

한전KDN-광주 마이스터고, 에너지 인재 양성 '맞손'

고졸 채용 활성화 등 협력 업무협약

ICT 맞춤교육 프로그램 개발 추진

직무 역량 강화·취업 경쟁력 제고

'글로벌 에너지ICT 전문 공기업' 한전KDN이 광주 마이스터고등학교와 에너지 인재 양성을 위해 손을 맞잡았다.

한전KDN은 지난 23일 광주시 소재 광주소프트웨어마이스터고 시청각실에서 광주소프트웨어마이스터고, 광주자동화설비마이스터고와 '에너지ICT분야 우수인재 양성 및 고졸 채용 활성화를 위한 업무협약식'을 진행했다고 밝혔다.

한전KDN은 정부 국정과제인 '일자리·균등한 기회 분야' 적극 이행을 선도하는 공공기관 모색

과 '에너지ICT 및 전기자동화설비' 분야의 고졸 전문 인력 양성 및 취업 활성화'를 위해 해당 업무협약을 추진했다.

이날 협약식에는 회사를 대표해 참석한 최용근 한전KDN 인사노무처장을 비롯한 최홍진 광주 소프트웨어마이스터고 교장, 노해두 광주자동화설비마이스터고 교장 등 관계자들이 참석했다.

이번 협약을 통해 한전KDN과 광주지역 마이스터고 2개교는 ▲에너지ICT 분야 맞춤교육 프로그램 개발·운영 ▲직무 맞춤 취업 프로그램(현장실습, 인턴채용 등) 개발·운영 ▲인재양성 및 채용 활성화를 위한 제도개선 등을 공동 추진한다.

마이스터고 관계자는 "협약을 통해 학생들이 현장에서 요구하는 직무 역량을 실제 과제로 학습하고 현장실습과 인턴 등 실질적인 경험을 통

해 진로를 구체화할 수 있기를 기대한다"면서 "한전KDN과의 협력을 통해 현장에 바로 적용할 수 있는 취업 경쟁력을 기우고 지역 발전과 인재 육성에 도움이 되도록 학교 차원의 지원을 강화하겠다"고 말했다.

한전KDN 관계자는 "에너지ICT 분야는 이론 학습에 치중하지 않는 현장 경험이 중요한 만큼 학교 교육과 기업 현장을 연결해 학생들이 재학 중 직무를 경험하는 것은 매우 중요하다"고 강조하면서 "미래 에너지 산업계 발전에 기여할 지역 고졸 인재의 양성과 다양한 취업 지원 프로그램으로 청년 인재의 발굴·육성·채용의 선순환 체계를 구축하고 지역사회 발전과 함께하는 동반 상생 및 디지털 ESG경영 실현을 위한 노력으로 국민의 신뢰를 받는 글로벌 에너지ICT 전문 공기업이 되겠다"고 밝혔다.

/임체만 기자

인재 양성 및 고졸 채용 활성화를 위한

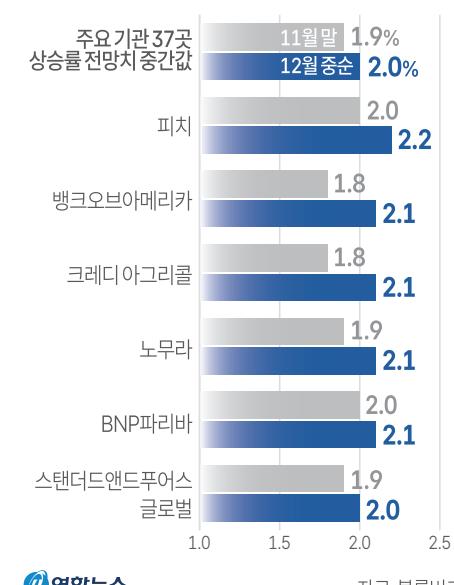
④·광주소프트웨어마이스터고·광주자동화설비마이스터고 업무협약 체결



한전KDN이 지난 23일 광주시 소재 광주소프트웨어마이스터고 시청각실에서 광주소프트웨어마이스터고, 광주자동화설비마이스터고와 '에너지ICT분야 우수인재 양성·고졸 채용 활성화를 위한 업무협약식'을 진행했다. <한전KDN 제공>

주요 투자은행 소비자물가 상승률 전망치

전망 시점별 2025년 소비자물가 상승률 전망치,
※ 전망치 하향 및 유지 기관 생략



/연합뉴스

자료: 블룸버그

투자은행, 내년 물가 상승률 전망치 잇따라 상향

이달 주요 기관 37곳 중 14곳 높여

고환율에 소비자 부담 우려 확산

글로벌 투자은행(IB)을 비롯한 국내외 주요 기관들이 내년 우리나라 소비자물가 상승률 전망치를 잇달아 상향 조정하고 있다.

최근 환율 급등이 국내 소비자 부담으로 이어 질 수 있다는 우려가 확산하는 것으로 보인다.

25일 블룸버그 집계 결과에 따르면, 이달 중순 주요 기관 37곳이 제시한 내년 한국의 소비자물가 상승률 전망치 중간값은 20%로 집계됐다.

지난달 말 1.9%에서 보름 만에 0.1%포인트(p) 높아졌다.

그사이 14곳이 전망치를 일제히 상향했다. 전

망치를 낮춘 곳은 세 곳에 불과했고, 나머지는 기존 수치를 유지했다.

대표적으로 뱅크오브아메리카와 크레디아 그리콜은 내년 소비자물가 상승률 전망치를 각각 1.8%에서 21%로 0.3%p 높였다.

노무라는 1.9%에서 21%로, BNP파리바는 20%에서 21%로, JP모건체이스는 1.3%에서 1.7%로 각각 전망치를 조정했다.

또 스탠더드엔드푸어스 글로벌은 1.9%에서 2

.0%, 피치는 20%에서 22%로 변경했다.

이 중 JP모건체이스는 이달 9일 발표한 보고서에서 "유가 하락으로 인한 물가상승률 둔화 효과가 원화 절하의 지연된 파급 효과로 상쇄될 것"이라고 전망했다.

그러면서 "원화의 실효 환율이 추가로 절하

될 경우 수입 가격 상승을 통해 물가에 상방 압력을 가할 위험이 존재한다"고 진단했다.

국내의 기관들은 지난달 27일 한은의 올해 마지막 수정 경제전망과 브리핑을 참고했을 가능성이 크다.

당시 한은은 환율 상승과 내수 회복세 등을 근거로 내년 소비자물가 상승률 전망치를 1.9%에서 21%로 높였다.

이어 이장용 한은 총재는 이달 17일 기자설명회에서 "환율이 물가에 미치는 영향이 큼"며 "(고환율을 때문에) 위기라 할 수 있고, 걱정이 심하다"고 언급했다.

한은은 환율이 내년까지 1천470원 안팎의 높은 수준을 유지할 경우 물가상승률이 23%에 달할 수 있다고 보고 있다.

/연합뉴스

올해 카카오톡으로 2억개 선물 오갔다…하루 평균 54만개

스벅 상품권 1위…배민 첫 2위

올 한해 카카오톡 선물하기를 통해 2억개 가까운 선물이 오간 것으로 나타났다.

25일 카카오가 올해 1월1일~12월17일 카카오톡 선물하기 이용 데이터를 분석한 결과 선물하기 전체 이용 횟수는 약 1억8천500만 건으로 집계됐다.

이를 전체 일수로 나누면 하루 평균 약 54만개 선물이 오간 셈이다.

또한 선물하기 코너로 8천700여개 브랜드와 6

4만여종의 상품이 유통됐다.

최고 인기 선물 교환권은 지난해에 이어 올해도 스티克斯 상품권이었다. 2위는 배달의민족 상품권이 차지했다.

특히 배달의민족 상품권이 2위에 오르긴 올해 처음으로, 쇼핑부터 배달까지 선물 교환 상품권 사용 범위가 확장된 것으로 풀이된다.

그 다음으로 이마트·신세계, 올리브영, 투썸플레이스 상품권이 '톱5'에 들었다.

선물하기 내역을 살펴보면 자신을 위해 선물을 구매하는 소비 경향도 두드러졌다.

'자기구매 텁10' 중에서 고가 가전·액세서리 브랜드인 다이슨과 케이스티파이가 시즌 프로모션 효과에 힘입어 각각 3위, 9위에 올랐다.

여기에 디올 뷰티(1위)와 프라다 뷰티(6위)는 물론 바이로데, 르라보와 같은 고급 뷰티·나치 향수 브랜드가 상위권에 신규 진입하며 '스몰럭셔리' 소비 흐름도 보여줬다.

고가 제품이라도 각자 나름의 합리적 조건에 맞다면 자기보상을 위한 소비로 기꺼이 이어질 수 있다는 해석이 나온다.

올해 선물하기 이용자들이 '위시리스트'에

가장 많이 담은 선물도 일상에서 활용도가 높으면서도 개인 취향을 반영한 아이템이 주류를 이뤘다.

위시리스트 1위는 뷰티 상품권으로, 선물을 받은 이용자가 자신의 취향에 맞게 선택할 수 있다. 이어 립글로우가 2위, 텁블러가 3위에 각각 올랐다. 비교적 가격 부담이 없는 실용적 일상 용품들이다.

배달 상품권과 향수는 4위~5위에 랭크됐다.

실용성과 개인 취향을 동시에 고려한 선물로 분류된다.

한 해 동안 선물하기를 통해 최다 선물이 오간 날은 작년에 이어 올해도 '빼빼로데이'였다.

/연합뉴스

심의번호
220603-중-139779

사단법인 한국건강관리협회 건강증진의원(광주) Korea Association of Health Promotion

건강검진 어디서 받을까?

검진은 의료기관에서

예약문의 062)363-4040

<http://gwangju.kahp.or.kr>

