

가전제품 특소세 이대로 좋은가

- 가전제품 특소세 공청회 지상증계 -

한국소비생활연구원은 8월 14일 프레스센터에서 학계와 가전업계 관계자·소비자 등 2백여명이 모인 가운데 가전제품 특별소비세에 관한 공청회를 개최했다. 공청회에서는 가전제품이 100%가 넘는 보급율을 보이면서 생활 필수품으로 자리잡고 있음에도 불구하고 사치성 소비제품에 적용하는 특소세를 부과하고 있어 법적 개선이 시급하다는 의견이 제시됐다. 이날 행사에서는 한국소비생활연구원의 김연화 원장의 「특소세 관련 소비자 실태조사보고」, 한림대 경제과 나성린 교수의 「가전제품 특소세 현황과 과제」, 상명대 가정교육과 두경자 교수 「가전제품 보급이 여성사회 진출과 국민문화 발전에 미친 영향」 등의 주제발표와 토론이 있었다. 그 내용을 편집 정리한 것임

〈편집자 주〉



주제발표

1. 가전제품 소비에 대한 의식조사

한국소비생활 연구원
원장 김 연 화

가전제품 소비에 대한 소비자들의 의식과 최근 논란이 띠고 있는 특수세 적용에 대한 소비자 반응을 알아보기 위해 서울시내 거주하는 3백76명의 주부를 대상으로 조사를 실시한 결과,

1) 특별소비세 적용품목에 대한 인식

조사대상자들의 특별소비세 적용품목에 대한 인식은 대체적으로 보석·귀금속류 및 모피코트의 경우는 각각 85.0%, 86.6%를 나타내 상당히 높은 것으로 나타난 반면 청량음료 및 화장품의 경우는 각각 4.5%, 18.7%에 불과해 매우 낮은 인식정도를 나타냈다.

가전제품의 경우는 특별소비세 인식율이 71.1%로 나타나 다소 높은 것으로 나타나고 있지만 최근 가전제품에 대한 특별소비세 부과에 대한 사회적 여론이 비등한 점을 고려해 볼 때 이러한 인식정도는 다소 미흡한 것으로 판단된다.

또한, 분산분석결과에 따르면 특별소비세 인식율은 성별, 학력별 및 직업별로 상당한 인식차이가 있는 것으로 나타났다.

성별로는 남성이 여성에 비해 월등한 인식율을 보여주고 있으며, 학력별로는 학력수준이 높아질수록 인식율이 높아지고 있으나 예외적으로 중졸이하의 저학력집단의 인식을 또한 상당히 높은 것으로 나타났으며, 직업별로는 사무직이 판매직 또는 가정주부에 비해 상대적으로 높은 인식율을 보여주고 있는 반면 월평균소득 특성에 있어서는 소득이 높아질수록 인식을 또한 높아지는 것으로 나타나고 있으나 이는 통계적으로 유의적인 결과는 나타내지 못하고 있다.

2) 가전제품 간접세 부담에 대한 인식

조사대상자들의 47.7%는 “외국가전제품과 국내가전제품의 세율이 모두 같다”고 인식하고 있는 반면에 높다는 인식이 22.6%, 낮다는 인식이 28.0%로 나타나 소비자가 부담하고 있는 가전제품에 대한 특별소비세 등 간접세에 대한 인식이 미흡한 점을 보여주고 있다.

한편, 가전제품에 대한 특별소비세 적용에 대한 인식에 있어서는 긍정적 반응이 28.9%인 반면에 부정적 반응이 무려 55.2%(평균값=2.645)로 나타나 가전제품의 특별소비세 적용을 부당하게 인식하고 있는 것으로 나타났으며, 이러한 분석결과는 애시당초 사치성 소비 억제를 위해 제정된 특별소비세지만 이제는 거의 모든 소비자가 일반적으로 소비하고 있는 가전제품의 경우 그 적용취지가 없어졌으므로 당연히 특별소비세 적용은 폐지되어야 한다는 것을 의미한다.

아울러, 학력별로는 저학력집단의 부정적 성향이 상대적으로 높게 나타났으며 직업별로는 사무직 종사자들의 부정적 성향이 상대적으로 높게 나타났다.

그러나 가전제품 특별소비세 적용에 대한 인구통계적 특성간의 분산분석결과는 성별특성을 제외하고는 통계적으로 유의적인 분산차이를 나타내고 있지 못해 결론적으로 인구통계적 특성간의 차이없이 가전제품에 대한 특별소비세 적용에 부정적으로 인식하고 있음을 설명하는 분석결과이다.

3) 특별소비세 적용품목에 대한 평가인식

기존 특별소비세 적용에 대한 각 품목에 대한 조사대상자들의 평가인식은 품목특성에 따라 상당한 인식차이를 보여주고 있다.

우선, 특별소비세 적용에 부정적인 품목들을 살펴보면, 가전제품의 경우 소형 휴대용녹음기와 칼라 TV·냉장고·세탁기·전자렌지 등을 지적하고 있으며, 자동차에 있어서는 배기량 1,500cc이하 등을 지적하고 있으며, 반면에 특별소비세적용에 보다 긍정적인 품목들을 보면, 배기량 2,000cc이상 자동차, 100만원을 초과하는 귀금속과 고급모피, 세트당 500만원 개당 300만원을 초과하는 고급가구 등으로 나타나고 있다.

결론적으로 일반소비자들간에는 특별소비세가 비교적 사치성제품에 한정되어 적용되어야 한다고 인식하고 있으며, 특히 과거에는 사치성 고급제품이었지만 이제는 전혀 그렇지 못한 일반 가전제품과 경승용차 등의 경우는 특별소비세 적용에 상당히 반대하고 있음을 보여주고 있다.

4) 특별소비세 인하후 가전제품 구매의향

가전제품의 특별소비세가 인하될 경우 구매의향에 대해서 긍정적인 반응 비율이 31.0%로 나타났으며 부정적인 반응은 36.9%로 나타나 다소간 부정적 반응이 높게 나타나고 있으나 이에 대한 평균값이 2.949로 나타나 특소세 인하가 곧 가전제품의 수요증가로 연결되지 않을 것임을 설명하고 있다.

가전제품의 특별소비세가 인하될 경우 구매의향에 대한 인구통계적 특성은 우선, 성별로는 여성들이 남성들에 비해 상당히 긍정적인 것으로 나타나고 있으며, 소득수준이 높아질수록 구매의향 또한 높아지는 것으로 나타나고 있다.

아울러, 학력수준이 높아짐에 따라서도 구매의향이 높아지는 것으로 나타나고 있으며 직업별로는 정규직업종사자에 비해 가정주부들의 구매의향이 상당히 높게 나타나는 것으로 평가되고 있으나, 성별과 연령별 특성을 제외하고는 통계적으로 유의적인 분산차이를 보여주지 못하고 있는 것으로 나타났다.

결론적으로 가전제품의 특별소비세가 인하된다고 하더라도 향후의 가전제품에 대한 구매의향은 결코 긍정적이지 못하고 오히려 다소간 부정적임을 보여주고 있으나 인구통계적 특성으로는 성별로는 여성, 직업별로는 가정주부들의 경우 향후 긍정적인 구매의향을 보여주고 있다.

2. 가전제품 특별소비세 현황과 과제

한림대학교 경제학과
교수 나 성 린

특별소비세는 1977년 7월에 부가가치세와 함께 도

입된 이래 사치성 상품에 부가가치 세율보다 높은 세율로 부과되어 왔다. 이러한 특별소비세의 도입목적은 세수확보와 부가가치세의 역진성 보완, 그리고 수입대체 및 국내 유치산업 보호에 있었고 상당한 기간 동안 그 기능을 성공적으로 수행해 왔다고 할 수 있다. 그러나 우리의 1인당 국민소득이 1만달러를 넘어 서고 소비패턴이 변화함에 따라 과거의 사치성 상품, 특히 그중에서도 가전제품들이 더이상 사치성 상품이 아님에도 불구하고 계속 특별소비세가 부과되고 있어 세부담의 역진성을 초래할 뿐 아니라 일반중·저소득층 소비자들의 불만의 대상이 되어 왔다.

정부도 이러한 문제점을 알고있으나 선불리 특별소비세를 인하하거나 폐지하지 못하는 이유는 세수의 감소를 우려하기 때문이다.

그러나 이러한 세수감소에 대한 대체세원의 발굴여부를 떠나서 중저소득층의 소비제품에 고율의 소비세가 계속 부과되는 현상은 특별소비세 원래의 기능을 위배할 뿐 아니라 소비의 왜곡을 가져와 국민경제적으로 바람직스럽지 못한 결과를 초래할 수 있다.

특소세율을 인하하거나 폐지하게 될 경우 95년 현재 1조원 이상의 세수감소가 예상되기에 심각한 재정수입 확보문제가 제기된다.

가전제품을 예로 들면 94년의 경우 특소세 수입이 7,701억원인데 특소세를 비과세할 경우 이 특소세수만 줄어드는 게 아니고 특소세에 부가되는 교육세(특소세액의 30%)와 부가가치세(특소세 포함가격의 10%)의 몫까지 감소하게 되는 것이다. 따라서 올해부터 특소세가 폐지될 경우 세수감소 예상액은 단순한 특소세 감소액의 1.43배 정도가 된다.

그러나 특소세 부담의 역진성이 심화된 필수품화된 품목에 대해선 특소세의 세율을 인하하거나 비과세하여 중저소득층의 세부담을 완화해줌으로써 세부담의 역진성을 시정할 필요가 있다.

문제는 중저소득층 소비자들의 불만의 대상이 되면서 세부담의 역진성을 초래하는 이러한 가전제품 특소세를 폐지해야 하는 것은 당연한데 예상되는 세수 손실을 배워 줄 대체세원을 어디에서 찾느냐 하는 것이다.

이런 점을 감안할 때 가전제품 특소세의 세율조정 방안은 다음과 같이 정리될 수 있다.

먼저 세부담의 역진성이 두드러진 가전제품(소형냉장고 소형컬러TV 소형세탁기 등)에 대해선 특소세를 비과세한다. 이러한 비과세는 한꺼번에 비과세하는 방안과 3~5년의 기간을 두고 대체세원을 확보해 가면서 점진적으로 비과세하는 방안이 있을 수 있다.

다음으로 세부담이 아직 누진적으로 나타나고 있는 대형제품에 대해선 향후의 소비대중화 추세를 감안하여 세율을 조정한다.

한편 대체세원 확보방안으로는 첨단과학의 발달에 따른 새로운 특소세 대상 품목의 발굴, 기존 특소세 품목의 세율인상 등이 고려될 수 있다.

가장 손쉬운 방법은 석유류(특히 경유)에 대한 세율인상처럼 보이나 이것은 물가상승과 산업경쟁력 약화라는 문제를 초래한다. 그러나 이 방안은 장기적으로 외부불경계를 줄이면서 수요감소 및 대체에너지 개발과 에너지 효율증대를 가져와 물가상승이나 산업경쟁력 약화라는 문제점을 해소해 줄 수도 있다.

마지막으로 세수증대에는 많은 도움이 되지 않을지 모르나 누진성이 높은 기존의 고소득층 중심의 사치성 품목에 대해선 특소세율의 인상을 고려할 필요가 있다.

3. 가전제품의 보급이 여성 사회진출과 국민 문화 발전에 미치는 영향

사명대학교 가정교육과 교수 두 경 자

본 연구에서는 가정기기 보급을 추이와 이에 따른 가사노동의 변화와 가전제품 효과를 여성의 사회진출과 국민문화에 미치는 영향으로 나누어 살펴보았는데 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

가전제품이 가족들의 기본적 욕구와 요구수준을 증가시켜 주부에게 새로운 정신적 부담을 주고 있기는 하지만 가전제품 덕분에 가족들은 다양하게 조리된 음식을 섭취하고, 깨끗한 옷을 입고 더욱 청결한 집에서 더 따뜻하게 살 수 있게 되었다. 가정기기(가전제품)는 다양하고 쾌적한 삶에 대한 욕구를 충족시키

므로서 생활의 질을 향상시켰다.

첫째, 대부분의 가전제품의 보급은 전반적으로 증가하는 추세를 보인다. 그러나 예외로 재봉틀은 보유했던 것이 떨어지는 추세이다. 그 이유는 재봉틀이 시간구매나 시간절약 상품이라기 보다 취미생활을 구현하는 한 도구로 사용되기 때문이다.

둘째, 가전제품은 여성의 사회진출에 기여하였다. 가전제품은 생활표준을 증가시키고 새로운 가사노동을 부가시켜 부분적으로 주부의 가사노동을 증가시키기도 하였으나, 전반적으로는 주부의 가사노동을 간소화 시킴으로써 노동부담을 덜어주었다.

즉, 취사기기의 발전은 다양한 조리에 대한 욕구를 증가시켰고 세탁기의 도입은 청결에 대한 표준을 높여 세탁과 관련된 노동을 증가시켰으며 기기 관리 및 유지, 주스만들기와 같은 새로운 가사노동이 창출되기도 하였고 가사노동의 수행방식 및 양과 질을 크게 변화시켜 결과적으로 취업주부의 가사노동을 절감시켜 시간과 에너지 소모를 완화시켜 주었다. 여성의 사회진출에 대한 인식의 변화와 여성 자체 내에서의 의식개혁에 따른 여성의 사회활동 참여를 적극 유도하였다.

셋째, 가전제품은 국민문화발전에 기여하였다. 가정의 일을 보다 빠르고 간편하게 할 수 있게 해주는 가전제품들의 사용으로 여가시간이 증가하여 문화생활을 즐길 수 있는 기회가 많아졌거나 가전제품을 이용해서 직접 문화생활을 즐길 수 있게 되었다.

결과적으로 가전제품의 보급은 여성의 사회진출과 국민문화생활에 기여하여 모든 사람의 삶의 질을 향상시켜 주었다.

주제토론

1. 학계

서울시립대 경제학과 교수 송 쌍 중

가. 우리나라의 가전제품은 특히 일본제품 및 미국

제품과의 경쟁이 치열하다는 점을 간과할 수 없다. 이와 관련하여 우리는 밀수품의 유입에 유의하여야 한다.

해상을 통하여 그리고 미군 PX를 통하여 엄청난 양의 밀수품이 특소세는 물론 이려니와 부가 가치세와 관세 및 교육세까지도 깡그리 포함한 상태로 국내시장에 유입되고 있는 것이 현실이다. 이러한 밀수품의 유입을 근절함으로써 자연적인 세수증대를 꾀한다면 그 만큼 특별소비세를 인하할 여지가 생길 것임은 분명한 사실이다. 이 또한 제도개선과 세무행정의 개선을 통하여 가능한 일이며, 이는 역시 정부의 몫이다.

나. 소형가전제품에 대한 특소세의 즉시적인 비과세 조치에는 찬성하기 곤란하다.

그 이유는 세수결손을 때우는 대안이 적절하지 않다는 점에서도 찾을 수 있지만, 그보다는 그러한 가전제품의 수요폭발(특히 국민성을 감안할 경우에 예상되는)로 인한 부작용이 염려되기 때문이다.

두경자교수가 지적한 대로 가전제품의 보급은 가정주부(특히 전업주부)의 여가시간의 과잉창출을 가져올 수 있는데, 값싼 가전제품의 보급이 심리적인 영향까지 겹쳐 지나치게 급속히 이루어질 경우에 상대적으로 늘어나는 여가시간을 주체하지 못한 주부들에 의하여 빚어지는 사회문제도 고려할 필요가 있기 때문이다. 그러므로 현행 15%의 가전제품의 세율을 소형에 한하여 10%와 5%의 수준으로 약 3년씩의 시차를 두고서 단계적·점진적인 인하조정을 꾀하는 것이 바람직하다고 생각된다.

다. 가전제품에 관한 특소세율 인하문제는 소비자 측이 아닌 생산자측에서도 들고 나올 수 있는 성질의 것이다. 그러나 지금까지 전자제품 생산업체들이 이 문제를 본격적으로 거론한 사례는 거의 없었다고 기억된다. 이는 가전제품이 그만큼 호황이었다는 점을 간접적으로 말하여 주는 것이지만, 맥주의 경우에 호황임에도 당해 업체가 계속하여 세율인하를 위한 대정부 건의를 계속하여 온 점과 대비된다. 이러한 저간의 상황을 고려할 때에 소비자단체에서 이러한 문제를 거론하게 되었음은 매우 시의적절한 일이라 생각된다.

2. 시민단체

녹색소비자 연대
박인예 사무국장

우리나라의 조세구조를 개혁해야 한다는 주장이 강력하게 제기되어 오고 있다. 현행 우리나라의 조세제도는 과거 정부 주도하의 고속 경제성장을 뒷받침하던 구시대의 제도이고 권위주의적인 요소를 많이 내포하고 있다는 지적이다.

그 중 특소세는 소비자의 소비생활과 직결되며 그 개정 방향이 소비자의 권익과 관련이 깊고 경제정의 실현 측면에서도 중요하다고 본다.

1) 효율성 측면

특소세의 성격이 과소비와 사치성 소비재의 서비스의 사용을 억제하고 세수의 목적에 있다고 본다면 현행 가전 제품류, 식품류 등이 특소세 부과는 이러한 효과를 가져오기에는 무리가 있다. 발제를 통해서 특히 가전제품이 우리생활의 비중과 역할에 대해 충분히 개선되었고, 대체효과를 통한 소비 억제의 품목이 아니기 때문이다.

그럼에도 불구하고 가전제품이 특소세 총액의 32.2%는 너무 많다고 본다.

최근 국제수지 악화 등 물가고의 경제난을 해결방안의 하나로 늘 소비자에게 책임을 전가한다는 인상을 지울 수 없지만 과소비의 명목하에 소비자의 절약을 요구하고 있다. 소비의 형태에 있어서 무엇이 과소비 인지 알수 없는 현실에서 사지 말자 구호로 해결 될 문제가 아니다.

2) 공정성 측면

조세제도의 중요한 목적의 하나가 자원의 재분배 효과라고 볼 때 현행 특소세는 제도의 성과를 못 올

리는 조세제도이다. 특소세가 최근에는 오히려 증저 소득층에 더 많은 부담이 되고 있다는 발제가 있었다.

이는 현행 특소세의 공정성의 결여된 부분임이 명백한 것으로 개정되어야 한다.

3) 신축성 측면

조세제도가 경제환경 변화에 대해 신축적으로 대응해야 된다고 볼 때 현행 특소세는 분명 그 명분이 상실되었다고 본다. 최근 가전제품 부분에 있어서도 새로운 기술개발로 첨단 제품이 생산 판매되는 가운데 신제품이 특소세로 당연히 편입해야 되는지에 대해 검토가 있어야겠다.

그외의 현행 특소세 문제 중에는 몇몇 고가품의 경우 세율이 높은 것 때문에 음성적인 거래가 이루어져 그 시장이 확대되면서 자원배분의 왜곡현상을 가지고 있으므로 이에 대한 대응이 요구된다.

소비세에 대한 조세구조의 전반적인 재검토가 있어야 되겠다. 21세기를 바라보는 소비의 형태는 지구자원을 절약하고 오염을 방지하는 생산 소비구조로 나아가야 된다고 볼 때 사치스럽다고 소비를 억제하고 세금을 부과하는 것이 아니라 자원의 남용과 오염이 심한 상품의 생산과 소비를 줄이도록 유도하는 조세제도의 도입이 요구된다.

외부불경제효과를 가져오는 상품에 더 과중한 세금을 부과하도록 해야한다.

따라서 가전제품에도 에너지 소비효율이 높은 제품의 경우와 그렇지 않은 상품의 차별, 리사이클링이 가능한 부품 사용제품의 차별화 등 새로운 시각으로의 소비세(특소세)가 요구된다고 본다.

3. 관련기관

한국조세연구원
성명 재박사

우리나라에서 특별소비세를 도입할 당시에는 특별소비세의 일차적인 과세목적은, 사치성 소비재에 대한 과세를 통해 세부담의 역진성을 보완하는데 치중

하였고, 부수적으로는 경기조절 및 소비억제 기능을 견지하며, 수입대체를 통한 국내 유치산업 보호 등의 기능을 수행하도록 하였다. 이에 따라 특별소비세가 도입된 당시 즉, 1970년대 중반에는 주요 가전제품(세탁기, TV, 냉장고, 에어컨 등)의 경우 보급율이 낮은 수준으로서 일부의 고소득층이 주로 소비하였으며, 이 밖에도 사치성이 높고 보급을 또한 낮았던 자가용 승용차, 귀금속·보석제품 등을 중심으로 과세대상을 선정하여 세부담의 역진성 보완기능을 강조하였다.

그러나 우리나라는 지속적인 경제발전에 따라 경제의 규모가 눈부실 정도로 확대되었으며, 소득수준이 크게 향상되고 이에 따라 소비패턴이 상당히 고도화되면서 일반 소비자들의 소비형태에 커다란 변화가 있었다. 1980년대 이후, 특히 1980년대 중반 이후 3저 호황을 맞이하면서 우리나라의 소비패턴의 고도화·대중화 추세가 가시화되면서 일반 가전제품에 대한 보급율이 상당히 크게 증가하기 시작하였다. 더욱이 소득수준의 지속적인 증가에 따라 사치성 소비재를 과세함으로써 세부담의 역진성을 완화하려는 특별소비세의 기능 및 과세목적도 변화된 시대적·경제적 여건변화에 따라 상당히 변화하게 되었다. 특별소비세의 세부담 역진성 기능이 최근에 상실되고 있는 만큼 현실에 맞추어 특별소비세의 과세대상을 진정한 의미에서의 사치품에만 국한시킴으로써 세부담의 역진성 보완 기능을 현실에 맞추어 개편하여야 하며, 여기에 추가하여 환경문제와 교통문제 등과 같이 외부불경제를 초래하는 부분에 대해서도 과세를 강화함으로써 생활의 질을 향상시킬 수 있는 방향으로 특별소비세 체계를 개편하는 것이 필요하다.

이외에도 가전제품에 대한 특별소비세 비과세 문제는 다른 측면에서도 필요성을 찾을 수 있다.

우리나라가 보다 선진화된 경제구조를 갖추게 되면, 여성인력의 사회참여가 확대되고 그 만큼 가사노동의 절감을 요구하며, 가사노동의 절감은 냉장고, 세탁기 등 가사노동과 직접적인 연관관계가 높은 제품에 대한 물리적·경제적 접근(access)이 보다 용이해져야 할 뿐더러 이러한 과정 속에서 이들 제품의 대

형화는 필수적인 요소이기 때문이다. 가전제품에 대한 보급의 확대 및 대형화 유도를 측면에서 지원해 주기 위해서는 관련 소비세 부담을 경감시켜 줌으로써 가능한 낮은 가격에 구입이 용이할 수 있도록 해 주어야 하기 때문이다.

이 외에도 산업측면에서도 소비세율을 인하하게 되면 가격경쟁력이 제고되고 국내시장이 확대되므로 총체적인 기업여건이 개선되어 그만큼 경제발전에 기여할 수 있게 된다.

다만 이러한 측면에서의 여건변화에 따른 특별소비세 과세체계 개편은, 조세의 하나로서 특별소비세가 지니고 있는 일차적인 기능, 즉 세수확보의 기능이 전제가 되어야 함은 물론이다.

따라서 이상과 같이 생활 필수품화된 소비재에 대한 특별소비세의 세율인하 또는 비과세 조치는 필연적으로 세수감소를 초래하므로 대체세원 발굴이 전제되어야 한다.

따라서 차제에 대중 생활 필수품에 대해서는 특별소비세를 비과세하는 것이 바람직할 것이며, 만약 이러한 것에 의한 세수감소 문제가 장애요인이 된다면 단계적으로 세율을 인하하여 장기적으로 비과세하는 것이 바람직할 것으로 사료된다.

4. 산업계

한국전자산업진흥회
박 재 린 상무이사

1) 가전제품 특소세 부과 문제점

가. 가전제품은 사치품이 아닌 생활필수품임

C-TV, 냉장고, 세탁기 등 가전제품은 이미 보급율이 100%를 넘어선 국민생활에 있어 없어서는 안 될 생활 필수품으로 특별소비세 부과 기본 취지도 맞지 않는다.

주요 가전제품의 보급율('95)

구 분	C-TV	VCR	냉 장 고	세 탁 기	전자렌지
보급율 (%)	137	81	105	96	53

나. 가전제품의 세율은 사치품 보다도 높아 과세 형평성에도 문제

가전제품의 세율은 타 산업제품(보석이나 귀금속 : 100만원이하 비과세, 자동차 : 배기량800cc 이하 비과세 등)들 보다도 훨씬 높은 세율로 특별소비세의 근본 취지에도 맞지 않을 뿐만 아니라 과세형평에도 어긋난다.

다. 가전제품은 국민 문화수준 향상에 크게 기여

- 가전제품은 주부의 가사노동 경감과 농촌지역의 노동력 경감 뿐만 아니라 국민 문화수준 향상에 크게 기여하고 있다.
- 주부들의 가사노동 경감으로 취미생활, 여성의 사회 진출 기회 확대 등에 기여
- 특히 세탁기, 냉장고 등의 보급은 농촌지역의 노동력을 경감시켜 이농현상 등에 따른 노동력 부족현상 해소에 기여
- C-TV, VCR, 오디오 등의 보급으로 국민들의 문화수준 향상에 기여

라. 경쟁국에 비해 높은 간접세로 국제경쟁력 약화

- 주요 경쟁국의 간접세 현황
- 세계 주요국의 간접세는 일본 3%, 미국은 주에 따라 4~9%, 대만은 13% 등으로 우리나라의 제세율(31.45~38.6)보다 현격히 낮다.
- 간접세 측면에서의 각국과의 가격 비교
- 간접세를 포함한 제품 가격면에서 일본과는 최대 35.6%, 미국과는 29.6%의 현저한 차이를 보이고 있으며 경쟁국인 대만, 말레이시아 등과도 20% 이상의 차이를 보이고 있다.

2) 개선방향

가. 특소세 폐지를 통한 내수시장 활성화

- '96년 가전제품의 국내수요는 약 7%의 성장이 예측되고 있으나 특별소비세가 폐지될 경우 보급율이 다소 낮은 컴포넌트와 VCR이 높

은 수요 창출이 예상되며 C-TV의 경우도 대형제품 등으로의 수요창출이 가능 할 것으로 전망되어 약 20% 정도의 증가가 예상된다.

나. 특소세 폐지로 물가안정 도모

- 가전제품의 특소세 폐지는 제품에 부과되고 있는 간접세 만큼의 가격인하 효과를 가져와 16.32% 이상의 가격인하 효과를 가져오며 이에 따라 물가안정에도 크게 기여하게 된다.

다. 가전산업의 국제경쟁력 제고

- 수요촉진으로 내수시장의 기반이 강화되고 이 로인해 수입 가전제품과의 경쟁이 가능해진다.
- 내수시장 기반을 토대로 공장 가동을 향상, 제

조원가의 공동부담 등으로 가격경쟁력 향상, 이를 통한 수출증대 이룩하게 된다.

- 첨단 기술개발 촉진 및 수출 주력제품 상품화로 신규투자 확대된다.
- 관련산업 및 중소기업체 경영향상으로 고용 창출, 관련산업의 활성화가 도모된다.

3) 결 론

- 가전제품은 이미 보급율이 100%를 넘어선 생활 필수품으로 특별소비세의 목적에도 어긋나며, 다른 사치품과의 형평성을 고려하여 가전 제품에 부과되는 특별소비세(현행 15%)를 대폭 인하, 폐지해야 한다.

세계 HDD시장 '쾌청'

세계 하드디스크 드라이브(HDD) 시장이 오는 2000년까지 성장을 지속할 것으로 전망했다.

미국 시장조사회사인 데이터퀘스트의 최근 발표에 따르면 세계 HDD 시장은 미국 휴렛패커드(HP)의 사업중단과 시게이트 테크놀로지의 코너 페리퍼럴스사 인수 등 급속한 시장환경의 변화에도 불구하고 오는 2000년까지 연평균 19% 정도의 성장률이 유지될 것으로 보인다.

데이터퀘스트는 또 현재 PC 한대 당 1.5대의 HDD가 탑재돼 있으나 2000년에는 1.6대로 늘어날 것으로 보여 이같은 추세라면 HDD생산율이 PC본체의 생산율을 앞지르게 될 것이라고 전망했다.

한편 올해 HDD 생산규모는 전세계적으로 총 1억1천4백만대가 예상되는 가운데 90%를 미국의 시게이트 테크놀로지·퀀텀·웨스턴디지털·맥스토어·IBM 등 5개 업체가 차지

할 것으로 내다봤다.

이중 최근 코너 페리퍼럴스를 인수한 시게이트 테크놀로지가 올해 약 31%의 시장을 점유, 지난해 23%를 차지한 퀀텀을 앞지러 것이 확실시된다. 또 퀀텀은 지난해와 비슷한 23%를 웨스턴디지털은 17%를, 맥스토어 10%, IBM 9%의 시장 점유율을 기록할 것으로 전망된다.