

# 인터넷라운드의 추진 전망과 대응

김용복 · 현대경제사회연구원 연구위원

인터넷라운드가 미국 주도 하에 형성될 전망이다. 인터넷 전자 상거래에 필요한 인프라스트럭처, 요소 기술, 콘텐츠 등에서 취약한 우리에게 새로운 도전이 아닐 수 없다. 인터넷라운드가 진행될 경우 한국은 경상수지 적자, 소프트웨어(S/W) 및 콘텐츠 산업에 악영향이 예상된다. 정부는 협상에 주도적으로 참여하는 한편, 인터넷 전자 상거래의 수요 기반 확충, 인프라스트럭처의 구축, 법적·제도적 환경 구축 등에 노력해야 할 것이며, 기업들은 인터넷 상거래 경쟁력 제고에 나서야 할 것이다.

인터넷 전자 상거래에 대해 국제 규범을 제정하고 관세를 부과하지 말자는 이슈가 떠오르고 있으며, 이를 논의하기 위한 인터넷라운드가 형성될 것으로

## 머리말

인터넷 전자 상거래란 일반적으로 인터넷에 홈페이지, 가상 상점(virtual shopping mall) 등을 개설해 놓고, 상품 관련 정보의 제공, 협상, 주문, 납품, 대금 지불, 자금 이체 등을 통해 마케팅·판매 활동을 수행하는 것을 말한다. 쉽게 말하면, 인터넷을 통해 상품이나 서비스를 사고 파는 상거래라 할 수 있다. 그런데 최근 국제간

보인다.

인터넷 이용이 활성화되고 있고 국제 무역이 자유화되고 있는 추세에서는 이러한 움직임은 불가피할 것이겠지만, 채 준비가 되어 있지 않는 한국에게는 새로운 도전이 아닐 수 없다. 본 고에서는 인터넷라운드의 추진 동향을 살펴보고, 그것이 한국 경제에 어떠한 영향을 미치는가, 그리고 이에 어떻게 대비해야 할 것인가를 검토하기로 한다.

## 인터넷리운드의 추진 동향과 전망

### 1) 인터넷교역시대로의 이행

인터넷 전자 상거래는 향후 국제 거래의 큰 줄기를 담당하게 될 것으로 보인다. 즉, 인터넷교역시대가 출현할 것이다. 이 같은 전망은 인터넷의 이용자가 크게 늘고 있고, 이를 상업적 목적에 사용하려는 노력이 증대하고 있는 데서 추론 가능하다.

인터넷 이용자 수는 1996년까지 매년 2 배로 늘어나 1996년 현재 세계적으로 9,000여만 명이 인터넷을 이용하고 있다. 향후 이용자 수는 크게 증가하여 2000년에는 2억 명, 2010년에는 10억 명에 달할

것으로 전망되고 있다. 인터넷 이용자의 증가에 뒷받침되어 인터넷 전자 상거래 규모도 크게 증가할 것으로 보인다. 이미 전 세계적으로 1996년에 5억 1,800만 달러의 시장 규모가 형성된 인터넷 전자 상거래는 2000년에는 65억 7,000만 달러에 달할 것으로 전망되고 있는데, 예측 기관에 따라서 최대 6,000억 달러로까지 예상되고 있다. 한국의 시장 규모도 1996년 현재 14억 원에 불과하지만, 향후 급속 성장하여 2000년에는 614억 원 규모에 달할 것으로 전망되고 있다.<sup>1)</sup>

인터넷 전자 상거래 확대 추세에 따라 전세계 교역에서 차지하는 인터넷 전자 상거래의 위상도 올라갈 것으로 보인다. 향

〈표〉 인터넷 이용자 및 인터넷 전자 상거래 시장 규모 현황

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
인터넷 이용자 수(천 명)							
전세계	22,170	45,820	94,720	128,810			200,000
한국	145	386	700	1,250			4,200
인터넷 전자 상거래 규모							
전세계(백만 달러)			518	1,188	2,371	3,990	6,570
한국(백만 원)			1,400	6,285	15,004	34,484	61,396

자료: 한국전산원, 제이씨현시스템(주) KARNET '97, Forrester Research, 데이콤 전자상거래사업팀의 것을 정부 보고서에서 재인용.

1) 데이콤, 한솔, 한국통신 등 10여 개 기업이 전자 상거래 사업을 추진 중임. 그러나 한국의 전자 상거래 수준은 아직 통신 판매 수준에 머무르고 있음.

후 30년 후에는 세계 교역의 30%가 인터넷을 통해 이뤄질 전망이다(영국의 「이코노미스트지」)이다. 따라서 과거 기업 - 도매상 - 소매상 - 소비자로 연결되던 상거래 방식은 기업 - 인터넷 - 소비자라는 인터넷 전자 상거래 중심으로 옮겨갈 것이다.

인터넷교역시대로의 이행은 인터넷라운드가 진행되어 국제 규범이 마련될 경우 가속화될 것으로 보인다. 인터넷 전자 상거래가 아직 우리에게 생소하지만, 대외 무역에 성장을 크게 의존해온 한국 경제로서는 앞으로 전개될 인터넷교역시대의 새로운 거래 방식에 적응해야만 할 것이다.

## 2) 미국이 주도적으로 추진하고 있는 인터넷라운드

인터넷라운드를 적극적으로 추진하고 있는 것은 역시 미국이다. 이는 인터넷교역시대의 도래를 예견하고, 이에 대한 준비를 통해 막강한 경쟁력을 갖춘 미국이 인터넷교역시대를 앞당김으로써 국가 경쟁력을 강화하려는 것으로 해석할 수 있다.

미국에서 관련 기술 개발 및 이용은 기업 주도로 이루어져왔으며, 정부에서도 전자 상거래를 NII(National Information Infrastructure)의 주요한 응용 분야로 선정하여 지원하고 있다. 정부는 1993년 10월 '전자 상거래를 활용한 연방 조달 효율화'를 발표하여 1997년 1월부터 연방 조달 업무에 전자 상거래 도입을 의무화하고, 금년 7월 1일에는 클린턴 대통령이 '지구촌 전자 상거래 기본 계획(A Framework for Global Electronic Commerce)'을 발표하는 등 오래 전부터 전자 상거래의 활성화를 위해 노력해왔다. 정부·민간 출자로 실리콘밸리를 중심으로 200여 개사의 기업과 조직으로 구성된 'Commerce Net'이라는 비영리 컨소시엄이 조직되어 있으며, 기타 결제시스템 프로젝트 등이 추진되어왔다. 그 결과 미국은 세계 인터넷 인구의 약 80%, 인터넷 가상 상점의 90%, 인터넷 콘텐츠(contents: 인터넷에서 제공하는 정보의 내용물)의 90%를 장악하고 있는 것이다.<sup>2)</sup>

미국이 인터넷 전자 상거래와 관련하여

2) 인터넷 쇼핑물 개설 현황을 보면, 1997년 현재 미국 25만여 개, 일본 4,000여 개, 한국 200여 개로 세계 시장의 90% 이상을 미국이 장악하고 있음.

발표한 권고 항목은 다음과 같은 아홉 가지이다. ① 무관세화 및 새로운 과세 금지, ② 전자지불제도의 채택, ③ 인터넷 전자 상거래의 국제 통일 규범 마련, ④ 지적재산권 보호, ⑤ 개인 생활 보호, ⑥ 보안 보장, ⑦ 통신 인프라와 정보 기술에 대한 자유 시장 접근, ⑧ 인터넷 콘텐츠에 대한 규제 폐지, ⑨ 업계에 의한 자발적 기술 표준 개발 등이다. 이 가운데 가장 큰 관심을 끄는 것은 ①과 ⑦이다. 이는 미국이 비교 우위를 가지고 있는 통신 인프라와 정보 기술, 각종 콘텐츠 산업에서 세계 시장을 점령하겠다는 의도를 가지고 있고, 상대적으로 여타 국가들은 이에 대한 피해를 우려하고 있기 때문이다.

미국은 인터넷 전자 상거래와 관련하여 2000년까지 인터넷 상에서 거래되는 상품에 무관세협정과 내국세부과금지협정을 맺는 것을 최종 목표로 삼고 있다. 이를 위해 1년 내에 주요 안전에 대해 국제적 합의를 도출하고, 2년 내에 전자 상거래에 관한 국제 규범을 마련하여 2000년부터 시행하려는 실행 전략을 세우고 있는 것이다. 미국은 새로이 다가올 인터넷교역시대를 주도하기 위해 인터넷 전자 상거래의

자유 무역화를 추진하려는 것이다.

### 3) 인터넷라운드의 추진 전망

인터넷 전자 상거래와 관련하여 일본은 이미 미국의 자유 무역화에 동의한 상태이다. 일본의 경우 세계 제2위의 인터넷 국가일 뿐만 아니라 인터넷 전자 상거래의 무관세화가 자국의 이해와 크게 어긋나지 않는다고 판단하고 있기 때문이다. 반면, 유럽연합은 간접세 비중이 높은 등 미국과 세제가 달라 세수 상의 손실이 따른다는 문제가 있어 미국의 주도에 제동을 걸고 있고, 회원국들의 합의가 필요하다는 입장을 취하고 있다. 그러나 유럽연합 역시 전자 상거래를 활성화하자는 데는 기본적으로 동의하고 있으며, 7월 8일 본 선언(Bonn Declaration)을 통해 민간 자율적인 인터넷 전자 상거래 추진 입장을 표명하였다. 따라서 국제적 환경은 인터넷라운드의 급속한 진전을 예고하고 있다고 할 수 있다.

한편, 현재 무관세 논의의 대상이 되는 것은 인터넷을 통하여 거래될 수 있는 분야(컴퓨터 소프트웨어, 오디오/비디오 컨

텐츠, 기타 서비스 등)만이고, 실물 상품(physical goods)은 제외되어 있는 것으로 알려져 있다. 미국 역시 2000년까지는 무관세의 대상을 S/W, 영화, 음악, 만화, 컨설팅, 의료, 교육 서비스 등으로 한정할 것으로 알려져 있다. 따라서 당분간 인터넷라운드는 콘텐츠 산업 중심의 무관세화를 논의의 축으로 전개할 것이다.

그렇지만 인터넷교역시대가 도래함에 따라 향후 실물 상품으로까지 무관세의 대상이 확대될 것은 시간 문제일 것이다. 인터넷 거래에서의 실물 상품의 무관세화는 WTO체제 하에서 진행되고 있는 자유 무역의 속도에 맞추어 진전될 것이다. 따라서 인터넷 전자 상거래에 대한 대책 역시 실물 상품의 무관세화 진전을 염두에 둔 것이라야 할 것이다.

## 인터넷라운드의 영향

인터넷 전자 상거래의 무관세화가 가져올 영향은 물론 인터넷 거래 자체가 얼마만큼 빠른 속도로 확산될 것이냐에 달려 있다. 인터넷 전자 상거래가 활성화되기 위해서는 그 인프라스트럭처와 법률·제

도, 요소 기술 등이 갖춰져야 한다.

우선 통신망, 컴퓨터, 인터넷 등 정보화를 위한 인프라스트럭처가 필요하다. 또한 개인 정보 및 프라이버시의 보호, 시장 진출입, 정보 이용 가격, 조세 등 전자 상거래에 대한 제반 법률적·제도적 장치가 마련되어야 한다. 인터넷 전자 상거래를 위한 요소 기술로서는 전체 네트워크 내에서 정보의 생산, 교환, 이전 및 호환성을 보장하는 기술적 표준과 보안, 서명 확인, 대금 결제제도, 각종 정보를 생산·이용하는 H/W 및 S/W, 정보를 가공·전송하는 기술과 같은 서비스 기술이 필요하다. 특히, 구매자와 판매자간의 신원 확인, 불법 거래 방지, 해커의 침투를 막기 위한 메커니즘과 이를 위한 암호 기술이 중요하다. 아직 이들 요소가 일반화되기에는 시간을 요하고 있다.

인프라스트럭처 및 기술적 애로외에도 물건을 직접 보고 고르던 전통적 상 관행, 인터넷 이용자가 지식인·젊은 층에 편중되어 있다는 점, 인터넷을 활용하기 위해서는 영어를 사용할 수 있어야 한다는 점, 상품의 질과 성능을 파악하는 데 장애가 되는 디스플레이 기술, 소비자 개인 정보의 누

출, 각종 사기 발생 등 인터넷 전자 상거래가 급속히 커져나가는 데는 한계가 있다.

그러나 최근 선진국을 중심으로 인프라스트럭처 및 기술적 애로를 해결하려는 노력이 성과를 이루고 있다. 미국 스탠포드 대학에서 암호 입력 기술을 개발하였고, 대금결제시스템 역시 넷스케이프, 마이크로소프트, IBM 등 컴퓨터 회사와 비자, 마스터 등 신용카드 회사가 공동으로 금년 7월 'SET V1.0'을 개발하였다. 또한 멀지 않은 시간 내에 소비자들의 상 관행이 변화하고, 인터넷이 대중화되는 것을 상정하면 인터넷 전자 상거래의 무관세화에 의한 영향은 더욱 커질 것으로 보인다.

본 고에서는 인터넷라운드의 전개에 의하여 나타날 수 있는 한국 경제에 대한 영향을 살펴보기로 한다.

### 1) 경상수지에 대한 영향

인터넷라운드의 주요 대상이 되고 있는 콘텐츠 상품은 무관세화에 의해서는 그 수출입이 영향받지 않을 것이다. 그것은 현재 미국이 당분간은 무관세화를 콘텐츠 분야에서만 추진할 것으로 보이는데, 이 분

야에서의 전자 상거래는 관세없이 거래가 되고 있기 때문이다. 그렇지만 인터넷 상거래에 대한 국제 규범이 마련되는 등 전반적으로 거래가 활발해질 경우 콘텐츠 상품의 경상수지는 악화될 것으로 전망된다. 실물 상품으로 거래되던 콘텐츠 상품이 인터넷을 통해 다운로드받는 형식으로 전환될 수 있기 때문이다. 특히, 한국 S/W 시장의 경우 外産의 점유율이 높고, 또한 최근 높아지고 있는 추세여서 그 심각성은 더하다고 할 수 있다. 패키지 S/W의 경우 외국 브랜드의 비중은 1993년 42%에서 1995년 50%로 증가했던 것이다. S/W 산업의 수출 경쟁력 역시 약하다. 1991년 S/W의 수출은 1,400만 달러, 수입은 1억 4,400만 달러에서 1995년 각각 2,100만 달러, 3억 5,000만 달러로 수지가 악화되었을 뿐만 아니라, 무역특화지수도 -0.82에서 -0.89로 악화되었던 것이다.

더욱 문제가 되는 것은 실물 상품의 무관세화가 추진될 경우이다. 실물 상품이 무관세화될 경우 한편으로는 우리 상품을 수출할 수 있는 가능성이 열리는 측면도 없지는 않지만, 외국 상품의 무관세 수입에 의해 국내 경쟁 상품의 보호막으로서의

관세의 역할은 사라지게 될 것이고, 경상수지의 적자 요인으로 작용할 것이다.

특히, 인터넷 전자 상거래에서는 소비자들이 많은 상품 가운데서 대체로 브랜드 지명도 높은 상품을 선호하는 경향이 강한데, 한국 제품의 브랜드는 그동안 OEM 수출 비중이 높아 널리 알려져 있지 않을 뿐 아니라, 중저가 이미지가 형성되어 있어 경상수지에 악영향을 끼칠 것으로 보인다.

## 2) 업체별 영향

향후 인터넷 전자 상거래가 진전되게 됨에 따라서 가장 타격을 크게 입을 업체는 역시 무역 업체이다. 시장의 개척, 교역의 교섭 등이 인터넷에 의해 이뤄지게 됨에 따라 많은 무역 사무소가 불필요하게 될 것이다. 특히, 시장 거점 위주의 유통·서비스 업체도 타격을 입을 것이다.

반면, 생산 업체는 판매 기간을 단축하고, 판매에 따르는 인력·비용을 절감하게 됨에 따라서 이익을 보게 될 것으로 보인다. 또한 조달의 세계화·국제화를 통해 비용을 절감할 수 있을 것으로 보인다. 그러나 국내 시장에 의존하던 하청 생산 업체의

경우 조달의 세계화·국제화로 인해 가일층 치열해지는 경쟁을 감수해야 할 것이다.

인터넷 전자 상거래는 새로운 사업 기회를 제공할 것으로 보인다. 인터넷에 의해 계약된 상품을 소비자에게로 전달하는 상품 배송 업체와 가맹점의 신원을 확인해주는 인증 업체, 정보를 무기로 한 중개 업체 등이 그들이다.

## 3) 산업 기반에 대한 영향

인터넷 전자 상거래가 활성화될 경우 가장 우려되는 것은 한국 경제의 주요한 산업 기반이 흔들릴 수 있다는 점이다. S/W, 각종 콘텐츠, 서비스 등은 향후 전개될 정보화 사회·지력 사회의 경쟁력 기반이 된다고 할 수 있다. 인터넷에 의한 이들 분야에서의 활발한 거래는 경쟁력이 약한 이들 산업을 흔들어 한국 경제의 장기적 발전 토대를 위협할 가능성이 높은 것이다.

또한 통신 인프라와 정보 기술의 시장 접근 자유화가 진전될 경우 이들 분야에서 취약한 한국에게는 타격이 아닐 수 없다. 아직 변변한 인터넷 관련 인프라와 기술 요소를 갖추지 못한 상태에서 경쟁력을 조

속히 키우지 않을 경우 이들 분야에서 선진국에 의존할 가능성이 높기 때문이다.

## 대응 과제

정부는 뒤늦었지만 인터넷 전자 상거래 활성화를 위한 대책을 마련해야 할 것이다. 이를 위해서는 전자 상거래의 수요 기반 확충, 인프라스트럭처의 구축, 법적·제도적 환경 구축 등의 조치가 필요할 것이다.<sup>3)</sup>

전자 상거래의 수요 기반을 확충하기 위해서는 미국의 예에서 보는 것처럼, 정부의 조달 업무를 인터넷 전자 상거래를 통해서 하도록 해야 할 것이다. 정부 조달은 아직 미숙한 단계인 인터넷 전자 상거래의 수요를 확충하는 역할을 수행할 것이고, 이를 바탕으로 민간 부문으로의 확산에 노력해야 할 것이다. 이밖에 개인 정보 및 프라이버시의 보호, 시장 진출입, 정보 이용 가격, 조세 등 전자 상거래에 대한 제반

법률적·제도적 장치를 마련하여야 한다.

인프라스트럭처와 요소 기술의 선진국 의존을 막기 위해서는 정보화 사회의 도래에 대비해 수행 중인 국가초고속정보통신망 사업을 계획대로 완수할 수 있도록 해야 할 것이고, 민간 기업과 공동으로 인터넷 거래를 위한 전자결제시스템, 인증시스템 기술, 암호화 기술의 개발 등을 추진해야 할 것이다.

특히, 인터넷 전자 상거래가 콘텐츠 산업을 중심으로 무관세화되고, 거래가 활발해질 것에 대비하여 콘텐츠 산업의 육성에 나서야 할 것이다. 이를 위해서는 창의적 성과물인 지적재산권 보호 대책이 시급히 수립되어야 할 것이고, 이들 산업의 육성에 절대적으로 필요한 창의적 인력 육성을 위한 교육체계를 형성해야 할 것이다.

다른 한편으로, 정부는 인터넷라운드에 적극 대응해야 할 것이다. 초기부터 인터넷 전자 상거래 협상에 참여하여, 우리의 이해를 반영시키도록 해야 할 것이다. 이

3) 7월 14일 발표한 '인터넷 전자상 거래 종합 대책'에서 정부는 무관세화에 대해서는 원칙적으로 동의하지만, 국내 관세율과 관세 수입을 고려할 때 당분간 현행 관세체제를 유지한다는 방침을 밝혔다.

정부는 인터넷 전자 상거래에 관한 선진국의 움직임을 지켜보면서 그 대책을 마련하기로 하고, 「전자상거래기본법」(정의, 저작권 보호, 세금 문제 등의 내용 포함)을 제정하고, 관련 부처와 민간 기관 책임자가 참여하는 '전자상거래특별대최회의'(의장: 통신부 장관)를 개최하기로 하였으며, 그 산하에 민간 합동의 전자상거래정책협의회(위원장: 통신부 차관)와 실무를 담당할 '전자상거래추진사무국'을 구성하였음.



를 위해서는 쌍무 협상을 회피하고 다자간 협상이 이루어지도록 노력해야 할 것이다. 특히, 내국세 부과 문제와 관련해서는 이해 관계가 비슷한 국가들과의 연대를 모색해야 할 것이다. 또한 아직 인터넷과 관련한 산업 기반이 취약하기 때문에, UR, ITA 협상에서 마찬가지로 유예 조치를 받도록 노력해야 할 것이다.

기업들은 향후 인터넷전자교역시대의 도래에 대비하여 우선 정보화를 수행하기 위한 경영 전략 및 기법을 도입·적용해야 할 것이다. 즉, CALS를 통해 기업간 거래 활동에 수반되는 정보 및 제품 데이터의 전달을 전자화하여야 할 것이며, 인터넷 전자 상거래는 기업과 소비자가 1對1로 접촉하게 되는 것이기 때문에, 1對1 마케팅 기법을 배양하고 축적된 고객 정보의 데이터 베이스를 구축하는 등의 노력이 있어야 할 것이다. 그리고 고객 니즈에 맞는 제품을 신속히 공급할 수 있는 유연한 생산체제를 구축해야 하고, 세계적 경영 자원 조달 전략을 통해 경쟁력을 증대시켜야 할 것이다.

인터넷 전자 상거래의 활성화에도 적극 대응해야 할 것이다. 가상 상점의 개설을

위해 노력해야 할 것이며, 전통적인 상거래망을 인터넷 거래에 맞게끔 개혁해야 할 것이다. 그리고 인터넷 거래에 적합한 물류 유통 방법과 신용장, 통관 등 무역 거래 관행의 변화에 대해서도 대비해야 할 것이다. 특히, 인터넷 거래에 있어서는 브랜드 이미지가 상품 판매에 중요한 역할을 하므로 브랜드 경쟁력을 제고시키도록 노력해야 할 것이다.

당분간은 인터넷 전자 상거래에서 주요한 거래 대상이 될 수 있는 것은 디지털 상품이므로, S/W, 캐릭터, 영상, 게임 등 콘텐츠 산업에서 경쟁력을 높여가야 할 것이다. 또한 장기적으로 실물 상품 역시 인터넷 전자 상거래에서 무관세화될 것이므로 제품의 이미지 개선, 질적 경쟁력 확보 등에 노력해야 할 것이다.

결국, 인터넷 상거래를 효율적으로 활용할 수 있는 정보화 경쟁력에서 앞서고, 고객 정보 및 고객 니즈를 파악하여 이들에 맞는 상품을 개발·공급할 수 있는 능력에서 앞선 기업들이, 새로운 인터넷교역시대의 주역으로 등장할 것이라는 점을 인식하고 적극적인 대응에 나서야 할 것이다. 