

지난해엔 “일감 없으니 쉬어라” 눈물의 휴가
올해엔 “열심히 일한 당신 떠나라” 보너스 두둑

한결 훈훈해진 지역 산업현장

연말 광주·전남 생산현장에 활기가 넘쳐난다. 세계 경제가 회복세를 타면서 두툼한 연말 보너스에 장기휴가를 주는 기업이 있는가 하면, 주문이 밀려 공장을 풀 가동해야 하는 기업들도 많다. 아직 불안한 회복세이긴 하나 주문 감소와 자금난 등으로 어쩔 수 없이 ‘눈물의 휴가’를 떠나야 했던 1년 전 금융위기 당시와는 대조적인 분위기다.
삼성광주전자는 25일부터 내년 1월 3일까지 최장 10일 동안 쉬기로 했다. 성탄절(25~27일)과 새해 연휴(1~3일) 사이에 4일을 월차를 이용해 쉴 수 있도록 하면서 모든 직원들이 휴가를 가게 한 것이다. 다만, 주문량이 밀려있는 에어컨 공장은 27일까지 가동된다. 연말 보너스(생산성 격려금)도 두둑하다. 3분기까지 매출액 2조3천657억, 영업이익 494억 원

등 괄목할만한 성과를 내며 힘입어 최고 150%를 지급할 것으로 알려졌다.
쏘울을 생산하는 기아차 광주 1공장의 경우 성탄절 연휴에도 라인을 계속 돌린다. 지난해 말과 올 초 20%까지 조업을 감축하기도 했지만, 쏘울 수출 열기가 식지 않아 공장 가동은 늘린 것이다. 하지만, 1공장은 새해 연휴(1~4일)에는 휴가에 들어간다. 잇단 특근과 잔업 수당, 연말 보너스 등이 근로자들 손에 쥐어질 것으로 보인다. 하남산단 등의 기아차 협력업체들도 주문을 소화하느라 연휴도 없이 생산 현장을 지킬 태세다.
금호타이어 광주공장은 새해 1일 하루만 쉬고 공장을 계속 돌린다. 공장 가동 중단에 따른 비용 소모를 줄이면서, 밀린 주문량을 소화하기 위해서다.

포스코 광양제철도 성탄 연휴 없이 새해 1~3일간 공장 가동을 한다. 포스코는 전체 경영 이익의 5%를 직원 성과급으로 지급한다.
대우일렉트로닉스는 1~3일까지 쉬고 곧바로 공장 가동에 나선다. 설비 점검 및 가전 부문 광주공장 이전의 속도를 높여 내년 2월 본격적 양산에 들어간다는 계획이다. 워크아웃 기업으로 성과급은 기대하기 힘들지만 최근 매각을 위한 절차가 진행중인데다, 조만간 새 주인을 만나면 옛 가전명가로서의 위상을 회복할 수 있다는 기대감에 들떠있다.
하남산단 관리공단 관계자는 “지난해 말에는 산단 내 100여 업체가 부분적으로 가동을 중단하거나 폐업을 하는 바람에 분위기가 썰렁했는데, 올해는 다행이 나아졌다”고 말했다.
/김지을기자 dok2000@kwangju.co.kr

대기업 협력업체 46% “아직은 위기”

중소중앙회 광주전남본부 119개사 대상 조사

광주·전남 지역의 대기업 협력업체들은 각종 경기 지표의 회복 조짐에도 불구하고, 현재의 경기상황을 아직 위기로 보고 있는 것으로 나타났다.
중소기업중앙회 광주전남지역본부가 29일 대기업 협력업체 119개사를 대상으로 ‘광주·전남지역 대기업 협력업체 경영애로’를 조사한 결과, 현재의 경기상황이 위기국면이라는 응답이 46.2%로 나타났다. 하지만 지난 2

분기(75.0%)와 3분기(67.3%)에 비해서는 현저히 낮아진 수치다.
위기국면이라고 응답한 업체들은 국내수요 감소가 65.4%로 가장 많았고 환율·고유가 등 대외경제 환경 악화(19.2%) 등을 꼽는 경우도 많았다. 대기업의 불공정 거래 관행(11.5%) 등도 빠지지 않았다.
또 경영상태가 ‘어렵다’고 응답한 업체는 32.0%로, 이들은 어려운 사유

로 대기업 납품물량 감소(36.8%), 원자재 가격상승 및 구입난(34.2%), 납품단가 인하 요구(26.3%) 등의 순이었다. 대기업들이 사상 최대의 실적을 낸 것과 달리, 중소 협력업체들은 납품단가 인하 요구 등으로 힘겨웠다는 것이다.
대기업의 협력업체들은 어려운 경영여건을 극복하기 위해 38.6%가 기술력 및 생산성 향상을 통한 원가절감이 필요하다고 입을 모았다.
/김지을기자 dok2000@kwangju.co.kr

광주일보·중기청 선정 ‘이달의 자랑스러운 중기인상’

‘광코어 단면 연마기’ 국산화 성공 노사 상생... 세계적 주물회사 성장

■ 링크옵틱스 최용원 대표

링크옵틱스는 ‘광코어 단면 연마기’의 국산화를 비롯, 광산업 분야에서 지역 경쟁력을 갖추고 세계 시장에서 주도권을 잡는데 필요한 기술 개발에 힘쓰고 있는 업체다.

지난 2004년 광통신 부품업체로 설립한 뒤 2년만에 대한민국 창업대전 우수기업부문 국무총리상을 받았고 이듬해 광주시의 8대 유망중소기업, 중소기업청의 수출중소기업으로 선정되는 등 미래 광통신 시장을 선도할 중소기업으로 성장했다.

특히 그동안 수입해오던 ‘광코어 단면 연마기’에 대한 기술 개발에 힘써 국산화에 성공하는가 하면 LED를 이용한 고성능 해충방제시스템 연구 개발 등 기술 경쟁력 강화에 주력했다. 이는 4건의 특허를 등록하고 출원(7건)해 알카텔-루센트(Alcatel-Lucent) 협력사로 등록되는가 하면 중소기업청의 기술혁신형 INNO-BIZ 기업 선정, 광주테크노파크의 첨단단지 내 경영혁신평가에서 최우수기업으로 선정되는 성과로 이어졌다.

기술력과 사업 능력은 매출로 이어져 지난해 17억6천만원인 매출액을 올리는 31억원까지 늘려잡았고 수출도 9만2천달러(2008년) 수준에서 두배 이상 늘어난 20만



광주일보사와 광주·전남지방중소기업청이 주관하는 ‘이달의 자랑스러운 중소기업인상’ 시상식이 23일 오후 광주·전남지방 중소기업청에서 열렸다. 왼쪽부터 임홍식 광주·전남지방중소기업청장, 최용원 링크옵틱스 대표, 송형석 ㈜에스제이금속 대표, 유제철 광주일보사장. /최현배기자 choi@

■ 에스제이금속 송형석 대표

14001을 획득한 데 이어 현대기아차 그룹의 부품 공급자 품질인증(SQ·Supplier Quality)을 획득했지만 세계에서의 경쟁력을 확보, 해외 판로 개척을 위한 조치다.

또 전남대·조선대 등과의 산·학·연 네트워크를 구축, 세계 수준의 기술력이 반영된 제품 개발에 힘쓰는 등 기업 경쟁력 강화에 주력하고 있다.

꾸준한 연구 개발과 품질 경쟁력이 업계에서 인정 받으면서 매출액은 지난 2007년 12억에서 지난해 150억으로 10배 넘게 급증했고 올해도 250억원이상을 기대하고 있다.

특히 “3無(정리해고·전환배치·비정규직 없음) 원칙”을 내걸고 소통과 신뢰를 바탕으로 한 노사협력 문화를 구축함으로써 생산 손실을 줄이고 업무 효율을 극대화하는 발판을 마련했다. 유·무형의 긍정적 힘까지 더해져 수익 구조를 향상시키는 효과를 보고 있다. 이 업체는 이같은 공로로 노동부의 ‘노사문화 우수기업’으로 선정되기도 했다.

송형석 ㈜에스제이금속 대표이사는 “세계적 주물회사로 성장할 수 있도록 꾸준한 기술 개발과 연구인력 투자에 힘을 쏟았다”고 말했다.
/김지을기자 dok2000@

달러까지 급증할 것으로 예상하고 있다.

링크옵틱스는 여기에 그치지 않고 세계 광산업 시장이 제품과 기술의 순환주기가 빨라지는데 주목, 지역내 학교 및 연구기관과의 긴밀한 협력체계를 구축하고 광산업 전문 정보와 첨단 융·복합 기술 개발에 대한 자료를 공유하면서 시장 선점을 위한 대응 방안을 수립하고 있다.

최용원 링크옵틱스 대표는 “광기술과 융합한 특화된 기술 개발로 새로운 비즈니스 모델과 시장을 창출, 광산업 시장에서의 경쟁력을 확대해 나갈 것”이라고 말했다.

장성에 공장을 둔 ㈜에스제이금속이 지난 2006년 1월 설립 뒤 3년여만에 자동차 부품 및 냉장고 부품을 만드는 강한 중소기업으로 성장한 원동력은 노사간 상생 협력 분위기를 바탕으로 한 끊임없는 기술 개발이다.

이 업체는 자동차 부품 및 냉장고 부품 소재를 생산하는 과정에서 불량률을 줄이고 제품의 질적 수준을 업그레이드하기 위해 최근 기업 부설 연구소를 설립했다. 연구 인력도 석사와 기능장 등 최고 전문위원으로 꾸렸다. 설립한 뒤 1년 만인 지난 2007년 품질인증시스템인 ISO 9001 및 ISO



진로 참이슬 리뉴얼 2종 출시

진로가 대표 브랜드인 참이슬의 주질을 개선하고 브랜드 이미지를 일원화시킨 리뉴얼 제품 2종을 광주·전남지역에 선보인다.
진로는 24일부터 ‘참이슬 오리지널(Original)’과 ‘참이슬 프레쉬(Fresh)’를 광주·전남지역에 출시한

다고 밝혔다.(사진)
참이슬 오리지널은 소주 본래의 맛을 유지하면서 깨끗함을 강조했으며, 프레쉬는 주질 개선을 통해 목넘김이 편해지고 깔끔해진 뒷맛을 살렸다고 진로측은 밝혔다.
알코올 도수는 오리지널이 20.1도, 프레쉬가 19.5도로 기존 제품과 같

다.
진로는 두 제품의 시각적 구분을 위해 서로 다른 색상의 이슬샘 마크를 적용해 오리지널은 붉은색으로 대표 소주의 정통성과 자신감을, 프레쉬는 푸른색으로 맑고 깨끗함을 표현했다고 밝혔다.
/장필수기자 bungy@kwangju.co.kr

Advertisement for '국제보청기' (International Hearing Aids). It features a banner with a horse and rider, and several photos of hearing aid products. Text includes: '좋은 보청기를 쓰십시오', '국제보청기', and contact information for various branches: 본점 (082) 227-9940, 순천점 (061) 752-9940, 목포점 (061) 252-9200, 송광점 (062) 227-9970, 익산점 (063) 851-2422.

Advertisement for 'FURSIS TEENS iloom' featuring a classroom scene. Text includes: 'FURSIS TEENS iloom', '최신 소리가 광주에서 새롭게 태어났습니다', and 'FURSIS TEENS iloom' logos.

Advertisement for 'FURSIS TEENS iloom' featuring a building and a large 'FURSIS' logo. Text includes: '최신 소리가 광주에서 새롭게 태어났습니다', 'FURSIS TEENS iloom', and 'FURSIS TEENS iloom' logos.