

창조적 실용주의 발명입국을 위한 발명전략



강충인 발명칼럼리스트

TQ창의력교육개발원장
www.tqidea.co.kr

실용주의를 이끄는 원동력은 발명이고 발명의 원동력은 창의력이다

발명은 생각을 행동으로 실천하는 도전과 실험에 의한 결과물이고 이러한 결과물을 만들어내는 힘은 행동하는 창의적 발명이다.

발명은 모든 경제구조의 힘이고 국가나 기업경영전략의 기본요소이다. 하나의 발명은 다양한 발명으로 발전되어 의·식·주를 만드는 국가와 기업의 힘이 된다.

처음 트랜지스터를 발명한 건 벨연구소였지만 이를 사업화시켜 산업을 일으킨 건 인텔과 TI(텍사스 인스트루먼트)이었다. 하나의 발명을 통해서 다양화된 상품을 개발하는 것이 실천을 통한 실용주의의 경영전략이며 특히, 발명특허 전략이라고 말하며 국가 경쟁력 창출을 위한 발명입국 전략이다.

“중국은 2003년 포천 500대 기업에 포함된 회사가 11개에 불과했지만 1년 만에 24개로 늘어났는데, 같은 기간 한국은 13개에서 14개로 한개 늘어나는 데 그쳤다”

중국은 실용주의를 선택하면서 정치와 경제를 분리하여 성공했다. 러시아는 무궁한 천연자원의 힘과 발명프로젝트를 통해 부활하고 있다. 이 두 나라의 경쟁력을 창출하는 힘이 실용주의에 의한 발명 전략이라고 볼 수 있다.

신상품 개발을 위한 신기술개발, 신소재 개발은 특허권 확보를 통해 국가와 기업의 경쟁력을 창출시키는 원동력이 되고 있다. 세계는 발명을 통한 미래국가와 기업 경쟁력 창출을 위해서 최우선의 발명정책과 발명경영 전략을 추진함으로 실질적인 이익을 창출하고 있다.

세계 경제는 내일을 예측하기 어려운 환경으로 경제상황이 조석으로 급변하고 있다. 역사와 전통만으로 국가나 기

업의 경쟁력을 창출하던 시대는 이미 지났다. 미래의 경쟁력을 창출하지 못하면 국가나 기업은 미래를 보장받지 못한다.

동서의 모든 장벽을 무너뜨린 것은 경제다. 국가나 기업이나 개인, 경제적 능력이 떨어지면 후진 국가, 후진 기업, 후진 자가 된다. 어떻게 국가를 경영하고, 조직을 경영하며, 자신을 관리하는가에 의하여 경쟁력이 창출되고 경쟁력에 의하여 국가나 조직, 기업이나 개인이 살아남게 되며 이러한 경쟁력은 빈부 간의 격차를 점점 벌어지게 만드는 원인이 되고 있다. 경제를 이끄는 힘은 창의적 사고에 의한 창의적 아이디어다.

경쟁력 창출! 실용주의적인 발상이고 현실이다. 새로운 상품을 개발하고 새로운 기술을 개발하며 새로운 소재를 개발하는 일에 적과 동침은 더욱 자연스럽게 진행되고 있다. 경쟁기업 간에 한 가족이 되어 개발하다가 어느 날 서로의 길로 갈라서는 일들이 빈번하게 발생하고 있다. 영원한 동지도 없고 적도 없다.

신기술개발과 신상품개발을 위해 첨단 기술정보와 발명정보를 교류하면서 서로가 공존하고 견제하기도 하면서 발전하고 있는 것이다.

상품을 판매하는 사람의 입장에서는 값싸고 이익이 좀 더 남는 상품을 팔게 되고 구입자의 고객입장에서도 싸면서도 좀 더 질이 좋은 상품을 파는 상점을 찾아가게 된다. 시장경제 원칙이라고 말하고 실용주의라고도 말한다.

S전자는 실용주의 시장경제에서 살아남기 위해 황의 법칙에 의하여 새로운 상품개발, 기술개발에 전략적인 경영전략으로 세계 최고의 기업, 최고 상품 자리를 유지하고 있다. S기업의 경쟁력을 창출시키는 것이 발명 경영전략이다.

등소평이 중국 현대화의 깃발 아래 '실사구시' 라는 실용주의 노선에 바탕을 두고, "중국적 특색을 지닌 사회주의 건설"을 주장하며 대내 개혁과 대외 개방 정책을 강력하게 추진하였을 때, 중국 사회주의의 중요한 당면 과제로 '4개 현대화(농업, 공업, 국방, 과학기술)' 를 통한 경제발전을 제시 하였던 것도 발명을 바탕으로 하는 현대화정책이었고 발명을 바탕으로 하는 기술경쟁력 창출의 경제발전이었다.

실용주의 3가지에 의한 발명

발명의 경쟁력은 3가지 실용적인 가치를 창출시키는 요소

가 있어야만 한다.

첫 번째, 발명은 사용하기 편리하게 만든다. 부피는 작고 무게는 가볍게 만들어야 한다. (편리성)

두 번째, 실용적이고 다양한 기능이 있어야 한다.

발명은 다양한 기능과 용도로 사용되는 기능적 요소가 있어야 한다. (기능성)

세 번째, 발명은 이익을 창출시켜야 한다. 발명품을 사용함으로써 생활이 편리해지고 업무의 효율성과 작업의 생산성이 높아져야 한다. (수익성, 생산성)

발명특허의 실용주의를 통한 기업의 경쟁력 창출은 기업과 국가의 경쟁력을 만든다. 미국 퀄컴(QUAL COMM)사는 1,200개가 넘는 CDMA관련 특허로 물샷 틈 없는 특허 벽을 만들었고, 삼성전자 등 국내 기업들은 지난 95년부터 2004년까지 10년간 지급한 로열티가 총 2조 5,815억 원으로 2007년을 포함하면 3조 원이 넘는다.

기업과 국가의 경쟁력을 발명특허권 확보를 통해 일정기간 실질적인 이익을 창출시키는 실용주의 발명특허 전략이 세계적인 추세다. 미국을 비롯, 일본 등의 선진 국가들은 특허를 통한 실용적인 국가정책을 우선으로 하고 있다.

창조적 실용주의 발명입국 건설을 위한 변화제안

창조적 실용주의, 철저한 준비에 의하여 도전하고 창조한다.

첫 번째, 실용적 발명을 위한 전 국민의 발명교육화 간단한 아이디어만으로 상품의 경쟁력을 창출하는 시대는 지나가고 있다. 작은 아이디어 하나라도 새로운 과학 원리에 의해 만들어 내야 경쟁력을 창출할 수 있다. 이를 위해 한 사람의 아이디어보다는 둘 이상, 다수의 생각을 모은 팀 아



이디어교육이 실질적인 경쟁력을 창출할 수 있다고 하겠다.

기업은 다수가 모인 집단이고, 다수의 의견이 모아지는 집단이다. 다수의 생각이 다양한 아이디어로 창출되는 집단이다. 이는 다수가 참여하여 다수의 발명을 만들어가는 전 국민의 발명교육이다.

두 번째, 실용주의에 의한 창의적인 발명정보마당 구축

21세기는 미래적인 발명시대다. 새로운 생활환경을 만들기 위해 최첨단 정보를 바탕으로 상품과 기술이 개발되는 시대다.

발명특허는 등록과 동시에 자신의 정보가 공개된다. 발명특허 정보의 공개는 또 다른 발명을 위한 자료가 된다. 하나의 발명으로 다양한 발명을 만들어내는 것은 발명정보 마당이다. 누구나 자신이 원하는 발명정보를 공유함으로써 창조적인 발명을 하게 된다.

정보의 공유는 새로운 창조를 위한 변화적 의식이 필요하다. 정보를 공유함으로써 자신의 정보를 빼앗긴다는 의식을 바꾸는 의식훈련이 발명정보 마당을 만들게 된다.

세 번째, 대화를 통한 실용주의 유비쿼터스 발명

실천은 철저한 준비를 통해서 도전된다. 실천을 위한 대화의 정보 교류는 다수가 동참함으로써 새로운 기업환경, 생활환경, 국가 환경을 만들어 낸다.

생활공간, 작업공간, 문화 공간을 하나의 공간으로 만들어가는 유비쿼터스 발명이 세계 경제, 기업을 이끌어가고 있다. 시간과 공간을 초월한 발명품이 기업의 경쟁력을 창출시키고 있으며, 새로운 상품개발을 위한 기술개발, 새로운 소재, 물질 개발이 21세기 발명으로 떠오르고 있다.

IT, BT, CT, NT, ET 등은 서로 다른 분야이지만 서로간의 대화를 통한 타협에서 새로운 IT, BT, CT, NT, ET 가 만들어진다. 이것이 실용주의에 의한 유비쿼터스 발명이다.

창조적 실용주의는 창의적 발명의 변화에서 나온다

창의적 발명은 실천을 통한 변화(도전, 실험정신)에 의해 경쟁력을 창출한다.

‘자신이 만드는 발명품이 실패하면 어떻게 될까’ 라는 의구심보다는 성공할 수 있다는 자신감과 실험에 의한 발명정

신이 창의적 실용주의인 것이다.

효율성과 생산성, 능률성을 높이기 위한 실용주의는 효율적인 발명, 생산적인 발명, 능률적인 발명과 일치한다. 효율성, 생산성, 능률성을 만들어 내는 것은 일방적인 도전이 아니라 철저한 준비를 위한 대화에 의해서 만들어진다.

대화는 토론이다. 각자의 아이디어를 제안하고 그에 대한 토론을 통해 합의점을 도출시켜 도출된 문제점을 개선하고 새로운 아이디어를 창출할 때 효율성, 생산성, 능률성을 높이는 편리성, 기능성, 수익성의 발명품을 만들어낼 수 있다. 이것이 실용주의의 시장경제가 된다.

창의적 발명은 토론에서 나온다

3M, GE, MS 등의 초일류기업 경쟁력은 토론 제도에서 나온다. 자신의 아이디어를 제안하고 실용성을 평가하여 기업에 지원된 전략이 신상품개발, 신기술개발의 힘이 되고 있다.

미국에서 가장 큰 항공사는 유나이티드 항공(United Airlines)이나 노스웨스트 항공(Northwest Airlines)이라고 할 수 있다. 그러나 실제로 이들 항공사보다 더 많은 항공기를 운항하는 회사는 페더럴 익스프레스社이다. 1987년 페더럴 익스프레스(www. fedex. com)는 비행기 한 대로 창업하여 오늘날 전세계에 96,000명의 종업원을 두고 약 700대의 항공기와 49,000대의 트럭으로 210개국에 신속하고 정확한 운송 서비스를 제공하는 한편, 97억 달러의 수익을 내는 회사로 성장하였다.

과거의 명성이나 권위, 전통성에 제한된 경영방식에서 이제는 고객의 욕구를 충족시키는 창조경영전략으로 바뀌어 세계국가와 기업의 창조경영전략으로 부상되고 있다. 이러한 경영전략은 실천에 의한 발명, 도전에 의한 발명정신이 만들어낸 결과물이다.

대화와 토론을 통해 새로운 아이디어를 창출시키고, 실용주의 경쟁력을 창출시킬 전 국민의 발명교육 생활화가 필요하다.