

전자상거래무역 확산을 위한 법률개정방안에 관한 연구*

A Study on the Way to Amendment of the Law for Diffusion of CBEC

안병수(Byung-Soo Ahn)

서울디지털대학교 무역물류학과 교수

목 차

- | | |
|-------------------------------------|----------|
| I. 서론 | V. 결론 |
| II. CBEC의 특성 | 참고문헌 |
| III. CBEC에 관한 정책과 법규 현황 | ABSTRACT |
| IV. CBEC추진법제로서 전자무역추진에 관한
법률의 검토 | |

국문초록

최근 급속히 확산되고 있는 ‘전자상거래무역’ 혹은 ‘국경을 넘는 전자상거래(CBEC)’에 대하여 우리 정부는 수출증대에 미치는 영향이 크다는 판단하에 적극적인 지원을 하고 있다. 그러나 다양한 부처에서 산발적으로 추진되는 지원은 효과적이지도 효율적이지도 못한 실정이다. 따라서 지원정책의 일관성과 효과성, 효율성을 높이기 위해서는 법률적으로 주무부처를 명확히 하고 타부처에 대하여는 협조의무를 부여하는 방안이 바람직하다. 이를 위해서는 기존에 부처별 업무영역에 따라 산재되어 있는 법률들을 각각 개정하거나 새로운 법률의 제정을 해야 한다. 그러나 이는 현실적으로 실행하기가 쉽지 않기 때문에 기존 법률 중 가장 유사한 영역을 규정하고 있는 ‘전자무역 추진에 관한 법률’을 개정하는 것이 실현가능한 대안으로 판단된다. 본 연구에서는 CBEC를 확산하기 위하여 이 법률의 개정을 하는 것이 다른 방안에 비하여 합리적이라는 점을 다양한 문헌자료를 통하여 제시하여 우리나라 CBEC의 확산, 특히 CBEC 수출의 확대에 기여하는 것을 연구의 목적으로 삼는다.

주제어 : 국경을 넘는 전자상거래, 전자무역, 전자상거래무역, 전자무역추진에 관한 법률

* 이 연구는 2016년도 서울디지털대학교 대학연구비의 지원으로 연구되었음

I. 서론

1. 연구의 배경과 목적

최근 국내외에서 급속히 확산되고 있는 “국경을 넘는 전자상거래 혹은 전자상거래 무역” 이른바 “Cross Border e-Commerce, 이하 ‘CBEC’라 함”은 무역거래의 속성과 전자상거래의 속성 및 소매거래의 속성 등 다양한 속성을 동시에 지니고 있다. 정부에서는 이 중 무역거래의 속성과 수출촉진기능에 초점을 맞추어 CBEC를 적극 지원하는 정책을 추진하고 있다. 그러나 정작 실무계에서는 아직도 CBEC의 실행과정이 불편하다는 호소가 있으며 중국이나 미국의 경우에 비추어 국내 CBEC의 규모가 현저히 적을 뿐만 아니라 우리나라 무역거래 규모와 비교해보더라도 상대적으로 적은 비중이기 때문에 CBEC가 무역거래확산에 기여하기 위해서는 이제까지와는 다른 방안의 모색이 필요한 것으로 판단된다.

특히 이러한 방안 중 하나로 법제에 대한 검토와 분석도 필요하다고 판단된다. 왜냐하면 지난 1990년대 초반부터 우리나라에서 널리 활용되고 있는 전자무역¹⁾이 국내에서의 무역거래 비용 절감과 거래절차 간소화 및 신속화에 커다란 기여를 한 바 있으며 그 배경에는 「전자무역 촉진에 관한 법률」²⁾의 역할이 컸다고 평가되기 때문이다. 특히 무역이 제조, 유통, 운송, 보관, 하역, 금융은 물론 교육, 국방, 보건복지, 농수축임산업 및 정보통신에 이르기까지 사실상 관련되지 않은 영역이 없다고 할 정도의 범위에 걸쳐 협력이 이루어져야 하기 때문에 무역거래 증대를 위해서는 법제를 통한 체계적인 추진체계의 확보가 필수적이라고까지 할 수 있다.

그런 측면에서 보자면 세계최고수준의 무역정보화가 이루어졌다는 우리나라조차도 CBEC는 산업통상자원부, 기획재정부, 관세청, 미래창조과학부 등 무역과 직간접적으로 관련된 주요부처가 상호조화와 연계가 아닌 독자적인 정책에 따라 지원하고 있을 뿐만 아니라 수출과 수입 측면의 당사자별 입장이 다르기 때문에 실무계에서 다수가 체감할 수 있는 체계적이고 효과적인 지원이 이루어지지 못하는 상황이다.

해외에서도 국가간 CBEC에 대한 태도와 입장이 다르고 주로 민간영역에서 자율적으로 급속하게 발전되어온 특성 때문에 법제화에 대한 연구가 심도있게 이루어지지 못하는 실정인

1) 당초에는 ‘무역자동화’로 알려져 있었으며 해외에서는 ‘paperless trade’라고 부르는 것이 일반적이거나 우리나라에서는 2000년부터 법률상 ‘전자무역’으로 규정하고 있어 이를 따르고자 함

2) 당초에는 「무역자동화 촉진에 관한 법률」이었으나 2006년 전면 개정시 법률명칭도 변경

안으로서 법제화가 필요하다는 관점 하에 이를 본 연구의 주된 연구대상으로 삼고자 한다.

이러한 연구배경하에 본 연구에서는 먼저 CBEC 거래가 갖는 특성을 전통무역 및 전자무역과 비교하여 살펴보고, 이에 더하여 현행 법제도가 CBEC를 지원하는 현황을 살펴보고, 마지막으로 CBEC추진을 위한 법제로서 전자무역법이 적절한가에 대한 검토를 함으로써 궁극적으로 전자상거래무역, 특히 수출의 확산을 도모할 수 있는 법제 마련에 기여하는 것을 연구의 목적으로 삼는다.

또한 본 연구에서는 연구의 논리적 틀을 정립하기 위한 선행연구분석과 국내외 법제의 검토를 문헌중심의 이론적 접근방법을 채택하여 수행코자 한다. 즉, 연구의 목적에 부합하는 내용에 대하여 무역관습 혹은 법제도의 문제를 다루기 위하여 CBEC, 유통, 정보통신, 무역 및 전자무역과 관련된 각종 법제도를 분석도구로 삼아, 국내외의 논문과 저서 그리고 인터넷 등에서 검색할 수 있는 국내외 기관의 보고서나 자료 등을 대상으로 하는 문헌중심의 연구방법을 적용한다.

2. 선행연구의 분석

논자가 CBEC와 관련된 국내 선행연구를 검토한 결과³⁾ 우리나라 학계의 연구는 <표 1>에 서와 같이 CBEC가 시작되는 마케팅 단계부터 거래의 종료라 할 수 있는 분쟁해결에 이르기 까지 모든 단계를 다루고 있으며 나아가 정부정책과 기업의 전략까지도 다루고 있음을 발견하였다. 즉, CBEC의 당사자라 할 수 있는 판매자와 구매자의 입장에서 CBEC가 국내 전자상거래 또는 전통적인 무역거래와 다른 환경에서 이루어지기 때문에 나타나는 문제점들과 그 해결방안의 모색으로 마케팅 수단의 적용문제, 반품을 포함하는 물류문제, 소비자 보호 문제, 대금결제의 불편 문제 등을 검토한 연구가 발견되었다. 아울러 정책당국의 입장에서 CBEC가 무역거래 증대 특히, 수출증대를 통하여 경제성장과 고용에 긍정적 기여를 할 수 있을 것으로 보고 이를 촉진할 수 있도록 정부차원에서 통관절차를 개선하거나 대금결제상의 불편을 해소하는 등 거래확산이 이루어질 수 있도록 제도를 개선하는 것으로 연구주제가 다양하게 나타났다.

그중 법제와 관련된 연구는 2건이 발견되었는데, 김철호(2016)는 CBEC가 증가하는 상황에서 이를 무역거래의 관점에서 규율할 법규가 필요하며 「대외무역법」과 같은 법적 규범의 도입을 주장하였고, 박상철(2015)은 CBEC거래에 적용되는 전자상거래법 등 국내 규제 법령이

3) 선행연구는 RISS 학술연구정보서비스 사이트에서 국내학술지논문 중 'CBEC', 'Cross Border e-Commerce'를 검색어로 하여 검색된 연구 중 최근 3년 이내에 발표된 연구를 우선으로 발췌하였다.

국제 수준에 비하여 지나치게 엄격하고 특이하여 이를 합리화하는 국내 규제의 적용을 배제하는 활성화 정책이 필요하다고 주장하였다.

〈표 1〉 CBEC관련 국내 주요 선행연구의 분류

구분	연구자, 발표연도, 연구주제
마케팅	<ul style="list-style-type: none"> • 문태현(2003), B2C 국제 전자상거래 소비자 이용행태 및 만족에 관한 탐색적 연구 • 조혁수·이정선(2016), 소비자 특성이 해외직접구매 관심도 결정에 미치는 영향 • 김태형·정재승(2016), 해외직구 이용자의 만족도와 재구매에 관한 실증연구 • 박종현(2016), 전자상거래 무역창업 투자를 위한 크라우드펀딩 활성화방안에 관한 연구 • 정석모·박승락(2016), 우리나라 B2C 전자상거래 촉진요인이 온라인쇼핑과 해외직접구매에 미치는 영향 • Shina Kim·Wei Jiang, Eunha Chun(2016), A STUDY ON THE SHOPPING VALUES, ATTITUDES AND BEHAVIORAL INTENTIONS OF CHINESE CONSUMERS TOWARD CROSS-BORDER SHOPPING • 백정(Ting Bai)·노태석·남인우(2016), Analysis of Antecedents to Customer Satisfaction in Cross-Border E-Commerce • Bai Ting·Inwoo Nam(2016), A Comparative Study on Antecedents to the Customer Satisfaction with Cross-Border E-commerce in Korea and China • 이진명·나종연(2015), 텍스트 마이닝을 이용한 온라인 해외직접구매에 대한 소비자 반응 분석 • 이진명·나종연(2015), 해외직접구매에 있어서 소비자 갈등에 관한 근거이론적 분석 • 김성·임재욱(2015), 소비자특성이 해외직접구매에 미치는 영향에 관한 연구
거래이행	<ul style="list-style-type: none"> • Zhang Yuan-Yuan·Ye Chong(2016), A Study of Operation Mode in Cross-Border Mini E-Commerce Auto Parts Industry • 임재욱(2015), 해외직접구매물품의 물류프로세스 및 통관 상의 문제점에 관한 연구 • Rong Kun Liu·Suk Jae Park(2015), Analysis on the Logistics Modes of China Cross-border E-commerce26) - Focusing on B2C Transactions • 이준봉·남경두(2016), 국내 중소기업의 B2C 전자상거래 수출활성화 방안
분쟁해결	<ul style="list-style-type: none"> • 이현정·조현정(2012), 전자상거래에 있어서 온라인분쟁해결제도(ODR)에 관한 연구: ODR의 신뢰성 및 확실성 구축 • 이현정(2014), Online Dispute Resolution(ODR) as Reality for Cross-border E-commerce: Some Examples • Ha-Sung Chung(2015), Online ADR for the E-Commerce? European Union's ADR Legislation for Cross-Border Online Trade
소비자보호	<ul style="list-style-type: none"> • 박종현(2015), 해외직접구매 증가에 따른 소비자보호 연구
정책적지원	<ul style="list-style-type: none"> • 광수영·유승균(2014), 글로벌 Cross-Border B2C 전자상거래에 관한 탐색적 연구 • 양종곤·권세인·유영목(2016), 국가 간 전자상거래 현황 및 한국의 해외 직접판매를 위한 전략적 활성화 방안에 대한 연구 • 김철호(2016), B2C 국경간 전자상거래의 주요 쟁점에 관한 연구 • 박상철(2015), 국경을 넘는 전자상거래의 법적 쟁점과 정책적 시사점 - 소위 “해외직구”와 “역직구”를 중심으로 - • 권순국(2015), 한·중 FTA 타결에 따른 한국 상품의 전자상거래 수출 활성화 방안

이상과 같이 CBEC와 관련된 주요 국내 연구⁴⁾를 검토한 결과 CBEC에 관한 다수의 연구가 진행되고 있음에도 불구하고, 일부 연구⁵⁾를 제외하고는 CBEC를 통하여 수출을 증대하기 위한 직접적이고 구체적인 법제의 마련에 관한 연구는 발견하지 못하였다. 따라서 본고에서는 선행연구에서 다루어지지 않았으나 국회에서의 입법시도 등에서 나타난 CBEC 촉진법률의 제·개정을 검토하고자 한다.

II. CBEC의 특성

1. CBEC의 용어와 정의

국내외를 막론하고 CBEC를 의미하는 용어는 다양한데 주요한 것만을 간추려보더라도 ‘cross border e-commerce’, ‘global e-tailing’, ‘global e-commerce’, ‘international e-commerce’, ‘international online retailing’, ‘국경간 전자상거래’, ‘글로벌 전자상거래’, ‘해외직구’, ‘해외역직구’, ‘해외직접 판매’ 등으로 다양하게 나타나고 있다. 또한 그 정의도 통일되지 못한 채 폭넓고 다양하게 사용되는 실정이며 그 중 “International ecommerce is called cross-border ecommerce, when consumers buy online from merchants, located in other countries and jurisdictions.”⁶⁾이 가장 대표적이고 현실적인 정의로 판단된다.

우리나라에서는 2014년 한국소비자원의 보고서에서 사용된 정의인 “해외직접구매(해외직구)는 소비자가 해외온라인 쇼핑몰이나 구매대행사 사이트를 통하여 해외제품을 구매한 후 한국으로 배송받는 거래형태를 의미”가 CBEC 거래 형태 중 수입거래를 잘 나타내고 있는 것으로 판단된다.⁷⁾

논자가 CBEC에 대한 다수의 정의들을 검토한 바 <표 2>와 같은 공통점을 발견할 수 있었다. 이를 요약하면 “서로 다른 국가의 매매거래 당사자가 매체에 관계없이 온라인 방식을 통하여 실행하는 상행위”라고 할 수 있다.

4) 일부 연구자는 외국인이지만 연구재단에 등재(등재후보 포함)된 학술지에 게재된 내용을 토대로 문헌검토를 하였으므로 국내연구로 분류하였다.

5) 김철호(2016), 박상철(2015)에서는 CBEC를 활성화하기 위하여 법제의 문제점에 대하여 검토하였으나 CBEC를 위한 특정법의 제·개정을 검토한 것은 아니었다.

6) <http://www.crossborder-e-commerce.com/>

7) 한국소비자원, “해외직구 이용실태 및 개선방안”, 2014.6

〈표 2〉 CBEC관련 정의들의 공통점

구분	특징
거래 당사자	• 당사자중 일방이 소비자
거래 대상(객체)	• 물품에 한정되지 않음(서비스, 디지털재화 등 다양)
당사자 위치	• 서로 다른 국가에 거주(주재)
거래방식	• 전자적인 방식(온라인)
사용매체	• PC, 태블릿, 휴대폰 등 다양

2. CBEC와 전통적 무역 및 전자무역과의 비교

CBEC는 서로 다른 국가에 거주(주재)하는 당사자간에 일어나는 상거래이기 때문에 ‘무역’으로 분류할 수 있으며 거래방식면에서 전자적인 수단을 활용하고 있으므로 ‘전자무역’이라는 범주에 포함하는 것도 불가능한 것은 아니다. 그러나 ‘(전통적인)무역’과 ‘전자무역’ 그리고 ‘전자상거래무역(CBEC)’이 서로 동일한 거래형태를 의미하는 것이 아니라는 것은 자명하다.

더구나 CBEC를 다른 두 개념과 구분하여 지칭하고 이를 촉진하려는 정책적 수단을 사용하기 위해서는 각각의 특징을 기준으로 명확히 구분할 필요가 있다. <표 3>에서는 무역관습의 변화 또는 발전이라는 관점으로 무역-전자무역-전자상거래 무역을 서로 비교함으로써 각각의 특색을 명확히 부각시켜보고자 시도하였다.

〈표 3〉 무역, 전자무역, 전자상거래 무역의 비교

구분	전통무역 Traditional Trade	전자무역 Paperless Trade	전자상거래무역 Cross-border e-Commerce
시기	1960년대↔	1990년대↔	2000년대↔
주된 변화	운송수단의 단위화 및 고속화	+ 종이문서의 전자화 (새로운 방법 추가)	+ 개인소비목적 거래의 국제화, 전자화 (새로운 방법, 새로운 주체(개인 소비자) 추가)
주된 결과	거래량 증가	+ 거래비용 감소, 거래기간 단축	+ 다양한 상품의 판매/소비 가능(소비자 관점)
의사소통 수단	면대면, 전화, 텔렉스, 서신	+(Personal) Computer	+ Mobile Phone
정보의 수집/배포	면대면(박람회), 서신, 책자	+ Web Site/e-Mail/EDI	+ SNS
거래당사자	전문 무역기업	+ 다양한 기업(제조, 유통 등)(B2B)	+ 개인 (B2C, C2C)
문서형태	종이	+ 전자문서	+ 생략/클릭/터치

구분	전통무역 Traditional Trade	전자무역 Paperless Trade	전자상거래무역 Cross-border e-Commerce
결제수단	신용장, 송금, 추심	신용장 상대적 퇴조, 송금비중의 증가	+ Credit Card, Alipay, Paypal, 전자화폐
(주요)수혜당사자	모든 당사자	모든 당사자	개인소비자, GVC 참여 및 ICT 제공 기업
(잠재적)불이익 당사자	해상보험사	신용장취급은행	순수 무역전문기업
정부 정책적 시사점	무역거래증대를 통하여 소득증대	무역거래비용 절감으로 경쟁력 제고	해외소비자 대상 상품성/거래편의성 제고로 수요 창출/확대
핵심 역량	무역절차 수행 역량	+무역거래의 정보화 역량	+상품과 거래의 소비자 만족 역량(효용, 비용, 편의성 등)

각 방식의 주된 변화로는 전통무역이 1960년부터 운송수단의 단위화 및 고속화라는 개혁을 통하여 거래량 증가를 실현하였으며, 전자무역은 1990년대 이후 종이문서를 전자화함으로써 거래비용 감소와 거래기간 단축이라는 효과를 거두었다. CBEC는 2000년대 이후 인터넷의 활용을 통하여 개인소비목적거래를 국제화·전자화 하였으며 소비자의 기호에 부합하는 다양한 상품의 판매와 소비를 가능하게 함은 물론 중간거래를 생략함으로써 소비자의 만족과 판매자의 이윤기회 확대라는 가능성을 높이고 있다.

이와 같이 무역, 전자무역, CBEC는 서로 조금씩 다른 방식과 효과를 나타내고 있으며 서로 배타적이라기보다는 보완적 관계로 병존하고 있고 향후에도 병존할 것으로 판단된다.

III. CBEC에 관한 정책과 법규 현황

1. CBEC 확산 정책 현황과 한계

CBEC에 대한 정부의 확산정책은 다양한 부처 및 산하기관에서 추진되고 있으며, 정책의 효율성과 효과성을 높이기 위해서는 부처간 협력과 조화가 필요함에도 불구하고 실행을 주관하는 부처가 불명확한 실정이다. 각 부처의 소관업무와 관련된 영역에 대하여 독자적인 정책을 시행하고 있기 때문에 CBEC를 통하여 수출을 도모하는 기업입장에서는 관련정보를 입수하고 적절히 활용하기도 쉽지 않다고 판단된다. 선행 연구자료를 토대로 하여 CBEC 거래 단계별, 소관 정부부처별 정책 현황을 요약해보면 <표 4>와 같다.

<표 4> CBEC 거래단계별 정부부처별 관련 정책 현황⁸⁾

구분	산업통상자원부	기획재정부(관세청)	미래창조과학부
추진전략	<ul style="list-style-type: none"> 내수기업의 수출기업화 및 수출방법 다양화 	<ul style="list-style-type: none"> 한·중·일 디지털 싱글 마켓 	<ul style="list-style-type: none"> 전자상거래 결제 간편화
마케팅	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 온라인 쇼핑몰 입점 지원 전문무역상사제도 활성화 	<ul style="list-style-type: none"> 삼국(三國) 간 역내 디지털 시장 단일화를 위한 협력 방안 공유 	
결제/금융			<ul style="list-style-type: none"> 공인인증서 사용의무 폐지 본인확인규제 개선 간편결제 서비스 제공 Active-X 없이 이용 가능한 온라인 결제제도 도입
통관/물류	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 공동 물류센터를 활용한 전자상거래무역물류지원 중국 현지 전자상거래 전담 물류지원센터 구축 확대 한·중 해상배송 간이통관체계 구축 	<ul style="list-style-type: none"> 전자상거래 간이수출제도 신설 전자상거래수출신고 자동화 시스템 구축(전자통관 시스템과 오픈마켓 연계) 한·중 해상배송 간이통관체계 구축 	<ul style="list-style-type: none"> 우체국 국제특송(EMS)수출 신고체계 구축
소비자보호	<ul style="list-style-type: none"> 중국 현지 반품지원센터 설치 		
인프라	<ul style="list-style-type: none"> Kmall24 구축 및 운영 TradeNavi 구축 및 운영 인력양성 	<ul style="list-style-type: none"> 전자상거래무역 통계 개발 	

위의 <표 4>에 정리된 내용 이외에도 중소기업청, KOTRA, 중소기업진흥공단 등의 정부부처와 산하기관에서도 독자적 정책을 시행하고 있으며 한국무역협회, 대한상공회의소, 한국온라인쇼핑협회 등 민간 단체 등도 CBEC에 대한 다양한 정책과 계획을 발표 및 실행하고 있으나 이를 전체적으로 조율하는 정책 조정기능을 수행하는 기관이나 조직은 없는 것으로 판단된다.

이러한 점들을 종합해볼 때 현재의 CBEC에 대한 기존 정책 수립 및 시행에는 다음과 같은 한계가 있는 것으로 보인다.

첫째, 거버넌스 측면에서 CBEC가 多부처와 관련된 업무임에도 불구하고 각 부처는 소관 업무가 서로 달라 체계적이고 일사불란한 업무대처가 곤란하다.

둘째, 일관성 측면에서 CBEC는 국내전자상거래나 전통적인 무역과 비교할 때 방법, 적용 범위, 정책적 목적 등에서 다르기 때문에 이를 대상으로 하는 기존 법제로 대처하기 어렵고

8) EY한영회계법인 인스트엔영 어드바이저리, “전자상거래무역 미래모델 수립 - Interim Report-, March 11, 2016 및 언론 보도 내용 참조 논자 수정

다수의 개별 법률들을 본래의 목적에서 벗어나지 않으면서 새로운 방법, 적용범위, 정책적 목적에 부합하도록 일관되게 개정하는 것은 현실적으로 무리가 있다.

셋째, 효과성 측면에서 CBEC의 거래주기별로 서로 다른 다양한 법제로 지원하는 것은 당해 단계의 불편만을 해소하는 소극적 대처이며, 거래주기 전체를 통합적 관점으로 놓고 지원하는 것이 아니기 때문에 효과극대화에 한계가 있다.

넷째, 효율성 측면에서 현재 전자무역을 지원하는 법제가 있는데도 이와 중복되는 면이 많은 거래형태인 CBEC를 촉진하기 위하여 여러 부처 및 산하 조직에서 재원과 인력 등을 투입하는 것은 비효율적이다.

2. CBEC 관련 법규 현황과 대안의 필요성

CBEC거래는 본질적으로 국제상거래이며 전자상거래이기 때문에 거래관련 기반의 구축을 비롯하여, 상품, 계약, 물류, 유통, 통관, 보험, 결제, 반품, 분쟁해결, 소비자보호 등 다양한 영역이 관련되어 있다. 더구나 간접적으로는 상품의 속성, 당사자의 거주지나 영업지, 인도방식, 결제방식 등에 따라 그 다양성과 복잡성이 가중되기 때문에 사실상 그 범위를 한정하는 것이 불가능하다고까지 생각된다. 그러나 현실적으로 가장 일반적인 CBEC의 유형이라 할 수 있는 인터넷 사이트에 구축된 쇼핑몰을 통하여 신용카드를 결제수단으로 하고 특사송배달을 통하여 인도가 되는 유형의 소비재를 전제로 한다면 <표 5>와 같은 법규들이 CBEC와 관련이 깊은 법규라 할 수 있을 것이다.

<표 5> CBEC 관련 법규 현황⁹⁾

대상	목적	법규명
전자상거래	상거래발전기반	유통산업 발전법
	전자상거래안전및촉진기반	전자문서 및 전자거래기본법 전자서명법 등
	피해방지, 소비자보호등	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전자상거래 등에서의 소비자보호지침 등
CBEC	전자상거래물품의통관액면세	관세법제94조(소액물품 등의 면세) 부가가치세법 제27조(재화의 수입에 대한 면세)
	일반수입신고및간이신고	관세법 제241조(수출·수입 또는 반송의 신고), 제242조(수출·수입·반송 등의 신고인) 수입통관 사무처리에 관한 고시

9) 상계자료 내용 참조 논자 수정

대상	목적	법규명
CBEC	전자상거래물품의통관	관세법 제254조(전자상거래물품 등의 특별 통관) 관세법시행령 제258조(전자상거래물품 등의 특별 통관) 전자상거래물품 등의 특별통관절차에 관한 고시
	우편물	관세법제256조(통관우체국)부터 제261조(우편물의반송) 관세법시행령 제260조(우편물의검사)부터 제262조(세관장 등의 통지) 국제우편물 수입통관 사무처리에 관한 고시
	특송물품	관세법 제254조의2(특송품의 특별통관) 관세법 시행규칙 제79조의2(특송품의 특별통관) 특송물품 수입통관사무처리에 관한 고시

그런데 CBEC관련 법규는 CBEC만이 아니라 전자상거래와 무역거래 등에 적용되고 있는 법규이기 때문에 거래형태에 따라 동일하지 않은 대상행위를 적절하게 규율하기 위해서는 다음과 같은 요건을 충족하는 관련 법규의 보완이 이루어져야 할 것으로 판단된다.

첫째, 거버넌스 측면에서 부처간 합의나 영역별 독자 추진이 아닌, 법률에 따라 CBEC의 주무부처를 정하고 다른 부처의 협조 의무를 규정함으로써 책임과 권한을 명확히 하여 체계적이고 일사불란한 업무시스템을 구현할 수 있어야 한다.

둘째, 일관성 측면에서 CBEC는 당사자가 서로 다른 국가에 거주(주재)한다는 점과 전자적인 수단을 활용한다는 점에서 기존의 전자무역과 일치할 뿐만 아니라 시장조성과 참가자의 건전한 경쟁 및 지원 등의 정책적 목적과 방법이 부합하는 면이 많아 하나의 법률에서 함께 다루는 것이 일관성있는 대응에 유리한 것으로 판단된다.

셋째, 효과성 측면에서 CBEC거래 주기 전체를 대상으로 하나의 통합된 시각으로 접근하여 지원할 수 있도록 하는 것이 각각의 단계별로 분산된 지원을 하는 것보다 높은 효과를 거둘 것으로 기대할 수 있다.

끝으로 효율성 측면에서 기존의 전자무역 추진에 투입되는 재원과 인력 등을 CBEC 촉진 정책에도 재활용하거나 함께 사용할 수 있도록 법제화함으로써 효율성 제고가 가능하다고 판단된다.

IV. CBEC축진법제로서 전자무역축진에 관한 법률의 검토

지금까지 살펴본 바와 같이 CBEC관련 법규는 다양한 영역에 걸쳐 다수의 독립 법규로 제정되어 있을 뿐만 아니라 고유의 입법목적 수행이 우선이기 때문에 CBEC 활성화라는 목적을 위해 보완·개정하는 데에는 한계가 있을 수 밖에 없다. 또한 CBEC 활성화를 위한 새로운 법률을 제정하는 것은 이미 국회에서 시도된 바 있으나¹⁰⁾ 성사되지 못하였으며 CBEC의 활성화보다는 CBEC에 참여하는 중소기업의 지원에 초점이 맞추어져 있고, 무역관련 주무부처인 ‘산업통상자원부’가 아니라 중소기업의 육성지원을 주된 업무로 하는 ‘중소기업청’에서 관련 업무를 주관하는 것으로 추진되고 있어 수출과 수입, 대기업과 중소기업, 마케팅에서 분쟁해결까지 등의 다양한 거래방향, 당사자, 거래단계를 충분히 고려하였다고 보기 어렵다.

이에 본 연구에서는 기왕에 전자무역을 촉진하기 위하여 제정된 「전자무역 촉진에 관한 법률」이 아래와 같이 CBEC에도 적용될 수 있는 가능성이 높다는 점을 제시함으로써 CBEC의 활성화를 위하여 동 법률을 개정하는 방안을 제시하고자 한다.

1. 대상거래의 유사성

먼저 전자무역과 CBEC는 <표 6>에서 보는 바와 같이 거래시기, 당사자의 위치, 거래방법과 목적, 활성화를 추구하는 정책적 목적 등에서 다양한 유사성을 지니고 있어서 하나의 법률 내에서 준용하는 방식 등의 조문 구성을 통하여 상대적으로 용이하게 두 거래를 규정할 수 있을 것으로 판단된다.

<표 6> 전자무역과 CBEC의 거래 속성의 유사성¹¹⁾

구분	전자무역	CBEC
정의	무역의 일부 또는 전부가 전자무역 문서로 처리되는 거래	해외직접구매(해외직구)는 소비자가 해외온라인 쇼핑몰이나 구매대행사이트를 통하여 해외제품을 구매한 후 한국으로 배송받는 거래
시기	거래는 실시간, 사후 물품인도	거래는 실시간, 사후 물품인도
당사자 위치	해외	해외
당사자	주로 기업 vs. 기업	주로 기업 vs. 개인

10) 2015.4.3. 및 2016.10.21. 민병두 의원 대표발의로 「중소기업의 해외 직접판매 지원을 위한 법률안」이 발의되었으나 현재까지 제정에 이르지 못한 상태이다.

11) EY한영회계법인 언스트앤영 어드바이저리, 전계 자료 참조 논자 수정

구분	전자무역	CBEC
대상	물품 등	물품 등
방법	전자무역문서를 이용 (마케팅에서는 eMP를 이용)	온라인 쇼핑몰(사이트)를 이용
목적	비용과 시간을 절감	비용과 시간을 절감
정책목적	수출증대, 소득증대, 고용창출	수출증대, 소득증대, 고용창출

2. 추진체계의 공통성

다음으로 전자무역과 CBEC는 공통적으로 다부처에 걸친 업무영역을 지니고 있기 때문에 추진체계의 일관성과 적용의 범부처성을 요구하고 있다는 공통점을 지닌다. 즉, 위에서 검토한 바와 같이 CBEC는 전자무역과 동일하게 무역이라는 속성을 지니고 있기 때문에 무역거래의 순과정에서 일어나는 활동에 대하여 이를 CBEC에 적합하게 지원할 수 있는 법규가 필요하다. 그러므로 기왕에 전자무역의 촉진을 위해 제정된 「전자무역 촉진에 관한 법률」의 규정 중 <표 7>에서 열거된 조항들을 준용 등의 방법으로 공히 적용할 수 있을 것으로 판단된다.

<표 7> 전자무역과 CBEC에 공히 적용 가능한 현행 법률상의 규정들¹²⁾

구분	법령상 규정
촉진시책 수립·시행 의무	제4조(전자무역 촉진을 위한 시책의 수립·시행) ① 산업통상자원부장관은 전자무역을 촉진하기 위하여 다음 각 호의 사항을 포함한 전자무역 촉진시책(이하 “촉진시책”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.
촉진지원	③ 산업통상자원부장관은 촉진시책을 시행하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 전자무역을 위한 업무를 수행하는 기관 또는 단체에 필요한 지원을 할 수 있다.
부처간 협의조정위원회 명문화	제5조(국가전자무역위원회의 설치) ① 전자무역 촉진에 관한 다음 각 호의 사항을 협의·조정하기 위하여 산업통상자원부장관 소속으로 국가전자무역위원회(이하 “위원회”라 한다)를 둔다. <삭제 2015.2.3>
이용촉진	제18조(전자무역문서의 이용 촉진) 정부는 전자무역문서의 이용을 촉진하기 위하여 각종 법령의 정비 등 필요한 시책을 수립·시행하여야 한다.
기술개발 추진	제24조(전자무역 기술개발의 추진) 정부는 전자무역 촉진에 필요한 기술의 개발과 기술수준의 향상을 위하여 다음 각 호의 사항을 추진하여야 한다.
인력양성	제25조(전자무역 전문인력의 양성) ① 정부는 전자무역 촉진을 위하여 필요한 전자무역 분야의 전문인력을 양성하는 데에 노력하여야 한다.

12) 상계자료 참조 논자 수정

3. 실행주체의 효율성

현재 전자무역 서비스를 사용하거나 제공하는 주체는 다양하지만 국내 유일의 전자무역 기반 시설을 구축하고 운영하며 중복투자 등의 비효율성을 배제하고 전체 무역기업이 안정적으로 전자무역서비스를 제공받을 수 있도록 하기 위하여「전자무역 촉진에 관한 법률」에 따라 ‘전자무역기반사업자’를 지정하여 일정부분에 한해서는 배타적인 업무를 수행토록 하고 있다. 이를 통하여 우리나라는 적은 비용으로 높은 수준의 전자무역 인프라를 운영하고 있는데 이러한 실행 주체에게 유사하거나 확장된 업무영역인 CBEC의 운영 인프라를 운영토록 한다면 효율적일 것으로 판단된다. 법령에서 규정된 전자무역기반사업자의 업무내용은 <표 8>에서 보는 바와 같다.

<표 8> 전자무역기반사업자의 지정과 업무영역 관련 법령 규정

구분	법령상 규정
전자무역기반사업자의 지정	제6조(전자무역기반사업자의 지정 등) ① 산업통상자원부장관은 대통령령으로 정하는 바에 따라 「전기통신사업법」 제2조제8호에 따른 전기통신사업자로서 자본금·인력·기술력 등 대통령령으로 정하는 기준에 적합한 자를 전자무역기반업무를 수행할 자로 지정할 수 있다.
전자무역기반사업자의 수행 가능 업무(사업)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 전자무역기반시설의 운영업무 2. 전자무역기반시설과 외국의 전자무역망 간의 연계업무 3. 제12조제1항 각 호에 따른 무역 관련 업무의 전자무역기반시설을 통한 증계·보관 및 증명 등의 업무 4. 전자무역문서의 증계사업 5. 제2호에 따른 연계를 활용한 사업 6. 전자무역기반시설을 활용한 전자무역서비스 관련 사업 7. 전자무역문서의 표준화에 관한 연구사업 8. 전자무역문서 및 무역화물유통정보 등 무역 관련 정보(이하 “무역정보”라 한다)를 체계적으로 처리·보관하여 검색 등에 활용할 수 있는 집합체(이하 “데이터베이스”라 한다)의 제작·보급과 이를 활용한 사업 9. 무역업자 및 무역관계기관에 대한 전자무역문서 증계 등에 관련된 기술의 보급 및 보급한 기술에 대한 사후관리사업 10. 그 밖에 전자무역 촉진을 위한 교육·홍보 등 대통령령으로 정하는 사업

4. 법적기반의 안정성

전자무역과 CBEC는 공히 정보통신기술을 활용하는 점이 특징이다. 그런데 종이문서를 기반으로 대면을 통하여 이루어지던 전통적인 업무처리 방식에 적용되던 절차와 그에 따른 법적 효력등이 정보통신기술의 도입에 따라 보완이 필요해졌고 「전자무역 촉진에 관한 법률」

은 이러한 보완수단으로서 큰 역할을 해온 것이 사실이다.

CBEC에 있어서도 이러한 법적 안정성을 제공해줄 필요가 있으며 <표 9>에서 제시된 「전자무역 촉진에 관한 법률」상에 규정된 전자무역문서 및 전자적인 수단에 의한 업무처리에 대하여 법적 효력을 부여하는 규정들을 통하여 이러한 필요성을 충족해줄 것으로 판단된다.

<표 9> 「전자무역 촉진에 관한 법률」상의 전자무역문서 및 전자적절차 효력 규정

구분	법령상 규정
목적	제1조(목적)이 법은 전자무역의 기반을 조성하고 그 활용을 촉진하여 무역절차의 간소화와 무역정보의 신속한 유통을 실현하고 무역업무의 처리 시간 및 비용을 줄임으로써 산업의 국제경쟁력을 높이고 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 한다.
적용범위	제3조(적용 범위) 이 법은 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고 모든 전자무역에 적용한다.
법적 효력	제14조(신청등 또는 승인등의 효력) 무역업자 또는 무역관계기관이 신청등 또는 승인등을 전자무역기반시설을 통하여 전자무역문서로 처리한 경우에는 무역관련법령등에서 정한 절차에 따라 처리된 것으로 본다.
	제15조(전자무역문서의 효력) 무역업자 또는 무역관계기관이 전자무역기반시설을 통하여 신청등 또는 승인등을 한 전자무역문서는 무역관련법령등에서 정한 절차에 따라 처리된 문서로 본다.
	제16조(전자무역기반사업자가 보관하는 전자무역문서의 효력) ① 전자무역기반사업자가 전자무역문서를 보관하는 경우에는 「전자문서 및 전자거래 기본법」 제5조제1항에 따른 전자문서의 보관이 행하여진 것으로 본다. ② 전자무역기반사업자는 전자무역문서의 보관을 위하여 전자서명을 사용하는 경우 「전자서명법」 제2조제3호에 따른 공인전자서명을 이용하여야 한다.
	제17조(전자무역문서의 증명) ① 전자무역기반사업자가 전자무역문서의 송수신 일시 및 그 당사자 등에 관한 증명서를 발급하는 경우 그 증명서에 적힌 사항은 진정한 것으로 추정한다. ② 전자무역기반사업자가 제1항의 증명서를 발급할 때 준수하여야 할 표준서식, 발급방법 및 절차 등에 대하여는 대통령령으로 정한다. ③ 전자무역기반사업자가 전자무역문서의 증명을 위하여 전자서명을 사용하는 경우에는 「전자서명법」 제2조제3호에 따른 공인전자서명을 이용하여야 한다.

5. 소결

이상에서 살펴본 바와 같이 CBEC는 무역거래, 전자거래라는 점에서 전자무역과 많은 유사점을 갖고 있으며 정책적인 측면에서 함께 다루어야 할 필요성도 높다. 또 실제 법률을 제·개정하기 위한 용이성 측면에서도 새로운 법률을 제정하거나 다수의 법률을 개정하기 보다는 가장 유사한 영역을 다루고 있는 「전자무역 촉진에 관한 법률」을 개정하여 CBEC를 활성화하는 것이 바람직한 것으로 판단된다.

V. 결론

이미 CBEC 거래는 급증하고 있고 정부 각 부처는 이를 수출부진 타개수단으로 인식하고 있어 적극적인 지원정책을 시행하는 중이다. 즉, 우리 정부에서는 CBEC 수출거래가 전체 수출실적을 증대할 수 있는 한 대안으로 인식하고 국내 기업들에게 이를 통하여 수출거래를 늘릴 것을 권유하고 있으며, 구체적으로 간이통관제도 등을 실시하는 등 다양한 정책적 지원이 추진되고 있다.

그러나 CBEC거래는 단기적·지엽적 전술이 아니라 중장기·종합적인 전략으로 대응해야 할 대상이다. 그럼에도 불구하고 현재까지의 CBEC에 대한 활성화 정책은 부처별, 소관업무별, 업무주기별로 분리되어 추진됨으로써 일관성, 효과성, 효율성 측면에서 개선이 필요한 실정이다.

특히 부처간 협의에 의한 추진보다는 법률적 근거에 기반한 거버넌스 체계의 일관성과 추진력을 필요로 하며 기존 법제하에서의 미봉적, 대응적 처방이 아니라 근본적, 원인 처방적 전략이 요구된다.

「전자무역 촉진에 관한 법률」은 방법과 정책목적면에서 CBEC와 유사한 전자무역의 촉진을 목적으로 하는 법률이며 이를 활용하면 25년 이상 축적된 경험과 인프라를 최소한의 노력으로 이식하여 조기에 성과를 거둘 수 있으며 전자무역과 CBEC의 동반 성장과 시너지 효과를 기대할 수 있다.

따라서 CBEC의 활성화와 지원을 위하여 다수의 개별 법률을 개정하거나 새로운 법률을 제정하기 보다는 기존의 「전자무역 촉진에 관한 법률」에 다음과 같은 내용들을 반영하여 전면개정함으로써 전자무역과 CBEC를 함께 지원하는 것이 바람직한 것으로 판단된다.

첫째, 전자무역과 CBEC, 공히 촉진시책의 수립과 시행, 추진지원, 부처간 협의조정 조직의 운영, 기술개발추진, 인력양성에 관한 조문을 필요로 하며 「전자무역 촉진에 관한 법률」의 제4조(전자무역 촉진을 위한 시책의 수립·시행), 제12조(전자무역기반시설의 이용 등), 제13조(전자무역문서의 표준화), 제18조(전자무역문서의 이용 촉진), 제19조(신청등에 필요한 첨부서류에 관한 특례), 제24조(전자무역 기술개발의 추진), 제25조(전자무역 전문인력의 양성) 등에 양자를 병렬로 기술하는 방식으로 당초의 취지를 훼손하지 않고 전자상거래무역을 추가할 수 있다.

둘째, 실행주체와 관련하여 현행 전자무역기반사업자의 업무범위를 규정하고 있는 「전자무역 촉진에 관한 법률」 제6조 제2항의 제8호에 이어서 CBEC와 관련된 업무를 추가하는 방식으로 업무영역 확대를 규정할 수 있다.

셋째, CBEC에 있어서의 의사소통(문서) 등과 관련된 법적효력문제에 있어서도 「전자무역

촉진에 관한 법률」제14조(신청등 또는 승인등의 효력), 제15조(전자무역문서의 효력), 제16조(전자무역기반사업자가 보관하는 전자무역문서의 효력), 제17조(전자무역문서의 증명) 등을 준용하는 방식으로 적용이 가능하다.

무역거래에 있어 새로운 기술이 도입됨으로써 관련 법률과 제도가 변화된 일은 새로운 일이 아니다. 이미 1991년에 EDI의 도입으로 인하여 「무역업무자동화 촉진에 관한 법률」이 제정된 바 있으며, 인터넷의 확산에 따라 2006년 「전자무역 촉진에 관한 법률」로 전면개정된 것이 좋은 예이다. 따라서 CBEC의 급속한 확산에 대하여 법률적인 대응을 위해서 다수의 관련 법률을 동시 다발적으로 개정하거나 새로운 법률의 제정을 추진하기 보다는 기존 유사법률을 대상으로 필요최소한의 법률개정을 하는 것이 기존 법률체계를 안정적으로 유지하면서 무역거래 당사자에게 효율성과 효과성을 제공할 수 있는 현실적인 대안인 것으로 판단된다.

참 고 문 헌

- EY한영회계법인 언스트앤영 어드바이저리, “전자상거래무역 미래모델 수립 -Interim Report-, March 11, 2016
- 곽수영·유승균, 글로벌 Cross-Border B2C 전자상거래에 관한 탐색적 연구, 「e-비즈니스 연구」, 제15권 제5호, 국제e-비즈니스학회, 2014.
- 서재용(관세청 통관기획과장), 전자상거래를 통한 수출지원 대책, 2015.4.2
- 권순국, “한·중 FTA 타결에 따른 한국 상품의 전자상거래 수출 활성화 방안”, 「관세학회지」, 제16권 제2호, 한국관세학회, 2015.
- 김성·임재욱, “소비자특성이 해외직접구매에 미치는 영향에 관한 연구”, 「貿易學會誌」, 제40권 제4호, 한국무역학회, 2015.
- 김용운, “전자상거래를 활용한 소비재 수출 현황 및 활성화 계획”, KIET 산업경제 2015.07
- 김철호, “B2C 국경간 전자상거래의 주요 쟁점에 관한 연구”, 「무역통상학회지」, 제16권 제2권, 한국무역통상학회, 2016.
- 김태형·정재승 “해외직구 이용자의 만족도와 재구매에 관한 실증연구”, 「통상정보연구」, 제18권 제1호, 한국통상정보학회, 2016.
- 문태현, “B2C 국제 전자상거래 소비자 이용행태 및 만족에 관한 탐색적 연구”, 「전자상거래학회지」 전자상거래학회, 제4권 제2호, 2003.

- 민병두 외, “중소기업의 해외 직접판매 지원을 위한 법률안”(의안번호 14592), 2015.4.3.
 -----, “중소기업의 해외 직접판매 지원을 위한 법률안”(의안번호 2813), 2016.10.21.
- 박상철, “국경을 넘는 전자상거래의 법적 쟁점과 정책적 시사점 -소위 “해외직구” 와 “역직구” 를 중심으로-”, 「유통법연구」, 제2권 제1호, 한국유통법학회, 2015.
- 박종현, “전자상거래 무역창업 투자를 위한 클라우드펀딩 활성화방안에 관한 연구”, 「통상정보연구」, 제18권 제2호, 한국통상정보학회, 2016.
 -----, “해외직접구매 증가에 따른 소비자보호 연구”, 「통상정보연구」, 제17권 제2호, 2015.
- 박필재·김정덕, “Cross-Border e-Commerce, 실크로드인가 신기루인가?”, Trade Focus, Vol.12 No.40, 한국무역협회 국제무역연구원, 2013.7
- 백정(Ting Bai)·노태석·남인우, “Analysis of Antecedents to Customer Satisfaction in Cross-Border E-Commerce”, 「전자무역연구」, 제14권 제3호, 중앙대학교 한국전자무역연구소, 2016.
- 산업통상자원부 보도자료, 2014.11.5, 2015.5.7, 2015.5.21
- 안병수, “Cross Border e-Commerce거래에서의 위험에 관한 연구”, 한국무역보험학회 학술대회 자료집, 2015.11.20.
 -----, “Cross Border e-Commerce확대와 전자무역촉진에 관한 법률의 역할”, 한국통상정보학회 정책토론회자료집, 2016. 3.25.
- 양종곤·권세인·유영목, “국가 간 전자상거래 현황 및 한국의 해외 직접판매를 위한 전략적 활성화 방안에 대한 연구”, 「전자무역연구」, 제14권 제1호, 중앙대학교 한국전자무역연구소, 2016.
- 이준봉·남경두, “국내 중소기업의 B2C 전자상거래 수출활성화 방안”, 「貿易研究」, 제12권 제6호, 한국무역연구원, 2016.
- 이진명·나종연, “텍스트 마이닝을 이용한 온라인 해외직접구매에 대한 소비자 반응 분석”, 「소비자학연구」, 제26권 제5호, 한국소비자학회, 2015.
- 이진명·나종연, “해외직접구매에 있어서 소비자 갈등에 관한 근거이론적 분석”, 「소비문화연구」, 제18권 제4호, 한국소비문화학회, 2015.
- 이현정·조현정, “전자상거래에 있어서 온라인분쟁해결제도(ODR)에 관한 연구: ODR의 신뢰성 및 확실성 구축”, 「인터넷전자상거래연구」, 제12권, 제3호, 한국인터넷전자상거래학회, 2012.
- 임재욱, “해외직접구매물품의 물류프로세스 및 통관 상의 문제점에 관한 연구“, 「인터넷전자상거래연구」, 제15권 제6호, 한국인터넷전자상거래학회, 2015.
- 정석모·박승락, “우리나라 B2C 전자상거래 촉진요인이 온라인쇼핑과 해외직접구매에 미치는 영향”, 「통상정보연구」, 제18권 제2호, 한국통상정보학회, 2016.

- 조혁수·이정선 “소비자 특성이 해외직접구매 관심도 결정에 미치는 영향”, 「통상정보연구」, 제18권 제3호, 한국통상정보학회, 2016.
- 한국무역협회 북경지부, “중국내 B2C 전자상거래와 해외직구 동향 -중국내 한국관 개설 현황을 중심으로-, 2015.10
- 한국무역협회, 알고가자! B2C - 중소기업을 위한 B2C 해외직관 가이드북(요약본), 2015.10
- 한국소비자원, 해외직구 이용실태 및 개선방안, 2014.6
- Ting, Bai·Nam, Inwoo, “A Comparative Study on Antecedents to the Customer Satisfaction with Cross-Border E-commerce in Korea and China”, *ASIA MARKETING JOURNAL*, Vol. 18 No. 2, 한국마케팅학회, 2016.
- Martens, Bertin, “What does Economic Research tell us about Cross-border e-Commerce in the EU Digital Single Market? - A Summary of Recent Research”, JRC TECHNICAL REPORTS, 2013.5
- ECC-Net, “Fraud in Cross-Border e-Commerce”, 2014
- Chung, Ha-Sung, “Online ADR for the E-Commerce? European Union’s ADR Legislation for Cross-Border Online Trade”, 「중재연구」, 제25권 제3호, 한국중재학회, 2015.
- Lee, Hyun-jung, “Online Dispute Resolution(ODR) as Reality for Cross-border E-commerce: Some Examples”, 「國際商學」, 제29권 제3호, 한국국제상학회, 2014.
- International Post Corporation, IPC Cross-Border E-Commerce Report, 2010
- McDermott, Keira, Key Business Drives and Opportunities in Cross-Border eCommerce, 2015, CNP·PAYVISION
- Kommerskollegium National Board of Trade(Sweden), “E-Commerce – New Opportunities, New Barriers – A survey of e-commerce barriers in countries outside the EU”, 2012.4
- Liu, Rong Kun·Park, Suk Jae , “Analysis on the Logistics Modes of China Cross-border E-commerce - Focusing on B2C Transactions”, 「해양비즈니스」, 제32호, 한국해양비즈니스학회, 2015.
- Kim, Shina ·Jiang, Wei ·Chun, Eunha, “A STUDY ON THE SHOPPING VALUES, ATTITUDES AND BEHAVIORAL INTENTIONS OF CHINESE CONSUMERS TOWARD CROSS-BORDER SHOPPING”, Global Marketing Conference, 글로벌지식마케팅경영학회, 2016.
- U.S. Department of Commerce Global Markets, “Cross-border eCommerce-China”, January 2015
- Zhang, Yuan-Yuan·Chong, Ye , “A Study of Operation Mode in Cross-Border Mini E-Commerce Auto Parts Industry”, *International Journal of u- and e- Service, Science and Technology*, Vol.9 No.5, Science & Engineering Research Support Society, 2016.
- <http://www.crossborder-ecommerce.com/>, 15 Feb. 2017.

ABSTRACT**A Study on the Way to Amendment of the Law for
Diffusion of CBEC(Cross Border e-Commerce)**

Byung-Soo Ahn*

As to 'E-Commerce Trade' or 'The Cross Border E-Commerce (CBEC)' which has shown rapid diffusion, Korean government is providing active support on the basis of idea that it has profound impact on increase of export. However, sporadic support propelled by various ministries and agencies are not effective and efficient at all on actual circumstances. Consequently, in order to promote consistency, effectiveness, and efficiency of supporting policy, it is desirable to clarify competent ministry and the duty of cooperation to the other ministries and agencies. For its own sake, it is necessary to amend each existing laws which scattered all over the business territory, or to legislate new enactments. Yet these methods are extremely tough to carry out, therefore, it seems that amending 'Electronic Trade Facilitation Act', which already exist and regulate 'paperless trade' would be a realistic alternative. For the diffusion of Korean CBEC especially export, in this study the author insists that amending this law to promote CBEC is the most reasonable way comparing to other ways with several reference materials.

Key Words : Cross Border E-Commerce, CBEC, Electronic Trade Facilitation Act, Paperless Trade

* Professor, Department of International Trade and Logistics, Seoul Digital University