

국내 소비 짚김 늘 때 해외 10.1% 증가

1970년대 0.1% 불과했던 해외소비 비중 2017년 4.5%로 늘어 여행수입 정체 여행지출 급증 일반여행 서비스수지 적자 4배

내수의 큰 축인 가계 소비는 정체된 반면 해외소비의 증가 속도는 가파른 것으로 조사됐다.

26일 한국경제연구원(KREI)에 따르면 2011~2017년 가계의 해외소비 추이를 분석한 결과 국내소비가 연평균 1.6% 증가하는 동안 해외소비는 연평균 10.1% 늘었다.

또 2011년 한해를 제외하고 해외소비 증가율이 국내소비 증가율보

다 높았다.

국민계정에서 가계의 국내소비지출 연평균 증가율은 1990년대 5.7%에서 2000년대 2.9%, 2010년대 1.6%로 감소했다. 반면 해외소비지출은 1990년대 6.6%, 2000년대 8.4%, 2010년대 10.1%로 늘어났다.

그 결과 1970년대 0.1%에 불과했던 해외소비지출이 소비지출에서 차지하는 비중은 점진적으로 증가

하다 2017년 4.5%까지 지솟았다.

해외소비 급증은 해외여행으로 인한 지출 증가가 주효했다. 일반여행부분 수입보다 지출이 빠르게 늘어 2011년 대비 2017년 일반여행 서비스수지 적자는 4배 넘게 증가했다. 경제협력개발기구(OECD) 회원국 중에서는 해외여행 소비 증가 속도가 6번째로 빨랐다.

한경연은 해외여행 소비의 10%만

국내로 돌려도 2조5000억원의 부가가치와 7만3000명의 고용이 유발되는 효과를 기대할 수 있다고 추산했다.

추광호 일자리전략실장은 "해외여행으로 인한 소비를 국내로 10%만 돌려도 고용과 국내산업 부가가치 창출로 인한 긍정적인 파급효과를 기대할 수 있다"면서 "내수시장에 활력을 불어 넣기 위해 더 많은 외국인 관광객의 선택을 받도록 국내 관광산업의 경쟁력을 높이고 마케팅을 확대하는 것이 필요하다"고 말했다.

폭염 지속 생산성 저하... 8월 닭고기 가격 '상승'

폭염이 지속될 경우 생산성 저하로 닭고기 가격이 전년 8월보다 올라갈 것이라는 전망이 나왔다.

26일 한국농촌경제연구원(KREI) 농업관측센터 '육계관측 8월호'에 따르면 병아리 생산 증가로 육계(肉鷄) 생산이 지난해 8월 대비 3.8% 증가할 것으로 전망됐지만 폭염이 장기화 될 경우 가격이 상승할 것으로 분석됐다.

내달 육계 산지가격은 도축 증가에도 불구하고 폭염 피해에 따른 대체 불량 부족 현상이 지속될 것으로 예상됨에 따라 지난해보다 0.6~14.9% 상승한 생체 kg당 1400~1600원으로 전망했다.

8월 기온이 평년보다 높을 것이라는 기상청 예보에 따라 지난 2016년과 같은 폭염피해(8월 폭염일수 16.7일)가 발생할 경우 생육 지연, 폐사 등으로 가격은 더 상승할 수 있다.

도계 마릿수 전망치는 육계와 산계 사육 마릿수 증가로 지난해 같은 기간보다 3.8% 증가한 9237만 마리다.

도계 마릿수 증가로 9~10월 육계 산지가격은 지난해보다 하락할 것으로 분석됐다. 9~10월 도계 마릿수는 병아리 생산 잠재력이 높아 지난해보다 4.7% 증가한 1억 5649만 마리로 전망됐다.

8월 닭고기 수입량은 브라질산 위생 문제 해소와 수입 단가 하락으로 지난해보다 7.4% 늘어난 900t 내외로 예측됐다.

농촌연구원 관계자는 "고온이 지속될 경우 중계 수정률과 산란율에 영향을 줘 8월 이후 병아리 수급에 영향을 미칠 수 있다"며 "8월 기온이 평년보다 높게 예보됨에 따라 고온 피해를 위한 철저한 사양 관리가 요구된다"고 말했다.



VR에서는 나도 여전사 26일 부산 백스코 제1전시장에서 열린 '2018 부산 VR 페스티벌' 내 KT부스를 찾은 관람객들이 VR 기술이 적용된 멀티플레이 슈팅게임을 체험하고 있다.

휴가철 캠핑용 식재료, 고구마·깻잎·쇠고기 등 가격 상승

휴가철 대표적인 캠핑용 식재료인 고구마, 깻잎, 쇠고기 등의 가격이 지난해보다 상승한 것으로 나타났다.

26일 한국소비자원에 따르면 지난 20일 휴가철 캠핑용 식재료로 많이 소비되는 정육·채소류 등 25개 품목 39개 상품의 가격을 조사한 결과, 지난해보다 고구마·깻잎·쇠고기 등의 가격이 올랐다. 반면 양파·오이·캔커피 등은 하락했다.

구체적으로 39개 상품 중 지난해보다 가격이 상승한 것은 23개였고, 하락한 상품은 14개였다.

정육·채소류 12개의 경우, 고구마(31.7%)·깻잎(13.4%)·버섯(11.2%)·쇠고기 등삼(5.4%) 등 10개 상품이 지난해에 비해 모두 상승했다. 반면 양파와 오이는 각각

15.9%·10.7% 하락했다.

음료·주류 11개는 캔커피를 제외하고 8개 상품이 지난해에 비해 상승했다. 특히 캔맥주와 생수류가 상대적으로 많이 올랐다.

가공식품 16개 중 10개 상품은 하락했고, 1개는 보합세를 유지했다. 소시지·소금·참기름 등이 상대적으로 많이 하락했다.

유통업체별로 4인 가족 기준 구입비용을 비교해 보면 전통시장은 12만9438원, 대형마트 13만4283원, SSM 15만1306원, 백화점 18만888원 등이다. 전통시장이 백화점보다 31.5%, SSM보다 14.5%, 대형마트보다 3.6% 더 저렴했다.

유통업체별 구입비용은 모두 지난해에 비해 상승한 것으로 분석됐다. SSM(7.1%)·대형마트(4.0%)·

전통시장(1.2%)·백화점(0.9%) 순이다.

품목군별 구입비용을 살펴보면 정육·채소류는 전통시장이, 가공식품 등은 대형마트가 저렴했다.

정육·채소류 12개 품목을 모두 구입할 경우 전통시장이 2만1101원으로 가장 저렴했다. 다음으로 대형마트 2만44569원, SSM 2만8325원, 백화점 3만6627원 순이었다.

가공식품의 경우 대형마트가 5만 1527원으로 가장 저렴했으며, 6만 422원인 SSM과 14.7%의 가격차를 보였다. 음료·주류 역시 대형마트가 2만7850원으로 가장 저렴했으며, 3만3325원인 백화점과 16.4%의 가격차를 보였다.



홈플러스, 무기계약직 430여명 정규직 전환

전환 비율 전체 대상자 중 80%

영화 '카트'와 웹툰 '송곳'의 주인공인 홈플러스 무기계약직 사원들이 정규직으로 전환했다.

26일 홈플러스스토어즈는 만 12년 이상 장기근속 무기계약직 사원 500여명 중 430여명을 이달 1일자로 정규직 전환 완료했다고 밝혔다. 전환 비율은 전체 대상자 중 80%이며, 7월분 급여부터 정규직 처우에 맞는 월급을 수령 받았다.

대상자들의 정규직 직급은 '신입'으로, 해당 업무를 원활히 수행할 수 있도록 OJT(On the Job Training·현장직무교육)를 받은 후 26일부터 본격적인 정규직 업무를 시작한다.

이번 정규직 전환 대상자들은 별도의 직군으로 분류되지 않고 기존 인사제도에 편입됐다. 따라서 이번에 정규직으로 발탁된 직원들에게는 기존 직원들과 동일한 승진 프로세스가 적용된다. 급여 역시 정규직 직급인 신입 직급의 초임 연봉을 적용 받고, 모든 복리후생도 동일한 혜택을 받는다.

홈플러스는 그동안 무기계약직(담당 직급)을 대상으로 '우수 담당

선발'이라는 공모절차를 실시해 매년 100명 안팎의 무기계약직 직원을 정규직(신입 직급)으로 발탁해왔다. 하지만 이처럼 법인 소속 전체 직원 10%가 넘는 인원을 대규모로 정규직 전환하는 것은 이번이 처음이다.

이번 조치는 홈플러스가 지난 2월 노동조합과의 임금협약 당시 합의했던 정규직 전환 약속에 따른 것이다.

노사는 당시 '2018년 임금협약 및 부속합의'에 합의했다. 여기엔 만 12년 이상 장기근속(2005년 12월 31일 이전 입사자) 무기계약직 직원 중 희망자에 대해 회사 인사규정에 따라 올해 7월부터 정규직 전환을 실시한다는 내용이 담겼다.

한편 홈플러스는 지난 1월 노사 임단협 당시 별도의 정규직 전환 합의가 없었던 홈플러스 소속 무기계약직 직원들에게도 정규직 발탁 기회를 제공할 예정이다. 현재 마트 산업노동조합 홈플러스지부 측과 발탁 과정 및 절차에 대해 논의 중이다. 홈플러스는 기존 홈플러스와 2008년 홈에버를 인수한 홈플러스스토어즈 2개 법인으로 구성돼 있다.

광주 하남산단 90% 여름휴가 5일 이상 시행...휴가비는 축소

광주 하남산업단지에 입주해 있는 50인 이상 업체의 90%가 여름휴가를 5일 이상 시행하는 것으로 나타났다.

26일 하남산단 관리공단에 따르면 근로자 50인 이상 70개 업체를 대상으로 '하계휴가 계획'을 조사한 결과 5일 이상 시행하는 업체는 63개사(90%)로 나타났다.

이는 지난해 5일 이상 시행 31개사(44.2%) 대비 대폭 증가한 수치다.

휴가 시행 업체는 늘었지만 하

계휴가비 지급 업체는 지난해 보다 크게 감소했다.

휴가비를 상여금의 50~100% 지급하는 업체는 11개 업체(15.7%)로 나타났으며, 격려금으로 지급하는 업체는 13개 업체(18.5%)로 조사됐다.

반면 올해 하계 휴가비 지급을 아직 확정하지 못했거나 지급하지 못하는 업체는 전체의 58.5%인 41개 사로 나타나 최근 경기 불황을 반영하고 있다.

임형택 기자

임산부 배려석, 누구를 위한 자리입니까?

세상에 올 소중한 생명을 위해 마련된 자리
따뜻한 마음으로 임산부와 아이에게 양보해주세요.
당신의 작은 배려가 더 큰 배려로 돌아옵니다.

한국언론진흥재단