

지역중소 맞춤형 직업훈련 ‘전담주치의’ 생긴다

인력공단 능력개발주치의 출범
인적자원개발전문가 직접 진단
광주 5명·전남 4명 등 9명 배치
“맞춤진단형 컨설팅, 인재 혁신”

광주·전남지역 중소기업의 인재개발혁신을 지원하는 ‘능력개발전담주치의’가 출범해 눈길을 끌고 있다.

한국산업인력공단 광주지역본부에서 8일 공단 광주지부에서 ‘능력개발전담주치의’ 발대식을 개최했다고 밝혔다.

‘능력개발전담주치의’는 공단의 HRD(인적 자원 개발) 전문가가 기업의 상황을 직접 진단하고 맞춤형 서비스를 처방해 지역 중소기업의 직업훈련 참여 및 역량 강화를 지원하는 제도로, 지난해 시범 운영을 거쳐 올해 전국 산업인력공단 지부와 지사 23개소에서 실시된다.

이날 광주지부 발대식에는 황중철 광주지부고용노동청장과 능력개발전담주치의 주요 유관기관인 광주상공회의소, 광주경영자총협회, 한국폴리텍대학, 동신대학교, 송의과학기술고등학교, 중소기업



8일 한국산업인력공단 광주지역본부에서 개최된 ‘능력개발전담주치의’ 발대식에서 황중철 광주지부고용노동청장(왼쪽)과 광주지역본부 능력개발 전담주치의 담당자들이 선서하고 있다.

처기업진흥공단, (재)한국능력개발원 관계자들이 참석했으며 지역 중소기업 대표로 ㈜우성정공, 대한민국산업협회장교수 등이 참석해 출범을 응원했다.

‘능력개발전담주치의’ 제도는 최근 빠르게 진행되고 있는 산업구조의 변화 속에서 대부분 지역 중소기업이 만성적인 담당 인력 및 정보 부족에 시달리고 있

면서도 직업훈련을 자체적으로 실시하기 어렵다는 점에 집중했다.

실제로 지난해 11월 기준 중소기업의 훈련 참여율은 고용보험 가입 사업장 255만개소 중 14만6000개소로 전체의 5.7%에 불과했다.

이에 정부는 국정과제인 중소기업의 직업훈련 활성화를 위해 ‘능력개발전담주

치의’ 제도를 도입, 능력개발 전담주치의가 직접 기업을 ‘찾아가는 서비스’로 직업능력개발정책의 패러다임을 전환한다는 계획이다.

우선적으로 135명의 능력개발 전담주치의가 배치되며 광주·전남지역에는 광주지부 5명, 전남 동부권을 담당하는 전남지사 2명, 전남 서부권을 담당하는 전남서부지사 2명 등 총 9명의 능력개발 전담주치의가 활동하게 된다.

지난 7일 전담주치의 제도 출범식을 진행한 전남 서부지사의 경우 직업능력개발부를 신설하고 본격적인 서비스에 들어갔다.

이들은 먼저 직업훈련이 필요한 기업을 발굴하고, 기업 진단결과에 기반한 맞춤형 직업능력개발컨설팅인 ‘HDD기초진단 컨설팅’을 처방한다. 기업상황별 맞춤형 훈련참여 종합컨설팅을 제공해 지역 기업의 성장을 촉진하는 역할이다.

이날 발대식에서 황중철 광주지부고용노동청장은 “능력개발전담주치의가 명칭 그대로 지역 중소기업의 직업훈련 애로사항을 해소하고 기업 맞춤형 종합서비스를

제공하는 컨설턴트 역할을 충실히 할 것을 당부한다”며 “정부 역시 더 많은 중소기업이 직업훈련에 참여할 수 있도록 훈련규제 혁신을 추진, 기업직업훈련카드를 통한 중소기업 위탁 훈련 비용 부담 경감, 공동훈련센터 확대를 통한 대중소상생형 공동훈련 모델 확산 등을 적극 지원하겠다”고 전했다.

김용환 한국산업인력공단 전남서부지사장은 “전남 서남권의 경우 특히 조선업 인력난과 숙련 인력 부족, 전체 사업장의 99%에 이르는 5인 미만 사업장인 영세사업장 많은 지역 여건 등으로 중소기업이 개별적으로 인적자원을 개발하기 어려운 상황이다”며 “이번 능력개발 전담주치의 활동을 통해 지역 내 중소기업 인재 혁신을 적극 지원하겠다”고 강조했다.

허서혁한국산업인력공단 광주지역본부장은 “직업능력개발 종합 지원기관으로서 빅데이터를 기반으로 직업훈련을 분석하고 기업과 현장 소통을 중심으로 기업 맞춤형 훈련 서비스를 제공함으로써 지역 중소기업 성장에 든든한 지원역할을 하겠다”고 말했다. **곽지혜 기자** jihye.kwak@jnilbo.com



‘테이블웨어도 봄 분위기 물씬’ 롯데백화점 광주점은 8층 테이블웨어 브랜드인 빌레로이앤보흐 매장에서 오는 19일까지 ‘봄 & 플라워 상품 특가전’ 행사를 진행한다. 해당 매장에서는 입맛을 돋우는 다양한 봄 테마 테이블웨어들을 10%~40% 할인된 가격에 만나볼 수 있다. 행사기간 중 매주 금, 토, 일에는 구매금액대 별로 10% 상당의 롯데상품권을 증정하는 사은행사도 동시에 진행한다. **롯데백화점 광주점 제공**

광주글로벌모터스 채용 경쟁률 ‘25대1’

올해 1차 공채에 941명 몰려
38명 고용... 응시자 분포 다양

광주글로벌모터스의 올해 1차 신입사원 채용이 25:1의 높은 경쟁률을 기록했다.

20~30대 젊은층은 물론, 다수의 40대 중년층과 여성 지원자들로 응시자 분포가 더욱 다양해졌다는 평가다.

8일 광주글로벌모터스는 지난달 23일부터 7일까지 실시한 기술직 29명 일반직 9명 등 38명을 선발하는 신입사원 공채에 모두 941명이 접수, 24.8:1의 경쟁률을 기록했다고 밝혔다.

가장 많은 지원자가 몰린 분야는 조립생산 분야로 349명이 지원(27:1)했으며 가장 높은 경쟁률을 기록한 분야는 생산 및 공정관리 분야로 103:1을 기록했다.

또 지원자 중 여성이 71명(8%), 40대 이상 중장년층이 57명(6%)으로 남녀노소를 불문한 지원층의 다양화가 눈길을 끌었다.

광주글로벌모터스가 이처럼 구직자들에게 인기를 끌고 있는 가장 큰 이유는 적정임금과 적정노동을 바탕으로 노사가 상생하는 ‘상생형 지역 일자리’라는 점이다.

적정임금을 주저지원비 등 사회적 임금으로 보전하고 있고 이와 같은 지원이 앞으로 더 확대될 예정이다.

또 신체적 조건이나 혼인 여부, 재산 등 직무와 직접 관련이 없는 내용을 배제하고 국가 직무능력 표준(NCS)을 기반으로 한 블라인드 채용과 채용 전문가의 업무 대행, AI 역량 검사를 통한 채용 절차 등 공정하고 객관적인 선발 기준도 구

직자들에게 믿음을 준 것으로 보인다.

박광태 광주글로벌모터스 대표이사는 “올해 첫 번째 공개채용에 지역 인재들이 대거 지원하면서 25:1의 높은 경쟁률을 기록한 것은 광주글로벌모터스에 대한 기대와 신뢰가 매우 크다는 사실을 반영한 것”이라며 “공정하고 투명한 절차를 통해 훌륭한 지역 인재를 모시는 것은 물론 앞으로도 전기차 기반 시설 구축이나 생산 단계에 따라 꾸준히 지역 인재를 선발하는 등 일자리 창출에 앞장서겠다”고 말했다.

한편 이번 1차 선발 결과는 AI 역량 평가 결과와 서류 전형, 면접전형, 건강검진 등을 거쳐 3월 말 최종 합격자를 발표할 예정이다.

입사일은 4월 중순이다. **곽지혜 기자**

광주은행, 신학기 ‘자녀돌봄 10시 출근제’ 호응

5월까지 출근시간 순연
6년간 직원 534명 이용

광주은행이 초등학교 입학기 자녀돌봄을 지원하기 위해 오는 5월 31일까지 세 달간 ‘자녀돌봄 10시 출근제’를 실시한다.

8일 광주은행에 따르면 ‘자녀돌봄 10시 출근제’는 자녀에게 가장 손이 많이 가는 초등학교 입학 시기에 자녀돌봄 공백을 최소화하기 위해 대상 직원들의 출근 시간을 평소보다 늦은 오전 10시로 순연하는 제도다.

광주은행은 노사간 협의를 통해 지난 2018년부터 ‘자녀돌봄 10시 출근제’를 실시해왔으며, 올해 대상자 106명을 포함해 6년동안 총 534명의 직원들이 이 제도를 이용해 일과 가정의 양립으로 워라벨을 실현해 나가고 있다.

특히 올해는 ‘자녀돌봄 10시 출근제’ 시행 기간을 기존 2개월에서 3개월로 늘려

근무 환경 및 직원의 개인 사정에 따라 3월에서 5월 중 2개월을 선택해 사용할 수 있도록 제도 시행에 유연성을 고려함으로써 직원들의 참여도를 높이고, 워라벨의 기업문화를 더욱 확고히 다졌다.

대상 직원들은 출근시간 순연으로 근무 시간은 단축되지만 이로 인한 임금 및 승진 등의 불이익이 없다.

직원들은 “자녀 양육에 있어 가장 어려운 시기인 자녀 초등학교 입학기에 등교와 학교생활을 돌봐줄 수 있는 시간적 여유가 생겨 일과 가정 모두에 집중할 수 있게 됐다”고 호응을 보이는 등 근무 만족도 또한 매우 높아진 것으로 확인됐다.

고병일 광주은행장은 “복지제도를 지속적으로 실시해 일과 가정에서 진정한 워라벨이 잘 정착될 수 있도록 적극 노력하고, 좋은 기업문화가 지역사회에 널리 전파될 수 있도록 지역 대표은행으로서 솔선수범하겠다”고 말했다. **최권범 기자**

삼성 디지털프라자 ‘삼성스토어’로 새출발

오프라인 매장명 변경
지역 밀착 콘텐츠 운영

삼성전자의 오프라인 매장인 ‘삼성 디지털프라자’가 8일부터 ‘삼성스토어’로 이름을 바꾸고 새롭게 출발한다.

광주 18개, 전남 17개 매장을 비롯한 전국 360개의 디지털프라자와 백화점, 대형마트 등에 입점된 전체 오프라인 매장의 명칭이 삼성스토어로 변경된다.

지난 2000년부터 23년간 디지털프라자라는 명칭을 사용해온 삼성전자는 이번 명칭 변경을 통해 갤럭시·비스포크·스마트싱스·라이프스타일 TV 등으로 한층 젊어진 삼성전자 브랜드 이미지를 강화하고, 삼성스토어를 차별화된 맞춤형 고객 경험을 제공하는 공간으로 재탄생 시킨다는 전략이다.

특히 삼성스토어에서는 지역 밀착 콘텐



츠와 프로그램을 제공해 고객들이 즐겨 찾고 머무는 지역 커뮤니티 거점으로서의 역할도 수행한다는 계획이다. 삼성전자는 이를 위해 다른 업종과의 협업을 강화해 삼성스토어를 복합 문화 공간으로 조성할 예정이다.

또 ‘삼성컬처랩’을 운영해 최신 비스포크 가전과 갤럭시 기기의 사용법을 공유, 쿠킹·인테리어·갤럭시 활용 숏폼 제작 클

래스 등 MZ 세대가 선호하는 다양한 프로그램을 운영할 계획이다.

삼성전자는 이번 명칭 변경으로 오프라인 매장 삼성스토어와 온라인 매장 ‘삼성닷컴’으로 리테일 체제를 정비해 향후 온오프라인 연계 서비스를 더욱 고도화해 나간다는 방침이다.

삼성전자는 이번 명칭 변경을 기념해 이날부터 31일까지 삼성스토어를 방문하는 삼성 멤버십 회원 선착순 1만명을 대상으로 스타벅스 기프트콘 증정 이벤트를 진행한다.

삼성전자 한국총괄 강봉구 부사장은 “23년만에 새롭게 변화하는 삼성스토어가 고객들이 원하는 바를 세심하게 반영해 더욱 젊고 색다른 즐거움을 선사하는 지역 랜드마크로 변모할 것”이라며 “많은 기대와 성원을 바란다”고 말했다.

곽지혜 기자