

자동차·반도체 맞춤 교육…537명 청년 인재 키웠다

광주경총, 청년미래플러스 상반기 성과

구직·신입·관리자 집중 육성…청년 정착 지원 강화 현장형 직무교육 만족도 4.8점…하반기 사업 확대

지역 주력산업의 인력난이 계속되는 가운데 광주경영자총협회(회장 양진석)가 자동차·반도체 등 제조업 현장에 필요한 맞춤형 인재 양성에 성과를 내고 있다.

구직청년의 취업 역량은 물론 신입사원의 직장 적응과 기업 조직문화 개선까지 지원하는 교육 프로그램에 청년과 기업 관계자들이 대거 참여하면서 지역 산업계의 인력 미스매치 해소에 힘을 보태고 있다.

광주경영자총협회는 5일 고용노동부와 한국산업인력공단이 지원하는 ‘2026 청년 미래플러스 사업’ 상반기 운영 결과를 발표했다.

‘청년미래플러스 사업’은 자동차·전자기기(가전·반도체) 등 지역 주력산업을 중심으로 구직청년의 취업역량을 높이고, 입사 초기 재직청년의 조직 적응과 기업의 청년친화 조직문화 조성을 지원하는 맞춤형 인재양성 사업이다. 단순한 취업 교육을 넘어 채용 이후 직장 적응과 장기근속까지 지원하는 프로그램으로 운영되는 것이 특징이다.

광주경총은 상반기 동안 산업별 직무교

육과 현장자 멘토링, 취업역량 강화 프로그램은 물론 신입사원 온보딩 교육과 조직문화 개선 교육 등을 운영했다. 기업 관리자 교육도 함께 실시해 청년과 조직이 함께 성장할 수 있는 근무환경 조성에도 초점을 맞췄다.

상반기 교육 이수자는 모두 537명이다. 이 가운데 구직청년이 150명, 입사 3년 이내 신입 재직청년이 116명, 기업 관리자 271명으로 집계됐다. 올해 목표인 675명 대비 79.6%의 실적을 거두며 사업이 안정적으로 추진됐다는 평가를 받고 있다.

특히 관리자 교육 참여 인원이 전체의 절반 이상을 차지한 점이 눈길을 끈다. 이는 청년 인재 확보뿐 아니라 어렵게 채용한 인재가 조직에 안정적으로 적응하고 장기적으로 근무할 수 있는 근무환경을 만드는 데 기업들의 관심이 커지고 있음을 보여주는 대목이다.

실제 지역 제조업체는 만성적인 인력난과 함께 청년 인력의 조기 이탈이라는 이중 부담을 안고 있다. 기업들은 채용만큼이나 신입사원의 조직 적응과 장기근속이 중요



광주경영자총협회는 올해 상반기 ‘2026 청년미래플러스 사업’을 추진, 537명이 교육을 이수해 올해 목표 대비 79.6%의 실적을 거두며 안정적인 사업 추진을 이뤄냈다.

한 경영 과제로 떠오르면서 직무역량과 조직문화 개선을 함께 지원하는 교육 수요도 꾸준히 늘고 있는 것으로 알려졌다.

교육에는 디와이에이와 무등기업, 울보닉스, 해양에너지, 효광, 세방전자를 비롯해 엔코테크놀로지코리아, 한국알프스, 광주글로벌모터스(GGM), 에스디엔 등 자동차·반도체 분야 기업과 조선대학교, 여수공고 등 교육기관이 참여했다. 지역 주력산업 기업과 교육기관이 함께 인재를 육성하는 협력체제도 점차 확대되고 있다는 평가다.

교육 과정은 산업 현장의 수요를 반영한

실무 중심으로 구성됐다. 자동차 산업과 반도체 생산공정 이해를 비롯해 생생형 AI 활용, 스마트 제조, 생산관리, 안전관리, 원가관리, 비즈니스 매너, 커뮤니케이션, 리더십, 조직문화 개선 등 현장에서 즉시 활용 가능한 프로그램을 집중 운영했다.

특히 구직청년에게는 산업 이해와 현장자 멘토링을 통한 취업 준비, 신입 재직청년에게는 직무 적응과 경력설계 프로그램을 제공해 단계별 성장 지원 체계를 구축했다. 관리자 교육에서는 세대 간 소통과 리더십, 청년친화 조직문화 조성에 중점을 두면서 기업 경쟁력 강화에도 힘을



고용노동부와 한국산업인력공단이 지원하고 광주경영자총협회가 추진한 ‘2026 청년미래플러스 사업’ 중 팀빌딩 강연의 모습.

실었다.

프로그램 종료 후 실시한 만족도 조사에서는 평균 4.8점(5점 만점)을 기록했다. 현장자 중심 멘토링과 실무형 직무교육, 신입사원 온보딩 프로그램에 대한 만족도가 특히 높았으며 참여자들은 산업현장 이해와 진로 설계, 조직 적응에 실질적인 도움이 됐다고 평가했다.

광주경총은 상반기 운영 성과를 바탕으로 하반기에도 자동차·전자기기 산업 취업을 희망하는 구직청년과 입사 3년 이내 신입 재직청년을 대상으로 직무교육과 멘토링, 취업 연계 프로그램을 확대 운영할

계획이다. 참여 신청은 이달 말까지 진행되며 지역 산업계가 필요로 하는 실무형 인재 양성과 청년 정착 지원을 지속적으로 강화해 나갈 방침이다.

양진석 광주경영자총협회장은 “상반기 참여자들의 높은 만족도와 현장의 긍정적인 반응을 통해 사업 효과를 확인할 수 있었다”며 “하반기에도 더 많은 구직청년과 신입 재직청년이 지역 산업에 안정적으로 정착하고 성장할 수 있도록 맞춤형 교육과 멘토링, 취업 연계를 지속 확대해 나가겠다”고 말했다.

송대용 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr

K-게임, 中 달궜다…1200만달러 수출 상담 성과

콘진원, 차이나조이서 한국관 운영…현지 공략 교두보 마련

한국콘텐츠진흥원이 중국 최대 게임 전시회인 ‘차이나조이 2026’에서 한국공동관을 운영하며 1200만달러 규모의 수출 상담 성과를 거뒀다.

한국콘텐츠진흥원은 최근 중국 상하이 신국제엑스포센터에서 열린 ‘차이나조이 2026’에 한국공동관을 운영했다고 5일 밝혔다. 차이나조이는 세계 각국 게임기업이 참가하는 중국 최대 규모의 게임 전시회다. 올해는 ‘인공지능(AI)과 함께 즐기다’를 주제로 열렸으며, 39개 국가·지역

에서 약 900개 기업이 참가했다.

콘진원은 이번 전시회에 국내 중소 게임 개발사 10개사를 지원해 모바일과 PC, 캐주얼, 액션, 리듬게임 등 다양한 장르의 K-게임을 선보였다.

행사 기간 한국공동관에는 4일 동안 약 3만명의 관람객이 방문해 참가작을 직접 체험했다. 기업·소비자(B2C) 중심 행사였음에도 중국 현지 퍼블리셔와 투자사 등을 대상으로 총 114건, 약 1200만달러 규모의 비즈니스 상담이 이뤄지며 해외

진출 가능성을 확인했다.

콘진원은 참가 기업들이 현지 이용자와 직접 소통할 수 있도록 게임 시연과 이벤트를 운영했으며, 중국 게임 인플루언서의 실시간 방송을 통해 참가작을 소개했다. 또 현지 유통사와 투자사 간 비즈니스 미팅을 지원해 실질적인 계약과 투자로 이어질 수 있는 기반을 마련했다.

전시 종료 이후에도 중국 동영상 플랫폼 ‘비리빌리’를 통해 참가 게임 영상을 공개해 현지 이용자와의 접점을 이어갈 계획이다.

콘진원은 이번 차이나조이를 시작으로 해외 시장 공략을 이어간다. 이달 독일

‘게임스컴(Gamecom)’을 비롯해 9월 일본 ‘도쿄게임쇼(TGS)’, 10월 브라질 ‘브라질게임쇼(BGS)’와 태국 ‘게임스컴 아시아’에서도 한국공동관을 운영하며 국내 게임기업의 해외 진출을 지원할 예정이다.

콘진원 관계자는 “차이나조이 한국공동관은 국내 게임기업들이 중국 이용자들의 반응을 직접 확인하고 해외 파트너와 협력 기회를 넓히는 중요한 계기가 됐다”며 “앞으로도 국내 게임기업들이 글로벌 시장에서 실질적인 성과를 낼 수 있도록 해외 진출 지원을 강화하겠다”고 말했다.

조환진 기자 pose007@gwangnam.co.kr

6년만에 돌아온 ‘아반떼’ 2398만원부터 계약



현대자동차가 6년 만에 완전변경(풀체인지) 모델인 8세대 ‘디 올 뉴 아반떼’를 출시하고 국내 준중형 세단 시장 공략에 나섰다.

현대자동차는 5일 ‘디 올 뉴 아반떼’의 주요 사양과 가격을 공개하고 계약을 시작했다고 밝혔다.

신형 아반떼는 가솔린 2.0과 1.6 하이브리드 두 가지 파워트레인으로 운영되며, 프리미엄, 인스퍼레이션 등 3개 트림으로 판매된다. 판매가격은 가솔린 2.0 모델 2398만원, 1.6 하이브리드 모델은 3042만원부터 시작한다.

력, 최대토크 27.0kgf·m를 바탕으로 가속 성능을 개선했고 연비는 기존보다 약 10% 향상하는 것을 목표로 개발됐다.

현대차는 신형 아반떼에 차세대 인포테인먼트 플랫폼인 ‘플레오스 커넥트’를 전 트림 기본 적용했다. 14.6인치 또는 12.9인치 디스플레이를 통해 다양한 애플리케이션을 이용할 수 있으며, 무선 소프트웨어 업데이트(OTA)와 디지털 키 2, 빌트인 캠 2 플러스 등 최신 디지털 사양도 대거 탑재했다.

안전 사양도 기본 트림부터 강화했다. 10개 에어백을 비롯해 스마트 크루즈 컨

8세대 풀체인지…중형급 공간·상품성 강화

플레오스 커넥트 기본화…3분기부터 출고

이번 모델은 6년 만에 선보이는 8세대 완전변경 모델이다. 현대차의 디자인 철학인 ‘아트 오브 스틸(Art of Steel)’을 적용해 스포티한 이미지를 강화했다. 전장 4765mm, 전폭 1855mm, 휠베이스 2750mm로 차체를 확대해 중형 세단 수준의 공간성을 확보했다. 트렁크 용량도 479ℓ로 동급 최고 수준을 구현했다.

안전성과 주행 성능도 한층 강화했다. 차체 주요 부위의 충돌 하중 분산 구조를 보강하고 최고장력 강판 비율을 58.7%까지 높여 충돌 안전성을 끌어올렸다. 서스펜션 최적화와 흡차음재 확대 적용으로 승차감과 정숙성도 개선했다.

파워트레인 성능도 업그레이드됐다. 가솔린 2.0 모델은 최고출력 149마력, 최대토크 18.3kgf·m를 발휘하며 복합연비는 최대 14.3km/ℓ를 달성했다. 1.6 하이브리드 모델은 시스템 합산 최고출력 157마

트를, 차로 유지 보조 2, 페달 오조작 안전 보조, 후방 교차 충돌방지 보조 등을 기본 적용했으며, 현대차 최초로 전자식 변속 레버(SBW) P단 긴급제동 기능과 일반도로까지 지원하는 내비게이션 스마트 크루즈 컨트롤 2도 새롭게 적용했다.

현대차는 3분기 중 가솔린 2.0 모델부터 고객 인도를 시작하고, 하이브리드 모델은 환경친화적 자동차 고시 이후 세계 최대 적용 가격을 공개한 뒤 순차적으로 출고할 예정이다.

윤효준 현대차 국내사업본부장은 “새로운 아반떼는 디자인과 공간성, 상품성은 물론 소프트웨어 중심 차량(SDV) 기반 디지털 경험까지 강화해 엔트리 세단의 새로운 기준을 제시하는 모델”이라며 “차량 구매 이후에도 지속적으로 진화하는 모빌리티 경험을 제공하겠다”고 말했다.

장승기 기자 sky@gwangnam.co.kr

테슬라, 6개월 연속 수입차 1위

BMW·벤츠·BYD 뒤이어

미국 전기차업체 테슬라가 수입차 시장에서 6개월 연속 판매량 1위에 올랐다.

5일 한국수입자동차협회(KAIDA)에 따르면 7월 수입 승용차 신규 등록 대수는 작년 동월보다 14.3% 증가한 3만976대로 집계됐다.

테슬라는 1만237대로 수입차업체 가운데 유일하게 1만대를 넘기며 1위 자리를 지켰다. 올해 2월 이래 6개월 연속 1위 기록이다.

이어 BMW 6533대, 메르세데스-벤츠 3959대, BYD 2846대, 렉서스 1474대, 도요타 1340대, 볼보 958대 순이었다.

테슬라 모델Y는 8705대가 팔리며 모델 판매량 1위에도 올랐다. BMW 5시리즈(1919대), 테슬라 모델3(1531대), 벤츠 E클래스(1408대), BYD 돌핀(1264대)이 2~5위를 차지했다.

테슬라, BYD 등 전기차 브랜드 호조에 힘입어 연료별 등록 대수에서 전기차 점유율은 49.8%(1만5428대)를 기록했다. 하이브리드 41.5%(1만2840대), 가솔린 8.1%(2514대), 디젤 0.6%(194대) 순이다. 구매 유형별로는 개인 구매가 2만636대(66.6%), 법인 구매가 1만340대(33.4%)였다.

켄텍, 해외 IT봉사로 글로벌 교육협력 확대

베트남 AI·기자재 지원

청소년 제작 역량 강화

한국에너지공과대학교(켄텍)가 학생들의 전공 역량을 활용한 해외 IT 봉사활동을 통해 글로벌 디지털 인재 양성과 국제 교육협력 확대에 매진하고 있다.

켄텍은 학생 20명으로 구성된 WFK(World Friends Korea) IT 봉사단이 최근 베트남 하노이 판쑤친(Phan Chu Trinh) 중학교에서 AI와 멀티미디어, 한국문화 교육 봉사활동을 진행했다고 5일 밝혔다.

봉사단은 현지 중학생 100여명을 대상으로 약 3주간 심층 중심 교육을 운영했다. AI 기술의 활용 사례를 직접 체험할 수 있도록 프로그램을 구성하고, 영상 제작과 콘텐츠 편집 등 멀티미디어 교육을 통해 디지털 콘텐츠 제작 역량을 키울 수 있도록 지원했다.

한국문화 교육도 함께 진행해 전통문화 체험과 문화교류 프로그램을 운영했



하노이 판쑤친 중학교에서 클로징 세레모니를 하는 WFK IT 봉사단원들.

으며, 양국 청소년 간 교류와 상호 이해를 넓히는 시간도 마련했다.

특히 학생들이 전공에서 습득한 디지털 기술과 AI 관련 지식을 현지 교육 현장에 직접 적용했다는 점에서 의미를 더했다. 봉사단은 노트북과 디지털 카메라, 코딩 키트 등 IT 교육 기자재도 기부해 현지 학교가 지속적으로 디지털 교육을 이어갈 수 있는 기반을 마련했다.

이번 활동은 단순한 해외 봉사를 넘어 대학의 교육 역량을 국제사회와 공유하고 개발도상국의 디지털 교육 환경 개선에 기여하는 국제협력 프로그램으로 평가받고 있다. 켄텍은 이번 활동을

계기로 현지 교육기관과의 협력 확대에 기대하고 있다.

장광재 켄텍 입학학생처장은 “학생들이 에너지 특화대학에서 쌓은 기술과 지식을 국제사회와 나누며 글로벌 인재로 성장하는 계기가 됐다”며 “앞으로도 전공 전문성을 바탕으로 해외 교육봉사와 국제협력 활동을 지속 확대해 나가겠다”고 말했다.

올해로 2회째를 맞은 켄텍 WFK IT 봉사는 학생들의 글로벌 역량을 높이는 동시에 개발도상국의 디지털 교육 기반 조성을 지원하는 대표 국제협력 프로그램으로 운영되고 있다.

송대용 기자 sdw0918@gwangnam.co.kr