

經營學碩士 學位論文

전자상거래에 대한 세무조사 사례분석과
세원관리방안

2006年 2月

釜慶大學校 經營大學院

經營學科 稅務管理專攻

鄭 貞 龍

經營學碩士 學位論文

전자상거래에 대한 세무조사 사례분석과 세원관리방안

指導教授 金 泰容

이 論文을 經營學碩士 學位論文으로 提出함

2006年 2月

釜慶大學校 經營大學院

經營學科 稅務管理專攻

鄭 貞 龍

鄭 貞龍의 經營學碩士 學位論文을 認准함

2005年 12月 9日

主審 經營學博士 金鎮晃 印

委員 經營學博士 朴泳炳 印

委員 經營學博士 金泰容 印

◆ 목 차 ◆

<i>Abstract</i>	iii
제1장 서 론	1
제1절 연구의 배경과 목적	1
제2절 연구의 방법과 범위	2
제2장 전자상거래에 대한 세원관리	4
제1절 전자상거래의 개요	4
제2절 전자상거래의 회계처리 실태	13
제3절 전자상거래에 대한 과세 기본방향	15
제4절 전자상거래의 세무조사시 검토사항	19
제3장 전자상거래에 대한 세무조사 사례분석	31
제1절 인터넷 입찰식경매 조사 사례분석	31
제2절 성인사이트 조사 사례분석	36
제3절 TV홈쇼핑 조사 사례분석	37
제4절 인터넷 카드깡 조사 사례분석	40
제4장 전자상거래 세원관리에 대한 문제점과 세원관리방안	43
제1절 전자상거래의 세원관리상 문제점과 개선방안	43
제2절 전자상거래에 대한 일반적인 세원관리방안	63
제5장 결 론	66
참고문헌	69

◆ 표 목차 ◆

<표 1> 거래주체에 따른 전자상거래의 분류	10
<표 2> 전자상거래 거래주체에 따른 세무관리	11
<표 3> 고객 데이터베이스의 분석항목과 분석내용	26
<표 4> 사례분석에서 도출된 조사유형별 문제점과 개선방안	48

◆ 그림 목차 ◆

[그림 1] 쇼핑몰 홈페이지 예시	21
[그림 2] 주문고객정보 입력 예시	22
[그림 3] 결제정보의 예시	22
[그림 4] 결제대행서비스의 흐름도	24
[그림 5] 인터넷쇼핑몰 입찰식 경매 흐름도	32
[그림 6] 전자상거래 적출과정도 - 인터넷쇼핑몰 입찰식 경매	33
[그림 7] 인터넷 입찰식 거래 흐름도	36
[그림 8] TV홈쇼핑 거래흐름도	39
[그림 9] 상품권을 이용한 카드깡 거래흐름도	40
[그림 10] 상품권카드깡 거래흐름도	41
[그림 11] 인터넷 쇼핑몰의 주요 거래흐름도	47

Tax Investigation Case Analysis on E-Commerce Transactions

Jeong, Jeong-Ryong

*Majoring in Taxation Management,
Department of Business Administration,
Graduate School of Business Administration,
Pukyong National University*

Abstract

The objectives of this study are ① to synthesize current issues on taxation related to electronic commerce (E-commerce), including how to manage tax revenues on E-commerce by the tax authorities and how to investigate tax sources on E-commerce by the tax authorities and ② to suggest improvement plans for the current tax systems based on the literature survey and legal survey analysis on the E-commerce industries.

The communication revolution by internet has not only opened up new possibilities for tax administrations to improve the efficiency of their operations, but also open up a lot of opportunities for tax evasion or avoidance. The challenge for tax administrations is how to maximize the potential efficiency gains of the internet and at the same time to protect tax revenue base without hindering the development of these new technologies related to E-commerce. The challenges posed to tax systems by the internet and global E-commerce are the matter in hand. Korean government, therefore, needs to develop a new tax system to respond to these challenges. Detailed areas of discussions surrounding taxation policy on E-commerce include value-added tax (VAT) area, international taxation on corporate-individual income tax area, and tax administration area.

The results from this study are summarized as follows.

First, the results of legal survey analysis on E-commerce industries in Chapter 3 may be helpful for the tax authorities to apply the process in Chapter 3 to tax investigation in future.

Second, the tax authorities must have an independent and separate department which is specialized especially on E-commerce industries in near future.

Third, in order to manage tax avoidance, it is very important for the tax authorities to oversight the payment gateway companies who control cash flows on E-commerce transactions.

Fourth, it is also important for the tax authorities including the TIS system to regularly investigate business registration certificates related to E-commerce industries.

제1장 서론

제1절 연구의 배경과 목적

우리 사회는 컴퓨터와 통신기술의 획기적인 발전에 기반한 정보통신의 혁명이라고 하는 인터넷의 발전으로 정보화 시대에 생활하고 있다. 이러한 정보화 시대의 시작으로 새로운 시장이 폭발적인 신장세를 나타내고 있는 바, 바로 “전자상거래(Electric Commerce)”라고 하는 새로운 시장이다.

최근 인터넷을 이용한 전자상거래가 활성화되면서 2004년 국내 전자상거래 시장규모는 31조4천억 원에 이르며 매년 30%이상의 증가추세에 있다.¹⁾ 이러한 전자상거래는 전통적 시장이 갖는 시간적·공간적 제약 및 자금력에 큰 구애를 받음이 없이 국내는 물론 전 세계를 하나로 통합하는 사이버시장에서 공급자와 소비자 모두에게 이익을 주는 이상적인 형태의 상거래로 인식되어 급속하게 일반화되고 있으며 상거래의 패러다임에 근본적인 변화를 야기시키고 있다.

증가하는 전자상거래와 이로 인하여 변화하는 기업환경 속에서 이제 시장경제에 관한 한 국경의 개념은 무의미해 지고 전 세계가 하나의 시장인 지구촌 시장이 대두되게 되었다. 국내적으로는 국가경제에 미치는 엄청난 파급효과가 산업구조, 판매구조, 고용구조, 기존 판매망의 재검토 등에 걸쳐 광범위하게 발생하고 있으며, 개별 국민경제에 미치는 영향과 충격 또한 간과하여서는 안 될 정도로 엄청나다. 선진국들도 지속적인 경제성장을 위한 전자상거래의 잠재력을 인식하여 경제협력개발기구(OECD)를 비롯한 각종 기구를 통하여 이에 대한 국제협력과 환경조성에 박차를 가하고 있다.

디지털경제 시대에서 전자상거래의 확산은 국가경제 전반에 걸쳐 큰 영향을 미치고 있기 때문에, 그 중 가장 큰 논쟁거리는 바로 조세문제라 할 것이다. 전자상거래와 관련된 조세 문제는 전 세계의 관심사이며, 나라마다 과세입장이 다르기 때문에 OECD를 비롯한 국제기구를 중심으로 대책마련을 위한 논의가 활발하게 진행되고 있다.

현재 전자상거래 과세제도와 관련된 논의에 있어서는 이제 문제제기 및 원

1) 산업자원부, 전자상거래 정책 통계자료.

칙정립의 단계를 넘어서 상당 부분 구체적인 논의에 들어섰으며 특히 소비세 분야에는 OECD를 중심으로 국가 간에 상당한 합의를 도출해내었다. 오타와 회의 이후 OECD 재정위원회를 중심으로 국제적 논의 동향에 대한 정립방향을 제시하는 연구는 물론 전자상거래 과세제도에 관한 연구까지 진전된 상태이다.

전자상거래는 경제주체들에게는 시간적·공간적 제약을 뛰어넘는 많은 기회를 주는 반면, 인터넷 사용자의 신분 확인, 경제행위의 규모와 물리적 위치 파악, 거래정보 등 과세요건 및 조세주권의 문제를 초래하고 있다. 국경이 없는 가상세계에서의 거래행위는 기존 과세거래와 많은 차이가 있기 때문에 현행 법규만을 가지고 원활한 과세문제를 해결하기에 어려운 점이 많다.

눈부시게 발전해 가는 전자상거래의 성장 속도를 고려해 볼 때, 이러한 문제점을 내포한 상태에서 전자상거래와 관련한 과세제도를 정착시키는 것은 정부의 조세정책방향에 큰 과제로 대두된다. 그러나 현재 전자상거래 과세제도에 관한 논의는 이를 따르지 못하고 있는 실정으로 전자상거래에 관한 기업회계기준 및 업종별 회계처리준칙조차 정립되어 있지 않고 있다.

본 논문의 목적은, 첫째, 전자상거래라는 새로운 시장에 대하여 세무관서에서 어떻게 세원을 관리하고 있는지 실태를 파악함과 동시에 전자상거래에 대한 세무조사시 주의하여야 할 사항을 검토하며, 둘째, 대표적인 전자상거래 업종을 대상으로 한 세무조사사례의 분석을 통하여 세무조사기법의 개발과 아울러 세무조사 사례분석 시 나타난 문제점의 도출과 그 개선방안을 유형별로 제시하여, 공평과세의 실현을 위한 합리적이고 종합적인 전자상거래 세원관리 방안을 구축하는 데 있다.

제2절 연구의 방법과 범위

본 연구에서는 급속하게 성장하고 있는 다양한 종류의 국내 전자상거래의 유형과 특징을 살펴본 후 조사사례를 중심으로 세원관리상의 문제점을 파악하고 그 개선방안을 도출하는 방향으로 전개할 것이다. 따라서, 본 연구의 방법은 문헌적 접근으로 전자상거래로 인한 조세와 관련된 국내·외 연구자료, 서적 등을 검토하여 기본적 이해를 정리한다. 한편, 사례분석적 접근으로 세무관서에서 조사한 사례를 분석하여 우리나라 전자상거래 세무행정의 현황을 살펴 본 다음

전자상거래의 문제점을 도출하고 개선방안과 세원관리방안을 제시한다.

본 연구는 총 5장으로 구성되었다. 제1장 서론에 이어, 제2장에서는 전자상거래의 개념, 정의, 유형과 특징을 살펴본 후, 제3장에서는 전자상거래의 세무조사사례분석을 통하여 전자상거래의 문제점을 도출한다. 제4장에서는 조사사례분석을 통하여 도출된 문제점에 대하여 개선방안을 제시하고 종합적인 세원관리방안을 제시한다. 제5장에서는 본 연구의 연구결과를 요약하고, 본 연구의 한계점과 향후 연구과제를 제시한다.

제2장 전자상거래에 대한 세원관리

제1절 전자상거래의 개요

1. 전자상거래의 개념

1) 전자상거래의 정의

OECD는 전자상거래(Electric Commerce)를 “인터넷과 같은 공개적인 표준 제정의 절차를 통하여 설립되고 개방된 프로토콜을 이용하여 네트워크 상에서 이루어지는 거래”로, 세계무역기구(WTO)는 “전자적 통신만을 통하여 이루어지는 제품의 생산, 광고, 판매 및 유통”이라고 정의하고 있다.

우리나라의 전자거래기본법 제2조 제5호의 규정에 의하면, “재화나 용역을 거래함에 있어서 그 전부 또는 일부가 전자문서에 의하여 처리되는 거래의 방법으로 상행위를 하는 것”으로 전자상거래를 정의하고 있다. 즉, 거래수단은 인터넷을 포함하여 정보처리능력을 가진 장치에 의하여 작성된 전자적인 정보 개념까지 넓게 해석되며 거래행위는 재화나 용역을 거래하는 상행위로 좁게 해석됨을 알 수 있다.

세무상 전자상거래의 정의는 “사업자가 재화나 용역을 공급하거나 재화를 수입하는 과세거래를 그 전부 또는 일부가 전자문서에 의하여 처리되는 거래”로 규정할 수 있다. 일반적인 전자상거래와 차이점은 거래자는 “사업자”로 규정하여 과세기간, 과세장소 등 과세절차와 방법을 규정하며, 포괄적인 상거래 행위 중 “재화나 용역을 공급하거나 재화를 수입하는 과세거래”는 사업자가 거래징수하거나 원천징수하여야 하는 과세거래에 한정할 것임을 규정하는 것이 차이점이다.

다운로드 서비스와 같은 경우 유체물로 통관하여야 과세되는 수입 부가가치세 과세문제에 대하여, EU에서는 부가가치세를 과세하여 일반 재화·용역의 공급과 세금 차별을 제거하였다. 그러나 우리나라에서는 “수입하는 용역”의 부가가치세 과세방법에 대하여는 논의가 진행중에 있다.

사업자로서 전자상거래기업이라는 판정은, 첫째, 상품이나 제품 등을 판매하거나 서비스를 제공할 수 있는 전자상거래 시스템을 갖추어야 하며, 둘째, 자사의 전자상거래시스템을 이용하거나 또는 제3의 매매중계시스템을 이용할 수

있어야 하고, 셋째, 거래절차를 전자문서로 이행할 수 있어야 하며, 넷째, 전자적인 방법에 따른 대금 결제 등을 할 수 있을 것 등의 위의 네 가지 조건을 모두 만족시켜 거래하여야 “세무상 전자상거래기업”으로 판정하여 그 사업과 관련된 부가가치세나 법인세 또는 소득세 등을 부과하게 된다.

2) 전자상거래 용어의 이해²⁾

인터넷이 보편화되기 이전에도 기업 간 문서를 전자적 방식으로 교환하거나 PC통신의 홈쇼핑·홈뱅킹 등 다양한 형태로 존재해 왔으나, 인터넷이 대중화되면서 전자상거래는 인터넷상에서의 거래와 관련지어 생각하게 되었다.

협의의 전자상거래란 인터넷상에 홈페이지로 개설된 상점을 통해 실시간으로 상품을 거래하는 것을 말한다. 거래되는 상품에는 전자부품과 같은 실물뿐만 아니라, 원거리 교육이나 의학적인 진단과 같은 서비스도 포함된다. 또한 뉴스·오디오·소프트웨어와 같은 디지털 상품도 포함되며, 이들의 비중이 점차 높아지고 있다.

광의의 전자상거래는 소비자와의 거래뿐만 아니라 거래와 관련된 공급자, 금융기관, 정부기관, 운송기관 등과 같이 거래에 관련된 모든 기관과의 관련행위를 포함한다. 전자상거래 시장이란 생산자(Producers)·중개인(Intermediaries)·소비자(Consumers)가 디지털 통신망을 이용하여 상호 거래하는 시장으로 실물시장(Physical Market)과 대비되는 가상시장(Virtual Market)을 의미한다.

전자상거래는 기존의 조세 및 관세의 변화로 정부수입에 영향을 주고 통화 및 지불 제도에 대해 새로운 제도를 도입해야 하며 거래인증·거래보안·대금결제·소비자보호·지적소유권보호 등에 관하여 새로운 정책을 수립해야 한다. 기업은 전자상거래를 활용함으로써 내부적으로 고객서비스를 향상시키고 비용을 절감하며, 외부적으로는 시장이 전 세계로 확대되어 나갈 수 있는 기회를 가지게 된다.

전자상거래로 이루어지는 경제활동을 디지털경제(Digital Economy)라 하며 미래는 실물경제와 디지털경제가 경제활동의 양대 축을 이룰 것으로 전망된다. 전자상거래는 정보통신기술과 정보시스템 개발기술의 발전으로 나타나는 새로운 사회제도이며 새로운 문화라 할 수 있다. 이는 인간의 경제생활은 물

2) 부산지방국세청 조사1국 신세무조사기법연구회, 『이전가격세제와 전자상거래의 세무조사』, 2003.11.

론 의식구조와 사회구조에 획기적인 변화를 초래하는 계기가 되고 있다.

(1) 인터넷 (Internet)

통신망과 통신망을 연동해 놓은 망의 집합을 의미하는 인터넷워크(Internetwork)의 약어인 internet과 구별하기 위해 “Internet 또는 INTERNET”과 같이 고유명사로 표기한다. 랜(LAN) 등 소규모 통신망을 상호 접속하는 형태에서 점차 발전하여 현재는 전 세계를 망라하는 거대한 통신망의 집합체가 되었다.

인터넷에는 PC통신처럼 모든 서비스를 제공하는 중심이 되는 Host 컴퓨터도 없고 이를 관리하는 조직도 없다. 인터넷을 대표하는 조직으로 ISOC(Internet Society)가 있지만 인터넷 망을 총괄 관리하는 기구는 아니다. 인터넷을 총괄적으로 관리하지는 않지만 인터넷상의 어떤 컴퓨터 또는 통신망에 이상이 발생되더라도 통신망 전체에는 영향을 주지 않도록 실제의 관리와 접속은 세계 각지에서 분산적으로 행해지고 있다. 현재 인터넷은 전화망에 버금가는 거대한 세계적 정보 기반이 되었으며 통신량은 급속도로 증가하고 있다.

인터넷에서 이용할 수 있는 서비스는 전자우편(e-mail), 원격 컴퓨터 연결(telnet), 파일전송(FTP), 유즈넷 뉴스(Usenet News), 인터넷 정보 검색(Gopher), 인터넷 대화와 토론(IRC), 전자게시판(BBS), 하이퍼텍스트 정보 열람(WWW: World Wide Web), 온라인 게임 등 다양하며 동화상이나 음성 데이터를 실시간으로 방송하는 서비스나 비디오 회의 등 새로운 서비스가 차례로 개발되어 이용 가능하게 되었다. 이와 같은 다양한 서비스와 풍부한 정보자원 때문에 인터넷을 정보의 바다라고 한다.

인터넷의 기원은 1969년 미국 국방성의 지원으로 미국내 4개 대학을 연결하기 위해 구축한 알파넷(ARPANET)이 효시이다. 처음에는 군사적 목적으로 구축되었지만 프로토콜로 TCP/ID를 채택하면서 일반인을 위한 알파넷과 군용의 MILNET으로 분리되어 현재의 인터넷 환경의 기반을 갖추었다. 한편 미국 국립과학재단(NSF)도 TCP/ID를 사용하는 NSFNET라고 하는 새로운 통신망을 1986년 구축하여 운영하기 시작하였다. NSFNET는 전 미국 내의 5개소의 슈퍼컴퓨터 센터를 상호 접속하기 위하여 구축되었는데, 1987년에는 ARPANET를 대신하여 인터넷의 근간망(backbone network)의 역할을 담당하게 되어 인터넷은 본격적으로 자리를 잡게 되었다.

이때부터 인터넷을 상품 광고 및 상거래 매체로 이용하는 상업적 수요가 증가하였으나 정부 지원으로 운영하는 NSFNET는 그 성격상 이용 목적을 교육 연구용으로 제한하고 있었다. 이 때문에 인터넷 사업자들은 따로 협회를 구성하여 1992년 CIX(Commercial Internet Exchange)라고 하는 새로운 근간망을 구축하여 상용 인터넷에 접속하게 되었다.

인터넷에 접속하는 방법은 전용선에 의한 IP 접속과 전화회선 다이얼업 IP 접속이 있다. 인터넷 사용자는 각국의 통신망 정보센터(NIC)에서 할당하는 IP 주소와 인터넷에 연결하는 서비스를 해주는 회사에 가입하는 것이 필요하다. 국내에는 한국전산원의 한국인터넷정보센터(KRNIC)가 IP주소의 지정 및 도메인 등록업무를 담당하고 있다. 1994년 6월 한국통신이 최초로 인터넷 상용 서비스(KORNET service)를 개시한 이래 많은 수의 인터넷 접속 서비스 제공자(ISP)가 생겨나서 일반인을 대상으로 상용 서비스를 제공하고 있다. 이들 사업자는 개별적으로 미국이나 기타 국가의 인터넷 접속 사업자와 연결되어 있다.

(2) ISP (Internet Service Provider)

ISP는 개인이나 기업체에게 인터넷 접속 서비스, Web Site 구축 및 Web Hosting 서비스 등을 제공하는 회사를 말한다. 때로는 IAP(Internet Access Provider)라고 부르기도 한다. ISP는 인터넷 접속에 필요한 장비와 통신회선을 갖추고 있으며 대형 ISP들은 전화망 사업자에 대한 의존도를 가능한 한 줄이는 한편, 자신의 고객에게 더 나은 서비스를 제공하기 위하여 자신만의 고속 전용회선을 갖추기도 한다.

미국의 대표적인 ISP 업체에는 전국 및 지역을 커버하는 대형 ISP들로 에이티앤드티 월드넷(AT&T WorldNet), 아이비엠 글로벌 네트워크(IBM Global Network), 엠시아이(MCI), 넷컴(Netcom), 유유넷(UUNet), 피에스아이네트(PSINet) 등이 있다. 한국에는 아이네트, 채널아이, 넷츠고, 네띠앙 등이 있다. 이 밖에도 인터넷 사용자들이 가정이나 기업체에 설치되어 있는 PC로 온라인 서비스 사업자를 통하여 인터넷에 접속하는 경우도 많다. 미국의 경우에는 아메리칸 온라인(America Online)과 컴퓨서브(Compuserve) 등이 대표적인 온라인 서비스 사업자들이며 한국에는 천리안, 유니텔, 하이텔 등이 있다.

(3) 웹사이트 (Web Site)

인터넷에서 사용자들이 정보가 필요할 때 언제든지 그것을 제공할 수 있도록 웹서버(Web Server)에 정보를 저장해 놓은 집합체를 말한다. 인터넷에 들어가는 관문으로 간략히 사이트(Site)라고도 하며 흔히 홈페이지 주소로 되어 있다. 주제별로 원하는 사이트 목록들을 나열한 사이트들이 많은데, 이를 인터넷 포털사이트(Portal Site)라고 한다. 포털사이트들은 정보검색 서비스나 커뮤니티와 같이 사용자가 정기적으로 이용할 수 있는 서비스를 제공함으로써 고정방문객을 확보하여 인터넷 비즈니스로 연결된다. 대표적인 포털사이트로는 정보검색을 기반으로 하는 야후와 라이코스, 네이버, 네이트닷컴 커뮤니티를 기반으로 하는 다음과 네티앙, 아이팝콘 등이 있다.

(4) 웹서버 (Web Server)

일반적으로 웹서버 프로그램이 실행되고 있는 컴퓨터 하드웨어를 서버라고 부르며 다른 프로그램에게 서비스를 제공하는 컴퓨터 프로그램을 말하기도 한다. 서버는 프린터 제어나 파일 관리 등 네트워크 전체를 감시·제어하거나, 메인프레임이나 공중망을 통한 다른 네트워크와의 연결, 데이터·프로그램·파일 같은 소프트웨어 자원이나 모뎀·팩스·프린터 공유, 기타 장비 등 하드웨어 자원을 공유할 수 있도록 도와주는 역할을 한다.

서버는 사용자(Client)의 요청에 의하여 서비스를 하는데 이와 같이 구성된 시스템을 클라이언트 서버 시스템이라고 하며, 이는 하나 이상의 응용 프로그램을 상호 협력적인 환경에서 운영하는 분산처리 형태를 의미한다. 즉, 서비스를 요청하는 클라이언트와 클라이언트의 요청을 처리하는 서버와의 협동작업을 통해서 사용자가 원하는 바람직한 결과를 얻는 클라이언트 서버 시스템이다. 사용자의 수가 5~20대 정도인 소규모 LAN의 경우에는 한 대의 서버로 충분히 모든 서비스를 소화할 수 있으나 대규모 LAN의 경우에는 여러 대의 서버를 배치하고 파일 관리는 파일서버, 프린터 제어는 프린트 서버, 인터넷 등의 외부와의 교환은 커뮤니케이션 서버가 담당하는 등 각각 역할을 세분하게 된다.

인터넷에서 웹서버는 특수한 형태로 자신의 하드디스크에 담겨진 정보들을 외부에 공개해주는 컴퓨터를 일컫는다. 일반적으로 인터넷에서는 여러 정보들을 서버에서 관리하고 일반 사업자들은 자신들의 컴퓨터(Client)를 이용하여 서버에 접속하고 서버에서 제공하는 정보를 이용하게 된다.

(5) 인터넷 포털사이트 (Internet Portal Site)

포털(Portal)은 “현관문”이라는 의미이다. 인터넷 포털사이트는 정보검색 서비스나 커뮤니티와 같이 사용자가 정기적으로 이용할 수 있는 서비스를 제공함으로써 고정 방문객을 확보하여 인터넷 비즈니스로 연결된다. 가상공간에서 커뮤니티를 형성시켜 더 많은 등록사업자와 홈페이지 사용량을 확보할 경우 광고수입이나 사용자 정보를 활용한 마케팅 수입은 상상을 초월하는 정도이다. 이 때문에 전 세계 주요 인터넷 서비스 및 콘텐츠 제공사업체들은 자사의 인터넷 사이트를 최대 포털사이트로 키우는 데 전력하고 있다.

(6) 콘텐츠 (Contents)

콘텐츠란 유무선 전기 통신망에서 사용하기 위하여 문자·부호·음성·음향·이미지·영상 등을 디지털 방식으로 제작해 처리·유통하는 각종 정보 또는 그 내용물을 통틀어 이르는 개념이다. 콘텐츠는 본래 문서·연설 등의 내용이나 목차·요지를 뜻하는 말이었다. 그러다 정보통신 기술이 빠르게 발달하면서 각종 유무선 통신망을 통해 제공되는 디지털 정보나 그러한 내용물을 총칭하는 용어로 널리 쓰이게 되었다.

콘텐츠는 크게 디지털 콘텐츠와 멀티미디어 콘텐츠로 구분한다. 디지털 콘텐츠는 구입·결제·이용에 이르기까지 모두 네트워크와 퍼스널 컴퓨터(PC)를 통해 이루어지기 때문에 기존의 통신판매 범위를 훨씬 뛰어 넘어 전자상거래의 새로운 형태로 확고한 자리를 잡았고 갈수록 시장수요도 확대되고 있다.

멀티미디어 콘텐츠는 콤팩트디스크·CD-ROM·비디오테이프 등에 담긴 사진·미술·영화·음악·게임 등 읽기 전용의 다중매체 저작물과 광대역통신망이나 고속 데이터망을 통해 양방향으로 송수신되는 각종 정보 또는 내용물이 디지털화되어 정보기기를 통해 제작·판매·이용되는 정보 등을 말한다.

보통 멀티미디어 소프트웨어를 만드는 데 필요한 자료·정보 등을 모아 수록한 데이터를 ‘콘텐츠 라이브러리’라 하고 이 콘텐츠 라이브러리를 제공하는 사람을 ‘콘텐츠 제공자’라고 한다.

2. 전자상거래의 유형

전자상거래의 유형분류는 다양한 이론이 나와 있지만, 그 중 세금과 관련된

문제나 상거래는 거래자(납세의무자) 기준이 가장 중요하다. 비록 전자상거래가 있었다고 할지라도 사업자로 판정되지 않는다면 세무당국에서 어떠한 세금도 과세할 수 없기 때문이다. 따라서 사업자의 판정에 가장 중요한 거래주체에 따른 분류를 설명하기로 한다.

1) 거래주체에 따른 분류³⁾

전자상거래에는 개인, 기업, 정부가 거래주체가 된다. 또한 이 세 주체는 재화와 용역의 공급자이면서 동시에 수요자도 될 수 있으므로 <표 1>과 같이 9가지 전자상거래로 분류할 수 있다.

<표 1> 거래주체에 따른 전자상거래의 분류

공급자 수요자	개 인	기 업	정 부
개 인	Consumer to Consumer (C to C 또는 C2C)	Business to Consumer (B to C 또는 B2C)	Government to Consumer (G to C 또는 G2C)
기 업	Consumer to Business (C to B 또는 C2B)	Business to Business (B to B 또는 B2B)	Government to Business (G to B 또는 G2B)
정 부	Consumer to Government (C to G 또는 C2G)	Business to Government (B to G 또는 B2G)	Government to Government (G to G 또는 G2G)

- C2C : 공급자가 개인이고 수요자가 개인인 거래형태
- B2C : 공급자가 기업이고 수요자가 개인인 거래형태
- G2C : 공급자가 정부이고 수요자가 개인인 거래형태
- C2B : 공급자가 개인이고 수요자가 기업이 거래형태
- B2B : 공급자가 기업이고 수요자도 기업인 거래형태
- G2B : 공급자가 정부이고 수요자가 기업인 거래형태
- C2G : 공급자가 개인이고 수요자가 국가인 거래형태
- B2G : 공급자가 기업이고 수요자가 국가인 거래형태
- G2G : 공급자가 국가이고 수요자가 국가인 거래형태

위의 9가지 거래주체에 따른 분류 중에서 B2C거래(쇼핑물, 인터넷경매 등)가 가장 빨리 도입되었으며 이용자 수는 많지만, 앞으로의 성장가능성과 발전가능성 및 거래금액은 B2B시장이 훨씬 커질 것으로 예상되고 있다.

3) 박영범, 전자상거래에 대한 과세문제와 회계, 2005.1.31.

세무당국의 관점에서 살펴보면 공급자와 수요자가 정부인 경우 예산집행과 국가재정정보시스템(2003.3.21.에 재정정보시스템 “살리미”와 통합)과 과세자료 제출법에 의해 각 기관에서 세무당국으로 자료를 제출하고 있으며 이러한 자료를 국세청전산실에서 최종 취합하여 국세통합시스템(TIS)에 입력하면 목적에 맞게 자료를 생산·분류하여 근거과세와 공평과세 등 성실납세풍토조성에 전산시스템을 활용하고 있다.

기업과 기업 간의 거래도 세금계산서 제출에 의하여 대부분 자료수집과 분석이 가능하다. 현재 세원관리의 사각지대로 인식되는 분야는 <표 2>에서 보는 C2C, C2B 거래와 같이 거래주체가 개인인 경우로 신용카드위장가맹점, 미등록사업자, 불법할인대출(카드깡) 등이 성행하고 있다. 또한 소규모의 B2C, B2B와 같이 영세한 기업들이 거래의 주체가 되는 경우에는 납세의식이나 경제적 약자로 인해 세원관리에 문제점이 많이 발생하여 현재 전자상거래 조사는 개인과 영세한 기업이 주요조사대상으로 집중되고 있다.

<표 2> 전자상거래 거래주체에 따른 세무관리

공급자 수요자	개인	기업	정부
개인	미등록·무자료거래 B2C, B2B 거래은닉	무자료거래 B2B 거래은닉	국가재정정보시스템
기업	미등록 B2B 거래은닉	세금계산서분석	국가재정정보시스템
정부	국가재정정보시스템	세금계산서분석 국가재정정보시스템	국가재정정보시스템

2) 거래 매체에 따른 분류⁴⁾

(1) 인터넷 Off-Line 재화 거래

인터넷 Off-Line 재화 거래란 우편주문판매와 유사한 거래형태이나 웹사이트를 통하여 주문의 체결이나 마케팅 기능을 수행하는 거래로 물리적 형태를 가진 유형의 재화가 거래 대상이므로 거래형태 측면에서 본다면 인터넷을 재화의 운송수단으로는 활용하지 않는다는 점에서 “전통적 상거래”와 별로 다를 바 없다.

4) 부산지방국세청 조사1국 신세무조사기법연구회, 전계보고서, 2003.11.

(2) 인터넷 Off-Line 서비스 거래

인터넷 Off-Line 서비스 거래란 웹사이트를 통하여 주문의 체결이나 마케팅 기능을 수행하지만 서비스의 제공은 기존의 방식을 취하는 형태로 거래 당사자간의 의사표시를 하는 대표적인 거래이다. 즉, 홈뱅킹이나 항공권구입 알선 등의 경우처럼 경제적 가치가 있는 재화나 서비스가 실제로 제공되는 것은 아니고 거래 당사자간의 의사표시 행위만 나타내는 경우라 말할 수 있다.

(3) 인터넷 콘텐츠 거래

인터넷 콘텐츠 거래는 인터넷을 통하여 경제적 가치가 있는 무형의 재화나 서비스를 제공하는 형태로 “완전한 전자상거래”라 할 수 있다. 즉, 인터넷을 통하여 계약이나 주문체결 그리고 마케팅 기능수행의 수단으로서의 활용과 동시에 운송수단으로 활용한다는 점에서 그 차이가 있다.

3. 전자상거래의 특징

1) 가상 사업장

전통적인 상거래는 대부분 유형의 사업장에서 재화나 용역의 공급이 이루어졌으나 온라인(On-line) 전자상거래는 초첨단 정보통신네트워크를 통해서 이루어지고, 인터넷의 사이버 쇼핑몰에서 상품과 서비스의 수요자가 전자우편으로 이루어지므로 전통적 방법의 사업장의 개념과는 차별화 된다. 인터넷을 이용하기 때문에 물리적인 위치와 국경의 개념이 없다. 그러므로 물품구매나 서비스의 사용이 물리적 공간이 아닌 가상공간에서 이루어지므로 기존의 오프라인(Off-Line)의 전통적 상거래가 가지고 있는 물리적·공간적·시간적 한계를 극복할 수 있다.

2) 다양한 결제수단

전통적 상거래에서는 현금, 수표, 어음, 신용카드가 이용되었으나 인터넷을 이용한 전자상거래의 대표적인 전자결제수단은 신용카드와 온라인 입금이다. 하지만 요즘에는 다양한 종류의 결제수단이 지속적으로 개발되고 있다. 예를 들어 휴대폰이나 전화를 이용한 결제, 포인트를 이용한 결제, 기업간(B2B)에 수표, 어음 등의 전자화폐(Electronic Cash)로 결제수단이 다양화되고 있다.

3) 사업자의 신원파악 곤란

인터넷상의 홈페이지 이용으로 납세의무자의 신원파악이 어렵다. 인터넷의 익명성 문제와 전기통신법에 의한 인적사항 확인은 통신비밀보호의 규정에 따라 사실상 인적사항을 확인하기에는 제약이 많다. 따라서 전자상거래에 대한 이해의 증진과 컴퓨터 활용능력과 자료분석능력 개발이 지속적으로 필요하다.

4) 통제의 어려움

물리적인 사업장 소재지가 없으므로 인해 인터넷 User와 Seller의 정보유통 경로를 통제할 수 없어 국내거래인지 국외거래인지 알 수 없으며 소득탈루의 확인도 쉽지 않다.

이러한 전자상거래와 전통적 상거래와의 특징을 비교하여 보자. 첫째, 거래 대상 지역을 살펴보면 전통적 상거래는 비교적 한정되어 있으나 전자상거래는 무한정이다. 둘째, 유통단계 측면을 살펴보면 전통적 상거래는 대체로 제조→도매→소매 형태로 유통과정이 있으나 전자상거래는 기업과 소비자가 직접 연결된 유통과정을 갖고 있다. 셋째, 영업시간 측면에서 살펴보면 전통적 상거래는 대체로 영업시간이 제한되어 있으나 전자상거래의 영업시간은 무제한적이다. 넷째, 마케팅 측면에서 살펴보면 전통적 상거래는 일방적 마케팅으로 볼 수 있고 전자상거래는 1대1 마케팅, 즉 양방향 마케팅으로 분류할 수 있다. 다섯째, 고객대응 측면에서 살펴보면 전통적 상거래는 대체로 전자상거래보다 신속성이 결여되어 있다고 볼 수 있다. 여섯째, 판매장소 측면에서 살펴보면 전통적 상거래는 대체로 물리적인 공간이 필요하나 전자상거래는 가상공간에서 판매가 이루어진다.

제2절 전자상거래의 회계처리 실태

인터넷을 통한 전자상거래는 기업마다 고유한 비즈니스 모델에 의하여 이루어지고 있고, 회계처리도 기업마다 다양한 방식으로 처리되고 있다. 따라서 전통적인 오프라인(Off-Line) 방식으로 전개되는 영업활동만을 염두에 두고 제정된 현행 회계기준에 의해서 전자상거래를 회계 처리하는 데는 여러 가지 문제가 제기된다. 따라서 우리나라 전자상거래 업체가 가장 많이 직면하는 회계처리 문제점을 살펴보기로 한다.

전자상거래를 크게 분류하면 상품의 광고, 주문, 대금결제만을 인터넷을 통하여 수행하고 제품의 판매는 운송수단을 이용하는 물리적 상품(Physical goods)의 거래와, 모든 거래과정이 인터넷을 통해서 이루어지는 순수한 디지털 상품(Digital goods)의 거래로 구분되는데,⁵⁾ 과세관청에서 과세소득을 계산하는데 있어 크게 문제가 되는 수익·비용의 인식 및 측정에 대하여 먼저 살펴보기로 한다.

1. 수익·비용의 인식 및 측정⁶⁾

제품의 판매나 서비스 제공업체를 위해서 쇼핑몰을 운영하는 종합쇼핑몰 운영업체의 전자상거래에 있어서 제품의 하자, 가격의 변화, 반품에 관한 위험이 수반된다. 이러한 위험부담을 누가 하느냐는 제품에 대한 소유권을 누가 갖고 있는가 하는 점과 쇼핑몰운용업체, 공급자 및 운송업체간의 계약 등에 의해서 결정된다.

이러한 거래 형태에 있어서 쇼핑몰운영업체의 회계처리방법에는 두 가지가 있다. 첫째는 고객이 지불한 대금(제품가액, 운송비, 보험료)의 총액을 매출로 계상하고 공급자에게 지불한 금액을 매출원가로 계상하는 총액주의가 있다. 둘째는 고객이 지급한 상품이나 용역의 대금에서 공급자의 공급금액을 차감한 차액(일종의 수수료)을 수익으로 계상하는 순액주의가 있다.

이 가운데 어느 방법을 채택할 것인가의 문제가 제기되는데, 전자상거래 기업의 가치가 순이익보다는 매출수익과 같은 외형금액으로 평가되는 경우 총액주의를 채택하는 것이 기업가치의 증대를 초래하므로 전자상거래업체(쇼핑몰 운영업체)는 가능한 총액주의를 채택할 것이다. 한편, 제품 공급업체의 웹사이트를 소개하기 위한 링크형의 쇼핑몰운영업체는 단순히 수수료만 받고 제품을 소개하는 정도의 역할만을 수행하고 있으므로 당연히 순액주의를 채택하는 것이 적절할 것이다.

결국 총액주의 또는 순액주의 중에서 어느 방법을 채택하여도 기업의 순이익이나 현금흐름에는 차이가 없겠으나 총수익과 총비용의 금액이 달라지기 때문에 거래상대방의 총수익과 총비용의 금액까지 왜곡시켜 현행 기업간 매출거래의 세금

5) 박영범, 전게서.

6) 박영범, 상게서.

계산서 발행을 근간으로 하는 조세법 체계를 뒤흔들어 과세관청의 세원관리에 커다란 문제점을 초래하게 된다.

2. 회계처리의 문제점 검토

현행 기업회계기준에서는 수익의 인식에 있어서 전자상거래와 일반거래를 구분하지 않고 손익계산서 작성원칙에서 “수익과 비용은 총액에 의하여 기재함을 원칙으로 하고 수익항목과 비용항목을 직접 상계함으로써 그 전부 또는 일부를 손익계산서에서 제외하여서는 아니 된다”고 규정하고 있어 원칙적으로 총액주의를 채택하고 있다. 그러나 앞서 설명한 단순히 수수료만 지급받는 링크형 쇼핑몰운영업체의 사례와 같이 소유권이전여부 및 제품에 관련된 위험여부 등 거래의 실질내용에 따라 총액주의와 순액주의를 채택하도록 되어 있다.

그러나 실무상 쇼핑몰운영업체와 공급업체 간에 체결되는 계약에는 소유권이 일시적으로 이전되는 경우가 있어 거래의 실질내용보다 형식만을 강조하여 회계기준에 따라 회계처리하는 사례가 있기에 리스회계처리기준이나 건설업회계처리기준과 같이 전자상거래에 관해 보다 구체적인 업종별 회계처리기준의 제정이 시급하다 하겠다.

제3절 전자상거래에 대한 과세 기본방향

1. 세원관리 현황

현재 우리나라에서는 특별히 전자상거래에 대한 과세체계가 정비되어 있지 않고 법인세법 및 부가가치세법에서 기업의 전자상거래 시스템구축을 위한 공제·감면 제도를 두고 있을 뿐이다.

현재 마일리지 포인트 적립이나 인터넷유통 게임사이트의 사이버 머니와 같은 신종 전자상거래에 대한 세원관리에 대해 전통 상거래 및 기존 세법 해석기준에 의하여 과세방법을 제시하고 있으나 정확한 면세기준을 제시하거나 적용방법을 제시하지 못하고 있다.(아래 “주요 예규 사례” 참조)

따라서 전자상거래에 관련한 세원관리측면에서 신종 전자상거래에 대해 과

세당국은 거래방법만 전자상거래로 인식하고 재화와 용역의 공급은 전통상거래를 그대로 준용하고 있다. 또한 신종 재화와 용역의 거래는 보수적으로 과세하는 방법으로 일선 세무관서의 실무자들에게 질의·회신하고 있는 실정으로 일선 세무관서에서는 국세기본법 세법적용의 원칙 중 제20조 기업회계의 존중의 원칙에 따라 “당해 납세의무자가 계속하여 적용하고 있는 기업회계의 기준 또는 관행으로서 일반적으로 공정·타당하다고 인정되는 것은 이를 존중한다”라는 규정에 의하여 선도기업의 회계기준을 그대로 적용하는 수준에 있는 실정이다.⁷⁾

* 주요 예규 사례

1) 서삼46015-11670, 2002.10.07 (전통상거래 기준 회신사례)

인터넷 전자상거래업자가 상품을 구입하는 고객에게 주는 ‘마일리지’의 경우, ‘사업상 증여’로 과세되거나, 또는 ‘과세표준’에서 제외하지 않음

2) 부가46015-103, 2001.01.15 (총액·순액주의 구분 회신사례)

단순히 판매를 대리하는 경우 그 대가를 받는 수수료가 과세표준이 되나, 자기의 책임과 계산하에 판매하는 경우는 그 대가의 합계액이 과세표준이 됨

3) 서삼46015-10144, 2003.01.24 (고전적인 해석기준 적용 회신사례)

인터넷 유료게임사이트 이용시, 신용카드나 핸드폰 등의 결제수단을 통해 사이버머니를 충전한 후 결제대행사의 전자상거래 승인 후 결제되는 경우, ‘사이버머니’의 유입·유출 자체는 과세대상이 아님

한편, 재정경제부에서는 현행 부가가치세법으로는 디지털 경제시대에 점점 늘어나는 인터넷사이트에서 소프트웨어를 다운로드받는 경우, 온·오프 혼합거래 등 신종 재화거래나 서비스부문의 신종 용역거래 등에 대하여 효과적으로 과세하기가 어렵다고 보고 과세체계정비를 서두르고 있다. 그러나 전자상거래 과세체계의 기본이 될 OECD국가들의 국제 간 전자상거래에 대한 과세방법이 합의가 되지 않아 최소한 2005년 이후에나 가능할 것으로 보고 있다.

7) 선도기업: LG홈쇼핑, 옥션, 한솔CSN - 박영범 인터뷰 결과.

그러나 격변하는 사회와 시대적 흐름의 요구사항에 민첩하고 효율적으로 대처하기 위하여 지금 바로 국가차원의 전자상거래 정책수립과 전략변화가 절실히 요구되는 시점이라 하겠다.

현행 세법상 전자상거래 관련 공제·감면 규정을 예시하면 다음과 같다.

2. 세법상 공제·감면 관련 규정

1) 중소기업투자준비금 (조특법 제4조)

중소기업을 영위하는 내국인이 2003년 12월 31일 이전에 종료하는 과세연도까지 사업용 자산 등의 대체 또는 신규취득에 소요되는 금액에 충당하기 위해 투자준비금을 손금에 산입하는 경우 당해 과세연도의 소득금액계산에 있어서 손금에 산입한다. 손금산입 범위액은 당해 과세연도 종료일 현재 사업용자산 등의 가액의 20%로 설정한다. 여기서 사업용 자산이란 사업용 고정자산(토지 제외), 전사적 기업자원관리설비, 전자상거래설비, 판매시점정보관리시스템설비, 정보보호시스템설비, 공급망관리시스템설비, 고객관계관리시스템설비를 말한다.

2) 중소기업의 정보화 지원사업에 대한 과세특례 (조특법 제5조의 2)

중소기업기본법에 의한 중소기업자가 중소기업기술혁신촉진법, 산업기술기반조성에 관한 법률 및 정보화촉진기본법 규정에 의하여 지급받는 중소기업 정보화지원사업을 위한 출연금 등을 전사적 기업자원관리설비와 전자상거래설비(기타 컴퓨터 또는 각종 제어장치)를 이용하여 경영 및 유통관리를 전산화하는 소프트웨어 등의 설비(감가상각기간이 2년 이상인 것에 한한다)에 투자하는 경우 국고보조금 등으로 취득한 사업용 고정자산의 손금산입 규정을 준용한다.

3) 중소기업의 전자상거래에 대한 세액공제 (조특법 제7조의 3)-2003.12.31. 삭제

중소기업을 영위하는 내국인이 아래의 요건을 갖춘 전자입찰방식을 통하여 재화 또는 용역을 구매하고 인터넷을 이용한 계좌이체 등의 전자적 방법으로 구매대금을 지급하는 경우에는 2003년12월31일까지 구매하는 분에 대하여 사용금액의 0.5%를 당해 과세표준의 법인세 등의 10%를 한도로 하여 세액을 공

제한다.

① 인터넷 등을 활용한 자체구매시스템이나 제3의 매매중개시스템을 통하여 입찰방식으로 재화 또는 용역을 구매할 것

② 입찰공고, 입찰서 접수, 낙찰자 공고, 계약체결, 주문, 세금계산서 교부 등의 일련의 구매절차가 전자서명법규정에 의한 전자서명이 있는 전자문서에 의하여 행하여질 것

③ 납세지관할 세무서장이 서면으로 전자문서의 열람 등을 요구하는 경우 당해 전자문서를 열람할 수 있거나 원상으로 재생할 수 있을 것

4) 생산성향상시설투자에 대한 세액공제 (조특법 제24조)

내국인이 생산성 향상을 도모하기 위하여 다음 각 항 중 하나에 해당하는 시설에 2006년 12월 31일까지 투자(중고품에 의한 투자는 제외)하는 경우에는 당해 투자금액의 3%(중소기업의 경우에는 7%)에 상당하는 금액을 소득세(사업소득에 한함) 또는 법인세에서 공제한다.

- ① 중소기업의 공정개선 및 자동화시설
- ② 첨단기술을 이용하거나 응용하여 제작된 설비
- ③ 전사적 기업자원관리설비(ERP)
- ④ 전자상거래설비
- ⑤ 공급망관리시스템설비
- ⑥ 고객관계관리시스템설비

5) 수입금액의 증가 등에 대한 세액공제 (조특법 제122조)

여신전문금융업법에 의한 신용카드 가맹점인 사업자, 판매시점정보관리시스템설비, 영화관입장권통합전산망(이하 통합전산시스템)을 도입한 사업자 중 부동산임대소득 또는 사업소득이 있는 거주자로서 대통령령이 정하는 자 또는 전자거래기본법에 의한 사이버몰을 통하여 대통령령이 정하는 전자적 방법으로 재화와 용역을 거래(이하 전자상거래)하는 자로서 대통령령이 정하는 자가 2006년 12월 31일까지 신용카드에 의한 수입금액, 판매시점정보관리시스템설비에 의한 수입금액, 통합전산시스템에 의한 수입금액 또는 전자상거래에 의한 수입금액이 있는 경우에는 다음 각 호의 1의 방법에 의하여 계산한 금액중 하나를 선택하여 그 금액을 당해 과세연도의 소득세에서 공제받을 수 있다.

① 종합소득과세표준 확정신고시 신고한 사업장별 전자상거래 등 수입금액이 직전 과세연도의 전자상거래 등 수입금액을 초과하는 경우에는 그 초과금액(사업장별 총수입금액의 증가분 한도)의 50%에 상당하는 금액이 당해 사업장의 총수입금액에서 차지하는 비율을 당해 사업장의 사업소득 등에 대한 종합소득산출세액에 곱하여 계산한 금액

② 종합소득과세표준 확정신고시 신고한 사업장별 전자상거래 등 수입금액의 5%에 상당하는 금액이 당해 사업장의 총수입금액에서 차지하는 비율을 당해 사업장의 사업소득 등에 대한 종합소득산출세액에 곱하여 계산한 금액

③ 위의 규정을 적용함에 있어서 동일한 사업장에서 신용카드에 의한 수입금액, 판매시점정보관리시스템설비에 의한 수입금액, 통합전산시스템에 의한 수입금액 및 전자상거래에 의한 수입금액 중 둘 이상의 수입금액이 있는 경우에는 그 중 사업자가 선택한 하나의 수입금액에 대하여만 위 1, 2호의 규정을 적용한다.

제4절 전자상거래의 세무조사시 검토사항

전자상거래기업의 특성상 장부의 일부 또는 전부를 전산조직으로 처리하는 경우가 많아 전산매체에 접근하여 조사를 실시하여야 할 필요성이 있다. 그런데 전산조사의 경우 모든 회계의 근거자료가 전산매체를 통하여 처리되어 육안으로 식별할 수 없다는 특징 때문에 회계처리절차 및 원시자료의 적정성 등을 파악하기가 어려울 때가 많다.

1. 전자상거래 결제수단 알기

우리나라 전자상거래의 발전은 세계가 놀랄 정도로 눈부시게 발전해 왔다. 전자상거래에 등한시했던 기업들도 장기적으로 생존하기 위해서는 전자상거래 시스템 구축이 불가피하다고 볼 수 있다. 따라서 이제 모든 세무조사에서 전자상거래 부분에 대한 조사의 필요성 및 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않는다. 여기서는 전자상거래 조사시 고려해야할 점 및 결제수단의 종류를 간단하게 약술하고자 한다.

1) 전자상거래 조사시 고려해야 할 세 가지 주요 흐름

모든 상거래에서와 마찬가지로 거래에서 생겨나는 세 가지 중요한 흐름은 바로 주문정보의 흐름과 상품 및 결제(돈)의 흐름이다. 조사에서 거래처 주문 정보 및 물량과 돈의 흐름만 파악하면 그 조사는 끝났다고 할 수 있을 것이다. 마찬가지로 전자상거래 조사에서도 위 세 가지 흐름만 맥을 정확하게 잡고 관련 자료를 확보하면 될 것이다.

2) 전자상거래의 결제수단

전자상거래의 대표적인 전자결제수단은 신용카드와 온라인 입금 두 가지로 요약된다. 하지만 요즘 다양한 종류의 결제 수단이 지속적으로 개발되어 서비스되어 지고 있는 상황이다. 예를 들면 휴대폰이나 전화를 이용한 결제가 있으며 또한 포인트로 결제할 수 있고 기업 간(B2B)에 전자화폐(수표, 어음)를 이용한 결제수단이 보편화되고 있다.

3) 결제수단별 자료 확보 방법

(1) 신용카드 결제의 경우

보통 조사업체가 전자상거래 쇼핑몰을 운영하면서 온라인 신용카드가맹업체인 경우엔 조사업체에서 신용카드결제 관련 정보를 수집할 수 있다. 하지만 대부분 영세한 전자상거래 업체는 결제대행(Payment Gateway: PG)업체를 이용해 대금결제 업무를 수행하고 있다. 이 경우 조사업체에는 주문 및 배송관련 정보와 상품관련 정보를 얻을 수 있을 뿐 대금결제 정보는 별도로 매입처 별세금계산서 합계표 등을 검토하여 PG업체를 확인하고 카드사용 및 승인자료(결제대행 요청 및 승인자료)를 요청하여야 한다. 그런데 PG업체의 카드사용 자료엔 사용자의 인적사항이 없고, 카드회사명, 카드번호, 승인일자, 금액, 승인취소여부 등의 자료만 있어 사용자 조사가 필요할 경우엔 다시 카드사별로 카드번호로 사용자 인적사항 정보를 요청해야 한다.

신용카드 결제자료는 100% 노출된 결제수단이기에 매출누락여부 등은 신경쓸 필요가 없지만 전자상거래를 이용한 카드깡 조사시엔 아래 “카드깡 확인방법”에서 보듯이 PG업체 및 카드사에 자료를 요청해야 하고 계좌추적과 같은 금융추적조사를 병행해야 하기에 조사가 많이 힘들어 질 수 있다.

◆ 전자상거래를 이용한 카드깡 확인방법

금융추적조사를 해 나가다보면 결국 카드 결제대금 중 15% 정도의 카드깡 수수료를 제외한 금액이 카드사용자의 계좌로 입금됨 → 이때 보통 계좌추적시 4~5단계까지 해야 함.

조사업체 계좌→회사 관련인 계좌→차명계좌(대포통장)→카드모집책(딜러)

계좌(수수료 1~3% 귀속)→(차명계좌)→카드사용자(급전용통자) 계좌

※ 상품권이나 물품을 구매한 것으로 위장해도 결국 카드결제대금이 본인 통장으로 입금된 것을 증명하면 카드깡임을 시인함.

(2) 현금결제의 경우

가. 무통장 입금

전자상거래 홈페이지나 쇼핑몰에 대부분 현금구매라고 해 놓은 업체의 경우엔 법인사업자이든 개인사업자이든 매출누락의 혐의가 있다고 볼 수 있다. 다행히 조사하는 업체가 계속사업자라면 인터넷을 통해 결제과정을 모니터링해 보면 입금계좌번호를 알 수 있지만 폐업자인 경우엔 관련 자료를 확보하기가 상당히 어려울 경우가 많다. 따라서 이 때엔 주문자정보를 활용하여 자료를 수집하던지 아니면 쇼핑몰 서버관리업체의 DB정보를 요청해야 하는데 통상 장기간의 자료는 보관하지는 않는 것이 많아 조사에 애로사항이 많은 것으로 확인된다. (화면 캡처 [그림 1]과 [그림 2] 참조)

[그림 1] 쇼핑몰 홈페이지 예시

The screenshot shows a web browser window with a shopping site. The main content area contains two sections: '주문자정보' (Customer Information) and '배송지정보' (Delivery Address Information). Each section has fields for '주요 고객상호' (Main Customer Name), '전화번호' (Phone Number), '휴대폰 번호' (Mobile Phone Number), and 'E-mail'. There are also checkboxes for '주문서 필수 입력항목' (Required for Order Form). The '배송지정보' section includes a dropdown for '배송지' (Delivery Location) and a '배송지 정보' (Delivery Address) field. The website header features logos for LG, IBM, SAMSUNG, VAIO, and COMPAQ.

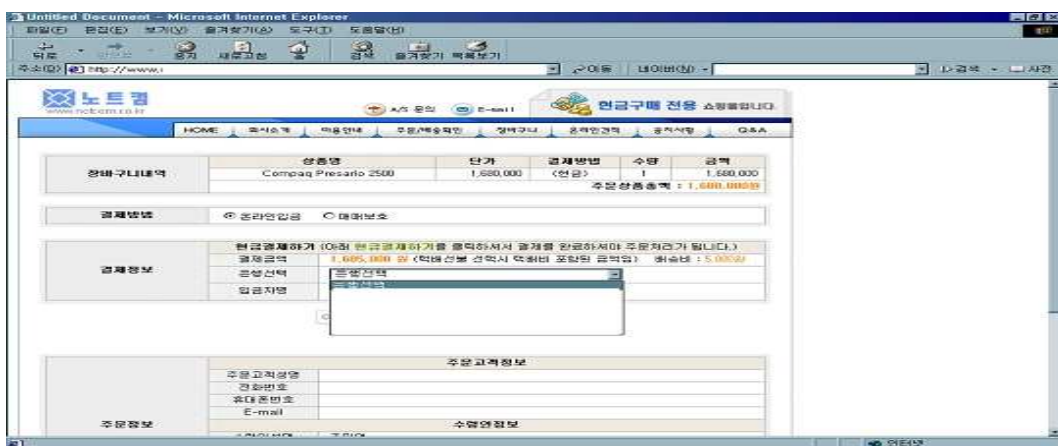
[그림 2] 주문고객정보 입력 예시



나. 온라인 계좌이체

전자상거래의 결제수단 중 신용카드와 함께 가장 많이 결제 수단으로 사용되고 있는 것이 온라인 계좌이체 방식이다. 무통장 입금방법은 구매자가 별도로 은행 등을 방문해야 하고, 신용카드 결제의 경우 높은 수수료 부담 때문에 통상 1,000원 미만의 저렴한 수수료만 지불하면 되는 온라인 계좌이체(인터넷뱅킹)를 많이 선호하는 것으로 확인된다.

[그림 3] 결제정보의 예시



조사시 계속사업자인 경우엔 홈페이지나 쇼핑몰을 통해서 결제 계좌번호를 쉽게 확인할 수 있으며, 화면 캡처 [그림 3]에서 보듯이 쇼핑몰을 운영하는 법

인사업자이면서 결제계좌엔 개인명의의 계좌번호로 결제대금을 입금 받는 방법으로 현금구매 전용으로만 사업을 운영하고 있음을 알 수 있다.

그런데 만약 이미 폐업한 업체라면 조사는 어려워지는 것이 통상적인 조사 경험이다. 그러나 주문정보를 활용한다든지 쇼핑몰 서버 관리업체의 DB자료를 확보해 보도록 노력하면 효과적인 조사를 마무리할 수 있다. 특히 쇼핑몰 운영자가 별도로 있는 경우 수수료 정산용으로 세금계산서를 발행하니 쇼핑몰 임대계약서(수수료약정서) 등을 확인하면 매출액을 알 수 있는 경우도 있다.

(3) 기타 결제 수단의 경우

휴대폰이나 전화를 이용한 결제의 경우 회원가입 등의 구매절차를 생략할 수 있어 결제절차의 간편화로 앞으로 보편화될 것으로 판단되며 이런 결제수단의 경우 이동통신사나 KT에 수수료정산자료가 있으므로 관련 결제자료를 요청하여 활용할 수 있다.

2. 준비조사

1) 『전산조직 운용 기본사항 명세서』 검토

법인세 신고부속 서류중 『전산조직운용 기본사항 명세서』를 검토하여 해당 업체의 전산화 현황을 파악한다. 주전산기(제조회사, 모델명), 기억용량(주 기억장치, 보조기억장치), 프로그램언어, O/S, DBMS, 상용소프트웨어, 기록매체, 전자거래 여부 등을 파악한다.

2) 인터넷을 통한 자료의 수집

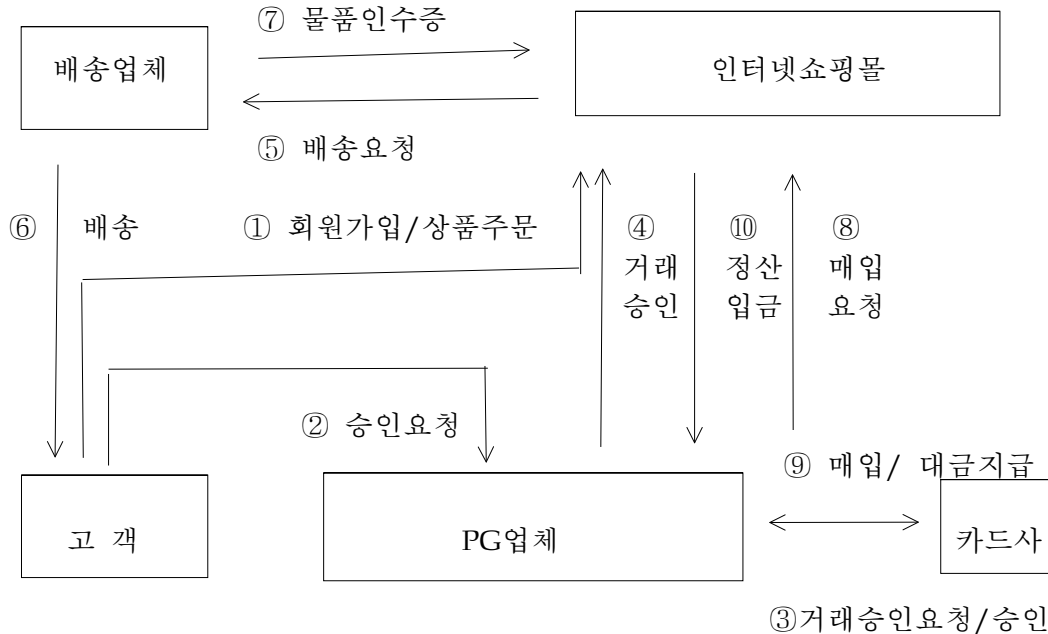
해당업체의 사이트에 접속하여 회사의 연혁, 영업성적 등 공시된 자료를 검색하고, 쇼핑몰의 운영방식(단독몰·웹호스팅 여부), 물품 등 구매시 결제방식(계좌이체방식, 신용카드, 사이버머니, 폰뱅킹, PC뱅킹, 무통장입금방식 등), 신용카드 거래승인사의 인증기관, 제휴신용카드회사, 배송시의 배송수수료 부담 여부, 연결된 택배회사, 배너광고 등을 확인하여 실제 조사시 검토할 사항을 확인한다.⁸⁾ 또한 관련업체에 대하여 인터넷에서 신문기사 및 기업정보·인물

8) 부산지방국세청 조사1국 열린학습동아리, 『E-Business와 전자상거래에 관한 연구보고』, 2005.6.

정보 등을 검색하여 세무관련 정보를 수집한다.

3) 결제대행업체(Payment Gateway)의 업무흐름 파악

[그림 4] 결제대행서비스의 흐름도



결제대행업체의 업무흐름을 살펴보면 [그림 4]와 같다. 결제대행업체란 인터넷상에서 신용카드 거래를 할 수 없는 영세한 인터넷 쇼핑몰 등을 대신하여 신용카드사와 대표가맹점 계약을 맺고 신용카드 거래승인 및 지불결제 등을 대행해주고 일정한 수수료를 받는 업체이다.

1997년 데이콤, 이니시스 등이 처음 서비스를 개시하였으며 주요업체는 약 20여 개로 최근에 거래규모 및 서비스회사가 급증하고 있는 추세이다.

3. 실지조사⁹⁾

일반적인 조사업체의 조사에도 그렇지만 전자상거래 조사에서도 궁극적으로

9) 부산지방국세청 조사1국 열린학습동아리, 상계보고서.

핵심적인 조사는 수입금액 누락 여부에 달려 있다. 수입금액누락여부 조사는 여러 방법이 있겠지만 쇼핑몰 운영방식에 따라 대응하여야 한다.

단독으로 운영하든, 입점형을 이용하든, 임대형 쇼핑몰을 운영하든지 간에 중요한 것은 전자상거래 업체는 “회원정보 관리”에 역점을 두고 관리하고 있으므로 실지조사에 임할 때 중점적으로 검토하여야 할 것이다. 실지조사시에 중점적으로 검토할 항목을 살펴보면 다음과 같다.

1) 가상상품을 취급하는 경우

가상상품을 취급하는 경우는 상품의 배송에 따른 물류업체 등이 필요하지 않으므로 상품대금 입금계좌나 신용카드매출현황 등을 조사하여 총수입금액을 파악한다.

2) 실제상품을 취급하는 경우

실제상품의 경우는 전자상거래라 하더라도 주문·계약 등만 온라인 상에서 진행되고, 상품은 배송이라는 과정을 거쳐야 하므로 배송과정을 확인하여 배송업체의 매출과 비교·대사하면 매출누락 여부를 파악할 수 있다. 대기업의 경우 자사 내 물류담당조직을 만들거나 계열사 중 물류회사를 갖고 있는 경우가 있으나 대개의 경우는 택배회사를 이용하고 있으며 배송요금의 할인단가 적용을 받기 위해 1~2개의 택배업체로 특약을 하는 경우가 많아 택배업체를 통하여 매출을 확인할 수 있다.

3) 대금결제 관련 확인사항

전자상거래의 대금결제는 인증 및 승인이라는 절차가 필요하다. 인증이란 전자문서를 작성한 자의 신원을 확인하고 전자문서의 변경여부를 확인하여 동일성을 인정해주는 절차이다. 우리나라의 전자상거래 기업들은 신용카드나 전자화폐로 결제하는 경우 절차의 복잡성 및 신용의 한계 등으로 직접 신용카드나 금융기관에 연결하여 인증·승인하는 방법을 사용하지 않고 대부분 데이콤 등 ISP업체를 통하여 대금결제를 진행한다. 이러한 경우는 ISP업체의 자료를 확인하여 매출누락 여부를 확인할 수 있다.

4) 고객분석자료의 활용

전자상거래를 이용하는 경우는 모든 거래의 자료가 DB를 통해 구축되고 고객의 성별, 나이, 결혼여부, 가족사항, 취미, 마일리지, 상품구입 이력, 취향 등의 자료를 체계적으로 분석·정리하여 마케팅자료로 활용하는 것이 보통이다. 또한 이런 자료는 자료 자체만으로도 상품으로서 가치를 가진다. 고객에 대한 분석자료는 전자상거래의 실적을 파악하는데 중요한 단서가 될 수 있다. 이러한 회원정보는 매우 다양하게 활용하지만 그 목적은 기본통계를 이용하여 어떤 구매자가 어떤 상품을 언제 얼마만큼 구입했는가를 파악하고 향후 판매전략에 이용하기 위하여 보통 1개월 동안의 판매통계자료 즉, 매출분석, 구매자 분석, 상품분석 및 시간대별 분석자료를 작성하는 것이 일반적이다.

고객의 데이터베이스 자료를 기준으로 전자매일을 활용한 판매전략을 세우고 있으므로, 세무조사 시에는 이런 부분을 착안하여 데이터베이스 자료를 검토·분석한다면 수입금액 등 매출누락에 따른 조사가 이루어질 수 있다. 주로 작성하는 월별·연도별 통계자료의 형태를 보면 시기별·연령별·성별 등 여러 분야로 구분하여 작성·보관·활용하게 된다. 고객의 데이터베이스의 분석 항목과 내용을 알아보면 <표 3>과 같다.¹⁰⁾

<표 3> 고객 데이터베이스의 분석항목과 분석내용

분석항목	분석내용
매출분석	- 총매출 · 판매마진 · 상품판매수량
구매자분석	- 지역별 · 성별 · 연령별 단골 고객 등 구매실적
상품분석	- 상위 20위 상품과 하위 10위 상품 내역
시간대별 분석	- 월말 · 월초 · 주초 · 주중 · 주말 등 판매실적

전자상거래에 대한 조사시에는 이러한 분석 자료를 요구한다면 고객 측의 비밀보호를 위해 알 수 없다고 할 수 있을 것이다. 그렇지만 사실은 모든 거래가 발생할 경우 쇼핑몰 서버나 거래를 저장하는 데이터베이스 서버에 거래 관련 자료를 모두 저장하고 내부관리자가 분석과정을 거치므로 문서로 생성되어 있는 것이 일반적인 사례이다. 다만, 내부 관리자·운영자 등의 정보유출을 막고 고객의 보안을 유지하기 위해 암호 등 인가자 외 관리자는 고객의 정

10) 국세청, 『전자상거래』, 2001.

보(신용카드 등의 정보)를 검색해 볼 수 없도록 또는 외부에서 자기회사 인터넷 쇼핑몰에 접속하여 자료를 조작할 수 없도록 하기 위해서 방화벽(Fire Wall)을 쌓고 있는데 이러한 이유 등으로 위의 분석자료 제출이나 검색을 꺼린다면 쇼핑몰을 운영하는 구성요소와 프로그램 등을 이해한다면 전문가가 아니라도 세원관리 및 세무조사에 접근할 수 있다.

또한 인터넷 열풍과 함께 고객의 충성도에 따른 마케팅, 즉, 자사의 상품을 계속적으로 이용하는 구매자에게 마일리지 등을 부여하는 방식이 유행하고 있다. 이러한 마일리지에 의한 보너스, 가격할인 등은 접대비 해당여부를 검토하여야 한다.

5) 경품제공 확인

대부분의 전자상거래 사업자의 경우 다양한 경품행사를 통하여 회원을 확보하고 사이트 방문회수를 늘이려 하고 있다. 이러한 경품의 제공과 관련하여 원천세 징수누락 문제가 발생하기도 하며 접대비 문제도 발생할 수 있다.

6) 배너광고 수입

인터넷 사이트의 상당수, 특히 IP업체나 CP업체의 경우는 대부분 수익모델이 없이 배너광고에 의존하는 경향이 있으며 대형업체의 경우에도 배너광고 등이 주요한 수입원이 되는 경우가 많다. 이러한 광고수입의 과소계상·누락 여부를 확인하여야 한다.

7) DB서버 자료의 활용

대부분의 전자상거래업체는 온라인 상에서 DB를 이용하여 재고 및 판매를 연결·운용하고 있다. 이 경우 DB를 관리하는 Database-Server에는 전자상거래 이용자 정보, 상품구매실적, 신용카드 등 결제관련 정보, 재고, 배송내역 등 쇼핑몰의 업무의 거의 모든 과세자료가 누적·관리되고 있다. 또한 이러한 DB서버는 24시간 연속적으로 자료의 변환·생성작업을 수행하고 있으므로 DB자료의 확보 및 확인이 조사의 핵심적 부분이 될 수 있다. 전자상거래기업의 DB서버는 대용량의 자료를 취급하므로 운영체제로는 UNIX호환계열, WINDOWS NT 등이 주로 사용되고, DB프로그램으로는 Oracle, Informix, DB2 등이 주로 사용된다. DB자료의 검색·추출 등의 조작을 하려면 SQL이라

는 질의 언어를 알아야 한다. 그러나 전자상거래 기업의 DB를 직접 SQL로 조작하여 원하는 정보를 얻어내려면 DB의 구조 및 SQL 등에 관한 상당한 지식 수준을 요하므로 해당 업체의 운영자에게 조작을 의뢰하여 작업하는 것이 효율적이다.

8) 『쇼핑몰 관리자를 위한 홈페이지 열기』¹¹⁾

(1) 관리자 홈페이지 열기

쇼핑몰의 관리자 홈페이지는 관리자의 “로그인”과 “패스워드”를 입력하도록 요구한다. 관리자의 로그인 명(예: Administration)은 고정되어 있으며, 조사 시에는 관리자의 패스워드만을 입력하면 “관리자 페이지”가 열리며, 이것은 HTML 문서의 폼(FORM)에서 처리되는데, 이러한 처리는 adminproc.php3에서 이루어진다.

이러한 관리자의 홈페이지만 열어본다면 『매출액』, 『판매현황』, 『재고현황』, 『상품 매입현황』 등 세원관리상 필요한 모든 분야를 한눈에 읽어볼 수 있는 중요한 자료가 될 것이며, 전자상거래 분야의 조사 및 세원관리에 핵심이 될 것임이 틀림없다 할 것이다.

(2) 관리자의 메뉴 중 정보보기 메뉴로 수입금액 및 재고 조사

관리자 메뉴에서 “정보보기”는 데이터베이스에 기록된 내용을 살펴보기 위해서 만든 메뉴이다. 이 메뉴에는 사용자, 분류항목, 취급품목, 물품재고, 판매현황 등 다섯 개의 부메뉴로 구성되어 있는데 부메뉴를 열면 세부조사 목적 중 매출누락 및 제품매입·재고관리 항목을 조사할 수 있으므로 조사목적을 달성할 수 있다고 본다.

가. 분류항목

분류항목은 쇼핑몰에서 취급하는 물품들에 대하여 분류 내용을 보여주기 위해 사용된다. 분류항목에서는 분류항목 리스트를 볼 수 있다. 제품의 분류 정보를 보여주기 위해서 list-cat.php3 프로그램을 사용하여 저장한다.

나. 취급품목 보기

쇼핑몰에서 취급하는 물품들을 한눈에 살펴보기 위해서 사용하는 메뉴이다.

11) 국세청, 상계서.

제품당 제품번호, 제품분류, 제품명, 모델명, 제조회사, 판매가에 대응하는 필드로 구성된 정보를 웹 브라우저를 통해 볼 수 있다. 제품의 목록을 보여주기 위해서 `list-cat.php3` 프로그램을 사용하여 저장한다.

다. 물품재고 보기

쇼핑몰에서 취급하는 물품들의 입·출고 상황을 한눈에 살펴보기 위해 사용하는 메뉴이다. 물품의 입·출일자별 물품번호, 날짜, 입고, 출고, 단가, 총합계의 정보를 웹 브라우저를 통해 볼 수 있다. 제품의 입출고 내역을 보여주기 위해서 `list-cat.php3` 프로그램을 사용하여 저장한다.

라. 판매현황 보기

쇼핑몰을 통해 구매자가 물품을 최종적으로 구매했을 경우 판매된 제품에 대한 내역이 기록되어야 한다. 이를 확보하기 위하여 “판매현황” 보기가 필요하다. 판매는 건별로 기록되므로 판매 내역은 건별로 판매날짜, 제품번호, 구매자의 로그인 명, 수량 순으로 표시된다. 제품의 판매내역을 보여주기 위해서 `list-cat.php3` 프로그램을 사용하여 저장한다.

4. 부정회계처리 유형¹²⁾

1) 입력오류

입력시킨 기본자료 자체를 조작하여 입력하는 행위로서 가장 일반적인 방법으로 이용되고 있다. 입력오류를 검증하는 방법은 원시자료와 전산자료를 표본적으로 상호대사를 한다.

2) 자료조작 프로그램 운영

원시자료를 그대로 입력시킨 다음 월 마감 작업 및 연말정산 작업시 프로그램을 이용하여 자료를 삭제하거나 다른 파일로 이동시키면서 장부를 기록하는 행위로서 최근 증가추세에 있다. 프로그램조작을 검증하는 방법은 실제로 운영된 프로그램을 정확히 분석하는 것인데 어려움이 많으므로 표본적인 입력자료를 출력자료와 대사하는 방법이 효율적일 것이다.

3) 조사제출자료의 조작

12) 부산지방국세청 조사1국 열린학습동아리, 전계보고서.

현재 대부분의 전산조사의 방법이 PC에 의한 자료분석이 수행되고 있어 HOST에서 작성된 자료를 조작하여 제출하는 행위인데 조작을 검증하는 방법은 PC자료로 변환하는 프로그램을 확보하여 작업일시, 자료건수, 제어문을 분석한 다음 표본적인 입력자료를 선택하여 프로그램의 제어문에 따른 출력자료와 제출된 전산자료를 비교·대사한다.

제3장 전자상거래에 대한 세무조사 사례분석

제1절 인터넷 입찰식경매 조사 사례분석

1. 조사대상자 선정과 관련된 착안사항 분석

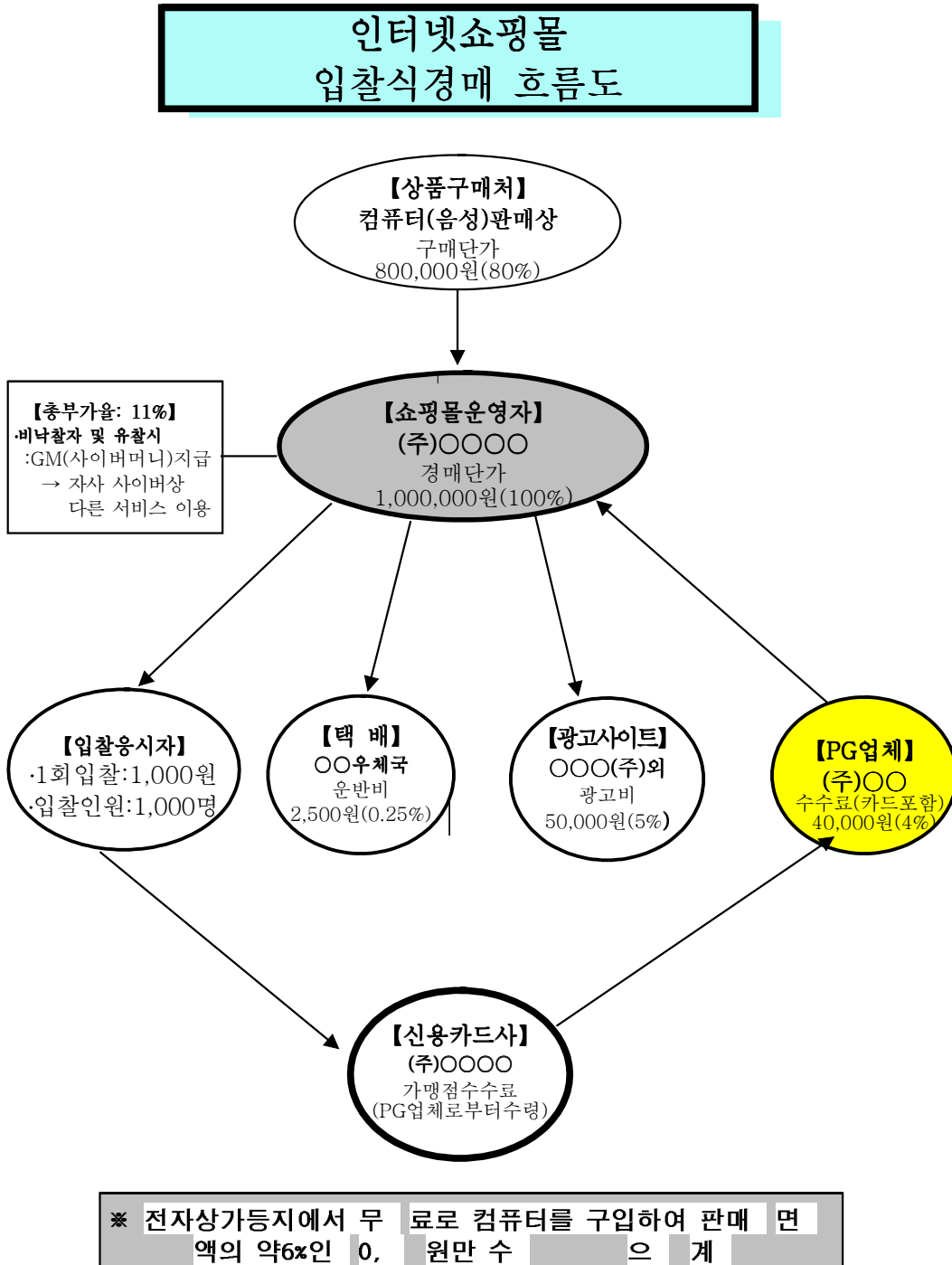
PG사의 전자지불대행현황이 관리되지 않아 전자상거래업체가 PG사로부터 수취한 매입세금계산서 등 자료의 매입가액을 통상 지불 대행 수수료율 약 4%로 환산한 수입금액이 기타소매 신고금액을 초과한 업체에 대하여 조사대상으로 선정하는 등 수입환산금액과 신고금액과의 차액이 많은 업체를 조사대상으로 선정하였다.

2. 조사진행과정 분석

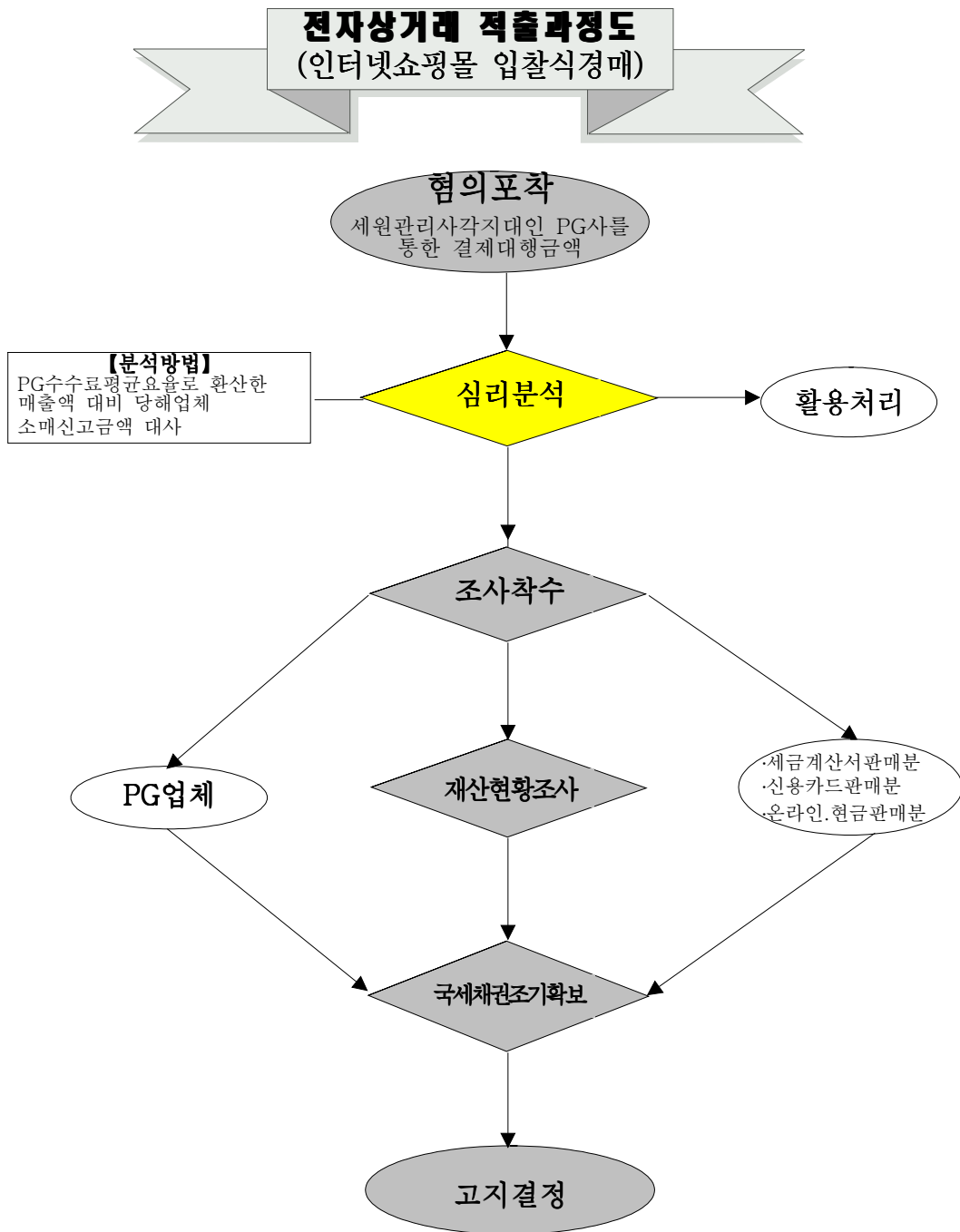
사이트 운영방식은 입찰식 경매운영방식과 쇼핑몰 운영방식으로 나눌 수 있다. 입찰식 경매사이트는 가입회원의 확보와 유지를 위하여 지속적으로 배너 광고회사 등에 광고료를 지불하고 있으며, 상품판매를 극대화하기 위하여 다른 사이트 운영자와 업무제휴약정을 체결하여 상호 가입회원들에게 상품판매를 안내하고 있다. 사이트 운영흐름([그림 5] 참조)을 살펴보면 다음과 같다.

- ① 경매대상 물건인 컴퓨터(경매단가: 100만원)의 경매개시 안내
- ② 가입회원들은 최저 불입액 1만원을 신용카드, 휴대폰, ARS, 유선전화, 인터넷뱅킹, 사이트내 1만원미만 잔고시 충전(M-cash), 온라인통장입금 등의 방법으로 불입하고 입찰자격을 취득하여 1천원씩 10회를 사용할 수 있으나 보통한 물건에 5회로 한정되며 총입찰액 100만원, 최고인원 1천명까지 입찰됨.
- ③ 매주 주택복권 당첨번호의 끝자리 3개 번호로 낙찰자 지정됨.
- ④ 택배회사를 통하여 낙찰자에게 컴퓨터를 배송함.
- ⑤ 탈락자의 입찰금액(최고 5천원, 최저 1천원)은 재입찰이 불가능하므로 쇼핑몰, 영화관 등 다른 사이트를 이용할 수 있는 자사 전자화폐를 지급함.
- ⑥ PG사는 신용카드수수료가 포함된 가액으로 통상 3.2±1.0% 정도의 수수료 및 대금결제와 무관한 거래보증금, 초기가입비, 월이용료, 카드인증수수료 등과 부가가치세를 공제한 금액을 약정계좌로 입금함.

[그림 5] 인터넷쇼핑몰 입찰식 경매 흐름도



[그림 6] 전자상거래 적출과정도 - 인터넷쇼핑몰의 입찰식 경매



쇼핑몰 운영방식은 일반적인 상품판매 사이트이며 탈락자가 자사 전자화폐를 사용하는 경우에는 그 사용 가능액이 매출이익률 즉 판매가액의 20% 이내로 한정하여 현금 수령비율을 유지하며, 쇼핑몰 내에서 사업자등록증이 없어도 누구나 사업을 할 수 있는 소호점포를 개설하여 주면서 수백만원씩 개설보증금을 먼저 수령하고 운영을 대행하여 주거나 직영하게 하고, 소호점포주의 판매대금은 일괄로 PG사로부터 수령 후 일정 수수료를 차감한 금액을 재송금하고 있다. 한편 영화관 등은 직영이 불가능하여 전문사이트 운영자에게 사용료를 주고 임차하여 회원들에게 사용하게 있다.

인터넷 쇼핑몰 입찰식 경매의 전자상거래 적출과정을 예시하면 [그림 6]과 같다.

3. 수입금액 구성 파악 분석

1) PG업체의 전자지불대행금액

대행수수료에 대한 세금계산서가 통상 당월에 교부되거나 정산시기에 따라 2개월 이내에 교부되는 경우도 있다.

2) 신용카드결제금액

전체 신용카드회사에 가맹점 등록시 약 7억원 상당의 보증금 내지 신용보증이 필요하므로 국민카드와 엘지카드 등 대표적인 일부 카드가맹점에만 가맹되어 있다.

3) 온라인입금액

신용카드 미소지자를 위하여 홈페이지에 안내된 특정계좌로 입금되는 경우가 있다.

4) 세금계산서 발행 도매금액

물건의 저가구매를 위하여 제휴회사 구매분을 포함하여 대량으로 일괄 구매하여 제휴회사에 배분하는 경우와 자금유통을 위하여 일반 도매상에 판매하는 경우가 있으나 극히 제한적이다.

4. 주요 조사실적 분석

1) 수입금액 신고누락

전자결제대행분은 수수료율이 공급대가에 직접 적용하므로 환산 후 공급가액을 재계산하여 전체금액을 수입금액으로 산정하고 신고금액과의 차액은 매출누락으로 결정하고 탈락자가 다른 사이트를 이용하면서 지불한 자사 전자화폐는 낙찰 당시 수입금액에 이미 산입되었으므로 수입금액에 제외하였다.

2) 원천징수소득에 대한 신고누락

낙찰자의 경우 입찰금액(최고 5천원, 최저 1천원)을 제외한 컴퓨터가액은 당첨금으로 원천징수대상 소득에 해당하나 원천징수를 누락하여 신고 누락하였다.

3) 인지세

PG사와 쇼핑몰 운영자 사이에 개별 정형약정을 체결하고 있으므로 인지 첨부대상임에도 인지세 납부를 누락하였다.

5. 조사결과 문제점 분석

1) PG사의 관리부재

PG사는 전자상거래업체로부터 거래한 내역에 따라 결재를 대행하여 주고 수수료를 받은 업체로서 결재대행에 따른 수수료를 관리만 한다면 전자상거래업체에 대한 정확한 수입금액을 파악할 수 있으나 이러한 PG사의 사업과 관련된 내용을 사후 관리하는 기능이 없어 전자상거래업체에 대한 성실신고를 유도하기 어렵고 또한 PG사가 지켜야 할 사항을 국세청고시 제2000-15호로 공고하여 시행은 하고 있으나 그 내용을 위반한 경우 어떠한 조치사항도 없어 실효성이 의문시된다.

2) 쇼핑몰 내 소호점포 관리부재

소호점포를 개설한 사업자들은 대부분 무등록 사업자로서 전혀 세원관리가 이루어지지 않고 있어 소호점포 개설약정시 사업자등록증을 제시받아 보관하도록 하는 방안 마련이 시급한 실정이다.

3) 원천징수

소액 입찰자의 경우 낙찰시 당첨금품에 대하여 입찰자 입장에서 고액인 수

십만 원의 현금 수취가 불가능하여 몇몇 대규모 쇼핑몰 이외에는 원천징수가 전혀 이루어지지 않고 있다.

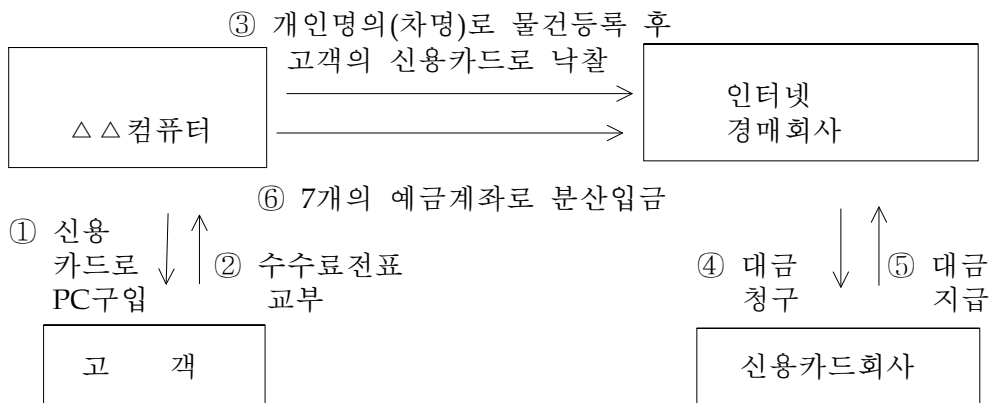
4) 인지세

PG사와 쇼핑몰 운영자들 사이의 지불대행 정형약관에 인지가 전혀 첨부되지 않고 있으므로 대형 PG사를 중심으로 점검할 필요가 있다.

6. 유사사례

다음 사례는 컴퓨터 소매업을 운영하는 사업자가 [그림 7]과 같이 컴퓨터 판매업체에서 발생하는 신용카드 매출을 인터넷 경매를 이용하여 컴퓨터, 운동기구 등을 판매하면서 사업자가 아닌 친인척 등의 주민등록번호를 차용하여 사용하고 7개의 예금계좌에 분산하여 입금함으로써 수억원의 수입금액을 신고 누락하고 관련 제세를 탈루한 사례이다. 이 사례의 특징은 신용카드 매출자료에 인터넷 경매회사 명의만 남게 된다는 점이다.

[그림 7] 인터넷 입찰식 거래흐름도



제2절 성인사이트 조사 사례분석

1. 조사대상자 선정과 관련된 착안사항 분석

인터넷 접속시 흔히 본인 의사와는 전혀 무관하게 스팸메일로 무차별적으로 수신되는 성인 포르노 사이트 안내 광고는 불법이므로 음성적으로 이루어지고 있다. 전세계 인터넷에 무차별적으로 스팸메일을 발송하는 광고대행업자와 사이트제공자인 광고주의 탈루소득이 상당할 것임에도 당해 업체의 수입금액은 수천만 원에 불과하여 표본조사를 착수하였다.

2. 조사진행 과정 분석

전국에 소재한 PG사로부터 결제대행자료 즉, 신용카드, 휴대폰, ARS, 인터넷뱅킹 등의 결제금액을 입수하여 신고내역을 분석하였다.

3. 주요조사 실적

PG사가 결제대행금액을 입금한 계좌를 추적 조사한 결과 매출누락금액 적출과 동시에 사이트 광고대행업자들에게 광고선전비를 25% 단일가격으로 지급하였으나 사업소득 원천징수 등 신고 누락한 사실을 확인되었다.

4. 조사결과 문제점 분석

PG사의 결제대행자료는 일부 양성화되고 있으나 파트너인 광고대행업자의 수입금액 누락에 대한 체계적인 세원관리의 필요성이 제기되었고, 1년 또는 평생 회원가입비의 경우 현금주의로 수입시기를 인식하여야 할 지 또는 선수금 처리후 기간 경과에 따라 수입금액을 인식하여야 할지 세법상 과세체계가 확립되어 있지 아니하여 이에 대한 대책을 강구하여야 할 것으로 판단된다.

제3절 TV홈쇼핑 조사 사례분석

1. 조사대상자 선정과 관련된 착안사항 분석

안방에서 약 100여개의 채널로 쉴틈없이 방송되는 홈쇼핑 중 국내 5대 홈쇼핑을 제외한 여타 채널은 광고방송 시간 초과와 방송허가를 득하지 아니한 불

법광고방송으로 인하여 상당한 광고선전비가 지급되므로 적정영업이익이 발생하기 위해서는 상품매입원가가 50%미만이 되어야 하나 당해 홈쇼핑의 매입원가는 70%로 구성되어 있으므로 가공원가 계상 혐의가 있어 표본조사를 실시하였다.

2. 조사진행과정 분석

의류, 가전제품, 식품 중 대표적인 품목인 팬티, 청소기, 건강식품을 표본 상품으로 선정하여 매입단계부터 매출단계까지 치밀하게 원가분석을 한 바, [그림 8]의 원가율 분석에서 보듯이 홈쇼핑업체는 정형화된 원가율로 영업을 하고 있는 것으로 확인되었다. 광고선전비가 20%를 차지하여야 정상거래이나 표본 조사한 업체는 광고선전비를 5%만 계상하고 차이 15%는 자료상으로부터 세금계산서를 수취하여 상품매입원가로 허위로 계상하였음이 확인되었다.

3. 조사결과 문제점 분석

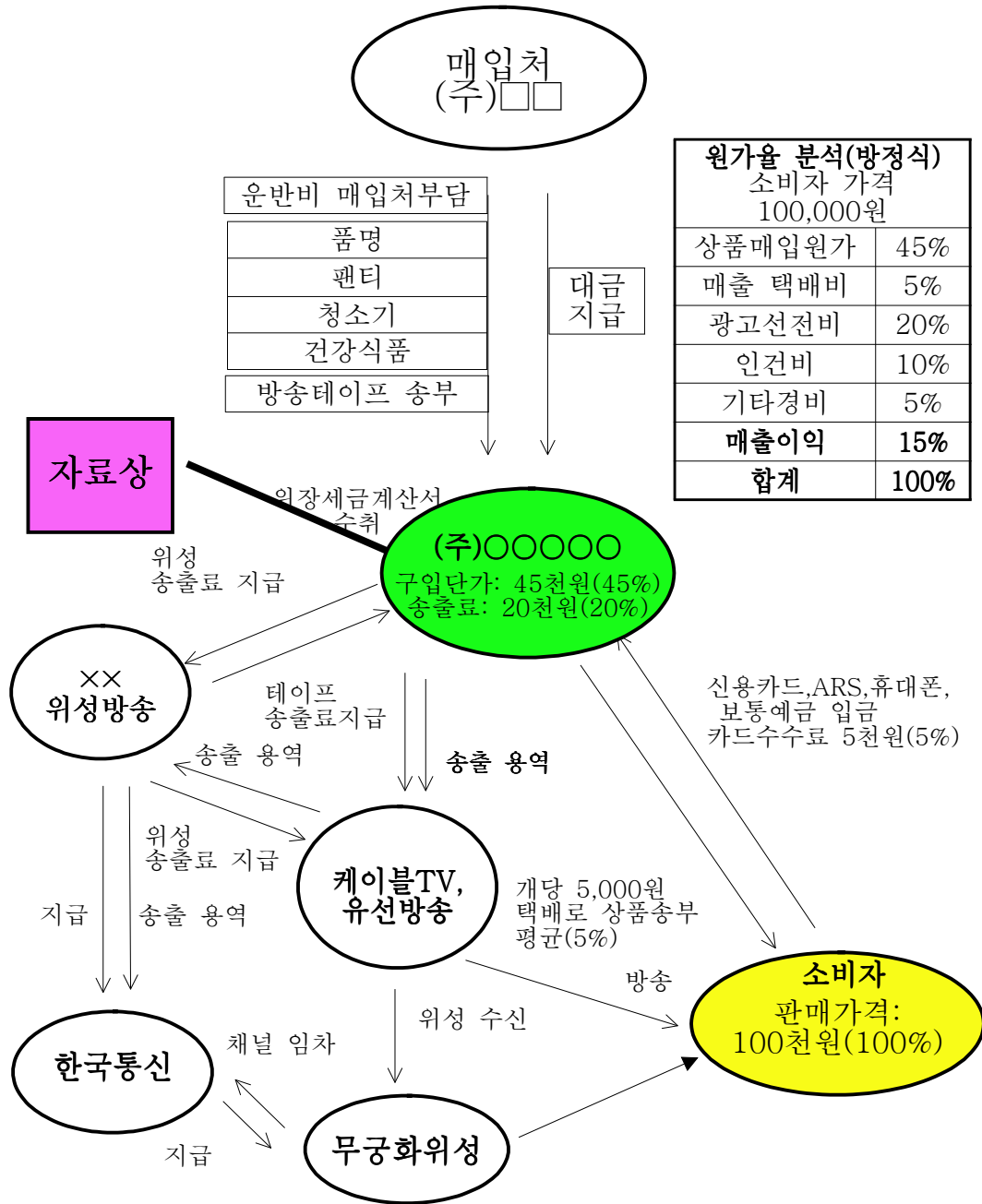
1) 가공세금계산서 수취

각 지역의 케이블TV에서 대부분 불법으로 홈쇼핑 광고를 방영하므로 관계법에 저촉(1시간당 10분 이상 광고방송 금지, 방송심의를 득한 테이프만 방송가능) 사유 때문에 동 케이블TV업체로부터 세금계산서를 수취하지 못한 체 음성적 자금 지급을 하고 있으며, 계약서 작성 및 세금계산서 발행을 기피하고 있으므로 자료상으로부터 위장 세금계산서를 수취하는 문제점이 대두되었다.

2) 세금계산서 수수 상황 질서 문란

홈쇼핑업체에서는 낮은 번호의 채널, 황금 시간 타임을 선점하기 위하여 케이블TV 관계자에게 경쟁적으로 음성적 자금을 지급하며 매입처 대부분이 자료상과 연계하여 홈쇼핑업체의 의사와는 상관없이 제3의 사업자등록번호로 세금계산서를 발행하는 문제점이 발견되었다.

[그림 8] TV홈쇼핑 거래흐름도



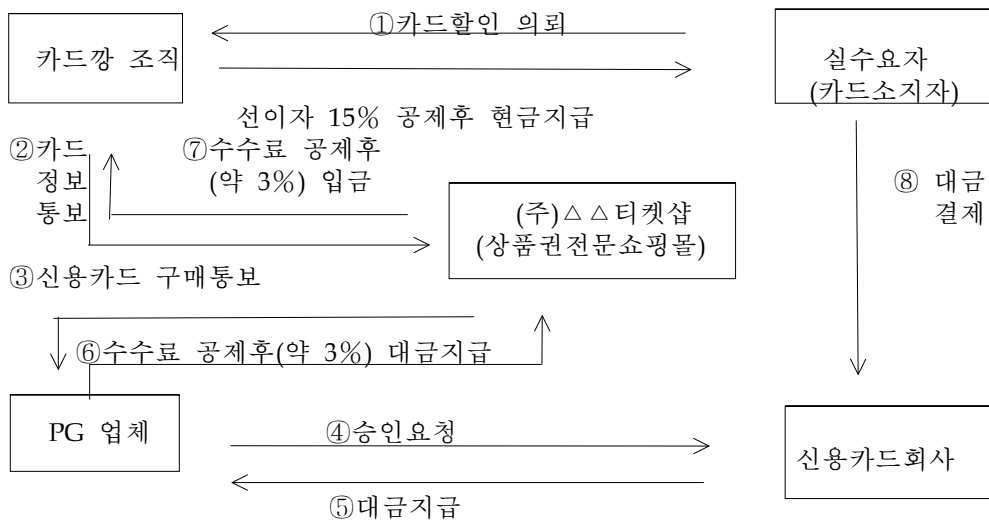
제4절 인터넷 카드깡 조사 사례분석

1. 조사대상자 선정과 관련된 착안사항 분석

사업자등록증상 사업장 소재지에는 사업장이 없고 대표자는 직권말소상태로서 세금계산서합계표 조회결과 매출자료 전혀 없고 매입자료는 PG업체 1개사로부터 00백만원 상당액 매입세금계산서 수취하는 등 전자상거래를 통한 카드깡 혐의가 있어 조사대상자로 선정하였다.

상품권을 이용한 카드깡 거래흐름은 [그림 9]와 [그림 10]에서 보는 바와 같다.

[그림 9] 상품권을 이용한 카드깡 거래흐름도

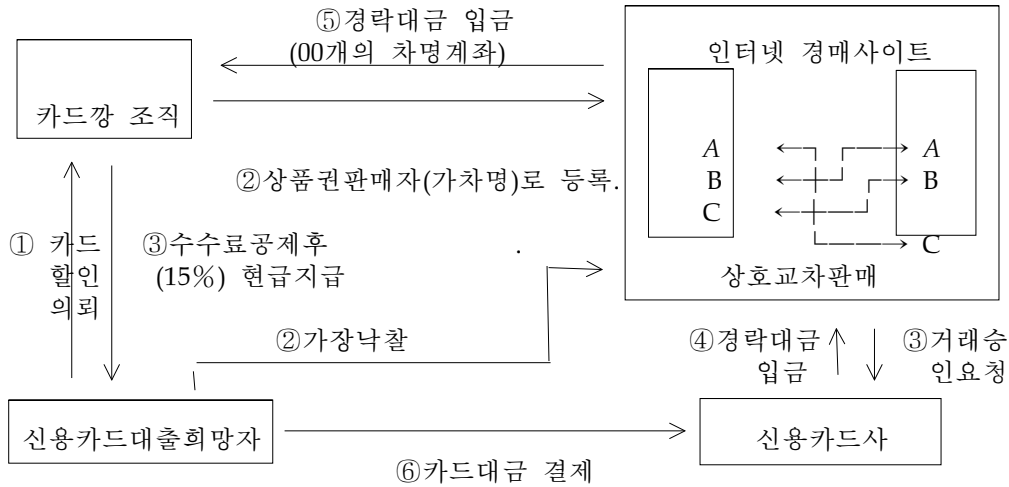


2. 조사진행 과정 분석

1) 사업자행방추적 및 대인조사

주소지 방문 등에 의한 친인척 대인조사를 실시하여 사업자 행방을 추적하였으며, 명의상 대표자들은 대부분 행방불명자, 노약자, 무능력자 등으로 사업능력이 없는 자들로 확인되었다.

[그림 10] 상품권 카드깡 거래흐름도



※ 신용카드 매출자료에는 인터넷 경매회사 명의만 남게됨.

2) 대금결제 내역 조사

PG사에 인터넷 상으로 결제대행을 의뢰하였으며 이에 대한 수수료 4%를 지급하고 PG사로부터 수수료 지급에 따른 세금계산서를 수취하고 있으며 신용카드결제정보 데이터 내용을 파악하고 신용카드사용자들에게 안내문 발송하여 신용카드깡 여부를 확인하였다.

3. 주요조사 실적 분석

전국적인 카드깡 조직으로 카드깡 수수료는 보통 13-15%로 전주가 약 1%, 중간 카드깡이 약 2%를, 소매카드깡이 카드사고에 대한 책임을 포함하여 PG사 수수료 4-5%를 제외한 이익을 챙기고 있음이 확인되었다.

4. 조사결과 문제점 분석

1) 사업자 등록 교부시의 문제점

사업자로서 신규로 사업자등록 신청을 할 경우 일정한 조건에 해당되는 경우를 제외하고는 즉시교부대상자로 분류하여 사업자등록을 즉시에 교부함으로

인하여 카드깡을 하는 자에게도 사업자등록증이 발급되는 사실이 문제점으로 지적되고 있다.

2) 사실확인의 어려움

카드깡 사업자와 카드깡을 하는 사람들의 동기가 서로 일치되어 대부분 물품을 구매하고 신용카드로 결제하였다고 주장하므로 인하여 많은 조사시간과 인력이 소비되었음이 확인되었으며 그 규모가 전국적이어서 실지조사에 한계점이 있었다.

제4장 전자상거래 세원관리에 대한 문제점과 세원관리방안

제1절 전자상거래의 세원관리상 문제점과 개선방안

1. 사례분석결과 도출된 문제점

1) 인터넷 입찰식 경매사이트

(1) 매출누락

이론상 인터넷사이트에서의 거래는 신용카드와 무통장입금에 의하여 대금지급이 이루어지므로 매출누락은 적을 것으로 판단되었으나, 실지 조사결과 PG사 결제대행금액중 상당 금액을 신고 누락하였음이 확인되었다.

이는 국세청고시 2003-15호로 "결제대행업체가 지켜야 할 사항"을 제정하여 PG업체에 대해서 관리하고 있으나 동 규정의 위반에 대한 벌칙이나 제재가 없는 관계로 소형 PG업체들이 결제대행자료를 제출하지 아니함에 따라 동 고시가 유명무실한 실정이므로 동 규정 위반시 카드사 또는 이동통신 등에 PG업체 계약을 취소할 수 있는 규정의 신설이 필요하다.

(2) 입찰수입금액의 수입시기 불분명

입찰시 받은 금액은 선수금에 해당한다. 이러한 선수금은 소액이며 계속적으로 발생하고 있고 또한 유찰자에 대한 선수금은 반환의무가 없으며 그 대신 유찰자에게는 제휴된 다른 사이트에 접속하여 만화, 영화 등을 관람할 수 있도록 용역을 제공하고 있다. 이 용역은 부수적인 용역으로 보아 납세자도 현금주의로 신고를 하고 결정시에도 현금주의로 결정하였으나 엄밀히 판단해 보면 낙찰되는 시점에서 수입금액을 인식하는 점도 검토하여야 할 것이다. 따라서 이러한 문제점에 대해서도 충분한 논의를 하여야 할 것이다.

(3) 소호점포 관리부재

포탈쇼핑몰 내에서 사업을 하는 입점형 쇼핑몰은 사업의 영세성과 세금에 대한 인식의 부족으로 미등록 사업자가 많으며 사업자등록을 했다고 하더라도

수입금액 등을 불성실하게 신고를 함으로서 이에 대한 관리를 하여야 할 것이다. 대부분 매출한 금액을 포탈사이트 운영자를 통하여 받는 점에 착안하여 포탈사이트 운영자를 관리함으로 인하여 매출누락 문제점을 해결할 수 있다.

포탈쇼핑몰 운영자는 대부분 미등록사업자인 소호점포의 인적사항 및 거래내역을 PG업체의 결제대행내역 신고와 같이 관할 세무서에 신고할 수 있는 의무규정을 국세청 고시 등으로 신설할 경우에는 이러한 문제를 해결할 수 있을 것이다. 또한 포탈사이트 운영자들에게 입점형 소호점포에 대한 사업내용이 기재되어 있는 사업장현황보고서를 제출하도록 의무화하여야 할 것이다.

(4) 2차 PG업체의 관리부재

카드사가 지급하는 1차 PG업체의 금액은 국세청고시 “결제대행업체가 지켜야 할 사항”에 의거 어느 정도 관리되고 있으나, 1차 PG업체가 지급하는 2차 PG업체 금액은 전혀 관리가 되고 있지 아니하므로 동일한 규정을 준수하도록 의무화하는 규정이 신설되어야 한다.

(5) 원천징수

당첨금품 등의 지급에 대한 원천징수의무 이행이 사실상 이루어지고 있지 않은 점을 감안하여 조사시 사이트 운영내용을 숙지하여 원천징수 불이행에 대한 과세를 철저히 하여야 한다. 사업자의 홈페이지를 통한 원천징수 요령을 홍보하는 방안도 강구하여야 할 것이다.

2) 성인사이트 (IP제공사업자)

(1) 매출누락

온라인망 사업자가 일반 이용자인 회원에게 수수료를 징수하여 정보제공 사업자에게 수수료를 배분하므로 매출누락 소지가 적을 것으로 판단되었으나, 실지 조사한 결과 성인사이트 운영자가 독립적으로 서버를 운영하고 홈페이지를 관리하면서 온라인 송금으로 수수료를 수취한 부분은 신고 누락한 사실이 발견되었다. 회원가입비는 기간별 가입시점과 탈퇴시점이 상이하여 수입금액 인식시기가 결제시점 또는 용역제공기간에 따라 안분하여 계산하여야 할지가 세법상 명확하지가 않으므로 명확한 수입금액 인식시기를 조정할 필요가 있으

며, 결제금액이 소액이면서, 건수가 다량일 경우에는 현금주의에 입각하여 수입금액을 인식함도 검토할 만하다고 판단된다.

(2) 광고대행업자 사업소득 원천징수 누락

사이트별로 광고대행업자(파트너)가 독립된 자격으로 광고대행을 하여 성인 사이트 회원가입 수입금액 중 25%를 지급받고 있으나 이에 대한 원천징수가 이루어지지 않고 있는 바, 기업형 광고대행업자들의 미등록세원발굴을 하여야 할 것이다.

(3) PG업체의 위장세금계산서 수취

성인사이트업체는 단순히 결제대행만을 하는 PG업체로부터 결제대금을 수령받고, 동 수령금액에 상당하는 금액만큼을 역으로 매출세금계산서를 발행하여 PG사가 가공매입을 하고 있는 실정이므로 PG사가 성인사이트 업체로부터 받은 세금계산서를 전산으로 추출하여 수정신고 안내 및 불응자에 대한 세무 조사대상자로 선정을 하는 등 PG업체의 매입부분에 대한 전체적인 세원관리 및 조사가 필요하다.

3) TV홈쇼핑 (쇼핑몰)

(1) TV홈쇼핑의 현황

TV홈쇼핑은 TV화면을 통해 쇼핑호스트가 상품을 자세히 설명하고 전화주문을 받아 가정까지 배달해주는 통신판매의 일종이다. 1995년 8월에 CATV출범과 함께 39쇼핑(채널 39)과 LG 홈쇼핑(채널 45)이 최초로 사업을 시작하여 최근에는 현대홈쇼핑, 우리홈쇼핑, 농수산TV 등 홈쇼핑 3사가 진출하게 되어 5개사가 형성되었다.

이밖에도 사무실에서 전화 상담 여직원을 채용하여 콜센터(Call Center)를 운영하고 제작된 테이프를 케이블TV, 유선방송, 스카이 라이프를 통해 광고선전하여 판매하는 홈쇼핑업체도 많이 증가하고 있어 이러한 업체들에 대한 세원관리가 특별히 요구되고 있다. 국내통신판매 시장의 거래규모는 2000년도 4조5천억의 규모이며, 2002년에는 2000년 대비 82% 성장한 8조2천 억대에 이르고 있다.

TV홈쇼핑은 CATV(위성방송 포함)를 이용한 5개사의 경쟁으로 해마다 높은 신장률을 보일 예정이며 시청가구수도 1999년 60만 가구에서 2005년도에는 1,040만 가구로 늘어날 전망이다. 구매횟수도 2000년 3.6회에서 2005년 4.9회로 증가가 예상되고 특히 젊은 20대 층에서 구매력이 늘어나고 있는 실정이다. 저렴한 가격과 편리성을 내세우는 전자상거래(B2C) 역시 큰 폭의 신장세가 예상되며, 2002년 2조5,790억원에서 2003년 4조 원대를 기록하였다.

(2) TV홈쇼핑업체에 대한 세원관리

신용카드 결제방식으로 판매되는 매출액은 누락의 위험이 적으며 무통장 입금방식으로 매출하는 경우 일부 계좌입금액의 누락이 있기 쉬우나 아래와 같은 이유로 그 위험은 적다.

① 은행계좌를 여러 개 이용하여 일부 누락할 소지가 있으나 각 은행별 거래계좌는 정기적으로 확인할 수 있으므로 관리가 용이하고, 당해 매출을 신고 누락할 우려가 적다.

② TV 홈쇼핑 업체의 경쟁력이 신속한 대금입금확인, 주문처리 및 배송에 있으므로 모든 주문 및 구입이 전산화되어 누적관리 되는 관계로 일부 매출누락을 전산으로 은폐하는 것이 매우 어려울 것이다.

③ 그외 모든 매출을 택배회사에 의뢰하므로 택배회사와의 장부 대조시 최소한 매출건수가 명확히 드러나는 등 공급자 및 배달자에 대한 홈쇼핑 측의 통제력이 약하므로 매출누락이 매우 어려울 것이다.

그럼에도 불구하고 TV홈쇼핑의 매출증가추세 및 그에 대한 공급자 증가추세를 볼 때 무통장입금방식에 대한 정기점검의 필요는 있다.

5대 홈쇼핑업체를 제외한 여타의 홈쇼핑업체들은 사무실에 전화 상담 여직원을 채용하여 call center를 운영하고 제작된 테이프를 케이블TV, 유선방송 등을 통해 광고 선전하여 판매하는 홈쇼핑업체는 필수적으로 전자상거래를 병행하고 있으며 디지털위성방송(Sky life)으로 영역을 확대하고 있다. 이러한 케이블TV, 유선방송 등은 허가된 광고만 방송가능하며 또한 광고시간도 시간당 10분 이내로 제한되어 광고를 하도록 되어 있으나 대부분 방송사들은 이러한 규정을 어기고 있으며 황금시간대의 편성과 채널 선점 등 광고와 관련된 문제점이 많아 음성적인 자금의 조성이 필연적이다.

홈쇼핑업체의 평균적인 원가구성을 살펴보면 상품매입원가 45%, 광고선전비

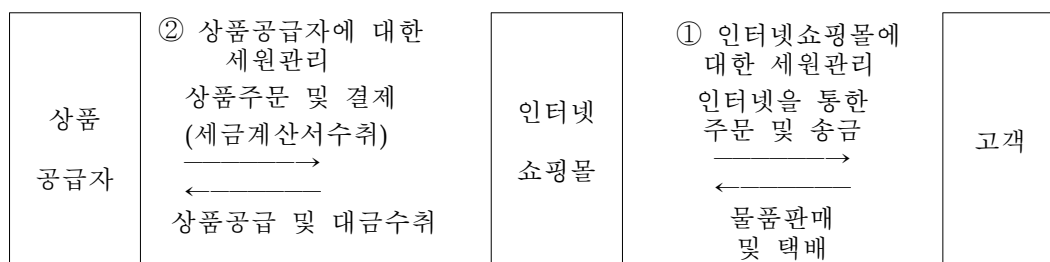
20%, 인건비 10% 택배비와 기타비용 및 당기순이익 등이 약 25%로 구성되어 있다. 그러나 방송사들의 불법 내지 편법적인 방송으로 인하여 홈쇼핑업체들은 약 20%에 해당하는 광고선전비에 대한 세금계산서를 수취할 수 없어 필연적으로 자료상으로부터 세금계산서를 받거나 혹은 상품을 매입함에 있어 가공 세금계산서를 받고 있는 실정이다. 따라서 홈쇼핑업체들에 대한 원가를 분석하여 위의 표준원가와 대사하고 차이가 많은 업체를 전산으로 추출하여 수정 신고 안내 및 불응자에 대한 세무조사를 하여야 할 것이다. 또한 방송사들간의 구조적인 모순에 의해 비자금이 필수적으로 조성이 되므로 이와 관련된 항목을 정밀 분석하면 자료상 거래나 매입처로부터 가공매입세금계산서 수취분을 적출할 수 있을 것이다.

4) 인터넷 쇼핑

(1) 인터넷 쇼핑몰에 대한 기본적인 문제점

무등록사업자에 대해서는 인터넷 사이트를 정기적으로 검색하여 무등록사업자 여부를 점검하여야 하나 전담부서가 없고 사이버 상에서 사업장 소재지를 정하기가 어렵다. 특히 매출누락이 문제가 되는데 신용카드결제분은 「신용카드 통보일람표」에 의거 확인할 수 있으나 PG업체를 통한 거래분은 실무적으로 관리가 소홀하다. 무통장입금분은 인터넷 쇼핑몰별 무통장입금용 계좌번호를 주 또는 월단위로 정기적으로 파악하고, 입금조회 후 신고내역 대조하여 파악하는 것이 필요하다. 그 외 인터넷쇼핑몰 매출과 택배업체 매출 내역을 대사할 필요가 있다. ([그림 11] 참조)

[그림 11] 인터넷 쇼핑몰의 주요 거래흐름도



(2) 인터넷 쇼핑몰 상품공급자에 대한 세원관리

인터넷 쇼핑몰은 재고 및 물류에 대한 철저하고 신속한 전산관리를 생명으로 하고 있으므로 인터넷 쇼핑몰의 매출에 대한 관리만 제대로 이뤄질 경우 그 상품공급자에 대해서는 기존의 세원관리 방식으로 충분하다.

5) 사례분석 요약

사례분석에서 도출된 문제점을 조사유형별로 요약하고, 각각의 개선방안을 제시하면 <표 4>에서 보는 바와 같다.

<표 4> 사례분석에서 도출된 조사유형별 문제점과 개선방안

유형	적출유형	문제점	개선방안
입찰식 경매 사이트	-매출누락 -원천징수 누락 -인지세 누락 -소호점포 매출누락 -PG사 매출누락	-PG사 관리부재 -소호점포 관리부재 -수익의 인식시기	-PG사 의무사항 위반시 제재사항 신설 -사업장현황제출보고서 의무화 -소액·계속성·반환 불가시 현금주의 수용
성인 사이트	-매출누락 -원천징수누락 -PG사 수수료매출누락 -가공세금계산서 수수	-수익의 인식시기 -PG사 관리부재 -광고대행사 관리부재	-소액·계속성·반환 불가시 현금주의 수용 -PG사 세금계산서 검토 -미등록광고대행사 일제조사
TV 홈쇼핑	-허위세금계산서 수수 -자료상 거래	-음성적 자금 조성 -자료상 거래	-비자금 조성항목 분석 -표준원가비율에 의한 허위세금계산서 분석 -방송심의 및 규제
인터넷 카드깡	-허위세금계산서	-전주 비노출 -명의상 대표자 명의 도용 및 무능력자 -PG사 관리부재	-사업자등록 일제조사 -PG사 의무사항 위반시 제재사항 신설

위의 문제점들을 주제별로 정리하면, ① PG사에 대한 세무상 관리부재, ② 전자상거래 업체의 매출누락, ③ 원천징수 누락, ④ 수익인식시기 불분명, ⑤ 소호점포 관리부재, ⑥ 자료상 거래로 기업자금 변칙유출 및 케이블방송사의

매출누락, ⑦ 인터넷 카드깡 업체의 성행으로 요약된다. 이들 7개 항목에 대하여 문제점과 개선방안을 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

2. 전자상거래의 세무조사상 문제점과 개선방안

1) PG사에 대한 세무상 관리부제

결제대행업체(Payment Gateway: PG)란 인터넷상에서 영세한 판매자 등이 물품을 판매하고 구매자가 신용카드, 핸드폰, 전화 등을 이용한 결제를 하는 경우 그 영세한 판매자 등을 대신하여 신용카드회사나 KT사와 대표가맹점계약을 하고 신용카드, 핸드폰, 전화로 대금결제시 거래승인 및 지불결제 등을 대행하여 주는 회사로서 전자상거래와 관련하여 그 사업규모나 사업체수가 증가하고 있다. 이러한 PG사에 대하여 거래의 투명성을 위해 국세청에서는 다음과 같이 PG사가 지켜야 할 사항을 고시하고 있으나 PG사가 이를 위반한 경우 그 제재사항은 고시되어 있지 않아서 실효성이 없다.

(1) PG사가 지켜야 할 사항 (2003.5.16. 국세청고시 제2003-15호)

- ① 결제대행계약시 결제의뢰업체의 사업자등록 진위여부, 불량가맹점 경력 등을 사전심사하여 부적격 업체에 대하여는 결제대행을 거부하여야 한다.
- ② 거래의 대행내역을 매분기 익월 말일까지 국세청에 제출하여야 한다.
- ③ 결제의뢰업체가 여신금융법 제19조의 규정을 위반하여 세무관서로부터 서면통보가 있는 경우 즉시 결제대행계약을 해지하여야 한다.
- ④ 결제의뢰업체의 사업자등록번호, 상호, 성명 등 인적사항을 알 수 있도록 하여야 한다.

(2) PG사의 세무상 문제점

- ① 수수료 수입에 대한 매출누락
- ② 가공세금계산서 수취
- ③ 결제대행의뢰업체에 대한 사업자등록 유무 등에 대한 형식적인 사전심사
- ④ 결제대행의뢰업체에 대한 거래내역의 형식적 통보 및 통보 누락

(3) PG사의 세무상 문제점에 대한 개선방안

- ① 의무위반에 대한 제재사항 신설: PG사가 지켜야 할 사항을 위반한 경우 실질적인 제재사항을 신설하여야 하며 그 제재사항으로는 신용카드사와의 계

약을 취소하여 사실상 사업을 할 수 없도록 조치를 하여야 할 것이다.

② 매출누락 및 허위세금계산서 수취: PG사는 결제대행의뢰업체와 계약시 일정율의 수수료를 계약하여 결제대행을 하므로 법인세 신고시 결제대행 의뢰회사별 수수료율을 신고토록 하면 매출누락에 대한 세원을 관리할 수 있을 것으로 판단되며, 결제대행 의뢰회사로부터 결제대행 의뢰금액에 대한 매입세금계산서를 수취하는 것은 허위세금계산서이므로 결제대행 의뢰회사와 상호 수수한 세금계산서는 전산 추출하여 수정 신고토록 세원을 관리하도록 하여야 할 것이다.

2) 전자상거래 업체의 매출누락

이론상 인터넷사이트에서의 거래는 신용카드와 무통장입금에 의하여 대금지급이 이루어지므로 매출누락은 적을 것으로 판단되나, 실지 조사결과 PG사 결제대행금액중 상당 금액을 신고 누락하였음이 확인되고 있다.

이는 국세청고시 2003-15호로 "결제대행업체가 지켜야 할 사항"을 제정하여 PG업체에 대해서 관리하고 있으나 동 규정의 위반에 대한 벌칙이나 제재가 없는 관계로 소형 PG업체들이 결제대행자료를 제출하지 아니하는 경우 세원 관리가 제대로 되고 있지 않다.

이에 대한 개선방안으로는 동 규정 위반시 카드사 또는 이동통신사 등에 PG업체 계약을 취소할 수 있는 규정의 신설과 동시에 PG사에 대한 세원홍보 등 세원지도를 정례화하도록 하여야 할 것이다.

3) 원천징수 누락

경매사이트에서 경매용 물품을 낙찰받은 낙찰자에 대한 원천징수 누락이나 성인사이트에서 성인사이트운영자와 일반네티즌을 연결시켜 광고용역을 제공하여주는 이른 바 "파트너"에게 지급하는 금품에 대한 원천징수가 누락되고 있다.

이에 대한 개선방안으로서는 동 사이트를 운영하는 사업체의 홈페이지에 접속하여 원천징수 대상과 원천징수 방법과 납부요령 등을 안내하도록 홍보하여야 할 것이다.

한편, 성인사이트의 광고대행을 하는 속칭 "파트너"에 대한 원천징수 문제는 그 사업의 계속성 등을 검토하여 수수료 성격의 사업소득인지를 검토하여

야 할 것이나, 이들의 인적사항이 불분명하거나 파트너의 수가 수백명에 이르러 세무정보파악이 너무 광범위하여 사업소득에 대한 원천징수로 조사 종결하였으나 이에 대한 정확한 소득의 개념도 제시해야 할 것이다.

사이트별로 광고대행업자(파트너)가 독립된 자격으로 광고대행을 하여 성인 사이트 회원가입 수입금액중 25%를 지급받고 있으나 이에 대한 원천징수가 이루어지지 않고 있는 바, 기업형 광고대행업자들의 미등록세원발굴을 하여야 할 것이다.

4) 입찰금액 및 회원입회비 등의 수익인식시기 불분명

경매사이트에서 입찰시 받은 금액은 선수금에 해당한다. 조사 사례에서 살펴보면 이 선수금은 소액이며 계속적으로 발생하고 있고 또한 유찰자에 대한 선수금은 반환의무가 없으며 그 대신 유찰자에게는 제휴된 다른 사이트에 접속하여 만화, 영화 등을 관람할 수 있도록 용역을 제공하고, 이 용역은 부수적인 용역으로 보아 납세자도 현금주의로 신고를 하고 결정시에도 현금주의로 결정하였으나 엄밀히 판단해 보면 낙찰되는 시점에 수입금액으로 인식하는 것이 타당하지 않는지 검토하여야 할 것이다.

성인사이트에서 회원으로 가입한 네티즌들이 납부한 회원입회비는 기간별 가입시점과 탈퇴시점이 상이하여 수익인식시기를 납부시점 또는 용역제공기간에 안분하여 계산하여야 하는지가 불분명하였으나 건수가 많고 소액이며 계속성이 있고 반환이 불가능한 점에 착안하여 현금주의로 신고하였으나 정확한 기간손익을 파악하기 위해서는 입회시에 인식을 할 것인지, 아니면 네티즌들이 제공받은 용역의 시기에 따라 안분하여 수익으로 인식할 것인지에 대해서도 충분한 논의가 필요하다.

5) 소호점포 관리부재

포탈쇼핑몰 내에서 사업을 하는 입점형 쇼핑몰은 사업의 영세성과 세금에 대한 인식의 부족으로 미등록 사업자가 많으며 사업자등록을 했다고 하더라도 대부분 수입금액 등을 불성실하게 신고를 하고 있다.

이에 대한 개선방안으로는 대부분 매출한 금액을 포탈사이트 운영자를 통하여 받는 점에 착안하여 포탈사이트 운영자를 관리함으로 인하여 매출누락 문제점을 해결할 수 있다.

포탈쇼핑몰 운영자는 대부분 미등록사업자인 소호점포의 인적사항 및 거래 내역을 PG업체의 결제대행내역 신고와 같이 관할 세무서에 신고할 수 있는 의무규정을 국세청 고시 등으로 신설되면 이러한 문제는 해결될 수 있을 것이다. 또한 포탈사이트 운영자들에게 입점형 소호점포에 대한 사업내용이 기재되어 있는 사업장현황보고서를 제출하도록 의무화하여야 할 것이다.

6) 자료상 거래로 기업자금 변칙유출 및 케이블방송사 등의 매출누락

케이블TV, 유선방송 등을 통해 광고 선전하여 판매하는 홈쇼핑업체는 필수적으로 전자상거래를 병행하고 있다. 이러한 케이블TV, 유선방송 등은 허가된 광고만 방송가능하며 또한 광고시간도 시간당 10분 이내로 제한되어 광고를 하도록 되어 있으나 대부분 방송사들은 이러한 규정을 어기고 있다. 이러한 방송사들은 비정상적인 방송형태로 인하여 홈쇼핑업체에게 용역을 제공하면서 필연적으로 세금계산서를 과소하게 발행하게 되며 홈쇼핑업체는 이로 인하여 방송사들로부터 과소하게 받은 세금계산서의 금액에 대해서는 자료상으로부터 가짜 세금계산서를 받아 음성적인 자금을 조성한 후 기업자금을 변태 유출하게 된다.

홈쇼핑업체의 평균적인 원가구성을 살펴보면 상품매입원가 45%, 광고선전비 20%, 인건비 10% 택배비와 기타비용 및 당기순이익 등이 약 25% 구성되어 있으나 위에서 분석한 바와 같이 방송사들의 불법 내지 편법적인 방송을 함으로 인하여 홈쇼핑업체들은 약 20%에 해당하는 광고선전비 중 일정부분은 세금계산서를 수취할 수 없어 필연적으로 자료상으로부터 세금계산서를 받거나 혹은 상품을 매입함에 있어 가공세금계산서를 받고 있는 실정이다.

따라서 홈쇼핑업체들에 대한 원가를 분석하여 위의 표준원가와 대사하고 차이가 많은 업체를 전산으로 추출하여 수정신고 안내 및 불응자에 대한 세무조사를 하여야 할 것이다. 또한 방송사들 간의 구조적인 모순에 의해 비자금이 필수적으로 조성이 되므로 이와 관련된 항목을 정밀 분석하면 자료상 거래나 매입처로부터 가공매입세금계산서를 적출할 수 있을 것이다.

7) 인터넷 카드깡 업체의 성행

인터넷의 가상공간에서 사업을 하는 것으로 위장하여 기업자금 및 생활자금 등 돈이 필요한 사람들을 상대로 사채놀이 형식으로 인터넷 카드깡을 하는 조

직들이 많다. 사업자 등록을 할 때에는 번듯하게 사업장을 개설하여 사업을 시작한 후 일정시점을 경과한 후에는 사실상 돈을 대출하면서도 물건을 판매한 것으로 위장함으로서 세무상으로나 사회적으로나 많은 문제점을 내포하고 있다.

이에 대한 개선방안으로는 국세청에서 PG사에게 지켜야 할 의무사항중 결제의뢰업체가 불법영업을 하거나 여신금융법의 규정을 위반한 결제대행 의뢰업체에 대한 계약을 취소할 수 있도록 동 규정을 강화시켜야 할 것이다. 또한 사업자등록 일제조사시에 카드깡 여부를 확인하도록 하여야 할 것이다.

3. 전자상거래의 조세행정상 문제점과 개선방안

우리나라의 전자상거래에 대한 법적 근거로는 1999년 7월에 전자상거래기본법과 전자서명법이 발효되어 시행되고 있고, 정보통신망이용촉진등에관한법률, 저작권법, 컴퓨터프로그램보호법 등이 제정되어 있다. 전자상거래에 관한 표준약관과 소비자보호지침, 개인정보보호지침을 제정하여 그 작업을 진행하는 등 사이버스페이스 관련법령은 어느 정도 정비되었다고 볼 수 있다.

그러나 전자상거래 관련법규 측면에서 살펴본다면 전자문서의 문서성, 계약의 성립시기, 거래의 성립장소, 무능력자와의 계약문제, 의사표시 하자 및 전자서명 등에 문제점이 많다. 전자지급제도와 관련한 법적 문제로는 결제 시스템의 법적 문제, 소비자보호의 문제, 범죄와 분쟁 등이 산재하고 있다.¹³⁾

세무행정의 궁극적인 목적은 과세요건과 과세 성립시기를 확인하여 당해 소득과 납세자 등 각종 정보를 연결함으로써 세법의 효과적인 시행과 이를 통한 세수확보에 있다고 할 수 있다.

국내 전자상거래의 경우에는 온라인이나 오프라인 거래 모두 현행 세법체계 하에서 전통적 방식의 거래와 마찬가지로 큰 문제없이 조세를 부과할 수 있다. 즉 전자상거래 사업자도 전통적 방식의 사업자와 마찬가지로 사업자등록을 하고 수입금액을 신고 납부하는 것이다. 그리고 전자상거래가 대부분 신용카드 결제되는 까닭에 세원관리상에 큰 문제는 없는 것으로 보인다.

그러나 세부적인 문제에서 살펴보면 전자상거래의 특징인 가상공간에서 디

13) 부산지방국세청 조사1국 신세무조사기법연구회, 전계보고서.

지텔화된 문서에 의한 거래행위는 우리나라뿐만 아니라 세계 각국의 과세당국에 많은 문제점을 안기고 있다. 사업장의 구분, 거래자의 인적사항 파악, 소득의 종류구분, 적용세목 판단 등 조세에 미치는 영향은 결국 각 세법의 개편은 물론 관련법의 개정까지 불가피하게 하고 있다.

1) 세법상의 문제점¹⁴⁾

(1) 공급장소

전자상거래에서 서비스를 공급하는 사업자는 소비지국에 물리적인 사업장을 설치하지 않고도 소비자에게 서비스를 제공할 수 있으므로 현행의 부가가치세법에서와 같이 징수편의상 공급장소에서 부가가치세를 부과·징수하는 방법으로는 전자상거래를 적용할 수 없다. 이에 따라 현행의 공급장소 중시의 과세방식이 적정한가에 대하여 재검토하여야 할 것이다.

(2) 재화와 서비스의 구분

가. 현행 부가가치세법의 재화·용역의 구분

현행의 부가가치세법에서 재화란 재산적 가치가 있는 모든 유체물과 무체물을 의미하며 유체물에는 상품·제품·원료·기계·건물과 기타 모든 유형적 물건을 포함하고, 무체물에는 동력·열 기타 관리할 수 있는 자연력 및 권리 등으로서 재산적 가치가 있는 유체물 이외의 모든 것을 포함한다. 또한 용역은 재화 이외의 재산적 가치가 있는 모든 역무 및 기타 행위를 말한다.

나. 전자상거래에 재화·용역 개념을 적용하는 경우

전자상거래에서 유형재인 음반이나 설계도면을 인터넷을 통하여 다운로드 받은 경우에 그와 같은 무형제품이 재화인지 용역인지 그 구분이 명확하지 않다. 소비자가 우편 주문형태로 구입하던 신문·소프트웨어(S/W)·CD 등을 인터넷을 통하여 디지털형식으로 온라인 전송받는 경우에 재화와 서비스의 구분이 불명확해지므로 재화 및 서비스를 구분하는 기준을 재정립할 필요가 있다.

다. 서비스간의 구분체계 정비

인터넷과 정보통신기술의 발달로 서비스의 성격이 다양화되고 있다. 단순한 전송서비스가 있는가 하면, 전송서비스와 금융서비스가 결합된 서비스도 존재

14) 부산지방국세청 조사1국 열린학습동아리, 전계보고서.

할 수 있고, 인터넷 접속과 더불어 부가요금이 제공되는 서비스들도 존재한다. 따라서 서비스에 대한 과세에 앞서 서비스의 체계를 정립할 필요가 있다.

2) 세무행정상의 문제점

첫째, 전자상거래의 특징에서 살펴보면 우선 전자상거래의 활동영역은 국내뿐만 아니라 전 세계 글로벌 환경을 상대로 용이하게 사업을 할 수 있다는 점이다. 이에 대한 국제 행정상의 문제점은 그 사업장 소재지를 어디로 할 것인가에 따른 납세관할권의 문제가 대두된다. 이러한 사업장의 소재지는 사업자 기준, 과세주체, 과세 대상에 중대한 영향을 미친다고 할 수 있다. 소비세제의 대표격인 부가가치세의 경우 소비지국에 공급장소가 있어야만 한다는 원칙에 의하면 해외에 공급장소가 있는 경우 과세할 수 없는 실정이다. 따라서 세수 확보 차원에서라도 전자상거래에 있어서 공급장소에 대한 개념을 확대시킬 필요가 있다.¹⁵⁾

둘째, 전자상거래는 개방형 구조를 갖고 있다. 누구나 온라인(On-line) 상에서 자유롭게 거래를 할 수 있으므로 국제과세의 주체 입장에서 과세의 접점(taxing points)을 언제로 할 것인가 하는 문제, 즉, 거래시기나 국제성립기준일을 언제로 할 것인가 하는 문제가 제기된다.

셋째, 오프라인(Off-line) 상태에서 사업을 하려면 사업장의 확보와 사업장 시설, 종업원 등 여러 가지 제약이 있고 이들을 충족하여야만 사업이 가능하나, 전자상거래는 온라인(On-line) 상에서 용이하게 주소 개설을 할 수 있어 언제든지 사업장을 개설할 수 있다. 또한 거래의 암호화, 원격조정, 변환장치의 사용으로 세무조사와 소득추적이 어려워 이로 인해 세무당국에서는 과세자료의 획득이 곤란한 점과 신뢰성 있는 과세자료를 입수하는 것이 어려워진다.

넷째, 전자상거래는 무형의 신상품 개발이 용이하다. 그럼으로 인해 세무당국에서는 과세거래 형태 구분이 어려워 열거주의 과세방법을 따르고 있는 우리나라 소득세법 체계에서는 소득이 있음에도 불구하고 과세를 할 수 없는 입장이 될 수 있다.

다섯째, 전자상거래는 통신의 비밀 보호를 받음으로 인하여 과세당국에서는 사업자 및 거래 당사자의 인적사항 파악이 곤란하여 과세권 행사에 어려움이

15) 부산지방국세청 조사1국 신세무조사기법연구회, 전계보고서.

초래될 수 있다.

여섯째, 조세피난처 및 역외금융기관에 대한 접근이 용이하므로 부당한 조세회피의 가능성이 증대되는 등 많은 문제점을 내포하고 있다.

이렇듯 전자상거래는 세부적으로 많은 문제점을 내포하고 있어 문제점 하나하나를 구체적으로 살펴볼 필요가 있다.

(1) 사업장 소재지(소득 귀속장소) 판별 불분명으로 인한 납세관할권

전자상거래가 인터넷을 기반으로 전 세계적인 공간에서 거래행위가 이루어 지므로 공급장소와 소비지를 정확히 판별할 수 없을 뿐더러 2003년 5월 현재 어느 지역을 과세지로 할 것인지도 정하여지지 않았지만 소비지와 공급장소 중 소비지국가에서 과세하고, 소비지는 거주자의 거주지역으로 과세하는 것으로 의견이 모아지고 있다.

세계 각 국은 일반적으로 자국의 거주자에 대해서 전 세계소득(Worldwide income)을 과세하는 거주지국 과세원칙을 유지하면서도 비거주자에 대해서는 국내원천소득에 대해서만 과세하는 원천지국 과세원칙을 채택하고 있다. 그러나 최소한 인터넷을 통하여 거래된 전자상거래 분야의 과세권에 있어서 인터넷의 기술적 특성상 전자상거래 사업자가 사용한 사업장 주소의 진실성을 확인하기 어렵고 법인의 설립 및 이전이 용이하여 신원확인이 곤란한 이유로 「거주지국의 결정이 어렵다」는 것이다.¹⁶⁾ (미국·EU등은 전자상거래와 고전적인 상거래의 세금차별을 최대한 제거하려고 함)

국내거래의 경우 공급자가 기업인 경우에는 등록된 사업장 소재지로 과세하는 것에는 문제점이 없다. 현행 세법상 부가가치세는 사업장마다 납부하여야 한다라고 규정(부가가치세법 제4조 제1항)되어 있어 사업장은 부가가치세의 납세지를 결정하는 기준으로서 사업장은 사업자 또는 그 사용인이 상시 주재하여 거래의 전부 또는 일부를 행하는 장소를 말하는 것이다.(부가가치세법 시행령 제4조) 여기서 '거래'라 함은 과세대상인 재화 또는 용역을 공급하는 것을 의미한다. 따라서 상품의 단순한 보관관리만을 위하여 설치한 하치장이나 전시장, 주문만 받거나 업무연락만을 위한 장소 및 자기제품의 원재료생산만을 위한 장소는 사업장에 해당하지 않는다.¹⁷⁾ 이는 사업장 소재지(공급장소)가

16) 부산지방국세청 조사1국 신세무조사기법연구회, 전계보고서.

17) 부가 1235-1126 (1978.3.22): 단순히 견본품 전시만을 목적으로 진열시설을 갖춘 장소는 사업장 및 하

곧 납세지가 되는 것을 의미하며 국제적인 거래에 대하여 어느 나라에서 과세할 것인가를 결정하는 원칙이 된다.

그러나 인터넷을 통한 국제적인 서비스 공급자들은 직원이나 사무실 등의 어떠한 시설도 둘 필요가 없으므로 공급장소가 어딘지 사업장 소재지가 어딘지 납세지를 결정하기 어려운 문제가 있다. 또 법인세의 경우 사업활동을 하는 현지국가에 고정사업장(Permanent Establishment: PE)이 있어야만 과세할 수 있다는 원칙은 전자상거래에 대한 과세가 그만큼 어려우므로 고정사업장에 대한 개념을 새로이 정립할 필요가 있다.¹⁸⁾

또한 미등록 사업자의 경우 인터넷 온라인 상에서 사용인이 주재하는 장소(사업장 또는 거소)는 임시적이고, 거래를 행하는 장소도 정보처리장치라는 가상의 공간에서 이루어지므로 결국 실무적으로 사업자의 주소지로 과세할 수밖에 없는 바, 그 판정방법이 옳다고 할 수는 없는 것이다.

과세관청은 납세지를 기준으로 하여 관할을 정하게 된다. 즉 납세지 관할 세무서장이 사업자에 대하여 부과권과 징수권을 행사하며, 만약 납세지 관할을 위반한 조세법상의 행정처분은 무효가 될 것이다. 이와 같이 납세지는 조세의 법률관계를 생성·변경·소멸시키는 법효력과 관련하여 중요한 의미가 있는 것이다.

(2) 전자상거래의 개방형 구조로 과세점점의 상실

전자상거래는 생산자와 소비자가 중간상을 배제하고 직접 연결될 수 있으며, 또한 소비자의 사업자 유무에 상관없이 1:多 거래가 성사될 수 있으므로 전통상거래에서 제조→도매→소매→소비자 1:1구조로 거래단계별로 세금계산서 교부와 지급조서 제출 등으로 이루어지는 과세점점(Taxing points)을 상실하거나 축소된다. 또한 거래과정에서 중간 매개체의 상실로 근거과세 확보가 어려워지며 일반적인 과세거래에 대하여 익숙한 세원관리담당자들의 이론과 실무에 괴리가 있다. 특히 B2C(B2B거래 위장 포함)거래나 C2C(B2C거래 위장 포함)의 경우 거래가 가상공간에서 이루어져 공급자의 정보처리시스템에 접근하

치장에 해당되지 아니함.

부가 1265.1-79 (1984.1.16): 사업자가 견본품 전시장을 개설하고 동전시장에서 고객으로부터 구매신청을 받은 후 재화인도는 전시장인 아닌 다른 사업장에서 하는 경우 전시장은 사업장에 해당되지 아니함.

18) 부산지방국세청 조사1국 신세무조사기법연구회, 전계보고서.

지 않는 한 과세접점을 찾을 수 없는 것이다.

(3) 용이한 전자상거래 인터넷 주소개설로 과세자료 획득곤란

전통상거래에서 사업장에 해당하는 인터넷주소는 한국인터넷정보센터에 도메인을 등록하고 홈페이지를 구축하여도 되지만, PC통신회사의 홈페이지 구축 서비스를 이용하거나 또는 개인자격으로 쇼핑몰에 손쉽게 입점할 수도 있다. 따라서 전자상거래에 관한 과세자료가 화면상에 일시적으로 존재한 후 사용자의 의지에 따라 손쉽게 삭제가 가능하고, 또한 거래자료도 디지털화되어 구축되므로 거래의 암호화, 원격 조정, 변환장치의 사용으로 관련기록 변조가능 등 원시확인자료 곤란으로 세무조사와 소득추적이 어려워 정상거래여부를 확인할 수 없도록 임의 조작하여도 진위여부를 알 수 없으므로 과세자료 획득이 곤란하다.

(4) 무형의 디지털 신상품 개발로 과세거래 형태구별이 어려움

부가가치세에서는 재화와 용역으로 구별되어 과세된다. 현행 부가가치세법에서 “재화”란 재산적 가치가 있는 모든 유체물과 무체물을 의미하며 “용역”은 재화 이외의 재산적 가치가 있는 모든 역무 및 기타행위를 말하는데, 전자상거래에서 유형재인 신문·음반CD 등을 인터넷을 통하여 디지털형식으로 온라인전송 받는 경우 또는 실시간 감상하는 경우에는 물리적 실체가 없어짐에 따라 재화의 공급인지 용역의 공급인지 구분이 명확하지 않다. 따라서 세법에서는 재산적 가치가 있는 유체물·무체물·역무·기타행위를 과세거래 형태로 구분하지만, 전자상거래에서는 재산적 가치가 있는 물건과 용역이 혼합된 새로운 과세 거래 형태가 나타나고 있으며 또한 수요자의 선택에 따라 과세거래 형태가 변화하는 경우도 있어 재화 및 서비스를 구분하는 기준을 재정립하여야 한다. 또한 인터넷상의 다양한 재화 및 용역의 제공으로 세무당국에서는 과세거래 형태 구분이 어렵고, 경우에 따라서 소득 열거주의 입장에서는 소득이 있음에도 불구하고 과세를 할 수 없는 입장도 될 수 있다. 재화의 수입의 경우에는 부가가치세가 과세되지만 용역의 수입은 부가가치세가 과세되지 않으므로 재화의 수입을 용역의 수입으로 할 경우 과세회피가 가능하다.

(5) 통신비밀의 보호규정으로 사업자(거래자) 인적사항 파악 곤란

인터넷의 익명성으로 인해 세금계산서 등을 통해 거래자를 파악했던 기존의 방식과는 달리 전자상거래에 대해 이해와 컴퓨터 자료 분석 능력을 필요로 한다. 현재 대부분의 인터넷을 이용한 전자상거래 사업자는 전기통신사업법 상 부가통신사업자로 분류되어 있다. 전기통신사업법 제54조 제1항을 보면 전기통신사업자가 취급 중에 있는 통신의 비밀을 침해하거나 누설하여서는 안되도록 되어 있으며 제3항에서 전기통신사업자는 법원, 검사 또는 수사관서의 장(군수사기관의 장을 포함), 정보수사기관의 장으로부터 재판, 수사, 형의 집행 또는 국가안전보장에 대한 위해를 방지하기 위한 정보수집을 위한 경우에 한하여 자료의 열람이나 제출(이하 "통신자료제공"이라 함)을 요청 받은 때에는 이에 응할 수 있도록 되어 있다.

세무당국은 각 세법 상 규정되어 있는 질문·조사권과 세무신고서의 부속서류로 전자상거래 유형·건수·금액의 수집은 가능하나, 공급자 또는 수요자의 인적사항인 통신자료제공은 통신사업자가 통신비밀보호 규정에 따라 거부하면 사실상 확보할 수 없는 상황으로 과세권 행사에 어려움을 초래할 수 있다.

통신자료 제공내용으로는 이용자의 성명, 주민등록번호, 주소, 전화번호, 아이디(컴퓨터시스템이나 통신망의 정당한 이용자를 식별하기 위한 이용자식별부호를 말함), 가입 또는 해지일자 등이 있다.

국세기본법 제85조에 따르면, 세무당국은 공급자 또는 수요자에게 과세자료의 제출과 그 수집에 대한 협조를 요청할 수 있다. 만일, 국가기관·지방자치단체·금융기관 또는 전자계산·정보처리시설을 보유하는 자가 과세에 관계되는 자료 또는 통계를 수집하거나 작성한 때에는 이를 국세청장에게 통보하여야 한다. 한편, 2005년 현재 국세기본법상 통신자료제공 대상자에 국세청을 포함시키는 법안이 개정 중에 있다.

(6) 국제거래에서 조세회피가능성 증대

조세피난처 및 역외금융기관에 대한 접근이 용이해짐에 따라 조세회피의 가능성이 증가되고 있다. 전자상거래는 새로운 세원을 창출하기보다는 기존의 상거래를 대체하는 측면이 크기 때문에 전자상거래의 개방성, 국제성이 커지면서 현재는 국제조세분야의 주요 이슈로 대두되고 있다.

3) 개선방안

이상과 같은 문제점에 대한 해결방안을 구하기란 쉽지 않는 일이다. 그럼에도 불구하고 실무를 집행하는 과정에서 파악된 개선방안을 제시하면 다음과 같다.

(1) 가상사업장 및 공급 장소 문제

인터넷을 통한 서비스 공급자들은 직원이나 사무실 등의 시설도 둘 필요성이 일반 오프라인상태의 공급자들보다 적으므로 공급 장소가 어딘지, 사업장 소재지가 어딘지 납세지를 결정하기 어려운 문제가 있다. 『부가가치세는 사업장마다 신고·납부를 하여야 한다』고 정의하고 있다. 따라서 부가가치세는 그 공급과 관련된 사업장 또는 고정시설이 소재한 곳에서 과세하는 것이 원칙이나 이러한 사업장의 개념을 전자상거래에 그대로 적용하기는 곤란하다. 서버, 웹사이트, 케이블, 스위치 등의 존재 장소는 이들이 사업의 보조적인 기능만 수행하는 것이 대부분이고, 이동성이 강하기 때문에 사업장으로 보기에 무리가 있으며, 그럼에도 불구하고 사업장으로 간주할 경우에는 오히려 세무행정상 난맥상을 줄 것이다. 그러나 전자상거래 제도에서는 금융기관의 전자결제시스템의 역할이 매우 중요하므로 전자결제권한이 부여되어 있는 금융기관의 과세자료 데이터베이스에 의해 모든 사업의 거래내용이 파악된다면 웹사이트 등은 사업자등록을 부여하는 방안을 검토해 볼 만하다.

인터넷 상의 가상사업장에 대한 사업자 관리는 사업자로서 세무당국에 사업자등록을 할 경우 신고한 사업장에 대한 적정 여부를 판단하여 사업자등록증을 교부하고 있는 실정인 바 큰 문제점 없이 원활한 세무행정을 집행하고 있다.

또한 전자상거래 전담 부서를 신설하여 각종 사이트상에 인터넷 주소 개설을 일제조사 형식으로 조사하여 미등록 사업자를 색출하고, 사업장 판정의 기준을 정립 후에 사업자등록신청을 받아 세원관리를 할 수 있을 것이다. 현재 세계 각국에서는 국제거래에서 발생하는 소비세 과세는 공급 장소보다 소비지에서 과세한다는 원칙을 긍정적으로 논의 중이다.

(2) 과세접점의 상실

대부분의 전자상거래 이론서는 전자상거래가 활성화되면 중간상이 사라지고 제조자 혹은 판매자와 소비자가 직접 거래를 함으로서 세금포착지점(Taxing

Points)의 파악이 힘들어 조세탈루문제가 심각해져 세원관리가 어려워 질 것으로 판단하고 있다. 그러나 실무적으로 거래단계가 축소되면 세금포착지점이 단순화된다. 그렇다면 세무당국에서는 다소 시간이 소요되더라도 과세거래에 대한 전자기록을 추적하면 거래자의 인적사항을 추적할 수 있을 것으로 판단된다. 또한 구매자에 대한 거래 신뢰 목적으로 대금결제 수단을 고정화할 수 있도록 제도적인 장치를 마련하고 사업자등록시 개설된 은행계좌를 신고토록 하면 원활한 세원관리 및 조사에 활용할 수 있을 것으로 판단된다.

장기적으로는 자라나는 2세들에 대한 지속적인 세금교육으로 조세의 중요성을 인식하여 성실한 납세의무를 부담하도록 하여야 할 것이다. 즉, 전자상거래에 조세제도가 정비되고 전자상거래 거래 유형이 확실히 정착된다면 전통적인 상거래와 비교하여 투명하고 성실한 세정환경을 만들 수 있으리라 예상됨은 물론 징세비용도 많이 절약할 수 있을 것이다.

(3) 과세자료 획득의 곤란

현재 우리나라의 전자상거래 관련 납세의무자에 대한 세정 지원은 조세제한 특례법에 의한 전자상거래 세액공제와 중소기업 정보화 지원사업에 대한 과세 특례뿐이며 이도 공제대상자가 한정되어 전자상거래 전반에 대한 실효성을 기대하기 어려우므로 보다 적극적인 세정지원으로 성실신고·납부를 유도할 수 있을 것이다. 그렇지만 타 업종과 관련하여 과세의 형평이 이루어지는 범위 내에서 자진신고·납부에 대한 세정지원 방안을 검토하여야 할 것이다.

또한 전자상거래는 물론 모든 상거래에 대한 과세자료와 관련된 정보를 획득할 수 있는 가장 현실적인 방법은 재화나 용역에 대한 대금 결제에 관한 정보를 활용하는 방법이다. 인터넷을 통한 온라인 거래라고 하더라도 재화나 용역을 제공받기 위해서는 어떠한 경우라도 대금 결제가 이루어진다. 우리나라는 물론 OECD에서도 전자상거래와 관련하여 전자화폐 및 전자지불시스템에 대한 논의가 활발하게 이루어지고 있는 것도 이러한 상거래에 대한 과세자료의 정보를 원활하게 얻기 위해서이다.

과세자료제출과 관련된 법률적인 측면에서 살펴보면 정부기관에서는 그 부처의 업무와 관련하여 기업체로부터 어떠한 자료를 받을 경우 그 자료가 과세자료제출법에 의한 자료 대상일 경우에는 세무당국에 서류를 제출하도록 되어 있어 세무행정비용의 절감을 가져오고 있다. 이와 같이 전자상거래를 하기 위

해서는 인터넷 주소 개설 등 한국인터넷정보센터, PC통신회사 등에 대해 전자상거래를 위해 등록하는 사업자에 대한 일정한 정보를 과세제출법에 의해 과세자료로 제출할 수 있도록 법률적으로 명시하는 방안도 검토해 볼 만하다.

(4) 과세거래 형태 구별의 어려움

재화와 서비스의 구분에 있어 우리나라는 수입대상이 재화인가 서비스인가에 따라 과세원칙을 달리 적용하고 있다. 대체로 용역은 공급과 동시에 공급장소에서 소비되어 대부분의 경우 해외거래가 불가능하다. 그러므로 용역의 수입에 대해서는 부가가치세를 부과하지 않는다. 그러나 인터넷의 발달로 음악·영화·소프트웨어 프로그램 등이 컴퓨터 통신망을 통해 전자신호 형태로 수입되는 경우에는 재화의 수입으로 볼 수 있는지 문제가 된다. 이러한 용역의 국가간 거래가 빈번하게 이루어지기 때문에 OECD·WTO 등 관련 국제기구들이 디지털 제품의 거래를 재화가 아닌 서비스의 거래로 간주기로 함에 따라 문제가 해결될 것으로 예상은 되나 이러한 용역의 수입에 대해서도 부가가치세가 과세가 안 될 경우에는 내용의 실질이 동일한 업종에 대한 과세 형평성이 문제가 될 수 있으므로 장기적으로 부가가치세를 과세하는 방향으로 검토하여야 할 사항으로 판단된다.

(5) 사업자 인적사항 파악의 곤란성

전자상거래를 영위하는 사업자에 대하여 인터넷 사이트에 사업자등록번호를 부여함으로써 전자상거래를 하는 사업자의 인적사항을 쉽게 파악할 수 있을 것이다. 현행 일반적인 사업자에 대해 상·하반기로 실시하고 있는 사업자등록일제조사와 같은 개념으로 인터넷 사이트에 대한 일제조사를 실시하는 것도 검토해 볼 만하다.

(6) 국제거래에서의 조세회피 가능성 문제

현재 이루어지고 있는 세무행정상 국가간 협조는 납세의무자의 납세부담이 확정되었거나 국외거주에 인하여 세금징수에 어려움이 있는 경우, 탈세혐의가 있는 특정 납세의무자에 대한 정보교환 등으로 제한되어 있다. 전자상거래의 경우에는 고정사업장 문제, 재화와 서비스의 구분 모호성으로 인해 조세행정의 원활한 집행이 어려우므로 전자상거래의 행위시에는 과세당국 간 국제적

협조는 모든 과세자료의 이용이 가능하도록 이루어져야 한다. 그러나 세원을 확보하는 방법과 경제력, 그 나라의 관습 등 사업자의 거주지국과 소비자의 거주지국 과세당국의 입장이 다를 수 있다. 이 경우 개별국가간의 조세협약 노력보다는 국제적 합의를 이루어 공동으로 과세방안을 마련해야 과세의 실효성을 거둘 수 있을 것이다.

(7) 전자상거래 관련 세원관리 및 조사관리 전담부서의 신설

전자상거래는 공장과 소비자간의 직접거래와 같이 거래형태의 패러다임이 급격히 변화하고 있다. 민간부분의 정보통신기술은 날로 발전하지만 과세관청의 정보화는 시작에 불과해 현재의 과세제도로는 이러한 문제해결 능력이 많이 결여되어 있는 것이 사실이다. 따라서 과세관청이 소득 및 거래 내역을 구체적으로 파악하여 과세하는 데에 많은 행정 비용이 소요되며 이러한 사유로 전자상거래를 통한 소득의 탈루세액은 점점 증가할 것이다. 이에 대하여 신속하고 즉시성 있는 세원관리 및 조사관리를 위해서는 현행 일반 업종과 같이 획일적으로 집행하는 세원관리보다는 즉시성과 예측가능성을 활용할 수 있도록 『전자상거래 세원관리전담반』을 신설하여 이 부서에서 전자상거래에 대한 세원관리와 조사반을 운영하는 것이야말로 세무행정상의 문제점을 개선할 수 있는 지름길이라 할 수 있다.

제2절 전자상거래에 대한 일반적인 세원관리방안

전자상거래를 이용하여 사업하는 업체의 수입금액을 파악한다는 것은 일반적인 오프라인 상태에서 사업을 하는 업체에 대한 수입금액을 파악하는 것보다 더 어렵다. 지금까지는 전자상거래가 일부 젊은 고객들이 많고 돈의 흐름이 투명치 못하여 세원관리상 많은 문제점을 내포하고 있는 것이 사실이다. 그러나 이러한 전자상거래 업종들의 사업이 일반화되는 시기가 본격적으로 도달되고 일반 국민들 사이에 납세의식의 향상과 제도적으로 몇 가지만 잘 관리된다면 오히려 세원관리가 더 투명해지고 징세비용도 현재보다 훨씬 적을 것이다. 이하에서는 투명세정과 공평과세가 이루어질 수 있도록 전자상거래에 대한 세원관리방안을 모색해 보고자 한다.

1. 상품 판매대금의 흐름이 투명하도록 제도적인 장치 마련

전자상거래를 이용하여 사업을 할 경우에 대체로 그 판매액은 신용카드, 온라인 송금, 휴대폰 결제, 전화이용 결제 등으로 판매대금을 수취한다. 그리고 그 판매대금을 연결해 주는 고리가 바로 결제대행회사, 즉 PG사이다. 세무관리의 핵심으로 돈의 흐름과 상품의 흐름을 파악하는 것이다. 이 흐름을 파악하는 가장 중요한 것이 바로 PG회사이다. 이러한 PG사의 중요성을 잘 알기에 국세청에서는 특별히 PG사가 지켜야 할 내용을 2003.5.16.에 국세청고시 제 2000-15호로 공고하여 시행하고 있다.

이러한 PG사가 지켜야 할 사항으로 고시된 내용, 즉 결제대행 의뢰회사에게 지급한 결제대행 금액과 수수료내역 등의 내용을 분기별로 엄격히 보고하게 하고, 불량가맹점에 대하여는 사전에 심사하여 부적격 업체와의 결제대행 거부 등 의무사항을 성실히 준수토록 하여야 할 것이다. 또한 세무관서는 이의 성실한 이행을 담보하기 위해 PG사로 설립된 이후 2년 간은 특별히 매 분기별로 PG사에 대한 현지확인조사를 하는 등 세원관리를 철저히 하고 만약 고시된 내용을 위반 시에 PG사로서의 지위를 제한하도록 하여야 할 것이다.

2. 전자상거래 전담반 신설

경제규모의 급속한 성장과 기존 상거래에 대한 패러다임의 변화로 인해 전자상거래의 시장규모가 매년 약 30% 정도 신장하고, 통신정보기술의 발달로 민간경제와 더불어 기존 세법에서 규정할 수 없는 과세거래의 형태가 나타나는 등에 대한 문제점과 개선방안을 구축하기 위해서는 현재 지방청 단위에서 형식적으로 운영하고 있는 전자상거래 조사부서를 확대 개편하여 현재 세무행정상과 세법의 적용에 있어 문제점이 부각되어 있는 가상 사업자에 대한 사업장 정의, 재화와 용역이 결합되어 거래되는 무형의 디지털 신상품에 대한 과세 문제, 효율적인 과세자료와 인적사항 파악 방법, 소액이며 계속적인 용역제공 수입금액에 대한 수익의 인식시기 및 향후 발생될 문제점에 대한 대비책을 마련하여야 할 것이다.

지금 현재 운영하고 있는 전자상거래 조사부서는 전자상거래 뿐만 아니라 일반적인 조사를 병행함으로써 그 설립취지가 많이 퇴색되어 있다. 새로 신설

할 전자상거래 전담부서에서는 오로지 전자상거래에 대한 세원관리와 조사관리만을 전담하도록 제도적으로 개선되어야 할 것이다.

이러한 전자상거래 전담부서에서는 적어도 인터넷 가상공간에서 일어나는 상거래를 일반 오프라인 형태로 운영하는 사업자의 사업자등록일제조사와 같은 수준으로 기별 2회씩 점검하고 주요 거래형태별 세무상 문제점을 지속적으로 연구하도록 하여야 할 것이다. 이러한 전자상거래 전담부서의 궁극적인 목표 지향점은 실무에 직접 적용이 가능하도록 전자상거래의 유형에 따른 실용적 세무관리 모델을 창조하여야 할 것이다.

3. 전자상거래 업체의 세무관리에 대한 홍보활동 강화

과거에는 각지역 세무관서별로 지역담당제를 운영하여 세원관리를 하였으나 현재는 국세청 내부정보통신망을 이용하여 세원관리를 하고 있는 실정이다. 따라서 일반적인 상거래에 대한 확실적인 세무홍보를 실시하고 있다. 그러나 이제는 세무홍보도 맞춤형으로 전환하여야 한다. 세무조사에서도 나타났듯이 전자상거래는 사업경험이 없는 젊은 사업가가 인터넷을 통하여 사업을 함으로써 당연히 하여야 할 인지세의 첨부, 원천소득에 대한 원천징수 등 기본적인 세무의무를 소홀히 하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 것은 조세를 회피하기 위해서라기보다는 세법에 대한 무지로 판단되었다. 이를 위하여 인터넷 사업자들은 반드시 홈페이지를 갖고 있으므로 이러한 홈페이지를 이용하여 납세홍보를 하는 방안도 강구하여 납세자 스스로가 납세의무를 성실히 이행하도록 각종 세무정책이나 필요한 세법 지식 등을 홍보토록 하여야 할 것이다.

제5장 결 론

최근 전자상거래의 거래 규모는 비약적으로 확대되고 있는데 반하여, 이에 대한 세원관리는 뒤따라가지 못하고 있으며 현재 시행하고 있는 세원관리상에도 많은 문제점을 내포하고 있다. 특히 외형적으로 거래행위가 잘 노출되지 않고 있는 온라인 거래의 경우에는 세원의 사각지대로 전통적 상거래와의 조세 형평성 문제에 있어 심각한 문제점을 안고 있다. 세무당국에서도 이러한 격변하는 인터넷 사회에 민첩하고 효율적으로 대처하기 위해 지금이 바로 국가적 차원의 전자상거래 정책수립과 전략변화가 절실히 요구되는 시점으로서 합리적인 세원관리방안에 고심하고 있다. 특히 우리나라의 경우에는 전자상거래와 관련한 별도의 세법규정은 없고 조세특례제한법상의 기존 규정을 전자상거래 관련기술에 확대 적용하여 세제지원을 해주는 규정만 있어 이에 대한 과세제도의 정비가 시급히 요청되고 있는 상황이다.

본 논문의 목적은, 첫째, 전자상거래라는 새로운 시장에 대하여 세무관서에서 어떻게 세원을 관리하고 있는지 실태를 파악함과 동시에 전자상거래에 대한 세무조사시 주의하여야 할 사항을 검토하며, 둘째, 대표적인 전자상거래 업종을 대상으로 한 세무조사사례의 분석을 통하여 세무조사기법의 개발과 아울러 세무조사 사례분석 시 나타난 문제점의 도출과 그 개선방안을 유형별로 제시하여, 공평과세의 실현을 위한 합리적이고 종합적인 세원관리방안을 구축하는 데 있다.

본 연구에서는 전자상거래에 대한 세무행정 측면에 초점을 두어 우리나라 세무행정상의 문제점과 그에 대한 개선점을 제시하였고 세원취약분야로서 세무조사시 고려할 사항을 검토하였으며 마지막으로 대표적인 전자상거래의 세무조사 사례 분석과 세원관리방향을 살펴보았다.

그러나 급변하는 국내외적 시장변화에 따라 전자상거래의 세원관리 및 조사관리에 있어서 국세청은 지방국세청별로 전자상거래 조사반을 두고 있으나 사실상 일반적인 조사업무와 같이 병행하고 있는 실정으로 유명무실한 상태이다. 또한 전자상거래 업종만 전담하고 있는 세원관리부서가 없어 우리나라에서 전자상거래 업종에 대한 별도의 과세자료 수집이나 신고관련 통계자료, 조사관련 통계자료 등이 없는 실정이다.

전자상거래 시장이 폭발적인 신장세를 나타내고 있음에도 불구하고 전통적 상거래 업종과 같이 세원관리를 함으로써 전자상거래분야의 세원관리에 소홀히 대처하고 있는 실정에 대하여, 본 연구에서는 지금까지의 소극적 자세를 탈피하고 산업발전에 걸맞는 세원관리방안을 도출하기 위해 다음과 같이 연구하였다.

먼저, 현행 전자상거래 업종의 회계처리 실태와 전자상거래에 대한 과세기본방향, 다음으로 전자상거래에 대한 세무조사를 실시할 경우 검토할 사항을 살펴보고 기왕에 조사하였던 전자상거래 업종에 대한 사례를 분석하였다. 그리하여 세무조사 사례분석 결과 도출된 문제점과 개선방안, 세무행정상의 문제점을 살펴보고 그에 대한 개선점을 제시하였으며, 이를 토대로 전자상거래 업종에 대한 세원관리방안을 제시하였다.

이러한 방안들을 종합하여 전자상거래의 효율적인 세무조사방법과 종합적인 세원관리방향을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 제시한 『전자상거래의 세무조사 사례분석과 세원관리방안』을 활용한다면 아쉬운 대로 전자상거래 분야의 조사관리와 세원관리에 어느 정도는 도움을 줄 것으로 믿는다. 특히 이중 「회원정보관리에 따른 수입금액 누락 세원관리 및 조사관리 방안」인 『관리자 홈페이지 열기』와 『관리자 메뉴 정보 보기』, 그리고 『대금 결제 수단 알기』를 활용한다면, 쇼핑몰에서 취급하는 상품의 종류, 상품의 입·출고상황, 판매금액 등 전자상거래 사업자의 정확한 거래규모는 물론 재고관리의 실상을 파악하는데 효율적인 접근방법이 될 것이다.

둘째, 현재 지방국세청별로 구성되어 있는 유명무실한 전자상거래조사반을 전자상거래의 국내·외 전반의 빠른 성장에 부응하도록 세원관리전담반과 세무조사전담반을 포함한 『전자상거래 업종에 대한 전담부서』를 신설하여 실질적으로 세원관리와 조사관리를 함으로서 향후 발생될 문제점을 사전에 방지하도록 하여야 할 것이다.

셋째, 세원관리가 투명하게 되기 위해서는 돈의 흐름이 투명하도록 제도적인 장치를 마련하여야 한다. 전자상거래에 있어서 상품 판매와 관련된 돈의 흐름을 연결시켜주는 업체가 바로 PG회사이다. 이러한 PG회사를 잘 관리한다면 전자상거래로 일어나는 세원관리는 가장 효율적으로 세원관리를 할 수 있을 것이다. 이렇게 하기 위해서는 PG회사가 지켜야 할 국세청 고시사항을

위반할 경우 PG회사의 지위를 제한할 수 있도록 하는 등 제도적인 장치를 마련하여야 할 것이다.

넷째, 세무행정이 추구하여야 할 목표 중 하나가 납세자간·소득계층간 공평과세를 실현하는 것이다. 이를 위해 세무당국은 일반적인 거래형태의 사업자등록일제조사와 병행하여 인터넷상의 소호 전자상인들에 대한 사업자등록일제조사를 통하여 제도권 밖의 미등록 사업자를 양성화하여 관리토록 하는 한편, 국세통합시스템(TIS) 상에서도 별도 관리하여 각종 신고시 기 등록된 사업자와의 공평과세와 투명세정 실현에 힘써야 할 것이다.

다섯째, 세무당국은 본 연구에서 도출된 문제점, 즉 전자상거래에 대한 과세장소의 개념과 공급시기, 소비지과세원칙, 외국기업에 대한 고정사업장 등에 대하여 관련 법규와 규정을 명확히 하여 납세자가 예측가능하고 법적으로 안정성 있는 제세 신고를 할 수 있도록 하여야 할 것이다.

여섯째, 세무당국은 타 부처와 협의하여 과세자료제출법에 의해 제출하여야 할 과세자료의 범위에 전자상거래업종과 관련이 있는 기관으로부터 관련 자료를 받을 수 있도록 협의를 해 가야 할 것이다.

끝으로, 전자상거래는 사업경험이 없는 젊은 사업가들이 인터넷을 통하여 많은 사업을 영위하므로 사업자 등록 등 세법상 당연히 지켜야 할 기본의무마저 소홀히 하는 경우가 있다. 이러한 관행은 조세를 회피하기보다는 세법에 대한 무지로 인한 결과로 판단되어 전자상거래업을 영위하는 사업자들의 인터넷 홈페이지를 이용한 납세홍보를 철저히 하도록 하여야 할 것이다.

본 연구의 한계점은, 첫째, 연구범위에 있어 국내적인 전자상거래 분야에 대한 여러 가지 세무관련 문제를 전반적·총체적으로 접근함으로써 개별 조세문제의 분야를 심도있게 다루지 못하였다는 점, 둘째, 연구방법에 있어서는 전자상거래 규모의 폭발적 증가와 전자상거래 관련 통계자료 계수의 정확성 부족으로 구체적인 전자상거래 납세통계자료를 제시하지 못하였다는 점이다.

향후 연구과제로는 세무조사나 세원관리에 있어 표본을 이용한 실증적 연구방법론을 적용하여 구체적인 세원관리 방안이나 조사방법, 그리고 제도에 대한 실증적 연구가 필요할 것이다.

참고문헌

- 국세청, 『전자상거래』, 2002. 1.
- 금정세무서 신세무조사기법연구회, 『국세공무원을 위한 전자상거래 조사기법』, 2000.10.
- 김도형, “전자상거래 과세관련 논의 동향,” 재정경제부 재산세제과, 2000.6.
- 김용락, 『국세공무원을 위한 전자상거래 조사기법』, 2001.12.
- 김유찬·홍범교, 전자상거래 시대의 조세정책, 한국조세연구원, 1998.12.
- 김은영, “주요 선진국의 전자상거래정책 시사점과 우리나라의 대응방안,” 한남대학교 대학원 석사학위논문, 2002.8.
- 김인구, 『전자상거래 이론과 실제』, 도서출판 두나, 2000.
- 노성희, “우리나라의 전자상거래 관련 조세제도에 대한 연구,” 부경대학교 경영대학원 석사학위논문, 1999.
- 노영훈·연태훈·홍범교, 전자상거래관련 조세지원방향, 1999.12
- 박영범, 전자상거래에 대한 과세문제와 회계, 2005.1.31.
- 부산지방국세청 조사1국 신세무조사기법연구회, 『이전가격세제와 전자상거래의 세무조사』, 2003.11.
- 부산지방국세청 조사1국 열린학습동아리, 『E-Business와 전자상거래에 관한 연구보고』, 2005.6.
- 산업자원부, 전자상거래 정책 통계자료, 2005.
- 산업자원부 한국전자거래진흥원, 국내 e-비즈니스 현황에 대한 통계조사 결과 보고서, 2002.1.
- 양병두, “전자상거래의 합리적인 과세방안,” 홍익대학교 세무대학원 석사학위논문, 1999.
- 양희경, “전자상거래의 과세에 관한 연구,” 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1999.
- 엄기영, “전자상거래 시대의 조세행정과 조세정책에 관한 연구,” 전북대학교 대학원 석사학위논문, 2000.
- 윤동환, “우리나라 전자상거래 조세정책과 개선방안에 관한 연구,” 고려대학교 정책대학원 석사학위논문. 2003.6.
- 이종영, “전자상거래에 대응하는 세제개혁방향 동향,” 국세월보, 2003.12.

최명근, 『부가가치세법론』, 조세통람사, 1998

최정호·임창우, 전자상거래 회계, 한국회계연구원 연구보고서, 제3호, 2000.8.

한장석, 『부가가치세2003』, (주)광교TNS, 2003.

홍범교·안종석, 전자상거래와 조세: 국제적 논의 동향과 정책 시사점, 한국
조세연구원, 2001.12.

【기타 참고자료】

* 전자상거래업체 실무자 인터뷰 (서울청 조사1국1과6계 박00)

LG홈쇼핑	재경팀	박00 대리	(쇼핑몰)
한솔CSN	경영지원팀	이00 대리	(쇼핑몰)
이셀피아	경영관리팀	김00 차장	(거래중개.입점관리)
옥션	재무회계팀	이00 부장	(거래중개.입점관리)
SK디투디	관리지원부	조00 대리	(해외물품 구매대행)
야후코리아	마케팅부	하00 직원	(검색서비스.광고)
클럽5678 인포렛스	관리팀	백00 과장	(채팅.게임.아바타매출)
한국전자상거래협회		김00 과장	(전자상거래 관리기관)
금융감독원 비은행감독국		정00 조사역	(카드깡 단속기관)