

작지만 국가경제·사회적 책임 힘쓰는 사람들

착한기업 일궈온 여성기업인

3대 걸쳐 장학금... 170명 고용

KK 박윤경 대표 등 여성경제인 포상
“여성기업인들의 성장, 함께 노력할 것”

1927년 창업해 무려 91년간 석유 등 액체연료도·소매업을 영위하며 지역경제에 이바지해 온 케이케이(KK).

3대째 걸쳐 경영을 하고 있는 박윤경 대표는 기업인으로서 받을 수 있는 가장 큰 영예인 금탑산업훈장을 수상했다.

지난해 기준으로 171명의 종업원을 고용하고 2972억원의 매출을 올린 케이케이는 30년간 중고교생 장학금을 지급해 왔다. 또 무료급식 봉사 활동 등 기업의 사회적 책임을 다하고 있다. 고령자와 장애인 등 사회적 약자를 우선적으로 채용하고 근로시간 단축제, 재택근무제 등도 시행해 오고 있다.

4일 중소벤처기업부에 따르면 지난 2일 서울 여의도 중소기업중앙회에서 열린 '제22회 여성경제인의 날 기념식'에서 박윤경 대표 외에 대한오케이스틸㈜ 김연선 대표, ㈜장충동왕족발 신신자 대표가 산업포장을 받았다.

대한오케이스틸은 2008년 창업한 이후 연평균 20.3%의 성장률로 창업 10년만에 매출액 599억원을 달성하는 등 고속 성장했다.

특히 경영성과를 임직원들에게 고르게 배분하고 자기계발을 지원하는 등 모범적인 경영을 하고 있다는 평가다. 문화예술단체 정기후원, 불우이웃돕기, 장학금 지급 등 나눔경영 실천에도 앞장서고 있다.

91년 창업한 장충동족발은 현재 전국에 180여개 체인점을 보유한 외식전문기업으로 성장했다.



홍중학 중소벤처기업부 장관(왼쪽)이 지난 2일 서울 여의도 중소기업중앙회에서 열린 '제22회 여성경제인의 날 기념식'에서 금탑산업훈장을 받은 케이케이 박윤경 대표와 기념 촬영을 하고 있다. /중기부

특히 장충동족발은 분사와 가맹점간 우호적 관계를 구축, 폐점률이 10% 이하일 정도로 모범적 경영을 하고 있는 것으로 나타났다. 신신자 대표는 현재 아너소사이어티에 가입해 있고, 소외계층을 위한 식품기부, 장학금 지급 등 '착한 기업'도 만들기에 힘쓰고 있다.

이날 행사에선 또 일광 조영숙 대표, 한만두식품 남미경 대표, 영진산업 이미지 대표, 그린정보시스템 이숙희 대표가 대통령표창을 각각 수상했다.

행사를 주관한 한국여성경제인협회는 이와 별도로 ㈜경진 김현숙 회장을 '제2회 여성기업인 명예인전당' 현대대상자로 최종 결정했다.

여경협 한무경 회장은 "우리 여성기업인들이 도전과 혁신의 기업가정신을 바탕으로 여성의 경제활동을 더욱 확대하고 여성기업의 질적 성장을 위해 함께 노력해 나가겠다"고 밝혔다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

자긍심 높은 대표 소상공인

동네빵집 '우리쌀 찰빵' 수출

슬지네제빵소 등 모범소상공인 포상
“소상공인도 존중받는 경제정책 이뤄야”

전북 부안 곰소염전 옆에 있는 슬지네제빵소 김갑철 대표가 철탑산업훈장을 받았다.

‘슬지’는 김 대표의 둘째딸 이름이다. 2대째 내려오고 있는 가족기업인 슬지네제빵소는 우리밀, 우리 팥, 우리 쌀 등 100% 국산 농산물과 발효종, 발효액, 누룩 등으로 만든 특허받은 찰빵을 국내 뿐만 아니라 미국, 영국 등 5개국에 수출하고 있다.

특히 김 대표는 바른 먹거리 운동을 펼치며 지역 농산물 판로 확대에도 앞장서고 있고, 장학금 기부 등 지역에서 사회적 책임에도 힘쓰고 있다.

김 대표는 “천만원의 빚으로 절박하게 시작했던 슬지네제빵소에게 큰 상을 준 것은 더 잘하라는 명령이라고 생각한다”면서 “앞으로도 주변 농가와 소상공인들과 상생하며 100% 우리 농산물 바른 먹거리, 건강한 먹거리를 국민들께 전달할 수 있도록 최선을 다하겠다”고 소감을 밝혔다.

한국상조협회동조합, 전국장례협동조합연합회 등을 설립, 소상공인 보호에 힘쓴 장례협동조합 송장우 회장은 석탑산업훈장을 받았다.

송회장은 소상공인 복리향상을 위해 일반 상조회사의 가격보다 26% 가량 싸지만 품격 높은 장례서비스를 제공해 온 공로다. 또 업계 발전을 위해 한국상조대상을 6년 동안 추진해오기도 했다.

중소벤처기업부와 소상공인연합회는 지난 2일 부산 벡스코에서 ‘2018 대한민국 소상공인 대회’를 열고 김갑철 대표, 송장우 회장 등 모범소상공인, 육성공로자 등 총 133명(단체 포함)에게 포상을 했다고 4일 밝혔다.



중소벤처기업부 홍중학 장관이 지난 2일 부산 벡스코에서 열린 '2018 대한민국 소상공인 대회'에서 철탑산업훈장을 받은 슬지네제빵소 대표인 김갑철씨 부부와 기념촬영을 하고 있다.

훈장을 받은 김 대표와 송 회장 외에 맥아당 나병일 대표와 한국메이크업미용사회 오세희 회장은 산업포장을 각각 받았다.

맥아당은 ‘청원생명 쌀’을 원료로 빵을 제조·판매해 지역 농민들과 상생을 도모하고 제과제빵 업계의 발전에 기여했다. 나 대표는 KBS 드라마 ‘제빵왕 김탁구’에서 손 대역을 하며 직접 빵 만드는 장면으로 출연했고, 제빵자문을 통해 관련 업계 소상공인들의 자긍심을 높이기도 했다.

소상공인연합회 최승재 회장은 대회사에서 “포용적 번영과 성장의 길에 소상공인들이 함께 할 수 있도록 소상공인들도 희망을 가질 수 있는 실질적이고 가시적인 조치가 뒤따라야 할 것”이라며 “이를 위해 더 이상 ‘소상공인도 국민이다’는 절구가 반복되지 않도록 열심히 일하면 댓가를 거둘 수 있는 공정 경제 환경을 위해 ‘소상공인도 존중받는 경제 정책의 대전환’을 반드시 이뤄내야 한다”고 강조했다.

/김승호 기자

이통3사 부진한 무선수익, IPTV가 메웠다

최근 5개 분기 영업익 1조 밀돌아
IPTV 수익, 전년 비 31.5% 상승

무선 사업의 악화로 이동통신 3사의 3·4분기 실적이 부진을 면치 못했다. 이동통신 3사의 분기 영업이익이 최근 5개 분기 연속 1조원을 밀돌아 향후 5세대(5G) 이동통신 투자 우려도 커지고 있다. 다만, 부진한 무선 사업의 빈틈을 인터넷TV(IPTV) 등 미디어 사업이 메우고 있다.

4일 이동통신 업계에 따르면 SK텔레콤·KT·LG유플러스 등 이동통신 3사의 올 3·4분기 영업이익의 합계는 총 9017억원으로 집계됐다. 지난해 동기 대비 8.3% 감소한 수치다.

유일하게 선방한 이동통신사는 LG유플러스다. 홈미디어 사업 성장세로 인해 이동통신 3사 중 유일하게 영업이익이 전년 동기 대비 6.5% 늘었다. 특히 IPTV 수익은 역대 최고 분기 매출인 2539억원을 기록해 지난해 동기 대비 31.5% 상승했다.

반면, 시장 1, 2위 사업자인 SK텔레콤과 KT는 영업이익이 줄었다. SK텔레콤의 경우 3분기 영업이익이 3041억원으로 전년 동기 대비 22.5% 감소했다. KT도 영업이익이 3695억원을 기록해 전년 대비 2.1% 빠졌다.

이 같은 실적 부진은 정부의 통신비 인하 정책 영향 때문이라는 것이 업계의 전반적인 견해다. 그간 이어진 선택약정 할



한 시민이 이동통신 판매점에서 단말을 살펴보고 있다. /연합뉴스

인율 상승, 취약계층 요금 감면 등의 영향과 선택약정 가입자 증가가 실적 부진의 원인으로 지목된다. 이동통신사는 지난해 9월 정부의 가계통신비 인하 정책으로 선택약정 요금할인율을 20%에서 25%로 높였다. 4월부터는 취약계층에 월 1만 1000원 요금을 감면하는 정책을 시행하고 있다.

특히 대표적인 수익성 지표인 이동통신 3사의 가입자당 평균매출(ARPU)은 3만 2137원으로 지난해 같은 기간보다 8.3% 줄어들며 내리막길을 걷고 있다. 무선매출도 5조 5961억원을 기록해 지난해보다 5.8% 감소했다.

업계에서는 내년 실적에 대한 부담이 벌써부터 일고 있다. 특히 내년 5G 상용

화를 앞두고 투자가 힘들어질 것으로 우려하고 있다. 특히 내년 설비투자(CAPEX) 효율화를 위해 고심하고 있다. SK텔레콤 측은 최근 실적발표 컨퍼런스 콜을 통해 “대내외 경쟁환경 고려와 경영환경을 고려해 비용 효율화 방안을 수립할 것”이라고 밝혔다.

다만, 무선 사업의 부진을 만회할 새 수익원으로 미디어가 뜨고 있다. 3·4분기 이동통신 3사의 IPTV 매출은 총 9350억원으로 23.1% 증가했다. 특히 유일하게 이번 분기 실적 선방을 한 LG유플러스의 성장세가 돋보인다. 홈미디어 매출은 이에 힘입어 지난해 3분기보다 15% 증가한 5170억원을 기록했다. 홈미디어 사업의 성장으로 정부의 가계통신비 절감 요인을 상쇄했다는 풀이가 나온다. SK텔레콤 또한 IPTV 매출 3228억원으로, 전년 동기 대비 26.3% 증가했고 KT도 IPTV 매출 3592억원을 기록해 같은 기간 15.3% 늘었다.

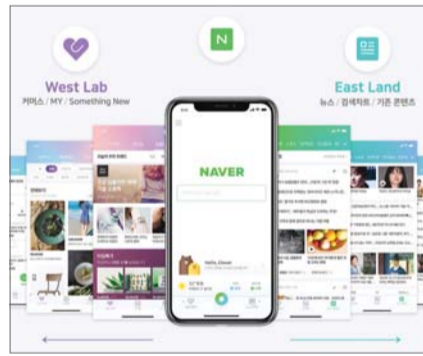
신사업 포트폴리오 정립 또한 가속화되고 있다. SK텔레콤은 물리보안업체 A DT캡스 인수를 마무리했고, 정보보안업체 SK인포섹을 완전 자회사로 편입하고 커머스 플랫폼 11번가를 분사하는 등 ‘뉴 ICT’ 기업 도약을 위한 준비 과정을 밟고 있다.

KT는 10기가 인터넷과 5G를 통해 핵심 사업을 추진하겠다는 계획이다. LG유플러스는 미디어 사업 확대를 위해 케이블TV 인수합병을 추진하고 있다.

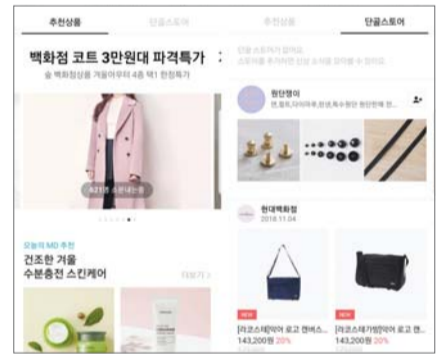
/김나인 기자 silkni@

NAVER

kakao



베타 서비스 중인 네이버 모바일 첫 화면. /네이버



카카오톡 쇼핑하기 화면 캡처. /카카오

네이버·카카오, ‘커머스’ 사업 강화

네이버와 카카오가 커머스(상거래) 사업을 강화하고 있다. 단순 노출되는 광고의 힘이 약해지고, 개인화 추천 등 고도화된 쇼핑 서비스의 등장으로 커머스 시장이 IT 중심으로 재편되는 상황에서 시장을 선점하겠다는 전략으로 풀이된다.

4일 업계에 따르면 네이버는 지난달 공개한 모바일 첫 화면 개편안에서 커머스 사업 강화에 대한 의지를 밝혔다. 첫 화면을 중심으로 오른쪽에 뉴스, 검색카드 등 기존 콘텐츠를 담고 왼쪽에 커머스를 담았다.

이용자는 왼쪽으로 한 번만 넘기면 요즘 유행하는 상품을 바로 확인할 수 있다. 기존 모바일 앱에서는 오른쪽으로 3번 넘겨야 쇼핑 서비스가 나왔다. ‘요즘 유행’, ‘랭킹템’, ‘MY 페이지’, ‘MY단골’ 등 4개의 탭으로 구성된다. 이르면 올 연말 정식 서비스로 출시될 예정이다.

새로운 아이콘인 인터랙티브 버튼 ‘그린닷’을 통해서도 커머스와 연동을 수

월하게 했다. 노란 실크 원피스를 보다가 그린닷을 터치하면, 상품 추천 기술을 통해 노란색·실크소재·원피스라는 주제로 더욱 많은 상품을 보여준다.

카카오는 카카오톡에서 베타서비스로 진행하던 ‘쇼핑하기’를 지난달 24일 정식 출시했다.

지난 1년 4개월간 진행된 시범서비스 기간에는 일부 업체만 입점이 가능했으나, 정식으로 서비스하게 되면서 사업자 등록증이 있는 판매자라면 누구나 입점 가능하다. 따로 회원 가입할 필요 없이 카카오톡 상에서 쉽게 쇼핑을 즐길 수 있다. 카카오톡 쇼핑하기는 크게 ‘추천상품’과 ‘단골스토어’ 탭으로 나뉜다.

단골스토어 탭에선 이용자가 원하는 스토어를 추가하면 신상 소식을 볼 수 있다. 카카오톡의 특성에 맞춰 제품을 친구에게 소문내면 할인해주고 판매자와 1:1 상담 기능 등을 제공한다. /구서윤 기자 yuni2514@