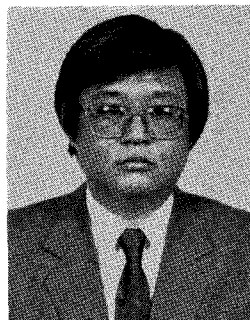


발명으로 성공하는 길



方 健 錫
〈本會 總務次長〉

인류의 역사는 기원 전 5000년 이집트에서 시작된다.

이집트 문명은 바로 아이디어 발상지의 근원이다. 고대 이집트 인은 나일 강가에서 여러 가지 물건을 고안하여 만들어 냈다.

상형문자(물건의 형상을 본떠서 만든 글자)의 발명에서 금속의 발견에 의하여, 도구의 발명, 무거운 물건을 운반하기 위한 2륜차를 만들기도 했다.

또한 동물의 사육, 식물의 재배를 비롯하여 아이디어에 총력을 기울여서 피라밋이나 �핑크스를 완성하였다.

환경의 변화로 현재는 사람이 살 수 있는 곳은 아니지만, 그 당시에는 이집트에 문명이 매우 발달해 있었다.

기제라고 하는 곳에 있는 피라밋은 높이 146미터, 바닥의 1변의 길이가 230미터나 되고, 2000킬로그램의 커다란 돌이 2~30만 개나 쌓아 올려져 있다.

스핑크스 쪽은 높이 20미터, 길이 57미터나 되며, 전부 바위로 만들어져 있다.

얼굴은 인간이고, 몸은 사자의 모양을 하고 있다. 이러한 것을 신수라고 하여 피라밋을 지키고 있었다고 생각하고들 있다.

피라밋의 내부는 가장 아이디어가 뛰어나 있다. 미이라는 그 보존에 현대인도 도저히 따를 수 없는 지혜로 시술되어 있다.

이집트는 아이디어의 발상지이면서 아직도

해결되어 있지 않은 수수께끼가 있다.

육봉의 하나인 낙타, 하이에나, 귀가 긴 작은 원숭이, 플라밍고, 토끼 등의 진귀한 동물도 살고 있다.

나일 강에는 거꾸로 헤엄치는 물고기, 시노돈치스 니그리타라고 하는 메기의 한 종류도 있다.

아이디어는 이집트에서 발전해 온 것이다. 여기에서 역사는 비빌로니아로 옮겨져 더욱 더 발전해 나갔다.

가위는 지금부터 4천 년 전에 이집트에서 처음으로 사용된 것으로 기록되어 있다.

당시의 가위는 날이 밖을 향하고 있어 매우 위험했다. 그 후로 안쪽으로 날을 바꾸었다.

그리고 가위의 자루가 중국에서는 8자형, 서양에서는 X형, 일본에서는 U자형이다.

또 가위는 가장 오랜 옛날부터 전해져 내려온 도구로 친숙해져 있기도 하다.

지그자그로 잘리는 가위, 재료를 끊는 가위, 신문 등만을 오리는 가위, 안전 가위, 함석을 자르는 가위, 쇠판 끊는 가위, 철사를 끊는 가위, 둥글게 끊는 가위, 수술용의 껌매는 가위 등 수없이 많다.

그럼 이와 같이 수없이 많은 가위는 어디에서 힌트를 얻어 생각해 낸 것일까?

가위를 갖고 있는 생물에는 게, 가위벌레, 농게 등이 있다.

이들 가위는 인간에 비유한다면 손의 구실을

하고 물건을 끊는 힘은 없다.

인간이 가위를 생각한 것은 그것으로부터 나온 아이디어로 물건을 깎는 데에서 나온 듯하다.

가위는 아이디어를 낳는 데에 없어서는 안되는 도구이다.

무슨 일이든 어떤 한계가 있다. 인간은 옛날부터 잠자는 일과 먹는 일 등은 어느 일정한 곳에 저장할 수가 없다.

아무리 맛있는 음식이라도 배불리 먹으면, 2, 3일 동안은 음식을 싫어하게 된다.

아이디어가 너무 지나친 생각이라든지, 필요의 도를 넘은 아이디어이면 어떻게 될까?

아이디어의 본질은 가장 합리적이라는 것이다. 혼자만의 생각이 좋은 경우도 있고, 여러 사람과 힘을 합친 아이디어가 좋은 경우도 있다.

‘왜 필요한가? 어째서 아이디어가 요구되고 있는가?’라고 하는 문제위에 선 아이디어는 중요하다.

어쨌든 재떨이를 모아 보면 놀라울 정도로 여러 가지 모양의 것이 있다.

그 가운데 하나가 서양 변기를 재떨이로 한 것이 있다.

아무리 특별한 것이 좋다고 해도 이것은 좀 지나친 생각인 듯 싶다.

축음을 발명한 토마스 에디슨은 13년 동안이나 그 소리의 재생기 연구에 몰두했다.

타이프라이터는 1867년에 피아노 조율사인 크리스토프 쇼르츠에 의하여 착수되어, 그로부터 5년이나 지나서 완성되었다.

카메라는 찍히기까지에 22년이나 연구가 계속되었다. 오늘날과 같은 카메라가 되기까지에는 대체로 400년 동안이나 수많은 사람들이 연구를 거듭해 왔다.

공기가 들어 있는 타이어를 1845년에 로버트 톰슨이 발명하고 나서, 자전거나 자동차에 이용되기까지 40년이나 걸렸다.

자동차는 1598년에 네덜란드의 스티빈이 2개의 돛대가 달린 풍력 자동차를 발명하여, 시

속 24킬로미터로 네덜란드의 해안을 달렸다.

모노레일은 1821년에 영국의 파머가 아이디어를 생각해 내고, 실용이 된 것은 최근의 일이다.

이와 같이 하나의 아이디어가 완성되기까지는 수많은 사람과 오랜 세월이 걸린다.

아이디어의 발상에서 완성까지 실로 참을성이 많은 노력을 거듭해 나갔던 것이다.

어떻게 도중에서 단념하지도 않고 연구에 몰두할 수 있었을까?

한때는 지긋지긋하고 싫어진 일도 있었을 것이다. 하지만 며칠 지나면 다시 용기를 내 또 끈란한 발명에 도전해 나갔던 것이다.

에디슨이 전등의 발명에 많은 연구원들과 고생을 하고 있을 때였다.

연구가 벽에 부딪히면 다른 연구원들은 백이 빠져 용기를 잃었지만, 에디슨은 이 연구원들에게 용기를 북돋아주기도 하고, 전혀 관계가 없는 연구나 발명을 하여 기분 전환을 시키곤 하였다.

또 에디슨은 젊었을 때부터 빅토르 유고의 「바다에서 일하는 사람들」을 애독하고 있었다. 이 소설의 주인공이 살아가는 법을 좋아했기 때문이다.

한 척의 작은 증기선의 선장이었던 지리야트의 용기와 인내력이 에디슨은 좋았던 것이다.

그리고 또 한가지 아이디어의 완성에 중요한 바를 가지고 있었다.

에디슨은 새로운 과제에 도전하게 되면 천진난만한 어린이처럼 꿈과 기쁨을 가지고 있었다는 것이다. 탐험가와 같은 모험으로부터의 발명이 좋았던 것이다.

오랜 시간이 걸려도 좋아했기 때문에 끈란한 문제에 대해서 용기를 갖고 맞서 나갔다.

어떤 발명가나 모두 그렇다. 금전적인 것이 아니라 마음 속으로부터 발명을 좋아했다.

아이디어의 완성까지 ‘좋아하면 자연히 능숙해진다’는 말 그대로이다. 아이디어를 좋아하면 반드시 해결할 수 있다.

글리코 회사가 팔았던 아몬드 초콜릿은 실로 30년 전부터 생각되고 있었던 물건이었다.

사장인 에자키 씨가 미국의 캘리포니아에 여행을 갔을 때 아몬드의 열매를 먹어보고 이 열매에 무엇을 더하면 좋을까 하는 아이디어를 생각하고 있었다.

아몬드를 초콜릿으로 싸는 아이디어가 실현되기 까지 한알 한알 포장하는 기계를 완성하여 마침내 판매되게 된 것이다.

30년을 애쓴 시간이 1년 내에 세계에 제일 맛있는 아몬드 초콜릿을 내놓게 된 것이다.

그 후 여러 회사에서 여러 가지 열매를 초콜릿으로 싸는 과자를 발매하여 모두 크게 성공하였다.

발명에 뜻을 두고 출원했다고 하자. 처음에는 자료가 부족하다거나 미리 알지 못했다든가 하여 한번에 통과하는 일은 드물다.

3개 중 2개는 전에 출원 등록을 하고 있는 것을 모르고서 내므로, 1년 정도 사이에 거절서가 온다.

거절 이유의 대부분이 오래 전의 그것과 같든가 유사한 것이 등록이 되어 있으니깐 안된다고 하는 통지이다.

이에 대하여 30일 이내에 보정서를 내고 전에 냈던 출원 서류가 불비했던 것을 보충할 수도 있겠지만 대개는 어려운 것 같다.

그렇다고 거절서가 왔다고 하여 결코 낙심할 필요는 없다. 시간에 어긋났다고 하여도 당신은 발명가의 길을 걷고 있는 셈이 되기 때문이다.

거절의 태반이 과거에 공지되어 있는 것과 동일한 아이디어였다는 데에도 사전 조사가 얼마나 중요한 일인가 알 수 있을 것이다.

그러므로 우선 좋은 아이디어가 떠오르면 착수하기 전에 그것이 과거에 있었던가 어떤가 보고, 특허공보 또는 실용신안공보를 조사하여 확인해야 한다.

공보를 잘 조사하기 위해서는 지금까지의 서류를 자세히 살펴보는 것이 중요하다.

그 중에는 참고가 되는 것, 힌트를 잡는 데에 도움이 되는 것이 있다.

아무리 뛰어난 사람이라도 지금까지의 자료를 모르고서는 아이디어도 발명도 있을 수 없다. 공보는 관계 기관에서 무료로 보여준다.

특허청에는 민원 관계의 사무 직원도 있으므로 어떤 분야의 무엇을 보면 되는지 가르쳐준다.

처음에는 혹 서먹한 일도 있겠고 어색하기도 하겠지만, 몇 번 다니는 사이에 저절로 요령도 알게 되고 익숙해진다.

도서관은 아이디어의 보고라고도 할 수 있겠다.

아이디어가 드디어 특허로서 인정되고, 등록이 되어 회사가 생산한다고 하는 단계에 들어가면 특허 사용료(로열티)가 정해진다.

현재는 생산 원가의 3퍼센트 정도가 일반적이다.

계약을 맺고 나서 보통은 3개월후부터 지불해 나가는데, 실제로는 좀처럼 들어오지 않는다.

발명자는 그만 계산을 과대하게 생각해 버리기 일쑤다.

계약을 하여도 그 특허 제품이 팔려 나가지 않으면, 회사에서 생산을 해도 그대로 사장되어 버리는 경우도 대단히 많은 것이다.

상대편이 아무리 대기업이라도 방심할 수는 없다. 언제부터 지불할 것인가, 개인의 경우 확고한 계약서를 작성하여 거래를 시작해야 된다.

제일 좋은 것은 처음에 물건을 사들이도록 하는 것이다. 그것도 아주 값이 싸게 말이다.

발명자가 '너구리굴 보고 피물 돈 내어 쓴다'는 말 그대로, 실패하는 예가 많은 것은 세상 사정을 잘 모르는 것도 그 원인의 하나이다.

현금을 쥘 때까지는 어떤 발명도 값어치는 미지수라는 것을 잊어서는 안된다.

빨리 팔아 넘기고, 다음 아이디어로 나가는 것이 아이디어로 살아가는 사람의 철칙이기도 한 것이다.

아이디어를 파는 데에 좋은 것은 자기 스스로 생산하여 파는 일이지만, 그렇게 하기까지는 생산, 재료의 가격, 작업 과정, 선전, 관리, 유통, 판매, 수금 등 많은 문제를 처리해야 된다.

안에서 아이디어를 파는 일에 대해서 말했는데, 정말 이익이 되는 것은 기업화라고 하여 생산하는 일이다.

그러나 발명품은 백 개 중에서 3개 정도밖에 성공하지 못하는 것이 상식으로 되어 있다.

그렇기 때문에 애써서 내놓은 아이디어 작품이

상품으로서 매출되어 소비자에게 환영을 받아 유통이 증대한다고 하는 것은 어려운 일이다.

어떤 기업에 종사하고 있는 사람에게 물어보아도 그렇게 간단하게 기업화되는 것은 아니라 고 심각한 얼굴을 한다.

기업화한다는 것은 아이디어를 내는 사람들에게는 가장 매력에 있는 말이지만, 실제로는 어떻게?

어느 회사에도 팔리지 않는 아이디어 상품이 상당수 있는 법이다.

처음에는 영업이라든가 개발, 기획 등 여러 과정에서 팔릴 것이라라고 생각하여 제품으로 만들어 보면, 좀처럼 팔리지 않는 것이 있다.

그러나 어느 회사에서도 신용 문제가 되므로, 팔리지 않는 상품은 세상에 알려지지 않도록 하고, 팔린 것처럼 그럴싸하게 꾸며져 어느 사이에 창고 안에 처박혀 있다.

그런데 자기 자신이 아이디어를 상품화하는 것은 큰일이다. 그래서 시험적으로 제작할 때에는 국가로부터 지원금이 나오도록 되어 있다.

기업화하기 까지의 길은 멀고도 가까운지도 모른다. 어릴 적부터 시간을 들여 차분하게 연구를 해야 된다.

발명한 것은 기업화하는 일은 서둘지 말고, 세상의 규칙, 구조, 유행, 사람들의 생각, 사회의 변천을 잘 공부하는 것이 첫걸음이다.

발 명품의 시장성을 어떻게 조사해 볼 것인가?

마쓰찌 모터가 수중(물 속) 모터를 개발하기 전에 일본 전국의 모형 점포(1만 2천 점 이상)에서 어린이들이 갖고 싶어하는 모터를 조사했다.

그 결과 탄생한 것이 수중 모터이다.

또 어떤 장난감 제조업자는 24개의 전분을 백화점 진열장의 액세서리로 놓아 보았다.

손님들의 눈에 띄어 1시간도 못 되어 전부 팔렸다. 이에 힘을 얻어 대량 생산을 시작했다.

일정한 지역, 일정한 점포를 겨냥하여 적은 양을 놓아 본다. 물론 그 전에 특허의 출원은 반드시 해두어야 한다.

팔리는 상품, 손님에게 기대를 받는 물건은 성황을 이루게 된다. 지금은 손님들이 물건의 값어치를 잘 알고 있는 시대이다.

정 가 보다도 싼 가격을 붙여서 파는 상품이 갑자기 늘어나고 있다.

수퍼마켓에 가면 모든 물건을 싸게 살 수 있다. 어떤 곳에서는 20 내지 30퍼센트나 가격을 낮추어서 팔고 있다.

이렇게 싼 가격으로 물건을 팔아도 돈을 벌고 있으니 참 이상한 일이다.

그러면 발명품(새로운 제품)은 도대체 어느 정도의 값으로 판매되는가를 생각해 보자.

외국의 예를 들면, 일본에서는 3배의 가격을 붙이는 것이 보통이고, 구미 여러 나라에서는 아이디어에 대한 권리가 강하게 5배에서 10배 정도의 값을 붙인 제품도 있다.

특허가 되어 있으면 다른 기업을 어떤 기간을 눌러서 독점할 수 있으므로 돈을 벌 수 있는 것이다.

팔리는 상품이 나돌면 다른 기업이 유사품을 만들어 내므로, 언제까지나 혼자서 차지하여 돈을 벌 수는 없다.

그래서 또 연구가 시작된다. 신제품을 내놓을 때까지는 연구에 상당한 돈을 투자한다.

판매했을 때에는 선전, 포장, 애프터 서비스, 운송, 특허 관리비 등에 상당히 많은 돈이 든다.

그러니까 가령 3배의 값을 매긴다고 해도 상당히 많이 팔리지 않으면 회사는 돈을 벌지 못하는 것이다.

개발 비용은 대체로 보아 다음과 같이 된다. 5억 원의 매출에 대한 연구비는 5천만 원은 든다. 더구나 3년 내에 매출 목표를 달성하지 못하면 아무리 우수한 상품이라도 실패한 결과가 된다.

지금의 발명은 이와 같이 아주 냉엄하다. 모조품은 큰 적이다.

우리 나라에도 외국이나 국내 상표를 도용한 모조품이 많은 것은 잘 알려져 있다.

영국은 피셔라고 하는 사람이 발명한 스피로 그래프는 도형자라고 하여, 톱니바퀴를 자로 하여 아름다운 무늬를 많이 그릴 수 있다.

이것이 세계적으로 가짜(모조품)가 크게 유행하여 아주 싼 값으로 팔리고 있다. 가짜라도 얼마든지 잘 그릴 수 있다. 발명가로서는 이것이 제일 무서운 적인 것이다. <♣>