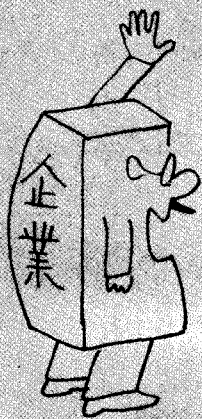


기업경영의 혁명

기업경영



오늘날 우리가 숨쉬고 있는 이 시대의 최대의 특징은 아이디어 시대라는데 있다.

아이디어는 하루가 다르게 그 발전의 속도가 가속화되어 우리의 생활양식은 물론 의·식·주에 까지 놀라운 발전을 가져오고 있다.

이제 우리는 아이디어가 가져다 준 이기(利器) 없이는 살 수 없는 시대에 살고 있다.

우선 우리가 풍부하게 입고, 먹고, 편안하게 쉴 수 있는 것만도 고급 화학섬유의 옷감과, 곡식을 많이 수확할 수 있게한 인조비료와, 뛰어난 촉감의 건축 자재를 발명했기 때문이다.

그뿐만이 아니다. 우리는 안방에 앉아 텔레비전을 통해 수만리 떨어진 외국에서 우리나라 선수들이 다른 나라 선수와 스포츠를 겨루는 장면을 실제 경기하는 것과 같은 시간에 볼 수 있다. 또 전화 다이얼을 돌리면 세계 각국에 나가있는 친척들과 직접 대화도 할 수 있다. 최근에는 주방 기구에 까지 마이크로 컴퓨터가 스며들기 시작하여, 지시하는 대로 척척 일을 하는 시대가 열리고 있다.

이 모든 것이 아이디어맨들의 즐기찬 노력에서 비롯되고 있는 것이다.

우리는 요즘 불과 몇년전까지만해도 꿈처럼 생각되었던 공상소설이 현실화되는 것을 실로 여러 분야에서 목격하고 있다.

한마디로 현대는 아이디어가 좌우하는 시대이다.

아이디어는 한 국가에 있어서도 국방의 힘이 되고, 경제의 힘이 되고, 또 외교의 힘이 되어, 국력의 커다란 기반과 배경이 되고 있다.

그래서 아이디어맨이 많고 그 수준이 높으면 강대국 및 선진국이라고 하며, 아이디어맨이 적고 그 수준이 낮으면 약소국 및 후진국이라고 부르기도 한다.

이 때문에 세계 각국은 앞을 다투어 아이디어 개발을 장려함으로써 국가의 발전을 도모하고 있다.

아이디어 개발에 열을 올리고 있는 선진국들의 경쟁은 마치 전쟁을 방불케 하고 있다.

우리가 이처럼 험난한 국제 경쟁 속에서 우위를 확보해 나갈 수 있는 유일한 길은 우수한 아이디어맨을 가능한 많이 발굴하여 육성하는 것 뿐이다.

기업의 경우는 더욱 그렇다. 기업의 생명은 새로운 아이디어의 확보로써 유지된다.

또 기업성장을 위한 요소로서는 여러가지를 들 수 있으나 최근에 와서는 무엇보다도 아이디어 개발과, 개발된 아이디어를 공업소유권(특허)으로 권리화하여 나가는 것으로 인식되기 시작했다. 이는 미국의 제록스社 등 국내의 유명기업의 성장 과정을 살펴보면 쉽게 이해할 수 있다.

제록스社는 '60년대만해도 미국의 사무용 복사기 시장에서 희미한 존재였고, 매출도 거의 제로(無)에 가까웠다. 그런데 '63년에는 시장 점유율이 수위로 뛰어 올랐다. 또 '66년에는 4억불(당시 금액)이 넘는 매출액으로서 시장 점유율이 60%로 성장했다.

이같은 성장으로 '67년에는 종업원 1인당 매출액과 이익이 각각 3만불과 4천불이라는 경이적인 기록을 세웠다. 이는 거대기업인 GM社와 비교하면 이익면에서 배가 되었고, 또 화학분야의 대기업 ICI社와 비교하면 매출면에서 2배, 이익면에서는 3배에 이르는 실적이었다.(참고로 '67년 당시 미국의 국민 1인당 GNP를 살펴보면 4천불이다.)

또 일본의 유명한 성장기업인 마쓰시다(松下)전기와 비교해도 매출면에서는 1.5배, 이익면에서는 3.3배의 실적이었다.

그런데 제록스社의 이같은 급격한 성장과 높은 이익 창출의 비결은 바로 아이디어 개발을 통한 공업소유권의 확보에 있었다.

필자의 조사에 따르면 '제록스 복사기'는 그 본체(本體)에만도 2백건이 넘는 공업소유권으로 무장되어 있으며, 그 주변 기술과 부품의 공업소유권까지 합하면 3백건에 이르고 있다. 한마디로 아이디어로 뚝뚝 뭉쳐진 발명품의 대명사라 할 수

있다.

이 때문에 컴퓨터의 세계 최정상 기업인 IBM社가 그 당시 4년이라는 세월을 소비하여 복사기를 개발했으나 발표와 동시에 제록스社로부터 특허권(공업소유권) 침해로 피소되는 곤욕을 치렀다.

제록스社의 아이디어 개발 중시 사례는 전 세계 기업인의 산 교훈으로 영원히 기억될 것이 확실시 되고 있다.

이 사례에서 우리나라의 모든 기업인들이 명심해야 할 것은 새롭고 훌륭한 아이디어는 공업소유권 제도에 의해 보호(독점)되면서 기업이 목적하는 막대한 이익을 창출한다는 사실이다.

따지고보면 마쓰시다그룹은 국민학교도 졸업하지 못한 마쓰시다가 소년시절 떠올린 '쌍소켓트'라는 아이디어에서 비롯되었다.

국내에도 이같은 사례가 최근들어 부쩍 늘고있다. 아이디어만으로 중견기업으로 성장, 대기업으로 발돋움하고 있다. S트레이딩·J방수·P플라스틱·B기계·H화학등등 필자가 취재한 곳만도 1백여개 기업에 이르고 있다. 이들은 끊임없는 아이디어 개발로 대기업들에게 도전하고 있다.

이제 자본과 인력만으로 기업을 일으키던 시대는 지났다. 아이디어 시대가 열린 것이다. 자본과 인력보다는 공업소유권이 중요시되는

시대가 열린 것이다.

그러나 공업소유권은 저절로 얻어지는 것이 아니다. 반드시 아이디어의 개발이 선행되어야만 하는 것이다.

그간 우리나라 기업은 대부분 기술도입이라는 수단을 통하여 높은 성장을 했다. 그러나 최근들어 이 성장이 둔화되고 있으며, 특히 시장개발에 시달리고 있는 실정인데, 이는 우리 상품의 국제경쟁력 약화에서 오는 것이다.

이 국제경쟁력을 다시 강화시키기 위해서는 원료·금융·노임 등에서 비교우위를 찾기 힘들게 된 이상, 아이디어와 기술에서의 비교우위에 의존할 수 밖에 없는 것이다. 이렇게 생각할 때 우리나라 기업경영의 핵심이 아이디어 개발에 있음은 누구나 수긍할 것이다.

이제 세계는 농업혁명, 산업혁명에 이어, 제3차 산업혁명 물결속에서의 아이디어 혁명의 시대에 접어들었다.

기업은 무엇보다도 아이디어 혁명을 창출해내고, 이익 축적·이용·보호·발전을 효과적으로 할 수 있는 공업소유권을 기업의 경영전략으로 하여야 할 것이다. 그동안 소홀했던 우리의 실정까지 성찰하여 특히 경영자는 공업소유권 확보를 위한 아이디어 개발의 선견성을 먼저 체득하여 이 분야에 과감한 투자와 노력을 경주해 나가야 할 것이다.

<王>