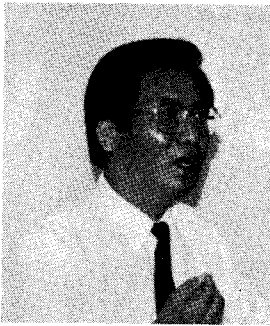


발명의 기업화전략



黃宗煥
〈辨理士〉

목 차

- I. 머리말
- II. 발명의 기업화유형 및 문제점
- III. 발명의 기업화 전략으로 성공한 사례
- IV. 발명의 성공적 기업화를 위한 제언

〈이번호에 수록〉

I. 머리말

우리나라 특허청에 등록된 내국인의 특허발명, 실용신안등록고안 및 의장등록고안이 실생활에 반영되어 사업화 내지 기업화(이하 '기업화'라 한다)된 사례의 정확한 통계는 알 수 없다. 그러나 내국인총등록건수에 대한 기업화비율이 총 1%를 넘지 않을 것이라는 데 이의를 제기할 사람은 거의 없을 것이다. 만약 이러한 가정이 사실이라면 그동안 정부 또는 민간기관주도로 외쳐오던 과학기술입국, 발명장려행사는 말 그대로 구호에 그친 공허한 메아리에 불과하였던 것이라 아니할 수 없다.

본고는 왜 내국인의 특허발명 등의 거의 대부분이 기업화되지 못하고 사장되어 온 이유는 어디에 있으며, 그러한 현실적 문제점을 타개하고 발명의 기업화에 활력을 불어넣을 수 있는 방법은 무엇인가를 나름대로 추구해보는 데 그 목적이 있다.

II. 발명의 기업화유형 및 문제점

발명을 기업화할 수 있는 유형으로는 크게 (i) 발명자 자신이 직접 기업화하는 경우 (ii) 제3자에게 양도하여 기업화하는 경우 및 (iii) 제3자에게 실시권의 허락을 통하여 기업화하는 경우 등 세가지로 나누어 볼 수 있다.

가. 발명자 자신이 직접 기업화하는 경우의 문제점

i) 발명자체의 문제점

발명자체의 문제점으로는 ① 발명자체에 따른 문제점과 ② 기업화에 제한이 따르는 발명으로 나누어 볼 수 있다. 그중 발명자체에 따른 문제점으로서 국내발명의 상당 실생활과 유리된 실적위주의 발명 등이 주류를 이루고 있다. 이 대표적인 사실로서 정부나 그 관련기관 등의 국유특허권의 활용실적의 극히 저조함이 그 단적인 예라고 할 수 있다. 물론

발명의 질보다 양을 중시한 국내기업이나 연구소 등의 정책은 발명장려 정책의 초기시에 일어나는 일시적 현상으로 볼 수도 있으나 보다 근본적인 것은 발명자인 연구원 등이 소비자(현장)를 떠난 발명을 위한 발명풍조에 기인한 것이 아닌가 생각한다.

또한 기업화에 현실적인 제한이 따르는 발명이라 함은 발명자체가 기존제품은 그대로 두고 그와 독립적으로 부착하도록 이루어진 것인지 아니면 당해발명에 대한 제조업체가 기존제품에 내장하여 결합제조되어야 하는 것인지에 따라 이미 판매유통조직이나 생산라인을 갖춘 제조업체가 아닌 발명자자신 현실적으로 발명을 기업화하는 것의 제한요소가 되고 있다.

2) 발명자자신의 문제점

① 발명인식상의 문제점

많은 발명자들은 발명의 개념에 대해 그릇된 편견을 가지고 있는 것처럼 보인다. 즉 발명이란 실생활에서 불편함에 대한 해결의 산물이라고 보지 않고 마치 일반인으로서의 좀처럼 상상할 수도 없는 특별한 것이어야 한다는 편견이 그것이다. 또한 발명의 개념에 있어서도 특정의 완제품고안개념으로 제한하여 생각하는 경향이 커서 그 제조방법, 부품개발, 그 물건의 구성상의 변화 및 외관상의 디자인을 발명개념에서 배제시키는 경향이 많다. 따라서 발명개념을 일반인으로서의 좀처럼 상상할 수도 없는 특별한 그 무엇이 아니라 실생활 주변의 불편함해소에 대한 일체의 행위 또는 산물이라 함을 명백히 인식할 필요가 있다.

② 발명의 권리화인식의 결여

권리화(특허)로 연결되지 않는 기술개발은 무의미하다라는 인식이 미약하다. 따라서 애써 개발된 발명이 권리화되지 않음으로써 후발경쟁업자들이 그 발명을 도용하는 경우에도 그것을 제재할 아무런 무기를 갖추지 못함으로써 결국 기업화에도 좌절되고 마는 경우가 종종있다. 특히 동업관계의 해소시나 대기업

에 납품을 하는 것을 주관매원으로 삼고있는 하청업체의 발명자는 대기업의 경영전략의 변화나 담당자의 교체에 따라 하루아침에 기업화가 좌절되기도 한다.

③ 발명의 연속화인식의 결여

발명의 기업화와 관련한 발명의 개념은 특정의 새로운 물건의 고안만이 해당되는 것이 아니라 그 물건의 제조방법, 장치 및 디자인의 변환 나아가 상표 등도 넓게 포함하여 파악하여야 한다.

더우기 최근의 발명과 같이 그 발명 또는 발명품의 라이프사이클에 짧아지는 현실을 감안할 때 하나의 발명품이 기업화가 되기 위해서는 기본발명을 기초로 하여 그 물품의 구성, 디자인 등의 변환이 부가적으로 연속화함으로써 발명품의 라이프사이클을 연장시키지 않으면 안될 것이다. 따라서 하나의 기본발명을 하였을 경우 이와 관련된 실용신안고안, 의장고안 및 상표 등의 전략이 동시 또는 연속적으로 추구되어야 할 것이다.

④ 발명권리의 세계화인식의 결여

발명에 대한 권리는 발명에 대하여 일정한 절차를 밟아 등록된 나라에서만 효력이 발생한다. 따라서 하나의 발명이 고안된 경우 이 발명품이 소요될 수요처에 대한 철저한 검토를 하여 그 발명에 대한 권리를 국내 뿐만 아니라 수출가능 지역에도 확보하여 둘 필요가 있다. 그러나 대개의 경우 발명자는 경제상의 이유나 장기적 수출전망의 안목결여 등으로 인하여 발명권리의 세계화에 무관심한 경우가 많다. 따라서 발명자는 비용의 부담이 있을 때에는 각국마다의 제도적 혜택(우리나라의 경우 국제출원 비용의 일부 보조, 미국의 경우 Small entity 제도 혜택 등)이나 제3자와의 공동출원모색 등을 변리사 등과 상담하여 행하는 것이 바람직하다.

특히 각국마다 심사방식의 차이, 등록기간의 차이 등 많은 실무상의 차이를 오히려 적극적으로 활용할 수 있는 지혜가 요구된다.

3) 기업화상의 문제점

무체적 대상을 보호대상으로 하는 발명을 기초로 기업화하는 경우 대개의 발명자는 기업화에 필수적으로 요구되는 자금, 조직, 경영기술상에서 매우 열악한 위치에 서는 것이 일반적이다.

뿐만 아니라 이와같은 발명자의 기업화를 지원하여야 할 벤처캐피탈회사, 금융기관 및 관련정부기관에서는 발명자에 대한 자금지원에 있어 합리적인 평가기준이나 충분한 노하우의 결여로 인해 기업화 지원에 매우 보수적이며 회의적이다. 따라서 발명자들은 위와같은 기관을 통한 지원이 사실상 지극히 제한된 상태로서 제도권의 이용이 아닌 발명자 자신의 시도를 거듭하다 스스로 좌초되는 경우가 대부분인 것이 현실이다. 또한 조직, 경영기술상에 있어 판매유통망의 부재 및 인사관리 등의 미숙 등 경영기술상의 문제 또한 발명자 자신의 기업화성공에 커다란 제한요소가 되고 있다.

나. 제3자에게 양도하여 기업화하는 경우

국내기업 등 실발명구매자의 국내발명에 대한 그릇된 인식 등이 국내발명을 국내제3자에게 양도하는 것 자체를 지극히 회의적이고 현실적으로 어려운 사항으로 하고 있다. 그러한 배경에는 그간 국내기업들이 외국의 기술을 모방 내지 싼값에 사양기술의 도입이나 조립 판매해오던 오랜 타성과 외국으로부터 수입되는 기자재구입비에 대해서 금융상의 지원을 하여 온 정부시책의 획일적 운영도 큰 몫을 하여 왔다고 볼 수 있다.

또한 발명자가 그 발명을 현실적인 수요자인 발명구매자와 연결될 수 있는 제도적창구가 없다는 점도 발명의 기업화를 부진하게 하는 중요한 요인의 하나로 지적될 수 있다.

다. 제3자에게 실시권의 허락을 통하여 기업화하는 경우

이 경우도 발명자와 발명실시를 원하는 제3자와를 연결시킬 수 있는 제도적 창구가 없다

는 점이 발명의 기업화를 어렵게 하는 원인중에 하나이다.

뿐만아니라 발명자가 그 발명에 대하여 어렵게 제3자에게 실시권을 허락하였다 하더라도 발명자 자신이 지속적인 발명의 연속화, 세계화에 대한 인식결여로 제3자에게 실시권의 허락 후, 일정기간이 경과할 때에는 사실상 자본주의 실시권자로 부터 그 권리자체에서 도태되는 경우가 종종 나타난다.

또한 실시권허락에 따른 계약상의 무지로 인한 일반적인 불리한 체결 및 실시료산정 등에 있어서의 발명자와 실시권자간에 의견조정의 어려움 등도 또다른 발명의 기업화를 막는 원인이 된다고 하겠다.

III. 발명의 기업화전략으로 성공한 사례

1. 국내의 경우

- ① H농산
- ② T산업
- ③ G산업
- ④ S건설
- ⑤ 기타

2. 외국의 경우

- ① C₁사
- ② C₂사
- ③ T사
- ④ 기타

IV. 발명의 성공적 기업화를 위한 제언

1. 발명에 대한 사회인식의 전환

곧 타결되게 될 UR 등에 대한 외국기업들의 국내기업에 대한 기술이전이 아닌 직접투자 등의 공략에 대비한 국내기업들의 국내자체발명에 대한 관심과 애정을 기울일 것이 절실하다. 또는 벤처 캐피탈이나 금융회사, 정부관련기관도 오랜 타성이나 보수적인 운영에서 벗어나 발명자체에 대한 적극적 평가와 가

치인정에 인식하지 말아야 할 것이다.

2. 발명의 권리화 · 연속화 · 세계화실천

하나의 발명이 기업화되기 위해서는 어느 순간의 아이디어나 단편적인 권리만 가지고는 성공적으로 실현시키기 어렵다. 따라서 일단 발명에 대해서는 권리화를 하는 것이 급선무이나 그 이후의 발명의 라이프사이클을 연장하기 위한 연속적인 노력과 수출지역 등에 대한 권리의 세계적확보 등이 요구된다.

3. 발명자와 발명구매자 · 실시희망자를 연

결할 수 있는 제도적장치의 필요

현재 발명특허협회의 기업상담센터 등이 보다 활성화할 필요가 있다.

4. 발명의 평가기관 및 전문증개인의 필요

무체재산권인 발명에 대해 질권설정, 양도가액결정, 실시료산정 등의 판단은 실로 어려운 문제가 아닐 수 없다. 그러나 그러한 부분이야말로 반드시 거치지 않으면 안되는 요건임을 감안할 때 시장경제의 원리를 존중하되 어느 정도 이를 조정해 줄 수 있는 노련한 전문인의 역할이 절실히 요구된다 하겠다.<♣>

<27P에서 계속>

4조3천억원, 민간 5조6천억원 등 10조원을 투입할 계획이다.

선정된 14개 G7 프로젝트는 제품기술 부문에서,

① 초고집적반도체 ② 광대역중합통신망(ISDN) ③ 고선명TV(HDTV) ④ 전기자동차 ⑤ 인공지능컴퓨터 ⑥ 신의약과 신농약 ⑦ 첨단생산시스템.

기반 기술부문에서,

⑧ 정보전자에너지 첨단 소재 ⑨ 차세대 수송기계와 부품 ⑩ 신기능 생물소재 ⑪ 환경공학 ⑫ 신에너지 ⑬ 차세대 원자로 ⑭ 감성공학기술

이와같은 국가과학기술개발 계획 등을 염두에 두고 발명의 영역을 확대하는 것도 바람직한 일이다.

범국민적 발명풍토조성을 위한 발명진흥에 앞장서고 있는 지도적 발명인들 그리고 오늘도 묵묵히 각자의 아이디어를 구체화시켜 발명의 열매를 얻고자 노력하는 발명인들에게 몇가지 당부하고자 한다.

1. 항상연구하는 자세를 견지

2. 새로운 정보를 얻는데 지속적인 관심과 노력 경주

3. 과학기술에 관한 지식축적에 심혈을 쏟고

4. 끈기와 집념으로 발명의욕을 고취

5. 시대와 사회의 변화에 부흥하는 발명소재발굴

6. 개량발명에 치우치지 말고 독창적인 발명품창출

7. 발명인으로서의 집념과 긍지, 그리고 투철한 사명감으로 발명 의욕 고취

8. 직업에 충실하면서 발명에 대한 욕구 충족

9. 발명인으로서의 장인정신함양

사물에 대한 관심, 관찰력 발휘, 연구자세 견지, 지속적인 노력경주, 결과도출, 능력배양 등 발명인으로서의 기초적인 자질을 함양하는 가운데 항상 관찰하면서 생각하고, 생각하면서 관찰하는 발명인상을 정립하여 우리나라 발명계의 앞날에 큰 업적을 이룩할 것을 바란다.<♣>