

# 전남 농식품 벤처 50곳 키운다...예산 2배 확대

### 농식품부, 예비창업자 700만원 등 1곳당 최대 2800만원 지원 여수 농식품벤처창업센터, 최장 5년간 사업화 교육·전문 컨설팅

올해 전남권역 50여 개의 창업기업과 예비창업자가 벤처육성 지원사업으로 선정돼 1곳당 최대 2800만원에 달하는 예산을 지원 받는다.

정부는 지원액을 2배 넘게 늘려 이들 기업에 최장 5년 동안 사업화를 위한 교육과 마케팅 지원을 펼칠 방침이다.

농림축산식품부는 5일 농식품 분야 예비창업자 및 창업기업을 지원하는 '농식품 벤처육성 지원사업'의 올해 대상자를 선정했다고 밝혔다.

올해는 예비창업자 50명과 기창업기업 138개, 계속 지원기업 162개를 합쳐 총 350개 대상자를 선정했다. 이는 지난해 250개보다 100개 늘어난 규모다.

여수에 있는 전남 농식품벤처창업센터가 지원할 업체는 신규 20곳을 포함해 총 50여 곳이다.

지난해 전남 농식품벤처창업센터는 광주·전남·전북·제주지역 43개 창업기업을 지원했다.

올해 예비창업자와 창업 7년이하 벤처기업에 지원되는 평균 예산은 50~67% 증가했다. 이를 위해 농식품부는 지난해 31억5000만원이었던 사업예산을 올해 66억5000만원으로 2배 넘게 올렸다.

올해 예비창업자에게는 지난해(420만원)보다 280만원 증가한 700만원(자부담 300만원)이 평균 지원될 예정이다. 기존 창업기업에는 평균 1400만원이었던 지원금을

67% 늘린 2100만원(자부담 900만원)으로 책정했다. 평가결과를 기준으로 상위 20곳에는 2800만원, 하위 20곳에는 1400만원이 지급된다. 지원액과 함께 자부담 금액도 50~67% 늘었다.

전남을 포함한 전국 7개 농식품벤처창업센터(A+센터)는 이들 선정기업에 창업 및 사업화 교육, 최신 창업 정보, 전문가 컨설팅 등도 제공할 방침이다.

신규로 선정된 전국 138개 창업기업을 분야별로 살펴보면 일반식품가공 업종이 가장 많은 비중을 차지했고, 첨단농업 및 농기자재 등 기술 기반 업종의 비중이 지난해 대비 증가한 것으로 나타났다.

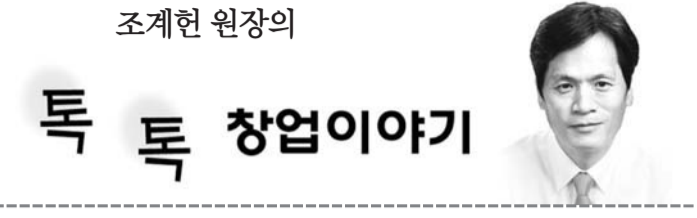
업종별로 보면 일반식품 부문이 47%로 가장 많았고, 첨단농업(16%), 농기자재(12%), 건강식품(7%) 순으로 나타났다. 지난해와 비교하면 일반식품은 7%포인트 감소했고 첨단농업 및 농기자재 분야는

12%포인트 증가했다.

최철만 전남센터장은 "올해 선정된 예비창업자에게는 멘토링 등 집중 관리를 통해 창업성공률을 높이고 기존 창업자에게는 시제품 제작과 제품 선호도 조사 등 성장 단계별 벤처창업 밀착지원을 펼칠 예정"이라며 "농식품 벤처창업 육성 지원사업이 코로나19로 어려움을 겪는 예비창업자와 창업기업에 힘이 되길 바란다"고 말했다.

한편 전남농식품벤처창업센터가 지난해 지원한 41개 기업 총 매출은 399억5000만원으로, 7개 권역 가운데 가장 많은 매출액을 기록했다. 전남센터 소속 창업기업 연 평균 매출액은 9억7300만원으로, 전국 평균(6억2200만원)보다 56.4%(3억5100만원) 높았다. 전남권 창업보육업체 지난해 매출은 전년(186억3700만원)에 비해 2배 넘게 뛰었다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



## 경쟁력 평준화 업종은 점포입지가 생명

편의점 가맹점을 창업한 A씨는 창업 이후 비교적 높은 매출과 수익으로 인해 편의점 가맹점에 대한 만족도가 제법 높았고 편의점 사업에 대한 자신감이 생겨났다. 여기까지만 끊어서 생각하면 A씨의 창업은 모든 예비창업자들이 꿈꾸는 성공적인 창업이다. 문제는 몇 달 후에 생겨났다. 같은 상권인 점포 인근에 다른 편의점 브랜드의 가맹점이 들어오면서 매출이 심각한 수준으로 하락해 운영에 어려움을 겪고 있다. 상권의 특성상 2개 면이 노출돼 가시성이 좋은데다 사거리라 접근성이 뛰어난 코너 자리를 차지한 경쟁점으로 고객들은 몰렸고 전면부만 노출돼 가시성도 떨어지고 점포의 위치상 접근성도 경쟁업소에 비해 떨어지는 A씨의 점포는 고객들의 발걸음이 줄어들어 버린 것이다.

이 대목에서 살펴봐야 할 내용이 있다. 대기업들의 격정장이 된 편의점들의 경쟁력은 이미 상향평준화된 업종으로 해석해야 한다. 매장의 규모와 구성 그리고 제품의 구성과 가격 및 서비스 품질의 차이가 크게 존재하지 않는다는 얘기다. 특정 브랜드가 앞서가는 서비스를 제공해도 다른 브랜드들이 금방 벤치마킹해 유사한 수준의 경쟁력을 지속적으로 유지하기에 대부분의 고객들도 가까운 편의점이 좋은 편의점이라고 생각하게 되며 특정 브랜드에 대한 호감도가 높아서 일부러 발품을 팔아가면서 조금 더 멀리까지 찾아가진 않는다는 얘기다. 이렇게 편의점처럼 평준화 업종의 경쟁력 차이는 미미하기에 결국 경쟁의 우위는 점포의 입지에서 갈린다고 보면 틀리지 않다. 경쟁력 평준화 업종의 대표적인 예로 편의점을 들었지만 그 외에도 세탁소, 화장품 매장, 분식점, 정육점, 고기전문점, 문구점, 약국, 휴대폰 판매점, 꽃집, 슈퍼마켓, 애견샵 등 판매업, 외식업, 서비스업 등 다양한 업종에서 존재한다.

이렇듯 평준화 업종인 편의점을 창업했다가 입지 문제로 뒤늦게 고전하고 있는 A씨처럼 예비창업자들은 왜 입지에서 더 우위에 있는 경쟁업소가 입점한 매장을 확보하지 않고 조금은 더 처진 매장에서 창업을 했을까? 경우의 수를 따져보면 첫 번째는 점포를 구할 당시에 해당 매장이 임대료 나오지 않아서 그나마 임대료 나온 점포 중에서 가장 좋은 점포를 선택했을 경우이고 두 번째는 해당 점포의 임대료나 관리금이 지나치게 높다는 생각으로 조금 부담이 덜한 매장을 구했을 경우를 가정할 수 있다.

첫 번째 경우에는 예비창업자 입장에서 보면 임대료 나온 점포가 아니기에 선택의 여지가 없어 보이지만 기존 운영 중인 매장을 상대로 시세 보다 높은 관리금을 제시해 점포를 인수받는 협상형 점포개발 과정이 생략됐을 수도 있다. 어쩌면 경쟁업소는 나중에 임대료 나온 점포를 계약한 것이 아니라 협상형 점포개발 과정을 거쳤을 지도 모른다. 두 번째의 경우에는 예비창업자가 점포의 입지를 결정함에 있어서 단순히 임대료나 관리금만으로 선택하는 것이 아니라 향후 잠재적인 경쟁업소가 들어왔을 때 위협이 될 만한 좋은 입지의 점포를 미리 선점해 뒤늦게라도 더 나은 입지 밖에 남아있지 않아서 경쟁업소가 들어올 염두를 내지 못하게 하는 방어적 입지전략 전략을 간과한 경우로 해석할 수 있다. 대부분이 업종이 치열한 경쟁으로 인해 상향평준화 되고 있는 시대에 창업 이후에야 비로소 동일 상권에서 유사 또는 동종 업소와의 치열한 경쟁을 할 것이라 예측하고 있다면 당신은 이미 경쟁에서 한걸음 밀린 예비창업자다. 창업을 준비하는 순간 당신은 이미 경쟁에 뛰어들어 셈이고 그 경쟁 중 첫 번째이자 성과를 가장 치명적인 경쟁이 바로 점포의 입지경쟁이라고 생각하면 크게 틀리지 않다.

<한국지역산업연구원 원장>

# 지역 강소기업 대명엘리베이터, 청와대 공사 수주 화제

### 고장기록 빅데이터로 개선 전국 2000여대 설치·운영

㈜대명엘리베이터(대표 최광일)는 최근 청와대 대통령 비서실 엘리베이터 공사 수주 계약을 체결했다고 5일 밝혔다.

올해 창립 28년을 맞은 대명엘리베이터는 현대엘리베이터와 오티스, 티센크루프 등 '빅3'가 시장의 80%를 점유하고 있는 상황에서 엘리베이터 업계에서 큰 성과를 나타내고 있는 광주지역 강소기업으로 꼽힌다.

승강기 특성상 지방 중소기업이 전국구 업체로 사업을 확대하기 힘든 상황에서도 대명엘리베이터는 연평균 200대가 넘는 승강기를 생산하고 있다.

현재 지역 1700대와 서울 300대 등 전국에 2000여대 엘리베이터를 설치·운영하면서 중소기업 업계에서는 독보적인 성과를 거두고 있다.

대명엘리베이터는 완제품 형태로 제품을 판매하는 것과 함께 설치와 유지관리까지 인력을 구축하고 있으며, 제조부터 설치, 유지관리까지 모든 고객기록을 전산화하고 데이터화한다는 게 강점이다.

언제, 어디에 설치된 엘리베이터가 얼마나 고장이 발생했는지 등 자사가 설치한 승강기의 고장 기록을 빅데이터로 만들어 개선책을 마련하고 있다.

또 모바일로 모든 업무를 처리할 수 있는 'Elman Pro'도 자체개발해 실시간 승강기 모니터링을 하는 등 즉각적인 원격 시스템 대응을 하고 있다.

특히 사전점검으로 고장과 사고를 미리 예방하는 '굿모닝 서비스'를 시행해 경쟁사와 차별화도 꾀하고 있다.

이외 품질과 기술력을 높이고 직원들의 전문성 강화를 위해 직무능력향상 교육프로그램을 자체 개발해 적용, 매달 전 직원 대상 간담고장에 따른 승객 구출훈련을 실시 중이다.

여기에 직원들이 대학에서 전공과정을 이수할 수 있도록 지원도 하고 있다.

최광일 대표는 "정직하게 만들어 안전으로 보답하자"는 철학으로 과감한 투자를 통해 수직 이동수단을 책임지는 기업으로 거듭나겠다"고 밝혔다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr



감사의 마음 꽃으로 전해요 5일 롯데마트 직원들이 선물용 카네이션과 호접란을 선보이고 있다. 광주지역 롯데마트 4곳은 오는 15일까지 한국화훼농협과 협업체 꽃 선물상품을 7000~1만원대에 판매한다. <롯데마트 제공>

## 산업현장 작업환경 개선 및 근로자의 건강을 지켜주는 호남기업 집진기

# 참사 32년 (주)YHB ECO

www.yhbeco.co.kr

### 미스트크리너

절삭유 미스트/오일미스트 제거  
원심력 및 필터기술 적용  
99.8% 집진 효율



### 더스트크리너

먼지, 분진, 각종 더스트 제거  
카트리지 / 백필터 적용



### 전기집진기

산업/요식업소  
연기·기름·미세먼지 98% 제거  
생활민원해결!



**호남지역 대리점 모집**  
무점포/무자본 판매하실 분

광주공장 영업부 : 광주광역시 광산구 하남산단10번로 115-33(안창동)  
TEL : 062 - 953 - 2995  
H·P : 010-2051-6401

서울영업본부 : 서울시 금천구 가산디지털2로 14 대동테크노타운2차 501호 TEL : 02 - 2029 - 6400 ~ 3