

■ 2026 새해설계 이강근 전남신용보증재단 이사장

“디지털 전환·포용금융 확대… 전남 먹거리 창출 힘쓸터”

“병오년은 그간의 성과를 토대로 시스템을 정착시키고, 디지털 전환을 통해 한 단계 더 도약하는 해가 됩니다.”

이강근 전남신용보증재단 이사장은 병오년 신년사를 통해 “대내외 경제 불확실성이 지속되는 상황에서 재단의 역할은 그 어느 때보다 중요하다”며 “금융성 보 증 지원을 넘어 소기업·소상공인의 회복과 성장을 함께 책임지는 종합지원 기관으로 도약해야 한다”고 힘줘 말했다.

그는 “2024년부터 중장기 마스터플랜 수립 이후 실행력 제고와 업무 효율화에 집중한 결과, 지난해 창립 이래 최고의 성과를 거뒀다”며 “보증금 확대, 안정적 리스크 관리, 최대 출연금 확보라는 주요 경영 목표를 모두 초과하는 ‘트리플 크라운’을 달성했다”고 밝혔다. 대외 성과도 이어졌다.

보증 확대·리스크 관리·최대 출연금 ‘트리플 크라운’
생산적 금융·현장 밀착 지원으로 종합지원 기관 도약

국가 지속가능 ESG 경영 ‘최우수’ 기관 표창과 지역사회공헌(CSR) 인정제 획득, 행정안전부 주관 지역경제 혁신·공공기관의 날 행사에서 금융버스 ‘가드립’ 우수사례 선정 등 재단의 공공성과 혁신성을 대외적으로 인정받았다는 설명이다.

이 이사장은 올해를 이런 성과를 제도화하는 해로 규정했다.

그는 “조직 운영 전반에 디지털화와 시스템화를 강화해 업무 효율을 높이고, 변화하는 금융 환경에 선제적으로 대응해야 한다”며 ‘새로운 마음가짐(New

Mind)·새로운 열정(New Passion)·새로운 출발(New Start)’이라는 슬로건 아래 변화와 도약을 주문했다.

올해 중점 추진 과제로는 네 가지 방향을 제시했다.

우선 생산적·포용적 금융 확대다.

그는 “신규 보증 공급 규모를 전년 대비 1000억원 늘린 5500억원으로 확대하고, K-컬처 관광산업 육성과 전남 미래 먹거리 창출 등 도정 연계형 생산적 금융을 강화한다”며 “저금리 정책자금 공급과 상환 부담 경감을 위한 금융안정 패키지 지속 지원한다”고 전했다.



이어 위기 단계별 경영진단·금융지원·재기지원을 연계하는 데이터 기반 사고 관리 체계를 정착시키고, 고객 맞춤형 재

기지원 프로그램을 도입해 실질적인 회복과 재도약을 돕겠다는 구상도 내놔다.

고객 중심의 종합지원 체계도 강화한다.

현장 밀착형 서비스인 금융버스 ‘가드립’을 연 70회로 확대 운영하고, 유관기관과의 협업을 강화해 금융과 비금융을 아우르는 종합 서비스를 제공할 계획이다.

라이브 커머스 지원사업 확대와 AI 클리닉 신설을 통해 소상공인의 경영 진단부터 성장 단계까지 맞춤형 솔루션을 제공하고, 골목상권 붐업 프로젝트 등 전통시장과 골목상권 활성화 사업도 강화한다.

디지털화·시스템화를 통한 업무 혁신도 제시했다.

공공데이터를 활용한 신용조사서 체계의 디지털 전환, RPA 자동화 시스템 도입을 통한 종이 없는 보증심사, AI 챗봇

과 상담 지원 체계 구축 등을 통해 고객 접근성과 업무 효율을 동시에 높인다는 방침이다.

부서별 업무 프로세스를 전반적으로 점검해 단순·반복 업무는 전산화하고, 핵심 업무에 역량을 집중할 수 있는 구조로 재편하겠다는 계획이다.

이 이사장은 “조직의 경쟁력은 결국 사람과 문화에서 나온다”며 “직급과 부서를 넘어 서로를 존중하고, 일하는 보람과 자긍심을 느낄 수 있는 행복한 일터를 함께 만들어 가야 한다”고 전했다.

아울러 “2026년은 광주·전남 행정통합이라는 시대적 전환점에 놓인 중요한 해”라며 “재단이 축적해 온 성공 DNA와 강점을 바탕으로 조직 효율화와 제도 정비에 만전을 기해야 한다”고 당부했다.

임재용 기자 djawody0316@

중기부, 판로 막힌 중소기업에 마케팅 지원

141억원 투입…4개 프로그램, 총 2050개사 지원 예정

중소벤처기업부가 올해 대외 경제 환경의 불확실성이 높은 상황을 고려해 중소기업 마케팅 지원사업에 빠르게 착수한다.

중소벤처기업부는 26일 중소기업의 판로 개척을 지원하기 위해 ‘마케팅지원사업 통합 공고’를 시행한다고 밝혔다.

이번 사업의 총 지원 규모는 141억 7000만원으로, 주요 지원 프로그램은 △온·오프라인 판로지원 △중소기업제품 전용판매장 운영 △마케팅 역량강화 프로그램 등이다.

중기부는 올해 대외 경제 환경의 불확실성이 높은 상황임을 고려해, 지난해보다 공고 시점을 앞당겨 사업을 조기에 착수하는 등 예산을 신속하게 집행할 계획이다.

우선 온라인 판로지원은 중소기업에 대상 전문 MD가 직접 컨설팅을 제공하며, 버티컬 커머스를 비롯한 주요 e커머스 플랫폼 및 홈쇼핑에 입점할 수 있도록 입점 수수료 및 마케팅 비용을 지원한다. 오프라인 판로지원에는 대형 유통망 내에 설치·운영되는 오프라인 기획전, 유통 트렌드를 반영한 팝업 스토어 등 중소기업의 오프라인 판촉 활동을 지원한다. 또, 지자체가 주최하는 기업박람회 등과 연계

한 구매상담회를 열어 판로 개척 기회도 제공할 계획이다.

중소기업제품 전용판매장은 유동인구가 많은 상권에 설치해 중소기업의 판로 개척을 위한 전시·판매 공간을 제공하는 사업이다.

현재 인천국제공항 면세구역, 백화점 등에 7개소를 운영 중이며, 민간 유통망 대비 절반 이상 낮은 판매 수수료를 적용하고 전담 판매 인력 등을 지원한다.

올해 처음으로 도입하는 마케팅 역량강화 프로그램은 단순 판로 지원에 그쳤던 기존 방식에서 벗어나 마케팅 역량강화를 통해 지원기업의 근본적인 자생력을 제고하는 것을 목표로 한다.

구체적으로 마케팅 전략 수립부터 AI 기반 콘텐츠 제작, SNS 홍보 등 핵심 서비스를 참여기업 수요에 맞춰 지원하는 방식이다.

이순배 중기부 글로벌성장정책관은 “최근 내수 경기 침체로 중소기업이 판로 개척에 어려움을 겪고 있다”며 “민간 유통채널과 협력해 우수 중소기업의 판로 개척을 적극 지원하겠다”고 밝혔다.

김은지 기자 eunzy@gwangnam.co.kr



광주신세계, 동계 대학생 현장실습 성료 26일 ㈜광주신세계는 지역 인재 육성을 목표로 진행하는 ‘대학생 현장실습 교육’이 참가자들의 열띤 관심 속에 마무리 됐다. 지난해 12월26일부터 4주간 진행된 2025학년도 동계 현장실습교육은 전남대와 조선대에 재학중인 지역 대학생들이 참여해 유통업 전반에 대한 이해를 높였다. 실습생들은 영업 등 판매부서 실습부터 마케팅 등 부서별 직무 교육, 팝업스토어 기획 등 실무와 밀접한 과제를 수행하며 트렌드 감각을 익혔다.

SKT, 새학기 맞아 ‘아이러브 ZEM’ 페스티벌

SK텔레콤이 새 학기를 앞둔 학생과 학

부모 고객을 위한 이벤트를 진행한다.

SK텔레콤은 26일 2026년 새 학기를

앞둔 학생과 학부모 고객을 위한 혜택을

답은 ‘아이러브 ZEM(젬) 새 학기 페스티

벌’을 오는 3월31일까지 진행한다고 밝

혔다.

ZEM은 SKT의 키즈 전용 브랜드로, 만 12세 이하 어린이를 위한 맞춤형 단말·요금제·서비스를 제공하고 있다.

SKT는 올해 새 학기 시즌을 맞아, ZEM 앱의 사용 가능 연령을 스마트폰 사

용량이 본격적으로 증가하는 중학생(만 15세)까지 확대했다. 또 △ZEM앱 신규 가입 고객 및 자녀 스마트폰 구매 고객 대상 경품 증정 이벤트 △ZEM앱·폰 리뷰 이벤트 △T다이렉트샵 기획전 등 ZEM 고객만을 위한 혜택까지 마련했다.

ZEM 부모 앱에 새롭게 가입하는 고객을 대상으로 3월31일까지 경품 증정 이벤트를 진행한다.

김은지 기자 eunzy@

KT, 전자상거래법 위반 과태료 갤럭시 ‘물량제한’ 숨기고 예약

KT가 지난해 갤럭시 S25 사전예약 물량이 제한됐었다는 걸 알리지 않고 예약 판매를 진행해 공정거래위원회로부터 시정 명령 및 과태료 500만원을 부과 받았다.

공정위는 26일 KT가 사전예약한 모든 소비자가 제품을 구매할 수 있는 것처럼 알린 행위는 전자상거래법에 위반된다고 판단해 이같이 처분했다고 밝혔다.

KT는 지난해 1월 24~25일 지니TV 및 오라잇스튜디오에 게시한 배너와 연결된 사이버몰 이벤트 페이지에 ‘각종 선착순 이벤트는 별도의 마감 표시가 없다면 혜택을 받아보실 수 있습니다’고 안내했다.

당초 KT는 지니TV, 오라잇스튜디오 등 6개 매체를 통한 접수분을 1000건으로 계획했지만 지니TV 1722건, 오라잇스튜디오 6929건 등 총 8651건이 접수되자 지난해 1월25일 오후 5시에 7127건을 접수·취소했다. 이후 KT는 취소 사유로 ‘선착순 1000명 한정’이라는 안내가 누락됐다는 것을 알렸다.

이에 대해 공정위는 KT가 제품을 구매할 수 있는 것처럼 표시한 것은 거짓 또는 과장된 사실을 알려거나 기만적인 방법을 사용해 소비자를 유인하는 행위로 볼 수 있다고 판단했다.

김은지 기자 eunzy@

CUSTOMER SATISFACTION

고객 만족 실현을 최우선으로
고객과 함께 성장하는 DH Group



www.global-dh.com

다 글로벌