전남 청년들, 이래서 고향 떠난다

중기-대기업 월급 격차 134만원…2년 연속 17개 시·도 최고

고소득 일자리가 수도권에 몰리는 '일자리 불균형'이 심화되면서 전남지역 중소기업과 대기업 간 임금 격차가 2년 연속 17개 시·도 가운데 가장 큰 것으로 나타났다. 광주 임금 격차도 7개 특·광역시 평균을 웃돌았다.

19일 고용노동부 '사업체노동력조사' 결과에 따르면 지난해 상용근로자 5인 이상 사업체 상용월급여액(상용정액급여+상용초과급여·세금공제 전)은 광주 314만1221원·전남 335만2080원으로, 전년보다 각각 5.1%(15만2033원)·3.0%(9만9157원) 올랐다.

전국 5인 이상 사업체 상용근로자들의 평균 월급은 358만1564원으로, 전년(344만7287원)보다 3.9%(13만4277원) 인상됐다.

17개 시·도 가운데 상용근로자 월급이 가장 높은 지역은 서울(390만4436원)이었고, 경기(361만1344원)가 뒤를 이었다.

두 지역 모두 지난해 월급 인상률은 4.2%로, 전국 평균(3.9%)을 웃돌았다.

광주·전남 두 곳 급여는 전국 평균을 밑돌았고 17개 시·도 가운데 광주는 4번째, 전남은 9번째로 낮았다.

지난해 중소기업과 대기업간 임금 격차는 광주·전남을 포함한 10개 시·도가 전년보다 벌어졌다.

전국 상용근로자 5~299인 중소규모 사업체들의 평균 월급은 339만6003원으로, 300인 이상 사업체 월급(424만9374원)보다 85만3371원이 뒤떨어졌다. 이 같은 격차는 지난 2020년(83만1310원) 이후 1년 새 2만2000원 가량 늘어났다.

특히 전남지역 중소기업과 대기업간 임금 격차는 2년 연속 전국에서 가장 컸다.

지난해 전남 대기업 월급은 451만8326원인 반면 중소기업 근로자들은 317만4747원을 받는 데 그쳐, 월급 차이가 약 134만3600원에 달했다. 이는 전년 격차(126만9946원)보다 7만3600원 가량 늘어난 금액이다.

광주지역 임금 격차도 68만4014원(중소기업 302만2605원·대기업 370만6619원)으로, 7개 특·광역시 평균 격차 55만5771원을 웃돌았다. 지난해 광주 임금 격차는 전년(53만3966원)보다 15만원 가량 더 벌어졌다.

지역 사업체 규모별 임금 격차가 큰 건 숙련 노동자가 많은 제조업 종사자 비중이 다른 지역보다 낮기 때문으로 풀이된다.

올해 1분기 1인 이상 사업체 종사자 가운데 제조업 종사자 비중은 광주 14.5%(7만4959명)·전남 17.6%(11만137명)로, 전국 평균 비중 19.4%를 밑돌았다.

반면 보건업 및 사회복지 서비스 사업체 종사자 비중은 광주 14.3%(7만4043명)·전남 14.1%(8만7943명)로, 전국 평균 10.9%보다 높았다.

한편 올해 중소기업 신입 연봉은 대기업의 절반(53.8%)에 그칠 것이라는 조사 결과가 나왔다.

취업정보사이트 사람인이 중소기업 898개사를 대상으로 조사해 보니 올해 4년제 대졸 신입사원 평균 연봉은 2881만원(세전 기본급 기준)으로 집계됐다. 이는 우리나라 매출액 상위 100대 기업 가운데 자료가 확보된 94개사의 4년제 대졸 평균 연봉 5356만원의 절반(53.8%) 수준이었다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

광주은행, 광주·전남 첫 적십자 '10억 클럽' 가입

2010년부터 기부 11억7000만원
당기 순이익 10% 지역사회 환원

광주은행(은행장 송종욱)이 광주·전남지역 최초로 대한적십자사의 고액 기부클럽인 '레드크로스 아너스기업'(RCHC) 10억원 클럽에 이름을 올렸다.

광주은행은 19일 송종욱 은행장과 허정 대한적십자사 광주전남지사 회장 등이 참석한 가운데 광주·전남 최초 대한적십자사 10억 기부클럽가입패 수상식을 가졌다고 밝혔다.

지난 2020년 대한적십자사 5억 클럽에 광주·전남 1호로 가입한 광주은행은 이번 10억 클럽에도 광주·전남 1호로 이름을 올렸다.

대한적십자사 고액 기부클럽인 '레드크로스 아너스기업'은 기업의 사회공유가치 실현을 위해 적십자사가 최초로 표준화한 나눔 플랫폼이다.

광주은행은 매년 대한적십자사 특별회비 모금에 참여하고 있으며, 지난해 코로나19 위기 극복을 위한 소외계층 성금으로 6억원을 전달한 바 있다. 이에 따라 2010년부터 누적된 기부금액은 11억7000만원에 달한다.

송종욱 은행장은 "지역사회 발전을 위한 금융지원과 사회공헌활동은 광주·전남 대표은행의 사명이라고 생각한다"며 "'이익 이상의 가치 추구'라는 광주은행의 경영이념을 바탕으로 지역과 상생, 지역민과 동행 실천에 앞장서면서 지역사회 곳곳에 선한 영향력을 전파하는 등 지역과 함께 성장해 나가는 100년 은행으로 도약할 것"이라고 말했다.

한편 광주은행은 송 은행장이 강조하는 '이익 이상의 가치 추구'의 경영이념에 따라 기업의 사회적 역할 및 책임에 최선을 다하고자 다양한 사회공헌 활동을 통해 당기순이익의 10% 이상을 지역사회에 환원하고 있다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

송종욱 광주은행장(왼쪽 두번째)이 대한적십자사 10억 클럽 광주·전남 최초 가입에 따른 가입패를 받은 뒤 관계자들과 기념촬영을 하고 있다. 〈광주은행 제공〉

국내 벤처기업 10곳 중 6곳 "SW 인력 채용 어려워"

중소벤처기업부 300곳 설문

국내 벤처기업 10곳 중 6곳 이상은 소프트웨어(SW) 분야 인력 채용에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다.

중소벤처기업부는 벤처기업 300곳과 취업준비생 817명을 대상으로 '중소벤처기업 소프트웨어 인력 시장에 관한 인식조사'를 한 결과 이같이 확인됐다고 19일 밝혔다.

벤처기업 설문조사는 4월 1~29일, 취업준비생 설문조사는 3월 31일~4월 18일에 각각 실시됐다.

먼저 조사 대상 벤처기업 300곳 중 63%는 SW 분야 인력수급에 대해 '어려운 편'이라고 답했다. 이 중 '매우 어렵다'는 응답은 19.7%, '어려운 편'이라는 답변은 43.3%였다.

또 조사 대상 기업의 51%는 채용한 SW 분야 인력의 이직과 퇴사가 '타직군 대비 많다'고 답했다.

앞으로 필요할 것으로 보이는 SW기술 분야로는 응답 기업의 69%(복수응답)는 '빅데이터 & 데이터베이스', 54%는 '인공지능'(AI)을 각각 꼽았다.

기업들은 SW전공자의 경우에도 채용 후 요구수준에 도달할 때까지는 3개월 정도의 재교육 시간이 필요하다는 반응을 보였다.

아울러 기업의 40.0%는 올해 채용 환경이 작년에 비해 어려울 것이라고 내다봤다.

취업준비생 가운데 46.9%도 올해 채용환경이 작년보다 어려울 것으로 전망했다.

취업준비생들이 취업하고 싶은 민간기업 유형으로는 대기업(37.6%), 유명 벤처기업(36.6%), 유니콘(기업가치가 10억달러 이상인 스타트업·10.6%), 중견기업(8.3%), 중소벤처기업(4.3%) 등의 순이었다.

다만 이 조사에서는 '네이버'가 대기업이 아닌 '유명 벤처기업'의 한 사례로 잘못 분류돼 있다.

취업준비생들의 절반 정도는 희망하는 연봉 수준(초봉 기준)으로 2500만~3500만원을 꼽았다.

중기부는 현재 고용노동부와 함께 중소벤처기업의 SW 분야 인력난을 완화하고 구직자에게 취업 기회를 제공하기 위해 교육생에게는 훈련비를, 기업에는 인건비를 지급하는 '벤처스타트업 아카데미'를 운영하고 있는데 이번 조사에서 기업의 37.7%, 취업준비생의 54.2%가 이 아카데미에 참여하겠다고 응답했다.

중기부는 이번 설문조사 결과를 바탕으로 올해는 5개 프로그램, 13개 교육과정을 운영하기로 했다.

/연합뉴스

기아 메타버스 '기아 오토월드' 취업 상담회

26~27일 자소서 첨삭·모의 면접 등 정보 제공

기아가 메타버스 플랫폼을 활용한 온라인 취업 상담회를 연다.

기아는 오는 26일부터 27일까지 2일간 메타버스 공간 '기아 오토월드'(Kia AutoWorld)에서 취업준비생들을 위한 취업 상담회 '어쩌다, 취준생'을 개최한다고 19일 밝혔다.

기아는 자소서 첨삭, 모의 면접, 커리어 상담 등 취업준비생들에게 기아 채용 정보뿐만 아니라 취업 전반에 대한 유용한 정보를 제공하고, 도전을 응원하는 취지로 이번 상담회를 마련했다.

이를 위해 일반 신청자는 물론, 올해 기아 채용에 지원했던 지원자도 초대해 메타버스 공간에서 상담회를 진행할 예정이다.

취업 상담회가 진행되는 메타버스 공간인 기아 오토월드는 ▲기아 본사 1, 2층 ▲Kia 360 ▲EV6 언플러그드 그라운드 등 기아 브랜드의 실제 공간을 바탕으로 꾸며졌다.

기아 오토월드 내 기아 본사 1층에서는 다양한 직무의 현직자가 참석해 취업준비생을 대상으로 자소서 첨삭, 모의 면접, 커리어 상담 등 1대 1 직무상담과 직무별 그룹 상담 등 맞춤 취업 컨설팅을 진행한다.

기아 본사 2층 가상공간에서는 판매·서비스, 구매·품질·제조솔루션, 신사업전략·Tech, 고객경험·상품, 기획지원, 생산·안전·PT 등 부문별 현직자들이 참여해 직무소개와 질의응답, 자기소개서 첨삭 등을 진행하는 실시간 직무토크 라이브가 이뤄진다.

메타버스 공간 Kia 360에는 ▲기아 ▲모빌리티 ▲채용 ▲복지/조직문화 등 4가지 분야로 나뉘어진 테마 전시 투어 프로그램이 운영되며, 기아 임직원이 직접 도슨트로 참여한다.

또 취업 준비에 도움이 될 수 있도록 기아 합격자의 자기소개서도 전시될 예정이다. EV6 언플러그드 그라운드 가상공간에서는 방명록 작성 이벤트와 OX퀴즈 등 이벤트가 진행된다.

참가신청은 오는 23까지 기아 취업 상담회 홈페이지(https://kia-autoworld.com)에서 할 수 있으며, 사전 참가 신청자와 행사 당일 이벤트 참가자에게는 다양한 선물이 제공된다.

/박기웅 기자 pboxer@kwangju.co.kr

금호타이어, 7월 SUV 신제품 무상 보증제

금호타이어는 오는 7월에 출시되는 스포츠유틸리티차(SUV) 신제품에 '금호 만족 보증제'(Kumho Satisfaction Warranty)를 적용한다고 19일 밝혔다

금호 만족 보증제는 금호타이어 SUV 신제품 구매고객에게 제공하는 스페셜 무상 보증제도이다. SUV 신제품을 전국 타이어프로 매장에서 4개 구매한 고객이 제품에 만족스럽지 않은 경우 조건없이 구매일로부터 2주 이내 100% 교환 및 환불해 준다.

글로벌 자동차 시장에서 SUV의 성장세가 지속되며 타이어업계도 시장의 요구를 충족시킬 수 있는 SUV 전용 타이어의 개발도 활발히 이루어지고 있다. 금호타이어의 프리미엄 SUV 브랜드 '크루젠'(CRUGEN) 역시 주요 완성차 업체의 SUV 차량에 신차용(OE) 타이어를 공급하며 SUV 전용 타이어 브랜드로 부상하고 있다.

크루젠은 고성능 SUV에 최적화된 스포츠 성능을 구현할 수 있도록 온로드에서의 핸들링, 제동력, 고속 주행 안정성 등 기능을 충실히 갖췄다는 평가를 받는다. 오는 7월에 출시예정인 신제품도 크루젠의 명맥을 잇는 제품으로 승차감 및 제동성능을 극대화했고, 최적의 균형 잡힌 성능을 갖췄다는 게 금호타이어 측의 설명이다.

임병석 금호타이어 한국영업담당 상무는 "금호 만족 보증제는 신제품에 대한 강한 자신감이자 고객의 선택과 만족을 한층 높일 수 있는 제도"라며 "앞으로도 고객이 만족하는 최고 수준의 기술과 성능을 갖춘 제품 및 고객 서비스 제공하겠다"고 밝혔다.

/박기웅 기자 pboxer@

롯데백 광주점 대학생 서포터즈 모집

롯데백화점 광주점은 대학(원)생 서포터즈를 모집한다고 19일 밝혔다.

롯데백화점 광주점은 유통과 패션에 관심이 많은 MZ세대를 대상으로 서포터즈를 운영, 참가자들에게 백화점 영업 현장 체험과 이색 마케팅 활동 등 다양한 대외활동 경험 기회를 제공한다는 계획이다.

대학생 서포터즈로 선발된 학생들은 광주점 '홍보에디터'로 활동하면서 블로그와 SNS 등을 활용한 온라인 마케팅 기획, 백화점의 차별화 MD, 마케팅, 이벤트 등 다양한 콘텐츠 제작 과제를 수행하게 된다.

이밖에 최근 1년 이내 광주점에 입사한 직원들의 멘토링과 함께 유통 실무 특강도 추진한다. 백화점에서 진행되는 MVG투어, 골프 체험 등 활동에 참여할 수 있는 기회도 제공할 방침이다. 오는 8월에는 서포터즈 활동 우수자를 선정해 포상도 진행한다.

서포터즈 지원 접수는 이달 31일까지 접수를 받으며, 활동 기간은 다음 달 27일부터 8월26일까지 약 2개월이다.

롯데백화점 광주점 인스타그램 계정을 팔로우한 뒤 모집공고 QR코드에 접속하면 지원서를 작성할 수 있다.

전일호 롯데백화점 광주점장은 "유통업과 롯데백화점에 관심이 많은 예비 유통전문가 대학생들이 많이 지원하길 기대한다"며 "젊고 혁신적인 MZ세대 서포터즈의 활동을 통해 참신한 아이디어를 마음껏 발산하는 기회가 됐으면 한다"고 말했다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

매일유업, 우유·달걀값 최대 11% 인상

매일유업이 우유, 계란 등 일부 제품의 가격을 내달 1일부터 순차적으로 인상한다.

19일 관련 업계에 따르면 매일유업은 '소화가 잘되는 우유' 가공유 3종의 출고가를 4.9% 인상한다. 이에 따라 소비자가격은 1000원에서 1100원으로 오른다.

'우유속에' 시리즈 3종의 출고가는 10% 오르며, 이에 따라 소비자가격도 1500원에서 1650원으로 인상된다.

'아몬드브리즈' 역시 출고가 인상에 따라 소비자가격이 1000원에서 1100원으로 조정된다. 상하목장주스의 출고가는 5.1% 인상되고, 소비자가격은 1050원에서 1120원으로 오른다.

상하농원 계란의 출고가는 최대 11% 인상돼 소비자가격이 6100원에서 6800원이 된다.

이들 제품은 작년 매일유업의 가격 인상 품목에서 제외됐던 상품이다.

매일유업 측은 "원부자재 가격 상승에 따라 가격 조정이 불가피했다"고 설명했다.

/연합뉴스