

사이버공간 소비자정보의 현황과 발전방향

서정희* · 성중희**

* 아동가정복지전공 부교수 · ** 대학원 가정관리학과

<요 약>

이 논문은 사이버사회의 특성을 살펴보고 현재 우리나라의 정부기관, 교육기관, 민간소비자단체 등이 사이버공간에서 제공하고 있는 소비자정보의 내용을 분석하여 평가하기 위하여 공정거래위원회, 대한주부클럽연합회, 소비넷, 소비자문제를 연구하는 시민의 모임, 서울시 산업경제 정보통신망, 서울대 소비자정보실, 한국소비자보호단체협의회, 한국소비자보호원이 운영하고 있는 홈페이지를 방문하였다. 사이버공간이 가지고 있는 장점을 살려서 효율적으로 소비자정보를 제공할 수 있는 방안에 관하여 논의를 하였다.

Development of Consumer Information in Cyberspace

Seo, Jeonghee* · Seong, Jonghee**

* Dept. of Child & Family Welfare

** Graduate students, Dept. of Home Management

<Abstract>

In cybersociety we satisfied our needs with the information consumption. Thus the consumer related organizations are endeavoring to develop the consumer information system in cyberspace. This paper surveyed the Homepages of 8 organizations that present consumer information, criticized the content and discussed the consumer information presentation system in cyberspace.

I. 사이버사회와 소비자정보

산업혁명이 농업사회를 산업사회로 바꾸었다면 정보혁명은 산업사회를 정보사회로 바꾸어 놓았다. 정보사회의 특성과 명칭은 정보화의 단계에 따라 달라지게 된다. 정보화의 단계는 전산화 --> 연계화 --> 유연화 --> 사이버화 단계로 발전한다. 전산화단계는 자동화사회로 부르며, 하드웨어의 보급을 중심으로 한 기술인프라의 구축이 가장 중요한 특징이다. 연계화단계는 네트워크사회라고 부르며, 전산기술과 원격통신기술의 결합으로 체제내, 체제외적 의사소통망이 확산되어 가는 상태를 의미한다. 유연화단계는 유연화사회라고 부를 수 있는데, 사회구조적 경직성이 완화될 뿐만 아니라 인간의 사고방식이나 행위양식마저 이완됨으로써 시간적, 공간적, 부문적 경계가 약화되는 상태에 이르게 된다.

마지막으로 정보화의 절정인 사이버화단계를 사이버사회라고 부른다. 사이버단계에는 첨단정보통신기술과 멀티미디어 기술의 융합 결과로 출현한 사이버공간이 등장한다. 사이버공간은 경계가 없는 무한대의 공간으로 현실계의 다양한 규제나 제약을 벗어난 초월성을 가지고 있다. 또한 사이버공간은 참여하는 사람들이 ID만 가지고 접속에 임할 수 있다는 점에서 익명의 접촉장이고, 교류되는 정보의 내용을 임의로 수정, 삭제, 창조할 수 있다는 점에서 고도의 편집성과 구성성을 지닌다. 이러한 특성과 함께 사이버공간은 하이퍼링크에 의하여 다선적으로 연결되는 복합적이고 중층적인 구조를 가지고 있으며, 모든 정보를 실시간으로 환원시킨다는 점에서 신속성과 즉시성을 지니며, 물리적 거리와는 무관하다는 점에서 탈공간적이다(김문조, 1998).

현대 자본주의 시장경제체제가 가지고 있는 독과점적 시장구조는 가격경쟁과 품질 경쟁을 제한함으로써 소비자에게 필요한 적절한 소비자정보가 불충분하게 공급되게 하는 요인이 된다. 또한 소비자정보가 가지고 있는 공공재적 특성은 소비자정보를 얻는데 드는 비용을 부담하지 않고 무임승차하려는 소비자를 만드는 유인이 됨으로써 소비자정보를 불충분하게 제공하게 된다.

가계소비자는 그 어느 집단보다도 가장 많은 종류의 다양한 재화를 구매하는 집단인 반면, 전문화와 분업에 의한 발전이 이루어지지 않아 가장 비전문화된 방식으로 구매하는 집단이다. 그런데 현대 시장 경제에는 개별 가계가 구입하는 상품, 상표, 모델의 종류가 급격하게 증가하고 있으며 과학의 발달로 인해 기술적으로 복잡한 상품들이 계속 출현하고 있어서, 정보를 획득하고 사용하는데 드는 비용을 크게 증가시키고 있다.

이와 함께 정보를 싸고 쉽게 분배하는 정보의 전달 매커니즘이 발달되어 있지 못하여 소비자의 정보획득 노력이 매우 크게 요구되고 있다. 또한 일정 수준이상의 경제력 향상으로 인해 화폐예산 대신 한정된 시간에 대한 인식이 더욱 커지게 되고 이는 정보획득의 비용을 증가시키는 중요한 요인이 되고 있다.(이은희 · 서정희, 1992).

사이버공간은 소비자정보를 가장 값싸게 또한 실시간으로 소비자에게 전달할 수 있는 중요한 장소가 되고 있다. 사이버공간에 있는 정보는 지면에 인쇄하는 시간과 비용 및 배포하는데 드는 비용도 감소시킬 수 있을 뿐만 아니라 전세계가 하나로 연결될 수 있기 때문이다. 또한 전자상거래가 증가하면서(참고자료에 제시하고 있는 것처럼 각종 사이버 쇼핑몰이 급증하고 있다), 사이버공간에 대한 소비자의 인식도 급증하고 있는 추세이다. 이러한 인식이 확산되면서 세계 각국의 민간소비자단체나 정부의 소비자관련부서에서는 인터넷상에 홈페이지를 마련하여 소비자에게 필요한 정보를 제공하려고 노력하고 있으며, 소비

자정보를 포함한 일반 정보를 수집하여 재구성하고, 해석을 하여 일반소비자들에게 돈을 받고 파는 IP(정보제공업체)들도 폭발적으로 증가하고 있는 추세이다.

인터넷이나 PC통신상에서 정보를 제공하는 IP가 폭발적으로 늘고 있다. 1991년에 하이텔의 IP수는 58개에 불과하였다. 3년 뒤인 1994년에는 336개로 늘었고, 다시 3년이 지난 1997년에는 1,200개로 3배 이상 증가했다. 1998년말 현재로는 1,800개의 IP가 활동하고 있다. 하이텔 콘텐츠개발팀 팀장은 "웬만한 분야의 정보는 모두 다 들어 있다고 봐도 좋다"며, "요즘도 한달에 1,000여건 이상 IP를 하겠다는 제안서가 들어오고 있다"고 말했다. 나우누리, 천리안, 유니텔 등도 매달 20~40여개 IP들이 새로운 서비스를 개설하고 있다. 1999년 1월 현재 월 20-40개씩 증가하고 있다.

2~3년 전까지만 해도 언론사 속보서비스나 컴퓨터분야 정보가 주종을 이뤘으나 최근 들어서는 창업이나 증권에서부터 마술, 노점상정보, 스타패션 홈내내기에 이르기까지 정보 제공 분야도 다양해지는 추세다. 이처럼 IP들이 늘고 있는 것은 IMF 쇼크 이후 취업기회가 좁아지자 초기에 큰 자본이 필요하지 않은 IP를 창업하는 젊은 층이 크게 늘어났기 때문이다. PC통신 인구가 500만명을 넘어서고, 인터넷 사용자도 350만명에 이르면서 좋은 정보는 충분히 돈을 벌 수 있다는 사실이 확인된 것도 IP창업 붐을 일으킨 원인으로 풀이된다(조선일보 1999. 1. 27.).

II. 사이버공간에서 제공되는 소비자정보 현황

현재 우리나라에서 소비자들은 사이버공간에서 어떠한 소비자정보를 얻을 수 있는가를 알아보기 위하여 1999년 5월 17일부터 6월 19일 사이에 소비자 및 관련된 정보를 제공하는 홈페이지를 방문하여 보았다. 여러 홈페이지 중에서 상업적 정보를 제공하는 홈페이지는 제외하고 공적으로 그리고 무료로 객관적인 소비자정보를 제공하는 8개의 홈페이지를 분석하였다.

1. 공정거래위원회

공정거래위원회는 자유롭고 공정한 시장경제질서의 확립을 위하여 기업의 구조조정 촉진과 경쟁을 제한하는 제도와 관행을 개선하고 불공정거래행위 감시 및 소비자 보호 등의 업무를 담당하기 위하여 독점규제 및 공정거래에 관한 법률에 의하여 설립된 기관이다. 1981년 4월 3일에 대통령령으로 공정거래위원회를 직제로 공포·제정하였다. 그로부터 여러 차례의 정부조직법 개정과 세부기관의 신설·통합을 거듭하여, 현재 위원회는 위원장, 부위원장, 상임위원 3인과 비상임위원 4인으로 구성된다. 위원회 사무처리를 위하여 6국, 3관, 23개과, 6담당관으로 구성되는 사무처를 두고 공정거래에 관한 사무를 지역별로 관장하기 위하여 4개 지방사무소를 설치·운영하고 있다.

<표 1>에서 볼 수 있는 것처럼 공정거래위원회는 전체 8개의 사이트로 구분되어 있으며, 각 사이트에 세부적인 정보를 유형별로 나누어서 제공하고 있었다.

1) 알림마당

알림마당에는 공지사항과 보도 자료, 인사동정 자료를 제공하고 있었으며, 가장 최근의

자료로만 올려져 있다. 주 내용들은 공지사항에는 토론회 개최소식이나, 법률 개정 소식과 의견 접수를 받을 수 있게 되어 있었으며, 보도 자료는 “56개 외식업 프랜차이즈 가맹계약 서상 불공정약관 조항에 대한 시정(작성99.6.4)”, “대우자판의 불공정거래행위에 대한 시정 명령(99.6.3)”과 같은 내용이 올려져 있었다.

<표 1> 공정거래위원회 홈페이지 소개

<공정거래위원회 SITEMAP>		
알림마당	위원회소개	제도 및 정책
<ul style="list-style-type: none"> · 공지사항 · 보도자료 · 인사동정 	<ul style="list-style-type: none"> · 인사말 · 역사 · 조직도 · 역대위원장 · 기능, 연락처 	<ul style="list-style-type: none"> · 제도 · 정책
심결정보	법령정보	자료실
<ul style="list-style-type: none"> · 위반유형별 · 조치유형별 · 년도별 · 임의어 · 복합검색 	<ul style="list-style-type: none"> · 공정거래법 변천사 · 법령조회 · 주요부분별 해설 	<ul style="list-style-type: none"> · 주요의결서 · 표준약관 · 표준하도급 계약서 · 강연자료 · 발간자료 · 기타자료 · 각종서식
민원광장	관련사이트	
<ul style="list-style-type: none"> · 위원장과의 대화 · 불공정거래 신고 · 상담정보 · 질의 응답 · 고객의 소리 · 친절운동 코너 · 불합리한 규제접수 · 부당내부거래 제보 		

2) 위원회 소개

이 사이트는 인사말, 역사, 조직도, 역대 위원장, 기능, 연락처로 나누어 정보를 제공하고 있는데, 다른 홈페이지들과 다른 점은 역대 위원장에 관한 정보 제공과 각 부서별로 기능을 담당자, 연락할 수 있는 번호를 제공하고 있어 조직 투명성을 볼 수 있었다.

<표 2> 공정거래위원회의 위반유형별 심결정보 사이트

위반유형별 (사건 수)			
시장지배적지위 남용행위	<ul style="list-style-type: none"> · 가격남용행위(5) · 출고조절행위(6) · 타사업자 사업활동 방해행위(7) · 신규참입방해행위(0) · 기타 실질적 경쟁제한 행위 및 소비자이익저해 행위(5) 	불공정거래 행위	<ul style="list-style-type: none"> · 거래조절(115) · 차별적 취급(141) · 가격차별(13) · 거래조건차별(7) · 거래강제(147) · 외 43개
기업결합	<ul style="list-style-type: none"> · 기업결합신고규정위반(1) · 경쟁제한적 기업결합(6) · 불공정방법에의한기업 결합(0) 	불공정하도 급 거래행위	<ul style="list-style-type: none"> · 서면 미교부(111) · 대금 미지급(346) · 대금 지연지급(156) · 어음할인료 미지급(293) · 지연이자 미지급(217) · 외 8개
경제력 집중억제	<ul style="list-style-type: none"> · 지주회사설립, 전환(9) · 상호출자위반(6) · 출자총액제한위반(934) · 채무보증제한위반(14) · 금융,보험사의 의결권 제한 위반(1) · 외 2개 	부당한 국제계약 체결	<ul style="list-style-type: none"> · 부품등 구입처 제한(1) · 수출, 판매지역 제한(14) · 경쟁제품 취급제한(22) · 병행수입의 방해(1) · 개량기술이전(1) · 외 8개
부당한 공동행위	<ul style="list-style-type: none"> · 가격의 결정,유지(150) · 판매조건 결정(16) · 생산,출고 제한(16) · 거래제한(29) · 거래지역제한(10) · 외 5개 	불공정약관	<ul style="list-style-type: none"> · 일반원칙에반하는조항(372) · 신의칙에반하는 조항(7) · 면책조항의 금지(54) · 담보책임관련 약관조항(13) · 손해배상액의 예정(58) · 외 29개
사업자단체 금지행위	<ul style="list-style-type: none"> · 경쟁제한행위(338) · 가격 결정, 유지(77) · 판매조건 결정(2) · 생산, 출고 제한(4) · 거래 제한(37) · 외 10개 	집행정지신 청등	<ul style="list-style-type: none"> · 집행정지신청(0) · 신문공포집행정지신청(0) · 행위중지명령(0) · 시정조치불이행(1)
재판매가격 유지행위	<ul style="list-style-type: none"> · 재판매가격유지(126) 		

3) 제도 및 정책

제도 및 정책 사이트에서는 제도와 정책으로 나누어서, 제도에서는 우리 나라 공정거래

제도에 대한 자료를 제공하고 있었으며, 정책부문에서는 공정거래위원회의 99년 주요업무 계획을 공개하고 있었다.

4) 심결정보

심결정보는 공정거래위원회가 독점규제 및 공정거래법 위반행위를 심결한 내용을 알려 주는 곳인데, 크게 5개의 사이트로 구분하여 그 속에 세부항목을 나누고 있었다. 즉 위반 유형별, 조치유형별, 연도별, 임의어, 복합검색으로 상위 사이트를 두고 있었다. 위반유형별은 <표 2>와 같이 시장지배적 사업자 지위남용행위, 기업결합, 경제력집중, 부당한 공동행위, 사업자단체 금지행위, 재판매가가격유지행위, 불공정거래행위, 불공정하도급거래행위, 부당한 국제계약 체결, 불공정약관, 집행정지신청 등으로 세분화한 후 다시 구체적인 행위유형별로 제시하고 있었다.

조치유형별은 고발(총187건), 과징금(총284건), 시정명령(총2901건), 시정요청(총33건), 시정권고(총1267건), 재결(총274건)로 구별되었으며, 각각에 세부 사건을 나누어 놓았다. '연도별'사이트는 연도별로 검색이 가능 하였다. 즉 특정 년도를 지정하여 검색을 하면 그 연도에 있었던 사건들을 찾아볼 수 있도록 짜여져 있었다. 마찬가지로 '임의어'로 검색사이트로 찾고자 하는 내용을 입력하여 관련된 사건을 검색할 수 있도록 되어 있었다. 연도별 검색과 임의어 검색을 합쳐놓은 것이 복합검색으로 특정 시기동안 찾고자하는 사건을 입력하여 찾는 방식으로 꾸며져 있었다.

5) 법령정보

<표 3> 공정거래위원회 법령조회 사이트

법령조회			
공정거래관련법규	<ul style="list-style-type: none"> · 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 · 독점규제 및 공정거래에 관한 법률시행령 · 고시,지침 	표시·광고관계 법규	<ul style="list-style-type: none"> · 표시·광고의 공정화에 관한 법률 · 표시·광고의 공정화에 관한 시행령
하도급거래관련 법규	<ul style="list-style-type: none"> · 하도급거래 공정화에 관한 법률 · 하도급거래 공정화에 관한 법률시행령 · 고시,지침 	독점규제 및 공정거래에 관한 법률의 적용이 제외되는 부당한 공동행위 등의 정비 관계법령	<ul style="list-style-type: none"> · 독점규제 및 공정거래에 관한 법률의 적용이 제외되는 부당한 공동행위 등의 정비에 관한 법률
약관규제관련법규	<ul style="list-style-type: none"> · 약관의 규제에 관한 법률 · 약관의 규제에 관한 법률시행령 		

법령정보 사이트는 독점규제 및 공정거래에 관한 법 변천사, 법령조회, 주요부문별 해설로 구성되어 있었다. 법 변천사는 공정거래위원회 관련 법령인 독점규제 및 공정거래에 관

한 법, 약관규제에 관한 법, 하도급법의 변천과정(신·구조문 대비표)을 수록하고 있었다. 법령조회는 <표 3>과 같이 공정거래관련법규, 하도급거래관련법규, 약관규제관련법규, 표시·광고관계법규, 독점규제 및 공정거래에 관한 법률의 적용이 제외되는 부당한 공동행위 등의 정비 관계법령 등으로 구분하여 조회를 해볼 수 있도록 되어 있다.

주요부분해설은 <표 4>와 같이 시장지배적 사업자, 기업결합 및 경제력집중, 공동행위 및 사업자단체, 불공정거래행위, 국제계약, 하도급업무, 약관업무 등으로 구분하여 중요한 법의 내용을 해설하여 놓은 사이트이다.

<표 4> 공정거래위원회 주요부분 해설 사이트

주요부분 해설			
시장지배적 사업자	<ul style="list-style-type: none"> · 시장지배적 사업자의 정의 · 남용행위의 금지 	국제계약	<ul style="list-style-type: none"> · 심사대상 및 절차 · 계약의 부당성 판단기준
기업결합 및 경제력집중	<ul style="list-style-type: none"> · 기업결합의 개요 · 규제대상 · 신고제도 · 금지요건 · 경쟁제한 여부의 심사기준 · 시정조치 및 적용제외 	하도급 업무	<ul style="list-style-type: none"> · 하도급거래의 본질과 하도급거래 공정화를 위한 제도운용배경 · 하도급거래의 정의 및 법적용대상 요건 · 하도급법의 주요내용 · 법의 운용 및 범위반사건에 대한 처리절차 · 하도급거래 관련 대법원 판례
공동행위 및 사업자 단체	<ul style="list-style-type: none"> · 공동행위 및 경쟁제한행위의 인가 신청요령 · 사업자단체의 설립신고요령 	약관 업무	<ul style="list-style-type: none"> · 약관의 개념 및 기능 · 소비자계약에 관한 이론 · 약관에 대한 규제체계 · 약관규제법의 법적성격 및 구조 · 약관규제법에 의한 약관규제제도의 성격 및 의의 · 약관규제법 운용경위 · 약관규제법 1차개정 주요내용 · 외국의 약관규제제도 · 심결 사례
불공정거래 행위	<ul style="list-style-type: none"> · 불공정거래행위 규제제도의 의의 및 근거 · 거래거절 · 차별적 취급 · 경쟁사업자 배제 · 부당한 고객유인 · 거래강제 · 우월적 지위남용 · 구속조건부거래 · 사업활동 방해 		

6) 자료실

자료실은 7개의 사이트로 구분되어 있었다. '주요의결서'는 공정거래위원회 의결서 중에서 기업이나 시민에게 적용 인용하여 사용할 수 있는 서명날인이 첨부된 의결서 이미지 파일을 등록한 코너이다. '표준약관'란은 공정거래위원회가 표준약관의 작성 및 사용을 확대해 나갈 목적으로 표준약관 15종을 등록하여 누구나 DOWN 받을 수 있도록 하였다.

‘표준하도급계약서’란도 역시 경제력이 취약한 중소기업이 하도급계약의 체결과정에서 받게되는 불이익과 분쟁발생요소를 제거하고 불공정하도급거래행위를 사전에 예방하기 위한 목적으로 표준하도급계약서 11종을 등록하여 사용할 수 있도록 한 사이트이다. ‘강연자료’란은 공정거래위원회 위원장의 각종 강연 및 인터뷰자료 19종이 등록되어 있다. ‘발간자료’(5종), ‘기타자료’(20종), ‘각종 서식’(16종) 등도 개별적으로 사이트를 설치하여 이용할 수 있다.

7) 민원광장

민원광장사이트는 위원장과의 대화, 불공정거래 신고, 상담정보, 질의 응답, 고객의 소리, 친절운동 코너, 불합리한 규제 접수, 부당 내부거래 제보 등 8개의 사이트로 구분되어 있었다. 위원장과의 대화는 ‘글올리기’와 ‘답변’으로 이루어져 있었고 모든 시민의 소리에 답변은 비교적 성실하게 하고 있었다.

‘불공정거래 신고’ 사이트는 사업자의 불공정거래행위로 피해를 본 피해자들이 신고할 수 있도록 신고장과 안내내용을 수록하고 있었다. ‘상담정보’ 사이트는 <표 5>처럼 거래상의 의문들이나 법률에 관한 내용들을 질의/응답 형식으로 제공하였다.

<표 5> 공정거래위원회 상담정보 사이트

상담정보	
· 제도일반사항	· 부당한 표시, 광고의 규제
· 시장지배적 사업자의 남용행위	· 사업자단체의 금지 행위
· 기업결합의 결합 규제 및 경제력집중 억제	· 재판매가격유지행위의 제한
· 부당한 공동행위의 제한	· 부당한 국제계약의 체결제한
· 불공정 거래행위의 금지	· 기타사항
· 부당한 경품류 제공의 금지	· 불공정한 하도급거래의 규제
· 할인특매고시 관련 사항	· 불공정한 약관의 규제
· 백화점고시 관련사항	· 하도급법 관련 질의 및 회신

‘질의 응답’에서는 시민들이 궁금한 점이나 필요한 자료를 위원회에 문의할 수 있는 란이었는데, 위원회의 답변의 빈도는 너무 부족한 상황이었다. ‘고객의 소리’에서는 공정거래위원회 소속 공무원의 직무관련 부조리나 위원회에 대한 고객의 불만, 건의 사항을 신고하는 코너였다. ‘친절운동’ 코너는 위원회가 친절, 공정한 근무자세를 확립하고 고객의 만족 행동풍토를 조성하기 위한 친절봉사운동으로써 이에 관한 의견 및 친절 또는 불친절사례 등을 접수할 수 있도록 개설된 코너이다. 등록된 사건은 2건에 불과했다. 부당내부거래와 불합리한 규제를 근절하기 위하여, 부당내부거래 제보, ‘불합리한 규제 접수’란을 두고 있는데, 제보 방법과 제보장을 제공하고 있었다.

2. 대한 주부클럽 연합회

본회는 여성·사회·환경·소비자·민간단체로써 시대변화에 따른 각종 사회문제를 진단하고 정책적으로 시사점을 제시하는 한편, 여성들의 능력개발과 자질향상을 통해 건전 가정 육성과 사회에 일익을 담당할 수 있는 여성 인력 배출함을 목적으로 두고 있다.

1964년 2월 김활란 박사를 중심으로 10여명의 여성 지도자들이 모여 화요클럽을 결성하여 여성문제 상담실, 교양강습, 봉사센터 등을 운영하면서 사회봉사 참여, 가정생활의 합리화, 자녀교육, 요리, 육아, 의식주 문제, 취미활동, 시사문제, 문맹퇴치 등의 다양한 내용으로 사업을 추진하면서 시작하였다. 현재는 총회, 회장, 이사회, 사무처를 두고 그와 함께 감사, 고문, 전회장단, 각종 자문위원회, 각종 후원회를 두고 있으며, 10개의 부서로 나누어 그 활동을 전개하고 있다. 전국에 지역별로 64개(13개 지회 및 51개 지부) 조직을 두고 있다.

대한 주부클럽 홈페이지는 <표 6>과 같이 크게 6개의 사이트로 구별하였다. 주부클럽, 주요 사업, 뉴스 & 저널, 취업·교양강좌, 상담실, 게시판으로 구성되어 있었다.

<표 6> 대한주부클럽연합회 홈페이지

<대한주부클럽연합회 SITEMAP>		
주부클럽	주요사업	뉴스&저널
<ul style="list-style-type: none"> · 인사말 · 목적 및 연혁 · 조직 · 조직도 · 지회지부 · 부서안내 · 회원안내 	<ul style="list-style-type: none"> · 사회운동 · 신사업당 사업 · 환경운동 · 소비자운동 · 여성, 청소년운동 	<ul style="list-style-type: none"> · 새소식 · 주부클럽저널
취업·교양강좌	상담실	게시판
<ul style="list-style-type: none"> · 교양, 취미강좌 · 취업, 창업강좌 	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자문제 · 관혼상제 문제 · 여성취업 문제 · 법률문제 · 여성, 청소년문제 	<ul style="list-style-type: none"> · 사이트맵 · 회원안내 · 추천사이트

1) 주요사업

주요 활동은 크게 사회운동, 신사업당 사업, 환경운동, 여성·청소년운동, 소비자 운동으로 나누어 두었다. 각 코너마다 각 운동들의 목적과 99년도 주요 운동사업을 제시하고 있다. 그중 소비자 운동을 간단하게 살펴보았다. 소비자들의 불편, 불만사항 및 부정, 불량상품에 대한 고발에 귀기울이고, 소비자 권익보호를 위해, 각종 소비자 문제를 논의할 수 있는 간담회, 세미나, 강연회 등을 열고, 상품검사, 실량검사, 의식조사 등을 실시함으로써,

불량상품의 유통을 막고, 잘못된 약관이나 서비스 업소의 위생상태의 개선을 유도하는 한편 기업체로 하여금 경쟁력 있는 상품 개발에 주력할 수 있도록 활동하고 있다.

2) 뉴스&저널

새소식과 주부클럽저널로 나눌 수 있다. 새소식 코너는 '알림란'과 같은 기능을 하고 있다. 즉, 본회가 주체하는 세미나 소식과 개정일자 공고, 31대 사임당 당선자 소개, 조사 보고를 공고하고 있었다.

주부클럽 저널은 상품정보와 소비자 상식, 회원의 소리 및 창작문에 등을 실어 매년 10회에 걸쳐 발간하여 회원과 기간에 무료 배포되고 있다. 이 코너는 저널보기라고 하여 저널의 주요 내용을 열람할 수 있었다.(6건)

3) 취업·교양 강좌

이 코너는 주부클럽에서 주최하고 있는 각종 문화프로그램의 시간표를 제공하고 있었다. 즉 교양, 취미강좌와 취업, 창업 강좌로 나누어 실시하고 있는 프로그램의 강좌명, 강사, 일시, 수강료와 기간을 전하고 있었다.

4) 상담실

상담실은 관혼상제 상담, 여성취업 상담, 법률 상담, 여성취업 상담, 여성·청소년문제 상담으로 나누어서 시민들의 불편·불만사항을 접수받고 있었다. 그러나 접수된 건수는 소비자문제 상담이 5건, 법률 상담이 2건이고 나머지 부분에서는 상담제보가 없는 상태였다.

3. 소비넷

소비넷(SobiNet)은 한국소비자보호원, 지방자치단체, 민간소비자단체 및 기업체의 소비자상담실 등 전국의 소비자보호 업무를 담당하는 기관들이 공동으로 운영·관리하는 범국가적인 "소비자 불만과 피해구제 시스템"이다. 일반 소비자들은 소비넷을 통해 (1) 각 기관에서 제공하는 최근의 소비자뉴스를 볼 수 있으며, (2) 필요시 각종 소비자문제에 대한 문의나 건의는 물론 직접 상대 피해구제를 신청할 수 있고, (3) 또한 소비자피해사례, 분쟁조정사례, 소비자위해사례 등 각종 최신사례정보 및 소비자 피해보상규정, 참고 법령 등 소비자피해 보상관련 제도에 관한 정보를 이용할 수 있다.

소비넷은 <표 7>에서 볼 수 있는 것처럼 소비자 뉴스, 유용한 사례, 소비자 상담실, 사업자와 함께, 자료실, 그리고 기타 코너들로 나뉘어 있다.

1) 소비자 뉴스

소비자뉴스에서 크게 새소식, 소비자 정책포럼으로 구성되지만, 실체는 소비자문제 관련 재판 결과, 소비자관련 세미나 개최 소식, 관련 법 개정 소식 등을 구분하지 않고 제공하고 있었다.

2) 유용한 사례

여기서는 소비자보호원 피해구제팀에서 제공하는 피해구제 사례들 모음인 '이달의 피해

구제'(9건), 분쟁조정위원회의 최신 분쟁조정사례를 품목별로 분리하여 제공하는 '소비자 분쟁조정사례'(4건), 소비자 실생활에서 피해를 입은 사례를 피해내용과 구제결과로 요약하여 제공한 '위해, 위험정보'(0건), 누구나 의견을 제시하고 열람할 수 있는 '자유게시판'(148건)으로 구성되어 있다.

<표 7> 소비넷의 구성

<소비넷 SITEMAP>		
소비자뉴스	유용한 사례	소비자 상담실
<ul style="list-style-type: none"> · 세소식 · 소비자 정책포럼 	<ul style="list-style-type: none"> · 이달의 피해구제 · 소비자 분쟁조정 사례 · 위해 · 위험 정보 · 자유게시판 	<ul style="list-style-type: none"> · 상담하세요 · 피해구제신청 · 위해정보신고 · 전자상거래피해신고 · 제도개선건의
사업자와 함께	자료실	기타
<ul style="list-style-type: none"> · 사업자에게 · 소비자에게 · 사업자 소비넷 	<ul style="list-style-type: none"> · 업종, 품목별 피해보상규정 · 참고법령 · 소비자 정보검색 엔지 	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자 법률상식 · 용어 사전 · 상담기관 안내

3) 소비자 상담실

'상담하세요'에서는 소비생활과 관련된 사항을 질문하고 운영자가 답변하는 코너인데, 운영자가 아니더라도 그 문제에 대한 경험, 전문지식 또는 의견을 가진 누구나 답변할 수 있다.(5월 18건 등록) '피해구제신청'에서는 소비생활과 관련된 피해를 구제신청 하는 곳으로 신청서 작성과 처리결과를 확인할 수 있는 곳이다. 단 처리결과는 피해구제 신청을 한 사람만이 열람할 수 있다.

'전자상거래피해신고'에서는 전자쇼핑, 사이버쇼핑 등 인터넷을 통해 물품이나 서비스를 구매하는 과정에서 발생한 각종 피해사례를 신청할 수 있도록 되어 있다. 그리고 제도개선건의 코너는 불리한 약관, 거래제도나 관행 또는 법령 때문에 피해를 당한 경우 건의할 수 있도록 되어 있었다. 전자상거래피해신고는 1건, 제도개선 건의는 0건이었다. 이처럼 의도는 좋으나 실제 사용되는 빈도는 매우 적기 때문에 네티즌을 대상으로 그리고 일반소비를 대상으로 하여 소비넷의 이용에 관한 소비자교육이 시급하다는 점을 알 수 있었다.

4) 사업자와 함께

이 사이트는 특정 사업자를 지정하여 하교픈 이야기를 올릴 수 있는 '사업자에게'란과, 사업자들이 알고 있는 최신의 유용한 정보들을 소비자에게 알려주는 '소비자에게'란으로 구성되어지만 '사업자에게' 8건, '소비자에게' 0건으로 이용실태는 저조하였다.

5) 자료실

자료실은 업종·품목별 피해보상규정을 23개로 세분화하여 열람할 수 있도록 구성되어 있으며, 참고 법령란에서는 57개의 법령으로 세분화하여 이용할 수 있도록 꾸며져 있었다. 소비자정보검색엔진에서는 연구보고서, 조사보고서, 소비자상담·피해구제, 분쟁조정사례 등을 검색할 수 있는 사이트였다.

그외 법률상식 코너에서는 소비생활관련 법률을 6개(소비자보호법, 공정거래법, 계약법, 약관규제법, 할부거래법, 방문판매법)로 나누어, 각 법률에 다시 세부적인 내용으로 나누어 질문과 대답형태로 정리되어 있었다. 용어사전에서는 소비생활관련 각종 용어들을 ‘가나다’ 순서로 검색이 가능하도록 꾸며져 있었다.

4. 소비자 문제를 연구하는 시민의 모임

사단법인 소비자문제를 연구하는 시민의 모임은 자발적 비영리적 비정치적 전문 소비자 단체로서 국제소비자기구의 이사단체이다. 소비자들의 자발적인 소비자운동을 통하여 소비자주권을 확립하고 나아가 삶의 질 향상에 기여함을 목적으로 하고 있다.

이 사이트는 (1) 연혁, (2) 99년 사업 계획, (3) 보도 자료, (4) 출판물, (5) 소비자 상담, (6) 잡지, (7) 회원가입, (8) 관련 사이트로 구성되어 있다. 연혁에서는 사업추진 성과, 워크숍 개최, 각종 조사, 국제기구 수상, 기구 가입 등을 중심으로 설명이 되어 있으며, 99년 사업 계획에서는 투명한 거래, 신용 있는 상품과 서비스, 효율적인 소비생활을 정착을 주요 목표로 사업계획을 간략하게 제시하고 있다.

보도 자료에서는 99년 자료를 중심으로 이루어져 있었으며, 주로 품목 검사 결과를 보도하고 있었다. 예를 들어 99년 4월 14일에 올라온 자료 ‘전분이 들어있고 위생적이지 못한 건포류’에서는 그 보도 자료를 보면, 서울시내 백화점과 재래시장에서 판매하는 건포류 15종을 대상으로 한국화학시험연구원에 의해하여, 대장균 및 전분검출 여부 검사를 실시한 결과를 제시하고 있다.

소비자상담은 아주 세부적으로 신청서를 구성하고 있었다. 즉 상품과 서비스를 나누어서 제보를 받고, 상품에 대한 상담일 경우도, 상품명, 상표명, 제조회사, 구입장소, 구입방법, 구입일자, 지급방법, 현재까지 불입액, 해당업체 이름, 담당자, 전화 번호, 그리고 상담 내용으로 구성되어 있으며 서비스도 역시 마찬가지였다. 그러나 상담내용과 답변을 열람할 수 있는 사이트를 마련하지 않은 점이 약간 아쉬웠다.

5. 서울시 산업경제 정보통신망

서울시 산업경제 정보통신망은 8개의 영역에서 접근이 가능하도록 되어 있었다. 경제·경영일반, 자금지원, 판로지원, 인력지원, 생산입지지원, 사이버마켓몰, 소비자종합정보망, 농수축산물직거래마당으로 구성되어 있었고, 각 사이트에서 제공하는 서비스는 <표 8>과 같다.

소비자 종합 정보망에서는 크게 정보제공 부분과 의견 접수 부분으로 나누어 볼 수 있었다. 정보제공은 장바구니 물가정보, 소비자피해구제정보, 생활정보로 구성되며, 의견접수는 사용자의견란이 있다.

먼저 장바구니 물가 정보를 보면 서울 장바구니 물가정보, 가격 정보, 대규모점포현황을 이용할 수 있다. 서울 장바구니 물가정보는 소비자단체에서 조사한 생활필수품 및 개인 서비스요금에 대한 정보를 구별로 제공하고 있으며 검색도 가능하다. 현재(5월) 605건의 자료를 이용할 수 있다. 가격 정보는 한국소비자보호원에서 제공하는 공공요금, 서비스부문, 물품부문, 업종별 가격정보 등 부분별 가격정보를 제공하고 있다(<표 9>참고). 대규모 점포현황은 서울시내 백화점, 쇼핑센터, 도매센터, 대형할인점, 전문상가 등에 대한 현황 정보와 재활용센터 이용안내 정보를 구별로 제공한다. 현재(5월) 27건의 자료를 이용할 수 있다.

<표 8> 서울시 산업경제 정보통신망

<서울시 산업경제 정보통신망 SITEMAP>		
경제/경영 일반	인력지원	자금지원
<ul style="list-style-type: none"> · 서울시경제동향 · 경제일반 · 연구기술정보 · 경영지원업체 · 외국투자유치 · 중소기업관련법규 	<ul style="list-style-type: none"> · 기능대학 · 직업전문학교 · 교육/기관안내 정보 · 구인/구직 	<ul style="list-style-type: none"> · 서울시자금지원 · 기관별자금지원
소비자종합정보망	판로지원	생산입지지원
<ul style="list-style-type: none"> · 장바구니물가정보 · 소비자피해구제정보 · 생활정보 · 사용자의견란 	<ul style="list-style-type: none"> · 국내판로지원 · 해외판로지원 · 판로정보 안내 · 판로지원업체 · 업종별교류 · 입찰공고 	<ul style="list-style-type: none"> · 공장입지정보 · 국내외 산업단지 · 창업보육센터 · 생산설비정보

소비자 피해구제 정보에서는 소비자보호단체협의회, 통합소비자민원(한국소비자보호원)의 연결정보가 제공된다. 즉 소비자피해상담, 상품정보 등 소비생활 관련정보를 이용할 수 있도록 소비자보호원과 연결할 수 있는 아이콘을 제공하였으며, 소비자상담이나, 소비자계시관, 소비자 피해구제관련 법령 등을 조회할 수 있는 통합소비자 민원과 연결되는 아이콘을 제공하고, 부정/불량상품이나 부당한 거래 개선을 위한 고발상담 및 소비자 보호단체협의회 회원 단체 등을 조회할 수 있는 소비자 보호단체 협의회와 연결되는 아이콘을 제공하고 있다. 그리고 소비자의 권익보호를 도모하기 위해 서울특별시에서 제정한 소비자보호조례를 조회할 수 있는 서울 소비자 포커스를 제공한다.

생활정보에서는 지점별, 월별로 조사한 한강수질오염도 정보, 월별 한강수질오염도 현황, 수질오염 측정망 현황 정보를 제공하는 수질정보(16건), 측정소, 월별로 조사한 지점별 대기 오염도 정보를 제공하는 대기정보(15건), 식품의 위생검사 결과에 대한 정보로 약수터 수질검사, 농산물 안정성 검사 정보를 제공하는 식품정보(5건)가 있다. 그 외에도 기상청의

기상예보를 제공하는 기상정보와 도로 현황을 교통정보가 있고, 각종 전자제품(생활가전, A/V, 컴퓨터, 사무/동산)에 대한 가격 비교를 제시한 에누리 정보, 그리고 생활관련 종합정보 서비스를 제공하는 사이트(세이브 벨리, 이즈넷, 제이드, 전화번호안내서비스, 하나로 온라인 생활 서비스)를 단축아이콘으로 제공하고 있는 생활관련 종합정보 코너가 있다.

다른 홈페이지와 다른 점으로 사이버마켓몰(Cybermarket Mall)이라는 정보를 제공하고 있었다. 이 정보는 서울시 중소기업에서 생산한 상품정보와 회사소개 정보로 구성되어 있고, 제품별 검색이 가능토록 되어 있었다.

<표 9> 서울시 산업경제 정보통신망의 가격정보 사이트

가격정보		
공공요금	전기, 수도, 가스	가정용 전기요금 기준표, 지방자치단체별 수도 요금표 용도별 도시가스 요금표가 제공
	보건, 의료	주요항목별 의료비(진찰료, 입원료, X-선 촬영료 등) 산정내역과 의료비의 본인 부담금에 관해 안내
	공공교통	시내버스, 고속버스, 택시, 전철, 철도, 공항료 및 자동차보험료에 관해 안내
	교양, 오락	TV수신료 종합유선방송료 유원지 입장료에 관해 안내
	통신	국내, 국제우편요금, 시내외 국제전화요금, 이동전화요금, 컴퓨터통신료에 관해 안내
	행정수수료 등	주민등록 및 기타 민원서류 발급료, 쓰레기봉투료, 정화조 청소료에 관해 안내
서비스 부문	차량견인료	차량 톨급별, 이동거리별 견인료, 구산장비 사용료 대기료, 구난작업료, 보관료에 관해 안내
	부동산중개료	매매 교환, 임대차 별 부동산 중개수수료를 안내
	포장이사요금	포장이사 단가표, 평형별 단가표, 소화물 단가표, 할증요금 기준표를 안내
물품부문	가전제품	품목별(TV, 냉장고, 세탁기 등) 업체별 가격표
업종별 가격정보	업종별 가격정보	업종별(제조업, 여행/문화, 유통업) 가격정보가 안내

6. 서울대 소비자 정보실

서울대 소비자 정보실은 구매후 상담, 재무설계, 핫 이슈, 온라인 상담실 등 네 가지 사이트로 나누어 정보를 제공하고 있는데 자세한 내용은 <표 10>에 제시되어 있다.

<표 10> 서울대 소비자정보실 홈페이지

<소비자 정보실 SITEMAP>			
구매후 상담	소비자재무설계	온라인 상담실	핫 이슈
<ul style="list-style-type: none"> · 소비자피해 구제 · 소비자 피해 및 처리사례 · 특별거래에서의 유의사항 · 불공정거래 행위 	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자 재정상태의 평가 · 위험관리-보험 · 절세전략 · 금융서비스의 활용 · 신용관리 · 내집 마련 정보 	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 게시판 	

1) 구매 후 상담

소비자 구매 후 상담 코너에서는 소비자가 사업자와 거래를 하는 과정에서 혹은 거래 후에 문제가 발생해서 소비자가 피해를 입었을 때 어떻게 피해를 구제 받을 수 있는지를 안내를 하고 있었다. 소비자피해 구제, 소비자 피해 및 처리사례, 특별거래에서의 유의사항, 불공정거래 행위로 나누었는데, 소비자피해구제는 소비자가 피해를 입었을 때 구제 신청을 할 수 있는 기관과 피해 구제 방법에 대해 열람이 가능하다. 그러나 제시된 절차는 너무 이론적인 것이라 소비자에게 실질적인 도움이 되지 않는 것 같았다.

소비자 피해 및 처리 사례는 소비품목 17개(자동차 및 관련품목, 가전제품, 가구 등)로 나누어 각 품목별로 소비자 피해 및 피해구제사례를 제공하는 곳이었다. 특별거래 코너에서는 할부거래, 방문판매, 통신판매로 인한 소비자피해를 사전에 예방하기 위하여 정보를 제공(예를 들어, 할부거래란 무엇이고, 할부거래시 매도인의 의무와 매수인의 권리에 대해 설명하고 있다)하고 있었다. 마지막으로 불공정한 거래행위에서는 불공정한 거래행위 중 소비자와 가장 밀접한 관련이 있는 불공정약관(2건), 부당한 표시·광고(기만, 허위, 과장, 비방 광고)(9건)의 구체적인 사례와 정보를 제공하고 있다.

2) 소비자 재무설계

여기에서는 소비자 재무설계를 위해 가장 먼저 할 일인 현재 재정상태를 파악하는 것부터 시작하여 수입 및 지출의 관리에 활용할 수 있는 금융서비스, 신용관리, 절세에 관한 정보, 개인이나 가계가 보유하고 있거나 추구하는 인적, 물적 자산에 손해가 발생하는 경우 이에 대처할 수 있는 위험관리에 관한 정보, 내 집 마련에 관한 정보 등을 제공한다. 그러나 관련 정보들이 대부분 설명 위주로 꾸며져 있어 소비자들의 흥미를 끌 것 같지는 않아 보인다는 점이 문제로 지적될 수 있다. 예를 들어 위험관리-보험 코너에서는 보험금 산정 요령, 생명보험상품 선택 요령, 자동차 보험가입 요령과 같이 관련내용에 관한 설명이 있지만 보다 구체적인 정보가 제공되어야 한다고 본다. 특히 내 집 마련 정보에서는 아파트 청약제도와 법원 경매에 대한 설명을 하고 있는데, 최근의 주택 동향이나, 주택가와 같은 실질적인 정보제공의 차원에서는 뒤쳐지는 경향이 있었다.

3) 핫 이슈

1995년에 개설된 이 코너는 자료실과 같은 기능으로 사용될 목적으로 개설된 것으로 보이지만, 현재 단 3건만이 올려져 있었고, 실제 이용 가능 정보는 단지 1건(의료용구 관련 소비자피해 사례. 99/05/01)에 불과해 정보제공 차원에서 미약함을 보여주었다.

4) 온라인 상담실

온라인 상담실은 1994년 4월에 개설된 이후 상담과 답변 115건의 이용실태가 좋은 편이었으며, 상담 문의가 접수되면 상담실측의 답변은 만 하루 안에 작성되었고, 대부분의 상담문의에 답변이 모두 이루어지고 있었다. 그러나 상담자의 답변은 피해구제 절차를 내담자에게 안내하기보다는 피해사례의 원칙이나 피해보상을 받을 수 있는 근거를 제시하는 식의 답변이 많았다.

7. 한국 소비자 보호 단체 협의회

<표 11> 한국소비자보호 단체협의회의 자료마당 사이트

자료마당			
법령자료	<ul style="list-style-type: none"> · 법규집 · 편집보호법 · 피해보상규정 	다단계판매	<ul style="list-style-type: none"> · 다단계 판매란 · 서울시 다단계판매업등록수리 내역
소비자관련 문서	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자의 여덟가지 권리와 다섯가지 의무 · 소비자 피해구제 사례(6건) (문/답 및 처리 결과) · 지구촌시대 녹색소비자운동의 좌표 · 세계변화와 소비자 문제 · 전환점에 서 있는 소비자 시민운동 	법 관련 자료	<ul style="list-style-type: none"> · 법률관련자료는 대한민국법률 정보에서 종합적으로 검색할 수 있습니다 · 소비자보호법 · 소비자보호법시행령 · 방문판매등에 관한 법률 · 방문판매등에 관한법률시행규칙 · 방문판매등에 관한법률시행령 · 환경보전형 농업육성 및 지원에 관한 법 · 소비자 피해보상 규정
소지자상식	<ul style="list-style-type: none"> · 식중독 예방요령 · 가전제품 올바른 사용법 · 소비자 상식 (소비자에게 필수적인 생활양식)	Research and Survey	<ul style="list-style-type: none"> · 행동하는 소비자 · 한국인의 소비의식에 관한 여론조사
		기타	<ul style="list-style-type: none"> · 각국 대사관 위치 및 연락처 · 국내기업 고객센터 서비스 목록

본 협의회는 '소비자의 건전하고도 자주적인 조직적인 조직활동을 촉진하고 권익을 보호하기 위하여 소비자 보호활동을 하고 있는 단체를 결함, 협의회를 구성하여 회원단체의 발전을 도와 소비자 보호 운동을 효과적으로 전개함'을 목적으로 하고 있다. 주요 사업내용은 소비자 교육, 소비자 상담과 피해 구제, 상품검사 및 실량검사, 소비자의식 조사 및 소

비생활환경실태 조사, 출판물 발간 및 홍보활동, 국제 협력, 캠페인, 광고 심의 정책 연구 및 제안활동을 하고 있다.

소비자 보호 단체 협의회의 회원 단체로는 녹색소비자연대, 대한주부클럽연합회, 대한YWCA연합회, 전국주부교실중앙회, 소비자문제를 연구하는 시민의 모임, 한국소비자교육원, 한국소비자연맹, 한국어성단체협의회, 한국YWCA전국연맹이 있다.

한국 소비자 보호 단체 협의회의 홈페이지 구성은 소비자 보호단체의 목적과 사업내용을 소개하는 '소비자 보호단체', 회원단체 소개와 주요 사업·활동과 연혁을 제공하는 '회원단체'가 있다. '캠페인 & 이슈'에서는 국내, 국제로 나누어서 자료를 제공하고 있다. 그리고 '뉴스레터'라는 코너에서는 소비자 교육 일정에 대한 광고 내용을 제공하고 있으며, '자료마당'에서는 다음과 같은 자료를 연람할 수 있다.

'월간 소비자'라는 협의회의 잡지는 온라인으로도 매월 발행되는데 그 구성(5월호)은 생각하는 페이지, 상품테스트, 실태조사, 국민연금제도, 특집, 연대활동, 정보제공, 소비자고발 분석, 지역운동체 탐방, 고발사례, 단체소식으로 이루어져 있었다. 지난호 검색도 가능하다. 간단하게 그 구성내용은 <표 12>와 같다. 월간 소비자는 한국소비자단체 협의회가 책으로 만들어서 무료로 배포해오던 소비자정보지의 하나였는데, 문제점으로는 소량만을 인쇄해서 일부의 공공기관에게 배부하였기 때문에 일반 소비자들이 책을 구하기가 어렵다는 점이었다. 그런데 온라인으로도 발행함으로써 일반소비자들이 컴퓨터를 통하여 바로 볼 수 있다는 점에서 과거에 비하여 소비자들의 이용범위가 확장되었다고 볼 수 있다.

'소비자정책동향'에서는 소비관련 법규정에 대한 개정, 시행, 개설 등과 같은 내용을 각 부처(보건복지부, 정보통신부, 환경부 등)에서 지원 받고 있었다. 그리고 상담/고발 검색에서는 물품, 소비자, 해당업체에 따른 상담 자료를 검색할 수 있으며, 상품 검사실에서는 상품검사 결과를 열람할 수 있을 뿐 아니라, 감사의뢰를 받고, 주요 검사기관을 안내하며, 기존의 상품 검사를 찾아볼 수 있도록 꾸며져 있었다. 다른 홈페이지와 다른 점은 상담/고발 코너에서 상담 접수를 직접 받는 것이 아니라, 관련 유용한 기관을 이용할 수 있도록 한다는 것이다.

<표 12> 월간 소비자 구성

월간 소비자(5월호)	
생각하는 페이지	· 소비자보호정책의 핵심은 정보제공이어야 한다/송보경
상품테스트	· 일부 크립빵에서 대장균군 검출/대한주부클럽연합회 · 시판, 건포류, 표시사항에 없는 전분 검출/소비자문제를 연구하는 시민의 모임
실태조사	· 도시가스 기본사용량 하향 조정해야/대한주부클럽연합회 · 임차권등기명령제도, 이용자 86.9%가 불편함 겪어/서울YWCA시민중계실 · 놀이공원 음료수 가격, 편의점의 2배까지 받아/한국소비자연맹 · 항생제의 오남용 심각하다/서울YWCA시민중계실
국민연금제도	· 국민연금 도시자영자 확대에 따른 문제점과 개선방안/안종범
특집	· 소비자보호법 개정내용/김동수 · 정보제공요청권의 활용 방안/서영정
연대활동	· 서울지 지하철문제 해결을 위한 시민대책위 활동/박인례
정보제공	· 이동전화 미성년자 가입관련 고발 처리처짐/정보통신부
소비자고발분석	· 화장품 관련 소비자피해 많다/전국주부교실중앙회
지역운동체 탐방	· 소지자 주인되는 대전만들기에 주력하는 대전YWCA/대전YWCA시민중계실 편
고발사례	· 소비자단체
단체소식	· 소비자단체

8. 한국 소비자보호원

소비자보호원은 '1987년 개정된 소비자보호법에 의해 같은 해 7월 1일에 설립된 재정경제부 산하 특수공익법인으로서, 소비자의 기본 권익을 보호하고 소비생활의 합리화를 도모하며 나아가 국가 경제의 건전한 발전에 기여한다는' 목적을 갖고 있고, 소비자상담·분쟁조정, 상품시험검사, 안전정보의 수집·평가, 거래제도 개선, 제도 및 정책 연구, 소비자교육·연수, 소비자의 참여 등의 활동을 전개하고 있다. 한국소비자보호원의 홈페이지 구성은 <표 13>과 같다.

<표 13> 한국소비자보호원 홈페이지

<한국소비자 보호원 SITEMAP>		
소보원 안내	소비자 정보	정보 자료실
<ul style="list-style-type: none"> · 소보원이란 · 연혁 · 조직도 · 이용 안내 · 관련 법령 · 소비자 7대 권리 	<ul style="list-style-type: none"> · 생활정보 <ul style="list-style-type: none"> — 소비생활정보 — 건전소비정보 · 안전정보 <ul style="list-style-type: none"> — 리콜정보 — 위해위험정보 · 해외정보 · 가격정보 · 통계정보 	<ul style="list-style-type: none"> · 도서정보검색 · 발간자료 · 소비자시대 · 보도자료 · WEB SITE
소비자 정책 동향	소비자 상담	
<ul style="list-style-type: none"> · 국내동향 · 국외동향 <ul style="list-style-type: none"> — 권호별모음 — 정책논단별모음 — 정책동향별모음 — 정책자료별모음 	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자 상담 · 전자상거래 · 소비자 의견 	

1) 소비자 정보

소비자 정보에서는 생활정보, 안전정보, 해외정보, 가격정보, 통계정보를 제공하고 있다. 먼저 생활 정보는 소비생활 정보와 건전 소비정보로 나누어 제공되는데, 소비생활정보는 한 달에 한 건 정도의 소비관련 정보를 제공하고 있다. 예를 들어, '소비자피해보상규정 이렇게 달라졌습니다', '의료용구 관련 피해사례와 소비자 주의사항'과 같은 내용이 제공된다. 현재(5월) 19건을 조회할 수 있다. 건전 소비정보는 일상생활에서 알고 있으면 물품이나 기구를 효과적으로 절약하면서 사용할 수 있는 정보를 제공하고 있다. 예를 들어 '승용차 엔진오일 교환실태와 개선방안', '가스레인지의 효율적 사용과 경제적 조리방법'과 같은 내용이 제공된다. 현재(5월) 5건의 올려져 있다.

안전정보는 리콜정보와 위해·위험정보로 구분되는데, 리콜정보에서는 리콜제도에 관한 설명과 자동차 리콜과 유모차 리콜에 대한 정보를 제공하고 있다. 자동차 리콜을 예로 보면, 자동차 리콜 코너에서는 '우리 나라의 리콜제도 현황', '리콜제도의 중요성', '결함 시정 절차', '리콜 활성화를 위한 소비자 인식전환', '자동차 결함 정보수집 안내' 등에 관한 정보를 제공하고 있다. 위해·위험 정보에서는 품목별로 나누어서 살펴볼 수 있다. 즉 식품류(4건), 생활용품(19건), 의료신변용품(2건), 보건위생용품(14건), 차량 및 승용물(2건), 문화용품(1건), 건물설비(8건), 농·어업용품(0건), 완구용품(12건), 기타(1건)로 나누어서 생활정보나 물품 사용 또는 구입시 주의할 점을 가르쳐 주고 있다.

해외 정보는 발행월별로 해외 소비자단체나 기관에서 제공하는 정보를 제공하고 있다. 5월에 올라온 사례를 예를 들어보면, 'Y2K 피해로부터 안전할 수 있는 대비책'에서는 미국 Consumer Gateway에서 제공하는 Y2K관련 정보 중 일반 소비자들에게 도움이 되는 밀레니엄 버그 예방법에 대해 소개하고 있다. 가격 정보에서는 <표 14>와 같이 나누어서 각각

에 대한 요금 기준표, 요금 계산방법 예시, 요금제도 등에 관한 정보를 제공하고 있다.

통계정보에서는 소비자상담 피해구제 통계에 관한 정보를 소비자 상담, 피해구제의 품목별 처리 결과 현황 형식으로 제공하고 있다. 1995년부터 1998년 상반기까지 검색이 가능하다.

<표 14> 한국소비자보호원의 가격정보 사이트

가격 정보			
공공요금	서비스 부분	물품 부문	업종별 가격정보
<ul style="list-style-type: none"> · 전기요금 · 수도요금 · 가스요금 · 보건의료 · 공공교통 · 교양오락 · 통신요금 · 행정수수료 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 차량견인료 · 부동산중개수수료 · 포장이사요금 · 법무사 보수표 	<ul style="list-style-type: none"> · 가전제품 · 냉난방기 	<ul style="list-style-type: none"> · 업종별가격정보

2) 정보자료실

여기서는 먼저 도서정보검색과 문헌정보검색을 통해 관련 정보를 찾을 수 있도록 되어 있었다. 특징이라고 할 수 있는 점은 검색 사이트를 아주 세부적으로 나누어서 기입하도록 구성되어 있는 점이었다. 예를 들어, 주제코너에서도 환경/공해, 광고, 개량규격표시, 상품정보 등으로 세분화하여 검색이 가능하도록 되어 있었다.

발간자료(47건)와 보도자료(83건)는 주로 시험·연구결과 의식 실태조사 결과에 대한 자료를 제공하고 있었다. 97년부터 98년 12월까지의 자료에서, 발간자료는 목록만을 볼 수 있지만, 보도자료는 내용을 열람이 가능하다.

소비자시대라는 발간물은 상품테스트, 기획특집, 소비자 정보, 생활 정보로 나누어서 매일 관련 정보를 제공하고 있다. 조사·실험 결과, 문제점 및 개선방안, 실태 분석 등의 내용이 주를 이룬다. 지난 호 검색도 가능하다.

3) 소비자 정책 동향

소비자 정책 동향은 국내 동향과 국외 동향으로 나누어 놓았다. 국내 동향을 검색 사이트로 되어 있다. 국외 동향은 다시 권별 모음(11건)과 정책 논단별 모음(13건), 정책 동향별 모음(11건), 정책 자료별 모음(16건)으로 나누어 놓았다. 해외 조사결과, 연구 결과, 법, 지침 내용을 번역하여 그 내용을 제공하고 있다. 그러나 가장 최근의 자료가 98년 11월 자료라는 점이 조금 아쉬운 점이다.

4) 소비자 상담

소비자 상담은 소비자 상담, 전자상거래, 소비자 의견으로 구성되어 있다. 신고서를 제공하여 세부적으로 기입할 수 있도록 되어 있지만, 다른 상담이나 답변을 열람할 수 있는 코너는 마련되어 있지 않았다.

Ⅲ. 사이버공간 소비자정보의 평가

전반적으로 소개하는 자료나 구성이 비슷하다는 것을 알 수 있었다. 단지 이용자들을 위해 얼마나 체계적이고 쉽게 자료를 분류하여 제공하고 있는가?, 또한 얼마나 최신의 자료를, 얼마나 빈번하게 제공하고 있으며, 이용자를 위한 공간이나 각 코너마다의 간단한 설명과 함께 편리한 아이콘 설치를 통한 이용자를 위한 배려가 있는가? 이러한 점이 각각의 홈페이지를 사용하는 소비자에 대한 서비스라고 생각한다.

그리고 소비자 전문 기관과 그렇지 않은 기관에서 제공하는 자료의 차원이 달랐는데, 전반적으로 소비자 전문 기관들은 소비관련 정보뿐만 아니라 홈페이지를 통한 소비자 교육이 함께 이루어지고 있었다는 점이 특징적이고 반면에 정보를 전문적으로 제공하는 기관은 실생활 이용이 용이한 정보와 최신 정보가 다른 홈페이지보다 우수하다는 특징이 있었다. 그러나 이런 실질적인 정보만을 제공하는 것이 좋다고만 생각하지는 않는다. 최신의 정확한 정보 제공과 함께 이러한 정보를 빠르게 이용할 수 있는 교육적인 또는 안내적인 것도 함께 있었으면 한다. 그렇지 않은 자료들은 단지 단편적인 사실에 불과하고 이용가치 면에서도 떨어진다는 생각이 들었다.

1) 단체별 특성

사이버공간 소비자정보를 소비자의 입장에서 단체별로 평가해 보면 다음과 같다.

첫째, 공정거래위원회의 홈페이지에서 제공하고 있는 정보는 심결정보, 법령 정보, 자료실에서 제공하는 자료들을 체계적으로 분류하여 이용하기 편했으며, 민원 광장에 있는 위원장과의 대화가 다른 홈페이지들과 구별되는 점이였다. 그리고 전반적으로 사용자들을 위한 공간이 많이 마련되어 있었다.

둘째, 대한주부클럽연합회는 소비자 전문단체가 아니라서 소비자와 관련된 부분이 그리 전문적이거나 세부적이지는 않았다. 그리고 대부분의 구성들이 협회 소개로 되어 있어 소비자 의견 접수, 정보 제공, 불만처리 부문이 미약하였다.

셋째, 소비넷은 다른 홈페이지와 다르게 신설된 의도나 구성이 남달랐지만 앞에서 언급한 바와 같이 그 의도에 비해 제공되는 내용이나 이용되고 있는 실태에서 그 유용성에 문제가 제기된다.

넷째, 소비자 문제를 연구하는 시민의 모임은 전반적으로 내용과 구성이 알차지 못하다는 인상이 남았다. 상담 접수를 받는 코너가 아주 세부적이었지만 다르게 생각하면 모든 소비자들이 제품을 구입하면서 상품명과 상표명, 해당업체의 담당자까지 기억하는 경우는 드물다고 생각해 이용하고자 할 때 오히려 불편할 것이라는 생각이 들었다.

다섯째, 서울시 산업경제 정보통신망은 시에서 제공하는 정보 전문통신망이라서 소비자와 관련된 부부에서도 실생활에 용이하게 이용될 수 있는 자료들이 많았다. 그리고 문의사항에 올려진 사건 수는 183건이고 공지사항은 234건으로 다른 사이트들보다 이용 실태가 좋은 편이었다. 그러나 사용자 문의사항에 대한 답변이 빠르면 2일 늦으면 6일 이상일 때도 있다는 점이 약간 아쉬운 점이였다.

여섯째, 서울대 소비자정보실은 서울대학교 생활과학대학 소비자학과에서 운영하고 있는데, 소비자교육과 소비자정보제공을 병행하고 있다는 점을 높이 살 수 있다. 그러나 제공하는 내용들이 소비자교육적인 측면이 있다고는 하나 너무 이론적이기 때문에 일반소비자

들에게는 좀 어려운 내용이 아닌가하는 생각이 든다. 또한 법의 경우는 해설은 자세하게 하고 사례를 함께 제시한다면 소비자들이 보다 쉽게 접근할 수 있다는 생각이 든다. 또한 일반 사용자들이 검색할 수 있는 공간이 부족하였고, 정보 제공적인 차원은 취약하였다.

일곱 번째, 한국 소비자 보호단체 협의회는 다른 홈페이지들보다 지난(호) 자료들을 많이 제공하고 있었고, 자료 정리도 잘 되어 있었다. 지적하고 싶은 점은 방명록을 검색하는 데서 발견한 의견인데, 한 사용자가 방명록, 상담/고발 검색, 상담/고발로 구별되어 있어 어디에 소비자 불만을 쓰고, 어디에 의견을 쓸 수 있는지 모르겠다는 내용이 있었다. 자료를 제공할 때 이용자들이 분명하게 이해할 수 있는 용어나 간단한 설명을 첨부하는 것도 소비자를 위한 하나의 서비스가 아닐까 생각한다

마지막으로 한국 소비자보호원은 이용자들이 이용할 수 있는 자료가 다양하고 분류가 잘 되어 있다는 느낌이 들었고, 특히 국외 동향과 정보제공 차원에서 뛰어났다.

2) 소비자 상담 사이트의 비교

<표 15> 소비자상담 사이트의 비교

소비자 사이트	상담	공개 상담	조회수 표시	찾는 길
· 공정거래 위원회	○	○	○	- 민원광장 - 질의 응답
· 대한 주부클럽연합회	○	○	○	- 상담실 - 소비자 문제
· 소비넷	○	○	×	- 소비자 상담실 - 상담하세요
· 소비자문제를 연구하는 시민의 모임	○	×	×	.
· 서울시 산업경제 정보통신망	×	×	×	.
· 서울대 소비자정보실	×	×	×	.
· 한국 소비자보호단체	○	○	○	- 게시판
· 한국 소비자 보호원	○	○	×	- 소비자 상담
· YMCA	○	○	○	- 소비자 네트워크 - 소비자 상담 게시판

각 기관에서 제공하는 소비자상담 사이트를 (1) 상담을 할 수 있는가? (2) 상담이 가능하다면 공개 상담인가? 비공개 상담인가? (3) 그럼 상담에 따른 조회수가 가능한가?로 나누어서 <표 15>와 같이 살펴보았다. 소비자상담이 소비자권익을 실현하는데 기여하기 위해서는 직접 상담을 하는 개별 소비자뿐만 아니라, 상담사이트를 방문하는 다른 소비자들도 상담사례를 통하여 소비자정보를 얻을 수 있어야 하며, 또한 소비자교육의 효과도 있어야 한다. 이르기 위해서는 공개상담이 매우 중요한데, 공개상담이 이루어지지 않고 있는 사이트들도 있는 것으로 나타났다.

IV. 사이버공간 소비자정보의 발전방향

정보사회의 기본원리는 기술가치, 지식가치, 문화가치로서의 정보사회의 원리가 수용자라는 인간가치를 중심으로 형성되어 있다는 점이다. 즉 인간은 스스로 결정한 목표 성취를 지향하고 있으며, 이러한 인간의 욕구를 충족시켜 줄 사회적 생산능력은 정보소비 곧 정보이용과 이용능력으로 표현된다. 그러므로 인간욕구의 충족은 정보의 생산 및 이용과정을 통하여 이루어진다는 것이다.

그러나 우리나라는 생활의 정보화 실태를 보면 뉴미디어의 이용자가 전체적으로 증가하고 있고, 일반 사람들이 정보통신매체가 신속하고 편리하다는 인식을 하고는 있으나, 아직은 현실적으로 기존의 미디어가 뉴미디어의 기능을 대체하지 못하고 있는 것으로 밝혀졌다. Comstock(1988)은 그 이유를 뉴미디어 사용에 따른 경제적 부담, 기존 미디어의 습관적 이용, 기존 미디어에 대한 만족감의 지속 등을 들었다.

수용자가 능동적 개체로 변모되어 가는 과정을 통하여 정보사회가 촉진된다고 볼 수 있다. 즉 전문성을 지닌 수용자가 기초집단이나 비전문집단에게 계몽하고 교육하는 정보화운동의 간접적인 커뮤니케이터이기도 하다. 그러므로 수용자가 스스로를 정보화운동의 전달자이자 채널로서 운반체라고 인식할 때, 커뮤니케이터로서의 수용자는 의견선도자로서 교육과 계몽의 두 역할을 동시에 수행할 수 있다. 이렇게 되면 수용자는 정보화운동의 기회비용과 사회적 비용을 효율적으로 절감할 수 있는 커뮤니케이터가 된다(김유경·박한우·김유신, 1998).

사이버공간에서 소비자정보를 제공해주는 사이트가 활성화되기 위해서는 소비자가 필요로 하는 정보가 실시간으로 소비자에게 전달될 수 있도록 계속해서 끊임없이 자료가 업데이트되어야 한다. 그런데 우리나라의 경우 정부기관뿐 아니라 학교를 비롯한 교육기관과 연구기관 및 민간소비자단체 모두 인적·물적 자원이 부족하여 신속하게 업데이트를 하지 못하고 있는 실정이다. 또한 대부분의 소비자정보를 제공하는 홈페이지가 기관의 홍보에 치중하고 있고, 소비자교육이나 정보제공 및 상담 부문은 취약한 실정이다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 소비자교육을 통하여 의식있는 소비자, 소비자정보를 적극적으로 탐색하는 소비자를 양성하여 정보운동에서처럼 이들이 의견선도자로서 다른 소비자를 교육하고 계몽하는 역할을 동시에 수행할 수 있도록 해야 한다.

현재 사회소비자교육을 하고 있는 소비자운동단체들은 재정적으로 취약하기 때문에 소비자교육을 활성화하기 어렵다. 그러므로 소비자운동단체들은 정보운동단체와 연합하여 정보공간을 활용함으로써 사회소비자교육의 가장 큰 문제점이라고 할 수 있는 교육참가자의 고정화문제와 낮은 참가율 문제를 해결할 수 있을 것이다. 또한 Peacenet과 마찬가지로 일반인들에게 정보화교육과 소비자교육을 동시에 시켜주고 이들 중에서 자원봉사자와 회원을 모집하는 방안도 마련해야 할 것이다. 소비자단체협의회는 관련학계, 한국소비자보호원, 기업 등과 협력하여 소비자교육자료에 관한 데이터베이스를 구축하고 계속하여 업데이트함으로써 효율적인 소비자교육을 할 수 있는 방안을 마련해야 할 것이다(서정희, 1999).

Peacenet([www\peacenet.or.kr](http://www.peacenet.or.kr))은 1996년에 두 명의 헌신적인 활동가에 의하여 시작되어 지금까지 17개 민간단체의 웹사이트 구축과 운영을 지원하고 있으며, 265K 전용선을 갖추고 5개의 모뎀 포트를 통한 PPP접속도 지원하고 있다. Peacenet의 지원을 받은 17개의 민간단체에는 대한성공회와 같은 종교기관과 한국기독교교회협의회, 기독교사회문제연

구원 등과 같은 종교단체뿐 만 아니라, 소비자보호단체협의회, 한국정신대문제대책연구소, 한국 여성의 전화 등의 사회운동단체들도 다수 포함되어 있다. Peacenet은 일반인들에게 정보화교육을 시켜주고 교육받은 사람들 중에서 자원봉사자를 구하는 방식을 이용하고 있는데 매우 효과적이라고 한다(윤영민, 1998).

마지막으로 현재 자원이 부족한 상황에서 사이버공간에 소비자정보를 제공해주고 있는 단체들은 서로 유기적으로 연락하고 협력할 수 있는 기구를 조직해서 서로 역할을 분담하고 제공하는 정보도 서로 겹치지 않도록 특색있는 홈페이지를 운영하기 위하여 노력해야 한다. 예를 들면 공정거래위원회에서 제공해주고 있는 법령정보를 그대로 한국소비자단체협의회에서 제공하는 것은 피해야 한다는 점이다. 그럴 경우 공정거래위원회의 사이트를 찾아보도록 안내를 하는 것이 더 바람직하다고 본다. 특히 한국소비자보호원은 다른 단체에 비하여 자료를 많이 보유하고 있으므로 이러한 자료를 소비자나 소비자단체, 소비자문제전문가, 소비자교육전문가들이 쉽게 활용할 수 있는 교육자료로 제작하여 제공할 필요가 있다고 본다.

참고문헌

- 김문조(1998). 정보사회: 본질과 유형. 정보화 시대의 매체정책과 문화정책(언론학회-사회학회 공동세미나). 41-58.
- 김유경 · 박한우 · 김유신(1998). 한국 사회의 정보화 촉진을 위한 커뮤니케이션의 역할: 정보화운동을 중심으로. 정보화 시대의 매체정책과 문화정책(언론학회-사회학회 공동세미나). 61-102.
- 서정희(1999). 21세기 소비자주권시대를 실현하기 위한 소비자교육의 과제와 방향. 소비문화연구 제 2권 1호. 119-138.
- 윤영민(1998). 전자적 시민사회의 형성: 정보운동을 중심으로 본 전망. 정보화 시대의 매체정책과 문화정책(언론학회-사회학회 공동세미나). 575-596.
- 이은희 · 서정희(1992). 상품별 소비자정보 요구의 내용에 관한 연구. 소비생활연구 9호. 61-71.
- Comstock(1988). The Four Domains of Communication Research. N. W. Sharp(ed.). Communication Research: The Challenge of the Information Age. New York: Syracuse Univ. Press.

참고자료

1. 소비자 관련 사이트 소개

관련 사이트 소개	
1. 공정거래 위원회	http://www.ftc.go.kr
2. 대한 주부클럽연합회	http://jubuclub.or.kr
3. 소비넷	http://sobinet.cpb.or.kr
4. 소비자문제를 연구하는 시민의 모임	http://www.cacpk.org
5. 서울시 산업경제 정보통신망	http://econo.metro.seoul.kr
6. 서울대 소비자 정보실	http://plaza.sun.ac.kr
7. 한국 소비자보호단체협의회	http://www.consumernet.or.kr
8. 한국 소비자 보호원	http://www.cpb.or.kr
9. YMCA	http://www.ymca.or.kr
10. The Consumers Union	http://www.consumersunion.org
11. United Nations ESCAP	http://www.unescap.org
12. Asia Pacific NGO Forum	http://www.cacpk.org/ngo
13. Consumers International	http://www.consumersinternational.org

2. 인터넷 쇼핑몰 소개

인터넷 쇼핑몰		
1	쇼핑나라	http://www.aa.co.kr
2	쇼핑몰 PAK	http://pak.cholbiz.com
3	시티몰	http://www.feelshop.com
4	39쇼핑	http://39.ssmart.co.kr
5	레이보피아	http://www.laborpia.com
6	세솔 홈쇼핑	http://www.e-trade.co.kr
7	전자랜드 21 인터넷 쇼핑몰	http://www.etland.co.kr
8	DACOM SopPlaza	http://www.shopplaza.net
9	Inter Park	http://www.interpa가.com
10	UNI PLAZA	http://www.uniplaza.co.kr
11	헬스피아 건강쇼핑몰	http://shopping.healthpia.net
12	원터치 텔레콤	http://telmart.co.kr
13	국민카드 홈쇼핑	http://www.kookminicard.co.kr
14	마이더스 동아일보 테마쇼핑	http://ec.donGA.COM
15	모두 텔마트	http://modu.net
16	모든 텔레콤	http://www.015.com
17	미래전자가전쇼핑몰	http://mirae-eletric.co.kr
18	사요	http://www.sayo.co.kr
19	삼성인터넷 쇼핑몰	http://www.sism.co.kr
20	신비몰	http://www.shinbimall.com
21	신세계 사이버 쇼핑몰	http://cybermall.co.kr
22	알토란	http://www.altoran.com
23	에어컨 프라자	http://airconshop.co.kr
24	와마켓	http://www.wamarket.com
25	이지클럽	http://www.easyclub.co.kr
26	인컴21선물시장	http://www.incom21.com
27	인터넷쇼핑몰 bestore.com	http://www.bestore.com
28	인터넷 토탈쇼핑 CityLove	http://www.citylove.com
29	인터넷 한겨레 마을	http://hani.ssmart.co.kr
30	충북지역 생산품 유통시스템	http://www.provin.chungbuk.kr:8080
31	테크노마트 쇼핑몰	http://www.cybertechnomart.com
32	하이마트	http://www.himart.co.kr
33	한솔 CS클럽	http://www.hansoles.co.kr
34	CHATV 홈쇼핑 chatshop	http://www.chatv.co.kr
35	Freeweb 쇼핑몰	http://shop.freeweb.co.kr
36	하이텔 홈쇼핑	http://www.hitelshop.com
37	iTV 내외플라자	http://www.nplaza.co.kr
38	LG TWINPIA	http://www.twinpia.com
39	LG 홈쇼핑 인터넷 쇼핑몰	http://www.lgus.co.kr
40	기프트 서울	http://www.giftseoul.co.kr

인터넷 쇼핑몰		
41	매경 인터넷 쇼핑몰	http://www.mkmall.co.kr
42	TOP5 쇼핑몰	http://top5.co.kr
43	유니크 마트	http://www.uniquemart.co.kr
44	Kmall	http://www.kmall.com
45	HiTEL SHOP	http://www.hitelshop.com
46	SeoulCyberPlaza	http://secplaza.co.kr
47	Zibro	http://www.zibro.co.kr
48	(주) 대우 넥스토아	http://freeshop.co.kr
49	LG 유통 shoppoint	http://www.shoppoint.co.kr
50	골목시장	http://golmok.com
51	디투디넷	http://www.dtod.net
52	롯데 인터넷 쇼핑	http://club.shopping.co.kr
53	메타랜드	http://www.metaland.com
54	오픈 타운	http://www.opentown.com
55	에스카드 쇼핑몰(외환카드)	http://www.yescard.co.kr
56	우편주문판매	http://www.mic.go.kr
57	인터넷 쇼핑가이드	http://www.ppp.co.kr
58	CJ SHOP(제일제당쇼핑몰)	http://www.cjshop.com
59	코오롱 샵	http://www.kolonshop.com
60	현대 인터넷 백화점	http://www.hyundiadept.com
61	숍바인더	http://www.shopbinder.com
62	웹 나라	http://www.webnara.com
63	에누리 정보	http://www.enuri.com
64	하우머치	http://www.howmuch.co.kr
65	(주) 월드쇼핑	http://www.worldsh.co.kr
66	(주) 정호 코리아	http://jhkorea.co.kr
67	마트피아	http://www.martpia.com
68	시드니의 전주상인 보부상	http://www.poom.com
69	Libzone	http://www.libzone.co.kr
70	몰스파이	http://www.mallspy.com
71	미스터클릭코리아쇼핑가이드	http://galaxy.channeli.net
72	쇼핑 사이트	http://shopping.site.개
73	쇼핑 하우스	http://shoppinghouse.com
74	스토어넷	http://www.storenet.co.kr
75	야비스	http://www.yavis.com
76	원스톱 몰	http://onestopmall.co.kr
77	인터넷 비즈니스	http://my.netian.com
78	인터넷 쇼핑가이드	http://shopguide.sio.net
79	인트로 샵	http://venture.kyunghee.ac.kr
80	코리아 마켓 링크	http://www.market.co.kr

인터넷 쇼핑몰		
81	E-C center	http://www.webpro.co.kr
82	서울 네트워크 쇼핑몰	http://www.seoul.net
83	LEO 쇼핑	http://www.leo.co.kr
84	Cool Sale Shopping	http://www.coolsale.com
85	NEO Gate	http://hiweb.kornet.nm.kr
86	멀티샵	http://multishop.co.kr
87	롯데 인터넷 백화점	http://lotte.shopping.co.kr
88	쇼핑월드	http://www.shoppingwd.co.kr
89	Shop 마당	http://www.shopmadang.com
90	하이텔 홈 쇼핑	http://ezshop.hitel.net
91	E web	http://www.eweb3.com
92	사이버 시티	http://www.ccity.co.kr
93	세원전자 상가	http://www.sewoon.com
94	LG 유통	http://www.lgmart.co.kr
95	터치 넷	http://www.touch.co.kr
96	Price Information	http://www.pi.co.kr
97	Seek MART	http://www.seekmart.com
98	Big Sale	http://www.bigsale.com
99	모찬니 쇼핑몰	http://www.x-shop.co.kr
100	Shop Finder	http://www.shopfinder.net