

창업공간 '메이커 스페이스' 64개 더 연다

지난해 6월말 기준 13만 7356명 이용...광주 전국 2번째 기록
광주에 전문랩 '전남대 아이디어팩토리' 제조 창업 플랫폼 갖춰
중기부, 다음 달 28일까지 스페이스 운영 주관기관 모집 나서

기술창업 부담을 덜 수 있는 창작공간 '메이커 스페이스'가 올해 3년째를 맞아 확대 조성된다.
28일 중소벤처기업부에 따르면 지난 2018년 10월부터 조성된 메이커 스페이스는 광주 9곳·전남 5곳 등 총 128개이다. 지난해 6월말 기준 메이커 스페이스 이용자 수는 광주 1만 7692명·전남 7732명 등 총 13만 7356명에 달한다.
광주 이용자 수는 17개 시도 가운데 서울(4만 9967명) 다음으로 많았다. 대구(1만 3154명), 충남(9079명), 경기(8961명)이 뒤를 이었고 전남은 7732명이 이용하며 6번

째를 기록했다.
메이커 스페이스는 아이디어 구현에 필요한 3D 프린터, 레이저커터 등 다양한 장비가 구비된 창작·창업지원 공간으로, 국민 누구나 이용 가능하다.
중기부 관계자는 "광주지역 메이커 스페이스 이용자가 다른 지역에 비해 많은 이유는 전국에 5곳 있는 전문랩 가운데 한 곳인 전남대 아이디어팩토리가 있기 때문"이라고 설명했다.
광주지역에는 전문랩 1곳과 일반랩 8곳, 전남에는 5곳의 일반랩이 자리하고 있다.
호남지역에서 유일하게 전문형 메이커 스페이스로 지정된 전남대는 올해까지 제4차

산업혁명에 대응하는 제조 창업 플랫폼을 갖출다. 국비 19억원, 시비 4억원, 자부담 4억원 등 총 27억원을 투입해 연면적 1000㎡ 규모 전용공간을 마련했다.
또 3D 프린터, 레이저 커터 등 범용 디지털 제작장비와 사출기 등 초기 양산제품 제작을 위한 장비를 갖추는 등 제조창업 플랫폼 '마이크로 팩토리' 시스템도 구비했다.
올해에는 교육과 체험 중심의 일반형 공간 60개소와 전문 창작과 창업연계 기능을 갖춘 전문형 공간 4개소가 추가로 조성된다.
중기부는 올해 메이커 스페이스 구축·운영 사업계획을 공고하고, 다음 달 28일까지 스페이스를 운영할 주관기관을 모집한다.
일반형 메이커 스페이스는 국민을 대상으로 메이커 입문교육과 창작활동 체험 프로그램을 제공하고, 전문형은 시제품 제작 등 전문 창작활동과 창업 인프라를 연계한 창업·사육화 지원 역할을 한다.

신청 자격은 교육·창작활동 지원 등 역량과 인프라를 보유한 공공·민간기관과 단체로, 일반형은 100㎡ 내외, 전문형은 1000㎡ 내외 전용공간과 각 2명, 7명 이상의 상시 운영인력을 확보해야 한다.
기존 관련 시설을 운영하는 기관 또는 단체는 프로그램 확충 등 개선이 필요한 경우에만 신청이 가능하다.
평가를 거쳐 선정된 기관과 단체엔 총사업비의 70%(일반형은 80%) 이내에서 공간 인테리어, 장비 구축, 프로그램 운영 등에 드는 비용(전문형 15억원·일반형 1억6000만원 내외)이 지원된다.
지난해 선정된 광주·전남 메이커 스페이스는 올해부터 본격적으로 운영된다. 메이커 스페이스는 홈페이지 메이커올(makeall.com)에서 지역, 구비 장비, 제공 서비스 등 원하는 조건을 검색해 예약하면 무료로 이용할 수 있다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

조계현 원장의 특 특 창업이야기



매장 흥망성쇠, 직원이 좌우

창업 이후 매장을 운영하는 데 있어서 직원들의 역량이나 근무태도 그리고 마인드에 따라서 매장의 흥망을 좌우하는 경우도 종종 발생한다. 일반적으로 직원들의 역량이나 근무태도, 마인드가 매장에 끼치는 영향은 표면적으로는 서비스 품질로 나타나기에 대개의 창업자들은 직원들의 서비스 품질 향상에 초점을 맞추며 직원들을 관리하게 된다. 하지만 매장운영 과정에서 직원들의 세력화에 대한 부담스러운 상황도 마주하게 된다.

직원들의 세력화의 의미를 먼저 알아보자면 근무하는 직원들의 숫자가 많은 중대형 또는 대형 매장에서 흔히 일어나는 현상으로 특정 직원을 중심으로 직원들이 뭉쳐서 매장의 운영방식에 영향을 끼치는 현상이며 대개의 경우 한 명을 중심으로만 뭉치는 것이 아니라 보직에 따라 2개 이상의 세력화 현상이 발생해 파벌화 되기도 한다고 보면 크게 틀리지 않다. 가령 외식업의 경우로 예를 들자면 주방 쪽은 주방장이나 찬모를 중심으로, 홀 쪽은 홀팀장을 중심으로 뭉치는 경우가 일반적이다.

이런 세력화 현상의 발생 원인은 크게 2가지에서 기인한다. 첫 번째는 직원 구인 시 주방장, 찬모, 홀팀장 등 핵심인력을 먼저 구하고 기타 직원은 핵심인력들이 직원구인을 통해 구하게 되는 경우가 많은데 이 때 과거에 같이 근무했던 직원들을 우선 섭외하기 때문에 이미 기존에 친분이 쌓인 상태로 합류하다보니 자연스럽게 단합이 잘 된다고 보면 된다.

두 번째는 핵심인력의 보직 특성상 상시 대화하고 어울리기 때문에 빠른 속도로 친분이 쌓여서 자연스럽게 뭉치게 되는 것이다. 직원들의 세력화는 장단점이 있다. 먼저 장점은 단합이 잘 돼서 일사분란하게 움직이고 업무 효율성이 증가돼 서비스 품질이 향상되며 직원들의 퇴사 확률이 낮아진다는 데에 있다. 단점은 세력화의 중심이 되는 핵심인력의 발언권이 커져서 자칫 매장의 운영방식에 지나치게 직원들의 입장만을 고려해 비효율적인 운영방식을 선택하기도 하고 핵심인력의 업무역량 부족으로 인해 권고사직을 시키려고 하면 일부 직원들이 집단사퇴로 맞서는 경우도 종종 발생하기도 한다는 점이다. 또한 납품처의 선정에도 개입해 자칫 매입가격 경쟁력을 약화시키는 부정적인 영향을 끼치기도 한다. 창업자의 입장에서 보면 직원들의 단합으로 인해 긍정적인 효과를 기대하지만 부정적인 여파도 간과할 수 없기에 직원들의 세력화에 대한 부담은 커질 수밖에 없다.

그렇다면 직원들의 세력화에 대한 창업자의 대응방식은 어떤 것이 좋을지? 첫 번째는 핵심인력이라고 초기부터 무조건 힘을 실어 줄 것이 아니라 해당 핵심인력의 역량과 인성 그리고 마인드에 대한 검증과정을 3개월 정도 갖은 후에 신뢰가 생겼을 때 힘을 실어주는 것이 좋다. 이 과정에서 핵심인력의 역량부족 시 빠른 교체도 필요하다. 두 번째는 창업자가 직원들과 잦은 대화를 통해 인간적인 교감과 연대식을 강화시켜 창업자와 직원들과의 심리적 거리감을 최소화 시켜야 한다. 세 번째는 직원들의 니즈(needs)도 중요하지만 고객의 니즈를 최우선시 하며 매장의 운영방식을 결정하고 실행해야 하며 이 과정에서 직원들을 충분히 이해시키는 시간을 갖는 것이 중요하다. 결국 경험이 풍부한 창업자와 경험이 부족한 창업자의 큰 차이 중 하나는 직원들을 끌고 갈 것인가? 직원들에게 끌려갈 것인가에 대한 상황 관리능력의 차이이다.

<한국지역산업연구원 원장>

옛 주민센터·동네 창고가 청년창업공간으로 변신

영광 청년창업기움센터 등 조성

지역 전통시장 빈점포와 동네 창고가 창업 공간으로 거듭난다.
행정안전부는 비어 있는 옛 주민센터나 동네 창고 등 공공 공간을 지역공동체 공간으로 바꾸는 '지역사회 활성화 기반조성 사업'에 광주 10억원·전남 58억원 등 올해 270억원을 투입한다고 최근 밝혔다.
전남지역은 영광·광양·완도·고흥·해남 등 5개 지역이 선정되면서 17개 시도 가운데 가장 많은 예산을 확보했다.
행안부 관계자는 "전남도는 상대적으로 지방소멸지수가 높은 지역이 많아 인구 유출을 막고 지역쇠퇴에 적극 대응할 계획"이라며 "전략적으로 청년들의 활동을 지원하는 공간을 조성한다"고 설명했다.
굴비골 영광시장에는 20억원 예산을 들여 '청년창업기움센터'가 들어선다. 상가 공실률이 증가하고 있는 이 시장에 전통시장 활성화와 청년 창업 기회를 제공하는 청년창업기움센터를 조성할 방침이다.
광양시 광양읍 읍내리에 위치한 한 폐창고에는 13억5000만원을 들여 창고 카페, 회의 공간, 창고영화관 및 공연장, 외부 활동공간 등을 마련할 계획이다.
이외 완도 '청년소통 아이디어 창작소', 고흥 '청년 내일아트 조성사업', 해남 '청년 스프린트 플랫폼 청년카페' 등이 추진된다. 스프레기 매립장이 들어선 광주시 남구 대촌동에는 10억원을 들여 공동체 활동 공간을 조성한다. /백희준 기자 bhj@

"나만의 특화된 창업 노하우 알려드려요"



청년창업특례보증 지원을 받아 지난해 4월 서구 화정동에 문을 연 청년창업가 김명도씨의 카드게임 카페. <광주신문 제공>

광주신보, 자영업자 28인 성공스토리 전자책 발간

"소상공인에게 늘어난 했던 대출의 문턱을 넘을 수 있게 되서 든든합니다." 자신만의 특화된 사업안으로 창업성공을 이룬 지역 자영업자 28명의 이야기가 책자로 나왔다.
광주신용보증재단은 '청년창업특례보증 성공 스토리', '골목상권특례보증 스토리', '청년기업 경영컨설팅 우수사례' 총 3종의 책자를 전자책(E-book) 형태로 최근 발간했다고 28일 밝혔다.
이들 책자에는 가죽공예, 카드게임, 커피

프랜차이즈 등 다양한 형태의 창업을 한 청년들의 이야기가 담겼다. 이들은 광주신보의 '청년창업특례보증', '골목상권특례보증' 등을 통해 목돈을 마련하고 맞춤형 컨설팅, 소상공인아카데미, 법률·세무·회계자문 등을 받으며 성장해 왔다.
변정섭 광주신보 이사장은 "광주신보는 공적보증기관으로서 보증지원 뿐만 아니라 다양하고 꾸준한 사업을 통해 소상공인들이 성
공할 수 있도록 디딤돌 역할을 성실히 수행하겠다"고 말했다.
책자는 광주시와 유관기관 등에 배포될 예정이며 신보 홈페이지에서 전자책으로 볼 수 있다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



당신의 로망은 어떤곳 인가요?

친환경 목조주택을 지어드립니다

Modern

Classic

Mediterranean Sea

목조주택 설계·시공 전문기업

우드빌더스(주) 휴인(주)

문의 상담 **062) 945-0036~7**