

나주혁신도시 공기업 1만7천여명 재택 근무

‘포스트 코로나’ 근무환경 지각변동 예고

상반기 한전 1만1663명 등 5명 중 2명 재택 원격 근무·근무시간 선택제·시차 출퇴근도

나주 빛가람혁신도시 이전기관들의 올해 상반기 재택근무 인원이 1만7700명에 달한 것으로 나타났다. 단산 산술적으로 재택근무 인원을 놓고 보면 혁신도시 직원 5명 중 2명(40.5%) 꼴로 집에서 일한 셈으로, ‘포스트 코로나’ 시대 공기업 근무환경의 지각변동이 예고된다.

16일 나주 혁신도시 이전기관 11곳에 따르면 올해 6월 말 기준 재택근무 인원은 1만7708명으로 집계됐다.

이는 1일 이상 재택근무 이용 인원을 누적한 수치로, 전 직원을 대상으로 2교대 재택근무를 시행하고 있는 기관도 포함됐다.

국내 최대 규모 공기업인 한국전력에서는 올해 1~6월 1만1663명이 재택근무를 택했다. 올 상반기 한국농어촌공사는 2245명 재택근무했고, 한국콘텐츠진흥원(1197명), 한전KPS(926명), 한국인터넷진흥원(527명), 한국농수산식품유통공사(509명), 한국문화예술위원회(272명), 국립전파연구원(173명), 사립학교교직원연금공단(127명), 농림식품기술기획평가원(53명), 한국농촌경제연구원(16명) 등이 재택근무 제도를 적극 활용했다.

공공기관 경영정보 공개시스템 ‘알리오’에 공시된 혁신도시 기관들의 최근 5년간(2015~2019년) 5월 이상 재택근무 인원이 단 18명에 불과했던 것과 대조된다.

이는 코로나19 확산을 막기 위한 노력의 하나로, 관할 주무부처의 권고에 따라 지난 2월부터 전사 차원의 재택근무 제도를

운영하고 있다.

한전은 3월부터 나주 본사 직원을 대상으로 ‘비접촉 대기조’를 편성하고 재택근무를 시행해왔다.

이에 따라 처(실)별 현원의 10~20%를 2~4개조로 편성해 1주 간격으로 재택근무를 하게 했으며, 만일 확진자가 생겼을 때는 대기조가 본사 인근 대체사업장에서 비상근무를 하도록 방침을 정했다.

나머지 기관들도 저마다 재택근무 활성화를 위한 복무관리 세부 지침을 세운 상태다.

재택근무 대상에는 임신부와 영·유아나 초등 저학년 자녀를 둔 직원이 우선시되고 있다.

농촌경제연구원에는 ‘코로나 관련 직원 복무 요령’을 세우고 재택근무 때는 매일 업무일지를 작성해 인사담당 부서에 제출하도록 하고 있다.

한국문화예술위원회는 전 직원을 대상으로 부서별 2교대 재택근무를 시행하고 있다. 근무 인원과 일정은 부서에 따라 유동적으로 운영할 수 있도록 했고, 다른 사도로부터 장거리 이동해야 하는 경우도 재택근무 대상에 포함했다.

한전KDN은 본사와 지역사업소 인원의 20~50%가 사업장 밖에서 일하고 있다. 이 기업은 원격 근무와 연수를 도입하며 원격 접속서비스(VPN) 장비를 확충했다.

재택근무 외에도 탄력근무와 원격근무 등 유연근무를 실시하고 있는 기관도 올해 들어 크게 늘었다.

■혁신도시 기관 상반기 재택근무 현황

기관명	인원(명)
한국전력	1만1663
농어촌공사	2245
콘텐츠진흥원	1197
한전KPS	926
인터넷진흥원	527
농수산식품유통공사	509
문화예술위원회	272
전파연구원	173
사학연금	127
농림식품기술기획평가원	53
농촌경제연구원	16
합계	1만7708

*각사 취합, 1일 이상 재택근무 인원 누적분

나주 혁신도시에서 시차 출퇴근과 근무시간 선택제 제도를 택한 인원은 올해만 1만명을 넘겼다.

올해 1분기 기준 나주 혁신도시에서 근

무시간 선택제를 이용한 직원은 12개 기관 7386명에 달한다. 1분기 수치만 해도 지난 한 해(9415명)의 78.4%에 해당한다.

한전에서는 지난 1~3월 3871명이 출근시간을 선택했고, 한전KPS(1400명), 한전KDN(1250명), 한국방송통신전파진흥원(274명), 농어촌공사(222명), 인터넷진흥원(107명), 농촌경제연구원(74명), 전력거래소(72명), 농수산식품유통공사(61명), 콘텐츠진흥원(35명), 농림식품기술기획평가원(17명), 문화예술위(3명) 등도 근무시간 선택제를 이용했다.

시차 출퇴근제 이용 직원은 11개 기관 총 4130명(1분기)으로 올해 역대 최고를 경신할 것으로 보인다.

스마트워크 근무제를 꾸준히 시행해 온 한전과 농어촌공사, 농수산식품유통공사는 올 1분기 각각 19명, 6명, 4명이 이 제도를 이용했다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



편한 조리 샌들 반값 15일 롯데백화점 광주점 직원들이 2층 매장에서 ‘모노그램라인’이라 불리는 다양한 모양에 착안한 조리 샌들을 선보이고 있다. 해당 상품은 이달 말까지 50% 할인 가격에 내놓는다. <롯데백화점 광주점 제공>

한 눈에 보는 경제지표

- ↓ 코스피 2183.76 (-18.12)
- ↓ 금리(국고채 3년) 0.829 (-0.018)
- ↓ 코스닥 775.07 (-6.22)
- ↑ 환율(USD) 1205.60 (+5.10)

코로나 때문에...

소비도 ‘발품’보다 ‘손품’

광주·전남 5월 온라인 카드 사용 1년새 44.3%·51.7% ↑

한은, 하나카드 사용 분석

코로나19 여파로 광주·전남지역 온라인 소비는 크게 늘고 주요 상권 유동인구는 감소한 것으로 나타났다.

16일 한국은행 광주전남본부와 광주·전남 지역민 하나카드 사용자료를 분석해보니, 지난 5월 온라인 신용카드 소비가 1년 전보다 전남 51.7%, 광주 44.3% 늘어난 것으로 집계됐다.

특히 전남지역 온라인 신용카드 소비 증가율은 전국 17개 시도 가운데 가장 높았다. 광주 증가율도 전국 평균(31.2%)을 훌쩍 넘었고, 전남과 강원(48.9%), 경남(45.5%), 충남(44.7%)에 이어 5번째로 높았다.

광주·전남 온라인 소비는 코로나19 확산세가 절정이었던 지난 2~3월 최고를 찍었다. 광주지역 온라인 신용카드 소비 증가율은 올해 1월 24.5%에서 51.4%(2월), 63.8%(3월), 47.0%(4월), 44.3%(5월)로 나타났다.

전남지역도 1월 32.1%를 시작으로 2

월 68.4% 최고 증가율을 보인 뒤, 62.7%(3월), 51.5%(4월), 51.7%(5월) 등 50% 안팎 증가율을 보였다.

지난해 평균 온라인 신용카드 소비 증가율은 광주 20.2%, 전남 20.6%이었다. 또 외출을 기피하는 양상에 따라 지역 주요 상권 유동인구는 크게 줄었다.

한은 광주전남본부와 ㈜로플렛에 의뢰해 광주·전남 주요 상권 27곳의 유동인구를 집계해보니 지난 2~4월 석 달 동안 유동인구는 지난해 말과 비교해 감소했다.

지난해 12월 말과 비교한 유동인구 감소율은 ▲2월 광주 19.6%·전남 18.4% ▲3월 광주 17.2%·전남 17.0%, 2~3월 ‘두 자릿수’ 감소율을 나타냈다. 4월 유동인구를 보면 광주는 지난 연말보다 4.8% 줄었고, 전남은 1.2% 소폭 올랐다. 5월에는 광주 6.3%·전남 21.3% 등 회복세를 보였다.

㈜로플렛은 와이파이 신호 패턴 분석을 통해 2019년 12월 이후 매주 토요일의 상권별 유동인구 정보를 분석했다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

그랜저·골드바를 잡아라

금호타이어 창립 60주년 프로모션

금호타이어는 창립 60주년을 기념해 고객들을 대상으로 한 프로모션을 실시한다고 16일 밝혔다.

1960년 창립해 국내 대표적인 타이어 브랜드로 자리 잡은 금호타이어는 올해 9월 창립 60주년을 맞아 60년을 함께 해 온 고객들에게 보답의 의미로 ‘60 years, Go with you’ 이벤트를 기획했다. 그동안 노후와 경험을 바탕으로 새로운 미래를 준비하며 ‘강하고 희망찬 금호타이어’를 만들겠다는 의지를 담았다.

오는 20일부터 한 달여간 금호타이어 프리미엄 제품을 구매하는 고객을 대상으로 1등 2020 그랜저(1명), 2등 60주년 에디션 골드바 16톤·6톤·1톤(68명), 3등 승용 타이어 4개 무료 교환권(10명), 4등 치킨 모바일 상품권(600명) 및 커피 모바일 상품권

(6000명)을 제공한다. 별도 가입·등록 없이 자동 응모되고, 기념 사은품을 추가로 선착순 제공할 방침이다. 당첨자는 창립 기념일인 9월 5일 금호타이어 유튜브 라이브 방송을 통해 추첨할 예정이다.

이외 공식 SNS 채널인 페이스북, 유튜브, 인스타그램 등을 통해 이벤트 참여자 전원에게 추첨권을 증정한다. 구매 인증샷, K 인증샷, 도로·로로 컬러링, 사연 공모 등 4가지 유형의 이벤트로, 모바일 주유권과 커피 및 타이어 교환권 등 약 730여명에게 혜택을 제공할 계획이다.

임병석 한국영업담당 상무는 “국내 대표 기업으로서 60년을 이어온 만큼 소비자의 기대에 부응하는 성과를 창출하겠다”고 말했다.

/박기용 기자 pbxer@kwangju.co.kr

한국광산업진흥회, 상시 온라인 수출상담 실시

한국광산업진흥회는 올 12월까지 상시 온라인 수출상담을 실시해 비대면 마케팅 지원을 강화한다고 16일 밝혔다.

온라인 수출상담회는 기업 수요에 따라 진흥회 직원이 통역을 담당해 국내기업과 해외바이어 간 상담을 지원한다. 영어 외 외국어는 사전 통역원 신청접수를 받아 전문통역원을 배정, 기업제품과 기술을 습득한 후 상담할 수 있도록 돕고 있다.

현재 일본과 태국, 베트남, 카자흐스탄 등 15개국 24개소 해외마케팅센터를 구축·운영하고 있다. 국내기업 300개사, 해외 400명의 바이어 모집을 목표로 해외마케팅센터와 진흥회에서 자체 발굴한 바이어 참여로 국내기업과의 상시 상담을 지원한다.

특히 미국(동부)·인도 바이어는 광ICT 분야, 러시아·베트남·일본·페루 바이어는 광융합조명 분야, 케냐·볼리비아 바이어는 광의료 분야 국내 기업들을 집중 상담해 협업 가능성을 모색할 계획이다.

이밖에 당분간 대면 접촉을 기반으로 한 해외 판로개척이 어려운 것으로 예상됨에 따라 ‘해외물류비’, ‘수출보험료’, ‘해외 홍보지원’ 등 비대면 마케팅 지원도 강화할 방침이다.

조용진 상근부회장은 “코로나19 장기화로 해외 판로 확대 및 진출의 어려움이 있다”며 “비대면 마케팅 전략을 수립하고 꾸준히 지원해 위축된 해외진출을 확대해 나가겠다”고 말했다. /박기용 기자 pbxer@

귀할수록 전문 브랜드 비타민하우스

45 북위 45도 이상
흑한에서

15 15년을 자란
차가버섯을 엄선

12 12배 고농축으로
영양을 꽉 채운

시베리안 차가버섯



비타민하우스 전속모델 서경석

Vitamin House
구입문의 1588-8529