

전자상거래 활성화를 위한 소비자보호 방안[☆]

최용길*

◆ 목 차 ◆

- | | |
|-----------------------|-------------------|
| 1. 서론 | 4. 소비자보호를 위한 정책제언 |
| 2. 소비자보호의 필요성과 피해유형 | 5. 결론 |
| 3. 소비자보호 관련법제정과 국내외동향 | |

1. 서론

인터넷의 이용이 급증함에 따라 정보화 사회의 새로운 상거래 패러다임으로 전자상거래가 부상하고 있다. 인터넷이 세계를 묶는 그물이라면 아마도 전자상거래는 그 그물을 각 나라나 지역 기업이나 개인마다 연결하는 고리의 역할에 비유될 것이다. 인터넷의 발달은 세계를 하나로 만드는 기반을 제공했지만 결국 자본과 상품의 흐름을 직접 주도할 전자상거래가 발달하지 않는 이상 커뮤니케이션 이상의 의미는 찾기 힘들기 때문이다. 사실 전자상거래는 '네트워크 경제학'¹⁾에서 말하듯 기존 경제학에서 쓰이던 수확체감의 법칙을 벗어나 새로운 수확체증의 법칙을 만들며 급속도로 확산되고 있다. 각 국가는 물론 기업과 개인은 전자상거래에서 실익을 얻기 위해 노력한다. 더 나아가 전자상거래의 표준을 리드하거나 새로운 유형의 전자상거래를 창출해내는 것이 곧 미래기업 수익의 근간이 된다는 현실에 모두 관심을 쏟고 있다.

최근 전 세계는 전자상거래라는 도구로 인해 세계가 하나로 통합되어 가고 있다고 할 수 있다. 전자상거래가 세계시장을 통합하는 과정은 이같이 급성장하

는 전자상거래 규모로 설명이 가능하다. 2000년도 1년간 우리나라 전자상거래 총 규모는 177조 8,100억원으로 2001년의 118조 9천억원 보다 49.4%가 증가한 것으로 나타났으며²⁾, 2002년 전세계B2C 전자상거래 총규모는 1조 1천 5백28억 달러에서 2003년에는 약 62.3%가 증가한 1조 8천 7백 23억원에 이를 것으로 예상된다.³⁾

세계의 경제활동이 전자상거래라는 틀 안으로 점점 더 많은 부분이 포함되고 있으며 앞으로 그 규칙을 따를 수밖에 없는 추세이다. 이 같은 현상은 물론 초고속통신망이나 인터넷 등의 정보통신기술이 비약적으로 발전했기 때문이다. 그러나 더욱 근본적인 이유는 전 세계 소비자들의 소비 행태가 전자상거래형으로 통합되고 있는 것이다. 개인 상행위의 마인드가 점진적으로 전자상거래가 기초하고 이미 세계 인구의 상당수가 시간절약과 편리함을 추구하는 전자상거래형 소비로 전환하고 있다. 최근 한 조사에 따르면 2002년 말 현재 우리나라 인터넷 이용인구는 2,627만 명에 이르며 이중 31%가 전자상거래의 경험이 있는 전 세계에서 미국에 이은 두 번째로 전자상거래가 활성화된 국가인 것으로 나타났는데^[1], 이러한 결과는 정보통신 강국이라는 우리의 위상을 당당하게 보여줌과 동시에 이제 전자상거래의 급성장 이면에 기존의 거래 형태와 동일하게 또는 새로운 다양한 문제점을 내포

* 경기대학교 경영학부 교수

☆ 이 논문은 2002년도 경기대학교 교내연구비 지원에 의하여 수행되었음

1) 네트워크경제학은 오늘날 신경제의 핵심요소로 떠오르고 있는 정보 네트워크와 관련된 경제적 현상을 분석하고, 정책적의미 및 기업전략을 도출하고자 하는 학문분야이다.

2) '2002 연간 전자상거래 통계조사' 통계청, 2002. 06.

3) 'Worldwide Traditional & Internet EDI Commerce Forecast, 2002-2007', Rob Resenthal, Oct. 2003.

하고 있으며, 이중 가장 중요한 문제점중의 하나는 전자상거래를 이용하는 소비자 피해문제이다.

최근 한국 소비자보호원의 보고서에 의하면, 전자상거래분야별로 피해구제신청 건수는 '인터넷 쇼핑몰'이 76.3%로 가장 많았고, 다음은 '인터넷 콘텐츠'(12.4%), '인터넷 경매'(8.9%) 등의 순이었다.[2]

그동안 전자상거래에 있어서 소비자피해는 배송지연이나 상품하자 등과 같은 유형의 피해로부터 최근에는 사회문제가 되었던 하프플라자 사건의 예처럼 반값 또는 대폭할인을 내세워 소비자를 현혹한 후 사이트를 폐쇄하는 등 날로 다양한 소비자피해유형이 발생하고 있는 실정이다. 전체 전자상거래관련 상담중 인터넷쇼핑몰분야가 74.3%로 대부분 차지했으며, 게임등 인터넷콘텐츠분야는 18.9%로 전년(2.9%)대비 무려 11배가 늘었다. 인터넷경매가 나머지 6.8%를 차지했으며, 인터넷콘텐츠 소비자상담(189건)중 온라인게임 관련피해가 73.6%로 대부분을 차지했으며 다음으로 성인사이트(6.6%), 온라인학습(3.0%)등의 순이었다. 동기관에 의하면, 2002년 에 접수된 전자상거래 관련 상담건수는 2001년에 비해 103.5%가 증가한 10,760건으로 집계되었으며, 피해 구제신청 건수는 2001년에 비해서 66.4% 많은 1,045건으로 전자상거래에 관련된 소비자피해가 급증하고 있다.[3]

전자상거래의 비약적 증가세와 더불어 그에 따른 소비자의 불만 또는 피해도 역시 급속히 증가하고 있다. 따라서 본 연구에서는 그동안 소비자보호원 등 기관에서 조사한 전자상거래 이용실태와 소비자 불만 및 피해정도 및 유형을 분석함으로써 앞으로 바람직한 전자상거래와 전자상거래 활성화를 위한 자료로 활용할 수 있을 것이다.

2. 소비자보호의 필요성 및 피해유형

2.1 소비자 보호 필요성

전자상거래가 급증하고 사이버쇼핑몰 거래가 빠르게 증가하면서 전자거래와 관련된 소비자 피해 및 사업자 불법행위가 급증하고 있다. 전자상거래로 인한 소비자피해의 특성은 비대면거래로 인한 거래당사자의 익명성, 소액, 대규모의 피해와 입증의 곤란성, 피

해구제를 위한 절차의 복잡성을 들 수 있으며, 이러한 특성으로 인해 전통적 상거래에 비해 전자상거래의 경우 소비자피해의 가능성이 높기 때문에 전자상거래의 활성화를 위해서는 무엇보다도 소비자 보호에 관한 문제점 해결책이 강구되어야 한다.

전자상거래의 구조가 기본적으로 기존의 통신판매와 별로 차이가 없음에도 불구하고, 전자상거래가 빠른 속도로 발전하는 근본원인은 앞에서 살펴본 바와 같이 현실공간에서 체결되는 전통적 거래에 비하여 전자거래가 소비자를 유인하는 여러 가지 장점을 가지고 있기 때문이다. 즉 전자상거래는 구매시간과 구매장소의 제한을 극복하는 편의성과 다양한 제품, 서비스, 정보에 대한 넓은 선택의 폭 등을 소비자에게 제공하기 때문이다. 이러한 전자상거래의 장점은 전자상거래에 이용되는 인터넷의 개방성, 익명성, 즉시성, 시공초월성 등의 특성에 기인하는 것이다.

그러나 전자상거래에는 이러한 인터넷의 특성에 따른 여러 가지 문제도 발생하므로 더욱이 소비자보호에 관한 문제가 중요해지고 그 필요성이 강조되어야 한다. 전자상거래는 격지시간에 통신을 통하여 이루어지는 비대면 거래의 일종으로 거래당사자 간에 상대방을 잘 모르는 상태에서 거래가 이루어지게 된다. 그리고 온라인상에 영업장을 설치하는 것은 현실공간에서 영업장을 설치하는 것과는 비교할 수 없을 정도로 개설 및 폐지가 용이하고 익명, 차명으로도 개설이 가능하다. 또한 전자상거래의 시공초월성, 즉시성으로 인하여 한 번의 사기, 불공정행위로 기존 거래에서 상상할 수 없을 정도의 많은 부당이익을 취하는 것도 가능하다. 전자상거래로 인한 소비자피해의 범위는 일반 거래와 비교할 수 없을 정도로 그 규모가 크게 된다. 그리고 전자상거래는 대부분 소비자가 재화를 인도받기 전에 신용카드결제, 온라인입금을 하는 선불식으로 이루어진다. 이와 같이 전자상거래는 사기, 불공정 행위가 발생하기 쉬운 거래환경을 지니고 있어서, 굳이 명성과 전통을 중시하는 사업자가 아니면 사기, 기만거래나 허위 과장 광고의 유혹에 빠지기 쉽다.

쇼핑몰 개설과 폐쇄 및 거래조건변경의 용이성으로 인하여 행정당국이 상시 감시체제를 구축하지 않는다면 위법한 거래의 존재를 파악하는 것조차도 용이하지 않다. 또한 위법한 거래를 행하는 쇼핑몰을

적발하였다고 하여도 외국의 사업자이거나 쇼핑물이 외국에서 개설된 경우에 이에 대한 제재의 부과는 쉬운 일이 아니다. 또 다른 예로는 사업자가 소비자 등에게 과도한 개인정보를 요구하거나 수집된 정보를 목적 이외에 사용하여 많은 소비자피해가 발생하고 있으며, 피해의 수도 시간의 경과에 따라 급증하고 있다. 2002년 하반기 3개월간 실시한 전국 만15세 이상 5,243명의 인터넷이용자를 대상으로 조사한 결과 1) 인터넷 회원가입시 인터넷이용자의 86.8%가 과도하게 개인 신상정보를 요구한다고 생각하였으며, 2) 인터넷 이용자의 95.7%가 개인정보 제공으로 인한 프라이버시 침해 가능성을 우려하고 있으며 3) 특히 신용카드 결제 시 79.3%가 잘못될 것이라는 위험부담을 느끼고 있었으며, 4) 실제로 소비자의 16.8%가 개인정보유출로 인한 피해를 경험하였다고 분석하고 있다.[4] 그리고 2002년 6월까지 한국정보보호진흥원 내에 설치된 개인정보침해신고센터에 접수된 피해현황을 살펴보면 타인 개인정보 훼손, 침해, 도용이 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 원하지 않는 정보의 수신, 개인정보 열람 정정 삭제요구의 불이행 등으로 나타나고 있다. 또한 한국정보보호진흥원의 조사에 의하면 프라이버시 침해가 우려된다고 답한 1,880명의 응답자를 대상으로 어떤 유형의 프라이버시 침해가 우려되는지 질문한 결과 사업자간의 관리 소홀로 인한 내부자 유출(39.3%), 본인 동의 없는 개인정보 수집으로 인한 사생활 노출(23.1%)등의 유형에 대해 걱정하는 것으로 나타났다. 2002년 중 한국소비자보호원에 접수된 전자거래 관련 소비자상담건수는 2001년 대비 103.5%가 증가한 10,760건에 이르고 있으며, 경찰청 사이버테러대응센터의 자료에 의하면 전자상거래관련 범죄도 같은 기간 80.3%가 증가하였다(표 1 참조). 이러한 현실을 감안할 때 전자상거래 활성화를 위해서는 전자상거래 경제주체인 소비자를 보호하는 것은 필연적이라 할 수 있다.

2.2 소비자 피해의 여러 가지 유형

전자상거래가 소비생활에 여러 가지 편익을 주고 있지만, 전자상거래가 활성화 될수록 다양한 형태의 소비자피해가 증가하고 있는 것도 현실이다. 최근 사

(표 1) 전자상거래 관련소비자피해 및 범죄현황

단위: %, (건)

구분	2001년	2002년	증감률
소보원의 전자상거래 관련 상담 (피해구제)	5,288 (628)	10,760 (1,045)	103.5 (66.4)
전자상거래 관련 범죄 (경찰청 사이버테러대응센터)	33,289	60,008	80.3

회문제가 되었던 하프플라자와 같은 소비자 피해사례라든지, 경매 등으로 위장하여 폭리를 취하는 사례 등이 계속 발생하게 될 경우, 시장기반이 흔들릴 수 있다. 이러한 전자상거래는 사업자와 소비자가 서로 비대면 상태에서 온라인을 통해 거래를 하기 때문에, 사기·기만 거래로 인한 소비자피해가 발생할 가능성이 높다. 전자상거래 관련 소비자피해는 기존의 통신판매에서 발생하는 소비자피해와 대체로 유사하지만, 다음과 같이 유형화해 볼 수 있다.

첫째, 소비자가 대금을 지불했으나 제품을 보내 주지 않는 피해이다. 심지어는 대금만 챙긴 뒤 쇼핑물의 해당 웹사이트를 폐쇄하고 도주하는 예도 발생하고 있다.

둘째, 배달 관련 피해이다. 당초 사이트에서 표시·광고한 것과 다른 제품을 보내 주거나, 하자가 있는 제품을 보내 주는 사례, 또 약속한 배송기한을 넘겨 늦게 배달해 주는 사례 등이 여기에 해당된다.

셋째, 대금관련 피해이다. 주문하지도 않은 상품 대금이나 무료라고 광고하고도 서비스 대금을 요구하는 사례, 대금을 이중 청구하는 사례 등이 여기에 해당된다. 또 소비자가 계약을 취소하고 상품을 반품했으나, 사업자가 대금 환급을 거절 또는 지연함으로 인한 소비자피해를 들 수 있다

넷째, 개인정보 유출로 인한 피해이다. 소비자들이 인터넷 쇼핑몰에서 구매를 하기 위해서는 자신의 개인정보를 제공하고 회원으로 가입해야 하는 경우가 많다. 사업자가 사전에 소비자의 동의를 얻지 않고 개인정보를 다른 목적으로 이용하거나, 제3자에게 제공하기도 하고, 또 소비자가 원치 않는 스팸메일을 보냄으로 인해 소비자피해가 발생할 수 있다. 이 외에도 소비자의 ID 및 패스워드, 신용카드번호 등이 도용되거나, 인터넷상에서 개인정보가 공개되어 비방, 중상

을 받는 등의 피해를 입을 수도 있다. 최근 정부에서 조사한 발표에 의하면, 인터넷 사업자들의 개인정보보호 의식이 여전히 미흡해 개인정보 유출의 위험성이 높은 것으로 나타났다. 정보통신부와 한국정보보호진흥원(KISA) 개인정보침해신고센터가 전국 네티즌을 대상으로 2003년 11월14일부터 23일까지 열흘간 개최한 '개인정보침해 웹사이트 검색대회' 결과에 따르면, 대회 기간동안 총 3625개 업체의 개인정보 침해사례 3808건이 신고·접수됐다. 신고 건수를 유형별로 살펴보면 개인정보 관리 책임자를 미고지한 경우가 3224건(31.3%)으로 가장 많았고, 보유기간 미고지가 2367건(23%), 개인정보 열람·정정 방법 미고지가 2178건(21.2%), 회원탈퇴 방법 미고지가 2,166건(21%) 순으로 접수됐다. 또 회원 DB가 검색사이트 등에 검색돼 개인정보 유출 위험이 가장 높다고 할 수 있는 사례도 263건이나 나타났다. 상기한 여러 가지 소비자피해의 사례를 최근 한국 소비자보호원에서 발표한 자료를 토대로 소비자 피해유형을 도표로 살펴보면 표 2와 같다.

한편 전자상거래 분쟁조정위원회⁴⁾에 2001년 전자거래 분쟁 신청건수는 사이버쇼핑몰 거래규모 확대 등의 요인으로 2000년 83건에서 2001년 457건으로 크게 증가하였다. 분쟁 유형별로 분석해 보면 총 457건 중 배송지연(183건, 40%), 계약취소 반품(126건, 28%), 물품하자(48건, 10%), 개인정보보호(28건, 6.1%) 순이었다.

3. 소비자보호 관련법제정과 국내의 동향

전자상거래로 인하여 발생한 소비자보호문제는 거래의 특성상 한정된 문제가 아니기 때문에 전자상거래는 전 세계적으로 급속도로 발전하고 있으며, 국제거래가 쉽게 이루어질 수 있는 거래형태이다. 따라서 이로 인하여 발생한 소비자 문제는 어느 한 국가 또는 소수의 국가에 한정되는 문제가 아니라 전 세계 모든 국가의 공통된 관심사이다. 이러한 인식하에 국제연합(UN)을 비롯한 국제기구에서는 전자상거래에

(표 2) 전자상거래 소비자 피해 유형

단위: %, (건)

피해유형	2001년	2002년		증감률
		전자상거래	인터넷쇼핑몰	
계약거절 및 대금 미환급	15.3(96)	28.6(299)	169(131)	211.5
물품의 미인도·인도지연	31.4(197)	19.6(205)	25.6(199)	4.1
물품의 하자	12.9(81)	15.7(164)	19.8(154)	102.5
계약의 불완전 이행	13.2(83)	14.9(156)	17.9(139)	88.0
부당 대금청구	16.6(104)	10.0(105)	10.3(80)	1.0
A/S 불만	1.4(9)	4.3(45)	3.5(27)	400.0
허위·과장 표시광고	5.6(35)	3.5(37)	3.0(23)	5.7
부당계약체결	1.6(10)	1.3(14)	1.6(12)	40.0
기타	2.1(13)	1.9(20)	1.4(11)	53.8
계	100.0 (628)	100.0 (1,045)	100.0 (776)	- 66.4

자료: 한국소비자 보호원 [전자상거래 상담 및 피해구제 동향분석] 2003, 6

있어서 소비자보호에 관한 통일된 국제규범의 제정을 위하여 다양한 노력을 하고 있으며, 세계 각국 역시 상호 긴밀한 협력체제를 형성하여 법령과 제도를 정비 또는 신설하고 있다.

3.1 국제기구에서의 논의 동향

국제연합(UN) 국제거래법위원회에서의 논의

국제연합에서의 전자상거래에 관한 논의로 주로 무역거래법위원회에서 논의되고 있다. 국제연합국제거래법위원회(UNCITRALUN: UN Commission on International Trade Law)는 국제거래에 있어서 장벽이 되는 국내법의 상이함을 인식하고 이러한 장벽을 해소하기 위하여 1996년에 설립되었다. 국제연합에 있어서 전자상거래에 관한 사항은 주로 이 위원회에서 다루어지고 있으며, 전자상거래와 관련하여 1985년 제 18차 회기에서 '전자문서의 법적 효력을 인정하는 권고안'(Recommendation on the Legal Value of Computer Records)과 1987년에는 '전자자금이체에 관한 법률지침'(Legal Guide on Elec-

4) 전자상거래분쟁조정위원회는 전자거래기본법 제28조에 근거하여 전자상거래 분쟁의 신속한, 그리고 효율적인 해결을 위해 설치되었으며, 현재 전자거래진흥원에 설치됨.

tronicFund Transfer) 및 1992년에 ‘전자자금이체에 관한 모델법’ (Model Law on Electronic Fund Transfer)을 제정하였다. 또한 전자상거래를 이용하는 이용자의 개인정보를 보호하기 위하여 1990년에 디지털화된 개인정보의 규제에 관한 가이드라인(Guidelines for the Regulation of Computerized Personal Data Files)을 채택하였다.

최근에 있어서는 ‘국제거래법위원회 전자상거래 모델법’만으로 전자상거래에서 발생하는 법률문제를 다루기에는 부족하다는 인식 하에 1997년부터 실무작업반을 구성하여 ‘전자서명에 관한 모델법’ 제정작업을 시작하였고, 그 결과 2000년 9월 비엔나에서 열린 제37차 실무작업반 회의에서 ‘전자서명에 관한 모델법 초안’(Draft Guide to Enactment of the UNCITRAL Model Law on Electronic Signatures)을 승인하였다. 이 전자서명 모델법 초안은 2001년 6월 5일 제34차 국제거래법위원회에서 ‘국제거래법위원회 전자서명 모델법’(UNCITRAL Model Law on Electronic Signatures)으로 채택되었다.⁵⁾ 하지만 국제거래법위원회에서는 전자상거래에서의 소비자보호에 관하여 구체적인 내용을 입법화하지 않고 있다. 즉, 대표적인 ‘국제거래법위원회 전자상거래 모델법’의 주요 내용은 데이터 메시지에 관한 규정이며, 소비자보호에 관하여는 적용범위에서 동 모델법은 모든 소비자보호를 목적으로 하는 법에 우선하지 않는다고 하여 소비자보호에 관한 구체적인 사항을 유보하고 있다.

3.2 경제협력개발기구(OECD)에서의 논의

경제협력개발기구(OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development)는 1980년대부터 전자상거래에 관한 논의를 시작하였으며, 1997년에 발간된 샤키 보고서를 통하여 전자상거래의 유용성과 정부정책 방향을 제시하였다. 이러한 경제협력개발기구의 논의는 전자상거래의 전반적인 분야(지적재산권, 상표권, 관세 및 내국세, 정부규제, 프라이버시 보호, 전자인증, 소비자보호, 내용물규제 등)에 대하여 다른 국제기구보다 광범위하게 다루고 있다.

전자상거래 관련 주요 이슈 중에서 프라이버시 보호와 소비자보호에 관한 논의 동향을 중심으로 분석해보면, OECD는 1980년에 ‘사생활보호 및 개인신상에 대한 데이터의 국가간 전송에 관한 가이드라인’(Guideline on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data)을 비롯하여 1985년 ‘국가간 데이터 전송에 관한 선언문’(Declaration on Transborder Data Flows), 1992년 ‘정보시스템 보안에 관한 가이드라인’(Guideline for Cryptography Policy)과 1997년 동 권고안(The Recommendation on Guideline for Cryptography Policy)을 채택하였다. 또한 경제협력개발기구는 1998년 10월 캐나다 오타와에서 각료회의(이하)를 개최하여 ‘네트워크 상의 프라이버시보호에 관한 선언’(Declaration on the Protection of Privacy on Global Network)과 ‘전자상거래상 소비자보호에 관한 선언’(Declaration on the Consumer Protection of the Context of Electronic Commerce)⁶⁾ 및 ‘전자상거래를 위한 인증에 관한 선언’(Declaration on Authentication for Electronic Commerce)을 채택하였다. 먼저 ‘네트워크 상에서 개인정보보호의 중요성을 선언함과 더불어 1980년 ‘사생활보호 및 개인신상에 대한 데이터의 국가간 전송에 관한 가이드라인’, 1985년 ‘국가 간 데이터 전송에 관한 선언문’, 1992년 ‘정보시스템 보안에 관한 가이드라인’과 1997년 동권고안을 통한 개인정보보호를 재확인하였다.⁸⁾ 그 결과 소비자정책위원회(CCP: Committee on Consumer Policy)는 전자상거래에 참여하는 소비자를 보호하기 위한 가이드라인을 작성하였으며, 이후 1999년 12월 9일 제964차 경제협력개발기구 위원회에서 ‘전자상거래 환경하에서의 소비자보호가이드라인’(Guideline for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce: 이하에서는 ‘소비자보호 가이드라인’이라고 함)을 채택하였다.⁹⁾ 이 ‘소

6) 1998년 10월 7일에서 9일까지 캐나다 오타와에서 개최된 OECD 각료회의는 사용자와 소비자의 신뢰구축, 디지털 시장을 위한 기본적 규범의 제정, 전자상거래를 위한 정보기반의 확충 및 사회적, 경제적 혜택의 극대화에 관하여 주로 논의하였다.
7) 이에 대한 자세한 내용은 다음을 참고. 강성진, “OECD의 전자상거래 소비자보호 선언에 대한 고찰”, 『소비자문제연구』 제22호, 한국소비자보호원, 1999. 6, pp. 51-52
8) OECD, 『Ministerial declaration on the Protection of Privacy on Global Networks』, Ottawa(DSTI/ICCP/REG(98)10/FINAL), Paris, OECD Publications, 1998. 12. 22, pp.3-5.

5) <http://www.uncitral.org/en-index.htm>

비자보호 가이드라인'은 권고의 형태를 취하였기에 경제개발협력기구 회원국에 대하여 이의 채택을 법적으로 구속하지 않지만 이를 준수하여야 하는 도덕적 의무를 부과하고 있다. 하지만 소비자보호 가이드라인은 전자상거래를 이용하는 소비자의 보호에 일반원칙을 제시하여 21세기 전자상거래의 발전에 새로운 장을 열었다는 점에서 큰 의미를 가진다.¹⁰⁾

3.3 美國

기술적으로 우위에 있는 미국은 근본적으로 전자상거래 시장에서 정부의 개입을 배제하고 시장기능 및 당사자의 자율에 맡기려는 입장을 견지하고 있다. 미국정부의 기본입장은 1997년에 발표된 '지구촌 전자상거래 기본계획'(A Framework for Global Electronic Commerce)¹¹⁾에서 잘 나타나 있으며, 그 기본원칙은 다음의 세 가지로 요약할 수 있다. [5] 첫째, 정부가 아닌 다른 경제주체(사업자나 소비자)가 주도하여 전자상거래를 발전시켜야 하며, 정부는 전자상거래의 특성을 파악하여 부당한 간섭을 하지 말아야 하며(민간주도의 원칙), 둘째, 정부개입이 필수적인 경우에 그 목적은 전자상거래를 발전시키기 위함이어야 하며, 개입의 정도에 있어서도 예측가능하며 최소한의 범위 내에서 단순하여야 하고(정부개입의 최소화 원칙), 셋째, 인터넷을 통한 전자상거래는 전 세계적인 기초위에서 발전되어야 하기 때문에 법적 기본방침 역시 세계적인 협력을 통하여 이루어져야 한다(국제적 협력의 원칙).¹²⁾

따라서 전자상거래에 있어서의 소비자보호도 민간주도로 이를 추진하며, 법적인 보호는 민간의 노력을 뒷받침하는 정도에 그치는 것을 원칙적으로 하고 있다. 즉, 소비자보호에 관한 문제의 경우 법령을 제정·개정 및 제도를 신설하여 소비자의 신뢰성을 확보하기 위한 노력을 하되 소비자와 사업자의 교육, 자율적인 규제의 장려를 강조함으로써 전자상거래 소비자보호 문제에 있어서 민간자율의 원칙 및 정부개입의 최소화 원칙을 견지하고 있다. 미국이 이러한 기본입장을 견지하는 이유는 물론 소비자보호가 전자상거래의 성장을 위해서 중요하지만 이를 위한 업계에 과도한 부담을 주는 새로운 규제 및 법규를 도입할 경우 자칫 성장의 걸림돌이 되지 않을까 하는 우려 때문이라고 할 수 있다.

전자상거래 소비자보호에 관한 정부 차원의 노력으로는 우선 연방거래위원회(FTC)의 활동을 들 수 있다. 연방거래위원회는 연방거래위원회법 제53a에 의하여 인터넷 피라미드, 사기·기만거래 등 전자상거래 사업자의 부당행위를 규제·단속하고 있으며, 인터넷상의 광고에 대한 광고기준(Standards for Advertising on the Internet)을 발표하였다. 그리고 전자상거래 소비자보호 관련 법률로서 아동으로부터 정보 수집을 제한하기 위한 '아동 온라인 프라이버시보호법'(Children Online Privacy Protection Act), 전자서명에 대한 법적 효력을 규정하고 있는 '전자서명법'(Electronic Signatures in Global and National Commerce Act), 스팸메일을 규제하기 위한 각 주의 스팸메일 규제법 등이 제정되고 있다. 또한 '통일전자거래법'(Uniform Electronic Transfer Act)이 제정되어 개인 정보를 보호하기 위한 '기업·단체에 대한 개인정보보호지침'이 제정되었다.

3.4 유럽연합(EU)

전자상거래 소비자문제의 해결을 민간차원의 자구 노력에 원칙적으로 맡기면서 국가에 의한 개입은 최소한에 그치는 미국과는 대조적으로 EU에서는 비교적 일찍부터 입법을 통해 해결하려고 노력하여 왔다.

9) OECD, 『Guidelines for Consumer in the Context of Electronic Commerce』, Paris, OECD Publications, 2000. 2, p. 3.

10) OECD에서는 '소비자보호 가이드라인'의 준수실태를 파악하고 그에 따른 후속조치를 강구하기 위하여 2001년 3월 13일에서 14일 양일간 독일 베를린에서 워크숍을 개최하였다. 동 워크숍에서는 회원국의 동 가이드라인에 대한 실행상태와 국제적 협력의 중요성, 사업자와 소비자에 대한 교육의 필요성, 민간차원의 분쟁해결제도의 중요성과 활동, B2C전자상거래에 대한 더 많은 정보의 수집과 공유, 비회원국과의 국제적 협력, 동 가이드라인에 대한 후속조치의 필요성이 주요 논의사항이었다(Dawn Friendkin·John Dryden, 『Consumers in the Online Market place OECD Workshop on the Guideline-one year later』, Paris, OECD Publications, 2001. 4, pp. 5-6.

11) <http://www.iitf.nist.gov/elec.htm>.

12) Michael M. Sax, 『International Law Issues relating to

Electronic Commerce』, Toronto, OSGOODE HALL LAW SCHOOL, 2000. 5, pp. 14-15.

1997년 4월에는 ‘전자거래에 있어서의 유럽 이니셔티브(initiative)’를 선언하고, 그것에 따라 다수의 EU지침의 제정을 위한 작업이 진행되어 왔다.

이미 1995년에 ‘개인정보보호지침’이 성립하여 1998년 10월부터 발효하였고, ‘원격지간 소비자보호지침’도 1997년 성립하여 2000년 6월까지 이 지침에 따른 국내법 입법의무가 가맹국에 부과되었다. 또한 1999년 12월에 ‘전자서명지침’, 2000년 6월에 ‘전자상거래지침’을 발표하였고, 또한 소비자가 전자적 수단을 이용하여, 효과적이고 저렴한 비용으로 분쟁을 해결할 수 있도록 대안적 분쟁해결제도(ADR)에 대한 권리를 2001년 4월 4일에 제정하였다.

3.5 우리나라의 소비자보호 관련법과 개선방안

전자상거래에서의 소비자보호의 대상은 크게 개인 정보에 대한 보호와 재화 또는 용역의 거래와 같은 일반적인 전자상거래 과정에서 발생하는 소비자보호의 문제로 구분할 수 있다.

먼저 소비자의 개인정보 분야에서는 종전과 달리 정보의 수집이 용이하게 됨에 따라 정보의 불법적인 수집과 사용이 증가하고 있으며, 특히 전자상거래사업자에 의한 마케팅 전략의 일환으로 개인정보보호를 침해하는 사례가 급증하고 있다. 이러한 소비자의 피해를 예방 또는 구제하기 위하여 관련법령에서는 개인정보에 관한 소비자의 권리를 침해에 대한 구제에 중심을 둔 소극적 권리에서 정보의 열람·정정·삭제 등과 같은 직접적인 권리를 내용으로 하는 적극적 권리로서 인정하고 있다.

둘째, 재화 등의 거래분야에서는 비대면·비접촉거래의 특성으로 인하여 전자상거래 사업자에 의한 잘못된 정보전달에 의한 피해, 무분별한 소비자의 청약에 따른 문제점 등이 나타나고 있다. 이러한 전자상거래에서 발생하는 소비자문제에 대하여 초기에는 계약 관련 법령인 민법과 상법,¹³⁾ 소비자보호관련 법령인 ‘소비자보호법’¹⁴⁾, ‘방문판매 등에 관한 법률’¹⁵⁾ ‘할부

거래에 관한 법률’ 및 ‘약관의 규제에 관한 법률’ 등을 적용하여 소비자를 보호하였으나, 전자상거래의 특성에서 발생하는 다양한 소비자문제를 규율할 법령의 제정·개정에 대한 요구가 점차 증대되어 전자상거래의 기본적인 사항을 규율하는 ‘전자상거래기본법’¹⁶⁾과 ‘전자서명법’¹⁷⁾을 제정함과 더불어 사업자의 부당한

- 14) 동법은 각종 거래에 있어서 소비자보호의 기본법으로써 소비자의 기본적 권리인 안전의 권리, 필요한 정보를 제공받을 권리, 선택의 권리, 정채결정에 의견을 개진할 수 있는 권리, 신속·공정한 절차를 통한 보상을 받을 권리, 교육을 받을 권리 및 단체조직 및 활동권, 안전하고 쾌적한 소비생활환경에서 소비할 권리 등을 보장하고 있으며, 소비자의 기본적 권리보장을 위하여 국가, 지방자치단체 및 사업자에게 일정한 의무를 부과하고 있다.
- 15) 전자상거래는 사업자가 전기통신을 통하여 소비자에게 재화 또는 용역의 광고를 하고 소비자가 역시 전기통신을 이용한 청약을 통하여 거래가 이루어지므로 그 거래 형태가 통신판매와 비슷하다. 그러므로 전자상거래 역시 개정되기 전의 ‘방문판매 등에 관한 법률’ 중 통신판매에 관한 규정의 적용을 받게 된다. 이창범, “전자상거래의 법적 과제”, 『서울법학』, 대전대학교 법학연구소, 1998. 2, p. 453; 김태홍·조홍길, “전자상거래 환경에서의 소비자보호정책에 관한 고찰”, 『동국대학교 경제경영논총』 제23권 제2호, 1999. 12, p. 14; 최경진, 전거서, p. 87; 최창열, “전자상거래에서의 소비자보호에 관한 고찰”, 『비교사법』 제6권 2호, 한국비교사법학회, 1999. 12, p. 762
- 16) 이종주, “전자거래기본법 및 전자서명법의 제정경과 법적 검토”, 『법조』 제516호, 1999. 9, pp. 73-75; 왕상환, “전자상거래 관련 주요쟁점 및 국내 기본법안 고찰”, 『상사법연구』 제17권 제2호, 1998, p. 256 ‘전자상거래기본법’은 전자상거래의 기본법이라는 특성 때문에 소비자보호에 관한 내용에 관하여 선언적인 규정만을 담고 있다(동법 제29조 내지 제32조). 동법의 이러한 규정은 기본법이기에 불가피한 측면이 있지만 급속히 증가하고 있는 소비자피해에 대한 구체적인 해결방안을 제시하지 못하는 한계가 있다. 게다가 ‘전자거래기본법’은 주로 소비자와 기업간의 거래를 중심으로 규정하고 있기 때문에 기업 간 또는 기업과 정부와의 거래에 적용하기가 곤란하다는 문제점을 안고 있었다. 따라서 산업자원부는 이러한 동법의 문제점을 해결하기 위하여 2001년 12월 동법을 개정하여 동년 7월부터 시행하였다.
- 17) ‘전자서명법’은 1999년에 법률 제5792호로 제정되었다. 하지만 동법은 첫째, 전자서명을 관하여 디지털서명만을 인정하고 있어 앞으로의 전자서명 및 인증기술의 발전추세에 적합하지 않으며, 둘째, 인증기관에 관한 규정에서도 공인인증기관만을 규정하고 있는 한계를 노정하였으며, 셋째, 외국의 전자서명과 인증서의 법적효력에 관한 규정의 미비와 같은 문제점이 제기되었다. 따라서 이러한 점을 해결하기 위하여 동법 개정안이 2001년에 제안되어 동년 12월 7일에 개정되었다(국회 과학기술정

13) 국내에서는 민법과 상법상의 소비자보호에 관한 기본적인 법령들은 전자상거래 환경을 대비하여 만들어진 법령들이 아니기 때문에 본고에서의 논의의 범위에 포함시키지는 않도록 한다.

표시·광고행위를 규제하는 ‘표시·광고의 공정화에 관한 법률’ 및 전자상거래에서의 소비자보호를 목적으로 하는 ‘전자거래 소비자보호지침’¹⁸⁾을 제정함과 더불어 ‘전자상거래 표준약관’¹⁹⁾을 승인하였다. 또한 전자상거래를 이용하는 소비자의 보호를 주된 목적으로 하는 ‘전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률’이 제정되어 2002년 7월 1일부터 시행되고 있다.²⁰⁾

전자상거래소비자보호법의 내용 중 기존의 법과 비교하여 특이한 점은 다음과 같다[6]. 계약과정에서 청약유인행위가 금지된다. 사업자는 허위 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적인 방법을 사용하여 소비자를 유인하여서는 안되며, 이러한 금지의무를 위반한 경우에는 공정거래위원회 또는 시도지사는 당해 행위의 시정을 권고할 수 있으며, 이에 응하지 않은 경우 시정조치²¹⁾를 명할 수 있다. 이러한 시정조치에도 불구하고 위반행위를 지속하거나 시정조치에 응하지 않은 경우 1년 이내의 기간을 정하여 영업의 전부 또는 일부의 정지를 명할 수 있다(동법 제32조 제4항). 또한

당해 행위를 한 사업자에게는 1천만원이하의 과태료가 부과된다(동법 제45조 제1항 제3호). 전자상거래는 비대면거래의 특성으로 인하여 소비자의 구매의사를 표시함에 있어 해당 물품 및 가격, 수량등을 클릭하기 때문에 조작실수로 인하여 자신의 의도와 다른 내용으로 청약을 할 수 있기 때문에 소비자가 청약을 전송하기 전에 자신의 청약내용에 대한 하자유무를 확인할 수 있는 조치가 필요하다. 이에 전자상거래소비자보호법에서는 먼저, 사업자에게 소비자의 조작실수 등으로 인하여 의사표시의 착오 등으로 인한 피해를 예방할 수 있도록 거래대금이 부과되는 시점 또는 청약에 앞서 그 내용의 확인 및 정정에 필요한 절차를 마련할 의무를 부과하였다(동법 제7조, 제14조 제2항). 또한 전자상거래는 체결의 즉시성으로 인하여 소비자의 청약과 더불어 바로 승낙이 행하여지며, 전자상거래는 체결된다. 다만, 예외적인 경우에 소비자가 청약을 하고 승낙을 받은 경우라 할 지라도 예외적으로 시스템 또는 네트워크의 오류로 인하여 청약의 부도달 또는 미체결되는 경우도 있다. 이러한 경우를 대비함과 더불어 과다한 청약으로 인한 원시적 불능을 대비하여 사업자는 소비자로부터 재화 등의 거래에 관한 청약을 받은 경우 청약의 의사표시의 수신확인 및 판매가능 여부에 관한 정보를 신속하게 통지하여야 한다(동법 제14조 제1항). 또한 전자거래기본법 제 9조나 전자상거래소비자보호법에서는 청약 철회권을 인정하고 있는데 전자상거래에서 소비자는 직접 재화를 보고 청약여부를 결정하는 것이 아니라 광고 또는 E-mail등을 통해서 청약을 하기 때문에 광고에 표시된 재화의 상이한 재화가 인도, 또는 인도의 지연으로 많은 소비자가 피해를 입고 있으며, 총동적인 청약이나 사업자의 사기 또는 강박으로 인한 청약, 사업자의 불명확 설명으로 인한 청약까지 계약 구속력을 인정한다면 민법의 신의성실의 원칙에 반하게 된다. 현행 민법상 사업자의 사기 또는 강박에 의한 의사표시는 취소할 수 있기 때문에 이러한 소비자의 청약도 취소가 가능하지만(민법 제 110조 1항), 사업자의 사기 또는 강박행위 등을 전자상거래 소비자가 입증하기는 쉽지 않다. 따라서 소비자가 심사 숙고 없이 행한 청약 등으로부터 계약의 구속을 받지 않고 간단한 방식으로 계약관계에서 벗어날 수 있도록 하는 방식이 바로 청

보통신위원회, 전자서명법규개정법률안 심사보고서, 2001. 12. p. 2).

- 18) ‘전자거래소비자보호지침’(공정거래위원회 고시 제2000-1호, 1999년 12월 30일 제정)은 전자상거래의 특성상 소비자와 사업자 간의 대면 없이 거래가 이루어지고 가상공간의 쇼핑물 개설과 폐쇄가 일반거래에 비하여 용이하다는 점을 고려하여 소비자보호에 만전을 기함과 더불어 시작단계에 있는 국내 전자상거래 시장의 활성화를 도모하기 위하여 ‘전자거래기본법’ 제29조 및 동 시행령 제16조를 근거하여 제정되었다. 지침의 내용은 전자상거래를 규율하고 있는 다양한 현행법규의 내용을 인용함과 더불어 전자상거래가 국경을 초월한 국가간의 거래가 손쉽게 이루어질 수 있다는 점을 감안하여 국제기준과의 조화의 차원에서 경제협력개발기구의 ‘소비자보호 가이드라인’을 수용하였다(공정거래위원회, 보도자료; 전자거래 소비자보호지침 제정·시행, 2000. 1. 10, pp. 1-2).
- 19) 공정거래위원회는 전자상거래의 건전한 거래질서 확립 및 소비자 권익보호를 위해 한국정보통신진흥협회 및 전자상거래연구조합 등이 심사 청구한 ‘전자상거래 표준약관’(일명 ‘인터넷사이버물이용표준약관’)을 2000년 1월 28일에 승인하였다(공정거래위원회, 보도자료; 전자상거래(사이버물 이용) 『표준약관』 승인, 2000. 2. 12, p. 1).
- 20) 방문판매 등에 관한 법률에서 전자상거래와 관련된 통신판매 규정을 분리하여 전자거래 등에서 소비자보호에 관한 법률을 제정하였다.
- 21) 시정조치에는 당해 위반행위의 중지, 이법에 규정된 의무의 이행, 시정조치를 받은 사실의 공표, 그밖의 시정에 필요한 조치가 있다(동법 제32조 제2항)

약철회권이다. 이러한 청약 철회권은 소비자보호를 위하여 청약을 철회할 수 없음을 인정하는 민법의 원칙에 대한 예외적인 제도이며, 전자상거래소비자보호법, 할부거래에 관한 법률과 방문판매 등에 관한 법률 등에서 인정하고 있다⁶⁾. 하지만 전자상거래소비자보호법에서의 소비자 청약철회권을 동법이 제정되기 전에 전자상거래를 규율한 ‘구방문판매 등에 관한 법률’보다 완화했다고는 하지만 표시의무위반, 조작실수 방지 화면의 미설치, 계약서의 미송부 등과 같은 사업자의 일정한 의무위반의 청약철회권과 소비자의 구매의사변경의 청약철회권의 행사요건을 동일시하고 있다. 이는 청약철회권의 행사요건을 소비자의 개인적 구매의사의 변경의 경우와 사업자의 의무위반의 경우로 구분하여 달리 정하고자 하는 원래의 입법취지와 일치하지 않은 것이며, 사업자의 표시의무위반에 대하여 ‘구 방문판매 등에 관한 법률’에서 청약철회권의 행사기간을 20일로 정하였던 것을 동법에서 7일로 단축한 것은 소비자보호 측면에서 미흡한 점이 있다고 하겠다. 또한 반환비용에 있어서도 사업자의 표시의무위반 등을 이유로 청약철회권을 행사하였지만 소비자가 반환비용을 부담하여야 하는 결과가 발생하게 된다. 따라서 동법은 청약철회권의 행사요건을 소비자의 개인적 구매의사변경의 경우와 사업자의 의무위반경우로 구분하고, 후자는 재화 등의 내용이 표시, 광고된 내용과 상이하거나 계약내용이 다르게 이행된 경우와 동법상 사업자의무를 위반한 경우로 구분하여 행사요건과 효과를 규정하여야 할 것이다.

4. 소비자보호를 위한 정책적 제언

전자상거래에 있어 소비자보호문제에 관한 여러 가지 피해유형을 고려해 볼때 다음과 같은 몇 가지 정책적 방안을 강구해 볼 수 있을 것이다.

첫째, 전자상거래 관련 소비자정책의 추진에 있어서 민간주도와 자율규제를 정책의 기본방향으로 추진하되 자율규제가 효과적으로 이행되도록 정부는 지속적으로 관계기업에 홍보와 지원이 필요하다. 물론 소비자보호에 있어서 업계에 의한 자율규제의 전통이 매우 미약한 우리나라로서는 자율규제에 입각한 전자

상거래정책을 추진하는데 어려움이 있겠지만, 예를 들어 일정한 요건을 갖춘 사이버쇼핑몰 등에 인증마크를 부여함으로써 소비자들이 이를 믿고 해당업체와 거래를 유도하도록 하는 등 전자상거래 업체 전체가 공인하는 인증기관을 만들어 업계 스스로 인증마크를 받기 위해 노력하는 자세가 정착되면 전자상거래에 대한 소비자의 신뢰는 크게 제고될 것이다. 이때 정부의 역할은 사업자들이 자율규제를 효과적으로 추진할 수 있도록 가이드라인을 만들어서 제시해야하며, 한편으로는 법적 규제장치를 정비하여 사업자들로 하여금 자율규제를 준수하지 않으면 안되도록 옆에서 지원하는 것이 되어야 할 것이다.

한국소비원등 민간소비자보호단체들이 주도해서 소비자들이 편리하게 인터넷 사이트를 비교 선택할 수 있도록 인터넷비교 선택 도우미 솔루션을 개발해서 소비자가 쇼핑물거래 또는 온라인게임, 콘텐츠이용을 위해 인터넷을 검색할 경우 검색대상사이트가 취득한 인증마크 및 기업평가정보를 확인할 수 있도록 하는 것이 효과적인 것이다.

둘째, 인터넷상의 사기, 기만, 과대광고 등의 거래에 대해서는 정부가 강력하게 규제할 필요가 있다. 이를 방지할 경우, 전자상거래 시장에 대한 소비자의 불신과 외면으로 이어져 전자상거래 발전의 큰 장애요인이 될 것이기 때문이다. 이를 위해 몇가지 방안이 강구될 수 있는데 다음과 같다. (1) ‘전자상거래 감시센터’를 설치하여 사이버쇼핑몰 등 국내 전자상거래 업체를 대상으로 감시업무를 지속적으로 수행해 나가야 할 것이다. 또한 분기별로 국내외에서 발생하는 전자상거래 관련 사기, 기만사건의 사례를 정리하여 소비자정보로 제공하여 이에 소비자의 경각심을 제고시킬 필요가 있다. (2) 소액다수다수 소비자 구제원활화를 위해 소송을 지원하는 시스템을 도입한다던가, 집단소송제등을 도입해서 개인이 하기 쉽지않은 피해에 대한 소송을 한국소비원등 민간소비자단체가 대행해주는 제도적 개선방안을 마련해야 한다. (3) 미국에서 부동산 거래시 이용하고 있는 에스스로제도를 도입해서 온라인 거래시 거래대금을 제3자가 임시보관했다가 물품의 배송확인후 판매자에게 지불하도록 해서 사기, 기만행위 및 물품 배송지연, 미인도등에 따른 소비자피해를 획기적으로 줄일 수 있다.

셋째, 전자상거래에 관한 소비자정보제공과 교육을 강화해 나가야 할 것이다. 현재 우리나라의 소비자정보제공 및 교육은 민간 소비자단체와 전문소비자보호기관인 한국소비자보호원을 통해 주로 이루어지고 있다. 또한 현재 한국소비자보호원에서 자체 교육연수프로그램에 전자상거래와 소비자보호 등과 같은 교과목을 편성하여 교육을 하고 있으나 기타 민간 소비자단체의 경우 아직 활동이 미미한 편이다. 또한 산업자원부가 중소기업을 대상으로 한 '전자상거래 지원센터'(ECRC)제도를 운영하고 있으나 소비자들을 위해 '전자상거래 소비자지원센터'도 함께 만들어 소비자들의 전자상거래 이용 및 피해예방 능력을 함양시키기 위해 첨단 교육기법 등을 활용한 교육을 실시하는 방안을 검토해 볼 필요가 있다. 또 소비자교육을 위한 프로그램으로 문서형태의 간행물도 좋지만 소비자들이 온라인 상에서 쉽게 접속하여 소비자정보 자료들을 쉽게 구독하고 활용할 수 있어야 할 것이 때문에 온라인 상에서 소비자에게 각종 소비자정보를 체계적으로 분류하여 제공하는 '전자상거래 소비자정보망'을 설치하여 운영하는 것도 하나의 대안이 될 수 있을 것이다.

넷째, 전자상거래 있어 소비자보호에 관한 국제적 논의와 협력에 적극 참여해야 한다. 각 소비자관련 단체들을 통합 관리할 수 있는 경제부처에 전자상거래 소비자보호과를 설치하여 각 국 정부의 전자상거래관련 소비자불만처리 및 분쟁조정업무를 수행하는 기관간의 상호 업무협약을 체결하여 불만처리 및 조정을 대행 또는 지원하고, 그 결과를 서로 승인하는 방안을 검토해 볼 필요가 있다.

그러나 전자상거래가 기본적으로 국경이 없는 인터넷 가상공간에서 이루어진다는 특성 때문에 관계규범의 제정이나 소비자 피해의 구제에 있어서 개별국가간의 상호협력보다는 다자간의 협약과 협력이 실질적인 효과를 가질 수밖에 없기 때문에 국제적인 논의동향을 예의주시하면서 국제적 공동행사에 적극 참여해야 할 것이다. 특히 국제 전자상거래 피해는 국가마다 법률이 다르고, 지리적, 언어적 문제가 있기 때문에 이를 극복할 수 있는 구제장치가 필요하다. 이런문제를 공동 협력하여 해결하기 위해 각국의 소비자보호 및 집행관련 기관들의 모임인 ICPCN(International Consumer

Protection and Enforcement Network)²²⁾에 우리나라 소비자보호원과 공정거래위원회가 회원으로 활동중이므로 이러한 국제기구를 통하여 국경을 넘어 발생하는 전자상거래 소비자피해나 사기에 대해 각국의 소비자보호 기관들이 공동 대처한 사례연구를 통해 향후 효율적인 협력방안을 모색하고 다른 회원국들에 참고 모델을 제시할 수 있어야 할 것이다. 앞으로 이러한 국제기구를 통하여 회원국간 국제거래 소비자피해를 상호 구제해 주는 프로그램을 개발하여 영어권국가가 선도하고 있는 국제 전자상거래 시장에서 비 영어권 국가들도 함께 전자상거래 시장 활성화에 참여할 수 있을 것으로 예상된다.

5. 결론

소비자가 신뢰하고 거래할 수 있는 전반적인 시스템의 구축이 이루어지지 않는다면 전자상거래가 활성화될 수 없다는 것이 객관적으로 입증된 것은 아니나 최소한 부정적인 영향을 미칠 것이라는 것에는 이문의 여지가 없다. 전자상거래는 이미 우리생활 전반에 걸쳐 지대한 영향력을 행사하고 있기 때문에 전자상거래로 인하여 발생하는 다양한 문제점을 조속히 해결하여 건전한 상거래분야로 속히 정착될 수 있도록 전자상거래 환경을 정비하여야 할 것이다. 소비자보호 역시 이 분야의 핵심적인 사항중의 하나이며, 이를 위하여 법적, 제도적 노력을 다 하여야 할 것이다. 이러한 측면에서 2002년부터 시행되고 있는 '전자상거래에 관한 소비자보호법'은 그 입법의의의가 매우 크다고 할 수 있으나, 구체적인 면에서는 몇 가지 미흡한 점이 있어 이에 대한 개선이 요구된다.

첫째, 전자상거래소비자보호법에서 청약철회권의 행사요건과 관련하여 동법에서는 재화 등의 내용이 표시, 광고된 내용과 상이하거나 계약내용과 다르게 이행된 경우와 기타의 경우로 청약철회권을 구분하고 있다. 하지만 표시의무위반, 조작실수방지화면의 미설

22) 원래 IMSN(International Marketing Supervision Network)으로 1992년 OECD 소비자 정책위원회 회원 20개국이 결성해서 국제거래 감시활동을 10여년간 수행해오다 2003년 봄 호주회의에서 현재의 ICPCN으로 바뀜

치, 계약서의 미송부 등과 같은 사업자의 의무위반의 청약철회권과 소비자의 구매의사변경의 청약철회권의 행사요건을 동일시하고 있다. 이는 청약철회권의 행사요건을 소비자의 개인적 구매의사의 변경의 경우와 사업자의 의무위반의 경우로 구분하여 달리 정하고자 하는 원래의 입법취지와 일치하지 않은 것이며, 사업자의 표시의무위반에 대하여 ‘구 방문판매 등에 관한 법률’에서 청약철회권의 행사기간을 20일로 정하였던 것을 동법에서 7일로 단축한 것은 소비자보호 측면에서 미흡한 점이 있다. 따라서 동법상 청약철회권의 행사요건은 소비자의 개인적 구매의사변경의 경우와 사업자의 의무위반의 경우로 구분하고, 후자는 재화 등의 내용이 표시, 광고된 내용과 상이하거나 계약내용과 다르게 이행된 경우와 동법상 사업자의무 위반한 경우로 구분하여 행사요건을 규정하여야 할 것이다.

전자상거래가 활성화되기 위해서는 여러 방안이 필요하겠지만 신뢰할 수 있는 보안기술과 정책을 바탕으로 일반소비자들이 쉽게 전자상거래를 이용할 수 있고, 또 만약 문제가 발생할 경우 이를 해결할 수 있는 합리적이고도 효과적인 제도적 장치를 마련해야 할 것이다. 전자상거래의 특성상 국경을 넘어서 이루어지는 거래의 규모가 늘어나고 이에 따라 사기사건이 빈발하고 소비자의 피해가 증가하고 있는 상황에서 각 국의 상이한 소비자보호법을 효과적으로 집행하고, 소비자피해를 신속하게 구제하기 위해 회원국의 법령과 자율규제 메커니즘을 조사하고 회원국이 상호간 공동으로 활용할 수 있는 기술 등 방안이 강구되어야 할 것이다. 예를 들어, 소비자를 사기, 허위 과장광고로부터 보호하는 미국, EU등의 규제기관들 모임인 ICPEN(International Consumer Protection and Enforcement

Network)이 활동하고 있듯이 전자상거래특성상 지속적인 국제적 협력과 논의 역시 중요시된다.

또한 전자상거래와 밀접한 관련을 맺고있는 정보통신, 방송 등 프라이버시보호를 위한 영역별 자율규제의 가이드라인 정도는 정부가 먼저 제정, 권고하는 것이 필요하다. 이런 경험을 바탕으로 부분별 보완입법체제를 구상하는 것이 민간부분에 적용되는 일반법을 제정하는 것보다는 훨씬 실효성이 있을 뿐 아니라 민간의 판단을 존중한다는 점에서도 전자상거래에 있어서 바람직한 소비자보호 방향이라고 할 수 있다. 끝으로, 무엇보다 전자상거래가 활성화되기 위해서는 사업자들의 자발적인 자율적 규제를 통해 프라이버시와 소비자보호가 확보될 수 있는 모델이 정착되어야 할 것이다.

참고문헌

- [1] 재정경제부 & 한국소비자보호원, 『전자상거래와 소비자보호』, 2003. 6. pp. 3.
- [2] 한국소비자보호원, 『2002 전자상거래 소비자 피해백서』, 2002. 1. 24.
- [3] 김정호, 『전자상거래 상담. 피해동향분석』, 한국소비자보호원, 2003, pp. 5.
- [4] 한국소비자보호원, 『개인정보 보호 및 스팸메일에 대한 소비자 의식조사』, 2003. 3. 19, pp. 1~12.
- [5] 왕상한, “전자상거래 국제논의 동향”, 『인터넷법률』 창간호, 법무부, 2000. 7, pp. 152.
- [6] 고흥석, “사업자와 소비자간 전자상거래에서 소비자보호에 관한 연구”, 정보화정책 제10권, 제1호, 2003년 봄, pp. 120~142.

● 저 자 소 개 ●



최 용 길

1976년 고려대학교 무역학과, 심리학과(학사)

1980년 고려대학교 마케팅(석사과정)

1985년 미시간주립대 국제 경제학(석사)

1988년 조지아대학교 경영교육학과(석사)

1992년 조지아대학교 경영교육학과(박사)

1992년~1995년 조지아대학교 경영대학 기업경영연구소 연구원

2001년~2002년 Texas A&M 주립대학 국제경영학과 객원교수

1997년~현재 : 경기대학교 경영학부 교수

관심분야 : 전자상거래, 사무자동화, Office System Management, 컴퓨터 보안