

‘한달 남은 주52시간’ 광주기업 절반 “미흡”

(50인 이상~300인 미만)

건설·물류 등 비제조업 73.4%... 100인 이하 사업장 60% 달해
광주상의 “기업 규모·업종별로 특례규정·계도기간 도입해야”

주 52시간 근무확대가 채 두 달도 남지 않은 가운데 광주지역 300인 미만 기업체 절반 이상이 아직까지 준비가 되어있지 않은 것으로 나타났다. 특히 건설업·물류업 등 비제조업체 10곳 중 7곳 이상이 ‘준비 미흡’을 호소했다.

11일 광주상공회의소가 지난 달 광주와 인근 전남지역 기업체 90개사(상시 근로자 수 50인 이상 300인 미만)를 대상으로 근로시간 단축 관련 실태를 조사·분석한 결과에 따르면, 응답 업체의 45.6%는 “대응 방안을 검토 중”이라고 답했다. 7.8%는 “아직 대응 계획을 세우지 못했다”고 응답했다.

나머지 30.0%는 “이미 근무 중”이고, 16.6%는 “도입 준비를 완료했다”고 밝

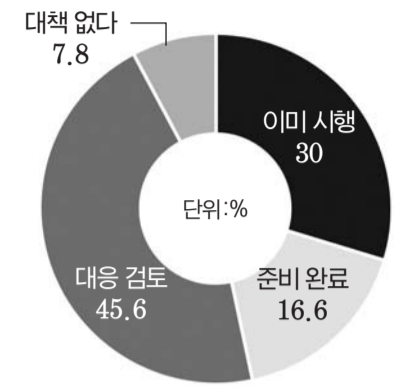
혔다. 특히, 기업 규모가 작은 50-99인 사업장의 경우 60.9%가 ‘준비 미흡’을 호소했다. 100-199인 사업장 44.8%, 200-299인 사업장 53.4%로 나타났다.

업종별로 보면 근로시간 변동 가능성이 큰 건설업과 물류업 등이 포함된 비제조업체의 73.4%가 “준비가 미흡하다”고 응답했다.

근로시간 단축 시행에 따른 기업의 영향에 대해서는 전체 응답 업체의 65.6%가 “부정적”이라고 밝혔고, “긍정적”이라는 답변은 14.4% 불과했다.

부정적으로 예상한 이유는 ‘생산 차질로 납기 준수 곤란’(46.3%), ‘실질임금 감소로 숙련 근로자 이직 우려’

■광주 기업체 주52시간 대응은?



(23.9%), ‘추가 인건비 부담 증가’(17.9%), ‘대체 인력 구인 애로’(7.5%), ‘자동화 등 설비 투자비 부담’(4.5%) 등을 꼽았다.

기업들이 구상하는 근로시간 단축에 따른 대응 방법으로는 ‘근로시간 관리 강화’(24.3%), ‘유연근로제 도입’

(22.2%), ‘부족 인력 신규 충원’(18.8%), ‘교대제 도입 또는 기존 교대제 변경’(11.1%), ‘자동화 도입 및 확대’(10.4%), ‘아웃소싱 또는 해외공장 생산 확대’(4.9%) 순으로 응답했다.

근로시간 단축과 관련해 개선 또는 보완이 필요한 사항으로는 ‘일본과 같은 노사합의 추가 연장근로 제도 도입’(54.1%), ‘탄력 근로제 단위 기간 확대’(28.1%), ‘유연근로제 도입 여건 완화’(14.8%) 등을 들었다.

광주상의 관계자는 “주 52시간 근무제 도입이 불과 2개월 앞으로 다가옴에도, 소규모 기업일수록 준비와 대응이 어려운 것으로 나타났다”며 “즉각적인 근로시간 단축제도 도입이 어려운 업체들이 대부분인 상황에서, 기업 규모와 업종별로 유연하게 대응할 수 있는 특례규정 마련과 계도기간 도입 등이 필요하다”고 분석했다.

/박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

한전, ‘빅스포 2019’ 성황리 폐막... 387억원 수출계약 성사

3일간 2만8000여명 관람
수출 상담 424건 성과



지난 8일 막을 내린 한전 ‘빅스포 2019’ 행사장 전경. <한전 제공>

지난 8일 막을 내린 한국전력 ‘빅스포 2019’(빛가람 국제 전력기술 엑스포)가 3322만1000달러(387억) 상당의 수출계약 성과를 올렸다.

11일 주관사 한전은 지난 6-8일 광주시 서구 치평동 김대중컨벤션센터에서 개최한 ‘빅스포 2019’에 2만8000여 명의 국내외 관람객이 찾았다고 밝혔다.

전 세계 에너지·전력 분야 299개 기업이 참가한 이번 행사에서는 해외바이어와 참여기업 간 수출상담 424건이 진행됐다. 이 가운데 3322만1000달러 상당의 수출계약 18건이 성사됐다.

올해 행사에는 지난해보다 3배 많은 60

명의 해외바이어가 빅스포 수출 상담회 현장을 찾았다. 또 6일 열린 ‘에너지밸리 일자리박람회’에는 1600여 명의 취업 준비생이 한전

·한전KDN 등 공기업과 우수 중소기업 45곳을 찾았다. 박람회에서는 면접을 통해 5명이 현장 채용됐고, 14개 기업은 53명의 지방생에

대해 2차 면접을 거쳐 채용여부를 결정할 예정이다.

행사 기간 이어진 ‘국제발명특허대전’에서는 30개 팀, ‘스타트업 투자 경진대회’에서는 4개팀이 수상의 영광을 안았다.

올해 처음 야외 행사장에서 치러진 ‘광주·전남지역 특산물 판매 장터’는 사흘간 열리며 다양한 즐길거리, 먹거리로 지역민의 참여를 높였다.

김종갑 한전 사장은 폐회사에서 “지난 3일 동안 우리는 이 시대 흐름인 에너지전환과 디지털변화가 가져올 거대한 변화, 즉 메가 시프트(Mega Shift)를 가능케 보고 전 세계의 전문가들과 함께 전력산업이 나아갈 방향을 함께 모색해 보는 뜻깊은 시간을 가졌다”고 말했다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

해양에너지, 차세대 IT 플랫폼 구축사업 착수

미래 예측·위험 선제 대응 체계 구축 등 선진 안전관리 도입

㈜해양에너지(대표 김형순)가 미래형 에너지 기업으로 도약하기 위해 도시가스사 최초, 선진 안전관리와 업무혁신을 위한 ‘차세대 IT 플랫폼 구축 사업’에 나섰다.

이를 위해 데이터 분석 플랫폼인 SAP BW/4 HANA(데이터 웨어하우스 솔루션)를 도입해 다양한 정보의 분석을 통해

미래를 예측하고, 안전 위험에 대한 선제적 대응 체계를 구축하게 된다. 향후 빅데이터를 활용한 CRM(고객관계관리), 위험도 기반의 안전관리 예측모델 등 선진화된 고객서비스 체계의 기반을 제공함으로써 영업, 공사, 안전관리, 요금, 재무, 경영관리 등 주요 업무 프로세스를 획기적으로 혁신하게 된다.

또한, 2020년에는 SAP S/4 HANA 인메모리 기반의 ERP시스템을 도시가스 업계 최초로 도입해, 신속하고 통합적인 업무 처리를 통한 업무의 생산성 향상, 머신러닝, 빅데이터, IoT, AI, 챗봇 등 IT신 기술을 업무에 적용하는 시스템 구축을 추진할 예정이다.

㈜해양에너지 김형순 대표는 “업무혁신, 안전관리, 고객서비스 및 신기술을 적용한 차세대 IT플랫폼 구축을 통해 가장

창의적이고 스마트한 회사로써 도시가스 업계를 선도하며, 안전하고 편리한 에너지를 고객이 효율적으로 사용할 수 있도록 편의를 제공하여 궁극적으로 고객가치를 높이는 회사로 만들어 나가겠다”고 밝혔다.

한편 ㈜해양에너지는 광주·전남지역 9개 시군에 도시가스 공급, 에너지기판 및 신재생에너지 사업, CNG 충전사업을 영위하고 있으며, 2018년 12월 국내 사모펀드인 글랜우드 PE에 인수되어 종합에너지 기업으로 성장하고 있다.

/최재호 기자 lion@kwangju.co.kr

한 눈에 보는 경제지표

- ↓ 코스피 2124.09 (-13.14)
- ↓ 금리(국고채 3년) 1.50 (-0.02)
- ↓ 코스닥 661.37 (-3.23)
- ↑ 환율(USD) 1166.80 (+9.30)

광주은행, KIA타이거즈 우승기원 이벤트 당첨자 선정



1등 당첨자 경품 증명

광주은행(은행장 송종욱)은 11일 오전 KIA타이거즈 우승기원 예·적금 이벤트에서 1등에 당첨된 2명의 고객을 본점으로 초청해 경품증정식을 가졌다고 밝혔다. 이번 이벤트는 KIA타이거즈 우승기원 예·적금 상품출시 및 2019년 KBO 리그 개막을 기념해 지난 3월 25일부터 9월 30일까지 진행되었으며, 추첨을 통해 총 52명의 당첨자를 선정했다.

당첨자 1등 2명에게는 하나투어 여행상품권 300만원, 2등 50명에게는 KIA 타이거즈 야구모자를 전달했으며, 당첨자는 광주은행 홈페이지(www.kjbank.com)에서 확인 가능하다.

송종욱 광주은행장은 “우리지역 야구팬들과 함께 KIA타이거즈를 응원하면서 고객님들께 더욱 뜻깊은 이벤트가 된 것 같아 기쁘다”며 “내년에도 고객님의 성원에 힘입어 ‘2020 KIA타이거즈 우승기원 예·적금’ 상품을 출시해 고객님과 함께 우리지역 대표팀 KIA타이거즈의 선전을 기원하겠다”고 말했다.

KIA타이거즈 우승기원 예·적금 상품은 KIA타이거즈의 포스트시즌 진출 및 한국시리즈 우승에 따른 우대금리와 팀연속 기록에 따른 이벤트 금리 등 매 시즌마다 특색 있는 우대금리를 제시하고, 고객과 함께 KIA타이거즈를 응원하며 고객들의 꾸준한 사랑을 받고 있다.

/최재호 기자 lion@kwangju.co.kr

#별꿀소주 #꿀주 #인싸소주 #술이 달아 꿀꺽

보헤 ‘꿀꺽주’ 입소문타고 해외 진출

보헤양조(대표이사 임지선)가 지난 9월 출시한 ‘꿀꺽주’가 SNS에서 입소문을 타면서 국내를 넘어 해외 시장까지 진출하게 됐다.

보헤는 지난 9월 국내산 사양 벌꿀을 넣은 소주 꿀꺽주를 선보였다. 노란색 라벨에 ‘꿀 빨고 싶을 땐’이란 부제가 보여 주듯이 소주의 쓴맛을 줄이고 벌꿀의 달달한 맛을 느낄 수 있는 제품이다.

현재 cu 편의점에서 판매중인 꿀꺽주는 달달한 맛과 낮은 도수(9.2도) 덕분에 술을 마시고 싶지만 쓴맛을 싫어하는 여성들로부터 꾸준하게 입소문을 타고 있다. 특히 그동안 소주병에서는 보기 힘들었던 노란색 라벨과 뚜껑이 더해져 SNS에 많은 인증사진이 올라오고 있다.

이러한 관심 덕분에 출시된 지 100일도 되지 않은 꿀꺽주가 호주와 홍콩, 대만, 마카오 등 아시아를 넘어 남아프리카



공화국, 아르헨티나 등 세계 각국에 약 5만 병을 수출하게 됐다. 또한 영국 현지 업체와 수출물량과 일정을 논의하고 있어 조만간 유럽시장에도 꿀꺽주가 선보일 것으로 기대된다.

박찬승 홍보팀장은 “아직 본격적인 마케팅을 하지 않은 상태에서 온라인 입소문을 통해 해외 수출이 성사됐다는 데 큰 의미가 있다”며 “색다른 맛과 디자인으로 이색적인 술을 찾는 국내외 20-30대 소비자들에게 사랑 받을 것으로 기대하고 있다”고 말했다.

/최재호 기자 lion@kwangju.co.kr

그린궁 宮 프라임에버 120

GREEN GOONG PRIME EVER 120

다시 맞이하는
빛나는 아름다운 여성의
건강한 봄날을 위하여!

그린궁프라임에버120은 소중한 여성의 피부 건강과 저하된 면역력을 증진시켜 주며 장 건강 그리고 뼈 건강에도 도움을 주어 활력있는 여성의 아름다운 건강을 위한 여성 건강기능식품입니다.

그린알로에 건강기능식품은 단 1%도 중국산 원료를 사용하지 않습니다.

소비자상담실 080-234-6588