

## 온라인 거래분야 청약철회제도 운용상의 개선방안

이종인 | 한국소비자보호원 정책연구실 책임연구원, 서울시립대 경제학부 겸임교수

### 1. 머리말

지난 1990년대 중반 이후 도입·발전되어 온 우리나라 전자상거래 시장은 이제 연간 거래규모가 300조원에 이를 정도로 성숙기에 접어들고 있다고 판단된다. 그동안 다양한 형태의 온라인 거래가 생겨나고 또 발전하면서 크고 작은 소비자피해가 끊이지 않았으며, 이에 대처하기 위한 관련 법제의 마련 등 소비자보호를 위한 제반 노력이 수행되어 왔다. 그 중의 하나가 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(약칭 전자상거래소비자보호법)의 제정을 통하여 여러 소비자보호제도를 도입하고 시행하게 된 것이다. 그동안 동 법을 기본 규범으로 하여 여러 소비자보호제도가 잘 정착되어 왔다고 볼 수 있다.

동 법은 기존의 「방문판매법」상의 통신판매 관련 규정들을 근간으로 하여 지난 2002년 3월 말 제정(동년 7월 1일 시행)되었으며,<sup>1)</sup> 전자상거래에 관련된 제반 권리·의무 관계와 청약철회, 소비자정보의 제공(표시·광고, 약관), 결제대금예치와 소비자피해보상보험계약 등 소비자보호에 관한 제반 사항을 담고 있다. 이러한 규정들은 전자상거래상 주요 소비자보호제도의 법적 근거가 되고 있는 실정이다.

본 고에서는 온라인 거래에 관련된 이러한 여러 소비자보호제도들 중에서 거래의 신뢰성 제고를 위한 소비자의 청약철회권 행사에 관련된 사항을 중심으로 살펴보고자 한다.

청약철회제도는 방문판매나 할부거래 또는 온라인 거래와 같은 특수한 형태의 거래에 있어서 소비자들에게 일정한 냉각기간 내지 숙려기간(cooling-off period)을 허용하여, 이 기간 내에서는 조건 없이 청약철회할 수 있도록 하는 중요한 소비자보호제도 중의 하나이다. 특히 직접 물품을 보고 구매하는 것이 아니라 온라인상에 등재되어 있는 정보에 의존하며, 사업자의 적극적인 청약 유인으로 인해 충동구매의 가능성이 상대적으로 큰 전자상거래의 경우 이

1) 전자상거래는 동 법이 시행된 2002년 7월 이전까지는 종래의 카탈로그 통신판매의 연장선상에서 방문판매 및 다단계 판매와 함께 「방문판매법」에 의해 규율되어 왔다.

제도는 매우 효과적인 소비자 권익의 보호수단이 된다. 하지만, 현실적으로 청약철회에 관련된 현행 법 규정이나, 관련 제도의 운용상에 몇몇 문제점들이 지적되는 등 검토 내지 개선될 필요가 있다고 보여진다. 이에 본 고에서는 전자상거래소비자보호법상 청약철회 관련 규정들을 바탕으로 한 온라인 거래에서의 소비자 청약철회권 행사에 관련된 제반 문제점을 살펴보고, 정책적인 관점에서의 개선방안을 제시하고자 한다.

## II. 온라인거래 청약철회제도 개관

### 1. 전자상거래에서의 의사표시와 청약철회

청약철회제도는 「방문판매법」에서 규정하고 있는 여러 유형의 특수거래와,<sup>2)</sup> 「할부거래법」의 할부계약거래에 있어서 충동구매로 인한 위험을 분산함으로써 소비자의 자기결정권의 침해를 억제하기 위한 중요한 소비자보호제도이자 시장거래의 신뢰성을 확립하기 위한 공정경쟁제도이기도 하다. 동 제도는 2002년 방문판매법의 전면 개정과 전자상거래소비자보호법의 제정으로 전자상거래에도 유사하게 도입·적용되고 있으며, 정보의 디지털화와 적시성(適時性), 비대면 거래, 거래공간의 개방성과 격지성(隔地性) 등으로 대표되는 온라인 거래의 특수성에 기인하여 발생하는 여러 형태의 소비자피해를 예방하는 바람직한 정책수단이 되고 있다.<sup>3)</sup>

예를 들어 온라인쇼핑몰을 통한 거래의 경우를 살펴보면, 쇼핑몰을 운영하는 사업자들은 대부분 자신이 개설한 웹사이트에 판매상품에 관한 다양한 표시·광고를 하고, 그 웹사이트에 접속하여 이러한 표시·광고의 내용을 확인한 소비자들이 일정한 절차에 따라 주문을 하면 즉시 계약이 체결된다. 그런데 이러한 계약체결 과정에서 일반상거래에서와는 다른 형태의 문제들이 발생할 수 있다. 즉, 사업자가 웹사이트에 개시한 상품에 관련된 각종 표시·광고의 법적 의미가 무엇인지, 웹사이트 상에서 구매 선택한 경우 그 즉시 계약이 성립한 것으로 볼 수 있는 것인지 아니면 소비자의 주문에 따른 사업자의 승낙이 있어야 계약의 성립으로 볼 수 있는 것인지 등이 문제가 되는 것이다. 또한 전자상거래에 익숙하지 않은 소비자들이 의사결정의 입력 과정에서 실수를 하였을 때 이러한 의사표시의 취소가 가능한지 여부도 전자상거래에서의 중요한 법적 문제 중의 하나이다.<sup>4)</sup>

2) 방문판매법에서는 방문판매, 전화권유판매, 다단계판매, 계속거래, 사업권유거래 등 5가지 유형의 특수한 거래유형을 구분하고 있다.

3) 전자상거래 제 특성과, 관련 소비자문제에 대해서는 이종인(2006), 『전자상거래 소비자보호제도의 실효성 확보에 관한 연구』(한국소비자보호원, 21~22면)를 참고할 수 있다.

이러한 거래상의 의사표시에 관련된 문제들은 민법에서의 '표시의 착오' (제109조)로 보아 계약취소의 사유로 보는 등 피해자보호가 가능하지만, 보다 확실한 수단은 전자상거래소비자보호법 제17조에 규정된 소비자의 청약철회권의 행사라고 볼 수 있다. 이 청약철회제도도 민법상 '청약의 구속력' (제527조)에 대한 예외로서, 전자상거래소비자보호법 등 법률에 근거가 있는 경우에 한해서만 인정되고 있다. 앞서 살펴본 바와 같이 현재 할부거래법, 방문판매법, 전자상거래소비자보호법 등에서 청약철회제도를 규정하고 있으며, 일부 개별약관에서 이러한 청약철회권을 인정하는 경우도 있다.

## 2. 청약철회제도의 주요 내용

온라인거래 청약철회에 관련된 법 규정은 전자상거래소비자보호법의 제17조에 구체적으로 명시되어 있으며, 제14조(청약의 확인), 제15조(재화 등의 공급), 제18조(청약철회 등의 효과)에 관련 사항을 규정하고 있다.

제17조에 규정된 소비자의 청약철회권의 내용을 요약하면, '전자상거래 및 통신판매로 재화 등을 구입한 소비자는 계약내용에 관한 서면(계약서 등)을 교부받은 날이나, 그 서면을 교부받은 때보다 재화 등의 공급이 늦은 경우 재화 등의 공급을 받거나 공급이 개시된 날로부터 7일 이내에 해당 계약의 청약을 철회할 수 있다(제1항제1호). 그런데 만일 계약서 등을 교부받지 않은 경우나 사업자의 주소 등이 기재되지 않은 서면을 교부받았거나, 주소변경 등의 사유가 있을 경우에는 그 주소로 안 날이나 알 수 있었던 날로부터 7일 이내에 해당 계약을 철회할 수 있다(제1항제2호).'<sup>5)</sup>

다만, 재화 등의 내용이 표시·광고내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우에는 해당 재화 등을 공급받은 날부터 3월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내에 청약철회가 가능토록 예외조항을 두고 있다(제3항).

청약철회의 행사기간은 민법 제157조에 의해 초일을 산입하지 않으며, 행사기간 등에 다름이 있는 경우에는 사업자가 이를 입증토록 하고 있다(제5항).

전자상거래소비자보호법 제17조제2항에는 이러한 소비자의 청약철회권에도 불구하고 권리를 행사할 수 없는 예외적인 경우를 열거하고 있다. 즉, 소비자에게 책임 있는 사유로 재화 등이 멸실·훼손된 경우(제1호), 소비자의 재화 등의 일부사용 또는 소비에 의하여 그 가치가 현

4) 우리 민법에서는 일반적으로 청약에 따른 승낙이 있을 때 계약이 성립한 것으로 보는데, 이때 청약이 상대방에게 도달하여 효력을 발생한 경우에는 철회할 수 없는 것이 원칙이다(민법 제527조, 청약의 구속력).

5) 할부계약의 경우도 전자상거래·통신판매의 경우와 동일하게 7일 이내이며, 방문판매·전화권유판매·다단계판매의 경우는 14일의 청약철회 행사기간을 두고 있다.

저히 감소한 경우(제2호), 복제가 가능한 재화 등의 포장을 훼손한 경우(제4호), 소비자의 주문에 의해 개별적으로 생산되는 재화 등 청약철회를 인정하는 경우 사업자에게 회복할 수 없는 중대한 피해가 예상되는 경우로서 소비자에게 고지 및 서면동의를 얻은 경우는 청약철회를 할 수 없다.

동 법 제18조에는 이러한 청약철회의 효과에 대해 규정하고 있다. 즉, 소비자는 청약철회를 행사하는 경우 이미 공급받은 재화 등을 반환하고, 사업자는 지급받은 대금을 3영업일 이내에 환급하여 상호 원상회복의무를 다해야 한다. 이때 대금의 환급이 지연되는 경우 지연배상금을 소비자에게 지급해야 하며, 재화 등의 반환에 필요한 비용은 사업자(통신판매업자)가 부담토록 규정하고 있다.

### III. 청약철회제도의 법규 및 운용상의 문제점

#### 1. 청약철회제도의 법규상의 문제

##### 1) 청약철회권 행사요건상의 문제점

전자상거래소비자보호법상 청약철회제도의 법규상의 문제로서 우선 법 제17조의 각 항에 규정되어 있는 청약철회권의 제 행사요건들을 다음과 같이 3가지로 구분하여 지적할 수 있다.

첫째, 전자상거래소비자보호법 제17조제1항에 규정한 소비자의 청약철회권 행사기간에 관한 문제이다. 전자상거래소비자보호법에서 철회기간을 7일로 규정한 배경에는 통신판매에서는 방문판매나 전화권유판매 등과는 달리 판매원의 강압이나 기만행위에 기인하여 소비자들이 상품을 구입할 가능성이 별로 없다고 보았기 때문일 것이다.<sup>6)</sup>

전자상거래소비자보호법 제17조에 따른 청약가능기간 7일은 이른바 '단순변심에 의한' 반품가능기간에 해당하는데, 이 기간을 다소 늘려야 한다는 주장이 제기되기도 하였다. 예컨대 정준우(2004)의 경우 철회기간을 방문판매법 등에서 규정하고 있는 14일 수준 내지 통신판매에서의 종전 기준인 20일 수준으로 늘려야함을 주장하고 있다.<sup>7)</sup> 그 이유로는 인터넷을 이용한 전자상거래에서는 소비자의 조작실수로 인한 소비자의 예상치 못한 손해가능성이 높으며, 방문판매의 경우와 마찬가지로 충동구매 가능성이 있다는 것이다. 또한 일부 소비자보호단체에서는 사업자가 고의로 청약철회의 실행을 지연시켜 소비자에게 피해를 주는 실정을 감안하여

6) 방문판매·전화권유판매·다단계판매의 경우 청약철회 행사기간이 원칙적으로 14일 이내이며, 할부계약의 경우는 7일 이내로 되어 있다.

7) 정준우(2004), 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률의 문제점 검토, 『한양법학』 16권, 한양법학회, 128면.

철회기간을 10일 이상으로 하는 것이 타당하다는 주장을 하고 있다.<sup>8)</sup>

이와는 반대로 현행 청약가능기간 7일은 사업자의 귀책사유와는 무관한 소비자의 '단순변심에 의한' 경우로써, 방문판매나 전화권유판매 또는 다단계판매의 경우와 같이 사업자의 주도적인 상술에 의한 경우가 아닌 경우에도 7일간이나 실질적인 반품이 가능하다는 취지이며, 이는 일반 상거래와 견주어 볼 때 사업자의 부담을 지나치게 하므로 5일 이내로 줄여야 한다는 주장도 제기되고 있다.

둘째, 동 법 제17조제2항에 규정되어 있는 철회권 행사가 불가능한 경우에 관련된 문제이다. 이 조항은 방문판매법에서 제2호의 규정(목적물의 일부 사용으로 그 가치가 현저히 감소한 경우)에 한하여 통신판매업자가 사전에 그 청약철회가 제한된다는 사실을 고지할 경우 청약철회가 제한되는 것을 시장 내에서의 거래의 안전성과 신뢰성 제고를 위해 제4호(복제가 가능한 재화 등의 포장을 훼손한 경우) 등으로 확대된 것이다. 즉 통신판매나 전자상거래의 경우도 방문판매법을 준용하여 사회통념상의 시장신뢰 요건을 맞춘다는 점에서는 현행 규정이 적절하다고 본다. 다만, 일부 사업자들이 이러한 철회권 행사 제한 조항들을 악용하여 소비자의 청약철회권을 부당하게 제약하여 소비자에게 피해를 입히는 경우가 종종 발생하고 있다는 문제가 있다.

셋째, 철회권 행사의 기산점에 관련된 문제로써, 앞서 살펴본 동 법 제17조제1항의 내용들을 보면 기산점을 원칙적으로 '계약서 등을 교부받은 날'로 되어 있으며, 예외적으로 목적물을 공급받은 날로 규정되어 있다. 하지만, 현실적으로 전자상거래나 통신판매에서 소비자는 필요로 하는 상품관련 정보의 대부분을 사업자가 제공하는 포시나 광고를 통해 취득하고 있다. 따라서 소비자가 계약서를 언제 교부받았는지 여부는 철회권 행사의 기산점과 상관관계가 미약하며, 실질적으로 해당 제품을 언제 수령하였는지 여부가 문제가 된다.

## 2) 청약철회권 행사의 효과에 관련된 문제점

전자상거래소비자보호법 제18조에 의하면 소비자는 동 법 제17조의 규정에 의하여 청약철회권을 행사한 경우에 이미 공급받은 상품을 반환하고, 사업자는 대금을 환급하도록 규정하고 있다. 이러한 거래당사자간의 상호 원상회복의무의 이행과정에서 '상품이나 대금의 반환비용의 부담 주체' 또는 '상품이나 대금의 반환·환불기한' 등에 대한 분쟁이 발생할 소지가 있다. 여기에서는 이러한 철회권의 행사효과에 관련된 몇 가지 문제를 살펴본다.

첫째, 청약철회권의 행사에 따른 상품의 반환비용 부담에 관련된 문제를 들 수 있다. 전자상

8) 연구자가 최근 수행한 바 있는 전자상거래 분야 관계전문가 의견조사 과정에서도 소비자단체에 관계하는 한 전문가가 청약철회기간의 연장이 필요하다는 의견을 제시한 바 있다.

거래소비자보호법 제18조제9항에는 일반적인 청약철회(동 법 제17조제1항)의 경우 반환비용의 부담을 소비자에게 지우고 있는 반면에, 사업자의 귀책사유에 해당하는 경우(동 법 제17조제3항)에는 사업자가 그 비용을 부담하도록 규정하고 있다.

이와 관련된 문제는 전자상거래에서의 소비자의 행동이 과연 할부거래나 방문판매에서의 소비자의 충동구매 등의 부담을 안게 되는가 하는 점이다. 일각에서는 전자상거래 역시 비대면 거래이며 사업자가 개시한 광고·표시사항에 의존하여 구매결정을 함으로써 충동구매 가능성이 높으므로 할부거래법이나 방문판매법에서 정하는 청약철회 관련 상품 반환비용을 사업자가 부담토록 해야 한다는 주장이 있다.

하지만, 한편으로는 인터넷거래의 경우 소비자가 여러 인터넷 쇼핑물 등을 방문하여 목적물을 비교검토한 후에 결정한 것까지 청약철회로 인한 반품비용을 판매자가 부담하는 것은 충동적 구매자의 비합리적인 행동에 따른 비용을 합리적 판매자에게 전가한다는 반대 견해도 있다.

이와 같이 소비자의 청약철회권 행사에 따른 상품 반환비용을 누가 부담할 것인가에 대해서는 서로 상충하는 의견이 존재하고, 실제 거래에서도 이에 관련된 소비자불만 내지 피해가 다수 발생하고 있는 실정이다. 실제로 소비자단체 등의 상담창구에 접수된 전자상거래에 관련된 소비자 불만이나 피해의 상당부분이 이러한 청약철회시의 반품수수료 등에 관련된 경우로 조사되고 있다.<sup>9)</sup> 그러므로 상품의 반환비용 부담주체의 문제는 전자상거래소비자보호법상 청약철회권의 행사에 관련된 주된 쟁점의 하나이며, 이에 대한 구체적인 검토가 요구되고 있다고 판단된다.

둘째, 청약철회권의 행사에 따른 상품대금의 환급에 관련된 문제이다. 청약철회에 관련된 다른 법률에서의 규정에서와 마찬가지로 전자상거래소비자보호법에서도 사업자가 3영업일내 대금을 환급토록 규정하고 있다. 따라서 청약철회에 관련된 타 법률에서의 규정 내지 일반적인 해석상의 문제는 없다. 다만, 공정거래위원회에서 승인하여 시행중인 '전자상거래(인터넷사이버몰) 표준약관' 제13조제1항에는 '대금의 전부 또는 일부를 받은 날부터 2영업일 이내로 조치' 토록 규정하고 있음을 감안할 때 양자간의 상충 문제가 해결되어야 한다.

## 2. 청약철회제도의 운용상의 문제

청약철회제도의 운용상의 문제로는, 사업자들이 소비자의 청약철회권 행사에 대해 소극적이

9) 한 자료에 따르면 지난 2004년부터 2005년 7월까지 전국 180개 소비자단체의 상담창구에 접수된 인터넷판매업체에 관련된 소비자불만 내지 피해사례 377건 중에서 9%에 해당하는 35건이 '반품수수료 요구 및 배송비'에 관련된 사례였으며, 오픈마켓에 관련된 소비자불만 내지 피해의 경우도 10%가 이 범주에 해당하였다(강정화·윤주희·정지연(2005), 「통신판매중개행위 실태 및 소비자보호방안 연구」(공정거래위원회 연구용역 보고서), 76~77면).

거나 제도 자체를 기피하는 경우가 많다는 점이다. 대표적인 경우가 소비자의 청약철회 요청을 이리저리한 이유로 지연시키거나 거부하는 경우이다. 실제로 전자상거래 과정에서 발생하는 소비자피해의 유형을 보면, 사업자들이 소비자의 정당한 청약철회권의 행사를 방해하는 경우가 많다.

다음으로, 상당수 전자상거래업체들이 자체의 약관 등을 통해 청약철회기간을 7일보다 적게 제한하거나, 아예 불허하고 있는 경우도 상당수 있는 실정이다. 또한 청약철회에 따른 위약금을 소비자에게 부과하는 약관을 두는 등 전자상거래소비자보호법 등에 따른 규정을 준수하지 않는 경우도 상당수 있는 것으로 보인다. 실제로 개별약관을 사용하는 종합쇼핑몰을 대상으로 조사한 한 연구에 따르면 상당수 업체들이 청약철회기간을 5일, 48시간 등으로 임의적으로 제한하는 경우가 많았다.<sup>10)</sup>

이와 같이 현행법상 관련 규정을 준수하지 않고 임의적으로 적용함으로써 결과적으로 소비자불만을 야기하거나 피해를 주는 문제에 대한 검토가 필요한 실정이다.

## IV. 온라인 거래의 신뢰성 제고를 위한 청약철회제도 개선방안

### 1. 청약철회권 행사기간의 적절성에 대한 검토 필요

현행 전자상거래소비자보호법상의 청약철회 가능기간 7일은 이른바 '단순변심에 의한' 실질적인 반품 가능기간에 해당하며, 이 기간을 늘려야 한다는 주장과 단축해야 한다는 주장이 모두 제기되고 있음을 앞에서 살펴본 바 있다. 즉 전자상거래에는 소비자의 조작실수나 방문판매의 경우와 마찬가지로의 충동구매 가능성이 상존하며, 사업자의 고의적 청약철회 실행의 지연에 따른 소비자피해 가능성이 높으므로 청약철회기간을 10일 이상으로 늘려야 한다는 주장이 있는 반면에, 일반 상거래와 비교해볼 때 현행 철회기간 7일은 사업자의 부담을 지나치게 하므로 5일 이내로 줄여야 한다는 주장도 있다.

실제로 소비자 불만 내지 피해사례를 보면 사업자가 철회 실행의 의사표시를 하였으나 이리저리한 사유로 동 철회기간을 넘긴 후 계약의 구속을 주장하는 경우가 많다는 관점에서 철회기간의 연장(예컨대 방문판매의 경우와 같이 14일)을 주장하기도 하지만, 이 문제는 현행 철회기간의 엄격한 해석과 집행을 통해 의도되지 않은 소비자피해를 막는 것이 보다 효율적이라고

10) 이종인·박희주·박진수(2005), 「인터넷 등 온라인을 통한 거래 분야의 약관사용실태 및 소비자피해사례 연구」(공정거래위원회 연구용역 보고서), 149면.

본다. 철회 행사기간을 늘림으로써 얻게 되는 피해 소비자의 편익과 전체 업계의 부담을 고려하고, 민법상 '청약의 구속력' (민법 제527조)에 대한 예외로서 청약철회를 인정하고 있는 할부계약 등의 경우와의 형평성을 고려할 때, 현행 7일의 기준을 유지하는 것이 바람직하다고 판단된다. 다만, 이 청약철회권 행사기간의 적절성에 관해서는 민법, 할부거래법, 방문판매법 등에서의 관련 규정과, 이에 관련된 소비자피해의 추이 등을 감안하여 지속적으로 검토할 필요가 있다고 본다.<sup>11)</sup>

다만, 전자상거래소비자보호법상 전자상거래 유형별로 그 특성이 다양하다는 특성을 감안하여, 충동구매적 성향이 높은 유형과 그렇지 않은 유형 사이에 차별을 둘 필요성은 있다고 본다. 예컨대 TV홈쇼핑의 경우는 다른 일반적인 통신판매 내지 전자상거래에 비해 충동구매적 요소가 상당히 높으므로, 철회기간의 차별적용이 필요할 것이다. 이 문제는 구체적인 검토와 실증 연구를 바탕으로 결론을 도출해야 한다.

법상 청약철회기간의 규정보다 더 중요한 문제는 이들 규정들의 준수·이행 여부이다. 앞서 지적하였듯이 현실적으로 상당수 업체들이 개별약관 등을 통해 청약철회기간을 불허하거나 법상의 기간보다 짧게 임의적으로 제한하는 경우가 많다는 점이다. 이러한 관련법 위반사항에 대한 감시와 제재가 뒤따라야 할 것이다.

## 2. 청약철회 행사권 제한 조항의 개선

전자상거래소비자보호법 제17조제2항에 규정되어 있는 현행 철회 행사권의 제한 조항은 적절하다고 판단된다. 다만, 일부 사업자들이 이러한 철회권 행사 제한 조항들을 악용하여 소비자의 청약철회권을 부당하게 제약하여 피해를 발생시키는 문제에 대해서는, 제도적인 측면에서의 문제해결을 위한 방안을 강구해야 할 것이다. 예컨대, 재정경제부의 '소비자피해보상규정' 등과 같이 세부 제품군별로 구분된 청약철회 제한 조항에 관련된 기준을 마련하여 고시하는 방안을 고려해 볼 수 있을 것이다.

## 3. 철회권 행사의 기산점 조항 개선

철회권 행사의 기산점에 관련된 문제는 앞서 살펴본 동 법 제17조제1항에서의 기술 즉, 기산점을 원칙적으로 '계약서 등을 교부받은 날'로 되어 있으며, '예외적으로' 목적물을 공급받은 날로 규정하고 있는데, 이를 현실적으로 현행 '계약서 등을 교부받은 날'을 원칙으로 하는

11) 청약철회기간의 단위를 현행 '7일'에서 휴무 등의 날짜를 제외한 '7영업일'로 변경할 필요가 있다는 의견도 있었다.



것보다는 '소비자가 계약서의 교부일 유무에 관계없이 해당 목적물(재화·서비스)을 수령한 시점'을 원칙으로 규정하는 것이 바람직하다.

#### 4. 철회권 행사에 따른 대금 반환비용의 부담주체에 대한 검토 필요

청약철회권의 행사에 따른 상품의 반환비용 부담에 관련된 문제 역시 주된 논점의 하나이다. 전자상거래소비자보호법 제18조제9항에는 일반적인 청약철회(동 법 제17조제1항)의 경우 반환비용의 부담을 소비자에게 지우고 있는 반면에, 사업자의 귀책사유에 해당하는 경우(동 법 제17조제3항)에는 사업자가 그 비용을 부담하도록 규정하고 있다.

이와 관련된 문제로는, 사업자의 귀책사유로 인한 반환비용은 당연히 사업자가 부담하는 것으로, 현행 규정에 문제가 없다. 하지만 동 조 제9항의 조항에 따른 청약철회시(단순변심에 따른 철회권 행사) 반환비용을 전액 소비자에게 부담지우는 현행 규정은 청약철회제도의 도입취지와는 상반된 규정으로 볼 수 있다. 즉 할부거래법이나 방문판매법 등에 규정한 일반적인 청약철회제도에 있어서의 철회권 행사의 요건에 의하면 상품 반환비용을 모두 사업자(매도인, 방문판매자)에게 부담지우고 있다. 이는 할부판매나 방문판매 등과 같은 특수판매의 경우 소비자의 충동구매 내지 사업자의 각종 기만상술에의 노출 가능성이 있기 때문에 그로부터 소비자를 효과적으로 보호하기 위한 것으로 해석된다.

전자상거래 역시 소비자의 충동구매나 사업자의 기만상술에의 노출 가능성이 있는 특수거래의 한 분야로 간주하게 되면, 전자상거래소비자보호법에 따른 청약철회제도 역시 상품의 반환비용(의 일부)을(를) 사업자가 부담할 수 있도록 법에 명시할 필요가 있다. 즉 '소비자가 부담토록' 한 현행 규정을 '당사자 사이의 약정에 의해 정할 수 있도록' 명시함으로써 전자상거래소비자보호법상의 청약철회의 취지를 반영할 수 있다고 본다. 이러한 내용은 물론 현행 전자상거래소비자보호지침에 반영되어 있지만,<sup>12)</sup> 현행 전자상거래소비자보호법상에 '소비자 부담' 원칙이 명시되어 있음으로 인해 지침상의 사항이 실제 온라인 거래에서 반영되기 어려운 실정이다.

이와 같은 규정의 개정이 이루어지더라도, 소비자의 단순변심의 의한 청약철회시의 경우에 사업자가 계약시 서면이나 약관 등을 통하여 '소비자 부담'을 명시함으로써 현행 규정과 동일한 효과를 가져 올 수도 있을 것이다. 다만, 당사자 간의 약정이 가능함을 법에 규정함으로써 자유로운 계약 아래서의 시장거래와 소비자보호를 유도할 수 있을 것이다.

12) 현행 전자상거래소비자보호지침에 따르면 소비자의 단순변심에 의해 청약철회를 하는 경우에 구매시의 배송비를 부담할 자를 당사자 사이의 약정에 의해 정할 수 있고, 사업자는 이를 소비자가 알기 쉽고 명확하게 표시하도록 규정하고 있다.

앞서 살펴보았듯이 전자상거래의 경우도 할부거래법이나 방문판매법에서 정하는 청약철회시의 상품 반환비용을 사업자가 모두 부담해야 한다는 주장이 있다. 그렇지만, 온라인 거래에서 상품 반환비용의 전액을 사업자가 부담하는 것은 시장거래 질서를 위해 바람직하지 못하다고 판단된다. 인터넷 상거래의 경우 할부거래나 방문 등의 거래와는 달리 판매자의 지나친 판매 권유에 직면하지 않으며, 대부분 소비자 스스로 인터넷 쇼핑몰 등을 방문하여 목적물을 비교검토한 후에 구매를 결정하게 된다. 일부 소비자의 경우 온라인 거래에서도 방문판매의 경우와 같이 충동적 구매를 할 수도 있으나 이 경우는 소비자 스스로 그 비용을 부담하는 것이 바람직하다. 다시 말해 일부 충동적 구매자의 비합리적인 행동에 따른 비용을 합리적 판매자에게 전가하는 것은 옳지 못하며, 자신의 비합리적인 판단에 따른 반품비용은 스스로 부담하는 것이 시장경제원칙에도 부합한다.

## V. 맺음말

지금까지 전자상거래소비자보호법 규정에 따라서 도입·운영중인 거래의 신뢰성 제고를 위한 여러 제도 중에서 청약철회제도를 중심으로 살펴보았다. 즉 온라인 거래분야 청약철회제도의 의의와 주요내용을 살펴본 후, 관련 법규와 제도운영상의 문제점과 그에 대처하는 제도개선방안을 제시해 보았다. 이러한 본 고의 고찰은 온라인 거래분야에 종사하는 정책담당자, 학자, 업계종사자들에게 기초자료로 활용될 수 있을 것이다. 즉 향후 관련법이나 하위법령(시행령, 고시)의 개정시 참고할 수 있을 것이다.

본 고에서 제시한 청약철회권 관련 여러 개선방안은 전자상거래소비자보호법상의 관련 규정 및 이에 따른 제도운영의 측면에 초점을 맞춰 살펴본 것이다. 따라서 그 내용들 중에는 소비자의 청약철회권 행사에 관련된 다른 법규나 제도상의 내용과 조화되지 못하거나 심층 검토가 필요한 부분이 있을 수 있다. 예컨대, 철회기간의 기산점에 관련된 규정의 경우 전자상거래소비자보호법 뿐 아니라 할부거래법과 방문판매법에서도 같은 내용으로 되어 있는 현실을 감안하여, 추후 이러한 관련 법규들을 함께 검토해 보아야 할 것이다. 덧붙여, 이러한 개선사안들을 뒷받침하기 위해 설문조사 등을 통해 이 문제에 대한 업계와 소비자의 인식을 분명히 알아볼 필요가 있다. **경쟁저널**