

소상공인 손실보상, 첫날부터 '삐걱'...접속 지연·장애

신청 접수 동행해보니...오전 내내 먹통·오후 접속 지연에 답답 충장로 카페 "여름 대목 2주 자가격리에도 보상 대상 아니라니" 집합금지·영업제한 전국 80만곳...광주·전남은 8만 곳 추정

올해 3분기 코로나19 방역조치에 따른 자영업자 피해를 보상하기 위한 '소상공인 손실보상' 신청 접수가 27일 시작했다. 첫날 보상을 받으려는 소상공인이 실시간 수천 명에서 수만 명 몰리면서 오후까지도 누리집이 먹통이거나 접속이 지연됐다.

이날 오후 광주일보가 광주시 동구에서 식당과 카페를 운영하는 소상공인 2팀과 손실보상 신청을 시도했지만, 각각 30여 분 만에 신청을 포기할 수밖에 없었다.

동구 황금동에서 과일음료 전문점을 운영하는 장서희(33)씨는 가게에서 20분 넘게 신청 절차를 밟았지만 결국 "손실보상 대상에 포함되지 않는다"는 대화창을 마주했다. 불안한 접속 환경 때문에 '크롬'과 모바일 '사파리' '인터넷 익스플로러' 등 웹 브라우저를 오가며 대상 여부를 확인했지만 돌아오는 결과는 허탈했다.

기중시점인 지난 2019년 7-9월에 비해 올해 장씨의 3분기 매출은 반토막 났다.

2년 전 장씨는 7월 1800만원, 8월 1900만원, 9월 1600만원 등 3분기 동안 5300만원의 매출을 올렸다. 하지만 코로나19 사태 2년차를 맞은 올 여름에는 870만원, 550만원, 900만원 등 2300만원으로 매출이 떨어졌다.

3분기 매출이 5300만원에서 2300만원으로,

56.1%(-3000만원) 감소한 것이다.

정부가 내건 보상 조건은 ▲2021년 7월7일-9월 30일 집합금지 및 영업시간 제한 조치 이행 ▲경영상 심각한 손실 ▲소기업·소상공인 등이다.

대상 여부 조회 뒤 한 번 더 '자가진단'을 할 수 있는 기회가 있었지만 '사업자 정보가 일치하지 않는다'는 오류창이 뜨면서 신청 절차를 더 진행할 수 없었다.

장씨는 코로나 4차 대유행이 기승을 부린 지난 8월, 잠복기에 있던 확진자가 매장에 들르면서 2주 동안 강제 자가격리에 들어갈 수밖에 없었다.

그는 "손님과 카드를 주고 받았다는 이유만으로 2주 동안 가게 문을 닫으면서 400만원의 매출 피해를 입었다"며 "지자체가 준 30만원을 제외하고 자가격리 보상을 받을 수 있는 방법은 손님에게 민사 소송을 거는 방법 밖에 없다는 조언을 들었다"고 말했다.

광주시 동구 충장로에서 40년 동안 고깃집을 운영한 김훈동(67)·최규자(66)씨 부부는 기자와 30분 넘게 휴대폰을 가지고 씨름했지만 결국 신청을 다음 기회로 미뤘다.

5분 가량 전화를 걸어 전담 콜센터(1533-3300)에 문의하자 다른 날에 신청하거나 11월3일부터 운영하는 신청 장구를 이용하라는 답변을 들었다.

김씨 부부는 지난 6개월 동안 2400만원에도 못



광주시 동구 황금동에서 음료 전문점을 운영하는 장서희(33)씨가 27일 가게에서 '소상공인 손실보상' 신청을 하고 있다.

미치는 매출을 내면서 '일반과세자'에서 '간이과세자'로 전환되는 위기를 맞기도 했다. 손님이 푹 끊겼는데도 고정비가 들어가는 바람에 마이너스 통장을 쓰고 있다.

김훈동씨는 "그동안 충장로 상인들이 가게를 닫는 밤 10시 이후 장사로 매출을 올렸지만 영업제한 때문에 단골 손님을 받을 수 없었다"며 "아침부터 손실보상을 신청해보라는 문자를 받았는데 좋은 소식을 얻지 못해 아쉽다"고 말했다.



27일 오후 광주시 동구 불로동에서 삼겹살집을 운영하는 김훈동(67)·최규자(66)씨 부부가 휴대폰을 활용해 '소상공인 손실보상' 신청을 하고 있다. 이날 30분 동안 온라인 신청을 시도했지만 보상 대상 여부조차 확인할 수 없었다.

광주지역을 기반으로 김밥 브랜드를 운영하는 황지훈 대표도 이날 "오전부터 신청을 시도해봤지만 접속 자체가 불가능했다"며 "다음 창이 뜰까봐 장사에 집중하기가 어려웠다"고 토로했다.

손실보상금 신청 대상은 전국 80만곳으로, 광주·전남은 이 가운데 10% 비중인 8만여 곳이 될 것으로 추정된다.

광주·전남에서는 광주전남중소벤처기업청과 지자체 등 손실보상 전담창구 29곳이 운영된다. 11월

3일부터 시작하는 창구 신청은 광주 5개 구와 전남 22개 시·군 지정 장소에서 할 수 있다.

김동철 광주전남중기청 사무관(소상공인 손실보상 태스크포스)은 "신청 첫날 보상 대상 업종과 금액 선정 방법, 기준시점 등을 묻는 유선전화 문의가 잇따라 들어왔다"며 "광주시 서구 동천동 나라키움청사와 중기청 전남동부사무소(순천)을 찾으면 보상금 상담 상담을 받을 수 있다"고 말했다.

/글·사진·백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

1년에 단 한번 '대한민국 한우 먹는날' 한우 반값

이마트 29일~11월1일·롯데마트 28~31일

'대한민국이 한우 먹는 날'을 맞아 대형마트들이 한우 제품을 최대 50% 할인하는 행사를 나흘 동안 진행한다.

코로나19로 인한 집밥 문화가 퍼지면서 한우 가격의 오르는 추세다.

27일 축산물품질평가원에 따르면 한우 1등급 도매가는 지난 2019년 kg당 1만7922원에서 지난해 1만9997원, 올 1-10월 평균 2만1209원으로 상승했다.

한국농촌경제연구원도 올해 6월21일-7월18일 별인 조사 결과에 따르면 가구당 평균 소고기 구매량은 0.68kg으로, 지난 2019년 0.61kg보다 11.5% 증가했다.

한우 행사는 이마트의 경우 오는 29일부터 11월 1일까지이며, 롯데마트는 28일부터 31일까지다.

먼저 이마트는 행사 기간 동안 행사카드로 결제

하면 한우를 최대 50% 할인 판매하는 '한우데이'를 연다. 이마트는 이번 행사에 평소 두 달치 판매 물량인 180t을 마련했다.

할인율은 각각 등심 50%, 등심 외 안심·채끝·국거리·불고기 등은 40%를 내걸었다. 기존에 1만 1780원에 팔았던 한우 1등급 등심 100g은 이 기간 동안 5890원에 살 수 있다.

이마트는 이번 행사 가격이 도매가보다 저렴하다고 설명했다. 1등급 등심 행사가는 100g에 5980원으로, 도매가 7235원(축산물품질평가원)보다 17.3%(1255원) 낮다.

롯데마트도 10월28일부터 11월3일까지 모든 점포에서 한우를 필두로 한 생필품 할인 행사를 벌인다.

이는 소비진작 축제 '코리아 세일 페스타'(11월 1일-15일) 기간 보다 나흘 앞당겨 진행되는 것이다.

한우 할인전은 28일부터 31일까지 진행된다. 행사 카드로 결제할 때 1등급 한우 등심을 50% 할인한 가격에 살 수 있다.

29-31일에는 국산 사인머스켓 1송이를 기존가 5990원보다 1000원(16.7%) 할인한 4990원에 선보인다.

믹스커피, 봉지라면, 햄 등 생필품은 하나 사면 하나 더 주는 '1+' 행사를 벌인다.

호주 '킬리카는 쉬라즈' 등 유명 와인을 최대 30% 할인하는 행사도 10월28일-11월3일 열린다.

반값 할인 대상에는 휴지(30개)와 물티슈, 샴푸, 차면이불, 프라이팬, 압력솥 등도 포함됐다.

이상진 롯데마트 마케팅부장은 "2021년 코리아 세일 페스타는 맞아 인기 신선식품 및 생활용품 행사를 기획하게 됐다"며 "이번 행사는 위드코로나(단계적 일상 회복) 시기와 맞물려 진행되는 만큼 고객의 장바구니 부담을 덜어주는 동시에 소비 진작에도 도움을 줄 수 있을 것으로 기대한다"고 말했다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

"춥다 추워" 이른 한파에 히터 매출 222% 급증

광주 이마트 15~20일

온수매트 매출도 158% ↑

이달 중순 광주·전남에 첫 한파주의보가 발표되면서 지역 소비자들의 월동 준비가 빨라졌다.

26일 광주지역 3개 이마트에 따르면 이달 15일부터 25일까지 열흘 동안 전기 온열기(히터) 매출은 지난해 같은 기간보다 222.4% 급증한 것으로 나타났다.

같은 기간 온수장판(매트) 매출은 157.8% 증가했고, 겨울 방한 의류는 54.4% 늘었다.

이달 중순 이후 열흘 동안 난방가전이 가전 매출에서 차지하는 비중은 16.3%로 나타났다.

지난 2019년 10월 난방가전 매출 구성비 9.1%와 지난해 10월 9.6% 보다 크게 늘어난 수치다.

갑작스러운 10월 한파에 겨울의류를 찾는 지역 소비자들도 증가했다.

여성 겨울의류 매출은 이 기간 동안 54% 증가하고, 남성 의류는 14.7% 전년보다 늘었다.

보온성이 뛰어난 '웜팬츠' '레깅스' 등 히터의 매출

은 87.9%나 증가했다. 올 겨울도 인기를 끌 것으로 보이는 플리스 소재 제품 매출은 33.5% 늘었다.

난방가전 가운데 눈에 띄는 매출 증가율을 보인 상품은 '1인용 가전'으로, 지난해보다 50.9% 증가했다.

품목별로 보면 싱글용 온수장판(52.6%), 1인용 전기장판(36.7%), 1인용 전기담요(33.8%) 등 대부분 제품이 '두 자릿수' 매출 증가율을 보였다.

이외 난방비를 절약하려는 가정에서는 외풍을 막아주는 문풍지와 같은 난방보조용품도 인기다. 난방보조용품의 10월 매출은 지난해보다 26.5% 증가했다.

이마트는 1인 가구를 겨냥한 온열기, 선풍기형 히터 '일렉트로팬' 가전 제품을 자체적으로 내놓았다.

김강호 이마트 광주점장은 "이른 추위에 고객들이 월동 준비를 서두르고 있다"며 "앞으로도 다양한 난방용품과 난방보조용품 모음전을 준비하고 있다"고 말했다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

손해보험협회

돈돈한 지키자 국민건강!

실손의료보험!

올바른 의료이용에 대한 국민 여러분의 관심으로 모두의 건강을 지켜낼 수 있습니다