

KISDI 이슈리포트

통신서비스 이용자 보호 제도 및 정보 제공 -미국·영국·호주를 중심으로 조향숙·김성환·강유리

Korea Information Society Development Institute



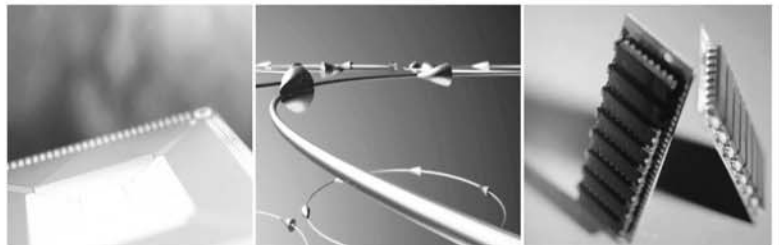
KISDI 이슈리포트

통신서비스 이용자 보호 제도 및 정보 제공 -미국·영국·호주를 중심으로

2008. 7. 7

조향숙·김성환·강유리

Korea Information Society Development Institute



요약

I 개요

II 통신이용자보호체계: 통신전문기관 및 유관기관

III 전문기관의 이용자 정보제공

IV 결론 및 시사점



조향숙

- chosuk3@kisdi.re.kr, 02-570-4059
- 건국대학교 소비자학 석사
- 건국대학교 소비자학 박사
- 현 정보통신정책연구원 책임연구원

김성환

- skim@kisdi.re.kr, 02-570-4470
- 서울대학교 경제학 석사
- 미국 Johns hopkins University 경제학 박사
- 현 정보통신정책연구원 책임연구원

강유리

- xiaojie622@kisdi.re.kr, 02-570-4257
- 한국정보통신대학교 경영학과 졸업
- 한국정보통신대학교 경영학과 석사
- 현 정보통신정책연구원 연구원

◆ 본 글의 내용은 필자의 개인적 견해로서 정보통신정책연구원의 공식입장과는 무관합니다. ◆

요 약

시장경제에서 이용자의 위상이 높아지면서, 경제 정책의 중심이 산업정책에서 이용자 정책으로 패러다임이 변화하고 있다. 또한 사업자들의 공정하고 자유로운 경쟁을 보장하기 위한 경쟁 정책과 시장실패에서 기인한 이용자 주권 보장을 위한 이용자 정책이 대립관계가 아닌 보완·상충관계로 변화하고 있다. 첨단기술의 발달 및 다양한 신규 서비스 개발 등 빠르게 변화하는 시장 환경에 대응하여 양적으로 다양화되고 질적으로 고도화되는 통신서비스 이용자 주권강화를 위한 정책개발의 필요성이 대두되었다.

본 연구에서는 해외 주요국의 통신서비스 이용자보호체계를 분석하였다. 통신전문기관의 트랜드 및 형태를 유형화하고, 미국·영국·호주 등의 해외 이용자보호체계 및 유관기관의 이용자체계를 분석하였다. 각 나라별로 이용자 관련 법제도 정책과 유관기관의 이용자보호체계, 특히 전문기관의 이용자보호체계 부문을 집중적으로 분석하여 우리나라 전문기관의 이용자보호제도 시사점을 도출하였다.

주요국의 이용자 보호현황을 살펴본 결과 이용자보호를 위한 종합적인 정책은 대다수의 나라에서 실시하고 있으나, 통신서비스 이용자보호를 위한 구체적 형태는 국가별로 상이하여 해당 국가의 특성을 반영하고 있었다. 이에 획일적인 모형설정에 한계가 있어 체계이론에 근거하여 각 단계마다 이용자보호를 위하여 실시하여야 할 기능을 분석하였다.

통신서비스 관련 정보가 이용자에게 제대로 전달되지 않는 문제점을 파악하고 정보 제공을 위한 종합 통신민원 포털을 분석하고 그 시사점을 살펴보았다. 현재 통신서비스 민원 포털은 제공 주체에 따라 사업자의 고객센터형, 비영리단체의 전문 사이트형, 이용자 주도의 커뮤니티형, 그리고 정부주도형으로 구분할 수 있다. 그러나 현행 개별 포털은 정보 제공 주체에 따라 포털 별로 정보가 산발적으로 제공되고 있고, 이용자의 합리적 선택을 위한 교육 등의 정보제공은 제대로 이뤄지지 않고 있다. 종합 통신민원 포털을 구축하기 위한 벤치마킹을 하기 위해

서 공정거래위원회, 한국소비자원, FCC, Ofcom 등 국내외 주요 기관의 홈페이지를 분석하였다. 분석 결과, 이용자 교육 및 민원 예방을 위한 정보 제공이 강화되어야 하는 것으로 나타났고 이를 바탕으로 통신전문기관의 홈페이지 개선을 위한 방향성을 모색하였다.

I. 개 요

□ 통신 시장의 환경 변화

○ 통신 시장 패러다임의 변화

- 유무선 통신 시장에서 경쟁이 활성화되고, 신규 사업자의 수가 증가함에 따라 통신 정책이 기존의 시장 공급 측면에서 수요 측면으로 패러다임이 변화하고 있음(Patrick Xavier, 2008)
- 통신서비스 정책이 공급자 중심에서 수요자 중심으로, 산업 활성화 위주의 정책에서 이용자 보호 정책으로 패러다임 전환이 이루어지고 있음

○ 통신 시장의 변화와 방송통신 전문 기구의 설립

- 2008년 방송통신위원회의 정비와 함께 통신 시장에서의 이용자 주권 회복을 위한 다양한 법제 정비 및 이용자 보호를 위한 다양한 제도 도입이 필요
- 현재 우리나라 통신 시장은 첨단 기술의 발달 및 다양한 신규 서비스 개발 등 양적으로 다양화되고 질적으로 고도화되고 있음
- 이러한 시장 환경에서 일반 이용자들은 서비스의 합리적인 선택과 사용에 많은 어려움을 느낌

□ 통신서비스 이용자 보호의 중요성

○ 통신서비스는 국민 생활에 필수적인 서비스로서 일상생활에 미치는 영향은 광범위

- 2008년 6월 18일 세계 42개국 장관 및 정부대표단, 민간글로벌 리더, 국제기구 대표 등 총 3,000명이 참가한 '서울 OECD 장관회의'에서 인터넷 경제 발전전략을 논의할 정도로 통신서비스 문제가 세계적인 문제로 대두(방송통신위원회, 2008)

- 따라서, 소비자 정책에 있어 통신서비스 이용자에 대한 별도의 관심이 요구
 - 소비자 기본법 등에 근거한 현재의 일반적 소비자 정책으로 통신서비스 이용자의 권익 보호를 충분히 할 수 없음

□ 통신서비스 이용자 보호의 특수성

- 전기, 가스, 수도 등 여타 공익적이고 필수적인 서비스와 달리 통신 시장은 경쟁의 도입을 통해 급격히 성장하며 혁신의 성과를 창출하고 있음
 - 신규 서비스 도입, 마케팅 경쟁, 요금 경쟁 등 사업자 간 경쟁이 대단히 활발함
 - 경쟁은 궁극적으로 서비스의 지속적인 개선을 통해 이용자 이익 증진에 기여하나, 사업자 자율의 경쟁이 확대, 심화하는 과정에서 이용자 피해의 빈도와 규모는 커지게 되는 경향이 있음
- 전통적인 이용자 문제와 구별되는 새로운 이용자 문제의 대두
 - 커뮤니케이션과 정보 기술이 결합됨에 따라 디지털 상의 속임수나 행태들이 더욱 증가할 것이며, 심지어는 속이려는 의도가 없어도 인터넷에 의해 잘못된 유포된 정보가 이용자를 오도시킬 수 있어(이기춘 외, 2003), 다른 전통적인 이용자문제와 구별되어 처리되어야 함
- 통신서비스 이용자 권익 보호의 중요성과 특수성은 계속적으로 증대되고 있음
- 따라서, 통신 산업이 처한 특수한 환경과 성격을 반영하는 통신서비스 이용자 보호 정책이 필요

□ 이용자 중심의 정책 전환의 필요성 증대

- 통신서비스 보급 확대 및 통신 시장 경쟁 증가로 통신서비스 관련 민원은 대

폭 증가하였음

- 또한 IPTV, VoIP 등 첨단 기술을 바탕으로 한 신규 융합 서비스가 새롭게 대두되고 있어 새로운 이용자 문제가 발생함

□ 연구목적

- 상기와 같은 환경 하에서 통신서비스 이용자 보호 정책의 중요성이 날로 증대하고 있으므로 산업 활성화 위주의 정책에서 이용자 보호 정책으로의 획기적인 방향 전환이 필요한 시점임
 - 이에 미국, 영국 등 해외 주요국의 통신서비스 이용자 보호 제도 및 정보 제공 현황을 살펴보고, 그 시사점을 도출하고자 함

II. 통신이용자보호체계: 통신전문기관 및 유관기관

1. 체계모형(System model)에 따른 분석들

가. 통신전문기관의 트렌드 및 형태

○ 통신전문기관의 트렌드

- OECD 회원국들의 통신서비스에 관련하여 추진해 온 개혁은 독점적인 시장을 개방하여 경쟁적인 시장으로 바꾸는 것이 그 초점이었으며(이문지 외, 2002), 상기와 같은 흐름에 따라 통신을 담당하는 기관의 구성과 역할 역시 변화하였음

○ 통신전문기관의 형태

- OECD 회원국들이 설치한 통신전문기관의 형태를 분류하면 다음과 같음
- 행정부처가 정책기능 및 사업자에 대한 규제 기능을 겸하는 행정부처(통합)형
- 전문기관이 규제기능 및 정책기능을 모두 담당하는 위원회 형
- 일반기관이 통신시장에 대한 정책 및 규제 기능까지 담당하는 유형
- 행정부처로부터 구조적으로 분리되어 통신 분야를 전문기관이 담당하는 유형으로 분류할 수 있음

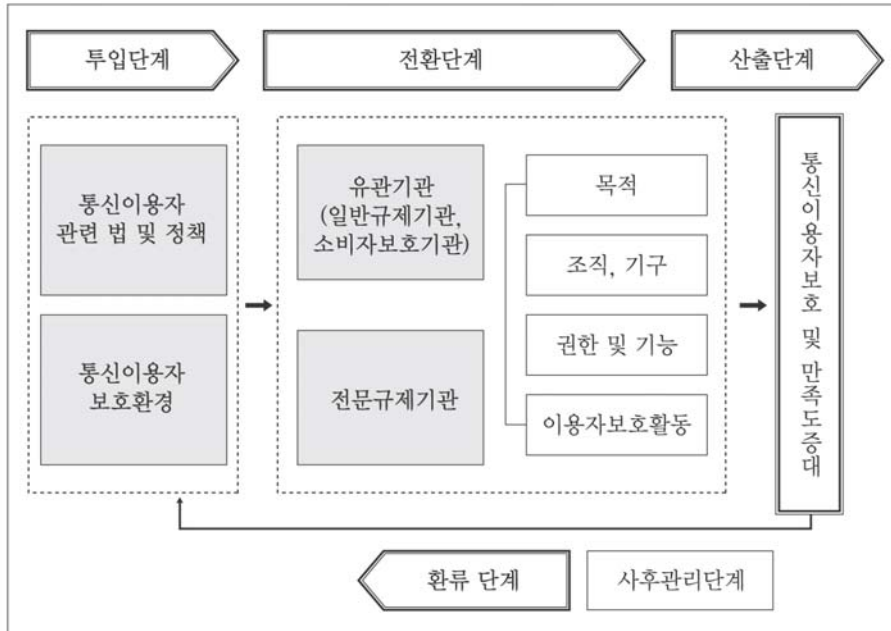
나. 통신이용자보호 분석들

□ 체계모형

- 체계적 사고란 현상을 지배하는 체계를 파악하여 사태를 파악하려는 태도로서 세상을 보는 하나의 시각인데, 현상을 독립하여 보는 것이 아니라, 서

- 로 연결되어 작동하는 한정할 수 있는 덩어리로 보는 시각을 총칭함
- 사회현상을 설명할 수 있는 주요 이론 중 하나로서 구조 개념에 우선을 둔 Parsons의 구조기능주의적 체계이론과 기능 개념을 중요하게 여긴 Luhmann으로 나누어 볼 수 있음
 - 현재는 특정 규범체계와 가치체계가 정적 구성체라고 주장하는 Parsons의 구조기능주의의 체계이론보다 사회체계는 사회변동에 따라 구조를 변화시킴으로써 사회가 특정 사회체계에 요구하는 기능을 수행한다고 주장하는 복합 사회체계이론이 일반적으로 받아들여지고 있음
 - 체계(System)란 전체의 어떤 목표를 위하여 함께 작용하는 구성요소의 집합 또는 '서로 관련을 가지고 있는 요소의 집합'으로서, 체계를 구성하는 요소가 있고, 이 요소들이 서로 기능적으로 연결되어 있어, 전체가 주위 환경과 구분되어 하나의 덩어리로 확인되는 것을 말함(염동용, 2006). 체제와 환경과의 교섭 작용에서 환경에서 체제로 영향, 물질 등이 들어갈 때 이를 투입이라 하고, 반대로 체제에서 환경으로 영향, 힘, 물질 등이 나올 때를 산출이라 함
- 전문기관의 이용자보호체계 연구과정은 시스템 이론을 토대로 투입, 전환, 산출, 환류의 네 과정으로 나누어 분석함
- 투입단계에서는 통신이용자 관련 법, 정책과 보호환경 등 보호체계, 전환 단계에서는 유관기관 및 전문기관의 조직·지구 활동, 산출단계는 이용자 보호 증대 및 만족도로 상정함. 그리고 마지막 단계로 사후관리를 분석함

[그림 Ⅱ - 1] 통신이용자보호체계 틀



2. 국내 이용자 보호 체계

가. 법제상의 이용자 보호 근거

□ 이용자 보호의 법적 근거

- 국가의 통신서비스 이용자 보호의 법적 근거는 헌법과 소비자기본법에 의하여 보장하고 있음
 - 일반 이용자 보호와 관련하여 헌법 124조에서는 국가의 건전한 소비 행위 제도 및 소비자 보호 운동 보장의 의무를 보장하였고, 소비자기본법에서는 기본 권리 실현, 이용자의 피해 보상의 권리 등 이용자 보호에 대한 제반 사항을 보장함
 - 통신서비스 이용자 보호는 전기통신사업법의 금지 행위 등에서 이용자 권

익 보호 관련 사항이 명기

□ 이용자 보호 관련 국가 및 지자체의 책무

- 소비자기본법 상의 국가 및 지자체의 책무
 - 국가 및 지방 자치 단체는 소비자의 기본적 권리가 실현되도록 하기 위하여 다음과 같은 책무를 짐(소비자기본법 6조)
 - 관계 법령 및 조례의 제정 및 개정, 폐지
 - 필요한 행정 조직의 정비 및 운영 개선
 - 필요한 시책의 수립 및 실시
 - 소비자의 건전하고 자주적인 조직 활동의 지원, 육성
- 국가는 각 책무별로 필요한 시책을 강구해야 할 뿐 아니라, 위해 방지 기준, 표시 기준, 광고 기준, 부당 행위 기준, 개인 정보 보호 기준 등의 기준을 제정하여 시행하여야 함
- 전기통신사업법에서는 통신서비스 이용자의 권익 보호 관련 규정 명시

〈표 II - 1〉 전기통신사업법의 이용자 권익 보호 관련 규정

법 조항	주요 내용	
3조	역무 제공 의무	역무 제공 거부 금지, 요금의 합리적 결정
3조의 2	보편적 역무	이용자가 언제 어디서나 적정한 요금으로 제공 받을 수 있는 역무
13조	사업의 양수 및 법인 합병 등	심사 시 이용자 보호 및 공익에 미치는 영향 고려
14조	사업의 휴지, 폐지 또는 법인의 해산 등	공공의 이익이 저해될 우려가 있는 경우 승인하지 않음
19조	별정 통신 사업자의 등록	등록 시 이용자 보호 계획을 갖추어야 함

법 조항	주요 내용	
29조	이용 약관의 신고 등	약관 인가의 기준으로 요금의 공정·타당성, 이용 형태의 부당한 제한, 특정인에 대한 부당한 차별적 취급 등을 포함
33조	이용자 보호	사업자는 이용자 의견이나 불만을 즉시 처리해야 함
33조의 2	손해 배상	사업자는 이용자에게 손해를 입힌 경우 배상해야 함
33조의 3	손해 배상의 절차 및 재정 신청	손해 배상 협의가 되지 않는 경우 당사자는 통신 위원회에 재정 신청 가능
36조의 3	금지 행위	공정한 경쟁 또는 이용자의 이익을 저해하거나 저해할 우려가 있는 행위를 금지 - 요금 청구, 이용 계약 체결, 사전 선택제, 이용자 차별 등에 있어 부당한 행위
38조	손해 배상	금지 행위로 피해를 입은 자는 손해 배상 청구 가능
38조의 2	전기 통신 역무의 품질 개선 등	품질 개선과 이용자 편익 증진을 위해 품질 평가 등 필요한 시책 강구
38조의 3	사전 선택제	사전 선택을 강요하거나 부당한 방법으로 권유·유도하는 행위 금지

자료: 김성환(2007), 바람직한 통신서비스 이용자 보호 모형 설정과 이를 위한 전문법 제정의 필요성, 통신 이용자 보호 정책 세미나 통신서비스 이용자 권익 보호의 현주소와 과제, 통신 위원회, 정보통신정책연구원

나. 이용자 보호 정책 및 피해 구제

□ 개 요

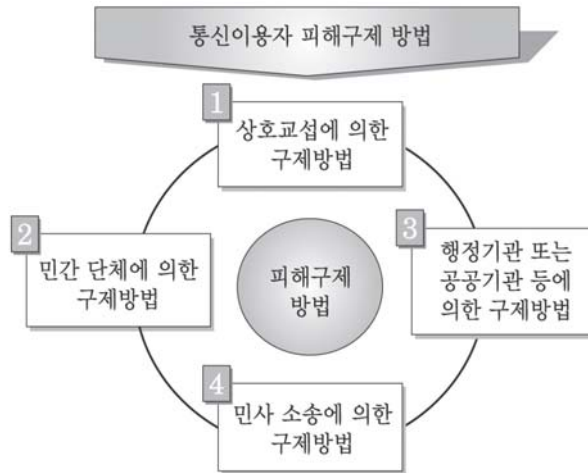
○ 통신서비스 이용자 보호 체계

- 현재 국내 통신 관련 정책 수립, 시행 및 업무는 방송통신위원회에서 전담하여 처리하나, 이용자 보호와 관련한 정책 및 업무 시행은 방송통신위원회, 한국소비자원 등 다수의 기관이 관련되어 있어 그 역할과 업무 분담이 뚜렷하게 분리되어 있지 않음

□ 이용자 상담 및 피해 보상

- 현 이용자 보호 체계 하에서 통신서비스 이용자가 자신의 이익이 침해되었다고 판단될 경우 크게 다음의 네 가지 방법으로 구제 가능(김성천, 2001)
 - 첫 번째 방법으로 사업자와 직접 연락하여 피해를 처리하는 방법으로 가장 일반적인 방법이긴 하나 동시에 이용자가 사업자에 비해 협상력 열위에 있어 이용자에게 다소 불리한 보상이 이루어질 가능성 존재
 - 두 번째 방법은 민간 이용자 단체에 상담을 의뢰하고 해당 단체의 조정에 의해 피해를 해결하는 방법
 - 공정거래위원회 또는 지방 자치 단체에 등록된 민간 이용자 단체의 경우 소비자기본법에 의하여 이용자 피해 및 불만 처리를 위한 상담 정보 제공 및 당사자 간 합의 권고를 행할 수 있고 협의체를 구성할 수 있는데 해당 협의체는 자율적 분쟁 조정을 할 수 있음
 - 소비자 단체 협의체에 의해 합의가 이루어질 경우 효력은 당사자 사이에 자율적 분쟁 조정 내용과 동일한 합의가 성립된 것으로 간주하고, 합의가 이루어지지 않을 경우 이용자를 대리하여 한국소비자원에 분쟁 조정을 신청할 수 있음
 - 세 번째 방법은 행정 기관 또는 공공 기관 등을 통해 피해를 구제하는 방법
 - 통신서비스와 관련하여서는 방송통신위원회 등의 중앙 행정 기관 소속 민원 센터를 통한 해결 가능하고 한국소비자원 등의 공공 기관에 의해 피해를 구제받을 수 있음
 - 위 기관 외에도 국민고충처리위원회나 지방 자치 단체의 이용자 보호 관련 담당 부서를 통해 피해를 구제받을 수 있지만 행정 기관을 통해 접수된 대부분의 통신서비스 관련 민원의 경우 방송통신위원회에 이첩되어 민원이 해결
 - 네 번째 방법은 민사소송을 통하여 피해를 구제하는 방법임

[그림 Ⅱ - 2] 통신 이용자 피해 구제 방법



자료: 김성천(2001)의 자료를 재구성함

□ 분쟁 조정

- 통신서비스 분쟁 조정을 행할 수 있는 기관은 한국소비자원과 방송통신위원회임
 - 한국소비자원과 방송통신위원회는 당해 관청에 분쟁 조정 제도가 존재하는데 한국소비자원은 소비자분쟁조정위원회를 통해 피해 구제가 가능
 - 방송통신위원회는 전기통신기본법 제40조의 2에 의해 재정 신청을 접수하고 집행하는데 이용자 피해 구제와 관련한 재정 신청은 당사자 간 협의가 이루어지지 아니하거나 협의를 할 수 없는 경우에 신청 가능하고 재정 효력은 당사자 간 합의적 효력으로 간주함
 - 마지막으로 민사 소송을 통해 법원으로부터 피해를 구제받을 수 있으나 피해 액수에 비해 시간 및 절차 등과 관련한 비용이 높아 실질적으로 잘 활용되는 방법은 아님

- 현재 통신서비스 관련하여 피해 구제 절차 및 피해 액수·보상 수준 등의

기준을 제시한 근거 법령은 다음과 같음

- 통신서비스 이용자 보호와 관련한 법률은 크게 소비자기본법, 공정거래법, 전기통신사업법, 전기통신기본법, 정보통신망이용촉진및정보보호 등에 관한 법률 등이 있으며 이 중 이용자 피해 구제와 관련한 법률은 소비자기본법과 전기통신기본법, 전기통신사업법에서 근거를 찾을 수 있음
- 소비자기본법에서는 이용자 기본권을 열거한 제4조에서 물품 등의 사용으로 인하여 입은 피해에 대해 신속·공정한 절차에 따라 적절한 보상을 받을 권리에 대해 명시하고 있고 사업자의 책무를 규정한 제19조에서 사업자는 물품 등의 하자로 인한 소비자의 불만이나 피해를 해결하거나 보상, 채무 불이행 등으로 인한 소비자의 손해를 배상해야 한다고 규정하고 있음
- 전기통신사업법 제33조는 이용자 보호와 관련된 조항임을 명시하고 있으며 동 조의 2와 3에서 손해 배상 및 배상 절차 등을 규정하고 있음
 - 동 규정에 의하면 전기 통신 사업자는 전기 통신 역무에 관하여 이용자로 부터 제기되는 정당한 의견이나 불만을 즉시 처리하여야 하고 즉시 처리가 곤란한 경우에는 그 사유와 처리 일정을 통보할 것을 규정함
 - 이용자에게 손해를 입힌 경우에 손해 배상을 하도록 되어 있으며 양간의 협의가 성립되지 아니하거나 협의를 할 수 없는 경우에 한하여 방송통신위원회에 재정 신청을 할 수 있다고 규정되어 있음
- 전기통신사업법 시행령에서는 사업법의 선언적인 규정과 더불어 금지 행위 유형 및 기준을 열거함으로써 이용자 이익 침해에 반하는 행위를 금지
 - 금지 행위 유형 및 기준 IV 이용자 이익 저해 항목에서는 구체적으로 8가지 금지 행위를 규정하고 있는데 각 항목에서는 부당한 요금 청구 관련 행위, 이용 계약 체결관련 행위, 사전 선택제 관련 행위, 이용자의 요금 연체와 관련한 사항, 부당한 이용자 차별과 관련한 사항, 결합 판매를 통한 이용자 이익 저해 또는 저해할 우려가 있는 행위, 다른 전기 통신 역무의 선

택 또는 이용의 방해와 관련한 행위, 이용에 필수적인 사항을 고지하지 아니하는 등 이용자 이익을 현저히 저해하거나 저해할 우려가 있는 행위로써 방송통신위원회가 정하는 행위를 금지

3. 주요국의 이용자 보호 체계

가. 미국

1) 통신서비스 이용자 보호 목표 및 기구

□ 이용자 정책 추진 목표 및 기구

○ 이용자 정책 추진 목표

- 미국의 통신서비스 이용자 정책의 추진 목표는 이용자의 합리적 선택을 저해하는 활동을 금지시키고 사기, 기만 및 불공정 거래 행위를 방지하는 것임

○ 통신전문기관의 체계 및 기구

- 통신 이용자 보호는 연방통신위원회(Federal Communication Commission: FCC)와 연방거래위원회(FTC)에 의하여 행해짐
- 주(state) 내의 이용자 보호는 각 주의 공익사업위원회(Public Utilities Commission: PUC)에 의해 행해짐
- 안전, 거래, 피해 구제 등 각 분야별, 기능별로 전담 기관이 이용자 보호 관련 법률을 제정·운용. 예를 들어 거래 분야는 연방거래위원회(FTC), 공산품 안전 분야는 소비자제품안전위원회(CPSC), 식품 안전 분야는 식품의약품안전청(FDA)이 소관임

2) 통신 이용자 관련 기구

○ 통신전문기관 개요

- 통신전문기관인 연방통신위원회(The Federal Communications Commission, FCC)는 통신 분야 이용자 지원(support) 책임 기구로서 역할을 수행함
- 이용자 민원과 질문을 접수 받아 사업자와 이용자 간의 중재 역할을 함
- Slamming(서비스 사업자를 이용자 동의 없이 바꾸는 것) 같이 심각한 사안에 대해 FCC는 특별 규칙을 제정하여 처리

□ 통신전문기관(FCC: Federal Communications Commission)

○ 개 요

- FCC는 통신전문기관으로 유무선 통신 전반에 관한 규제 및 이용자 보호를 담당
- 1934년 제정된 통신법(The Communication Act)에 의하여 설립되었으며, 공중 회선망, 방송 및 케이블, TV 등 방송과 통신 전반에 대한 규제 감독권을 행함
- 전형적인 독립 규제 위원회(Independent regulatory agency)로, 준사법적 규제 기관으로서의 위상이 정립
- 행정 사법 입법기관으로부터 사실상 독립적인 기능을 인정받았을 뿐만 아니라 미국에서 정보 통신 정책의 방향을 결정짓는 핵심기관으로서의 역할을 수행

○ 설립 목적

- 무선과 유선 통신에 있어서 주(State)와 주(State)간 또는 외국과의 상업 활동을 규제
- 모든 국민들에게 적절한 시설과 합리적인 요금 체계로 신속하고 능률적

이며, 전국적이고 국제적인 유무선 통신서비스를 제공

- 유무선 통신의 활동을 통하여 생명과 재산의 안전을 증진
- 중앙화된 권한에 의하여 상기 정책목표에 대한 집행효과를 제고시키는 것임

○ 권한

- 미국 연방 통신법에 의하여 통신법을 집행하고, 해석하며, 위원회의 결정 사항을 시행하는 행정적 권한
- 법 개정 건의, 법규 및 시행 규칙의 제정권, 정책 보고서의 발행 등의 준 입법적 권한
- 사업자들의 명령·법규·정책 결정 사항을 제대로 이행하고 있는지를 판단하며, 수사·조사·청문회 개최 등의 권한이 있으며, 위반 사항에 대해서 제재를 가할 수 있는 준사법적 권한

○ 기능 및 활동

- 위원회는 통신서비스의 품질을 관리하고 이용자들로부터 고충을 직접 접수 받아 정해진 절차에 의해 처리함
- 이용자의 상담 창구는 FCC의 소비자원실(Consumer Assistance Branch) 이고, 필요하면 기간 통신국 내의 해당 기관에 연락해서 필요한 조치를 취한 뒤 이용자에게 통지하는 체제를 취하고 있음
- 고충 민원 해결과 함께 이용자 보호를 위하여 가장 빈번하게 제시되는 이슈들을 고시하여 해당 민원의 해소 절차를 위한 정보 제공과 신규 민원 확산을 예방함

□ 공정거래위원회(FTC: Federal Trade Commission)

○ 개요

- FTC는 1914년 연방공정거래위원회법에 의하여 설립되었음. 초기에는 상거래의 부당 행위 방지가 그 설립 목적이었으나, 1938년 개정에서 이용자 보호 관련 사항 처리 권한을 가지게 되었음
- 독자적으로 규칙 제정권을 가지고 있으며, 의회에 보고할 수 있는 독립 규제 기관(Independent regulatory agency)임

○ 기능

- 주 기능은 설립당초의 목적인 자유로운 경쟁 시장 확보를 위한 기능이고, 다른 하나는 이용자를 보호하는 기능
- 이용자의 직접 보호를 목적으로 한 것은 1938년 힐러리 수정법임. 그 후 1970년에는 위원회의 직제를 대폭 개편하여 경쟁국에서 반트러스트 및 거래 제한 사항을 담당하고 소비자 보호국에서는 광고 및 기만 거래 관행의 규제를 담당

○ 권한

- 위원회는 담당 사건에 대하여 각종의 조치권을 가짐
- 예를 들면 불공정한 관행을 배제한 명령권, 기만적인 광고물을 정정함에 필요한 사실의 게시를 강제하는 게시 명령권, 기만적인 상호명의 삭제 또는 삭제 명령권, 장래 사업을 계속하는 조건으로 일정한 행위를 수행하도록 하는 작위 명령권, 정정 광고 명령권, 제조업자에 대하여 광고가 진실임을 실증하라는 광고 실증 명령권, 금지 명령권 등이 있음

○ 활동

- 통신서비스 이용자 보호만을 직접적인 목적으로 하지 않지만, 이용자 보

호 차원에서 통신 분야의 부당 표시, 광고에 대해 FTC법에 근거하여 규제하고 있음

- 통신 분야뿐만 아니라 모든 상품, 서비스 거래 영역에 있어서 공정 거래와 이용자 보호 업무를 담당하고 있고, 통신 영역에 있어서도 통신을 통한 전자 거래에 있어서의 공정 거래와 이용자 보호에 특히 주목함
- 통신 사업자 또는 통신 판매자의 부당 거래 행위나 부당 광고를 포괄적으로 규제할 수 있음

□ 주 이용자 보호 규제 기관(CPUC: California Public Utilities Commission)

○ 개요

- 각 주의 이용자 보호 활동은 CPUC(공익 위원회)에서 담당함
- 1911년 주 헌법 개정으로 인해 철도 위원회로 설립되어, 1946년 공익사업 위원회로 개명함
- 지금과 같은 실질적인 공익사업에 대한 권한은 1912년 공익사업법(Public Utilities Act)의 제정으로 시작

○ 권한

- CPUC는 일반 이용자와 직접 관련이 있는 전기, 공중 교통수단, 천연가스, 상하수도 및 정보 통신 등 공공 서비스와 그 요율을 책정 및 규제함
- 각종 사업 회사에 대한 감독을 통하여 주민들이 공정하고, 합리적인 효율로 충분한 서비스를 받을 수 있도록 주민의 편익을 도모함

3) 미국 시사점

- 통신 분야의 전문 기관인 FCC의 경우 이용자 보호 활동을 적극적으로 하고 있음

- 영역은 정책, 이용자 교육, 정보 제공 및 이용자 고충 처리 등 전반적인 이용자 보호 활동을 하고 있음
 - 피해 구제 활동 시 단순 이관 처리뿐만 아니라 사실 조사를 자체적으로 실시하고 있음
 - 불법 가입 변경과 부당 요금 징수의 경우 상당한 액수의 과징금을 부과하는 등 다수의 이용자에 대한 작지만 광범위한 피해를 야기하는 불법적 행위에 대해서 단호히 대처하고 있음
- FCC의 경우 최신의 동향과 급증하는 민원에 대해서 신속히 반응하고, 최신 이슈들을 홈페이지에 전면 부각시키고, 신속한 정보 제공을 시도하고 있어 피해 구제의 사전 예방에 도움이 되고 있음

나. 영국

1) 이용자 정책 추진 현황 및 기구

이용자 보호 추진 현황

- 영국의 이용자 정책은 통산부(Dept. of Trade & Industry)를 중심으로 정책이 입안, 수립
 - 공정 거래청(OFT), 거래 기준부(Trading Standard Dept.) 등의 정부 기관과 전국 소비자 위원회(NCC)와 같은 정부 지원 기관, 소비자 협회 등의 민간단체 등이 상호 유기적으로 역할을 분담하고 협력 집행하여 이용자 보호 활동을 하고 있음
- 영국이 속해 있는 유럽연합(EU)의 이용자 활동과 축을 맞추어 각종 기준, 지침, 규정을 개정 및 조정하고 있음

□ 통신서비스 이용자 보호 정책 기구

- 영국의 통신서비스 이용자 보호 관련 정책은 OFT와 Ofcom에 의하여 수립, 집행됨
 - 이용자와 사업자 간 분쟁이 발생하면 독립 기구인 분쟁 해결 기구(Alternative Dispute Resolution, ADR)에서 불만 처리를 실시
- 영국은 지방 단위로 260여 지방 자치구에 설치되어 있는 거래 기준부(TSD: Trading Standards Department)에서 이용자 보호 업무를 담당하고, TSD는 이용자 민원의 운영을 지원하는 형태로 역할을 수행

2) 통신 이용자 관련 기구

□ 통상산업성(DTI: Department of Trade and Industry)

- 목적 및 개요
 - 1974년 산업성에서 출발, 1983년 거래성과 산업성이 통합
 - 중앙 정부 부처로 이용자 보호 총괄 부처, OFT의 감독 기관
 - 재원은 정부 예산
- 주요 업무
 - 국내 이용자 정책 수립
 - 방문 판매, 약관, 가격, 표시 등 이용자 거래 분야 조사 및 안전 업무 수행
 - NCC(소비자 위원회), OFT, Citizens Advice 조직 지원
 - 기타 EU 및 OECD 등 국제기구 업무

□ 통신전문기관(Ofcom: Office of Communications)

○ 목적 및 개요

- 통신법에 근거하여 통신 이용자 보호 권한을 보유한 전문 기구
- 규제 원칙은 가급적 간섭하지 않는 것(Biased against intervention)이나, 소비자 이슈에 대해서는 예외를 적용(오기석, 2005)
- 소비자 보호 정책 평가 제도를 통해 소비자 보호 정책 전반을 체계적, 합리적으로 재평가함
- 부당 이용 약관 규제(Unfair Terms in Consumer Contracts Regulation, 1999)에 근거하여 통신 분야의 약관을 규제
- 기존의 시장 경쟁 평가만으로 달성하기 어려운 사회 정책적 목표를 추진하기 위하여 이용자 보호 정책을 체계적으로 강화

○ 이용자 보호 활동

- 이용자 민원 처리 및 분쟁 조정을 다루는 실행 조례(Codes of Practice, CoP)를 승인함
- ADR을 이용한 이용자 보호
 - 일차적으로 이용자와 사업자 간의 협의에 의해 해결함
 - 이들 간에 협의가 이루어지지 않을 경우 중립적 독립 기구인 분쟁 해결 기구(ADR)에 불만 사항을 의뢰함. ADR을 집행하는 기구는 현재 Otelo와 CISAS가 있으며, 각각은 다른 가입 사업자로 구성된 동일한 기능의 조직임
 - 위의 모든 절차를 거쳤음에도 이용자가 불만족할 경우 Ofcom에 불만 사항을 접수할 수 있고, Ofcom에서 다시 한 번 조사할 수 있음
- Ofcom의 소비자 보호 정책 평가(Consumer protection policy review)제도¹⁾를 통한 이용자 보호

1) Oftel(2002)을 김민철 외(2004)에서 재인용

- 개별 시장의 경쟁상황과는 별도로 이용자 보호를 목적으로 행해지는 모든 형태의 활동을 포함하는 포괄적인 개념으로서의 이용자 보호
- 약관 규제를 통한 이용자 보호
- 이용자이슈의 모니터링 및 정보제공
 - 민원자료 모니터링을 통해 특이한 문제(Particular Problem)을 확인하며, 이를 조사할 수 있음
 - 통신 민원 관련 정보를 담은 정보 제공, 분기마다 민원보고서 발간, 2005년 이후 “서비스 품질”이라는 정보책자 발간

□ 공정거래청(OFT: Officer of Fair Trading)

○ 목적 및 개요

- 1973년 경쟁 정책 집행을 위해 설립된 행정 조직으로 DTI 감독을 받는 독립행정 기관

○ 이용자 보호 활동

- 이용자의 경제적 복지보호(대 이용자 공정 거래)
 - 이용자 보호를 위한 시장 감시, 조사, 연구
 - 이용자 정보에 관한 정책
 - 이용자 신용 인가업무와 관련한 행정
 - 부동산 중개업자, 불량 사업자, 부당 광고에 대한 규제
 - 이용자 약관의 불공정 조항 개선
 - 국내외 이용자 기관과의 협력
- 경쟁 정책 강화(사업자관 공정 거래)

3) 영국 시사점

- 통신전문기관인 Ofcom은 이용자 보호의 경우 단순 사후 규제와 피해 구제

- 뿐만 아니라, 정책 평가를 통하여 이용자 보호를 위한 전반적인 과정에 참여하고 있음
 - 즉, 투입 과정에서 이용자 보호를 위한 정보 제공, 교육, 그리고 정책 평가 과정을 통한 전문가 자문으로 이용자 기반의 환경을 조성함
 - 전환 과정에서 이용자 불만 및 피해 보상 실시
 - 축적된 경험을 다시 정책 평가 과정에 포함시켜 피드백시키고 있음
- 영국의 통신서비스 이용자 보호 체계는 이용자 보호 정책, 정책 자문, 이용자 불만 및 피해 보상으로 구분하여 보호하고 있음
 - 정책 수립, 이용자 보호를 위한 상담 및 피해 구제, 분쟁 조정 제도 등을 도입하여 이용자를 보호함

다. 호주

1) 이용자 정책 추진 목표 및 기구

이용자 정책 추진 목표

- 호주의 중앙 및 연방 차원의 정책 목표는 경쟁 촉진, 공정 거래 및 이용자 보호를 통한 국민의 복지 향상

이용자 보호 관련 현황 및 기구

- 호주의 이용자 정책의 경우 기본적인 통신서비스가 제공되던 초기에는 이용자 보호보다 네트워크 및 보급률의 확대가 주요 정책 목표였음. 그러나 경쟁 도입 이후 공정한 요금 및 이용자의 대우에 대해 규정, 통신 사업자들에게 이용자에게 대한 책임을 독려하고 있음
- 통신 정책은 통신정보기술문화부(DoCUTA)가 담당하고, 규제 기능은 통

신청(ACA)에서 맡음. 2006년에 통신청(ACA)은 방송청(ABA)에 통합하여 호주통신방송청(ACMA)으로 통합됨

- 통신서비스 이용자 문제 해결에 관해서는 비정부 기관인 Telecommunications Industry Ombudsman(TIO)이 담당
- 이용자 보호 관련 법으로는 거래 관행법(Trade Practice Act)과 소비자 보호와 서비스 표준법(Consumer Protection and Service Standards Act)이 있음(김민철 외, 2004)
 - TPA(Trade Practice Act)는 이용자에게 상품과 서비스의 구매에 대한 기본적 보호를 제공해 주는 법으로서 불공정, 반경쟁, 부당 거래 관행, 인수 합병, 제품 안전과 제조물 책임 관련 사항이 있음
 - CPSSA(Consumer Protection and Service Standards Act)는 통신서비스와 관련된 이용자 보호를 제공해 주는 법으로서 ‘보편적 서비스 의무(Universal Service Obligation)’, ‘서비스 보상(Consumer Service Guarantee)’, ‘통신산업 옴부즈만(Telecommunication Industry Ombudsman)’ 관련 조항을 주요 내용으로 함
- 호주의 경우 자율 규제를 통해 이용자 보호를 추구하고 있는데, 통신의 경우 통신 산업 옴부즈만(TIO), 산업 자율 규약(ICP) 등이 있음
 - TIO는 1993년 호주 연방 정부에 의해 설립되었으며 정부, 산업체, 이용자 단체에 독립적인 조직으로서 일반 및 소규모 기업 이용자들의 전화 서비스 또는 인터넷 서비스 제공자에 대한 분쟁을 해결하는 역할
- 사업자 자율 규약
 - 산업체 연합이 이용자 보호 등을 포함하여 산업체 스스로가 지켜야 할 자율 규약을 설립하고 이에 따를 것을 합의하는 자율 규제임

- 정부는 사업자에게 자율 규약 제정을 독려
 - 자율 기준은 ACCC가 권장하며, TPA 집행에 앞선 방법으로 활용
 - 이용자 불만, 피해 구제 정책
 - 이용자 불만, 피해 관련 ACCC 와 지방 정부는 이용자와 사업자 간 문제 발생 시 당국에 의한 공식적 개입이나 피해 구제 제도가 별도로 존재하지 않고, 거래 당사자가 스스로 해결하도록 적극 권고하고 있음
 - ACCC 웹사이트와 공정거래청에서 불만 피해 제기 방법, 피해 구제 사례 등을 제공
 - 불만 사례는 지방 정부가 직접 수집, 불법 여부 판단, 처벌 등을 실시함
 - 분쟁 조정(ADR)
 - 이용자 불만 피해를 당사자 스스로 해결토록 독려
 - ACCC와 주정부는 관련정보, 조언, 사업자 의무 등 간접적 지원
 - 특정 기업에 대한 이용자의 평판, 기업의 영업 지침 등이 압력 수단으로 작용, 피해 구제, 분쟁 조정 가능
 - 분쟁 조정 실패 시는 법정에서 해결
- 2) 호주의 이용자 관련 기구

□ 호주통신방송청(ACMA: Australian Communications and Media Authority)

- 방송통신전문기구
 - 재정: 주파수 사용료
 - 통신사업자의 허가, 통신 주파수 계획 수립 및 할당, 통신 설비의 기술기준 제정
 - 이용자 보호 활동은 통신서비스에 관련한 객관적인 정보제공을 하고 있음

□ 경쟁소비자위원회(ACCC: Australian Competition and Consumer Commission)

- 경쟁·소비자부문 법규 관리. 집행기관으로서, TPA(Trade Practices Act 1974) 및 관련법에 근거하여 1995년에 설립
 - 발생피해의 관할권이 여러 주(State)에 걸친 경우에 주로 담당
 - 소비자자문위(ACCC내), 이용자대표와 이슈 협력, 조정
- ACCC의 하부조직 중 하나인 The Telecommunications Group of the ACCC 에서 통신서비스 경쟁정책 및 경제규제를 담당
 - 이용자보호와 관련하여 TPA 위배사항을 직접 다루지는 못하나 문제 해결의 협상을 도울 수 있는 정보를 소비자에게 제공
 - 즉, 단순히 규제기능만 하는 것이 아니라 교육과 정보 제공기능을 하고 있음

□ 옴브즈만(TIO: Telecommunications Industry Ombudsman Ltd)

- TIO는 1993년 호주 연방정부에 의해 설립된 전화 및 인터넷 서비스 관련 소비자불만을 처리하는 독립된 단체
 - 영역: 요금고지, 이동전화 서비스, 전화번호부 서비스, 사생활 보호, 서비스 제공의 과실, 고객센터 불만족, 인터넷 혹은 유선전화 접속, 서비스 제공, 해지, CSG 관련 불만사항 등의 분쟁
 - 관련법에 근거하여 소비자불만 등 분쟁관련 조사 및 결정권 등을 가지고 있음
 - 운영자금은 회원들로부터 조달하며, 분쟁해결에 대한 수수료를 TIO에 지불하게 함

3) 호주 시사점

- 호주의 자율규제를 통한 이용자보호의 추구는 호주의 사회·문화적 특성을

감안하여, 국내의 정책에 활용할 수 있을 것으로 사료됨
- 통신서비스 관련 민원이 발생하기 전에 자율 규제강화로 민원을 감소시키는 것은 정부의 부담을 감소시킬 수 있는 방안 중 하나로 사료됨

- ACCC의 경우 전반적인 상품에 대한 규제기관으로 일부분이 통신서비스를 규제하고 있음. 그런데 역할에 있어서 단순히 사후 규제만 하는 것이 아니라 교육과 정보제공을 통하여 민원감소를 유도하고 있음

4. 체계는 이론에 근거한 전문기관의 이용자 보호체계

□ 국외 통신전문기관의 유형

- 국외의 통신전문기관을 살펴보면 크게 모든 품목과 서비스를 보호하는 일반 이용자보호기관과 통신서비스 이용자보호에 특화된 통신전문기관이 분리되어 있는 유형과 일반기관에서 통신서비스 이용자까지 모두 보호하는 유형 등으로 분류됨
 - 기관의 이용자보호 체계는 다시 통신 관련 전문기관이 직접 상담 및 피해구제 하는 유형, 일반이용자보호기관에서 통신관련 서비스 이용자를 보호하는 유형, 제 3의 유관기관에서 통신서비스 이용자를 보호하는 유형으로 분류됨
 - 해외의 현황을 살펴보면, 대다수의 나라에서 통신분야 또는 통신과 방송분야의 전문기관을 독립시키는 추세임. 그와 함께 통신전문기관과 일반이용자보호기관의 업무의 중복성 문제가 대두되지만 각 나라의 특성에 따라 현명하게 처리하고 있음
- 상기와 같이 국외 유관기관의 이용자보호체계는 각 국가의 특성 및 환경에 따라 다르게 접근하고 있음

□ 체계모델에 따른 이용자보호체계

- 체계이론의 각 단계에 따라 통신전문기관이 해야 할 주요 기능을 도출하면 다음과 같음
 - 투입단계에서는 이용자보호를 위한 환경조성
 - 이용자보호를 위한 법·제도 정비, 이용자보호 기반 조성, 이용자보호를 위한 가이드라인이나 지침 제공
 - 피해의 사전예방을 위한 전문가 패널 등의 정보제공, 피해 조기경보, 유사 사례 제시 등 중립적인 정보제공과 이용자 교육에 중점
 - 처리단계에서는 이용자보호를 위하여 상담 및 피해구제활동
 - 정부민원이나 구제민원을 즉시 상담하거나 피해구제
 - 분쟁조정제도를 활용한 피해구제
 - 민원 오류 보상 등 주로 상담 및 피해구제 행동
 - 결과통보단계에서는 상담 및 피해구제 활동을 통한 이용자 만족도 증가 및 금전적 보상
 - 환류단계에서는 이용자 만족도 조사, 모니터단 운영, 민원동향 분석 등을 통하여 이용자 만족도를 파악하고, 다음번 정책을 위한 기초자료로 활용함

Ⅲ. 전문기관의 이용자 정보제공

1. 전문기관의 통신서비스 이용자 정보제공 필요성

□ 연구의 배경

- 통합적 정보 접근의 어려움
 - 다수의 사업자별로 홈페이지로의 접속 및 회원가입을 통해 제한적으로 자사 서비스에 대한 정보 제공
 - 사업자별, 서비스별 비교 및 분석 정보 등을 얻기 위한 단일 창구의 부재로 높은 정보 탐색비용 초래
- 통신서비스 관련 정보의 복잡성
 - 결합서비스, 방통융합서비스 등 다양한 신규서비스 등장과 빠른 기술발전으로 통신서비스 관련 용어 및 내용이 전문화되는 경향 발생
 - 이에 따라 일반 이용자가 정부기관 및 사업자가 제공하는 정보를 이해하기 쉽지 않음
- 이용자 교육의 필요성 증가
 - 통신서비스의 다양화 및 복잡화로 인한 이용자의 합리적인 선택을 저해 가능성 증가
 - 올바른 통신서비스 이용 및 관련 불만 해결에 적극적으로 참여할 수 있도록 이용자 교육 필요

□ 연구의 의의

- 종합적인 통신서비스 관련 정보 및 교육용 콘텐츠 현황 파악

- 다수의 통신사업자들이 제공하는 다양한 서비스 정보 및 각종 사업자 선택정보에 대한 접근성 제고 및 이용자 편익 증진

2. 국내 현황

가. 통신이용자를 위한 국내 포털 현황

- 정부, 연구기관, 이용자주도 등 이용자들이 이용할 수 있는 복수의 채널이 존재하며 제공하는 내용이 제공주체에 따라 차이가 있음
- 포털 운영주체와 주요 목적에 따라 크게 4가지로 분류할 수 있음
 - 통신사업자가 자사의 이용자를 위한 정보제공 및 민원을 처리하는 고객센터형(예: SK텔레콤의 T-World 등)
 - 통신서비스 관련 특정 정보제공만을 위한 전문 사이트형(예: 이동전화 최적요금제 조회 사이트, 이동전화 미환금액 정보조회 서비스 등)
 - 통신서비스 관련 민원해결 및 정보 공유를 위한 커뮤니티형(예: 통신이용자행동네트워크, 모바일사용자연합 등)
 - 이용자의 민원 처리 및 정책 관련 일을 수행하는 정부주도형(예: 방송통신위원회 홈페이지 등)

〈표 III - 1〉 통신이용자를 위한 포털의 분류

구분	운영주체	주요 목적	유관기관 링크 현황	특 징
고객 센터형	통신 사업자	자사의 상품·서비스 요금에 대한 정보 제공이나 불만 접수 및 상담	타사업자와 링크 없음 일부 관련 정부부처 링크 제공	자사의 서비스를 이용하는 회원제로 운영
전문 사이트형	비영리 단체	합리적인 통신서비스 선택을 위한 정보 제공	정부부처 및 사업자와 링크됨	통신서비스 분야로 특화되었으나 제공 정보가 제한됨

구분	운영주체	주요 목적	유관기관 링크 현황	특 징
커뮤니티형	이용자	정보 공유 및 이용자 민원 공동 대응	다른 커뮤니티 포털과의 링크 제공	이슈에 따라 한시적 존재와 소멸
정부 주도형	정부기관 (KCC)	관계 법령 고시 및 이용자 불만 접수 및 처리	다른 정부부처로 링크 제공 사업자와의 링크가 원활하지 않음	일반 민원에서 부분적으로 통신민원을 처리함

1) 고객센터형

- 각각의 통신사업자가 구축한 사이트를 통하여 제한적으로 자사 중심의 서비스에 대한 정보를 제공하고 있음
 - － 요금 및 서비스 정보가 주를 이룸
 - － 이용자 상담 및 불만 처리
- 이용자가 사업자 선택을 위해 사업자간 가격, 품질, A/S 등을 비교·분석할 수 있는 기능이 부재되어 있음
- 타 민원포털과 연계되어 있지 않음

2) 전문사이트형

- 비영리단체가 중심이 되어 통신서비스에 관한 특정 정보를 제공함
 - － 이동전화 최적요금제 조회 사이트: 최적요금제 조회
 - － 이동전화 미환금액 정보조회 서비스: 미환금액 조회, 개통이력 조회
- 제공하는 정보 이외의 추가적 정보를 얻을 수 있는 다른 포털사이트로의 연계가 취약함

3) 커뮤니티형

- 비슷한 통신서비스 관련 불만이 있는 이용자들이 조직함
- 대부분이 소규모이고 일시적으로 이슈에 따라 활성화되었다가 사라지는 경우가 많음
- 다른 커뮤니티형 사이트와 링크를 제공하기도 하나 유관기관으로의 링크가 취약함

4) 정부 주도형

- 통신서비스 이용자 상담, 피해예방 및 구제를 목적으로 정보제공
- 민원 예보 및 동향 발표, 심결정보제공 등
- 관련 법령 및 고시를 제공

나. 기존 통신이용자 포털의 한계

- 개별 포털의 특성에 따른 정보가 산발적으로 제공되고 있어 이용자 입장에서 통합적인 관련정보 접근이 불편함
- 사업자별 상이한 요금 및 서비스 수준에 대한 종합적 비교가 어려움
- 유관사이트와의 연계가 잘 구축되어 있지 않아 특정 정보의 부익부빈익빈 현상이 발생하고 있음
- 일부 서비스 관련 정보 및 민원의 경우 복수의 포털에 중복 제공되고 있음
- 이용자가 통신서비스를 선택하기 전에 올바르게 판단할 수 있는 정보 제공이

취약

- 이용자의 자주적 역량을 강화하기 위한 교육 및 정보제공은 제대로 이뤄지고 있지 않음

3. 국내외 주요 사례 분석

가. 국내 주요 사례

1) 공정거래위원회

□ 특징

- 산업별로 분류하여 세부 정보 제공
 - 이용자가 해당 상품 및 서비스를 이용하기 전이나 후에 필요한 정보, 피해구제 사례 및 관련 뉴스를 제공
 - 각 산업별로 한국소비자원 보유 자료를 유기적으로 연계하여 이용자정보 콘텐츠를 강화함
- 정보 접근성 강화를 위한 장치 마련
 - 정보소외계층(노인, 시각장애인 등)을 위한 음성서비스 제공
 - 모바일홈페이지 서비스의 개시를 통한 유·무선 서비스를 제공함

[그림 III - 1] 공정위원회 소비자홈페이지



자료: www.consumer.go.kr, 2008

□ 주요 콘텐츠

- 기본메뉴는 10개의 산업군과 피해주의보, 소비자신문고, 민원실, 소비자교육, 소비자핸드북, 노스팸으로 구성
 - 10개 산업군: 자동차, 금융·보험·신용, 의류·세탁, 건강·식품, 전자상거래, 집, 방문·다단계·권유, 상품·서비스, 여가·문화, 기타
- 세부메뉴는 각 산업별로 소비자정보, 사업자정보, 법령, 보도자료, 심결자료, 간행물, 유관기관링크, 한국소비자원 보유자료로 제공
- 소비자 교육에서는 이용자의 정보강화에 초점
 - 플래쉬를 통한 콘텐츠 제작으로 이용자의 이해 도모 및 친근감 강화

- 이용자가 직접 제안하거나 한국소비자원에서 제공하는 자료를 통해 정보 취약계층(어린이 및 청소년)을 부모나 선생님이 교육할 수 있도록 콘텐츠 제공

○ 링크사이트

- 금감원, 국세청, 보건부, 산자부, 식약청, 주택공사 등 정부기관(7개)
- YMCA, 한국소비자연맹 등 소비자단체
- 산업분류별로 각종 단체의 사이트로 링크를 제공(134개²⁾)
- 방문, 다단계, 권유의 산업분류에서는 업체DB를 구축하여 제공하고 있음

〈표 Ⅲ - 2〉 소비자홈페이지 콘텐츠 구성

기본메뉴	세부메뉴	특징
산업분류정보	자동차, 금융·보험·신용, 의류·세탁, 건강·식품, 전자상거래, 집, 방문·다단계·권유, 상품·서비스, 여가·문화, 기타(10개)	
피해주의보	각종 사기 및 부당행위에 관한 피해주의보	집중적으로 발생하는 피해에 대한 정보 제공
소비자신문고	공지사항, 신문고 Q&A 모음, 질의대상업체 선정(3개)	로그인 통한 이용
민원실	종합민원실로 연계	공정위의 전자민원 창구와 유기적으로 연결
소비자교육	애니메이션/퀴즈, 사기방지의 달 캠페인, 소비자관련 법 설명, 다단계판매 관련교육, 소비자보호원 교육자료, 우수소비자 교육공모전, 소비생활 체험수기, 텀러벨의 전자상거래교육(8개)	플래시 등으로 자체제작 및 이용자 제작 자료 제공
소비자핸드북	구매전 소비자정보, 상품·서비스별 안내, 불만상담 및 처리요령, 상담·피해구제 단체와 기관(4개)	유관 기관 링크로 자세한 정보 제공
노스팸	구매권유 광고 수신거부 의사 등록 시스템, 경찰청 사이버범죄수사대 등 관련 사이트 링크	
마이페이지	로그인, 회원가입, 회원수정, 회원탈퇴, 즐겨찾기(5개)	

2) 중복 링크가 포함됨

□ 시사점

- 정보를 찾는 사람이 분야별로 주제를 명확히 찾아 들어갈 수 있도록 가이드를 제공하는 map 성격의 포털임
- 상품 및 서비스 이용 전에 이용자의 올바른 판단을 위한 정보제공에 초점을 두고 있음
 - 특히, 정보취약계층을 위한 교육자용 콘텐츠 제공
- 전문적인 피해구제는 한국소비자원 등 상담·피해구제 단체와 기관과의 유기적 연계를 통해 제시함
- 소비자정보뿐만 아니라 사업자정보도 제공함으로써 기존 포털과 차별화됨

2) 한국소비자원

□ 특징

- 소비자 상담 및 피해구제를 전문적으로 수행하는 기관의 특성상 상담 및 교육 등 사용자 참여에 초점을 두고 있음
- 정보소외계층(장애인, 노인 등)의 소비자정보 접근성을 높이기 위해 화면 확대, 글자 크기나 색 변경 및 텍스트 음성화하는 서비스를 제공함
- 기본메뉴를 간단하게 구성하고 각 기본메뉴를 클릭하면 이용 빈도가 높은 세부메뉴를 메인에 배치함
- 어린이안전넷, 소비자넷, 소비자방송 등 별도의 사이트를 통해 관련된 정보

를 이용자의 수준에 맞게 편성하여 제공

[그림 Ⅲ-2] 한국소비자원 사이트



자료: www.kca.go.kr, 2008

□ 주요 콘텐츠

- 기본메뉴는 상담마당, 참여마당, 정보마당, 교육마당, 알림마당, 혁신마당, 소개마당 총 7개로 구성
- 세부메뉴
 - 각 마당별로 4~13개의 세부항목으로 나뉨
 - 상담마당의 경우 식생활, 보건·의료, 주거·시설, 생활용품, 의생활, 자동차·기계류, 정보통신, 금융·보험, 교육·문화, 레저·스포츠, 관광·운송, 기타 등 12개로 분류하여 정보 제공함

〈표 III - 3〉 한국소비자원 콘텐츠 구성

기본메뉴	세부메뉴	특징
상담마당	상담안내, 사례안내, 상담속보, 상담신청, 인터넷상담목록, 상담답변, 사건경과조회, 소비자분쟁해결기준, 내용증명작성, 고객센터현장, 국제소비자거래피해신고, 안전사고신고, 자동차결함신고(13개)	12개로 상품품목을 분류하여 해당 정보를 제공
참여마당	고객의 소리안내, 이용불편신고, 칭찬합시다, 제안방, 홈페이지개선건의, 설문조사(6개)	홈페이지 개선을 위한 소비자 참여 유도
정보마당	품목별정보, 발간자료, 소비자시대, 소비포럼, 해외소비자정보, 소비자칼럼, 소비자관련법령(7개)	자체 발간자료 및 국내외 자료 제공
교육마당	연수과정안내, 강사매칭서비스, 교육공지, 교육동향, 교육자료, 소비자교육시범/실천학교, 교육관련사이트, 소비자교육공모전, 소비자교육인력풀(9개)	off-line 교육을 직접 제공하며 우관 교육 사이트 링크 제공
알림마당	보도자료, 공지사항, 소비자원동정, 주요일정안내, 소비자정보뉴스레터(5개)	
혁신마당	경영혁신소개, 경영혁신소식, 경영혁신추진현황, 경영혁신자료실(4개)	한국소비자원 자체 소식 및 소개
소개마당	원장소개, 기관소개, 소비자분쟁조정위원회, 윤리경영, 경영전략, 경영공시(6개)	
회원마당	로그인, 회원가입, 마이페이지, 아이디/비밀번호찾기, 이용약관, 개인정보보호정책, 이용안내, 사이트맵(8개)	

- 자체 연구 및 조사 결과를 바탕으로 보다 전문적인 정보 제공에 초점
- 온라인 이외에도 전문강사 매칭 및 시범학교실시 등 off-line 서비스를 통해 교육의 내용을 피교육자 수준에 맞게 제공할 수 있도록 서비스 제공
- 링크 사이트
 - 재경부, 공정위, 법무부 등 20개의 정부·공공기관
 - 17개 지방소비생활센터

- 10개의 소비자관련단체
- OECD 등 국제기구와 미국, 영국, 일본 등 주요 9개국의 관련 사이트 제공(43개)

□ 시사점

- 최신 이슈 및 뉴스를 통해 국내뿐만 아니라 해외 이용자 관련 정보를 제공
- 온/오프라인 교육을 동시에 제공함으로써 온라인을 통한 일방향(one-way) 교육의 한계점 보완
- 포털 사이트 자체에 대한 설문조사 및 제안방 등을 통해서 이용자의 의견을 반영하여 포털의 지속적인 개선을 유도
- 별도의 사이트를 구축하여 정보 및 교육 콘텐츠의 차별화 가능

나. 해외 주요 사례

1) 미국

(1) FCC의 CGB

□ 특징

- 통신서비스 이용자 정책 수립 및 운영을 담당하고 있는 CGB(Consumer & Governmental Affairs Bureau)에서 이용자를 위한 포털을 운영
- 정책건의기구로 CAC(Consumer Advisory Committee)를 운영하며 이용

자 권리 및 어린이나 빈곤층과 같은 취약계층의 통신권리 보장에 주력

- 사용자의 유형에 따라 특화된 콘텐츠를 제공
 - 일반 이용자, 장애인, 소수부족이나 지방정부 등 사용자 유형별로 다른 게이트웨이 구축

[그림 III - 3] FCC의 소비자 사이트



자료: www.fcc.gov/cgb.consumer, 2008

- 별도의 어린이용 페이지 제공
 - 통신서비스 역사, 용어 등을 이해할 수 있도록 학년별 콘텐츠 제공
 - 부모들이 아이들 교육을 위해 이용할 수 있는 정보 제공

□ 주요 콘텐츠

- 기본메뉴를 이용자의 유형에 따라 구분하여 특화된 통신민원 서비스를 제공함
- CGB를 구성하는 6개 실을 왼쪽 메뉴바에 연결시킴
 - 각 실별로 업무 분장을 통해 이용자 교육 및 민원처리 담당을 진행함
- 여러 개의 주로 구성된 미국의 특성상 주정부간 정책을 조율하는 콘텐츠도 제공함

〈표 Ⅲ-4〉 FCC의 CGB의 콘텐츠 구성

기본메뉴	세부메뉴	특징
일반 사용자	용어집, 민원신청, 6개 통신서비스 품목별 소비자 정보(이동전화, TV와 케이블, 위성, 라디오, 인터넷, 유선전화), 에스파냐어(4개)	
장애우	장애우 관련 주요 뉴스, 통신재전송서비스, 통신법 255조, 자막 규정, 긴급정보접근, 핸드북, VoIP, 보청기호환성 규정, 장애인 인덱스, 관리자(10개)	정보 소외계층을 위한 차별화된 정부 제공
소수부족, 지방 정부	주정부자문위원회, 소수부족 프로젝트, 인디안/주/지역 이슈(3개)	
뉴스	최근 뉴스 및 리포트별 링크	

- 사이트 중앙에는 최근 이슈 및 FCC에서 추진하는 여러 프로젝트를 배치시켜 방문자가 주목할 수 있도록 함
 - 도서지역 의료 프로그램
 - Do-Not-Call 등록: 불법 스팸 및 광고 방지
 - ECFS Express: 공공의 의견을 모아 표현할 수 있음

- Lifeline Link-UP: 모든 사람이 전화서비스를 이용할 수 있도록 정보와 자원 제공
- 소수부족지원
- VoIP 911
- 통신사업자에 대한 정보 제공

○ 그 외, 이용자 알림이나 핫토픽을 통해 관련 정보를 제공하고 있음

〈표 III - 5〉 각 실별 주관 업무

실	주관 업무
장애인권리실 (Disability Rights Office)	현행 법 규정이 장애인의 정보 기술에 접근할 수 있도록 제대로 수행하는지 감시하고 장애인을 위한 특별 규정을 제안
소비자불만처리실 (Consumer Inquiries & Complaints Division)	이용자의 불편 및 불만을 직접 받고 필요하다면 비공식적으로 중재
소비자정책실 (Consumer Education and Policy)	이용자들의 불만사항과 질의에 근거해서 이용자들에게 이익이 되는 정책을 개발하고 제안함
소비자관계국 (Consumer Affairs & Outreach Division)	이용자를 대상으로 FCC 정책 설명, 안내 및 다양한 형태로 배포
정부관계실 (Office of Intergovernmental Affairs)	지방정부 및 다른 연방규제 기관에 FCC의 활동 및 규제 내용을 교육
자료정보센터 (Reference Information Center)	FCC가 수행했고 수행하는 모든 일의 정보를 기록하고 관리

□ 시사점

- 일반 이용자뿐만 아니라 장애인, 소수부족·지방 정부 등 포털의 사용자의 특성을 고려하여 포털 콘텐츠 차별화
- 주 및 지역 정부간 충돌이 일어날 수 있는 FCC 정책 및 규제에 대한 조율을 함으로써 유관 기관간의 이용자 관련 정책의 마찰 최소화
- 통신서비스 관련 상품에 대한 교육뿐만 아니라 FCC의 통신서비스 규제 및 정책에 대한 교육 콘텐츠를 제공함으로써 합리적 선택을 할 수 있는 기반을 마련
- 중요 이슈나 민원을 그림과 함께 사이트 전면에 배치함으로써 이용자의 해당 정보에 대한 접근을 높임

(2) FTC의 BCP(Bureau of Consumer Protection)

□ 특징

- 산업 전반에 걸친 이용자 보호관련 정보를 제공
- 다른 영역을 주관하는 7개의 과로 구성되어 있음
 - 광고과(Advertising Practices), 이용자와 사업교육과(Consumer and Business Education), 재정과(Financial Practice), 마케팅과(Marketing Practices), 계획 및 정보과(Planning & Information), 프라이버시보호과(Privacy and Identity Protection)

[그림 Ⅲ - 4] FTC의 BCP 사이트



자료: www.ftc.gov/bcp, 2008

□ 주요 콘텐츠

○ 이용자 정보

- 10개의 대분류한 품목별로 자주 문제가 발생하는 구입·유지 및 과금 등의 과정에 대한 정보 제공
- 예: Telemarketing & Telephone Services를 클릭하면 부당요금청구에 대한 정보를 얻을 수 있음

〈표 Ⅲ-6〉 FTC의 BCP 콘텐츠 구성

기본메뉴	세부메뉴	특징
BCP 소개	부서소개, 조직도, 법적업무, 광고과(Advertising Practices), 이용자와 사업교육과(Consumer and Business Education), 집행과(Enforcement), 재정과(Financial Practice), 마케팅과(Marketing Practices), 계획 및 정보과(Planning & Information), 프라이버시보호과(Privacy and Identity Protection)(10개)	
이용자 정보	자동차, 컴퓨터/인터넷, 신용카드/대출, 다이어트/건강/휘트니스, 교육/장학금/취업, 에너지/환경, ID 도용/프라이버시/보안, 투자/사업기회, 쇼핑/서비스, 텔레마케팅/전화서비스(10개)	대분류한 품목별로 자주 문제가 발생하는 구입·유지 및 과금 등의 과정에 대한 정보를 제공
사업자 정보	광고, 자동차, 의류/섬유, 신용카드, 다이어트/건강/휘트니스, 전자상거래, 에너지/환경, 프랜차이즈/사업기회, 사기예방, ID 도용/프라이버시/보안, 사업을 위한 자원, 텔레마케팅/직접마케팅(12개)	각 품목에 해당 micro site와 사업자에게 새로운 법 및 규제에 대한 정보를 제공
자원	프라이버시 프로젝트, 등록된 번호 데이터베이스, 토픽별 안내문서, 주요기사, 법, Link to us(6개)	이용자의 현명한 선택을 위한 내용 제공
민원신청	FTC 이용자 민원 서식	민원접수를 위한 양식을 제공

- 사업자 정보: 12개의 항목으로 분류하고 각 항목에 해당 micro site와 사업자에게 새로운 법 및 규제에 대한 정보를 제공
- 자원: 프라이버시, 관련 법령·문서 등 규제적 가이드라인 및 판례 제공
- 민원 접수
 - 온라인 양식을 통해 민원 접수를 받음
 - FTC가 이용자 개개인의 민원을 해결하지 않지만 기만 행위 조사 및 법 집행함에 있어 활용됨

□ 시사점

- 자유로운 경쟁시장 확보와 이용자 보호를 위한 업무를 동시에 제공하기 위해 일반 이용자와 사업자를 대상으로 한 사이트를 구축
- FCC가 통신사업자의 이용자를 대상으로 민원에 관한 내용을 다루고 있는데 반해 FTC는 다양한 산업의 이용자를 대상으로 민원을 처리하면서 FCC와의 콘텐츠 중복을 피하고 있음

(3) 미국 시사점

- 상품 및 서비스 관련 교육, 정보제공 뿐만 아니라 정책 관련 교육과 정보제공까지 제공함으로써 이용자의 자주적 소비 능력 향상 도모
- 소수민족이나 장애인, 어린이 등 정보소외계층에 대한 통신서비스로의 접근성 강화에 주력
- 포털을 이용하는 이용자 별로 차별화된 메뉴를 제공함으로써 정보 제공의 효율성 제고

2) 영국

(1) Ofcom

□ 특징

- 독립텔레비전위원회(ITC), 방송기준위원회(BSC), 라디오위원회(RAU), 통신위원회(OFTEL), 무선통신청(RA)의 5개 기관이 통합되어 만든 단

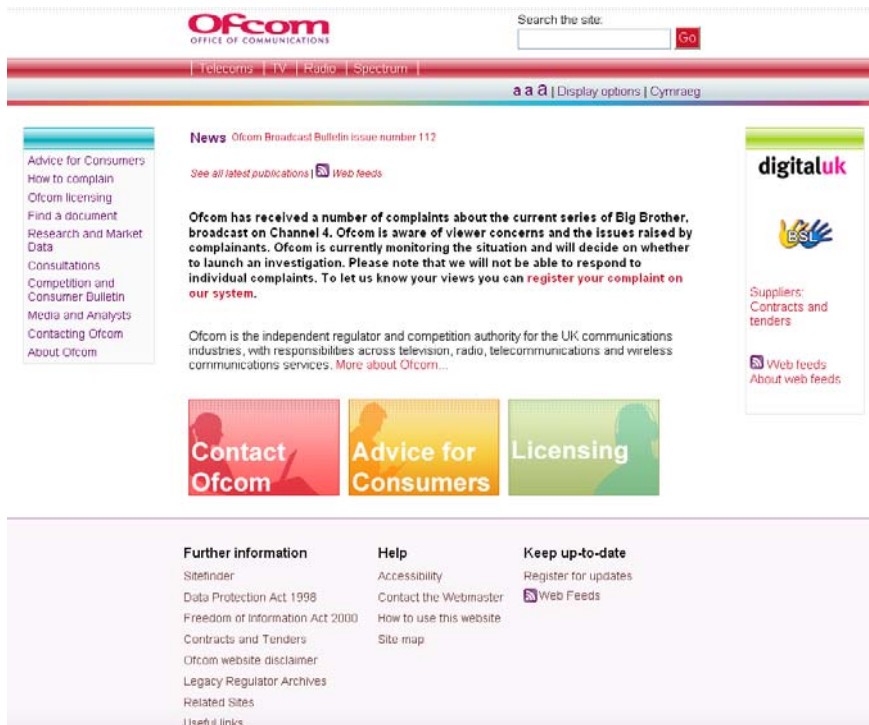
일전문기구임

- 이용자보호를 위한 콘텐츠 위주로 간단하게 메인 화면을 구성

□ 주요 콘텐츠

- 주요 정보 이용자가 접근하기 쉽도록 사이트의 메인 화면을 구성함
 - 상단 메뉴바에 통신, TV, 라디오 및 주파수 4개의 영역에 대한 산업 정보 및 Ofcom이 부과한 의무 등에 대해 명시
 - Ofcom 접근 정보, 이용자를 위한 조언, 면허부여와 관련된 정보로 크게 분리하여 제공

[그림 Ⅲ - 5] Ofcom 사이트



자료: www.Ofcom.org.uk, 2008

- 이용자에게 품목별로 자주 문의되는 질문에 대한 정보 제공
 - 정보통신서비스를 유선전화, 이동전화, 인터넷, TV, 라디오, 무선통신 등 서비스 종류별 정보, 장애우를 위한 정보 및 미디어 활용능력 등으로 구분
 - 각 항목에 따른 이슈 별 정보를 제공
 - 예를 들어 “유선전화→유선전화 서비스→이용 가능한 유선전화 서비스→다른 종류의 서비스에 대한 안내”를 받을 수 있음

- 이용자 불만해결을 위한 단계별 가이드를 제공
 - 이용자 불만 유형을 유선전화, 이동전화, 인터넷서비스, TV/라디오, TV/라디오 광고, 디지털 TV/라디오, TV/라디오 수신 장애로 대분류하여 처음 단계에서 제시
 - 각 불만 유형의 세부단계로 대표적인 이슈와 관련하여 이용자가 불만 상황이 발생했을 경우 어떤 대응을 해야 하는지 조언 제시
 - 예를 들어 “이동전화 문제→요금 및 약관 이슈→잘못 청구된 요금”을 클릭하면 서비스 사업자한테 문의하거나 이용자 모니터 설문 양식을 작성 하라는 해결책 제시

- 최근 뉴스 및 관련 문서, 사업자 및 규제 검토 및 평가 내용 등 제공
 - 구글 검색엔진을 활용하여 더 다양한 결과물 제공 가능
 - 전문가 자문 및 정책 평가 내용 등을 공개

□ 시사점

- 사이트 구성이 간결하여 원하는 정보를 찾기가 쉬움

- 이용자가 민원을 제기하기 전에 해당 정보에 대한 단계별 가이드를 제공하여 접근성을 높이고 있음

(2) Consumer Direct

□ 특징

- 주황색, 녹색 등 원색을 이용하여 포털을 디자인하여 친근한 느낌을 강조
- 이용자 정보를 제공함에 있어 구매 단계(구매 전, 구매 후 등)에 따라 콘텐츠를 구성
- 이용자가 한 번의 클릭을 통해서 다른 사이트와 연결
 - 각 하위 카테고리별로 정보를 제공하면서 문장 내에서 관련 사이트로 자연스럽게 링크시킴

[그림 Ⅲ - 6] Consumer Direct 사이트



자료: <http://www.consumerdirect.gov.uk>, 2008

□ 주요 콘텐츠

- 구매 단계에 따른 정보제공이 주를 이룸

- 다른 사이트와 마찬가지로 세부 카테고리에 대한 리스트를 제공할 뿐만 아니라 문장 속에서 세부 카테고리로 직접 링크를 제공함
- OFT(Office of Fair Trading)와의 유기적으로 필요한 콘텐츠를 공유함
 - 카테고리 별로 페이지가 바뀌어도 OFT로의 링크를 계속 제공하고 있음

〈표 III - 7〉 Consumer Direct 콘텐츠 구성

기본메뉴	세부메뉴	특 징
Consumer Direct 소개	개요, 어떻게 도와줄까요, 역할, Consumer Direct와 OFT, 유관기관, 이용자 불만 정책, 프라이버시 정책(7개)	카테고리 분류가 단계별 접근을 할 수 있도록 구성됨
구매 전	개요, 유의사항, 집에서 구매, 상품에 대한 조언, 재정적 조언, 온라인 쇼핑, 기타 고려할 것(7개)	
구매 후	개요, 집에서 구매, 권리 알기, 민원 신청, 돈과 신용카드, 온라인 쇼핑(6개)	
주의 사항	개요, 빈번한 민원, 스캠(3개)	

- 링크 사이트
 - 다른 정부기관, 국제기구 및 상품 품목에 따른 관련기관(23개)
- 뉴스룸을 통해서 최근의 전국적 또는 지역적 소식과 향후 발생할 이벤트 등 소개

□ 시사점

- 다양한 색깔로 사이트를 구성하여 이용자 친근감 높임
 - 딱딱한 전문기관의 사이트와 차별화를 내세울 수 있음
- 카테고리만 리스트로 나열하여 링크를 제공하는 것이 아니라 설명하는 문장 속에서 링크를 제공하여 이용자 이해 향상 도모

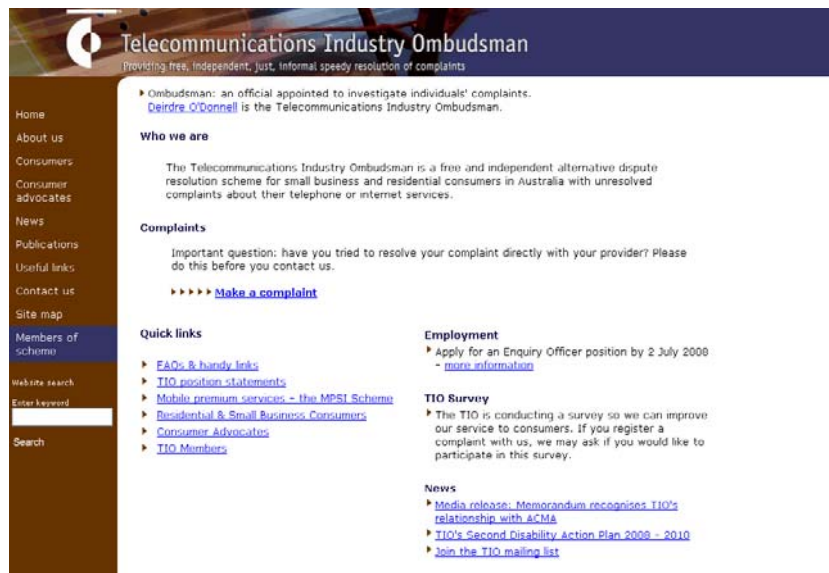
- 주요 콘텐츠가 구매 과정별로 분류되어 있어 이용자가 필요한 정보를 찾기 쉽지만 상품 및 서비스 품목별 정보 획득이 어려움

3) 호주(TIO: Telecommunications Industry Ombudsman)

□ 특징

- 전화나 인터넷 서비스에 관한 불만을 해결하기 위한 독립된 단체의 사이트로 통신사업자가 해결하지 못한 분쟁에 대한 해결만 담당
 - 정부, 산업, 소비자단체로부터 중립적인 위상을 갖고 있음
 - 분쟁이해당사자 사이의 공정하고 평등한 분쟁해결 추구
- 이모티콘 사용을 자제하고 텍스트 위주로 핵심적인 콘텐츠를 메인 화면에 바로 연결시켜 놓고 있음

[그림 Ⅲ - 7] 옴브즈만 사이트



자료: www.tio.com.au, 2008

□ 주요 콘텐츠

- 이용자가 TIO를 통해서 해결할 수 있는 분쟁의 범위 및 해결절차를 제공
 - TIO가 관할하는 영역 서비스: 전화, 이동전화, 유선 또는 인터넷 접속, 프 라이버시, 고객센터서비스보장(Customer Service Guarantee) 등
 - TIO 관할 밖의 서비스: 요금과 비용 셋팅, 개인소유의 통신장비, 케이블 링, ○○○ 응급서비스, 정보서비스의 콘텐츠, 통신 정책 관련 사항 등
- 메인 화면은 중요 콘텐츠로의 바로가기와 새로운 소식을 제공하여 필요한 정보로의 빠른 접근을 유도
- 통신서비스 관련 민원을 해결하기 위해 통신서비스 관련 유관기관 뿐만 아 니라 다른 산업의 분쟁조정기구까지 링크를 제공

〈표 III-8〉 TIO 콘텐츠 구성

기본메뉴	세부메뉴	특 징
TIO 소개	정책과 민원 처리 과정, TIO 정관, 직원채용(3개)	
이용자	민원신청, 관계자검색, 판례 및 법령, FAQs(4개)	
이용자 대변인	민원신청, 관계자검색, 판례 및 법령, 결정사례, FAQs(5개)	
뉴스	미디어, 민원 통계, FAQs(3개)	
기타	출판, 유용한 사이트, Contact us, 사이트맵	정부기관 통신사업자연합기구, 연구기관, 소비자단체 및 타산업의 분쟁조정기구 등 30개 링크 제공

□ 시사점

- 사업자에게 해결을 먼저 시도한 다음에 TIO를 통한 자율 해결을 장려하기 위해 민원해결을 위한 콘텐츠를 주로 제공
- 일반 이용자의 범위를 소규모 사업자까지 포함하였고 이용자의 대변인을 위한 별도의 항목 구성
- 이용자 소식(Consumer Fact Sheets)을 통해 통신서비스 관련 정보 제공

다. 국내외 사례 시사점

□ 이용자를 위한 사전 교육 및 정보 제공에 초점

- 기본적인 통신 용어에 대한 정의를 제공하여 이용자의 서비스에 대한 이해도도
 - FCC나 Ofcom에서는 통신서비스 관련 기본 용어를 풀이하여 통신서비스 용어에 대한 이용자의 부담감 해소 추구
- 민원 해결 이외에도 추후에 발생할 민원을 예방할 수 있는 정보제공에 주력
 - 사전 교육 및 정보 제공을 통해 합리적인 상품 및 서비스 선택 유도
 - 특히, 구매 단계별 정보 제공을 통해 이용자가 체계적으로 접근할 수 있도록 콘텐츠 구성

□ 이용자별 차별화된 콘텐츠 제공

- 일반 이용자뿐만 아니라 정보취약계층(장애우, 노인, 어린이)을 대상으로 교육 및 정보 제공 필요

- 어린이 및 청소년을 대상으로 한 콘텐츠는 단순 텍스트가 아닌 플래시를 통한 애니메이션 제작, 퀴즈 등 재미와 교육을 같이 제공하는데 주력
- 정보취약계층의 사이트 접근 강화를 위한 폰트 크기 조절, 음성서비스 등 별도의 서비스 제공이 이뤄짐

- 최종 이용자뿐만 아니라 사업자를 위한 콘텐츠를 제공함으로써 사이트 이용자의 개념을 확장하고 있음

- 이용자에게 친근한 사이트 구성
 - 텍스트 위주의 콘텐츠가 아니라 다양한 색깔과 그림으로 사이트를 디자인함으로써 딱딱한 이미지를 탈피하고 친근한 느낌 제공

 - 통신서비스 정보 제공 포털을 올바르게 이용하고 참여를 유도할 수 있는 방안 모색 필요
 - 공모전 등을 통해 해당 사이트에 대한 관심뿐만 아니라 이용자 정보 및 교육에 직접 참여하는 기회 제공

IV. 결론 및 시사점

□ 요약 및 결론

- 통신전문기관 역시 국가기관으로서 소비자기본법 3장 1절에서 정한 ‘국가 및 지방자치단체의 책무’를 이행하여야 함
 - 6조에 의거하여, 소비자의 기본적 권리 실현을 위해 필요한 관련 법령 및 조례의 제정 및 개정, 필요한 행정조직의 정비 및 운영 개선, 필요한 시책의 수립 및 실시가 기본적인 책무
 - 소비자기본법이 규정한 국가의 책무와 그에 따른 업무가 특정 국가기관들에 한정적으로 부여되고 있는 것이 아니므로, 통신전문기관은 통신 이용자 권익보호를 위해 필요한 법의 제정, 조직 정비, 정책 수립 등을 추진할 의무가 있음
 - 물론 이는 다른 법이나 기관과 상충적으로 중복되지 않는 범위 내에서 이루어져야 함
- 국가 별 통신서비스 이용자보호 체계
 - 미국의 경우 통신전문기관인 FCC가 정책부터 사후평가까지의 기능을 담당하며, 이용자보호를 위하여 직접 민원 상담 및 피해구제를 실시함
 - 영국은 직접적인 피해구제를 하지는 않으나 통신전문기관인 Ofcom에서 분쟁조정 절차를 확인하고, 실행조례를 승인함
 - 호주는 관련법 조성 후 옴브즈만을 활용하여 이용자보호를 하고 있음
- 상기와 같이 국외 유관기관의 이용자보호체계는 각 국가의 특성 및 환경에 따라 다르게 접근하고 있음

□ 바람직한 통신서비스 이용자보호 체계를 위한 과제

- 방송통신위원회의 이용자 보호를 위한 권한과 책임의 명확화
 - 변화하는 시장 및 규제환경의 요구에 대응하여 전문기관으로서의 전문성을 최대한 개발, 활용할 수 있어야 함
 - 일반 소비자 정책 및 상담 기관과의 효율적 역할 분담을 통해 유기적 보완적 협력체계 구축
 - 기존의 재정제도와의 관계를 명확히 하고 이용자의 불만처리 요구에 합리적, 효율적으로 대응할 수 있는 체계의 수립 필요

- 통신 이용자보호를 위한 전문성 강화
 - 전기통신사업법의 금지행위 등에 나타난 이용자 보호 관련 규제조항들을 이용자 중심의 관점에서 재검토
 - 통신 이용자보호 정책을 강화하는 법적 근거가 될 수 있는 신규 조항들의 도입
 - 이용자 니즈를 파악하기 위한 전문 인력 양성

- 통신 사업자의 고객 불만처리 기능 강화 유도
 - 이용자 질문 및 불만을 담당할 적합한 시스템을 갖추지 못한 채 시장에 진입한 사업자로 인해 정부기관의 이용자 상담 데스크에 사업자가 해결해야 할 민원이 넘치고 있어, 이용자불만과 의문을 대처할 수 있는 근본적인 시스템이 갖추어져야 함
 - 상담, 피해구제, 분쟁조정 등 통신 이용자 불만처리 기능 강화
 - 사업자의 불만처리 시스템 운영의 법적 기준 제시
 - 사업자 불만처리 기능 강화를 위한 효과적 유인 또는 제재 수단 마련

- 통신서비스 이용자 교육 및 정보 제공 강화
 - 복잡·다양해지는 통신서비스를 제대로 이해하고 합리적으로 통신서비스를

- 이용할 수 있도록 이용자의 자주적 능력배양 필요
- 이용자의 수준에 맞는 교육, 정보제공 방식 및 콘텐츠를 통해 정보 소외 계층에 대한 배려 필요
 - 객관적이고 올바른 정보를 통해 추후 발생할 가능성 있는 이용자피해 예방 가능

참 고 문 헌

- 공정거래위원회(2008), <http://www.ftc.go.kr>
- 김민철 외(2004), “이용자 보호제도 개선방안 연구”, 정보통신정책연구원, 수탁연구, 04-48
- 김성천(2001), 소비자피해보상규정의 개선방안연구, 한국소비자원
- 김성환(2007), 바람직한 통신서비스 이용자보호 모형설정과 이를 위한 전문법 제정의 필요성, 통신이용자보호정책세미나 통신서비스 이용자 권익보호의 현주소와 과제, 통신위원회·정보통신정책연구원
- 방송통신위원회(2008), 세계 인터넷경제 발전전략 나왔다, OECD장관회의 서울 선언문 채택, 보도자료
- 백병성 외(2006), 주요국 경쟁정책당국의 소비자시책, 한국소비자원
- 소비자홈페이지(2008), <http://consumer.go.kr>
- 염동용(2006), “중국노령보험제도의 한 연구: 체계이론적 접근법을 중심으로”, 석사학위논문, 경상대학교대학원.
- 오기석(2005), 영국의 유선통신서비스 이용자보호제도 개선방안, 정보통신정책연구 제 17권 9호 통권 370호, 34-36.
- 이기춘 외(2003), 소비자상담의 이론과 실무, 학현사.
- 이문지 외(2002), “통신시장에서의 전문규제기관과 일반규제기관의 역할 및 관계정립”, 정보통신학술연구과제보고서.
- 한국소비자원(2008), <http://www.kca.go.kr>
- Consumer Direct(2008), <http://consumerdirect.gov.uk>
- Federal Communications Commission(2008), <http://www.fcc.gov>
- Federal Trade Commission(2008), <http://www.ftc.gov>
- Office of Communications(2008), <http://www.Ofcom.org.uk>
- Office of Fair Trade(2008), <http://www.oft.gov.uk>
- Patrick Xavier(2008), Enhancing Competition in telecommunications: protecting

and empowering consumers, *Ministerial Background Report*, OECD organisation for economic co-operation and development
Telecommunications Industry Ombudsman(2008), <http://www.tio.com.au>