

포털사이트 시장환경 분석을 위한 사업자
거래실태 조사, 2012 : 오픈마켓 입점업체
CODE BOOK

자료번호	A1-2012-0088
연구책임자	
연구수행기관	정보통신정책연구원
조사년도	2012년
자료서비스기관	한국사회과학자료원
자료공개년도	2014년
코드북 제작년도	2014년

이 자료를 연구 및 저작에 이용, 참고 및 인용할 경우에는 KOSSDA의 자료인용표준서식에 준하여 자료의 출처를 반드시 명시하여야 합니다. 자료 출처는 자료명이 최초로 언급되는 부분이나 참고문헌 목록에 명시할 수 있습니다.

■ 자료를 이용, 참고, 인용할 경우 표준서식

정보통신정책연구원. 2012. 「포털사이트 시장환경 분석을 위한 사업자 거래실태 조사, 2012 : 오픈마켓 입점업체」. 연구수행기관: 정보통신정책연구원. 자료서비스기관: 한국사회과학자료원. 자료공개년도: 2014년. 자료번호: A1-2012-0088.

■ 코드북을 인용할 경우 표준서식

한국사회과학자료원. 2014. 「포털사이트 시장환경 분석을 위한 사업자 거래실태 조사, 2012 : 오픈마켓 입점업체 CODE BOOK」. pp. 1-46.

이 자료의 코드북에 대한 모든 권한은 KOSSDA에 있으며 KOSSDA의 사전허가 없이 복제, 송신, 출판, 배포할 수 없습니다.

q1_1_1 2011년 오픈마켓 매출액: 백만원

1_1. 귀사의 2011년(작년) 오픈마켓의 매출액은 얼마였습니까? 그럼, 귀사의 2012년(올해) 오픈마켓의 매출 예상액은 얼마입니까? 정확한 매출액을 모르시는 경우, 추정액으로 응답해 주십시오.
: 2011년(작년) 오픈마켓 매출액 (추정액)

	값
유효합계	41
최소값	0
최대값	10,500
평균	839.02
표준편차	1,883.69

q1_1_2 2012년 오픈마켓 매출 예상액 (추정액): 백만원

1_1. 귀사의 2011년(작년) 오픈마켓의 매출액은 얼마였습니까? 그럼, 귀사의 2012년(올해) 오픈마켓의 매출 예상액은 얼마입니까? 정확한 매출액을 모르시는 경우, 추정액으로 응답해 주십시오.
: 2012년(올해) 오픈마켓 매출 예상액 (추정액)

	값
유효합계	44
최소값	1
최대값	16,500
평균	1,147.16
표준편차	2,786.70

q1_2_1_1 상품/서비스 판매 매체1: 오픈마켓 (옥션, G마켓, 인터파크, 11번가 등)

1_2. 그럼, 귀사의 전체 매출액 중, 오픈마켓 매출액 비중은 어느 정도 됩니까? 다음 답란에 귀사의 제품/서비스 판매경로별 비중의 합이 100이 되도록 응답해 주십시오.
1) 오픈마켓 (옥션, G마켓, 인터파크, 11번가 등)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
그렇다	1	50	100.0	100.0
		50	100.0	100.0

q1_2_1_2 상품/서비스 판매 매체2: 종합 인터넷 쇼핑몰 (CJ물, 신세계물, H물, AK물 등)

1_2. 그림, 귀사의 전체 매출액 중, 오픈마켓 매출액 비중은 어느 정도 됩니까? 다음 답란에 귀사의 제품/서비스 판매경로별 비중의 합이 100이 되도록 응답해 주십시오.
2) 종합 인터넷 쇼핑몰 (CJ물, 신세계물, H물, AK물 등)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	30	60.0	60.0
그렇다	1	20	40.0	40.0
		50	100.0	100.0

q1_2_1_3 상품/서비스 판매 매체3: 자체 인터넷 쇼핑몰 (판매업체 자체 운영)

1_2. 그림, 귀사의 전체 매출액 중, 오픈마켓 매출액 비중은 어느 정도 됩니까? 다음 답란에 귀사의 제품/서비스 판매경로별 비중의 합이 100이 되도록 응답해 주십시오.
3) 자체 인터넷 쇼핑몰 (판매업체 자체 운영)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	25	50.0	50.0
그렇다	1	25	50.0	50.0
		50	100.0	100.0

q1_2_1_4 상품/서비스 판매 매체4: 오프라인 매장

1_2. 그림, 귀사의 전체 매출액 중, 오픈마켓 매출액 비중은 어느 정도 됩니까? 다음 답란에 귀사의 제품/서비스 판매경로별 비중의 합이 100이 되도록 응답해 주십시오.
4) 오프라인 매장

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	35	70.0	70.0
그렇다	1	15	30.0	30.0
		50	100.0	100.0

q1_2_1_5 상품/서비스 판매 매체5: 기타 (공동구매 사이트, 카페 판매 등)

1_2. 그림, 귀사의 전체 매출액 중, 오픈마켓 매출액 비중은 어느 정도 됩니까? 다음 답란에 귀사의 제품/서비스 판매경로별 비중의 합이 100이 되도록 응답해 주십시오.
5) 기타 (공동구매 사이트, 카페 판매 등)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	42	84.0	84.0
그렇다	1	8	16.0	16.0
		50	100.0	100.0

q1_2_2_1 매체별 상품/서비스 매출액 비중1: 오픈마켓 (옥션, G마켓, 인터파크, 11번가 등) %

1_2. 그림, 귀사의 전체 매출액 중, 오픈마켓 매출액 비중은 어느 정도 됩니까? 다음 답란에 귀사의 제품/서비스 판매경로별 비중의 합이 100이 되도록 응답해 주십시오.
1) 오픈마켓 (옥션, G마켓, 인터파크, 11번가 등) 매출액 비중 _____%

	값
유효합계	50
최소값	1
최대값	100
평균	48.2
표준편차	38.9

q1_2_2_2 매체별 상품/서비스 매출액 비중2: 종합 인터넷 쇼핑몰 (CJ물, 신세계물, H물, AK물 등) %

1_2. 그림, 귀사의 전체 매출액 중, 오픈마켓 매출액 비중은 어느 정도 됩니까? 다음 답란에 귀사의 제품/서비스 판매경로별 비중의 합이 100이 되도록 응답해 주십시오.
2) 종합 인터넷 쇼핑몰 (CJ물, 신세계물, H물, AK물 등) 매출액 비중 _____%

	값
유효합계	50
최소값	0
최대값	99
평균	13.9
표준편차	27.8

q1_2_2_3 매체별 상품/서비스 매출액 비중3: 자체 인터넷 쇼핑몰 (판매업체 자체 운영) %

1_2. 그림, 귀사의 전체 매출액 중, 오픈마켓 매출액 비중은 어느 정도 됩니까? 다음 답란에 귀사의 제품/서비스 판매경로별 비중의 합이 100이 되도록 응답해 주십시오.
3) 자체 인터넷 쇼핑몰 (판매업체 자체 운영) 매출액 비중 _____%

	값
유효합계	50
최소값	0
최대값	97
평균	17.1
표준편차	28.0

q1_2_2_4 매체별 상품/서비스 매출액 비중4: 오프라인 매장 %

1_2. 그림, 귀사의 전체 매출액 중, 오픈마켓 매출액 비중은 어느 정도 됩니까? 다음 답란에 귀사의 제품/서비스 판매경로별 비중의 합이 100이 되도록 응답해 주십시오.

4) 오프라인 매장 매출액 비중 _____%

	값
유효합계	50
최소값	0
최대값	95
평균	15.6
표준편차	30.2

q1_2_2_5 매체별 상품/서비스 매출액 비중5: 기타 (공동구매 사이트, 카페 판매 등) %

1_2. 그림, 귀사의 전체 매출액 중, 오픈마켓 매출액 비중은 어느 정도 됩니까? 다음 답란에 귀사의 제품/서비스 판매경로별 비중의 합이 100이 되도록 응답해 주십시오.

5) 기타 (공동구매 사이트, 카페 판매 등) 매출액 비중 _____%

	값
유효합계	50
최소값	0
최대값	95
평균	5.2
표준편차	18.1

q1_3_1_1 판매중인 오픈마켓 상품/서비스 종류1: 의류

1_3_1. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 귀사에서 판매하고 있는 오픈마켓 상품/서비스 종류 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

1) 의류

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	39	78.0	78.0
그렇다	1	11	22.0	22.0
		50	100.0	100.0

q1_3_1_2 판매중인 오픈마켓 상품/서비스 종류2: 패션잡화

1_3_1. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 귀사에서 판매하고 있는 오픈마켓 상품/서비스 종류 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

2) 패션잡화

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	38	76.0	76.0
그렇다	1	12	24.0	24.0
		50	100.0	100.0

q1_3_1_3 판매중인 오픈마켓 상품/서비스 종류3: 식품

1_3_1. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 귀사에서 판매하고 있는 오픈마켓 상품/서비스 종류 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

3) 식품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	45	90.0	90.0
그렇다	1	5	10.0	10.0
		50	100.0	100.0

q1_3_1_4 판매중인 오픈마켓 상품/서비스 종류4: 유아용품

1_3_1. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 귀사에서 판매하고 있는 오픈마켓 상품/서비스 종류 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

4) 유아용품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	46	92.0	92.0
그렇다	1	4	8.0	8.0
		50	100.0	100.0

q1_3_1_5 판매중인 오픈마켓 상품/서비스 종류5: 생활용품

1_3_1. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 귀사에서 판매하고 있는 오픈마켓 상품/서비스 종류 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

5) 생활용품

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	43	86.0	86.0
그렇다	1	7	14.0	14.0
		50	100.0	100.0

q1_3_1_6 판매중인 오픈마켓 상품/서비스 종류6: 가구/침구/수납

1_3_1. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 귀사에서 판매하고 있는 오픈마켓 상품/서비스 종류 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

6) 가구/침구/수납

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	48	96.0	96.0
그렇다	1	2	4.0	4.0
		50	100.0	100.0

q1_3_1_7 판매중인 오픈마켓 상품/서비스 종류7: 생활

1_3_1. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 귀사에서 판매하고 있는 오픈마켓 상품/서비스 종류 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

7) 생활

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	44	88.0	88.0
그렇다	1	6	12.0	12.0
		50	100.0	100.0

q1_3_1_8 판매중인 오픈마켓 상품/서비스 종류8: 취미

1_3_1. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 귀사에서 판매하고 있는 오픈마켓 상품/서비스 종류 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

8) 취미

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	48	96.0	96.0
그렇다	1	2	4.0	4.0
		50	100.0	100.0

q1_3_1_9 판매중인 오픈마켓 상품/서비스 종류9: 가전

1_3_1. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 귀사에서 판매하고 있는 오픈마켓 상품/서비스 종류 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

9) 가전

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	45	90.0	90.0
그렇다	1	5	10.0	10.0
		50	100.0	100.0

q1_3_1_10 판매중인 오픈마켓 상품/서비스 종류10: 컴퓨터

1_3_1. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 귀사에서 판매하고 있는 오픈마켓 상품/서비스 종류 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

10) 컴퓨터

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	45	90.0	90.0
그렇다	1	5	10.0	10.0
		50	100.0	100.0

q1_3_1_11 판매중인 오픈마켓 상품/서비스 종류11: 디지털

1_3_1. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 귀사에서 판매하고 있는 오픈마켓 상품/서비스 종류 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

11) 디지털

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	42	84.0	84.0
그렇다	1	8	16.0	16.0
		50	100.0	100.0

q1_3_1_12 판매중인 오픈마켓 상품/서비스 종류12: 스포츠/레저/자동차

1_3_1. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 귀사에서 판매하고 있는 오픈마켓 상품/서비스 종류 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

12) 스포츠/레저/자동차

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	45	90.0	90.0
그렇다	1	5	10.0	10.0
		50	100.0	100.0

q1_3_1_13 판매중인 오픈마켓 상품/서비스 종류13: 티켓/성품권/여행 등

1_3_1. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 귀사에서 판매하고 있는 오픈마켓 상품/서비스 종류 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

13) 티켓/성품권/여행 등

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	50	100.0	100.0
		50	100.0	100.0

q1_3_1_14 판매중인 오픈마켓 상품/서비스 종류14: 기타 상품/서비스

1_3_1. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 귀사에서 판매하고 있는 오픈마켓 상품/서비스 종류 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)
14) 기타 상품/서비스

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	40	80.0	80.0
그렇다	1	10	20.0	20.0
		50	100.0	100.0

q1_3_2 주력 오픈마켓 상품/서비스

1_3_2. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
의류	1	9	18.0	18.0
패션잡화	2	7	14.0	14.0
식품	3	1	2.0	2.0
유아용품	4	2	4.0	4.0
생활용품	5	5	10.0	10.0
생활	7	2	4.0	4.0
취미	8	1	2.0	2.0
가전	9	3	6.0	6.0
컴퓨터	10	3	6.0	6.0
디지털	11	6	12.0	12.0
스포츠/레저/자동차	12	1	2.0	2.0
기타 상품/서비스	14	10	20.0	20.0
		50	100.0	100.0

q1_3_3_1_1 의류 판매 오픈마켓1

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

1) 의류 상품/서비스 판매 오픈마켓 상품/서비스 판매 오픈마켓(1)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
옥션	1	9	18.0	81.8
인터파크	3	1	2.0	9.1
11번가	4	1	2.0	9.1
비해당	0	39	78.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_1_2 의류 판매 오픈마켓2

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

1) 의류 상품/서비스 판매 오픈마켓(2)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
G마켓	2	8	16.0	80.0
11번가	4	2	4.0	20.0
비해당	0	40	80.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_1_3 의류 판매 오픈마켓3

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

1) 의류 상품/서비스 판매 오픈마켓(3)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
인터파크	3	4	8.0	57.1
11번가	4	3	6.0	42.9
비해당	0	43	86.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_1_4 의류 판매 오픈마켓4

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
1) 의류 상품/서비스 판매 오픈마켓(4)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
11번가	4	4	8.0	80.0
기타	5	1	2.0	20.0
비해당	0	45	90.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_2_1 패션잡화 판매 오픈마켓1

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
2) 패션잡화 상품/서비스 판매 오픈마켓(1)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
옥션	1	10	20.0	83.3
인터파크	3	1	2.0	8.3
11번가	4	1	2.0	8.3
비해당	0	38	76.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_2_2 패션잡화 판매 오픈마켓2

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
2) 패션잡화 상품/서비스 판매 오픈마켓(2)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
G마켓	2	10	20.0	90.9
11번가	4	1	2.0	9.1
비해당	0	39	78.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_2_3 패션잡화 판매 오픈마켓3

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
2) 패션잡화 상품/서비스 판매 오픈마켓(3)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
인터파크	3	6	12.0	66.7
11번가	4	3	6.0	33.3
비해당	0	41	82.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_2_4 패션잡화 판매 오픈마켓4

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
2) 패션잡화 상품/서비스 판매 오픈마켓(4)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
11번가	4	6	12.0	75.0
기타	5	2	4.0	25.0
비해당	0	42	84.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_3_1 식품 판매 오픈마켓1

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
3) 식품 상품/서비스 판매 오픈마켓(1)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
옥션	1	4	8.0	80.0
인터파크	3	1	2.0	20.0
비해당	0	45	90.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_3_2 식품 판매 오픈마켓2

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
3) 식품 상품/서비스 판매 오픈마켓(2)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
G마켓	2	4	8.0	80.0
11번가	4	1	2.0	20.0
비해당	0	45	90.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_3_3 식품 판매 오픈마켓3

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
3) 식품 상품/서비스 판매 오픈마켓(3)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
인터파크	3	3	6.0	100.0
비해당	0	47	94.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_3_4 식품 판매 오픈마켓4

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
3) 식품 상품/서비스 판매 오픈마켓(4)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
11번가	4	3	6.0	100.0
비해당	0	47	94.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_4_1 유아용품 판매 오픈마켓1

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
4) 유아용품 상품/서비스 판매 오픈마켓(1)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
옥션	1	3	6.0	75.0
인터파크	3	1	2.0	25.0
비해당	0	46	92.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_4_2 유아용품 판매 오픈마켓2

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
4) 유아용품 상품/서비스 판매 오픈마켓(2)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
G마켓	2	3	6.0	75.0
11번가	4	1	2.0	25.0
비해당	0	46	92.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_4_3 유아용품 판매 오픈마켓3

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
4) 유아용품 상품/서비스 판매 오픈마켓(3)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
인터파크	3	3	6.0	100.0
비해당	0	47	94.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_4_4 유아용품 판매 오픈마켓4

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

4) 유아용품 상품/서비스 판매 오픈마켓(4)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
11번가	4	3	6.0	100.0
비해당	0	47	94.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_5_1 생활용품 판매 오픈마켓1

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

5) 생활용품 상품/서비스 판매 오픈마켓(1)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
옥션	1	7	14.0	100.0
비해당	0	43	86.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_5_2 생활용품 판매 오픈마켓2

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

5) 생활용품 상품/서비스 판매 오픈마켓(2)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
G마켓	2	7	14.0	100.0
비해당	0	43	86.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_5_3 생활용품 판매 오픈마켓3

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

5) 생활용품 상품/서비스 판매 오픈마켓(3)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
인터파크	3	7	14.0	100.0
비해당	0	43	86.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_5_4 생활용품 판매 오픈마켓4

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
5) 생활용품 상품/서비스 판매 오픈마켓(4)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
11번가	4	7	14.0	100.0
비해당	0	43	86.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_5_5 생활용품 판매 오픈마켓5

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
5) 생활용품 상품/서비스 판매 오픈마켓(5)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
기타	5	1	2.0	100.0
비해당	0	49	98.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_6_1 가구/침구/수납 판매 오픈마켓1

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
6) 가구/침구/수납 상품/서비스 판매 오픈마켓(1)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
옥션	1	1	2.0	50.0
G마켓	2	1	2.0	50.0
비해당	0	48	96.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_6_2 가구/침구/수납 판매 오픈마켓2

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

6) 가구/침구/수납 상품/서비스 판매 오픈마켓(2)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
G마켓	2	1	2.0	50.0
인터파크	3	1	2.0	50.0
비해당	0	48	96.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_6_3 가구/침구/수납 판매 오픈마켓3

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

6) 가구/침구/수납 상품/서비스 판매 오픈마켓(3)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
인터파크	3	1	2.0	50.0
11번가	4	1	2.0	50.0
비해당	0	48	96.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_6_4 가구/침구/수납 판매 오픈마켓4

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

6) 가구/침구/수납 상품/서비스 판매 오픈마켓(4)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
11번가	4	1	2.0	100.0
비해당	0	49	98.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_7_1 생활 제품 판매 오픈마켓1

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

7) 생활 상품/서비스 판매 오픈마켓(1)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
옥션	1	7	14.0	100.0
비해당	0	43	86.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_7_2 생활 제품 판매 오픈마켓2

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

7) 생활 상품/서비스 판매 오픈마켓(2)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
G마켓	2	7	14.0	100.0
비해당	0	43	86.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_7_3 생활 제품 판매 오픈마켓3

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

7) 생활 상품/서비스 판매 오픈마켓(3)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
인터파크	3	5	10.0	71.4
11번가	4	2	4.0	28.6
비해당	0	43	86.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_7_4 생활 제품 판매 오픈마켓4

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

7) 생활 상품/서비스 판매 오픈마켓(4)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
11번가	4	5	10.0	100.0
비해당	0	45	90.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_7_5 생활 제품 판매 오픈마켓5

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

7) 생활 상품/서비스 판매 오픈마켓(5)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
기타	5	1	2.0	100.0
비해당	0	49	98.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_8_1 취미 제품 판매 오픈마켓1

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

8) 취미 상품/서비스 판매 오픈마켓(1)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
옥션	1	2	4.0	100.0
비해당	0	48	96.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_8_2 취미 제품 판매 오픈마켓2

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

8) 취미 상품/서비스 판매 오픈마켓(2)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
G마켓	2	2	4.0	100.0
비해당	0	48	96.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_8_3 취미 제품 판매 오픈마켓3

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

8) 취미 상품/서비스 판매 오픈마켓(3)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
인터파크	3	2	4.0	100.0
비해당	0	48	96.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_8_4 취미 제품 판매 오픈마켓4

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
8) 취미 상품/서비스 판매 오픈마켓(4)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
11번가	4	2	4.0	100.0
비해당	0	48	96.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_9_1 가전 제품 판매 오픈마켓1

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
9) 가전 상품/서비스 판매 오픈마켓(1)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
옥션	1	3	6.0	60.0
G마켓	2	1	2.0	20.0
인터파크	3	1	2.0	20.0
비해당	0	45	90.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_9_2 가전 제품 판매 오픈마켓2

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
9) 가전 상품/서비스 판매 오픈마켓(2)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
G마켓	2	3	6.0	60.0
인터파크	3	1	2.0	20.0
기타	5	1	2.0	20.0
비해당	0	45	90.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_9_3 가전 제품 판매 오픈마켓3

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
9) 가전 상품/서비스 판매 오픈마켓(3)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
인터파크	3	3	6.0	75.0
11번가	4	1	2.0	25.0
비해당	0	46	92.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_9_4 가전 제품 판매 오픈마켓4

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
9) 가전 상품/서비스 판매 오픈마켓(4)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
11번가	4	3	6.0	100.0
비해당	0	47	94.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_10_1 컴퓨터 판매 오픈마켓1

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
10) 컴퓨터 상품/서비스 판매 오픈마켓(1)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
옥션	1	3	6.0	50.0
G마켓	2	1	2.0	16.7
11번가	4	2	4.0	33.3
비해당	0	44	88.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_10_2 컴퓨터 판매 오픈마켓2

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
10) 컴퓨터 상품/서비스 판매 오픈마켓(2)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
G마켓	2	3	6.0	75.0
인터파크	3	1	2.0	25.0
비해당	0	46	92.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_10_3 컴퓨터 판매 오픈마켓3

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
10) 컴퓨터 상품/서비스 판매 오픈마켓(3)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
인터파크	3	3	6.0	75.0
11번가	4	1	2.0	25.0
비해당	0	46	92.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_10_4 컴퓨터 판매 오픈마켓4

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
10) 컴퓨터 상품/서비스 판매 오픈마켓(4)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
11번가	4	2	4.0	100.0
비해당	0	48	96.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_11_1 디지털 기기 판매 오픈마켓1

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

11) 디지털 상품/서비스 판매 오픈마켓(1)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
옥션	1	6	12.0	85.7
G마켓	2	1	2.0	14.3
비해당	0	43	86.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_11_2 디지털 기기 판매 오픈마켓2

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

11) 디지털 상품/서비스 판매 오픈마켓(2)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
G마켓	2	6	12.0	100.0
비해당	0	44	88.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_11_3 디지털 기기 판매 오픈마켓3

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

11) 디지털 상품/서비스 판매 오픈마켓(3)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
인터파크	3	5	10.0	83.3
11번가	4	1	2.0	16.7
비해당	0	44	88.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_11_4 디지털 기기 판매 오픈마켓4

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

11) 디지털 상품/서비스 판매 오픈마켓(4)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
11번가	4	5	10.0	100.0
비해당	0	45	90.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_12_1 스포츠/레저/자동차 판매 오픈마켓1

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
12) 스포츠/레저/자동차 상품/서비스 판매 오픈마켓(1)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
옥션	1	4	8.0	80.0
G마켓	2	1	2.0	20.0
비해당	0	45	90.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_12_2 스포츠/레저/자동차 판매 오픈마켓2

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
12) 스포츠/레저/자동차 상품/서비스 판매 오픈마켓(2)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
G마켓	2	4	8.0	80.0
인터파크	3	1	2.0	20.0
비해당	0	45	90.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_12_3 스포츠/레저/자동차 판매 오픈마켓3

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)
12) 스포츠/레저/자동차 상품/서비스 판매 오픈마켓(3)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
인터파크	3	4	8.0	80.0
11번가	4	1	2.0	20.0
비해당	0	45	90.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_12_4 스포츠/레저/자동차 판매 오픈마켓4

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

12) 스포츠/레저/자동차 상품/서비스 판매 오픈마켓(4)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
11번가	4	4	8.0	100.0
비해당	0	46	92.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_13_1 티켓/상품권/여행 판매 오픈마켓1

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

13) 티켓/상품권/여행 등 상품/서비스 판매 오픈마켓(1)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
비해당	0	50	100.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_13_2 티켓/상품권/여행 판매 오픈마켓2

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

13) 티켓/상품권/여행 등 상품/서비스 판매 오픈마켓(2)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
비해당	0	50	100.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_14_1 기타 상품/서비스 판매 오픈마켓1

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

14) 기타 상품/서비스 상품/서비스 판매 오픈마켓(1)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
옥션	1	8	16.0	80.0
G마켓	2	2	4.0	20.0
비해당	0	40	80.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_14_2 기타 상품/서비스 판매 오픈마켓2

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

14) 기타 상품/서비스 상품/서비스 판매 오픈마켓(2)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
G마켓	2	8	16.0	100.0
비해당	0	42	84.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_14_3 기타 상품/서비스 판매 오픈마켓3

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

14) 기타 상품/서비스 상품/서비스 판매 오픈마켓(3)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
인터파크	3	1	2.0	25.0
11번가	4	3	6.0	75.0
비해당	0	46	92.0	
		50	100.0	100.0

q1_3_3_14_4 기타 상품/서비스 판매 오픈마켓4

1_3_3. 다음은 귀사의 오픈마켓 이용현황에 대한 질문입니다. 다음 답란에 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (판매 서비스가 2개 이상인 경우) 주력 오픈마켓 상품/서비스 (가장 주력인 상품/서비스 하나만 응답해 주십시오.)

14) 기타 상품/서비스 상품/서비스 판매 오픈마켓(4)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
11번가	4	1	2.0	100.0
비해당	0	49	98.0	
		50	100.0	100.0

q1_4_1_1 상품/서비스 판매 오픈마켓1: 옥션

1_4_1. 다음은 귀사에서 상품/서비스를 판매하고 있는 오픈마켓에 대한 질문입니다. 다음 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 상품/서비스 판매 오픈마켓 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

1) 옥션

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	16	32.0	32.0
그렇다	1	34	68.0	68.0
		50	100.0	100.0

q1_4_1_2 상품/서비스 판매 오픈마켓2: G마켓

1_4_1. 다음은 귀사에서 상품/서비스를 판매하고 있는 오픈마켓에 대한 질문입니다. 다음 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 상품/서비스 판매 오픈마켓 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

2) G마켓

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	14	28.0	28.0
그렇다	1	36	72.0	72.0
		50	100.0	100.0

q1_4_1_3 상품/서비스 판매 오픈마켓3: 인터파크

1_4_1. 다음은 귀사에서 상품/서비스를 판매하고 있는 오픈마켓에 대한 질문입니다. 다음 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 상품/서비스 판매 오픈마켓 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

3) 인터파크

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	29	58.0	58.0
그렇다	1	21	42.0	42.0
		50	100.0	100.0

q1_4_1_4 상품/서비스 판매 오픈마켓4: 11번가

1_4_1. 다음은 귀사에서 상품/서비스를 판매하고 있는 오픈마켓에 대한 질문입니다. 다음 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 상품/서비스 판매 오픈마켓 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)

4) 11번가

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	20	40.0	40.0
그렇다	1	30	60.0	60.0
		50	100.0	100.0

q1_4_1_5 상품/서비스 판매 오픈마켓5: 기타

1_4_1. 다음은 귀사에서 상품/서비스를 판매하고 있는 오픈마켓에 대한 질문입니다. 다음 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. 상품/서비스 판매 오픈마켓 (2개 이상인 경우, 중복해서 응답해 주십시오.)
5) 기타 (적어주십시오: _____)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	38	76.0	76.0
그렇다	1	12	24.0	24.0
		50	100.0	100.0

q1_4_2 가장 중요한 오픈마켓

1_4_2. 다음은 귀사에서 상품/서비스를 판매하고 있는 오픈마켓에 대한 질문입니다. 다음 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (오픈마켓이 2개 이상인 경우) 가장 중요한 오픈마켓 (가장 중요한 오픈마켓 하나만 응답해 주십시오.)

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
옥션	1	12	24.0	24.0
G마켓	2	16	32.0	32.0
인터파크	3	2	4.0	4.0
11번가	4	11	22.0	22.0
기타	5	9	18.0	18.0
		50	100.0	100.0

q1_4_3_1 오픈마켓 중요도 비중1: 옥션 %

1_4_3. 다음은 귀사에서 상품/서비스를 판매하고 있는 오픈마켓에 대한 질문입니다. 다음 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (오픈마켓이 2개 이상인 경우) 오픈마켓 중요도 비중 (합이 100 이 되도록 응답해 주십시오.)
1) 옥션 오픈마켓 중요도 비중 _____%

	값
유효합계	50
최소값	0
최대값	80
평균	24.0
표준편차	19.1

q1_4_3_2 오픈마켓 중요도 비중2: G마켓 %

1_4_3. 다음은 귀사에서 상품/서비스를 판매하고 있는 오픈마켓에 대한 질문입니다. 다음 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (오픈마켓이 2개 이상인 경우) 오픈마켓 중요도 비중 (합이 100 이 되도록 응답해 주십시오.)
2) G마켓 오픈마켓 중요도 비중 _____%

	값
유효합계	50
최소값	0
최대값	100
평균	33.7
표준편차	27.3

q1_4_3_3 오픈마켓 중요도 비중3: 인터파크 %

1_4_3. 다음은 귀사에서 상품/서비스를 판매하고 있는 오픈마켓에 대한 질문입니다. 다음 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (오픈마켓이 2개 이상인 경우) 오픈마켓 중요도 비중 (합이 100 이 되도록 응답해 주십시오.)
3) 인터파크 오픈마켓 중요도 비중 _____%

	값
유효합계	50
최소값	0
최대값	80
평균	10.4
표준편차	16.0

q1_4_3_4 오픈마켓 중요도 비중4: 11번가 %

1_4_3. 다음은 귀사에서 상품/서비스를 판매하고 있는 오픈마켓에 대한 질문입니다. 다음 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (오픈마켓이 2개 이상인 경우) 오픈마켓 중요도 비중 (합이 100 이 되도록 응답해 주십시오.)
4) 11번가 오픈마켓 중요도 비중 _____%

	값
유효합계	50
최소값	0
최대값	100
평균	26.4
표준편차	28.4

q1_4_3_5 오픈마켓 중요도 비중5: 기타 %

1_4_3. 다음은 귀사에서 상품/서비스를 판매하고 있는 오픈마켓에 대한 질문입니다. 다음 1)에서 3)까지 응답해 주십시오. (오픈마켓이 2개 이상인 경우) 오픈마켓 중요도 비중 (합이 100 이 되도록 응답해 주십시오.)
5) 기타 오픈마켓 중요도 비중 _____%

	값
유효합계	50
최소값	0
최대값	99
평균	5.5
표준편차	20.5

q1_5_1 오픈마켓 선택 기준: 1순위

1_5. 귀사의 오픈마켓 선택 기준은 무엇입니까? 1위와 2위 기준 각각 다음 답란에 응답해 주십시오.
: 1위 이유 _____

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
상품/서비스 등록 수수료 수준	1	4	8.0	8.0
오픈마켓 운영/관리 정책	2	1	2.0	2.0
개발자 지원 환경	3	13	26.0	26.0
상품/서비스 판매 수수료 수준	4	1	2.0	2.0
오픈마켓 가입자 수	5	11	22.0	22.0
오픈마켓 성장가능성	6	12	24.0	24.0
UI, 결제시스템 등 편의성	7	3	6.0	6.0
다양한 유통 환경	8	3	6.0	6.0
기타	10	2	4.0	4.0
		50	100.0	100.0

q1_5_2 오픈마켓 선택 기준: 2순위

1_5. 귀사의 오픈마켓 선택 기준은 무엇입니까? 1위와 2위 기준 각각 다음 답란에 응답해 주십시오.
: 2위 이유 _____

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
공정한 승인/심사 기준	2	8	16.0	16.0
상품/서비스 등록 수수료 수준	3	3	6.0	6.0
오픈마켓 운영/관리 정책	4	1	2.0	2.0
개발자 지원 환경	5	7	14.0	14.0

상품/서비스 판매 수수료 수준	6	11	22.0	22.0
오픈마켓 가입자 수	7	9	18.0	18.0
오픈마켓 성장가능성	8	1	2.0	2.0
UI, 결제시스템 등 편의성	9	5	10.0	10.0
기타	10	5	10.0	10.0
		50	100.0	100.0

q2_1 응답한 오픈마켓이 가장 중요한 이유

2_1. 그럼, 그 오픈마켓이 가장 중요한 이유는 무엇입니까? 다음 보기중, 가장 큰 이유 하나만 응답해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
오픈마켓 발전가능성	1	5	10.0	10.0
오픈마켓 가입자 수	2	18	36.0	36.0
사용자 상품/서비스 구매율	3	14	28.0	28.0
상품/서비스 업데이트 신속성	4	5	10.0	10.0
상품/서비스 판매 수수료 수준	6	6	12.0	12.0
무응답	9	2	4.0	4.0
		50	100.0	100.0

q2_2_1 가장 중요한 오픈마켓에 대한 세부항목 만족도1: 오픈마켓 발전가능성

2_2. 다음은 귀사에 가장 중요한 오픈마켓에 대한 세부항목 만족도를 묻는 질문입니다. 귀하의 만족도 수준에 따라, 다음 각 항목별로 1점에서 5점 사이로 응답해 주십시오.

1) 오픈마켓 발전가능성

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
불만족 하는편	2	3	6.0	6.0
보통	3	18	36.0	36.0
만족 하는편	4	23	46.0	46.0
매우 만족	5	6	12.0	12.0
		50	100.0	100.0

q2_2_2 가장 중요한 오픈마켓에 대한 세부항목 만족도2: 오픈마켓 가입자 수

2_2. 다음은 귀사에 가장 중요한 오픈마켓에 대한 세부항목 만족도를 묻는 질문입니다. 귀하의 만족도 수준에 따라, 다음 각 항목별로 1점에서 5점 사이로 응답해 주십시오.

2) 오픈마켓 가입자 수

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
불만족 하는편	2	4	8.0	8.0
보통	3	14	28.0	28.0
만족 하는편	4	20	40.0	40.0
매우 만족	5	12	24.0	24.0
		50	100.0	100.0

q2_2_3 가장 중요한 오픈마켓에 대한 세부항목 만족도3: 사용자 상품/서비스 구매율

2_2. 다음은 귀사에 가장 중요한 오픈마켓에 대한 세부항목 만족도를 묻는 질문입니다. 귀하의 만족도 수준에 따라, 다음 각 항목별로 1점에서 5점 사이로 응답해 주십시오.

3) 사용자 상품/서비스 구매율

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 불만족	1	1	2.0	2.0
불만족 하는편	2	5	10.0	10.0
보통	3	23	46.0	46.0
만족 하는편	4	15	30.0	30.0
매우 만족	5	6	12.0	12.0
		50	100.0	100.0

q2_2_4 가장 중요한 오픈마켓에 대한 세부항목 만족도4: 상품/서비스 업데이트 신속성

2_2. 다음은 귀사에 가장 중요한 오픈마켓에 대한 세부항목 만족도를 묻는 질문입니다. 귀하의 만족도 수준에 따라, 다음 각 항목별로 1점에서 5점 사이로 응답해 주십시오.

4) 상품/서비스 업데이트 신속성

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 불만족	1	1	2.0	2.0
불만족 하는편	2	4	8.0	8.0
보통	3	13	26.0	26.0
만족 하는편	4	23	46.0	46.0
매우 만족	5	9	18.0	18.0
		50	100.0	100.0

q2_2_5 가장 중요한 오픈마켓에 대한 세부항목 만족도5: 상품/서비스 등록 수수료

2_2. 다음은 귀사에 가장 중요한 오픈마켓에 대한 세부항목 만족도를 묻는 질문입니다. 귀하의 만족도 수준에 따라, 다음 각 항목별로 1점에서 5점 사이로 응답해 주십시오.

5) 상품/서비스 등록 수수료

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 불만족	1	5	10.0	10.0
불만족 하는편	2	11	22.0	22.0
보통	3	21	42.0	42.0
만족 하는편	4	9	18.0	18.0
매우 만족	5	3	6.0	6.0
무응답	9	1	2.0	2.0
		50	100.0	100.0

q2_2_6 가장 중요한 오픈마켓에 대한 세부항목 만족도6: 상품/서비스 판매 수수료

2_2. 다음은 귀사에 가장 중요한 오픈마켓에 대한 세부항목 만족도를 묻는 질문입니다. 귀하의 만족도 수준에 따라, 다음 각 항목별로 1점에서 5점 사이로 응답해 주십시오.

6) 상품/서비스 판매 수수료

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 불만족	1	5	10.0	10.0
불만족 하는편	2	11	22.0	22.0
보통	3	21	42.0	42.0
만족 하는편	4	11	22.0	22.0
매우 만족	5	2	4.0	4.0
		50	100.0	100.0

q2_3 오픈마켓에 대한 전반적 만족도

2_3. 그럼, 모든 점을 고려해 보았을 때, 그 오픈마켓에 대해 전반적으로 어느 정도 만족하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
매우 불만족한다	1	1	2.0	2.0
불만족하는 편이다	2	5	10.0	10.0
보통이다	3	21	42.0	42.0
만족하는 편이다	4	22	44.0	44.0
매우 만족한다	5	1	2.0	2.0
		50	100.0	100.0

q2_4 오픈마켓에 대해 불만족하게 생각하는 가장 큰 이유

2_4. (2_3.에서 1. 또는 2. 불만족에 응답한 경우만 응답해 주십시오.) 그럼, 그 오픈마켓에 대해 불만족하게 생각하시는 가장 큰 이유는 무엇입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
고객센터 업무 처리 미비		1	2.0	2.0
물품에 비해 판매 수수료가 높다		2	4.0	4.0
비해당		44	88.0	88.0
상품 등록 비용 및 프리미엄 구매		1	2.0	2.0
상품 및 고객 관리의 어려움		1	2.0	2.0
열악한 수익성		1	2.0	2.0
		50	100.0	100.0

q2_5 오픈마켓에 향후에 계속 상품/서비스를 판매할 의향

2_5. 귀하께서는 그 오픈마켓에 향후에도 계속 상품/서비스를 판매하실 의향이 어느 정도 있으십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
없는 편이다	2	2	4.0	4.0
보통이다	3	16	32.0	32.0
많은 편이다	4	22	44.0	44.0
매우 많다	5	10	20.0	20.0
		50	100.0	100.0

q2_6 오픈마켓을 다른 사람에게 추천할 의향

2_6. 그럼, 귀하께서는 그 오픈마켓을 다른 사람에게 추천하실 의향은 어느 정도 있으니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 없다	1	4	8.0	8.0
없는 편이다	2	3	6.0	6.0
보통이다	3	21	42.0	42.0
많은 편이다	4	17	34.0	34.0
매우 많다	5	5	10.0	10.0
		50	100.0	100.0

q3_1 향후 국내 오픈마켓 시장의 사업 전망

3.1. 귀하께서는 향후 국내 오픈마켓 시장의 사업 전망을 어떻게 보십니까? 다음 보기중
응답해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전망이 어두운 편이다	2	3	6.0	6.0
보통이다	3	16	32.0	32.0
전망이 밝은 편이다	4	26	52.0	52.0
전망이 매우 밝다	5	5	10.0	10.0
		50	100.0	100.0

q3_2 오픈마켓 사업에 대한 정부의 지원정책 중 가장 시급하게 요구되는 것

3.2. 현재 오픈마켓 사업에 대한 정부의 지원정책 중 가장 시급하게 요구되는 것은 무엇이라고
생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
산업활성화를 위한 정책입안	1	8	16.0	16.0
교육 및 인력양성	2	5	10.0	10.0
산업 육성을 위한 법제도 정비	3	17	34.0	34.0
정보제공	4	8	16.0	16.0
자금지원	5	11	22.0	22.0
법 제정시 소급 적용 금지		1	2.0	2.0
		50	100.0	100.0

q3_3_1 오픈마켓에서 상품/서비스를 판매하는데 있어 발생하는 문제점: 1순위

3.3. 그럼, 평소 귀하에서 느끼시기에, 오픈마켓에서 상품/서비스를 판매하는데 있어 발생
하는 문제점은 무엇이 있습니까? 다음 보기중, 가장 큰 문제점과 그 다음 문제점 각각 다
음 답란에 응답해 주십시오.

: 1위 이유 _____

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
시장 규모의 협소	1	1	2.0	2.0
유통비용의 과다(수수료율 등)	2	14	28.0	28.0
과금 결제 수단의 제한	3	2	4.0	4.0
과다 경쟁으로 인한 중복 개발	4	27	54.0	54.0
오픈마켓 선택의 제한	5	1	2.0	2.0
저작권 보호의 미비	6	3	6.0	6.0
시설운영비 과다	8	1	2.0	2.0
무응답	99	1	2.0	2.0
		50	100.0	100.0

q3_3_2 오픈마켓에서 상품/서비스를 판매하는데 있어 발생하는 문제점: 2순위

3_3. 그럼, 평소 귀하에서 느끼시기에, 오픈마켓에서 상품/서비스를 판매하는데 있어 발생하는 문제점은 무엇이 있습니까? 다음 보기중, 가장 큰 문제점과 그 다음 문제점 각각 다음 답란에 응답해 주십시오.

: 2위 이유 _____

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
시장 규모의 협소	1	2	4.0	4.0
유통비용의 과다(수수료율 등)	2	15	30.0	30.0
과금 결제 수단의 제한	3	3	6.0	6.0
과다 경쟁으로 인한 중복 개발	4	9	18.0	18.0
오픈마켓 선택의 제한	5	2	4.0	4.0
저작권 보호의 미비	6	6	12.0	12.0
시설운영비 과다	8	4	8.0	8.0
무응답	99	9	18.0	18.0
		50	100.0	100.0

q4_1 오픈마켓 사업자와 계약 체결 이전, 기타 오픈마켓 사업자와 사전 접촉 여부

4_1. 귀사에서는 오픈마켓 사업자와 계약 체결 이전에, 몇 개의 오픈마켓 사업자와 사전 접촉을 하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
기존에 계약중인 사업자 1개 업체만 접촉한다	1	18	36.0	36.0
기존에 계약중인 사업자와 신규 사업자 1개 업체를 중복으로 접촉한다	2	9	18.0	18.0
기존에 계약중인 사업자와 신규 사업자 2개 이상 업체를 중복으로 접촉한다	3	15	30.0	30.0
신규 사업자 1개 업체만 접촉한다	4	1	2.0	2.0
신규 사업자 2개 이상 업체를 중복으로 접촉한다	5	6	12.0	12.0
무응답	9	1	2.0	2.0
		50	100.0	100.0

q4_2 계약 요청에 대한 오픈마켓 사업자의 응대 신속성

4_2. 귀사의 계약 요청에 대해 오픈마켓 사업자의 응대는 어느 정도 신속합니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
요청 후, 1~2일 이내에 응대한다	1	27	54.0	54.0
요청 후, 일주일 이내에 응대한다	2	20	40.0	40.0
요청 후, 한 달 이내에 응대한다	3	1	2.0	2.0
무응답	9	2	4.0	4.0
		50	100.0	100.0

q4_3 오픈마켓 사업자의 계약요청에 대한 거래조건 설명의 자세한 정도

4_3. 계약 전, 오픈마켓 사업자의 계약요청에 대한 거래조건 설명은 어느 정도 자세합니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
자세하지 않은 편이다	2	7	14.0	14.0
보통이다	3	19	38.0	38.0
자세한 편이다	4	20	40.0	40.0
매우 자세하다	5	4	8.0	8.0
		50	100.0	100.0

q4_4 계약 요청시부터 계약 체결시까지 소요기간

4_4. 그럼, 귀사의 계약 요청시부터 계약 체결시까지 소요기간은 어느 정도 걸립니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
일주일 이내	1	34	68.0	68.0
한달 이내	2	16	32.0	32.0
		50	100.0	100.0

q5_1 계약 체결을 요청시, 오픈마켓 사업자에게 거절당한 경험 여부

5_1. 귀사에서는 계약 체결을 요청하였으나, 오픈마켓 사업자에게 이를 거절당한 경험이 있으십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
거절당한 경험 있다	1	2	4.0	4.0
거절당한 경험 없다	2	48	96.0	96.0
		50	100.0	100.0

q5_2 오픈마켓 사업자의 계약체결 요청 거절시, 구체적인 이유 설명 여부

5_2. 그럼, 그 오픈마켓 사업자가 계약체결 요청을 거절한 구체적인 이유를 설명해 주었습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
설명해 주었다	1	1	2.0	50.0
설명해 주지 않았다	2	1	2.0	50.0
비해당	0	48	96.0	
		50	100.0	100.0

q5_3 계약체결 요청을 거절한 오픈마켓 사업자에게 거절이유에 대한 해명 요구 경험

5_3. 귀사에서는 계약체결 요청을 거절한 오픈마켓 사업자에게 거절이유에 대한 해명요청을 해보신 경험이 있으십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
경험 없다	2	2	4.0	100.0
비해당	0	48	96.0	
		50	100.0	100.0

q5_4 거절사유 해명요청에 대한 오픈마켓 사업자의 응대수준

5_4. (문5_3.에서 1) 경험 있음에 응답한 경우만 응답해 주십시오.) 그럼, 귀사의 거절사유 해명요청에 대한 오픈마켓 사업자의 응대수준은 어느 정도 적극적 이었습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
비해당		50	100.0	
		50	100.0	100.0

q5_5 오픈마켓 사업자가 계약체결 요청을 거절했다고 생각하는 이유

5_5. 오픈마켓 사업자가 밝힌 거절이유와 관계없이, 오픈마켓 사업자가 계약체결 요청을 거절한 이유는 무엇이라고 생각하십니까? 가장 큰 이유를 응답해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
비해당		48	96.0	96.0
시스템 미비		1	2.0	2.0
판매가가 너무 낮음		1	2.0	2.0
		50	100.0	100.0

q6_1 오픈마켓 사업자에게 계약변경을 요청해본 경험 여부

6_1. 귀사에서는 오픈마켓 사업자와 계약변경을 요청해보신 경험이 있으십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
경험 있다	1	3	6.0	6.0
경험 없다	2	47	94.0	94.0
		50	100.0	100.0

q6_2 오픈마켓 사업자에게 계약 변경을 요청하신 이유

6_2. 그럼, 귀사에서 계약 변경을 요청하신 이유는 무엇이었습니까? 가장 큰 이유 하나만 응답해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
서비스 변경(추가 상품/서비스 개발 등)에 따른 추가계약 필요	1	2	4.0	66.7
기타	4	1	2.0	33.3
비해당	0	47	94.0	
		50	100.0	100.0

q6_3 계약변경 요청에 대한 오픈마켓 사업자의 응대 신속성

6_3. 귀사의 계약변경 요청에 대해 오픈마켓 사업자의 응대는 어느 정도 신속하였습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
요청 후, 1~2일 이내에 응대한다	1	2	4.0	66.7
요청 후, 일주일 이내에 응대한다	2	1	2.0	33.3
비해당	0	47	94.0	
		50	100.0	100.0

q6_4 요청에 의해 계약을 변경하였는지 여부

6_4. 그럼, 귀사의 요청에 의해 계약을 변경하였습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
계약을 변경했다	1	3	6.0	100.0
비해당	0	47	94.0	
		50	100.0	100.0

q6_5 오픈마켓 사업자가 계약변경을 요청한 경험 여부

6_5. 오픈마켓 사업자가 귀사에게 계약변경을 요청한 경험이 있으십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
경험 있다	1	7	14.0	14.0
경험 없다	2	43	86.0	86.0
		50	100.0	100.0

q6_6 오픈마켓 사업자가 계약변경을 요청시 구체적인 이유 설명 여부

6_6. 그럼, 오픈마켓 사업자가 계약변경을 요청하면서, 구체적인 이유를 설명해 주었습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
설명해 주었다	1	7	14.0	100.0
비해당	0	43	86.0	
		50	100.0	100.0

q6_7 오픈마켓 사업자의 계약변경 요청 이유

6_7. 오픈마켓 사업자의 계약변경 요청 이유는 주로 무엇이었습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
오픈마켓 사업자의 약관 등 정책변화 반영	1	3	6.0	42.9
기타	3	4	8.0	57.1
비해당	0	43	86.0	
		50	100.0	100.0

q6_8 체결중인 계약 내용 중, 오픈마켓 사업자의 변경 및 해지 시 제한 조건이 있는지 여부

6_8. 현재 귀사에서 체결중인 계약 내용 중, 오픈마켓 사업자의 변경 및 해지 시 제한 조건이 있습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
있다	1	1	2.0	2.0
없다	2	49	98.0	98.0
		50	100.0	100.0

q7_1 오픈마켓 사업자가 일방적으로 계약 해지를 통보한 경험

7_1. 오픈마켓 사업자가 귀사에게 일방적으로 계약 해지를 통보한 경험이 있으십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
경험 있다	1	1	2.0	2.0
경험 없다	2	49	98.0	98.0
		50	100.0	100.0

q7_2 오픈마켓 사업자가 계약해지를 통보하면서, 구체적인 이유를 설명해 주었는지 여부

7_2. 그럼, 오픈마켓 사업자가 계약해지를 통보하면서, 구체적인 이유를 설명해 주었습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
설명해 주었다	1	1	2.0	100.0
비해당	0	49	98.0	
		50	100.0	100.0

q7_3 오픈마켓 사업자의 계약해지 통보 이유

7_3. 그럼, 오픈마켓 사업자의 계약해지 통보 이유는 무엇 무엇이었습니까? 모두 응답해 주십시오.

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
비해당		49	98.0	98.0
타 오픈 마켓과의 판매 가격 설정에 있어 최저가 요구 맞추지 못했다		1	2.0	2.0
			100.0	100.0

q8_1 오픈마켓과 계약체결시 등록/ 판매 수수료 이외의 계약조건에 대한 인지정도

8_1. 귀하께서는 오픈마켓과 계약체결시, 전자상거래 시스템 제공, 판매대금 정산, 회원관리, 금지행위나 손해배상 등 등록/ 판매 수수료 이외의 계약조건에 대해 어느 정도 알고 계십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 몰랐다	1	2	4.0	4.0
모르는 편이었다	2	9	18.0	18.0
보통이다	3	17	34.0	34.0
아는 편이었다	4	17	34.0	34.0
매우 잘 알았다	5	5	10.0	10.0
		50	100.0	100.0

q8_2 오픈마켓 사업자의 계약조건이 공정하고 투명하다고 생각 하는지 여부

8_2. (문8_1.에서 2, 3, 4, 또는 5. 모르는 편이었다 이상에 응답한 경우만 응답해 주십시오.) 그럼, 귀하께서는 오픈마켓 사업자의 계약조건이 공정하고 투명하다고 생각하십니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
공정하고 투명하다	1	41	82.0	82.0
공정하고 투명하지 않다	2	6	12.0	12.0
모름/무응답	9	3	6.0	6.0
		50	100.0	100.0

q8_3 오픈마켓 사업자가 공정하고 투명하지 않다고 생각하는 가장 큰 이유

8_3. 그럼, 오픈마켓 사업자가 공정하고 투명하지 않다고 생각하시는 가장 큰 이유는 무엇입니까? (단답)

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
모름/무응답	44	88.0	88.0
사고가 많아 불신	1	2.0	2.0
소기업 판매자 상대시, 이윤에서 양보가 적음	1	2.0	2.0
일반적인 수수료 외 MD나 계약 담당자가 위 험 요소에 대한 언급	1	2.0	2.0
일방적인 가격 할인을 진행하고 해당 비용을 판매자에게 정산시	1	2.0	2.0
판매 수수료	1	2.0	2.0
형식적인 계약 내용을 판매자가 읽어보고 계 약하는 경우가 대부분?	1	2.0	2.0
	50	100.0	100.0

q8_4 오픈마켓 계약체결시 등록 수수료를

8_4. 귀사에서 계약을 체결할 때, 오픈마켓 사업자는 약관에 적용된 등록 수수료율을 적용하였습니까? 아니면, 약관요금 보다 할인된 등록 수수료율을 적용하였습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
약관요금을 적용하였다	1	42	84.0	84.0
약관요금 보다 할인된 요금을 적용하였다	2	3	6.0	6.0
등록 수수료 없음	3	5	10.0	10.0
		50	100.0	100.0

q8_5 오픈마켓 계약체결시 판매 수수료를

8_5. 그럼, 귀사에서 계약을 체결할 때, 오픈마켓 사업자는 약관에 적용된 판매 수수료율을 적용하였습니까? 아니면, 약관요금 보다 할인된 판매 수수료율을 적용하였습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
약관요금을 적용하였다	1	45	90.0	90.0
약관요금 보다 할인된 요금을 적용하였다	2	5	10.0	10.0
		50	100.0	100.0

q8_6_1 요금할인에 영향을 미치는 요인1: 동일 거래이더라도 최근 계약일수록 요금을 할인받는다

8_6. 그럼, 귀하께서 생각하시기에 약관요금보다 할인된 요금을 적용받는 즉, 요금할인에 영향을 미치는 요인은 무엇무엇 입니까? 다음 보기를 보시고, 모두 응답해 주십시오.

1) 동일 거래이더라도 최근 계약일수록 요금을 할인받는다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	44	88.0	88.0
그렇다	1	6	12.0	12.0
		50	100.0	100.0

q8_6_2 요금할인에 영향을 미치는 요인2: 거래 실적이 클수록 요금을 할인받는다

8_6. 그럼, 귀하께서 생각하시기에 약관요금보다 할인된 요금을 적용받는 즉, 요금할인에 영향을 미치는 요인은 무엇무엇 입니까? 다음 보기를 보시고, 모두 응답해 주십시오.

2) 거래 실적이 클수록 요금을 할인받는다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	13	26.0	26.0
그렇다	1	37	74.0	74.0
		50	100.0	100.0

q8_6_3 요금할인에 영향을 미치는 요인3: 계약기간이 길수록 요금을 할인받는다

8_6. 그럼, 귀하께서 생각하시기에 약관요금보다 할인된 요금을 적용받는 즉, 요금할인에 영향을 미치는 요인은 무엇무엇 입니까? 다음 보기를 보시고, 모두 응답해 주십시오.

3) 계약기간이 길수록 요금을 할인받는다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	41	82.0	82.0
그렇다	1	9	18.0	18.0
		50	100.0	100.0

q8_6_4 요금할인에 영향을 미치는 요인4: 여러 가지 서비스를 같이 이용할수록 요금을 할인받는다

8_6. 그럼, 귀하께서 생각하시기에 약관요금보다 할인된 요금을 적용받는 즉, 요금할인에 영향을 미치는 요인은 무엇무엇 입니까? 다음 보기를 보시고, 모두 응답해 주십시오.

4) 여러 가지 서비스를 같이 이용할수록 요금을 할인받는다

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
아니다	0	42	84.0	84.0
그렇다	1	8	16.0	16.0
		50	100.0	100.0

q8_7 오픈마켓 사업자 간 요금할인 경쟁에 대한 주관적 생각

8_7. 귀하께서 생각하시기에 오픈마켓 사업자 간 요금할인 경쟁은 어느 정도 수준입니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀 없다	1	2	4.0	4.0
없는 편이다	2	3	6.0	6.0
보통이다	3	13	26.0	26.0
많은 편이다	4	19	38.0	38.0
매우 많다	5	13	26.0	26.0
		50	100.0	100.0

q8_8 오픈마켓 사업자의 소요원가 대비 귀사의 요금수준에 대한 생각

8_8. 귀하께서 생각하시기에 오픈마켓 사업자의 소요원가 대비 귀사의 요금수준은 어떻습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
오픈마켓 사업자의 소요원가 대비 높다	1	21	42.0	42.0
오픈마켓 사업자의 소요원가 대비 적절하다	2	29	58.0	58.0
		50	100.0	100.0

q9 오픈마켓에 지불하는 비용이 현재 대비 10% 높아진다면

9. 만약, 현재 오픈마켓의 상품/서비스 등록 및 수익 배분율 등 오픈마켓에 지불하는 비용이 현재 대비 10% 높아진다면, 귀 사에서는 인터넷 오픈마켓에 판매중인 상품/서비스를 어떻게 하시겠습니까?

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
현재 수준을 그대로 유지한다	1	7	14.0	14.0
판매중인 상품/서비스를 줄이고, 종합 쇼핑몰, 자체 사이트나 기타 다른 매체로 대체한다	2	29	58.0	58.0
오픈마켓에서 상품/서비스 판매를 전면 중단한다	3	9	18.0	18.0
기타	4	5	10.0	10.0
		50	100.0	100.0

q10 오픈마켓 사업자와 상품/서비스 판매업체 간 계약 관련 정책방안 건의사항1

10. 오픈마켓 사업자와 상품/서비스 판매업체 간 계약 관련 정책방안 수립과 추진시, 건의사항이 있으시면, 무엇이든 좋으니 구체적으로 응답해 주십시오. (중복응답)

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
고객센터와 통화가 잘 되었으면	2	4.0	4.0
공정거래	1	2.0	2.0
공정한 체결을 위해 수수료율 open	1	2.0	2.0
과거 판매 이력에 대한 정보 분석 쉬워졌으면	1	2.0	2.0
모름/ 무응답	15	30.0	30.0
상품 등록 관리 시스템을 편리하게	1	2.0	2.0
수수료 배분을 잘했으면	1	2.0	2.0
업체간 가격 과다 경쟁 방지책	1	2.0	2.0
없다	11	22.0	22.0
오픈마켓 수수료율 제한 법률	1	2.0	2.0
유명 상표 상품의 경우 철저한 위조품 단속 필요	1	2.0	2.0
전국 인터넷 사업자의 수 조차도 파악하지 못하면서 통신판매 등	1	2.0	2.0
정기적인 오픈마켓 판매자 사이트 리뉴얼 필요	1	2.0	2.0
판매 가격을 올려주었으면	1	2.0	2.0
판매 수수료율 인하	9	18.0	18.0
판매자 자체 물류보다 G마켓 물류 이용 판매자에게 도서 노출 및	1	2.0	2.0
판매자에게 과다한 최저 판매가 요구	1	2.0	2.0
	50	100.0	100.0

q11_1 업체 설립년 월: 년

11. 마지막으로 귀 업체와 응답자 일반현황에 응답해 주십시오.

1) 업체 설립년월: ____년

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
1984년	1984	1	2.0	2.0
1987년	1987	2	4.0	4.0
1989년	1989	1	2.0	2.0
1991년	1991	1	2.0	2.0
1992년	1992	1	2.0	2.0
1993년	1993	1	2.0	2.0

1995년	1995	1	2.0	2.0
1997년	1997	2	4.0	4.0
1998년	1998	2	4.0	4.0
1999년	1999	1	2.0	2.0
2000년	2000	2	4.0	4.0
2002년	2002	3	6.0	6.0
2003년	2003	6	12.0	12.0
2004년	2004	4	8.0	8.0
2005년	2005	5	10.0	10.0
2006년	2006	4	8.0	8.0
2008년	2008	6	12.0	12.0
2009년	2009	3	6.0	6.0
2011년	2011	1	2.0	2.0
무응답	9999	3	6.0	6.0
		50	100.0	100.0

q11_2 업체 설립년 월: 월

11. 마지막으로 귀 업체와 응답자 일반현황에 응답해 주십시오.

1) 업체 설립년월: ____월

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
2월	2	1	2.0	2.0
3월	3	6	12.0	12.0
4월	4	6	12.0	12.0
5월	5	1	2.0	2.0
6월	6	2	4.0	4.0
7월	7	2	4.0	4.0
8월	8	1	2.0	2.0
9월	9	1	2.0	2.0
10월	10	1	2.0	2.0
11월	11	3	6.0	6.0
12월	12	1	2.0	2.0
무응답	99	25	50.0	50.0
		50	100.0	100.0

q11_3 자본금

11. 마지막으로 귀 업체와 응답자 일반현황에 응답해 주십시오.
2) 자본금

	값
유효합계	33
최소값	10
최대값	30,000
평균	1,522.33
표준편차	5,420.93

q11_4 직원 수 (대표포함)

11. 마지막으로 귀 업체와 응답자 일반현황에 응답해 주십시오.
3) 직원 수 (대표포함)

	값
유효합계	50
최소값	1
최대값	350
평균	35
표준편차	77

q11_5 응답자 직급

11. 마지막으로 귀 업체와 응답자 일반현황에 응답해 주십시오.
4) 응답자 직급

	변수값	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
사원/대리	1	17	34.0	34.0
과장/차장	2	13	26.0	26.0
부장/임원	3	9	18.0	18.0
대표 (CEO)	4	11	22.0	22.0
		50	100.0	100.0