



企業經營과 特許管理

玉 命 齊

(味元綜合管理室)

오늘날의 企業은 그 經營의 大小를 莫論하고 거의 필연적으로 特許(공업所有權, 發明特許, 實用新案, 意匠, 商標, 營業標)와 연관되어 있다. 다시 말해서, 各企業은 自社의 商號 내지 生産品에 붙여지는 商標, 또는 商品의 포장이나 용기등을 特許登錄하여 經營을 유지하며, 더 나아가 高度의 技術的 方法내지 Know-how를 特許登錄 받아 長期間에 걸친 生産, 使用 販賣등의 獨占權을 行使하여 莫大한 企業利潤을 거두기도 한다. 即, 各種 特許權이란, 一種의 無形 財産權으로서 長久한 期間(發明特許 12年, 實用新案 10年, 意匠 8年, 商標의 경우 營業을 계속하는 限 영구히 반복更新이 可能)을 통한 獨占權이 부여되며 그 누구도 모방하거나 침해할 수 없도록 規制되어 있다. 이토록 工業所有權은 企業活動과 밀착되어 있으며 특히 先進外國의 경우를 보면 企業內部的 기구中에는 수십명으로 구성된 特許部나 特許課가 必히 設置되어 있으며, 企業의 最高首腦部와 直通연결을 이루어 即時的 活用을 可能케 한다. 最近에 와서 우리나라도 國內企業 혹은 外國企業과의 特許紛爭이 야기됨에 따라 점차 特許에 관한 인식도가 높아져 가고 있음은 무척 다행한 일이라 하겠다. 따라서 先進大企業에 比하여 資金이나 전문직 技術人力이 不足한 中小企業은 技術開發面에서 절대 소홀하여서는 안될 일이며 그럴수록 大企業과 대항하기 爲하여 技術개발에 힘써서 特許權을 確保하여 競爭을 이루어야 한다. 과거의 企業競爭 形態는 既存製品의 價格이 대체적인 勝敗를 좌우하였으나 現在는 어느 企業이 高度의 技術에 依한 新製品을 빨리 出荷하느냐에 달려 있다고 보겠다. 그 一例를 들면 종래의 솥을 전기밥솥으로 改良하거나 電子를 利用한 電子時計, 電子計算機, 종래의 수동식 복사기를 One touch의 보턴으로 불과

수초만에 선명히 복사되는 복사기등은 새로운 신제품의 開發로서 企業의 觀도를 바꾸어 놓은 좋은 例라 할 수 있겠다. 그러나 여기에는 獨占이라는 선결 문제가 따르며 그 獨占 卽 特許라는 새로운 무기로 權利化하여 管理하고 보호하여야 한다.

이처럼 무기화된 특허를 보호, 관리하기 위하여는 企業內 特許管理 專門擔當이 필요하며 이 特許管理要員은 단순히 自社의 新開發品을 特許出願(申請)내지 등록하는 外에 다음과 같은 제반업무에 참여하여야 한다.

첫째로, 新製品의 開發에 참여해야 한다. 즉 개발중인 製品이나 技術이, 경쟁사(競爭社)나 第3者의 획득된 特許인지의 여부를 사전 조사하는 것과, 이미 競爭社나 第3者에 依해 先登錄되었다면 有効期間 및 權利範圍내지 무효화등의 대책을 수립하고 研究開發 部署나 企業經營陣에 정확히 보고하여 製品개발의 方向을 결정짓도록 하여야 한다.

둘째는 他社에서 出願한 特許의 異議申請에 關한 業務이다. 每月 定期發刊되는 各種特許公報를 入手하여 自社의 製品이나 技術에 關계되는 것이면 어김없이 異議申請하여야 되며 추가하여 國內에서는 아직 시행치 않는 外國의 公知된 技術을 第3者가 부당히 등록하고자 할때도 역시 外國의 定期刊行物이나 Catalog, 關係文헌을 증거 제시하여 無效시켜 둘이 바람직하다.

이미 公知된 技術內容이나 Design이 부당히 權利化되면 自社의 技術과 저촉되거나, 新製品, 新技術開發의 進路를 방해하거나, 어찌구무 없는 企業손실을 초래하기도 한다.

이러한 손실의 예방을 爲하여는 國內외의 各種特許公報의 철저한 체크와 外國資料의 수집에 精력하여야 할 것이다.

세번째는 特許權의 確保를 들수 있으며 이

는 進술한 特許의 事前調査 결과 開發이 확정된 技術을 特許出願하여 權利化시키는 일이다.

自社에 關계된 많은 內容의 技術이나 장차 신제품에 쓰여질 商標등을 가급적 다수 出願 登錄하여 特許權을 확보하여 爲으로써 企業競爭의 有利한 高地를 占有하게 된다.

따라서 出願된 技術內容이나 商標, 意匠 등이 반드시 등록에만 目的이 있는 것은 아니며 후일 제3자가 부당히 같은 내용을 특허등록 받아 그 權利를 主張할때 自社를 방어하고 그 부당등록된 他人의 特許를 無效시키는 最先의 증거가 될 수 있으므로 가급적 많은 件數의 出願이 필요하다.

네번째 自社 特許의 보호와 他社特許의 실시에 關한 業務로서 自社에서 확보된 特許權은 開發研究陣의 많은 노력과 시간과 비용의 支出로 因하여 얻어진 것으로 부당히 제3자에게 침해 당하지 않아야 할 것이다. 쉽게 발견될 수 있는 製品의 경우에는 그 침해 여부를 용이하게 판단하지만, 장치 혹은 方法에 關한 특허일 때는 實事場所가 限定되어 있으므로 發見이 어렵다.

단지 市場調査등을 通하여 구입된 製品을 分析하거나 技術 및 方法을 間接적으로 탐지하여 침해 여부를 판단할수 밖에 없다.

따라서 만일 침해사실이 인정되면 他社에 대한 경고조치와 함께 즉시 製品生産의 중단과 市場 및 各代理店에 出荷된 製品의 수거를 命하여 조치할 수 있다.

또한 自社의 特許權에 대한 실시권을 제3자에게 許與하거나 他社의 特許에 대한 실시권을 허여 받는일, 특히 外國과의 技術導入 계약이나 其他 Know-how에 대한 問題에도 참여하여 특허에 關계될 것일 경우, 그 特許의 有效성과 세부사항을 판단하여 터무니 없이 비싼Royalty의 支出이 없도록 助言하여야 한다.

다섯번째로 特許紛爭을 들수 있으며, 이 特許紛爭이란 주로 特許權의 침해여부에서 發生된다.

즉, 自社特許에 대한 제 3자의 침해와 제 3자의 특허를 무의식으로 自社가 침해하는 경우이며, 이 紛爭은 權利範圍확인 심판이나 무효심판(特許權의無效)또는 이에 불복하는 항고 심판과 상고심등으로 그소송이 발전되기도 하지만, 우리나라의 特許制度는 어디까지나 先登錄主義이므로 등록권자가 우선되며 일단 특허 아닌 경우라 할지라도 통상 비등록자의 손실을 초래케 한다. 경우에 따라서는 침해에 대한 손해배상으로 莫大한 資金出血과 상품에 대한 가치분 조치 및 형사처벌이 따르기도 하

거, 더 나아가 특허분쟁의 패배에서 오는 대외적인 소비자의 商品에 대한 인식과 企業의 신뢰도를 추락시켜 企業의 흥망을 좌우하기도 하므로 最初商品出荷時의 事前特許조사는 매우 重要하다 하겠다.

여섯번째는 職務발명의 장려를 들수 있으며 社内 各職務에 종사하는 관계자에 의하여 신기술이나 신제품 및 아이디어를 발굴하고 그 당사자에게 補償하는 制度이며, 日本企業의 경우65%가 이 制度를 採用하고 많은 성과를 거두고 있다 한다.

國內企業에서는 불과 몇개의 企業에서 이 制度를 채용하므로 보다 많은 장려가 아쉽다.

◆ 토막상식 ◆

안경



안경은 1270년경 「이탈리아」인 「살비노·다르마티」에 의해 「베니스」에서 처음으로 만들어졌다. 그러나 어느 때가 부터 광학제품은 독일 제품이 세계를 제압하기 시작했다.

안경알을 비롯, 쌍안경 「오제라·글라스」 「카메라 렌즈」등 광학 제품을 만드는 세계적 메이커는 「자이스」(Zeis)社다.

「자이스」社의 각종 「렌즈」가 세계 일류로 꼽히고 있지만 쌍안경만은 역시 독일의 라이츠(Leitz)에 비해 뒤떨어진다.

「자이스」안경알은 정교하며 티가 거의 없다. 알속에 「자이스」상표가 새겨져 있어 위조를 못한다.

「마비츠」(Marwits)社는 안경테를 만드는 회사인데 「자이스」의 子會社다.

따라서 「마비츠」안경에는 「자이스」안경알을 끼워판다. 광고를 할때도 함께 하는 것이 특징이

다.

「로덴슈토크」(Rodenstock)도 안경 「메이커」로서 빠지지 않는 회사다. 「로덴슈토크」는 「뮌헨」에 공장이 있지만 그 제품은 쏠 독일 뿐만 아니라 세계에 널리 나가고 있다. 「마비츠」안경테가 「모델 넘버」만 붙이는데 비해 「로덴슈토크」는 「리차드」 「아놀드」 「토로」 「베르트람」 「로카르노」 「베르거나」등 모양에 따라 고유한 이름을 붙이고 있다. 골격에 따른 「디자인」도 시도하고 있는데 동양인에게 어울리는 「디자인」도 많다. 특히 「아놀드」, 4062나 「아놀드」 4162는 동양인에게 어울려 안경테가 흘러내리지 않는다.

「선·글라스」의 경우 일류품의 품목이 달라진다.

「크리스찬·디오르」 「이브·상·로망」등 파리의 「패션·메이커」에서 본격적으로 「선·글라스」에 손을 배기 시작한 것은 70년대 들어서다.

요즘과 같이 큰 형태의 「선·글라스」를 처음으로 유행시킨 사람은 『티파니에서 아침을』에 주연했던 「오드리·헵번」인데 얼굴에 비해 큰 안경을 쓰고 나와 유행을 불러 일으키기 시작했다. 「샤레이드」라는 이름을 가진 이 안경은 우리나라에서 잠자리 안경이라 불리던 것이다.