

알바생 55% “퇴근시간 후 추가근로 수당 못 받았다”

알바생 73% “근무지 근무기록 수기로 작성 하거나 아예 작성 안해”

우리나라 알바생 10명 중 절반은 정해진 퇴근시간 이후 근로 시간에 대한 보상을 받지 못하는 것으로 나타났다.

아르바이트 근무지에서 근무기록을 수기로 작성하거나, 아예 작성하지 않는다는 응답지도 전체 73.5%나 차지했다.

대한민국 대표 구인·구직 아르바이트 전문 포털 알바천국이 지난 13일부터 19일까지 알바생 94명을 대상으로 ‘정시 출퇴근 잘 지켜지고 있나요?’ 설문조사를 실시해 그 결과를 26일 발표했다.

고용주에게 근로계약서 상의 출근시간보다 더 빠른 출근을 강요 받은 경험이 있는 알바생은 36.4%에 달했으며, 전체 알바생 중 33.8%가 정시 퇴근을 하고 있다는 질문에 “아니오”라고 답했다.

알바생들은 정시퇴근을 하지 못하는 가장 큰 이유로 “잔업으로 인

한 자발적 근무(42.1%)”를 꼽았다. 기타 답변으로는 “다음 타임 알바생이 올 때까지 기다리기 위해(21.9%)”, “고용주가 주는 눈치 때문에(21.6%)”, “기타(14.4%)”순으로 이어졌다.

정시퇴근을 하지 못했을 시 발생하는 추가근로시간에 대한 보상을 받는 알바생은 29.7%에 불과했으며, 55.9%의 응답자가 추가근로수당을 받지 못하고 있었다.

아르바이트 근무지에서 출퇴근을 기록하는 방법으로는 “수기기록”이 41.8%로 가장 많았으며, “기록하지 않는다(31.9%)”, “출퇴근 기록 전문 서비스 이용(12.4%)”, “전자지문 등록 방식(10.7%)”, “기타(3.4%)”순으로 답변했다.

한편, 조사결과 알바생 10명 중 절반 정도가 출근 시간 10분전 근무지에 도착(49.2%)하는 것으로 조사됐으며, 이어 정시출근(18.3%),

“20분 전 도착(15.2%)”, “30분 전 도착(14.8%)”, “1시간 전 도착(2.9%)”순으로 이어졌다.

한편 알바천국은 모바일 출퇴근 관리 시스템 ‘알바매니저’ 서비스를 무료로 운영 중이라고 밝혔다. 모바일 출퇴근 기록 관리 시스템 알바매니저는 출퇴근 기록 누락에 의한 알바생과 고용주 사이의 마찰을 최소화 하기 위해 제작됐다.

출퇴근 시간을 기록해 실제 근무 시간에 따른 임금을 정확히 받을 수 있으며, 고용주가 임의로 근무이력을 수정할 경우 알바생에게 안내가 되기 때문에 시간 쪼개연장근무수당 체불 등의 문제를 사전에 예방할 수 있다.

고용주의 경우 모바일로 알바생 출퇴근 현황, 지각체크, 근무시간 확인이 가능해 보다 유동적인 인사관리를 할 수 있다.

뉴스스

“구입부터 계산까지 내 손으로”...무인(無人) 시대 열리나

식품·의류·잡화 등 셀프 계산대 도입 확대

얼마 전 일본에서 SPA 브랜드 GU를 찾은 직장인 이모(26·여)씨는 신기한 광경을 목격했다. 사람들이 다수가 옷을 고른 뒤 직접 계산을 하고 있었기 때문이다. 한국에서는 볼 수 없는 생소한 광경이었지만 이들은 별다른 어려움 없이 계산을 마치고 유유히 매장을 떠났다.

방학을 맞아 일본으로 여행을 떠난 대학생 김모(23)씨는 맛있게 입소문을 탄 라면 전문점 ‘이치란’을 찾았다. 그는 점원의 도움 없이 스스로 자판기에서 메뉴를 선택한 뒤 돈을 지불했다. 김씨가 이 곳에서 점원을 찾은 건 면을 추가할 때 뿐이었다.



최근 국내 일부 유통업체 사이에서 무인결제시스템이 속속 도입되고 있다. 위 사진은 일본 SPA GU에서 고객들이 직접 계산을 하고 있는 모습이다.

이처럼 일본에서는 식품 뿐 아니라 의류, 잡화 등 다양한 업계에서 셀프 계산대 도입이 확대되고 있다. 셀프 계산대가 시간당 처리하고 있는 고객 수도 많은 편이라 향후 이같은 흐름은 더욱 거세질 것으로 보인다.

일본 소매점의 이같은 변화에 대해 업계 관계자들은 “인건비 절감, 외국인 대응 등 최근 소매업계가 직면한 과제들로 인해 셀프 계산대 도입이 불가피했을 것”이라고 입을 모은다.

일본 역시 최저임금이 매년 꾸준히 상승하고 있는 추세다. 이로 인해 일부 소매점들은 인건비 절감을 위해 셀프 계산대 도입을 선택했다. 실제 이같은 셀프 계산대 도입은 소매점의 인건비를 줄였고 직원들의 계산 실수 등을 방지하는 효과도 나타났다.

또 최근 일본을 방문하는 외국인 관광객이 점차 늘고 있는 것도 셀프 계산대 도입을 앞당겼다. 외국인 관광객들로 인해 소매점들의 외국어 대응이 필수 서비스로 떠올랐기 때문이다.

이렇듯 일본 소매점을 중심으로 셀프 계산대 도입이 촉진되고 있는 가운데 국내에서도 비슷한 흐름이 나타나고 있어 눈길을 끈다. 롯데백화점은 지난해 10월 분당점에 ‘스마트 쇼퍼’ 서비스를 도입한 데 이어 전날 노원점 식품매장에도 해당 서비스를 도입했다. 고객들은 바코드 스캐너가 포함된 단말기 ‘쇼퍼’를 들고 구매하려는 상품의 바코드만 찍으면 된다. 이후 매장 출구에 있는 무인 계산대에서 최종 구매할 상품을 선택하고 결제하면 집으로 배송까지 받을 수 있다.

실제 분당점은 서비스 도입 전과 비교해 신규 고객이 10% 이상 증가했다. 특히 ‘스마트 쇼퍼’ 서비스는 재사용률이 70% 이상일 정도로 만족도가 높은 것으로 나타났다. 집객 역할을 톡톡히 하고 있는 것이다.

무인 계산대가 도입된 편의점도 있다. 지난 5월 잠실 롯데월드타워 위 31층에 문을 연 ‘세븐일레븐

시그니처’는 무인 계산대를 자랑한다. 컨베이어 벨트에 올려놓기만 하면 상품이 인식된다. 이후 사전 등록된 핸드페이 정액 인증 절차를 통해 연계된 신용카드로 결제가 이뤄진다.

계산 업무를 맡지 않는 편의점 근무자는 어떤 일을 하게 될까. 세븐일레븐 측은 따르면 편의점 근무자는 매장 청결, 상품 진열 및 발주 등 전반적인 매장 관리와 고객 서비스에만 집중한다.

최근 국내 유통기업들도 셀프 계산대 등 무인 시스템에 관심을 보이기 시작하면서 ‘무인화 시대’가 빠른 시일 내 가시화 될 것이라는 전망도 나온다.

이와 관련 한 유통업계 관계자는 “현재는 시험적으로 일부 점포에만 셀프 계산대를 운영 중”이라며 “무인화 시스템으로 인해 고객 수가 느는 등 긍정적인 효과가 나타나고 있어 이같은 흐름은 점차 강해질 것으로 보인다”고 말했다.

뉴스스

“뜨거운 여름, 시원한 가격으로 바캉스 준비하세요”

광주신세계 머스트 아이템 제안 “바캉스룩 특집”



(주)광주신세계(대표이사 임훈)가 오는 7월 28일부터 30일까지 바캉스룩 특집을 전개할 예정이다. 장미철이 끝나고 본격적으로 시작되는 바캉스 시즌을 맞아, 소비

자들을 위해 다양한 패션 아이템을 선보인다. 1층 이벤트홀에서 진행되는 이번 행사는 바캉스하면 생각나는 르샹쥬, 벨리걸, 플라 스틱 아일랜드, 파파야, 베디베로

선글라스 등 다양한 브랜드가 대거 참여한다.

30~50% 할인된 가격인 1만~2만원 대의 티셔츠, 2만원~5만원 대의 원피스 등 다채로운 상품들은 전 연령대의 여성을 사로잡을 수 있을 것이다. 또한 40~70% (일부 상품 제외) 할인 판매되는 베디베로 선글라스 역시 휴가를 떠나는 고객들의 마음을 사로잡을 것으로 예상된다.

프로모션으로 행사 기간 중 당일 SSG PAY로 10만원 이상 구매 고객에게 신세계 상품권 5천원 및 멤버스바 이용권 1장을 증정한다. (다른 시은행사와 중복 불가, SSG PAY로 전체 금액 결제에 한함)

광주신세계 김경준 여성 팀장은 “뜨거운 여름, 시원한 가격으로 바캉스를 즐길 수 있도록 이번 행사를 준비했다. 휴가지에서 누구나 패셔니스타로 등극할 수 있는 다채로운 상품들로 성공적인 바캉스에 기여할 수 있을 것이다.” 라고 말했다.

김연숙 기자

농심, ‘슈퍼배드3’ 기념 한정판 ‘슈퍼츨러스 미니언즈’ 출시



농심은 캔디 브랜드 슈퍼츨러스와 함께 인기 캐릭터 미니언즈 피규어를 함께 넣은 ‘슈퍼츨러스 미니언즈’

를 출시했다고 26일 밝혔다. 이날 개봉한 애니메이션 영화 ‘슈퍼배드3’를 기념해 만든 한정판이다.

슈퍼츨러스 미니언즈는 슈퍼츨러스 스트로베리맛과 미니언즈 피규어를 막대사탕 모형에 넣어 제작한 제품으로, 12종의 피규어가 랜덤으로 들어있다. 농심은 전국 대형마트, 슈퍼마켓, 편의점 등 전 유통채널을 통해 슈퍼츨러스 미니언즈 기획상품을 선보인다. 가격은 개당 3000원이

다. 농심은 이번 미니언즈 기획상품 출시로 기존 슈퍼츨러스 주 고객층인 1020세대뿐만 아니라, 어린이의 감성과 취향을 지닌 어른, 이른바 키덜트족까지 공략한다는 방침이다. 키덜트는 아이(Kid)와 어른(Adult)의 합성어로 최근 국내시장에서 새로운 소비주체로 급부상하고 있다.

뉴스스



사람중심·생명중심 교통사고 줄이기 캠페인

당신의 작은 배려가 선진 교통공동체를 만듭니다!



- 운전자를 배려하는 '방향지시등 사용'
- 보행자를 배려하는 '정지선 지키기'
- 통행인을 배려하는 '무단횡단 안하기'

