

“일자리 없어 시간제 근로” 102만명...10년간 22.7만명 ↑

한경연, 비자발적 시간제근로자 추이 분석 지난해 10명 중 6명 ‘생계형’...청년층 최다

최근 10년간 비자발적 시간제근로자 증가 속도가 임금근로자 증가 속도를 추월한 것으로 나타났다.

한국경제연구원(한경연)이 통계청 마이크로데이터를 분석해 11일 공개한 결과에 따르면, 지난해 비자발적 시간제근로자는 102만명으로, 10년 전인 2012년 79만3000명에 비해 22만7000명 늘었다.

비자발적 시간제근로자란 전일제 일자리 등 더 많은 시간을 일할 의사가 있으나 마땅

한 일자리를 찾지 못해 어쩔 수 없이 시간제 근로를 택한 근로자를 의미한다.

지난 10년간 비자발적 시간제근로자의 연평균 증가율은 2.5%로, 전체 임금근로자 연평균 증가율 1.4%보다 1.8배 높은 것으로 나타났다.

연령대별 비자발적 시간제근로자 추이를 보면, 50대 이상은 2012년 28만7000명에서 2022년 47만명으로 연평균 5.0%씩 늘어나 가장 높은 증가율을 기록했다.

같은 기간 청년층(15~29세)은 22만7000명에서 29만명으로 연평균 2.5%씩 증가했고, 30대는 9만7000명에서 10만4000명으로 연평균 0.7%씩 올랐다. 반면 40대는 18만2000명에서 15만6000명으로 연평균 1.6%씩 감소했다.

한경연 측은 “청년층은 얼어붙은 채용시장으로 인해, 고령층은 휴·폐업, 권고사직 등의 영향으로 어쩔 수 없이 시간제근로를 택하게 된 것으로 풀이된다”고 밝혔다.

지난해 비자발적 시간제근로자의 사유별 비중을 보면, 비자발적 시간제근로자 10명 중 6명(60.8%)은 생활비 등 당장 수입이 필요해 일자리를 구한 ‘생계형’ 근로자인 것으로 나타났다.

이어 ▲원하는 분야의 일자리가 없어서(17.2%) ▲전공이나 경력에 맞는 일거리가 없어서(3.4%) ▲육아·가사 등 병행(5.5%) 등의 순으로 나타났다.

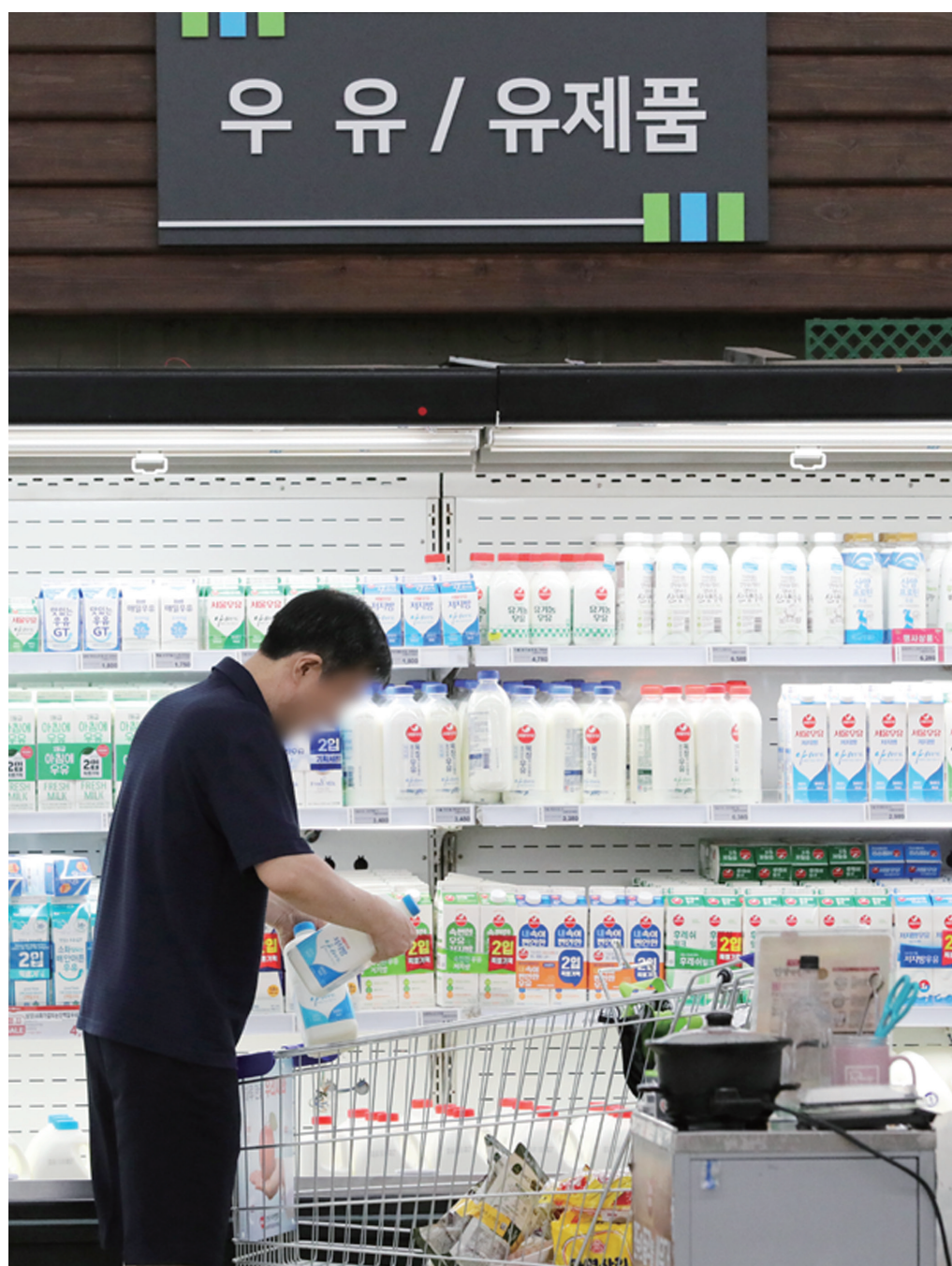
10년간 증가폭을 보면 ‘원하는 일자리가 없어서’가 2012년 9.4%에서 2022년 17.2%로 7.8%p 늘어 가장 큰 폭으로 증가했다. 그 다음으로 ‘전공이나 경력에 맞는 일거리가 없어서’가 2.6%에서 3.4%로 0.8%p 늘었다.

생계형 시간제근로자 추이를 연령대별로 분석한 결과, 청년층(15~29세)이 2012년 7만1000명에서 2022년 13만4000명으로 연평균 6.6% 늘어 가장 높은 증가율을 보였다. 이어 50대 이상이 23만4000명에서 36만1000명으로 연평균 4.4% 상승했다.

한경연은 “10년간 청년층 생계형 시간제근로자 증가 속도가 가장 높았는데, 이는 청년들이 원하는 양질의 일자리가 부족해 구직기간이 장기화되면서 시간제 일자리를 통해 생활비를 마련하는 청년들이 늘어났기 때문”이라고 분석했다.

OECD 국가들과 비교해도 한국의 비자발적 시간제근로자 비중은 높은 수준이라는 지적이다. 2021년 기준 전체 시간제근로자 중 비자발적 시간제근로자 비중은 한국이 43.1%로, 조사대상 OECD 30개국 중 7위를 차지했다. 이는 OECD 30개국 평균(29.1%)의 1.5배에 달하는 수준이다.

변용일 기자



올해 우유 원유가격 인상 논의 시작

11일 서울 시내 한 대형마트에 우유 상품이 진열돼 있다. 지난해 사료비 증가에 따른 우유 생산비 상승으로 낙농가와 유업체가 올해 우유 원유가격 인상 논의를 시작했다.

오뚜기, 비빔·쫄면으로 ‘진 라인’ 명맥 잇는다



최근 여름면 성수기를 앞두고 라면 시장이 더욱 뜨겁게 달아오르고 있다. 새 모델 선정과 신규 광고 공개, 제품 다양화 등을 앞세워 시장 선전에 나선 것이다. 한국농수산식품유통공사(aT)에 따르면 국내 비빔면 시장 규모는 2015년 757억원에서 2020년 1400억원으로 약 2배 성장했다. 지난해에는 간편식 수요 증가에 힘입어 1500억원대로 성장한 것으로 추정된다. 오뚜기가 2020년 출시한 ‘진비빔면’은 출시 3개월만에 3000만 봉지 이상 판매되며 여름 비빔면 시장의 신형강자로 부상했다. 기존 비빔면 한 개로는 양이 부족하다는 소비자의 의견을 반영해 기존보다 중량을 20% 늘려 비빔면 시장의 ‘업그레이드’ 붐을 일으킨 장본인이기도 하다. 지난해엔 비빔면 맛의 핵심인 소스를 얹고

레이드한 ‘진비빔면’ 배사매무초 리뉴얼을 선보였다. 기존에 없던 원료 배·매·사·무 등을 추가하고, 이 같은 차별점으로 2023년 3월 현재 누적판매량 1억봉 이상을 기록하며 인기 비빔면 제품으로 자리잡았다. 그동안 쫄면은 라면 업체들이 번번이 개발에 실패한 대표적인 제품이었다. 분식집에서 인기 메뉴로 통하지만, 튀김 면발로는 식감을 살리기 어려워 소비자의 입맛을 충족시키지 못했다.

오뚜기는 2018년 3월 ‘진짜쫄면’을 야심차게 선보이며 여름시장을 정면으로 겨냥했다. 진짜쫄면은 쫄깃하고 탄력 있는 쫄면 면발과 매콤한 맛이 조화를 이루는 것이 특징이다. 면은 감자 전분을 더하고 고압 스팀으로 증숙해 쫄면 식감을 살렸다. 또 쌀로 만든 태양초 고추장에 식초·볶음참깨·무초절임액을 첨가한 비빔 양념장과 계란 후레이크·건양배추 등 립직한 건더기로 맛을 더했다. 기존 비빔면 양이 부족한 소비자들을 위해 양을 150g으로 늘리고, 양념장도 47g으로 포장했다. 이러한 노력으로 오뚜기 진짜쫄면은 ‘분식집 쫄면’에 버금간다는 평가 함께 쫄면 마니아층에게 인정받으며 여름면 시장에 안착했다.

뉴시스

“고객님, 돌아오세요” 배달업체 너도나도 파격적 혜택 내놓아

요기요·배달의민족·쿠팡이츠, 배달료 인하 혜택 내놓아

지속되는 고물가와 비싼 배달료에 부담을 느낀 소비자들이 배달업 이용을 줄이면서 업계가 강도높은 자구책을 내놓고 있다.

10일 업계에 따르면 요기요·배달의민족·쿠팡이츠 등 주요 배달업 3사는 최근 무료배달 서비스를 비롯해 할인쿠폰 지급 등 고객을 ‘락인(Lock-in)’하기 위한 다양한 혜택을 내놓고 있다. 가장 공격적으로 마케팅을 하고 있는 곳은 요기요다.

요기요는 지난달 배달업체 최초로 무제한으로 무료 배달비를 제공하는 ‘요기패스X’ 구독 서비스를 선보였다.

월 9900원을 내면, 요기요 앱 내 ‘요기패스X’ 표시가 붙은 가게에서 최소 1만7000원 이상 주문 시 배달비가 무료다. 최소주문금액 1만7000원 이하의 주문에는 요기패스 전용 배달 요금으로 할인된 가격에 배달 주문이 가능하다.

특히 오늘의할인, 요기요 포인트, 기타 이벤트 등 요기요의 일부 혜택과 중복 적용이 가능

하다. 요기요는 ‘요기패스X’의 확대를 위해 오는 30일까지 기존 요기패스를 ‘요기패스X’로 전환하거나 신규 가입하면 한 달 구독비를 무료로 즐길 수 있는 프로모션을 진행한다.

이에 앞서 요기요는 지난 4월 ‘맞춤배달’ 서비스를 도입했다. 소비자가 배달에 소요되는 시간과 비용 등을 고려해 원하는 방식을 직접 선택할 수 있게 한 것이 골자다.

쿠팡이츠는 쿠팡의 유료 회원 서비스(월 4990원)인 ‘와우 멤버십’ 회원에 한해 주문금액의 5~10%를 할인해 주는 혜택을 선보였다. 현재 서울 21개 구에서 시행 중이다.

여기에 쿠팡이츠는 ‘셰이프배달’ 시범사업 중이다. ‘셰이프배달’은 기존 운영방향이었던 ‘단건배달’이 아닌, 배달 노선이 비슷한 주문을 다른 주문과 함께 묶어 배달하는 형태다. 현재 서울 송파구에서 시범 운영 중이며, 고객은 ‘셰이프배달’을 선택할 경우 1000원 할인을 받을 수 있다.



최근 ‘알뜰배달’ 서비스를 도입한 배달의민족(배민)은 여기에 10% 무제한 할인쿠폰을 제공하는 이벤트를 더했다.

배민이 선보인 ‘알뜰배달’은 동선이 비슷한 주문을 묶어 배달하는 서비스다. 단건배달을 원칙으로 회사가 직접 배달까지 책임지는 서비스 ‘배민1’에 묶음배달 서비스를 추가한 것이다.

배달업계 관계자는 “배달비에 대한 저항감이 높은 상태”라며 “배달비 할인 프로모션은 실제 주문에 도움이 된다”고 말했다.

이슬비 기자

전기요금 올랐는데...역대급 무더위에 집중관리 돌입

올여름 ‘역대급’ 무더위 예상...전기요금은 올라

이른 무더위로 올해 통상보다 빠른 7월 ‘전력 피크’가 우려되는 가운데 전기요금 인상까지 겹쳐 국민들의 부담도 가중될 전망이다.

추가 전기요금 논의에도 본격 나서야 하는 정부는 일단 전력집중 관리에 조기 돌입하기로 했다.

10일 산업통상자원부 및 전력업계에 따르면 오는 15일 전후 ‘여름철 전력수급 대책’ 발표와 함께 3분기 전기요금 인상 여부 논의에 본격 착수할 계획이다.

한국전력이 15일까지 3~5월(직전 3개월) 실적 연료비를 집계해 정부에 제출하면 이를 토대로 이달말까지 3분기 전기요금 인상 폭을 논의할 것으로 보인다.

이미 지난달 16일부터 전기요금은 kWh(킬로와트시)당 8월 인상된 상황이다. 4인 가구

기준 월 7400원 가량이 오른 것이다.

하지만 한전이 경영 정상화를 위해 필요하다고 본 전기요금 인상분인 올해 kWh 당 51.6원을 감안하면 추가 인상 가능성이 매우 높다. 2분기까지 인상된 전기요금이 kWh 당 21.1원에 불과하기 때문이다.

여기에 올해 특히 ‘역대급’ 무더위가 예상되면서 국민 부담 가중을 피하기는 어려워 보인다. 기상청은 지난달 발표한 ‘3개월 전망’에서 6~8월 기온이 평년과 비슷하거나 평년보다 높을 확률이 각각 40%이고 평년보다 낮을 확률은 20%라고 밝힌 바 있다.

이에 따라 정부도 조기 대응에 나섰다. 산업부는 오는 15일경 여름철 전력수급 대책을 발표할 예정이다.

앞서 산업부와 한전, 전력거래소 등 전력

준비상황 점검회의를 열고 여름철 전력수급 대책 기간 확대를 결정했다.

지난해에는 7월4일부터 9월8일까지였던 여름철 전력수급 대책기간은 올해 6월26일부터 9월15일까지로, 무려 15일이나 늘어났다.

정부가 전력 수급에 발 빠르게 대비하는 배경은 올해 여름의 경우 전력 피크가 통상과 같이 8월이 아닌 7월에 발생할 가능성이 있어서다. 이에 이달 26일부터는 ‘전력수급 종합상황실’을 합동 운영하고 24시간 집중상황관리 체제에 돌입한다.

산업부 관계자는 “정부와 전력 유관기관은 대책 수립 전에도 때 이른 무더위에 대비해 전력수급 상황을 예의주시 중”이라며 “발전기, 송전선로 등 전력공급설비 정비, 발전용 연료 수급관리 등에 차질이 없도록 만전을 기하고 있다”고 전했다.

최이슬 기자

‘뜨거운 여름 온다’ 쓰레기 걱정...‘음식물처리기’ 대격돌



음식물의 부패 속도가 빨라지는 여름 날씨가 시작되면서 늘어나는 음식물처리기 수요를 선점하기 위한 기업들의 움직임이 활발하게 일어나고 있다. 기상청은 올해 6~8월 기온의 경우 평년과

새모델·가성비 마케팅...기술 앞세워

비슷하거나 높을 확률이 각각 40%로 나타났다고 전망했다. 올 여름 폭염도 만만치 않을 것이라 전망이다. 실제로 이미 낮 최고 기온이 30도를 넘는 지역이 많아지며 이른 무더위가 시작됐다.

11일 관련 업계에 따르면 음식물처리기 기업들은 모델 발탁과 신제품 출시, 프로모션 등 다양한 마케팅 활동을 전개하며 여름철 대목 맞이에 나서고 있다.

스마트카라는 14년간의 연구개발로 만들어진 독자적인 건조분쇄 기술력인 ‘수분제로 기술’을 전달하기 위해 최근 신뢰도 높은 배우 현빈을 신규 모델로 선정했다.

수분 많은 한국인의 음식 특성에 걸맞은 기술력을 지닌 음식물처리기를 선택해야 한다는 점을 ‘부피편’, ‘수분편’의 TVC 영상을 통해 강조했다. 또 ‘생각카라’라는 표현을 통해 음식물 처리기를 고를 때 스마트카라의 수분제로 기술을 생각하라는 메시지를 전달했다.

또 다른 음식물처리기 기업 포레는 한림 음식물처리기 ‘에콤미니’를 가격이 29만9000원에 와디즈를 통해 선보였다. 에콤은 음식물처리기에 대한 소비자인식은 높아진 가운데 ‘부담스러운 가격’이 구매의 가장 큰 장애로 작용하고 있다는 점을 고려했다고 설명했다.

오유나 기자