

‘벤처나라’에 광주·전남 기업 안보인다

〈조달청 창업·벤처기업 소평몰〉

947개 등록 업체중 44곳 4.6% 광주·전남도 무관심·홍보부족 지자체 추천 상품 수 최하위권

조달청 운영 소평몰인 ‘벤처나라’에 광주·전남지역 창업·벤처기업들의 참여가 극히 저조한 것으로 나타났다. 우수 상품 추천 자격을 지닌 광주시와 전남도의 무관심과 홍보 부족 때문이라는 지적이다. ‘벤처나라’는 실적 없거나 미미한 창업·벤처기업들의 우수 상품이 공공조달시장(나라장터)에 진출할 수 있도록 테스트베드 역할을 하는 창업·벤처기업 전용 소평몰이다. 9일 광주지방조달청에 따르면 최근 3년간(2017~2019년) ‘벤처나라’에는 총 947개 업체가 등록, 우수 상품을 입점했다. 이 중 광주·전남지역 등록업체 수는 44곳으로 전체의 4.6% 수준이다. 연도별 신규 등록업체는 2017년 247개 업체에서 2018년 330곳, 2019년 370곳이

등록, 2년 사이에 49.7% 증가했다. 하지만 광주·전남 등록업체 수는 2017년 18개→2018년 11개→2019년 10월 15개로 시행 첫해부터 오히려 신규 등록이 줄었다. 광주·전남 업체가 지난 3년간 공공기관에 납품한 실적은 총 44억7800만원으로, 전체 실적(426억원)의 10.4%를 차지했다. 전체 공급 실적은 2017년 54억4600만원에서 올해 244억1900만원으로 4.4배 뛰었지만, 광주·전남지역 실적은 3년간 2.7배 증가하는데 그쳐 전국 평균 증가율을 따라가지 못했다. 지난 2016년 10월 구축된 나라장터 내 창업·벤처기업 전용 소평몰인 ‘벤처나라’는 창업 7년 이하 업체가 등록을 신청하면 조달청의 기술력·품질 평가를 거쳐 벤처나라에 상품을 입점, 공공기관에 납품할 수 있게 된다. 선정되면 3년간 자격이 유지된다. 벤처나라 고객은 공공기관으로, 공공조달 시장 진입에 어려움을 겪었던 창업·벤처 기업들에게 좋은 기회로 작용하고 있다. 광주·전남 등록업체가 적다보니 벤처나

■ 지자체별 벤처나라 추천 상품 수

	경남	328	대전	47
	경기	207	전북	21
	대구	153	전남	6
	부산	149	강원	2
	충북	87	광주	2
	울산	70	인천	2
	서울	67	경북	1

(자료: 벤처나라 홈페이지)

라에서 구매할 수 있는 우수 상품 수도 초라했다. 이날 ‘벤처나라’에 접속한 결과, 전체 등록 상품 5845개 가운데 광주·전남 상품은 186개(광주 83개·전남 103개)로 3.1% 수준이었다. 등록 상품은 17개 시도별 가운데 경기도가 2110개로 가장 많았고, 경남(667개), 서울(583개), 대전(533개), 부산(387개), 인천(283개) 등이 뒤를 이었다. 전남과 광주는 나란히 12위와 13위를 차

지했다. 특히 지역 상품의 공신력을 높여줄 지자체 추천 상품 수는 광주·전남이 최하위권이었다. 광역지자체와 중소벤처기업부, 기술보증기금 등 27개 기관이 추천한 우수 상품은 모두 3160개였다. 이 중 광주시는 ㈜은돌라이프의 상품 2개를, 전남도는 ㈜찬솔의 화장품 6개를 추천하는데 그쳤다. 경남도 328개, 경기도 207개, 대구시 153개, 부산시 149개를 추천한 것과 대조된다. 조달청 관계자는 “광주·전남 기업의 벤처나라 참여가 저조한 편”이라며 “벤처나라에 등록하면 관내 지자체 등 공공기관의 물품을 수주할 때 혜택을 받을 수 있다. 지역 기업과 지자체의 많은 참여를 바란다”고 말했다. 조달청은 내년에 벤처나라 수익계약 구매도를 현행 2000만원에서 5000만원으로 대폭 확대하는 등 벤처나라 역할을 넓힐 계획이다. /박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

소재·부품 강소기업 100곳 키운다

극일 강소기업 100 프로젝트 18일 광주 광기술원서 설명회

정부가 일본 수출 규제에 대응하고 소재·부품·장비 경쟁력을 강화하기 위해 강소기업 100곳을 선정, 지원한다. 중소기업부는 빠른 기술혁신과 사업화 성과를 내도록 30개 사업을 통해 최대 182억원을 지원하는 한편, 5년간 기술개발·양산·공정혁신 등 전 주기에 걸쳐 필요한 지원을 패키지로 제공할 방침이다. 선정은 다음 달 1일까지 기술보증기금 홈페이지 내 사이버 영업점(cyber.kibo.or.kr)에서 하면 된다. 최종 선정은 12월 이뤄진다. 호남권역 연구개발 역량과 기술혁신전력을 보유한 중소기업이다. 연구개발 역량은 연구전담요원 2명 이상, 총 매출액 대비 연구개발 지출 비중

2% 이상, 벤처펀드 등의 투자자로부터 5000만원 이상 투자 가운데 한 가지 이상 조건을 충족해야 한다. 선정 중소기업은 5년간 추진할 목표기술 개발·사업화 계획을 담은 ‘기술혁신 성장전략서’를 내야 한다. 중소기업부는 빠른 기술혁신과 사업화 성과를 내도록 30개 사업을 통해 최대 182억원을 지원하는 한편, 5년간 기술개발·양산·공정혁신 등 전 주기에 걸쳐 필요한 지원을 패키지로 제공할 방침이다. 선정은 다음 달 1일까지 기술보증기금 홈페이지 내 사이버 영업점(cyber.kibo.or.kr)에서 하면 된다. 최종 선정은 12월 이뤄진다. 호남권역 사업설명회는 오는 18일 오후 3시 광주 시 북구 첨단산단 내 한국광기술원 대강당에서 열린다. /박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

삼성전자 ‘비스포크’ 냉장고 디자인 온라인 공개 투표

대상작 내년 밀라노박람회 전시

삼성전자 광주사업장에서 생산하게 될 ‘비스포크(BESPOKE)’ 냉장고 디자인을 고객들이 온라인으로 공개 투표해 선정한다. 삼성전자는 라이프스타일 맞춤형 냉장고 ‘비스포크(BESPOKE)’의 디자인 공모전의 온라인 공개투표를 오는 23일 까지 진행한다. 특히 대상에 선정된 작품은 내년 4월 밀라노 가구 박람회에 전시되고, 실제 제품에 적용하는 방안도 검토될 예정이다. /박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

위원들이 기획성, 예술성, 창의성, 상품성 등을 기준으로 총 70점의 후보작을 선정했다. 삼성전자 인터넷 홈페이지와 공식 인스타그램에서 진행되는 온라인 투표 이후 25일 ‘파이널리스트’(입상권 후보) 10점이 공개되고, 이들 가운데 프레젠테이션 심사를 통과하는 3점이 최종 수상 명단에 오르게 된다. /박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

“해외소비자 한국 오면 K뷰티·K팝 사고 싶다”

무역협회, K몰 이용자 설문 제품 품질 좋지만 AS ‘글쎄’

해외 온라인 소비자들이 한국에서 가장 구매하고 싶은 품목으로 화장품·향수 등 ‘K뷰티’를 꼽았다. 9일 한국무역협회에 따르면 지난 상반기 무역협회 해외직판 플랫폼 케이몰24(Kmall24)를 이용한 미국·중국·유럽 등 해외소비자 460명을 대상으로 조사한 결과, 응답자들은 한국을 방문할 경우가 장 구매하고 싶은 품목으로 K뷰티(26%)를 꼽았다. ‘앨범·DVD 등 K팝 관련제품’(24%)과 ‘식음료’(16%)가 뒤를 이었다. 조사 대상자의 대부분은 20·30대 젊은 여성들로 한류의 영향이 큰 것으로 분석됐다. 이들은 주로 한류와 관련된 드라마

·뮤직비디오 등 문화콘텐츠(62%)를 통해 처음으로 한국 제품을 접하는 것으로 나타났다. 한국 상품과 비교했을 때 한국 제품의 강점으로 ‘품질’(32%)과 ‘명성’(23%)을 가장 많이 꼽았다. 반면 ‘가격 경쟁력’을 꼽은 응답자는 8%에 불과했다. 5점 만점의 항목별 평가에서도 ‘디자인’과 ‘품질’이 각각 4.41점과 4.35점으로 높은 점수를 받았다. 해외구매 특성상 ‘사후관리’와 ‘배송’은 3.9점과 3.83점으로 다소 낮은 평가를 받았다. 제품 정보를 검색할 때는 ‘사회관계망 서비스(SNS) 게시물’(56%), ‘유튜브 등 영상’(21%), ‘온라인 쇼핑몰의 평점 및 후기’(9%) 등을 활용하는 소비자가 86%에 달해 판매자 정보보다 실제 사용자의 후기와 정보를 더 신뢰하는 것으로 드러났다. /박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

기아차 ‘비트 라이브 위드 셀토스’ 고객 초청 토크 & 뮤직 콘서트



지난 8일 기아차 브랜드 복합문화공간 ‘비트360’에서 열린 ‘윤판판과 함께하는 비트 라이브 위드 셀토스’에서 초청 고객들이 즐거워하고 있다. (기아차 제공)

광주에서 생산하는 기아차 소형SUV ‘셀토스’의 돌풍에 감탄하는 음악 행사가 열렸다. 기아자동차는 지난 8일 브랜드 복합문화공간 ‘비트360(BEAT 360)’에서

고객 초청 음악 행사인 ‘비트 라이브 위드 셀토스’를 개최했다고 9일 밝혔다. 기아차는 커플 75쌍(150명)을 초청해 2030여성들에게 인기가 높은 싱어송라이

터 윤판판과 함께하는 토크 & 뮤직 콘서트와 경품 추첨 등을 했다. 지난 7월 출시한 셀토스는 3개월만에 누적 계약 2만6000대, 누적 판매 1만

6000대를 돌파하며, 두 달 연속 국내 소형 SUV시장 베스트셀링 모델에 꼽히는 등 꾸준한 인기를 이어가고 있다. /박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

전남 수산물 위판장 10곳 중 6곳 저온·위생시설 없어

4곳은 갈매기·생쥐에 무방비

전남지역 수산물 위판장 10곳 가운데 6곳은 저온·위생시설이 없고, 4곳은 차단시설이 없어 갈매기·생쥐에 무방비 상태인 것으로 드러났다.

9일 국회 농림축산식품해양수산위원회 더불어민주당 박원주 의원(총남 전남을)이 수협중앙회로부터 제출받은 자료에 따르면 전국 222개 위판장 가운데 65%에 달하는 144곳이 냉동이나 저빙, 오페수 등 위생시설을 갖추지 않았다.

전남지역 55개 위판장 중 저온·위생시설이 없는 곳은 35곳으로 63.6%에 달했다. 또 갈매기나 생쥐의 접근을 막기 위한 그물망 등 방조·방서시설을 갖추지 못한 곳도 23곳(41.8%)이나 됐다. 위판장은 국내에서 생산된 수산물이 유

통되는 첫 관문으로, 어선자나 크레인 등을 이용한 어획물 양륙, 선별과 이상자 입상, 포장 작업, 경매를 위한 진열 작업 등을 한 뒤 경매를 거쳐 수산물이 출하되는 곳이다. 국내 연근해에서 어획된 수산물의 약 80%가 산지 위판장에서 출하되는 만큼 위판장은 신선도와 위생을 철저히 관리해야 한다. /박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

이농향

광주일보 문화예술매거진

2019년 10월호

9월 30일 발행
구독신청 : 062-220-0550
팩 스 : 062-222-0195

특집 ‘한 달 살기’로 여행 생활자를 꿈꾼다

- 양에서 질로 옮겨가는 여행트렌드
- ‘남도에서 한 달 여행하기’

Traveler

기획·2019 광주디자인비엔날레 화보

디자인 매력에 ‘속’ 빠지는 즐거운 놀이터

아시아문화 원류를 찾아서-네팔③ 일상과 공존하는 세계문화유산 파탄, 박타푸르의 더르바르

위라벨시대, 문화관광이 뜬다⑥ 건축, 조각의 숲 예술공원 같은 도시 안양

예향이 만난 이 사람

사상 첫 준우승 이끌어낸 한국 U-20 대표팀 감독 정정용

예향 초대석

‘창조’ 즐기는 외화번역가 이미도

“영화로 인생을 배우고, 성장해가요”

문장이 숨쉬는 문학관을 찾아서② 하늘과 바람과 별, 그리고 시 서울 종로구 운동주문학관

문화 트렌드

‘독특해서 끌려’ 사랑받는 미술관 카페들

영호남 산업인 중국 해바라기산동반 동행가-한계를 극복한 후 차오른 마음속 새 살

유원준의 도시건축③ 자연의 변화 vs 자연 그대로... 안도-이타미 건축 통하다

한국영화 100년-남도 시네마 산책⑤ 한국전쟁 후 전주, 광주 거점 영화 제작 활발

배국남의 대중문화 X파일⑥ 대중문화계 급증하는 멀티태이너

가을 축제

10월 다양한 체험, 색색의 문화 즐거움 골라 떠난다

강제문인 남도의 성과 토속음식④ 바다 성찬 ‘보물섬의 보물밥상’ 여수 연도 ‘해녀 밥상’

민속예술의 보물섬 진도 흥만여행