

2010년 2월

석사학위 논문

한국 전자무역의 활성화 방안
에
관한 연구

조선대학교 대학원

무역학과

조자태

한국 전자무역의 활성화 방안에 관한 연구

A Study on the Promotion of e-Trade in Korea

2010年 2月 25 日

조선대학교 대학원

무역학과

조자태

한국 전자무역의 활성화 방안에 관한 연구

지도교수 이성민 교수

이 논문을 경영학 석사학위신청 논문으로 제출함

2009년 10월

조선대학교 대학원

무역학과

조 자 태

조자태의 석사학위논문을 인준함

위원장 조선대학교 교수 이정호 (인)

위 원 조선대학교 교수 전의천 (인)

위 원 조선대학교 교수 이성민 (인)

2009년 11월

조선대학교 대학원

목 차

ABSTRACT

제1장 서론	1
제1절 연구의 목적	1
제2절 연구의 방법 및 구성	2
제2장 전자무역에 관한 이론적 고찰	4
제1절 전자무역의 개념 및 특징	4
1. 디지털 경제와 무역 환경의 변화	4
가. 디지털 경제의 개념	4
나. 디지털 시대의 패러다임 변화	5
2. 전자무역의 개념	7
가. 전자무역의 정의	7
나. 전통적 무역과 전자무역의 비교	9
다. 전자무역의 구성	10
3. 전자무역의 특징	11
가. 전자무역과 인터넷 무역의 비교	11
나. 전자무역의 거래 절차 및 주요 수단	13

제2절 전자무역의 발전 단계	14
1. 무역단계별 이행과정	14
가. 정보수집단계	15
나. 해외마케팅단계	16
다. 거래협상단계	16
라. 무류운송단계	17
2. 전자무역의 발전단계	17
3. 무역 단계별 프로세스 현황	18
가. 마케팅 프로세스	18
나. 상역 프로세스	19
다. 외환·결제 프로세스	19
라. 물류·통관 프로세스	20
4. 전자무역플랫폼의 진행사항	20
제3절 전자무역거래의 효과	21
1. 무역거래 부대비용의 획기적인 절감	21
2. 수출확대기반의 제공	21
3. 국가경쟁력의 제고	22
제3장 전자무역의 현황 및 논의 동향	23
제1절 전자무역 관련 논의 동향	23
1. 국제기구의 전자무역 관련 논의 동향	23
가. 세계무역기구(WTO)	23

나. 경제개발협력기구(OECD)	24
다. UN국제무역법원회(UNCITRAL)	26
라. 국제상업회의소	27
제2절 전자무역의 현황	29
1. 한국의 전자무역 현황	29
가. 한국 전자무역 현황	29
나. 한국 전자무역 전망	32
2. 주요국의 전자무역 추진 현황	33
가. 북미지역	34
나. EU 지역	35
다. 동아시아 지역	36
제4장 전자무역 사례	39
제1절 전자무역을 통한 수출 성공사례	39
1. 사이버 무역 마케팅	39
2. 통합 무역 관리 시스템 도입	40
3. 인터넷을 이용한 시·공간적 제약 극복	41
4. 시사점	42
제2절 전자무역을 통한 피해사례	43
1. 인터넷 유명사이트 피해사례	43
2. 샘플사취 피해사례	43
3. 온라인 무역업체 카드 사기사례	44

4. 선지급으로 선적 유도 후 피해사례	45
5. 시사점	45
제5장 전자무역 문제점 및 활성화 방안	47
제1절 전자무역 장애요인	47
1. 제반 인프라 문제점	47
가. 전자무역 인프라의 문제점	47
나. 정보화 인프라	48
다. 법률적 인프라	49
라. 제도적 인프라	50
2. 전자무역 기반 기술	50
가. 전자무역 기술표준의 문제점	50
나. 전자무역 리스크 관리 부재	51
다. 기업 혁신성향의 부족	51
라. 전문 인력의 부족	52
3. 관련 법률 및 제도	53
가. 조세제도	53
나. 관세제도	54
다. 전자결제시스템에 대한 부족	56
제2절 전자무역의 활성화 방안	58
1. 제반 인프라 활성화 방안	58
가. 정보 인프라	58
나. 법률적 인프라	59
다. 제도적 인프라	59

2. 전자무역 기반 기술	61
가. 전자무역 표준화의 정비	61
나. 전자무역 리스크 경감장치 마련	61
다. 기업 혁신성향의 활성화 방안	62
라. 전문 인력 활성화 방안	63
3. 법률 및 제도	63
가. 조세제도	63
나. 관세제도	64
다. 결제시스템의 활성화 방안	64
제6장 결론	66
참고문헌	68

표 목 차

<표 2-1> 전통적 무역과 전자무역의 비교	10
<표 2-2> 전자무역의 유사개념	12
<표 2-3> 기존 무역거래와 전자무역의 비교	13
<표 2-4> 전자무역의 발전단계	18
<표 3-1> 전자무역 관련 국제기구 최근 논의 동향	28
<표 3-2> 전자무역 종합육성시책	30
<표 3-3> 전자무역촉진 3개년 계획의 핵심 4대전략	31
<표 3-4> 국내 전자무역 관련 법/제도	32

ABSTRACT

A Study on the Promotion of e-Trade in Korea

Zhao Zitai

Advisor: Prof. Lee, Sung-Min, Ph.D.

Department of Trade,

Graduate School of Chosun University

This study puts its purpose on finding both a current e-trade trends in and out of the country, and existing trade circumstances, as well as finding some problems of e-trade in the country and some ways to activate it.

The activation of e-trade emerge from a major policy issue in many countries. Especially, our country will adapt and use new trade methods quickly and its application is an important issue of trade policy because our country highly depends on trade rather than other country.

This study based on the results, the present author researched the plans to activate e-trade by the government, trade-related organizations, Korea exporting companies and other competitor countries and listed them in the following.

To activate e-trade successfully in each enterprises, it needs to improve government polices and e-trade related regulation and build technology base necessary for e-trade, as soon as possible. That is, as the support of government and recognition of trading companies on the necessity of electronic trade are so desperate, it needs to enhance promotion on the importance of e-trade to the enterprises and focus on cultivating the

professional power in e-trade area.

To technologically solve the security problems of e-trade , it needs to accept excellent security system to address the safety of e-trade to the customers. As to certification, reliable certification organization is to be established or designated so that the nation could be certified as such a country that easy to trade with and reliable. With multilateral driving of these measures, we can activate such an e-trade which can produce high added-value to strengthen our national competence.

제1장 서론

제1절 연구의 목적

인터넷의 급속한 확산은 국제교역, 즉 무역의 방식에도 커다란 영향을 주었다. 전통적인 무역방식에서는 일반적으로 수출업자와 바이어와의 직접적인 대면접촉(face-to-face)과 신용장을 매개로 거래가 형성되었다. 따라서 거래의 이행을 위해서 은행, 세관, 선사, 보험사 등의 유관기관에서 많은 서류가 작성되었고, 또 전달되어야 했다.

그러나 정보통신 기술의 발달은 인터넷을 통한 무역거래를 가능하게 만들었다. 이에 따라 관련 무역업무가 전자적으로 이루어지는 새로운 방식의 무역이 등장하였고, 우리는 이러한 형태의 무역을 전자무역이라고 부른다.¹⁾

최근 인터넷의 전 세계적인 확산으로 세계 시장은 시간과 공간의 의미를 상실하였으며, 이는 경제에 많은 변화를 불러왔다. 특히 무역에 있어서는 완전히 새로운 개념인 전자무역을 등장하였다.

전자무역의 등장은 과거의 무역거래 방식과는 달리 완전히 새로운 패러다임의 등장을 가능하게 하였고, 이러한 현상은 빠르게 확산되어 선진국들의 경우 기존의 무역방식을 대체해 전자무역을 시행하는 비중이 증가하고 있다.

21세기 세계경제를 선점하기 위한 미국, 일본, 유럽연합(EU), 중국 등의 나라에서는 전자무역을 위한 법률 등의 제도적 기반, 기술적 문제점 및 전문적인 인력 확보를 위한 대책을 모색하고 있다. 또한 세계경제 협력기구들도 전자무역의 시장성에 주목해 전자무역을 위한 관련지침과 활성화 방안에 대해 논의를 하고 있다. APEC의 경우 2003년 1월 한국, 호주, 대만, 싱가포르의 4개국은 전자무역 활성화를 위해 "아태지역 국제 B2B 연계 시범사업"에 착수하였다. 이는 개도국의 경우 2010년까지 종이 없는 무역을 구현하기 위한 것이다.

전자무역의 촉진을 위해서는 다음과 같은 요소들을 제시할 수 있다.

첫째, 글로벌 경쟁시대의 수출 경쟁력 강화가 필요하다. 전자무역은 무역 프로세스의 근본적인 혁신으로 무역관련 제비용 등을 절감함으로써 경쟁력 강화에 기여할 수 있기 때문이다.

1) 이성봉 외, 「전자무역의 최근동향과 활성화 방안」, 대외경제정책연구원, 2001.

둘째, 전자무역에 대한 관심 및 수요가 증대하고 있다. 이는 최근 국제 환경의 변화와 물류환경의 변화로 인해 기존 무역프로세스에 대한 근본적인 개선이 필요해졌고, 이러한 과정에서 대부분의 무역업무 프로세스를 인터넷을 이용한 비대면 방식으로 처리할 수 있는 전자무역에 대한 관심과 수요가 급속히 증가하고 있기 때문이다.

셋째, 신시장과 신제품 창출을 통한 수출확대 기반을 제공할 수 있다. 이는 전자무역을 통해 21세기 핵심 수출산업으로 주목받고 있는 디지털재화 및 지식서비스 등의 수출 증대, 24시간 무역 기반의 제공, 중소기업들도 보다 용이하게 해외 시장을 개척할 기회가 제공되기 때문이다.

이러한 전자무역의 필요성은 단순히 경제적 측면에서만 생각할 것이 아니라 국가적 차원에서 전략적으로 이루어져야 할 필요성이 있다.

세계적인 추세를 고려해 볼 때 국경 없는 글로벌 무한경쟁시대에 경쟁력을 가지고 세계시장을 주도할 수 있도록 전자무역방식을 보다 적극적으로 도입할 필요가 있으며, 또한 전자무역을 활성화하기 위한 정부차원의 적극적인 정책지원과 기업의 전자무역에 대한 인식의 제고, 전자무역관련 전문인력이 필요한 실정이다.

그러나 현재 각 국들은 전자무역 개념도 확실하지 않아 많은 문헌에서 전자무역, 인터넷 무역, 사이버 무역이라는 용어를 혼용하고 있으며, 전자무역의 범위도 또한 명확히 규정되어 있지 않아 전자상거래와 구별이 쉽지 않은 실정이다.

전자무역은 무역프로세스의 혁신을 통해 무역 부대비용들 획기적으로 절감함으로써 무역의 고비용 구조를 근본적으로 개선하며, 새로운 신 시장 개척으로 이루는 장점이 있는 반면에 많은 문제점들이 있으며, 이는 전자무역 활성화의 장애요인들이다.

따라서 본 연구는 세계 각국과 국제기구들이 전자무역에 관한지원, 규제, 발전에 대한 논의가 활발히 진행되고 있는 이 시점에서 전자무역 현황 및 활성화의 선행연구를 바탕으로 전자무역의 문제점을 분석하여 향후 전자무역의 활성화를 위한 방안을 제시하고자 한다.

제2절 연구의 방법 및 구성

본 연구에서는 선진국들(미국, EU, 일본 등)과 긴밀한 경제관계를 맺고 있는 세

계 주요국가들(홍콩, 중국 등)전자무역의 실태를 비교해 보고 전자무역의 장애요인을 세분화 시켜 그에 따른 활성화 방안을 살펴보고자 하였다.

연구 방법은 전자무역을 관장하는 유관기관에서 발행한 연구보고서 및 학술지를 참고하였으며, 기존에 전자무역에 현황이나 활성화 방안에 관한 문헌 및 자료를 분석하는 문헌연구 방법을 채택하였다.

현재 국내외적으로 전자무역의 구현수준과 성과 영향을 미치는 요인에 대한 선행연구는 상당히 제한적이며, 전자무역 확산과 활성화 노력에도 불구하고 아직까지 전자무역 활용이 부진한 상태이고 실질적인 편리성을 가져다주는 제대로 된 전자무역 활성화 방안이 마련되지 않고 있는 점도 걸림돌로 작용되고 있으며, 전자무역 활성화를 위해서는 요구를 효과적으로 반영하기 위한 정책이 지속적으로 추진되어야 함에도 불구하고 미비한 상태이며 이에 대한 적절한 해결 방안도 제시하지 못하고 있는 실정이다.

본 연구는 전체 5장으로 구성되어 있으며 세부 구성은 다음과 같다.

제1장은 서론으로 연구의 목적과 연구방법 및 논문의 구성에 대해 기술하였다.

제2장은 제1절 전자무역의 개념과 특징, 제2절 전자무역의 발전 단계, 제3절 전자무역 거래의 효과를 기술하였다.

제3장은 전자무역 현황 및 국내 · 국외 동향에 대해 기술하였다.

제4장은 전자무역 사례를 성공사례와 피해사례로 나누어 분석하였다.

제5장은 전자무역에 관한 여러 분야의 실증 문헌 및 연구 논문을 토대로 문제점과 활성화 방안을 살펴보았다. 전자무역의 장애요인으로서는 각국 마다 달랐지만 관련 법률 및 규율의 문제, 결제시스템의 문제, 각국의 국내 기업들의 혁신 부족 문제, 전문 인력의 문제들을 제시하였으며, 이러한 장애요인을 극복하는 방안을 토대로 활성화 방안을 도출하고자 했다.

제6장은 본 논문의 결론에 해당하는 부분으로 논문의 전반적인 내용을 종합적으로 요약하여, 연구의 한계 및 향후 연구 방향을 제시하였다.

제2장 전자무역에 관한 이론적 고찰

제1절 전자무역의 개념과 특징

1. 디지털 경제와 무역 환경의 변화

가. 디지털 경제의 개념

디지털경제에 대해 이해하기에 앞서 디지털(digital)이라는 용어에 대해 정리부터 해애할 것이다.

디지털이라는 용어 자체는 숫자나 문자형식으로 된 데이터를 0과 1 같은 수치로 표현하는 것으로, 이러한 수의 부호를 신호로 사용하여 정보를 표시하는 것을 말한다. 디지털에서 찾아볼 수 있는 가장 중요한 의미는 0과 1이라는 두 가지 수치만으로 모든 것을 표현함으로써 우리를 둘러싼 모든 환경들에 대한 정보를 안정적으로 그리고 빠르게 처리할 수 있다는 것이다.

디지털에 대한 상대적인 개념으로 사용되는 용어는 아날로그(analog)이다. 아날로그란 그리스어로 닮았다 또는 비슷하다라는 의미의 아날로기아(analogia)에서 유래된 것으로서 전류나 전압 등의 물리적인 양의 연속적인 수치로 나타내는 것으로 경제활동에서는 연속성 또는 전반적인 흐름을 중시하는 것이라 할 수 있다.

컴퓨터의 발달은 우리를 둘러싼 모든 정보들을 디지털로 표현하여 컴퓨터에 입력하고 컴퓨터의 연산장치를 이용하여 업무를 처리하는 것으로 변화하고 있으며, 이와 관련된 제반 경제활동을 디털경제제라고 부르는 것이다. 따라서 디지털 경제란 전자상거래나 인터넷 비즈니스 보다 넓은 의미로 그 뿌리를 이루고 있다고 할 수 있다.

디지털 경제로 인하여 디지털 기술의 기업구조, 생산활동, 시장경쟁, 가격구성과 정책설정, 노동시장, 법률 등 산업 전반에 걸친 변혁이 이루어지며, 이와 같이 변화된 산업과 경제적 시스템 기반의 경제 활동을 디지털 경제라고 부른다.

나. 디지털 시대의 패러다임 변화

(1) 인터넷에 의한 패러다임의 변화

역사적으로 볼 때 경제활동을 변화시킨 요인들은 여러 가지가 있다. 그 중에서도 가장 급진적인 발달을 가져온 혁신적인 두 가지 요인으로 산업혁명과 인터넷을 들 수 있을 것이다.

토지와 노동력을 기반으로 하는 농경사회 중심의 경제활동이 산업혁명을 통하여 자본과 기술을 기반으로 하는 산업사회 중심의 경제활동으로 변화되었다면 인터넷은 정보와 고도의 지식을 기반으로 하는 정보활동에 의한 정보화 사회로 발전시키는 계기를 제공하였다고 할 수 있다.

업무를 처리하는 속도를 빛의 속도에 비유하여 CALS(Commerce At Light Speed)라는 용어가 나오기도 하였다. 더욱 중요한 것은 빛의 속도로 전개되는 경제활동을 사람과 사람이 1대1로 열어 나가는 것이 아니라 다수대 다수 즉 n:n의 대화를 가능하게 하며 이제는 각 개인별로 특성화된 정보를 주고받는 개인화(personalisation)에 쌍방향 대화가 이루어지고 있다는 것이다.

또한 경제활동의 질을 높이는 계기가 된 것으로 멀티미디어화를 들 수 있는데 산업사회에서 이루어지던 멀티미디어가 TV, 영화, 라디오와 같이 일방적으로 주어지는 단방향 통신이었다고 한다면, 인터넷은 상호간의 대화를 통하여 각 개인별로 원하는 정보를 멀티미디어로 제공하는 쌍방향 통합 멀티미디어라는 것이다.

(2) 가치사슬변화에 따른 패러다임의 변화

마이클 포터는 기업활동에 대하여 본원적 활동과 이에 대한 지원활동으로 구분하고 본원적활동은 다시 물류투입활동, 운영활동, 물류산출활동, 마케팅과 판매활동 그리고 서비스활동으로 순차적으로 이어지는 가치사슬(Value Chain)을 형성한다고 하였다. 또한 이에 대한 지원활동 또한 기업하부구조, 인적자원관리, 기술개발, 구매활동으로 이어지는 것으로 이어지는 것으로 보고 있다. 디지털 경제속에서의 기업활동이라고 하여 이와 같은 가치사슬이 완전히 변화하는 것은 아니지만 e-비즈니스를 전개할 때에는 다른 가치사슬 구조를 형성하게 되며, 이에 따라 기업활동이 변화하게 되는 것이다.

그러나 e-비즈니스를 도입한 기업은 기획, 마케팅, 구매, 물류 및 배송, 서비스

로 이어지는 가치사슬을 구성하게 되며 전통적인 생산활동에서 전개되던 물류투입 및 생산 등의 활동은 기획과 마케팅을 바탕으로 구매단계에서 조달 및 SCM(공급망 관리)등에 의하여 실현되게 된다.

최근들어 전통적인 기업들도 IT 신기술을 도입함으로써 전통적 기업의 e-Transformation(e-전이)가 많이 이루어지고 있다. e-Transformation이란 전통기업에 e-비즈니스를 결합시켜 기업가치를 높이는 것으로서 시장전략, 마케팅, 물류, 서비스 등의 생산활동에 ERP, CRM, SCM 등의 전자상거래 지원시스템을 도입함으로써 생산성과 마케팅 활동 등을 극대화하기 위한 기업의 변신이라고 할 수 있다.

(3)신기술의 발달과 패러다임의 변화

신기술이 발달함에 따라 경제활동의 패턴 또한 급격히 변화하고 있다. 디지털 경제하에서 일어나는 가장 큰 변화 중의 하나가 생산자와 소비자가 변하고 있다는 것이다. 이러한 현상은 인터넷을 통하여 정보를 제공하는 포털²⁾에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 포털 운영자는 공급자의 역할을 담당하며 이를 통하여 정보를 찾는 네티즌은 소비자의 역할을 하고 있다. 그러나 실질적인 면에서 보면 포털 운영자들이 가지고 있는 정보들은 순수하게 포털 운영자들이 만들어낸 것이 아니며 관련 기업이나 네티즌이 정보의 제공자로서의 역할을 하며 동시에 소비자의 역할을 하고 있으며 포털 운영자들은 그러한 정보의 소비자인 동시에 이를 이용한 공급자의 역할을 하고 있다는 것이다.

또한 냅스터나 소리바다와 같이 음악파일을 전세계적으로 공유하는 것 또한 Prosumer의 또 다른 면을 보여주는 것이라 할 수 있다. 냅스터나 소리바다에서 사용하는 기술은 P2P라는 것으로 인터넷에 접속하여 있는 모든 컴퓨터들이 특정한 형태의 음악파일을 공유하며 거래할 수 있게 해주는 신기술로서 최근에는 전자상거래에도 적용되고 있다.

앞에서 설명한 것이 소비자간의 거래 등을 포괄하는 소비자 중심의 변화라고 한다면 기업간 통합기술은 제휴의 경제를 실현하는 기업 중심의 기술이라고 할 수 있다.

전통적인 기업들은 상호간에 독립적인 상태에서 경쟁을 해왔으나 디지털 경제에

2) 포털(Portal)이란 인터넷을 이용해 정보를 찾아 들어가기 위한 관문의 역할을 하는 것으로 포털 서비스 제공자들은 정보를 가지고 있는 사이트로 이용하기 위한 연계서비스를 제공하고 있다.

서는 공동마케팅과 공동경쟁(Co-competition: 협쟁)을 하는 상호보완적인 입장에 놓이게 되는데, 각 기업들은 자신의 목적에 맞는 시스템을 개발하여 사용해온 관계로 기업간의 공동마케팅이나 공동경쟁을 하기 위한 기술적 바탕을 구성하기가 매우 힘들었다.³⁾

2. 전자무역의 개념

전자상거래, 전자무역, 사이버무역, 인터넷 무역 등 혼용되고 있는 용어들의 차별적인 내용을 이해하는 것이 무엇보다 중요하다. 전자무역은 글로벌 전자상거래의 일부로 전자무역의 활용 및 발전 과정을 네 단계로 구분 할 수 있으며, 전자무역에 의해 거래관습, 거래당사자, 업무처리방식, 거래의 범위 등이 전통적인 무역과 다르게 발전하고 있다.⁴⁾

가. 전자무역(Electronic Trade)의 정의

현재 한국은 기존 무역관련 법률에서 전자무역에 대한 정의규정을 두고 있다.

즉, 대외무역법 제2조는 전자무역에 대해 ‘무역의 전부 또는 일부가 컴퓨터 등 정보처리능력을 가진 장치와 정보통신망을 이용하여 이루어지는 거래’를 말한다고 정의하고 있고,

무역거래기반조성에 관한법률에서는 ‘인터넷 등 정보통신망을 통하여 수행하는 무역거래’를 전자무역거래로 규정하고 있는 것이 그것이다.

이 규정에 의할 때 한국 법제상 전자무역은 "물품 및 소프트웨어, 콘텐츠 등의 수출입에 있어 그 전부 또는 일부가 컴퓨터 등 정보처리능력을 가진 장치와 정보통신망을 이용하여 이루어지는 거래가 되는 것이고, 물품이나 전자적 형태의 무체물을 제외한 서비스에 대한 거래는 전자무역에 해당하지 않는다고 본다".

또한 무역업무 자동화촉진에 관한 법률은 무역자동화를 “무역 업무를 전자문서 교환방식으로 행하는 것”으로 규정하여 VAN과 EDI(Electronic Data Interchang

3) 김영래 외 6인, 「전자무역의 이해와 전개」, 브레인코리아, 2002, pp. 13-19.

4) 김영래 외 6인, 상계 서, p. 29.

e)5)를 전제로 하고 있음을 알 수 있다.

한편, 무역의 단계를 계약체결을 중심으로 그 이전단계와 계약이후의 이행단계의 3단계로 구분할 경우 정보수집과 마케팅이 계약체결 이전단계라고 할 수 있고, 상담 및 계약체결이 계약체결단계, 무역금융/통관 및 대금결제, 물류/운송단계가 계약의 이행단계라고 할 수 있다.

이 경우 대외무역법에서 전자무역에 대해 정의하고 있는 것처럼 무역의 전부 또는 일부가 정보통신망을 통해 이루어지면 전자무역으로 볼 수 있으므로, 정보수집을 인터넷을 통해 하거나 무역업체가 홈페이지를 통해 마케팅을 해서 무역계약이 체결되었다면 그 자체가 전자무역의 범주에 들어가게 되는 것이다.

즉, 무역거래 성사 이전의 각종 마케팅 활동과 거래조건 협상뿐 아니라 무역거래 성사 이후 각종 무역관련 서류의 전자적인 처리를 위한 무역EDI의 활용이 모두 인터넷을 통해서 이루어질 수 있게 되었기 때문에 기존의 무역에 대비되는 새로운 무역개념이 필요하게 되었고, 이것이 전자무역인 것이다.

결론적으로 전자무역이란 “무역의 모든 절차를 인터넷, EDI 등 각종 정보통신 기술을 이용하여 전자적으로 처리함으로써 시간과 공간의 제약 없이 무역관련 직/간접의 업무를 신속하고, 정확하며, 효율적으로 처리하는 일련의 과정”이라고 정의할 수 있다.

따라서 조만간 무역은 곧 전자무역의 시대가 되리라는 예측이 가능한 것이다.

이러한 전자무역을 좀더 세분하면, 무역거래를 위한 기본적인 정보수집과 광고, 의사교환, 계약체결을 전자적으로 수행하는 것과 같은 ‘비정형화된 전자무역’과 계약체결 이후의 대금결제와 물류운송과 같은 ‘정형화된 전자무역’으로 구분된다.

이 중 국내 기업들이 인식하고 있는 전자무역은 각종 무역거래 알선사이트와 같은 비정형화된 전자무역이라 하겠고, 한국무역협회의 설문조사에 따르면 상당수의 수출입업체가 인터넷 홈페이지를 통한 무역정보서비스를 이용하고 있다고 한다.

한국의 경우 한국무역협회와 한국무역통신, 한국글로벌커머스협회, 대한무역투자진흥공사, 한국전자거래협회 등이 대표적인 전자무역 지원기관이라 할 수 있

5) EDI란 표준화된 상거래서식 또는 공공서식을 서로 합의된 표준에 따라 전자문서를 만들어 컴퓨터 및 통신을 매개로 상호 교환하는 것을 말한다.

다.6)

나. 전통적 무역과 전자무역의 비교

전자무역은 전통적 무역방식과 비교해서 여러 가지 측면에서 차별적이다. 전자무역의 특징은 거래주체간 접촉방식의 변화, 거래 관련 서류 및 대금결제의 전자화, 고객범위에 확대 및 마케팅 개념의 변화 등이 해당된다고 볼 수 있다. 전통적 무역과 전자무역의 차이를 거래채널, 거래대상지역, 거래시간, 마케팅 활동, 거래협상을 위한 의사교환, 무역서류작업, 무역대금결제 및 무역물류 등 무역의 주요 절차별로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 거래채널의 경우 전통적 무역에서는 무역업자가 개입하는 경우가 많았지만, 전자무역에서는 인터넷 및 새로운 정보통신 기술 환경에 익숙한 새로운 에이전트가 개입하거나, 수출기업과 수입기업 또는 기업과 소비자가 직접거래를 하는 형태가 중요한 비중을 차지하게 되었다.

둘째, 전통적 무역방식에서는 한 기업이 상대할 수 있는 지역이 인력 및 정보의 제한 등으로 인하여 일부지역에 한정되었으나, 전자무역방식에서는 인터넷 활용을 통하여 전 세계 지역으로 확대될 수 있게 되었다.

셋째, 기존 무역방식의 경우 영업시간이 하나의 큰 제약 요인이었으나, 전자무역은 24시간 거래가 가능하다.

넷째, 국가 간 거래처의 발굴과 거래처의 요구사항 파악 및 대응, 거래협의를 위한 의사교환 등이 마케팅 활동에 있어서도 전자무역은 기존 무역방식에 비해서 효율성이 높다. 특히 전자무역은 고객관계관리(CRM)을 통하여 마케팅채널의 확보와 기존고객의 수요창출, 표적고객에게 적합한 마케팅활동 등 효율적인 마케팅을 가능하게 해 준다. 즉, 고객의 요구를 신속하게 반영하여 즉시 대응할 수 있도록 해준다.

다섯째, 전통적 무역방식의 경우, 팩스, 전화 및 서신 등을 통해서 의사교환이 이루어지기 때문에 장시간이 소요되는 반면, 전자무역의 경우 웹사이트 및 전자메일을 통해서 저렴한 비용으로 신속하고 정확하게 의사교환이 이루어질 수 있다.

6) www.naver.com

특히 최근 인터넷을 통한 화상대화 기술이 발전함에 따라 직접적인 대면 없이 협상 및 거래체결이 이루어지게 되어 전자무역의 효율성을 더욱 증진시키고 있다.

여섯째, 무역관련 서류작업에서도 전통적 무역방식은 수작업 또는 폐쇄적 EDI를 통한 작업으로 상대적으로 비효율적인 제한적 자동화가 활용되지만, 전자무역의 경우 웹과 EDI의 통합을 이용한 포괄적인 전자화를 통해 효율성 제고가 기대된다.

일곱째, 무역대금 결제방식에서도 전통적 방식에서는 신용장의 개설이 반드시 필요했지만, 전자무역에서는 신용장의 개설이 필요 없는 시스템들이 개발되면서 다양한 결제방식을 통한 비용절감이 기대된다.⁷⁾

지금까지 살펴본 전자무역과 전통무역을 비교하여 요약하면 <표 2-1>과 같다.

<표 2-1> 전통적 무역과 전자무역의 비교

구분	전통적 무역	전자 무역
정보 수집	직접 방문, 거래알선기관 등	인터넷 이용한 정보검색, 거래 알선 사이트
서류 통관	종이서류, 관세사	전자문서, EDI
거래 지역	제한된 일부 지역	전 세계
영업 시간	제약된 영업시간	24시간
의사 소통	국제전화, 팩스, 우편 등	전자 우편, 인터넷 전화
대금 결제	신용장, D/A, D/P.	Bolero, Trade card
물류 운송	포워더, 해운, 항공운송	온라인 전송
유통 경로	생산자<->수입업자	생산자<->소비자

자료: 박희정, "전자무역거래의 활용도와 성과에 관한 연구", 2005, 3.

다. 전자무역의 구성

그동안 무역에 대한 개념에도 많은 변화가 있었다. 1980년대까지는 국경을 중심으로 국내에서 이루어지는 국내거래와 국경을 넘어서 이루어지는 무역거래를 엄격히 구분해 왔다. 그러나 정보화 및 세계화라는 물결을 타고 세계의 어느 시장에서도 모든 국가들이 자유롭게 경쟁을 하게 개방되어 있으며 인터넷에 의하여 물품

7) 김영래 외 6인, 전계 서, p.p. 32-35.

과 관련 정보의 흐름이 국내와 해외를 가리지 않고 이동하게 되었다.

더 이상 무역은 국내거래와 단절된 국제거래가 아니며, 국내거래가 자연스럽게 해외로 연결되는 절차 중의 하나로서 무역의존도가 높은 한국의 경우에는 전자무역이 국내거래를 세계로 끌고 나가는 선도적인 입장에 서있다고 할 수 있다.

전자무역은 국내에서 이루어지는 원자재, 반제품, 부품, 완제품의 조달, 유통, 생산 관련 정보가 수출로 이어지기까지의 전과정과 유기적으로 연계되며, 수출용 물품을 생산하기 위한 원자재 등을 수입하는 경우에는 더욱 그 연계성이 높아지기 때문에 모든 국내 및 무역거래와 관련된 정보의 공유와 유통이 가장 중요한 핵심이 되고 있다.

국내전자상거래가 해외로 이어짐에 있어서 업무나 정보의 단절이 발생하여서 안되며 하나의 연결된 절차로서 원활하게 이어짐이 가장 중요하다는 것이다. 또한 국제적인 정보의 유통을 위하여 국내의 정보망과 외국의 정보망을 연계하고 세계적으로 분포되어 있는 물류, 보험, 금융망을 어떻게 유기적으로 연동되게 할 것인가가 중요하다.⁸⁾

3. 전자무역의 특징

가. 전자무역과 인터넷 무역의 비교

인터넷 무역이란 "인터넷을 이용한 재화나 용역의 국제간 거래"라고 인식되어 있으나 전자상거래의 개념 정의처럼 아직까지 명확한 정의는 없다. 다만, 전자무역과 인터넷 무역은 그 개념의 범위를 설정할 필요가 있는데 일반적으로 전자무역을 인터넷 무역의 확장된 범위로 보아 "컴퓨터와 모든 통신망을 통한 국제간 거래"로 규정하고 있는 것이 통설로 인식되어 있다. 즉, 인터넷 무역은 주로 계약체결 이전의 단계를 포함하는 범위로서 무역의 전 과정을 포괄하고 있는 전자무역의 일부로 인식되고 있는 것이 일반적이다.

그러나 이와 같은 인터넷 무역은 기존의 전통적인 무역을 대체하고 있는 것이라기보다는 다만 무역업무 처리방식의 변화단계별로 수단 및 방식의 폭을 넓혀 주는

8) 김영래 외 6인, 전계 서, pp. 35-37.

도구로서 인식되어야 한다.

왜냐하면 국제간 무역거래에 있어 그 절차와 과정을 규율하고 구속할 수 있는 정형화된 상관습이 인터넷을 거래의 수단으로서 인식하고 있으며 또한 거래절차의 근본적인 변화를 수반하지 않고 전자상거래의 특성상 그 이행절차의 단축과 시간적, 물리적인 제약을 극복할 수 있게 하는 방편으로 실제 의의를 찾고 있기 때문이다.

<표 2-2> 전자무역의 유사개념

개념	정의
무역자동화	무역업자와 무역유관기관이 대외무역법령 및 대외 무역법 제15조 제2항의 규정에 의한 통합공고와 관련되는 법령 · 수출보험법령 · 외국환거래법령 등 대통령령이 정하는 법령 및 당사자간 계약에서 정한 무역업무를 전자문서교환방식으로 행하는 것(무역자동화법률 제2조 1항)
전자무역거래	인터넷 등 정보통신망을 통하여 수행하는 무역거래기반의 구축 (무역거래기반법 제4조 1항 6호)
e-Trade	e-Trade is Simply e-Commerce across International Borders(ITC, International Trade Center)
사이버 무역	인터넷을 이용하여 실제의 무역거래과정을 단축하거나 효율화하는 과정 혹은 방법

자료 : 한국무역협회, 『전자무역의 비전』, (주)인터젠컨설팅, 2002, p.13.

전자무역(e-Trade)은 e-Business 분야의 핵심 이슈의 하나로 전 세계 모든 국가와 기업의 집중적인 관심이 모아지고 있는 분야이다. 이는 전자무역이 기존 무역거래 방식의 단순한 전자화 수준을 넘어 인터넷(Internet), 전자문서교환(EDI) 등 각종 정보기술을 활용하여 무역구조와 무역프로세스를 혁신하고 무역부대비용 절감, 시간 단축 등을 통해 국제경쟁력을 강화할 수 있는 개방화, 세계화, 정보화 시대 국가와 기업의 생존전략으로 인식되고 있기 때문이다.

전자무역은 궁극적으로 다수의 관련 기업 및 기업 및 공공기관의 개별 프로세스가 전자무역 프로세스라는 일관된 프로세스로 융합되는 과정으로 e-비즈니스화(e-Transformation)의 핵심부분을 구성한다.

전자무역이 전통적인 무역과 무관하게 독립적으로 수행되는 것은 아니다. 전자

무역은 새로운 무역수단으로써 전통적인 무역과 상호보완관계에 있으며 오프라인 무역의 지원수단으로써 그리고 독자적인 무역 수행 수단이라고 할 수 있다. 전통적인 무역이 물리적 재화의 국제적 거래를 주요대상으로 한다면 전자무역은 e-Marketplace, 무역자동화, 전자상거래 지원시스템 등을 이용하는 동시에 무역정보, 비즈니스 모델, 소프트웨어, 솔루션, 콘텐츠 등을 국제적으로 매매하는 것이라고 할 수 있다.

<표 2-3> 기존 무역거래와 전자무역의 비교

구분	기존 무역거래	절차	전자무역
계약의 성립	카탈로그, 매체관고, 전시회 상담회	홍보/마케팅	홈페이지, 유즈넷, 인터넷 마케팅, 사이버전시회
	거래알선기관 방문, 거래제의 우편발송	거래선 발굴	거래알선 사이트, 등록/조회, 인터넷 정보검색
	국제전화/팩스, 우편, 출장 등	상담/거래협상/계약 체결	인터넷 상담, e-mail, 인터넷폰, 인터넷팩스
계약의 이행	포워더, 해운, 항공, 복합운송 등	물류/운송	물류 EDI, Bolero, 화물추적시스템
	L/C, D/A, D/P	대금결제	금융 EDI, Trade Card, Bolero, 전자자금이체
계약의 종료	국제전화, 팩스, 우편, 출장 등	사후관리/분쟁	전자우편, 인터넷폰/팩스, 온라인 중재제도

자료 : 김정수 · 서동균 공저, 『전자무역 실무』, 2004, p. 14.

나. 전자무역의 거래 절차 및 주요 수단

(1). 전자무역의 거래 절차

- 1) 정보단계 : 탐색과정-잠재적 수입자를 파악하기 위한 각종 정보를 수집
- 2) 계약단계 : 의사교환 과정 - 각종 거래조건에 대한 합의가 이루어짐

3) 이행단계 : 합의된 각종 거래조건의 내용이 법률적 구속력을 갖춤.- 대금 결제와 운송

(2). 인터넷을 활용한 전자무역수단

1) IP주소 : TCP/IP 의 IP계층에서 네트워크에서 데이터가 진행할 경로를 결정하는데 사용하는 번호

2) 도메인 이름 : 숫자 대신에 각 숫자에 대응하는 이름을 부여

3) URL(Uniform Resource Location) : 인터넷에서 웹 사이트, 웹페이지 또는 웹페이지에 포함되어 있는 그림 등과 같은 정보 위치를 표시하기 위해 사용하는 주소

4) DNS(Domain Name Server) : 영문으로 표현된 도메인 이름을 숫자로 표현된 주소로 변환

5) 메일링 리스트 : 한번 가입으로 계속적으로 메일이 수신됨. 가입과 탈퇴가 자유롭다.

6) 유즈넷 : 공통 관심분야에 대해 관심을 가진 사람들이 모여 많은 대화를 할 수 있는 토론 그룹.⁹⁾

제2절 전자무역의 발전 단계

1. 무역단계별 이행과정

린덴만과 런지(Lindermann & Runge, 1997)¹⁰⁾ 시장참가들 사이의 상호작용과정을 기준으로 무역거래단계를 정보, 계약 그리고 이행 단계로 구분하고 있다. 그들의 연구에 따르면 정보단계(Information Phase)는 잠재적 거래당사자간 정보를 수집하는 단계를 말하며, 계약단계(Agreement Phase)는 계약을 체결하기 위한 거래 조건을 협상하는 단계, 이행단계(Settlement Phase)는 계약상 합의된 사항을 실행하는 단계로서 교환된 재화와 서비스의 형태에 따라 다양한 하부기능을 갖게 되는

9) www.daum.net

10) Lindermann, Markus & Runge, Alexander, An electronic contracting within the reference model for electronic markets, Journal of Marketing,11-14.

단계를 말한다.

물리적 상품인 경우 포장, 운송, 보관 등이 포함될 수 있다. 이런 점에서 이 단계는 물류나 금융 서비스 같은 2차 시장거래(Secondary Market Transaction)를 창출하게 된다. 린덴만과 런지의 이론을 바탕으로 전자무역을 이루어지는 절차를 크게 3단계로 구분하면 다음과 같다.

첫 번째 단계는 정보단계로 무역거래 대상제품에 대한 광고 및 거래상대방에 대한 탐색과정이다. 이 단계에서 수출업자는 수출품을 해외 바이어에게 다양한 방식을 통하여 홍보하고, 적극적으로 잠재적 수입자를 파악하기 위한 각종 정보를 수집하게 된다. 이러한 과정을 통해 잠재적 거래 상대방을 확인할 수 있다.

두 번째 단계는 거래관련 의사교환 과정을 말하는데, 이 과정에서는 거래대상품목의 자세한 내용, 가격, 대금지급방법, 운송방법, 보험 등 각종 거래조건 등에 대해서는 거래당사자간 합의가 이루어지는 계약단계이다. 이러한 협의가 쌍방 간 합의로 발전할 경우 세 번째 단계인 이행단계로 연결된다.

세 번째 단계인 이행단계에서는 거래 쌍방 간 합의된 각종 거래조건의 이용이 법률적 구속력을 갖추고 확정되게 된다. 계약이 체결되면 그 계약조건을 실행하는 단계가 시작되는데, 계약이행의 핵심은 대금결제와 운송이다. 대금결제와 운송에는 매우 다양한 방식이 있는데, 이 과정에서 은행, 선박회사 그리고 세관 등이 관여하게 된다. 통상적으로 전통적인 무역에서는 은행이 신용장을 개설하여 대금결제와 관련된 단계가 시작되지만, 전자무역에서는 신용장을 전자적으로 대체하는 방식이 이용된다. 그리고 오프라인 상에서 제품의 선적, 수송, 하역, 검사, 통관 등의 일련의 물류과정이 온라인상의 등록 및 추적과 동시에 진행된다.¹¹⁾

린덴만과 런지가 제시한 거래이행단계를 더 세분화하면 ① 시장, 제품 및 매수인에 대한 정보수집단계, ② 자사제품의 해외홍보, 매수인 발굴 등의 해외 마케팅 단계, ③ 발굴된 매수인과의 각종 거래조건 협의 후 계약에 이르는 거래협상단계, ④ 물품을 매수인에게 운송하는 물류운송단계로 구분할 수 있다.

가. 정보수집단계

가존의 무역방식은 시장이나 제품, 거래 선에 대한 정보를 수집하기 위해서는

11) 양안희, '한국 중소기업의 전자무역 수용에 관한 연구', 계명대학교 대학원 석사학위논문, 2006, pp. 30-32.

무역박람회, 컨벤션, 대한무역투자진흥공사(KOTRA)를 통하여 카탈로그, 홍보매체 등을 이용하거나 또는 직접 출장을 가는 것이 통례였다. 그러나 전자무역에서는 중소기업도 외국 웹사이트를 검색함으로써 국내 및 해외의 신제품이나 거래 선에 대한 정보를 신속하고 용이하게 수집할 수 있다.

나. 해외마케팅단계

기존의 무역방식은 자사기업과 제품을 알리는 마케팅 활동을 진행하기 위해서는 직접 해외출장을 가거나 종이 카탈로그나 홍보매체 등을 이용하였다. 그러나 전자무역에서는 수출업체의 경우 인터넷을 통해 자사제품의 웹 카탈로그를 보내거나 전자우편 마케팅을 할 수 있으며, 인터넷 홈페이지 개설이나 거래알선 사이트, 유즈넷, 메일링 리스트, 배너 광고 등을 통하여 쉽게 자사 제품과 서비스에 대한 글로벌 마케팅을 수행할 수 있다.

다. 거래협상단계

기존의 무역방식은 발굴된 거래 선과 거래조건을 협상하기 위하여 국제전화, 팩스, 등을 이용하여 상호간의 의견을 교환하거나 해외출장을 나가는 것이었다. 그러나 전자무역에서는 인터넷을 이용하여 거래관련 자료나 화상을 전자우편이나 인터넷 팩스로 전송하여 사이버공간에서 음성 및 정보교환으로 무역협상이 가능해진다.

발굴된 매수인(Buyer)과의 각종 거래조건 협의 후 계약에 이르는 거래협상단계가 사이버공간에서 수행되는 비대면의 협상을 사이버협상이라고 정의할 수 있다. 이러한 전자무역계약을 체결함에 있어서 기존의 무역거래에서 요구되었던 계약조건 외에 계약당사자간의 의견 불일치에 따른 분쟁을 해결하거나 법적 구속력을 적용할 수 있는 전자무역의 계약조건을 고려하여야 한다. 왜냐하면, 전자무역의 경우 수출입에서부터 관세, 대금결제 등 네트워크의 연계성에 관련한 절차상의 문제와 컴퓨터 네트워크나 인터넷상에서 체결되는 전자무역계약을 규율 할 수 있는 규정에 대한 해석이 각국 간에 상이하기 때문이다.

라. 물류운송단계

수출업자는 매매계약이 체결된 후 자신의 물품인도의무를 이행하기 위하여 계약 물품을 수입업자에게 송부하여야 한다. 기존 무역거래의 경우에는 수출업자는 대면, 전화, 팩시밀리 등의 통신수단을 이용하여 매매계약을 체결한 후 운송인을 통하여 수입업자에게 물품을 운송한다. 그러나 전자무역에 있어서 유형재의 경우에는 수출업자는 인터넷 등의 사이버공간에서 매매계약을 체결한 다음, 종래와 같이 물리적인 방법으로 운송인을 통하여 수입업자에게 인도하는데, 이중에서 책이나 음반과 같이 부피가 크지 않거나 특별한 취급이 필요 없는 소액물품의 경우에는 우편서비스 또는 국제택배서비스가 활용되고 있다. 전자서적, 음반, 소프트웨어 등의 디지털제품의 경우에는 인터넷 등의 사이버공간을 통하여 계약체결과 동시에 다운로드라거나 계약조건에 따라 필요할 때에 전송받을 수 있다.¹²⁾

2. 전자무역의 발전단계

전자무역의 발전단계는 두 가지 측면에서 나누어 살펴볼 수 있다. 첫째는 기업의 전자무역은 VAN/EDI방식의 폐쇄적 네트워크를 통한 주요 거래 기업 간 전자적 정보교환에서 시작하여, 인터넷 기반의 개방형 거래모델로 발전하고 있다. 이러한 변화는 단순히 거래대상 기업의 수가 증가함을 의미하기보다는 거래방식의 변화를 내포하고 있다. 이에 반해 인터넷 개방형 모델에 참여하는 기업은 새로운 거래대상의 발굴은 물론 거래상식에서도 경매 · 역경매와 같은 새로운 방식에 따라 거래를 수행한다.

둘째로, 기업의 전자무역은 기업 간 교환행위에 직 · 간접 관련된 업무를 중심으로 시작하여, 점차적으로 기업의 내부업무와 통합하는 방향으로 진전되어 나간다. 예컨대, 초기단계에서는 기업내부의 무역전담 부서만이 전자무역 인프라상의 시스템 또는 거래대상 기업의 시스템과 접속할 뿐 타부서와의 직접적인 시스템 연동 등은 이루어지지 않는 것이 일반적이다. 이 단계에서는 주로 거래이전 단계의 정보교환에 활동이 집중되어진다. 자사의 상품정보를 다수 기업에게 제공하고, 타사의 제품 및 서비스에 대한 정보를 외부로부터 탐색하는 활동 등 가장 초보적인

12) 양안희, 상계 논문, p.p. 32-34.

단계에서 시작하여 일반적인 기업 간 거래행위까지 포함한다.

그러나 전자무역의 경험이 축적되면서 보다 높은 수준의 효율성을 확보하기 위하여 무역전담부서와 타부서, 가령 구매부서, 조달부서, 생산부서, 영업부서 등과의 일관된 업무프로세스를 구축하고 이를 시스템화하는 수준에 이른다. 가장 대표적인 예가 기업의 핵심시스템인 ERP시스템과 전자무역인프라 내지는 전자무역 대상기업의 시스템과의 연동을 추진하는 것이다. 추가적으로 기업은 이제 외부의 개방형 e-마켓플레이스나 무역포탈 또는 대기업이 개선한 판매 및 구매포탈들 시스템과 자사 시스템 간 일정수준의 연계 · 통합을 추구하게 된다. 전자무역의 발전 단계를 정리하면 다음 <표2-4>와 같다.¹³⁾

<표2-4> 전자무역의 발전단계

단계	주요 개요	기업의 주요 활동
제1단계	무역자동화 시스템 사용	기업 간 거래정보의 전자문서를 통한 교환
제2단계	자사 웹사이트 개설 타사 웹사이트, B2B사이트 이용	기업 및 상품정보 제공 기업 및 상품정보 검색
제3단계	웹사이트를 통한 제품거래 B2B 익스체인지와의 연계	웹사이트를 통한 제품거래 개방형 e-마켓플레이스, 비개방형 익스체인지 등에 참여하는 거래
제4단계	자사 웹사이트와 내부 시스템 간 통합	전자무역을 담당하는 자사의 웹사이트와 자사의 기간시스템과의 통합
제5단계	B2B익스체인지와 내부 시스템 간 통합	개방형 e-마켓플레이스, 비개방형 익스체인지 등과 자사의 기간 시스템을 연계 또는 통합

자료: 이상진 외 3인, 「전자무역」, 두남, 2003, p. 136.

3. 무역 단계별 프로세스 현황

가. 마케팅 프로세스

전자무역 마케팅의 활성화 및 인프라 지원을 위하여 시장 내 서비스 제공자가

13) 양안희, 상계 논문, pp. 35-36.

고품질의 차별화된 서비스 개발에 전력할 수 있는 시장 환경을 조성해야 한다. 이를 위해 신뢰성 높은 해외시장정보, 바이어정보 지원 및 범국가적 정보수집 네트워크가 구축되어야 한다. 이는 무역업체에 활용가능성이 높은 해외마케팅 의사결정 정보를 제공함으로써 무역업체의 거래기회 확대 및 효율적 거래관행 정착 그리고 시장 내 서비스 제공자의 품질 경쟁을 통한 서비스 질이 개선될 것이다. 또한 해외 마케팅 자원의 체계화를 위하여 수출지원 사업을 일원화하고, 해외 거래선의 참여를 유도하기 위한 방안을 수립하여 일대일 수출지원 서비스를 제공함으로써 수출 지원정책의 일관성 확보와 지원제도 효과를 증대 할 수 있을 것이다.

나. 상역 프로세스

오프라인 중심의 요건확인 업무절차를 화주를 중심으로 한 효율적인 개선방안으로 불필요한 요건확인 업무절차의 축소를 통해 관세청과 요건확인 기관간의 유기적인 연계로서 수출입요건확인 관련 부대서류의 축소를 꾀하고 통관업무의 간소화를 통한 화주의 수출입 부대비용의 감소를 가져올 것이다. 또한 요건확인에 관한 정보의 채널 통합 및 서비스 고도화, 관련 부처의 해당정보 연계·관리를 위한 유기적 관리체계, 신규 및 폐지업무의 온라인 서비스 및 민원관리 등의 일관성 있는 정보 흐름으로 관리할 수 있는 체제 확충이 요구된다.

다. 외환·결제 프로세스

무역업체가 매입은행과 네고 업무를 수행하기 위해 첨부서류를 종이문서형식으로 준비하여 은행에 오프라인으로 제출하는 문제점을 해결하기 위하여 제고 관련 무역문서가 전자적으로 유통되기 위한 프로세스 개선이 필요하다. 이에 대한 결제 관련 공동업무 수행을 위한 은행권 공동 인프라 구축을 협의하여 공동추진하기 위한 체계를 마련해야 한다. 또한, 오프라인 결제수단의 사용, 결제관련 문서의 오프라인 교환으로 인한 수출입 부대비용 결제업무의 비효율을 해결하기 위해 전자결제수단의 도입과 결제관련 문서 및 프로세스의 전자화를 통한 전자결제환경을 수립하여야 한다. 따라서 내고 신청서류의 간소화 및 전자화, 그리고 수출대금의 빠른 회수, 새로운 결제수단의 활용을 통한 오프라인 결제업무의 비효율성 해소,

결제관련 문서의 전자적 유통 및 관리를 통한 결제업무의 효율화가 이루어질 것이다.

라. 물류 · 통관 프로세스

운송 단계에서 대부분의 서류가 무역자동화(EDI)를 통해 송수신되고 있으나 부속서류를 별도로 첨부하도록 요구하고 있어 전자무역 활성화를 위해서는 부속서류의 전자화하여 업무절차상 부속서류 생략을 통한 업무 간소화가 필요하다. 특히, L/G업무의 경우 위조, 변조가 불가능하도록 송신인과 수신인간의 인증체계와 B/L의 전자화를 위한 보안, 인증체계 강화가 요구된다. 관세청 무역 자동화의 경우 폐쇄형네트워크에서 인터넷을 통한 개방형 무역자동화로 전환되고 있기에 이에 대한 보안, 인증 강화가 요구된다.

4. 전자무역플랫폼의 진행사항

전자무역플랫폼(e-Treade Platform)은 최신의 정보기술을 활용하여 무역업체가 시장조사에서 계약, 상역, 외환, 통관, 물류, 결제까지 모든 무역업무프로세스를 단절 없이 처리할 수 있는 단일창구(Single Window)를 제공하며, 무역업체의 정보화 수준에 따라 다양한 서비스 및 인프라에 대한 연계방식(Interface)을 제공함으로써 대기업뿐만 아니라 중소기업도 무역관련 유관기관 및 정부, 나아가 글로벌 연계까지 가능케 하는 전자무역서비스와 이를 연계하여 통합된 환경을 제공하는 전자무역인프라(전자무역문서 보관소, 전자무역 중계시스템, 전자무역 표준저장소)를 총칭하는 것이다. 즉, 전자무역플랫폼은 물리적으로 통합된 혹은 단일의 전자무역서비스 시스템이 아니며, 사용자와 공급자간 국내외 무역 유관망과 사용자 또는 공급자간의 연계에 있어 Hub역할을 하는 것으로 볼 수 있고, 더불어 특정 주체의 역할로 보기 어려운 전자문서의 유통관리 기능을 제공함으로써 전자무역의 인프라로서 기능하는 것이다.¹⁴⁾

14) 양안희, 상계 논문, pp. 37-39.

제3절 전자무역거래의 효과

전자무역은 한국 경제가 성장하기 위한 핵심적인 성장동력인 무역의 구조적 혁신을 통하여 관련 문제를 근본적으로 해소하고, 무역 부대비용의 절감 및 수출기반의 확대 등 국가 경쟁력을 획기적으로 증대시킬 수 있을 것으로 기대된다.

1. 무역거래 부대비용의 획기적인 절감

한국은 2000년 기준 세계 12위의 무역국이라는 양적 성장에도 불구하고, 무역구조에 있어서 고비용 구조에 따른 부가가치 저하라는 근본적인 문제에 직면하고 있다. 무역거래의 부대비용만 하더라도 총수출입 금액의 평균 12%에 이르러, 수출제품의 가격경쟁력의 약화, 수입원자재의 원가상승 등을 초래하고 있는 것으로 분석되고 있다. 이러한 문제와 관련하여 전자무역은 무역 프로세스의 혁신을 통하여 무역거래의 부대비용을 획기적으로 절감함으로써 한국 무역의 고비용 구조를 근본적으로 개선할 수 있을 것으로 기대된다. 사실 현재 운영중인 EDI 기반의 무역자동화 네트워크만으로도 국가 전체적으로 연간 5조원 이상의 무역 부대비용의 절감 효과가 있음을 감안할 때, 향후 전자무역이 본격화될 경우 커다란 비용절감효과를 달성할 수 있을 것으로 기대된다.

2. 수출확대기반의 제공

전자무역은 기존의 전통무역과는 다른 새로운 수출상품과 시장 창출을 통하여 수출 경쟁력을 제고하고 수출확대기반을 제공할 수 있다. 즉 전자무역은 21세기 핵심수출산업으로 부주목받고 있는 디지털재화를 포함한 지식서비스 등의 수출증대에 핵심적 역할을 수행할 것이며, e-마케팅을 통하여 세계의 모든 바이어를 대상으로 24시간 무역거래를 할 수 있는 기반을 제공한다. 결국 전자무역을 통하여 창출되는 새로운 사업의 모델과 신시장의 개척은 한국의 무역이 제2의 도약을 이루는 전기를 마련해 줄 수 있을 것이다.

3. 국가경쟁력의 제고

수출중심형 경제구조인 한국의 특성을 감안할 때, 개별기업과 산업의 IT, e-비즈니스 시스템은 전자무역과 연계될 때 비로소 전체 프로세스의 IT화, e-비즈니스화가 달성될 수 있을 것이다. 즉, 기업과 산업의 e-비즈니스화 노력이 전자무역이라는 연결고리를 통하여 수출의 양적 증대와 고부가가치화로 이어지고, 이것은 실질적인 국가경쟁력의 제고로 직결된다.

이와 관련하여 2002년 8월 산업자원부가 주관한 21세기 글로벌 무역강국 실현을 위한 전자무역의 비전 발표회에서 보고된 자료에 따르면, 한국이 전자무역을 차질 없이 추진할 경우 기대되는 효과로서는 2005년 기준 연간 145억 달러 이상의 국가적 비용절감 및 이에 따른 79억 달러의 추가적 수출증대, 12만 명 이상의 신규 고용창출이 가능할 것으로 전망되고 있다.¹⁵⁾

15) 박희정, '전자무역거래의 활용도와 성과에 관한 연구', 전북대학교 대학원 박사학위논문, 2003, 8, pp.12-13.

제 3 장 전자무역의 현황 및 논의 동향

제1절 전자무역 관련 논의 동향

1. 국제기구의 전자무역 관련 논의 동향

전자무역이 국제무역에 미치는 영향 중 가장 큰 변화는 무관세 협정 체결 추진 등 "인터넷 라운드"의 WTO, OECD, APEC, UN 등 국제기구는 최근 세계 전자상거래 활성화를 위한 법적 규제 및 조세제도에 대한 논의를 활발히 진행 중이다. 2001년 11월 카타르 도하에서의 WTO 각료회의를 계기로 전자무역을 포함하는 새로운 국제 무역질서 형성을 위한 논의가 착수됨으로써 전자무역이 세계적인 궤도에 오르게 되었으며, WTO 각료회의에서 전자무역의 상품 또는 분류문제, 관세문제, 조세권 관할 문제가 이슈화되었다. 국제상업회의소(ICC) 산하은행해위원회는 전자문서기반 신용장 거래의 효력을 인정한 부칙(eUCP)을 2002년 4월부터 시행하였으며, 은행 간 국제 결제 망을 인터넷(SWIFT.net)으로 전환하기로 결정하였다.

이러한 국제적 조류에 편승하여, 세계적 다국적기업 또는 기업간 네트워크들은 전통 실물경제에서의 경쟁우위 기반에 e-비즈니스 전략을 접목하여 전자무역을 핵심경쟁우위의 원천으로 활용하기 위한 노력을 경주하고 있다. 다국적기업을 중심으로 한 고객기반확보경쟁은 전자무역이 이미 본격적인 경쟁체제에 접어들었음을 의미한다.¹⁶⁾

가. 세계무역기구(WTO)

1998년 2월 개최된 일반이사회(General Council)에서 미국은 전자상거래가 WTO에서 논의되어야 한다는 제안을 공식 제기하여 WTO회원국들은 전자상거래를 WTO 체제에서 논의하자는 미국 측 의견을 기본적으로 수용하되 현행 인터넷 무관세 거래를 유지하기 위한 미국 측 계획에 대해서는 소극적인 입장을 견지하였다. 1998

16) 예컨대, 글로벌 전자무역자동화(Global Paper-Less Trade Automation)를 지향하는 Bolero.net의 경우 이미 한국의 외환은행을 포함 35개의 세계적 주요은행, 포스코(Posco), 삼성 등 세계적 기업들은 고객을 확보하기 시작했다.

년 5월 개최된 제2차 각료회의 결과 캐나다의 제안에 따라 현재의 무관세화 관행을 그대로 하는 별도의 각료선언을 채택한 바 있다.

이 선언에 따라 WTO 일반이사회의사회는 전자상거래로부터 발생하는 모든 무역관련 이슈들을 검토할 작업 프로그램을 준비하고 WTO 제3차 각료회의에서 진행보고서를 제출하게 되었는데 1998년 9월 25일에 WTO 일반이사회에 의해 채택되었고, 1999년 11월 시애틀 제3차 각료회의 이후에 지속되고 있다.

2001년 도하 제4차 각료회의에서 각료들은 작업프로그램을 지속하기로 합의하였고 일반이사회의사회로 하여금 제5차 각료회의에서 향후진행에 관하여 보고하도록 지시 프로그램 하에서 전자상거래와 관련된 이슈들이 서비스교역이사회의, 상품교역이사회의, 지적재산권이사회의, 무역개발위원회 등 각 위원회별로 검토하고 있다. 서비스교역이사회의에서 가장 활발하게 논의되고 있고 상품이사회의는 전자적으로 전송되는 정보물은 상품의 교역이 아니라는 관점에서 적극적으로 추진되지 않고 있으며 지적재산권이사회의는 세계 지적재산권기구(WIPO)와 협조하면서 논의를 진행하고 있다.

도하각료선언이후에 일반이사회의사회는 공동 이슈(cross-cutting issues)에 관한 심층적인 논의를 하기로 합의하였는데 일반이사회의사회의 후원아래 전자상거래에 관한 심층적인 논의가 5회에 걸쳐 이루어졌다.

이러한 이슈들은 특정 전자전송의 내용물(contents) 분류, 개발관련 이슈, 전자상거래의 재정적 의미, 전자상거래와 전통적인 형태의 상거래관계, 전자전송에 대한 관세부과, 경쟁, 재판관할과 준거법 및 기타 법적 이슈들이었다.

WTO는 국제거래법규를 전자상거래에 적용하는 것과 관련하여 그 동안 두 가지를 검토하였다. 첫째, 인터넷에 의하여 상품, 카탈로그, TV 등 재화가 거래되는 경우에 WTO는 이러한 거래에 대한 법적 규제를 하게 된다. 둘째, 전자거래를 통하여 전자적 전송물(디지털 정보)을 거래하는 경우에 디지털 전송 물질을 상품으로 분류할 것인지, 서비스로 분류한 것인지 혹은 제3의 유형(이른바혼성물)으로 인정할 것인지의 여부이다.

나. 경제개발협력기구(OECD)

OECD는 1980년부터 전자상거래 관련 논의를 진행해 왔다. OECD는 지금까지 4개

의 지침과 1개의 선언¹⁷⁾을 채택하였다. OECD에서의 전자상거래에 관한 논의는 1994년 이후 본격화되었으나, 전자정보의 교환 등 개별 이슈에 대한 기본적인 논의는 이미 1980년대부터 진행되어 국제기구 중에서 가장 먼저 전자상거래에 관한 논의를 시작하였다.

1998년 10월 7일부터 9일까지 캐나다 오타와(Ottawa) 회의에서는 '국경 없는 세계: 범세계적인 전자상거래의 잠재적 실현(A Borderless World: Realizing the Potential of Global Electronic Commerce)'이란 주제로 열린 회의에서 사용자와 소비자에 대한 신뢰 구축, 디지털 시장에 대한 기본적인 규범의 확립, 전자상거래를 위한 정보기반 구조의 확충, 전자상거래를 통한 사회·경제적 혜택의 극대화 등을 논의하였다.¹⁸⁾

2001년 1월 15일부터 17일까지 UAE의 두바이 시티¹⁹⁾에서는 'OECD 신흥시장 경제 포럼(Emerging Market Economies Forum: EMEF)'이 개최 되었고, 이 포럼에서는 보안, 프라이버시, 조세, 지적재산권 등 여러 전자상거래 관련분야에서 현재까지의 진전내용 등이 검토되었고, 아울러 통신 분야에서의 제도 개혁, 전자상거래의 대안적 분쟁해결제도, 전자상거래에서의 관세문제, 선진국과 개도국간의 디지털 격차 완화 문제 등 많은 주제에 대한 브리핑이 행해졌었는데, 특히 디지털 격차의 문제는 거의 모든 섹션에서 중요하게 다루어졌다.

본 포럼에서 아시아, 중동 및 아프리카의 여러 신흥국가의 참여가 있었으나, 대부분 전자상거래에 대한 준비가 미흡하고 논의된 내용이 각국의 실정과는 다소 요원한 것들이 많았다는 견해가 지배적이었다.

2002년에는 정보시스템 및 네트워크 보안 지침에 관한 권고안을 마련하는 등 OECD는 각료회의와 포럼을 통하여 WTO, APEC 등 다른 국제기구와 협력하여 전자상거래 관한 논의를 진행 중이다.

OECD는 1980년부터 산하의 각종위원회에서 포괄적인 논의를 계속하여 왔으며 현재까지 4개의 지침과 1개의 선언문을 채택한바 있다. 즉 사생활 보호 및 개인 신상에 대한 자료의 국가 간 전송에 관한 지침(Guideline on the Protection of Privacy and Transporter Flows of Personal Data: Privacy Guideline, 1980), 국

17) 사생활지침(1980), 국가간 정보이동에 관한 선언(1985), 보안지침(1992), 암호화정책지침(1997), 소비자보호지침(1999).

18) 김은, "전자상거래에 대한 논의동향과 주요 이슈", 한국전산원, 1998, pp. 23-25.

19) 중동지방의 정보통신 인프라 기술 발전을 위한 두바이 소재 Incubator 단지이다.

경을 초월한 정보이동에 관한 선언(Declaration on Transporter Data Flows, 1985), 정보시스템 보안지침(Guideline for the Security Information System: Security Guideline, 1992), 암호화정책 지침(Guideline of Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce, 1999)등이다.

이러한 지침과 선언은 각국이 이 문제와 관련하여 전자상거래규범을 정할 때 하나의 기준이 되고 있으며 동일한 문제를 논의하는 국제기구도 이 기준을 참고로 하고 있다.²⁰⁾ 이와 같이 OECD는 전자상거래의 국제적인 확산을 위하여 필요한 국제적 원칙을 마련하고 전자상거래의 장애를 제거하는데 노력을 기울이고 있다.²¹⁾

다. UN국제무역법원회(UNCITRAL)²²⁾

UNCITRAL은 2001년 7월에는 "전자서명모델 법(Model Law on Electronic Signatures)"을 제정하였다. 전자서명에 관한 차원의 법통일 노력은 1997년부터 시작되었는데 UNCITRAL이 1996년 5월 전자상거래 모델 법을 제정한 이후, 전자상거래에서 전자서명의 중요성을 인식하고 이에 관한 각국 법률의 상충을 피하고자 전자서명에 관한 국제적 통일법을 만드는 작업을 다음 과제로 채택하였다. 1998년 10월 오타와에서 이루어진 OECD 전자상거래 각료회의에서는 "전자상거래 인증 선언"을 채택하고, UNCITRAL에서의 통일법 제정 작업을 지지한다고 밝히기도 하였다. 이에 따라 이후에 입법한 다수 국가에서는 그동안 UNCITRAL에서의 작업성과 및 방향을 참작하여 자국의 전자서명법을 입법하기도 하였다.

2001년 3월 12일부터 23일까지 미국 뉴욕의 유엔본부에서 열린 UNCITRAL 전자상거래 작업은 제38차 회의에서 전자서명에 관한 통일법 제정 작업이 사실상 종료되었는데 이 회의는 2000년 9월 제37차 회의에서 전자서명모델법안을 완성하여 이 모델 법을 각국이 국내법으로 입법할 도움이 되도록 할 목적으로 만드는 입법가이드(Guide to Enactment)를 토의하였다. 2001년 6월 25일부터 7월 13일까지 비엔나

20) 김기홍, "전자상거래 국제논의의 의의와 현황-WTO를 중심으로", 「인터넷법률」, 제9호, 2001, 11, p. 139.

21) 정완용, "인터넷전자거래의 법률관계에 관한 고찰", 한국법제연구원, 2001, p. 17.

22) UNCITRAL (United Nation Commission on International Trade Law)는 UN국제무역법 위원회로서 국제무역법의 점진적 조화와 통일을 추진하고 무역에 영향을 미치는 각국 관련법률의 부적절한 내용이 나 차이로 야기되는 국제무역상의 불필요한 장애요인을 제거하는 기관으로 1996년에 설립되었다.

(Vienna)에서 개최된 UNCITRAL 제34차 전체회의에서 전자서명모델법과 입법가이드가 채택되었다.

그리고 UNCITRAL은 1987년에는 전자자금이체에 관한 법률지침(Legal Guide on the Electronic Funds Transfer)과 1992년에 전자자금이체에 관한 모델 법(Model Law on the Electronic Funds Transfer)을 제정하기도 하였다.

또한 전자상거래작업은 전자서명 모델 법을 제정한 이후에 전자계약에 관한 국제협약을 제정하기로 하고 2001년 제38차회부터 데이터메시지에 의해 체결되거나 증명된 계약에 관한 국제협약 예비초안(Preliminary Draft Convention on Contracts Concluded or Evidenced by Data Messages: 전자계약예비초안) 준비 작업에 착수하였다. 그리고 제39차 회의에서 전자계약예비초안의 내용을 검토하였고, 이를 통하여 최종 전자계약협약이 마련될 전망이다. 새로운 협약은 비엔나협약상의 원칙을 저해하지 않고 전자상거래 계약상의 법적 문제를 광범위하게 다룬다는 입장을 취하고 있다.²³⁾

라. 국제상업회의소

ICC는 전자상거래에 대비하여 ICC 본부위원회의 하나인 해상 운송위원회의 제안으로 1994년에 전자무역결제시스템 합동위원회가 발족되었다. 1995년 5월 동 조직은 해산되고 "ICC Project E-100"으로 발족되었으나, 이 조직도 1997년 4월에 "Electronic Commerce Project(ECP)"로 명칭이 변경되어 3개의 작업그룹이 활동하고 있는데 전자무역관습(Electronic Trade Practices)작업 그룹은 전자 판매계약 모델 및 신용장의 전자화에 대하여 검토하고, E-Terms 작업그룹은 전자상거래에 있어서 법적 용어집의 책정을 목적으로 검토 작업을 진행하고 있고, 정보보안(Information Security) 그룹은 전자상거래에 있어서 입증업무에 대하여 검토하고 있다.

2000년 5월 24일 파리에 개최된 회의에서 eUCP에 대한 본격적인 논의가 시작된다. 그리고 2000년 11월 21~22일 양일간의 회의에서 은행위원회에 의해 화환신용장통일규칙에 대한 전자 부칙이 논의되었는데 이를 위한 작업반이 18개월의 집중적인 노력의 결과로서 전자제시를 위한 화환신용장의 통일관습 및 관행에 대한 새

23) 최석범, "전자계약에 관한 국제협약 예비초안의 주요내용과 문제점", 『중재』, 제308호, 2003, 6, p. 15.

부칙(new Supplement to the Uniform Customs and Practice for Documentary Credits for Electronic Presentation)과 eUCP가 탄생되었다. 이 eUCP는 2001년 11월 은행위원회 회의에서 투표로 결정되어 이 사회의 승인을 거쳐 2002년 6월 30일에 발효예정이었으나, 4월 1일에 발효되었다.

<표 3-1> 전자무역 관련 국제기구의 최근 논의 동향

구분	내용	비교
OECD	<ul style="list-style-type: none"> · 1999년 전자상거래에 있어서 소비자보호지침에 관한 권고안 · 2002년 정보시스템 및 네트워크보안 지침에 관한 권고안 · 2003년 12월 회의에서 OECD조건개편, 전자적 전달 광대역 망을 통한 디지털 콘텐츠에 대해 논의 	<ul style="list-style-type: none"> · 향후 비즈니스 논의 방향 결정 광대역 통신망에서의 콘텐츠, 글로벌 가치 사슬, ICT기술과 고용, ICT활용, Policy peer reviews, IT outlook
UN	<ul style="list-style-type: none"> · 2001년 5월 ebXML기반의 국제전자상거래 표준화의 발표 · 2002년 3월 UNCITRAL의 전자상거래 작업반회의에서 전자계약 국제협약 초안마련 	<ul style="list-style-type: none"> · UNCERACT와 OASIS그룹주도 · 세계적 비준 시 국내법보다 상위의 새로운 국제전자상거래 통일규범 역할
APCE	<ul style="list-style-type: none"> · 2002년 1월 한국, 호주, 대만, 싱가포르등 4개국 전자무역 활성화를 위한 "아태지역 국제 B2B 연계"시범사업 착수 	<ul style="list-style-type: none"> · 선진국은 2006년, 개도국은 2010년까지 종이 없는 무역구현 · 자유로운 전자상거래 환경유지 주장
WTO	<ul style="list-style-type: none"> · 1999년 시애틀 제3차 각료회의에서 전자상거래 무관세화 논의 · 2001년 11월 카타르 도하에서 DDA출범 합의 	<ul style="list-style-type: none"> · 전자전송은 서비스라 주장 · 개발도상국에 대해 선진국의 지원요구
EU	<ul style="list-style-type: none"> · 2002년 2월 인터넷을 통한 무형상품 거래에 대한 관세 결정 	<ul style="list-style-type: none"> · 프랑스가 전자상거래 촉진 환경조성에 대한 각서 발표
ICC	<ul style="list-style-type: none"> · 2002년 7월 e-business 글로벌행동계획3판 발표 	<ul style="list-style-type: none"> · 전자무역에 관한 국제표준상관습 제정

	· 2002년 10월 국제 디지털 보장 거래에 관한 일반 관례 개정판발표	주도
--	---	----

자료: 산업자원부 · 한국전자거래진흥원, "2003 e-비즈니스 백서" 및 "2005 e-비즈니스 백서".

제2절 전자무역의 현황

1. 한국의 전자무역 현황

가. 한국 전자무역 현황

한국의 전자무역 현황을 살펴보면 세계적 통신 인프라, 무역자동화시스템, 법적 기반, 정부의 강력한 지원의지 등의 면에서 선진국과 경쟁할 수 있는 토대를 마련하고 있다.

1990년대 초 한국정부는 무역거래와 관련된 번잡한 절차가 수출경쟁력을 약화시키는 것으로 판단하여 무역 업무를 자동화하는 계획의 일환으로 '무역업무자동화 촉진에 관한 법률'을 제정한 바 있다. 이 법은 전자적 방법에 의한 문서를 합법적으로 인정한 세계 최초의 성문법으로 국내외 입법의 중요한 근거를 제공하였다.

1990년 후반에는 전자상거래 및 인터넷의 확산으로 국제거래 측면에서도 무역을 전자화시키지 않으면 안 되는 시대가 도래되어 이에 따른 거래서류상의 법적문제 및 인증의 문제점도 대두되기 시작하여, '전자거래기본법', '전자서명법'이 1999년에 제정·공포되었다.

1991년부터 『무역업무자동화촉진에관한법률』을 제정하고 무역자동화시스템을 개발하는 등 전자무역 도입을 위한 많은 노력과 투자를 통해 소기의 성과를 거두어 왔기 때문에 무역자동화와 관련된 국제논의에서 선도적인 입장을 견지할 수 있을 것이다.

한편, 2000년 무역의 날에 발표된 대통령의 기념사에서 '사이버무역'이라는 용어가 처음 사용되고, 대외무역법의 개정으로 '전자무역'에 대한 용어의 정의가 확립되면서 정부, 학회, 기업 등에서 전자무역에 대해 많은 관심을 가지게 되었다.

산업자원부에서는 2001년 5월 '전자무역 종합육성시책'을 발표하였으며, 주요내용은<표 3-2>과 같다.

<표 3-2> 전자무역 종합육성시책

부문별주요골 자	내용
종합무역자동 화사업의 완결	<ul style="list-style-type: none"> · 상역, 외환 서비스 부문의 인터넷 EDI화 · 인터넷 기반의 수출입 물류망 구축 · KTNET 경영혁신 · 중소기업 무역자동화
글로벌 전자무역 플랫폼 개발	<ul style="list-style-type: none"> · 동아시아 전자무역 네트워크 구축 · 한 · 일 전자무역 hub 구축 · 화교권 국가들과 범아시아 전자무역협업체 구축
인터넷 수출마케팅 지원을 통한 수출활력 회복	<ul style="list-style-type: none"> · 잠재시장 개척 · 수출마케팅 컨설팅 네트워크 구축 · e-종합무역상사 육성 · KOTRA를 통한 e-시장개척역 사업추진
전자무역 확산기반 구축	<ul style="list-style-type: none"> · 수출기업 1회 1인 전자무역 전문가 양성사업 전개 · 전자무역중개기관을 통한 전자무역 교역, 홍보 · 우수 전자무역 기업인 포상제도 도입

자료: 홍석우, "전자무역 종합육성시책", 『E-Commerce』, 통권31호, 2001,7, p. 43.

한국무역협회도 2001년 7월 6일 COEX 컨벤션 센터에서 전자무역 종합 육성시책에 대한 범국민적 합의를 도출하고 무역업계의 전자무역 이용활성화를 통한 수출 경쟁력 제고를 위하여 'e-Trade 국가경쟁력 포럼'을 개최하였는데, 이 포럼에서는 전자무역을 통한 국제경쟁력 창출, 전자무역을 통한 수출증대방안, 글로벌 e-Trade 구현 등이 주로 논의하였다.

정부는 전자무역을 국가핵심전략으로 육성하기 위해 2001년 5월 『21세기 새로운 수출동력, 전자무역(e-Trade)종합육성시책』을 발표하였다. 이밖에도 『e-비즈니스 활용 국가전략(e-Business Initiative in Korea)』 등으로 체계적으로 종합적인 전자무역을 육성하기 위해 노력하고 있다.

<표 3-3> 전자무역촉진 3개년 계획의 핵심 4대전략

21세기 무역부국 e-Trade Korea 실현	
인터넷 환경에 맞는 범국가적 전자무역 인프라 조성	인터넷 기반의 전자무역 구현을 위한 시스템적 제도적 기반 마련
단절 없는 전자무역서비스 실현	무역 절차 별 전자무역 촉진 저해요소를 발굴하여 개선
국가 간 서류 없는 무역실현을 위한 대외 협력 강화	글로벌 전자무역 구현을 위한 국제협력 활동에 주도적 참여
대 업계 전자무역 활용 확산 가속화	전자무역 수출지원 사업 확대 및 사용자 친화적인 환경구축

자료: 산업자원부 · 한국전자거래진흥원, "2005 e-비즈니스 백서", 2005.

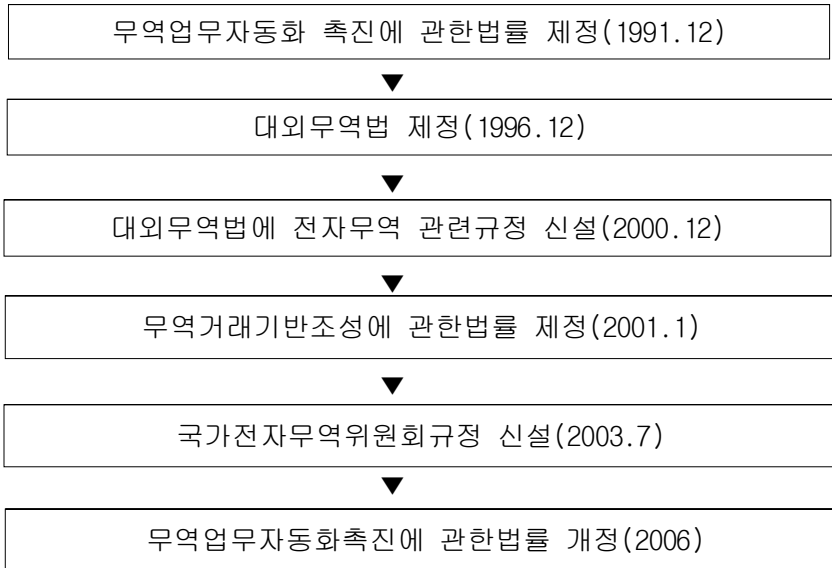
국제간의 전자무역 활성화를 위하여 동아시아, APEC, ASEM 등 국제기구 차원에서 진행 중에 있는 서류 없는 무역(paperless trade) 사업에도 적극 참여하고, 전자무역 실현을 위한 법제도 개선과 전자무역 확산을 위한 지원 사업에도 역점을 두기로 하였다.

전자무역 관련 IT기술 및 인프라는 세계적으로 선도적인 위치에 있으나 글로벌 전자무역 네트워크 사업은 국내 전자무역인프라 구축 및 사업추진에 비해 초기 단계에 있다. 글로벌 전자무역 사업은 그동안 국내 전자무역의 성과를 바탕으로 5년 전부터 시작하여 사업초기 단계에 있으며, 국제적인 네트워크 연계 구축사업이라는 점에서 국내 전자무역사업과는 달리 국가 간 협력이 사업 성공의 중요 요소일 것이다.²⁴⁾

전자무역 플랫폼의 구축 및 글로벌 네트워크의 구축 등 전자무역의 환경에 대응하는 법제도 개선은 지속적으로 이루어지고 있다.

24) 김영래 외 6인, 전계 서, pp. 48-52.

<표 3-4> 국내 전자무역 관련 법/제도
전자무역 관련 법제도 변화



자료: 법제처, KTNET 홈페이지.

나. 한국 전자무역 전망

전자무역은 모든 기업이 언제 어디서나 인터넷을 통해 전 세계를 대상으로 가장 경제적으로 효과적인 방법으로 무역활동을 수행할 수 있는 시스템을 구축하는 것이다. 궁극적으로 무역업체가 전자무역 플랫폼을 통하여 언제 어디서나 24시간 365일 인터넷을 통해 시장조사, 바이어 발굴 무역상담, 무역계약, 등과 수출입승인, 통관이나, 물류, 대금결제 등 모든 무역 업무를 단절 없이 처리함으로써 서류 없는 완전한 전자무역을 실현하는 것이다. 전자무역의 급속한 성장속도는 무역 프로세스의 혁신을 통해 무역관련제비용의 절감과 새로운 신규시장 개척이 절실히 요구되는 한국경제의 구조적인 문제점을 해결하기 위한 노력으로부터 비롯되었다.

한국무역은 70년대 한강의 기적을 이룰 만큼 무역주도형 성장정책이 효율적이었으나 그 과정에서 파생된 무역프로세스의 평균 부대비용이 총 수출금액의 12%에 이르는 등, 심각한 장애요인으로 심화되어 왔다. 이러한 부대비용을 절감하기 위한 정부의 노력으로 무역자동화 사업을 추진하여 왔다.

산업자원부에서 추진하고 있는 전자무역활용전략이 차질 없이 추진된 경우 2010년에는 인터넷기반의 무역체계가 구축되고 기업규모와 특성에 적합한 다양한 전자

무역서비스가 제공되며, 특히 주요 교역국과의 전자무역 네트워크가 구축되는 등 무역환경이 크게 개선될 것이다.

21세기 글로벌 무역 강국을 위해서는 전자무역이 그 기반이 된다. 모든 기업이 언제 어디서나 인터넷 환경에서 가장 경제적이고 효과적인 방법으로 모든 무역활동을 수행할 수 있는 환경과 서비스를 제공하여 모든 무역프로세스의 일관처리를 원, 개방형 e-Biz국제표준수용으로 거래안전을 보장 저비용을 달성, 편리한 사용자 인터페이스 구성한다.

한국의 전자무역 전망은 무역환경개선, 전자무역기업의 확대, 경제적 효과의 증대로 나누어 볼 수 있다. 무역환경개선의 전망은 인터넷 기반의 환경으로 24시간 365일 무역체제 구축이 가능하도록 하고, 기업규모와 특성에 적합한 다양한 서비스의 제공과 주요 교역국과의 전자무역네트워크 구축을 실현하는 것이다.

전자무역기업의 전망은 100대 무역기업의 전자무역 기업화와 중소기업 전자무역의 참여율을 50%까지 확대하여 전체 무역액의 40%이상을 전자무역을 통해 달성토록 하는 것이다. 경제적 효과의 전망은 연간 145억 달러 규모의 비용절감과 79억 달러의 추가 수출증대 효과의 달성을 통해 12만 명 이상의 신규 고용창출 효과를 달성하는 것이다. 이와 같은 무역환경의 개선, 전자무역기업의 확대와 경제적 효과의 증대를 통해 궁극적으로 21세기 글로벌 무역시장에서 경쟁우위를 확보를 목적으로 하고 있다.

2. 주요국의 전자무역 추진 현황

해외 주요선진국들인 미국, 일본, 영국 등 세계 각국은 전자무역을 국가 전체의 e-비즈니스 전략의 일환으로써 정부의 핵심정책으로 추진하고 있다. 또한 홍콩, 중국 등 상대적으로 IT 수준이 낮은 동아시아 국가들도 최근 전자무역 육성정책을 활발히 전개해 나가고 있다. 특히, 세계 유수의 기업들은 기존 실물경제에서의 경쟁력 기반에 전자무역을 접목하여 핵심경쟁우위의 원천으로 활용하고 있다. 해외 각국은 상황에 따라 전자무역에 접근하는 방식에는 차이가 있지만 각국들은 e-비즈니스와 전자정부(e-Government)의 추진을 통해 전자무역을 국가자원의 과제로 적극 추진하고 있다.

대부분의 국제기구들이 향후 5년 안에 세계교역의 20%이상이 인터넷을 통해 이

루어질 것으로 전망하는 가운데 1997년 미국이 국가 간 전자상거래의 무관세화를 주 내용으로 하는 '범세계적 전자상거래 기본구상'의 발표 이후 전 세계 각국들이 전자무역에 지대한 관심을 표명하였으며, 이에 적극 대응하고 있다. 더욱이 EU도 미국의 인터넷 자유무역지대 주창에 동조하며 나서고, 일본도 가세하면서 전자무역은 이제 새로운 무역협상과제로 부상하게 되었다.

각국들이 글로벌 전자무역을 전략적 차원에서 접근하는 이유는 정보경제와 실물경제가 분리되는 추세이고 정보의 유택성과 도달성이 반비례한다는 이론이 적용되지 않음으로써 기업의 가치사슬이 해체되어 통합적 거래기업의 사업구조가 붕괴되자 글로벌 무역 패러다임인 전자무역에 맞는 신 경제체계로 전환하기 위한 것이다.

선진 각국들은 신 무역시장에서의 주도권을 확보하기 위해 여러 가지 대응책을 마련하고 있는데, 일본은 자국 무역자동화 시스템(TEDI)을 동남아 국가(APEC, ASEAN)등에게 도입하기를 제안하고, EU는 2002년 2월 디지털 제품의 온라인 거래에 대해 부가세 부가를 결정하였고, 미국은 초국적 B2B e-MP를 건설하고 M2M(Marketplace to Marketplace)으로 세계 전자상거래시장의 70%를 장악하고 있으며, 호주는 대형은행이 가지고 있는 디지털 인증, 보안, 요소기술 등 기존은행의 서비스를 종합적으로 제공하는 솔루션을 개발하고 글로벌 전자상거래의 전문인력 양성을 위한 체계적 교육체제를 갖추고 있다.

가. 북미지역

미국의 전자무역은 전자상거래 추진을 민간기업 주도로 유도하고 정부에서도 전자상거래를 국가정보인프라(NII : National Information Infrastructure)의 주요 응용 분야로 선정하여 수요창출 및 자국에 유리한 환경조성에 주력하고 있다. 이러한 노력의 일환으로 관세청, 통관대행업자와 선박회사를 연계한 ACS(Automated Commercial System)를 구축하였고, 최근 이를 ACE(Automat Customs Environments)로 개편하여 추진하고 있다.

미국은 특히 B2B간 전자상거래에서의 우위를 중심으로 자국이 관행 및 표준을 세계 표준화하려는 의지를 가지고 있으며, B2B전자상거래 정책 및 제도, 규범의 측면에서는 민간의 자율규제에 많은 비중을 두고 있는 경향을 보인다. 전자적상거

래 정보보호, 소비자 보호에서도 별도의 포괄적인 법적 규제 없이 개별법에 의한 대중적인 접근방식을 취하고 있으며 민간중심의 시장규칙을 존중하는 경향을 보이고 있다. 이러한 최소한의 규제와 민간중심의 자율규제에 의존은 미국 정부가 전자상거래시장의 활성화를 통한 기업의 효율성 증대효과를 충분히 살리고자 하는 의도로 파악할 수 있다.²⁵⁾ 미국은 민간위주의 전자무역 활성화를 통해 세계전자무역의 석권을 목적으로 하고 있다.

북미지역이나 호주의 경우 물류/운송 중심으로 자국내 네트워크 구축사업을 진행 중이며, 다양한 고객의 Needs,를 반영하기 위한 VAN 사업자간 제휴가 활발하고 특히 미국의 경우 민간 주도로 네트워크 서비스를 추진하고 있다.

캐나다는 인터넷을 통한 물품신고 등 통관을 일원화하기 위하여 OSIS(One-Step Internet Solution)의 구축을 추진 중이다. 그리고 통관시스템인 ACROSS를 활용하여 Single Window로 업무를 처리하고 ACROSS를 다른 기관의 EDI와 연계하여 사용하고 있다.

호주의 경우, 전자무역에서 통관철자의 선진화를 추구하기 위해 인터넷을 통한 EDI를 추진하고 있으며 통관국 검역소의 단일 창구화(Single Windows)를 추진하고 있다.

나. EU 지역

EU는 인터넷을 통한 전자상거래가 지식, 정보산업을 육성하고 내수시장을 확대시키는 요인으로 등장함에 따라 역외국가에 대한 주도권 확보 차원에서 노력하고 있다.

EU(European Union)는 1997년 4월 '전자상거래에 대한 유럽 이니셔티브(A European Initiative on Electronic Commerce)²⁶⁾'를 발표하면서 전자상거래 주도권 경쟁에 본격적으로 나서게 되었으며, 1998년 말에는 '역내 전자상거래법적 측면에 대한 유럽의회와 이사회 지침제안'을 제시하면서 사이버 무역활성화를 보다 가속화되었다. 1999년 12월 유럽위원회는 모든 유럽인들이 정보사회의 이익을 구

25) 이성보 외, "미국과 싱가포르의 전자무역 지원정책에 관한 비교 연구", 한국 통상정보학회, 통상정보연구, 제3권 제1호, 2001.

26) 전자상거래에서의 유럽이니셔티브(A European in Electronic Commerce)의 주요내용은 범세계적 전자장터에의 접속, 법률 및 규제적 이슈, 우호적인 기업환경의 세 분야를 다루고 있다.

현하도록 하기 위한 'e유럽이니셔티브'²⁷⁾를 착수하였다. 이후 논의를 거듭하면서 2000년 5월 유럽의회는 EU 회원국들이 향후 18개월 내에 국내법으로 이행하여야 하는 전자상거래 지침을 승인하였다.

EU국가들의 전자무역의 목적은 역내 전자상거래 활성화 및 세계 전자무역의 주도권을 확보하기 위함이다.

EU국가에서는 주로 개별 기업이나 산업별로 무역 자동화가 추진되어 국가별은 물론 기업별로 기술 인프라 수준이 다르다. EU국가들은 기존의 EDI기반 전자문서 개발 기술을 기반으로 기업간, 업종별 무역 자동화를 추진한다.

독일, 영국, 프랑스 모두 물류/통관 분야 네트워크를 구축, 서비스를 제공한다. 각 국가별로 전자무역 사업을 추진할 수 있는 대표적인 Hub 사업자가 부재한다. 개별기업 간 네트워크 연계 미 Pilot 프로젝트가 진행되기 때문에 사용자 환경은 국가별 기업별로서로 다르다는 것이다.

EU국가의 경우 정부차원의 사업추진이 미흡하고 국가별, 기업별 전자무역 환경 수준이 상이하나, 프랑스, 영국, 독일의 경우 통관/물류 중심의 인프라 구축과 EU 차원의 법제도 개선, 국제협력사업이 추진 중이다.

다. 동아시아 지역

동아시아 각국은 '서류 없는(Paper less)' 전자무역 공조체제구축에 나서는 가운데 일본은 자국 내 전자무역 체제 구축에 적극적이다.

일본의 경우, 전자상거래 도입 및 추진은 민간주도의 미국과는 달리 통상성, 우정성, 대장성, 법무부 등 정부중심으로 추진되는 것이 특징이다. 통상성에서는 1996년 2월 설립된 전자상거래진흥협회를 통해 전자상거래 추진기반을 마련 중이며, 전자상거래를 위한 EDI 표준개발과 보급에 앞장서고 있다. 우정성은 1995년 10월 '사이버비즈니스 협의회'를 설립하여 전자상거래의 실용화를 위한 연구를 수행하고 있으며, 법무성은 1997년 1월 컴퓨터망을 통한 손해보호를 위해 연내에 전자서명을 위한 법안을 마련한다는 계획을 가지고 있다. 이러한 가운데 무역절차에 관련된 표준화 작업을 실시하고 한·일간 무역 e-MP구성을 국가 간 전자무역 활용

27) e유럽이니셔티브(e-Europe Initiative) 모든 사람을 위한 정보사회'를 착수하였다. 이 이니셔티브는 모든 시민, 학교, 기업을 디지털시대에 참여 시켜 디지털에 능숙한 유럽을 창출하며, 특히 중소기업을 위한 전자상거래 발전을 가속화하는 것을 목표로 하고 있다.

프로젝트를 진행하고 있다. 일본의 경우 정부주도의 전자무역을 통해 차세대 기술 선점 및 전자무역을 집적화 하는 것을 목적으로 하고 있다.

중국의 경우, 전자무역을 중국의 국영기업인 중국의 KINET으로 불리는 CIECC(중국국제상무중심 : China International Electronic Commerce Center)를 중심으로 전자상거래 활용을 지원하고 있다. 국제무역촉진위원회의 지원을 받고 있는 Chinaproduct.com이 중국의 수출업자 미국의 제조업자를 직접적으로 전 세계 바이너와 연결해주는 마켓플레이스를 제공하는 기업간 전자상거래(B2B) 무역 포털사이트를 구축해 운영하고 있으며, 이는 정부주도에 의한 전자상거래기반의 확충 및 주도권을 확보하기 위함이다.

싱가포르의 경우, 정부의 주도하에 산업별 포털사이트 구축 추진 중이며, 전자무역의 정착과 확대를 위한 기술적, 사회적 인프라의 개선에 정책의 초점이 이루어지고 있다. 전자무역의 활성화를 위해 실제 전자상거래를 통한 국제무역거래라는 사업모델을 갖고 활동하는 기업을 유치하는 것을 목표로 설정하고 있다. 이와 관련하여 다국적 기업의 싱가포르 유치를 위해 ACT(Approved Cyber Trader)라는 인센티브제를 실시하고 업종별로 전용 EDI네트워크 서비스와 수출입허가신고 등을 EDI화 하였다. 이는 모두 싱가포르를 세계 전자무역 Hub로 육성하기 위한 정부의 투자이다.

홍콩의 경우, 전자무역의 현황은 현재 해상화물자동통관시스템과 금융 EDI 서비스의 관세지불시스템을 운영하고 있으며, 인터넷상에서 각종 신청을 위한 포털사이트를 구축하여 서비스하고 있다.

국가 간 무역규모와 국내 제조업의 해외투자규모가 큰 지역을 대상으로 PAA사업과 GSCM 사업을 추진하고 있다.

동아시아 지역의 경우 기술 인프라 수준이 높은 국가들을 중심으로 전자무역관련 법제도 수립과 개선이 진행되고 있다. 전자무역 네트워크 구축이 활발히 진행되고 있는 일본, 홍콩, 싱가포르 등을 중심으로 관련 법규의 정립과 개선이 추진되고, 중국의 경우 다른 동아시아 국가와 상이한 무역제도를 고려한 전자무역 네트워킹 전략 수립이 필요하다.

전자무역활성화를 위해서는 국가 간 조화를 충분히 고려한 전자계약이 법적 인정, 개인정보의 보호문제 등에 관한 거래규칙 등의 정립이 필요하다.

동아시아 국가들의 경우 통과/물류 중심으로 전자무역 기술 인프라 구축을 진행하고 있으며, 정부지원과 국제협력 활동이 활발한 일본, 홍콩, 싱가포르의 경우

무역업무의 범위 확장 및 법제도기반 구축이 진행 중이다.

제 4 장 전자무역 사례

제1절 전자무역을 통한 수출 성공사례

1. 사이버 무역 마케팅

절삭공구의 핵심인 인조다이아몬드 부품 제조업체인 K사에서는 최근 국내 자체 개발한 신기술을 이용한 제품을 생산하게 되었다. 신제품은 성능, 품질, 가격 등의 측면에서 경쟁력을 갖추었지만, 이를 효과적으로 마케팅을 할 수 있는 인력의 부족과 새로운 시장 개척의 어려움 때문에 판매부진에 시달리게 되었다.

대기업이라면 해외지사 요원을 통해서 직접 제품도 홍보하고 수출의 기회도 가질 수 있겠지만, 이러한 여건이 되지 않는 K사로서는 전 세계를 발로 뛰던 옛날의 방식이나 기존에 거래관계를 맺었던 중간상, 국내 대기업, 종합상사 등에게 의존하는 방법에서 탈피하기가 어려웠다.

그러나 최근 K사는 해외 마케팅 및 거래선 발굴에 있어 새로운 활로를 찾았다. 한국무역정보통신(KTNET), 한국무역협회(KITA), 대한무역투자진흥공사(KOTRA), 중소기업진흥공단(SMIPC) 등의 무역유관기관에서 무료로 운영하고 있는 인터넷 무역 거래알선 사이트에 자사 제품을 등록하고 홍보한 것이다.

제품의 품질, 성능, 가격에서 우위에 있기 때문에 K사의 제품을 알게 된 전 세계의 무역업자들이 관심을 갖고 접촉해 온 것이다. 쏟아져 들어오는 제품문의 전자우편(E-mail)을 검토하면서 K사는 인터넷의 엄청난 효과에 감탄하였다. 과거에 전화, 팩스, 텔렉스 등을 이용하여 밤을 새면서 거래처와의 협상에 매달렸던 K사에서는 이제 인터넷을 이용하여 거래처 발굴과 시장조사, 거래상대방과의 초기접촉 등을 효과적으로 할 수 있게 되었다.

K사에서 가장 뿌듯하게 생각하는 이러한 인터넷 무역의 경우 중소기업체인 K사가 더 이상 중간상이나 대기업, 종합상사에 부탁하는 종속적인 입장이 아니라는 것입니다. 대기업이나 중소기업이나 인터넷이라는 가상의 공간에서는 대등한 위치이며, 독자적으로 세계의 무역상이나 수요업체와 직접 거래를 할 수 있게 된 것이다.

그리고 시간과 공간의 제약 없이 거래상대방과 인터넷을 이용하여, 특히 전자우편을 통해 신속하게 직접 거래를 하게 됨으로써 거래비용을 줄이고 제품의 가격을 낮춤으로써 경쟁력을 갖추고 이익을 확대할 수 있게되었습니다. 이제 K사에서는 인터넷 가상무역을 얼마나 잘 이용하는가가 미래의 중요한 경쟁력 요소가 될지도 모른다는 생각을 갖게 되었다.²⁸⁾

2. 통합 무역 관리 시스템 도입

B사는 1988년 설립돼 휴대폰 단말기와 음향부품 및 디스플레이부품을제조해 수출하는 중견기업이다. 연간 6500만 달러의 수출실적을 올리고있다. B사는 세계적인 기업으로 성장하면서 효율적인 기업경영을 위해 ERP시스템을 도입했다. 그러나 기존의 ERP 시스템은 무역 관련 업무를 이중, 삼중으로 처리해야 하는 불편이 따랐다. 무역 업무는 정부기관과 무역대행업체 등 관련업체들과 긴밀하고 원활한 연결이 가능해야 하는데, 이러한 점에서 기존의 ERP 시스템과 무역관련 시스템을 하나로 통합할 수 있는 '통합 무역 관리 솔루션'을 도입하게 되었다.

통합 무역 관리 솔루션의 도입성과는 기대 이상이었다. 그 동안 당연하다고만 여겼던 수출입 부대비용이 크게 절감되었다. 작은 수치로만 느꼈던 통관 수수료 0.1%도 1년간 계산해 보니 4천7백 여 만원이나 되었고, 총 1억원이 넘는 돈이 수출입 부대비용으로 사용되고 있었는데, 통합무역관리 솔루션을 도입한 후에는 이 비용이 2백 여 만원 정도로 대폭 줄어 8천 여 만원의 비용절감 효과를 보게 되었다.

통합무역관리 솔루션을 도입한 후, 경제적 효과 외에도 무역관리가 하나로 통합되다 보니 각 부서간 업무 구분이 명확해 졌다. 이전에는 무역부서에서 단순히 통관업무 만을 수행하고 그 외에는 무역과 관련된 업무라도 세부 성격에 따라 각각의 부서에서 따로따로 관리할 수 밖에 없었다. 그러다 보니 어떤 경우는 이중으로 처리되는 낭비도 발생하고, 또 어떤 경우에는 명확한 업무처리가 불가능 하기도 했다. 그러나 이제 필요한자료를 구매부서나 회계부서에 맡기지 않고 무역부서에서 직접 처리 할수 있게 되고 각 부서간의 책임도 명확해지고 업무 능률도 향상되

28) 민성주, 우리나라 중소기업의 전자무역 활성화방안에 관한 연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문, pp. 51-55.

었다.

반대로 이렇게 통합, 관리되는 자료들은 모두 전산화 되어 필요한 경우언제 어디서나 부서를 막론하고 활용할 수 있게 되었으며, 신속, 정확한 Data관리로 인해 업무처리에 오류가 생길 일도 없고, 당연히 재작업도 없게 되었다.

3. 인터넷을 이용한 시·공간적 제약 극복

0사가 BRIC,s 국가 중의 하나인 브라질 시장으로의 진출을 시도한것은 불과 3개월 여 전의 일이다.

미니 PC 및 차량용 PC 등 현지에서 가격 및 품질 경쟁력을 갖춘 제품을 취급하고 있으며, 브라질 정부에서 추진하고 있는 국민 PC사업으로인하여 저가 PC에 대한 수요가 급증할 것이라는 전망하에 무역관은 0사를 지사화 업체로 선정을 하였다.

현지 마케팅을 위하여 제품정보에 대한 상세 파악 및 샘플 송부를 요청하는 한편, 새로운 바이어를 발굴하여 소개를 하였다. 처음으로 발굴하여 소개한 바이어가 기술이전 계약 체결 등 구체적인 구매의사를 밝힘에 따라 무역관은 브릭스 사이버상담회 기간 중에 J사와 브라질 바이어간의 화상 상담을 주선하였다.

화상 상담시 지사화 총괄직원이 직접 통역을 수행하며, 미화 200만불에 달하는 PC 3,000대 오더를 수주 확정하였으며, 대금지불, 납기 일정 등 거래와 관련된 세부 사항들을 협의하였다.

0사에서는 Cyber 상담 결과에 고무되어 원자재 수급 등 제품 생산 및 납품 계획을 세우는 한편, 바이어와 세부적인 사항을 논의해 나갔다.

바이어와의 이메일을 통해 교신을 진행하던 중 추가 오더 및 기술이전에 따른 로열티 문제 협의에 어려움을 겪게 되자 0사 측에서는 현안 해결 및 조속한 거래 진행을 위하여 다시 한 번 사이버 상담을 주선하여 줄 것을 요청해왔다.

이에 따라 무역관은 해당 바이어와의 사이버 상담 일정을 잡고, 기존 오더, 추가오더 및 기술이전 문제 등에 대한 양자간의 의문점, 요청사항등을 적극적으로 해결하려고 노력하였으며, 이에 따라 0사는 기존 3,000대 오더를 포함하여 연간 20,000대(미화 7백만불 상당) 오더를 수주하였으며, 기술이전 문제도 무리 없이 해결되었다.

아울러, 현지 바이어는 조만간 0사를 직접 방문하여 계약서에 서명하는 한편, 추가 거래에 대한 협의도 진행할 예정으로 향후에도 거래관계가 지속될 가능성이 높아 보인다.

지사화사업 참가 3개월여만에 상당한 성과를 낼 수 있었던 원인은 현지정부의 국민 PC 보급이라는 정책 방향에 따라 저가 PC에 대한 수요가 급증하리라는 무역관의 판단과 구매력을 가진 유력 현지 바이어 발굴이 맞아 떨어졌기에 가능했다고 생각된다.

현지는 한국과의 시차가 12시간으로 정반대이며, 사용언어가 포르투갈어로 한국 업체가 커뮤니케이션을 해 나가기가 상당히 어려운 여건이다.

아울러, 현지인들은 인간적인 관계를 상당히 중시하기 때문에 face to face 상담을 선호하는 경향이 있다. 이처럼 여러 가지로 어려운 사정임에도 불구하고, 사이버 상담이라는 틀을 통하여 시차 및 원거리를 극복하고 좋은 성과를 거둘 수 있다는 좋은 사례이다.

4. 시사점

예전에는 바이어를 만날 수 있는 통로가 굉장히 좁았던 반면, 최근에는 전자무역의 활성화로 시공간을 초월하여 바이어와의 접촉이 가능해졌다. 수출품목에 대한 온라인 마케팅 활동을 통해 바이어와의 접촉 빈도를 높일 수 있었던 점은 인터넷 무역거래알선서비스를 통해 얻을 수 있었던 가장 큰 성과였다. 이들 기업은 물리적인 판매 공간이 필요하지 않은 전자 상거래의 장점을 이용하여 재화 또는 서비스의 전시와 이에 대한 광고를 저렴한 비용으로 할 수 있었다. 이로 인하여 수출, 수입과 관련된 비용(마케팅 비용, 업무 처리 비용)을 감축 할 수 있었고 업계와 관련된 정보 수집이 수월해져 단 시간에 그 현황을 파악하고 거래선을 발굴할 수 있었다.

전통적인 상거래에서는 제한된 장소와 시간으로 인해서 특정 장소의 고객을 상대로 상거래가 이루어졌었다. 하지만 인터넷을 이용한 전자 상거래는 시, 공간적 제약을 극복할 수 있게 했고 상대방과의 비 대면으로 거래가 이루어진다는 전자무역의 단점을 화상상담이라는 전자 매체의 발달의 활용으로 극복했다. 이는 고객의 요구에 즉시 대응할 수 있게 하였고, 기업은 그에 맞는 적절한 마케팅 활동으로

이윤을 추구할 수 있었다.

통합무역관리솔루션(e-Trade Partner)는 인터넷을 기반으로 한 무역 관리 솔루션으로, 무역 업무에 수반되는 모든 서류를 한번의 데이터 입력으로 자동 생성 할 수 있다 . 이를 통해 무역업무 처리의 효율성을 극대화하고, 무역업무 전 과정을 자동화 할 수 있다. 따라서 기업의 무역 환경이 근본적으로 개선되고, 수출입에 수반되는 “품목선정, 상품홍보, 거래선 발굴, 거래상당, 계약, 물품확보, 물류, 통관, 결제, 사후관리 “라는무역 프로세스 및 이에 수반되는 내부 무역관리를 효율화함으로써, 기업경쟁력이 강화 됐다.

제2절 전자무역을 통한 피해사례²⁹⁾

1. 인터넷 유명사이트 피해사례

서울의 중견 수출업체인 A사는 회사 설비 자금이 필요해 은행에 대출신청을 했지만 여의치 않자 고심 끝에 인터넷을 통해 투자자를 모집했다.

얼마 되지 않아 미국의 한 투자회사로부터 100만달러에서 1억달러까지 투자할 의향이 있다며 샌프란시스코에서 면담을 하자는 메일을 받았다. 이 투자회사의 사장은 이미 본사와 투자에 대한 합의가 끝났다고 처리비용으로 1만달러를 먼저 지급해 달라고 요구했다. 일이 너무 잘 풀려 이상한 느낌을 받은 A사 사장은 한국에 돌아간 후 생각해 보겠다고 답을 미룬 후 국내 신용정보회사에 이 투자회사의 신용을 의뢰했다.

조사 결과 유명회사임이 드러났고 투자회사 사장의 명함에 기재된 박사학위도 허위임이 밝혀졌다. 회사도 미국 주정부의 법인등기에도 등록돼있지 않을뿐더러 전화번호도 샌프란시스코의 허름한 호텔 번호였던 것으로 조사되었다. 결국 A사의 사장은 미국방문에 의한 비용과 시간만 낭비하게 되었다.

2. 샘플사취 피해사례

D사는 해외무역 정보지 및 무역 중개 사이트를 검색하다가 컴퓨터A,B스펙의 두

29) 민정주, 상계 논문, p.p. 56-59.

모델로 500대씩 찾고 있는 베냉 수입상에 주목했다. 일단 D사에서 한 스펙만 가능하다는 사실을 명기하여 견적서와 함께 거래하고 싶다는 내용의 팩스를 송부하였다. 바이어는 송금 후 30일 이내에 선적이 가능하면 거래를 진행하겠다고 했고, 선적시일을 맞추는 것은 어렵지 않은 일이라 흔쾌히 수락했다.

송금예정일이 4일쯤 지나서 바이어로부터 전문이 왔다. 은행법이 새로 바뀌어 검사기관(BIVAC. B.V), 검사증명(Clearification/Inspection)가있어야 48시간이내 은행송금이 가능하며 DHL로 컴퓨터 한 대를 급히 보내달라는 것이었다. D사는 아무런 의심없이 3천불을 들여 발송하고 송금을 기다렸다.

그런데 송금은 되지 않고 한 일주일쯤 지나 자국의 컴퓨터가 전시회에 참가해 제품홍보를 하고 싶으니 지금으로 컴퓨터 2대를 보내달라는 것이 아닌가? 일단 의심스러워 바이어가 보낸 송금확인서(Payment Order)에 있는 은행팩스로 사실 문의를 하였는데, Commerce은행에서 바이어가 송금액을 예치시켜 놓았음을 증명하는 내용의 회신이 왔다.

190만불 규모의 대형오더에 대한 미련을 버릴 수 없어 D사는 일단 KOTRA에 문의해 보기로 했다. 문의결과, 불어권인 베냉 지역에서 어떻게 유창한 영문의 은행확인서가 올 수 있으며, Commerce은행도 유령은행인 것으로 밝혀져 결국 컴퓨터 1대와 3000불을 사기 당하고 말았다.

3. 온라인 무역업체 카드 사기사례

모조장신구, 보석류 제조 수출업체인 S사는 2000년 초부터 인터넷상에서 카드결제 가능한 온라인 무역업무 B2B쇼핑몰을 국내 정보통신업체인D사와 연계하여 구축하였으며, 이 업계에서 꾸준히 성장을 해오고 있었다. 그러던 중, 2000년 12월 나이지리아 바이어로부터 결제된 카드대금이 2001년 4월27일 D사로부터 부도처리되었다고 통보를 받고 현재 물건대금으로 받아야 할 입금 예정액 중에 그 때 발생된 부도카드 금액이 차감된다는 연락을 받게 되었다. 이 회사에서는 물건을 모두 제작, 생산해서 보낸 상태였고, 무역거래의 안전을 위해 카드대금이 모두 자사 계좌에 입금된 것을 확인하고 보냈기 때문에 약 5개월이 지난 지금에 와서 카드가 부도처리 되었다는 연락을 받은 이유와 공신력 있는 회사에서 중개한 거래에 안전장치가 전혀 되지 않은 점 등에 대해 의아해 했으며, 그에 대한 소명기회와 입증

자료를 준비했으나 문제가 된 바이어와 전혀 연락이 되지 않았고, 카드회사 에서도 증명기일이 지났기 때문에 S사에서는 아예 입증기회와 보상받을 길을 찾지도 못하고 고스란히 차감되었다.

4. 선지급으로 선적 유도 후 피해사례

국내 D사는 그리스 수입상에게 10%선수지금지불에 잔액 90%는 그리고 도착후 T/T지불 조건으로 자동차용 필터를 수출기로 하였다.

선적품은 약속한 날짜에 그리스에 도착하여 수입상에게 잔금지급으로요청하였으나 수입상은 현지 거래은행 핑계를 대며 대금을 지연시키기 시작했다. 한달 쯤 지나 바이어로부터 선적품 통관지연으로 보세창고 사용기간이 만료되어 물품이 자동 폐기됨을 위협하면서 30%정도만 현금으로지급하고 나머지는 약속어음을 받는 조건으로 선적서류를 넘겨줄 것을 요구했다.

그리스에서 약속어음은 법적 구속력이 전혀 없어 민사소송을 통해서만 반환이 가능함을 익히 알고 있는 터라, 60%의 현금지급과 나머지 약속어음이라는 조건을 제시하였지만 수입상의 입장은 완강했다. 일단 폐기조치 될 경우 대금회수는 물론, 물건을 되찾기도 거의 불가능하므로 울며 겨자 먹기로 바이어의 제의를 받아들일 수밖에 없었다.

5. 시사점

위의 내용을 전제로 전자무역의 사기사례의 발생 원인을 살펴보면 다음과 같이 요약할 수 있다.

전자무역사기의 가장 근본원인은 거래 상대방에 대한 구체적인 사전조사나 신용 조사를 등한시 한다는 것이다. 전자무역은 거래 상대방의 익명성과 비 대면으로 거래가 이루어지는데, 각 국가별로 규제관련 법률이 다르고, 이에 따른 법적 기술 적인 보완책을 제대로 갖추지 못하고 있지못하다. 따라서 전자메일에만 의존할 경우, 나중에 발생할 수 있는 문제에 대한 연락의 폭이 좁아질 수밖에 없다.

대부분의 사기사례들이 거래 상대방에 대한 충분한 사전조사가 이루어지 못한 결과로 보인다. 전화번호와 팩스 등을 동시에 사용하거나, 단순히 e-mail에만 의존하

는 경우에는 영세한 바이어일 가능성이 높거나 거래의 능력이 낮음을 의미한다.

또한 수출입장에서 거래 상대방에게 저렴한 가격을 제시하거나, 일방적으로 유리한 조건으로 접근하는 경우, 또 대규모거래를 제의 할 경우, 이는 반드시 상대방에 대한 구체적인 사전조사 및 신용조사가 요구된다.

거래대금 결제방식에도 문제가 있다. 전자무역거래의 결제방식에 있어서 외상거래인 현물상환방식(Cash On Delivery: C0D)이나 서류 상환 방식(Cash Against Cocument: CAD)그리고 후불 전신송금환방식(Telegram Transfer: T/T), 송금수표방식(Demand Drsft: D/D) 등의 결제는 많은 위험이 따른다. 이러한 결제방식의 경우, 바이어가 마음만 먹으면 어떤 방법을 동원하더라도 쉽게 대금지급거절을 당할 수 있는 위험한 결제조건들이다. 시설업체 등 대외거래 경험이 미숙한 중소기업체들이 선불+후불T/T 또는 후불T/T거래의 위험을 과소평가하고 공금방식 수출을 추진함으로써 피해를 보는 경우가 많다.

제 5 장 전자무역 장애요인 및 활성화 방안

전자무역은 고효율의 무역수단으로써 전통적인 무역거래에 비해 저렴한 비용과 시간을 투자하여 전 세계를 대상으로 할 수 있다는 점에서 자유로운 시간 및 기타 모든 제반 업무를 향상 시키면 기존의 무역패턴을 크게 변화 시키고 있다. 그러나 아직 각국 법률과 제도적 장치가 미흡하고 새로운 무역거래시스템이 개발되어 시행되고 있으나 아직도 많은 문제점들이 나타나고 있다. 하나의 예를 들이 설명하자면 모든 선진국들 간의 인터넷 전자무역은 비교적 활성화가 잘 되어 있으나 미국 및 가타 유럽 국가와 IT 수요가 낮거나 미흡한 아시아 국가의 전자무역은 아직도 많은 장애요인이 발생되어 상호간의 무역은 IT가 아닌 실질적인 방문으로 모든 무역이 이루어지고 있는 실정이다. 이와 같은 장애요인을 활성화하기 위하여 그에 대한 방안을 연구하도록 한다.

세계 각국의 개발적인 정보화 추진과 함께, 전 세계차원의 정보화 추진노력도 활발하게 이루어지고 있다. 세계는 정보화 시대의 새로운 국제 이슈인 전자무역, 정보보호, 국가 간 정보격차 문제 등에 대한 공동 대응 방안을 마련하고 개발도상국의 지속 가능한 발전을 위해 IT를 적극 활용하는 방안 등에 대해 연구하고 있다.

전자무역의 활용에 장애요인을 파악하여 장애요인을 제거한다면 활성화 방안도 도출할 수 있을 것이다.

제1절 전자무역 장애요인

1. 제반 인프라 문제점

가. 전자무역 인프라의 문제점

전자무역은 상품이나 서비스의 홍보, 주문, 운송, 대금결제 등 상거래의 전 과정을 포함하고 있다. 그러나 전자무적이 실질적으로 이루어지기 위해서는 기술적, 제도적 요건이 구비되어야 하나 현재로서는 완벽하지 않기 때문에 일부 거래단계

또는 상품이나 서비스에 국한된다.

특히 중요한 점은 기술적으로 신뢰할 수 있는 대금결제 시스템과 이를 지원할 수 있는 거래인증 및 보안시스템이 요구되고 있으며, 반복적이고 단순한 일을 대행할 수 있는 지능형 에이전트 소프트웨어도 필요하다. 한편 제도적으로는 인터넷을 통해 수신한 전자문서의 법적 효력이 인정되어야 하며, 전자무역이 활성화될 수 있도록 각종 제도와 절차의 많은 시간, 비용 및 노력이 수반된다.

근래 정부의 국가전자무역 육성시책이 지나치게 무역자동화시스템 구축에만 집중되고 있다. 자동화시스템을 국가전자무역의 핵심인프라로 가져가는 것은 중요하지만, 수출입 업체가 이를 효과적으로 활용할 수 있는 제반 여건 마련에도 관계부처의 관심이 있어야 할 것이다. 이에 전자무역의 근간이 되는 전자무역 인프라 구축 및 제반 여건 마련을 위하여 민·관·연의 총력적인 대응이 필요한 시점이다.

한국의 전자무역 인프라는 전자결제시스템, 인증시스템 등의 필수적인 인프라의 부족과 기존에 구축되어 있는 무역정보망, 거래 알선사이트, 무역자동화 시스템 등의 인프라에 있어서도 분산서비스, 중복투자, 이용률저조 등 많은 문제점이 양산되고 있다.

나. 정보화 인프라

정보화 인프라란 정보 또는 사용자의 소재지에 관계없는 음성, 화상, 문서 및 그래픽정보 등 모든 정보를 처리할 수 있는 강력한 컴퓨터와 통신기술의 발전된 환경을 의미한다. 이러한 정보인프라의 구축은 새로운 정보기술의 발전에 따른 유지관리비용이 막대하기 때문에 용이하지 않다.

현재의 무역이행절차별 무역에 관한 정보화는 해외마케팅 단계를 제외하고는 전반적으로 열악한 상황이라고 할 수 있다. 그 이유는 무역정보의 제공이 무역유관기관별로 분산되어 있다는 점이다.

둘째로는 범용정보 중심의 복잡한 공급체계를 지니고 있다. 무역업무중심의 체계적이고 심도 있는 정보제공이 되지 못하고 일상적인 범용정보 중심이 복잡하고 산만한 무역정보를 공급함으로써 정보를 제대로 활용하지 못하고 있는 실정이다.

세 번째, 무역업계가 필요로 하는 고급정보가 부족하다. 해외마케팅에 필요한 상품별 마케팅정보, 통상관련 적시정보, 신용정보 등이 가치 있는 정보의 부재로

인하여 정보의 효율성이 저하되고 있다.

마지막으로 데이터베이스의 품질이 저하된다. 데이터의 신속한 수정과 관리, 정보의 충실성이 데이터베이스의 품질을 향상시키는 결정적인 요소이지만 기관별로 데이터의 관리가 합리적으로 되지 않고 있다. 데이터베이스의 서비스는 정보제공 뿐만 아니라 업무처리가 One-Stop으로 이루어져야 하나 정보제공의 수준에 머무르고 있다.

또한 정보인프라의 한 형태로서 e-Marketplace를 활용할 필요성이 있다.³⁰⁾

e-Marketplace란 기업 간 거래를 위한 가상공간으로서 다수의 구매자와 판매자가 제품과 서비스를 거래하고, 기업 활동 관련정보를 획득하며, 금융·물류 등의 부가서비스 등을 제공받는 장터를 말한다. 따라서 한회사가 다수의 기업을 상대로 전자조달(e-procurement)이나 전자 판매(e-sale)를 하는 것과는 구별된다.

이러한 e-Marketplace가 전자무역의 발전에 기여하는 것은 당연한 사실이다. 하지만 현재의 e-Marketplace는 전자상거래 관련산업의 표준이 미비하고, 가치사슬(Value Chain)의 개선이 개별 기업단위 위주이며, 산업 내 가치사슬 혁신의 노력이 부족하기 때문에 발전하지 못하고 있다. 또한 중소기업의 전자상거래 수행능력의 부족과 법·제조적 환경의 미비로 인하여 활성화되지 못하고 있다.³¹⁾

다. 법률적 인프라

무역을 체계적으로 지원하기 위해서는 무엇보다 무역관련 법령체계를 확립하는 것이 필요하다. 그러나 현재 무역과 관련된 국내 법규에서는 무역정보화를 간접적으로 지원할 수 있는 기본적인 틀이 부족하다. 먼저 기본법인 대외무역법에서는 전자무역에 관한 규정이 전무하여 무역정보화를 뒷받침하지 못하고 있다. 그리고 1999년 7월에 발효된 전자거래기본법과 전자서명법에서도 전자문서의 효력과 전자거래 인증기관, 소비자 보호 및 관련기관의 지원 등 전자상거래와 관련한 포괄적인 일반사항과 원칙만을 규정하고 있다.

30) 이상진, "무역단계별 정보인프라 현황 및 과제에 관한 연구", 2001., pp. 18-19.

31) 산업자원부 전자상거래지원과, "e-Marketplace와 산업의 Value Chain 혁신", 2004. pp. 21-26.

라. 제도적 인프라

전자무역을 수행함에 있어서 가장 큰 문제점은 보안 문제점이라고 할 수 있다. 이러한 보안문제를 해결하기 위한 여러 가지 대안이 모색되었지만, 그 가운데 공개키 기반구조하의 전자서명과 전자인증을 통한 해결방안이 최적의 대안으로 각광 받고 있다.

인증이란 전자서명 검증키가 자연인 또는 법인이 소유하는 전자서명 생성키에 합치한다는 사실을 확인·증명하는 행위를 말한다. 인증에는 동일성 검증(indentification), 진정성 확인(authentication), 문서인증(certification)이 있는데, 전자무역에서 인증은 비대면 거래에서 당사자에 대한 동일성이나, 사용자 신원의 정당성과 관련된 사용자 인증보다는 문서인증, 즉 거래내역자체를 인증하는 것이 중요하다고 할 수 있다. 따라서 이와 같은 내용을 주축으로 한 각국의 법제가 형성되고 있지만, 국제적인 통일 기준은 아직 마련되지 못한 상태이다.

2. 전자무역 기반 기술

가. 전자무역 기술표준의 문제점

전자무역의 확산을 위해서는 효율적이고, 저렴하며, 적용하기 용이한 기반구조 및 기술이 필요하며 상호 운용성이 보장된 기술적 환경이 필요하다. 비호환적인 표준의 개발이 지속된다면 상호 시스템 간 자료교환과 공유가 어려워지며 다수의 사용자를 확보하기 어렵기 때문이다.

전자무역에 필요한 솔루션은 무역과 IT를 이해하는 전문 인력에 의하여 개발되어야 효율성과 실효성을 높을 수 있으나 공동작업의 미흡으로 인하여 개발된 솔루션의 최적화에 인력과 비용이 중복 소요되고 있다.

무역에 필요한 기반 플랫폼은 전자무역의 e-Hub 및 게이트웨이의 원칙이 된다는 점에서 중요하다. 미국은 전자무역업체의 대형화·표준화로, 일본은 관련업체의 집적화 등으로 세계 전자무역시장의 주도권 확보를 위하여 노력하고 있으나 아직 개도국에서는 이에 대응할만한 체제를 갖추지 못하고 있다. 반면, 현재 인터넷상에서는 국제적인 표준의 조기제정을 통해서가 아니라 일반 사용자와 공급자의 요

구를 근간으로 한 표준의 개발과 수용을 통하여 인터넷의 성장이 촉진되어 왔다. 따라서 표준의 조기제정은 비용을 최소화할 수 있다는 장점도 있지만 급변하는 정보기술의 발전을 오히려 저해할 수도 있다는 견해도 있다.

나. 전자무역 리스크 관리 부재

전자무역은 글로벌 마케팅이 가능하고 거래선 발굴이 용이하기 때문에 저렴하고 손쉽게 무역기회를 창출할 수 있다는 이점이 있는 동시에 전자무역의 특성인 비대면성을 악용한 사기 사례가 발생할 가능성이 매우 높다.

IMF 이후 해외바이어들이 내수시장 침체를 만회하기 위한 국내 업체들의 수출확대 심리를 이용하여 외상으로 상품은 받은 후 대금을 지불하지 않는 등 인터넷을 통한 무역사기가 급증하고 있다.

가상공간을 아용한 사기 사례는 전자무역을 활성화하는데 장애요인이 될 수 있다. 왜냐하면 각국들이 전자무역의 기반인 신뢰성이 확보되지 못한다고 인식할 경우 전자무역에 참여하지 않을 것이기 때문이다. 따라서 전자무역거래를 위장한 사기 거래의 적발을 위한 정부의 노력이 필요하다.

다. 기업 혁신성향의 부족

전자무역이 기업에 도입하여 활용하고자 할 때 기업 구성원의 성향이 전자무역의 도입과 활용에 영향을 준다는 연구가 활발히 이루어져 왔다.

즉, 기업의 구성원이 전자무역의 활용의지를 어느 정도 가지고 있는지는 전자무역을 현재 활용하고 있는 업체의 경우 향후 지속적인 사용의도에 영향을 미치는 요인이 될 것이고, 비 도입 업체들의 경우에는 전자무역도입에 영향을 미치는 요인이 될 것이다.

무역업체들은 전자무역과 같이 정보기술 예산을 경영과정에서 중요하게 생각하지 않으며 기업의 예상배정에 있어 정보기술 부분이 적은 것으로 나타나고 있다. 이는 무역업체의 새로운 기술의 전자무역을 활용하지 않는 업체에게는 도입의 저해요인이 될 것이다. 나아가 전자무역 도입업체에게는 향후 전자무역 활용범위의 확대에 부정적 영향을 미치게 된다.

전자무역 시대에서는 가상공간을 통한 해외시장개척과 제반절차를 진행시킬 수 있는 전문 인력을 필요로 하고 있다.

조직구성원은 새로운 무역방식인 전자무역 도입에 따른 조직변화의 가능성에 두려움을 갖는다. 이것은 전자무역이 필연적으로 기존의 사고와 수출업무의 급격한 변화를 요구하기 때문이다. 특히 조직구성원은 인터넷을 수출업무에 도입할 경우 고유 업무영역을 상실한 것을 우려하므로, 이러한 조직구성원의 심리적인 압박과 우려가 기업의 전자무역 도입에 부정적인 영향을 준다.

라. 전문 인력의 부족

전자무역의 급속한 활용으로 전자무역 전문적 사용이 가능한 수요인력의 총당이 크게 부족한 상황이다.

실질적으로 국내 500개 기업을 표본으로 조사한 무역이용실태의 연구결과에 따르면, 전자무역 전문 인력을 5명 이하로 보유하고 있는 업체가 90%에 달하고 95%의 기업이 무역 전문 인력의 확보에 어려움이 있다고 답해 기업의 규모에 관계없이 무역실무 전문인력 및 전자무역인력의 부족현상에 직면하고 있다.

전자무역의 활성화를 위해 먼저 선행되어야 하는 조건으로 전문교육을 받은 인체가 필요하다는 응답수가 업체의 76.4%에 이르고, 2001년에 약 15,000명의 부족을 시작으로 매년 5~10%씩 증가, 2010년에는 64,000명의 전문 인력이 부족할 것으로 추정되고 있어 전자무역 관련한 전문 인력의 양성은 해결되어야 할 가장 시급한 관제임을 알 수 있다.

무엇보다 전자무역의 전문 인력을 양성하기 위해서는 체계적인 교육이 필요하나 이를 수용할 기관 및 교육장비등의 지원도 미비한 수준이다. 특히, 일부교육기관에서는 전자무역을 전공하지 않은 비전공자가 학생들에게 전자무역에 관해 교육을 시행하는 경우도 있어 기업 및 실무에서 요구하는 수준에 크게 미치지 못하고 있다. 전문적인 강사의 부족과 함께 교육설비도 지원되지 않은 곳이 많아 교육이 많은 문제점이 노출되고 있다.

또한 실무적 능력을 요구하는 전자무역에서는 전자무역의 전문 인력을 양성하기 위해 실무 적응능력을 높을 수 있는 교육과정과 전자무역 관련 실습용 소프트웨어나 실습실 등의 장비의 확충이 요구되나 이러한 대부분의 전자무역교육장에서는

교육장비의 구비도 미흡하고 대학 외에 전자무역을 교육할 수 있는 기관인 직업학교 및 민간 양성기관도 부족하여 전자무역 활성화를 어렵게 하는 요소가 되고 있다.

3. 관련 법률 및 제도

인터넷 전자상거래를 통한 국제 간 거래는 전자적 수단에 의해 수행됨으로 법과 상거래간의 부조화를 제거할 필요가 있으며, 국제상거래 거래규칙은 국가 간 조화를 충분히 고려하면서 조정되어야 한다. 또한 인터넷을 통한 국제상거래에서 개인 정보가 보호되고 새로운 국제기술표준이 제정되어야 한다.

이러한 법률적 장애요인을 제거하고 국가 간 전자문서의 이용활성화를 위해서는 국가 간 협력이 확대되어야 한다. 따라서 전자무역 활성화를 위해서는 전자계약의 법적 인정, 개인정보의 보호문제 등에 관한 거래규칙이 빠른 시일 내 정립되어야 한다.

가. 조세제도

전통적인 상거래에서 상품이나 서비스는 소비자국 과세원칙에 따라 소비자가 부가가치세를 최종적으로 부담하게 된다. 따라서 전통적 상거래에서의 납세의무는 공급 장소에서 발생하게 되며 대부분의 재화 및 서비스의 제공시 공급 장소는 소비자와 일치하기 때문에 공급 장소 과세원칙은 소비자 과세원칙과 합치된다.

그러나 인터넷을 이용한 전자적 국제거래에서는 공급업자의 사업장 및 고정시설³²⁾이 소비자가 소비하는 지역 또는 국가에 존재하지 않고도 많은 서비스들을 제공할 수 있다는 점에서 공급 장소와 소비장소가 일치하지 않을 수도 있다.

따라서 전자적 무역거래의 증대로 인해 외국공급업자들이 소비자가 소재하고 있는 국가에 고정사업장을 설치하지 않고도 서비스를 제공할 수 있게 되어 기존의 부가가치세 공급 장소의 개념으로는 이들 서비스에 대한 국내공급에 대해서는 거의 관세권을 확보할 수 없게 되는 문제가 발생한다. 즉 전자무역거래에서는 외국

32) 연방 직접조세법(Federal Direct Tax Law : FDTL) 제51조의 2에 의하면, 고정설은 "기업의 사업 활동과 전적으로 혹은 부분적으로 특정기간 동안 관련된 사업의 고정 된 장소"라고 명시되어 있다.

의 현지에 고정 사업장 및 자회사 등 특별한 경제활동의 거점을 갖추지 않고도 현지의 고객을 상대로 상품이나 서비스를 공급함으로써 소득을 얻을 수 있다는 것이다.

예를 들어 부가가치세의 20% 또는 법인 소득세의 50%가 인터넷을 통하여 회피될 수 있는 경우, 전자상거래 방식이 기존의 여타 거래방식에 비해 훨씬 우위를 차지하게 될 문제가 있다. 이 문제에 대해 OECD는 전자무역에 대한 기본적인 조세방식을 제안한 바 있는데, 기존의 거래방식과 전자거래방식에 동등한 세율을 부과하여 경제적 왜곡이 방지되어야 한다는 의견을 제시한 바 있다.³³⁾

또한 OECD는 1998년 도타와 각료회의에서 서로 다른 국가에 소재한 기업들 간의 이전가격(transfer pricing)에 전자상거래가 미치는 영향에 대해서도 관심을 기울였다. 특히 다국적기업 내부간, 특히 본사와 해외자회사간의 온라인 네트워크를 통해서 행해지는 이전가격행위는 과세당국의 추적이 힘들어 이에 대한 과세도 현실적으로 어려운데, 이는 전자상거래 특징상 정보의 거의 동시적인 전달과 국가간 물리적 국경의 부재로 말미암은 것이라고 볼 수 있다.³⁴⁾

거래 대상물 중 특히 디지털 콘텐츠는 국경이라는 장애물이 없이 외국 매도인에 의해 온라인으로 공급되며, 이에 대한 대금결제도 온라인으로 행해지는 경우 조세당국은 이러한 온라인 거래에 대해 추적이 불가능해 조세징수가 불가능한 문제점이 있다.

나. 관세제도

전통적 상거래에서 관세부과 대상이었던 재화가 전자적 무역거래를 통하여 소비자에게 전달되는 경우 거래수단간 과세차별 문제가 발생한다. 일례로 소프트웨어, 영화필름, 비디오, 전자서적 등의 경우 우편주문이나 전화주문보다는 인터넷을 통한 거래가 용이하므로 기존매체를 통한 거래가 전자적인 거래로 급속하게 대체된다. 이럴 경우 관세부과가 상당히 어려워지며 세관에서 관세는 물론 이려니와 수입 부가가치세도 부과할 수 없어 조세수입상의 문제점이 드러나게 되며, 지금도 이것은 국제적 논의에서 해결되지 않은 문제이다.

33) WTO. Electronic Commerce and Role of the WTO. 1998. pp. 39-10.

34) Jonathan S. Schwartz, "International Transfer Pricing and Electronic Commerce". international Bureau of Fiscal Documentation, Vol 53 Issue 7, 1999, p. 286.

이에 대한 국제적인 논의를 볼 때 미국의 경우 모든 전자무역거래에 대하여 무관세를 하자는 입장에 있는 반면, EU 및 일본 등을 포함한 대부분의 국가들은 미국의 의견에 반대하는 입장을 보이고 있어 이 문제에 대한 첨예한 대립이 계속되고 있다.

즉 미국은 인터넷을 통해 전달되는 재화와 서비스에 대해 이중과세 부과를 억제해야 한다고 하는 것이다.³⁵⁾ 그러나 유형의 재화의 주문에 대해서는 과세부과를 인정하고 있다. 즉, 인터넷 비관세의 대상으로 무형재화나 서비스가 전자적으로 전달되는 경우에 한하고 있는데, 이는 이용자가 인터넷을 통해 컴퓨터 소프트웨어를 다운로드 받거나 영상, 음악, 비디오 등 오락물 및 금융, 보험, 회계, 법률, 기술자문 등의 전문적 서비스를 받을 경우 이러한 거래에 대해서는 비관세를 주장하고 있다.³⁶⁾

전자적 방법에 의하여 판매된 물품들이 여전히 국경을 통과하여 물리적으로 배송된다면 현행 무역관련 WTO 협정에 따라 관세부과 등이 적용된다고 대부분의 국가에서 동의하고 있는 한에 있어서만 관세와 다른 비용의 적용이 가능하다는 의견도 표명하고 있다.

선결조결으로 전송이 명백하게 수입으로 정의되어야 한다는 주장도 있다. 어떤 거래가 재화로 규정되어 그 결과 관세가 부과될 수 있더라도 어떻게 관세가 결정될 수 있을까에 대해서는 의문이 제기되는데, 이는 HS(Harmonized System) 표상에는 전자거래가 품목분류 되어 있지 않기 때문이며, 또한 통관목적의 품목분류는 전송되는 재화의 내용과는 관련이 없기 때문이다.

HS는 전자거래를 분류하는 데에는 적합하지 않은데, 이는 HS가 재화의 품목분류 표이기 때문이며, 콘텐츠 자체는 재화와는 달리 취급되어 그것은 오히려 지적재산과 가깝다. 재화의 품목분류는 일반적으로 그 재화의 특징적인 물질적 설정에 의존하며, 이것은 또한 정보 재를 운송하는 중 아날로그 매체의 품목분류 시에 실제로 나타난다. 또한 디지털화는 품목분류를 더욱 어려운 문제로 만들고 있다.

실제적 운송매체를 가진 디지털 제품 형태로 특징화 하려는 데에 있어서 점점 더 어려워졌기 때문이다. 예를 들면 레이저 디스크는 컴퓨터에서부터 다른 용도로 사용되는 레이저 디스크를 읽는 기계까지 상당히 넓은 범위를 포함하고 있으며 그

35) Catherine L. Mann, Sue E. Eckert and Sarah Cleeland Knight, op. cit, p. 87.

36) 김종철 "전자상거래 계약의 성립 · 이행 · 종료에서의 법적 문제점", 「국제상학」, 제14권 제1호, 1995, 5, p. 301.

범위가 점점 더 넓어지기 때문이다.

다. 전자결제시스템에 대한 부족

전자무역이 활성화되기 위한 선결요건으로서 가장 중요한 것이 안전하게 거래대금을 결제 할 수 있는 전자결제 메커니즘이다. 또한 정보환경에 부합하는 정보보안 등 신뢰성과 기술적 요건이 선결되어야 하며, 특히 무역거래에서 전자결제 시스템은 전자문서의 활용 및 전자선하증권의 유통성 문제와 상관관계를 가지므로 이러한 문제가 선결되지 않고는 무역대금의 전자결제는 활성화 될 수 없다.³⁷⁾

Tanai Khiaonarong(2000)³⁸⁾은 전자식 대금결제시스템은 금융시장에는 신속성 및 확실성부여, 소비자들에게는 시간 및 장소상의 편리성제공, 결제방식의 선택권 부여, 비용절감 등의 효과를 제공하여야 함을 지적하고 있다. 즉, 전자무역 결제방식은 금융데이터를 송부하는데 있어서 서류의 재작성 없이 최종사용자에게 송부할 수 있고, 금융기관의 네트워크에 의해 위험을 감소시킬 수 있으나, 전자데이터 및 증거의 법적채택을 위한 법규제정 및 보완이 선결되어야 함을 주장하고 있다.

전통적인 기술은 기업이 함께 채택할 경우에만 성공이 가능하며, 기업과의 관계를 중개해 줄 수 있는 IT혁신의 경우에는 더욱 필요하다고 지적하였다. 이와 관련, 전자결제를 채택하게 되는 가장 중요한 요인은 현재 사용하고 있는 것에 비해 명확히 경쟁적인 이점을 줄 수 있어야 하며, 기존의 선호되는 결제방식과의 적합성 요건을 갖추어야 한다고 주장하고 있다.

즉, 결제시스템의 문제점은 법적취약성, 상업화의 부족과 안정성 보호의 문제, 기술적 연계와 정보보안유지에 관련된 문제점을 들 수 있다.

최근 세계적으로 여러 결제시스템이 나타나고 있지만 대표적인 형태로는 볼레로 넷의 결제시스템인 SURF(Settlement utility for managing risk and finance)와 트레이드 카드(Trade Card)가 있다.

먼저 볼레로 넷의 결제시스템인 SURF는 볼레로의 중앙메시지처리소에서 제공하는 서비스를 이용하여 그 약정서상의 내용과 제시된 서류내용을 점검하고 수출자

37) 강원진, "국제전자결제의 선결요건과 활용가능성", 한국국제상학회·국제상학. 제15권 제2호, 2000, p. 369.

38) Tanai Khiaonarong, "Electronic payment system development in Thailand". International Journal of Information Management, NO20, 2000, pp. 59-72.

와 수입자간 지급확약이 포함된 선적서류의 교환을 관리하는 것이다. 따라서 전통적인 무역서류에서 이용되는 상업송장, 선하증권, 포장명세서, 원산지증면서, 품질증면서 등과 같은 무역거래관련 서류를 자동으로 점검하여 수작업상의 오류를 줄일 수 있으며, EDI(전자자료 교환)의 제한요소를 극복함으로써 그 효용성을 인정받고 있다.

그러나 SURF 결제시스템도 문제점을 갖고 있는데 문제점은 다음과 같다.

첫째, 전자신용거래에서 전자서류의 제시와 심사는 신용장통일 규칙과 신용장동일규칙의 법칙(eUCP)이 적용되지만 SURF의 경우 BOLERO 규약집이 적용된다는데 있다.

SURF는 구상 초기부터 그 법적 기반에 대하여 지대한 관심을 가지고 준비해 왔음에도 불구하고 아직까지 전자식 선하증권에 대한 법적 기반을 통일적으로 규율하지 못하여 적용상 많은 제한이 따른다.

둘째, 전자결제시스템을 이용할 거래 당사자들의 운영상에서는 상업성이 전제되어야만 한다. 즉, 전자무역 결제시스템이 정착되기 위해서는 거래당사자들에게 이익이 있어야 한다. 거래당상들의 이해관계의 조정은 전자무역 결제시스템의 활용에 중요한 문제이기 때문이다. 현재 전자무역 결제시스템인 SURF의 경우 그 이용에 따른 연회비와 이행비용이 과중하며 운영을 위한 설치비용과 시스템의 지원과 통합을 위해서 일정한 투자가 필요하다. 따라서 영세무역업자의 경우 과중한 부담으로 이용을 회피할 수 있다.

또한 결제시스템이 전자적으로 이루어지기 때문에 인증서 및 전자서명의 승인 문제가 발생한다. 현재 사용 중인 인증서 및 전자서명에 대한 국제조약이 존재하지 않고 있으며 각국마다 이용 중인 인증서의 국제적 표준도 이루어지지 않아 상호호환성을 보장하기 어렵다.

즉, 각 나라들의 전자인증기관에서 발행한 인증서의 취급 및 인증서의 전자인증에 관한 문제가 발행할 수도 있으며 법적으로는 인증기관의 기술력 및 재정능력과 관리능력에 관련된 논란이 야기될 수 있다. 이는 관련된 인증기관에서 발행한 인증서라 할지라도 인증서로 인해 발생하는 손실에 대한 인증기관의 배상책임 등의 소지에 대한 문제이다.

두 번째로 트레이드 카드(Trade Card)를 살펴보면, Trade Card는 매도인과 매수인간의 인터넷을 통하여 은행 신용장의 발행 없이 계약의 체결, 은행 및 대금결제를 행할 수 있는 시스템이다. 이는 신용장 개설 및 선적서류 작성이 어려운 기업

간의 소액 및 건수가 많은 무역거래를 지원하는 전자무역 거래방식이다. 즉, 전자화된 무역환경에서 전통적인 신용장이 안고 있는 높은 수수료의 문제, 서류인도와 대금지급의 지연을 극복하고자 한 것이다. 별다른 투자 없이 인터넷 접속과 단기간의 교육만으로 사용할 수 있다는데 그 장점이 있다. 그러나 이는 서로 거래가 빈번하게 발생하여 상호간에 신뢰가 구축된 거래 당사자 간에만 가능하고, 은행의 수수료를 배제했다는 측면에서 무역의 주요 거래 당사자인 은행이 적극적으로 개입하지 않을 우려가 있다.

제2절 전자무역의 활성화 방안

전자무역 활용의 장애요인에 대한 개선 방안 및 활용방안을 제시함으로써 전자무역의 적극적 활용에 기여 하고자 한다.

1. 제반 인프라 활성화 방안

가. 정보 인프라

정보 인프라를 활성화하기 위해서는 무역과 관련된 모든 인프라 정보를 데이터베이스화하고 사이버 시대에 적합한 인터넷 웹 방식으로 서비스를 구축하는 통합 무역정보망의 구축이 필요하다. 이를 효율적으로 추진하기 위해서는 무역업무의 특성상 다양한 유관기관이 상호 연관되어 있음을 감안하여 기관별로 데이터베이스의 관리책임을 부여하고 서비스 전담기관은 무역절차상 필요한 무역정보의 총괄기획 및 운영기능을 부여하여 무역정보제공의 대표성을 확보해야 한다.

또한, 이렇게 거대한 프로젝트는 장기적으로 계획하여 추진하되 급변하는 정보 관련 산업의 특성을 고려하여 탄력적으로 시행하는 것이 바람직하다. 이러한 통합 정보망의 구축이 완성되면 정보화시대에 중소기업체가 필요한 통합정보망의 구축이 완성되면 정보화시대에 중소기업체가 필요한 최신 무역정보를 실시간으로 검색하여 활용 가능함으로써 사이버무역이 기틀을 마련할 수 있고, 무역 유관기관이 상호 유기적이고 체계적인 정보서비스를 제공함으로써 무역정보의 대표성을 확보할 수 있게 된다.

무역정보를 공급하는 유관기관별 상호 연계부족으로 무역업계의 검색비용이 증가하고, 적시성, 희소성 등 업계가 실제 무역에 적용할 수 있는 살아있는 정보의 서비스가 부족하다. 또한 문자정보 중심의 일방향 정보 공급체계가 주류를 이루고 있어 무역인간 커뮤니티 형성을 통한 쌍방향 정보 공유체계의 구축이 요구된다.

통합정보망의 구축이 완료되면 각국의 정보화시대에 무역업체가 필요한 최신 국제무역정보를 실시간으로 검색하여 활용 가능함으로서 전자무역의 기틀을 마련할 수 있고, 무역유관기관이 상호 유기적이고 체계적인 정보서비스를 제공함으로써 무역정보의 대표성을 확보할 수 있게 된다. 또한 분산시스템을 기반으로 무역정보 데이터베이스의 통합서비스를 함으로써 기관별 독자적 위상이 확립과 동시에 무역업계의 편리를 도모하고, 데이터베이스의 구축수준에서 그치지 않고, 기관별로 지속적이고 철저한 업데이트의 책임을 부여함으로써 정보의 품질을 제고할 수 있다.

나. 법률적 인프라

무역을 체계적으로 지원하기 위해서는 무엇보다도 무역관련 법령체계를 확립하는 것이 필요하다. 무역환경의 변화를 수용하고 체계적인 전자무역진흥을 위하여 대외무역법의 개정을 통한 무역 인프라의 구축 및 전자진흥을 선진화를 도모할 필요가 있다. 이러한 측면에서 2001년에 개정된 대외무역법에서 전자무역의 개념을 정의하고, 전자무역의 촉진을 위한 여러 조치들을 포함시킨 것은 적절하다고 본다. 하지만 전자무역을 총괄하는 법으로서의 대외무역법의 위치를 생각한다면 보다 세부적인 내용을 규정할 필요가 있다고 본다.

전자서명이 전통적인 무역서류의 서명을 대체하더라도 각국 간의 상이한 법률, 법개념, 상관습, 그리고 다종다양한 서류의 사용으로 인하여 국제적인 통용성의 보장을 위해서는 아직까지 해결해야 할 난제가 많다.

다. 제도적 인프라

기존의 신용장거래에 따른 많은 문제점들이 제기되고 정보통신기술의 발전에 따라 전자자료 교환방식의 이용증대와 전자무역의 확장추세에 따라 기존의 무역거래에서 이용되던 종이서류에 근간을 두는 화환신용장에 의한 거래의 비중은 자연 줄

여들게 될 것이다. 따라서 새로운 대금결제방식이 요구되고 있다.

새로운 대금결제방식으로는 전자식 신용장, Trade Card 시스템, 신용카드 등을 들 수 있는데, 이들을 활용하는 데는 보안문제등의 다양한 문제가 제기된다. 따라서 이들 문제를 해결하여야 한다.

이런 문제들을 세 가지 개선 방안으로 제시하면 다음과 같다.

첫째, 금융기관의 적극적 참여이다. 전자무역의 대비하여 새로운 결제방식에 적응하려는 활동은 적극적으로 이루어지지 않고 있다. 이는 국제결제시스템이 특정 은행이 노력한다고 해서 이루어지는 것이 아니라는 점에 이유가 있다.

하지만 현재 비금융기관으로서 결제시스템에 대한 관심과 노력을 기울이고 있는 조직이 많다는 점을 고려할 때 은행 등 금융기관이 전자무역 결제시스템에 대한 역할과 참여를 게을리 할 경우 결제시스템의 주체가 바뀌는 혁명이 일어날 수도 있다. 따라서 금융기관들이 현재와 같은 결제시스템에서의 지위를 향후에도 누리기 위해서는 SWIFT와 같은 기관을 통하여 전자무역에 대비한 결제시스템의 구현에 보다 적극적인 노력을 기울여야 한다.

둘째, 상업상 확보를 위한 전략모델의 발굴이다. 전자무역의 실현을 위한 결제시스템의 구현은 거액의 투자를 요구한다. 그러나 그러한 투자가 성공한다는 보장은 아무도 해주지 않는다. 따라서 이러한 투자에 선뜻 나서는 투자자는 없으며, 결국 전자무역을 위한 결제시스템도 구현이 어려워진다. 그러므로 현재 개발되어 운용되고 있는 시스템을 개선하여 상업성을 지닌 모델로 발전시키거나 혹은 새로운 모델을 개발하거나, 기존방식과의 제휴 등 어떠한 방법을 통해서라도 상업성을 확보해야만 국가에서 안심하고 사용할 수 있는 수준의 서비스 제공이 가능하다.

마지막으로 전자서명의 사용기반의 정비이다. 전자무역이 원활히 이루어지기 위해서는 상호인증의 문제가 신속하게 해결되어야 한다. 이를 위해서 각국 정부의 명확한 입장표명과 이러한 입장을 조율할 수 있는 국제기구의 중재노력이 요구된다.

전자무역이 활성화되기 위해서는 각국 간의 상이한 인증제도가 통합될 필요성이 있다. 하지만 아직은 이러한 인증체계의 통합을 기대할 수 없는 실정이다. 현 단계에서 국가 간의 인증관련논의는 상호인증의 단계에 머무르고 있는 실정이다. 하지만 상호인증에 대한 구체적인 내용은 후진국들과 선진국들도 몇 년 내에 쌍무조약 또는 다자간 조약을 통해 문제의 해결을 시도할 것으로 판단된다.

2. 전자무역 기반기술

가. 전자무역 표준화의 정비

무역에서 유통될 정보 및 전자문서들은 국제적으로 표준화되어 통일적으로 사용될 수 있어야 하기 때문에 전자무역 활성화를 위해서는 정밀하고 일반화된 기술개발이 필수적이다.

이를 위해서는 무역정보의 표준화, 무역정보의 코드와 및 전자문서의 표준화가 실행되어야 한다. 이러한 작업은 일반 기업이나 기관에서 정보시스템을 도입하기 위하여 조직을 체계적으로 재구성하고 업무처리절차 및 과정을 재정하는 작업이 선행되어야 하기 때문이다.

또한 효과적인 전자무역의 표준화를 위해서는 전자무역 전문가 등과 협의를 거쳐 표준화 분류체계를 정립해야 한다. 우선, 전자상거래 업무표준화 전자상거래 기반표준으로 분류하고, 전자상거래 업무표준을 프로세스 표준과 정보표준으로, 전자상거래 기반표준을 응용표준, 데이터표준, 기술표준, 정보보호표준으로 각각 세분화해야 할 필요성이 있다고 사료된다.

나. 전자무역 리스크 경감장치 마련

인터넷의 비대면성에 따른 전자무역거래의 리스크를 경감하기 위해서는 인터넷 무역사기 사례와 불량 바이어에 관한 정보를 수출 기업이 공동으로 활용하는 공공기구나 무역관련 포탈 사이트에 그 내용을 공유하는 방안이 효율적일 것이다.

또한 해외현지신용조사기관과 사이버수출 보험공사를 연계하여 해외기업 신용정보조회서비스의 질을 제고하여 보다 정확하고 최신의 신용정보를 제공할 수 있도록 하여 안전한 거래환경을 구축할 수 있는 방안도 함께 고려되어야 할 것이다.

사이버시장을 구축하는 것은 많은 비용과 노력이 필요하다. 직접 전자무역시장을 구축하는 것보다 기존의 무역 거래 알선사이트를 활용하는 다채널 프로그램을 추구하는 것이 전자무역의 활성화를 위한 보다 나은 전략이다. 전자무역시장을 직접 구축하는 보다는 이미 어느 정도의 인지도와 성공을 검증받은 전자무역 서버사이트를 이용함으로써 상대적으로 낮은 비용에 효과적인 마케팅을 할 있다.

수출입 업무에 대한 전자무역의 적용은 인터넷 폰 및 팩스 서버와 같은 전자무역의 기초적인 인터넷 네트워크를 우선적으로 구축하여 전자무역의 기반을 조성하고 기업의 특성에 맞는 시스템을 구축하여 무역업무의 활성화와 기업 운용비를 절감하여 효율성을 높여야 한다.

다. 기업 혁신성향의 활성화 방안

전자무역을 수용하는 각국의 국내업체는 혁신의 수용이 바람직하다고 생각하는 조직 중에서도 혁신성향이 높은 조직일 가능성이 크다. 전자무역이 상대적 이점 내지 편의성을 동일하게 평가한다 하더라도 위험에 대한 대응능력이 높은, 즉 혁신성향이 높은 조직이 혁신을 수용하고자 하는 동기 역시 높게 나타날 것이다.

따라서 다음과 같은 방안을 모색해 볼 수 있다.

첫째, 현재 관련 기관에서 제공하는 교육을 무역업체 직원의 교육과 최고 경영자의 전자무역에 대한 교육이 동시에 이루어져야 하는 필요성이 제기된다.

둘째, 최고경영층을 움직일 수 있도록 하는 방안 중에서 기업의 수익구조에 영향을 주는 방법으로, 전자무역 사용 시 관세 및 무역업무 절차 비용인하가 한 방법이 될 수 있을 것이다.

셋째, 무역 관련시스템 보급 등 지원사업의 강화를 통하여 현재 최고 경영층들이 전자무역 관련 시스템을 도입하는데 비용부담을 최소화 하여야 할 것이다.

전자무역과 관련하여 전문 인력 강화가 요구되는데 아직까지 전자무역에 대한 인식부족으로 피동적이고 수동적 입장을 취하고 있는 각국이 많으며, 전문 인력도 부족한 실정이다.

전자무역 전문 인력을 포함하여 21세기의 지식기반사회가 요구하는 고급두뇌를 지닌 전문가의 양성을 위해서는 무엇보다 그 나라의 대학의 역할이 중요하다. 이런 점에서 미국의 유명대학들과 벤치마킹하여 기존의 무역학과들이 소속된 관련학부에 전자무역 전공을 신설하거나, 전자무역 학부를 신설하는 방안도 찾을 수 있다.

마지막으로 전자무역과 관련된 교육을 최고 경영층과 자사 직원으로 분류하여 각각의 업무에 맞는 교육을 체계적으로 개발하여 제공해야 할 것이다.

라. 전문 인력 활성화 방안

전자무역과 관련하여 전문 인력 강화가 아직까지 전자무역에 대한 인식부족으로 피동적이고 수동적 입장으로 취하고 있는 기업이 많으며, 전문 인력도 부족한 실정이다.

특히 대기업보다는 중소기업의 무역 전문 인력에 대한 수요가 더 크게 나타났으며, 전자무역 등 특정 분야의 특화된 전문 인력에 대한 수요 증가가 두드러지게 나타나고 있다. 인터넷의 활용, 무역자동화의 인터넷서비스 개시 등으로 인하여 전자무역은 지속적으로 활용되고 있으며 이에 따라 전자무역인력에 대한 수요도 점차 증가하게 될 것이다.

따라서 전문 인력 확충을 위한 방법으로는 다음과 같은 방법을 고려해 볼 수 있다.

첫째, 전자무역의 전문 인력을 양성하기 위해서는 전문 인력을 위해 우수한 잠재인력유치, 고급전문가 양성, 적극적인 홍보와 유인의 제공, 전자무역 전문교과과정의 개발 및 운영, 산·학·관 협력 프로그램 활성화 등의 방법이 있다.

둘째, 최고경영층을 움직일 수 있도록 하는 방안 중에서 기업의 수익구조에 영향을 주는 방법으로, 전자무역 사용 시 관세 및 무역 업무 절차 비용인하가 한 방법이 될 수 있을 것이다.

셋째, 무역 관련시스템 보급 등 지원사업의 강화를 통하여 현재 최고 경영층들이 전자무역 관련 시스템을 도입하는데 비용부담을 최소화 하여야 할 것이다.

전자무역과 관련하여 전문 인력 강화가 요구되는데 아직까지 전자무역에 대한 인식부족으로 피동적이고 수동적 입장을 취하고 있는 각국이 많으며, 전문 인력도 부족한 실정이다.

3. 법률 및 제도

가. 조세제도

전자무역거래를 지원하는 과세정책이 필요한데, 인터넷을 통해 국내소비자에게 서비스를 제공하는 외국사업자에게 일정액 이상의 매출규모에 해당하는 경우는 국

내 부가가치세법상 사업자등록을 의무화하고 사업자가 국내에서 가진 접속점을 기
능별로 파악하여 의무화하고 세수를 적용하는 방법 등이 필요하다고 본다.

아울러 공급자가 아닌 소비자의 거주지에서 소비자가 부가가치세 납세의 의무를
이행하도록 하는 대리납세제도라든지, 또는 면세사업자나 비 사업자인 소비자에게
공급하는 경우 외국의 사업자가 서비스를 제공할 국가에 등록하여 직접 부가가치
세를 납부하도록 하는 납세관리인제도 등을 전자무역의 관세문제에 대한 해결책으
로 제시할 수 있다.

나. 관세제도

가장 현실적인 방법으로는 물리적 형태의 재화(Physical Goods)에 대해서는 관
세를 부과하고 디지털 콘텐츠에 대하여는 무관세로 하는 방안을 제시할 수 있다.
즉 주문은 전자적 수단으로 행해지더라도 재화가 물리적으로 국경을 통과하는 경
우에는 기존거래방식과 동일하게 관세를 부과하여야 기존거래방식과의 형평성을
유지할 수 있다.

그리고 HS는 관세의 징수와 무역통계를 목적으로 제정되었으므로, 국제 전자상
거래에 대하여 관세를 부과하지 아니하는 현재의 관행이 계속 될 거라는 잠정합의
가 있다고 보고, 통계의 수집은 전자적 전송의 구성상 어떠한 경우에도 곤란할 것
으로 본다면 전자상거래에 대한 품목분류는 거의 불가능하지도 모르나, HS상에 '
운반매체 없는 소프트웨어'를 별도의 품목으로서 명시되어야 한다고 본다.

즉 무형의 소프트웨어도 기존의 재화와는 또 다른 형태의 재화로 분류되어 품목
분류 및 관세부과의 어려움을 완화시킬 필요가 있다.

다. 결제시스템의 활성화 방안

전자무역 활성화를 위한 전자무역 결제시스템의 활성화 방안을 모색해보면 다음
과 같다.

첫째, 전자무역 결제시스템이 활용되기 위해서는 적합한 법적 제도적 환경의 조
성이 필요하다.

둘째, 전자인증문제와 관련해 세계적인 표준이 제공되고 있거나 세계적으로 신

뢰할 만한 인증기관이 존재한다면 국가 간의 전자인 증에 관한 문제는 해결할 수 있을 것이다. 그러나 현재의 전자무역시장에서 인증에 관한 이러한 상황은 이루어 지지 않아 상호인증을 통해 문제를 해결 해야만 한다.

셋째, 전자거래 결제시스템을 위한 안정적인 기술적 서비스의 제공이다. 전자거래에서 신뢰성확보는 가장 기초적인 조건의 문제로 지적된다. 전자상거래에서 신뢰성확보는 가장 기초적인 조건의 문제로 지적된다. 전자상거래에서의 신뢰란 네트워크상에서 제공되는 서비스의 안정성 및 정보시스템과 기술 적인 메커니즘에 관한 신뢰성을 말한다. 신뢰성을 확보하기 위한 방안으로 전자무역 결제시스템을 각국 상황에 맞도록 확보하기 위한 방안으로 전자무역 결제시스템을 너무 복잡하여 익숙하기 위해서는 많은 시간이 필요하다. 따라서 이러한 시간의 낭비를 최소화하기 위해 각국 상황에 맞도록 언어화하는 등의 노력과 함께 사용자가 이용하기 편리하도록 시스템의 사용이 간편하여야 하고, 다른 결제시스템의 화환이 가능하도록 해야 할 필요가 있다.

넷째, 포괄적인 전자무역의 국제공인인증시스템 구축이 이루어져야 하는데 포괄적인 전자무역에는 결제시스템과 무역운송, 보험들이 통합되어야 할 것이다. 특히 국가 간 전자문서의 유통이 시급한 무역부문을 대상으로 인증기관과 인증업무의 표준화를 위해 세부지침의 책정이 이루어져야 하며, 인증서의 상호 운영이 가능하도록 하는 자격인증제를 도입하는 등의 협상이 체결되어야 할 것이다.

나아가 전자무역 결제시스템의 효율성을 확보하고 단절 없는 사용이 가능하도록 하기 위해서는 각 부처 간의 효과적인 연계 필요성과 글로벌 협력 네트워크 구축이 요구된다. 즉, 모든 금융기관의 보안 하드웨어가 전자무역 결제시스템과 연동이 가능하도록 하여 금융기관은 무역업자에게 관련 결제시스템과 연결을 유도하고 통합을 보장해야 한다.

그리고 전자무역 결제시스템업체는 최종 사용자인 기업에 대한 마케팅 노력을 강화하여 그간의 인식을 활용시키고 기업이 은행으로 하여금 기반구조를 조속히 구현하도록 압력을 행사하는 환경을 조성할 필요가 있다.

결국 글로벌 전자무역의 경쟁력을 갖추기 위해서 모든 기업과 유관기관들이 결제시스템의 법률적, 제도적 또는 기술적 문제들의 해결에 서로가 노력하고 최대한 이해와 실용화할 의지를 가진다면 현재의 전자식 결제관행도 전자무역에 적합한 것으로 전환될 것이다.

제 6 장 결론

정보통신기술의 발달과 인터넷의 급속한 확산으로 국제무역거래에 전자무역이라는 새로운 패러다임이 등장하여 크게 변화시키고 있다. 최근 전자상거래, 특히 인터넷을 이용한 전자상거래는 자유무역원칙을 내건 WTO체제하에서 국가경쟁력 제고라는 명제와 결부되어 더욱 주요한 이슈로 부각되고 있다. 이에 따라 미국 등 선진국에서는 이미 수년 전부터 정부, 학계, 기업 등이 전자무역의 정착을 위해 다각적인 노력을 기울이고 있다. 하지만 기존무역거래방식에서 그 거래절차상의 수단과 방법이 변화되었을 뿐 전체적인 프로세스의 변화는 미미하다.

그러나 전자무역을 수행함으로써 무역부대비용의 획기적 절감과 수출의 확대 기반 제공, 국가경쟁력 제고 등의 효과가 기대됨으로써 세계 각국은 이러한 국제 전자무역시장에서 주도권 확보를 위한 경쟁이 심화되고 있으며, 민간에서도 활발한 논의가 전개되고 있다. 이에 따라 국제기구 등도 전자무역거래의 원활한 흐름을 위해 거래의 표준화 및 법·제도적 장치 마련에 고심하고 있다.

미국과 일본의 경우 자국경제발전에서 수출입이 차지하는 비중이 약 15%내외를 차지하며, 유럽의 선진국 역시 미국이나 일본보다는 크지만, EU를 안에서 내국시장과 같은 경제성장은 누리고 있다. 현재 국가들이 처한 국제경제 질서는 고부가가치 산업에서는 미국, 일본 EU선진국들과 경쟁을 해야 하며, 중저가 시장에서는 중국, 동남아 등과 경쟁을 해야 하는 상황이다.

한국은 1991년 무역자동화촉진에 관한 법률을 시작으로 전자무역 활성화 정책을 펴오고 있다. 이미 다양한 e-Marketplace가 상존하여 경쟁하고 있으며 전자무역중개기관의 설치, 한·일 서류 없는 무역산업 추진 등 범국가적 차원에서 전자무역 활성화 및 추진에 따른 문제점과 장애요인 등의 제거에 노력하고 있다.

본 연구에서는 인터넷이 창출해내는 새로운 시장에 효과적으로 대응할 수 있는 활성화 방안을 찾기 위해서 주요국의 전자무역 현황과 전자무역에 대한 장애요인들을 분석하였다.

전자무역의 활성화 전략은 기업의 내외적인 비용절감, 업무의 효율성 등을 증대시키고 경쟁력을 강화시킬 수 있기 때문에 많은 선진국(미국, 영국, 일본 등)과 경쟁국(싱가포르)에서 전자무역의 활성화를 위해 노력하고 있으며, UN을 비롯한 국제기구에서도 국제적 공통으로 사용할 수 있는 국가 간의 전자무역에 있어서의

표준 규격을 만들고자 노력하고 있다. 국내 전자무역 활용의 부진 요인은 기업의 규모와 관계없이 오프라인 무역에 비해 효율성이 뚜렷하게 입증되지 않는다는 의견이 지배적인 것으로 나타났다. 중소기업은 전문 인력 부족, 기술 인프라 부족 등을 부진요인으로 인식하고 있는 반면 대기업은 기술 인프라 부족을 가장장애요인으로 꼽고 있다.

정부는 전자무역 구현을 위한 인프라 구축과 법·제도적인 장치를 개선해 가고 있으며, 전자무역 구현을 위해 다양한 경로를 통해서 지원하고 있다. 그러나 아직까지 대부분의 경우 전자무역의 활성화를 통한 업무 효율화 단계를 이루지 못하고 있다. 이는 첫째, 기존의 정형화된 무역거래에 비해 전자무역이 가지는 이점에 대한 교육 및 홍보의 부족 때문이다.

둘째, 전자무역을 구현 할 수 있는 전문 인력이 부족하여 중소기업에 직접적인 도움이 되지 못하기 때문이다.

셋째, 아직 중소기업에서 전자무역을 활용할 필요를 정확히 느끼지 못하기 때문이다. 그리고 마지막으로 전자무역 서비스 이용료에 대한 부담 때문이다.

본 연구는 선행 연구를 바탕으로 전자무역의 현황 및 장애요인과 그의 대한 활성화 방안을 제시하였다.

향후 연구방향을 제시하자면, 각국들의 전자무역에서의 역할이나 이의 활용도 및 만족도, 향후 미칠 영향 등에 관하여 급변하는 추세를 적절히 반영할 수 있는 최신자료 및 실증분석을 통한 활용 방안을 제시해 보고자 한다.

참고문헌

1. 국내문헌

(1) 단행본

- 김정희, 「전자무역」, 두남출판사, 2002.
- 김영래 외 6인, 「전자무역의 이해와 전개」, 브레인코리아, 2002.
- 김은, "전자상거래에 대한 논의동향과 주요 이슈", 한국전산원, 1998.
- 김기흥, "전자상거래 국제논의의 의의와 현황-WTO를 중심으로", 『인터넷법률』, 제9호, 2001.
- 박영우, "UNCITRAL 전자서명모델법 제정동향", 한국정보보호진흥원, 2001. 산업자원부, "전자무역(e-trade)확산 전략", 무역정책과, 2002.
- 심종식·유병욱, 『전자상거래 전략기획론』, 형설출판사, 2001.
- 이병렬 저, 「전자상거래과 사이버무역론」, 대명, 2006.
- 이병렬 저, 「국제전자상거래론」, 대명, 2007.
- 이상진, 「전자무역」, 두남, 2005.
- 이상진·허민구·이상록·박갑식, 「21세기 뉴 퍼러다임 전자무역」, 두남, 2003.
- 이상진, "전자무역 플랫폼의 기본요건과 운영방안에 관한 연구", 「통상정보연구」, 제6권 제3호, 한국통상정보학회, 2004.
- 이상진·정재승, "글로벌 전자무역 구현모델에 관한 연구", 「통상정보연구」, 제7권 제4호, 한국통상정보학회, 2005.
- 이성봉 외, 「전자무역의 최근동향과 활성화 방안」, 대외경제정책연구원, 2001.
- 이영수·권순국, 「전자무역실무 e-Trade」, 문영사, 2005.
- 이제현 저, 「전자무역」, 두남, 2006.
- 이제흥·최혁중, 「전자무역 무역실무의 이해」, 헤르메스, 2003.
- 이춘삼·이광범, 「글로벌 전자무역상무론」, 우용 출판사, 2006.
- 정완용, "인터넷전자거래의 법률관계에 관한 고찰", 한국법제연구원, 2001.
- 정재완, 『인터넷 시대 무역실무』, 두남, 2000.
- 조원길, "전자무역의 성공적인 수행을 위한 비즈니스 모델 구축" 한국창업정보학

회, 2003.

조원길·한주범 공저, "(Premium) 전자무역 마케팅 실무", 보명 Books, 2007.

채진익, 「최신 전자무역」, 도서출판 두남, 2004, 중소기업수출지원센터 · 한국 무역협회전북지부, 전자무역", 2005.

최장우 저, "(전자무역 시대의)무역마케팅", 두남, 2003.

피용록, 「알기 쉬운 전자무역시스템 관리」, 헤르메스, 2004.

하강헌·허광욱 공저, 「전자무역론」, 두남, 2007.

황중서, 『인터넷과 무역자동화』, 형설출판사, 2000.

황호만 저, 「국제무역의 이해」, 두남, 2007.

(2) 연구 및 학위논문

김승철, "기업의 내부자원 특성이 전자무역 활용수준에 미치는 영향에 관한 연구", 한국국제상학회, 2004.

김종철, "전자상거래 계약의 성립·이행·종료에서의 법적 문제점", 「국제상학」, 제14권 제1호, 1999.5.

김학민, "전자무역의 학제적 특성 및 실행체계에 관한 연구", 「무역학회지」, 제30권 제5호, 2005.

강원진, "국제전자결제 선결요건과 활용가능성", 한국국제상학회·국제상학. 제15권 제2호, 2000.

민성주, "우리나라 중소기업의 전자무역 활성화 방안에 관한 연구", 한양대학교 대학원 석사학위논문, 2006.

박희정, "전자무역거래의 활용도와 성과에 관한 연구", 전북대학교 대학원 박사학위논문, 2003.

산업자원부 전자상거래지원과, "e-Marketplace와 산업의 Value Chain 혁신 2004.

양안희, "한국 중소기업의 전자무역 수용에 관한 연구", 계명대학교 대학원 석사학위논문, 2006.

윤만주, "전자무역 활용성 제고방안에 관한 연구", 영남대학교 경영대학원 석사학위논문, 2005.

유사용, "외국의 전자무역발전과 우리나라 전자무역추진정책에 관한비교연구", 「한국무역학회지」, 한국무역학회, 2002.

이미란, "국내 전자무역 현황 및 활성화 방안", 전북대학교 대학원 석사학위논문, 2006.

이상진, "무역단계별 정보인프라 현황 및 과제에 관한 연구", 2001.

이성환, "무역업체의 전자무역 활용에 관한 연구", 서강대학교 석사논문, 2003.

이은재, 정윤세 "글로벌 전자무역활성화 전략 연구", 2007년도 춘계 정책포럼 및 학술발표대회논문집, (사) 국제e-비즈니스학회, 2007.

이재원, "기업 간 전자상거래 전략수립을 위한 EDI 확산 및 경쟁요인에 관한 연구의 종합분석", 한국외국어대학교 박사학위논문, 2001.

정윤세, 이은재 "글로벌전자무역과물류서비스의 발전방향", 2007년 국제e-비즈니스학회 국제학술대회발표논문집, (사) 국제e-비즈니스학회, 2007.

최화, 외. "한국 전자무역의 현황과 발전방향에 관한 연구", 청주대학교 대학원 석사학위논문, 2006.

2. 국외문헌

Carter. J. R. Clauson, K. S. Monczka, R. M. and Zinski. T. P. "Education and Trading for Successful EDI Implementation", EDI Forum. 1998.

Catherine L. Mann, Sue E. Eckert and Sarah Cleeland Knight, op. cit, 2002.

Guest. D. E. "Human Resource Management and Performance: A Review and Research Agenda", The International Journal Resource Management. 1997.

Nicholas Imparato, "Public Policy and Internet; Privacy, Taxes, and Contract", Hoover Institution Press, 2000.

Tanai Khiaonarong, "Electronic payment system development in Thailand". International Journal of Information Management. N020, 2000.

인터넷사이트

<http://.ktc.go.kr> - 무역위원회

<http://.ktra.org> - 한국무역학회

<http://.kita.net> - 한국무역협회

<http://.wto.org> - 세계무역기구

<http://www.riss4u.net> - KERIS 학술연구정보서비스

<http://www.mofcom.gov.cn/> - 中華人民共和國商務部

