

# 전자상거래 소비자 피해실태와 소비자보호 대책에 관한 연구

문태현\*

## 요 약

최근 전자상거래의 발전과 함께 소비자 피해도 급증하고 있다. 본 연구결과 전자상거래 피해 품목을 보면 정보통신 기기 및 서비스 위주에서 문화용품, 의류 생활용품으로 그 품목이 변화되는 추세를 보이고 있었고 피해 유형으로는 하프플라자의 피해 등으로 인하여 물품의 미인도 및 인도지연과 관련된 소비자 피해가 1,185.3%나 급증한 것으로 나타났다. 거래분야별로 보면 현재는 인터넷쇼핑몰과 관련된 피해가 90% 이상을 차지하고 있으나 향후 인터넷콘텐츠와 관련된 피해도 증가할 것으로 예측되었다. 인터넷콘텐츠의 경우 미성년자의 게임관련 피해가 가장 많은 사례로 나타났다. 그리고 피해가 다발하는 세부품목을 보면 디지털카메라, 노트북, 인터넷게임 등의 순으로 나타났다. 따라서 피해급증 분야에 대한 소비자보호 대책과 하프플라자와 같은 사기 피해에 대한 예방 대책 마련이 시급하며 장기적으로는 사업자의 의식개선을 통한 자율적인 소비자보호 체계구축이 필요한 것으로 나타났다.

## 1. 서론

일반적으로 '소비자 피해'란 소비자가 물품이나 용역을 구입하여 사용하거나 이용하는 과정에서 품질의 하자 또는 결함, 사업자의 위법행위 또는 부당 권유행위 등으로 인하여 소비자가 입는 생명·신체상의 손해와 재산상의 손해를 총칭한다(김성천, 2003). 대량생산, 판매 및 소비를 근간으로 하는 현대 자본주의 시장경제 구조 하에서는 소비자불만 및 피해 발생이 보편화되어 있고, 피해내용 또한 소규모 피해에서부터 심각한 신체 위협까지 매우 다양하며, 때에 따라서는 피해의 파급효과가 광범위하게 나타나기도 한다. 더욱이 전자상거래와 같이 고도의 기술과 여러 사업자가 관여된 유통구조 등으로 인하여 소비자 피해가 발생할 경우 피해의 원인이

어느 단계에서 발생했는지 규명이 곤란하고 누구에게 그 책임을 물어야 하는지 손해보상을 청구하기도 힘들다.

전자상거래에 관련된 소비자피해는 크게 두 가지로 구분해 볼 수 있다. 첫째는 전자상거래 상에 발생하는 직접적인 거래관련 피해로 상품 배달지연, 허위·과장 광고 및 표시 등 우리가 일반적으로 일컫는 전자상거래 소비자 피해이다. 둘째는 전자상거래 과정에서 파생적으로 발생하는 피해로 개인정보의 침해 문제이다(문태현, 2003).

전자상거래 피해는 근본적으로 가상공간에서 이루어지는 비대면 거래에서 기인한다. 특히 오프라인과 달리 온라인 상에서는 상품을 직접 만지거나 볼 수 없기 때문에 당초 기대했던 것과 다른 상품을 받기 쉽다. 그리고 많은 비용을 들이지 않고 단시간 내 인터넷쇼핑몰을 만들 수 있기 때문에 사기 또는 기만을 당할 가능성도

\* 한국소비자보호원 부장, 경영학 박사

높다. 또한 각기 다른 장소에 있는 소비자로부터 일시적으로 대량 거래가 가능하여 이로 인한 상품 조달과 배송에 따른 소비자 문제 또한 오프라인과 다른 소비자 문제라고 할 수 있다. 아울러 온라인 거래 과정에서 소비자들의 개인정보가 본인도 모르는 사이에 유출되어 예기치 않은 물질적, 정신적 피해가 나타나기도 한다.

이와 같이 전자상거래 급성장에 따른 소비자의 편익 이면에는 앞서 언급한 소비자 피해라는 역기능이 나타나게 되는데, 전자상거래의 경우 비대면 가상공간을 기반으로 하고 있어 소비자의 신뢰 확보는 다른 어느 분야보다도 중요한 요소가 아닐 수 없다. 이러한 관점에서 전자상거래에 있어서 소비자 피해의 현황과 추세는 전자상거래 시장의 안정성을 판단하는데 매우 중요한 요소가 된다.

일 예로 한국소비자보호원에 접수된 2003년 상반기 전자상거래 관련 소비자상담 접수 건수는 약 11,601건이다. 이를 과거 동기간과 비교해 분석해 보면 2000년 640건에서 2001년에는 2,204건으로 약 3.4배의 급증 현상을 보이다가 2002년 상반기에는 4,631건으로 그 증가세가 2.1배로 다소 완화된 듯하였다. 그러나 2003년의 경우 전년 대비 2.5배로 다시 증가세가 높아지고 있는 것으로 나타났다. 이렇듯 소비자 피해가 다소 불규칙하면서도 지속적인 급증 현상을 보이는 것은 전자상거래 시장이 소비자의 신뢰 측면에서는 아직까지 안정세에 진입하지 못한 것임을 반증한다고도 볼 수 있을 것이다. 따라서 당분간 예상치 못한 소비자 피해의 발생과 이를 해소하기 위한 사업자와 관계당국의 자율적 또는 타율적 제도 마련이 지속적으로 진행되는 조장기간이 진행될 것으로 예측된다(문태현, 2003).

따라서 본 연구는 우선, 전자상거래의 소비자 보호 분야에 있어서 각국의 법제 현황을 살펴

보고, 아울러 국내 전자상거래와 국제 전자상거래를 이용하는 우리나라 소비자들의 피해 사례 분석을 통해 소비자피해의 동향과 추세, 구체적인 문제점을 파악하고자 한다. 그리고 이러한 분석과 검토를 통해 전자상거래 시장의 신뢰성 확보를 위한 보다 발전적인 대안을 모색하고자 한다.

## II. 연구문제의 설정 및 연구방법

### 2.1. 연구문제 설정

최근 급속히 발전하는 전자상거래 활성화와 소비자만족을 위한 많은 연구가 이루어지고 있다. 그럼에도 불구하고 전자상거래 관련 소비자 불만 및 피해는 지속적으로 급증하고 있으며 이는 신장 신뢰를 바탕으로 하는 전자상거래의 안정적인 발전에 큰 저해요인으로 등장하고 있다.

따라서 본 연구는 전자상거래 시장의 소비자 보호 문제점 분석과 그 대안을 마련하는데 그 목적이 있다. 이러한 연구 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 세부 연구문제를 설정하였다. 첫째, 현재 우리나라의 소비자보호 제도와 법규 현황은 어떠한가? 둘째, 우리나라 전자상거래에 있어 소비자피해 추세와 유형은 어떠하며 이로 인한 문제점은 무엇인가? 셋째, 전자상거래 소비자 피해를 방지하기 위하여 현행 법규와 제도의 개선방안과 소비자보호 대책은 무엇인가?

### 2.2. 연구방법

위의 연구문제를 해결하기 위하여 관련 법규에 대한 문헌 연구와 실제 전자상거래 과정에서

발생하여 처리된 소비자 상담과 피해 사례를 분석하는 방법을 사용하였다. 소비자 상담 및 피해 사례 분석을 위하여 2003년 1월1일부터 6월 30일까지 한국소비자보호원에 상담 접수된 전자상거래 상담 건 11,601건과 피해구제 사건 1,407건을 분석 대상으로 하였다. 이 중 소비자 상담 사건은 전반적인 전자상거래 소비자 문제의 추세 파악과 전자상거래 품목동향을 분석하는데 사용하였고 피해구제 사건은 보다 구체적인 소비자 피해 유형 분석과 함께 인터넷쇼핑몰, 인터넷 콘텐츠, 경매 등 주요 거래분야별 소비자 피해 동향을 분석하는데 사용하였다.

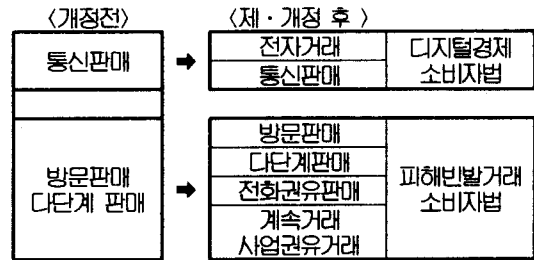
관』이 제정되어 업계 사용이 권장되었으며 소비자 피해보상규정에 인터넷쇼핑몰업, 인터넷콘텐츠업, 네트워크형 전자화폐 규정이 신설되어 새로운 형태의 거래에 대한 소비자보호 기본 제도를 마련하였다. 아울러 2002년 3월에는 기존의 『방문판매등에관한법률』에서 통신판매에 관한 조항이 분리·보완되어 『전자상거래등에서의 소비자 보호에관한법률(이하 ‘전자소보법’이라 함.)』이 제정, 2002년 7월부터 시행되고 있다.

### III. 연구 결과

#### 3.1. 전자상거래에서의 소비자보호 관련 법제 검토

전자상거래의 급부상과 함께 이와 관련한 법·제도의 논의는 최근 들어 활발히 진행되고 왔고 많은 연구가 이루어졌으므로 그 주요 흐름만 살펴보고자 한다. 우리나라의 전자상거래와 직·간접적으로 관련된 법제를 살펴보면 “전자상거래등에서의 소비자보호에관한법률”을 포함하여 약 35개에 이른다. 그러나 그 중 특히 전자상거래와 직접 관련하여 제·개정된 주요 소비자보호 관련 법률 동향을 살펴보면 다음과 같다.

우선 2000년 1월에 OECD의 『전자상거래 소비자보호 가이드라인』을 근간으로 사업자의 영업행위에 대한 자율규제지침으로서의 성격을 가지는 『전자거래소비자보호지침』이 제정되었다. 또한 1999년 2월에는 『인터넷사이버물이용표준약관』이, 2001년 10월에는 『전자금융거래표준약



(그림 1) 전자소보법 제정 개요

자료원 : 공정위, “방문판매 등에 관한 법률 개정사항 개요”, 2002. 7. 18.

‘전자소보법’은 45개 조문과 부칙으로 구성되어 있다. 주요 내용을 보면, 우선 7일간의 청약 철회기간을 신설하고 통신판매 중개업자에게 책임범위를 명시하도록 하였으며, 5년간의 전자거래 기록 보존을 의무화하는 한편 소비자피해보상보험 제도와 분쟁조정제도 도입 등 소비자보호를 위한 여러 가지 제도적 장치를 마련하였다. 그 주요내용은 아래와 같다.

이 밖에도 『전자서명법』, 『할부거래에관한법률』, 『정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률』 등 다양한 법률들 가운데 부분적으로 소비자보호관련 규정이 포함되어 전자상거래에 적용되고 있다.

〈표 1〉 전자소보법 주요내용

구분	주요 내용
○ 조건 없는 청약 철회	- 7일간 청약철회 가능
○ 통신판매 중개자책임	- 중개자 책임 명시 의무
○ 소비자피해구제 제도 - 보험제도·분쟁조정제도	- 소비자피해보상보험 도입 - 분쟁조정제도 도입
○ 개인정보보호 및 도용방지	- 도용방지를 주의의무 추가
○ 전자거래 기록보존의무	- 표시광고 6개월, 기타거래기록 5년
○ 결제업자 의무	- 대금환불 결제업자 협조의무 신설
○ 결제수단발행자 보험가입	- 10/100 이내로 공정위가 정한 금액이상 보험가입
○ 집행기관	- 검·경찰, 지방자치단체외 공정거래위원회 추가
○ 제재조치	- 형사처벌, 영업정지 뿐만 아니라 시정조치·과징금 등 다양한 행정제재수단 도입

## 3.2. 전자상거래 소비자피해 동향

### 3.2.1. 소비자상담 동향

2003년 상반기 동안 한국소비자보호원에 접수된 상담 중 전자상거래 관련 소비자상담 건수는 총 11,601건으로 전년도 상반기의 4,631건에 비해 150.5%(6,970건) 증가한 것으로 나타났다. 이는 전체 소비자상담 건수의 7.2%에 해당하는 것으로 2002년 상반기 2.9%와 비교할 때 148.3%가 증가된 것으로 전자상거래 분야가 소비자 문제에 차지하는 비중이 갈수록 높아짐을 보여주고 있다.

〈표 2〉 전자상거래 관련 소비자상담 현황

(단위 : 건, %)

구분	2003년 상반기	2002년 상반기	전년 대비 증감율
전체 상담실적	160,314	157,543	1.8
전자상거래 분야	11,601	4,631	150.5
전자상거래 비율(%)	7.2	2.9	148.3

전자상거래와 관련하여 최근 주로 거래되는 품목이 무엇인지 그리고 작년과 비교하여 어떤 특징이 있는지 그 동향을 알아보기 위하여 2003년 상반기 동안 접수된 소비자상담 건수를 품목

별로 분석하였다.

우선 전자상거래를 통해 거래되는 물품 및 서비스의 내용을 전체적으로 분석하면 가장 많이 거래되는 품목들로는 '정보통신 관련' 물품 및 서비스로 32.0%를 차지하여 전자상거래의 최대 거래 품목 분야로 나타났다. 즉, 소비자들은 통신기기 및 컴퓨터 관련 품목과 인터넷컨텐츠, 이동통신서비스 등을 전자상거래를 이용하여 가장 많이 구매하고 있었고 따라서 이에 대한 상담도 가장 많이 하고 있는 것으로 분석되었다. 이를 각 품목별로 분석한 결과는 아래 <표 3>와 같다.

즉, 2003년 상반기 전자상거래 관련 소비자상담 건을 품목별로 보면 '정보통신 기기'가 전체 상담 건의 19.4%로 가장 많이 접수되었고, 그 다음으로 '문화용품'이 15.6%, '의류·섬유 신변용품' 13.5%, '정보통신서비스' 12.6% 등의 순으로 나타났다. 특히, 거래의 특성상 오프라인 위주로 거래되던 스포츠, 레저 관련 서비스와 부동산알선, 결혼상담 서비스 등 서비스 분야에 있어서도 전자상거래가 점차 확대되고 있음을 보여주었고 어떤 특정 분야가 아니라 다양한 거래 품목 및 분야에 걸쳐 전자상거래가 활발히 진행되고 있음을 나타내 주고 있다.

〈표 3〉 전자상거래 관련 소비자상담 상위 10 품목

(단위 : %, 건)

품 목	분 포	비 고
정보통신기기	19.4 (2,249)	통신·사무기기, 컴퓨터 및 주변기기 등
문화용품	15.6 (1,813)	음향·영상기기, 광학제품, 악기 등
의류·섬유 신변용품	13.5 (1,561)	의류, 신발, 장신구, 귀금속 등
정보통신서비스	12.6 (1,457)	인터넷콘텐츠, 이동통신서비스 등
식생활기기	6.6 (765)	냉장고, 전기밥솥, 가스·전자렌지 등
보건·위생용품	5.1 (596)	화장품, 안경, 의료용구 등
가사용품	4.5 (521)	세탁·청소용품, 공조·냉난방기기 등
스포츠·레저·취미용품	4.3 (501)	스포츠·레저 등의 용품 및 장비 등
도서·음반	3.2 (370)	도서, 음반, 학습교재 등
기타서비스	2.7 (308)	부업알선, 자동차 증개, 결혼상담 등

3.2.2. 소비자 피해구제 동향

소비자 피해구제란 전자상거래와 관련하여 접수된 소비자상담 건 중 그 피해내용이 확인되어 한국소비자보호원의 피해구제 절차를 통해 처리되는 것을 말한다. 이 분석결과는 전자상거래와 관련하여 상담분석 보다 구체적인 소비자피해 유형과 사례를 우리에게 알려준다. 그리고 최근 급증하는 소비자 피해 유형을 통하여 향후 전자상거래관련 제도적 취약점을 파악할 수 있게 된다.

소비자 피해구제 사건은 2002년 상반기 418건에서 2003년 상반기에는 1,407건이 접수되어 236.6%의 증가율을 기록하고 있어 소비자 상담 건 보다 그 증가율이 높은 것으로 나타났고 전체 피해구제 사건 중 전자상거래 관련 피해구제가 차지하는 비율도 3.5%에서 11.9%로 늘어나 240.0%나 증가한 것으로 나타났다.

〈표 4〉 전자상거래 관련 피해구제 현황

(단위 : 건, %)

구 분	2003년 상반기	2002년 상반기	전년 대비 증가율
전체 피해구제실적	11,850	11,948	△0.8
전자상거래관련	1,407	418	236.6
전자상거래 비율(%)	11.9	3.5	240.0

1) 피해유형별 동향

전자상거래 과정에서 발생하는 소비자피해를 유형별로 분석하여 그 변화를 살펴본 결과는 <표 5>과 같다. 소비자피해 유형도 거래 품목과 같이 전년도와 비교하여 많은 변화가 있는 것으로 나타났다. 즉 전년도와 다르게 사업자의 '물품 미인도·인도지연' 등으로 인한 피해가 68건에서 874건으로 1,185.3%가 늘어났으며, 동 유형의 피해가 전체에서 차지하는 비중도 16.3%에서 62.1%로 45.8%나 증가하는 것으로 나타났다.

이는 금년 초 발생한 하프플라자의 물품 미인도에 따른 소비자 피해가 급증한 것이 기인하는 것으로 분석된다. 하프플라자의 소비자피해는 여러 가지 제도적 기반이 마련되고 있는 전자상거래 시장에 있어서 아직까지 커다란 허점이 있음을 보여주며 안정적인 시장 발전을 위해 소비자보호 측면에 있어서 보다 심도있는 연구와 대책 마련이 필요함을 보여주었다.

〈표 5〉 소비자피해 유형별 분포 및 증가율

(단위 : %, 건)

피해 유형	분포		전년 대비 증가율
	2003년 상반기	2002년 상반기	
물품의 미인도·인도지연	62.1 (874)	16.3 (68)	1,185.3
해약거절 및 대금 미 환급	14.0 (197)	22.0 (92)	114.1
물품의 하자	6.6 (93)	21.8 (91)	2.2
부당 대금청구	5.1 (72)	9.3 (39)	84.6
계약의 불완전 이행	3.8 (53)	19.9 (83)	△36.1
A/S 불만	2.6 (36)	2.4 (10)	260.0
허위·과장 표시광고	2.4 (34)	5.5 (23)	47.8
부당 계약체결	0.9 (13)	1.4 (6)	116.7
기타	2.5 (35)	1.4 (6)	483.3
계	100.0 (1,407)	100.0 (418)	236.6

## 2) 피해구제 다발 세부품목 동향

전자상거래 관련 소비자 피해구제 건을 세부 단일 품목을 기준하여 가장 많이 접수되는 품목 순으로 분석하여 보면 다음 <표 6>과 같다. 분석 결과, 2003년 상반기 동안 가장 많이 접수된 소비자 피해구제 사건의 단일 거래 품목은 '카메라'로 9.0%를 차지하고 있었다. 이는 최근 신세대를 중심으로 '디지털카메라'의 수요가 급증한 것이 따른 것으로 분석된다. 그 다음으로 '노트북컴퓨터'가 7.7%, '컴퓨터 모니터'는 5.5%, '인터넷게임 서비스' 5.3%, '김치냉장고' 4.6% 등으로 나타나 신세대 선호 제품이 전자상거래 관련 피해 다발 품목의

상위를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

## 3) 거래분야별 동향

전자상거래 분야는 크게 일반 물품을 소비자들에게 판매하는 인터넷쇼핑몰과 온라인 게임, 교육 등 디지털콘텐츠를 대상으로 하는 인터넷 콘텐츠, 그리고 판매자와 구매자가 상호 교섭에 의해 상품을 거래할 수 있도록 그 장을 마련하는 중개업적 성격의 인터넷 경매 등 크게 3개 분야로 나누어 볼 수 있다. 따라서 이들 거래분야별로 소비자피해 현황을 분석해 보는 것도 의미가 있을 것이다.

〈표 6〉 피해구제 다발 세부품목 분포 및 증가율

(단위 : %, 건)

세부 품목	분포		전년 대비 증가율
	2003년 상반기	2002년 상반기	
카메라	9.0 (126)	0.7 (3)	4,100.0
노트북컴퓨터	7.7 (109)	2.9 (12)	808.3
컴퓨터모니터	5.5 (77)	1.0 (4)	1,825.0
인터넷게임서비스	5.3 (74)	9.1 (38)	94.7
김치냉장고	4.6 (65)	1.2 (5)	1,200.0
TV	4.1 (57)	0.2 (1)	5,600.0
퍼스널컴퓨터	3.1 (43)	2.9 (12)	258.3
비디오카메라	2.8 (40)	0.2 (1)	3,900.0
냉장고	2.7 (38)	-	-
자동차중개	2.4 (34)	4.5 (19)	78.9

우선 인터넷쇼핑몰에서 물품거래 시 발생한 소비자피해가 전체 1,407건 중 90.0%로 전자상거래 관련 소비자 피해의 대부분을 차지하고 있었고, 인터넷콘텐츠와 관련된 피해는 6.8%, 인터넷경매는 3.2% 등의 순으로 나타났다.

인터넷쇼핑몰의 경우 전년 동기간 비하여 피해구제 건수로는 284.8%가 늘어 난 것으로 나타났고 전체 전자상거래 분야에서 차지하는 비중도 78.7%에서 90.0%로 11.3%나 늘어난 것으로 나타났으나 인터넷 콘텐츠의 경우 전년 동기간 52건에서 96건으로 84.6%에 증가한 것이 그쳤다. 아울러 인터넷 경매의 경우도 전년 동기간 37건에서 45건으로 21.6% 증가하여 인터넷쇼핑몰에 비해 상대적으로 그 증가율이 낮은 것으로 나타났다.

이런 분석결과는 앞서도 언급했듯이 하프플라자라는 사업자의 사기성 판매에 따른 영향 때문이며 이러한 현상은 정부의 제도적 보완과 시장의 자정 노력에 의해 개선될 것으로 예상되며 향후에는 인터넷콘텐츠 분야의 소비자피해가 상대적으로 더 증가할 것으로 예상된다.

<표 7> 거래분야별 피해구제 분포 및 증가율

분야	분포		전년 대비 증가율
	2003년 상반기	2002년 상반기	
인터넷 쇼핑몰	90.0 (1,266)	78.7 (329)	284.8
인터넷 콘텐츠 (온라인게임·성인·교육 등)	6.8 (96)	12.4 (52)	84.6
인터넷 경매	3.2 (45)	8.9 (37)	21.6
계	100.0 (1,407)	100.0 (418)	236.6

(단위 : %, 건)

① 인터넷쇼핑몰 소비자피해 동향

전자상거래의 상당부분을 차지하고 있는 인터넷쇼핑몰 관련 소비자 피해구제 사건유형을 분석해 보면 각각 <표 8>와 같다. 분석결과 '물품 미인도 및 인도지연'으로 인한 피해가 68.0%로

가장 많았고, 그 다음으로 '계약 해제·해지' 9.8%, '물품의 하자' 6.2%, '부당 대금청구' 4.3% 등의 순으로 나타났다.

<표 8> 인터넷 쇼핑몰 관련 피해유형별 현황

(단위 : %, 건)

피해 유형	분포
물품의 미인도·인도지연	68.0 (861)
계약 해제·해지	9.8 (124)
물품의 하자	6.2 (78)
부당 대금청구	4.3 (55)
계약의 불완전 이행	3.5 (44)
A/S 불만	2.5 (32)
허위·과장 표시광고	2.1 (27)
부당 계약체결	0.9 (12)
기타	2.6 (33)
계	100.0 (1,266)

② 인터넷콘텐츠 소비자피해 동향

인터넷을 통하여 온라인게임, 교육·강습, 영화, 음악, S/W 다운로드 등과 같은 디지털콘텐츠를 인터넷으로 '주문 - 대금지급 - 전송' 등의 과정을 거쳐 거래하는 인터넷콘텐츠 분야의 경우 2003년 상반기 동안 96건이 피해구제 처리되

었고 이는 전년 동기간 52건과 비교하여 84.6%가 증가한 것이다.

인터넷콘텐츠와 관련한 소비자 피해구제 사건을 콘텐츠 내용별로 분석하여 보면 <표 9>와 같다. 즉, '인터넷 게임'이 전체 인터넷콘텐츠 관

런 피해의 77.1%를 차지하고 있는 것으로 나타났고, 그 다음으로 '교육·강습' 등 사이버 교육 관련 내용이 11.5%이며, 성인관련 사이트가 5.2%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

이를 좀더 자세히 분석해 보면 인터넷 게임의 경우 해당 사건의 82.4% (61건)가 부모 동의 없이 미성년자가 사용한 게임요금 관련 분쟁 건이며, 17.6% (13건)는 해킹이나 서버 불량 등으로 인한 아이템 도난이나 손실, 서비스 지연, 계정 압류 등과 관련된 분쟁 건으로 나타났다.

〈표 9〉 인터넷 콘텐츠 관련 소비자피해 현황

(단위 : %, 건)

품목	분포
인터넷게임	77.1 (74)
교육·강습	11.5 (11)
성인사이트	5.2 (5)
기타	6.2 (6)
계	100.0 (96)

인터넷콘텐츠 관련 소비자피해구제 사건을 유형별로 분석하여 보면 <표 10>과 같다. 인터넷 콘텐츠의 경우 대부분 인터넷을 통하거나 아니면 방문판매원을 통한 계약 후 일정기간 동안 콘텐츠를 사용하는 것이기 때문에 계약과 관련한 분쟁이 대부분을 차지하고 있었다. 즉, '계약 해제·해지'와 관련된 유형이 전체 건수의 72.2% (143건)를 차지하고 있는 것으로 나타났고 미사

〈표 10〉 인터넷 콘텐츠 관련 피해유형별 현황

(단위 : %, 건)

피해 유형	분포
계약 해제·해지	64.6 (62)
부당 대금청구	17.7 (17)
품질·A/S 불만	8.3 (8)
계약의 불완전 이행	5.2 (5)
허위·과장 표시광고	2.1 (2)
기타	2.1 (2)
계	100.0 (96)

용 또는 과도한 '부당 요금청구'가 8.6%(17건), 게임 중 해킹 및 서버불량 등으로 인한 아이템 손실 등에 대한 'A/S 불만'이 6.6%(13건) 등의 순으로 나타났다.

### ③ 인터넷경매 소비자피해 동향

인터넷경매업이란 판매자와 구매자 사이에서 경매사이트를 운영하면서 판매자의 상품정보를 사이트에 소개하여 구매자와 거래를 주선하고 그에 따른 수수료를 수입원으로 하는 중개업으로서 그 거래규모가 점차 증가하고 있는 추세이다. 이러한 인터넷 경매규모의 증가에 따라 소비자의 피해도 증가하고 있는데, 인터넷경매와 관련한 2003년 상반기 피해구제 접수는 45건으로서 전년도 37건과 비교하여 21.6%(8건)가 증가한 것으로 나타났다.

인터넷경매는 일반 오프라인 경매가 판매자와 구매자가 대면하여 상품의 품질과 가격정보를 충분히 숙지한 후에 거래하는 것과는 달리 실제 상품이 아닌, 사이트 상에 게재된 상품정보만을 보고서 상품 선택 및 구매결정을 하게 됨에 따라 판매자가 누구인지(개인 혹은 사업자인지) 그 신용도를 완전하게 확인하지 못한 상태에서 거래가 이루어져 거래의 신뢰성이 매우 약한 것이 특징이다. 따라서 '불량상품 배송', '광고와 다른 상품 판매', 'A/S 지연' 등의 피해가 자주 발생하고 있으며 개인간의 거래가 대부분인 관계로 피해구제에 상당한 어려움이 있게 된다.

인터넷경매와 관련한 피해구제 사건을 품목별로 분석해 보면 가장 많은 품목이 '의류·섬유 신변용품' 24.4%로 나타나 인터넷쇼핑몰의 거래 품목과 상당히 다른 특성을 보여 주고 있다.

인터넷경매의 피해유형별 분포는 물품대금 결제 후 '물품의 미인도 및 인도지연'이 28.9%로 가장 많았고, 그 다음으로 반품 후 물품대금을



환급해 주지 않는 등의 '계약 해제·해지' 요구 및 구입물품의 '품질·AS 관련 불만'이 각각 24.4% 등의 순으로 나타났다.

〈표 11〉 인터넷 경매 관련 소비자피해 현황

(단위: %, 건)

품목	분포
의류·섬유 신변용품	24.4 (11)
정보통신기기	17.8 (8)
문화용품	6.7 (3)
보건·위생용품	6.7 (3)
가사용품	6.7 (3)
기타	37.8 (17)
계	100.0 (45)

〈표 12〉 인터넷 경매 관련 피해유형별 현황

(단위: %, 건)

피해 유형	분포
물품 미인도·인도지연	28.9 (13)
계약 해제·해지	24.4 (11)
품질·AS 불만	24.4 (11)
허위·과장 표시광고	11.1 (5)
계약의 불완전 이행	8.9 (4)
기타	2.2 (1)
계	100.0 (45)

## VI. 결론

### 4.1. 전자상거래 소비자보호 방안

#### 4.1.1. 피해급중 분야에 대한 대책 필요

국내 전자상거래 소비자 상담 및 피해의 추세를 살펴보면 우선 전자상거래 거래품목이 정보통신 위주에서 일상생활에서 사용하는 생활용품, 문화용품으로 다변화되고 있고 이에 따라 관련 제품의 소비자 피해가 급격히 증가하고 있음을 보여주고 있다. 특히 전자상거래 초기 남성위주의 이용에서 주부를 중심으로 한 여성 이용자의

증가는 식생활기기 및 문화용품의 거래 증가율을 최고 15배 이상 증가시킴으로 전자상거래가 특정품목에 한정되지 않고 전 품목으로 확대되고 있음을 보여 주었다. 이러한 변화는 제품에 대한 A/S불만을 증가시키고 상품에 대한 품질, 계약이행 불만을 증가시켜 기존의 배달위주의 불만에서 상품에 대한 불만으로 그 양상이 변화되고 있음을 파악할 수가 있다. 따라서 전자상거래 사업자 및 관련 기관은 전자상거래 상품의 품질보증과 사후 서비스 등에 대한 소비자불만 해소 방안을 마련하여 이에 대응하는 것이 필요할 것이다.

아울러 그 증가폭은 다소 주춤하지만 절대적인 거래량 측면에서 '정보통신 서비스' 관련 소비자피해는 지속적으로 증가하고 있다. 이러한 정보통신서비스의 품목 중 온라인 게임, 성인사이트 등 인터넷 콘텐츠의 경우 소비자 피해구제 사건이 2002년 상반기 52건에서 2003년 상반기에는 96건으로 86%가 증가하였다. 예년에 비해 그 증가율이 다소 주춤하지만 앞으로 인터넷콘텐츠 산업의 발달과 함께 이와 관련한 소비자피해 증가는 당연한 것일 것이다. 특히 온라인 게임 가운데 84.8%(128건)가 '만 14세 미만 아동이 법정대리인의 동의 없이 유료 게임을 이용한 후 부과된 요금 관련된 피해'로 나타나 미성년자의 인터넷콘텐츠 이용에 대한 규정을 명확히 재정립할 필요가 있으며 아울러 사업자에 대한 의식 개선도 뒤따라야 할 것으로 보인다.

#### 4.1.2. 전자상거래 사기 피해에 대한 대책 필요

하프플라자 등 최근 급격히 대두되는 전자상거래 사기 피해에 대한 신속한 소비자피해보상 제도 마련이 필요하다. 전자상거래가 발달한 선진국을 중심으로 최근 대두되는 중요한 문제중

의 하나는 인터넷 사기방지 문제이다. 즉 전자상거래 상에 발생하는 사기 피해로부터 어떻게 소비자를 보호하고 피해보상이 가능하도록 할 것인가 하는 것이다.

전자상거래 사기 피해에 대해서는 현재의 분쟁조정제도로서는 해결이 곤란하다. 현재 우리 제도 하에서는 최근 급증하고 있는 사기성 소비자피해에 대해 검찰 및 경찰에서 수사하여 처리하는 것 외에 별도로 피해소비자들에게 보상해 줄 수 있는 방안이 거의 없다. 그러나 이러한 사기성 소비자피해를 방지할 경우 전자상거래를 위축하는 커다란 소비자문제로 발전할 가능성이 높다. 따라서 예상되는 사기성 소비자피해에 대하여는 소비자분쟁조정기구 등에서 법원에 해당 사업자의 재산을 사전 동결할 수 있는 법적 장치를 마련하여 예상되는 사기 피해에 대하여 소비자들이 사후 피해보상을 받을 수 있도록 하는 제도적 보완 장치가 적극적으로 검토되어야 할 것이다.

#### 4.1.3. 사업자의 자율구제 및 의식 개선 필요

전자상거래 시장의 소비자보호 및 시장의 신뢰확보를 위해서는 무엇보다 사업자의 자율적인 소비자피해구제 제도를 활성화시켜야 한다. 소비자피해가 가장 신속하게 만족스럽게 해결될 수 있는 방안은 사업자 스스로 자율보상, 자율구제를 실시하는 것이다. 한때 고객만족 개념이 기업의 목표 중의 하나로 채택되면서 항상 뒷전에 밀려있던 소비자 상담 및 피해구제 업무가 주요 업무로 떠오르기 시작하였다. 그러나 곧 이는 IMF 경제위기로 인해 소비자상담 업무는 다시 주요업무에서 밀려나고 말았지만 최근 유통업계를 중심으로 소비자상담 및 피해구제 중요성이 다시 부각되고 있다.

전자상거래에 있어 소비자 상담 및 피해구제

업무는 기존의 오프라인과는 그 의미가 다르다고 할 수 있다. 소비자피해구제 업무는 시장신뢰와 직접 연관된 것으로 시장 신뢰를 기반으로 하고 있는 전자상거래에서 이를 해결하지 못할 경우 생존을 위협하는 커다란 위기로 다가올 수 있기 때문이다. 최근의 하프플라자 사태는 기업 스스로 소비자의 불만과 피해를 경시여긴 대에서 비롯되었다고 할 수 있다. 결국 이 회사는 도산하였고 이 뿐만 아니라 전자상거래 시장은 소비자의 신뢰측면에서 커다란 상처를 입었다. 아울러 전자상거래 업계는 관계당국을 통한 새로운 규제제도 마련 및 시행에 따른 부담을 저야할 가능성이 높다.

따라서 전자상거래 업계의 경우 사업자 자체적인 소비자보호정책 뿐만 아니라 사업자단체를 중심으로 소비자피해를 공동 해결해 주는 방식으로 소비자의 신장 신뢰를 확보해야 나가야 할 것이다. 특히, 이렇다할 단체조차 없는 중소 인터넷쇼핑몰의 경우 소비자 신뢰 확보를 위한 대책마련이 시급히 이루어져야 할 것이다.

사업자의 자율적인 피해구제의 사례로 작년 명절기간부터 한국소비자보호원과 주요 인터넷 쇼핑몰간에 합의를 통해 마련한 “명절기간 중 자율적 소비자피해보상 가이드라인”은 좋은 예가 될 것이다. 이 자율피해보상 가이드라인에는 법규 등에 규정화하기 곤란한 주요 피해 유형에 대해 사업자 자율적으로 구체적인 피해보상 가이드라인을 정하여 시행하였다. 시행 전에는 자칫 소비자피해보상 요구가 폭증하지 않을까 하는 우려도 있었지만 전반적으로 소비자피해구제를 효율화하고 소비자 신뢰를 제고시키는, 사업자와 소비자 모두에게 좋은 결과를 얻게되었다.

## 4.2. 연구의 한계점 및 향후 연구 방향

본 연구는 전자상거래 관련 법제의 검토와 함께 소비자들에게 일어나고 있는 국내 전자상거래의 소비자 피해실태 및 동향을 파악하여 소비자보호의 방향과 대안을 제시하고자 하였다. 그러나 법령 및 제도의 검토에 있어 선진국의 법규의 검토없이 국내 제도와 법규만을 중심으로 다루다 보니 피해 급증분야와 사기 방지 등 현안 소비자 문제에 대한 소비자보호 대안 마련에 한계가 있었다. 따라서 향후 연구에서는 전자상거래와 관련한 각 국의 소비자보호 관련 법규와 제도를 구체적으로 정리하되 유럽국가와 미국, 일본 등 전자상거래 관련 선진국들의 제도의 장단점을 체계적으로 구분하고 비교하여 국제법·제도 개선에 활용하는 것도 의미있는 연구가 될 것이다. 또한 국내 전자상거래 소비자 문제뿐만 아니라 최근 증가하고 있는 국제 전자상거래의 소비자피해 동향 및 유형을 파악하는 것도 향후 전자상거래의 국제화에 대비하여 필요한 연구가 될 것이다.

- 사항 개요”, 2002. 7. 18.
- 재정경제부, “소비자피해보상규정”, 2003. 8.
- 한국소비자보호원, “2001 소비자 피해구제 연보 및 사례집”, 2002. 5.
- 한국소비자보호원, “2002 소비자 피해구제 연보 및 사례집”, 2003. 5.
- 한국소비자보호원, “2003년 상반기 전자상거래 관련 상담 및 피해구제 사례분석”, 2003. 8.
- 한국소비자보호원, “인터넷쇼핑몰과 소비자보호”, 2002. 8.
- 한국소비자보호원, “하프플라자 사건이후 인터넷 쇼핑몰 피해동향 조사, 2003. 8.
- 한국소비자보호원, “전자상거래 소비자피해백서”, 2003.

## 참고문헌

- 김성천, “일반인을 위한 소비자보호-생활법률기본지식”, 가림출판사, 2003.
- 문태현, “소비자피해구제 현황과 대안”, eBiz-Korea, 한국전자거래진흥원, 2003. 9.
- 문태현, “전자상거래소보법 준수실태와 문제점”, eBizKorea, 한국전자거래진흥원, 2003. 12.
- 정완용, “전자상거래법”, 법영사, 2002.
- 공정거래위원회, “방문판매 등에 관한 법률 개정

## A Study on Consumer Protection Measures and Actual State of Consumer Complaints in E-Commerce

Tae-Hyun Moon\*

### Abstract

The electronic commerce continues to grow dramatically. Also, consumer complaints and damages related to e-commerce grow rapidly. The analysis of consumer complaints showed that consumer of e-commerce tended to buy the various product categories including cloth and home appliance. The damages of delivery problem rapidly rose by 1,185.3%. In categories of transaction including of 'internet shopping mall', 'internet contents' and 'internet auction', about 90% of consumer damages was related to 'internet shopping mall' but consumer damages of 'internet contents' was anticipated to be increased in the near future. The major goods and services of damages was 'digital camera', 'notebook PC', 'internet game service' etc. Therefore, it is required to establish consumer protection measures to be prevent consumer fraud such as internet shopping mall, Halfplaza.com, and major goods and services of damages. Also, it is need to establish system of spontaneous consumer protection improving consciousness of e-commerce companies.

---

\* Korea Consumer Protection Board.