



**(19) 대한민국특허청(KR)**  
**(12) 등록특허공보(B1)**

(45) 공고일자 2012년02월29일  
 (11) 등록번호 10-1117435  
 (24) 등록일자 2012년02월09일

(51) Int. Cl.  
**G06Q 30/00A0** (2006.01)  
 (21) 출원번호 10-2008-0081590  
 (22) 출원일자 2008년08월20일  
 심사청구일자 2008년11월05일  
 (65) 공개번호 10-2010-0022876  
 (43) 공개일자 2010년03월03일  
 (56) 선행기술조사문헌  
 KR1020070096275 A\*  
 KR1020080014344 A\*  
 \*는 심사관에 의하여 인용된 문헌

(73) 특허권자  
**컴피프라이스 엘엘씨**  
 미국 15212 펜실베니아 피츠버그 스위트 씨519 헤  
 인츠 스트리트 300  
**정태성**  
 서울특별시 강남구 영동대로112길 67, 501호 (삼  
 성동, 동일파크스위트)  
 (72) 발명자  
**정태성**  
 서울특별시 강남구 영동대로112길 67, 501호 (삼  
 성동, 동일파크스위트)  
 (74) 대리인  
**이종승**

전체 청구항 수 : 총 15 항

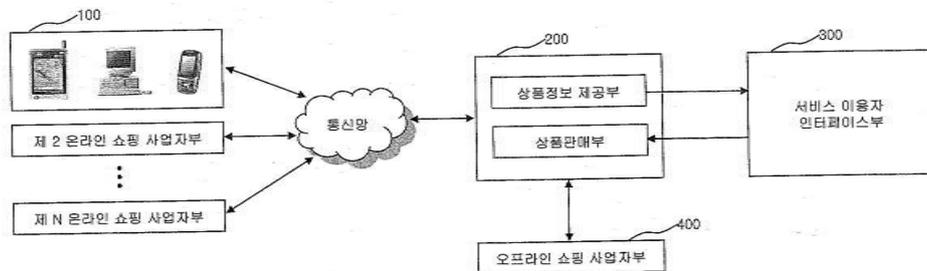
심사관 : 유진태

**(54) 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템 및 방법, 그리고 이에 적용되는 장치**

**(57) 요약**

본 발명은 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템 및 방법, 그리고 이에 적용되는 장치를 개시한다. 본 발명에 따른 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템은, 인터넷 등과 같은 통신망에 기반하는 온라인 쇼핑을 오프라인 화 하도록 구현됨에 따라, 온라인상의 가격 경쟁력 및 오프라인상의 고객 접근도와 같은 각 장점을 배가시키는 새로운 개념의 쇼핑 방식이 가능해 짐으로서, 상품을 구매하기 위한 이용자가 아무런 거부감없이 오프라인 매장에서 원하는 상품을 면밀하게 관찰할 수 있을 뿐만 아니라, 온라인에서 유통되는 가격으로 구매할 수 있다.

**대표도** - 도1



## 특허청구의 범위

### 청구항 1

온라인 쇼핑을 통해 상품을 판매하는 다수의 온라인 쇼핑 사업자로부터 상기 상품에 대한 각 상품정보를 제공 받고, 상기 각 상품정보를 기 설정된 업체선정 기준에 따라 비교한 결과를 기반으로 상기 다수의 온라인 쇼핑 사업자부 중 적어도 하나에 상기 상품을 오프라인 매장에서 판매할 수 있는 권한을 부여하는 서비스 관리부; 및 상기 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자로부터 제공된 상기 상품에 대한 상품정보를 상기 오프라인 매장 내의 단말화면에 나타내고, 상기 오프라인 매장에 방문한 이용자의 상기 상품에 대한 주문을 접수하는 서비스 이용자 인터페이스부;를 포함하는 것을 특징으로 하는 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템.

### 청구항 2

제 1 항에 있어서, 상기 서비스 관리부는

상기 다수의 온라인 쇼핑 사업자부와 의 통신 연결을 통해 상기 상품에 대한 상품정보를 제공받은 후, 기 설정된 업체선정 기준에 따라 상기 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자부를 설정하여 상기 서비스 이용자 인터페이스부에 업체선정 정보를 전달하기 위한 상품정보 제공부; 및

상기 서비스 이용자 인터페이스부로부터 상기 주문에 상응하여 형성되는 상품구매 정보를 제공받아 주문서를 형성하고, 상기 주문서를 상기 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자부에 전달하기 위한 상품 판매부를 포함하는 것을 특징으로 하는 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템.

### 청구항 3

제 2 항에 있어서, 상기 상품정보 제공부는

실시간에 의하거나, 기 설정된 기한 또는 주기에 따라 상기 권한을 부여하기 위한 프로세싱을 실행하는 것을 특징으로 하는 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템.

### 청구항 4

제 2 항에 있어서, 상기 상품정보 제공부는

상기 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자부를 단일 또는 복수로 설정하는 것을 특징으로 하는 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템.

### 청구항 5

제 4 항에 있어서, 상기 서비스 이용자 인터페이스부는

상기 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자부가 복수로 설정되는 경우, 이용자에 의해 어느 하나의 업체를 선택하도록 하는 것을 특징으로 하는 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템.

### 청구항 6

제 2 항에 있어서, 상기 상품정보 제공부는

상기 업체선정 기준에 상기 상품에 대한 최저 가격 및 체고 량을 포함하는 것을 특징으로 하는 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템.

### 청구항 7

제 6 항에 있어서, 상기 상품정보 제공부는

상기 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자부가 보유하고 있는 상기 상품에 대한 체고 량이 없는 경우, 상기 업체 선정 기준으로 차순위의 온라인 쇼핑 사업자부에 상기 권한을 부여하는 것을 특징으로 하는 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템.

### 청구항 8

제 1 항에 있어서, 상기 서비스 관리부는

상기 다수의 온라인 쇼핑 사업자 중 적어도 하나에 상기 권한을 부여하거나, 상기 다수의 온라인 쇼핑 사업자 및 상기 상품을 오프라인 방식으로 판매하는 오프라인 쇼핑 사업자부 중 적어도 하나에 상기 권한을 부여하는 것을 특징으로 하는 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템.

**청구항 9**

온라인 쇼핑을 통해 상품을 판매하는 다수의 온라인 쇼핑 사업자부로부터 상기 상품에 대한 각 상품정보를 제공받아 상기 각 상품정보를 기 설정된 업체선정 기준에 따라 비교한 결과를 기반으로 상기 다수의 온라인 쇼핑 사업자부 중 상기 상품을 오프라인 매장에서 판매할 수 있는 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자와 상응하는 상기 상품에 대한 상품정보를 상기 오프라인 매장 내의 단말화면에 출력하기 위한 디스플레이부;

상기 상품에 대한 이용자의 구매 설정을 구현하기 위한 이용자 입력부;

상기 구매 설정에 따라 상기 상품에 대한 결제를 실행하는 결제부; 및

상기 구매 설정으로 인한 주문내역 및 상기 결제로 인한 결제 내역을 취합하여 상품구매 정보를 형성하는 내역 형성부를 포함하는 것을 특징으로 하는 서비스 이용자 인터페이스.

**청구항 10**

제 9 항에 있어서, 상기 서비스 이용자 인터페이스는

네트워크 연결을 통해 상기 상품정보를 제공받고, 상기 상품구매 정보를 전달하기 위한 네트워크 연결부를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 서비스 이용자 인터페이스.

**청구항 11**

제 9 항 또는 제 10 항에 있어서, 상기 이용자 입력부는

버튼입력 방식 또는 상기 디스플레이부를 통한 터치입력 방식으로 구현되는 것을 특징으로 하는 서비스 이용자 인터페이스.

**청구항 12**

온라인 쇼핑을 통해 상품을 판매하기 위한 다수의 온라인 쇼핑 사업자부로부터 상기 상품에 대한 각 상품정보를 제공받는 상품정보 접수 단계;

상기 각 상품정보를 기 설정된 업체선정 기준에 따라 비교한 결과를 기반으로 상기 다수의 온라인 쇼핑 사업자부 중 적어도 하나에 상기 상품을 오프라인 매장에서 판매할 수 있는 권한을 부여하는 업체 선정 단계;

상기 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자부와 상응하는 상기 상품에 대한 상품정보를 상기 오프라인 매장에 진열된 상기 상품과 함께 단말화면을 통하여 디스플레이하는 상품정보 안내 단계; 및

상기 상품에 대한 이용자의 주문 및 결제가 이루어지는 상품구매 단계; 및

상기 주문 및 결제로 인한 내역을 포함하는 상품구매 정보를 토대로 주문서를 형성한 후, 상기 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자부에 상기 주문서를 전달하는 주문완료 단계를 포함하는 것을 특징으로 하는 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 방법.

**청구항 13**

제 12 항에 있어서, 상기 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 방법은

상기 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자부에 의해 상기 상품을 이용자에게 배달되도록 하는 상품 배달 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 방법.

**청구항 14**

제 12 항 또는 제 13 항에 있어서, 상기 업체 선정 단계는

상기 다수의 온라인 쇼핑 사업자부와 통신 연결을 통해 상기 상품에 대한 상품정보를 제공받은 후, 기 설정된

업체선정 기준에 따라 상기 상품에 대한 상품정보를 비교하여 상기 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자부를 설정하는 것을 특징으로 하는 오프라인 매장에서 온라인 쇼핑 방법.

**청구항 15**

제 14 항에 있어서, 상기 업체 선정 단계는

실시간에 의하거나, 기 설정된 기한 또는 주기에 따라 상기 권한을 부여하기 위한 과정을 실행하며, 상기 업체 선정 기준에 상기 상품에 대한 최저 가격 및 재고량을 포함하는 것을 특징으로 하는 오프라인 매장에서 온라인 쇼핑 방법.

**명세서**

**발명의 상세한 설명**

**기술분야**

[0001] 본 발명은 오프라인 매장에서 온라인 쇼핑 시스템 및 방법, 그리고 이에 적용되는 장치에 관한 것으로, 더욱 상세하게는 인터넷 등과 같은 통신망을 통해 구현 가능한 온라인 쇼핑을 오프라인화 함에 따라, 온라인상의 가격 경쟁력 및 오프라인상의 고객 접근도와 같은 각 장점을 배가시키는 새로운 개념의 쇼핑 방식을 구현하기 위한 오프라인 매장에서 온라인 쇼핑 시스템 및 방법, 그리고 이에 적용되는 장치에 관한 것이다.

**배경기술**

[0002] 최근 정보 기술의 발달로 통신 수단이 다양화되면서 오프라인상의 카탈로그 통신 판매에서 케이블 TV 쇼핑 및 인터넷에 기반하는 온라인 쇼핑에 의한 판매로 쇼핑 시장이 변화하고 있으며, 인터넷 사용 인구가 폭발적으로 늘어남에 따라 지속적으로 발전하는 전자 상거래 시스템 및 유/무선 통신 기술을 채용한 인터넷 기반의 온라인 쇼핑이 점점 커지는 추세이다.

[0003] 특히, 온라인 쇼핑은 이용자에게 다양한 상품 정보 및 콘텐츠를 제공함으로써 기존의 오프라인상에서 쇼핑하던 이용자의 구매 형태를 바꾸며 급속한 성장을 이루어왔다.

[0004] 일반적으로, 인터넷을 이용하는 온라인 쇼핑 서비스는 서비스 사업자가 미리 촬영한 상품과 관련된 동영상과 파일 형태로 변환하여 데이터베이스에 구축한 이후, 인터넷을 통해 사업자의 웹 서버에 접속한 이용자에게 상품과 관련된 동영상 정보를 제공하는 것이 일반적이다.

[0005] 그러나, 이러한 온라인 쇼핑 서비스는 사업자가 미리 구축한 상품 동영상 정보를 이용자에게 일방적으로 제공하기 때문에, 서비스 이용자가 선택한 상품을 구체적으로 관찰할 수 없고, 서비스 이용자가 쇼핑 정보를 수신함에 있어 수동적으로 대처할 수밖에 없는 단점이 있다.

[0006] 이에 따라, 상품을 구매하기 위한 이용자는 상기와 같은 온라인 쇼핑에서의 한계로 인해 온라인 쇼핑에 비해 상대적으로 가격 경쟁력이 떨어지더라도 오프라인을 통해 상품을 구매하는 빈도가 높아지고 있다.

[0007] 따라서, 상품을 구매하는 고객인 이용자의 욕구를 충족시킬 수 있는 새로운 개념의 쇼핑 방안이 요구되는 시점이라 할 수 있다.

**발명의 내용**

**해결하고자하는 과제**

[0008] 따라서, 본 발명은 상기의 문제점들을 해결하기 위해 창출된 것으로, 본 발명의 목적은 인터넷 등과 같은 통신망을 통해 구현 가능한 온라인 쇼핑을 오프라인 화함에 따라, 온라인상의 가격 경쟁력 및 오프라인상의 고객 접근도와 같은 각 장점을 배가시키는 새로운 개념의 쇼핑 방식을 구현하기 위한 오프라인 매장에서 온라인 쇼핑 시스템 및 방법, 그리고 이에 적용되는 장치를 제공하는 데 있다.

**과제 해결수단**

- [0009] 상기 목적을 달성하기 위한 본 발명의 제 1 관점에 따른 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템은 온라인 쇼핑을 통해 상품을 판매하기 위한 다수의 온라인 쇼핑 사업자부 중 적어도 하나에 상기 상품을 오프라인 매장에서 판매하기 위한 권한을 부여하는 서비스 관리부 및 상기 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자부에 상응하는 상기 상품에 대한 상품정보를 단말화면에 나타내고, 이용자의 상기 상품에 대한 주문을 접수하는 서비스 이용자 인터페이스부를 포함하는 것을 특징으로 한다.
- [0010] 또한, 상기 목적을 달성하기 위한 본 발명의 제 2 관점에 따른 서비스 이용자 인터페이스는, 온라인 쇼핑을 통해 상품을 판매하는 업체 중 하나이며, 오프라인 매장에서 상기 상품을 판매하기 위한 권한을 부여받은 온라인 쇼핑 사업자부에 상응하는 상기 상품에 대한 상품정보를 단말화면에 출력하기 위한 디스플레이부, 상기 상품에 대한 이용자의 구매 설정을 구현하기 위한 이용자 입력부, 상기 구매 설정에 따라 상기 상품에 대한 결제를 실행하는 결제부 및 상기 구매 설정으로 인한 주문내역 및 상기 결제로 인한 결제 내역을 취합하여 상품구매 정보를 형성하는 내역 형성부를 포함하는 것을 특징으로 한다.
- [0011] 바람직하게는, 상기 서비스 이용자 인터페이스는 네트워크 연결을 통해 상기 상품정보를 제공받고, 상기 상품구매 정보를 전달하기 위한 네트워크 연결부를 더 포함하는 것을 특징으로 한다.
- [0012] 그리고, 상기 목적을 달성하기 위한 본 발명의 제 3 관점에 따른 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 방법은, 온라인 쇼핑을 통해 상품을 판매하기 위한 다수의 온라인 쇼핑 사업자부로부터 상기 상품에 대한 상품정보를 제공받는 상품정보 접수 단계, 상기 다수의 온라인 쇼핑 사업자부 중 적어도 하나에 상기 상품을 오프라인 매장에서 판매하기 위한 권한을 부여하는 업체 선정 단계, 상기 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자부에 상응하는 상기 상품에 대한 상품정보를 상기 오프라인 매장에 진열된 상기 상품과 함께 디스플레이하는 상품정보 안내 단계 및 상기 상품에 대한 이용자의 주문 및 결제가 이루어지는 상품구매 단계 및 상기 주문 및 결제로 인한 내역을 포함하는 상품구매 정보를 토대로 주문서를 형성한 후, 상기 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자부에 상기 주문서를 전달하는 주문완료 단계를 포함하는 것을 특징으로 한다.
- [0013] 바람직하게는, 상기 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 방법은 상기 권한이 부여된 온라인 쇼핑 사업자부에 의해 상기 상품을 이용자에게 배달되도록 하는 상품 배달 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 한다.

**효과**

- [0014] 따라서, 본 발명에서는 인터넷 등과 같은 통신망을 통해 구현 가능한 온라인 쇼핑을 오프라인 화함에 따라, 온라인상의 가격 경쟁력 및 오프라인상의 고객 접근도와 같은 각 장점을 배가시키기 위한 새로운 개념의 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑을 구현함으로써, 상품을 구매하기 위한 이용자가 아무런 거부감없이 오프라인 매장에서 원하는 상품을 면밀하게 관찰할 수 있을 뿐만 아니라, 온라인에서 유통되는 가격으로 구매할 수 있는 이점이 있다.
- [0015] 또한, 본 발명에서는 온라인 쇼핑을 제공하는 다수의 서비스 사업자 간에 가격 경쟁을 하게 한 후, 가격 경쟁에서 우위에 있는 서비스 사업자의 상품을 오프라인 매장에서 판매하도록 구현함에 따라, 상품을 구매하기 위한 이용자가 더욱더 가격 혜택을 누릴 수 있도록 할 수 있는 이점이 있다.

**발명의 실시를 위한 구체적인 내용**

- [0016] 이하, 첨부도면들을 참조하여 본 발명에 따른 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템의 바람직한 실시예를 보다 상세히 설명하면 다음과 같다.
- [0017] 먼저, 본 발명은 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑을 구현하는 새로운 개념의 쇼핑 방식에 관한 것으로, 인터넷 등과 같은 통신망을 통해 구현 가능한 온라인 쇼핑에서의 상품을 오프라인 매장에 진열하여 상품을 구매하고자 하는 이용자에 대한 상품 접근도를 높이고, 비록 오프라인 매장에 진열하더라도 상품의 가격은 온라인 쇼핑 상에서 실시간 변동되는 가격으로 형성되는 것임에 따라, 이용자의 상품 구매 욕구를 더욱 충족시킬 수 있는 효과가 있다.

- [0018] 도 1은 본 발명의 일 실시 예에 따른 오프라인 매장에서 온라인 쇼핑 시스템의 구성도이다. 도 1에 단지 예로써 도시된 바와 같이, 오프라인 매장에서 온라인 쇼핑 시스템은 온라인 상에서 상품을 판매하기 위한 적어도 하나 이상의 사업자가 운용하는 적어도 하나 이상의 온라인 쇼핑 사업자부(100), 인터넷 등과 같은 통신망을 기반으로 하여 적어도 하나 이상의 온라인 쇼핑 사업자부(100)와 통신 연결하며, 적어도 하나 이상의 온라인 쇼핑 사업자부(100)로부터 판매 대상의 상품에 대한 가격, 보유수량 및 상품 설명 등을 포함하는 상품정보를 제공받은 후, 기 설정된 업체 선정 기준에 따라 상기 상품을 오프라인 매장에서 판매할 수 있는 업체를 선정하기 위한 서비스 관리부(200), 및 오프라인 매장에 구비되는 상품에 상응하여 구비된 후 서비스 관리부(200)로부터 전달되는 업체선정 정보를 토대로 선정된 업체를 판매 권한이 있는 대상으로 설정하고, 선정된 업체에 대한 상품 정보를 화면에 디스플레이하는 서비스 이용자 인터페이스부(300)를 포함한다.
- [0019] 여기서, 서비스 이용자 인터페이스부(300)는 상품을 구매하기 위한 이용자로 하여금 구매를 위한 주문을 할 수 있도록 하고, 이러한 주문에 대한 이용자의 결제도 가능하도록 구현된다.
- [0020] 서비스 관리부(200)는 서비스 이용자 인터페이스부(300)로부터 이용자에 의해 형성되는 상품구매 정보(예컨대, 상품에 대한 주문내역, 결제내역 및 배달장소 내역을 포함하는 정보임)가 전달되면, 이에 상응하는 주문서를 해당 상품을 판매하는 온라인 쇼핑 사업자부(100)로 전달하게 된다. 이에, 온라인 쇼핑 사업자부(100)는 제공받은 주문서를 통해 해당 이용자에게 상품을 배달하기 위한 과정을 진행한다.
- [0021] 또한, 서비스 관리부(200)는 온라인 사업자에게 오프라인 매장을 제공하는 서비스를 제공하는 또 다른 사업자에 의해 운용되는 것이므로, 해당 온라인 쇼핑 사업자부(100)로 주문서를 전달하면서 결제된 비용을 지불하는 경우, 오프라인 매장을 제공하는 서비스의 이용에 대한 소정의 수수료를 제한 후 잔여금을 지불하도록 구현하는 것이 바람직하다.
- [0022] 더욱 상세하게, 서비스 관리부(200)는 적어도 하나 이상의 온라인 쇼핑 사업자부(100)와 통신 연결하여 기 설정된 업체 선정 기준에 따라 상품을 오프라인 매장에서 판매할 수 있는 업체를 선정함에 따라 형성되는 업체선정 정보를 오프라인 매장에서 상품 곁에 배치되는 서비스 이용자 인터페이스부(300)에 전달하기 위한 상품정보 제공부, 및 서비스 이용자 인터페이스부(300)로부터 이용자에 의해 형성되는 상품구매 정보를 제공받아 상응하는 주문서를 형성한 후 해당 온라인 쇼핑 사업자부(100)로 전달하여 이용자에게 상품을 배달하도록 하는 상품 판매부를 포함한다.
- [0023] 상기 기 설정된 업체 선정 기준이라 함은, 상품과 관련한 다양한 기준이 적용될 수 있으나, 바람직하게는 온라인 쇼핑의 장점을 오프라인 매장에 적용하는 것에 의의가 있음에 따라 상품가격의 최저 여부로 설정된다. 이에 따라, 이후부터는 최저 가격을 업체 선정 기준으로 하여 상술하기로 한다.
- [0024] 또한, 선정된 업체는 최저 가격에 해당하는 단일의 업체이거나, 최저 가격에 인접하는 복수의 업체이다.
- [0025] 복수의 업체인 경우, 오프라인 매장에 상품 곁에 배치되는 서비스 이용자 인터페이스부(300)의 단말 화면에 해당 복수의 업체에 대한 각 상품정보를 디스플레이한 후, 이용자로 하여금 업체를 추가적으로 선택할 수 있도록 구현하는 것도 가능하다.
- [0026] 상품정보 제공부는 소정의 상품에 대한 적어도 하나 이상의 온라인 쇼핑 사업부 간의 실시간 가격 경쟁에 따라, 최저 가격을 제시하는 온라인 쇼핑 사업자부(100)에 오프라인 매장에서 판매 권한을 부여하며, 이러한 판매 권한은 적어도 하나 이상의 온라인 쇼핑 사업자부(100)간의 실시간 가격 경쟁으로 인하여 상기와 다른 온라인 쇼핑 사업자부(100)로의 변경이 가능한 것이다.
- [0027] 하지만, 판매 권한의 변동이 너무 자주 이루어지면 이용자로 하여금 혼란을 일으킬 소지가 있으므로, 권한 변동을 하기 위한 기한 또는 주기를 설정하는 것이 바람직하다.
- [0028] 아울러, 판매 권한이 변동되는 것이 업체 간의 가격 경쟁으로 인해 바뀌는 것 이외에 우선 순위로 판매 권한이 있는 온라인 쇼핑 사업자부(100)가 해당 상품을 모두 판매하여 보유하지 못하는 경우, 다른 순위의 온라인 쇼핑 사업자부(100)에 판매 권한이 부여된다.
- [0029] 상품 판매부는 서비스 이용자 인터페이스부(300)로부터 제공되는 상품구매 정보에 주문 내역만 포함되는 경우, 추가적으로 상품에 대한 지불이 이루어지기 전까지 대기한 후 지불이 이루어지면 주문서를 형성하여 해당 온라인 쇼핑 사업자부(100)로 전달한다.

- [0030] 더 나아가, 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템은 오프라인 매장에 온라인 쇼핑 상품만을 판매하는 것이 아니라, 오프라인 상품을 판매하기 위한 적어도 하나 이상의 오프라인 쇼핑 사업자부(400)와의 연계도 가능하다. 이를 통해 온라인 쇼핑 상의 상품과 오프라인 쇼핑 상의 상품 간의 가격 경쟁 등도 이루어지게 된다.
- [0031] 도 2는 도 1에 도시된 서비스 이용자 인터페이스부(300)에 대한 다수의 타입을 나타내는 예시도이다. 도 2에 단지 예로써 도시된 바와 같이, 서비스 이용자 인터페이스부(300)는 제작상의 비용 또는 이용자의 편의 등을 고려하여 다양하게 구현이 가능하다.
- [0032] 우선, 도 2의 a)에 도시된 바와 같이 서비스 이용자 인터페이스부(300)를 무선형으로 구현하여 상품 곁에 배치하기 용이하도록 하고, 이용자에게 상품정보를 전달하기 위한 디스플레이 모듈과 이용자로 하여금 상품에 대한 결제를 하도록 하기 위한 카드리더 모듈을 일체형으로 구현할 수 있다. 여기서, 카드리더 모듈은 실시 예의 하나일 뿐이며, 다른 지급수단으로 대체하는 것도 가능하다.
- [0033] 또한, 디스플레이 모듈은 터치 스크린으로 구현되어 이용자로 하여금 상품에 대한 구매 설정을 하도록 하는 기능을 제공하거나, 별도의 버튼을 구비하여 사용자로 하여금 상품에 대한 구매 설정을 하도록 하는 기능을 제공할 수 있다.
- [0034] 도 2의 b)는 도 2의 a)와 유사한 구성이나, 디스플레이 모듈 및 카드리더 모듈이 분리되어 구현되는 경우이고, 도 2의 c)는 도 2의 b)와 같이 디스플레이 모듈 및 카드리더 모듈이 분리되어 구현되나, 유선으로 네트워크 연결되도록 이루어진 경우이다.
- [0035] 도 2의 d)는 상기의 경우와는 달리 선정된 업체에 대한 상품정보만을 디스플레이하는 디스플레이 모듈을 구현하고, 나머지 업체에 대한 상품정보는 종이 등의 메모를 통해 곁에 부착하여 나타내거나 표시하지 않는 것으로 구현이 가능하다. 아울러, 상기의 디스플레이 모듈과 카드리더 모듈을 분리하여 구현한다.
- [0036] 또한, 도 2의 e)는 도 2의 d)와 유사한 구성이나 무선형으로 구현되는 경우이다.
- [0037] 도 3은 도 1에 도시된 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템의 동작과정을 나타내는 순서도이다. 도 3에 단지 예로써 도시된 바와 같이, 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 방법은 적어도 하나 이상의 온라인 쇼핑 사업자부(100)로부터 상품정보를 제공받아 최저 가격을 제시한 온라인 쇼핑 사업자부(100)를 판매 권한 부여 대상의 업체로 선정하는 것으로 진행한다(S100 내지 S104).
- [0038] 이후로, 서비스 관리부(200)는 업체선정 정보를 오프라인 매장의 해당 상품 곁에 배치되는 서비스 이용자 인터페이스부(300)에 전달한다(S106).
- [0039] 이에, 서비스 이용자 인터페이스부(300)는 제공받은 업체선정 정보를 토대로 해당 선정 업체에 대한 상품정보를 단말화면에 디스플레이하여 이용자에게 안내하게 된다(S108).
- [0040] 이후로, 이용자가 오프라인 매장을 방문하여 구매하고자 하는 상품에 대한 상품정보를 서비스 이용자 인터페이스부(300)의 단말화면을 통해 확인한 후, 서비스 이용자 인터페이스부(300)를 통해 상품에 대한 구매를 설정 및 결제를 함에 따라, 이에 서비스 이용자 인터페이스부(300)가 상품구매 정보(예컨데, 상품에 대한 주문내역, 결제내역 및 배달장소 내역을 포함하는 정보임)를 형성한다(S110).
- [0041] 서비스 관리부(200)는 서비스 이용자 인터페이스부(300)로부터 상품구매 정보를 제공받아 주문서를 형성한 후(S112 및 S114), 해당 온라인 쇼핑 사업부에 형성한 주문서를 전달하여 상품을 구매한 이용자에게 해당 상품을 전달하도록 한다(S116 및 S118).
- [0042] 도 4는 도 1에 도시된 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템이 일 실시 예로 동작하는 과정을 나타내는 도면이다. 도 4에 단지 예로써 도시된 바와 같이, 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 방법 중 오프라인 매장 내에서 이루어지는 과정을 보다 구체적으로 상술하면, 오프라인 매장 내에서 온라인 상품을 구매하기 위해 별도로 구비되는 카드가 있는 경우, 오프라인 매장으로 소정의 상품을 구매하고자 하는 이용자가 입장하여 방문한 이용자에게 구비된 카트(Cart) 카드를 제공하는 것으로 진행된다(S200 및 S202).
- [0043] 이후로, 이용자는 제공받은 카트(Cart) 카드를 가지고 오프라인 매장을 순회하며 쇼핑을 하는 과정 중에 카메라

를 주문하고자 하는 경우, 카메라 곁에 배치된 카드리더 모듈에 구비하고 있는 카트(Cart) 카드를 리딩시켜 제 1 주문내역을 형성한다(S204 및 S206). 이렇게 형성된 제 1 주문내역은 이용자의 카트(Cart) 카드에 기록되어 진다.

- [0044] 또한, 이용자는 핸드폰을 추가로 주문하고자 하면 핸드폰 곁에 배치되어 있는 카드리더 모듈에 카트(Cart) 카드를 재차 리딩시켜 제 2 주문내역을 형성하며(S210 및 S212), 형성된 제 2 주문내역은 이용자의 카트(Cart) 카드에 기록된다.
- [0045] 마지막으로 이용자가 쇼핑한 상품 중에 MP3가 포함되면 MP3 곁에 배치되어 있는 카드리더 모듈에 카트(Cart) 카드를 재차 리딩시켜 제 3 주문내역을 형성하며(S214 및 S216).
- [0046] 이후로, 이용자가 쇼핑을 종료한 후 카운터에 카트(Cart) 카드를 반납하여 쇼핑한 주문내역을 전달한다(S218). 상기 S218 과정에서 이용자는 상품의 배달 주소를 입력하거나 어느 하나 이상의 주문내역을 취소할 수도 있다.
- [0047] 아울러, 카트(Cart) 카드가 카운터에 반납되지 않는 경우(예컨데, 이용자가 카트(Cart) 카드를 가지고 간 경우), 카트(Cart) 카드 내의 정보는 일정 시간이 경과하면 삭제되고, 카트(Cart) 카드에 내역으로 형성되었던 주문들은 자동 취소되어 다른 이용자들에게 그 제품의 구매 기회를 돌려주게 된다.
- [0048] 또한, 카트(Cart) 카드는 카운터의 점원에게 반납하거나, 카운터에 구비된 모니터에 터치 방식 또는 버튼입력 방식 등으로 리딩시켜 주문을 확인케 한 후, 수거함에 반납하도록 구현하는 것도 가능하다.
- [0049] 이러한 과정을 거친 후, 이용자는 쇼핑한 상품들에 대한 결제를 하게 되고(S220), 이후로는 결제 내역까지 포함하는 상품구매 정보를 서비스 관리부(200)로 전달하여 해당 온라인 쇼핑 사업자부(100)로까지 보고됨에 따라, 해당하는 상품이 이용자에게 전달되도록 하는 과정이 진행된다.
- [0050] 도 5는 도 1에 도시된 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템이 다른 실시 예로 동작하는 과정을 나타내는 도면이다. 도 5에 단지 예로써 도시된 바와 같이, 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 방법 중 오프라인 매장 내에서 이루어지는 과정을 보다 구체적으로 상술하면, 오프라인 매장 내에서 온라인 상품을 구매하기 위해 이미 이용자에게 발급된 멤버십 카드(예컨데, 결제 수단의 기능도 구비하는 카드)가 있는 경우, 오프라인 매장으로 소정의 상품을 구매하고자 하는 이용자가 입장하여 이미 구비하고 있던 멤버십 카드를 가지고 오프라인 매장을 순회하며 쇼핑을 하는 것으로 진행된다(S300 및 S302).
- [0051] 쇼핑을 하는 과정 중에 카메라를 주문하고자 하는 경우, 카메라 곁에 배치된 카드리더 모듈에 구비하고 있는 멤버십 카드를 리딩시켜 제 1 주문내역을 형성한다(S304 및 S306). 이렇게 형성된 제 1 주문내역은 이용자의 멤버십 카드에 대한 고유번호와 상응하여 상기 멤버십 카드와 관련한 데이터베이스에 저장된다.
- [0052] 여기서, 멤버십 카드를 카드리더 모듈에 리딩시키면 이용자는 단말화면에서 지금 바로 멤버십 카드를 통해 결제할 것인지에 대한 안내 메시지를 확인하게 되는데, 이에 이용자는 바로 결제하는 것으로 진행하거나 상기와 같이 제 1 주문내역만을 형성하여 이후에 결제할 수 있다.
- [0053] 또한, 이용자는 핸드폰을 추가로 주문하고자 하면 핸드폰 곁에 배치되어 있는 카드리더 모듈에 멤버십 카드를 재차 리딩시켜 제 2 주문내역을 형성하며(S308 및 S310), 형성된 제 2 주문내역은 상기에 언급된 바와 마찬가지로 멤버십 카드와 관련한 데이터베이스에 저장된다.
- [0054] 여기에서도 상기와 같이 멤버십 카드를 카드리더 모듈에 리딩시키면 이용자는 단말화면에서 지금 바로 멤버십 카드를 통해 결제할 것인지에 대한 안내 메시지를 확인하게 되는데, 이에 이용자는 바로 결제하는 것으로 진행하거나 상기와 같이 제 2 주문내역만을 형성하여 이후에 결제할 수 있다.
- [0055] 마지막으로 이용자가 쇼핑한 상품 중에 MP3가 포함되면 MP3 곁에 배치되어 있는 카드리더 모듈에 멤버십 카드를 재차 리딩시켜 멤버십 카드를 통해 결제할 것인가에 대한 안내 메시지를 확인한 후(S312 및 S314), 이후에 결제하는 것으로 선택한 경우에는 멤버십 카드에 제 3 주문내역을 형성하여 저장하고, 카운터에 멤버십 카드를 전달하여 결제를 하게 된다(S316 및 S318).
- [0056] 상기 S314 단계에서, 이용자가 MP3 주문과 함께 바로 결제하는 것으로 선택하면 MP3 상품에 대한 결제는 완료된다(S320). 여기서, 이용자는 MP3에 대한 결제를 완료한 경우에도 카운터에 방문하여 MP3 배송을 위한 주소입력 등과 같은 부가 정보 입력을 할 수도 있다.

- [0057] 이후로는 결제 내역까지 포함하는 상품구매 정보를 서비스 관리부(200)로 전달하여 해당 온라인 쇼핑 사업자부(100)로까지 보고됨에 따라, 해당하는 상품이 이용자에게 전달되도록 하는 과정이 진행된다.
- [0058] 도 6은 도 1에 도시된 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템이 또 다른 실시 예로 동작하는 과정을 나타내는 도면이다. 도 6에 단지 예로써 도시된 바와 같이, 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 방법 중 오프라인 매장 내에서 이루어지는 과정을 보다 구체적으로 상술하면, 오프라인 매장 내에서 온라인 상품을 구매하기 위해 이용자가 자신의 신용카드를 가지고 오프라인 매장을 순회하며 쇼핑을 하는 경우도 있다(S400 및 402).
- [0059] 쇼핑을 하는 과정 중에 카메라를 주문하고자 하는 경우, 카메라 곁에 배치된 카드리더 모듈에 구비하고 있는 신용카드를 리딩시켜 제 1 주문내역을 형성한다(S404 및 S406). 이렇게 형성된 제 1 주문내역은 이용자의 신용카드에 대한 고유번호와 상응하여 상기 신용카드와 관련한 데이터베이스에 저장된다.
- [0060] 여기서, 신용카드를 카드리더 모듈에 리딩시키면 이용자는 단말화면에서 지금 바로 신용카드를 통해 결제할 것인지에 대한 안내 메시지를 확인하게 되는데, 이에 이용자는 바로 결제하는 것으로 진행하거나 상기와 같이 제 1 주문내역만을 형성하여 이후에 결제할 수 있다.
- [0061] 또한, 이용자가 MP3를 주문하고자 하는 경우 MP3 곁에 배치되어 있는 카드리더 모듈에 신용카드를 제차 리딩시켜 멤버십 카드를 통해 결제할 것인가에 대한 안내 메시지를 확인한 후(S408 및 S410), 이후에 결제하는 것으로 선택한 경우에는 신용카드에 제 2 주문내역을 형성하여 저장하고, 카운터에 신용카드를 전달하여 결제를 하게 된다(S412 및 414).
- [0062] 상기 S410 단계에서, 이용자가 MP3 주문과 함께 바로 결제하는 것으로 선택하면 MP3 상품에 대한 결제는 완료된다(S416). 여기서, 이용자는 MP3에 대한 결제를 완료한 경우에도 카운터에 방문하여 MP3 배송을 위한 주소입력 등과 같은 부가 정보 입력을 할 수도 있다.
- [0063] 이후로는 결제 내역까지 포함하는 상품구매 정보를 서비스 관리부(200)로 전달하여 해당 온라인 쇼핑 사업자부(100)로까지 보고됨에 따라, 해당하는 상품이 이용자에게 전달되도록 하는 과정이 진행된다.
- [0064] 상기에서는 본 발명의 바람직한 실시예를 참조하여 설명하였지만, 해당기술 분야의 숙련된 당업자는 하기의 특허 청구의 범위에 기재된 본 발명의 사상 및 영역으로부터 벗어나지 않는 범위 내에서 본 발명을 다양하게 수정 및 변경시킬 수 있음을 이해할 수 있을 것이다.

**산업이용 가능성**

- [0065] 또한, 본 발명은 인터넷 등과 같은 통신망을 통해 구현 가능한 온라인 쇼핑을 오프라인화 함에 따라, 온라인상의 가격 경쟁력 및 오프라인상의 고객 접근도와 같은 각 장점을 배가시키는 새로운 개념의 쇼핑 방식을 구현하기 위한 것임에 따라, 시판 또는 영업의 가능성이 충분할 뿐만 아니라 현실적으로 명백하게 실시할 수 있는 정도이므로 산업상 이용가능성이 있는 발명이다.

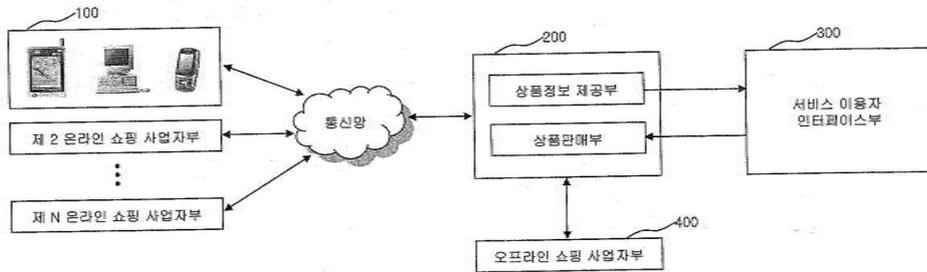
**도면의 간단한 설명**

- [0066] 도 1은 본 발명의 일 실시 예에 따른 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템의 구성도,
- [0067] 도 2는 도 1에 도시된 서비스 이용자 인터페이스부에 대한 다수의 타입을 나타내는 예시도,
- [0068] 도 3은 도 1에 도시된 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템의 동작과정을 나타내는 순서도,
- [0069] 도 4는 도 1에 도시된 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템이 일 실시 예로 동작하는 과정을 나타내는 도면,
- [0070] 도 5는 도 1에 도시된 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템이 다른 실시 예로 동작하는 과정을 나타내는 도면, 및
- [0071] 도 6은 도 1에 도시된 오프라인 매장에서의 온라인 쇼핑 시스템이 또 다른 실시 예로 동작하는 과정을 나타내는 도면이다.
- [0072] < 도면의 주요 부분에 대한 부호의 설명 >

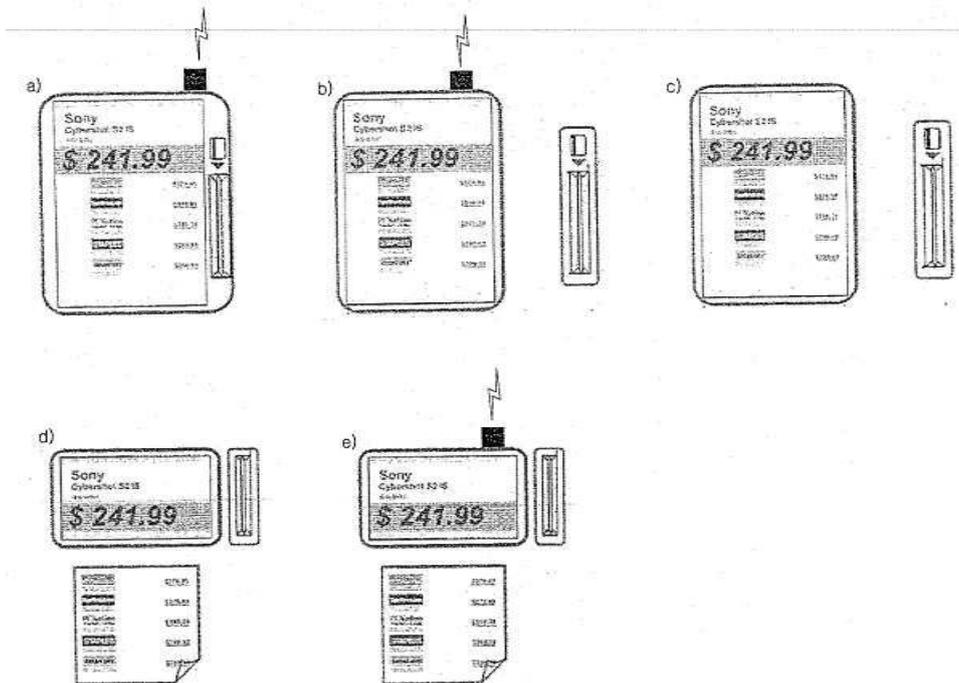
- [0073] 100 : 온라인 쇼핑 사업자부                      200 : 서비스 관리부
- [0074] 300 : 서비스 이용자 인터페이스부            400 : 오프라인 쇼핑 사업자부

도면

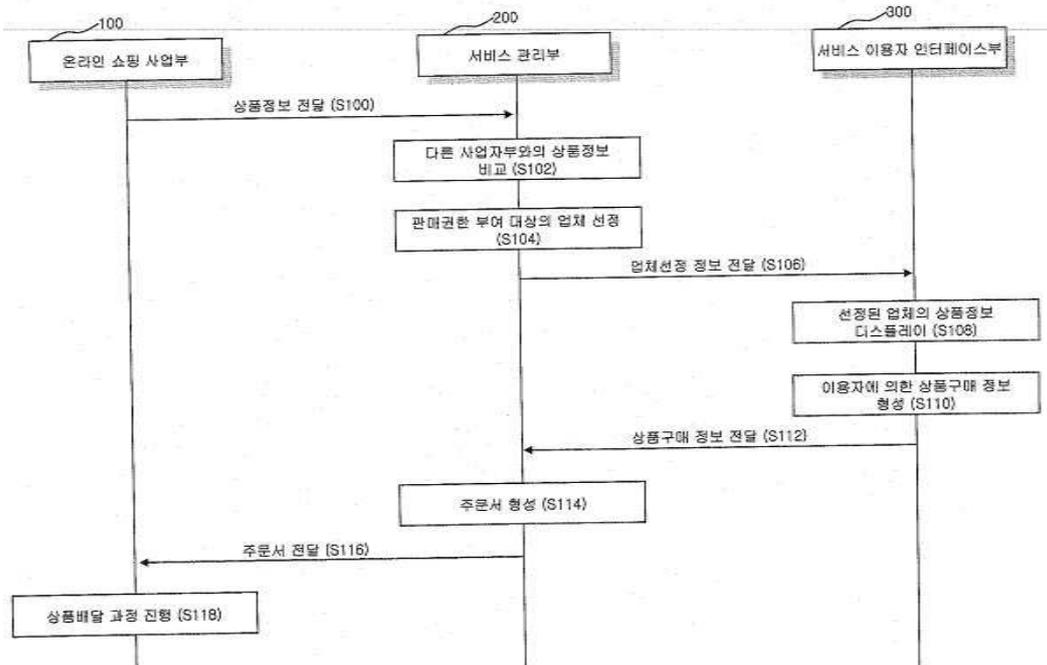
도면1



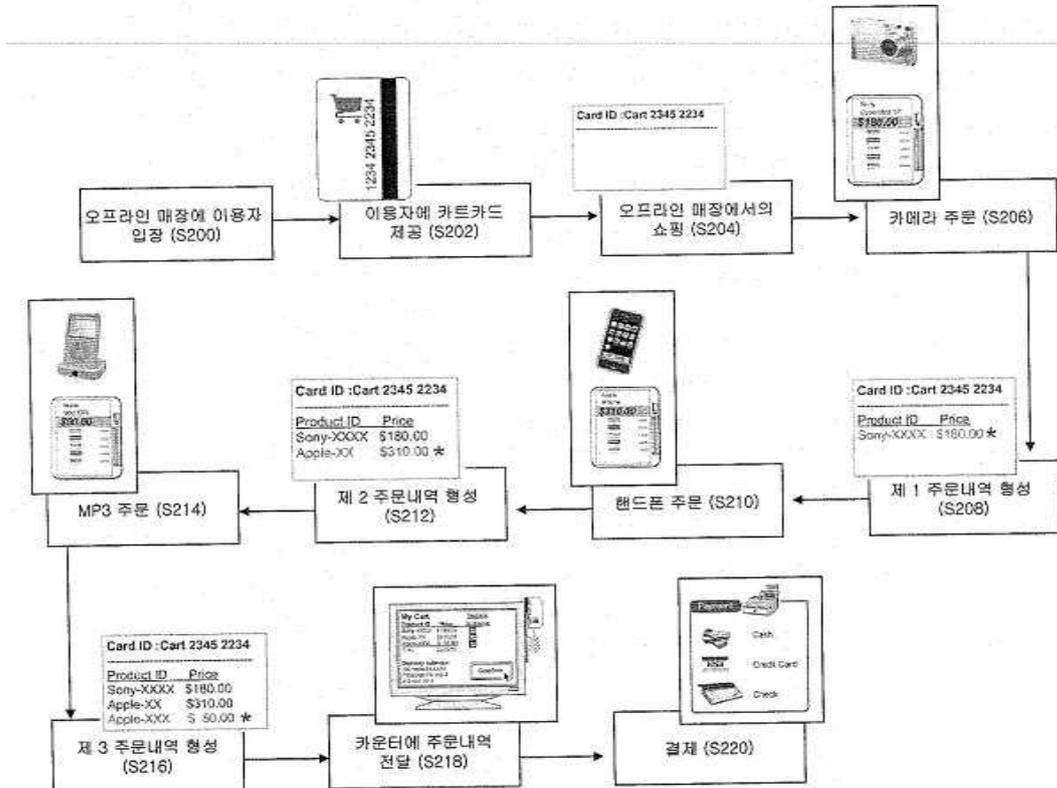
도면2



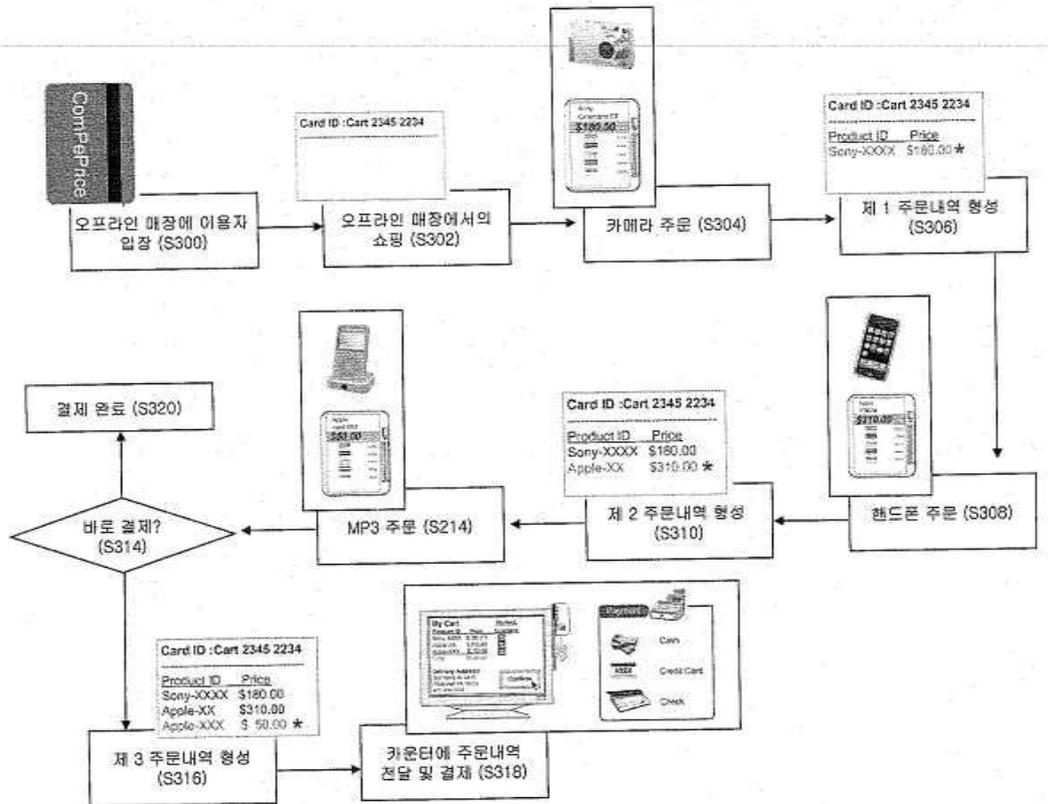
도면3



도면4



도면5



도면6

