

저렴한 공공요금의 역습

 김원배 | 중앙일보 논설위원

“가정에서 가장 전기를 많이 낭비하는 게 비데의 온열 시트와 정수기의 온수 기능이다.” 정부가 운영하는 대한민국 정책브리핑(11월 16일)에 ‘에너지 절약 실천하는 생활 습관은?’이란 제목으로 올라온 글의 한 대목이다.

9월 말 정부는 올겨울 에너지 사용량 10% 절감을 목표로 하는 절약 운동을 시작한다고 밝혔다. 공공부문이 앞장서고 있다지만 아직 민간 차원의 에너지 절약이 활발하다고 보긴 어렵다.

국내 전기요금은 국제적으로 비교해도 낮은 수준이다. 한국전력에 따르면 2021년 기준으로 한국의 가정용 전기요금은 경제협력개발기구(OECD) 회원국 중 4번째로 낮았다. OECD 평균의 60% 수준이다.

천연가스과 원유 가격이 급등하면서 전력 생산에 필요한 연료비가 크게 올랐음에도 정부는 전기요금 인상을 억제해왔다. 물가 부담 때문이다. 한전이 발전사에서 전력을 구입하는 도매가격(SMP)을 보면 지난해 11월 1kWh당 127.06원이었지만 올해 11월은 두 배에 가까운 242.19원으로 치솟았다. 반면 올해 전기요금은 1kWh당 19.3원 오르는 데 그쳤다

이는 한전의 대규모 적자로 이어졌다. 한전은 올해 9월 말까지 21조8000억원의 영업손실을 냈다. 올해 전체로는 30조원을 넘을 것으로 예상된다. 2019년 말 128조원이던 한전의 부채는 올해 말 180조원에 육박할 것으로 보인다.

원가에 미치지 못하는 저렴한 공공요금은 해당 서비스를 하는 공기업의 부채로 귀결된다. 공짜 점심은 없다. 공기업의 빚이 늘어난다는 것은 결국 미래 세대의 부담이 된다.

그런데 생각보다 일찍 문제가 터졌다. 한전이 적자를 메우기 위해 한전채를 대량 발행하자 채권시장이 혼란에 빠졌다. 원화로 발행되는 한전채는 사실상 정부가 보증하기 때문에 재무 상태와 관계없이 최고 신용등급을 받는다.

이런 채권이 대량 발행돼 시중 자금을 빨아들이니 일반 기업이 회사채 시장에서 높은 금리를 주고도 자금을 조달하기 힘들어졌다. 강원도의 보증채무 불이행에 따른 레고랜드발 채권시장 경색이라고 알려졌지만, 실은 한전채라는 마른 장작이 쌓인 상태에서 불이 붙은 것이다. 원가 이하의 전기 요금이 채권시장 교란으로 이어진 것은 전에는 보지 못한 현상이다.

정부와 지방자치단체 산하 공기업은 만성 적자에 시달리는 경우가 많다. 얼마 전 파업을 했다 철회한 서울교통공사도 2020년 1조1137억원, 지난해엔 9644억원의 당기순손실을 냈다. 서울지하철 기본요금은 2015년 1250원으로 조정된 이후 7년 동안 변동이 없다. 반면 승객 1인당 수송원가는 2000원을 넘는다고 한다.

서울교통공사의 사례에서 보듯 적자 공기업엔 구조조정의 압력이 들어갈 수밖에 없고 노사 갈등 요인이 될 수 있다. 원가에 못 미치는 요금과 65세 이상의 무임승차 문제를 해결하지 않은 상태에서 인력 감축만 요구하면 노조가 쉽게 받아들이지 않을 것이다.

물론 지금 같은 물가 상승기에 공공요금까지 올리는 것은 부담이 된다. 물가 지표가 나오면 임금과 비용 상승이 뒤따른다. 정치적으로도 인기 없는 정책이다. 하지만 적절한 수준으로 현실화를 하지 않으면 더 큰 대가를 치를 수 있다는 것을 한전채 사태가 보여줬다.

시장 경제에서 가격은 수요를 조절한다. 전기 요금이 오르면 불필요한 전력 소비를 줄이는 효과가 있다. 한전에 따르면 전력 소비를 10% 줄이면 연간 15조원의 에너지 수입을 절감할 수 있다고 한다.

공공요금 현실화를 주장하는 박진 KDI 국제정책대학원 교수에 해법을 물어봤다. 박 교수는 “일정한 산식을 만들어 원가가 변동하면 요금에 반영하는 체계를 만들어야 한다”고 말했다. 주무 부처의 입김에서 자유로운 공공요금 독립규제기구 설치도 제안했다. 전기요금의 경우 산업통상자원부에서 독립된 기구가 요금을 정해야 한다는 내용이다.

당연히 원가 검증도 철저하게 해야 한다. 박 교수는 “공공서비스 원가는 대부분 이를 운영하는 공기업이 산출하는데, 이 원가의 적정성에 대해 초기 단계부터 철저한 외부 검증을 해야 한다”며 “이렇게 해야만 요금을 올릴 때 국민을 납득시킬 수 있다”고 말했다. 공공요금을 올리면 저소득 취약 계층이 어려움을 겪는다. 이는 복지 차원에서 재정이 감당해야 한다.

그는 지역별 전기요금 차등제도 제안했다. 송전 거리가 먼 수도권이 발전소가 가까운 지역보다 전기요금을 더 부담해야 한다는 이유에서다. 이런 제도가 단번에 도입되긴 어렵겠지만 논의는 해볼 시기가 됐다.

출처:중앙일보 오피니언_김원배 논설위원

정부동향

고용노동부

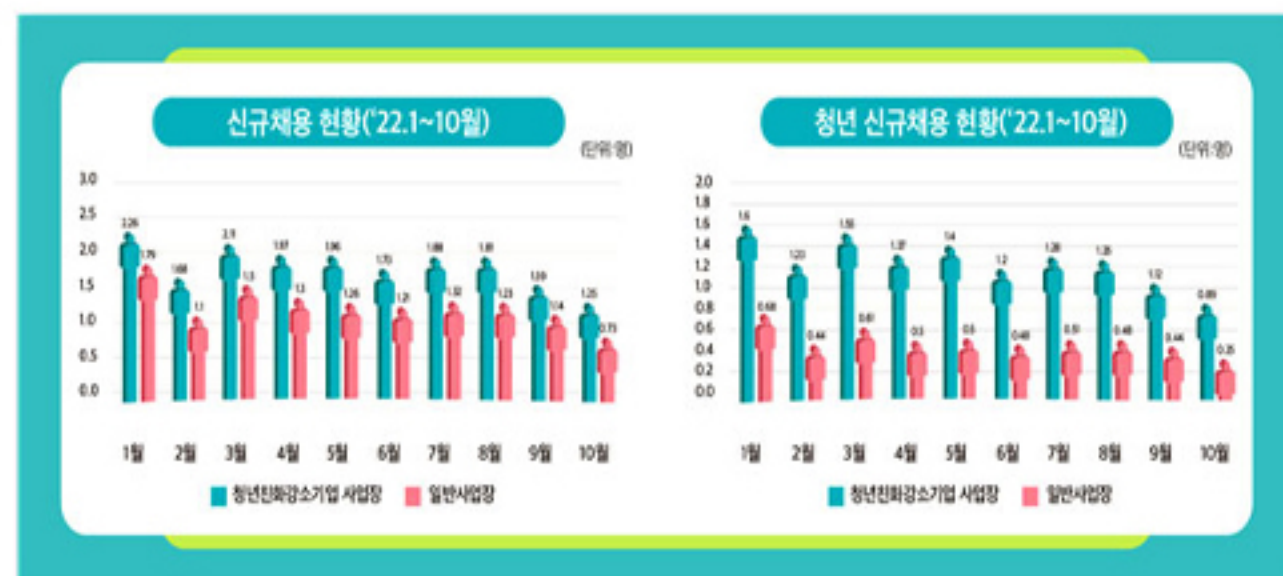
청년이 일하기 좋은 우수 중소기업·중견기업을 소개합니다

- 2023년도 청년친화강소기업 1,000개소 최종 선정 -
- 일반기업 대비 평균임금 1.5배, 연간 청년 신규 채용은 8명 더 많고, 청년 근로자 비중이 48%로 청년고용창출력이 높은 것으로 나타나...

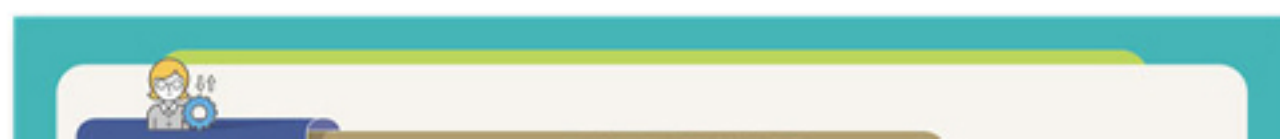
- 고용노동부(장관 이정식)는 청년층이 선호하는 근로 여건을 심사하여 선정한 2023년도 청년친화강소기업 1,000개소를 공고했다.
- 그간 부문별(임금, 일생활균형, 고용안정) 우수 기업을 선정하였으나, 올해부터는 부문별 점수를 고루 획득한 기업에 순위를 부여하고 현장실사 결과 등을 반영해 선정·심의위원회에서 최종 선정했다.
 - 1,000개 기업 중 대표기업 3곳에 대해서는 오는 12.12.(월) '일자리창출 유공 정부포상 수여식'에서 별도로 선정패를 수여할 예정이다.
- 청년친화강소기업은 중소기업에 대한 청년층 인식개선 및 조기 취업을 촉진하기 위해 2016년부터 매년 선정하고 있다. 2023년도 선정 절차는 통합선정지표*를 기준으로 점수를 부여하고, 산재사망사고 발생, 신용평가등급 B-미만 등 결격요건에 해당하는 기업들을 제외하였다.
 - * 일생활균형(40점), 임금(30점), 고용안정(20점), 혁신역량(10점)으로 100점 만점 구성
- 이번에 선정된 청년친화강소기업은 일반기업에 비해 임금, 신규 채용, 청년 근로자 비율, 고용안정 등 측면에서 우수한 실적을 보였다.
 - 1. 임금 측면*에서, 청년친화강소기업의 월 중위임금은 318.8만원, 평균임금은 329.9만원으로, 중소기업에 비해 각각 115.7만원, 108.9만원 높았다.
 - * 중위·평균임금은 '21년 보수총액 기준으로 산출했으며, '일반 중소기업'은 청년친화강소기업을 제외한 고용보험법상 우선지원대상기업('22.10. 기준)

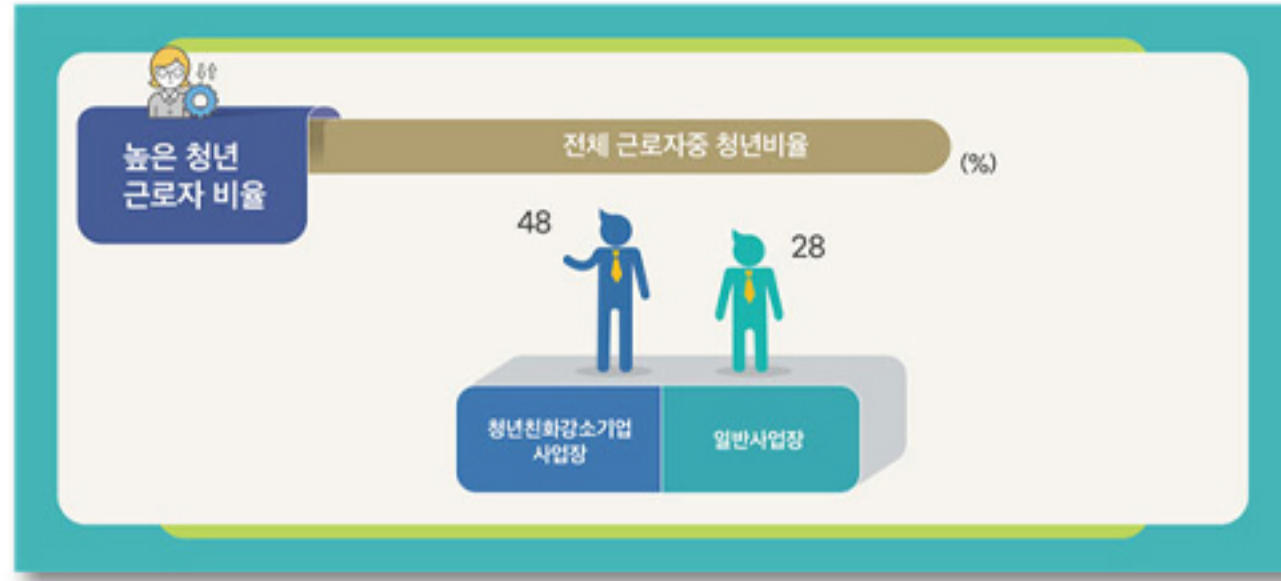


- 2. 신규채용 측면*에서는, 청년친화강소기업이 '22년 1월부터 같은 해 10월까지 채용한 근로자는 기업당 평균 18.2명이고, 이 중 70.9%인 12.9명이 청년(19~34세)에 해당했다.
 - * '22.1.1.~10.31. 고용보험전산망(www.ei.go.kr) 피보험자 정보 기준(이하 동일)
- 일반 중소기업과 비교하면, 신규 근로자는 5.7명, 청년 신규 근로자는 8명 더 채용해 청년층 고용창출력이 높은 것으로 나타났다.

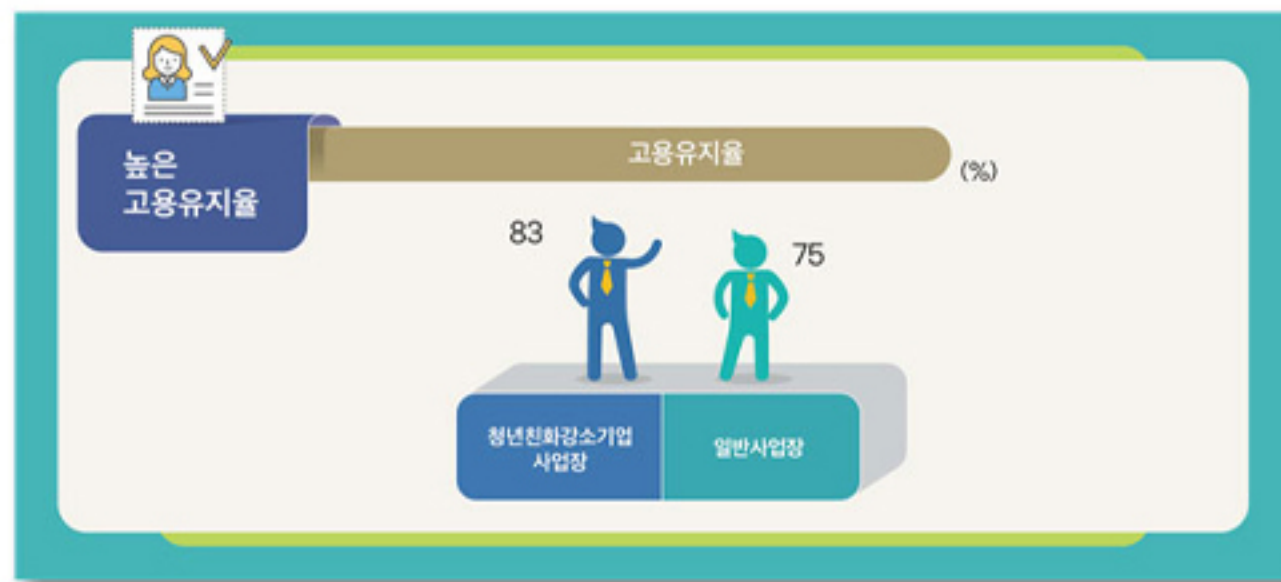


- 3. 청년근로자 비율은 청년친화강소기업이 일반 중소기업에 비해 1.7배 이상 높았고, 청년친화강소기업 전체 사업장 근로자 2명 중 1명은 청년으로 구성되어 있었다. 또한, 정규직 비율*은 94%에 이르는 것으로 나타났다.
 - * '22.6월 기준 고용보험전산망(www.ei.go.kr) 피보험자 정보 기준





○ 4. 한편, 고용유지율은 청년친화강소기업이 83%로, 일반 중소기업(75%)에 비해 8%p 높았고, 평균근속연수도 1년 가까이(325일) 더 길어 장기 근무에 유리한 조건을 제공하는 것으로 나타났다.



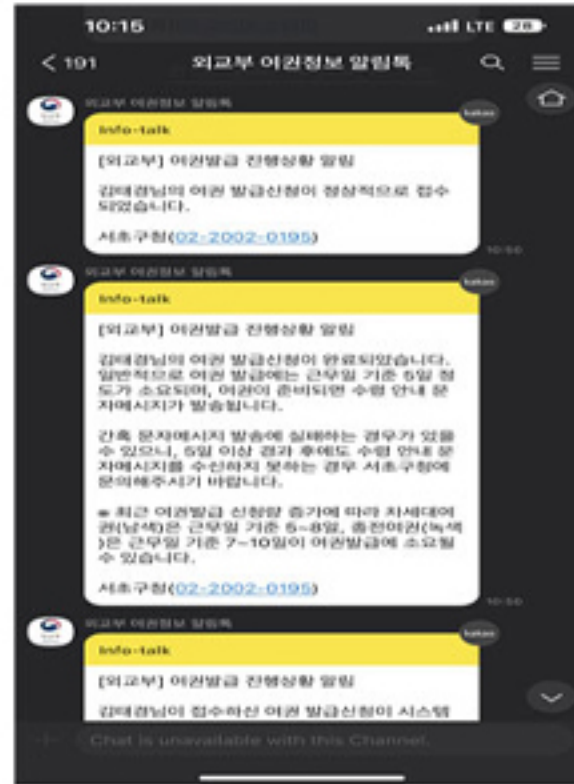
- 선정된 청년친화강소기업에는 채용지원서비스(청년워크넷, 네이버), 금융 및 세무조사 우대, 병역특례업체 심사 가점 부여, 공유재산 임대 우대 등 다양한 혜택이 주어진다.
- 내년부터는 민간과 협력하여 청년친화강소기업의 채용지원을 확대하고 선정된 중소·중견기업의 인사관리 역량을 강화하는 등 현행 지원내용을 보완해 나갈 계획이다.
- 이현옥 청년고용정책관은 “양질의 일자리를 제공하는 중소·중견기업정보에 청년 구직자가 쉽게 접근할 수 있도록 정보제공을 강화하면서, 홍보 및 인적자원관리(HR) 등 지원내용을 다양화하겠다”라고 하면서,
- 2023년에는 청년친화강소기업 공동 채용박람회, 기업방문의 날 행사 등 신규 사업을 내실 있게 추진하는 한편, 인적자원관리기술(HR테크) 기업과 연계해 채용 등 인사관리 프로세스 개선도 지원하여 청년친화강소기업에 진입하고자 하는 청년에게 보다 실질적인 도움이 되도록 노력하겠다”라고 밝혔다.
- 2023년도 청년친화강소기업에 관한 정보는 '23.1.1.부터 청년워크넷 공식 누리집 (바로가기) 과 공식 블로그 (바로가기) 에서 확인할 수 있다.

외교부

여권발급 진행상황, 이제 카카오톡에서 확인 가능

- 외교부, 여권발급 진행상황 알림 서비스 ‘문자메시지에서 카카오톡으로’ -
- 외교부 로고와 인증마크 부착, 국민 불편 해소 -
- 카카오톡 미사용 또는 문자메시지 선호 민원인은 문자메시지 활용 -

- 여권발급 진행 상황 알림서비스가 문자메시지에서 카카오톡으로 전환된다. 여권발급 진행상황 알림 서비스는 여권 접수부터 발급 후 수령까지의 진행상황을 민원인에게 휴대전화 메시지로 전송하는 제도로, 외교부는 12월 12일(월)부터 기존 문자메시지에서 카카오톡 알림톡으로 변경할 예정이다.
- 최근 문자메시지 방식으로 여권발급 진행 상황 알림 서비스를 받은 민원인이 이를 스미싱* 등으로 오해, 외교부에 사실을 확인하는 등 국민 불편이 지속됨에 따라 외교부 로고와 인증마크가 부착된 ‘카카오톡 알림톡’으로 변경하기로 하였다.
 - * 스미싱이란 문자메시지(SMS)와 피싱(Phishing)의 합성어로, 문자메시지를 이용한 휴대전화 해킹을 이르는 말
- 또한, 외교부는 카카오톡을 사용하지 않거나 기존 통신사 문자메시지를 선호하는 민원인에게는 기존 통신사 문자메시지로 안내메시지를 받을 수 있도록 했다.
 - 여권발급 진행상황 안내메시지를 카카오톡으로 1차 발송한 뒤, 카카오톡 메시지 수신을 거부하거나 발송에 실패한 번호를 대상으로 기존 통신사 문자메시지 방식으로 안내메시지를 2차 전송하는 방식을 활용할 예정이다.



문화체육관광부

예술활동증명 장르 추가한다

- 예술활동증명 운영지침 개정안 시행, 스트리트댄스, 방송댄스, 웹툰, 웹소설, 소리책(오디오북), 그림책, 뮤직비디오 등 추가

- 문화체육관광부(장관 박보균, 이하 문체부)는 스트리트댄스, 웹툰 등 최근 한국문화(케이컬처)의 주요장르이거나 비대면 온라인 활동 증가로 급성장하고 있는 예술 분야의 예술활동증명 신청을 활성화하고, 그 심의를 원활히 하기 위해 예술활동증명 장르를 추가한 「예술활동증명 운영지침(이하 운영지침)」 개정안을 시행한다.
 - * '22. 10. 25 스트리트 댄스 분야 예술활동증명 관련 보도자료 후속 조치
- 이번에 예술활동증명 대상으로 새로이 추가한 장르는 무용 분야의 '스트리트댄스'와 '방송댄스', 연예 분야의 '뮤직비디오', 만화 분야의 '웹툰', 문학 분야 내 소설의 '웹소설', '소리책(오디오북)', '그림책'이다. 추가된 장르는 '운영지침'에는 명시되어 있지 않지만 실제로 예술활동증명 신청이 다수 들어오는 장르로서 심의위원과 현장 의견을 반영해 신규 추가 대상으로 선정했다.
- 기존 지침도 새로운 장르의 예술활동증명이 가능하다고 해석되었으나 이번에 새로운 장르를 지침에 명시함으로써 해당 분야의 신청 가능 여부에 대한 현장의 혼란을 줄이고 그 기준을 명확히 해 예술활동증명 심의의 일관성을 높일 수 있을 것으로 보인다. 해당 분야 예술인들은 예술활동증명을 받아 한국예술인복지재단에서 시행하고 있는 창작준비금, 생활안정자금 융자 등의 각종 예술인 복지지원 혜택을 받을 수 있다.
- 문체부 정책 담당자는 “앞으로도 예술 환경과 기술의 변화 등을 고려해 예술 활동의 범주를 지속 검토해 나가겠다. 아울러 예술활동증명 심의 지연으로 인한 현장의 불편을 최소화하기 위한 제도 개선도 조만간 추진할 예정이다.”라고 밝혔다.

지방의회 공공외교 추진방향의 설계

신원득 | 지방의회발전연구원 연구부장

1. 공공외교 개념의 스펙트럼

- 국가의 냉전이 진행되었던 1960년대 등장한 공공외교의 개념은 "냉전구조 아래 하드파워를 추구하는 과정에서 상대방의 국가 정책에 영향을 미치기 위해 해당국의 여론을 움직이려는 정책"으로 대두되었음
- 그러나, 21세기의 신공공외교는 경제력·군사력 물리적 하드파워(Hard Power)보다는 문화·예술·정보 등에 의하여 지배되는 소프트파워(Soft Power)의 부각, 소셜미디어·소셜네트워크 등 뉴미디어 매체의 등장 등으로 인하여 대중에 의한, 대중을 향한 개방형 외교 구조로 전환됨
- 신공공외교의 특징은 외교활동의 주체가 국가 및 중앙정부의 주도에서 지방정부, 공공기관, 민간의 영역까지 다양하게 확장되고 있다는 점과 외교의 대상에 있어서 상대국 국가와 정보의 한계에서 벗어나 상대국의 일반 국민까지 포함하고 있다는 것임

• 전통외교, 공공외교, 신공공외교 패러다임의 변화 •

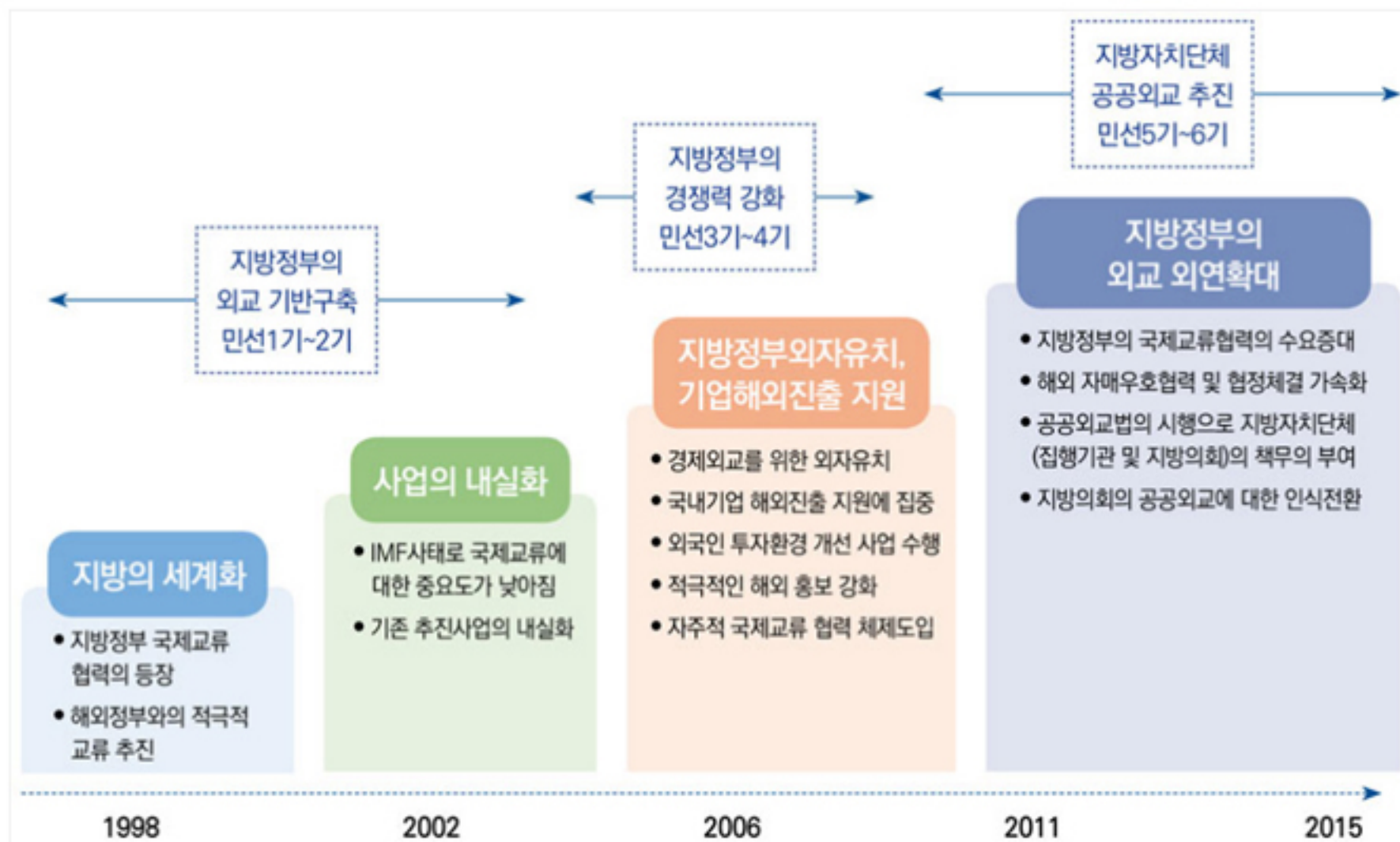
외교의 요소	전통외교	20세기 공공외교	21세기 신공공외교
주체	정부	정부	정부 및 다양한 민간주체
대상	상대국 정부	상대국 정부 및 대중(자국민 배제)	상대국 정부 및 대중(자국민 배제)
자원·자산	하드파워	하드파워 > 소프트파워	하드파워 < 소프트파워
매체	정부간 공식협상, 대화	선전, PR캠페인, 구미디어	인터넷 SNS 등 디지털 매체 등 다양화
관계유형	수평적(정부간)	수직적, 일방향적, 비대칭적	수평적, 쌍방향적, 대칭적
소통양식	폐쇄된 협상(Close Negotiation)	폐쇄된 의사소통(Close Communication)	개방된 의사소통(Open Communication)

출처: 외교부(<https://www.mofa.go.kr/www/main.do>)

2. 지방정부의 능동적 공공외교

- 공공외교가 단순히 국가중심의 전통외교의 보완적 수단으로 중앙정부가 공공외교를 독점하던 방식에서 벗어나, 사회적 으로 다양한 주체들이 다양한 방식으로 다양한 목적을 가지고 참여하는 패러다임 구축이 요청되고 있음.
- 이러한 시대적 변화는 과거(민선자치 3기 및 4기)의 지방자치단체가 초점을 두었던 외자유치 및 기업의 해외진출 지원 등의 단편적 노력에서 벗어나, 오늘날에는 공공외교 활성화를 위한 지방자치단체의 책무로까지 이어지게 됨
- 한편, 전통적 국가의 권한에서 속하였던 과거의 고정관념에서 벗어나 21세기 신공공외교의 취지에 능동적으로 대처할 수 있도록 「공공외교법」이 2016년 2월 3일 제정됨에 따라서 지방정부의 공공외교에 대한 책무는 더욱 확장될 전망에 있음

• [그림 1] 지방정부 공공외교 방향의 변화 •



※ 「공공외교법」 (2016년 2월 3일 제정)
 제4조 : 국가는 공공외교를 수행하기 위하여 지방자치단체 및 민간부문과 협력체계를 구축
 제6조 : 외교부장관은 중앙행정기관의 장 및 광역자치단체의 장과 협의하여 5년마다 기본계획 수립
 제7조 : 시·도지사는 기본계획에 따라 매년 공공외교 활동의 시행계획을 수립·시행
 제9조 : 국가는 지방자치단체가 공공외교 활동을 위하여 협력을 요청하는 경우 지원

3. 지방의정 영역의 재인식

- 우리나라는 현재 「지방자치법」 및 외국 지방자치단체와의 교류·협력 등 국제교류 및 협력에 관한 사무”를 규정하고 있음

※ 다만, 지방자치법 제193조에서 지방자치단체의 국제교류 및 협력에 관한 사무에 대하여 “지방자치단체는 국가의 외교·통상 정책과 배치되지 아니하는 범위에서 국제교류·협력, 통상·투자유치를 위하여 외국의 지방자치단체, 민간기관, 국제기구와 협력을 추진할 수 있다.”고 규정하고 있음

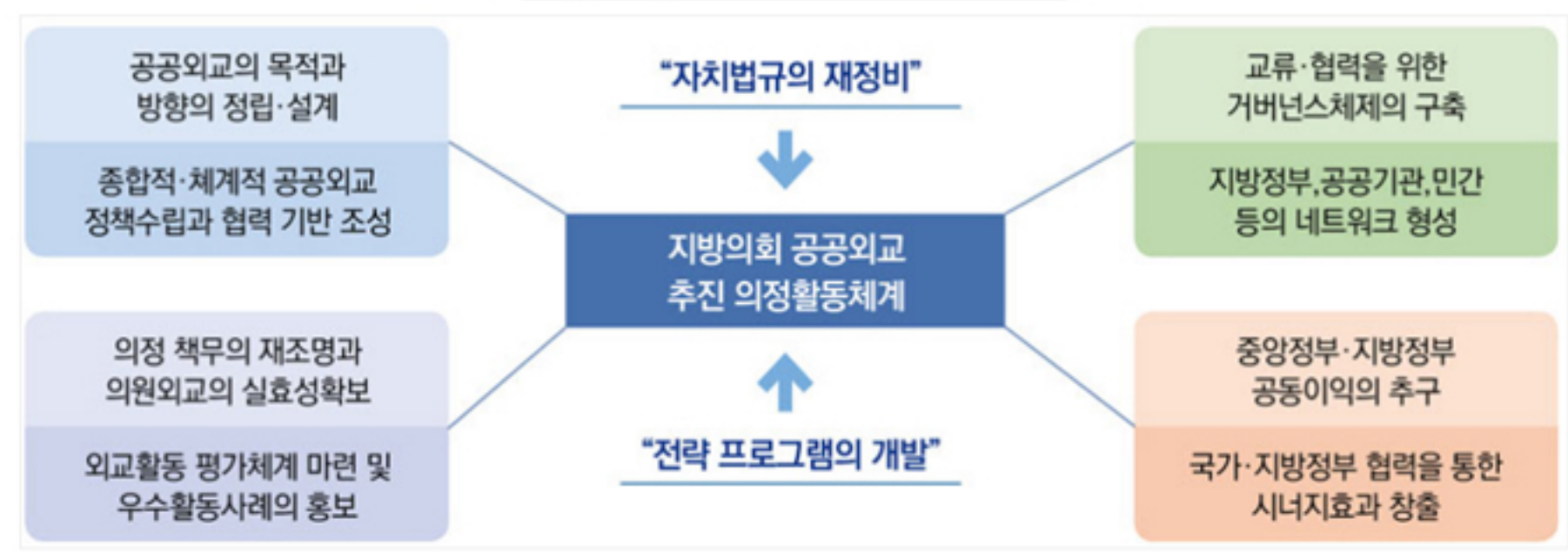
- 그리고 「지방자치법」 제47조에서 지방의회는 지방자치단체의 ”국제교류 및 협력“에 관한 사항에 대하여 의결권을 행사하도록 규정하고 있음
- 따라서 지방의회는 「공공외교법」에 의한 지방자치단체의 공공외교 활동과 「지방자치법」에 의한 지방자치단체의 국제교류 및 협력 등에 관하여 포괄적으로 의정활동을 통하여 관여할 수 있음

※ 서울특별시의회에서는 서울특별시회의원의 외교활동을 위하여 필요한 사항을 규정함으로써 의회의 외교활동을 보다 체계적이고 효율적으로 수행할 수 있도록 하기 위하여, 「서울특별시의회 의원외교활동 지원에 관한 조례」를 2018년 5월 3일 제정·공포하였는데, “의원외교활동”을 외국방문외교활동과 초청외교활동으로 구분하고 있으며, ‘의원외교연맹’ 및 외교활동의 운영과 지원 등에 관한 사항 등을 규정하고 있음

4. 지방의회 공공외교 활성화의 향후과제

- 지방의회는 「공공외교법」에 능동적으로 대응하는 신공공외교의 주체자로서의 책무 수행과 함께, 지방자치단체 기관구성의 하나의 축으로써 위상을 정립하는 한편, 분권형 공공외교를 선도하기 위하여 다음과 같은 지방의회 공공외교 추진 체계를 설계해야 할 것임

• [그림 2] 지방의회 공공외교 추진 체계 •



자료: 신원득 외. (2016). 「경기도의회 공공외교 활성화 방안」. 경기연구원. 신원득. (2020). 「경기도의회 의원외교 패러다임 정립과 추진전략 연구」. 경기도의회. 참고작성

출처: 지방의회발전연구원 연구부장_신원득

알기쉬운 정책용어



**2023년 1월 1일부터
고향사랑 기부제가 시행됩니다!**

1

지역발전
불균형 해소

2

지역주민
복지 증진

3

지역경제
활성화

○ 고향사랑 기부제란?

개인이 거주하는 지자체를 제외한 고향이나 다른 지자체(시·도, 시·군·구)에 연간 500만 원 한도로 기부하는 제도

농림축산식품부



알기쉬운 정책용어

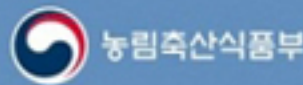
주소지 외의 지자체(기초·광역)에 기부할 수 있습니다

- 개인별 연간 500만 원 한도
기부 제한: 지역주민, 법인, 이해관계자, 차명 또는 가명기부
- 2023년 1월 1일부터 인터넷사이트(고향사랑e음)와
대면창구(지역농협,농협은행창구)를 통해 기부가능



기부자에게 답례품과 세액공제 혜택을 드립니다

- 답례품
기부금의 30%이내 지역농축산물 등 고향의 정성을 담은 답례품 제공
- 세액공제
소득에 상관없이 기부금액에 따라 구간별 차등 세액공제
- 10만 원까지는 기부금 전액 · 10만 원 초과분은 16.5% 공제



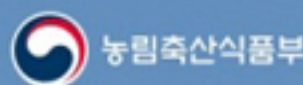
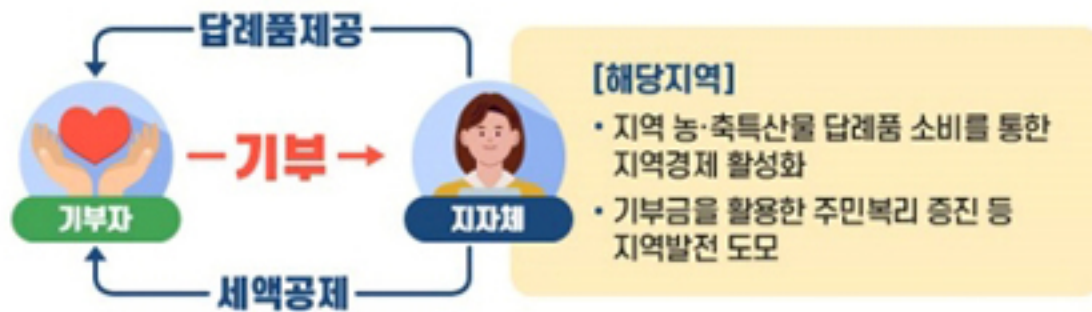
기부해 주신 고향사랑 기부금은 지역 발전 등에 소중하게 사용됩니다

- 사회적 취약계층 지원, 청소년 보호·육성,
문화·예술·보건증진, 지역공동체 활성화 지원,
기타 주민복지 증진 사업에 활용



답례품을 활용하여 지역경제를 살립니다

- 지역에서 생산되는 농·축산물 등의 판로 확대
- 문화·예술·관광상품 등 제공으로 방문객 증가





알기쉬운 정책용어



출처: 정책브리핑 카드뉴스