

특별기고

지역경제에 부는 봄바람 ‘부끄머니’

문인

광주 북구청장



최근 미국의 이란 공습으로 국제 정세에 먹구름이 드리운 가운데 유가는 치솟고 환율은 1500원 선을 오르내리면서 불안감이 고조되고 있다.

고유가·고환율 상황이 지속되는 경우 물가 상승이 동반되면서 국내 경제도 불가피한 타격을 입게 된다. 물가가 오르면 소비자들은 지갑 열기를 주저하게 되고, 소비 위축은 지역경제의 근간인 소상공인들의 생존을 결정짓는 중대한 문제와 연결된다.

소상공인들의 한숨을 깊게 만드는 요인이 대외에만 존재하는 것은 아니다. 지난 2020년 코로나 팬데믹을 겪은 이후 우리나라에는 온라인·비대면 중심의 소비 패턴이 자리 잡았고 장기간 이어진 내수 부진 등 경기 침체는 소상공인들을 벼랑 끝으로 몰아세웠다.

지난해 호남지방통계청이 발표한 ‘호남·제주지역 소상공인 경제 변화상’을 살펴보면 2023년 기준 광주 창업 소상공인의 5년 생존율은 37.8%에 그쳤고, 10명 중 3명은 연 매출이 2000만원에도 미치지 못하는 것으로 나타났다.

또한 국가통계포털(KOSIS) 자료에서는 2020년 말 15만 7000명이었던 광주 자영업자가 지난해 말 기준 13만 5000명으로 집계돼 총 2만 2000명이 줄어든 것으로 확인됐다. 소상공인이 겪는 어려움이 지역 상권 위축에도 영향을 주고 있는 것이다.

소상공인과 지역경제는 양(+)의 상관관계를 가진다. 소상공인의 매출 증가는 지역 내 소비 활성화와 고용 창출로 이어져 골목 경제를 살리는 핵심 동력이 된다. 소상공인의 매출 증가를 위해서는 얼어붙은 소비 심리에 불을 지피야 하는데, 이때 장자 역할을 하는 것이 바로 지역화폐이다. 지역화폐는 자금의 역의 유출을 방지하고 지역 안에서 돈을 돌게 하여 민생경제에 긍정적으로 작용한다.

북구는 ‘민생경제 회복’을 역점 과제로 설정하고 작년 부터 지역화폐 ‘부끄머니’를 발행하고 있다. 지난 2024년 말 광주 자치구에서는 처음으로 지역화폐 발행 근거 조례인 ‘광주시 북구 북구사랑상품권 발행 및 운영 조례’를 제정했고 2025년 제1호 결제 안건으로 ‘지역사랑상품권 발행 기본계획’을 처리해 본격적으로 발행 준비에 착수했다.

준비 과정에서 특히 현장 홍보와 가맹점 확보에 총력을 기울였다. 부끄머니의 실용성을 높이기 위해서는 주민들이 일상에서 편하게 사용할 수 있는 환경이 만들어져야 하기 때문이다.

이에 공식 발행 직전까지 상인회·전통시장·소상공인 단체들과 협력해 가맹점 모집 캠페인과 찾아가는 홍보 활동에 적극 나섰다. 그 결과 2만개가 넘는 가맹점이 모집되면서 광주 자치구 중 가장 총출한 결제망을 구축하게 됐다.

부끄머니에 대한 주민들의 관심과 반응은 뜨거웠다. 작년 첫 발행 당시에는 준비된 물량이 몇새 만에 동났고 올해는 단 이틀 만에 완판됐다. 특히 이번에는 발행 첫날에 만 자그마치 62억원이 소진되며 ‘부끄머니’ 열풍을 일

케 했다. 부끄머니가 선풍적인 인기를 얻은 이유는 크게 두 가지를 들 수 있다. 첫째는 높은 할인율이다. 올해 북구는 15%의 선할인율을 적용해 부끄머니를 구매하는 주민들에게 온누리상품권(할인율 7%)·광주사랑카드(할인율 10%)보다 더 많은 혜택이 돌아가도록 했다. 둘째는 많은 가맹점 수이다.

음식점·주유소·마트·학원 등 생활 밀착 업종으로 구성된 2만개가 넘는 가맹점은 평소 생활반경 내 어디서든지 ‘부끄머니’를 사용할 수 있게 했다.

이외에도 발급처를 기존 북구 소재 광주은행(18개소)에서 광주 전역(67개소)으로 확대하는 등 ‘부끄머니’ 활성화를 위한 다양한 노력이 제대로 맞아떨어진 것으로 분석할 수 있다.

지난해 11월부터 시중에 풀린 부끄머니는 현재까지 월 평균 20억원 이상 지역 상권으로 투입되고 있는 것으로 나타났다. 작년 발행된 부끄머니 100억원 중 84억원이 이미 소상공인에게 쓰였으며 남은 16억원도 이달 중 전부 사용될 것으로 보인다.

이 같은 소비 속도라면 올해 발행액인 80억원은 이번 상반기 내 모두 사용돼 지역경제에 큰 활력을 불어넣을 것으로 전망된다.

얼마 전 만물이 겨울잠에서 깨어나기 시작하는 절기 ‘경칩’을 맞았다. 겨우내 땅속에서 움츠리고 있던 생명이 기지개를 켜듯 오랫동안 침체의 그늘에 놓여 있던 지역경제도 활기를 되찾아야 할 때다. 겨울잠을 자던 개구리가 봄기운에 깨어나듯 ‘부끄머니’가 얼어붙은 소비 심리를 녹이고 골목상권 곳곳에 따뜻한 온기를 전하는 봄바람이 되기를 기대해 본다.

기고

조익수

좋은인재교육 대표



자신의 시선을 확인하는 것부터

(387개) 가운데 61%는 ‘선발 과정에서 컬처핏을 확인하고 있다’고 답변했다. 기업들이 확인한 컬처핏에 대한 만족도는 높았다. 응답기업의 82.2%는 컬처핏 평가 도입 이후 ‘조직 적응 속도가 증가했다’고 답했다.

‘협업의 질 향상’(70.8%), ‘조직몰입도 증가’(69.5%) 순으로 실제 효과를 체감하고 있었다. ‘조직문화 적응과 관련해 퇴사하는 신입 직원이 감소했다’고 답한 기업도 53%로 조사됐다. 조사는 매출액 기준 상위 500대 기업 인사담당자를 대상으로 387개소 응답, 응답률 77.4% 으로 2024년 11월 26일부터 약 한 달간 실시됐다.

선발된 직원들을 통해 기업은 채용 과정에 적합한 컬처핏, 즉 기업문화 적합성의 효과를 확인했다. 그렇기에 더 확실하게 확인하고자 할 것이다.

기업을 분석하고, 대응 방법을 찾는 것도 꼭 필요하지만, 이런 변화에서 가장 먼저 지원자가 가져야 할 것은 자신이 현재 어떤 시선을 가지고 있는가를 확인하는 것이라 생각한다.

내가 실제 겪었던 상황을 예시로 생각해 보자. 자주 가는 카페에서 커피를 주문하고 카드를 건넨다. ‘영수증 드릴까요?’라는 카페 매장 직원 질문에 ‘아니오’라고 답했다.

그런데 직원은 영수증을 그대로 건네줬다. ‘왜일까요?’ 순간 생각했다. 그때 직원이 영수증 맨 아래를 살짝 가리켰다.

포인트가 충분히 쌓여 있어 다음에는 포인트로 음료를 마실 수 있다는 표시로 난 반갑게 웃었다.

말 대신 작은 행동으로 보내준 신호였다. 여러분은 이 상황을 어떤 시선으로 바라보게 되나요? 상황 속 바랄 수 있는 카페 사장, 방문하는 손님, 카페 평가자 이렇게 3가지 입장을 제시해 본다.

예를 들어 카페 사장 입장에서는 손님을 응대하는 절차를 보면, 직원 교육이 잘 됐다고 생각할 수 있다. 손님은 생각하지도 못했던 것을 먼저 알려주니 ‘고맙네’라는 생각을 하게 될 것이다.

카페 평가자는 ‘고객의 마음을 움직이는 행동으로 충성 고객이 한 명 추가되었군’이라고 생각할 수 있다. 여러분들은 3가지 입장의 생각 중 누구의 시선으로 상황을 바라보게 되나요? 선택한 시선이 인사 희망 기업과 비교하면 어떠한가요.

기업에 맞추기 전에 현재의 자신을 명확히 해, 어떤 점들이 적합한지를 찾아 제시하기 위해 꼭 필요하다. 이것이 진정으로 자신에 맞는 ‘FIT’을 찾기 위한 시작이다. 제시된 사례가 아닌 자신이 실제 경험한 상황을 비춰, 그 속에 등장할 수 있는 인물들의 입장에서 생각해 보고, 그 속의 자신을 확인하면 더 명확하지 않을까.

마지막으로 카페에서 영수증을 건넨, 직원의 비언어적인 표현과 행동에서 생각해 볼 질문을 던져본다. 당신은 일할 때 보통 어디까지를 ‘내 일’이라고 생각하나요.

매년 기업 채용에 있어 트렌드는 변화하고 있다고 말한다. 맞다. 기업의 채용 기준과 채용 과정, 평가 기준 등이 실제 채용공고를 통해 변화하고 있다는 것을 확인할 수 있다.

이런 변화는 기업 운영에 있어 불확실성의 위험을 최소화하며, 성장의 기회를 잡고, 성과를 만들어 내기 위해 인재 확보가 중요한 영역이기 때문이라 생각한다. 특히 ‘즉시 전력’의 위치에 있는 인력의 필요성이 더 대두되고 있다. 그것을 증명하는 것이 ‘중고 신입’이라는 표현이다.

이 부분에 최근 빠지지 않는 표현 중 하나가 ‘적합함’을 의미하는 ‘FIT’이라는 단어다.

직무에 대한 적합도, 기업의 조직 문화에 적합한 인재, 팀 내 팀원으로 적합한가까지 지원자를 평가하고 있고, 그 평가를 위해 절차에 따라 지원자의 데이터를 요청하고 있다.

기업이 보고 있는 ‘FIT’을 보는 의미의 공통점은 ‘바라보는 시선이 같은가?’라는 점이라고 생각한다. 똑같은 시선이 같은 방향, 비슷한 사고를 가지고 있는 인재가 필요하다는 것이다.

2025년 3월에 발표한 고용노동부와 한국고용정보원의 2024년 하반기 기업 채용동향조사 결과에서 응답 기업

경제활동에는 언제나 위험이 따른다. 경기 침체와 시장 변화, 예상치 못한 변수로 기업이 무너지고 개인이 빛의 늪에 빠지기도 한다. 그러나 모든 실패가 잘못이나 범죄에서 비롯되는 것은 아니다. 그럼에도 우리 사회는 경제적 실패를 ‘낙인’으로 받아들이곤 한다.

그래서 회생 제도는 단순한 법적 절차가 아니라 사회적 안전장치다. 무너진 기업이 다시 일어설 기회를 만들고, 개인이 빛의 굴레에서 벗어나 사회로 복귀할 수 있도록 돕는 제도이기 때문이다.

회생 제도를 제대로 알지 못해 극단적인 선택으로 내몰리는 사례도 적지 않다. 기업이 파산하면 일자리와 기술이 함께 사라지고 지역경제에도 깊은 상처가 남는다. 반대로 회생 절차가 제대로 작동하면 기업은 다시 살아나고 일자리도 지켜질 수 있다.

법원이 언제나 처벌의 공간일 필요는 없다. 누군가에게는 인생의 마지막 문턱이 아니라 다시 시작할 수 있는 문이 될 수 있다.

광주회생법원이 실패의 아픔을 딛고 다시 일어설 수 있도록 손을 내미는 ‘재기의 전당’이 되기를 기대한다.

취재수첩

‘희망’을 여는 광주회생법원

임영진 사회부 차장



법원은 많은 사람들에게 두려움의 공간이다. 범죄의 책임을 묻고 판결을 내리는 곳, 때로는 벌금형 등 형사 처벌이 내려지며 교도소로 이어지는 인생의 마지막 문턱처럼 여겨진다. 갈등과 분쟁이 법적 판단으로 마무리 되는 ‘종착지’라는 인식 때문이다.

그러나 ‘회생’이라는 단어가 붙으면 의미가 달라진다. 다시 일어설 기회를 찾는 곳, 실패를 끝이 아닌 새로운 시작으로 바꾸는 공간이 된다.

광주회생법원이 최근 공식 출범했다. 광주·전남과 전북, 제주도를 아우르는 서남권 회생·파산 사건을 전담하는 전문법원이다. 서울을 시작으로 수원과 부산에 이어 광주까지 설치되면서 전국 고등법원 권역별 회생법원 체계가 완성됐다.

그동안 서남권에는 회생 전문법원이 없었다. 광주와 전주, 제주지방법원 파산부가 관련 사건을 맡아왔지만 전문법원이 아니다 보니 일부 기업들은 서울회생법원을 찾기도 했다. 도산 사건은 무엇보다 신속성과 전문성이 중요한데, 지역에서는 절차와 판단의 일관성에 대한 아쉬움이 제기되기도 했다.

광주회생법원 출범은 이러한 한계를 보완하는 의미가 있다. 무엇보다 중요한 것은 ‘실패를 바라보는 시선’을 바꾸는 일이다.

사설

민주 통합시장 경선을 확정...유권자 관심 절실

더불어민주당 전남광주통합시장 후보 선출 경선방식이 확정됐다. 최근 현정최고위원회의를 열고 경선 룰을 결정한 것이다.

이에 따라 예비경선은 오는 19일과 20일, 권리당원 100% 투표로 진행해 예비후보 8명 중 상위 5명을 가리고 본 경선은 다음 달 3~5일까지 권리당원 50%가 참여하는 온라인과 ARS 투표, 국민 여론조사 50%를 취합하는 국민참여경선으로 치르기로 했다.

본경선에서는 후보자들의 통합 비전과 정책 검증하기 위해 광주, 전남 동부, 서부 등 3곳을 순회하는 합동 연설회·토론회도 열기로 했다. 또 과반 득표자가 나오지 않을 경우 4월 12~14일까지 1·2위 후보의 결선투표를 실시하기로 했다.

당 공천위원회가 제안한 배심원단에 투표권 등을 부여하는 ‘시민공천 배심원제’는 도입하지 않기로 했다. 대신 예비후보들의 권역별 순회 합동연설회 등에 참석해 정책과 비전을 질의하지만 투표권은 없는 ‘정책 배심원단’을 운영하기로 했다.

이는 당헌당규에 있는 공천배심원제 후보 적격자를 가리는 속의형 경선 모델로 조직력·인지도 경쟁으로 치닫는 기존 여론조사·당원투표 중심의 경선을 보완할 수 있다는 장점이 있지만 배심원 구성에 공정성 등이 담보돼 있지 않으면 공천 정당성이 크게 흔들릴 수 있는 불안 요소도 적지 않기 때문에 풀이되고 있다.

실제로 이를 처음 도입한 2010년 광주시장 경선은 ‘배심원단 평가’와 ‘당원 여론조사’를 50%씩 합산하는 방식으로 치러졌는데 당심과 배심원단 평가가 크게 엇갈렸다. 3명의 후보중 배심원단 평가에서 3위를 차지한 후보가 당원 여론조사에서 1위를 차지하며 민주당 후보로 확정된 것이다. 이 과정에서 배심원단 명단 유출 논란 등이 제기돼 선거기간 내내 혼란을 치렀다.

이 때문에 이번 경선 룰 확정에는 잡음없는 경선을 치르겠다는 당 지도부의 의지가 반영된 것으로 풀이되고 있다.

7월 전국 최초 통합특별시 출범을 앞두고 치러지는 민주당 통합시장 경선은 유권자들의 관심이 어느때보다 중요하다. ‘민주당 공천·당선’이라는 지역 특성상 확정된 후보자가 인구 320만명, 총생산 150조원 규모의 ‘슈퍼 지자체’의 장이 될 가능성이 높기 때문이다. 후보들에 대한 철저한 자질검증이 절실하다는 얘기다.

햇빛이 돈 되는 마을 조성...개선 과제 많다

전남도가 도내에 햇빛이 돈이 되는 마을을 조성한다고 한다. 올해부터 2030년까지 5년간 매년 100개씩 총 500개의 햇빛소득마을을 만들기로 한 것이다.

에너지가 기본소득이 되는 시대를 연다는 얘기다. 이 사업은 한마디로 10가구 이상의 마을이 협동조합을 설립해 유휴부지와 농지, 저수지 등에 태양광발전소를 설치·운영하고, 발전 수익을 공동체가 함께 나누는 것을 말한다.

사업 주체가 주민이고 수익을 특정 참여자로 한정하지 않고 마을 단위로 공유한다는 점이 특징인데 특히 대규모 발전사업과 달리, 발전 이익이 외부로 빠져나가지 않고 지역 안에 남도록 설계돼 있다는 게 장점이다.

이는 정부의 대표적인 정책인 ‘햇빛 소득마을’ 조성 기조에 맞춰 전남도가 적극 대응해 나가는 것이기도 하다.

정부는 2026년부터 매년 500개 이상, 2030년까지 2500개 이상의 햇빛소득마을을 조성하기로 했다. 전국 3만7500여 행정리 15곳 중 1곳 이상을 주민 참여형 태양광 마을로 전환하기로 한 것이다.

이 사업을 처음 시행한 영광군이 대표적인 선도사례로 꼽힌다고 한다. 지난해 50kW 3기, 45kW 1기 등 총 195kW 규모의 주민 참여형 마을 태양광 발전소 4곳을 준공해 현재 가동하고 있는데 연간 약 256MWh의 전력 생산이 가능할 것으로 예상된다.

이는 연평균 발전 수익 약 1100만원인데 매출 상황 기간에는 연 320만원, 상황 완료후에는 연 800만원 안팎의 순수익이 발생할 것으로 추산되고 있다. 발전 수익은 전액 마을 공동기금으로 적립되며, 복지과 공동체 사업에 재투자된다고 한다.

하지만 이 사업의 정착까지는 아직 개선과제가 많다. 지적이 나온다. 우선 재생에너지 설비의 빠른 증가로 일부 지역 전력망이 포화 상태에 도달, 에너지저장장치(ESS) 설치가 필요하지만 현재 국비 지원은 50%밖에 안돼 열악한 마을 형편상 염두도 내지 못하고 있다. 농지 등의 담보 가치가 낮아 금융기관에서의 자금 조달도 쉽지 않다.

주민이 주도해 재생에너지 확산에 직접 참여하는 대표적 지역주도형 사업인 햇빛소득마을의 조속한 정착을 위해 정부와 지자체 차원의 대책마련이 절실하다.



www.GwangNam.co.kr

Table with contact information for Gwangnam Ilbo, including phone numbers and addresses for various departments.

기사제보·기고 보내실 곳 전화 062-370-7030 팩스 062-385-5400 이메일 gndn2018@naver.com