

## 전자상거래 분쟁의 유형과 해결제도 \*

이 강 빈 \*\*

— <목 차> —

- I. 서 론
- II. 전자상거래의 동향
- III. 전자상거래 분쟁의 유형
- IV. 전자상거래 분쟁의 해결기구 및 절차
- V. 온라인 ADR에 의한 분쟁 해결의 운영사례 및 문제점
- VI. 결 론

---

\* 이 논문은 2001년도 상지대학교 연구비 지원에 의한 것임.

\*\* 상지대학교 경제통상학부 교수.

## I. 서론

최근 정보통신기술의 발달과 인터넷의 급격한 이용증가에 따라 인터넷을 통한 전자상거래가 국내외적으로 확대되고 있는 반면, 전자상거래는 소비자와 사업자가 비대면 상황에서 인터넷을 이용하기 때문에 분쟁 발생의 가능성이 높다.

전자상거래 확산에 따라 소비자들은 국경이 없는 범세계적인 네트워크에서 다양하고 값싼 제품을 편리하게 구매할 수 있는 서비스를 받게 되었다. 그러나 전자상거래는 동시에 사기·기만거래, 프라이버시(privacy)의 침해, 소비자 불만처리의 곤란 등과 같은 새로운 소비자문제를 유발하고 있다. 이에 따라 OECD는 1999년 12월에 “전자상거래 소비자보호 가이드라인”을 제정하였는데, 제 2장에서 소비자 불만처리와 분쟁해결, 준거법과 재판관할 등에 관한 일반원칙을 제시하고 있다.

이와같이 전자상거래에서 발생하는 분쟁은 전자상거래의 특성인 불특정 다수 상대방과의 거래, 대량거래, 네트워크를 통한 비대면 거래, 부합거래, 국제성 등으로 인하여 별도의 연구검토가 요청되고 있으며, 더욱이 다수의 소액거래라는 전자상거래의 성격상 피해는 단기간 광범위하게 발생하며 경우에 따라 국경을 초월한 피해가 발생하기 때문에 재판제도에 대체하는 신속 간이하며 비용이 저렴한 분쟁해결방법인 조정 또는 중재와 같은 대체적 분쟁해결방안(Alternative Dispute Resolution : ADR)을 활용할 필요가 있다.

피해보상을 둘러싸고 소비자와 전자상거래 사업자간에 이견이 있을 경우, 결국에는 민사소송의 방법을 통해 문제를 해결할 수 밖에 없다. 그러나 소비자 거래가 비교적 소액인데 반해 소송을 통한 피해구제는 시간과 비용이 많이 들기 때문에 많은 소비자들이 사법적 절차에 의한 피해구제를 포기하는 경우가 많다. 이에 대한 대안으로서 소송을 통하지 않고 신속하게 적은 비용으로 소비자와 사업자간에 분쟁을 해결하는 방안이 대체적 분쟁해결방안(ADR)이다.

따라서 우리 나라에서는 2000년에 한국전자거래진흥원의 전자거래분쟁조정위원회가 발족되어 사이버 쇼핑몰과 소비자, 전자상거래업체와 물류업체, 대금결제업체간의 분쟁 등 전자상거래와 관련된 모든 분쟁을 조정대상으로 하고 있으며, 한국소비

자보호원의 소비자분쟁조정위원회는 전자상거래를 통해 물품을 구매하고 사용하는 과정에서 발생하는 소비자의 피해를 구제하기 위한 조정을 하고 있으며, 또한 대한 상사중재원의 사이버 알선은 알선의 신청 및 답변, 당사자회의, 합의서의 작성 등 알선절차의 전부 또는 일부를 홈페이지를 통하여 수행하고 있다.

한편 미국에서는 Click N Settle, BBB online, Virtual Magistrate 와 같은 온라인 ADR 서비스 제공기관들이 1996년부터 운영되고 있다.

본고에서는 전자상거래에서 발생하는 각종 분쟁사례를 조사하여 유형별로 분석하고 국내외 분쟁해결기구와 분쟁해결제도, 그리고 온라인 ADR에 의한 전자상거래분쟁 해결에 관하여 고찰하는 한편, 전자상거래 관련 분쟁의 효과적인 예방 및 해결방안을 제시하고자 한다.

## II. 전자상거래의 동향

### 1. 우리나라 전자상거래 동향

통계청의 2000년 기준 조사대상 1,658개 기업체조사 결과 전자상거래 전체 규모는 표1에서 보는 바와 같이 57조5,584억원으로 파악되었으며, 이를 거래유형별로 보면 기업간거래(B2B)가 52조3,276억원, 기업대 소비자간거래(B2C)가 7,337억, 해외수출거래 4조4,498억원으로 나타났다. 전체 전자상거래액은 총거래액의 4.5%에 해당하고 기업간거래액(B2B)은 기업간 총거래액의 6.3%에 해당하고 있다.

2000년 12월 현재 e-마켓플레이스(Market place)는 191개로 이중 86개 e-마켓플레이스에서 2000년 4/4분기중 5,179억원의 매출을 올린 것으로 조사되었다. 주요 업종별 사업체수는 무역 및 종합 e-마켓플레이스가 35개로 가장 많으며, 화학분야 18개, MRO(Maintenance, Repair, Operation)분야 17개, 기계 및 산업용자재 15개, 전기전자 분야 15개, 섬유분야 14개로 나타났다.<sup>1)</sup>

통계청의 사이버쇼핑몰 조사 결과 2001년 6월말 현재 사업체수는 총 1,998개이며,

1) 통계청, 2000년 전자상거래 기업체통계조사 결과, 2001.6.

이중 전문몰 1,693개(84.3%), 종합몰 305개(15.3%)로서 전문몰이 대부분을 차지하고 있으며, 운영형태별로 보면 online/offline 병행사업체가 1,421개(71.1%), online업체가 577개(28.9%)로서 offline상의 사업운영 기반을 갖춘 업체들의 사이버쇼핑몰 진출 현상이 두드러지게 나타났다. 2001년 상반기(1월-6월)사이버쇼핑몰 매출액은 총 1조 4,979원이며, 이중 B2C 규모는 1조1,131억으로 소매업 총매출액에 대한 B2C 매출액 비중은 1.7% 수준을 나타냈다. 한편 거래상품군별 매출액을 보면 컴퓨터 및 주변기기 29.5%, 가전·전자·통신기기 23.0%, 서적 5.9%, 생활용품·자동차용품 5.7%, 여행예약 5.2%, 의류·패션·잡화 3.7%, 아동·유아완구 2.9%, 소프트웨어(게임소프트웨어) 2.4%, 스포츠·레저용품 2.2% 화장품·향수 2.2%, 식음료 2.0%, 음반·비디오·악기 1.7%, 각종 서비스 1.7%, 농수산물 1.6%, 사무문구 1.5%, 꽃 0.7%, 기타 8.1% 순으로 나타났다.<sup>2)</sup>

<표 1> 2000년 전자상거래 총규모

(단위: 십억원, %)

	합 계	B2B	B2C	해외수출	기 타
총거래액	1,269,553.0	835,688.9	-	232,591.1	-
전자상거래액	57,558.4	52,327.6	733.7	4,449.8	47.3
비 중	4.5	6.3	-	1.9	-

자료: 통계청, 2000년 전자상거래 기업체통계조사 결과, 2001. 6.

## 2. 세계 전자상거래 동향

e-Marketer의 발표에 의하면 2000년도 전세계 B2B 시장규모는 총 2,262억 달러로 추정하고 있으며, 지역별로 보면 북미 1,592억 달러, 아시아·태평양 362억 달러, 유럽 262억 달러, 남미 29억달러, 아프리카·중동 17억 달러로 추정하고 있다. 또한 전세계 B2C 매출규모는 총 597억 달러로 추정하고 있으며, 지역별로 보면 북미 475억 달러, 유럽 81억 달러, 아시아 32억 달러, 남미 7억 달러, 아프리카·중동 2억 달러로 추정하고 있다.

2) 통계청, 전자상거래 통계조사 결과(2001년 6월 및 2/4분중 사이버쇼핑몰조사), 2001. 8.

한편 2001년도 전세계 B2B 시장규모는 4,489억 달러가 될 것으로 예측하고 있으며, 전세계 B2C 매출규모는 1,011억 달러가 될 것으로 예측하고 있다. 전세계 대비 미국의 전자상거래 규모는 2000년도 59.5%를 차지한 것으로 추정하고 있으며, 2001년에는 64.9%를 차지한 것으로 예측하고 있다.<sup>3)</sup>

### Ⅲ. 전자상거래 분쟁의 유형

#### 1. 한국전자거래진흥원 전자거래분쟁조정위원회에 신청된 분쟁유형

우리나라의 경우 B2C 전자상거래 관련 분쟁은 급격히 증가하고 있으나 B2B 전자상거래 관련 분쟁은 많이 발생되고 있지 않다.

한국전자거래진흥원의 전자거래조정위원회에 전자거래분쟁조정 신청 접수건수는 표2에서 보는 바와 같이 2000년 4월~12월까지 83건이 접수되었는데, 유형별로 보면 물품배송 지연이 34건으로 가장 많았으며, 개인정보보호가 10건, 허위·과장광고가 7건, 서비스불만이 6건, 가격 착오등록이 6건의 순으로 나타났다. 한편 2001년 1월~6월까지 259건이 접수되어 지난해 보다 3배이상 폭증하였는데, 유형별로 보면 물품배송 지연이 170건으로 가장 많았으며, 계약취소 및 환불이 21건, 개인정보보호가 16건, 허위·과장광고가 16건, 물품하자가 14건의 순으로 나타났다.<sup>4)</sup>

전자거래분쟁조정위원회의 2001년도 상반기 전자거래 분쟁조정 상담 실적을 보면, 물품배송에 관한 건수가 가장 많았는데, 이 가운데 전자상거래 쇼핑몰에서 계약을 체결했으나 주문한 물품이 배송되지 않은 경우가 54건(해외 2건 포함)이나 접수되었으며, 물품 주문시 화면상 에러메시지(error message)가 나오고 주문이 승인되지 않은 것으로 표시되었으나 물품이 배송된 사례도 2건이 있었다.

사이버몰(cyber mall)에서 물품을 주문했으나 사이버몰이 없어져 버리거나 연락이 두절된 경우가 24건 접수되었으며, 유료사이버몰에서 회원으로 가입하였으나, 사이

3) eMarketer 2001년 6월; 한국거래진흥원, e-commerce, 2001. 7/8월호, pp.69~70.

4) 한국전자거래진흥원, e-commerce, 2001년 7/8월호, p.148.

버물 폐쇄되어 회원비를 받지 못한 경우가 5건이 있었다. 이외에 사이버몰이 소비자의 환불 요구를 무시한 경우가 18건, 전자상거래 대행업체와의 웹호스팅(web hosting) 계약한 뒤 그 계약의 불이행 여부에 관한 상담이 14건, 광고메일 거부신청 후에도 다량의 스팸메일(spam mail)이 계속되는 사례와 사이버몰에서 회원탈퇴 절차가 없다는 이유로 상담을 신청한 경우가 11건이었다.

이외에도 경매, 지적재산권, 개인정보보호, 도메인네임(domain name), 사은품 등 다양한 전자거래 분야에서 골고루 상담이 접수되고 있다.<sup>5)</sup>

한국전자거래진흥원이 2000년 1월 인터넷 쇼핑몰 500여개에 대한 실태조사 결과에 의하면 소비자 불만은 배송관련이 29.7%, 구매취소나 변경이 22.5%, 지불관련이 20.7%, 제품 품질관련이 18.8%호 나타났다.<sup>6)</sup>

<표 2> 전자거래분쟁 유형별 분류

(단위 : 건, %)

분쟁 유형	건 수			비 중		
	2000년 4월-12월	2001년 1월-6월	계	2000년 4월-12월	2001년 1월-6월	계
배송지연	34	170	204	41.0	65.6	59.6
계약취소 및 환불	4	21	25	4.8	8.1	7.3
개인정보 보호	10	16	26	12.1	6.2	7.6
허위·과장 광고	7	16	23	8.5	6.2	6.7
물품하자	4	14	18	4.8	5.4	5.2
서비스 불만	6	8	14	7.2	3.1	4.1
사이버몰 폐쇄	1	6	7	1.2	2.3	2.0
계약변경	2	4	6	2.4	1.5	1.8
가격착오 등록	6	0	6	7.2	0	1.8
도메인네임 관련	5	1	6	6.0	0.4	1.8
시스템 오류	2	1	3	2.4	0.4	0.9
저작권 관련	2	0	2	2.4	0	0.6
기타	-	2	2	-	0.8	0.6
합 계	83	259	342	100	100	100

자료 : 한국전자거래진흥원, e-commerce, 2001년 7/8월호.

5) 한국전자거래진흥원, e-commerce, 2001년 7/8월호, pp.146-147.

6) 한국전자거래진흥원, 인터넷 쇼핑몰 실태조사, 2000년 1월.

## 2. 한국소비자보호원에 신청된 피해유형

전자상거래가 확산됨과 더불어 소비자 피해도 늘어나고 피해유형도 다양해지고 있다.

한국소비자보호원에 2000년 접수된 전자상거래 관련 소비자 피해구제 신청건수는 표3에서 보는 바와 같이 173건으로 전년대비 253.1% 증가하였고, 소비자의 피해를 유형별로 분석해 본 결과 ‘물품의 미인도 및 인도지연’ 으로 인한 피해가 전체의 26.6%로서 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로는 ‘물품의 하자’ 14.5%, ‘부당대금 청구’ 10.4%, ‘대금의 미환불’ 9.8%, ‘허위·과장 표시광고’ 9.2%순으로 나타났다.

전자상거래와 관련한 소비자 피해는 다음과 같이 세가지로 유형화해 볼 수 있을 것이다.<sup>7)</sup>

첫째, 인터넷 쇼핑몰에서 표시·광고한 것과 다른 제품 혹은 불량품이 소비자에게 배달되는 사례이다. 전자상거래에서는 소비자들이 눈으로 직접 제품을 확인하거나 손으로 만져보지 못하고 쇼핑몰 웹사이트에 표시된 광고만을 보고 구매하기 때문에 이러한 피해가 발생할 가능성이 매우 높다. 이러한 피해가 발생하면 인터넷 쇼핑몰 업체들은 해당 제품을 정상 제품 혹은 다른 제품으로 교환해주거나, 소비자가 해당 제품을 반송하고 계약의 취소를 원할 경우에 수령한 대금을 신속하게 환급을 해주어야 하나, 이를 지키지 않는 사례가 많아 소비자의 불만을 사고 있다.

둘째, 제품 대금은 지급했으나 제품이 배송되지 않거나 혹은 약속한 기한을 넘기는 사례이다. 국내에서 이루어진 각종 조사결과들을 보면 소비자들은 배송에 대해 가장 큰 불만을 표출하고 있음을 볼 수 있다. 심지어 인터넷 쇼핑몰 사이트들 가운데에는 대금만 챙기고 잠적해 버리거나 사이트를 폐쇄해버리는 사기 행위를 하는 사업자들도 없지 않다. 최근에는 인터넷 경매에서 제품의 미배달로 인한 피해가 속출하고 있다. 즉 구매자가 경매에서 낙찰되어 대금을 입금했으나 판매자가 제품을 보내주지 않는 것이다.

셋째, 전자상거래 사업자가 소비자들이 이용하지도 않은 서비스에 대해 대금을 청

7) 산업자원부·한국전자거래협회, 전자상거래백서, 2000, p.290.

구하는 사례이다. 온라인 거래에 있어서는 오프라인 거래에서처럼 비밀번호나 서명과 같은 본인 확인절차가 없어도 신용카드 번호와 유효기간만 입력하면 신용카드를 대금 결제수단으로 사용할 수 있다. 이 때문에 신용카드 번호가 유출되어 부정하게 사용될 가능성이 대단히 높은 것이다. 또한 사이트에 따라서는 무료 이용이라고 선전하고서 막상 소비자가 이를 이용할 경우 나중에 대금을 청구하는 사례도 있다.

<표 3> 2000년 소비자 피해 유형별 접수현황

(단위: 건, %)

이용단계	피해유형	건수	비중
청약유인	허위·과장 표시광고	16	9.2
청약	부당 계약체결	10	5.8
계약이행	물품의 미인도 및 인도지연	46	26.6
	물품의 하자	25	14.5
	계약의 불완전 이행	11	6.4
	일방적 계약조건 변경	14	8.1
	부당 대금청구	18	10.4
해약	해약 거절	7	4.0
	대금의 미환불	17	9.8
사후관리	A/S 불만	4	2.3
기타	기타	5	2.9
계		173	100.0

자료 : 한국소비자보호원 보도자료, 2001. 2. 19.



### 3. 미국 전국소비자동맹 인터넷 사기 감시프로그램에 접수된 사기유형

미국 전국소비자동맹(National Consumer League)이 1996년 2월부터 운영하고 있는 인터넷 사기 감시프로그램(Internet Fraud Watch)에 2000년 접수된 인터넷 사기 유형은 표4에서 보는 바와 같이, 온라인경매 관련사기가 78%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로는 일반상품판매 관련사기가 10%, 인터넷접속 서비스관련 사기가 3%, 자택근무 관련사기가 3%, 선불수수료 대부관련 사기가 2%, 컴퓨터장비·소프트웨어 관련사기가 1%, 나이제리아 화폐오짜(Nigerian Money Offers) 관련 사기가 1%, 정보성인서비스 관련사기가 1% 신용카드오짜 관련사기가 0.5%, 여행·휴가 관련 사기가 0.5%의순으로 나타났다.

소비자들이 사기인터넷 오판에 접속하는 방법은 웹사이트(Web Sites)가 가장 일반적인 방법으로 82%, 전자우편(E-Mail)이 12%, 뉴스그룹(Newsgroups)이 4%로 나타났다.

텔레마케팅(telemarketing)사기와 같이 인터넷사기로 소비자들이 상실하고 있는 금액이 증가하여 2000년에 총상실액은 3,387,530 달러로서 1인당 평균 상실액은 427억 달러에 달하였다. 인터넷은 지리적 국경이 없기 때문에 특히 많은 소비자들이 수표나 송금환 보다 오히려 Online 으로 지급을 할 경우 국경을 넘은 사기가 발생할 가능성이 있는 바, 캐나다 회사들에 대한 인터넷사기 고소가 3.5%, 기타 외국회사들에 대한 고소가 2.3%를 차지하고 있다.<sup>8)</sup>

8) <http://www.fraud.org>, 2000 Internet Fraud Statistics.

<표 4> 2000년 인터넷 사기 통계

(단위 : %)

1999년 상위 10		2000년 상위 10	
사기유형	비중	사기유형	비중
온라인 경매	87	온라인 경매	78
일반상품 판매	7	일반상품 판매	10
인터넷 접속서비스	2	인터넷 접속서비스	3
컴퓨터장비·소프트웨어	1	자택근무	3
자택근무	1	선불수수료 대부	2
선불수수료 대부	0.2	컴퓨터장비·소프트웨어	1
잡지판매	0.2	나이제리아 화폐오파	1
정보성인 서비스	0.2	정보성인 서비스	1
여행·휴가	0.1	신용카드 오파	0.5
다단계시장·피라민	0.1	여행·휴가	0.5

자료 : <http://www.fraud.or>

## IV. 전자상거래 분쟁의 해결기구 및 절차

### 1. 전자상거래 분쟁의 해결방안

전자상거래와 관련하여 분쟁이 발생할 경우 그 분쟁을 해결하기 위해 일반적으로 법원의 소송에 의존하게 된다. 그러나 소송을 통해 분쟁을 해결하고자 하는 경우 소송비용, 소송기간의 장기화 등으로 인하여 전자상거래의 활성화에 부정적인 측면이 많이 있다. 더욱이 국제적 전자상거래 관련 분쟁인 경우 재판관할권과 준거법등의 문제로 인해 법원의 소송에 의한 분쟁 해결에 상당한 어려움을 겪게 된다.

따라서 전자상거래 관련 분쟁 자체가 법률적 요소 이외에 기술적 요소가 많이 포함되어 있고, 기존의 사법절차에서 예상하지 못한 새로운 형태가 많아 비용과 시간이 많이 소요되는 소송보다는 조정, 중재 등의 대체적 분쟁해결방안(Alternative Dispute Resolution : ADR)에 의한 분쟁해결이 분쟁당사자들에게 편리하고 이익을 얻을 수 있다. 또한 ADR절차의 비공개<sup>9)</sup>는 정보의 보호와 거래관계의 비밀 유지라는 측면에서 또다른 이익을 창출해 낼 수 있다.

OECD의 “전자상거래 소비자보호 가이드라인”에서는 개별 전자상거래 사업자 및 사업자 단체, 소비자 및 소비자단체에게 전자상거래와 관련한 소비자의 불만과 피해를 처리할 수 있는 내부절차를 강구할 뿐만 아니라, 소비자와 사업자간의 분쟁을 소송을 통하지 않고 효과적으로 해결할 수 있는 대체적 분쟁해결방안을 도입할 것을 적극 권장하고 있다.

국내에서는 한국전자거래진흥원 전자거래분쟁조정위원회, 한국소비자보호원 소비자분쟁조정위원회, 대한상사중재원 등에서 전자상거래와 관련한 분쟁의 대체적 분쟁해결방안으로 조정 또는 중재를 행하고 있다.

9) 전자거래분쟁조정운영위원회 운영규정 제15조, 대한상사중재원 중재규칙 제 8조

## 2. 한국전자거래진흥원 전자거래분쟁조정위원회의 조정

전자거래분쟁을 저렴한 비용으로 신속하게 해결함으로써 전자상거래 시장의 신뢰성을 제고하기 위하여 전자거래기본법 제 28조 및 동법 시행령 제 15조에 의거 2000년 4월 12일 설립된 전자거래분쟁조정위원회의 조정대상은 사이버쇼핑몰과 소비자간, 전자거래업체와 물류·대금결제업체간분쟁 등 전자거래와 관련되는 모든 분쟁이다. 전자거래분쟁조정위원회의 설립이후 전자거래 분쟁조정 실적은 표5에서 보는 바와 같이 2000년 4월-12월까지 83건의 조정신청이 접수되어 당사자 합의가 47건, 합의불응이 7건, 조정이 16건, 기타 13건이었다. 한편 2001년 1월-6월까지 259건의 조정신청이 접수되어 당사자합의가 63건, 합의불응이 2건, 조정이 13건, 기타 29건, 분쟁진행이 152건으로 나타났다. 현재 전자거래분쟁조정위원회에 조정신청한 전자상거래 관련분쟁은 대부분 B2C 전자상거래 관련 분쟁이다.

전자거래분쟁조정위원회 조정절차를 보면, ① 전자거래와 관련하여 분쟁이 있는 이해관계자는 위원회에 분쟁의 조정을 신청할 수 있으며, 위원장은 조정신청을 받은 때에는 관계 당사자에게 그 내용을 통지하고 합의 또는 조정에 응할 것을 권고한다.<sup>10)</sup>

② 위원장은 관계당사자가 조정에 응하거나 당사자간 합의가 10일 이내에 이루어지지 않을 경우에는 담당조정부를 구성하며, 담당조정부는 구성후 20일 이내 조정안을 작성하여 당사자들에게 이의 수락을 권고한다. 다만, 부득이한 사정으로 그 기한을 연장하고자 할 때에는 그 사유와 기한을 명시하고 당사자들에게 통지하여야 한다.<sup>11)</sup>

③ 위원장 또는 담당조정부는 당사자간 합의가 이루어지거나 조정안이 수락된 경우, 조정신청인 또는 당사자가 조정신청을 철회한 경우, 당사자가 위원회의 조정안을 거부한 경우, 당사자에 의해 조정안이 수락도리 가능성이 없다고 인정되는 경우 기타 조정이 불필요하다고 판단되는 경우 당해 조정사건을 종료할 수 있으며, 위원회는 조정이 종료된 때에 이를 당사자들에게 통지하여야 한다.<sup>12)</sup>

10) 전자거래분쟁조정위원회 운영규정 제 12조.

11) 전자거래분쟁조정위원회 운영규정 제 13조.

12) 전자거래분쟁조정위원회 운영규정 제 14조.

전자거래분쟁조정위원회의 조정의 법적 효력을 보면, 조정은 법적 구속력이 없어 위원회의 조정절차 수행에 조정신청인 또는 당사자중에서 어느 일방이라도 응하지 않으면 조정절차 진행이 불가능하게 되어 있으며, 또한 조정안이 수락되었다 하더라도 법적 구속력이 없어 조정 합의사항을 당사자들이 이행하지 않으면 강제할 수 없는 문제점이 있다.

따라서 조정에 강제력을 부여하여 실효성을 강구하기 위하여 바람직한 방안은 전자거래분쟁조정위원회의 조정의 효력을 재판상 화해와 동일한 효력을 인정하는 조항을 규정하는 것이다.<sup>13)</sup>

< 표 5 > 전자거래 분쟁조정 총실적

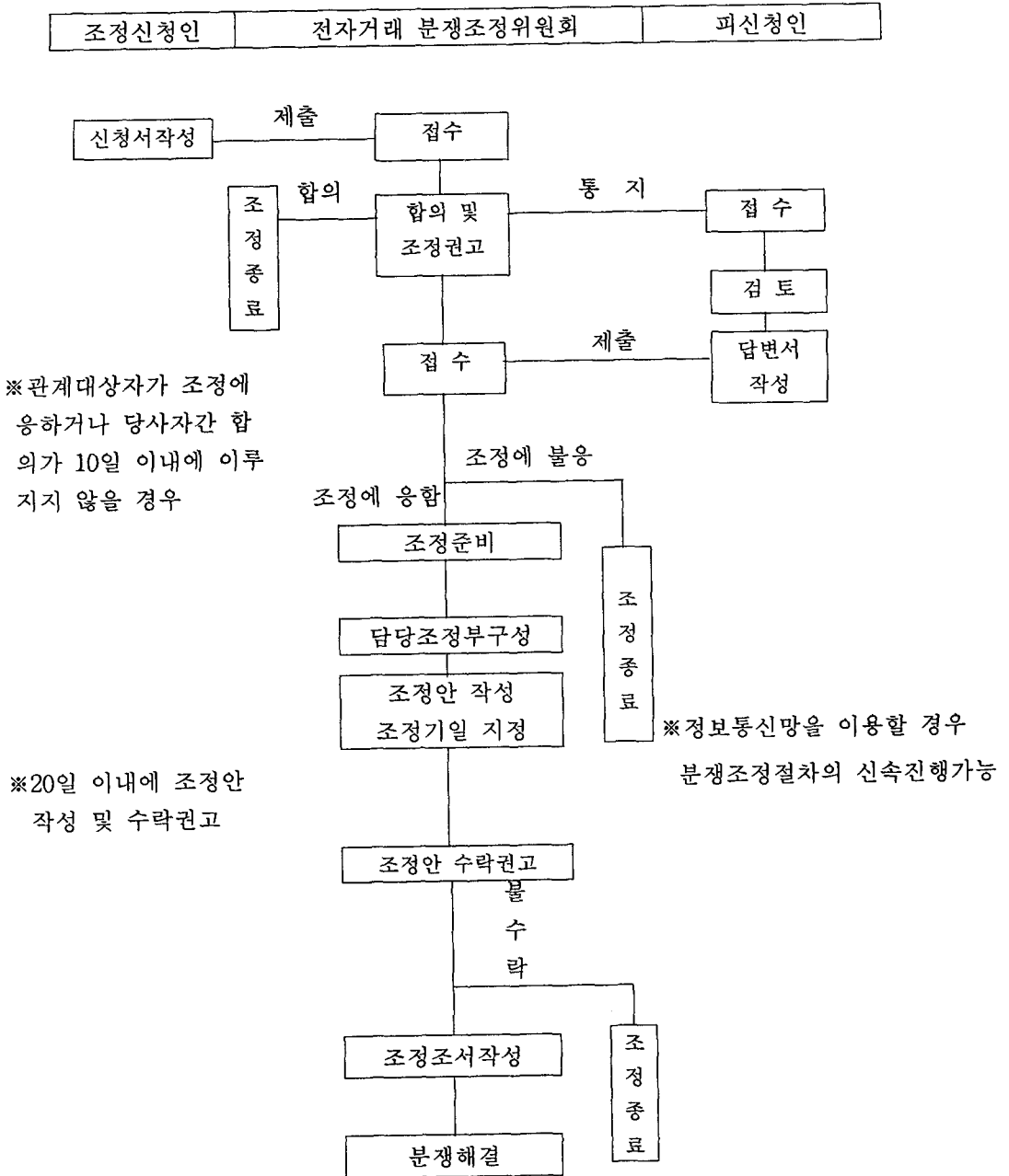
(단위: 건, %)

대분류	소분류	내역	건수			비율		
			2000년 4월-12월	2001년 1월-6월	합계	2000년 4월-12월	2001년 1월-6월	전체
분쟁종료	합의	위원회 합의권고에 의한 당사자 합의	47	63	110	56.6	24.3	32.2
	불응	위원회 합의 및 조정권고에 불응	7	2	9	8.4	0.8	2.6
	조정	조정안 수락	14	13	2	16.9	5.0	7.9
		조정안 불수락	2	0	2	2.4	0	0.6
	기타	신청인 신청철회	3	1	4	3.6	0.4	1.2
		불능(피신청인 연락두절 등)	10	28	38	12.1	10.8	11.1
분쟁진행			-	152	152	-	58.7	44.4
총접수			83	259	342	100	100	100

자료 : 한국전자거래진흥원, e-commerce, 2001년 7/8월호.

13) 소비자보호법 제 45조 제 4항은 소비자분쟁조정위원회의 조정의 효력을 재판상 화해와 동일한 효력을 인정하고 있다.

### 전자거래분쟁조정 절차도



자료 : 한국전자거래진흥원, e-commerce, 2001.7/8월호

### 3. 한국소비자보호원의 소비자분쟁조정위원회 조정

전자상거래를 통해 물품을 구매하고 사용하는 과정에서 발생하는 소비자의 피해는 한국소비자보호원에 피해구제를 신청할 수 있다.<sup>14)</sup>

한국소비자보호원의 피해구제 업무절차를 보면, ①분쟁조정국에서 피해구제 접수일로부터 30일 이내에 합의권고를 한다. ② 분쟁조정국의 합의권고에 대하여 사업자 또는 소비자가 수락하지 않을 경우에는 소비자분쟁조정위원회에 조정요청을 하며, 위원회는 조정요청일로부터 30일 이내에 조정결정을 한다.<sup>15)</sup>

소비자분쟁조정위원회의 조정의 법적 효력을 보면, 조정결정을 당사자들이 통보받은 날로부터 15일 이내에 수락하지 않으면 조정이 성립되지 않지만, 당사자들이 수락하는 경우 조정이 성립되며, 조정의 효력은 재판상의 화해와 동일한 효력이 있으므로 만약 조정 합의사항을 당사자들이 이행하지 않을 경우 법원에 강제집행을 신청할 수 있다.<sup>16)</sup>

### 4. 대한상사중재원의 중재

한국전자거래진흥원의 전자거래분쟁조정위원회 및 한국소비자보호원 소비자분쟁조정위원회에 조정신청된 전자상거래 관련분쟁은 대부분 기업대 소비자간(B2C)분쟁이며, 기업간(B2B)전자상거래 관련분쟁은 조정보다도 중재로 해결하는 것이 효율적이라고 본다.

왜냐하면 기업간(B2B) 전자상거래는 거래량이나 거래금액이 대규모이므로 거래이전에 거래당사자간에 계약서를 체결하게 되는데 중재법 제18조에 의해 계약서상에 중재조항을 삽입하면 기업간에 전자상거래에 대한상사중재원의 법적 구속력있는 중재판정을 받아 분쟁을 해결할 수 있다. 중재판정은 중재법 제 35조에 의해 당사자간에 있어서 법원의 확정판결과 동일한 효력을 가지며, 동법 제39조에 의해 외국중재판정의 승인과 집행에 관한 유엔협약(뉴욕협약)<sup>17)</sup>에 가입한 국가들에서 승인 또는

14) 소비자보호법 제39조.

15) 소비자보호법 제42조, 제43조, 제44조.

16) 소비자보호법 제 45조

집행되는 국제적 효력이 있다.

대한상사중재원은 급속히 증가하고 있는 전자상거래 관련 분쟁의 해결을 위한 중재절차 및 규칙의 제정, 그리고 관련 전문가 확보를 위해 노력해야 할 것이다.

## 5. 세계지적재산권기구 분쟁조정센터의 도메인이름 분쟁조정

1997년 2월에 국제인터넷특별위원회(IAHC)가 정당한 지적재산권 관리자가 도메인 네임(Domain Name)을 사용할 수 있는 방향으로 세계지적재산권기구(WIPO)분쟁조정센터에 도메인네임 이의신청처리위원회(ACP)를 설치하여 관련분쟁 해결을 위한 절차 등을 마련키로 한 바 있으며, 국제인터넷주소관리기구(ICANN)는 1999년 10월 24일 WIPO가 준비한 분쟁해결정책 및 그 절차규칙을 승인하였다.

동 분쟁해결정책은 ①도메인 이름이 상표 및 서비스와 동일하거나 혼동을 야기할 수 있을 정도로 유사한 경우, ② 도메인 이름에 대하여 아무런 권리나 정당한 이익이 없을 경우, ③부당한 목적으로 도메인 이름을 등록한 경우에는 강제 기소될 수 있음을 인정하고 부당한 목적의 등록 예로 ①상표나 서비스표의 소유자 혹은 그 경쟁사에 고가로 전매할 목적으로 등록하는 경우, ②경쟁사, 상표나 서비스표의 소비자가 그에 해당하는 도메인 이름을 갖지 못하도록 먼저 등록한 경우, ③경쟁사의 영업활동을 방해할 목적만으로 등록한 경우, ④상품의 출처, 후원, 승인 등과 관련하여 원고의 표지와 혼동을 일으킴으로서 이용자를 끌어들이려 영리를 취하려는 목적으로 도메인 이름을 이용하는 경우를 들고 있다.<sup>17)</sup>

국제인터넷주소관리기구(ICANN)가 정한 “도메인 이름 분쟁해결 통일정책”(Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy : UDRP)체계의 분쟁해결절차를 살펴 보면 당사자 일방의 신청서 제출 및 수수료 지불과 함께 분쟁해결절차가 시작된다. 일단 서비스제공자가 “도메인 이름 분쟁해결 통일정책”(UDRP)의 기본적 요구사항의 충족 여부를 확인한 후, 분쟁해결 신청서는 도메인 이름 등록자에게 전달되며 피신청인이 절차를 진행시키려면 20일내에 서비스제공자에게 답변서를 제출해

17) 우리나라는 뉴욕협약에 1973년 2월 8일 가입하였으며, 2001년 10월 현재 가입국은 126개 국가이다.

18) 산업자원부·한국전자거래협회, 전게서, p.313



야 한다. 당사자 쌍방이 분쟁해결절차에 따를 것에 합의하면 당사자들이 3인의 패널에 합의하지 않는 한, 서비스제공자는 1인의 패널을 선정하여 기록 모두를 패널에게 전달한다. 원칙적으로 패널은 2주내에 결정을 내려 당사자 쌍방과 ICANN 및 도메인 이름 등록기관에게 E-Mail로 전달한다. 한편 패널의 결정에 불복하는 당사자는 서비스제공자가 결정문을 전달받은 후 10일내에 관할법원에 소송을 제기할 수 있다.

특별한 경우가 아니면 일반적으로 분쟁해결절차는 45~60일내에 종료하게 된다.<sup>19)</sup>

## 6. 법원의 소송

전자상거래와 관련한 분쟁이 당사자들간에 조정 또는 중재와 같은 대체적 분쟁해결방안(ADR)에 의해 해결될 수 없는 경우 결국에는 민사소송의 방법을 통해 해결할 수 밖에 없다. 특히 국경을 넘어서 이루어지는 국제 전자상거래에 있어 소비자와 사업자간의 분쟁이 소송으로 까지 비화 되었을 경우 어느 국가의 법원에 소송을 제기하며, 어떤 법률을 적용할 것인가 문제이다.

이에 관하여 OECD 전자상거래 소비자 보호 가이드라인에서 “전자상거래에 있어서도 일단 재판관할권과 준거법에 관한 기존의 법체계를 적용하되, 온라인 매체의 특성을 감안하여 해당 법체계를 정비하는 방안을 검토해야 한다.” 는 원칙을 제시하고 있다. 이때 회원국 정부가 기존의 법체계를 정비하는 과정에서 고려해야 할 사항은 ① 양당사자가 선택한 준거법이 소비자가 거주하는 국가의 강행법규에 의해 보장되는 소비자 보호의 권리를 박탈해서는 안된다. ② 소비자에게 소비자 거주지 국가의 법원에 소송을 제기할 수 있는 권리를 부여한다. ③사업자의 소재지 국가의 법원에서 소비자가 거주하는 국가의 법원이 내린 판결을 승인하고 집행할 수 있도록 하는 권리를 소비자에게 부여한다. ④제3자의 재판관할의 이용이 소비자의 권리를 침해해서는 안된다. ⑤제품안전법규는 존중되어야 한다.<sup>20)</sup>

전자상거래는 국경개념을 무너뜨리며 국가간의 각종 거래행위를 확대시키고 있어

19) 장문철, “도메인 이름 분쟁조정기구 운영방향”, 중재, 2001·봄, 대한상사중재원, 2001, p.54.

20) 강성진, “전자상거래 소비자 보호에 관한 OECD의 논의와 정책적 시사점, 대외경제정책연구원, 1999.

국제분쟁 발생소지가 높으며, 따라서 국제분쟁의 법률적 해결을 위한 재판관할권의 결정, 준거법의 지정 등은 국제전자상거래에서 중요한 요소이다.

현재 재판관할권을 결정하는 법률로는 민사소송법의 토지관할 규정이 있고 준거법의 지정에 관한 근거법으로는 섭외사법이 있으나 양법 모두 국제적 법률관계가 빈번한 전자상거래에 효과적으로 대응하기에는 매우 미흡하며 대책 마련이 필요하다.

재판관할권과 준거법의 문제는 어느 한국가가 결정한다고 해서 해결되는 사항이 아니므로 헤이그 국제사법회의 등에서의 국제동향을 반영하여 관련 법·제도의 정비를 추진하여야 한다. 민사소송법상 재판관할권 결정이 주소지 등과 같이 물리적 장소와의 연결뿐 만 아니라 전자상거래상 주요 영업활동 및 영향이 미친 경우 등과 같이 새로운 연결점을 통해 이루어지도록 법령의 정비가 필요하며, 섭외사법을 국제적 전자상거래 확대 등 사회환경의 변화에 대응할 수 있도록 개정이 필요하다.<sup>21)</sup>

## V. 온라인 ADR에 의한 분쟁해결의 운영사례 및 문제점

### 1. 온라인 ADR의 개념

온라인(Online) ADR이라 함은 인터넷을 매개체로 알선, 조정, 중재 등 전통적인 대체적 분쟁해결(ADR)기법을 구사하는 자동화 시스템을 말하며 통상 온라인 ADR 제공자인 제 3자가 컴퓨터 네트워킹 기술을 이용하여 분쟁당사자들로 하여금 의견 교환을 하게하여 분쟁을 해결한다.

전자상거래에서는 국경의 의미가 불분명하므로 재판관할권이나 섭외사법의 선택이 매우 복잡한 문제가 있을 수 있다. 따라서 온라인 ADR은 세계 각국의 사람들에게 분쟁해결의 장소를 제공하며 소송에서 가능하지 않은 메커니즘을 이용하여 이러한 문제점들을 해결 할 수 있다. 또한 B2C 전자상거래 관련분쟁과 같이 소액 분쟁 사건에 알맞도록 비용이 저렴하고 매우 신속하게 해결되는 특성을 가지고 있다. 예

21) 산업자원부·한국전자거래협회, 전게서, pp.394-395.

를 들면 사이버경매 사이트에서는 구매에 참여하는 익명의 거래당사자들이 많으므로 소비자를 상대로 한 사기 및 분쟁이 많이 발생하는데 대다수의 거래참가자들은 이러한 분쟁을 소송으로 발전시킬 수 없으므로 온라인ADR이 매우 효과적인 분쟁해결수단이 될 수 있다.

온라인 ADR은 일반적으로 다음과 같은 기본원칙하에 운영되어야 한다<sup>22)</sup> ① 패널의 독립성 : ADR패널은 충분한 자격이 있는 자들로 구성되어야 하며, 공정하고 중립적으로 운영되어야 한다. ② 절차의 투명성 : ADR시스템에 관한 모든 정보는 사전에 제공되어야 한다. ③ 비용의 저렴성과 시간적 적절성 : ADR비용은 무료이거나 저비용이어야 하며, 그 결정이 매우 신속하여야 한다. ④ 접근성 : 소비자는 ADR서비스에 쉽게 접근할 수 있어야 한다. ⑤ 당사자자치와 대리: 분쟁당사자들은 ADR과정에 있어 당사자자ちに 의하여 사안을 해결하여야 하며, 대리권이 인정되어야 한다.

## 2. 온라인 ADR 운영사례

### (1) 한국전자거래진흥원 전자거래조정위원회의 사이버조정

사이버조정(Cyber Mediation)이란 분쟁조정신청, 조정위원의 조정, 분쟁당사자간 합의 등 조정절차에 채팅(chatting), 전자우편(E-Mail), 전화 등의 정보통신망을 이용함으로써 분쟁당사자 및 조정위원의 시간을 절약하고 조정기간을 획기적으로 단축시킬 수 있는 분쟁조정방법을 말한다.<sup>23)</sup> 기존의 조정절차를 온라인을 통해 진행하는 것으로 전자우편(E-Mail)과 병행해 채팅룸(chatting room)을 만들어 그 속에서 분쟁당사자들이 중립적인 제 3자의 조정을 통하여 분쟁을 해결하는 것이다.

전자거래분쟁조정위원회에서 사이버조정을 통하여 분쟁을 해결한 실적은 2000년 4월-12월까지 조정에 의한 분쟁종료 총 16건 가운데 3건에 불과하였다.

전자거래분쟁위원회 사이버분쟁조정센터의 온라인 조정절차를 보면, ①분쟁사건에

22) 이원재, “온라인 ADR에 관한 국제회의 참가보고”, e-commerce, 2001. 4월호, 한국전자거래진흥원, p.57.

23) 산업자원부·한국전자거래협회, 전게서, p.391.

대하여 이해관계인들이 사이버조정센터의 조정에 응하기로 합의한다. ② 전자거래분쟁조정위원회 사무국 직원은 비공개 대화방을 개설하고 실시간 조정이 이루어지기 전에 해당 비밀번호를 이해관계인에게 통지한다. ③정해진 기일과 시간에 부여된 비밀번호를 사용하여 조정관계인이 비공개 대화방에 접속함으로써 실시간 조정이 진행된다. ④ 위 조정 결과를 토대로 사무국 직원은 조정안을 작성한 후 조정관계인의 확인을 받아 조정조서를 작성한다.<sup>24)</sup>

### (2) 대한상사중재원의 사이버알선

사이버알선이란 알선을 대한상사중재원의 웹(web)상에서 실시하는 것으로 분쟁의 보다 신속한 해결을 위하여 알선의 신청 및 답변, 당사자회의, 합의서의 작성 등 일련의 알선 절차의 전부 또는 일부를 대한상사중재원의 홈페이지를 통하여 수행하는 것이다.

사이버알선의 절차는 대한상사중재원 홈페이지에 등재되어 있는 사이버 알선 신청서를 작성하여 신청을 하게 되면 이를 피제기자에게 통지하여 피제기자가 동의를 하지 않으면 알선은 기존의 방식으로 진행된다. 제기자는 알선 신청후 일정기간을 기다리면 대한 상사중재원으로부터 사이버 알선 개시통지를 받게 되고 이때부터 정식 사이버알선이 개시된다.<sup>25)</sup>

대한상사중재원의 사이버알선 접수실적을 보면 2001년 10월 현재 알선접수 총 350건 가운데 17건에 불과하다.

### (3) 미국 Click N Settle의 사이버조정

Click N Settle은 주로 보험금 청구 등과 같은 금융분쟁에서 많이 사용되며, 분쟁을 제기한 양당사자는 최종 조정안에 구속된다는 동의를 하여야 한다.

조정절차는 일방당사자가 분쟁을 제기하면서 피해보상 요구액을 제시하면, 상대방이 이에 응답하는 형태로 진행된다. 양당사는 60일 이내에 새로운 요구나 제안을 할

---

24) <http://www.kiec.or.kr>

25) <http://www.kcab.or.kr>

수 있다.

모든 청구나 제안은 비공개가 원칙이기 때문에 상대방은 청구인의 요구나 제안의 내용을 알지 못한다. 양 당사자의 최종 청구와 제안이 30% 이내에 있게 되면, 해당 사건은 그 중간점에서 해결되게 된다. 양 당사자의 청구와 제안은 기 설정된 구조에 따라 조정되는데, 새로운 제안은 최소 5%이상 증가하여야 하고 청구액은 최소 5%씩 감소해야 한다.<sup>26)</sup>

#### (4) 미국 BBB online의 온라인 ADR

BBB는 전자상거래업체에 대한 신뢰도 조사를 시행하여 일정기준 이상이 되면 사사의 로고(logo)게재를 허용하는데, 이 로고를 보고 일반 소비자들은 전자상거래로 인한 위험의 부담없이 믿고 거래를 할 수 있다.

BBB 는 자사 로고를 게재한 회원기업과 그들 고객간의 분쟁이 접수되면 온라인을 통해 우선 고객과 기업의 고객담당 직원을 연결시켜 분쟁당사자간에 대화의 통로를 열어둔다. 여기서 원만한 합의가 이루어지면 그 합의가 이행될 수 있도록 유도하고, 만약 분쟁초기에 합의가 이루어지지 않을 경우 수십년의 분쟁해결 경험을 가진 5천명 이상의 BBB 조정인이 공평하고 객관적인 입장에서 조정을 진행하고, 더 나가서는 각계 전문가로 구성된 중재인을 선임하여 자체 중재규칙(BBB AUTO LINE Arbitration Rules, 1998)에 따라 구속력이 있는 중재로써 해결하도록 한다.<sup>27)</sup>

#### (5) 미국 Virtual Magistrate의 사이버중재

Virtual Magistrate은 미국 사이버법률연구소(CLI)와 미국중재협회(AAA)에 의해 공동 운영되고 있는데, 미국중재협회의 추천을 받아 높은 자질을 갖춘 중재인에 의해 개인과 기업, 기업과 기업간의 분쟁에 관해 온라인을 통한 사이버중재를 실시하고 있다.

Virtual Magistrate의 관할 범위는 인터넷상의 콘텐츠와 지적재산 관련 분쟁이며

26) <http://www.Clilksettle.com>

27) <http://www.bbbonline.org>

중재합의가 있는 당사자에게만 관할권이 있다. 중재당사자는 중재판정에 구속되어 동일사안에 대하여 재차 Virtual Magistrate에 신청할 수 없다.<sup>28)</sup>

#### (6) 기타 온라인ADR 서비스 기관

위에서 설명한 사례외의 온라인 ADR서비스를 제공하는 기관으로는 Online Ombuds Office (<http://ombuds.org>), Internetneutral (<http://www.Internetneutral.com>), Online Mediators (<http://www.onlinemediators.com>), eResolution (<http://www.disputes.org>), I-courthouse (<http://www.i-courthouse.com>), Which & Webtrader (<http://www.Which.com/webtrader>), CyberSettle (<http://www.cybersettle.com>), SquareTrade (<http://www.squaretrade.com>) 등이 있다.

### 3. 온라인 ADR의 문제점

온라인 ADR을 수행하고 이용할 경우 발생하는 문제로서 국제적으로 다음과 같은 3가지 과제가 논의되고 있다.<sup>29)</sup>

첫째, 온라인 ADR의 사회·경제적 문제로서 ADR에 의한 분쟁해결시 각국간 문화적 차이가 있음을 인식하고 상호이익을 얻기 위해 노력하여야 하며, 또한 국경간 거래에 있어 많은 언어의 차이가 장애가 되므로 ADR시스템에 다양한 언어를 지원할 수 있는 장치가 있어야 한다.

둘째, 온라인 ADR의 법적 문제로서 소비자와 이용자가 공정하고 효과적인 온라인ADR을 이용하고 ADR결과에 당사자들이 자발적으로 참여하고 합의하여야 하며, 또한 ADR 재판관할권에 대하여 실제적 기준이 필요하고 결정의 집행이 이루어질 수 있어야 한다.

셋째, 온라인 ADR의 기술적 문제로서 인터넷 쌍방향 기술(가령 화상 기술을 이용한 ADR)의 도입여부 및 현재 개발되거나 사용되는 기술(가령 XML)이 온라인 ADR의 촉진에 어떻게 이용될 것인가의 문제가 있다.

28) [http:// vmag. org](http://vmag.org).

29) 이원재, 전제논문, p.59.

온라인에 의한 중재를 수행하는데 있어서 선결되어야 할 문제들로서는 ①온라인에 의하여 체결된 중재계약의 유효성 여부, ②온라인에 의한 중재계약 체결시 중재장소의 선택문제, ③국제전자상거래 관련분쟁의 법 적용문제, ④온라인에 의한 중재절차법 정립문제, ⑤온라인에 의한 중재판정의 승인 및 집행문제 등이 있다.

## VI. 결 론

최근 전자상거래의 이용이 급증함에 따라 한국전자거래진흥원의 전자거래분쟁조정위원회 및 한국소비자보호원에 신청되는 전자상거래 관련 분쟁의 상담 및 조정건수가 지난해 보다 급증하고 있으며, 분쟁유형도 보다 복잡해지고 특수화되고 있다. 유형별로 보면 여전히 물품배송관련 분쟁이 가장 큰부분을 차지하고 있으며, 그 다음으로 제품품질관련 분쟁, 지불관련 분쟁 등 뿐만 아니라 새로운 유형의 분쟁들이 발생하고 있다. 따라서 이에 대한 대책 마련이 필요하며, 전자상거래 관련 분쟁이 발생할 경우 우선 신속히 전자거래분쟁조정위원회 또는 한국소비자보호원에 인터넷이나 전화를 이용해 상담을 하는 것이 현명한 대처방법이 될 것이다.

위와같이 인터넷에 의한 전자상거래가 범세계적으로 급속히 확산되어 감에 따라 전자상거래 관련 분쟁의 발생이 증가하고 있으나 아직까지 이러한 분쟁을 해결하기 위한 법과 제도가 확립되어 있지 못한 실정이다. 앞으로도 전자상거래와 관련한 법·제도에 대한 지속적인 검토와 정비가 추진되어야 한다.

전자상거래 관련 소비자 보호에 관하여 지속적인 관심을 보이고 있는 국제기구인 OECD 소비자정책위원회에서 “OECD 전자상거래 소비자보호 가이드 라인”을 1999에 제정 발표하여 회원국들의 전자상거래 관련 사기·기만거래로부터 소비자를 보호하는 법령이나 정책에 많은 영향을 주고 있다.

한편 우리나라에 있어서 전자상거래 관련 소비자 보호를 위한 사전예방 정책적 제도로는 공정거래위원회에서 제정한 “전자거래 소비자 보호지침”과 “사이버몰 이용표준약관”, 한국전자거래진흥원의 “우수사이버몰 시상·인증제도(eTrust)”<sup>30)</sup>

30) eTrust 인증제도의 신청대상은 신청일 현재 3개월 이상 국내에서 사이버몰을 운영하는 업

및 정보통신진흥협회의 “인터넷 모범상점 마크제도” 등이 있다.

또한 전자거래기본법 제32조에 “사이버몰의 운영자 등 전자거래와 관련하여 소비자가 제기하는 정당한 의견이나 불만을 반영하고 그 피해를 보상 처리하는 적절한 기구를 설치·운영하여야 한다.” 고 규정하여 업계의 자율적 피해구제를 유도하고 있다.

그러나 우리나라 전자상거래의 일반법인 전자거래기본법 및 소비자 보호에 관한 기본법인 소비자 보호법에는 전자상거래 관련 분쟁의 해결에 관한 규정을 두고 있지 않으므로 개별법의 관련 규정들을 통하여 해결할 수 밖에 없다.

전자상거래의 특징으로 보아 전자상거래 관련 분쟁은 법원의 소송보다 ADR에 의하여 해결하는 것이 비용과 시간을 절약하는 효과적인 분쟁해결방안이 될 수 있다. 특히 B2C전자상거래 관련 분쟁은 한국전자거래진흥원의 전자거래분쟁조정위원회 조정에 의하여 그리고 B2B 전자상거래 관련 분쟁은 대한상사중재원의 중재에 의하여 해결하는 것이 효과적일 것이다.

더욱이 기존의 ADR보다 신속하고 저렴한 장점이 있는 사이버 조정, 사이버중재 등 인터넷을 이용한 온라인 ADR에 의한 전자상거래 관련 분쟁의 해결 시스템이 아직은 초기 단계에 있으나 그 활성화를 위하여 인터넷 웹기술을 비롯한 기술적 요소와 법제도를 확충하여야 할 것이다.

전자상거래 이용시 분쟁을 사전예방하기 위하여 소비자가 주의해야 할 사항을 살펴보면, 첫째, 전자상거래 사업자의 신원이 명확하게 표시되고 제품의 정보와 거래조건이 상세히 제공되고 있는지를 먼저 확인해야 한다. 특히 eTrust 인증마크와 같이 정부에서 인정하는 사이버몰 신뢰인증마크를 획득하였는지 여부를 확인하는 것도 하나의 방법이다. 둘째, 대금결제시 신용카드를 이용하면 분쟁이 발생하더라도 신용카드회사가 중간에 개입하기 때문에 피해구제에 보다 유리하며, 필요한 경우가 아니면 주민등록번호, 신용카드번호 등 개인 신상정보를 쉽게 노출시키지 말아야 한다. 셋째, 무료 서비스, 지나치게 저렴한 가격 등에 현혹되어 충동구매하는 일이 없어야 한다.<sup>31)</sup>

제로서, 신청부문은 종합·전문·직관 사이버몰부문, 서비스부문, 금융부문, 경매부문, B2B 부문, 무역부문이며, 인증심사기준을 70점 이상 받은 업체에 한하여 eTrust 인증마크를 수여하며, 인증 유효기간은 1년이다.



소비자의 자각과 주의, 소비자의 교육만으로 소비자 피해를 사전에 예방할 수 있다고 보기는 어렵다. 정부당국과 소비자단체, 사업자단체들이 부당한 거래를 하는 사업자들을 감시하고, 위법사실이 있을 경우에는 관련 법령에 의해 규제하는 적극적인 노력이 병행되어야 할 것이다.

결국 전자상거래와 관련하여 분쟁의 발생을 사전에 방지하고 만약 분쟁이 발생할 경우 신속 저렴하게 해결 할 수 있는 방안이 확립되어야 전자상거래에 대한 신뢰가 구축되고 더욱 활성화 될 수 있을 것이다.

## ABSTRACT

### **Type and Settlement System of Disputes in Electronic Commerce**

Kang-Bin Lee

Like traditional commerce, disputes are bound to arise in the course of conducting an e-commerce transaction.

At present of June 30, 2001, 259 cases of dispute on e-commerce have been applied for the mediation of Electronic Transaction Dispute Mediation Committee, types of them are 170 cases of delayed delivery of commodity, 21 cases of contract cancellation and refund, 16 cases of personal information protection, 16 cases of false and exaggerated advertisement, 14 cases of commodity defect.

The settlement systems of e-commerce dispute are litigation and Alternative Dispute Resolution(ADR). ADR encompasses mediation, arbitration, and similar private tools for resolving disputes. ADR offers many perceived advantages. Speed of resolution and low cost are often cited as the primary benefits. Therefore e-commerce disputes may be settled more effectively by litigation.

The settlement systems of e-commerce dispute by ADR are the mediation of Electronic Transaction Dispute Mediation Committee, the mediation of Consumer Dispute Mediation Commercial Arbitration Board, and the arbitration of Korean Commercial Arbitration Board.

E-commerce sets up the probability that its merchants and customers will not exist in the same legal jurisdictions. The confusing application of laws and wide geographical dispersion of these parties will necessitate a faster and cheaper dispute resolution methodology. Therefore, online ADR

may be effective for e-commerce dispute resolution.

The examples of online ADR operation are the cyber mediation of Electronic Transaction Dispute Resolution Committee, the cyber mediation of Korean Commercial Arbitration Board, the cyber mediation of Click N Settle, the online ADR of BBB online, and the cyber arbitration of virtual Magistrate.

Key Words : e-commerce, dispute, online ADR, syber arbitration, cyber mediation

## 참 고 문 헌

- 강성진, “전자상거래 보호에 관한 OECD의 논의와 정책적 시사점.”  
대외경제정책연구원, 1999.
- \_\_\_\_\_, “전자상거래 환경하에서의 소비자 보호를 위한 제도 개선방안 연구,”  
한국소비자보호원, 2000.5.
- 대한상공회의소, 전자거래관련법의 개정방향 연구, 2001. 3.
- 산업자원부·한국전자거래협회, 2000전자상거래백서, 2000.
- 손경한, “전자상거래 분쟁의 해결”, 중재 1999봄호, 대한상사중재원, 1999.
- 오현석, “Online에 의한 ADR시스템,” 중재2000가을호, 대한상사중재원, 2000.
- 이원재, “온라인 ADR에 관한 국제회의 참가보고”, e-commerce 2001.4월호,  
한국전자거래진흥원, 2001.
- 이재규·최형립·김현수·이경진, 전자상거래원론, 법영사, 2000.
- 장문철, “도메인 이름 분쟁조정기구 운영방향”, 중재, 2001·봄,  
대한상사중재원, 2001.
- 통계청, “2000년 전자상거래 기업체 통계조사 결과”, 2001. 6.
- 한국소비자보호원, “2000년 전자상거래 소비자 상담·피해 분석”, 2001.2.
- 한국전자거래진흥원, “전자거래 활성화 방안 마련을 위한 설문조사 결과”, 2001. 1.
- \_\_\_\_\_, “인터넷 쇼핑물 실태조사” 2000.1.
- \_\_\_\_\_, e-commerce 2001. 7/8월호
- Beal, Bruce Leonard, “Online Mediation : Has Its Time come?”  
<http://www.disputes.net/cyberweek2000/Ohiostate/beal.htm>.
- Brown, Henry J. and Arthur L. Marriot, ADR Principles and Practice, 2nd ed.,  
Sweet & Maxwell, 1999.
- Chissik, Michael and Alistair Kelman, Electronic Commerce  
Law and Practice, 2nd ed., Sweet & Maxwell, 2000
- Mansfield, Andrew S., “E-commerce and Alternative Dipute Resolution,” 1999

KOPILA-KITAL International Symposium, Seoul, November 20, 1999.

Wilske, Stephan, "Conflict of Laws and Dispute Resolution in Cyber Torts and IP Infringement," 1999 KOPILA-KITAL Internateonal Symposium, Seoul, November 20, 1999.

<http://www.cpb.or.kr>

<http://www.kcab.or.kr>

<http://www.kiec.or.kr>

<http://www.nso.go.kr>

<http://www.bbllonline.org>

<http://www.clilknsettie.com>

<http://www.fraud.org>

<http://www.vmag.org>

<http://arbiter.wipo.int>