

코로나19에 즐라맨 허리띠...작년 '적자' 가구 오히려 줄었다

코로나19에도 가계소득 증가...재난금 영향

소비지출, 지난해 2분기 제외 전 분기 감소

오락·문화·음식·숙박·교육비 등 대면 중심 ↓

코로나19 확산으로 경기가 위축된 지난해 적자 가구 비중이 오히려 줄어든 것으로 나타났다.

정부의 재난지원금 정책 등으로 가계 소득은 가까스로 보존됐지만, 지출이 크게 줄었기 때문이다. 특히 교육, 오락·문화 등 대면서비스업종 중심으로 지출 감소가 두드러졌다.

23일 통계청 '가계동향조사 결과'에 따르면 지난해 전국 가구(2인 이상) 소득 적자 가구 비율은 1분기 22.7%, 2분기 16.7%, 3분기 21.4%, 4분기 20.9%로 나타났다.

2019년 1분기 27.9%, 2분기 22.9%, 3분기 23.0%, 4분기 22.2% 등과 비교

하면 지난해 적자 가구 비율이 모두 줄었다.

적자 가구 비율은 소득에서 조세, 연금, 사회보험료, 이자 비용 등 비소비 지출을 뺀 처분가능소득보다 소비 지출이 많은 가구가 차지하는 비율을 뜻한다. 즉, 버는 돈에 비해 소비가 더 많은 가구를 의미한다.

지난해의 경우 코로나19 상황에도 가계 소득은 늘었지만, 소비는 눈에 띄게 감소했다.

지난해 처분가능소득은 1분기 429만1000원으로 전년 같은 분기(408만2000원)보다 5.1% 증가했다. 2분기에는 430만1000원으로 전년(403만8000

원)보다 6.5% 늘었다. 3분기와 4분기에도 426만1000원, 417만5000원으로 각각 3.2%, 2.3% 증가했다.

가계의 평균 소득이 증가한 배경에는 정부가 지급한 보편·선별적 재난지원금 영향도 컸던 것으로 보인다. 전 국민 재난지원금이 지급된 시기인 지난해 2분기 이전소득은 전년보다 80.8%나 증가했다. 3분기와 4분기에도 정부의 코로나19 피해지원 대책 등으로 이전소득이 17.1%, 25.1% 늘었다.

반면 소비지출은 지난해 2분기 2.7% 증가한 것을 제외하면 1분기 6.0% 감소했고, 3분기와 4분기에도 각각 1.4%, 0.1% 줄었다.

매 분기 소득은 늘었지만 실질적인 씬숨이는 줄어든 셈이다.

특히 오락·문화, 교육, 음식·숙박 등 대면 업종 중심으로 지난해 1~4분기 모두 전년보다 지출이 감소하는 모습을 보였다.

구체적으로 보면 오락·문화 지출



서울 강남중로학원 대치관에서 수강생들이 거리를 두어 수업을 하고 있다.

은 1분기 25.6%, 2분기 21.0%, 3분기 28.1%, 4분기 18.7% 뒷걸음질했다.

교육 역시 작년 1분기(-26.3%), 2분기(-29.4%), 3분기(-13.6%), 4분기(-15.2%)에 씬숨이가 전년보다 모두

줄었다. 음식·숙박이나 의료·신발 등의 지출도 전년보다 감소세가 두드러졌다.

이는 코로나19 확산으로 사회적 거리두기가 강화되면서 돈을 안 쓰거나,

못 쓰는 상황이 생기면서 적자 가구 비중이 감소한 것으로 해석할 수 있다.

통계청 관계자는 "재난지원금 등으로 처분가능소득은 증가했지만, 소비지출이 줄다 보니 흑자율이 올라가고 반대로 적자 가구 비중이 줄어들었다"며 "다른 소비는 큰 차이가 없지만, 교육비, 오락·문화 등 대면 비목을 중심으로 지출이 줄어드는 경향이 있었다"고 설명했다.

유경원 상명대학교 교수는 '과거 경제위기와 코로나19 확산기의 소비지출 패턴 비교' 보고서에서 "코로나19 충격은 소득 충격이 그리 크지 않은 상황에서 전염병 확산의 불확실성과 '사회적 거리두기'의 영향으로 전 계층의 소비 위축을 가져왔다"며 "백신 개발 등 전염병 확산의 불확실성이 축소될 경우 축적된 저축은 빠른 소비회복 요인으로 작용할 가능성이 있다"고 말했다.

기동취재본부



전국 평균 휘발유값, 1500원대 진입

3월 셋째 주 전국 주유소 휘발유 평균 판매 가격은 지난해보다 18.8원 오른 1천517.4원으로 집계됐다.

전국 주 평균 주유소 휘발유값이 1년 만에 1500원을 돌파한 21일 오전 서울 시내 한 주유소에 가격이 표시돼 있다. 한국석유공사 유가정보서비스 오피넷에 따르면

오비맥주, 유흥채널 제품 가격 인상...하이트·롯데 "대략 난감"

가정 채널·일반음식점 판매되는 500ml 제품 가격 유지해

오비맥주가 다음달 1일부터 카스, 오비라거, 카프리 등 일부 제품가격을 인상하기로 했다.

하지만 가정 채널과 일반음식점에서 많이 팔리는 500ml 병과 캔 전 제품 가격은 동결했다. 유흥업소에 판매되는 330ml 병 제품에 대해 가격 인상을 단행했다. 경쟁사인 하이트진로와 롯데칠성음료의 선택이 공급해진다.

23일 주류업계에 따르면 오비맥주는 다음달 1일부터 '카스프레시' '카스라이트' '오비라거' '카프리' 등 330ml 병과 생맥주(케그 20L), 페트 1·1.6L 가격을 1.36% 올린다.

카스프레시와 카스라이트 330ml 병은 845.97원에서 857.47원으로 11.50원 가격이 오른다. 케그는 3만430.45원에서 3만844.30원으로 413.85원 인상한다. 카프리 330ml 병은 1106.08원에서 1121.12원으로 15.04원 오른다.

오비맥주의 가격 인상은 이달 초부터 맥주에 대한 주세가 종전 대비

0.5% 인상됐고 매년 주세가 오를 경우 생산에 부담이 될 수 있다는 점을 반영해 가격 조정에 나섰다.

다만 오비맥주는 판매율이 높은 500ml 병과 캔 전 제품을 제외하고 330ml 병과 생맥주, 페트 등 유흥업소용 제품 가격을 올렸다. 소비자 부담을 최소화하고 소상공인들이 운영하는 일반 음식점에서의 도미노 가격 인상을 막기 위해서다.

일반적으로 제조업체가 제품에 대한 출고가를 50원 인상할 경우 일반 음식점 등에서 판매되는 제품 가격은 500~1000원 오른다. 이를 고려해 오비맥주는 유흥업소에 판매되는 제품 가격만 올렸다.

맥주 가격 인상에 따른 일반 소비자들의 반감이 커지는 것을 막고 주세 인상분을 현실화함으로써 매출 하락을 최소화하겠다는 의도다. 또 경쟁사들의 가격 인상 상황을 반영해 추후 가정용 제품 인상의 여지를 열었다.

일단 오비맥주의 이 같은 행보는 경쟁사들에 난감한 상황을 만들었다. 가정, 유흥 채널에 공급되는 맥주 제품에 대한 가격을 일제히 올렸다면 하이트진로와 롯데칠성음료의 가격 인상도 한결 수월했을 가능성이 높다.

그러나 오비맥주의 선택적 가격 인상 조치로 하이트진로와 롯데칠성음료의 제품 가격 인상도 부담스럽게 됐다. 이를 반영하듯 이들 업체들은 맥주 가격 인상에 대해 말을 아끼는 분위기를 보였다.

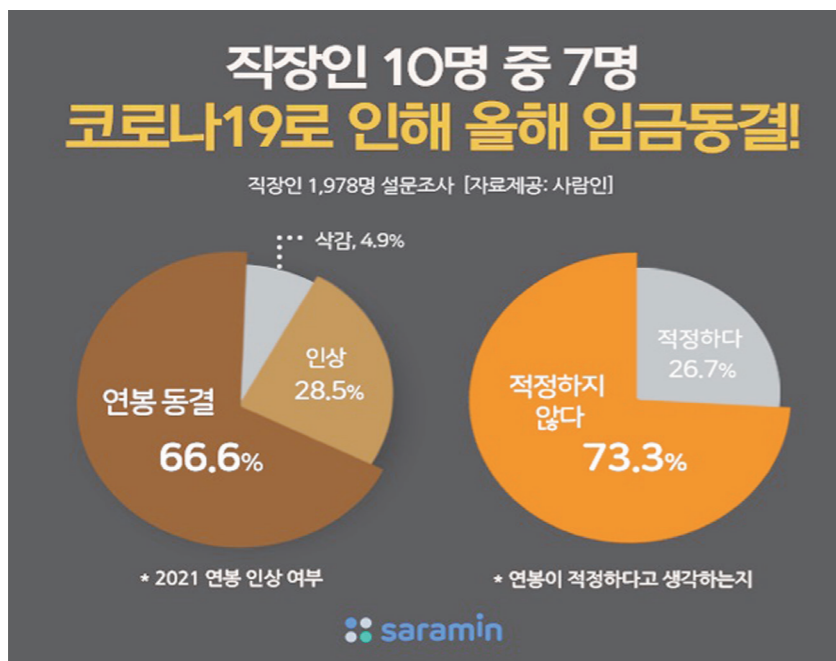
아직까지 세금 부담이 크지 않아 출고가 인상에 대한 계획을 가지고 있지 않다는 것이 경쟁사들의 입장이다. 향후 가격 인상에 대해서는 정해진 것이 없다는 입장을 보였다.

하이트진로와 롯데칠성음료의 행보에 대해서는 의견이 엇갈린다. '일부 제품에 한해 가격을 인상한 뒤 시장 상황을 보고 나머지 제품 가격 조정에 나설 수 있다'와 '가격 인상이 쉽지 않을 것'이라는 것이다.

오유나기자

직장인 10명 중 7명 "코로나19로 올해 임금 동결"

'삭감됐다' 4.9%·'인상했다' 28.5%



최근 게임, 이커머스, 플랫폼 기업 등을 중심으로 IT 업계의 파격적인 연봉 인상 사례가 알려지고 있지만 다다수 직장인에게는 먼 나라의 이야기인 것으로 조사됐다.

22일 구인구직 매칭 플랫폼 사람인이 직장인 1978명을 대상으로 '2021년 희망연봉'에 대해 조사한 결과에 따르면 응답자의 66.6%가 올해 연봉이 동결됐다고 밝혔다.

삭감됐다는 이들도 4.9%를 차지했다. 반면에 '인상했다'는 응답은 28.5%가 해당됐다.

인상된 직장인(564명)들의 평균연봉 인상률은 4.3%였다. 올해 물가 상승률이 1%대임을 감안하면 이보다 높은 수치다.

직장인들이 희망했던 연봉 수준은 지급별로 상이했다. 평균 희망연봉은 ▲사원급(4028만원) ▲대리급(4791만원) ▲과장급(5912만원) ▲부장급(7597만원)으로 집계됐다.

하지만 현재 받고 있는 직급별 평균 연봉은 ▲사원급(3278만원) ▲대리급(3897만원) ▲과장급(4817만원) ▲부장급(6372만원)으로 당초 희망한 연

봉보다 평균적으로 1000만원 가까이 적은 것으로 조사됐다.

응답자들의 대부분(73.3%)은 현재 자신이 받고 있는 연봉이 적정하지 않다고 생각했다. 그 이유로는 '첫 연봉 결정시 이미 낮게 시작해서'(32.8%·복수응답)가 가장 많았다. 보통 첫 연봉을 기준으로 상승 비율이 결정되기 때문이다.

다음으로 '실적이 기여한 바에 비해 낮아서'(29.3%), '동종업계 동일직무 수준보다 낮아서'(28.5%), '타 업종의 동일직급·직무보다 낮아서'(19.2%), '야근, 휴일 출근 등 근무시간보다 연봉이 적어서'(18.2%), '직무 차이로 인해 같은 직급인데 연봉이 낮아서'(18.2%) 등의 이유가 꼽혔다.

요즘 직장인들이 미래를 긍정적으로 보지 않는다는 조사 결과도 나왔다. 직장생활 퇴직 전에 목표하는 최고 금액의 연봉 수준에 도달하지 못한다고 생각하는 비율이 65.4%였다. 이유로는 '회사 전반적으로 연봉이 낮아서'(48.5%·복수응답)를 1위로 꼽았다.

이외 '변수가 많아서'(27.3%), '경기 불황이 계속될 것 같아서'(26%), '코로나19 여파로 직장생활 유지도 쉽지 않아서'(21.9%) '회사 성장이 둔화되고 있어서'(19%) 등의 순으로 구조적 문제와 사회적 불안 요인이 영향을 많이 미치는 것으로 나타났다.

최이슬기자

농협은행 전남영업본부 '찾아가는 이동점포' 운영

광주 선한병원에서 신권교환 등 금융서비스



농협은행 전남영업본부는 23일부터 사흘간 광주 광전동 선한병원에서

의료진과 환자들의 금융편의를 제공하는 이동식 점포 'NH Wings(엔에이

치 wings)'를 운영한다.

이번 이동식 점포는 바쁜 일과와 코로나19 감염 예방 등으로 은행방문이 힘든 의료진과 환자 등을 위한 금융서비스다.

농협은행은 금융단말기와 자동화기기(ATM)를 탑재한 차량형 이동식 점포를 이용해 신권교환은 물론 현금입출금, 계좌이체, 외화환전, 금융상담 및 아웃바운드 영업에 필요한 단체거래 등 각종서비스를 제공하고 있다.

특히 금융서비스가 취약한 농산어촌에서 진행되는 지역축제 현장과 하계 휴가지, 추석·설 명절 고속도로 휴게소 등에 이동점포를 운영해 고객편의 증진에도 노력하고 있다.

광주은행 여수웅천지점 개점...영업점 143개로 늘어

지역민 금융 수요·신도시 활성화 반영

광주은행의 143번째 영업점인 여수웅천지점이 문을 열었다.

광주은행은 23일 전남 여수시 웅천지구에 여수웅천지점을 개점했다고 밝혔다.

웅천지구는 면적 280만㎡에 인구 3만명을 목표로 조성 중인 대규모 공공택지지구다. 마리나항만 개발사업과 웅천~소호간 대교 건설을 통해 해양레저 스포츠, 교통의 중심지로 각광받고 있다.

광주은행은 웅천지구 인구 유입에 따라 지역민의 금융 수요와 신도시 활성화 정책에 부응하기 위해 접근성이 뛰어난 웅천로 삼거리에 여수웅천지점을 신설했다.

최근 시중은행이 인력 감축과 영업점 통폐합 등을 통해 점포 수를 줄여나가는 추세와는 다른 접근이다.

광주은행은 지난 2018년부터 Prime PB센터를 비롯해 kbc써밋지점, 중마동지점, 순천범조타운지점, 마곡지점,

포용금융센터 등을 잇따라 개점했다.

현재 광주은행의 영업점 수는 광주·전남 118개, 수도권 25개 등 총 143개 점에 달하고 있다.

송중욱 광주은행장은 "지역의 대표은행으로서 금융편의와 질 높은 금융서비스를 제공하고 고객중심 지역밀착경영을 실천하기 위해 최선을 다하고 있다"며 "이외 이상의 가치를 추구할 수 있는 다양한 활동으로 지역민과 함께 동행해 나가겠다"고 말했다.

여수=우승호기자