

정부와 복지부의 새빨간 거짓말을 밝힌다!

정부와 복지부의 5종 거짓말 세트

[1]슈퍼판매를 해야 하는 이유는 약국이 제대로 문을 열지 않아서 근접성이 떨어지기 때문이다.(거짓말!)

OECD국가중 인구비례시 한국은 약국수가 가장 많다.

[2]미국이나 기타 OECD국가들은 약국의 장소인,슈퍼에서 다 약을 판매한다.(거짓말!)

미국은 슈퍼내에 약국을 두고 약사관리하에 판매를 하며,기타 외국도 거의 비슷하다.

[3]슈퍼에서 판매하게 되면 환자들이 쉽게 구입하고 안전성에는 문제가 없다.(거짓말!)

미국에서 OTC판매약으로 인한 안전사고와 사망을 증가는 사회적 문제이다.

[4]슈퍼에서 판매하면 구매력이 증가 하기 때문에 가격이 떨어진다.(거짓말!)

종합편성채널에 의약품광고 특혜를 주기위해 슈퍼판매를 강행 했으며,

오히려 대기업의 가격 담합과 독과점으로 인한 가격상승으로 물가만 인상된다.

[5]슈퍼에서 판매하면 고용이 증가한다.(거짓말!)

대기업의 소득증가에 반비례하여 고용은 오히려 줄어든다.

※첨부자료

[1]인구비례시 OECD국가중 한국은 약국수가 가장 많다!

OECD국가중 약국의 판매를 허용한 20개 국가는 보건 복지부의 발표와는 반대로,

약국의 판매를 허용한 가장 큰 이유가,한국과는 달리 그 접근성이 현저하게 떨어지기에 약국의 판매를 허용하지 않을 수 밖에 없는 상황으로 이를 비교 분석해 보았다,

일만명 당 약국수의 국가별 비교와 10km² 당 약국 수 국가별 비교로,한국 대비

일만명당 약국 수×10km² 당 약국 수 = 한국 대비 %인가를 비교 분석해 보았다.

※OECD국가 중 약국의 판매를 부분적으로 허용한 20개 국가를,

일만명당 약국 수×10km² 당 약국 수 = 한국 대비 %인가를 비교 분석했을 때

한국에 비해 대부분 약국 수가 현저히 떨어지며, 면적 대비 약국 수와 비교 분석 했을 때는 ,

일본도 한국에 비해 70% 수준이며,이탈리아는 한국의 1/5 수준,

폴란드,영국,스위스 3개국은 한국의 1/10수준에 불과하고,

나머지 15개국은 1/10이하~1/100 수준도 안 되는,인구비례 당 약국 수를 가지고 있어서, 접근성이 거의 불가능해 보인다.

[2]미국은 슈퍼내에 약국을 두고 약사관리하에 판매를 하며,기타 외국도 거의 비슷하다.

(1)샌프란시스코 카이저 병원 약제부에서 근무하는 세라정 약사는 "미국에서는 주마다 다르겠지만 여기(미국내) 약국은 모두 슈퍼 안에 있어요. 월마트, 타겟, 킹슈퍼 등에서 타이레놀 등 OTC의약품을 팔아요. 그러나 슈퍼 안에는 대부분 약국이 있고 약에 대한 관리도 약사가 직접하며 복약지도를 하고 특정 감기약을 살 때 신분증을 제시해야 한다"고 강조했다.

(2)OECD국가 중 슈퍼판매를 허용하지 않는 나라는,총 12개 국가로

그리스,독일,룩셈부르크,벨기에,스페인,슬로바키아,오스트리아,칠레,터키,프랑스,핀란드,한국이며,

(3)네덜란드,노르웨이,덴마크,슬로베니아,헝가리 5개국은 ,국가 당국에 등록해야만 약국의 판매 허용이 가능한 나라다

(4)노르웨이,포르투갈,슬로베니아,이탈리아 4개국은 정해진 상점에서 약사 또는 테크니션 감독하에서만 일부 의약품을 판매 할 수 있는 나라다,

(5)스웨덴 같은 나라는 국가에서 소포장 상비약은 무료제공 하며,18세 이하에게는 판매금지이고 ,국가에서 진열규제를 하는 나라다.

(6)이탈리아 같은 경우는 약사가 있는 경우에만 약국의 판매가 허용되는 나라다,

(7)포르투갈은 약사 또는 테크니션 감독하에 16세 이상에게 만 약국의 판매가 허용되고 있다,

(8)헝가리는 등록제 판매와 함께 일정 요건을 갖추지 않으면 판매를 불허하며,치료를 잘해 달라고 주는 치료 청탁비가 한화로 연간 4771억이나 개인 주머니에서 나간다고 한다,

(9)일본은 임의분업으로 병.의원 약국 참여율이 30%정도도 안된다.

(10)노르웨이,영국은 사회보장이 가장 잘 되어 있지만,수술 한번 받으려면 최소 1년은 기다려야 한다.

[3]미국에서 OTC판매약으로 인한 안전사고와 사망을 증가는 사회적 문제이다.

미국은 우리처럼 공보험제도가 아닌 사보험제도이며, 영리병원과 민간의료보험 제도로,해마다 파산하는 시민 50%가 의료보험료 때문이며,또한 17%인 5400만명이 보험료 지불능력이 없어 병원을 가지 못하며,교육지책으로 슈퍼에서 200가지 이상의 일반약을 판매할 수 밖에 없는 이유이지요,

제약사와 협회가 고수입의 민간보험제도 유지를 위해, 상원법률에 로비한 금액이 2007년 한 해에만 3880만 달러라고 합니다.

이로 인해 SAMHSA의 조사자료에 의하면 미국내 청소년의 5.3% 3100만명이 OTC감기약 등의 약물 오남용으로 환각,시력손상,복통,폭력성,정신착란 등의 심각한 정신질환에 시달리고 있다고 하며 매년 70만명이 응급실로 실려 간다고 합니다.

식약청 의약품안전정보팀 오정원사무관은 미국은 의약품부작용으로 매년 18만명이 사망한다고 합니다.

[4]종합편성채널에 의약품광고 특혜를 주기위해 슈퍼판매를 강행 했으며,

오히려 대기업의 가격 담합과 독과점으로 인한 가격상승으로 물가만 인상된다.

{1}일반의약품 슈퍼판매 강행이 종합편성채널에 의약품광고 특혜를 주기위한 수단으로 악용된 근거

(1)언론계의 4대강 사업이 종합편성채널을 둘러싼 논란이라고 보시면 된다고 합니다. 지난해 연말 방송통신위원회가 현재 KBS, MBC, SBS와 유사한 방송사 4곳(메이저신문이 주도하는)을 허용(4대강 공사를 대기업에게 유리한 턴키방식으로 허가하고)하고, 이들을 지원하기 위한 각종 특혜를 법제도적으로 보완(환경영향평가, 문화재 조사 등 절차를 무시한 공사 강행)하기 위해 무리수를 두고 있고, 중국에는 언론시장을 저널리즘의 건강한 경쟁이 아닌 각종 황색언론의 각축장, 즉 언론계 생태계 파괴(4대강 생태계 및 환경 파괴)를 유도하게 되는 것이죠.

(2)종합편성채널 은 쉽게 이야기하면 규제가 약한 KBS, MBC와 비슷한 공중파채널이라 생각하면 됩니다. 즉 공중파방송에서는 할 수 없는 광고유형이 허용되고, 뉴스의 공정성 뿐만 아니라 방송의 선정성 심의 규제가 매우 느슨합니다. 지역방송프로그램 편성에 대한 의무도 없고, 현행 법으로는 방송사에서 직접 관여할 수 없는,방송광고를 직접할 수 있는 상황입니다.

(3)우리나라는 공공의 자산인 전파매체를 사용하는 방송사가, 광고주와 결탁해 공공재인 전파자원을 사유재산처럼 사용하는 것을 규제하기 위하여,광고주와 방송사가 직접 만나지 못하게 되어 있으며,

기존에는 방송광고공사가 방송광고판매대행을 독자적으로 해왔고,취약매체인 지역방송이나 종교방송 등 에 광고를 배분해주는 역할을 해왔으며, 미디어렙(media representative)은 방

송광고판매대행사를 지칭합니다.

(4)그런데 한나라당이나 광고주협회 등에서는 종편에 대해 '광고 직접 영업'을 허용하는 법안을 내놓았고, 언론노조를 비롯한 시민사회단체, 민주당 등에서는 '조중동 종편 광고 직접 영업금지를 위한 미디어랩 법 제정'을 요구하고 있는 것입니다.

(5)최시중 방송통신위원회 위원장이 각종 토론에서 제시한 내용, 2010년 방송통신위원회 업무계획 등등을 종합하면 종합편성채널이 요구하는 특혜와 정부가 지원하고자 하는 법제도적 장치는 5가지로 요약할 수 있을 것 같습니다.

★ KBS 수신료 인상(이를 통해 조중동 종편 광고시장 형성) ★ 종합편성채널 낮은 채널번호 확보 ★ 전문 의약품 등 광고 규제 완화(일반의약품 슈퍼판매, 약사법 개정) ★ 방송발 전기금 등 공적기금 지급 유예 ★ 방송광고대행사인 미디어랩에서 직접 광고 등입니다.

이중 수신료 인상, 미디어랩 부분이 현재 국회에서 논의중이구요. 전문 의약품 광고규제완화는 6월 중순 일반의약품 슈퍼판매 확대 논란과 맥을 함께 합니다.

현재 의약품의 시장규모는 약 14.5조원, 전문의약품 시장이 11조원, 일반의약품이 2.5조원, 의약외품이 1조원인데요. 현재정부는 약사법 개정을 통해 광고가 금지된 전문의약품을 광고가 가능한 일반의약품으로 재분류, 이를 통해 종합편성채널을 위한 광고시장을 확보하겠다는 것이 일반의약품 슈퍼판매, 즉 그 뒤에 이어질 약사법 개정의 본질적 내용입니다.

정부와 복지부의 일반의약품 슈퍼판매의 본질은 종합편성채널의 광고시장확대를 위한 재원 마련용으로,외국에 대한 구체적인 자료조사나 근거 없이 ,보수언론과 함께 여론을 조작한 이유입니다.

{2}대기업이 운영하는 슈퍼 판매후 약가 인하가 아닌,독과점으로 인해 약가격이 상승되는

근거

(1)2010년 7월 14일 공정거래위원회에 의하면, 대기업 계열 편의점 프랜차이즈의 증가세가 두드러졌는데,

보광그룹의 웨미리마트는 2008년 737개, 2009년 851개가 신규로 가맹했고, GS그룹의 GS25는 각각 669개와 674개, 롯데그룹의 세븐일레븐은 477개와 644개가 새로 가맹했다. 대기업의 3대 편의점 프랜차이즈가 한 해에 1800~2200개의 가맹점을 늘렸다.

대기업의 기업형 슈퍼나 마트를 포함하여,프랜차이즈 또한 대기업의 사업권내에 있으며,슈퍼판매 논의는 결국 대기업의 사업영역확장을 위한 수단일 뿐이다.

(2)2011년 6월 29일 국회에서 열린 대·중소기업 동반성장, 중소기업 적합 업종 선정 및 MRO(소모성 자재 구매 대행) 등에 대한 공청회에서,예상대로 의원들은 대기업의 독과점을 성토했고, 임태희 대통령실장은 7월17일 대기업의 MRO는 대기업이 지난 수년간 세금을 내지 않고 해온 "합법을 가장한 지하경제"라고 맹비난 했다.

중소기업 대표들은 동반성장 정책은 무너지고, 대기업의 문어발식 확장과 횡포가 중소기업의 생존을 위협하고 있으며,김기문 중소기업중앙회장은 “대기업은 두부·떡볶이·순대와 같은 서민형 생계업종은 물론 문구·장갑·철물 등 MRO까지 무차별적으로 사업을 확장했고, 한방화장품·스팀청소기·내비게이션 등 중소기업이 어렵게 가꾼 시장을 무임승차하기도 했다”고 비판했다.

(3)공정위가 2010년 12월 21일 내놓은 ‘시장집중도 조사 및 독과점 고착산업 분석 결과’에 따르면,

2004~2008년 독과점 구조가 고착화한 산업은 46개로 이들의 평균 시장집중도는 92.9%에 달했다. 46개 분야는 표준산업분류상 전체 473개 산업 중 약 10%에 해당되는 규모다. 시장집중도가 100%인 산업도 맥주·설탕·담배 등 12개에 달했다.

특히 정유와 자동차, 석유화학, 정보통신(IT) 등 시장규모가 큰 산업들의 독과점화가 심화되고 있기 때문이라고 공정위는 설명했다. 최근(2004~2008년) 시장집중도가 크게 심화한 산업은 승용차(84.0→90.5%), 담배(92.9→99.7%), 라면(75.9→83.6%), 화약(88.9→97.8%), 위스키(82.3→90.8%) 등이다.

대기업으로의 산업집중도 깊어지고 있다. 전체 산업에서 상위 50대 기업이 차지하는 비중은 2008년 44.7%로 2007년보다 2.4%포인트 높아졌다. 상위 100대 기업이 차지하는 비중도 2006년(47.0%), 2007년(48.8%), 2008년(51.1%) 등 매년 높아지면서 처음으로 50%대를 넘어섰다.

(4)공정거래위원회 가맹 정보공개서에 따르면 지난해 말 기준 파리바게뜨의 가맹점 수는 2600개, 뚜레쥬르는 1400개에 달한다. 2007년 각각 1568개, 859개에 비해 거의 두 배 가까이 늘었다. 통계청이 밝힌 전국 제과점 수는 지난해 기준 1만3223개로 전국 빵집 3개 중 1개는 두 브랜드 빵집이 차지하는 셈이다.

대기업 프랜차이즈 빵집들의 시장 과점(寡占)은 당장 소비자들에게 부담으로 돌아온다. 7월 1일 업계에 따르면 뚜레쥬르는 이달부터 총 49개 품목 가격을 평균 9% 인상했다. 특히 까망베르치즈피스 케이크는 30% 가까이 올랐다.

더구나 뚜레쥬르는 보름 전 빵 28종을 평균 8% 올린 데 이어 또다시 9% 올린 것이다.

파리바게뜨도 지난달 24일 60여개 품목의 가격을 평균 9.2% 인상한 바 있다.

서울 서초구 잠원동의 한 대형 프랜차이즈 제과점 점주는 "소비자가격 1000원짜리면 본사에다 600~700원을 주고 사온다"며 "각종 관리비, 인건비 떼면 가맹점주들은 기껏해야 10% 정도 남는다"고 말했다. 한국소비자시민모임 김재욱 회장은 "대기업 빵집들이 독점적인 지위를 이용해 가격을 대폭 올려 소비자들에게 경제적인 부담을 주고 있다"고 말했다.

(5)올해 5월26일 공정거래위원회는 4대 정유사에 과징금 4348억원을 부과했다. 이들이 이른바 '주유소 나눠먹기' 담합을 했다는 것이다. 이번에 매긴 과징금 액수는 2009년 6개 액

화천연가스(LPG) 업체의 가격 담합에 부과한 6689억원에 이어 공정위 역사상 역대 두 번째 규모다. 업체별로는 SK(SK㈜·SK이노베이션·SK에너지)가 1379억7500만원, GS칼텍스가 1772억4600만원에 이어, 현대오일뱅크는 744억1700만원 ,에쓰오일도 452억4900만원 등이다.

정부는 올해 7월 15일 과천정부청사에서 열린 물가안정대책회의에서 최근 국제 휘발유가격과 환율 하에서 할인을 시행하기 이전인 1~3월간의 정유사와 주유소 마진을 유지한다고 규정할 경우 7월 2주 추정 소비자가격은 리터당 1880원대라고 밝혔다.

하지만 14일 현재 실제 휘발유가격은 리터당 1933원에 달한다. 임종룡 재정부 1차관은 이에 대해 "지난 6일 정유사의 100원 할인 행사가 끝나면서 석유제품가격이 상승하고 있지만 국제유가와 환율은 떨어지는데, 정유사와 주유소 마진 등을 감안하면 최근 소비자가격 인상은 전혀 설득력이 없다"고 비판했다.

(6)2010년 12월 금속노조 정책연구원에 따르면, 소나타 기본형의 미국 판매가격은 1999년 1만 4633달러에서 2009년 현재 1만 8244달러로 약 24.7% 늘어나는데 그친 반면, 국내 판매가격은 1999년 951만1천원에서 2009년 2125만5천원으로 123.5%나 늘어났다. 지난해 철강 원자재 가격이 15% 가까이 줄어든 걸 감안 한다면 이 같은 가격 인상은 쉽게 납득하기 어렵다. 금속노조 정책연구원은 "이는 현대차그룹이 가지고 있는 자동차와 부품시장에서의 독점적 지배력을 이용하여 마음대로 국내 판매가격을 올릴 수 있기 때문"이라고 지적했다.

현대차의 이 같은 폭리구조는 2008년 미국 서브프라임 사태 이후 정부가 파격적인 세계 지원 등으로 엄청난 혜택을 받았던 것과는 대조된다. 지난해 5월부터 12월까지 노후차량 교체 지원으로 판매된 차량은 38만1875대였는데 이 가운데 현대·기아차의 비중이 77.3%에 이른다. 세수 감소 규모만 모두 6298억원에 이른다. 금속노조 정책연구원은 "국민의 혈세로 세계 및 보조금 지원 조치를 받고도 소비자 가격을 인상해 국민의 부담을 가중시키는 무책임한 행위였다"고 지적했다.

(7)올해 4월 다나와닷컴(한국), 아마존(미국) 등 전자제품 유통 사이트에 따르면 LG전자 55인치 3D TV는 한국 판매가가 329만원이지만 미국 판매가는 236만8000원이다. 한국이

39% 이상 비싸다. 삼성전자의 55인치 3D TV도 한국 판매가가 미국 판매가보다 30% 이상 높다.

(8)스마트폰과 노트북 PC와 같은 전자업체의 주력 제품들도 한국 판매가가 미국 판매가보다 20~30% 높은 것으로 나타났다.

(9)공정거래위원회가 올해 7월 14일 컵커피 가격을 공동으로 인상하기로 담합한 혐의로 남양유업(브랜드명 프렌치카페)과 매일유업(카페라테)에 대해 과징금 128억원을 부과하고 검찰에 고발하기로 했다.

두 회사는 2007년 1~2월 매일유업 본사에서 임원급 모임을 갖고 컵커피의 편의점 소비자 가격을 공동으로 1000원에서 1200원으로 20% 인상하기로 합의 후, 동시에 가격을 올리면 담합 의혹을 살 수 있다는 점을 감안해 3월에 매일유업이, 7월엔 남양유업이 가격을 올리는 방식으로 고의적으로 인상 시기를 조절했다고 공정위는 밝혔다.

공정위는 "컵커피 시장은 남양유업의 시장점유율이 40.4%, 매일유업이 35.1%로 두 회사의 시장점유율이 75.5%에 달하는 독과점 시장"이라며 "독자적으로 가격을 올리면 매출이 감소하기 때문에 경쟁업체 간에 담합해서 가격을 올린 전형적인 사례"라고 밝혔다. 컵커피 시장은 2009년 1660억원에서 작년 1830억원으로 10.2% 성장했다.

(10)명품의 거품

국내 명품시장의 규모는 5조원대로 추정된다고 한다.

그중 대부분이 대기업이 장악하고 일부 수입업체들이 과점 내지는 독점 판매하며 폭리를 취하고 있다.

루이비통유치전이 재계의 관심을 모은 이유는 롯데면세점 신영자 사장과 호텔신라이부진사장(당시 상무)이 직접 진두지휘 하면서 재벌가 간 자존심 경쟁으로 확대 되었고,신라는 인천공항에 루이비통을 유치했고,이로 인해 샤넬은 철수를 결정하게 되고,반면 롯데내의 루이비통 역시 철수를 결정했다,

이렇게 재벌들이 앞장서서 토종브랜드는 죽이고 해외 명품을 수입하는 주된 이유는,독과점으로 폭리를 취할 수 있기 때문이며,

샤넬은 최근 두달전에 전세계적으로 25% 가격 인상을 단행했으며,이로인해 3년전에 300만원대의 샤넬 핸드백이 두 달전인 558만원에서 가격인상으로, 현재 판매가가 140만원이 오른698만원이라고 한다.(프랑스 현지에서는 510만원에 판매 된다고 한다.)

루이비통 또한 최근 3년간 10차례나 가격인상을 단행하였다.(프랑스에서 75만원짜리가 국내에서는 100만원이 넘어 간다고 한다.)

어린이를 둔 부모들이 많이 찾는 랄프로렌 같은 경우 현지에서 30달러 하는 남자아이 T셔츠가 국내 백화점에서는 98,000원이고,28달러하는 여자아이 원피스는 백화점에서 10만 8,000원에 판매된다.

반면 정부의 독과점을 막기위해 95년 이후로 정부가 허용한 병행수입업자들에 의하면,

유명브랜드 들체&가바나 청바지의 경우 백화점에서 60만원대에서 120만원대에 판매가 되는데,

병행수입시 원가가 30~40만원 함으로,항공비와 판매마진을 더해도 40~60만원대이니 백화점의 폭리구조를 쉽게 알수 있을 것이다.

강남의 병행수입업자 판매점에서 판매되는 샤넬의 유명핸드백이 백화점에서 579만원인데 반해

병행수입판매점은 469만원으로 110만원이나 저렴하며,발렌시아가 핸드백도 100만원이상 저렴하게 판매가 된다고 한다.

반면 장민주씨 같이 중국에서 나이키정품을 수입해 판매하려다가 나이키코리아에 의해서 짝퉁이 의심된다고 소송을 걸어, 세관에 물품이 묶이는 바람에 신발이 곰팡이가 생겨 판매하지도 못하고 피해를 보는 경우도 있다,

대구의 우정관씨 역시 노스페이스 제품의 의류를 국내 판매가의 1/2의 가격에 수입하다,소송에 걸려 3년만에 무죄판결을 받았지만 ,이미 유행이 지난 상품이 되어 경제적 타격에 빠진 것처럼,대기업과 일부 독과점업체의 횡포로 인해 병행수입자체가 쉽지 않음을 보여주고 있다.

반면 일본은 병행수입업자들이 사업체를 결성하여 불량업체를 축출하고 정품만 판매하며, 시장의 40%를 장악하고 백화점이나 대형할인매장보다 5~70%를 싸게 판다고 한다.

국내에서도 병행수입업체와의 경쟁으로 인해 홈플러스 등의 할인매장에서 판매되던 화장품 19종이 가격인하 되는 사례가 있었는데,페라가모인칸트향수가 54,000원에서 24,000원으로 인하 판매되었고,랑팡 merry me향수가 63,000원에서 45,000원으로 인하판매 되었다.

외국은 1990년대 영국에 처음 진출한 독일의 '초저가 매장(하드 디스카운트 스토어)' 알디(Aldi)와 리들(Lidl)이 3~4년 전부터 들어서기 시작한 뒤, 영국의 저가형 대형 매장 아스다와 테스코 같은 각종 대형 슈퍼체인, 가구·전자제품 전문 매장이 모여 있는 '서던우드 리테일 파크' 등이 걸어서 5~10분 거리에 몰려 있으며,대기업에 맞서 가격할인을 주도하고 있고,

이들이 가격을 낮출 수 있는 대표적인 요인으로는,

우리 대형 마트처럼 매장 진열대마다 각 사에서 파견된 홍보 요원도 찾아볼 수 없으며, 특수한 경우를 제외하곤 계산원까지 포함해 매장당 직원이 5명을 넘지 않게,인건비와 매장 관리비를 최소화한 것이 저비용을 위한 철칙이며, 95%가 자사 브랜드로 지속적인 품질 테스트로 고객 만족을 극대화 한것이라고 한다.

그러나 국내는 아직 이런 초저가 매장이나 병행수입 등이 정부에서 허용을 해주어도,대기업들의 횡포로 인해 정착하기가 쉽지 않고,대기업과 재벌들이 과점 내지는 독점하는 형태로,

대기업이 직·간접적으로 운영하는 슈퍼나 마트에 들어가면 일반의약품의 가격은, 불을 보듯이 뻥하게 독과점과 담합에 의해 지금보다 몇 배에서 몇 십배까지 인상될 것이다.

[5]대기업의 소득증가에 반비례하여 고용은 오히려 줄어든다.

(1)한국은행이 최근 발표한 '기업경영분석'에 따르면 지난해 30만6000여 개 기업의 매출액은 전년 대비 14.5%, 총자산도 9.6% 증가했다. 대기업과 중소기업, 수출기업과 내수기업이 모두 좋아진 것처럼 보이지만 속을 뜯어보면 사정이 전혀 다르다. 300인 이상 대기업과 수출비중 50% 이상인 수출기업의 매출액 영업이익률은 6.5%에서 7.8%로 상승했지만 중소기업과 내수기업은 각각 -0.1%, 0.0%로 제자리걸음이었다.

중소기업은 갈수록 한계상황으로 몰리고 있다. 사업체수는 많고 규모는 영세한데 대기업들이 중소기업의 영역까지 진출해 몸집을 불리고 있기 때문이다. 한은에 따르면 만성적인 외부차입을 통해 현금흐름 악화를 보전하는 잠재 부실중소기업은 2002년 3.8%에서 2009년 7.7%로 크게 늘었다.

반면 통계청에 따르면 전체 고용에서 전자, 자동차, 석유화학, 철강 등 4대 업종이 차지하는 비중은 2007년 6.0%, 2008년 5.6%, 2009년 5.4% 등 계속 하락하고 있다. 특히 IT제조업 종사자는 2006년 42만2155명에서 2009년 37만7336명으로 4만5000명 가까이 줄었다.

지난해 국내 기업이 거둔 순이익의 30%를 삼성전자 등 10대 기업이 독식했지만 이들의 고용 비중은 2%에도 못 미쳤다. 또 정보기술(IT) 자동차 석유화학 철강 등 4개 주력 업종이 전체 순이익의 45%를 가져가면서도 고용은 5% 수준에 그쳤다.

(2)14일 한국은행에 따르면 지난해 국세청에 법인세를 신고한 30만6000여 기업이 거둔 당기순이익은 132조876억 원이며, 이 중 삼성전자 현대자동차 등 상위 10대 기업이 올린 순이익은 총 39조5560억 원에 이른다. 전체 순이익의 30.0%를 이 10개 기업이 가져간 것이

다. 상위 30대 기업은 전체 순이익의 44.3%, 100대 기업은 57.6%를 독식했다. 하지만 이들 10대 기업의 전체 고용비중은 2009년 기준으로 1.7%에 그쳤다.

업종별로도 '쏠림 현상'은 뚜렷했다. 지난해 IT 제조업이 20조5361억 원(15.6%)의 순이익을 거두는 등 IT 자동차 석유화학 철강 등 핵심 4개 업종의 순이익은 총 60조869억 원으로 전체의 45.6%에 이르렀다. 하지만 이 업종들의 고용비중은 2009년 5.4%에 머물렀다. 2007년 6.0%에서 0.6%포인트 뒷걸음질쳤다. 현대중공업의 경우 지난해 순이익이 전년 대비 75% 이상 급증했지만 직원은 오히려 760명 감소했다. 포스코도 매출액과 순이익이 각각 20%, 32% 이상 증가했지만 직원은 오히려 125명 줄었다.

(3)고용증가와 경제발전을 확신하며 정부가 추진한 4대강 사업이 결국 '돈 먹는 하마'가 될 것이라는 우려가 현실로 드러나고 있다. 정부는 4대강 사업을 완공한 뒤에도 해마다 2000억원이 넘는 예산이 유지관리 비용으로 들어갈 것으로 추산했지만, 전문가들은 실제 소요 예산이 5800억원에 이를 것으로 보고 있다

운하반대 전국교수모임은 지난 3월 4대강 유지관리비로 ★하천구조물 유지관리비 1618억원 ★하상유지 준설비 612억원 ★생태하천 유지관리비 934억원★수질대책유지관리비로 1942억★자전거도로 유지관리비로 618억 등 매년 5794억원이 들어가며, 수공 이자보전비 4000억 까지 포함하면 매년 1조원이 들어갈 것이라고 추정한 바 있다

KBS에 의하면 4대강 사업 등 SOC 예산은 올해보다 8천억 원, 3.2% 줄었다"고 전했는데, 정작 SOC예산 감소와 별개로 4대강 사업 예산은 올해보다 15.6%나 늘어났다는 사실은 숨겼다.

4대강 사업예산은 올해(4조9968억원)보다 15.6% 늘어난 5조7749억원을 책정했다고 한다.

“역행침식 등으로 곳곳에서 재앙 발생”,“4대강 사업이 낙동강 홍수 피해 키워”,“금강살리기 현장 수해 직격탄”이는7월 14일 각 언론에 나타난 기사의 제목이다.

낙동강을 직강화하는 바람에 수초, 모래톱, 하중도 따위가 없어져 유속이 빨라지고, 이로 인해 관철교 붕괴, 해평 취수장 가물막이 훼손, 제방 유실 등 중·하류 지역에 홍수 피해가 났다.

또 곳곳에 설치된 고정 보(洑) 때문에 근처 본류 수위가 높아지면서 지천의 물이 잘 안 빠져 침수 피해가 커졌다.

4대강 보 공사가 진행중인 금강 인근에서 역행침식 등으로 제방들이 잇따라 붕괴, 유등천 침산보의 독이 무너져 내렸다.

대구 달성군 논공읍 4대강 달성보 공사현장 인근에 위치한 용호천 제방도 역행침식으로 30m가량 붕괴됐다.

영동군 심천면 정부가 4대강 사업을 추진하는 금강살리기 8-1공구로 초강1·2지구와 송호지구가 집중호우로 불어난 강물에 곳곳이 유실됐다.

특히 금강 4대강공사 때문에 수문 열지 못하고 농지가 침수되는 것을 그대로 방치할 수밖에 없어서, 실제 경북 성주와 고령 등에 이어 충남 논산에서도 4대강 공사 때문에 침수된 농경지가 나흘째 물바다 그대로 방치돼 수박·멜론·상추 농사들을 망쳤다며 농민들이 격분하고 있는 것으로 알려졌다.

반면 정부는 이런 피해는 외면한 채 멀쩡한 곳만 골라 4대강 사업을 홍보하고 있다.

4대강추진본부는 경남 창녕군 신촌마을 김종택 이장의 말을 인용해 4대강 사업이 홍수위험을 줄였다는 보도 자료를 전날 기자들에게 배포했는데, “낙동강살리기 사업으로 낙동강 주변마을 홍수위험이 줄어들었다”고 말했다.

그런데도 정부는 피해 사실을 숨기기에만 급급하고 있으니 여간 걱정스러운 게 아니다.

솔직하게 피해 사실을 국민 앞에 공개하고, 피해 예방책을 마련하지 않으면 지금과 같은 피해가 매년 되풀이 될 수 밖에 없다.

고용증가와 경제성장을 기치로 여론의 반대에도 불구하고 시작한 4대강 사업은 정부예산만 증가되며, 국민세금을 먹는 하마가 되고 있으며, 침수피해로 농민들만 빚더미로 내몰고 있다.

최종결론

정부와 복지부가 슈퍼판매로 인해 국민편의가 증가하고 의약품 가격이 인하되며, 고용이 증가한다는 모든 주장들은 결국은 새빨간 거짓말 5종세트로,

OECD국가중 한국은 인구비례에 접근성이 가장 뛰어나며,

미국은 슈퍼에서 일반약을 판매한다고 하지만, 대부분의 슈퍼내에는 약국과 약사가 상존하여 OTC의약품을 판매한다는 것과,

슈퍼에서 팔아도 안전하다는 진통제로 인해 매년 18만명씩이나 사망한다는 것이며,

슈퍼판매는 국민들의 편리가 아닌 종합편성채널의 의약품 광고수입확대를 위한 정책이며,

슈퍼판매하면 가격이 인하되는 것이 아니라, 대기업들의 독과점과 담합에 의해 약가가 몇 배에서 몇 십배 인상된다는 것이며,

슈퍼판매로 인해 대기업의 고용증가가 늘어나는 것이 아니라, 대기업의 수익은 45% 늘어나도 고용은 오히려 마이너스로 감소한다는 사실들을 위의 모든 사례가 증명하는 것이다.

정부와 한나라당이 현재 의료민영화추진을 위해 입법개정을 추진중이며, 당연지정제 포기과 의료민영화시 국민들의 의료비 부담이 대폭증가 할 것을 국민들에게 알려야 할 것이며, 정부와 복지부가 국민들의 편리와 약가인하 및 고용증가를 핑계로, 종합편성채널 등의 대기업의 이익을 위해 일반약슈퍼판매를 기도하는 것은 국민들의 생명을 담보로 안전불감증을 시험하는 심각하게 위험한 시도이며, 오히려 대기업의 독과점과 가격담합으로 의약품 가격이 몇 배로 인상되며, 대기업의 수입은 몇 배 증가하지만 고용은 오히려 줄어든다는 것을 위의 모든 사실들이 직.간접적으로 증명하였으니, 정부와 복지부는 일반약슈퍼판매의 독선적인 정책을 당장 중단 해야 할 것이다.