

# 전자상거래 분쟁해결제도의 개선방안에 관한 연구

김 석 철\*

## 목 차

### I. 서 론

### II. 전자상거래의 현황 및 분쟁유형

1. 전자상거래의 현황
2. 전자상거래 분쟁유형

### III. 전자상거래 분쟁의 해결제도

1. 한국소비자보호원의 소비자분쟁해결제도
2. 대한상사중재원의 상사분쟁 알선·중재제도
3. 한국전자거래진흥원의 전자거래 분쟁조정제도

### IV. 전자상거래 분쟁해결제도의 문제점과 개선방안

1. 문제점
2. 개선방안

### V. 결 론

Abstract

참고문헌

---

\*경원전문대학 무역과 교수

## I. 서론

전자상거래(Electronic Commerce)라는 용어는 미국 썬더 켈리포니아 대학의 한 연구보고서에서 1989년에 처음 사용되었다<sup>1)</sup>. 그후에 미국 Lawrence Livermore National Laboratory가 미국방성 프로젝트를 수행하면서 전자상거래의 개념이 정립되기 시작하면서 미국연방정부가 1993년 정형화된 자료교환인 EDI(Electronic Data Interchange)와 비정형화된 문서에 대한 전자교환방식을 추진하면서 동 용어가 확산되기 시작하였다<sup>2)</sup>. 그리고 10여년이 지난 오늘날에는 정보·통신기술의 혁신적인 발전과 함께 전자상거래가 새로운 거래형태로 부상하면서 국내·외 상거래에서 차지하는 비중이 빠른속도로 증가하고 있다.

전자상거래는 전자라는 매체를 통하여 현물시장이 아닌 사이버공간에서 상거래가 이루어진다는 점과 사이버 공간에서는 지구가 하나의 시장(global market)이라는 점 등 여러 가지 요인에 의해 이에 대비하는 법·제도의 구축이 마련되고 있으며 「전자상거래기본법」, 「전자서명법」 등이 그것이다.

본 연구의 목적은 전자상거래와 관련된 제도 중에서 최근 정부가 마련하여 현재 시행중에 있는 전자상거래 분쟁제도에 대하여 살펴보고, 그 개선방안을 모색해 보고자 하는데 있다.

이는 전자상거래의 분쟁이 신속·공정하게 해결되지 않을 경우에는 전자상거래는 활성화 될 수 없기 때문이며 21세기에 전자상거래가 국가 경쟁력을 좌우하는 비중을 고려할 때 매우 중요한 과제이기 때문이다.

본 연구방법은 전자상거래로 인한 분쟁의 특성을 파악하기 위하여 거래단계별로 현재 발생하고 있거나, 향후 발생 가능한 분쟁내용을 살펴보고자 한다. 이는 전자상거래로 인한 분쟁이 현재에 있는 분쟁 제도로 해결이 가능할 것인지에 대한 시사점을 제공해 주기 때문이다.

다음에서 현재 운영중인 제도로서 전자거래와 관련이 있는 기존의 상거래 분쟁제도의 내용과 특징 등을 분석하고자 한다. 이는 앞에서 분석한 전자상거래로 인한 분쟁이 기존의 제도로 해결 가능한 것인지를 분석하기 위해서 이다.

마지막으로 최근 정부가 마련한 한국전자거래진흥원과 전자거래분쟁조정원에 의한 전자상거래 분쟁의 문제점을 살펴보고, 그 개선방향을 제시하고자 한다.

## II. 전자상거래의 현황

### 1. 전자상거래의 현황

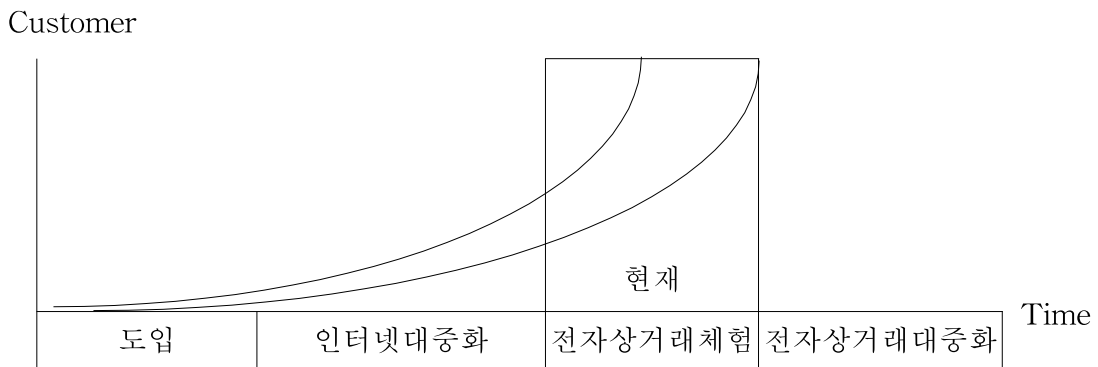
---

1) David L. Tayer, The New Retailer, EDI FOEUM. Vol. 8.1, P.12

2) 김인구, 「전자상거래의 이론과 실제」, 도서출판 두남, p.3

최근 인터넷사용인구가 급증하고 있다. '98년도는 인터넷 사용 인구의 증가율이 전년대비 90%에 머물렀으나, '99년도에는 250%나 증가하였으며, 2000년 2월 29일 현재 국내인터넷 이용자 수는 1,297만명에 이르고 있다. 이러한 추세를 감안할 때, 현재 한국은 인터넷 대중화 시대를 지나 전자상거래 체험시대로 진입했다고 볼수 있으며 아래그림에서 보는 것처럼 전자상거래는 얼마 지나지 않아 대중화 될 것으로 보인다.

<그림1> 인터넷 인구의 증가추세



이에 따라 전자상거래의 시장규모도 급증하고 있다. 아래 표에서 보는 것처럼 우리나라의 전자상거래 규모는 1999년에는 800억원에 불과 하였으나, 2000년에는 2,700억원으로 예상되며, 2003년에는 26,800억원으로 예상되어지고 있다.

(표1) 국내전자상거래 시장규모

(단위 : 억원)

년도	1999	2000	2001	2002	2003
금액	800	2,700	6,500	14,000	26,800

자료 : Andersen Consulting, 1999.7.

한편, 이러한 추세는 세계적으로 공통적으로 발생할 것으로 예상된다. 아래표에서 보는 것처럼 '98년의 경우 세계시장에서의 전자상거래 규모는 500억 달러에 불과 하였으나, 2000년에는 2,180억 달러로 예상되어 지며, 2003년에는 26배나 증가한 13,170억 달러에 이를 것으로 전망된다.

(표2) 세계 전자상거래 시장규모

(단위 : 억달러)

년도	1998	1999	2000	2001	2002	2003
금액	500	1,110	2,180	3,000	7,340	13,170

자료 : IDC(International Data Coporation, 1999)

한편, 전자상거래의 전망을 산업별로 살펴보면 향후 2001년에 전자상거래 규모는 B to B간의 거래가 주도할 것으로 예상되며, 이외의 여행분야, 금융분야서비스 등에서의 증가세도 두드러질 것으로 예상된다

(표3) 전자상거래의 산업별 시장규모

(단위 : 백만불)

	1997	2001
Financial Service	1,200	5,000
Apparel & Footware	92	514
PC Hardware & Software	863	3,800
Ticket event sales	79	2,000
Entertainment	298	2,700
Travel	654	7,400
Books & Music	156	1,100
Business-to-Business	8,000	183,000

자료 : Forrester Research, Estimates for 2001

이상의 상황을 고려할 때, 향후 전자상거래의 시장규모는 폭발적으로 증가할 것으로 예상되므로 이에 대한 분쟁 해결방안도 매우 중요한 과제로 부각될 것으로 예상된다.

## 2. 전자상거래 분쟁의 유형

전자상거래 분쟁이 일반상거래 분쟁과의 차이와 관련하여 다음 두가지 주장으로 요약할 수 있다. 첫째는 전자 상거래분쟁은 상거래 수단(tool)에 전자적 기법을 이용

한것이어서 내용상으로는 일반 분쟁과 다를 바가 없다. 따라서 일반분쟁의 해결기관에서 전자기법 이용에 따른 특성을 연구하거나 전문가를 분쟁해결에 활용한다면 효율적으로 대응할 수 있다고 주장하고 있다. 또 한가지는 전자상거래 분쟁은 전자거래가 기술적·제도적으로 일반거래와 근본적으로 다르기 때문에 국가정책이나 법률적 규정을 바꾸거나 제정해야 하며 별도의 전문적인 전담 분쟁해결기구도 필요하다고 주장하고 있다.

이러한 주장들에 대한 올바른 판단은 실제 발생하고 있는 전자상거래분쟁의 유형이 어떤 것이 있는지와 기존의 분쟁해결 제도를 파악하고 분석한 후에야 가능할 것이다. 따라서 이하에서는 우선 거래절차 단계별로 일반적으로 예측가능한 분쟁유형과 소비자보호측면에서 예측 가능한 분쟁유형 및 한국전자거래진흥원에서 처리한 분쟁에 대한 전자상거래상의 분쟁의 유형에 대하여 살펴보고자 한다.

### 가. 거래단계별 예측 가능한 분쟁 유형<sup>3)</sup>

#### (1) 기업 설립단계에서의 상표명이나 회사명에 대한 분쟁

인터넷의 웹 사이트는 누구나 쉽게 접속하고 검색할 수 있다. 그러나 특정 사이트에 나타난 상표명을 보호할 수 있는 규정은 별로 없는 실정이다. 즉 특정국가에 등록된 상표명이나 회사명 등이 다른 나라에서도 동일하게 사용될 수 있으며 이러한 경우 일반 상거래에서는 지역적 한계 때문에 분쟁의 여지가 별로 없다. 인터넷 전자상거래의 경우는 인터넷 검색시에 동일한 명칭이 존재하는 검색 사이트를 모두 찾아낼 수 있어 동일한 명칭 사용기업들 사이에 분쟁의 소지가 발생한다. 인터넷 거래기업의 설립 규정에서 상표명이나 회사명에 대한것이 쟁점사항이 될 수 있다.

#### (2) 판매단계에서 개인정보 및 사생활 침해에 대한 분쟁

정보기술의 발전에 따라 인터넷을 통해, 인구통계학적인 정보, 구입 유형, 관심분야 등과 같은 개인정보를 다양한 방법으로 수집할 수 있게 되었다. 예를 들면 웹 서버로부터 사용자가 방문한 웹사이트에 관한 개인별 기록을 수집할 수 있으며 수집된 개인 정보를 기초로 전자메일과 같은 상호작용이 가능한 네트워크 기능을 이용하면 '1대1' 마케팅이 가능하게 된다. 이러한 마케팅은 편리성과 시장기능의 효율성을 제고하나 만일 이를 과도하게 이용한다면 개인 정보를 침해하고 사생활 침입 문제를 야기시킨다.

---

3) 본 절은 OECD의 「Business 시 Consumer Electronic Commerce Survey of status and Issues」를 중심으로 연구자가 그 내용을 보완 정리한 것임.

### (3) 생산단계에서 저작권 침해분쟁

전자출판의 경우 기술적으로 볼 때 자료원인 서버로부터 최종사용자의 컴퓨터로 디지털 자료내용을 전송할 때는 많은 복사본을 산출하게 되며 이때 다양한 중간 서버들이 복사파일을 생성하며 최종사용자들은 웹사이트를 검색하여 정보를 획득하게 된다. 디지털 내용을 전송받기 위해서 사용자들은 대개 자신의 컴퓨터 하드디스크에 정보를 복사하게되며 이와 같은 과정을 거치며 생성된 복사본들이 과연 저작자로부터 복사허락을 제대로 받았는지가 의문시된다. 동시에 누구나 접속해서 사용할 수 있는 인터넷 자료의 경우 지적소유권 보호와 관련된 규제를 적용하기가 모호하며 각국은 서로 상이한 지적 재산권 보호시스템을 운영하고 있어 국가적으로는 인터넷상의 전자 내용물 관리가 중요한 이슈가 될 수 있다. 가령 특정국가에서는 불법이나 다른 국가에서는 합법적으로 웹사이트에 올려질 수 있기 때문이다.

### (4) 협상과 계약 단계에서 거래인증에 대한 분쟁

상거래에서 계약 당사자를 서로 확인하는 작업은 매우 중요하다. 그러나 거래당사자가 실제 인물인지를 확인하기가 어려우며, 다른 사람으로 쉽게 위장할 수도 있다. 이에 전자적 계약체결에 대한 법적 효력의 불확실성을 제기하는 시각도 있으며, 전자상거래를 실시하는 모든 국에서 전자문서가 기존의 계약서를 대체할 공식적인 문서로 인정받을 수 있는지의 여부가 불투명하다.

### (5) 대금결제 단계에서 기술적인 과제에 대한 분쟁

네트워크를 통한 대금결제방식은 편리성을 제고하여 전자상거래의 발달을 더욱 촉진하게 될 것이다. 그러나 극복해야 할 기술적·제도적 해결과제가 있다. 즉 전자대금결제시스템은 경제성 측면에서도 사용의 타당성이 충분하나 대금결제 행위는 반드시 보안을 유지해야 할 기술적인 문제가 있다. 전자 대금결제 시스템은 가상공간에서 현금을 대체하여 통용될 수 있는 수단을 창조해 내야 한다. 이러한 전자화폐의 사용은 정부의 화폐 및 금융정책에 영향을 주게 되며 돈세탁과 같은 부정적인 용도로 사용될 가능성도 있다.

### (6) 거래무효와 계약취소 단계에서 환불이나 책임소재에 대한 분쟁

소비자가 배달된 상품에 대해 불만족을 느끼고 상품을 반송하면 이미 지급된 상품대금을 전부 환불받을 수 있는지에 대한 의문이 있으며 시장거래에서 통용되는 일반 환불정책이 전자거래에서도 그대로 적용될 수 있는지가 확실하지 않다. 이를 위해서는 전자상거래 관련자들에 대한 책임소재가 명확해야 한다. 즉, 판매상, 네트워크

크 서비스 제공자, 대금결제 시스템 운영자, 소비자 등의 관련 이해집단들은 거래시 발생할 수 있는 피해에 대해 책임규명과 책임배분 문제를 해결할 수 있는 규정을 자체적으로 마련해야 할 것이다.

(7) 세금납부 단계에서 부가세나 소득세 부과에 대한 분쟁

인터넷 거래시 부가가치세를 산정하는 것은 매우 복잡하다. 만약 유럽의 회사가 미국내의 등록회사와 구매계약을 체결하고, 구매된 상품은 다른 유럽국가로 가고 구매계약을 체결한 서버는 아시아에 위치하고 있다면, 과연 누가 부가가치세를 징수하고 지불해야 하며 또한 소득세 부과에는 어떤 규정을 적용해야 하는지 등이 문제일 수 있다. 인터넷 거래에서의 합리적으로 통용할 수 있는 세금규정은 명확히 정립되어 있지 않다. 예를 들면 기업실체가 여러 나라에 소재할 수도 있으며, 심지어는 가상공간 내의 소재지를 자주 바꿀 수도 있다. 인터넷 거래의 특성상 기존 세금규정을 그대로 적용할 수 있는지 명확히 해 둘 필요가 있다.

이상을 표로 정리하면 다음 (표4)과 같다.

(표4) 전자상거래 단계별 분쟁 유형

거래 절차와 관련된 이슈							
단계	1단계	2단계	3단계	4단계	5단계	6단계	7단계
활동	회사설립	마케팅	생산	협상계약	대금결제	무효취소	세금지불
소비자		사생활 침해		인증 -합법적 계약 -사기 예방	대금결제와 전자화폐  -통용성 -경제성 -보안성 -회계확인	소비자보호 -무효 -취소 -분쟁해결	
회사	등록상표에 대한 권리	Marking rules	지적소유권 보호			책임분담	
정부		Handling Contents		전자결제의 효과			세금규정 -소득세 -부가가치세

자료 「Business to Consumer Electronic Commerce Survey of status and Issues. OECD」

#### 나. 소비자보호측면에서 예측가능한 분쟁 유형<sup>4)</sup>

##### (1) 통신계약 및 서비스에 관한 분쟁

###### (가) 통신계약과 해약분쟁

통신가입자는 통신사업자와 통신계약을 하거나 해약을 하는 행위도 통신으로 한다. 이로 인하여 가입자는 계약내용을 확인하지 않고 컴퓨터로 무조건 가입하는 경우가 많으며 또한 통신사업자가 제시하는 「온라인 서명」에 의한 계약서는 거래조건을 알기 어렵거나 해약방법등이 표시되어 있지 않아 해약절차를 신속 적절하게 밟을 수가 없다는 불만이 발생하고 있다.

###### (나) 통신요금에 대한 분쟁

오랫동안 통신을 이용하지 않았음에도 해약 X개월전까지 해약 신청하지 않았다는 이유로 몇 개월분의 통신료 청구를 받았거나 접속 포인트가 일방적으로 변경되어 요금이 높아져 이의 납부거절로 인한 분쟁이 발생하고 있다.

###### (다) 통신서비스의 내용에 대한 분쟁

통신서비스에 있어 회선 연결이 잘 안되거나 통신속도가 느리나 접속은 가능하지만 전자우편은 이용할 수 없는 등의 불만이 발생하면서 요금 납부거부에 까지 이어지는 분쟁이 발생하고 있다.

##### (2) 허위·과장된 표시·광고로 인한 분쟁

###### (가) 누락 및 허위 주소표시로 인한 분쟁

전자상거래에 있어서 사이버몰상의 표시광고는 방문판매법 제 18조(통신판매의 광고)<sup>5)</sup>의 규정에 따라 판매업자는 ① 판매업자의 상호·주소·전화번호 ② 상품 및 용역의 종류 ③ 상품의 판매가격 또는 용역대가 ④ 지급시기 및 방법 ⑤ 상품의 인도시기 또는 용역의 제공시기 그리고 이상의 내용을 광고할때는 허위사실을 표시하

4) 본 절은 한국소비자보호원에서 작성한 「전자상거래와 소비자 보호」의 pp. 6~11, 까지의 내용을 연구자가 보완재정리 한 것임.

5) 방문판매법 제18조(통신판매에 관한 광고)

①통신판매업자가 상품의 판매 또는 용역의 제공에 관하여 광고를 할 때에는 총리령이 정하는 바에 따라 각호의 사항을 표시하여야 한다.

1. 통신판매업자의 상호·전화번호
2. 상품의 종류 또는 용역의 내용
3. 상품의 판매가격 또는 용역의 대가
4. 상품대금 또는 용역대가의 지급시기 및 방법
5. 상품의 인도시기 또는 용역의 제공시기
6. 기타 통신판매조건에 관하여 대통령령이 정하는 사항

②통신판매업자가 제1항의 규정에 의하여 광고를 할 때에는 허위사실을 표시하거나 실제의 것보다 현저히 우량하거나 유리한 것으로 오인시킬 수 있는 표시를 하여서는 아니된다.

③특정한 분야의 회원을 모집하여 그 모집된 회원들에 대하여 통신판매를 하는 경우 그 회원 모집에 관한 광고는 통신판매에 관한 광고로 본다.



거나 실제의 것보다 현저히 우량하거나 유리한 것으로 오인시킬 수 있는 표시를 하여서는 아니된다. 그럼에도 불구하고 판매업자의 전자우편주소의 표시가 없거나 표시된 주소가 허위여서 불만을 해결할 수 없는 분쟁이 있다.

(나) 허위·과장 광고로 인한 분쟁

신문·잡지·TV·라디오 등의 광고는 각기 개별적 심사기준에 의해 자율적 규제를 하고 있다. 인터넷에서는 개인이 자유롭게 정보를 발신할 수 있으므로 허위이거나 과장된 광고도 적지않다. 이로 인하여 구입한 의약품 등이 효능·효과가 없거나 생명에 위해까지 끼치는 사건도 발생할 수 있다.

(3) 조작실수로 인한 분쟁

마우스 조작 실수로 엉뚱한 주문을 하게 되어 취소하였으나 받아들여지지 않거나 인터넷 패스워드 등록시의 이름 정정이 이중계약이 된 것과 같은 조작실수로 분쟁이 발생하는 경우도 있다.

(4) 계약위반이나 불이행에 따른 분쟁

- ① 지연도착이나 미배달 등의 인도분쟁
- ② 불량, 색상상이·변질 등의 품질분쟁
- ③ 수량부족·함량미달등이 수량분쟁
- ④ 제품상이·규격상이 등의 제품분쟁 등

(5) 도용등에 의한 분쟁

ID와 패스워드가 본인도 모르는 사이에 도용되어 고액의 사용료를 청구받는 분쟁도 발생하고 있다.

(6) 개인거래로 인한 분쟁

인터넷상의 홈페이지나 PC통신의 전자게시판에서는 개인간의 매매가 게재되어 돈만 받고 물품등을 제공하지 않는 분쟁이 발생하고 있다. 이경우에 반복적 영업의 사가 없는 개인이라면 방문판매법에 의한 보호도 받을 수 없어 피해구제는 어렵게 된다.

(7) 부당거래로 인한 분쟁

방문판매법 제33조6)에 의하면 다단계 판매업자가 상품의 판매 또는 용역의 제공

에 관한 계약을 체결함에 있어 거래의 상대방이 계약의 내용을 이해할 수 있도록 다단계판매업자의 상호·주소·전화번호·대표자성명 등을 기재한 서면을 상대방에게 지체없이 교부하여야 한다. 그러나 이러한 내용의 제시없이 구인광고로 유인하여 다단계 판매원으로 삼는 경우가 있다.

#### (8) 국제상거래상의 분쟁

전자상거래에서는 국경을 넘어 외국의 사이버몰을 통하여 직접 거래를 할 수 있어 언어·제도 등의 차이등으로 인하여 분쟁이 발생할 수 있다. 특히 관세 등 각국의 세금제도의 차이와 외환결제제도의 차이는 세계무역기구(WTO)에서는 무관세와 자유결제를 원칙으로 하고 있으나 아직 동일 경제권이 아닌한 관세 및 내국세의 차이는 존재하며 외환결제도 국가마다 차이가 있어 극복해야 할 과제이다. 거래대상품에 대한 제품과 거래상의 분쟁발생가능성도 국내거래보다 더욱 높으며 해결도 어렵다.

#### 다. 한국전자거래 분쟁조정위원회 처리 사건의 분쟁 유형

전자거래분쟁조정 위원회는 전자거래기본법 제 28조 본 동법시행령 제 15조에 의하여 2000. 4. 12 한국전자거래진흥원에서 설치되어 있으며 2000년 8월 31일 현재 법조·학계 등 전문가 23인의 조정인이 있다.

동위원회에서 사건이 접수되면 당사자간의 합의 권유하며, 해결되지 않을 경우 위원장이 사건별 성격에 맞는 전문가로 건별 조정위원회를 구성하여 당사자 심리를 개최하여 조정안을 작성하여 당사자에게 수락권고 하는 방법으로 조정하고 있다.

동위원회가 4월에 설치된 후 2000년 8월 31일까지 4개월 보름만에 접수한 총건은 25건(1건은 중복권으로 제외하였음)으로 그 내용과 건수는 다음과 같다<sup>7)</sup>. 본접수건 본 접수건에 대한 현황으로 볼 때 회원탈퇴와 물품송달 불이행이 가장 많으며 다음이 웹호스팅 계약관련건이다. 그 내용으로 볼 때 전자거래의 특징에서만 존재할 수

#### 6) 방문판매법 제 32조 (계약체결시의 계약내용에 관한 서면의 교부)

①다단계판매자가 상품의 판매 또는 용역의 제공에 관한 계약을 체결함에 있어서는 거래의 상대방이 계약의 내용을 이해할 수 있도록 총리령이 정하는 바에 따라 다음 각호의 사항을 기재한 서면을 상대방에게 지체없이 교부하여야 한다.

1. 다단계판매자의 상호·전화번호, 대표자의 성명
2. 다단계판매원의 성명·주민등록번호·주소·전화번호
3. 상품의 종류 또는 용역의 내용
4. 상품의 판매가격 또는 용역의 대가
5. 상품대금 또는 용역대가의 지급시기 및 방법
6. 상품의 인도시기 또는 용역의 제공시기
7. 상품의 품질보증 및 사후관리에 관한 사항
8. 제 35조의 규정에 의한 청약의 철회와 그 행사방법 및 효과에 관한 사항
9. 기타 다단계판매조건에 관하여 대통령령이 정하는 사항

7) 본 절은 한국전자거래진흥원에서 분석한 자료를 근거로 연구자가 분류정리 한 것임.

있는 분쟁도 있음을 알 수 있다.

청구 내용별 건수

청구내용	건수
- 인터넷 사이트 회원 탈퇴 청구건	4
- 전자상거래 계약체결후 물품송달 불이행건	4
- 웹 호스팅 계약건	3
- 주문품과 다른 물품송달건	2
- 서비스 불만 (게임기, 인터넷)	2
- 사이버 물 가격오기건	2
- 사이버 물 시스템 오류건	1
- 주식매매확인 불이행으로 인한 이중 매수에 따른 손해배상 청구권	1
- 닷컴 도메인 중개업체에 대한 도메인 등록해지청구	1
- 무료 ID 발급후 요금청구할 것에 대한 부당성 청구권	1
- 도메인 등록후 임의해제한 것에 대한 부당성청구	1
- 콜링카드 경품지급후 환불거부	1
- 인터넷사이트 무단복제	1
총계	25

※ 상기건중 2000. 8. 31 현재 당사자간의 합의 권유로 합의된 건이 8건, 조정인의 조정으로 조정안을 수락한 것이 7건, 조정안 수락을 거부한 것이 4건이며 수락하고도 불이행하여 제접수된 건도 1건이 있음. 나머지건은 진행중에 있음.

### Ⅲ. 전자상거래분쟁의 해결제도

전자상거래 분쟁 해결제도를 파악하기 위해서는 기존의 관련 분쟁해결제도로서 양대 과제인 사업자 : 사업자(Business to Business)와 사업자 : 소비자 (Business to Consumer)간의 기존 일반거래 분쟁해결 제도를 살펴보는 것이 선결과제다. 이에 대한 검토는 현 전자상거래 분쟁해결 제도와의 상관관계 내지 및 현 제도의 문제점을 파악하고 개선방안을 모색하는데 주요한 비교 대상이 되기 때문이다. 기존 제도 중에서 B to C간의 거래에서 발생하는 즉 사업자와 소비자간에 발생하는 소비자분쟁은 한국소비자보호원에서 담당을 하며, B to B간의 거래를 포함한 일반상거래 특히 무역분쟁은 대한상사중재원에서 처리하고 있다. 따라서 이러한 두 기관의 분쟁처리제도를 먼저 살펴본 후 전자상거래 분쟁의 주된 기관인 전자거래진흥원의 분쟁해결제도에 대해서 살펴보고자 한다.

## 1. 한국소비자보호원의 소비자 분쟁해결제도

소비자보호원의 소비자분쟁해결은 당사자간의 자율적인 합의를 권유하는 소비자 피해 구제도와 재판상의 화해의 효력이 있는 소비자 분쟁조정제도가 있다.

### 가. 소비자 피해구제제도

#### (1) 법적근거와 내용

소비자 보호법 제12조(소비자피해의 구제)제1항에서 「국가 및 지방자치단체는 소비자의 불만과 피해를 신속·정확하게 처리 할 수 있도록 필요한 조치를 강구해야 한다」라고 규정하면서, 동법 제 28조 제 1항 제 1호에서 한국소비자보호원이 소비자의 불만처리와 피해구제 업무를 하도록 규정하고 있다<sup>8)</sup>. 또한 동 법 제 39조(피해구제의 청구)제 1항에서 소비자는 물품의 사용 및 용역의 이용으로 인한 피해 구제를 한국소비자보호원에 청구할 수 있으며, 제 2항에서는 국가, 지방자치단체, 소비자단체는 사업자가 소비자로부터 피해구제를 받은 때에는 한국소비자 보호원에 그 처리를 의뢰할 수 있도록 규정하고 있다<sup>9)</sup>. 한국소비자보호원이 소비자 분쟁에 대한 피해구제 기관임을 분명히 하고 있다.

#### (2) 피해구제 절차

##### (가) 접수 및 사실조사

한국소비자보호원은 소비자 보호법 제 39조에 의해 소비자나 국가, 지방자치단체, 소비자단체로부터 피해구제를 요청받은 경우에는 동 법 제 52조의6(자료 및 정보제공요청 등)에서의 업무추진에 있어서 필요한 자료나 정보의 제공을 사업자에게 요청할 수 있으며 당해 사업자 또는 사업자 단체는 이에 응해야 하므로 자료 제출을 요구할 수 있다<sup>10)</sup>. 사업자가 불응하는 경우에는 동 법 제49조의2(권한의 위임·위

8) 소비자보호법 제 28조 1항 1호(의무) ①한국소비자보호원의 업무는 다음 각호와 같다.

1. 소비자의 불만처리 및 피해구제

9) 소비자보호법 제 39조(피해구제의 청구) ①소비자는 물품의 사용 및 용역의 이용으로 인한 피해 구제를 한국소비자보호원에 청구할 수 있다. ②국가·지방자치단체·소비자단체 또는 사업자가 소비자로부터 피해구제청구를 받은 때에는 한국소비자보호원에 그 처리를 의뢰할 수 있다. ③원장은 제1항 및 제2항의 규정에 의한 피해구제의 청구를 받은 경우 그 내용이 한국소비자보호원에서 처리하는 것이 부적합하다고 판단되는 때에는 청구인에게 그 사유를 통보하고 그 사건의 처리를 중지할 수 있다.

10) 소비자보호법 제 52조의 6 (자료 및 정보제공요청등)

①소비자단체 및 한국소비자보호원은 그 업무를 추진함에 있어서 필요한 자료 및 정보의 제공을 사업자 또는 사업자단체에 요청할 수 있다. 이 경우 당해 사업자 또는 사업자단체는 정당한 사유가 없는 한 이에 응하여야 한다.② 제1항의 규정에 의하여 자료 및 정보의 제공을 요청하는 소비자단체 및 한국소비자보호원은 그 자료 및 정보의 사용목적·사용절차등을 미리 사업자 또는 사업자단체에게 알려야 한다. ③제1항의 규정에 의하여 소비자단체가 자원 및

탁)2항 2호에 의거 재정경제부 장관으로부터 위탁받아<sup>11)</sup> 동 법 제52조(검사와 자료 제출)제1항2호에 의거 소비자의 불만 및 피해를 처리하기 위하여 필요한 경우에는 사업자의 물품·시설·물품제조공정 기타 물건을 검사하게 하거나 한국소비자보호원 직원은 그 권한을 나타내는 증표를 지니고 이를 관계인에게 내보이고는 당해 사업자에게 그 업무에 관한 보고 또한 관계물품, 서류 등의 제출을 명할 수 있어 관계 사업자나 사업자 단체에 대한 강제조사를 할 수 있다. 만약 이를 위반할 경우에는 동 법 제 53조에 따라 3년 이하의 징역 및 5천 만원이하의 벌금에 처하거나 이를 병과할 수 있다<sup>12)</sup>.

#### (나) 위법사실통보

피해구제청구사건을 접수한 한국소비자보호원은 사건을 처리함에 있어서 관계인의 법령위반사실이 확인된 때에는 동 법 제 41조(위법사실의 통보)에 의해 관계기관에 이를 통보해야 하며 적절한 조치를 취해야 한다<sup>13)</sup>.

#### (다) 합의권고 및 조정요청

한국소비자보호원 원장은 동법 제 42조(합의권고)에 의거 피해구제 청구의 당사자에 대하여 피해보상에 대한 합의를 권고 할 수 있다<sup>14)</sup>. 대부분의 소비자 분쟁은 합의권고로서 해결되고 있으나 만약 청구일로부터 30일 이내에 합의가 이루어지지 아니할 경우에는 지체없이 동법 제43조(조정)제1항에 따라 분쟁조정위원회에 조정

---

정보를 요청하는 때에는 제52조의 7의 규정에 의한 소비자정보요청협의회 협회·조정을 거쳐야 한다. ④제1항의 규정에 의하여 자료 및 정보를 요청할 수 있는 소비자단체의 요건과 자료 및 정보의 범위등에 관한 사항은 대통령령으로 정한다. ⑤제1항 및 제4항의 규정에 의하여 사업자 또는 사업자단체로부터 소비자단체에 제공된 자료 및 정보는 미리 사업자 또는 사업자단체에 알린 사용목적·사용질차외의 용도로 사용하여서는 아니된다.

#### 11) 소비자보호법 49조의2 2항 2호(권한의 위임·수탁)

②재정경제부장관은 다음 각호의 1의 경우에 제52조 제1항의 규정에 의한 검사 및 자료제출 요구권한을 한국소비자보호원의 소속직원에게 위탁할 수 있다.

2. 제 39조 제1항 및 제2항의 규정에 의하여 한국소비자보호원에 청구 또는 의뢰된 피해구제사건을 처리함에 있어서 사실확인을 위하여 필요하다고 인정되는 경우

#### 12) 소비자보호법 제53조(벌칙) ①다음 각호의 1에 해당하는 자는 3년이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금에 처한다. 1. 제17조의제3조1항 또는 제17조의 5의 규정에 의한 명령에 위반한자 2. 제52조의 6 제5항의 규정에 위반한 자 ② 제1항의 경우에 징역형과 벌금형은 이를 부과할 수 있다. ③ 다음 각호의 1에 해당하는 자는 3천만원이하의 과태료에 처한다.

1. 제52조 제1항의 규정에 의한 검사를 거부·방해 또는 기피한 자 및 관계물품 또는 서류 등을 허위로 제출한 자

#### 13) 소비자보호법 제 41조(위법사실의 통보 등)

원장은 피해구제청구사건을 처리함에 있어 관계인의 법령위반사실이 확인된 때에는 관계기관에 이를 통보하고 적절한 조치를 의뢰하여야 한다.

#### 14) 제 42조(합의권고)

원장은 피해구제청구의 당사자에 대하여 피해보호에 대한 합의를 권고할 수 있다.

을 요청하여야 한다<sup>15)</sup>.

## 나. 소비자 분쟁조정제도

### (1) 소비자분쟁조정위원회의 개황

소비자보호법 제 34조(설치)에 의하여 분쟁조정위원회가 설치되어 있으며, 동위원회는 소비자분쟁의 조정, 소비자분쟁조정 규칙의 제정 및 개폐, 소비자보호원 원장이 부의하는 안건 등에 대하여 심의·의결한다<sup>16)</sup>.

동위원회의 구성은 위원장 1인을 포함한 9인 이내의 위원으로 구성하며 그 중 2인은 상임으로 그외는 비상임으로 한다. 그리고 대학 공인연구기관, 공무원, 판사, 검사, 변호사, 소비자단체 임원 등의 분야에 종사한 자로서 원장의 제청으로 재경부장관이 위촉한 위원이 있으며, 조정위원회의 업무를 효율적으로 수행하기 위하여 대통령령에 따라 전문위원회를 두고 있다.

### (2) 분쟁조정절차

원장이나 소비자등으로부터 조정을 요청받은 분쟁조정위원장은 지체없이 분쟁조정 절차를 개시하여야 한다. 필요할 경우에는 전문위원회의 자문을 구할 수 있으며 이해관계인들에 대한 심문을 거쳐 법 제44조(분쟁조정의 기한)에 따라 30일 이내에 조정을 하여야 한다. 부득이한 사유로 기한내에 조정을 완료할 수 없을 때는 사유와 기한을 명시하여 당사자 및 대리인에게 통보해야 한다.

### (3) 분쟁조정의 효력

그리고 위원장은 조정이전에 10일 이내의 기간을 정하여 분쟁 당사자에 대하여 보상방법에 대한 합의를 권고 할 수 있다. 조정이 있을 때는 지체없이 그 결과를 당사자에게 통보하여야 하며 당사자가 통보를 받은 날로부터 15일 이내에 조정을 수락한 경우에는 조정위원회는 조정서를 작성하고 당사자가 기명·날인하면 조정이 성립된다. 만약 기간내에 수락 거부 의사 표시가 없으면 분쟁조정을 수락한 것으로 본다. 상기 기명·날인한 조정과 수락거절 의사 통보가 없는 분쟁조정은 재판상의 화해와 동일한 효력을 갖는다고 법 제45조 제3항과 4항에서 규정하고 있다<sup>17)</sup>.

---

#### 15) 소비자보호법 제 43조 제1항 (조정)

원장은 피해구제의 청구를 받은 날로부터 30일내에 합의가 이루어지지 아니할때는 지체없이 조정위원회에 조정을 요청하고 그 결정에 따라 처리하여야 한다.

#### 16) 소비자보호법 제 34조(설치)

① 한국소비자보호원에 소비자분쟁조정위원회(이하 “조정위원회”라 한다)를 설치한다.

② 조정위원회는 다음 각호의 사항을 심의·의결한다.

1. 소비자부당에 대한 조정결정
2. 소비자분쟁조정규칙의 제정 및 개
3. 기타 원장이 부의하는 사항

③ 조정위원회의 운영 및 조정절차등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

#### 17) 소비자보호법 제 45조 제 3항(분쟁조정의 효력)

③ 당사자는 제2항의 규정에 의한 기간내에 분쟁조정에 대한 수락거부의 의사표시를 하지 아니한 때에는 분쟁조정을 수락한 것으로 본다. ④ 2항과 4항의 분쟁조정 내용은 재판상의 화해

## 2. 대한상사중재원의 상사분쟁 알선·중제제도

대한상사중재원은 중재법에 의하여 1966년에 설립된 한국의 유일한 중재기관으로서 중재법외에도 대외무역법에 의거 산업자원부장관의 위탁업무로서 무역클레임 알선 업무도 처리하고 있다.

### 가. 무역분쟁 알선제도

국제무역을 관장하는 기본법인 대외무역법 제41조(무역거래자 간 무역분쟁의 신속한 해결)에 산업자원부장관은 무역 분쟁이 발생한 때에는 무역거래자에게 분쟁해결을 위한 의견진술, 서류제출요구, 사실조사와 중제계약 체결을 권고할 수 있도록 규정하고 있다<sup>18)</sup>. 그리고 동법시행령 제 93조(무역분쟁의 통지등)에서는 산업자원부장관은 분쟁의 신속한 해결을 위하여 의견조정 또는 알선을 할 수 있도록 하고 있으며<sup>19)</sup> 이에 의거 동법시행령 제116조(권한의 위임·위탁) 제 12항에서 시행령 93조의 권한을 대한상사중재원에 위탁되어 이에 따라 무역클레임의 알선업무를 수행하고 있다<sup>20)</sup>.

대외무역법 60조에서는 의견진술 서류제출, 사실조사를 거부·방해·기피한자는 2천만원 이하의 과태료에 처한다는 벌칙규정을 둬으로써 무역분쟁알선제도의 실효성을 높이고 있다.

---

와 동일한 효력을 갖는다.

#### 18) 대외무역법 제 41조(무역거래자간 무역분쟁의 신속한 해결)

①무역거래자는 그 상호간이나 교역상대국의 무역거래자와 물품의 수출·수입과 관련하여 분쟁이 발생한 때에는 정당한 사유없이 그 분쟁의 해결을 지연시켜서는 아니된다. ②산업자원부장관은 제1항의 규정에 의한 분쟁이 발생한 때에는 무역거래자에게 분쟁의 해결에 관한 의견을 진술하거나 그 분쟁에 관련되는 서류의 제출을 요구할 수 있다. ③산업자원부장관은 제2항의 규정에 의하여 서류를 제출받거나 의견을 들은 후에 필요하다고 인정할 때에는 그 분쟁에 관하여 사실조사를 할 수 있다. ④산업자원부장관은 제 1항의 규정에 의한 분쟁을 신속하고 공정하게 처리하는 것이 필요하다고 인정하는 때에는 무역거래자에게 분쟁의 해결을 위한 중제계약의 체결을 권고할 수 있다.

#### 19) 대외무역법 시행령 93조 (무역분쟁의 통지등)

①대한민국재외공관의 장이 교역상대국의 무역거래자 및 무역분쟁해결기관의 장으로부터 무역분쟁의 신고를 받거나 업무수행상 이를 알게 된 때에는 지체없이 그 사실을 산업자원부장관에게 통지하여야 한다. 대한무역투자진흥공사·수출조합·수입조합·수출입조합 기타 수출·수입과 관련된 기관의 경우에는 또한 같다. ②산업자원부장관은 제1항의 규정에 의하여 무역분쟁의 통지를 받은 경우 그 분쟁의 신속한 해결을 위하여 필요하다고 인정할 때에는 의견조정 또는 알선을 할 수 있다.

#### 20) 대외무역법 시행령 116조 제 12항

⑫산업자원부장관은 법 제 53조제1항의 규정에 의하여 다음 각호의 권한을 대한상사중재원에 위탁한다.

1. 제93조 제2항의 규정에 의한 무역분쟁에 대한 의견조정 또는 알선에 관한 권한
2. 제95조 내지 제 103조의 규정에 의한 조정위원회의 구성·운영등에 관한 권한

#### 나. 상사중재제도

중재법 제40조(상사중재기관에 대한보조)에서 「정부는 이 법에 의하여 국내외 상사분쟁을 공정·신속하게 해결하고 국제거래질서를 확립하기 위하여 산업자원부장관이 지정하는 상사중재를 행하는 사단법인(동법부칙 제3항에서 대한상사 중재원을 지정기관으로 본다라고 규정하고 있음)에 대하여 필요한 경비의 일부 또는 전부를 보조 할 수 있다」라고 규정하고 있으며 동법 제 41조(중재규칙의 제정 및 승인)에서 「지정 사단법인 즉 대한상사 중재원이 규제규칙을 제정하거나 변경하는 때에는 대법원장의 승인을 얻어야 한다」라고 규정하고 있다. 이러한 중재법상의 규정은 대한상사중재원이 중재법의 영역인 사법상의 분쟁중에서 국내외 상거래 분쟁의 해결과 국제거래질서확립이라는 영역 즉 국내외 상거래에서 발생하는 각종 상사분쟁을 중재법에서 규정하고 있는 화해나 중재로 해결할 수 있는 법정중재기관으로 인정하고 있다.

그리고 중재법 제 35조(중재판정의 효력)에서 중재판정은 당사자간에 있어서 법원의 확정판결과 동일한 효력이 있다고 규정되어 있어 한번의 판정으로 신속하게 법률적으로 확정된다<sup>21)</sup>. 또한 중재법 제 38조(국내중재판정)에 의해 대한민국내에서 내려진 중재판정은 동법 제 36조에서 규정하고 있는 취소의 사유에 해당되지 않는 한 승인과 집행이 된다. 그리고 제 39조에 의해 외국중재판정의 승인과 집행에 관한 유엔 협약에 가입한 국가에서 내려진 중재판정은 대한민국이 동협약에 가입하였기 때문에 대한상사중재원의 중재판정이 동 협약 가입국 세계 약 120여개 국에서 승인과 집행이 되는 국제적 효력이 있다.

### 3. 한국전자거래진흥원의 전자거래분쟁조정제도

#### 가. 법적근거와 내용

전자상거래에 대한 법은 「전자문서에 의하여 이루어지는 거래의 법적효력을 명확히 하여 안전성, 신뢰성 및 공정성을 기함으로써 건전한 거래질서확립과 전자거래촉진을 통한 국민경제발전을 목적」으로 1999. 7.1부터 시행된 전자거래기본법과 동법시행령이 있다. 동 기본법 제 22조(한국전자거래진흥원)에서 「전자거래의 촉진사업을 효율적·체계적으로 추진하기 위하여 한국전자거래진흥원을 둔다」에 근거하여 한국전자거래진흥원이 발족되었다.

또한 동법 28조1(전자거래에 관한 분쟁조정)에서 정부는 전자거래로 인한 피해를 구제하고 공정한 전자거래의 관행을 정착시키기 위하여 분쟁조정기구의 설치·운영 기타 전자거래에 관한 분쟁의 조정에 필요한 시책을 강구하도록 규정하고 있으며, 동법 시행령 제 15조에 의거 한국전자거래진흥원에 전자거래의 분쟁에 관한 사항을

21) 중재법 제 35조(중재판정의 효력)

중재판정은 당사자간에 있어서 법원의 확정판결과 동일한 효력을 갖는다.



심의·조정하기 위하여 전자거래분쟁 조정위원회를 설치하였으며 전자거래 분쟁조정위원회는 조정안을 작성하여 당사자에게 이를 수락할 것을 권고 할 수 있어 전자거래분쟁에 대한 조정안 작성과 수락권고를 할 수 있는 법적인 근거가 마련되었다<sup>22)</sup>.

#### 나. 전자거래분쟁조정제도

전자거래기본법 제28조 및 동법시행령 제 15조에 의해, 전자거래분쟁 조정위원회의 구성·운영 및 조정 절차등에 관한 필요한 사항을 규정함을 목적으로 산업자원부 고시로 전자거래 분쟁조정위원회 운영 규정이 제정되어 동규정 제3조 (위원회의 구성등)에 따라 위원회가 구성되었다.

동위원회의 조정절차는 분쟁조정이 신청되면 위원장은 즉시 관계당사자에게 합의 및 조정에 응할 것을 권고하며, 조정신청일로부터 10일 이내에 합의가 이루어지지 않을 때에는 담당조정부를 구성한다. 담당조정부 구성후 20일 이내에 조정안을 작성하여 당사자들에게 이의 수락을 권고하며(부득이 기한을 연장하고자 할 때는 그 사유와 기한을 명시하여 당사자에게 통지한다) 이해관계인이 조정안을 수락한 경우에는 조정조서가 작성되어 조정이 성립된다.

사이버 분쟁조정센터에 의한 절차도 진행할 수 있다. 이해관계인이 사이버 조정센터의 조정에 응하기로 합의가 되면은 사무국은 비공개 대화방을 개설하고, 비밀번호를 조정이 이루어지기 전에 이해관계인에게 통지하고, 정해진 기일과 시간에 부여된 비밀번호로 조정관계인이 비공개 대화방에 접속하여 조정이 진행되며, 사무국직원이 조정안을 작성하여 조정관계인의 확인을 받아 조정조서를 작성함으로써 사건을 종결한다. 여기서 조정관계인이라 함은 조정위원, 당사자 등 전자거래분쟁조정절차에 참여하는 자를 가리키며 이러한 사이버 분쟁조정센터는 당사자의 출석없이 정보통신망을 이용하는 것으로 비용절감 및 신속성을 고려한 전자상거래 환경에 적합한 분쟁해결방식의 시도라는 점에서 의의가 있으나 당사자들간의 직접심리로도 힘든 사실규명을 통신망으로 가능할 것인지에 대해서는 의문이 있다.

---

22) 전자거래기본법 시행령 제 15조(전자거래분쟁조정위원회) ①법 제28조의 규정에 의한 전자거래의 분쟁에 관한 사항을 심의·조정하기 위하여 진흥원에 전자거래분쟁조정위원회를 둘 수 있다. ②제 1항의 규정에 의한 전자거래분쟁조정위원회는 전자거래에 관한 분쟁이 있는 경우에는 조정안을 작성하여 당사자에게 이를 수락할 것을 권고할 수 있다.

#### IV. 전자상거래 분쟁해결제도의 문제점과 개선책

##### 1. 문제점

전자거래관련 분쟁에 대한 3대 해결제도로 할 수 있는 위 3가지 방법에 대하여 상기 검토를 바탕으로 비교·분석 함으로써 그 문제점을 파악해 보고자 한다.

(표4) 전자거래관련 분쟁해결제도의 비교분석

	소비자분쟁	상거래분쟁	전자거래분쟁	비고
업무영역 및 기능	사업자와 소비자간의 거래에서 소비자가 사업자에게 제기하는 분쟁에 대한 패해구제와 조정기능	사업자와 사업자 및 사업자와 소비자간에 발생하는 국내외상거래분쟁에 대한 알선과 중재기능	전자 사업자간 및 전자사업자와 소비자간의 전자상거래에서 발생하는 분쟁의 조정기능	-소비자보호원은 패해구제와 조정기능 있음 -중재원은 알선과 중재기능이 있으며 -진흥원은 조정기능이 있음
법적근거	-소비자보호법 -방문판매법	-중재법 -대외무역법	-전자거래기본법 -소비자보호법	소비자권익보호,상거래분쟁중재,전자거래촉진이 주된 법의 목적임
전담기관	-한국소비자보호원	-대한상사중재원	-한국전자거래진흥원	-재경부산하특수공익법인(소비자보호원) -산업자원부 산하 사단법인(중재원,진흥원)
담당기구	-소비자분쟁조정위원회 -패해구제부	-중재판정부 -알선, 중재부	-전자거래분쟁조정위원회	-소비자분쟁조정위원회(상설) -중재,전자거래(비상설)
전담기관(소보원 중재원등)의 법적권한	-소보법 28조1항에서 소비자 분쟁의 소보원의 패해구제 관장 및 합의 권고부여 -소보법 49조 및 52조에서 자료, 정보제공 요청과 강제조사 권한 부여 -소보법 53조에서 52조 위반시 3년이하 징역 및 5천만원 이하의 벌금 및 이의 병과	-중재법 40조 및 41조에서 국내외 상거래분쟁에 대한 화해 중재기관으로 규정 -대외무역법 제41조령 제116조 및 93조에 의해 무역분쟁알선기관으로 규정 -60조에 의해 과태료 처분권	-기본법 제22조에 의해 설립	-진흥원 자료,정보제공 요청권한 및 위반자에 대한 벌칙조항없음 -소비자보호원 사실조사권 및 위반자 벌칙조항 있음 -중재원 알선권 및 벌칙조항 있음
전담기구(조정, 중재위원회)의 법적권한	-소보법 34조에서 소비자분쟁조정위원회설치 -령제 34조 시험검사 및 조사의회, 령37조에 의한 합의권고 및 조정 결정 부여	-법 28조에서 증거조사를 위해 법원에 협조요청권한 및 25조에 의하여 26조에 의한 일방 당사자 불출석중재판정 권한부여	-기본법 제28조 및 동법시행령 15조에 의해 설치 및 -조정안 수락권고부여	-설치근거는 모두있음 -진흥원 조정 및 수락권고 -소보원은 조사 의뢰, 합의권고, 조정권한 있음 -중재원 절차진행,법원 협조요청,중재판정권
분쟁조정 및 중재의 법적효력	-소보법 45조 3항에서 재판상의 화해와 동일한 효력	-법원의 확정판결과 동일한 효력 및 국제적 승인 집행의 효력	-법적효력없음	-전자거래분쟁조정만 법적인 효력보장이 없음

### (1) 업무영역상의 문제점

한국소비자보호원, 대한상사중재원, 한국전자거래진흥원의 주된 업무의 대상이 물품이나 용역의 거래이다. 그러나 설립목적과 기능에 있어서는 현저한 차이가 있다. 한국소비자보호원은 사업자에 대한 소비자의 권익보호가 목적이다. 소액, 다발, 다수를 상대로 동시에 발생할 수 있는 특성을 가진 소비자의 불만과 피해를 상대적으로 약자의 위치에 있는 소비자의 입장에서 강력한 힘으로 신속하게 분쟁을 해결한다는 취지에서 원장의 피해구제와 분쟁조정위원회의 조정으로 해결하고 있다. 그러나 조정안에 대하여 일방이라도 수락을 거절하면 법원으로 갈 수밖에 없는 한계가 있다.

대한상사중재원은 국제간의 상거래분쟁의 신속한 해결을 통하여 한국의 대외신인도를 높히는데 당초 그 목적이 있었으나 국내상거래분쟁 해결까지 확대되었다. 업무대상에서 한국소비자보호원이 소비자분쟁인데 반하여 제한이 없다. 그러나 알선의 법적 뒷받침 기능이 미흡하여 실효성이 미약하며 중재는 국제적인 효력이 있는 최종 해결책이라는 점에서 매우 유익하나 중재계약이 없는 거래나 중재합의가 이루어지지 않은 분쟁은 해결하기 힘든 한계가 있다.

한국전자거래진흥원은 조정기능수행에 있어서 법적인 뒷받침이 없어 어느 일방이라도 응하지 않으면 진행도 불가능하며 조정이 성립된다 하더라도 법적인 구속력이 없어 조정합의 사항을 이행하지 않으면 강제화 할 수 없는 문제점이 있다.

이러한 상태의 전자거래분쟁조정기능은 그 실효성이 매우 의문시 된다. 소비자 전자거래분쟁은 법의 강력한 뒷받침이 있는 한국소비자보호원에서 처리하는 것이 실효성이 높다. 그리고 국제거래와 사업자간의 전자상거래분쟁은 대한상사중재원의 알선중재가 유리하다. 이상으로 미루어 볼 때 전자거래라는 방법상의 특수한 영역 부분을 제외하고는 업무영역이나 기능면에서 새로운 기구를 만들어야 될 의미를 찾기가 힘들다.

### (2) 한국전자거래진흥원의 법적권한에 대한 문제점

앞의 도표에서와 같이 한국소비자보호원은 자료제출, 정보제공요청 및 사실조사권까지 가지고 있으며 대한상사중재원을 의견조정 및 알선권이 부여되어 있다. 그러나 진흥원에는 분쟁조정위원회 설치 조항뿐 이어서 분쟁해결권을 뒷받침하는 법적 근거가 없다.

### (3) 전자거래분쟁조정위원회의 법적 권한의 문제점

소비자 분쟁조정위원회는 시험 검사 및 사실조사를 원장에게 요구할 수 있으며 합의권고 및 조정 결정을 한다. 그리고 중재판정부는 중재법과 중재규칙에서 중재

절차진행에 있어서 필요한 모든 조치를 취하거나 법원 등에 협조 요청등을 통하여 법적 효력이 있는 중재판정을 내린다. 그러나 전자거래 분쟁조정위원회는 조정의 수락권고권한 밖에 없어 당사자가 불응하면 절차진행이 불가능하다.

#### (4) 전자거래분쟁조정의 법적효력에 대한 문제

소비자분쟁조정은 재판상의 화해와 동일한 효력이 있으며, 중재는 법원의 확정판결과 동일한 효력이 있을 뿐만 아니라 유엔협약에 의해 국제적인 효력도 있다. 그러나 전자거래분쟁조정은 법적으로 아무런 효력을 부여하지 않고 있어 당사자의 자율적인 조정안 이행처분에 의존할 수밖에 없다.

## 2. 개선방안

### (1) 기존해결기구의 업무처리능력 확대

전자거래분쟁조정위원회의 분쟁처리능력은 기존의 분쟁해결 기구에 비해서 우위가 있는 것은 전자적 방법의 도입과 전자전무가를 구비하고 있다는 점이다. 법적 보장이나 조직 및 조직의 운영등에서는 기존의 기관보다 미흡하다. 즉 기존의 기구가 부족한 것은 전자시스템의 운영에 대한 것으로 이 부분에서 전문가와 운영제도만 도입하여 업무처리 능력만 확대한다면 기존의 자체 노하우를 활용하여 보다 수준 높은 해결을 할 수 있을 것이다.

전자거래분쟁조정위원회는 한국전자거래진흥원이라는 전자거래사업자의 육성기관에서 만든 기구로서 국내 사업자간의 분쟁에 대한 자율적 해결기구로서의 역할은 가능하다. 그러나 소비자나 국제간의 전자거래 분쟁은 기존의 기관만큼 호응을 얻기도 어려울 것으로 사료 되므로 기존기관의 기능확대 도입이 타당성이 있어 보인다.

### (2) 전자거래 진흥원 및 분쟁위원회의 법적기반 강화

비교표에서 나타난 바와 같이 전자거래진흥원과 분쟁조정위원회의 법적 기능은 설치권과 조정수락 권유권 밖에 없다. 따라서 전자거래분쟁해결기관과 기구로서 기능을 발휘할 수 있기 위해서는 진흥원에게는 소비자보호원이 가지고 있는 각종권한의 부여와 대한상사중재원이 가지고 있는 중재를 할 수 있는 근거를 마련할 때, 날로 증가 할 것으로 예상되는 전자거래 분쟁을 신속하고도 공정하게 해결하는 기구로서의 역할을 할 수 있게 될 것이다.

### (3) 사이버분쟁상담센터 운영 및 임의중재활용

전자거래분쟁조정위원회는 절차 과정과 조정 결정에 대한 법적 효력이 보장되지 않은 상태에서 활동을 개시하였기 때문에 그 위치가 불확실하다. 따라서, 일반상거래와 차별이 없는 분쟁은 기존의 기관에서 처리하고 전자거래의 특성에서만 발생하는 기능상의 분쟁은 사이버 분쟁상담센터를 개설하여 운영과 또한 조정위원회의 활동은 법적 효력을 제고시키기 위해서는 임의 중재제도를 적극 활용하여 중재로 해결한다면 현재의 미흡한 법적 근거에 비추어 볼 때 적합한 방안이라 사료된다.

## V. 결 론

이상의 논의를 종합해 볼 때 전자상거래에서의 분쟁을 해결하기 위한 방안은 크게 세가지로 나누어 볼 수 있다. 먼저, 실제거래에서와 마찬가지로 전자상거래에서도 한국소비자보호원에서는 BtoC간, 대한상사중재원에서는 BtoB간 분쟁을 해결하는 방법이 있다. 그러나, 앞서서도 살펴보았듯이 동 제도는 한국소비자보호원에서 조정이 성립되지 않을 경우, 법원으로 갈 수밖에 없다는 점, 그리고 대한상사중재원에서는 중재합의가 없는 거래는 최종적인 해결을 보장할 수 없는 단점이 있다.

다음으로, 당사자에 관계없이 모든 전자상거래 분쟁을 대한상사중재원에서 해결하는 방안이다. 이는 전자상거래에서 BtoB간 및 국제간 비중이 매우 커질 것이라는 점에서 매우 효과적인 방법일 수 있다. 그러나 역시 앞서서 언급한 문제점은 존재한다.

마지막으로 한국전자거래진흥원에서 전자상거래분쟁을 해결하는 방법이다. 그러나 여기에서는 진흥원의 권한이 분쟁조정위원회 설립이외에는 법적으로 보장된 것이 없으며, 분쟁조정 과정과 결정에 대한 법적 보장이 없는 문제점이 있다.

따라서 상기에서 검토한 현황에 따라 바람직한 제도확립방안으로서, 기존 기관은, 전자상거래 분쟁을 신속하고도 전문적인 해결을 하기위하여 전문가 확보등으로 발전시켜 나가야 할 것이며, 전자상거래 분쟁조정위원회는, 법적인 권한을 강화하든지 아니면 상담과 임의중재 활성화로 역할의 제고방안을 찾아야 할 것으로 사료된다.

본 논문을 마감하면서 많은 아쉬움이 남는다. 전자상거래가 지금 확대되는 단계에 있으며 아직까지 분쟁경험을 많이 하지 못한 상태이기 때문에 사례분석이 미흡하여 주로 예측에 의해서 본 논문이 집필되었다. 그러나 예방적 차원에서 미리 제도의 개선방안을 마련한다는 측면에서 조금이나마 그 의미를 찾을 수 있을 것 같다.

## **Abstract**

This paper discusses about the e-commerce and the various types of e-commerce disputes. Through empirical examination on the dispute consiliation system and by comparative analysis it is derived out of the weakness of current system and finally some suggestions for improvement.

First, it is recommended that the more sophisticated knowledge concerning e-commerce should be proliferated through the existing institutions. For example, disputes for B2C could be managed by the consiliation system of consumer dispute consiliation in Consumer Protection Board of Korea, while B2B by the arbitration system of the Korean Commercial Arbitration Board.

Second, the role of Korea Institute for Electronic Commerce established for the purpose of consiliation of e-commerce disputes is much emphasized. For successful achievement, it is necessarily required to reinforce the related laws, systems, institutions and human resources.

Finally, it is also suggested that the the Korean Commercial Arbitration Board and Consumer Protection Board of Korea fully cover consiliation and arbitration, while Korea Institute for Electronic Commerce activates its proper role of consulting and ad hoc arbitration by using electronic information.

The paper points out the last one as the most desired practice.

## 참고문헌

### 관련법

- 대외무역법
- 대외무역법 시행령
- 대외무역법 관리 규정
- 소비자보호법
- 소비자보호법시행령
- 방문판매등에 관한 법률
- 방문판매등에 관한 시행령
- 방문판매등에 관한 시행규칙
- 중재법
- 상사중재규칙
- 전자거래기본법
- 전자거래 기본법 시행령
- 전자서명법
- 전자서명법 시행령
- 전자거래분쟁조정위원회운영규정

### 문헌 및 번역서

- 김인구, 「전자거래의 이론과 실제」, 도서출판 두남
- Business to Consumer Electronic Commerce survey of status and Issues. OECD 정보, 컴퓨터 및 통신정책위원회 보고서
- 日本 電子商去來の制度的課題, 일본전자상거래 실증추진위원회(ECOM)
- OECD 전자거래 소비자보호 가이드라인

### 연구보고서 및 내부자료

- The New Retailer, David L. Tayer
- 인터넷 사이버몰 이용 표준약관에 관한 연구, 경희대학교 정완용교수의 3명 1999. 11
- 전자상거래 소비자보호지침 제정에 관한 정책토론회, 산업자원부 및 한국전자거래진흥원 1999. 11
- 전자거래 표준약관 제정에 관한연구, 공정거래위원 및 한국전자거래진흥원 1999. 10
- 전자거래 표준약관 심사청구에 대한건. 공정거래위원회. 2000. 1
- 전자거래와 소비자보호, 한국소비자보호원 1999
- 전자거래분쟁조정위원회, 위원회소개, 분쟁조정위원회, 조정안내 등