

기업간 (B2B) 전자결제

전자거래진흥원
김용재 부장

제1장 B2B 기업간(B2B) 전자결제 개요

제1절 기업간(B2B) 전자결제수단의 필요성

1. 국제 기업간(B2B) 전자상거래 시장의 현황

현재 세계 경제는 기업간 전자상거래 전쟁에 비유될 수 있을 만큼 기업간(이하 B2B) 전자상거래 시장 선점을 위한 기업간, 국가간의 경쟁이 치열한데 그 이유는 전 세계적으로 전자상거래가 정보통신기술(IT)과 인터넷의 발달과 성장에 따라 21세기 산업 및 기업 경쟁력의 핵심요소로 등장하고 있기 때문이다.

예를 들면 ebXML 표준화 기구인 UN/CEFACT, 민간기구 OASIS(미국 IT 솔루션업체인 IBM, MS, Oracle 등이 중심임)가 '99년 11월부터 2001년 5월 까지 1단계 명세가 완성되었으나 미진한 부분은 2 단계로 두 기관이 관리·추진하고 있다.

미국의 경우 2000년 내에 1만개의 e-Marketplace가 출현할 것으로 기가 인포메이션 그룹은 예상하였고, 1999년 북미의 B2B 전자상거래 시장이 전체 시장의 63%를 점유하고 있었으나, 2004년에 이르러 유럽의 B2B 전자상거래 시장의 급부상으로 미국과의 격차를 줄여 북미 시장의 점유율이 40%까지 떨어질 것으로 가트너그룹(Gartner Group)은 예상하

고 있다.

2. 국내 기업간(B2B) 전자상거래 시장 현황

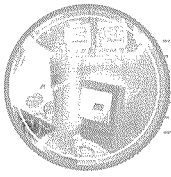
우리나라 B2B 전자상거래 시장규모는 1999년 4조 7,103억 8,600만원, 0.936%의 전자상거래율이었으나 2000년 8조1,781억 5,900만원, 1.576%의 전자상거래율로 빠른 성장률을 보이고 있다고 산업자원부·한국전자거래진흥원이 발표하였다. 또한 B2B 전자상거래가 많이 이루어지는 산업분야는 전기·전자(79%), 금속·기계(20%)순이라고 하였다.

우리나라 700대 주요 기업 중 87%가 전자상거래 추진 중이며 제조업 중심 기업 중 40%가 2000년 B2B 전자상거래를 시작하였거나 시작할 예정이라고 하며 전문가들은 본격적인 B2B 전자상거래 시장형성이 2003년 이후에 될 것이라고 전망하고 있다. 2001년 6월 현재 운영 중이거나 구축중인 e-Marketplace는 200여 개 이상이고, 이중 50개의 e-Marketplace가 영업을 활발히 하고 있다.

<B2B 전자상거래 시장규모 추정>

연도	국내 B2B 전자상거래 시장규모	연도	국내 B2B 전자상거래 시장규모
1999	1,100억달러	1999	4조 7,103억원
2003	1조 2,300억달러	2003	8조 1,781억원

* 국제자료 출처 : 포레스터 리서치
국내자료 출처 : 한국전자거래진흥원



3. 기업간(B2B) 전자결제수단의 필요성

2000년부터 업종별 e-Marketplace가 급속히 성장하여 2001년 6월 현재 약 200여 개의 e-Marketplace가 운영되거나 구축 중이고 50여개 e-Marketplace가 활발한 영업을 하고 있음에도 불구하고 인터넷을 이용한 전자결제방식은 전자화폐 등 소액결제 위주로 개발되고 있으며 B2B 전자상거래용 전자결제수단 개발은 부진한 실정이다.

B2B 전자결제수단이 완비되지 않을 경우 상품 거래는 온라인으로 이루어지고 상품대금결제는 오프라인으로 이루어지는 불완전한 e-Marketplace가 될 것으로 보인다.

따라서, 우리 기업 결제관행에 맞는 B2B 전자결제수단의 구축을 통해 거래부터 대금결제까지 이어지는 완결된 형태의 B2B 전자상거래 시스템 구축이 필요하다.

4. 기업간(B2B) 전자상거래 비용절감 효과

전자상거래 활용시 30-50% 정도의 각종 거래비용이 절감되고 업무효율이 향상되었다. 정보전달비 및 유지비는 월 10만원 정도의 추가 비용이 발생하였으나 거래비용절감효과가 업종별로 2~40%까지 발생하였다고 한다.

또한 정보전달비용의 확대는 상대적으로 많은 buyer확보라는 측면에서 긍정적인 평가가 가능하며 기업의 마케팅 측면에서 정보의 확대 및 기업의 경쟁력을 강화한다.

<기존 무역거래와 전자상거래(전자무역) 비용 비교>

항목	기존 무역 거래 비용	전자상거래 (전자무역) 비용	거래비용 절감효과
수출 1건당	133,420원	108,100원	25,320원
수입 1건당	98,820원	77,870원	20,950원

자료 : 산업자원부, 2000년 5월

대기업의 경우 전자문서교환(EDI)을 이용하여 5~10%의 구매(조달)비용 절감을 하였다.

GE(General Electronic)는 노동비용의 30%절감을 하였으며 구매물자가격의 20%하락, 재고감소의 효과를 얻었다. IBM Personal Systems Group은 APS(Advanced Planning Systems) 구축으로 재고관리를 효율화하여 5억 달러의 비용 절감 및 제품개발에서 판매까지의 시간을 단축할 수 있었다.

제2절 기업간(B2B) 전자결제 추진 현황

1. 국제 기업간(B2B) 전자상거래 시장의 현황

가. 미국

미국의 B2B 전자상거래 대금결제방식 중에서 결제수단의 약 50%(금액기준)를 수표가 점유하고 있어서 수표를 전자화 하는 작업이 B2B 전자결제의 핵심사항으로 판단하고 금융기술 컨소시엄인 FSTC(Financial Services Technology Consortium)가 1996년부터 eCheck 프로젝트를 수행하고 있다.

FSTC는 주요 은행, 시스템 업체, 대학·연구소의 연구진 등 100여개 이상의 업체가 참가하여 구성된 컨소시엄으로 주요참여기업은 Bank Boston, Bank of America, Citibank, IBM, IntraNet, Sun 등이며 자문그룹은 Federal Reserve Bank of Boston, 미국 재무성, 국방성 등이다.

2000년 미국 재무성 중심으로 시험 운영(Market Trial)중이며 2001년 하반기 이후에 본격 상용화할 예정이라고 한다. Market Trial의 주요 참여기관은 BankBoston, Bank of America, Citibank 등의 은행과 IBM, Sun, GTE Internetworking 등의 업체, 그리고 재무성, 국방성, FRB of Boston의 자문기관이며 미국 국방성 납품업체 50개를 대상으로 전자수표를 지급하였는데 1998.6월 최초로 \$32,135.97을 eCheck으로 지불한 이후, 1999.9월 현재 \$2.5백만을 eCheck로 지급하였다.

나. 일본

전자상거래의 실용화 미성숙으로 전자결제(e-payment) 상품의 개발 등이 활발치 않으나 전자결제에 대한 연구는 활발히 진행되고 있다.

일본 통산성 산하 전자거래추진협의회(ECOM)은 “전자결제 WG”을 운영하며 「기업간 전자결제의 과제 추출과 보급책에 관한 제언」과 「B2C 전자결제의 보급에 관한 제언」등의(2000년 3월) 보고서 발간하였고 대장성은 산하기관인 금융감독청에 1999년 8월 “전자금융연구회”를 설립하여 기업대 소비자간(B2C) 전자금융에 대한 연구를 수행하고 있다.

일본에서 B2B 전자결제는 기업의 다양한 결제 Needs를 충족하는 방향으로 개발되어져야 한다는 의견이 다수를 이루고 있으며 현재 일본 기업의 결제관행은 금융기관 경유의 진입결제, 어음, 수표의 순서로, 이를 전자화 하는 모델 개발이 필요한 실정이다.

어음결제는 비중이 감소 추세이나 지불수단과 자금조달수단의 양면성을 지니고 있어 기업의 결제수단으로 중요하며 따라서 전자외상매출채권의 구현과 이에 따른 과제 등의 중점 검토가 필요하다.

이는 오프라인의 경우와 같이 모든 금융권이 사용 가능하도록 구현하여야 한다.

다. 우리나라

기업구매전용카드의 구매기업이 상품대금을 신용카드로 결제하고, 상품을 납품한 기업은 구매기업의 지급대행 은행(카드사)으로부터 대금을 지급받는 결제시스템으로 현행 어음을 대체하는 하나의 수단이며 하나, 국민, 외환은행 등이 서비스를 제공하고 있다. 기존 어음과 같이 지급유에 효과가 발생하고 외상매출채권 감소에 따른 협력업체의 재무구조 개선에 기여하고 있으며 인터넷으로 서비스를 제공하고 있다.

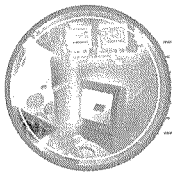
결제과정은 구매기업과 납품기업이 특정 은행·카드사의 회원사로 가입하고 구매기업은 구매시 신용카드로 결제(결제기일 지정)하며 구매기업은 금융기관에 한도승인을 요청하고 금융기관은 상품업체에 승인을 통보한다. 납품업체는 금융기관에 선지급(대출)해줄 것을 의뢰(할인을 부담)하거나 또는 만기일에 상품대금 지급을 요청(수수료 부담)한다.

구매전용카드제도는 구매기업이 어음과 같이 Delay Payment 가능하고, 납품기업은 금융기관의 지불보증으로 지급불이행 위험의 해소가 가능하며, 거래 내역 데이터의 D/B화가 가능한 장점이 있으나, 특정 은행·카드사 중심의 서비스로 타 은행으로의 확장이 곤란하고, 납품업체가 카드업체에 수수료 및 할인 이자율을 지불하며, 구매업체는 금융기관에 담보제공의 부담이 발생하고, 신용이 우량한 구매기업 위주이고, Credit 한도가 낮으며, 공급업체가 카드 수수료 및 할인 이자율을 지불해야 한다는 단점을 가지고 있다.

기업구매자금대출제도는 B2B 전자상거래시 어음 사용을 줄이고 현금결제를 확대하도록 유도하기 위하여 구매기업이 자금을 용자받아 납품업체에 현금으로 결제할 수 있도록 하는 새로운 금융·결제수단이다.

용자대상은 사업자등록증을 교부 받은 업체로서 그 업체의 사업목적에 부합하는 영업활동에 필요한 재화 및 용역을 구매하는 중소기업 및 비계열대기업 혹은 중소기업 및 비계열대기업이다. 단, 「신용정보 관리규약」에 의거 부도거래처로 분류된 업체는 제외된다.

구매기업 거래은행은 납품업체가 물품을 납품한 후 동 납품대금을 회수하기 위하여 발행한 환어음을 결제할 때 기업구매자금을 용자해주며 용자기간은 용자취급은행이 구매기업의 자금사정 및 실제 자금소요기간 등을 감안하여 자율적으로 결정하고 용자금액은 구매대금(납품업체가 발행한 환어음 금액) 범위 내에서 결정한다.



(3) 전자방식 외상매출채권담보대출

전자방식 외상매출채권담보대출은 기업구매자금 대출과 함께 기업간 상거래대금 결제시 어음사용을 줄이고 현금결제를 확대하도록 유도하기 위한 것으로 구매기업이 상(물)품대금을 어음으로 지급하는 대신 납품업체가 거래은행으로부터 외상매출채권을 담보로 대출 받아 납품대금을 조기에 현금으로 회수하고 일정기간 후 구매기업이 대출금을 대신 상환하는 새로운 방식의 전자상거래용 대금결제제도이다. 이 제도는 대출신청에서부터 상환까지 모든 절차가 어음을 사용하지 않고 전자방식으로 이루어지고 있다.

용자대상은 사업자등록증을 교부 받은 업체로서 그 업체의 사업목적에 부합하는 정상적 영업활동에 필요한 재화 및 용역을 판매하는 중소기업 및 비계열대기업이나, [신용정보 관리규약]에 의거 부도거래처로 분류된 업체는 제외한다.

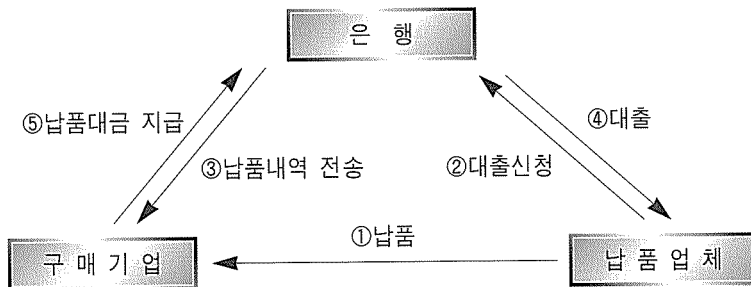
판매업체 거래은행은 판매업체가 물품을 납품한

후 판매대금을 회수하기 위하여 컴퓨터 등에 의하여 전자적 형태로 작성하여 전송한 대출신청서가 대출취급 점포에 도달한 날로부터 7일 이내에 자금을 용자해 주며 용자기간은 용자취급은행이 자금 소요 기간 등을 감안하여 자율적으로 결정한다. 용자금액은 판매업체가 재화 및 용역을 판매하고 발생한 외상매출채권 금액 범위 내에서 결정된다.

대출절차는 납품업체가 물품을 납품한 후 구매기업에 대한 외상매출채권을 거래은행에 담보로 제공(세금계산서 첨부)하고 대출을 신청하면, 거래은행은 구매기업에게 납품내역을 확인한 후 외상매출채권을 담보로 대출을 실행하고, 구매기업은 일정기간 후 납품대금을 거래은행에 납부하여 납품업체의 대출금을 대신 상환되는 절차로 이루어지며 이러한 대금결제절차는 전부 통신 전용선 또는 인터넷망을 통하여 전자방식으로 이루어지고 있다.

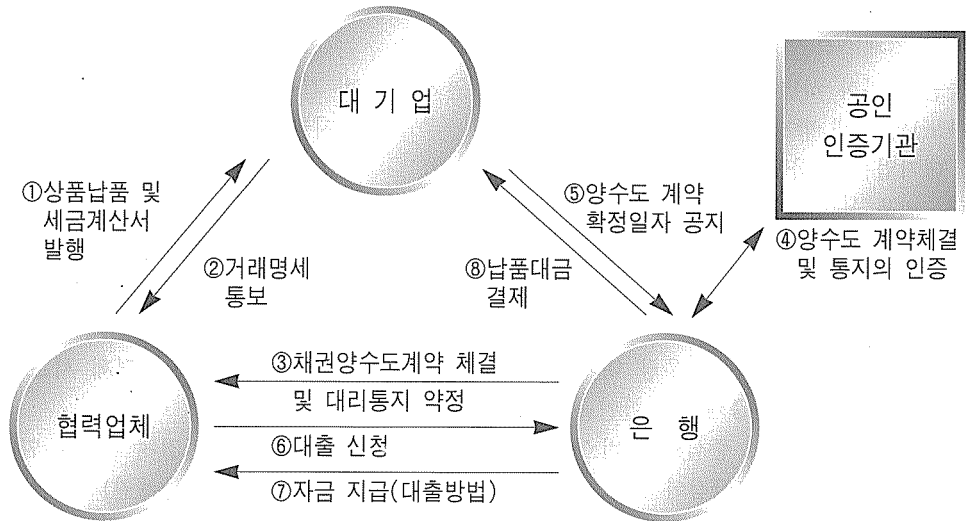
이 제도를 활용하여 총어음 발행에서 큰 비중을 차지하는 대기업의 어음발행이 크게 줄어들어 이미 시행중인 기업구매자금대출제도와 함께 어음의 폐

<전자방식에 의한 외상매출채권 담보대출 취급절차>



- ①~② 납품업체는 상(물)품을 납품한 후 거래은행 앞으로 납품거래와 관련된 외상매출채권을 담보로 제공(양도)하고 대출을 신청한다.(세금계산서 첨부)
- ③ 구매기업은 납품 받은 물품내역을 확인한 후 거래은행 앞으로 확인서를 전송한다.
- ④ 거래은행은 납품업체의 외상매출채권 양도내용과 구매기업이 전송한 물품내역을 확인한 후 외상매출채권을 담보로 대출을 실행한다.
- ⑤ 일정기간 후 구매기업이 거래은행에 납품대금을 입금하고 납품업체에 대한 대출금을 상환한다.

<전자의상매출채권대출 흐름도>



해 감소 및 기업간 상거래대금의 결제관행을 선진화하고 있다.

또한, 대기업과 거래하는 중소 납품업체의 경우 거래 대기업의 신용을 바탕으로 별도의 담보 부담 없이 외상매출채권을 담보로 거래은행에서 대출 받아 납품대금을 조기에 현금으로 회수할 수 있게 되어 현금흐름 개선 및 자금부담을 경감시킨다.

외상매출채권 담보대출제도를 활용한 자금결제 절차가 모두 전용 통신망 또는 인터넷망을 통해 이루어져 기업간 거래의 투명성을 제고, 기업간 전자상거래의 활성화 촉진, 은행과 기업의 업무편의 및 효율성을 제고한다. 그리고, 개별기업 입장에서 어음관리에 소요되는 인력 및 경비 절감 도모 및 상거래대금 결제와 관련한 불확실성 감소로 자금수급 관리에 도움이 된다.

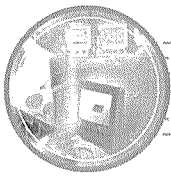
이 제도는 대기업과 중소기업간의 어음거래를 감소시키기 위한 목적으로 사용되며 전자의상매출채권의 유동화를 위한 일반적인 방안은 아니다. 이러한 전자의상매출채권은 정부가 현행 어음제도의 폐해를 인식하여 “어음과는 별개로 기업간의 거래에서 발생한 외상매출채권을 전자적인 방식으로 표시

하여 어음처럼 유통할 수 있도록 고안되었으며 제1 단계로 외상매출채권양도를 제한하여 발행에 따르는 초기의 시행착오를 줄이고 어음을 전자화하는데 따르는 입법작업의 곤란을 회피하여 실시하고 있다.

전자방식 외상매출채권담보대출의 취급실적(2001년 2월 12일 도입)은 2001년 2월 28일 기준 983개의 업체에서 854억원이다.

(4) 전자의상매출채권대출제도

전자의상매출채권은 2000년 상반기부터 대기업(삼성전자, LG전자, 삼성물산 등)과 은행(신한은행, 조흥은행) 등간의 제휴 형태로 등장하고 있는 어음대체용 기업간 전자결제방식으로 대기업과 협력기업이 특정 은행과 제휴하여 대기업(구매자)은 지급금액과 결제일 등의 정보를 제휴은행에 전자적으로 제공하고 있으며 협력업체는 동 은행에 전자의상매출채권 결제일 이전이라도 할인율을 적용하여 상품대금을 지급(대출) 받을 수 있다. 즉, 전자의상매출채권담보부 대출이라고 명명한다.



나. 장 · 단점

이 결제방식은 은행이 매개체가 되어 어음의 기능을 전자화 하면서도 어음부도(배서한 기업 연쇄부도)의 폐해 방지가 가능한 장점이 있다.

대기업은 어음발행·관리 업무축소로 시간·인력·비용 등이 대폭 경감하고 은행은 신규고객 확보 및 부가서비스 이익창출이 가능하며 협력업체는 전자외상매출채권 관리비용의 절감 및 자금유동성의 제고가 가능하다.

그러나, 신용이 있는 초우량 대기업만을 대상으로 하고, 전자외상매출채권의 할인율이 일반어음보다 높으며, 개별은행 중심의 서비스이어서 은행간 확장성이 미흡하다는 단점이 있다.

그러므로 은행권이 공동으로 사용할 수 있는 전자외상매출채권 제도를 도입하려고 추진하고 있다.

제3절 기업간(B2B) 전자결제의 목표 및 추진 방향

1. 기업결제관행

우리나라 기업의 상품대금결제 방식 중에서 가장 중요한 수단은 어음결제방식으로 1999년 말 기준으로 기업결제의 84.1%(금액기준)가 어음·수표교환방식을 통한 결제로 이루어 졌다(어음·수표 : 84.1%, 은행공동망 : 14.9%, 신용카드 : 0.5%, 지로 : 0.5%)

즉, 어음·수표를 전자화하지 않고서는 완결된 형태의 B2B 전자상거래를 할 수 없다.

2000년 12월 31일 기준으로는 기업결제의 74.4%(금액기준)가 어음·수표교환방식을 통한 결제이었으며(어음·수표 : 74.4%, 은행공동망 : 23.3%, 신용카드 : 1.5%, 지로 : 0.8%), 어음·수표가 전체 기업결제에서 차지하는 74.4% 중 약속어음(47.25%), 당좌수표(21.3%), 자기앞수표(25.59%)가

차지하는 비율이 94.14% 이었다.

2000년 중 금융기관 및 한국은행의 지급결제규모는 일 평균 1,203만건, 94조 8,000억원으로 1999년 대비 건수는 25.3% 증가, 금액은 10.3% 감소하였다.

지급수단을 형태별로 구분하면 우선 소액결제시스템의 어음·수표와 지로 일반계좌이체 등 장표방식 지급수단 이용실적은 일 평균 501만건, 23조 1,530억원으로 1999년 대비 장수는 10.1% 증가, 금액은 28.9% 감소하였다.

2. 기업간(B2B) 전자결제 시스템의 목표

우리나라 기업결제 관행에 알맞은 B2B 전자결제 수단(전자외상매출채권) 개발을 위한 기본 프레임워크를 마련한다. 이 B2B 전자결제수단(전자외상매출채권)은 금융권이 공동으로 사용 가능한 플랫폼이어야 하며 개별 금융기관은 이 플랫폼 위에서 다른 금융기관과 차별되는 결제상품을 개발할 수 있어야 한다.

기업 결제 시스템의 효율성을 제고시킬 수 있어야 한다.

우리 기업의 결제는 어음·수표 등 장표 방식에 의한 결제를 위주로 하고 있어 발행·관리비용이 과다하고 분실 등의 위험이 높은 실정으로 기업 결제방식을 전자화 함으로써 비용절감 및 위험부담을 최소화해야 한다.

어음제도의 폐단을 대폭 해소하고 결제방식의 현대화를 추진하여야 한다.

Delay Payment가 가능한 전자결제방식을 도입하고 동 발행내역을 D/B로 체계적으로 관리함으로써 어음납발과 연쇄부도의 폐단을 대폭 제거할 수 있으며 장표 방식의 결제방식을 디지털화 함으로써 결제방식을 현대화할 수 있다.

사용자인 기업에게 비용절감되는(cost-effective) 전자결제 수단으로 개발되어 오프라인 결제수단에 대하여 경쟁력 보유해야 한다.

제2장 기업간(B2B) 전자결제 시스템 구축방향

1. 목 표

금융권이 공동으로 사용 가능한 기업간 전자결제 플랫폼으로 이 위에서 개별 금융기관은 구매전용카드, 전자수표, 전자외상매출채권 등의 다양한 금융상품을 개발·제공할 수 있어야 한다.

그리고, 우리 기업의 결제 관행에 알맞은 전자결제 수단으로 현금 및 외상 결제가 모두 가능해야 한다.

마지막으로 사용자(User)인 기업에게 비용절감적인(cost-effective) 전자결제 수단이 되어 전자결제수단 할인율, 발행·관리 등에 있어서 오프라인 결제수단 보다 비교우위를 보유하여야 한다.

2. 전자외상매출채권 내용

금융기관이 공동으로 사용이 가능한 표준화된 형

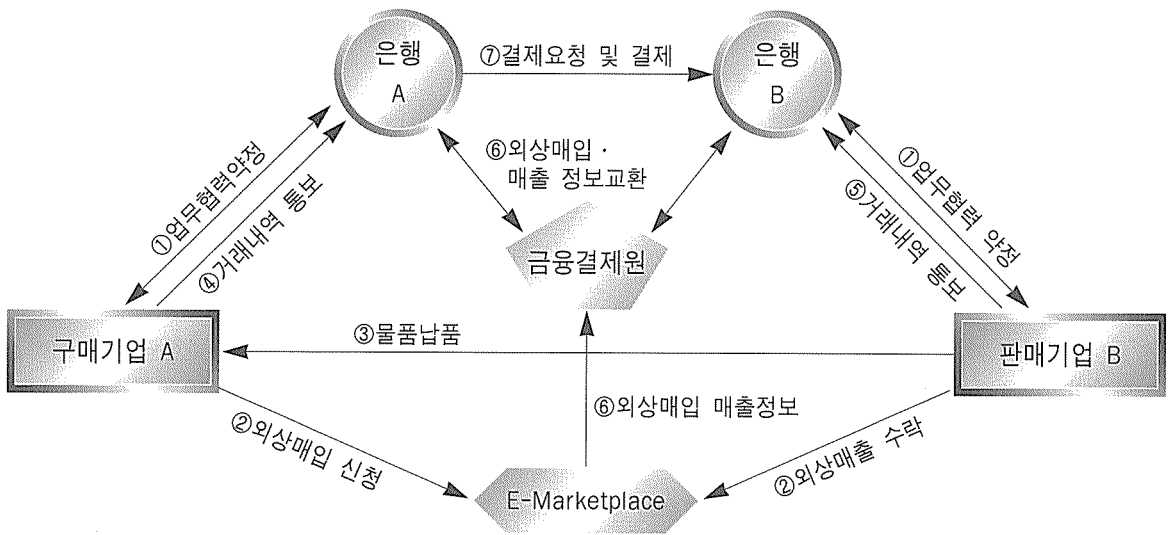
태의 전자수표, 전자외상매출채권 등의 금융상품을 개발하여야 한다.

기업간 전자결제 시스템은 구매기업과 판매기업이 특정한행과만 거래할 필요가 없고 오프라인의 경우와 같이 각각 주거래은행과 거래가 가능해야 한다. 첫째, 결제정보를 중앙관리기구(금융결제원)에서 D/B로 관리하여 무분별한 전자수표 및 전자외상매출채권의 발행을 감시·관리하여야 한다.

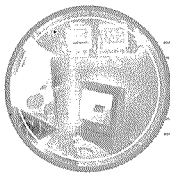
둘째, e-Marketplace 업체는 거래정보를 은행에 제공하여 진성거래의 확실성을 담보로 해야 한다.¹⁾

전자외상매출채권의 결제과정은 우선 업무협력약정 및 계좌개설이 이루어진다. 구매기업 및 판매기업은 주거래은행과 전자결제를 위한 업무협력에 대해 약정하고 계좌를 개설하고 이를 위해 은행연합회 등이 표준화된 약정서 양식 및 운영규정을 개발한다. 구매기업은 보증 전자외상매출채권을 발행하는데 은행이 통제하며, 발행금액을 은행이 보증한다. 발행금액 한도는 금융기관이 개별 금융상품 형태로 개발하는데 제2, 3 금융권, 신용보증기금, 신용평가회사, ERP, ASP 등을 통해 신용(credit) 한

〈전자어음 결제 프로세스〉



1) 신한은행과 삼성물산, 삼성전자, LG전자가 거래사실을 확인하기 위해 매매계약서와 세금계산서 사본을 은행창구에서 확인하고 있다.



도를 확장한다

다음으로 e-Marketplace를 통한 구매가 이루어지며 e-Marketplace는 구매정보를 금융결제원을 경유하여 구매·판매기업의 주거래 은행에 통보 및 은행별 결제 사이트를 통해 결제종류를 고객에게 제공한다.

전자의상매출채권의 발행·양수도(배서) 및 관리로 디지털 데이터 형태로 발행 및 전송이 이루어진다. 이는 사용자편의(user-friendly interface)를 위해 모니터 상에 증서형태로 구현하며 디지털 증서의 분실·훼손의 위험으로 개인소지 및 오프라인유통은 하지 않는다. 양수도(배서)는 전자적으로만 이루어지고, 중앙관리기구(금융결제원)를 경유토록하여 D/B로 관리한다. 채권의 양수도이므로 오프라인의 어음과 달리 연대보증 불필요하나 연대보증을 요하는 형태로 금융상품을 개발할 수 있다.

이는 B2B 전자상거래에만 적용을 한정할 필요가 없으며 거래가 오프라인이어도 진성거래임이 분명할 경우 전자결제를 사용할 수 있다.

3. 법·제도 개선사항

전자의상매출채권에 의한 전자수표 및 전자의상매출채권은 어음법·수표법 상의 적용을 받지 않은 새로운 금융상품이기 때문에 어음법·수표법을 개정할 필요가 없다.

금융권이 전자의상매출채권을 공동으로 사용하기 위해서는 금융기관간의 권한과 책임을 규정한 공동규약을 제정해야 한다.

은행연합회에서 가칭 “전자의상매출채권 운영규정”을 제정하고 재정경제부의 승인을 얻는다.

전자의상매출채권 운영의 적정성을 감독할 가칭 “전자의상매출채권 감독규정”을 금융감독위원회에서 제정한다.

은행과 기업간에 체결할 가칭 “전자의상매출채권 운용 약정서”에 대한 표준 약관을 은행연합회에서 제정한다.

4. 활용도 제고를 위한 지원사항

B2B 전자의상매출채권에 의한 대출의 경우에도 기업구매자금대출과 같이 한국은행의 총액한도자금 지원대상에 포함하여 지원해야 한다.

전자의상매출채권을 통한 결제실적이 높은 기업은 정부물품의 구매입찰시 우대하여 조달청의 입찰심사시 반영하면 B2B 전자결제 수단이 빠른 시일 내에 확산될 것이다.

신용보증기금 및 기술신용보증기금 등에서 중소기업 및 중견기업의 전자의상매출채권결제에 대해 보증 지원하면 전자결제를 많이 할 것이다.

세제 및 세정상 지원은 첫째, B2B 전자상거래 e-Marketplace를 통한 전자의상매출채권결제를 사용하는 중소기업에 대하여 법인세 및 소득세 공제를 추진하고, 둘째, 구매기업의 지급이자 손금불산입액 계산시 e-Marketplace 거래를 통한 전자의상매출채권 결제에 의한 「차입금 및 지급이자」를 손금불산입 대상에서 제외해야 한다.

셋째, e-Marketplace 거래를 통한 전자의상매출채권 결제 이용도가 높은 기업이 세무조사 대상에서 제외될 수 있도록 동 실적을 세무조사대상 선정기준에 반영해야 한다.

제3장 B2B 기업간(B2B) 전자결제시스템의 법·제도 개선 방안

1. 입법사항 : 확정일자 전자문서화

전자의상매출채권의 양도에 대항력을 부여하기 위해서는 종이문서를 전제로 하고 공무소만이 확정일자를 발급할 수 있는 확정일자 제도의 한계를 극복하여 전자의상매출채권의 양도의 경우 전자의상매출채권을 관리하는 중앙관리기관의 인증을 확정일자로 보는 입법이 필요하다.

현행 전자서명법 제20조에서는 전자문서가 인증

기관에 제시된 시점을 전자서명하여 확인해 주는 이른바 시점확인업무(time stamping)를 규정하고 있다. 이는 확정일자와 같이 어떤 행위가 어느 시점에서 이루어졌음을 공적으로 증명해 주는 기능을 하므로 전자외상매출채권의 양도에 관해 양도시기를 확인하고 증명해주는 제도는 이미 확보되어 있다고 할 수 있으나, 인증기관의 시점확인이 민법 제450조에서 규정하는 확정일자를 갈음하는 효력을 갖지 못하므로 입법을 통한 해결을 하여야 한다.

민법, 전자서명법, 전자거래기본법 중에서 어느 한 법만을 개정하는 안으로 예를 들면 전자거래기본법 제16조에 제③항을 추가하여 법적효력을 부여하여야 한다.²⁾

2. 입법안의 검토

아래의 경우 중앙관리기구의 인증일자를 확정일자로 간주하려는 목적은 달성할 수 있다. 전자외상매출채권의 유통화는 기본적으로는 관련당사자들 간의 약정에 의해 실현하는 것이기는 하나, 다수의 이해관계자가 있어 약간의 감독적 규율이 필요하다. 이에 관한 몇 개 조 정도의 근거조문이 필요하며, 그 조문에 추가하여 확정일자에 관한 특례를 두는 것이 바람직하므로 궁극적으로는 전자거래기

본법에 전자외상매출채권에 관한 장을 신설하고 확정일자도 그 중의 일부로 다루는 것을 상정하고 있다.

제4장 B2B 결론

어음 및 수표결제 방식에 따르는 문서작성과 보관에 따르는 부담·비용의 경감 및 인력감축효과가 있다(금융기관, 기업 등).

물류비 절감으로 전자외상매출채권 및 수표 사용시 어음 및 수표의 분실 방지 그리고 위·변조의 방지, 이에 따른 분쟁 및 해결을 위한 소송비용 등을 절감할 수 있으며 금융거래와 연결시킴으로써 대금지급의 확실성을 확보할 수 있는 탁월한 지급 수단으로서의 순기능을 가지고 있다.

전자상거래의 이행을 전자적으로 하게 됨에 따른 투명성 확보(전자외상매출채권 및 수표가 전자결제 수단으로 사용되면 1경 (10,000조)이 결제 됨)와 함께 투명성에 따른 세수증대 효과(신용카드로 220조가 결제되었을 때 세금이 1% 더 납부되고 있음)가 있다. B2B 전자결제의 미비로 인한 불완전한 형태의 B2B 전자상거래가 100% 온라인화되어 활성화 될 것이다.

전자거래기본법 제16조	개정안
(공인인증기관) ①정부는 전자거래의 안전성 및 신뢰성을 확보하고 건전한 전자거래의 촉진을 위하여 전자서명법 제4조의 규정에 따라 공인인증기관을 지정할 수 있다.	① <좌동>
②공인인증기관은 전자문서 작성자의 신원 기타 거래와 관련된 중요사항을 확인하기 위한 인증서를 발급한다.	② <좌동>
③<신설>	③금융결제원에 등록된 채권의 채권자가 동채권을 양도함에 있어 채무자에게 통지하거나 채무자가 양도를 승낙하는 전자문서를 금융결제원이 제2항의 규정에 의하여 일자를 기재하고 인증서를 발급하는 경우 그 일자는 민법 제450조 제2항 및 동법 부칙 제3조가 규정하는 확정일자로 본다.

2) 이철송교수, B2B전자결제시스템의 법제화방안, 산업자원부, 2000.12.25