

전자무역지원정책의 과제와 대응방안

— 전자무역촉진에 관한 법률의 제정과제를 중심으로 —

Political Paradigm on the Global e-Trade of Korea

최용록(Yong-Rok Choi)

인하대학교 국제통상학부 교수

목 차

- | | |
|------------------------|----------|
| I. 서 론 | IV. 결 론 |
| II. 전자무역 증세기관의 현황과 과제 | 참고문헌 |
| III. 법률제정의 주요 과제와 대응방안 | Abstract |

Abstract

Korean Government has been actively and aggressively promoted the global e-commerce (or e-trade). However, the global researches regard the Korea as the passive or retrogressive country in e-trade. The purpose of this study is to clarify the change of the policy paradigm on the e-trade of Korea and to search for new paradigm based on the total amendment (or inauguration) of the e-trade promotion law. The research concludes the current political paradigm on "the Designated total solution provider" should be separated from the e-trade infra or platform. More competitive and market-oriented paradigm of the promotion support on e-trade metamediary should be evaluated in terms of facilitator, service provider and collaborator.

Key Words : e-Trade Promotion Law, Designated total solution provider, KNET, Metamediary

I. 서론

최근 들어 전세계적으로 자유무역지역(FTA)의 열기가 고조되고 있고 한국 역시 중국과 일본 등 여러 국가들과 적극적인 참가를 모색하고 있다. 그러나 FTA는 칠레와의 경우에 나타난 것처럼 산업간 구조조정 문제가 심각할 뿐만 아니라 중국과 일본의 경우와 같이 심리적인 우울감, 경쟁적인 경제구조 등의 문제로 쉽게 진행되기 어려운 속성을 갖는다. 그러나 개방적 지역화의 물결에 한국 역시 적극적으로 진입하지 않으면 상당한 수출 감소가 야기되므로 대외지향적 한국경제에 있어서 FTA의 능동적인 참여는 불가피하다고 할 것이다.

다만, 이와 같은 FTA에 대한 단계적 접근을 위한 대안으로서 전자무역공동체의 구축은 상당한 의미가 있다고 할 것이며, 이러한 전자무역의 협업적 발전을 위한 핵심적 추진체로서 전자무역 중계기관에 의한 촉매적(Facilitation), 지원적(Service Provision), 협업적(Collaboration) 역할이 강조되어야 한다고 할 것이다.¹⁾

한국의 전자상거래분야는 2004년 300조원의 시장규모로 급성장하며 전체거래 대비 19.1%의 비중을 점하여 지난해 16.5%에 비해 2.6%나 성장하였다. 이는 국내 상거래 5건 가운데 1건이 온라인 상에서 발생한 것을 의미하며 이러한 급속한 전자거래의 확산에 따른 전통산업의 경쟁력 약화 및 중소기업들의 정보격차(Digital Divide)에 따른 제도적 보완이 매우 시급한 것으로 분석된다. 예컨대 산업자원부가 발표한 e-비즈니스 인덱스(KEBIX)의 외형적인 지표는 평균 49.3%로 지난 해 51.6%에 비하여 오히려 2.3%나 감소하였고, 이는 갈수록 복잡해지고 전문화되어 가는 e-비즈니스 활용도가 특정계층을 중심으로 진행되어 전체적인 경쟁력을 높이는 데 미흡함을 의미한다.

이러한 e-비즈니스의 급속한 확산을 촉진하고 이에 동참을 지원하기 위해 정부는 『e-비즈니스 국가계획』 및 『전자무역 활성화계획』 등을 매년 발표, 보다 능동적이고 적극적인 정책을 추진 중에 있다. 특히 전자무역(e-Trade)이라는 용어는 대외지향적 성장 및 발전정책을 추진해온 한국 정부가 글로벌 전자상거래를 선도하고 전통적인 off-line 무역의 디지털화를 촉진하기 위한 적극적이고 능동적인 노력의 일환으로 대외무역법에 그 정의와 개념이 정립된 이래 보다 포괄적이고 일반적인 e-비즈니스 정책과 별도로 2001년부터 매년 정책의 심화, 확산과정을 통해 보다 구체적이고 실천적인 전자무역을 추진해 오고 있다.

한편, 정부의 전자무역 지원정책의 핵심 방향은 2004년 11월에 발표된 『e-Trade Korea 2007』을 기본 방향으로 하여 1991년에 제정된 『무역업무자동화촉진에관한법률』을 『전자무역촉진에관한법률』(이하 “전자무역촉진법”)로 개편하는데 있다고 할 수 있다. 그러나 동 법률은 공공성, 중립성이 매우 큰 기반시설을 특정 민간사업자에게 전담시킴으로써 중계기관에 의한 정책의 시행착오, 즉 컨설팅트라

1) 최용록, “동북아 경제협력에 위한 전자무역 솔루션의 효과적 활용방안”, 국제지역학회 『국제지역연구』 8권2호, 2004.12. pp.285~300.

시(Consultocracy)²⁾가 매우 우려된다고 할 것이다. 특히 전자무역을 무역자동화의 연장선상에서만 파악하고 이를 주도하기 위한 전담사업자에 의해 기반시설을 통합적으로 개발하고 관리한다는 것은 일견 윈스톱서비스를 지원하기 위한 적극적이고 능동적인 노력으로 평가될 수도 있으나 다른 한편에서는 정부주도의 독점적 선도에 대한 우려 역시 상당한 논리적 타당성을 갖는다고 할 것이다. 따라서 본 연구는 전자무역촉진법을 중심으로 정부의 전자무역 정책에 대한 역사적 변천과정을 패러다임의 시각에서 살펴보고, 보다 효율적인 중계기관의 육성과 인터넷시대에 부응하는 개방형 선진경쟁 환경의 조성을 통한 전자무역의 시장 및 성과지향적 정책의 새로운 패러다임의 전환이 필요함을 역설하며 그 방향을 제시하는데 있다.

II. 전자무역 중계기관의 현황과 과제

1. 전자무역 지원정책의 패러다임 변화

전자무역(e-Trade)이란 인터넷, EDI 등 디지털 수단을 통해 국가간에 상품, 서비스를 사고파는 상거래 활동 및 이를 지원하는 활동을 말한다.³⁾ 전자무역과 유사한 개념으로는 시간과 공간의 장벽이 없는 가상공간 (cyber space)을 국제적인 장터 (global e-marketplace)의 개념으로 파악하여 이러한 가상 장터를 중심으로 발생하는 마케팅 활동에 중점을 두고 그 전략을 다루는 사이버무역과 전자무역의 수단내지는 방식에 초점을 두어 인터넷에 의한 기업내외의 다양한 활동이 무역을 중심으로 진행된다는 의미에서 그 기술적 특성을 다루는 인터넷무역이 있다. 사이버무역이 주로 차별적인 web 마케팅의 특성을 강조하는 웹 무역마케팅의 시각에서 전자무역의 계약이전 활동을 강조하는 한편, 후자의 인터넷무역은 계약이후 인터넷에 의한 무역자동화를 강조한다는 점에서 각각 전자무역의 부분적인 특정 부분을 강조하는 의미가 포함되어 있다고 할 수 있다.

우리나라의 대외무역법 2조6호에서는 “전자무역이라 함은 무역의 전부 또는 일부가 컴퓨터 등 정보처리능력을 가진 장치와 정보통신망을 이용하여 이루어지는 거래를 말한다”고 정의함으로써 전자무역의 인프라 내지는 무역자동화를 보다 강조하는 입장에서 정의를 내리고 있다. 따라서 그동안 정부의 전자무역 지원정책 역시 주로 무역자동화의 시각에서 추진되어 온 것이 사실이며 여기에는 전자무역

2) Consultocracy란 자문과 지원을 맡는 중계기관(Consulting)과 자의적 활동(Autocracy)의 합성어로 수요자인 기업의 입장이나 최종 소비자의 입장보다는 기술적 우월성이나 첨단 기법을 강조하는 공급자 위주의 중계기관에 의한 시장왜곡현상을 말한다.(최용록, “동북아 경제협력력을 위한 전자무역 솔루션의 효과적 활용방안”, 국제지역학회 『국제지역연구』, 8권 2호, pp.285-300. 참조)

3) 최용록, 『알기쉬운 전자무역 시스템 관리』, 헤르메스출판사, 2003. 2. p. 7. 정의에 따르면 전자무역은 차별화된 상거래활동을 강조하는 사이버무역의 특성과 표준화된 계약의 이행과정인 무역자동화 내지 인터넷무역으로 구성된다고 할 것이다.

의 전문성에 의한 무역자동화 독점기업에 의한 컨설팅크라시가 크게 작용해왔다는 것도 부인할 수 없는 사실이다.

〈표 2-1〉 전자무역관련 정책의 추이

정책연도 구분	전자상거래활성화 종합대책 (2000.2.)	전자무역종합육 성시책 (2001.5.)	전자무역확산 전략('02.7.)	전자무역촉진종합계획 ('03.10)	전자무역혁신계획「e-Trade KOREA 2007」('04.9)
정책 목표	* 전자상거래정책 을 통한 국가경 쟁력 제고 * Hub 국가로서의 위상확립	신 무역패러다 임에 의한 수출 증대 기반 마련	21세기 글로벌무역강 국, e-Trade Korea 실 현	언제 어디서나 인터넷 을 통해 전세계에 가장 경제적, 효과적으로 무역 수행	새로운 무역패러다임(전자무역) 의 조기 구축
주요 정책방향	1. 법/제도정비 (12과제) 2. 인프라구축 (10과제) 3. 공공분야 선도(5과제) 4. 사이버시장 기반구축(6과제) 5. 전자무역기반확 충(7과제)	1. 인터넷수출 마케팅 지원 (6과제) 2. 무역자동화 완결(3과제) 3. 국제협력 강 화(3과제) 4. 전자무역 확 산기반 구축 (4과제)	1. 인터넷기반 인프라 구축(5과제) 2. 중소기업의 활용기 반 구축(4과제) 3. 글로벌 네트워크 구 축(3과제) 4. 전자무역친화적 법·제도개선(4과 제)	1. 무역절차 자동화사 업 확산(관련 법규/ 제도개선) 2. 인터넷 수출마케팅 확대(전자무역 인프 라 구축) 3. 전자무역 확산기반 마련 4. Global e-Trade Network 구축	1. 인터넷 기반 범국가적 인프라로서 e-Trade플랫폼 구축(4과제) 2. 단절없는 무역서비스 실현을 위한 무역절차의 재설계 (19과 제) 3. 국가간 서류없는 무역 실현을 위 한 Global 협력의 강화 (6과제) 4. 對업계 활용 확산을 가속화하기 위한 법·제도 개선(4 과제)
주요 과제추진 체계	총 40개 시행과제 전자거래정책협의 회(민·관)	e-종합무역상사 도입 e-시장개척단 사이버무역사	총리직속 전자무역추 진위원회 전자무역추진 Working Group (관·민)	제1회국가전자무역위 원회 출범('03.10) 4대전략 중심 총 17과 제 추진	「e-Trade플랫폼」 중심의 연계체 제 제시, 무역프로세스 혁신위 한 4대 혁신전략과 33대 과제 도 출
비 고		전자무역Fair 전자교수연수	사이버수출상담회 e-Trade상사	정보의 종합적, 체계 적 지원체제	국무총리 주재 제2차 전자무역위 확정

출처 : 산업자원부, 각 년도 정책자료를 중심으로 재구성

한국정부는 전자거래기본법 제19조에 명시한 바와 같이 “민간주도에 의한 추진과 국제협력 강화 차원에서 필요한 시책을 마련해야 하는” 강제적 조항에 의거, 매년 전자상거래 및 전자무역의 활성화를 위한 시책을 추진해 왔다. 2002년에 법개정과 더불어 매년이라는 말은 삭제되었으나 <표 2-1>은 이러한 정책의 주요점이 어떻게 변화되어 왔는가를 잘 보여주고 있다. 표에 나타난 바와 같이 전자무역은 전자상거래관련 제반 정책의 핵심적 과제로 추진되어 왔으며, 그 내용도 점차 심화, 확산되어가고 있음을 알 수 있다.

전자무역은 정부가 집중적으로 지원하는 전자상거래정책의 핵심분야로 2001년부터는 e-비즈니스 활

성화정책과 별도로 추진전략과 대응정책을 매년 검토하고, 평가하며, 보다 구체적이고 세부적인 방향으로 그 정책의 효과를 높여가고 있다. 이에 따라 2003년 9월 국무총리를 위원장으로 하는 국가전자무역위원회가 처음으로 설립되어 제1차 회의를 거쳐 그동안 산발적으로 진행되어 온 전자무역 지원정책을 총괄적으로 조정하고, 통합적으로 예측가능한 정책 환경을 추진하고 있다. 이러한 정부의 적극적이고도 능동적인 정책은 향후 전세계적으로 추진되는 다양한 전자무역의 쟁점에 효과적으로 대응하는 한편, 그동안 전자무역의 소극적 수용국가로 분류되었던 한국경제에 새로운 도전이 될 전망이다.

한국정부는 21세기 무역강국 e-Trade KOREA의 실현을 전자무역의 장기비전으로 삼고, 모든 기업이 언제 어디서나 인터넷을 통해 전세계를 대상으로 가장 경제적이고 효과적인 방법으로 무역활동을 수행하는 것을 정책의 기본목표로 발표하였다.⁴⁾ 이하에서는 이러한 정책의 기본을 흐르는 전자무역의 비전과 추진원칙을 실현하기 위한 4대 전략을 살펴보고 아울러 이러한 정책이 매년 어떻게 변화하고 있는지를 분석해 보기로 한다.

첫째, 인터넷 환경에 맞는 범국가적 전자무역 인프라의 확산을 추진한다. 이는 종합무역자동화 체제의 구축을 의미하며 여기에는 무역업무자동화촉진에관한법률 개정, KINET을 국가적 무역 인프라로 육성, 통합무역관리 솔루션 개발 및 보급, 수출입 유관기관 전자민원시스템 구축, 무역자동화 이용율 증대방안 시행과 같은 정책들이 포함된다. 그동안 한국정부의 전자무역 지원정책은 주로 인프라 기반구축을 중심으로 전개되었으며 이는 <표 2-1>에서 밑줄 친 대부분의 정책들이 직, 간접적으로 인프라지원사업이라는 데서 분명히 나타난다. 다만, 이와 같은 인프라 지원사업이 특정 민간업체를 중심으로 독점적으로 진행되는 과정에서 매년 유사한 정책이 거듭되는 중복과 낭비가 심하였을 뿐 아니라 중소기업이나 시장 상황을 바로 이해하지 못하는 컨설트크라시에 의해 수출성과를 기대하기가 매우 어려웠다는 점이 심각한 문제로 대두된다.

둘째, 전자무역 마케팅을 활성화해야 한다. 이는 특히, 그동안 정부의 전자무역 지원정책이 주로 인프라 구축과 관련된 통합무역솔루션의 개발 보급과 같은 상거래의 간접적 지원수준에 머물러 실질적인 실적 및 성과지향적 정책과는 거리가 먼 것을 의미하며 인프라의 활용이야말로 그 개발 못지않게 중요한 경영전략 지원의 기본방향이라 할 것이다. 실제로 한국은 IT강국이라는 명성과 더불어 그 활용의 측면에 있어서는 “전자무역의 소극적 수용국가”라고 평가되고 있는 것을 예로 들 수 있다.⁵⁾ 한국정부의 전자무역 지원정책은 2003년까지 비정형화된 계약이전의 모든 절차를 웹무역마케팅의 영역으로 별도 구분하였을 뿐, 정형화된 기관간 협업적 무역자동화를 중심으로 이에 대한 통합적 노력을 그 지원방향의 핵심사항으로 추진해 온 것이 사실이다. 그러나 2004년 제2차 전자무역위원회의에서 확정된 ‘e-Trade KOREA 2007’에서는 마케팅을 포함할 뿐 아니라 이를 강조하는 새로운 정책의 패러다임 전환이 있다고 볼 수 있다. 정부는 인터넷 수출마케팅 강화로 수출확대기반 구축을 위한 세부 과제로 e-무역상사 육성 검토와 같은 5과제를 확정하였다.⁶⁾ 이는 정부의 시장참여에 의한 성과지향의 전자무역 지원정책으

4) 이하의 본문내용은 정부의 "전자무역촉진 종합계획"(2003.10)을 중심으로 정리하였음.

5) 최용득, "전자무역 활성화를 위한 Metamediary의 기능과 역할", 한국무역학회 『무역학회지』, 27권 4호, 2002.12. pp. 91~108.

6) 『Silkroad 21』을 인터넷수출마케팅 기간인프라로 활용, 사이버 수출상담회 개최, 전자거래 알선 Site의 정보제공서비

로 받아들여지며 한국의 전자무역 지원정책에 일대 전기가 될 것으로 보인다.

셋째, 전자무역의 전문성, 특수성에 대한 실질적, 심리적 진입장벽의 제거를 위한 친환경 조성을 통한 전자무역 저변 확산사업을 기본 방향으로 하고 있다. 여기에는 중소기업의 e-Trade화 사업 추진 검토와 같은 세부과제가 포함된다. 이와 같은 친환경 조성정책은 전자무역의 전문성, 특수성으로 인한 심리적 진입장벽을 제거하고 중소기업들의 자발적 참여를 이끌어내는 데 중요한 디딤돌의 역할을 하고 있다.

넷째, 국가간 서류없는 무역 실현을 위한 Global Network 구축과 대외협력 강화를 추진한다. 이러한 정부의 노력은 전세계적으로 전자무역과 관련된 대부분의 국가간 프로젝트에 한국이 능동적, 적극적으로 참여함으로써 우리의 표준화된 선진기술을 세계적인 플랫폼으로 활용하기 위한 매우 중요한 일로 동아시아 전자무역 Network 구축사업(PAA)과 한-일 전자무역 Network 구축사업 등과 같은 국제협력 사업을 포함한다.

이와 같이 전자무역의 효과를 극대화하기 위해 전자무역을 활용한 수출지원 확대 및 사용자 친화적인 활용환경을 구축한다는 것으로 전자무역의 3대 요소인 정책과 전략, 기술을 효과적으로 연계하여 전자무역의 추진에 따른 심리적 및 실질적 진입장벽을 없애고자 하는 중계 정책의 기본방향이라 할 것이다. 이런 시각에서 정부는 그 동안 전자무역 마케팅과 무역자동화의 정책수행기관으로 EC21 등 3개의 e-무역상사와 KNET을 지원해왔으나 여기에는 상당한 문제점이 나타나고 있다. 이하에서는 이들에 대한 문제점을 다루기로 한다.

2. 전자무역 중계기관의 기형적 구조와 Consultocracy

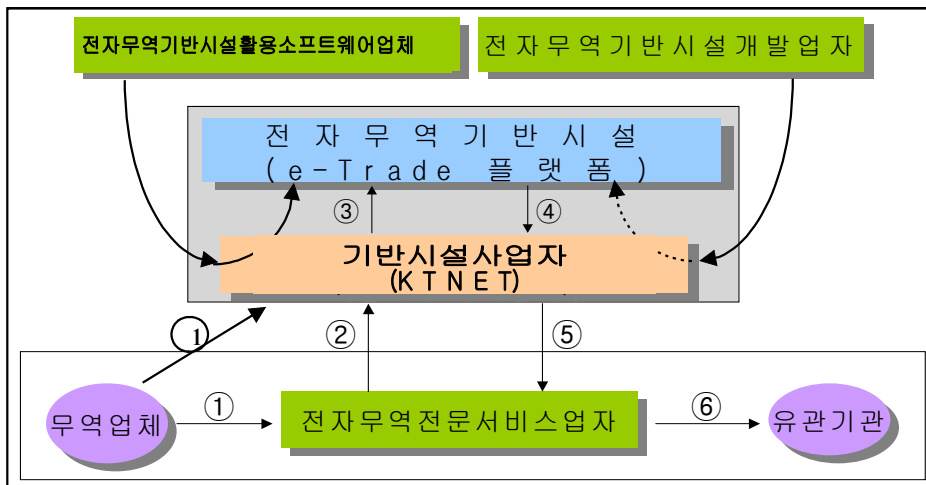
현재 한국의 전자무역 중계기관은 <그림 2-1>에 나타난 바와 같이 무역자동화의 중계기반, 즉 사용자 시스템을 제공하는(②) 부가가치통신망(VAN)사업자와 이 중계기관에 사용자시스템 관련 솔루션을 납품하거나(④) 사용자시스템을 활용하는(③) 소프트웨어 판매업체, 및 이들이 제공하는 소프트웨어와 솔루션을 실제로 활용하여 중계해주는(⑤,⑥) 서비스업체, 서비스업체에 의해 실제 무역자동화 업무를 위탁하고 있는 수출업체로(①) 다층구조로 구성되어 있다. 이와 같은 옥상옥의 중계기관들은 시장 및 성과지향적이기보다 첨단기법과 기술을 강조하는 공급자 위주의 중계활동으로 현재 한국이 갖고 있는 소극적 전자무역의 수용국가가 되도록 하는 컨설토크라시의 대표적인 문제점을 내포하게 된다.

1991년 제정된 『무역업무자동화촉진에관한법률』은 무역자동화에 초점을 두어 효과적이고 체계적인 기술개발을 위해 한국무역정보통신(KNET)을 설립하여 10년간 한시적인 독점체제로 운영, VAN 사업자에 의한 폐쇄형 EDI에 의한 통관체계를 확립하고 2000년부터 원칙적으로 모든 수출통관업무는 EDI로 추진되고 있다. 그러나 2000년도부터 개방형 경쟁체제에 의한 다양한 VAN형 통관업체의 등장과 인터넷의 확산에 따른 웹 EDI 및 XML 기반의 통합적 EDI간 갈등이 발생하고 있고 이러한 갈등은

스 확대, e-시장개척단사업 활성화, e-무역상사 육성 검토의 다섯 과제를 말함.

최근에 해양수산부나 건교부와의 마찰로 이어지면서 통합에 대한 주도권 분쟁으로 비춰지고 있는 실정이다.

[그림 2-1] 기존의 전자무역 중계 시스템 구성



- 전자무역기반시설 : 무역유관기관과 체계적으로 연계하여 정보통신망을 통한 전자무역문서의 보관, 증명 등의 업무를 수행하는 정보시스템
- 기반사업자 : 전자무역기반사업을 하도록 제6조의 규정에 의한 지정을 받은 사업자
- 전자무역전문서비스업자 : 전자무역 중계업을 하고자 하는자

이밖에 무역자동화와는 별개로 EC21, EC Plaza 및 Tpage와 같은 전자무역서비스중계업체(e-무역상사)가 발생, 중소기업의 홍보 및 계약대행업무가 추진되면서 2003년부터 정부의 지원을 받는 통합적 전자무역업무 서비스대행업체로 변신하고 있다. 또한 <표 2-2>에 나타난 바와 같이 소관부처별로 다양한 전자무역 관련법규는 각각 그 법규의 집행과 관련된 별도의 중계기관 (예컨대 인증기관, ISP 등)을 관할하고 있다. 이러한 중복적 다원화 지원체제는 정부부처간 갈등을 야기하여 급기야 무역위원회보다 위상이 높은 국가전자무역위원회를 구성하기에 이르렀고, 그럼에도 불구하고 현장과 성과를 도외시키는 정부부처간 주도권의 문제는 심각한 상황이라 할 것이다.

본 연구는 이들 중에서 특히 전자무역 정책의 핵심이라 할 수 있는 무역자동화 추진관련 중계기관에 대해 정부의 역할과 그 한계 및 대응방안을 전자무역 촉진법의 제정과 관련하여 제시하고자 한다. 먼저 이러한 중계기관은 대부분 기술주도에 의한 정책적 집행을 그 활동의 기본방향으로 하므로 수요자인 기업의 입장이나 최종 소비자의 입장보다는 기술적 우월성이나 첨단 기법을 강조하는 공급자 위주의 중계기관이 되기 쉬우므로 이러한 중계기관의 성격을 Consultocracy라 한다. 이러한 중계기관은 자칫 기업들의 필요나 중계에 따른 성과에 대한 생산성을 도외시하기 쉬어 스스로의 독점적 규제 이익만을 향유하려는 경향이 있다. 따라서 이러한 권선토크라시를 예방하기 위한 가장 중요한 과제는

바로 규제의 이익이 발생하는 중계기반인프라와 중계업자를 구분하여 인프라의 개방과 경쟁체제를 효과적으로 확산시키는 일이라 할 것이다.

〈표 2-2〉 전자무역 관련법과 소관부처

법령명	주요 내용	e-트레이드 관련 내용	소관부처
대외무역법	-자유롭고 공정한 무역원칙 -통상진흥시책 수립 -수출입 관리제도 운영	-전자무역 기본개념 -전자적 형태의 무채물	산업자원부
무역자동화 촉진에 관한 법률	-무역자동화 사업자를 통한 자동화망의 구성 및 이용	-자동화업무 범위 지정 -지정사업자 -전자문서의 표준화	산업자원부
무역거래기반 조성법	-무역거래기반(전시장, 전자무역, 인력 등)에 대한 체계적 육성	-중소기업에 대한 전자무역거래 확산 및 지원	산업자원부
전자거래 기본법	-전자거래 법적 효력확보 -전자거래의 안전 및 촉진	-전자문서 정의·효력 등	산업자원부
전자서명법	-전자인증업무의 안정성, 신뢰성 확보	-전자서명의 법적 효력 -공인인증기관의 지정	정보통신부

예컨대 대부분의 e-무역상사나 무역자동화사업자가 정부의 정책자금에 의존하여 영업하여 수출중계 수수료나 전자무역호보대행수수료와 같은 현장지향 성과보다는 정책자금의 계속적 지원에 의존하는 경우가 많아 경쟁력이 상실되는 경우가 많다.⁷⁾ 이러한 시각에서 무역자동화 중계기관인 KNET의 사업 구조 역시 심각한 정책지향형으로 추진되어 왔고 이에 따라 정부의 전자무역서비스업자의 몰락과 더불어 통관자동업무시스템인 “통합무역솔루션”의 보급정책 역시 매우 부진한 상태에서 벗어나지 못하고 있다. 그 원인은 중소기업의 현실을 무시한 고가의 시스템 및 이용료로 인하여 심리적, 실질적 진입장벽이 오히려 강화된 데서 찾아볼 수 있다.⁸⁾ 특히, KNET과 같은 기반설비업체는 물론, 이를 운용하는 중계서비스업체 역시 정부의 정책자금에 의존하여 수요자인 중소수출유망기업의 수요와 기업의 개별적인 여건을 무시한 채, 옥상옥 구조로 사업구조를 중층구조로 운용함으로써 높은 초기비용과 월 사용료, 회비 등의 실질적 진입장벽을 가져옴은 물론, 중소기업의 경영여건이나 전문인력의 부족과 같은 심리적 진입장벽의 제거에 전혀 도움이 되지 못하는 등 기업을 이해하기 보다는 기업을 이용하고 주도적으로 자신이 기술과 경영기법을 강요하는 Consultocracy의 병폐가 지속적으로 증가되고 있다. 이를 인식한 정부 역시 전자무역혁신계획「e-Trade KOREA 2007」을 통하여 4대 과제 중 두 번째 과제로 무역절차의 “재설계”를 추진하고 있다. 재설계라 함은 기존에 통합무역솔루션을 중심으로 지나치게 추

7) 실제로 e-무역상사 3위, 4위인 e-trader, tpage 등은 부도, 현재 무역협회 산하의 EC21 및 ECplaza만 생존, 순수민간업체는 없음.
8) 최용복, “동북아 경제협력을 위한 전자무역 솔루션의 효과적 활용방안”, 국제지역학회 『국제지역연구』 8권2호, 2004.12. pp.285~300.

진된 컨설팅크라시의 문제점을 인식하였다는 것을 의미하는 것으로 볼 수 있다.

앞에서 언급된 <표 2-2>은 이와 같은 Consultocracy의 시각에서 분석한 무역자동화 중계기관, 즉 KINET의 기존 사업구조와 추진방향을 나타내고 있다. 표에 나타난 것처럼 그동안 KINET의 사업은 정부의 기술개발 주도업체로서 자신이 실질적으로 기술을 개발하기 보다는 다양한 외주업체에 개발을 의뢰하여(③,④) 이를 다시 자신이 활용하는 것이 아니라 기업 및 e-무역상사와 같은 다른 업체가 사용하도록 지원해주는(②,⑤) 단순 기술중계기관으로서의 역할에 지나지 않았던 것이 사실이다. 따라서 일반 수출업체는 먼저 e-무역상사와 같은 1차 중계기관을 통해 해외진출을 시도하고, 계약이 체결되면 무역자동화를 위하여 제2차 중계기관이라 할 수 있는 KINET을 통해 수출입 신고를 포함한 통관절차를 받아왔다. 그러나 이러한 통관관련 통합무역시스템 역시 또 다른 협력업체인 기술개발업체 주도로 진행되다 보니 중소수출기업의 입장이 반영되지 못하게 되고 이에 따라 활용실적이 크게 뒤처지게 된 것이 사실이다. 정부역시 이점을 인정하여 2003년부터 추진해 온 통합무역솔루션의 보급사업을 갑자기 정리하고 그 대신 단순한 소프트웨어의 지원 이전의 단계로 기업을 이해하고 그 기업의 실정에 맞게 전자무역을 추진하기 위한 무역절차의 재설계(ISP/BPR) 사업으로 정책의 패러다임을 전환하게 된 것이다.

3. 정부의 전자무역 지원정책과 중계기관의 Missing Link

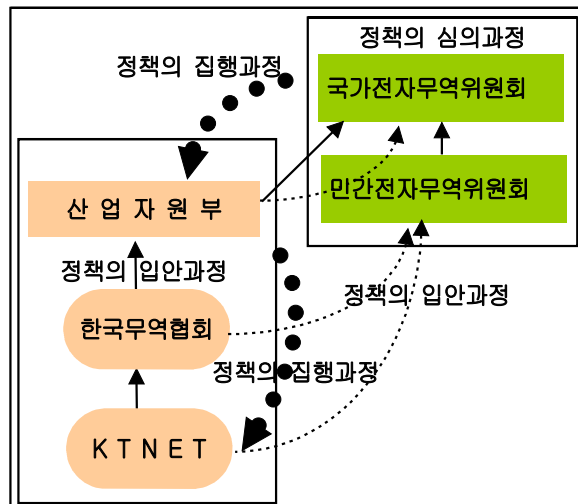
정부는 앞에서 논의한 것과 같이 전자거래기본법에 의거, 2001년부터 매년 전자무역 활성화계획을 발표하여 정책의 지속성과 체계적인 지원에 힘써왔고, 이러한 연장선상에서 2004년 전자무역 중장기정책을 발표한 바 있다. 그러나 이와 같은 전자무역 지원정책의 수립과정에 객관적이고 전문적인 외부기관이나 단체, 또는 경험있는 기업들의 의견이 거의 무시된 채, 기술개발자 또는 공급업체 중심의 중층 정책결정과정에서 의해 현장과 괴리된 Consultocracy의 심화가 되어 왔음은 상당히 심각한 문제가 아닐 수 없다.⁹⁾ 특히 <그림 2-2>에 나타난 것처럼 정책의 입안과정에서 그 정책의 평가과정에 이르기까지 외부의 객관적인 분석이나 의견이 차단된 정책의 입안과 실행은 심각한 문제를 야기하게 되었으며 그 대표적인 정점에 이른 것이 바로 전자무역촉진법의 제정 움직임이라 할 것이다.

이와 같은 문제점을 해결하고 원점에서 무역절차를 재설계한다는 입장에서 전자무역활성화대책의 일환으로 범정부적 지원의 효율적 추진을 위해 수립된 국가전자무역위원회는 2004년 9월 새로운 무역 패러다임으로의 획기적인 전환을 위해 기존의 통합무역솔루션 보급사업과 같은 무역자동화 사업에서 벗어나 2007년까지 인터넷 기반의 전자무역인프라인 'e-Trade플랫폼'을 구축하는 등 주요 33대 과제에 민간부담을 포함, 총 386.5억원을 투입하는 「전자무역혁신계획」 'e-Trade KOREA 2007'을 확정 발표한 바 있다. 'e-Trade Korea 2007'정책의 배경으로는 2001년부터 KINET을 중심으로 진행된 "통합무역솔루

9) 정부의 통합무역솔루션의 개발을 중심으로 한 기존의 정책은 KINET을 중심으로 하부의 연구용역을 담당하였거나, KINET 출신의 연구진들로 구성되어 객관성, 형평성을 잃어버리고 시장 및 성과지향적 개발의 패러다임에 충실하기 어려운 점이 있다. (최용록, "FTA의 확산에 따른 전자무역지원정책의 과제와 대응방안", 한국통상정보학회 2005 하계 학술대회 발표논문집, 참조)

선 보급사업”이 중소기업의 경영여건과 기술적 타당성을 검증하지 않고 표준화된 고가의 기본인프라를 중심으로 추진한다는 비판과 이에 따른 중소기업들의 참여부진에서 비롯되었다. 따라서 무역자동화를 기존의 공급자 중심의 Consultocracy에서 벗어나 사용자인 기업의 눈높이에 맞춘 고객과 시장지향의 시각에서 보다 근본적인 대책의 일환으로 BPR/ISP (Business Process Reengineering/Information Strategic Planning)을 중심으로 하는 종합적, 체계적 지원으로 방향을 전환하고 있으며 이를 지원하기 위한 제도적인 기반으로 전자무역촉진법의 제정을 서두르고 있다고 할 것이다. 그러나 이러한 전자무역촉진법 역시 Consultocracy의 심각한 문제를 근본적으로 치유하지 못하는 문제점을 드러내고 있어 이에 대한 범정부차원의 객관적이고 투명한 검증이 재시도 되어야 할 것이다.¹⁰⁾

[그림 2-2] 전자무역 정책수립 흐름도



Ⅲ. 법률제정의 주요 과제와 대응방안

1. 법률제정의 주요 내용과 문제점

전자무역촉진법은 전자무역 기반사업자를 현행 복수 지정제도에서 전담지정제도로 변경하여 사실상 특정 기업의 독점적 제도화를 시도하고 있다. 물론 이에 대한 배경으로 정부는 부가가치망(VAN)을 통한 전자문서교환(EDI) 위주의 1:1 체제를 전자무역기반시설(e-trade platform)을 통한 다수대다수(N:N)

10) 전자무역촉진법은 2005년 10월 정부발의로 현재 국회 산자위를 통과하여 12월 중 발효될 예정이다.

체제로 개방형 체제로 추진함에 따라 일괄 서비스가 가능하도록 통합적 중계기관의 필요성을 역설하고 있다. 그러나 여기에는 다음과 같은 문제가 제기되어 보다 근본적인 시각에서 법률의 재검토가 필요하다.

첫째로, e-trade 플랫폼 구성의 적정성이다. 기존의 독점적 VAN EDI를 2001년부터 개방적 경쟁체제로 운영하다가 다시 독점 사업자에 의한 폐쇄적 구성으로 회귀함으로써 독점적 폐해가 우려된다고 할 것이다. 즉, 전담사업자에 의한 기술개발 억제, 지나친 옥상옥 중계기관의 개입에 따른 수수료와 비용 증가, 표준화에 대한 독점적 비효율성(X-efficiency), 건교부·해수부·정통부 등의 관련 사업과의 충돌·호환성 부재 또는 이중 활용 등의 다양한 문제가 바로 전담사업자의 지정에 의해 발생할 수 있음을 지적해야 할 것이다. 특히 전자무역기반시설은 국가 인프라로서 동 시설의 구축 및 운영은 공공성·중립성이 확보되어야 함에도 불구하고(법안 6조), 전자무역기반사업자가 무역업자와 무역유관기관을 체계적으로 연계하여 전자무역문서의 중계·보관 및 증명 등의 업무를 수행할 수 있는 정보시스템인 전자무역기반시설을 구축·운영하도록 법제화함으로써(12조 1항) 전자무역기반시설과 전자무역기반사업자를 동일시하는 우를 범하고 있다.(법안 2조5호)

<표 3-1> 전자무역 문서의무화 대상

발급 주체(문서개수)		대상문서
무역유 관기관	공공기관(4)	원산지증명서(C/O), 수출입요건확인서, 수출신고필증(저장), 수입 신고필증(저장)
	은행, 선사·항공사, 보험사(8)	신용장(L/C), 내국신용장, 구매확인서, 선하증권(B/L), 수입화물선 취보증서(L/G), 화물인도지시서(D/O), 항공화물운송장(AWB), 적하보험증권(I/P)
무역업체(7)		상업송장(I/V), Offer Sheet, 세금계산서, 포장명세서(P/L), 거래 명세서, 물품수령증명서, 환어음

주 : 음영으로 처리된 8종문서는 최초 발급 또는 통지시 받드시 기반시설을 통하여 중계(저장)하도록 되어있고(법안 12조 1항1호 내지 8호), 밑줄 친 2종문서는 관세청이 기반시설에 전송, 저장하도록(법안 12조 3항) 되어 있음.

둘째로, e-trade 플랫폼 운영의 적정성의 문제가 발생한다. 국가전자무역위원회의 역할(망 구성 및 관리의 적정성)을 민간사업자에게 위탁함으로써 정책집행의 지연과 오차발생, 한국전산원이 중심이 되는 국가전체의 전자문서보관과 민간 전담사업자에 의한 전자무역문서보관 간의 충돌 문제, 마케팅 및 물류업체와의 공조에 대한 강제규정에 대한 실효성이 미흡하다는 문제가 발생하게 된다. 특히 <표 3-1>에 나타난 바와 같이 무역업자와 무역유관기관이 무역절차에서 반복하여 유통되는 신용장·내국신용장·구매확인서·요건확인서·원산지증명서·수입화물선취보증서·적하보험증권 및 화물인도지시서 등 10종의

무역문서를 전자문서로 사용하고자 하는 경우 반복제출의 문제점을 해소하기 위하여 전자무역기반시설을 통하도록 의무화하고 있다는 점에서 의무 법정문서에 대한 위탁운영의 적정성이 문제가 될 소지가 많다고 할 것이다.

셋째로, e-trade 플랫폼 운영의 공공성에 대한 문제가 발생한다. 전자문서의 보관 및 증명부분은 영업상 비밀 노출의 위험으로 공공성이 강하여 전자무역위원회 소관이 필요하며, 국제협력 사항을 민간 주체로 추진하는 것은 상당한 무리가 있다는 점이다.

이러한 문제점에 입각하여 정책적 대안을 제시하고자 한다면 그 기본방향은 공공업무 관련 업무는 정부 또는 한국전산원과 같은 공익적인 산하기관에서 담당해야 하며 순수 영리적 활동은 기반시설과 기반시설 참여업자를 구분하여 가능한 한 호환성을 강조하도록 시설과 독립적인 개방형 체제로 전환해야 할 것이다.

2. e-trade 플랫폼 활성화 방안

먼저 e-trade 플랫폼 운영의 강제성에 대한 해결방안으로는 현재 법에서 규정한 KTNET의 독점 업무 중에서 공공성이 강한 비영리분야는 국가전자무역위원회 소속으로 전환하고, 그 밖의 영리적 업무는 공개 경쟁체제로 전환하여 기술 및 서비스와 업무개발을 단순 사업자(기술개발사업자, 기술활용서비스업체)로 공개 경쟁체제로 전환이 바람직하다. 이를 위해서는 무엇보다 먼저 기존의 정책적 패러다임은 기술개발의 주체로서 기반사업자와 기반시설 또는 플랫폼과의 분명한 구분이 필요하다. VAN형 무역자동화를 추진하던 당시에는 중계기관의 중요한 역할이 중요문서의 신뢰성 확보는 물론 VAN시설과 관련 플랫폼의 제공이었던 것이 사실이다. 그러나 개방형 웹 EDI에 의한 플랫폼을 정책목표로 지향하고 있는 현재의 정책적 패러다임은 분명히 전자의 신뢰성 제고에 국한하여야 하며 이는 공익적 성격이 강하여 기반시설과의 분리가 필요하다. 기반시설 내지는 플랫폼의 경우, 이는 개방형 체제로 전환할 경우 특정 기준이나 표준에 적합여부만 정부(전자무역위원회)에서 평가하여 호환성있는 다양한 솔루션의 개발을 유도하는 것이 바람직하다. 기반시설의 제공과 관련된 기존의 VAN사업당시의 중계기관의 정책적 패러다임이 인터넷 시대에는 그 당위성이 취약하기 때문이다.

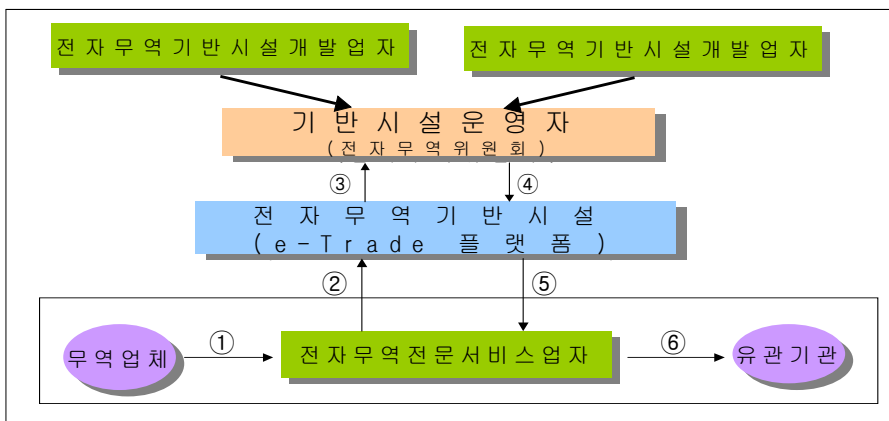
따라서 앞의 <그림 2-1>에 나타난 기존의 시설제공자 중심의 e-trade 플랫폼을 통한 전자무역 지원정책에 따른 공정성 문제는 현재의 기간사업자의 역할을 서비스업자의 이중적 중계기관의 기반시설을 중심으로 하는 두 가지의 단순사업자로 개편하고 전자무역위원회에 의한 감독 및 관리 기능을 강화할 필요가 있다. 궁극적인 개념적 발전 방향은 현재 국회에 계류중인 전자무역촉진법에서 나타난 기반시설과 기반시설제공자를 통합적으로 인정하려는 중계구조를 벗어나 <표 3-2>에 나타난 것과 같이 전환해야 할 것이다. <표 3-2>에 나타난 정책의 새로운 패러다임은 기반시설과 운영관련이 이해당사자(Stakeholder)를 구분하여 기존의 옥상옥 구조로 된 다양한 중계기관들(개발업자->개발관리 및 통제업자->시설운영업자->서비스제공업자)의 중층구조를 기반시설을 중심으로 하는 통합 단층 체제로 경쟁적

개방체제로 운영함으로써 물류정보화와 같은 정책적 과제는 물론 기업의 다양한 ERP, SCM 등의 솔루션과의 통합적 개발이 가능하도록 전환하여야 할 것이다.

정부 내지는 국가전자무역위원회의 역할은 다양한 기술표준과 개발방향을 설정하고 이에 대응하는 기술중립적 기반시설관리자로서 보다 적극적이고 능동적인 참여가 필요하다. 아울러 전담사업자는 기반시설과 분리하여 기술제공자 또는 제공된 다양한 기술을 활용한 서비스 제공업자로서 보다 경쟁적인 역할이 주어져야 하며, 이를 통해 블레로나 트레이드카드 등 다양한 선진 기법은 물론, 정부차원의 다양한 국제협력에 보다 다원화된 참여와 자극을 통하여 현장 및 성과지향적인 중계기관의 선택과 집중이 시장기능에 의해 추진되어야 할 것이다.

전담사업자에 대하여 지나치게 통합적 단일화된 정책시각에서 속히 벗어나 다양한 전담사업자를 동시에 선정하여 기술개발 및 서비스에의 활용을 경쟁적으로 촉진하도록 함으로써 정부 역시 그동안 정책자금에 의존하여 성장하던 다양한 중계기관들의 해바라기성 육성에서 벗어나 보다 성과 및 시장지향적인 중계기관의 육성이 필요할 것이다. 또한 이러한 중계기관의 가장 중요한 성격은 법적인 진입장벽이라 할 수 있는 자금규모와 같은 형식적 규정에서 벗어나 실제로 중계를 통해 달성한 수출실적 및 기술채택기업에 의한 실질적인 수수료를 기준으로 하여야 보다 성과 및 현장지향적인 기준을 마련함으로써 중계기관들의 안이한 컨설팅크라시에서 벗어나 기업고객을 중심으로 실질적인 성장의 기반을 갖추게 될 것이다. 이를 위해서는 무엇보다 중계기관의 역할에 대한 보다 구체적인 현장 및 성과지향의 기준이 필요한 바, 최용록(2003)은 그러한 기준으로 촉매적 역할(Facilitator), 원스톱 통합서비스의 지원(Servic eprovider), 그리고 단순지원이 아닌 참여적 동반자로서의 역할(Collaborator)을 강조한 바 있다.11)

<표 3-2> 전자무역 처리개념도



11) 최용록, “중소기업의 전자무역 실증연구와 e-비즈니스의 활성화”, 한국생산성학회 『생산성논집』 17권 3호, 2003. pp.145-164.

IV. 결 론

한국의 전자무역 지원정책은 그동안 무역자동화를 중심으로 하는 인프라지원과 같은 간접적 지원에서 e-무역상사의 지정과 같은 직접적 수출촉진 정책으로의 전환을 시도하고 있다. 이러한 성과지향적인 정부의 노력은 매우 긍정적으로 받아들여지고 있다. 그럼에도 불구하고 전자무역촉진법에 나타난 정부의 정책방향은 전자무역 기반사업자를 현행 복수 지정제도에서 전담지정제도로 변경하여 사실상 기존의 측정업체에 대한 독점적 제도화를 시도한다는 우려를 낳고 있다. 이는 경쟁적 구조를 강조하는 WTO의 정책과도 배치될 뿐 아니라 민간업자에게 공적 업무를 맡기는데서 오는 심각한 누수현상의 문제도 제기될 수도 있다. 또한 독점적 전담사업자에 의한 기술개발의 유인부족과 컨설팅크라시에 의한 소극적 전자무역 수용국가의 오명은 비록 법적인 강제문서조항을 만들었다고 하여도 상당기간 지속될 수 밖에 없는 위기상황이라 할 것이다.

따라서 옥상옥 구조로 거듭되는 정부의 전자무역 중계기관에 대한 중층적 지원을 보다 단순화, 다양화 시킴으로써 경쟁적 시장 및 성과지향 중심의 전자무역 중계기관의 육성이 전자무역촉진법의 제정을 둘러싼 현재의 시점에서 그 어느 때보다 절실히 요구된다고 할 것이다. 개방형 인터넷 시대의 정책적 패러다임인 성과 및 현장 중심의 구체적이고 실질적인 중소기업들의 참여를 유도하고 중계기관들의 지나친 정책자금 의존형 컨설팅크라시에서 벗어나기 위해서는 무엇보다 먼저 전자무역 기반시설과 기반시설에 참여하는 업체들을 구분해야 할 것이다. 또한 보다 객관화된 단계적 지원을 통하여 개발해놓고도 활용 못하는 통합무역솔루션의 몇차례 실패경험의 전철을 밟지 말아야 할 것이다. 분명한 것은 국가적인 차원에서 국가전자무역위원회를 출범시킨 것은 세계적으로 유례를 찾기 어려운 소중한 정책적 결단으로 합의의 중요성과 특정 기관 또는 업체의 이기주의에서 벗어나기 위한 계기임을 인식하여 객관성과 투명성, 단계별 성과의 피드백 및 예측가능성을 갖춘 정책적 지원이 지속되어야 할 것이다. 전자무역의 성공적 확산이야말로 한국경제가 직면하고 있는 가장 커다란 기회이며 위기이기 때문이다.

참 고 문 헌

- 김영래외, 『전자무역의 이해와 전개』, 전자무역연구회 편, 브레인코리아 출판사, 2002.
 심상렬·문희철·이호건, 『실크로드21의 평가와 발전방향』, KOTRA, 2000.
 최용록, 『전자무역시스템관리』, 헤르메스출판사, 2004.
 _____, 『전자상거래와 e-비즈니스개론』, 두남출판사, 2003,
 _____, “전자무역의 실증연구와 중계기능에 관한 가설”, 『무역학회지』, 28권5호. 한국무역학회,

2003. pp.259-276.
- _____, “중소기업의 전자무역 실증연구와 e-비즈니스의 활성화”, 한국생산성학회 『생산성논집』 17권 3호, 2003. pp.145-164.
- _____, “전자무역의 활성화를 위한 Meta-mediary의 기능과 역할”, 한국무역학회 『무역학회지』, 27권 4호. 2002. pp. 91-108.
- _____, “동북아 경제협력을 위한 전자무역 솔루션의 효과적 활용방안”, 국제지역학회 『국제지역연구』 8권2호, 2004.12. pp.285~300.
- Chin, W. and Moore, G.C. 'Technology clusters : an empirical investigation of the adoption of information technology applications by end users', in *Proceedings of the Annual Conference of the Administrative Sciences Association of Canada*, Information Systems Division, 30 May-2 June, Niagara Falls, Ontario, Canada, 1991, pp. 80-89.
- Choi, Yongrok, “A Comparative Study on the Web Marketing Mix Strategy of the Global e-commerce meta-mediary”, *Journal of Korea Trade*, Vol.8 No.1, KTRA, 2004, pp. 161-179.
- Forrester Research, *Forecast : Worldwide Online Trade Growth 2002 to 2006*. 2001. (<http://www.forrester.com/go?docid=13720&bin=20526>)
- Kaplan, Steven and Sawhney, M. 'E-Hubs : The New B2B Marketplaces', *Harvard Business Review*, 2000. pp. 97~103.
- McAfee, A. 'The Napsterization of B2B', *Harvard Business Review*, 2000. pp. 18~19.
- Moon, Hee-Chu, "Ch. 4. e-Trading Business Model and Global e-Market Place", *Understanding and Application of e-Trade*, (edited by e-trade Research Group of Young-Rae Kim et. al.), Brain Korea 2002.
- Nath, R.; Akmanligil, M.; Hjelm, K.; Sakaguchi, T.; Schultz, M. 'Electronic Commerce and the Internet : Issues, Problems, and Perspectives', *International Journal of Information Management*, 18(2), 1998. pp.91-101.
- Peng, Mike and York, Anne S. 'Behind Intermediaries Performance in Export Trade : Transactions, Agents, and Resources', *Journal of International Business Studies*, 32(2), 2001. pp.327-346.
- Robin and Beatrice Arnfield, *Opportunities and Challenges for Banks in Business-to-business e-commerce*, Lafferty Publications, 2000.
- Rogers, E.M. *Diffusion of Innovations*, 4th ed., NY : The Free Press.
- Steinfeld Jang, C. , C. Pfaff, B. 'Virtual team awareness and groupware support : An evaluation of the TeamSCOPE system'. *International Journal of Human Computer Studies*, 56 (1), 2002, pp.109-126.
- Steinfeld, C., 'Understanding Click and Mortar E-Commerce Approach : A Conceptual Framework and Research Agenda', *Journal of Interactive Advertising*, 2(2), 2002. (<http://www.jiad.org/vol2/no2/steinfeld/index.htm>)
- Subramanian Rangan and Ron Adner, "Profits and the Internet : Seven Misconceptions". *MIT Sloan Management Review*, 42(4), 2001. Summer.
- Useem, J. 'Internet Defense Strategy : Cannibalize Yourself', *Fortune*, 140 (5), 1999. p. 121.
- Wise, Richard and Morrison, D. 'Beyond the Exchange : The future of B2B', *Harvard Business Review*, 2000. pp.88~96.