

전자상거래에 있어서 소비자 프라이버시 보호에 관한 연구*

-인터넷 전자상거래업체의 소비자정보요구 실태를 중심으로-

김 해 선* (순천대학교 소비자가족아동학과 교수)

서 민 교 (경일대학교 인터넷국제통상학과 교수)

전 정 기 (영남대학교 국제통상학부 교수)

전자상거래는 소비자의 정보탐색 비용을 현저히 감소시켜 소비자로 하여금 적극적으로 정보를 탐색하고 탐색한 정보를 활용하여 보다 합리적인 의사결정을 하게 하여 사업자간의 경쟁을 증가시키므로 시장환경이 정보적 측면에서 완전경쟁시장에 가까워진다. 그러므로 전자상거래의 활성화로 인하여 소비자의 선호와 구매에 의해 시장에서 상품의 생산과 유통이 결정된다고 하는 소비자 주권의 실현될 수 있는 가능성이 증가하고 있다.

그러나 이러한 장점에도 불구하고 비대면 거래라는 전자상거래의 특징은 재화의 경우에 구매한 소비자의 주소를 반드시 필요로 하며, 판매자의 입장에서는 입력된 지불수단에 대한 정보가 하자 없는 의사표시에 의한 것인지가 매우 중요하다. 그렇지만 한편으로는 이러한 이유로 수집되거나 알게된 소비자의 개인정보가 기업에 의해 오·남용되는 경우가 있으며, 더 나아가 해킹에 의한 소비자 개인 신상정보의 유출로 인한 소비자피해의 가능성도 배제할 수 없다. 그러므로 소비자의 개인정보 제공 및 관리에 대한 자율 통제권의 시각에서 기업들이 전자상거래를 위해서 꼭 필요한 정보만을 소비자에게 요구하는지를 점검할 필요가 있다는 시각에서 이 연구가 시작되었다. 이 연구의 결과는 현재 정부가 마련한 다양한 법과 정책이 실제 소비자의 개인정보와 프라이버시 보호에 적합한지를 평가하는 기초자료로 보다 효율적인 소비자의 개인정보와 프라이버시 보호를 위한 개선책 마련에 중요한 정보를 제공해 줄 것으로 사료된다.

2002년 7월 29일부터 8월 3일까지 총 800개의 인터넷을 이용하는 전자상거래업체의 사이트를 조사원이 직접 접속하여 '전자상거래업체의 소비자보호 실태조사' 설문지에서 요구된 여러 가지 사항을 직접 확인하는 방식으로 자료를 수집하였다. 이렇게 수집된 자료를 SPSS프로그램을 이용하여 빈도, 백분율, 교차분석을 실시하였다.

주요 분석결과와 결론은 다음과 같다.

첫째, 사업자들의 대부분은 사이트에 반드시 제공해야 할 주소나 대표자의 성명을 명기하고 있었

* 이 연구는 학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음(KRF-2001-002-D000354)

으나 공개하지 않는 사이트도 있었으면 통신판매 업체신고와 사업자 등록번호의 경우는 19.4와 48.1%만이 공개하고 있었다. 그러나 이러한 정보를 공개하는 업체의 경우에도 소비자들이 쉽게 찾을 수 있는 곳에 정보를 제공하지 않는 경우도 많았다.

둘째, 대부분의 전자상거래 업체들은 인터넷 사이버쇼핑물 표준약관을 게시하고 있었으나 약관을 사용하지 않는 사이트도 176개나 되었다.

이런 문제들은 정부가 단순히 이러한 정보를 제공하도록 하는 현재의 규정을 강화하여 소비자가 쉽게 이러한 정보를 확인할 수 있도록 하는 세부적인 보완장치, 예를 들면 웹사이트의 초기화면에 특정한 위치에 일정한 크기 이상으로 정보를 명기하도록 하는 규제가 필요하다고 사료된다.

셋째, 웹사이트의 성격에 따라 쇼핑물, 교육경제, 연예오락, 기타의 4가지 유형으로 구분하여 각 유형에서 회원가입 시에 요구하는 소비자의 개인정보와 소비자에게 반드시 공개되어야 하는 기업정보의 게시 여부를 비교 분석한 결과 4유형간에 대부분의 영역에서 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다.

소비자의 개인정보 중 주소의 경우, 4가지 유형의 전자상거래 업체 중 소비자가 구매한 재화의 배달을 위해서 주소를 필요로 하는 쇼핑물의 경우를 제외하고는 소비자의 주소가 전자상거래 서비스를 제공하는데 있어서 필수적이지 않음에도 불구하고 필수적으로 요구하고 있었다. 또한 주민등록번호와 같이 매우 개인적이며 중요한 소비자 개인정보가 실질적으로 전자상거래서비스의 제공에 필수적인 것이 아님에도 불구하고 요구하고 있었다.

쇼핑물을 제외한 다른 유형의 전자상거래는 인터넷 상에서 업체가 콘텐츠를 이용하는 것이 대부분이며 콘텐츠를 이용하기에 앞서 다양한 방식으로 대금의 결제가 이루어지기 때문에 소비자의 주소정보가 필요치 않다. 전자상거래의 중요한 특징인 인터넷을 이용한다는 점을 고려할 때 현재 소비자의 개인정보 중 주민등록번호와 주소를 요구할 수 있도록 한 현행 규정을 E-mail 주소로 대체하고 쇼핑물과 같은 유형으로 재화의 직접 전달이 필요한 유형의 전자상거래 업체에 한해 주소를 요청할 수 있도록 하는 것이 바람직하다고 사료된다.

결론적으로 현재 일괄적으로 적용되고 있는 전자상거래소비자보호지침의 내용을 쇼핑물의 특성에 맞추어 세분화하여 마련할 필요가 있다고 사료된다.