

라면에 생리대까지...골고루도 올랐네

빙과 12%·음료 14%대 인상 주로 서민 생필품 위주로 올라 재료·물류비·인건비 상승 탓

새해, 물가가 더욱 치솟고 있다. 지난해 연말 이후 계란, 라면, 맥주, 빵 등의 가격이 줄줄이 오르면서 서민들의 삶만 더욱 힘들어지고 있다.

특히 서민들이 즐겨 먹는 빙과와 음료가 많게는 10% 이상 오른 데다 생활필수품인 주방세제·건전지·생리대 등의 가격도 제품별로 정도의 차이는 있지만 전반적으로 상승했다.

5일 한국소비자원 '참가격' 비교 사이트에서 지난해 6월과 12월의 가격을 비교했을 때 상승 폭이 가장 두드러진 가공식품은 아이스크림(빙과), 음료, 두부다.

해태, 롯데, 빙그레 등 주요 기업들의 대표 빙과류의 인상은 10%를 웃돌았다. 롯데푸드의 돼지바 가격은 11.6%, 빙그레의 매로나는 11.9%, 해태제과의 바밤바는 12.7% 각각 올랐다.

음료수 중에서도 코카콜라(1.8ℓ)와 롯데



새해 주방 세제 대부분 브랜드의 가격이 지난해 하반기에 비해 0.8%에서 11.2%까지 올랐다. 사진은 기사 내용과 관련 없음. (광주일보 자료사진)

대청성 게토레이레몬(600ml)가 6.8%, 14.7% 각각 인상됐다. 같은 기간에 풀무원의 '국산콩두부'(짜개용·350g)와 CJ제일제당의 '행복국산콩두부'(짜개용·380g)도 각각 2.1%, 3.4% 올랐다.

신라면(5개입) 판매가는 농심의 가격 인상 영향으로 0.78% 올랐으나, 다른 라면 제조사는 눈치를 보며 인상을 자제하는 분위기다.

서민의 대표 음식 '국수'의 재료인 CJ제일제당의 '제일제면소 소면'도 같은 기간에 26.2%나 뛰었고 농심 켈로그의 '스페셜 K오리자날'도 20% 인상됐다.

공산품 중에서는 생리대, 건전지, 주방세제 등의 가격이 지난해 하반기에 비해 많이 뛰었다. 주방 세제의 경우, 대부분 브랜드의 가격이 올랐다. LG생활건강의 자연풍은 11.2% 올랐고 애전 향균트리오는

1.5%, CJ참그린은 0.8% 각각 인상됐다. 여성들의 필수품인 생리대도 유한킴벌리 '화이트'와 '좋은 느낌'이 각각 3.11%, 1.3% 인상됐고 LG생활건강의 바디피트도 0.4% 상승했다.

백화점에서 판매되는 화장품과 구두도 일부 품목에서 올랐다.

소다·금강·닥스 구두는 지난해 6월 소재인 피혁 가격 상승 탓에 소비자 판매가가 3~5% 뛰었다.

랑콤·입생로랑 등을 수입하는 로레알 화장품과 에스티로더·맥 등을 판매하는 엘카 화장품은 각각 지난해 11월과 9월부터 일부 제품을 평균 6% 정도 비싸게 팔고 있다.

이들 품목의 가격이 꾸준히 오르고 있는 것은 재료비·물류비·인건비 상승 탓이다. 생활용품업체 등 일부 제조사는 가격 인상을 유통업체에 돌리기도 한다.

또한 조류인플루엔자(AI) 여파로 계란값이 널뛰기 하고 있다. 한국농수산식품공사(aT)에 따르면 4일 기준 계란(30개)은 지난해보다 48.8% 신장한 8444원에 거래됐다. 계란값은 최근 지속 상승세를 보이고 있다. /오광록기자 kroh@연합뉴스

방송통신전파진흥원, 11일까지 신입·경력 공채

한국방송통신전파진흥원(원장 서석진·이하 KCA)은 오는 11일까지 신입 및 경력직 직원을 모집한다.

이번 채용은 국가직무능력표준(NCS)을 활용해 실무능력을 중심으로 채용할 예정이다. 무선국검사·전파진흥·기금·방송통신진흥 분야에서 신입 직 26명을, 기금운용 분야에서 경력직 1명을 모집한다.

최종 합격자는 빛가람혁신도시 본원에서 근무하게 되며 무선국 검사분야 합격자의 경우 근무지는 전국지방

본부다.

서석진 원장은 "NCS를 활용한 채용은 취업시장에서 차별 없는 공정경쟁을 통해 지원자의 역량을 발휘할 기회를 제공할 것"이라며 "자신이 지원하고자 하는 직종·직무에 맞는 역량을 키울 수 있을 것"이라고 말했다.

한편 채용에 관한 자세한 사항은 KCA 누리집(http://www.kca.kr)에서 확인할 수 있으며, 문의는 061-350-1356, /박기용기자 pboxer@kwangju.co.kr

콘텐츠진흥원, 신규 영상 온라인 강좌

한국콘텐츠진흥원(원장 직무대행 강만석)이 운영하는 한국콘텐츠아카데미(edu.kocca.kr)에서 콘텐츠 분야 예비인력과 현업인의 역량강화를 위해 최신 영상편집 프로그램을 다룬 신규 온라인 과정을 선보인다.

이번에 신설된 강좌는 ▲간단 정복! 에디우스(EDIUS) 영상편집 등 1개 정규과정과 ▲파이널 컷 프로 X(Final Cut Pro X)를 통한 영상편집 입문 등 모두 4개의 열린강좌다.

'간단 정복! 에디우스 영상 편집' 정규 과정은 에디우스 입문자가 손쉽게 프로그램 전반을 심화학습할 수 있도록 총 8회에 걸쳐 체계적인 교육을 제공한다.

수강생이 프로그램 설치부터 마스터 파일 출력까지 에디우스의 전 과정을 쉽게 이해할 수 있도록 예제를 풀며 학습하는 튜토리얼(Tutorial) 강의로 제작됐다.

8'의 추가 기능 및 이전 버전과의 차이점도 상세히 다뤘다.

'파이널 컷 프로 X를 통한 영상편집 입문' 강좌는 전문 영상편집 앱 '파이널 컷 프로 X'에 대해 다룬다.

'파이널 컷 프로 X'는 현재 방송·영상 제작, 영화 분야에서 널리 활용되는 동영상 편집 소프트웨어로 강좌를 통해 기본적인 영상효과와 프리즈 프레임 만들기, 클립 속도 바꾸기 등을 배울 수 있다.

한국콘텐츠아카데미에서는 ▲영상 편집의 끝, 파이널 컷 프로(Final Cut Pro) 7 파헤치기 강좌를 개설할 예정이다. 신규 온라인 강좌를 비롯한 한국콘텐츠아카데미의 모든 온라인 강의는 공식 홈페이지(edu.kocca.kr)와 모바일 앱 '콘텐츠아카데미'에서 누구나 무료로 수강할 수 있다. 교육관련 문의 02-6441-3258, /윤영기기자 penfoot@kwangju.co.kr

aT, 13일까지 물류기기 공동 이용 접수

농림축산식품부(장관 김재수)와 한국농수산식품유통공사(aT·사장 여인홍)는 오는 13일까지 '2017년도 물류기기공동이용사업 지원대상자' 선정을 위한 사업 신청 및 접수를 받아 보조금 146억 원을 지원한다.

물류기기공동이용사업은 펠릿, 플라 스틱상자 등의 물류기기를 공동 이용해 출하 규모화를 유도하고, 하역기계화 및 '일관 펠릿타이징'을 통해 농산물 유통 비용을 절감하고 물류효율을 제고하기 위한 정부 지원 사업이다.

일관 펠릿타이징은 농산물 원물을 산지에서부터 파렛트 작업해 도매시장이나 대형유통업체 등의 최종 소비자까지 일관되게 파렛트로 유통시키는 것을 말한다.

공사사업인, 연합사업단 등의 농협조직과 영농조합법인, 농업회사법인의 농업법인, 공영 도매시장이나 농협공판장에 등록된 산지유통인 등이다.

사업 신청을 위한 세부적인 절차는 물류기기공동이용 통합관리 시스템(aT-pool.or.kr)을 찾고 하면 되고, 지난해에는 농협조직, 농업법인 등 660개소를 대상으로 임차료를 지원했다.

aT 황형연 유통조성처장은 "물류기기 공동이용사업을 통해 사업자들의 산지 물류기기 이용에 따른 부담을 경감하고 물류 효율이 한층 제고되는 계기가 되기를 바란다"면서 "산지 생산자에게 도움이 될 수 있도록 올해 사업관리에 만전을 기하겠다"고 밝혔다. /오광록기자 kroh@kwangju.co.kr

빈 병값 올리더니 소줏값도 동반 인상

편의점 소주 1병 1700원 맥주도 50~100원 인상

맥주와 소줏값이 연초부터 또 오른다. 주요 유통업체들이 빈 병 보증금 인상을 반영해 가격을 인상하기 때문이다.

5일 유통업체에 따르면 편의점과 대형마트들은 내년부터 맥주와 소주 판매가격을 차레로 올린다.

씨유(CU), GS25, 세븐일레븐 등은 참이슬·처음처럼(360ml)을 한 병에 1600원에서 1700원으로 인상한다.

카스맥주(500ml)는 10일부터 기존 1850원에서 1900원으로, 하이트맥주는 19일부터 1800원에서 1900원으로 각각 올라간다.

대형마트에서도 작년 생산 물량이 소진되면 빈 병 보증금 인상을 반영한다. 이마트에서 기존 1330원이던 맥주(500ml) 한 병은 1410원에 판매된다. 1140원이던 소주는 1220원으로 오른다.

롯데마트에서도 하이트·카스후레시(640ml) 등 맥주는 한 병에 1750원에서 1830원으로 인상된다.

참이슬과 처음처럼 등 소주는 1130원에서 1190원으로 오른다.

이러한 가격 인상은 소주와 맥주의 빈 병 보증금이 각각 60원, 80원 인상된 데 따른 것이다.

소주는 40원에서 100원으로, 맥주는 50원에서 130원으로 보증금이 인상됐다. 빈 병을 반납하면 돌려받을 수 있지만 소비자들은 일단 구매가격이 또 높아진 것이 달갑지 않다는 반응이다. 빈 병을 모았다가 들고가기 번거롭다는 이유로 실제 환불받지 않는 이들이 많을뿐더러, 편의점에서 일부 품목은 보증금 인상 폭보다 판매가 인상 폭이 더 크다.

이빈 인상은 제조사와는 무관하지만 지난해 주류업체들이 소주와 맥주 가격을 줄줄이 올렸기 때문에 소비자들이 느끼는 부담은 더욱 크다.

오비맥주는 지난해 11월 카스, 프리미어OB, 카프리 등 주요 맥주 제품의 출고가를 평균 6% 인상했다. 이어 하이트진로가 지난달 하이트와 맥스 등 맥주 제품 출고가를 평균 6.33% 올렸다. 소주는 앞서 2015년 11월 하이트진로가 참이슬 가격을 올린 뒤 롯데주류, 무학, 보해 등이 잇따라 가격을 인상했다.

외식업소에서 추가로 소주나 맥주 가격이 오를 수도 있다. /연합뉴스

광주 기업경기 지난해 보다 더 어렵다

올해 1분기 전망지수 66

자금조달 어려움 불안요인 1위

광주지역 올 1분기 기업경기전망이 작년보다 암울한 것으로 나타났다.

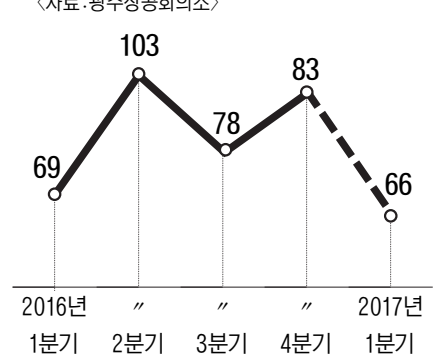
5일 광주상공회의소가 지역 121개 제조업체를 대상으로 올 1분기 제조업 기업경기전망지수(BSI)를 조사한 결과, 66으로 나타났다. 지난해 1분기 69, 2분기 103, 3분기 78, 4분기 83 등 지난해 BSI와 비교해 가장 낮은 것이다.

BSI는 기업들의 현장 체감경기를 수치화한 것으로, 기준치(100) 이상이면 향후 경기 전망이 호전될 것으로 예상하는 기업이 더 많다는 것을 의미하고, 100 미만이면 반대로 악화할 것으로 전망하는 기업이 더 많은 것이다.

올 1분기 경기가 전분기(2016년 4분기)보다 호전될 것으로 전망한 업체는 10.7% (13개사)에 불과한 반면, 악화할 것으로 예상한 업체는 44.6% (54개사), 경기상황이 전분기와 비슷할 것이라는 응답이 44.6% (54개사)로 나타났다.

기업 규모별 올 1분기 BSI는 대기업이 78로 전분기(107) 보다 크게 하락했고, 중소기업 64(80), 수출기업 71(73), 내수기업 64(86) 등 모두 전분기 보다 떨어졌다.

■ 광주 제조업 기업경기전망지수



64)을 제외한 모든 업종이 전분기 보다 떨어졌다.

1분기 기업 경영 대내 불안요인으로 자금조달 어려움(40.3%), 정지갈등에 따른 사회혼란(37.5%)을 꼽았고, 대외 불안요인으로는 트럼프 리스크(48.6%), 중국 경기둔화(48.6%)를 들었다.

올해 고용규모와 관련해 지난해보다 늘리겠다는 업체는 28.1%에 불과했고 늘리지 않겠다는 업체는 47.9%였다.

광주상의 관계자는 "국내, 세계 경제의 저성장으로 내수와 수출 회복전망이 불투명하고 국내 정치문제, 트럼프 행정부 출범, 미국 기준금리 인상 등 불안한 정치, 경제변수에 따라 기업경기가 안 좋을 것으로 보는 기업들이 많은 것 같다"고 말했다. /김대성기자bigkim@kwangju.co.kr

당신에게 크리스마스는 어떤 의미인가요?

실버벨

Silver Bells

12월, 전국 극장 대개봉

철없는 아버지와 철든 아들의 좌충우돌 크리스마스가 온다!

● 관람문의 | 광주 CBS (062-376-8500)