

“정부 정보시스템 개발 아웃소싱 용역

중소기업도 참여 시켜달라”

광주·전남 중기인, 염홍철 중기특위장에 건의

광주·전남지역 중소기업인들은 정부기관이나 정부투자기관이 시행하는 ‘정보시스템 개발아웃소싱 용역’을 대기업에 일괄발주할 게 아니라 분리발주를 통해 지역 중소기업의 자생력을 길러줘야 한다고 주장했다. 또 이들은 농축산 정책자금에 비해 중소기업 정책자금의 대출금리가 높은데다 지역 지식서비스 기업의 수요에 부응하는 전문인력이 부족해 이에 관한 대책마련이 시급하다고 지적했다. 지역 중소기업인들은 지난 23일 ‘2007년 국민과 함께하는 업무보고’

를 위해 광주를 방문한 염홍철 중소기업특별위원회 위원장에게 이같은 ‘정보시스템 개발아웃소싱 용역’을 대기업에 일괄발주할 게 아니라 분리발주를 통해 지역 중소기업의 자생력을 길러줘야 한다고 주장했다. 또 이들은 농축산 정책자금에 비해 중소기업 정책자금의 대출금리가 높은데다 지역 지식서비스 기업의 수요에 부응하는 전문인력이 부족해 이에 관한 대책마련이 시급하다고 지적했다. 지역 중소기업인들은 지난 23일 ‘2007년 국민과 함께하는 업무보고’

업에 도움이 돼도록 해야 한다”고 말했다. 또 김향덕 한국여성경제인협회 광주·전남지회장은 “농축산 정책자금의 대출금리가 3.0%인 반면 중소기업은 4.75%에 달해 산업간 형평성에도 문제가 있어 최소 4.0%까지 인하해야 한다”며 불합리한 점을 꼬집었다. 조계인 한국경영기술컨설턴트협회 대표는 “FTA 등 시장개방에 효율적으로 대응하기 위해 글로벌 역량을 갖춘 우수인력 확보가 시급하다”면서 “인력확보를 위한 지원책을 마련해달라”고 요청했다. 이밖에 ▲기술혁신개발사업 관련 예산 확충 ▲지방 기업 우수인력 확보

지원 등 다양한 요구사항을 쏟아냈다. 이에 대해 염 위원장은 비롯한 중기특위 관계자들은 “기업인들의 현장애로와 건의내용을 충분히 검토, 적절한 조치를 취할 방침”이라고 답변했다. 한편 중기특위는 올해까지 혁신형 중소기업 3단계 육성을 위해 연구개발(R&D) 지원을 지난해 2천679억원에서 3천600억원으로 1천억원 가량 늘릴 계획이다. 또 R&D→사업화→판로개척을 성공적으로 연계하기 위해 개발기술 사업화자금을 1천억원 확보하고, 6천억원 규모의 모태펀드를 조성하기로 했다. 이와 함께 중기특위는 대·중소기업 상생협력과 관련해 부품소재 공동 R&D 지원자금 1천204억원, 대·중소협력자금 537억원, 중소기업직업훈련 컨소시엄 지원자금 860억원 등 2천억원의 예산 확보에 나선다. 특히 염 위원장은 “빠른 시일내에 지역산업 로드맵을 수립하고, 대기업이 주도하는 ‘상생형 지역혁신클러스터 모델’을 개발해 지역경제 활성화를 모색하겠다”고 말했다. /이종태기자 jilee@kwangju.co.kr

곡성 출신 고졸 철강명장 임채식씨

세계 최대 열연공장 공장장 됐다

포스코·광양제철소 열연부에서만 30년 근무



곡성 출신의 고졸 철강명장이 세계 최대 열연공장의 공장장으로 올라 화제다. 포스코 포항제철소와 광양제철소 열연부에서만 30년간 근무해온 임채식(55)씨가 최근 광양제철소 제1열연공장의 공장장으로 발령받아 주위를 놀라게 했다. 광양제철소 1열연공장은 지난

해 614만5천톤의 열연코일을 생산, 전 세계 350여개의 열연공장 가운데 최대 규모를 자랑한다. 포스코의 주력 생산라인으로 알려진 이 공장에서 고졸출신으로 공장장에 오른 것은 임 공장장이 처음이다. 이에 앞서 임 공장장은 지난 2005년 노동부와 한국산업인력공단에서 선정한 압연분야 ‘대한민국 산업명장’ 반열에 올라 고졸출신으로는 드물게 ‘명장’과 ‘공장장’의 영예를 한꺼번에 안게 됐다. 곡성실업고를 졸업한 뒤 3년간 말단 공무원으로 일하다 군복무를 마친 임 공장장은 1977년 포항제철 직업훈련원을 통해 포스코 열연부 후관공장에 입사한 늦깎이다. 86년 광양제철소로 자리를 옮겨 현장 반장을 맡았고, 2002년 대졸사원들이 배치되던 관리직으로 승진했다. 입사 이후부터 열연기술에 대한 임 공장장의 학구열은 식지 않아 ‘열연코일 고속통관기술’과 ‘유체접합에 필요한 안전커플링’에 관한 2개의 특허를 출원하는 계기를 올렸다. 현재 이 기술은 광양제철소에서 적용되고 있다. 또 한 분기 현장작업을 세계 신기록(92.4%), 생산·품질·원가부분에서 33개의 신기록을 갖고 있기도 하다. 이밖에 임 공장장은 15년 동안 순천시에 고아원에 생활용품품을 전달하고, 광양 골약중 여학생에게 매달 급식비와 학비 등을 지원해 포스코가 주창하는 ‘아름다운 사회 만들기’에도 앞장서고 있다. 임 공장장은 “선진국인 일본을 따라잡고 후발국인 중국을 떨쳐잡기 위해 앞으로도 첨단기술 개발에 고민을 거듭하고, 특히 후배들이 지식근로자로 거듭날 수 있도록 노력하겠다”고 말했다. /이종태기자 jilee@kwangju.co.kr

대졸 신입 재교육 평균 8.36개월

1인당 교육비 250만원

대졸 신입사원이 입사 후 업무능력을 습득하기까지 ‘재교육’ 받은 기간은 평균 8.36개월이고 기업들은 사원 1인당 약 250만원을 재교육비로 지출하는 등 대학교육과 기업현장의 괴리가 큰 것으로 나타났다. 또 상당수 기업이 입사 지원자격에 토익(TOEIC) 등 외국어 성적을 반영하고 있지만 실제 업무에서 외국어 능력 중요도는 그리 크지 않으며 중소기업은 정규직 채용비율이, 대기업은 비정규직 채용비율이 높은 것으로 조사됐다. 이 같은 사실은 한국직업능력개발원(원장 이원덕)이 전국 532개 기업 인사담당자와 2005년 제

출된 대졸 신입사원 3천400명을 조사해 25일 발표한 ‘대졸 신입사원 채용과 교육훈련 보고서’에서 밝혀졌다. 보고서에 따르면 대졸 신입사원이 업무를 수행하기에 충분한 능력을 습득하기까지 걸리는 시간은 입사 후 평균 8.36개월이었다. 신입사원 훈련을 위해 조사대상 기업의 72.9%가 ‘신입사원 재교육’을 한다고 답했으며 사원 1인당 평균 248만6천원을 교육훈련비로 지출한 것으로 나타났다. 기업 규모별로는 종업원 50~99명인 기업의 신입사원 1인당 교육비는 109만 원이었지만 1천 명 이상 대기업의 경우 560만원에 달했다. /황태기자 hwangtae@kwangju.co.kr



참숯 가슴기 인기

25일 광주신세계를 찾은 고객들이 백화점 지하 1층 매장서 참숯 가슴기를 살펴보고 있다. 광주신세계는 황사철을 맞아 실내 공기 정화, 습기 조절, 인테리어 효과 있는 참숯 가슴기가 인기를 끌고 있다고 밝혔다. (광주신세계제공)

취업 적령기 男 26세·女 23세

취업포털 커리어(www.career.co.kr)는 19~22일 20세 이상 성인 남녀 1천630명을 상대로 ‘취업하기 가장 좋은 나이’에 대해 설문조사한 결과 평균 24.7세로 집계됐다고 25일 밝혔다. 응답자들은 성별로는 여성의 경우 평균 23.4세, 남성은 26.1세가 취업 적령기라고 답했다. 취업하기까지 필요한 교육기간에 대해서는 ‘15년’이

라는 응답이 26.9%를 차지했고 ‘14년’(19.0%), ‘12년’(16.4%), ‘16년 이상’(11.5%)등의 순이었다. 취업시기를 앞당길 수 있는 방안(복수응답)으로는 ‘기업의 열린 채용 유도’(31.2%), ‘산학협력을 통한 직업교육 강화’(20.5%), ‘실업계 고등학교 육성 및 특화’(16.7%), ‘군 복무기간 축소와 직업군인 확대’(15.4%), 등의 순으로 나타났다. /연합뉴스

일신방직 광주 2공장 준공

평동1차 산단 건평 1만평 규모

일신방직(사장 김정수)은 최근 광산구 평동 1차 산업단지에 건설한 광주 2공장(공장장 김정길 상무) 준공식을 가졌다. 부지 3만평, 건평 1만평인 2공장(사진) 건설에는 650억원이 투자됐다. 정방기 7만주, 고용인원 210명 규모의 2공장에서는 연간 1만9천톤의 최고급 면사가 생산되며, 500억원의 매출이 예상된다. /이종태기자 jilee@kwangju.co.kr



이에따라 일신방직은 현재 임동에 가동중인 광주 1공장(정방기 12만2천700주, 고용인원 700명, 면사생산량 3만2천톤, 매출액 870억원)을 포함해 국내 최대 규모의 면방회사로 자리매김하게 됐다. /이종태기자 jilee@kwangju.co.kr

기아차 유럽모델 ‘씨드’ 국내서도 달리네

글로벌 브랜드 홍보 울초 20여대 들여와

기아자동차가 유럽시장 공략을 위해 전략형 모델로 내놓은 준중형 씨드가 국내에서 잇따라 모습을 드러내자 기아차에는 소비자들의 문의 전화가 끊이지 않고 있다. 국내 도로를 주향중인 씨드는 기아

차가 울초 공수해온 20대의 차량. 씨드는 ‘유럽에서 디자인되고 유럽에서 생산되어 유럽에 판매되는’ 유럽형 전략차종으로 국내 시장에는 판매하지 않는 모델이고 내수시장 판매계획도 전혀 없다. 그럼에도 불구하고, 기아차는 글로벌 브랜드 홍보차원에서 수억 원을 들여 유럽에서 차를 들여왔다. 국내 및 해외영업 부문과 마케팅, 홍보, 연구개발 부서 등에 배치돼 앞



로 2년간 국내 홍보 및 마케팅용으로 운영될 예정이다. 기아차는 지난달부터는 양재동 현대기아차 로비 전시장 중앙에 씨드를 전시하고 서울 동부지역을 시작으로 전국 17개 지역에 2년간 순회 전시할 예정이다. /이종태기자 jilee@kwangju.co.kr

Advertisement for 'Moda Gallery Gwangju Direct Sales Market' (모다쉬갤러리 광주직영전시장) featuring furniture and home decor.

Advertisement for 'Gwangju Jeonnam' (광주전남) featuring 'Iong Gungnang 1' (이용기능장 1호) and 'Gambal' (가발) services.