

아이디어 창출 및 발명의 발상기법

중소기업도 앞을 보고 경영하라

인간이 앞날을 미리 예측하고 그에 대한 준비를 하는 것은 매우 힘든 일이다. 모든 일에는 항상 돌발적인 상황이 연출되기 때문이다. 그래서 인간은 되도록 조심하면선 하루하루를 살아간다. 그러나 기업에는 이런 것이 통하지 않는다. 더구나 요즘처럼 살벌한 경제체제 속에서 중소기업이 살아남는 길은 앞을 내다보는 일밖에 없다.

시장을 조사하고 사업전망을 분석하고 또 분석하여 그에 알맞는 기술개발을 서둘러야 한다. 그래야만 경쟁사와 겨룰 수 있는 경쟁력을 갖추게 되는 것이다.

특수 사무용 봉투를 가지고 특허 출원한 ㅂ씨는 앞을 내다볼 줄 아는 사람이었다. 그는 자신이 발명한 봉투로 성공할 것을 꿈꾸었다. 사무용 봉투나 우편용 봉투 등에 대한 아이디어는 끊임없이 쏟아지고 있다. 편지봉투의 입구 부분에 실로 바느질을 해서, 실만 잡아당기면 저절로 봉투를 개봉할 수 있게 한 것이라든지, 왕복봉투라든지 하는 것이 그것들이다. 이중 특히 화제가 된 것이 봉투에 셀로판을 이용해서 투명공간을 만든 아이디어이다. 이것은 봉투의 내용물과 봉투 겉에 수신인의 주소와 이름을 반복해서 쓰는 불편을 막기 위해 고안된 것이다.

그러나 이 봉투에도 결점은 있다. 봉투에 셀로판을 붙이는 작업이 까다로와 자동적인 제조가 어렵

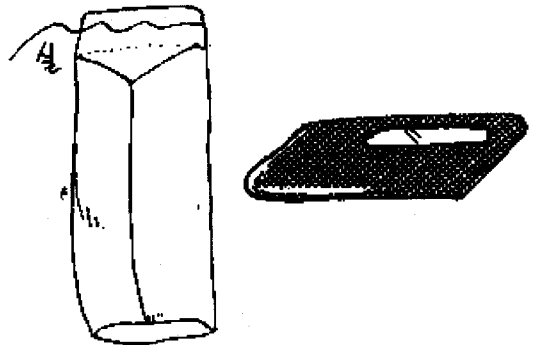
다는 것이다. 이 점에 착안하여 ㅂ씨는 투명한 종이로 만든 봉투를 고안했다.

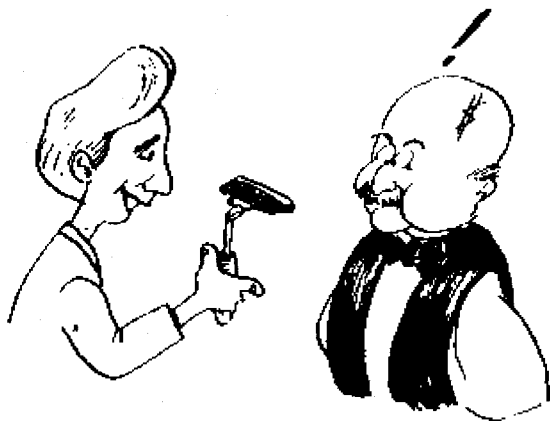
“투명한 종이엔 공간을 남기고 나머지 부분은 불투명하게 인쇄하는 겁니다. 그러면 셀로판을 붙이는 작업은 생략되는 거죠.”

그의 아이디어는 정말 획기적인 것이었다. 그러나 이상스럽게도 이 아이디어를 실용화하겠다는 사람이 나타나지 않았다. 투명지의 생산가격이 비싸다는 것이 그 이유였다. 이렇게 각 기업이 냉담한 반응을 보이자 ㅂ씨는 크게 웃었다.

“얼마 안가서 투명지의 가격이 내릴 것이 분명해. 그때는 내 발명은 엄청난 돈이 될거야.”

그의 예언은 얼마 후 그대로 적중했다.





발명가도 사업 수완이 필요하다

훌륭한 발명가와 뛰어난 사업가...

언뜻보면 이 둘은 아무런 관계도 없는 듯하다. 그러나 좀더 자세히 들여다보면 이 둘 사이에 아주 밀접한 연관성이 있다는 사실을 곧 발견할 수 있다.

“대체 어떤 관계가 있다는 것일까? 내가 보기엔 별 관련도 없는 것 같은데.”

이런 물음을 하는 사람들을 위해 쉽게 실례를 들어보겠다.

콘플레이크로 유명한 켈로그, 고무업계에서 최고를 자랑하는 굿이어, 자동차 산업의 선두주자 포드...

자, 이 정도만 이야기해도 추측이 가능하지 않을까? 그렇다. 우수한 발명품은 곧 사업성공의 비결

이며, 훌륭한 사업가는 우수 발명품의 사육자인 것이다.

질렛트의 경우를 보더라도 이것을 쉽게 알 수 있다.

질렛트가 면도기 사업을 벌일 초창기 때의 일이었다. 그는 우여곡절 끝에 안전 면도기 발명에 성공하여 이를 사업화할 계획을 세웠다. 그러나 그의 사업은 시작도 하기 전에 큰 난관에 부딪혀야 했다. 그에게는 사업을 진행시킬 자금이 전혀 없었던 것이다. 오랜시간 동안 면도기 연구에 몰두하느라 그의 금고는 텅텅 비어 있는 상태

였다.

“자금이 없어서 이 좋은 사업을 포기 하다니! 절대로 그럴 수는 없어. 자본가를 설득하면 어떻게든 자금을 마련할 수 있을 거야!”

그는 마음을 단단히 먹고 자본가들을 일일이 찾아 다녔다. 그러나 그들의 태도는 냉랭하기만 했다. 아무리 사업의 장래성에 대해 설명하고 설득해도 관심을 기울여 주지 않았다. 바로 이때 그의 뛰어난 사업수완이 발동되기 시작했다.

“좋다! 돈이 있는 사람일수록 욕심이 많다지? 그들의 욕심을 자극하는 미끼를 던져보자. 10달러짜리 주식을 2달러에 판다면 관심을 보이겠지!”

그의 생각은 적중했다. 이 뒤로 그의 앞길은 순탄하게 펼쳐졌다. **발독9802**