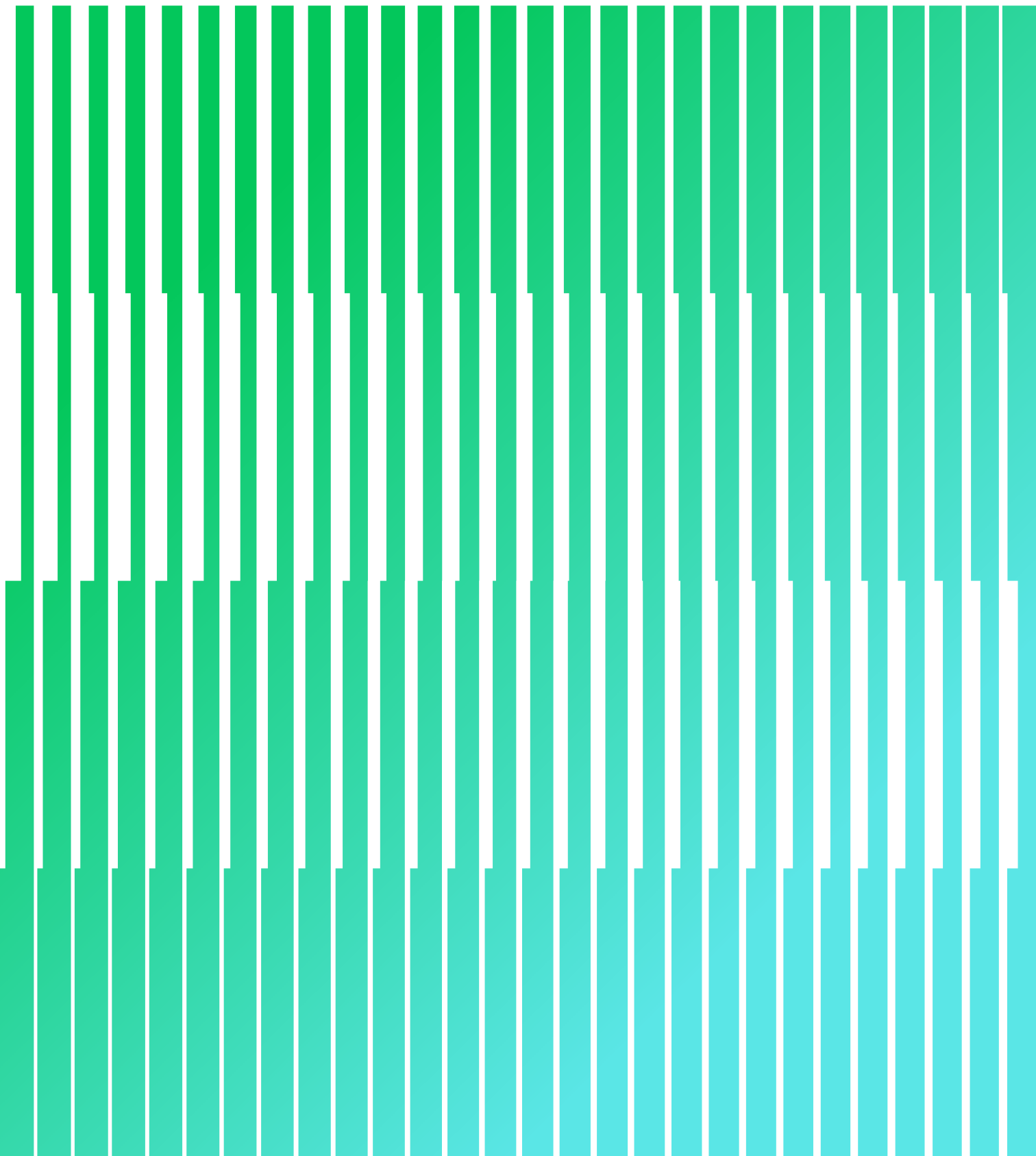


네이버 소비자 분쟁 데이터 분석 보고서

NAVER

네이버 이용자보호 및
자율규제위원회

연세대학교 최난설현 교수
한국소비자연맹 정지연 사무총장
성균관대학교 이대호 교수



목차

요약	2
① 연구 개요	4
② 연구 방법 및 진행	6
③ 분석 결과	10
④ 신규 분류 체계 제안	19
⑤ 주요 발견 및 합의점	27
⑥ 소비자 분쟁 감소를 위한 제언	29
⑦ 결론	33

요약

네이버는 판매자-구매자 간 건전하고 안전한 거래를 위해 분쟁조정센터를 운영하고 있으며, 자율규제위원회는 이에 대해 공정한 분쟁 조정을 위한 체계적인 시스템을 갖췄다고 평가한 바 있습니다. 본 연구는 이러한 자율규제의 연장선에서 실제 소비자 분쟁 데이터를 전수 분석함으로써 플랫폼 환경에서 발생하는 소비자 분쟁의 유형과 구조적 특성을 이해하고 반복적으로 발생한 분쟁의 신속한 해결을 위해 지금 보다 효과적으로 분쟁을 관리할 수 있는 방안을 제시하고자 합니다.

네이버 소비자 분쟁의 주요 특징

분쟁은 판매자의 '연락두절'과 '거부' 두 축으로 구성됩니다.

판매자 연락두절과 판매자 거부가 대부분의 분쟁 유형을 설명합니다. 거부는 책임·증빙·비용 협상으로 처리 기간·이력·미해결률이 모두 높고, 연락두절은 한쪽 응답 중단으로 강제환불 등을 통해 비교적 빠르게 해결되며 두 유형은 상이한 처리 방식 및 속도를 보입니다.

금액·상품군·인입채널이 분쟁 난이도와 밀접한 관련을 보입니다.

고액 분쟁(30만원 이상), 고액 내구재 상품군, 외부기관 유입 분쟁은 저가·소모재 상품군·고객센터 유입 분쟁 대비 미해결률이 상대적으로 높게 나타납니다.

소비자 분쟁 조정은 다양한 요인의 복합적인 영향을 받습니다.

실제 분쟁에서는 단순변심·상품 상태·개봉 여부·수거 완료 여부·판매자 응답 여부·증빙 확보 여부가 동시에 작용하여, 단일 분류값 관리만으로는 처리 난이도와 해결 가능성을 충분히 파악하기 어렵습니다. 따라서 분쟁 조정 인입 시, 보다 세분화된 기준으로 평가하고, 평가 방식과 기준 자체를 함께 고도화해나갈 필요가 있습니다.

외부 소비자상담 데이터를 보면 네이버의 분쟁 조정 기능이 비교적 잘 작동하고 있습니다.

2025년 외부 소비자상담센터에 접수된 네이버 관련 상담 건수는 많았으나, 피해구제율은 83.6%로 구제 기능이 비교적 잘 작동하고 있음을 확인했습니다. 이는 접수되는 분쟁 건수 자체를 줄이는 방향으로도 노력을 확장할 여지가 있음을 보여주며, 향후 네이버의 소비자보호 수준은 '사후 피해구제'와 '분쟁 발생 자체의 감소' 두 축을 함께 갖출 때 높아질 수 있음을 시사합니다.

소비자 분쟁 감소를 위한 제언

① 분쟁 발생의 사전 예방

네이버는 위원회의 개선 권고에 따라 분쟁조정센터 내 분쟁처리절차 설명을 보강하는 한편, 반복적으로 발생하는 문제 행위를 자체적으로 정의하여 시스템 개선 및 정책 보강을 통해 선제적으로 대응해왔습니다. 연락두절 판매자에 대한 제재를 구매자 신고 기반으로 강화(25.6)하고, 허위 송장 사용에 대한 페널티를 자동 부과(25.10)하는 한편, 국내 출고로 안내 후 해외배송으로 전환하는 행위를 제재(25.12)하는 등 지속적으로 개선해왔습니다. 연구는 이러한 노력을 긍정적으로 평가하며, 소비자 분쟁 데이터 분석 기반으로 필요한 대응 체계 보완 및 강화를 추진할 것을 권고합니다

② 발생한 분쟁의 신속한 해결

전수 조사 결과, 네이버는 신속한 분쟁 해결에 상당한 성과를 보이고 있습니다. 본 연구는 이러한 성과를 데이터 기반으로 한층 더 정교화하기 위해, 분쟁 원인·판매자 대응·증빙 상태·처리 과정을 반영한 신규 분류 체계를 제안합니다. 이를 통해, 접수 단계부터 위험도를 조기에 산정해 고위험·복합 분쟁을 집중 관리하는 등, 처리 난이도에 따른 차등 대응 체계를 지속적으로 고도화해 나갈 것을 권고합니다.

네이버는 개별 거래의 직접 판매자가 아니라 소비자와 판매자를 연결하는 플랫폼이므로, 본 연구에서 살펴본 소비자 분쟁 문제를 해소하는 데에는 구조적 제약이 따릅니다. 그러나 거래 데이터를 축적·분석할 수 있는 위치에 있으므로, 이를 외부기관과의 협력적 파트너십으로 연결한다면 ①사전 예방과 ②신속한 해결의 두 축을 함께 갖춘 소비자 보호 플랫폼 자율규제 모델의 선례가 될 수 있을 것입니다.



1 연구 개요



1.1 연구 배경

네이버는 플랫폼 기업으로서 소비자와 판매자를 연결하는 중개자 역할을 수행하며, 거래 과정 전반에 관여합니다. 그러나 동시에 직접적인 판매자가 아니라는 플랫폼의 구조적 특성으로 인해, 개별 소비자 분쟁의 해결 과정에서 일정한 제약을 가집니다. 그럼에도 불구하고 플랫폼을 통한 거래 규모가 확대되면서, 이용자 보호에 대한 사회적 요구와 플랫폼의 책임은 지속적으로 커지고 있습니다. 이에 따라 플랫폼 차원에서 소비자 분쟁을 사후에 처리하는 것을 넘어, 데이터 기반으로 사전 대응할 수 있는 체계를 마련할 필요가 제기되었습니다.

1.2 연구 목적

본 연구는 네이버에 접수된 실제 소비자 분쟁 데이터를 빅데이터 분석 관점에서 체계적으로 분석함으로써, 플랫폼 환경에서 발생하는 소비자 분쟁의 유형과 구조적 특성을 규명하고자 합니다. 나아가 기존 분쟁유형 체계가 실제 소비자 분쟁의 복합적인 원인과 처리 과정을 충분히 설명하는지 검토하고, 텍스트 기반 분석을 통해 분쟁의 세부 쟁점과 처리 흐름을 보다 정교하게 파악하고자 합니다. 이를 통해 플랫폼이 보다 효과적으로 분쟁을 관리하고, 고위험 분쟁을 조기에 식별하며, 반복적으로 발생하는 분쟁에 대해 사전에 대응할 수 있는 방안을 제시하고자 합니다.



2 연구 방법 및 진행



2.1 데이터 개요

본 연구는 2025년 네이버에 접수된 소비자 분쟁 데이터 전수를 사용하였습니다. 해당 데이터는 구조화된 수치 데이터와 원문 텍스트 두 가지 유형으로 구성되었습니다. 구조화된 수치 데이터에는 분쟁유형(대·중·소), 상품군, 관련서비스, 인입채널, 해결여부 등 분쟁의 범주를 나타내는 항목형 변수와 결제금액, 이력 등 규모나 횟수를 나타내는 수치형 변수, 등록일과 최종처리일 등 처리 시점을 나타내는 날짜형 변수가 포함됩니다. 원문 텍스트는 접수내용과 최종처리내용으로 구성되며, 각각 분쟁 접수 당시의 문제 제기 내용과 이후 처리 과정 및 최종 결과를 담고 있습니다.

2.2 탐색적 데이터 분석(EDA)

먼저, 구조화된 수치 데이터를 활용하여 분쟁의 전반적 구조와 처리 양상을 탐색적으로 분석하였습니다. 변수 분포 및 교차 분석을 통해 분쟁유형, 상품군, 인입채널, 관련서비스 등 주요 항목형 변수의 분포를 확인하고, 변수 간 교차 구성을 비교하였습니다. 또한 등록일과 최종처리일의 차이를 바탕으로 산출한 처리기간과 이력을 분석하여 분쟁 유형별 처리 소요와 처리 복잡도의 차이를 파악하고자 하였습니다. 결제금액은 일부 고액 거래의 영향으로 평균이 왜곡될 수 있으므로 금액대별 구간을 함께 분석하였습니다.

분석 방법	내용
변수 분포 및 교차 분석	분쟁유형, 상품군, 인입채널, 관련서비스별 분쟁 빈도와 항목형 변수 간 교차 구성 분석
처리기간 및 이력 분석	처리기간(최종처리일-등록일)과 이력을 통해 분쟁 처리 복잡도 파악
금액대 구간별 분석	결제금액을 구간화하여 일부 고액 거래가 평균을 왜곡하는 문제를 보완
키워드 분석 병행	정량적 분포 차이가 어떤 내용적 특성에서 비롯되는지 보완 해석

2.3 텍스트 기반 군집화

EDA는 정형 변수를 중심으로 분쟁의 전반적인 분포와 처리 양상을 파악하는 데에는 유용하지만, 개별 분쟁의 세부 원인과 실제 처리 과정을 설명하는 데에는 한계가 있습니다. 이에 본 연구는 이러한 한계를 보완하기 위해 접수내용과 최종처리내용 등 원문 텍스트를 활용한 분석을 수행하였습니다. 텍스트 분석은 분쟁의 원인 구조와 결과처리 흐름 구조를 파악하는 두 방향으로 진행하였습니다. 먼저, 분쟁의 원인과 세부 쟁점을 파악하기 위해 기존 분쟁유형 체계에서 분쟁의 원인과 쟁점에 해당하는 분쟁유형(소)을 기준으로 군집화를 수행하였습니다. 다음으로, 동일한 최종 결과가 어떤 처리 과정과 근거를 통해 도달했는지 파악하기 위해 해결여부를 기준으로 군집화를 수행하였습니다.

분석을 위하여, 우선 LLM 기반 텍스트 구조화를 통해 상담 기록 데이터를 일정한 틀로 정리하였으며, BERTopic 을 통해 군집화를 수행하고, 마지막으로 LLM을 이용하여 군집화 결과를 해석하고 군집 별 이름을 결정하였습니다.

분석 기법	내용
(1) LLM 기반 텍스트 구조화	길고 형식이 제각각인 상담 기록을 시로 요약하여 일정한 틀로 정리 접수내용과 처리내용에서 핵심 갈등, 주요 쟁점, 결론 사유만 추려 분석 가능한 형태로 변환
(2) BERTopic 군집화(클러스터링)	내용이 비슷한 분쟁끼리 자동으로 묶어 군집을 형성 글의 의미를 수치로 변환(임베딩 모델: Octen-Embedding-8B)해 가까운 것끼리 분류, 어느 군집에도 속하지 않는 사례는 제외 · 원인 기준: '무엇이 분쟁을 일으켰는가'로 묶기 위해 사건내용만 사용하고 처리 결과는 제외 · 결과 기준: '어떻게 마무리됐는가'로 묶기 위해 종결 사유만 사용
(3) 군집 해석 및 LLM 명명	각 군집을 대표하는 사례 10건과 군집 대표 키워드 15개를 바탕으로 LLM이 군집의 명칭과 특징을 정리 너무 짧거나 긴 글은 제외하고 평균 길이에 가까운 사례를 선정, 군집 명칭과 분류 근거, 주요 패턴 등을 생성

2.4 수동 병합

BERTopic 기반 군집화는 텍스트의 어휘적·의미적 유사성에 따라 군집을 형성하므로, 자동 군집 결과만으로 실제 분쟁 처리 맥락을 충분히 반영하는 데에는 한계가 있습니다. 이로 인해 유사한 의미가 서로 다른 표현으로 나타나는 경우 이를 동일한 구조로 인식하지 못할 수 있고, 반대로 자주 등장하는 공통 단어의 영향으로 운영상 구분되어야 할

사례가 하나의 군집에 가깝게 묶일 수 있습니다. 또한 분쟁의 법적 쟁점, 조정관·플랫폼 개입 방식, 수거·검수 절차, 최종 종결 방식과 같은 요소는 단순한 텍스트 유사성만으로는 충분히 설명되기 어렵습니다. 따라서 본 연구는 자동 군집 결과를 1차 후보로 활용하되, 군집의 해석 가능성과 실무 적용 가능성을 높이기 위해 의미 단위의 수동 병합을 수행하였습니다.

수동 병합은 LLM이 생성한 군집의 명칭과 특징 설명을 중심으로 검토하였습니다. 분쟁유형(소) 기준 군집의 경우 구매자 요구, 판매자 대응 방식, 주요 분쟁 원인, 고유 쟁점의 유사성을 기준으로 병합하였습니다. 해결여부 기준 군집의 경우에는 조정관 및 플랫폼의 개입 방식, 처리 프로세스, 최종 종결 방식, 고유 쟁점의 유사성을 기준으로 병합하였습니다. 병합 결과의 의미적 타당성은 군집별 LLM 명명 유사도를 활용하여 사후 보조 검토하였습니다.

2.5 신규 분류 체계 구성 및 타당성 확보

수동 병합을 거쳐 확정된 군집을 기반으로, 기존의 단일 차원 분류를 다차원 신규 분류 체계로 재구성하였습니다. 한 분쟁이 복수 특성을 가질 수 있는 차원은 다중선택을 허용하여 분쟁의 복합적 성격을 그대로 나타냈습니다. 이에 따라 분쟁유형은 판매자 대응 유형, 구매자 요청 유형, 분쟁 원인 유형(다중선택), 세부 원인·쟁점(다중선택)으로, 해결여부는 최종 상태, 종결 메커니즘, 제공 조치(다중선택)로 분리하였습니다.

본 연구가 제안하는 신규 분류 체계가 기존 분류 체계보다 분쟁의 처리 결과를 잘 설명하는지 검증하기 위해 다양한 통계적 기법을 활용하여 그 타당성을 정량적으로 분석하였습니다. 검증에 사용된 방법론은 아래와 같습니다.

검증 방법	원본 데이터를 신규 분류로 재분류한 뒤, 기존 분류와 신규 분류를 각각 입력 변수로 사용해 해결여부, 처리기간, 이력의 예측 성능을 비교
모델 및 설정	해결여부: 로지스틱 회귀와 Random Forest/처리기간,이력: Random Forest , 5-fold 교차검증
평가 지표	해결여부는 정확도와 F1(macro), 소수 클래스 반영 위해 per-class(precision·recall·F1) 까지. 처리기간·이력은 R^2 (결정계수).



3 분석 결과

3.1 분쟁 현황 (EDA)

구조화된 분쟁 데이터를 활용하여 분쟁의 발생 분포와, 주요 차원(분쟁유형, 상품군, 인입채널, 관련서비스)이 처리기간·이력·해결여부·금액대 변수와 이루는 교차 양상을 분석하였습니다.

분석 결과 분쟁의 대부분이 판매자가 응답하지 않거나 구매자 요구를 수용하지 않는 상황과 관련되어 있습니다. 거부는 책임·증빙·비용 협상으로 처리기간·이력·미해결률이 모두 높고, 연락두절은 한쪽 응답 중단으로 강제환불 등을 통해 비교적 빠르게 해결되며 두 유형은 상이한 처리 방식 및 속도를 보입니다.

해결 여부 분포를 살펴보면 전체 분쟁 중 대부분이 해결되나, 해결건 중 상당수의 분쟁이 대안이나 보상금 지급 등 플랫폼의 적극적 조정 노력을 통해 해결되는 것으로 나타났습니다. 이는 동일한 유형의 분쟁이라도 어떤 요인에 따라 해결, 미해결, 대안해결, 보상금해결 등으로 나뉘는지 추가적으로 살펴볼 필요가 있음을 시사합니다.

금액 · 상품군 · 인입채널이 분쟁 난이도와 밀접한 관련을 보입니다. 고액 분쟁(30만원 이상), 고액 내구재 상품군, 외부기관 유입 분쟁은 저가·소모재 상품군·고객센터 유입 분쟁 대비 미해결률이 상대적으로 높게 나타납니다.

마지막으로, 같은 분쟁유형으로 분류된 사례라도 해결여부, 처리기간, 이력에서 차이가 나타나, 같은 소분류 안에도 난이도가 다른 쟁점이 섞여 있을 가능성을 시사합니다. 소비자 분쟁 조정은 다양한 요인의 복합적인 영향을 받습니다. 실제 분쟁에서는 단순변심·상품 상태개봉 여부·수거 완료 여부·판매자 응답 여부·증빙 확보 여부가 동시에 작용하여, 단일 분류값 관리만으로는 처리 난이도와 해결 가능성을 충분히 파악하기 어렵습니다. 따라서 분쟁 조정 인입 시, 보다 세분화된 기준으로 평가하고, 평가 방식과 기준 자체를 함께 고도화해나갈 필요가 있습니다.

외부 소비자상담 데이터와 교차 검증

소비자가 플랫폼의 대응에 만족하지 못한 경우 한국소비자원·소비자단체·지방자치단체 등이 운영하는 1372 소비자상담센터나 서울시전자상거래센터 등 외부 소비자상담기관을 찾게 됩니다. 따라서 네이버 내부 분쟁데이터와 외부 소비자상담 데이터를 함께 살펴보는 것은 네이버의 소비자보호 체계를 보다 객관적으로 평가하고, 내부적으로는 잘 드러나지 않는 소비자 불편과 반복 피해의 구조를 확인한다는 점에서 의미가 있습니다.

1372 소비자상담 데이터

2025년 1372 소비자상담센터에 접수된 주요 온라인 플랫폼 관련 상담은 47,162건으로 전체 소비자상담의 19.7%를 차지했습니다. 이는 2024년 36,728건보다 28.4% 증가한 것으로, 전체 소비자상담 증가율 12.7%의 두 배를 넘는 수준입니다. 사업자별로 보면 네이버 관련 상담은 두번째로 많았으며, 이 중 전통적인 전자상거래 분쟁 유형인 품질 문제가 28.5%로 가장 많았고, 청약철회 25.5%, 계약불이행 17.0%, 계약해제·위약금 14.4% 순이었습니다. 네이버가 가진 중개형 거래구조의 특성으로 인해 직매입 비중이 높은 타사 대비 청약철회와 판매자 책임을 둘러싼 문제가 상대적으로 두드러졌습니다.

서울시 전자상거래센터 상담 데이터

서울시 전자상거래센터의 2025년 상담 데이터에서도 플랫폼 관련 상담은 1,286건으로 전체 7,125건의 18.0%를 차지했다. 이 가운데 네이버 스마트스토어에서 발생한 피해유형은 계약취소·반품·환급이 49.3%, 제품불량·하자 16.4%, 계약변경·불이행 8.9%에 이어 운영중단·폐쇄·연락불가 7.6%로 나타났습니다.

한편 서울시 전자상거래센터에서 네이버 관련 상담의 피해구제율은 83.6%로 나타났는데, 네이버가 분쟁 발생 이후 소비자 피해를 구제하는 기능이 상당 부분 작동하고 있음을 보여줍니다. 다만 반품·환불 및 판매자 연락 문제와 같은 상담이 계속 접수되고 있다는 점은, 사후 피해구제의 성과를 동일·유사 분쟁의 재발 방지로도 확장할 여지가 있음을 시사합니다. 따라서 향후 네이버의 소비자보호 수준은 이 두 축—사후 피해구제의 성과와 분쟁 발생 자체의 감소—을 함께 살펴볼 필요가 있습니다.

3.2 텍스트 군집화 결과

텍스트 분석은 먼저 접수내용과 최종처리내용 등 원문 분쟁 텍스트를 LLM으로 구조화하여 분석 가능한 형태로 정리한 뒤, BERTopic 기반 군집화를 수행하는 방식으로 진행되었습니다.

3.2.1 군집화(클러스터링)

군집화에 충분한 표본을 확보하기 위해, 분쟁유형(소)는 1,000건 이상인 8개 카테고리에 대해서만 군집화를 수행하였습니다. 군집화 결과, 8개 분쟁유형(소)에서 총 78개, 5개 해결여부에서 총 72개 군집이 도출되었으며, 도출된 군집의 품질과 안정성을 확보하기 위해, 실루엣, Davies-Bouldin 지수, 재학습 ARI, 멤버십 확신도 지표 를 정량적으로 점검하였습니다. 분석 결과, 전 카테고리가 종합 '양호' 또는 '우수'로 평가되었습니다.

3.2.2 LLM 명명

각 군집에서 텍스트 길이 중앙값 부근의 대표 사례 10건(각 400자 이내)과 대표 키워드 15개를 LLM에 제시하여, 군집 명칭·명명 근거·분쟁 구조·주요 패턴·특징적 키워드를 생성하였습니다.

대표 사례 10건 + 키워드(c-TF-IDF) 15개

→

LLM 해석

→

명칭 · 근거 · 분쟁 구조 · 패턴 · 키워드

대표 군집 명칭

분쟁유형(소) · 대표 명칭	
상품불량/파손	부패·변질 전액환불 vs 부분보상, 하자 주장 vs 판매자 미인정, 보증기간 경과 교환거부
배송지연/누락/미배송	배송지연 환불요청 갈등, 부분 누락 환불 분쟁, 허위송장 미배송 환불
단순변심	구매확정 후 반품요청, 포장훼손 반품거부, 배송비 부담 주체 갈등
상품정보상이	광고 성능 미달 vs 반품거부, 가품 의심 반품, 설치 호환성 불일치 반품
기타	설치 과정 손상 책임 분쟁, 미사용 상품권 환불거부, 배송비 미고지 착불청구
오배송	사이즈 불일치 반품, 색상 불일치 무상반품, 주소지 오류 미수령 환불
반품	연락두절 강제환불, 불량 상품 연락두절 플랫폼 처리, 가품 의심 강제환불
반품배송비	해외 반품비 과다청구, 하자 주장 vs 배송비 전가, 설치 실패 후 배송비
해결여부 · 대표 명칭	
해결	전자상거래법 청약철회 강제환불, 조정관 중재 합의 환불, 판매자 직접 환불
미해결	연락두절 합의 불가, 청약철회 기한 경과 권리 차단, 검수 결과 신뢰 조정 실패
대안해결	플랫폼 주도 환불, 가품 의심 신고 경로 전환, 재배송 합의
보상금해결	부분 보상 합의 중재, 전자상거래법 보상금 합의, 수거 지연 보상
없음	연락두절 미해결, Q&A 답변 반송 처리, 일방 환불 종결

*** 군집 품질 지표**

- 실루엣(silhouette): 군집 내 응집도와 군집 간 분리도를 -1~1로 나타낸 지표 (클수록 좋은 군집)
- Davies-Bouldin 지수: 군집의 조밀함 대비 군집 간 거리를 평가한 값 (0에 가까울수록 좋은 군집)
- 재학습 ARI: 재군집화 결과가 기존과 얼마나 일치하는지를 본 값 (1에 가까울수록 안정적)
- 멤버십 확신도: 데이터가 배정된 군집에 얼마나 확실히 포함하는지 나타내는 지표(높을수록 경계가 분명)

3.2.3 수동 병합

군집을 그대로 쓰지 않고 운영 활용 가능성을 고려해 수동 병합을 진행했습니다. 단순 키워드 유사성이 아니라 분쟁 원인, 구매자 요구, 판매자 대응 방식, 증빙 여부, 수거·검수 과정, 조정관·플랫폼 개입 방식, 최종 종결 방식의 유사성을 정성 평가하였습니다. 그 결과 분쟁유형(소)은 78개 군집을 60개 신규 유형으로, 해결여부는 72개 군집을 31개 신규 유형으로 통합했습니다.

분쟁유형(소) · 78개 → 60개

카테고리	군집 수 → 병합 수	신규 유형 (병합 라벨)
상품불량/파손	15 → 10	하자주장, 검수근거, 부패변질, 수거환불지연, 세탁책임, 배송파손, 제조사 확인, 수거거부, 보증, 교환전환
단순변심	12 → 10	포장훼손, 사용흔적, 환불지연, 구매확정, 배송비, 수거지연, 주문제작, 교환, 비대면, 디지털
상품정보상이	12 → 8	실물 정보불일치, 광고성능, 가품, 리뉴얼, 환불지연, 이용권, 원산지, 호환성
기타	10 → 9	수거지연, 반품배송비, 환불지연, 설치손상, 미사용, 배송지연, 상품불일치, 포장개봉, 배송비 미고지
오배송	8 → 6	기본형, 사이즈, 색상, 상품정보, 개봉 훼손, 주소지 오류
반품	8 → 6	미배송반품, 기본형, 오배송, 불량, 주소지오배송, 가품
반품배송비	7 → 7	배송전취소, 정보불일치, 해외배송비과다, 하자, 자동수거, 설치실패, 포장비청구
배송지연/누락/미배송	6 → 4	기본형, 부분누락, 허위송장, 통관

해결여부 · 72개 → 31개

해결	20 → 9	연락두절 플랫폼강제, 법적강제, 수거합의, 배송누락, 직접환불, 중재합의, 배송비차감, 불량인정, 포장훼손
미해결	15 → 8	연락두절 절차중단, 상품특성 거부, 증거불일치형, 반품정책 거부, 검수정 상판정, 기한경과, 플랫폼권한한계, 보증기간
없음	17 → 7	거부근거 미수용, 판매자 환불처리, QA답변 반송완료, 연락두절, 수거지 연, 상표법위반, 가짜송장
대안해결	6 → 4	플랫폼개입, 법적개입, 재배송합의, 가품신고
보상금해결	14 → 3	조정관 중재형, 플랫폼 보상형, 수거지연보상

3.2.4 군집별 특성 도출을 위한 통계 분석

병합으로 도출된 신규 유형별 처리기간, 해결여부를 분석한 결과, 동일한 기존 분쟁유형 또는 동일한 해결 결과 안에서도 처리 양상이 크게 달라지는 지점을 확인했습니다. 특히 처리 난이도는 기존 분쟁유형 하나로 설명되기보다, 신규 유형에 포함된 책임 판단 여부, 정책기한 쟁점, 증빙 및 검수 과정, 종결 메커니즘에 따라 달라졌습니다.

(가) 분쟁유형(소) 신규 유형.

신규 유형 단위로 보면, 책임기한·정책 판단이 필요한 유형은 미해결률과 처리기간이 높게 나타났습니다. 예를 들어 설치손상, 서비스 이용권 오인, 보증기간 경과, 호환성 불일치, 설치실패 등은 책임 소재나 적용 기준을 판단해야 하므로 합의가 지연되거나 미해결로 남는 비율이 높습니다. 반면 반품 승인 후 환불지연, 주소지 오배송처럼 절차나 책임이 비교적 명확한 유형은 해결되는 비율이 높았습니다.

신규 유형	소속 분쟁유형(소)
-------	------------

미해결률 상위 – 책임·기한·정책 판단형

설치손상	기타
서비스 이용권 오인	상품정보상이
보증기간 경과	상품불량/파손
호환성 불일치	상품정보상이
설치실패	반품배송비

해결률 상위 – 절차 명확형

반품 승인 후 환불지연	단순변심
주소지 오배송	반품

처리기간 상위 – 하자·책임 판단형

설치실패	반품배송비
호환성 불일치	상품정보상이
배송 파손	상품불량/파손
광고 성능 미달	상품정보상이

보상금해결 상위 – 비용·하자 타협형

하자 주장	반품배송비
개봉 훼손	오배송
정보 불일치	반품배송비
부패 변질	상품불량/파손

(나) 해결여부 신규 유형.

분석 결과, 미해결 유형과 보상금 중재 유형에서 처리기간이 길게 나타났습니다. 이는 책임·증거를 둘러싼 장기적인 대립 또는 보상 수준 협상이 처리 지연의 주요 원인임을 시사합니다. 반대로 허위송장 내부처리·상표법 제재·가품 검증 전환처럼 플랫폼이 직권·행정적으로 종결하는 유형은 처리기간이 1일 안팎으로 가장 짧았습니다.

신규 유형(상하위 각각 5개씩)**처리기간 상위 5 – 미해결·보상 중재형**

보증기간 경과 미해결

증거 불일치 미해결

상품특성 거부 미해결

조정관 보상수준 중재

수거지연 보상

처리기간 하위 5 – 즉시·정형 종결형

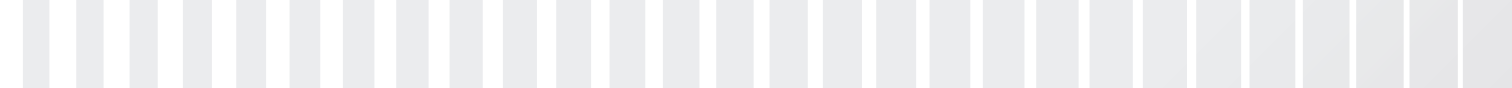
허위송장·가짜송장 내부처리형

없음

조정대상 외 처리형

상표법 위반·판매자 제재형

가품·정품 검증 전환형



4 신규 분류 체계 제안



본 연구에서는 소비자 분쟁 데이터를 보다 정확하게 설명하고 운영상 활용 가능성을 높이기 위해, 기존 분쟁유형과 해결여부를 재구조화하고 다중 선택 방식을 도입할 것을 제안합니다.

신규 분쟁유형 및 해결여부 분류

분쟁 유형

판매자 대응	구매자 요청	분쟁 원인	세부 쟁점
--------	--------	-------	-------

해결 여부

최종 상태	종결 메커니즘	제공 조치
-------	---------	-------

4.1 분쟁유형 재구성

기존 분쟁유형은 대·중·소의 3단계로 구성되어 있으나, 실제로는 각각 판매자 대응 양상, 구매자 요청사항, 분쟁 원인·쟁점이라는 서로 다른 분류 축에 가까운 성격을 가집니다. 본 연구에서는 이러한 구조가 신규 분류 체계에서도 유지될 수 있는지 확인하기 위해, 분쟁유형(소) 기준 78개 군집의 대표 키워드(c-TF-IDF 상위 20개)를 검토하였습니다.

총 1,560개 키워드 중 중복과 분쟁 공용어를 제외한 183개 키워드를 분석한 결과, 대부분의 키워드는 분쟁 원인·쟁점, 구매자 요청사항, 판매자 대응 양상 중 하나로 구분되었습니다. 이에 따라 본 연구에서는 기존 분쟁유형의 3개 축을 판매자 대응, 구매자 요청, 분쟁 원인이라는 독립적인 분류 차원으로 재정의하고, 군집화 결과에서 도출된 세부 원인과 쟁점을 반영하여, 새로운 분쟁유형 분류 체계를 다음과 같이 제안합니다.

판매자 대응 유형 (기존 분쟁유형 대)

유형	설명
판매자 연락두절	판매자가 응답하지 않거나 연락이 되지 않음
판매자 거부	환불·반품·교환·보상 등 구매자 요청을 거부함
판매자 처리지연	처리 의사를 보였으나 실제 처리가 지연됨
기타	판매자 대응 상태가 명확히 분류되지 않음

구매자 요청 유형 (기존 분쟁유형 중)

유형	설명
반품	상품 반환 및 환불 처리를 요구
환불	결제금액 반환 또는 취소를 요구
교환	동일 또는 다른 상품으로 교환을 요구
A/S·수리	수리, 부품 교체, 보증 처리를 요구
수거	반품 상품 회수 또는 수거 진행을 요구
배송	배송 진행, 재배송, 누락분 배송을 요구
배송비 조정	반품배송비·교환배송비·포장비 등 비용 조정을 요구
피해 보상	금전 보상·포인트·일부 보상·손해 보상을 요구
신고·검증	가품·상표권·문제상품 등에 대한 검증 또는 신고를 요구
기타 요청	위 유형으로 분류하기 어려운 요청

분쟁 원인 유형 & 세부 원인·쟁점 (기존 분쟁유형 소)

분쟁 원인유형	세부 원인·쟁점
배송지연·누락·미배송	일반 배송지연·미수령, 부분누락, 허위송장·배송조회 불가, 해외배송·통관지연
상품불량·파손	일반 하자·불량, 사용 후 하자 발견, 부패·변질, 배송 중 파손, 보증기간 경과 후 하자, 취급제한·문제 상품, 포장개봉·상품상태 훼손
단순변심	일반 변심반품, 사용흔적·오염, 포장개봉·포장훼손
상품정보상이	일반 정보불일치, 외관·구성·규격 불일치, 성능·효과 불일치, 리뉴얼·대체상품 불일치, 원산지 표기 불일치, 호환성 문제
오배송	일반 오배송, 옵션·사이즈 오배송, 포장개봉 후 반품거부, 주소지 오류·오수령
배송비	배송 전 취소 후 배송비, 해외 반품배송비 과다, 자동수거 오류 배송비, 설치 실패 배송비, 포장비 추가 청구, 교환배송비, 배송비 과다 청구
판매자 임의취소	판매자 임의취소
1:1오더·시즌·주문제작	1:1오더·시즌·주문제작
가품·정품의심	가품·정품의심
처리지연	일반 처리지연, 환불지연, 수거지연, 교환지연, 판매자 응답지연
기타	기타

4.2 해결여부 재구성

기존 해결여부 체계는 최종 상태와 해결 방식이 혼재되어 있다는 한계가 있습니다. 예를 들어 '해결'은 분쟁의 최종 상태를 나타내는 반면, '보상금해결'과 '대안해결'은 최종 상태뿐 아니라 보상금 지급, 대안 제시와 같은 해결 방식까지 함께 포함합니다. 이로 인해 동일하게 보상금이나 포인트가 지급된 사례라도 '해결'·'보상금해결'·'대안해결' 중 서로 다른 값으로 분류될 수 있으며, 실제 데이터에서도 이러한 구분이 명확하지 않거나 중복적으로 나타나는 경우가 확인되었습니다. 또한 '없음'은 별도 조치가 없음을 의미하는 값으로 사용되지만, 실제로는 반송, 특수처리 등 여러 종결 형태가 함께 포함되어 있습니다.

본 연구는 이러한 한계를 해소하기 위해 해결여부 기준 72개 군집의 c-TF-IDF 키워드를 검토하였습니다. 중복을 제거한 255개 키워드를 의미 기준으로 살펴본 결과, 키워드는 ① 최종 결과를 나타내는 상태 단어, ② 종결 과정과 사유를 나타내는 메커니즘 단어, ③ 실제 제공된 조치를 나타내는 단어로 구분되었습니다. 이에 따라 본 연구에서는 키워드 분석과 군집화 분석을 바탕으로 해결여부를 최종상태(사건이 최종적으로 어떤 상태로 종결되었는가), 종결 메커니즘·사유(어떤 방식 또는 사유로 종결되었는가), 제공 조치(해결된 경우 실제 무엇이 제공되었는가)의 세 가지 축으로 재구성하는 것을 제안합니다.

최종상태별 종결 메커니즘 (18종)

해결 - 6종

판매자 자체 해결 완료형	판매자가 직접 환불·반품 승인·교환·재배송·취소처리 등을 수행
플랫폼·조정관 중재합의형	플랫폼·조정관이 양측 입장을 조율해 합의를 도출
법적 기준 적용 해결형	전자상거래법·청약철회·공급의무·환불기한 등 법적 기준으로 처리
플랫폼·조정관 직권처리형	연락두절·미응답·지연 시 플랫폼/조정관이 직접 승인·처리
플랫폼 대체보상형	판매자 해결이 어려울 때 플랫폼이 보상금·포인트·배송비를 대신 지급
대안이행 해결형	원 요구(환불) 대신 재배송·교환·A/S·대체상품으로 종결

미해결 - 7종

판매자 연락두절·절차중단형	미응답·연락두절로 사실확인·조정·합의가 불가
판매자 거부·요청 미수용형	요구를 수용하지 않고 조정도 불성립
증빙불일치·책임판단 불가형	양측 주장·증빙이 충돌해 책임 소재 확정이 어려움
상품상태·상품특성 근거 거부형	포장개봉·사용흔적·설치 후 반품불가·디지털 특성 등으로 거부
검수정상판정형	판매자·제조사·검수기관 확인 결과 정상으로 판단
기한경과·권리행사 제한형	청약철회 기간·구매확정·보증기간 경과 등으로 권리 제한
플랫폼 권한한계·외부기관 안내형	직접 판단·강제가 어려워 소비자원 등 외부기관 안내로 종결

특수처리 - 4종	
가품·정품 검증 전환형	가품/정품 여부가 쟁점이 되어 검증·신고 절차로 전환
상표법 위반·판매자 제재형	상표법 위반·문제상품 등으로 판매자 이용정지·제재
허위송장·가짜송장 내부처리형	비정상 배송정보 확인으로 플랫폼 내부기준 처리
조정대상 외 처리형	일반 조정 범위를 벗어나 별도 절차·내부기준으로 종결
없음 - 1종	
없음	분쟁이 반송되거나 최종 결론을 알 수 없는 경우

제공 조치 (해결 건, 다중라벨 10종)

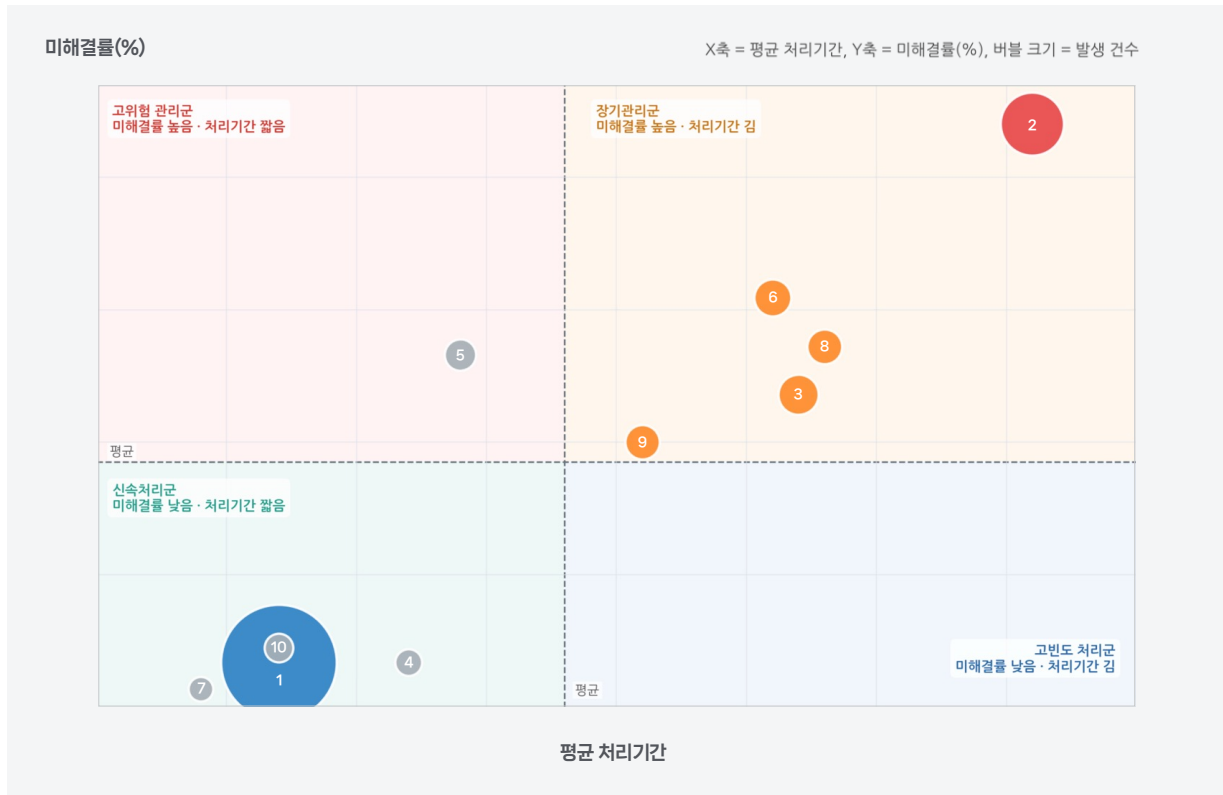
조치	정의
환불	결제금액 전액 환불 또는 환불 승인
부분 환불	결제금액 중 일부만 환불
교환	동일 또는 유사 상품으로 교환
재배송	누락·오배송·파손 등에 대해 상품을 다시 배송
취소처리	주문·구매·결제 취소 처리
배송비 조정	배송비 차감·면제·분담 등 부담 조건 조정
배송비 지원	구매자가 부담한 배송비를 보전·지급
보상금/포인트 지급	보상금·포인트·쿠폰 등 금전성 보상 지급
A/S	수리·부품 교체·제조사 또는 판매자 A/S 처리
대체상품 제공	원래 상품이 아닌 대체 상품 제공

4.3 신규 분류 적용 및 통계

전체 데이터에 대해 신규 분류 체계를 적용하기 위해, 먼저 군집화 결과에 배정된 사례는 해당 군집의 병합 라벨을 기준으로 신규 유형을 부여하였습니다. 군집에 배정되지 않은 노이즈(-1) 사례는 원문 텍스트의 주요 키워드와 기존 분류값을 활용하여 보완 분류하였습니다. 제공 조치는 해결 건에 한해 처리내용 키워드 매칭을 통해 다중라벨로 부여하였습니다.

신규 분류 체계는 분쟁 원인뿐 아니라 처리 과정까지 함께 반영함으로써, 기존 분류로는 식별되지 않았던 유형까지 포착할 수 있습니다. 신규 분류 체계를 적용하면, 접수 단계부터 위험도를 조기에 산정해 고위험·복합 분쟁을 집중 관리하는 등, 처리 난이도에 따른 차등 대응 체계를 갖추는 등 지속적인 고도화가 가능합니다. 예컨데, 아래 그림은 신규 분쟁유형 조합을 기준으로 발생 건수가 많은 상위 10개 조합을 선정하고, 각 조합의 평균 처리기간, 미해결률, 발생 건수를 함께 시각화한 결과입니다. X축은 평균 처리기간, Y축은 미해결률을 나타내며, 버블의 크기는 해당 분쟁 조합의 발생 건수를 의미합니다. 분석 결과, ①번 조합(파란색)은 발생 건수가 가장 많지만 미해결률과 처리기간이 모두 낮아 자동화 또는 표준화된 처리 절차를 적용하기 적합한 유형으로 볼 수 있습니다. 반면 ②번 조합(빨간색)은 처리기간과 미해결률이 모두 높아 최우선 관리가 필요한 고위험 유형으로 나타났습니다. ③·⑥·⑧·⑨번 조합은 발생 건수는 상대적으로 적지만 미해결률이 높아 지속적인 모니터링이 필요한 유형으로 해석됩니다.

상위 10개 분쟁 조합의 처리 난이도 비교



핵심 시사점

① 고빈도·저위험

가장 많이 발생하지만 미해결률이 낮아 자동화·효율화 대상

② 최고위험군

처리기간과 미해결률이 모두 높아 최우선 관리 필요

③~⑥-⑧-⑨ 주의군

건수는 작아도 미해결률이 높아 지속 모니터링 필요

집단 목록

- | | | | | |
|--|---|--------------------------------------|---|---|
| ① 판매자 연락두절
반품
배송지연·누락·미배송
일반 배송지연·미수령 | ② 판매자 거부
반품
상품불량·파손
일반 하자·불량 | ③ 판매자 거부
반품
상품불량·파손
부패·변질 | ④ 판매자 연락두절
반품
배송지연·누락·미배송
처리지연
일반 배송지연·미수령
일반 처리지연 | ⑤ 판매자 연락두절
반품
상품불량·파손
일반 하자·불량 |
| ⑥ 판매자 거부
반품
단순변심
일반 변심반품 | ⑦ 판매자 연락두절
반품
배송지연·누락·미배송
상품불량·파손
일반 배송지연·미수령
일반 하자·불량 | ⑧ 판매자 거부
반품
상품정보상이
일반 정보불일치 | ⑨ 판매자 거부
반품
배송지연·누락·미배송
일반 배송지연·미수령 | ⑩ 판매자 연락두절
반품
오배송
일반 오배송 |

향후 운영 환경에서는 LLM을 활용하여 접수내용과 최종처리내용 등 분쟁 텍스트를 신규 분류 체계에 맞게 자동으로 구조화 할 수 있습니다. 이를 통해 분류 작업을 비용 효율적으로 자동화하는 동시에 설명력을 더욱 높이고, 분류 체계 개선과 LLM 라벨링을 결합하면 접수 단계의 자동 유형 분류·위험도 산정·처리 경로 추천이 가능해질 것입니다.



5 주요 발견 및 합의점

분쟁은 판매자의 '연락두절'과 '거부' 두 축으로 구성됩니다.

판매자 연락두절과 판매자 거부가 대부분의 분쟁 유형을 설명합니다. 거부는 책임·증빙·비용 협상으로 처리기간·이력·미해결률이 모두 높고, 연락두절은 한쪽 응답 중단으로 강제환불 등을 통해 비교적 빠르게 해결되며 두 유형은 상이한 처리 방식 및 속도를 보입니다.

금액·상품군·인입채널이 분쟁 난이도와 밀접한 관련을 보입니다.

고액 분쟁(30만원 이상), 고액 내구재 상품군, 외부기관 유입 분쟁은 저가·소모재 상품군·고객센터 유입 분쟁 대비 미해결률이 상대적으로 높게 나타납니다.

소비자 분쟁 조정은 다양한 요인의 복합적인 영향을 받습니다.

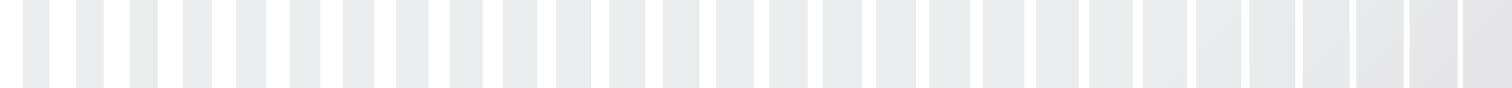
실제 분쟁에서는 단순변심·상품 상태개봉 여부·수거 완료 여부·판매자 응답 여부·증빙 확보 여부가 동시에 작용하여, 단일 분류값 관리만으로는 처리 난이도와 해결 가능성을 충분히 파악하기 어렵습니다. 따라서 분쟁 조정 인입 시, 보다 세분화된 기준으로 평가하고, 평가 방식과 기준 자체를 함께 고도화해나갈 필요가 있습니다.

외부 소비자상담 데이터를 보면 네이버의 분쟁 조정 기능이 비교적 잘 작동하고 있습니다.

2025년 외부 소비자상담센터에 접수된 네이버 관련 상담 건수는 많았으나, 피해구제율은 83.6%로 구제 기능이 비교적 잘 작동하고 있음을 확인했습니다. 이는 접수되는 분쟁 건수 자체를 줄이는 방향으로도 노력을 확장할 여지가 있음을 보여주며, 향후 네이버의 소비자보호 수준은 '사후 피해구제'와 '분쟁 발생 자체의 감소' 두 축을 함께 갖출 때 높아질 수 있음을 시사합니다.

신규 분쟁유형은 실무적으로 활용할 수 있습니다.

신규 유형은 분쟁 원인뿐 아니라 판매자 대응·증빙 대립·수거검수 과정·플랫폼 개입·종결 방식을 함께 반영하므로, 처리 난이도 예측, 고위험 분쟁 선별, 자동화 후보 식별, 판매자 관리, 소비자 안내 개선에 활용될 수 있습니다.



6 소비자 분쟁 감소를 위한 제언



네이버는 2017년부터 별도의 분쟁조정센터를 운영하며 네이버페이 및 스마트스토어 거래에서 발생하는 판매자와 소비자 간 다툼을 조정하는 분쟁조정센터를 운영하고 있습니다. 자율규제위원회는 그간 분쟁조정센터의 설치·운영 현황을 점검하며 개선 사항을 제안하였고, 네이버는 이 가운데 상당 부분을 실제 조치로 반영해 왔습니다(1차 활동 보고서 참조)

네이버 분쟁조정 기구 진단

운영 현황: 2017년부터 전문성을 갖춘 전문 인력 보유해 운영

분쟁 해결 기준: 관련 법령과 사례에 기반한 460개의 내부 지침, 외부 전문 기관과 협력 등을 활용

실효성 확보: 판매자에 대한 제재와 페널티 부여, 품질평가 등

사전 예방: 분쟁 예방을 위해 사전 모니터링 및 판매자 계도 진행

▶ 소비자와 판매자 사이에서 공정한 분쟁 조정을 하기 위한 체계적인 시스템을 갖췄다고 평가

위원회의 추가 권고와 개선 사항

분쟁조정 설명 보강: 분쟁조정센터 내 **분쟁처리절차 설명 보강** ▶ 변경 완료

분쟁 해결 동기 부여: 분쟁 많은 판매자에게 페널티, 우수 판매자에게 인센티브 제공

▶ 이용자에게 **분쟁 대응 우수 판매자 정보 노출** 예정

미해결 건 감소: 위원회 자문을 통해 **분쟁 미해결 사례 분석 및 가이드라인 보강** 진행 ▶ 예정

본 연구는 이러한 자율규제의 연장선에서, 현재 네이버에서 발생하는 소비자 분쟁의 유형과 구조적 특성을 데이터에 기반하여 규명하고자 하였습니다. 이를 통해 플랫폼이 분쟁을 보다 효과적으로 관리하고, 고위험 분쟁을 조기에 식별하며, 반복적으로 발생하는 분쟁 유형에 대해 사전에 대응할 수 있는 방안을 제시하고자 합니다. 이에 본 장에서는 ① 분쟁 발생의 사전 예방, ② 발생한 분쟁의 신속한 해결이라는 두 축으로 개선 방안을 제시합니다.

6.1 분쟁 발생의 사전 예방

네이버는 '민원 처리'에서 '민원 발생 원인 관리'로 나아가기 위해, 2025년 다음과 같은 조치를 순차적으로 시행하였습니다.

연락두절 판매자 제재 강화 (2025.6)

전체 분쟁 중 연락두절 비중이 지속적으로 증가(23년 하반기 대비 24년 하반기 약 1.6배)하자, 기존 고객센터 연락 기준의 제재를 구매자 신고 기반으로 확대하여 1영업일을 초과해 연락이 되지 않을 경우 고객 신고만으로도 이용정지까지 제재할 수 있도록 강화하였습니다. 시행 결과 연락두절 분쟁 건수는 25년 하반기 32% 감소하는 효과(전년 동기 대비)를 보였으며, 후속 개선 사항을 추가 검토하고 있습니다.

허위송장 사용 페널티 자동화 (2025.10)

발송지연 페널티를 피하거나 구매 취소를 방지할 목적으로 선송장가송장을 입력한 뒤 미배송 상태를 유지하는 행위가 민원으로 이어지자, 송장 정보 입력 후 2영업일까지 배송 이동 정보가 없을 경우 구매자 민원 없이도 자동으로 페널티가 부과되고 누적 시 제재되는 정책을 도입하였습니다. 기존에는 민원 접수 이후에만 고의적 부당행위로 수동 제재가 가능했던 데 비해, 사전 적발력을 크게 높인 조치입니다.

국내출고 둔갑 해외배송 제재 (2025.12)

출고지를 국내로 등록해놓고 구매 이후 해외배송 안내를 하거나 상품페이지에 해외배송 가능성을 고지하는 행위로 인해 개인통관고유부호 유출 우려, 배송 지연, 반품 시 해외배송비 부담 등 소비자 불만이 다수 발생하자, 이러한 출고지 허위 등록·해외배송 행위를 고의적 부당행위로 제재하는 정책을 시행하였습니다.

본 연구는 이러한 노력을 긍정적으로 평가하며, 후속 소비자 분쟁 데이터 분석 기반으로 필요한 대응 체계 보완 및 강화를 추가 검토하는 것을 권고합니다

6.2 발생한 분쟁의 신속한 해결

네이버 분쟁조정센터는 이미 신속한 분쟁 해결에 상당한 성과를 보이고 있습니다. 본 연구는 이러한 성과를 데이터 기반으로 한층 더 정교화하기 위해, 분쟁 원인·판매자 대응·증빙 상태 처리 과정을 반영한 신규 분류 체계를 제안합니다.

신규 분류 체계는 기존 분류로는 식별되지 않았던 유형까지 포착할 수 있습니다. 예컨대 기존 체계에서는 같은 '상품불량/파손'으로 묶였던 사례라도, 신규 체계에서는 '부패·변질'하자 주장 vs 미인정"보증기간 경과'처럼 책임 구조가 전혀 다른 유형으로 구분되며, 이는 처리기간과 해결 가능성을 실제로 좌우하는 요인이 무엇인지를 데이터로 드러내 줍니다.

이러한 세분화의 실무적 가치는 접수 단계부터 적용해 데이터를 축적했을 때 더욱 분명해질 수 있습니다. 고빈도·저위험 유형은 표준 절차로 처리기간을 단축하고, 고위험 유형은 집중 관리로 해결률을 높이는 등, 처리 난이도에 따른 차등 대응 체계를 갖추는 지속적인 고도화가 가능합니다. 향후 운영 환경에서는 LLM을 활용해 접수내용과 최종처리내용 등 분쟁 텍스트를 신규 분류 체계에 맞게 자동으로 구조화함으로써, 분류 작업을 비용 효율적으로 자동화하는 동시에 접수 단계의 자동 유형 분류·위험도 산정·처리 경로 추천까지 하나의 흐름으로 연결할 수 있습니다. 이는 곧 '소비자분쟁 조기경보 시스템(Early Warning System)'의 실질적인 구현 방식이 되며, 조정관이 사람의 직관에만 의존하지 않고 데이터 기반으로 우선순위를 판단할 수 있는 기반이 됩니다.

아울러 이러한 개선의 실효성은 내부 지표만으로 평가하기 어렵습니다. 네이버 내부 민원이 줄어도 1372 소비자상담센터·서울시전자상거래센터 등 외부 상담이 줄지 않는다면 소비자가 체감하는 문제는 해결되지 않은 것일 수 있으므로, 내부 데이터만으로 자율규제 성과를 평가하지 않고 외부 소비자상담 데이터를 정기적으로 교차 검증할 필요가 있습니다. 본 연구는 신규 분류 체계에 기반한 위험도 조기 산정과 조기경보 체계 구축을 통해, 처리 난이도에 따른 차등 대응 체계를 네이버가 지속적으로 고도화해 나갈 것을 권고합니다.



7 결론

본 분석은 네이버에 접수된 소비자 분쟁 데이터를 빅데이터 관점에서 분석하여 분쟁의 구조와 처리 특성을 파악하고, 플랫폼이 선제적으로 분쟁을 관리할 수 있는 분류 체계를 제안하고자 했습니다. 분석 결과, 기존 분쟁유형은 분쟁의 표면적 원인을 보여주는 데에는 유용하지만 실제 분쟁의 복합적 쟁점처리 과정·해결 가능성을 설명하는 데에는 한계를 지녔습니다. 특히 분쟁의 핵심 특징이 통일되지 않은 원문 텍스트에 묻혀 있다는 구조적 문제를 확인할 수 있었습니다.

이에 본 연구는 원문 텍스트를 LLM으로 구조화하고, 분쟁유형을 판매자 대응·구매자 요청·분쟁 원인·세부 쟁점으로, 해결여부를 최종 상태·종결 메커니즘·제공 조치로 분리한 다차원 신규 분류 체계를 제안하였습니다. 신규 체계는 기존 분류보다 해결여부를 더 잘 설명하였으며(F1 약 33% 향상, 기존 분류가 식별하지 못하던 보상금·해결까지 포착), 분쟁의 복합적 성격과 처리 과정을 구조적으로 표현하여 해석 가능성을 높였습니다.

이러한 결과를 종합하면, 소비자 분쟁 감소를 위한 방향은 결국 ① 분쟁 발생의 사전 예방과 ② 발생한 분쟁의 신속한 해결이라는 두 축으로 수렴합니다. ① 사전 예방은 네이버가 2025년 시행한 연락두절 제재 강화, 허위송장 페널티 자동화, 국내출고 둔갑 해외배송 제재와 같이 반복되는 문제 행위를 정의하고 시스템·정책으로 대응하는 방식이 유효함을 보여주었으며, 이를 지속 확대하는 것이 과제입니다. ② 신속한 해결의 핵심은 이미 달성한 성과를 유지하는 데 그치지 않고, 축적된 데이터를 통해 위험도를 조기에 산정하고 조기경보 체계를 통해 고위험·복합 분쟁에 선제 개입함으로써 처리 난이도에 따른 차등 대응을 지속적으로 고도화하는 데 있습니다.

다만 네이버는 개별 거래의 직접 판매자가 아니라 소비자와 판매자를 연결하는 플랫폼이므로, ①②를 실현하는 데에는 구조적 제약이 따릅니다. 그러나 바로 이러한 위치에 있기 때문에 거래 데이터를 축적·분석할 수 있다는 점은 오히려 강점이 될 수 있습니다. 정형 분류 체계를 개선하고 LLM으로 비정형 텍스트를 자동 구조화·분류하면, 반복 분쟁의 조기 감지, 위험도 산정, 처리 경로 추천, 조정관 우선순위 배정에 이르는 ①②를 모두 뒷받침하는 사전 관리 체계로 이어질 수 있습니다. 즉 네이버는 연결자라는 제약을 데이터 기반 조정 지원이라는 강점으로 전환함으로써, 소비자 보호와 판매자 관리의 균형을 갖춘 플랫폼으로 나아갈 수 있습니다.

이러한 체계의 실효성은 네이버 단독으로 완결될 수 없습니다. 외부 소비자상담 데이터에서도 네이버의 피해구제 기능이 비교적 적극적으로 작동하고 있음이 확인되었지만, 반품·환불·판매자 연락과 같은 반복 민원이 외부기관에도 계속 접수되고 있다는 것은 플랫폼 혼자의 개선만으로는 해소되기 어려운 지점이 있다는 뜻입니다. 이는 1372 소비자상담센터·서울시전자상거래센터·자율규제위원회 등 외부기관과의 협력적 파트너십을 통해 함께 풀어가야 할 과제입니다. '어떤 민원이 발생했는가 → 왜 반복되는가 → 무엇을 바꾸어야 하는가 → 실제로 줄었는가'라는 소비자 보호 노력을 네이버와 외부기관이 함께 고민할 때, 네이버의 자율규제는 '사후 분쟁처리'에서 '사전 피해예방'으로, '개별 사건 관리'에서 '구조적 원인 관리'로, '내부 평가'에서 '외부와 협력한 객관적 성과평가'로 발전할 수 있습니다. 이때 비로소 본 연구가 제시한 ①사전 예방과 ②신속한 해결의 두 축은 데이터에 기반해 소비자 피해를 예방하는 협력적 플랫폼 자율규제 모델로 이어질 수 있을 것입니다.

NAVER