

전자상거래 환경 하에서의 소비자보호를 위한 가이드라인에 관한 OECD이사회의 권고

소비자법, 정책 및 관행은 사기적이고, 현혹적이며, 불공정한 상거래 행위를 억제한다. 그러한 보호는 상거래에 있어서 소비자의 신뢰를 구축하고, 소비자와 사업자간에 보다 균형 있는 관계를 수립하는데 있어 필수 불가결한 요소이다.

전자시장을 구성하는 디지털 네트워크와 컴퓨터 기술의 본원적 특성이라 할 수 있는 국제성으로 말미암아, 투명하고 예측 가능한 법적·자율적 규제의 한 부분으로서의 소비자보호에 있어서는 범세계적 접근이 요구된다. 범세계적 네트워크 환경은 전자상거래 상의 소비자보호와 관련된 문제를 적절히 해결하는데 있어 각국의 능력 또는 재판관할에 있어 도전을 제기하고 있다. 본질적으로 다른 각국의 정책들은 전자상거래의 발전을 저해할 수 있으며, 따라서 소비자보호의 이슈들은 국제적인 협의와 협력을 통해서 가장 효과적으로 해결되어질 수 있다. OECD 회원국들은 이러한 문제의 해결 방안을 이해하고, 정보를 교류하는데 있어서는 국제적으로 조정된 접근방법이 필요할 수 있다는데 인식을 같이 하였다.

정부는 현재 새롭게 부각되는 네트워크 기술에 기초한 사회 발전과 경제 성장을 추진하고, 시민들에게 전자상거래에 있어 투명하고 효과적인 소비자보호를 제공해야 한다는 과제를 안고 있다. 상거래 행위를 규제하는 다양한 종류의 소비자보호법이 현재 존재한다. 많은 OECD 회원국들이 전자상거래의 특성에 맞추어 기존의 소비자보호법과 관행을 수정해야 할 것인지 여부에 대한 검토에 착수하였다. 또한 회원국들은 자율 규제적 노력이 어떻게 하면 전자상거래에 있어 효과적이고 공정한 소비자보호에 기여할 수 있는지를 검토하고 있다. 이러한 목적을 달성하기 위해서는 시민 사회로부터의 통찰과 투입이 요구된다. 또한 이러한 모든 계획들은 정부, 사업자, 소비자 및 소비자대표들 간에 범세계적 협력의 일환으로서 추진되어야 할 것이다.

OECD소비자정책위원회는 1998년 4월에, 교역에 장애를 주지 않으면서 전자상거래에 참여하는 소비자를 보호하기 위한 일련의 일반적인 가이드라인을 개발하기 시작하였다. 이 가이드라인은 정부, 사업자, 소비자 및 소비자대표들에게 전자상거래에 있어 효과적인 소비자보호를 위해 필요한 핵심적인 사항들에 관한 권고를 담고 있다. 그러나 이 가이드라인은 누구라도 이 가이드라인보다 더 강화된 내용을 추진하는 것을 배제하지 않으며, 회원국이 온라인 상에서 소비자를 보호하기 위해 보다 엄격한 조항들을 규정하는 것을 막지 않는다. 특히 가이드라인의 목적은 다음 사항을 지원하기 위한 기본들과 일련의 원칙들을 제공하는데 있다:

- i) 정부가 전자상거래 환경 하에서 효과적인 소비자보호를 위해 필요하다면 소비자정책, 법규, 관행, 규제 등을 점검하고, 수립하며, 이행하고;
- ii) 전자상거래 환경 하에서 자율규제 조치들을 점검하고, 수립하며, 이행하는데 있어 고려되어야 할 것들로서, 효과적인 소비자보호를 위해 필요한 핵심적인 사항에 대해 사업자단체, 소비자단체 및 자율규제기관 등에게 지침을 제공하고;
- iii) 전자상거래에 있어서 정보의 공시와 공정한 영업행위 등과 관련하여, 사업자는 반드시 제공하고 소비자는 제공받을 것을 기대해야 할 핵심적인 사항들에 대해 개별

전자상거래 사업자 및 소비자들에게 분명한 가이드라인을 제시함.

위와 같은 측면에서, 이사회는,

1960년 12월 14일의 경제협력개발기구(OECD) 협약, 특히 제 5조 b)와 관련하여,

1998년 10월 8-9일의 전자상거래 환경 하에서의 소비자보호에 관한 각료선언[C(98)177(Annex2)]과 관련하여;

1980년 9월 23일의 프라이버시 보호와 개인정보의 국가간 이동에 대한 가이드라인에 관한 이사회 권고[C(80)58(Fian1)] 및 1998년 10월 8-9일의 범세계적 네트워크상에서의 프라이버시 보호에 관한 각료선언[C(98)177(Annex1)]과 관련하여;

1998년 10월 8-9일의 전자상거래를 위한 인증에 관한 각료선언[C(98)177(Annex3)]과 관련하여;

1992년 11월 26-27일의 정보시스템의 보안에 대한 가이드라인에 관한 이사회 권고[C(92)188/FINAL](1992) 및 1997년 3월 27일의 암호화 정책에 대한 가이드라인에 관한 OECD 권고[C(97)62/FINAL]와 관련하여;

전자상거래가 편의성, 다양한 제품과 서비스에의 접근 및 그러한 제품과 서비스에 대해 정보를 수집하고 비교할 수 있는 가능성 등과 같은 새롭고 실질적인 편익을 소비자에게 줄 수 있다는 것을 인식하고;

전자상거래의 독특한 특성, 예를 들면 소비자와 사업자가 쉽고 빠르게 제품과 서비스에 대해 의사소통을 할 수 있다는 점, 또 국경을 넘어선 국제 거래로 이어질 수 있다는 점 등 때문에 소비자들이 친숙하지 못한 상거래 환경이 조성될 수 있고, 소비자의 이익이 침해될 수 있으며, 소비자와 사업자가 전자적 시장 내에서 그들의 권리와 책무에 대해서 얘기를 듣고 아는것이 점차 중요해지고 있다는 것을 인식하고;

다른 맥락에서의 준거법과 재판관할에 관한 규정들이 소비자보호에 있어 여러 가지 함의를 가질 수 있는 것과 마찬가지로, 소비자의 맥락에서의 준거법과 재판관할에 관한 규정들이 전자상거래 환경 하에서 다양한 이슈에 걸쳐 함의를 가질 수 있음을 인식하고;

사기·기만 혹은 불공정한 온라인 상거래 행위의 출현을 제약하는, 투명하고 효과적인 소비자보호 메커니즘에 지속적인 발전에 의해 전자상거래에 있어서 소비자의 신뢰가 제고된다는 것을 인식하고;

전자상거래가 모든 소비자들에게 공개되고, 또 모든 소비자들이 전자상거래에 접근할 수 있어야 한다는 점을 고려하고;

정부, 사업자, 소비자 및 소비자 대표들은 효과적인 국제 피해구제체계의 개발에 특별한 주의를 기울여야 함을 고려하고,

회원국에게 다음과 같은 조치를 취할 것을 권고한다:

이 권고에 첨부된 부록 속에 포함되어 있는 가이드라인의

관련 부문을 이행하기 위해 필요한 절차를 밟고;

이 가이드라인을 모든 관련 정부 부처와 기관, 전자상거래 관련 업계, 소비자 대표, 미디어, 교육기관 및 기타 관련 공공단체에 널리 배포하고;

국제적, 국내적 및 지역적 차원에서 이 가이드라인의 이행을 촉구함에 있어 사업자, 소비자 및 각각의 대표들이 적극적인 역할을 하도록 장려하고;

정부, 업계, 소비자 및 각각의 대표들이 재판관할과 준거법 규정에 대해 현재 진행 중인 검토과정에 참여하고 이에 관한 권고 사항들을 고려하도록 장려하고;

비회원국들이 자국의 소비자정책, 계획 및 규제조치를 검토함에 있어 이 권고의 조항들을 고려하도록 유도하고;

이 가이드라인에 따라서 전자상거래에 있어서 효과적인 소비자보호를 추진함에 있어 국내적 및 국제적 수준에서, 회원국뿐만 아니라 비회원국, 또 사업자, 소비자 및 각각의 대표들 간에 협의, 협력 및 정보의 교류를 촉진하고;

소비자에게 이익이 되는 새로운 비즈니스모델과 기술응용의 개발을 장려하고, 구매자로서의 소비자의 지위를 강화시킬 수 있는 모든 수단들을 소비자들이 이용하도록 하는 방식으로 이 가이드라인을 이행할 것; 그리고

소비자정책위원회는 이 권고의 이행과 관련하여 이행 상황에 대한 정보와 경험을 교환하고, 그 정보를 검토해서 2002년이나 그보다 일찍 또는 적절하다면 그 이후에 이사회에 보고할 것을 지시한다.

부 록

가이드라인

제1장 범위

이 가이드라인은 오로지 기업-대-소비자간 전자상거래에만 적용되며 기업-대-기업간 거래에는 적용되지 않는다.

제2장 일반 원칙

I. 투명하고 효과적인 보호

전자상거래에 참여하는 소비자는 적어도 다른 형태의 상거래에 있어 부여되는 소비자보호의 수준만큼의 투명하고 효과적인 소비자보호를 받아야한다.

정부, 사업자, 소비자 및 각각의 대표들은 그러한 보호를 달성하고, 전자상거래의 독특한 환경에 적응하기 위해서는 어떤 변화가 필요한가를 결정하는데 있어서 협력해야 한다.

II. 공정한 영업 행위, 광고 및 거래 관행

전자상거래 관련 사업자는 소비자의 이익을 존중해야 하고, 공정한 영업 행위, 광고 및 거래 관행에 따라 행동해야 한다.

사업자는 어떤 기만, 오도, 사기 및 불공정한 행위에도 관련되거나, 이를 대변해서는 안 된다.

소비자에게 제품과 서비스를 판매, 판촉 또는 마케팅하는 사업자는 소비자에게 불합리한 위해를 야기할 수 있는 행위에 관련되어서는 안 된다.

사업자가 자신 또는 자신이 제공하는 제품 및 서비스에 대한 정보를 이용 가능하도록 할 때에는, 그러한 정보를 분명하고, 눈에 잘 띄며, 정확하고, 쉽게 접근할 수 있는 방식으로 제공해야 한다.

사업자는 소비자와의 거래에 관한 대책 혹은 관행과 관련하여 자신들이 만든 규정을 따라야 한다.

사업자는 전자상거래의 범세계적 특성을 고려해야 하고, 가능하다면, 그들이 목표로 하고 있는 시장의 다양한 규제 특성도 고려해야 한다.

사업자는 자신들의 신원이나 소재지를 은폐하기 위해 전자상거래의 독특한 특성을 이용해서는 안 되며, 소비자보호 기준 및/혹은 집행메커니즘에의 준수를 회피해서는 안 된다.

사업자는 불공정한 계약서를 사용해서는 안 된다.

광고와 마케팅은 광고와 마케팅으로서 분명히 구분될 수 있어야 한다.

어떤 사업자를 위해 광고와 마케팅이 이루어지고 있는지를 밝히지 않으면 기만이 되는 곳에서는 광고와 마케팅에서 그러한 사업자를 밝혀야 한다.

사업자는 모든 명시적 혹은 묵시적 표현이 지속되는 동안에 또는 그이후 적절한 기한 내에 그러한 표현에 대해 입증할 수 있어야 한다.

사업자는 소비자들이 원치 않는 광고성 전자우편을 수신할 것인지 여부를 선택할 수 있도록 하기 위한 효과적이고 간편한 절차를 개발하고 시행해야 한다.

소비자가 원치 않는 광고성 전자우편의 수신을 거부하는 의사를 표시한 경우, 그러한 선택은 존중되어야 한다.

많은 국가에서 원치 않는 광고성 전자우편은 특정 법률 또는 자율규제의 요건에 따라야 한다.

사업자는 어린이, 노인, 중환자 및 자신들에게 주어진 정보를 충분히 이해할 능력을 갖추고 있지 못한 기타 많은 사람들을 목표로

하는 광고 또는 마케팅에 있어 특별한 주의를 기울여야 한다.

III. 온라인 정보 제공

A. 사업자에 관한 정보

소비자를 대상으로 한 전자상거래 관련 사업자는 자신에 관하여 최소한 다음과 같은, 정확하고, 명확하며, 쉽게 접근할 수 있는 정보를 제공해야 한다.

- i) 사업자의 신원 - 사업자의 법적 이름 및 거래시 사용하는 이름; 사업자의 주요 소재지; 전자우편 주소 및 기타 전자적 접촉 수단 혹은 전화번호; 가능하다면 등록을 해 사용했던 주소 및 관련된 정부의 등록 또는 허가 번호 등을 포함함;
- ii) 사업자와의 신속하고, 간편하며, 효과적인 의사소통 창구;
- iii) 적절하고 효과적인 분쟁의 해결;
- iv) 사법 절차에 관한 서비스;
- v) 법률 집행 당국 및 규제 기관에 등재된 사업자 및 그 주요 사무소의 소재지

사업자가 관련 자율규제기구, 협회, 분쟁해결기관 또는 기타 인증기관의 회원임을 광고할 때에는 사업자는 소비자에게 해당 기관의 접촉 창구와 쉽게 회원 여부를 알아 볼 수 있는 방법 및 인증기관의 관련 규정 및 관행에 접근할 수 있는 방법을 제시해야 한다.

B. 제품 및 서비스에 대한 정보

소비자를 대상으로 한 전자상거래 사업자는 제공하는 제품과 서비스에 관한 정확하고, 쉽게 접근할 수 있는 정보를 소비자에게 제공해야 한다; 그 정보는 소비자가 해당 거래에 참여할 것인가에 대해 계명된 의사결정을 할 수 있을 정도로 충분해야 하고; 소비자가 그러한 정보에 대한 적절한 기록을 유지할 수 있는 방법으로 제공되어야 한다.

C. 거래에 관한 정보

전자상거래 관련 사업자는 계약 내용, 조건, 거래 관련 비용 등에 관한 충분한 정보를 제공하여 소비자가 해당 거래에 참여할 것인지에 대한 계명된 의사결정을 할 수 있도록 해야 한다.

그러한 정보는 명확하고, 정확하며, 쉽게 접근할 수 있어야 하며, 소비자가 거래에 참여하기 전에 이를 검토해 볼 수 있는 적절한 기회가 주어지는 방식으로 제공되어야 한다.

거래를 함에 있어 한 개 이상의 언어가 사용 가능한 경우에는, 사업자는 소비자가 거래에 관해 계명된 의사결정을 하는데 필요한 모든 정보를 해당 언어로 모두 표시해야 한다.

사업자는 거래 내용 및 조건에 대한 분명한 계약서 전문을 소비자가 이를 평가할 수 있고, 그 정보에 대한 적절한 기록에 접근하고 보관할 수 있는 방식으로 소비자에게 제공해야 한다.

적용가능하고 적절하다면, 그러한 정보는 다음 사항을 포함해야 한다:

- i) 사업자에 수집되는 및/혹은 부과되는 총비용에 대

- 한 명세;
- ii) 소비자에게 관례적으로 적용되는 비용으로서 사업자에 의해 수집되지 않는 및/혹은 부과되지 않는 비용의 존재에 대한 통지;
- iii) 배달 혹은 이행 조건;
- iv) 대금지급의 내용, 조건 및 방법;
- v) 부모/보호자의 승낙 요건, 지리적 혹은 시간적 제약 등과 같은, 구매의 제한, 한계 혹은 조건;
- vi) 안전 및 건강 관련 경고 등을 포함한, 적절한 사용법에 대한 설명;
- vii) 이용 가능한 애프터서비스에 관한 정보;
- viii) 철회, 종료, 반품, 교환, 취소 및/혹은 환불 대책에 대한 조건 및 상세한 정보; 및
- ix) 이용 가능한 보증 및 보장

비용에 관한 모든 정보는 적용 가능한 통화로 나타내야 한다.

IV. 확인 절차

소비자의 구매의사와 관련한 모호함을 피하기 위해, 소비자는 계약의 체결 전에 그가 구매하고자 하는 제품 혹은 서비스를 분명히 확인할 수 있어야 하며; 실수를 확인하고 정정하거나 주문을 수정할 수 있어야 하며; 정보가 충분히 제공되고 숙고를 한 끝에 구매에 대해 동의를 표시해야 하며; 거래에 관한 완전하고 정확한 기록을 보유할 수 있어야 한다.

소비자는 구매가 종결되기 전에 거래를 취소할 수 있어야 한다.

V. 대금지급

소비자는 사용하기 간편하고, 안전한 대금지급 메커니즘과 그러한 메커니즘에 적용되는 보안 수준에 관한 정보를 제공받아야 한다.

대금 지급 시스템의 비공인의 혹은 사기적 사용에 따른 배상책임의 제한과 환불(Chargeback) 메커니즘은 소비자의 신뢰를 제고하는 강력한 수단이 되며, 전자상거래 환경 하에서 그것의 발전과 사용이 장려되어야 한다.

VI. 분쟁 해결 및 피해구제

A. 준거법 및 재판관할

기업-대-소비자간 국제 거래는 그것이 전자적으로 이루어지든 아니든 상관없이, 준거법과 재판관할에 관한 기존의 틀을 따른다.

전자상거래는 이러한 기존의 틀에 도전을 제기한다. 따라서 지속적으로 성장하는 전자상거래 환경 하에서 효과적이고 투명한 소비자보호를 위해 준거법과 재판관할에 관한 기존의 틀을 수정해야 할지 혹은 달리 적용해야 할 지에 대해 검토가 이루어져야 한다.

기존의 틀을 수정할 것인지 여부를 검토함에 있어, 정부는 해당 틀이 소비자와 사업자에게 공정성을 부여하도록, 다른 형태의

상거래에 주어지는 수준의 보호를 소비자에게 보장하도록, 또 부당하게 비용이나 부담을 부과하지 않고 소비자가 공정하고 시의 적절하게 분쟁해결 및 피해구제에 접근할 수 있도록 해야 한다.

B. 대안적 분쟁해결 및 피해구제

소비자는 부당한 비용이나 부담을 하지 않고 대안적 분쟁해결 및 피해구제에 공정하고 신속하게 접근해야 한다.

사업자, 소비자대표 및 정부는, 국제 거래에 대해서는 특별히 주목하면서, 기업-대-소비자간 전자상거래로부터 야기되는 소비자분쟁을 해결하고, 소비자 불만을 처리하기 위해, 서로 협력해서 대안적 분쟁해결 메커니즘을 포함하여 공정하고, 효과적이며, 투명한 자율 규제 및 기타 정책과 절차를 개발하고 이용해 나가야 한다

- i) 사업자와 소비자 대표들은 소비자에게 부당한 비용 혹은 부담을 주지 않고, 공정하고 신속하게 소비자의 불만에 대응하며 처리하기 위한 공정하고, 효과적이며, 투명한 내부 절차를 마련해야 한다. 소비자가 그러한 절차를 이용하도록 장려되어야 한다.
- ii) 사업자와 소비자 대표들은 소비자 불만을 처리하기 위한 협력적 자율규제 프로그램을 마련해야 하고, 기업대 소비자간 전자상거래로부터 야기되는 분쟁을 해결함에 있어 소비자를 지원해야 한다.
- iii) 사업자와 소비자 대표 및 정부는 소비자에게 부당한 비용이나 부담을 주지 않고, 또 공정하며 신속하게 분쟁을 효과적으로 해결할 수 있는 대안적 분쟁해결제도를 이용할 수 있는 기회를 주기 위해 서로 협력해야 한다.
- iv) 상기 규정을 이행함에 있어 사업자, 소비자 대표, 정부는 정보기술을 혁신적으로 이용해야 하고, 그러한 기술을 활용하여 소비자의 인식을 제고시키고 선택의 자유를 확대하도록 해야 한다.

아울러, 국제적 수준에서 제6장의 목적을 달성하기 위해 향후 연구가 요구된다.

VII. 프라이버시

기업 대 소비자 간 전자상거래는 적절하고 효과적인 소비자보호를 위해 '프라이버시 보호와 개인 정보의 국제 이동에 관한 OECD 가이드라인'(1980년)에서 규정하고 있는 프라이버시 원칙에 따라 이루어져야 하고, '범세계적 네트워크 상에서의 프라이버시 보호에 관한 OECD 각료 선언'(1998)을 준수해야 한다.

VIII. 교육 및 인식

정부, 사업자 및 소비자 대표는 전자상거래에 대해 소비자를 교육시키고, 전자상거래에 참여하는 소비자가 계명된 의사결정을 하도록 촉진하며, 보다 많은 소비자와 사업자가 온라인 사업활동에 적용되는 소비자보호의 체계에 대해 잘 인식할 수 있도록 서로 협력해야 한다.

정부, 사업자, 미디어, 교육기관 및 소비자 대표들은 소비자와 사업자를 교육하기 위해서 범세계적 네트워크에 의해서 가능하게 된 혁신적 기법 등을 포함하여, 모든 효과적 수단을 사용해야 한다.

정부, 소비자 대표 및 사업자는 소비자와 사업자에게 관련 소비자보호법률과 피해구제 방안에 대해 쉽게 접근할 수 있고 이해할 수 있는 형태로 정보를 제공하도록 협력해야 한다.

제3장 이행

이 권고의 목적을 달성하기 위해, 회원국은 국가 및 국제적 수준에서 또 사업자, 소비자 및 각각의 대표들과 협력하여:

- a) 기술 및 미디어 중립성의 원칙을 염두에 두고, 자율규제 관행을 검토하고 필요하다면 촉진하며, 또한 법률과 관행이 전자상거래에 적용될 수 있도록 채택 또는 정비할 것;
- b) 분쟁해결 및 순응 메커니즘을 위한 구체적이고 실질적인 규정들을 담은 효과적 자율규제 메커니즘의 개발에 있어 소비자 대표의 참여를 포함, 민간 부문 주도를 지속적으로 장려할 것;
- c) 소비자를 보호하고, 소비자의 권한을 강화하기 위한 수단으로서의 기술 개발에 있어 민간부문의 리더십을 지속적으로 장려할 것;
- d) 가이드라인의 존재, 목적, 내용을 될 수 있으면 널리 알리고, 그 사용을 촉진할 것;
- e) 교육 정보와 조언에 소비자가 접근할 수 있는 능력과 전자상거래 관련 불만을 제기할 수 있는 능력을 함양시킬 것.

제4장 범세계적 협력

범세계적 전자상거래에 있어 효과적인 소비자보호를 위해, 회원국은:

사업자, 소비자 대표 및 정부 간에 상호 커뮤니케이션과 협력을 강화하고, 적절하다면 국제적 수준에서 공동 계획의 개발과 이행을 장려해야 한다.

사법적, 규제적 및 법률 집행 당국은 국경을 넘어선 사기, 현혹 및 불공정 상거래 활동에 대처하기 위해 정보의 교환, 조정, 의사소통 및 공동 활동 등을 통해 국제적 수준에서 서로 협력해야 한다.

그러한 협력을 달성하기 위해서 필요하고 적절하다면, 기존의 국제 네트워크를 이용하고, 쌍무적 및/혹은 다자간 협약 또는 기타 협정 등을 추진해야 한다.

소비자의 신뢰를 제고하고, 사업자의 예측가능성을 높이며, 소비자를 보호한다고 하는 목표를 달성하기 위해서는 국가 및 국제적 수준에서 핵심적인 소비자보호 사항들에 대해 공감대

가 형성되도록 노력해야 한다.

사기적이며 현혹적이고, 불공정한 상거래 행위에 맞서 싸우기 위해 취해진 법률 집행 기관의 판결, 또 소비자와 사업자 간의 분쟁에 대한 판결을 상호 인정하고 이행하기 위한 협약 또는 여타 협정을 개발하도록 협력하고 노력해야 한다.