

MBC플러스 적자는 누가 만들었나?

‘플러스 직원들의 고향을 짜지 않고 임금인상을 위해 최선을 다하겠다.’

강지웅 사장 취임 이후 공식적인 자리에서 종종 하던 발언이다. 우리는 그 말을 신뢰했으며, 열심히 하면 그에 대한 보상은 확실히 있겠다는 믿음으로 2023년 어려운 시장 환경 속에서 마지막까지 흑자를 위해, 손익 달성을 위해 최선을 다했다. 그러나 결국 어떻게 됐는가?

‘플러스 직원들의 고향을 짜내어 본사 임금인상을 위해 최선을 다했다.’

우리는 주어진 환경에서 정말 최선을 다했다. 대부분의 복지제도 중단, 연차비용 감소, 모든 부서의 비용절감, 조직의 슬림화 등 자구적 노력을 게을리 하지 않았고, 경기 침체 환경에서도 모든 부서들은 목표치를 달성하였다. 광고 또한 마지막까지 노력한 끝에 수정된 목표치를 달성할 수 있었다.

이 모든 것은 노력에 비례한 보상이 있을 것이라는 믿음 때문에 가능한 것이었다. 그러나 이러한 우리의 노력은 결국 본사로의 콘텐츠 사용료 상납 인상이라는 카운터 펀치 한 방으로 1년간의 노력은 수포로 돌아갔고, 한 순간에 -18억 적자 회사로 탈바꿈 되었다. 2023년 적자가 예상됐던 본사는 MBC플러스의 전폭적인 지원에 힘입어 흑자전환에 성공하여 임금인상을 눈 앞에 두고 있다고 한다.

MBC플러스는 12월에 이뤄진 콘텐츠 사용료 협상 갱신으로 인해 기존 대비 약 30억이 더 지출되었다. 2022년 광고매출 905억에 콘텐츠 사용료 485억이(약 53%) 지출되었고, 2023년은 광고매출 765억에 콘텐츠 사용료 451억(약 59%), 여기에 세무감사 지적 사항이라는 브랜드 사용료를 친절하게도 2017년부터 7년 소급하여 추가 28억으로, 전년 대비 매출이 140억 감소했지만 본사로의 상납 비용은 독점권료를 제외하고도 전년과 거의 차이가 없다.

이번 협상으로 추가 지출된 50억여원이 아니었다면 흑자전환이 가능했다는 것을 알 수 있으며, 적자의 원인이 무엇인지도 명확하게 알 수 있다. 그럼에도 회사는 적자의 원인을 은폐하며, 임금 동결 카드로 그에 대한 고통은 고스란히 우리에게 떠넘기고 있다. 우리의 노력이 부족해서 발생한 적자라면 스스로 고통을 감내해야겠지만, 우리의 노력이 다른 집의 이익과 자산으로 귀결되고, 우리의 임금에 피해를 준다면 이것은 절대 받아들일 수 없다.

이제는 예전처럼 영업이익 200억씩 흑자를 낼 수 있는 구조가 아니다. 잘해야 40억~50억 수준인데, 이 상황에서의 콘텐츠 사용료는 영속적으로 우리를 몰아낼 것이고, 추후 어떤 명분으로 추가 인상 요구가 있을지도 알 수 없다.

이번에 자행된 만행은 본사에서 마음만 먹으면 얼마든지 자회사를 한 순간에 적자회사로 변모시킬 수 있다는 것을 보여주고 있으며, 이것은 결국 임금문제 뿐만 아니라 구조조정 등 인력구조 또한 마음대로 리모트 컨트롤이 가능하다는 것에 대한 방증인 것이다.

노력해도 안되는 구조가 되버린다면 누가 열심히 하려 하겠는가. 경영진의 의도이든 아니든 인력 유출에 대한 대책은 커녕 권장하고 있는 꼴이고, 남아 있을 직원들에게도 태업을 적극 조장하고 있는 것이다.

‘MBC플러스는 상암 출장소가 아니다.’

우리는 경영진을 믿고 열심히 노력했고 그것을 결과로 증명해냈다. 이제는 경영진이 보여줄 차례다. 본사가 반대해서 어렵다는 말만 되풀이 하지 말고, 상암의 지령을 받는 허수아비 임원이 아니라는 것을 결과로 당당하게 증명해 주기를 바란다.

요즘 회사 내부에 ‘어느 임원이 어느 자리로 간다더라’ 라는 소문이 파다하다. 누가 어디로 가느냐가 궁금하고 중요한 것이 아니라 임원들의 영전을 위해 MBC플러스를 악용했다는 오해 받을 일은 하지 않기를 바란다.

우리는 합당한 대우와 정당한 임금을 받을 권리가 있다.

이에 조합은 다음과 같이 요구한다.

‘노력에 비례한 합리적 보상, 정당한 임금인상을 지급하라.’

2024년 01월 29일