

디지털상품의 국제거래 유형과 분쟁 해결방안

Disputes Patterns and Resolution Approaches in the Global Trading of Digital Goods

심 상 렬*
Sang-Ryul Shim
정 윤 세**
Yoon-Say Jeong

〈목 차〉

- I. 서 론
- II. 디지털상품의 개념 및 특징
- III. 우리나라의 디지털상품 수출입현황과 문제점
- IV. 디지털상품의 국제거래 분쟁과 해결방안
- VI. 요약 및 결론

주제어 : 디지털상품, 전자적 형태의 무체물, 라이선스 계약과 보증, 상사중재

* 광운대학교 국제통상학과 부교수 (srshim@kw.ac.kr)
** 한국무역협회 전자무역추진센터 사무국장, 경영학박사 (wizard@kita.net)

I. 서론

개방경제체제 하에서 국제무역을 포함한 대부분의 경제활동은 행복을 추구하는 인간의 다양한 욕망을 충족시키기 위해 사용가치를 지니고 있는 물자(재화, goods)와 타인의 활동(용역, services)을 생산, 교환, 소비하는 것을 말한다.

이러한 경제활동의 대상 중 시장경제에서 중요한 의미를 지니는 재화는 그 희소성으로 인해 대가를 지불해야 얻을 수 있는 경제재(economic goods), 즉 상품이다. 다시 말해 상품(商品, commodity)이란 “시장에서 공급자와 수요자 간에 거래 또는 매매의 대상이 되는 상업적 가치를 지닌 경제재”를 말한다.

상품은 다시 유체물(tangible goods)과 무체물(intangible goods)로 나눌 수 있다. 유체물은 일정한 형태가 있고, 손으로 만지거나 확인할 수 있으며, 일정 기간이 지나면 마모되거나 소멸되는 상품을 말한다. 반면 무체물은 일정한 형태도 없고, 손으로 만지거나 확인할 수도 없으며, 때로는 반영구적이기도 하다.

예전에는 주로 오프라인 기반 하에 유형의 상품인 ‘물품’을 중심으로 국제간 거래인 무역이 이루어졌다. 그러나 1990년대 중반 이후 컴퓨터, 인터넷 등 정보기술(IT)의 급속한 발전에 힘입어 이른바 ‘전자적 형태의 무체물’과 ‘서비스’가 무역의 대상 속에 포함되었으며, 무역거래 방식도 전자무역(e-Trade)의 형태로 바뀌게 되었다.

우리나라의 경우 2001년 ‘대외무역법’ 개정을 통해 기존의 전통적인 ‘물품’ 외에 온라인으로 거래될 수 있는 무형의 상품인 ‘전자적 형태의 무체물’이 무역의 대상에 포함되었다. 2003년에는 ‘서비스’도 무역의 대상에 포함되었다.

그러나 ‘전자적 형태의 무체물’에 대해 국내외적으로 보편적인 정의가 확립되어 있는 것은 아니다. 디지털상품 또는 디지털재화(digital goods), 디지털제품(digital products), 디지털콘텐츠(digital contents), 전자적 전송물(electronic transmissions), 컴퓨터정보(computer information) 등 유사 용어들이 혼용되어 사용되고 있는 것이 현실이다.

이들 용어들은 그 의미가 조금씩 다름에도 불구하고 ① 디지털 방식으로 부호화(encode)되어 있고, ② 무체물의 형태를 띠고 있으며, ③ 인터넷과 같은 정보통신망을 통해 전자적인 방식으로, ④ 상업적 판매 또는 배포 목적으로 거래가 될 수 있다는 공통적인 특징을 지니고 있다.

따라서 본 논문에서는 대외무역법에서 정의된 ‘전자적 형태의 무체물’이라는 법률 용어 대신 이러한 특징을 가장 잘 표현한다고 판단되는 ‘디지털상품’이라는 보다 일반적인 용어를 사용하고자 한다.

디지털상품의 국제간 거래와 관련하여 국내에서는 그동안 다양한 학문적 논의가 있어 왔다. 먼저 박문서(2001)는 전자상거래 활성화 차원에서 디지털상품의 특징과 생산 및 유

통구조 등에 대해 살펴보았다.

디지털상품의 수출산업화와 관련해서는 이호건(2003), 심상렬(2006), 이충배·이정민(2006), 김복래(2006), 임성철(2007) 등이 각각 문화콘텐츠, 온라인게임, 디지털콘텐츠, 창조산업, 디지털상품의 관점에서 수출 증대 및 해외진출 가능성, 향후 정책 방향 등에 대해 검토하였다.

디지털상품의 법률적 측면에서는 한병완(2004)이 전자적 형태의 무체물 거래에 따른 법률적 문제점에 대해 살펴보았고, 조현숙(2006)은 국제 전자상거래에 있어 브라우저랩 라이선스의 법적 효력에 대해 연구하였다. 그리고 이원재(2007)는 전자상거래에서 전자적 전송물에 대한 통상법적 고찰을 하였으며, 최홍섭·허은경(2006)은 글로벌 온라인 거래에서의 디지털상품에 대한 관세부과 모델에 대해 평가하였다.

디지털상품의 신뢰성 문제와 관련해서는 조원길·곽현(2006)이 안전한 인터넷 거래를 위한 신뢰모델 구축 전략에 대해 살펴보았고, 심종석(2006)은 미국 통일컴퓨터정보거래법상 컴퓨터 정보의 보증체계에 관해 살펴보았다. 그리고 라공우(2006)는 전자상거래 확대를 위한 보험제도에 관한 연구하였다.

한편 디지털상품의 국제거래에 따른 리스크관리와 분쟁해결에 대한 연구도 활발하게 이루어졌다. 먼저 심상렬(2004), 안병수(2005), Taeho Park et. al(2007)이 디지털상품의 국제거래에 따른 리스크 유형과 관리방안에 대해 살펴보았다. 또한 심상렬(2005)은 디지털상품의 국제거래와 무역구제제도에 대해 살펴보았으며, 최용길(2006)은 e-비즈니스에서의 위험관리와 분쟁해결 방안에 대해 연구하였다. 그리고 한병완·심종석(2006)은 컴퓨터 정보의 거래에 있어서의 계약위반 등에 대해 살펴보았으며, 노태약(2006)은 디지털재화의 거래에 따른 국제재판관할에 대해 연구하였다.

온라인 분쟁해결과 관련해서는 김선광(2006)이 전자상거래 분쟁해결을 위한 온라인 ADR 모델 구축에 관해 살펴보았고, 안제우(2006)는 온라인 분쟁해결의 발전을 위한 관련 당사자의 책임에 대해 연구하였다. 그리고 김성찬(2006)은 향후 관련 법규의 국내 입법을 염두에 두고 일본의 ADR법에 관해 살펴보았다.

그러나 디지털상품의 국제거래에 따른 분쟁 해결과 관련하여 상사중재의 관점에서 살펴본 연구는 거의 전무한 실정이다. 오원석(2006), 이강빈(2005), 이강빈(2006a), 이강빈(2006b) 등이 각각 국제투자분쟁 해결을 위한 ICSID 중재, 국제중재에 있어서 중재합의의 준거법 결정, 국제계약에서 전자통신의 이용에 관한 협약의 채택과 중재합의의 적용, 국제상사중재에 관한 UNCITRAL 모델법의 개정 동향 등 간접적으로 관련이 있는 주제에 대해 연구하였을 뿐이다.

따라서 본 논문에서는 디지털상품의 국제거래에 따른 분쟁 해결과 관련하여 상사중재의 관점에서 그 접근방법을 살펴보고자 한다. 이를 위해 ① 디지털상품의 개념과 특징, ②

디지털상품의 국제거래 현황과 문제점, ③ 디지털상품의 국제거래 분쟁요인, ④ 상사중재 차원에서의 접근방법 등을 살펴본다.

II. 디지털상품의 개념 및 특징

1. 디지털상품의 정의 및 분류

일반적으로 디지털상품(digital goods)은 “0과 1의 디지털신호로 표현될 수 있는 생산물로서 사람의 욕구(needs) 충족을 위해 유통 및 소비되는 모든 재화”로 정의할 수 있다.¹⁾

이러한 디지털상품에 대한 정의는 전자적 형태의 무체물, 전자적 전송물, 디지털제품 등과 같은 유사 용어와 대체로 비슷하다. 그러나 디지털콘텐츠, 컴퓨터정보 등과는 그 개념이 다소 다르다(<표 1> 참조).

<표 1> 디지털상품과 유사 용어의 정의 비교

용어	정의	근거
디지털상품 (digital goods)	0과 1의 디지털신호로 표현될 수 있는 생산물로서 사람의 욕구(needs) 충족을 위해 유통 및 소비되는 모든 재화	박문서(2001), pp.50-51
전자적 형태의 무체물	<ul style="list-style-type: none"> - 소프트웨어산업진흥법 제2조 제1호의 규정에 의한 소프트웨어 - 부호, 문자, 음성, 음향, 이미지, 영상 등을 디지털방식으로 제작하거나 처리한 자료 또는 정보 등으로서 산업자원부장관이 정하여 고시하는 것 - 위 가지의 집합체 기타 이와 유사한 전자적 형태의 무체물로서 산업자원부장관이 고시하는 것 	대외무역법시행령 제2조의 3
전자적 전송물 (electronic transmissions)	<ul style="list-style-type: none"> - 전통적인 콘텐츠나 저작권 산업의 제품으로서, 인터넷과 같은 정보통신망을 통해 전자적인 방식으로 거래가 가능 - 디지털적인 방법으로 인코드(encode)되어진, 그리고 동시에 VHS 테이프와 같은 물리적 전달매체로부터 독립적인 것 	Sacha Wunsch-Vincent(2006), p.6
디지털제품 (digital products)	<ul style="list-style-type: none"> - 전달매체에 고정되었는지 또는 전자적으로 전송되는지 여부에 관계없이 디지털방식으로 부호화되고 상업적 판매 또는 배포를 목적으로 생산된 컴퓨터 프로그램, 문자열, 동영상, 이미지, 녹음물 및 그 밖의 제품 - 디지털화된 형태의 금융상품, 전자화폐, 이메일, 사용자 제작콘텐츠(UCC) 등은 제외 	한미 FTA 국문 협정문 제15장 5면

1) 박문서, “디지털상품의 전자상거래 활성화 방안”, 「통상정보연구」, 제3권 제2호, 한국통상정보학회, 2001.12, pp.50-51

<p>디지털콘텐츠 (digital contents)</p>	<p>- 부호, 문자, 음성, 음향, 이미지 또는 영상 등으로 표현된 자료 또는 정보로서 그 보존 및 이용에 있어서 효용을 높일 수 있도록 전자적 형태로 제작 또는 처리된 것 - 특히 정보통신망에서 사용되는 디지털콘텐츠를 온라인 디지털콘텐츠라고 정의</p>	<p>온라인디지털 콘텐츠산업발전법 제2조 제1호 및 제2호</p>
<p>컴퓨터정보 (computer information)</p>	<p>컴퓨터로부터 또는 컴퓨터의 이용으로 얻거나 또는 컴퓨터에 의해 처리되어질 수 있는 형태로 되어 있는 전자적 형태의 정보</p>	<p>미 통일컴퓨터 정보거래법 (UCITA), Sec.102, (10)</p>

자료 : 연구자 작성

다시 말해 디지털상품은 ‘전자적 형태의 무체물’에 관한 대외무역법 등 관련 법규의 정 의에서 보듯 ① 소프트웨어, ② 디지털콘텐츠, ③ 소프트웨어와 디지털콘텐츠의 집합체 및 기타 등을 포함하고 있다. 따라서 디지털콘텐츠, 컴퓨터정보 등의 용어보다는 더 포괄적인 개념임을 알 수 있다.

그런데 이러한 법률적 정의에도 불구하고 디지털상품을 명확하게 분류한다는 것은 현실 적으로 쉬운 일이 아니다. 정보기술의 급속한 발전에 따라 새로운 형태의 디지털상품이 출현하고 있는 것이 가장 큰 요인이지만, 융·복합화 현상 등으로 인해 분류 기준이 애매 한 것도 한 요인이다.

먼저 소프트웨어는 “컴퓨터, 통신, 자동화 등의 장비와 그 주변장치에 대하여 명령, 제 어, 입력, 처리, 저장, 출력, 상호작용이 가능하도록 하게 하는 지시, 명령(음성이나 영상정 보 등을 포함한다)의 집합과 이를 작성하기 위하여 사용된 기술서 기타 관련 자료(설계도, 흐름도, 기타 문서)”로 정의된다.²⁾

소프트웨어는 사용자가 비용을 지불해야 하는가를 기준으로 상업용 소프트웨어 (commercial software)와 비상업용 소프트웨어(non-commercial software)로 크게 구분할 수 있다. 대부분의 범용 소프트웨어는 상업용 소프트웨어이지만, 공짜로 일정 기간 또는 아예 무료로 쓸 수 있는 셰어웨어(shareware), 프리웨어(freeware) 등은 비상업용 소프트웨어나 고 할 수 있다.

한편 디지털콘텐츠는 “부호, 문자, 음성, 음향, 이미지 또는 영상 등으로 표현된 자료 또는 정보로서 그 보존 및 이용에 있어서 효용을 높일 수 있도록 전자적 형태로 제작 또 는 처리된 것”을 말한다.³⁾

그러나 대외무역관리규정에서는 무역의 범위에 포함되는 디지털콘텐츠를 ① 영상물(영 화, 게임, 애니메이션, 만화, 캐릭터를 포함), ② 음향·음성물, ③ 전자서적, ④ 데이터베

2) 소프트웨어산업진흥법 제2조 제1호

3) 온라인디지털콘텐츠산업발전법 제2조 1항

이스 등으로 정의하고 있다.⁴⁾

이와 같이 디지털상품은 다양한 형태로 정의 및 분류되고 있으며, 국제거래도 점차 증가하고 있다. 이에 따라 우리나라에서는 2001년 4월 ‘전자적 형태의 무체물’에 이어 2003년 개정된 대외무역법에 따라 ‘용역’의 국제거래에 대해 기존의 ‘물품’과 마찬가지로 수출입 실적으로 인정받을 수 있도록 하고 있다.⁵⁾

현재 대외무역법 시행령의 규정에 따라 한국무역협회와 한국소프트웨어산업협회에서 해당 기업의 신고와 증빙자료를 바탕으로 ‘전자적 형태의 무체물’과 ‘용역’에 대한 수출입 실적을 인정하고 있다. 그리고 대외무역법 상의 분류를 우선적인 기준으로 하여 별도의 분류표에 따라 통계를 내고 있다.

2. 디지털상품의 특징

‘전자적 형태의 무체물’을 띠고 있는 디지털상품은 디지털기술을 바탕으로 하고 있다. 따라서 디지털기술이 갖고 있는 기본적인 특성을 그대로 지니고 있으며, 이는 디지털그릇 필요, 비소멸성, 가변형성, 재생산성 등으로 나타난다.

또한 디지털상품은 상품적 측면에서는 네트워크재, 경험재, 공공재 등의 특성을 지니고 있고, 비즈니스 측면에서는 규모의 경제, 잠금효과, 범위의 경제, 네트워크 효과, 승자독식 등의 특성을 지니고 있다(<표 2> 참조).

<표 2> 디지털상품의 특징

구분	특징	내 용
기술적 측면	디지털그릇 필요 (digital container)	전자적 형태의 무체물로서 디지털상품을 저장하는 기록매체(CD 등), 저장소(서버 등)이 필요
	비소멸성 (indestructibility)	많이 사용해도 잘 소모되지 않고, 고의적으로 저장장치(기록매체)에서 지워버리지 않는 한 소멸되지 않음
	가변형성 (transmutability)	0과 1의 디지털신호로 분해되기 때문에 다른 상품으로의 변형과 변환이 상대적으로 용이
	재생산성 (reproducibility)	무제한적으로 용이하게 복제 반복적 생산이 가능한 반면 품질이 불완전하고 일관성 있는 가격정책이 곤란
상품적 측면	네트워크재 (network goods)	오프라인은 물론 인터넷 등 정보통신망을 통해 온라인으로도 거래가 가능
	경험재 (experience goods)	사용하기 전에는 그 가치를 판단하기 어려운 의 특성을 갖고 있어 브랜드 및 신뢰성 체고 노력이 매우 중요
	공공재 (public goods)	가격을 지불하지 않고 사용하려는 무임승차자(free-rider) 내지 카피라이트(copy left)의 문제가 발생

4) 대외무역관리규정 제1-0-2조의 3

5) 대외무역법 시행령 제31조의 2(용역 또는 전자적 형태의 무체물의 수출입확인) 및 제116조(권한의 위임·위탁)

비즈니스 측면	규모의 경제 (economies of scale)	최초 생산에 많은 비용이 소요되는 반면 재생산 또는 복제에 따른 한계비용이 매우 저렴
	잠금효과 (lock-in effect)	소프트웨어의 경우에서 보듯 교체비용(swiching costs)의 부담 때문에 다른 디지털상품으로 바꾸기가 곤란
	범위의 경제 (economies of scope)	휴대폰을 통해 e-메일을 송수신하고, 음악을 듣거나 지리정보를 보듯 음·복합화 기능과 서비스가 가능
	네트워크 효과 (network effect)	온라인게임, 포털 서비스 등에서 보듯 이용자 수에 따라 해당 디지털상품의 편의성과 효용이 높아지는 외부성 효과
	승자독식(winner takes most of all)	앞에서 열거된 모든 특성을 바탕으로 시장선도자가 거의 독점에 가까운 시장지배력을 갖는 현상 발생

자료 : 기존의 선행연구들을 종합하여 연구자 작성

Ⅲ. 우리나라의 디지털상품 수출입 현황과 문제점

1. 우리나라의 디지털상품 수출입 현황

우리나라의 디지털상품의 수출입 현황은 <표 3>과 같다. 2001-2003년까지는 ‘전자적 형태의 무체물’을 기준으로 통계가 작성되었으나, 2004년부터는 ‘전자적 형태의 무체물’과 ‘용역’이 모두 포함된 실적으로 통계가 작성되었다.

먼저 수출의 경우 2001년에는 1,146만 달러에 불과하였지만, 오락, 게임 등 디지털콘텐츠 개발 서비스의 수출 호조에 힘입어 2005년 3억 8천만 달러로 급등하였다. 그러나 2006년에는 디지털상품의 수출의 30% 정도를 차지하는 온라인게임 서비스 수출이 떨어지면서 2억 3천만 달러에 머물렀다.

이러한 디지털상품의 수출 실적은 2006년 기준 우리나라의 총수출액이 세계 10위권인 3천 2백억 달러를 기록한 것과 비교할 때 우리나라 전체 수출규모의 0.1%에도 미치지 못하는 매우 저조한 실적이다.

이에 반해 디지털상품의 수입은 2001년 62만 달러에 불과했으나, 매년 증가하여 2006년에는 173만 달러를 기록하였다. 비록 그 금액은 수출에 비해 아직 미미한 수준이지만, 지속적으로 증가하고 있다는 점에 유념할 필요가 있다.

한편 대분류에 의한 디지털상품의 품목별 수출입 현황을 보면, 수출의 경우 <표 4>에서 보듯 디지털콘텐츠 개발 서비스와 패키지 S/W, 엔지니어링 서비스업, 컴퓨터시스템 설계 및 자문업, 문화산업 등의 비중이 높은 것을 알 수 있다. 이중에서도 특히 문화산업은 한류 열풍 등에 힘입어 2006년에는 전년대비 100% 이상 급증한 5,769만 달러를 기록하였다.

〈표 3〉 우리나라의 '전자적 형태의 무체물'과 '용역'의 수출입 현황

(단위 : 천달러, %)

연 도	수 출		수 입	
	금 액	증가율	금 액	증가율
2006	232,653	△39	1,726	39
2005	379,490	136	1,234	322
2004	160,325	184	292	58
2003	56,425	90	185	△36
2002	29,618	158	287	△54
2001	11,446	-	617	-

주 : 2001-2003년까지는 '전자적 형태의 무체물' 실적이고, 2004년 기준이 바뀜에 따라 2004-2006년은 '전자적 형태의 무체물'과 '용역'이 모두 포함된 실적임.

자료 : <http://onlinetrade.kita.net/expimp/jsp/ExpimpTotalStat1.jsp>

반면 수입의 경우 <표 5>에서 보듯 패키지 S/W가 대부분을 차지하고 있으며, 그 뒤를 이어 컴퓨터 관련 서비스가 미미한 실적을 보이고 있다.

〈표 4〉 우리나라의 '전자적 형태의 무체물'과 '용역'의 수출 현황

(단위 : 천달러)

구 분	품 목	2001	2002	2003	2004	2005	2006
전자적 형태의 무체물	패키지 S/W	3,074	8,386	31,353	26,285	35,208	13,911
	컴퓨터 관련 서비스	1,842	6,547	2,130	16,013	5,090	9,190
	디지털콘텐츠 개발 서비스	5,668	14,522	21,923	101,512	17,401	29,342
	데이터베이스 제작, 검색대행	862	164	1,019	5,789	1,737	74
용역	경영상담업	-	-	-	1	1,005	5,112
	엔지니어링 서비스업	-	-	-	6,246	55,645	50,905
	디자인	-	-	-	0	200	0
	컴퓨터시스템 설계 및 자문업	-	-	-	56	79,213	64,294
	문화산업	-	-	-	0	26,648	57,687
	지적재산권	-	-	-	4,424	157,343	2,198
합계		11,446	29,618	56,425	160,325	379,491	232,653

자료 : 상동

<표 5> 우리나라의 '전자적 형태의 무체물'과 '용역'의 수입 현황

(단위 : 천달러)

구분	품목	2001	2002	2003	2004	2005	2006
전자적 형태의 무체물	패키지 S/W	617	158	71	175	337	1623
	컴퓨터 관련 서비스	0	129	114	105	27	78
	디지털콘텐츠 개발 서비스	0	0	0	13	0	25
	데이터베이스 제작, 검색대행	0	0	0	0	0	0
용역	경영상담업	-	-	-	0	0	0
	엔지니어링 서비스업	-	-	-	0	0	0
	디자인	-	-	-	0	0	0
	컴퓨터시스템 설계 및 자문업	-	-	-	0	870	0
	문화산업	-	-	-	0	0	0
	지적재산권	-	-	-	0	0	0
합계		617	287	185	292	1,234	1,726

자료 : 상동

2. 디지털상품의 국제거래 문제점

디지털상품의 국제거래는 전통적인 물품의 경우나 국내 거래에 비해 거래대상, 거래절차, 거래방법, 대금결제 등에서 매우 다른 모습을 보이고 있다.

먼저 거래대상에 있어 기존의 전통적인 물품은 주로 기업과 기업간(B2B) 거래의 성격을 띠고 있는데 반해, 디지털상품의 국제거래는 기업과 기업간(B2B) 거래는 물론 기업과 개인간(B2C) 거래의 성격도 지니고 있다.

둘째, 거래절차에 있어 기존의 전통적인 물품은 대외무역법, 관세법 등 관련 법규의 규정에 따라 정형화된 무역절차를 밟아야 하지만, 디지털상품은 통관 등 기존의 무역절차를 밟지 않고도 국제거래가 가능하다.

셋째, 거래방법에 있어 기존의 전통적인 물품은 오프라인 기반 하에 주로 서류 또는 전자문서에 의해 거래가 이루어지지만, 디지털상품은 오프라인보다는 네트워크 기반의 온라인 거래가 보편적이다.

넷째, 대금결제에 있어 기존의 전통적인 물품은 주로 은행의 보증 내지 추심 등을 통해 대금결제가 이루어지지만, 디지털상품은 소액 거래가 많음에 따라 은행 계좌이체는 물론 국제적인 신용카드를 활용한 거래가 활발하다.

이와 같이 기존의 전통적인 물품과는 매우 다른 특성을 가진 디지털상품의 국제거래는 여러 가지 문제점을 야기한다. <표 6>에서 보듯 품목 분류①, 무역 관리, 원산지 표시, 당

사자 계약, 조세 주권, 전자지불, 지적재산권, 개인정보 보호, 보안, 콘텐츠 규제, 기술표준 등 다양하다. 이러한 제반 문제점은 법.제도적, 비즈니스적, 기술적 관점에서 개별 국가가 해결하기 어려운 과제들이다.

이에 따라 1990년대 말부터 경제협력기구(OECD), 국제무역기구(WTO), 세계지적재산권 기구(WIPO) 등 국제기구에서 국제규범 제정을 위한 노력을 해 오고 있다. 그러나 미국, EU 등 주요 국가의 이해관계의 상충으로 인해 품목 분류, 조세 주권⁷⁾ 등의 이슈는 여전히 논란이 지속되고 있다.

〈표 6〉 디지털상품의 국제거래에 따른 문제점

문제점	내 용
품목 분류	디지털상품을 상품(goods)으로 분류할 것인지, 서비스(services)로 분류할 것인지, 아니면 제3의 유형으로 볼 것인지에 따라 적용되는 국제규범이 달라지게 된다.
무역 관리	디지털상품의 오프라인 거래는 통관 등 전통적인 무역 프로세스를 밟아야 한다. 그러나 디지털상품의 온라인 거래는 이러한 무역 프로세스를 거치지 않는다는 점에서 수출입통계 등 무역 관리에 어려움을 초래한다.
원산지 표시	디지털상품의 온라인 거래는 원산지 표시 및 그 확인이 사실상 불가능한 것으로 판단된다. 이 경우 불법적인 디지털상품으로부터 국내 산업을 보호하기 위한 무역규제 조치 등에 제약이 따르게 된다.
당사자 계약	전통적인 무역거래에서는 신용장통일규칙(UCP 500), INCOTERMS 등 통일된 상 관습과 국제규범에 의해 당사자간 계약이 체결되었으나, 디지털상품의 경우 법, 제도적 측면에서 정비해야 할 과제가 많다.
조세 주권	디지털상품의 온라인 거래에 대해서는 현재 무관세가 일반적이다. 그러나 오프라인 거래까지 무관세화를 확대하려는 움직임에 대해서는 신중한 대처가 필요하다.
전자지불	디지털상품의 국제거래에 있어 안전하고 신뢰할 수 있는 대금결제가 매우 중요하다. 분실된 신용카드 등을 이용한 전자결제는 사기 내지 불법행위라는 점에서 예방 조치가 필요하다.
지적재산권	디지털상품의 지적재산권 보호의 범위는 저작권, 데이터베이스, 특허권, 상표, 인터넷상호 및 도메인네임, 컴퓨터프로그램, 전파관리 또는 위성방송 등 유무선 통신서비스 등이 포함된다.
개인정보 보호	개인에 관한 정보의 수집, 가공 및 활용에 있어 통지와 동의를 요하는 사생활보 호지침(Privacy Principles)을 지키고, 인터넷상의 정보 흐름을 방해하지 않도록 해야 한다.

- 6) 디지털상품을 상품으로 볼 경우 예외 없는 내국민대우원칙, 수량제한 금지 등 자유무역에 가까운 GATT 규정의 적용을 받는다. 반면 서비스로 볼 경우 제한적 내국민대우원칙, 디지털상품의 내용 규제 등 어느 정도의 자국산업 보호가 가능한 GATS 규정의 적용을 받는다. 이에 따라 미국 등은 GATT 규정의 적용, EU 등은 GATS 규정의 적용을 각각 주장하고 있다.
- 7) OECD는 인터넷을 통해 무형의 재화와 서비스를 거래하는 경우 소비자가 살고 있는 나라(소비지국)에서 과세한다는 안을 마련하였다. 이에 따라 EU는 미국의 반대에도 불구하고 2003년 7월 1일부터 비EU 지역 사업자가 EU 역내에서 디지털상품을 온라인으로 공급할 경우 부가세를 부과하고 있다.

보안	디지털상품의 안전하고 신뢰할 수 있는 거래를 위해 정보통신망 및 정보시스템에 대한 철저한 보안 조치, 사용자 인증, 전송 정보의 암호화, 무결성, 기밀 유지 등이 보장되어야 한다.
콘텐츠 규제	디지털콘텐츠의 내용 규제, 쿼터제, 광고 규제, 허위정보(사기)에 대한 규제 등은 국가간 통상 문제와 관련하여 관심을 기울여야 할 부분이다.
기술표준	디지털상품의 원활한 국제거래를 위해서는 신뢰성, 호환성, 이용편리성, 집적성 등이 가능하도록 전자지불, 보안, 전자카탈로그, 네트워크기술 등의 요소기술의 표준 제정과 적용이 중요하다.

자료 : 기존의 선행연구들을 종합하여 연구자 작성

IV. 디지털상품의 국제거래 분쟁과 해결방안

1. 디지털상품의 국제거래 모델

디지털상품은 CD/DVD, 마그네틱테이프 등과 같은 유체물 형태의 저장장치에 담겨져 전통적인 오프라인 방식에 의해 국제거래가 이루어질 수 있을 뿐만 아니라 인터넷 등 정보통신망을 통해 온라인으로 국제거래가 가능하다. 즉 주문, 결제, 배송이라는 절차가 전자적으로 이루어져 구매자가 해당 디지털상품을 온라인으로 다운로드 받거나 실시간으로 이용할 수 있다.

디지털상품의 국제거래가 오프라인 방식에 의해 이루어질 경우 공급자와 구매자 중간에 유통업체가 존재하게 되고, 통관, 운송, 보험 등 전통적인 무역 프로세스가 적용된다. 그러나 온라인 방식에 의해 공급자와 구매자 간에 직접 디지털상품의 국제거래가 이루어질 경우 전통적인 무역 프로세스가 적용되지 않는다.

[그림 1]에서 보듯 디지털상품의 공급사슬은 매우 다양하다. 먼저 디지털상품의 생산과 관련하여 2가지 유형을 생각해 볼 수 있다. 기업 자체 내에서 만들어낼 수도 있지만, 국내 및 해외의 협력업체를 통해 디지털상품의 전부 또는 일부를 만들어낼 수 있다. 또한 기존의 유형재를 디지털상품으로 전환하여 만들 수도 있고, 처음부터 디지털상품으로 제작할 수도 있다.

이러한 디지털상품의 생산 과정에서 기존의 전통적인 물품의 생산과 다른 점은 외부의 협력업체에 의뢰해 만들어진 디지털상품이 플래시메모리, 휴대용 하드디스크, CD/DVD 등과 같은 저장장치에 담겨져 UPS, FedEx 등과 같은 국제적인 특송업체를 통해 전달되거나, 인터넷 등을 통해 온라인으로 발주기업에게 직접 전달이 된다는 점이다. 이 경우 물류 관련 비용과 소요시간이 대폭 줄어든다.

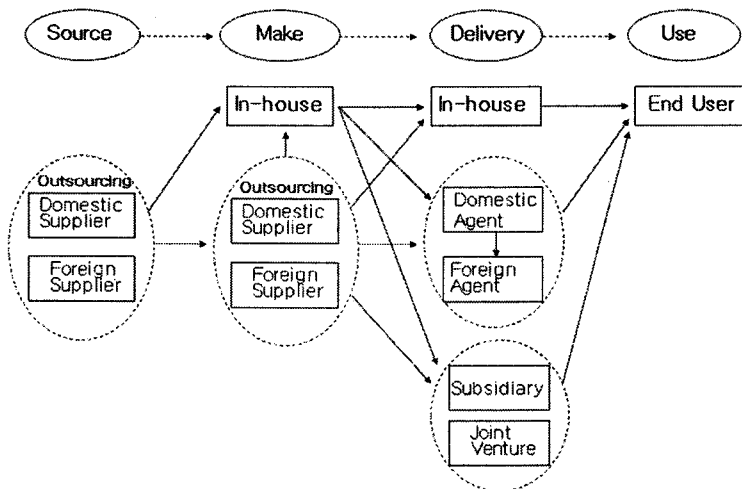
이렇게 생산된 디지털상품을 해외에 판매 및 공급하는 과정에서 3가지 유형을 생각해 볼 수 있다. 첫째, 기업이 국내에서 자체 서버 운영 등을 통해 직접 해외의 수요자에게 온라인 또는 오프라인으로 판매하는 방식이다. 둘째, 위탁판매(공급) 계약을 맺은 국내 및 해외의 대리인(agent)을 통해 온라인 또는 오프라인으로 판매하는 방식이다. 셋째, 기업이 현지에서 직접 자회사를 설립하거나 현지 기업과 합작법을 설립하여 온라인 또는 오프라인으로 판매하는 방식이다.

위의 3가지 유형 중 국내에서 해당 기업이 직접 또는 국내 대리인을 통해 해외의 수요자에게 유체물의 형태로 오프라인으로 판매하는 경우, 그리고 디지털상품을 유체물의 형태로 해외 대리인, 현지 자회사, 합작법인 등에게 보내고 해외 대리인이 현지에서 오프라인으로 판매하는 경우에는 통관, 운송(특송 포함) 등 전통적인 무역 프로세스를 거치게 된다.

반면 국내에서 해당 기업이 자체 서버를 운영하거나, 계약에 의해 판매 권한을 부여한 국내 및 해외 대리인, 현지 자회사, 합작법인 등이 서버 운영을 통해 온라인으로 디지털상품을 판매할 경우 통관, 운송(특송 포함) 등 전통적인 무역 프로세스를 거치지 않는다. 해외의 수요자는 해당 서버에 접속하여 주문과 함께 사용자 인증, 결제 과정 등을 거쳐 디지털상품을 온라인으로 다운로드하거나 실시간으로 이용할 수 있게 된다.

이러한 디지털상품의 판매 및 공급 과정에서 디지털상품의 재산권 보전에 따라 소유권이 이전되는 경우와 사용권(license)만 이전되는 2가지 유형을 생각해 볼 수 있다. 먼저 소유권이 이전되는 경우는 유체물의 형태를 지닌 기존의 물품에 상응되며, 라이선스만 이전되는 경우에는 기존의 서비스에 상응하게 보는 것이 일반적이다.

(그림 1) 디지털상품의 글로벌 공급사슬 모델



자료 : Taeho Park et. al., "Risks Associated with Trading of Digital Goods in the Global Market", 「2007년 하계 정책포럼 및 국제학술발표대회 논문집」, 한국통상정보학회, 2007.6., p.93.

2. 디지털상품의 국제거래 계약과 보증

(1) 사용권 중심의 라이선스 계약

국제간 거래인 무역에는 매우 다양한 위험이 존재한다. 먼저 전통적인 물품의 국제거래에서는 국가위험(country risk), 외환위험(exchange risk) 등과 같은 거시적 차원의 위험이 있다.⁸⁾ 그리고 소유권의 이동, 물품의 물리적 이동 등과 관련하여 거래당사자 간에 계약 위험(contract risk), 운송위험(transportation risk), 결제위험(settlement risk) 등과 같은 미시적 차원의 위험이 있다.⁹⁾

거시적 차원의 위험은 무역 거래의 거래당사자가 통제할 수 없는 외생적 변수라고 할 수 있다. 따라서 국가위험이나 외환위험에 대한 사전적 모니터링과 헤징 등의 방법을 통해 위험을 줄여나가는 수밖에 없다.

이에 반해 미시적 차원의 위험은 거래당사자가 계약서, 신용장(L/C), 선하증권(B/L), 보험 등을 통해 어느 정도 위험을 회피하거나 줄여나갈 수 있으며, 분쟁이 발생할 경우 상사중재 등을 통해 해결해 나갈 수 있다.

그런데 디지털상품의 경우 이러한 전통적인 물품의 국제간 거래와는 다른 위험과 분쟁요인이 존재한다. 먼저 거래당사자 간의 계약에 있어 대부분의 디지털상품은 소유권이 전보다는 해당 디지털상품을 일정 조건 하에서 이용 내지 사용할 수 있도록 허용하는 라이선스(licence) 형태로 계약이 이루어진다.

계약 방식도 최종 사용자인 해외 구매자와의 직접 거래인 경우 정식 문서에 의한 개별적인 계약서 작성보다는 최종 사용자 라이선스 계약(end user license agreement : EULAs)이 많이 이용되고 있다. 여기에는 쉬링크랩(shrink-wrap), 클릭랩(click-wrap), 브라우저랩(browser-wrap) 라이선스 계약이 있다.¹⁰⁾

먼저 쉬링크랩 라이선스 계약은 원래 소프트웨어의 지적재산권 보호를 위해 개발되었다. 이것은 오프라인으로 제공되는 소프트웨어 패키지 내에 제품 사용에 대한 계약조건을 포함하는 것이다. 따라서 사용자가 제품이 포함되어 있는 패키지를 뜯거나 사용함으로써 계약조건에 구속되게 된다. 이러한 쉬링크랩 라이선스 계약은 1996년에 들어와서야 미국 법원에서 법적 효력이 인정되었다.

클릭랩 라이선스 계약은 인터넷을 통해 거래하는 당사자간 계약 체결의 한 방법이다.

8) 국가위험은 관련 국가의 무역정책 변화, 수출입규제, 외환규제 등으로 인한 리스크를 말하고, 외환위험은 정치적 결정이 아닌 경제적 요인에 의한 외환시장에서의 외환율 변화에 따른 리스크를 말한다.

9) 계약위험은 대체로 수출업자의 계약 불이행으로 인해 수입업자에게 노출되는 리스크를 말하고, 운송위험은 화주(송하인 또는 수하인)의 입장에서 운송업자의 계약 불이행과 관련한 리스크를 말하며, 결제위험은 수입업자의 대금 미결제로 인해 수출업자가 겪게 되는 리스크를 말한다.

10) 조현숙, “국제전자상거래에 있어 브라우저랩 라이선스의 법적 효력”, 『e-비즈니스연구』, 제7권 제4호, 국제e-비즈니스학회, 2006.10, pp.209-214.

동일한 웹 페이지 상에 스크롤 창이나 웹 페이지 프레임 형태로 계약조건을 제시한다.

그리고 소비자나 정보 사용자가 거래를 진행하기 전에 ‘동의’ 버튼을 클릭함으로써 해당 계약조건을 승낙할 것을 요구한다. 인터넷을 통해 소프트웨어, 온라인 게임 등을 구매하거나 다운로드 받으려는 최종 사용자와의 계약에 많이 쓰인다, 1998년 미국 법원에서 법적 효력이 인정되었다.

이에 반해 브라우저랩 라이선스 계약은 동일한 웹 사이트가 아닌 다른 웹 페이지에 계약조건을 제시하고, 하이퍼링크, 버튼 또는 다른 수단을 통해 묵시적으로 동의하도록 한다. 다시 말해 소비자 또는 정보 사용자가 계약조건을 읽고 동의할 것을 요구하지 않고, 단지 하부 단계의 웹 페이지를 검색하는 등의 행위로 묵시적으로 동의한 것으로 간주한다. 2000년에 미국 법원에서 법적 효력이 인정되었다(<표 7> 참조).

<표 7> 디지털상품의 최종 사용자 라이선스 계약 비교

구 분	내 용
슈링크랩 라이선스 (shrink-wrap license)	- 오프라인으로 제공되는 소프트웨어 패키지 내에 제품 사용에 대한 계약 조건을 포함 - 사용자가 제품이 포함되어 있는 패키지를 뜯거나 사용함으로써 계약조건에 구속
클릭랩 라이선스 (click-wrap license)	- 동일한 웹 페이지 상에 스크롤 창이나 웹 페이지 프레임 형태로 계약조건을 제시 - 소비자나 정보 사용자가 거래를 진행하기 전에 ‘동의’ 버튼을 클릭하여 해당 계약조건을 승낙할 것을 요구
브라우저랩 라이선스 (browser-wrap license)	- 동일한 웹 사이트가 아닌 다른 웹 페이지에 ‘이용약관’, ‘조건과 약정’ 등의 이름으로 계약조건을 제시 - 하이퍼링크, 버튼 또는 다른 수단에 의해 하부 단계의 웹 페이지를 검색하는 것으로 묵시적 동의 간주

자료 : 조현숙, “국제전자상거래에 있어 브라우저랩 라이선스의 법적 효력”, 『e-비즈니스연구』, 제7권 제4호, 국제e-비즈니스학회, 2006.10, pp.209-214. 요약 정리

그러나 해외의 최종 사용자와 직접 거래하지 않고 국내 및 해외의 대리인, 현지 자회사나 합작법인 등을 통해 디지털상품을 거래할 경우 이들 기업과 수출입계약을 체결하게 된다. 이때에도 소유권을 완전히 넘기는 매매계약보다는 물품의 이용 내지 사용을 허락하는 라이선스(license)¹¹⁾ 또는 판권 계약이 일반적이다. 공급자는 이러한 라이선스 계약의 이행과 관련하여 수출대상국 언어로의 변환, 일부 기술사양의 현지화 작업(customization) 등을 하게 된다.

11) 라이선스는 ① 정보의 제한적 또는 조건적 이전을 정하거나, ② 제한된 계약적 권리를 부여하거나 정보의 제한적인 사용을 허용하는 계약을 말한다.

그런데 디지털상품에 대한 대금 결제와 전달 등은 온라인으로 가능하다는 점에서 기존의 전통적인 물품에 비해 매우 간단한 편이다. 금액 부담이 적은 디지털상품의 경우 신용카드, 은행 계좌이체 등을 통해 쉽게 결제할 수 있다.

또한 디지털상품의 구매자와 사용자가 동일한 경우 보증개런티(minimum guarantee), 성과개런티(running guarantee)로 나누어 대금 결제가 가능하다. 그러나 구매자와 사용자가 다를 경우 판권 계약시 가격을 확정해야 한다.¹²⁾

애니메이션 등의 분야에서는 작품을 제작하기 전에 수출계약을 통해 선수금을 받고 외국투자로 작품 제작이 추진되는 방식도 사용되나, 일반적인 방식은 아니다.

(2) 라이선스 계약에서의 보증

일반적으로 보증 내지 하자담보책임(warranty)란 “매매거래에 있어 매수인이 인도받은 계약물품이 매도인이 계약시 제시한 상품의 품질에 대한 묵시적 조건 또는 명시적 조건에 일치하지 않는 경우 매도인이 부담하는 책임”을 말한다.¹³⁾

현재 미국의 통일컴퓨터정보거래법(UCITA)을 제외하고는 소프트웨어 등의 제작, 개발, 수정, 이전 및 라이선스 등 무형적인 컴퓨터정보를 객체로 하는 거래에 하자담보책임을 규율하는 다른 법은 없는 것으로 보인다.

UCITA 제4장(제401조 내지 제410조)에서는 일반 물품에 대한 미국통일상법(UCC)의 하자담보책임에 관한 규정을 받아들이고 있으며, 컴퓨터정보 거래의 특성에 따른 새로운 하자담보책임 개념을 도입 및 일부 수정하고 있다.

이중 컴퓨터정보 거래의 특성에 따라 새롭게 법적으로 도입된 개념은 평온향유(quiet enjoyment)에 대한 보증(제401조), 컴퓨터프로그램에 대한 보증(제403조), 정보의 정확성에 대한 보증(제404조), 정보의 서비스 공급계약에 관한 보증과 시스템 적합성에 대한 보증(제405조), 무료 소프트웨어에 대한 묵시적 보증의 불발생(제410조)이다.

먼저 라이선스 제공자(licensor)로서 컴퓨터정보를 규칙적으로 취급하는 상인(merchant)은 당해 정보의 적시 인도를 보증해야 하며, 라이선스 이용자(licensee)는 적합한 방법과 절차대로 구체적인 사양을 라이선스 제공자에게 알려야 한다.¹⁴⁾

라이선스 제공자는 ① 라이선스 기간 동안 그 자신의 행위 또는 부작위로부터 발생한 당해 정보에 대한 클레임이나 이익에 구속된다는 것, ② 이용이 허용된 특허권에 한하여 상당한 독점성과 유효성이 인정된다는 것, ③ 이용이 허용된 정보는 법에 의해 인정된 만

12) 문화콘텐츠진흥원, “콘텐츠 수출 도우미”(www.koreacontents.org)

13) 보증(warranty)을 우리말로 표기함에 있어 일정한 수준의 품질을 약속한다는 점에서 ‘품질보증’이라는 표현을 사용하거나, 품질에 하자가 있는 경우 그 하자에 대한 책임을 부담한다는 의미에서 ‘담보책임’이라고 하거나, 민법 제570조 이하의 담보책임과 비슷하다고 하여 ‘하자담보책임’이라는 표현을 사용하기도 한다.

14) 심종석, “미국 통일컴퓨터정보거래법상 컴퓨터 정보의 보증체계에 관한 고찰”, 『e-비즈니스연구』, 제7권 제5호, 국제e-비즈니스학회, 2006.12, pp.229-230.

کم 유효하고 독점적이라는 것 등을 반드시 보증해야 한다.

이와 관련하여 먼저 명시적 보증은 향후 제공될 정보가 확인 또는 약속에 일치한다는 것과 관련되어 있다. 즉 계약의 기초가 되는 일부 정보의 설명, 견본, 모형, 데모가 향후 정식으로 제공되는 정보와 합리적인 수준에서 일치한다는 것을 알리는 광고 등을 포함한다.

묵시적 보증의 경우 컴퓨터 프로그램과 관련해서 라이선스 제공자는 ① 최종 소비자(consumer)에게는 당해 컴퓨터 프로그램이 사용되는 통상의 목적에 적합하다는 것, ② 컴퓨터 프로그램의 분배권자 내지 유통업자(distributor)에게는 당해 프로그램이 적절히 포장되어 있고 약정이 요구하는 바대로 상표가 적절히 표시되어 있다는 것, ③ 수개의 저작물(copy)인 경우 당해 저작물이 약정에서 허용하는 종류, 품질 및 각 단위별 수량과 전체 단위수량의 변동 범위 내에 있다는 것, ④ 당해 프로그램이 용기 또는 상표에 있는 약속이나 사실의 확인과 일치한다는 것 등을 보증해야 한다.

또한 라이선스 제공자는 보증이 포기되거나 변경되는 경우를 제외하고는 정보의 내용물(informational content)을 수집, 편집, 처리, 제공 또는 전송하는 상인으로서, 라이선스 이용자에게 정보의 내용물에 대해 부정확성이 일체 배제되어 있다는 것을 보증해야 한다.

3. 디지털상품의 국제거래 분쟁과 상사중재

(1) 라이선스 계약의 위반과 치유

디지털상품의 국제거래에 있어서 라이선스 중심의 계약 방식은 당해 거래의 객체가 무형의 지적재산이고, 일정한 제한(계약상 사용조건) 하에서 사용할 수 있다는 특성으로 인해 소유권 이전을 전제로 하는 매매계약 등 다른 계약에 비해 사실적 중요성의 면에서 그 정도가 다르게 된다.¹⁵⁾

디지털상품에 포함되는 컴퓨터 정보거래에 있어 계약위반은 “당사자가 정당한 면책사유도 없이, 계약의 이행을 지체 또는 거절하거나, 계약상의 이용조건을 위반하거나, 기타 관련 법규나 계약에 의해 규정된 의무를 위반하는 경우 발생한다”.¹⁶⁾

다시 말해 미국의 통일컴퓨터정보거래법(UCITA)에서의 계약위반의 유형으로서 이행 지체(failure timely to perform), 보증 위반(breach of warranty), 이행 거절(repudiation), 정보의 불인도(non-delivery), 정보의 부당한 공개(wrongful disclosure), 계약에 반하는 정보이용(uses in violation of the contract), 계약상 이용조건(contractual use terms)을 규정하고 있다. 이 중 계약상 이용조건 위반이 권리침해인지 아니면 부정사용인지의 여부는 적용되는 지적재산권 관련 법규에 의해 결정된다.

15) 한병완·심종석, “컴퓨터 정보거래에 있어 계약위반에 관한 고찰”, 『e-비즈니스연구』, 제7권 제3호, 국제e-비즈니스학회, 2006.9, p.219.

16) UCITA Sec, 701(a)(1)

계약위반이 발생한 경우 이를 해결하는 방법은 여러 가지가 있다. 먼저 계약위반자는 자신의 비용으로 피해당사자에게 통지하고, 피해당사자의 손해를 방지하기 위해 계약에서 약정된 기간 내에 즉시 하자를 치유(cure)할 수 있다.

첫째, 계약위반자가 라이선스 이용자인 경우 대금의 지급을 하지 않았거나 지체했거나, 또는 필요한 회계자료, 보고서 등의 제출을 지체한 것을 시정할 수 있는 행위나 조치를 취할 수 있다.

둘째, 계약위반자가 라이선스 제공자인 경우 이행의 적시성과 인도된 제품의 정확성 등을 보장하는 조치를 취할 수 있다.

한편 피해당사자는 계약위반이 치유되기 이전 상대방에게 적시 통지를 통해 하자 있는 복제물의 수락을 거절하거나, 중대한 계약위반인 경우 계약 자체를 해제할 수 있다. 복제물 수락 거절의 경우 피해당사자는 더 이상 수락 거절한 복제품의 이용권을 가지지 않는다.

그러나 정당한 복제품의 수락 거절이 있는 경우 양 당사자는 모두 약정된 계약상의 이용조건(비밀유지 의무 포함)에 의한 제한에 여전히 구속된다. 다만 이러한 제한은 당해 라이선스 계약 하에서 획득한 정보에 대해서만 적용된다. 계약상 이러한 제한과 독립되는 다른 적법한 근원(source)을 통해 획득한 경우에는 동일한 정보라고 하더라도 당사자를 제한하지 않는다.

다시 말해 계약위반이 있더라도 계약상의 이용조건을 여전히 효력을 가진다. 다만 해당 이용조건에 적용을 받는 권리만 소멸될 뿐이다. 예컨대 라이선스 제공자가 계약을 해제하는 경우 라이선스 이용자는 복제물을 배포할 권리는 소멸되나 정보의 이용에 대한 제한(공개 제한 등)은 여전히 양 당사자 모두에게 적용된다.

(2) 디지털상품의 국제거래 분쟁 접근방안

기존의 전통적인 물품의 국제거래 당사자들은 계약서에 상사중재 조항을 명기하고, 분쟁 발생 시 오프라인 또는 온라인 절차에 따른 중재기관의 중재 판정에 입각하여 분쟁을 해결해 오고 있다. 이러한 분쟁 해결방안은 많은 비용과 비용이 소요되는 법원 소송보다 더 효과적인 접근방안으로 인식되고 있다.

디지털상품의 경우 기존의 전통적인 물품의 국제거래 분쟁 해결방안보다 더 다양한 형태를 띠게 된다. 특히 온라인으로 국제거래가 이루어질 때 디지털상품의 국제거래 분쟁 해결방안은 오프라인보다는 온라인을 이용한 분쟁해결 절차와 방법이 더 선호될 수 있다.

먼저 디지털상품이 CD, 테이프 등 디지털저장장치에 담겨져 유체물의 형태로 오프라인 방식에 의해 국제거래가 이루어질 경우 통관, 운송 등의 무역 프로세스는 기존과 큰 차이가 없다. 따라서 해외 대리인, 자회사, 합작법인 등을 통해 해외에 판매 또는 공급할 경우 거래당사자간에 정식으로 문서 형태의 라이선스 계약서를 작성하게 된다. 그리고 분쟁이

발생할 경우 라이선스 계약서에 명기된 상사중재 조항에 의해 중재기관의 조정, 알선, 중재 등을 통해 분쟁을 해결할 수 있다.

그러나 소프트웨어 패키지의 경우에서 보듯 일부 디지털상품은 최종 사용자와의 계약에 있어 문서 형태의 정식 계약서보다는 쉬링크랩 라이선스 계약과 같은 새로운 계약 방식이 도입된다. 최종 사용자가 소프트웨어 패키지를 뜯거나 사용함으로써 계약조건을 승낙한 것으로 인정하지만, 무단 복제 등 지적재산권과 관련된 문제가 야기된다. 이와 관련하여 전통적인 상사중재 방식보다는 온라인 ADR 방식을 이용하는 것이 분쟁 해결에 따른 시간과 비용을 대폭 절감할 수 있고, 보다 효과적으로 분쟁절차를 진행할 수 있을 것이다.¹⁷⁾

한편 디지털상품이 ‘전자적 형태의 무체물’로서 온라인 방식에 의해 국제거래가 이루어질 경우 상황은 다소 달라진다. 해당 기업이 직접 서버를 운영하고 디지털상품을 온라인으로 판매 및 공급할 경우 통관, 운송 등과 같은 기존의 무역 프로세스를 거치지 않게 된다. 이 경우 클릭랩 라이선스 계약, 브라우저랩 라이선스 계약 등과 같이 인터넷을 통한 계약 체결이 보편화된다. 따라서 전통적인 오프라인 중심의 분쟁해결 방식보다는 온라인 ADR 방식이 더 효과적인 분쟁해결 방안이 될 것이다. .

또한 해외 대리인, 자회사, 합작법인 등에게 디지털상품을 CD/DVD, 서버 등의 저장장치를 통해 공급하고, 이들이 현지에서 온라인으로 디지털상품을 판매할 경우 2가지 측면에서 접근이 가능하다. 먼저 해외 대리인, 자회사, 합작법인 등과는 정식 문서에 의한 계약서에 의해 거래가 성립되므로 계약서 상에 명기된 상사중재 조항을 이용하여 분쟁을 해결할 수 있을 것이다. 그러나 현지 소비자나 정보 사용자와의 인터넷 계약에 의한 온라인 거래의 경우 온라인 ADR 방식이 더 효과적일 수 있다.

VI. 요약 및 결론

인터넷 등 정보통신망을 통해 국경을 초월하여 온라인 거래가 이루어지는 디지털상품(digital goods) 내지 ‘전자적 형태의 무체물’은 무역 프로세스나 국제무역 관행에 일대 변화를 초래하고 있다.

디지털상품은 상품적 측면에서는 네트워크재, 경험재, 공공재 등의 특성을 지니고 있고, 비즈니스 측면에서는 규모의 경제, 잠금효과, 범위의 경제, 네트워크 효과, 승자독식 등의 특성을 지니고 있다.

17) 이러한 온라인 ADR 분쟁해결 방식에 대해서는 심상렬·이주원(2004), 김선광 외 2명(2005), 김선광(2006), 김복래(2006), 안재우(2006) 등을 참조,

이에 따라 품목 분류, 무역 관리, 원산지 표시, 당사자 계약, 조세 주권, 전자지불, 지적 재산권, 개인정보 보호, 보안, 콘텐츠 규제, 기술표준 등과 같이 개별 국가 차원에서 해결하기 어려운 많은 과제들을 제기하고 있다.

또한 디지털상품의 국제거래에는 전통적인 물품과는 다른 위험과 분쟁요인이 존재한다. 디지털상품은 소유권 이전보다는 사용권 중심의 라이선스(licence) 형태로 계약이 이루어진다.

특히 최종 사용자인 해외 구매자와의 직접 거래인 경우 정식 문서에 의한 개별적인 계약서보다는 최종 사용자 라이선스 계약(end user license agreement : EULAs)이 많이 이용되고 있다. 여기에는 쉬링크랩(shrink-wrap), 클릭랩(click-wrap), 브라우저랩(browser-wrap) 라이선스 계약이 있다.¹⁸⁾

이러한 새로운 형태의 라이선스 계약에서는 거래당사자 간에 분쟁이 발생할 때 전통적인 상사중재 방식보다는 온라인 ADR 방식을 이용하는 것이 보다 효과적인 분쟁해결 방안이 될 것이다. 따라서 향후 이와 관련한 상사중재 차원에서의 보다 정밀한 연구가 필요하다.

참 고 문 헌

- 김복래, “창조산업의 국제 현황과 미래의 정책방향”, 『무역학회지』, 제31권 제4호, 한국무역학회, 2006.8, pp.245-270.
- 김성찬, “일본의 ADR법에 관한 연구”, 『중재연구』, 제16권 제3호, 한국중재학회, 2006.12, pp.127-160.
- 김선광·김종락·홍성규, “국제상거래 분쟁해결을 위한 온라인 ADR 모델 구축방안”, 『중재연구』, 제15권 제2호, 한국중재학회, 2005.8, pp.3-35.
- _____, “전자상거래 분쟁 해결을 위한 온라인 ADR 모델 구축에 관한 연구”, 『통상정보연구』, 제8권 제2호, 한국통상정보학회, 2006.6, pp.141-162.
- 김영래 외 6인, 『전자무역의 이해와 전개』, 브레인코리아, 2002.
- 노태약, “디지털재화의 거래와 국제재판관할”, 『인권과 정의』, 통권359호, 대한변호사협회, 2006.7, pp.54-80.
- 라공우, “전자상거래 확대를 위한 보험제도에 관한 연구”, 『관세학회지』, 제7권 제1호, 한국관세학회, 2006.2, pp.265-296.

18) 조현숙, “국제전자상거래에 있어 브라우저랩 라이선스의 법적 효력”, 『e-비즈니스연구』, 제7권 제4호, 국제e-비즈니스학회, 2006.10, pp.209-214.

- 박문서, “디지털상품의 전자상거래 활성화 방안”, 「통상정보연구」, 제3권 제2호, 한국통상정보학회, 2001.12, pp.49-70.
- 심상렬(a), “디지털상품 및 기술의 국제간 거래와 위험관리 연구”, 「수출보험학회지」, 제5권 제1호, 한국수출보험학회, 2004.12.
- _____ (b) · 이주원, “전자무역 시대의 사이버 무역구제제도 구축방안에 관한 연구”(공저), 「e-비즈니스연구」, 국제e-비즈니스학회, 2004.12.
- _____, “전자무역 시대 디지털상품의 국제거래와 무역구제제도”, 「Trade Remedy Review」, 산업자원부 무역위원회, 2005.7.
- _____, “유비쿼터스 시대 디지털콘텐츠의 발전방향과 개발전략에 관한 연구”, 「무역상무연구」, 한국무역상무학회, 2006.2.
- _____, “디지털상품의 국제거래와 상사중재”, 「2007년 동북아 교역 활성화 국제포럼 및 학술대회」, 한국중재학회, 2007.8.25.
- 심종석, “미국 통일컴퓨터정보거래법상 컴퓨터 정보의 보증체계에 관한 고찰”, 「e-비즈니스연구」, 제7권 제5호, 국제e-비즈니스학회, 2006.12, pp.215-233.
- 안병수, “디지털물 국제거래의 리스크관리 방안에 관한 연구”, 한국무역상무학회 세미나, 2005.12, pp.99-120.
- 안재우, “온라인 분쟁해결의 발전을 위한 관련 당사자의 책임”, 「중재연구」, 제16권 제1호, 한국중재학회, 2006.3, pp.219-251.
- 오원석, “국제투자분쟁 해결을 위한 ICSID 중재에 관한 고찰”, 「무역학회지」, 제31권 제4호, 한국무역학회, 2006.8, pp.129-151.
- 윤기호, “정보재의 특징, 판매방식 및 정책이슈”, 「정보통신정책」, 제228권, 정보통신정책연구원, 1999.3, pp.1-17.
- 이강빈, “국제중재에 있어서 중재합의의 준거법 결정에 관한 연구”, 「중재연구」, 제15권 제2호, 한국중재학회, 2005.8, pp.197-224.
- _____ (a), “국제계약에서 전자통신의 이용에 관한 협약의 채택과 중재합의에의 적용에 관한 연구”, 「중재연구」, 제16권 제1호, 한국중재학회, 2006.3, pp.45-80.
- _____ (b), “국제상사중재에 관한 UNCITRAL 모델법의 개정 동향”, 「중재연구」, 제16권 제3호, 한국중재학회, 2006.12, pp.53-89.
- 이석규 · 김경식 · 홍성하, “인터넷 쇼핑 위험에 관한 연구: 제품 그리고 인터넷 쇼핑몰 명성을 중심으로”, 「e-비즈니스연구」, 제7권 제5호, 국제e-비즈니스학회, 2006.12, pp.125-139.
- 이원재, “전자상거래에서 전자적 전송물에 대한 통상법적 고찰”, 「2007년 하계 학술발표대회 논문집」, 국제상학회, 2007.6, pp.11-23.
- 이제현 · 이홍로, “한국 중소기업수출기업의 무역위험관리에 관한 실증연구”, 「무역학회지

-], 제32권 제3호, 한국무역학회, 2007.6, pp.117-154.
- 이충배·이정민, “한류문화 확산에 따른 디지털콘텐츠 산업의 수출확대방안 연구”, 『통상정보연구』, 제8권 제2호, 한국통상정보학회, 2006.6, pp.79-98.
- 이호건, “문화콘텐츠와 e-비즈니스”, 광운대 경영대학원 e-Business 전공 특강, 2003.
- 이범일 외 4인, “소프트경쟁력 : 21세기 생존을 위한 한국기업의 과제”, 삼성경제연구소, 1997.10.
- 임성철, “디지털상품의 해외진출 지원 정책에 관한 연구”, 『2007년 하계 학술발표대회 논문집』, 한국국제상학회, 2007.6, pp.245-262.
- 정재환, “글로벌화에 따른 수출리스크관리에 관한 연구”, 『수출보험학회지』, 제7권 제1호, 한국수출보험학회, 2006.12, pp.43-65.
- 조석홍·이준원, 『정보통신과 지적재산권』, 두남, 2003.
- 조원길·곽현, “안전한 인터넷 거래를 위한 신뢰모델 구축 전략”, 『e-비즈니스연구』, 제7권 제5호, 국제e-비즈니스학회, 2006.12, pp.373-393.
- 조현숙, “국제전자상거래에 있어 브라우저랩 라이선스의 법적 효력”, 『e-비즈니스연구』, 제7권 제4호, 국제e-비즈니스학회, 2006.10, pp.207-231.
- 최용길, “e-Business에서의 위험관리와 분쟁해결 방안”, 『인터넷전자상거래연구』, 제6권 제1호, 한국인터넷전자상거래, 2006.6, pp.233-259.
- 최치호 외 1인, 『기술계약실무가이드』, 파마코리아나, 2001.6.
- 최홍섭·허은경, “글로벌 on-line 거래에서의 디지털 상품에 대한 관세부과 모델의 평가”, 『통상정보연구』, 제8권 제2호, 한국통상정보학회, 2006.6.
- 최홍섭, “무역학의 진화와 전자무역의 학문적 위상에 관한 연구”, 『e-비즈니스연구』, 제7권 제3호, 국제e-비즈니스학회, 2006.9, pp.249-266.
- 프로그램심의조정위원회(PDMC), 『알기쉬운 소프트웨어 라이선스』, 2003.12.
- 한국소프트웨어진흥원, 『디지털콘텐츠산업 백서 : 2005-2006』, 2006.8.
- 한병완, “전자적 형태의 무체물 거래에 관한 연구”, 『관세학회지』, 제5권 제3호, 한국관세학회, 2004.12, pp.149-170.
- _____. 심종석, “컴퓨터 정보거래에 있어 계약위반에 관한 고찰”, 『e-비즈니스연구』, 제7권 제3호, 국제e-비즈니스학회, 2006.9, pp.203-222.
- 허재관, 『기술거래실무가이드』, 새로운제안, 2000.7.
- Federal Trade Commission(FTC), “Warranty Protection for High-tech Products and Services”,
- Sacha Wunsch-Vinent, The Internet and Trade in Digital Products
- Taeho Park, Sang-Ryul Shim, Jae-Bong Kim, Mohan Kim, Ming Zhou, and John Yi,

- "Risks Associated with Trading of Digital Goods in the Global Market", 「2007년 하계 정책포럼 및 국제학술발표대회 논문집」, 한국통상정보학회, 2007.6. pp.85-102.
- WTO, "Electronic Commerce : Digitalized Products-Communication from Singapore", WTO Document JOB(01)/55/suppl, 1, 15, June 2001.
- 대한상사중재원 <http://www.kcab.or.kr>, 9 October, 2007.
- 미국 UCITA <http://www.nccusl.org/nccusl/ActSearchResults.aspx>. 9 October, 2007.
- 한국문화콘텐츠진흥원 <http://www.koreacontents.or.kr>, 9 October, 2007.
- 한국전자거래진흥원 <http://www.kiec.or.kr>, 9 October, 2007.
- 한국정보통신수출진흥센터 <http://www.ica.or.kr>, 9 October, 2007.

Abstract

Disputes Patterns and Resolution Approaches in the Global Trading of Digital Goods

Sang-Ryul Shim

Yoon-Say Jeong

Digital goods are defined as intangible and non-physical goods, composed of a combination of digital signals, electronically represented as 0 and 1. They are also called as digital products, electronic transmissions, information goods, digital contents, computer information, etc.

Digital goods are now traded both domestically and internationally as well as on-line and off-line. Korean government revised the Basic Law on Foreign Trade to include digital goods and services as the scope of foreign trade in 2001. Trade volume of digital goods are increasing in Korea.

The supply chains of digital goods from producing the components to selling globally to consumers are different from conventional physical goods. Mostly, digital goods are traded on the license basis rather than ownership contract. End User License Agreements(EULAs), such as shrink-wrap, click-wrap, or browser-wrap licenses are very popular in online transactions.

Unlike conventional physical goods, the breach of license contract is closely linked with the infringement of intellectual property rights. Digitalized intellectual property is easy to copy and transmit in the cyber space.

In cases of legal disputes from the breach of license contract, commercial arbitration or on-line alternative dispute resolutions(ADRs) are regarded as better approach to solve them rather than court suits. For promoting more secure and reliable international trade of digital goods, arbitration clauses should be included in most of license contracts.

Key Words : Digital Goods, End User License Agreements(EULAs), Commercial Arbitration,
On-line Alternative Dispute Resolutions(ADRs)