제07-02호

2006년도
전자상거래 소비자상담 및 피해동향 분석

정 윤 선
cys@kca.go.kr

2007. 4

Ⅰ. 전자상거래 시장 및 소비자피해 현황 1
Ⅱ. 주요 품목별 전자상거래 소비자피해 특성 11
Ⅲ. 시사점 41

참고문헌 46

한국소비자원
Korea Consumer Agency

차 례

Ⅰ. 전자상거래 시장 및 소비자피해 현황 ····· 1
1. 전자상거래 시장현황 ····· 1
2. 전자상거래 소비자 상담 동향 ····· 3
3. 전자상거래 소비자 피해구제 동향 ····· 5

Ⅱ. 주요 품목별 전자상거래 소비자피해 특성 ····· 11
1. 전자상거래 소비자피해 특성 ····· 11
가. 성별·품목별 특성 ····· 11
나. 연령별·품목별 특성 ····· 12
다. 직업별·품목별 특성 ····· 14
2. 주요 품목별 소비자피해 세부내용 ····· 15
가. 의류 및 신변제품 ····· 16
나. 정보통신서비스 ····· 19
다. 정보통신기기 ····· 29
라. 문화용품 ····· 32
마. 차량·승용물 ····· 34
바. 보건·위생용품 ····· 38

Ⅲ. 시사점 ····· 41

1. 인터넷 정보이용서비스에 대한 소비자피해 ····· 41
2. 차량 네비게이션 상품으로 인한 소비자피해 ····· 42
3. 광고와 다른 상품으로 인한 소비자피해 ····· 44
4. 중국산 상품으로 인한 소비자피해 ····· 44
5. 연령대별 소비자피해 다발품목 차별화 ····· 45

참고문헌 ····· 46

[부록] 전자상거래 이용시 소비자 유의사항 ····· 47

Ⅰ. 전자상거래 시장 및 소비자피해 현황

1. 전자상거래 시장현황

□ 2006년도 사이버쇼핑몰을 통한 B2C 거래규모는 약 9조 1,315억원으로 **전년 동기** 약 1조 2,108억원 대비 **15.3% 증가**

【표Ⅰ-1】 사이버쇼핑몰 거래규모(B2C)

(단위 : 백만원, %)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006
사이버쇼핑몰 거래액	5,043,340	6,094,974	6,442,905	7,920,743	9,131,539
증감률	-	(20.9)	(5.7)	(22.9)	(15.3)

출처 : 통계청, '2006년 12월 및 연간 사이버쇼핑몰통계조사 결과', 2007.2.4.

□ 통계청 쇼핑몰 조사에 따르면 취급상품범위별로는 전문몰이 94.0%, 종합몰이 6.0%로 나타났으며, 운영형태별은 on·offline 병행이 51.5%, 조직형태별은 개인 사업체가 60.4%를 차지

【표Ⅰ-2】 사이버쇼핑몰 형태

(단위 : 개, %)

년도	사업체수	취급상품범위별		운영형태별		조직형태별		
		종합몰	전문몰	online	on/offline 병행	개인업체	회사법인	이외법인
2005	3,915	317	3,598	1,913	2,002	2,260	1,547	108
2006	4,463 (100.0)	266 (6.0)	4,197 (94.0)	2,165 (48.5)	2,298 (51.5)	2,697 (60.4)	1,622 (36.3)	144 (3.3)

출처 : 통계청, '2006년 12월 및 연간 사이버쇼핑몰통계조사 결과', 2007.2.4.

□ 사이버쇼핑몰 상품군별 거래액 규모는 **의류·패션**이 2조 3,716억원, 전체의 17.6%로 가장 컸으며, **여행·예약서비스** 2조 185억원, **가전·통신기기** 2조 108억원, **생활용품·자동차용품** 1조 3,003억원 순으로 나타남

【표 Ⅰ-3】 상품군별 거래액 규모

(단위 : 백만원, %)

구 분	2006년	구성비
계	13,459,595*	100.0
컴퓨터 및 주변기기	1,260,605	9.4
S/W(게임S/W 등)	85,934	0.6
가전/전자/통신기기	2,010,894	14.9
서 적	627,675	4.7
음반/비디오/악기	80,682	0.6
여행 및 예약서비스	2,018,509	15.0
아동/유아용품	652,264	4.8
식음료 및 건강식품	625,154	4.6
꽃	42,449	0.3
스포츠/레저용품	501,794	3.7
생활용품/자동차용품	1,300,393	9.7
의류/패션및관련상품	2,371,658	17.6
화장품/향수	699,107	5.2
사무/문구	130,819	1.0
농수산물	312,430	2.3
각종서비스	74,728	0.6
기 타	664,501	4.9

출처 : 통계청, '2006년 12월 및 연간 사이버쇼핑몰통계조사 결과', 2007.2.4.

* B2C거래와 B2B거래를 합한 금액

2. 전자상거래 소비자상담 동향

□ 2006년도 한해동안 접수된 총 소비자상담 건수는 309,546건이며, 이 가운데 **전자상거래는 23,726건으로 전체의 7.6%를 차지**

□ 2005년 전자상거래 소비자상담 25,141건에 비해 절대 상담건수도 감소하였을 뿐 아니라, 전체분야에서 차지하는 비중도 8.5%에서 7.6%로 0.9%p 감소

- 이는 2005년에 '리치투유 사건'으로 단일사업자에 대한 소비자상담이 1,262건이 접수되어 발생한 결과임

- **2004년 17,673건(6.5%)과 비교하면 전자상거래 소비자상담건이 증가하였을 뿐 아니라 전체소비자상담에서 차지하는 비중도 1.1%p 증가**하였음

【표Ⅰ-4】 전자상거래 관련 소비자상담 추이

(단위: 건, %)

구 분	2004	2005	2006
총 상담건수	272,942	294,580	309,546
전자상거래 상담건수	17,673	25,141*	23,726
전자상거래 비중	6.5	8.5	7.6

출처 : 한국소비자원 소비넷 2004.1.1 ~2006.12.31. 자료정리

* 2005년에는 리치투유 관련 소비자상담 1,262건 포함

□ 품목별 소비자상담 건수는 **의류·신변제품**이 8,039건으로 가장 많았고, 이어 **정보통신서비스** 3,246건, **정보통신기기** 2,537건, **문화용품** 2,394건의 순으로 나타남

□ 전년대비 소비자상담 품목별 특징은 **정보통신서비스는 '05년의 4위에서 2위로 높아진 반면, 문화용품은 2위에서 4위로 하락**

- 인터넷정보이용서비스, 인터넷게임서비스, 이동통신서비스 등에 대한 소비자이용이 증가하면서 소비자불만도 함께 증가한 결과로 판단

- 디지털카메라, MP3 플레이어 등 카메라, 음향기기에 대한 소비자상담건이 감소하여 '05년에 비해 문화용품에 대한 소비자상담 감소

- '05년에 발생한 리치투유 사건이 대부분 에어콘, 냉장고 등 가사용품 관련한 소비자피해로 '06년에는 가사용품 관련 소비자상담건이 감소

【표 Ⅰ-5】 주요품목별 소비자상담 현황

(단위 : 건)

품 목	2005		2006	
	건수	순위	건수	순위
의류・신변제품	8,344	1	8,039	1
정보통신서비스	2,500	4	3,246	2
정보통신기기	2,517	3	2,537	3
문화용품	2,562	2	2,394	4
차량·승용물	445	10	1,100	5
보건・위생용품	1,235	6	1,034	6
가사용품	1,544	5	988	7
스포츠·레저용품	862	7	727	8
식생활기기	831	9	547	9
가구	459	14	529	10
기 타		-	2,585	-
합 계	25,141		23,726	

출처 : 한국소비자원 소비넷 2005.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

□ ‘05년도에 8위를 차지했던 금융보험서비스가 10위권 밖으로 밀려났고, ’05년 14위를 차지했던 **가구용품이 10위권에 새로 진입. ‘05년도에 10위를 차지했던 차량·승용물이 5위를 차지**

3. 전자상거래 소비자 피해구제 동향

가. 피해구제 실적

□ 2006년도 한해동안 한국소비자원에서 처리된 전자상거래 피해구제 사건은 2,249건이며, 이는 총 **피해구제 사건 23,482건의 9.6%를 차지**

- ‘05년의 14.8%에 비하여 5.2%p 감소하였는데, 이 역시 2005년에 접수된 리치투유 관련 집단피해 629건이 포함된데 기인함

【표Ⅰ-6】 전자상거래 관련 피해구제 현황

(단위 : 건, %)

구 분	2005	2006
총 피해구제건수	21,828	23,482
전자상거래 피해구제	3,248*	2,249
전자상거래 비중	14.8	9.6

출처 : 한국소비자원 소비넷 2005.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리
* 2005년에는 리치투유 관련 피해구제 629건 포함

나. 청구인 특성

□ 성별은 남자가 1,219건(54.2%), 여자 1,030건(45.8%)으로 **남성 이용자가 여성 이용자에 비해 8.4%p 높게 나타남**(표 Ⅱ-1 참조)

□ 연령별은 20대 921건(41.0%), 30대 833건(37.0%)으로 **20대와 30대 이용자가 전체의 78.0%를 차지**

【표Ⅰ-7】 피해구제 청구인의 연령별 현황

(단위 : 건, %)

연령대	빈도	연령대	빈도
10대	73 (3.2)	50대	94 (4.2)
20대	921 (41.0)	60대 이상	27 (1.2)
30대	833 (37.0)	연령미상	46 (2.0)
40대	255 (11.3)		
계			2,249 (100.0)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

다. 품목별 피해구제 현황

□ 품목별 피해구제 건수는 **의류·신변제품**이 712건으로 가장 많았고, 이어 **정보통신서비스** 439건, **정보통신기기** 256건, **문화용품** 207건, **차량·승용물** 149건의 순으로 나타남

□ 주요 피해다발 품목 순위는 '05년과 비교하여 가사용품과 차량·승용물을 제외하고는 비교적 유사한 순위를 나타냄

- 가사용품은 '05년 2위에서 '06년 7위로 떨어졌는데, 이는 '05년의 경우에 리치투유 사건의 영향으로 629건의 피해구제가 동시에 접수되었고, 해당 품목 중 가사용품의 비중이 높게 나타난데 기인

- **'05년에는 12위였던 차량·승용물이 5위로 급상승하여 소비자피해다발품목에 포함되었음**

- '05년 각각 13위와 11위를 차지했던 가구용품과 식생활기기가 새롭게 10위권에 진입. **'05년도에 각각 9위와 10위를 차지했던 도서·음반과 금융보험이 10위권 밖으로 밀려남**

【표Ⅰ-8】 주요 피해다발 품목

(단위 : 건)

구 분	2005		2006	
	건수	순위	건수	순위
의류·신변제품	923	1	712	1
정보통신서비스	337	3	439	2
정보통신기기	291	4	256	3
문화용품	262	5	207	4
차량·승용물	59	12	149	5
보건·위생용품	115	6	70	6
가사용품	710	2	64	7
스포츠용품	98	7	64	7
문화 · 오락서비스	78	8	53	9
가구	36	13	41	10
식생활기기	66	11	41	10
기 타	-		153	
합 계	3,248		2,249	

출처 : 한국소비자원 소비넷 2005.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

□ 개별품목별로 피해구제건수는 인터넷정보이용서비스가 218건으로 가장 많았고, 이어 **이동전화서비스** 113건, **차량네비게이션** 90건, 인터넷게임서비스 85건의 순으로 나타남

□ 인터넷 정보이용서비스가 '05년에 비해 급격히 상승하여 가장 소비자피해가 많이 발생한 품목으로 나타났으며

- 차량네비게이션도 피해구제건이 '05년 16건에서 '06년에는 90건으로 증가하여 개별품목 40위에서 3위로 올랐음

- 휴대폰단말기도 피해구제건이 '05년 33건에서 '06년에는 58건으로 증가하여 개별품목 21위에서 9위로 올랐음

【표 Ⅰ-9】 소비자피해 상위 10개 개별품목

(단위 : 건,%)

개별품목	2005			2006		
	빈도	퍼센트	순위	빈도	퍼센트	순위
인터넷정보이용서비스	66	2.0	11	218	9.7	1
이동전화서비스	123	3.8	4	113	5.0	2
차량네비게이션	16	0.5	40	90	4.0	3
인터넷게임서비스	119	3.7	5	85	3.8	4
셔츠	84	2.6	9	78	3.5	5
점퍼,자켓,사파리	90	2.8	6	73	3.2	6
운동화	187	5.8	2	72	3.2	7
캐주얼바지	88	2.7	8	71	3.2	8
휴대폰	33	1.0	21	58	2.6	9
MP3플레이어	89	2.7	7	51	2.3	10

출처 : 한국소비자원 소비넷 2005.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

□ 2006년 우리원에 접수된 품목별 피해구제사건과 통계청에서 발표한 전자상거래 상품군별 거래규모를 비교하기 위해

- 우리원에 접수된 피해구제사건 2,249건을 통계청 상품분류기준에 맞추어 재분류함

□ 통계청분류 상품군별 거래규모와 피해구제사건 비율이 유사한 형태를 보이고 있어, 거래규모가 큰 상품에서 소비자피해도 많이 발생하는 것으로 보임

- 다만, 의류, 패션 및 관련상품은 거래규모에 비해 피해구제 접수가 많이 되었으며
- 여행 및 예약서비스는 거래규모에 비해 피해구제 접수가 적게 된 것으로 나타났음
- 이는 의류, 패션 및 관련상품이 비교적 저가품이어서 동일한 거래규모라도 거래건수가 많아 나타나는 현상으로 판단

【표Ⅰ-9】 상품군별 거래규모와 소비자피해 비교

(단위: 백만원, 건, %)

품 목	거래규모		피해구제건	
	금액	비율	건	비율
컴퓨터 및 주변기기	97,849	9.4	181	8.2
S/W(게임S/W등)	8,691	0.8	97	4.4
가전/전자/통신기기	134,314	12.9	334	15.1
서 적	50,536	4.8	20	0.9
음반/비디오/악기	6,499	0.6	37	1.7
여행 및 예약서비스	165,519	15.8	56	2.5
아동/유아용품	43,427	4.2	23	1.0
식음료 및 건강식품	59,158	5.7	19	0.9
꽃	3,623	0.3	4	0.2
스포츠/레저용품	37,080	3.5	29	1.3
생활용품/자동차용품	96,974	9.3	389	17.6
의류/패션 및 관련상품	176,442	16.9	667	30.1
화장품/향수	53,563	5.1	45	2.0
사무/문구	9,851	0.9	6	0.3
농수산물	45,763	4.4	10	0.5
각종서비스	7,050	0.7	292	13.2
기 타	48,399	4.6	7	0.3
합 계	1,044,738	100.0	2,216	100.0

출 처 : 2006년 소비자원 피해구제사건 재분류

라. 피해유형

□ 피해유형별로는 **계약해제 · 해지**가 845건으로 가장 많았으며, 그 다음으로 **품질하자** 501건, **부당대금 청구** 307건, **물품 미인도·지연** 240건, A/S미흡 146건의 순으로 나타남

□ 주요 소비자피해 유형에 있어서도 물품미인도·지연이 '05년 1위에서 4위로 대폭 감소했는데, 동 원인 역시 리치투유 사건에 의해 물

품대금만 받고 사업주가 잠적해 버린 것에 기인

- ‘05년에는 12위였던 차량·승용물이 5위로 급상승하여 소비자피해다발품목에 포함되었음

- ’05년 각각 18위와 12위를 차지했던 피해유형으로 부당약관과 규격미비가 새롭게 10권에 진입. ‘05년도에 각각 8위와 9위를 차지했던 피해유형인 계약불완전이행과 운송비 강요는 10위권 밖으로 밀려남

【표Ⅰ-10】 주요 소비자피해 유형 현황

(단위 : 건, %)

구 분	2005		2006	
	건수	순위	건수	순위
계약해제・해지	623	2	845	1
품질하자	609	3	501	2
부당대금청구	209	4	307	3
물품미인도·지연	1,157	1	240	4
A/S 미흡	96	7	146	5
가격. 요금	126	6	89	6
허위과장·표시	171	5	49	7
제품안전	24	10	14	8
부당약관	8	18	13	9
규격미비	7	12	6	10
기 타	-	-	39	
합 계	3,248		2,249	

출처 : 한국소비자원 소비넷 2005.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

마. 처리결과

□ 처리결과는 **환급**이 34.9%로 가장 많았고, 그 다음으로 **계약해제와 정보제공**이 각각 14.8%, **계약이행**이 7.5%, **교환** 5.7%의 순

【표Ⅰ-11】 피해구제 처리결과

(단위 : 건, %)

전체	환급	계약해제	정보제공	계약이행	교환	기타
2,249 (100.0)	784 (34.9)	332 (14.8)	332 (14.8)	168 (7.5)	128 (5.7)	505 (22.4)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2005.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

Ⅱ. 주요 품목별 전자상거래 소비자피해 특성

1. 전자상거래 소비자피해 특성

가. 성별·품목별 특성

□ 전자상거래 품목별로 남녀간 피해구제 사건비율에 차이를 보임

- **남성은 정보통신서비스(25.2%), 정보통신기기(15.5%), 문화용품(12.0%), 차량승용물(10.6%)이 여성에 비해 높게 나타났으며,**
- **여성은 의류·신변용품(48.6%)가 남성에 비해 높게 나타남**

【표Ⅱ-1】 성별·품목별 전자상거래 피해구제 특성

(단위 : 건, %)

구분	전체		남성		여성	
	사례수	비율	사례수	비율	사례수	비율
전체	2,249	100.0	1,219	100.0	1,030	100.0
의류,섬유신변용품	712	31.7	211	17.3	501	48.6
정보통신서비스	439	19.5	307	25.2	132	12.8
정보통신기기	256	11.4	189	15.5	67	6.5
문화용품	207	9.2	146	12.0	61	5.9

(단위 : 건, %)

구분	전체		남성		여성	
	사례수	비율	사례수	비율	사례수	비율
차량 및 승용물	149	6.6	129	10.6	20	1.9
보건.위생용품	70	3.1	15	1.2	55	5.3
가사용품	64	2.8	35	2.9	29	2.8
스포츠.레져.취미용품	64	2.8	40	3.3	24	2.3
문화.오락서비스	53	2.4	24	2.0	29	2.8
가구	41	1.8	27	2.2	14	1.4
식생활기기	41	1.8	19	1.6	22	2.1
운수.보관.관리서비스	29	1.3	14	1.1	15	1.5
식료품&기호품	22	1.0	13	1.1	9	0.9
도서.음반	19	0.8	10	0.8	9	0.9
교육서비스	18	0.8	11	0.9	7	0.7
금융.보험	14	0.6	9	0.7	5	0.5
기타서비스	14	0.6	6	0.5	8	0.8
세탁업서비스	9	0.4	2	0.2	7	0.7
주방용품	9	0.4	2	0.2	7	0.7
토지.건물 및 설비	9	0.4	4	0.3	5	0.5
기타상품	4	0.2	2	0.2	2	0.2
렌탈.리스.임대차	2	0.1	1	0.1	1	0.1
보건.위생서비스	2	0.1	2	0.2	0	0.0
농.수.축산용품	1	0.0	1	0.1	0	0.0
의료서비스	1	0.0	0	0.0	1	0.1

출처 : 한국소비자원 소비넷 2005.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

나. 연령별·품목별 특성

□ 전자상거래 품목별로 연령별 피해구제 사건비율에 차이를 보임

- **10대와 20대는 의류·신변용품**에 대한 피해가 전체의 40%이상을

차지하였으며

- 30대는 의류·신변용품이 가장 많은 비중을 차지하였으나 정보통신서비스도 높게 나타남
- **40대와 50대는 정보통신서비스**가 가장 많은 비중을 차지하였으며 의류·신변용품도 높게 나타남
- 60대 이상에서는 정보통신서비스와 정보통신기기가 가장 많은 비중을 차지

【표Ⅱ-2】 연령별·품목별 전자상거래 피해구제 특성

(단위 : 건, %)

구분	전체	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	연령 불명
전체	2249 (100.0)	73 (100.0)	921 (100.0)	833 (100.0)	255 (100.0)	94 (100.0)	27 (100.0)	46 (100.0)
의류, 섬유신변용품	712 (31.7)	45 (61.6)	382 (41.5)	198 (23.8)	51 (20.0)	15 (16.0)	0 (0.0)	21 (45.7)
정보통신서비스	439 (19.5)	12 (16.4)	169 (18.3)	140 (16.8)	77 (30.2)	25 (26.6)	14 (51.9)	2 (4.3)
정보통신기기	256 (11.4)	6 (8.2)	100 (10.9)	102 (12.2)	27 (10.6)	10 (10.6)	4 (14.8)	7 (15.2)
문화용품	207 (9.2)	7 (9.6)	78 (8.5)	90 (10.8)	21 (8.2)	5 (5.3)	3 (11.1)	3 (6.5)
차량 및 승용물	149 (6.6)	0 (0.0)	36 (3.9)	81 (9.7)	21 (8.2)	7 (7.4)	2 (7.4)	2 (4.3)
보건.위생용품	70 (3.1)	0 (0.0)	34 (3.7)	25 (3.0)	5 (2.0)	3 (3.2)	0 (0.0)	3 (6.5)
가사용품	64 (2.8)	0 (0.0)	14 (1.5)	33 (4.0)	11 (4.3)	3 (3.2)	1 (3.7)	2 (4.3)
스포츠.레져. 취미용품	64 (2.8)	1 (1.4)	24 (2.6	27 (3.2)	7 (2.7)	3 (3.2)	1 (3.7)	1 (2.2)
문화.오락서비스	53 (2.4)	1 (1.4)	25 (2.7)	12 (1.4)	5 (2.0)	9 (9.6)	0 (0.0)	1 (2.2)
가구	41 (1.8)	0 (0.0)	6 (0.7)	22 (2.6)	9 (3.5)	3 (3.2)	0 (0.0)	1 (2.2)

구분	전체	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	연령 불명
식생활기기	41 (1.8)	0 (0.0)	8 (0.9)	23 (2.8)	6 (2.4)	2 (2.1)	1 (3.7)	1 (2.2)
운수. 보관. 관리서비스	29 (1.3)	0 (0.0)	8 (0.9)	15 (1.8)	3 (1.2)	2 (2.1)	1 (3.7)	0 (0.0)
식료품&기호품	22 (1.0)	0 (0.0)	5 (0.5)	15 (1.8)	2 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
도서. 음반	19 (0.8)	1 (1.4)	8 (0.9)	7 (0.8)	2 (0.8)	1 (1.1)	0 (0.0)	0 (0.0)
기타	83 (3.7)	0 (0)	24 (2.6)	43 (5.2)	8 (3.1)	6 (6.4)	0 (0.0)	2 (4.3)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2005.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

다. 직업별·품목별 특성

□ 직업별로 다소 차이는 있지만 의류·신변용품 관련 피해가 가장 높은 피해구제 비율을 나타냄

□ 특히, **학생이 의류·신변용품로 인한 소비자피해를 경험한 비중이 가장 높았으며** 다음으로 주부, 무직자, 봉급생활자 순으로 소비자피해 경험이 높게 나타남

□ 봉급생활자와 자영업자는 의류·신변용품이 외에 정보통신서비스와 정보통신기기에 대한 소비자피해경험도 높게 나타남

【표Ⅱ-3】 직업별·품목별 전자상거래 피해구제 특성

(단위 : 건, %)

구분	전체	봉급 생활자	자영업	주부	학생	무직· 기타	무응답
전체	2,249 (100.0)	1,137 (100.0)	147 (100.0)	227 (100.0)	373 (100.0)	182 (100.0)	179 (100.0)
의류, 섬유신변용품	712 (31.7)	328 (28.8)	36 (24.5)	80 (35.2)	178 (47.7)	57 (31.3)	32 (17.9)

구분	전체	봉급 생활자	자영업	주부	학생	무직. 기타	무응답
정보통신서비스	439 (19.5)	227 (20.0)	31 (21.1)	45 (19.8)	77 (20.6)	52 (28.6)	7 (3.9)
정보통신기기	256 (11.4)	126 (11.1)	29 (19.7)	5 (2.2)	33 (8.8)	29 (15.9)	34 (19.0)
문화용품	207 (9.2)	104 (9.1)	9 (6.1)	13 (5.7)	29 (7.8)	11 (6.0)	41 (22.9)
차량 및 승용물	149 (6.6)	105 (9.2)	18 (12.2)	5 (2.2)	7 (1.9)	9 (4.9)	4 (2.2)
보건.위생용품	70 (3.1)	34 (3.0)	1 (0.7)	11 (4.8)	11 (2.9)	3 (1.6)	10 (5.6)
가사용품	64 (2.8)	28 (2.5)	5 (3.4)	10 (4.4)	5 (1.3)	1 (0.5)	15 (8.4)
스포츠. 레져. 취미용품	64 (2.8)	27 (2.4)	4 (2.7)	6 (2.6)	9 (2.4)	5 (2.7)	12 (6.7)
문화. 오락서비스	53 (2.4)	39 (3.4)	3 (2.0)	4 (1.8)	6 (1.6)	1 (0.5)	0 (0.0)
가구	41 (1.8)	20 (1.8)	3 (2.0)	10 (4.4)	1 (0.3)	2 (1.1)	4 (2.2)
식생활기기	41 (1.8)	12 (1.1)	1 (0.7)	13 (5.7)	1 (0.3)	2 (1.1)	12 (6.7)
운수.보관.관리서비스	29 (1.3)	18 (1.6)	1 (0.7)	4 (1.8)	3 (0.8)	2 (1.1)	1 (0.6)
식료품&기호품	22 (1.0)	15 (1.3)	1 (0.7)	3 (1.3)	2 (0.5)	1 (0.5)	0 (0.0)
도서.음반	19 (0.8)	7 (0.6)	1 (0.7)	4 (1.8)	4 (1.1)	1 (0.5)	2 (1.1)
기타	83 (3.7)	47 (4.1)	4 (2.7)	14 (6.1)	7 (1.8)	6 (3.3)	5 (2.7)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2005.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

2. 주요 품목별 소비자피해 세부내용

□ 2006년 한해동안 소비자피해구제 접수가 가장 많았던 상위 6개 품목을 대상으로 소비자피해의 특성을 살펴봄

- 이들 상위 6개 품목에 대한 피해구제사건이 1,833건으로 전체 2,249건의 81.5%를 차지

가. 의류・신변제품

□ 의류·신변제품 관련 소비자피해는 2005년에 이어 2006년에도 소비자 파해가 가장 많이 발생한 품목군임

- 의류·신변제품은 다른 상품에 비해 색상이나 디자인이 중요시되는 품목임

- 배송받은 상품이 주문시 상품의 색상이나 디자인과 달라 상품의 반품을 위한 계약해지 요구가 발생하고 있음

(1) 피해유형

□ 의류·신변제품 관련 피해유형은 계약해제·해지가 전체의 47.1%를 차지하였고, 그 다음으로 품질하자불만이 29.8%, 부당행위가 11.9%의 순으로 나타남

□ 상대적으로 허위표시로 인한 소비자피해는 1.3%로 낮게 나타남

【표Ⅱ-4】 피해유형 현황(의류・신변제품)

(단위 : 건, %)

전체	계약해제* .해지	품질	부당행위	계약이행	허위표시**	기타
712 (100.0)	335 (47.1)	212 (29.8)	85 (11.9)	40 (5.6)	9 (1.3)	31 (4.4)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2005.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리
* 계약해제・해지에는 청약철회거절을 포함
** 허위표시 등은 허위·과장 광고를 포함

(2) 결제수단

□ 의류·신변제품 관련 피해에 대한 청구인들의 결제수단은 현금이 전체의 26.7%, 카드 일시불이 33.7%, 기타 일시불이 11.1%로 나타나 전체 거래의 71.5%가 일시불로 이루어지고 있음을 나타냄

【표Ⅱ-5】 결제수단 현황(의류・신변제품)

(단위 : 건, %)

전체	현 금	카드일시불	신용카드할부	기타일시불	기 타
712 (100.0)	190 (26.7)	240 (33.7)	107 (15.0)	79 (11.1)	96 (13.4)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2005.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

(3) 처리결과

□ 의류·신변제품 관련 피해에 대한 처리결과는 환급이 44.4%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 정보제공 18.0%, 계약해제 14.5%, 수선·교환 8.6%, 계약이행 3.7%의 순으로 나타남

□ 상대적으로 의류·신변제품 피해에 대한 손해배상의 비율은 낮게 나타남

【표Ⅱ-6】 처리결과 현황(의류・신변제품)

(단위 : 건, %)

전체	환 급	정보제공	계약해제	수선・교환	계약이행	배 상	기타
712 (100.0)	316 (44.4)	128 (18.0)	103 (14.5)	61 (8.6)	26 (3.7)	33 (4.6)	45 (6.3)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2005.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

(4) 주요 피해사례

□ **광고상의 제품과 배송받은 제품이 상이**하여 소비자가 교환이나 환급을 요구하는 사례가 많음

- 의류·신변제품은 디자인, 색상 등 소비자의 개성이나 주관적인 판단 요소가 많은 특성을 가지고 있음

- 소비자가 상품을 직접 보거나 착용해보고 구매하는 것이 아니기 때문에 배송받은 제품에 대한 소비자가 만족도가 낮은 편임

- 소비자의 반품 또는 계약철회요구에 대해 사업자가 현행 '전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률'(이하 '전소법')에서 보장된 소비자의 청약철회권을 제약

□ 제품의 하자로 소비자가 제품을 반송하는 것임에도 불구하고 **반송비용을 소비자에게 전가**하는 사례가 많음

<사례 1> 포장파손을 이유로 반품거절

소비자는 2006.1.15 인터넷쇼핑몰 내 직접판매자인 'OOOO' 업체가 판매하는 핑크색 자켓을 주문하고 67,400원을 현금으로 입급함. 동년 동월 21일 제품을 수령하였는데 제품의 색상이 핑크색이 아니라 보라색임

이에 소비자는 제품을 반품하고 환급을 요구하였으나 사업자는 포장이 파손되었고, 제품을 받은 지 3일이 지난 후에 반품요구를 하였다며 계약해지를 거절

⇒ 사업자에게 현행 '전자상거래소비자보호법' 에서는 내용물 확인을 위한 포장 개봉의 경우에는 청약철회가 인정되며 청약철회기간(소비자에게 계약서를 교부한 날로부터)도 7일 이내 임을 설명하니 이를 수긍하고 환급

<사례 2> 지연배송으로 요구한 계약해지 거절

소비자 B씨는 2006.9. 3 쇼핑몰에서 모자를 주문하였으나 한달이 지나도 제품이 배송되지 않음. 이에 사업자에게 계약해지와 함께 환급을 요구하였음에도 2006.10.31까지 환급을 해주지 않고 있음

⇒ 사업자에게 미배송에 따른 환급을 요구하자 사업자는 이를 인정하고 환급하기로 함

<사례 3> 제품하자임에도 소비자에게 운송비 전가

소비자 C씨는 2006.1.24 B마켓에 입점한 A사로부터 점퍼를 구입하고, 1.27일 제품을 받아 확인해 보니 점퍼의 전체 테두리가 다 헤진 상태이고, 특히 앞면 겉감의 밑부분이 뜯겨져 있음을 발견. 사업자는 소비자가 왕복택배비를 부담하면 반품 받겠다고 함

⇒ 사업자에게 이 경우는 현행 '전자상거래소비자보호법' 상의 단순변심에 의한 청약철회가 아니라 제품하자에 의한 반품이므로 사업자가 운송비를 부담해야 함을 설명하니 수긍하고 사업자 부담으로 제품을 수거

나. 정보통신서비스

□ 정보통신서비스 중 인터넷정보이용서비스 단일 품목의 피해구제건이 218건으로 전체 2,249건의 9.7%나 차지하여 단일품목으로 가장 많이 접수되었음

- 더욱이 '05년의 66건 2.0%에 비해 크게 증가하였으며 정보통신서비스 상품군의 상승을 주도

□ 이동전화서비스 품목에 대한 피해구제건도 113건으로 인터넷정보이용서비스 다음으로 피해구제건이 접수되어 전체 품목 2위를 차지

(1) 피해유형

(가) 인터넷정보이용서비스

□ 정보통신서비스 중 인터넷정보이용서비스와 관련된 피해는 계약해제해지가 49.1%로 가장 높게 나타났으며, 부당행위가 37.2%로 이들 피해유형이 전체의 86.3%를 차지

□ 반면, 가격·요금, 기타 피해는 8.3%, 50.5%로 낮게 나타남

【표Ⅱ-7】 피해유형 현황(인터넷정보이용서비스)

(단위 : 건, %)

전체	계약해제·해지	부당행위	가격·요금	기타
218 (100.0)	107 (49.1)	134 (37.2)	18 (8.3)	12 (5.5)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

(나) 인터넷게임서비스

□ 인터넷게임서비스 관련 피해는 계정압류 등 부당행위가 31.8%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 계약이행 21.2%, 가격·요금 12.9%의 순으로 나타남

【표Ⅱ-8】 피해유형 현황(인터넷게임서비스)

(단위 : 건, %)

전체	부당행위	계약이행	가격·요금	약관	기타
85 (100.0)	27 (31.8)	18 (21.2)	11 (12.9)	9 (10.6))	15 (17.6)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

(다) 이동통신서비스

□ 이동통신서비스 관련 피해는 단말기보조금 관련한 계약이행이 전체의 53.1%로 가장 높게 나타나고, 그 다음으로 부당행위가 23.0%를 나타냄

【표Ⅱ-9】 피해유형 현황(이동통신서비스)

(단위 : 건, %)

전체	계약이행	부당행위	계약해제해지	가격요금	기타
113 (100.0)	60 (53.1)	26 (23.0)	14 (12.4)	8 (7.1)	5 (4.6)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

(2) 결제수단

□ 정보통신서비스 관련 피해에 대한 청구인들의 결제수단은 현금이 전체의 26.9%, 카드 일시불이 6.2%, 기타 일시불 12.8%로 나타나 전체 거래의 45.9%가 일시불로 이루어지고 있음

【표Ⅱ-10】 결제수단 현황(정보통신서비스)

(단위 : 건, %)

전체	현 금	카드 일시불	신용카드 할부	기타일시불	기 타
439 (100.0)	118 (26.9)	27 (6.2)	14 (3.2)	56 (12.8)	224 (51.0)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

(3) 처리결과

(가) 인터넷정보이용서비스

□ 정보통신서비스 중 인터넷정보이용서비스 관련 처리결과는 계약해제 및 해지가 39.4%로 가장 높고, 환급이 32.6%로 그 다음을 나타내 전체적으로 계약해제 및 환급 비율이 72.0%를 차지

□ 반면, 정보제공, 조정요청, 처리불능 등과 관련된 처리가 전체의 16.5%를 차지해 인터넷정보이용서비스 관련 피해구제가 원만히 처리되고 있지 못함을 알 수 있음

【표Ⅱ-11】 처리결과 현황(인터넷정보이용서비스)

(단위 : 건, %)

전체	계약해제·해지	환 급	부당행위 시정	정보제공	기 타*
218 (100.0)	86 (39.4)	71 (32.6)	25 (11.5)	16 (7.3)	20 (9.2)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리
* 기타에는 조정요청, 배상, 처리불능 등이 포함

(나) 인터넷게임서비스

□ 정보통신서비스 중 인터넷게임서비스 관련 처리결과는 정보제공이 전체의 35.3%로 가장 높게 나타나는 반면, 환급은 17.6%에 그침

- 인터넷게임서비스 관련 피해구제 사건의 처리결과가 당초 소비자들이 기대하는 보상과 차이가 있음을 알 수 있음

【표Ⅱ-12】 처리결과 현황(인터넷게임서비스)

(단위 : 건, %)

전체	정보제공	환급	계약이행	기 타*
85 (100.0)	30 (35.3)	15 (17.6)	14 (16.5)	26 (30.6)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리
* 기타에는 수리·보수, 조정요청, 배상 처리불능 등이 포함

(다) 이동통신서비스

□ 정보통신서비스 중 이동통신서비스 관련 처리결과는 계약이행이 전체의 43.4%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 환급 23.0%, 계약

해제 및 해지 10.6%의 순으로 나타남

□ 반면, 배상에 의한 처리는 5.3%에 불과

【표Ⅱ-13】 처리결과 현황(이동통신서비스)

(단위 : 건, %)

전체	계약이행	환급	계약해제·해지	정보제공	배상	기타*
113 (100.0)	49 (43.4)	26 (23.0)	12 (10.6)	7 (6.2)	6 (5.3)	13 (11.5)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리
* 기타에는 수리·보수, 조정요청, 배상 처리불능 등이 포함

(4) 주요 피해사례

(가) 인터넷정보이용서비스

□ 소비자가 서비스이용의 중지를 통지하였음에도 불구하고 서면통지가 아니라는 이유로 계속하여 이용요금을 부과하거나 장치대금을 청구하는 피해사례가 다수 발생함

□ 소비자가 신청한 적이 없는 서비스의 이용요금을 자동인출해가거나 1회만 이용하였는데 이후에 계속해서 이용요금을 자동인출해가는 피해사례 발생

- 휴대폰을 통한 본인인증이 소액결제대금 청구로 이어짐

□ 무료체험서비스, 무료통화권 제공 등으로 회원 가입 유도 후 대금 청구함

- 무료사용기간 경과 후 소비자의 동의없이 자동으로 유료회원 전환

- 계약기간 만료 후 소비자의 동의없이 계약기간 갱신 등

<사례 4> 해지 후에도 이용료를 부과하는 인터넷서비스

소비자는 2006.5.20 사용하던 인터넷서비스에 대해 해지를 신청함. 해지신청 후에도 인터넷사업자는 모뎀을 회수하지 않고 이후에도 이용료를 부과함 이에 소비자는 이용하지 않았음에도 부과된 이용요금 청구의 철회를 요구하자 사업자는 이용요금 이외에도 모뎀 장비변상금 62,700원을 무단으로 인출해감

⇒ 사업자는 소비자가 보유하고 있는 모뎀을 돌려받기로 하고 장비변상금 62,700원을 포함하여 소비자에게 부과한 이용요금을 환급하기로 함

□ 인터넷서비스 이용요금을 부과하기 위해서는 소비자에게 서비스의 내용, 이용금액, 사업자상호, 연락처 등 거래에 필요한 기본적인 정보가 제공되어야 하나,

- 이러한 절차를 생략하여 소비자는 자신이 이용요금을 납부하는지조차 모르는 사례가 많음

<사례 5> 소비자동의 없이 결제대금 계속 인출

소비자는 2006.7.1 유명 포탈싸이트가 인터넷상에서 제공하는 원격 PC접속서비스를 월정액 3,000원에 가입하여 1회 사용하였음. 소비자는 이후에 동 서비스를 사용한 적이 없으나 계속하여 소비자의 동의없이 이동전화요금에서 매월 3,000원씩을 3개월간 부과함

이에 소비자는 이용한 적이 없는 서비스에 대해 부과한 이용요금의 환급을 요구함

⇒ 유명 포털싸이트인 B는 소비자의 동의없이 이용요금을 부과한 사실을 인정하고 대금 청구 취소 및 계약을 해지

<사례 6> 무료통화권 제공으로 유인 후 결제대금 청구

소비자는 2006.9.11 인터넷상에서 B사가 △△ 이동통신사를 이용하는 고객에게 2시간 무료통화권을 지급한다고 하여 휴대폰을 통한 본인인증을 실시하였음. 10월 이동전화요금 내역서에 결제대행업자 '○○' 명의로 소액결제 이용요금 55,000원이 청구되어, B사와 연락을 시도하였으나 실패함

⇒ B사와는 계속 연락되지 않아 결제대행업자(PG사업자)에게 사실을 통보하니 나중에 판매자와 정산하기로 하고 PG사업자가 소비자에게 55,000원을 환급

(나) 인터넷게임서비스

□ 인터넷게임서비스 관련 피해는 이용자에 대한 본인확인이 어려우므로 **제3자의 명의도용으로 인한 소비자피해가 다수 발생**

- 대부분 소비자가 자신이 명의도용된 피해를 사이버수사대, 관할 경찰서 등 사법기구에 신고한 후에 사업자로부터 환급받는 절차를 거침

□ 또한 고객 유인을 위해 좋은 조건의 포인트 등 사은품을 지급하기로 하고 이를 이행하지 않는 사례가 다수 발생함

<사례 7> 사용하지 않은 인터넷게임 서비스의 요금부과

소비자는 2006.11.20 자신이 이용한 적이 있는 B게임사이트에서 이용요금을 최근 3개월간 이동통신요금에 합산하여 인출해간 사실을 발견함. 소비자는 이 서비스를 이용한 적이 없음은 물론, 회원가입조차 한적이 없음. 이에 소비자는 부당하게 인출해간 이용요금의 환급을 요구함. 그러나 사업자는 동 서비스를 JEUS라는 아이디로 이용하였으며 이용요금청구는 정당하다 주장함

⇒ B게임사이트에 등록된 JEUS라는 아이디는 소비자와 동일인이 아니며 소비자와 관련 없는 사람임. 이에 소비자는 경찰에 명의도용사실을 신고하고 사업자는 소비자에게 부과한 이용요금을 환급함

<사례 8> 미성년자가 게임 이용료 사기를 당한 경우

소비자는 미성년자 자녀들(초등 3년, 1년)이 2005.4.24 B게임사이트에서 게임을 하던 중 게임 상대가 캐시 충전을 해주겠다며 집전화번호를 알아내어 자신의 게임 이용료를 결제함. 나중에 유선전화 요금에 135,300원이 포함된 것을 발견하고 나서야 이 사실을 알게 됨. B게임사이트에 이를 알리고 환급을 요구하니 통신업체에서 처리받으라고만 함

⇒ B게임사이트에서 명의도용으로 결제된 요금일 수 있다는 사실을 인정하고 소비자에게 기 결제된 이용료 135,300원을 환급함

<사례 9> 지급하기로 약속한 포인트 미지급
소비자는 인터넷게임싸이트에서 일정점수 달성시 ○○캐쉬백 포인트를 지급하기로 하였으나, 사업자가 ○○캐쉬백 포인트가 아닌 △△포인트로 지급함. ○○캐쉬백 포인트는 여러상점에서 현금처럼 사용할 수 있으나 △△포인트는 당해 서비스만 이용할 수 있음 이에 지급하기로 약속한 ○○캐쉬백 포인트 지급을 요구함 ⇒ 소비자가 화면 캡쳐하여 제출한 광고에는 일정점수 달성시 점수에 따라 ○○캐쉬백 포인트를 지급하겠다는 문구가 확인됨. 이에 소비자에게 ○○캐쉬백 포인트를 지급하기로 함

(다) 이동통신서비스

□ 소비자가 신청하지 않거나 이용하지 않은 **휴대폰 부가서비스 요금을 본인 동의없이 부과**하는 사례가 다수 발생함

- 대부분의 부가서비스는 소비자가 신청한 것이 아니라 이동통신서비스 최초 가입시 대리점에서 일괄적으로 가입신청하는 사례가 빈발함

□ 사업자가 현금대신 지급한 **무료통화권이 사실상 이용 불가**능하여 소비자피해 발생

- 사업자의 설명과는 달리 이용시간이 짧거나 이용자체가 어려운 경우가 많음

□ 이동전화를 이용하여 소액결제가 가능하나 본인인증절차가 매우 간단하여 **본인 동의없는 제3자의 무단사용**이 가능함

- 또한 소액결제 내역을 구체적으로 통지하지 않아 소비자가 거래내역에 대한 확인이 어려움

<사례 10> 신청하지 않은 부가서비스 요금부과

소비자는 2005.12.31 이동통신요금 납입과정에서 자신이 가입하지 않은 착신전환 서비스요금 1,300원이 부과되어 있는 것을 알게 됨. 또한 이 서비스는 소비자가 이동전화를 개통한 2004.2월부터 부과되어 온 사실을 확인함. 이에 소비자는 본인이 신청한 적이 없는 서비스에 대한 이용요금 환급을 요구

⇒ 이동통신사는 2004.2.27-2006.1.2. 간 발생한 서비스요금 31,570원을 다음달 요금에서 차감하여 보상하기로 함

<사례 11> 무료통화권 이용이 불가능한 경우

소비자는 2006.5.1 B경매사이트에서 C사로부터 휴대폰을 낙찰 받고 백만원권 무료통화권을 받음. 이후 무료통화권 이용이 제대로 되지 않아 항의하니 무료통화권 업체와 문제가 있다며 좀더 사용해 보라고만 했으나 이후에도 계속 사용이 불가. 무료통화권 잔여금액의 보상을 요구

⇒ C사에서 무료통화권 업체의 서버다운 및 점검 등의 문제로 소비자가 이용이 불편했던 점을 인정하고 소비자에게 청구된 통신요금 300,000원을 감액

<사례 12> 제3자가 본인 동의없이 사용한 소액결제

소비자는 2006. 8월 이동통신 이용요금 청구서상에 본인이 사용하지 않은 소액결제 10만원이 청구됨. 이에 본인이 사용하지 않은 소액결제에 대해 결제대행업체(PG사업자)를 통해 확인한 결과, 인터넷게임사이트에서 아이디 BLUCE 로 게임서비스를 이용한 요금임을 확인함

소비자는 이 서비스를 사용한 적이 없어 명의도용으로 경찰에 신고함

⇒ 명의도용되어 청구된 이용요금이므로 인터넷게임사이트는 결제대행업체를 통해 이용요금을 소비자에게 환급함

다. 정보통신기기

(1) 피해유형

□ 정보통신기기 관련 피해유형은 품질하자·A/S가 36.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 계약해제해지가 28.1%, 계약이행이 14.1%의 순으로 나타남

□ 상대적으로 부당행위는 6.6%로 가장 낮게 나타남

【표Ⅱ-14】 피해원인 현황(정보통신기기)

(단위 : 건, %)

전체	하자 · A/S	계약해제* 해지	계약이행	가격요금	부당행위	기타
256 (100.0)	94 (36.7)	72 (28.1)	36 (14.1)	22 (8.6)	17 (6.6)	42 (16.4)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리
* 계약해제 · 해지에는 청약철회거절을 포함

(2) 결제수단

□ 정보통신기기 관련 피해에 대한 청구인들의 결제수단은 현금이 전체의 46.1%, 카드 일시불이 22.70%, 기타 일시불 0.4%로 나타나 전체 거래의 69.2%가 일시불로 이루어지고 있음을 나타냄

□ 반면 신용카드 할부에 의한 결제는 전체의 14.7%로 나타나 상대적으로 일시불 결제에 비해 매우 낮게 나타남

【표Ⅱ-15】 결제수단 현황(정보통신기기)

(단위 : 건, %)

전체	현 금	카드 일시불	신용카드 할부	기타 일시불	기 타
256 (100.0)	118 (46.1)	58 (22.7)	36 (14.7)	1 (0.4)	43 (16.8)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

(3) 처리결과

□ 정보통신기기 관련 피해에 대한 처리결과는 환급이 35.2%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 수리·교환 18.0%, 정보제공 15.2%의 순으로 나타남

□ 정보통신기기 관련 피해와 관련하여 정보제공과 기타에 의한 처리결과가 35.9%로 높게 나타난 점은 대체로 소비자들이 기대하는 피해구제 처리가 이루어지지 못하고 있음을 시사

【표Ⅱ-16】 처리결과 현황(정보통신기기)

(단위: 건,%)

전체	환 급	수리·교환	정보제공	계약이행	계약 해제·해지	기 타*
256 (100.0)	90 (35.2)	46 (18.0)	39 (15.2)	15 (5.9)	13 (5.1)	53 (20.7)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리
* 기타에는 분쟁조정요청, 부당행위 시정, 배상, 정보제공, 처리불능 등이 포함

(4) 주요 피해사례

□ 노트북, 데스크탑 컴퓨터, 프린터, LCD 모니터, 휴대폰 등에 대한 품질불만, 배송지연 등으로 인한 소비자피해가 발생

- 최근 노트북, 데스크탑 컴퓨터, 등의 가격경쟁이 심해지면서 값싼 중국산 부품의 하자로 인한 소비자피해 증가

□ 소비자가 주문한 제품과 다른 제품이나 유사한 제품이 배송되어 소비자피해가 발생함

- 소비자가 주의깊게 살펴보지 않으면 제대로 알기 어려운 제품의 사례도 다수 발생함

□ 시중가격보다 현저히 저렴하여 주문하였으나 한정수량으로 **배송도 되지 않고 환급도 되지 않는 사례**가 발생

<사례 13> 배송지연되는 휴대폰의 환급요구

소비자는 2006.10.27. 인터넷상에서 휴대폰을 현금 583,000원에 구입함. 구입한 휴대폰이 배송되지 않아 여러차례 사업자와 연락을 시도하였으나 연락이 되지 않음. 이에 제품구입가 환급을 요구함

⇒ 휴대폰판매업자는 상기 제품이 한정품목이어서 제품구하기가 어려움. 이에 다른 제품으로 배송하겠다고 하나 소비자가 이를 거절함. 이에 제품구입가인 583,000원을 소비자 통장에 입금하기로 함

<사례 14> 품질보증기간 이내에 무상수리 거부

소비자는 2004.4.19 B사이트에서 노트북을 229만원에 구입. 2006.2.6 하자가 발생하여 제조업체에 무상수리를 의뢰. 제조업체는 메인보드 불량인데 품질보증기간이 경과했다며 수리비 66만원을 요구

⇒ B사이트에 현행 소비자피해보상규정상 퍼스널컴퓨터의 마더보드는 3년으로 규정하고 있음을 설명. 사업자가 이를 수긍하고 소비자의 메인보드를 무상으로 수리

<사례 15> 상품정보와 다른 제품 배송

소비자는 2006.2.26 B 통신판매사이트에서 블루투스 △△을 구입. 구입 당시 제품설명에는 블루투스 v2.0을 적용시킨 신형이었으나, 배송된 제품은 v1.2를 적용시킨 구형제품임. 이에 환급을 요구하였으나 사업자가 처리하지 않고 있음

⇒ 사업자는 인터넷상에 블루투스 v2.0을 광고하였음을 인정하고 소비자에게 환급하기로 함

라. 문화상품

(1) 피해유형

□ 문화상품 관련 피해유형은 계약해제해지가 40.7%, 로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 A/S가 24.2%, 품질이 21.3%, 계약이행이 10.6%의 순으로 나타남

【표Ⅱ-17】 피해유형 현황(문화상품)

(단위 : 건, %)

전체	계약해제·해지*	A/S	품질	계약이행	부당행위	기타
207 (100.0)	59 (40.7)	50 (24.2)	44 (21.3)	22 (10.6)	8 (3.9)	24 (11.6)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리
* 계약해제·해지에는 청약철회 거절이 포함

(2) 결제수단

□ 문화상품 관련 피해에 대한 청구인들의 결제수단은 현금이 32.4%, 카드 일시불이 25.1%로 나타나 전체 거래의 57.5%가 일시불로 이루어지고 있음을 나타냄

□ 반면 신용카드 할부에 의한 결제는 전체의 18.8%로 나타나 상대적으로 할부결제 비율이 상대적으로 낮게 나타남

【표Ⅱ-18】 결제수단 현황(문화상품)

(단위 : 건, %)

전체	현 금	카드 일시불	신용카드 할부	기 타
207 (100.0)	67 (32.4)	52 (25.1)	39 (18.8)	49 (23.7)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

(3) 처리결과

□ 문화상품 관련 피해에 대한 처리결과는 환급이 28.5%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 정보제공 17.4%, 계약해제해지 13.0%, 수리 12.6%, 교환 8.7%의 순으로 나타남

【표Ⅱ-19】 처리결과 현황(문화상품)

(단위 : 건, %)

전체	환급	정보제공	계약해제·해지	수리	교환	기타*
207 (100.0)	59 (28.5)	36 (17.4)	27 (13.0)	26 (12.6)	18 (8.7)	41 (19.8)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리
* 기타에는 분쟁조정요청, 정보제공, 처리불능 등이 포함

(4) 주요 피해사례

□ 문화상품은 백화점, 전문점 등 오프라인 매장보다 가격이 저렴하다는 광고를 통해 소비자들이 이용하고 있으나 제품의 하자로 인해 수리 또는 반품을 요구하는 피해사례 발생

□ 정보통신기기와 마찬가지로 **광고상의 제품과 다른 제품이 배송되는 피해**가 많으며, 소비자로부터 **구매대금만을 가로채는 사기성 거래행위**로 인한 피해가 많음

<사례 16> 제품배송 지연으로 인한 피해

소비자는 2006.5.3 B쇼핑몰에서 MP3플레이어를 주문하고 대금 7만원은 신용카드로 결제함. 이후 제품 배송이 계속 지연되어 현재는 연락이 두절된 상태임. 환급을 요구

⇒ 문제의 쇼핑몰은 가격비교사이트 등에 최저가로 물품을 올려 소비자를 유인한 후 물품대금만 챙기고 잠적. 신용카드사에서 소비자의 주장을 수용하고 카드대금을 청구하지 않기로 함

<사례 17> 품질보증기간 내 동일하자로 5회 수리받은 PMP의 환급요구

소비자는 2006.3.18 PMP(디지털동영상재생기)를 607,220원에 구입한 후 제품하자로 동일제품으로 교환받음. 교환받은 제품도 동일하자가 발생하여 2006.5.23. 이후로 총 5회 무상수리를 받았으나 하자가 반복발생. 이에 구입가 환급을 요구함

⇒ 소비자피해보상규정에 의거 품질보증기간 내 발생한 동일하자에 대해 환급을 요구하자 판매사인 C사는 소비자에게 환급하기로 함

<사례 18> 정식 제품인 것처럼 허위광고

소비자는 2006.8.21 인터넷쇼핑몰을 통해 △△디지털카메라를 450,000원에 구입하였으나 배송된 제품은 수출용제품이 아닌 일본내수용품임. 일본내수용품은 설명서와 기기가 일본어로 되어 있을 뿐 아니라 국내에서 A/S도 되지 않으므로 구입가 환급을 요구

사업자는 수출용품이나 일본내수용품이나 제품의 성능이나 디자인을 동일하다며 환급을 거절

⇒ 사업자는 당초 약속대로 수출용품을 소비자에게 배송하기로 함

마. 차량·승용물

□ 차량·승용물품목이 '05년도에는 59건이 접수되어 상품품목군에서 12위를 차지하였는데 '06년도에는 149건으로 증가하여 상품품목군에서 5위를 차지함

- 이중 대부분이 차량네비게이션 관련 피해구제사건으로 90건이 접수되었으며 이는 단일품목중 인터넷정보이용서비스, 이동전화서비스에 이어 3위에 해당

- ‘06년에 들어 차량네비게이션으로 인한 소비자피해가 급상승하였음을 알 수 있음

(1) 피해유형

□ 차량·승용물 관련 피해유형은 품질하자가 62.4%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 계약해제해지가 16.8%, A/S 6.7%, 부당행위 6.0%의 순으로 나타남

【표Ⅱ-20】 피해유형 현황(차량・승용물)

(단위 : 건, %)

전체	품질	계약해제해지*	A/S	부당행위	기타
149 (100.0)	93 (62.4)	25 (16.8)	10 (6.7)	9 (6.0)	12 (8.0)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리
* 계약해제・해지에는 청약철회거절이 포함

(2) 결제수단

□ 차량·승용물 관련 피해에 대한 청구인들의 결제수단은 현금이 전체의 34.2%, 카드 일시불이 26.2%로 나타나 전체 거래의 60.4%가 일시불로 이루어지고 있음을 나타냄

□ 반면 신용카드 할부에 의한 결제는 전체의 32.9%로 비교적 높게 나타났으며 이는 피해다발품목인 차량네비게이션이 대부분 고가상품이기 때문으로 판단됨

【표Ⅱ-21】 결제수단 현황(차량·승용물)

(단위 : 건, %)

전체	현 금	카드 일시불	신용카드 할부	기 타
149 (100.0)	51 (34.2)	39 (26.2)	49 (32.9)	10 (6.7)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

(3) 처리결과

□ 차량·승용물 관련 피해에 대한 처리결과는 환급이 33.6%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 수리·보수가 16.1%, 교환이 13.4%의 순으로 나타남

【표Ⅱ-22】 처리결과 현황(차량 · 승용물)

(단위 : 건, %)

전체	환 급	수리 · 보수	교환	정보제공	기 타*
149 (100.0)	50 (33.6)	24 (16.1)	20 (13.4)	13 (8.7)	42 (28.2)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

* 기타에는 분쟁조정요청, 처리불능 등이 포함

(4) 주요 피해사례

□ 차량 및 승용물 품목군 중 차량네비게이션에 대한 소비자피해가 가장 많이 발생하였으며, 대부분 네비게이션의 품질하자와 AS 미흡이 피해의 원인이었음

□ 단일품목인 **차량네비게이션에 대한 피해구제사건이 90건으로 차량 및 승용물 품목군 149건의 60.4%를 차지**

<사례 19> 하자있는 차량네비게이션 환급요구

소비자는 B 인터넷쇼핑몰을 통해 개인 판매자 C씨에게서 차량용 네비게이션을 구입함. 네비게이션에 나타나는 지도가 실제와 맞지 않을 뿐더러, 경로안내에 하자가 있어 정상적인 길안내가 어려움. 판매자인 C씨는 인터넷을 통해 지도 업그레이드를 권하였으나 이를 시도한 후에도 동일하자 발생. 이에 소비자는 구입가 환급을 요구함

⇒ B 인터넷쇼핑몰은 C 판매자의 환급의사와는 관계없이 제품의 하자를 인정하여 소비자에게 구입가 환급하겠다고 함

<사례 20> 동일하자가 반복되는 자동차 구입가 환급요구건

소비자는 2005.3. oo승용차를 구입하여 운행하던 중 주행중 시동꺼짐 현상이 발생하여 총 4회 무상수리를 받았음에도 불구하고 동일하자가 발생함. 자동차제조업체에서는 품질보증기간내 동일하자가 3회 이상 발생하였으므로 차량 감가상각후 금액을 보상하겠다고 하나 소비자는 구입가 전액 환불을 요구

⇒ 발생한 하자가 엔진 등 주요부품에 해당하고 더욱이 소비자의 안전과 직결되며, 품질보증기간 이내에 발생한 하자이므로 구입가 환급해줄 것을 중재하자 사업자가 이를 수용함

<사례 21> 수리를 해주지 않는 네비게이션 환급요구

소비자는 2006.3.11. 인터넷최저가격 정보를 통해 현금 25만원에 네비게이션을 사업자 B로부터 구입함. 사용중 화면꺼짐현상이 반복되어 수리를 요구하자 B의 사업장으로 제품을 보내라고 함. 이에 2006.4.21 택배를 이용하여 제품을 배송하였으나 2개월이 지나도록 수리도 해주지 않고 제품도 보내주지 않음. 이에 구입가 환급을 요구함

⇒ 사업자는 부품이 없어 수리가 불가하므로 감가상각분을 제외한 금액을 돌려주겠다고 주장하나, 품질보증기간 이내이고 고장의 원인이 소비자과실이 아니므로 전액 환불을 권함. 이에 구입가 전액을 환급하기로 함

바. 보건·위생용품

(1) 피해유형

□ 보건·위생용품 관련 피해유형은 계약해제해지가 50.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 품질이 24.39%, 계약이행 12.9%, 부당행위 5.7%의 순으로 나타남

【표Ⅱ-23】 피해유형 현황(차량・승용물)

(단위 : 건, %)

전체	계약해제해지*	품질	계약이행	부당행위	기타
70 (100.0)	35 (50.0)	17 (24.3)	9 (12.9)	4 (5.7)	5 (7.1)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리
* 계약해제・해지에는 청약철회거절이 포함

(2) 결제수단

□ 보건·위생용품 관련 피해에 대한 청구인들의 결제수단은 현금이 전체의 30.0%, 카드 일시불이 44.3%로 나타나 전체 거래의 74.3%가 일시불로 이루어지고 있음을 나타냄

【표Ⅱ-24】 결제수단 현황(차량·승용물)

(단위 : 건, %)

전체	현 금	카드 일시불	신용카드 할부	기 타
70 (100.0)	21 (30.0)	31 (44.3)	10 (14.3)	7 (10.0)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

(3) 처리결과

□ 보건·위생용품 관련 피해에 대한 처리결과는 환급이 42.9%로 가장

높게 나타났으며, 그 다음으로 계약해제해지가 14.39%, 계약이행이 12.9%의 순으로 나타남

【표Ⅱ-25】 처리결과 현황(차량・승용물)

(단위 : 건, %)

전체	환 급	계약해제	계약이행	정보제공	기 타 *
70 (100.0)	30 (42.9)	10 (14.3)	9 (12.9)	8 (11.4)	13 (18.5)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

* : 기타에는 분쟁조정요청, 정보제공, 처리불능 등이 포함

(4) 주요 피해사례

□ 보건 및 위생용품의 경우 인터넷상에서 소비자가 제품을 확인할 수 없다는 점을 이용하여 **가짜상품이나 광고의 내용과 현저히 차이가 나는 제품이 판매**되고 있음

□ 특히, 소비자의 신체에 사용하는 제품의 경우, 제품의 하자로 인한 **신체위해도 함께 발생**함

<사례 22> 부작용이 발생한 영양크림 피해보상

소비자는 2005.8.25 인터넷쇼핑몰에서 B사가 판매하는 피부영양크림을 5만원에 신용카드로 구매함. 사용후 피부가 가렵고 붉은 반점이 생겨 피부과에 치료받던 중 소비자가 구입한 제품이 식약청의 허가를 받지 않은 불법제품임을 알게 됨. 이에 구입가 환급과 함께 치료비 배상을 요구함

⇒ 사업자는 제품에 대한 구입가 환급은 해주겠으나 상기제품으로 인해 피부부작용이 발생하였다는 근거가 없으므로 치료비 배상은 거절함. 소비자는 피부이상이 치료되었고 입증이 어려우므로 제품 구입가 환급에 동의함

<사례 23> 하자있는 건강보조기구 환급

소비자는 2006. 8.28 인터넷을 통해 전립선 치료기 △△△를 신용카드 결제를 통해 60만원에 구입하고, 2006.9.6 제품을 수령함. 3일간 사용해 본 결과 머리가 무겁고 어지러우며 가슴이 답답한 현상이 있어 9.10. 사업자에게 반품을 요구하고 제품을 택배로 반송함. 그러나 사업자는 제품에 하자가 없다는 이유로 환급을 거절함

⇒ 인터넷을 이용한 거래의 경우 제품 수령일로부터 7일 이내에, 주소를 알지 못하는 경우 주소를 안 날 또는 알 수 있는 날로부터 7일 이내에 청약의 철회가 가능하고, 제품이 광고의 내용과 다른 경우 3개월 이내에 청약철회가 가능함을 사업자에게 알리자, 구입가 환급을 하겠다고 함

<사례 24> 하자가 있는 선글라스의 환급 반품

소비자는 2006. 10.2 인터넷을 통해 시중가보다 저렴한 선글라스를 구입하였으나 피사체가 굴절되어 보이는 등 제품에 하자가 있음. 이에 제품을 반품하고 구입가 환급을 요구하였으나 사업자는 이를 이행하고 있지 않음

⇒ 제품에 하자가 있고 구입한지 7일이내에 반품을 요구하였으므로 구입가 환급해야 한다는 전소법의 규정을 알려주자 반품택배비를 포함한 구입가 환급의사를 밝힘

Ⅲ. 시사점

1. 인터넷 정보이용서비스에 대한 소비자피해

□ 인터넷상에서 제공하는 각종 서비스로 인한 소비자피해가 크게 증가함. 2005년에는 이 품목에 대한 소비자피해구제 사건이 66건 접수되어 전체 3,249건의 2.0%를 차지하였으나

- 2006년에는 이 품목 피해구제 사건이 218건으로 전체 2,249건의 13.9%를 차지하여 소비자피해 최다품목임

【표Ⅲ-1】 인터넷정보이용서비스 피해구제건 비교

구 분	2005년	2006년
인터넷정보이용서비스	66건	218건
단일품목 사건 점유율	2.0%	13.9%

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

□ 인터넷상에서 소비자에게 사실과 다른 광고를 통해 소비자를 유인한 후 요금을 청구하는 소비자피해 발생

- 무료통화권을 지급한다고 한다고 광고하여 인터넷상에서 회원가입을 하게 한 후에 소액결제청구를 하는 사례가 76건,

- 무료 회원가입이라는 광고와는 달리 이용요금을 청구하는 경우가 49건,

- 무료기간 경과 후에도 해지되지 않아 이용요금이 청구된 사례 41건으로 나타남

○ 소비자가 구매의사를 표시하지 않았음에도 불구하고 사업자가 일방적으로 구매대금을 청구하는 사건이 크게 증가하였다.

○ 인터넷상에서 소비자에게 '무료', '무료상품권 지급', '무료회원가입' 등 사실과 다른 광고한 후, 소비자들이 입력한 휴대폰 번호에 이용요금을 청구하는 사건들이다.

- 휴대폰결제는 대금 청구절차가 간단하고 소비자가 청구내역을 확인하기 어렵다는 점에서 부당요금청구의 채널 역할을 하고 있다

【표 Ⅲ-2】 사업자의 일방적인 구매대금 청구

(단위 : 건,%)

피해유형	2005		2006	
	빈도	비율	빈도	비율
계	62	1.9	166	7.4
무료서비스라며 대금청구	16	0.6	125	5.6
일방적인 유료전환	23	0.9	41	1.8

□ 인터넷상에서 무료로 서비스를 제공한다는 광고만 믿고 회원가입하거나 본인 인증하였다가 소비자가 피해를 보는 사례임

2. 차량 네비게이션 상품으로 인한 소비자피해

□ 2005년도에 59건에 불과하였던 차량 및 승용물 품목군의 소비자피해 구제 사건수가 2006년에는 149건으로 증가하여 피해다발품목군 5위로 나타남

□ 이중 차량네비게이션 단일품목은 2005년 16건에서 2006년 90건으로 차량 및 승용물 품목군의 소비자피해를 주도

【표Ⅲ-3】 차량 네비게이션 피해구제건 비교

구 분	2005년	2006년
차량 및 승용물	59건	149건
차량네비게이션	16건	90건
단일품목 사건 점유율	0.5%	4.0%
단일품목 사건 점유순위	37위	3위

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

□ 차량네비게이션에 소비자피해원인을 살펴보면 90건중 품질하자 관련 사건이 60건으로 66.7%를 차지

- 다음으로 구입계약 해지관련 사건이 13건으로 14.4%를 차지하여 차량네비게이션의 품질불량으로 소비자피해가 증가하고 있음을 알 수 있음

【표Ⅲ-4】 차량 네비게이션 소비자피해 원인

(단위 : 건, %)

구 분	피해구제건수	비중
계약 해제.해지	13	14.4
계약이행	2	2.2
광고	4	4.4
부당행위	5	5.6
표시	1	1.1
품질	60	66.7
A/S	5	5.6
합계	90	100.0

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

3. 광고와 다른 상품으로 인한 소비자피해

○ 전자상거래는 오프라인 거래와는 달리 소비자가 직접 상품을 확인하지 않고 구매가 이루어진다는 특성으로 인해,

- 광고와 다른 상품을 배송되었으나, 사업자가 교환이나 환불을 거절하여 소비자피해 발생하였다

- 주로 의류 및 악세사리와 디지털기기 및 가전제품 등에서 발생하였다

【표 Ⅲ-5】 광고와 다른 상품의 교환 및 환불거절

(단위 : 건, %)

	2005년		2006년	
	건수	비율	건수	비율
계	70	2.2	91	4.0
의류 및 악세사리	59	1.8	78	3.5
디지털기기 및 가전제품	6	0.2	7	0.3
기타	5	0.2	6	0.3

4. 중국산 상품으로 인한 소비자피해

□ 원산지가 중국인 상품의 소비자피해구제 사건이 2005년에는 29건으로 전체 피해구제건 3,249건의 0.9%에 불과하였으나

- 2006년에는 67건으로 전체 피해구제건 2,249건의 3.0%를 차지

□ 중국산 제품에 대한 소비자피해의 원인이 대부분 품질하자로 인한 사건으로 구입시 소비자의 주의가 필요한 제품임

【표Ⅲ-7】 중국산 제품의 피해구제사건 비교

(단위 : 건, %)

구 분	2005년	2006년
중국산 제품 사건수	29건	67건
중국산 제품 사건점유율	0.9%	3.0%
품질하자 사건수	24건	56건

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

5. 연령대별 소비자피해 다발 품목 차별화

□ 연령대별로 소비자피해가 발생하는 품목군이 차별화되는 것으로 나타남.

- 10대 소비자의 피해구제 사건의 61.6%가 의류, 섬유, 신변용품군에서 발생하였음

- 20대 소비자와 30대 소비자도 의류, 섬유, 신변용품군으로 인한 소비자피해가 각각 41.5%, 23.8%를 차지함

□ 반면 40대 소비자의 피해구제 사건의 30.2%가 정보통신서비스 군에서 발생하였으며 50대와 60대의 경우도 동일품목군에서 26.6%, 51.9%로 가장 높게 나타남

【표Ⅲ-8】 연령품 소비자피해 다발품목 비교

(단위 : 건, %)

구분	전체	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	연령 불명
전체	2249 (100.0)	73 (100.0)	921 (100.0)	833 (100.0)	255 (100.0)	94 (100.0)	27 (100.0)	46 (100.0)
의류, 섬유신변용품	712 (31.7)	45 (61.6)	382 (41.5)	198 (23.8)	51 (20.0)	15 (16.0)	0 (0.0)	21 (45.7)
정보통신서비스	439 (19.5)	12 (16.4)	169 (18.3)	140 (16.8)	77 (30.2)	25 (26.6)	14 (51.9)	2 (4.3)

출처 : 한국소비자원 소비넷 2006.1.1 ~ 2006.12.31. 자료정리

참고문헌

서울시 전자상거래센터(2007), ‘전자상거래동향’.

이상식(2006), 사기성 거래행위에 대한 법집행 강화방안, 한국소비자보호원

통계청(2007), ‘2006년 12월 및 연간 사이버쇼핑몰통계조사 결과’.

한국소비자보호원(2005), ‘2006년 상반기 전자상거래 소비자상담 및 피해동향 분석’.

_____(2005), ‘2005년 전자상거래 소비자상담 및 피해동향 분석’.

_____, 소비넷 소비자상담 및 피해구제 사건자료

<부록> 전자상거래 이용시 소비자 주의사항

1. 사업자가 누구인지 확인합니다.

전자상거래는 상품을 사고 파는 사람이 얼굴도 보지 않고 서류도 주고 받지 않기 때문에 사후 문제가 생기면 해결하기가 어렵습니다. 이런 경우를 대비해서 상품을 파는 사업자가 믿을 만한 사람인지 상호, 연락처, 주소, 사업자등록번호 등을 확인하여야 합니다.

2. 어떤 상품인지 확인합니다.

전자상거래는 상품을 직접 눈으로 보거나 만져보고 구입하는 것이 아니기 때문에 주문하는 상품이 어떤 상품인지 확인하여야 합니다. 상품의 원산지, 제품번호, 사양, 성능, 기능 등을 꼼꼼히 확인합니다. 그리고 배송받은 상품이 주문한 상품과 동일한지 확인하여야 합니다.

3. 보증보험가입업체, 에스크로우서비스 시행업체를 이용하거나 신용카드로 결제합니다.

전자상거래로 발생하는 소비자피해를 예방하기 위해 에스크로 제도 등이 시행되고 있습니다. 거래하시기 전에 업체가 이 제도를 시행하고 있는지 확인해 봅니다. 그리고 소비자보호장치가 충실히 마련된 신용카드를 결제수단으로 이용합니다.

4. 무료이거나 가격이 현저히 저렴한 상품구매는 신중을 기합니다.

사업자가 무료라고 광고하지만 사실은 무료가 아닌 경우가 대부분입니다. 상품이나 서비스를 무료로 제공하거나 현저히 저렴한 가격에 제공하는 경우, 소비자피해로 이어질 가능성이 크므로 거래에 신중을 기합니다.

5. 품질보증기간내 제품 수리내역을 보관합니다.

품질보증기간내 수리내역은 차후에 제품하자시 교환 또는 환불을 받는 주요한 근거가 됩니다. 소비자에게 유리한 수리내역 등은 차후의 소비자피해를 위해 품질보증기간 동안 만큼은 보관합니다.