

지갑 닫은 기업들... 온누리상품권 구매액 '반토막'

중기부, 6월 누적 판매액 9415억원 경기 침체에 올 구매액 498억 그쳐 작년 구매액 1048억... 절반 못미쳐 그나마 개인 구매액 7865억 '선방'

경기 침체와 미래 불확실성이 계속되면서 기업들의 온누리상품권 구매가 반토막이 났다.

한 때 온누리상품권을 사들이며 '큰손' 역할을 했던 법인 기업들이 비용을 줄이기 위해 지갑을 닫고 있는 것이다.

정부는 지난해 온누리상품권 판매액 1조5000억원을 올해 2조원으로 높여잡았지만 기업들의 호응이 기대만큼 못미치면서 다소 힘이 빠진 모양새다.

11일 중소벤처기업부와 소상공인시장진흥공단에 따르면 올해 들어 6월 말 현재 온누리상품권은 9415억원 어치가 팔렸다. 이는 지난해 같은 시기 판매액 8159억원보다 1256억원 늘어난 액수다.

상반기(1~6월) 기준으로 개인들이 지난해의 6226억원보다 크게 늘어난 7865억원 어치를 사들이며 전체 판매액

〈온누리상품권 부문별 구매 추이〉 (단위: 원)

구분	공공부문	기업부문	개인부문
2014년	1218억	1329억	2254억
2015년	1210억	1939억	5458억
2016년	1327억	2744억	6875억
2017년	1380억	913억	8450억
2018년	1592억	1760억	1조1564억
2019년(6월 말 현재)	1052억	498억	7865억

자료: 소상공인시장진흥공단

을 끌어올렸다. 공공기관 등이 포함된 공공부문도 상반기동안 1052억원 규모를 구매하며 전년(886억원) 수준을 뛰어넘었다.

하지만 개인이나 공공기관들과 달리 기업들은 구매를 크게 줄였다.

기업들이 올 상반기에 사들인 온누리상품권은 498억원에 그쳤다. 이는 지난해 같은 기간의 1048억원보다 절반 가량 줄어든 액수다. 기업들 구매금액은 대기업이 209억원, 중견기업이 22억원, 중소기업이 197억원으로 집계됐다. 나머지 70억원 어치는 금융기관이 사들였다.

수년 전까지만해도 기업부문 가운데

대기업들은 온누리상품권의 큰손 역할을 톡톡히했다. 삼성, 현대차, SK 등 세계 순위가 한 해 온누리상품권 구매 순위와 비슷했다.

그룹이나 계열사 차원에서 온누리상품권을 구입해 임직원들에게 '명절 떡값' 등으로 지급하면서 전통시장과 지역 경제 등을 살리기 위해 동참했던 것이다.

하지만 경기 침체가 이어지고, 성장이 정체되는 등 곳곳에서 경영에 빨간불이 켜지면서 복지 수단의 하나였던 온누리상품권 구매를 꺼리고 있는 것이다. 게다가 박근혜 정권 시절 불거진 국

정농단에 적지 않은 대기업들이 연루된 것도 당시 정책적으로 참여한 온누리상품권 구매에 부정적 영향을 미쳤다.

2013년만해도 기업들의 한 해 온누리상품권 구매액은 1784억원으로 공공(983억원)이나 개인(491억원)을 훨씬 앞질렀다. 2012년도 마찬가지였다.

기업들이 빠진 자리는 개인들이 메우고 있다.

개인들의 경우 지난해에 1조1564억원 어치의 온누리상품권을 구매했다. 온누리상품권은 2018년 한 해 1조4916억원이 팔렸다. 개인들이 전체의 77.5%를 담당한 것이다.

개인 구매액은 2015년 5458억원, 2016년 6875억원, 2017년 8450억원 등 매년 크게 증가하더니 지난해 '1조'를 훌쩍 넘어섰다.

특히 올 상반기엔 총 판매액 9415억원의 83.5%를 개인들이 사들였다.

온누리상품권의 주고객이 기업에서 개인으로 확실하게 옮겨간 모양새다.

소진공 김유오 시장상권본부장은 "개인들의 경우 한 달에 1인 최대 구매액 30만원에 대해 5% 할인 혜택을 주

고, 추석 등 명절에는 이를 10%까지 늘리는 등 혜택이 있다보니 구매가 점점 증가하고 있는 추세"라면서 "개인, 기업, 공공기관들 할 것 없이 명절뿐만 아니라 여름휴가 등에도 온누리상품권을 이용하면 전통시장에 도움이 되고, 이는 결국 지역경제를 살리는 지름길이 될 수 있을 것"이라고 전했다.

전통시장의 주무부처인 중소벤처기업부의 박영선 장관도 다가오는 추석 등에 기업들이 보다 많은 온누리상품권을 살 수 있도록 독려하는 방안을 고민하고 있는 것으로 전해졌다.

이런 가운데 소진공은 고객들이 온누리상품권을 좀더 편리하게 사용할 수 있도록 하기 위해 8월 중순부터 '모바일 온누리상품권'을 새로 출시할 계획이다.

조봉환 소진공 이사장은 "모바일 온누리상품권은 QR코드를 활용해 간편하게 결제할 수 있다"면서 "이를 통해 젊은 고객층 등 신규 수요가 늘어나 전통시장이 더욱 활기를 띌 수 있을 것으로 기대하고 있다"고 말했다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

'계약조건 미고지' 여행사, 수수료 배상해야

'질병 수술' 항공권 구입취소 사례

#A씨는 2018년 3월경 B여행사 홈페이지를 통해 C항공사의 왕복항공권을 구입하고 한달 뒤 수술이 필요한 질병이 발생해 B여행사에게 항공권 구입 취소를 요청했으며, B여행사는 항공사 취소수수료 33만원을 부과했다. 이후 A씨는 C항공사 약관에 따르면 질병으로 인해 탑승할 수 없는 경우 승객이 여행 가능한 날짜로 유효기간을 연장할 수 있고, 환급에 관한 규정은 고객센터 상담원을 통해 전달받을 수 있다고 규정되어 있음을 알게 됐다.

C항공사 고객센터 상담원은 질병의 경우 취소수수료가 면제되나 이미 A씨의 항공권 취소처리가 완료되어 취소수수료 환급이 어렵다고 답변했고, 이에 신청인은 B여행사에게 위 취소수수료 환급을 주장했으나 B여행사는 이를 거절했다.

항공권 취소수수료 면제 약관을 고지하지 않은 여행사에 취소수수료 상당액을 배상해야 한다는 결정이 나왔다

11일 한국소비자원 소비자분쟁조정

위원회에 따르면 소비자가 질병으로 항공권을 취소하면서 이미 지급한 취소수수료의 배상을 요구한 사건에서 이 같이 결정했다.

국토교통부 '항공교통이용자 보호기준'에 따르면 여행업자가 전자상거래로 항공권을 판매하는 경우 계약체결 전 비용의 면제조건을 이용자에게 고지하도록 돼 있다.

그러나 여행사는 항공사마다 면제약관이 다르기 때문에 판매 당시 일일이 소비자에게 고지하기는 어렵다고 주장했다. 이에 대해 분쟁조정위는 취소수수료가 면제되는 조건은 계약 체결에 있어 중요한 내용인 만큼 여행사가 이를 고지할 의무가 있다고 판단했다.

분쟁조정위 관계자는 "취소수수료 면제 조건에 대해 정확히 알리지 않았던 여행사의 부당한 관행에 제동을 걸었다는 점에서 의의가 있다"며 "항공여행객 수가 증가하고 있는 만큼 여행사의 정당한 권리가 보호될 수 있도록 지속적으로 관심을 갖겠다"고 말했다.

/박인용 기자 parkiu7854@

국내 중소·중견기업 제품 수출 지원

'2019 전문무역상사의 날' 개최

한국무역협회는 산업통상자원부와 지난 10일 삼성동 트레이드 타워에서 '2019년 전문무역상사의 날'을 개최했다고 11일 밝혔다.

무역협회는 지난 2009년 종합무역상사 제도 폐지 이후 수출 노하우와 해외 네트워크를 가진 기업을 전문무역상사로 지정했다.

전문무역상사는 국내 중소·중견기업의 제품 수출을 지원한다. 지난

해 240개의 전문무역상사는 46억 1000만달러의 대외 수출실적을 달성했다.

무역협회와 산업부는 전문무역상사 제도를 활성화하기 위해 지정 자격 요건을 개선하고 전문무역상사 인센티브를 확대하는 등 노력했다. 그 결과, 전년 대비 66개(27.5%) 증가한 306개 기업이 전문무역상사로 지정됐다. 2018년 지정 240개사 중 199개사 재지정됐으며, 107개 기업은 올해 신규 지정기업이다.

/배한님 기자 ericabae1683@

집앞 픽업에 축하금 지급, 체험캠프까지

기업들 '우수인재 모시기' 작전 돌입

'각양각색' 입사자 지원정책

티몬 첫 출근길 픽업지원 서비스
삼성전자 우수직원 격려금 1천만원
배달의민족 배민컬처캠프 운영

국내 기업들이 신규 및 경력 입사자들의 출근을 환영하고 조기 적응을 돕기 위한 다양한 사내 정책을 펼치고 있다. 성장의 중심은 인재라고 생각하는 경영 마인드를 바탕으로 다양한 지원 정책을 펼쳐 우수인재를 유치하겠다는 전략이다.

이커머스 기업 티몬은 7월부터 '신규입사자 첫 출근 픽업 서비스'를 실시했다.

이 서비스는 7월부터 티몬에 입사하는 전체 직원을 대상으로 실시하는 것으로, 출근 첫 날 해당 직원들의 자택으로 차량을 보내 쾌적한 출근을 지원하고 가족들에게 좋은 인재를 보내주는 것에 대한 감사의 마음을 표현하는 축하행사다.

티몬은 첫 인상이 중요한 만큼 첫 출근길을 편안하게 지원함으로써 긴장을 풀고 회사에 대한 좋은 인상을 전달하고 가족들에게도 우수한 인재를 보내주는 것에 대한 고마움을 표할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 특히 직원과 가족의 회사에 대한 만족도를 높이고, 적응을 도울 수 있도록 차량호출 서비스인 '파파'와 제휴를 체결하는 등 만전을 기했다.

금액적으로 파격지원을 하는 기업도 있다.

삼성전자는 반도체 부문 입사전형 우수직원에게 합격과 동시에 격려금



신규입사자 픽업서비스.

/티몬

1000만원을 지급하고 있다. 반도체 인력부족 이슈로 산업자세가 자동화되면서 생산라인의 제조인력보다 설계, 소재·공정 개발 등 연구기술인력 중심으로 넘어가는 추세이기 때문에 인재확보 차원에서 진행하는 것이다. 글로벌 기업 에어비앤비는 신입사원에게 여행 지원금 2000달러를 제공하는 것으로 유명하다.

빠른 회사 적응을 위해 체험 캠프를 진행하는 곳도 있다. 배달의민족은 조직 문화를 유지하면서 새로 합류한 구성원과 함께 더 좋은 방향으로 발전해 나갈 수 있도록 '배민컬처캠프'를 운영한다.

배민라이더스 센터 방문 및 라이더스 관계 업무 체험, 주문 배송체험 등 직접 참여할 수 있는 체험형 프로그램을 중심으로 구성해 회사에 대한 서비스와 이해도를 높이고 있다.

입사가 확정되면 입사자의 가족에게도 감사하는 컨셉의 복지 정책을 펼치는 기업은 롯데와 현대오일뱅크가 대표적이다.

롯데는 신입사원의 가족 초청 행사인

'뉴커머스 데이'를 2011년부터 매해 2회씩 진행해오고 있다.

신입사원 공채 합격자들을 대상으로 가족 초청 행사를 개최하고 가족과 즐거운 추억을 만들 수 있도록 다양한 이벤트를 진행한다. 이로써 회사에 대한 긍정적인 이미지를 심을 수 있고 사내 문화 이해도도 높일 수 있다.

현대오일뱅크는 2011년부터 10년째 신입사원의 부모를 초청해 '첫 월급봉투' 전달식을 하고 있다.

신입사원이 근무한 지 한달이 된 시점, 신입사원 부서 배치와 함께 부모님 초청행사를 진행하는 것이다. 좋은 인재를 키워 준 부모님에게 식사를 대접하고 앞으로 자녀들이 다닐 회사에 대해 설명하는 자리다. 월급이 담긴 노란 봉투를 입사자가 아닌 부모님께 전달하는 것이 특징이다.

업계 관계자는 "회사의 성장동력은 결국 직원이라는 생각이 확산되고 있다"며 "우수한 인재를 유치하기 위한 기업들의 노력과 복지 정책은 앞으로도 강화될 것"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@