

전자상거래와 조세

김 정 평* · 김 충 수**

〈 목 차 〉

- | | |
|----------------|------------|
| I. 서론 | IV. 요약과 결론 |
| II. 전자상거래의 개요 | 참고문헌 |
| III. 전자상거래와 조세 | |

I. 서 론

2000년대 미래사회는 디지털 기술을 근간으로 하는 고도정보통신기술이 사회제반영역의 기반을 형성하는 고도정보사회가 될 것으로 전망하고 있으며, 이러한 한 경제체제로부터 다른 체제로의 변환은 새로운 형태의 경제주체, 경제활동 및 경제조직을 요구하게 될 것이다.

최근 들어, 인터넷이 고도정보사회의 특징과 유사한 이유인 전세계를 연결하는 정보망, 개방구조의 용이한 접속, 사용자 중심의 이용환경 등으로 인하여 폭발적인 증가를 보이고 있으며, 컴퓨터 보급의 확산과 국제간 통신수단의 혁신적인 발전에 의하여 인터넷은 문자, 소리, 그림, 동화상 등 거의 대부분의 디지털 정보의 교환뿐만 아니라 지구상의 수천만명에 대한 새로운 형태의 방송, 신문, 책자 등의 보급을 가능케 하였다. 이러한 신기술의 발전은 새로운 형태의 거래인 전자상거래와 지리적 공간이 아닌 가상공간(cyberspace)으로 알려진 새로운 상업지역을 탄생시키게 되었다.

전자상거래란 다양한 형태의 전자적인 매체를 이용하여 상품 및 서비스의 거래에 필요한 정보를 교환하고 거래하는 것을 말하는 것으로, 상행위 이외에도 계약, 건설, 은행업무, 엔지니어링, 운송 등과 관련된 일체의 거래행위를 포괄적으로 의미한다.

*한국철도대학 경영정보과 조교수

**한국철도대학 경영정보과 전임강사

이러한 전자상거래는 PC의 폭발적 보급, 네트워크의 개방화, 쌍방향·멀티미디어의 통신기술 발달, 글로벌화의 진전 등으로 점점 활기를 띠고 있다. 시장조사기관들은 지난 94년 약 2천 4백 50억달러(1백 96조원)였던 세계 전자상거래 규모가 2002년에는 약 1조 6천 5백억달러(1천 3백 20조원)에 이를 것으로 예측, 폭발적인 성장이 일어날 것이라고 전망하고 있다.

한편, 1997년 7월 미국이 “A Framework for Global Electronic Commerce”를 발표한 이후 전자상거래는 국제적인 정책적 현안으로 대두되었으며, 각 국가별 대응은 자국의 이해와 관련하여 상이한 형태를 띠고 있다.

이러한 전자상거래에 대한 필요성은 소비자·기업간 거래와 기업간 거래에서 볼 수 있다. 우선 소비자와 기업간 거래에 있어서 전자상거래가 필요한 이유는 소비자가 현재의 점포 및 통신판매와 비교하여, 첫째 시간과 공간을 초월하여 액세스가 가능하다는 점, 둘째 정보검색 성능이 우수하다는 점, 셋째 유통비용의 절감으로 가격인하를 기대할 수 있다는 것이다. 그리고 기업측면에서도 점포개설 및 운용비용이 낮고, 상권의 제한이 없으며, 상품이나 가격변경에 자유롭다는 것이다. 한편 기업간 거래에 있어 전자상거래의 필요성은 현행거래체제와 비교할 때, 거래자료의 입력이나 처리비용이 절감되며, 상품흐름에 대한 일관적인 관리가 가능하게 된다. 그리고 결제시스템에 있어서도 폐쇄적인 EDI보다 전체적으로 거래의 효율화·활성화에 기여할 수 있는 것이다.

그러나, 전자상거래가 아직은 정착되지 않고 세계 도처에서 시험중인 거래방식이기 때문에 앞에서 언급한 희망찬 미래만을 보여주는 것은 아니며, 조세문제, 지적재산권, 프라이버시보호, 보안, 내용물규제, 소비자보호 등과 같은 많은 문제점을 내포하고 있다. 이러한 문제점을 해결할 수 있다면, 전자상거래는 오늘날 우리가 경험하고 있는 무한경쟁의 세계화, 지식기반경제로의 이행 그리고 정보통신기술을 바탕으로 각광을 받는 거래형태가 될 것이다.

이에, 본 논문에서는 미래에 각광을 받을 새로운 거래방식인 전자상거래의 발전과 시장의 규모를 살펴보고 전자상거래가 조세제도에 미칠 영향을 파악하고자 한다. 또한 전자상거래에 대한 조세문제에 대한 국제적인 동향을 정리하고, 우리나라의 조세정책의 기본방향을 제시하고자 한다.

II. 전자상거래의 개요

1. 전자상거래

전자상거래의 개념에 대해서는 아직 뚜렷하게 정의내린 것이 없지만, 일반적으로 전자상거래(Electronic Commerce, EC)는 다양한 형태의 전자적인 매체를 이용하여 상품 및 서비스의 거래에 필요한 정보를 교환하고 거래하는 것을 말하는 것으로, 상행위 이외에도 계약, 건설, 은행업무, 엔지니어링, 운송 등과 관련된 일체의 거래행위를 포괄적으로 의미한다.

전자상거래를 통해 교환되는 상품 및 서비스에는 가구나 의복과 같은 물리적 상품 이외에도 컴퓨터 소프트웨어, 영상오락물, 정보서비스, 전문가 컨설팅, 금융서비스, 교육, 광고 등과 같이 전송이 가능한 디지털 상품 및 서비스가 포함된다(Clinton, 1977).

전자상거래와 관련된 주체로는 기업, 개인, 정부 등이 있으며, 이러한 경제주체관계를 ESPRIT(1996)는 기업간의 거래, 기업과 정부, 개인과 기업간의 거래로 분류하고 있다.

글로벌 네트워크를 비롯한 혁신적인 정보통신기술의 발달과 더불어 전통적인 거래환경이 급격히 변화하고 있으며, 고객, 공급자, 판매자, 산업군, 심지어 경쟁자와 네트워킹을 통하여 거래의 효율을 증가시키고 지속적으로 시장확대를 추구하고 있다. 또한, 컴퓨터와 통신의 결합은 이제 개인이나 조직내부의 거래처리시스템, 경영정보시스템의 이용을 훨씬 뛰어 넘어서 통신망을 이용하여 상품이나 서비스를 구매하고 판매하는 전자상거래라는 새로운 형태의 업무방식을 만들어 내고 있다.

전자상거래를 사용함으로써 나타나는 효과를 나열하면, ① 전자적으로 개방된 시장에서 공급업체간 경쟁이 강화되어 구매자의 비용이 절감되고 ② 온라인으로 입찰정보 데이터베이스 접속, 입찰서 제출, 결과 조회가 가능하여 공급자의 비용이 절감되며 ③ 잠재고객에 대해 쉽고 저렴한 마케팅이 가능해 신규시장 개척이 용이하다. ④ 지리적인 거리를 초월한 새로운 시장 진입이 용이하게 되고 ⑤ 비즈니스과정들이 상호 연결되어 각 단계별 및 세부과정간의 시간지연이 제거되어 상거래의 신속성을 가져 오게 된다. ⑥ 제품사양이 표준화되고 경쟁이 심화되어 제품의 품질이 개선되며, 시장의 확대와 제품의 주문생산이 이루어져 제품의 다양화가 이루어지고 ⑦ JIT와 통합화 제조기술을 통하여 제품이나 서비스에 대한 요구를 전자적으로 연결시킬 수 있으며 재고관리비용과 불량재

고에 의한 리스크가 줄어든다. ⑧ 관리과정의 표준화, 자동화, 대규모 통합을 통하여 간접비를 절감하여 원가통제에 도움을 준다. ⑨ 종이문서를 줄일 뿐 아니라 실제로 움직이지 않고도 전자적으로 정보를 얻기 때문에 공해물질을 줄일 수 있게 되는 효과를 가져다 준다고 한다. 한편, 전자상거래를 도입함에 따른 결과는 제품개발기간 단축, 기술설계 변경 감소, 신제품 시장도입기간 단축, 품질향상, 사무직 생산성 향상, 매출영향 증가, 수익성 증가가 나타났다고 하였다(신동민, 1997).

전자상거래에 이용되는 통신매체는 전화, PSDN, ISDN, B-ISDN, ATM망과 MHS(Message Handling System), FTAM(File Transfer Access and Management), BBS, Fax, E-mail, WWW, FTP(File Transfer Protocol) 등이 있다.

한편, 인터넷은 전세계를 연결하는 정보망, 개방구조의 용이한 접속성, 사용자 중심의 이용환경 그리고 상대적인 저렴성으로 인하여 폭발적인 증가를 보이고 있다. 최근들어, 인터넷을 이용한 전자상거래에 대한 관심이 상당히 높아지고 있다. 특히, UN의 국제 상거래법 위원회가 국제간 거래에 있어 전자상거래의 법률적 기초를 제공하기 위해 1996년 6월 채택한 전자상거래에 관한 모델법을 제정하고 있으며, 특히 미국의 경우 21세기 미국기업의 경쟁력 향상을 위한 사회간접자본 성격의 정보통신서비스 제공과 인터넷을 사용한 상거래 및 대금결제에 지원하기 위한 국제 표준의 개발을 주도하기 위하여 NII 프로그램의 일환으로 CommerceNet를 설립하여 운영중에 있다.

국내에서도 인터넷을 통한 전자상거래에 대한 각계의 관심 증가와 정보통신산업의 육성을 위한 정부의 노력이 부각되고 있다.

인터넷의 상용화가 진전되면서 전자상거래의 적용 범위 및 발전속도는 가히 혁명이라 할 수 있다. 전자상거래를 통하여 조직 및 개인은 생산성 향상, 경영판단의 합리화, 신속한 거래, 재고의 절감, 경쟁력 강화, 판매비용 절감 등의 효과를 가져 올 것이고 전자상거래의 발전 및 적용은 계속 확대될 전망이다.

인터넷을 이용한 전자상거래가 미래 경영기법 중의 한 패러다임으로 위치를 확고히 자리잡을 것이며 향후 수년간 가장 빠르게 발전하는 분야가 될 것임에는 의심의 여지가 없다. 따라서 이와 관련된 현실과 문제점을 인식하고 이에 선두적으로 동참하는 기업에게는 인터넷을 이용한 전자상거래가 무한한 기회를 제공할 것이다.

2. 전자상거래 시장의 규모

미국의 시장조사회사인 IDC의 최근조사에 따르면 전자상거래 시장은 매년 급속도로 성장해 현재의 3억 5천 4백만달러에서 오는 2000년께는 1천 9백억달러 규모에 이를 전망이다. 가상상점들의 연간 매출액은 현재 평균 5만5천달러에서 2천만달러에 이를 것이라고 한다. 이같은 점들은 인터넷 사용자의 평균연령이 30대초반에서 중반으로 높아지면서 인터넷의 기능이 학술정보교류수단에서 비즈니스수단으로 급속히 전환하고 있는 것과 밀접한 관계가 있다고 말할 수 있다.

인터넷은 전자상거래의 주요수단이기 때문에 인터넷의 이용자 현황과 전망을 살펴보면 전자상거래의 규모와 전망을 알 수 있을 것이다.

Network Wizards가 발표하는 “Internet Domain Survey”의 결과에 따르면 1998년 5월 현재 인터넷에 연결된 전세계의 컴퓨터수는 <표 1>에서 보듯이 약 2,967만대이고, 도메인은 1997년 7월 1,310,000개에 이르고 있는 것으로 나타났다. 각 연도의 증가율은 평균 150% 이상을 상회하고 있다.

한편, IDC에 따르면 세계 인터넷 이용자는 오는 99년에는 2억명, 2000년에는 세계 50억 인구중 10억명 이상이, 2002년에는 30억명이 인터넷 가상공간에 발을 들여 놓을 것으로 전망하고 있다.

<표 1> 인터넷의 호스트수와 도메인수

조 사 일	호 스톱		도 메 인	
	수	증가율	수	증가율
1995년 1월	4,852,200	218%	71,000	237%
1996년 1월	9,472,000	195%	240,000	338%
1997년 1월	16,146,000	165%	828,000	345%
1998년 5월	29,670,000	184%	1,301,000	157%

그리고, 우리나라 경우는 <표 2>에서와 같이 호스트수는 1998년 5월 169,229개이고 도메인은 12,779개로 급속한 신장률을 보이고 있다.

〈표 2〉 국내 인터넷의 호스트수와 도메인수

조 사 일	호 스톱		도 메 인	
	수	증가율	수	증가율
1995년 12월	36,644	264%	579	357%
1996년 12월	73,191	200%	2,664	460%
1997년 12월	131,005	178%	8,045	302%
1998년 5월	169,229	129%	12,779	159%

(출처 : 한국인터넷정보센터)

이러한 인터넷을 이용한 전자상거래의 규모는 급속하게 증가하고 있으며 앞으로 지속적으로 증가하여 향후 30년 이내에 민간소비지출의 30%를 점유할 것이라는 전망도 나오고 있다.

미국의 Forest Research가 발표한 최근 자료에 의하면 1997년 현재 미국의 전자상거래 규모는 다음의 〈표 3〉에서 나타나듯이 1,138백만달러에 이르고 있으며 오는 2000년에는 6,579백만달러에 이르게 될 것이고, 현재는 매년 1.5배의 신장률을 보일 것으로 예측하고 있다.

〈표 3〉 미국 전자상거래 시장규모

(단위 : 백만달러)

	1996년	1997년	1998년	1999년	2000년
매 출 액	518	1,138	2,371	3,990	6,579
증 가 율		220%	208%	168%	164%

(출처 : Forrester Research)

또한 전세계적인 전자상거래 시장의 추이는 〈표 4〉와 같이 2005년까지는 연평균성장률을 16%로 예측하고 있어 세계적으로 매우 커다란 가상시장이 될 것으로 보인다.

〈표 4〉 세계 전자상거래 시장추이

(단위 : 십억달러)

	1995년	2000년	2005년	연평균증가율	
				1995 ~ 2000	2000 ~ 2005
매출액	368.9	773.8	1,647.4	16%	16%

(출처 : ETRI 주간기술동향)

한편, 우리나라의 전자상거래시장 규모는 다음의 <표 5>에서 국내 인터넷 이용자의 전망이 연평균 51.3%를 증가하는 것으로 하여 2002년에는 1천9백만명이 될 것이라고 한다. 그리고 인터넷에 접속되어 있는 국내호스트의 전망을 <표 6>에서와 같이 매년 두자리수의 증가로 2002년에는 431,000개로 증가하여, 전자상거래의 이용자가 크게 증가할 것이라는 예측이다.

이를 바탕으로 하여 <표 7>에서는 국내의 전자상거래 시장의 규모가 1996년에 약 63억원에 이르고 오는 2000년에는 약 613억원에 달할 것으로 전망하고 있다.

<표 5> 국내 인터넷 이용자 전망

1999년	2000년	2001년	2002년	연평균증가율
6,000,000	10,000,000	15,000,000	19,000,000	51.3%

(출처 : 정보통신부 정보통신망 고도화 추진계획, 97. 9)

<표 6> 국내 호스트 전망

	1999년	2000년	2001년	2002년
수	249,000	309,000	368,000	431,000
증가율	32%	24%	19%	17%

(출처 : 한국인터넷정보센터)

<표 7> 국내 전자상거래 시장규모

(단위 : 백만원)

	1996년	1997년	1998년	1999년	2000년
매출액	1,400	6,258	15,094	34,434	61,396
증가율		447%	241%	228%	178%

(출처 : 데이콤)

위에서 알아본 인터넷과 전자상거래 시장의 규모와 전망은 매우 밝다고 할 수 있기 때문에 우리나라도 국제적인 동향에 맞추어 발빠른 대응책을 수립하여야 할 것이다.

3. 전자상거래에 대한 국제동향

미국을 위시하여 세계각국은 인터넷 전자상거래 시장의 잠재력을 인식하고 동 시장의 주도권 장악을 위하여 노력을 경주하고 있다.

대표적인 활동 중의 하나로 미국은 '96년 12월 범부처적으로 전담반을 구성하여 국제적인 전자상거래 추진을 위한 국가전략을 수립하고, '97년 7월 “범세계적인 전자상거래를 위한 기본방침(A Framework for Global Electronic Commerce)”을¹⁾ 발표하였다. 이 보고서에서는 민간주도, 정부규제방지, 분권적이고 하의상달 형태의 인터넷 특성 인정, 국제적으로 통용되는 일관된 제정 등 5원칙과 재정, 법, 시장접근 등 3가지 범주에 대한 9개 현안 등 범세계적으로 전자상거래를 활성화하기 위한 미국의 정책을 제시하고 있다.

미국이 범세계적인 전자상거래 기본방침을 발표한 이후 미국의 정부대표는 EU를 위시하여 한국, 일본, 싱가포르 등을 방문하여 미국의 인터넷 상거래 정책에 대한 지지를 요청하였고, EU는 '97년 7월에 독일 Bonn에서 열린 각료회의에서 전자상거래에 대한 입장을 표명한 Bonn선언²⁾을 채택하였다.

미국의 범세계적인 전자상거래를 위한 기본방침에 대해 대부분의 국가가 원칙적으로는 동의하지만, 무관세화, 내국세 문제, 지적재산권 보호, 암호화기술 공개, 내용물 관련 규제 등 주요 이슈에 대해서는 자국의 이익과 관련하여 견해 차이가 있다. 따라서 향후 미국 정부의 주도하에 다자 및 양자차원의 논의가 시작될 것으로 예상된다.

또한 OECD는 가장 먼저 전자상거래에 대한 논의를 시작하였고 산하의 각종 위원회에서 전자상거래의 주요이슈에 대한 포괄적인 논의가 계속되고 있다. 특히 재정위원회에서 논의되고 있는 관세 및 내국세 문제는 상당히 중요한 문제로 인터넷 상거래로 인해 과세당국이 직면한 위협과 국제적 공동보조의 필요성, 조세행정에서의 전자상거래기술 활용, 미국의 무관세지역화 제안검토, 과세지 결정기준에 대한 재검토 등이 핵심주제가 되고 있다.

APEC는 산하의 전화통신작업반과 전자상거래작업반을 설치하여 활발한 활동을 하고 있다.

1) <http://www.whitehouse.gov/WH-New-Commerce>

2) 전자상거래의 발달은 시장주도하에서 이루어져야 함은 물론 전세계적 차원에서 전자상거래가 조속히 인정될 수 있도록 계약에 관한 법률이 개정되어야 한다는 원칙을 견지.

EU는 전자상거래에 대한 각 회원국의 공동전략으로서 '97년 유럽의 전자상거래 전략을 채택하여 이와 관련된 프로젝트를 수행하고 있다.

G7은 최근 전자상거래의 촉진, 관련 현안 해결 및 전자상거래에 대한 새로운 경제 질서 등이 주요 의제로 등장하고 있으며, 현재 경쟁체제에서 경쟁우위를 점하고 있는 선진국들은 국가차원에서 전자상거래 구현을 촉진하여 전자상거래에 대한 경쟁우위를 확보하기 위한 정책을 수립하고 있다.

독일은 현재 전자상거래를 위한 독일연방정부의 기본구상이 발표되어 있으며, 최근 연방정부와 주정부들이 핵심적인 법적 제안을 통하여 전자상거래의 응용과 확산을 위하여 활동하고 있다.

일본은 최근 국제기구의 활동에 적극적으로 참여하고 있으며, 캐나다, 호주 등은 전면에서 나서지 않고 있으나 APEC 등의 국제회의에서 미국, 일본과 공조하고 있다.

한편, 세계각국이 전자상거래와 관련 기술 개발 및 확산에 주력하고 있는 가운데 우리나라에서도 인터넷을 이용하여 전자상거래를 도입·확산시키고자 하는 노력이 시도되고 있다.

연구단체와 업체들이 공동 출자하여 비영리법인으로 1996년에 설립한 국제전자상거래 연구센터(ICEC, International Center for Electronic Commerce)는 전자상거래 운영기술 및 경영기법 개발을 목표로 전자상거래 구현을 위한 기반기술 연구개발과 전자상거래 환경조성을 위한 메타랜드 설립에 역점을 두어 사업을 추진하고 있다.

민간단체 및 조직들이 전자상거래 도입과 확산을 함께 정부차원에서도 전자상거래 확산을 위한 다양한 사업을 추진하고 있다.

정보통신부에서는 '97년도 정부출연사업의 일환으로 시스템공학연구소에 전자상거래 관련 기술 개발을 의뢰하였고, CALS/EC기반구축을 위하여 CALS/EC기본계획을 수립하고 있다. 산업자원부가 '정보화촉진기본법'에 의하여 주관부처가 되어 "산업정보화사업"의 일환으로 전자상거래 정책을 총괄하고 있다. 그리고 개별사안으로는 전자서명법의 정보통신부, 보안·암호화의 안전기획부, 관세 및 내국세의 재정경제부 등이 관련정책을 추진하고 있다.

또한 '98년 2월에는 정보화추진위원회에서 "인터넷 전자상거래 종합대책"을 심의하고 확정하였다.³⁾

3) 4가지 기본입장 ① 시장기능의 중시와 민간주도로 전자상거래의 확대 ② 생산·유통분야의 전자상거래 확산 ③ 국제적 연계 ④ 효율적 역할분담 및 입체적 추진으로 전자/상거래 확대.

Ⅲ. 전자상거래와 조세

정보통신 부문의 혁신적인 기술발전은 세계경제의 급격한 환경변화를 야기하고, 이로 인하여 조세행정과 세무행정에 새로운 문제를 야기시켜 정부의 조세관리능력을 무기력시킬 것으로 예상된다. 만약 현재의 조세제도 및 세무행정이 정보통신혁명이라는 시대적 상황에 부응하지 못하고 기존의 가치 및 기술에 머무르게 된다면, 정부의 정책이 발전시켜야 할 전자상거래를 오히려 위축시키고 나아가 정보통신기술의 발전을 저해하여 세계화와 정보화의 새로운 경제환경에 낙후되어 앞으로 엄청난 혼란이 초래될 것이다. 이러한 조세제도와 세무행정이 새로운 가치 및 기술로 변화하기 위해서는 우선, 조세환경의 변화와 전자상거래가 조세에 미치는 영향을 알아보는 것이 순서일 것이다.

1. 전자상거래로 인한 조세환경의 변화

전자상거래가 기술적으로 다양한 수단을 통하여 이루어질 수는 있으나, 지금까지의 중심수단은 인터넷이다.

인터넷을 통한 전자상거래는 기존의 거래방식과는 아주 다른 양상을 보이고 있으며, 이로 인하여 새로운 제도 및 과정을 요구하고 있다. 이러한 제도에는 조세, 조직관리, 협약과 계약, 법률적·행정적 규제체계, 결제 및 청산제도 등이 있으며(박윤준, 1997a), 이들은 환경에 적응하기 위하여 변화가 될 것이다.

인터넷을 통한 전자상거래가 조세에 미치는 영향을 알아 보기 위하여는 우선, 인터넷을 통한 전자상거래가 기존의 상거래와의 차이점을 알아볼 필요가 있을 것이다.

① 인터넷은 재화 및 서비스의 광고, 판매, 배달이 가능한 전세계적인 통신시스템을 기업들에게 저렴한 비용으로 제공하기 때문에 중소기업들도 국제시장으로의 진입을 쉽게 할 수 있어서 국제거래의 규모가 급격히 신장될 것이다.

② 재화 및 서비스의 판매와 배달 그리고 정보제공에 있어서 종래 소비자를 연결하였던 중간단계의 거래가 필요치 않게 되는 탈매개(disintermediation) 현상이 가속화 될 것이다.

③ 연구개발, 마케팅, 제품유통분야 등 기업경영이 전세계적 무역의 24시간체제나 분권화 같이 근본적으로 변화할 것이다.

- ④ 인터넷을 통하여 흐르는 정보의 비밀보호를 위한 암호화가 촉진될 것이다.
- ⑤ 국제활동을 위한 조직이 지점 대 자회사와 같은 선택의 융통성이 증가될 것이다.
- ⑥ 재화공급자, 서비스제공자, 재화구매자, 서비스사용자 등 전자상거래에서 어떤 지위에 속하든 경제활동의 물리적 소재는 점점 중요성을 잃게 되고 경제활동의 장소가 매우 불분명하게 될 것이다.
- ⑦ 컴퓨터의 도메인 네임과 실제위치의 무관관성으로 인하여 과세를 위한 납세자료인 납세자의 거주지나 신분확인이 어렵게 될 것이다.

한편, 인터넷을 통한 전자상거래가 조세체계의 운용에 중요한 영향을 미칠 수 있는 기술적 특징은 다음과 같다.

- ① 인터넷은 본질적으로 물리적 소재가 없기 때문에 정보의 유통경로를 통제할 수 없고 일반적으로 알 수도 없다. 이로 인하여 실제 인터넷상에서 국경이 거의 무의미하기 때문에 구하고자 하는 정보가 동일한 국가내에 있거나 수개국을 사이에 두고 별 차이가 없다.
 - ② 인터넷 사용을 위해 요구되는 신원확인상의 요건은 아주 약한 수준으로 중앙에서 등록을 강제로 하기가 어려워 등록을 통제하기가 어렵게 될 것이다.
 - ③ 인터넷 사이트 운영자의 허가만 얻는다면 사이트의 사용에 대한 추적이 불가능하도록 할 수 있다는 것이다. 이는 기업들이나 개인이 원격조정을 통하여 자기들이 행한 거래흔적의 은폐가 용이해진다는 것이다.
- 이와 같은 인터넷을 통한 전자상거래의 특징으로 인하여 기존의 거래제도와 조직이 변화되어 새로운 거래제도와 조직 등이 필요하게 될 것이다.
- 한편, 인터넷과 전자상거래의 이러한 기술적 특징으로 인하여 많은 조세행정의 집행상 문제들이 대두되게 되며, 과세당국의 집행능력에 장애를 가져올 수 있을 것이다.

2. 조세문제

전자상거래와 관련된 조세문제는 크게 전통적 조세개념의 재정립, 조세행정상의 문제와 실정법상 문제로 구분할 수 있다. 전통적 조세개념의 재정립은 인터넷과 전자상거래로 인하여 기존의 가치와 개념이 변하게 됨으로써 발생하는 문제이며, 조세행정상의 문제는 전자상거래의 여러 가지 특징들이 기존 조세행정에 미칠 수 있는 영향에 관한 것

이다. 실정법상의 문제라 함은 구체적인 조세유형과 관련된 문제를 말하는 것으로, 인터넷 전자상거래의 경우 소비세의 핵심인 부가가치세와 국제적 사업활동과 관련된 소득세가 논의의 대상이 되고 있다.

2.1 조세개념의 재정립

인터넷과 전자상거래는 전자상품과 새로운 운송수단을 제공함으로써 전통적 상거래의 지역적 범위를 확대할 뿐만 아니라 전혀 새로운 사업 및 새로운 경영형태를 초래하였으며, 이로 인한 전통적 조세개념의 재정립이 필요하게 되었다. 인터넷을 통한 전자상거래와 관련하여 조세에 있어서 재확립이 필요한 개념에는 물품, 서비스, 무형물, 고정사업장 등이 있다.

기존의 대부분의 조세협약 및 관련된 세법들은 거래의 종류가 물품의 거래, 특허권 사용, 서비스 제공 등의 여부에 따라 다른 규정을 적용하고 있는 실정이다. 즉, 거래의 종류에 따라 소득원천, 원천징수의 적용여부, 소득유형의 결정, 관세의 적용여부 등 여러 가지 중요한 세제상의 해석을 달리하고 있다. 그러나, 인터넷상에서 이루어질 수 있는 경제활동유형들에는 재화의 판매 및 임대, 서비스 제공, 소프트웨어, 온라인 정보제공, 광고, 도박, 24시간 거래 등이 있어서, 기존의 경제활동과는 다른 경제활동유형이 발생한다. 따라서, 기존의 개념을 적용할 경우 조세적용상 불확실한 측면이 발생할 수 있다. 이처럼 거래의 종류를 어떻게 규정하느냐에 따라 세제상의 적용이 달라지기 때문에 거래 종류에 대한 개념설정 문제가 매우 중요할 수 있다.

고정사업장(permanent establishment)이란 기업이 현지에서 경제활동을 하는 실재적인 활동근거를 갖고 있는 경우를 말하는 것으로, 기업이 외국현지에서 기업활동을 통하여 이익을 획득할 때 현지국이 이러한 사업소득에 대하여 과세하는 경우 반드시 현지국에 고정사업장이 존재해야만 할 수 있도록 하는 과세원칙이 국제적으로 형성되어 있다. 그러나, 전자상거래는 인터넷과 서비스 탈규제현상으로 인하여 이제는 많은 서비스에 있어서 그 공급자가 소비국에 어떤 가시적인 사업장을 설치하지 않고도 이를 고객에게 제공할 수 있게 되었다. 인터넷을 넘나드는 서비스의 공급자들이 고객의 소재국에 직원이나 사무실은 물론 일체의 시설물을 둘 필요가 없게 되었다는 것에서 고정사업장의 개념이 문제가 될 수 있다. 따라서 고정사업장의 개념에 따라 국가의 과세권이 침해당하는 경우

가 발생할 수 있을 것이다.

2.2 전자상거래와 조세행정

조세행정의 과제는 납세자를 확인하고, 소득에 관한 증거를 확보하며, 당해 소득과 납세자 등 각종 정보를 연결함으로써 세법의 효과적인 시행과 이를 통한 세수확보에 있다고 할 수 있다.

전자상거래는 기술적 특성으로 인하여 이러한 조세행정에 많은 영향을 미칠 것으로 보인다.

인터넷을 통한 전자상거래에서 발생할 수 있는 예상되는 문제점으로는 다음과 같은 것이 있을 수 있다.

① 거래당사자의 신원을 파악·결정하기가 어렵다. 신원파악이 어려운 경우 거주자가 일방이거나 심지어 거주자간에 수행되는 경제활동에 대하여도 과세권을 행사할 수 없게 되기 때문에 매우 심각한 문제가 발생할 수 있다.

② 세무조사와 소득추적이 곤란해질 수 있다. 이는 웹사이트나 인터넷주소 소유자가 파악된다 하더라도 암호화, 전송경로 세분화, 원격조정 및 변환장치의 사용으로 인하여 과세당국이 인터넷거래를 파악하고 추적하는 것은 점점 더 어려워질 수 있다는 것이다.

③ 증거있는 자료획득이 곤란할 수 있다는 것이다. 일반적으로 과세당국은 납세의무자에 대하여 광범위한 정보획득권을 가지고 있다. 이러한 정보획득권은 해당 과세관할권내에서는 그 행사가 용이하지만 다른 과세관할에서 일어난 활동에 대해서는 조세조약을 통해서만 정보획득이 가능하다. 만약 조세조약이 체결되지 않은 조세피난처 등에서 일어난 활동에 대한 정보획득이 어려울 수 있다. 따라서, 국내 세법상 자료제공의무의 이행을 강제하기가 어려워질 수 있다.

④ 거래과정에 있어서 중개자(middle-men)가 없어짐으로써 과세당국은 징수에 편리한 과세점(taxing points)을 상실하여 조세체계의 집행 및 이행비용이 증가될 것이다.

⑤ 보통의 납세자도 조세피난처(Tax haven) 및 역외금융기관 접근이 용이해질 것이다. 이는 인터넷 금융이 용이한 접근, 낮은 거래비용, 익명성 그리고 보안이 보장되는 환경을 가지고 있기 때문에 인터넷을 통한 조세피난처의 금융기관 이용시 과세당국이 이러한 국제적 탈세 및 조세회피에 적절하게 대처하지 못할 가능성이 커진다.

2.2 실정세법상의 문제

전자상거래와 관련된 실정세법상 문제는 소비세의 핵심인 부가가치세와 국제적 사업 활동과 관련된 소득세가 논의의 대상이 되고 있다.

부가가치세(Value Added Tax, VAT)는 생산이나 유통의 각 단계마다 재화 또는 용역에 부가되는 가치를 과세대상으로 하는 조세이다(이만우, 1997, p. 161).

전자상거래와 관련한 조세문제에서 부가가치세가 집중 논의가 되는 것은 각종 소비세가 OECD회원국의 세수에서 차지하는 비중이 평균적으로 약 30%를 차지하고 있고(박윤준, 1997a),⁴⁾ 전자상거래가 본질상 국경의 의미를 퇴색하게 하고 있기 때문에 부가가치세의 과세문제는 각국의 조세수입에 중대한 영향을 미칠 수 있기 때문이다.

한편, 소득세와 관련된 실정세법상의 문제는 인터넷 전자상거래의 성격상 주로 국제조세분야에서 나타나게 된다. 국제조세분야의 핵심은 기업의 국제적인 활동과 관련해 발생하는 소득을 관련 당사국이 어떻게 과세할 것인가에 있다. 인터넷은 국제적 기업들이 현지에 특정한 거점을 갖지 않고 사업을 영위할 수 있게 하고, 다국적기업들은 내부통신망을 이용하여 과세당국이 확인 불가능한 경영활동을 수행하여 소득을 이전시킬 수 있게 하고 있다. 이러한 환경 변화에 기존의 국제적 과세원칙들이 변화되어야 할 것이다.

2.2.1 부가가치세

전자상거래에 대한 부가가치세의 논의는 기본적으로 통신혁명과 그에 따른 부가가치세 적용의 문제에 대한 것으로 모든 부가가치세 체제에는 어떤 거래에 대하여 어느 나라에서 과세하는지를 결정하기 위한 원칙이 있다. 인터넷을 통한 서비스의 부가가치세 적용에서 발생할 수 있는 문제는 납세의무를 발생케 하는 공급장소, 인터넷 전자상거래의 성격이 재화의 공급인지 서비스의 제공인지 구분 문제 그리고 서비스로 보는 경우 그 유형의 구분문제가 있다.

① 공급장소(place of supply)는 국제적인 거래에 있어서 그 공급과 관련된 공급자의 사업장 또는 기타 고정시설이 소재한 곳에서 과세토록 하는 기본적인 원칙이다. 공급장

4) 우리나라의 경우 96년을 기준으로 부가가치세의 비중은 34.1%이다.

소의 개념은 전체적으로는 2가지로 나눌 수가 있다. 하나는 관련된 사업장을 공급장소로 보고, 다른 하나는 공급자나 소비자의 소재나 사업장 소재와는 무관하게 서비스가 수행되거나 향유되는 장소를 공급장소로 보게 된다. 그러나 인터넷과 서비스의 탈규제현상으로 인하여 이제는 많은 서비스에 있어서 그 공급자가 소비국가에 어떠한 가시적인 사업장을 설치하지 않고도 이를 고객에게 제공할 수 있게 되었다. 따라서, 실제로 공급자는 소비지국이나 소비지국에 인접한 지역에 고정된 사업장을 설치하지 않고 서비스를 제공함으로써 부가가치세를 회피할 수 있게 되었다.

② 부가가치세 목적상 재화로 정의되기 위해서는 보통 물리적 목적물과 운송수단이 존재하여야 하지만, 인터넷을 통한 전자상거래에 있어서 디지털 정보는 재화와 서비스의 구분기준이 애매하여, 과세를 곤란하게 만들 수 있다.

③ 일반적인 현행의 공급장소규정에 따르면, 제공되는 서비스의 유형에 따라 과세지가 달라지는데, 인터넷과 새로운 통신기술은 전송, 자료처리 및 기타 유사서비스의 경계를 무너뜨리고 있어 과세문제가 발생할 수 있다는 것이다. 즉, 인터넷 접속과 더불어 부가요금없이 free-banking을 하는 것과 같이 서비스가 다양하게 결합되어 소비자에게 제공될 것이다. 이때 부가가치세의 목적상 단일의 서비스인지 복수의 서비스가 제공되었는지 의문이 생기게 될 것이다.

2.2.2 국제조세문제

소득세분야에서 국제조세가 전자상거래의 영향을 가장 크게 받을 것이다. 국제조세는 기업의 국제적 활동과 관련된 과세로서 기업활동과 현지와의 관련성인 고정사업장과 자회사에 따라 조세문제를 구분할 수 있다.

① 고정사업장이란 기업이 외국 현지에서 경제활동을 하는 실제적인 활동 근거⁵⁾를 갖고 있는 경우를 말한다. 기업이 외국 현지에서 기업활동을 통해 이익을 획득할 때 현지국이 이러한 사업소득을 과세하기 위해서는 반드시 현지국에 이러한 고정사업장이 존재해야 하는 것이 국제적으로 형성된 과세원칙이다. 대부분의 국가들이 체결한 조세조약에도 이 원칙이 적용되고 있다.

그러나, 인터넷 등 통신수단의 발달은 원천지국에서 물리적인 존재가 없이도 서비스업

5) 지점, 사무소, 공장 등을 말한다.

및 제조업 분야의 거래가 가능하게 됨에 따라 기존의 고정사업장 개념의 유용성 내지 재해석에 대한 논의를 불러 일으키고 있으며, 따라서 전자상거래를 통하여 발생한 이익을 고정사업장 조항을 이용하여 현지국에 과세하는 데 많은 문제가 있을 것으로 예상된다.

② 자회사(subsidiary)는 외국 현지의 경제와 가장 밀접한 관계를 갖는 것으로 현지에서 현지국 법에 따라 회사를 설립하고 출자하는 것을 말한다. 과세는 특별한 경우를 제외하고는 현지의 회사들과 동일하게 취급받지만, 모회사 및 특수관계기업과의 거래관계에 대한 이전가격규정이 엄격하게 적용되고 있다. 그러나, 인터넷 등 통신기술의 발달은 모기업이나 특수관계기업과 내부통신망을 연결하여 기본적으로 과세당국에 노출되지 않는 많은 거래를 수행할 수 있어 세금을 회피하기 위하여 이익을 이전시켜 이전가격세제는 더욱 더 복잡해질 것이다. 이는 정보의 동시적인 전달 및 물리적 경제의 제거로 인하여 과세당국이 국제거래를 확인, 추적, 수량화하는 것이 더욱 더 어려워지기 때문이다.

3. 조세문제에 대한 해결책

이상에서 살펴 본 전자상거래로 인한 조세에 미치는 영향과 그로 인한 문제점을 살펴 보았으며, 도래하는 정보화시대에 적극적으로 대비하기 위해서는 과세당국은 이러한 문제점에 대하여 전자상거래에 대한 조세정책이 필요하게 될 것이다.

그 정책방향을 살펴보면, 첫째, 전자상거래와 관련된 조세개념의 정립이다. 전자상거래의 발전은 전통적인 조세개념의 재정립을 요구하고 있다. 인터넷을 통하여 전달되는 정보의 내용이 조세를 적용함에 있어 물품, 서비스, 혹은 무형재산의 사용허가 내지는 양도 중 어디에 해당하는지를 명확히 규정하여 불필요한 조세마찰을 피해야 한다. 이는 현행 세계 각국의 조세제도내에서는 디지털화된 정보가 어디에 속하는 것으로 규정하느냐에 따라 조세제도의 적용상 많은 차이가 있기 때문이다.

따라서, 인터넷을 통하여 전송될 수 있는 모든 정보를 세분화하여 해당정보가 조세 적용상 무엇으로 분류되는지를 명확히 규정할 필요가 있다.

둘째, 전자상거래에 대한 부가가치세 및 국제조세분야의 대응책이다.

우선, 부가가치세는 공급장소의 결정문제 등 많은 사항들이 복잡하게 얽혀 있어 쉽게 정리될 수 없다. 현재 과세될 수 없는 전자상거래에 대한 부가가치세 과세방안을 마련하기 위해서는 국내 법규의 보완과 함께 이러한 보완에 대한 국제적인 합의가 필요할 것

으로 보인다.⁶⁾ 다만, 우리가 부가가치세에 대한 입장을 살펴보면, 현재 우리나라는 인터넷 거래상에서 소비자의 위치에 있고, 우리나라의 부가가치세는 EU의 부가가치세와 기본구조가 동일하고, 미국의 입장과는 다른 점이 있기 때문에 선진국들의 동향에 대하여 비용편익분석을 하여 free-rider를 하는 것이 좋을 것이다.

국제조세분야에서는 전자상거래의 확산에 따라 기존의 국제적 과세원칙의 상당부분에 변화가 예상되는 바, 국제적인 논의에 적극적으로 참여할 필요가 있다. 또한, 국내 국제조세관련 세법규정의 보완이 필요한 부분들에 대한 검토도 병행되어야 할 것이다. 특히, 앞서도 알아보았지만 외국기업의 국내 사업소득 과세의 요건이 되는 고정사업장문제의 검토와 다국적기업의 국내 자회사의 이전가격결정에 미칠 영향 등에 중점적으로 관심을 가져야 할 것이다.

셋째, 전자상거래에 대한 조세행정분야의 발달로서 전자상거래에 대한 과세권을 행사하기 위하여는 전자상거래와 관련된 세원의 포착과 과세의 집행을 위한 대책이 필요하다고 앞서도 알아 보았듯이 정보통신기술의 발달로 인하여 거래의 내용과 당사자의 신원확인이 어렵고, 증거력이 있는 자료의 획득 곤란, 편리한 과세점을 제공하는 중개자가 없어지는 것 등으로 위협요인이 되고 있다. 따라서, 이에 대한 국제적 논의에도 적극적으로 참여하여야 할 것이다.

IV. 요약과 결론

혁신적인 정보통신기술의 발달로 인하여 기존의 패러다임이 변화하고 있다. 특히 상거래에 있어서, 컴퓨터와 통신의 결합은 이제 개인이나 조직내부의 거래처리시스템, 경영정보시스템의 이용을 훨씬 뛰어 넘어서 통신망을 이용하여 상품이나 서비스를 구매하고 판매하는 전자상거래라는 새로운 형태의 업무방식을 만들어 내고 있다. 전자상거래를 사용함으로써 조직 및 개인은 생산성 향상, 경영판단의 합리화, 신속한 거래, 재고의 절감, 경쟁력 강화, 판매비용의 절감을 가져 온다.

이러한 전자상거래를 실현시키기 위한 정보기술 중에서 정보통신서비스는 그 운용형

6) 예를 들어, 1995년 소프트웨어의 시장규모는 2조 6천억인데, 만약 인터넷이나 컴퓨터 통신을 이용한 전자상거래에 대하여 과세를 포기할 경우 약 2,600억원의 부가가치세 세수누출이 있다고 한다(정영현, 1997).

태에 따라 여러 가지 수단을 이용할 수 있지만, 그 중에서 가장 중심수단은 전세계를 연결하는 정보망, 개방구조의 용이한 접속성, 사용자 중심의 이용환경 그리고 상대적인 저렴성으로 인하여 폭발적인 증가를 보이고 있는 인터넷이다.

따라서, 최근들어, 인터넷을 이용한 전자상거래에 대한 관심이 상당히 높아지고 있으며, 미국을 위시하여 세계각국은 인터넷 전자상거래 시장의 잠재력을 인식하고 동 시장의 주도권 장악을 위하여 노력을 경주하고 있다.

한편, 1997년 7월 미국이 “A Framework for Global Electronic Commerce”를 발표한 이후 전자상거래는 국제적인 정책적 현안으로 대두되었으며, 각 국가별 대응은 자국의 이해와 관련하여 상이한 형태를 띠고 있다.

그러나, 전자상거래가 아직은 정착되지 않고 세계 도처에서 시험중인 거래방식이기 때문에 앞에서 언급한 희망찬 미래만을 보여주는 것은 아니며, 조세문제, 지적재산권, 프라이버시보호, 보안, 내용물규제, 소비자보호 등과 같은 많은 문제점을 내포하고 있다.

본 논문의 제목과 같이 전자상거래와 관련된 조세문제는 크게 전통적 조세개념의 재정립, 조세행정상의 문제와 실정법상 문제로 구분할 수 있다. 전통적 조세개념의 재정립은 인터넷과 전자상거래로 인하여 기존의 가치와 개념이 변하게 됨으로써 발생하는 문제이며, 조세행정상의 문제는 전자상거래의 여러 가지 특징들이 기존 조세행정에 미칠 수 있는 영향에 관한 것이다. 실정법상의 문제라 함은 구체적인 조세유형과 관련된 문제를 말하는 것으로, 인터넷 전자상거래의 경우 소비세의 핵심인 부가가치세와 국제적 사업활동과 관련된 소득세가 논의의 대상이 되고 있다.

전자상거래가 조세제도에 미칠 영향과 조세문제에 대한 국제적인 동향을 파악하여, 우리나라의 조세정책의 기본방향을 제시하고자 하였다.

연구결과는 첫째, 전자상거래와 관련된 조세개념의 정립으로 인터넷을 통하여 전송될 수 있는 모든 정보를 세분화하여 해당정보가 조세 적용상 무엇으로 분류되는지를 명확히 규정할 필요가 있다. 둘째, 전자상거래에 대한 부가가치세 및 국제조세분야의 대응책으로 우선, 부가가치세는 공급장소의 결정문제 등 많은 사항들이 복잡하게 얽혀 있어 쉽게 정리될 수 없다. 현재 과세될 수 없는 전자상거래에 대한 부가가치세 과세방안을 마련하기 위해서는 우리나라의 국제적인 위치를 살펴보고 비용편익분석을 통한 국내 법규의 보완과 함께 이러한 보완에 대한 국제적인 합의가 필요할 것으로 보인다. 국제조세분야에서는 전자상거래의 확산에 따라 기존의 국제적 과세원칙의 상당부분에 변화가 예상

되는 바, 고정사업장문제의 검토와 다국적기업의 국내 자회사의 이전가격결정에 미칠 영향 등에 중점적으로 관심을 가지고, 국제적인 논의에 적극적으로 참여할 필요가 있다. 셋째, 전자상거래에 대한 조세행정분야의 발달로서 전자상거래에 대한 과세권을 행사하기 위하여는 전자상거래와 관련된 세원의 포착과 과세의 집행을 위한 대책이 필요하다는 것이다.

전자상거래와 관련된 조세문제를 비롯하여 지적소유권, 보안, 프라이버시, 내용물, 소비자보호 등의 문제를 해결한다면, 전자상거래는 오늘날 우리가 경험하고 있는 무한경쟁의 세계화, 지식기반경제로의 이행 그리고 정보통신기술을 바탕으로 각광을 받는 거래형태가 될 것이다.

특히, 전자상거래의 적극적인 활용은 우리 경제의 구조적인 취약점으로 지적되어 온 고임금, 고금리, 고지가, 고물류비용, 저효율, 저기술, 저부가가치의 문제를 해결하여 국제경쟁력을 향상시킬 수 있을 것이다.

參 考 文 獻

1. 김승우(1996), “인터넷의 급성장과 전자상거래,” 기업경제, pp. 44-50.
2. 문병주(1995), “전자상거래 최근동향 및 전망,” 주간기술동향, 96-31.
3. 박윤준(1997a.11), “전자상거래와 조세(I),” 월간조세, 조세통람사, pp. 63-74.
4. 박윤준(1997b.12), “전자상거래와 조세(II),” 월간조세, 조세통람사, pp. 57-69.
5. 서영호(1996. 12), “전자상거래와 인터넷 활용전략,” 삼성경제, pp. 61-72.
6. 서영호(1997), “전자상거래의 현황과 전략,” 네트워크 트렌드, 경희대 정보사회연구소 /삼성경제연구소.
7. 신동민(1997. 3), “전자상거래의 추진현황 및 향후 전망,” 신한리뷰, pp. 60-77.
8. 안광수(1996. 6), “인터넷과 전자상거래,” 외환은행조사, pp. 3-19.
9. 이경근(1996. 7), “최근의 국제조세동향과 기업의 대응과제,” 대한상공회의소.
10. 이만우(1997), 세법, 박영사.
11. 이시이 타카토시(1996. 4), “전자 상거래시대가 성큼 다가선다,” 기업경영, pp. 85-87.
12. 이재규(1996. 12), “인터넷과 전자상거래 비즈니스,” 정보화사회, pp. 21-33.
13. 정신량(1996. 4), “미국의 전자상거래 현황과 과제,” 통신정책동향, pp. 30-48.
14. 정신량(1996. 4), “일본의 전자상거래 현황과 과제,” 통신정책동향, pp. 19-38.
15. 정영현(1997. 8.) “전자상거래와 조세정책,” 한국조세연구원, 개원 5주년 기념 심포지움.
16. 정헌영·심재진 역(1997), “전자상거래의 조세정책적 함의,” 한국조세연구원. .
17. 정호원(1996. 12), “전자상거래의 도입방향 및 문제점,” 초고속정보통신, pp. 86-90.
18. 통신개발연구원(1996), “전자상거래란?,” 통신동향정책, 96-3-16.
19. 한국전산원(1997), 1997 국가정보화백서.
20. 한국전자통신연구원(1996. 12), 초고속정보통신기반 확산전략 연구(I).
21. 한국정보산업연합회(1996. 9), 전자상거래의 동향과 장래, 정보산업, pp. 59-65.
22. KASIT(1996. 5), 전자상거래의 구성요소, KASIT EC연구실, WWW.
23. Clinton, William J.(1997. 7), *Memorandum for the Heads of Executive Departments and Agencies*, The White House.

24. ESPRIT(1996), Electric Commerce-Introduction.

(<http://www.cordis.lu/esprit/src/ecomint.htm>)

25. Ravi Kalakota & Andrew B. Whinston(1996), *Frontiers of Electronic Commerce*, Addison Wesley.