



Journal of Knowledge Information Technology and Systems

ISSN 1975-7700 (Print), ISSN 2734-0570 (Online)

<http://www.kkits.or.kr>

A Study on Problems and Prospects of International Trade by E-Commerce Development

Kwang-Hyun Kim^{*1}, Il-A Na²

¹*Department of International Business and Commerce*

²*Department of Chinese, Korea National University of Transportation*

ABSTRACT

With the recent development of the Internet, big changes have occurred in all areas of daily life. Because the Internet brings many opportunities beyond time and space constraints. This strength stands out especially in the commercial market. If the Internet is connected, transactions can be made regardless of the border. However, as the frequency of use increases, the problem is also increasing. In this paper, the cross-border consumer issues were presented due to the development of e-commerce. Today, the problem of cross-border e-commerce consumers is increasing in proportion to the increase in Internet use. Cross-border e-commerce has the advantage of broadening consumers' choices, but the structural nature of Internet transactions makes it difficult to remedy consumer damage. To solve this problem, we looked into legal and institutional responses that are being implemented in major countries, including Korea. But mostly about business-to-business transactions, failing to embrace the issue of e-commerce between consumers and businesses. In addition, the legal system for e-commerce is in the process of overhauling, but its effect is insufficient. To solve these consumer problems, we propose the need to seek legal and policy aspects to find out what form of 'inter-border e-commerce' is taking place in the practice of trading and alternative solutions to resolve consumer disputes and remedy damages.

© 2020 KKITS All rights reserved

KEYWORDS: E-commerce, International trade, E-commerce corporation, E-commerce dispute, Consumer protection, OECD, WTO,

ARTICLE INFO: Received 20 October 2020, Revised 7 December 2020, Accepted 11 December 2020.

*Corresponding author is with the Department of International Business and Commerce, Korea National University of Transportation, 50 Daehak-ro Chungju-si

Chungcheongbuk-do, 27469, KOREA.
E-mail address: khkim@ut.ac.kr

1. 서론

정보통신기술의 발전으로 인터넷이 경제의 주요 일부가 되었고, 이제는 세계 경제의 흐름을 좌지우지하고 있다. 그러나 이러한 전자상거래의 성장은 우리에게 기회인 동시에 위협요인의 증대이기도 하다.

본 논문에서는 e-비즈니스 경제 확산이 국제 무역환경에 어떠한 변화를 야기하는지와 그에 따른 문제를 알아보고자 한다. 구성은 다음과 같다. 제 2장에서는 전자상거래가 현재 무역질서에 끼치는 영향과 문제점은 어떤 것인지 살펴본다. 그리고 이 문제에 대응하는 여러 반응을 다뤄본다. 제 3장에서는 국제 전자상거래에서 보완할 점을 정리하여 결론을 기술한다.[1]

2. 전자상거래의 영향과 문제점

2.1 e-비즈니스 발달에 따른 국제 통상의 변화

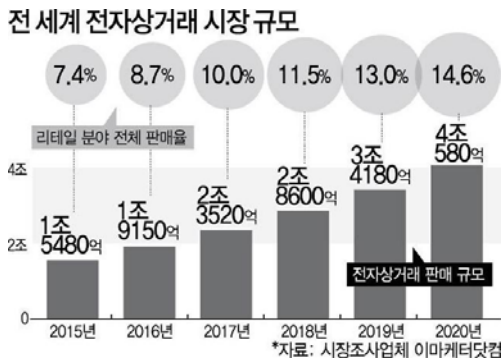


그림 1. 전 세계 전자상거래 시장규모
Figure 1. Global e-commerce market size

(1) 전자상거래 시장의 크기 변화

유엔의 14개 전문기구 가운데 하나인 국제전기통신연합(ITU)의 발표에 따르면, 세계 인터넷 이용자 수는 2018년 말로 세계 인구의 절반을 넘어선 것으로 추정 된다. 인터넷 보급과 비례하여 전자상

거래 시장 규모도 날로 확대돼 가고 있다.

시장조사업체 이마케터닷컴은 2015년 1조 5480억 달러(약 1259조 3290억 원)에 머물렀던 전 세계 전자상거래 시장 규모는 올해 2020년 4조 580억 달러(약 3301조 7511억 원) 규모로 성장할 전망이다.[2]

(2) 시장접근 기회의 확대

전자상거래 확산으로 국제통상 환경에 미친 변화 중 가장 먼저 언급할 수 있는 점은 시장접근 기회의 확대이다. 이는 국제무역의 자연적 장벽을 완화시킴으로써 거래 비용의 획기적 감소를 불러왔다. 이에 따라 소비자는 더 많은 재화와 서비스를 선택할 수 있게 됐고, 판매자는 시장의 확대와 시·공간적 제약을 벗어날 수 있게 됐다.

(3) 유통구조의 변화

전자상거래 시장은 유통구조에 있어서 커다란 변화를 가져오고 있다. 전자상거래는 생산자와 생산자간, 그리고 생산자와 소비자 사이의 유통단계를 축소시키고 단순화시키고 있으며, 기존의 유통구조를 대신한 새로운 유통구조를 형성시키고 있다. 유통단계가 축소되고 단순화됨에 따라 유통비용이 크게 절감되고 있다.

(4) 경쟁의 글로벌화와 기업의 글로벌화

인터넷의 도움으로 생산과 소비가 더 이상 같은 장소에서 일어날 필요가 없게 되었으며, 이는 전자상거래에 있어서는 외국기업이 국내에 주재하지 않으면서도 영업활동을 쉽게 할 수 있음을 의미한다.

이에 따라 기업 간의 경쟁도 국경을 초월하여 일어나고 있다. 기업들의 경쟁이 국경을 초월하여 일어남에 따라 경쟁도 더욱 치열해지고 있다. 경쟁의 심화는 반대로 기업의 글로벌화를 촉진시키고 있다. 해외에서 보다 유리한 조건으로 자본을 들여

오고, 해외에서 보다 싸고 좋은 원자재를 확보하고, 해외의 파트너들과의 협력과 제휴를 통해 기술과 정보를 쉽게 얻음으로써 경쟁력을 강화시킬 수 있기 때문이다.[3]

2.2 전자상거래에서 벌어지는 문제들

(1) 일반현황

해외 사업자와 국내 소비자 사이에서 이뤄지는 국경 간 전자상거래 시장이 커지면서 이에 따른 소비자의 불만과 피해도 증가하고 있다. 한국 소비자원 1372 소비자상담센터에서 발표한 내용에 따르면, 2013년도에는 해외 직구 관련 불만상담 건수가 1,551건으로 2012년 1,181건에 비해 약 31.3%가 증가했으며, 2014년 4월까지 859건의 불만상담이 접수되는 등 소비자의 국경 간 전자상거래 관련 상담이 지속해서 늘어나고 있는 것으로 보고됐다.[4]

표 1. 1372 소비자상담센터 불만상담 접수 현황(2012.1~2014.4)
Table 1. 1372 Status of Complaint Counseling received by Consumer Counseling Center (2012.1-2014.4)

구분	2012년	2013년	2014년 1~4	합계
불만 상담	1,181건	1,551건	859건	3,591건

표 2. 전자문서·전자거래분쟁조정위원회 2013년 해외 구매대행 분쟁현황

Table 2. Dispute Status of Overseas Purchasing Agencies in 2013 by Electronic Documents and Electronic Trade Dispute Mediation Committee[5]

구분	2012년		2013년		'12년 '13년 대비' 13년 증감(율)		비고 (2014년 상반기)	
	건수	%	건수	%	건수	%	건수	%
총 접수	5,596	100	6,756	100	1,160	20.7	2,044	100
해외 구매 대행	260	4.6	289	4.3	29	11.2	136	6.7

(2) 소비자 보호 문제

전자상거래 시장에 있어서 소비자의 목소리가 상대적으로 높은 것은 사실이지만, 소비자가 피해를 볼 가능성은 몇 가지 구조적인 문제로 인해 오히려 일반 시장에 비해서 높다고 할 수 있다.

표 3. 국제 및 국내 전자상거래 간 주요 피해유형비교[6]
Table 3. Comparison of major types of damage between international and domestic e-commerce

(단위: %)

피해 형태	2001년		2005년 상반기
	국제	국내	
배송 지연 및 미배송	63.6	31.4	40.7
상품 하자	21.2	12.9	23.4
허위·과장 표시·광고	14.9	5.6	5.5
과다한 대금 청구 계약	14.5	16.6	0.5
해제·해지 거절	8.9	15.3	25.7
계약 불완전 이행	5.9	13.2	2.4
일방적 거래 중단	5.2	-	-
기타	0.0	5.0	1.8

① 정보의 의존성 : 소비자는 오로지 판매자가 일방적으로 제공하는 표시·광고에 전적으로 의존하게 되므로 △허위·과장광고 △부당 표시 △상품이미지 조작 등 소비자를 유인하는 부당한 상술에 의한 영업활동으로 인해 피해를 입을 수 있다.

② 사업자의 익명성 : 실제 점포 없이 가상공간을 통해 영업을 하므로 △창업·폐업 △소재지 이동 △신분 위장 등이 쉬워서 오프라인 거래에서보다 사기거래를 할 가능성이 크다.

③ 선불식 거래 : 대부분의 전자상거래에서 소비자로부터 물품대금을 먼저 지급받은 후 상품을 배송하는 방식으로 운영하고 있어, 거래가 제대로 이

투어지지 않았을 때 소비자에게 불리한 점으로 작용할 수 있다.

④ 원격지 소재 : 전자상거래는 영업장이 인터넷 가상공간인 만큼 거래 당시에는 실제 당사자들의 지리적 여건이 중요하지 않다. 그러나 소비자피해가 발생할 경우, 양 당사자가 지리적으로 멀리 떨어져 있다면 직접 대면과 접촉을 통한 문제 해결이 곤란하여 피해를 볼 수 있다.

⑤ 다수 당사자 참여 : △상품 판매자 △사이트 제공·운영자 △결제대행업자(PG: Payment Gateway) △인증기관 △물류업자 등 다수의 당사자가 관여하여 거래가 완성되므로, 피해 발생 시 책임소재 파악이나 원인 규명이 어렵다.[6]

2.3 전자상거래 분쟁 해소를 위한 국내의 법제 및 대응 현황

(1) 우리나라의 관련법과 제도

우리나라에서는 전자상거래에서의 분쟁 해소를 위해 특별히 마련되어 있는 법규나 제도는 없지만, '전자거래기본법' 등 전자상거래에서의 소비자보호를 위한 여러 법제가 제정되어 시행중에 있다. 1999년 2월에 제정된 '전자거래기본법'은 지난 2002년 1월에 개정된 바 있으며, 2000년 1월에는 경제협력개발기구(OECD)의 '전자상거래 소비자보호 가이드라인'의 후속조치의 하나로 '전자거래소비자보호지침'이 제정되었다.

이러한 전자상거래에서의 소비자보호에 관련된 우리나라 법규에는 소비자피해와 분쟁의 해결에 관한 사항들을 규정하고 있으나 대부분 내국 사업자(또는 수입업자)의 위반행위를 상정하여 규정하는 등 국내거래에 한정된 내용을 담고 있으며, 국경을 넘는 국제 전자상거래에서의 분쟁에 관한 특별한 조항들은 명시하지 않고 있다.

(2) 한국소비자보호원

한편, 한국소비자보호원에서는 외국 인터넷쇼핑몰에서 상품을 구입하는 과정에서 피해를 입은 국내 소비자를 보호하기 위해 지난 2002년 9월부터 국제 전자상거래 소비자피해구제 업무를 수행하고 있다.

단 사업자가 동 기관의 합의 권고에 응하지 않은 경우 더 이상의 피해구제 절차가 진행되기 어렵다는 한계가 있다. 이러한 문제점의 해결을 위해 동 기관에서는 국제소비자보호 집행기구(ICPEN: International Consumer Protection Enforcement Network)에서 주관하는 ADR시범 프로젝트(ADR Pilot Project)에 참여하여 국제 상거래에서의 소비자 분쟁을 해결하고자 노력하고 있다.[7]

(3) 주요 선진국의 법·제도적 대응

① 미국 : 미국은 연방 차원에서 분쟁의 해결 등 소비자정책을 종합적으로 추진하는 행정기관 또는 연방법을 가지고 있지 않다. 그 대신 연방거래위원회(FTC)에서 자율적인 피해구제기구를 두어 소비자와 사업자 간의 분쟁을 중재하는 제3자 민간 기구를 통한 분쟁의 해결을 지원하고 있다.

② 유럽연합(EU) : EU는 지난 1990년대 후반부터 전자상거래와 관련하여 일련의 법률정비 작업을 지속적으로 추진해 오고 있다. 즉 1997년 4월에는 '유럽전자상거래추진전략'을 채택하였고 동년 7월에는 전자상거래에 관한 '본 선언문'을 발표하였다.

EU에서는 그 외에도 EU개인정보보호지침(1995년 제정, 1998년 발효), EU전자인증지침(안), EU전자화폐지침(안), EU저작권지침(안) 등을 마련해 두고 있다.[8] 하지만, 이러한 규범들은 국제 전자상거래에서의 분쟁 해결에 대한 조항이 포함되어 있지 않다.

표 4. 세계 각국의 디지털 무역 관련 국내법 제정 현황
Table 4. Current State of Digital Trade-related Domestic Laws in the World[8]

(단위 : %)

법 유형	제정	제정 준비	제정 없음	관련 자료 없음
전자적 거래	79	9	5	7
(온라인) 소비자 보호	52	6	10	32
데이터 보호와 프라이버시	58	10	21	12
사이버 범죄	72	9	18	1

2.4 국제전자상거래 분쟁해소를 위한 국제기구의 대응

1990년대에 들어와 인터넷쇼핑과 같은 전자적 수단에 의한 국경을 넘는 상거래가 증가함에 따라, 관련 소비자피해도 늘어나게 되었다. 이에 따라 국제 전자상거래에서의 소비자피해에 대한 국제적 협력의 중요성이 더욱 증대되었다. 이에 OECD 소비자정책위원회(CCP)와 국제소비자보호집행기구(ICPEN) 등 국제기구들에서 국제 전자상거래상의 소비자문제에 관심을 갖고 지속적으로 논의해 왔다. 이러한 논의의 중심이 바로 OECD 소비자정책 위원회에서 1999년 말 채택한 '전자상거래 소비자 보호 가이드라인'이며, OECD 회원국을 포함한 세계 여러 나라들이 이 가이드라인을 자국의 관련 법제에 반영해 왔다. 다른 여러 국제기구에서도 국제 전자상거래에서의 소비자보호 문제가 논의되어 왔으며 향후에도 지속적으로 쟁점화 될 것으로 예상된다.

① OECD 소비자 정책 위원회 (CCP) : 전자상거

래에 대한 소비자의 신뢰가 전제되지 않고서는 전자상거래의 발전이 어렵다는 인식 아래, 소비자정책위원회에서는 투명하고 효과적인 소비자 보호를 통하여 사기·기망 및 불공정 거래를 예방하고 소비자 피해를 구제하기 위한 방안들을 모색해 왔다.

이러한 논의의 결과, OECD 소비자정책위원회는 1999년에는 전자상거래 소비자보호 가이드라인 마련을 주된 의제의 하나로 선정한 바 있다. 그 후 '전자상거래 소비자보호 가이드라인' 제정 작업이 본격적으로 추진되어 1999년 말에 OECD집행위원회 및 이사회에서 가이드라인이 채택되어 발표되기에 이르렀다. OECD CCP에서는 이 가이드라인을 제정한 이후 지속적으로 회원국들의 이행사항을 점검해오고 있으며, 국제거래에서의 분쟁해결을 위한 실무 작업반의 구성·운영 및 워크숍 개최 등의 활동을 해 오고 있다.

② OECD 1999 전자상거래 가이드라인 개정 논의 : 1999년 이래로 기술 발전과 더불어 새로운 소비자 행동 및 비즈니스 모델이 등장하는 등 소비 환경에 중요한 변화가 도래했다. 제안된 개정안은 권고 수용 이래 개발된 다수의 경제협력개발기구 규범 1999 (the OECD Acts)에서 전자상거래와 적합한 정책 원칙을 반영하는 것을 목표로 두고 있다.[9]

③ WTO 전자상거래 협상 : 미국이 최근 지역무역협정 채널을 통해 관철한 디지털 무역규범을 WTO 차원의 복수국 간 논의로 확장했다. 미국이 WTO에 제출한 제안서에는 △USMCA 디지털 무역장(chapter)을 통해 관철한 국경 간 데이터의 자유로운 이동 △데이터 보호와 프라이버시 △데이터 지역화 조치 금지, 소스코드 공개 금지 △인터랙티브 컴퓨터 서비스의 책임 부과 금지 등이 모두 포함된 것으로 보인다. 협상 참여국 구성으로 비추어 볼 때, MC11과 달리 2019 WTO 전자상거래 협상에서 논의 진전이 이뤄질 가능성이 크나 합의에 이

르기까지는 상당한 시일이 걸릴 것으로 전망됐다.[10]

④ ICPEN의 국제 전자상거래 소비자 피해구제 : ICPEN에서 중점적으로 추진하고 있는 국제 전자상거래 피해구제 사업인 국제 ADR 프로젝트는 이러한 국제 분쟁 여건 중에서 특히 국경 없이 이뤄지는 전자상거래 소비자 피해에 효과적으로 대응하기 위해 마련됐다. 즉 국가가 법제도의 차이로 구제가 곤란한 국가 간 소비자 피해를 효과적으로 해결하기 위한 방안인 것이다.

국제 전자상거래에서의 소비자 신뢰를 확보하기 위해 2001년부터 시작된 이 프로젝트는 현재까지 우리나라를 포함한 참여국들의 적극적인 협력 아래 비교적 원활히 추진되고 있다. 우리나라의 경우 이용 소비자의 언어 상 문제를 해결하기 위해 한국소비자보호원이 FTC와 협력해 피해접수 사이트의 한글화 작업을 완료하는 등 적극적으로 동참하고 있다.[11]

3. 결 론

글로벌 경제가 심화되고 인터넷이 세계적으로 보급되고 확대됨에 따라, ‘국경 간 전자상거래’가 활성화 되고 있다. 이에 따라 소비자 불만 및 피해가 증가하고 있으나, 실질적인 소비자 분쟁해결이나 피해구제에 있어서는 상대가 되는 해외 사업자가 소재하는 국가의 언어, 법제도, 상관행의 차이 등을 이유로 그 해결은 쉽지 않다고 할 수 있다.

국경 간 전자상거래에 관한 이러한 문제점으로 인하여 소비자 보호라는 관점에서 ‘국경 간 전자상거래’가 거래 실무에서 어떠한 형태로 이루어지고 있는지, 그리고 유형별 법적 해결 가능성 여부를 검토할 필요성이 있다. 또한, 국가 간 거래라는 특성에서 국내법의 실효적 적용이 어려운 경우

를 감안하면 소비자의 분쟁해결과 피해구제를 위한 대안적 해결방법을 법·정책적 측면에서 모색해야 할 필요가 있다. 그리고 소비자 분쟁해결 및 피해구제를 위해서는 거래 형태를 법률적 관점에서 재분류하고, 해당 유형별로 전자상거래법 등 국내법의 적용 가능성을 검토하여야 한다. 이와 함께, 개별 유형별로 법·정책적 해결방안, 입법적 대응방안, 대안적 분쟁해결 및 피해구제 방안 등을 모색하여야 한다.[12]

이러한 국경 간 전자상거래 문제점으로 인해 소비자 보호라는 관점에서 ‘국경 간 전자상거래’가 어떠한 형태로 이뤄지고 있는지, 그리고 유형별 법적 해결 가능성 여부를 검토할 필요성이 있다.

더하여 최근 OECD와 같은 국제기구 또는 ACCP와 같은 다자간 협력체, 그리고 미국, 유럽, 일본 등 외국에서는 국경 간 전자상거래의 소비자 분쟁해결 및 피해구제 수단으로 대체적 분쟁해결 제도, 특히 온라인 분쟁해결 제도에 대한 관심이 높아지고 있으며 다양한 형태의 플랫폼을 설치해 운영하고 있다.[13] 그러나 주요 국가 간 소비자 피해 구제 및 협력 네트워크 등을 온라인으로 구축해 서비스의 기반을 구축하고, 각 국가 간의 입법 및 문화적 차이 등을 조화롭게 조정하는 사전 단계를 먼저 설정하고 이후 국제적인 플랫폼 확보에 적극적으로 참여하는 것이 필요하다.[14]

따라서 주요 국가 간 소비자 피해 구제 및 협력 네트워크 등을 온라인으로 구축해 서비스의 기반을 구축하고, 각 국가 간의 입법 및 문화적 차이 등을 조화롭게 조정하는 사전 단계를 먼저 설정하고 이후 국제적인 플랫폼 확보에 적극적으로 참여하는 것이 필요하다.[15]

References

- [1] D. N. Kim, *A promotion of ADR operated*

- by e-commerce corporation and Consumer Protection, Vol. 31, No. 3, pp. 105-131, 2014.
- [2] <http://www.hani.co.kr>, Jun. 2020.
- [3] K. H. Kim, and Y. J. Kim, *A study on the utilization of big data in the enterprise*, 2019.
- [4] Korea legislation research institute, *globalization of the e-commerce market a study on dispute resolution*, 2014.
- [5] The Korea institute of legislation, *research on dispute resolution in the wake of the internationalization of the e-commerce market*, Workshop Materials, p. 35, Sep. 23, 2014.
- [6] L. J. In, *A study on international e-commerce consumer damage remedies*, pp. 1-119, 2005.
- [7] Y. J. Kim, *A study on the fraud and claim to electronic business (the current disputes resolution on electronic commerce)*, pp. 87-101, 2000.
- [8] EU Commission (2010. 8. 26), *A digital agenda for Europe*, COM(2010) 245 final/2, p. 13, available from [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0245R\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0245R(01)&from=EN), 2010.
- [9] UNCTAD Adoption of E-Commerce Legislation Worldwide, 2019.
- [10] Korean Consumer Agency, *Electronic commerce and consumer protection*, Editorial Department (2003), Other Data from the Korea Consumer Agency, 11-11.
- [11] J. S. Park, *A study on the ODR dispute settlement system of consumer protection in EU*, 2018.
- [12] K. H. Kim, D. G. Oh, *A study on the strategy of Korean companies to enter the overseas app market through the cases in the Philippines*, 2019.
- [13] K. H. Ahn, *A study on the revision of arbitration act of Korea for the application of arbitration in consumer disputes arising from cross-border e-commerce*, Vol. 81, pp. 73-95, 2019.
- [14] J. S. Geun, *Procedural problems on the e-commerce dispute settlement*, Vol. 15, No. 3, pp. 22-23, 2002.
- [15] H. C. Moon, P. Zhang, S. R. Kim, *A case study of on-line arbitration and comparison on ODR between Korea and China for the dispute resolution of e-commerce*, Vol. 24, No. 4, pp. 29-47, 2014.

전자상거래 발달에 따른 국제통상 문제와 전망

김광현¹, 나일아²

¹ 한국교통대학교 국제통상학과 교수

² 한국교통대학교 중국어학과 학생

요 약

최근 인터넷이 발달함에 따라 일상의 모든 영역에서 큰 변화가 발생하고 있다. 인터넷은 시공간의 제약을 넘어서서 많은 기회를 가져다주기 때문이다. 이 장점은 특히 상거래 시장에서 두각을 나타내고 있다. 인터넷만 연결된다면 국경과 상관없이 거래를 할 수 있다. 그러나 사용빈도가 증가함에 따라 문제도 증가 중이다. 본 연구에서는 전자상거래 발달에 따른 국경 간 소비자문제를 제시하였다. 오늘날 인터넷 사용 증가와 비례하여 국경 간 전자상거래 소비자 문제가 함께 증가하고 있다. 국경 간 전자상거래는 소비자의 선택 폭을 넓혀준다는 장점이 있지만, 인터넷 거래의 구조적인 특성으로 인해 소비자 피해를 구제하기 어렵다는 면이 있다. 이를 해결하기 위해 우리나라를 포함하여 주요 국가에서 시행 중인 법·제도적 대응을 알아봤다. 그러나 대부분 기업과 기업

간의 거래에 대한 내용이며, 소비자와 기업 간의 전자상거래 문제를 포용하지 못하고 있다. 또한, 전자상거래 관련 법 제도를 정비 중에 있지만 그 효과는 미비하다. 이러한 소비자 문제를 해결하기 위해 ‘국경 간 전자상거래’가 거래 실무에서 어떠한 형태로 이뤄지고 있는지와 소비자의 분쟁해결과 피해구제를 위한 대안적 해결방법을 법·정책적 측면에서 모색해야 될 필요성을 제안한다.



Kwang-Hyun Kim is Professor at Korea National University of Transportation from 1993. He has been to Interest and Research in international trading environment, international

locality research, international business information, information strategy, international leadership etc.

E-mail address: khkim@ut.ac.kr



Il-A Na is studying at the Korea National University of Transportation from 2015. She is interested in International business and commerce, E-commerce corporation and

dispute etc. She hopes reserch ways to help Korean university students develop entrepreneurship in graduate school.

E-mail address: znlfxmgkxm@naver.com