

제 4 절 인터넷 전자상거래

1. 인터넷 전자상거래의 개요

가. 등장배경

세계는 지금 정보통신기술의 발전을 바탕으로 창조적 지식이 경제전반에 투입되고 있는 가운데, WTO 체제의 출범으로 국제무역환경의 개방화 추세에 따른 국가 경쟁력의 확보가 시급한 과제로 등장하고 있고, 사회 및 산업 각 분야에서의 정보에 대한 욕구가 증대되고 있다

이러한 요구와 환경으로 인해 전자상거래가 등장하게 되었으며, 전자상거래는 시장의 지역적 공간적인 한계를 극복하는 새로운 수단으로 각광받게 되었다고 볼 수 있다 특히 전자상거래는 거래비용의 절감, 경영의 투명성 및 생산성 제고를 통한 기업의 자생력 확보와 국가 경쟁력을 높이는 데에 직결되고 있어 세계 각국은 자국의 경쟁력 강화와 국익확대를 위해 전자상거래 정책을 국가적 차원에서 우선적으로 추진하고 있다

나. 개념

전자상거래에 대해 통일된 개념이 정립되어 있지는 않지만, 일반적으로 기업 정부기관과 같은 독립된 조직간 또는 조직과 개인간에 다양한 전자적 매체를 이용하여 상품이나 용역을 교환하는 것이라고 볼 수 있다 즉 돈의 흐름이 수반되는 일상적인 거래뿐만 아니라 대고객 마케팅, 광고, 조달, 서비스 등까지 포함되어 있다

다. 기존 상거래와 비교

전자상거래가 기존의 상거래와 다른 점은, 우선 유통채널에 있어서, 기존의 상거래는 여러 단계의 유통 과정을 거치게 되어 있는 데 비해, 전자상거래는 기업과 소비자가 직접 거래를 할 수 있어, 소비자는 전자상거래를 통해 유통마진이 제외된 저렴한 가격으로 상품을 구입할 수 있게 된다

또한, 전자상거래는 전세계를 대상으로 24시간 영업이 가능하고, 생산자가 직접 소비자를 대상으로 마케팅 활동을 할 수 있으며, 판매거점으로 Cyber-space를 활용할 수 있는 등 편리성과 시간적·공간적

한계를 극복할 수 있는 특성을 지니고 있다

〈표 IV-4-101〉 전자상거래와 전통적 상거래와 비교

구 분	전 자 상 거 래	전 통 적 상 거 래
유통채널	기업↔소비자	기업→도매상→소매상→소비자
거래대상지역	전세계 global marketing	일부지역 closed “clubs”
거래시간	24시간	제약된 영업시간
고객수요 파악	온라인으로 수시 획득 재입력 필요없는 digital data	영업사원이 획득 정보 재입력 필요
마케팅활동	쌍방향 통신을 통한 1대1 interactive marketing	구매자의 의사에 상관없는 일방적인 마케팅
고객대응	needs를 신속히 포착 즉시 대응	needs 포착이 어렵고 대응 지연
판매거점	cyber space	판매공간 필요

라. 산업별 영향

유통과 제조업면에서는 시 공을 초월한 물류비 절감등으로 전면적인 유통구조가 획기적으로 개선되고, 브랜드 이미지의 역할이 크게 증대될 것이며, 금융과 서비스면에서, 시스템 중심의 전자은행이 발전하나, 중소 무역업체 및 오퍼상에는 많은 영향을 미칠 것으로 보여지고, 멀티미디어 콘텐츠산업과 인터넷 구매 대행업, 인터넷 서비스업과 같은 새로운 산업군이 크게 형성될 것이다 또한 기업의 활동면에서 판매/운영비용감소·효율적 마케팅·대고객서비스 향상·시장확대 및 고객수요에 맞는 상품개발활동이 요구되며, 기업조직 면에 있어서도, 조직의 비전이 정보시스템에 의존하게 되고, 개방경쟁환경이 형성됨에 따라 발상의 전환 및 기업의 조직의 재편성과정이 수반되게 될 것이다

2. 국내외 동향

가. 시장동향

포레스트 리서치 등 세계적인 민간연구소에서는 인터넷 이용자가 2000년 경에는 약 2억명으로 증가할 것으로 보고 있으며, 인터넷 전자상거래에 의한 시장규모도 최대 6,570억불까지 예상하고 있어, 총교역

의 20%까지 확대될 것으로 전망하고 있다

<표 IV-4-201> 인터넷 이용자 추이 (단위 천명)

구 분	'95	'97	'98	2000	연평균 증가율(%)
미 국	26,522	48,707	58,070	75,721	23.3
유 럽	12,562	27,327	36,744	61,322	37.3
일 본	1,776	5,105	7,555	11,768	46.0
한 국	366	1,634	2,746	5,066	69.1
전세계	45,440	95,754	125,332	195,209	33.8

<표 IV-4-202> 인터넷 전자상거래 시장규모

구 분	'96	'97	'98	'99	2000
세계시장(백만불)	518	1,188	2,371	3,990	6,570
국내시장(억원)	14	63	150	345	614

국내의 인터넷 전자상거래는 1996년 인터넷에 쇼핑몰(인터파크, 롯데인터넷백화점)이 개설되면서 본격적으로 시작되었으며, 전자상거래의 규모가 아직 미미한 실정이나, 세계적 추세와 마찬가지로 크게 증가할 것으로 전망되고 있다

나. “지구촌 전자상거래 기본구상”기본원칙 및 핵심과제

지난해 7월 미국 정부가 발표한 지구촌 전자상거래 기본구상에는 5개의 기본원칙과 9개의 핵심과제를 제시하고 있다 기본원칙으로는, 전자상거래는 민간 중심으로 이루어 져야 하고, 정부는 불필요한 규제를 방지하고 개입을 최소화해야 하며, 관련 정책은 인터넷의 특성을 인정하는 가운데 국제적인 기반하에서 추진해야 한다는 점을 강조하고 있으며, 핵심과제로는 인터넷을 이용한 전자상거래의 무관세화와 내국세의 차별화를 방지하고 있으며, 전자상거래의 활성화를 위한 소비자의 보호와 인프라의 구축 등에 대한 내용들을 제시하였으며, 국제기구 및 세계 각국은 이러한 과제에 대해 국제적 논의를 통해 문제해결을 추진 중에 있다

지구촌 전자상거래 기본구상

구 분	기 본 원 칙	핵 심 과 제
제시내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 민간주도 ○ 불필요한 규제방지 ○ 정부개입의 최소화 ○ 인터넷 특성 인정 ○ 국제적 기반에서 추진 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 관세 및 내국세 ○ 전자지불제도 ○ 상거래 통일규범 ○ 지적재산권 보호 ○ 개인생활보호 ○ 보안 ○ 통신하부구조와 정보기술 ○ 인터넷 내용물 ○ 기술표준

다. 국제기구에서의 논의동향

세계 각국이 인터넷 전자상거래의 중요성을 인식하고 있는 가운데, 국제 기구에서는 이에 대한 통일된 규범마련과 각종 장애물 제거 등에 대한 논의가 활발히 진행중에 있다

우선 WTO에서는 전자상거래의 무관세협정에 초점을 맞추어 지난 5월에 무관세 관행을 유지하는 내용의 각료선언을 채택하고 전자상거래와 관련된 모든 무역관련 이슈(All trade related issues) 검토를 위한 포괄적인 작업프로그램을 개발하고 그 진행상황을 제3차회의에서 논의키로 하였다

OECD에서는 사안별 소관위원회(과학기술산업국, 금융재정기업국)에서 전자상거래 정책에 관한 다양한 논의를 주도하여 왔으며, '97년 11월에는 핀란드 투르크에서 정보통신기반 이용자 신뢰 소비자보호 법제도환경·전자지불 등에 대한 장애물제거회의를 중점 논의한 바 있으며, 이를 바탕으로 '98년 10월에는 캐나다 오타와에서 범세계 전자상거래 활성화를 위한 일반적 합의와 주요 지침 채택 및 구체적인 실행 계획을 마련하기 위한 OECD각료회의를 개최하였다

APEC은 APEC회원국을 중심으로 작업반을 설치하고, 정보시스템 및 전자상거래의 안전성·신뢰성 확보, 정보통신인프라 접근, 규제, 지불 및 배달제도 등에 대해 '98년 11월까지 구체적인 계획을 마련할 예정이다

또한 UNCITRAL에서는 지난 1996년 5월에 전자상거래 모델법을 제정하여 관련국가의 법제정의 틀을 마련한 바 있으며, 최근에는 전자서명과 인증기관에 대한 통일규범을 제정중에 있다.

이와 아울러 선진국의 주요활동은, 미국의 경우 지난해 7월에 '지구촌 전자상거래 기본구상'을 발표하고, 전자상거래의 국제규범화를 주도하고 있으며, EU는 기본적으로 미국의 입장에 동조하고 있으나, 조세·암호화기술 소비자 보호 등에 대한 접근방법에 있어서의 의견을 약간 달리하고 있고, 일본은 미국의 무관세화에 동조하고 있으며, 민간부문에서 전자상거래에 관련된 연구개발과 해결방안 마련에 적극 노력

하고 있는 추세이다

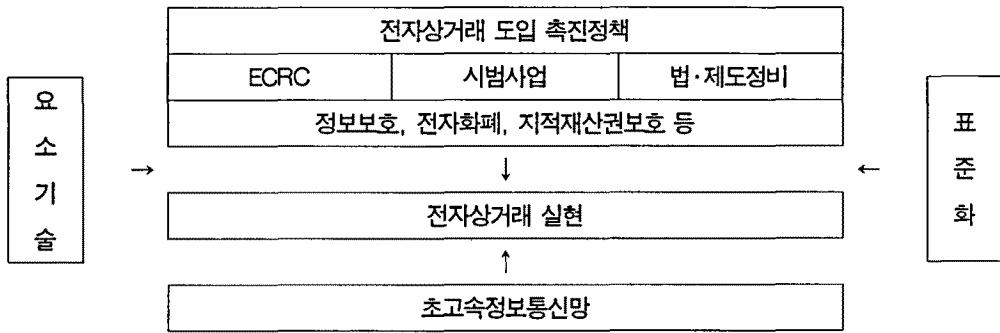
3. 국내 전자상거래 추진정책

가. 추진체계

국내 전자상거래는 초고속정보통신망 기반으로 요소기술과 표준화, 기업의 전자상거래를 지원하는 ECRC 운영, 기업에 모델링을 제공하는 시범사업, 통일된 규범을 마련하는 법과 제도의 정비 등을 통하여 실현한다.

〈표 IV-4-301〉

국내전자상거래 추진체계



이를 위해, 정부는 관련부처와 민간전문가를 중심으로 전자상거래정책협의회 및 추진사무국을 구성하여 운영 중에 있으며, 관계부처별 역할분담을 통하여 자체적으로 대책반을 구성하고 관련사업들을 추진하고 있다

나. 분야별 추진대책

우리나라의 전자상거래에 대한 정책을 추진하기 위해 시장 경쟁원리에 입각한 민간주도의 전자상거래를 실현하고, 정보화 세계화 등 빠르게 변화하는 대내외적 여건변화에 대응하여 전자상거래를 통한 경쟁력제고를 기본방향으로 하여, [전자상거래 국제규범화에 대응], [전자상거래 촉진을 위한 법 제도적 기반 구축], [전자상거래 수요기반 창출 및 지원], [전자상거래 공급기반 확충], [인터넷 전자상거래 관련 산업 활성화] 등 5개 분야의 과제를 대상으로 정책을 추진하고 있다

1) 전자상거래 국제규범화에 대응

인터넷 전자상거래의 무관세화에 있어서는, 국제교역의 유형에 따라 차별적으로 대응하되, 유형의 상품 거래는 현행대로 관세를 부과하고, 무형의 상품거래는 무관세화에 동의하고 있으며, 향후 무관세대상품목의 확대에 대비하여 국제기구의 논의와 각국의 입장들을 토대로 재정립할 계획이다

내국세는 국제적인 논의와 과세기준 제정작업에 적극 참여하여 영향을 분석하고, 국내 관련법령의 보완 작업을 추진할 것이며, 지적재산권보호 문제는 WIPO 신조약의 적극적인 수용을 통해 불필요한 통상마찰을 예방하고, 「저작권법」을 개정하여 인터넷상의 저작권자 권리보호와 저작물의 공정한 이용이 조화를 이루도록 하며, 아울러 특허권을 비롯한 지적재산권보호 정책과 인터넷 도메인 보호를 위한 정책들을 추진해 나갈 것이다

보안 및 암호화기술에 있어서는, 전자서명·전자인증에 대한 국제규범 및 원칙에 따라 국내 기준을 제정하고, 민간분야의 암호기술 이용에 관련된 제도를 정비하며, 전자상거래 정보보호를 위한 기술들을 관련 연구기관 등을 중심으로 개발해 나갈 것이다

또한, 인터넷 내용물의 규제는, 우리나라 국민의 정서와 도덕적 가치관을 감안하여 일정부문 정부의 역할이 필요하다는 입장에서 민간자율적인 해결방안을 마련하고, 전자상거래로 인한 소비자 피해 구제방안과 함께 거래의 공정화를 위해 「전자상거래 약관 가이드라인」을 제정할 계획이다

2) 전자상거래촉진을 위한 법제도적 기반구축

전자상거래를 촉진하기 위한 법제도의 기반구축을 위해, 전자문서의 효력을 인정하고, 거래의 안전성과 신뢰성을 보호하며, 전자상거래를 촉진시키기 위해서 「전자거래 기본법」을 제정중에 있으며, 이 법은 현재 입법예고 및 관계부처 협의를 거쳐 국회에 상정될 계획이다.

그리고, 이용자 보호를 위한 필수적인 사항을 제도화하여 민간 주도의 전자상거래가 활성화될 수 있도록 하기 위하여 전자서명제도의 입법화를 추진하고, 아울러 전자자금이체법의 제정을 검토하고, WTO 정부조달협정과 연계하여 국가계약관계에 관한 법령 등 관계법령의 정비를 추진해 나가도록 할 것이다

3) 전자상거래 수요기반 창출 및 지원

전자상거래의 활성화를 위해서는 수요기반의 마련이 매우 중요하므로 우선 정부부문에서의 선도사업들을 추진해 나가고 있다

정부조달제도의 효율성을 제고하기 위하여 2001년 조달EDI의 본격시행을 목표로 현재 시범사업과 홍보활동을 강화하고 있으며, 국방부문에서는 국방시스템 획득 및 개발사업에 CALS/EC를 적용하여 문서 없는 전자 국방업무를 수행하여 투명한 국방조달체계를 구축하고, 민간 조달업체의 전자상거래 체계 확산 및 초기수요를 창출해 나가도록 할 것이다. 건설분야에 있어서는, 전담추진조직을 구성하여 2005년까지

3단계로 나누어 건설CALS를 추진한다 우선 1999년까지는 시범업체를 대상으로 전자문서처리체계를 구축하고, 2002년까지는 인허가 민원·입찰 계약업무를 EDI화하며, 2005년까지 전 건설업체를 대상으로 CALS체계를 구축하고 공공부문의 건설사업에 CALS적용을 의무화할 계획이다

또한, 업종별 전자상거래의 실증모델을 마련하기 위하여 우선 전자산업계를 중심으로 「ELECTROPIA 사업」을 추진한다 동사업에는 대우 삼성·LG 현대 등 국내 전자산업계와 SI업체 및 관련 협력업체들이 공동참여하게 되며, 부품개발 및 구매에서부터 A/S에 이르기까지 전자상거래를 실현하여 기업의 구조혁신을 도모하게 될 것이다

이외에도, 전력부문의 CALS와 한국통신의 전자교환기 CALS 시범사업, 섬유산업의 신속대응시스템(Quick Response) 구축 등 다양한 분야에서의 시범사업을 추진중에 있다

산업계의 전자상거래 도입을 촉진시키고, 도입에 따른 여러 가지 애로사항을 해결해 주기 위하여 「전자상거래지원센터(ECRC)」를 확대 지정하여 운영해 나갈 것이다 전자상거래지원센터는 전자상거래에 관련된 교육과 기술지도·컨설팅·정보제공 등을 수행하는 기관으로서 작년에 3개기관이 지정되어 운영중에 있으며, 금년에도 3개기관 내외를 추가 지정하고, 2000년까지 계속 확대 운영할 것이다

4) 전자상거래 공급기반 확충

수요기반과 균형을 이루기 위하여 공급기반마련에 대한 지원정책도 추진해 나가야 하기 때문에, 우선 CALS, EC, EDI 등 요소기술분야의 기술개발은 민간자율적으로 추진하되, 개별기업에서 수행하기 어려운 과제에 대해서는 정부에서 일부 소요자금을 지원하고, 기타 민간부문의 기술수요조사를 통해 도출된 공통적인 핵심사항이 있는 기술분야와 국제경쟁력 제고를 위해 집중적으로 개발이 필요한 분야중 기업 스스로의 노력만으로 기술향상을 기대하기 어려운 기술분야에 대해서도 정부에서 지원할 계획이다

전자상거래를 국내외적으로 통용시키기 위해서는 기술적 혼란을 방지하고 상호운용성을 확보해야 하므로, 정부는 산업계와 학계 및 연구기관의 공동참여에 「CALS/EC표준화협의회」를 구성하여 일관성 있는 표준화정책을 추진하고, 전자상거래가 이루어지는 통로라고 할 수 있는 정보고속도로의 구축을 위해 초고속정보통신망의 효율적 구축과 기존 통신망의 고도화를 통해 전자상거래 이용환경 및 인프라를 조기에 구축해 나갈 것이다 따라서 초고속 기간전송망을 94개지역으로 확대하고 기존전화선은 물론 CATV 전송망 및 무선통신망을 발전시켜 적극 활용해 나갈 계획을 갖고 있다

5) 인터넷 전자상거래 관련산업의 활성화

멀티미디어 콘텐츠산업은 전자상거래의 핵심내용에 해당하는 것으로서, 아무리 전자상거래의 수단이 좋다고 해도 내용이 부실하면 전자상거래 확산에 커다란 장애를 유발할 것으로 여겨지기 때문에 전자상거래 활성화에 있어서 매우 중요한 부분을 차지하고 있다 이에 따라 정부는 「멀티미디어콘텐츠 진흥센터」를 통하여 멀티미디어 분야의 전문 중소기업의 창업과 마케팅을 지원하고, 영화 미디어 애니메이션 계

〈표 IV-4-203〉

과제별 세부시행계획

과 제 명	세 부 추 진 과 제	추진부처
1 전자상거래 관련 국제규범화에 적극적 대응	<ul style="list-style-type: none"> ○ 인터넷 전자상거래 무관세화 ○ 내국세 문제 ○ 지적재산권 보호 <ul style="list-style-type: none"> - 저작권법 개정 - 특허권보호 - 인터넷 도에인 네임 보호 및 컴퓨터프로그램보호 ○ 보안 및 암호화 ○ 소비자보호 ○ 인터넷 내용물 규제 <ul style="list-style-type: none"> - 민간자율적인 규제방안 마련 	재경부/외통부 재경부/외통부 문화관광부 특허청 정통부/특허청 안기부/정통부 재경부/공정위 문화부/정통부
2 전자상거래 촉진을 위한 법제도적 기반 구축	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전자상거래기본법 제정 ○ 전자자금이체 관련 법규 정비 ○ 전자서명제도 도입 ○ 국가계약관계 법령의 정비 	산업자원부 재정경제부 법무부/정통부 재정경제부
3 전자상거래 수요창출	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정부부문 <ul style="list-style-type: none"> - 조달EDI, 국방CALS, 건설CALS ○ 공공부문 전자상거래 시범운영 <ul style="list-style-type: none"> - 전력CALS, 전화교환기CALS ○ 민간주도 시범사업 강화 ○ 전자상거래지원센터 확대운영 	국방부/건교부/조달청 산자부/정통부 (한국전력/한국통신) 민간업체 협회 산업자원부
4 전자상거래 공급기반구축	<ul style="list-style-type: none"> ○ 요소기술개발 <ul style="list-style-type: none"> - 전자지불시스템(전자화폐) - CALS/EC/ERP 등 기술개발 ○ 표준화 ○ 초고속정보통신망의 고도화 	재정경제부 산자부/정통부 산자부/정통부 정보통신부
5 인터넷 전자상거래 관련산업 활성화	<ul style="list-style-type: none"> ○ 멀티미디어 콘텐츠산업 육성 <ul style="list-style-type: none"> - 기반조성, 전문인력 양성, 기술개발, 관련제도 정비 ○ CALS/EC를 통한 국내산업의 경쟁력 강화 ○ 인터넷을 통한 수출촉진방안 마련 	문화부/산자부 정통부/교육부 산자부/정통부/중기청 산자부/중기청

임 등을 지원하는 「종합영상정보지원센터」와 「애니메이션지원센터」 및 「게임종합지원센터」를 설치할 계획이다 아울러, 멀티미디어 전문인력 양성을 위하여 관련대학의 정원을 확대하고, 첨단전자영상S/W 설계인력 양성 및 전문교사양성사업 등을 추진할 것이다

또한 멀티미디어 기술개발을 위하여 국산 우수게임에 대해 사전에 제작비를 지원하고, 국내 게임프로그

램의 해외진출을 위한 유명전시회 참가경비를 지원하며, 국내 관련설비의 첨단화 지원과 함께 디지털 DB 구축 및 정보관리 등에 소요되는 기술개발비용을 지원하며, 금년중에 「음반및비디오물에관한법률」을 개정하여 멀티미디어 콘텐츠산업이 전자상거래시대에 맞게 육성되도록 하는 법적 장치를 마련하고, 영상·음반·게임 등 각 분야별 상호보완체제를 구축해 나갈 것이다

그리고, 전자상거래를 통한 국내산업의 경쟁력을 강화하고, 인터넷을 이용한 수출촉진기반을 마련하기 위해서, 관련 정보시스템 구축 및 운용에 필요한 설비구입, 시설개체비용을 융자지원하고, 중소기업의 정보화 마인드 확산과 통합정보망 구축을 위한 교육 및 인력양성사업을 비롯하여, 중소기업 전자상거래 모델을 개발해 나가기로 했다 인터넷을 통한 중소기업의 해외진출기회를 확대하기 위하여 중소기업 전용 홈페이지를 마련하고, 사이버 쇼핑몰을 구축하여 분야별 다양한 상품을 전시하며, 수출상품의 거래알선 시스템을 통한 주문 및 판매활동을 강화해 나갈 계획이다