

기술혁신과 특허경영



박 성 호
 (주)EMW 상무 / CPO(Chief Patent Officer)

산 업사회에서 지식기반 사회로의 체질적 변화가 가속화됨에 따라, 현재는 기술경쟁의 시대에서 더 나아가 기술 혁신의 시대라고 해도 과언이 아닐 것이다. 대부분의 산업에서 기술혁신이 기업들의 장기적 생존 여부를 결정하고 있으며, 이는 소니, 노키아, 모토로라의 무너진 신화에서 체감할 수 있다. 피쳐폰에서 스마트폰으로 패러다임이 전환될 때, 이러한 기술혁신의 트렌드에 대응하지 못한 기업은 비록 피쳐폰에서의 기술경쟁에서 승리했다고 하더라도 역사의 뒤안길로 사라질 운명을 피하지 못하였다.

기술혁신이라는 용어는 쉘페터¹⁾에 의하여 처음 소개됐다. 쉘페터는 '기업가 정신'과 '혁신'이라는 개념을 처음으로 경영학에 도입한 혁신의 아버지로서 이미 1942년 기업가 정신에 바탕을 둔 '창조적 파괴(Creative Destruction)'가 경제 발전의 원동력을 주창한 바 있다. 기술혁신을 주도하여 새로운 시장을 개척한 기업은 선점 이윤을 누리게 되나, 경쟁 기업의 모방 및 기술 추격으로 일정기간 후에는 기술경쟁이 시작된다. 지식기반 사회에서는 기술혁신을 주도하여 일정기간 선점 이윤을 누리다 하더라도, 기술의 평준화 현상으로 독점이윤의 기간은 짧아지고 있다. 따라서, 기술혁신과 더불어 이러한 선점기간을 연장 및 확보할 수 있는 특허 확보가 반드시 병행되어야 하며, 이는 특허경영을 통하여 가능하다.

특허경영이란 마케팅, 재무 등과 같이 특허를 독립된 경영 자원의 하나로서 경영에 참여시키고, 다른 경영자원과 연계하여 경영 시너지를 발생시키고 기업의 경쟁력을 높여 기업 가치를 증대시키는 경영을 말한다. 특허경영은 특허를 R&D의 종속적인 부산물로 보는 인식을 탈피하여, R&D의 방향성을 제시하고 더 나아가 사업전략과 연계되어 R&D를 이끌어가는 적극적인 역할을 수행할 수 있는 시스템과 조직문화가 구축되어 있을 때 가능하다.

기업에서 특허 업무의 발전단계는 도입단계, 사업보조단계, 특허경영단계로 구분할 수 있다.

도입 단계에서는 기업 내 특허 담당자를 배정하고, 특허출원 프로세스에 의하여 지속적인 특허출원이 이루어지는 단계이다. 사업보조 단계에서는 특허출원의 양적인 확대가 있으나, 출원 건수 등 정량적인 부분에 집중하며, 특허부서는 여전히 관리부서의 일환으로 기업 내에서 사업을 보조하는 역할을 수행한다. 대부분의 기업이 기술과 관련된 특허의 양적인 확보만을 수행하는 사업보조 단계에 머물고 있으며, 특허의 질적인 전환이 필요한 특허경영 단계로 발전하지 못하는 실정이다.

1) 조지프 쉘페터 (Joseph Alois Schumpeter) : 오스트리아 출신의 미국 이론경제학자. 경기순환에 관한 이론과 역사 통계의 종합적 성과인 《경기순환론》을 저술하였으며 케인스와 더불어 20세기 전반의 대표적 경제학자로 평가된다.

특허경영 단계는 다시 3단계로 구분될 수 있는데, 특허경영 1단계는 시장에서의 매출을 보호 및 방어하기 위하여 직접적인 경쟁사만을 대상으로 자사제품을 보호하는 사업방어 단계이다. 2단계는 자사 제품의 시장만을 보호하는 것이 아니라 직간접적인 경쟁사의 제품에 대하여도 전략적인 특허확보를 하는 단계이다. 또한 경쟁사에서 해당 기업의 특허 경쟁력을 인식하고 사업 제휴를 맺는 등 특허를 활용하여 제품의 신규시장을 개척할 뿐만 아니라, 기업의 새로운 성장 동력으로써 신사업을 발굴 및 선점하는 사업확장 단계이다. 마지막 3단계는 특허자체를 독립된 상품으로 수익을 창출하는 단계이며, 기업 내에서 특허부서는 더 이상 Cost center가 아니라 수익을 창출하는 Profit center이다. 특허에 대한 라이선싱 또는 매각을 통하여 수익을 창출할 뿐 아니라, 특허 연계 M&A 등을 통하여 다양한 수익을 창출할 수 있다.



특허경영이란 기업의 경영 전략과 특허전략이 연계되어 이루어지는 것이며, 특허를 기업 내 비즈니스의 한 부분으로 인식하고, 특허부서도 기업에 실질적인 기여를 할 수 있는 상호관계가 조성되어 있을 때 빛을 발할 수 있다.

국내 대기업은 글로벌 특허 소송을 통하여 특허의 중요성을 인식하고 많은 변화가 이루어지고 있다. 특허권을 R&D결과물이 아닌 R&D를 이끌어가는 적극적인 역할을 수행하고 있는 반면, 아직 중견기업 및 중소기업에서 특허경영에 대한 인식을 제고한다는 것은 쉽지 않은 것이 현실이다. 특허에 대한 투자가 기업의 가치를 증대할 수 있다는 부분을 체감하는 기업인이 많지 않은 것도 사실이다. 성과에 대한 확신이 없는 상태에서 특허에 대한 투자가 어렵고, 투자가 없는 상태에서 성과를 기대하기는 어려운 요인 등이 실타래처럼 얽혀있다.

국내 특허경영의 실태를 특허인력을 중심으로 살펴보자. 2013년 지식재산활동 실태조사에 따르면 국내 기업의 지식재산 담당조직 보유비율은 59.0%이다. 50%를 상회하는 통계이나 좀더 살펴보면 국내 기업의 특허 경쟁력의 현실이 녹록하지는 않다. 담당조직 대부분인 52.6%가 전담부서가 아니라 겸임부서이고, 지식재산을 전담하는 독립 전담부서 보유 비율은 2.8%에 불과하다. 특히 지식재산을 전담하는 평균 지식재산 전담인력은 기업 0.4명에 불과하다.

특허는 대표적인 지식재산으로 어떠한 부서보다도 사람에 의하여 승패가 결정되는 영역이다. 또한 인력에 대한 투자는 다른 투자에 비하여 상대적인 비용 리스크가 높지 않으니, 특허 전담인력에 대한 투자가 특허경영을 도입할 수 있는 수단이 될 수 있다.

이러한 전담인력을 통하여 연구개발 기획단계에서 특허를 활용하고, 각 기업문화에 맞게 고도화시킨다면, 기존의 대기업 위주의 특허경영을 중견기업에서도 운영할 수 있을 것이다. 특허경영을 도입한 기업은 특허 포트폴리오가 기업의 매출 증대와 직접적으로 연계될 뿐만 아니라, 다양한 방법으로 기업가치에 기여하는 것을 체감하는 특허경영의 혜택을 누릴 수 있을 것이라 확신한다.²⁾ **BN**

2) 특허출원의 양적인 증대가 아니라, 제품과 시장을 철저히 분석하여 특허를 개발 및 확보하는 특허출원의 질적 변화가 필요하며, 이를 위해서는 사업부, 연구소 등과의 평행적인 커뮤니케이션이 전제가 되어야 한다. 현실적으로는 특허 담당 총괄이 임원(CPO, Chief Patent Officer)으로서 임원회의의 참여를 함으로써, 특허경영이 기업내 경영전략의 일환으로 뿌리내릴 수 있을 것이다.