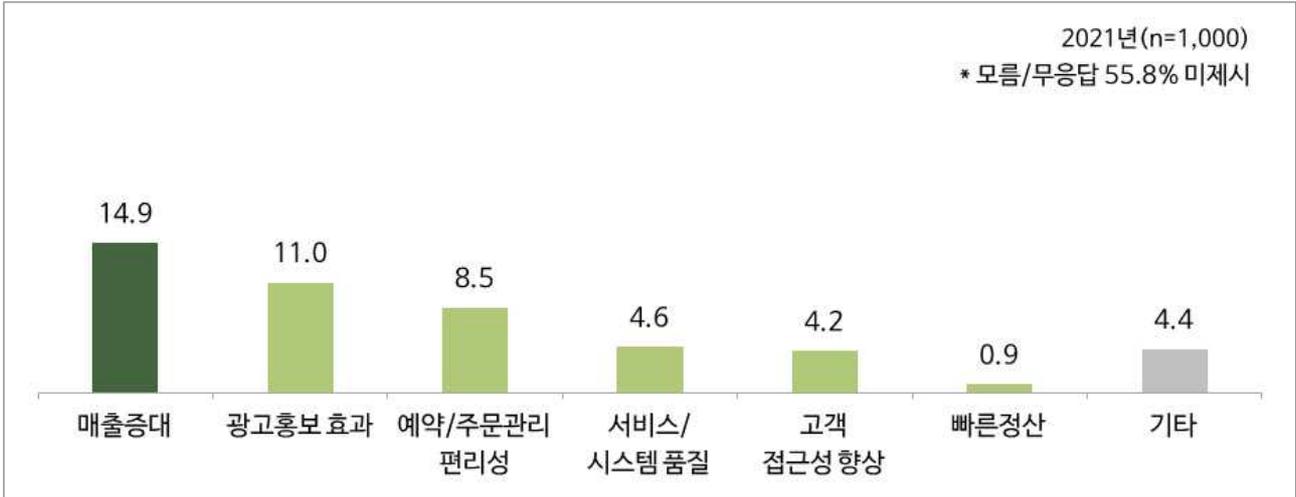
[단위: %, Base: 전체(n=1,000)]

구분	사례수 (명)	만족			보통	불만족			100점 평균 (점)	
		매우 만족	만족	종합		불만족	매우 불만족	종합		
전체	(1,000)	1.7	29.9	31.6	49.3	14.3	4.8	19.1	52.4	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(400)	1.5	33.5	35.0	52.3	11.8	1.0	12.8	55.7
	배달앱	(300)	2.0	25.0	27.0	49.3	16.3	7.3	23.7	49.5
	숙박앱	(200)	2.5	35.0	37.5	44.0	11.5	7.0	18.5	53.6
	부동산앱	(100)	0.0	20.0	20.0	48.0	24.0	8.0	32.0	45.0
플랫폼 이용 기간	1년 미만	(112)	3.6	33.9	37.5	45.5	13.4	3.6	17.0	55.1
	1~3년 미만	(322)	1.9	29.5	31.4	51.2	12.7	4.7	17.4	52.8
	3~5년 미만	(181)	0.6	30.9	31.5	45.3	18.8	4.4	23.2	51.1
	5~10년 미만	(191)	2.1	26.2	28.3	48.7	16.8	6.3	23.0	50.3
	10년 이상	(94)	1.1	27.7	28.7	53.2	12.8	5.3	18.1	51.6
	모름/무응답	(100)	1.0	34.0	35.0	52.0	9.0	4.0	13.0	54.8
소재지	서울	(179)	1.7	29.6	31.3	52.0	11.2	5.6	16.8	52.7
	경기/인천	(250)	1.2	31.6	32.8	50.8	13.6	2.8	16.4	53.7
	대전/세종/충청	(120)	1.7	33.3	35.0	40.8	15.8	8.3	24.2	51.0
	대구/경북	(105)	1.9	23.8	25.7	51.4	16.2	6.7	22.9	49.5
	부산/울산/경남	(135)	1.5	24.4	25.9	54.1	14.1	5.9	20.0	50.4
	광주/전북/전남	(107)	2.8	27.1	29.9	47.7	19.6	2.8	22.4	51.9
	강원	(50)	2.0	40.0	42.0	42.0	16.0	0.0	16.0	57.0
	제주	(54)	1.9	37.0	38.9	46.3	9.3	5.6	14.8	55.1

2) 온라인 플랫폼 이용 관련 만족 의견

□ 이용 중인 온라인 플랫폼에 대한 만족 의견으로는 '매출증대'(14.9%)가 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '광고홍보 효과'(11.0%), '예약/주문관리 편리성'(8.5%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=1,000), 복수응답]



[단위: %, Base: 전체(n=1,000), 복수응답]

구분		사례수 (명)	매출 증대	광고 홍보 효과	예약/주문관리 편리성	서비스/시스템 품질	고객 접근성 향상	빠른 정산	기타
전체		(1,000)	14.9	11.0	8.5	4.6	4.2	0.9	4.4
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(400)	12.5	5.5	8.0	5.8	7.5	2.3	5.0
	배달앱	(300)	21.7	8.3	10.0	3.3	1.3	0.0	4.3
	숙박앱	(200)	12.5	15.0	9.0	5.5	2.5	0.0	5.0
	부동산앱	(100)	9.0	33.0	5.0	2.0	3.0	0.0	1.0
소재지	서울	(179)	9.5	7.8	10.6	6.7	6.1	0.6	3.4
	경기/인천	(250)	18.0	10.8	7.6	2.4	5.6	1.6	4.0
	대전/세종/충청	(120)	15.8	9.2	8.3	4.2	2.5	0.0	5.0
	대구/경북	(105)	14.3	12.4	7.6	5.7	4.8	1.0	5.7
	부산/울산/경남	(135)	17.0	10.4	6.7	4.4	4.4	0.7	2.2
	광주/전북/전남	(107)	10.3	20.6	9.3	2.8	1.9	0.9	4.7
	강원	(50)	22.0	6.0	10.0	6.0	2.0	2.0	8.0
	제주	(54)	14.8	11.1	9.3	9.3	0.0	0.0	7.4

*없음/무응답 55.8% 미제시

3) 온라인 플랫폼 이용 관련 불만족 의견

□ 이용 중인 온라인 플랫폼에 대한 불만족 의견으로는 '수수료 정책'(67.9%)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '정산 절차'(19.2%), '계약 조건'(13.3%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=1,000), 복수응답]



[단위: %, Base: 전체(n=1,000), 복수응답]

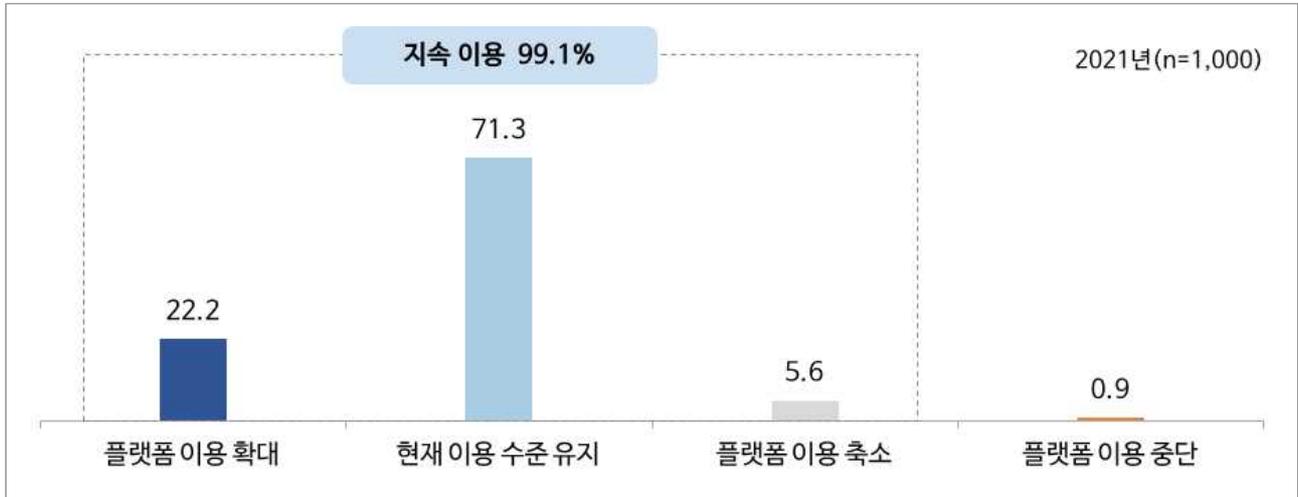
구분		사례 수 (명)	수수료 정책	정산 절차	계약 조건	할인 행사 부담	서비스 품질	사용 방법	광고비 부담	고객 센터 연결 불편	배달비 부담	리뷰 시스템	기타
전체		(1,000)	67.9	19.2	13.3	12.8	11.8	11.6	7.9	2.1	1.2	1.1	5.4
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(400)	67.5	35.8	16.0	15.5	10.8	14.3	6.3	1.5	0.0	0.0	6.5
	배달앱	(300)	74.7	8.7	7.7	9.0	15.0	7.0	4.0	2.3	4.0	3.3	3.7
	숙박앱	(200)	66.5	9.5	14.5	16.5	7.0	11.5	10.0	4.0	0.0	0.5	5.0
	부동산앱	(100)	52.0	4.0	17.0	6.0	16.0	15.0	22.0	0.0	0.0	0.0	7.0
소재지	서울	(179)	64.8	25.7	16.2	11.2	13.4	14.5	7.8	2.8	0.6	0.6	6.1
	경기/인천	(250)	68.8	26.8	13.6	16.4	8.4	10.4	10.0	0.4	0.4	0.4	6.8
	대전/세종/충청	(120)	65.8	11.7	10.0	11.7	7.5	8.3	8.3	3.3	3.3	0.0	2.5
	대구/경북	(105)	68.6	13.3	11.4	12.4	16.2	9.5	13.3	3.8	1.0	0.0	7.6
	부산/울산/경남	(135)	68.9	19.3	16.3	14.8	17.8	15.6	4.4	1.5	1.5	0.7	4.4
	광주/전북/전남	(107)	67.3	13.1	13.1	10.3	12.1	11.2	3.7	2.8	0.9	2.8	2.8
	강원	(50)	76.0	12.0	8.0	8.0	14.0	10.0	8.0	4.0	4.0	4.0	6.0
	제주	(54)	68.5	9.3	11.1	9.3	5.6	11.1	3.7	0.0	0.0	5.6	5.6

*모름/무응답 11.5% 미제시

4) 향후 온라인 플랫폼 이용 계획

□ 향후 온라인 플랫폼 이용 계획을 확인한 결과, '현재 이용 수준을 유지'하겠다는 응답이 71.3%로 가장 높았으며, 다음으로 '확대'(22.2%), '축소'(5.6%), '중단'(0.9%) 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=1,000)]



□ 플랫폼 이용 '확대' 의향은 오픈마켓 이용사업자에서 높게 나타났으며, 이용 중인 업체 수별로는 '5개 이상' 플랫폼을 이용 중인 사업자에서 상대적으로 높았음.

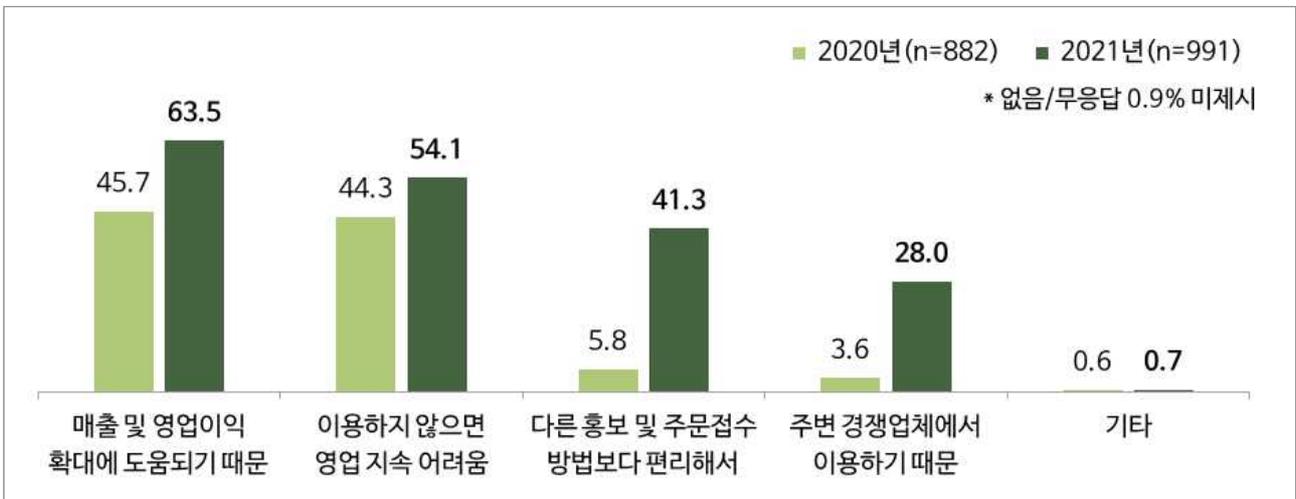
[단위: %, Base: 전체(n=1,000)]

구분	사례수 (명)	지속 이용			종합	이용 중단	
		확대	유지	축소		중단	
전체	(1,000)	22.2	71.3	5.6	99.1	0.9	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(400)	40.5	55.0	4.0	99.5	0.5
	배달앱	(300)	9.0	86.7	3.0	98.7	1.3
	숙박앱	(200)	13.5	77.0	9.0	99.5	0.5
	부동산앱	(100)	6.0	79.0	13.0	98.0	2.0
이용 플랫폼 업체 수	1개	(77)	18.2	76.6	0.0	94.8	5.2
	2개	(188)	11.7	79.8	8.0	99.5	0.5
	3개	(256)	15.2	78.1	5.9	99.2	0.8
	4개	(112)	21.4	73.2	5.4	100.0	0.0
	5개 이상	(367)	33.5	60.5	5.4	99.5	0.5
소재지	서울	(179)	23.5	69.3	5.6	98.3	1.7
	경기/인천	(250)	30.4	64.8	4.0	99.2	0.8
	대전/세종/충청	(120)	15.8	75.8	6.7	98.3	1.7
	대구/경북	(105)	22.9	68.6	7.6	99.0	1.0
	부산/울산/경남	(135)	19.3	75.6	5.2	100.0	0.0
	광주/전북/전남	(107)	18.7	73.8	6.5	99.1	0.9
	강원	(50)	10.0	84.0	6.0	100.0	0.0
	제주	(54)	18.5	75.9	5.6	100.0	0.0

5) 온라인 플랫폼을 지속적으로 이용하려는 이유

- 플랫폼을 지속적으로 이용하겠다고答한 경우, 그 이유로 '매출 및 영업이익 확대에 도움되기 때문'(63.5%)을 주로 꼽았으며, '플랫폼을 이용하지 않으면 영업을 지속하기 어려움'(54.1%)이 뒤를 이음.
- 2020년 조사결과와 비교하면 '다른 홍보 및 주문접수 방법보다 편리해서', '주변 경쟁업체에서 이용하기 때문' 응답 비율이 증가함. 매출증대 효과뿐 아니라 홍보 및 주문접수 방법 편리성, 경쟁업체 이용 영향 등 복합적인 이유로 플랫폼 이용을 지속하려는 것으로 나타남.

[단위: %, Base: 향후 이용 의향 '매우 그렇다+그렇다' 응답자(n=882)/ 플랫폼 이용 확대·유지·축소 계획자(n=991), 복수응답]



□ 플랫폼 유형에 관계없이 향후 플랫폼 이용 이유로 '매출 및 영업이익 확대에 도움이 되기 때문'을 주로 꼽았으며, 특히 배달앱에서 그 비율이 높게 나타남. '플랫폼을 이용하지 않으면 영업을 지속하기 어렵다'는 응답은 오픈마켓에서 상대적으로 높았음.

[단위: %, Base: 플랫폼 이용 확대·유지·축소 계획자(n=991), 복수응답]

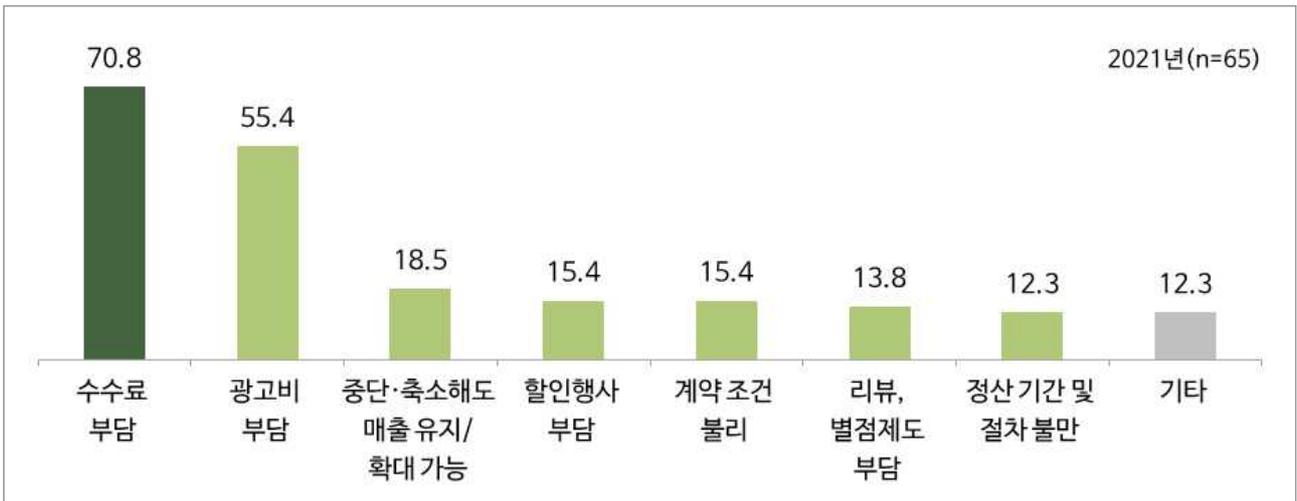
구분		사례수 (명)	매출 및 영업 이익 확대에 도움이 되기 때문	이용하지 않으면 영업을 지속하기 어려움	다른 홍보 및 주문접수 방법보다 편리해서	주변 경쟁 업체에서 이용하기 때문	기타
전체		(991)	63.5	54.1	41.3	28.0	0.7
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(398)	61.8	57.8	37.9	21.6	0.3
	배달앱	(296)	69.6	53.4	46.3	34.8	1.7
	숙박앱	(199)	62.3	51.3	39.2	28.1	0.5
	부동산앱	(98)	54.1	46.9	43.9	32.7	0.0
이용 계획	플랫폼 이용 확대	(222)	71.2	56.3	38.7	24.8	0.5
	현재 이용 수준 유지	(713)	62.8	54.3	42.9	29.3	0.8
	플랫폼 이용 축소	(56)	41.1	42.9	30.4	23.2	0.0
소재지	서울	(176)	61.4	60.2	44.9	32.4	0.6
	경기/인천	(248)	62.5	57.3	40.3	24.2	0.0
	대전/세종/충청	(118)	61.0	52.5	44.9	28.8	1.7
	대구/경북	(104)	65.4	42.3	39.4	24.0	1.0
	부산/울산/경남	(135)	69.6	52.6	37.0	30.4	0.7
	광주/전북/전남	(106)	54.7	46.2	38.7	23.6	0.0
	강원	(50)	72.0	64.0	40.0	42.0	2.0
	제주	(54)	70.4	55.6	46.3	25.9	1.9

*없음/무응답 0.9% 미제시

6) 온라인 플랫폼 이용을 축소·중단하려는 이유

- 플랫폼 이용을 축소 또는 중단하려는 이유로는 '수수료 부담'(70.8%)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '광고비 부담'이 55.4%로 뒤를 이음.
- 기타 응답으로는 '관리하기 어려워서', '자사몰에 집중하기 위해' 등의 이유로 플랫폼 이용을 축소하겠다는 응답이 나타남.

[단위: %, Base: 플랫폼 이용 축소·중단 계획자(n=65), 복수응답]



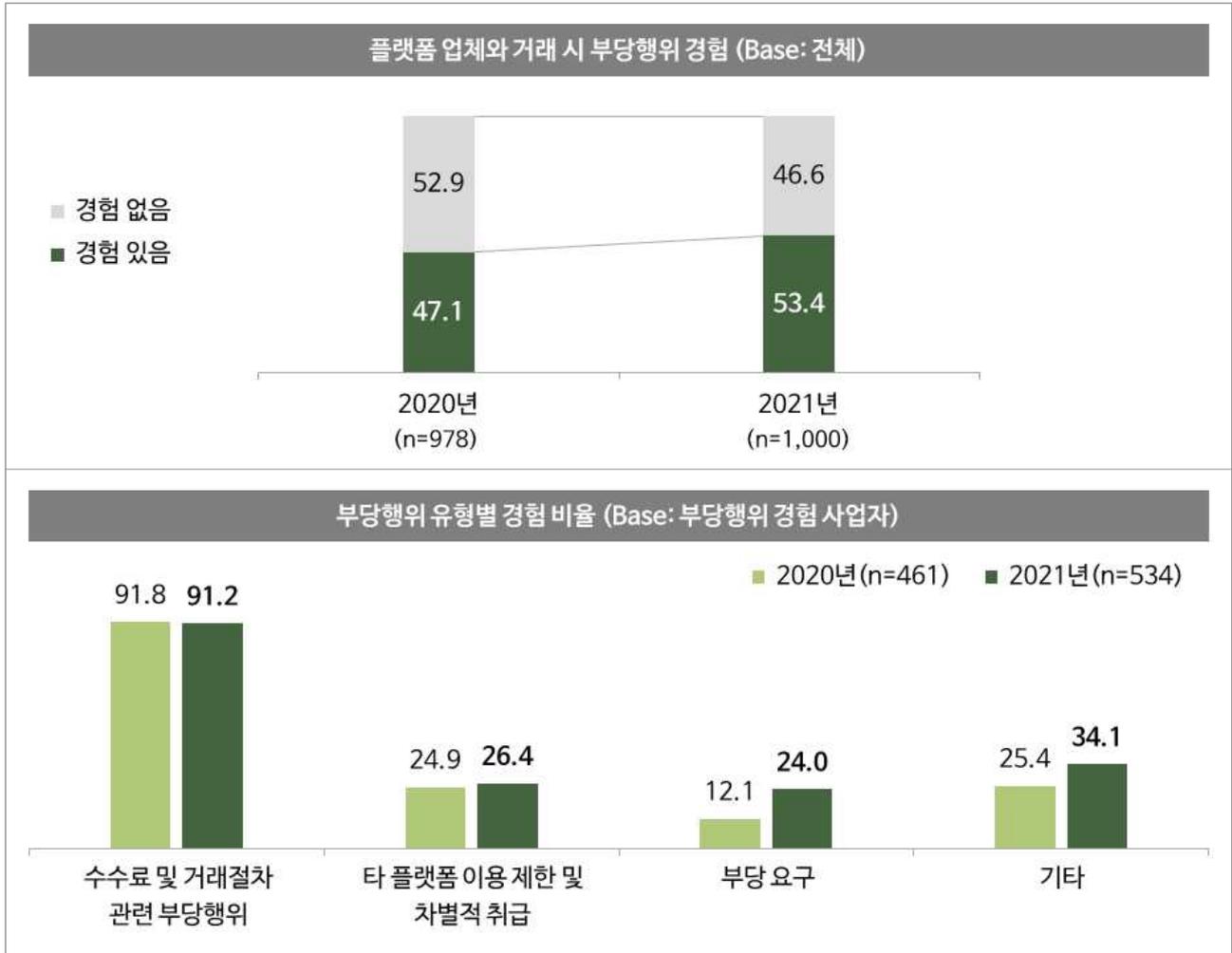
[단위: %, Base: 플랫폼 이용 축소·중단 계획자(n=65), 복수응답]

구분		사례수 (명)	수수료 부담	광고비 부담	매출 유지/확대 가능	할인 행사 부담	계약 조건 불리	리뷰, 별점 제도 부담	정산 기간, 절차 불만	기타
전체		(65)	70.8	55.4	18.5	15.4	15.4	13.8	12.3	12.3
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(18)	61.1	33.3	33.3	16.7	22.2	16.7	27.8	22.2
	배달앱	(13)	84.6	23.1	15.4	0.0	7.7	23.1	0.0	0.0
	숙박앱	(19)	84.2	73.7	21.1	31.6	21.1	10.5	5.3	10.5
	부동산앱	(15)	53.3	86.7	0.0	6.7	6.7	6.7	13.3	13.3
이용 계획	플랫폼 이용 축소	(56)	69.6	57.1	19.6	14.3	12.5	10.7	10.7	12.5
	플랫폼 이용 중단	(9)	77.8	44.4	11.1	22.2	33.3	33.3	22.2	11.1
소재지	서울	(13)	76.9	46.2	23.1	7.7	23.1	7.7	7.7	15.4
	경기/인천	(12)	66.7	41.7	33.3	16.7	25.0	25.0	25.0	8.3
	대전/세종/충청	(10)	70.0	60.0	10.0	10.0	0.0	10.0	0.0	20.0
	대구/경북	(9)	55.6	33.3	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	22.2
	부산/울산/경남	(7)	85.7	85.7	14.3	28.6	14.3	14.3	14.3	0.0
	광주/전북/전남	(8)	75.0	75.0	0.0	25.0	37.5	25.0	25.0	12.5
	강원	(3)	66.7	66.7	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0
	제주	(3)	66.7	66.7	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0

4. 온라인 플랫폼 이용 중 부당행위 경험

□ 응답업체 과반수가 온라인 플랫폼 이용 시 플랫폼 사로부터 '부당행위를 경험'(53.4%) 했다고 답함. 부당행위 유형별로 경험 비율을 살펴보면, '수수료 및 거래절차 관련 부당행위'가 91.2%로 가장 높았으며, 다음으로 '타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급'(26.4%), '부당 요구'(24.0%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %(경험 비율), Base: 전체, 부당행위 경험 사업자]



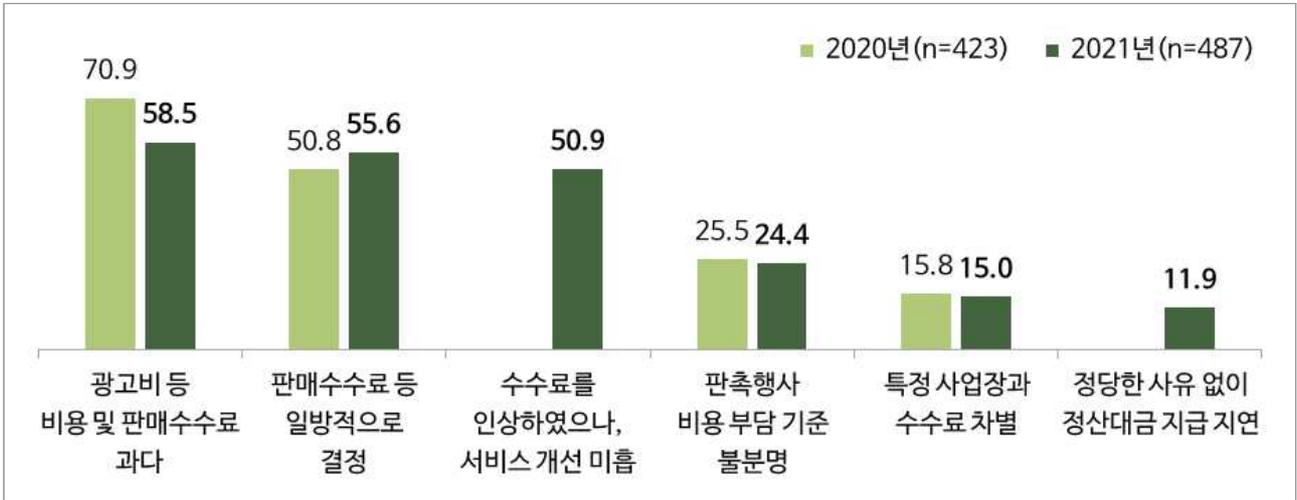
[단위: %(경험 비율), Base: 전체, 부당행위 경험 사업자]

구분	부당행위 경험		수수료 및 거래절차 관련		타 플랫폼 이용 제한/차별적 취급		부당 요구		기타		
	'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년	
전체	47.1	53.4	91.8	91.2	24.9	26.4	12.1	24.0	25.4	34.1	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	44.9	61.3	89.1	89.4	30.9	33.1	12.7	28.6	29.1	51.4
	배달앱	39.6	43.3	95.4	92.3	9.2	13.1	6.2	14.6	16.9	17.7
	숙박앱	47.8	47.0	90.9	92.6	29.9	28.7	20.8	35.1	29.9	24.5
	부동산앱	60.7	65.0	96.0	93.8	18.2	24.6	8.1	9.2	19.2	15.4

1) 수수료 및 거래절차 관련

□ 수수료 및 거래절차 관련 부당행위 중에서는 '광고비 등 비용 및 판매수수료 과다'(58.5%)를 경험했다는 응답이 상대적으로 높게 나타남. 다음으로는 '판매수수료 등을 일방적으로 결정'(55.6%), '수수료를 인상하였으나 서비스 개선 미흡'(50.9%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %(경험 비율), Base: 수수료 및 거래절차 관련 부당행위 경험 사업자, 복수응답]



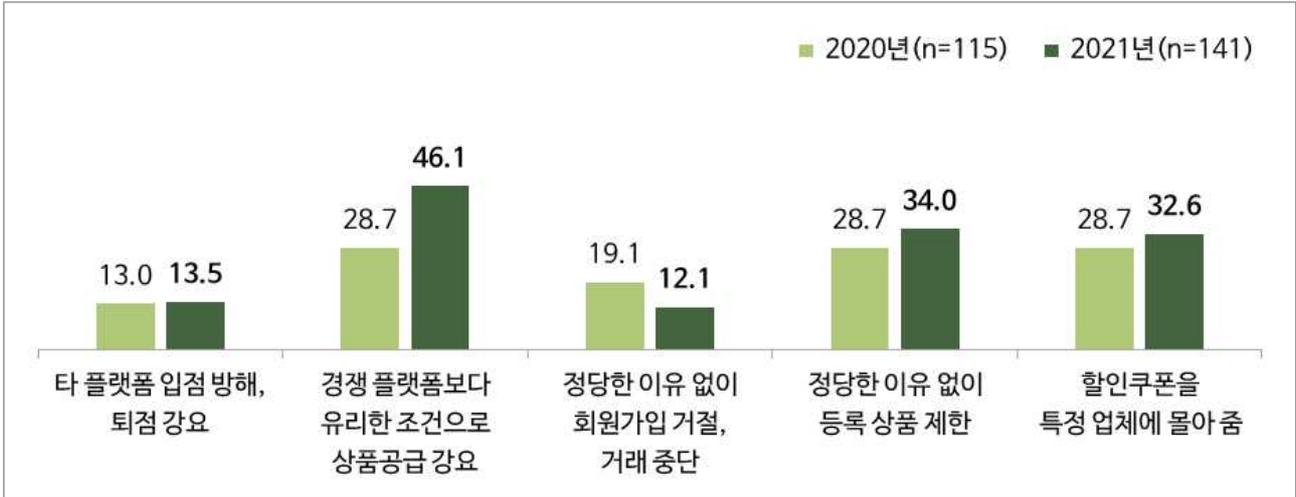
[단위: %(경험 비율), Base: 수수료 및 거래절차 관련 부당행위 경험 사업자, 복수응답]

구분	비용 및 판매수수료 과다		판매수수료 등 일방적 결정		수수료를 인상하였으나, 서비스 개선 미흡		판촉행사 비용 부담 기준 불분명		특정 사업장과 수수료 차별		정당한 사유 없이 정산대금 지급 지연		
	'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년	
전체	70.9	58.5	50.8	55.6	-	50.9	25.5	24.4	15.8	15.0	-	11.9	
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	66.3	47.5	46.9	59.4	-	56.6	27.6	27.4	17.9	16.0	-	18.3
	배달앱	75.8	60.8	46.8	54.2	-	50.0	11.3	19.2	17.7	13.3	-	5.8
	숙박앱	67.1	59.8	50.0	62.1	-	48.3	42.9	32.2	18.6	17.2	-	11.5
	부동산앱	80.0	91.8	62.1	36.1	-	36.1	17.9	13.1	8.4	11.5	-	1.6

2) 타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급

□ 타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급 관련 경험은 '경쟁 플랫폼보다 유리한 조건으로 상품공급 강요'(46.1%), '정당한 이유 없이 등록상품 제한'(34.0%), '할인쿠폰을 특정 업체에 몰아줌'(32.6%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %(경험 비율), Base: 타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급 경험 사업자, 복수응답]



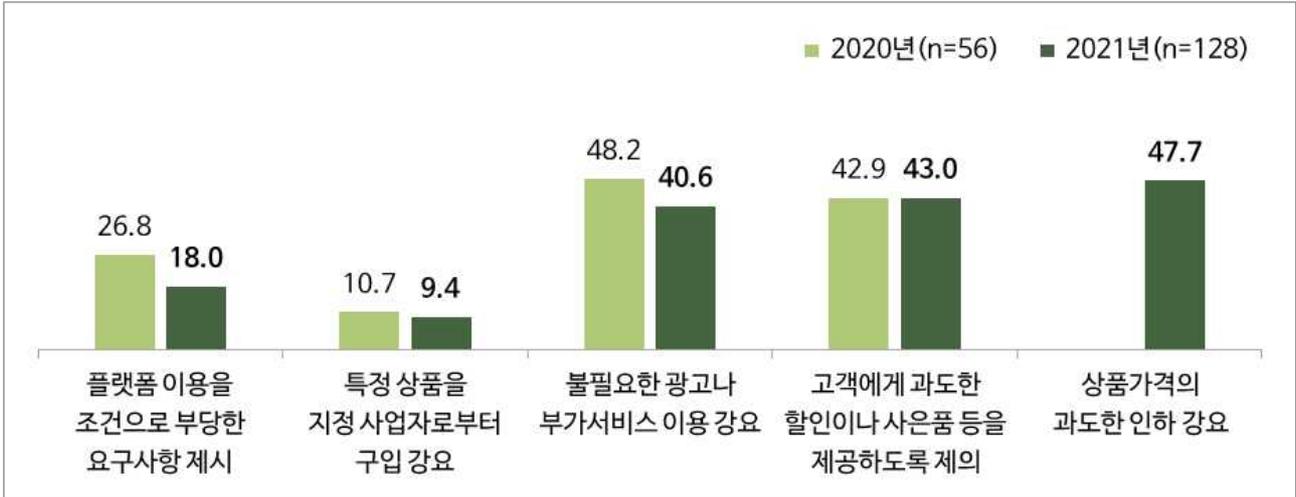
[단위: %(경험 비율), Base: 타 플랫폼 이용 제한 및 차별적 취급 경험 사업자, 복수응답]

구분		타 플랫폼 입점 방해, 퇴점 강요		경쟁 플랫폼보다 유리한 조건으로 상품공급 강요		정당한 이유 없이 회원가입 거절, 거래 중단		정당한 이유 없이 등록 상품 제한		할인쿠폰을 특정 업체에 몰아 줌	
		'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년
전체		13.0	13.5	28.7	46.1	19.1	12.1	28.7	34.0	28.7	32.6
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	13.2	13.6	26.5	45.7	22.1	13.6	32.4	43.2	22.1	29.6
	배달앱	16.7	11.8	0.0	29.4	0.0	17.6	16.7	11.8	66.7	58.8
	숙박앱	4.3	11.1	47.8	74.1	4.3	3.7	8.7	11.1	52.2	40.7
	부동산앱	22.2	18.8	22.2	18.8	33.3	12.5	44.4	50.0	11.1	6.3

3) 부당 요구

□ 부당 요구 관련 경험 비율은 '상품가격의 과도한 인하 강요'(47.7%), '과도한 할인이나 사은품 등 제공 제의'(43.0%), '불필요한 광고나 부가서비스 이용 강요'(40.6%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %(경험 비율), Base: 부당요구 경험 사업자, 복수응답]



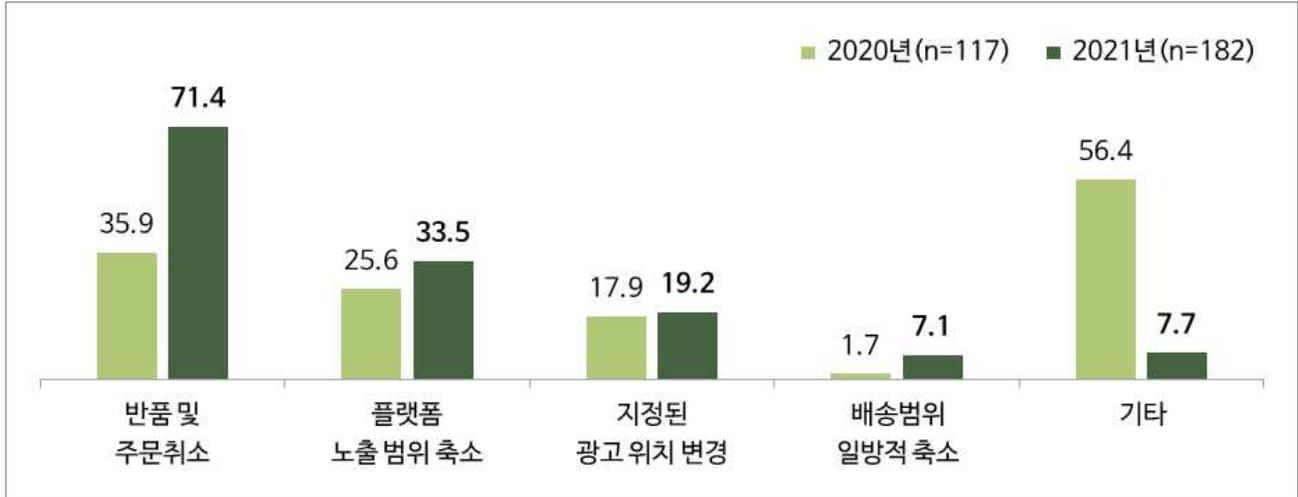
[단위: %(경험 비율), Base: 부당요구 경험 사업자, 복수응답]

구분		플랫폼 이용을 조건으로 부당한 요구사항 제시		특정 상품을 지정 사업자로 부터 구입 강요		불필요한 광고/ 부가서비스 이용 강요		고객에게 과도한 할인, 사은품 등 제공 제의		상품가격의 과도한 인하 강요	
		'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년
전체		26.8	18.0	10.7	9.4	48.2	40.6	42.9	43.0	-	47.7
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	21.4	20.0	7.1	4.3	46.4	41.4	53.6	41.4	-	64.3
	배달앱	50.0	5.3	0.0	10.5	25.0	47.4	50.0	36.8	-	15.8
	숙박앱	31.3	15.2	12.5	9.1	43.8	36.4	37.5	57.6	-	39.4
	부동산앱	25.0	50.0	25.0	66.7	75.0	33.3	12.5	0.0	-	0.0

4) 기타 부당행위

□ 기타 부당행위로는 '반품 및 주문취소' 경험 비율이 71.4%로 상대적으로 높았으며, 다음으로 '플랫폼 노출 범위 축소'(33.5%), '지정된 광고 위치 변경'(19.2%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %(경험 비율), Base: 기타 부당행위 경험 사업자, 복수응답]



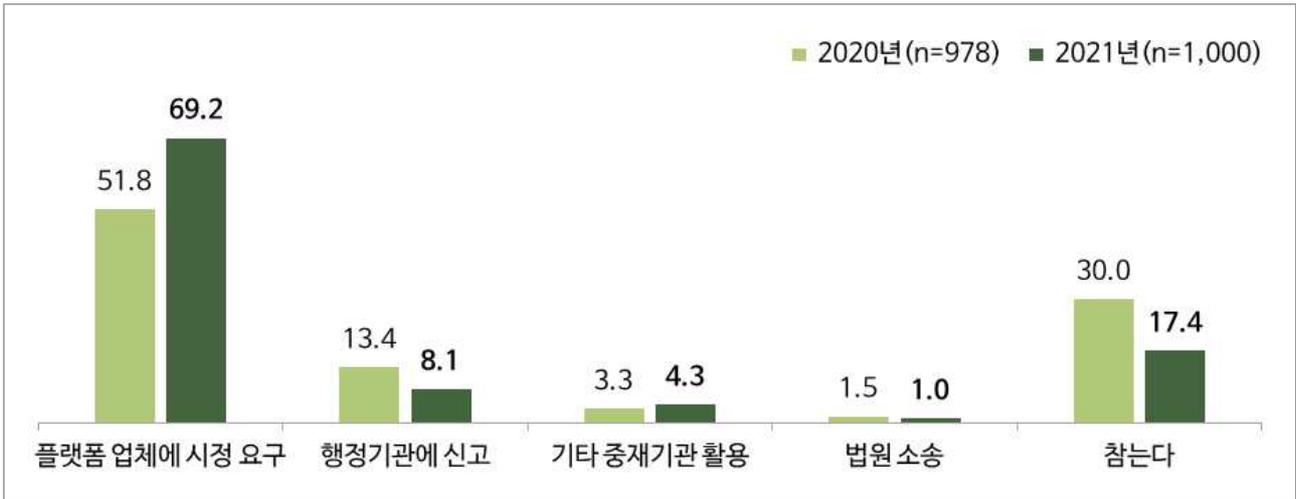
[단위: %(경험 비율), Base: 기타 부당행위 경험 사업자, 복수응답]

구분		반품 및 주문취소		플랫폼 노출 범위 축소		지정된 광고 위치 변경		배송범위 일방적 축소		기타	
		'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년	'20년	'21년
전체		35.9	71.4	25.6	33.5	17.9	19.2	1.7	7.1	56.4	7.7
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	53.1	87.3	28.1	31.0	10.9	11.9	1.6	4.0	53.1	5.6
	배달앱	36.4	56.5	9.1	34.8	9.1	13.0	0.0	21.7	45.5	13.0
	숙박앱	13.0	30.4	39.1	39.1	39.1	60.9	0.0	4.3	43.5	17.4
	부동산앱	5.3	0.0	10.5	50.0	21.1	30.0	5.3	20.0	89.5	0.0

5) 부당행위 경험 시 대처방법

□ 부당행위 경험 시 대처방법으로는 '플랫폼 업체에 시정 요구'가 69.2%로 가장 높았으며, 다음으로 '행정기관에 신고'(8.1%), '기타 중재기관 활용'(4.3%), '법원 소송'(1.0%) 등의 순으로 나타남. 17.4%는 대응하지 않고 '참는다'고 답함.

[단위: %, Base: 전체(n=978)/전체(n=1,000)]



□ 부동산업 이용사업자의 경우 '플랫폼 업체에 시정 요구'한다는 응답이 타 플랫폼 대비 낮게 나타났으며, '행정기관에 신고'하여 대처한다는 응답이 상대적으로 높았음.

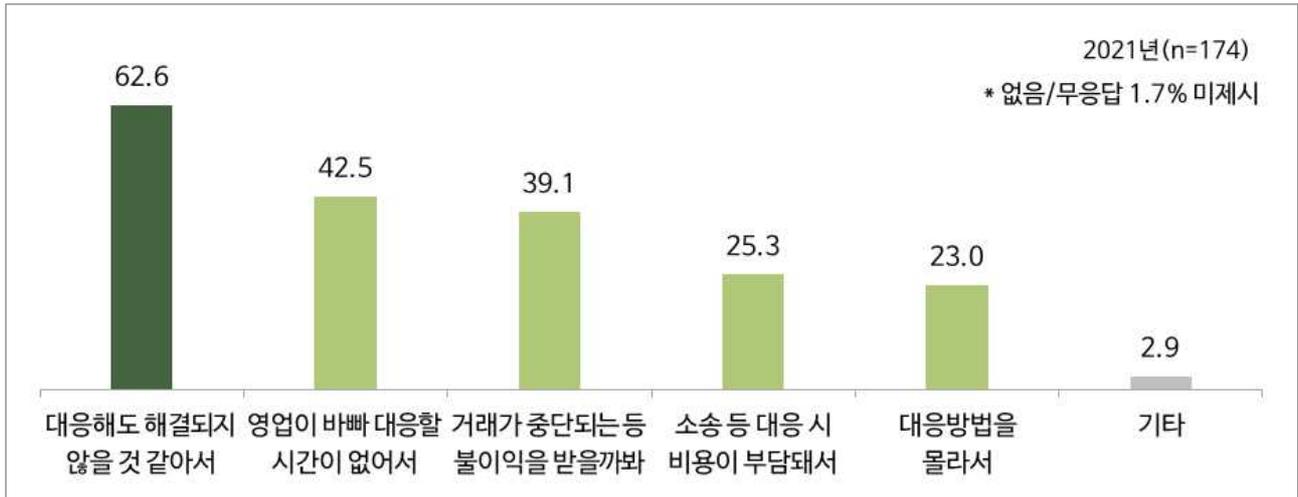
[단위: %, Base: 전체(n=1,000)]

구분		사례수 (명)	플랫폼에 시정 요구	행정기관에 신고	기타 중재기관 활용	법원 소송	참는다
전체		(1,000)	69.2	8.1	4.3	1.0	17.4
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(400)	69.3	4.0	3.5	0.3	23.0
	배달앱	(300)	71.3	9.7	5.0	1.7	12.3
	숙박앱	(200)	79.5	5.5	3.5	0.5	11.0
	부동산업	(100)	42.0	25.0	7.0	3.0	23.0
소재지	서울	(179)	67.6	10.6	3.9	1.1	16.8
	경기/인천	(250)	67.2	8.8	3.6	0.8	19.6
	대전/세종/충청	(120)	65.8	7.5	5.8	0.0	20.8
	대구/경북	(105)	69.5	9.5	3.8	0.0	17.1
	부산/울산/경남	(135)	73.3	4.4	2.2	1.5	18.5
	광주/전북/전남	(107)	66.4	8.4	7.5	1.9	15.9
	강원	(50)	80.0	4.0	6.0	2.0	8.0
	제주	(54)	75.9	7.4	3.7	1.9	11.1

6) 부당행위에 대응하지 않고 참는 이유

- 플랫폼 업체의 부당행위에 대응하지 않고 참는다고 답한 경우, 그 이유로 '대응해도 해결되지 않을 것 같아서'(62.6%)를 주로 꼽음.
- 다음으로는 '대응할 시간이 없어서'(42.5%), '불이익을 받을까봐'(39.1%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 부당행위 경험 시 참는다고 답한 경우(n=174), 복수응답]



[단위: %, Base: 부당행위 경험 시 참는다고 답한 경우(n=174), 복수응답]

구분		사례수 (명)	대응해도 해결되지 않을 것 같아서	영업이 바빠 대응할 시간이 없어서	거래가 중단되는 등 불이익을 받을까봐	소송 등의 방법을 취할 경우 비용이 부담돼서	대응 방법을 몰라서	기타
전체		(174)	62.6	42.5	39.1	25.3	23.0	2.9
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(92)	62.0	46.7	40.2	28.3	20.7	2.2
	배달앱	(37)	45.9	45.9	43.2	24.3	35.1	2.7
	숙박앱	(22)	72.7	45.5	40.9	31.8	27.3	0.0
	부동산앱	(23)	82.6	17.4	26.1	8.7	8.7	8.7
소재지	서울	(30)	76.7	53.3	36.7	30.0	16.7	0.0
	경기/인천	(49)	69.4	40.8	61.2	32.7	24.5	0.0
	대전/세종/충청	(25)	44.0	44.0	24.0	20.0	32.0	4.0
	대구/경북	(18)	66.7	38.9	16.7	16.7	33.3	5.6
	부산/울산/경남	(25)	52.0	36.0	36.0	24.0	12.0	4.0
	광주/전북/전남	(17)	58.8	52.9	35.3	23.5	29.4	11.8
	강원	(4)	75.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0
	제주	(6)	50.0	16.7	33.3	0.0	16.7	0.0

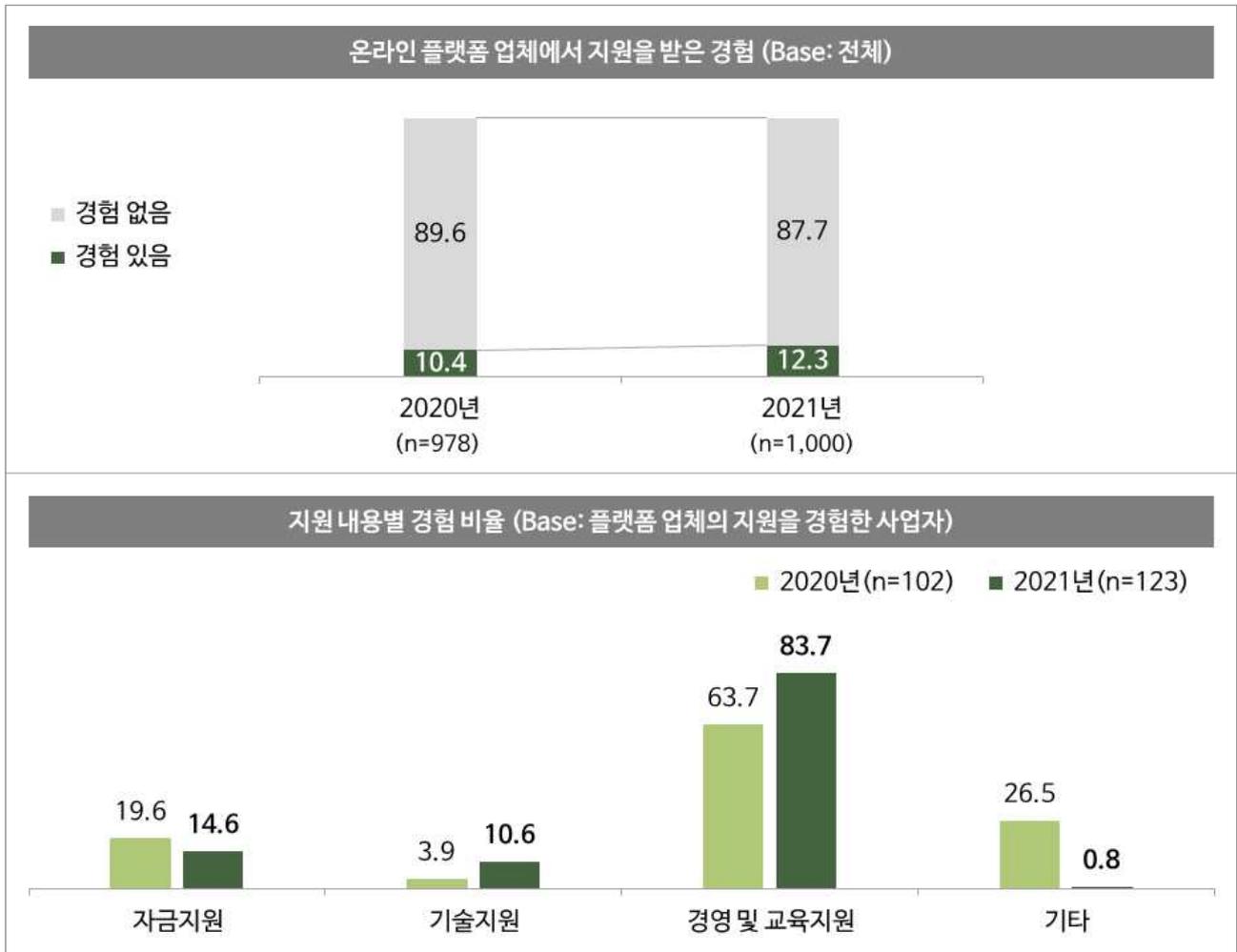
*없음/무응답 1.7% 미제시

5. 지원 및 정책 수요

1) 온라인 플랫폼 업체에서 지원을 받은 경험

- 온라인 플랫폼 사에서 제공하는 '지원내용을 경험했다'는 응답은 12.3%로 나타남.
- 경험한 지원 내용으로는 '경영 및 교육지원'(83.7%)이 가장 높았으며, 다음은 '자금지원'(14.6%), '기술지원'(10.6%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %(경험 비율), Base: 전체/지원내용 경험 사업자]



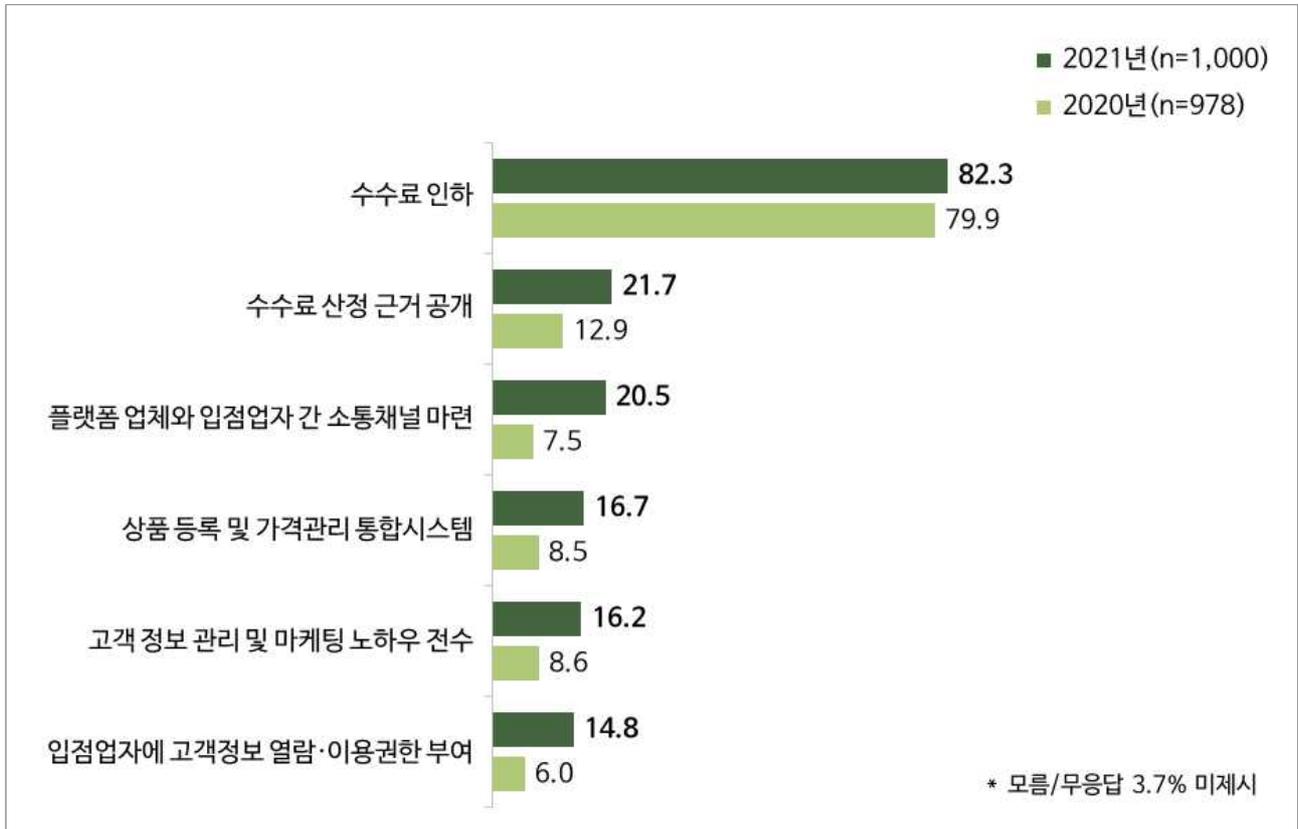
[단위: %(경험 비율), Base: 전체, 지원내용 경험 사업자]

구분	플랫폼 제공 지원 경험	자금지원		기술지원		경영 및 교육지원		기타			
		20년	21년	20년	21년	20년	21년	20년	21년		
전체		10.4	12.3	19.6	14.6	3.9	10.6	63.7	83.7	26.5	0.8
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	14.3	21.0	12.9	9.5	5.7	4.8	72.9	96.4	21.4	0.0
	배달앱	14.0	7.3	43.5	27.3	0.0	13.6	34.8	63.6	34.8	4.5
	숙박앱	3.7	8.5	16.7	23.5	0.0	35.3	66.7	47.1	50.0	0.0
	부동산앱	1.8	0.0	0.0	-	0.0	-	66.7	-	33.3	-

2) 온라인 플랫폼 업체에 바라는 점

□ 온라인 플랫폼 업체에 바라는 점으로는 전년도에 이어 '수수료 인하'(82.3%)가 가장 높게 나타남. 다음으로 '수수료 산정 근거 공개'(21.7%), '플랫폼 업체와 입점업자 간 소통채널 마련'(20.5%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)/전체(n=1,000), 복수응답]



□ 플랫폼 유형에 관계없이 '수수료 인하' 요구가 가장 높게 나타났으며, 특히 배달앱 이용사업자에서 그 비율이 높게 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=1,000), 복수응답]

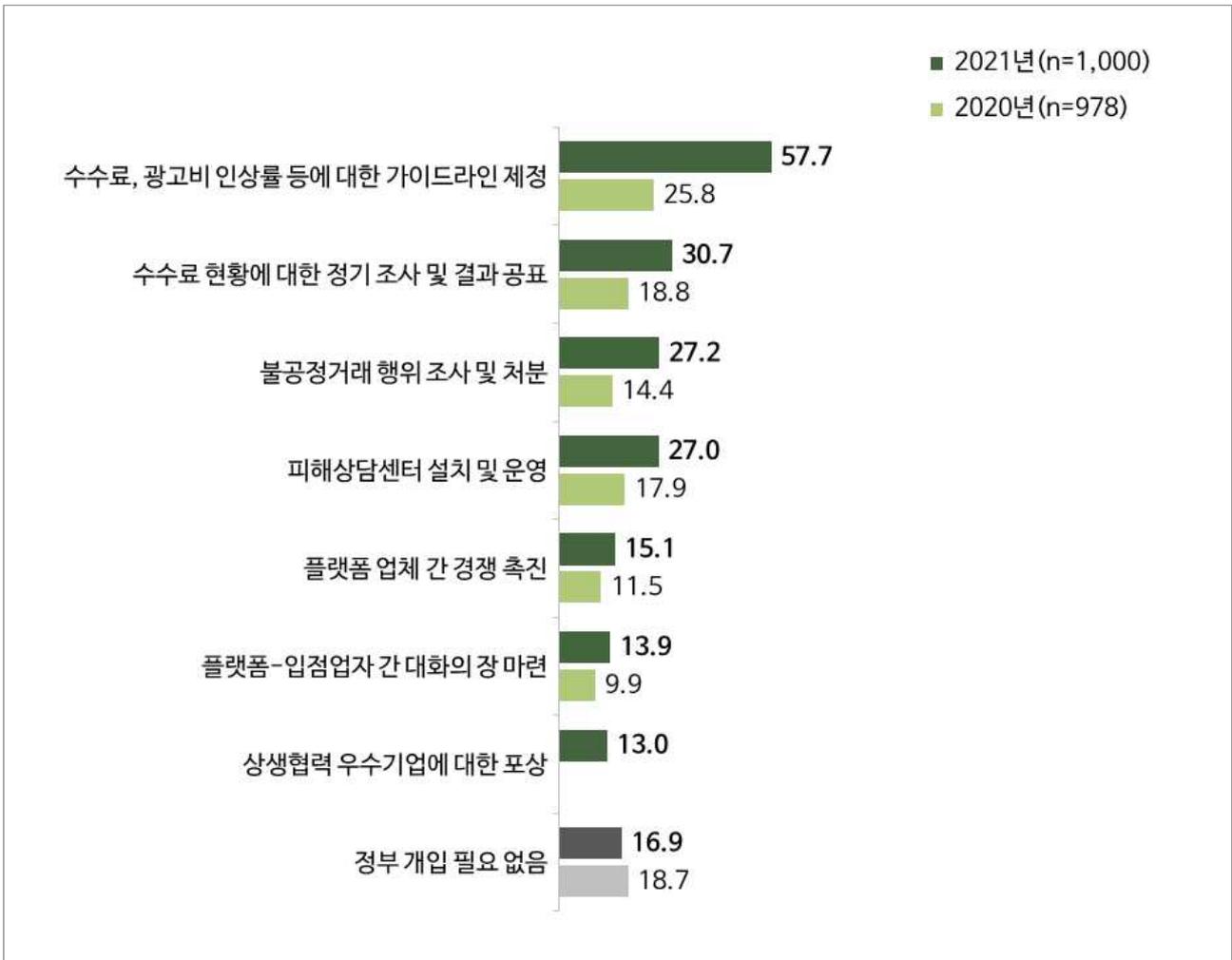
구분		사례수 (명)	수수료 인하	수수료 산정 근거 공개	소통 채널 마련	상품 등록 및 가격관리 통합 시스템	고객정보 관리 및 마케팅 노하우 전수	고객정보 열람·이용 권한 부여
전체		(1,000)	82.3	21.7	20.5	16.7	16.2	14.8
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(400)	80.5	23.8	25.8	21.8	22.3	14.0
	배달앱	(300)	88.7	20.7	17.3	10.7	10.3	16.3
	숙박앱	(200)	85.5	20.5	17.5	15.5	16.0	17.0
	부동산앱	(100)	64.0	19.0	15.0	17.0	10.0	9.0
소재지	서울	(179)	80.4	21.2	19.6	16.2	16.8	14.5
	경기/인천	(250)	80.8	22.4	22.0	18.0	15.6	12.4
	대전/세종/충청	(120)	81.7	23.3	20.0	15.0	15.0	17.5
	대구/경북	(105)	88.6	18.1	14.3	10.5	15.2	13.3
	부산/울산/경남	(135)	81.5	23.0	23.7	20.0	20.0	19.3
	광주/전북/전남	(107)	82.2	20.6	23.4	18.7	17.8	13.1
	강원	(50)	92.0	24.0	26.0	16.0	14.0	12.0
	제주	(54)	77.8	20.4	11.1	16.7	11.1	18.5

*모름/무응답 3.7% 미제시

3) 정부에 바라는 정책

- 온라인 플랫폼과 관련하여 정부에 바라는 정책으로 응답업체 과반수가 '수수료, 광고비 인상률 등에 대한 가이드라인 제정'(57.7%)을 꼽음.
- 다음으로는 '수수료 현황에 대한 정기 조사 및 결과 공표'(30.7%), '불공정거래 행위 조사 및 처분'(27.2%), '피해상담센터 설치 및 운영'(27.0%) 등의 순으로 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=978)/전체(n=1,000), 복수응답]



※ '상생협력 우수기업에 대한 포상'은 2021년 신규 항목임

□ 플랫폼 유형에 관계없이 '수수료, 광고비 인상률 등에 대한 가이드라인 제정'에 대한 요구가 높았으며, 특히 배달앱 이용사업자에서 그 비율이 높게 나타남.

[단위: %, Base: 전체(n=1,000), 복수응답]

구분		사례수 (명)	수수료, 광고비 관련 가이드라인 제정	수수료 현황 정기 조사 및 결과 공표	불공정 거래 행위 조사 및 처분	피해 상담 센터 설치 및 운영	플랫폼 업체 간 경쟁 촉진	플랫폼- 입점업체 간 대화의 장 마련	상생 협력 우수 기업 포상
전체		(1,000)	57.7	30.7	27.2	27.0	15.1	13.9	13.0
온라인 플랫폼 유형	오픈마켓	(400)	53.3	34.0	33.8	31.5	14.3	14.3	12.5
	배달앱	(300)	66.0	28.3	23.3	24.7	14.3	15.3	12.3
	숙박앱	(200)	57.0	32.0	22.0	24.5	15.5	12.5	16.5
	부동산앱	(100)	52.0	22.0	23.0	21.0	20.0	11.0	10.0
소재지	서울	(179)	51.4	30.7	29.1	25.1	13.4	11.2	8.9
	경기/인천	(250)	54.4	32.8	32.4	30.0	13.6	12.0	12.8
	대전/세종/충청	(120)	65.0	26.7	28.3	31.7	22.5	16.7	18.3
	대구/경북	(105)	64.8	32.4	21.0	18.1	12.4	9.5	9.5
	부산/울산/경남	(135)	54.8	29.6	25.2	31.9	20.0	16.3	14.1
	광주/전북/전남	(107)	61.7	29.9	22.4	22.4	14.0	17.8	15.9
	강원	(50)	66.0	30.0	24.0	26.0	14.0	22.0	16.0
	제주	(54)	55.6	31.5	24.1	24.1	7.4	13.0	11.1

*정부 개입 필요없음 16.9% 미제시

부록. 설문지

List ID			
---------	--	--	--

본 조사에서 습득된 개인의 비밀은 통계법 제33조에 의해 엄격히 보호되며 통계목적 이외의 사용이 금지되어 있습니다.

온라인 플랫폼 이용사업자 실태조사

귀사의 무궁한 발전을 기원합니다.

본 조사는 중소벤처기업부에서 주관하는 조사로, 온라인 플랫폼 이용사업자들의 거래현황, 애로사항 및 정책수요를 파악하기 위해 진행되고 있습니다. 조사 결과는 온라인 플랫폼과 이용사업자 간 공정한 거래질서 확립 및 상생협력 방안 마련을 위한 기초자료로 활용될 예정입니다.

귀하의 응답은 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의해 철저히 비밀이 보장되고, 연구목적 이외에는 절대 사용되지 않습니다.

적극적인 협조를 부탁드립니다. 감사합니다!

2021. 8.

주관기관	조사수행기관
중소벤처기업부 T : 044-204-7948	(주)리서치랩 T : 02-559-2758 Email : rdd0412@relab.net

<응답요령>

- ▶ 본 조사는 귀사의 경영 상황을 잘 파악하고 계신 임원 및 관리자께서 직접 응답하셔야 정확하게 응답할 수 있는 내용으로 구성되어 있습니다.

※ 본 조사에서 '온라인 플랫폼'은 오픈마켓, 배달앱, 숙박앱, 부동산앱 등 입점 업체와 소비자를 중개하는 플랫폼을 의미합니다.

SQ1. 귀사의 소재지는 어디입니까?

- | | | | |
|------------|------------|------------|---------|
| ① 서울 | ② 경기/인천 | ③ 대전/세종/충청 | ④ 대구/경북 |
| ⑤ 부산/울산/경남 | ⑥ 광주/전북/전남 | ⑦ 강원 | ⑧ 제주 |

SQ2. 귀사에서는 어떤 온라인 플랫폼을 주로 이용하고 계십니까? 여러 유형의 플랫폼을 함께 이용하는 경우, 매출액이 큰 유형을 기준으로 말씀해 주십시오.

- ① 오픈마켓
- ② 배달앱
- ③ 숙박앱
- ④ 부동산앱

▶ 이후 문항은 SQ2에서 응답하신 주 이용 플랫폼 유형(매출액이 큰 유형)을 기준으로 응답해 주십시오.

문6. (문2 ② 응답자) 온라인 플랫폼 이용 전과 비교하여 플랫폼 이용 후 영업이익에 변화가 있었습니까?

- ① 증가 ② 변화 없음 ③ 감소

문6-1. (문6 ④ 응답자) 영업이익이 얼마나 증가하였습니까?

- ① 10% 미만 ② 10~20% 미만 ③ 20~30% 미만
④ 30~40% 미만 ⑤ 40~50% 미만 ⑥ 50% 이상

문6-2. (문6 ③ 응답자) 영업이익이 얼마나 감소하였습니까?

- ① 10% 미만 ② 10~20% 미만 ③ 20~30% 미만
④ 30~40% 미만 ⑤ 40~50% 미만 ⑥ 50% 이상

문7. 2020년 기준 온라인 플랫폼을 통한 연매출액에서 연간 플랫폼 이용료(중개수수료)가 차지하는 비중은 어느 정도입니까?

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

문8. 2020년 기준 온라인 플랫폼을 통한 매출액에서 플랫폼 이용료(중개수수료)가 차지하는 비율을 고려했을 때, 온라인 플랫폼 이용료(중개수수료)가 적정하다고 생각하십니까?

- ① 매우 적정 ② 적정 ③ 보통 ④ 부담 ⑤ 매우 부담

문9. 2020년 기준 온라인 플랫폼을 통한 연매출액에서 플랫폼을 통한 연간 광고비가 차지하는 비중은 어느 정도입니까?

- ① 중개수수료 외 별도 광고비 없음 ② 5% 미만 ③ 5~10% 미만
④ 10~15% 미만 ⑤ 15~20% 미만 ⑥ 20% 이상

문9-1. (문9 ②~⑥ 응답자) 2020년 기준 온라인 플랫폼을 통한 매출액에서 플랫폼 광고비가 차지하는 비율을 고려했을 때, 온라인 플랫폼 광고비는 적정하다고 생각하십니까?

- ① 매우 적정 ② 적정 ③ 보통 ④ 부담 ⑤ 매우 부담

문10. (배달앱 이용자) 주문 1건당 평균 배달비는 어떻게 되십니까?

건당 평균 배달비: _____ 원

문11. (배달앱 이용자) 건당 평균 배달비는 적정하다고 생각하십니까?

- ① 매우 적정 ② 적정 ③ 보통 ④ 부담 ⑤ 매우 부담

문12. (배달앱 이용자) 2020년 기준 온라인 플랫폼을 통한 연매출액에서 배달비가 차지하는 비중은 어느 정도입니까?

- ① 배달비 없음(사업장에서 직접 배달) ② 5% 미만 ③ 5~10% 미만
④ 10~15% 미만 ⑤ 15~20% 미만 ⑥ 20~30% 미만
⑦ 30% 이상

문13. 이용하고 계신 온라인 플랫폼에 대해 전반적으로 만족하십니까?

- ① 매우 만족 ② 만족 ③ 보통 ④ 불만족 ⑤ 매우 불만족

문14. 온라인 플랫폼 이용 시 불만족스러웠던 점은 무엇입니까?(복수응답)

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

문15. 온라인 플랫폼을 이용하며 만족스러웠던 점, 불만족스러웠던 점 등 플랫폼 관련 의견을 자유롭게 말씀해 주십시오.

문16. 향후 온라인 플랫폼 이용 형태는 어떻게 계획하고 있으십니까?

- ① 이용 플랫폼 업체 수 확대 ② 현재 이용 수준으로 유지
③ 이용 플랫폼 업체 수 축소 ④ 온라인 플랫폼 이용 중단

문16-1. (문16 ①, ②, ③ 응답자) 온라인 플랫폼을 지속적으로 이용하시려는 이유는 무엇입니까?(복수응답)

- 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()

문16-2. (문16 ③, ④ 응답자) 온라인 플랫폼 이용을 축소하거나 중단하시려는 이유는 무엇입니까?(복수응답)

- ① 수수료 부담 ② 광고비 부담
③ 할인행사 부담 ④ 리뷰, 별점제도에 대한 부담
⑤ 계약 조건 불리 ⑥ 정산 기간 및 절차에 대한 불만
⑦ 온라인 플랫폼을 이용하지 않아도(축소) 매출 유지 및 확대가 가능해서
⑧ 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.

문17. [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) 판매 수수료 등을 일방적으로 결정	① ()	②
3) 수수료를 인상하였으나, 서비스 향상이 없거나 개선이 미흡	① ()	②
4) 판촉행사(할인쿠폰 등)의 비용 부담 기준이 불분명	① ()	②
5) 특정 사업장과 수수료 차별	① ()	②
6) 정당한 사유 없이 정산대금 지급 지연	① ()	②

문18. [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) 경쟁 플랫폼보다 유리한 조건으로 상품공급 강요	① ()	②
3) 정당한 이유 없이 회원가입 거절, 거래 중단	① ()	②
4) 정당한 이유 없이 등록 상품 제한	① ()	②
5) 할인쿠폰을 특정 업체에 몰아 줌	① ()	②

문19. [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) 불필요한 광고나 부가서비스 이용 강요	① ()	②
4) 고객에게 과도한 할인이나 사은품 등을 제공하도록 제의	① ()	②
5) 상품가격의 과도한 인하 강요	① ()	②

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

- ① 수수료 인하
- ② 수수료 산정 근거 공개
- ③ 플랫폼 업체와 입점업자 간 소통채널 마련
- ④ 상품 등록 및 가격관리 통합시스템
- ⑤ 플랫폼 입점업자에 고객정보 열람·이용권한 부여
- ⑥ 고객 정보 관리 및 마케팅 노하우 전수
- ⑦ 기타()

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

- ① 수수료, 광고비 인상률 등에 대한 가이드라인 제정
- ② 플랫폼-입점업자 간 대화의 장 마련
- ③ 상생협력 우수기업에 대한 포상
- ④ 피해상담센터의 설치 및 운영
- ⑤ 수수료 현황에 대한 정기적인 조사 및 결과 공표
- ⑥ 불공정거래 행위에 대한 조사 및 처분
- ⑦ 플랫폼 업체 간 경쟁 촉진
- ⑧ 기타()
- ⑨ 정부의 개입이 필요 없다고 생각함

응답 기업 일반현황

DQ1. 귀사의 2020년 매출액과 영업이익을 말씀해 주십시오.

매출액 ()원 영업이익 ()원

※ 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

♣ 설문에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. ♣

2021년 온라인 플랫폼 이용사업자 실태조사 결과보고서

발행처

중소벤처기업부

발행일

2021년 10월

조사기관

(주)리서치랩
