

# 美·이란, 고래 싸움에 날개 흔들리는 항공업

이란, 우크라이나 여객기 격추 인정  
“안전 제일” 국내 항공권 취소 잇따라

이란이 우크라이나 여객기에 대한 격추 사실을 인정하며 국내 항공업계에도 중동 지역에 대한 불안 심리가 확산되고 있다.

이란 군 당국은 지난 11일 최근 우크라이나 여객기 추락 사건은 이를 적기로 오인한 ‘사람의 실수’로 발생한 미사일에 의해 격추된 것이라고 밝혔다. 앞서 제기된 ‘미사일 격추설’을 부인해 왔던 이란 군 당국이 자신들의 잘못임을 인정하는 것이다.

추락 당시 해당 여객기는 이란 혁명수비대 군사기지 인근 상공을 비행 중이었던 것으로 알려졌다. 이에 국내 항공업계에도 중동 지역을 방문하고자 했던 내국인들 사이에 불안이 점차 확산되고 있다.

13일 업계에 따르면 국내 포털 사이트 카페 등에서는 이미 중동 지역에 대한 불안으로 항공권 취소 관련 글이 잇따라 올라오고 있다. 한 여행 포털 사이트 내 카페 회원은 “아부다비를 거쳐 두바이로 들어가는 패키지 여행을 예약했다. 여행사에 취소 수수료를 알아봐야 할 것 같다”고 밝혔다. 이에 다른 회원은 “저도 다음주에 두바이 가는데 지금 취소하면 위약금이 너무 많다. 외교부에서 여행사에 조치를 내려줘야 수수료 부담이 없어진다더라”며 “몇 달을 계획한 여행이지만 안전이 우선이다”고 여행 취소 의사를 전했다.

대한항공은 국내에서 유일하게 중동 지역 노선을 운항하는 국적 항공사다. 현재 대한항공은 인천에서 출발해 ▲두바이(아랍에미리트) ▲텔아비브(이스라엘) ▲아부다비(아랍에미리트) 등으로 향하는 중동 노선 3개에 취항 중이다. 아부다비 노선은 에티오피아항공의 항공기로 일부 또는 전부 운항돼 대한항공의 자사 여객기가 직접 아부다비 상공까지 가지 않는다. 그러나 이와 달리 두바이와 텔아비브 노선은 직접



지난 8일 추락한 우크라이나 여객기 잔해 현장에 이란인들이 모여 있는 모습. /연합뉴스

대한항공이 해당 지역까지 노선을 운항한다.

대한항공 관계자는 “일단은 그쪽에 영향받는 노선은 없다. 그래서 두바이나 텔아비브 노선도 운항하고 있다. 그렇지만 일단은 상황을 쪽 예의주시하고 있다”며 “현재 (관련 노선에 대해) 취소 문의는 좀 있다. 하지만 지금 그게 실제 취소로 이어지고 있는 상황은 아니다. 유류할증료도 아직 조정은 없는 데 인상이 있을 수 있다”고 말했다.

국적 항공사뿐 아니라 국내에 취항하는 중동계 항공사도 피해가 불가피할 것으로 보인다. 국내에 취항하고 있는 중동계 항공사로는 에미레이트항공, 에티오피아항공, 카타르항공이 있다. 에미레이트항공은 두바이행 노선, 에티오피아항공은 아부다비행 노선, 카타르항공은 도하행 노선을 운항하고 있다. 또한 이미 독일 국적의 루프트한자, 에어프랑스, 말레이시아항공 등 각국의 항공사들도 이란 및 이라크 상공을 피해 우회 운항하기에 나섰다.

박원근 한동대 국제지역학과 교수는 “현재로서 전면적으로 치달을 가능성은 좀 낮아졌다. 일단 미국의 트럼프 대통령이 더 이상 군사적인 조치를 하지 않겠다고 얘기했고 지금 이란에서는 두 가지 목소리가 나온다”며 “하나는 이란도 미국이 하는 것에 따라서 비례적인 대응을 하겠다는 것이다. 그 의미는 미국이 군사적인 조치를 하지 않을 경우 이란도 더 이상 군사적인 조치를 하지 않겠다는 것이다”고 말했다. /김수지 기자 sjkim2935@

## 롯데글로벌로지스 설 대비 비상근무체제 전환

비상상황실 운영·택배차량 추가 투입

롯데글로벌로지스는 13일부터 설 특수기 비상근무체제로 전환해 본격 가동에 들어간다고 밝혔다.

롯데글로벌로지스는 설 특수기 기간 중 고객의 불편을 최소화하고 최상의 택배서비스를 제공하기 위해 이달 30일까지 약 3주간을 설 특수기 비상근무체제로 운영한다. 회사측은 설 택배물량이 이날부터 크게 증가해 28일에 최고치를 기록할 것으로 내다 보고 있다.

롯데글로벌로지스는 24시간 비상상황실을 운영하며 전국 1000여 집배점에 1500여대의 택배차량을 추가 투입해 긴급 배송지원을 한다. 물류센터 분류인력과 콜센터 상담원도 각각 50%



롯데 택배차량

증원하고 택배기사 등 현장 인력들에게 물량이 많은 사흘 동안 간식을 추가 제공해 현장을 격려하고 파트너십을 더욱 강화할 계획이다.

롯데글로벌로지스 안대준 택배사업 본부장은 “철저한 준비로 설 특수기 물량 처리에 만전을 기할 것”이라며 “설 선물 택배는 20일 전에 보내는 것이 좋다”고 조언했다. /김승호 기자

# “빅데이터 기반 컨설팅서비스 확대 마이데이터 첫 성공사례 만든다”

패트릭 윤 비자코리아 사장  
기자간담회

‘비자넷’으로 파트너사 마케팅 지원  
핀테크 기업과 협업, 신상품 출시  
비자 이노베이션 스테이션 구축

“네트워크를 위한 네트워크 회사가 되겠다.”

패트릭 윤 비자코리아(Visa Korea) 사장은 13일 서울 중구 더플라자 호텔에서 열린 2020년 신년 기자간담회에서 빅데이터에 기반한 기업간(B2B)거래 컨설팅 서비스를 본격화할 계획이라고 이 같이 밝혔다.

비자는 디지털 금융 가속화와 데이터3법(개인정보보호법·신용정보법·정보통신망법) 통과에 발맞춰 빅데이터를 활용한 컨설팅 서비스를 확대 운영할 계획이다.

◆고객사 해법 찾아주는 비자 ‘빅데이터 컨설팅’

윤 사장은 “국제적인 수준으로 활성화된 국내 오픈뱅킹 시스템과 더불어 마이데이터사업까지 확산된다면 대한민국에서 세계 최초의 마이데이터 관련 성공사례가 나올 수 있을 것”이라고 강조했다.

비자는 1초당 6만5000건 이상의 거래 데이터를 처리하는 비자넷(VisaNet)에 축적된 정보를 보다 정교하게 분석, 가공하는 역량과 경험을 토대로 세계 각지에 위치한 주요 파트너사의 빅데이터 기반 마케팅 활동을 지원한다.

단순 데이터 분석 솔루션 제공을 넘어, 비자만의 노하우를 바탕으로 파트너사와 함께 맞춤형 데이터 분석 모델을 구축해 디지털 시대에서의 상생을 목표로 한다는 게 비자 측의 설명이다.



패트릭 윤 비자 코리아 사장이 13일 오전 서울 중구에 위치한 더 플라자 호텔에서 신년 기자간담회를 열고, 2020년 주력 사업 및 활동 계획에 대해 발표하고 있다. /비자코리아

이를 위해 비자는 약 500명의 데이터 분석 전문가와 컨설턴트로 구성된 ‘비자 컨설팅 앤 애널리틱스(Visa Consulting and Analytics, VCA)팀을 별도로 운영해, 한국을 포함한 아시아·태평양 지역 11개 국가에서 컨설팅 서비스를 제공 중이다. 국내 전문인력도 작년 부터 꾸준히 충원해 왔다. 지난해 2017년 대비 인원의 30%를 추가로 채용했으며, 올해 채용계획도 이와 비슷할 전망이다.

◆핀테크 협업 강화로 신(新) 경쟁력 확보

윤 사장은 취임 이후 국내 핀테크 업체들과의 협업 및 지원 활동을 가장 활발하게 진행했다.

올해에는 이를 기반으로 한 신상품과 서비스를 출시할 계획이다. 지난해 하나카드와 함께 선보였던 ‘하나 원큐(1Q)페이’와 같이, 오프라인 결제가 가능한 해외 모바일 결제 서비스를 다양한 파트너사들과 협력해 론칭할 예정이다. 빅데이터를 기반으로 한 마케팅 협력도 함께 진행한다.

윤 사장은 “해외 결제 기능에 있어 비자가 도울 수 있는 부분은 선제적

로 파악해 적극적으로 협력할 것”이라고 말했다.

이에 더해 올해 상반기 중에는 주요 파트너사들과 함께 P2P 해외 송금 서비스인 비자다이렉트(Visa Direct)를 출시한다. 지난해 비자는 국제 페이먼트 서비스를 제공하는 어스포트(Earthport)를 인수해 차세대 송금 플랫폼 관리에 나선 바 있다.

고객은 비자 다이렉트 서비스를 통해 신용카드 간 송금은 물론, 신용카드와 은행 계좌간 송금 등 다양한 형태의 송금을 할 수 있을 것으로 기대된다. 국내 핀테크 업체들과의 보다 긴밀한 협업을 위해 비자 이노베이션 스테이션(Visa Innovation Station)도 구축한다.

/홍민영 기자 hong93@metroseoul.co.kr

### 마이데이터란?

개인이 자신의 정보를 적극적으로 관리·통제하는 것은 물론 이러한 정보를 신용이나 자산관리 등에 능동적으로 활용하는 일련의 과정을 말한다.

## “개국 5주년, 순이익 10억 목표... ‘흑자 원년’ 만든다”

최창희 공영쇼핑 대표 기자간담회

네트워크 효과 극대화 추진  
방송·상품 차별화로 목표 달성

올해로 개국 5주년을 맞은 공영쇼핑이 ‘2020년 흑자 원년’을 선언하고 나섰다.

이를 위해 ‘트랜스포메이션’에 본격 돌입했다.

‘진실(THUTH)’을 통해 상품이 아닌 경험을 팔고, 좋은 상품을 소비자들에게 전달하기 위해 ‘네트워크 효과(Network Effect)’를 극대화해 나가기로 하면서다.

최창희 공영쇼핑 대표는 13일 서울 여의도의 한 음식점에서 기자간담회를 갖고 “올해 경영슬로건은 ‘흑자 원년의 해로 간다’는 의미에서 ‘GO INTO THE BLACK’으로 정했다”면서 “20번째로 ‘뒷골목 채널’인 공영쇼핑이 방송 및 상품 차별화 등을 통해 올해 취급액 8300억원, 순이익 10억원의 목표를 만



최창희 공영쇼핑 대표가 13일 서울 여의도의 한 식당에서 회사 현황에 대해 설명을 하고 있다. /공영쇼핑

다시 달성하겠다”고 강조했다.

취급액은 TV홈쇼핑을 통해 판매된 제품 총액을 말한다. 판매액으로도 불리며 홈쇼핑의 외형을 가늠하는 기준이 된다. 고객이 제품을 주문했다 취소하면 취급액에서도 제외한다. 다만 수수료 총액인 홈쇼핑의 매출과는 다른 개념이다.

2015년 방송을 시작한 공영쇼핑은 지난해 취급액 7156억원, 당기순이익

-43억원을 기록했다. 첫 해 -190억원 적자를 시작으로 지난해까지 누적적자만 총 -420억원에 달한다. 800억원의 자본금 가운데 절반 이상을 까먹었다.

최 대표는 “이런 상황에서도 지난해 하반기부터 유의미한 움직임이 나타났다. IPTV사업자들이 공영쇼핑의 역할에 대한 이해와 배려로 지난해 송출수수료가 동결돼 고정비를 줄일 수 있게 됐고, ‘메이드 인 코리아’만 허용했던 판매정책도 OEM을 일부 취급할 수 있도록 하면서 취급액이 지난해 7월부터 상승곡선을 탔고, 8월부터는 흑자로 돌아서기도 했다”고 설명했다.

지난해 단점으로 잦은 방송사고가 발생한 이후 설비 이중화 및 안정화도 끝내는 등 내부 정비도 끝냈다.

이에 따라 공영쇼핑은 지난해 8월 5억원, 9월 1억원, 10월 8억원, 11월 15억원, 12월 20억원 등으로 하반기부터 흑자행진을 이어오고 있다.

/김승호 기자 bada@