

발간등록번호
11-1140100-000102-01

윤리경영!
그 길을 묻다



윤리경영! 그 길을 묻다



<비매품>

9 788988 807705 93320
ISBN 978-89-88807-70-5 93320



윤리경영! 그 길을 묻다

2013 윤리경영 실천 사례집



윤리경영! 그 길을 묻다

2013 윤리경영 실천 사례집

초판 인쇄 2013년 11월 25일

초판 발행 2013년 11월 28일

발행인 | 이성보, 허창수
편집인 | 박재영, 이승철
발행처 | 국민권익위원회, 전국경제인연합회
제작대행 | (주)FKI미디어
I S B N | 978-89-88807-70-5

<비매품>

윤리경영! 그 길을 묻다

국민권익위원회
고용차별·부패방지·행정심판
서울특별시 서대문구 통일로 87
www.acrc.go.kr

FKI 전국경제인연합회
서울시 영등포구 여의대로 24 전경련타워
www.fki.or.kr

2013 윤리경영 실천 사례집

PREFACE

발간사



ISO 26000(사회적책임 국제표준; 2010년), IFRS(국제회계기준; 2012년) 제정 등 국제사회의 윤리기준이 강화되고 있고, 윤리경영 문제는 이제 기업의 지속성장·발전과 직결된 중요한 생존요소인 동시에 21세기 국가경쟁력의 핵심적인 사회적 자본으로 부각되고 있습니다.

2013년 말이면 우리나라의 누적 무역규모가 1조 달러를 넘어서서 3년 연속 1조 달러를 돌파할 것이라고 합니다. 하지만 세계경제포럼(WEF)이 평가한 2013년 우리나라 국가경쟁력은 148개국 중 25위로 평가된 반면, 기업 윤리경영 분야 경쟁력은 79위에 머물러 있습니다.

정부 내 반부패·청렴업무를 총괄하는 국민권익위원회는 이 같은 국제적 흐름에 대응하고 사회 전반에 기업윤리 문화를 확산·정착시키기 위한 여러 가지 지원 사업을 추진하고 있습니다.

특히 지난 7월 경제계를 대표하는 전경련과 업무협약(MOU)을 체결하고, 기업의 윤리경영 문화 확산을 위해 공동으로 노력하고 있습니다. 그 일환으로 전경련과 공동 발간하는 이번 사례집은 민간 부문과 공공 부문 각 분야에서 윤리경영을 실천하고 있는 기업들의 다양한 경험과 노하우를 공유할 목적으로 발간한다는 점에서 의미 있다고 생각합니다.

본 사례집은 부패방지, 상생협력, 환경경영, 사회공헌 등 윤리경영 각 분야에서 실무에 도움이 될 만한 사례 중심으로 구성하였고, 이해하기 쉽도록 사진·도표 등을 풍부히 사용하였습니다.

기업과 정부 등 사회 모든 분야에서 윤리적 사고를 생활화하고 실천해 나간다면, 윤리경영 문화가 확산·정착되어 사회 전반에 신뢰와 윤리가 살아 숨쉬는 국력이 높은 나라가 될 것이라 확신합니다. 이런 측면에서 본 사례집이 조금이나마 보탬이 될 수 있기를 희망합니다.

사례집 발간까지 애써주신 여러 기업인, 기관 관계자 분들의 노고에 감사드리며, 아무쪼록 우리나라의 모든 기업이 국민의 신뢰와 존경을 받는 세계적인 윤리경영 선도기업으로 성장하기를 기원합니다.

2013년 11월
국민권익위원회 위원장 이 성 보



기업이 사회에 미치는 영향력이 커지면서 기업의 사회적 책임에 대한 역할과 윤리경영에 대한 요구 수준이 높아지고 있습니다.

이제 윤리경영은 기업의 지속가능한 발전을 담보하는 핵심 경영요소가 되었습니다. 단순히 기업의 위기를 관리하기 위한 수단을 넘어 장기적으로 이해관계자와 소통하고, 이를 통해 사회와 함께하는 일류 기업으로 발전하기 위한 경영전략으로 주목받고 있습니다.

그 동안 전경련은 경제계의 자율적 윤리경영 확산과 정착을 위해 많은 노력을 기울여 왔습니다. 주요 회원사 윤리경영 담당 임원들이 참여하는 윤리경영임원협의회를 운영하고, 경제계가 함께 윤리경영 캠페인을 전개하였습니다. 기업윤리학교를 정기적으로 개최하여 최신 윤리경영 트렌드와 우수 사례를 공유함으로써 산업계 전반의 윤리경영 확산에도 힘써 왔습니다.

국민권익위원회와도 윤리경영 확산을 위해 다양한 형태로 협력해 왔으며, 이번 「윤리경영! 그 길을 묻다」도 이러한 노력의 일환입니다. 민간과 공공 부문 우수 기업의 다양한 사례를 발굴하여 확산함으로써 보다 많은 기업들이 윤리경영에 대한 의지를 다지고 구체적인 대안을 모색하는데 도움을 주고자 했습니다.

이 책은 건설, 금융, 유통, 통신 등 다양한 업종의 윤리경영 사례를 포함하고 있습니다. 각 사가 운영하고 있는 다양한 윤리경영 사례 중에서 사회적 문제 해결, 임직원 실천, 준법경영, 건강한 기업생태계 구축 등 부문별로 하나의 사례를 선정하여, 제도 도입과 운영에 관한 내용뿐만 아니라 추진 과정상의 애로사항과 극복과정까지 망라하였습니다.

아무쪼록 이 책이 윤리경영을 추진코자 하는 많은 기업들에게 실질적인 길잡이가 될 수 있기를 기대하며, 발간에 협조해주신 윤리경영 임원협의회 위원 및 집필진 여러분께 감사드립니다.

2013년 11월
전국경제인연합회 회장 허 창 수

CONTENTS

차례

Part 1. 민간 부문

교보생명	011
두산중공업	017
신세계	033
지멘스	043
포스코	051
한진해운	061
현대중공업	069
LG유플러스	081
SK텔레콤	087
SK하이닉스	095

Part 2. 공공 부문

인천국제공항공사	107
한국농수산물유통공사	117
한국지역난방공사	127
에너지관리공단	135
한국공항공사	141
예금보험공사	151
한국수자원공사	159
교통안전공단	169
한국주택금융공사	177
우체국물류지원단	183

Part 1

민간 부문

본 사례집은 각 기업별로 해당 주제에 대한 사례만을 소개하고 있습니다.
각 기업별 전체 윤리경영 제도 운영 현황은 각 사 홈페이지 등을 참조하시기 바랍니다.

교보생명
사회적 문제 해결

두산중공업
건강한 기업생태계 구축

신세계
임직원 실천

지멘스
준법경영

포스코
임직원 실천

한진해운
사회적 문제 해결

현대중공업
임직원 실천

LG유플러스
임직원 실천

SK텔레콤
사회적 문제 해결

SK하이닉스
임직원 실천

교보생명

사회적 문제 해결





교보생명



업종	생명보험
설립일	1958년 8월 7일
수입보험료	12조 7,441억 원
자산	69조 9,563억 원
홈페이지	www.kyobo.co.kr

- 포춘코리아 선정 '존경받는 한국기업 50' 보험업계 1위(2010년)
- 한국표준협회 '2013 지속가능성대회' 생명보험 부문 4년 연속 1위
- 한국표준협회 '우수 지속가능경영보고서상'(2013년)

윤리경영 추진 현황 및 가치

▶ 모든 이해관계자와의 공동발전을 추구하는 회사

교보생명은 차별화된 지속가능경영을 모범적으로 펼치고 있는 대표적인 금융회사이다. 1958년 창업 이래 투명·윤리·사회책임 경영을 꾸준히 실천해왔다. 지난 2010년 국내 생명보험사 중 처음으로 지속가능경영 전담부서를 신설하였고, 같은 해 10월에는 국내 보험사 최초로 기업의 사회적 책임 국제협약인 UN 글로벌콤팩트(UN Global Compact)에 가입함으로써 지속가능경영 추진의지를 대내외에 천명했다. 또한 2011년 생명보험업계 최초로 지속가능경영보고서를 발간한 데 이어 올해 세 번째로 진일보한 보고서를 발간하여 이해관계자와의 소통을 강화하였다.

교보생명의 지속가능경영은 '모든 이해관계자와의 공동발전을 추구하는 약속의 실천'에 중점을 두고 있다. 이를 위해 이해관계자를 고객, 재무설계사·임직원, 투자자, 정부·지역사회로 정하고, 각 이해관계자에 대한 약속(고객보장을 잘하는 회사, 재무설계사·임직원과 함께 성장하는 회사, 투자자에게 매력적인 회사, 정부·지역사회와 함께 발전하는 회사)과 이를 실천하기 위한 10개의 원칙을 수립하였다. 이러한 지속가능경영의 궁극적인 지향점은 '존경받는 100년 기업'으로 나아가는 데 있다.

윤리경영 실천 사례

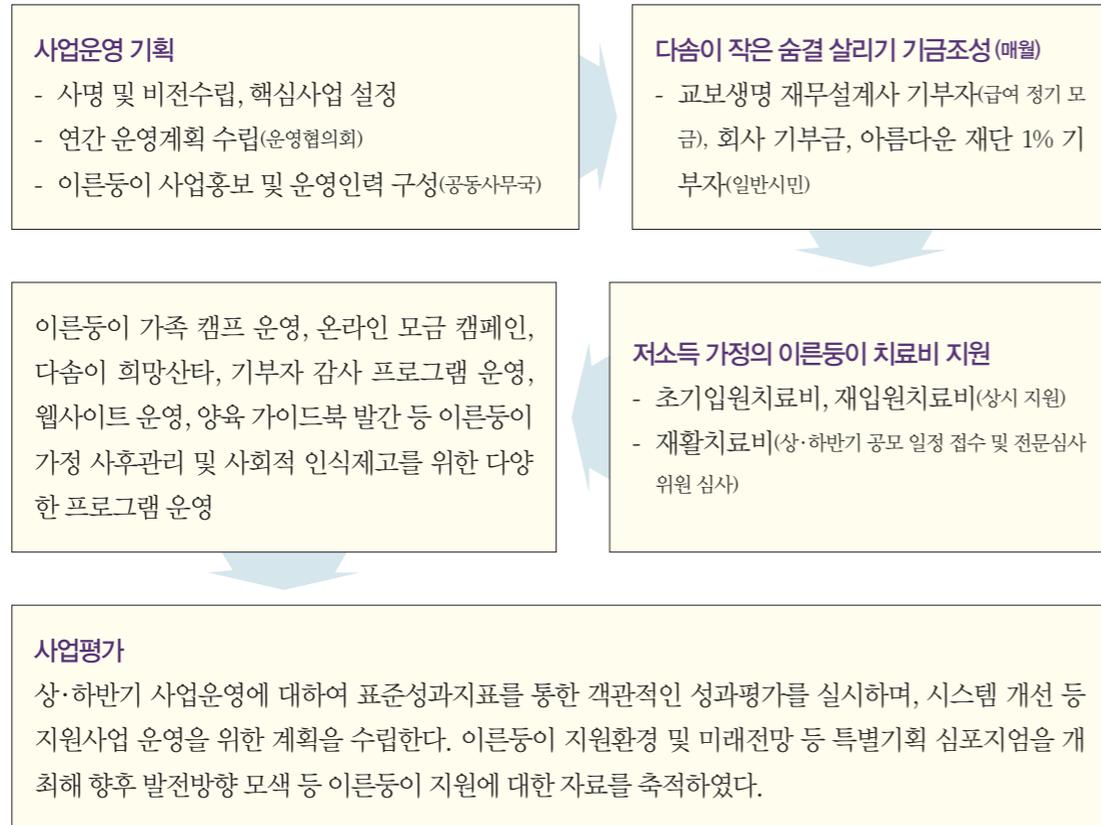
▶ 도입배경

2004년에 시작된 '다솜이 작은 숨결 살리기'는 이른둥이(미숙아)들이 건강을 회복하여 소중한 생명을 이어갈 수 있도록 지원하고, 이른둥이 출산으로 인해 어려움을 겪고 있는 가정이 역경을 이겨낼 수 있도록 돕는 사업이다. 교보생명은 가족·이웃사랑을 몸소 실천하는 기업으로서 건강한 사회, 함께하는 사회를 만드는 데 앞장서고 있으며, 재무설계사의 자발적인 참여를 통해 이른둥이 지원사업을 시작하였다. 또한 저소득층 이른둥이를 위한 사회적 지원체계를 구축해 아이가 건강하게 자랄 수 있는 기반을 마련하고, 더불어 우리사회의 건강한 나눔문화 확산에 앞장서고자 노력하고 있다.

사업 초기(2004년) 이른둥이 발생률은 전체 출생아의 약 8.5%로 추정됐으며, 출산율에 비해 이른둥이가 차지하는 비율은 꾸준히 증가하였다. 그러나 저소득층 가정은 경제적인 이유로 치료를 포기해 이른둥이가 심각한 후유장애를 갖거나 사망에 이르기도 하였다. 이러한 사회적 필요성에 따라 2000년부터 정부 지원이 이루어졌으나 수요에 비해 실질적인 지원이 많이 부족한 상황이었다. 그래서 국내 최초로 민간차원에서 기업과 비영리단체가 함께하는 이른둥이 지원사업모델로서 사회복지 혜택을 받지 못하는 저소득

층 이혼동이 가정에 적절한 의료비를 지원해 영아 사망률, 장애아동 발생율을 낮추고 극빈층으로 전락하지 않게 다양한 이혼동이 지원사업을 펼쳐 나가고 있다.

➤ 추진절차



➤ 주요내용

- **정부정책 견인 및 이혼동이 잘 자랄 수 있는 사회환경 조성 지원**
 - 이혼동이의 건강한 성장을 위한 사회환경 조성을 위해 ‘이혼동이 가정 질적 연구조사’, ‘지역사회 맞춤형 방문건강관리센터 시범사업’ 등을 통해 정부와 사회의 이혼동이에 대한 관심을 유도하고

지원이 확대될 수 있도록 정부 정책의 견인차 역할을 수행했다. (보건복지부 미숙아 및 선천성 이상아 의료비 지원사업이 2004년 840명, 지원예산 10억여 원에서 2012년 1만 3,000명, 84억 원으로 지속 확대)

- **지속적인 지원체계 시스템 구축을 통한 이혼동이의 건강한 성장지원**
 - 이혼동이 출생 직후 입원치료비부터 24개월 미만 재입원치료비, 만 6세 이하의 재활치료비까지 지속적이고 체계적으로 이혼동이가 건강하게 자랄 수 있도록 지원하고 있다. 현재까지 지원한 이혼동이는 1,560명에 이른다.
- **지역사회의 건강한 나눔문화 확산에 기여**
 - 2004년 컨설턴트 모금 참여인원이 1,948명 → 2013년 현재 5,400명으로 증가
 - 일반시민 참여인원은 : 2013년 현재 1,931명으로 온라인 모금활동 및 다솜이 희망산타 자원봉사 등을 통해 우리 사회의 건강한 나눔활동에 많은 시민들이 관심을 갖고 참여할 수 있도록 다양한 노력을 기울이고 있다.
- **정기적인 기금조성(교보생명 컨설턴트, 교보생명 지원금, 일반시민)**
 - 2004년부터 매월 컨설턴트의 급여에서 일부를 자발적으로 기부하고, 아름다운재단의 1% 기부자, 회사지원금으로 다솜이 기금을 조성해 단순 모금활동을 넘어 저소득층 이혼동이 가정이 다양한 협력을 통한 지원체계를 통해 도움을 받을 수 있도록 지원하고 있으며, 사회제도 변화를 위해 지속적으로 나눔활동이 이루어 질 수 있도록 이혼동이 사업에 대한 관심을 증가시키고 있다.
- **단순 기부활동을 넘어 다양한 이해관계자들과 협력하는 참여형 프로그램으로 운영**
 - 사회적인 이슈발굴을 통해 전문성이 있는 비영리단체와 파트너십을 맺고 공동의 가치와 비전 수립을 통해 상호 협력하여 운영
- 비영리단체에서 운영하는 프로그램에 단순히 기부 지원을 하는 것이 아니라 공익사업을 기획해 목표에 따른 사업운영을 통해 지원 결과 및 성과분석을 통해 대표 공익사업으로 발전시키고 있다.
- 임직원들이 공감할 수 있는 분야의 사회공헌 프로그램을 지원해 사업 운영의 명확한 목적과 목표를 수립해 조직원들이 적극적으로 참여할 수 있는 기회제공 및 동기부여를 통해 책임감을 갖고 진정성 있는 사업 운영을 지원한다.

- 사회변화를 위한 제도개선, 인식제고를 위한 다양한 프로그램 및 연구 사업 등을 지원해 다양한 이해관계자들과 협력구조를 갖추 수 있도록 한다.

- **미숙아 한글이름 공모 (일반시민 참여)**

- 공모를 통해 시민들의 참여로 만들어진 한글이름 ‘이른둥이’는 ‘미숙아’ 대신 만들어진 이름으로 국립국어원의 후원으로 한글 새이름 불러주기 캠페인을 전개하고 있다.

- **다솜이 희망산타 (일반시민 참여 프로그램)**

- 2006년부터 매년 12월에 컨설턴트와 일반 시민 자원봉사자 200여 명이 이동이 자유롭지 못한 이른둥이 가정을 방문해 선물과 희망의 메시지를 전하는 프로그램이다. 이른둥이에 대한 인식개선과 더불어 일반시민들의 따뜻한 관심을 통해 나눔활동에 참여하는 기회를 제공하고 있다. 택시자원봉사자가 이동 봉사자로 참여하는 등 일반시민들의 참여가 매년 활발하게 이루어지고 있다. (1,032명이 참여, 이른둥이 1,125가정 지원)



➤ **향후 계획**

이른둥이 지원사업 10주년을 맞이해 그동안의 과정과 성과를 면밀히 평가하여 이른둥이 지원에 대한 자료를 축적하고, 이른둥이 지원환경 변화에 따른 개선 및 발전방향 모색을 위한 연구사업이 진행 중에 있으며 연구결과를 토대로 향후 지원 시스템 개선 및 지속적인 제도변화를 이끌어가는 활동에 앞장서고자 한다. 또한 2004년과 2005년에는 불과 2명이었던 외국인 노동자 가정 이른둥이 지원이 최근 2~3년 동안에는 매년 20여 명으로 크게 증가해 앞으로도 외국인 노동자 가정 등 사각지대에 있는 아이들이 건강하게 성장할 수 있도록 다양한 협력체계를 통해 희망의 씨앗이 되어 지속적인 관심과 희망을 전할 예정이다.

두산중공업

건강한 기업생태계 구축





두산중공업



업종	기계
설립일	1962년 9월 20일
매출액	9조 6,272억 원(2012년)
자산	13조 5,244억 원(2012년)
홈페이지	doosanheavy.com

- 한국기업지배구조원 주관 '2012 ESG평가대상' 대상 수상
- 한국경영자총협회 등 경제5단체 주관 '제9회 투명 경영대상' 대상 수상
- '제1회 대한민국 사랑받는 기업 정부포상' CSR활동 우수기업 산업통상자원부 장관상 수상

윤리경영 추진 현황 및 가치

두산중공업은 회사의 지속적인 성장을 위하여 투명경영을 실천하고 있다. 임직원들이 업무에 있어 기업의 경쟁력을 높이고 사회적 책임을 실천하는 가치 판단의 기준으로 '두산 Way'를 삼을 수 있도록 한다. 이것을 기반으로 윤리규범과 이사회 중심의 경영, 철저한 감사제도를 통한 회계투명성 확보, 공정한 거래와 선순환적인 파트너십 구축, 투명한 정보 및 공정한 참여기회 제공 등 다양하게 활동을 펼치고 있다.

윤리규범(Code of Conduct)

서문

두산은 회사의 지속적인 성장을 위하여 인화, 고객 중심의 경영철학, 투명한 경영 및 혁신을 통하여 회사의 경쟁력을 높이고 기업의 사회적 책임을 실천하고자 한다. 이를 위하여 윤리규범을 제정하여 임직원의 업무수행 원칙으로 시행한다.

이 윤리규범은 두산의 임직원(이하 "두산인")에게 적용되며, 두산과 거래하는 협력업체 등 제3자도 함께 준수할 것을 권장한다.

두산인은 관련법령과 윤리규범을 포함한 내부규정을 올바르게 이해하고 준수할 책임이 있다. 윤리규범에서 다루고 있지 않거나 구체적인 설명이 필요한 부분은 세부규정에서 정하고 있으므로 회사 인트라넷 사이트에서 찾아보거나 법무팀을 통하여 안내 받을 수 있다. 이 윤리규범과 관련 법령이 상충되는 경우에는 법령이 우선한다.

윤리규범에 위반되거나 위반될 우려가 있는 행위를 발견할 경우, 각 사의 절차 및 규정에 따라 신고할 수 있다. 이 경우 신고자의 신원, 신고 사실 등에 대한 비밀이 보장되며, 선의로 문제를 제기한 신고자는 신고 등으로 인한 불이익을 받지 않는다.

인화

• **존중, 팀워크와 열린 소통** : 두산의 인화는 당당함과 따뜻함을 기반으로 발현되는 진정한 의미의 팀워크를 의미한다. 두산인은 사람이 우리 경쟁력의 원천임을 믿으며, 개인의 특성을 인정하고 존중한다.

- 두산인은 합리적인 이유 없이 성별, 종교, 장애, 나이, 사회적 신분, 출신지역·국가·민족, 신체 조

건, 혼인 여부, 임신 또는 출산, 가족 형태 또는 가족 상황, 인종, 피부색, 사상 또는 정치적 의견, 성적 지향, 학력, 병력 등을 이유로 차별을 하지 않는다.

- 두산인은 인화의 정신에 위배되는 폭언, 폭력, 성희롱 등 부적절한 언어나 행동을 용납하지 않는다.
- 두산인은 합리적인 기준과 원칙에 따라 인재를 선발, 배치, 평가하고 양성한다.
- 두산인은 합리적인 근거에 기반한 다양한 의견을 자유롭게 개진하고 열린 마음으로 소통한다.
- 두산인은 지연·학연 등 파벌, 개인적 친소관계에 따라 서로를 불공정하게 대하지 않으며, 공정함과 따뜻함을 기반으로 합리적인 기준과 원칙에 따라 강력한 팀워크를 추구한다.

정직과 투명성

- **정직과 투명성**: 정직과 투명성은 조직과 사업의 모든 측면에서 반드시 지켜야 할 가치이다.
- 두산인은 회사와 거래하거나 거래하고자 하는 업체나 개인 또는 회사의 업무와 관계 있는 공무원 등과의 사이에 직간접으로 뇌물, 향응 기타 부당한 이득의 수수, 요구, 약속 또는 제공의 의사표시를 하지 않는다.
- 두산인은 회사 업무 관련 자료 및 재무 관련 기록을 관련 법령, 회계기준 및 내부규정에 따라 정확하게 작성한다.
- 두산인은 공시 관련 법령에 따라 기업활동, 주요경영사항 등에 대한 정확한 정보를 적시에 공개한다.
- 두산인은 경업 및 겸직 등 회사와 이해가 상충될 수 있는 일체의 행위 또는 회사의 명예를 훼손할 수 있는 행위를 하지 않는다.
- 두산인은 회사의 내부정보를 주식 등 유가증권의 거래 및 기타 개인적인 이익을 위해 사용하거나 다른 사람에게 제공하지 않는다.
- 두산인은 회사의 자산을 보호하고 분실, 파손, 도난, 유용 및 남용되지 아니하도록 안전하게 관리한다.
- 두산인은 회사의 자산을 적법한 사업목적으로만 사용하며, 개인적인 이익이나 제3자의 이익을 위하여 사용하지 않는다.
- 두산인은 회사의 비공개 정보를 보호하며, 회사의 승인 없이 다른 사람과 공유하지 않는다.
- 두산인은 회사가 처리하는 개인정보를 개인정보보호법 등 관련 법령에 따라 적법하게 보호·관리한다.

고객 중심, 혁신, 성장

- **고객 중심**: 두산인은 고객이 두산의 존재 이유임을 믿으며, 고객의 관점에서 판단하고 사고한다.
- 두산인은 고객의 의견을 경청하고 존중하며, 고객이 원하는 바를 이해하여 고객에게 경쟁사보다 월등한 가치를 제공한다.
- 두산인은 고객에게 제품 및 서비스에 대한 진실되고 정확한 정보를 제공한다.
- **혁신과 성장**: 두산인은 끊임없는 혁신을 통하여 지속가능한 성장을 추구한다.
- 두산인은 다양한 기술, 지식, 아이디어, 정보를 열린 마음으로 수용한다.
- 두산인은 기술, 제품과 서비스, 업무 프로세스, 시스템 등 모든 측면에서 지속적인 개선을 위하여 노력한다.
- 두산인은 스스로 자부심을 가질 만한 목표를 세워 개개인의 역량과 기술을 끊임없이 발전시키고 회사의 성장에 이바지한다.

사회공헌, 안전과 환경

- **사회공헌, 안전과 환경**: 두산인은 회사가 사회와 함께 성장하며 신뢰받는 기업이 될 수 있도록 노력한다. 또한 우리는 공동체의 일원으로서 사람들의 생명과 안전 및 환경을 보호할 책임이 있다.
- 두산인은 기업의 사회적 책임을 중요하게 여기며, 활발한 기업활동 및 적극적인 사회공헌을 통하여 사회발전에 기여한다.
- 두산인은 작업환경을 안전하게 유지하며, 우리의 사업장에 적용되는 환경, 보건 및 안전 관련 법령과 기준을 준수한다.
- 두산인은 제품 개발, 생산, 판매를 포함하는 모든 사업활동에서 임직원, 고객, 지역사회 안전을 중시한다.
- 두산인은 적극적인 기술 개발과 혁신을 통하여 친환경적 성장을 추구한다.

윤리경영 실천 사례

▶ 도입배경

두산중공업은 대한민국을 대표하는 플랜트 전문기업으로, 세계 30여 개 국가에 발전, Water 등 각종 플랜트 설비를 공급하며 세계 플랜트 사업을 선도하고 있다. 해수담수화 분야에서는 자타가 공인하는 세계 1위이며, 발전설비 분야에서도 글로벌 리더로 도약하고 있다. 하지만 그만큼 해외 우수업체들과 치열한 경쟁 속에 수주에 성공해야 협력사에 일감을 줄 수 있는 특성을 지니고 있어 협력사의 역량 또한 세계적인 수준이 되어야만 두산중공업과 협력사가 공생하며 발전할 수 있다. 동반자 관계가 다른 기업보다 더 중요한 이유이다. 이를 위해 두산중공업은 협력사와 ‘선순환적 파트너십’ 체제 구축을 동반성장의 모토로 세우고 2011년부터 경쟁력 강화지원, 재무지원, 해외동반진출, 커뮤니케이션 등 4개 영역에서 동반성장 프로그램을 추진하게 되었다.

▶ 추진과정

두산중공업은 글로벌 경쟁력 강화를 위해 협력사와 ‘선순환적 파트너십’ 체제 구축을 동반성장의 모토로 정했다. ‘선순환적 파트너십’ 체제란 현재까지 두산중공업 내부에만 국한되어 진행해오던 기술역량 강화, 비즈니스시스템 고도화 등 고유의 경영 체계에 모든 협력사를 포함하여 하나의 시스템으로 운영하겠다는 의미이다. 이는 기존의 하도급 계약 구조를 벗어나서, 공급망(Supply Chain) 전반의 시스템 경쟁력을 향상시키고 이를 통해 얻어지는 이익을 협력사와 공유함으로써, 더욱 공고한 파트너십을 구축해가려는 것이다. 이와 관련해 두산중공업의 CEO인 박지원 부회장은 2011년 전사 추진 4대 과제로 동반성장을 꼽으면서 지속적인 협력사와의 상호 ‘Win-Win’ 관계를 수립하여 동반성장을 추진할 것을 당부하였다.

그뿐만 아니라 COO(운영총괄사장)인 한기선 사장은 취임 초부터 동반성장을 직접 챙기겠다는 의지를 실현하고 있다. 동반성장 전담부서인 동반성장추진팀을 COO 직속으로 두었으며 협력사를 수시로 방문하여 현장의 애로사항을 경청하고 있다. 또한 임원·중역 평가 시 동반성장의 실적을 반영하여 동반성장에 대한 체계적인 모니터링을 구축해놓은 상태이다.

두산중공업은 협력사를 장기적·전략적 파트너로서 글로벌 경쟁력을 갖추게 하기 위하여 우선 2010년 11월 사내외 전문가 100여 명으로 구성된 경쟁력 강화 지원단을 구성하고, 이어서 2011년 1월 6일 100개 협력사를 초청하여 프로그램 설명회를 갖고 7대 분야(생산성향상, 설계개선, 품질보증, 품질개선, 생산기술, 환경보건안전(EHS), 작업환경개선)에 걸쳐 각 분야별 대상 협력사를 선정했다. 두산중공업의 경쟁력 강화 지원 프로그램의 세부 내용은 다음과 같다.

두산중공업 경쟁력 강화 지원 프로그램 설명

프로그램	설명
생산성향상	자체공장과 가공설비를 보유한 협력사에 생산라인 표준화, 생산현장 낭비요소 제거 등 생산성향상을 통한 원가절감방안 컨설팅 지원
설계개선	자체 설계능력 보유 협력사를 대상으로 설계개선을 통한 원가절감 도출 방안 컨설팅 지원
품질보증	ASME(American Society of Mechanical Engineers) Code, KEPIC(Korea Electric Power Industry Code ; 한국전력산업 기술기준) 인증이 필요한 품목을 공급하는 협력사에 대하여 취득 방법 컨설팅 및 Code 갱신 지원
품질개선	품질불량을 개선을 위한 진단, 개선방안 수립 및 개선시행
생산기술	생산/제작기술 교육 및 노하우 전수를 통해 제조 경험부족에 따른 애로사항 해결
EHS	안전한 작업장 조성을 위한 진단, 개선방안 도출 및 교육지원
작업환경개선	옥외 작업장을 옥내화하여(무빙하우스), 작업환경개선 및 생산성 향상 지원

경쟁력 강화 지원 프로그램 도입의 경우 협력사의 원가나 기술이 공개되는 것은 아닌지, 또 내부 문제가 드러나는 것은 아닌지 걱정하는 협력사들의 우려를 불식시키기 위해 수차례의 협의를 거쳐서 진행하였다. 그리고 수주 경쟁력을 높이기 위한 것을 명확히 하면서 외부 전문 컨설팅사의 보안서약을 통해 협력사의 영업비밀이 공개되지 않는다는 것을 분명히 하여 협력사의 우려를 불식시켰다. 이러한 과정을 거쳐 두산중공업은 2011년 3월부터 일정 수준 이상의 기술력을 보유한 전략적 협력사 중에서 자체 설계 역량과 인력을 갖추고 있는 업체들을 대상으로 설계개선(DTC : Design to Cost)컨설팅을 지원해오고 있다. 또한 생산성향상(LM : Lean Manufacturing)을 통해 협력사의 생산성과 품질, 납기, 효율 측면에서 경쟁력을 높일 수 있도록 지원하고 있다. 시행 첫해인 2011년 상반기 6개사가 참여했으며 하반기 2차 시행 때는 13개사가 참여했다.

이와 같은 두산중공업의 협력사 경쟁력 강화 프로그램은 막연한 비전을 제시하거나 맹목적인 혁신을 추진하는 것이 아니라 5개월 동안 달성 가능한 과제와 목표를 설정한다는 특징이 있다. 실질적인 성과를 거둔 경험이 조직 변화의 동인이 되도록 하기 위해서이다. 나아가 지속가능한 혁신과 성과를 위해 스스로 혁신 추진 체계를 구축하도록 한다. 구체적으로 생산성 향상 프로그램은 5주 동안의 진단단계에서 인터뷰와 생산현장 진단 등을 통해 문제를 분석한 다음 이를 바탕으로 관계자 전원이 참석하는 과제 도출 워크숍을 통해 핵심과제를 도출하고 프로젝트 목표를 설정한다. 이후 15주 동안은 목표를 달성하기 위해 개선방

향을 분석하고, 이를 바탕으로 개선 방향을 도출한 뒤 협력사 CEO의 의사결정을 거쳐 개선안을 확정하고 실행계획을 수립한다.

설계개선 프로그램은 5주에 걸친 진단 단계에서 설계자유도, 개선가능성, 확대적용성 분석 등을 통해 원가절감 목표를 설정한 다음 15주 동안 평균 100개 이상의 설계개선 아이디어를 도출하고 이 아이디어들이 설계에 실제 반영될 수 있는 수준으로 발전시키도록 했다. 이 과정에서 프로젝트 경험과 교육을 통해 협력사는 원가 개념을 반영한 설계를 할 수 있는 역량을 갖추게 된다. 위와 같이 총 6개월 동안의 활동으로 모든 혁신 활동이 마무리되는 것은 아니다. 진단 단계에서 협력사의 경쟁력 강화를 위한 과제들을 도출하고 앞으로의 추진 계획을 함께 수립하고 혁신활동이 지속적으로 이루어지도록 한다.

▶ 주요내용

2012년 주요성과 요약

- 경쟁력 강화 지원 생산성향상(LM : Lean Manufacturing) 17개 사, 설계개선 (DTC : Design To Cost) 11개 사 등 7개 분야 141개 사 지원
- 동반성장 펀드 648억 원 조성, 직접 자금지원 48억 원 실행
- 네트워크론 1,520억 원 추천, 협력기업대출 누계 1,831억 원 지원
- 국가인적자원개발컨소시엄 116개 사 연 인원 7,888명 수료
- 성과공유제 20개 사 대상 성과공유 과제 추진
- 해외 전시회(Power Gen) 14개 협력사 참가 지원

• 협력사 경쟁력 강화 프로그램 (공유가치 창출)

협력사와의 경쟁력 공유를 뛰어넘어 두산중공업의 최첨단 기술 및 품질경영시스템의 관리범위에 협력사를 포함하여 장기적인 동반자 관계를 구축하고 있다. 이를 통해 두산중공업과 협력사의 제조역량의 경쟁력을 향상시켜 이를 통해 얻어지는 이익을 협력사와 공유하고 있다. 구체적으로는 협력사 경쟁력 강화 7대 분야인 생산성향상(LM), 설계개선(DTC), 품질보증, 품질개선, 생산기술, 환경보건안전(EHS), 작업환경 개선 분야에서 대상 협력사를 선정하여 2011년 상반기부터 맞춤형 경쟁력 강화 지원활동을 실시하고 있으며 2012년에는 7개 분야 141개 사를 지원·실시했다. 또한 국가인적자원 개발 컨소시엄을 운영하여 협력사에 국내 유일의 플랜트 분야 기술교육과정을 제공해 2012년 협력사

116개 사 7,888명의 재직자가 교육을 수료하였다. 그 결과 2012년 ‘컨소시엄 우수사례 경진대회’에서 총 3개 부문 중 2개 부문에서 대상을 수상하였다.

• 재무지원 (동반성장펀드/네트워크론 지원)

제조역량은 뛰어나지만, 일시적인 자금난을 겪고 있는 중소기업 협력사를 지원하기 위하여 두산중공업은 여러 가지 자금지원을 실행하고 있다. 협력사에게 무이자 자금지원 48억 원을 시행한 이외에도 동반성장 펀드, 두산중공업 협력기업 대출, 네트워크론 등 다양한 자금지원을 실행하고 있다. 두산중공업은 2009년 기업은행과 두산중공업 협력기업 대출을 체결하여 협력사는 발주서를 담보로 최대 계약금액의 80%까지 선지급의 형식으로 대출을 받을 수 있어, 생산 및 운영자금을 필요로 하는 협력사들에게 2012년까지 1,831억 원이 지원되어 많은 도움이 되고 있다. 2011년도 9월에는 산업은행과 340억 원 규모의 동반성장 펀드를 조성하고, 이에 이어서 2012년 6월에는 기업은행과 308억 원 규모의 동반성장 펀드를 조성하고, 2013년에는 기업은행 동반성장 펀드 규모를 60억 원 추가하여 총 648억 원 규모의 동반성장 펀드를 운영하고 있다. 또한 2012년 2월에는 수출입은행 상생협력 프로그램 협약을 체결하여 다양한 동반성장 자금 지원을 운영하고 있다.



• 해외시장 동반진출 지원

두산중공업은 협력사의 글로벌 경쟁력을 위해 해외에서 발주되는 프로젝트에 협력사가 참여할 수 있도록 해외 발주처로부터 업체 승인을 받는데 필요한 제반 절차나 필요조건을 지원하고 있다. 2012년에는 해외 프로젝트 수주 시 국내 협력사의 PQ(Pre-Qualification)승인을 지원하여 124개 사 169건을 완료하였으며, 11개 사의 해외 프로젝트 공사현장 진출을 도왔다. 그뿐만 아니라, 베트남 두산비나 및 태국 게코원 발전소 현장 견학을 진행하고, 글로벌 발전시장의 대표적인 전시회인 Power-

Gen(Power-Gen Asia(2012년 10월 3일~5일, 태국 방콕), Power-Gen International(2012년 12월 11일~15일, 미국 올란도) 참가 지원을 통해 해외 수출 기회를 제공했다.

• 커뮤니케이션 강화

- 협력사 방문

두산중공업의 협력사와의 커뮤니케이션 강화는 한기선 사장이 2011년 3월 두산중공업의 사장으로 취임하면서, 첫 번째 대외일정을 협력사 방문으로 잡은 것으로부터 그 의지를 알 수 있다. 한기선 사장은 취임 이후 경기, 충남, 경남, 부산 등 전국에 소재해 있는 30개 협력사를 직접 방문하여 협력사의 애로사항 및 경쟁력 강화 지원활동 프로그램에 대한 다양한 의견을 청취하고, 각 공장을 직접 둘러보며 소속 협력사의 임직원들을 격려하고 있다. 한기선 사장이 협력사를 방문하면서 이동한 거리는 무려 9,978km로서 서울과 부산을 12.5번 왕복한 거리에 육박한다. 바쁜 일정에도 매일 협력사를 방문하고 있는 한기선 사장은 협력사에 제조 경쟁력 강화 및 원가 경쟁력 제고 노력을 해달라는 당부의 말을 잊지 않고 있다.

협력사 방문



- 두산중공업 협력회 운영

2011년 4월 27일 두산중공업의 200여 개사의 주요 협력사의 협의체인 두산중공업 협력회가 발족되었다. 두산중공업은 협력회를 대상으로 경쟁력 강화 프로그램, 자금지원, 해외 동반진출 등 동반성장 지원을 실행하고 있다. 올해로 창립 2주년을 맞은 두산중공업 협력회에 대하여 정기적인 간담회를 통하여 소통을 활성화하고, 협력사가 진정 원하는 지원이 무엇인지 항상 경청함으로써, 협력사 맞춤형 동반성장을 추진하고자 노력하고 있다.

- Win-Win Call Center 운영

두산중공업은 협력사와 애로사항 및 건의사항 등을 해결하여 소통을 강화하기 위해서 상담 전용 창구인 'Win-Win Call Center'를 개설하여, 2010년 10월 27일부터 운영하고 있다. Win-Win Call Center는 회사 홈페이지, e-Sourcing 홈페이지, 전용상담전화(080-069-5000), 팩스, 이메일 등을 통해서 상담이 가능하며 상담자의 비밀은 철저히 보장하고, 상담 접수 후 24시간 내 답변을 주는 것을 원칙으로 운영하고 있다. 2010년 10월 27일 이후 지금까지 300여 건의 협력사 상담을 처리해오고 있다. 협력사는 Win-Win Call Center를 통하여 거래업체 등록, 공정거래 신고 및 경쟁력 강화 지원, 자금지원과 같은 동반성장 프로그램에 대한 상담을 하고 있다.

Win-Win 콜센터(고충상담 등)



- 협력사 근무 여건 개선 및 복지지원

두산중공업은 경쟁력 및 커뮤니케이션 강화, 자금지원뿐만 아니라 한 가족처럼 협력사의 복지도 지원에 아끼지 않고 있다. 일부 사내협력사의 장마철 등 우천 시 작업여건 개선을 위해 2011년부터 2012년까지 무빙하우스 8동을 설치하였으며 협력사 직원과 가족들을 위해 두산중공업 협력사 전용 가족영화관을 임차하여 2주에 1회 운영하고 있다(누적관람객 15,000명), 또한 복리후생 증진을 위해 협력사 임직원 자녀 1,200명을 대상으로 참고서를 매년 지원해 높은 호응을 받고 있다.

• 성과공유 및 공정거래자율준수 실천

- 성과공유제 자율추진 협약체결

두산중공업은 2012년 6월 산업통상자원부와 성과공유제 자율추진 협약을 체결했다. 이 협약에는 두산중공업과 협력사가 공동의 협력활동, 즉 성과공유 추진과제를 발굴하여 사전에 계약하고, 협력사가 과제를 달성하면 두산중공업은 현금지급, 장기계약 체결, 공급물량 확대 등을 통해 성과를 공유하겠다는 내용을 담고 있으며 2012년부터 20개 협력사를 대상으로 성과공유 과제를 발굴하여 추진하고 있다.

- 공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program)

두산중공업은 협력사와의 공정거래 문화 확산을 위해 2012년에는 210개 협력사를 대상으로 동

반성장 및 공정거래 협약을 체결하였으며, 1차 협력사를 대상으로 CP 도입 및 하도급 이행점검 컨설팅을 지원하여 공정거래 문화가 2차 협력사까지 전파될 수 있도록 지원하고 있다. 또한 체계적인 운영을 위해 담당조직으로 자율준수관리자, 사업부문별 자율준수 책임관리자를 선정하고 실무팀으로 동반성장추진팀을 지정하여 공정거래 자율준수 7대 핵심 요소에 따라 성실히 실천하고 있다. 아울러 CEO의 공정거래 준수를 위한 당부의 글과 다양한 관련 교육 프로그램을 진행하여 전사적 자율준수 의지를 표명했다. 그 결과 2013년 4월 공정거래의 날 행사에 공정거래위원장 표창을 수상하기도 했다.

• 기타 2013년 신규 동반성장 추진 현황

- 산업혁신운동 3.0

2013년 6월 18일 두산중공업은 산업통상자원부, 고용노동부, 중소기업청 등 동반성장 관련 정부기관과 대한상의, 대중소기업협력재단 등 민간기관과 함께 '산업혁신운동3.0' 출범식에 참가하였다. 산업혁신운동3.0은 정부기관, 민간경제단체, 대기업이 함께 힘을 모아서 2·3차 협력사의 경영·제조환경·공정혁신을 촉진 및 지원하고 공정한 성과공유 문화정착을 내용으로 하는 혁신운동이다. 한기선 사장은 이날 행사에 두산중공업을 대표하여 참석하여 두산중공업의 동반성장 문화 확산에 대한 의지를 보였다. 두산중공업은 2013년부터 2017년까지 5년간 매해 5억 원씩 재원을 마련하여 산업혁신운동3.0에 참여하기로 협약을 체결하였다.

두산중공업은 기계산업 동반성장 진흥재단과 함께 1차 협력사뿐만 아니라 2·3차 협력사의 생산성혁신 프로그램을 지원하고, 성과공유제를 확산해나갈 계획이다. 이를 위하여 8개 1차 협력사 및 16개 2차 협력사와 컨소시엄을 맺어서 사업을 시행하고 있다.

산업혁신운동3.0을 통하여 동반성장의 실적이 1차 협력사뿐만 아니라 2·3차 협력사까지 전파, 확산되고 성과를 공유함으로써, 2·3차 협력사들의 경영, 제조경쟁력, 품질, 환경안전 등 다양한 분야에서의 혁신이 이루어질 것으로 기대하고 있다.

- 기계산업 동반성장 진흥재단 사업 - 스마트공장 만들기 사례

두산중공업은 2011년부터 기계산업 동반성장 진흥재단과 함께 1차 협력사뿐만 아니라 2·3차 협력사를 지원하는 동반성장 프로그램을 실시하고 있다. 기계산업 동반성장 진흥재단은 협력사의 기계설비 정도향상 지원사업, 시험 검사기기 검·교정 지원사업, 맞춤형 현장 기술교육 지원사업, 지식재산권 지원사업, 해외마케팅 지원사업 등 다양한 동반성장 지원 프로그램을 실시하고 있는데, 1·2·3차 협력사들을 묶어서 상호협력을 통한 지속가능한 동반성장의 토대를 만들어주는 프로그램

으로는 스마트공장 만들기 사업이 있다. 이 사업은 1차 협력사가 2·3차 협력사 3~4개를 하나의 팀으로 구성하여 3정 5S나 각 협력사별 공동 과제의 수행을 지원하는 프로그램으로서, 협력사들의 만족도가 높은 프로그램이다. 2013년에는 1차 협력사 이엠코리아와 2차 협력사 경천기계, 우봉테크, 삼현정밀을 하나의 팀으로 만들어서 외부 컨설턴트의 지도를 받아서 작업환경 정돈, 자재관리 고도화, 공정관리 개선, 설비관리 개선 등 혁신활동을 실행하였다. 이엠코리아 혁신단은 2013년 7월부터 활동을 개시하여 10월 초에 활동이 종료되었으며, 향후 추가 개선 및 지속적인 관리를 통하여 각 협력사의 직원들이 일할 맛나는 작업장이 되도록 최선의 노력을 기울이기로 다짐하였다.

- 퇴임 임원 협력사 경영자문단

2013년 9월 27일 두산중공업은 퇴임 임원으로 구성된 협력사 경영자문단을 출범시켰다. 30년 넘게 축적된 퇴임 임원들의 경험과 노하우를 재능기부 형태로 활용하여 협력사의 경쟁력을 지원하고 동반성장의 폭을 넓혀가기 위함이다. 이번에 출범한 제1기 경영자문단은 총 9명의 퇴임 임원으로 구성되었으며, 두산중공업의 9개 협력사에 각각 경영멘토링 활동을 펼칠 예정이다. 경영자문단은 퇴임 2년 미만의 임원들로 연구개발(R&D), 설계, 품질, 생산, 사업관리 등 다양한 분야에서 자문을 실시할 계획이다. 협력사 경영자문단은 협력사를 찾아가 1개월간 회사의 경영환경을 진단하고 구체적 자문 계획을 수립한 뒤 6개월부터 1년 동안 정기적으로 회사를 방문하여 자문활동을 펼칠 예정이다. 물론 활동에 따른 경비는 두산중공업이 지원한다. 협력사 경영자문단을 통해 협력사의 경쟁력이 한단계 업그레이드되는데 실질적인 도움이 될 것이며, 퇴임 임원들도 재능기부를 통해 퇴직 후에 의미있는 생활을 지속할 수 있는 두 가지 목표를 달성할 것으로 기대된다.

협력사 경영자문단 발대식



▶ 실제 임직원 실천 사례(운영 사례)

• 5개월 활동으로 제조원가 10.5% 절감

경상남도 김해시 주촌면에 위치한 협력회사 FTE는 진공설비 분야에서 우수한 기술력을 보유하고 있는 중소기업으로, 두산중공업과의 거래가 전체 매출의 60%가량을 차지한다. FTE는 설계개선(DTC) 활동을 통해서 제조원가의 10.5%를 절감할 수 있었다. 이는 FTE의 수익성 개선 및 수주경쟁력으로 직결되었다. 원가 경쟁력을 확보하자 기존에 해외 협력사가 제작하던 제품을 FTE가 공급하게 된 것이다. 그 밖에도 생산정보 흐름을 재정립하여 데이터화 함으로써 현상을 정량적으로 파악하고, 설비별 생산능력 측정 및 작업자의 대기·준비 시간을 파악함으로써 생산과정에서 나타나는 병목현상을 분석했다. 이를 통해 품질불량 및 납기 여유 부족 등 비효율적인 요소를 찾아내어 개선하는 성과를 거둘 수 있었다.

• 설비 효율 향상

두산중공업 발전설비에 쓰이는 대형 가공부품을 납품하는 은광산업의 경우, 수주 확대를 위해 생산설비를 추가로 증설하고 인원을 확충하기보다는 기존 설비의 생산능력을 데이터 관리기법을 통해 정량화했다. 이를 기반으로 지그(jig) 교체 및 소재 고정 작업에 따른 설비가동 손실 발생 원인을 찾아내 추가 투자 없이 기존의 자원을 최적화함으로써 설비 가동율을 8% 이상 향상시키는 성과를 거뒀다.

• LOB(Line of Balance) 최적화로 병목 공정 개선

원자력 폐연료봉 처리기에 적용되는 바스켓(Basket)이라는 가공부품을 생산하여 납품하는 재건정밀의 경우, 기존의 하루 생산량 기준으로는 정해진 납기 안에 가공을 완료할 수 없다는 문제가 있었다. 원자력 발전의 특성상 까다로운 가공공차관리 등의 품질 기준을 만족하기 위해서는 절삭 속도를 높이는데 한계가 있기 때문이다. 따라서 바스켓 한 대 생산에 쓰이는 총 4대의 설비가 담당하고 있는 기존 공정 프로세스를 전체 공정 관점에서 세분화하고, 설비 특성 분석을 통해 단위 공정 분배 시 제약 조건과 가공 시간을 분석했다. 그리고 설비 특성에 최적화된 공정 프로세스를 수리계획법을 통해 재분배함으로써 병목 설비 공정 시간을 최소화하는 라인 밸런싱(Line Balancing)조건을 도출했다. 그 결과 가공 소요 시간을 36% 수준까지 단축할 수 있었다.

동반성장 컨퍼런스 2013



▶ 도입 및 운영 시 애로사항 및 극복과정

협력사 생산성 향상활동은 협력사의 중요한 기밀이라고 할 수 있는 제품설계 분야를 개선하는 활동을 말한다. 따라서 생산성 개선활동이 성공적으로 수행되기 위해서는 모기업과 협력사간의 신뢰가 무엇보다 중요하다.

두산중공업은 원가 자료가 공개되지 않을까 우려하는 협력사를 안심시키기 위해 외부 컨설팅사를 통해 보안을 유지함으로써 생산성 향상활동을 수행할 수 있게 했다. 또한 힘들게 제품을 개발하거나 설계해도 거래가 지속되지 않으면 협력사의 개선 의지가 꺾일 수밖에 없다는 점에서 제품 국산화에 성공한 협력사와는 장기공급계약을 체결해 안정적인 거래를 보장받고 있다. 또한 생산성 향상 활동이 성공하기 위해서는 경영진과 생산현장을 포함한 전사적인 역량 집중이 필요하다. 이를 실현하기 위해서는 프로그램에 대한 정확한 이해와 신뢰가 필수적이다.

대부분의 협력사 경영진은 초기에 프로그램을 정확히 이해하고 신뢰를 보내는 경우가 드물었다. 따라서 진단과정을 통해 상호 간에 정확한 이해와 신뢰를 구축하는 과정이 중요하다. 이러한 진단과정을 통해 신뢰가 쌓이고 프로젝트가 선정되면 전사의 역량을 집중해야 한다. 목적을 달성하기 위해서는 일과 혁신이 하나가 되도록 생산현장까지 포함한 협의를 거쳐 프로젝트를 선정해야 한다. 협력사 운영 혁신활동이 자체적으로 수행되어 계속해서 경쟁 우위를 가지려면 혁신에 대한 인식의 변화를 통해 혁신 역량을 구축해야 한다. 이를 위해서는 적합한 프로젝트 범위와 목표를 설정함으로써 프로젝트 기간 내에 혁신활동의 성과를 체험할 수 있게 해 운영 혁신의 효과를 스스로 느끼게 하고 스스로 운영 능력을 배양하게 하는 것이 중요하다. 이러한 협력사 경쟁력 강화 지원활동이 진단에서부터 기획되어 5개월간 실행되면 협력사 스스로 성장할 수 있는 토대를 만들게 되는 것은 물론, 중·장기적으로 협력사의 성장이 두산중공업의 공급망 전체의 경쟁력 향상으로 이어질 수 있게 된다.

신세계

—
임직원 실천





신세계



신세계

업종	유통
설립일	1930년
매출액	17조 1,926억 원(2012년)
자산	22조 4,291억 원(2012년)
홈페이지	www.shinsegae.co.kr

- 한국윤리경영학회 주관 '제 14회 윤리경영대상' 대상 수상(2010년)
- 한국능률협회 주관 '한국에서 가장 존경받는 기업' 백화점, 할인점 부문 1위(2013년)
- 한국표준협회 주관 '대한민국 지속가능성 지수(KSI) 백화점 부문 1위'(2013년)

윤리경영 추진 현황 및 가치

업계 최초로 윤리경영을 선포한 신세계는 법과 양심에 따른 정직하고 투명한 경영, 사내 전 임직원과 회사가 힘을 합치고 참여하는 자발적인 사회공헌, 기업의 성장과 고용유지를 통해 국가 경제 발전에 기여한다는 근본 철학을 가지고 대한민국 대표 유통기업으로 성장해왔다. 2013년 1월 경제적 이윤과 사회적 가치를 창출하는 책임경영을 선언함으로써, 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility)을 선도하는 초일류 유통기업으로서 행진을 계속하고 있다.



◇ 경영이념

1999년 12월 22일 신세계는 윤리경영을 선포함과 동시에 새로운 경영이념을 발표하였다. 새로운 경영이념은 기업윤리에 바탕을 두고 사회적 책임을 다하며, 모든 경영의 성과와 가치를 공유해 풍요롭고 합리적인 생활문화를 선도하는 초일류 유통 전문기업이 되고자 하는 염원을 담고 있다. 이와 같은 신세계의 경영이념은 기업의 사회적 책임수행을 바탕으로 인간중심의 경영을 통해 고객 가치를 제공하고 궁극적으로 고객에게 신뢰와 사랑을 받는 기업이 되고자 하는 의지를 표명한다.

경영이념

신세계는 투명하고 공정한 경영으로 사회발전을 위한 책임을 다하고 임직원의 보람과 고객의 행복을 경영의 최우선 목표로 삼으며 상품과 서비스의 가치를 높여 신뢰와 사랑을 받는 기업이 된다.

▶ 윤리헌장(신세계의 길)

신세계는 경영이념 속에 표현된 윤리경영의 가치체계를 보다 세부적이고 실천 지향적으로 나타내기 위해 윤리헌장(신세계의 길)을 제정하였다. 이러한 “신세계의 길”은 “이해 관계자에 대한 존중과 배려”를 바탕으로 사원의 보람, 고객의 행복, 협력회사와의 공존공영, 주주의 권익 보장을 위해 노력하며, 국가와 사회 발전에 공헌하는 것을 그 목표로 한다.

윤리헌장 제정을 계기로 신세계는 원칙 중심의 업무 수행기준을 정립, 임직원들도 윤리경영 선도 기업의 위상에 걸맞은 업무 자세를 함께 갖추어나가게 되었다.

신세계의 길

- 우리는 신뢰와 존중을 바탕으로 임직원의 보람과 행복을 중시한다.
- 우리는 법과 원칙을 준수하고 투명한 경영활동을 실천한다.
- 우리는 투명하고 공정한 거래를 통해 협력회사와의 동반성장을 실현한다.
- 우리는 환경보호와 사회공헌에 대한 기업의 사회적 책임을 다한다.
- 우리는 고객을 최우선으로 생각하고 고객이 원하는 참된 가치를 제공한다.

▶ 윤리강령(윤리경영 실천 12원칙)

경영이념, 신세계의 길에 이은 윤리경영 실천 12원칙은 포괄적이고 함축적인 의미에서 임직원들의 실천 원칙을 자세히 설명함으로써, 신세계의 윤리경영 의지를 더욱 확고히 했다는데 그 의의가 있다.

윤리경영 실천 12원칙

신세계 임직원 모두는 윤리경영 실천을 위해 다음 사항을 반드시 준수합니다.

1. 신세계 임직원은 어떠한 상황에서도 법과 윤리적 원칙을 준수합니다.
2. 목표달성을 위해 사실을 왜곡하지 않으며, 모든 업무사항은 적시에 정확하게 보고합니다.
3. 모든 업무 활동에서 공과 사를 명확하게 구분하며 회사의 정보와 자산을 소중히 하여 유용하지 않습니다.
4. 사원 상호 간 예절을 준수하고 성희롱, 폭언 등 동료에게 부적절한 언행을 하지 않습니다.
5. 윤리적으로 부당한 지시는 해서도 안 되고 그 지시를 따라서도 안 됩니다.
6. 건전한 기업문화 조성을 위해 상사에 대한 선물 등 청탁행위를 하지 않으며, 업무실적과 능력에 따라 합리적이며 공정한 평가를 합니다.
7. 사내외 이해관계자로부터 어떠한 경우라고 금품, 향응 등 금전적 편익을 취하거나 요구해서는 안 되며 신세계 페이를 적극 실천합니다.

8. 고객만족을 경영활동의 최우선 가치로 하며, 고객과의 약속은 고객의 입장에서 합리적인 결정이 이루어지도록 합니다.
9. 고객의 재산과 정보는 회사 자산과 동일하게 보호하며 고객의 사전 승인 없이 무단으로 사용하거나 공개하지 않습니다.
10. 협력회사 등 외부 이해관계자와 동반성장의 관계를 구축하고, 법과 상도에 따라 공정하게 경쟁하며 거래합니다.
11. 친환경경영, 사회봉사활동에 참여하여 사회공동체에 기여하고 자발적인 기부문화 확산에 적극 동참합니다.
12. 윤리강령 및 회사규정을 위반하거나 위반이 의심되는 경우 반드시 보고합니다.

윤리경영 실천 사례

▶ 신세계 페이

신세계는 윤리경영 실천을 위해, 글로벌 스탠다드에 부합하는 새로운 조직문화를 정착시켜야 하나, 윤리경영 출범 6년이 지난 때에도 한국적인 비즈니스 관행과 윤리적인 원칙 사이에서 상당수의 임직원들이 갈등을 겪고 있었다. 이를 해결하기 위해서는 임직원 개개인의 의식 변화는 물론 조직의 변화가 필요하며, 나아가 업계의 변화를 선도할 프로그램의 필요성이 제기되었다.

신세계 페이는 이러한 문제의식에서 시작된 것으로서, 사내외의 공식, 비공식 모임이나 업무수행과정에서 일어나는 각종 비용을 어느 한편에서 일방으로 부담하던 기존 관행에서 벗어나, 본인의 몫은 본인이 지불함으로써 수평적이고 투명한 조직문화를 만들고 이를 업계 전반으로 확산시키기 위한 캠페인이다. 이러한 신세계 페이는 개인의 몫은 개인이 내자는 캠페인을 통해 임직원의 윤리의식을 향상시키고, 글로벌 스탠다드에 부합하는 조직 문화를 만들고자 하였으며, 협력회사들의 의식 개혁과 동참을 통해 업계 전체로의 확산을 도모하였다.

이 캠페인은 제도할 당시 한국적인 정서에서 다소 어렵다는 염려가 있었으나 적극적인 교육과 홍보를 통해 임직원들의 공감도가 날로 높아져가고 있다. 거래 관계 간의 접대는 을(乙)이 갑(甲)에게 하는 것으로 접대를 해야 관계가 좋아지고 업무협조가 잘된다는 식의 비윤리적인 인식과 불합리한 관행을 타파하고, 신세계와 협력회사 그리고 직장 상사와 부하 직원 간의 수평적이고 대등한 관계 구축을 통한 합리적인 기업문화가 자리 잡을 수 있도록 5대 실천지침을 통해 임직원들이 캠페인의 취지와 방법을 명확하게 이해

하도록 하였다.

실제로 임직원들의 캠페인 실천의 모니터링을 위해 사내 인사 시스템 내에 신세계 페이 실천내용을 등록하고, 임직원들이 신세계 페이 실천 후 내용을 바로 등록할 수 있도록 2012년에 모바일 등록 시스템을 구축하여 캠페인의 참여를 독려했다. 또한 사내 표어나 실천 수기를 공모하는 등을 통해 전 임직원의 공감대가 확산됨으로써 신세계 페이는 신세계의 대표적인 캠페인이자 정신으로 자리 잡았다. 이러한 신세계 페이 캠페인의 성과는 행동의 변화를 기업문화의 변화로 연결하고, 사내뿐만이 아닌 협력회사로의 확대도 유통업계 전 방향으로 확대하였으며, 단기성 캠페인에 그치지 않고 장기적으로 꾸준히 성과를 점검하고 조직 전체로 확산시켰다는 점에 있다고 하겠다.

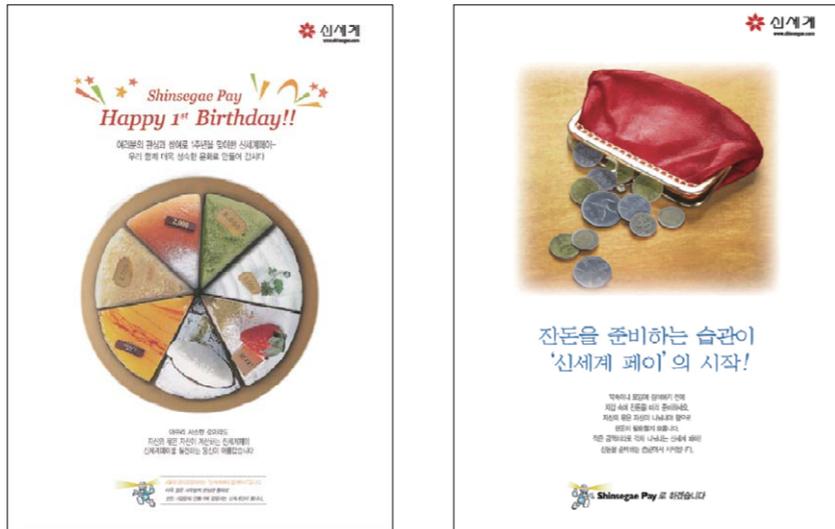
신세계 페이 연간 실천 등록 건수

연도	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
등록건수	32,000	106,000	139,000	229,000	460,000	489,000	735,000	1,020,000

신세계 페이
5대 실천지침

1. 공사구분 명확히 하기
2. 먼저 제안하고 실천하기
3. 공평하게 부담하기
4. 적은 금액이라도 나누어 계산하기
5. 발생시점에서 즉시 지불하기

신세계 페이 캠페인 사내 포스터



클린신고

신세계 임직원은 어떠한 경우라도 이해 관계자로부터 금품, 향응, 편의, 접대를 받을 수 없도록 윤리강령에 규정하고 있다. 그러나 불가피하게 금품, 향응, 접대를 받을 경우도 배제할 수 없어, 임직원의 자발적인 신고로 내부 공유와 사후 조치가 즉시 이루어질 수 있도록 클린신고 제도가 도입되었다.

시행 초기에는 신고에 대한 불이익을 우려하는 목소리도 있었으나, 제도의 취지가 수수자 색출이나 징계가 아닌, 업무과정의 모든 사항을 공개하여 투명하게 관리하기 위한 것임을 임직원 모두가 공감하게 되었다. 이러한 공감대 형성으로 사내 클린 제도에 대한 이해 및 확산이 빠르게 퍼져나갔으며, 이제는 임직원 의식 개선을 위한 신세계의 대표 제도로 알려져 있다.

클린신고의 취지는 금품, 향응을 받지 않는 것도 중요하지만 불가피하거나 판단이 모호한 경우 이를 오픈하여 투명하게 하는 데 있다. 기본적으로 금품은 물론 향응에 해당하는 금액을 돌려주는 것이 원칙이나 돌려줄 경우 지나치게 예의에 벗어나게 되면 클린뱅크에 기부하고, 회사는 이를 바자회를 통해 매각한 후 전액을 복지단체에 기부하고 있다.

실제로 클린신고 시행 초기에는 절차가 복잡했으나, 온라인을 통한 체계화된 시스템으로 접근이 용이해져 2001년 32건에 그쳤던 금품향응 수수에 대한 자율신고는 시스템 개발 후 242건으로 신고 건수가 7배 이상 대폭 신장함으로써 윤리경영에 대한 임직원들의 동참 의지가 높아졌음을 보여주었다. 이러한 클린신고제도는 사내 부정부패를 근절하는 동시에, 신세계 윤리경영의 위상을 확고히 하는 기반이 되었다.

클린신고 등록



클린신고 연간 등록 건수

연도	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
등록건수	32	242	308	591	835	713	664	576	606	663	776	880

▶ 희망배달 캠페인

한국사회는 IMF의 위기 극복 과정을 통해, 긍정적인 변화를 얻어 냈으나, 한편으로는 실업 및 빈부격차 확대로 인해 고통 받고 있는 개인, 가정이 크게 증가하였다. 소외계층의 고통이 갈수록 커짐에 따라 기업의 사회적 책임에 대한 논의와 요구들 또한 점차 커지고 있었다. 그러나 법인 기부가 전체 기부의 70% 이상을 차지하고 있는 현실 속에서 신세계는 자발적인 개인기부의 활성화가 양극화 문제해결의 대안임을 인식하여, 임직원들의 자발적인 기부 촉진방안을 모색하였다.

희망배달 캠페인은 사원부터 CEO까지 신세계 전 임직원의 자율적인 참여로 이루어지는 캠페인으로, 급여의 일부를 본인이 기부하고 싶은 만큼 기부하면 회사는 임직원이 기부한 금액만큼 기부하는 매칭 그랜트 제도로 운영되고 있다. 자율적인 참여에도 불구하고, 희망배달 캠페인은 연평균 전체 임직원의 85.2%라는 높은 참여율을 보이며 매년 모금액이 증가하고 있다.

신세계 희망배달 캠페인은 임직원의 자발적인 참여를 기반으로 하며 일시적인 모금활동이 아니라 장기적이고 지속적으로 기금을 조성하고, 이를 전문가(어린이 재단)와 함께 운용한다는 데 특징이 있다. 매월 임직원 급여의 자율적 기부액을 공제한 뒤, 매칭 그랜트 시스템을 통해 회사는 임직원들이 기부한 금액만큼을 기부한다. 이렇게 모아진 재원은 어린이 재단을 통해 운용되며, 사회 각 소외계층을 위해 쓰여진다. 강제적 참여가 아닌 자율적인 참여에도 희망배달 캠페인은 해가 갈수록 그 의의를 더해가고 있으며, 지역사회에 많은 소외 계층을 후원하며 업계 전반에 걸친 기부 문화를 실현하고 있다.

희망배달 캠페인 연간 실적

단위 : 1,000원

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
모금액	직원	804,374	1,190,954	1,327,861	1,517,428	1,636,823	1,946,732	2,280,870
	회사	853,585	1,213,448	1,345,308	1,526,964	1,643,123	1,947,232	2,273,830



신세계 희망배달 캠페인

- 결연아동 후원 사업 : 생활비 및 명절 선물, 교복 지원
- 환아 치료비 지원 사업 : 저소득계층 어린이 수술비 및 치료비 지원
- 희망장난감도서관 사업 : 장난감 대여 및 놀이공간 제공
- 희망스포츠클럽 사업 : 저소득계층 초등학교 방과 후 신체 활동 프로그램
- 희망근로장학금 사업 : 이마트 내 아르바이트 기회 제공 및 추가 장학금 지원
- 희망자격증 사업 : 미용, 전산, 중장비 등의 자격증 취득 지원
- 희망아카데미 사업 : 조리사, 파티세 등 직업 훈련 지원



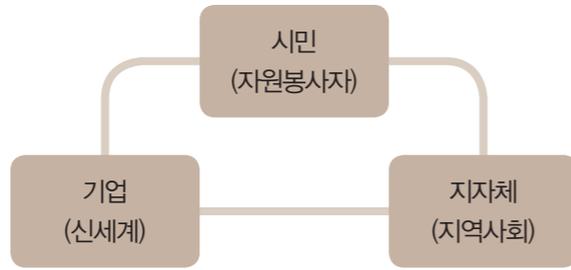
▶ 희망배달 마차

희망배달 캠페인 도입 이후, 사내 임직원뿐 아니라 사회 전반의 자율적 기부 문화가 확산되었다. 신세계는 정착기로 접어든 희망배달 캠페인을 기반으로 기부에서 끝나는 것이 아닌, 사회 소외계층에게 보다 적극적인 도움의 손길을 내밀기 위한 방법을 모색했다. 임직원의 봉사활동, 회사의 후원으로 끝나는 것이 아닌, 사회 각계층이 지역 사회를 위해 공헌할 수 있는 방법을 모색했으며, 그것의 일환으로 지역 소외계층에게 직접 찾아가 생필품을 전달하는 희망배달 마차가 탄생되었다.

신세계와 이마트가 함께하는 희망배달 마차는 쪽방촌, 모자보호센터, 비닐하우스촌 등 도움이 필요한 사회 소외계층을 위해 희망배달 마차라는 차량을 이동식 마트로 활용하여 직접 후원지역을 찾아가 생필품 등 물품을 지원하고 다양한 나눔 활동을 하는 프로그램이다. 지역사회의 관심과 도움이 필요한 소외계층이 실질적으로 필요한 생필품을 직접 전달하면서 지자체 및 시민들과 함께 보다 진정성 있는 사회 공헌 활동을 진행하고 있다. 이러한 희망배달 마차 프로그램은 일반적인 기업의 기부 행사를 넘어 기업, 지자체, 시민이 함께 참여하여 지역사회 취약계층을 적극적으로 지원하는 프로그램이라는 점에서 그 의의가 있다. 이러한 활동들로 신세계 임직원의 참여뿐 아니라 시민과 지자체의 참여를 이끌어내며 활동 주체의 폭이 넓혔고, 각 지역사회 소외계층들을 다시 한번 돌아보는 계기를 마련하게 되었다.

2012년 4월 첫 출범한 희망배달 마차는 서울을 시작으로 대구, 광주, 경기까지 그 범위를 넓혔으며, 단기성 행사가 아닌 지속적인 지원을 위해 최근 대구시와 3년 연장 협약을 체결했다. 보다 진정성 있는 사회 공헌 활동을 목표로 하는 신세계 희망배달 마차는 오늘도 지역사회 골목 구석구석을 누비며 소외계층을 위해 달리고 있다.

‘윤리’라는 가장 기본적이고도 중요한 기업의 핵심가치를 기본으로, 전 임직원뿐 아니라 우리 사회 전반에 윤리 의식을 전파하기 위해, 오늘도 신세계는 기업의 사회적 책임(CSR)을 다하며 초일류 유통기업으로의 행진을 계속하고 있다.



신세계 희망배달 마차



지멘스

준법경영



지멘스

SIEMENS

업종	전기전자
설립일	1989년
매출액	1조 6,000억 원(2012년)
자산	2,520억 원(2012년)
홈페이지	www.siemens.co.kr

- 지식경제부 기술표준원 주최 '2009년 세계 표준의 날 기념식' 국가표준화 부문 대통령표창 수상
- 독일 기후 및 환경 혁신상 수상(2010년)
- 독일 산업 혁신상 수상(2011년)

윤리경영 추진 현황 및 가치

▶ 사회적 책임경영

독일 지멘스는 세계적인 전기전자기업으로 혁신적인 기술력을 바탕으로 최첨단 제품과 솔루션 및 서비스를 제공하고 있다. 1847년에 설립된 이래 현재 전 세계 190여 개국에서 370,000여 명의 직원이 근무하며, 친환경 기술에 대한 연구 개발을 비롯하여 책임 있는 기업시민으로서 투명하게 사업을 수행하는 데 노력을 다하고 있다.

한국전쟁 후 복구 사업을 계기로 1950년대에 설립된 한국 지멘스는, 선진 기술과 글로벌 경험을 바탕으로 국내 기업과의 상생을 위한 다양한 사업 협력과 적극적인 투자 및 개발 활동에 앞장서고 있다.

Industry	Infrastructure & Cities	Energy	Healthcare
Divisions <ul style="list-style-type: none"> • Industry Automation • Drive Technologies • Customer Services • Metals Technologies 	Divisions <ul style="list-style-type: none"> • Rail Systems • Mobility and Logistics • Low and Medium Voltage • Smart Grid • Building Technologies 	Divisions <ul style="list-style-type: none"> • Fossil Power Generation • Wind Power • Oil & Gas • Energy Service • Power Transmission 	Divisions <ul style="list-style-type: none"> • Imaging & Therapy Systems • Clinical Products • Diagnostics 

▶ 가치·비전

지멘스는 베르너 폰 지멘스가 혁신, 책임, 우수성이라는 핵심 가치하에 창립할 당시부터 지속가능경영에 집중해왔다. 2000년대에 들어서는 환경 문제, 인구 구성비 변화, 도시화, 지구촌 네트워크 현상 등에 주목하여 사업전략을 수립함으로써 기업의 영속적인 발전을 도모하고 있다.

윤리경영 실천 사례

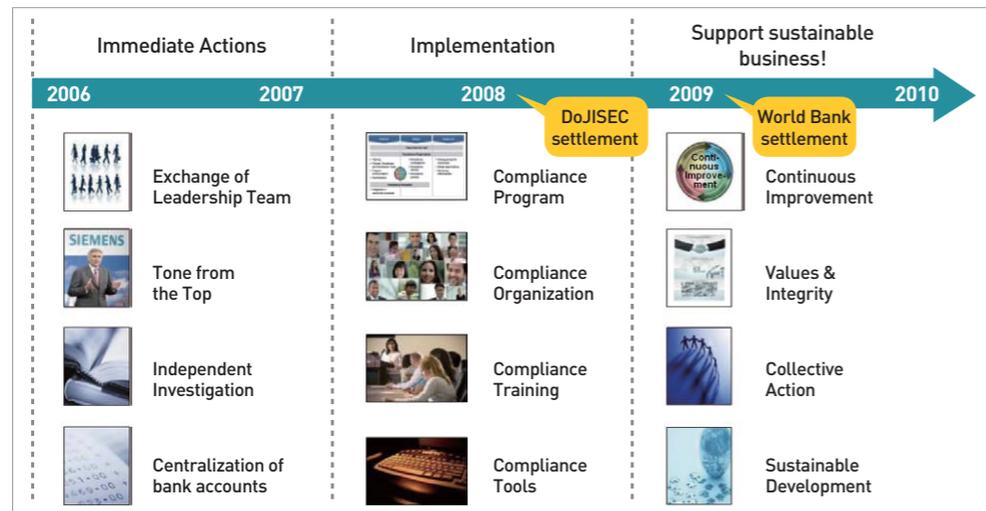
도입배경

2006년 11월 독일 전역 지멘스 소재지 및 임원들의 자택에서 대대적인 검찰과 경찰의 압수수색이 이루어졌다. 이 수사를 통해 지멘스가 4억 6,000만 유로에 달하는 비자금을 조성하여 각국의 공공기관, 정치인과 부정부패한 사실이 드러났다. 기업 주가는 폭락했고, 벌금 및 합의금은 20억 유로 이상 책정되었다. 무엇보다 지멘스의 명성이 하락한 수치는 측정이 어려울 정도여서 주주와 독일 국민, 그리고 고객의 신뢰에 빨간불이 들어왔다.

추진과정

지멘스는 즉각적으로 인적·조직 쇠신 및 내부조사를 단행하였다. 대부분의 경영진이 교체되었고 감사 업무를 독일 본사 중앙 부서로 집중시켰다. 또한 지멘스 역사상 처음으로 외부 전문경영인 피터 뢰셔 사장이 영입되었다.

2013년 7월 사임할 때까지 피터 뢰셔 전임 사장은 ‘부패에 대한 엄격함’, ‘단발성 프로그램이 아닌 사업을 수행하는 방식으로서의 준법’ 정책을 끊임없이 강조했다. 2008년에는 준법 조직과 시스템을 재정비해, 현재에 이르기까지 600명에 달하는 준법감시인을 운용하고 있다. 2009년도부터는 지속가능경영을 위한 업계 공동 노력에 자원과 자금을 투입하기 시작해, 세계은행과 협력해 15년간 총 1억 달러를 부패 척결 및 청렴한 경업 수행을 목표로 하는 비영리기관 프로젝트를 지원하고 있다.



주요내용

지멘스의 준법 지원제도는 예방(Prevent), 발견(Detect), 대응(Respond)이라는 핵심요소로 이루어져 있다. 준법 위험 관리, 정책 및 절차의 수립, 교육 및 커뮤니케이션, 조언 및 지원, 인사 프로세스와의 통합, 공동 노력 등을 통해 ‘예방’을 위한 제도를 운영하고 있다. ‘발견’을 위하여는 내부 고발자 제도인 ‘Tell us’ 및 옴부즈만 제도의 구축, 준법 통제, 모니터링 및 준법 검토, 준법 감사 및 조사 등의 제도를 운영하고 있다. 마지막으로 준법적 ‘대응’을 위하여는 부적법한 행위를 처벌하고 이를 개선하며 사례 등이 발생할 경우 글로벌 사례 추적 등을 통해 힘쓰고 있다.

Prevent	Detect	Respond
Management responsibility		
<ul style="list-style-type: none"> Compliance risk management Policies and procedures Training and communication Advice and support Integration in personnel processes Collective Action 	<ul style="list-style-type: none"> Whistle blowing channels "Tell us" and Ombudsman Compliance controls Monitoring and Compliance reviews Compliance audits Compliance investigations 	<ul style="list-style-type: none"> Consequences for misconduct Remediation Global case tracking

운영 사례

지멘스에서 부패스캔들 초기부터 강조되었던 것이 경영진의 의지(Tone from the Top)이었다면, 2013년부터는 중간관리자를 통한 반부패 준법 메시지 전달과 실천 강화(Walk the Talk) 노력에 집중하고 있다. 지멘스 직원은 부서별로 업무 관련성이 높은 주제에 대해 직속 관리자로부터 준법 보수교육을 받고, 준법 감시인은 전문적·기술적 사항에 대한 질의가 있을 시 관리자를 지원하는 역할을 하고 있다. 부서 회의와 결합된 준법교육, 직속관리자가 진행하는 실무 케이스 스터디를 통해 준법 위기의식과 중요성을 되새기는 노력을 새롭게 하고 있는 것이다.

부패와 맞서 싸우고 공정한 경쟁환경을 조성하려는 노력은 회사의 노력을 넘어서 외부 업체 및 단체들과의 관계에 있어서도 지속적으로 점검되고 강조되어야 한다. 지멘스는 이러한 점을 잘 이해하고 직원·고객·공급업체 및 기타 업무 파트너가 지멘스 내의 지침과 규정들에 대한 잠재적 위반 또는 위법 행위

를 목격하거나 알게 된 경우 익명성이 보장되는 인터넷 또는 전화를 통해 보고할 수 있는 채널을 마련하여 시행 중에 있다.

지멘스가 세계은행과 협력해 15년간 총 1억 달러를 지원하는 청렴성 프로젝트 공모에는 전 세계 300여 개 프로젝트가 발의하여 그 중 31개가 선정됐다. 국내에서는 전국경제인연합회(전경련) 국제경영원의 '동북아 기업윤리학교(NABIS)'가 유일하게 선정돼 10억에 가까운 지원을 받고 있다. 동북아 기업윤리학교는 2013년 현재까지 총 2기를 성공적으로 마쳤으며 3기를 계획 중이다. 동북아 기업윤리학교에는 한국 지멘스뿐만 아니라 SK C&C, GS Construction, POSCO, Samsung C&T 등 국내 우수 대기업들이 참여하였다. 각 회사들은 자신들이 실천하고 있는 윤리경영, 정도경영 등에 대하여 소개하고 서로의 준법 윤리경영 사례를 나누며 대학생들에게 반부패 윤리교육을 진행함으로써, 현재 및 장래 기업 리더그룹 네트워크를 통해 한국에 반부패 윤리경영이 자리 잡을 수 있도록 힘쓰고 있다. 그뿐만 아니라 한국 지멘스는 부패 척결 및 지속가능경영을 위한 공동 노력의 일환으로 Business Compliance & Ethics Forum(BCEF)을 유관 기업 및 타 기관의 참여와 후원하에 주최하고 있다.



▶ 지멘스 이동건강검진

한국 지멘스는 2012년 4월에 사회공헌 프로그램인 '지멘스 이동건강검진(Siemens Mobile Clinic)'을 실시하여 전국의 의료 사각지대에 놓인 초등학교 어린이들에게 매달 1회 직접 지멘스 이동건강검진 차량으로 방문하여 무료 건강검진 서비스를 제공하는데 목적을 두고 있다. 대한영상의학회, 대한진단검사의학회와 함께 운영되는 지멘스 이동건강검진은, 지멘스 초음파진단기기와 보청기사업본부 및 진단사업본부의 진단기기 등이 설치된 대형버스와 전문 의료진 및 지멘스 직원들로 구성된 자원봉사자들이 직접 지역을 방문해 무료 건강검진을 제공한다. 검사 항목으로는 키·몸무게, 시력, 혈액, 소변, 청력, 체지방, 초음파 등이 진행된다.

매달 정기적으로 다양한 지역을 방문하는 지멘스 이동건강검진은 현재까지 전국에 있는 20개의 이동복지 기관 및 시설을 방문하는 등 200여 명의 지멘스 자원봉사자들의 참여를 바탕으로 1,000명이 넘는 아동들에게 무료 건강검진 서비스를 실시해왔다.

아울러 무료 건강검진 외에도 건강교육책자, 메모장, 친환경비누 등으로 구성된 '지멘스 이동건강검진-교육키트'를 무료 배포해 평소 아동들이 스스로 건강 관리에 관심을 갖고 실천할 수 있도록 지속적으로 지원해나갈 계획이다. 건강교육책자에는 지멘스 이동건강검진에 대한 소개 및 건강한 몸을 유지하기 위한 실용적인 팁 등이 포함된다.

지멘스는 향후 이동건강검진 서비스를 지속적으로 운영해 미래의 주역인 아이들이 경제적 여건에 관계없이 건강을 위한 최소한의 검진 서비스를 받을 수 있도록 노력할 것이다.

▶ 지멘스 '더 나눔' 봉사단

한국 지멘스는 2013년 1월에 임직원 자원 봉사단인 '더 나눔(The NANUM) 봉사단'을 발족했다. 한국 지멘스 '더 나눔 봉사단'은 도움의 손길이 필요한 곳에 다양한 맞춤형 봉사활동을 펼치고 있다. 전 직원이 1년에 최소 한 차례 봉사활동에 직접 참여하지는 취지로 만들어진 한국 지멘스 '더 나눔 봉사단'은 참여의 의미를 살려 봉사단 이름 역시 직원들의 아이디어로 지어졌다.

한국 지멘스는 더 나눔 봉사단 발족과 함께 첫 활동으로 지난 2013년 1월에는 어려운 이웃을 위한 연탄 나눔 봉사활동을 펼쳤다. 김종갑 회장을 비롯한 한국 지멘스 임직원은 이날 서울시 노원구 중계본동 소재의 취약계층을 찾아 총 2만 장의 연탄을 기부하며 이웃사랑을 실천했다. 2월에는 경기도 김포 장애아동 시설 '해맑은 마음터'를 찾아 아이들이 좋아하는 그림을 벽에 그리고 환경미화활동을 진행했다. 벽화 작업을 진행하는 동안 지멘스 임직원들은 장애아동들과 1대 1로 짝을 이뤄 항공우주과학 관련 테마 파크인 '옥토끼 우주센터'를 방문했다. 아울러 지난 3월부터 9월까지 서울 시 한강사업본부의 CANS프로그램

(Company, Apartment, NGO&Group, School)에 참여하여 독섬 한강공원의 봄맞이 새 단장 봉사활동을 펼쳐 의자에 오일스테인 도장 작업 및 장미원 위해식물 제거, 한강변 잡초 제거 등 다양한 환경정화활동에 동참하였다.

임직원들의 참여로 이루어진 지멘스 더 나눔 봉사단은 다양한 봉사활동을 펼쳐 일회성이 아닌 연중 지속적이고 다양한 환경미화활동으로 보다 쾌적한 지역사회를 만드는 데 힘을 보탬 것이며, 앞으로도 한국 사회에서 도움이 필요한 곳에 지속적인 관심을 기울이고 기업시민으로서의 책무를 해나갈 예정이다.

포스코

—
임직원 실천





포스코

posco

업종	제철업
설립일	1968년 4월 1일
매출액	35조 6,649억 원
자산	52조 3,204억 원
홈페이지	www.posco.co.kr

- 한국을 빛낸 창조경영 대상 '상생경영부문상'(2012년)
- 한국윤리경영대상 종합대상(2013년)
- 사회공헌활동 우수 대통령 표창(2013년)

윤리경영 추진 현황 및 가치

초일류 기업을 가능하게 하는 경쟁력의 척도에는 뛰어난 설비와 효율적 프로세스가 있고, 그것을 제어하는 인적 구성원의 올바른 가치관 여부도 중요성을 더하고 있다. 포스코는 2003년 6월 2일 시대적 환경에 맞춰 글로벌 수준의 기업윤리 실천을 위한 윤리규범을 제정·선포함으로써 더욱 신뢰와 존경을 받는 글로벌 우량기업으로서의 행보를 한 걸음 더 내디뎠다.

‘업무에서 잘못된 직원은 용서할 수 있지만 윤리적 문제가 있는 직원과는 함께 갈 수 없다’, ‘회사에 이익이 된다고 하더라도 그것이 기업윤리에 위반하는 의사결정이라면 하지 않는다’라는 포스코의 윤리경영 원칙은 창사 이래 도덕성을 핵심가치로 지켜온 포스코의 기업정신과 접목하여 특색있는 컬러를 발산하고 있다. 포스코는 이미 1993년 국내 기업으로는 처음으로 ‘윤리강령’을 제정·시행한 바 있으나 실천 프로그램을 갖추지 않은 선언적 규범으로서 한계를 갖고 있었다. 그래서 기업윤리의 중요성을 새삼 인식한 포스코는 수차례에 걸쳐 직원들의 의견을 수렴하고 글로벌 기업과 기관을 벤치마킹한 결과를 토대로 윤리규범을 마련했다.

포스코 윤리경영의 요체는 ‘임직원의 참여와 이해관계자의 이해에 의한 자율실천 시스템의 구축과 실행’으로 압축된다. 이를 위해 현장 직책보임자의 솔선수범 강조, 지속적인 반복교육을 통한 구성원의 윤리적 의식과 판단력 제고에 온 힘을 쏟고 있다. 임직원의 윤리적 사고와 행동의 체질화를 통해 기업윤리를 기업문화로 정착시키기 위해 기업윤리의 기본정신이 임직원(People), 관행(Practice), 업무절차(Process) 등 3P의 영역에서 효율적으로 작용하도록 교육을 중심으로 다양한 제도의 운영과 효과적인 실천활동을 병행하고 있다.

윤리경영 실천 사례

- 전 임직원 윤리실천 서약
- 기업윤리 자율실천 프로그램 운영
- 선물반송센터 운영
- 축하화환 경매 실시
- 움부즈퍼슨과 윤리헬퍼 제도 운영
- 임직원 사외출강 시 강사로 기탁제도 운영
- '기업윤리 자가진단표'를 통한 일상생활 속에서의 윤리적 딜레마 해결
- 비윤리행위 신고보상제도 운영

▶ 임직원 윤리규범 준수서약 실시

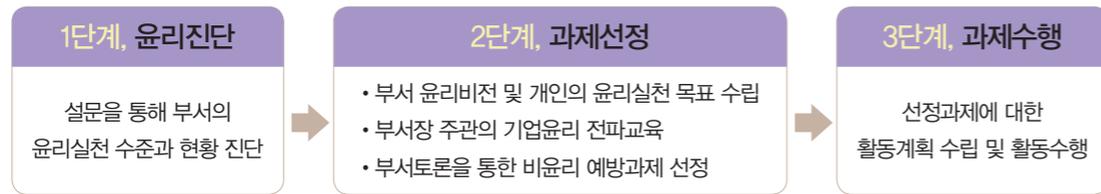
포스코는 매년 새해 첫 근무일에 업무를 시작하기에 앞서 전 임직원이 출근과 동시에 ‘윤리규범 준수서약’을 통해 윤리규범을 성실히 준수해나갈 것을 엄정히 다짐한다. 포스코의 윤리규범은 일반적으로 형식·적용·제정 절차에 따라 규율적 성격과 실천적 성격으로 구분된다. 통상 국내외 기업들은 실천적 성격의 윤

리규범을 채택하고 있는데, 포스코도 실천적 성격의 윤리규범을 도입했으며 시행의 효과를 높이기 위해 임직원 각자가 실천서약서에 윤리규범 실천서약을 하고 있다.

이 서약은 포스코뿐만 아니라 30개 이상의 출자사, 그리고 해외법인에서도 동시에 진행되는데 회사의 윤리규범을 다시 한번 숙독하고 이를 격려하는 CEO메시지, 그리고 별도의 서약문안에 서약하는 순서로 진행된다.

▶ 기업윤리 자율실천 프로그램 운영

포스코는 직원들의 윤리실천에 대한 인식이 확산·정착되면서 부서장이 윤리실천에 대한 자율과 책임을 지도록 하는 한 차원 높은 윤리실천활동이 필요해짐에 따라 2005년 6월부터 ‘기업윤리 자율실천 프로그램’을 운영하고 있다. 이에 회사는 ‘기업윤리 자율실천 프로그램’은 매년 총 3단계로 진행되고 있으며, 부서장 주도하에 전 부서원이 직접 참여하여 부서 고유의 리스크를 발굴하고 선정된 과제를 개선·수행하는 활동 프로그램이다. 또한 ‘기업윤리 자율실천 프로그램’은 2010년부터 포스코 출자사로 확대해 운영되었으며, 2012년에는 주요 해외법인 대상으로도 보급해 운영되는 등 글로벌 차원의 윤리실천 핵심 인프라로 자리 잡아가고 있다. ‘기업윤리 자율실천 프로그램’은 포스코의 윤리경영과 투명성 제고에 기여함을 인정받아 지난 제6회 투명사회상(국가청렴위원회 후원, 한국투명성기구 주관, 2006)을 수상하기도 했다.



▶ Ethics Week 및 ‘임원과 함께하는 윤리교육’ 운영

Ethics Week는 각 부서에서 실시한 ‘기업윤리 자율실천 프로그램’에 대한 운영결과를 부서 자체적으로 공유하는 윤리실천 활동성과에 대한 리뷰 기간이다. 보통 11월 중에 2주간에 걸쳐 시간 및 장소를 부서별로 자율적으로 선택하여 진행하게 된다.

담당 임원이 직접 각 부서별 기업윤리 자율실천 프로그램 활동실적을 리뷰하고 한해 동안의 윤리경영 활동 현황 및 이슈, 다양한 윤리 관련 사례 등을 교육함으로써 기업윤리의 중요성에 대하여 다시 한번 되새

기게 된다. 특히 담당 임원이 직접 진행함으로써 윤리마인드 및 실천력을 제고하는 데에 강력한 동기부여가 된다.

▶ 선물반송 센터 운영

선물반송 센터는 포스코가 처음 도입하여 신선한 반향을 불러오며 국내 기업에 널리 보급된 대표적인 사례 중 하나다. 선물반송 센터는 직원의 제안을 실제 제도로 도입한 것으로 명절을 맞아 이해관계자가 보내온 선물을 접수 받아 정중한 반송의 뜻을 담은 스티커와 함께 회사 비용으로 되돌려보내는 활동이다.



회사는 2003년 추석 이후 선물반송 센터를 도입하여 운영한 이래로 총 2,626건의 선물이 접수되어 반송되었다. 또한 회사가 아닌 집으로 배달된 물품의 경우에도 선물반송 센터에 연락하면 택배회사 직원이 집으로 방문해 반송처리를 해준다. 명절이 아닌 평상시에도 이해관계자로부터 받은 통상적 수준이 넘는 선물은 선물반송 센터에서 언제든지 반송하거나 사회단체에 기증할 수 있다. 또한 선물반송 센터에서 접수한 선물 중 발송인이 불명확하거나 사회단체에 기증하기 어려운 물품들을 모아 사내 온라인 경매에 부치고 있다. 경매를 통해 마련한 수익금은 사회봉사기금으로 활용하고 있다.

처음 도입 당시에는 한국 정서상 선물을 돌려보낸다는 것이 도리어 상대방에게 실례가 될 수도 있어 선물을 받을 사람이 곤란해하는 경우가 있었으나, 시간이 지나면서 포스코의 이러한 제도가 널리 홍보되어 선물이 도착하는 숫자도 매년 줄고 있으며 직원들도 선물을 보내신 분께 회사에서 좋은 뜻으로 운영하는 제도에 대해 적극 설명하고 양해를 구하고 있다.

▶ 축하화환 경매

포스코에서는 연초에 승진을 축하하기 위한 목적으로 이해관계자가 보내온 화환을 윤리적 기준에 따라 처리하고 있다. 우선 승진, 보임 등을 축하하여 이해관계자로부터 화환을 보내겠다는 연락을 받은 경우 회사의 윤리경영 방침을 설명하고 보내지 않도록 하며, 부득이 이해관계자가 보내온 화환에 대해서는 접수 후 지역별 패밀리 임직원 및 일반인 대상의 경매를 실시해 사회공헌활동을 위한 기금으로 연결한다.

포스코는 2009년부터 축하화환에 대한 경매를 실시하여 왔으며, 조성된 수익금으로는 매년 쌀 등을 구

입하여 사회복지시설 등에 기부해오고 있다. 2013년에는 승진 임직원에게 전달된 축하화환 80여 개를 경매에 부친 수익금 367만 원을 지구촌사랑나눔이 운영하는 무료급식소에 '사랑의 쌀' 구매비용으로 기부했다.



▶ **옴부즈퍼슨과 윤리헬퍼 제도 운영**

2012년 포스코는 부·실 단위의 선임 팀리더를 옴부즈퍼슨으로 신규 임명하여 해당 부서의 윤리 리스크를 점검·개선 등을 포함해 모든 윤리실천 활동을 총괄하도록 하고 있다. 또한 2003년부터 윤리실천의 메신저 역할을 하는 '기업윤리 실천리더 제도'를 마련 부·실 단위로 각 1명씩을 선정해 임명했으며, 2012년 그 명칭을 윤리헬퍼로 변경하였다.

윤리헬퍼는 부서장을 도와 기업윤리 자율실천 프로그램을 운영하고 윤리상담, 관련 정보와 공지사항 전파 및 교육 등의 윤리실천활동을 수행·지원하고 있다. 정도경영실은 윤리헬퍼 및 옴부즈퍼슨을 대상으로 매년 기업윤리 교육과 워크숍 등을 마련하여 이들의 윤리실천 마인드 제고와 역할 활성화에도 힘쓰고 있다.

▶ **임직원 사외출강 시 강사료 기탁제도 운영**

포스코는 임직원이 업무지식을 바탕으로 공무상 출강해 강의 대가를 받은 경우 사회봉사기금으로 활용하는 것을 골자로 하는 '사외출강 기준'을 2005년 7월부터 시행하고 있다. 이는 업무상 취득한 지식을 활용한 사외출강에서 받은 대가는 회사 자산으로 보는 '공과 사의 구분'이라는 원칙을 실천활동으로 접목한 것이다. 또한 사외출강을 일정한 절차에 따라 운영함으로써 정보보안에도 긍정적 영향을 미치고 있다.

사외출강 기준에 따르면 공공기관과 이해관계자 등에 대해서는 공공성, 동반성장 차원에서 강의 대가를 받지 않고 있으며, 출강요청 기관이 영리 목적의 기관 또는 회사와 이해관계가 없는 일반 기업 등일 경

우에만 대가를 받고 받은 강사료는 회사에 반납한다. 또한 출강자가 기부처를 지정한 경우는 지정 기관에 기부하고 그렇지 않은 경우는 사회봉사실을 통해 사회봉사기금으로 적립하여 정기적으로 회사차원에서 기부를 하고 있다. 직원들의 자발적인 참여 아래 2005년 시행한 이래로 현재까지 총 2억 7,000만여 원의 강 의료가 기탁이 되었다.

▶ **'기업윤리 자가진단표'를 통한 일상생활 속에서의 윤리적 딜레마 해결**

<p>기업윤리 자가진단표</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 지금 하는 행동이 공개되어도 부끄럽지 않은가? • 시간과 권한을 회사를 위하여 사용하고 있는가? • 타인에게 부당한 요구를 하고 있지 않은가? • 회사의 업무를 적극적으로 수행하고 있는가?
------------------------------	--

포스코는 복잡한 윤리 관련 문제를 스스로 진단할 수 있는 체크리스트 '기업윤리 자가진단표'를 만들어 전 임직원의 신분증 뒷면에 인쇄하여 활용하고 있다. 이 자가진단표는 임직원들이 일상생활 속에서 흔히 접할 수 있는 딜레마 상황에 대한 해결방안을 제시해주고 있다.

▶ **비윤리행위 신고보상제도 운영**

포스코는 비윤리행위 신고보상제도는 회사 내에 남아 있을지도 모를 왜곡된 온정주의와 적당주의 문화를 버리고 신고 활성화를 통해 기업윤리를 실천하는 문화를 뿌리내리고자 2004년 9월부터 시행하고 있다. 신고대상 행위는 직무와 관련해 외부의 이해관계자로부터 금품 또는 향응을 수수하는 행위와 직무를 이용해 부당한 이득을 얻거나 피해를 끼친 행위, 자신 또는 타인의 이익을 위해 다른 직원의 공정한 업무 수행을 방해하는 행위 등이며, 최대 10억 원까지 보상한다. 본 제도를 실질적으로 운영하기 위해서는 신고자에 대한 확실한 신분보장이 밑받침되어야 한다. 따라서 포스코는 신고자의 신분을 누설하면 처벌하도록 명문화했으며, 신고자가 누군지 수소문하거나 찾으려는 시도를 금지하고 있다. 만약 제보자의 신분이 누설될 경우 본인이 희망하면 신분보호가 가능한 정도경영실에 근무하도록 배려하고 있다. 이와 함께 제보자 신원이 누설되지 않도록 관련 서류에 아예 제보자의 인적사항을 기록하지 않고, 매년 초 정도경영실 임직원들은 '신고자 신분보호 서약식'을 갖는 등 제보자 신분보호에 만전을 기하고 있다.

▶ 기업윤리 웹진 ‘올바르미’ 발간

포스코는 패밀리 차원에서 기업윤리와 관련한 정보를 공유하고 직원들의 윤리실천 마인드와 실천력을 제고하기 위해 기업윤리 웹진 ‘올바르미’를 월 1회 발간하고 있다.

웹진에는 윤리 관련 활동소식, 교육자료뿐만 아니라 댓글 이벤트, 독자기고 등을 통해 직원들의 참여를 유도하는 등 윤리를 통한 직원과의 쌍방향 커뮤니케이션을 꾀하고 있다.



포스코의 ‘행복경영’

포스코는 윤리규범 선포 10주년을 맞아 2013년 6월 24일 기업이 지향해야 할 새로운 윤리경영의 모델을 제시하고 신윤리경영 선언을 하는 선포식을 가졌다. 포스코는 신윤리경영의 방향을 수립하기 위하여 임원 윤리실천 다짐대회와 신윤리경영 컨퍼런스를 통해 각계의 전문가와 이해관계자의 의견을 수집하였으며, 신윤리경영을 ‘행복경영’으로 정의하게 되었다.

▶ 포스코 행복경영의 필요성

새로운 자본주의 시대의 도래에 따라 기업경영의 패러다임이 전환되고 있으며, 이에 포스코도 다양한 이해관계자와 더불어 상생·발전하는 소통의 경영을 필요로 하게 되었다.

또한 우리 사회의 책임있는 경제주체로서 모든 경제주체들이 조화롭게 성장하는 경제민주화 실현과 사회적 약자를 배려하고 국민의 행복을 추구하는 국가적인 과제에 대해서 적극 부응하고 지원할 의무가 있었다. 더불어 포스코는 글로벌 기업으로서 인권·환경 등을 강조하는 글로벌 트렌드에 부응하기 위해 보다 체계적이고 확고한 글로벌 톱 수준의 실천 프레임워크 구축이 필요했다. 무엇보다도 포스코는 태생적 국민기업으로서 국민의 기대를 존중하고 공익에 부합하는 경영활동을 해나갈 필요가 있었기에 행복경영으로서 실천의 디딤돌을 마련하게 되었다.

▶ 행복경영의 비전과 3대 핵심가치

포스코 행복경영의 비전은 ‘다 함께 행복한 더 나은 세상을!’이다. 이는 행복경영을 통해 기업생태계 구성원 모두가 선순환하고 이 선순환이 주변으로 확산되는 시스템을 실현하여 궁극적으로는 생태계 전체가 행복해지는 더 나은 세상 창조에 기여하는 것을 의미한다.

포스코의 행복경영은 미래, 공익, 상생의 3대 핵심가치로 설명할 수 있다.

미래(未來, Better Tomorrow)는 현재보다 더 나은 행복을 추구하고, 그로 인해 더 나은 세상을 만든다는 미래지향적 가치를 의미한다. 미래에 대한 희망과 꿈을 상징하고 있으며, 더욱 풍요롭고 넉넉한 미래사회를 추구하겠다는 것을 나타낸다.

공익(公益, Fair interests)은 한 기업의 이익도 중요하지만 전체의 이익도 조화롭게 고려하는 것을 중시한다는 의미이다. 전체의 이익과 사회의 행복을 중시하는 경영을 통해 비록 단기적으로는 기업의 이익이 적어질 수도 있겠지만 장기적으로는 생태계 전체의 이익이 증가함으로써 결국 생태계의 구성원인 기업의 이익도 증가하고, 기업가치가 높아지게 된다는 것을 뜻한다.

상생(相生, Mutual Success)은 포스코는 고객사, 외주사, 공급사, 주주, 투자자, 지역사회, 국가, 국제사회 등 모든 이해관계자와 더불어 함께 성장하고 발전하겠다는 것을 의미한다. 상생을 통해 모든 이해관계자가 더불어 성장·발전하지 않으면 신자본주의 시대에서는 개별 기업의 성장과 발전도 있을 수 없다.

포스코 행복경영 선언문

(비전) 다 함께 행복한 더 나은 세상을!

[미래] 더 나은 미래, 더 행복한 세상을 만드는 경영

건강하고 밝은 세상을 위해 글로벌 차원에서 소통하고 협력하여 행복한 미래창조에 이바지한다.

[공익] 전체의 이익과 사회의 행복을 중시하는 경영

한 기업의 단기적 이익보다는 생태계 전체의 이익을 중시하는 경영으로 국가와 사회의 행복에 기여한다.

[상생] 모든 이해관계자와 함께 성장하고 발전하는 경영

모든 이해관계자와 함께 성장하고 발전하여 모두가 더불어 행복한 일터를 이룬다.

▶ 효율적 추진을 위한 핵심가치별 실행방안

'미래'를 위한
실행계획

- FCPA, 인권, 환경, 다양성 등 글로벌 행동규범 재정립
- 국제협력단체 및 산학협력기관과 연계해 해외 새마을운동 등 공헌활동 전개
- 건강하고 밝은 사회를 위한 금연주비염(禁煙酒肥鹽) 운동

'공익'을 위한
실행계획

- 일반 중소기업에 대한 혁신지원활동 확대로 산업혁신운동 3.0 동참
- '거래상대방 선정 모범기준' 패밀리사로 대폭 확대
- 1% 나눔 및 봉사활동 확산, 작은 결혼식 문화 정착

'상생'을 위한
실행계획

- 성과보상금 투자재원 2,100억 원을 3년간 출연
- 중소기업지원펀드 조성 및 테크노파트너십 대폭 강화
- 양질의 일자리 창출, 유연근무 및 직장 보육 서비스 강화 등 일과 삶의 균형

한진해운

사회적 문제 해결





한진해운

한진해운

업종	국제해상운송사업
설립일	1977년 5월 16일
매출액	10조 5,984억 원(2012년도)
자산	11조 308억 원(2012년도)
홈페이지	www.hanjin.com

- 아시아 사회책임경영 전문가 위원회 선정 30대 사회 책임경영 우수 기업(2010년)
- CDP Korea 운송 부문 우수 기업(2012년)
- CDP Korea 운송 부문 우수 기업(2013년)

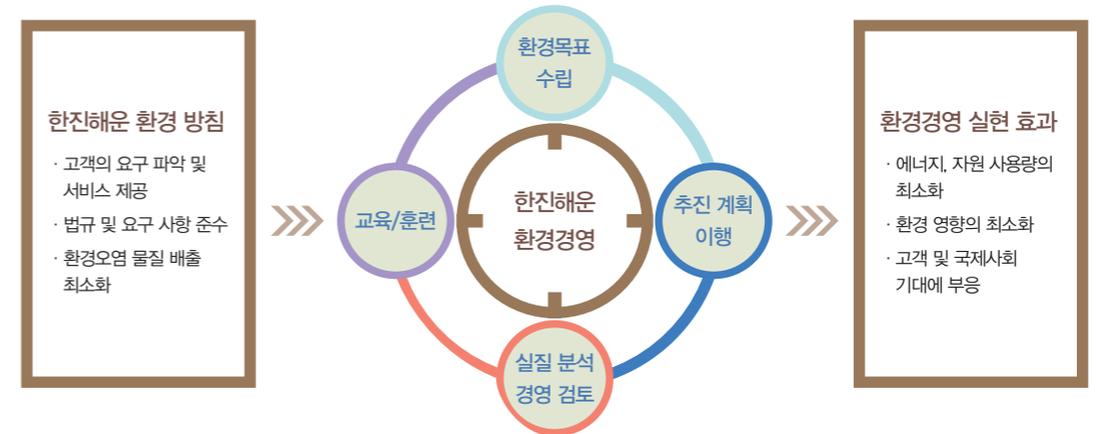
윤리경영 추진 현황 및 가치

한진해운은 2006년 국내 선사 최초로 지속가능성 보고서를 발간하였으며, 2013년 현재 네 번째 보고서가 발간되었다. ‘Global Logistics Leader’라는 비전을 품고 지속가능한 성장을 목표로 하고 있으며, 이윤을 내는 경제활동과 더불어 윤리적이고 투명한 경영, 열린 기업 문화를 통해 경제·사회·환경적 책임을 다하고자 노력하고 있다. 또한, 기업·고객·임직원·지역사회·정부 등 모든 이해관계자들과 동반 성장하기 위해 협력과 신뢰관계를 더욱 강화해나갈 것이다.



환경경영시스템

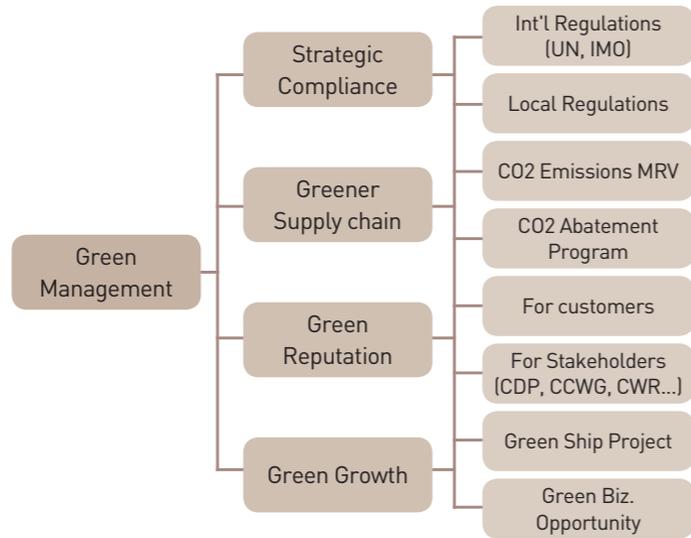
한진해운은 수송과 물류 부문에 대한 환경경영체계를 구축함으로써 ISO 14001 인증을 받았다. 보다 효율적인 환경경영을 실천하기 위해 환경방침을 정하고 매년 환경목표와 추진계획을 수립해 이행하고 있으며, 결과를 반기별로 감시·측정하여 해상운송 서비스로부터 발생하는 환경영향을 감소시키기 위해 노력하고 있다. 고객에게 안전하고 최상의 품질 서비스를 제공할 수 있도록 관리하기 위해 SHEQ(Safety, Health, Environment and Quality) 시스템을 운영하고 있다.



▶ 녹색경영 실천사례

한진해운은 글로벌 이슈인 기후변화 위기에 적극 대응하기 위하여 국내외 환경규제를 충실히 준수하고 있으며, 선박·터미널·빌딩 등에 사용되는 에너지 및 연료 소모량 감축을 도모하여 친환경 물류기업으로 거듭나고자 한다. 2011년 녹색경영을 위한 전담조직인 기술경영팀을 신설하여 Strategic Compliance, Green Supply Chain, Green Reputation, Green Growth 4개 축을 바탕으로 녹색경영을 추진 중에 있다. Strategic Compliance는 선박 온실가스 발생과 관련한 국내외 규제 동향을 모니터링하고, 입법과정에 참여하여 관련 규제에 종합적으로 대응하고 성실히 준수하기 위한 활동이다.

Greener Supply Chain은 선박, 터미널, 빌딩 등에서 발생하는 온실가스를 투명하게 산출·모니터링하고, 지속적으로 감축해가는 일련의 활동을 의미하며 이를 위해 한진해운은 'Green House Gas Monitoring system'과 'Supply Chain Carbon Calculator'라는 효과적이고도 기능적인 시스템을 개발하여 사용 중에 있다. 특히 Supply Chain Carbon Calculator를 2009년 선사 최초로 홈페이지를 통해 제공하였으며, 이는 고객이 컨테이너 화물의 출발지·목적지·무게를 입력하면 해당 서비스 구간별 온실가스 배출량을 직접 알아볼 수 있어 환경인식 개선에 큰 도움이 되고 있다.



Green Reputation은 고객이나 이해관계자들의 다양한 환경 관련 수요에 적극 대응하기 위하여, 신뢰성 있는 환경 관련 보고서를 작성함으로써 회사의 Environmental Reputation을 향상시키는 활동으로, 다양한 NGO 및 고객의 요청을 반영하여 환경 보고서 작성에 중점을 두고 시행하고 있다.

Green Growth는 다양한 CO₂ 감축 기술, 선박의 효율을 높여주는 기술 등의 개발을 의미하며, 한진해운은 여러 조선소와 협력하여 기후변화 대응을 위한 시스템 및 기술 개발에 힘쓰고 있다.

한진해운은 2009년 선사 최초로 탄소 배출량 계산기(Supply chain carbon calculator)를 개발하여 자사 홈페이지를 통해 제공하고 있다. 컨테이너의 모든 운송구간별 이산화탄소 발생을 홈페이지에 출발지, 목적지, 무게를 입력해 각 운송 구간에서 배출되는 탄소량을 산출할 수 있다. 탄소 배출량 계산기는 CCWG(Clean Cargo Working Group)에서 제시한 탄소 배출량 계수 계산 방식에 근거하여 한진해운의 탄소 배출량 계수로 사용하고 있다.

탄소 배출량 계산기 이용한 CO₂ 산출방법



▶ 기후변화관련 NGO 활동

한진해운은 이해관계자에게 탄소배출량 정보를 투명하게 공개하고 Container Supply chain(주로 해상구간)의 Carbon footprint를 산출·평가·공유 및 개선하는 활동을 수행함으로써 기후변화 관련 NGO 활동을 적극적으로 펼쳐나가고 있다.

▶ CCWG(Clean Cargo Working Group) 활동

BSR(Business Social Responsibility) 산하, 해상운송으로 인한 환경 영향을 최소화하고 친환경 운송체제를 마련하기 위한 실무 연구 단체로 세계 주요 화주 및 해운회사들이 멤버로 활동하고 있다. 연간 컨테이너 선박의 CO₂, NO_x, SO_x 배출량을 회원 간에 공개하여, 화주는 해운회사를 평가하고, 해운회사는 좋은 점수를 받아 이를 마케팅 도구로 사용하고, 실적 향상을 위하여 필요한 저감활동 및 세계적인 주요 동향을 공유하고 있다.

▶ CDP(Carbon Disclosure Project)

탄소정보공개 프로젝트는 영국정부의 지원을 받아 2000년 12월 설립된 환경단체로 금융·투자기관을 대신하여 세계 주요 상장회사들로부터 '기후변화'의 주 요인인 이산화탄소를 포함하여 주요 온실가스 (Green House Gas, CO₂) 배출에 대한 장·단기적인 관점에서의 기업의 경영전략을 요구하고 있다. 한진해운은 2012, 2013년 연속으로 CDP Korea 운송 부문 우수 기업으로 선정된 바 있다.

▶ CO₂ 감축 노력

한진해운은 운항 선박의 지속적인 관리 및 신기술 도입을 통해 연료 효율을 개선하고, 연료유 첨가제 사용으로 연소 효율을 향상하는 등 CO₂ 배출 저감을 위한 기술을 적극 도입 및 개발하고 있다.



▶ 온실가스배출량감축목표

한진해운은 컨테이너 1TEU를 1km 운반하는 데 발생하는 이산화탄소 배출량을 2015년까지 2008년 대비 15% 감축한다는 목표를 수립하고 다양한 절감 과제를 추진한 결과 2011년 8월 목표를 조기 달성하였

다. 이후 2015년까지 29% 감축이라는 목표를 설정해 도전적으로 재설정하였으며, 이 또한 2012년 말 조기 달성하여 현재 장기 목표를 재설정 중에 있다.

온실가스 감축 목표 및 추진 성과



현대중공업

—
임직원 실천





현대중공업

현대중공업

업종	중공업
설립일	1973년 12월 28일
매출액	25조 550억 원(2012년)
자산	30조 6,379억 원(2012년)
홈페이지	www.hhi.co.kr

- 한국표준협회 주관 지속가능지수 2012년 1위, 2011, 2010년 제조업 분야 1위
- 노동부, 노사발전재단 주관 '2009 노사문화 대상' 대통령상 시상
- 동반성장위원회 주관 2013 동반성장지수 우수기업 선정

윤리경영 추진 현황 및 가치

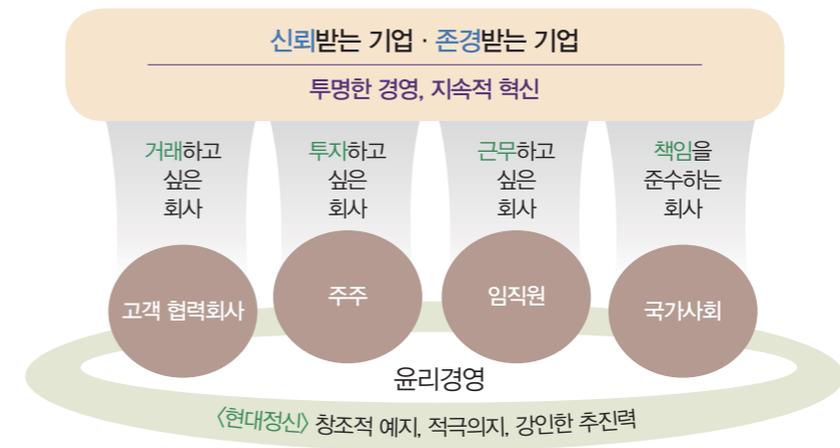
추진배경

현대중공업은 창업자 정주영의 창업정신을 이어받아 정직과 신뢰를 바탕으로 '신뢰받는 기업, 존경받는 기업'이라는 새로운 기업가치를 창출하기 위해서 1994년 윤리경영을 도입하였다. 현대중공업은 글로벌 기업, 세계 최고의 조선업체라는 위상 아래 시장 및 외부 이해관계자로부터 신뢰와 존경을 받는 기업을 지향한다.



가치체계

현대중공업은 '창조적 예지, 적극의지, 강인한 추진력'의 현대정신을 바탕으로 내부적으로는 투명한 경영과 지속적 혁신을 추구하여 급변하는 시장환경 속에서 '신뢰받는 기업, 존경받는 기업'으로서의 위상을 굳건히 할 것이다. 이를 위해서 고객과 협력회사에게는 거래하고 싶은 회사, 주주에게는 투자하고 싶은 회사, 임직원에게는 근무하고 싶은 회사, 국가와 사회에는 사회적 책임을 다하고 국가와 인류사회 발전에 공헌하는 회사가 되고자 한다.



윤리경영 추구가치

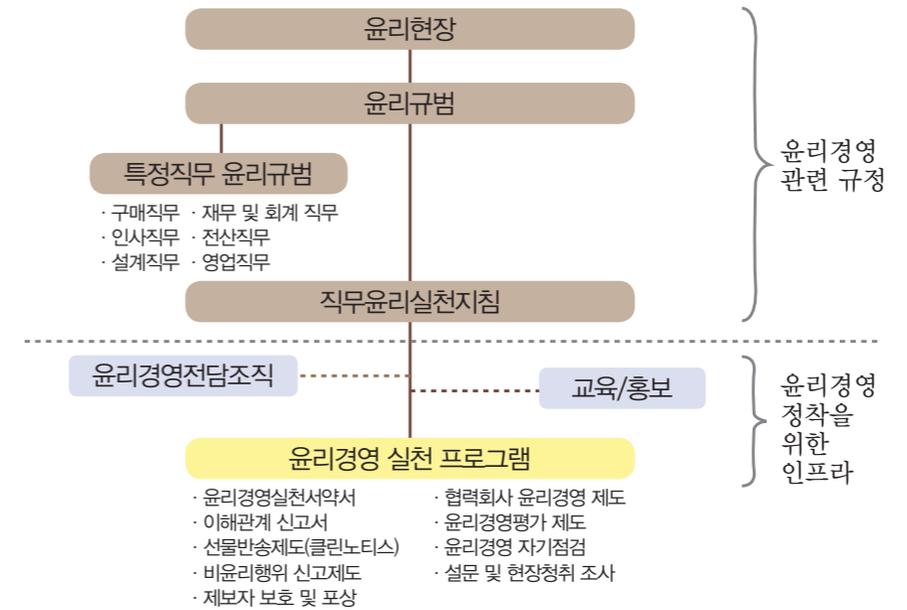


현대중공업 윤리경영이 추구하는 가치는 'FOREST'다. 이는 공정(F), 주인의식(O), 책임감(R), 열정(E), 안전(S), 투명성과 신뢰(T)를 뜻한다.

FOREST는 '숲'이라는 의미를 가리키고 있으며, 숲은 대지에 뿌리를 내리고 항상 그 자리에 울곧게 서서 주변의 모든 사물이 기댈 수 있는 쉼터로 존재한다. 현대중공업은 윤리경영을 가치판단과 행동의 기준으로 두고 숲과 같이 항상 정도(正道)와 기업윤리를 양분으로 삼아 모든 이해관계자들이 만족하는 상생의 꽃을 피우기 위해 노력하고 있다.

윤리경영 추진체계

현대중공업은 윤리헌장, 윤리규범, 직무윤리실천지침의 윤리규정에 근거하여 교육·홍보 및 다양한 실천 프로그램을 운영하여 체계적이고 실질적인 윤리경영 체계를 운영하고 있다. 특히 더 엄격한 윤리가 요구되는 구매·인사·설계·재무 및 회계·전산·영업 6개 직무에 대해서는 특정직무 윤리규범을 추가하여 적용하고 있다.



윤리경영실천 사례

윤리경영실천서약서

현대중공업은 임직원의 윤리경영 실천도 제고 및 윤리경영 정책과 제도 준수를 위하여 매년 전임직원을 대상으로 '윤리경영실천서약서'의 내용을 숙지하고 서명하여 제출하도록 하고 있다. 윤리경영실천서약서는 '업무를 수행함에 있어서 윤리헌장·윤리규범·직무윤리실천지침 등 윤리규정을 준수하여, 어떠한 불공정 거래 및 부정·비리 행위도 하지 않겠다'라는 내용으로 이루어져 있다.

임직원들은 서약서에 스스로 서명함으로써 그 의미를 되새겨 보는 시간을 갖게 된다. 이외에도 특정 직무 수행자들은 특정직무수행 윤리규범 실천서약서를 제출하여야 한다.

▶ 이해관계신고서

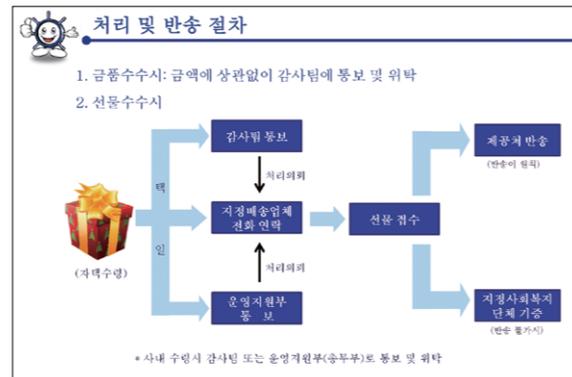
현대중공업은 이해관계자와의 공정하고 투명한 거래관계를 확립하기 위하여 이해관계의 신고 및 처리기준을 강화하여 시행하고 있다. 회사의 거래와 관련하여 회사 임직원 내지 협력회사 임직원이 거래처와 이해관계에 있거나 이해관계가 발생할 가능성이 있을 때 회사에 이를 사전에 신고하도록 함으로써 이해관계의 상충을 피하도록 조치하여 공정하고 투명한 거래관행을 유도하고 있다.

▶ 선물반송제도(클린노티스)

선물반송제도는 협력회사와 공정하고 투명한 거래관행을 정착시키고 깨끗하고 투명한 기업문화를 조성하기 위하여 운영하는 제도로 본사는 2009년부터 상시운영하고 있으며, 중국 전 법인은 2013년부터 중국 윤리문화와 특성에 맞추어 선물반송제도를 실시하고 있다.

클린노티스는 기존의 다소 복잡하였던 신고 제도를 개선하여 임직원이 사내나 자택에서 협력회사나 기타 거래업체로부터 부

득이하게 받은 선물을 간단한 통보 절차로 지정배송업체를 통하여 반송하거나 사회복지 단체에 기증하는 제도이다. 금품 수수 시 금액에 상관없이 감사팀에 통보 및 위탁하고, 사내에서 선물 수령 시 감사팀 또는 운영지원부(총무부)로 통보 및 위탁한다. 자택에서 선물 수수 시 감사팀 또는 운영지원부에 통보하거나 본인이 직접 지정된 배송업체에 연락하여 배송업체가 자택 방문 후 반송 혹은 불가피할 경우 복지단체에 기증한다. 임직원은 거래업체 등으로부터 선물·금품 등을 수수하였으나 처리 절차를 위반할 경우, 윤리규정 위반으로 징계 대상이 될 수 있다.



▶ 비윤리행위 신고제도와 제보자 보호 및 포상



현대중공업은 직무와 관련된 비윤리행위를 예방하고 윤리적 기업문화의 정착을 위하여 신고 및 포상제도를 운영하고 있다. 윤리경영과 관련된 제보에 대하여 제보자의 신분노출을 원칙적으로 금지하고 신고자(제보자)에게 포상제도를 시행하며, 매년 협력회사에 명절서신을 통해 제보경로를 공지하여 내부고발을 유도하고 있다. 직무와 관련하여 사내외 이해관계자들로부터 금품이나 향응을 수수하는 행위, 직위 또는 직무를 이용하여 부당한 이득을 취하거나 직권을 남용하는 행위, 건전한 직장인으로서 적절하지 못한 행위 등 비윤리행위에 대하여 전화, 팩스, 이메일, 우편, 사이버신고

(http://ethics.lhi.co.kr/) 등의 채널을 통해 신고를 접수받고 있다. 신고자 및 신고내용에 대해서 원칙적으로 공개를 금지하고 비밀을 보장한다. 정당한 신고자 및 신고내용에 대해서는 불이익이나 차별이 발생되지 않도록 하며, 신고와 관련하여 신고자의 과실이 인정될 경우에는 정상을 참작하여 합리적으로 처리될 수 있도록 한다. 부정 및 비리행위 신고자에 대한 포상을 위하여 제보자 포상처리 기준을 제정하고, 기준에 의거하여 포상심의위원회에서 포상여부 등을 결정하여 포상하고 있다.

▶ 협력회사 윤리경영제도

현대중공업은 협력회사와 공동으로 윤리경영을 추진하여 투명하고 깨끗한 상거래 관행을 정착하기 위하여 2005년부터 협력회사 윤리규범을 시행하여 운영하고 있다. 협력회사 윤리규범은 회사와의 업무 수행 시 투명하고 공정하게 업무를 처리하여야 하며, 공정한 거래를 유지하기 위해 관련 법령을 준수하고, 현대중공업 임직원에게 금전적 이익, 향응, 접대 제공 등을 금지하는 내용으로 구성되어 있다. 회사는 협력회사와 공정하고 투명한 거래관계를 유지하기 위하여 윤리경영실천서약과 이해관계신고서를 받고 있으며, 또한 협력회사에 대해 윤리경영규정 및 실천 프로그램 수립 지원, 윤리경영 도입 시 집합교육 지원, 홍보자료 제공 등의 협력회사 윤리경영 지원정책을 펴고 있다.

협력회사와 '동반성장 온기' 확산에 주력
176개 1·2차 협력회사 초청 「지원정책 설명회」

현대중공업 1·2차 협력회사 동반성장 지원 정책 설명회

우리 회사가 조선산업 침체로 어려운 상황에 처한 협력회사들에게 동반성장의 온기를 확산하기 위해 노력하고 있습니다. 그중 조선 1·2차 협력회사로 구성된 동반성장확산협의회 회장 (주)삼강금속 송원 대표는 지난 11일(월) 인제대학교관에서 대표들을 초청한 가운데, 「동반성장 지원정책 설명회」를 열었습니다. (AS) 이번 설명회는 우리 회사가 동반성장 확산을 위해 시행 중인 금융, 교육, 품질 분야의 각종 지원제도를 자세히 알리므로써, 1차 뿐 아니라 2차 협력회사도 지원정책의 혜택을 누릴 수 있도록 하겠다.

그룹, 대·중소기업 동반성장에 앞장
기업은행과 3천억원 규모 '동반성장 펀드' 조성

현대중공업그룹, 협회기업 동반성장을 위한 기업은행과 3천억원 규모의 '동반성장 펀드' 조성식을 가졌다. 이번 행사는 대외 2천7백여명에 달하는 그룹 조선 1·2차 협력회사들은 기업은행에서 신사와 자금 대출과 함께, 사중보다 최대 2% 낮은 대출금리 혜택을 받을 수 있게 된다. 대우 안드는 업체당 최대 30만원으로, 운영자금과 유동자금을 지원하고 있다. R&D 및 설비 투자자금에 필요한 협력회사에 도움이 될 것으로 기대된다.

윤리경영 평가제도

현대중공업은 회사의 윤리경영 수준을 평가하고 그 결과를 토대로 윤리경영제도 및 운영을 개선·보완함으로써 윤리경영 수준을 제고하기 위하여 2007년부터 임직원을 대상으로 '윤리경영 자기점검'을 매년 정기적으로 시행하고 있다. 윤리경영에 대한 임직원의 인식도를 높이고 실천력 강화를 통한 윤리경영 문화의 확산 및 정착을 위하여 2006년도부터 임원 및 직원의 인사평가, 직원 승진시험에 윤리경영 항목을 반영하고 있다. 임직원이 회사의 경영에 관련된 주요 준수사항들을 설문 형식의 점검표로 작성하여 스스로 점검함으로써 윤리경영 관련 규정에 대한 이해도를 높이고 있다. 또한 임직원 인사평가에 윤리의식·직무 윤리 항목을 필수항목으로, 승진시험에 윤리경영을 필수과목으로 반영하여 평가하고 있다.



임직원 및 협력회사 대상 설문과 현장청취조사 실시

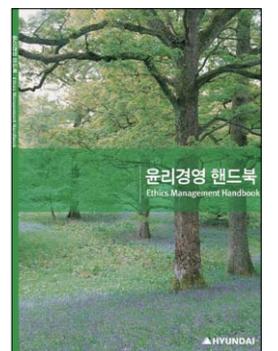
현대중공업은 그룹 윤리경영에 대한 임직원 및 협력회사의 평가를 바탕으로 제도를 개선하고 보완함으로써 그룹의 윤리경영 수준을 제고하기 위하여 2010년부터 익명으로 설문조사를 실시하고 있다. 설문조사는 임직원 및 협력회사 대표를 대상으로 설문지와 그룹 감사실장 명의의 서신을 발송하고 발신자 정보를 기재하지 않도록 이중 봉투를 사용하여 익명성을 확보하고 있다. 임직원 설문조사는 임직원 중 10~20%를 무작위로 선정하여 55개 문항에 대해 임직원 만족도, 이해관계자의 책임준수 노력, 제언 또는 개선 필요사항 등을 조사하고 있고, 협력회사 설문조사는 전체 협력업체 대표를 대상으로 20개 문항에 대해 거래절차상 윤리 수준, 임직원의 윤리 수준, 거래관계 만족도 등을 조사하고 있다. 현장청취는 매년 부서 직원 및 40여 개 협력회사 직원과의 면담을 통하여 애로 및 건의사항, 윤리경영 실천 수준 등의 의견을 청취하고 있다.

윤리경영 설문조사표 (임직원용)						
NO	문항	선택 항목				
		매우 아니다 1	아니다 2	보통이다 3	그렇다 4	매우 그렇다 5
1	귀하는 우리 회사가 임직원을 성별, 폭력, 연령 등에 상관없이 공정하게 대우하고 있다고 생각하십니까?					
2	귀하는 우리 회사가 인계육성을 위해 적극적인 노력(교육 등)을 하고 있다고 생각하십니까?					
3	귀하는 우리 회사가 안전한 작업환경을 조성하기 위하여 최선의 노력을 다하고 있다고 생각하십니까?					
4	귀하는 우리 회사가 임직원간의 심회통 방지를 위하여 노력하고 있다고 생각하십니까?					
5	귀하는 현재 우리 회사에 근무하는 것에 긍지와 자부심을 느끼고 있습니까?					
6	귀하는 우리 회사의 급여 및 복리후생 수준에 만족하십니까?					
7	귀하는 우리 회사의 각 부서 내 직원간 또는 상사와 부하 직원들간에 의사소통이 효율적으로 이루어지고 있다고 생각하십니까?					
8	귀하는 우리 회사가 공정하고 합리적으로 권해를 위임하고 있다고 생각하십니까?					
9	귀하는 우리 회사가 경영전략에 근거하여 인적자원 관리(채용, 승진, 교육 등)를 하고 있다고 생각하십니까?					
10	귀하는 우리 회사가 임직원에게 업무외 자기개발을 할 수 있는 기회를 충분히 제공하고 있다고 생각하십니까?					

윤리경영 홍보

2006년 임직원의 직무수행과정에서 가치판단과 행동의 기준으로 참고할 수 있도록 '윤리경영 핸드북'을 발간하여 전 부서에 배포하였다. 윤리경영의 필요성, 윤리경영의 가치체계, 사례로 본 윤리규범과 문답으로 본 직무윤리실천지침으로 구성하였으며, 부록으로 윤리현장 및 윤리규범, 특정직무윤리규범과 직무윤리실천지침을 싣고 있어 임직원들이 업무 수행 중 윤리경영 관련 규정 및 지침을 쉽게 찾아볼 수 있도록 하였다. 월간사보에 '함께하는 윤리경영'이라는 주제로 윤리규범에서 강조하고 있는 이해관계자별 추구 가치의 주요 내용(고객 가치 제고, 주주가치의 극대화, 협력회사와의 공정한

<윤리경영 핸드북>

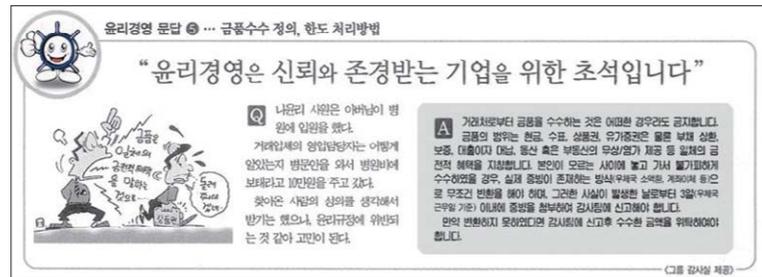


거래, 국내의 법규준수, 임직원 존중, 공정한 직무수행 등)을 사례 형식으로 작성하여 임직원들이 쉽게 이해할 수 있도록 제공하고 있다. 임직원의 행위의 판단기준과 윤리경영 관련 업무처리기준을 제시하고 있는 직무윤리실천지침의 주요 내용을 Q&A 형식으로 제작하여 주간소식지인 '현중뉴스'에 30회에 걸쳐 연재하였다. 임직원의 윤리경영 관련 규정에 대한 이해도와 준수도 제고를 위해 윤리경영 규정의 주요 내용, 주요 준수사항, 제도 등을 만화동영상, 메시지, 카툰 형식으로 제작하여 홍보하고 있다. 매년 실시하는 윤리경영 홍보는 사내 CATV, 전자게시판, 이메일, 월간사보, 사내소식지 등 다양한 사내매체를 이용하여 연중 실시하고 있다.



월간사보 '함께하는 윤리경영'

윤리경영 홍보 동영상



주간소식지 '현중뉴스'

▶ 깨끗한 명절맞이 실천운동 실시

현대중공업은 선물 등을 불법 수수할 가능성이 높은 시기인 명절에 임직원과 협력회사를 대상으로 깨끗하고 투명한 기업문화 조성하고자 2004년도부터 '선물 안 주고 안 받기' 운동을 시행하고 있다. 매년 명절에는 '깨끗하고 밝은 명절맞이 실천운동'을 시행하고 있다. 명절 캠페인 강조 기간 동안 임직원에게는 선물 및 금품수수금지, 불가피하게 수수한 선물에 대한 처리방법 공지, 청렴한 직무수행기준 공지를 하고 있으며, 협력 회사 대표에게 감사실장 명의의 서신을 발송하여 선물제공을 금지하고 상생의 협력관계 구축을 위한 협조를 요청하고 있다.



감사실장 서신 및 캠페인 사내뉴스 홍보

▶ 윤리경영 실천 결의대회

임직원 및 협력 회사의 윤리경영 준수 의지를 고취하고 윤리경영 실천방안교육 및 홍보를 위하여 조선, 해양, 전선, 건설장비 등의 사업부 단위 및 구매, 영업 등의 부문별 윤리경영 자정 결의 대회를 2011년부터 실시하고 있다. 임원, 부서장, 직책과장, 직무 담당자, 협력회사 대표 및 총무 등을 대상으로 윤리경영 및 상생협력 실천 결의 및 지침 안내 그리고 구체적인 실천 사례 발표 및 문답시간을 가짐으로써 윤리경영의 중요성을 재인식하고 투명경영을 실천하는 계기가 되고 있다.



LG유플러스

—
임직원 실천



가장 넓은 광대역 (○)
40MHz > 타사 35MHz

가장 많은 주파수 (○)
총 보유 주파수 U+ 80MHz > K사 65MHz S사 55MHz

U+ LTE A 100% LTE

LG유플러스



업종	통신업
설립일	1996년 7월 11일
매출액	10조 9,048억 원(2012년)
자산	11조 887억 원(2012년)
홈페이지	www.uplus.co.kr

- 대한민국 나눔국민대상 희망멘토링 부문 수상(2013년)
- 지속가능경영 보고서 LACP 금상 수상(2012년)
- 정보문화실천유공 장관표창 수상(2013년)

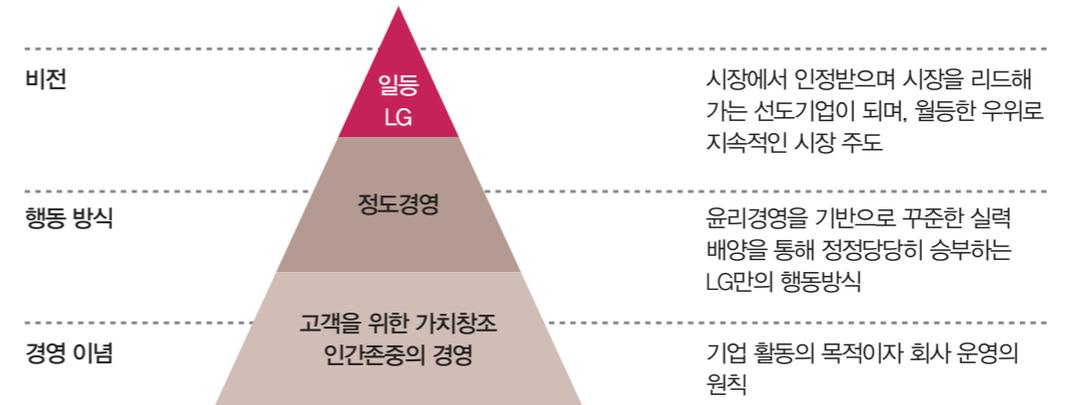
윤리경영 추진 현황 및 가치

▶ 정도경영 (正道經營)

• 정도경영의 실천

정도경영은 윤리경영을 기반으로 꾸준히 실력을 배양해 정정당당하게 승부하는 LG만의 행동방식을 의미하며, LG유플러스의 경영이념인 '고객을 위한 가치 창조'와 '인간존중의 경영'은 정도경영의 실천을 통해 실현된다. 정도경영이란 단순히 윤리경영만을 의미하는 것이 아니며, 진정한 의미의 정도경영은 윤리경영에서 나아가 경쟁에서 이길 수 있는 실력을 바탕으로 실질적인 성과를 창출하는 것을 의미한다.

LG유플러스는 LG 윤리규범에 의거해 모든 임직원을 대상으로 정기적으로 정도경영 실천 서약서를 작성해 회사에 제출토록 하고 있다. 또, 정도경영에 대한 합의로서 거래선으로부터 정도경영 실천 서약서를 제출받아 관리하고 있다.



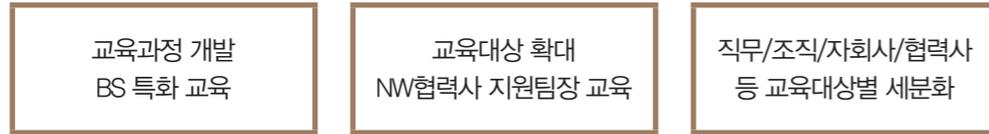
• 정도경영 추진 방향

LG유플러스의 정도경영은 LG 윤리규범을 준수하는 것에서 시작된다. LG유플러스의 모든 임직원이 지켜야 할 올바른 행동과 가치판단의 기준을 담은 윤리규범은 '脫통신 세계 일등 기업'을 목표로 하는 LG유플러스의 원동력으로 작용하고 있다.

구분	주제	구성
제1장	고객에 대한 책임과 의무	고객 존중, 가치 창조, 가치 제공
제2장	공정한 경쟁	자유경쟁의 추구, 법규의 준수
제3장	공정한 거래	평등한 기회, 공정한 거래절차, 상호발전의 추구
제4장	임직원의 기본 윤리	기본윤리, 사명의 완수, 자기계발, 공정한 직무수행, 회사와 이해 상충 회피
제5장	임직원에 대한 책임	인간존중, 공정한 대우, 창의성 촉진
제6장	국가와 사회에 대한 책임	합리적 사업전개, 주주이익의 보호, 사회발전에 기여, 환경의 보호

• 정도경영 교육

LG유플러스는 임직원의 윤리경영 인식제고와 공감대 확산을 위해 정도경영 교육을 온·오프라인으로 진행하고 있다. 온라인 교육은 임직원을 대상으로 매년 실시되며, 오프라인 교육은 채용 시, 진급 시, 보임 시 실시된다. 또한 조직별·직무별 교육도 수시로 교육이 이뤄지고 있다.



• 불만 & 고충전달 채널

LG유플러스는 건강한 조직문화를 조성하고 유지하기 위한 임직원의 불만 및 고충 전달 채널 ‘메아리’와 제보 및 제안 채널 ‘정도경영 사이버 신문고’를 그룹웨어 내 개설하여 운영하고 있다. 메아리 및 신문고에 등록된 내용은 모두 철저하게 익명으로 관리되며 담당부서의 검토를 거쳐 해결 혹은 개선을 위한 절차를 거치게 된다. 이 밖에도 임직원의 유선, 팩스, 이메일로 임직원의 불만·고충·건의사항을 전달받을 수 있는 체계를 운영하고 있다.

윤리경영 실천 사례

▶ 참 의미 살린 작은 결혼식 캠페인 ('13. 1)

- IG그룹 차원의 ‘작은 결혼식’ 선언에 이어, 계열사 중 처음으로 건전한 결혼문화 확산 위한 ‘U+작은 결혼식’ 캠페인 실시
- 사내 어린이집 우선 등록, 국내 신혼여행 여비 지원 등 혜택을 제공해 임직원 참여 독려
- 호화 결혼식 자제, 경기 활성화, 사회 환원 등 3대 결혼문화 지향

LG유플러스는 본연의 의미를 살린 검소하고 건전한 결혼문화 확산을 위해 임직원과 임직원 자녀를 대상으로 지난 1월부터 U+작은 결혼식 캠페인을 펼치고 있다.

U+작은 결혼식은 협력회사 등으로부터 경조사 관련 금품 수수를 금지하고, 전무급 이상 고위경영진이 솔선해 검소한 결혼식을 치르도록 한 IG그룹의 작은 결혼식 선언에 발맞춰 계열사 중 가장 먼저 시행하는 캠페인으로 호화 결혼식 자제, 경기 활성화, 사회 환원 등 3대 결혼문화를 지향한다.

LG유플러스는 임직원의 U+작은 결혼식 캠페인 참여를 독려하기 위해 자녀 출산 시 사내 어린이집 이용 혜택을 주고, 국내로 신혼여행을 가는 직원들에게 경비 일부를 지원하는 등 출산 장려와 경기 활성화를 위한 혜택을 제공한다.

또한, 기존에 회사에서 제공하던 꽃 화환 대신 쌀 화환을 전달하고, 희망자에 한해 이를 복지단체에 기부함으로써 ‘작은 결혼식’의 의미를 사회 환원으로 확대해 나갈 계획이다.

LG유플러스는 향후 2015년 용산 신사옥 입주 시 임직원은 물론 협력업체와 지역주민들이 사옥 강당을 결혼식장으로 활용할 수 있도록 강당을 개방하는 방안도 검토할 예정이다.

▶ 전통시장 활성화 위한 중부신중부 시장 SMART협약 ('13. 9)

- 중부·신중부 시장과 ‘전통시장 활성화를 위한 SMART 협약’ 체결
- 시장의 모바일 스마트화, 온·오프라인 판로 확대, 상인 복지 향상 통한 전통시장 경쟁력 강화
- 스마트 결제 서비스인 ‘U+Paynow’ 통해 사회적, 경제적 가치 창출

LG유플러스(부회장 이상철)는 동반성장의 일환으로 지난 9월 서울 중구에 위치한 중부·신중부 시장에서 ‘전통시장 활성화를 위한 SMART 협약’을 맺고, 모바일 기술을 활용한 전통시장 스마트화를 지원하고 있다.

SMART 협약은 'Smart', 'Mobile', 'Attractive', 'Reliable', 'Together'의 앞 글자를 딴 것으로, 스마트한 모바일 기술을 통해 매력 있고 신뢰받는 시장을 함께 만들어 간다는 의미를 담고 있다.

LG유플러스와 중부·신중부 시장 상인회는 이번 협약을 계기로 시장의 모바일스마트화, 시장 상품 판로 확대, 상인 복지 향상 등 다양한 분야의 활동을 전개함으로써 전통시장의 경쟁력 강화에 앞장설 계획이다.

우선, 시장의 모바일 스마트화를 위해, 전통시장에 한해 스마트 결제 서비스인 'U+Paynow(페이나우)'를 무상으로 공급한다. U+Paynow는 스마트폰에 초소형 카드리더기를 부착하고 어플리케이션만 설치하면 언제 어디서나 카드 결제가 가능한 서비스다. 단말 가격과 관리비가 비싸고 부피가 큰 결제기에 비해 저렴하고 간편한 것이 장점이며, 배달을 하는 경우에도 별도의 이동형 결제기를 지참하는 불편이 해소될 것으로 기대된다.

시장 상품 판로 확대의 경우, 추석을 앞두고 임직원들이 전통시장을 이용하도록 권장하는 사내 캠페인을 전개하는 한편 중부·신중부 시장 특산품인 건어물을 LG임직원 전용 온라인몰에 입점해 판매함으로써 시장 매출 확대에 기여한 바 있다.

또한, 상인 복지 향상을 위해 상인들이 시장 안에서 간단한 병원 진료를 받을 수 있도록, 바쁜 추석 명절 이후에 방문진료 차량을 운영했다. 시장 상인들이 가장 필요로 하는 내과·한의학 진료를 함께 실시해, 가계를 비우고 병원에 갈 시간이 없어 진료를 미루고 있던 상인들이 편리하게 진료를 받을 수 있도록 했다.





SK텔레콤



업종	무선통신업
설립일	1984년 3월 29일
매출액	16조 3,000억 원(2012년)
자산	25조 5,960억 원(2012년)
홈페이지	www.sktelecom.com

- DJSI World 통신부문 6년 연속 편입(2008년~2013년)
- 대한민국 지속가능성지수(KSI) 통신업종 5년 연속 1위(2009년~2013년)
- 탄소정보공개프로젝트(CDP) 통신부문 우수기업 4년 연속 수상(2010~2013년)

윤리경영 추진 현황 및 가치

▶ 친환경경영 추진을 통한 사회적 책임 준수

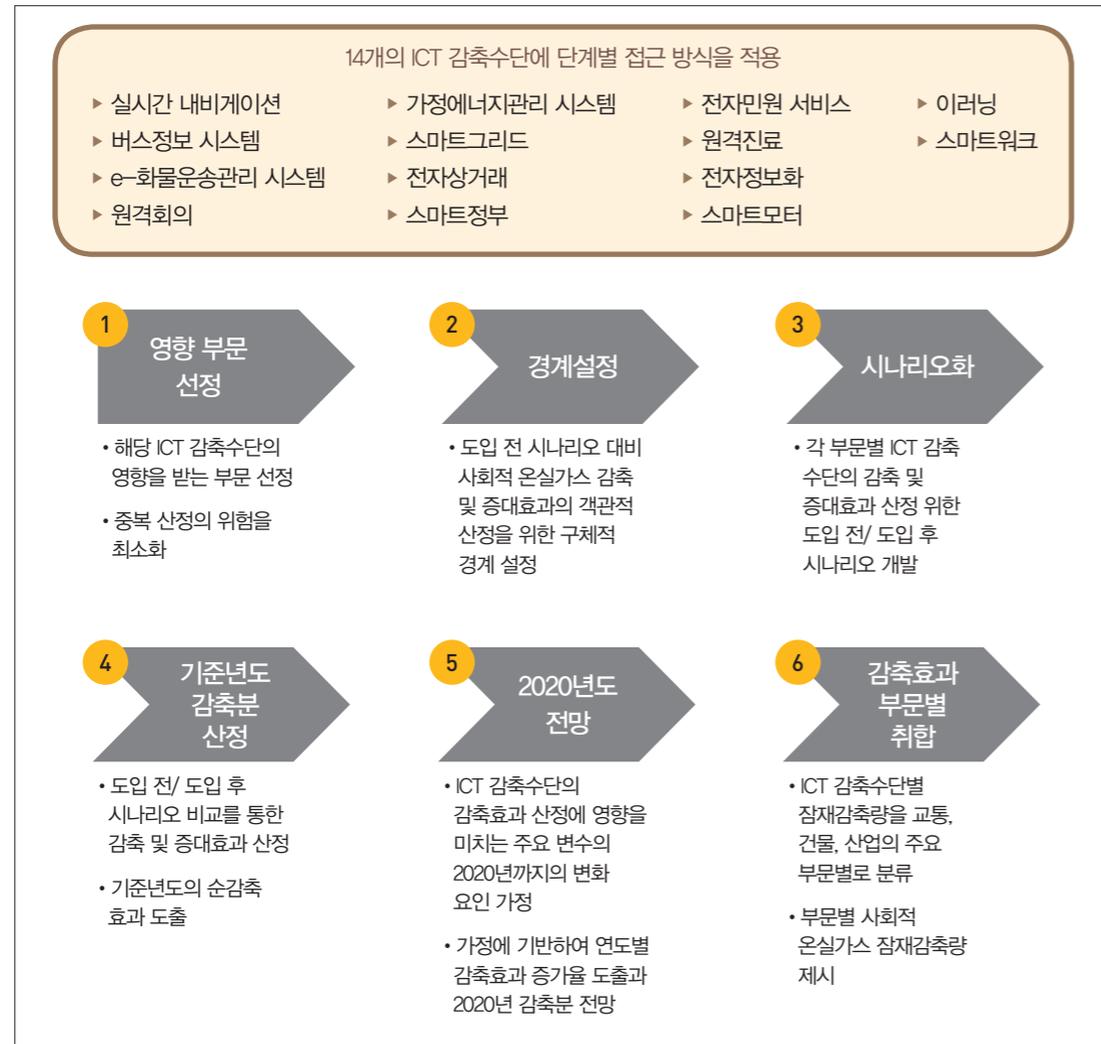
SK텔레콤은 2009년 Green ICT(Information Communication Technology) 위원회 발족을 통해 친환경 경영 방침 및 전략을 수립하는 등 지속적으로 환경경영을 추진하고 있다. SK텔레콤은 자체적인 환경경영 추진뿐만 아니라 고객에게 제공하고 있는 ICT 서비스(실시간 내비게이션 등)를 활용하여 친환경사회 구현에 이바지하고 있다. 2013년에는 기후변화 대응을 위해 친환경 무선국과 저전력 중계기 설치, 신재생에너지 기지국 운영 등 에너지 효율화를 통한 자체적 온실가스 배출량 감축활동을 추진하고 있다. 또한, 고객에게 제공하고 있는 14개 ICT 서비스를 통한 에너지 저감량을 산정하였고, 온실가스 감축량을 산정할 수 있는 방식을 새롭게 개발하여 글로벌 표준화를 추진하고 있다.

윤리경영 실천 사례

▶ 도입 배경

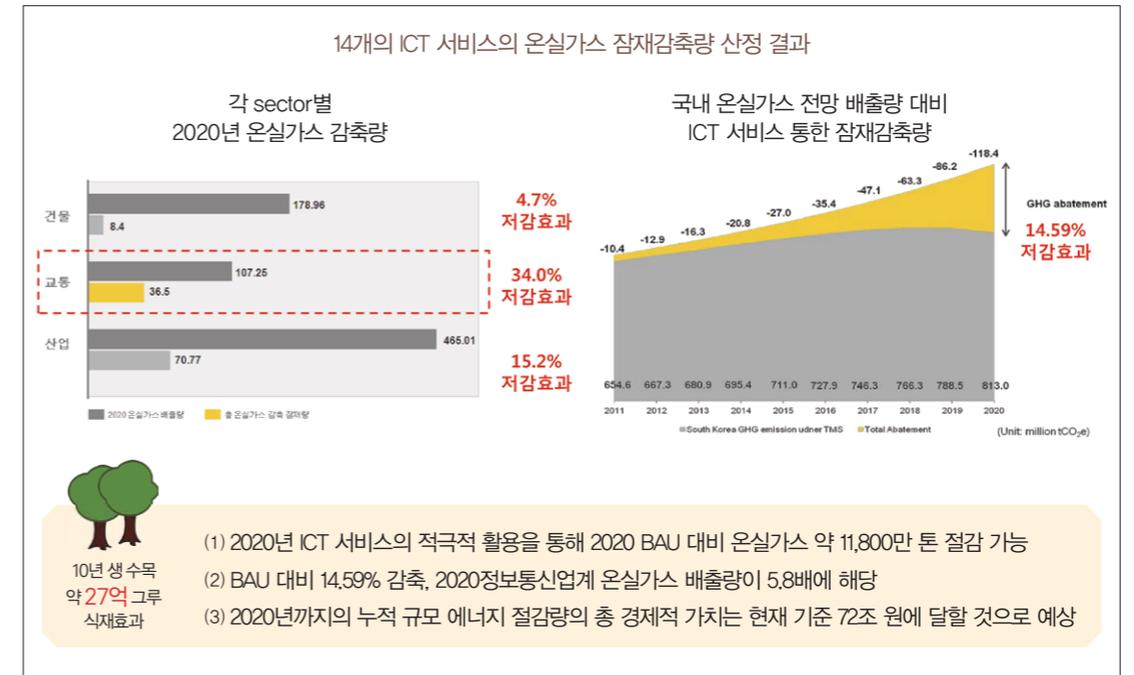
기후변화 등 환경문제에 선도적으로 대응하고 점차 강화되고 있는 환경규제를 준수하기 위해 SK텔레콤은 ICT 서비스를 통한 국가·사회적 온실가스 감축량 산정 및 산정방안을 개발하는 연구를 선도적으로 추진하고 있다. 1차 연구를 통해 ICT 서비스를 활용하여 감축 가능한 잠재량을 산정하였고 2차 연구를 통해 국내외에서 인정받을 수 있는 온실가스 감축량 산정방안을 개발하였다. 마지막으로 3차 연구를 통해 ICT 서비스를 통한 온실가스 감축량 활용도를 제고하였다. 이와 같은 방법으로 SK텔레콤은 ICT 서비스를 활용하여 감축 가능한 잠재량 산정한다. 최근 5년 동안 유럽을 중심으로 ICT 서비스를 통한 온실가스 감축 효과 산정 관련 연구가 지속적으로 이루어지고 있으며, 국내에서도 이러한 글로벌 추세에 따라 관련 연구에 대한 관심이 제고되고 있는 상황이다. 이에 SK텔레콤은 정부기관(국립전파연구원) 및 통신업계 관련 협회(한국정보통신진흥협회)와 공동으로 ICT 서비스를 통한 온실가스 감축효과를 산정하기 위한 연구를 선도적으로 실시하였다. 본 연구를 위해 전 세계에서 활용되고 있는 90개 이상의 ICT 서비스 중 온실가스 감축효과가 있을 것으로 판단된 14개 ICT 서비스를 대상으로 2020년까지의 온실가스 감축효과 산정방법 및 감축량을 산정하는 연구를 진행하였다.

14개의 ICT 서비스 및 단계별 접근 방식



본 1차 연구 결과로 14개 ICT 서비스를 통해 2020년에 국가 온실가스 배출량(8억 1,000만TCO₂)의 약 14.59%인 1억 1,800만TCO₂를 감축할 수 있을 것으로 예측되었으며, 이는 에너지 비용으로 환산하면 약 72조 원의 경제적 효과를 거둘 수 있을 것으로 판단된다. 또한, UN 산하기구인 정보통신연합회(ITU)에 연구 결과를 발표하여 국내 ICT 서비스의 우수성을 널리 알리는 한편, 국내 기업 최초로 2013년 5월에 UN ITU의 연례 보고서로 발간되는 성과를 거두었다.

ICT 서비스를 통한 사회적 온실가스 감축량



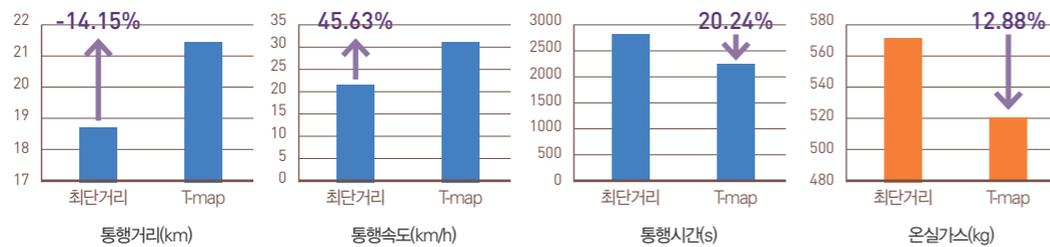
SK텔레콤은 국내외에서 인정받을 수 있는 온실가스 감축량 산정방안을 개발하였다. 1차 연구를 통해 ICT 서비스가 국가·사회적으로 온실가스를 감축할 수 있다는 이론적 입증은 하였지만, 이는 국내 실정만을 고려하여 선정된 방식이다. 따라서, 전 세계 어디서나 통용될 수 있는 ICT 서비스별 온실가스 감축량 산정방법이 필요하여 SK텔레콤은 2차 연구를 추진하였다. 하지만, 1차 연구에서 선정된 14개 ICT 서비스 전부를 대상으로 산정방법을 개발하기에는 물리적·시간적 제약이 있어, 실생활에 많이 활용되며, 온실가스 감축 잠재량이 높은 SK텔레콤의 실시간 내비게이션(T-map)을 대상으로 온실가스 감축량 산정방법 개발에 착수하였다. 국제적으로 인정받는 ICT 서비스 관련 온실가스 감축량 산정방법을 개발하기 위해서는 기 입증된 이론적 산정뿐만 아니라, 실제 생활에서도 온실가스 감축이 가능하다는 실험이 이루어져야 한다. 따라서, SK텔레콤은 국제적 기준에 적합하게 실시간 내비게이션의 온실가스 감축 실험을 설계하여 추진하였다. 384회의 실험 결과, SK텔레콤의 실시간 내비게이션은 일반 내비게이션의 최단거리 주행 대비 약 14%의 통행거리가 증가되었지만, 통행속도 증가(약 45% 이상), 통행시간 감소(약 20% 이상) 등으로 평균 12.88%의 온실가스 감축효과를 입증하였다. 또한, 이론적 입증과 본 실험 방식을 기반으로 전 세계에 통용될 수 있는 국제 표준을 개발하여 ITU의 최종 승인을 추진 중에 있다.

실시간 내비게이션 실증 실험 개요

실험 개요		
공간적 범위	주행거리	T-map의 실시간 교통정보 서비스 활용도가 높은 서울시 및 수도권 지역
	측정치	단, 중·장거리로 경로 구분
내용적 범위	연료특성	휘발유/ 경유
	연료특성	휘발유/ 경유
실험 일정	5월	오전첨두/ 오전비첨두/ 오후첨두/ 오후비첨두
	7월	오전첨두/ 오전비첨두/ 오후첨두/ 오후비첨두



실시간 내비게이션 : 실험 결과



SK텔레콤은 ICT 서비스를 통해 온실가스 감축량 활용도를 제고하고 있다. 최근 3년 동안 연구된 ICT 서비스 기반 온실가스 감축 관련 활용도와 기업의 기후변화 대응활동 등 역량 확보를 위해 SK텔레콤은 탄소배출권 확보 사업(CDM, Carbon Development Mechanism)을 추진하고 있다. CDM 사업 추진을 위해서는 UNFCCC에서 승인된 사업 방법론이 필요하기에, 현재 CDM 사업 방법론을 개발하여 UNFCCC의 승인을 추진하고 있다. 현재 UNFCCC의 사업방법론 심의 기구인 EB(Executive Board)에서 심사가 이루어지는 중이다.

또한 2012년부터 현재까지 ICT 서비스를 활용한 온실가스 감축효과 관련 국내외 이해관계자 및 대 국민 공감대 형성을 위해 다양한 컨퍼런스, 심포지엄 및 학회에 참여하여 SK텔레콤의 연구결과를 발표하고 있다. 그뿐만 아니라 SK텔레콤과 한국방송통신진흥협회 공동 주관으로 ICT 서비스를 통한 온실가스 감축 관련 정부 정책 개발을 위한 자문회의를 운영하고 있다.



▶ 향후 연구 추진 방향

SK텔레콤은 실시간 내비게이션 T-map 이외에도 다양한 ICT 서비스를 대상으로 온실가스 감축을 위한 R&D를 지속적으로 추진하며, 향후 국내에서 시행될 배출권 거래제에 적극적으로 참여하고자 한다. ICT 서비스 활용을 통한 온실가스 감축에 대해 정부뿐만 아니라, 사회적 이해관계자들이 공동으로 공감대를 형성하고, 이러한 공감대를 지원할 수 있는 정책을 조속히 개발할 필요가 있을 것으로 판단된다.

SK하이닉스

—
임직원 실천





SK하이닉스



업종	전기/전자
설립일	1983년 2월
매출액	10조 1,622억 원
자산	18조 6,487억 원
홈페이지	www.skhynix.com

- 산업통상자원부, 중소기업청 주관 “지속가능경영 대상” 민간기업부문 대상 2회 수상(2008년, 2012년)
- 다우존스 지속가능경영평가(DJSI World 지수) 4년 연속 편입
- 탄소정보공개프로젝트(CDP) 5년 연속 수상으로 국내 최초 “CDP 명예의 전당” 입성

윤리경영 추진 현황 및 가치

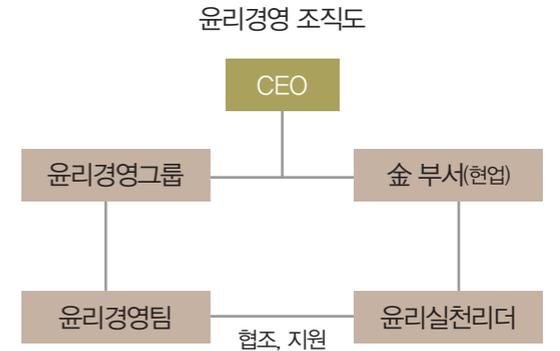
SKMS를 근간으로 한 윤리경영 원칙 준수

SK하이닉스는 ‘SKMS’를 기업경영의 근간으로 삼아 이해관계자에 대한 가치를 창출하여 사회·경제 발전 및 인류의 행복에 공헌하는 기업경영을 실천하고자 한다. 이를 위해 사회적 책임을 완수하는 투명하고 깨끗한 기업문화를 지향하여 구성원 모두가 윤리규범을 이해하고 직무윤리가 뿌리깊게 정착되어 나갈 수 있도록 윤리경영 원칙을 수립하고 실천해나가고 있다.

윤리경영 추진 체계

SK하이닉스는 전사적으로 윤리경영을 정착시키고 다양한 윤리경영 프로그램에 대한 실천여부와 수준을 점검할 수 있는 체계를 마련하고자 CEO 직속의 윤리경영 조직을 운영하고 있다. 윤리경영 조직은 윤리규범 및 윤리경영제도의 수립, 운영 등과 같은 대내외 윤리경영에 대한 전반적인 운영을 수행하고 세부적인 윤리경영 활동이 실천될 수 있도록 지원한다.

또한 윤리경영을 체계적으로 추진하고 구성원들의 자율실행력을 높이기 위하여 윤리실천 리더 제도를 운영하고 있다. 윤리실천리더는 단위 조직별로 1명씩 선임되며, 전사 윤리경영 방침을 소속 조직 내에 전파하여 자율실천을 선도하며, 업무 수행 중 윤리강령, 관계법령, 사내 각종 규정 등의 준수 여부를 상시 모니터링하는 역할을 수행하고 있다.



윤리경영 시스템(HEMS : SK Hynix Ethics Management System)

SK하이닉스는 내·외부 이해관계자와의 원활한 커뮤니케이션을 통해 SK하이닉스 윤리경영을 적극적으로 전파하고 있다. 특히 윤리경영 시스템을 구축하여 정보의 축적, 통합, 공유, 자율생성을 가능하게 함과 동시에 윤리경영 활동을 모니터링할 수 있도록 하여 내부 구성원과 외부 이해관계자들이 윤리경영에 관련된 이슈들을 효율적으로 관리하고 개선해나갈 수 있도록 하였다. 윤리경영 시스템에는 윤리강령 정

독 및 실천 서약 전자서명 실시, 윤리경영 교육과 홍보, 상담과 신고제도와 같은 윤리경영 전반에 대한 모든 운영사항을 포함하고 있다.



윤리경영 실천 사례

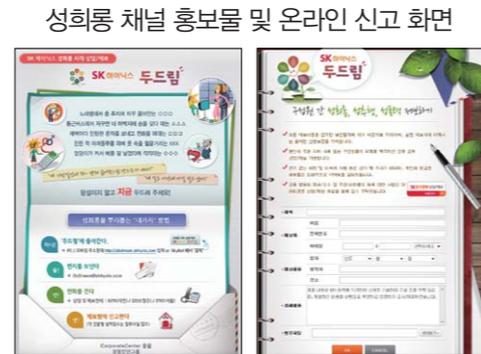
▶ 선물반송 센터 운영

SK하이닉스는 이해관계자에게 받은 명절, 승진 등의 선물을 선물반송 센터를 통해 반송 처리하고 있으며, 반송처 불명 및 부패변질 우려로 인해 반송이 어려운 경우 지역사회에 기증하고 있다.



▶ 성희롱 제보 채널 운영

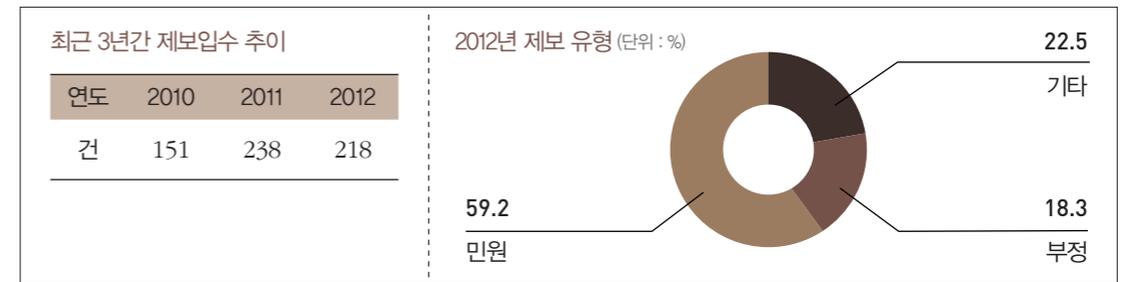
SK하이닉스는 구성원의 사내·외 성희롱 발생을 근절시키고 성희롱 문제에 대한 대응력을 강화하기 위해 성희롱 제보 채널을 구축하여 운영하고 있다. 기존의 사내 건물 제보함을 추가 설치(총 47개)하여 오프라인 채널을 보완하였고 온라인 신고 채널을 신규 구축하여 제보 채널을 강화하였다. 접수된 성희롱 제보는 조사과정을 거쳐 엄중하게 처리(징계)하고 있다.



▶ 사이버 신문고 운영

SK하이닉스는 투명하고 공정한 윤리기업 문화의 정착과 확산을 위하여 지난 2000년부터 사이버 신문고를 운영하고 있으며, '비윤리·불법행위 신고의무 및 신고자 보호 제도'를 통해 위반행위의 제보를 선택이 아닌 의무로 규정화하고 있다. 또한 접수된 제보내용과 제보자의 인적 사항은 제도에 따라 철저히 비밀이 유지되며, 신고로 인한 불이익과 부당한 처우가 발생하지 않도록 철저히 보호하고 있다. 사이버 신문고 외에도 이메일 및 유선에 의한 제보 등 다양한 제보채널을 운영하고 있다.

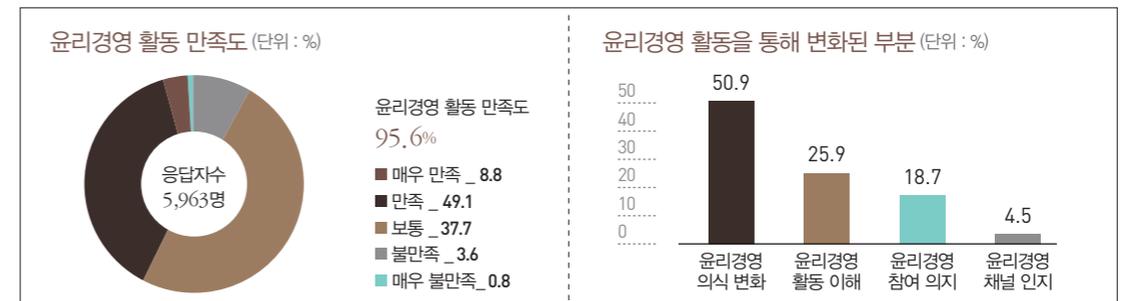
사이버 신문고 운영 현황



▶ 윤리경영 점검 및 평가 실시

SK하이닉스는 윤리경영에 대한 리더의 관심과 의지를 높이고 전 구성원의 자발적 윤리경영 참여를 유도하여 자율적인 윤리경영 문화를 정착시키고자 체계화된 평가지표를 통해 조직 단위의 윤리경영 실천 정도를 평가하고 있다. 또한 윤리경영 활동에 대한 평가와 구성원의 윤리수준을 측정하고 윤리경영 강화를 위한 주요 과제를 도출하고자 매년 전 구성원을 대상으로 온라인 설문조사를 실시하고 있다.

온라인 설문조사 결과

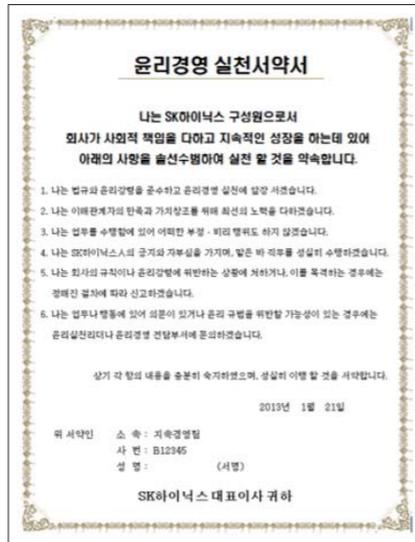


SK하이닉스는 비윤리적 행위의 근절을 위해 자정시스템을 구축하고 있다. 회사는 비윤리적 행위의 근절 및 취약점 진단·개선을 위한 보다 실질적인 제도적 장치가 필요함을 인식하고 과거 비윤리 사례 및 최근 윤리적 이슈의 분석을 통해 체크리스트를 도출하여 회사의 주요 분야인 HR, 비용, 구매 등의 자율적 비윤리 예방활동을 위한 자정 시스템을 구축·운영하고 있다. 또한 윤리실천리더를 중심으로 한 조직 단위의 자정활동도 시행하고 있다.

▶ 윤리경영 실천서약 실시

2006년부터 시행하고 있는 윤리경영 실천서약은 서약활동의 정례화를 통해 구성원의 윤리경영 실천 의지 제고 및 윤리적 기업문화 정착을 위해 매년 초에 윤리경영 시스템(HEMS)을 통해 전자 서명으로 진행되고 있다.

윤리경영 실천서약



▶ 참소리 윤리극장

조직 리더의 윤리적 리더십을 정립하고 솔선수범을 유도하며, 리더와 구성원 간의 공통된 윤리경영 키워드를 통해 공감대를 형성하고 소통하기 위해 참소리 윤리극장을 운영하고 있다. 교육 콘텐츠로 과거

의 주요 비윤리 사례를 중심으로 한 동영상 및 윤리적 딜레마에 대한 토론 주제를 정하고 리더 중심의 교육, 토론 주제에 대해 구성원의 자유로운 토론을 통해 결과를 도출하는 방법으로 운영하고 있다.

참소리 윤리극장 동영상



▶ 찾아가는 참소리 윤리교실

SK하이닉스는 구성원과 이해관계자가 윤리규범을 숙지하고 지속적인 윤리경영 체계를 확립해나갈 수 있도록 찾아가는 참소리 윤리교실을 운영하고 있다. 현업 부서 및 협력회사를 교육대상으로 하고 있으며 윤리경영 조직이 현업 부서 또는 협력회사에 직접 방문하여 교육을 실시, 교육대상에 맞추어 교육내용을 차별화한다. 또한 윤리적 이슈에 대해 자유롭게 토론하는 시간을 교육에 포함시켜 '참여형 교육'을 통해 교육 효과를 높이고자 하고 있다.



찾아가는 참소리 윤리교실 현장 모습

▶ 윤리경영 UCC 공모전 실시

사내 윤리경영 의식을 확산시키고 구성원 참여 중심의 윤리경영 기틀을 마련하고자 2012년 UCC 공모전을 실시하였다. 윤리 관련 이슈 및 사례를 개성과 재치를 살려 재미있게 제작한 UCC는 윤리경영에 대한 구성원들의 친밀감과 공감대를 강화시키는 역할을 하였다. 그 결과 약 3주 동안 UCC가 104건 공모되었으며 우수작품 15건 중 5건을 전사 홍보하였다.



UCC 공모전 홍보물 및 공모 작품



▶ 참소리 뉴스레터 발행

매월 윤리경영 소식지를 발행하여 SK하이닉스의 윤리경영 정책, 윤리경영 트렌드, 대내외 이슈 등을 구성원 및 협력회사에 정기적으로 홍보·공유하고 있다.



참소리 뉴스레터

▶ 사내 방송을 통한 윤리경영 홍보

SK하이닉스는 홍보 채널을 다양화하여 사내 방송을 통해 윤리경영 주요 정책 및 이슈 사항, 경영층의 메시지를 구성원에게 홍보하고 있다. 사내 방송은 임직원의 시간적 여유가 비교적 많은 출근·점심시간에 사무실과 식당에서 시청할 수 있게 해 전달성이 높을 것으로 기대하고 있다.



사내 방송 예시

▶ e-Message

e-Message는 SK하이닉스만의 독특하고 개성 넘치는 윤리경영 교육·홍보 매체 중의 하나로서 구성원이 흔히 경험할 수 있는 직무윤리 에피소드 및 구성원에게 전하는 경영층의 윤리 메시지를 영상물로 제작하여 이메일을 통해 구성원에게 홍보하고 있다.



Part 2

공공 부문

인천국제공항공사

한국농수산물유통공사

한국지역난방공사

에너지관리공단

한국공항공사

예금보험공사

한국수자원공사

교통안전공단

한국주택금융공사

우체국물류지원단

인천국제공항공사





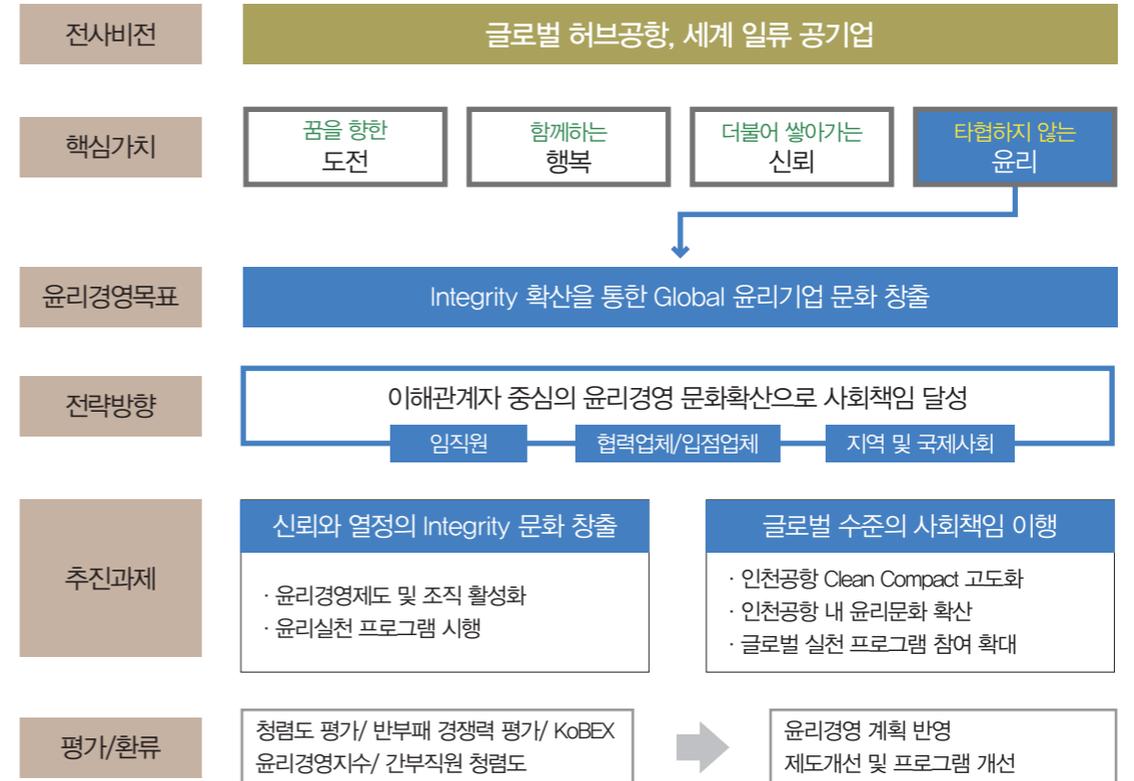
인천국제공항공사



업종	공항 관리 및 운영
설립일	1999년 2월 1일
매출액	1조 6,000억 원(2012년)
자산	7조 9,000억 원(2012년)
홈페이지	www.airport.kr

- 한국언론인포럼 한국사회공헌대상 종합대상 및 보건복지부장관 표창(2011년)
- UNGC한국협회 UN Global Compact Awards Best Practice 투명윤리경영대상(2011년)
- 한국능률협회컨설팅 한국에서 가장 존경받는 기업 SOC 부문 1위(2012년)
- 한국표준협회 대한민국 지속가능성대회 공기업부문 1위(2013년)

윤리경영 추진체계



» 글로벌 허브공항, 세계 일류 공기업

인천국제공항공사는 'Global Clean Airport' 구현을 통해 세계 공항산업을 선도하는 글로벌 허브공항이자, 세계 일류 공기업으로 도약하고자 윤리경영 시스템을 구축하고 있다. 공사는 'Integrity 확산을 통한 글로벌 윤리기업 문화 창출'을 목표로 하여 윤리경영 전략에 전사의 비전과 핵심가치를 연계하여 전략 방향을 수립하고 추진과제를 이행하고 있다. 임직원, 협력업체·입점업체와는 신뢰와 열정의 Integrity 문화 창출을 세부 목표로 하여 윤리경영제도와 조직을 활성화하고 윤리실천 프로그램을 시행하고 있으며, 지역 및 국제사회에는 글로벌 실천프로그램의 참여확대, 인천국제공항 Clean Compact 고도화 등을 통해 글로벌 수준의 사회적 책임을 이행하고자 노력하고 있다. 또한 윤리규범 및 제반규정 개정을 통해 임직원의 행동기준을 확립하여 윤리적 리스크를 최소화하고 있다.

3단계 건설 대비 윤리리스크 예방 제도 및 활동

▶ 제도도입 배경

공사는 2013년부터 인천국제공항 3단계 건설 사업에 본격적으로 착수함에 따라 발생 가능성이 있는 윤리리스크를 사전에 검토하여 적극적으로 대응하고 있다.

국내 건설경기 침체로 인해 인천공항 3단계 건설사업*에 대한 건설사들의 높은 관심과 치열한 경쟁이 예상되기 때문에, 지난 1·2단계 건설사업의 경험을 토대로 발주계획 단계부터 사업관리 단계까지 각 단계별로 발생할 수 있는 윤리적 리스크 유형을 검토한 후, 제도개선 및 신규제도 도입을 통해 선제적으로 대응하고 있다.

* 3단계 건설사업은 약 4조 9,000억 원을 투입하여 2017년까지 완료 예정이며, 2013년 발주 예상 규모는 약 1조 8,000억 원으로 올해 국내 단일사업 중 최대 규모가 될 것으로 예상

▶ 주요 내용

윤리리스크 예방 제도개선 및 도입을 위하여 우선 3단계 건설사업의 ‘발주준비~사업관리’ 전 단계별 리스크 분석을 통해 각 단계별 취약점을 도출하고, 업무 투명성과 효율성 제고를 위한 제도 및 시스템 개선과 더불어 기존 사후감찰 및 통제기능 이외의 사업수행 과정에서 불가피하게 발생이 예견되는 사안에 대해 공식적인 사전신고제도를 도입함으로써 윤리적 리스크를 선제적으로 해소하고 3단계 건설사업을 성공적으로 완수하기 위해 노력하고 있다.

사업발주 단계별 리스크 유형 분석

구 분	리스크 유형
발주준비	<ul style="list-style-type: none"> 발주 관련 자료 수집 및 인맥형성을 위한 이해관계자의 로비 비공개 대상 자료 외부 유출 특정업체에 유리한 입찰참가자격 및 평가기준 유도
↓	
입찰	<ul style="list-style-type: none"> 평가위원 pool 사전 유출 및 위원대상 로비 업체심사 과정의 공정성에 대한 의혹 제기
↓	
사업관리	<ul style="list-style-type: none"> 다수의 계약변경에 대한 적정성 논란 하도급업체 선정·관리상 공정성 논란

3단계 윤리리스크 예방을 위한 제도

공사 전자입찰시스템 내 3단계 질의 알림방 신설	<ul style="list-style-type: none"> 주요내용 : 3단계 건설 관련 비공개 자료를 제외한 자료, 선제적 게시 및 질문에 대한 답변 운영 배경 : 3단계 건설사업 발주와 관련된 이해관계자들의 정보제공 요청이 증가함에 따라, 자료제공 과정에서 정보 불균형 발생의 소지가 있음 기대효과 : 공개 가능 범위에서 투명한 정보공개를 통해 정보의 불균형을 해소하고, 입찰정보 관련 오해 소지 해소 및 민원 감소 효과
청렴방명록 및 청렴후견인 제도 시행	<ul style="list-style-type: none"> 청렴방명록 제도 : 3단계 사업 관련 이해관계자 접촉 시 공식 기록 채널 <ul style="list-style-type: none"> 경로 : 인트라넷 게시판 > 청렴윤리방 > 청렴방명록 적용범위 : 3단계 건설 관련 외부 이해관계자와 접촉한 전 직원 기록대상 : 3단계 입찰·계약 관련 일상적인 직무범위를 벗어난 자료요청 및 청탁사항(유선통화 포함) 공개여부 : 게시물은 비공개로 운영 청렴후견인 제도 : 외부 이해관계자 접촉 시 다른 임직원이 함께 참여 <ul style="list-style-type: none"> ※ 민원인 면담 시 청렴후견인 대동 권고
3단계 건설사업 평가위원 Pool 공개 및 불공정·비리 행위 엄정 조치	<ul style="list-style-type: none"> 내 용 <ul style="list-style-type: none"> 평가위원 후보군(Pool) 전자입찰시스템에 상시 공개 평가위원 후보군 공개 시 불공정·비리행위(사전접촉 또는 금품 등 제공) 엄정 조치 경고문 함께 공지 기 간 : 3단계 건설사업 기간 기대효과 : 3단계 건설사업 입찰심사 평가위원 후보군에 대한 사전 공개를 통한 투명성 제고
부조리 관련 무기명 신고채널 운영 및 QR코드 활용 신고 접근성 개선	<ul style="list-style-type: none"> 내 용 <ul style="list-style-type: none"> 청렴신문고 > 부조리 신고채널 내 무기명 신고 기능 추가 고객 및 민원인이 공사 임직원의 부조리에 대한 신고 입찰공고문 내 신고채널 QR코드 삽입 기대효과 : 신고자 익명성 보장으로 신고문화 장려 및 부조리 행위에 대한 임직원 경각심 제고
3단계 건설 관계자 청렴·윤리 합동 결의대회 시행	<ul style="list-style-type: none"> 일 자 : 2013. 7. 10 참석자 : 공사 임직원 및 3단계 건설 참여자(설계사, 시공사, 감리사, 협력업체 등) 300여 명 주요내용 <ul style="list-style-type: none"> 인천지방검찰청 검사 초청 강연 공사 사장의 3단계 건설 관련 청렴성 제고 및 원칙 준수 당부 연설 공사 및 3단계 건설 참여사 대표 청렴 윤리 합동 결의문 낭독 및 서약 기대효과 : 3단계 건설사업 관련 공사 및 건설관계사 임직원의 청렴·윤리 의지 실천 대내외 1,000여 명

인천공항 Clean Compact

공사는 글로벌 초일류 공항의 위상에 부합하는 윤리경영 및 사회책임경영 문화를 인천공항 전 지역으로 확산하기 위하여 2007년부터 'UN Global Compact'의 정신을 인천공항 현실에 맞도록 적용한 '인천공항 Clean Compact'를 시행해오고 있다. 인천공항 Clean Compact는 공사를 비롯해서 인천공항에 상주하는 정부기관 및 각 분야의 다양한 업체가 참여하여 안전·윤리·환경·사회공헌·동반성장 그리고 소통과 협업의 원칙에 동의하고, 이를 이행할 것을 다짐하는 공동서약이다.

▶ 인천공항 Clean Compact의 의의

인천공항 Clean Compact는 자율성에 근거한다. UN Global Compact와 마찬가지로 법적인 강제성이나 구속력은 없으며, 서약 참여 및 이행 여부도 각 회사나 기관이 자발적으로 선택한다. 또한 인천공항 Clean Compact는 어떤 행동규범이 아니다. 인천공항에 상주하는 기업이나 기관 모두 내부적으로 규범을 가지고 있을 것이고, 기업 자체의 규범이 우선시 될 것이기 때문이다. 인천공항 Clean Compact의 서약내용은 시대적·사회적 요구에 부응하여 어느 기업이나 기관에서도 지속가능한 발전을 이루기 위해 적용할 수 있는 보편적인 원칙들을 담고 있다. 그리고 그 원칙들을 함께 실천함으로써 국민의 자산을 좀 더 투명하고 공정하게 운용하여 지속적으로 발전할 수 있도록 공항 내 이해관계자들이 함께 협조해 나가겠다는 의지를 대내외적으로 표명하는 상징적인 의미를 가지고 있다.

연도별 참여대상 및 서약 분야 발전 과정

연도	2007년	2008년	2010년	2011년	2013년
참여대상					
공사	투명·윤리	투명·윤리	투명·윤리	투명·윤리	안전 투명·윤리 환경·에너지 사회공헌 동반성장 소통·협업
협력사		환경	환경·에너지	환경·에너지	
상주기관			사회공헌	사회공헌	
항공사				동반성장	
입점업체					
물류업체					
3단계 건설사					

▶ 인천공항 Clean Compact의 성과 및 고도화

2007년부터 2013년까지 총 5회에 걸쳐 인천공항 Clean Compact 프로그램을 시행해왔는데, 인천공항에 상주하는 대부분의 기관 및 업체가 윤리·환경·사회공헌·동반성장 그리고 소통과 협업이라는 원칙을 이행하는 데 적극적으로 동참하겠다는 의지를 표명함으로써 인천공항 Clean Compact는 Global Clean Airport로서의 윤리경영 비전을 실현하기 위한 대표 프로그램으로 자리매김하고 있다.

2013년 인천공항 Clean Compact 서약서

우리 인천국제공항의 협력사와 공항 상주기관, 항공사, 입점업체, 물류업체, 3단계 사업 참여업체, 출자회사 그리고 인천국제공항공사는 세계 최고 수준의 안전과 보안을 바탕으로 편리한 공항을 운영하며 고객에게 최상의 서비스를 제공하여 왔음을 자랑스럽게 생각한다.

우리는 사회와 기업 전반의 불합리하고 불투명한 관행으로부터 탈피하여 윤리경영을 적극 실천하고 성공적인 3단계 건설을 통하여 글로벌 허브공항이 되기 위해 노력할 것을 다짐하며 다음과 같이 서약한다.

하나 우리는 규정과 기준에 충실한 운항안전 및 보안체계를 강화하여 세계 최고 수준의 공항 운영 경쟁력 및 안전을 유지하도록 노력한다.

하나 우리는 윤리가 기업경쟁력의 최우선이라는 인식을 공유하고 반부패·윤리경영을 실천하여 국민으로부터 신뢰받는 공항이 되도록 노력한다.

하나 우리는 경영활동에서 발생할 수 있는 환경영향을 최소화하기 위해 노력하고 에너지 효율화, 환경관련 국제협약의 준수를 통하여 지속가능한 발전을 추구한다.

하나 우리는 기업의 사회적 책임을 이행하고, 상호 신뢰와 화합을 통해 동반성장함으로써 공항의 경쟁력을 강화하기 위해 노력한다.

하나 우리는 상호 소통과 협업을 통해 글로벌 허브공항으로 발전하여 국민 편의를 제고하고 국가경제 발전에 이바지한다.

2013. 9. 11

인천국제공항 상주기업 대표 일동

2013년 인천공항 Clean Compact 서약식 행사



1. 인천공항 Clean Compact 참석 대표자 사진 / 2. 국민권익위원회 박진영 부위원장 & 인천국제공항공사 최홍열 부사장 서약 / 3. 각대표자 서명으로 서약월(Wall) 완성 / 4. 인천공항 Clean Compact 대표자 간담회

▶ 인천공항 Clean Compact의 한계와 극복 노력

인천공항 Clean Compact가 단순한 상징성을 넘어 실효성을 가지기 위해서는 실질적인 이행성과를 이끌어내는 것이 관건이다. 법적인 강제력이 없는 Clean Compact 서약 동참만으로 공항에 상주하는 각 분야 이해관계자들로 하여금 어떻게 하면 Clean Compact 원칙을 이행토록 할 것인가를 놓고 많은 고민이 필요했다. 공사가 인천공항의 운영주체라는 지위만으로 각각의 독립적인 기관과 기업들의 고유한 경영권을 침해하며 윤리경영의 성과를 강요할 수는 없었다. 정부기관이나 상업시설에 입점해 있는 대기업의 경우 자체적인 반부패 시스템이나 윤리경영 시스템이 구축되어 있는 경우가 많기 때문에 별도의 윤리경영 확산을 위한 지원이 필요한 상황은 아니었다. 이에 따라 공사는 상대적으로 윤리경영 인프라가 취약한 중

소기업이 대부분인 공사의 아웃소싱 협력업체를 대상으로 윤리경영에 대한 지원 및 확산 활동을 시행하고, 윤리경영과 관련한 정보 및 성과를 공유할 수 있는 채널을 만들어 운영하게 되었다. 아울러 인천공항 Clean Compact의 실효성을 제고하는 차원에서 2013년 9월에 개최된 제5회 인천공항 Clean Compact 행사 시 공항 내에 입주해 있는 상주기관 및 업체의 대표자가 한자리에 모여 '인천공항 Clean Compact'의 원칙 준수를 서약하는 한편, 각 분야별 대표자 간담회를 실시하여 상호 협업을 통한 발전방향을 논의하고 그 후속 조치를 검토 시행함으로써 단순 일회성 행사가 아닌 실질적인 성과가 있는 행사로 거듭나고자 노력하였다.

한국농수산물유통공사





한국농수산물유통공사

aT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

업종	농수산물 수출, 대부 등
설립일	1967년 12월 1일
매출액	2,000억 원(2012년)
자산	1조 3,000억 원(2012년)
홈페이지	www.at.or.kr

- 포브스 코리아 사회공헌대상 수상(2011년)
- 보건복지부 행복나눔인상 장관상 수상(2012년)
- 한국윤리경영학회 한국윤리경영대상 수상(2012년)
- 국민신문고대상 부패방지부문 대통령표창(2013년)

투명한 경영으로 믿을 수 있는 aT

한국농수산물유통공사는 'Global 청렴·윤리기업 aT'를 비전으로 삼고, '부패 Zero! 청렴윤리 조직문화 선도기관'이 되기 위해 다각도의 노력을 하고 있다.

공사는 윤리경영 추진체계 강화, 맞춤형 윤리교육, 반부패 모니터링 내실화, 이해관계자 참여 확대를 통해 이를 달성하고자 노력하고 있으며, 윤리경영 시스템을 견고히 하기 위해 외부전문가로 구성된 '감사 자문위원회'를 운영하고 윤리현장 및 윤리강령을 개정하기도 하였다. 또한, 청백리마당·청탁등록센터 등 자발적 신고제도를 운영하고 이를 활성화하여 직원들이 스스로를 컨트롤할 수 있도록 독려하고 있다.

윤리경영 추진체계

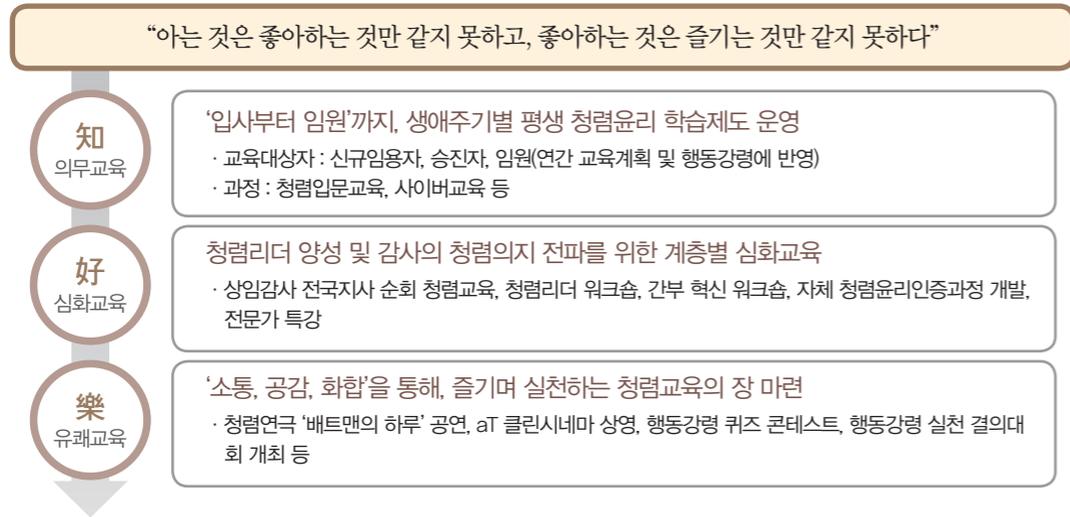


aT의 윤리·청렴 DNA 내재화

▶ 智(知)·好(好)·樂(樂) 교육전략

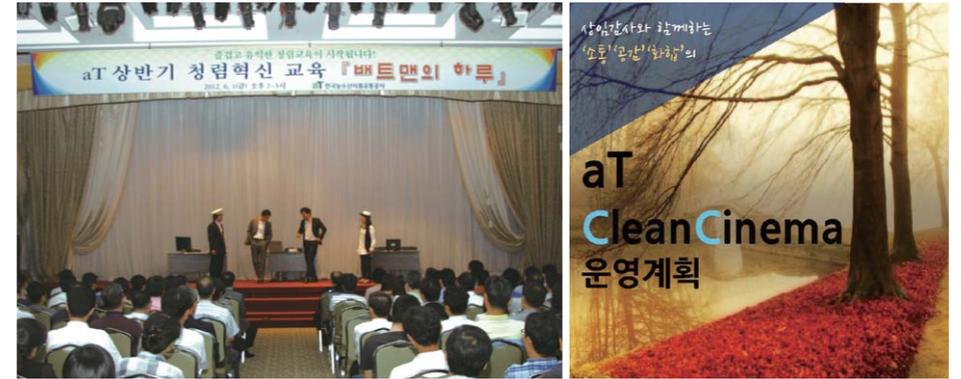
논어에 나오는 ‘지호락(智好樂)’이라는 말 속에는 배움에 대한 깊은 통찰이 담겨져 있다. 이것은 “아는 것은 좋아하는 것만 같지 못하고, 좋아하는 것은 즐기는 것만 같지 못하다”라는 뜻인데, 공사의 청렴·윤리 교육은 이 지호락 전략에 착안하여 다양한 청렴·윤리교육 콘텐츠를 활용하고 있다. 이를 통해 직원들은 입사부터 임원까지 생애주기별 평생 청렴·윤리 학습제도를 운영하여 반부패 윤리경영에 대한 기초적인 소양을 쌓는다.

한편 공사의 청렴문화를 이끌어갈 차세대 청렴리더 양성을 위해 30여 명의 차장급 인원으로 구성된 청렴리더 워크숍, 청렴윤리인증제를 실시하여 청렴리더 간 공감대를 형성하고 좀 더 적극적으로 반부패 청렴 실천에 동참하도록 하였으며, 이들이 각 부서에서 청렴 멘토로서 활약할 수 있도록 하급직원과의 윤리 멘토링을 지원하였다.



나아가 임직원 모두가 청렴을 더욱 가깝고 친숙하게 느낄 수 있게 청렴소통·공감·화합의 장을 마련했다. 청렴연극 ‘배트맨의 하루’를 관람하며 일상업무 수행 중에 벌어지는 가벼운 부패 사례에 대한 날카로운 풍자를 통해 유쾌·통쾌한 웃음을 선사했다.

또 청렴·윤리 관련 추천영화를 상영하는 aT 클린시네마를 개관하여 영화가 주는 재미와 감동은 물론 청렴하고 윤리적인 삶에 대한 메시지를 가슴에 새기는 계기로 활용하고 있다.

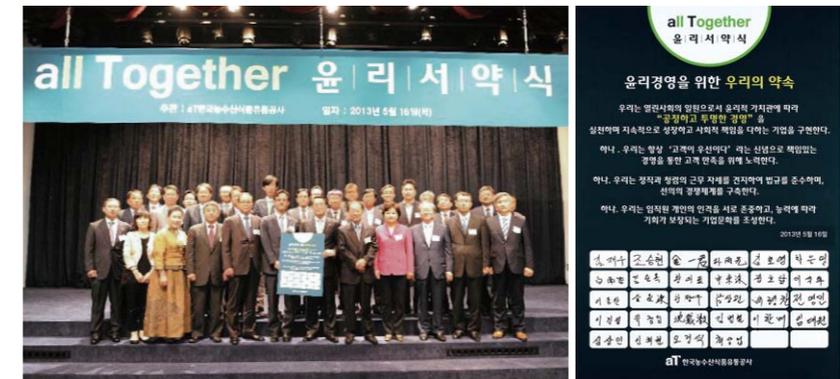


배트맨의 하루

aT 클린 시네마

▶ 이해관계자와 함께하는 all Together 윤리 서약식

농식품 기업과 상생협력을 위해 연간 사업계획에 동반성장 의지를 반영하고, 공사의 윤리경영뿐만 아니라 이해관계자의 윤리경영까지도 지원하여 함께 성장하고자 하는 의미에서 ‘이해관계자와 함께하는 all Together 윤리 서약식’을 개최하였다. 공사 고객사 CEO 30여 명과 임직원을 초청하여 윤리특강 및 윤리 선언문 공동서명을 통해 함께 실천하고자 하는 의지를 다졌다. 서약식이 끝난 후에는 규모가 영세하여 윤리 경영을 실천하기 어려운 고객사를 위해 이날 서약한 선언문을 액자로 제작하여 각 고객사에 배포하였는데, 앞으로도 공사와 이해관계자들이 공동의 목표를 가지고 윤리경영을 실천할 수 있도록 지속적으로 장려할 계획이다.



all Together 윤리 서약식

윤리선언문 액자

▶ aT 윤리청렴주간 운영

aT 윤리의 날(11월 11일, 2011년 제정)

- 윤리경영을 기업의 제(일) 원칙으로 하며, 임직원 모두가 화합하고 1(하나)되어,
- 고객에게 투명하게 1(한) 발 다가서는 세계 제(일)의 국민기업으로
- 자리매김하고자 하는 염원을 담아 11월 11일을 '윤리의 날'로 지정

공사는 11월 11일을 '윤리의 날'로 정하고, 일주일간 윤리청렴주간을 운영하며 임직원 참여 프로그램을 진행해왔다. CEO가 직접 공사 임직원 및 고객을 대상으로 윤리백설기를 배포하며 공사의 윤리외지를 홍보하는 것을 시작으로, 고객참여 퀴즈이벤트, 도전! 윤리골든벨, 윤리전문가 특강, 윤리달레마 멘토링 등 다양한 행사를 진행하였다. 특히, 즐거운 윤리경영에 대한 공감대를 형성하기 위한 '도전! 윤리골든벨'을 통해 임직원이 자발적으로 윤리경영에 대해 공부하고 내재화할 수 있는 기회를 가졌다. 또한, '윤리 달레마 공감사례 공모전'을 통해 업무 중 발생할 수 있는 다양한 윤리달레마 사례를 발굴하고 이에 대한 올바른 해결방안을 토론할 수 있는 공감의 장을 마련하였다. 이렇게 발굴된 달레마에 대해서는 포스터로 제작하여 업무수행 시 가이드라인 역할을 하도록 하였다. 연중 윤리캠페인과 더불어 윤리청렴주간에 다시 한 번 윤리경영에 대한 의미를 환기하고 임직원 모두가 연말까지 윤리경영을 적극 실천할 수 있도록 독려하는 기회가 되었다.



1. aT 윤리청렴주간 프로그램
2. 윤리의 날 '공감! 달레마'
3. 윤리 골든벨
4. 윤리 백설기

▶ 맞춤형 윤리경영 콘텐츠를 통한 윤리마인드 내재화

윤리경영을 의무적이고 딱딱한 업무라고 인식하는 임직원을 위해 인기 개그 프로그램이었던 '애·정·남'을 패러디한 '애·정·씨(애매한 것들을 정해주는 CEO)' 윤리메시지 애니메이션을 제작하였다. CEO의 캐릭터가 행동강령을 바탕으로 매월 다른 주제를 전달함으로써 경영진의 윤리경영 의지를 직원들도 함께 공유할 수 있도록 하였다.

애·정·씨(애매한 것들을 정해주는 CEO) 애니메이션



또한, 매월 'aT의 품격'이라는 30초 내외의 짧은 메시지 영상을 제작하여 공사 임직원으로서 지켜야 하는 윤리에티켓에 대해 다루었고, 이를 인터넷 로그인 화면에 게시하여 매일 접할 수 있도록 하였는데, 이렇게 긴 메시지를 한 번에 보여주는 것보다 짧은 메시지를 반복적으로 전달함으로써 교육효과를 확대시킬 수 있었다.

aT의 품격(임직원 윤리에티켓 캠페인)



농식품으로 행복한 사회를 만드는 aT

농어촌에 전하는 공사의 사랑 나눔

공사는 농식품분야의 전문성을 살려 농식품 관련 사회적기업을 지원하는데 힘을 쏟고 있다. 농식품 분야 예비·인증 사회적기업 10개소를 선정하여 무료 경영컨설팅과 멘토링, 사이버거래소 입점을 통한 판로확대, 수출지원, 교육 등 사회적 기업이 자생력을 기를 수 있도록 다양한 기회를 제공하고 있다. 이러한 노력이 취약계층의 고용을 장려하고, 사회서비스 확대에 이어질 수 있도록 주력하고 있다.



1. 농식품분야 사회적기업 워크숍
2. 다문화 사랑나눔 워크숍
3. 임직원 재능기부 '오디오 북' 제작
4. 친정·외가 방문 프로그램

한편, 농어촌지역의 다문화가정을 위한 다양한 프로그램도 추진하고 있는데, 2009년부터 다문화가정 여성을 '다문화 사랑나눔(보육도우미)'로 채용하여 일자리를 창출하고, 다문화가족센터에서 보육서비스를 받는 다문화 여성들이 편안하게 교육기회를 가질 수 있도록 하고 있다. 또한, 한국말에 서툰 다문화 가정 여성들을 위해 임직원들이 재능기부를 통해 오디오북 9편을 제작·보급하고, 다문화가족 교육교재를 지원함으로써 이들이 한국사회에 빠르게 정착할 수 있도록 도움을 주고 있다. 이와 함께, '친정·외가 방문 지원' 행사를 개최하여 자주 친정에 가지 못하는 다문화 여성들에게 모국에 대한 그리움을 해결해주고, 자녀에게는 외가에 대한 이해를 높일 수 있는 기회를 제공하기도 했다.

지역사회와 소외계층을 위한 사회공헌활동 추진

공사는 지역사회를 대상으로 직원이 가진 재능을 활용한 자발적 사회공헌활동 참여를 확대하였는데, 'aT Probono(재능기부자 봉사단)'을 구성하여 임직원 총 232명이 업무지식·어학·악기·사진 등 255개의 재능을 등록하였다.

화훼공판장의 재능을 활용하여 장애인들의 꽃가게 취·창업을 지원하였는데, 3개월간 총 12회 교육을 실시하여 꽃꽂이 실습, 꽃가게 운영실무, 국내외 시장흐름 등 취업에 필요한 전략적인 실무교육을 통해 장애인들의 자립기반 조성에 도움을 주었다. 또한 교육받은 내용을 실제로 활용하고 일하는 즐거움을 체험할 수 있도록 하기 위해 꽃꽂이 명인과 함께하는 '어버이날 카네이션 판매행사'를 실시하여, 꽃바구니 제작 및 실제 거래를 통한 수익창출에 대한 실습을 할 수 있도록 하였다.



1. 꽃꽂이 창업교육
2. 저소득층 어린이 대상 어학 기부
3. 김치나눔기 행사
4. 희망찬찬찬 (방학기간 결식아동 지원)

한편, 지역사회의 저소득층 아이들이 교육기회에서 소외되지 않도록 재능기부에 힘쓰고 있는데, 공사가 국내 농식품기업의 해외진출을 돕고 국제 박람회를 통해 우수 해외바이어를 유치하는 업무도 하고 있기 때문에 어학우수 직원이 많다는 장점을 활용하여 관내 저소득층 어린이들에게 어학기부교육을 실시하였다. 업무시간 종료 후, 언어재능을 가진 직원들이 개인시간을 할애하여 영어, 일본어, 중국어 총 4개 반을 만들고, 지역 아동센터 어린이들에게 매주 언어교육 및 정서지원을 실천하고 있다. 또한, 국민의 먹거

리를 책임지는 기관으로서 여름방학기간 동안 복지 사각지대에 놓인 아동을 대상으로 쌀과 밀반찬을 지원하는 “희망 찬찬찬!” 프로그램을 추진하였다. 더불어 김장비용의 상승으로 김치를 담그기 어려운 사회 복지시설이나 다문화 가정을 대상으로 김장나누기 행사를 통해 따뜻한 밥상을 제공해왔다. 특히 올해는 추석을 맞아 다문화가정과 함께하는 김치, 송편만들기 및 나눔 행사를 통해 한국의 전통 음식문화를 체험하는 기회도 가졌다.

한국지역난방공사





한국지역난방공사



업종	열·전기 공급
설립일	1985년 11월 1일
매출액	2조 6,000억 원(2012년)
자산	4조 5,000억 원(2012년)
홈페이지	www.kdhc.co.kr

- 국민신문고대상 부패방지부문 국무총리 표창(2011년)
- 권익위 반부패 경쟁력 평가 매우우수기관(2011년)
- 한국표준협회 지속가능성대회 지속가능성지수 1위(2013년)

▶▶ 인류와 환경에 기여하는 행복한 에너지기업

한국지역난방공사는 윤경 SM포럼 주관 '윤리경영 CEO 서약식'에 매년 참여하여 윤리경영 실천의지를 대내외에 천명하고 있으며, 청렴리더십 강화를 위해 2006년부터 임원 직무 청렴계약제도를 운영하고 2011년부터는 경영진 청렴도 평가제도를 도입하여 매년 시행하고 있다.

또한 외부 이해관계자를 대상으로 윤리수준 진단을 정기적으로 실시하고 부패 취약분야 제도개선 등 윤리경영체제 고도화를 위해 노력하고 있다.

공사는 '신뢰를 자산으로 지속성장하는 에너지 기업'이라는 윤리목표 달성을 위해 윤리경영 실천 인프라를 기반으로 공정성, 투명성, 합리성, 청렴성, 책임감 등 윤리경영의 핵심가치를 실현함으로써 다양한 이해관계자의 신뢰를 강화하고 있다. 또한 선진 윤리경영 시스템을 바탕으로 대내외에 반부패·청렴문화를 확산하여 공사의 지속가능성을 제고하고 있다.

윤리경영 추진체계



동반성장을 위한 한국지역난방공사의 노력

중소기업 대상 열배관공사 직접 발주

공사는 2010년 11월 제도개선을 통해 열배관공사 중소기업 대상 직접 발주를 대폭 확대하였다. 기존의 열배관공사는 추정가격 50억 원 미만 공사에 대해서만 중소기업 대상 직접 발주를 진행하였으나, 추정가격 300억 원 미만 공사로 대상을 확대한 것이다. 이는 열배관공사 입찰금액이 대부분 300억 원 미만임을 감안할 때 사실상 열배관공사를 전문 중소건설업체에 전면 확대한 것이나 다름이 없는 것이다.

공사의 중소기업 대상 열배관공사 직접 발주 확대 노력은 그전부터 꾸준히 진행되어 왔었는데, 1996년부터 전문건설업체 대상 공사의 규모를 점진적으로 확대해오다가 2011년에 중소기업 대상 발주규모를 최대 폭으로 확대하였다. 이는 중소기업이 다년간 쌓아온 시공경험을 바탕으로 중·대형 열배관공사 관리 능력을 충분히 보유하고 있다고 판단했기 때문이었다.

중소기업 대상 공사금액 확대 추진 경과(추정가격 기준)

시행시기	1995년 5월	1996년 2월	1998년 3월	2005년 2월	2011년 1월
대상금액	10억 원	15억 원	30억 원	50억 원	300억 원

물론 중소기업 대상 직접 발주 확대 과정에서 주변의 우려와 걱정의 목소리도 있었다. 중소기업 시공에 따른 공사품질 우려, 대기업에 비해 상대적으로 경영상태가 취약한 중소기업의 부도 위험성, 입찰기회 확대에 따른 중소기업 입찰자격의 적정성 문제, 공사 내부 감독의 업무과중 문제 등 극복해야 할 사항이 많았다.

이러한 문제의 해결을 위해 공사는 수차례의 공청회, 설명회를 개최하여 중소기업의 실정 및 의견을 반영하였다. 입찰평가 시 경영상태와 기술력 평가를 강화하고, 업체 현실을 반영하여 실적 제한 규모를 조정하였으며, 품질관리 및 안전관리 강화를 위해 입찰 평가규정을 개정하였다. 또한, 입찰참여 시 중소기업 간 공동도급 의무화, 구성원 각각의 시공능력에 따른 적정지분을 확보를 통해 주변의 우려를 극복하기 위한 노력도 있었다.

개선 이후 2011년 478억 원, 2012년 753억 원, 2013년 8월 현재 558억 원 등 꾸준히 중소기업과의 계약이 증가하였으며, 현재 건설현장에서 이에 대한 공사를 성실히 수행하고 있다.

중소기업 대상 분리발주 활성화

공사는 지금까지 대규모 열원공사 발주에 대해서는 공사관리 문제로 대기업 일괄발주를 시행해왔었다. 그러나 일부 공사종목에 대해서는 중소기업 참여가 가능할 것으로 판단하여 분리발주를 시행하였다. 2010년 고양 축열조 증설공사 시 제작설치 공사는 중소기업이, 증설공사는 대기업이 수행토록 하였다.

또한, 공사는 건설공사와 전기공사의 분리발주를 시행하였는데, 2011년부터 플랜트 설비와 관련 없는 부분인 창고정비동, 관리동, 조명·통신 등 전기설비의 공사를 분리발주하고 있고, 대구우드칩 전처리설비 공사 및 행정중심복합도시 이동형 열원공사 중 전기공사를 각각 분리발주하여 중소기업과 계약한 것이 일례이다.

아울러 공사는 공사용자재 분리 발주를 점진적으로 확대해나가고 있다. 그간 원도급자가 조달하던 것을 공사가 직접 중소기업에서 구매하여 중소기업의 판로를 지원한 것이다. 2008년 7개 품목에 불과하던 공사용자재 분리 발주 건수가 2011년 15개 품목, 2012년 19개 품목으로 대폭 확대되었으며, 그 구매금액은 최근 2년간 149억 원에 이른다. 분리발주 공사용자재 외에도 중소기업이 납품 가능하다고 판단되는 품목에 대한 분리발주를 추가 시행하여 2011년 5개 품목 28억 원, 2012년 8개 품목 148억 원으로 5배 확대된 금액을 중소기업과 계약하였다. 이로써 전체 중소기업 계약금액 약 15% 증가와 발주자 건설 투자비 약 13% 감소라는 큰 효과를 달성하게 되었다.

하도급대금 직접 지급

한편, 공사는 2008년부터 300억 원 미만의 적격심사 대상 건설공사에 대해 하도급대금 직접 지급제도를 시행하고 있다. 발주자·대기업(원도급자)·중소기업(하도급자) 간에 하도급대금 직불 합의를 하여 공사계약을 체결하고, 대가지급 시 하도급자에게 대금을 직접 지급하고 있는 것이다. 이 제도를 통해 공사는 2009년부터 2013년까지 20건 공사에 370억 원의 하도급 대금을 중소 하도급자에게 직접 지급하였다.

하도급대금 직접지급 절차



공사와 중소기업의 Win-Win 실현

중소기업의 직접참여 확대를 위한 다양한 제도개선은 어떠한 효과를 가져왔을까? 열배관공사 중소기업 직접발주를 통해 과거 하도급자로 공사에 참여하던 업체가 직접 수주를 함으로써 중소기업의 입찰 기회가 대폭 확대됨과 동시에, 불법·저가 하도급 등 이면거래를 해소하여 공정한 거래질서가 확립되었다. 또한, 중소기업은 하도급계약 시보다 계약금액이 증가하여 수익성이 제고되었으며, 공사 또한 도급단계 단축으로 건설투자비가 감소되어 원가가 절감되는 가시적인 효과를 거두었다. 중소기업 참여확대로 공사와 중소기업이 Win-Win 효과를 거둔 셈이다.

중소기업 직접 참여에 따른 효과



분리 발주를 통해서도 중소기업이 판로확대와 적정이윤을 확보할 수 있게 되었으며, 하도급대금(100% 현금)을 중소기업에 직접 지급함으로써, 중소기업의 재무안정성이 확보되었고, 공정한 성과배분을 이루었다. 공사도 하도급공사를 최소화하여 건설품질을 확보하고, 원가절감 효과를 거두어 상생발전의 기틀을 마련할 수 있게 되었다.

착한탄소 프로젝트

한국지역난방공사는 기후변화를 초래하는 온실가스 배출을 억제하기 위해 탄소경영을 적극적으로 추진하고 있으며, 그 결과 탄소경영 수준을 평가하는 탄소정보공개 프로젝트(CDP)에서 2년 연속 에너지·유틸리티 부문 산업리더로 선정되는 등 선도적 입지를 공고히하고 있다.

특히, 엄격한 국제기준에 의해 온실가스 감축을 인정받는 UN 청정개발체제(CDM)사업을 성공적으로 수행하여 연간 약 127천 톤의 온실가스 감축을 실현하고 있다. CDM사업을 통하여 UN으로부터 발급된 탄소배출권은 유럽 등 국제 탄소배출권 거래시장에 판매함으로써 수익 창출이 가능하다.

‘착한탄소 프로젝트’란, 공사와 같이 탄소배출권을 소유하고 있는 기업이 배출권 거래시장에서 수익을 얻는 대신 시민들의 자발적 기부로 조성된 착한탄소기금에 탄소배출권을 판매하고, 판매수익을 온실가스 감축 프로그램에 기부하는 자발적인 탄소중립활동이다. 시민, 기업, NGO가 동참하는 일종의 ‘지구 살리기 프로젝트’이다. 이 때, 착한탄소기금에 판매된 탄소배출권은 영구 소각되어 온실가스 감축에 사용되므로 온실가스 감축효과는 배가된다.



착한탄소 프로젝트 행사

착한탄소 프로젝트를 통하여 공사가 태양광발전 CDM사업으로 확보한 1,859톤의 탄소배출권이 소각되었으며, 판매수익은 환경운동연합의 나무심기 프로그램에 기부되었다. 소각된 탄소배출권의 양은 서울과 부산을 승용차로 주행할 시 1만 3,000번 왕복할 때 발생하는 양에 해당한다.

그동안 국내에서 저탄소녹색성장박람회나 세계자연보전총회 개최 시 온실가스배출 상쇄를 위한 탄소상쇄기금(Carbon Offset Fund) 모금행사가 시행됐지만, 탄소상쇄를 위해 기부된 돈이 배출권 상쇄에 사용된 후 온실가스 감축활동에 재사용되는 온실가스 감축모델은 국내 최초로 시행되는 것이다. 특히 실제 온실가스 감축의무를 지닌 한국지역난방공사가 참여했다는 점에서 그 의미가 크다고 할 것이다.

사회형평적 인재채용의 노력

2006년 처음 시작된 한국지역난방공사의 사회형평적 채용 노력은 현재까지 이어져오고 있다.

한국지역난방공사는 공기업의 사회적 책임을 달성하면서도 직무에 적합한 인재를 채용할 수 있다는 확신을 가지고, 소외계층을 몇 개의 카테고리로 분류하고 채용인원을 할당하는 방안으로 채용방안을 마련하였다.

인사팀에서는 어떤 인력이 있는지 성남 모란시장 등의 새벽 인력시장에 나가 일꾼들의 사연도 들어 보았고, 실업계 고교를 직접 방문하여 어떤 학생이 있는지, 지하철 공사를 찾아가 철도에 떨어진 사람들을 구해준 의로운 사람들의 명단이 있는지를 확인하기도 하였다.

그 결과 채용군(群)을 의상자, 사회선행자, 저소득계층, 농어촌출신, 장애인, 보훈대상자 등 여섯 개의 군으로 나누고, 이후 장기기증자, 의사자의 유족까지 확대하여 시행하였으며, 사회형평적 채용 첫해인 2006년 이후 공사의 채용 인원(567명) 중 약 30%인 165명을 사회형평적 인재로 채용하였다.

채용군	채용기준	채용원칙	지 원 자 격
사회형평군	의상자	• 영어성적 : 제한없음	「의사상자에우에관한법률」 제2조 제2항의 규정에 의한 의상자 및 의사자의 유족
	사회선행자		사회선행분야 장관표창 수상자 또는 타인 장기기증자
	저소득계층	• 학력, 전공 : 제한없음	「국민기초생활보장법」 제2조의 규정에 의한 수급자 또는 차상 위계층
	농어촌출신		「지방자치법」 제3조의 규정에 의한 읍·면지역 소재 초·중·고등학교에서 12년(24학기)의 전 교육과정을 이수한자
	장애인		「장애인 고용촉진 및 직업재활법」 제2조 제1호의 규정에 의한 장애인
보훈대상자	「국가유공자등예우및지원에관한법률」 제29조의 규정에 의한 취업보호대상자		
일반군	일반사무, 기술직	경쟁원칙	직원 정년인 만 58세 미만인 자는 모두 지원 가능

사회형평적 채용에 대한 조직 내 우려는 업무능력에 대한 것이었다. 입문교육을 일반 입사자와 따로 시키자는 의견도 있었지만, 공사는 조직융합, 사회형평적 채용 입사자의 능력을 확신하여 모두 함께 교육을 시키기로 결정하였고, 신입 직원들끼리 서로 아무런 선입견 없이 입문교육에 임하게 되었다.

5주간의 훈련이 끝난 뒤 나온 결과는 놀라웠다. 1등을 비롯해 평가 성적 상위 5명 가운데 4명을 사회형평적 채용 입사자가 차지하였다. 사회형평적 채용 입사자와 일반 입사자 간의 점수 차이는 거의 없었다. 결국 사회형평적 채용 입사자들도 업무에 있어 기존 조직원들과 똑같은 인재라는 점이 밝혀진 것이다.

에너지관리공단





에너지관리공단



업종	에너지 서비스 및 기술검토
설립일	1980년 7월
매출액	847억 원(2012년)
자산	2,558억 원(2012년)
홈페이지	www.kemco.or.kr

- 중소기업지원 최우수 공공기관 지경부장관 표창(2010년)
- 권익위 반부패 경쟁력 평가 우수기관(2010~2012년)
- 윤리경영 3단계 중장기(2013~2015년) 추진계획 수립(2013년)

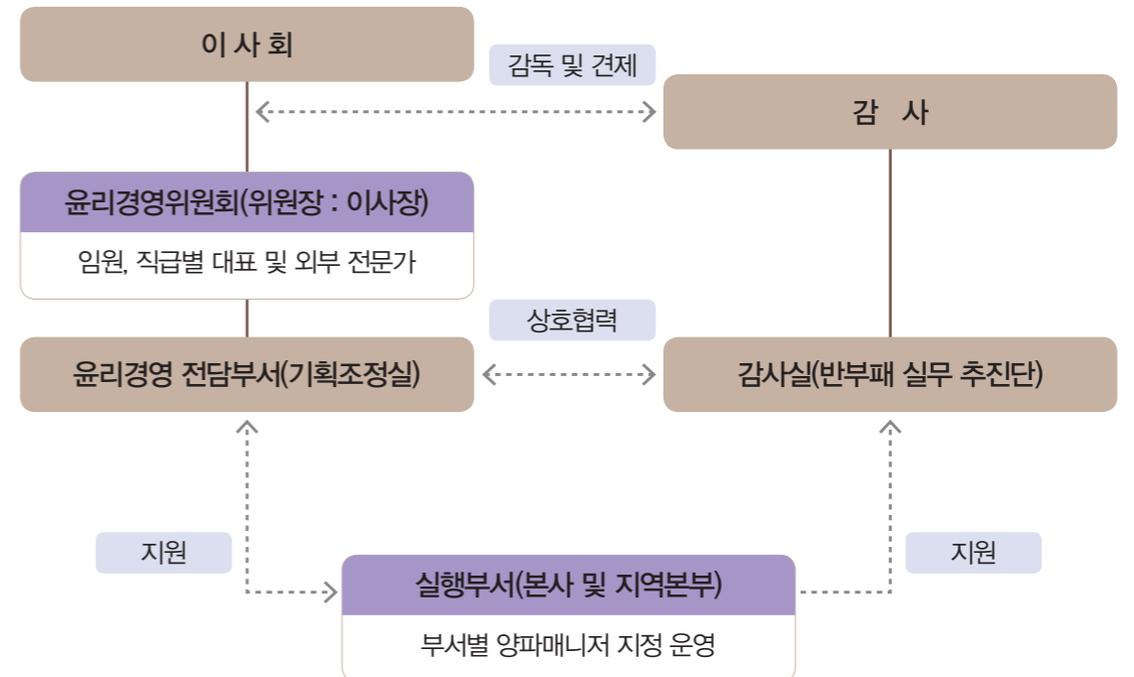
▶▶ 깨끗하고 효율적인 국민의 에너지 기업

에너지관리공단이 추구하는 윤리경영은 전 임직원이 투명성·공정성·합리성을 업무활동의 기준으로 삼아 조직가치의 향상 및 지속가능한 발전을 도모함으로써 '맑은 경영, 밝은 공단'을 실현한다는 것이다.

윤리경영의 풀뿌리 문화형성을 위하여 '양파매니저'라는 윤리경영 담당자 제도를 도입하여 책임과 권한을 부여함으로써 부서별로 사업 추진과정 중 발생하는 윤리적 딜레마(리스크 관리 등) 부문을 상담해 주고, 윤리경영 주관부서와의 소통채널(헬프라인) 역할을 통해 윤리경영 우수사례 및 미진부문을 대내외에 공유·확산하는 활동을 하고 있다.

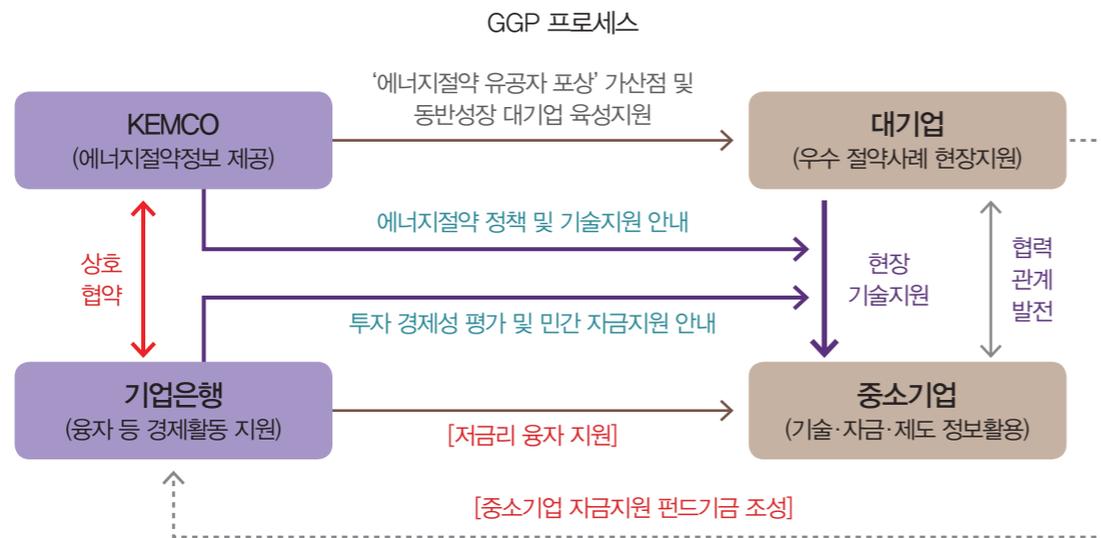
또한 금년도부터는 윤리경영문화 정착 및 내재화를 위해 'KEMCO T.O.E.(Top of Ethics)운동'을 추진하여 국제기준에 따른 지속가능한 경영체제를 구축하고 이를 고도화하고자 노력하고 있다.

윤리경영 추진체계



중소기업 에너지효율 향상을 위한 지원사업 추진

공단은 2012년에 중소기업을 대상으로 중소기업 지원책 요구에 대한 설문조사를 실시하였는데, 그 결과 '에너지절약관련 자금지원(55.3%)', '에너지절약기술지원(37.2%)' 등의 중소기업 요구사항이 수렴되었다. 공단은 이에 따라 전문인력과 기술이 부족한 중소기업에 대기업의 선진 에너지관리기법에 대한 공유 기회를 제공하고, 중소기업 에너지효율 향상을 지원하기 위한 GGP(Green Growth Partership)를 추진하고 있다.



2013년에는 기존 GGP사업에 금융기업을 포함시켜 중소기업을 대상으로 에너지 및 온실가스 저감 관련 기술지원뿐만 아니라 저금리 용자를 지원함으로써, 중소기업이 대기업에게 컨설팅을 받은 후 정부 또는 금융사로부터 저금리 용자를 지원받을 수 있는 중소기업 지원프로그램을 마련하였다.

또한 사업을 통하여 우수한 에너지관리기법을 공유한 대기업에게는 2014년 에너지절약유공자 포상 시 가점을 부여하는 형태로 인센티브를 제공함으로써 대·중소기업 간 동반성장의 기반을 마련하였다. 2013년도 GGP사업은 현재까지 POSCO, LG이노텍 등 5개 대기업을 발굴하였고, 비아트론, 오알캠 등 23개 소 중소기업을 대상으로 현장 기술지도도 실시하였다. 중소기업은 온실가스 감축을 위한 비법을 전수받고, 대기업은 기술전수 형식의 사회적 책임을 통해 산업계의 지속적인 상생발전을 위해 노력하고 있다.

저탄소 녹색성장을 위한 '에너지다이어트' 프로그램

에너지다이어트 프로그램은 대한민국 국민 누구나 쉽고 재미있게 에너지절약을 실천하고, 나아가 국민 참여형 온·오프라인 녹색실천 프로그램을 통해 '에너지절약은 나눔'이라는 인식확산을 배경으로 하고 있다.

이 프로그램은 일반인, 학생이 에너지절약 실천을 다짐하고 이를 생활 속에서 실천해 나가는 절약실천 프로그램으로써, 에너지다이어트로 모아진 에너지는 함께하는 기업체의 후원재원으로 연말 연탄나눔, 친환경 숲 조성, 새빛길 행사 등을 통해 에너지 소외계층에게 전달함으로써 사회공헌활동을 실천하고 있다.



주요 추진내용으로는 가정, 자동차, 사무실에서의 에너지절약 세부실천 사항을 미리 정하고, 이를 실천함으로써 에너지를 절약하는 온라인 절약활동으로 에너지절약상식 퀴즈 풀기, 절약실천활동, 이벤트 참여 시 기부열매(절약 포인트)를 지급하고 모아진 기부열매를 에너지 소외계층에게 전달하는 방식이다.

한편, 공단은 민간업체(신한은행, 롯데그룹, 삼성전자 등)와 제휴를 통하여 에너지다이어트 제휴캠페인을 진행하고 있고, 연말에는 연탄 기부, 소외계층 초청, 문화행사 등의 에너지다이어트 나눔 행사를 전개함으로써 캠페인을 통해 절감된 에너지를 연말에 '에너지 나눔행사'로 기부하여 주위의 어려운 이웃들에게 에너지 사랑을 실천하고 있다.

청렴한 조직문화 조성을 위한 교육영상 제작·배포

공단은 교훈에만 집착했던 기존 교육영상과는 달리 재미와 공감 유도를 위해 인기영화 '설국열차'를

패러디한 '청렴열차'를 제작하였다. 이 교육영상은 '공직자 금품수수', '연고주의에 기인한 특혜', '공무의 권력화 행위', '모르고 저지르는 사적비리' 등의 대표적인 반부패 사례들을 집중 조명하고 있다.

'청렴열차' 주요장면



이 청렴영상은 기획 단계부터 출연까지 공단직원이 직접 참여함으로써 진정성 있는 콘텐츠 제작으로 공감을 유도하고, 양방향 소통이 자유로운 미디어 흐름을 반영하여 SNS 상에 확산 시키는 등 기존과 다른 방식의 감성적인 반부패활동이라는 점에서 의의가 크다. 한편 공단은 유관기관에 관련 영상을 제공함으로써 반부패·청렴 교육용 자료로 활용할 수 있도록 하여 사회의 청렴문화 조성에 기여할 예정이다.

'청렴열차' 영상 SNS 배포



유튜브



페이스북

한국공항공사





한국공항공사



업종	공항 운영 및 관리
설립일	1980년
매출액	6,500억 원(2012년)
자산	3조 6,000억 원(2012년)
홈페이지	www.airport.co.kr

- 한국경제 대한민국 윤리경영대상 종합대상(2009년)
- 이투데이 대한민국 CEO 경영대상 윤리경영대상(2011년)
- 지경부 지속가능경영 실태조사 3년 연속 AAA등급(2012년)
- 권익위 대한민국 청렴선도기관 2년 연속 선정(2013년)

» 사회적 책임 이행으로 신뢰받는 국민기업

한국공항공사는 고객감동을 실현하고 사회적 책임을 다하는 공기업으로 지속 발전하기 위해 2005년 9월 윤리경영을 선포하고, "Clean KAC, 우리의 현재와 미래입니다."라는 슬로건 아래 다양한 윤리경영 활동을 실천하고 있다.

공사는 임직원 직무청렴서약 및 윤리의식 자가진단 실시, 민원처리 공개 시스템 운영과 민원업무에 대해 정기적인 모니터링을 실시하여 업무처리의 공정성과 투명성을 확보하고 있다. 또한, 2008년에는 사업 및 업무 추진과정에서 발생가능한 부조리 요인을 사전에 분석·제거함으로써 부조리를 원천적으로 예방하기 위한 KAC-CCS(Clean-Clinic System)를 구축하였으며, 비전과 연계한 윤리경영 중장기계획을 재 수립하고 공사 고유의 윤리지표(KEVIX : KAC Ethics Vision Index)를 개발하여 매년 윤리경영 실천 수준을 평가하고 윤리적 기업문화를 정착시켜 나가고 있다.

윤리경영 추진체계

비전	사회와 함께 지속 발전하는 World-Class 공항기업		
목표	사회적 책임 이행으로 신뢰받는 국민기업 구현		
전략방향	윤리경영 시스템 선진화	임직원 윤리의식 고취	전사적 윤리실천 활동
실천과제	<ul style="list-style-type: none"> · 사회책임위원회 운영 개선 · 사회책임 추진 실무단 운영 개선 · 부서별 윤리경영 서약 실시 · 윤리경영 뉴스레터 발간 · 협력업체 대상 윤리문화 정착 프로그램 강화 · 윤리경영 관련 각종 공모 및 포상 실시 · 윤리경영 추진을 위한 경영진의 관심과 의지강화 · 윤리관련 규정 개정 · 임직원 윤리의식 자가진단 개선 · 윤리경영 학습조직 운영 강화 · 윤리경영 딜레마 사례 프로그램 마련 · 지속가능경영보고서 발간 및 고도화 		
3C체계	윤리규범 및 지침	윤리경영 전담조직	윤리공감대 형성
성과지표	KEVIX 지수	지속가능경영 실태조사 결과	지속가능지수

청렴·윤리경영 시스템

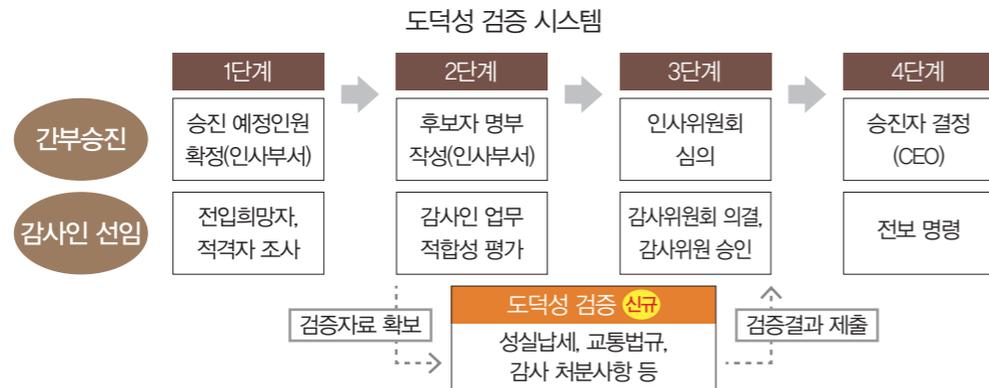
한국공항공사는 윤리경영 최고의결기구인 '사회책임위원회'와 반부패·청렴추진 조직으로 '반부패·청렴추진단'을 운영하고 있는데, 2012년에는 윤리경영 실천동력 확보를 위해 전담조직인 '사회책임 추진 실무단'을 신설함으로써 정책수립, 실천, 점검 및 피드백에 이르는 완결된 시스템을 구축하였다.



* KEVIX (KAC Ethics Vision Index) : KAC 윤리경영지표

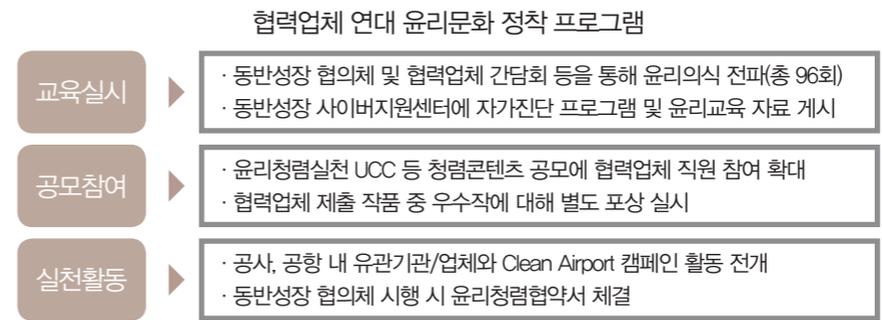
기업 최상위의 도덕성 검증 시스템 운영

공사는 정책결정과정의 부패 차단을 위한 '도덕성 검증 시스템'을 구축·운영하고 있다. 우선 고도의 청렴성이 요구되는 간부 및 감사인 대상자에 대해 승진(전입) 전 성실납세, 교통법규 준수, 감사처분 여부 등 도덕성 검증을 실시하고 있다. 이를 통해 간부직급 승진 예정자에 대해서는 정책결정에 참여하는 간부의 청렴자질을 검증하고 솔선수범하여 조직문화를 선도하는 기본자격이 있는지를 확인하며, 신규 전입 감사인에 대해서는 부패방지과 청렴문화 확산 역할을 하는 감사인의 자질과 부패척결의지를 사전에 검증함으로써 공정한 감사위상을 확립하고자 노력하고 있다.



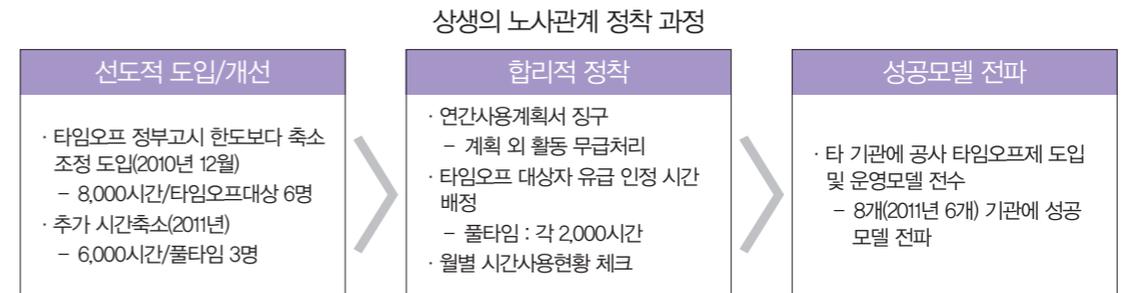
협력업체 연대 윤리문화 정착 프로그램

공사는 협력업체 관련 부패 발생요인을 원천 차단하기 위해 서비스수준협약(SLA) 평가제도와 공항시설 위탁관리 운영·감독 기준을 비롯한 관련 분야 제도개선을 실시하였다. 비윤리적인 행위 발생 시 감점하고, 공사 윤리활동 참여 시 가점을 부여하는 방향으로 SLA 평가기준을 개정하여 자율적인 청렴실천을 유도하고 공사와 협력업체 간 부패를 차단하고자 노력하고 있다. 또한 현장대리인 선임 및 과업의 자율권을 보장하고 감독자의 지시 공정성을 확보하는 방향으로 공항시설 위탁관리 운영·감독 기준을 개정하여 감독자의 부당한 간섭을 방지하고 동반성장 목적을 달성하고자 노력하고 있다.



대화와 상생의 노사문화 구축

노사관계 선진화를 위한 노력



공사는 25년 연속 '無 분규, 無 쟁의'로 안정적 노사관계를 실현하고 있다. 노사관계 선진화 전략을 수립하고 시행 전 과정에 노동조합이 참여함으로써 노사신뢰를 증진하고 과제 실행력을 높였다. 또한 적법

한 노사관리로 불법부착물 게재 3년 연속 제로 및 근무시간 중 조합활동 최소화를 도모하고 있다.

한국공항공사의 노사는 가치 창조적 관계로 노사관계 선진화 모델을 창출하여 대외기관에 전파하고 있다. 최소(6,000시간/플타임 3명) 범위에서 타임오프제를 합리적으로 정착시킨 것이 그 예이다.

또한 단체협약과 관련하여 4년 연속 불합리한 조항을 쇄신함으로써 대외기관의 벤치마킹 대상이 되고 있으며, 진정성 있는 소통으로 노사 커뮤니케이션 만족도도 대폭 상승하였다.

단체협약 개선과정

구분	횟수	기간	비고
2008년	6회	7.24~12.30	단협/임협
임금동결, 불합리한 10개 조항 폐지 및 삭제			
2009년	30회	5.22~12.30	단협/임협
임금삭감, 불합리한 조항 대폭 개정(127개→72개)			
2010년	24회	9.7~12.15	단협/임협
임금동결, 보충교섭으로 13개 조항 추가 개정			
2011년	28회	9.19~12.6	단협/임협
지침준수 임금협약 체결(경평성과급 250%만 퇴직금 반영), 외부지침 등 미비한 불합리한 조항 100% 개정 마무리			
2012년	11회	9.19~10.12	임금교섭
· 인사경영권/노동 3권이 균형을 이루는 단체협약 유지 · 정부지침 준수 '하후상박'형 임금협약 체결 (총 인건비 내 신입사원 초임 삭감 전 수준 회복, 보안검색 감독 취약계층 임금 현실화)			

노사 커뮤니케이션 만족도

조사내용	2011년도	2012년도	성과분석
노사소통 전반	61%	84.5%	· 23.5% 대폭 상승 · 면대면 소통 노력 매우 긍정적

▶ 차별화되고 진정성 있는 면대면 노사 파트너십 시행

한국공항공사는 노사가 함께 미래를 열어가는 선언의 의미로 '노사화합의 비빔밥'을 시행하였다. 노사 상생·협력을 통해 6가지 재료를 함께 비벼 최고의 경영성과를 이어간다는 퍼포먼스를 펼친 것이다.



또한 노사대표자와 청년직원 간 '100분 토론'을 시행하였다. 노사대표 패널(4명)이 같은 편에서 청년 직원 패널(8명)과 인사·조직문화, 복지·노사문화를 주제로 토론 함으로써 청년직원과 진솔한 소통을 하고 노사간 신뢰를 강화하였다.

그리고 '글로벌 에어포트 프런티어 연수 프로그램'에 노사대표가 공동으로 참여하였다. 글로벌 마인드 함양을 위해 실시한 해외연수 공모에 노사대표가 공동으로 제안서를 제출하여 선정된 것이다. 이로 인해 전·현직 노조위원장, 노조간부, 인사관리실장, 노무담당자가 참여하여 선진공항 근로조건을 벤치마킹 하고 노사간 파트너십 향상을 다지는 계기가 되었다.

공사는 이 밖에도 경영진과의 오찬 미팅, CEO의 현장방문 대화, 임원 멘토링, 경영진과의 SNS 대화, 신입사원과의 동반 산행 등으로 구성원과 경영진의 거리감 제로에 도전하는 스킨십 소통을 시행하고 있다.

경영진과 구성원 간 스킨십 소통



Fly Together! 협력업체와 함께하는 희망찬 미래

▶ 동반성장 사이버지원센터 (<http://FlyTogether.airport.co.kr>)

기존의 협력업체 간 의사소통 형태는 유선(또는 대인면담)을 통한 고충처리창구 운영, 종사원에 대한 서면 의견수렴 등이었다. 이러한 구조는 협력업체 및 종사원이 의견을 개진하기에 어려움이 있어 개선을 필요로 하였다. 또한 공사에서도 업무 관련 정보를 협력업체에 제공할 수 있는 수단이 없어 어려움을 겪고 있었다.

이와 관련하여 인터넷을 활용한 웹사이트 구축으로 각종 자료의 공개 및 협력업체 의견수렴이 용이하게 하였다. 또한 협력업체에 사이버 교육이 가능한 콘텐츠를 구성하여 공사의 중요 경영관련 사항(청렴·윤리)을 상호 공유할 수 있도록 하였다.

그리고 동반성장 사이버지원센터에 부패신고센터를 개설하여 협력업체 및 종사원이 만일에 겪을 수 있는 부조리 사항에 대하여 즉시 조치가 가능하도록 조치하였고, 각종 협력업체 평가에 대한 정보를 공유하여 공정한 업무가 추진될 수 있도록 하였다.

동반성장 사이버지원센터 구성 내용 및 초기화면

기초자료 게시	· 위탁 계약건에 대한 계약내용 일체 게시 · 윤리경영협약, 청렴계약이행서약서 게시	업무 투명성 확보
만족도 조사	· 협력업체 및 종사원에 대하여 사이버상의 설문조사 시스템 구축 (완벽한 비밀 보장)	조사의 공정성
SLA 평가	· SLA 협약 및 평가결과와 투명한 공개 · 평가결과와 이의제기 접수 및 처리	객관적 평가 시행
사이버 교육	· 협력업체 종사원에 대한 청렴·윤리교육 (사이버 교육교재 개발, 윤리경영 홍보물 게시)	청렴·윤리교육 확대
부패신고 센터	· 협력업체(종사원) 고충사항 및 질의 답변 · 감독자/협력업체 부당지시 및 부패요인 접수처리	부패방지 강화



▶ 공정한 성과배분을 위한 성과공유제 시행

기존의 협력업체 평가는 단순하게 제공되는 기준에 따라 단편적인 평가가 이루어졌다. 또한 평가결과에 대한 성과배분이 없어 협력업체의 동기를 유발시키기에는 부족하였다. 이러한 점을 개선하기 위해 협력업체의 성과를 명확하게 평가하여 성과를 공유할 수 있는 제도인 서비스수준협약(SLA) 제도를 3년간의 타당성 검토 및 검증작업을 거쳐 도입하게 되었다.

SLA는 Service Level Agreement의 약자로서 ‘서비스수준협약’이라고 해석된다. 세부적으로 보면 업

협력업체 평가시스템 비교



무(서비스) 수준을 정량적으로 측정하여 운영성과를 평가·관리하기 위해, 협력업체와 사용자에게 요구되는 업무(서비스) 수준을 정의하고 이를 문서화한 계약체계를 의미한다. 즉 SLA는 사용자측의 일방적인 평가가 아니라 협력업체와 함께 목표수준을 정하고 도달하는 것에 대한 성과를 함께 공유하는 것이다.

SLA 제도는 도입 후 43개 협력업체에 적용하였는데, 각 협력업체가 수행한 내용에 대하여 성과를 평가한 결과 현재까지 협력업체에 약 30억 3,000만 원의 인센티브를 지급하였다. 이번 평가로 인하여 기존에 수동적이었던 업무수행이 능동적인 업무수행 및 창출로 이어질 수 있었으며, 앞으로도 SLA제도를 지속적으로 확대하여 협력업체의 정당한 성과에 대한 정당한 보상을 실시할 예정이다.

예금보험공사





예금보험공사



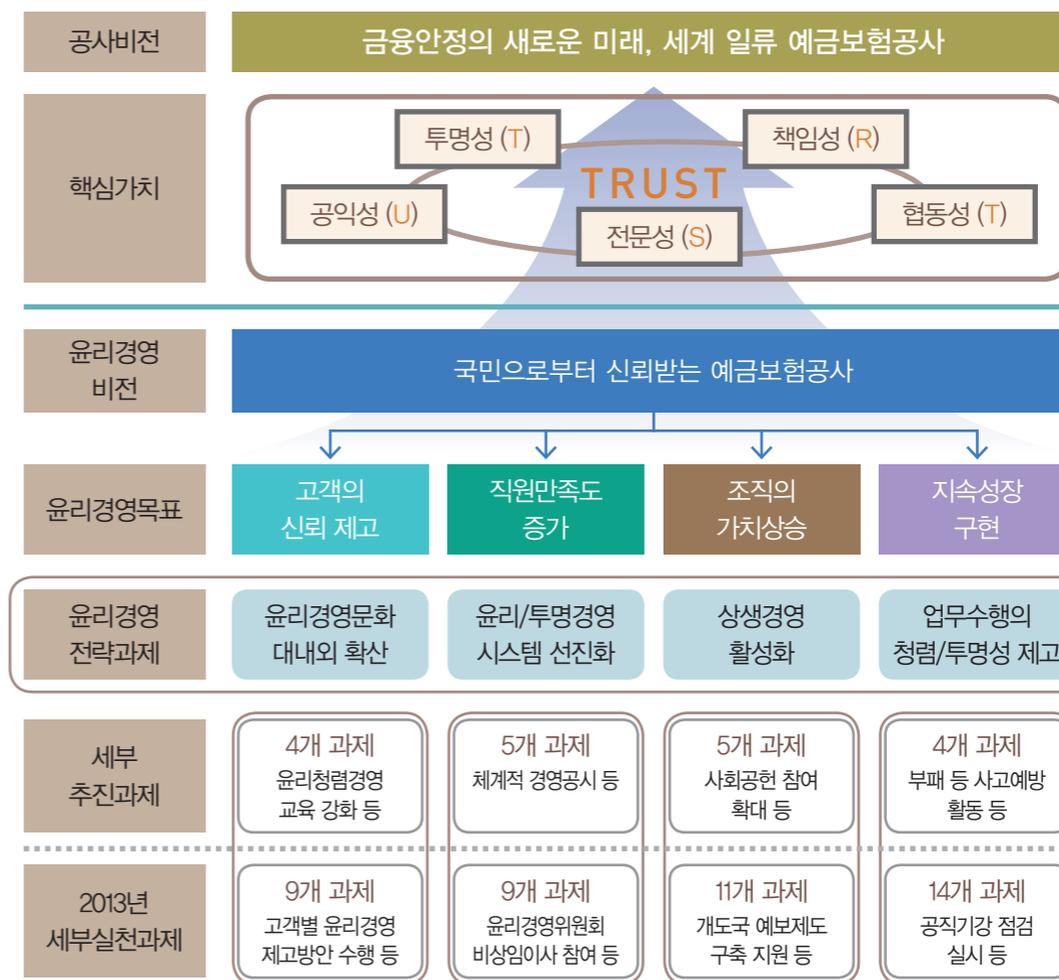
업종	금융업
설립일	1996년 6월 1일
매출액	1조 4,000억 원(2012년)
홈페이지	www.kdic.or.kr

- 재산등록 및 취업제한 제도 도입(2011년)
- 한국윤리경영학회 한국윤리경영대상 수상(2012년)
- 권익위 청렴도 평가 3년 연속 우수등급(2012년)

» 국민으로부터 신뢰받는 예금보험공사

예금보험공사는 예금보험기금의 관리기관으로서 전 임직원이 금융안전망의 한 축을 담당한다는 사명감으로 윤리경영을 적극 실천하고 있다. 특히, 통상적인 사회공헌 활동 외에도 공사 업무에 특화된 윤리경영을 추진하고 있는데, 이의 일환으로 금융정보에 취약한 계층에 대한 생활금융교육과 저축은행을 대상으로 하는 건전경영풍토 조성교육을 실시함은 물론 권익보호담당역 등의 제도를 운영하고 있다.

윤리경영 추진체계



저축은행 조사 및 공동검사 관련 부패유발요인 차단

2011년 저축은행의 대규모 구조조정 사태 이후 저축은행에 대한 예금보험공사의 '조사 및 공동검사' 기능이 대폭 강화 되는 등 저축은행에 미치는 영향이 확대됨에 따라 조사·검사 직원이 현장에서 재량권을 남용하거나 청탁 등의 비리가 발생할 가능성이 상존하게 되었다. 또한, 2012년 11~12월에 실시한 이해관계자 및 리스크 요인별 부패 취약부문 분석에서도 조사·검사 부문의 지속적인 청렴도 제고 노력이 필요한 것으로 나타났다.

이에 대하여 공사는 감사부서가 조사·검사 준비 단계에서부터 완료 시까지 각 업무단계별로 모니터링 하는 시스템을 구축함으로써 부패 발생 가능성을 원천적으로 차단하였으며, 저축은행 담당부서 자체적으로는 부패유발요인 차단 및 해당 저축은행의 비용부담 해소 등을 위한 별도의 방안을 마련하도록 하였다.

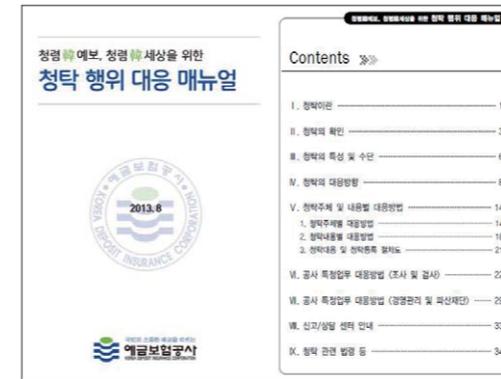
단계별 모니터링 시스템 흐름도



한편, 공사는 2013년 8월 업무단계에서 발생 가능한 청탁 유형별 세부 대응방법을 수록한 「청탁 행위 대응 매뉴얼」을 제작하여 직원들에게 숙지를 의무화하였고, 조사·검사가 진행 중인 5개 저축은행과 조사·검사가 완료된 20개 저축은행을 직접 방문하여 감찰을 실시하였으며, 2013년 7월 저축은행 조사업무 실태 특정감사를 통해 저축은행 임직원의 소명 및 이의제기와 관련하여 구체적인 처리방법·절차를 관련 규정에 명시하도록 권고하였다.

그 결과, 투명하고 공정한 조사·검사 업무의 수행을 통해 부실을 조기에 정리*하는 한편, 저축은행 업계**의 재무건전성 개선에 기여하였다.

* 신라, 서울 등 부실이 심화된 2개 저축은행을 조기에 정리함으로써 864억 원(추정)의 예금보험기금 손실 확대를 차단
 ** 부실이 크지 않은 2개 저축은행의 자율적인 증자(35억 원)를 유도함으로써 1,965억 원(추정)의 예금보험기금 손실을 사전에 차단하는 한편, 리스크 관리 등 취약부문에 대한 개선 노력 및 비조사 저축은행의 자발적인 증자 노력을 유도



청탁행위 대응 매뉴얼(2013년 8월)



저축은행 방문 면담(2012년 12월)

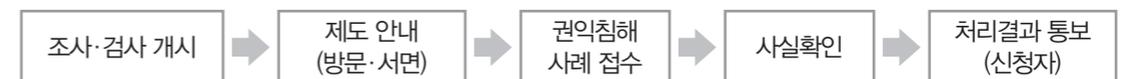
권익보호담당역 제도 운영

공사는 2012년 저축은행 검사 확대와 더불어 조사·검사 대상 금융회사의 권익보호 강화 및 검사 진행 과정의 투명성 제고의 일환으로 '권익보호담당역' 제도를 도입하였다. 2012년 5월 권익보호담당역의 업무 수행 관련 절차 및 방법 등을 규정한 「권익보호담당역 운영에 관한 시행지침」을 제정하였으며, 2013년 7월 권익보호제도의 실효성을 높이기 위하여 신청절차를 간소화 하는 등의 내용으로 지침을 개정하여 제도 운영의 기반을 마련하였다.

권익보호담당역 제도는 위법·부당한 조사 또는 공동검사가 진행되거나 절차상 중요한 흠결로 조사 또는 공동검사대상 금융회사 및 그 임직원의 권익이 부당하게 침해되는 것을 방지하기 위한 것이다. 권익보호담당역은 대상 금융회사에 제도를 안내하고, 권익침해사실 접수 시 조사·검사 담당 부서와 독립적인 입장에서 관련사항을 7일 이내에 직접 처리하며, 신청인에 대한 비밀을 보장하고 있다.

한편, 당초에는 대상 금융회사에 조사·검사 개시 시점에만 이와 같은 제도를 안내하고 해당 금융회사의 임원을 통해 권익보호를 신청하도록 하였으나, 2013년 7월 조사·검사 종결시점에도 이 제도를 재차 안내하고, 임원 외에 권익을 침해당한 직원이 직접 권익보호를 신청할 수 있도록 신청접수절차를 간소화하는 등 지속적으로 제도를 개선하고 있다.

권익보호제도 절차



공사는 권익보호담당역의 독립성 및 전문성을 보장하기 위해 조사·검사와 독립된 부서의 경험이 풍부하고 업무성적이 우수한 변호사를 권익보호담당역으로 선임하여 운영하고 있으며, 2012년 5월 제도 도입 이후 2013년 10월까지 22개 금융회사에 30건의 서면안내 및 21건의 방문안내를 실시하는 등 이 제도를 적극적으로 홍보하고 있다.

구 분	2012년	2013년(10월)	비 고
권익보호안내문 발송	1건	29건	2013년 7월 이후 서면안내 확대
권익보호안내를 위한 출장	2건	19건	

* 조사·검사 실시 관련, 금융회사 및 임직원 권익이 부당하게 침해된 사례 접수된 바 없음

그 결과, 이 제도가 조사대상 금융회사의 권익을 보호하는데 기여함은 물론, 공사의 검사 등과 관련한 업무추진 과정의 투명성과 공정성을 높이는데 기여하고 있다.

저축은행 건전경영풍토 조성 교육

2011년 중 16개 저축은행이 대주주를 비롯한 경영진의 부실경영으로 퇴출되는 등 사전 부실예방의 중요성이 크게 부각됨에 따라, 공사는 2012년 2월 저축은행의 임직원 등을 대상으로 대주주와 임직원의 불법행위와 도덕적 해이를 근절하고, 금융사고를 예방하는 등 건전경영 풍토 조성을 위한 교육을 추진하게 되었다.

저축은행 건전경영 풍토 조성 교육사업은 총 3단계로 구성하여 추진하였다. 특히 저축은행 임직원의 업무부담 완화 및 교육 효율성 제고를 위해 직접 방문하는 '찾아가는 교육' 서비스를 제공하였다.



단계별 교육사업 추진표

구 분	1단계(시작단계)	2단계(내실화단계)	3단계(확장단계)
대상자	· 검사 및 준법감시인	· 1단계 대상 + 감사업무 담당자	· 전 임직원
교육내용	· 부실책임 조사 업무 · 부실책임 사례 및 귀책유형 · 조사대상자 권익보호제도 등	· 법률 및 회계에 관한 감사의 의무와 책임 · 부실사례 안내를 통한 금융사고 예방 · 저축은행 쟁점(PF 및 SPC의 문제점) · 윤리경영	· 저축은행 부실사례 및 관련 판례 · 여수신 업무 취급 관련 법령 및 주요 점검사항 · 경영판단
교육방법	저축은행을 12개 권역으로 구분, 업무시간 외에 '찾아가는 교육' 실시	(추가) 건전경영 풍토조성을 위한 저축은행 감사 워크숍 개최	(추가) 지역별 저축은행 여신 담당 임원 간담회 개최

한편 2013년 8월부터는 교육대상별 맞춤형 교육프로그램을 마련하여 기관 규모 및 직위별로 특성화 교육을 실시하고 있으며, 최신 부실사례 및 판례경향 연구, 교육만족도 설문 평가결과 등을 토대로 교육내용을 지속적으로 보완하는 등 교육효과 향상을 위한 노력을 기울이고 있다.

이러한 공사의 노력에 대해 설문조사 등을 실시한 결과, 저축은행 업계에서는 '임직원들의 도덕적해이 근절' 및 '금융사고 예방'에 대한 의식이 강화되는 등 실제 부실예방에 도움이 많이 되었다고 평가하고 있으며, 실제로 상당수의 저축은행들은 내부통제제도를 강화하고, 리스크관리 시스템을 보완하는 등 건전경영 풍토 조성 교육사업의 효과가 나타나고 있다.



저축은행 건전경영 풍토 조성 교육 장면

금융취약계층에 대한 생활금융교육 지원

공사는 저축은행 구조조정 과정에서 금융정보가 취약한 노년층 등의 피해가 발생함에 따라, 2011년도부터 'SMART 생활금융교육' 방안을 마련하여 노년층, 전통시장 상인 및 초등학생 등을 대상으로 예금자보호제도에 기반을 둔 생활금융교육을 집중 실시하고 있다.

2012년도에는 교육대상 인원수가 급격히 증가했으며, 2013년도에는 이에 더하여 교육 대상별 교재개발(초등 저학년·고학년, 상인대학, 노년층, 일반인 총 5종)을 완료하고, 생활금융교육 전용 홈페이지를 개설하여 교육의 질적수준 및 접근성을 획기적으로 개선하였다.



노년층 대상 생활금융교육 장면

생활금융교육 현황

(단위 : 명)

구 분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년 8월
초등학생	-	17,913	21,699	15,904	10,786
전통시장 상인	-	-	29,630	60,863	5,473
노년층	-	7,328	7,320	1,900	9,716
일반인	868	597	1,546	13,989	8,452
계	868	25,838	60,195	92,656	34,427

공사는 그간의 생활금융교육을 통해 금융소비자의 금융역량을 강화하고 건전한 금융생활을 지원하고 있으며, 나아가 금융시장의 안정성 유지에 기여하고 있다. 앞으로도 지속적으로 교육 콘텐츠를 연구·개발하고 전문강사를 양성하는 등 교육의 질적 수준을 높이기 위해 노력할 예정이다.

한국수자원공사





한국수자원공사



업종	건설 및 서비스업
설립일	1967년 11월 16일
매출액	3조 6,000억 원(2012년)
자산	25조 100억 원(2012년)
홈페이지	www.kwater.or.kr

- KMAC 한국에서 가장 존경받는 기업상 수상(2012년)
- 포춘 코리아 한국에서 가장 윤리적인 기업상 수상(2012년)
- 권익위 청렴선도클럽(Clean Champion Club) 선정(2012년)
- 지경부 Kobex SM 2년 연속 최고등급(AAA) 달성(2012년)

» 물처럼 투명한 윤리경영으로 지속가능한 기업

한국수자원공사는 윤리경영을 지속가능한 기업의 핵심 요건으로 보고, 청렴·반부패에서 더 나아가 고객·환경·임직원·일반사회 등 다양한 이해관계자를 대상으로 기업의 사회적 책임을 다하고자 “녹생성장(Green)을 통해 위대하고 존경받는(Great) 기업이 된다”라는 **G2G Wave** 경영전략 슬로건 아래 윤리경영 강화, 녹색경영 체화, 사회공헌 활성화의 지속가능경영 고도화 체계를 구축·실천하고 있다.

또한 윤리위원회 주축의 윤리문화 정착, 청정에너지 개발의 선도, 전 임직원이 참여하는 ‘급여) 1% 나눔’과 ‘물사랑나눔단’ 동아리 활동, 중소기업의 동반성장 지원 등 다양한 활동을 통해 오늘도 “물로 더 행복한 세상을 만든다”라는 공사의 미션을 향해 한걸음 더 다가가고 있다.

윤리경영 추진체계

미션	우리는 물로 더 행복한 세상을 만든다		
윤리경영 비전	물처럼 투명한 윤리경영으로 지속가능한 기업		
전략방향	미래성장 실현	현장경영 강화	글로벌 경쟁력 확보
전략과제 (실행과제)	④ 지속가능경영 고도화 (윤리경영 강화)	⑤ 고객만족경영 강화	⑥ 위기대응체계 선진화

핵심 추진과제	일반사회	<ul style="list-style-type: none"> • 경영공시 관리 강화로 투명경영 실현 • 적극적인 사회공헌으로 나눔문화 확산 	KoBEX AAA(등급)
	고객	<ul style="list-style-type: none"> • 對고객 서비스이행표준 100% 달성 • 불법하도급 방지 및 중소기업 동반성장 	PCSI 97.4(점)
	임직원	<ul style="list-style-type: none"> • 소통과 창의의 일류 조직문화 구축 • 경영진의 솔선수범 윤리문화 형성 	신뢰경영지수 70(점)
	환경	<ul style="list-style-type: none"> • 녹색경영(GMS) 확립 및 환경성과지수 향상 • 저탄소 녹색성장을 위한 CDM사업 개발 	EPE 150(점)

자체개발한 윤리지수(KEI)를 통한 상시 모니터링 및 피드백 강화

K-water 고유의 동반성장 씨앗을 심다

공사는 공공기관으로서 동반성장을 선도하기 위해 2013년 '중소기업과 함께하는 Global Company'를 비전으로 개방, 소통, 협력의 가치와 업무성격을 반영한 고유의 동반성장 추진 전략을 구축하였다. 또한 협력 중소기업 관계자 100여 명을 초청해 경영 애로사항을 직접 듣고 동반성장 발전방향을 논의하는 '동반성장 간담회' 시간을 갖으며 함께하는 동반성장 공감대 확산을 위해 노력하고 있다.

비전	중소기업과 함께하는 Global Top 5 Company			
목표	지속가능한 경영체계 구축으로 동반성장 우수기업 도약			
전략 과제	공공구매 확대 공감대 확산	기술개발 활성화 판로 확대	건설공사 상생협력	기술이전 사업화 지원

동반성장 추진 전략



동반성장 캐치프레이즈

직접 뛰는 K-water, 중소기업 손톱 밑 가시빼기에 전력투구

공사는 계약 및 설계 담당자가 전국 20여 개 기술 우수 중소기업을 직접 찾아가 사업장 견학과 애로사항을 듣는 '찾아가는 구매상담회'를 진행하고 수요자 중심의 맞춤형 컨설팅을 실시함으로써 상담 참여기업으로부터 큰 반향을 불러일으켰다. 또한 300억 원 이상 대형공사에 대한 신용평가등급 적격요건 완화 등 제도적 측면의 중소기업 상생협력 지원방안을 마련함으로써 입찰 진입장벽을 대폭 낮추었고, 지난 9월에는 금융기관인 하나은행과 공사의 협력 중소기업에 우대금리(최대 1%p 내외)로 자금을 대출하는 금융지원 MOU를 체결 하였으며, 8개 전 지역본부 1사 1사회적기업 결연을 통해 사회적 기업이 더욱 가치 있는 활동을 할 수 있도록 지원하는 등 중소기업의 어려움을 덜어내기 위한 동반성장 정책 마련에 몰두하고 있다.



찾아가는 구매상담회

공사 규모	기업신용평가등급	
	당초	변경
1,500억 원 이상	BBB0 (BBO)	BBB- (BBO)
550억 원 이상	BBB- (BBO)	BB+ (BBO)

대형공사 적격요건 개선

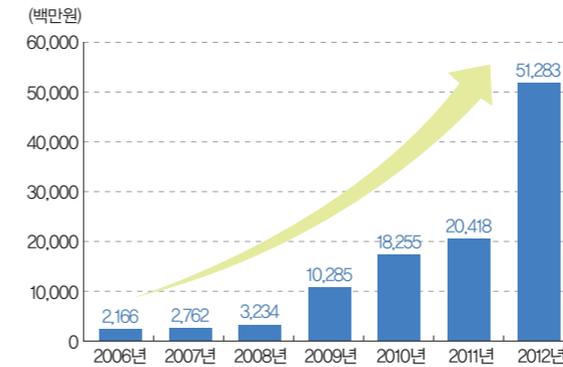


하나은행 금융지원 MOU

중소기업에 K-water 핵심기술 이전 및 기술개발 지원 활성화

창조경제의 핵심이라 할 수 있는 지식재산권 활용을 활성화하기 위하여 공사는 지식재산권을 중소기업에 적극 이전하여 중소기업의 매출을 획기적으로 향상시켰으며, 받은 기술료를 중소기업제품 성능인 증 및 환경경영 인증비용으로 다시 환원하고 있다. 특히 성과공유제, 구매조건부 개발사업, 수도권자재 등록제도 등 중소기업에 대한 기술개발 지원정책을 시행하여 안정적인 판로를 열어주고 있으며, 중소기업의 우수기술개발 제품 215억 원어치를 우선 구매하고, 산업용 밸브와 같은 중소기업 제품 900여 개에 대해 성능 검증을 지원하여 성능시험 비용을 절감하는데 기여함으로써 중소기업이 동반자로서 함께 성장할 수 있도록 노력하고 있다. 또한 직접적으로 계약관계에 있는 30억 원 이상 건설공사의 1, 2차 하도급 업체가 공동으로 참여하는 '상생협의체' 운영을 통해 불법하도급 근절과 건설현장 동반성장 환경 조성도 지속적으로 실시하고 있다.

기술이전 제품 총 매출액 변화



이해관계자와 녹색 네트워크를 구축하여 함께 성장

공사는 녹색구매 확대, 중소기업 녹색경영 지원, 건설업체와 상생협력 및 친환경 농업 지원 등 구매부터 폐기물 처리단계까지 공급망 전 과정에 걸쳐 녹색 공급망을 관리함으로써 협력기업, 지역주민들과의 동반성장으로 Green Network의 확대·강화를 이끌어 환경적 건전성을 향상시키고 있다.

기업의 환경적 책임은 이미 기업 자체의 책임에서 제품생산 관련 전 과정으로 확산되었으므로 협력기업의 자율적 환경경영과 청정생산체계 구축은 공사의 경쟁력 강화의 핵심과제로 보고 있다.

공사는 인력, 정보 및 인프라가 부족한 협력기업이 환경친화기업으로 성장할 수 있도록 ISO 14001 구축을 위한 환경경영교육, 환경관리기술 지원 서비스, 인증심사, 인증비용 및 사후 관리비용 지원 등 다양한 환경경영 프로그램을 제공하고 있다. 녹색사업장 구축을 위한 환경친화적 제품·서비스를 제공하는 상생협력 그린파트너십을 구축하고 있는 것이다.

또한 탄소성적표지 인증, 녹색상품 구매 도입 및 지속가능경영보고서 발간 등 환경경영 프로그램을 확산해 협력기업과 함께 공급망 전체에 대한 녹색성장 기반을 확보하고, 친환경 공급 네트워크를 완성해 기업의 사회적 책임을 협력기업과 함께 이행함으로써 기업의 환경적 건전성을 더욱 강화해 나가고 있다.

이해관계자별 녹색 네트워크



친환경 공급 네트워크 마스터플랜



적극적인 사회공헌으로 나눔문화 확산

▶ 미래 세대에게 꿈과 희망을!

댐 주변 지역 청·장년층에 안정적인 생활 보장을 위해 일자리와 수익원을 제공하는 ‘일자리 나눔 사업’을 추진하여 가사간병 도우미, 집수리 인력 등 1,245명의 일자리를 창출하였으며, 미래 세대를 위해서는 ‘물사랑 장학사업’을 실시하여 도시와 농촌 간 교육격차를 해소하고 댐 주변지역 학생들에게 배움의 기회를 확대하고 있다. 또한 초·중·고 학생들에 대해 학습단계별 차별화된 교육, 장학금, 방과 후 공부방 후원, 급식비 보조 등을 지원하며, 특히 댐 주변지역에 정착한 다문화가정을 위해 고향방문, 한글교육 등 사회 적응을 위한 도움을 주고 있다.



일자리 나눔 사업



물사랑 장학사업



다문화가정 후원사업

깨끗하고 안전한 식수공급을 필요로 하는 곳이라면 어디나

자라나는 학생들이 깨끗한 물을 안전하게 마실 수 있도록 2003년부터 지하수를 음용하는 전국 초·중등학교 중에서 먹는 물 수질기준에 부적합한 학교를 선발하여 최신 막여과 정수시설을 무료로 설치·관리하고 있다. 또한 자체 수원지를 확보하지 못해 만성적인 물 부족에 시달리고 있는 39개 도·시·군 지역을 위해 해수담수화 시설을 수탁·운영함으로써 지역주민들이 깨끗하고 안전한 수돗물을 불편함 없이 이용할 수 있도록 지원하고 있으며, 특히 홍수나 가뭄 등 재해로 인해 물 사용에 어려움을 겪는 지역에는 대형 물차나 비상식수용 병물을 지원하여 주민들의 불편을 해결하고자 앞장서고 있다.



초·중등학교 급식용수 지원

해수담수화 수탁 운영

재해지역 긴급 급수 지원

지구촌 물 문제 해결을 위해 나눔의 물길을 열어

지난 40년간 축적한 물 관리 역량을 활용하여 물 분야 글로벌 리더로서 사회적 책임을 다하기 위해 2006년 타지키스탄을 시작으로 2013년 네팔과 라오스까지 8년간 8개 국가를 대상으로 해외봉사단 310여 명을 파견하였다. 올해는 네팔 카트만두 머느허르푸르 마을과 라오스 사바나켓주 썩곤 마을을 대상으로 마을 상수도 시설 설치 등 식수개발과 함께 공공건물 개·보수, 빈곤가정 지원, 교육봉사활동 등 주민지원활동을 실시하였다. 이를 통해 지역주민들은 깨끗한 물을 공급받게 되었고, 아이들은 큰 꿈과 희망을 품게 되었다. 앞으로도 공사는 물을 절실히 필요로 하는 지구촌 사람들에게 지속적으로 나눔의 물길을 선물할 예정이다.



학교 음수대 앞에서 환호하는 아이들 - 마을 상수도 개발

글로벌 교육봉사활동

반부패 청렴 조직문화의 확산과 정착

공사는 반부패 청렴문화 확산 및 정착을 위하여 부사장 주관 「윤리위원회」 개최를 통해 ‘조직문화 개선 전담반’을 운영하여 조직문화, 인사 등 전사적인 48개 개선과제를 도출·이행하고 있으며, 이해관계자의 부정과 비리를 막기 위하여 부패취약 분야 집중 점검활동 및 엄중처분을 통하여 관행적 부조리와 부패위험을 근절토록 노력하고 있다. 특히 컴퓨터 기반 감사기법(CAATs : Computer Assisted Audit Techniques)을 활용한 자체 개발 지능형 감사 시스템(WARN : Wide Audit & Risk Network)을 고도화하여 43개 경영 시스템의 93개 리스크를 일단위로 상시 모니터링 한 후 피드백함으로써 부패에 대한 사전 예방기능을 강화하고 있다. 이로 인해 공사는 2012년 6월 국민권익위원회 ‘청렴선도클럽 CC Club’에 선정되었으며 한국감사협회 운영사례 발표 등 외부기관을 대상으로 수범사례 전파활동을 활발히 전개하고 있다. 또한 이노베이션 워크숍을 통한 경영진 특별교육 및 윤리의식 고취, 청렴 우수·부진부서 매칭을 통한 컨설팅 및 상호교류 등 소통 중심의 맞춤형 청렴·윤리교육을 실시하고 있으며, 온·오프라인 청정미인 캠페인 실시, 행동강령 10계명 선포·배포, 부패예방 및 건전한 공직풍토 조성을 위한 행동강령 개정 등을 통하여 지속적으로 청렴한 조직문화의 확산과 정착을 위하여 노력하고 있다.

부서 간 청렴 소통 커뮤니티

청정미인 캠페인

행동강령 10계명 포스터

교통안전공단





교통안전공단

TS 교통안전공단
Korea Transportation Safety Authority

업종	교통안전서비스
설립일	1981년 7월 1일
자산	2,800억 원(2012년)
홈페이지	www.ts2020.kr

- 한국경제 녹색친환경 경영대상(2010년)
- 국민신문고대상 부패방지부문 국무총리상(2011년)
- 동아일보 Korea top brand award 대상 안전부문(2012년)
- 한국경제 대한민국 윤리경영대상 2년 연속 종합대상(2013년)

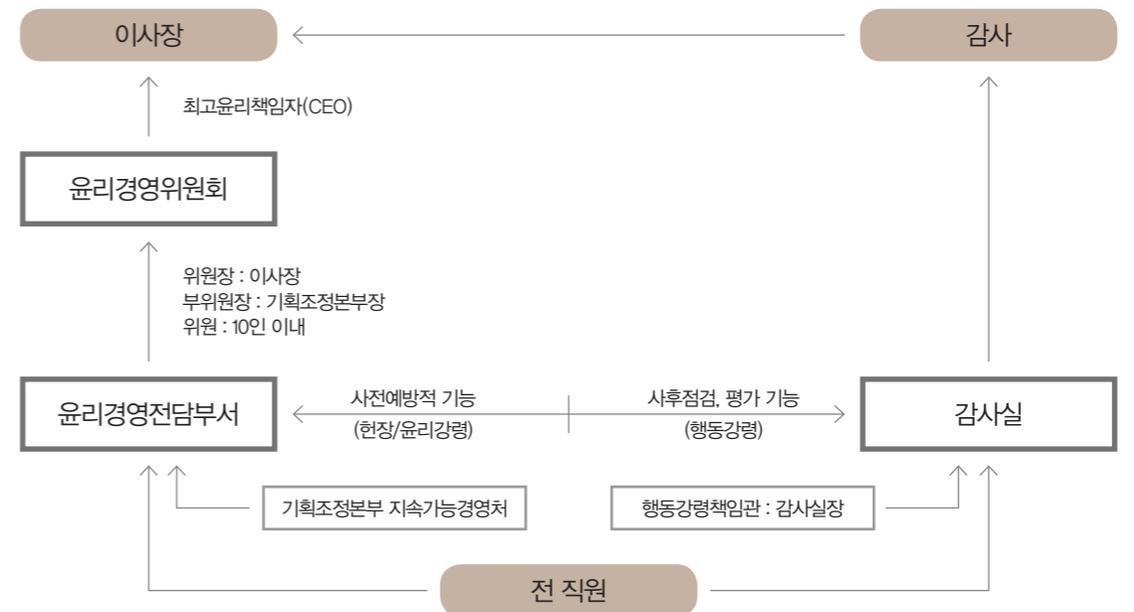
» 국민으로부터 신뢰받는 세계 최고의 교통안전 전문기관

교통안전공단은 변화와 혁신 그리고 소통을 주요 경영방침으로 삼으면서 원칙과 기본을 지키는 투명 경영을 적극적으로 실천하고, 혁신적이고 능동적인 조직문화를 만들어가고 있다. 또한 맑고 투명한 행정 실천과 사회적 문제 해결에 힘을 보태고자 환경경영 및 고객지원 등을 통해 국민들로부터 신뢰받는 세계 최고의 교통안전 전문기관으로서 역할을 다하고 있다.

공단은 '유리알'처럼 맑고 투명한 윤리경영을 위해 이사를 위원으로 윤리경영 관련 부서장, 조합 간부 및 외부전문가 등 10명 이내로 구성된 윤리경영위원회를 운영하여, 윤리경영정책 등 중요사항과 윤리헌장, 윤리강령의 제·개정 및 윤리경영 관련 제도개선 등의 사항을 심의·의결하고 있다.

윤리경영 전담부서인 지속가능경영처와 행동강령 책임관인 감사실은 상호 간 사전예방적 기능과 사후 점검 및 평가기능을 수행하고 있으며, 그 밖에 청렴기획단과 부패 취약 분야에 대한 모니터링 및 정책제언 기능을 하는 청렴옴브즈만을 운영하는 등 내·외부 전문가를 활용하여 윤리경영 추진조직을 강화하였다.

윤리경영 추진체계



무방문 인터넷 구조변경 전자승인제도

자동차 구조변경 신청 및 승인은 절차가 복잡하고, 업무 처리를 위해서는 검사소를 직접 방문해야 함에 따라 고객 불편사항이 많이 제기되어 왔다. 이에 공단은 절차 간소화를 통해 국민의 시간적·경제적 손실을 최소화하기 위해 노력했다.

▶ 무방문 사이버 검사소 구현으로 투명경영 및 고객편의 제고

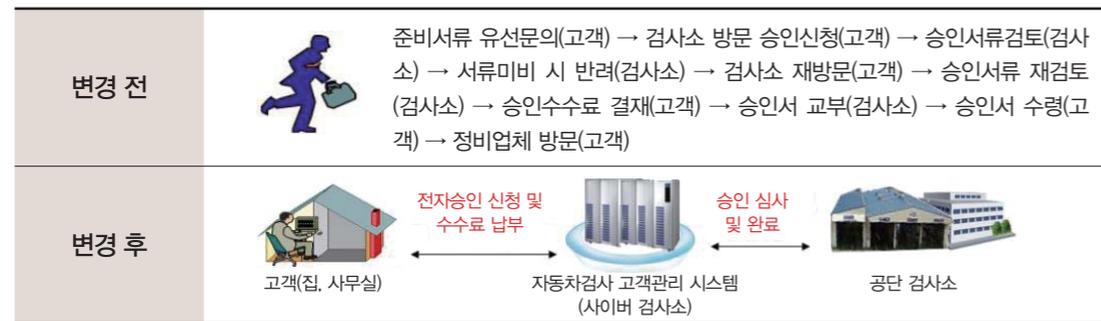
공단은 투명경영 및 고객편의를 제고하고자 자동차 구조변경 관련 도면정보 등을 공개하고 자동차 구조변경승인 업무를 인터넷으로 할 수 있는 사이버검사소(www.cyberts.kr)를 구축·운영하고 있다.

기존에는 고객들이 구조변경 승인을 받기 위해 검사소를 1~2차례 직접 방문해야 했으나, 절차의 간소화를 통하여 자동차 구조변경 도면정보의 전면 공개 및 표준화로 웹 기반 인터넷 신청 및 승인이 가능해져 고객 불편이 크게 해소되었다.

구조변경 업무처리 개선 전·후 비교

구분	개선 전	개선 후	효과	구현 화면
방문 횟수	최소 1회 이상	무방문	국가적 비효율성 제거	
구조변경 도면	고객 준비	시스템 제공	국민 업무편의 제고	
검토시간	78분/1건	10분/1건	공단 업무효율성 제고	
이용장소	57개 검사소	전국 어디서나	국민 이용편의 제고	

무방문 전자승인 업무 절차도



▶ '사이버검사소'를 통한 자동차 구조변경 투명성 향상 및 국민 편익 제공

구조변경 무방문 전자승인율은 2011년 69%에서 2013년 9월 현재 81%로 지속적으로 증가하였는데, 공단은 이러한 노력을 통해 대민 업무처리 과정에서 발생할 수 있는 부패 발생 개연성을 원천적으로 차단하여 업무처리의 공정성과 투명성을 높일 수 있었다.

(단위 : 년/대)

구분	방문	전자승인	계	비율
2011	45,423	101,911	147,334	69.2%
2012	35,784	89,111	124,895	71.3%
2013	23,810	70,366	94,176	74.7%
2013.9	1,744	7,435	9,179	81.0%

이를 2011년 이후 국민 편익으로 환산할 경우, 방문에 따른 교통비 등 경제적 비용절감 9억 4,000만 원, 업무 표준화 및 절차 간소화 등 업무효율성 제고에 따른 인건비 절감 166억 5,000만 원 및 전자처리에 따른 수수료 감면 55억 원 절감 등 총 231억 원의 비용을 경감하는 효과를 얻을 수 있었다.

그뿐만 아니라 이를 통해 불필요한 자동차 운행을 줄여 1,309톤의 CO₂ 저감 효과를 거두었는데, 이는 20년 된 소나무 26만 그루(국립환경과학원 추산 : 20년된 소나무 1그루의 CO₂ 흡수량 5kg/년)를 심은 것과 같은 환경적 편익을 얻은 것으로 볼 수 있다.

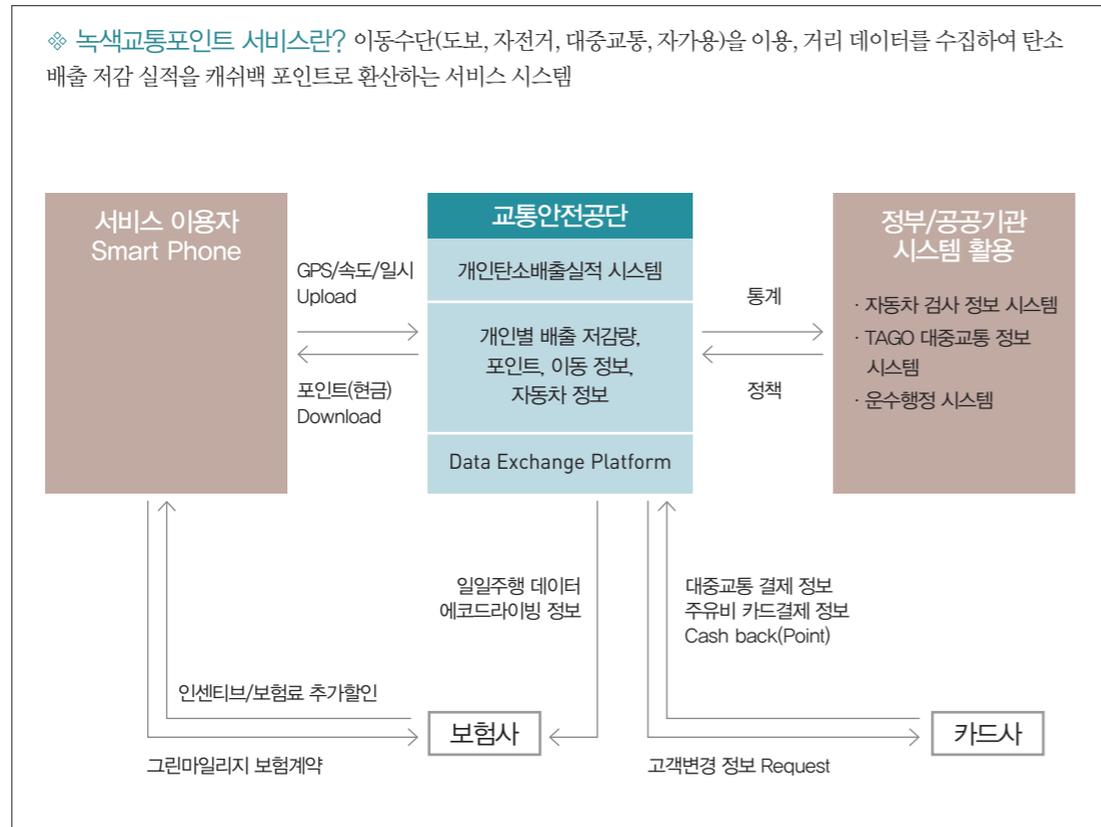
사회적 환경 문제 해결을 위한 환경경영

▶ 녹색교통 포인트 제도

공단은 교통 부문 온실가스 감축에 대한 국민 개개인의 자발적 참여를 유도하고자 지난 2011년에 녹색교통포인트 제도를 도입하여 2013년 현재까지 계속적으로 확대·운영하고 있다.

2011년 6월, 공단은 안산시·KT·삼성화재·신한카드 등 9개 기관과 함께 녹색교통 포인트 서비스 협약식을 갖고 녹색교통 생활 확산을 위해 힘을 쓸 것을 다짐하였다. 또한, 2011년 8월에는 한국대기환경학회·대우정보시스템과 추가 협약을 체결하여 녹색교통 관련 정책 개발 및 공공기관 온실가스·에너지 목표관리 서비스 시스템을 구축하였으며, 국가경쟁력강화위원회 등과 함께 자전거 연계 서비스 방안도 협

의하고 있다. 처음 도입된 녹색교통 포인트 시범 서비스에는 총 128명이(2011년 12월 기준) 참여하여 29.4톤의 이산화탄소 배출을 저감하는 효과를 거두었다.



2012년 3월에는 삼천리자전거와 자전거 이용 활성화를 위한 업무 협약식을 체결하였고, 같은 해 8월에는 브로슈어를 제작·배포하여 녹색교통포인트 서비스를 적극적으로 홍보하였다. 또한 같은 해 9월에는 통신관계 시스템(CDMA)에 의해 자동차 에코드라이브 녹색교통포인트를 부여하는 방법을 도입했으며, 여성 운전자 및 에코리더 등을 대상으로 녹색교통포인트 교육을 실시하는 등 녹색교통포인트 서비스의 활성화를 위해 다각적인 노력을 펼쳤다. 그 결과, 본격적인 도입에 앞서 시행된 녹색교통포인트 시범 서비스에 총 1,007명이 참여(2012년 12월 기준)하여 4,010kg의 이산화탄소 배출을 저감하는 효과를 거두었다.

▶ 에코드라이브(Eco-Drive) 교육

온실가스 감축은 물론, 연비개선을 통한 에너지 절약, 그리고 교통사고 감소효과까지 얻을 수 있는 효과적인 운전습관이 있다. 바로 에코드라이브(Eco-Drive)이다.

공단은 친환경 교통문화를 조성하기 위해 에코드라이브 교육과 홍보 등에 노력하고 있다. 2010년 4월 국토교통부로부터 국내 최초로 경제안전교육센터로 지정받은 이래, 지속적으로 경제안전 교육·홍보 등을 펼쳐나가고 있으며, 2010년에는 첨단 에코드라이브 체험교육 평가 시스템을 개발하였고, 2011년 11월에는 이에 대해 특허출원을 완료하였다.

또한 국제협력 네트워크를 확대하기 위하여 2010년부터 일본 크레펠 코토 교통안전연구소 및 일본 자동차안전운전센터 등과 양해각서(MOU)를 체결하여 체험교육 및 경제안전교육 관련 정보를 교환하고 상호 협력을 통해 전문 직무역량을 강화하는 한편, 경제안전가상체험관도 개설하여 순회 홍보활동 전개를 통해 경제안전 문화 확산에도 노력하고 있다.

에코드라이빙 체험교육 효과

구분	교육실적(명)	연비개선율(%)	연료소모량 개선율(%)	CO2배출량 개선율(%)	비고
2010	2,167	17.4	16.2	16.2	승용
2011	3,777	28.6	25.0	25.1	승용, 승합
2012	4,610	29.11	21.91	21.92	승용, 승합

2011년 에코드라이브 교육생은 3,777명으로 2010년 2,167명 대비 74.3% 증가하였고, 교육을 통한 연비개선율은 28.6% 향상되었으며, 연료소모량 및 이산화탄소(CO₂) 배출량은 평균 25.1% 개선되는 효과를 나타냈다.

2012년 에코드라이브 교육생은 4,610명으로 2011년 3,777명, 2010년 2,167명에 비해 급증하는 추세이며, 교육을 통한 연비개선율도 2012년 29.1%로 전년도에 비해 향상되는 효과를 나타냈다.

공단은 에코드라이브에 대한 국민 공감대를 형성하고자 2011년 2월 에코드라이브 전용포털 사이트를 개설하여 온라인 홍보를 강화하고, 국토교통부와 함께 에코드라이브 홍보작품 공모전 및 연비왕 대회



일본 자동차안전운전 센터와 양해각서 체결



에코드라이브 홈페이지 (www.ecodrive.kr)

를 개최하였다. 또한 에코드라이브 실천 협약에 동참한 기관·단체·업체 등을 대상으로 에코드라이브 교육을 실시하고 홍보활동 실적이 우수한 기관에 대해서는 해마다 포상을 실시하고 있다.

한국주택금융공사





한국주택금융공사

HF 한국주택금융공사

업종 금융업

설립일 2004년 3월 2일

자산 38조 7,000억 원(2013년 6월)

자본금 1조 4,000억 원(2013년 6월)

홈페이지 www.hf.go.kr

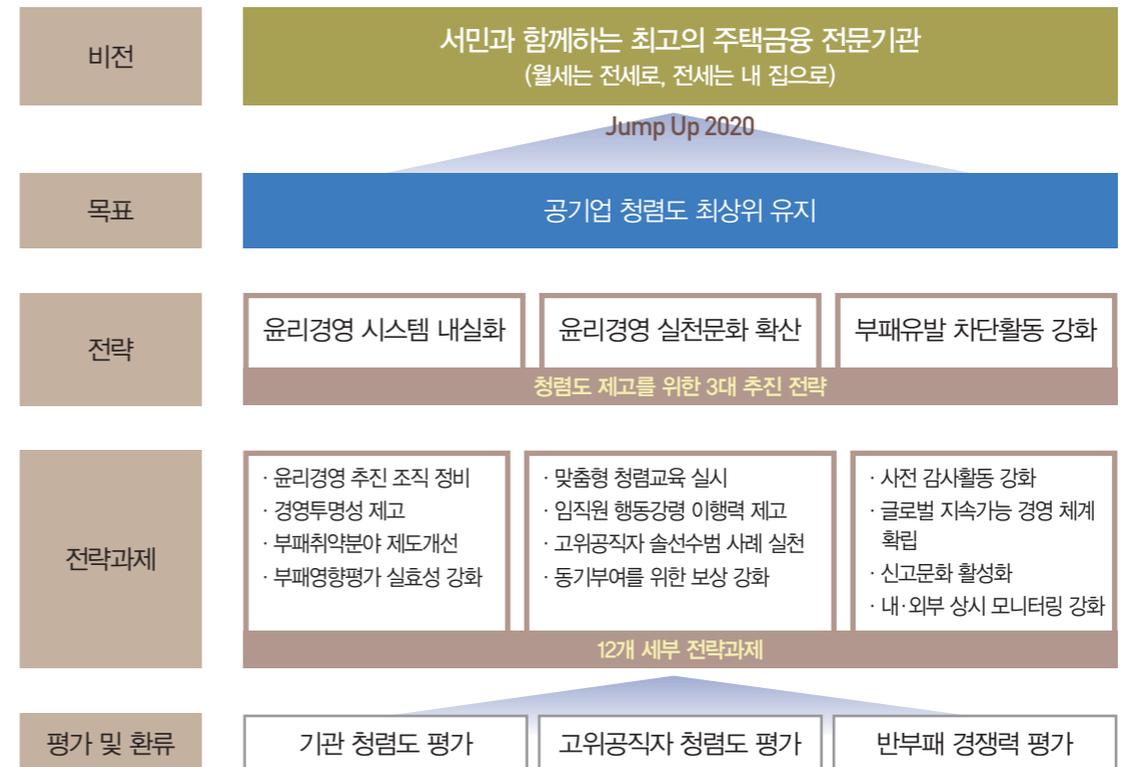
- 한국윤리경영학회 한국윤리경영대상 수상(2011년)
- 권익위 청렴도 조사 준정부기관 2년 연속 1위(2011년)
- 권익위 반부패 경쟁력 평가 우수기관(2010~2012년)

» 서민과 함께하는 최고의 주택금융 전문기관

한국주택금융공사는 서민경제의 핵심인 주택금융과 관련된 업무를 수행하고 있는 만큼 임직원의 윤리의식이 그 무엇보다 중요한 기관이다. 따라서 '윤리가 몸에 밴 금융 전문가(Ethicalized Financial Specialist)'라는 인재상을 토대로 전 직원이 윤리의식 제고를 위해 끊임없이 노력하고 있다.

공사는 '서민과 함께하는 최고의 주택금융 전문기관'을 비전으로, '서민 최우선', '혁신과 도전', '정도와 청렴'을 핵심가치로, '고객중심', '미래중심', '공공가치중심'을 경영방침으로 각각 설정하였다. 윤리경영 목표는 '공기업 청렴도 최상위 유지'이며, 3대 추진전략으로는 '윤리경영시스템 내실화', '윤리경영 실천문화 확산', '부패유발 차단활동 강화'로 설정하고 12개 전략과제 및 약 40여 개의 세부 추진과제를 설정하였다.

윤리경영 추진체계



부패 Zero 클린 공기업을 향한 노력

한국주택금융공사의 주요 업무 중 하나인 '주택사업자보증'은 주택사업자에게 보증이라는 수단을 사용해 신용을 보강함으로써 주택공급이 원활하게 이루어질 수 있도록 만들어진 제도이다. 보증 승인여부에 따라 주택사업자는 적게는 수십억에서 많게는 수천억까지 저리로 자금을 조달할 수 있기 때문에 뇌물수수 등 부패유발요인이 잠재해 있는 것이 사실이다. 이렇다 보니 공사 설립 초기에는 부패사건이 수차례 발생하였는데, 특히 2008~2009년 동안에는 직원 3명이 뇌물수수 혐의로 검찰에 고발되어 징계·면직되기도 하였다.

이를 계기로 공사는 매년 체계적인 부패발생요인을 발굴하고 개선대책을 마련하여 청렴한 공사로 자리매김하기 위해 전사적인 노력을 경주해왔다.

2008년에는 사업자보증 심사와 승인 업무를 분리하여 조직 상호 견제기능을 강화하는 등 보증심사의 객관성을 제고하기 위해 노력하였고, 2009년에는 최고경영인의 책임을 강화하기 위해 주택사업자 보증 신청기업의 대표자 입회하여 '윤리경영 실천약서 및 청렴서약서'를 제출하도록 하였으며, 2010년에는 심사자의 자의적인 판단을 최소화하기 위해 심사평가표의 정성지표를 대부분 정량지표로 변경하였다.



간부직원 청렴선서

또한 2012년에는 사업자 보증심사의 신뢰성 및 투명성을 확보하기 위해 전결권자의 권한을 축소하고, 다자간 협의에 의한 의사결정 범위를 대폭 확대하였다. 한편, 보증심사위원회의 운영방식도 대폭 개선하였는데, '내·외부 심사위원 Pool제'를 도입하여 회차별 무작위로 심사위원을 선정토록 함으로써 외부 청탁 가능성을 대폭 낮추었다.

2013년에도 지속적으로 제도개선이 이루어졌는데 보증신청, 보증승인, 보증서 발급, 조건변경 통지에 이르기까지 전 과정에 '전자보증서'를 도입하여 분실 및 위·변조에 따른 위험을 최소화 했으며, 공정률 확

인 방법을 간소화하여 현장실사 과정에서 발생할 수 있는 식사 또는 금품 제공 등 부패발생요인을 제거하기 위해 노력하였다.

그뿐만 아니라 CEO가 자체자정 결의대회, 청렴실천 결의대회 등을 통해 강력한 윤리경영 추진의지를 전파하고, 감사실 및 윤리경영 담당부서로 구성된 청렴협의회, 청렴추진실무위원회에서는 매년 공사에서 발생할 수 있는 부패발생요인에 대한 심도 있는 검토를 통해 개선대책을 지속적으로 마련하고 있다.

이러한 노력 등을 통해 설립초기 발생했던 뇌물수수, 공금횡령 등의 부정부패 사건이 2009년 이후 완전히 근절되었고, 기관 청렴도 등 외부평가에서도 지속적으로 우수한 결과를 얻고 있다.

'정도와 청렴'을 위한 노력

▶ 다양한 윤리경영 인프라 구축

한국주택금융공사는 앞서 소개한 윤리경영 인프라 외에도 윤리의식을 조직문화로 승화시키기 위한 체계적이고 유기적인 윤리경영 인프라 마련에 노력하고 있다.

우선 부점별로 각 1명씩 총 38명의 윤리경영 실천리더로 구성된 '윤리경영 실천옴부즈만'을 별도로 구성하였으며, 이와 함께 부패사전예방을 위한 e-감사시스템을 구축하고 내부감사활동을 강화하고 있는데, 이를 통하여 모든 제도의 시행 시 부패요인 여부, 윤리경영 추진의 적정성 여부를 사전에 심의함으로써 실무에서 발생하는 위험을 관리하고 있다.



고위간부 대상 청렴교육

또한, 2013년에는 상급자의 부정부패를 목격하고도 쉽게 고발하지 못하는 문제점을 해결하기 위해 CEO 또는 감사에게 직접 신고하는 '청렴 Hot Line'을 개설하였는데, 이는 CEO와 감사에게 외부메일을 통해 임직원의 부정부패 사실을 직접 신고하는 시스템으로, 신고자가 이 신고를 통해 기관의 청렴도 개선에 기여한 사실이 인정되면 특별승진까지 할 수 있도록 하고 있다.

그 밖에도 공사는 CEO 윤리특강, CEO메시지 등을 통해 윤리경영과 관련된 실천의지를 온·오프라인으로 직원들에게 수시로 전달하고 있으며, CEO 및 임원진의 업무추진비에 대한 홈페이지 상세 공개, Town Meeting 개최, 회의록 공개, 경영의사결정과정 등에 대한 외부전문가 참여확대와 결과 공개 등을 통하여 경영투명성을 제고하고 있다.

▶ 윤리경영 성과보상 시스템 등

공사는 이러한 윤리경영 실천노력에 대한 성과보상 시스템도 운영하고 있는데, 윤리경영 유공자를 찾아 표창하거나 윤리경영의 전사적 확산을 위한 제도개선 아이디어를 제출한 부서에는 포상금을 지급하고 있으며 청렴 마일리지 제도를 통해 마일리지 높은 직원에게 해외 연수 등의 특전을 부여하고 있다.

이와 함께 인사평가와 연계한 청렴 기반도 조성하였는데, 직원들이 서로를 평가하는 다면평가와 소속 직원이 부서장을 평가하는 리더십 평가에도 윤리의식에 대한 항목을 포함하여 운영함으로써 윤리경영 실천 노력을 인사에 반영하고 있다.

▶ 청렴문화 체험연수 실시

공사는 직원들의 윤리의식 체득을 위한 교육도 꾸준히 강화하고 있다. 변화하는 주변환경에 맞추어 윤리교육 프로그램도 다양화하여 왔는데, 반부패 청렴의식 교육, 성희롱 예방교육에서부터 윤리옴부즈만 대상으로 하는 청렴문화 체험교육 등 윤리경영 리더 육성까지 직급, 성별 등에 맞게 교육 커리큘럼을 운영한다.



청렴문화 체험교육

특히, 2013년 8월 말에는 각 부점의 윤리경영 실천리더들이 1박 2일 일정으로 청백리의 고장 전남 장성으로 '청렴문화 체험연수'를 떠나기도 하였다. 지속적인 청렴·반부패 시책 추진으로 피로도가 누적된 각 부점의 실천리더들이 바쁜 일상에서 벗어나 '아곡 박수량', '지지당 송흠' 같은 청백리의 발자취를 살펴보고 휴식도 취하는 유익한 시간을 가진 것이다. 또한 분임토의와 강의 등을 통해 체험으로 얻은 사실들을 구체화하고 서로 공유함으로써 실천과제와 연결시키는 과정을 거쳤는데, 연수 내내 직원들의 얼굴에는 진지함과 열기가 가득하였다.

공사는 앞으로 이러한 윤리교육 프로그램을 꾸준히 발굴해 직원들의 윤리의식을 제고하는 한편, '깨끗하고 일 잘하는 기관'의 이미지를 대내외적으로 심어줄 계획이다.

우체국물류지원단





우체국물류지원단



우체국물류지원단
Korea Postal Logistics Agency

업 종 우편물류서비스

설 립 일 1980년 8월 26일

자 산 419억 원(2012년)

홈 페이지 www.pola.or.kr

- 부패방지유공 대통령표창(2010년)
- 기재부 국민체감도 2년 연속 최상위 등급 달성(2012년)
- 지경부 공직기강유공 지경부장관 표창(2012년)

▶▶ 고객과 함께하는 우체국물류서비스전문기관

우체국물류지원단은 1980년 설립 후 ‘고객과 함께하는 우체국물류서비스전문기관’이라는 비전을 설정하고 국민의 편익 증진에 기여하고 있다.

또한, 투명한 우체국물류서비스를 통하여 청렴문화 정착에 지속적으로 노력한 결과, 2007년 윤리경영 도입 이래 6년 연속 법규위반 및 부패발생건수 ZERO라는 성과를 이루었다.

지원단은 윤리현장, 윤리실천강령, 임직원 행동강령, 임원 직무청렴계약 등 체계적인 윤리규범체계를 갖추고, 청렴리더로서 각 부서의 반부패 추진단 구성원들이 윤리경영활동을 선도하고 있다. 더불어 전 직원의 윤리경영활동 동참과 청렴의식 확산을 위하여 윤리특강, 윤리기본·심화교육 등 다양한 형태의 윤리 교육을 활발히 실시하고 있다.

윤리경영 추진체계



녹색물류실천을 위한 노력

▶ 물류에너지 관리시스템 구축을 통한 녹색물류성장 선도

지원단은 전사적인 탄소감축체계 추진 및 수송분야 에너지 사용량 절감을 위하여 ‘물류에너지 목표관리 협약’을 체결하였고, ‘물류에너지 관리시스템 구축’을 통해 온실가스 감축과 더불어 지속가능한 녹색물류실천 기업으로 나아가기 위해 조직역량을 강화하고 있다.



물류에너지 목표관리 협약식



SK텔레콤과 물류에너지 관리시스템 구축

: 공사와 물류·에너지 관리시스템 구축 협약을 체결한 SK텔레콤 서종환 차장의 이야기를 들어보자.

이해관계자 Interview

SK텔레콤 서종환 차장

우체국물류지원단과 녹색물류 전환사업을 위한 물류·에너지 관리시스템 구축 협약을 체결하여 M2M 기술 기반 물류·에너지 관리시스템을 구축, 탄소배출량을 줄이는 노력을 함께하고 있습니다. 우체국물류지원단이 윤리경영 우수기업으로 발전하기 위해서는 에너지 절감 및 효율성 개선 노력, 온실가스 감축, 고유사업과 연계한 환경보호 능력이 우선시 되어야 할 것입니다. 우체국물류지원단은 사업특성상 많은 운송차량을 보유하고 있어, 탄소배출 절감을 위해 우편물운송 사업에 에너지 절감형 사업구조로 전환하여 친환경 운송체계를 구축·운영하고 있습니다. 또한 국가적 녹색물류사업에 대한 적극적 참여를 통해서 공공성을 강화하고, 공공기관 최초로 온실가스 인벤토리를 구축하여 저탄소 녹색성장의 기반을 마련하였습니다. 앞으로도 지속가능한 녹색성장 사업을 추구하고, 환경보호에 앞장서는 기관이 되길 바랍니다.

온실가스 인벤토리 목표관리체계 구축

지원단에서 발생하는 온실가스 배출량은 우편물 운송을 위한 우편차량(999대)에서 발생하는 이동연소가 97%를 차지하고 있다. 이에 지원단은 온실가스 감축이 절실하다고 판단하여 온실가스 인벤토리 구축을 위한 조직구성 및 정책수립을 통해 전사적 노력의 성과물로 공공물류 부문 최초로 '국제인증 검증성명서'를 획득하였다.

“공공물류 부문 최초 온실가스 인벤토리 ISO14064 검증성명서 획득”

- 지원단이 구축한 자발적 온실가스 인벤토리 구축은 최근 5년간의 온실가스 배출원을 규정화, 목록화해 체계적인 온실가스·에너지 관리체계를 정립할 수 있는 토대를 마련('11.12.27 에너지 신문, 한국경제 신문 등)
- 결과에 따라 공공부문 온실가스 에너지 목표관리 시행 및 '12년 감축목표 전략 수립

중소물류업체와 동반성장 협의체 참여 및 소통강화

지원단은 중소기업의 어려운 운영 현실을 고려하여 6개 중소기업체를 대상으로 운송료를 선급금으로 지급하고 있고, 이와 더불어 우체국 창고 사용기회 제공, 협력사 에코드라이빙 교육 제공 등 8대 중점 지원과제를 선정하여 지원함으로써 공공기관으로서 사회적 책임의식을 강화하고 있다.

또한, 차량지정배차 제도를 도입하여 협력업체별로 공정한 기회를 부여함으로써 동반성장 협의체 발전의 형평성을 도모하였고, 품질개발교육 지원 및 우수기술 공유를 통해 중소기업체의 성장을 지원하는데 노력하고 있다.



동반성장 협의체 구축 및 협약식

업무특성과 노하우를 활용한 사회공헌

지원단은 전국운송망 네트워크를 활용하여 우편물 운송차량으로 구호물품 운송 및 장애인 휠체어 운반 지원, 정비기능직을 이용한 농촌 농기계 무상수리를 시행하고 있다. 또한 '대한민국 편지쓰기 대회'를 개

최하여 우편문화 확산과 국민정서 함양을 위한 활동을 전개하고 있으며, 사회취약계층을 위하여 최근 3년간 약 1만 7,000개의 우편수취함을 무상으로 보급하는 등 우체국물류지원단만이 할 수 있는 기부 역량 프로그램을 개발하여 국민에게 한 발 더 다가가고 있다.



휠체어 운반 지원

구호물품 운송차량 지원

대한민국 편지쓰기 대회

청렴문화의 대내외 전파

▶ 급여명세서 및 운송확인서를 활용한 청렴교육 시행

지원단은 현장직원 중심의 인력구성(약 92.3%)과 교대근무 여건 등의 특성으로 인해 청렴문화 정착에 대한 전 직원의 공감대 형성과 청렴활동 전파에 많은 시간이 소요되고 있는데, 이를 극복하기 위하여 현장직원들이 상시 휴대하는 운송확인서와 월별 급여명세서에 청렴표어, 행동강령 및 윤리교육 핵심사항을 수시로 삽입·전파하여 전 직원들이 반부패 청렴의식을 생활화 하도록 유도하고 있다.



급여명세서 윤리교육



운송확인서 윤리교육(연간 151만 회)

▶ 사후민원 및 계약 A/S 설문조사



사후민원 고객 상담

이사장 청렴 서한문

그뿐만 아니라, 지원단은 구매계약 업체 등 고객사의 투명경영 참여를 유도하고 ‘고객과 함께하는 우체국물류서비스전문기관’이라는 이미지 확립을 위해, 반기별 사후민원 및 계약 A/S 설문조사를 실시하여 고객의 목소리에 귀 기울이고 불만사항에 대해서는 적극 개선하도록 노력하고 있다.

또한, 설문지 발송 시 이사장 청렴 서한문을 동봉하여 기관장의 반부패 청렴의지를 대외에 전파하고 있기도 하다.

편집 후기

이 책은 각 기업들이 운영하고 있는 다양한 윤리경영 사례를 사회적 문제 해결, 임직원 실천, 준법경영, 건강한 기업생태계 구축 등 4개 부문으로 구분하여 각 사별로 해당 부문의 대표적 사례를 집중적으로 소개하고 있습니다. 특히 전경련 윤리경영임원협의회 회원사 실무진이 참여하여 제도 도입과 운영에 관한 내용뿐만 아니라 추진 과정상의 애로사항과 극복과정까지 담고 있어, 윤리경영을 추진코자 하는 많은 기업들에게 좋은 지침서가 될 것으로 기대합니다.

자료제공 및 발간을 허락하여 주시고 적극 협조해주신 윤리경영임원협의회 위원을 비롯한 모든 집필진께 진심으로 감사드립니다.

-전국경제인연합회 사회공헌팀

공공 부문에서도 윤리경영을 모범적으로 실천하고 있는 기관들이 많지만, 본 사례집에서는 권익위가 매년 실시하고 있는 「공공기관 반부패 경쟁력 평가」에서 3년 연속 우수기관으로 평가된 20개 기관의 사례에 대해 적합성, 참신성, 내용 충실성을 종합적으로 고려하여 10개 기관을 엄선하였고, 공공 부문 여러 업종의 다양한 사례를 상세히 소개하기 위해 노력하였습니다. 권익위와 전경련이 공동 기획·제작한 이번 사례집이 각 기관의 실무자들에게 윤리경영을 확산·정착시켜 나갈 수 있도록 안내하는 좋은 참고자료가 되기를 바랍니다.

-국민권익위원회 민간협력담당관실

