

크라우드펀딩 이해관계자 간의 분쟁발생과 해결방안*

A study on the occurrence and resolution of disputes among
crowd-funding stake-holders

김기홍**

Kim, Kee Hong

〈목 차〉

- I. 서론
 - II. 크라우드펀딩 구조와 분쟁발생 원인
 - III. 크라우드펀딩 관련 현행법률
 - IV. 크라우드펀딩 분쟁해결 방안
 - V. 결론
- 참고문헌
Abstract

주제어 : 크라우드펀딩, 자금확보사업자, 잠재적 수요자, 소비자 분쟁, 조정, 중재

* 이논문은 2020 학년도 평택대학교 학술연구비의 지원에 의하여 연구되었음.

** 평택대학교 국제무역행정학과 .교수

I. 서론

오늘날 e-비즈니스 마켓은 수요자와 공급자가 서로 소통하는 융합의 공간으로 자리 잡았으며, 이 과정에서 새로운 자금 거래방식이 등장하였다.

크라우드펀딩은 온라인 공간에서 등장한 자금 거래방식 중 한 분야로 최근 그 관심과 거래규모가 급성장 하고 있다. 실제로 2020년 1월 기준 전 세계 크라우드펀딩 시장규모는 약 18조원이며, 국내 규모는 약 3,800억 원으로 추산되고 있다.¹⁾

윤민섭(2013)은 크라우드펀딩의 사전적 개념은 ‘공급자가 신규 프로젝트를 추진하는 과정에서 필요한 자금을 확보하기 위해 온라인 공간에서 잠재적 수요자와 사전에 소통하는 행위’라고 주장하였다.²⁾ 크라우드펀딩의 종류는 자금확보 형태에 따라 기부, 보상, 대출, 투자의 형태로 구분된다. 크라우드펀딩 방식을 활용한 온라인 공간에서의 플랫폼은 온라인통신판매 형태로 운영되고 있으며, 자금확보를 위해 참여한 사업자가 잠재적 수요자로부터 확보한 자금을 바탕으로 상품을 제작하고 배송하는 형태를 하고 있다.

조유리(2014)에 의하면 참여 사업자가 상품을 배송하지 않거나 홍보한 제품과 다른 상품을 배송하고 책임을 회피하였을 경우 플랫폼 운영 주체의 중재 없이 잠재적 수요자는 보상을 받지 못하는 구조로 되어 있다.³⁾

앞서 크라우드펀딩의 시장규모가 급속한 성장을 하고 있음에도 그 속에서 발생하고 있는 부작용과 피해를 입은 잠재적 수요자의 불만은 커져만 가고 있다. 그럼에도 불구하고 현행법상 크라우드펀딩을 통한 거래는 자금확보 사업자나 플랫폼 운영자에게 책임을 물을 수 없어 잠재적 수요자와 플랫폼 운영사 그리고 참여 사업자 간의 갈등은 더욱 깊어지고 있다.

이러한 갈등의 배경은 크라우드펀딩이 전자상거래법에 적용받는 일반적인 온라인통신판매사업과는 달리 투자목적의 사업으로 분류되어 있기 때문이다.

크라우드펀딩을 운영하고 있는 플랫폼 운영기업이 투자에 대한 위험성을 고지⁴⁾는 하고 있지만 고지의 내용보다는 온라인 오픈마켓과 같은 형태로 운영되고 있는 모습이 자칫 소비자들로 하여금 혼란을 주고 있으며, 위험성에 따른 심각성 인지를 낮추고 있다.

따라서, 크라우드펀딩 플랫폼에서 제품을 구매한 소비자는 상품에 대한 잠재적 수요자

1) 금융감독원, “창업·중소기업과 함께 성장하는 크라우드펀딩 발전방안”, 「한국예탁결제원」, 2020. pp. 2~3.

2) 윤민섭, “크라우드펀딩의 제도화와 소비자보호방안 연구”, 「한국소비자원」, 2013, p23.

3) 조유리·정현준·정원준, “크라우드펀딩 활성화 방안 연구”, 미래창조과학부, 「정보통신정책연구원」, 2014, p.22

4) 크라우드펀딩은 오픈마켓에서의 온라인 거래형태가 아닌 투자 및 후원의 성격으로 보상품(홍보제품) 제공은 보장할 수 없다는 취지의 내용을 담고 있다.

이자 투자자로 분류되기 때문에 전자상거래법에 의한 보호를 받을 수 없다.

결국 피해를 입은 투자자는 제품보상이 이루어지지 않더라도 크라우드펀딩 플랫폼 운영자 및 사업 참여자에게 불만을 제기하거나 환불을 요청할 수 없으며, 펀딩모금이 종료된 이후에는 후원철회도 할 수 없기 때문에 투자 결정에 따를 수밖에 없다.

이에 본 연구에서는 투자자금 목적이라고는 하지만 운영형태에 있어서는 전자상거래의 형태를 하고 있는 크라우드펀딩의 이해관계자들 간의 분쟁발생시 그 해결방안으로 중재의 역할을 제시하고자 한다.

II. 크라우드펀딩 구조와 분쟁발생 원인

1. 크라우드펀딩 개요

(1) 크라우드펀딩 개념

사전적인 의미의 군중을 의미하는 ‘Crowd’와 자금확보를 의미하는 ‘Funding’이 결합된 단어로 “Crowd-Funding”은 불특정 집단으로부터 자금확보 활동을 하는 행위라고 할 수 있다.

(2) 크라우드펀딩 구조

크라우드펀딩의 운영은 법률적 근거에 기반한 구조가 아닌 운영방식에 의해 다양하게 나눌 수 있다. 우선 사업 참여자의 업종에 따라 문화예술, 제조 및 서비스 등으로 구분할 수 있으며, 크라우드펀딩 중개자를 기준으로 민간 또는 공공으로 나눌 수 있다. 이밖에도 크라우드펀딩 플랫폼을 통해 자금모집이 성공 유무에 따라 keep-in-All 또는 All-or-Nothing으로 구분할 수 있다.⁵⁾

이러한 크라우드펀딩의 구조는 시장분석이나 각종 산업지표 산출에는 활용될 수 있지만 실제 크라우드펀딩 이해관계자 사이에서 발생하는 분쟁해결을 위한 법률적 판단에는 도움이 되지 못한다. 따라서 크라우드펀딩 이해관계자 간의 책임과 의무를 명확히 하기 위해 법률관계를 명확히 할 수 있는 기준이 필요하다. 하지만 현재 법률에 따르면 온라인 공간에서 발생한 거래는 전자상거래법이 적용되고 당사자 지위를 기준으로 살펴보면 민법과 상법으로 그 적용여부를 판단할 수밖에 없다.

5) 윤민섭, “자금조달 수단으로서 Crowdfunding에 관한 법적 연구”, 『기업법 연구』, 제26권 제2호, 한국기업법학회, 2012, p187.

① 기부형 크라우드펀딩

크라우드펀딩을 통해 자금을 확보하고자 하는 사업자에게 잠재적 수요자는 자금확보자가 공개한 범위내에서 정보를 습득하고 잠재적 수요와 가치가 부합할 경우 자금을 공급하며, 이때 잠재적 수요자의 자금공급행위에 대한 반대급부는 존재하지 않는다. 자금확보 사업자와 잠재적 수요자 간에는 증여계약이 체결되고, 기부형태로 자금공급을 할 경우 부담부증여로 볼 수 있을 것이다. 또한 자금확보 사업자가 잠재적 수요자에게 사전에 공개한 정보와 관련없는 물품이 제공되었을 경우 반대급부가 아닌 기념품으로 간주될 수 있다.

② 보상형 크라우드펀딩

자금확보 사업자는 잠재적 수요자에게 자금을 공급한 반대급부로 보상을 제공할 수 있다. 잠재적 수요자가 자금을 투자한 것으로 끝나는 것이 아니라 자금확보 사업자가 이에 대한 대가로 특정 제품이나 티켓등 다양한 형태의 제품을 보상으로 제공하게 된다. 보상형 크라우드펀딩의 각 이해관자는 자금투자와 동시에 선구매계약이 체결에 의한 회계처리를 진행하며, 반대급부 보상을 매출발생으로 처리하고 있다.

③ 대출형 크라우드펀딩

대출형 크라우드 펀딩이란 일반적으로 금융기관을 통해 자금거래가 이루어지는 방식이 아닌 개인과 개인 사이에 발생하는 금융거래 형태를 말한다.⁶⁾ 대출형 크라우드펀딩에서 자금확보 사업자는 잠재적 수요자에게 자금제공에 대한 반대급부로 이자를 지급한다.

④ 투자형 크라우드펀딩

투자형 크라우드펀딩은 잠재적 수요자가 자금공급을 통해 자금 사업자가 추가이익을 발생시켰을 경우 이에 대한 반대급부로 배당금을 받는 형태를 말한다. 투자형 크라우드펀딩에서 잠재적 수요자와 자금확보 사업자 간에 체결되는 법률적 관계는 금전소비대차계약이 아닌 투자계약이 된다. 이러한 법률적 관계에 따라 자금확보 사업자와 잠재적 수요자는 각각 증권발행인과 투자자의 지위를 얻게 된다.

6) Peer-to-Peer Lending, P2P lending, 크라우드펀딩 개념에 기반을 둔 개인과 개인 사이의 대출 서비스.

2. 크라우드펀딩 분쟁발생 원인

(1) 참여자간 사이에서의 문제점 : 정보비대칭

크라우드펀딩의 가장 큰 분쟁발생 원인은 잠재적 수요자와 자금확보 사업자 간에서 발생한 정보의 비대칭이라고 할 수 있다.

정보비대칭에 의한 계약체결은 정보우위에 있는 당사자가 거래의 우위에 서게 된다.

따라서 오늘날에는 거래관계에 있어 정보비대칭을 최소화 하기위한 노력을 하고 있으며, 자본시장법에서의 증권 발행 및 유통공시의무와 전자상거래법에서의 판매자의 판매상품정보제공의무가 이러한 노력에 해당된다.

(2) 자금확보 사업자의 문제점

① 도덕적 해이

크라우드펀딩 플랫폼에서 자금확보 사업자의 후원목표금액이 달성하게 되면 잠재적 수요자의 후원자금은 자금확보 사업자에게 이전되며, 동시에 자금확보 사업자는 자금의 관리주체로 바뀌게 된다. 이 과정에서 자금확보 수요자는 후원받은 자금을 활용함에 있어 후원목적 이외의 회계처리가 되거나 후원목적 달성을 위한 최선을 다하지 않더라도 잠재적 수요자는 어떠한 사업운영 정보를 얻을 수 없다. 때문에 자금확보 사업자가 이러한 태도를 갖게 되었을 경우 도덕적 해이를 통제하기란 불가능 하다.

② 채무불이행

자금확보 사업자는 후원마감으로 모집된 자금으로 사업의 결과물이 만들어 지면 그 결과물을 잠재적 수요자에게 약속대로 이행해야 한다. 하지만 그 결과물이 새로운 시장에서 상품화되고 우선거래가 이루어 질 경우 자금확보 사업자는 반대급부 이행가능 여부와는 상관없이 의도적인 채무불이행이 발생할 수 있다. 이때 잠재적 수요자는 자금확보 사업자의 채무불이행이 의도적인 행위인지 아닌지를 확인할 수 있는 방법이 없다.

(3) 크라우드펀딩 플랫폼 중개인의 문제

① 중개인 횡령 및 파산

앞서 언급한 바와 같이 크라우드펀딩 플랫폼에서 후원이 종료되면 자금관리 주체는 자금확보 사업자에게 이전된다. 하지만 자금관리 주체가 이전되는 단계에서 크라우드펀딩 플랫폼의 운영자가 횡령을 하거나 기업이 파산하였을 경우 자금관리 이전이 이루어지기 전에 문제가 발생할 수 있다.

② 이해상충

국내 크라우드펀딩 플랫폼 운영자의 수익구조를 살펴보면, 후원목표금액이 달성하였을 경우 자금확보 사업자로부터 일정의 수수료를 받게 된다. 따라서 플랫폼 운영자는 후원의 성공을 위해 잠재적 수요자의 후원참여 확대를 위해 노력하고 있지만 후원성공 이후에는 자금확보 사업자의 이익을 대변해야 하는 이해상충 문제가 발생한다.

그리고 후원종료 이후 잠재적 수요자에 대한 반대급부 이행확인 및 자금확보 사업자가 잠재적 수요자에 대한 약관이행 등에 소홀해지며, 분쟁이 발생되었을 경우 책임을 회피하게 된다.

Ⅲ. 크라우드펀딩 관련 현행법률

1. 현행법률

(1) 기부형 크라우드펀딩 현행법률

기부형 크라우드펀딩은 「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률」(이하 ‘기부금품법’) 제2조 1항에 따라⁷⁾ 잠재적 수요자와 자금확보 사업가의 관계는 기부를 전제로 한 계약관계라고 할 수 있다. 또한 동법 3항 및 4항에 따라 자금확보 사업자는 모집자, 크라우드펀딩 플랫폼 운영자는 모집중사자⁸⁾라고 할 수 있다.

1,000만 원 이상의 자금을 모집하기 위해서는⁹⁾는 사전에 등록행정청에 모집등록 하도

7) 기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률(2017. 7. 26) 제2조 1. “기부금품”이란 환영금품, 축하금품, 찬조금품(贊助金品) 등 명칭이 어떠하든 반대급부 없이 취득하는 금전이나 물품을 말한다. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것은 제외한다.

- 가. 법인, 정당, 사회단체, 종친회(宗親會), 친목단체 등이 정관, 규약 또는 회칙 등에 따라 소속원으로부터 가입금, 일시금, 회비 또는 그 구성원의 공동이익을 위하여 모은 금품
- 나. 사찰, 교회, 향교, 그 밖의 종교단체가 그 고유활동에 필요한 경비에 충당하기 위하여 신도(信徒)로부터 모은 금품
- 다. 국가, 지방자치단체, 법인, 정당, 사회단체 또는 친목단체 등이 소속원이나 제3자에게 기부할 목적으로 소속원으로부터 모은 금품
- 라. 학교기성회(學校期成會), 후원회, 장학회 또는 동창회 등이 학교의 설립이나 유지 등에 필요한 경비에 충당하기 위하여 그 구성원으로부터 모은 금품

2. “기부금품의 모집”이란 서신, 광고, 그 밖의 방법으로 기부금품의 출연(出捐)을 타인에게 의뢰·권유 또는 요구하는 행위를 말한다.

8) 기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률(2017. 7. 26) 제2조

3. “모집자”란 제4조에 따라 기부금품의 모집을 등록한 자를 말한다.

4. “모집중사자”란 모집자로부터 지시·의뢰를 받아 기부금품의 모집에 종사하는 자를 말한다.

9) 기부금품법 시행령 제2조(모집 등록청) 「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제4조 제1항에 따라 등록청에 등록하여야 하는 기부금품의 모집금액은 1 천만원 이상이며, 모집 등록청은 다음 각

록 규정하고 있고, 등록 가능한 사업의 형태는 정치, 종교활동, 국제적 구제사업, 자선사업 등이 아닌 사업으로 한정된다.¹⁰⁾

(2) 전자상거래 소비자보호에 관한 법률

자금확보 사업자가 크라우드펀딩 플랫폼을 통해 자금확보를 하는 과정에서 사업자는 보상의 대가에 대한 홍보를 하고 이후 잠재적 수요자로부터 자금을 후원받아 제품을 제작, 배송하는 과정을 거친다.

이때의 거래 형태는 전자상거래법상¹¹⁾ 통신판매의 정의에 부합하며, 통신판매자는 소비자와 거래행위를 함에 있어서 기만행위, 일방적인 재화공급 및 대금청구 행위, 소비자의 권리행사를 방해하는 행위 등은 금지된다.¹²⁾

호와 같다. 1. 모집금액이 10억원 이하인 경우(법 제4조제2항제4호아목에 해당하는 경우는 제외한다)에는 모집자의 주소지(모집자가 법인·정당, 그 밖의 단체인 경우에는 그 주된 사무소의 소재지를 말한다. 이하 같다)를 관할하는 특별시장·광역시장·도지사·특별자치도지사(이하 "시·도지사"라 한다) 2. 제1호 외의 경우에는 안전행정부장관

10) 기부금품법 시행령 제4조 2항

4. 영리 또는 정치·종교 활동이 아닌 사업으로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 사업

가. 교육, 문화, 예술, 과학 등의 진흥을 위한 사업

나. 소비자 보호 등 건전한 경제활동에 관한 사업

다. 환경보전에 관한 사업

라. 사회적 약자의 권익 신장에 관한 사업

마. 보건·복지 증진을 위한 사업

바. 남북통일, 평화구축 등 국제교류·협력에 관한 사업

사. 시민참여, 자원봉사 등 건전한 시민사회 구축에 관한 사업

아. 그 밖에 공익을 목적으로 하는 사업으로서 대통령령으로 정하는 사업

11) 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 '전자상거래 법') 제2조

1. "전자상거래"란 전자거래(「전자문서 및 전자거래 기본법」 제2조제5호에 따른 전자거래를 말한다. 이하 같다)의 방법으로 상행위(商行為)를 하는 것을 말한다.

2. "통신판매"란 우편·전기통신, 그 밖에 총리령으로 정하는 방법으로 재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포함한다. 이하 같다)의 판매에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약(契約)을 받아 재화 또는 용역(이하 "재화등"이라 한다)을 판매하는 것을 말한다. 다만, 「방문판매 등에 관한 법률」 제2조제3호에 따른 전화권유판매는 통신판매의 범위에서 제외한다.

3. "통신판매업자"란 통신판매를 업(業)으로 하는 자 또는 그와의 약정에 따라 통신판매업무를 수행하는 자를 말한다.

4. "통신판매중개"란 사이버몰(컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화등을 거래할 수 있도록 설정된 가상의 업장)을 말한다. 이하 같다)의 이용을 허락하거나 그 밖에 총리령으로 정하는 방법으로 거래 당사자 간의 통신판매를 알선하는 행위를 말한다.

5. "소비자"란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자를 말한다.

가. 사업자가 제공하는 재화등을 소비생활을 위하여 사용(이용을 포함한다. 이하 같다)하는 자

나. 가목 외의 자로서 사실상 가목의 자와 같은 지위 및 거래조건으로 거래하는 자 등 대통령령으로 정하는 자

6. "사업자"란 물품을 제조(가공 또는 포장)를 포함한다. 이하 같다)·수입·판매하거나 용역을 제공하는 자를 말한다.

12) ① 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하거나 청약철회등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위

2. 청약철회등을 방해할 목적으로 주소, 전화번호, 인터넷도메인 이름 등을 변경하거나 폐지하는 행위

(4) 유사수신행위 규제에 관한 법률

「유사수신행위의 규제에 관한 법률」(이하 ‘유사수신행위법’) 제2조는 유사수신행위란 “다른 법령에 따른 인가·허가를 받지 아니하거나 등록·신고 등을 하지 아니하고 불특정 다수인으로부터 자금을 조달하는 것으로 업으로 하는 행위”로 정의하고, 금지되는 행위의 유형은 각호에 열거¹³⁾하고 있다.

(5) 자본시장과 금융투자업에 관한 법률

자본시장법 시행령 제137조 제1항¹⁴⁾에 따라 자금확보 사업자는 공모를 통해 자금을 확보할 경우 금융위원회에 재무상태표와 영업실적을 기재한 서류를 제출해야 한다.

따라서 자본시장법에 의해 자본시장에서의 자금조달은 제한이 있으며, 자금조달을 위한 방법으로 금융기관을 통한 차입을 활용하고 있다. 때문에 사업자가 크라우드펀딩을 통해 자금을 확보하고자 할 경우 발행공시 의무를 감면해야 할 필요가 있다.

-
3. 분쟁이나 불만처리에 필요한 인력 또는 설비의 부족을 상당기간 방치하여 소비자에 게 피해를 주는 행위
 4. 소비자의 청약이 없음에도 불구하고 일방적으로 재화등을 공급하고 그 대금을 청구 하거나 재화등의 공급 없이 대금을 청구하는 행위
 5. 소비자가 재화를 구매하거나 용역을 제공받을 의사가 없음에 밝혔음에도 불구하고 전화, 팩스, 컴퓨터통신 또는 전자우편 등을 통하여 재화를 구매하거나 용역을 제공 받도록 강요하는 행위
 6. 본인의 허락을 받지 아니하거나 허락받은 범위를 넘어 소비자에 관한 정보를 이용하는 행위. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우는 제외한다.
 - 가. 재화등의 배송 등 소비자와의 계약을 이행하기 위하여 불가피한 경우로서 대통령령으로 정하는 경우
 - 나. 재화등의 거래에 따른 대금정산을 위하여 필요한 경우
 - 다. 도용방지를 위하여 본인 확인에 필요한 경우로서 대통령령으로 정하는 경우
 - 라. 법률의 규정 또는 법률에 따라 필요한 불가피한 사유가 있는 경우
 7. 소비자의 동의를 받지 아니하거나 총리령으로 정하는 방법에 따라 쉽고 명확하게 소비자에게 설명·고지하지 아니하고 컴퓨터프로그램 등이 설치되게 하는 행위
- 13) 유사수신행위의 규제에 관한 법률 제2조
 이 법에서 “유사수신행위”란 다른 법령에 따른 인가·허가를 받지 아니하거나 등록·신고 등을 하지 아니하고 불특정 다수인으로부터 자금을 조달하는 것을 업(業)으로 하는 행위로서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 말한다.
1. 장래에 출자금의 전액 또는 이를 초과하는 금액을 지급할 것을 약정하고 출자금을 받는 행위
 2. 장래에 원금의 전액 또는 이를 초과하는 금액을 지급할 것을 약정하고 예금·적금·부금·예탁금 등의 명목으로 금전을 받는 행위
 3. 장래에 발행가액(發行價額) 또는 매출가액 이상으로 재매입(再買入)할 것을 약정하고 사채(社債)를 발행하거나 매출하는 행위
 4. 장래의 경제적 손실을 금전이나 유가증권으로 보전(補填)하여 줄 것을 약정하고 회비 등의 명목으로 금전을 받는 행위
- 14) 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 시행령 제137조 제1항
1. 증권의 모집 또는 매출 전에 발행인(투자신탁의 수익증권이나 투자익명조합의 지분증권인 경우에는 그 투자신탁이나 투자익명조합을 말하며, 법 제159조제1항에 따른 사업보고서 제출대상법인 및 제176조 제1항 각 호에 따른 외국법인등은 제외한다. 이하 이 조에서 같다)의 재무상태와 영업실적을 기재한 서류를 금융위원회에 제출할 것. 이 경우 해당 서류(집합투자증권인 경우는 제외한다)는 금융위원회가 정하여 고시하는 바에 따라 회계감사인의 회계감사를 받거나 공인회계사의 확인과 의견표시를 받은 것이어야 한다.

2. 크라우드펀딩을 위한 법안

국내 크라우드펀딩은 텀블벅¹⁵⁾을 통해 사업자가 자금확보를 위한 수단으로 활용하였으며, 주로 예술, 문화컨텐츠 사업을 중심으로 다루어지고 있으며 형태는 기부형과 보상형이 있다.

투자형 크라우드펀딩의 경우 자본시장법에 의한 규제로 활성화되지 못하였지만, 해외 일부 국가에서 중소기업의 자금확보를 위해 법률개정이 검토되자 국내에서도 투자형 크라우드펀딩 도입을 위한 검토를 시작하였다.

(1) 중소기업 창업지원법 일부개정법률안

창업지원법은 1986년 제정된 이후 창업활성화에 기여해 왔지만 당시 제조업 위주의 창업 정책으로 평가되고 있으며, 현재의 창업생태계 변화에 따라 새로운 전략수립이 필요하다.

그리고 벤처투자촉진법(이하 투자촉진법)이 제정되면서 중소기업 창업지원법의 투자관련 조항이 투자촉진법으로 이관되었고, 이에 따른 중소기업창업지원법을 새로 정비해야 할 필요도 있다.

(2) 벤처투자 촉진에 관한 법률

앞서 언급한 바와 같이 투자형 크라우드펀딩을 통해 자금확보를 하기 위해서는 금융위원회에서 요구하는 서류를 제출해야 한다.

하지만 벤처투자 촉진에 관한 법률 시행규칙 제2조에 따르면 벤처기업 또는 중소기업 기술혁신법 제15조 제1항¹⁶⁾에 따른 기술혁신형 중소기업 및 경영혁신 중소기업의 비중이 70퍼센트 이상인 경우 프로젝트 투자로 인정받아 자금확보를 할 수 있다.¹⁷⁾

-
- 15) 텀블벅(tumblbug)은 대한민국에서 서비스 중인 대표적인 크라우드 펀딩 사이트 중 하나로 예술, 문화 컨텐츠를 중심으로 다루고 있다. 특히 그 중에서도 독립적인 문화창작자들의 지원을 목표로 한다
- 16) 제15조(기술혁신형 중소기업 발굴·육성) ① 중소벤처기업부장관은 기술혁신형 중소기업을 발굴·육성하기 위하여 필요한 사업(이하 "기술혁신형 중소기업 육성사업"이라 한다)을 추진할 수 있다. <개정 2015.1.28, 2017.7.26>
- ② 중소벤처기업부장관은 기술혁신형 중소기업 육성사업을 지원하기 위하여 필요한 경우에는 공공기관에 지원을 요청할 수 있다. 이 경우 지원을 요청받은 공공기관의 장은 특별한 사유가 없으면 지원을 위한 대책을 마련하여야 한다. <개정 2017.7.26>
- ③ 중소벤처기업부장관은 기술혁신형 중소기업 육성사업을 추진하는 기관 또는 단체에 필요한 비용의 전부 또는 일부를 출연할 수 있다. <개정 2017.7.26>
- ④ 기술혁신형 중소기업의 선정·지원 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
- 17) 벤처투자 촉진에 관한 법률 시행규칙 제1장 제2조(중소기업이 개발·제작하는 사업에 대한 투자)
6. 그 밖에 제1호부터 제5호까지에 준하는 사업으로서 중소벤처기업부장관이 프로젝트 투자에 적합하다고 인정하는 사업
- ② 둘 이상의 기업이 프로젝트 투자에 참여하는 경우 개발 또는 제작으로 인한 수익지분 중 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」 제8조의2제4항제1호에 따른 증권시장(「자본시장과 금융투자업에 관한 법률 시행령」 제11조제2항에 따라 금융위원회가 정하여 고시하는 시장은 제외하며, 이하 "증권시장"이라 한다)

IV. 크라우드펀딩 분쟁해결 방안

1. 크라우드펀딩 분쟁해결 방안

(1) 참여자간 분쟁해결 : 정보비대칭 해소

크라우드펀딩의 구조는 자금확보 사업자와 잠재적 수요자간의 정보비대칭이 존재할 수 밖에 없는 구조이다. 크라우드펀딩 개념에서 살펴본 것처럼 자금확보 사업자는 완전하지 않은 프로젝트에 대한 정보공유를 바탕으로 잠재적 수요자로부터 자금을 지원받는 구조이며, 이 과정에서 사업계획의 신뢰성과 프로젝트의 실현 가능성 검증이라는 리스크가 항상 존재한다. 따라서 자금확보 사업자의 공개정보가 잠재적 수요자 이외의 사업 미참가자들의 객관적 의사소통 및 검증을 위한 제도적 장치를 통해 정보의 비대칭성 해소방안을 마련해야 할 것이다.

(2) 온라인 플랫폼 정보제공 의무

크라우드펀딩 플랫폼 운영자는 자금확보 사업자의 자금확보 목적, 자금확보 사용방안 등 잠재적 수요자의 투자 리스크를 해소하고 안정적인 투자결정을 할 수 있도록 정확한 정보제공의무를 부담해야 한다. 펀딩이 종료된 이후에도 프로젝트 수행과정에서 발생한 새로운 정보를 바로 잠재적 수요자들에게 공개해야 하며, 프로젝트 이해관계자들의 요청이 있을 경우 프로젝트 진행상황에 대한 안내의무가 주어져야 한다.

그리고 플랫폼 운영자는 프로젝트 마감 통지일로부터 일정 기간 이내에 자금확보 사업자로부터 어떠한 고지를 받지 못하였을 경우 펀딩 철회 및 기타 권리보장이 필요하다.

(3) 잠재적 수요자 중심의 포털구조 설계

크라우드펀딩 플랫폼 운영자는 잠재적 수요자가 투자 리스크에 대한 내용을 쉽게 인식할 수 있도록 포털의 구조를 설계해야 한다. e-커머스 형태를 띄고 있는 크라우드펀딩 플랫폼의 포털 구조는 투자가 아닌 구매를 위해 운용되는 포털로 인식될 수 있으며, 잠재적 수요자가 구매가 아닌 투자이며, 투자성공 보상으로 자금확보 사업자의 미래가치를 초기 투자금으로 보상받는 구조임을 충분히 알 수 있도록 해야 한다.

에 상장되지 않은 창업자, 벤처기업 또는 「중소기업 기술혁신 촉진법」 제15조제1항 및 제15조의3제1항에 따른 기술혁신형 중소기업 및 경영혁신형 중소기업 지분의 비중이 70퍼센트 이상인 경우에만 프로젝트 투자로 인정한다.

(4) 자금관리의 위탁

현재 크라우드펀딩의 자금위탁 및 제공에 대한 정확한 방식은 없다.

하지만 크라우드펀딩의 자금관리에 대한 리스크를 예방하기 위해서는 자본시장법 제74조의 투자자 예탁금 별도예치의 방식이 있다.

동법 제74조 5항¹⁸⁾에 따라 투자자인 잠재적 수요자는 자금확보 사업자인 예치금융투자업자가 펀드구성 목적달성 조건이 성취되지 못하였을 경우 그 사실을 공시하고 투자받은 자금은 투자자인 잠재적 수요자에게 다시 환급되어야 한다.

반대로 크라우드펀딩의 목적달성 조건이 성취되었을 경우에 플랫폼 운영자는 자금확보 사업자에게 자금이전을 실행 완료되는 구조로 실행되어야 할 것이다.

(5) 참여자 펀딩금 반환범위 확대

크라우드펀딩 참여자는 자금확보 사업자의 펀딩결과에 따른 최초 리워드와 최종 리워드 간의 명확한 차이가 발생하거나 하자로 판단되었을 경우에만 펀딩금을 반환하고 있다.

하지만 소비자기본법에 근거한 하자에 따른 분쟁이 발생되었을 경우 중개 플랫폼 운영자가 개입하고 소비자에 대한 펀딩금 반환이 이루어질 수 있도록 해야 한다.

(6) 자금확보 사업자에 대한 심사 기준 강화

크라우드펀딩 분쟁 중 이미 출시된 제품을 새로운 제품인 것으로 홍보하여 펀딩을 진행하고 참여자는 이미 출시된 제품을 더 비싼 가격으로 펀딩에 참여하여 피해를 보고 분쟁으로 야기되는 경우가 있다. 이러한 유형의 분쟁을 막기 위해 플랫폼 운영자는 참여 사업자에 대한 제품기획 및 개발에 대한 심사정책을 강화하고, 허위 및 과장광고를 모니터링 하는 검수 철자를 하도록 의무화해야 할 것이다. 또한 플랫폼 사업 운영자가 펀딩심사를 위한 정책에 대한 의무고지를 할 수 있도록 해야 한다.

18) 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제74조(투자자예탁금의 별도예치)

- ⑤ 예치금융투자업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하게 된 경우에는 예치기관에 예치 또는 신탁한 투자자예탁금을 인출하여 투자자에게 우선하여 지급하여야 한다. 이 경우 그 예치금융투자업자는 대통령령으로 정하는 기간 이내에 그 사실과 투자자예탁금의 지급시기·지급장소, 그 밖에 투자자예탁금의 지급과 관련된 사항을 둘 이상의 일간신문에 공고하고, 인터넷 홈페이지 등을 이용하여 공시하여야 한다.
 1. 인가가 취소된 경우
 2. 해산의 결의를 한 경우
 3. 파산선고를 받은 경우
 4. 제6조제1항제1호 및 제2호의 금융투자업 전부 양도가 승인된 경우
 5. 제6조제1항제1호 및 제2호의 금융투자업 전부 폐지가 승인된 경우
 6. 제6조제1항제1호 및 제2호의 금융투자업 전부의 정지명령을 받은 경우
 7. 그 밖에 제1호부터 제6호까지의 사유에 준하는 사유가 발생한 경우
- ⑥ 예치기관은 그 예치기관이 제5항 각 호의 어느 하나에 해당하게 된 경우에는 예치금융투자업자에게 예치 또는 신탁받은 투자자예탁금을 우선하여 지급하여야 한다.

2. 크라우드펀딩 분쟁해결을 위한 중재와 조정

(1) 크라우드펀딩 분야 분쟁담당기구 설립

영국에서는 2000년 금융서비스 시장법 시행 이후 단일 기구인 금융옵부즈만 서비스제도(OFSA)가 도입되었다. 지분형 크라우드펀딩 형태로 운영되고 있는 크라우드큐브는 활동 초기인 2014년에 126개 기업을 통해 2,770만 파운드 펀딩에 성공하였다.

이처럼 영국에서 크라우드큐브가 성공한 원인은 펀딩과정에서 발생한 분쟁을 OC(Financial Ombudsman Service)를 통해 중재가 가능하고, 플랫폼 운영자의 파산 등에 따른 참여자의 피해가 발생되었을 경우에 FSCS(Financial Services Compensation Scheme)를 통한 구제가 가능했기 때문이다.

(2) 약관법을 활용한 분쟁조정협의회 판단

약관법 제5조 및 제8조에 따르면 약관의 뜻이 명백하지 않은 경우 소비자에게 유리한 해석을 할 수 있으며, 만약 소비자가 부당하게 과중한 지연소해금 등의 손해배상 의무를 부담시키는 약관 조항은 무효로 할 수 있다. 크라우드펀딩 중개 플랫폼 운영자의 후원금 명목의 개념은 명확하지 않으며, 특히 후원금은 곧 자금조달 목적인 펀딩에 대한 성공여부를 확인하는 중요한 척도로 볼 수 있다. 결국 크라우드펀딩의 목적달성 실패로 인한 소비자의 피해는 후원금의 개념이 명확하지 않았기 때문에 약관법 제4조에 따라 투자자인 참여자에게 유리하게 해석해야 하며, 참여자의 과도한 손해배상 의무 부담은 약관법 제8조에 따라 무효로 판단할 수 있기에 조정성립이 가능할 것이다.

V. 결론

오늘날 e-비즈니스 시장은 수요자와 공급자가 서로 소통하는 융합의 공간으로 자리 잡았으며, 이 과정에서 새로운 자금의 거래방식이 등장하였다.

크라우드펀딩은 온라인 공간에서 등장한 자금 거래방식 중 한 분야로 최근 그 관심과 거래규모가 급성장 하고 있다.

크라우드펀딩 방식을 활용한 온라인 공간에서의 플랫폼은 온라인통신판매 형태로 운영되고 있으며, 자금확보를 위해 참여한 사업자가 잠재적 수요자로부터 확보한 자금을 바탕으로 상품을 제작하고 배송하는 형태를 하고 있다.

하지만 이때 참여 사업자가 상품을 배송하지 않거나 홍보한 제품과 다른 상품을 배송

하고 책임을 회피하였을 경우 플랫폼 운영 주체의 중재 없이 잠재적 수요자는 보상을 받지 못하는 구조로 되어 있다.

본 연구에서는 크라우드펀딩의 시장규모가 급속한 성장을 하고 있음에도 그 속에서 발생하고 있는 부작용과 피해를 입은 잠재적 수요자의 불만은 커져만 가고 있는 상황 속에서 펀딩에 참여한 소비자가 보호를 받고 분쟁발생 시 해결할 수 있는 방안에 대해 제시하였다.

크라우드펀딩의 분쟁발생은 참여한 이해관계자 사이에서 발생한 정보의 비대칭과 자금확보를 위해 참여한 사업자가 통제되지 않는 도덕적 해이 및 채무불이행과 같은 행위에서 비롯되었다.

또한 크라우드펀딩 플랫폼 중개인이 횡령이나 파산을 하거나 후원성공 이후 약관이행에 대한 소홀함 등이 분쟁으로 확대되는 경우를 살펴보았다.

이처럼 분쟁이 발생이후 이를 해결하기 위해 크라우드펀딩에 대한 현행법률과 소비자간 전자상거래의 형태를 가지고 있는 크라우드펀딩에서의 피해발생에 따른 분쟁진행 시 구제받을 수 있는 명확한 현행법이 필요함을 관련 현행법 검토를 통해 살펴보았다.

그리고 현재 투자형 크라우드펀딩의 경우 자본시장법에 의한 규제에 활성화되지 못하였지만, 해외 일부 국가에서 중소기업의 자금확보를 위해 법률개정이 검토되면서 국내에서도 투자형 크라우드펀딩 도입을 위한 검토가 필요함을 확인하였다.

한편, 크라우드펀딩 분쟁발생 이후 해결을 위해선 명확한 책임의 주체 확인이 가능해야 하며, 조정 및 중재를 위한 다양한 검토가 이루어 져야 한다.

이를 위해 크라우드펀딩 각 이해관계자들에 참여사업자에 대한 심사기준강화방안과 플랫폼 운영자에 대한 정보제공의무, 반환금 범위 확대, 자금관리 위탁, 포털구조의 설계변경 등 다양한 해결방안을 제시하였다. 마지막으로 크라우드펀딩 분쟁해결을 위한 중재와 조정의 역할을 제시하였다.

크라우드펀딩의 구조나 방식은 기존 전자상거래와는 다른 특징을 가지고 있는 새로운 형태의 거래방식이다. 때문에 아직 법적 근거가 제대로 마련되어 있지 않고 정치적, 법률적, 사회문화적, 경제적으로 다양하고 충분한 논의를 통해 그 기준이 마련되어야 할 필요성이 있다.

전 세계적으로 크라우드펀딩에 대한 잠재적 시장 및 긍정적 효과는 인정받은 만큼 새로운 금융거래의 생태계로서 역할이 요구되고 있다. 그리고 올바른 법적제도와 정책적 협의가 이루어진다면 그 잠재적 시장이 새로운 산업으로 실현될 수 있을 것이다.

참고문헌

- 권보람, 김주성, “크라우드펀딩의 국내외현황 및 입법동향 분석”, 「전자통신동향분석」, 2013.
- 금융감독원, “창업·중소기업과 함께 성장하는 크라우드펀딩 발전방안”, 「한국예탁결제원」, 2020.
- 기부금품법 시행령 제4조 2항
- 기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률(2017. 7. 26) 제2조
- 김상현, “크라우드펀딩 사이트 품질이 펀딩의도에 미치는 영향에 관한 연구:신뢰도와 만족도를 매개로”, 중앙대학교 대학원 석사학위논문, 2013.
- 남유선, “금융포용관점과 자본시장에서의 기업금융 활성화 방안 - 크라우드 펀딩 및 엔젤 투자를 중심으로”, 「기업법연구」, 제27권 제4호, 2013.
- 벤처기업 또는 중소기업 기술혁신법 제15조 제1항
- 벤처투자 촉진에 관한 법률 시행규칙 제1장 제2조(중소기업이 개발·제작하는 사업에 대한 투자)
- 성희환, “지분투자형 크라우드펀딩(Crowdfunding)의 규제체계 수립에 대한 연구”. 「증권법연구」, 제14권 제2호, 2013.
- 유사수신행위의 규제에 관한 법률 제2조
- 윤민섭, “자금조달 수단으로서 Crowdfunding에 관한 법적 연구”, 「기업법 연구」, 제26권 제2호, , 2012.
- _____, “투자형 크라우드펀딩의 제도화를 위한 입법적 제언”, 「증권법연구」, 제14권 제1호, 2013.
- _____, “크라우드펀딩의 제도화와 소비자보호방안 연구”, 「한국소비자원」, 2013, p23.
- 이윤찬, 이해민, “크라우드 펀딩을 아시나요?: 인터넷 통한 벤처 자금조달 방식 주목... 사전마케팅 효과도”, 「이코노미스트」, 2011
- 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 시행령 제137조 제1항
- 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제74조(투자자예탁금의 별도예치)
- 전성민, “크라우드 펀딩 플랫폼의 벤처창업 활용에 관한 연구”, 「벤처창업연구」, 제 9권 제1호, 2014.
- 조유리·정현준·정원준, “크라우드펀딩 활성화 방안 연구”, 미래창조과학부, 「정보통신정책연구원」, 2014, p.22

- A. Ordanini, L. Miceli, M. Pizzetti, and A. Parasuraman(2011), "Crowd-funding: Transforming customers into investors through innovative service platforms," *Journal of Service Management*, Vol.22, No.4, pp.443-470
- C. Steven Bradford(2012), "Crowdfunding and the Federal Securities \Laws", 2012 *Colum. Bus. L. Rev.* 1, at 14-15
- Freund, R.(2010), "How to overcome the barriers between economy and sociology with open innovation, open evaluation and crowd funding", *International Journal of Industrial Engineering and Management*, Vol.1, No.3, pp. 105-109.
- Hall, J. and C. W. Hofer(1993), "Venture capitalists' decision criteria in new venture evaluation", *Journal of Business Venturing*, Vol.8, No.1, pp. 25-42
- Insider(2014), *Startup Aims to Consolidate Crowdfunding Industry*, business Insider, 2013, available at: <http://www.businessinsider.com/startupaims-to-consolidate-crowdfunding-industry2013-7>, Accessed 03-24.
- Jaehun Joo·Ismatilla R. Normatov(2012), Relationships between Collective Intelligence Quality, Its Determinants, and Usefulness: A Comparative Study between Wiki Service and Q&A Service in Perspective of Korean Users, *Asia Pacific Journal of Information Systems*, Vol. 22, No. 4, at 78.
- MacMillan, I. C., Z. Block(1986), and P. Narasimha, "Corporate venturing: alternatives, obstacles encountered, and experience effects", *Journal ofBusiness Venturing*, Vol.1, No.2, pp.177-191.
- Ordanini, A.; Miceli, L.; Pizzetti, M.; Parasuraman, A.,(2011), "Crowd-funding: Transforming customers into investors through innovative service platforms". *Journal of Service Management* 22 (4)
- Ordanini, A., L(2011). Miceli, M. Pizzetti, and A. Parasuraman, "Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platforms", *Journal of Service Management*, Vol.22, No.4, pp. 443-470.
- Sandberg, W. R. and C. W. Hofer(1988), "Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur", *Journal of Business Venturing*, Vol.2, No.1, pp. 5-28.
- T. Zhou, H. Li, and Y. Liu(2012), "The Effect of Flow Experience on Mobile SNS Users' Loyalty," *Industrial Management & Data Systems*, Vol.110 Iss. 6, pp.930-946
- Teece, D. J., G. Pisano, and A. Shuen(1997), "Dynamic capabilities and strategic management", *Strategic Management Journal*, Vol.18, No.7, pp.509-533.

Ward, C. and V. Ramachandran(2010), Crowdfunding the next hit: Microfunding online experience goods, Workshop on Computational Social Science and the Wisdom of Crowds at NIPS2010.

Wash, R.(2013), The value of completing crowdfunding projects, International Conference on Weblogs and Social Media(ICWSM), AAAI Press

ABSTRACT

A study on the occurrence and resolution of disputes among crowd-funding stake-holders

Kee hong Kim

Recently, the e-business market has become a place of convergence where consumers and suppliers communicate with each other, and a new method of trading of funds has emerged in the process. Crowd-funding is one of the types of money transactions that have emerged in the online space, and its interest and trading volume have been growing rapidly recently.

The platform in the online space using crowd-funding method operates in the form of online telecommunication sales, and it is in the form of producing and delivering products based on funds obtained from potential consumers by the operators involved in securing funds.

However, if the participating business operators do not deliver the product or deliver the product other than the promoted product and avoid responsibility, the potential demander will not be compensated without mediation by the platform operating entity.

In this study, despite the rapid growth in the market size of crowd-funding, consumers who participated in the funding are protected and able to resolve disputes in the event of a conflict amid growing complaints from potential consumers and side effects.

The structure or method of crowd-funding is a new form of trading that has different features from conventional e-commerce. Therefore, the legal basis is not yet in place and the standards need to be laid out through various and sufficient discussions politically, legally, socially and culturally and economically. As the potential market and positive effects of crowd-funding around the world have been recognized, a role is required as an ecosystem for new financial transactions. And the potential market could be realized as a new industry if the right legal system and policy consultation were made.

Key Words : Crowd-funding, money-lending operators, potential demanders, consumer disputes, mediation, arbitration