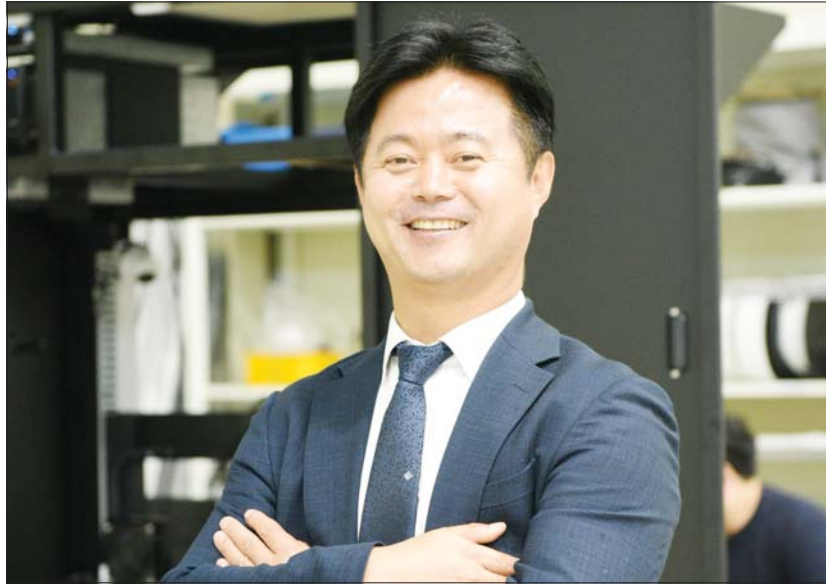


“15년간 매년 15%이상 성장... ‘2차전지’ 사업에 도전장”

메트로가 만난 기업인 손창석 피에스디엔지 대표



손창석 피에스디엔지 대표가 경기 화성 공장에서 포즈를 취하고 있다. /김승호 기자

피에스디엔지의 경기 화성 공장 1층 로비에 들어서면 ‘지치면 지고 미치면 이긴다’는 글귀를 만날 수 있다. 이는 이 회사 손창석 대표가 가장 좋아하는 말이자 주문처럼 되내이는 말이기도 하다.

“나의 경영 철학과도 같은 문구다. 경쟁력 있는 아이템을 얻기위해선 제품에 대해 많은 지식을 습득해야하고 테스트도 필요하다. 그런데 그 일을 누가 포기하지 않고 오랫동안 도전한다면 반드시 성공할 수 있다. 중간에 지쳐 포기하면 결과는 당연히 실패다. 할 수 없는 일을 해낼 수 있는 회사를 만들어보자는게 우리의 비전이다.”

엔지니어 출신으로 회사를 창업하고 영업까지 맡고 있는 손창석 대표는 영업을 하면서 핑계를 대지 않았다. “한번 해보겠습니다”라는 말을 늘 입에 달고 거래처를 만났다. 이는 직원으로서 회사에 다닐 때도 마찬가지였다.

손대표는 “해보면 물론 안되는 것도 있다. 그런데 하다보면 안될 것 같은데 반드시 되는 것도 있다. 근성을 갖고 미친듯이 하면 안될 일은 없더라. 포기하니까 못하는 것이다. 실패는 할 수 있어도 포기하지 않으면 꼭 할 수 있다”고 말했다.

손대표는 2011년 피에스디엔지를 창업했다.

피에스디엔지는 설립 초기 소프트웨어(SW) 판매 등을 넘어 이후엔 자동화 장비에 적용하는 전기 부품 및 센서, 비전 등의 판매까지 범위를 넓혔다. 지난 2022년부터는 자동차 장비를 터기로 받아 제작해 납품하는 일까지 확장했다. 판

매에서 제조까지 영역을 넓히고 있는 것이다. 화성공장은 그 전진지이다.

“남들이 다루기 어려운 제어기술을 먼저 습득하고 홍보해 좋은 조건으로 경쟁력을 강화하고 있다. 특히 남들이 한번 실행한 프로젝트에 대해선 어떤 경우에도 포기하지않고 반드시 마무리를 한다. 그 결과 15년 동안 매년 15% 이상씩 성장을 해 왔다.(미소)”

2021년 당시 82억원 수준이던 매출은 2022년 125억원, 2023년 251억원을 각각 기록했다. 같은 기간 영업이익도 2억→4억→13억원으로 점점 늘었다.

물론 회사가 성장하면서 산고도 많았다. 가깝게는 코로나 팬데믹 시절이 대표적이다. 코로나 때문에 납품을 예정했던 모든 프로젝트가 멈췄다.

일거리가 늘어날 것을 대비해 추가 인원까지 뽑은 상태였다. 결국 직원들이 무급휴가를 갈 수 밖에 없었다. 그러

엔지니어 출신 ‘창업’, 영업도 맡아 자동화 SW·센서 등 판매, 제작까지 향후 시장, 2차전지로 갈수밖에 없어 미리 준비, 싸고 좋은상품 제작할 것 수소 분야도 관심... 7년내 IPO 도전 어려운 매일 수록 ‘사람’에 투자해야

나 포기하지 않았다.

“마침 코로나에 마스크 수요가 크게 늘었고 이를 제조하는 장비 시장도 성황을 이뤘다. 그동안 신뢰를 쌓았던 중국 파트너를 통해 마스크 제조설비에

쓰는 초음파 용작기를 수입해 판매했다. 다행히 버틸 수 있는 동력이 됐다. 직원들 반을 내보내야했던 상황이었는데 2020년 매출이 선방했다.”

이때 손대표는 자신에게 물었다. ‘내가 무엇을 할 수 있을까. 할 수 있는 것도 많지 않은데 이것이라도 해보자’는 심정으로 달려든 것이다. 결과적으로 살아남을 수 있었다.

그는 현재 2차 전지 분야에 큰 희망을 걸고 있다. 전 세계적으로 관련 투자가 지속적으로 늘고 향후 시장 전망도 매우 밝기 때문이다.

글로벌 기술트렌드를 읽고 선점하기 위해 그가 매년 빼먹지 않고 가는 곳이

독일 하노버에서 열리는 ‘하노버 산업 전시회’다. 소프트웨어나 센서 등을 판매하던 것에서 장비를 제조해보자는 목표도 하노버 전시회를 통해서 마음 먹게 됐다. 2차 전지 시장의 가능성도 그곳에서 엿볼 수 있었다.

손대표는 “산업이 뜨고 영업하면 이미 늦는다. 평소 고객을 많이 만나는 것은 이런 이유다. 앞으로 시장은 2차 전지로 갈 수 밖에 없다고 확신한다. 미리 준비해 놓으면 된다. 다만 원가절감이 최대 이슈인 만큼 우리는 싸고 좋게 만드는 기술을 지향한다”고 전했다.

2차 전지 외에 수소 분야도 관심을 갖고 있다. 모빌리티 시장이 확대되면서 친환경 연료로 꼽히는 수소시장도 분명 확장성이 충분하기 때문이다.

손대표는 향후 5~7년째는 기업공개(IPO)도 생각하고 있다. 기대하고 있는 산업 분야에서 미리 선점을 위한 투자와 특히 인력 추가 보강을 위해서도 상황이 필요하기 때문이다.

“사람에 대한 투자가 중요하다고 생각한다. 동종 업종 회사들의 상황이 좋지 않은 상태다. 그래서도 현재 수준의 인원을 당분간 끌고 가는 것이 현실적으로 맞는 것 같다. 하지만 어려운 매일 수록 미래를 준비하기위해선 사람에 대한 투자를 더 늘려야한다. 고객사는 결국 준비된 회사에게 일감을 주기 때문이다.”



오영주 중소벤처기업부 장관(왼쪽에서 다섯번째)이 지난 18일 강원 속초 수협 항만부지에서 열린 ‘2024 전국우수시장박람회, K-전통시장 페어 in 속초’에서 관계자들과 개막 세리머니 후 기념 촬영을 하고 있다. /홍기부

230개 점포 참여 ‘K-전통시장 페어’ 성료

중기부, 400여개 우수상품 선별 전통시장 역사관·어린이 그림전 열고 사물놀이·줄타기 등 전통놀이 즐겨

강원도 속초에서 사흘간 열린 ‘2024 전국우수시장박람회, K-전통시장 페어 in 속초’가 성대하게 막을 내렸다.

20일 중소벤처기업부에 따르면 올해 제20회를 맞이하는 전국우수시장박람회는 강원도 속초 수협 항만부지에서 지난 18일부터 이날까지 전국 130여개 전통시장 및 230여개 점포가 참여한 가운데 전통시장관, 먹거리장터 등 400여개 전통시장 우수상품과 100여개 종류의 다양한 먹거리, 볼거리, 즐길거리 등을 선사했다.

올해 박람회는 ‘변화하는 K-전통시장의 힘으로, 대한민국을 넘어 세계로!’라는 슬로건 담게 해외로 수출되는 한국의 전통시장 우수 상품, 외국인들이 많이 찾는 전통시장 등의 콘셉트를

바탕으로 ‘글로벌 K-전통시장’의 미래를 엿볼 수 있는 다양한 시도들을 했다.

한국 전통시장의 과거와 현재를 조망할 수 있는 K-전통시장 역사관과 어린이 그림 전시전은 야외 일원에 마련했으며, 청년상인 푸드트럭과 강원도의 전통시장들은 강원특별자치도관에 별도 조성했다.

마지막 날에는 속초 국제터미널로 입항하는 누르담호 크루즈 외국인 고객 400여명도 박람회장을 찾았다.

이들은 사물놀이, 줄타기 등 민속 전통놀이와 K-POP 공연, 대형 비빔밥 만들기 퍼포먼스 등을 즐겼다. 한국MD협회와 협업해 초청한 10명의 MD들은 전통시장 우수 상품 평평화와 해외 수출 및 온라인 진출 기반 등의 컨설팅을 지원했다.

첫 날 개막식에는 오영주 중기부 장관, 김진태 강원도지사, 이병선 속초시장, 박성호 소상공인시장진흥공단이사장, 이충환 전국상인연합회 회장 및 시

장상인, 지역주민 등 200여명이 참석해 박람회의 시작을 함께 했다.

박성호 소진공 이사장은 “올해 전국 우수시장박람회는 ‘K-전통시장 페어’라는 이름에 걸맞게 해외로 수출하는 한국 전통시장의 우수 상품을 선보이고, 행사를 찾는 외국인들도 함께 즐길 수 있는 다양한 볼거리가 있었다”면서 “세계로 뻗어나가는 전통시장이 될 수 있도록 아낌없이 지원하겠다”고 전했다.

개막식에서 진행된 정부포상에선 전국상인연합회 이명훈 충북지회장이 석탑산업훈장을, 전국상인연합회 구범림 대전지회장이 산업포장을 각각 받았다.

오영주 장관은 “속초를 방문하는 외국인 관광객들의 수요에 발맞춰 전통민속놀이, 비빔밥 만들기 체험 등을 기획해 선보인 만큼 우리 전통시장의 우수성을 국내를 넘어 세계에도 알리기 위해 노력했다”며 “지역 상권도 살리고, 우리 전통시장 활성화에도 도움이 됐길 바란다”고 말했다. /김승호 기자

배추대란에 공영홈쇼핑 ‘포장김치’ 인기

올해 주문수량 11만건 48억 판매고 가격 폭등으로 ‘배추 대란’이 이어지는 가운데 공영홈쇼핑의 포장김치 상품이 인기가.

20일 공영홈쇼핑에 따르면 지난달 1일부터 이달 14일까지 판매량을 분석한 결과 포장김치 상품의 주문수량은 11만건으로 약 48억원 가량의 판매고를 올렸다.

해당기간 방송한 10번의 포장김치 생방송 중에는 7번이매진을 기록했다. 배추, 무등 주요 김장재료의 가격이 급등하면서 김치의 수요가 늘어난 것으로 풀이된다.

특히 ‘배추대란’이 본격화된 9월 마지막 주 이후 편성된 4번의 김치 방송은

연달아 매진을 기록했다. 해당 시기에 방송으로 판매한 김치 8만건 중 ‘미리주문’만 1만건에 달했다.

9월 2주차부터 4주 연속 공영홈쇼핑 온라인 몰의 검색어 1위도 ‘김치’가 차지했다. 최근 한 달간 ‘김치’ 관련 키워드를 검색한 횟수만 10만회를 넘어섰다.

김치 상품의 수요가 높아진 가운데 공영홈쇼핑은 정기적으로 포장김치 상품을 방송할 예정이다.

공영홈쇼핑 관계자는 “포장김치의 품귀 현상으로 인한 어려움을 조금이나마 해소하기 위해 이번 방송을 준비했다”며 “밥상에 빼놓을 수 없는 김치를 합리적인 가격으로 구매할 수 있도록 준비한 만큼 많은 관심 부탁드립니다”고 말했다. /김승호 기자

홈쇼핑, 임직원 윤리의식 향상 특강

‘청렴 투게더’ 행사 개최

홈쇼핑이 서울 강서구 자사 사옥에서 전 임직원을 대상으로 ‘청렴 투게더’ 행사를 개최했다.

20일 홈쇼핑에 따르면 이번 행사는 임직원들의 윤리 의식을 높이기 위해 마련한 자리로, 속명여대 사회심리학과 박지선 교수를 초청해 윤리 경영에 대한 특강을 진행했다.

행사에서 윤리경영 백일장, 칭찬 편지 쓰기, ‘청렴 투게더’ 포토티뷰 등 다

양한 캠페인도 함께 진행, 임직원들이 윤리 실천의 중요성을 되새기는 시간을 가졌다.

홈쇼핑은 단순한 이익 추구를 넘어 공정성과 투명성을 바탕으로 사회적 책임을 다하는 윤리 경영을 지속적으로 실천해왔다. 윤리적 기준을 준수하는 것은 고객의 신뢰를 구축하고 기업의 지속 가능한 성장을 위한 필수적인 요소로 인식하고 있다. 이를 위해 체계적인 교육과 다양한 캠페인을 운영하며 윤리경영 실천을 독려해왔다. /김승호 기자