

10주년 맞은 동반위... “기업 갈등 조정자로 최선 다할 것”

권기홍 위원장 “동반성장 일조 분명”
대학과 ‘동반성장 CEO 과정’ 등 추진
중고車 생계형 업종, 소비자 후생 핵심



권기홍 동반성장위원장이 16일 간담회에서 발언을 하고 있다. /동반위

“현대 사회에선 수 많은 갈등이 발생하는데 여기서 기업을 빼고는 이야기할 수 없다. 동반성장위원회가 기존 규제적 차원의 활동을 넘어 자발적이고 더욱 적극적인 상생 문화를 확산시키는 것이 중요하다고 판단하고 있는 만큼 앞으로 기업과 관련한 다양한 갈등을 해소·완화할 수 있는 조정자 또는 중재자로서 역할을 하는데 최선을 다하겠다.”

권기홍 동반성장위원장이 16일 출입기자들과 서울 여의도 한 식당에서 오찬을 겸한 간담회를 갖고 강조한 말이다.

2010년 12월에 첫 출발한 동반위는 다음달로 출범하지 꼭 10년을 맞는다. 참여정부 시절 노동부장관을 역임한 권기홍 위원장은 단국대학교 총장, 단국대 경제학과 교수 등을 거쳐 지난 2018년 2월부터 4대 동반위원장을 맡고 있다.

이날 자리는 동반위 출범 10주년을

앞두고 앞으로의 운영 방안 등을 언론에 허심탄회하게 전달하기 위해 마련한 것이다.

권 위원장은 “동반위가 10년간 무엇을 했느냐는 질문을 많이 받는다. 다각도로 지난 10년을 평가하기 위해 노력해왔지만 쉽지 않았다. 동반위 때문에 동반성장의 질이 높아졌느냐는 질문도 나온다. 이에 대해선 ‘그렇다’고 긍정적인 답을 하기가 쉽지 않은 것이 사실”이라고 토로했다.

그러면서 권 위원장은 “하지만 동반위라도 있었으니 기업들이 동반성장을

실천하기 위해 노력하는 것 아니냐는 말은 분명하게 할 수 있을 것 같다. 동반성장지수 평가 대상인 200여 대기업 중에서 적지 않은 기업들이 동반성장 전담부서를 두고, 이를 위해 노력하고 있는 것이 대표적이다. 삼성전자만해도 관련 인원이 200여 명에 달한다. SK는 사장이 동반성장 총괄 임원을 하고 있고, 많은 기업이 ‘상무급 임원’을 실무 총책임자로 두고 있다”고 덧붙였다.

권 위원장은 취임 직후부터 대기업·공공기관과 협력 중소기업간 협약을 통해 임금격차 해소를 위한 프로젝트를 꾸준히 추진해왔다. 그는 “한 나라의 동반성장 수준을 나타내는 가장 적절한 척도가 대·중소기업간 임금격차 수준이라고 생각한다. 이와 관련해서 동반위(가 있었기) 때문에 격차를 줄이는데 일조했다고 본다”고 말했다.

‘기업간 사회적 갈등문제를 발굴, 논의해 민간부문의 합의를 도출하고 동반성장 문화 조성 확산의 구심체 역할 수행’하기 위한 목적으로 설립된 동반위의 가장 큰 임무는 매년 한 차례씩 발표하는 ▲동반성장지수 산정 ▲중소기업 적합업종 협의·공표 ▲소상공인 생계

형 적합업종 지정 추천이다.

권 위원장은 “적합업종이나 동반성장지수나 모두 규제적 성격을 갖고 있다. 적합업종이 (대·중소기업간)자율 협의라고는 하지만 ‘권고’하면 일반적으로 ‘지정’으로 받아들여지게 된다. 또 법적 책임은 따르지 않지만 도덕적 책임은 피할 수 없게 된다. 동반성장지수 역시 (동반성장에 대한)사후적 평가이기 때문에 규제적 성격이 없다고 할 수 없다”고 말했다.

그러면서 “적합업종의 경우 협의, 권유, 지정 등에만 그치지 말고 (대·중소기업간)상생 협력을 통해 보다 적극적이고 다양한 방식들을 강구해나가는 것이 필요하다고 생각하며 동반성장지수 역시 더욱 높은 점수를 얻을 수 있도록 기업, 정부부처, 관련 시민단체 등이 함께 프로젝트를 진행하는 운동도 중요하다”고 전했다.

이런 가운데 4차 산업혁명의 발달에 따른 다양한 플랫폼 기업들과 전통 산업간 갈등에 대해서도 동반위가 적극적으로 중재자 역할을 할 수 있도록 방향을 모색해나갈 방침이다.

또 동반성장 문화 확산을 위해 학계,

대학과 연계한 ‘동반성장 CEO 과정’, ‘동반성장 실무자’ 과정 등도 구상하고 있다.

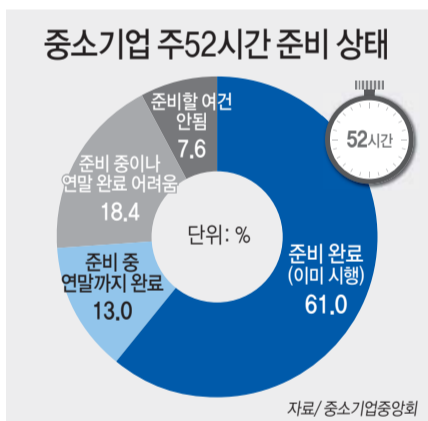
한편 권 위원장은 앞서 동반위가 위원회를 열고 소상공인 생계형 적합업종으로 지정하기에 ‘부적합’ 결론을 내리고 이를 주무부처인 중소벤처기업부에 제출한 중소기업차 매매업에 대해서 원론적 입장만 전했다.

그는 “중기부가 관련 심의를 진행하고 있는 만큼 동반위가 당시 ‘부적합’ 의견을 낸 것에 대해서만 설명하겠다”며 “소비자들에게 미칠 영향을 가장 핵심에 두고 판단한 결과”라고 말문을 열었다.

권 위원장은 “중고차 한 대 가격이 적게는 수백만원에서 많게는 수천만원까지 하다보니 소비자들에게 미치는 영향이 너무 크다. 아울러 외국 완성차 브랜드들이 이미 국내에서 중고차 비즈니스를 하고 있어 한국기업을 역차별하는 결과가 될 수 있다. 찬성과 반대를 놓고 격론이 벌어졌지만 이같은 이유들로 중고차 매매업에 대해 ‘부적합’ 의견을 내고 중기부에 전달하게 된 것”이라고 부연했다. /김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

中企 40% “주52시간제 준비 못했다”

초과 근로기업 84% ‘준비 부족’
기업들, 계도기간 ‘연장 요구’



50인 이상, 300인 미만 사업장에 대한 ‘주52시간제’ 시행이 임박한 가운데 중소기업 10곳 중 4곳은 준비가 미흡한 것으로 파악됐다.

추가 채용에 따른 비용부담이 크는데다 구인난도 만만치 않기 때문이다.

이에 따라 올해 말까지로 끝나는 계도기간을 추가로 연장해야 한다는 입장이다.

중소기업중앙회가 중소기업 500곳을 대상으로 주52시간제 시행에 대한 의견조사를 실시해 16일 내놓은 결과에 따르면 응답기업의 39%는 제도 시행을 위한 준비를 하지 못한 것으로 나타났다.

특히 주52시간을 초과해 근로를 하고 있는 218개사를 대상으로만 집계한 결과에선 응답기업의 83.9%가 ‘준비하지 못했다’고 답했다.

준비하지 못하고 있는 이유로는 ‘추가 채용에 따른 비용 부담’ (52.3%)이 가장 컸다. ▲구인난 (38.5%) ▲코로나

19로 인한 경영악화 (28.7%) ▲제도설계를 위한 전문성, 행정력 등 부족 (24.1%)도 주요 이유로 꼽혔다.

이에 따라 응답기업의 56%는 올해 말로 끝나는 계도기간을 ‘연장해야 한다’고 답했다. 반면 ‘연장이 필요하지 않다’는 의견은 44%였다. 일감 때문에 어쩔 수 없이 52시간을 초과해 근무하고 있는 업체 (218개사)들의 경우엔 90.4%가 ‘계도기간 연장’을 원했다.

계도기간은 ‘2년 이상’이 40.7%로 가장 많았고, ‘1년 이상’ 39.3%, ‘6개월 이상’ 12.1%였다.

탄력적 근로시간제 단위기간 확대가 필요하다는 의견이 지배적인 가운데, 기간이 6개월까지 늘어날 경우 46%의 기업이 주52시간제로 인한 현장애로가 해소될 것이라고 답했다. /김승호 기자

소진공, ‘1%대 저금리’ 정책자금 지원

소공인특화자금·혁신형소공인자금 등

소상공인시장진흥공단은 경기 침체로 경영에 어려움을 겪고 있는 소상공인들의 자금조달을 위해 1%대 저금리 정책자금을 지원한다고 16일 밝혔다.

이날부터 오는 20일까지 닷새간 접수를 받는 정책자금은 ▲소공인을 위한 소공인특화자금 ▲혁신형소공인자금 ▲스마트설비도입자금 ▲도시정비사업구역전용자금 ▲사회적경제기업전용자금이다.

소공인특화자금, 혁신형소공인자금, 스마트설비도입자금의 금리는 상품

별도 다소 차이가 있고 업체당 운전자금은 연간 1억원, 시설자금은 최대 5억원까지 가능하다.

재건축, 재개발 등 정비과정에서 경영애로를 겪는 소상공인을 대상으로 하는 도시정비사업구역전용자금은 1.97%의 변동금리로 1곳당 최대 7000만원까지 대출받을 수 있다.

사회적경제기업전용자금은 협동조합, (예비)사회적기업, 마을기업, 자활기업, 생활협동조합 등을 대상으로 업체당 운전자금은 연간 2억원 한도, 시설자금은 최대 10억원 한도로 지원한다. 금리(변동) 수준은 1.77%다. /김승호 기자

온수매트 단점 보완... 귀뚜라미 ‘카본매트’

누수·세균·물보충·소음 걱정 해결

귀뚜라미는 전자파, 전기요금, 누수, 세균, 물보충, 소음 등을 모두 해결한 3세대 난방매트인 ‘귀뚜라미 카본매트 온돌’을 출시했다고 16일 밝혔다.

매트에 닿는 부위만 따뜻해지는 기존 온수매트와 달리 특수 카본 열선은 원적외선 복사열을 대량으로 방출해 온몸 전체에 고르게 온기를 전달해 더 따뜻한 수면 환경을 조성해 준다.

전기요금은 하루 8시간씩 한 달 동안 사용했을 때 월 평균 1130원으로 온수매트 요금(4120원)의 4분의1 수준이다. 또, 물을 사용하는 온수매트의 단점

인 누수, 세균, 물보충, 소음도 없다. 물을 사용하지 않아 누수 걱정이 없고, 장기간 물을 매트에 순환할 경우 발생하는 세균이 없어 청결하며 물을 보충해야 하는 불편함이 없다. 모터 소음과 물이 끓는 소음도 원천 차단했다.

특히, 귀뚜라미보일러는 2011년 처음 온수매트를 출시하고 10년간 축적된 최적의 숙면 온도제어 기술을 집약해 수면 중 가장 쾌적한 온도를 유지해주는 ‘취침모드’를 이번 3세대 카본매트에도 적용했다.

온도조절기는 터치스크린과 음성안내 기능을 적용해 고급스러운 느낌을 주며, 직관적인 조작이 가능하다. 측면



귀뚜라미 3세대 카본매트

에는 USB 포트를 적용해 스마트폰을 충전하며 매트를 이용할 수 있도록 세심하게 배려했다.

매트는 너도밤나무에서 얻은 천연섬유인 모달을 주소재로 사용해 촉감이 부드럽고 피부 자극이 적다. 기존 전기매트와 온수매트 등을 제조할 때 사용되어 온 화학첨가제 대신 100% 핸드메이드 봉제 방법을 사용해 튼튼하고 안전하다. /김승호 기자

정수기·비데 부문

코웨이는 한국마케팅협회가 주최한 ‘2020 제6회 브랜드고객만족도(BCSI)’ 조사에서 4년 연속으로 정수기·비데 부문 1위에 선정됐다고 16일 밝혔다.

브랜드고객만족도 대상은 소비자가 브랜드에 대해 느끼는 만족도와 재이용 의향, 품질 만족도, 가격 만족도 등을 대면 설문조사 방식으로 조사해 선정한다. 이번 2020 브랜드고객만족도 조사는 지난 7월6일부터 24일까지 실시됐으며 전국에서 1419명의 소비자가 참여했다.

코웨이는 혁신 기술력을 바탕으로 고객 니즈에 부합하는 제품과 서비스를 제공하며 고객 만족도를 크게 향상시킨 점이 높은 평가를 얻었다.

지난 10월 출시된 ‘코웨이 아이콘 정수기’는 혁신 냉각 기술을 적용해 제품 크기를 획기적으로 줄여 출시 초기부터



코웨이 아이콘 정수기.

좋은 반응을 얻고 있다. 또한 저소음 제품임을 인정받아 정수기 최초로 영국 소음저감협회 국제인증마크인 ‘와이어트 마크’를 획득했다. 방문관리서비스와 자가관리서비스 중 원하는 관리 방식을 선택할 수 있다는 점도 고객 만족도를 크게 향상시켰다.

‘코웨이 스타일케어 리모트 비데’는 무선 리모컨으로 사용 편의성을 높이고 몸 컨디션에 최적화된 맞춤 세정 코스로 체계적으로 케어해주며 고객들로부터 꾸준한 사랑을 받고 있다. /김승호 기자