

통상관련 전자상거래 논의 현황과 전망

<본회 통상협력과>

본고는 지난 6월 11일, 12일 이틀간의 일정으로 강원도 문막 오크벨리에서 개최된 '99 전자산업 통상전략 포럼에서 대외경제정책연구원 윤창인 박사가 발표한 내용임(편집자)

I. 전자상거래의 개요

■ 개황

전자상거래는 상품 및 서비스의 국제무역에 있어 차지하는 비중은 매우 낮지만 괄목할만한 성장을 보이고 있다.

정보, 서비스 및 부품을 포괄하는 기업간 거래 이외에 온라인뱅킹 및 증권거래 같은 소매거래 및 정부활동의 전자적 도구의 이용은 급속하게 증대되고 있다.

전자상거래는 다양한 매체 및 기술을 이용하지만 인터넷은 현재까지 가장 인기있는 디지털 플랫폼으로 등장하였다.

■ 전자상거래(Electronic Commerce)의 정의

'인터넷과 같은 개방된 네트워크를 통하여 상품 또는 서비스를

구입하고 판매하는 거래' 라고 정의할 수 있다.

■ 전자상거래의 거래형태

전자상거래는 경제활동의 주체인 정부, 기업과 소비자의 거래 조합에 따라 정부와 기업, 정부와 소비자, 기업과 기업, 기업과 소비자간의 거래로 나눌 수 있으며, 이 구분의 용도는 기업간의 거래인 전자자료교환(Electronic Data Interchange, EDI)과 기업과 소비자간의 일반적 상거래를 구분하는 데 유용하며 기업간 거래가 전자상거래의 80% 이상을 차지하고 있다.

또한 거래과정의 제단계가 온라인 작업으로 끝낼 수 있는지에 따라 온라인거래와 오프라인거래로 나눌 수 있으며 상거래 과정은 정보탐색, 주문 및 지불 그리고 배송단계로 나눌 수 있으며

이 세 가지 단계 모두를 온라인 상태에서 마무리 할 수 있는 거래가 온라인거래이며 마지막 단계인 배송단계에서 상품의 물리적인 배송작업이 수반되는 거래는 오프라인거래이다.

온라인거래의 대상이 되는 제품은 디지털제품(digitized product) 혹은 온라인제품으로 호칭되며 소프트웨어, 음악, 오락, 컨설팅서비스 등으로 서비스 일반협정(General Agreement on Trade in Services, GATS)에서의 서비스 공급형태 및 규범적용의 문제와 과세문제 등을 야기시키고 있다.

■ 전자상거래의 특징

인터넷을 통한 전자상거래는 기업의 효율성 향상, 시간과 공간의 제약을 받지 않는 편리성, 거래비용 절감 등의 효과를 제공

<표 1> 전자상거래와 전통적 상거래의 비교

구분	전자상거래	전통적인 상거래
유통채널	기업↔소비자	기업↔도매상↔소매상↔소비자
거래대상지역	전세계	일부지역
영업시간	24시간	제약된 영업시간
고객수요파악	온라인으로 수시 수집 내 부추적, 재입력 필요 없는 디지털 데이터	영업사원이 수집 수집된 자료의 재입력 필요
마케팅 활동	쌍방향 통신을 통한 일대 일 상호작용 마케팅	구매자의 의사와 관계없는 일 방적인 마케팅
고객대응	고객 특성의 신속한 포착 으로 즉각적 대응 가능	고객 특성의 신속한 포착이 어 려워 대응 지연
판매거점	가상공간	물리적 판매공간

자료 : (사)커머스넷 코리아 내부자료를 연구자가 일부 수정

함으로써 기존의 전통적 상거래 방식과는 크게 다르다.

소비자에게 인터넷을 통한 많은 정보획득과 다양한 선택의 기회를 제공함으로써 편리하고 합리적인 구매가 가능해졌다.

현재 전자상거래는 태아단계에 있으며 특히 기업과 소비자간의 상거래는 기술과 시장 움직임에 있어 거래의 기본적인 모습을 이제 만들어가고 있는 상황이다.

인터넷상거래와 통신은 세관통관절차와 행정을 단순화시키고 가속화시킬 뿐만 아니라 원거리 시장을 저렴한 비용으로 접근할 수 있게 하고 있다.

이러한 이점은 외국에 제품을 판매하고자 노력하는 중소기업에게 새로운 기회가 될 수 있다.

전자상거래는 또한 전세계적으로 폭 넓고 다양한 서비스를 공

급하고자 하는 기업에게 중요한 도구가 될 수 있으며 과거에는 교역이 불가하다고 간주되던 일부 서비스의 국제적인 거래까지도 가능하게 하였다.

정부조달에서 입찰정보를 온라인으로 제공하고 온라인 입찰과정을 도입하는 선진국 및 개도국이 점증하고 있다.

이러한 결과로 조달과정이 투명해지면서 부패관행과의 싸움에 도움을 주고 있으며 입찰자들에게 공평한 경쟁기회를 줄 수 있게 되었다.

<표 2> 인터넷 이용자 증가예측

(단위 : 명)

1996~7	1998	2000	2001
52백만	100백만	170백만~250백만	300백만

자료 : OECD자료를 연구자가 1998년 예측치를 1998년 10월 추정치로 치환

그러나 전자상거래의 국제화로 인하여 각국간의 법제가 서로 충돌하게 됨으로써 재판관할권과 준거법 및 규제방법 등의 문제가 발생하며 또한 각국에 공통적으로 적용될 수 있는 국제적 법제에 대한 필요성이 제기되었다.

■ 인터넷 이용자 추정

전자상거래는 인터넷을 기반으로 하기에 우선 인터넷의 향후 성장 추세를 살펴 볼 필요가 있다.

인터넷은 1993년 월드와이드웹(World Wide Web, WWW) 서비스가 개시되면서 획기적인 발전에 시동을 걸었다.

시청자가 6,000만명에 이르는 데 라디오는 30년, 텔레비전은 15년이 소요되었으나 인터넷은 약 1억명의 확보에 겨우 3년 정도 소요되었다.

인터넷 시장의 규모와 성장률에 대한 추정은 기복이 심하나 1998년에 미국, 아시아 및 유럽에서 1억 명이 인터넷을 사용하고 있으며, 2001년에는 약 3억 명으로 증대될 것으로 추정하고 있다.

우리나라의 경우는 '92년 8만

명에서 '99년 3월 현재 368만 명으로 집계되고 있다.

미국내에서 현재 이루어지는 대부분 웹 쇼핑거래 소매상품은 자동차 및 부품, 여행, 컴퓨터 소프트웨어, 서적 및 음악 등이 다.

■ 전자상거래의 성장전망

전자상거래의 시장예측은 그 정의에 따라 거래에 포함될 대상이 다를 뿐만 아니라 작성기준도 일정치 않기에 발표기관들의 예측치는 매우 다양하다.

OECD 자료에 의하면 인터넷이 상용화되기 시작한 1995년을 기점으로 1997년에는 260억 달러, 2001-02년경에는 3,300억 달러, 2003-05년경에는 1조 달러로 전망하고 있으며, 예측치의 80% 이상을 기업간의 거래로 보고 있다.

포레스트 리서치 같은 세계적인 민간연구소에서는 인터넷 전자상거래 세계 시장규모가 2002년에는 최대 8,000억 달러까지 전망하고 있다.

기업간 인터넷 거래는 1996-97 기간중 매 6개월마다 2배씩 성장되었으며, 1998년 중에는 3~4개월 주기로 2배씩 증가되고 있다고 추정하고 있다.

한편 WTO는 2000년 경에 인터넷 관련 수입이 1조 달러를 넘을 것으로 예측하고 있으며 2001년경의 인터넷 사용자는 세계 인구의 약 5%에 이르는 3억

명에 달할 것으로 관측하고 있다.

세계적으로 인터넷 확장이 일어나겠지만 미국은 사용자와 사이트의 수 및 수입에 있어 세계 시장을 주도할 것이다.

미국 인구의 약 22%가 온라인을 이용하고 있으며 소매업조사에 따르면 전자적 판매액은 1998년에는 1997년 판매액의 3배에 달하는 90억 달러로 증가되었다.

1998년도의 전자적 판매액 90억 달러는 전체 소매 판매액의 1%에 불과하나 2000년 경에는 300억 달러에 이를 것으로 예상하고 있다.

우리나라의 전자상거래 시장 규모는 '98년 3.5억 달러에서 '99년 21억 달러를 돌파하고 2003년까지 96억 달러에 이를 것으로 미국 와튼경제연구소는 예측하고 있다.

II. WTO 논의 동향

■ 국제적 논의동향

'97년 7월 미국이 "범세계적 전자상거래 기본계획(A Framework for Global Electronic Commerce)"을 발표한 이래 전자상거래는 범세계적인 관심분야로 대두되었다.

'97년 7월 1일 '범세계적 전자상거래 기본계획'에서 전자상거래 5가지 원칙과 재정적 이슈,

법적 이슈, 시장접근 이슈에 대한 9개 사안에 대한 미국의 입장을 발표하였다.

미국은 글로벌 전자상거래를 구현하기 위한 양자 및 다자간 협정을 체결하는 등 국제사회에서 전자상거래에 대한 논의를 주도 하고 있다.

각종 국제회의에서 영향력을 확대, 관련 현안 중 지적재산권 및 특허에 관해서는 세계지적재산권기구(WIPO), 기본통신 및 무역과 관세에 관해서는 세계무역기구(WTO), 보안 및 표준에 대해서는 OECD 등에 적극적으로 참여하여 미국의 영향력을 행사하고 있다.

이에 반해 유럽국가들은 전자상거래 관련 사안에 대해서는 개별 국가차원이 아니라 EU 차원에서 대응하고 있다.

EU는 '97년 4월 "유럽의 전자상거래 전략(A European Initiative on Electronic Commerce)"을 채택하여 미국이 주도하고 있는 국제 전자상거래 흐름에 공동 대응전략을 수립하고 있으며 '97년 7월 Bonn에서 유럽위원회가 "세계정보 네트워크"에 대한 EU 각료회의를 개최하고 사용자, 업계, 정부 각 부문의 선언문(Bonn Declaration)을 채택하였다.

또 '97년 12월에는 미국과의 정상회담에서 글로벌 전자상거래 구현을 위한 공동성명을 발표하였다.

EU는 민간주도의 시장 원리

존중 기본원칙에는 미국에 동의 하나 일부 세부적인 내용에 이견을 제기하고 있다.

한편 일본은 미국과 이해를 같이하며 최근들어 국제기구 활동에 적극 참여하고 있다.

'98년 5월에 개최된 WTO 제2차 각료회의에서 무관세 관행을 계속 유지하기로 하는 '전자상거래 각료 선언문'을 채택하였다.

유엔 국제상거래법위원회(UNCITRAL)는 글로벌 전자상거래의 법제 환경을 조성하기 위해 각국이 국내법 제정 혹은 개정에서 반영 가능한 권고적 성격을 띠는 '전자상거래 모델법'을 '96년 5월에 제정하였다.

이 모델법은 전자상거래 분야 중 전자서명과 인증기관에 대한 논의에 초점을 맞추고 있으며 향후의 작업과제로써 공개키로 하고 암호화 방법에 대한 기술적 대안 문제, 전자계약 문제, 인터넷상의 재판권 문제, 적용법 문제 및 분쟁해결 문제 등이 제시되고 있다.

III. 주요 이슈 및 논의 현황

■ 기본적 배경

전자상거래는 시장원리에 의한 민간주도로 추진되어야 하고 글로벌 거래에 따라 국제적 협력이 강조되며, 정부는 기업의 공정한 경쟁이 가능하도록 전자상거래 발전 환경을 조성하고 적절한 기

반환경을 구축해야 한다.

글로벌 전자상거래가 구현되기 위해서는 조세관할권, 지적재산권, 소비자보호, 콘텐츠 규제, 상거래 규범 등 제부문에 대한 현안 해결이 필요하며, 전통적인 상거래와 조화되는 새로운 시스템의 창출이 요구되었다.

■ 전자상거래 관련 이슈 및 논의 내용

(1) 조세

(가) 관세

디지털 상품 및 서비스에 대한 관세 문제가 국제적 쟁점으로 등장하였다.

전자적으로 주문되고 전송되는 디지털 상품에 대하여 현재 기술 및 관리상의 문제로 관세를 부과하지 않고 있다.

미국은 인터넷을 자유무역지대로 규정하고 범세계적인 합의를 도출하기 위한 노력을 경주하고 있다.

WTO에서는 '97년 4월 관련 정보통신장비 202개 품목의 관세를 2000년까지 철폐하는 기술협정을 체결하고, 품목확대협상을 위한 확장정보기술협정(ITA II) 추진하고 있다.

미국은 전자상거래 활성화 방안의 일환으로 인터넷 전자상거래 관련 장비 및 내용물을 ITA II 대상 품목에 포함할 것을 주장하였다.

'98년 2월 WTO 일반이사회에서 미국은 전자상거래 무관세화를 제안하였으며, '98년 5월 WTO 각료이사회에서 현재의 무관세 관행을 계속 유지하기로 하였다.

우리나라는 원칙적으로 무관세화에 동의하고 있으나, 인터넷으로 거래되더라도 물리적인 운송을 필요로 하는 유형의 상품의 경우에는 관세를 부과하겠다는 입장이다.

'96년부터 인터넷 교역의 주류를 이루고 있는 S/W, 전자출판물 등은 무관세화, 기타 영상, 음악 등 인터넷을 통해 전송되는 경우 이는 물품이 아니므로 현행 관세법에 따르면 관세부과 대상이 아니며 유체물의 경우에는 현행대로 관세를 부과한다.

향후 영화나 음악이 유체물에 수록되어 수입되는 경우와 통신망을 통해 전송되는 경우에 형평의 문제가 발생할 수 있다.

(나) 내국세

인터넷 전자상거래는 그 특성상 거래당사자의 신원 확인의 곤란, 거래의 암호화, 조세관할권 등으로 인하여 전통적인 조세 개념으로는 해결되지 않아 이에 대한 적절한 과세방안이 마련되지 않는 한 세수 확보문제에 직면할 수 있다.

미국은 소비세 등 과세 문제에 대해서는 별도의 새로운 세금을 부과하지 말 것을 주장하고 있어

이미 인터넷 사용에 판매세를 부과하고 있는 주정부 및 지방정부와 대립하고 있다.

'Internet Tax Freedom Act'가 '97년 3월 의회에 상정된 이후 '98년 5월~6월 상무위원회와 법사위원회의 심의를 거쳐 '98년 6월 23일 하원을 통과하여 인터넷의 비과세화를 구현하였다.

EU는 직접세 위주인 미국의 세계와 달리 간접세 중심의 세수 구조를 갖고 있기 때문에 미국의 무과세 주장에 반대하며, 새로운 형태의 세금 부과는 금지하더라도 기존의 간접세는 전자상거래에 대하여 적용해야 한다는 입장이다.

OECD재정위원회에서 전자상거래에 대한 과세여부와 과세방안에 대해서 논의중이며 우리나라는 간접세 비중이 높기 때문에 향후 EU와 미국의 협상과정 중 시 후 대응해야 할 것이다.

대표적인 소비세인 부가가치세의 경우 소비지국에 공급장소가 있어야만 한다는 원칙에 따르면 해외에 공급장소가 있는 경우 과세할 수 없다. 세수 확보를 위해서는 전자상거래에 있어서 공급장소에 대한 개념을 확대 검토가 필요하다.

소득세의 경우 사업활동을 하는 현지국에 고정사업장이 있어야만 과세할 수 있다는 원칙은 전자상거래에서 전제되기 어려우므로 전자상거래상의 고정사업장에 대한 개념 정립이 필요하다.

다.

(2) 개인정보 보호

전자상거래에 있어서 소비자 개인에 관한 신상정보 및 거래정보의 수집·처리·이용 및 제공 활동이 적절히 통제되지 않는다면, 소비자들은 이것이 사생활을 침해할 수 있는 위협적 요소라고 생각할 수 있고 이러한 인식은 전자상거래를 통한 이익 증대를 저해할 것이다.

OECD는 '80년 '프라이버시 보호 및 사적 자료의 국제적 이전에 관한 가이드라인'을 채택하였으며, EU는 '95년 개인정보 보호지침을 발표하는데 이어 '97년에는 정보통신분야, 특히 종합정보통신망(ISDN)과 디지털 이동통신망을 대상으로하여 개인정보 보호를 위한 지침을 별도로 채택하였다.

'98년 10월 이후부터는 EU와 같은 수준으로 개인정보가 보호되지 않는 국가로의 개인정보 이전을 금지하였으나 실제 금지 사례는 없다.

미국은 포괄적인 개인정보보호법을 두지 않고 다수의 단행법과 판례법을 통하여 개인정보를 보호하고 있고, 정부의 규제보다는 업계가 자율적으로 추진하여야 한다는 입장이었으나 '99년 5월 EU의 주장을 대폭 수용하여 개인정보보호에 합의하여 국제적 표준을 확정 하였다.

우리나라는 '93년에 통신비밀

법, '94년에 공공기관의 개인정보보호에 관한 법률과 '95년 신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률을 제정하였으며 '98년 2월부터는 정보통신부가 전산망보급확장과 이용촉진에 관한 법률의 개정을 통해 정보통신망을 통한 개인정보의 수집·저장·가공 및 이전행위에 대한 규제를 검토하고 있으나, 민간부문에 적용될 포괄적 법률은 존재하지 않는다.

(3) 정보내용 규제

최근 인터넷의 확산과 더불어 증가하고 있는 미성년자에 대한 음란외설정보 유통 및 불법적, 또는 사회적으로 바람직하지 않은 목적으로 인터넷이 사용되는 것에 대한 규제 방안이 각국에서 논의되고 있다.

특히 미성년자에 대한 음란외설정보 유통금지 방안이 주로 논의되고 있다.

미국은 '97년 6월 미성년자에게 음란외설적인 정보 제공을 규제하기 위하여 연방통신품위법(CDA)을 제정하였으나, 미 대법원은 표현의 자유를 침해한다는 이유로 부분 위헌 판정을 내린바 있다.

현재 인터넷 관련업계와 시민단체 및 이용자들이 인터넷 내용등급제와 차단 소프트웨어의 활용 및 윤리실천강령을 실행에 옮기는 자율규제 방안을 마련중이다.

EU는 미성년자에게 유통되는 불법적이고 해로운 정보를 방지하기 위해서는 정부에 의한 최소한의 법적인 규제가 필요하다는 것이 기본입장이다.

독일은 '97년 8월 형사처벌 등의 규정을 포함하는 정보통신서비스법을 제정하고 청소년에 유해한 음란물 배포를 규제하기 위한 청소년보호 전담자를 임명하였다.

국제적 추세는 자율규제로 가고 있는 것으로 보이며 우리나라는 법적 규제로서 기존의 형법과 국가보안법, 청소년보호법, 통신기본법 등을 통해 인터넷을 규제하고 있으나, 새로운 인터넷 환경에 적절한 법체계를 마련하는 것을 검토 중이다.

인터넷 내용 선별기술표준을 바탕으로 인터넷 내용등급제 및 차단 소프트웨어 개발 보급하고, 윤리강령을 보다 구체적으로 정의하여 민간부문 사업자의 행동수칙으로 제정, 준수하도록 유도해야 한다.

■ 소비자 보호

인터넷 전자상거래는 사기·기만거래의 가능성이 높고, 개인의 프라이버시가 유출될 수 있다.

국제적인 전자상거래의 경우 소비자 피해를 구제하기가 대단히 어렵다.

미국은 특정 보호지침을 마련하지 않고 주 및 연방정부 차원에서 현행 소비자 보호 관련 법

령을 통해 보호하고 있으며 EU는 소비자 권리 인식, 피해구제 법률 보완, 신속하고 저렴한 분쟁해결 절차 마련에 중점을 두고 검토 중이다.

OECD에서는 99년 12월까지 「전자상거래 소비자 보호를 위한 가이드라인」 제정을 추진하고 있다.

소비자 보호는 전자상거래에서 중요하고 민감한 사안이며 국제적으로 합의가 이루어질 전망이다.

■ 지적재산권 보호

전자상거래에서 무단복제가 용이한 S/W, 영화 등 디지털 상품에 대한 저작권 보호와 독창성이 없는 데이터베이스 보호, 권리의 신설, 기술조치 및 권리관리정보, 온라인사업자의 책임 문제 등의 저작권 문제가 대두되고 있다.

이에 따라 미국은 '97년 12월 온라인 무단 복제자에 대해 경제적 이득 향유여부와 관계없이 처벌할 수 있는 '전자절도법' 제정하였다.

또 EU는 '96년 3월 독창성 없는 데이터베이스에 관하여 저작권이 아닌 독자적인 권리를 창설하여 제작자를 보호하겠다는 지침을 제정하였다. '96년 12월 채택된 WIPO 저작권조약과 실연·음반조약은 새로운 개념의 공중전달권 내지 이용제공권을 인정하고 있다.

지적재산권 보호가 강화되는 국제적 추세에 따른 국내 관련제도의 정비가 불가피하며 향후 국내의 콘텐츠 산업의 육성이 시급하다고 하겠다.

■ 보안

군사 및 외교분야에 국한되었던 보안의 개념이 전자상거래 활성화에 따라 민간분야의 정보보안 문제가 대두되고 있다.

보안기술의 핵심은 암호기술이며, 전자상거래의 안전성·신뢰성을 확보하기 위한 암호기술의 수요 급증하나 암호의 자유로운 사용은 국가 안보 및 공공복리, 법집행력 등을 침해할 수 있는 소지를 담고 있다.

미국은 업계를 중심으로 기존의 암호 규제완화에 대한 요구가 증폭되면서 부분적으로 암호기술에 대한 수출제한을 완화하였다.

EU는 '96년 3월 역내 시장에서 암호화된 서비스에 대한 법적 보호에 관한 '녹서'를 발표하고 암호화를 통한 정보유통을 적극 권장하고 있다.

OECD는 '97년 3월 '암호정책 가이드라인' 등을 승인하여 정부의 적합한 접근법을 보장하는 암호정책을 권고하였다.

■ 전자서명 및 인증

전자상거래의 안전성과 얼굴을 대하지 않는 사용자간 신뢰 확보

를 위하여 거래상대방의 신원확인
과 의사표시의 진위여부를 확
인하기 위한 방법으로 전자서명
기술이 필요하다.

전자서명기술의 안전한 운영을
위하여 법·제도에 바탕을 두고,
관련 정보 및 사용자 인증을 시
행하는 신뢰할 수 있는 제3자로
서 인증기관이 필요하다.

유타주 등 21개의 미국의 주,
독일, 말레이시아 등에서 전자서
명법을 제정하였으며 UNCI
TRAL에서는 국제적인 전자서
명모델법 초안을 추진중이다.

우리나라는 정보보호센터 및
민간업체에서 인증 관련 기술을
개발중에 있으며, 산업자원부의
전자거래기본법에 인증기관에
대한 등록, 허가 규정을 포함하
고 있으며 정보통신부는 '99년
중 전자서명법 하위 법령을 제정
할 예정이다.

IV. WTO 전자상거래 논의

인터넷은 법률적인 진공상태에
서 발전되어 왔으나 전자상거래
의 향후 발전은 법률적인 규범의
안정적인 틀의 창출에 의존할 것
이다. 일방적인 정책추진이 무역
장벽이 되지 않도록 하는 노력이
필요할 것이다.

■ WTO의 논의 배경

대체로 인터넷은 법률적인 진
공상태에서 상당 규모까지 진화

되어 왔다.

인터넷에의 접속, 소비자보호와
같은 기본적 이슈를 다루는 용인
된 기업관행은 아직 확립되어 있
지 않으며 인터넷 거래에 대한
조세처리도 아직 불분명하다.

안정적인 법률적인 틀을 확립
하기 위한 노력은 상거래를 복잡
하게 만드는 인터넷 거래의 국제
적인 성격 때문에 여의치 못하였
다.

전자상거래에 대한 WTO의 논
의는 기존 국제무역규범이 디지
털교역의 영향을 수용할 수 있도
록 재평가되어야 한다는 인식에
서 추진하였다.

인터넷 시장이 번창하려면 기
존의 무역장벽이 제거되고 새로
운 장벽이 설정되는 것을 방지하
기 위한 규범이 필요할 것이다.

■ WTO 논의 현안

대체로 서비스교역이사회가 적
극적인 활동을 전개하고 있으며
논의결과 중간보고에 따르면 아
직 검토해야 할 과제가 다수 제
기되고 있다.

가. 정의 및 분류문제

WTO 규범의 전자상거래에
의 적용은 몇 가지 중요 개념 및
정의를 어떻게 확정하는가에 따
라 다르게 된다.

디지털 서적, 신문, 소프트웨어
와 음악 같은 품목이 상품
(goods)으로 분류되어야 하는

지에 대하여 WTO 회원국은 합
의를 이루지 못하고 있다.

이러한 개념 및 정의에 관련되
는 결정은 전자적 환경에서 기존
의 GATT 및 GATS 조항이 어
느 정도 적용될 수 있는 지를
결정할 것이다.

서비스의 특성으로 무형성, 가
변성(이질성), 생산과 소비의 불
가분성 및 저장불능성을 들 수
있으며 이 특성에 전자적 전송
물인 디지털제품(예, 콘텐츠 등)
을 비교시키면 유형성, 동질성,
생산과 소비 가분성, 저장가능성
으로 나타나 서비스로 판단하기
어렵다. 그렇지만 상품의 경우에
수반되는 물리적인 운송과정이
없기에 상품으로 보기도 어려울
것이다.

인터넷을 이용한 컨설팅의 경
우에는 무형성, 가변성, 생산과
소비 가분성, 저장불능성으로 나
타나 비교적 서비스에 가까울 것
으로 판단된다.

따라서 전송수단 그 자체는 서
비스이겠지만 전송수단을 통하
여 이루어지는 거래의 내용을 상
품 혹은 서비스의 2분법에 따라
정의하는 데는 무리가 있어 전자
상거래를 정보물 혹은 혼합적인
성격을 갖는 것으로 보는 미국측
의 견해도 검토할 필요성이 있
다.

서비스의 공급형태에서도 확정
적인 결론은 도출될 수 없을 것
이다.

A국 소비자가 국내에서 해외
사이트에서 디지털제품(예, 소프

트웨어)을 구입할 경우에 지역적으로 국내에 있으면서 해외구입 후에 국내에서 소비하는 것이기 때문에 엄격하게 보면 해외구입과 국내소비이다.

해외구입을 해외소비로 간주한다면 형태2의 선발생 후에 형태1이 연결되는 것이나 해외구입이 해외소비라는 연결은 비약일 수 있다.

따라서 형태1과 형태2에 따른 시장접근은 형태3, 4와 더불어 새로운 틀을 준비하거나 정의를 내려야 할 것으로 사료된다.

나. 기술적 장벽

네트워크 기술의 상호접속성 및 상호운용성은 전자상거래의 발전에 중요하나 현재 통신, 방송 및 컴퓨팅 혹은 국가간에 다양한 표준을 서로 용인하지 않고 있어 여러 가지의 무역분쟁을 야기하고 있다.

각국 정부는 각 국가의 표준을 조화시키거나 상호인증협정(MRA)을 통하여 협의할 수 있을 것이다.

WTO는 기술적 장벽이 국제무역에 장벽이 되지 않도록 하는 규정을 확립할 필요가 있을 지도 모른다.

다. 무역 관련 지적재산권 (TRIPs)

지적재산권의 보호 및 집행에 관련되는 현재의 WTO 규정은

아직 디지털 환경에서 충분히 상응하는 보호조항을 준비하지 못하고 있다.

1994년 체결된 TRIPs 협정은 컴퓨터프로그램 및 데이터베이스와 같은 자료에 대한 보호를 규정하고 있으며 인터넷상의 저작물 해적, 상표권 혹은 상호의 부당한 사용이 중요한 이슈로 등장하였다.

TRIPs 규정은 적어도 저작, 공연 및 음반에 관한 세계지적재산권기구(WIPO)조약의 보호 내용에 맞춰 전자 및 데이터베이스자료에 대한 저작권을 보호할 수 있도록 확장되어야 할 것이다.

이들 협정은 보완이 필요하며 지나치게 규제적인 TRIPs 규정이 되어 전자상거래 성장을 저해하지 않도록 균형을 유지하여야 할 것이다.

V. 전망 및 대응

■ 전망

전자상거래는 상품 및 서비스의 세계적 교역에 있어 상당한 이점을 갖지만 미국과 EU간에 이미 분쟁이 발생하고 있다.

이러한 갈등을 해결하고 새로운 무역장벽의 출현을 방지하기 위해서 선진국들은 새로운 라운드에서 전자상거래에 관련되는 시장접근, 지적재산권 및 기술적 이슈를 확실하게 하려고 할 것으

로 보인다.

■ 전자매체의 국제적 이용에 따른 효익

쉽고 빠른 거래로 상당한 비용 절감이 가능, 전자상거래는 전세계적인 정보, 시장 및 거래도구의 활용을 가능케 하여 기업간 및 기업과 소비자간의 교역을 용이하게 하고 거래비용을 절감할 수 있으며 전자적 자료의 이용은 조직관리, 상거래 협상, 법률적·기술적 규제기반, 금융결제, 과세 등에 있어 그 중요성이 증대될 것이다.

또, 생산 및 시장이 범세계화되면서 다량으로 발생하는 일상적인 국제무역 관련 업무를 쉽고 빠르게 추진할 필요성을 충족시킨다.

전자적 거래는 기업의 국제경쟁력과 직결되며 구체적으로 다음 내용의 점검이 필요하다.

① 전자상거래에 필요한 물리적 전자적 시스템에의 접속 ② 동 시스템의 전송속도, 신뢰성 및 사용용이성 ③ 교역에 수반되는 계약의 투명성, 예를 들면 기만적 상행위로부터의 보호, 판매후 서비스, 상호 수용 가능한 지불형태 및 과세에 관한 책임과 권리의 명확한 보장 ④ 공통적인 국제적 표준의 미비로 공중통신망 운영과정에서 야기되는 행정·규제장벽의 정도 ⑤ 프라이버시, 보안 및 암호화에 관련되는 판매자와 구매자의 기업정보

및 개인신원에 관계되는 식별능력 등

■ 전자상거래의 무역거래 단계

전자상거래를 통한 무역거래는 광고, 구매와 제품의 인도 및 지불단계 구분이 가능하다.

가. 광고단계

자사 상품 혹은 서비스 내용의 가망고객에 대한 인식 단계로써 상거래의 첫 시작이며, 광고는 인터넷 업계의 수익면에서 빼놓을 수 없는 주요 수입원이다. 그러나 각국의 상이한 법률제도 차이로 한 국가에서 허용되는 광고가 다른 나라에서 제한될 수 있다.

인쇄광고 등 여타 광고와는 달리 전자상거래 광고는 원하지 않는 사람들은 선택권을 보유할 수 있다.

나. 구매단계

전자거래는 비대면 거래이기 때문에 구매협상과정에서 장애요인이 될 수 있다.

국제적 무역업자들에 대한 최소한의 투명성, 신분확인, 전자서명의 안정성과 법률적 효력 및

문제의 해결에 따른 국가간의 사법적 재판권이 무제다.

다. 인도단계

전자상거래 대부분 상품의 인도는 전통적인 방법으로 계속되며 현재 음성 및 동화상이 포함된 소프트웨어의 전송에 장시간 소요되고 전송 시간만큼 모델과 전화의 사용이 불가하며 접속비용도 과다하게 발생한다.

소프트웨어 제작 및 공급의 활성화에 중요한 것은 저작권 보호이며 전자적 인도에 부수되는 문제로 무역관련 문서의 추적이 불가능하다.

라. 지불단계

국제은행시스템의 전자적 자금이체에 관련되는 전자서명으로 가능하나 금융부문에서의 사기 및 통신망의 불안정이 예상되며 국제적 전자자금이체 표준 설정이 필요하다.

■ 전자상거래에의 대응

경제적 측면에서 전자상거래는 저렴한 비용으로 쉽고 신속하게 정보의 이용 가능성을 접근할 수 있게 하기에 국제무역에 유용하

다.

이 상황은 모든 시장 참가자가 현실에서 가장 완벽에 가까운 정보를 공급받고 다수의 공급자와 수요자가 존재하기에 완전경쟁 시장과 유사하다.

가격 및 제품에 관한 정보가 공개되고 검색이 용이하므로 기업간의 경쟁은 격화되어 가격은 저렴해지고 생산 및 마케팅은 보다 효율화되지 않으면 안된다.

경쟁력이 약한 기업의 도태는 가속화 할 수 밖에 없다.

따라서 무역에 의존하지 않을 수 없는 우리는 전자상거래 이용에 따른 국제무역에서 발생할 수 있는 문제규명 및 이에 대한 최선의 준비 및 대응이 요구된다.

내수기반이 없이 국제적인 전자상거래에서 성공할 수는 없으므로 전자상거래 수요부문의 활성화에 대한 민관의 적극적 활동을 전개해야 하며 기업간 거래(EDI)도 중요하지만 기업과 소비자간의 거래에 있어 전자상거래 이용자에 대한 정책적 지원이 필요하다.

표적시장(target market)을 구성하는 소비자의 특성 및 프로필 등을 염두에 두고 포괄적인 마케팅 전략의 틀에서 최고경영진의 적극적인 참여하에 전자상거래 추진이 요구되고 있다.