

기고

김정대

호남대 초빙교수



2026년 병오년 붉은 말의 새해가 시작되었다. AI시대, 왜 지금 조직의 변화와 혁신전략이 필요한가? 인공지능이 더 이상 미래 기술이 아닌 조직의 생존을 가르는 기준이 되는 해가 될 것이라고 본다. 이미 AI는 행정, 산업, 경영, 인사, 교육, 복지 전반에 깊숙이 스며들고 있다. 문제는 기술의 속도가 아니라 이를 받아들이는 조직의 변화 속도다. 많은 조직이 AI를 도입의 문제로만 바라보지만, 진짜 과제는 조직이 얼마나 준비되어 있느냐에 달려 있다고 본다.

지방자치단체와 공공기관, 기업 다수는 여전히 AI를 새로운 시스템이나 자동화 도구로 인식하는 경향이 있다. 그러나 AI는 단순히 일을 빠르게 하는 기술이 아니다. 업무방식과 의사결정구조, 조직문화와 리더십의 역할 자체를 재편하는 힘이 되고 있다. 이 변화를 조직 차원에서 설계하지 못하면 AI 도입은 혁신이 아니라 혼란이 예상되고 있다.

AI 시대에 조직변화 없이 기술만 도입할 경우, 다음과

AI 시대...왜 조직의 변화·혁신전략이 필요한가

같은 구조적 문제가 필연적으로 발생한다. 첫째, 정책결정의 질이 민간보다 뒤처진다. 민간기업은 이미 AI 기반 분석을 통해 시장과 수요를 예측하고 있다. 반면 공공이 기존 방식에 머문다면, 정책은 현실을 따라가지 못하고 사후 대응행정으로 전락하게 될 것이다. 이는 곧 행정에 대한 시민 신뢰하락으로 이어지게 될 것이다.

둘째, 공무원과 구성원의 업무 피로도는 오히려 증가한다. AI는 일을 줄여주는 도구가 아니다. 제대로 설계된 조직에서만 일을 재편하는 도구다. 조직구조와 역할 정의 없이 AI를 도입하면, 구성원은 기존 업무에 AI 관리업무까지 떠안게 될 것이다.

셋째, 조직내부의 갈등과 무력감이 커진다. AI를 이해하는 소수와 그렇지 못한 다수 사이의 격차는 곧 조직 내 새로운 불평등을 만든다. 이는 세대 갈등, 직무 갈등, 변화에 대한 집단적 저항으로 이어진다. 이러한 문제는 기술교육 몇 시간만으로 해결되지 않는다. 정책적 접근과 조직 차원의 변화 전략이 반드시 필요하다고 본다.

AI 시대 조직혁신의 핵심은 기술이 아니라 사람과 구조다. AI가 잘하는 일과 사람이 해야 할 일을 구분하지 못하면 구성원들은 불안과 저항을 느끼게 될 것이다. 또한 AI의 분석결과를 어떻게 정책과 경영판단에 반영할 것인지 기준이 없다면 의사결정은 더 혼란스러워질 수 있다.

그래서 지금 가장 중요한 것은 기술교육 이전에 공감대를 형성하는 일이다. AI가 조직과 개인의 역할을 어떻게

바꾸는지에 대한 이해 없이 혁신전략은 작동하지 않는다. 특히 기관장과 임원, 간부급 리더가 AI를 이해하지 못한 상태에서 현장에 변화만 요구하는 방식은 실패할 가능성이 높다. 2026년을 대비하는 조직은 AI를 단순한 IT 사업이 아닌 조직전략과 정책혁신의 핵심과제로 다뤄야 한다. 전직원 대상 교육, 리더십 인식 전환, 업무와 평가체계 재설계가 함께 이루어져야 한다. 특강과 교육은 선택이 아니라 변화의 출발점이 되어야 한다.

AI 시대를 준비하는 조직은 다음과 같은 전략적 방향을 분명히 해야 한다고 본다. AI를 단순 IT 사업이 아닌 '정책혁신 과제'로 격상하는 것과 기관장·간부급 리더를 포함한 전사적 AI 인식교육을 실시하고 직무·업무 프로세스를 AI 활용 전제로 재설계와 성과·평가·책임 구조를 AI 시대에 맞게 조정하고 공공부문에 적합한 AI 윤리·책임 원칙을 제도와 해야 할 것이다.

이 모든 과정의 공통 출발점은 '이해'와 '설계 역량'이다. 그래서 지금 필요한 것은 단발성 강의가 아니라, 조직 변화와 정책혁신을 동시에 다루는 특강과 교육프로그램 운영이 중요하다고 본다. AI는 이미 우리 앞에 와 있다. 이제 남은 선택은 분명하다.

변화에 골려갈 것인가, 아니면 변화를 설계할 것인가. 2026년이후 "조직의 경쟁력은 지금 이 질문에 어떻게 답하느냐에 달려 있다"라고 핑킹디자이너 입장에서 견해를 스크린해 보았다.

기고

손남일

전남도의원



전남도는 대한민국에서 가장 넓은 생활권을 가진 지역 중 하나다.

도시와 해안, 산간과 농촌이 복합적으로 얹힌 지형은 전남의 정체성이자 강점이다. 그러나 재난 대응이라는 관점에서 보면 이러한 지리적 특성은 동시에 구조적 제약으로 작용해 왔다.

화재나 사고가 발생했을 때 현장에 '얼마나 빨리' 도착할 수 있는지는 단순한 행정 성과가 아니라 도민의 생명과 직결된 문제이다. 그럼에도 불구하고 지금까지의 소방행정은 개별 출동 경험과 단편적인 통계에 의존해 대응해 온 것이 현실이다.

이제는 근본적인 질문을 던져야 한다.

재난 수요는 증가하고 사고 유형은 점점 복잡해지고 있는데, 과연 기존 방식만으로 충분한가? 경험에 의존한 판단과 관행적인 배치는 한계에 다다르고 있다. 전남의 소방안전 정책은 이제 경험의 축적을 넘어서 데이터라는 객관적 근거 위에서 새롭게 설계되어야 한다.

전남의 화재·구조·구급 수요는 단순히 '많다'라는 말로 설명할 수 없다. 계절 및 지역에 따라, 인구 구조에 따라 전혀 다른 양상으로 나타난다. 여름철에는 집중호우와 태풍으로 인한 침수와 구조 요청이 급증하고, 겨울철에는

한파와 화재 위험이 동시에 높아진다.

여기에 고령 인구 비중이 높은 지역 특성상 구급 출동 수요는 해마다 증가하고 있다. 이러한 복합적인 재난 환경 속에서 동일한 인력 배치와 획일적인 대응 방식은 오히려 현장의 부담을 키우고 대응 효율을 떨어뜨릴 수밖에 없다.

이 지점에서 주목해야 할 것이 바로 소방안전 빅데이터다. 출동 기록은 위험이 반복되는 지점을 보여주고, 인구 분포는 수요가 향하는 방향을 드러낸다. 노후 건축물 분포와 주요 시설 현황은 잠재적 위험을 예고하며, 기상 정보와 계절별 패턴은 사고 발생 가능성을 구체화한다.

또한, 도로망과 지리적 접근성까지 종합적으로 분석하면 어디가 위험하고, 어느 시점에 수요가 집중되는지가 명확해진다. 데이터를 들여다보면 소방력 배치의 기준이 보이고, 예산 투입의 우선순위가 자연스럽게 드러난다. 이는 단순한 통계 분석이 아닌 소방 행정의 판단 기준 자체를 바꾸는 일이다.

예를 들어 읍면 단위까지 세분화된 위험 지표를 구축한다면 고위험 지역에 인력과 장비를 선제적으로 배치할 수 있다.

도시·산간 지역에서는 출동 시간을 단축하기 위한 경로 최적화와 보조 대응 체계를 마련할 수 있으며, 반복 사고가 발생하는 유형을 분석하면 사후 진압 중심의 대응에서 벗어나 사전 예방 중심의 정책 전환도 가능해진다. 이

는 현장 대원의 부담을 줄이는 동시에 재난 대응의 질을 높이는 방향이기도 하다.

특히 중요한 점은 데이터가 행정 내부의 참고 자료에 그쳐서는 안 된다는 것이다. 빅데이터는 도민이 실제로 체감할 수 있는 생활안전 서비스로 이어질 때 비로소 정책의 힘을 갖는다. 위험 지역에 대한 사전 알림과 계절별 맞춤형 안전 정보 제공, 고령자와 취약계층을 고려한 보호 정책으로 연결될 때 도민의 신뢰 역시 높아질 수 있다. 데이터는 행정 편의를 위한 도구가 아니라, 도민의 일상을 지키는 수단이 되어야 한다.

소방은 마지막 안전망이다. 그렇기에 더욱 감(慼)이 아닌 근거로 움직여야 한다. 데이터 기반 소방안전 정책은 선택의 문제가 아니라 필수다. 전남의 지리적·사회적 특수성은 오히려 빅데이터 활용의 필요성을 더욱 분명하게 보여준다. 넓은 생활권과 다양한 재난 유형을 가진 전남 이아말로 데이터 기반 소방 정책의 효과를 가장 크게 체감할 수 있는 지역이다.

이제 전남도는 소방안전 정책에서도 한 걸음 앞서 나가야 한다. 통합된 데이터 체계 구축과 과학적 위험 분석, 예방 중심의 정책 설계는 결국 도민의 생명과 재산을 지키는 가장 확실한 길이다. 전남형 소방안전 빅데이터 전략은 단순한 기술 도입이 아니라 안전을 대하는 행정의 태도를 바꾸는 일이다. 데이터로 위험을 예측하고 정책으로 생명을 지키는 전남도, 그 변화의 출발점에 지금 우리가 서 있다.

독자투고

안전한 캠핑을 위한 4가지 수칙

최근 자연 속에서 여가를 즐기려는 사람들이 늘면서 산속 헬스장, 등산, 캠핑 등 야외 활동을 찾는 시민들이 많이 지고 있다. 주변을 보더라도 캠핑을 새롭게 시작하는 사람들이 늘고 있으며, 이로 인해 캠핑 장비 수요가 급증하고 일부 장비는 가격 부담이 커진 상황이다.

캠핑장을 찾는 인구도 늘어 예약이 쉽지 않은 곳이 많다. 그러나 이용자가 증가한 만큼, 캠핑카나 텐트 등에서 발생하는 화재 사고와 난방 기기 사용 중 질식 사고 등의 안전사고 사례 또한 꾸준히 발생하고 있어 각별한 주의가 요구된다.

안전사고 없는 캠핑을 위해 반드시 지켜야 할 기본적인 안전수칙을 다시 한번 짚어볼 필요가 있다. 텐트 내부에서는 난로 등 난방·온열 기기를 사용하지 않아야 한다. 휴대용 가스레인지는 규격에 맞는 불판 등을 사용해야 한다. 화로 사용 시에는 주변에 물을 준비하고, 사용 후 잔불 정리는 필수다. 텐트를 고정할 때는 야간에도 쉽게 식별할 수 있도록 야광 줄 등을 사용하는 것이 바람직하다.

이 같은 수칙은 캠핑장에서 가장 흔히 발생하는 사고를 예방하기 위한 최소한의 약속이다. 기본적인 안전수칙만 큼은 모두가 지킬 수 있도록 노력해야 한다.

이승환 고흥소방서 행정대응단 소방장

사설

목포대·순천대 통합 지역발전 계기돼야

일부 구성원의 반발로 제동이 걸렸던 국립 목포대학교와 순천대학교의 통합이 다시 탄력을 받게 됐다.

순천대가 지난 16일 학생들을 대상으로 실시한 대학 통합 찬반 재투표에서 찬성이 가결 요건 50%를 넘기며 마침내 모든 구성원의 동의를 확보한 것이다.

이날 투표에는 전체 학생 6328명 중 49.42%인 3127명이 참여해 1574명이 찬성해 50.34%의 찬성률을 기록했다.

이에 앞서 학생들은 지난해 12월 23일 통합 투표에서는 60.7%가 반대했고 교원들은 찬성률 56.1%, 직원·교조는 찬성률 80.1%를 기록했다.

순천대는 3개 직역 모두 찬성률 50% 이상을 기록할 경우에만 전체 구성원 찬성으로 간주기로 해 통합 추진이 차질을 빚다 이번엔 재투표를 실시해 동의를 얻게 된 것이다. 반면 목포대는 통합투표에서 학생 67.2%, 교수 87.8%, 직원 81.2%가 찬성하는 등 압도적인 찬성 목소리를 냈다.

순천대의 이번 찬성 결정으로 통합대학교 출범과 국립의과대학 설립을 위한 논의를 진전시킬 수 있게 됐다.

이들 대학은 오는 2027년 통합을 목표로 본격적인 통합 절차에 들어가기로 했으며 우선 이달 내 교육부에 통합 신청서를 제출하기로 했다.

또 전남도와 두 대학이 추진한 의과대 설립을 위한 정원 확보 절차도 밟아 나가기로 했다.

이들 대학은 통합의과대 정원으로 100명 이상 배정과 함께 동부와 서부에 각각 500병상 규모의 부속병원 설립을 요구하고 있다.

현재 보건복지부 보건의료정책심의위원회는 지난달 말 발표된 의사인력 수급추계위원회 보고서 등을 토대로 2027년도 의과대학 정원을 논의하고 있는 것으로 알려지고 있다.

사실 순천대·목포대 통합은 지역 최대 숙원인 '전남권 국립의과대학' 설립의 선결 과제로 추진돼 왔고 대학 경쟁력 강화를 위한 정부의 '1도 1국립대' 정책에 부합하는 선도 사례다.

이들 대학 통합이 예정대로 진행돼 전남권 의과대를 신설하는 등 지역 발전과 의료·대학 인프라를 강화하는 계기가 되길 바란다.

강진 ‘반값 여행’ 지역경제 활성화 큰 역할

강진군이 2024년 전국 최초로 도입한 ‘반값 여행’이 지역 소상공인 매출 증가와 지역경제 활성화에 큰 역할을 하고 있다고 한다.

이는 관광객이 강진에서 사용한 여행경비의 절반을 모바일 강진사랑상품권으로 돌려주는 전국 최초로 관광비 환급방식을 도입한 관광 지원 정책을 말한다.

개인 신청자는 최대 10만원, 2인 이상 팀 신청자는 최대 20만원까지 지원받을 수 있고 오프라인은 물론 초록민음강진 온라인 쇼핑몰에서 사용이 가능하다.

이 제도 시행 후 가장 눈에 띄는 것은 온라인 쇼핑몰 매출이 큰 폭으로 증가했다는 점이다.

지난해 12월말 기준 지역 농특산물 온라인 매출은 33억8400만원으로 지난 2024년 28억2700만원보다 20% 늘었다. ‘반값 여행’ 시행전인 2023년 매출 1억300만원과 비교했을때 무려 34배나 성장했다.

특히 초록민음강진 쇼핑몰의 매출액 중 2024년에는 50%, 2025년에는 64% 가까운 금액이 반값여행 혜택을 본 관광객이 구매한 것으로 파악되고 쇼핑몰 회원수도 시행 전보다 15배나 증가한 것으로 드러나 반값여행 효과가 지역 경제 활성화에 미치는 효과가 얼마나 큰 지 보여주고 있다.

여기에는 강진군의 공이 컸다.

2024년 1월 ‘4차산업혁명활용추진단’을 신설하고 이 쇼핑몰 운영 방식을 공무원들이 직접 운영·관리하고 마케팅하는 온라인몰 ‘직영 체제’로 바꿨다.

지난 2023년까지 오프라인에서 지역 농특산물을 판매하며 지지부진한 매출실적을 거둔 이곳은 이때부터 강진반값여행과 함께 시너지 효과를 내며 높은 매출 신장률을 기록했다. 실제 2년제 쇼핑몰 입점업체도 78개소에서 142개소로 늘었고 입점품목도 188개에서 633개 품목으로 다양화됐다.

무엇보다 강진 방문 인구가 2024년 577만명, 2025년 602만명으로 계속해서 증가세를 보이고 있다는 점도 고무적인 일이다.

대통령이 직접 언급하며 주목을 받은 반값여행은 올해부터 국가정책으로 확장됐다. ‘지역사랑휴가제’라는 이름으로 지역소멸 위기 지역에 시범 도입된 것이다. 관광객과 지역 상권이 함께 살아가는 선순환 구조를 만드는 ‘강진 반값여행’이 올해는 물론 앞으로도 계속되길 바란다.

취재수첩

전남 나눔 온도 ‘활활’ 타오르길

임영진

사회부 차장



‘희망2026 나눔캠페인’이 막바지로 향하는 현재, 광주와 전남의 온도가 크게 엇갈리고 있다.

광주·전남 사회복지공동모금회가 ‘행복을 더하는 기부, 기부로 바꾸는 광주·전남’을 슬로건으로 진행 중인 희망2026 나눔캠페인은 오는 31일까지 진행된다.

온도탐의 ‘온도’는 매년 지역 공동체의 건강성을 가능하게 한다. 목표액의 1%가 모일 때마다 수은주는 1도씩 오른다. 100도를 넘기면 그해 공동체의 결속이 증명된다. 캠페인이 2주도 남지 않은 상황에서 광주 사랑의 온도탐은 100도(95.1)를 눈앞에 두고 있지만, 전남은 아직 80도(88.3)대에 머물러 있다. 목표 모금액만 보면 광주(51억 2000만원)보다 전남(113억 9000만원)이 더 크지만, 모금 열기와 속도에서 차이가 난다. 특히 이는 지난해 같은 기간 전남의

사랑의 온도가 120도였던 점과 확연히 대조된다.

전남의 더딘 온도에는 현실적인 배경이 있다.

지난해 호우와 산불 등으로 특별모금이 활성화됐던 것과 달리, 올해는 그런 계기가 없다. 여수산단과 광양제철소를 비롯한 지역 산업의 부진, 장기화된 경기 침체 역시 기부 여력을 위축시키고 있다. 개인도, 기업도 쉽지 않은 겨울을 보내고 있다.

하지만 그렇기에 나눔의 의미는 더 분명해진다. 모인 성금은 기초생계 지원부터 주거·의료·교육·돌봄까지, 당장의 삶을 지탱하는 곳에 쓰인다. 모든 성금이 다시 지역으로 돌아간다는 점에서, 나눔은 선택이 아니라 공동체의 책임에 가깝다.

전국적으로는 이미 온도탐이 100도를 넘어섰다. 이제 지역의 몫이 남았다. 전남의 온도가 아직 충분히 오르지 않았다는 사실은, 그만큼 손길이 더 필요하다는 뜻이다.

이번주 한파가 기승을 부릴 것으로 예보된 만큼 전남의 나눔 불씨가 다시 타오르길 바란다. 사랑의 온도탐이 100도를 넘어설 때, 전남 지역의 겨울도 조금은 덜 차가워질 것이다.

회장 양진석	대표이사 발행인	차재진	사장 편집인 이승배	주필 김상훈	편집국장 최현수
<b>광주광역시 북구 무등로 254</b> 우편번호 61234 대표전화 (062) 370-7000 팩스 (062) 385-5400			정 치 부 370-7040 경 제 부 370-7020 산 업 부 370-7010 사 회 부 370-7030 문화체육부 370-7234 문 집 부 370-7082 사 진 부 370-7050	는 설 실 370-7200 임 월 실 370-7000 총 무 국 370-7093 사 업 국 370-7090 광 고 국 370-7070 독자관리국 370-7080 서울지사 02-978-7090	
1995년 12월 12일 창간 2012년 5월 3일 등록번호 광주 가-52(일간)					

본지는 한국신문윤리위원회의 서약서로서 신문윤리강령을 준수합니다

구독료 월 15,000원 1부 800원

기사제보·기고 보내실 곳

전화 062-370-7030 팩스 062-385-5400  
이메일 gndn2018@naver.com