

# 인터넷 비즈니스 모델과 특허; 최근의 논점을 중심으로

현창희(책임연구원, ETRI)

대전시 유성우체국 사서함 106호, #305-600

(TEL: 042-860-5594, FAX : 042-860-6504, E-MAIL: chhyun@etri.re.kr)

## 목 차

- I. 서론
- II. 인터넷 비즈니스 모델의 개념
- III. 인터넷 비즈니스 모델 특허의 성립요건
- IV. 인터넷 비즈니스 모델 특허에 대한 논점
- V. 우리의 대응전략
- VI. 결론

## 요 약

인터넷 이용자의 급속한 증가에 따라 인터넷을 이용한 새로운 비즈니스 모델들이 급격히 증가하는 추세를 보이고 있다. 이러한 새로운 비즈니스 모델들은 사업추진을 위한 방법에 있어서 컴퓨터 기술 등 일정 부분 기술적인 속성들을 내재하고 응용하고 있다는 점에 착안하여 비즈니스 모델에 대한 특허를 부여하고 있다. 그러나, 미국, 일본 등 선진국 뿐만 아니라 최근에는 우리나라에서도 적극적으로 검토되고 있는 비즈니스 모델에 대한 특허부여는 인터넷 기술의 급속한 진보와 인터넷이 네트워크를 매개로 자유로운 정보공유를 목적으로 출발하였다는 점, 영업방법에 대한 특허를 부여할 경우 그 영업분야에 대한 사실상의 독점인정이 될 것이라는 점 등 다양한 측면에서 비판적인 의견들이 제기되고 있다.

비즈니스 모델에 대한 특허부여는 인터넷을 이용하여 전세계를 그 영업대상으로 한다는 점에서 영업범위가 매우 광범위하다는 점 및 파급효과의 즉시성 등의 특성으로 인하여 우리나라 뿐만 아니라 범세계적 차원에서 공동의 논의의 장과 규범을 마련해 나가야 할 것이다.

본 고에서는 특허청 등 특허관련 업계와 인터넷 서비스 업계 등을 중심으로 산발적으로 다루어지고 있는 비즈니스 모델 특허의 개념정의와 요건, 최근의 비즈니스 모델 특허관련 전개동향, 논점 등에 대해 살펴보고, 우리의 전략적 대응방안을 제시한다.

## I. 서론

인터넷 이용의 보편화에 따른 이용자의 급격한 증가에 따라 인터넷을 이용한 새로운 형태의 사업 기회들이 지속적으로 창출되고 있으며, 이러한 경향은 앞으로도 계속될 전망이다. 이러한 새로운 형태의 사업 기회들은 정보통신이라는 기술영역을 매개로 전자공간 상에서 기술적인 노하우를 바탕으로 이루어지고 있다는 점에서 기존의 전통적인 사업 방식들과는 다른 차원에서 접근되고 있다.

최근 이러한 인터넷을 이용한 비즈니스 방법이 독창적인 아이디어와 기술적인 진보성을 갖추고 있을 뿐만 아니라 현실세계에서의 적용이 가능하다는 관점에서 미국을 필두로 인터넷 비즈니스 모델에 대한 특허를 부여하고 있는 추세이다. 이러한 인터넷 비즈니스 모델에 대한 특허는 어떤 특정의 기술에 대한 특허를 부여하는 것이 아니라 인터넷 기술을 이용하여 수행되는 사업방식 자체에 대하여 특허를 부여하는 것으로, 어떠한 사업방식에 대한 특허를 부여 받을 경우 인터넷을 이용한 동종의 사업분야에서 사실상의 독점권을 행사하게 됨으로써 결국은 특허부여의 기간동안 시장을 장악하게 된다.

특히 인터넷 비즈니스 모델에 대한 특허 부여는 전세계를 연결하는 인터넷이라는 네트워크의 특성에 따라 영업범위가 전세계를 대상으로 매우 광범위하다는 점, 온라인 처리의 특성에 따른 파급효과의 즉시성, 영업시간의 무제한성 등의 특성으로 인하여 전세계의 시장을 장악하기 위한 수단으로 작용될 수 있다는 가정도 배제할 수 없다. 이와 같이 인터넷 비즈니스에 대한 특허 부여는 실물세계를 대상으로 하는 기존의 영업방식과는 비교할 수 없을 정도의 파괴력을 가질 것으로 전망된다.

본 고에서는 특허청 등 특허관련 업계와 인터넷 서비스 업계 등을 중심으로 산발적으로 다루어지고 있는 비즈니스 모델 특허의 개념정의와 요건, 최근의 비즈니스 모델 특허관련 전개동향, 논점 등에 대해 살펴보고, 우리의 전략적 대응방안을 제시한다.

## II. 인터넷 비즈니스 모델의 개념

인터넷은 세계와의 연결성이라는 특성으로 인하여 네트워크에 연결되어 있는 개개인의 독창적인 아이디어의 발현이 네트워크의 가치를 더욱 증대시켜 나가는 자기강화 피드백(self-reinforcing feedback or positive feedback)<sup>1</sup>의 전형적인 예를 보이고 있다. 인터넷 비즈니스 모델은 이와 같은 인터넷의 자기강화 피드백의 역동성에 기초하여 하나의 새로운 모델이 다른 비즈니스 모델의 창출을 유도하는 방향으로 계속적으로 진화하고 있다. 이에 따라 사업자들에게는

<sup>1</sup> ) 김동환, 현창희(1995). 이는 System Dynamics 적 접근법으로 이에 대해 더 자세한 사항은 시스템 다이내믹스(김도훈외, 1999)를 참고하기 바란다.

보다 다양한 수익창출의 원천으로, 이용자들에게는 보다 쉽게 유용한 정보에 접근할 수 있는 접근성의 증대와 보다 적은 비용으로 정보와 제품, 서비스를 구매할 수 있는 기회를 제공받는 원천이 되고 있다.

이와 같은 자기강화 피드백의 구조와 역동성으로 인터넷을 이용한 전자상거래 규모는 전문적인 조사 기관들의 예측을 무색하게 할만큼 매년 폭발적으로 증가하는 경향을 보이고 있는데, 기업간(B2B) 및 기업대 소비자간(B2C)의 거래를 포함하는 세계의 전체 전자상거래 시장규모는 2003 년경 대략 8 조 1 천억 달러를 상회할 것으로 추정된다<sup>2</sup>.

인터넷을 이용한 전자상거래 규모의 확대는 바로 인터넷 비즈니스 모델의 중요성을 의미한다. 독창적인 아이디어의 발현이 사업의 성패를 가름하는 핵심인자가 되는 지식정보산업에서 독창적인 아이디어에 기초한 사업모델의 정립은 그만큼 선점자로서의 이득을 보장하는 확실한 장치가 될 수 있기 때문이다.

인터넷 비즈니스 모델은 이와 같은 인터넷 관련산업의 역동성과 다양성에 필적할 만큼 다양한 모델들을 고려할 수 있다. 따라서, 이의 개념에 대하여서도 논자에 따라 다양한 시각들이 존재할 수 있는데<sup>3</sup>, 대체적으로는 ‘인터넷을 기반으로 하는 비즈니스 구조에 대한 영업방식(Business Method), 아이디어 설계 등을 체계화 한 것<sup>4</sup>’이라고 정의하는 데에는 큰 무리가 없을 것으로 보여진다. 그러나, 이는 일반적인 수준에서 정의되고 있어서 인터넷 비즈니스 모델에 구체적으로 무엇이 포함되어야 하는지를 명확하게 제시하지 못한다는 단점이 있다.

이러한 단점을 보다 구체화 한 개념으로서 Timmers 는 인터넷 비즈니스 모델에 구체적으로 포함되어야 할 내용으로 다음 사항들을<sup>5</sup> 제시하고 있다.

- 제품 및 서비스, 정보의 흐름에 대한 구조와 다양한 사업주체 및 사업주체들의 역할에 대한 설명
- 다양한 사업주체들의 잠재적 수익에 대한 설명
- 수익의 원천에 대한 설명

첫째의 제품 및 서비스, 정보의 흐름에 대한 구조는 영업방식을 의미하는 것으로, 이는 기본적으로 정보통신기술을 응용하여 구현될 수 있는 것이어야 할 것이다. 사업주체 및 사업주체들의 역할에 대한 설명 역시 영업방식과 대고객 관계를 의미한다. 사업주체들의 잠재적 수익이란 영업을 통하여 획득하게 될 수익에 대한 설명을 의미하며, 수익의 원천에 대한 설명

<sup>2</sup> ) 삼성경제연구소(1999)

<sup>3</sup> ) 사업아이디어에 정보시스템(컴퓨터, 인터넷, 통신기술)을 결합한 발명(특허청, 2000), 정보시스템을 사용하여 실현된 새로운 비즈니스 방법이나 제도(이원일, 1999), 정보시스템에 의해 실현된 독창적인 비즈니스(매일경제, 2000), 정보기술(IT)을 활용한 새로운 사업방식이나 서비스 모델(한국경제, 2000) 등으로 모두 유사하게 정의하고 있다.

<sup>4</sup> ) 박지숙(2000)

<sup>5</sup> ) Timmers(1998)는 비즈니스 모델은 자체적으로 모델 내에서 사업주체인 기업들이 기업의 임무를 구현하기 위해 어떻게 기여할 수 있는지에 대한 논리를 제공하지 못하고 있으므로, 경쟁우위의 확보방법, 포지셔닝, 마케팅 믹스 등 마케팅 전략을 함께 고려하는 것이 필요하다고 주장한다. 이 외에 각 사업주체들간의 사업비용에 대한 분배구조가 추가되어야 할 것이라는 견해도 있다(이정전, 1999)

은 최근 관심이 모아지고 있는 수익구조 모델을 의미하는 것이라 하겠다.

이러한 논의들을 바탕으로 할 때, 인터넷 비즈니스 모델은 ‘인터넷을 기반으로 하는 영업 구조 및 이와 관련된 사업주체의 역할과 수익의 원천에 대한 설명 등을 체계화 한 것’이라고 정의할 수 있을 것이다.

따라서, 인터넷 비즈니스 모델은 기본적으로 인터넷이라는 영업도구를 사용하고 있으므로, 이 도구를 통해서 판매 또는 제공하고자 하는 사업대상과 그 방법이 구체화 되어야 하며(아이디어를 사업모델로 구체화 하는 과정), 사업주체 및 사업주체들의 역할에 대한 설명(영업방법의 구체화) 및 잠재적 수익과 수익 원천이 구체화(수익구조 모델의 구체화) 될 수 있어야 한다.

### III. 인터넷 비즈니스 모델 특허의 성립요건

#### 1. 특허의 성립성 요건

특허제도<sup>6</sup>는 “발명을 보호, 장려하고 그 이용을 도모함으로써 기술의 발전을 촉진하여 산업발전에 이바지 함을 목적”으로 한다. 즉, 특허제도는 발명자에게 특허권이라는 독점 배타적 재산권을 부여하여 보호하는 한편 그 발명의 공개에 따른 이용 촉진으로 산업발전에 기여하는데 그 목적이 있다. 그러나, 모든 발명이 특허의 대상이 되는 것은 아니며, 특허를 받을 수 있기 위해서는 특허법에서 정하고 있는 다음과 같은 몇 가지 요건을 충족하여야 한다.

- 발명일 것
  - 특허법상의 발명이란 「자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로서 고도한 것」을 말한다.
- 산업상 이용 가능할 것
  - 특허제도의 목적이 산업발전에 있으므로 발명은 산업상 이용 가능해야 한다.
- 신규성이 있을 것
  - 특허제도는 새로운 기술을 공개한 자에게 그 보상으로 특허권을 부여하는 것이므로 발명이 특허를 받기 위해서는 신규성이 있어야 한다. 신규성이란 발명이 「새로움」을 갖추어야 한다는 것을 말한다
- 진보성이 있을 것
  - 진보성(inventive step)이란 발명의 창작수준의 난이도를 말하며, 진보성이 없는 발명에 특허를 인정하면 특허권의 난립으로 인하여 오히려 산업발전의 저해요인이 될 수 있으므로 진보성이 요구된다.
  - 진보성이 있는 발명이란 그 발명이 속하는 기술분야에서 통상의 지식을 가진 자가

<sup>6</sup> ) <http://www.kipo.go.kr/html/LawIndex.html>

특허출원시의 공지발명으로부터 용이하게 발명할 수 없는 정도의 창작의 난이도를 갖춘 발명을 말한다.

즉 어떠한 발명이 특허의 대상이 될 수 있기 위해서는 “자연법칙을 이용한 발명으로, 산업적인 이용이 가능하고 신규성과 진보성의 요건을 구비한 고도의 기술적 사상의 창작”일 것이 요구된다고 하겠다.

## 2. 인터넷 비즈니스 모델 특허의 요건

### 가. 특허법상의 성립성 요건

특허제도는 기본적으로 사회발전의 산물이라고 할 수 있다. 즉 특허제도는 기술진보에 의한 사회발전에 맞추어 다양하게 변천 발전된다. 인터넷 비즈니스 모델 특허(Business Model 특허; BM 특허)도 결국은 인터넷이라는 정보통신 네트워크가 새롭게 형성 발전되고, 사회적인 이용이 확산되면서 새롭게 등장한 이슈중의 하나라고 할 수 있다. 그러나, 이러한 BM 특허도 결국은 특허법이라는 제도의 범주 안에서 보호를 받을 수 있는 것이기 때문에, 기본적으로는 특허법에서 규정하고 있는 특허의 성립성 요건을 충족시키는 것이 필요하다. 따라서, 우선적으로는 인터넷 비즈니스 모델 관련 발명이 특허법상의 네가지 요건을 어떻게 충족시키고 있는가를 살펴보는 작업이 선행되어야 한다.

#### ● 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작 요건

인터넷 비즈니스 모델은 기본적으로 정보통신기술<sup>7</sup> 범주에 속하는 인터넷 기술에 기반하고 있으므로, 본질적으로 기술적인 속성을 내재하고 있다. 이와 관련한 특허심사기준의 흐름을 보면<sup>8</sup> 1995년까지는 대체적으로 첫째, 자연법칙을 이용했는지의 여부 둘째, 하드웨어 자원을 이용했는지의 여부에 초점을 두고 있었다. 그러나, 1998년 이후에는 컴퓨터 관련 발명은 모두 자연법칙을 이용한 것으로 인정하는 추세이다. 따라서, 인터넷 비즈니스 모델 관련 발명이 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작이라는 요건은 충족하고 있다고 보아야 할 것이다.

#### ● 산업상 이용 가능하여야 한다는 요건

인터넷의 상업적인 이용이 허용된 이후 인터넷 관련 기술은 급격한 혁신을 보여 왔다. 이에 따라 인터넷을 이용한 수많은 사업기회와 이를 이용한 새로운 사업 방식들이 지속적으로 창출되고 있다. 즉 인터넷과 관련한 많은 부분들은 그 산업적인 이용이 현실세계에서 이미 객관적으로 인정받고 있다고 하겠다.

그러나, 인터넷 관련 발명들이 모두 산업적으로 이용 가능한가에 대해서는 여전히 일

<sup>7</sup> ) 1980년대 중반이후 통신기술과 정보기술(일반적으로 컴퓨터 관련기술을 통칭)의 융합에 따라 등장하여 일반화 되었으나, 미국 등 서구에서는 여전히 분리하여 사용하고 있다.

<sup>8</sup> ) 오홍수(2000)

물적으로 단정지을 수 없는 여러 가지 문제들이 내재되어 있다. 산업적으로 이용 가능하여야 한다는 의미는 “특정의 산업분야에 적용하기 위한 구체적인 목적과 그 목적을 달성하기 위한 수단으로서의 발명”이 요구되기 때문이다. 이러한 관점에서 인터넷 관련 발명일지라 하더라도 단순한 수학적 알고리즘으로서의 발명은 산업적 이용이 불가능하다는 차원에서 특허 대상에서 제외되고 있는 것이 일반적인 추세이다. 그러므로, 이 요건을 충족하고 있는지에 대한 판단에 있어서는 개별적인 사안 중심으로 검토하는 것이 필요하다.

● 신규성과 진보성에 대한 요건

어떠한 발명이 신규성과 진보성 요건을 갖추고 있는지를 판단함에 있어서는 여러 가지 어려움이 존재한다. 이에 따라 특허를 출원하는 과정에서 출원자들은 자신들의 발명이 신규성과 진보성을 충족하고 있다는 점을 증명하기 위한 선행기술조사를 수행하고, 그 결과가 자신이 발명한 결과와의 차이를 구체적으로 기술하도록 되어 있다. 그러나, 정보통신기술은 '18 개월마다 프로세서의 처리능력은 두 배로 증가하지만 제조원가는 변하지 않는다'는 무어의 법칙<sup>9</sup>과도 같이 너무나도 급격히 변화하고 있으므로, 출원자 개인이 선행기술조사를 완벽하게 수행하는 데는 상당한 어려움이 존재한다. 따라서, 신규성과 진보성의 요건을 판별하기 위해서는 개별적인 사안을 중심으로 특허 심사관 및 관련 분야의 전문적인 기술을 습득하고 있는 전문가들이 공동으로 검토하는 것이 필요하다.

나. 비즈니스 모델로서의 요건

인터넷 비즈니스 모델이 특허로서 성립하기 위해서는 이 모델에 기본적으로 포함되어야 할 요소인 아이디어의 사업모델화, 영업방법 및 수익구조 모델의 구체화 과정 중에서 일부의 사항들은 반드시 기술적 처리과정<sup>10</sup>을 내재하고 있어야 한다는 것이 일반적 흐름이다. 즉, '비즈니스 모델은 그 모델 자체가 특허대상이 되는 것이 아니라 그 모델을 정보통신시스템을 이용하여 구현하는 기술적인 처리과정'이 특허대상이라는 의미이다. 그러므로, 비즈니스 모델(영업방법) 자체가 아무리 독창적인 아이디어를 내포하고 있다 하더라도 특허법에서 규정하고 있는 '기술적 창작'이라는 발명의 요건을 충족시킬 수 없으면 특허대상이 될 수 없다.

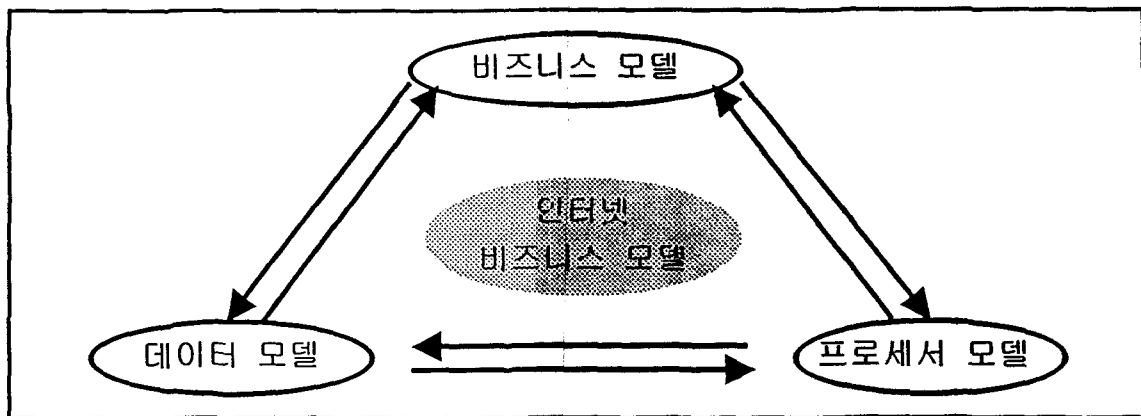
비즈니스 모델(영업방법)을 현실적으로 구현(산업상 이용 가능한 요건)하기 위하여 영업에 관련되는 데이터들이 정보통신시스템을 이용하여 어떻게 기술적으로 처리되는가(발명의 요건)에 대해서는 많은 논란 끝에 일반적으로 다음과 같은 두 가지의 요건을 충족시키는 것이 필요한 것으로 나타나고 있다.

- 프로세서 모델 : 시계열적인 데이터의 처리과정으로 업무상에서 데이터의 흐름을 나타내는 것

<sup>9</sup> ) Tapscott(1996)

<sup>10</sup> ) 이는 모델의 구체화 과정에서 하드웨어 또는 소프트웨어 기술을 이용하여 처리하는 과정을 의미하며, 1998년 State Street 사건 이후 S/W 관련 발명의 경우에도 특허를 부여하는 사례가 증대되고 있다.

- 데이터 모델 : 업무의 과정 중에서 취급되는 데이터의 집합 및 그 속성



(그림 1) 인터넷 비즈니스 모델의 요건

따라서, 인터넷 비즈니스 모델이 특허로 성립될 수 있기 위해서는 비즈니스 모델 자체가 단순하고 추상적인 아이디어의 차원을 넘어 이를 산업적으로 이용하기 위한 기술적 처리 과정인 프로세서 모델 및 데이터 모델이 영업방법을 제시하는 비즈니스 모델(비즈니스 방식이나 제도)과 함께 보다 구체적으로 제시될 수 있어야 한다.

한편, 비즈니스 모델이 특허의 대상으로서 구비하여야 할 신규성과 진보성의 요건을 충족하고 있는지의 여부는 사안에 따라 개별적인 검토가 필요한 것이 대부분이므로, 별도로 검토되어야 할 것이다.

#### IV. 인터넷 비즈니스 모델 특허 동향 및 분쟁사례

정보통신 기술혁신에 따라 이 분야에 대한 특허출원이 급증하고 있다. 따라서, 21세기 지식정보사회에서 국가 및 기업의 경쟁력 확보를 위해서는 이 분야에 대한 발명기술의 독점적 사용을 위한 공격적 수단으로서는 물론 경쟁상대의 특허에 대비한 방어적 수단으로서 특허 및 원천기술의 확보는 필수적인 요건이 되고 있다. 원천기술과 특허의 확보는 바로 Thurow 교수가 이야기 하는 두뇌경쟁력<sup>11)</sup>을 의미하기 때문이다.

이하에서는 인터넷 관련기술의 특허출원 동향 및 BM 특허 관련 대표적인 소송사례를 살펴 보고, 이에 대한 논점을 정리하였다.

<sup>11)</sup> Thurow(1999)

## 1. 인터넷 기술 관련 특허출원 동향

지식정보사회의 핵심전략산업인 정보통신산업, 그 중에서도 폭발적인 성장이 예견되는 인터넷 비즈니스 관련 산업에서의 특허 확보는 미래의 경쟁력 확보를 위해 필수적이다. 이의 중요성은 인터넷기술 관련 특허 출원의 동향과 전자상거래 관련 특허 출원중 인터넷 비즈니스 모델 관련 특허출원의 추이에서 확연하게 드러난다<sup>12</sup>.

<표 1> 인터넷 기술 관련 특허출원 동향

구 분	기술 내용
80년대	POS 시스템, ATM, 단말기 등
90년대 초기	통신기술, 데이터압축 복원, 전자화폐, DB 검색, 자연어처리 등
90년대 중기	금융자동화 방법 및 장치, 정보검색, 인터페이스 장치 및 방법 등
90년대 말기	비즈니스 모델 관련 발명(EC, 광고방법, 게임 및 조사 방법, 교육방법 등)

이와 같이 90년대 중반까지는 컴퓨터, 통신, 인터넷과 관련한 하드웨어 기술이 주요 특허출원 대상이었으나, 90년대 말기에 이르러서는 정보통신시스템을 이용한 비즈니스 모델이 주요 특허출원 대상이 되고 있다.

한편, 전자상거래 중 비즈니스 모델 관련 특허출원은 1997년 604건 중 93건으로 약 15%에서 1998년 664건 중 117건으로 17.6%, 1999년 1133건 중 513건으로 약 45%를 차지한데 이어 금년에는 약 5천건 중에서 약 80%에 이르는 4천건이 될 것으로 예상된다.

따라서, 폭발적인 성장이 기대되는 인터넷 비즈니스 분야에서 경쟁우위의 확보를 위해서는 보다 적극적인 노력과 세심한 주의가 요구되는 시점이라 하겠다.

## 2. 인터넷 비즈니스 모델 특허의 내용 및 소송사례

### 가. Priceline 대 MS 간 분쟁

#### ● Priceline(<http://www.priceline.com>)사 개요

Priceline 사는 인터넷상에서 구매자가 원하는 항공권 가격을 부르면 그 가격에 응할 항공회사를 찾아 구매자에게 판매자를 연결시켜 주는<sup>13</sup> 구매자 중심의 역경매 시스템<sup>14</sup>으로 특허를 받아(특허번호: 5,794,207<sup>15</sup>. 특허일자: 1998. 8.11. 특허명칭: Method and Apparatus for a Cryptographically Assisted Commercial Network System Designed to Facilitate Buyer-Driven Conditional Purchase Offers) 영업을 시작하였으며, 이후 자동차 판매(뉴욕지역), 주택관련 대부, 장거리전화,

<sup>12</sup> ) 이은철(2000)

<sup>13</sup> ) 이 경우 Priceline 사의 인터넷 비즈니스 모델은 Brokerage 에 해당되며, 이중 서비스 매칭형의 성격을 띤다고 하겠다.

<sup>14</sup> ) 이는 구매자가 주도하고 있다는 관점에서 전자상거래 형태중 C2B 에 해당된다고 할 수 있다.

<sup>15</sup> ) <http://cism.bus.utexas.edu/about/nyt/10priceline.html>



호텔 예약, 식료품 등의 분야로 지속적인 사업확장을 추진하고 있는 중이다.

Priceline 사는 매일 비행기 좌석이 50 만석 이상 빈다는 사실에 착안하여 빈 좌석을 보다 저렴한 가격으로 구매자에게 연결해 주겠다는 의도에서 이 서비스를 시작하였다. 이 서비스의 특징은 'Name your own price now!'라는 구호가 의미하듯이 구매자가 원하는 항목 중에서 자신이 원하는 가격을 적어 넣으면 이것이 Priceline 사로 전송되며, Priceline 사는 이를 다시 판매자들에게 재전송 하여 판매를 희망하는 사업자와 구매자를 연결해 줌으로써 서비스를 종료한다. 이 과정에서 판매자들은 새로운 가격을 구매자에게 제안할 수도 있다.

- 소송 배경

소송대상이 된 서비스는 이와 같은 구매자 주도의 서비스 방식을 MS 사의 웹사이트인 Expedia(<http://www.expedia.com>)가 웹을 통하여 'Hotel Price Matcher' 서비스를 제공한데서 비롯되었다. 이 서비스도 인터넷 사용자가 투숙하고 싶은 호텔과 시간대, 가격을 제시하고 조건이 맞는 호텔이 있을 경우 상호 연결해 주는 서비스이다. 물론 양 서비스간에는 액세스 가능한 호텔의 종류 및 지역, 검색회수, 요금청구의 방법 등에서 다소 차이는 있다. 그러나, 인터넷 비즈니스 모델의 경우 영업방법에 대한 특허를 부여하는 것이라는 점에서 볼 때, 양 사간의 서비스에 대한 사실상의 차이는 그리 크지 않은 것으로 판단된다.

- 전망

양 사간의 분쟁은 현재 재판에 계류중이나, 양 사간의 입장은 여전히 팽팽하게 대립되어 있는 상태이다. 많은 전문가들은 이 소송의 결과가 비슷한 유형의 서비스를 제공하거나 제공하려는 기업들에게 큰 영향을 미칠 것으로 전망하고 있다. 그러나, 최근 인터넷 비즈니스 모델과 관련한 특허가 관심이 초점이 되고 있을 뿐만 아니라 미 연방법원의 경우에도 이의 중요성을 깊이 인식하고 이를 보다 적극적으로 보호하려는 움직임을 보이고 있다는 점도 하나의 중요한 변수가 될 것으로 보인다.

#### 나. Amazon 대 Barnesandnoble 간 분쟁

- Amazon 사(<http://www.amazon.com>) 개요

인터넷 서점인 아마존사는 지난 '95 년 영업을 개시한 이후 EC 분야의 선구자로서 탄탄한 brand power 를 구축하고 있는 기업이다. 처음 서적을 취급하기 시작한 이후 CD, 비디오, 보석, 의약품, 식료품, 경매 등의 분야로 지속적인 사업다각화를 추진하여 왔고, 이제는 명실상부한 '포털' 사이트로의 변신을 도모하고 있다.

핵심적인 사업방법은 '원 클릭(1-Click)'이라는 쇼핑기술로 특허(특허번호: 5,960,411<sup>16</sup>. 특허일자: 1999. 9.28. 특허명칭: Method and system for placing a purchase order via a communications network)를 부여 받아 인터넷을 통하여 각종 상품을 판매하고 있다. 원 클릭 기술이란 고객시

<sup>16</sup> ) [http://www.patents.ibm.com/cgi-bin/viewpat.cmd/US05960411\\_\\_](http://www.patents.ibm.com/cgi-bin/viewpat.cmd/US05960411__)

시스템을 통해 제품을 확인하는 정보를 표시하는 절차와 원 클릭으로 구매자의 신분확인과 상품 요구서를 서버로 전송하는 절차, 서버의 원 클릭 주문요소를 통해 상품주문서를 접수하는 절차, 구매자의 신분확인을 위해 이미 저장되어 있는 구매자의 정보를 읽어 오는 절차, 확인된 구매자에 대해 상품주문을 발부하는 절차, 상품구매를 완성하기 위해 발부된 구매명령서를 실행함으로써 상품주문이 완료되는 영업방법을 말한다. 아마존사는 원 클릭 기술을 이미 미국, 유럽, 캐나다, 호주 및 PCT(Patent Cooperation Treaty: 특허협력조약)를 이용하여<sup>17</sup> 전세계의 65 개국에 특허를 출원해 놓고 있는 상태이다.

한편, 이와 같은 아마존의 영업방법에 따라 구매자들은 폭 넓은 선택기회와 재고처리, 다양한 레이아웃, 광범위하고 즉각적인 의견수렴, 요약된 정보 및 인도기간 등에서 혜택을 얻을 수 있다<sup>18</sup>.

● 소송 배경 및 진행경과

아마존사는 미국내의 현실세계에서 가장 강력한 brand power 를 구축하고 있는 B&N 사가 on line 을 통한 사업방법을 병행함에 따라 특허를 취득한지 23 일 만에 1-Click 기술을 사용하고 있는 B&N 사를 제소하였다. 이에 따라 시애틀 지방법원은 아마존사가 특허를 보유하고 있는 원 클릭 기술 사용에 대한 예비적 금지명령<sup>19</sup>을 내리고, 이를 위반할 경우 1,000 만 달러를 아마존사에 지급하도록 판시하였다. 이에 따라 B&N 사는 현재 고객의 확인을 다시 한번 거치는 Express Checkout(또는 Double click) 기술을 개발중인 것으로 알려지고 있다. 현재 이 사건은 현재 법원에 계류되어 있으며, 최종판결을 기다리고 있는 상태이다.

● 전망

아마존사의 1-Click 기술을 이용한 영업방법에 대한 분쟁에 대해 일단은 아마존사의 승리로 1 심 판결이 나있는 상태이지만, 현재 항소가 진행 중이어서 그 결과는 더 지켜 보아야 할 것이다. 단지, 1-Click 기술은 새로운 기술이 아니라 이미 몇 년 전부터 많은 사람들이 사용하여 온 기술이라는 점과 개방체제와 무료배포를 기초로 하는 인터넷의 기본정신에는 위배된다는 주장<sup>20</sup>이 제기되고 있을 뿐만 아니라 아마존의 특허는 인터넷의 발전과 아마존사 자체적으로도 결국은 득이 될 수 없을 것이라는 공개적인 주장<sup>21</sup>도 제기고 있으며, 아마존 불매운동을 벌이는 웹사이트도 등장하고 있다<sup>22</sup>. 이에 대해 아마존의 베조스 회장은 1-Click 특허는 양보할 수 없는 사항이지만 특허기간은 인터넷 관련기술의 기술수명주기를 고려할 때 3~5 년 정도로 대폭 단축되어야 할 것이라는 신축적인 자세를 보이고 있다<sup>23</sup>.

결국 이는 기술의 신규성과 진보성에 대한 미국 특허 당국의 판정에 대해 정면으로 도전

<sup>17</sup> ) 이를 이용할 경우 한번의 출원으로 다수의 가입국에 직접 출원한 것과 같은 효과가 있다.

<sup>18</sup> ) Pappas(Anderson Consulting)

<sup>19</sup> ) 이에 따라 B&N 사는 1999년 12월 4일까지 이 기술의 일부를 변형시켜야 한다.

<sup>20</sup> ) <http://networker.jinbo.net/nopatent/levy.html>

<sup>21</sup> ) [http://www.oreilly.com/oreilly/press/amazon\\_asktim.html](http://www.oreilly.com/oreilly/press/amazon_asktim.html)

<sup>22</sup> ) <http://noamazon.com>

<sup>23</sup> ) <http://www.amazon.com/exec/obidos/subst/misc/patents.html/104-0746075-5921248>

하는 것인 동시에 정보의 자유로운 공유를 통한 삶의 질 향상을 요구하는 시민사회의 적극적인 대응이라는 차원에서 그 귀추가 주목된다.

#### 다. 삼성전자대 진보네트워킹간 분쟁

##### ● 소송 배경

삼성전자는 지난 해 ‘인터넷상에서의 원격교육방법 및 그 장치(특허 191329 호, 등록일: 1999. 1.25.)’라는 제목으로 ‘인터넷상에서의 월드와이드웹(World Wide Web; WWW)을 이용한 원격교육장치를 구현하여 시간과 공간의 제약을 극복하고, 또한 학습평가 및 관리기능을 내장하여 사용자들의 학습을 평가 및 관리하는 인터넷상에서의 원격교육방법 및 그 장치를 제공함’을 목적으로 특허<sup>24</sup>를 취득하였다. 본 발명은 인터넷상에서 원격교육을 실시한다는 점에서 기존의 전파나 케이블에 의한 교육방송, 비디오를 이용한 원격교육방법 및 LAN 이나 WAN 으로 연결된 사용자가 전용영상전화 시스템을 교육하는 방법과 차별적이라고 설명하고 있다.

이에 대해 PC 통신 및 인터넷 서비스를 제공하는 진보네트워킹센터는 지난 3 월 4 일 삼성전자의 특허내용이 ‘온라인 교육 뿐 아니라 여러 인터넷 사이트에 적용되는, 일반적인 인터넷의 이용 과정에 불과하며, “사람들 사이의 인위적인 약속과 인간의 정신적 활동을 이용하는” 교육방법에 대한 특허는 적격성이 결여되었다고 볼 수 있으며, 또한 위 특허가 적용되면 새로운 교육 방법으로 부상하고 있는 온라인 교육의 가능성을 그 초기부터 자르는 결과를 가져올 것’이라는 이유에서 위 특허에 대한 무효심판을 청구하였다<sup>25</sup>.

##### ● 진행경과 및 전망

현재까지 이에 대한 특허청의 구체적인 경과는 발표되고 있지 않은 상태이지만, 3 명의 심판관을 중심으로 검토가 진행되고 있다. 이 소송은 앞의 두 예와는 달리 특허를 소유하지 않은 진보네트워킹센터가 특허를 보유한 삼성전자를 상대로 소송을 제기하였다는 점이 특이하며, 이 사실은 특허 자체가 공격적인 무기로 활용될 수 있는 반면 적극적인 방어용으로도 충분히 활용할 가능성이 있음을 보여준다. 특히 인터넷 비즈니스 모델과 같이 특허부여에 대해 다분히 주관적인 판단이 개입될 수 밖에 없는 영업발명의 경우에는 더욱 그러하다.

한편, 이 소송에서의 쟁점은 특허자체의 신규성과 진보성을 충분히 만족하고 있는가, 즉 아마존사의 경우와 같이 어떠한 단체나 개인이 쉽게 응용할 수 있는가에 대한 논란 및 그 파급효과의 광범위성에 있다고 하겠다. 특히 최근 들어 인터넷을 이용한 평생교육이 강조되고 있는 시점에서 삼성전자의 특허는 심판의 결과에 따라 매우 크고 다양한 영향을 미칠 것으로 예견된다.

### 3. 인터넷 비즈니스 모델 특허에 대한 주요 논점

<sup>24</sup> ) <http://networker.jinbo.net/nopatent/>

<sup>25</sup> ) <http://networker.jinbo.net/nopatent/>

미국, 일본, 유럽 등을 중심으로 인터넷 비즈니스 모델에 대한 특허를 부여하는 경향이 일반화 되면서, 특허를 둘러싼 논쟁과 소송도 더욱 격심해 질 것으로 전망된다. 일부에서는 이러한 논쟁과 소송은 결국 소송의 원고와 피고보다도 소송을 담당하는 변호사들에게 더욱 많은 수익을 안겨 주게 될 것이라는 지적도 제기되고 있는 형편이다.

국내외의 사례를 중심으로 살펴 볼 때, 인터넷 비즈니스 모델과 관련한 논점들은 대략 다음과 같이 압축될 수 있는 것으로 보여진다. 그러나, 이러한 논점 중에서도 인터넷은 개방성을 토대로 하여 자유로운 정보교환을 이념으로 시작되었다는 점을 감안할 때, 특허부여에 있어서는 이러한 기본목적의 달성을 위한 공익적 관점에서의 고려가 더욱 필요하다는 것이 개인적인 판단이다.

첫째, 뮤쥬얼펀드 관리시스템에 대한 특허를 부여한 Statestreet 사건 이후 회계처리 S/W도 특허의 대상이 될 수 있음이 증명되었다. 단 이 경우에도 특허대상이 되는 S/W가 유용하고(useful), 구체적이며(concrete), 실제적인가(tangible)라는 요건은 충족되어야 한다. 최근 유럽의 경우에도 IBM 사건 등에서 연이어 S/W의 특허성을 지지하는 심결을 내리는 등 S/W의 특허성 판단기준을 확대하고 있는 추세여서<sup>26</sup> 이제 S/W의 특허 성립성에 대한 논란은 어느 정도 일단락 될 것으로 보인다. 또한 일본 스미토모 은행의 경우에도 입금계좌의 확인을 위한 특허 출원을 통하여 특허를 부여 받음으로써 이제 선진국들의 경우 S/W의 특허 성립성은 사안에 따라서 다르기는 하겠지만 더 이상 논란의 여지는 없는 것으로 보인다. 이러한 선진국들의 추세는 결국 개도국 등에게도 자국법의 역외적용을 도모하도록 유인해 나갈 것이다.

둘째, 인터넷 비즈니스 모델 특허의 기간에 대한 문제이다. Moore's Law와 O'Reilly가 이미 앞에서 지적하였듯이 인터넷 관련 기술들은 여타 기술들과 그 기술발전에 있어서 현격한 차이를 보이는 것으로 나타나고 있다. 특히 여타 기업들이 실험실이나 임상실험 등의 복잡한 과정을 거치는 것과는 대조적으로 현실세계에서의 구현이 매우 신속하게 나타난다.

따라서, 이러한 기술분야에 기존의 특허제도에서와 같이 20년이라는 장기적인 독점권을 부여하는 것은 합당하지 않을 것이다. S/W 기술의 경우 최근 기술수명주기가 짧게는 3개월에서 6개월에 걸치는 것도 나타나고 있으니, 이러한 기술에 20년간의 독점권을 부여한다는 것은 특허부여 여부에 관계없이 무의미한 일이 될 수도 있다. 그러므로, Vezos의 견해와 같이 이 분야에 대한 특허는 3~5년으로 단축되어야 할 것이다. 이러한 기간 단축이야말로 특허법의 본래 취지인 '창조적 발명을 장려함으로써 산업발전에 이바지함'에도 부합된다고 하겠다.

셋째, 인터넷 비즈니스 모델 특허가 지니는 범위의 한계에 대한 문제이다. 비즈니스 모델 특허는 기본적으로 영업방법에 대한 특허를 부여하는 것으로 되어 있으므로, 한번의 특허를 부여 받는다면 동종의 영업방법을 채택하고 있는 기업들에 대하여 배타적인 독점권을 행사함으로써 막대한 부를 얻게 되는 것이다. Priceline이나 Amazon, 삼성전자 및 인터넷 비즈니스 모델 특허를 보유한 많은 기업들이 모두 이에 해당된다. 이에 따라, 이와 관련한 소송과 역소송은 인터넷 비즈니스 모델 특허가 허용되는 한 끊임없이 발생할 것이다.

따라서, 인터넷 비즈니스 모델에 대한 특허의 범위를 어디까지 확장할 것인가에 대해서는

<sup>26</sup> ) <http://www.kipo.go.kr/html/NewKnowJ03.html>

특허당국은 물론 학계와 산업계를 중심으로 보다 깊이 있는 연구가 수행되어야 할 것이다. 특허, 현재 국내에서 삼성전자와 진보네트워킹센터 간에 진행되고 있는 특허무효심판 소송은 이 관점에서 충분히 검토되어야 할 것이다. 특허의 범위를 지나치게 포괄적으로 인정하는 것은 기술발전 특성을 고려함이 없이 장기간의 특허를 부여 하는 것과 마찬가지로 ‘창조적 발명을 장려’하기 위한 특허법의 기본취지와는 상충되기 때문이다.

넷째, 신규성과 진보성에 대한 문제이다. 이에 대해서도 여전히 많은 논란점을 안고 있다. 특허대상이 된다고 주장하는 사람들은 당연히 이 요건을 충족하고 있다고 주장할 것이지만, 상대방의 입장에서는 어느 정도의 전문적 지식을 갖고 있는 사람의 경우에는 누구나가 구현 가능한 단순한 기술로 치부될 수도 있다. Amazon 의 경우에 1-Click 기술개발에 막대한 노력이 소요되었다는 주장에 대해 이 기술은 단지 cookie 에 저장하는 아주 간단한 기술이라는 O'Reilly 의 주장과도 같이. 따라서, 이 부분에 대해서는 특허당국의 보다 세심한 배려와 검토가 필요할 것으로 사료된다.

다섯째, 공익적 관점에서의 접근이다. 인터넷은 기본적으로 개방성을 추구하면서 발전되어 왔다. 이와 같은 개방성으로 인하여 인터넷의 가치는 역동적인 자기강화 피드백과 네트워크 외부효과를 더욱 증대시켜 나가면서 수확체증이 가능한 산업분야로 등장하게 되었다. 즉, 인터넷 관련산업의 발전은 인터넷 비즈니스 모델 특허를 소유한 몇몇 기업들에 의해서 가치가 증대 되었다기 보다는 인터넷에 접속되어 있는 모든 이용자들의 적극적인 참여와 노력의 소산이라고 할 수 있겠다.

이러한 관점에서 인터넷 비즈니스 모델 특허는 공익적인 관점에서의 충분한 검토가 필요하다고 하겠다. 인터넷을 통해 공개적으로 Amazon 사의 Vezos 회장에게 ‘Amazon 에 대한 특허 부여는 인터넷의 발전을 위해서나 Amazon 이라는 회사를 위해서도 모두 불행한 것’이라는 O'Reilly 의 주장은 이 점에서 시사하는 바가 매우 크다고 하겠다. 국내 소송의 경우도 다분히 이와 같은 점에 착안하여 제기되었다는 점도 고려하여야 할 것이다.

이외에도 인터넷 비즈니스 모델에 대한 특허부여가 이제 막 발아기로 접어들기 시작한 신생 인터넷 산업의 성장을 가로막고 그 성장의 싹을 자를 수 있는 위험한 수단이라는 주장도 일각에서는 제기되고 있다. 그러나, 기술과 현실은 늘 변화하는 것이며, 제도는 그 현실적인 변화를 일정 부분 수용함으로써 진화하여 나갈 수 있는 것이다. 따라서, 현실적인 변화를 일정 부분 제도권 내에서 수용하는 것은 필연적이라 할 것이다. 단지, 이러한 변화를 수용함에 있어서는 보다 철저한 분석과 검토가 필요하다 하겠다.

## V. 우리의 대응전략

## 1. 특허청의 정책방향<sup>27)</sup>

- 인터넷 특허 심사에 필요한 심사기준 관련

미국 및 일본도 우리와 마찬가지로 인터넷 관련 출원에 대해서는 컴퓨터 관련발명 심사기준을 적용하고 있으며, 우리는 ‘컴퓨터 관련발명의 심사기준’ 외에 인터넷 관련 특허기술, 전자상거래발명의 유형, 인터넷 관련 특허의 판단기준, 심사단계별 판단내용 및 심사사례 등을 주요내용으로 하는 ‘인터넷 관련 특허심사의 일반지침(2000. 2.18)’을 마련하여 적용중이다. 특허 최근 이 분야에 대한 특허출원이 급증함에 따라 상기 지침을 더욱 세분화 시켜 ‘전자상거래 관련발명의 심사기준’을 별도로 마련하여 금년 8월 1일부터 적용할 계획이다.

- 출원기술의 조기 권리화 관련

인터넷 특허도 일반 특허와 같이 심사처리에 약 24개월이 소요되고 있으며, 선진국의 경우에도 비슷한 기간이 소요되고 있다. 또한, 특허법 제 61 조(우선심사)에 의해서 일정한 요건을 갖추는 경우 우선심사를 청구할 수 있고, 이를 통하여 약 2개월만에 특허등록 가능여부를, 15개월만에 특허권 확보가 가능하여 조기 권리화가 가능하다. 특허 특허청은 시행령의 개정을 통하여 금년 7. 1.부터 전자상거래 촉진과 관련한 특허출원을 우선심사대상으로 추가할 계획이며, 현재 24개월 소요되는 심사기간을 인력증원, 법제 정비 등을 통하여 지속적으로 단축시켜 나갈 계획이다.

- BM 특허기간 단축 관련

인터넷을 이용한 전자상거래 발명이 대부분 기술수명주기가 짧다고 할 수 있지만, 기본적인 중요한 특허는 오랫동안 권리를 누릴 가치가 있기 때문에 현실적인 경제적 가치의 존속연장 여부는 시장원리에 맡기고, 제도적으로는 국제추세에 따라 충분한 기간을 부여하는 것이 바람직하다고 판단된다. 아울러 기출원된 BM 특허중 20% 정도는 외국인에 의한 출원이므로, 관련 법/규정/지침에 의거하여 엄격하게 심사함으로써 부실 권리화를 방지하고 외국과의 통상마찰 소지를 불식시킬 계획이다.

- 특허대상으로서의 BM 관련

영업방법에 관한 아이디어 자체는 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작이 아니므로 특허대상이 아니지만 그 아이디어가 인터넷.통신.컴퓨터기술을 기초로 누구나 실현 가능한 비즈니스 모델을 구성하면 특허를 허여해 주고 있는 것이 국제적인 추세이다. 이에 따라 영업방법에 관한 아이디어도 구체적인 기술로서 제시되면 특허를 받을 수 있다는 것을 적극 홍보하여 나갈 계획이다.

## 2. 우리의 대응방안

<sup>27)</sup> ) <http://depthome.kipo.go.kr/~nip21/bm01.html>

뉴 밀레니엄의 목전에서 세계를 강타하고 있는 인터넷 비즈니스 모델에 대한 특허부여의 파장은 지난해부터 코스닥을 기반으로 급성장 기조를 보이고 있는 우리나라의 인터넷 관련 산업계에도 적지않은 영향을 미칠 것으로 예견된다. 특히, 인터넷 관련산업은 기본적으로 네트워크가 갖는 광범위한 접속성으로 인하여 필연적으로 범세계적인 동조화의 경향을 보일 수 밖에 없기 때문에 더욱 그러하다. 아울러, 세계의 국제적인 교역질서와 정보통신산업계를 선도하고 있는 미국, 유럽 등 선진국들의 정책 및 법제 기조는 우리와 같은 후발 주자들에게는 필연적인 영향을 미칠 수 밖에 없다.

변화의 크기와 속도가 훨씬 더 가속화 되는 지식정보사회에 있어서는 이와 같은 선진국들의 정책 및 법제 기조의 변화에 대응하여 이제 우리도 나름대로의 적극적인 대응책을 마련하는 것이 필요하다 하겠다. 국제화와 무국경화가 일반화 되고 있는 지금 변화에의 대응이 늦어지면 늦어질수록 우리가 감수해야 할 손해의 폭은 더욱 증대될 것이기 때문이다.

#### 가. 정책당국의 대응방안

- 전문심사관의 양성

여타의 특허대상들과 마찬가지로 인터넷 관련 비즈니스 모델은 기본적으로 기술적인 속성을 내재하고 있으나, 그 기술의 변화속도와 응용분야는 여타 기술분야와는 비교할 수 없을 정도로 급진적이며 광범위하다. 따라서, BM 특허에 대한 심사를 위해서는 출원된 특허기술의 내용을 충분히 인지할 수 있을 정도의 전문적인 기술습득이 필요하다. Priceline 사 계열의 Walker Digital 사나 일본의 히다치와 같은 기업들이 전문적인 BM 특허팀을 만들어 수백 ~ 수십건의 특허를 출원 또는 획득하고 있음을 볼 때, 이와 같은 전문심사관의 양성은 필수적이라 하겠다. 미국의 경우에도 이 분야에 대한 인원을 지속적으로 증원하고 있음도 아울러 고려해야 할 사항이다. 이와 같은 전문심사관의 양성은 비단 심사업무의 질적 수준을 제고하기 위한 대책이 될 뿐만 아니라 향후 국제적으로 급증할 것으로 예견되는 BM 특허와 관련한 국제적인 통상마찰에 사전적으로 대비하는 전략이 될 것이다.

- 심사기간의 단축

현재 전 세계가 BM 특허를 둘러싸고 열띤 논쟁을 벌이고 있다. 한 분야의 영업을 독점할 수도 있는 이 분야에 대한 특허가 미치는 과급효과의 광범위함 때문이다. 특히 BM 특허는 인터넷이라는 가상의 공간과 온라인이라는 즉시성을 특징으로 한다는 점에서 전통적인 산업에서의 특허와는 그 양상을 달리한다. 즉 출원된 특허에 대한 신속한 심사는 그 분야의 영업에서 독점적 위치를 확보할 수 있는지의 여부를 판정하는 중요한 기준이 될 수 있기 때문이다. 따라서, 여타 산업분야와 비교할 때 기술수명주기가 매우 짧은 인터넷 관련산업의 특성을 충분히 고려하여 이 분야에 대한 별도의 심사기준을 마련하고, 심사기간을 단축하여 나가야 할 것이다.

● BM 특허 출원에 대한 지원

인터넷 관련산업은 개인의 독창적인 아이디어의 발현 정도에 따라 사업의 성과가 크게 좌우되는 산업분야라 하겠다. 앞에서 살펴 본 Priceline 과 Amazon 의 경우가 그러하고, 최근 나스닥과 코스닥을 달구고 있는 IT 산업의 열풍이 이를 증명한다. 즉, 인터넷 관련산업은 기존의 Offline 사업과는 달리 독창적인 아이디어를 갖는 개인들이 새로운 사업기회를 포착하여 사업을 전개해 나갈 가능성이 여타 산업분야보다 매우 높은 것이 현실이다. 그러나, 이와 같이 개인의 아이디어에 바탕을 두고 있는 기업들은 대부분 지속적이고 광범위한 사업경험의 부재로 애로를 겪을 가능성이 매우 높다. 따라서, 국내 인터넷 관련산업이 국제적인 경쟁력을 확보할 수 있도록 하기 위해서는 이들 기업들이 BM 특허를 출원하고 확보할 수 있도록 다양한 지원을 할 필요가 있다. 특히 인터넷 관련 기술들은 하루에도 몇 건씩 새로운 아이디어들이 창출되고 사업화 되고 있기 때문에 특허법에서 규정하고 있는 여러 가지 요건 특히 선행기술조사에 대한 요건을 구비하기 위해서는 방대한 작업이 필요하다. 따라서, 정책적으로 특허관련 DB를 보다 충실히 하는 등 유무형의 지원방안을 강구하고 실행해 나가야 할 것이다.

● 국제화 추세에의 대응

BM 특허는 인터넷을 매개로 한다는 점에서 그 파급범위가 범세계적이므로, 비단 국가적인 차원에서의 접근만이 아니라 이 분야를 선도하고 있는 미국, 유럽, 일본 등 선진국의 정책기조와 전략을 면밀히 검토할 필요가 있다. BM 특허 자체가 이들 선진국들을 중심으로 태동되었을 뿐만 아니라 향후에도 이들 국가들이 BM 특허의 허여기준에 대한 '사실상의 표준'을 주도하여 나갈 것으로 예견되기 때문이다. 따라서, 이들 국가들의 BM 관련 기술동향 및 사업의 전개방향, 판례 등에 대한 종합적인 검토를 수행해 나가야 할 것이다.

나. 기업차원의 대응방안

● 공격적인 특허전략

BM 특허는 이제 인터넷 관련 사업을 영위하는 기업들에게는 기업의 사활을 좌우하는 가능성이 되어가고 있는 추세라 하겠다. 이러한 환경하에서는 기업들은 보다 공격적인 특허전략을 수립 대응해 나가야 할 것이다. 특허란 최대의 수익을 확보하기 위한 공격수단인 동시에 자신을 보호하기 위한 전략적 방어수단이 되기 때문이다. 특히 정보통신기술을 바탕으로 하는 BM 특허는 기술변화의 속도가 매우 빠를 뿐만 아니라 그 범위가 지극히 방대하기 때문에 이와 같은 공격적인 특허전략을 구사하기에 매우 적합하다고 판단된다. 따라서, 새로운 기술동향을 주의 깊게 관찰하면서 신기술의 BM에 대한 적용가능성 및 BM에 적용될 수 있는 기술의 범위(시스템기술, 요소기술 등)를 다각적으로 검토하여 기존 특허와 차별화 시켜 나가는 보다 공격적인 자세가 필요하다.

● 틈새시장의 적극적 공략과 기존 특허의 개량, 개선

인터넷 관련기술 등 정보통신기술은 미국, 유럽, 일본 등 선진국들이 주도하고 있을 뿐만



아니라 BM 특허도 이들 국가들을 중심으로 허여되기 시작하였다. 이에 따라 BM 특허의 상당 부분은 정보통신분야에 대한 대량의 특허를 확보하고 있는 이들 국가들이 확보하고 있는 것으로 관측되고 있다. 이러한 환경하에서 우리 나라 기업들이 완전히 독창적인 아이디어에 기반하여 세계를 제패할 수 있는 특허를 부여 받기란 매우 어려운 일이 될 것이다.

그러므로, 우리 기업들의 경우에는 무리하게 외국 기업들의 사업방식을 추종함으로써 국제간 소송의 소용돌이에 휘말리기 보다는 기존의 특허를 응용한 틈새시장을 적극적으로 공략하여 나가는 지혜가 필요하다 하겠다. 또한, 인터넷은 그 개방성과 실시간성으로 인하여 창조와 모방이 거의 동시에 이루어지는 분야임을 감안할 때 여타 기업이 갖고 있는 특허라 할 지라도 지극히 적은 비용과 일정부분의 아이디어를 첨가함으로써 완전히 새로운 특허를 부여 받는 것도 충분히 가능한 일이다. 따라서, 유사한 사업을 전개하고 있는 기업들의 특허를 면밀히 분석하고 저촉될 경우 이를 개량, 개선하기 위한 노력을 하여야 할 것이다. B&N 사의 경우에도 1-Click 기술을 개량, 개선할 경우 그에 대한 특허를 부여하겠다는 지방법원의 판례를 상기할 필요가 있다. 이와 같은 기존기술의 응용확대와 개량, 개선은 특허법에서 요구하는 진보성을 충족시키는 중요한 수단이 되고, 서비스의 차별화를 도모하는 방법이 될 것이다.

#### ● BM의 정보통신시스템과의 결합 노력

아이디어란 끊임없는 노력의 소산이기도 하지만, 다른 한편으로는 우연과 기회가 상호 혼합되어 나타나는 경우도 많다. 비즈니스 모델은 우리가 생활하는 생활방식의 차이 만큼이나 우리 주변에서 매우 다양한 방법으로 획득될 수 있는 여지도 또한 크다. 따라서, 이러한 노력과 기회를 통하여 습득되는 아이디어들이 어떻게 비즈니스 모델로 연결될 수 있는지를 항상 염두에 두어야 할 것이다.

## VI. 결론

인터넷 비즈니스 모델에 대한 특허 부여는 금년 들어 IMT-2000 사업권의 향배와 함께 정보통신업계를 강타하는 최고의 이슈가 되고 있다. 그러나, BM 특허의 파장은 이제 시작단계에 있어서 그 여파가 전세계의 정보통신산업에 어떻게, 어떠한 방향으로, 얼마 만큼의 영향을 미치게 될런지에 대해서는 아무도 속단할 수 없다. 그만큼 인터넷 비즈니스 모델에 대한 특허부여의 영향력은 크다고 할 수 있다.

그러나, 인터넷 비즈니스 모델에 대한 특허는 인터넷 산업의 급속한 성장과도 같이 현실의 산업계를 중심으로 뜨겁게 전개되고 있는 논제여서, 비즈니스 모델 및 특허와 관련된 제반 학문분야에서의 이론적 연구는 아직까지 크게 이루어지고 있지는 않은 것으로 보인다. 특허 BM을 접근함에 있어서도 이론적 체계를 갖춘 개념정의나 유형의 분류 등을 통한 연구보다는 현실세계에서 출현하고 있는 다양한 사업모델을 중심으로 연구가 진행되고 있어서 이에 대한 보다 체계적인 접근이 필요하다고 판단된다.

이러한 관점에서 인터넷 비즈니스 모델과 인터넷 비즈니스 모델에 대한 특허부여에 대해

서는 향후 학계와 연구계 및 산업계, 특히 당국 등의 지속적인 연구가 필요하다. 특히 인터넷의 개방성으로 인한 공익적 관점에서의 접근에 대해서는 보다 많은 연구와 주의가 필요하다고 판단된다.

< 참고문헌 >

1. 김동환, 현창희(1995), “정보통신정책의 게임구조와 그 역동성”, 국가기간전산망저널 제 2 권 제 4 호
2. 김도훈, 문태훈, 김동환(1999), 시스템 다이내믹스, 대영문화사
3. 박지숙(2000), “전자상거래 활성화를 위한 비즈니스 모델 보호방안”, 인터넷 특허심포지엄
4. 오홍수(2000), 영업방법 관련 발명의 성립성, 수요아카데미
5. 이은철(2000), 인터넷상의 BM 관련 쟁점사항 및 심사사례, 수요아카데미
6. 장영, 박상일(1999), 국내외 인터넷 비즈니스 선도기업의 전략 및 시사점, 삼성경제연구소
7. Anitesh Barua & Andrew B. Whinston(1999), “The Emerging Internet Economy”, [http://cism.bus.utexas.edu/works/articles/cisco\\_wave2/index.htm](http://cism.bus.utexas.edu/works/articles/cisco_wave2/index.htm)
8. Brian S. Pappas, IT-Enabled Business Strategies, Anderson Consulting
9. Cisco Systems & University of Texas at Austin(1999), Measuring the Internet Economy
10. John Hagel III & Arthur Armstrong(1997), 가상사회와 전자상거래, 한영주 옮김, 세종서적
11. Donna L. Hoffman & Thomas P. Novak(1996), “Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations”, Working Paper No. 1. <http://www2000.ogsm.vanderbilt.edu/papers.html>
12. Lester C. Thurow(1999), Building Wealth: New Rules for National, Companies, and Individuals in a Knowledge-Based Economy, Harper Collins
13. Michael E. Porter(1980), Competitive Advantage, New York: Free Press
14. Paul Timmers(1998), “Business Models for Electronic Markets”, EM-Electronic Markets Vol.8-No.2-1998. [http://www.electronicmarkets.org/netacademy/publications.nsf/all\\_pk/949](http://www.electronicmarkets.org/netacademy/publications.nsf/all_pk/949)
15. Soon-Yong Choi(1998), “From High-Tech Commerce to Smart Commerce: Needs for Smart Infrastructure, CREC
16. W. Brian Arthur(1996), “Increasing Returns and the Two Worlds of Business”, <http://www.santafe.edu/arthur>
17. <http://www.kipo.go.kr/html/LawIndex.html>
18. <http://cism.bus.utexas.edu/about/nyt/10priceline.html>
19. <http://www.patents.ibm.com/cgi-bin/viewpat.cmd/US05960411>
20. <http://networker.jinbo.net/nopatent/levy.html>
21. [http://www.oreilly.com/oreilly/press/amazon\\_asktim.html](http://www.oreilly.com/oreilly/press/amazon_asktim.html)
22. <http://noamazon.com>
23. <http://www.amazon.com/exec/obidos/subst/misc/patents.html/104-0746075-5921248>
24. <http://networker.jinbo.net/nopatent/>
25. <http://www.kipo.go.kr/html/NewKnowJ03.html>
26. <http://depthome.kipo.go.kr/~nip21/bm01.html>