

# 한 명 타도 운행... '고객 중심' 독심 통했다

### 금호고속 전남 관광지 순환버스 '남도한바퀴' 인기속 질주 20개 코스 연일 매진·수도권 고객 급증...대표 관광상품 부상

“단 한 명의 승객만 탔더라도 정해진 관광 코스를 운행한다는 원칙을 세웠습니다. 고객과의 약속인데 저버리지 말자는 게 회사 방침이었습니다.”

전남지역 관광지 순환버스인 '남도한바퀴'와 관련, “1~2명, 기껏해야 5명도 안 되는 관광객들만 타는 남도한바퀴를 왜 계속 운영했느냐”는 질문에 금호고속 신동근 과장은 이렇게 말했다.

금호고속의 고객에 대한 독심있는 신뢰 경영이 5년 만에 빛을 보고 있다. 지난 2014년 첫 운행을 시작한 '남도한바퀴'가 지역민들 사이에 입소문이 나면서 대표적 관광 상품으로 떠오르고 있어서다. 20개 전 코스는 연일 매진되는 등 인기를 끌고 있으며 지역민 뿐 아니라 '남도한바퀴'로 전남 관광 일정을 짜는 수도권 고객들도 적지 않다는 게 금호고속 설명이다.

남도한바퀴는 남도의 역사 유적지, 관광 명소 등을 편리하게 둘러볼 수 있도록 한 관광지 순환버스 프로그램이다.

2014년 운행 시작 당시에는 순탄치 않았다. 6개 코스를 요일별로 운행했지만 회당 평균 승객은 14명에 불과했다. 45인승 버스 한 대에 1~2명만 태우고 갈 때도 많

았다. 여수·광양 코스의 경우 2014년 7월 5일부터 20일까지 6회 운행하면서 태운 관광객들이 1~2명, 4명이 전부였다.

2015년 메르스 사태 때는 더 심각했다. 6월 6일 하루동안 이용한 승객(75명)보다 취소한 승객(177명)이 2배 이상 많았다. 6월 14일 7개 코스를 도는 버스 7대(버스당 45인승)에 탄 승객도 고작 26명 뿐이었다. 금호고속은 그래도 운행을 멈추지 않았다. 인위 미달을 이유로 일정을 일방적으로 취소하는 여행사 프로그램과 다르게 컨셉을 잡은 만큼 고집스럽게 운행을 이어 갔다.

고객 신뢰를 무너뜨리는 약속의 축소나 폐지는 고객 만족도의 하락과 고객 이탈의 증가로 이어질 수 있다는 게 회사 판단이었다.

프로그램의 변화를 주는 시도도 지속적으로 펼쳤다. 운행 첫 해인 2014년에는 교통 편의성에 중점을 두고 프로그램을 짰다. 이듬해에는 섬 코스를 집어넣었고 2016년에는 22개 시·군의 관광지를 고루 둘러볼 수 있도록 '숨겨진 명소'를 소개하는 데 공을 들였다. 지난해에는 섬·길·맛 등 10가지 테마를 중심으로 해 순환 코스



를 만들었고 올해는 외지 관광객들과 젊은층들을 고려한 프로그램을 새롭게 선보였다.

목적의 대가는 지난해부터 돌아왔다. 회당 13~14명에 불과하던 이용객 수는 회당 32명까지 올라갔고 올해는 평균 이용객이 38.2명까지 늘었다. 전체 이용객도 1만1200명(2014년)에 불과했던 데서 지난해 3만2000명으로 3배 가까이 늘었다. 올해 들어서만 지난해까지 6800명이 이용했다. 섬 여행 상품과 1박 2일 상품을 제외하

면 대부분 9900원으로 이용할 수 있는데다, 코스도 다양해 연일 매진 사례가 이어지고 있다. 특히 순천·여수 남만여행과 순천·광양 별빛여행, 진도·점도 웰빙길 걷기 여행은 매일 승객 모집과 동시에 마감될 정도로 인기다.

금호고속 관계자는 “지역의 대표 운송 기업으로 많은 여행객들이 남도의 맛을 느끼고 가실 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

/김지용기자 dok2000@kwangju.co.kr

## '심기일전' 금호타이어 7개월만에 TV광고 재개

금호타이어가 자사 유통전문점인 '타이어프로'의 TV 광고를 7개월 만에 재개했다. 매각 과정을 겪으며 중단했던 TV 광고를 다시 선보이며 본격적인 마케팅 활동을 재개한 것으로 풀이된다.

14일 금호타이어에 따르면 타이어프로는 지난 12일부터 '균형의 프로, 타이어프로'라는 TV광고를 재개했다.

광고는 금호타이어의 캐릭터 '또로'와 '로로'가 타이어 교체할 때 가장 중요한 기술력, 첨단 장비, 최상의 서비스까지 모든 것의 균형이기 때문에 균형의 프로인 '타이어프로'를 찾아간다는 내용이다.

김성 금호타이어 마케팅팀장 상무는 “금호타이어가 안정성, 내구성, 승차감 등 타이어 주요 성능의 균형 잡힌 완벽함을 추구하는 것처럼 타이어프로에서도 균형 잡힌 서비스를 제공한다는 메시지를 담고 있다”며 “호타이어의 마케팅 활동을 포함한 생산, 영업 등 모든 부문에서 경영정상화가 빠르게 진행될 것”이라고 말했다.

금호타이어의 유통전문점인 타이어프로는 전국에 575개 매장을 갖고 있으며 타이어 관련 점검 및 정비의 윈스톱 서비스가 가능하다. /김지용기자 dok2000@



## 영농·수확체험하며 스트레스 훌훌~

### 농협광주본부 '도시가족 주말농부 농촌체험행사'

농협 광주지역본부(본부장 김일수)는 지난 12일 광주시 북구 무등산평촌마을에서 농업인 소득증대를 위한 '도시가족 주말농부 농촌체험 행사'를 가졌다. 농협 광주본부와 광주시는 지난 2014년

수확한 농산물로 음식을 만들어 먹는 프로그램을 이다.

한편, 광주시 도시가족 주말농부 농촌체험은 오는 22일까지 광주시청 홈페이지(www.gwangju.go.kr)와 NH여행홈페이지(www.nhtour.co.kr)에서 신청할 수 있다. 참가비는 1인당 1만원으로, 초등학교 생을 둔 광주시민이면 누구나 참여가능하다.

광주시민들이 농촌마을을 방문하고 계절마다 영농·수확체험을 하는 것은 물론, /박기용기자 pboxer@kwangju.co.kr

## 한 눈에 보는 경제지표

- ↓ 코스피 2476.11 (-1.60)
- ↑ 금리 (국고채 3년) 2.31% (+0.02)
- ↓ 코스닥 858.70 (-7.23)
- ↓ 환율 (USD) 1068.00원 (-1.30)

## 카레·컵라면...가공식품값도 줄인상

### 소보원 조사 30개중 15개 올라...국수·두부는 소폭 하락

가공식품 가격이 지난해보다 크게 상승한 것으로 나타났다.

14일 한국소비자원이 가격정보 종합 포털 '참가격'(www.price.go.kr)을 이용해 지난해 말 다소비 가공식품 30개 판매 가격을 분석한 결과 콜라는 지난해 같은 달보다 11.9% 올랐다.

또 즉석밥(8.1%), 설탕(6.8%), 어묵(5.8%) 등 품목의 가격인상이 두드러졌고, 두부(-33.2%), 냉동만두(-12.7%), 햄(-4.7%), 맛살(-3.0%) 등은 오히려 하락한 것으로 나타났다.

소비자원은 “즉석밥, 밀가루, 시리얼, 라면, 국수 등 곡물 가공품과 설탕, 간장, 참기름 등 조미료류 가격이 주로 상

승한 것으로 나타났다”고 분석했다.

지난달 이들 품목 가격은 3월과 비교해서도 상승 폭이 컸다. 30개 품목 가운데 한 달 만에 가격이 가장 많이 오른 것은 카레로 4.3%나 뛰었다. 또 편의점 등에서 많이 팔리는 컵라면(2.2%), 시리얼(2.0%) 등 15개 품목의 가격이 올랐다.

하락 품목은 국수(-3.8%), 커피믹스(-1.7%), 두부(-1.4%) 등 13개였다.

다소비 가공식품 30개 총 구매비용이 대형마트는 평균 11만6895원으로 가장 싼 다음으로 점포시장(11만9127원), 기업형 슈퍼마켓(SSM)(12만2517원), 백화점(13만2163원) 순이었다.

/박기용기자 pboxer@kwangju.co.kr

## 소상공인 상점가 등록기준 50→30개

### 중기부 기준완화...광주·전남청 10월까지 후보군 확정

지역 소상공인들의 상점가 등록이 완

화된다. 14일 중소벤처기업부 광주·전남지방청(청장 김진형)에 따르면 유통산업발전법 시행령 개정에 따라 상점가 등록기준이 기존 50개 점포에서 30개 점포로 완화된다.

상점가 등록이 완화되면 그동안 요건을 충족하지 못해 정부지원에 소외됐던 지역 내 소상공인들도 특성화시장 지원,

시설현대화, 주차환경 개선, 안전점검 등 각종 지원을 받을 수 있는 자격이 주어진다.

중기부 광주·전남청도 오는 10월까지 실태조사를 벌여 상점가 후보군을 확정할 방침이다.

한편, 상점가 등록 방법은 해당 지역 상인의 전부 또는 일부가 상인회를 자율적으로 설립해 시장·군수·구청장에게 신청할 수 있다. /박기용기자 pboxer@

## 직장인 절반 “주 52시간 근로 적용 회의적”

### 블라인드 설문...회계업계 85% 최다 응답

직장인 10명 중 4명은 ‘주 52시간 근로

제’를 실제 현장에서 적용하는 데 회의적인 시각을 갖고 있는 것으로 조사됐다.

직장인 익명 커뮤니티엔 ‘블라인드’가 전국 직장인 1만2208명을 대상으로 설문조사(4월 30일~5월 3일)를 실시한 결과, 응답자의 44.3%는 ‘주 52시간 근무제’를 우리 회사에 적용하는 것이 불가능하다고 답했다.

‘우리 회사에 적용하는데 시간이 필요하다’고 응답한 경우(14%)까지 포함하면 절반이 넘는 직장인들이 ‘주 52시간 근로’ 시대에 부정적 시각을 갖고 있는 셈이다. /김지용기자 dok2000@

‘주 52시간’ 도입 필요성에는 거의 모든 회사 직장인들이 찬성 의견이 높았지만 현장 적용 가능성에는 소수업체와 회사별로 편차가 컸다.

가장 회의적인 것은 회계 업계로, ‘적용 불가’ 응답 비율이 가장 많은 회사는 달로이트 안진과 삼정케이피엠지(KPMSG)가 각각 85%, 81%로 1~2위를 차지했다.

이랜드월드(80%), 에이디티(ADT)캡스(79%), 셀트리온(75%), 지에스(GS)리테일(71%), 삼일회계법인(70%), 대림산업(69%), 올리브네트웍스(69%), 롯데쇼핑(67%) 등도 ‘적용 불가’ 응답 비율이 높았다. /김지용기자 dok2000@

각국 보청기 전문 A/S센터 상표등록 제2549335호

“인터넷 검색창에 **국제보청기** 를 쳐보세요”

필요한 소리만 똑똑히 들립니다.  
작은 사이즈로 착용시 거부감이 없습니다.  
정직한 우수상품 가격부담이 없습니다.

본점 서석동 남동성당 옆 062) 227-9940  
062) 227-9970  
서울점 중로 5가역 1층 02) 765-9940

자연의 소리... 국제보청기

내 집같은 편안함! 고객님의 여행의 휴식을 한 차분 높은 수준으로 업그레이드

건강한 우리 음식 한정식 30년 전통의 한정식, 당일 주문 오찬 정식

알찬행사를 위한 연회장 세미-넬을 위한 행사 시설이 갖춰진 중-소규모의 연회장

정겨운 만남은 품격있는 **금수장호텔 아리랑하우스**

www.geumsoojang.com 예약문의 (062) 525-2111 계림동 흥플러스 건너편

광주맛집 since 1981 37년을 고객과 함께 지켜온 1등맛집 연속 선정 광주의 대표 맛집

광주금수장호텔 GEUMSOOJANG HOTEL