



# 아이디어창출 및 발명의 발상기법

장 신 목  
〈새생각회 회장〉

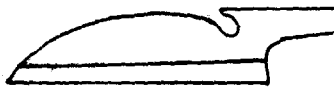
## 과대평가는 제 발목 잡기

발명가가 빠지기 쉬운 최대 결점은 ‘지금까지의 결점을 지나치게 상정하고, 그 결점을 개량한 자기의 발명효과를 지나치게 평가하여 그 개량에서 생기는 결점을 과소평가한다’는 것이다.

일정한 것을 더하면 상품값을 높인다. 편리해져도 비싸지면 팔리지 않는다. 조그만 편리쯤으로 돈을 더 쓰지 않는다.

칼 등에 병따개를 더한, 따개 칼<그림1>을 실제로 써보면 위험하다. 쓸 일이 많지도 않다. 이 정도로 칼의 값이 비싸져서는 안되겠다.

성공발명을 하려면, 효과를 과소평가하고, 결점을 과대평가하라. 치명적인 결점을 들면 (1) 품이 들어 대량생산이 어렵다. (2) 생산비가 높아진다. (3) 사용빈도가 적다. (4) 위험이 따른다. 이 조건에 걸리면 좋아보이는 발명도 낙제발명이 된다. <그림1>



<그림 1>

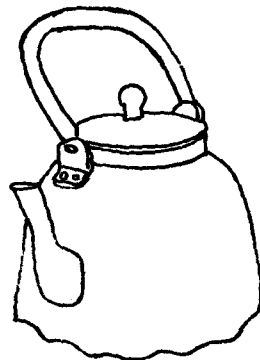
## 반성하는 마음을 갖자

아이디어를 낼 때 쉽게 자기를 비판하거나

아이디어에 비판적이 되지 말라. 그러나 아이디어를 팔려면 반성과 자기비판이 필요해진다.

몇 번 사달라고 편지를 썼지만 답장이 안오고 답장이 와도 거절되면 이때 ‘기업하는 녀석들이 뭘 알아’ ‘답장을 주는 것이 도리잖아’ 하고 나무라는 짓은 바보. 바보 사람이며, 별볼일 없는 아이디어에 냉담한 것은 당연하다. 팔려면 상대를 많이 늘려라. 왜 안 팔리는가? 또 개량할 곳은 없는가?를 생각하라. 그래야만 성공발명가로 올라 설 수 있다.

연료를 절약한다고 바닥을 물결처럼 한 파상주전자<그림2>는 연료절약은 좀 되지만 바닥 안팎 청소가 어렵고 튀어나온 곳이 풀어지기 쉬운 걸 어찌.<그림2>



<그림 2>

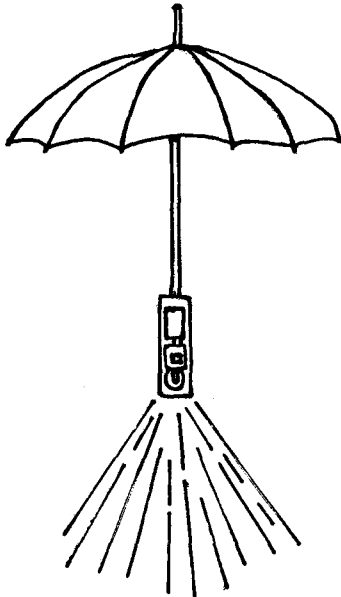
## 사용빈도가 적은 낙제 발명

초심발명가는 자기의 발명에 자신만만하다. '이것이 나의 발명이다. 백화점이나 소매점에 도 없다. 그러니 새로워서 권리를 받을 수 있겠지' 그러나 그것은 이미 상품화되어 상점에 진열됐다가 팔리잖아 모습을 감춘지 오랜 것이 많다.

또 상품가치가 없다고 빛도 못 보고만 것들도 많다.

얼마전 백화점에 꼬마전구 우산<그림3>이 나왔으나, 비오는 날 밤이나 울퉁불퉁한 길에 편리하고 밤에 열쇠구멍을 찾는데 도움은 되나 너무 안팔려 어느새 모습을 감추고 말았다.

(1) 한 해에 비오는 날이 며칠인가? (2) 비오는 날 밤 우산 쓴 일 몇번인가? (3) 밤에 가로등 없는 어두운 길을 걷는 것은 얼마인가? (4) 그 중 울퉁불퉁 길은 얼마인가? 생활 필수품이 되어 한다.<그림3>



<그림 3>

## 손수 시작 · 실험하다.

낙제발명의 가장 큰 원인은 손수 실험못할 것을 발명감으로 골랐기 때문이다. 시작 · 실험

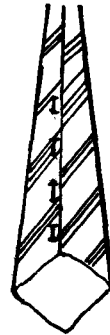
힘 앓고 성공한 발명품은 없다. 발명과 실험은 과학의 실험보다 훨씬 중요하다. 주부발명이 잘 상품화되는 까닭은 발명감을 신변에서 손수 만들 수 있는 것을 골랐기 때문이다.

발명감은 자기가 실험할 수 있는 것 중에서 고르는 것이 성공의 비결이다.

흔한 발명의 하나가 넥타이 발명이다.

신사복의 필수품인 넥타이. 넥타이의 필수품은 넥타이핀, 그런데 넥타이핀 없이 넥타이의 뒤에 여러 개의 단추 구멍을 낸 넥타이<그림4>는 여사무원의 시작품에서 태어난 발명품이다.

와이셔츠 단추에 끼우면 윗몸을 구부려도 걱정없다. 보급은 안됐지만 시작의 중요성을 보여 주었다. 만들기가 어떨가.<그림4>

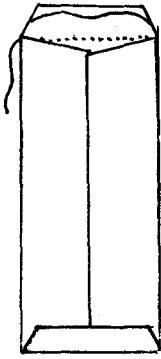


<그림 4>

## 날마다 생각하는 시간을!

이 말에 자신있게 예라고 대답하는 사람은 일년안에 발명가로 성공할 것이다. 그러나 친구인 발명가가 상품화에 성공하거나, 훌륭한 발명기사를 보면 열이 나서 며칠동안 생각하지만, 한·두달을 못하는 사람이 많다. 그리고 얼마있다가 갑자기 생각난 것처럼 궁리하느라 노력한다. 아무리 수재라도 이런 되풀이로는 성공하지 못한다. 그러면서도 보통사람들은 잊기 쉽다. 세계 제일의 진주왕 O씨는 아랫사람과 함께 생각한 것이 삼만 건. 그 중 특허가 이천 건. 상품화해서 번 아이디어는 그 중 13~14건. 나머지 구천 구백 건은 미안. 그러나 이 미안이 토대가 되 진주왕이 됐다. 나쁜

안도 못내는 사람이 어찌 좋은 안을 낼 수 있겠는가. 개봉쉬운 실끈 봉투<그림5>외에 봉투 알아보자.<그림5>



<그림 5>

### 판매에 시간과 노력을 다 하라

초심발명가가 명심해야 할 것은 ‘머리와 손을 써도 돈은 쓰지 말아라’이다.

‘이 발명이면 몇 천만원 벌테니까 몇 십만원 쯤 써도 괜찮다’고 생각하기 쉽다. 발명에 빠져 들면, 가족의 걱정을 아랑곳하지 않고 씹씹이가 헤퍼지기 쉽다. 이것은 큰 잘못으로 결과는 발명거지가 되고 만다.

과거의 통계로 보면 특허청에 출원한 발명을 보면 벌리는 발명은 천 건에 세 건 쯤, 나머지는 낙제발명으로 상품화될 가능성이 적다.

노래는 누구나 부른다. 그러나 프로가 되는 사람은 적다. 이처럼 발명도 누구나 할 수 있다. 그러나 성공발명은 어렵다. 프로가 되는 것은 매우 어렵다.

출원해서 특허권을 따야 비로소 발명이지만 상품화는 그 몇 십 배나 어렵다. 게다가 발명

가는 보통 권리판매가 서툴다. 또 팔려는 노력을 꺼리는 사람이 많다.

‘발명에 들인 노력과 시간의 몇 십배를 판매에 써야 하는 데도 실제로는 겨우 조금밖에 험쓰지 않는다. 이래서는 상품화의 확률이 나뭇 수 밖에 없다. 다음에는 시작으로 전문가에게 맡기면 몇 십만원이 들므로 자기가 손수 만들어야 한다. 자기가 시작 못하는 것은 발명이 되기 어렵다. 요즘은 가공하기 쉬운 플라스틱과 강력한 접착제가 있어 조금만 궁리하면 웬만한 시작품은 내손으로 만들 수 있다. 성공한 발명가는 잠동사니상자를 가지고 있다. 쓸모없이 된 가정용품이나 완구를 상자안에 넣어 두고, 시작할 때 그것을 부수어 필요한 부품을 이용한다. 이렇게 하면 낭비를 막을 수 있다. 만일 아이디어에 확고한 자신이 있으면 개인의 힘에 부치는 것이라면 같은 업종의 메이커에 많이 편지를 보내서 그 발명을 팔고 스폰서를 찾아야 한다.

만일 한 회사라도 거들어 준다면 그 회사가 시작에서 상품화까지 해 줄 가능성이 높다.

넓은 세상에서 단 한 회사면 된다.

‘그 발명이 좋다’는 스폰서를 찾아내는 것은 초심발명가가 가질 자세다.

거듭 명심할 일은 ‘초심발명가는 결코 돈을 낭비해선 안된다’ 이것은 명심해서 잊어선 안 될 철칙이다.

발명거리를 팔 편지는 주소, 서명을 적은 반신용 우표를 붙인 봉투를 동봉한다. 마음에 들면 바로 답장을 줄 것이다. 봉투에는 간결한 요약서와 보기쉬운 설명도<도면>는 사시도가 좋다. 발명의 핵심을 쉽게 알 수 있어야 효과적이다. 평소에 도면 그리는 공부를 하여 손수 출원하는 것도 잊지말자. <♣>

## 한국인은 이제 세계인과 경쟁합니다