



電子商去來 관련 租稅支援方向

魯英勳 · 延泰勳 · 洪範教

1999. 12



序 言

인터넷과 이를 이용한 電子商去來는 최근 몇 년간 급속하게 우리 생활 속에 파고 들고 있다. 정보통신산업의 발달과 아울러 전자상거래는 앞으로 경제활동 전반에 크나큰 변화를 가져올 것으로 기대되고 있다.

전자상거래의 발전이 현재에도 진행중이므로 궁극적인 효과를 확정적으로 단언할 수는 없지만, 급부상하고 있는 전자상거래 환경하에서 경제 행위자들이 적절하게 대응할 때 현실화될 수 있는 肯定的인 波及效果는 실로 엄청날 것이다. 그러나 所得 및 富의 分配나 國際競爭의 측면에서 적절한 정책 입안 및 시행이 뒷받침되지 못한다면 오히려 産業構造의 악화와 國家競爭力의 하락을 가져 올 수 있다.

특히 우리나라의 경우에는 경제에서 차지하는 貿易의 비중이 매우 크기 때문에, 새로운 전자상거래 환경에 신속히 그리고 적절히 대응해야만 할 필요성이 크다고 하겠다. 따라서 전자상거래의 정확한 의미와 그 경제적 의의를 파악하고 우리의 상황에 적절한 정책을 추진함으로써 전자상거래를 우리 경제의 새로운 도약의 발판으로 활용해야만 할 것이다. 이러한 측면에서 전자상거래의 활성화와 이의 건전한 활용을 통한 경제 발전 方法을 모색하고 올바른 政策方向을 설정하는 것이 무엇보다 시급하다고 하겠다.

本 研究院은 그 동안 電子商去來의 波及效果를 인식하고 전자상거래와 관련된 租稅政策方向에 대한 연구를 지속적으로 수행하여 왔다. 本 報告書 역시 전자상거래에 대한 본 연구원의 지속적인 관심의 산물이라고 할 수 있겠다.

물론 아직까지 전자상거래에 대한 국제적 합의가 이루어지지 못한 상태에서 電子商去來와 租稅問題에 관한 獨自的인 政策方向을 제시하기에

는 현실적으로 한계가 있을 수밖에 없다. 그러나 本 報告書는 전자상거래가 경제에 미치는 영향에 대한 분석과 아울러 國際機構나 主要國家들의 전자상거래 관련 租稅支援方案을 둘러싼 最近 論議들을 고찰하고 있으며, 우리나라의 現行 稅法 범위 내에서 가능한 租稅支援方案들을 제시하고 있다는 점에서 그 意義가 있다고 하겠다.

본 보고서는 本院의 魯英勳 박사, 延泰勳 박사 그리고 洪範教 박사가 공동으로 집필하였다. 저자들은 본 보고서의 집필과정에서 자료수집과 원고정리에 열성을 다하여준 沈在珍 주임연구원과 李除憲·李明珍 연구원, 洪裕南 연구조원, 그리고 유익한 의견을 준 익명의 審査者들과 교정에 힘써준 출판과 직원들에게 이 기회를 빌어 진심으로 감사하고 있다.

마지막으로 本 報告書가 관심있는 讀者들에게 작은 도움이라도 될 수 있기를 바라며, 본 보고서에 제시되어 있는 내용은 著者들의 개인적인 의견일 뿐, 本 研究院의 공식적인 견해가 아님을 밝혀 둔다.

1999年 12月

韓國租稅研究院

院長 柳一鎔

목 차

| | |
|------------------------------|----|
| I. 서 론 | 9 |
| II. 인터넷과 전자상거래의 발전 | 12 |
| 1. 전자상거래의 현황과 향후 전망 | 12 |
| 2. 유형별 현황 | 13 |
| 가. 기업간 거래 | 14 |
| 나. 기업과 소비자간 거래 | 15 |
| III. 전자상거래가 경제에 미치는 영향 | 18 |
| 1. 경제전반에 미치는 영향 | 18 |
| 2. 산업에 미치는 영향 | 19 |
| 가. 경쟁의 촉진 | 20 |
| 나. 가격하락 | 21 |
| 다. 무역 | 22 |
| 3. 비용절감에 미치는 영향 | 22 |
| 가. 재고 및 배송비용의 절감 | 23 |
| 나. 탈중개화 및 재중개화 | 24 |
| 다. 내부생산비용 및 거래비용의 절감 | 25 |
| 라. 고객서비스 | 25 |
| 4. 새로운 기회의 제공 | 26 |
| 가. 중소기업 | 26 |
| 나. 소득분포 | 27 |
| 다. 고용 | 28 |

| | |
|----------------------------------|----|
| IV. 전자상거래에 대한 국제적 논의와 지원정책 | 29 |
| 1. OECD의 논의동향 | 30 |
| 가. 오타와 회의 | 30 |
| 나. 오타와 회의 이후의 논의 동향 | 34 |
| 2. WTO 및 주요 국제기구의 논의동향 | 36 |
| 가. WTO | 36 |
| 나. EU | 37 |
| 다. APEC | 42 |
| 3. 각국별 전자상거래 지원정책 | 43 |
| 가. 미국 | 45 |
| 나. 이탈리아 | 50 |
| 다. 아일랜드 | 53 |
| 라. 핀란드 | 55 |
| 마. 싱가포르 | 56 |
| 바. 일본 | 59 |
| 사. 호주 | 61 |
| 4. 정책적 시사점 | 61 |
| V. 전자상거래의 세원관리 | 65 |
| 1. 전자상거래로 인한 과세상의 문제점 | 65 |
| 2. 국내전자상거래 관련 세원관리 | 66 |
| 가. 인터넷쇼핑에 대한 부가세 세원관리 | 66 |
| 나. 정보제공사업자에 대한 부가세 세원관리 | 68 |
| 다. 해외인터넷쇼핑에 대한 관세부과행정 | 69 |
| 3. 국외전자상거래 관련 세원관리 | 70 |

| | |
|--------------------------------|----|
| VI. 전자상거래 활성화를 위한 정책지원방안 | 71 |
| 1. 전자상거래를 위한 산업정책 방향 | 71 |
| 2. 전자상거래 활성화를 위한 조세지원제도 | 76 |
| 가. 조세지원의 기본방향 | 76 |
| 나. 관련 조세지원제도의 현황 및 개선방안 | 79 |
| | |
| VII. 결론 | 84 |
| | |
| 참고문헌 | 87 |
| | |
| 부록 | 93 |

표 목 차

| | |
|--|----|
| 〈표 Ⅱ-1〉 인터넷 이용자 증가현황 | 12 |
| 〈표 Ⅱ-2〉 기업간 전자상거래 시장 추이 | 15 |
| 〈표 Ⅱ-3〉 국내 EDI 서비스 매출액 추이 | 15 |
| 〈표 Ⅱ-4〉 대(對)소비자 전자상거래 규모 변화추이 | 17 |
| 〈표 Ⅲ-1〉 전자상거래가 배송비용에 미치는 영향 | 23 |
| 〈표 Ⅳ-1〉 전자 상거래 관련 EU합의 내용 | 41 |
| 〈표 Ⅳ-2〉 「e유럽」 계획의 10가지 실행방안 | 42 |
| 〈표 Ⅵ-1〉 부가세법 및 조세특례제한법상의 전자상거래업체 관련현황 | 82 |

그 림 목 차

| | |
|------------------------------------|----|
| 〈그림 V-1〉 인터넷 쇼핑에 대한 세원관리 개요 | 67 |
| 〈그림 V-2〉 정보제공사업자에 대한 세원관리 개요 | 69 |

I. 서 론

전자상거래란 일반적으로 통신망을 통한 상품과 서비스의 거래행위를 일컫는 것으로, 정보통신기술과 인터넷 상용화에 힘입어 시간과 공간의 제약을 받지 않는 새로운 상거래 수행방법으로 부각되고 있다. 간혹 전자상거래를 새로운 산업의 한 유형으로 규정하는 경우가 있으나, 이보다는 경제활동 매개체의 새로운 유형으로 파악하는 것이 더 타당하다고 할 수 있겠다. 따라서 그 영향은 경제전반에 걸쳐 폭넓게 나타날 것이고 장기간 지속될 것이다.

이러한 전자상거래의 기반이 되는 인프라를 구성하는 요소들로는 네트워크 인프라, 관련 하드웨어 및 소프트웨어 그리고 전자지불, 인증, 광고, 배달 등을 포함하는 관련 서비스를 들 수 있다. 이 중 어느 한 부분에서 장애(bottleneck)현상이 발생한다면 여타 요소의 발전도와는 관련없이 총체적 효용성은 이 장애부분의 정도에 따라 결정되게 된다. 따라서 바로 그 특정부분의 원활한 공급을 유도함으로써 전자상거래의 활발한 보급이 가능해지게 된다. 예를 들면, 네트워크 인프라가 부족하여 혼잡현상이 심해지게 되면, 전자상거래를 통한 비용절감 등의 장점을 상쇄하게 되어 성장이 저해하게 된다. 이러한 경우, 여타 요소에 앞서 먼저 네트워크 인프라를 확충해 줄 수 있는 정책대안의 마련이 요구되게 된다.

인터넷과 이를 이용한 전자상거래는 최근 몇 년간 급속하게 우리 생활 속에 파고 들고 있으며 앞으로 경제활동 전반에 크나큰 변화를 가져올 것으로 기대되고 있다. 하지만 전자상거래가 가져올 수 있는 변화가 긍정적 측면들로만 이루어져 있는 것은 아니다. 다만 개별 경제행위자의 적절한 대응을 통해서만 현실화될 수 있는 긍정적 잠재효과가 풍부할 따

름이다. 따라서, 분배의 측면이나 국제경쟁의 측면에서 적절한 정책의 입안과 시행이 따라주지 못한다면 오히려 경제구조의 악화와 상대적 국가경쟁력의 저하를 초래할 가능성이 있다. 특히 우리나라의 경우에는 경제에서 차지하는 무역의 비중이 매우 크기 때문에, 새로운 전자상거래 환경에 신속히 그리고 적절히 대응해야만 할 필요성이 크다고 하겠다.

그러므로, 전자상거래의 정확한 의미와 그 경제적 의의를 파악하고 우리의 상황에 적절한 정책을 추진함으로써 전자상거래를 우리 경제의 새로운 도약의 발판으로 활용해야만 할 것이다. 이에 따라 전자상거래의 활성화와 이의 긍정적 활용을 통한 경제발전을 이룩하기 위한 방법을 모색하고 이에 따른 올바른 정책방향을 설정하는 것이 시급하다.

각국의 정부가 충분히 인식하고 있으며 또한 표방하고 있듯이, 전자상거래의 발전은 분명 민간 중심으로 이루어지게 될 것이다. 그러나 익명성을 기반으로 하고 있는 인터넷상에서 정부의 고유한 권한 중의 하나인 조세권한의 행사에 있어서 많은 문제점에 봉착하게 될 것으로 보인다. 과도한 조세부담은 전자상거래의 발전과 성장을 저해할 수 있으나, 반면 조세수입의 측면 또한 간과할 수 없다. 무엇보다도 기존의 상거래와는 판이한 환경에서 기존의 과세체계가 적절히 그 역할을 수행할 수 있는가에 대하여 이론이 존재하고 나아가 새로운 과세체계의 마련에 대해서는 각국 정부의 이해가 엇갈리는 가운데 활발한 논의가 진행중에 있다. 적절하게 고안된 조세정책과 과세방안의 마련은 전자상거래의 발전과 이에 따른 경제성장에 긍정적인 영향을 미치게 되겠지만, 그러한 작업은 엄밀한 사전 연구와 국제적 협의를 필요로 하는 일이라고 할 수 있다.

따라서 적절한 조세정책의 수립을 위해서는 전자상거래가 가져오게 될 사회·경제적 영향을 파악하고 그에 따른 긍정적인 효과를 장려하는 한편 부정적인 효과는 최소화시킬 수 있는 방향을 설정하는 일이 우선되어야 하겠다. 미국 등을 비롯한 여러 나라에서도 전자상거래의 파급효과와 대처 및 지원방안에 대하여 국가적 차원에서 적극적인 연구가 행해지고 있는 실정이다. 본 연구에서는 전자상거래가 가져올 경제·사회적 변

화를 예측하고 국제적 논의동향을 살펴본 뒤, 이를 기초로 하여 전자상거래와 관련한 조세문제를 파악하고 그 대처방안 마련의 기본방향을 제시하고 있다.

이러한 맥락에서 본 연구에서는 전자상거래의 현황 및 발전 추세, 경제에 미치는 파급효과를 먼저 살펴보고 전자상거래의 활성화를 위한 조세지원방안에 대해서 살펴보기로 하겠다. 전자상거래의 조세분야에 있어서도 국제적인 제도의 정합성이 매우 중요하기 때문에 OECD, WTO 등 국제적인 차원에서의 최근 논의에 대하여 우선 살펴보고, 이를 바탕으로 우리나라의 전자상거래 과세 현황 및 세원관리, 전자상거래 활성화를 위한 조세제도 정비방안에 대하여 검토하여 보기로 하겠다.

Ⅱ. 인터넷과 전자상거래의 발전

1. 전자상거래의 현황과 향후 전망

앞에서도 잠시 언급되었지만 정보통신기술의 발달과 인터넷 상용화는 전자상거래가 급속히 확산될 수 있는 기반을 제공해 주고 있다. 물론 인터넷이 지금처럼 널리 보급되기 이전에도 보다 광의의 전자상거래는 부분적으로 행해지고 있었지만 전자상거래의 급속한 대중화는 인터넷의 확산 없이는 불가능하였을 것이다. 미국의 경우 인터넷 사용자가 1998년 12월 현재 약 4,700만명으로 집계되고 있으며 2002년까지는 약 8,500만명에 이를 것으로 추정되고 있다. 우리나라의 경우에는, 인터넷 사용자가 1999년 8월 말 현재 약 520만명으로 추산되고 있으며 이는 지난 8개월 동안에만도 약 210만명이 증가했다는 것으로 인터넷이 엄청난 속도로 확산되고 있음을 보여주는 것이다. 정보통신부는 국내인터넷 사용자가 2003년에는 1,600만명 이상으로 증가할 것으로 전망하고 있다.

〈표 Ⅱ-1〉 인터넷 이용자 증가현황

(단위 : 백만명)

| | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
|---------------|------|------|------|--------------------|------|------|------|------|
| 전세계 | 19 | 44.4 | 76 | 108 | 129 | 156 | 228 | - |
| 미 국 | 12.5 | 28 | 47 | 54 | 62 | 68 | 85 | - |
| 아시아 (일본제외) | - | - | 15 | 29.6 | 26.3 | 35.3 | 46.7 | 64 |
| 국 내 | 0.73 | 1.63 | 3.10 | 6.82 ¹⁾ | - | - | - | - |

주 : 1) 1999년 11월 현재

자료 : 전세계 및 미국자료는 eStats, 아시아는 Goldman, Sachs & Co, 국내통계는 한국인터넷정보센터.

이러한 인터넷의 확산에 힘입어 전자상거래의 규모 또한 획기적인 발전을 맞이하고 있다. 인터넷을 통한 전자상거래는 경제 전체나 총상거래 규모와 비교할 때 아직까지는 상대적으로 작은 규모일지 모르나 그 성장세는 매우 빠르고도 지속적이다. OECD는 세계 전자상거래 시장규모가 1997년 260억달러에 달하였으며, 2001~2002년에는 연간 1조달러로 성장할 것으로 전망하고 있다. eStats에 따르면 2000년에는 대(對)소비자 전자상거래 시장규모가 100억달러, 기업간 전자상거래는 1,400억달러에 달할 것으로 예측되고 있다. 또한 국내 전자상거래 총시장 규모도 1999년 1,500억원에서 2002년에는 3조 7,800억원으로 급속히 늘어날 것으로 기대된다.

현재, 미국이 전세계 전자상거래의 약 80%를 차지하고 있으며, 서부유럽이 약 10%, 아시아가 약 5% 정도의 비중을 유지하고 있는 것으로 추정되고 있다. 그러나 미국이 차지하는 비중은 전자상거래의 확산과 함께 점차 줄어들 것으로 예상되고 있는 반면 아시아시장의 성장 가능성은 매우 높은 것으로 인식되고 있다.

2. 유형별 현황

전자상거래도 참여하는 주체나 대상물품의 인도방식에 따라 몇 가지 형태로 나누어 볼 수 있다. 첫째로 상행위에 참여하는 경제주체에 따라 기업간 거래, 기업과 소비자간 거래, 기업과 정부간 거래, 소비자와 정부간 거래 등으로 구분할 수 있다. 또한 거래대상물품의 인도방식에 따라 오프라인 거래와 온라인 거래로 나누어 볼 수 있는데 전자는 유형재(tangible goods)에 대하여 주문만 전자적으로 처리하고, 배달은 우편 혹은 택배를 통해 이루어지는 거래형태를 지칭한다. 후자는 디지털화가 가능한 제품을 대상으로 전자상거래 환경하에서 주문-결제-배달이 모두 이루어지는 거래형태를 의미한다. 이제 이하에서는 전자상거래의 두 축이라고 할 수 있는 기업간 거래와 기업-소비자간 거래를 중심으로 전

자상거래의 현황을 살펴보기로 한다.

가. 기업간 거래

당분간 전자상거래는 기업간(Business-to-Business) 거래를 중심으로 발전할 것으로 보인다. 미국의 경우를 보면, 기업간 거래가 현재 총 전자상거래 규모의 80%를 차지하고 있다. 기업간 거래는 VAN(value added network)을 통한 EDI(electronic data exchange)의 형태로 인터넷 확산 이전부터 존재해 왔지만 높은 비용으로 인하여 경제 전반으로 확산되지 못하였다. 비용-편익(cost-benefit)의 관점에서 볼 때 기업간 정보시스템 추가비용이 확산에 따른 추가이익을 상회할 경우 네트워크의 확장이 일어나게 되는데, VAN 대신 인터넷을 이용함으로써 비용을 약 10분의 1로 감축할 수 있어 앞으로 더욱 확산될 것으로 보인다. 더욱이 웹기술의 발전, 인트라넷의 확산, 사업파트너들간의 인트라넷 연결 등으로 인하여 향후 기업간 거래는 크게 증가될 것으로 전망된다.

기업간 전자상거래가 기업과 시장에 미치는 영향은 해당 국가나 산업에 따라 다르게 나타나게 될 것이다. 거래규모의 측면에서 볼 때 지역적으로는 아직 북미가 우위를 차지하고 있으며 웹사이트 또한 대부분(86%)이 북미지역에 기반을 두고 있다. 유럽의 경우에는, 영국, 독일, 프랑스 등이 인터넷 기반의 기업간 전자상거래 소프트웨어에 대한 투자에서 우위를 차지하고 있다. 또한 기업간 전자상거래의 도입은 산업 자체의 특성을 반영하는 각 기업의 전략이나 규모에 따라 현저한 차이가 나타나고 있다. 전자상거래의 도입과 확산이 산업별, 국가별로 현저한 차이를 드러내는 요인으로는 국가경제가 어떠한 구성으로 이루어졌는가의 차이, 산업의 조직구조, 국제화의 정도, 시장의 자율성, 산업환경 및 기술적 요인 등을 들 수 있다.

국내 기업간 전자상거래 시장규모는 정확한 통계가 집계되지 않고 있으나 EDI서비스 매출액을 기준으로 추정할 경우, 1997년의 규모는 약

220억원으로 세계시장 규모(약 2조원)의 1%에 해당한다.

현재 대기업을 중심으로 EDI가 확산되고 있으나, 중소기업에의 도입 및 활용은 미진한 편이다. EDI 외에 인터넷에 기간을 둔 기업간 전자상거래는 일부에서 한정된 범위로 활용되고 있으며, E-Mart, 현대백화점 등 대형 유통업체들이 공급망관리 차원에서 물품 공급업체들과 인터넷을 이용한 수·발주 업무를 추진하고 있다.

〈표 II -2〉 기업간 전자상거래 시장 추이

(단위 : 억달러)

| | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 |
|------|------|------|------|-------|-------|-------|
| 시장규모 | 80 | 170 | 410 | 1,050 | 1,830 | 3,270 |

자료 : Forrester Research.

〈표 II -3〉 국내 EDI 서비스 매출액 추이

(단위 : 억원, 개)

| | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 매출액 | 140 | 216 | 590 | 9,450 | 16,060 |
| 이용업체 수 | 11,564 | 13,592 | 19,000 | 26,000 | 35,500 |

자료 : 한국정보통신진흥협회.

나. 기업과 소비자간 거래

기업과 소비자간(Business-to-Consumer) 전자상거래는 일반대중이나 언론매체의 지대한 관심에 비해 실제 규모나 참여도면에서는 미미한 편으로, 아직까지는 그 태동기에 있다고 할 수 있겠다. 우리나라의 경우 1996년말 최초로 인터넷 쇼핑몰이 등장한 이후 1997년 한 해 동안 60여 곳의 쇼핑몰체가 생겨났고 1999년 5월 현재 약 570개의 전자상점과 쇼핑몰이 상업활동을 하고 있으며 금년 연말까지는 2천개 이상으로 늘어날 것으로 전망되고 있다. 그러나 이는 미국의 45만개, 일본의 7천여

개와 비교하면 시작단계에 불과한 것이다. 국내 인터넷 쇼핑몰의 규모 또한 선진국과 비교하면 아직은 매우 작은 편이지만 1998년에 총매출액이 285억원에 불과했던 것에 비하여 1999년에는 603억원에 달할 것으로 추정되고 있어 앞으로 더욱 빠른 속도로 성장할 것으로 기대된다.

외국의 경우, 기업-소비자간 전자상거래는 소프트웨어와 같이 인터넷을 통하여 배달이 가능한 무형재가 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 이처럼 무형재가 전자상거래에서 차지하는 비중이 큰 이유는 전통적인 거래에서도 소비자가 직접 제품을 확인할 수 없는 것은 마찬가지이므로 전자상거래와 비교할 때 직접거래방식이 특별히 유리한 면이 없다는 점을 들 수 있겠다.

특히, 오락(성인오락, 온라인게임, 음악, 비디오 등) 등이 전자상거래에서 가장 큰 부분을 차지하고 있으며, 비행기표의 예약과 같은 여행서비스 또한 중요 범주에 속하고 있다.

1997년 당시 EC의 한 보고서에 따르면 여행관련 서비스가 전체 인터넷거래 중 절반을 넘고 있다고 보고된 바 있으며, Jupiter사는 1996년 여행예약과 관련된 매출액이 2억 7,600만달러에 달하는 것으로 추정되기도 하였다. 더구나 Forrester Research사는 2001년에 이르러서는 온라인을 통한 탑승권의 구입이 총여행 중 약 8%, 업무여행 중 약 15%에 달할 것으로 예측하고 있기도 하다.

한편, 미국의 경우, 온라인 주식거래는 1997년 총 주식거래량의 17%를 차지한 바 있으며, 이는 1996년의 수치보다 약 2배 이상 증가한 규모이다. 더구나 소프트웨어 산업의 전자상거래와 관련하여 Forrester Research사는 1999년까지 마이크로소프트, 넷스케이프, 오라클과 같은 회사들의 소프트웨어 배급의 약 절반 가량이 인터넷을 통하여 이루어질 것으로 예측하고 있다. 일본의 경우, 인터넷을 통하여 거래된 재화와 서비스의 약 3분의 1이 소프트웨어였다고 보고된 바 있다.

전자상거래의 주대상이 되어온 유형재로는 전자제품, 서적, 의류, 식료품 등을 들 수 있는데 이들 대부분은 전자상거래와 전통적 상거래를

동시에 수행하고 있는 기업들에 의해 운영되고 있는 실정이다.

〈표 II-4〉 대(對)소비자 전자상거래 규모 변화 추이

(단위 : 백만달러, 국내는 억원)

| | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
|-------------------|------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|--------|
| 세 계 ¹⁾ | 750 | 1,500 | 3,700 | 6,100 | 10,000 | - | - | - |
| 아시아 ²⁾ | - | - | 640 | 1,642 | 3,279 | 6,288 | 13,061 | 26,499 |
| 국 내 ³⁾ | 14 | 63 | 150 | 672 | 1,486 | - | - | - |

자료 : 1) eStats

2) Goldman, Sachs & Co, (한국-중국어권-호주-인도 합계)

3) 인터파크

Ⅲ. 전자상거래가 경제에 미치는 영향

전자상거래는 근본적으로 새로운 상거래 환경을 제공하므로, 경제적·사회적 파급효과가 매우 클 것으로 예상된다. 앞으로 가계활동, 정부 업무 형태, 기업조직 등을 포함한 경제환경 전반이 전자상거래의 확산에 따라 획기적인 구조변화를 경험할 것으로 보인다.

전자상거래는 거래비용의 감소와 제품의 품질 및 고객서비스의 향상을 가져오고 이를 근간으로 하여 경쟁이 촉진되며 기업간 협력도 증진될 것이다. 더 나아가 이는 경제성장, 기업생산성 향상 및 고용창출과 소비자의 폭넓은 선택, 구매력 증대로 이어진다. 전자상거래의 영향은 특히 정보의 전송(우편서비스, 통신, 라디오, TV 등) 및 정보의 생산(금융, 오락, 여행사, 주식중개 등)과 관련된 부문들에서 두드러지게 나타나게 될 것으로 예상된다.

1. 경제전반에 미치는 영향

전자상거래가 생산성의 향상과 경제의 성장을 가져올 것이라는 데에는 대부분 동의하지만, 지금까지의 실증적 연구상으로는 이 부분이 명확히 드러나지 않고 있다. 그러나 인터넷과 전자상거래가 아직 그 태동기에 있으며 실제 생산성의 향상을 가져오기까지는 짧지 않은 시간이 소요될 것이라는 점을 고려할 때 아직 최종적인 결론을 내리기에는 시기상조라는 의견이 지배적이다.

장기적 관점에서 볼 때, 전자상거래가 유발하는 절차상의 효율성은 기존상품의 품질 향상을 거쳐 새로운 상품의 창조로 이어질 것이고, 이러한 신상품의 창조로 인하여 새로운 시장이 등장하고 새로운 고용을 창출

하는 단계에 이르러서 비로소 전자상거래로 인한 실질적 경제성장이 실현될 것으로 예상할 수 있겠다.

2. 산업에 미치는 영향

전자상거래는 산업내 거래비용의 변화와 산업간 거래비용의 변화를 유발하여 산업구조 자체의 변화를 야기한다. 각종 정보의 원활한 유통과 접근으로 기업내, 기업간, 국가경제 및 세계경제의 자원배분이 효율화된다.

전자상거래가 거래비용에 미치는 영향은 기업의 조직구조 선택에 영향을 주게 되고, 기업의 조직구조는 나아가 시장경쟁이나 산업구조에도 영향을 미치게 된다. 거래비용이론(transaction cost theory)의 관점에서는 기업이란 생산활동을 포함한 이윤추구 과정에서의 총 거래비용을 최소화시키는 하나의 관리구조(governance structure)이다. 시장에서 정보의 흐름이 원활해지고 거래비용이 감소함에 따라 기업 내에서 자체적으로 모든 생산과 유통을 담당하기보다는 시장에서 중간제화나 용역을 구입하거나 다른 기업과의 협력이나 조정을 통하여 경제활동을 수행할 가능성이 증대된다. 따라서, 기업조직 의존형태로부터 시장 의존형태로 부분적 전환이 이루어지게 될 것이다. 이는 나아가 산업구조의 수평·수직적 국제분업화나 공정분업화까지 확대될 것이다. 여기에서 수평이란 생산상품의 차별성에 기초한 분업이고 수직이란 상품의 생산 및 판매 단계에 초점을 맞춘 분업형태를 의미한다. 정보와 지식집약적인 산업 및 문화지향적인 산업의 비중을 증대시키고 산업전반의 고도화 현상을 가져올 것으로 예상된다.

한편 산업구조가 고착화될 가능성이 발생하는데 전자상거래를 통하여 기술과 지식을 생산하는 집단과 기술과 지식을 이용하여 생산활동에 참여하는 집단 그리고 부존자원만을 갖고 있는 집단으로 나뉘어지게 될 것이다. 시장개방에 직면하면 소규모 개방경제하의 기업들은 특정한 기술

과 명성이 없는 한, 국제분업의 체계 속에 편입되어 단순생산활동을 전담하게 되는 현상이 발생할 것이다.

가. 경쟁의 촉진

인터넷의 개방성과 이를 통한 산업간 경계의 붕괴는, 경쟁과 혁신을 촉진함으로써 경제 효율성의 전반적인 증대를 가져온다. 전자상거래로 인하여 시장진입의 장애가 감소하고 신규 기업들, 특히 중소기업들로 인한 경쟁의 촉진이 이루어진다. 실제로 당장 시장에 진입하지는 않더라도 진입준비가 되어 있는 잠재적인 경쟁기업도 매우 중요한 경쟁 요소이다. 전자상거래의 효과는 잠재적으로 진입할 수 있는 기업의 수를 증대시켜 시장을 보다 경쟁가능한 구조(contestable market)로 변화시키게 될 것이다. 전세계를 대상으로 하는 전자상거래로부터 비롯되는 시장의 확대는 과거 폐쇄적 경제내에서 소규모 수요와 공급을 바탕으로 하던 독과점적 산업구조를 보다 경쟁이 심화된 형태로 바꾸어 갈 것이다.

이러한 경쟁의 결과로 구매자의 협상력이 보다 증대될 것이다. 대체상품과 서비스의 선택이 보다 용이해져 공급자의 협상력은 제약을 받게 될 것이다. 또한 가격 및 상품정보유통의 속도가 증가하므로 이윤획득 가능성의 존재 여부에 대한 정보를 소수기업이 독점할 수 없게 된다. 따라서, 정보의 비대칭성에 따른 초과이윤의 지속기간이 짧아질 것이다.

반면, 인터넷을 통하여 대기업과 중소기업간의 형평성이 제고된다는 종래의 견해와는 상반되게, 대기업들이 전자상거래 시장마저 지배하게 될 가능성이 존재한다는 견해도 등장하고 있다. 기존시장에서 인정을 받고 있던 기업이 자사의 평판이나 브랜드를 사이버시장(cyber-market)으로 이전시킴으로써 전자상거래 시장에서도 유리한 위치를 확보할 수 있음을 보여주는 예들이 다수 발생하였기 때문이다.

그러나 인터넷이 소비자의 차별화된 취향에 따라 맞춤형생산을 수행하기에 적합한 구조를 제공한다는 점을 간과해서는 안 될 것이다. 대량생

산보다는 차별화된 상품, 틈새시장 상품들이 인터넷을 통하여 보다 효율적으로 공급될 수 있다. 고객에 대한 일 대 일 마케팅과 제품 개발단계에서의 소비자 참여를 용이하게 함으로써 이러한 상품 차별화는 더욱 가속화 될 전망이다. 이처럼 제품이 동질적이지 않은 경우에는 동질적 재화의 경우에서보다 규모의 경제가 덜 중요하게 작용하며, 대다수의 상품 차별화는 불완전 가격 차별화를 수반하므로 일부 소비자는 가격의 상승을 경험할 가능성도 존재한다.

나. 가격하락

이러한 비용절감효과가 가격의 하락으로 이어지기 위해서는 충분한 경쟁이 선행되어야 한다. Forrester Research, Goldman, Sachs & Co., OECD 등의 조사에서는 동일품목의 온라인거래 가격이 전통적 거래 가격과 동일하거나 오히려 비싼 것으로 나타나고 있다. 기타 여러 연구들에서도 인터넷거래와 전통적 거래간에 가격의 명백한 차이가 존재한다는 증거들은 나타나고 있지 않다.

이처럼 전자상거래를 통한 가격하락의 효과가 현실에서 명확히 드러나지 않고 있는 현상은 다음과 같은 사실에 의하여 설명될 수 있을 것이다. 첫째, 외국의 사례에서 나타나고 있는 바와 같이 전자상거래의 주이용 계층이 부유한 고학력의 젊은 연령층으로 이루어져 있으며, 이들이 전자상거래를 이용하는 주된 이유로 드는 것이 편의성이라는 점에 주목할 필요가 있다. 고객들이 편의성이라는 가치에 대하여 추가적 가격을 지불할 용의가 있다면, 전자상거래 제품과 전통적 거래 제품은 이미 차별화되어 있음을 의미하며 이들간의 직접적인 비교는 적절치 않을 것이다. 그러나 이러한 이유로 발생하는 고가격 현상은 인터넷 이용자의 폭이 확대되어 감에 따라 점차 사라질 것으로 보인다. 둘째, 전자상거래를 수행하는 주요기업들이 현재 전통적 상거래를 병행하고 있으며, 이들이 동일재화에 대하여 같은 가격을 매기고 있기 때문에 전자상거래로 인한

비용절감의 효과가 가격의 하락으로 이어지지 않는다는 설명이 가능할 것이다.

다. 무역

전자상거래가 정착되면 전세계 시장이 실질적으로 통합되게 된다. 이는 수요측면에서 볼 때, 시장의 급속한 확대를 의미하며 따라서 기업들은 공간적·시간적 한계를 극복하여 전세계를 대상으로 거래를 할 수 있게 된다. 공급면에서는 경쟁기업의 수가 늘어나게 되어 경쟁이 심화되게 됨을 의미한다. 특히 전자이송이 가능한 제품들의 교역이 크게 늘어날 것으로 예상된다. 이러한 제품들은 이제까지 직접무역보다는 외국인 직접투자나 대기업 고객을 대상으로 한 다국적 경영에 한정되어 있었고, 대부분 진입장벽들에 의해 보호되고 있던 분야이므로 전자상거래로 인한 충격이 더욱 클 것으로 예상된다. 또한 외국과의 전자상거래에 무관세를 적용할 경우, 국내경제에 대한 통제수단 중 하나를 상실하게 되는 결과에 대하여 우려하는 목소리도 높다.

개발도상국가들의 경우, 고급상품에 대한 무역장벽을 통하여 국내수요를 확보하고 이를 기반으로 기술 라이선싱(technology licensing) 등을 사용하여 기술력을 키우고 궁극적으로는 수출시장에 뛰어드는 전략을 추구해 왔으나, 전자상거래를 통한 세계시장화의 결과 이러한 정책의 실효성이 저하되게 되고 자칫 저급상품으로의 생산구조 특화를 촉진할 위험이 존재한다.

3. 비용절감에 미치는 영향

기업내 및 기업간에서 전자상거래의 사용이 촉진되어온 가장 주된 이유는 전자상거래로 인하여 기업의 생산 및 거래비용이 감소한다는 사실이다.

가. 재고 및 배송비용의 절감

미국의 경우, 소매상 연간매출액의 약 25%에 해당하는 부분이 재고비용으로 지출되고 있다. 따라서 연간 2주분에 해당하는 재고만 줄일 수 있어도 총매출액의 1%에 해당하는 절감효과를 거둘 수 있으며, 평균 3~4%의 영업마진을 고려할 때 이는 상당한 이익의 증가를 가져올 것이다.

전자상거래를 통한 생산자와 소비자의 밀착화를 통하여 고객의 선호도 파악이 용이하게 됨으로써, 수요예측의 정확도가 높아지고, 재고운용의 효율성도 이루어진다. 또한, 기업간 전자상거래를 통하여 생산자와 부품공급자간에 이러한 정보를 공유함으로써 적시재고체계(just-in-time inventory system)를 구축하여 추가적인 재고비용 감소를 이룰 수 있게 될 것이다. 수요예측의 향상을 통하여 감소될 수 있는 재고는 미국의 경우, 총재고 수준의 약 20~25%에 달할 것으로 추정되고 있다.

또한 전자상거래로 인하여 온라인으로 배달이 가능한 품목들의 배송비용과 시간이 대폭 감소할 것으로 예상된다. OECD의 보고서에 따르면 무형재의 경우 대(對)소비자 전자상거래에 의한 비용절감효과는 50~90%에 달할 것이라고 한다. WTO는 유형재의 경우에 있어서도, 전자상거래를 통하여 무역 및 통관과 관련된 행정비용을 약 25% 정도 절감할 수 있을 것으로 내다보고 있다.

〈표 III-1〉 전자상거래가 배송비용에 미치는 영향

(단위 : 달러, %)

| | 비행기표 | 은행업무 | 요금납부 | 생명보험 | 소프트웨어 |
|--------|------|------|-------------|-----------|-----------|
| 전통적 거래 | 8.0 | 1.08 | 2.22 ~ 3.32 | 400 ~ 700 | 15.0 |
| 진화 | 0.54 | 5.0 | | | |
| 인터넷 | 1.0 | 0.13 | 0.65 ~ 1.10 | 200 ~ 350 | 0.2 ~ 0.5 |
| 절감률 | 87 | 89 | 67 ~ 71 | 50 | 97 ~ 99 |

자료 : OECD, "The Economic and Social Impacts of Electronic Commerce," 1999.

나. 탈중개화 및 재중개화

먼저, 탈중개화(disintermediation)란 재화 및 용역의 판매에 있어서 중간유통단계가 생략되어 가는 현상을 일컫는다. 기업-소비자간 거래뿐 아니라 기업간 거래에서도 중간단계의 생략을 통한 비용의 절감이 일어날 것으로 예상되고 있다. 이러한 탈중개화는 도·소매 유형의 중개업보다는 정보의 비대칭성을 이용한 단순중개업(여행사, 보험설계사, 주식중개업, 부동산업 등)들의 경우에서 더욱 급속히 진행되고 있다.

이처럼 전자상거래로 인한 탈중개화가 진행되면, 소비자는 직접 상품 정보를 획득하고 운송비용을 부담해야 하므로, 탈중개화로 인한 기업의 비용절감분 중 일부는 단지 소비자에게 비용이 전가되는 방식을 통하여 이루어지게 될 것이다.

그러나 전자상거래에 대한 일반적인 인식과는 달리, 완전한 탈중개화 즉, 중간거래단계가 완전히 없어지는 상황은 도래하지 않을 것으로 보인다. 뿐만 아니라 전자상거래에 내재한 신용의 문제, 사기의 용이성, 정보 수집의 어려움 등으로 인하여, 이러한 문제를 보정해 주는 새로운 중개업이 등장하게 되는 이른바, 재중개화(re-intermediation)가 이루어지게 될 것이다. 이때의 중개자들은 정보의 집약 및 검색의 효율화, 신용형성, 시장형성, 거래촉진, 위험분담 등의 역할을 담당하게 된다.

전자상거래 환경하에서는 브랜드를 설립하고 이를 소비자에게 인식시키는 데 필요한 광고의 역할이 더욱 중요해지게 되고 중개자들은 광고를 수용하는 매개체로서의 역할도 담당하게 될 것이다. 맞춤생산(build-to-order)과 적기재고시스템이 확산됨에 따라, 물류회사들이 담당하는 중개자적 역할 또한 더욱 강조될 것으로 보인다.

다. 내부생산비용 및 거래비용의 절감

첫째, 전자상거래는 기업 내부에서 주문, 영수 그리고 송장(invoice)이 일치하는가를 상시 점검할 수 있도록 해 줌으로써 자료의 불일치로 인한 내부오류의 가능성을 감소시켜 준다. 예를 들어 Cisco의 경우, 기존에는 자료의 불일치로 인한 재작업이 총주문량의 약 4분의 1에 달했으나, 전자상거래를 통하여 이러한 오류를 2% 수준으로 낮추는데 성공했다.

둘째, 일반적으로 사이버쇼핑몰을 유지하는 데 드는 비용이 같은 효과를 가져오는 물리적인 상점을 유지하는 비용보다 훨씬 저렴하다. 비록 전자상거래 웹사이트를 구축하는 데 드는 비용은 작게는 349달러에서 8,000달러에 이르고, 연간 유지에는 10,000달러에서 수천만 달러가 들기도 하나, 웹사이트는 24시간 전세계를 대상으로 운영되고 게다가 복수의 점포를 운영하므로 발생하는 재고비용의 중복 또한 회피할 수 있다.

셋째, 상품의 탐색 및 거래에 필요한 정보를 온라인상에서 제공함으로써, 판매과정의 효율성이 증대되게 된다. 거래비용(상품정보의 획득, 적정상품의 선택 등)의 일부분이 소비자에게로 전가되는 면이 있다고는 하나 전체 상거래 과정의 효율성은 진작되게 된다. 미국 Micron 컴퓨터사는 인터넷을 통하여 정보를 취득한 고객들을 상대할 경우, 그렇지 못한 고객들을 상대할 때와 비교하여 10배의 비용절감효과가 발생한다고 보고하고 있다.

라. 고객서비스

전자상거래를 통하여 고객지원과 관련된 정보들이 웹사이트에 등재됨으로써 고객서비스와 관련된 비용을 절감하고 서비스 수준의 향상이 이루어지게 된다. Forrester Research 에 따르면 미국의 경우, 사람을 직접 파견할 경우 500~700달러가 소요되고, 전화상담의 경우 15~20달

러가 소요되며, 인터넷에 기초한 고객서비스를 제공·유지하는 데에는 단 7달러만이 소요된다. 뿐만 아니라 인터넷을 통한 고객서비스 수준의 향상은 단순 비용절감의 차원을 넘어 자사 제품에 대한 고객의 신뢰도를 높이는 역할도 담당하게 될 것이다.

4. 새로운 기회의 제공

우선 전자상거래로 말미암아 새로운 유형의 영업기회가 확대될 것으로 전망된다. W. W. Grainger사(미국의 사무용품 보급사)의 경우, 온라인고객의 30%가 새로운 추가고객들이므로 보고된 바 있다. 또한 Dell사(미국의 컴퓨터사)의 경우, 온라인으로 컴퓨터를 구입한 80%의 개인고객들과 50%의 중소기업고객들이 새로운 고객인 것으로 보고되었으며, 전고객 중 약 4분의 1 가량은 웹사이트가 아니었다면 Dell사로부터 컴퓨터를 구입하지 않았을 것이라고 응답한 바 있다.

가. 중소기업

인터넷과 전자상거래는 기존 대기업 위주의 상거래구조로부터 발생하는 진입장벽(entry barrier)을 낮추어 주고 거래비용의 감소를 가져오며 컴퓨터 네트워크를 통하여 세계시장에 대한 접근을 용이하게 해준다는 측면에서 중소기업들에게 좋은 기회를 제공한다는 의견이 지배적이다. 미국의 경우, 1996년에 19.7%에 불과하던 인터넷사용 중소기업의 비율이 1998년에는 40%를 넘어서 2년만에 2배 이상 증가하였다. 또한 디지털경제하에서 대다수의 혁신적 활동들, 특히 새로운 아이디어나 기술의 상품화가 주로 중소기업들로부터 발생한다는 것을 보여주는 연구들이 많이 있다.

반면 중소기업의 경우 시장확대와 더불어 세계적 경쟁에의 노출에 따른 압박 가능성도 병존하고 있다. 중소기업들은 급성장을 통한 규모의

경제를 누리거나 신상품의 시장을 개척하는 능력이 한정되어 있기 때문에 불이익을 당할 수도 있다는 사실 또한 종종 지적되고 있다.

나. 소득분포

정보통신기술과 이를 통한 전자상거래의 활성화는 이의 사용자와 비사용자간에 분리현상을 가져올 수 있는 가능성을 내포하고 있다. 이러한 고립화 현상은 전자상거래 시장과 정보사회로의 발전을 저해할 뿐만 아니라, 피고립자들로 하여금 장차 전통적 거래창구의 축소로 인한 비용의 증가를 수용하게끔 만들 수도 있다.

세계 각국에서 가계소득과 정보통신기술 이용(PC 보유, 인터넷 접속 등)간에 정(+)¹⁾의 상관관계가 나타나고 있다. 미국통계를 보면, 인터넷 사용자의 중위(median)소득이 연 5만 8천달러로 나타난다. 이는 미국 전체 중위소득, 3만 6천달러보다 61%나 높은 수치로서 소득이 낮은 가계보다는 소득이 높은 가계가 전자상거래로부터 더 많은 혜택을 받게 될 것임을 암시한다. 이는 새로운 기술 일반에서 공통적으로 나타나는 현상이지만, 전자상거래의 경우에는 낮은 제품가격을 통하여 혜택을 받을 수 있는 계층이 특히 저소득가정들임을 고려할 때 정부의 특별한 관심이 요구된다.

소비자의 입장에서 전자상거래에 참여하기 위해서는 먼저 네트워크에 저렴하게 접속할 수 있는 환경이 전제되어야 하는데, 가격이 많이 하락하였다고는 하나 아직도 PC의 구입과 인터넷 접속에 드는 비용이 가계에 적지 않은 부담으로 작용하고 있는 현실이다. 앞으로 PC의 가격이 더욱 하락하고 인터넷 TV와 같이 셋탑박스(set-top box)형식의 보다 저렴하고 대중적인 대체수단들의 보급을 통하여 인터넷 사용이 보편화될 경우, 전자상거래를 이용하는 소비자의 저변 확대가 더욱 급속히 이루어지고 소득과 인터넷 사용간의 정(+)²⁾의 상관관계는 점차 약화될 것으로 보여진다.

다. 고용

전통적인 점포와 비교해 볼 때, 전자점포의 운영에 소요되는 인력의 규모는 상대적으로 적은 반면 높은 기술력을 갖춘 인적자원이 요구된다. 따라서 전자상거래가 고용규모에 미치는 직접적인 효과는 고용의 감소로 볼 수 있지만 간접적인 효과를 포함할 때는 순증가로 나타날 것이다. 단기적으로는 기업들이 전통적 방식과 전자상거래를 병행하는 데 따른 추가적 고용이 기대되지만 중기적으로는 분야별로 고용의 감소가 발생할 수도 있을 것이다. 하지만 장기적으로는 새로운 제품의 창출, 시장의 확대, 소득증가, 생산성 향상에 바탕을 둔 가격하락 등의 이유로 고용의 순증대가 이루어지게 될 것으로 기대된다.

IV. 전자상거래에 대한 국제적 논의와 지원정책

최근에 이르기까지 전자상거래 전반에 관한 논의가 OECD, WTO, APEC, UNCITRAL 등의 국제기구를 중심으로 경쟁적으로 이루어지고 있다. 그러나 각국별 제도 정비 측면에서 볼 때, 전자상거래에 대한 제도가 아직 제대로 정비되었다고 보기는 어려우며, 새로운 표준들을 만들어가고 있는 중이라고 할 수 있다.

전자상거래와 관련한 국제기구의 회의 개최 시마다 참가국들은 각기 자국 이익의 극대화를 달성하는 방향으로 협의를 도출하기 위해 총력을 기울이고 있으며, 특히 조세정책의 방향 등과 관련해서 EU와 미국 등이 상이한 입장에서 갈등 양상을 보이고 있다.

전자상거래에 대한 과세원칙에 있어서는 국제적으로 의견이 수렴되어 가고 있기는 하지만, 아직 이와 관련하여 구체적인 법률이 마련되지 못한 경우가 대부분이기 때문에 구체적인 세제지원방안이 마련된 나라는 찾기 힘든 실정이라 하겠다. 다만, 미국에서는 전자상거래에 대한 과세 유예조치(moratorium)로서 3년간(1998. 10~2001. 10) 인터넷 접속 서비스에 대한 과세 및 전자상거래에 대한 다중적, 차별적 과세를 금지하는 「인터넷 조세감면법(Internet Tax Freedom Act)」이 시행되고 있는 것이 특기할만 하다.

이하에서는 먼저 전자상거래에 관한 논의가 가장 활발하게 진행되고 있는 OECD의 논의 동향을 살펴보고, WTO 및 EU, APEC 등 주요 국제기구들의 논의동향에 대하여 언급하기로 한다. 또한 국가적인 차원에서 전자상거래 지원정책에 대해서 미국, 이탈리아, 아일랜드, 핀란드, 싱가포르, 일본, 호주의 경우를 살펴보고, 이상의 결과를 종합하여 정책

적 시사점을 도출하기로 한다.

1. OECD의 논의동향

가. 오타와 회의

전자상거래와 관련하여 현재 가장 심도 있는 논의를 전개하고 있는 국제기구인 OECD이다. 전자상거래의 조세문제와 관련해서는 특히 재정위원회의 실무작업반(Working Parties)별로 부가가치세 적용 여부, 고정사업장, 과세관할권, 이전가격세제 등 다방면에 걸친 연구를 진행하여 왔다. OECD는 1997년 11월의 핀란드 투르크에서 전자상거래 논의를 OECD 전체 차원에서 추진하면서 민간단체를 참여시켜 최초의 대규모 국제회의를 개최하여 전자상거래 확대와 관련한 장애요인과 해결방안을 모색한 바 있다. 「Dismantling the Barriers to Global Electronic Commerce」라는 주제로 개최된 동 회의에서는 OECD 업계자문위원회가 전자상거래 확산을 위한 10대원칙을 제시하였는데, 조세문제와 관련하여 “과세는 이미 확립되고 국제적으로 용인된 관행과 일치하며, 비강제적인 방법으로 집행되어야 한다”는 원칙을 제시하였다.

또한 OECD는 핀란드 투르크 회의의 후속모임으로 1998년 10월 8~9일 캐나다의 오타와에서 「A Borderless World-Realising the Potential of Global Electronic Commerce」라는 주제로 첫 각료급 회의를 개최하고, 전자상거래를 위한 글로벌 정보네트워크의 운영과 사용을 위한 기본적인 정책원칙에 합의한 바 있다. 4건의 문서를 승인하는 형태로 도출된 기본원칙¹⁾ 중에는 조세분야 중 과세의 일반원칙인 Tax-

1) 승인된 4건의 문서는 아래와 같다.

1. 전자상거래 조세체계에 대한 조건(Taxation Framework Conditions): 조세체계에 대한 일반원칙, 구성요소 및 향후 계획으로 구성.
2. 개인정보 보호 선언: 글로벌 네트워크상에서 1980년 채택한 개인정보 보호 지침의

ation Framework Conditions도 포함하고 있는데 원칙의 내용은 중립성, 효율성, 확실성과 단순성, 효과성과 형평성 및 유연성을 유지하여야 한다는 것이다.

먼저 중립성(neutrality)이란 전자상거래 상호간 또는 전통적 상거래와 전자상거래간 중립적이고 공평한 과세가 이루어져야 한다는 것이다. 즉 유사거래와 유사상황에 있는 납세자에 대하여 유사수준의 세금이 부과되어야 한다는 것이다. 효율성(eficiency)이란 조세부과시 세무당국의 징수비용과 납세자의 협력비용이 최소화되어야 한다는 것이다. 확실성과 단순성(certainty and simplicity)은 조세원칙이 납세자가 결과를 예측할 수 있도록 분명하고 단순해야 한다는 것을 의미한다. 효과성과 형평성(effectiveness and fairness)이란 전자상거래의 과세는 정확한 시기에 정확한 세액이 부과되어야 하며, 탈세 및 조세회피의 가능성이 최소화되어야 함은 물론 그에 대한 대응수단도 위협에 비례적이어야 한다는 것이다. 마지막으로 유연성(flexibility)이란 과세체제도 기술 및 상업발전에 보조를 맞추어 탄력적이고, 동태적으로 변화하여야 하며, 이에 따라 보다 쉽고, 빠르고 안전한 세금납부 및 환불이 가능해야 한다는 것이다²⁾.

이상과 같은 과세의 일반원칙이 합의될 수 있었던 것은 각료급 회의 이전에 개최되었던 Tax Roundtable Conference에서 공동선언문을 발표하였기 때문이다. 10월 7일 개최되었던 Tax Roundtable Conference에서는 정부대표뿐만이 아니라 기업의 대표와 OECD 비회원국의 대표도 참여하여 전자상거래 관련 조세문제를 논의하였고 공동선언문

이행을 촉구하는 자료 선언문.

3. 소비자 보호(Consumer Protection) 선언: 전자상거래에서도 일반거래와 동등한 소비자 보호를 달성하기 위한 선언문.
 4. 전자상거래를 위한 인증(Authentication) 선언: 인증의 중요성을 강조하고 전자서명기술 및 다른 인증 메커니즘의 활용 촉진을 위한 행동 지침 제시.
- 2) OECD, "Electronic Commerce: Taxation Framework Conditions," DAFPE/CFA(98)38/REV3, pp. 5~6.

(Joint Declaration)을 발표하였는데 그 내용은 아래와 같은 여섯 가지 사항으로 이루어져 있다.

첫째, 전자상거래를 위한 과세 기본골격의 시행은 최우선순위의 작업이고, 정부와 민간업계는 새로운 기술의 잠재력을 충분히 실현하기 위하여 이 작업에 공동 협력하여야 한다.

둘째, 관련되는 모든 부문들은 전자상거래와 그 기반기술이 과세체제를 단순화시키고 납세자 서비스를 향상시킬 수 있는 큰 잠재력을 가지고 있다는 점을 인식해야 한다.

셋째, 중립적이고 효과적인 조세행정시스템을 유지하기 위해 적절한 정보를 제공받을 수 있는 메커니즘이 필요하다. 이러한 체제는 납세자의 부당한 부담을 덜어주어야 하며, 업계에 의해 개발중인 상업적인 기술에 의거해야 한다.

넷째, 전자상거래를 위한 과세의 기본골격은 전통적 상거래에 적용되는 것과 같은 과세원칙에 따라야 한다.

다섯째, OECD 외부, 즉 민간업계와 각국 정부로부터의 의미있는 의견 제시가 필요하며 권유된다.

여섯째, 향후 단계의 작업에서는 의견교환을 활성화하고 정부에 대한 업계의 효과적인 제언을 제고시키기 위해 자문그룹이 참여한다.

한편 오타와 회의의 Tax Roundtable Conference 에서 논의되었던 조세관련 각 분야별 논의내용은 아래와 같이 요약할 수 있다.

1) 국제조세

전자상거래 소득의 과세권 배분원칙(고정사업장 문제), 이전가격, 전자상거래 소득의 성격 구분문제 등이 주로 토의되었는데, 업계는 기본적으로 국제적으로 합의된 분명하고 실행 가능한 원칙의 제시를 희망하였다. 특히, 전자상거래 소득의 과세권 배분문제와 관련하여, 업계는 이 문제가 기본적으로 과세당국간의 문제이므로 ‘二重課稅의 방지’외에는 큰 이해관계가 없음을 표명하기도 하였으나 대체적으로는 현행 배분원칙

(기주지국 과세, 고정사업장이 있는 경우만 원천지국 과세인정)의 유지를 희망하고 있으며, 이러한 업계의 희망과는 달리, 상당수 회원국이 고정사업장 개념에서 전자상거래 상황을 반영하지 못하고 있는 문제, 현행 원칙 적용시의 원천지국의 전자상거래 과세베이스 상실 우려 등을 제기하며 새로운 세원배분원칙의 개발 필요성을 강조하였다.

2) 소비세

소비지국 과세원칙, 기업대 기업간 거래에 대한 대리납부제도 채택 등 대부분의 OECD 제시방안에 대하여 업계는 이견을 보이지 않고 있다. 다만, 디지털화된 상품을 재화공급으로 취급하지 않기로 한 것과 기업-소비자간 거래에 대한 조세징수방안 등에 대하여 향후 논의를 집중하기로 한 것 등과 관련하여 이는 전통적 거래에 비하여 전자상거래를 불리하게 취급하는 결과를 야기할 수 있다는 우려를 표명하고 있는데, 부가가치세 제도를 도입하고 있는 대부분 국가에서 도서, 잡지, 신문 등의 물리적 형태를 가진 상품은 면세하는 데 반하여, 이들이 디지털화된 재화는 서비스로 취급되는 경우 과세대상이 되기 때문이다.

3) 조세행정 및 납세서비스 분야

전자상거래에 대하여 어떠한 과세원칙이 채택되든, 이의 현실적 집행을 위해서는 과세당국의 전자상거래 정보에 대한 접근이 전제되어야 한다는 점이 업계에 전달되었으며, 업계도 이러한 과세당국의 의견이 합당한 것으로 수긍하여 공동선언문에 반영하기로 하였다. 납세서비스와 관련하여 전자상거래 기반기술을 납세자 서비스에 활용하려는 과세당국의 방침에 대하여 업계는 환영 및 지원의사를 표명하였다.

오타와 회의에서는 이러한 논의와 공동선언문을 배경으로 하여 OECD의 향후 논의 추진과 관련하여 OECD 비회원국, 관련업체와의 긴밀한 협의를 병행키로 하였으며 2000년말을 논의 종결의 목표시한으로 설정하고 있다.

나. 오타와 회의 이후의 논의 동향

OECD에서는 재정위원회(CFA)를 중심으로 1998년 오타와에서 열린 각료회의의 후속조치로서 전자상거래에 대한 과세방안에 대하여 지속적인 연구를 하고 있다. 전자상거래의 과세에 대해서는 OECD를 중심으로 연구가 진행되어 왔고, 지리적 국경을 무시하는 전자상거래의 특성상 국제적인 조세의 정합성을 고려할 때, 우리나라만의 단독적인 조세체계를 세우기는 실제로 불가능하며 그러한 의미에서도 OECD에서의 진척상황을 살펴보는 것은 매우 중요한 의미를 가진다.

일단 Taxation Framework Conditions에서 제시된 전자상거래 과세에 있어서의 원칙들 - 중립성, 효율성, 확실성, 단순성, 효과성, 형평성, 유연성 -이 납세자 서비스, 조세행정, 소비세, 국제조세에 있어서 유용한 지침이 되고 있다.

오타와 회의 이후, Taxation Framework Conditions는 1998년 11월 OECD-APEC 합동회의에서 APEC 국가들에 의하여 채택되었으며, 1999년 5월에는 APEC 재무장관 회의에서 추인되었다. OECD는 지속적으로 Center for Inter-American Tax Administrator(CIAT), EU, Commonwealth Association of Tax Administrators(CATA), WCO 등 국제적 및 지역적 기구들과 비OECD 회원국, 민간부문 등과 더불어 전자상거래의 과세문제에 대하여 논의하여 왔다.

그러나 현재 이러한 논의에서 중심적인 역할을 하고 있는 것은 1999년 1월에 조직된 5개의 기술자문그룹(Technical Advisory Groups)이다. TAG는 5개 분야-소득의 성격, 사업이익, 소비세, 기술, 전문적 자료평가-에서 각각 국제조세, 소비세 및 조세행정과 관련된 해결책을 찾기 위한 노력을 기울이고 있다. TAG의 활동은 2001년 1월까지 지속될 예정인데, 현안으로는 다음과 같은 것들을 들 수 있다. 사업이익의 과세를 위하여 현행의 조세조약 적용을 감독하는 일, 현행 조세조약 이외의 다른 대안을 검토하는 일, 무형재의 과세에 관한 OECD 모델조세

협약 제12조의 개정에 대한 일반적인 논의에서 취합된 시사점들을 적용하는 일, 기술 표준을 설립하는 단체(bodies)에 아이디어를 제공하고 감독하는 일, 디지털 인증 기술과 식별, 거주, 관할권을 위해 이들 기술의 사용에 대해 보고하는 일, 전자뱅킹과 지불시스템이 제대로 작동하는가를 검토하는 일, 소비세의 징수를 위하여 일종의 ‘청산소 모델’의 기술적 가능성을 시험하는 일, 전자 데이터, 도서, 기록에 접근하기 위한 국제적 표준에 의견을 제시하고 검토하는 일 등이다.

소비세 TAG에서는 무형재 및 서비스의 소비지를 결정하는 문제를 검토하고 있다. 구체적으로 국경을 넘어 거래되는 서비스 및 무형재의 소비지를 구매자의 거주지로 정할 경우의 적정성을 검토하고 있다. 행정 편의상, 이 경우 구매자의 거주지는 대금청구지의 주소, 또는 제3의 인증기관에 의한 증명, 디지털 인증 또는 다른 방법에 의하여 결정될 수 있을 것이다.

그밖에 ①무형재산 및 서비스(용역)와 이들에 대한 소비지에 대한 정의 ②소비지(국) 과세원칙 설정에 국제적으로 합의하고, 세무행정 측면에서는 소비세 세무신고·징수·납부체계를 논의하기로 하였다³⁾.

이러한 TAG의 연구결과들은 2000년도에 대부분 도출될 예정이지만, 과세에 관한 이러한 결과들은 개인정보 보호(privacy), 소비자 보호, 지적재산권 같은 식별 및 관할권의 문제들이 다른 각도에서 검토되고 있는 문제들의 해결방법과 함께 고려될 경우, 조세의 관점에서만 고려한 결과와는 또 다른 결과가 나타나게 될 가능성도 있다.

3) 전자상거래관련 조세문제를 논의하는 데 있어서의 정보기술분야 발전상황을 조사평가한 결과가 내용에 반영될 수 있도록 CFA내 WP1이나 FSM이 직접세관할구역, 사업자확인, 자료접근 및 세무조사 등에 관한 검토의견을 제출토록 하였다. WP9 Sub-Group과 TAG의 mandate 참조(DAFFE/CFA/WP9(99)2/REV1, DAFFE/CFA/WP9(99)4.

2. WTO 및 주요 국제기구의 논의동향

가. WTO

WTO의 전자상거래 관련 논의는 1998년 2월 일반이사회에서 미국이 인터넷상으로 거래되는 온라인(on-line) 제품의 무관세화에 대한 국제 규범화를 제안하고 동년 3월 무역개발위원회에서 의제로 채택됨으로써 공식화되었다. 1998년 5월에 개최되었던 WTO 제2차 각료회의에서는 온라인거래에 대한 현재의 무관세 관행을 잠정적으로 유지하되 1999년 11월 각료회의시 재검토한다는 '전자상거래에 관한 WTO 각료선언⁴⁾'을 채택한 바 있다. 또한 일반이사회로 하여금 전자상거래와 관련된 무역관련 쟁점들을 검토하기 위한 종합프로그램들을 개발하여 1999년 각료회의에 보고하도록 지시하였다. 이러한 각료선언은 미국의 제안에 따른 것으로서, 미국은 당장 WTO 차원에서 무관세와 관련한 법적 구속력이 있는 문서를 채택하는 것이 어렵다고 판단하고 현재의 무관세 관행을 유지한다는 정치적 선언(political statement)의 채택을 추진한 것이다.

이에 따라 WTO 일반이사회는 동년 7월에 전자상거래 무역관련 쟁점들을 검토하는 포괄적인 작업계획 초안들을 마련하였는데, 동 계획안에 따르면 WTO 내 해당기구들이 관련분야 쟁점사항들에 관한 연구를 수행하고 그 결과를 보고하도록 하고 있다. 특히, 서비스교역이사회에서 서비스교역협정(GATS)상의 전자상거래 관련사항을 가장 활발하게 검토하고 있으며, 온라인 디지털제품(재화·서비스)에 대해 공급형태 4분류 중 국경간기준 또는 해외소비기준에 따라 modes1 및 modes2 형태간 구분문제가 관건이 되고 있다. 이와 관련하여 WTO 사무국은 이미 1998년 3월에 정보통신 인프라, 법적 문제, 보안 및 개인정보 보호 등 전자상거래와 관련된 정책문제들을 분석하고, 전자상거래와 WTO와의 관

4) WTO, "Declaration on Electronic Commerce," WT/MIN(98)/W/2, 1998.

계를 제시한 보고서를 발표한 바 있는데⁵⁾ 여기에서 WTO는 전자상거래가 서비스교역에 관한 일반협정(GATS)의 적용대상이라고 보고 있다.

참고로 우리나라는 1999년 11월 미국의 시애틀에서 열린 WTO New Round 협상 서비스부문 제안서에서 전자상거래의 급속한 발전이 GATS의 이행에 많은 새로운 도전을 제기하고 있다는 점과 서비스교역에 대한 전자상거래의 영향, 특히 각국의 양허 범위에 대한 영향을 다루어야 함을 제기한 바 있다.

WTO 산하의 상품교역이사회, 무역개발위원회, 지적재산권이사회, 정부조달위원회 등에서도 위에서 언급한 작업계획의 일환으로 관세평가 협정에 의한 가격산정, GATT(1994) 제2조 명시 관세·조세·기타 과징금, 전자상거래가 개도국의 중소기업에 미치는 경제적 영향 분석, 전자상거래에 따른 지적재산권 문제 등을 활발하게 연구하고 있다.

한편 1999년 11월 미국의 시애틀에서 개최된 WTO 제3차 각료회의에서는 지난 1998년의 '전자상거래에 관한 WTO 각료선언'과 관련하여 ① 제4차 각료회의 시까지 무관세 관행 유지 ② 2000년부터 진행될 뉴라운드 협상 종료 시까지 무관세 관행 유지 ③ 무관세의 영구화 등 3가지 방안을 중심으로 논의가 진행되었으나 무관세의 영구화를 관철하려는 미국과 제4차 각료회의 시까지만 무관세 관행을 유지하려는 여타국간의 대립으로 인하여 결론이 유보된 상태에서 잠정적으로 무관세 관행이 연장되는 결과를 초래하기도 하였다. 또한 동 각료회의에서는 WTO 일반이사회가 전자상거래 관련 작업계획을 과거와 같이 지속적으로 추진하여 그 결과를 제4차 각료회의에 보고하도록 하였다.

나. EU

EU에서는 1980년대 초반부터 일련의 프로그램을 통하여 범유럽적인

5) WTO, *Electronic Commerce and The Role of The WTO*, 1998.

네트워킹(networking) 능력을 개발하여 왔다. 대부분의 이러한 프로그램(ESPRIT, RACE, ACTS 등)은 연구개발이 중심이 되고 있다. EDI 시스템 특히 TEDIS(Trade EDI System)에 대한 유럽의 지지도 한 예로서 빼놓을 수 없다. 1994년에는 유럽이사회(European Council)의 요청에 의해 유력한 유럽의 정보통신회사들이 European Information Infrastructure의 구축을 위한 특별한 조치를 추천하였다. 10개의 추천항목 중에 4개가 전자상거래와 직접 관련이 있는 사항인데 이들은 중소기업을 위한 Telematic Services, 전자입찰(Electronic Tendering), 범유럽행정망(Trans-European Public Administration Network), 도시정보망(City Information Highways) 등이다.

1994년 이래, 유럽위원회(European Commission)은 공식적인 전자상거래 추진계획을 발족시켰다. 1996년에는 ESPRIT를 통하여 전자상거래를 위한 기업들의 연구개발 계획서를 공모하였는데, 그 대상 분야로는 software, multimedia systems, high performance networking, integrated manufacturing and business process technologies 등을 들 수 있다.

유럽위원회(European Commission) 안에서 전자상거래 프로그램에 대한 일차적인 책임은 제3국(Directorate GeneralⅢ(산업 담당))과 제13국(통신, 정보시장, 연구이용 담당)에 있다. 대부분의 연구개발 프로그램은 제13국에 의하여 행해진다. 여기에는 SEMPER(Secure Electronic Market-place for Europe)와 같은 프로그램이 포함되는데, 이 프로그램은 개방적이고, 안전한 전자상거래 모형을 개발하기 위한 ACTS 프로그램의 일부로서, EU에 의하여 자금이 지원되는 산업 컨소시엄의 형태를 띠고 있다. 제3국은 안전하고 종이가 필요 없는 거래를 위한 BOLERO 프로젝트를 지원하고 있으며, IDA(Interchange of Data between Administration)도 지원하고 있다. IDA는 국가 또는 EU 집행기관간에 건강, 사회보장, 조달, 관세 등에 관한 정보를 교환할 수 있게 해주고 있다.

그 밖에도 제15국(내부시장 및 금융서비스 담당)에 의하여 지원되는 SIMAP(범유럽 전자조달제도), 제23국(기업정책, 분배무역, 관광, 협동조합 담당)에 의해 지원되는 Commerce 2000 프로그램은 중소기업의 전자상거래 활성화를 목표로 하고 있다.

한편 1997년 7월에 본(Bonn)에서 독일과 유럽위원회가 공동으로 개최하였던 「세계정보네트워크(Global Information Network)」에 관한 EU 각료회의에서는 인터넷과 같은 세계 정보네트워크의 등장과 이에 따른 전자상거래가 범세계적으로 미치게 될 영향을 인식하고 이에 대비하기 위하여 각 부문에 대한 선언(Bonn Declaration)⁶⁾을 채택한 바 있다. 이른바 본(Bonn)선언이라고 지칭되는 이 각료선언은 인터넷과 같은 정보네트워크의 발달과 이에 따른 전자상거래의 확산에 대한 EU의 시각을 분명하게 제시하고 있다.

특히 조세문제와 관련하여 본(Bonn)선언은 정부가 ‘납세의무(tax obligation)가 명확·투명하고 예측가능한’ 제도적 확실성을 제공해 주는 조세제도를 마련하고 아울러 전통적인 상거래와 비교할 때 전자상거래에 대해 추가적인 부담이 존재하지 않는 조세중립성 보장의 필요성을 강조하고 있다. 이러한 원칙을 보다 실제적인 차원에서 구분하여 보면 먼저 부가가치세와 같은 기존의 간접세는 전통적인 거래에 적용되어 왔던 것과 마찬가지로 재화와 서비스의 전자상거래에 명확히 적용될 수 있으며, 웹 사이트의 특징인 무과세지역 또는 과세완화지역으로의 지역적 이동 가능성을 고려할 때 부가가치세와 소비세 부과에 있어서 조화가 필요함을 제기하고 있다.

또한 본(Bonn) 선언에서는 전자상거래와 관련하여 그 동안 제기되었던 비트세(bit-tax)와 같은 새로운 조세를 도입할 필요가 없다는 점을 강조하고, 앞으로 전자상거래와 관련하여 조세회피나 탈세에 대한 새로

6) European Commission, "Global Information Networks: Ministerial Declaration," European Ministerial Conference at Bonn, 6~8 July, 1997.

운 문제가 대두될 수 있다는 점에서 정부의 조세수입을 보호하고 시장왜곡을 방지하기 위해 이러한 문제에 대한 연구의 필요성을 제기하고 있다.

그러나 무엇보다도 본(Bonn)선언에서는 전자상거래의 발전에 따라 조세수입을 보장하기 위해 필요한 조치와 관련해서 기존의 조세가 전자상거래와 전통적 상거래에 공평하게 적용되도록 보장하여야 하고, 전자상거래를 차별하는 조세가 적용되어서는 안되며, OECD와 같은 국제적인 토론의 장에서 현재와 같은 활동을 계속해야 할 것이라는 점 등 원칙적 입장을 견지하고 있다.

결국 본(Bonn) 선언에서 EU 각국의 각료들은 세계정보네트워크 사용에 대해 비차별적인 조세원칙이 적용되어야 한다는 점을 지지하며, 전자상거래의 조세문제를 논의하기 위해 국제협력이 필요할 뿐만 아니라 경쟁의 왜곡을 방지하기 위한 적절한 조정이 필요하다는 점에 동의하고 있다고 하겠다.

한편, 최근 EU에서는 1999년 12월 7일 유럽의 전자상거래를 촉진하기 위한 지침(e-commerce directive)에 합의하였다. EU의회의 승인과 회원국들의 비준을 거쳐 2001년부터 발효되는 동 합의에 의해 EU 회원국간에는 어디서나 전자상거래를 자유로이 할 수 있도록 하는 제도적 장치가 마련됐다고 볼 수 있다. 현재 EU는 단일시장을 형성하고 있음에도 불구하고 나라마다 세율과 통신판매 관련 규정이 달라 국경을 넘나드는 전자상거래는 여러 가지 장애로 발전에 한계를 안고 있다는 지적을 받아왔으나, 이번 합의를 통하여 국내법(home country)에 부합하는 한 다른 회원국의 국내법을 개별적으로 고려할 필요없이 자유롭게 인터넷을 통한 상거래가 가능해졌다.

이번에 합의된 내용은 서비스 제공자의 책임, 서비스 제공자에 대한 관할·감독권, 온라인 계약에 대한 소비자 보호, 통신사업 및 전자광고에 대한 규제 등을 포함하고 있다(〈표 IV-1〉 참조). 우선 감독권은 서비스 제공자가 실제 활동을 벌이는 지역의 국가가 가지며 해당 국가가 회사등록 등 법적 절차를 관장기로 했다. 회원국은 온라인상의 계약에

대해 어떤 제한조치도 두지 않는 것을 원칙으로 하되 계약 당시 소비자의 기술적 실수를 줄이기 위해 계약 관련 정보를 요구할 수 있도록 했다. 인터넷상에서 웹링크(web link) 등을 통해 제3자가 단순히 정보를 전달한 경우 법적 책임을 지지 않도록 하였고, 소비자 보호를 위해 소비자에게 보내는 인터넷상의 광고는 반드시 발신인의 신분이 확인 가능하도록 의무화했다.

〈표 IV-1〉 전자상거래 관련 EU합의 내용

| 분 야 | 내 용 |
|----------------|---|
| 서비스 제공자 감독·관할권 | • 서비스 제공자가 실제 활동하고 있는 국가가 감독권 행사와 법적 절차 관할 |
| 온라인계약 보호 | • 온라인상의 계약에 대한 제한행위 금지 • 소비자 피해 방지를 위해 회원국 정부가 계약 관련정보 요구 가능 |
| 서비스 제공자 책임 | • 제3자가 단순 정보를 전달한 경우 법적 책임 면제 |
| 통신사업과 영업 활동 | • 소비자에게 보내는 전자우편 등의 광고에 대해 발신자 신분 의무적 공개 |

이번 합의로 전자상거래에서 상대적으로 미국에 뒤져 있는 유럽의 기업들에게는 새로운 기회를 제공하게 될 전망이나, 독일 등 일부 국가에서는 합의내용이 너무 포괄적이며 개별국가의 상법규정이 전자상거래에도 함께 적용될 필요가 있다고 지적하고 있으며, 소비자 보호규정이 미흡하다는 비판도 제기되고 있다.

한편 EU에서는 「e유럽(eEurope)」이라는 계획을 발표하여 EU의 디지털사회 실현을 앞당기기로 하였다. 이 계획에 따라 2000년 3월 이전에 구체적인 실행에 들어갈 수 있도록 세부적인 계획을 유럽위원회(European Commission)에서 마련하고 있다. 기본적으로 이 계획은 인터넷의 보급을 통하여 전 유럽을 정보화 사회로 만들자는 것이다. 이를 위하여 아래의 〈표 IV-2〉와 같은 10가지 실행방안을 제시하고 있다.

이러한 실행방안에 따르면 2000년말까지 전화회사들은 회선에 대한 독점을 포기하여 경쟁을 가속화시킬 것이며, 이를 통하여 통신요금이 인하될 것이다. 멀티미디어 무선시스템에 대한 주파수 정리도 2001년말까지는 완료될 예정이다. 2002년말까지는 모든 학생들이 교실에서 인터넷에 접속할 수 있을 것으로 예상된다.

〈표 IV-2〉 「e유럽」계획의 10가지 실행방안

-
1. 청소년 디지털 마인드화
 2. 인터넷 접속료 인하
 3. 전자상거래 촉진
 4. 교육과 연구에 필요한 초고속 인터넷망 구축
 5. 디지털 정보 활용이 가능한 스마트 카드 보급
 6. 중소기업 육성
 7. 장애인의 인터넷 활용 제고
 8. 온라인 의료 서비스 확충
 9. 물류체계의 컴퓨터화
 10. 정부조직의 온라인화
-

다. APEC

APEC는 1997년 11월 캐나다 밴쿠버 정상회의 및 각료회의에서 민간 주도의 전자상거래 환경 조성을 위한 작업 계획 수립에 합의한 바 있으며, 1998년 2월에는 고위관리회의에서 전자상거래 관련 작업반을 설치하기로 하였다. 동 작업반은 전자상거래의 신뢰도 확보, 정보통신 인프라 구축, 관세를 포함하는 조세문제, 배송 및 지불제도, 정부 및 민간의 협력방안 등 다섯 가지 문제에 대하여 일반원칙을 수립하고자 하는 것이었다.

1998년 11월 말레이시아의 쿠알라룸푸르에서 개최된 APEC 정상회의에서는 「전자상거래에 관한 APEC의 4가지 청사진(Blue-print for Action on Electronic Commerce)」을 채택하였는데 그 내용은 아래

와 같이 요약할 수 있다.

첫째, 전자상거래를 활성화하기 위해 정부는 법적·제도적 환경을 조성하는 한편 신뢰 증진과 국제협력 등을 담당하며, 민간부문은 기술 및 서비스 개발을 담당하기로 한다.

둘째, 전자상거래 측정지표 개발, 경제기술협력 강화, 전자인증 실현 등 시범적인 연구프로그램을 추진한다.

셋째, 회원국의 전자상거래 개발전략, 인적자원 개발, 교육훈련 등에 대한 인식을 제고하는 한편, 정보를 교환한다.

넷째, 종이 없는 무역을 실현하고 Y2K 대응책을 마련한다.

전자상거래와 관련한 APEC의 최근 논의는 1999년 9월 뉴질랜드의 오클랜드에서 개최된 각료회의에서 이루어졌다. 동 회의에서는 전자상거래 확대를 위해 효율적인 지표개발, 법 제정 시 UN 상거래법위원회 모델법(UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce)의 고려, 중소기업의 전자상거래 활성화를 위한 APEC 차원의 지원책 마련 등을 추진하기로 하는 한편, 선진국은 2005년까지, 개발도상국은 2010년까지 종이 없는 무역을 실현하기로 합의하였다.

3. 각국별 전자상거래 지원정책

대부분의 국가에서 공공부문은 가장 큰 상품 및 서비스의 단일 수요처라고 할 수 있다. 특히 최근 들어 정부가 필요로 하는 상품 및 서비스를 자체적으로 생산하기보다는 민간으로부터 조달하는 경향이 높아짐에 따라 전자상거래의 발전은 정부부문과도 밀접한 관련을 가지고 있다고 하겠다. 뿐만 아니라 민간부문의 주도적인 역할이 활발하지 못한 발전의 초기단계에서는 정부가 산업적인 측면에서 전자상거래의 활성화를 위한 일정한 역할을 담당할 수 있을 것이다.

1998년 11월 APEC 정상회의에서 채택한 「전자상거래 청사진」에서는 민간은 기술, 서비스 개발 등에 주도적 역할을 수행하고 정부는 예측

가능하고 투명하며 일관된 법제도적 환경 마련, 신뢰 증진, 국제협력, 선도적 역할 등을 담당할 것을 제시하고 있다. 이미 민간부문에 의해 전자상거래가 활성화되어 있고, 민간부문이 이를 주도해 나가는 국가에서는 정부는 법적·제도적 인프라를 구축함으로써 간접적으로 전자상거래 활성화정책을 펴나갈 수 있다. 그러나 아직 전자상거래가 활발하지 못한 개도국이나 후진국의 경우에는 정부가 보다 적극적으로 전자상거래의 활성화를 위하여 나서는 것도 한 방법이라고 하겠다. 이와 관련해서는 뒤에서 살펴볼 싱가포르가 그 좋은 예라고 할 수 있겠다.

대다수 OECD 국가들을 포함한 선진국들은 전자상거래를 촉진하기 위하여 정보교류, 기술개발, 상담서비스 등과 관련한 정부주도의 다양한 정책들을 시도하고 있다. 먼저 미국의 경우를 보면 인터넷 사기 방지대책 마련, 인터넷 가속화 민간투자 촉진, 중소기업 인터넷 접속 지원, 인터넷 및 전자상거래 영향 측정, 개도국 인터넷 촉진계획 시행 등을 골자로 하는 정책시행을 추진하고 있다. 호주정부의 경우, 호주전자기업망(Australian Electronic Business Network)을 설립하여 전자상거래와 관련된 교육을 보조하고, 물류 등의 개선을 위한 가이드라인의 개발 등을 주도하고 있으며 캐나다는 기업간 전자상거래와 관련된 업무능력을 개발하고 전자상거래 수행의 이점 및 필요조건 등과 관련된 정보를 확산시키기 위한 계획을 수립하고 있다.

프랑스의 경우, 기업간 전자상거래와 관련한 지침을 개발하고 기업들의 참여를 유도하며 특히 중소기업의 인터넷 사용을 장려하기 위한 체제를 구축하고 있고, 아일랜드는 새로운 중개업들의 성장을 장려하고 전자상거래에 대한 기업들의 인지도를 제고하며 참여를 유도하는 등의 포괄적 전략을 채택하고 있다. 이탈리아의 경우에는 조세 및 재정지원, 지역별 기술보조, 교육훈련을 포함하여 전자상거래의 확산에 정부가 깊이 개입하고 있으며 일본은 대기업들과 공동으로 기업인증, 보안관리, 지불 및 그와 관련된 기술적 인프라, 일반적 기업업무기반 등의 개선 실험에 대한 지원 및 홍보계획 등을 추진하고 있다. 영국의 경우에도 정보통신

기술 및 인터넷 사용을 증진하고 상담서비스를 제공하며 기타 정보의 흐름을 제고하기 위한 여러 가지 정책을 추진하고 있다. 싱가포르는 자국내 전자상거래를 활성화시키고 국제적으로도 싱가포르를 전자상거래의 축으로 만들어 관련 서비스산업을 발전시키려는 시도의 일환으로 전자상거래 진흥을 위한 종합계획을 발표하였다. 여기서는 몇 개의 주요국가들에서 전자상거래의 활성화를 위하여 어떠한 정책들을 취하고 있는지를 좀 더 자세히 살펴보기로 하겠다.

가. 미국

1997년 7월에 미국의 클린턴 대통령은 “A Framework for Global Electronic Commerce”에서 전자상거래에 대한 무관세와 새로운 조세의 부과에 반대하는 미국의 입장을 표명한 바 있다. 또한 1998년 5월에 개최되었던 제2차 WTO 각료회의에서 「전자상거래에 관한 선언문」을 채택하여 전자상거래에 대한 현재의 무관세 관행을 1999년말까지 유지하기로 합의하였다.

더구나 미국은 1998년 10월에 전자상거래에 대한 과세를 3년간 유예하는 「인터넷 조세 감면법(Internet Tax Freedom Act)」을 제정하여 전자상거래의 육성을 위한 세제지원을 하고 있으며, 1998년 11월에는 산업정책적 측면에서의 전자상거래 촉진을 위한 5단계 조치의 시행을 발표하였는데, 그 내용을 보면 ① 상무성과 연방통신위원회(FCC)를 통해 인터넷 사기 방지대책 마련 및 이를 위한 업계 자율규제, 사기방지법 시행 ② 상무성과 미무역대표부(USTR), FCC를 통한 인터넷 가속화 민간투자 촉진 ③ 상무성과 중소기업청을 통한 중소기업 인터넷 접속 지원 ④ 백악관 국가경제회의(NEC)주도의 미국과 전세계를 대상으로한 인터넷 및 전자상거래 영향 측정 ⑤ 국무성 주도의 개도국 인터넷 촉진계획 시행 등이다.

특히, 상무성은 1998년에 이어 1999년에 「The Emerging Digital

Economy II」를 발간하여, 미국 및 전세계에서 진행되고 있는 전자상거래 및 그 기반인 정보통신기술(IT)의 발전 양상에 대해 조사평가하고 있다. 상무성은 또한 1999년 2월 중요한 소매거래형태로 자리잡게 될 전자상거래 규모를 집계발표하기 위해, 종전 소매판매액 중 카탈로그판매(우편판매) 항목으로 수집하던 것을 매년 인터넷을 통한 상품판매현황 통계를 별도 수집하여 주요 경제지표로 활용할 것임을 발표하였다.

1) 인터넷 조세 감면법(ITFA)의 입법 배경

미국에서는 1998년 10월에 「인터넷 조세 감면법」을 제정하여 1998년 10월 1일부터 2001년 10월 21일까지 3년간 인터넷 접속과 온라인을 통한 인터넷 상거래에 대한 세금을 유예(moratorium)하기로 결정하였다. 「인터넷 조세 감면법」은 전자상거래를 촉진하기 위하여 “정보에 대하여 과세하지 않는다”는 정신하에 입법 추진되었다고 할 수 있다. 즉 전자상거래는 기존의 거래와는 달리, 다중의 그리고 차별적인 과세의 대상이 될 가능성이 있다. 예를 들면 오픈 시스템(open system)을 이용하는 하나의 인터넷거래에 대하여 서로 다른 주정부들과 지방정부들이 과세를 하고자 할 수 있기 때문이다.

「인터넷 조세 감면법」은 이러한 위험으로부터 전자상거래를 보호하여, 예상하지 못한 세금이나 객지의 정부(remote government)로부터 과세되는 것을 방지하고자 하는 목적에서 제정된 것이다.

「인터넷 조세 감면법」은 1997년 3월 공화당 하원의원인 Christopher Cox(캘리포니아)와 민주당 상원의원 Ron Wyden(오레건)이 처음 입법 상정하였는데, 주정부 및 지방정부의 재정에 심각한 타격을 주지 않기 위한 절충을 통하여 유예기간을 3년으로 단축하고, 모든 인터넷 관련 세금에 대한 일률적인 금지(blanket prohibition)가 아닌 보다 제한된 유예로 입법화되었다. 동시에 전자상거래와 관련된 조세문제를 연구하기 위한 임시위원회(Advisory Commission on Electronic Commerce)를 구성하기로 하였다.

동법은 1998년 6월 23일 하원을 통과하고, 상원에서는 1998년 10월 8일 통과되어 양 법안이 10월 20일에 Omnibus Appropriations Bill로 포함되어 10월 21일 클린턴 대통령이 서명함으로써 공법(PL105-277)으로 최종 성립하였다.

2) ITFA의 주요 내용

ITFA의 주요 내용을 살펴보면, 첫째 인터넷에 대한 조세를 3년간 유예할 것을 규정하고 있다. 즉 주정부나 지방정부가 인터넷 접근 서비스(Internet Access Service)에 대하여 과세하는 것을 금하고 있다. 그러나 이미 다수의 州⁷⁾들이 1998년 10월 이전에 정보제공사업자에 대하여 '실질적으로' 과세하고 있었다면 이를 철회하도록 강요하지는 않기로 하였다.

둘째, 전자상거래에 대한 다중적(multiple), 차별적(discriminatory) 과세를 3년간 유예하기로 하였다. 즉, 전자상거래의 구매자와 판매자가 다수의 州로부터 과세되는 것을 금지하고 있으며, 새로운 종류의 세금이 부과되는 것도 금지하는데, 특히 州外事業(out-of-state business)으로 분류하여 차별적인 세금을 부과하는 것도 금지하도록 규정하고 있다. 또한 유예기간중에는 인터넷을 통해서만 판매되는 상품과 서비스에 대한 과세도 금지하도록 규정하고 있다.

셋째, 원격판매(remote sales)문제를 연구하기 위한 위원회(commission)를 구성하기로 하였다. 전자상거래에 대한 조세문제를 연구할 특별위원회를 설립하여 18개월 후에 미국 의회에 보고하도록 하는 내용이다.

넷째, 연방세의 감면을 규정하고 있는데, 인터넷 접근이나 전자상거래에 대하여 연방세를 부과하지 않는다는 내용이다.

7) Connecticut, Wisconsin, Iowa, North Dakota, South Dakota, New Mexico, South Carolina, Tennessee, Texas, and Ohio

마지막으로 전자상거래에 대한 무관세의 선언이다. EU와 WTO를 통하여 전자상거래에 대하여 관세나 차별적인 세금이 부과되지 않도록 행정부가 부단히 노력할 것을 요구하기로 하였으며, 또한 상무부로 하여금 해외에서 전자상거래에 종사하는 미국 기업의 경쟁력을 방해하는 장벽이 있는지를 조사하여 보고하도록 하였다.

3) 정부기관에 의한 활성화 정책

미국은 민간부문의 전자상거래가 가장 활발하게 이루어지는 국가이면서 동시에 전자상거래의 활성화에 있어서도 가장 적극적인 편이라고 하겠다. 미국정부의 National Information Infrastructure(NII) 프로그램은 미국 경제·사회정책의 핵심이며, 전자상거래와 관련된 많은 프로젝트들이 NII에 의하여 조정된다. 1995년에는 10여개의 정부기관으로 구성된 Federal Electronic Commerce Acquisition Team(FECAT)이 결성되어 정부가 사용할 전자상거래의 구조(architecture)를 구축하는 임무를 수행하고 있다.

FECAT는 General Services Administration(GSA)과 국방성이 공동의장을 맡고 있으며, 다른 여러 가지 추진계획과 연계되어 있다. 예를 들면, GSA는 정부조달제도의 자동화 등을 이미 시행하고 있으며, 국방성의 조달 과정에서도 이러한 추세가 반영되고 있다. 국방성의 '상시 조달과 평생 서비스'(Continuous Acquisition and Life-Cycle Support(CALS)) 제도도 민간부문의 기업조직에 영향을 미친 국방성 추진 업무(initiatives)의 하나다. 국방성은 우체국의 전자거래에 대한 '제3자 인증'을 제공하는 작업에도 참여하고 있다.

상무성은 National Institute for Standards and Technology(NIST)를 통하여 전자상거래의 연구개발에 관여하고 있으며, 디지털 서명 표준(Digital Signature Standard)의 개발에도 한몫을 하였다. 상무성과 Small Business Administration은 공동으로 중소기업을 위하여 ① 전자상거래 사용을 위한 공무원의 재교육 ② 정부내에서의 전자

매체 사용의 확대 ③ 중소기업에 대한 전자상거래의 홍보 ④ 중소기업의 전자상거래 이용 성공담 홍보 등의 활성화 전략을 시행하고 있다.

SEC는 법률적으로 요구되는 기업문서의 수발, 처리, 배포를 자동화 시켰으며, 재향군인성(Department of Veterans Affairs)은 재향군인에 대한 각종 수혜제도를 電子的으로 전달하기 위한 모델을 개발하고 있다. 국세청은 1986년 이래, 온라인 세금납부를 확장하여 왔으며, 1999년에는 2만달러를 초과하는 세금을 납부하는 모든 기업은 電子的으로 세금을 납부하도록 되었다.

민간부문의 전자상거래 추진계획도 공동 출자나 NII를 통하여 정부와 연결되어 있다. Electronic Messaging Association, Electronic Commerce Committee, Enterprise Integration Network (EINet), Electronic Manifest Bar Code(EMBARC), Financial Services Technology Consortium(FSTC), CommerceNet 등이 이러한 예에 속한다.

4) 기타 관련조치

가) The Government Paperwork Elimination Act of 1998

전자적 문서의 제출, 확인 등을 장려하여 연방정부에서의 전자거래에 대한 장애물을 제거하기 위한 법률이다. 1998년에 1조달러의 법인세(전체 세수의 80%)가 Electronic Federal Tax Payment System에 의하여 납부되었다. 1998년 개인소득세의 20%도 전자적으로 납부되었다. IRS 웹사이트를 통하여 5,000종이 넘는 세금납부형식(form)과 안내지시서, 발간물 등을 온라인으로 받아볼 수 있으며, 연방정부의 조달 업무를 담당하고 있는 GSA의 Advantage online 구매 서비스에 의해서도 400가지가 넘는 물품이 구매될 것으로 예상된다.

나) The Digital Millennium Copyright Act of 1998

저작권이 있는 온라인 저작을 보호하기 위한 World Intellectual Property Organization(WIPO)의 지침을 입법화하고 통신회사 및

ISP의 책임을 제한한 법률이다.

다) The Next Generation Internet Research Act of 1998

인터넷의 용도와 기능을 향상시키기 위한 연구에 대한 지원을 규정한 법률이다.

라) Communications and Electronic Commerce Tax Project

정부, 기업, 납세자 그룹, 학자들의 그룹으로서 새로운 기술하에서의 주 및 지방정부의 과세를 고려하기 위하여 설립한 프로젝트이다. 재무성 안의 Financial Management Service에서는 병영이나 병원 등에서 스마트 카드나 전자수표 등을 이용한 전자지불에 대한 실험을 하고 있다.

미국의 경우, 일반적 연구개발 외에도 내부에서 사용되는 소프트웨어의 개발 및 실험과 관련한 비용에 대해서도 세액감면을 해주고 있다. 여기에는 웹에 기반을 둔 회사가 웹사이트를 운영하는 데 사용하는 소프트웨어의 개발비도 포함되는데 이러한 세액감면은 회사의 입장에서 볼 때 매우 가치 있는 것이다.

나. 이탈리아

이탈리아 산업부가 1997년에 발표한 「정보·통신 정책(Information System and Telecommunication Policy)」은 향후 전자상거래가 정보통신부문의 한 응용분야로서 활성화될 것이고 중소기업의 경쟁력 제고를 가져올 것을 예고하고 있다. 이러한 맥락에서 1998년 3월에 공포된 법령(Legislative Decree) 114조 「상거래에 대한 신법」 제21항은 전자상거래에 관한 내용을 담고 있다.

아래에 제시되어 있는 동 법령은 산업부에게 전자상거래의 도입과 사용을 증진시키는 업무를 선임하고 있다. 또한 동 법령은 기업, 특히 중소기업의 국제적 경쟁력 향상을 도모하기 위한 것 일뿐만 아니라 시장을 보호하고 유럽 및 국제협약에 적극적으로 참여할 것을 의무화하기 위한

법령 제 114조 21항, 1998년 3월 31일

전자상거래

1. 산업부는 전자상거래의 도입과 사용을 촉진하여야 함. 따라서
 - a) 전자시장의 균형적 발전을 지원하고,
 - b) 소비자 이익을 보호하며,
 - c) 이와 관련된 분야와 서비스공급자들에게 정보제공 및 교육훈련을 시행하고,
 - d) 전자상거래의 사용을 통하여 세계시장에서의 기업, 특히 중소기업의 경쟁력을 제고시키기 위한 특정 정책을 수행해야 하고,
 - e) 서비스의 확실성 및 소비자 신뢰도를 증진시키기 위한 품질관리 도구 및 기술의 사용을 촉진하며,
 - f) 전자상거래의 발전을 위한 유럽 및 세계의 협력 및 협상과정에 적극 참여해야 함.
2. 위의 업무들을 수행하기 위해서 산업부는 이해당사자, 단체, 협회 등과의 협약 또는 합의사항을 마련할 수 있음.

것이기도 하다. 동태적 측면에서의 시장발전 요인으로서 국내 및 국제경향과 보조를 같이하는 부문에 대하여 정책을 집중시켜야 할 것을 인식하고, 전자상거래를 통하여 상업적 목표만을 추구하는 것이 아니라 경쟁력, 고용, 현대화와 같은 거시경제적 목표들을 동시에 추구해야 함을 강조하고 있다.

한편 이탈리아 정부는 내국세 및 관세의 운영과 관련된 규칙·절차 등의 간소화, 물류인프라의 개선 등과 관련하여 적절한 시설 및 정책을 제공해야 할 필요성을 절감하고 있다. 향후 5년 내에 정보통신 및 전자상거래와 관련한 기타 서부유럽국가들과의 차이를 해소시키는 것을 목적으로 여러 정책들을 추진하고 있다.

특히 이탈리아의 전화비용이 다른 나라들에 비하여 상대적으로 높다는 사실을 인식하고 인터넷 접속비용의 인하를 추진해 왔다. 1997년 통신부는 통신요금을 조절할 것을 건의하여 가정 및 학교에서의 네트워크 접속용 전화요금의 50% 인하를 달성하였으며, 그 결과 이탈리아의 접속비용이 유럽에서 가장 낮은 편에 속하게 되어 인터넷 접속 건수 및 접속

시간의 급격한 증가가 나타나게 되었다. 또한 전용선 서비스 가격도 독과점관리국의 도움을 얻어 인하되었다. 앞으로도 시장에서의 경쟁 및 새로운 경쟁기술(무선 및 위성 등)의 도입으로 인하여 추가적 가격인하를 기대할 수 있을 것으로 전망하고 있다. 그러나 인터넷 서비스가 증가하여도 지역간의 격차는 존재할 수 있으므로, 시내통화료 서비스 구간을 확장하여 지방에도 인터넷 서비스 제공자를 창출하기 위하여 노력을 기울이고 있다.

이탈리아의 경우, 내국세 및 관세와 관련해서는 적극적인 개입이 적절하지 못하다고 판단하고 있다. 이탈리아는 OECD나 WTO와 같은 국제기구와 협력해 왔으며 공조체제를 유지할 것을 명백히 하고 있다. 재정당국은 내국세 및 관세관련 제도의 정비가 세수에 미치는 영향을 고려하는 한편 전자상거래 발전을 저해하는 관료적 장애물을 제거하기 위하여 노력하고 있다. 이는 자극과 유인을 통하여 전자상거래를 활성화시킨다는 원칙에 바탕을 두고 있는 것이다. 전자상거래의 규모를 신장시키고 품질을 향상시킴으로써 조세에 긍정적 효과를 미치도록 하며, 온라인 상품과 실물상품 양자에 있어서 전자상거래가 어느 한 쪽에 치우치지 않고 확산될 수 있도록 균형을 유지하는 정책을 개발하고 있다.

이처럼 이탈리아의 전자상거래 관련 과세방향의 최우선은 유럽연합의 수준에서 공감되는 조세정책의 채택에 있다고 할 수 있다. 이탈리아 정부는 전자상거래 시장의 발전을 위하여 아래의 항목들에 대한 조세 및 금융지원을 고려하고 있다.

- 정보네트워크의 일부를 구성할 수 있는 기기의 구입 또는 사용
- 네트워크 접속과 관련된 하드웨어, 소프트웨어 또는 서비스의 구입
- 인터넷 접속 및 인터넷상에서의 정보구매에 대한 부가가치세율 인하
- 온라인 거래(기업간 및 기업과 소비자간)를 시도하는 기업들의 상담 및 디자인
- 관련 서비스를 아웃소싱하는 경우

- 전문인력을 고용하기 위한 계약의 경우 등.

다. 아일랜드

아일랜드의 기업 문화는 강력하고 일관된 기업진흥정책에 기반을 두고 있다. 아일랜드 정부는 정보 사회의 도래에 대해서도 마찬가지로 관점에서 보다 폭넓고 다양한 측면의 대처방안을 연구하고 있다. 새롭게 등장하는 디지털 경제에서 국제경쟁력을 유지하기 위해 반드시 발전되어야 할 분야를 아래의 다섯 가지로 파악하고 단호하게 대처하고 있다.

- 통신인프라와 비용
- 정보통신기술의 사용과 관련한 교육
- 기존 산업의 기술력 향상
- 효과적인 규제
- 연구개발

아일랜드의 정보통신 시장은 계획되었던 것보다 1년이나 빨리 자유화되었다. 혁신적인 민-관간의 협조 체제를 통하여 2000년까지 아일랜드의 광대역(廣帶域) 접속은 국제 통신네트워크에까지 확장되게 될 것이다. 아일랜드의 전략은 OECD국가 중 최저가로 최고의 서비스를 달성하기 위하여 통신부문에서의 경쟁을 장려하는 것이다.

아일랜드 정부는 하부구조에 대한 투자는 인적자본에 대한 투자와 병행되어야 한다는 점을 인식하고 기술개발과 혁신촉진을 위한 교육정책에 3억 6,500만아일랜드파운드를 배정하였다.

또한 아일랜드 정부는 국가적인 차원에서 설비와 법, 규제 등과 관련된 기업환경을 확립할 필요성을 절감하고, 기업들로 하여금 주어진 기회를 충분히 활용할 수 있는 환경을 제공해 주고 아일랜드가 전자상거래 관련 투자의 선도지역으로 발전할 수 있도록 노력하고 있다.

국가경쟁력위원회(National Competitiveness Council)는 조세제도 정비와 관련하여 전자상거래를 왜곡시키거나 저해시키지 않아야 할

것, 인터넷을 기반으로 수행되는 상거래행위에 대한 과세는 기존의 국제 조세원칙과 일치하여야 하며 이중과세문제가 발생하지 않도록 주의할 것 등 OECD나 EU에서 논의하고 있는 과세원칙과 일치하는 맥락에서 접근할 것을 강조하고 있다.

아일랜드 정부는 아일랜드에 기반을 둔 기업들의 전자상거래 개발을 용이하게 해줄 수 있는 여러 가지 분야에 있어서 신속히 대응해 왔다. 먼저, 광대역 통신망에 대한 투자와 관련해서 경쟁촉진적인 규제 틀을 통하여 경쟁을 고취시키고 이를 통하여 인프라와 서비스에 대한 투자를 달성할 수 있다는 결론에 바탕을 두고 정책을 추진해 왔다.

또한 아일랜드 정부는 1999년 1월 발표된 정보화 사회 추진계획을 진행중에 있는데, 이 계획은 통신시장의 자유화와 관련한 규제의 틀 마련 및 통신인프라의 발전에 초점을 맞추고 있다.

이와 함께 전자상거래의 발전을 유도할 수 있으며 동시에 안전한 법제 환경의 개발을 통하여, 전자상거래 사업자들을 아일랜드로 끌어들이는데 노력하고 있다. 법적 구조에 대한 여러 측면들이 유럽연합(EU)에서 논의되고 있지만, 이와는 별개로 아일랜드 자체로서도 전자상거래를 위한 안전하고 명확한 법적 환경을 제공하기 위해서 여러 가지 방안들을 도입하고 있다.

인증문제에 대한 접근방법을 제시하는 협의초안이 준비되어 1999년말까지는 발간될 예정인데 이것이 관련 법안의 기본 형식으로 채택될 것으로 기대된다. 이 보고서는 안정적인 전자거래를 법적으로 보장되는 메커니즘을 만들 것을 제안하고 있으며 인증서비스 공급자 문제는 물론 전자계약, 전자서명, 전자문서와 관련된 법 시안들을 포함하고 있다.

인증서비스 자체의 문제는 여타 유럽국가들에서 이미 상당한 발전을 이루고 있지만 인증의 기준은 아직 개발단계에 있다. 아일랜드가 다른 국가들보다 앞서서 인증기준을 개발해 내게 된다면 인증 서비스의 제공에 있어서 선도적 위치에 서게 될 것이다. 따라서 아일랜드는 이의 촉진을 위한 실행계획(action)을 수립하고 있다.

네덜란드와 영국이 저작권 분쟁 해결을 위한 국제적 중심지로 발전한 것과 마찬가지로 아일랜드도 자국을 전자상거래 관련 분쟁중재를 위한 국제 중심지로 발전시키려고 하고 있다.

이 외에도 저작권 보호, 전자 계약, 전자 인증, 전자상거래 책임귀결 문제, 해킹, 소비자 보호 등의 문제와 관련한 실천방안을 수립하고, 전자상거래와 관련된 연구개발을 지원하기 위하여 노력하고 있다.

라. 핀란드

핀란드의 민간부문은 전자상거래에 빠르게 적응하고 있다. 1998년 10월 현재 핀란드 회사의 60%가 인터넷에 접속되어 있고, 28%가 웹사이트를 구축하고 있으며, 9%는 온라인 주문 서비스를 제공하고 있다.

핀란드 정부는 정보화 사회의 발전이라는 문제에 접근하는 데 있어 정부와 산업간에 강력한 파트너십을 구축하는 방법을 택하고 있다. 특히 도심지로의 부당한 집중을 피하고 확산대상에 지방을 포함시킨 것은 특히 중요하다 할 수 있겠다. 핀란드는 전자상거래의 물리적·사회적 효과 등에 대한 명확한 분석에 바탕을 두고, 안정화된 기술을 폭넓게 응용하여 빠른 발전을 이룰 수 있도록 장려하고 있다.

또한 핀란드는 차세대 광대역 통신네트워크를 세계 최초로 도입할 수 있기를 희망하고 있으며, 신뢰할 수 있고 안전하며 사용이 간편한 전자서비스와 그 내용을 개발하고 상업화하기를 기대하고 있다.

그러한 맥락에서 핀란드의 정보사회 추진목표는 다음과 같다.

- 근로자 삶의 질 및 기업조건의 향상
- 경쟁의 장려
- 안전성 증가
- 소비자 권리와 자료의 보호 보장
- 서비스 개발
- 국제교류의 확산

- 혁신적인 기업들이 핀란드에 자리잡을 수 있는 유인의 제공
- 지역간 불평등의 완화
- 안정적인 발전 지원

핀란드가 첨단계획들의 수행을 통하여 최신기술의 적절한 사용 및 정보화 사회를 위한 국가차원의 목표를 달성한 성공사례들로는 다음과 같은 부분을 들 수 있다.

- 전자거래 및 서비스 절차
- 웹 네비게이션(navigation)
- 전자 학습환경
- 기업 네트워킹과 재택근무
- 지역 정보화 사회

핀란드는 또한 기업들로 하여금 정보통신기술의 영역에서 다른 기업, 소비자 및 연구기관과 함께 협력할 것을 장려한다. 균형적 발전을 지원하기 위한 새로운 업무수행방법의 탐구 또한 장려되고 있다. 중소기업의 수요를 충족시키기 위해서 국가적 세계적 기업 네트워크를 수립하는 일도 마찬가지이다.

핀란드 정부는 정보화 사회를 이룩하기 위하여 필요한 조건을 창출하는 데에 정부가 앞장서야 한다고 믿고 있다. 입법의 형태이든 전략적 리더십을 제공하는 형태이든 간에 핀란드의 공공부문은 균형적인 지역 발전과 개인의 보호, 지식의 발전을 고무시키고 있다. 게다가 정보화사회의 발전으로 이끌어가는 환경을 조성하고 연구개발을 지원하며 공공부문이 정보통신기술의 사용예들을 제시하는 데 있어 노력을 아끼지 않을 것이다.

마. 싱가포르

미국과 같은 선진국의 경우에는 전자상거래가 정부지원에 의존하기보다는 민간주도로 이미 상당히 활성화되어 있기 때문에 전자상거래에 있

어 우리나라와 유사한 발전 단계에 있는 싱가포르와 같은 국가의 경험은 우리에게 보다 유용한 시사점을 줄 수 있다.

싱가포르는 전자상거래를 진흥시키기 위한 종합적인 계획(E-Commerce Plan)을 1998년 9월에 발표한 바 있다. 이는 싱가포르 내에서의 전자상거래를 활성화시키고, 국제적으로 싱가포르를 전자상거래의 중심지로 만들기 위한 계획이라고 할 수 있다. 계획의 목표는 2003년까지 40억싱가포르달러 상당의 상품과 서비스가 싱가포르를 통하여 전자적으로 거래되도록 하고, 모든 사업의 50% 정도가 어떤 형태이든지 전자상거래의 형태를 취하게 하는 것이다.

싱가포르는 1996년 8월에 전자상거래 Hotbed Programme을 시작한 이래, 법률적인 정비와 하부구조의 구축에 주력하여 왔다고 할 수 있다. E-Commerce Plan(ECP)의 발표는 전자상거래를 산업체와 일반 시민에게 현충 다가서게 하는 계기가 될 것이며, 국제적인 전자상거래 활동을 싱가포르로 끌어들이는 계기가 될 것으로 전망된다. 이미 전자상거래가 사업에 대단한 잠재력과 기회를 제공할 것이라는 것은 잘 알려진 사실이며, 또한 비용절감과 빠른 회전을 통하여 사업효율을 증가시키게 될 것이기 때문이다.

국가적으로도 싱가포르를 국제적인 전자상거래의 축(hub)으로 만듦으로써 ECP는 전자상거래 서비스산업을 창조하고 유지해 나가는 효과도 가져올 수 있을 것이다. 전자상거래 서비스산업은 사업전략(business strategists), 디자인(creative designers), 시스템 설계(system integrators), 네트워크 운영(network operators) 및 여타 매개 역할(intermediaries)을 하는 업종으로 이루어진다. 뿐만 아니라 싱가포르의 항구, 운송, 금융 및 통신 서비스 등에도 다중적인 효과를 가져올 것으로 기대된다.

1998년에는 E-commerce Co-ordinating Committee와 Trade Development Board가 전자상거래 마스터 플랜을 발표하였다. 이 계획은 전자상거래를 일반 상거래의 중심으로 끌어들이기 위한 노력으로서 싱

가포르를 국제적 전자상거래의 중심지로 만들고, 전자상거래 서비스 부문을 창출하며, 국제적인 전자상거래의 법과 정책을 조화시키는 것을 목적으로 하고 있다.

「싱가포르 ONE 프로그램」은 고속의 쌍방향 멀티미디어 서비스를 모든 가정과 기업에 공급하는 것을 목적으로 1998년부터 시작되었다. 싱가포르 전화의 인터넷 교환기(STIX)는 아시아 인터넷의 중심축으로서의 역할을 하고 있다. 아시아 지역 15개국, 미국, 유럽 국가들과 34Mbps의 용량으로 연결되어 있다.

한편, 1998년의 전자거래법은 전자상거래를 위한 법적 근거를 마련하였다. 특히 전자기록이 법원에서 증거로 채택될 수 있으며, 전자계약 및 디지털 서명이 인정되고, 지적 재산권이 국제기준에 맞춰 일관성 있게 보호받도록 되었다. 그 밖에도 전자상거래를 진흥시키기 위한 프로그램으로서 아래와 같은 것들을 들 수 있겠다.

- ① National Computer Board의 Initiative for Electronic Identification(IEI)은 디지털 인증과 디지털 서명을 이용하여 안전하게 통신하고, 신원을 확인하며, 증명할 수 있는 서비스를 제공하기 위한 프로그램이다.
- ② National Computer Board에서는 또한 전자상거래에 대한 전문가와 solution provider를 등록해 놓고, 중소기업에서 도움을 요청할 때, 이들을 소개해주는 역할도 한다.
- ③ Local Enterprise Electronic Commerce Programme은 중소기업을 위하여 하드웨어, 소프트웨어, 컨설팅, 인터넷 접속 등을 위한 비용의 50%까지를 보조하는 프로그램으로서 상한선은 한 회 사당 20,000싱가포르달러이다.
- ④ The Critical IT Resource Programme(CITREP)은 National Computer Board에 의해 시행되는 프로그램으로서 중요한 정보통신기술의 발전을 촉진시키기 위하여 교육투자에 대한 인센티브를 제공한다.

⑤ National Science and Technology Board는 전자상거래 연구 개발에 종사하는 기업들에 대한 보조를 담당한다. 이러한 교육 및 보조 프로그램은 기업들로 하여금 생산성 향상과 경쟁력 강화를 위하여 전자상거래의 이용을 장려하는 기능을 수행한다. 전자상거래 지식 창출을 위한 연구 프로그램의 개발, 전자상거래의 규모, 성장률, GDP에 대한 기여도 등의 측정, 전자상거래 정책 및 시장에 대한 연구 등도 동일한 맥락에서 수행되고 있다.

바. 일본

일본의 전자상거래 도입 및 추진은 민간 주도의 미국과는 달리, 통신성, 우정성, 대장성과 범무성 등 정부가 중심이 되어 추진되는 것이 특징이다⁸⁾. 1994년 통상산업성(MITI)은 일본의 「Japanese Information Infrastructure」를 발전시키기 위한 계획을 추진하기 시작하였으며, 우정성은 2010년까지 일본전체의 통신망을 광섬유(fibre-optic)로 대체하기 위한 계획을 발표하였다. 이어서 일본정부에서는 정부내의 정보시스템 구축(full information)을 위한 5개년 계획을 발표하였다. 1995년에는 선진화된 정보 및 통신 사회를 구축하기 위한 정책을 발표하였고, Programme for Advanced Industrial Information Infrastructure를 시작하였다.

먼저 우정성에서는 1995년 10월 사이버 비즈니스협회(Cyber Business Association Japan)를 설립하여 우정성 관련 단체인 멀티미디어 실험협회 및 일본 전자메일협회 등과 제휴하여 전자상거래의 실

8) 일본의 컴퓨터 이용은 미국의 3분의 1 수준이고(인구 1인당 1 PC, 미국은 1인당 3 PC), 계산력(computing power)에 있어서는 미국의 7분의 1 수준이다. 계산력은 MIPS(millions of instructions per second)에 의하여 측정되며, 일본의 계산력이 미국에 비해서 크게 뒤지고 있으나, 최근 통계에 의하면 미국에 이어 세계2위의 수준이다.

용화를 위한 각종 연구를 하고 있다⁹⁾. 우정성과 더불어 가장 활발한 움직임을 보이고 있는 통산성의 경우는 전자상거래 실증실험 프로젝트를 지원하기 위해 1996년 2월 설립된 전자상거래진흥위원회(ECOM: Electronic Commerce Promotion Council of Japan)를 통하여 전자상거래 관련기술의 표준화 및 개발을 주도하고 있다.

전자상거래진흥위원회는 1997년에 전자상거래를 진흥시키기 위한 기술적·사회적 인프라 구축을 위한 제안을 제시하기도 하였다. 3억달러에 해당하는 ECOM예산의 약 3분의 1은 소비자를 위한 전자상거래에 사용되고, 나머지는 기업 전자상거래에 사용되고 있으며, 그 밖의 중요 프로젝트로서 가상 쇼핑물 모델, 생산 정보를 위한 표준, 안전, 스마트 카드 기술, 인증센터 등을 들 수 있다.

또한 대장성의 경우에는 「전자화폐 및 전자결제에 관한 간담회(1996년 7월)」, 「전자화폐 및 전자결제에 관한 환경정비를 위한 간담회(1996년 10월)」를 개최하였으며, 법무성의 경우에는 1996년 7월 전자상거래법 관련 연구회를 발족시켜 전자상거래와 관련한 환경정비 및 검토작업을 추진중이다.

또한 일본 정부는 각 부처에 산재해 있는 전자상거래 관련 법체계 및 지원기능을 체계적으로 정비함으로써 다가오는 전자상거래시대에 대비하기 위해 1997년 9월 10일 고도정보통신사회 추진본부(본부장: 수상) 산하에 '전자상거래검토부회'를 설치하였다. 전자상거래검토부회는 1998년 5월 「전자상거래에 대한 기본방침」을 마련한 바 있는데, 이 방침에 따르면 전자상거래는 일본경제에 있어서 고비용구조의 시정에 도움이 되며, 신규산업의 창출에 의해 경기부양효과도 기대할 수 있다고 평가하고, 정부가 불필요한 규제나 제한을 삼가고, 민간 주도로 보급이

9) 사이버 비즈니스협의회의 대표적인 프로젝트로는 전자우편협의회와 공동으로 추진하는 INGECEP(Integrated Next Generation Electronic Commerce Environment Project)를 들 수 있는데, 이는 중소기업들에게 새로운 사업기회를 부여하기 위해 멀티미디어서비스와 전자상거래 관련 공통플랫폼을 개발하기 위한 프로젝트이다.

이루어져야 함을 강조하고 있다.

마지막으로 전자상거래 관련 산업의 육성 및 지원과 관련하여 일본 역시 아직까지는 컨센트산업 지원, 소프트웨어 공급을 위한 환경 정비, 고도정보처리 기술자 육성, 데이터베이스 정비, 멀티미디어 소프트웨어 공급기반 정비 등 전자상거래 기반 조성을 위한 지원에 중점을 두고 있으며, 전자상거래 산업에 대한 별도의 차별적인 세제조치는 시행하지 않고 있는 입장이다. 또한 관련부처는 전자상거래 관련 법안 등을 실무적으로 검토중에 있으며, 최종적인 법안은 아직 성립되지 않고 있는 상태이다.

사. 호주

경제규모와 전자상거래의 활성화는 반드시 일치하는 것이 아니다. 노르웨이, 핀란드, 덴마크, 스웨덴, 뉴질랜드 등은 인구가 천만명 미만이면 서도 컴퓨터 사용(computer penetration) 10대 국가에 속한다. 인구가 1,700만명에 불과한 호주도 컴퓨터 사용에 있어 세계 2위, 계산력에 있어 세계 8위에 올라있다.

현재 진행되고 있는 호주의 중요 프로젝트는 정부조달에 관한 것으로서 Department of Administrative Services가 주관하고 있다. 검찰청, 재무부, 국세청에서도 이를 지원하고 있으며, 산업체와 공동으로 자금을 지원함으로써 Tradegate 시스템을 개발하고 있다. 이 시스템은 무역과 운송에 있어 전자보고 과정을 도입함으로써 수출·수입기관과 세관을 전자적으로 연결시키는 것이다.

4. 정책적 시사점

현재 미국의 경우, 3년간 인터넷 접속에 대한 과세를 유예하는 인터넷 조세감면법이 시행되고 있으나, 그 밖의 나라에서는 전자상거래 지원을 위하여 제정된 조세지원법을 찾기 힘들다. 그 이유는 전자상거래가 기존

의 상거래와 동일한 선상에서 경쟁하여야 하며, 조세제도가 시장경제의 작동에 중립적인 위치를 견지해야 한다는 원칙과 아직 전자상거래가 전 세계적으로 개발단계에 있기 때문에 여러 가지 측면에서 인프라의 구축이 완전하게 이루어지지 않은 것을 들 수 있다. 또한 앞서 지적한 바와 같이 전자상거래의 자유로운 거래의 특성상 국제적인 조세제도의 조화가 중요하기 때문에 현재 OECD를 중심으로 이루어지고 있는 과세문제의 해결 방안을 주시하면서 조세제도의 정비에 대비하여야 할 것이다. 이러한 맥락 속에서 전자상거래에 대한 과세제도는 국제조세기준에 충실하고, 다른 종류의 거래에 대하여 중립적이며, 조세관할에 대한 충돌이 없고, 이중과세를 회피하여야 하며, 순응비용을 최소화하고, 투명하며 단순한 형태를 띠어야 할 것이다.

이처럼 선진국을 중심으로 전자상거래가 활발히 진행되고 국제적 규범 또한 선진국의 주도로 형성되어 가고 있는 상황하에서, 우리가 적극적으로 전자상거래에 대비하지 않으면 선도국가들에 비하여 상대적인 경쟁력의 저하를 경험하게 될 것이다. 기업간 전자상거래를 통한 국제분업화 현상을 고려해 볼 때, 전자상거래의 경제적 활용 가능성을 실현할 능력을 갖추지 못하면 경제활동에 참여할 수 있는 기회조차 감소되고 마는 결과가 발생할 것이다. 따라서 국가경쟁력 강화 차원에서 전자상거래 육성을 위한 효과적인 정책수립이 가지는 의의는 매우 크다고 할 것이다.

우리나라의 경우 1999년 2월에 발표된 산업자원부의 「전자상거래 정책추진방향」에 따르면 세제상의 지원으로서 전자거래의 단계별 투자세액공제, 기술·인력개발비 공제, 기술개발준비금의 손급산입 방안 등을 마련하여 「조세특례제한법」에 반영하는 방안, 전자거래 도입에 따른 세원노출 기피를 완화하고 투명성 제고에 따른 인센티브 부여 차원의 부가가치세 경감 방안¹⁰⁾ 등이 제시되고 있다. 또한 인터넷을 통한 외국과의 거래 촉진과 소자본 창업 활성화를 위하여 소액수출업자에 대한 관세환급방안도 검토 대상으로 제시되고 있다.

첫 번째 방안에 대해서는 기술적으로는 큰 문제가 없으나, 세제의 단순성·형평성 등 조세감면에 적용되는 일반적인 원칙하에서 이미 시행되고 있는 범위를 벗어나 전자거래에만 특별히 새로운 특혜를 주는 것이 문제점으로 지적할 수 있다. 두 번째 방안은 OECD에서 제시하고 있는 과세의 기본원칙으로서 기존 상거래와 차별을 두어서는 안된다는 중립성 원칙에 위배된다. 세 번째 방안은 이미 중소기업에 대하여 수출에 소요된 증빙서류 없이 관세를 환급해주는 정액환급제도가 시행되고 있다. 그러나 이러한 광범위한 환급제도에 대하여 이미 EU에서 WTO의 보조금 협정 위배 가능성을 들어 이의를 제기한 상태이며, 경우에 따라서는 또 다른 분쟁으로 발전될 소지가 있음을 지적할 수 있다.

세계적인 측면 이외에도 1999년 2월 「전자거래기본법」이 제정되어 전자거래 촉진을 위한 계획을 수립·시행하도록 하고 있다. 이 기본법은 민간 주도에 의한 추진, 정부규제의 최소화, 전자거래의 신뢰성 확보, 전자거래 분야의 국제협력 강화 등을 기본원칙으로 삼고 있다는 특징을 가지고 있다.

정부는 전자거래를 촉진하기 위하여 다음 각 호의 사항이 포함된 계획을 수립·시행하며 산업자원부 장관이 이를 종합하여 전자거래정책협의회의 심의를 거쳐 정보화추진위원회에서 확정하도록 하고 있다.

- 전자거래 촉진시책의 기본방향
- 전자거래와 관련된 국제규범에 관한 사항
- 전자결제제도에 관한 사항
- 지적소유권의 보호에 관한 사항
- 소비자 보호, 개인정보 보호, 분쟁조정 등 전자거래 당사자 등의 권익보호에 관한 사항
- 전자서명, 인증, 암호화 등 전자거래의 안전성 및 신뢰성의 확보에

10) 현행 법률에서는 판매시점정보관리시스템(POS) 도입 사업자에 대한 부가세 경감, 투자세액 공제 등을 규정하고 있다.

관한 사항

- 전자거래에 관한 기술의 개발 및 표준화에 관한 사항
- 전자거래의 촉진에 필요한 기반조성의 지원에 관한 사항
- 초고속정보통신망의 구축 및 이용 활성화에 관한 사항
- 기타 전자거래를 촉진하기 위하여 필요한 사항

이러한 기본원칙은 그 동안의 국제논의 결과에 부합되는 것이며, 전자거래 촉진을 위한 향후 계획도 싱가포르 등 다른 나라의 지원제도를 고려할 때, 조속한 시일 내에 효율적으로 이루어져야 할 것으로 생각된다.

V. 전자상거래의 세원관리

1. 전자상거래로 인한 과세상의 문제점

전자상거래의 경우 종래의 전통적인 상거래에서 겪게 되는 시간적·공간적·물리적인 한계가 극복되어 다수의 수요자와 공급자가 가상공간에서 만나 계약을 할 수 있으므로 조세분야에서는 다음과 같은 문제점을 야기할 수 있다.

첫째, 가상공간에서 행해지는 거래의 당사자에 대한 신원확인이 힘들다.

둘째, 도매 및 소매유통업 등에서 중간유통단계가 생략되는 탈중개화가 발생하여 과세점(taxing points)의 포착이 어려워져서 과세에 애로가 발생한다.

셋째, 가상공간이 사업장이 되고 각종 거래내역이 전자화되므로 거래의 추적과 세원관리가 힘들어진다. 특히 암호화, 전송경로 세분화, 원격조정, 거래내용 삭제 등으로 과세당국이 거래를 추적하는 것이 힘들어진다.

넷째, 전자기술의 발달로 납세자가 거래 및 자금을 조세피난처로 돌리는 것이 용이해진다.

이러한 전자상거래상의 특이성을 감안하여 과세당국은 기존의 세무행정방식과는 달리 새로운 세원관리방안을 모색하게 된다. 현재 국세청에서는 인터넷쇼핑몰과 정보제공사업을 둘러싼 부가가치세 세원관리에 중점을 두고 있으며, 관세청에서는 인터넷을 통한 구입상품에 대해 관세부과업무를 강화하는 추세이므로, 이들에 대해 각각 살펴보고자 한다.

2. 국내전자 상거래 관련 세원관리

가. 인터넷쇼핑에 대한 부가세 세원관리

먼저 인터넷쇼핑사업자 입장에서 사업개설 및 운영에 관한 일반적인 사항을 살펴보자. 인터넷 사이버몰을 개설하려면 ① 직접 서버, 전용선, 소프트웨어를 활용하여 자체적으로 구축하는 형태와 ② 미리 차려놓은 전문사이버쇼핑몰(EC Mall hosting 업체)에 가상 점포를 얻는 방식으로 입점하는 형태로 나눌 수 있다¹¹⁾. 개별 입점업체들은 인터넷쇼핑몰업체로부터 대금지불 결제대행 및 시스템 유지보수 등의 서비스를 제공받고 일정금액 또는 매상의 일정비율을 지불한다.

상품대금은 온라인입금을 이용해서 받기도 하지만 전자상거래 환경에 맞게 개발된 방법을 이용하기도 한다. 이러한 방법은 보안기술을 이용하여 카드번호 등 개인정보를 안전하게 전달함으로써 신용카드로 대금을 지급하게 하는 것이다. 신용카드로 대금을 결제받으려면 각 카드회사마다 개별적으로 계약을 맺어야 하지만 수수료를 받고 전자지불대행서비스를 제공하는 업체를 이용하는 방법도 있다. 주문받은 상품을 배송하려면 우체국·택배회사 등을 이용하는데, 부피가 적고 가벼운 것은 우체국을 통하여 배달하고 부피가 크거나 운반에 주의가 필요한 것은 택배회사를 통하여 배달하게 된다.

인터넷 사이버몰을 운영하는 사람은 반드시 세무서에 사업자등록을 해야 하며 분기별 1회 매출액에 대한 부가가치세와 매년 1회 종합소득세(개인) 또는 법인세(법인)를 납부해야 한다.

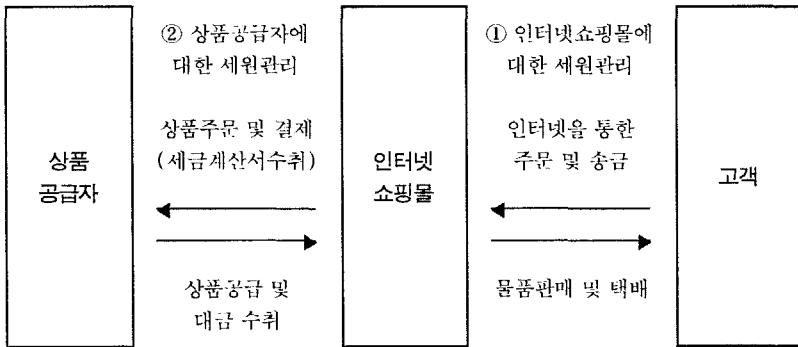
인터넷쇼핑을 통한 거래의 경우 세원관리는 ① 인터넷쇼핑몰에 대한

11) 사이버몰 운영에 경험이 없거나 자본이 적은 사람은 적은 비용으로 노하우를 익힐 수 있는 전문사이버몰에 입점한 후 독자적 운용기반이 축적되고 고객리스트를 충분히 활용할 수 있을 때에 자체 사이버몰을 구축하는 전략을 택하고 있다.

세원관리와 ② 상품공급자에 대한 세원관리로 나누어진다. (<그림 V-1> 참조)

사업자등록관리의 경우 전자상거래업체가 일반사업자와 구분이 되지 않기 때문에 인터넷사이트를 정기적으로 검색하여 무등록사업자 여부를 점검하고 있다. 과거에는 거래규모면에서 미미한 수준으로 파악하고 있어서 별 문제가 되지 않았으나, 향후 사업자등록업무를 전산화하면서 전자상거래 관련업체의 경우 한국전산원 산하의 인터넷정보센터를 통해 도메인정보의 공유를 추진할 계획으로 있다. 도메인정보의 공유가 이루어진다면 전자상거래업체의 사업자등록 및 과세자료 확보가 용이해질 것이다.

<그림 V-1> 인터넷 쇼핑에 대한 세원관리 개요



한편 매출누락 파악업무는 지불결제수단별로 다음과 같이 차등화하여 세원을 관리하고 있다. 신용카드 결제분의 경우 신용카드 통보일람표에 의거하여 확인하며, 무통장입금분의 경우 인터넷쇼핑몰별로 무통장입금용 계좌번호를 주 또는 월단위로 파악·입금조회 후 신고내역을 대조하고 있다. 그외의 인터넷쇼핑몰은 매출과 택배업체매출 내역을 상호대사하여 세원관리하고 있다.

인터넷쇼핑몰에 상품을 공급하는 상품공급자에 대해서는 기존방식 이외에 별도의 세원관리방식을 마련하지 않고 있다. 왜냐하면 인터넷쇼핑몰은 재고 및 물류에 대한 철저하고 신속한 전산관리가 사업의 성격상 요체이므로 인터넷쇼핑몰의 매출에 대한 관리만 제대로 이루어지면 그 상품공급자에 대해서는 기존 세원관리방식으로 충분하기 때문이다.

나. 정보제공사업자에 대한 부가세 세원관리

현재 우리나라의 정보제공사업은, 대략 5천여개(일부 중복 포함)의 업체가 참여하는 약 250억원(1997년 기준 데이콤 추정)의 거래규모 시장이다. 이들 정보제공사업자(information provider)는 대개 데이콤 등 5개 온라인망사업자(online service provider)가 구축 운영하는 통신망을 이용하여 증권정보 등 각종 정보 및 편의를 제공한 후, 정보제공의 기여도에 따라 온라인망사업자가 실제 징수한 사용료를 일정비율로 분배하고 있다. 회계상으로는 온라인망사업자(OSP)가 정보제공사업자(IP)로부터 서비스를 구입하여 회원고객에게 판매하는 방식으로 이루어지므로 월말정산시 OSP가 매입세금계산서를 수취하고 있다. 최종 소비자인 회원가입고객은 정액제 또는 정량제로 사용료를 OSP에게 대금지불한 것을 각 정보제공사업자에게 분배하는 것이다¹²⁾.

온라인망사업자가 정보제공사업자와 통신망사용계약을 체결할 때 사업자등록증 첨부을 요구하므로 사업자등록관리는 크게 문제되지 않는다.

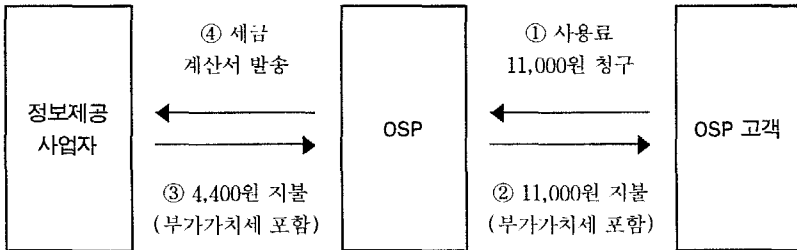
한편 매출액에 대한 세원관리 측면에서는 문제가 있을 수 있다. 실제

12) PC통신을 통한 IP와 달리 CP(Content Provider)사업도 있는데, 이는 인터넷상에서 영상·음악·문자 등을 망라한 Contents를 제공하는 사업을 별도로 지칭하는 것으로 현재 약 700개의 국내업체가 있다. 대부분 독립성이 없거나 OSP처럼 고객을 확보해 주고 징수를 대행해주는 기관이 없으므로 영세하여 IP와 겸업하는 업체가 대부분이다. CP사업의 경우 회원제로 운영되거나 광고수입에 의존하고 있고 주요업체는 대부분 언론사 등에서 추가고객 서비스 차원에서 운영되고 있어 세원관리의 중요성은 높지 않은 상황이다.

로 1999년 3월 국내 PC통신사업자들로부터 IP사업자에게 지급한 수수료 자료를 국세청이 수집·분석한 결과, 신고내용과 수수료자료간 차이가 나는 900여 업체들의 자료발생 내용을 일선세무서에 하달하여 확인·경정토록 지시하여 203건, 1억 1,600만원을 추징한 실적이 있었다.

〈그림 V-2〉는 OSP 고객의 정보이용료가 10,000원이고 해당 IP와 OSP접속료 배분비율이 4:6이라고 가정할 때의 부가세관련 거래흐름도이다.

〈그림 V-2〉 정보제공사업자에 대한 세원관리 개요



다. 해외인터넷쇼핑에 대한 관세부와 행정

인터넷을 통해 해외에서 상품을 구매하는 경우, 통관 등 국내반입시 관세부과대상 상거래행위를 포착하는 것이 보통이다. 즉, 관세물품 적발이 관세부과행정의 요체인 것이다. 과거에는, 국내반입 우편물의 경우 개인선물 및 법인상용건품에 대한 10만원 및 250달러 관세면제기준을 적용하기 위해 골프용품 등 사치성 제품이나 고가의 전자제품만 X레이 투시 후 개장조사하는 관세물품 적발방법을 사용하였으나 (특소업체 배달의 경우 10만원을 기준으로 그 이하는 대납 후 사후청구, 그 이상은 소비자에게 사전청구함), 1999년 하반기 이후 주요 해외인터넷 쇼핑물 업체들의 명단을 파악하여, 이들 업체가 국내로 발송하는 물품을 집중감시

해 적정 관세를 부과하는 식으로 변경하였다. 선하증권상의 탁송자 명단과 인터넷 쇼핑몰업체의 명단을 대조, 일치할 경우 관세부과대상인 상거래 행위로 규정, 관세를 부과하는 것이다. 그러나 무형의 음악, 동영상, 게임소프트웨어 등을 인터넷상에서 다운로드받는 형태로 수입하는 경우 현행 세법상 관세부과대상에서 제외되고 있다.

3. 국외전자상거래 관련 세원관리

현재 국외 전자상거래에 대한 실지매출규모나 대금결제금액의 파악이 현행 전자상거래 시스템상 거의 불가능하므로 정확한 세원관리를 기대하기 어려운 실정이다. 실제 판매된 상품의 종류와 수량이 전자적으로 기록·보존되지 않으며 가상공간의 거래를 관찰하는 것도 불가능하므로 매출규모의 파악이 안되고 있다. 더욱이 국외에 시스템을 구축하고 있는 업체의 경우 판매상품의 구입자료나 고객에게 상품을 택배한 자료 등의 확보도 불가능하다¹³⁾.

대금결제금액의 경우 대부분 카드결제됨에도 불구하고, 현행 외환관리규정상 국외 전자상거래업체, 즉 신용카드 해외가맹점이 국내거주자에게 대금청구하는 금액이 해당업체별로 집계되어 파악되지 않고 있다.

매출금액의 파악이 가능하더라도 전자상거래의 특성상 그 과세권에 대한 국제적 합의가 아직 이루어지지 않아 강제적인 조치를 마련하는 것도 곤란한 상황이다.

13) 현행 기술상 단순한 E-mail의 발송과 상품 주문 및 주요 소프트웨어의 전송판매를 구분할 방법이 없다. 물론 통상의 인터넷을 통한 상품주문시 절차상 대금지불단계를 거치게 되어 있으나, 신용카드번호의 제시 및 승인 process를 시간적으로 지연한다든가 전화 또는 팩스와 같은 다른 매체를 이용한 경우 실질적으로 구분하기 어려워 진다.

VI. 전자상거래 활성화를 위한 정책지원방안

1. 전자상거래로 인한 과세상의 문제점

전자상거래의 성패는 기업과 소비자 참여의 활성화에 달려 있다. 이는 기업들이 전자상거래를 통하여 거래처 및 소비자들과의 관계를 형성함에 있어서 확신과 신뢰를 확립할 수 있는가가 관건이라고 할 수 있다. 이를 위한 인증기관은 민간주도형일 수도 있으나 표준이나 호환성 등의 관점에서 볼 때, 정부의 직·간접 개입이 필요할 수 있는 부분이다. 따라서 정부가 앞장서서 개인정보 및 사생활의 보장, 거래의 신뢰성과 안정성을 보장해 줄 수 있는 제도적 장치를 마련해야 할 것이다.

기업들이 전자상거래를 적극적으로 이용하기를 주저하게 만드는 요인으로는 세 가지, 즉 예측가능한 법률환경의 부재, 정부가 인터넷에 과잉 과세를 할지도 모른다는 우려, 인터넷의 사업성·신뢰성·보안성에 대한 불확실성을 들 수 있다. 기업이 인터넷을 통한 공급자 및 수요자들과의 거래에 대하여 확신을 가질 수 있게 하기 위해서는 거래상대방의 신원에 대하여 확신할 수 있어야 하며 전자적으로 맺어진 어떠한 합의도 법적 구속력을 가져야만 할 것이다. 현재로서는 패스워드, 전자사인 및 정보제공사업자(IP) 주소를 가지고 신원을 확인하고 있지만 보다 효율적으로 전자증명 및 인증을 시행할 수 있는 시스템의 개발을 추진하고 있다.

네트워크 인프라는 대륙간, 국가간, 지역간 중추(backbone)망과 지역 또는 말초망으로 나눌 수 있다. 기업간 전자상거래는 정보통신업체들로부터 임차한 회선에 의존하고 있으므로 상이한 지역, 상이한 공급자들이 제공하는 용량과 가격 문제가 대두된다. OECD 보고서에 따르면 네

트위크에 접속하는 비용이 인터넷 기반의 전자상거래 확산에 큰 영향을 미치며, 네트워크 접속비용에 가장 큰 영향을 미치는 요소로 정보통신 사업자들간의 경쟁을 들고 있다. OECD에 따르면 국제적 경쟁에 노출되어 있는 기업일수록 기업간 전자상거래를 채택할 확률이 높은 것으로 나타난다.

또한 네트워크상에서 문제가 발생하거나 중개기관들이 기대 수준의 서비스를 제공하는 데 실패할 경우에 발생할 수 있는 책임소재에 관한 문제를 명확히 할 필요가 있다. 따라서 정부는 전자상거래 환경하에서 자유롭고 공정한 경쟁을 촉진하고 민간주도의 발전을 촉진할 수 있는 기반을 형성하기 위하여, 네트워크 인프라, 인증·보증과 관련된 보안기능, 금융적 보안기능 등을 관장하는 법규나 규칙을 제정함으로써 기업활동을 영위하는 데 있어 예측 가능한 환경을 조성해 주어야 할 것이다.

전자상거래와 여타 산업과의 관계를 살펴보면 특히 정보통신관련 산업과 관련하여 정(+)¹의 상호작용 효과가 강하게 나타난다. 컴퓨터와 관련된 정보통신의 발전은 전자상거래의 기반을 제공하고 전자상거래의 확산은 또 컴퓨터 등과 같은 정보통신산업의 생산품에 대한 수요를 이끌이간다. 정보통신산업이 우리나라 GDP에서 차지하는 비중은 꾸준히 증가하여, 1997년에 9.5%에 달하였으며 1999년 예상 생산액은 약 94조원으로 나타나고 있다. 뿐만 아니라 정보통신관련 상품들 - 특히 반도체, LCD, PC 등 - 은 우리나라의 수출에 있어서 견인차 역할을 수행하고 있다. 정보통신산업 및 전자상거래가 여타 경제부문에 끼치는 영향까지 고려하게 되면, 관련 산업에 대한 정부지원의 필요성이 더욱 드러나게 된다.

특히 정보통신 및 전자상거래와 관련된 연구개발 및 투자의 결과는 특정 기업이나 산업을 초월하여 경제 전체에 과급되는 정(+)¹의 외부효과를 나타낸다. 전자상거래가 경제행위의 매개체로 자리잡아 감에 따라 기존의 모든 산업에 응용되어 기업의 경영활동방식을 변화시키고 이는 새로운 시장의 창출과 함께 국가경제의 성장을 가져올 것이다. 그러나 전

자상거래 관련연구나 기반 조성에 소요되는 대규모 고정비용으로 인해 개별기업이 단독투자하기에는 어려움이 많다.

그러한 이유로 정부는 인터넷과 전자상거래의 바탕이 되는 기술개발에 있어서 중요한 역할을 담당해 왔다. 다른 나라의 경우를 보더라도 정보통신과 관련된 주요 기술들이 대개 정부지원금에 의존한 연구나 정부가 운영하는 프로그램에서 개발되었다. 보다 핵심적인 근본기술이 정부나 대기업에 의해서 개발된 사례가 많은 반면 이러한 기초기술의 상용화에 있어서는 단연 중소·벤처기업의 역할이 두드러지게 나타난다는 연구결과들을 주목해야 한다. 특히, 연구·기술개발에 있어서는 네트워크 외부성(network externality)이 존재하기 때문에 대학·민간 및 공공연구기관간 연구 및 지식 네트워크의 형성을 촉진하고 지원해야 할 필요성이 존재한다. 외부성이 존재하여 개발의 필요성은 있지만 당장 상용화된다가나 상용화를 위한 추가적 작업이 필요한 기초연구는 정부의 지원하에 대기업이나 국책연구기관들이 수행토록 하고, 이렇게 개발된 핵심 기술들은 보다 유연한 신진 중소기업 또는 벤처기업들을 활용하여 상용화를 추진하는 것이 효율성의 측면에서 가장 타당하다고 볼 수 있다. 따라서 정부가 관련 연구 및 투자에 대한 직·간접 지원을 통하여 전자상거래 기반 구축에 앞장서야 한다.

같은 맥락에서 정부는 중소 및 벤처기업의 창업을 저해하는 장애요인들을 제거하는 데도 관심을 가져야 할 것이다. 창업기업들에 대한 소득세나 법인세의 감면은 실효성이 약할 수 있으므로 이보다는 창업과정 자체에서 발생하는 제반 비용 등을 감면하는 방향으로 논의를 이끌어가야 한다.

기술발전의 속도가 빠른 산업에서는 기술의 발달이나 표준변화에 따라 투자자본이 진부화 혹은 매몰비용화할 수 있는 위험이 항시 존재한다. 일반 실물투자와 비교할 때 컴퓨터·인터넷 등의 정보통신관련 기술은 상대적으로 발전의 속도가 빨라 투자의 낙후화가 다른 산업에서보다 급속히 진행되는 경향이 있다. 따라서 일반투자와는 다른 차별적 감가상

각 혜택을 적용하는 것도 고려해 볼 가치가 있다. 또한 전자상거래 관련 투자 중 많은 부분이 무형적 자산에 대한 투자의 형태로 이루어지므로 전자상거래를 촉진하기 위해서는 기술이나 인적자본, 또는 인프라 구축에 대한 투자액 전부를 실물투자와 동등하게 인정해주는 것도 다른 부문과의 형평성 차원에서 타당하다고 할 수 있다.

연구개발이나 정보창출 등과 관련하여 지적재산권의 보호문제는 창조적 활동에 대한 인센티브의 제공과 그 결과의 파급에 따른 외부효과가 가져올 경제적 효율성의 균형이라는 맥락에서 신중하게 접근하여야 한다. 다시 말하자면 지적재산권의 보호를 통한 적절한 보상이 이루어지지 않는다면 창조적 활동이 위축될 것이고, 반면 이에 대한 지나친 보호는 시장에 독점을 유발하고 경쟁을 제한하며 중복적 투자가 이루어지게 할 것이므로 적절한 보호수준의 확립과 기술이전을 위한 라이선스 계약 등이 활발히 이루어질 수 있는 환경을 마련하는 데 애써야 할 것이다.

EcommerceTax.com에 따르면, 미국의 경우 웹에 기반을 둔 기업이 내부사용을 위한 소프트웨어를 개발하고 실행하는 데 드는 비용에 있어서 세액공제를 받을 수 있다고 한다. 이는 웹에 기반을 둔 기업이 자신의 웹사이트를 운영하기 위하여 사용하는 소프트웨어를 포함하는 것이므로 전자상거래를 행하는 기업입장에서는 매우 유용한 지원 제도라 할 수 있다.

이미 언급한 바와 같이 중소기업은 다품종 소량생산에 적합한 유연성을 지니고 있지만 새로운 국제무역환경에 적용하기 어려운 면이 있으며 정보의 분석에 있어서도 경험이 부족하다. 따라서 변화한 시장환경을 포함하는 기타 변수들에 대하여 중소기업의 예측능력을 제고하여야 하며, 정부는 이를 위하여 중소기업과 관련된 정보 및 지식 네트워크의 확충을 지원해야 할 것이다. 정부는 중소기업의 정보화 관련 자금지원을 확충하고 지원서비스를 강화하며 정보화 교육과 신기술개발에 대한 지원을 통해 인적자본의 확충을 도모해야 한다. 네트워크 접속의 용이도는 중소기업들 간에 전자상거래를 확산시키는 데 있어 매우 중요한 역할을 하므로

이들의 네트워크 접속 및 이용을 촉진시킬 수 있는 정책을 도입해야 할 것이다.

전자상거래와 관련된 기술적 문제들이나 영업환경이 급속히 변모하고 있는 상황에서 과연 중소기업들이 이러한 변화를 소화해 낼 수 있는 역량을 갖추고 있는가를 고찰해 보아야만 할 것이다. 정보의 편중을 막고 중소기업의 경쟁력을 제고하기 위하여, 정부는 급격하게 변모하는 정보통신기술의 전파를 위한 일익을 담당해야 한다. 첨단기술이나 표준의 도입에서 뒤지기 쉬운 중소기업들로 하여금 인터넷상에서 정보를 제공하고 교역기회를 창출할 수 있도록 지원해야 할 것이다.

인터넷과 전자상거래를 통해서 어떠한 재화나 용역을 판매하여 최대한의 수익을 창출할 수 있는냐의 문제는 사실 인터넷과 전자상거래의 확산 자체보다도 오히려 중요한 사안이라고 할 수 있다. 이를 통한 국제경쟁이 더욱 심화될 것으로 예상되는 상황에서 우리나라가 과연 어떠한 분야에서 비교우위를 확보하고 있으며 앞으로 어떠한 방향으로 전략을 수립하느냐의 문제에 관한 적극적 논의가 요구된다고 하겠다. 온라인으로 배송되는 상품들의 경우, 무관세화될 것이 거의 확실시되고 이에 따른 국제거래의 증가가 예상되는 상황에서 소프트웨어 및 콘텐츠산업의 육성은 국가경쟁력 차원에서 진지하게 고려되어야 할 것이다.

특히 인터넷을 통하여 정보를 중개 또는 제작 및 판매하는 사업들의 경우, 물리적 형태의 정보판매업과 동일한 세제혜택을 누릴 수 있도록 보장해 주는 것이 형평성의 차원이나 장기적인 국제경쟁 역량의 개발 측면에서도 바람직한 일이라 하겠다.

2. 전자상거래 활성화를 위한 조세지원제도

가. 조세지원의 기본방향

전자상거래와 관련한 조세의 문제는 국내 및 국제 협의에 있어서 가장 중요한 안건의 하나이다. 미국은 인터넷을 자유무역시대화하기 위하여 최대한 협상력을 발휘하고 있다. 미국의 입장은 인터넷을 통한 전자상거래의 성격상 관세의 부과가 어렵다는 것이고 기존의 내국세 외에 전자상거래와 관련한 새로운 조세를 창출하지 않을 것을 주장하고 있다. 그러나 이에 대하여, 부가가치세나 관세 등의 간접세가 조세수입에서 차지하는 비중이 높은 유럽 각국들은 반대입장을 표명하고 있다.

새로운 전자상거래 환경에 적합한 과세제도 정비 문제는, 기존의 상거래에 대한 과세와의 균형을 고려하여 신중하게 접근해야 할 것이다. 전자상거래 형태의 유통업에 광범위한 세제지원이 이루어질 경우 기존의 유통업체들과의 형평성 문제 및 세수감소가 발생할 수 있기 때문이다.

전술한 바와 같이 미국의 경우 1998년도에 「인터넷 조세 감면법 (Internet Tax Freedom Act)」이 의회에서 통과되었다. 그러나 이것을 향후 전자상거래에 대한 비과세로 가는 첫걸음으로 보는 시각은 다소 과장된 것이다. 미 의회의 이러한 결정의 배경에는 인터넷을 통한 거래에 대하여 과세할 수 있는 장치의 부재라는 측면이 강하게 깔려있는 것이고 현재 이와 관련한 소프트웨어와 시스템들이 속속 개발되고 있는 상황이므로 앞으로 정치적 차원의 문제가 해결되는 대로 형평성 차원에서 일반적 상거래와 동등하게 과세될 것으로 예상되고 있다.

Internet Consumer Organization이 1999년말 1,000명의 소비자를 상대로 행한 조사에 따르면, 인터넷에 접속하고 있는 소비자 중 58%는 전자상거래에 대한 과세에 대하여 반대하고 있으며, 실제로 전자상거래를 통하여 물품을 구입한 경험이 있는 소비자들 중에서는 66%가 과세에 반대하고 있다. 하지만 다른 소매상들에 대한 공정성을 고려하도록 했을

경우, 이러한 과세에 대한 찬성이 47%, 반대가 41%로 반대비중이 현저하게 줄어든 것으로 나타나고 있다. 더욱이 이러한 세수입이 교육, 건설 및 여타 공공서비스에 사용될 수 있음을 고려하도록 하였을 경우 참가자 중 48%가 이러한 과세에 대하여 찬성하는 것으로 나타나고 있다.

우리나라의 경우, 전자상거래의 확산을 도모하고 이의 도입에 따른 세원노출 기피현상을 완화시키기 위하여 부가가치세 경감도 검토하고 있다. 그러나 전자상거래에 대하여 부가가치세를 면세해 주거나 또는 기존 상거래보다 낮은 세율을 적용하는 식의 이원적 조세체계를 유지할 경우, 전자상거래 부문으로 거래가 몰리게 되어 과세의 중립성을 훼손할 수도 있다. 경제의 효율성 재고 차원에서는 긍정적 측면이 존재하지만 이로 인해 세수가 감소할 수 있으며, 전자상거래 또는 정보통신에 참여하지 못하고 있는 계층, 특히 저소득층에게 불리한 세제라는 비난을 면할 수 없다는 문제가 존재한다. 즉, 이러한 낮은 세율을 통하여 실제로 지원이 되어야 할 계층인 저소득층이 반대로 불이익을 당한다는 모순이 발생하게 된다.

전자상거래가 일반화되고 과세당국이 이에 능동적으로 대처할 경우, 세금납부와 세원의 확보가 보다 편리하고 신속하게 이루어지게 되며, 여타 세무관련 업무들도 정확도와 편리성이 제고될 수 있다. 이를 위하여 과세당국은 관련 조세를 계상하고 법을 적용시키기 위한 웹사이트를 유지하는 방법을 상정해 볼 수 있다. 이때, 각 전자상거래 웹사이트는 이러한 과세당국의 웹사이트와 연동하는 것을 의무화하면 자동적으로 판매가 집계되어 세원포착이 가능하게 된다.

이 경우, 기업의 입장에서는 추가적 행정부담이 거의 전무하다고 할 수 있지만, 정부의 입장에서는 보다 정확하고 신속한 세원의 포착이 가능해지게 된다. 감독측면에 있어서도 정기적으로 무작위로 추출된 웹사이트를 대상으로 시험구매를 행하면 되므로 감독비용이 현저하게 줄어들 수 있다는 장점이 존재한다. 현행 웹사이트 소프트웨어에 이러한 기능을 추가하는 것은 그리 어려운 작업이 아닐 것이다. 다만 우려되는 것

은, 이 경우에도 인터넷이 가지고 있는 익명성에 대해 최대한의 보장이 이루어져야 한다는 점이다. 즉 구매자의 신분 등이 노출되지 않도록 보장하는 체제를 도입하지 않는다면 이는 인터넷 성장의 원동력이었던 익명성이 침해될 받는 것으로서 이는 장기적으로 인터넷과 그에 기반을 둔 전자상거래의 성장에 걸림돌로 작용할 가능성이 있는 것이다.

전자상거래를 통한 무형재의 거래에 있어서는 무관세의 원칙에 대다수 국가가 동의하고 있다. 그러나 기타 직·간접세 분야에 있어서는 각국이 자국의 이익을 최대화하는 방향으로 합의를 도출해내기 위해 총력을 기울이고 있는 상황이므로, 우리나라도 이를 위해 비슷한 입장의 국가들과 보조를 맞추는 것이 중요하다. 따라서 정부는 전자상거래의 과세 문제와 관련하여 국제적 협상에 보다 능동적으로 참여하여야 할 것이다.

국제적으로 전자상거래와 관련된 주된 기술발전 및 시장규모 확대 국가는 미국이며, 이에 대해 EU 및 일본 등이 소비세와 부가가치세 부과와 관련하여 대립된 의견을 보이고 있는 실정이다. 미국은 인터넷을 통한 거래는 자유무역지대화하여 무관세를 주장하고, 전자통신수단을 이용한 판매에 대한 비과세 입장을 취하고 있는 반면, EU는 통신판매에 대한 소비세 과세와 정보제공사업자에 대한 부가세 징수를 옹호하고 있다.

결론적으로 전자상거래에 대한 조세정책 방향의 큰 줄기는 OECD에서의 협의를 통하여 이미 정해진 상태라고 하겠다. 즉, 전통적인 상거래와의 차별을 금지하고, 전자상거래에 대한 새로운 세금의 부과를 금지하는 것 등이 그 것이다. 이러한 맥락에서 전자상거래만을 위한 세제지원은 어려운 상황이며, 고정사업장(permanent establishment)의 정의라든지, 소비지의 정의 등 기술적인 문제에 대하여 OECD의 기술자문그룹(TAGs)의 연구결과가 나오면 전자상거래에 대한 조세제도는 나름대로 그 틀을 완성시킬 수 있을 것이다. 정부의 입장에서는 국제적인 논의 과정에서 기술적인 문제보다는 무관세화의 연장문제, 소비세 및 부가세의 과세 여부, 전자상거래 세수의 과세당국간 배분의 원칙 등이 우리의 국익에 일치하는 방향으로 결론이 유도되도록 노력하여야 할 것이다¹⁴⁾.

나. 관련 조세지원제도의 현황 및 개선방안

현재 우리나라의 전자상거래는 초기단계로서 기업과 소비자간(Business-to-Consumer) 간의 도·소매업, 특히 인터넷쇼핑몰 형태가 주종을 이루고 있다. 1999년 현재 800여개 쇼핑몰업체가 있다고 한국전산원이 추정하고 있으며¹⁵⁾, 이 가운데 6.4%의 업체들만이 흑자를 내고 있고 5% 내외의 업체들만이 법인사업자로 등록되었을 것으로 추정된다. 이러한 업계 현황이 의미하는 바는 다음과 같다.

첫째, 조세지원조치 중 당해연도의 개인 및 법인에 대한 소득공제 및 소득세·법인세 투자세액공제 등의 조항들은 적용대상이 된다고 하더라도 결손기업들에게는 실질적으로 도움이 되지 않는다는 점이다. 특히, 법인 전자상거래업체의 경우 결손법인이 많아서 실제로 법인세를 납부하는 경우가 적어 조세특례제한법상의 법인세 및 소득세 투자세액공제를 받지 못하고 있다(부록 간담회 토론자료 참조). 개인사업자 형태의 전자상거래업체는 더욱 영세한 수준이어서 과세소득이 발생하고 있지 않으므로 POS시스템 설치에 대한 투자세액공제를 규정한 조세특례제한법 제126조 및 신용카드수입금액 증가에 대한 조세특례제한법 제122조상의 개인사업자 소득세 세액공제를 받지 못하고 있는 실정이다.

둘째, 중소기업에 대한 세제지원, 예를 들어 조세특례제한법 제7조¹⁶⁾

14) 무관세화는 WTO 제4차 각료회의 때까지 연장되었으며, 부가세 징수의 문제는 징수를 주장하는 EU의 입장과 공동보조를 맞추는 것이 바람직한 것으로 생각된다.

15) 정확한 업체수가 파악되기 어려운 이유는 인터넷 쇼핑몰의 웹사이트와 개인홈페이지 설치가 기술적으로 구분되지 않기 때문이다. 또한 각 사업자가 매출신고시 일반거래, 통신판매, 전자상거래를 구분하여 신고하지 않으며, 전자상거래업체를 엄격히 관리하거나 조사(monitoring)하는 기관도 없어서, 업체별 매출액이 체계적으로 집계되지 않고 있다. 현재 우리나라의 전자상거래 관련 통계는 주로 설문조사에 기초한 개략적 추계에 의존하고 있는 수준이다.

16) 조세특례제한법 제7조(중소제조업 등에 대한 특별세액감면) ① 제조업·부가통신업·연구 및 개발업·방송업·엔지니어링사업·정보처리 및 컴퓨터운용관련업 또는 물류산업을 영위하는 중소기업에 대하여는 당해 사업에서 발생한 소득에 대한 소득세 또는 법인세의 100분의 20에 상당하는 세액을 감면한다. <개정 1998. 12. 28>

제1항의 중소기업에 대한 소득세 및 법인세 세액감면대상 업종으로 연구 및 개발업, 정보처리 및 컴퓨터운용관련업 또는 불류산업을 영위하는 중소기업의 범위에 인터넷쇼핑몰을 구축·운영하거나 입점하는 중소도소매업자가 포함된다고 해석하기에는 어려울 것이다. 물론 전자상거래 merchant solution을 개발하는 업체의 경우 한시적 기간(2003. 12. 31)내에 흑자기업으로 전환한다면 도움이 될 수 있을 것이다.

셋째, 고부가가치 창출 및 고용효과가 높은 서비스산업의 기술개발을 촉진하기 위한 기술개발준비금, 기술·인력개발비 세액공제, 임시투자세액공제 등에 대한 조세지원은 소프트웨어 개발 등 정보처리 및 컴퓨터운용관련업에 해당하여 전자상거래 merchant solution을 개발하는 업체에 적용될 수 있을 것이다. (<표 VI-1> 참조)

넷째, 설순기업이라 하더라도 수입금액이나 매출액에 일정 경감률을 적용하는 부가가치세 세액경감조치는, 전자상거래 수행업체가 대부분 신용카드 등을 통해 지불대금을 결제하므로 과표양성화를 위한 조세특례조항에 적용될 수 있을 것으로 보인다. 신용카드매출전표 발행에 의한 공급가액이 당해 과세기간공급액의 50%를 넘는 경우 당기 신용카드매출공급 증가액의 총공급가액대비 비율의 100분의 50을 경감해주는 조세특례제한법 제124조 제1항 2호의 규정은 개인사업자에만 한정된다.

전자상거래업체에 적용할 수 있다고 또는 적용하기 곤란하다고 판단되는 현행의 조세감면조치들을 종합적으로 정리한 것이 <표 VI-1>이다. 이상과 같은 현행의 조세지원장치들은 전자상거래 분야만을 지원대상으로 특정하여 범규화된 것은 아니므로, 전자거래관련 기본법규나 조세특례제한법 등에서 전자상거래 활성화를 위해 별도의 범조문을 신설할 필요성 그리고 그 정당성 및 가능성에 대해 살펴보기로 하자.

우리나라의 현 시점에서 전자상거래의 활성화가 세무행정 발전에 기여할 수 있는 가장 큰 효과는 전자상거래를 통한 부가가치세 및 소득세 세원확충효과이다. 따라서, 과세표준 양성화를 위한 세제지원책으로서의 전자상거래 관련 거래에 대한 간접세 세목의 세액경감 및 공제 등을

검토해 보자. 과표양성화라는 긍정적인 효과를 감안하여 전자상거래 구축 설비투자에 대한 투자세액공제는 POS시스템구입 투자세액공제제도와 유사한 맥락에서 일정조건을 만족시킬 경우에 한해 현행의 소득세 및 법인세에 대한 투자세액공제에서 부가가치세에 대해서까지 확대를 고려해 볼 수 있을 것이라고 판단된다. 즉, 전자상거래의 거래 안정성 제고 및 소비자 보호 측면의 정책적 배려와 결합하여, 국세청이 인터넷 전자상거래업체의 사업자등록 여부 및 구축 merchant solution의 거래사실 포괄 정도 및 과세자료 증빙 가능성을 심사하여 해당 업체의 웹페이지에 국세청에서 인증(certified)되었음을 소비자에게 공시할 수 있는 로고(logo)를 부착할 수 있는 권한을 부여하는 방법을 생각해 볼 수 있다. 이는 OECD의 오타와 각료회의(1998. 10. 8~9) 직전 조세문제회의의 공동선언문상의 제2항¹⁷⁾의 취지에도 부합하는 것이다. 이를 위하여, 사이버쇼핑몰 운영자 등 전자상거래 사업자가 운영하고 있는 인터넷쇼핑몰의 초기화면에 사업자등록번호를 표시하도록 의무화하는 작업부터 시작할 수 있을 것이다.

그 다음으로, 부가가치세를 완전히 면제하거나(부가세법 제12조) 영세율을 적용하는(부가세법 제11조) 재화와 용역공급의 하나로 사이버몰 사업자가 전자거래방식으로 공급하는 재화와 용역을 포함하는 것도 형평성원칙에 맞지 않아 곤란하다고 판단된다. 주요 선진외국의 사례에서도 살펴보았듯이 전자상거래를 통해 이행되었다는 이유만으로 매출 및 판매액의 일정비율에 대해 직접적으로 판매세나 부가가치세 경감혜택을 주는 나라는 없는 실정이다. 더욱이, 해외의 전자상거래업체가 공급하여 국내에서 소비된 재화 및 서비스에 대해서도 부가가치세 면제 및 영세율을 적용하여야 하는 문제가 발생한다.

한편, 기술 및 인력개발에 대한 조세특례로서 운영중인, 준비금에 대

17) '전자상거래와 그 기반기술이 과세체계를 단순화시키고 납세자 서비스를 향상시킬 수 있는 큰 잠재력을 갖고 있다는 것을 인식해야 한다.'는 조항이다.

한 손비인정 및 지출비용에 대한 세액공제의 주된 수혜대상도 전자거래 시스템을 개발하는 업체가 될 것이며, 개발된 e-business solution을 구매하여 판매에 이용하는 업체는 아닐 것이다.

〈표 Ⅶ-1〉 부가세법 및 조세특례제한법상의 전자상거래업체 관련현황

| 규 정 | 내 용 | 비 고 |
|------------------------------|---|--|
| 부가가치세 과세대상(부가세법 § 1) | -재화 및 용역의 공급, 재화의 수입에는 부가가치세를 부과함. | -적용 |
| 부가가치세 영세율 적용 (부가세법 § 11) | -수출재화, 국외에서 제공하는 용역, 선박 또는 항공기의 외국항행용역, 기타 시행령에서 정하는 재화에 대해서는 부가가치세와 관련하여 영의 세율적용. | -적용안됨 |
| 부가가치세 면세 (부가세법 § 12) | -부가세법 § 12①1에 규정된 재화 및 용역의 공급에는 부가가치세를 면세함. | -적용안됨 |
| 중소기업실비투자준비금의 손금산입 (조특법 § 4①) | -중소기업을 영위하는 내국인이 2003년 12월 31일 이전에 종료하는 과세연도까지 사업용 자산의 개체 또는 신규취득에 소요되는 자급에 충당하기 위하여 투자준비금을 손금으로 계상한 때에는 사업용자산가액의 100분의 20을 곱하여 산출한 범위안에서 당해과세연도 소득금액 계산에 있어서 이를 손금에 산입함. | -동법 시행령 § 2 (중소기업의 범위) 및 동법 시행규칙 § 2(고정자산의 범위)의 내용상 전자상거래업체도 적용가능함. |
| 중소기업투자세액공제 (조특법 § 5 ①) | -중소기업을 영위하는 내국인이 2003년 12월 31일까지 사업용 자산을 새로이 취득하여 투자한 경우에는 당해투자금액의 100분의 3에 해당하는 금액을 그 투자를 완료한 날이 속하는 과세연도의 소득세 또는 법인세에서 공제함(다음 과세연도 개시일부터 4년간 이월가능함). | -동법 시행령 § 2(중소기업의 범위) 및 동법 시행규칙 § 2(고정자산의 범위)의 내용상 전자상거래업체도 적용가능함. |
| 중소기업 등에 대한 특별세액감면 (조특법 § 7①) | -제조업, 부가통신업, 연구 및 개발업, 방송업, 엔지니어링사업, 정보처리 및 컴퓨터운용관련업 또는 불류산업을 영위하는 내국인 중 중소기업에 대하여는 2003년 12월 31일 이전에 종료하는 과세연도까지 당해 사업에서 발생한 소득에 대한 소득세 또는 법인세의 100분의 20에 상당하는 세액을 감면함. | -인터넷쇼핑몰 운영업체 및 입점업체 적용안됨. -merchant solution 개발업체는 독자기업인 경우 적용가능할 것임. |

〈표 VI-1〉의 계속

| 규 정 | 내 용 | 비 고 |
|--|--|---|
| 기술개발준비금의 손급산입(조특법 § 9①) | <ul style="list-style-type: none"> -제조업, 광업 및 동법시행령 § 8① 각호에서 정하는 사업 중 2003년 12월 31일 이전에 종료하는 과세연도까지 기술개발 또는 혁신에 소요되는 비용에 대하여 일정범위 안에서 손급산입가능함. ○ 동법시행령 § 8① 각호 규정산업: 당해 과세연도 수입금액의 100분의 5 상당 금액 이내. ○ 기타산업: 당해 과세연도 수입금액의 100분의 3이내 | <ul style="list-style-type: none"> -동법 시행령 § 8 ①의 규정에 따라 merchant solution 개발업체는 적용가능함. -쇼핑몰운영업체는 적용안됨. |
| 기술 및 인력개발비에 대한 세액공제(조특법 § 10①) | <ul style="list-style-type: none"> -제조업· 광업 또는 대통령령이 정하는 사업을 영위하는 내국인이 2003년 12월 31일 이전에 종료하는 과세연도까지 각 과세연도에 기술 및 인력개발을 위하여 지출한 비용은 조특법 § 10① 각호에서 규정한 방식 중의 한가지 방법에 의하여 세액공제를 적용받을 수 있음(다음 과세연도 개시일부터 7년간 이월가능함). | <ul style="list-style-type: none"> -전자상거래업체는 적용안됨. -merchant solution 개발업체는 적용가능함. |
| 신용카드 수입금액 증가에 대한 개인사업자 소득세 세액공제(조특법 § 122 ①) | <ul style="list-style-type: none"> -신용카드가맹 또는 POS시스템을 설치한 사업자로서 동 신용카드 등의 수입금액이 직전년도 동 신용카드 등에 의한 수입금액을 초과하는 경우, 종합소득산출세액에 그 초과금액의 100분의 50에 상당하는 금액이 당해 사업장의 총수입금액에서 차지하는 비율을 곱하여 계산한 금액을 당해과세연도의 소득세에서 공제함. | <ul style="list-style-type: none"> -법인전자상거래 업체는 적용안됨. -개인 전자상거래 업체는 적용가능하나 현실적으로 적자상태라면 무의미함. |
| POS시스템 도입업자 등에 대한 부가가치세 납부세액 경감(조특법 § 124) | <ul style="list-style-type: none"> -POS시스템을 도입한 개인사업자 및 신용카드 매출전표에 의한 공급가액이 당해과세기간 공급가액의 100분의 50을 초과하는 개인사업자에 대하여 당기 신용카드 매출공급 증가액의 총공급가액대비비율의 100분의 50을 부가가치세 납부세액에서 경감 | <ul style="list-style-type: none"> -개인인 전자상거래업체는 적용가능함. |
| POS시스템 설치에 대한 투자세액공제(조특법 § 126①) | <ul style="list-style-type: none"> -유통업자로서 2000년 12월 31일까지 POS 시스템에 투자한 경우 당해 투자금액의 100분의 10에 상당하는 금액을 소득세 또는 법인세에서 공제함(다음 과세연도 개시일부터 4년간 이월가능함). | <ul style="list-style-type: none"> -개인 및 법인의 전자상거래업체 적용가능함. |

Ⅶ. 결 론

전자상거래는 그 특성상 사이버 공간을 넘나드는 거래이기 때문에 국경이 별 의미를 지니지 못한다. 그러한 의미에서 전자상거래 산업은 국제적인 경쟁이 가장 치열한 부분의 하나이고, 앞으로의 부가가치도 매우 높은 산업인 만큼, 산업정책적인 차원에서 우리나라의 전자상거래를 활성화시킬 여러 가지 정책적 방안을 마련할 필요가 있다. 21세기 산업에서 전자상거래가 차지하는 비중이 날로 커질 것은 쉽게 예상할 수 있으며, 따라서 개방경제 체제하에서 우리나라의 전자상거래 업체 및 관련 서비스제공 업체들의 국제경쟁력이 떨어지게 되면 외국의 선발 업체들이 시장을 지배하게 될 것이다.

소비자의 입장에서는 양질의 서비스를 저렴한 가격으로 제공하는 서비스 업체를 이용하는 것이 가장 바람직한 선택이 될 것이고, 그러한 의미에서 서비스 제공업체의 국적은 큰 문제가 되지 않을 것이다. 그러나 국가 차원에서 본다면 제Ⅲ장에서 살펴본 바와 같이 전자상거래가 경제에 미치는 파급효과가 매우 크기 때문에, 미국 및 일본과 같은 선진국뿐 아니라, 싱가포르를 비롯한 신흥공업국에서도 정책적으로 전자상거래에 대한 육성책을 발표하고 있다.

우리나라도 산업자원부를 중심으로 전자상거래에 대한 지원대책을 수립하고 있다. 특히 세제지원의 측면에서는 전자거래의 단계별 투자세액 공제, 기술·인력개발비 공제, 기술개발준비금의 손금산입 방안 등을 마련하여 「조세특례제한법」에 반영하는 방안, 전자거래 도입에 따른 세원 노출 기피를 완화하고 투명성 제고에 따른 인센티브 부여 차원의 부가가치세 경감 방안¹⁸⁾ 등이 제시되고 있다. 또한 인터넷을 통한 외국과의 거래 촉진과 소자본 창업 활성화를 위하여 소액수출업자에 대한 관세환급

방안도 검토 대상으로 제시되고 있다.

현행의 세제를 통해서도 중소기업 설비투자 준비금의 손금 산입, 중소기업 투자세액 공제, merchant solution 개발업체에 대한 특별세액 감면 및 기술개발 준비금의 손금산입, 신용카드 수입금액 증가에 대한 개인사업자 소득세 세액공제 등의 세제 지원이 가능하다.

관세환급과 관련하여서도 이미 중소기업에 대하여 수출에 소요된 증빙서류 없이 관세를 환급해주는 정액환급제도가 시행되고 있다.

다만 부가가치세의 경감에 대해서는 기존의 상거래와의 세제 중립성을 고려할 때, 그리고 전자상거래가 지리적인 국경에 상관없이 이루어진다는 점을 감안할 때, 국내 전자상거래만을 위한 부가가치세의 경감은 국제적인 조세원칙에도 위배되기 때문에 어려울 것이라고 판단된다. 다만, 기존의 과표양성화를 위한 조세특례 규정 중 신용카드매출전표 발행 공급금액이 증가하는 경우에 대한 부가가치세 납부세액 경감조치는 쇼핑몰 등 전자상거래 유통에 종사하는 개인사업자에게도 적용되므로, 이의 적극적인 활용을 통한 실질적 혜택이 부여되도록 신용카드관련 애로 사항 및 현행 경감률 수준을 점검해야 할 것이다.

그 밖의 지원방안으로 창업기업들에 대한 소득세나 법인세의 감면이 창업초기에는 사업결손으로 인하여 실효성이 약할 수 있으므로 이보다는 창업과정 자체에서 발생하는 제반 비용 등을 감면하는 방안을 생각해 볼 수 있겠다.

또한 전자상거래라고 통칭하는 사업을 기존의 한국표준산업분류 체계 내에서 확인해 보면 인터넷쇼핑몰 등은 도소매업으로, 온라인 정보제공 사업 및 인터넷쇼핑몰 merchant solution 개발공급업 등은 정보처리 및 기타 컴퓨터운용관련업으로 분류되어 전자의 경우 10% 이내의 표준소득률을 적용받는 반면 후자의 경우 29~43.5%의 표준소득률이 적

18) 현행 법률에서는 판매시점정보관리시스템(POS) 도입 사업자에 대한 부가세 경감, 투자세액 공제 등을 규정하고 있다.

용되고 있다. 소득표준율은 주로 부가장사업자들을 대상으로 소득금액 추계결정을 위하여 수입금액 및 사업수입금액에 대해 적용되는 것이기는 하나, 표준소득률이 낮은 사업으로의 재분류가 가능한가를 검토하여 세부담을 경감시켜주는 방안도 고려할 수 있겠다. 예를 들어, 전자형태의 애니메이션·만화 등과 같은 콘텐츠제공사업은 기타출판업에 포함시켜 서적출판·신문발간과 유사한 수준인 10% 이하로 조정할 수 있을 것이다.

마지막으로 그러나 우선순위상으로는 보다 중요한 것이, 전자상거래에 참여하는 당사자 중 공급자뿐만이 아니라 수요자에게도 인터넷 등을 통한 거래유형이 보다 보편화될 수 있도록 인터넷 등 정보통신망에의 접근비용을 절감할 수 있는 세제적 지원방안도 모색되어야 할 것이다. 현재 온라인 PC통신회사 및 고속인터넷제공사업자가 부과하는 인터넷 사용료체계에 전화세 또는 부가가치세가 부과되고 있는데 인터넷 사용자의 기반을 확충하기 위한 세부담 경감조치 또한 앞으로 검토하여 볼 사항이다.

참 고 문 헌

- 김유찬·홍범교, 『전자상거래 시대의 조세정책』, 한국조세연구원, 1998
 데이콤인터파크 온라인통계자료 : <http://halla.dacom.co.kr/home001.htm>
- 배용호, 「전자상거래의 국제적 추진동향과 정책과제」, 대한민국 국회 헌
 안분석 98-153, 1998
- 산업자원부, 「99년도 전자상거래 정책 추진방향」, 1999. 2.
- 서희열·이강호·황보열, 『전자상거래시대 도래하의 과세방법에 관한
 연구 -부가가치세를 중심으로-』, 한국조세연구원, 1998
- 정보통신부, 「전자상거래 활성화 종합대책」, 1999. 6.
- 한국인터넷정보센터 온라인통계자료 : www.nic.or.kr/net/net.html
- 한국전산원, 「CALIS/EC가 산업구조에 미치는 영향 분석」, 1998. 6.
- 한국전산원, 「OECD 오타와 전자상거래 각료회의 주요 쟁점 및 대응방
 안」, 1998. 12.
- 한국정보통신진흥협회 온라인통계자료, <http://203.254.87.2/information-hp/info-hp-t1.html>
- Amico, Carol D., "Understanding the Digital Economy Work-
 force Implications," *Understanding the Digital Economy
 Conference*, Washington, D. C., 1999.
- Ba, Sulin, Andrew B. Whinston and Han Zhang, "Small Busi-
 ness in the Digital Economy: Digital Company of the
 Future", *Understanding the Digital Economy Conference*,
 Washington, D. C., 1999.

- Choi, Soon-Yong, Dale O. Stahl and Andrew B. Whinston, *The Economics of Electronic Commerce*, Macmillan Technical Publishing, 1997
- Clinton, W. and A. Gore, Jr., "A Framework for Global Electronic Commerce," <http://www.iitf.nist.gov/eleccomm/ecom.htm>, 1997.
- CommerceNet/Silicon Valley Software Industry Coalition, "The Tax Agency as Cyberspace Citizen", <http://www.commerce.net>
- Controller of Certification Authorities, *Salient Features of the Electronic Transactions Act 1998*, <http://www.cca.gov.sg>, 1999.
- Daley, William M., "Remarks by Secretary of Commerce William M. Daley," *Digital Economy Conference*, Washington, D. C., 1999.
- David, Paul A., "Digital Technology and the Productivity Paradox: After Ten Years, What Has Been Learned?," *Understanding the Digital Economy Conference*, Washington, D. C., 1999.
- Department of Commerce, *The Emerging Digital Economy*, U. S. A., June 1998.
- , *The Emerging Digital Economy II*, U. S. A., June 1999.
- , *Understanding Digital Economy*, U. S. A., May 1999.
<http://www.digitaleconomy.gov>
- EcommerceTax.com, <http://www.ecommercetax.com>
- European Commission, "Global Information Networks: Ministerial Declaration," *European Ministerial Conference at Bonn*, 6~8 July, 1997.

- Forrester Research, <http://ww.forrester.com>
- Gera, Surendra, Wulong Wu and Frank C. Lee, "Information Technology and Productivity Growth: an Empirical Analysis for Canada and the United States", *Canadian Journal of Economics*, 32(2), 384-407, 1999.
- Goolsbee, Austan, "In a World without Borders: the Impact of Taxes on Internet Commerce", NBER Working Paper, 1998.
- Greenstein, Shane, "Framing Empirical Research on the Evolving Structure of Commercial Internet Markets", *Understanding the digital Economy Conference*, Washington, D. C., 1999.
- Hausman, Jerry, "Taxation by Telecommunications Regulation", NBER Working Paper, 1997.
- Hoffman, Donna L. and Thomas P. Novak, "The Evolution of the Digital Divide: Examining the Relationship of Race to Internet Access and Usage over Time," *Understanding the Digital Economy Conference*, Washington, D. C., 1999.
- Inland Revenue, "Taxation and the Electronic Medium", <http://www.ird.govt.nz>.
- Katz, Lawrence F., "Technological Change, Computerization, and the Wage Structure", *Understanding the Digital Economy Conference*, Washington, D. C., 1999.
- Kling, Rob and Roberta Lamb, "IT and Organizational Change in Digital Economies: A Socio-Technical Approach", *Understanding the Digital Economy Conference*, 1999.
- Kortenaar G. and C. Spanjersberg, "Taxation and E-Com-

- merce: Dutch Tax Policy Implications”, *Intertax*, 27(5), 180-187, 1999.
- Lehr, Bill and Frank Lichtenberg, “Information Technology and Its Impact on Firm-level Productivity: Evidence from Government and Private Data Sources, 1977-1993”, *Canadian Journal of Economics*, 32(2), 335-62, 1999.
- Lerner, Josh, “Small Business, Innovation, and Public Policy in the Information Technology Industry”, *Understanding the Digital Economy Conference*, Washington, D. C., 1999.
- Licht, Georg and Dietmar Moch, “Innovation and Information Technology in Services”, *Canadian Journal of Economics*, 32(2), 363-383, 1999.
- McKnight, Lee W. and Joseph P. Bailey (eds.), *Internet Economics*, The MIT Press, 1997.
- McClure, Jr., Charles E., “Electronic Commerce and the State Retail Sales Tax: a Challenge to American Federalism”, *International Tax and Public Finance*, 6, 193-224, 1999.
- Ministry of Industry, Commerce and Handicraft “Electronic Commerce Policy Guidelines”, [http://www. min-industrial. it](http://www.min-industrial.it), 1998.
- Moulton, Brent R., “GDP and the Digital Economy: Keeping Up With the Changes”, U. S. Department of commerce, May, 1999.
- National Computer Board, “Singapore Launches Electronic Commerce Masterplan,” [http://www. ncb. gov. sg](http://www.ncb.gov.sg), 1999.

- OECD, "Electronic Commerce: Opportunities and Challenges for Government," June 1997.
- , "Electronic Commerce: A Discussion Paper on Taxation Issues", 1998.
- , "Electronic Commerce: Taxation Framework Conditions,"
- , "The Economic and Social Impact of Electronic Commerce : Preliminary Findings and Research Agenda," February 1999.
- , "OECD Ministerial Conference "A Borderless World: Realising the Potential of Global Electronic Commerce", Aug. 1999.
- , "Business-to-business Electronic Commerce: Status, Economic Impact and Policy Implications", Sep. 1999.
- , "Progress Report on the OECD Action Plan for Electronic Commerce," Sep. 1999.
- Orlikowski, Wanda J., "The Truth is Not Out There: an Enacted View of the 'Digital Economy'", Massachusetts Institute of Technology, May, 1999.
- Shapiro, Carl and Hal R. Varian, *Information Rules: a Strategic Guide to the Network Economy*, Harvard Business School Press, 1999.
- Singapore, <http://www.ncb.ncb.sg>
- Smith, Michael D., Joseph Bailey and Erik Brynjolfsson, "Understanding Digital Markets: Review and Assesment", *Understanding the Digital Economy Conference*, 1999.
- Varian, Hal R., "Market Structure in the Network Age",

Understanding the Digital Economy Conference, Washington, D. C., 1999.

Waddell, Cynthia D., "The Growing Digital Divide in Access for People with Disabilities: Overcoming Barriers to Participation", *Understanding the Digital Economy Conference*, 1999.

WTO, "Declaration on Electronic Commerce", WT/MIN(98)/W/2, 1998.

———, *Electronic Commerce and The Role of The WTO*, 1998.

『전자상거래관련 조세지원 방향』 간담회 토론요지

- ◆ 일시 : 1999년 10월 7일(목) 오후 4시-6시
- ◆ 장소 : 한국조세연구원 9층 대회의실
- ◆ 참석자 :
 1. 정부부처 : 재경부 국제조세과 : 임수현 사무관
관세협력과 : 임현중 사무관
 2. 관련업계 : 대흥기획 : 강현구 팀장(인터넷티브팀)
메타랜드 : 홍순도 팀장(몰사업팀)
삼성쇼핑몰 : 최영재 주임(관리기획팀)
인터파크 : 최민주 대리(쇼핑몰 사업팀)
LG인터넷 : 이재하 팀장(전자상거래)
인트로닉(주) : 이진환 사장
 3. 한국조세연구원 : 노영훈 박사(연구조정부장)
홍범교 박사(연구위원)
연태훈 박사(연구위원)

1. 인터파크 쇼핑몰 사업부 최민주 대리

가. 기업소개

인터파크는 사업 초반기 종합쇼핑몰 형식을 추구하였으나 현재는 문화상품, 유통 및 도서, 티켓 등 전문 유통업체로의 전환하고 있는 상태라고 할 수 있다.

인터파크는 1996년 데이콤에서 인터넷쇼핑몰을 설립한 것이 모태가 되었으며 초반에는 사내벤처 형태로 운영되었으나 전자상거래 활성화에

대비하여 독립법인화하여 주식회사 인터파크로 생성되었다.

인터파크가 운영하고 있는 종합쇼핑몰은 다른 쇼핑몰하고는 그 개념에서 약간의 차이가 난다고 할 수 있다. 즉 EC Hosting 이라는 쇼핑몰을 운영하고 있는데, 이는 어떠한 상품을 소유하고 있는 업체들이 전자상거래를 할 수 있는 tool을 제공하는 것이라고 할 수 있다. 따라서 인터파크 쇼핑몰 홈페이지에는 각각의 입점사들의 게이트들이 따로 형성되어 있고, 이를 통해 각각의 입점사들이 독립적인 관리를 할 수 있는 기술적 기반이 형성되어 있다. 또한 인터파크는 계속적으로 EC관련 기술지원을 받아야 하는 중소기업들에게 기술제공을 해주기 위해 Hosting 부문을 존속시키고자 하는 계획을 가지고 있다.

인터파크가 운영하고 있는 문화유통관련 전문쇼핑몰은 도서, 티켓에 중점을 두고 있는데, 특히 티켓예매시스템을 데이콤 내부에서 최초로 개발하여 실시간으로 좌석지정까지 할 수 있는 사이트(티켓파크)를 운영하고 있다. 도서의 경우 국내 출판사와 직거래를 하고 있으며 서울 구로동에 위치하고 있는 물류센터에서 납품받아 판매하는 북파크라는 사이트를 두고 있다. 또한 직영점매장을 확충하고 있는데 이곳에서 도서 및 음반유통을 추진할 계획이다. 이에 따른 시스템으로는 자체 개발한 웹기반 SCM(supply chain management: 일종의 물류망관리 솔루션)을 구축하여 시범운영하고 있다.

결론적으로 인터파크는 초기부터 인터넷기술개발에 전력을 하여 왔으며 이에 따라 머천트 솔루션도 대부분 자체 개발하여 사용하고 있다고 하겠다. 그러나 전자상거래는 기술부문과 유통부문이 함께 융화되어야 하는데 유통에 대한 노하우가 아직 부족한 편이라고 할 수 있다. 도서유통을 통해 국내 유통에 대한 노하우를 축적하여 전문 전자상거래기업으로 변신하고자 하는 노력을 기울이고자 한다

나. 전자상거래 관련 조세제도

현재 전자상거래업체 중 벤처지정을 받은 업체들은 법인세 납기연장 등 여러 가지 이점을 부여받고 있다고 할 수 있다. 그러나 대부분의 전자상거래업체는 아직까지 적자인 상태이므로 법인세를 납부하지 않는 실정이지만 향후 전자상거래업체에 대한 조세제도 정비시 조세감면 보다는 순익이 충분히 발생할 때까지 납부유예 및 납기연장을 해주는 것이 전자상거래업체에게 가장 바람직하다고 생각된다.

또한 많은 전자상거래업체들이 병역특례요원을 고용하고 있는데, 특례요원 고용과 관련하여 기업체는 임금, 관리비용 등 여러 비용이 발생하고 있다. 이들 병역특례요원 고용과 관련된 세제상의 지원이 절실히 요구된다고 할 수 있다.

전자상거래업체들도 대부분 물류센터를 소유하고 있는 형편이다. 따라서 순수한 전자상거래업체가 전자상거래를 활성화시키기 위해 구축하는 물류센터 및 시스템에 대해서는 세제상의 혜택을 받도록 하였으면 좋겠다는 생각이다.

전자상거래업체는 컴퓨터, 서버 등 관련장비의 급격한 성능 향상으로 인하여 계속적으로 신사양의 제품들을 구매해야 하고, 과거 구매했던 구사양의 장비들을 또한 계속적으로 매각할 수밖에 없는 특수한 상황에 처해 있다고 할 수 있다. 이러한 구사양의 장비매각은 기업체의 수익창출을 위한 것이 아니라 전자상거래 환경에 보다 잘 적응하기 위한 어쩔 수 없는 매각이므로 이러한 매각에 대해서는 기업의 수입으로 계상하지 않도록 하는 등의 지원도 절실히 요구된다.

질문 : 전자상거래업체가 굳이 직영점이라는 실물적인 장소를 설립하는 이유는 무엇인가?

답변 : 전자상거래 업체가 안고 있는 가장 큰 문제는 역시 물류와 관련된 문제이다. 아직까지 인터넷상으로는 구매력이 매우 약한 편이라

고 할 수 있으며, 입점업체들은 구매력이 미약할 때 물류배송에 대하여 무관심하게 되고 이에 따라 배송사고도 발생하는 경우가 종종 발생하기도 한다. 따라서 직영점을 설치하여 자체 물류망을 구축하고 최종배송지까지 가장 적은 비용으로 배송을 하기 위한 것이다. 인터파크는 현재 직영점 50여개를 서울·경기지역에 연 말까지 구축할 계획이다. 또한 직영점내에 컴퓨터 환경을 정비함으로써 방문자는 웹상으로 자기가 원하는 물품을 주문을 할 수 있는 등 사이버카페의 역할도 하고 있으며, 특히 야간의 경우 구매자가 구매한 물건을 인도받을 수 있는 배송적인 측면도 고려하고 있다.

2. LG인터넷 이재하 팀장

가. 기업소개

LG인터넷은 채널i 라는 OSP사업과 전자상거래 쇼핑몰 사업을 함께 진행하고 있다. 전자상거래와 관련하여 초기에는 LG그룹내의 계열사들 간의 전자상거래 사업을 지원하고자 하였으며, 따라서 LG전자, LG홈쇼핑, LG유통, LG패션 등계열사들의 전자상거래 환경을 구축하고 운영하며, 마케팅지원하는 형태로 운영되었다고 할 수 있다.

현재는 LG인터넷 자체 쇼핑몰을 구축 운영하고 있으며, 이와 관련하여 구축된 시스템을 통해 지불서비스를 운영하고 있으며, 쇼핑몰시스템 등 솔루션은 자체 개발하여 운용하고 있다.

나. 전자상거래 관련 조세제도

전자상거래와 관련된 법률적 제도가 정비되지 않은 상태에서 이미 전자상거래는 활성화되고 있으므로 여러 가지 문제를 야기하고 있는 실정이다. 이러한 측면에서 본격적인 전자상거래 활성화 이전에 사전적으로

조세제도 등의 완전한 구축이 이루어져야 할 것으로 생각된다.

앞으로 전자상거래에 대한 세제지원 등의 문제는 단순히 전통적 상거래에 비해 전자상거래 부문에 대하여 차별적으로 특혜를 부여한다는 의미가 아니라 앞으로의 시대적 흐름과 경쟁력 강화를 위해 반드시 필요하고 할 수 있을 것이다.

전자상거래와 관련하여 가장 먼저 관련되는 조세문제는 법인세 부과의 문제라고 할 수 있는데 전자상거래사업 중 온라인정보사업, 정보제공사업, 데이터베이스사업 등에 대해서는 정상적인 법인세율을 적용하고 있는 반면 서적 등에 대해서는 경감세율을 적용하고 있다. 그러나 전자상거래는 업태가 불분명하다는 특징을 갖고 있으므로 업태에 따라 차별을 방지하는 정책이 요구된다.

부가가치세 부과와 관련하여 전자상거래는 성질상 거래사실이 상대적으로 투명하게 드러나는 특징을 가지고 있다고 할 수 있다. 따라서 전통적 상거래에 비하여 상대적으로 거래 투명성을 가지고 있는 전자상거래 업체에 부가가치세법상의 인센티브가 주어지는 것이 바람직하다고 생각된다.

질문 : LG그룹을 예로 들 때 기업간 전자상거래 규모가 과거 전통적인 방식에 비하여 많이 증대되어가고 있는가?

답변 : 현재로서는 아직 활성화되지 못하고 있는 실정이다. 아직 시작 초기단계이며 거래 투명성을 확보하기 위한 시도로 진행되고 있으나 네트워크의 불안정성, 즉 우리나라 통신망이 아직 만족스럽지 못한 관계로 활성화되지는 못하고 있다.

질문 : 부가가치세와 관련하여 전자상거래업체의 투명성이란 무엇을 의미하는가?

답변 : 최근 신용카드 사용하기 등 투명성을 확보하기 위한 여러 움직임들이 있는 것으로 알고 있으나 전자상거래업체 입장에서도 신용

카드로 결제가 이루어지면 수수료를 부담한다고 하여도 비용측면에서 더욱 효율적이라고 할 수 있다. 또한 온라인 송금의 경우도 다른 전통적인 상거래의 경우보다 거래사실의 정확한 증거가 존재하게 된다는 특징을 가지고 있다. 즉 전자상거래업체가 고객들과 거래를 할 때 디지털화된 고객들의 주문내역을 보관하지 않으면 문제가 발생하기 때문에 과세당국과는 관계없이 자료를 보관하고 있어야만 한다. 따라서 전통적인 상거래업체에 비하여 투명성이 훨씬 확보된다고 할 수 있다.

질문 : LG인터넷에서 대행하고 있는 지불서비스란 무엇인가?

답변 : 국내 중소기업 중 LG인터넷의 쇼핑몰에 가입하여 있는 경우 이들 업체가 안게 되는 어려운 문제점 중의 하나는 카드회사와 온라인으로 결제할 수 있도록 계약을 맺는 것이 매우 어렵다는 사실이다. 따라서 LG인터넷에서 이러한 계약 등을 대행하여 LG인터넷의 시스템을 통하여 결제할 수 있도록 하고 있다.

질문 : 앞으로 전자화폐가 완전히 분리된 신호 자체로만 발전하게 된다면 추적이 불가능하게 되는 문제점이 있어 많은 논의가 있는 상태이다. 업계에서는 여러 가지 결제수단 중에서 어느 것을 가장 선호하고 있는가?

답변(대흥기획 강현구 팀장) : 아직 언론상에서 언급되는 것만큼 전자상거래가 활성화되지는 않은 상태라고 할 수 있다. 또한 결제수단 중 현재 신용카드 이외의 수단으로 결제되는 비중은 전체규모의 20%가 채 되지 않으며 그 20% 중에서 몇가지 사이버 화폐가 차지하는 비중은 약 10%에도 미치지 못하고 있다고 할 수 있다. 즉 시장 자체에서 전자화폐가 차지하는 비중은 매우 낮으며 단지 현재 기술을 검증해보는 단계라고 할 수 있을 것이다. 또한 전자화폐를 사용하게 되면 거래노출이 되지 않는다는 점은 단순히 기술

적인 측면의 문제라고 할 수 있다. 즉 사이버캐쉬의 구매단계에서 드러나지 않는다고 하더라도 노출될 수는 있을 것이다.

질문 : 현재 결제규모상 상대적으로 소규모인 온라인 송금의 경우 송금 관리와 관련한 인건비가 더 큰가?

답변 : 온라인 송금의 경우 2개 정도의 은행계좌를 통해 입금된 금액과 주문내역을 매치시켜 확인하는 작업을 해야 하는데 이에 대한 비용이 많이 소요되고 있는 실정이다.

질문 : 신용카드결제의 경우 비용은?

답변(대흥기획 강현구 팀장) : 신용카드결제의 경우 신용카드회사에 대한 수수료가 평균 거래액의 약 3.5% 정도 소요되며 실시간 사용 승인(신용조회)을 받기 위해 VAN회사가 연결되어야 하므로 이에 대한 비용까지 포함하면 매출액의 5~6% 정도의 비용이 소요된다고 할 수 있다.

3. 대흥기획(롯데인터넷백화점) 강현구 팀장

가. 기업소개

대흥기획은 롯데인터넷백화점, 종로서적 book shop, 시사영어사의 CD shop인 뮤직랜드 등을 공동투자의 개념으로 운영하고 있다. 회원관리, 주문, 대금결제 등 디지털화된 정보의 흐름은 대흥기획이 관리하고 실물부문은 각 업체에서 관리하며 발생하는 이윤은 나누는 형태로 운영하고 있다.

나. 전자상거래 관련 조세제도

전자상거래에 대한 조세문제와 관련하여 가장 먼저 문제시되는 것은 바로 투명성에 관한 문제라고 할 수 있을 것이다. 단적인 예를 들면 도서의 경우 실물공간에서 판매하면 면세상품에 해당되지만, 인터넷상으로 판매하게 되면 통상 부가가치세가 부과되는 형편이다. 부가가치세를 부과받지 않기 위해서는 모든 거래내역 중에서 도서판매 부분만 발취하여 그 사실을 과세당국에 알려주어야 한다는 어려운 문제점이 존재하고 있기 때문이다.

또한 부가가치세가 부과되는 경우 연구개발투자비용의 일정부분에 대한 법인세감면제도의 적용이 가능하지만, 면세상품의 경우 이러한 세금 감면을 받을 수 없는 실정이다.

전통적인 실물공간의 거래보다 거래내역이 투명하다는 특징을 가지고 있는 전자상거래는 원론적인 조세형평성 측면에서 감면받는 것이 당연하다고 생각된다.

조세의 불합리성과 관련해서는 여러 가지 예를 들 수 있지만 그 중 한 가지 예를 들어보면 전자상거래업체들이 상품의 배송과 관련하여 택배회사와 거래를 하게 되는데, 해외로 배송을 하는 경우 외국세 택배회사는 외국법인으로 면세적용이 되지만 국내 배송회사는 과세대상되고 있으므로 업체들이 국내배송업체들과 배송계약을 맺게 되면 그만큼 비용 부담이 커지게 된다는 문제점을 가지고 있다.

한편 전자상거래업체 역시 명절 등 성수기에는 상품권이 매출의 30% 이상을 차지하게 되는데 상품권은 신용카드로 구매할 수 없다는 문제점이 있다. 이는 전자상거래 매출의 80% 정도가 신용카드로 결제된다는 측면에서 볼 때, 카드깡에 대한 우려 등 신용카드를 이용한 상품권 구매를 금지해야 하는 현실적인 이유들을 고려한다고 하더라도 분명히 문제가 있는 부분이라고 하겠다.

또한 토속주를 제외한 주류는 현재 통신판매가 불가능하게 되어 있다

는 문제점도 있는데 이는 단순히 형식논리적으로 규제되어서는 안될 것이다.

면세점에서 구매한 제품은 hand carry의 경우만 면세하고 있다. 전자상거래업체가 해외로부터 면세상품을 주문받아 해외로 배송할 수 있도록 허가하는 것도 고려해 볼 필요가 있을 것이다.

결론적으로 거래 투명성이 보장되는 전자상거래업체에 대하여 과세당국이 이들 업체에 대해 장려해 줄 수 있는 지원책들이 마련되어야 한다고 생각되며 과세당국이 단순히 세원발굴에만 집중하지 않고, 이들 업체에 대한 세무 컨설팅 측면에서 지원을 해주는 것이 더욱 바람직하다고 생각된다. 가령 전자상거래 업체가 도서를 판매하는 경우 부가가치세 감면을 받아야 할 것인지 아니면 부가가치세를 납부하고 연구개발투자비를 감면받을 것인지는 기업의 정책적 결정사항이지만 이러한 점들에 대하여 기업체들이 보다 잘 선택할 수 있도록 과세당국이 컨설팅해주는 것이 바람직하다고 생각된다.

4. 메타랜드 흥순도 팀장

가. 기업소개

메타랜드는 현재 지불시장의 약 20% 정도를 점유하고 있으며, 카드회사와 공동으로 지불시스템을 대행하고 있다. 쇼핑몰서비스와 관련해서는 중소기업이 제품을 가지고 오면 메타랜드가 물 hosting 비용을 담당하고 물건판매 및 결제를 처리한 후 수수료를 제외한 제품값을 돌려주는 방식으로 영업을 하고 있다. 참고로 메타랜드는 삼보컴퓨터사 계열사이고 대주주는 중소기업중앙회와 BC카드사이다.

나. 전자상거래 관련 조세제도

법인세와 관련하여 인터넷을 전문으로 하는 전자상거래업체는 아직까지 적자인 상태이기 때문에 법인세를 납부하지 못하고 있는 실정이라고 할 수 있다. 따라서 현재 이들 전자상거래업체에게 법인세를 감면해준다는 것은 아무런 의미도 없는 것이라고 하겠다.

부가가치세와 관련해서는 전자상거래업체에게 어느 정도 혜택이 있다면 좋을 것으로 생각된다. 실제로 전자상거래 관련 업무를 하게 되면 신용카드 결제수수료, 물류비용 등의 비용이 상당히 과한 상태라고 할 수 있다. 따라서 전자상거래업체 자체에 대한 지원뿐만 아니라 전자상거래업체들이 발생시키는 비용에 대하여도 세제적인 지원이 있었으면 좋을 것이다.

또한 전자상거래업체의 경우 부가가치세와 관련한 세금계산서의 제출에 대하여 이를 전자적으로 대체하는 방법 등을 강구하는 것도 업체의 비용과 시간을 줄일 수 있을 것이다. 앞으로 전자상거래업체의 매출이 늘어나게 되면 과세당국에 신고하기 위한 세금계산서의 수취업무가 큰 문제가 될 것으로 생각되기 때문이다.

메타랜드의 경우 중소기업중앙회가 대주주인 관계로 많은 중소기업들이 연결되어 있는데, 중소기업들은 일반적으로 자신들의 세원노출을 꺼리는 경향이 있다. 따라서 세원노출이 분명해지는 전자상거래를 이용한 중소기업들의 기업간 거래 등에 대하여 세제상의 지원이 있다면 더욱 바람직할 것으로 생각된다.

<국문요약>

전자상거래 관련 조세지원방향

노영훈 · 연태훈 · 홍범교

인터넷과 이를 이용한 전자상거래는 최근 몇 년간 급속하게 우리 생활 속에 파고 들고 있다. 정보통신산업의 발달과 아울러 전자상거래는 앞으로 경제활동 전반에 크나큰 변화를 가져올 것으로 기대되고 있다.

이러한 시점에서 본 보고서는 국제기구나 주요 국가들의 전자상거래 관련 조세지원방안을 둘러싼 최근 논의들에 대한 고찰과 함께, 우리나라의 현행세법 범위 내에서 가능한 조세지원방안들을 제시하고 있다. 제시되어 있는 주요 조세지원방안들을 요약하면 아래와 같다.

첫째, 현행의 세제를 통해서도 중소기업 설비투자 준비금의 손금 산입, 중소기업 투자세액 공제, merchant solution 개발업체에 대한 특별세액 감면 및 기술개발 준비금의 손금산입, 신용카드 수입금액 증가에 대한 개인사업자 소득세 세액공제 등의 세제 지원이 가능하다.

둘째, 전자상거래에 대한 부가가치세의 경감은 국제적인 조세원칙에도 위배되기 때문에 어려울 것으로 판단된다. 다만 기존의 과표양성화를 위한 특례규정 중 신용카드매출전표 발행공급가액 증가의 경우 부가가치세 납부세액 경감조치를 적극적으로 활용할 수 있을 것이다.

셋째, 온라인정보제공산업 및 인터넷쇼핑몰 merchant solution 개발공급업 등에 대하여 표준소득률 경감 적용을 고려할 필요가 있다.

마지막으로 전자상거래에 대한 수요자에게도 인터넷 등 정보통신망에의 접근비용을 절감할 수 있는 세제적 지원방안이 모색되어야 할 것이다.

<Abstract>

Tax Incentives for Electronic Commerce

Ro, Younghoon, Taehoon Youn and Beom-Gyo Hong

Electronic commerce using the Internet has rapidly changed our daily lives in recent years. Electronic commerce along with the development of the information technology industry is expected to have a significant effect on a broad range of socioeconomic activities.

For now, this report deals with possible tax benefit schemes for electronic commerce to bolster economic activity within the boundaries of the current taxation system of Korea as well as the recent discussion by international organizations and leading countries about tax benefits related to electronic commerce. The main tax benefit schemes are summarized as follows:

1. Tax benefits are available through the current taxation system, including a deduction of the capital investment reserves of small to medium sized enterprises, a tax reduction for the investment reserves of small to medium sized enterprises, a deduction of the reserves for technical development and a special tax reduction for merchant solution providers, and a deduction of individual corporate income tax for income amounts increased by credit card transactions.
2. It is difficult to reduce the value-added tax for electronic commerce since that would violate the taxation principle of neutrality. However, the possibility of reducing the value-added tax

burden can be sought in cases of economic transactions that use credit cards as the payment method. This benefit is in line with the existing value-added tax credit intended to raise the assessment ratio of taxable income through the use of credit cards.

3. The application of a reduced standard taxable income assessment (from revenue proceeds) rate needs to be considered for content developers and merchant solution providers of Internet shopping malls.

Finally, but not least significantly, the tax benefit of reducing the cost of accessing the Internet should be considered for the consumer side of electronic commerce.

〈著者略歷〉

魯英勳

서울大學校 經濟學科 卒業
美國 Columbia University 經濟學 博士
現, 韓國租稅研究院 研究委員

延泰勳

서울大學校 經濟學科 卒業
美國 University of Michigan 經濟學 博士
現, 韓國租稅研究院 專門研究委員

洪範教

서울大學校 經濟學科 卒業
美國 Brown University 經濟學 博士
現, 韓國租稅研究院 研究委員

政策報告書 99-08

電子商去來 관련 租稅支援方向

1999年 12月 28日 印刷

1999年 12月 30日 發行

著者 魯英勳·延泰勳·洪範教

發行人 柳一鎬

發行處 韓國租稅研究院

☎137H11310 서울特別市 松坡區 可樂洞 79-6

電話：2186-2114(代), 팩시밀리：2186-2179

登錄 1993年 7月 15日 第21-466號

組版 및 印刷 상 일 인 쇄

© 韓國租稅研究院 1999

ISBN 89-8191-166-5

* 잘못 만들어진 책은 바꾸어 드립니다.

값 4,000원