

# 직무발명활성화는 제도보다 홍보전략이 필요하다



강  
중  
인

발명칼럼리스트

TQ창의력교육개발원장  
TQ가감승제변기법 창시자  
(중기청)중소기업연수원 전문위원  
(특허청)직무발명연구회 연구위원

**기업의 생리를 잘 알고 기업에 몸을 담고  
있는 전문가(교육자, 컨설턴트, 변리사 등)를  
통해 직무발명은 한국을 선진기업(일류기업)  
으로 다가가는 대안으로 부각시켜야 할 것이다**

국내 특허출원 중 직무발명에 대한 비중이 해마다 증가하고 있다. 이는 장기적으로 볼 때 매우 바람직한 현상이다. 직무발명은 세계적으로 증가하고 있는 경향이지만 정작 국내 대기업을 비롯하여 특히 중소기업에서는 직무발명제도에 대한 인식이 부족한 것이 현실이다.

기업체 강의를 하면서 특히 현장문제 개선이나 신상품개발, 신기술개발 등의 개발 부서를 강의할 때 언제나 느끼는 것은 직무발명에 대한 인식 부족이었다. 직무발명에 대한 이야기를 꺼내면 고개를 갸우뚱하면서 마치 남의 이야기를 듣는 표정을 자주 보게 된다. 직무발명은 미래의 기업을 이끌어 가는 원동력(경쟁력)임에 틀림없기에 필자는 강하게 주장한다.

개정 발명진흥법이 2006년 9월 4일부터 진행되어 직무발명에 대한 적극적인 동참을 유도하게 되었지만 보다 중요한 것은 법보다 종업원들의 활발한 직무발명활동을 자극시키고 촉진시키는 일이라고 할 것이다.

## 직무발명의 활성화는 인식의 변화에서 출발해야 한다

K 기업을 강의할 때 일이었다. 현장 문제를 개선하고 이러한 기술개발을 위해 무엇을 어떻게 할 것인가에 대하여 토론하고 문제해결 게임을 진행하면서 직무발명에 대한 이야기를 꺼내었을 때 교육생 모두가 당황해 하는 표정을 보면서 오히려 강의를 하는 내가 황당했다. 직무발명이라는 것이 무엇이고 왜 필요한가에 대한 질문이 오히려 교육생들의 입장이었다.

이런 현상은 그동안 기업이 종업원들의 직무발명에 대하여 소홀해 왔으며 봉급을 받는 종업원 입장에서는 발명이라는 관리자나 경영자의 인식차이가 종업원들이 직무발명에 대하여 소홀할 수밖에 없는 것이라고 생각한다.

종업원들이 직무발명을 했을 때, 이에 대한 보상기준이 기업마다 다르고 더구나 보상기준이 어느 기업은 보상이라고 말하기조차 어려운 정도로 가볍게 넘어가는 경우가 있다. 이러한 보상기준이나 직무발명에 대한 경영전략의 미비로 종업원들의 직무발명 참여는 일부 종업원들에 대한 시스템(제도)으로 인식되고 있음도 부정하기 어렵다.

직무발명의 인센티브는 직무발명활성화를 위해 반드시 실행되어야만 한다. 문제는 보상의 기준이 지나치게 형식적이거나 보상이라고 말할 수 없는 방법으로 진행되고 있다는 점에서, 기업이 보다 적극적으로 동참함으로써 종업원들도 적극적으로 동참하도록 유도해야 할 것이다.

이번 9월 4일을 계기로 직무발명제도의 활성화를 위해 대국민 설명회와 홍보 동영상 제작, 찾아가는 설명회 등 다양한 홍보 계획

을 통해 직무발명보상제도를 기업들이 적극적으로 동참하도록 유도할 계획이다. 정부가 실시하는 각종 행사들이 요식적인 행사이고 보고 위주의 행사로 진행된 점을 감안할 때 이번 계획은 기업이 동참하고 기업을 주인으로 진행되는 직무발명 활성화를 위한 행사가 되어야 할 것이다.

## 기업이 직무발명에 소홀하는 이유

직무발명은 기업의 경쟁력을 창출하는 유일한 방법이고 방향이기도 하지만, 종업원들의 소극적인 동참으로 직무발명이 활성화되지 못하고 있다. 왜 기업은 종업원들이 적극적으로 참여하지 못하게 원인을 제공하고 있을까?

보상기준에 대한 문제점도 있지만 그보다는 첫째로 직무발명에 대한 필요성을 종업원들에게 정확하게 인식시키지 못하는 점과 둘째로 직무발명이란 소수의 종업원들만이 할 수 있다는 참여도 인식부족에서 종업원들이 적극적으로 참여하지 못하는 이유다.

기업이 직무발명에 적극적이지 못한 이유 중에는 직무발명에 대한 정확한 인식 부족으로 직무발명제도를 양성화시키면 마치 기업이 보상으로 기업경영에 어려움을 가져올지도 모른다는 잘못된 생각도 있다. 이는 발명품이 기업의 경쟁력이라는 인식을 하면서도 종업원들의 발명 활동에 대한 지원을 소홀하고 있는 대표적인 원인이 되고 있다.

개발을 개발부서만이 담당하는 잘못된 인식은 기업주나 관리자 모두가 직무발명에 대한 편견으로 이어져 때로는 직무발명을 하는 사원을 업무를 제대로 하지 않고 다른 짓을 하는 사원으로 보는 잘못된 시각의 차이를 만들었다.

현장문제 개선을 위한 아이디어창출과정의 교육을 진행하면서 직원들은 좀더 효과적이고 생산적이며 능률적인 업무개선에 대한 생각은 하면서 그것을 직무발명으로 추진하라고 하면 마치 고시공부를 해야하는 것처럼 두려워하고 공연히 잘못하면 윗사람에게 주어질 업무를 하지 않고 딴 짓을 하는 사원으로 보여진다는 생각 때문에 문제 제안은 하되 직무발명은 할 수 없다는 생각을 하게 만들고 있다.

이제는 기업의 현실적인 문제점을 개선하는 홍보전을 적극적으로 펼쳐야 할 때다. 기업은 발명만이 기업의 경쟁력을 창출시킨다는 것을 다른 기업에게 살아남는 비결로, 직무발명제도를 소개하고 자연스럽게 직무발명제도에 동참할 수 있도록 제도적인 장치를 보완해야 할 때다.

기업을 직무발명제도에 동참시키는 다양한 이벤트를 진행하려면 이벤트를 진행하는 진행자들을 법적인 접근 방법을 시행하는 공무원이나 일반 교수에서 탈피하여 기업이 필요로 하는 기업교육담당자나 경영 전문가(컨설턴트, 변리사)를 동참시켜야 할 것이다. 이는 이론가보다도 현실을 잘 아는 기업전문가가 직무발명의 필요성을 보다 적극적으로 인식시킬 수 있기 때문이다.

### 직무발명제도를 정착시키려면 기업이 요구하는 것을 제공해야 한다

기업이 요구하는 것은 법적 제도보다는 직무발명을 통해서 기업의 경쟁력을 창출하는 방법을 제공하는 현실적인 접근이다. 기업과 정부와 대학의 차이점은 대학이나 정부는 요식적이고 이론적인 형식적 여건이나 원론적인 방법으로 접근하기 때문에 현실적 접근

이 기업보다 뒤떨어져 경쟁력이 없다는 것이다.

필자가 공무원 혁신교육을 하면서 항상 느끼는 것은 부서에 따라서 혁신을 진행하면서 요식적이거나 보고적인 방법으로 추진하는 부서들은 혁신을 하지 못한다는 것이었다. 공무원의 힘은 상상을 초월할 정도로 엄청난 파괴력도 있으며 생산력(경쟁력)도 함께 가지고 있다.

기업은 법적인 요식보다 현실적으로 이익을 얼마나 창출할 수 있으며 장기적인 투자를 할때는 확실한 근거가 있어야만 투자를 한다는 점이고, 필요에 따라서는 언제든지 진행하던 모든 것을 백지로 돌리고 새로 접근한다는 점이다. 때문에 대학교수나 공무원들이 요구하는 법적이고 이론적인 접근을 회피하고 있으며 다만 요식적인 문제나 특별한 연구사업일 때만 대학교수나 공무원의 참여를 희망하는 것이다.

직무발명은 이러하듯이 요식적인 것이 아니라 현실적인 기업의 문제를 해결시키는 비결이고 장기적인 비전을 제시하는 가장 중요한 제도이고 반드시 모든 기업이 시행해야만 하는 제도이다. 이 점을 기업에 인식시키는 접근방법이 직무발명제도를 정착시키는 방법일 것이다.

### 직무발명 강좌를 신청하지 않는 기업과 종업원

직무발명이란 기업의 경쟁력을 창출시키고 기업의 미래를 이끌어 가는 유일한 대안이다. 그러나 직무발명이라는 강좌를 개설할 때마다 신청자가 없거나 정족수의 미달로 폐강하고 있다. 아직은 직무발명에 대한 정확한 홍보가 부족한 이유이다.

기업 경쟁력 창출강의를 개설할 때 현장문

제에 대한 문제개선, 업무능력 향상을 위한 혁신 등의 다양한 과목을 개설하면서 정작 직무발명이라는 제목으로 강의를 개설하면 강의에 신청하는 기업이나 종업원들이 정족수에 미달하여 폐강하면서도 지속적으로 강좌를 개설하는 이유는 직무발명의 중요성을 잘 알고 있기 때문에 몸부림치는 것이다.

필자가 대학에서 디자인과 경영학을 강의하면서 새로운 과목을 개설하면 학생들이 다른 강의보다 신청이 많았던 기억이 있다. 이는 학생들이 좋아하고 학생들이 요구하는 현실적인 강의였기 때문이다.

직무발명이라는 포장보다, 때로는 기업이 요구하는 새로운 포장으로 기업의 직무발명 제도를 정착시키는 방법도 직무발명을 어렵고 복잡하게 생각한 기업이나 종업원들에게 접근하는 하나의 방법이 될 수 있을 것이다. 마치 아이들을 주사 맞힐 때 사탕을 주면서 아이를 달래 듯, 직무발명은 기업이 앓고 있는 경쟁력 약화라는 병을 치료하는 유일한 방법이라고 볼 때 기업과 종업원을 달래고 이해시키는 방안의 하나일 것이다.

### 미래는 직무발명만이 기업의 경쟁력을 창출하는 비결이다

직무발명은 기업의 업무와 직결되는 발명이다. 일반적으로 발명은 특허권을 확보한 이후에 상품으로 개발되어 출시되기까지 준비해야 하는 과정이 많고 투자되는 경비가 많다. 즉, 기업이 추구하는 투자대비표에서 직무발명은 낮은 그림으로 나타나고 있다.

직무발명은 현장에서 진행되는 직무를 통하여 작업과정이나 현장에 발생하는 문제점 개선에 대한 아이디어이기 때문에 준비하는 과정이나 투자해야 하는 비용이 적어 특허권

확보와 동시에 때로는 특허권 확보 이전에 발명품(상품)으로 만들어질 수 있는 경쟁력을 가지고 있어 투자대비표에서 높은 그래프로 그려져야 하는 것이 옳다.

오늘날 3M사의 포스트잇을 비롯한 다양한 제품이나 소니사의 워크맨 등은 현장에서 작업을 경험했던 정보를 바탕으로 창출된 신상품 아이디어다. 그럼에도 이러한 상품들이 상품으로 개발되기까지 여러 가지의 문제점에 봉착하여 잘못하면 상품으로 출시되지 못할 수도 있었던 사건들이 있었다.

이와 같이 직무발명은 아이디어창출과정에서부터 상품으로 출시되기까지 필요하다고 무조건 완성되는 것이 아니다. 고로 직무발명을 인정하지 않거나 직무발명에 대한 필요성을 인식하지 못하는 기업이나 종업원들은 직무발명을 남의 나라 일처럼 생각하게 되는 것이다.

필요하다는 것을 알지만 실행하지 못하는 기업의 문제점을 해결시켜주는 것은 정부의 역할이라고 본다. 이는 기업을 적극적으로 동참시키는 다양한 이벤트성 행사를 비롯하여 직무발명에 대한 홍보전략을 구체적으로 수립하여 단계별로 시행할 때 실효성을 볼 수 있다.

아프리카는 많은 국민이 굶주림과 병으로 시달리고 있다. 이를 위해 세계 각 국은 엄청난 지원금과 물자를 보내고 있지만 그들의 생활은 좀처럼 변화되지 못하고 있다. 이는 굶주린 사람들에게 먹거리만을 제공하면서 배급제도를 통한 형식적이고 요식적인 행정을 펼치고 있기 때문이다.

그들을 진정 위한다면 당장은 어려워도 무조건 배급제를 실시하는 제도적 장치보다 일하지 않으면 안 되는 현실적인 방안을 실시

함으로 장기적인 먹거리문제 해결책을 실시해야만 한다. 이러한 것을 진행하려면 굶주리고 있는 그들을 통해 진행해야 굶주림에서 어떻게 벗어날 것인가의 방법을 스스로 선택하게 만들어야 한다.

직무발명은 부실기업의 병폐를 치료하고 종업원들의 현실적인 고민과 문제점을 해결시키는 유일한 방법이다. 그러나, 제도적 홍보보다는 실행적인 이벤트 행사가 효과를 높이는 방안이다. 이제 새롭게 진행되는 다양한 직무발명 홍보전략은 요식적이고 보고적인 방법에서 탈피하여 기업과 종업원의 현실적 문제점을 가장 잘 아는 전문가들을 통

해 현실적 문제점을 개선하면서 직무발명으로 혁신하는 기업이라는 홍보전략을 수립할 때다.

기업의 생리를 잘 알고 기업에 몸을 담고 있는 전문가(교육자, 컨설턴트, 변리사 등)를 통해 직무발명은 한국을 선진기업(일류기업)으로 다가가는 대안으로 부각시켜야 할 것이다.

발·특2006, 10

세상에 이런일이

발명  
365

## 벽지만큼 얇은 스피커

스피커의 경쟁력은 얼마나 얇고, 성능이 좋은가에 달려 있다. 현재 나와있는 스피커는 매우 얇아서 그림이나 사진을 걸어 놓듯이 벽에 걸어도 될 만큼 발전되었다. 그런데 미국의 한 회사는 두께가 벽지와 비슷한 스피커를 개발했다고 한다.

미국 캘리포니아 주 뉴부리 파크의 MZX사가 개발한 스피커이다. 이 회사의 창설자인 클라우스 짐머만은 기존 스피커의 개념을 깬 이 상품은 얇은 두께에 반 비례하여 성능은 일반 스피커의 두배 이상이라고 밝히고 있다. 제조법은 의외로 간단하다. 이처럼 스피커의 두께가 얇아지게 되면 스피커를 사용하는 모든 전자제품 또한 비약적인 발전을 할 수 있게 될 것이다. 자동차의 유리창, 전등의 갓 등으로 만들어진 스피커나, 공간활용에 좋은 오디오 세트도 등장하게 될 것 같다. 벽에 걸어두면 스피커인지도 모른다니……(王)