特許情報의 活用效果

——企業成長의 尺度가 된다——

特許情報는 企業情報이면서 戰略情報이다. 특허정보가 先進企業經營에 作用한 成敗의 例는 許多하지만 그 정보를 輕視했다가 끝내 後悔한 代表的인 정보의 하나는 世界的 特許로서의 乾式複寫技術제로그라피特許일 것이다.

건식복사기술제로그라피의 最初의 특허정보는 1940年의 어느날 美 뉴욕타임스紙가 체스타 칼슨이 取得하였다고 報道함으로써 世上에 알려졌다.

이같은 특허정보가 公開되기 전에 IBM의 젊은 營業部職員이 自社 上職者에게 이 事實을 報告하고 이 特許權의 實用企業化를 무려 1年 以上이나 進言하였다.

그러나 IBM의 經營陣에서는 이미 特許權者인 칼슨으로부터 同權利의 實施를 交涉받았으며 數次 相面도 하였다.

當時의 IBM은 計算機의 콤퓨터化에의 對應策에 專念하다가 及其也는 感光紙生産企業인 하로이드會社가 關心을 갖고 1948年에 파텔 메모리알硏究所에 依賴하여 第1號機를 始作과 더불어 契約을 맺은 다음 企業化에 이르렀다.

이 소식을 들은 IBM은 후회하였으나 때는 이미 늦었으며 그 反面에 恒常 이스트만코댁會社에 눌리던 하로이드는 一定時期가 지난 후에는 成長企業으로뿐아니라 世界 唯一의 乾式複寫機企業인 제록스會社로 變身하기에 이르렀다.

더우기 IBM은 同種複寫機市場에 뒤늦게 進出하여 特許權侵害를 主張하는 등 特許紛爭으로 發展하였으나 結果는 失敗로 돌아갔다.

한편 코댁도 失手하였다. 그 사실인 즉 코댁이 發行하고 있는 技術情報誌인 페이턴트앱스트랙트가 1943년에 칼슨의 特許內容을 報告하였으나 코댁의 社內에서는 그 重要性을 한 사람도 發見하지 못했으며 萬若에 IBM이나 코댁이 그 중요성을 알아차렸다면 제록스는 오늘의 社勢가 못되었을 것이다.

IBM이나 코댁과는 對照的으로 특허정보를 活用하여 企業이 大成한 예는 許多하며 그 簡單한 예로는 볼그워너會社를 들 수가 있다. 同社는 自動車變速機生産企業으로서 有名하게 된 動機가 美國을 비롯한 各國의 特許情報檢索에 全社的으로 發掘管理한데 起因한다.

同社의 오버드라이브나 슈나이더의 토크컨버터 등의 革新技術을 찾아낸 方法이 全社的 特許管理의 所産이며 企業成長을 뒷받침한 것이다. 그 實證으로 1943年 當時에 同社가 支拂한 特許權使用料만도 200萬弗이 넘었음을 미루어 짐작할 수가 있다.

또한 GE會社도 오늘의 巨大企業으로 發展한 바탕이 特許技術을 精力的으로 調査하여 有望하다고 判斷되면 서슴치 않고 特許所有會社를 買受한데 있었다고 할 수가 있다. 同社가 하트포인트電熱會社를 吸收한 契機는 電氣렌지와 電氣아이언特許情報에 發端하였으며 또 워렌테레크론會社와 월카洗器機會社를 매수하여 電氣時計와 洗器機의 특허 및 노우하우를 自社技術로 활용하였기 때문이다.

GE등은 自社開發 發明特許 以外에도 年間 數千件의 外部 特許技術을 導入하여 相當數를 實質的으로 企業化하고 있음은 自他가 共認하고 있다.