

# “사회공헌·국가경제 기여”...기업 평가 ‘긍정적’ 전환

## 상의 ‘상공의 날’ 호감도 조사 55.9점...10년 전보다 7.3점 ↑

국내 기업에 대한 국민 호감도가 10년 전과 비교해 크게 개선된 것으로 나타났다. 특히 기업의 사회공헌 활동에 대해 국민들의 평가가 부정적에서 긍정적으로 바뀌었다.

대한상공회의소는 50주년 ‘상공의 날(3월 15일)’을 맞아 전국 20세 이상 남녀 1,000명을 대상으로 진행한 기업에 대한 국민 호감도 조사 결과를 13일 발표했다.

조사 결과 기업호감지수는 55.9점으로 10년 전(48.6점)보다 7.3점이 향상됐다. 이는 조사를 시작한 2003년 이래 가장 높은 수치다.

기업호감지수란 국민들이 기업에 대해 호의적으로 느끼는 정도를 지수화한 것이다.

## 준법·윤리경영 미흡은 비호감

국가경제 기여, 환경·사회적 책무·기업지배 구조 개선(ESG) 경영, 생산성, 국제 경쟁력, 사회공헌 등 5대 요소와 전반적 호감도를 합산해 산정한다. 지수가 100점에 가까울수록 호감이 높다는 것을 의미한다. 또 기준점인 50점을 넘으면 호감을 가진 사람이 호감이 없는 사람보다 많다는 것을 뜻한다.

세부 항목을 10년 전과 비교해보면 사회공헌 활동이 40.9점에서 53.7점으로 12.8점 향상됐다.

ESG 경영 실천도 23.7점에서 36.5점으로 12.8점 상승했다.

생산성·기술향상(61.7점→73.3점), 국가경제 기여(51.2점→58.6점)는 각각 11.6점, 7.4점씩 오른 것으로 나타났다. 다만 국제경쟁력은 74.8점에서 73.9점으로 소폭 하락했다.

기업에 호감이 가는 이유로는 절반 이상이 ‘국가경제에 기여’(55.4%)를 꼽았다. 이어 일자리 창출(29.4%), 소비자 만족 증진(10.2%), 사회공헌 등 사회적 책임 수행(2.8%), 준법·윤리경영(2.2%) 등 순이었다.

기업에 호감이 가지 않은 이유는 ‘준법·윤리경영 미흡’(64.3%)을 꼽은 응답자가 가장 많았다. 이어 일자리 창출 노력 부족(13.5%), 소비자 만족 미흡(10.3%), 사회적 공헌 미흡(5.6%), 국가경제 기여 미진(4.8%) 등을 꼽았다.

기업 또는 기업인에 대한 인상이 주로 어떻게 형성되는지에 대해서는 ‘신문·방송 보도’(47.6%)를 경로로 꼽은 응답자가 가장 많았다.

기업에 직접 근무하거나 근무하는 사람을 통한 직·간접 경험(31.5%), 드라마·영화 등에서 그려지는 기업상(7.2%), 정치권·시민단체의 발언(5.3%), 기업인의 SNS 활동을 통해 보이는 이미지(4.5%) 등이 뒤를 이었다.

국내 기업인들의 기업가정신이 10년 전보다 향상됐다는 응답 비율은 27.1%였고, 낮아졌다거나 비슷하다는 응답 비율은 각각 23.6%, 49.3%였다.

기업가정신이 높아졌다고 생각하는 이유로는 ‘한국기업의 세계무대에서의 활약’(42.8%)을 꼽은 응답자가 가장 많았다.

기업에 바라는 점(복수응답)으로는 양질의 일자리 창출(59.1%)을 선택한 응답자가 가장 많았다.

이어 근로자 후생복지 향상(46.4%), 신제품 개발, 서비스 개선 등 고객 만족(39.4%), 환경·지역사회 문제해결(34.8%) 등의 순이었다.

강석구 대한상의 조사본부장은 “기업에 호감이 가지 않는 이유로 사회적 공헌이 부족하다고 답변한 비율이 10년 전 22.5%에서 5.6%로 크게 줄었다”며 “기업들의 꾸준한 사회공헌 노력을 긍정적으로 평가하는 것으로 보인다”고 분석했다. /이연수 기자

## 광주테크노파크, 노사공동 ESG경영 선포식

### 가치 확산 의지 확립

광주테크노파크는 13일 ESG경영 추진을 위한 노사공동 ESG경영 선포식을 개최했다고 밝혔다.

이번 선포식은 ESG경영의 중요성에 대한 노사 간 공감대에서 출발해, 노사가 함께 ESG경영 실천 선언문 낭독하는 등 ESG 가치 확산의지를 다지고자 시행했다.

주요 공동 선언 내용은 ▲에너지 절감 ▲친환경 도시 조성 ▲지역사회 협력 및 상생경영 실천 ▲중대재해 제로 ▲사회적 가치 창출 ▲투명하고 공정한 거버넌스 구축 등이다.

이를 통해 광주TP는 ‘고객이 신뢰하고, 상생의 가치 실현’ 비전을 기반으로 E(저탄소·친환경), S(사회적 책임), G(지속가능한 발전)를 3대 전략목표로 선정했다.

광주TP 김영집 원장은 “ESG 경영 확산을 위한 노사 공동선언으로 보다 청렴하고 공정한 광주TP가 되는 계기가 됐다”며 “지역 거점기관으로서 특성과 역할에 맞게 ESG 추진과제를 지속해서 발굴하겠다”고 말했다.

전국공공연구노동조합 테크노파크지부 한수만 지부장은 “ESG경영 속에서 노동의 가치를 찾고, 경영 기반을 강화해 더욱 신뢰받는 기관이 될 수 있도록 최선의 노력을 다하겠다”고 밝혔다. /홍승현 기자



광주테크노파크는 13일 노사공동 ESG경영 선포식을 개최했다. /광주테크노파크 제공

## 광주은행, 신용·체크 결합 ‘DUAL 카드’ 출시

광주은행이 신용카드와 체크카드 기능이 결합된 하이브리드형 카드인 ‘DUAL 카드’를 출시했다.

‘DUAL 카드’는 고물가, 고금리, 고환율의 이른바 ‘3고 시대’에 합리적인 소비를 추구하는 트렌드에 맞춰 전략적이고 계획적인 소비를 원하는 고객들을 위한 맞춤형 카드다.

하이브리드 서비스를 제공하는 ‘DUAL 카드’는 기본형과 잔액 지정형 중 고객이 본인의

소비 습관에 따라 선택할 수 있다.

기본형은 고객이 지정한 체크카드 이용한도 내에서 체크카드로 결제되며, 결제할 금액이 그 이용한도보다 크거나 결제계좌 잔액보다 큰 경우 잔액 신용카드로 결제된다.

잔액 지정형은 고객이 결제계좌 잔액에 남겨둔 최소 잔액을 지정하고 그 잔액 이하가 되는 시점부터 잔액 신용카드로 결제되는 시스템이다. /오지현 기자

## 감성주점 ‘광주야시장’ 유타호텔에 문 열어

### 이국적 분위기 다양한 퓨전요리 수제빵 몽블랑 베이커리도 오픈

광주상무지구에 위치한 유타부티크호텔&레지던스가 최근 오랜 준비 끝에 ‘감성 주점 광주야시장’과 ‘몽블랑 베이커리’를 새롭게 문 열었다.

호텔 수석 셰프들과 파티쉐들이 새롭게 합류해 다양한 퓨전 요리와 프리미엄급 베이커리를 선보인다.

‘광주야시장’은 유타호텔이 여수 유타마리나호텔&리조트에 첫 선을 보인 여수야시장에 이은 두 번째 감성주점이다.

잔란하게 빛나는 네온사인과 내부 인테리어는 홍콩의 밤거리를 연상시켜 이국적인 분위기를 불러일으킨다. 호텔 셰프들의 퓨전 요리와 나라별 생맥주, 소믈리에가 엄선한 와인, 전문 바텐더가 제공하는 칵테일까지 맛볼 수 있어 모임 장소로도 적합하다.

3월에는 오픈 기념 3만원 이상 주문 시 안주류가 1회 무료로 서비스된다.

호텔 1층에 위치한 몽블랑 베이커리는 수제빵과 디저트를 맛볼 수 있는 공간으로 특급호텔 출신 파티쉐가 만든 웰빙 유산균 발효빵부터 이국적인 이색 디저트, 케이크 등을 판매 중이다.

샌크림과 과일의 상큼함이 만난 몽블랑, 달콤한 에클레어, 속이 편안한 소금빵 등이 특히 인기다. /이연수 기자



유타부티크호텔&레지던스 몽블랑 베이커리. /유타호텔 제공

몽블랑 베이커리 또한 3월 한 달 오픈 기념 베이커리 전 메뉴를 10% 할인하고 3만원 이상 구매 시 아메리카노 2잔을 무료로 제공하는 이벤트를 진행한다.

이외에도 호텔 대표 식음료 매장 중 하나인 정통일식 비빔밥 시즌 한정 메뉴로 잔코나베와 생선회 코스 요리를 출시하고 단체 예약 시 할인 혜택도 제공한다.

유타부티크호텔&레지던스 강봉석 총지배인은 “레지던스형 호텔로 중장기, 단기 투숙객들 모두가 편안하게 쉬 수 있는 공간을 제공하고 감성주점과 베이커리, 디너 뷔페, 정통일식당 등 다양한 먹거리까지 더해 고객들의 만족도를 높이겠다”고 말했다. /이연수 기자

## 바이탈뷰티

신체 본연의 생기와 활력을 되살려주는 홍삼의 명작  
**명작수**



구매문의 : 아모레퍼시픽 카운셀러를 통해 구매하세요. 080-023-5454 \*본 제품은 건강기능식품입니다.  
제조원 및 판매원 : (주)아모레퍼시픽 \*본 제품은 건강기능식품입니다.