

전통시장, 대형마트보다 최대 36% 싸다

전통시장의 생활필수품 가격이 대형마트보다 품목에 따라 최대 36%까지 저렴한 것으로 나타났다.

20일 시장경영진흥원(원장 정석연)에 따르면 지난 6~7일 전국주부교실총연합회를 통해 전국 전통시장 36곳, 대형마트 36곳, 기업형슈퍼마켓 34곳의 36개 생활필수품품목의 가격을 비교·조사한 결과 전통시장의 평균 가격은 23만737원으로 대형마트(25만3646원)에 비해 9.0%(2만2909원) 저렴했다. 또 25만9973원인 기업형슈퍼마켓(SSM)에 비해 11.2%(2만9236원)이 싸다.

전통시장의 경우 생활필수품 전체 36개

36개 생활필수품 SSM보다 27개 저렴 상추·멸치 36%...치약·세제 27% 낮아

품목 중 대형마트보다 24개, SSM보다는 27개 품목이 더 저렴해 대부분의 품목에서 가격 우위를 보였다.

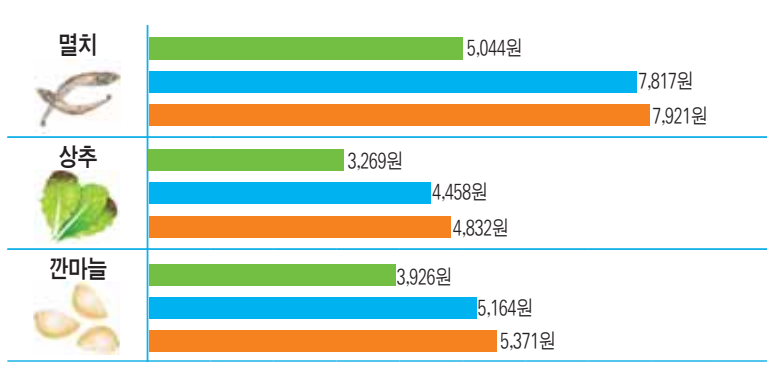
특히 건어물이 36.6% 저렴했으며, 채소류 11.1%, 공산품 8.5%, 가공식품 7.8%, 선어류 7.0%, 곡물 5.9% 더 싸게 살 수 있는 것으로 조사됐다.

최근 폭염으로 가격이 폭등한 상추도 전통시장이 가장 저렴했다. 품목별로 대형마트와 비교하면 특히 김(36.6%)과 멸치(35.5%)가 싸고 오징어젓갈(30.4%), 상추(적상추·26.7%), 간마늘(24.0%), 고등어(18.9%), 양파(17.2%) 등도 저렴했

다. SSM과 비교해도 멸치(36.3%)가 가장 저렴했고, 상추(적상추·32.3%), 세제(27.1%), 간마늘(26.9%), 오징어젓갈(25.0%), 김(22.2%) 콩(서리태·19.9%), 식용유(17.4%), 고등어(16.7%) 등이 뒤를 이었다.

삼주, 치약, 세제 등 공산품은 대형마트와 SSM이 전통시장 보다 10~27% 가장 더 비쌌다. 전통시장에서 1만4089원에 판매하는 세제는 대형마트에서는 1만5766원으로 10.6%, SSM에서는 1만9326원으로 27.1%나 더 비싸게 팔렸다.

■ 생활필수품 평균 판매 가격 비교 (전통시장, 대형마트, SSM)



(자료: 시장경영진흥원)

올해는 가뭄, 폭염 등으로 농산물 가격이 폭등했지만 전통시장의 경우 가격 상승률도 가장 낮았다.

대형마트는 배추가 135.1%나 급등했고 생담(26.3%), 감자(24.7%) 등의 가격 상승이 두드러졌다.

전통시장도 배추가 90.4%, 생담이 7.1% 올랐지만 대형마트보다는 가격

상승률이 낮았다.

시장경영진흥원은 격월 단위로 연간 6회, (사)전국주부교실총연합회에 의해 전국의 36개 전통시장과 전통시장 인근 대형마트(36개), SSM(34개, 제주도 제외)을 대상으로 생활필수품 36개 품목에 대한 가격 조사를 시행하고 있다. /이은미기자 emlee@



코스닥상장사 순익 3배 증가

광주·전남 매출액 16% ↑...서산 흑자 전환 영향

광주·전남 지역 코스닥 상장법인의 올 상반기 매출액과 순이익이 일부 업체의 실적 호조에 힘입어 크게 증가했다.

20일 한국거래소 광주사무소가 광주·전남지역 12월 결산법인 8개사를 대상으로 상반기 영업실적을 분석한 결과 총 매출액은 1868억원으로 지난해 같은 기간(1606억원)보다 16.3% 증가했다.

또 영업이익은 146억원, 순이익은 104억원으로 지난해 같은 기간보다

각각 102.3%, 281.5% 증가한 것으로 집계됐다.

광주·전남 순이익이 크게 증가한 것은 서암기계공업·와이엔텍을 비롯해 콘크리트 제품 제조회사인 (주)서산의 실적이 두드러졌기 때문이다.

(주)서산은 콘크리트 생산 설비를 늘리면서 올 상반기 매출액이 236억 8600만원으로 지난해 같은 기간보다 88.79%나 급증했고 영업이익도 지난해 상반기 적자에서 흑자로 전환했다.

영업이익이 증가한 업체는 흑자로 전환한 제이웨이를 비롯해 와이엔텍(41.33%), 서암기계공업(22.84%) 등 3곳이다.

반면 파루(적자지속), KPX생명과학(-59.56%), 남화토건(-9.18%), 행남자기(-6.09%)는 영업이익이 지난해 같은 기간보다 감소했다.

지역 상장업체들의 재무안정성을 나타내는 부채비율은 48.32%로 지난해 말(43.04%)보다 5.28%포인트 늘었다. 특히 KPX생명과학(26.78%), 파루(25.14%)는 전분기보다 부채비율 증가율이 두드러졌다.

/이은미기자 emlee@kwangju.co.kr



빈폴진 새로 태어났어요

제일모직의 캐주얼 브랜드인 빈폴진이 '바이크 리페어 숍'으로 브랜드명과 로고를 바꾸고 광주신세계 백화점 6층 의류매장에 광주·전남지역 1호점을 열었다. (주)광주신세계 제공

어음부도율 광주 줄고 전남 늘어

(42억6천만원) (22억4천만원)

7월 중 광주·전남 지역 어음부도율이 전월보다 하락한 것으로 나타났다. 20일 한국은행 광주·전남본부가

'2012년 7월 중 광주·전남지역 어음부도율 동향'을 분석한 결과 0.24%로 전월보다 0.18%포인트 하락했다. 지역별로 광주지역(0.71%→0.24%)이 0.47%포인트 하락하고, 전남지역(0.14%→0.24%)은 0.10%포인트 상승했다.

7월 중 부도금액은 71억3000만원으로 전월(91억4000만원)보다 20억 1000만원 감소했다. 업종별로 제조업(+13억3000만

원)을 제외한 대부분 업종에서 감소했고, 지역별로는 광주 42억6000만원 감소, 전남 22억5000만원 증가 등으로 나타났다. 신규 부도업체 수는 8개로 전월(3개)보다 늘었고, 신설법인 수는 376개로 전월과 같았다. /이은미기자 emlee@kwangju.co.kr

대형유통업체, 납품사 횡포 백태

판매 장려금 높여 이중 수익 관측·인테리어비 부담 전가

20일 공정거래위원회가 발표한 '판매수수료 및 납품업체 부담 실태'를 보면 대형 유통업체의 횡포가 얼마나 심각한지 여실히 알 수 있다.

이마트, 판매장려금을 높여 이중으로 수익=대표적인 예가 대형 마트의 판매장려금이다. 대형 마트는 납품업체의 상품을 매입해 일정 마진을 붙여 판매한다. 여기에 더해 납품업체의 매출 중 일부를 판매장려금으로 받아간다. 수익을 이중으로 챙기는 셈이다.

이마트의 판매장려금률(62개 납품업체 평균)은 2001년 6.02%에서 2012년 9.9%로 뛰어올랐다. 납품업체의 매출이 계속 늘어나면 판매장려금을 낮춰도 판매장려금 수익은 늘어난다. 그런데 되레 판매장려금률을 크게 높여버린 것이다.

납품업체는 대형 마트에 사원들을 파견해 관측활동을 도와야 한다. 이 부담마저 크게 늘었다.

2009년 3만명 가량이던 이마트, 홈플러스, 롯데마트 등 3대 마트의 관측사원 수는 지난해 4만 3000명으로 급증했다. 물류비(2806억원→4324억원), 반물(2335억원→3609억원) 등도 마찬가지로 늘었다.

같은 기간 롯데·신세계·현대 등 3대 백화점 관측사원 수는 8만 명에서 10만명으로 늘었다. 납품업체가 부담해야 하는 인테리어비 총액도 1726억원에서 2688억

원으로 급증했다. 홈플러스, 납품업체 부담 '옴' = 개별 대형 유통업체의 행태를 보면 약자인 납품업체의 어려움을 절실히 느낄 수 있다.

롯데백화점은 2009년 4300만 원이던 납품업체 평균 인테리어비를 지난해 4800만원으로 크게 늘렸다. 금액별로 보면 신세계 납품업체의 인테리어비가 5억 6800만원으로 가장 크다. 대형 마트 중에서는 홈플러스 납품업체의 부담이 으뜸이다. '1+1' 판매, 끼워주기 등의 관측 행사에 들어가는 관측비 부담은 1개 홈플러스 납품업체당 2억 8000만원에 달한다. 이마트, 롯데마트 등 경쟁업체의 두 배를 넘는다. 관측사원 수도 이마트의 3배, 반물액은 롯데마트의 2배를 넘는다.

홈플러스 중에서는 GS의 ARS비용(ARS로 구매하는 소비자에게 할인 혜택을 주면서 그 비용은 납품업체에 부담시키는 것)이 9000만원으로 가장 높다. 납품업체의 부담은 고스란히 대형 유통업체의 수익으로 돌아갔다.

GS, CJO, 현대, 롯데 등 4대 홈쇼핑의 영업이익은 2006년 3068억원에서 2010년 4577억원으로 급증했다. 같은 기간 3대 대형마트의 영업이익도 8613억원에서 1조4784억원으로 늘었다. 이 기간 두 업종의 영업이익 연평균 증가율은 각각 10.5%, 14.5%에 달한다. /연합뉴스

농협은행 전남본부 29명 채용

NH농협은행 전남영업본부(본부장 박중수)는 청년실업 해소와 지역 경제 활성화를 위해 20일자로 7급 직원 29명을 신규 채용했다.

전남지역본부는 올 상반기에 38명을 신규채용한데 이어 두 번째로 정규직을 채용했다. 이번 신규직원들은 필기시험과 면접 등을 통해 55대 1의 높은 경쟁률을 뚫고 최종합격의 영예를 안았다. 이번 채용에서 특성화고 출신 김은진(18·목포여상 3학년 재학) 학생이 전국 최연소로 합격해 눈길을 끌었다. 박중수 본부장은 "농협은행은 지역에 연고성을 둔 인재채용으로 일자리 창출에 기여할 뿐만 아니라 지역밀착도를 높임으로써 영업활동에서도 높은 성과가 예상된다"며 "앞으로도 지역인재 채용을 확대해 나갈 계획이다"고 말했다. /송기동기자 song@kwangju.co.kr

**안전한 먹거리
맛있는 먹거리
믿을 수 있는 먹거리**

전국민 식탁에 고창 농산물을...

황토배기는 고창의 우수한 토양과 청정지역이라는 강점으로 생산된 좋은 품질의 고창농산물을 직접 고객들에게 공급하기 위하여 최선을 다하는 브랜드로서 안전한 먹거리, 맛있는 먹거리, 믿을 수 있는 먹거리를 만들기 위해 노력하는 고창군을 대표하는 농산물 유통회사입니다.

고창황토복분자농조합법인에드림 ☎ 063-564-9909
고창배영농조합법인 ☎ 063-564-3838

www.alland.co.kr
농림수산식품부지정 광역유통주체
(주)고창황토배기유통 063)564-2009