

기업들, 근로자 1명에 534만원 썼다... 中企, 임금 외 비용 '절반'

지난해 국내 기업이 임금과 4대 보험료, 복지비 등 근로자 1명에게 쓴 비용이 월평균 534만원인 것으로 나타났다.

23일 고용노동부가 발표한 '2019 회계연도 기업체 노동비용조사 결과'에 따르면 지난해 상용근로자 10명 이상을 둔 회사법인 기업체 3500여곳의 근로자 1인당 월평균 노동비용은 534만1000원이었다.

지난 2018년보다(519만6000원)보다 2.8%(14만6000원) 증가한 것이다. 노동비용은 기업이 근로자를 고용하면서 발생한 제반 비용을 말한다.

급여와 성과급, 상여금 등 '직접노동비용'과 4대 보험료 회사 부담분, 퇴직금, 교통비, 식대, 교육훈련비 등 '간접노동비용'으로 구성된다.

이 중 지난해 직접노동비용은 425만2000원으로 전년 대비 2.5% 증가했다.

정액·초과 급여는 전년보다 4.1% 증가한 352만원이다.

상여금과 성과급은 73만1000원으로 전년보다 4.2% 감소했다.

고용부 '2019회계연도 기업체 노동비용조사' 1인당 월평균 534만원... 전년보다 2.8% 증가 300인 미만 442만원... 300인 이상은 649만원 대·중소 격차 줄었으나 간접비용은 2배 차이

정향숙 고용부 노동시장조사과장은 이날 브리핑에서 "상여금과 성과급 감소는 2018년의 경우 임금 타결급 2년치가 지급된 반면 2019년에는 그만큼 지급되지 않았기 때문"이라며 "업황에 따라 성과급이 덜 지급된 측면도 있다"고 설명했다.

간접노동비용은 109만원으로 전년보다 3.9% 증가했다.

퇴직급여 등 비용은 45만6000원으로 전년보다 3.1% 증가했다.

이는 퇴직급여 등 비용의 70% 이상을 차지하는 '퇴직연금 연간 적립액'의 증가에 기인하는 것이라고 고용부는 설명했다.

4대 보험료 등 비용은 38만2000원

으로 전년보다 6.3%, 교통비와 식대 등 복지비는 22만4000원으로 2.1% 증가했다.

반면 교육훈련 비용은 2200원으로 2.6% 감소했다.

노동비용 구성비는 직접노동비용이 전체의 79.6%로 전년(79.8%)보다 다소 낮아졌다.

반면 간접노동비용은 20.4%로 전년(20.2%)보다 소폭 높았다. 정 과장은 "직접노동비용은 2015년 이후 거의 79~80% 수준으로 나타나고 있다"고 말했다.

규모별로 보면 통상 중소기업으로 불리는 '300인 미만' 기업의 1인당 월평균 노동비용은 전년보다 3.5% 증가

한 442만9000원이었다. 대기업으로 분류되는 '300인 이상' 기업은 649만8000원으로 전년보다 2.9% 늘었다.

대기업과 중소기업 간 노동비용 격차는 갈수록 줄어드는 모습이다.

지난해 300인 미만 기업의 노동비용은 300인 이상의 68.2% 수준으로 전년보다 0.4%포인트 차이가 축소됐다. 대기업 대비 중소기업의 노동비용 수준은 2016년 63.0% → 2017년 65.6% → 2018년 67.8% 등으로 증가하고 있다.

다만 간접노동비용의 경우 여전히 대기업과 중소기업 간 격차가 나타났다.

지난해 300인 미만 기업의 간접노동비용은 80만원으로 300인 이상 기업(145만7000원)의 54.9% 수준으로 절반도 안 됐다.

특히 간접노동비용 중 격차가 가장 큰 항목은 교육훈련 비용이었다. 중소기업의 교육훈련 비용은 6600원으로 대기업(4만2100원)의 15.7% 수준이었다.

반면 직접노동비용은 300인 미만



기업이 362만9000원으로 300인 이상 기업(504만1000원)의 72.0%로 집계됐다.

정 과장은 "임금에 해당하는 직접노동비용 비율은 상대적으로 기업의 규모에 크게 영향을 받지 않는 반면 간접노동비용은 규모에 따라 상당히 차이가 있는 것을 알 수 있다"고 말했다.

산업별 노동비용은 전기·가스 공급업이 920만2000원으로 가장 높았다. 이어 금융·보험업 917만2000원, 제조

업 604만5000원 순이었다. 반면 사업 시설관리·임대서비스업 278만8000원, 숙박·음식업 340만6000원 순으로 낮았다.

고용부가 매년 실시하는 기업체 노동비용 조사 결과는 기업이 근로자를 고용하면서 발생하는 제반 비용을 파악해 기업 활동이나 근로자 복지 증진 등 고용노동정책 입안 기초자료로 활용하고 있다.

정승호기자

새희망자금, 28일까지 신청하면 추석전에 받는다

오늘 대상 소상공인에게 '문자 통보'

신종 코로나 바이러스 감염증(코로나19) 확산으로 매출이 줄어든 영세 소상공인과 사회적 거리두기 강화로 경영상 어려움을 겪는 소상공인 241만명에게 최대 200만원이 지급된다.

23일 중소벤처기업부에 따르면 지난해 연 매출 4억원 이하, 올해 상반기 월평균 매출액이 지난해 월평균 매출액보다 감소한 일반업종 소상공인에게는 100만원이 지급된다.

사회적 거리두기 강화로 집합금지나 영업제한 조치를 받은 업종 소상공인에게는 매출과 상관없이 집합금지업종에는 200만원을, 영업제한업종에는 150만원을 각각 지급한다.

새희망자금 관련 각종 질문을 중기부 답변을 토대로 정리했다.

-새희망자금은 어떻게 신청하냐.

"지급대상자로 문자메시지를 받은 소상공인은 24일부터 새희망자금 신청을 위한 전용 온라인 사이트(새희망자금.kr)에서 신청하면 된다. 단, 24일 첫날은 사업자등록번호 끝자리수가 짝수, 25일은 홀수인 소상공인만 신청이 가능하다. 26일부터는 홀수짝수 구분없이 모두 신청 가능하다. 지급대상자로 문자메시지를 받은 소상공인은 매출 감소확인을 위한 별도 자료 제출없이 신청

할 수 있다.

-새희망자금.kr 사이트가 동시 접속자 초과로 다운되는 등의 일에 어떻게 대비하고 있냐.

"1분당 70만명까지 접속 가능한 도록 사이트를 구축했다."

-추석연휴 전 지급을 받으려면 언제까지 신청해야하냐.

"신청 후 지급까지는 1~2일정도 소요될 것으로 보인다. 추석 연휴 전 지급받으려면 최소한 28일 오후 5시까지 신청해야 한다."

-지방자치단체가 시행한 집합금지업종 업체도 새희망자금이 지급되냐.

"새희망자금은 중대본이 8월16일 이후 시행한 집합금지 및 운영제한 조치를 기준으로 한다. 지방자치단체가 자체적으로 시행한 집합금지 조치는 이번 새희망자금에 해당하지 않는다."

-매출 감소의 기준은 정확히 무엇인가.

"2019년 12월31일 이전 창업자의 경우 매출 감소 판단 기준은 2019년

월평균 매출액과 2020년 상반기 월평균 매출액의 비교다. 올해 창업자의 경우 5월31일 이전 창업한 자로서 코로나 재확산 이전 6월과 7월의 월 평균 매출액을 8월 매출액과 비교한다. 두 경우 모두 매출 감소 규모와 비율은 고려하지 않는다."

-올해 창업한 소상공인은 '행정정보로 매출 감소 확인 등이 불가능한 소상공인'에 해당되냐. 이들은 어떻게 매출을 증빙하냐.

"행정정보로 매출 감소 확인 등이 불가능한 소상공인도 온라인 신청이 원칙이다. 이들 역시 2019년 12월31일 이전 창업자는 2019년 매출액과 20년 상반기 매출액을, 올해 5월31일 이전 창업자는 6·7·8월 매출액 증빙이 필요하다. 증빙 방법은 신용카드, 현금영수증, 전자세금계산서로 한정한다."

-소상공인 정책자금 지원 제외 업종(40여개 업종)은 모두 새희망자금에서 제외되냐.

"소상공인 정책자금 지원 제외 업종은 원칙적으로 제외된다. 단, 플랫폼·유통중점의 경우 정책자금 지원 대상 제외 업종이지만, 정부의 사회적 거리두기 조치를 이행한 업종에 대한 구체적 차원에서 특별피해업종으로서 지원 예정이다."

김민정기자

광주백화점들 내일부터 가을 정기세일... 최대 70% ↓

신세계·롯데 내달 11일까지 세일행사 돌입

광주지역 백화점들이 오는 25일부터 10월11일까지 가을 정기세일에 돌입한다.

올해 세일행사는 코로나19로 위축된 소비 진작을 위해 전년 대비 5~7일 연장해 진행한다.

◇㈜광주신세계...이월 상품 최대 70% 할인

광주신세계는 행사기간 동안 다양한 브랜드를 10%~30% 할인된 가격에 판매하며 이월 상품은 최대 70% 할인 한다.

행사 기간에는 인기 여성 의류, 스포츠 브랜드도 대형 할인 행사를 선보인다.

인기 핸드백 브랜드인 닥스, 헤지스, 루이까포즈, 메트로시티 등을 최대 30% 할인된 가격에 만나볼 수 있다. 특별한 혜택의 사은행사와 함께 명절을 앞두고 가족과 함께 연휴를 즐길 수 있도록 보드게임 증정 행사와 세일

을 맞이해 사은·증정 행사도 마련됐다.

정기세일 기간 동안 신세계 제휴카드(삼성·신한·씨티)로 단일 브랜드에서 100만~200만·300만·500만·1000만원 구매 시 5% 상품권을 증정한다. 단 식품은 제외된다.

◇롯데백화점 광주점... '홈코노미' 리빙 상품 등 다양한 기획전 마련

롯데백화점 광주점은 17일간 진행되는 정기행사 기간 동안 여성, 남성, 잡화 등 전 상품군에 걸쳐 브랜드별로 할인 혜택을 제공하고 다양한 기획전을 선보인다.

이번 세일은 명절 연휴와 겹쳐 쇼핑을 계획하고 있는 소비자를 분산하고

더 다양한 혜택과 이벤트를 제공해 소비가 진작될 수 있도록 전년 대비 1주 일 연장했다.

패션 행사에 주로 집중했던 기존 세일과 달리 2020년 메가트렌드 '홈코노미'로 매출 신장세를 보이는 가전, 가구, 주방용품 등 리빙 상품군 행사를 늘려 선보인다.

롯데백화점 바이어가 직접 뽑은 리빙 상품군 특가 아이템을 우선 선보이고, 가구와 가을침구 제안전이 진행된다.

대표적으로 다우닝 루벤스 4인 소파는 358만원, 본톤 천연대리석 식탁 세트 139만원, 레노마 이더 모달세트 28만8000원, 알레르방 생드니 구스차림을 39만8000원에 판매한다.

또 27일까지 풍년과 한국도자기가 참여하는 편리한 주방용품 특집전과 28일부터 10월5일까지는 독일명품 주방기기 브랜드인 실리트와 WMF의 인기아이템을 할인해 판매하는 행사를 진행한다.

서선욱기자

전남 농특산물 쇼핑몰 '남도장터' 품질관리 강화

28일까지 시군 합동 원산지표시 등 점검

남도장터는 전라남도 대표 농수축산물 종합 쇼핑몰입니다.

남도의 자연에서 길러낸 건강하고 정직한 먹을거리를 넉넉한 인심을 담아 전해드립니다. 맑은 공기, 기쁜 민영, 청정 바다, 농어민의 땀과 정성이 만들어낸 남다른 산해진미를 만나보세요. 남도장터는 남백 어머니의 사랑입니다.

전남도는 민족 최대 명절인 한가위를 맞아 농특산물 온라인 쇼핑몰 '남도장터' 입점업체를 대상으로 엄격한 품질관리를 통해 고객불만 제로를 추진하고 있다고 23일 밝혔다.

남도장터는 코로나19로 언택트 소

비증가와 친환경 꾸러미 지급 등에 힘입어 지난 4일 기준 매출액 200억 원을 돌파했으며 지난해 8월 말 대비 7.4배 가량 급성장했다.

전남도는 오는 28일까지 도내 22개 시·군과 합동으로 남도장터 원산지

표시 및 식품안전에 대한 일제 점검을 진행한다.

부정 유통이나 소비자 불만이 많은 제품, 구매자에게 공지하지 않은 배송 지연 등 소비자 기간, 고의성이 명백한 업체의 경우 즉각 퇴출시키는 '원스트라이크 아웃' 제도를 시행할 계획이다.

추석을 앞두고 주문 폭주로 남도장터 플랫폼의 전화 연결이 지연된다는 민원이 많아 남도장터 콜센터 직원을 현재 6명에서 12명으로 확대하고, 상담사 연결까지 안내 코멘트를 알리는 등 고객 불편사항을 개선하고 있다.

강종철 전남도 농식품유통과장은 "그동안 남도장터는 입점상품의 철저한 품질관리에 힘써 왔으나 고객의 다양한 요구를 즉시 반영하지 못한 점도 있다"며 "고객 불편사항을 선제적으로 관리해 쇼핑 만족도를 향상시키겠다"고 말했다.

고성능 입힌 '쏘나타 N라인' 공개... 중형세단 최초 적용



현대자동차 대표 세단 쏘나타가 한층 스포티한 '쏘나타 N 라인'으로 거듭났다.

현대차는 쏘나타의 혁신적인 디자인에 고성능 'N'의 감성을 입혀 더욱 역동적으로 거듭난 쏘나타 N 라인의 외장 이미지를 23일 최초로 공개했다. 중형급 세단에 N 라인 트림이 적용된 것은 이번이 처음이다.

쏘나타 N 라인은 스포티한 디자인과 함께 주행성능 강화도 이뤄져 일반 모델과 차별화된 매력을 선보였다.

현대차는 기존 쏘나타를 통해 선보인 디자인 정체성 '센슈어스 스포티니스(감성을 더한 스포티함)'를 바탕으로 쏘나타 N 라인에 N 브랜드 특유의 고성능 이미지를 입혔다.

전면부에는 ▲기하학적인 문양이 특징인 파라메트릭 주얼 패턴 그릴 ▲기능적인 3개의 인테이크 홀이 적용된 강인한 이미지를 더해주는 N 라인 전용 범퍼 ▲시각적 무게중심을 낮춰 스포티함을 강조하는 프론트 윙 ▲고성능 N의 정체성을 부여해주는 N 라인 엠블럼이 적용됐다.

측면부에는 ▲범퍼와 연결돼 차체를 한껏 낮아 보이게 해주는 사이드 실 ▲휠 하우스 공기 흐름을 고려해 적용된 에어벤트 ▲아웃사이드 미러와 사이드 실 몰딩 등에 적용된 블랙 하이그로시 포인트 컬러 ▲N 라인 전용 19인치 알루미늄 휠이 조화롭게 자리했다.

후면부에는 ▲블랙 하이그로시 포인트 컬러로 돋보이는 범퍼 하단부 ▲공기역학적 효율을 높여주는 스포일러 ▲고성능 이미지를 배가시키는 듀얼 트윈팁 머플러가 적용됐다.

현대차는 쏘나타 기본 모델과 하이브리드, 센슈어스(1.6T 엔진 사양) 라인업에 쏘나타 N 라인 모델까지 더해 중형 세단의 라인업을 완성했다.

한편, 현대차는 게임회사 '넥슨'과 제휴해 인기 모바일 게임 '카트라이더 러쉬플러스'와 PC게임 '카트라이더'에 쏘나타 N 라인을 모티브로 제작한 카드를 선보인다. 넥슨은 쏘나타 N 라인과 '카트라이더 러쉬플러스'의 만남을 엿볼 수 있는 티저 영상을 공개했으며, 자세한 내용은 오는 28일 공개된다.

기동취재본부