

# 취업문 열렸다...기업 10곳 중 6곳 정규직 채용

### 사람인, 정규직 채용 계획 조사...511개사 중 323개사 채용 계획 제조·생산직 29%로 가장 많아...신입·경력사원 '수시채용' 높아

오는 트럼프 2기 행정부의 출범과 12·3계업에 이어 탄핵 정국이 지속되는 등 국내외적으로 불확실성이 커지는 가운데, 국내 기업 10곳 중 6곳 이상은 올해 정규직 채용 계획을 수립한 것으로 나타났다.

13일 커리어 플랫폼 '사람인'이 지난해 12월 11~23일 기업 511개사를 대상으로 '2025년 정규직 채용 계획'을 조사한 결과 323개사(63.2%)가 "채용 계획이 있다"고 답했다. 올해 정규직 채용 계획이 없는 기업은 118개사(23.1%), 채용계획을 아직 세우지 않은 기업은 70개사(13.7%)로 집계됐다.

올해 정규직 채용 계획이 있는 기업들을 조사자 규모별로 보면 300인 이상인 기업이 69.7%로 가장 많았고, 100인 미만(63.1%), 100인 이상·300인 미만(59.1%) 순이었다.

정규직 채용 계획이 있는 기업의 75.5%는 신입과 경력을 모두 채용하겠다고 답했고, 경력직만 뽑는 기업이 16.4%, 신입만 뽑는 기업은 8.1%로 조사됐다. 특히 신입사원과 경력사원 채용을 희망하는 기업들의 직무로는 모두 '제조·생산' 비중이 가장 높았던 것으로 나타났다.

기업들의 신입사원 채용 직무는 복수응답 기준으로 '제조·생산'이 28.9%로 가장 많았다. 이어 '영업·판매·무역(18.1%)', '서비스(13%)', 'IT개발·데이터(11.9%)', '기획·전략·사업개발(11.5%)', 'R&D(11.1%)' 등 순으로 나타났다.

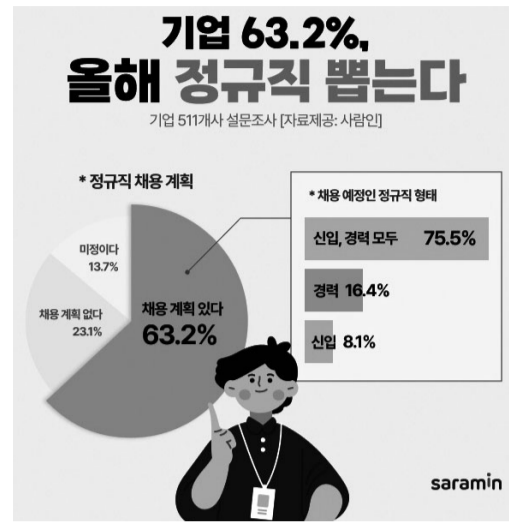
신입사원 채용 방식으로는 '수시채용'이 60.4%를 차지했고, '공채와 수시채용 모두 활용'은 30.4%, '공채'는 9.2%로 집계됐다. 최근 인구 감소와 더불어 취업 희망자 자체가 감소하는 등 추체에 발맞춰 기업들 역시 수시채용을 선호하는 것으로 분석된다.

경력사원 채용 직무에서도 '제조·생산'이 23.2%로 가장 큰 비중을 차지했다. 이어 '영업·판매·무역(21.9%)', '기획·전략·사업개발(13.1%)', 'IT개발·데이터(12.5%)', 'R&D(11.1%)' 순으로 직무 인재를 채용하겠다는 기업이 많았다.

기업들이 채용하고자 하는 경력사원으로는 3년차 이하 비중이 높았다. 연차별로 '3년차'가 42.1%로 가장 많았고, '5년차(39.1%)', '2년차(22.2%)', '1년차(17.2%)', '4년차(14.5%)', '10년차(13.5%)', '7년차(10.8%)' 순으로 집계됐다.

경력사원 역시 '수시 채용' 방식이 80.5%를 차지했다. 이 밖에도 기업들은 채용 방식으로 '채용 플랫폼 인재 검색(19.9%)', '경력 공채(19.5%)', '내부 추천(16.2%)' 등을 선호했다.

기업 과반수 이상이 경제적 불확실성에도 정규직 채용 계획을 세운 이유로는 '인력 부족'이 꼽혔다. 청년들의 취업 및 사회 진출 시기가 점점 늦어지고, 이에 따라 발생하는 혼인 감소, 인구 감소 등



사회 문제와도 무관치 않다.

정규직 채용 계획이 있다고 응답한 기업 323개사를 대상으로 조사한 결과 채용 이유로는 '현재 인력이 부족해서'가 64.1%로 가장 큰 비중을 차지했다. 이어 '우수 인력 확보를 위해(28.5%)', '기존 인력들의 퇴사가 예정돼 있어서(24.5%)', '사업 확장(24.1%)' 등이 꼽혔다.

사람인 관계자는 "대내외 불확실성에도 아퇴직 등에 따른 인력 감소분을 충원하고, 제조업과 서비스업 등 안정적인 구인난을 겪는 업종에서도 인재 수요가 늘어남에 따라 과반 이상 기업들이 정규직 채용 계획을 세운 것으로 분석된다"고 말했다.

한편, 올해 정규직 채용 계획이 없거나 미정인 기업 188개사는 '인건비 부담(36.2%)' 및 '업황 부진(36.2%)'을 주요 원인으로 꼽았다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr



**'푸른 뱀의 해' 골드바 출시** 13일 롯데백화점 광주점 2층 골드듀 매장에서 직원이 '뱀 골드바'를 선보이고 있다. 광주점 골드듀 매장은 2025년 '푸른 뱀의 해, 을사년'을 맞아 뱀 골드바를 출시했다. 뱀 골드바는 24K 순금으로 각각 100g과 37.5g 두가지 중량으로 만나볼 수 있다. 오는 30일까지는 뱀 골드바와 일반 골드바를 100g 이상 구매한 고객들을 대상으로 롯데상품권을 추가 증정하는 사은행사도 진행한다. <롯데백화점 광주점 제공>

## 남도장터, 설 명절 특별전...수산물 반값 할인

다음달 2일까지

전남산 수산물을 최대 50% 할인가에 구입할 수 있는 기회가 생겼다.

13일 재단법인 남도장터에 따르면 다음달 2일까지 열리는 '2025 대한민국 수산대전 설 명절 특별전' 기간 전남산 수산물을 특별 할인가에 구입할 수 있다.

남도장터는 해양수산부 주관 '2025 대한민국 수

산대전' 공모에 지자체 소싱물 중 유일하게 선정되면서 국비 3억원을 지원받게 돼 명태·고등어·오징어·갈치·참조기·멸치·김 등 지정품목 7종과 전복·홍어·굴·민물장어 등 전남 대표 수산물을 특별 할인가에 판매할 계획이다.

남도장터는 '대한민국 수산대전'의 기본 20% 할인혜택에 더해 자체적으로 진행되는 명절 기획전과 계절별 특판행사 및 라이브커머스 등 할인행사와 연계해 전남산 수산물을 최대 50% 할인가에 판매한다. /김지을 기자 dok2000@

## 세일골

### "스마트 양식기술 전환 소득 증대 이끌 것"

최영동 수협중앙회 전남본부장



농부, 정책보험 등 거쳐 전남본부장으로 취임했다.

전남은 국내 최대 규모의 수산업 중심지로, 19개의 수협, 872개의 어촌계가 운영되고 있다.

최 본부장은 "고수온 등 기후변화로 인한 재해가 어업인들에게 큰 피해를 주고 있다"며 "지속 가능한 어촌과 수산업 생태계를 구축하기 위한 대응책 마련이 필요하다"고 강조했다.

/김지을 기자 dok2000@kwangju.co.kr

"현장의 목소리를 반영한 정책과 지원으로 어업인들이 안심하고 생업에 종사할 수 있는 환경을 만드는 것이 무엇보다 중요합니다" 최근 취임한 최영동 수협중앙회 전남본부장은 "스마트 양식기술로의 전환 가속화와 친환경 고부가가치 수산업의 활성화를 통해 어업인의 소득 증대와 지역 경제 발전으로 이어질 수 있도록 적극 지원하겠다"고 포부를 밝혔다. 최 본부장은 완도 출신으로 광주일고와 조선대·국립대 안전보장대학원(안보과정)을 졸업했고 수협중앙회 기획조정실, 감사실, 상호금

## "김밥 1줄 3400원·삼겹살 1인분 1만5000원...외식하기 겁나네"

### 외식물가 최대 7%대 올라

코로나19 이후 최근 3년간 고물가 기조가 지속되면서, 외식물가 역시 적게는 3%대부터 많게는 7%대까지 대폭 오른 것으로 나타났다. 광주·전남 지역 주요 외식 품목 가격도 외식물가 상승분을 반영해 1년새 5%가량 오른 것으로 조사됐다.

13일 통계청 국가통계포털(KOSIS)에 따르면 지난해 외식 소비자물가는 전년 대비 3.1% 올랐다. 최근 3년동안 외식 소비자물가는 지속 상승세를 보이고 있다. 지난 2022년 7.7%, 2023년 6.0%

로 대폭 상승한 뒤, 지난해 외식 물가 상승폭이 절반으로 줄어들었지만 외식비는 여전히 높은 수준을 기록하고 있는 실정이다.

이같은 물가 상승분을 반영한 결과 외식 메뉴별 가격 상승률을 보면 도시락 가격이 5.9% 올라 상승폭이 가장 컸고, 떡볶이(5.8%), 햄버거(5.4%), 김밥(5.3%) 등 순으로 외식 물가가 많이 올랐다. 이 밖에 칼국수(4.8%), 치킨(4.8%), 냉면(4.2%), 쌀국수(4.1%) 등도 높은 상승률을 기록했다.

광주지역에서도 주요 외식 품목들의 가격이 연

간 5%가량 오른 것으로 집계됐다.

광주시 김밥 외식비는 지난해 11월 기준 3340원으로 전년 동월(3160원) 대비 5.7% 비쌌다. 같은 기간 대표 외식 메뉴인 삼겹살의 경우 1만4200원에서 1만5000원으로 5.6% 올랐던 것으로 집계됐다.

이처럼 외식비 부담이 커지면서 가성비 좋은 품목들의 수요가 늘었지만, 고물가로 인한 식자재 가격 상승에 따라 편의점 도시락(4.9%), 삼각김밥(3.7%) 등 가성비 품목의 가격도 대폭 오른 실정이다. /장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

### 한 눈에 보는 경제지표

↓ 코스피	2489.56 (-26.22)
↓ 코스닥	708.21 (-9.68)
↑ 금리 (국고채 3년)	2.664 (+0.103)
↑ 환율 (USD) (오후 5시 04분 기준)	1470.35 (+5.35)

## 홈플러스, 한 입에 먹는 텔리 상품 인기

홈플러스가 강정, 초밥 등 한 입에 먹을 수 있는 '원 화이트 밀(한 입 음식)' 텔리 상품들을 최대 신규 출시하는 등 소비자들의 눈길을 끌고 있다. 최근 직장인들이 식사 편의성을 중시하는 트렌드가 확산되면서 상품 수요가 높아진 결과로 분석된다.

13일 홈플러스에 따르면 최근 대표적인 한 입

음식인 초밥 스테디셀러 제품인 '고백스시'에서 '고백스시 폼보도시락(10입)' 4종을 출시했다.

실제 지난해 12월 기준 홈플러스 텔리 상품들의 카테고리별 매출 성장률을 보면 '강정류' 매출이 전년 대비 최대 81% 증가했고, '초밥류'는 최대 36%, '김밥·유부초밥류'는 최대 82% 뛰었다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

# 건물·주택 지붕공사, 스틸방수, 리모델링

## 건축시공, 설계, 견적, 리모델링, 상담문의



칼라강판 지붕공사



건물 리모델링



전원주택신축

공장신축



옥상스틸방수



주택(외, 내부) 리모델링



징크판넬시공

창호(샷시)교체