

자영업자 비중 23.5% 역대 최저... '나홀로 사장' 15년만에 최대

통계청 '8월 경제활동인구조사 비임금근로 부가조사' 8월 기준 비임금근로자 7만6000명 ↑ ...5년 만에 증가

최근 고용 호조세에 힘입어 8월 기준으로 자영업자 규모가 5년 만에 증가한 것으로 나타났다. 반면 전체 취업자 증가 폭이 더 커지면서 자영업자 비중은 통계 작성 이래 최저 수준을 기록했다.

자영업자 구조조정이 가속화되면서 직원을 두지 않은 '나홀로 자영업자' 비중도 역대 가장 높은 것으로 조사됐다.

◆자영업자 취업 비중 23.5%...셋 중 둘 '나홀로 사장님'

통계청이 1일 발표한 '2022년 8월 경제활동인구조사 비임금근로 부가조사 결과'에 따르면 올해 8월 기준 비임금근로자는 668만 6000명으로 지난해 같은 달보다 7만6000명 증가했다. 8월 기준으로 비임금근로자 규모가 증가한 건 2017년 이후 5년 만이다.

전체 취업자 중 비임금근로자가 차지하는 비중은 23.5%로 2012년 이후 10년 동안 내림세를 보이고 있다. 8월 기준으로 비임금근로자 비중은 1982년 관련 통계 작성 이래 가

장 낮은 수준이다. 비임금근로자는 고용원이 있는 자영업자와 고용원이 없는 자영업자, 가족이 경영하는 사업체에서 무보수로 일하는 무급가족종사자 등을 포함한다. 즉 자영업 관련 취업자로 해석할 수 있다.

이 중 고용원이 있는 자영업자는 전년보다 5만3000명 증가한 135만4000명으로 전체 비임금근로자의 20.3%를 차지했다. 고용원이 없는 자영업자는 1년 전보다 8만8000명 증가한 433만6000명으로 집계됐다. 이는 8월 기준으로 2008년(455만8000명) 이후 가장 많았다. 비중 또한 64.9%로 2007년 관련 통계 작성 이래 동월 기준으로 최대치를 보였다.

통계청 관계자는 "고용이 증가 흐름을 보이면서 고용원이 있는 자영업자와 고용원이 없는 자영업자가 동시에 늘었다"며 "비임금근로자보다 임금근로자가 더 많이 증가하면서 자영업자 규모는 증가했지만, 비중은 역대 최저를 보였다"고 설명했다.

무급가족종사자는 전년보다 6만4000명 감

소한 99만6000명으로 100명 아래로 내려왔다.

1982년 통계 작성 이래 같은 달 기준으로 가장 적은 수준이다. 이전에는 도·소매업, 숙박·음식점업 등을 가족 단위로 운영했으나, 최근 키오스크, 배달앱 등 자영업 구조가 변화하면서 무급가족종사자가 줄어든 것으로 분석된다.

비임금근로자를 연령별로 보면 50대에서 5만2000명, 40대에서 2만7000명 감소했다. 40~50대 중장년층에서만 7만9000명이 쪼그라드는 등 감소하는 추세를 보였다. 반면 60세 이상에서는 13만3000명 증가했다.

산업별로 보면 농림어업(9만9000명), 전기·운수·통신·금융업(6만9000명) 등에서 증가했으나 도·소매업(-6만3000명), 제조업(-2만3000명) 등에서 감소했다. 고용원이 있는 자영업자는 제조업(1만9000명), 건설업(1만1000명) 등에서, 고용원이 없는 자영업자는 농림어업(8만4000명)과 전기·운수·통신·금융업(5만6000명) 등에서 늘었다.

◆현재 사업 유지하겠다 89.3%...그만둘 계획 41% '사업 부진'

비임금근로자의 사업 평균 운영 기간은 14년10개월로 전년과 비슷한 수준을 보였다.

고용원이 있는 자영업자는 10년9개월로 3개월 증가했지만, 고용원이 없는 자영업자는 15년1개월로 2개월 감소했다. 평균 운영 기간은 20년 이상이 29.0%로 가장 많았으며 10~20년 미만(20.5%), 5~10년 미만(19.0%) 순이었다.

비임금근로자의 평균 주당 취업 시간은 45.0시간으로 전년 동월 대비 0.8시간 감소했다.

고용원이 있는 자영업자(49.4시간)가 고용원이 없는 자영업자(44.0시간)와 무급가족종사자(43.5시간)보다 일하는 시간이 길었다.

산업별로 보면 숙박·음식점업이 55.0시간으로 가장 길었으며 도·소매업(48.1시간), 전기·운수·통신·금융업(47.6시간) 순으로 나타났다.

비임금근로자를 대상으로 현재 사업체에 대한 앞으로의 계획을 묻자 '현재 사업체를 계속 유지하겠다'는 응답이 89.3%로 전년보다 1.0%포인트(p) 상승했다.

현재 일을 그만두겠다는 계획은 4.2%로 1년 전보다 0.4%p 내려갔다. 이 중 1년 이후 그만둘 계획이 59.7%로 가장 높았다. 사업체를 그만둘 계획이 있는 자영업자의 주된 이유는 '전망이 없거나 사업 부진'이 40.9%로 가장 많았다. 이어 개인적인 사유(39.4%), 더 나은 업종으로의 전환(7.3%) 순이었다.

최근 1년 이내 사업을 시작한 자영업자의 70.6%는 '자신만의 사업을 직접 경영하고 싶어서'를 꼽았다.

'임금근로자로 취업이 어려워져서'는 19.3%, 기타는 10.1%로 집계됐다. 사업 준비 기간은 1년 미만인 82.5%, 1년 이상이 17.5%로 나타났다. 이 중 1~3개월 미만이 45.3%로 가장 많았다. 최초 사업자금 규모는 5000만원 미만이 73.4%, 1억원 이상이 11.8%로 조사됐다.

사업자금 조달 방법은 본인 또는 가족이 마련한 돈이 71.7%로 가장 큰 비중을 차지했다. 은행·보험회사·상호신용금고 등(22.2%), 별도 자본 필요 없음(18.5%) 등이다.

최근 1년 이내 사업을 시작한 자영업자가 사업 시작 시 가장 어려웠던 점은 '사업 정보 경영 노하우 습득'(25.6%)이었다. 사업자금 조달(24.7%)과 판매선 확보 및 홍보(24.2%)도 높은 비중을 보였다.

사업을 시작하기 전에 일자리를 경험한 경우는 78.2%였다. 현재 사업을 하기 직전에 다른 업종 사업을 운영한 경우 업종 전환 사유는 '직전 사업이 부진해서'가 38.3%로 가장 높았다. 이어 수익이 더 나은 업종으로 바꾸기 위해서가 29.0%, 적성에 맞는 다른 사업을 하기 위해서가 20.5%로 집계됐다.

최이슬기자

LG 대 삼성, 1억짜리 마이크로LED TV 경쟁 시작

삼성, 110형 이어 89·101형 제품 전파인증 마쳐...라인업 확대 LG, 100형 이상 극초대형 TV에만 마이크로 LED 기술 도입



LG전자가 최근 출범한 마이크로 LED 산업 협회에 가입하며 삼성전자가 먼저 뛰어든 '가정용 마이크로 LED TV' 시장에 도전장을 내민다.

1일 LG전자 관계자는 "2020년 상업용 마이크로 LED 사업을 시작한 가운데 국내에서도 연내 가정용 TV 제품 출시할 계획"이라며 "136형 가정용 마이크로 LED TV 등을 선보일 것"이라고 밝혔다.

해당 TV는 초프리미엄 제품으로 가격이 1억원 이상 될 전망이다.

LG전자가 점유율 확대를 노리는 가정용 마이크로 LED TV 시장은 원래 삼성전자가 주도했다. 삼성전자는 이미 지난해 110형 마이크로

LED TV를 출시했는데 출시 가격이 1억7000만원에 달했다.

삼성전자는 라인업 확대에도 박차를 가하고 있다. 지난 5월 89형 제품의 국내 전파인증을 받았고, 최근 101형 제품의 전파인증도 마쳤다.

전파인증은 국내 시장에 전자제품을 판매하기 위한 필수 과정인만큼 삼성전자의 마이크로 LED 제품 라인업 확대·판매가 임박했다는 평가다.

삼성전자와 LG전자가 경쟁을 본격화하는 마이크로 LED는 기존 OLED(유기발광다이오드)보다 고효율에 에너지 효율이 높은 차세대 디스플레이 소자다. 머리카락 두께(평균 100

㎞)보다 작은 10~50마이크로미터(㎞) 수준의 작은 LED를 광원으로 사용한다.

OLED와 달리 번인(영구적 잔상) 걱정도 없고, 100인치 이상 TV 대형화에 유리하다는 평가다. 햇빛이 잘 드는 밝은 곳에서도 밝고 선명한 화질을 구현할 수 있는 것이 장점으로 가격도 그만큼 초고가다.

시장조사업체 트렌드포스에 따르면 대형 마이크로LED 시장은 올해 5400만달러(약 761억원) 규모로 예상되지만, 매년 204% 성장해 2026년에는 45억달러(약 6조3450억원) 수준으로 커질 것으로 예상된다.

이에 삼성전자는 다양한 사이즈의 마이크로 LED 제품을 구성해 차세대 프리미엄 TV 대표 라인으로 본격 성장시킨다는 계획이다.

반면 LG전자는 투트랙 전략을 구사한다. LG전자는 100형 이하 제품은 유기발광다이오드(OLED) 제품 개발을 이어가고, 100형 이상 초대형급으로만 마이크로 LED를 공급할 계획이다.

OLED와 마이크로 LED의 장점을 살려 다양한 고객 수요에 대응하는 자발광 초대형 라인업을 완성한다는 전략이다.

LG전자 관계자는 "온전한 패널로 옮기는 OLED와 달리 마이크로 LED는 모듈형으로 제조가 가능해 사이즈 제한없이 넓힐 수 있는 장점이 있어 100형 이상 제품에는 이 기술을 적용할 방침"이라고 밝혔다.

마이크로 LED는 현재 기술적 문제로 가격적인 부분이 여전히 단점으로 꼽히지만 양사는 미래 성장성이 높고다 판단, 제품 개발을 지속할 방침이다.

서선욱기자

홈쇼핑, 11월 맞아 이벤트 프로모션

구매 고객 중 11명 추첨, 총 1100만원 증정



추첨해 현금 총 1100만원을 증정하는 '쇼핑 더머니' 이벤트를 진행한다. 이달 홈쇼핑에서 구매하는 모든 고객은 이 경품 이벤트에 자동 응모된다.

아울러 이날부터 오는 15일까지 코리아 세일 페스타 기간 매일 오전 10시에 할인쿠폰을 선착순으로 지급하는 '쿠폰 페스타' 행사도 진행된다.

해당 행사 1단은 7일까지 3000원 할인쿠폰 매일 3000장, 2단은 15일까지 10% 할인쿠폰 매일 2000장을 각각 지급한다. 해당 쿠폰은 인당 1회 1회 다운로드 할 수 있고, 판매가 3만원 이상 전 상품에 적용 가능하다.

또 지난달에 이어 홈쇼핑 웰컴 고객 대상 '최대 4만원 웰컴 혜택' 이벤트도 이어진다.

TV 상품 1만원 할인쿠폰 2장 및 텐텐 플래그 상품 5000원 할인쿠폰 2장을 웰컴 등급 고객 선착순 1만명에게 한정 제공할 예정이다. 해당 쿠폰을 사용한 고객은 쿠폰 사용 주문 건의 10%(최대 1만원)의 재구매 적립금까지 받을 수 있다.

홈쇼핑 관계자는 "연중 최대 쇼핑 성수기인 11월을 맞아 다양한 프로모션을 준비했다"며 "홈쇼핑을 통해 보다 다양하고 합리적인 쇼핑 문화를 체험할 수 있기를 기대한다"고 말했다.

이슬비기자

레이디가구 '스칸딕 수납 3종'...화장대·서랍장·전신거울

신혼부부 위한 제품 출시

오하임아이엔티의 가구 브랜드 레이디가구는 신혼부부를 위한 스칸딕 시리즈의 수납 3종을 출시한다고 1일 밝혔다.

스칸딕 시리즈는 나무 본연의 색과 질감을 살린 원목 가구가 구성된 레이디가구의 주력 시리즈다. 기존의 협탁에 이어 화장대, 서랍장, 전신거울을 출시함으로써 라인업을 강화했다.

화장대는 많은 화장품 한 번에 정리할 수 있는 넉넉한 수납공간이 가장 큰 강점이다. 두 개의 얇은 1단 서랍장과 깊은 서랍장 한 개, 세 개의 수납공간으로 구성돼 있다. 화장대 벽면엔 선반이 있어 손이 자주 가는 화장품을 놓고 사용하기에 편리하고 탈부착이 가능한 거울 뒤엔 비밀 수납공간이 있어 귀중품을 보관할 수 있다.

3단 서랍장은 감각적인 디자인과 485mm의 깊이로 일반적인 서랍장보다 월등히 깊은 수납공간을 자랑한다. 부피감이 큰 의류까지 거뜬히 수납할 수 있다. 다릿발의 높이가 15cm로 높아 서랍장 아래로 로보트청소기 운용이 가능하다.

전신거울은 앉거나 서서 사용하기에 모두 좋은 높이로 제작됐다. 거울 하단 수납부의 형태에 따라 선반형과 수납형 두 가지 유형이다. 선반형은 개방감이 있어 자주 쓰는 향수나 소품을 놓고 사용하기에 좋다. 수납형은 긴 병 화장품이나 헤어기기를 안정감 있게 놓을 수 있는 수납 상자가 있어 실용성이 높다.

스칸딕 전신거울은 다리부터 하단 수납부까지 모두 SE0 등급의 굵은 소나무 원목이 사용됐다. 타사 제품과는 달리 친환경 수성 도장으로 마감했다.



출시를 기념한 프로모션도 마련됐다. 출시 제품 3종 모두 출시 기념 특별가에 구매할 수 있다.

스칸딕 수납 시리즈는 레이디가구 온라인 공식몰, 네이버 스마트스토어, 오늘의 집을 비롯한 종합몰 등에서 만나볼 수 있다.

뉴시스



올리브영 온라인몰 판매... '벨벳 틴트' 실시

메이크업 브랜드 하킷(hakit)이 1일 올리브영 공식 온라인몰에 입점한다.

아이스크리에이티브에 따르면 '클라우드 벨벳 틴트' 10종은 올리브영에서 선출한다. 중심으로 지난 4월 첫 선을 보인 '플래시 매트 립'과 하킷의 베스트 제품 '올리브영 레이저 팔레트'도 올리브영 온라인몰에서 선보인다.

클라우드 벨벳 틴트는 하킷이 새롭게 제안하는 컬렉션 클라우드 플레이어의 신제품이다. 벨벳 텍스처로 같은 보송하고 속은 촉촉하게

유지되는 것이 강점이다. 하킷만의 주름 끼임과 각질 부각 없이 쉽게 레이어링이 가능한 제형은 살며 기존 벨벳 제형의 틴트들 보다 수분감이 더 많이 느껴진다.

이번 틴트 제품은 총 10가지 컬러로 선보인다.

베이스부터 포인트 컬러까지 워터와 쿨톤에 각각 어울리는 트렌디한 색상으로 단독 혹은 컬러 레이어링에도 좋다.

오유나기자