



We have a dream

We have a dream

보고서 개요

2012년 지속가능경영보고서는 지속 가능한 사회를 만들어 가고자 하는 kt의 노력과 성과를 담은 일곱 번째 보고서입니다. 본 보고서는 kt의 주요 경영 현황과 중장기 전략, 경제적 수익성, 사회적 책임성, 환경적 건전성을 통합적으로 보고하여 kt의 지속가능경영 활동을 알리고, 이해관계자와 소통하고자 합니다. kt는 앞으로도 이해관계자와 함께 새로운 가치를 창조하고 지속가능 경영 활동을 더욱 활발하게 펼쳐 나가겠습니다.

보고서의 구성

본 보고서는 kt의 경제, 사회, 환경 성과를 이해관계자 별로 보고하고 있습니다. 주주, 고객, 환경, 임직원, 협력사, 지역사회로 구분하되, 올레 경영 2기의 내용을 담아 kt의 가치 창출을 위한 전략을 보고하였습니다. 보고서의 작성은 CSR 팀 주관 아래 유관 부서 실무자들이 참여하여 이루어졌습니다.

보고서 기준과 검증

본 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative)의 G3.1 가이드라인을 기준으로 작성하였으며, 2010년 11월 공표된 ISO 26000 관련 정보를 제공하였습니다. 본 보고서는 포괄성, 중요성, 대응성을 확보하기 위해 독립적인 전문기관의 검증을 받았습니다.

보고 기간과 범위

본 보고서는 2011년 1월 1일부터 2011년 12월 31일까지 국내 사업조직의 활동 사항과 성과에 대해 보고하고 있습니다. 일부 사항에 대해서는 2012년의 내용도 포함하고 있습니다. kt는 매년 지속가능경영보고서를 발간할 예정입니다.

Contents

- 02 이사회 의장 메시지
- 03 CEO 메시지
- 04 이해관계자 참여
- 05 중요성 분석



2012 kt Highlight-Special Issue

- 06 올레 경영 2.0
- 09 2012 kt 보고서 구성
- 10 BIT를 통한 경영혁신과 Smart Working
- 11 그린 비즈니스
- 12 스타트업 기업 지원을 통한 동반성장
- 13 kt CSR의 확장 - IT를 통한 사회적 가치 창출

Sustainability at kt

- 14 At a Glance
- 15 kt 가치체계
- 16 투명한 지배구조
- 17 지속가능경영
- 18 지속가능경영을 통한 혁신
- 19 윤리경영
- 20 리스크 관리

Dream with Shareholders

- 23 성장동력 구축
- 25 글로벌 비즈니스
- 26 브랜드 가치
- 29 혁신경영
- 31 경제적 성과
- 33 주주 커뮤니케이션





Dream with Customers

- 35 CS 경영체계
- 36 서비스 혁신
- 41 안정적인 통신 서비스 제공
- 42 IT 보안 강화 및 고객보호
- 43 정보화 역기능 해소



Dream with Employees

- 45 Great Work Place
- 47 인사제도의 공정성
- 48 인재개발
- 51 안전 및 보건
- 52 복리후생
- 53 인권 존중 경영
- 54 임직원 커뮤니케이션
- 55 창조적 新노사문화



Dream with Environment

- 57 환경경영 체계
- 58 기후변화 대응
- 60 에너지 효율화
- 62 kt의 에너지 절감 실천사항
- 63 자원 재활용
- 64 친환경 제품 및 서비스 혁신
- 65 정책참여 및 인증
- 67 그린비즈니스 상품

Dream with Suppliers

- 69 동반성장 정책
- 71 협력사 인프라 및 금융 지원
- 72 동반성장 확산
- 74 그린생태계 구축
- 75 구매제도혁신
- 76 공정거래
- 77 협력사 커뮤니케이션



Dream with Society

- 79 사회공헌 활동 전략
- 81 IT나눔
- 83 사랑나눔
- 86 문화나눔
- 88 보편적 서비스 및 정보격차 해소
- 89 그룹사 CSR

Appendix

- 96 독립 검증 보고서
- 98 GRI Index
- 99 ISO 26000 보고 현황
- 100 국내외 협회 및 단체 가입 현황, 주요 지속가능경영 지표
- 101 2011년도 수상 실적

이사회 의장 메세지

글로벌미디어 유통기업으로
변모해가는 kt의 활동과 꿈을 실현하기 위해
최선을 다할 것입니다



1981년 한국전기통신공사로 창립된 kt는 우리나라의 정보통신 역사를 대변하듯, 급속하게 변화해 왔습니다. 유선전화에서 출발하여 인터넷과 IPTV 등 새로운 사업영역을 개척했으며, 지난 2009년 KTF와 합병한 후 시대적 흐름인 유무선 융합 서비스까지 제공하게 되었습니다. 그리고 전국적으로 구축된 초고속 네트워크 인프라를 토대로 스마트 혁명을 선도한 올레 경영 1기를 넘어, 이제 올레 경영 2기가 출범하였습니다.

kt가 그동안 추진해 왔던 중소기업과의 동반성장, 신노사문화, 스마트 워킹의 도입을 통한 업무의 효율화 등이 이제 가시적이고 공고화된 성과로 선보이게 될 것입니다. 클라우드 컴퓨팅, 검색기술, 동영상 송출, 스마트 스페이스 등 최첨단 IT 기술을 지원하는 한편, 창의적인 아이디어와 기술을 가진 국내 벤처들이 자라날 수 있는 생태계를 마련한 것은 kt가 글로벌 미디어 유통 기업으로 도약하는 자양분이 되리라 기대합니다. 또한 kt 내부의 제도, 프로세스, 문화 등 일하는 방식을 혁신시키고 생산성을 높인 스마트워킹은 내재화된 노하우를 기반으로 비즈니스 모델화, IT건설당 사업화에 활용되어 사회 전반으로 확산될 것입니다.

우수 인재의 발탁과, 성과 중심의 평가·보상을 전제로 하는 인적자원의 활용으로, 이제 kt는 한층 젊고 역량 있는 리더들이 신규 시장과 글로벌 진출을 진두지휘하고 있습니다. 이 중에서도 kt는 국내 기업 중 가장 적극적으로 여성 고위 관리자를 발탁한 기업으로 꼽히고 있습니다. 능력 있는 여성 경영진을 전면에 내세워 kt의 대고객 서비스를 한층 감성적이고 친근하게 변화시키고 있습니다.

지난 3년 간 kt 스스로 혁신을 감내하고 내부의 DNA로 정착시켰기 때문에, 글로벌 미디어 유통 기업으로 변모해 글로벌 무대로 진출하는 kt의 활동을 기대해 봅니다. kt가 보유한 강력한 네트워크와 솔루션으로, 한류에 대한 전 세계의 뜨거운 열기에 부응한다면, 멀지 않은 미래에 kt의 꿈은 이루어지리라 확신합니다. kt는 소외된 계층에까지 더욱 사회적 책임을 다하는 기업으로 자리매김할 것입니다. 성장하는 kt의 기업가치에 비례하는 막중한 책임감을 가지고 사회의 기대에 부응하도록 노력하겠습니다. 특히 글로벌 kt를 이끌어갈 미래의 인재들이 디지털 격차로 인해 소외되지 않는 데 앞장 서겠습니다.

2012년은 kt가 가진 경쟁우위가 본격적으로 경제 및 사회 성과로 이어지는 교두보가 되는 해로 기록될 것입니다. 이제껏 많은 관심과 사랑으로 지켜봐 주신 이해관계자 여러분, 올해도 더욱 많은 격려와 충고로 저희 kt와 함께해 주십시오. 이사회 또한 이사회를 비롯한 kt 전 임직원은 지속가능경영에 대한 의지를 천명하고 진정성 있는 모습을 이해관계자분들께 보여드리고자 최선의 노력을 다하겠습니다. 감사합니다.

kt 이사회 의장 **김응한**

CEO 메시지

kt가 꿈꾸는 미래의 세상은
지금보다 훨씬 더 나은 세상이 된다는
확신을 공유하고 있습니다



기업의 역사를 어디까지 거슬러 올라가야 할지는 잘 모르겠지만, 적어도 지난 100여 년 간 이름을 남긴 기업들은 모두 위대한 기업들이었다고 저는 생각합니다.

기업들은 안정된 일자리와 복지의 제공자였으며, 혁신적인 제품으로 인간의 삶을 바꾸고 부를 축적하게 했습니다. 기업이 돈을 벌 목적으로 개발한 아주 사소한 발명품이 인류의 삶에 기여한 바를 말하기로 하면 아마도 끝이 없을 것입니다. 인류역사상 가장 뛰어난 발명품은 식기세척기라는 평가가 있다는 글을 언젠가 읽은 적이 있는데, 이것도 그리 큰 과장은 아니지 않을까 생각합니다. 이런 점들을 생각할 때 기업의 역사는 훌륭한 사회적 기여에 관한 역사라고도 할 수 있을 것입니다. 지금은 사라져버린 기업이라 해도 이러한 평가에 인색할 필요는 없다고 생각합니다.

그런 한편으로 기업들은 어두운 그림자도 만들었습니다. 환경을 훼손하기도 하고, 사회적 불평등을 심화시키기도 했습니다. 그것이 기업이 하고자 하는 일은 아니었지만 결과적으로 그 책임의 일단은 피할 수 없습니다. 세계적으로 양극화가 심해지고 기후변화가 인간 생활의 가장 무거운 쟁점으로 된 오늘날, 기업들은 더욱 엄중한 책무를 짊어지고 있습니다. 이제 창의와 혁신만으로 기업이 성공할 수 있는 시대는 지났습니다. 법의 준수와 윤리경영, 사회공헌, 환경보호 등은 너무나 당연한 것이 되었습니다. 오늘의 글로벌 사회는 기업들에게 그 같은 의무 너머의 공헌을 요구합니다.

저는 결과적으로 오래 살아남는 기업이 위대한 기업이라고 생각합니다. 끊임없는 개발과 혁신, 그리고 보다 역동적인 사회적 공헌을

통해서 그 가치를 인정받는 기업만이 오래 살아남을 수 있기 때문입니다. kt에 몸담은 우리는 kt가 100년 이상 발전해가는 위대한 기업이 되기를 원합니다. 그리고 우리는 지금 그 위대한 도전의 길에 들어섰습니다. 우리는 더 많은 젊은이들에게 안정적이고 창의적인 좋은 일자리를 제공할 것입니다. 좋은 일자리는 사회적 불평등을 해소하는 원천이기도 하고, 심지어 닭을 봉황으로 만들기도 하는 힘이 있습니다.

특히 우리는 스마트 시대를 선도함으로써 삶의 모든 영역에서 인류에 기여할 것입니다. 에너지와 환경, 건강, 나아가 교육과 문화, 예술에 이르기까지 우리가 상상하는 모든 것은 앞으로 kt의 직접적인 사업 영역인 동시에 사업을 통한 사회공헌의 장이 될 것입니다. 우리는 kt가 꿈꾸는 미래의 세상은 지금보다 훨씬 더 나은 세상이 된다는 확신을 공유하고 있습니다. 바로 이것이야말로 21세기 기업의 역할이며, 지속가능경영의 본질이라고 생각합니다.

이 보고서에는 이러한 kt의 비전이 모두 담겨 있습니다. 우리는 사회에 공헌하는 것이면 kt에 이로운 것이며, kt에 좋은 것이면 사회에 기여하는 것이라는 확신을 가지고 위대한 발걸음을 계속 하고자 합니다.

kt 대표이사 회장 이석채

이석채

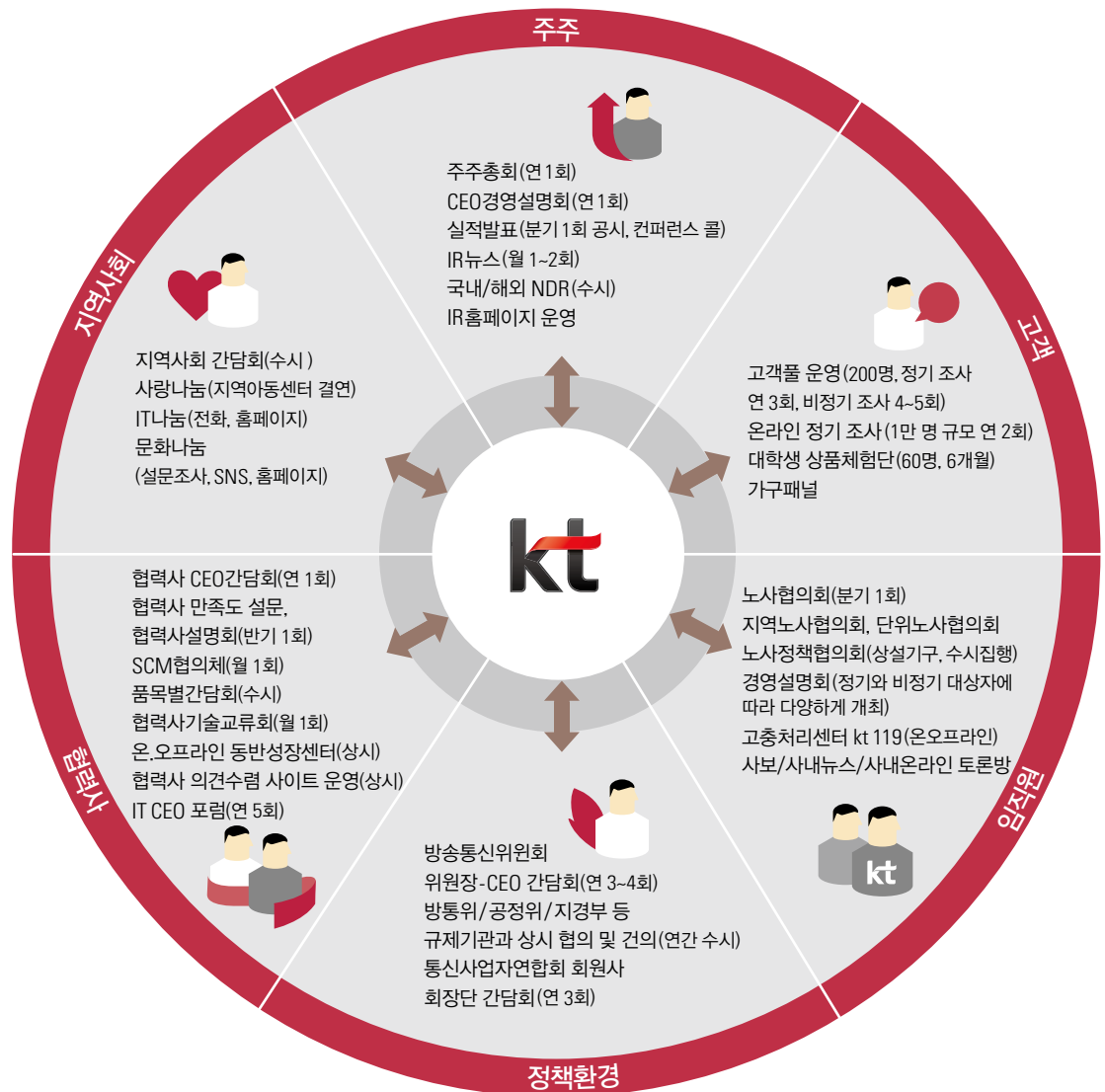
Stakeholder Communication

이해관계자 참여

kt는 회사와 경제적인 거래 관계를 맺고 있는 고객과 주주, 혁신과 성장의 주체인 임직원과 협력사, 사업을 영위하는 기반인 지역사회를 주요 이해관계자 그룹으로 분류하고 정기적으로 협의체 방식 또는 설문조사 방식을 활용하여 의견을 수렴하고 있습니다.

구체적으로는 CEO와 협력사의 간담회, 노사협의회, 지역사회간담회 등 각 이해관계자 분들과 정기적으로 대화하는 자리를 마련하고 있으며, 논의한 사항에 대해서는 해당 부서에서 의견을 수렴 및 반영하고 있습니다. 또한 중요성 평가의 일환으로 설문조사도 시행하고 있습니다. 또한 이를 경영 활동에 반영하기 위해 관련 임원으로 구성된 지속가능경영위원회를 운영하고 있습니다. 동 위원회는 지속가능경영 활동을 총괄하며 실무위원회 운영 및 각 분과 활동을 지원하는 역할을 수행합니다.

이해관계자 커뮤니케이션 채널



Stakeholder Communication

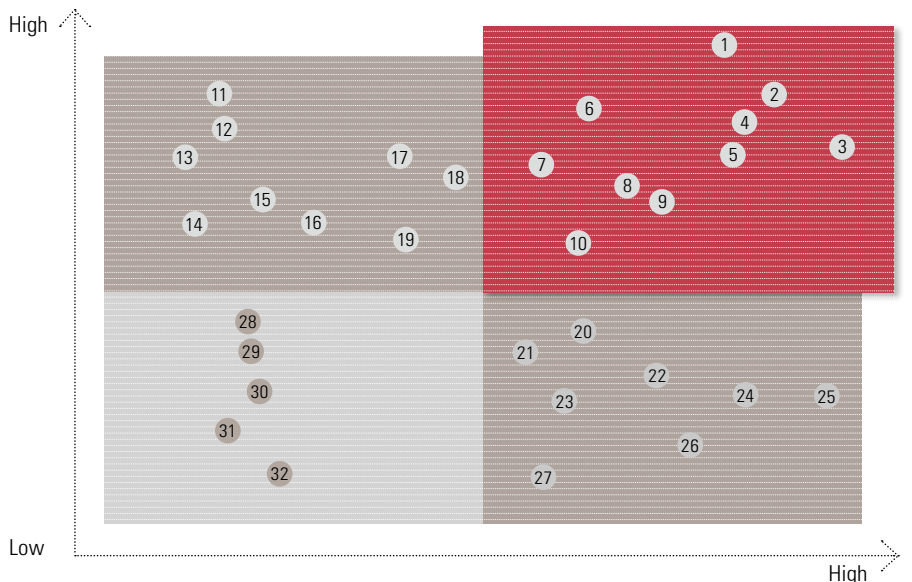
중요성 분석

kt는 '중요성 분석'을 통해 이해관계자의 관심사항과 경영 활동에 미치는 영향을 고려하여 주요 이슈를 파악하고 지속적으로 관리하고 있습니다. 중요성 분석은 미디어, 국내외 동종업계 벤치마킹, 국제 규범 및 표준, 임직원 및 외부전문가 설문조사를 통해 이해관계자 여러분의 관심사를 반영하고, 올레 경영 2.0자료 및 KPI 등 사내 자료를 통해 kt에 미치는 영향력을 고려하였습니다. 이를 종합적으로 분석하여 결과를 도출하였고, 이를 토대로 본 보고서를 작성하였습니다.

- 1 미디어 분석_ kt는 이해관계자의 관심사항 및 사회적 기대 수준을 파악하기 위해 2011년 한 해 동안 국내 언론사에 보도된 기사를 분석하였습니다. 다만, 보도자료가 배포되는 것을 고려하여 부정적 이슈에 가중치를 부여하였습니다.
- 2 동종업계 벤치마킹_ 유선통신 사업자 및 모바일 사업자 중 kt와 경쟁하고 있는 글로벌 기업들의 CSR 활동을 분석하고 동종업계의 이슈를 파악하였습니다.
- 3 국제 규범 및 표준_ ISO 26000, GRI G3.1, UNGC 원칙, DJSI 설문지를 고려하여 글로벌 기업으로 도약하려는 kt의 기준으로 삼았습니다.
- 4 외부 전문가 설문_ 국내 CSR 전문가 100여명을 대상으로 kt의 지속가능경영 수준과 향후 관심을 가져야 할 이슈에 대해 설문을 실시하고 이를 중요성 분석에 반영하였습니다. 향후 주목해야 할 이슈로는 지배구조와 인간중심경영, 동반성장 등이 높은 순위를 차지하였습니다.
- 5 임직원 인식도 조사_ CSR에 대해 알고 있다고 응답한 직원이 62%, kt의 구체적인 CSR 활동을 알고 있다고 응답한 직원이 54%였습니다.

중요성 분석 결과 | “동반성장”, “사회공헌”, “이해관계자 참여” 등이 주요 이슈로 도출되었고, 올레 경영 2.0 발표와 함께 성장동력 부분도 전년에 비해 중요성이 증가한 것으로 나타났습니다

- | | |
|---|---|
| <p>High Issue</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 사회공헌 2 이해관계자 참여 3 동반성장 4 신성장동력 5 환경경영(탄소경영) 6 지속가능한 자원사용 7 소비자 커뮤니케이션 8 임직원 보건과 안전 9 훈련 및 교육 10 기후변화대응 <p>Low Issue</p> <ul style="list-style-type: none"> 28 제품책임 29 경영환경 30 인권침해행위 근절 31 책임있는 정치참여 32 생태계보호 | <p>Medium Issue</p> <ul style="list-style-type: none"> 11 지역사회 영향 12 오염방지 13 공정경쟁 14 마케팅 15 인권존중경영 16 경영일반 17 소비자 보건 및 안전 18 소비자 정보보호 19 경영성과 20 다양성과 평등한 기회 21 윤리경영 22 위험과리 23 근로조건 개선 24 명성 25 지배구조 26 기술개발 27 노사관계 |
|---|---|



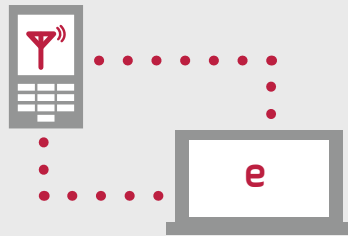
2012 kt Highlight - Special Issue

올레 경영 2.0



1980s 유선의 시대

kt의 전신인 한국전기통신공사가 1981년 설립되고, 가정에 전화기가 본격적으로 보급되면서 시내 시외 전화를 통해 정보를 교환하는 시대가 열렸습니다. 지역번호가 정해지고, 국제전화도 가능해졌습니다.



1990s 무선의 시대

삐삐와 시티폰을 거쳐 PCS가 보급되었습니다. 한국통신프리텔(주)가 1997년에 세워지고, 이동 전화 가입자가 천만 명을 넘었습니다. 고속인터넷 ADSL서비스도 제공되었습니다. 밀레니엄을 맞이하며 개인 휴대폰이 보편화되었습니다.



2000s 네트워크의 시대

한일월드컵이 열린 2002년 초고속무선인터넷 네스팟(NESPOT)이 출시되었고, 2006년 와이브로가 상용화되었습니다. 고객들은 전국 어디서나 WiBro, WiFi, WCDMA를 통해 kt의 네트워크에 늘 연결되어 있게 되었습니다. kt는 2009년 아이폰 출시를 시작으로 스마트폰의 도입 및 확산, 스마트 패드의 확산까지 선도했습니다.

올레 경영 1기
변화와 혁신을 통한
성장 잠재력 확보

- 신성장 분야 전문 인재 양성
- 글로벌 수준의 기업 문화 혁신
- 비즈니스 포트폴리오 전환

2011년 DJSI* 통신분야 세계 1위 달성

*DJSI: Dow Jones Sustainability Index

올레 경영 2기
글로벌 미디어 유통
그룹으로 본격 도약

- 혁신적 통신 시장 선도
- IT 미디어 사업 집중 육성
- 신규 컨버전스 영역 확장
- 글로벌 사업자로 변신

Virtual Goods(가상 재화) 유통 생태계 주도

올레 경영 2.0
가치 창출의 시대



2012년 올레 경영 2.0과 함께 가치 창출의 시대(The Era of Value Creation)가 열렸습니다. 이해관계자 여러분과 함께 꿈꾸고 실현해 나가는 kt가 되겠습니다.

**“통신 사업자를 넘어, 글로벌 미디어 유통 그룹으로의
도약을 통해 글로벌 ICT* 컨버전스 리더로 성장”**

**글로벌 ICT
컨버전스 리더로 성장**

- Always Connected 2.0 기반의 Smart Life 선도
- IT를 통한 사회적 가치 창출에 기여

최근 N-screen 기반의 스마트 단말 보급 확대와 통신 서비스의 발달에 따라 고객들은 언제 어디서나 멀티미디어 기반의 커뮤니케이션과 대용량 콘텐츠의 실시간 소비/생산을 할 수 있게 되었습니다. 반면, 통신 서비스를 제공하는 사업자는 LTE 등 진화하는 네트워크 기술에 따라 대용량 네트워크 구축/운영에 막대한 자금을 투자해야 하는 상황과 더불어 타 산업 사업자들의 통신 시장 진입으로 유래 없는 치열한 경쟁 상황에 직면하고 있습니다. 이에 따라, 통신 사업자의 전통적인 수익 모델에 대한 불확실성은 더 커지고 있으며, kt를 비롯한 전세계의 통신 사업자는 지속 성장을 위한 변화와 혁신, 새로운 성장 동력의 발굴에 깊은 관심을 가지게 되었습니다.

*ICT: Information, Communication, Transaction

올레 경영 1기_

변화와 혁신을 통한 성장 잠재력 확보

올레 경영 1기 평가 | 지난 올레 경영 1기의 kt는 기업 체질 개선과 경영 인프라 혁신을 통한 성장 잠재력 확보에 힘써 왔습니다. 비통신 영역 인재 육성과 외부 전문임원 영입 등 신성장 분야 인재 양성에 집중하였으며, BIT* 기반의 프로세스 전환과 Smart Working, 창의경영 확산 등으로 글로벌 수준의 기업 문화 혁신을 추진하였습니다. 또한 유무선 통합 및 스마트 혁명 선도, 컨버전스 핵심 기술 투자, 글로벌 사업 협력 확대 등을 통해 성장의 기반을 준비하였습니다.

* BIT : Business & Information system Transformation

올레 경영 2기_

글로벌 미디어 유통 그룹으로 본격 도약

올레 경영 2기 추진 전략 | 이제 kt는 그간의 변화와 혁신을 바탕으로, 갈수록 경쟁이 치열해지고 성장이 둔화되고 있는 통신 시장을 넘어 '글로벌 미디어 유통 그룹'으로 도약하고자 합니다. 강력한 유무선 네트워크와 클라우드 등의 핵심 기술을 기반으로 콘텐츠, 앱, 솔루션 등이 글로벌 시장을 대상으로 자유롭게 유통되는 Virtual Goods의 새로운 세상을 열어 나가겠습니다. 이를 위해 IT 미디어 사업을 집중 육성하고 신규 컨버전스 사업 영역으로 적극 확장하여 중기 성장을 견인할 것입니다. 특히, 그룹 시너지를 기반으로 미디어/콘텐츠, 금융, 보안, 렌탈 영역의 사업을 집중 육성하고, 새롭게 부각되는 광고, 교육, 의료, 에너지 산업 등으로 성장 포트폴리오를 다변화하여 지속 성장의 기반을 공고히 할 것입니다. 또한, 글로벌 선도 사업자와의 강력한 파트너십으로 CCC*, Managed IT, Smart Space 등 국내 성공 모델의 해외 진출을 적극 추진하여 글로벌 사업자로 변화할 것입니다. 이와 더불어, IT를 통한 소외 계층의 기회 격차 해소, 중소기업과의 동반성장, IT 산업 부흥을 통한 일자리 창출 등에 더욱 노력을 기울여 사회적 책임과 역할을 확대해 나갈 것입니다. 이러한 kt의 '글로벌 ICT 컨버전스 리더' 전략은 성장 정체에 직면한 글로벌 통신사업자들에게 위기를 극복하는 혁신적 사례로 자리매김할 것입니다.

*CCC : Cloud Communication Center

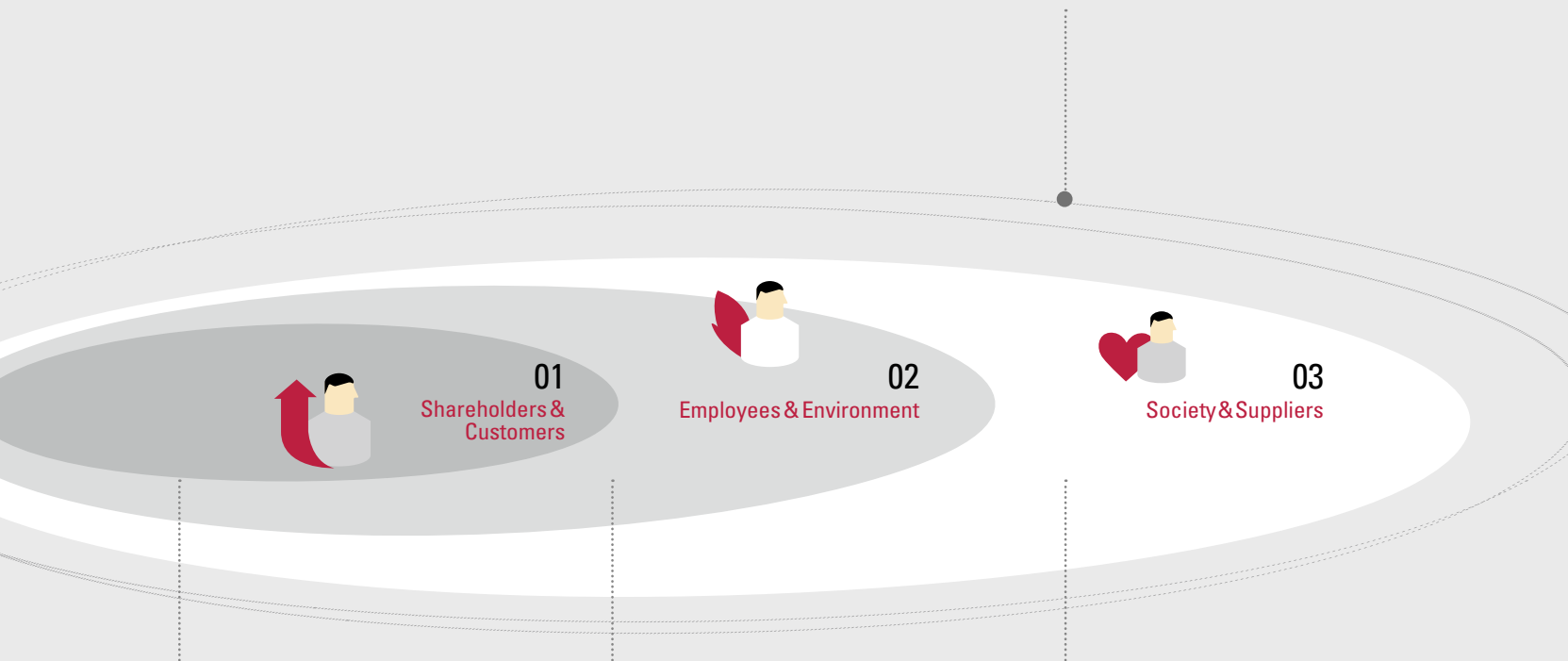
Global Partners



2012 kt Highlight - Special Issue

2012 kt 보고서 구성

2012년 kt의 지속가능경영보고서는 기업의 사회적 책임(CSR) 측면만을 보고하는 것이 아니라, kt의 모든 이해관계자분들과 함께 공유가치를 창출(CSV, Creating Shared Value)하고자 고민하고 노력한 부분을 보고서에 담고자 하였습니다. 올레 경영 2기를 맞이한 kt의 영향력에 걸맞는 책임을 다함과 동시에 kt의 서비스와 그린 비즈니스를 통해 환경·사회적인 문제의 해결에도 기여하여 지속가능한 사회를 만들어가겠습니다.



Shareholders & Customers

kt는 기업 본연의 경제적 가치 창출과 고객 만족 극대화를 위해 끊임없이 노력하고 있습니다. 올레 경영 2기에는 글로벌 미디어 유통의 선두 주자가 되어 주주들과 고객 여러분께 더 많은 가치를 전달해 드리겠습니다.

Employees & Environment

좋은 일터를 제공하기 위한 kt의 노력은 임직원들의 만족도를 높일 뿐 아니라 새로운 IT비즈니스 모델이 됩니다. kt는 태양광 발전으로 실제로 전력을 생산 및 판매하고 있으며, 친환경 건물관리와 실시간 에너지관리 서비스를 제공하여 글로벌 기후변화 대응을 돕고 있습니다.

Society & Suppliers

kt는 동반성장을 위해 3행 선언을 하고, 스타트업 기업들이 성장할 수 있는 생태계를 조성하고 육성하기 위해 올레벤처어워드, 에코노베이션 Fair를 시행하고 있습니다. kt의 자원과 역량을 활용하여 정보격차를 해소하고 지역사회의 삶의 질 향상을 도모하고자 사회공헌 활동을 지속적으로 전개하고 있습니다.

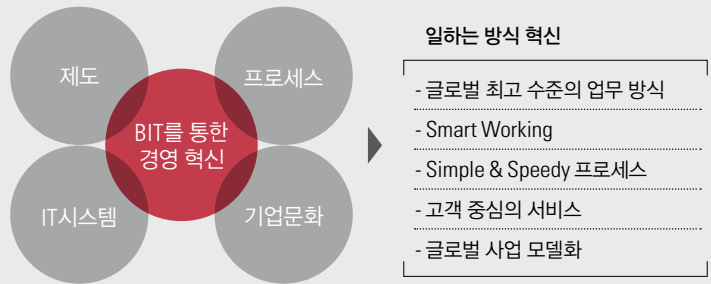


보고서 발간 | kt는 2006년부터 지속가능경영보고서를 발간하여 지속적으로 이해관계자 여러분과 소통하는 창구를 마련하였습니다. 보고서에는 kt의 경제적, 사회적, 환경적 활동과 성과를 체계적으로 정리하여 통합 보고의 형태로 모든 이해관계자들에게 투명하게 공개하고 있습니다.

2012 kt Highlight - Special Issue

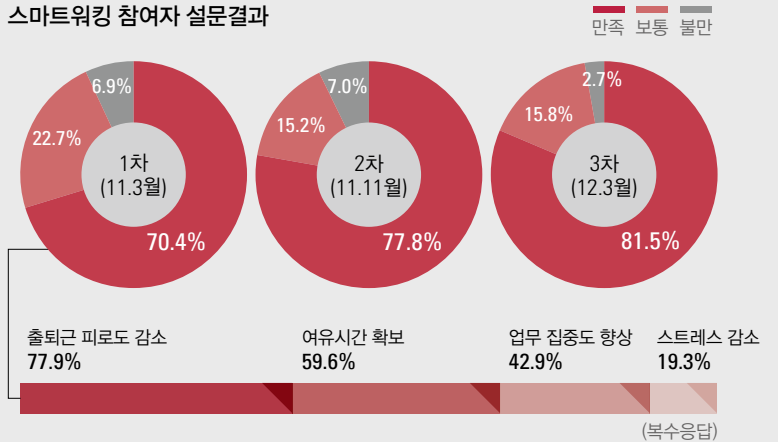
BIT를 통한 경영혁신과 Smart Working

kt는 지난 2010년부터 'BIT (Business & Information system Transformation)' 사업 분야를 추진하고 있습니다. 올레 경영 2기 내에 글로벌 사업 모델화를 완료할 예정인 BIT-ERP 모델은 kt 내에서는 임직원들이 Simple & Speedy 하게 업무를 처리할 수 있도록 하기 위해 도입한 IT 기술이지만, 이를 통해 축적된 노하우와 기술이 다시 비즈니스 모델로 정립되어 IT컨설팅 사업으로 발전한 글로벌 신사업 모델입니다. 전사 비즈니스 및 IT 인프라의 혁신을 통하여 지속적으로 Smart Working 체계를 개선함으로써 kt 임직원의 업무 만족도가 높아졌을 뿐 아니라 제도, 프로세스, 문화 등 회사의 전반적인 역량이 글로벌 최고 수준으로 유지되고 있습니다.

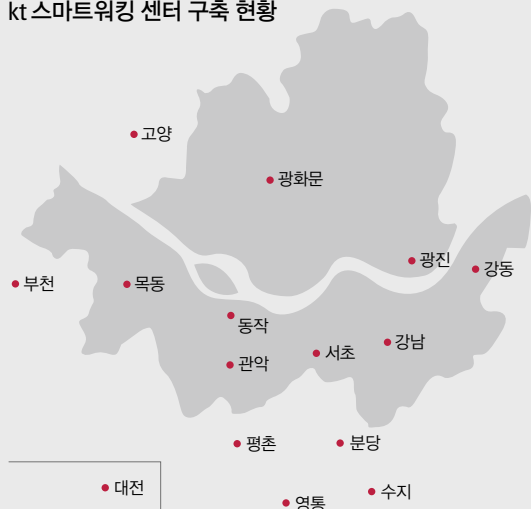


kt는 2011년 4월부터 전 직원을 대상으로 스마트 워킹을 추진하고 있습니다. IT 시스템을 기반으로 임신/육아 여성과 본사/사업부서 및 연구개발 직원 중심으로 자택, 스마트워킹센터 등 본인이 원하는 근무장소를 자유롭게 선택하여 근무할 수 있습니다. 또한, 제도적으로 출퇴근 근무시간을 자율적으로 조절할 수 있는 선택근무 시간제를 운영하고 있어 직원들의 높은 호응을 얻고 있으며, 조직 분위기도 더 유연해지는 등 kt의 문화에도 변화가 생겼습니다.

스마트워킹 참여자 설문결과



kt 스마트워킹 센터 구축 현황



스마트워킹센터는 출퇴근 거리가 먼 직원들에게 집과 가까운 거리의 유연한 근무 환경을 제공하거나, 센터 근접지역으로 출장 나온 직원들이 주요 거점으로 이용할 수 있도록 한 원격 사무공간으로, 현재 분당, 서초, 광화문 등 15개 Site(16개 센터)를 운영하고 있습니다. 앞으로도 직원의 거주지 분석 및 니즈를 감안하여 지속적으로 센터 및 시스템을 확충하여 글로벌 최고 수준의 업무 환경을 제공하여 kt의 임직원들이 Simple & Speedy하게 일할 수 있도록 지원할 계획입니다.

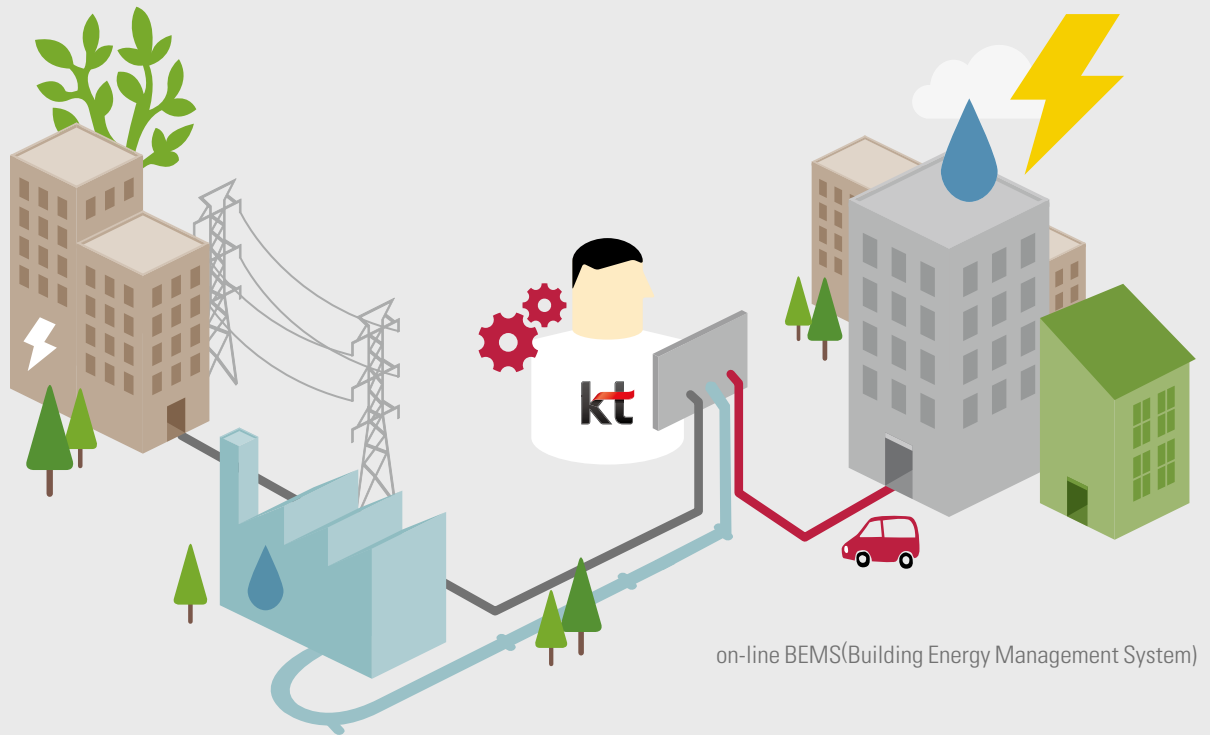
2012 kt Highlight - Special Issue

그린 비즈니스

올레 경영 2기를 준비하며 kt는 기후변화를 기업의 지속가능성에 있어 위협이 되는 요인이자보다는 오히려 미래성장을 이끌 동력이자 기회로 보았습니다. 이러한 적극적인 인식 하에 선제적으로 비즈니스 모델을 찾아 이를 사업화하여 경제적, 환경적 성과를 창출하고 있습니다. 그 중 하나가 바로 2012년 5월 개관한 에너지통합운영센터(TOC)입니다.

마포 기업RC센터에 위치한 TOC는 K-MEG*(한국형 마이크로 에너지 그리드, Korea-Micro Energy Grid) 통합플랫폼을 관리하고 있습니다. 실증지역별 에너지 통합 운용관리 및 에너지 효율화를 컨셉으로 구축된 TOC는 에너지 소비원 그룹관리, 에너지 시장 연계, AMI(Advanced Metering Infra, 첨단 계량 인프라), BEMS(Building Energy Management System, 빌딩에너지 관리 시스템), 전기/열/가스 그리드 시스템 연계·통합, 수요반응 등 다양한 서비스를 원격에서 제공하여 에너지의 생산과 소비를 이상적으로 관리하는 새로운 산업기술 솔루션입니다.

* K-MEG 사업은 지식경제부 R&D 전략기획단에서 발주한 5대 미래선도기술개발 과제 중 에너지 분야 과제로서 다양한 에너지(전기, 가스, 열 등)의 생산/공급/소비에 대한 통합 관리를 ICT(정보통신) 기술로 융합한 차세대 에너지 기술입니다.



on-line BEMS(Building Energy Management System)

구로 디지털단지 내 이마트에 설치된 원격 중앙 집중형 에너지 관리 솔루션인 on-line BEMS(Building Energy Management System)는 국내에서는 최초로 상용사이트에 구축된 제품으로서, 기존의 빌딩내 구축형 BEMS에 비해 10~30%의 설치 비용이 절감되었습니다. 또한 원격으로 에너지 관리를 대행해 줌으로써 건물주의 에너지 관리비용 부담을 극적으로 경감해 주기 때문에 지자체나 대형 빌딩군/산업시설군뿐만 아니라 에너지 효율화 솔루션 구축에 경제적 부담을 느끼는 중층 이하의 건물에 적합합니다. 향후에는 추가 실증 대상인 행정중심복합도시(세종시), 코엑스, 반월 시화단지, 서울대 등과, 북미 및 동남아시아 복합 시설에 대해서도 서비스를 제공할 예정입니다.

2012 kt Highlight - Special Issue

스타트업 기업 지원을 통한 동반성장

한국 IT산업의 現주소는 세계 경쟁무대에서 높은 위상을 가지고 있으나, 애플의 경쟁 상대로서 Facebook이 등장했듯이 급격한 변화의 흐름에서 자칫 타이밍을 놓치게 되면 그 격차는 건잡을 수 없이 벌어질 것입니다. 이러한 상황에서 필요한 것은 변화의 흐름을 포착하고 기발한 아이디어를 사업화 해 한국의 IT 위상을 높여줄 수 있는 스타트업 기업들입니다.

‘올레벤처어워드’와 ‘에코노베이션 Fair’는 벤처오디션

스타트업 기업을 지원하기 위해 마련한 ‘올레벤처어워드’는 1차 심사를 통과한 BM*에 대해 과거 수상팀 CEO 초청 간담회, 유관사업 임원과의 미팅, 인큐베이션 캠프 등의 지원으로 완성도를 향상시켜 사업화 및 해외진출 등의 지원을 하고 있습니다. ‘에코노베이션 Fair’(모바일업 공모전)는 지금까지 총 3회 개최되어 468개의 우수 앱과 기업을 발굴하였으며, 그 기업들이 중국 및 일본 등의 글로벌 마켓 포팅 및 상용화를 지원하고 있습니다.

* BM: Business Model

수상업체들은 kt와 공동 사업을 추진하거나 자체 사업화 하고 있으며, kt는 2009년 수상작인 (주)제이디에프의 ‘아바타동화’에 직접 투자하였으며, ‘아바타동화’는 키봇2 및 미국의 유아교육 채널 BabyFirstTV에 서비스 예정입니다.

‘스마트스쿨’ 및 ‘아키텍트’ 를 통해 스타트업 기업 육성

kt는 개발자 육성 프로그램인 ‘스마트스쿨’을 통해 15,000명의 앱 개발자를 배출하였고, 개발사 지원 프로그램인 ‘아키텍트’를 통해 스타트업 무료컨설팅인 세무특허 등의 8개 과정을 진행하여 현재까지 89개 팀을 육성하였습니다. 그 중 40개 팀이 창업했으며, 7개 팀은 벤처 인증을 받았습니다.

이외에도 ‘올레미디어스튜디오’를 통해 중소 및 1인 창조기업의 콘텐츠 제작을 지원하며, 에코노베이션 센터를 통해 온/오프라인 앱 개발환경을 제공하고 있습니다.



2012 kt Highlight - Special Issue

kt CSR의 확장 - IT를 통한 사회적 가치 창출

kt는 올레 경영 2기 출범에 맞춰 IT를 통한 소외계층의 정보격차와 기회제공에 앞장서고 있습니다. 이를 위해 이미 2011년부터 다양한 IT 디바이스와 콘텐츠를 통해 소외계층에게 기회와 정보를 제공함으로써 사회적 가치창출에 모범을 보이고 있습니다.

첫째, 지역아동센터 등의 전국 사회복지기관에 1,726곳에 olleh tv(IPTV)를 지급하여 소외계층의 정보 접근성 강화와 이를 통한 교육지원에 앞장서고 있습니다. IPTV는 다양한 VOD서비스와 CUG* 서비스를 제공함으로써 소외계층에게 유용하게 활용되고 있습니다. 특히 VOD서비스는 평상시 교육기회가 적은 아동들에게 다양한 교육 콘텐츠를 제공하여 학습 질 향상에 도움을 주고 있으며, CUG서비스는 사회복지관 간의 채널을 형성해줌으로써 사회복지기관의 네트워크 강화와 대국민 인식 강화에 많은 도움을 줄 것으로 기대됩니다.

*CUG: 폐쇄이용자 그룹서비스 (Closed User Group)

두 번째는 스마트패드 지급 사업입니다. 전국의 스마트패드 열풍에 맞춰 스마트패드가 단순 성인 및 오락용이 아닌 아동의 교육에 활용될 수 있다는 잠재된 가치를 파악하여 전국 122곳 지역아동센터에 366대의 스마트패드를 지급하였습니다. 단순히 스마트패드를 지급하는데 그치지 않고 kt의 IT서포터즈와 사랑의 봉사단이 정기적으로 방문하여 교사 및 아동을 대상으로 스마트패드 활용교육을 실시하여 그 활용가치를 높여주고 있습니다. 특히 아이들이 좋아하는 별자리 교육, 스토리 동화 등을 제공하여 교육의 흥미와 효과를 높이고 있습니다.



셋째로, 글로벌 시대에 맞춰 kt는 IPTV VOD 서비스 중의 하나인 정철영어TV 방송을 활용하여 소외아동의 영어교육을 지원하고 있습니다. kt 사랑의 봉사단, IT서포터즈, 대학생 봉사단 등이 강사자격 교육을 이수한 후, 전국의 지역아동센터 41개에서 아이들을 대상으로 가르쳐 지난 한 해 동안 7,200명의 아이들이 영어를 배웠습니다.

넷째, 아동의 학습증진을 위해 키봇을 지원하고 있습니다. kt는 세계 최초로 아동용 교육로봇인 키봇을 지역아동센터에 지원하고 있습니다. 아동의 학습동기 유발과 교육의 질적 향상을 위해 지난 한해 전국의 지역아동센터와 kt꿈폰센터에 키봇 600대를 지원하였습니다. 키봇은 별도의 설명이 없이도 아이들이 사용할 수 있어 학습의 친밀감을 형성할 수 있다는 이점이 있어 아이들에게 큰 호응을 얻고 있습니다.

Sustainability at kt

At a Glance

회사 소개 | 1981년 한국전기통신공사로 창립된 kt는 대한민국이 IT 선진국의 반열에 오르는 데 핵심 역할을 담당하였습니다. 특히, 2009년 이동통신 자회사인 KTF와의 합병과 국내 최초 스마트폰 도입으로 유무선 컨버전스 기반의 스마트 시대를 활짝 열었습니다. kt는 통신, IT, 미디어, 콘텐츠를 융합한 다양한 컨버전스 서비스를 제공하여 사람과 사람, 사람과 사물이 서로 소통하고 연결되는 Smart Life를 선도함으로써 '글로벌 *ICT 컨버전스 리더'의 비전을 실현해 가고 있습니다. 특히, 올레 경영 2기의 kt는 스마트 네트워크와 클라우드 인프라를 기반으로 언제 어디서나 자유롭게 Virtual Goods를 생산-유통-소비할 수 있는 '글로벌 미디어 유통 그룹'으로 변화하고 있습니다. 이와 함께, 국가 IT산업의 부흥, 일자리 창출, 동반성장, 소외계층 나눔, 녹색성장 등 경제·사회·환경적 책임을 다하는 지속가능한 기업으로 성장하겠습니다.

*ICT: Information, Communication, Transaction

kt 기업 현황

*총자산, 매출액은 kt별도 기준



총자산 26,453,607 백만원
 회사명 kt
 설립연도 1981년 12월 10일
 대표이사 이석채
 본사소재지 경기도 성남시 분당구 정자동 206
 임직원 수 31,061명 (2011년 말)

매출액 20,166,817 백만원
 주식상장 한국, 뉴욕, 런던 증권거래소
 신용등급 Fitch A(2011.07.14)
 S&P A(2011.11.26)
 Moody's A3(2010.02.09)

계열사 현황



Communication

- 케이티파워텔(주)_ 전기통신
- (주)케이티서브마린_ 전문직별 공사업
- (주)케이티씨에스_ 콜센터 운영 및 구축
- (주)케이티스_ 콜센터 운영 및 구축
- (주)케이티엠앤에스_ 통신기기 판매 및 임대업
- 케이티링커스(주)_ 공중전화관리, 물류, 유통
- 케이티 와이브로인프라(주)_ 초고속 무선통신기기 및 장비의 대여 및 판매업

IT Service

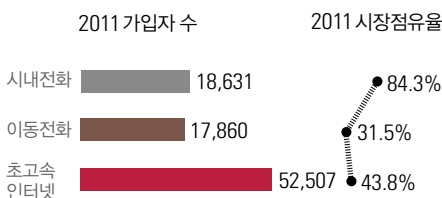
- (주)케이티네트웍스_ 전기통신, 별정 및 부가통신
- (주)케이티디에스_ 정보통신서비스 구축 및 유지보수
- (주)케이씨스마트서비스_ 시스템 통합 및 관리업
- (주)케이티이노츠_ 소프트웨어 개발, 판매

Convergence

- (주)케이티렌탈_ 종합 렌탈업
- (주)케이티캐피탈_ 금융업
- 케이티텔레캡(주)_ 시설경비 및 기계 경비업
- (주)나스미디어_ 온라인 광고 대행
- (주)케이티에스테이트_ 부동산업
- BC카드(주)_ 금융업

Media/Contents

- (주)케이티스카이라이프_ 위성방송, 미디어 산업
- 케이티하이텔(주)_ 전기통신, 정보서비스(인터넷)
- (주)케이티뮤직_ 온라인음악서비스, 디지털 콘텐츠 개발, 제작, 유통



주요 서비스 시장점유율 (가입자수 기준) | 단위_ %

구분	2009	2010	2011
시내전화	86.3	85.7	84.3
이동전화	31.3	31.6	31.5
초고속인터넷	42.5	43.1	43.8

주요 통신서비스 시장 현황 | 단위_ 천명

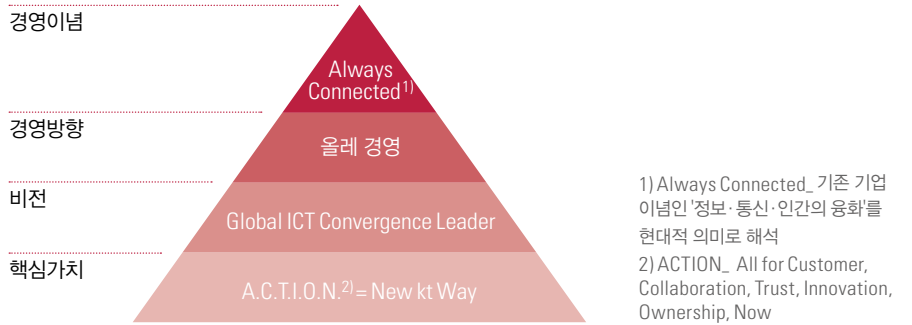
구분	2009	2010	2011
시내전화 가입자수	20,090	19,273	18,631
이동전화 가입자수	15,475	17,224	17,860
초고속인터넷 가입자수	45,607	50,767	52,507

Sustainability at kt

kt가치체계

kt가치체계 | kt는 기존 틀에서 벗어난 발상의 전환을 통해 합병 시너지를 고객가치 향상으로 유도하고자 '올레(olleh) 경영'을 선포하였습니다. 미래 관점의 혁신적 사고를 통해 고객 및 이해관계자와 상생하고자 하는 '올레 경영'은 글로벌 ICT 컨버전스 리더로 도약하기 위한 kt의 경영방향입니다. 그리고 그 연장선 상에서 '글로벌 미디어 유통 그룹'으로 도약하고자 합니다.

kt 가치체계 피라미드



경영방향

주주 | Outstanding Performance
기업가치 극대화

국가 | Leading IT
IT산업 리딩

임직원 | Liberal Culture
자유로운 소통문화

사회 | Esteemed Company
사회적으로 존경 받는 기업

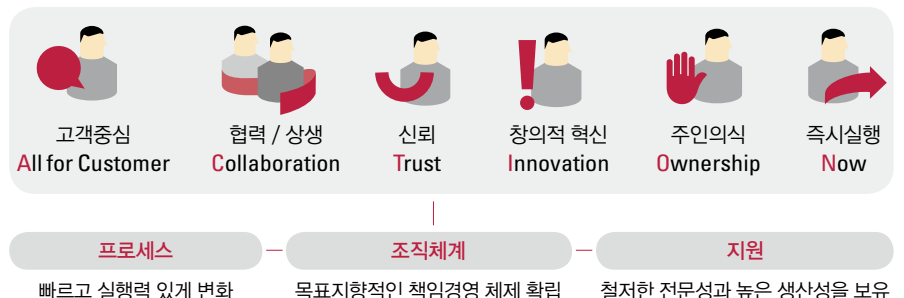
고객 | Happy Customer
고객에게 즐거움을 드리는 기업

경영이념 및 경영방향 | 올레 경영이란 발상의 전환과 끊임없는 소통을 통해 지속적인 혁신을 피하여 새로운 가치를 창조함으로써 고객에게 최고의 기쁨을 드리기를 위한 통합 kt의 신(新) 경영방향입니다. 기존의 발상을 뒤집어 미래의 서비스를 앞당겨 제공함으로써 고객이 "olleh"라고 환호하게 하자는 다짐이기도 합니다. 이를 통해 kt는 고객을 위해 생각을 뒤집어 보는 회사(역발상경영), 고객의 꿈을 실현하는 회사(미래경영), 고객의 마음을 읽는 회사(소통경영), 고객이 환호하는 회사(고객감동경영)가 되겠습니다.

경영지향점



핵심가치 A.C.T.I.O.N.=New kt Way | kt는 실행 중심으로 회사를 변화시켜 나가는 것이 중요하다는 인식 하에 고객중심, 협력/상생, 신뢰, 창의적 혁신, 주인 의식, 그리고 즉시실행을 의미하는 6가지 행동양식인 'ACTION'='New kt Way'를 바탕으로 모든 경영 활동을 전개하고 있습니다.



Sustainability at kt

투명한 지배구조

kt는 2002년 민영화 이후 전문 경영인 체제와 독립적인 이사회를 중심으로 국제표준(Global Standard)에 부합하는 기업지배구조 모범기준 권고안을 대부분 채택하고 있습니다. 최고경영자와 이사회 의장의 역할을 분리하여 경영에 대한 객관적이고 독립적인 지배체계를 구축하고 있으며 'kt 기업 지배구조헌장'을 제정·선포하고 지배구조위원회를 신설하는 등 지배구조 개선에 노력하고 있습니다. 그 결과 한국기업지배구조원(CGS) 주관, 기업지배구조 평가에서 대상(2010년)에 선정된 바 있으며, 2011년에는 지배구조 외에 환경과 사회 부문까지 확장된 ESG(Environment Social Governance) 평가에서 최상위 등급인 A+등급을 받았습니다.

이사회 구성 및 운영 | kt 이사회는 사내이사 3명, 사외이사 8명 총 11명의 이사로 구성(2012.3. 기준)되어 있습니다. 사외이사는 사외이사 전원, 사내이사 1인으로 구성된 사외이사후보추천위원회에서 전문성과 경영리더십을 가진 분들을 선임하고 있으며, 임기는 3년 이내입니다. 이사회 의장은 사외이사 중에서 선출되며, 임기는 1년입니다. 이사회 내에는 지배구조위원회, 감사위원회, 평가및보상위원회, 경영위원회, 내부거래위원회의 5개 상설 소위원회와 CEO추천위원회와 사외이사후보추천위원회의 2개 임시 소위원회가 있습니다. 이사회는 필요한 경우 별도의 위원회를 추가 설치할 수 있습니다. 이사회의 효율적인 운영과 이사의 책임성 제고를 위해 이사회 활동에 대한 평가는 물론 이사 자신에 대한 개인 평가를 매년 실시하고 있습니다. 이사회는 상법 또는 정관에서 따로 정한 경우를 제외하고 의결권 있는 재적이사 과반수의 출석과 출석이사 과반수의 찬성으로 결의합니다.

이사회 활동 현황

구분	2009	2010	2011
이사회 개최 횟수	14	10	12
이사회 평균 참석률	93%	93%	98%
이사회 평가 결과 (5점 만점)	4.41	4.38	4.65

*2011년 이사회는 '2011년 지속가능경영 추진계획(안)', '2012년 kt 및 그룹 경영계획(안)' 등 총 64건을 심의·의결

이사(사외이사 포함)의 보수 현황 (2011.12월 말)

| 단위_ 억 원 |

구분	지급총액	주총승인금액	1인당평균지급액
사내이사(3명)	41.1	65	13.7
감사위원회 위원인 사외이사(4명)	3.1	사내이사	0.8
감사위원회 위원이 아닌 사외이사(4명)	2.8	승인금액에 포함	0.7

* 사외이사 인원수는 2011년 8월 23일 중도 퇴임한 허중수 이사 포함 ** 사내이사 지급총액 중 장기성과급은 예상치 반영 *** 이사회 관련 자세한 사항은 당사 홈페이지 참조 www.kt.com (투자정보 → 이사회)

이사회 내 전문위원회 현황 (2012.3.16. 기준)

| 단위_ 억 원 |

구분	구성	설치 목적 및 권한 사항
지배구조위원회	사외이사 4인, 사내이사 1인	지배구조 개선에 관한 사항
감사위원회	사외이사 4인	회계 및 업무감사 등에 관한 사항
평가 및 보상위원회	사외이사 4인	회장의 경영계약 및 평가 등에 관한 사항
경영위원회	사내이사 3인	경영일반에 관하여 이사회에서 위임한 사항
내부거래위원회	사외이사 4인	독점규제 및 공정거래에 관한 법률 및 '상법'에서 이사회 승인 사항으로 정한 특수관계인 간 거래
CEO추천위원회	사외이사 전원, 사내이사 1인	CEO후보에 대한 조사·심사·주주총회추천 등에 관한 사항
사외이사후보 추천위원회	사외이사 전원, 사내이사 1인	사외이사후보에 대한 조사·심사·주주총회추천 등에 관한 사항

전문경영인 책임경영과 성과 보상 체계 | 전문경영인의 책임경영 체제를 확립하기 위해 이사회는 CEO와 경영계약을 체결하며, CEO의 보수는 평가 및 보상 위원회에서 결정한 정량평가와 정성평가를 종합한 전사 경영실적에 따라 지급됩니다. CEO를 제외한 사내이사과 집행임원에 대한 성과급은 전사 경영성과 평가 및 담당부서의 조직평가 결과 등에 따라 지급되며, 이사보수에 대한 세부 사항은 이사회와 평가및보상위원회에서 결정됩니다.

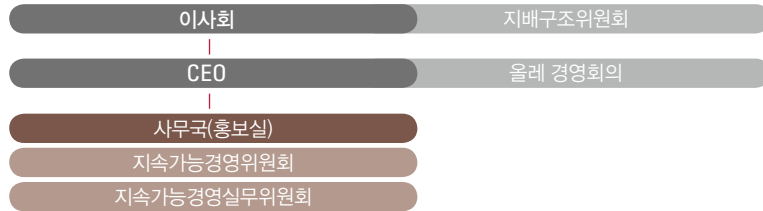
Sustainability at kt

지속가능경영

지속가능경영 추진방향 | kt가 꾸준히 추진해 온 지속가능경영의 결과, DJSI 월드에 편입된 지 일 년 만인 2011년 통신분야의 글로벌 수퍼섹터리더로 선정되었습니다. 그리고 올레 경영 2기의 출범과 함께 kt의 지속가능경영 또한 새로운 전기를 맞이하고 있습니다. kt는 인류의 유통을 담당하는 IT기업으로 변모하여 새로운 성장 동력을 찾음과 동시에, 그간 구축한 네트워크와 IT기술을 심분 활용한 사회공헌 활동을 추진하고자 합니다. 저소득층 아동과 장애인, 다문화 가정들이 정보사회, 스마트사회에서 소외되지 않도록 하여 사회 갈등을 완화하는 데에 초점을 맞추고자 합니다. 나아가 새천년개발 목표(MDGs)를 실현하기 위한 활동들을 계획하고, 유엔글로벌콤팩트의 10대 원칙을 준수하여 글로벌 CSR 선도기업으로서의 역할에도 충실하고자 합니다.

지속가능경영위원회 | kt는 세계적 선진기업으로 지속발전을 지속가능경영의 목표로 정하고 고객 및 이해관계자들과의 효과적인 커뮤니케이션을 추구하고 있습니다. 또한 중요 이슈를 경영활동에 반영하기 위하여 윤리경영, 고객경영, 환경경영, 상생경영 및 사회공헌의 5대 우선과제를 설정하고, 이를 효율적으로 수행하기 위한 조직으로 홍보실장을 위원장으로 하고 담당 임원을 위원으로 하는 지속가능경영위원회를 운영하고 있습니다. 2011년부터는 이사회에 지속가능경영 실적과 계획을 정기적으로 보고하도록 관련규정에 명문화하였습니다. 2011년 5월에 열린 이사회에서 2011년 지속가능경영계획(안)을 의결하였으며, 이사회 내 지배구조위원회에서 추진실적 보고를 접수하고 지속가능경영위원회의 운영체계와의 공식적인 체계를 연결하여 최고경영진이 지속가능경영을 관리하고 있습니다.

이사결정 체계



추진방향 + 운영체계

5대 과제	윤리경영	고객경영	환경경영	상생경영	사회경영
주요 역할	윤리경영 활동, 기업지배구조 개선, 리스크 관리	서비스 개발, 제품책임, 정보보호 활동, 고객 관리, 혁신경영(상품, 사회혁신), 브랜드 관리	환경정책 및 관리시스템, 기후변화 대응전략, 환경혁신 및 효율성, 에너지 절감	공정한 인사(HR개발, 인재 확보 및 유지), 고용 및 노사(노동관행지표, 직장 내 건강 및 안전), 공정거래	사회공헌 활동, 공익사업(정보격차 해소), 사회협력(지역투자 및 협력)
실행조직 (지속가능경영위원회 기준)	윤리경영실, 가치경영실	개인고객부문, 홈고객부문, 시너지경영실, 경제경영연구소, 기술전략실	스마트그린개발단, 네트워크부문, 자산경영실환경(미래세대)	인재경영실, 경영지원실, GMC전략실, 구매전략실	홍보실
이해관계자	주주	고객	환경(미래세대)	임직원/협력사	지역사회(정부)

DJSI(다우존스 지속가능성 지수) 글로벌수퍼섹터 리더 선정 | kt는 2009년 DJSI 아시아 태평양 양과 DJSI 코리아에 포함된 데 이어 2010년 9월에 다우존스 지속가능성지수(Dow Jones Sustainability Index) World 318개 기업 중 하나로 선정되었습니다. 이어 2011년에는 2년 연속 유선통신분야 DJSI월드 편입 유지에 성공하였을 뿐만 아니라, 세계의 여러 우수한 기업들을 제치고 유무선통신전세계 1위에 해당하는 글로벌수퍼섹터리더에 선정되었습니다. DJSI는 세계 최대의 금융정보 제공기관인 다우존스와 스위스 지속가능경영 평가기관인 SAM사가 공동으로 세계 2,500여 기업들의 지속가능경영 수준을 평가하고 우수 기업을 선정합니다. DJSI에 편입된 기업들의 주식은 '사회책임투자(Socially Responsible Investment)'기금에 우선투자 대상으로 추천됨으로써 안정적이며 장기적인 투자자들을 확보할 수 있습니다.

Sustainability at kt

지속가능경영을
통한 혁신

스마트 워킹, 올레 소셜라이브 출범식

환경 혁신 | 지구환경의 변화로 통신기업들 역시 환경경영의 필요성을 공감하고 있으며, 특히 국제적인 이산화탄소 배출에 대한 규제로 에너지 절감 등에 대한 필요성이 증가하고 있습니다. kt의 환경경영은 크게 세가지로 나누어 볼 수 있습니다. 첫째, 에너지 절감을 위한 녹색 경영, 둘째, 고객의 IT환경, 공간 측면에서 전력 등을 저감할 수 있는 솔루션 개발, 셋째, 태양광발전, 지열발전 등 신재생에너지를 활용한 대안 전력 생산입니다.

에너지 절감을 위한 녹색경영의 대표 사례는 저전력형 LTE서비스입니다. kt의 LTE 서비스는 가상화 기술을 활용하여 경쟁사의 LTE서비스에 비해 소요되는 전력이 적습니다. 최근 국내 LTE서비스 경쟁이 치열해지고 있는데 이로 인해 전력 수요가 증가하고 있어 저전력 기술은 매우 중요한 경쟁력입니다. 고객의 IT환경, 공간측면에서의 전력 저감 등을 위한 솔루션으로는 스마트에너지 솔루션, 공회전제한 솔루션, 스마트워킹서비스, 농가형환경감시시스템 등을 예로 들 수 있습니다. 스마트에너지 솔루션은 고객사의 공간별, 에너지원별, 개인별로 에너지 사용량을 측정하고 표출하여 에너지 담당자가 이를 바탕으로 효율적으로 에너지 사용량을 관리하도록 돕는 솔루션으로 3년 이내에 투자한 금액이 에너지 절감액으로 상쇄되는 효과를 기대할 수 있습니다. 공회전제한솔루션은 차량체에 적용되는 서비스로 차량 정지 시 공회전으로 인한 연료낭비 및 탄소 발생을 감소할 목적으로 일정 조건에 도달하면 엔진이 자동적으로 정지되고, 차량 정보가 관제 센터로 제공되는 서비스입니다. 스마트워킹서비스는 멀리 떨어져 있는 회사로 출근할 필요없이 집에서 가까운 스마트워킹센터를 이용해 근무함으로써 출퇴근으로 인해 발생하는 이산화탄소 발생을 억제하는 효과를 기대할 수 있는 서비스입니다. 마지막으로 농가형 환경감시시스템은 농가에서 비닐하우스, 축사 등 온도와 습도에 민감한 농촌 시설을 원격으로 감시하고 제어함으로써 에너지를 절감할 수 있는 서비스입니다. 여기에 더해 kt는 유희부지에 태양광 발전소를 설치하는 사업을 지속적으로 추진하고 있습니다. 2008년 신내지사에 50KW급의 태양광 발전설비를 설치한 이후, 2010년 12월 강릉수신소에 423KW급의 대규모 태양광 발전설비를 완공하여 운영하고 있습니다.

사회 혁신 | kt는 이 사회가 직면한 문제에 많은 관심을 갖고 있으며, 단순 사회공헌이나 캠페인 및 행사 중심의 활동을 하는 것을 넘어 솔루션형 서비스를 출시하여 사회 문제가 해결되도록 노력하고 있습니다. 특히 kt는 한국 사회에서 심각한 어린이 안전 문제, 개인정보유출, 일자리 감소, 고령화 등의 해결에 집중하고 있습니다. 우선 어린이 안전을 위한 서비스에는 올레지킴이 서비스와 어린이 안심 서비스가 있습니다. 각각 무선 기술을 활용하여 어린이의 위치를 학부모, 학교 또는 경찰 등 보안 당국이 알 수 있도록 함으로써 납치 등의 강력 범죄에 효과적으로 대응할 수 있도록 하고 있습니다.

정보보호 솔루션은 기업이 직면한 개인정보, 고객정보 보호를 위한 서비스입니다. 인터넷 상에서 해킹 등의 범죄가 만연하여 개인 신상 정보가 노출되는 일이 빈번해서 중소기업 등 영세한 기업들도 정보보호를 위한 시스템을 구축해야 합니다. kt는 저렴한 가격으로 이런 시스템을 가능하도록 서비스를 제공하고 있습니다.

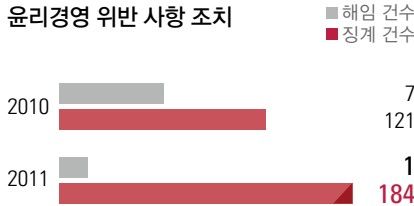
일자리 문제는 한국에서도 심각한 문제이며 특히 청년층과 시니어층의 일자리 문제가 심각합니다. kt는 실업문제를 창업으로 해결할 수 있다는 믿음을 갖고 있으며, 창업을 준비하고 있는 청년과 시니어 계층이 쉽게 사무실을 갖출 수 있도록 각종 IT서비스가 구비된 사무공간을 대여하는 서비스를 제공하고 있습니다. 한국은 낮은 출산율과 평균 연령의 증가로 빠른 속도로 고령화 사회로 진입하고 있습니다. 특히 의료 시설이 부족한 지방에 노인 인구가 거주하는 비율이 높아 스마트 헬스 케어의 필요성이 증가하고 있습니다. kt는 한국내 대형 병원인 세브란스 병원의 의료 서비스를 IT서비스에 접목하여 원격지에서 진료가 가능한 스마트 헬스 케어를 출시하였습니다.

Sustainability at kt

윤리경영

kt는 윤리경영 인프라를 확충하여 윤리경영이 굳건히 뿌리내릴 수 있도록 노력해 오고 있습니다. 나아가 임직원들이 실제 업무를 수행할 때 윤리경영에 근거하여 업무를 수행할 수 있도록 개별 직무윤리 제정을 위한 프로젝트를 추진하고 있습니다. 개별 직무윤리는 kt의 모든 직무를 대상으로 제정 중이며, 실제 업무를 보다 바람직한 방향으로 수행하기 위한 가이드라인입니다. 사내뿐만 아니라 협력사와의 관계에서도 윤리경영이 잘 정착될 수 있도록 협력사와 업무를 진행하면서 윤리경영을 모범적으로 실천하고 있는 직원을 선정하여 시상하였습니다. 또한 윤리경영 UCC 공모전을 통해 직원들이 직접 참여하고, 윤리경영을 보다 친근하게 느낄 수 있는 기회를 마련하였습니다. 금상 1팀, 은상 2팀, 동상 5팀, 참가상 13팀을 선정하여 시상하였으며, 응모한 많은 직원들이 UCC를 제작하면서 윤리경영에 대한 이해를 높였습니다.

윤리경영 위반 사항 조치



Clean kt

감사위원장 Hot-line 개설 및 운영	기관장(임원 등)의 직원 대상 윤리경영 교육 직접 시행
명절 Clean kt 캠페인 시행	커뮤니케이션 채널(사이버 신문고) 강화
자가진단 및 서약 시행으로 윤리인식 향상	윤리실천 수준 진단
윤리실천 모니터링을 위한 상시 및 특별 활동	윤리경영 Help-line 시행
스스로 참여하는 Clean-365 센터 운영	

윤리경영실천대상 | kt는 평소에 윤리경영 기본정신(정직, 투명, 청렴, 공정)에 따라 업무를 충실히 이행하고, 협력사와 동반성장을 위해 적극 노력함으로써 윤리경영 실천의 모범을 보인 직원을 추천을 통해 발굴하여 윤리경영실천대상을 수여하고 있습니다. 공정하게 업무를 처리하고 협력사 직원을 상생파트너로서 대우하는 등 협력사 및 kt직원을 대상으로 윤리경영에 근거한 업무태도로 모범을 보인 직원을 우선적으로 선정하도록 하였습니다. 또한 우수사례를 사내포털 및 각 사옥의 엘리베이터 LCD에 홍보하여 윤리경영이 굳건히 뿌리내릴 수 있도록 하고 있습니다. (총 24건 접수, 금상1명, 은상 4명, 동상 6명 수상)

개별직무윤리 제정 설명회 | kt는 그 간의 윤리경영 성과를 돌아보고 앞으로 청산해야 할 기업문화 사례로 직무윤리상의 문제 사례들을 공유하고 임원들의 윤리경영 실천의지를 공고히 다지기 위해 개별직무윤리 제정 설명회를 개최하였습니다. 우면동 kt연구센터에서 개최된 개별직무윤리 제정 설명회에 전국 각지에서 330여명의 임원이 참석하였고, 3시간 동안의 발표 및 질의응답을 통해 개별직무윤리 제정에 대한 공감대를 형성할 수 있었습니다.

2011 월별 윤리 직강 주제

주제	시기
정보보안(1)	1월
사내 윤리경영 인프라	2월
고객 존중	3월
타사 우수 사례(1)	4월
업무 몰입도 향상	5월
정보 보안(2)	6월
윤리경영 슬로건 [정직]	7월
윤리경영 슬로건 [공정]	8월
윤리경영 슬로건 [청렴]	9월
윤리경영 슬로건 [투명]	10월
2011년 기관장 윤리직강 내용	11월
Wrap-up	12월

윤리경영 UCC 공모전 “윤리경영, 어렵지 않아요” | 윤리경영실에서는 윤리경영에 관한 내용을 담은 UCC를 직원 스스로 제작하고, 이를 전 직원들에게 공유함으로써 ‘참여하고 실천하는 친근한 윤리경영’ 이미지 구축하기 위해 윤리경영 UCC공모전을 시행하였습니다. ‘업무를 하면서 접할 수 있는 친근하고 익숙한 윤리경영이야기’라는 주제로 1달의 공모 기간 동안 총 57편의 작품이 접수되었습니다. 윤리경영 UCC를 제작하면서 직원들도 윤리경영을 한층 더 잘 이해할 수 있게 되었습니다.



Sustainability at kt

리스크 관리

시장 포화, 경쟁 심화, 사업영역 다변화 등 경영 환경의 불확실성이 증가함에 따라 경영 리스크의 발생 가능성은 그 어느 때보다 커지고 있습니다. kt는 재무적 리스크는 물론 전략, 운영, 규제 등 모든 리스크 상황에 대응하여 고객과 기업가치 제고를 위한 전사적 위기관리 체계를 구축하여 운영하고 있습니다. 이를 통해 kt는 리스크 예방은 물론 이해관계자와의 우호적인 관계를 유지하고 지속가능한 성장 기반을 확보하고 있습니다.

리스크 관리 체계

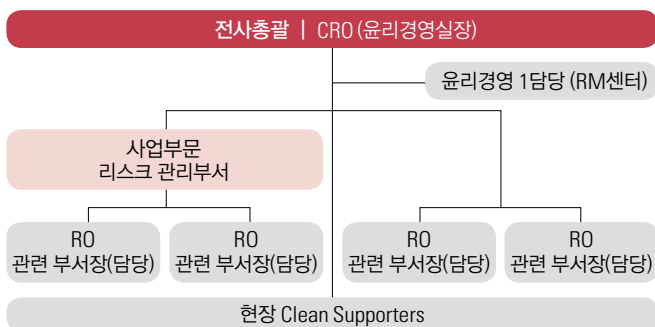
리스크 관리 범주 및 대응원칙

Risk
Rapid & Resolute 신속하고 단호한 조치
Integrity & Initiative 정직하게 공개하고 능동적 대응
Specific & Supportive 명확한 대응방향 설정 및 지원
Knowledge Accumulative 노하우 축적을 통한 사전예방

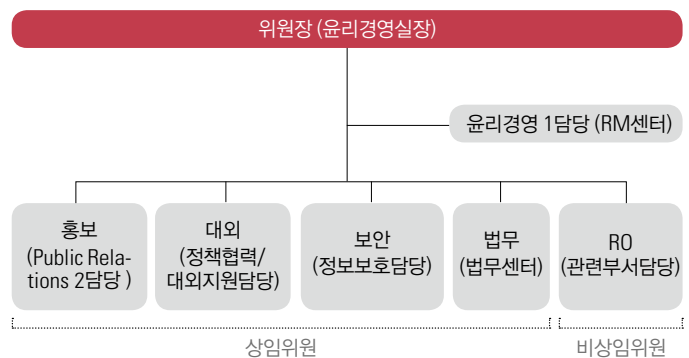


전사 ERM체계 구축 | kt는 2004년 이후 개별 부서 단위 중심의 리스크 관리활동을 통합적 관점의 리스크 관리활동으로 전환하여, 전사 차원의 ERM (Enterprise Risk Management) 전담조직을 운영하고 있습니다. 2010년에는 윤리경영실에 ERM전담조직으로 RM센터를 신설하여 컨트롤 타워 역할과 함께 리스크 경영계획 수립, 핵심리스크 관리, 서비스 출시관련 리스크 사전검토, 리스크 위원회 운영 등을 담당하고 있습니다. 또한, "전사리스크 대응 매뉴얼"에 따라 예방적 위기관리는 물론 사고 발생시 전략적, 실천적으로 대응할 수 있는 체계를 구축하였습니다.

리스크 관리 조직 체계



리스크위원회 체계



Sustainability at kt

리스크 관리 프로세스

핵심 리스크 중점 관리 | kt는 경영방향, 연도별 경영목표 등과 연관된 핵심사업에 대한 리스크 요인을 도출하고 관리 전략을 수립함으로써 사전 예방 활동을 강화하고 있습니다. 전사 핵심 리스크 후보군을 선정(Risk Pooling) 하고, 후보군에 대한 평가를 통해 전사 핵심리스크를 선정하고 있습니다. 선정된 리스크에 대해서는 인과관계 분석 등을 통해 KRI(Key Risk Indicator) 를 도출하고 모니터링 및 개선활동을 통해 리스크 발생을 최소화 하기 위한 조치를 취합니다.

사후 리스크 대응 | 리스크가 현실화된 경우 RM센터 주도로 전사적인 위기 대응 체계를 구축하고 있습니다. 사업 관점의 리스크뿐 아니라 경영목표 달성 및 기업이미지에 악영향을 미치는 위기 발생 시, 신속히 리스크를 평가하고 대응방향을 결정하여 효과적으로 리스크를 축소하는 활동을 추진하고 있습니다. 이를 위해 사업부문(CIC) 리스크 관리부서 및 현장 Clean Supporters와의 협업을 통해 발생 리스크를 신속히 공유하고 대응하는 체계를 운영 중입니다. 또한 리스크 대응이 완료된 후에는 유사사례가 다시 발생하지 않도록, 원인분석을 통한 본질적인 개선을 추구하고 있습니다.

서비스 출시 관련 리스크 사전검토 | kt는 2010년 8월부터 '서비스 출시관련 리스크 사전검토' 제도를 운영하고 있습니다. 고객/정보보호/법률/공정경쟁의 4대 분야에 대해 심도있는 리스크 검토가 이루어지며, 이를 통해 고객에게 차별화된 가치를 제공할 수 있는 무결점 서비스를 제공하고 있습니다. 2010년 총 417건, 2011년 총 602건의 서비스에 대해 리스크 검토를 수행하였으며, 지속적인 제도 운영을 통해 임직원의 리스크 인식 제고에도 기여하고 있습니다.

리스크 인식 제고 | kt는 리스크 자체진단 Framework을 운영하여 사업 수행부서(Risk Owner)가 리스크 발생 가능 요인을 직접 발굴하고 평가함으로써 우선순위에 따른 리스크 대응과 사전예방이 가능하도록 합니다. 자체진단 운영결과 2010년 227개, 2011년 235개의 리스크를 도출하였으며 우선순위에 따라 대응전략을 수립하여 리스크 예방활동을 진행하고 있습니다. 이와 더불어, 임직원의 리스크 대응역량 향상을 위한 전문 교육을 실시합니다. 본사, 사업부서 대상의 리스크 전문교육을 운영중이며, 현장 Clean Supporters 대상 온라인교육을 병행하여 임직원의 리스크 관리 마인드 향상에 힘쓰고 있습니다.



리스크 검토

2010년 총 417건
2011년 총 602건



리스크 도출

2010년 총 227개
2011년 총 235개



리스크 예방활동
리스크 전문교육

리스크 관리 프로세스

핵심 리스크 예방 관리 프로세스

현상파악	리스크 관리/지표 설정	리스크 전개/과정 분석	대응방안 도출
리스크 Pooling 후보군 평가	핵심 보존가치 선정 리스크 관리 핵심 지표 (KRI)설정	리스크 관리 핵심지표 중심의 인과관계 규명 핵심원인 도출	대응전담팀 구성 개선과제 수행

사후 리스크 대응 프로세스

리스크 인식	리스크 평가	리스크 대응	리스크 피드백
사내외 접수 RM센터 자체인지	전사 리스크 여부 평가 및 대응주제 결정 (영향 력, 확산가능성 기준)	리스크 대응 방향 설정 관련부서 R&R 결정	대응결과 보고 재발 방지를 위한 분석 및 피드백

Dream with Shareholders

매출액
20,166,817 백만원

Main Team

가치경영실, GMC전략실,
CC, BTO, 그룹컨설팅지원실,
글로벌 사업본부

Awards

2012년 5월 24일에 개최된
'LTE World Summit 2012'에서
'LTE WARP' 기술로 "최우수 LTE
네트워크 사업자상"을 수상

2011년도 지식경제부 주최
"대한민국 브랜드대상
대통령상" 수상

2011년도 대한민국 광고대상
총 5개 부문 수상

'레드닷 어워드' 2년 연속 수상
(2010, 2011) 올레 BI 디자인,
올레 시그널

'IF 디자인 어워드' 수상(2011)
올레 스퀘어: 기업건축부문
인터랙티브

kt 올레체/타이포그래피 분야
if winner

올해의 광고 대상
캠페인부문 금상

서울경제신문 광고대상
전자정보통신부문 최우수상

Vision & Strategy

kt는 성장이 둔화되고 있는 통신 시장을 넘어 '글로벌 미디어 유통 그룹'으로 도약하고자 합니다. IT 미디어 사업을 집중 육성하고 신규 컨버전스 사업 영역으로 적극 확장하여 중기 성장을 견인할 것입니다. 특히, 그룹 시너지를 기반으로 미디어/콘텐츠, 금융, 보안, 렌탈 영역의 사업을 집중 육성하고, 새롭게 부각되는 광고, 교육, 의료, 에너지 산업 등으로 성장 포트폴리오를 다변화하여 지속 성장의 기반을 공고히 할 것입니다.

Performance

재무성과	매출액 20,166,817 백만원 매출액영업이익률 10%
사업	계열사 추가 BC카드 스마트홈 서비스 키봇2, 스마트홈 패드
혁신	특허해외 출원 138% 증가 설비투자액 33,185억원, 9% 증가

Dream with Shareholders

성장동력 구축

계열사 확대 | kt는 2011년 11월 1일부로 연매출 3조 1천억 원, 영업이익 1천억 원 규모의 국내 신용카드 시장거래의 25%를 점유하는 한국 신용카드 대표기업 BC카드를 그룹의 일원으로 편입하였습니다. 이로써 금융권과 가맹점, 카드 고객을 통신-금융 융합시장의 새로운 고객으로 확보하여 차별적인 서비스를 제공할 수 있는 기반을 마련하였습니다. 향후 kt와 BC카드가 보유한 ICT역량과 Payment Processing 역량을 결합하여 카드 이용고객에게는 차별화된 혜택과 새로운 경험가치를 제공하고, 중소기업에게는 개방형 마케팅 플랫폼 제공을 통해 실질적인 매출증대에 기여하며, 나아가 프로세스 효율화를 통해 카드산업의 중복투자 비용을 축소하는 데 일조할 것으로 기대됩니다.

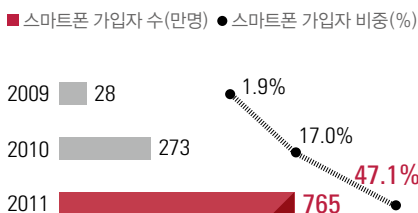
kt는 2010년 국내 렌터카 1위 사업자인 금호렌터카를 인수한 이후, 비통신 사업 영역으로서의 사업다각화를 통해 그룹의 사업 포트폴리오를 확장하고, 이종산업(통신서비스와 자동차)간 결합을 통한 컨버전스 서비스를 출시하였습니다. 2011년에는 렌터카 차량에 WiFi-Egg를 장착한 단기렌터카 상품을 출시했으며, FMS(Fleet Management System)을 접목한 장기렌터카 상품을 제공하여 고객이 렌터카를 보다 편리하고 효율적으로 사용할 수 있는 발판을 마련했습니다. 아울러 kt의 통신장비, OA장비등을 렌탈로 전환하여 연간 55억 원 이상의 비용절감을 실현하고 있으며, kt의 자산을 유통망(17개소)/차고지(4개소)로 공동 활용하여 시너지를 창출하고 있습니다. 그룹사 간에는 시스템렌탈 및 공동마케팅(kt렌탈+kt cs/BC카드), 상품결합판매(kt렌탈+kt skylife)등을 통해 그룹 시너지를 실현하고 있습니다.

새로운 서비스 출시

스마트폰/패드시장 선도 | kt는 전세계적인 스마트폰 열풍의 Trigger 역할을 담당하고 있는 아이폰을 2009년 11월에 국내 최초 도입한 것을 계기로 2011년 말 765만 명의 고객에게 스마트폰을 제공함으로써 전체 kt 이동통신 가입자중 47%가 넘는 고객이 스마트폰을 이용하고 있습니다. 동 보급률은 국내 이동통신 3개사 중 가장 높은 보급률로서 kt는 '대한민국 스마트혁명'을 선도해오고 있습니다. 또한 2012년 2월 14일을 기준으로 kt의 스마트폰 고객은 전체 이동통신 고객의 50%를 돌파했습니다. 이는 kt가 2009년 11월 아이폰을 도입한 이래 2년 2개월 여 만에 달성한 것으로 국내에서 최단 기간에 스마트폰 고객 비중 50%를 넘는 기록이라 더욱 의미가 크다고 할 수 있습니다. kt는 국내 스마트폰 첫 도입 이후 무선 데이터 이용의 폭발적인 증가를 대비해 3G와 WiFi, 4G WiBro, LTE WARP를 아우르는 토털 네트워크(Total Network) 전략을 펼쳐왔습니다. kt 스마트폰 고객은 세계 최초 CCC(클라우드커뮤니케이션센터) 도입으로 기존 보다 무선데이터 속도가 2배 빠른 3G 서비스와, 단일사업자 기준 세계 최대인 19만 개 울레 WiFi(AP 기준), 지하철, 버스 등에 구축된 '이동 WiFi', 전국 커버리지를 갖춘 4G WiBro 에그 등 다양한 네트워크 환경에서 편리하고 빠른 무선 인터넷을 즐길 수 있습니다.

2011년 4분기 이후 한국 이동통신시장은 본격적인 LTE 서비스로 빠르게 진화하고 있습니다. kt의 LTE 서비스는 세계최초로 혁신적 가상화 기술을 적용해 빠르고 안정적인 속도를 제공할 수 있습니다. 또한 기존 3G CCC기저국에 LTE 장비만 추가하면 LTE WARP가 구축되는 '플러그 인(Plug-in)'방식을 통해 통신사 중 가장 빠른 속도로 LTE 네트워크를 구축해가고 있습니다. kt의 LTE WARP는 클라우드 기술을 이동통신에 적용함으로써 트래픽 과부하를 적절히 분산해 빠른 데이터속도를 구현하는 최고의 기술입니다. kt는 2012년 5월 24일에 개최된 'LTE World Summit 2012'에서 'LTE WARP' 기술로 "최우수 LTE 네트워크 사업자상"을 수상하여 기술적 우수성을 세계적으로도 인정받았습니다. 또 하나의 스마트 디바이스인 태블릿PC 보급도 kt가 주도하고 있습니다. 2011년말 태블릿PC 가입자 경쟁에서 kt는 30만명으로 1위를 기록하였습니다. kt는 애플 iPad 단독출시와 더불어, 주부를 타겟으로한 생활형 태블릿PC인 '스마트홈패드'의 출시, 그리고 iPad2의 출시로 스마트시대를 리딩하고 있습니다.

이동통신사별 총 가입자중 스마트폰 가입자 비중



Dream with Shareholders



어린이용 에듀테인먼트 로봇 키봇

스마트홈 서비스 | kt가 그리는 ‘스마트홈’이란 가정 내 무선인터넷에 연결된 가정용 로봇과 스마트 홈 패드를 기반으로 개인별 맞춤형 콘텐츠 및 다양한 생활 서비스를 제공하여 가정을 편안히 쉬고, 즐겁게 배우고, 부담 없이 일하는 공간으로 변화시키는 개념입니다. ‘집전화 - 인터넷 - 인터넷전화 - tv’라는 기존의 유선시장이 포화상태로 신규고객 창출에 한계가 있는 상황에 직면한 kt는 “키봇”과 “스마트홈 패드”라는 새로운 상품 출시를 통해 유선 시장을 새롭게 개척하여 kt의 새로운 성장동력으로 발돋움하고 있습니다. 2012년에는 시니어용 반려로봇, 보급형 가정용 태블릿PC등을 출시하며 고객기반을 확장해 새로운 스마트홈 솔루션으로 kt의 미래 시장을 열어가겠습니다.

키봇2 2011년 4월 출시한 키봇1이 1만대 4개월 조기매진이라는 기록과 함께 2011년 지식경제부 주관 대한민국 로봇대상 대통령상을 수상했으며, 그 뒤를 이어 어린이용 에듀테인먼트 로봇 키봇2가 2011년 12월 말 출시됐습니다. 빔프로젝터, 증강현실 등 키봇1보다 강화된 기능에 뽀로로, 코코몽, 토마스 등 1만여 편의 풍부한 콘텐츠를 탑재했습니다. 일반 고객은 물론 장애인가족, 다문화가족 등 자녀 언어교육에 도움이 필요한 계층을 대상으로 좋은 반응을 얻으며 스마트홈 로봇 시장을 선도하고 있습니다.

스마트홈 패드 2011년 10월 말 가정용 태블릿PC ‘스마트홈 패드’를 출시하며 차별화된 SolP 서비스를 제공하고 있습니다. 요금제 개편으로 WiFi - Wibro - 텔레캅 중 고객이 필요한 옵션을 선택하는 고객맞춤형 서비스를 제공하고 있습니다. 이용자 정보를 기반으로 음악, 뉴스, 영상을 추천하는 맞춤형 생활정보 제공 서비스 ‘라이프 자키’, 가정용 보안서비스인 ‘홈시큐리티’ 등 고객에게 차별화된 홈 서비스를 제공하고 있습니다.

ucloud 서비스 | 개인용 서비스인 ucloud 서비스 상용화(2010년)후 2011년 말 기준 150만 가입자를 확보하였으며, olleh 인터넷, 모바일 고객대상으로 개인용스토리지 서비스를 제공함으로써 kt 서비스에 대한 로열티 제고와 고객만족 제고의 효과를 거두고 있습니다. 기업용 서비스인 ucloud biz 서비스를 상용화하여 기업의 IT자원을 인터넷을 통해 언제나 필요한 만큼 사용하고 비용을 지불할 수 있도록 server, storage, DB, CDN, VDI, backup 서비스를 출시하여 1,400여 기업고객을 확보하였습니다. 2012년에는 Virtual Private 프리미엄 상품 및 기존 상품별 라인업을 강화하여 기업시장을 확대하고 다양한 Open API 제공을 통하여 협력사 및 개발자간 상생을 위한 Cloud Eco System을 구축하여 매출 413억, 누적 가입자 263만 확보를 목표로 하고 있습니다.

후헬스케어(H∞H Healthcare) | kt는 의료산업과 ICT의 컨버전스를 통해 새로운 가치를 창출하는 ‘Global Total Healthcare Company’가 되고자 합니다. 이를 통한 삶의 질을 높이기 위해 kt는 의료 - ICT(정보통신기술) 융합 사업 전문 합작회사 ‘후헬스케어(H∞H Healthcare)’에 참여했습니다. 요람에서 무덤까지 NFS 등의 신기술을 접목한 토털 헬스케어 서비스를 제공하여 모든 국민들이 질 높은 의료서비스를 보다 저렴하게 이용할 수 있는 동시에 건강보험 재정 부담 완화에도 크게 기여할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

특허 출원 | kt는 사업 경쟁력 및 해외특허 포트폴리오 강화 등을 위해 활발한 특허발굴 활동을 전개하고 있습니다. 2011년에는 LTE펌토셀, CCC가상화, 스마트그리드 등 kt사업에 적용되거나 최근 트렌드를 반영한 기술분야에 대해 적극적인 특허발굴을 진행하였으며, 전략적으로 발굴된 우수특허에 대해 해외에 집중적으로 출원한 결과 2010년 대비 해외출원이 138% 증가하는 성과를 거두었습니다.

설비투자 | 2011년 kt의 설비투자액은 3조 3,185억 원으로, 이동전화사업, 지원시설의 투자가 크게 증가한 데 힘입어 2010년 대비 9% 증가하였습니다. 환경 친화적인 CCC 구조를 적용한 WCDMA망 용량의 획기적 확충을 위해 이동전화 분야의 투자는 90% 증가하였으며 신규 IT시스템 구축을 위해 지원시설 분야의 투자는 24% 증가 하였습니다. 2012년에도 세계 최초로 가상화 기술을 적용한 LTE 망구축 등 3W+LTE 네트워크 구축을 위해 이동전화 분야의 투자를 크게 늘릴 계획입니다.

설비투자 내역	단위_억 원		
구분	2009년	2010년	2011년
인터넷	6,033	8,388	4,486
유선전화	1,427	1,425	1,046
이동전화	7,295	8,164	15,519
데이터	4,185	4,051	3,401
통신인프라	6,752	5,012	4,358
지원시설	3,895	3,532	4,375
합계	29,587	30,572	33,185

Dream with Shareholders

글로벌 비즈니스

해외 네트워크

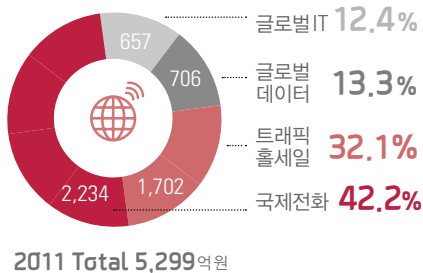
해외법인

- 중국 kt China Corp. (Omnitel China)
- 일본 kt Japan Co., Ltd.
- 미국 kt America Inc.
- 몽골 Mongolian Telecom
- 우즈베키스탄 East Telecom, Super-iMax
- 인도네시아 Freekom

해외 사무소/주재소

- 러시아 (모스크바 사무소), 베트남 (하노이 사무소)
- 콜롬비아 (보고타 사무소), 알제리 (알제 주재소)
- 방글라데시 (다카 주재소), 르완다 (키갈리 주재소)
- 중국 (홍콩 사무소), 인도네시아 (자카르타 주재소)
- 우즈베키스탄 (타쉬켄트 주재소)

1) GSM: Global System for Mobile Communications
 2) WCDMA: Wideband Code Division Multiple Access
 3) PSTN: Public Switch Telephone Network
 4) Wibro: Wireless Broadband Internet
 5) BCN: Broadband Convergence Network
 6) LTE: Long Term Evolution



글로벌 지속가능경영 추진 | kt는 지속가능경영을 글로벌 영역으로 확대하기 위해 2010년 6월 해외투자법인이 소재한 국가의 언어로 된 윤리강령과 윤리경영, 사회공헌, 개인정보보호, 국제노동기준 준수 등을 주된 내용으로 하는 지속가능경영 가이드라인을 제정, 배포하였습니다. 또한 올레 경영 1기 동안 윤리경영, 일하는 방식의 개선을 통해 Global Best Practice 수준으로 기업체질을 혁신하였으며 중소기업들과의 동반성장 및 일자리 창출 등 기업의 사회적 책임을 선도하고 있습니다. 해외투자법인에 이러한 경영성과 등에 대한 지속적인 정기적인 교육을 실시하고, 이를 통해 글로벌 지속가능경영 역량을 더욱 강화하고 있습니다.

한중일 '스마트벨트 구축' | kt는 중국과 일본의 대표 통신사업자인 차이나모바일 및 NTT도코모와의 협력을 통해 한·중·일 3국을 아우르는 동북아 스마트 생태계를 조성하고 있습니다. 동북아 6억 5천만 명의 가입자가 사용할 수 있는 슈퍼 앱스토어인 'OASIS', 각국의 GSM¹⁾/WCDMA²⁾망, WiFi망을 국경에 관계없이 고객이 사용하는 한·중·일 자유로밍 제공, 4세대 이동통신(4G)인 LTE(Long Term Evolution)에 대한 공동 연구 등 3국 협력이 활발히 진행되고 있습니다. 이러한 협력을 통해 고객은 보다 큰 실질적 혜택을 누릴 수 있고, 통신업계는 미래 이동통신 기술을 선도하여 글로벌 시장에서의 경쟁력을 제고할 수 있도록 하는 기반이 마련될 것 입니다.

글로벌 경쟁력 | kt는 유무선 통신사업의 성공 경험과 이를 통해 축적한 역량을 바탕으로 사업범위를 글로벌로 확장해 나가고 있습니다. 현재, kt의 강력한 네트워크, CCC, Smart Home, Kibot 등 글로벌 ICT시장에서의 선두역량과 그룹사의 비통신 역량을 기반으로 타켓 지역과 국가 그리고 사업자에 맞게 패키징하여 글로벌 시장으로 진출하는 것이 Global Go-To-Market의 전략적 사업실행 방향입니다. 특히, kt 올레 경영 2기, 글로벌 미디어 유통그룹의 성장 기반이 되는 엔써즈와 유스트림 코리아(콘텐츠 유통) 넥스알과 kt이노츠(클라우드 컴퓨팅) 등 그룹사 및 협력회사와의 협력 시너지를 극대화하고 Global Alliance(Cisco, SoftBank등) 및 Global Partnership(Vodafone CONEXUS)를 활용하여 Smart Space, IT Service, Health Care, CCC를 중심으로 글로벌 시장을 선도하는 경쟁력을 강화해 나갈 것입니다.

글로벌 ICT 사업 | kt는 PSTN³⁾, 초고속인터넷망, Wibro⁴⁾, BCN⁵⁾, IPTV, WCDMA망, LTE망⁶⁾ 등 다양한 정보통신 기술의 인프라를 구축하여 성공적으로 운영 중입니다. 이러한 국내에서의 성공 경험을 ICT 인프라 개선이 필요한 Emerging Market을 중심으로 전수하고 있으며, 각국 정부기관 및 글로벌기업 대상 통신 Infra 구축, 공공 인프라 서비스, U-City, Managed Service 등 글로벌 ICT 서비스를 제공하고 있습니다. 또한, 경제적인 비용으로 고품질의 인터넷, 국제전화 서비스를 제공하기 위해 세계 주요 국가를 연결하는 글로벌 네트워크를 구축하였고, 이를 기반으로 전 세계에 end-to-end 데이터 회선 및 IP서비스, Traffic Wholesale 등 글로벌 서비스를 제공하고 있습니다.

글로벌 ICT 사업 매출 현황

[단위_억 원]

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011
글로벌IT	135	90	288	566	936	706
글로벌데이터	431	495	599	743	644	657
트래픽홀세일	1,752	1,677	2,078	2,196	2,055	2,234
국제전화	2,030	1,995	1,999	1,481	1,487	1,702
합계	4,348	4,257	4,964	4,986	5,122	5,299

Dream with Shareholders

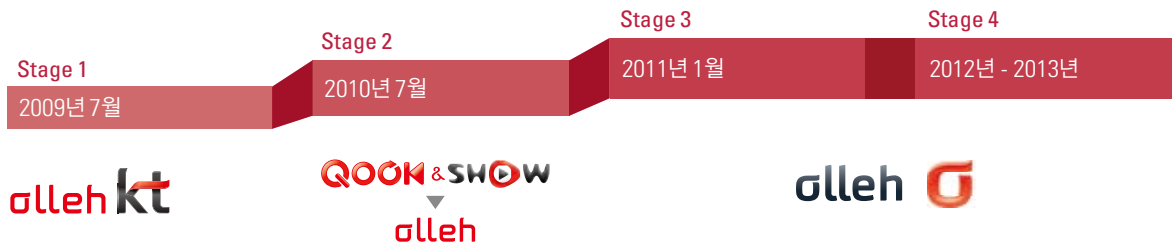
브랜드 가치

브랜드는 상품과 서비스를 대표하는 기업의 얼굴이자, 고부가가치를 창출하는 기업의 중요한 무형 자산입니다. kt는 브랜드의 중요성을 인식하고 체계적이고 전략적인 관리를 위해 브랜드 경영 체제를 도입, 시행함으로써 2010년 말 기준 kt 브랜드 가치가 약 10조에 이르는 괄목할만한 성장을 이루었습니다(인용 : 2010. 11. 산업정책연구원 '기업 브랜드 가치평가' 발표 자료).

특히, kt는 전세계 통신 시장의 컨버전스 패러다임에 발맞춰 2011년 1월 1일부터 kt의 유무선 상품/서비스 브랜드를 통합하여 "olleh" 브랜드를 출범하였습니다. 대표 서비스 브랜드 olleh의 출범으로 kt 브랜드에 새로운 활력을 불어넣었을 뿐만 아니라, 내부적으로는 다양한 상품과 서비스간 시너지 창출과 브랜드 차원의 통합적 마케팅 커뮤니케이션의 효율성을 높여 고객에게 보다 체계적이고 통합된 체계로 제품과 서비스를 제공하게 되었습니다.

kt는 2011년 브랜드 인지도 강화와 이미지 제고를 위한 다각적인 노력으로 통합브랜드 체계 1년 만에 "대한민국 브랜드 대상 대통령상"을 수상하는 등 국내외 유수의 브랜드 가치 평가기관에서 성공적인 브랜드 경영 사례로 평가 받았습니다. 앞으로도 kt는 브랜드 자산을 육성하고 브랜드 가치를 높이기 위한 다양한 활동을 전개하여 지속가능경영을 위한 브랜드 경영체계를 더욱 강화해 나아갈 것입니다.

지속가능경영과 브랜드 연계 | kt는 지속가능기업으로서의 이미지를 구축하기 위해 노력하고 있습니다. 이를 위해 2009년부터 고객들을 대상으로 기업 브랜드와 상품 브랜드에 대한 이미지 측정 시, 공정한 가격 정책, 허위 과장 광고 여부, 환경 보호를 위한 노력, 사회적 책임 활동, 명성 지수 등 지속가능경영과 관련된 항목을 포함시켜 지속적으로 지표를 관리하고 있습니다. 또한 2010년부터 매년 일반 소비자뿐만 아니라 정부기관, NGO, 투자자 등 대·내외적인 이해 관계자들까지 조사 대상을 확대하여 조사하고, 결과를 CIC IMC(Integrated Marketing Communication) 부서 및 관련 부서와 공유하여 지속가능경영 활동 전반에 이를 반영하고 있습니다. 이밖에도 외부기관에서 실시하고 있는 지속가능기업 명성지수를 지속적으로 관리하여 브랜딩 활동에 반영하고 있으며, 지속가능경영위원회를 통해 지속가능경영과 브랜드경영의 연계성을 강화하고 있습니다.



단계별 역할	Stage 1 2009년 7월	Stage 2 2010년 7월	Stage 3 2011년 1월	Stage 4 2012년 - 2013년
단계별 목표	경영슬로건 통합법인으로서 혁신적 이미지 구축	컨버전스 상품/서비스브랜드 컨버전스 리더십 확보	kt의 대표 상품/서비스브랜드 유무선 대표브랜드 리더십 확보	kt의 대표 상품/서비스브랜드 브랜드 파워 강화로 브랜드 가치 제고
	kt와 KTF가 합병하면서 새롭게 출범한 kt의 경영슬로건으로 처음 사용되기 시작한 olleh는, kt의 사명과 결합되어 내부적으로는 kt 브랜드에 새로운 활력을 불어넣고, 외부적으로는 소비자들에게 보다 혁신적인 기업으로 kt를 각인시키는 역할을 하였습니다.	olleh는 유무선 컨버전스 브랜드 QOOK&SHOW를 대체하는 상품/서비스 브랜드로 진화하면서, 구체적인 상품/서비스로서의 이미지를 구축하였습니다.	olleh는 kt의 모든 유선, 무선, 유무선 컨버전스 상품/서비스를 포괄하는 대표 서비스 브랜드로 진화하여, 고객의 생활에 더 큰 즐거움과 감동을 제공하겠다는 kt의 비전과 철학을 표방하는 kt의 유일한 상품/서비스 브랜드로 재탄생하였습니다.	olleh는 고객만족과 '실체' 기반의 IMC강화로 'olleh' 브랜드 선호도를 강화하고, kt 브랜드를 중심으로 그룹사와의 시너지를 높여 그룹 차원의 브랜드 경영 체제를 강화시킬 것입니다.

Dream with Shareholders

브랜드 관리 체계 구축 및 운영

2011년부터 본격적인 그룹 경영을 선포하고 추진 체계를 강화하고 있는 kt는 그룹 차원에서 브랜드 및 대내외 커뮤니케이션 주요 사안을 전담 심의, 의결하는 임원급 협의체로 그룹브랜드관리위원회를 운영하고 있습니다. 또한 그룹브랜드관리위원회 안건 상정 및 kt그룹과 그룹사간 브랜드·홍보·내부 커뮤니케이션 관련 실무협의를 총괄하는 팀장급 협의체로 그룹브랜드실무위원회를, kt 내부 CIC 간 브랜드·홍보·내부 커뮤니케이션 관련 실무 협의를 총괄하는 팀장급 협의체로 CIC브랜드실무위원회를 운영하고 있습니다.

그룹브랜드관리위원회에서는 브랜드의 정책 및 디자인, 광고 활동뿐만 아니라 그룹사를 포함해 그룹 전체 브랜딩 활동의 일관성 및 실행력 제고를 위한 그룹브랜드의 방향성과 전략을 논의하고 그룹 내부의 커뮤니케이션, 대외커뮤니케이션 사회공헌 활동 등 그룹이미지에 영향을 주는 다양한 활동을 기획/실행/평가 하고 있습니다. 또한, 그룹브랜드의 오·도용에 대한 대응, 그룹 브랜드 강화를 위한 협업 프로모션, 공동마케팅 활동, 대외커뮤니케이션 등 다양한 활동을 진행하고 있습니다. 특히, 2011년에는 그룹사의 통합적인 이미지 강화를 위한 각 그룹사의 CI/BI의 변경과 표현물 교체, 대대적인 그룹 브랜드 도용 신고 캠페인, 그룹사간 다양한 co-marketing 활동 등을 추진했습니다.

전략적 브랜드 관리 및 운영

브랜드 성과 지표의 체계적 관리 | kt는 체계적이고 과학적인 성과 관리 지표 관리 모델을 수립하여 브랜드 활동 성과에 대한 지표를 관리하고 있으며, 이러한 과학적 데이터를 바탕으로 효용성 높은 브랜드 전략 및 수행 방안을 도출하여 브랜드 가치 제고를 위해 활용하고 있습니다.

브랜드 성과 지표(Brand Performance Index) 브랜드 인지, 태도, 행동으로 구성된 브랜드 성과 모델을 지표화하여 측정하는 것은 물론, 마케팅 활동과 브랜드 지표간 관계를 분석함으로써 브랜드 마케팅 활동의 방향성을 정립하는 등 브랜드 경영 활동 및 브랜드 가치를 강화하는 데 활용하고 있습니다.

광고 성과 지표(Advertisement Performance Index) kt의 광고뿐만 아니라 통신사 광고 전체에 대해 메시지 파워, 이미지 파워, 크리에이티브 파워 측면에서 평가하여 그 결과를 브랜드 및 광고 전략 수립에 반영하고 있습니다.

브랜드 연상 조사(Brand Concept Map) kt와 olleh 브랜드에 대해 소비자가 가지고 있는 이미지 요소 및 상호관계를 정기적으로 조사/분석하여 브랜드의 전략적 이미지 관리에 활용하고 있습니다.

혁신적인 브랜드 커뮤니케이션 | 2011년부터 kt와 kt그룹사는 혁신을 기반으로 고객만족을 강조한 다양한 브랜드 커뮤니케이션 활동을 진행하고 있습니다. olleh브랜드의 고객만족 광고를 시행하면서 온라인에서 광화문사옥이 실제로 발로 뛰는 동영상을 배포하고, olleh tv 불거리뽕뽕 가두 캠페인, LTE WARP 외치기 등 ATL과 BTL을 통합한 커뮤니케이션 활동을 시행했습니다. 또한, 그룹사와 함께 kt tech의 TAKE 광고와 관련 이벤트, kt 금호렌트카와 차량용 예그 프로모션 등 다양한 협업 활동을 진행했습니다.

[kt]



[kt tech]

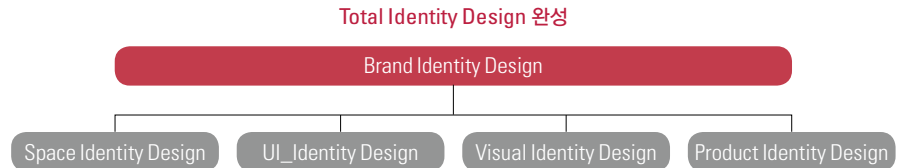


[kt rental]



Dream with Shareholders

통합적인 브랜드 디자인 | kt는 브랜드 가치를 높이는 주요 전략의 하나로 Total Identity Design을 구축하고 있으며, 브랜드 디자인, 서체, 공간, 제품, App 아이콘에 이르기까지 기업의 모든 표현영역에서 혁신적 변화를 추진하고 있습니다.



Brand Identity Design Total Identity Design 구축에 근간이 되며, 'Wave of Innovation'을 표현하고 있습니다. 다시 말해 kt의 모든 브랜드는 글로벌 브랜드를 지향하며 혁신의 바람에 휘날리고 있습니다.

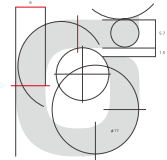


Visual Identity 최초로 통신신호를 그래픽화한 올레시그널과 kt만의 아이덴티티가 담긴 기업서체인 올레체를 개발하여 다양한 브랜드표현물에 적용하고, 브랜드 컬러 등 다양한 시각 표현 요소를 개발하여 일관된 Visual Identity를 구축하고 있습니다.



올레체

가까나다따라마바빠사사아자짜차카타파하
 가까나다따라마바빠사사아자짜차카타파하
 가까나다따라마바빠사사아자짜차카타파하
 가까나다따라마바빠사사아자짜차카타파하



Space Identity 올레스퀘어, 올레애비뉴, 올레매장 등 평면을 넘어 공간으로 기업의 브랜드 디자인 영역을 확대해 나가고 있습니다.



올레스퀘어

올레애비뉴

올레매장

Product Identity kt의 모든 디바이스가 놀라운 혁신적 변화를 준비 중에 있습니다. kt만의 아이덴티티를 반영하여 2013년 상반기 내에 출시예정입니다.

브랜드 경영 활동의 성과

kt는 통합적 브랜드 캠페인과 다양한 영역으로의 브랜드 디자인 활동 확대, 체계적 브랜드 지표 관리와 브랜드 오·도용에 대한 철저한 관리 등의 브랜드 경영 활동을 효과적으로 전개하여, kt와 olleh를 국내 최고 수준의 브랜드로 성장시켜 대한민국 대표 브랜드로서의 위상을 확보하였습니다.

2011년도 지식경제부 주최
 "대한민국 브랜드대상 대통령상" 수상

2011년도 대한민국 광고대상 총 5개 부문 수상
 '파란만장' 프로젝트로 4개 부문,
 '발로 뛰겟소' AR로 1개 부문

'레드닷 어워드' 2년 연속 수상(2010, 2011)
 올레 M 디자인, 올레 시그널

'iF 디자인 어워드' 수상(2011)
 올레 스퀘어 : 기업건축부문 인터랙티브

Dream with Shareholders

혁신경영

창의 경영 KPI

kt는 탈통신 영역의 신사업 개발과 소프트웨어에 기반한 글로벌 진출을 위해 직원들이 기존의 틀에서 벗어나 새로운 아이디어를 제안하고 구체화할 수 있는 역량을 갖출 수 있도록 2010년부터 경영혁신 프로그램인 창의경영을 도입하여 발전시켜오고 있습니다. 창의경영은 '임직원이 스스로 문제와 새로운 기회를 발굴하고, 창의적으로 해결 방법을 찾고 발전시킬 수 있는 기업문화 창출'을 목표로 하고 있으며, 올해는 창의경영센터로 그 수행 조직을 확장하여 전 직원 대상 교육을 담당하는 '창의경영스쿨' 운영과 사업부서의 문제를 함께 해결하는 창의경영프로젝트 수행을 통해 창의경영을 전파, 확산함으로써 임직원의 일하는 방식을 개선해 나가고 있습니다. 또한 직원들의 아이디어가 자유롭게 제안되고 우수한 아이디어는 실제 사업 추진으로 연결될 수 있는 Idea Pipeline을 구축하여 직원들이 실행을 통해 'Small Idea'를 'Big Idea'로 발전시켜나갈 수 있는 환경을 만들고 있으며, 이를 바탕으로 kt 안에 실패를 자산화하는 도전적인 문화를 확산시키고 있습니다. 이밖에도 지난 2년간 수행했던 창의경영 수행 경험을 자산화하기 위해 kt 고유의 tool kit을 개발 중에 있으며, 이를 통해 국내외 타 기업의 창의경영 도입을 적극 지원할 계획입니다.

그룹 PEG(Project Expert Group)

사내 전문컨설팅 조직으로 2010년 설립된 그룹 PEG는 2011년 한해 동안 프로젝트 중심의 일하는 방식을 위한 기반을 마련하고 총 100개의 과제를 수행하였습니다(2010년 37개 수행). 특히 그룹관점의 ICT - 컨버전스 사업영역 발굴과 기술기반의 상품/솔루션 개발을 통해 시장을 개척하고, 인프라 개선을 통한 Cost Transformation 혁신활동에 주력한 결과 'BC카드와 관련하여 개방형 포인트 사업 프로젝트', '국내 NFC¹⁾ 시장 선도를 위한 신규 비즈니스 창출', '신재생 에너지 발전사업 개발을 위한 그린에너지 융합 사업 개발' 등의 과제를 수행하였습니다. 또한 프로젝트를 수행하는 기본적인 방법론으로 영국의 PRINCE2²⁾를 채택하여 'PEG프로젝트 운영 고도화'를 추진하였으며, 국제공인인증인 PRINCE2 자격증을 Foundation(기초분야) 41명/Practitioner(전문분야) 27명 획득하는 등 인적자원의 역량 강화에도 노력하였습니다. 2012년에는 올레 경영 2기에 따라 비통신영역의 그룹경영 관점의 프로젝트 발굴 및 수행을 통해 전사 성과에 기여하고 그룹경영체제에 기여하도록 지속적인 혁신과제를 수행해 갈 예정입니다.

BIT-ERP 프로젝트 추진

2011년부터 추진 진행 중에 있는 BIT 프로젝트는 kt가 글로벌 ICT리더로 도약하기 위해 IT인프라의 혁신을 통한 업무 체계 선화, 단순화를 추진하는 프로그램으로서, 현재 경영관리시스템(ERP)를 포함해 회사의 전 영역에 해당됩니다. ERP 프로젝트의 경우 현재 디자인, 설계, 시스템 개발 및 단위 테스트를 완료했으며, 2012년 7월 Open을 위한 사용자 교육, 집중 사용부서 데이터 점검, Go Live 연습, 인프라 준비 및 Help desk 운영 방안을 수립 등 Deploy 단계를 추진하고 있으며, 올레 경영 2기에 맞게 BIT-ERP 구축의 목표를 경영정보 혁신, SCM운영 효율화, Simple, Speed를 지향하고 있으며, 주요 변화 목표를 설정하여 구축 중에 있습니다.

1) NFC(Near Field Communication) : 근거리 무선통신
교통/티켓/지불 등 금융과 통신의 경계를 무너뜨리는 컨버전스 서비스 제공

2) PRINCE2(Projects IN a Controlled Environment version 2) : 영국 OGC(Office of Government Commerce)에서 개발한 프로젝트 관리방법론

Dream with Shareholders

ERP 사업의 주요변화 지향점

구분	주요 변화	지향점
경영정보 혁신	직접비 비율 확대	56.2% → 80%
	BM 수익성 분석 확대	67개 → 210개
	표준활동(Activities) 수 확대	189개 → 7,003개
	다차원 수익성 분석	채널, 고객, 조직별, 서비스 우수성
SCM 운영 효율화	ERP 표준구매프로세스 준수율 확대	19% → 70%
	재고회전일수(단말) 축소	33일 → 28일
	지사 단말물류거점수 축소	334개 → 192개
	경영계 프로세스 개수(L4) 축소	713개 → 559개
Simple, Speedy	ERP 영역 시스템 수 축소	10개 → 1개
	계정과목 축소	1,600개 이하
	결산일정 단축	D+13일 → D+3일
	회계전표 라인수 축소	년 7,428만건 → 년 4,456만건(40% !)
	WBS 관리유형 축소	14유형 → 5유형

비용구조 혁신

비용절감 성과



kt는 구조와 시스템의 혁신, 통제가 아닌 자율 혁신, 즉각적인 보상과 신상필벌의 원칙하에 프로세스 개선을 통한 비용 구조 혁신에 힘쓰고 있습니다. 2011년에는 비용효율화 중심의 107개 비용혁신 과제와 활동 중심의 사업최적화 과제 55개를 추가로 발굴 및 추진하여 2,012억 원의 비용절감 성과를 창출했습니다. 주요과제 내역은 다음과 같습니다.

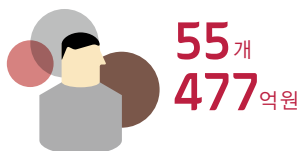
비용효율화 중심의 혁신과제

비용효율화 중심의 혁신과제



사내채널 판매향상 및 고객사은품 통합관리로 확보비 절감	294억 원
AS발생빈도가 낮은 지역의 AS 직영화를 통한 도급비 절감	168억 원
저전력기반 시설운용 및 외기도입 냉방을 통한 전력비 절감	123억 원
상호접속체계 변경, 통화량 오차분석을 통한 정산수지 개선	99억 원
경쟁입찰 도입을 통한 단말할부 보증보험 요율 인하	91억 원
유지판촉비 연계 관리를 통한 감액 감소	80억 원
기업용 SolP 개통 및 유지보수 직영화를 통한 도급비 절감	68억 원
IT 위탁비 변동비화, 유지보수 체계개선(연간계약 Call Base)	33억 원
선로분야 시공방법 개선(케이블 다대화 등) 및 시설관리 강화 (미사용 맨홀 폐기 신고 등)로 운용비용 절감	11억 원

활동중심의 사업최적화 과제

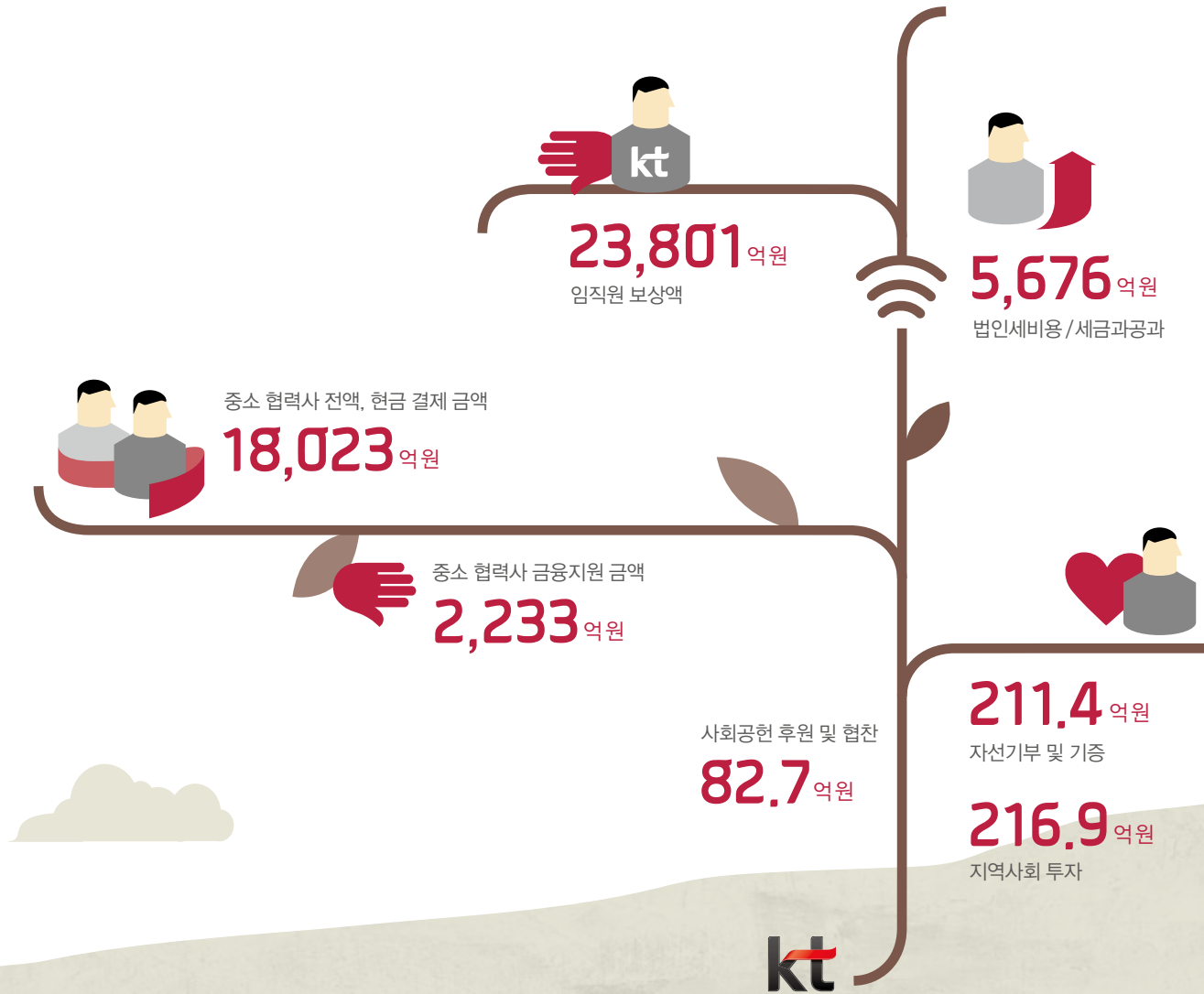


활동중심의 사업최적화 과제

Hit단말 제조사 인센티브 유치를 통한 단말원가 절감	149억 원
부진재고 적기 소진 프로세스 마련(Signal 발생 후 3개월 이내 완전 소진) 등으로 평가손실 절감	71억 원
브랜드플랫폼 구매계약 업무 집중화 및 연간 단가계약 도입	5억 원

Dream with Shareholders

경제적 성과



경제적 성과 요약

사업별 매출 | 당기와 전기 중 회사의 영업수익 내역은 다음과 같습니다.

사업별 매출					단위_ 백만 원
구분	2010 매출액	2010 매출비중	2011 매출액	2011 매출비중	증감률
재화의 판매	3,918,796	19.7%	4,201,178	20.8%	7.2%
서비스의 제공	15,632,767	78.5%	15,122,455	75.0%	-3.3%
기타	366,815	1.8%	843,184	4.2%	129.9%
합계	19,918,378	100%	20,166,817	100%	1.2%

*2011년부터 K-IFRS 적용에 따라 2011년 실적 및 비교 가능한 전기 실적은 한국채택국제회계기준(K-IFRS)으로 재산정한 금액임.

Dream with Shareholders

요약대차대조표

| 단위_ 백만 원 |

구분	제29기(2010년 12월말)	제30기(2011년 12월말)	증감률
자산총계	24,345,115	26,453,607	8.7%
유동부채	6,842,087	6,035,682	-11.8%
비유동부채	6,411,891	8,683,992	35.4%
부채총계	13,253,978	14,719,674	11.1%
자본금	1,564,499	1,564,499	0.0%
주식발행초과금	1,440,258	1,440,258	0.0%
이익잉여금	9,399,171	10,008,964	6.5%
기타포괄손익누계액	-56,165	-28,684	-48.9%
기타자본구성요소	-1,256,626	-1,251,104	-0.4%
자본총계	11,091,137	11,733,933	5.8%
부채와 자본총계	24,345,115	26,453,607	8.7%

*상기 제29기, 제30기 재무제표는 한국채택국제회계기준 작성기준에 따라 작성되었음

요약손익계산서

| 단위_ 백만 원 |

구분	제29기	제30기	증감률
영업수익	19,918,378	20,166,817	1.2%
영업비용	17,914,807	18,140,891	1.3%
영업이익	2,003,571	2,025,926	1.1%
금융손익	(363,457)	(367,648)	1.2%
금융수익	225,795	243,789	8.0%
금융비용	(589,252)	(611,437)	3.8%
법인세비용차감전순이익	1,640,114	1,658,278	1.1%
법인세비용	391,268	369,223	-5.6%
당기순이익	1,248,846	1,289,055	3.2%

주요 재무비율

| 단위_ % |

구분	분류	2010	2011
안정성 지표	유동비율	84.8	105.6
	부채비율	119.5	125.4
수익성 지표	매출액영업이익률	10.1	10.0
	매출액순이익률	6.3	6.4
	총자산이익률	5.1	4.9
	자기자본이익률	11.3	11.0
성장성 및 활동성 지표	매출액증가율	25.2	1.2
	영업이익증가율	227.6	1.1
	당기순이익증가율	141.8	3.2
	총자산증가율	0.0	8.7

Dream with Shareholders

주주 커뮤니케이션

이해관계자별 가치분배

구분	2009	2010	2011
배당금	486,393	586,150	486,602

구분	2008	2009	2010	2011
급여	18,101	18,412	18,405	18,695
퇴직급여	3,222	10,717	2,076	1,984
복리후생비	4,826	5,092	3,038	3,122
계	26,149	34,221	23,519	23,801

구분	주식수	지분율
자사주	17,810,562	6.82
외국인	125,054,808	47.89
국민연금	22,373,434	8.57
우리사주	3,558,570	1.36
국내기관(연금제외)	24,894,021	9.53
기타법인	6,508,522	2.49
개인	60,911,891	23.33
총 발행주식 수	261,111,808	100.00

유형	주요내용	비고
기업설명회	실적 및 경영 현황	수시
실적발표회	분기별 실적 발표	분기별
보고서 발간	사업보고서	분기별
	감사보고서	분기별
	영업보고서	연간
	지속가능경영보고서	연간

구분	2010	2011
법인세비용	3,913	3,692
세금과공과	-	2,084
합계	3,913	5,776

주주환원

Kt는 집중투표제와 서면투표제 도입을 통해 소수 주주들의 권익을 보호하고 있으며, 매년 당기 순이익의 50% 이상을 주주에게 환원하는 것을 원칙으로 하고 있습니다. 2011년 회계연도 성과에 대해서는 2012년 3월 정기주주총회 결의로 4,866억 원의 배당금을 지급하였습니다.

배당에 관한 사항

주요내용	2009	2010	2011
주당액면가액(원)	5,000	5,000	5,000
당기순이익(백만원)	516,533	1,248,846	1,289,055
배당금총액(백만원)	486,393	586,150	486,602
배당성향(배당금액/당기순이익, %)	94.2	46.9	37.7
배당수익률(주당배당금/주가, %)	4.9	5.0	5.3

* 제29기, 제30기 배당관련 사항은 2011년 한국채택국제회계기준이 도입됨에 따라 비교 가능한 2개년 치로 작성되었으며, 제28기는 K-GAAP 기준으로 작성되었습니다.

Dream with Customers

Awards

1위

LTE 월드 서밋 2012 - 최우수 사업자 선정

국가고객만족지수(NCSI)
시내/시외 전화부문에서 14년 연속 1위
초고속인터넷 부문에서 8년 연속 1위
인터넷전화 3년 연속 1위
국제전화 1위, IPTV 1위

한국산업의 고객만족도(KCSI)
시내/시외, 초고속인터넷, 인터넷전화,
국제전화, IPTV 5개 부문이 1위

한국서비스품질지수(KS-SQI)
초고속인터넷과 IPTV, 국제전화
부문 등에서 1위

WiFi 전국
100,287국소

Main Team
SI 부문, 홈부문(홈 CS 본부),
네트워크 부문

유무선 상품통합
사이트
www.olleh.com

Vision & Strategy

kt는 올레 경영 2기를 맞아 "마음으로 소통하고 믿음으로 다가가는" 세계 초일류 CS 기업이라는 비전을 가지고 차별화된 고객가치경영을 추진하고 있습니다. 대한민국 통신역사와 함께해 온 대표 국민기업으로서 "믿어 온 시간 만큼, 情·感 넘치는 kt"라는 CS 像을 정립하고 고객감동과 소통경영을 통해 소비자의 신뢰를 회복하고 초일류 CS기업으로 성장하겠습니다. 그리고 이를 구현하기 위해 전 직원이 준수해야 할 CS Rule을 정하고 구체적인 실천을 위해 누가, 무엇을, 어떻게 해야 하는지를 설명하는 Guideline을 마련하였습니다.

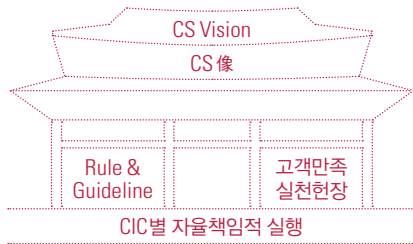
Performance

CS 경영체계 구축	체계 구체화 CS Vision, CS 像, 고객만족 실천헌장 마련 CS 업무 방식 개선 CS Rule & Guideline 정립
고객가치창출	새로운 서비스 제공 올레 그린폰 서비스, 올레폰 안심플랜 고객 커뮤니케이션 채널 확대 SNS활용 VOC 처리
고객정보보호	임직원 교육 이수율 91%

Dream with Customers

CS 경영체계

CS Vision House



CS Vision

마음으로 소통하고 믿음으로 다가가는 세계 초일류 CS기업

배경 : 고객감동/소통경영을 통한 신뢰회복과 사회공헌활동 확대로 매출기반을 확보하고 초일류 CS기업으로 성장하겠다는 의지
기업의 CS 분야에 대한 장기적인 목표와 미래상으로 기업의 CS가 나아가야 할 방향

CS 像

믿어 온 시간 만큼, 情感 넘치는 kt가 되겠습니다

기업이 제공하는 서비스에 대해 대내외적으로 고객에게 심어주고자 하는 서비스 가치와 의미

고객만족 실천현장

핵심가치 중 All for Customer를 중심으로 전 직원이 고객들에게 실천을 약속하고 준수하고자 하는 의지표명

우리의 핵심가치인 All for Customer의 정신을 바탕으로 고객의 입장에서 생각하고 행동하며, 모든 고객이 만족할 수 있도록 다음과 같이 5대 실천현장을 지켜나가겠습니다.

1. 우리는 서비스 실명제를 통하여 고객과의 약속을 반드시 지키겠습니다.
2. 우리는 고객이 원하는 것을 신속하게 파악하고 완벽하게 처리하겠습니다.
3. 우리는 고객의 참여와 평가를 통하여 고객이 원하는 상품을 만들겠습니다.
4. 우리는 다양한 방식으로 365일, 24시간 쉼 없이 고객의 소리를 들겠습니다.
5. 우리는 한결같은 마음으로 소외되고 외진 곳까지 달려가겠습니다.

이와 같은 실천현장을 임직원 모두의 가슴에 새기어, 모든 고객이 만족하는 그 날까지 실천해 나가겠습니다.

Rule & G/I

CS Rule : CS 像을 구현하기 위해 전 직원이 준수해야 할 실행 규칙
CS Guideline : CS Rule 실천을 위해 누가, 무엇을, 어떻게 해야 하는지를 설명하는 실행의 기준점

CS개선 활동은 고객접점, 사업부서, 본사 등 조직별 역할에 따라 단계별로 추진됩니다. CS 비전을 통해 그룹 차원의 CS 마인드 혁신을 이루고 CS 성과에 따라 Reward와 Penalty를 도입하였습니다. 또한 고객만족에 대한 유기적인 성과관리체계 구축과 운영을 위해 CS 활동 관련 전 부서에 CS KPI를 반영하였습니다.

고객의 불편 사항을 신속히 해결하기 위한 CEO 클레임센터를 통합 운영하고, 독립조직으로 편제화를 추진하였으며, 상담사 인적 역량을 강화했습니다. 나아가, 하나의 신상품 개발 시 기존 유사상품 하나를 퇴출하는 등 상품구조 혁신을 통해 글로벌 수준의 상품합리화 추진으로 상품수를 대폭 축소했습니다. 2011년에는 전년 대비 90%수준으로 상품 수를 줄였고 2012년 50%로 줄이는 것을 목표로 하고 있습니다.

Dream with Customers

서비스 혁신

새로운 서비스

올레 그린폰서비스 | 우리나라의 휴대폰 교체주기는 선진국 및 일본에 비해 많게는 3배 이상 짧습니다. 이처럼 잦은 휴대폰 교체로 인해 발생하는 중고폰은 한 해 약 2,280만대에 이릅니다. 올해 5월에는 블랙리스트제도로 실시되어, 앞으로는 중고폰을 사용하는 고객뿐만 아니라, 중고폰을 세컨드 디바이스로 활용하려는 사용자도 증가하는 추세입니다. 한편, 자원순환법이 발효된 후 이동통신사들도 휴대단말 판매업자로서 의무수거량이 정해졌습니다. 이러한 중고폰 활용과 자원순환을 제고하기 위해 올레그린폰 서비스(olleh Green Phone Service)를 2012년 3월 출시하였습니다. 올레그린폰 서비스는 전 고객채널을 통해 수거되는 중고폰을 적극 활용하여 자원재사용을 촉진 시키고, 저소득층 및 중고폰 이용희망 고객의 니즈에 부응하여 친환경, 지속 가능한 소비에 높은 가치를 두고자 하는 서비스입니다. 온라인뿐만 아니라 국내 최초로 오프라인에서도 상시 거래 채널을 구축하였고, 매장에서 즉시 등급판정을 진행함으로써 고객니즈에 부합하는 편의서비스를 제공하고 있습니다. 2012년 6월부터 업계 최초로 시작하는 '올레그린폰 클리닉' 서비스는 전국 올레매장을 방문해 폰 외관상태를 진단받고, 진단 결과 관리가 필요한 경우 전국 4곳의 '올레그린폰 클리닉센터'에서 단말 외관세척, 광택, 살균소독과 기능점검 등의 종합적인 관리서비스를 제공하고 있습니다.

특히, '올레그린폰 클리닉' 서비스를 통해 보다 새로워진 중고폰을 가지고, USIM만 개통할 수 있는 '올레 심플(SIMple)' 서비스에 가입하면 단말구입비용과 통신요금 부담을 동시에 줄일 수 있습니다. 하반기에는 임직원 중고단말 수거 캠페인을 진행할 계획입니다. 이처럼 올레그린폰 서비스와 올레그린폰 클리닉서비스로 고객만족과 신뢰를 확보한 결과, 고객에게는 실질적인 재사용에 따른 혜택 부여를, 사회적으로는 자원재사용을 통한 환경보호를 통해 사회, 소비자, 기업 모두가 지속 상생할 수 있는 새로운 전기를 마련하고 있습니다.

올레폰 안심플랜 | 휴대폰 사용자 2명 중 1명은 스마트폰을 구입합니다. 또한, 2012년 1~3월간 소비자 구매패턴을 살펴보면 2/3가 피쳐폰 대신 스마트폰을 선택합니다. 이처럼 대당 80만~90만원이나 하는 고가 스마트폰의 파손 및 분실에 대비 할 수 있도록 올레폰안심플랜 제도를 운영중입니다. 올레폰안심플랜 제도는 고객 리텐션 강화 프로그램의 일환으로 분실 단말기 교체비용 및 수리비용을 한도내 지원해주는 프로그램으로, 선도사업자로서 축적된 경험을 바탕으로 스마트폰 구입과 사용 전반에 걸쳐 고객만족도 제고를 위한 올레A/S센터 등 다양한 방안을 도입하고 있습니다. 실제 단말보험 상품 누적가입 추이를 보더라도 2011년 말 기준으로 단말보험가입자가 430만 명을 돌파하였고, 경쟁사 대비 가장 큰 규모의 가입자를 확보하고 있습니다. 휴대폰 보험이 마케팅 경쟁력에서 차지하는 비중이 커지고 있는 만큼 더욱 보험서비스를 강화하여 kt의 경쟁력을 제고해 나갈 것입니다.



리텐션 프로그램

기변포인트 제공으로 24개월 후 추가 기변 유도 (사고자 제외)

분실/파손 고객Care

분실, 파손에 대해 단말기 교체 비용 및 수리비용을 한도내 지원



올레 그린폰 클리닉



올레 그린폰 서비스

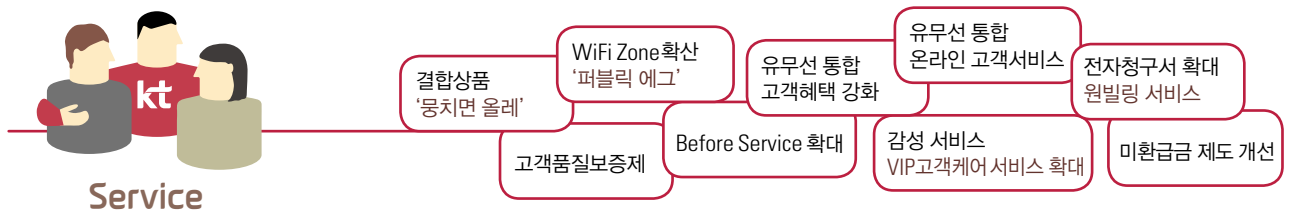


올레 심플 서비스

Dream with Customers

차별화된 서비스

kt는 고객 여러분께 제공해드리는 기존 서비스에 대해서도 늘 차별화할 수 있는 부분을 고민하고 이를 반영하고 있습니다. '몽치면 올레'와 같은 결합상품부터 전자청구서, Before Service, 나아가 감성 서비스까지 고객 만족을 위해 발로 뛰고 있습니다. 특히 이동 중인 대중교통 안에서도 늘 네트워크에 연결되어 있을 수 있도록 차량 내에 '퍼블릭 에그'를 전국으로 확대 설치하고 있습니다. 이러한 노력은 모두 고객 여러분들과 마음으로 소통하고 더 나은 서비스를 통해 고객님들에게 다가서기 위한 kt의 노력입니다. 앞으로도 kt는 끊임없는 자기 혁신으로 고객 여러분께 조금이라도 더 나은 서비스를 제공하기 위해 노력하겠습니다.



결합상품을 통한 고객 요금부담 완화 | kt는 유무선을 아우르는 종합통신사업자로서의 장점을 활용하여 고객에게 kt가 제공하는 다양한 통신서비스를 최소한의 요금부담으로 이용할 수 있는 결합상품을 제공하여 왔습니다. 특히 2011년 5월에는 그동안의 결합상품 중에서 고객혜택폭이 가장 큰 '몽치면 올레'상품을 출시하여 출시 7개월 만에 약 300만 고객에게 할인혜택을 제공하였습니다. '몽치면 올레'는 인터넷 또는 집전화와 이동전화를 함께 이용하면 이동전화 회선 수에 따라 회선별 할인혜택이 커지는 획기적인 유무선 결합상품입니다. 기존의 결합상품이 총액으로 할인되거나 일정 비율로 할인되던 것과 달리 가족수가 많을수록 개인별 할인혜택이 늘어나는 구조로 고객혜택을 강화하였습니다. 특히 '몽치면 올레'는 단말기 가격부담 때문에 스마트폰 이용을 망설이던 고객들의 부담을 크게 덜어줌으로써 스마트폰을 통한 다양한 통신 서비스를 받을 수 있는 기회를 획기적으로 확대하였습니다. '몽치면 올레'는 가족 모두가 부담 없이 스마트폰을 이용할 수 있도록 할인혜택을 제공하여 가계통신비 절감에 큰 기여를 하고 있습니다.

WiFi Zone확산을 통한 프리미엄 무선인터넷 제공과 통신비 경감 | 2011년 olleh WiFi Zone은 다양한 장소로의 확산과 함께 2.4GHz/5GHz 두 개의 대역폭을 제공하는 프리미엄 Ap로의 대개체를 통한 품질개선을 중점으로 운영하였습니다. 또한, 지하철과 버스, 한강유람선 등의 대중교통에서 이동 중에도 WiFi를 무료로 이용할 수 있는 퍼블릭 에그를 차량 및 선박내에 설치중이며, 2010년부터 서울·수도권 지하철 전 노선, 인천, 부산지하철 전노선, 공항철도로 확대·구축하였습니다. 2011년에는 공항리무진을 비롯해 서울, 수도권과 전국버스 500여 노선에 이동WiFi를 구축 완료하였고, 2012년 경기, 울산, 창원, 포항, 광주 등 버스 600여 노선에 추가로 이동 WiFi를 구축 중입니다. 이를 통해 전국 10만Zone(11년말 기준)의 해수욕장, 독도, 대중교통 등에서 프리미엄 무선인터넷을 사용할 수 있게 하였습니다. 또한 해외에서도 올레 WiFi 로밍 서비스를 통해 미주, 아시아, 유럽 주요 100개국에서 일반 데이터로밍 요금 대비 저렴한 비용으로 WiFi를 사용할 수 있게 되었습니다.

유무선 통합 고객혜택 강화 | 2012년 1월 유무선 통합 고객등급 도입으로 기존 무선(모바일, Wi-bro) 고객 중심의 혜택을 유선(인터넷, 인터넷전화, IPTV, 집전화) 가입 고객까지 대폭 확대 개편하였으며, 고객등급을 세분화하여 맞춤 서비스를 제공합니다. 또한 온라인/오프라인 구분 없이 언제 어디서나 다양한 분야의 고객 니즈를 충족시킬 수 있도록 전국 15,000여 개의 제휴가맹점을 구축하였고, 프레스티지존, 글로벌, 골프/레저, 문화/공연 서비스 도입을 통해 특별한 경험과 프리미엄 혜택을 제공하고 있습니다.

유무선 통합서비스, 통합온라인 채널 구축 | kt는 2011년 1월 유무선 상품 통합 사이트인 www.olleh.com을 오픈하여 고객에게 유무선 상품 통합 안내, kt 서비스 요금, 이용약관 등 각종 정보 제공 및 서비스 신규가입, 해지, 요금조회 상품변경 등 다양한 고객센터 활동을 지원하고 있습니다. 스마트폰 등 모바일 이용고객이 계속 증가함에 따라 2011년 8월부터 m.olleh.com과 고객센터 App을 통해 모바일을 이용한 고객센터 업무를 확대하는 등 100번 콜센터와 같은 수준의 온라인 CS 업무를 제공하고 있습니다.

원빌링 및 전자청구서 확대 | kt는 우편청구 발송에 따른 자원과 비용을 절감하기 위해 전자청구서 발송을 확대하고 있습니다. 여러 서비스를 이용하는 고객들을 위해서는 한장의 요금 명세서를 제공하는 원빌링 서비스를 제공하고 있습니다. 향후에는 동일명의, 동일주소 가입자로 통합 청구(원빌링)를 확대 추진할 계획입니다. 올레닷컴을 통해 이메일/통합 청구 서비스를 홍보하고, 스마트 요금명세서 적용 확대를 통해 종이 청구서를 대체할 예정입니다.

요금명세서 현황

| 단위_만 건. % |

구분	유선			무선		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
종이(전체)	1,944	1,744	1,674	805	1,033	1,066
	89%	89%	87%	67%	68%	65%
원빌링(통합)	-	358	420	-	-	44
이메일/MMS	252	222	245	396	496	577
	11%	11%	13%	33%	32%	35%
소계	2,196	1,966	1,919	1,201	1,529	1,643

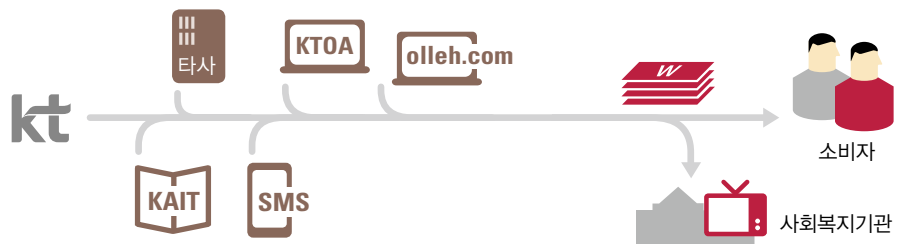
고객품질보증제 | kt는 개통 또는 A/S 등의 서비스를 받은 고객을 대상으로 서비스 종료 직후 직접 만족도 평가를 시행하는 '고객품질보증제'를 실시하고 있습니다. 이는 고객의 평가와 추가 요구 사항을 현장에서 직접 수렴하기 위한 것으로, 보다 나은 서비스를 제공하기 위한 자료로 활용됩니다. 아울러 서비스를 시행한 IT엔지니어는 고객에게 서비스 품질보증서를 발행하여 서비스에 대한 신뢰감을 높이고 있습니다.

Before Service 확대 | 기본적인 애프터서비스를 통한 고객만족과는 별도로 고장이 날 가능성이 높은 시설을 사전에 진단하여 수리 및 관리하는 비포서비스(Before Service)를 확대하여, 고객들이 'Always Connected' 되어 있도록 최선을 다하고 있습니다. kt는 앞으로도 지속적으로 전국 네트워크를 선제적으로 관리하여, 고객의 불편을 최소화하는 안정적인 서비스를 제공하도록 노력하겠습니다.

감성 서비스 | kt 서비스 직원들은 고객의 주택을 방문할 때 바닥을 더럽히지 않기 위해 덧신을 신으며, 공구나 장비를 쓸 때는 작업용 패드를 깔아 작업 부산물들을 모아서 되돌아갈 때 가지고 갑니다. 또한 고객의 컴퓨터와 모니터를 닦아주고, 지저분한 선들을 깨끗하게 정리해 주는 등 하나 더 서비스(Plus One Service)를 시행하여 고객만족을 위해 발로 뛰고 있습니다. kt는 일부 VIP 고객에게만 제공하던 VIP 고객 케어 서비스(Best 서비스직원에 의한 2시간 이내 A/S 등)를 사회 소외계층에게도 확대하여 시행하고 있으며, 2012년부터 시각 장애인에게 점자명함을 제공하는 등 뛰어난 서비스를 시행하고 있습니다.

미환급금 제도 개선 방안 | 기다려주지 않는 소비자를 위해 찾아가는 서비스로 변화하고 있는 kt는 고객의 미환급금 또한 고객이 알기 전에 고객의 환불계좌로 입금해주는 서비스로 진화를 실시하고 있습니다. 미환급금 해소를 위해 타 통신사와 연계하여 환불안내를 적극적으로 전개하고 있으며, 신속하게 환불할 수 있도록 최선의 노력을 다할 것입니다. 나아가 미환급금을 기부하여 사회에 환원하는 방안을 도입하여, 소득으로 인해 정보 격차까지 경험하고 있는 소외 계층을 위해 IT 인프라를 구축하는 데 활용될 수 있도록 하고 있습니다.

미환급금 해소를 위한 개선노력

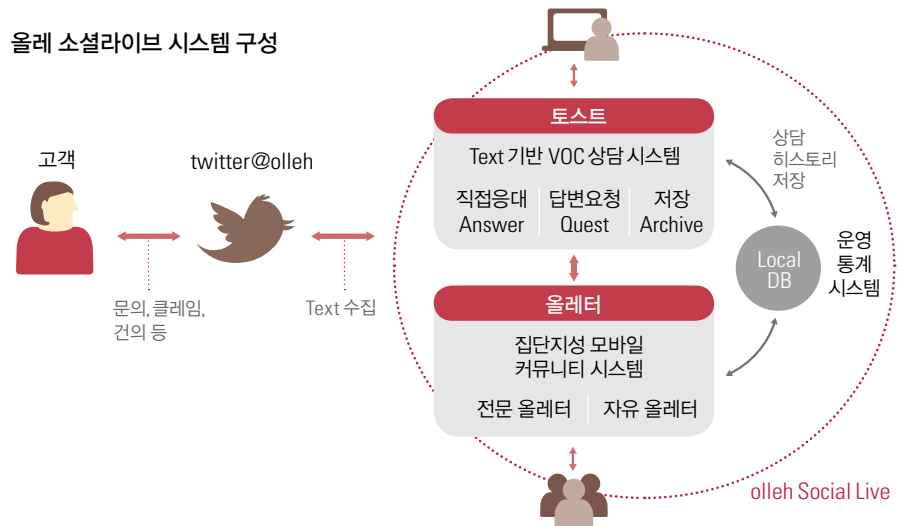


Dream with Customers

고객 커뮤니케이션 혁신

SNS를 활용한 VOC 실시간 대응 | kt는 다양한 커뮤니케이션 채널 확보 차원에서 '올레소셜라이브' 시스템을 구축하여 SNS 채널을 활용하여 VOC에 실시간 대응을 하고 있습니다. 올레소셜라이브 시스템은 TOST(Text 기반 VOC 상담시스템), 올레터(집단지성 커뮤니티 시스템), 운영 통계 시스템으로 구성됩니다. 고객의 VOC가 발생하면 우선 TOST를 통해 소셜상담팀이 우선 대응하고, 만일 소셜상담팀에서 해결이 어려울 경우 사내 직원이 직접 참여하도록 하는 올레터의 집단지성 기능을 통해 해결하게 됩니다. 이런 과정에서 축적된 내용은 모두 운영통계 시스템에 DB로 자산화하고 있습니다. 이처럼 kt는 콜센터 중심에서 SNS를 활용한 VOC 대응 체계로의 전환을 지속적으로 강화해 나갈 예정입니다.

올레 소셜라이브 시스템 구성



올레 소셜라이브 출범식 장면

다양한 채널 구축 | 2011년 1월 유선과 무선의 각종 웹사이트를 통합한 올레닷컴을 오픈하여 분산되어 운영되던 온라인 고객채널을 단일화 하였으며, 2012년에는 여러 개의 아이디어를 하나로 통합하여 유·무선에 대한 요금 조화를 편리하게 하였습니다. 24시간 고객Care를 위해 2010년 2월부터 통신업계 최초로 24시간 대리점을 운영하고 있습니다. 24시간 대리점은 고객이 원하는 시간에 언제든지 고객의 요구에 대응하는 서비스입니다. 또한 스마트폰 환경이 본격화되면서 고객의 서비스 및 기기에 대한 체험 및 의견을 서비스 개선에 반영하기 위하여 체험 공간인 올레애비뉴를 개설하여 큰 호응을 얻고 있으며, 확대 중에 있습니다. 특히, 스마트폰 어플리케이션을 활용하여 네트워크 품질개선이 가능한 올레 콕콕을 제공하여 개선 포인트를 알려줌으로써 고객의 불편을 신속하게 해결하고 있습니다.

상담대기시간 단축 | 고객 문의 사항에 신속하게 답변하기 위하여 원주, 제주 고객센터를 새로 개소하였고, 상담사를 400명 증원하였습니다. 상담사들로 하여금 재택 상담도 가능하게 함으로써 숙련된 직원들이 본인이 원하는 근무환경에서 탄력적으로 근무할 수 있도록 지원하고 있습니다. 고객들이 청구서의 정보를 쉽게 이해할 수 있도록 개선함으로써 인바운드콜(인입호)이 감소되고 고객들의 상담 대기 시간도 단축되는 효과를 거두었습니다.

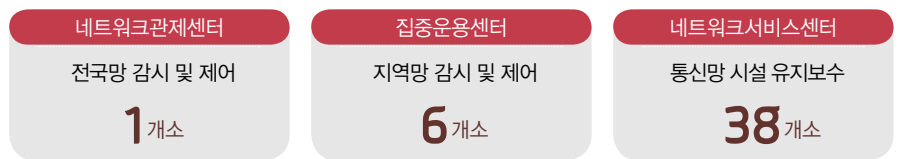
고객 접점 인입호 감소 | 인입호 감소를 통한 상담 품질의 혁신적인 향상을 위해 2011년 3월 CIC별 자율적 목표 관리 방식에서 전사 차원의 목표 관리 방식으로 전환하였으며, TOP 10 negative VOC를 선정하여 근본적인 원인 제거 및 개선 활동을 전개하고 있습니다. 또한 상품 출시 전 상품 검증단 운영을 통해서 출시 제한, 문제점 개선 후 출시 등 프로세스를 개선하고 TOP Care 확대, 쌍방향 이메일/SMS, 요금청구서 개선 등 인입호 분산을 추진하고 있습니다.

Dream with Customers

안정적인 통신 서비스 제공

이중 네트워크 감시 체계 구축 | 국내 최대의 기간망과 가입자망을 보유한 kt는 안정적인 통신 서비스 제공과 통신장애 예방을 위해 다양한 활동을 전개하고 있으며, 지역별 통신 서비스 상태를 모니터링 할 수 있는 지역집중운용센터를 서울, 부산 등 전국 6개 지역에 설치/운영하고 있습니다. 또한 전국의 통신서비스 상태를 한눈에 파악할 수 있는 네트워크관제센터를 과천에 설치하여 유/무선 통합 감시 체계를 가동하고 있습니다. 이 밖에도 통신장애가 발생할 잠재요인이 있는 교환, 전송, 인터넷, 전원시설 등 각종 통신장비에 대해 예방보전 활동을 연중 시행하고 있습니다.

네트워크 감시 및 관제 체계



3월 23일 서울 강남구 삼성동 코엑스 인근에서 kt 직원 이 광케이블 연결 작업 모습

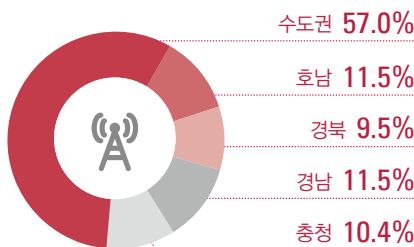
긴급 복구 훈련 | 국가기반의 시설 백업시스템 구축 등 복구대응 체계와 프로세스를 수립하여 내/외부 보안사고 및 물리적 피해 발생 최소화에 노력했으며, 불가항력적인 재해와 재난 등으로 서비스가 중단되는 경우에 대비하여 매년 자체훈련과 정부간 합동 훈련을 시행했습니다. 이러한 사전 예방 활동은 지난 2011년 여름철 기간 수도권 집중호우, 태풍 무이파 및 9.15 한정 정전 등의 국가적인 통신재난 발생 즉시 위기대응 체계에 따라 방송통신위원회 등 정부기관간 유기적 협업으로 지역적 통신 고립 해소 및 비상 발전으로 뛰어난 위기 대처 능력을 발휘하였고, 2012년 3월 23일에는 핵안보 정상 회의를 앞두고 시설점검과 상황을 가정한 긴급복구훈련을 시행하여 국가행사의 주관통신 사업자로 완벽한 통신지원 서비스를 제공하였습니다.

통신설비 지진 대책 추진 | kt는 지진 시에도 안정적인 통신 서비스를 제공할 수 있도록, 정부 고시에서 정한 기준에 따라 통신장비 도입 시부터 진동대를 이용한 내진시험을 실시하여 성능을 검증하고 있으며, 실제 현장에 설치 시에는 소요의 내진력이 확보될 수 있도록 콘크리트 앵커를 이용하여 바닥에 고정하고 있으며, 자체 개발한 내진 이중마루 시스템과 장치랙을 사용하고 있습니다.

모바일 원더랜드의 구현 | kt는 스마트폰 확산과 무선데이터 이용 급증(Data Explosion), 다양한 어플리케이션 확산 및 에코시스템의 형성 등 새로운 통신환경의 변화를 선도하고 있습니다. kt는 최고의 유무선 네트워크 인프라를 기반으로 세계 최고 수준의 3W네트워크(WCDMA, WiBro, WiFi) 서비스 제공을 통해 '모바일 원더랜드'를 구현하고 있습니다. WiFi는 2011년 3월 5만 국소를 넘어 2011년 말 기준 100,287 국소가 설치되었으며, WiBro는 2011년 4월 1일부터 세계 최고 수준의 인구 대비 커버리지를 자랑하는 전국망 서비스를 제공 중입니다.

또한 해외에서도 올레 WiFi 로밍 서비스를 통해 미주, 아시아, 유럽 주요 100개국에서 일반 데이터로밍 요금 대비 99% 이상 저렴한 비용으로 WiFi를 사용할 수 있게 되었습니다. WiFi 선도 사업자로서 kt는 WiFi 품질 향상을 위한 관련 기술 개발에도 적극 나서고 있습니다. 국내 기술로 개발된 프리미엄 WiFi는 기존 WiFi AP(Access Point)가 지원하는 2.4GHz 대역에 추가로 5GHz대역을 지원함으로써 주파수 간섭 현상을 해소하고, 기존 AP 대비 접속 수용 용량은 3배, 속도는 8배 향상시켰습니다.

WiFi 지역별 투자 현황 2012.03.30 기준



Dream with Customers

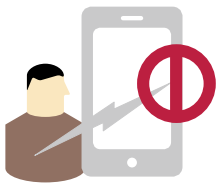
IT 보안 강화 및 고객보호



사이버안전대상
행정안전부장관 표창



ISMS(정보보호 관리체계)
인증 취득



kt는 고객의 소중한 개인정보를 해킹과 금전적 거래로부터 안전하게 보호하기 위해 정보보호인프라 확충과 고객 정보보호 실행력 강화, 정기적인 안전진단 점검 등으로 최상의 개인정보보호 체계를 구축, 운영하고 있습니다.

고객정보보호 인프라 확충 | kt는 고객의 주요 정보가 해킹을 통해 불법적으로 활용되는 것을 방지하기 위해 해킹 조기탐지를 위한 모니터링 체계 적용, 개인정보 암호화 S/W 고도화, 취약점진단 이력 관리 시스템 구축, 통합 접근제어 시스템 구축, VPN 인증체계 강화 등 기술적, 관리적 보호조치를 강화하고 있습니다. 내부 직원이나 협력사 등을 통해 개인정보가 유출되는 것을 방지하기 위해 2007년 DRM(Digital Right Management) 솔루션과 2011년 DLP(Data Loss Prevention) 솔루션 도입을 통해 PC의 모든 자료 흐름을 관리할 수 있도록 하여 고객정보 유출 및 유용을 사전에 예방할 수 있도록 관리하고 있습니다. 개인정보 보유시스템을 포함한 사내 시스템에 대해서는 주기적으로 정보보호 취약점을 점검하여 개선하고 있으며, 정부 등 유관기관과 공동으로 침해사고 대응 모의훈련을 실시하여 예방과 신속한 대응이 이루어질 수 있도록 노력을 기울이고 있습니다. 이러한 노력의 결실로 2011년도 사이버안전대상 행정안전부 장관 표창을 수상하였습니다.

고객정보보호 실효성 제고 | kt는 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률과 개인정보보호법 등 관련 법규에 의거하여 개인정보 보호 정책을 시행하고 있으며 개인정보와 관련된 고객 문의에 응대하기 위해 별도의 상담 웹사이트(<http://privacy.kt.com>)를 운영하고 있습니다. 정보유출의 대부분이 해킹과 관리 부실에서 발생한다는 점을 고려하여 서비스 출시 전 보안성 검토 절차를 필수적으로 준수하도록 하고 있습니다. 또한, 임직원의 정보 보호 인식 수준을 높이기 위하여 모든 임직원은 매년 개인정보 보호에 관한 서약을 하고 있으며, 대리점 및 협력사에 대한 개인정보보호 점검 등 관리 활동을 정기적으로 실시하고 있습니다. 고객정보보호 마인드 확산을 위해 지사 및 협력사를 직접 방문하여 현장 교육을 실시하고 있으며, 임직원 별 맞춤형 교육과 정보보호 온라인 교육을 통해 2011도에는 전 임직원의 91%가 교육을 수료하였습니다. 또한 정기적으로 이메일 및 사옥 내 전자게시판 등을 활용하여 고객정보보호 인식을 제고해 나가고 있습니다.

정보보호 안전진단 | kt는 매년 법령에 의거하여 '정보보호 안전 진단'을 실시하고, 외부 전문기관으로부터 주요 정보 통신시설 및 서비스에 대한 안전 상황을 인증 받고 있으며, 2011년도에는 추가로 보안제서비스 분야에 대하여 국가가 공인하는 정보보호관리체계(ISMS) 인증을 취득하였습니다. 또한 지사, 콜센터, 협력업체와 웹사이트 등을 대상으로 개인정보 보호의 내실화를 목표로 한 고객정보 안전인증 제도를 운영하고 있으며, 자회사도 동일한 수준의 고객 정보 보호 정책을 시행하고 있습니다.

전자파 기준준수 | kt는 판매하는 모든 휴대폰의 전자파 흡수율을 측정하고, 정부 기준의 전자파 흡수율(SAR, Specific Absorption Rate) 노출한계치인 1.6W/Kg 이하 휴대폰에 대해서만 등록 후 판매하도록 하고 있습니다. 무선 기지국 설치에 대한 고객민원이 발생하지 않도록 환경친화적인 방법으로 기지국을 설치하고 있으며, 신호세기가 강한 기지국은 전자파 강도 측정 의무화 및 측정 대상으로 분류하여 최소한의 출력을 유지하도록 하고 있습니다. 또한 최근 5년간 전자파가 미치는 영향에 대한 연구를 실시하는 등 소비자 보호를 위한 노력을 기울이고 있습니다.

Dream with Customers

정보화 역기능 해소



해외 유해사이트 차단
80,094 개

e-클린 활동 | '올레' 인터넷을 통해 제공되는 크린아이, 타임코디, 퍼스널케어, 놀e터 서비스는 유아 및 청소년 보호를 위한 서비스입니다. 폭력, 도박 등의 유해사이트 차단은 물론 P2P 프로그램 등을 통해 유통되는 음란물 등을 차단하는 '크린아이'와 부모의 스마트폰 어플에서 태내 PC의 인터넷 사용 시간을 원격제어 및 모니터링하여 자녀의 인터넷 중독을 사전예방하는 '타임코디'는 2002년 서비스 출시 후 2012년 4월 까지 26만 여 고객에게 제공되어 활용되고 있습니다.

2010년 출시된 '퍼스널케어'는 전문가 원격점검을 통해 사전에 PC를 최적화하고, 인터넷을 통해 유포되는 바이러스, 악성코드 등에 감염된 PC를 복구하는 통합보안서비스입니다. 뿐만 아니라 2010년 11월에는 완벽한 유해 사이트 차단, 인터넷과 게임이용시간 설정을 통해 어린이에게 청정 인터넷 이용 환경을 제공하는 어린이 전용 인터넷 서비스인 '놀e터'를 출시하였습니다.

이 외에도 방송통신심의위원회(KOCS)와 함께 2012년 2월 현재 80,094개 이상의 해외유해사이트를 인터넷망에서 차단하여 유해성 사이트에 간접적 접근을 원천 봉쇄하는 시스템을 개발하여 운용중이며, 온라인 콘텐츠에 대한 등급 평가, 모니터링, 연령 확인 제도 또한 지속적으로 시행하고 있습니다.

e-클린 서비스 현황

구분	서비스 내용
크린아이	음란, 폭력, 도박 등 유해사이트와 유해 동영상 접속차단하여 클린환경 구현
타임코디	인터넷 사용시간을 시간, 요일별 제어하여 인터넷 중독 예방
퍼스널케어	인터넷 바이러스, 악성코드에서 PC보호를 위해 원격점검 및 PC복구
놀e터	유해사이트 차단, 인터넷/게임 이용시간 설정하는 어린이 전용서비스
키보드 입력정보 암호화	키보드에 정보 입력 시 키 값을 암호화하여 해킹을 예방

2011 유해게시글의 비중



0.7%
2010년대비
3% 감소

포털사이트 클린화 | kt의 자회사 kth가 운영하는 파라닷컴(www.paran.com) 및 모바일 서비스(아이핀, 푸딩 등)에서는 게시되는 내용을 지속적으로 모니터링하고, 사용자 스스로 차단할 수 있는 자정기능을 통해 유해게시글을 차단하고 있습니다. 이러한 결과 지난 2011년 한 해 동안 kth에서 제공하는 서비스에 등록된 전체 게시글은 6,800만 건으로 전년 대비 2.5배 증가하였음에도, 유해게시글의 비중은 0.7% 수준으로 전년대비 3%이상 감소하였습니다. 또한, kth는 성인용 콘텐츠를 포함하는 웹사이트는 개인 ID 번호를 통한 연령 인증을 의무화하고 있으며, UCC 등 인터랙티브 서비스의 경우 인공지능 프로그램 및 IP차단 시스템 도입을 통해 모니터링하고 있습니다. 이러한 유해 게시물 사전 방지대책과 위반 사항을 적발하면 해당 서비스를 중단하는 조치를 통해 유해 게시물 감소와 인터넷 클린화 활동을 강화하고 있습니다. 그 외에도 kt는 음란물이나, 불법 유통 콘텐츠 근절을 위한 신고 센터 및 핫라인을 운영하고 있으며, 여러 외부 기관과 관련 정보를 공유하고 있습니다.

Dream with Employees

Awards

GWP Korea 주관 | '대한민국 일하기 좋은 기업' 대상 및 최고경영자상

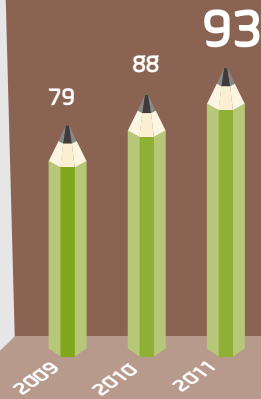
지식경제부 주관 | '우리지역 일하기 좋은 기업' (서울 및 경기) 선정

UNGC 어워드 노동존중경영분야 베스트 프랙티스상 수상

Main Team

인재경영실, 경영지원실, GMC전략실

임직원 인당 교육 시간



4,559

2011 고충처리 건수

143명
여성관리자 수

임직원 만족도

77%

Vision & Strategy

kt는 2012년 올레 경영 2기를 맞아 명실상부한 글로벌 ICT 컨버전스 리더가 되기 위해 변화와 혁신을 이끌 구성원을 위해 더욱 노력하겠습니다. 직책자의 역할 강화를 위한 Attitude, 일하는 방식에 대한 교육을 강화하며, Global사업역량 강화를 위한 Global 핵심인력을 육성하고 New Biz창출을 위한 IT전문인력을 중점 양성할 것이며, 그룹경영 가속화를 위해 그룹교육을 확대하고, 각 조직과의 유기적인 협력관계를 구축하여 직무역량 교육을 확대해 나갈 계획입니다. 또한 IT기술을 활용하여 kt 임직원이 일하기 좋은 환경을 구축하기 위한 혁신을 지속하여 임직원의 만족도를 높이고 글로벌 사업 모델로도 활용할 계획입니다.

Performance

임직원 관련 실적	인당 교육시간 93.8시간 (전년 대비 6시간 증가)
	임직원 만족도 77% (전년 대비 2% 상승)
	고충처리 4,559 건
노사관계	창조적 신노사문화 U-CSR, UCC 추진
보건 및 안전	재해율 0.16% (전년대비 0.6% 감소)
다양성	여성관리자 수 143명 (전년대비 31.2% 증가)

Dream with Employees

Great Work Place

임직원 현황 | 2011년 12월 말 현재 전체 직원 수는 31,061명이며 평균 재직기간은 18.9년입니다. 장애인 고용 비율은 2.45%로 법정 장애인 의무고용 비율인 2%를 초과하고 있으며, 여성 인력은 4,660명으로 전체 인력의 15%를 차지하고 있습니다. kt는 직무 특성과 역량의 보유 필요성에 따라 정규직과 비정규직으로 나누어 인력을 채용하고 있습니다. 2011년 12월 말 현재 비정규직 구성원의 비율은 1.43%로 비정규직 구성원에 대해서는 비정규직 보호법에 의거, 공정하게 처우하고 있습니다.

임직원 현황

| 단위_명, Y |

성별	직원수			합계	평균근속연수
	정규직	계약직	기타		
남자	26,401	454	170	27,025	19.3
여자	4,660	289	6	4,955	16.8
총합계	31,061	743	176	31,980	18.9

남녀 직원 비율

■ 남성 ■ 여성



여성인력 현황

관리직 이상 여직원 수 **143** 명

Great Work Place | kt는 GWP(Great Work Place) 구현을 통해 구성원이 주인의식과 창의력, 열정을 바탕으로 자발적으로 일에 몰입함으로써 회사의 경쟁력을 제고함은 물론, 구성원이 지속적으로 성장할 수 있도록 노력하고 있습니다. 과거 kt의 기업문화 혁신 활동이 주로 업무 프로세스 개선에 초점을 맞췄던 데에 비하여, 이제 kt는 구성원 만족이라는 근원적 처방을 통해 고객을 만족시키고, 고객 만족을 통해 시장 경쟁력을 지속적으로 강화하는 선순환 구조를 조성하고자 합니다.

kt GWP 모델

Mouth / Ear / Heart-Opened Communication

도전과 성장 | 성공기회 | 창의/몰입 | 배려/신뢰 | 자부심 | 사회적 환경

인재가 크고

인재가 즐겁게 일하고

인재가 모이는 일터

Great Work Place

“함께 걷고 함께 꿈꾸는 따뜻한 일터”

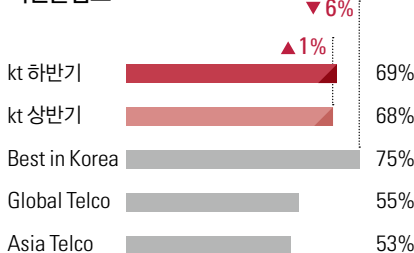
커뮤니케이션 원칙

6대 Driver

3대 지향점

GWP 슬로건

직원몰입도



Wall Street Journal에서 선정한 '한국 최고의 직장(Best Employers in Korea)' 기업, AON Hewitt Database와 비교

2011년 상반기와 하반기, 인재가 크고, 인재가 즐겁게 일하고, 인재가 모이는 kt만의 GWP를 구현하기 위해 직원들이 바라보는 회사의 모습을 확인하고, 개선 우선순위를 도출하기 위한 설문 전 직원을 대상으로 진행하였습니다.

국내외 기업과의 비교를 통해 kt의 현수준을 파악하기 위하여 외부 용역으로 진행된 GWP 직원의견조사 결과, 직원몰입 수준이 2011년 하반기 기준 69%로 나타났습니다. 이는 국내 최고 기업 수준보다는 6% 낮은 수준이지만, 글로벌 통신업계 평균(55%), 아시아 통신업계 평균(53%) 보다는 매우 높은 수준입니다.

Dream with Employees

또한 상반기 대비 1%p 상승한 것은, 상반기 설문 결과를 토대로 일부 미흡한 부분을 보완하기 위하여 CIC별 워크숍 실시, GWP 추진체 구성, 실행과제별 Champion 부서 선정 등 전사적 노력을 결집한 결과입니다. 회사의 규모만큼이나 다양한 니즈가 섞여 있는 특성을 고려하여, 직원 각각의 개성과 다양성을 배려한 GWP, Top-down보다는 Bottom-up의 자발적 활동이 중심이 된 GWP를 조성해 나가고 있습니다.

주요 GWP 실천 과제

구분	주요 과제
인재가 크는	1. 성과와 능력에 따른 공정한 보상
	2. 성장 기회 확대 및 강력한 교육 훈련
	3. 창의적 아이디어, 다양성이 인정되는 자유로운 분위기
인재가 즐거운	4. 업무에 몰입할 수 있는 바람직한 환경
	5. Work & Life Balance
인재가 모이는	6. 유/무선 컨버전스를 선도하는 kt인으로서의 자부심 강화
	7. 채용시장에서 선도적 지위 강화
	8. 국민기업 이미지 창출

주요 GWP 활동 |

'최고가 된다!' 캠페인

kt 인으로서 자긍심과 주인의식 함양

- 당신이 최고 : 전 부서에 칭찬 Box, 카드 배포하여 칭찬 문화 조성
- 내가 최고 : 역량개발, 스포츠, 예술 등 16개 분야 olleh달인 공모
- 우리가 최고 : 협업과 문제점 개선, 발굴 사례 전파

Creative Time

- 회사 경영, 사업현황 공유, 토론, 문제점 발굴 및 창의활동을 위한 시간
- 전 직원이 매주 1시간 참여 : 요일 및 시간대는 자율 지정

GWP 리더웨이

- 리더의 역할 강화
- GWP Leaderway 제정 : GWP 리더의 20대 행동기준
- 가이드북 배포

GWP Best Practice 수집 및 확산

- 2011년 사례 2천 여건, 제안 3천 여건 접수
- 우수 사례 최종 48건 전파, 제안 사례 중 '임산부 직원 건강 검진 강화' 등 정책에 반영 중



'최고가 된다!' 캠페인



Creative Time



GWP 리더웨이

Dream with Employees

인사제도의 공정성

인사제도 방향

구분	명문화 내용
선발, 배치, 이동의 공정성	<ul style="list-style-type: none"> · 공개경쟁 채용 원칙, 공개 선발 (입사지원란 남녀구분 항목 삭제, 채용 시 성별 및 학력에 대한 가점 부여하지 않음) · 부문별 채용권한 위임 · 공정한 채용을 위한 인재평가사 선발 및 운영 · 2009년 시장 경쟁원리에 따른 Talent Market 제도 도입
승진의 공정성	<ul style="list-style-type: none"> · 배치의 공정성, 투명성 보장 · 성과우수 직책자 대상 '발탁승진 제도' 및 '상향식 TM제도' 도입 · 인사위원회를 통해 직책 승진 후보자 'Senior Manager' 선발 및 직책수행 능력 검증 · 노사합의로 2010년부터 직급 승진제도 폐지 · 직원들의 성장 동기부여를 위한 '직원성장 마일리지 제도' 도입
평가, 보상의 공정성	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준, 절차, 결과의 투명한 공개 · 다면평가, 역량평가, 평가이의 및 사후감사제도 운영 · 성별, 학력에 의한 보수체계 철폐 성과에 따른 공정한 보상

장기성과 동기부여 | kt는 단기성과 중심의 직급승진 제도를 폐지하고 장기성과 동기부여를 위해 2010년부터 직원성장 마일리지 제도를 시행하고 있습니다. 직원들은 개인별 성과에 따라 매년 차등된 마일리지를 부여받게 되며, 입사 이후부터 지속적으로 누적된 마일리지가 일정 수준 충족 시 직책 자로서의 승진 기회가 부여됩니다. 마일리지는 개인 성과를 최우선으로 고려하되 혁신성, 창의성, 협업도, 리더십 등을 추가로 반영함으로써 역량에 기반한 공정한 성과문화 정착을 추진하고 있습니다.

승진의 공정성 | kt는 연공서열 방식의 승진문화를 타파하고 중역원의 공평한 기회와 도전 보장, 정당한 보상 실현을 위해 2011년부터 '발탁승진 제도'와 '상향식 Talent Market 제도'를 운영하고 있습니다. 인사위원회의 심의를 통해 혁신적 성과 창출이 인정된 직책자는 기존 마일리지 충족여부에 관계없이 상무보로 발탁승진도 가능합니다. 또한 연중 주요 보직 수요 발생시 이를 사내 인력배치 시스템인 Talent Market에 공개하고 경쟁을 통해 선발함으로써 성별·학력 차별을 방지하고 승진에 대해 공정한 참여 기회를 제공하고 있습니다.

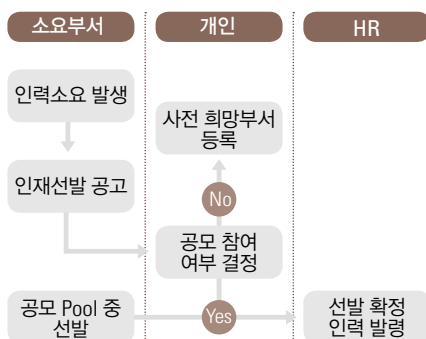
성과에 따른 공정한 보상 | kt는 개인별 성과에 따라 차등하여 연봉을 지급하고 있습니다. 평가등급은 A, B, C+, C, D, F로 구분되며 평균급여를 받는 C+ ~ C등급 직원은 50% 수준으로 유지하고 있습니다. 또한, 장기성과 개선을 위해 연봉 인상을 산정 시 3개년의 평가등급을 반영하고 있습니다. 모든 임직원은 매년 초에 성과관리를 위한 연간 목표계획을 평가자와의 면담을 통해 설정하고, 상시 Feedback 및 연 2회 평가를 받습니다. 평가기준 및 절차는 전 임직원에게 투명하게 공개되며, 평가자 교육 의무 시행, 평가 이의신청 및 사후 Monitoring 제도를 운영을 통해 평가/보상의 공정성을 강화하고 있습니다.

시장 메커니즘에 기반한 배치 | kt는 인력 수요/공급의 투명성을 확보하고 인적자원의 신속한 적재적소 배치를 목적으로 2009년부터 TM(Talent Market)제도를 운영하고 있습니다. TM이란 직원이 수시로 희망하는 부서에 지원하고 소요부서는 지원자 중 적합자를 최종 선발하는 IT기반의 open 인력 Market입니다. 인력 모집부서 현황, 지원조건 등 사내 채용관련 정보들이 IT시스템을 통해 전체 임직원에게 공개되기 때문에 직원들은 본인이 희망하는 부서에 공정하고 투명하게 배치받게 됩니다. 2012년에는 기존의 TM제도를 보완하여 개인별 직무역량에 맞게 컨설팅 후 배치하는 맞춤형TM, 상무보급 직책을 공개 모집하는 상향식TM, 그룹 내 인력교류 활성화를 위한 그룹TM을 도입하여 운영하고 있습니다.

Talent Market 현황 (2011) | 단위_명 |

구분	공모 건수	지원 건수	지원자 수	선발인원
수시T/M	2,324	4,705	4,091	1,883
정기T/M	4,994	11,585	10,671	4,153
합계	7,318	16,290	14,762	6,036

Talent Market 제도 프로세스



Dream with Employees

인재개발

역량기반 인재육성체계

지난 올레 경영 1기에는 새롭게 변화된 회사비전과 경영방향에 맞춰 인재상을 Top Talent in Action으로 정립하였습니다. 즉, 업무에 대한 최고의 전문가로서 상호협력과 신뢰를 기반으로 고객관점의 혁신적인 사고를 통해 도전적 목표를 달성해내고야 마는 열정과 실행력을 갖춘 인재를 추구하고 있습니다. 이를 위해 리더십역량/직무역량/전사 공통역량이라는 전사역량체계를 정립하여 모든 직급 및 직무에 부합하는 핵심역량을 도출하고, 이를 통한 역량기반의 교육체계를 성공적으로 안착시켰습니다.



리더십 역량육성 | kt는 리더로 성장하기 위해 요구되는 5가지 리더십 역량과 10가지 행동양식을 정의하고 이를 핵심가치와 연계하여 체계화하였습니다. 이러한 리더십 역량체계를 기반으로 상황판단검사/ AC평가 등의 진단 Tool을 이용해 맞춤형으로 개인별 필요역량을 도출하고 이를 직책단계별로 특화된 리더십 육성프로그램을 통해 개발하고 있습니다.

대상계층	직원	핵심인재	지사장/팀장	임원/상무보
중점추진사항	· 창의력 구현 · 조직적응력 배양 · kt이해 및 로열티 증진 · 실무자급 비즈니스 역량강화	· 전문성/로열티 향상 · 경영전문 역량강화	· 성과창출을 위한 리더십 · 경영방침/직무윤리/Attitude 기본역량 강화	· 경영마인드 향상 · 종합적 통찰력 확보
육성프로그램	신입사원 교육 경력사원 교육 Olleh Biz School	국내외 MBA MOT*, IT-MS 야간석사학위 지원	지사장/현장팀장 교육 본사/사업부서 팀장교육 여성리더십	Executive Academy 그룹 CFO과정 Innovation Leadership
HR인프라	리더십 집단 Tool 개발/활용 5대 리더십역량, 상황판단 검사, AC평가			

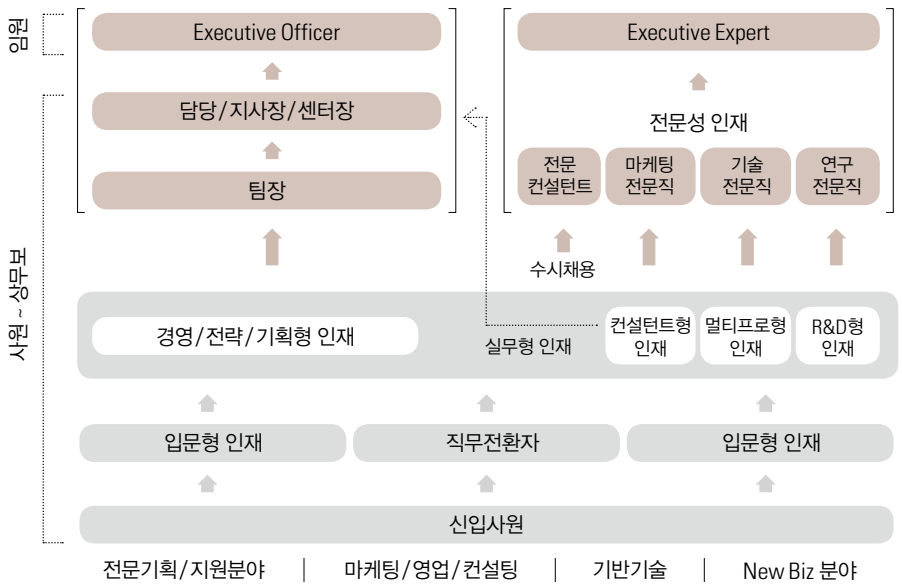
*MOT: Management of Technology, IT-MS : IT & MEDIA STRATEGIES

Dream with Employees

직무역량 육성 | kt는 전사적으로 새롭게 정의된 직무체계에 맞춰 17개 직종, 85개 직무별 필요역량을 정의하고, 조직/개인단위로 매핑하였습니다. 이를 기준으로 전 직원들은 직무역량 진단을 통해 현재 자신의 직무역량 수준을 파악한 후 필요한 역량을 확인하고, 자기개발노트를 통해 교육과정을 추천받아 역량향상 계획을 수립하여 이행하고 있습니다. 또한 kt의 주요 사업군과 직무를 정렬시켜, 각 CIC에서 담당 사업분야의 직무역량을 육성함으로써, 경영목표 달성을 위한 필요인력을 체계적으로 양성하고 있습니다.

IT/글로벌 미래역량 확보 _ 특히 올레 경영 2기를 맞아 2012년에는 글로벌 ICT분야를 선도할 IT인력과 글로벌 사업수행인력을 집중 육성할 계획입니다. IT부문 미래역량 확보를 위해 IT관련 전문지식과 다양한 기초지식을 보다 체계적으로 육성할 수 있는 로드맵을 제시하고 단계별로 필요한 지식함양을 위한 명확한 프로그램 운영을 통해 SW/Database/Infrastructure/IT-Biz/ IT-PM등 총 6개 분야 32개 과정을 통해 480명의 교육인원을 양성할 계획입니다. 아울러, 글로벌 사업에 필요한 필수역량을 정의하고 인력을 육성하기 위해 남아프리카공화국 등 해외 파견자 대상 비즈니스 스킬 중심의 실무교육을 하고, 글로벌 사업인력 예비 Pool의 역량강화를 위해 기본적인 어학능력과 프리젠테이션 스킬, 협상스킬 등을 교육할 예정이며, 글로벌 Managed Service 전문인력을 양성해 나갈 것입니다.

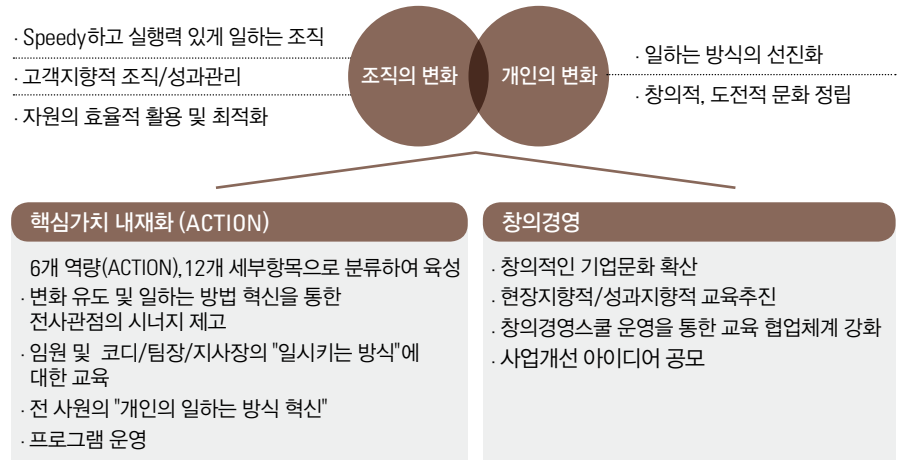
직무기준 CDP강화 _ 직무특성 및 사전직무경험 분석을 통해 85개 직무를 Generalist Track과 Specialist Track으로 분류, 직원들이 개인적인 목표와 역량/특성에 맞춰 경영리더와 전문가로 성장할 수 있는 경로를 이중으로 제공하고, 이를 체계적으로 육성하고 있습니다.



IT, 무선, 기술지원, 고객컨설팅 등 전문성이 요구되는 분야에 대한 인력 전문성 유지 및 향상을 위해, 직무전문가로서의 경력경로를 제시하여 동기부여하고 있으며, 회사의 경영전략 및 사업환경 변화에 따라 신규 전문분야를 지속 발굴하여 전문직 인력육성을 확대해 나갈 것입니다.

Dream with Employees

공통역량 육성 | kt는 kt 경영방향 실천을 위해 조직과 개인의 변화 혁신을 유도할 수 있는 임직원 핵심가치 내재화, CEO경영철학 전파를 통한 마인드 제고 및 창의경영 교육을 강화하고 있습니다.



인적자원 성과지표_ 2011년 kt는 31,061명 조직 구성원을 개인당 93.8시간의 교육이 제공되었고, 69만원의 비용이 투입되었습니다. 이는 2010년 대비 1인당 교육시간 6시간, 교육비용 7천원이 증가한 수치입니다.

구분	2009		2010		2011	
	과정(개)	인원(명)	과정(개)	인원(명)	과정(개)	인원(명)
집합교육	456	24,072	502	35,286	502	35,286
이러닝	223	116,758	161	86,010	161	86,010
적시성	99	179,550	196	344,306	196	344,306
독서교육	90	2,877	47	5,946	47	5,946
어학아카데미	525	8,903	330	6,524	330	6,524
인당 교육시간(H)	79		88		88	

핵심인재 육성_ kt는 전문성을 기반으로 한 미래 핵심인재 양성을 위해 국내외 대학의 석/박사나 MBA과정을 지원하여 개인의 역량제고 및 성장동기를 부여하는 기회를 제공하고 있습니다. 2011년 말까지 총 720여명의 국내외 석/박사 인력을 양성하였고, 2011년에는, 해외사업 다각화를 고려하여 유럽/아시아까지 파견 지역을 확대하였습니다.

보물창고 : Wikipedia와 같은 참여형 지식공유 게시판(연간 조회건수 18,474건/연간 등록건수 169건)

SOS : 네이버 지식인과 같이 상품이나 업무에 대해 제약없이 묻고 답할 수 있는 게시판 (연간 질문건수 : 808건/연간 조회건수 406,260건)

제안합니다(Idea Wiki) : 실제 적용을 위해 업무 및 사업관련 아이디어 등재 (연간 제안건수 89,720건)

kt Cafe : 직무별/동호회별 그룹활동을 통해 지식 및 업무자료 공유(연간 접속건수 1,485,320건)

kt Blog : 개인별 지식블로그를 통한 노하우 공유(연말 누적 Blog수 21,587개 /연간 방문자수 247,972건)

지식경영 kt는 회사가 보유한 최첨단 IT기술에 기반하여 조직적 학습과 지식경영의 기반을 구축하여 업무 효율성을 극대화하고, 창조적인 조직문화를 조성해 왔습니다. 인사전반에 대한 정보를 관리하는 인사관리시스템 내에 HRD모듈을 운영하여, 역량진단/자기개발수립/교육정보 등을 제공하고 있으며, 인재개발원 포털(http://ktedu.kt.com)을 통해 모든 공식적인 교육프로세스를 통합 운영하고 있습니다. 이를 통해 kt는 물론 그룹 전체 직원들이 사내외 유무선기반으로 접속하여 자유롭게 학습할 수 있는 체계가 마련되어 있습니다. 또한 사내 정보포털인 KATE내 kt PEDIA를 통해 집단지성의 구현을 통한 사내업무수행에 필요한 대부분의 지식과 정보를 습득하고, 공유/전파하도록 함으로써, 업무효율성은 물론 창의적인 조직문화를 조성하고 있습니다. 또한 외부와의 소통을 위해 일반 포털에서 서비스 되는 카페 및 블로그를 운영하고 있습니다.

Dream with Employees

안전 및 보건

kt는 안전과 건강이 보장되는 안전기업문화 확산을 위하여 사업장별 안전보건활동 계획을 수립하고 체계적인 재해예방 활동을 전개하고 있으며, 이러한 제반 활동을 향상하기 위하여 본사와 사업장간 업무 공유·지원뿐 아니라, 100인 이상 사업장은 노·사 동수로 구성되는 산업안전보건위원회를 설치운영하고 있습니다. 또한 무재해 인증사업장은 안전보건활동 우수사업장으로 인센티브를 지급하고 있습니다.

안전기업문화 정착 | kt는 안전기업문화 정착을 위하여 다양한 활동을 전개하고 있습니다. e정기안전보건교육 내실화 운영으로 안전수칙, 건강증진·교양습득을 하며, 현장부서 재해예측·예방 방안으로 Safety 메시지 발송(폭우·폭설·도로결빙 등), 현장부서 무재해 4단계 일일 안전활동, 매월 4일 안전점검의 날 안전테마(심폐소생술, 건강검진 등) 행사 등 체계적으로 안전마인드 함양을 시행하며, 매년 2/4분기에는 kt 안전 Leader 세미나에서 무재해 및 우수사업장을 포상하여 사기진작에도 노력하고 있습니다.

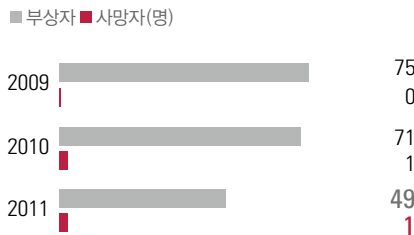
노사합동 재해예방 활동전개 | 사원의 안전을 위한 노사 공동 재해예방 활동의 일환으로 노사합동으로 특별안전교육(개정법령 안내, 중대재해사례 등)을 현장팀장을 비롯한 명예감독관을 대상으로 시행하고 있습니다. 매년 2/4분기에는 안전 Leader 세미나를 개최하여 안전부문 종사자(300명)를 대상으로 안전리더의 역할, 건강증진방안 등의 전문적 강의를 듣고, 안전결의문을 낭독하는 행사를 가지고 있습니다. 또한 사업장에서는 반기 1회 이상 노사가 합동으로 업무상 재해자 가족을 위로·격려하는 행사 및 의료비 지원, 휴업급여 차액 100% 보상 등을 통해 재해 후 조기 복귀에 적극적으로 노력하고 있습니다.

사원의 건강과 웰빙 촉진 | 익명이 보장되는 온라인 고충처리 시스템을 운영하여 사원의 스트레스 등을 관리하고, 건강관리 등 강의프로그램을 분기에 1회 이상 저명인사를 초빙하여 시행하고 있습니다. 매년 1회 이상 전사원(배우자 포함) 종합건강검진을 시행하여 조기 질병 예방·관리 활동에 노력하고, 검진결과를 토대로 유소견 통계·분석을 통해 건강증진 방안을 제시하고 있습니다. 한편 차별화된 웰빙 휴직제도를 도입하여 일과 삶의 Balance를 유지하고 심리적 건강상태를 최적화하는 한편, 일과 가정의 조화를 지원하는 복지수혜관리시스템(보육시설/인재육성/의료비/학자금/생활안전자금 지원 등)을 운영하고 있습니다. 2011년부터 전문기관과 연계하여 전사원 대상으로 스트레스 지수를 측정하고, 그 결과를 토대로 맞춤형 스트레스 관리 체계를 시행하여 사원들의 정신 건강을 증진하고자 노력하고 있습니다.

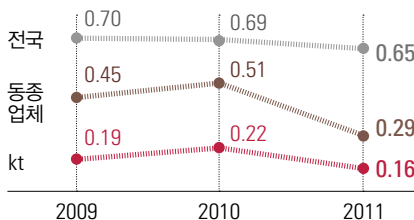
안전하고 쾌적한 근무환경 조성 | 사옥 내 근무환경 개선 일환으로 신축/리모델링 시 문화공간, Book카페, 명상의 방, 체력단련실 등을 조성하고 있으며, 작업장 환경 개선을 위하여 매년 1회 이상 유해요인(밀폐공간 맨홀) 측정을 전문기관과 연계하여 전 사업장에서 시행합니다. 또한 재택근무(Smart Working)를 확대 시행하여 임신 여사원, 맞벌이 부부, 저출산·육아보육 지원을 권장하고 있으며, 화상회의의 도입으로 정부에서 주관하는 저탄소 배출, 유류절감 정책에도 동참하고 있습니다. 한편 구내식당 위생관리 및 예산지원으로 사원의 건강식단 구성으로 건강한 노동력 유지·증진에 노력하고 있으며, 사고로 이어질 뻔한 아차사고 공모전 개최(인센티브 지급 등) 및 아차사고 사례집 eBook 제작 및 배포로 안전한 사업장 구현에 적극 활용하고 있습니다. 금연 클리닉 행사 등 각종 성인병 예방 및 쾌적한 근무환경 조성을 위한 노력을 보건관리 위탁대행기관(병원, 보건협회 등)과 연계하여 시행할 계획입니다.

그룹사 산업안전지원 체계 구축 | 그룹사내 산업안전보건활동 업무 공유·지원을 통하여 kt 그룹의 안전기업문화 조성, 이미지 제고 및 안전일터 구현을 하고 있습니다. 첫째, 안전교육 프로그램을 활용한 그룹사 담당자 직무역량 향상, 둘째, 산재예방·홍보를 위한 kt의 안전활동 인프라 활용, 셋째, 연속성 있고 체계적인 다양한 재해예방 콘텐츠 제공 등을 통하여 그룹사내 안전보건 활동을 전폭적으로 지원하고 있습니다.

최근 3년 kt 산업재해 발생현황



최근 3년 재해율 비교표 | 단위_ % |



업무상 재해자 및 가족 위로 격려·시행

Dream with Employees

복리후생

복지 부분 | 2002년 복지 전용 웹사이트인 사이버복지관(kt.ibene.co.kr)을 오픈하여 임직원들에게 생활복지 서비스를 제공해 온 kt는 매년 노사간협의를 통해 제도와 운영상의 문제점을 보완하여 직원들이 다양하고 균형적인 복지혜택을 누릴 수 있도록 노력하고 있습니다. 유아부터 대학생까지 자녀 교육비 지원, 주택자금 및 생활안정을 위한 대부금 지원, 여가 활동을 위한 휴양시설 운영 등 본인의 의사에 따라 자유롭게 이용할 수 있는 선택적 복지제도를 도입하고 있으며, 특히 건강검진, 직장단체 보험, 실손의료보험, 경조사비 지원은 항목에 따라 가족에서부터 배우자의 직계존속까지 확대하여 지원하고 있습니다.

가족친화 부분 | 최근 저출산, 고령화 사회로 진입하고, 여성의 경제활동이 활발해지면서 가족친화 경영이 사회적 이슈로 부각되고 있습니다. 이에 kt는 시간과 장소에 구애 받지 않고 업무를 할 수 있는 스마트워킹 프로그램, 근무시간의 자율적 선택이 가능한 선택적 근무시간제를 운영하는 한편, 출산과 육아를 장려하기 위하여 다자녀우대 출산 축하금, 산전·산후 휴가, 육아휴직, 불임휴직, 배우자 출산 휴가, 보육시설 및 수유실 설치 등 다양한 가족친화 프로그램을 운영하고 있습니다.

Outplacement Program

kt에서는 빠르게 변화하는 환경에 스스로 적응할 수 있는 역량을 키워주기 위하여 'kt 라이프플랜'을 운영하고 있습니다. 재직 직원들에게는 스스로 미래에 대해 생각해 보고 준비할 수 있도록 하는 '변화 관리프로그램'을 운영하고 있는데 이 프로그램은 인생목표 수립에서 변화관리, 경력개발 등 자신의 능력을 개발하고 미래를 준비할 수 있도록 시간과 기회를 제공하는데 목적이 있습니다. 퇴직(예정)자에게는 근무 경력 및 자신의 역량을 활용한 성공적인 진로 전환을 지원하고자 워크숍, 창업/재취업 교육, 컨설팅 등 정기적인 프로그램 운영으로 약 300여명이 참여하였으며, 퇴직자의 니즈 분석을 통한 자격증 취득, 체험창업, 창업 로드 쇼, 취업박람회, 구직 알선 등 다양한 맞춤형 프로그램을 운영하고 있습니다. 특히 2011년부터는 베이비부머 세대의 퇴직이 발생됨에 따라 정부기관에서 추진하는 일자리 창출 사업에 협력하여 중소기업청이 주최하는 시니어 창업지원 사업 수행을 통해 약 250여명의 시니어 퇴직자에게 일자리를 찾을 수 있도록 지원하였으며, 우수한 성과를 인정받아 수행기관 평가에서 우수기관으로 선정되었습니다.



라이프플랜 홈페이지 초기화면

kt는 퇴직자의 성공적인 전직지원을 위해 라이프플랜 콜센터 도입 및 홈페이지를 개선하는 등 내부 프로그램을 체계적으로 고도화하고 있을 뿐만 아니라, 그룹사, 협력사는 물론 외부 전직지원 전문 기관인 노사발전재단, 한국무역협회, 전경련 등과도 지속적인 협력을 유지하고 있습니다.

리프레시 휴직제도 | kt는 장기근속 고성과자에게 자기개발 및 재충전 기회를 제공하는 리프레시 휴직제도를 운영하고 있습니다. 이는 2009년도 단체교섭 시 노사합의를 통해 신설된 제도로 2010년 운영기본 방향을 정립한 후 본격적으로 운영되기 시작하였습니다. 선발 규모는 전사 350명 수준으로 매년 2월, 8월에 대상 직원을 선발하고 있습니다.



2011년도 중소기업청 주관 시니어 창업지원 사업 우수기관 선정

창업지원 휴직제도 | kt는 실패가 두려워 창업에 도전하지 못하는 사원에게 재직 중 창업에 도전하여 자신의 능력을 개발하고 평생직업을 위한 경력전환의 체험 기회를 가지는 창업지원 휴직제도를 운영하고 있습니다. 2009년 국내 최초로 노사합의를 통해 신설하여 2010년부터 매년 반기 별로 희망자를 대상으로 심사를 통해 최대 3년 6개월까지 휴직을 부여하는데 2011년까지 49명이 선정되어 창업에 도전하고 있습니다.

Dream with Employees

인권 존중 경영

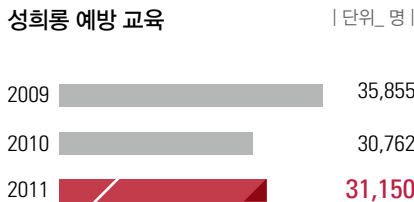
kt는 직원의 노동조합 및 기타 대표기구 결성을 보장하고 있으며, 단체협약에 의해 입사와 동시에 조합원으로 자동 가입되는 유니온숍(Union Shop) 제도를 채택하고 있습니다. 2012년 2월 기준으로 kt 전 직원의 76.90%가 노동조합에 가입되어 있습니다.

kt는 지연, 학연, 성별, 종교, 신체장애 등 어떤 조건으로도 임직원이 차별적 대우를 받지 않도록 하고 있습니다. 2010년 고객센터서비스직 채용 기준을 고졸 이상으로 하여 능력 있는 인재들이 꿈을 펼칠 수 있는 기회를 제공한 바 있습니다. 또한, 양성평등 원칙을 준수하는 한편, 일과 가정의 양립, 기회 균등과 같은 정책도 적극 추진하고 있으며, 미성년자와 모성에 대한 보호를 제도적 차원에서 보장하고 있습니다. 그 일환으로 임신 중인 여성 근로자의 시간 외 근로 금지와 경미한 근로로의 전환, 산전·산후 휴가 90일 부여, 여성 근로자에게 월 1일 무급 생리휴가 부여 등과 같은 인권 규정을 충실히 이행하고 있습니다. 2012년부터는 국가인권위원회와 유엔글로벌콤팩트한국네트워크, 대한상회가 공동으로 주최하는 "기업과 인권 세미나"에도 참여하여 인권 존중 경영 확산을 위해 노력하고 있습니다.

또한, 아동노동, 강제노동을 금지하고 있으며 성희롱 예방을 위해서 온라인 및 소양교육 실시, 성희롱 예방지침 제정 등의 제도적 지원을 하고 있습니다. kt는 채용과 성과보상, 승진에 있어서 남녀 간의 어떠한 차이도 두지 않습니다. kt는 여성 인력이 마음껏 능력을 펼칠 수 있는 여건 조성을 위해 일과 가정의 양립을 위한 제도, 차등 없는 채용/승진/보수 제도, 여성 리더십 육성 제도 등 3가지 운용 방향을 설정하고 있습니다.

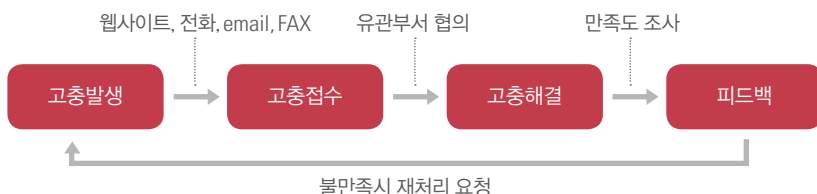
이에 따라 출산 축하금과 유아교육보조비를 지급하며 직장 보육시설을 운영하고 육아휴직 기간 중에도 e-Learning 과정을 이수해 휴직 종료 후에도 자연스럽게 업무에 복귀할 수 있도록 지원하고 있으며, 여성 중간관리자층의 육성을 위해 여성 리더십 형성 프로그램을 운영하고 있습니다. 2011년 말 현재 여성 관리자는 143명으로 여성 인력 가운데 2.4%를 차지하고 있습니다.

고충처리 | kt는 실질적이고 체계적인 고충처리시스템 운영을 통해 행복한 일터 조성을 하고 있으며 고충처리시스템은 제도, 업무, 근무환경, 인간관계, 개인신상, 복리후생 등 근로자 고충 요인의 사전적 예방과 고충의 신속한 해소에 초점을 맞춰 운영되며 전화, e메일, 웹사이트 등 다양한 형태로 접수된 고충들을 kt 현장기관 354개소에 설치된 고충상담실과, 노사대표로 구성된 고충처리위원회를 통해 해결하고 있습니다.



kt는 이에 만족하지 않고, 스마트 시대에 발 맞춰 직원의 고충접수 및 상담을 보다 용이하게 하기 위하여 2011년 1월부터 전담직원이 온라인(스마트폰에서도 가능) 실시간으로 고충을 처리하는 kt119센터를 운영하고 있습니다. 이를 통해 2011년도 총 4,559건의 고충을 처리하였습니다. kt119의 경우 웹 페이지를 통해 고충사항을 접수 및 처리할 수 있는 시스템이기에 접수나 처리결과 피드백 면에서 접근성 및 편의성이 확보되어 많은 직원들이 활용할 수 있었습니다.

kt119 고충처리 프로세스



최근 3년간 고충처리 현황 | 단위_건



Dream with Employees

임직원 커뮤니케이션

경영설명회 | 전사 차원의 경영설명회는 분기 1회 노사협의회 노사위원이 참석하는 중앙경영설명회가 있으며, 반기 1회 소속 본부 및 현장 직원을 대상으로 본사/사업부서 주요 임원이 해당지역을 직접 방문하는 지역별 경영설명회가 있습니다. 또한 주요 경영방향에 대해 CEO가 직접 사내방송을 통해 설명하고 토론하는 자리를 수시로 마련하고 있으며, CIC(사업부문)별로 사장들이 현안사항에 대해 현장직원들에게 직접 설명하는 부문설명회도 분기 1회 이상 갖고 있습니다. 회사의 주요 의사결정 과정에서 노사간 충분한 협의 절차를 거치며, 매 분기별로 개최되는 노사협의회와 경영설명회 및 CEO와의 토론회 등을 통해 경영 전반적인 사항을 협의하여 의사결정에 반영하고 있습니다.

올레미팅 | 올레미팅은 CEO의 주요 메시지와 회사의 실적 및 전사 이슈 등을 공유하고 소통하는 것을 목적으로 월 1회 부서별로 시행됩니다. 전사 공통사항과 부서별 고유사항을 다루는 올레미팅은 오프라인 소통의 중요한 수단이며, 올레미팅 활성화를 위해 매월 1회 우수부서를 선정하여 포상하고 있습니다. 또한 2012년부터는 분기별 1회 그룹사가 자체적으로 올레미팅을 시행할 수 있는 체계를 구축하고 주요 이슈를 공유하는 등 그룹내 소통 활성화에 노력하고 있습니다.

경영진과 양방향 커뮤니케이션 | kt는 직원들의 여론 및 애로사항을 경영진이 직접 청취하고, 필요 시 직원들에게 CEO의 경영철학과 회사 비전을 정확하게 전파할 수 있는 양방향 커뮤니케이션 채널의 확보와 운영에 힘쓰고 있습니다. 특히, 사내 인트라넷에 익명 게시판인 '열린토론폰방'을 운영하여 사내외 주요 정책에 대한 여론을 수렴하고, 직원들이 궁금해 하는 루머나 불만사항을 해소하는데 노력하고 있습니다. 또한 언론에 보도되는 kt관련 기사를 사내방송 온라인사이트(KBN&Talk), 이메일, SMS 등을 통해 직원들과 실시간으로 공유하고, 부정적 언론보도에 대해서는 직원들에게 사실관계를 정확하게 설명하는 등 사내커뮤니케이션을 강화하고 있습니다. 직원들의 의견을 경청하고 주요 의사결정에 반영될 수 있도록 정기적으로 CEO를 포함한 경영진과 다양한 계층별 직원 그룹과의 간담회를 진행하고 있습니다. 2012년 1월초에는 CEO가 신년사와 함께 경영방향을 직원들에게 직접 프리젠테이션하고 질의 사항에 대해 답변하는 'CEO와의 대화'를 실시간 사내방송으로 진행하였습니다. 또한 3월에는 그룹사 임직원들이 실시간으로 참여하고 온라인 방송으로 시청 가능한 '그룹대토론회' 행사를 개최하는 등 경영진과 직원 간의 상호 이해 증진 및 커뮤니케이션 활성화를 위해 노력하고 있습니다.

직원만족도 | KTF와의 합병 이후 kt는 직원만족도와 일의 효율성 제고를 위해 GWP(Great Work Place) 정책을 추진하고 있습니다. 그 일환으로 직원만족도 조사 방식을 외부 전문기관이 글로벌 스탠더드 기준에 따라 수행하는 것으로 변경하였습니다. 따라서 2010년, 2011년도 조사 결과는 이전의 만족도와 직접적으로 비교되기는 어렵습니다. 새로운 조사 방식은 일하는 조건, 직원 건강 및 안전, 보상 및 복지, 기업 정체성 등의 분야로 구성되어 있으며, 모두 50여개 항목으로 이루어져 있습니다. 2010년 조사 결과에 따라 미흡한 분야에 대해 집중적으로 개선을 시도한 결과 2011년 하반기 조사에 의하면 kt직원의 만족도 수준은 전반적으로 상승하였으며, 또한 아시아 및 글로벌 동종업계의 평균보다 높게 나타났습니다.



창조적 新노사문화

kt는 기업의 지속적인 가치 창출과 노사 평화, 행복한 회사를 실현하고 사회적 책임을 실천하기 위해 조합의 HOST 운동과 '창조적 新 노사 문화' 공동 선언(2010.3)을 하였습니다. 그리고 이에 대한 구체적 실천을 위하여 다양한 노사 상생 프로그램(H2O)을 발굴하고, 기업간 연대를 통해 노사 공동 사회적 책임 실천(U·CSR), 일자리창출 등 상생의 新노사문화 확산을 위해 노력하고, 이를 사회 전반의 건강과 복지 기여를 위해 확산하고자 기업간노사협의체(UCC, Union Corporate Committee)를 추진하고 있습니다.

추진실적 및 성과

- 노사 YOUTH (매년 210명)
- UCC장학사업 (2012년 10명)
- 청소년 IT여름캠프 (220명 참여,년1회)
- 녹색지킴이 운동 (6만4천명 참여,년2회)
- 소외계층 이러닝 무상지원 (890여명)
- 2010년 노사문화 대상 대통령상 수상
- 2011년 UNGC 노동존중분야 BP상 수상
- Global CSR Conference 2011에서 kt 노사 추진사례 발표

2012년 추진계획

kt는 노사상생협력사업 H2O의 지속적인 추진과 더불어 사회적 책임 실천, 창조적 新 노사문화 확산을 위해 결성된 기업간노사협의체(UCC)를 확대하고자 합니다. 노사가 공동으로 사회적 책임을 실천하고, 신노사문화 확산을 위해 노력함으로써, '조합원의 신뢰 → 장기적 노사관계의 안정화 → 기업의 경쟁력강화 → 글로벌시대 지속가능성 → 고용안정'의 선순환을 이끌고자 합니다. UCC는 2012년 고용노동부에서 노사의 사회적 책임 선도단체로 선정되었으며 현재 회원사는 kt, 분당서울대병원, aT(한국통신산식품유통공사) 등 3사로 구성되어 있습니다.

기업간 연대를 통한 실천력 강화



노사의 사회적 책임 실천 협약식

회원사 연대 노사 공동 '사회적 책임' 실천(U·CSR)으로 SR 시너지 극대화	노사상생의 창조적 신노사문화 공유 및 확산	회원사간 연대 및 교류를 통한 조직원에 대한 복지증진 및 결속력 강화
--	-------------------------	--

사회공헌	환경보호	인재/지역사회	新노사문화확산
사회소외계층, 복지시설 대상 봉사활동 (분기1회)	녹색지킴이 활동	저소득층 교육지원	국내 일자리 창출
'UCC미아찾기', 'UCC 아동지원' 캠페인 등	에너지절감 활동	장학사업(회원사별)	비정규직 차별개선
	환경기준 모니터링	청소년 IT캠프	대중소기업 상생
	국내 UNESCO 자연유산 보전 활동	지역사회발전 캠페인	UCC 포럼/보고서 발간
	이면지 활용, 분리수거		글로벌 다문화가정 외가 방문지원
			글로벌 나눔활동

CSR (Corporate Social Responsibility): 기업의 사회적 책임
 U·CSR (Union·Corporate Social Responsibility): 노사공동 사회적 책임
 H2O (HOST to olleh): HOST 운동과 올레 경영을 접목한 노사상생 프로그램

녹색지킴이 운동

kt 노사는 주요 강변과 하천, 국립공원, 공공장소 등지에서 함께 환경보호 활동을 시행하고 있습니다. kt 그룹사 직원들도 함께 참여하고 있으며, 2010년에는 450곳(21,000명 참여), 2011년에는 370곳(65,000명)에서 환경정화를 시행하였습니다.

Dream with Environment



Awards

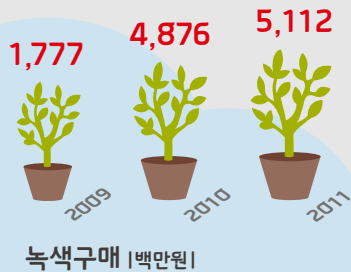
절전경영 일류기업
지식경제부장관상 수상

그린랭킹 소프트웨어/통신산업
1위 상 수상

그린 IT 비즈니스 모델 |
산업/건물/수송/신재생에너지/
IT 등 5개 분야 12개 프로젝트
공동추진

CDP(Carbon Disclosure Project)
통신산업리더상 수상

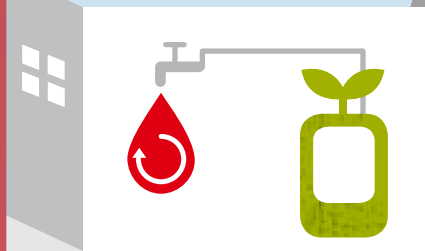
신재생에너지 투자
74.8 억원



유선 네트워크
전력절감
12,000 tCO₂



Main Team
에너지경영위원회 | 녹색성장 Agenda
추진, 그린IT 과제발굴 및 Ownership에
기반한 실행력 강화, 관련 부서간 다양한
커뮤니케이션 채널 구축, 환경규제 대응



Vision & Strategy

kt는 그린IT 중심의 환경경영이 기업이 사회적 책임을 다하는 주요 방안으로 인식하고 있으며 새로운 비즈니스 기회를 제공하여 미래 성장을 주도할 것으로 확신하고 있습니다. 녹색기술 사업의 신성장 동력을 실현하기 위해 Green kt, Green KOREA를 환경 비전으로 정립하고, 3개의 sub-vision을 토대로 그린 경영을 추진하고 있습니다.

- 1) kt의 업무환경 생태계 전반을 녹색화 (Green of kt)
- 2) kt의 녹색 서비스를 통해 국가 경제 전반의 녹색화 (Green by kt)
- 3) 녹색 컨버전스를 통한 kt 비즈니스의 새로운 패러다임 (Green Paradigm by kt)

이를 기반으로 kt는 그린 비즈니스로의 확장을 통해 올레 경영 2기에서는 그린IT기술로 새로운 시장을 선도하겠습니다.

Performance

Green Performance	그린 비즈니스 매출(전체 매출 대비) CS Vision, CS像, 3.17%(전년대비 1.14% 증가)
기후변화 대응	온실가스목표 2020년까지 20% 감축(2007년 대비) 고객 탄소배출 감소 올레나비, 주소변경서비스 네트워크 전력 절감 외기도입 냉방, CCC 교체
환경 투자	신재생에너지 투자 3.6억원 → 74.8억원

Dream with Environment

환경경영 체계

환경경영 비전 | Green kt, Green KOREA

녹색 선진국 건설을 주도하는 Green Convergence Leader

환경은 인류의 미래를 좌우하는 가장 중요한 이슈이며, 기업의 환경에 대한 책임은 지속가능경영의 핵심적인 활동이자 새로운 비즈니스 기회입니다. 특히 kt는 그린IT 중심의 환경경영이 환경보전을 기업 책임감을 만족시키는 주요 방안으로 인식하고 있으며 새로운 비즈니스 기회를 제공하여 미래 성장을 주도할 것으로 확신하고 있습니다. kt는 녹색기술 사업의 신성장 동력을 실현하기 위해 Green kt, Green KOREA를 환경 비전으로 정립하고, kt의 지속가능한 녹색성장을 위해 3개의 sub-vision을 토대로 녹색경영을 추진하고 있습니다. 먼저 kt의 업무환경 생태계 전반을 녹색화(Green of kt)하고, kt의 녹색 서비스를 통해 국가 경제 전반의 녹색화(Green by kt)를 이루겠습니다. 그리고 녹색 컨버전스를 통해 kt 비즈니스의 새로운 패러다임(Green Paradigm by kt)을 구축하여 신성장 동력으로 삼겠습니다.

Green kt

- 회사 생태계 그린화를 통한 비용절감, 녹색 신사업 발굴 및 친환경 기업으로 포지셔닝
- 최고 수준의 그린 선도를 통한 비용절감 및 관련 경험/기술 축적
- 녹색 성장 동력 발굴을 통한 재도약
- 1등 그린 이미지 구축을 통한 그룹 경쟁력 강화

Green Korea

- kt의 정보통신역량을 활용한 국가 저탄소 녹색성장 선도
- Green kt 역량을 활용한 국가 녹색 성장 주도
- 녹색 혁명을 통한 국민 생활의 질 향상
- 녹색 국가 이미지 제고로 국가 경쟁력 향상

- 그린 생태계 조성
- 친환경 제품 구매
 - 협력사 그린 역량 강화
 - 그린 IT 서버터즈 활동



- 국가 경제의 녹색혁명
- 통신 인프라 및 kt 근무환경의 그린화
 - 그린 서비스로 소비자 그린라이프 환경조성

- 신성장 엔진 발굴
- IT와 융합 사업의 발굴로 신성장 동력화
 - 홈, 오피스 빌딩, 인프라, 에너지

체계 및 시스템 | kt는 첨단 IT를 기반으로 하는 녹색성장 Agenda 추진, 그린IT 과제발굴 및 Ownership에 기반한 실행력 강화, 관련 부서간 다양한 커뮤니케이션 채널 구축, 환경규제변화에 필요한 신속하고 선제적인 대응 등을 위해 에너지 경영회의체를 구성했습니다. 연중 정기적으로 개최되는 에너지경영회의는 에너지절감 실행전략이행 회의체로 단기, 중기, 장기 목표를 가지고 World Best 진입을 위해 중장기 이행방안을 마련하고 있습니다. 또한 kt의 전반적인 그린IT 프로젝트들의 진도를 확인하고 미래 지향적인 전략을 구성하는 회의체로 자리매김 하고 있습니다. 해당 위원회를 통해 경영진은 각 부문의 책임실명제를 도입하고 Top-Down방식의 도전적 에너지 절감 방안을 도출하여 실행함으로써 Green kt, Green KOREA 비전에 한발 더 다가서는 계기를 마련하고 있습니다.

kt 에너지경영위원회 조직도

전기총괄/차량유	무선분야 전기	IDC분야 전기	IT솔루션	건물/냉난방유
유선네트워크운용 본부장	무선네트워크운용 본부장	기업Product 본부장	스마트그린 개발단장	자산경영실장
운용품질담당 코어망운용담당	무선망운용담당	IMO운용센터장	그린에너지담당	자산기획담당 자산센터장
· 전기/차량유 절감 · 유선시설 저전력화 · 유선 서비스/장비별 전력소비량 측정	· 전기 절감 · 무선시설 저전력화 · 무선 서비스/장비별 전력소비량 측정	· IDC 전기 절감 · IDC 전력효율 향상 · IDC 서비스/장비별 전력소비량 측정	· kt-BEMS 개발 · kt-BEMS 적용 · 에너지IT 솔루션 개발 및 R&D	· 냉난방유 절감 · 빌딩 고효율화 · 빌딩에너지 통합 관제 강화/확대

GSS부문: 이행 지원 및 성과관리

기후변화 대응

온실가스 배출량 감축 계획

온실가스 배출량 감축 목표 | 2009년 상반기에 kt는 탄소배출량 감축 목표를 2013년까지 2007년 대비 20% 절감으로 수립한 바 있으나 이는 구KTF와의 합병을 반영하지 않은 목표로 통합 kt 기준으로 목표를 재수립 할 필요가 있었습니다. 따라서 통합 kt 기준으로 kt는 2020년까지 2007년 대비 20%(절대치 기준) 절감을 새로운 목표로 재정립하여 이를 달성하기 위한 노력을 계속하겠습니다.

온실가스 배출 저감 | kt는 국내 통신업계 최초로 전사 온실가스 인벤토리 시스템을 구축하여 GHG 데이터 관리 플랫폼을 마련하였습니다. 온실가스 인벤토리 시스템이란 직·간접적으로 온실가스 배출 원별로 데이터를 수집하고 탄소배출량을 산출하는 시스템을 말합니다. kt는 해당 시스템을 통해 2007년부터 현재까지의 사내 온실가스 배출량을 시스템적으로 관리하고 있으며 매년 국가에서 법적으로 인정하는 제3자 검증 기관의 검증을 통해 배출량 데이터를 확정하고 있습니다. 특히 kt는 2007~10년 배출량을 BSI(영국표준협회)의 검증을 받았으며 2011년 배출량은 한국품질보증원을 통해 검증을 받았습니다. 정기적인 제3자 검증 기관의 탄소 audit을 통해 kt는 정확하고 확실한 배출량을 산출하여 이해관계자들에게 보고하고 있습니다.

kt 연도별 온실가스 배출량 현황

| 단위 : tCO_{2e}, 톤CO₂ |

구분		* 2007	* 2008	* 2009	* 2010	** 2011
Scope I (직접배출)	고정연소	41,063	40,828	40,221	49,073	44,332
	이동연소	13,343	12,097	18,210	17,657	19,346
	소계	54,406	52,924	58,431	66,730	63,678
Scope II (간접배출)	구매전력	1,157,496	1,165,567	1,077,073	1,104,758	1,105,986
	스팀	4,576	3,621	4,391	4,659	3,594
	소계	1,162,072	1,169,188	1,081,465	1,109,417	1,109,579
온실가스 총 배출량		1,216,478	1,222,112	1,139,896	1,176,147	1,173,257

*2007~2010년 배출량 검증기관: BSI(영국표준협회)

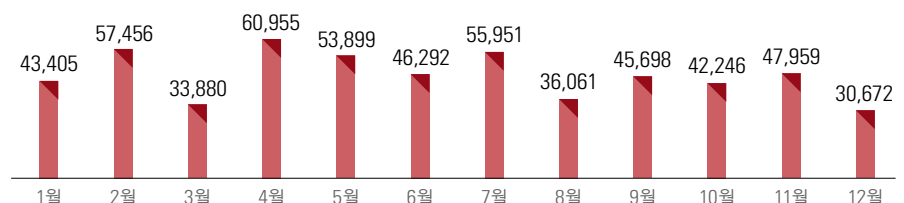
**2011년 배출량 검증기관: 한국품질보증원

2011년 kt는 유무선 데이터 트래픽 폭주를 감안하여 네트워크 최적화, 클라우드 가상화, CCC(Cloud Computing Center)등 통신 인프라의 저전력화를 적극적으로 추진하여 전사적으로 전년대비 약 3천 톤을 절감하는데 성공했습니다. 이는 날로 증가하는 통신 대역폭 때문에 지속적으로 에너지 소비가 증가하는 대다수의 통신사들과 대조되는 현상입니다. kt는 앞으로 에너지를 지속적으로 절감하여 전사적인 환경부담률을 최소화시킬 계획입니다.

친환경 경영 확산: 신재생에너지 활용 확대 | kt는 태양광 발전, 지열에너지 활용, 연료전지 등 다양한 분야의 신재생에너지 설비에 대한 투자를 지속적으로 추진하고 있으며, 2011년에 국내 통신업계 최초로 태양광 발전 시설을 활용한 신재생에너지사업을 추진하였습니다. 강릉수신소 및 태화산중계소 유희부지를 이용하여 태양광발전소를 구축하였으며, 2011년부터 상업운전을 개시하여 본격적인 전력 판매사업을 통해 발전 수익을 창출해내고 있습니다. 또한 해당 시설에서 발생하는 수익금의 일부를 활용하여 꿈공장 운영 등 지역사회에 기여하고 있습니다.

2011년 kt 강릉태양광발전소 월별 발전량 현황

| 단위_ kWh |



Dream with Environment

또한 방학사옥 등 3개 사옥에 지열에너지를 활용한 냉난방 및 온수 공급 시스템을 시범 운영 중에 있습니다. 태양광 발전소의 운영 및 지열에너지 활용은 탄소배출량 저감에 기여하고 있으므로 kt는 지속적으로 신재생에너지 사업을 확대해 나아갈 계획입니다.

신재생에너지사업 투자 금액

| 단위: 억 원 |

구분	2010	2011	2012(계획)
태양광 발전사업	17	1.2	38
지열에너지	통신구 지하수 활용	-	2.4
	개발사옥 지열에너지 구축	-	-
관악도시형 주택	-	-	19.9
계	17	3.6	74.8



태화산 태양광 발전시설



방학사옥 지열 냉난방시설

화상회의를 통한 비용절감(2011)



화상회의를 통한 온실가스 배출 최소화 | 화상회의는 의사 결정 시간을 단축하고 이동 비용을 줄여 업무 생산성을 높일 뿐 아니라 탄소배출을 억제하는 효과도 가져옵니다. kt경제경영연구소는 kt가 국내외 회의의 20%를 인터넷 화상회의로 대체할 경우, 탄소 배출 감소, 출장 비용 절감, 업무 생산성 향상으로 총 137억 원의 비용 절감 효과를 거둘 것으로 분석했습니다. kt는 초기 구축 비용이 비싸고, 동영상과 음성 간 전달 속도의 차이 등의 문제가 있는 기존의 시스템의 단점을 극복하기 위해 PC형 화상회의 시스템을 도입한 데 이어 전국적으로 90개의 영상회의실을 구축하여 모든 임직원이 PC로 영상 회의를 이용할 수 있는 환경으로 조성하였습니다. 이에 따라 외근 중인 직원도 영상통화를 통해 회의에 참석할 수 있게 되었습니다. kt는 2011년 화상회의를 통해 1억 3백만원이 넘는 비용을 절감하였습니다.

고객의 탄소배출 저감 지원 | kt는 고객에게 다양한 녹색 서비스를 제공함으로써 사회적인 탄소배출량 저감을 실천해 나아가고 있습니다. 특히 고객의 이동을 최소화시키는 kt의 화상회의 서비스, 교통상황을 반영하여 최적의 경로를 안내해주는 올레나비, 우편물 오배달을 줄여주는 주소변경 서비스 등 다양한 그린 서비스들을 통해 녹색 사회에 있어서 IT의 중요성을 보여주고 있습니다. 또한 스마트 그리드 월거리 측정, 미터링, 컨트롤 솔루션 등을 개발하기 위한 노력을 지속하여 미래 그린IT 사업들을 발주하기 위한 중요한 토대를 마련하고 있습니다. 이밖에 그린 홈, 그린 오피스, 그린 빌딩 등 다양한 그린에너지, 그린서비스를 제공하고 있습니다.

에너지 효율화

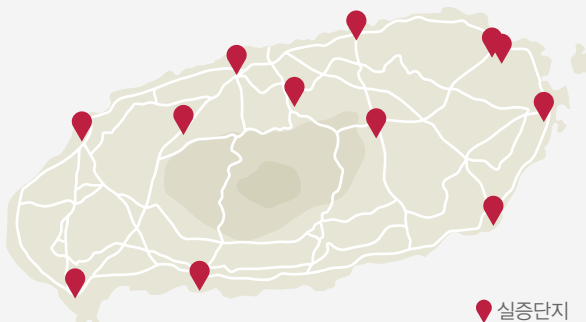
에너지 효율화 노력

실시간 에너지 사용량 모니터링 | 빌딩 에너지 미세 효율 관리를 위해 정부 지원의 신제품 개발 과제를 수행하여 에너지 및 탄소배출량에 관한 목표량 관리, 측정, 보고, 검증이 가능한 실시간 에너지 사용량 모니터링 측정장치를 개발하였습니다. 이를 목동정보전산센터 등 에너지 다소비 사옥을 대상으로 BEMS(Building Energy Management System)의 데이터 수집을 위한 에너지 관리 프로세스에 적용하고 있습니다. 앞으로 정부의 에너지 목표관리제와 배출권 거래제, ISO50001 인증제 시행에 따라 온실가스 배출량 감축 성과를 검증하는 용도로 시장 수요가 늘어날 것으로 예상됩니다.

온실가스·에너지 목표관리제 | kt는 2011년부터 온실가스 에너지 목표관리제 관리업체로 지정되어 지경부(관장기관)에 전사 배출량을 매년 보고하고 주어진 감축 목표를 이행할 법적 책임이 있습니다. 이런 법적인 요구사항들을 성실하게 이행하기 위해 온실가스 인벤토리를 통해 배출량을 실시간으로 관리하고 있으며 해당 데이터를 제3자 검증 기관을 통해 검증 받고 있습니다. 또한 온실가스 배출량 절감을 위해 에너지경영위원회를 정기적으로 개최하는 동시에 에너지 사용을 절감하기 위한 세부 활동들을 강화하고 있습니다. 마지막으로 kt는 목표관리제와 관련된 정책 개발에 기여하기 위해 국토해양부에서 주관했던 건축물 분야 목표관리제 시범사업에 참여하여 해화지사와 분당ICC를 중심으로 최적의 정책을 개발하는데 노력한 바 있습니다. kt는 앞으로 목표관리제를 통해 국가 탄소배출량 로드맵 달성에 기여하도록 최선을 다할 것입니다.

제주도 스마트그리드 실증단지 | kt는 스마트그리드 관련 기술의 실증 및 비즈니스 모델 개발을 위해 지식경제부 주관의 제주실증단지 사업에 참여하고 있습니다. 제주도 구좌읍 일대 약 6천호를 대상으로 2009년 5월부터 2013년 5월까지 42개월 동안 진행될 동 사업은 빌딩에너지관리시스템(BEMS), 홈에너지관리시스템(HEMS)을 통합 제공하고 신재생 발전원, 수요관리(Demand Response), 친환경 에너지 저장장치 등을 활용하여 한국형 스마트그리드를 실증하는 것을 목표로 하고 있습니다. kt는 현재 삼성SDI, 효성중공업, 삼성전자 등 14개 참여기관과 4개 위탁기관으로 구성된 kt컨소시엄을 구성하여 사업을 추진하고 있으며, 전력/통신의 융합사업 모델을 개발하여 실증하고 있습니다.

제주도 실증단지 현황



수요 현황

국내형 (195 가구)
금일 444 kWh / 전일 441 kWh

해외형 (395 가구)
금일 1,441 kWh / 전일 1,415 kWh

EV 충전기 설비 현황

충전 설비 수	28대
동작중	0대
대기중	4대

신재생 에너지 현황

발전설비 (131 kW)
금일 102,8 kWh / 전일 76.4 kWh

저장설비 (544 kWh)
금일 47.4 kWh / 전일 44.7 kWh

당월 에너지 감축 현황 (전일/해외형 기준)

기준 수요량	15,276.5 kWh
실 수요량	12,407.8 kWh
에너지 절감율	18.8 %

Dream with Environment

유선 네트워크/IT 장비의 전력 절감 | kt는 유선네트워크의 에너지 효율화를 위해 기존 네트워크를 All-IP 기반의 전달구조로 통합하여 물리적인 통신망을 단순화시키는데 노력하였습니다. 이로 인해 네트워크의 성능은 향상되는 반면, 전체적인 망 규모는 소형화되어 에너지를 더욱 효율적으로 소비할 수 있는 기반을 마련하였습니다. 또한 에너지 저효율 시설들을 저전력 설계의 장비로 단계적 합리화시킴으로서 에너지 낭비 요소들을 지속적으로 제거해 나가고 있습니다. 그리고 통신 국사 내에 냉방설비의 효율적인 운영을 위해 일체형 외기도입 냉방설비를 개발하여 18개 국사에 시범 적용하여 외부의 공기를 건물 내에 순환시킴으로써 기존 냉방설비의 가동률을 획기적으로 감축시킬 수 있었습니다. 위와 같은 노력으로 유선 네트워크에서 전년 대비 약 26억 원에 달하는 에너지(12,000 tCO₂)를 절감하는데 성공했습니다. 이러한 노력을 인정받아 2012년 5월 절전경영 일류기업 지식경제부장관상(kt 대구유선네트워크운용단)을 수상하였습니다.



유선 네트워크 및 IT 장비의 전력 절감을 통한 에너지 절감 비용



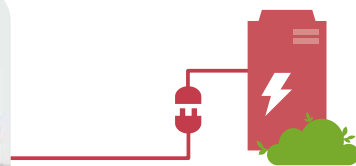
PC 전원관리솔루션 자체 개발 및 도입을 통한 에너지 절감 비용



무선 네트워크 장비의 전력 절감 | 스마트폰, 패드류 등 휴대단말기의 기술적인 발전에 의해 지속적으로 증가하는 무선 트래픽을 효율적으로 수용하는 차원에서 kt는 WCDMA(3G) 무선망을 고효율 CCC(Cloud Computing Center)망으로 전환하고 있습니다. CCC망은 기존의 물리적 무선 네트워크를 소형화시키고 트래픽 처리를 집중화시켜 에너지를 획기적으로 절감할 수 있는 가상화 기반 무선통신 기술입니다. 현재 전국적인 4G LTE 서비스를 구현하기 위해 kt는 동일한 원리의 가상화 기술을 활용해 4G 트래픽 처리를 장비간 효율적으로 분포함으로써 소수의 장비로 다수의 장비 역할을 하는 첨단 무선 네트워크를 구현하고 있습니다.

PC 전원관리솔루션 자체 개발 및 도입 | 전사 PC에서 전력 낭비 문제 해결을 위하여 kt가 사내 도입용 PC전원관리 솔루션을 자체 개발하였습니다. 1년간의 시범 운영을 끝으로 2011년에 본격적으로 도입된 kt Smartpower 2.0은 사용자가 PC를 사용하지 않을 경우 PC가 자동으로 대기모드로 전환되거나 꺼지는 전력 절감 솔루션입니다. PC가 꺼지기 전에는 모든 문서가 자동 저장되기 때문에 사용자의 불편을 최소화하는 동시에 PC 대기전력을 감소시켜 연 8억 원에 달하는 전력을 절약하는데 성공했습니다. 앞으로 PC전원관리 솔루션을 적극적으로 활용해 사내 탄소배출량 4천tCO₂를 매년 절감할 계획입니다.

통신업계 최초 전기자동차(Full EV) 도입 | kt는 제주도 스마트그리드 실증단지 참여와 관련해서 통신업계 최초로 기아자동차의 레이(Ray) 전기차 10대를 도입 및 운영하고 있습니다. 제주 지사에 도입된 레이 전기차는 기존 자동차와 달리 연료를 연소하지 않아 탄소배출량 저감 효과가 매우 우수한 것으로 입증되었습니다. 또한 소음 발생이 없으며 매연이 배출되지 않아 환경부담률이 거의 없는 신개념 자동차입니다. 앞으로 kt는 지속가능한 탄소배출 저감을 위해 전기자동차를 법인차량으로 확대 운영하여 Green kt, Green KOREA 비전을 실현할 것입니다.

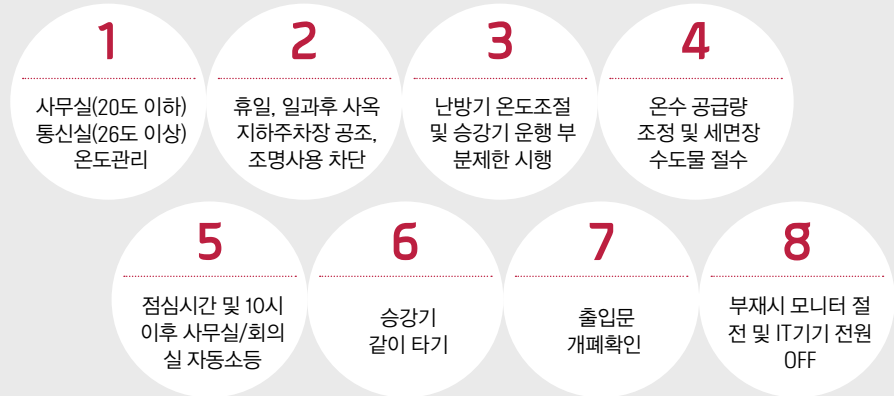


kt가 법인차량으로 도입한 Ray 전기자동차

kt의 에너지 절감 실천사항

임직원 | 에너지절약 습관화를 통해 연중 상시 에너지 절감 추진 및 kt의 모든 일터를 '고효율 에너지 절감 사업장'으로 탈바꿈하고 있습니다.

임직원 대상 에너지 절감 실천가이드 작성 배포



캠페인 | kt는 전기에너지 절감과 병행하여 지식경제부 주관의 “에너지 빼기(-) 사랑 더하기(+)” 캠페인에 적극적으로 참여하고 있습니다. 이는 에너지 절약 실천으로 저소득층의 에너지 복지를 지원하는 것으로, 에너지 소비량이 급증하는 7월과 8월 두 달 동안 가정이나 건물에서 아낀 전기요금 만큼 참여자 이름으로 도움이 필요한 이웃에 난방비를 지원하는 사회공헌 캠페인입니다. kt에서는 2011년 모국과 자국 등 3,610개소(전년대비 100개소 증가)가 참가하여 전년 7~8월 사용량 대비 10,545,732kwh를 절감(탄소배출량 4,748톤)하고, 전기에너지 비용 11억 원 (전사 전기에너지 절감 활동과 연계)을 줄임으로써 전체 캠페인 절감량의 11%를 절감하는 성과를 거두었습니다.



사랑의 연탄 후원증서

기지국 | 통신설비가 많은 기지국 및 IDC는 중장기적으로 다양한 에너지 절감 방안을 추진하고 대체 에너지 개발 및 사용을 통하여 에너지 절감을 실천하고 있습니다.

2G 기지국 전원 OFF

에너지절감기술과 IT기술융합 솔루션 개발 및 추진 중

ex) 빌딩에너지관리시스템(kt-BEMS), 시설물 통합관제센터 등

유휴자산을 활용한 태양광발전소 구축 및 수익창출

통신구 지하수 활용한 냉난방 시스템 구축

설비 내 고효율 LED 조명 적용

통신시설 대기전력 감소프로그램 개발

기지국 용량과 경계지역 전송속도 향상을 위한 CCC/WARP기술 개발 (H/W 중설이 아닌 S/W 제어기술개발을 통한 에너지 절감)

서버·스토리지와 같은 인터넷데이터센터(IDC) 핵심장비에 대한 효율등급제 도입

정부 온실가스 에너지 목표관리제 대응 및 정보기술(IT)과 에너지 기술의 융합을 통해 산업분야 전반에 대한 신규 비즈니스 모델을 창출하는 사업제휴(2011.11)



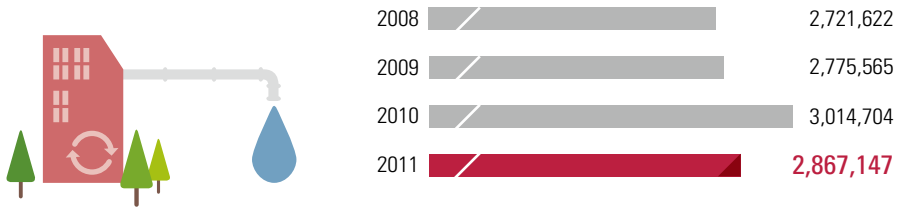
Dream with Environment

자원 재활용

용수 사용량 관리 | 용수 사용량 절감을 위하여 사옥 신,증축 및 리모델링 추진시 세면기 절수형 수전을 도입하였으며, 냉방장비 필터 교체 및 정기세관을 통해 용수 이용의 효율성을 개선하였습니다. 또한 지하통신구 침출수를 정수시스템을 통한 건물의 용수로 이용하여 자원재활용을 추진(kt구로사옥) 하였습니다. 아울러 용수 사용 절감을 유도하기 위해 환경의 날 녹색생활 실천 전사 탄소발자국 줄이기, 머그컵 나눠주기 및 물 받아쓰기 등의 캠페인을 지속 실시하였습니다. 그 결과 kt 건물의 2011년 상수도 사용량이 전년대비 2.51% 감소하였습니다.

용수사용량

| 단위:톤 |

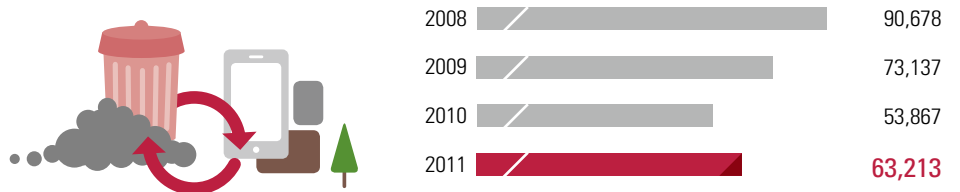


통신기기 재활용 | kt는 고객이 휴대폰 교체 시 기존 휴대폰을 반납하면 일정 금액의 단말기 구매 보조금을 지원하는 서비스를 시행하고 있으며, 이를 통해 중고 휴대폰의 회수율을 높이는 한편, 반납된 중고 휴대폰은 단말기 분실 고객의 임대폰 등으로 활용하고 있습니다. kt는 고객이 초고속 인터넷 혹은 IPTV 가입을 신청할 경우 고객에게 단말을 임대해 주고, 서비스를 해지할 때 다시 임대 단말을 회수하며, 회수된 단말에 대해서는 자체 품질성능 테스트를 거쳐 재활용 또는 폐기처리하고 있습니다.

폐기물 처리(폐케이블류, 폐장치, 축전지) | kt는 합병으로 인해 일원화되지 못했던 폐기물 관리 체계를 새로이 정립하여 전사 차원에서 폐기물을 관리하는 시스템을 구축하였습니다. 2011년 폐기물 배출목표는 2008년에서 2010년까지 3개년 배출량의 평균수치의 10%를 감축하는 74,304톤으로 설정하였으며, 자산 매각, 건물 리모델링 감소, 자재 재활용 등에 따른 건설폐기물량 감축과 관리효율화 등을 통하여 목표 대비 4.9%를 초과 절감한 63,213톤을 배출하였습니다. 2010년 이후 무선통신분야 폐기물 처리량 및 매각실적을 관리하기 시작하여 폐기물 데이터 관리 범위를 전사로 확대 적용하였고, 이에 따라 체계적인 폐기물 저감 활동을 이행할 수 있게 되었습니다.

폐기물 발생량

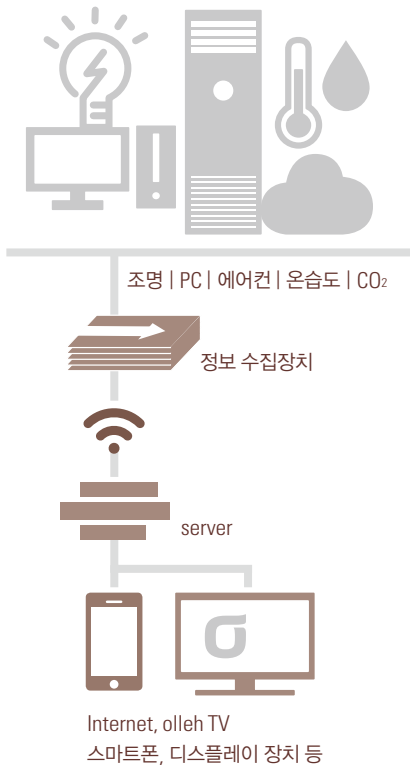
| 단위:톤 |



Dream with Environment

친환경 제품 및 서비스 혁신

무선 기반의 실시간 에너지 사용량 원격 모니터링 서비스



Green PC Solution | Green PC Solution은 다수의 PC본체를 블레이드 형태로 구성해서 60개의 개별PC를 하나의 랙에 집적화한 시스템입니다. 종래의 개별 PC와 달리 효율적인 전력 관리가 가능하여 30~40% 에너지 절감 효과를 기대할 수 있습니다. 또한 개별 PC로부터 발생하는 미세 먼지와 기타 오염물질을 제거하여 탁월한 사용 환경을 제공할 수 있습니다. 이 밖에도 유지 보수가 수월하며 여러 개의 PC 집합체에서 발생하는 열에너지를 이용한 냉난방 에너지 절감이 가능합니다. 이에 따라 여름철 실내 온도를 1도 낮게 유지할 수 있어 여름철 냉방 비용이 약 5% 감소하고, CO₂ 발생이 500톤 줄어들 것으로 기대됩니다. 2011년에는 장비구축, 임대, 유지보수가 가능한 Managed서비스로 개편하여 2011년 12월 말 기준으로 1470대 15.1억의 매출을 올려 전년 대비 400% 성장하였습니다.

대기전력 자동 차단 PC 시스템 | PC를 사용하지 않을 때 대기전력을 자동으로 차단해 불필요한 에너지를 절약하는 시스템으로 PC를 사용하는 모든 사용자가 이를 활용할 수 있으며 데스크탑 PC와 함께 사용하는 모니터, 스피커, 프린터의 전원도 자동으로 차단됩니다. 또한 그린 버튼을 통해 대기전원을 바로 차단할 수 있고 제로 스위치를 통해 플러그를 뽑는 기능을 수행할 수 있습니다.

친환경 서비스 혁신

olleh biz 전화회의 MeetMe | kt는 시간과 장소에 구애받지 않고 일반전화 또는 휴대전화를 이용하여 국내외 본지점(전 세계 50여개국)간 저렴한 비용으로 전화회의를 할 수 있는 MeetMe 서비스를 제공하고 있습니다. 글로벌 전용망을 이용하여 국제통화에 접속하지 않으면서도 안정적인 통화 품질을 확보할 수 있어, 저렴한 비용으로 전화회의를 할 수 있습니다.

화상회의 서비스 | 2010년 10월 녹색사업 인증을 획득한 kt의 화상회의 서비스는 고가의 장비 구축 없이 다양한 단말을 사용하여 원거리 커뮤니케이션 및 협업을 가능하게 함으로써 비용 절감은 물론 환경영향을 줄이는 데 기여하고 있습니다.

무선 기반의 실시간 에너지 사용량 원격 모니터링 서비스 | 가정, 사무실 및 빌딩의 조명, 콘센트, 전기기기, 배기팬, 펌프 등의 에너지 사용량과 온실가스 배출량을 사용자가 무선으로 실시간 모니터링할 수 있는 국가 녹색인증 서비스입니다. 스마트폰을 이용해 에너지 및 탄소 배출량 현황과 분석 결과를 받아 관리할 수 있어 고가의 계량기 설치에 따른 비용을 줄일 수 있으며, 온실가스 목표관리제, 배출권거래제 참여 시 홈/기업고객의 각종 에너지 절감 솔루션과 연동이 가능한 기반 서비스로 이를 통한 에너지 절감 효과가 최소 3%에서 최대 10%까지 가능합니다.

ucloud biz | 기업의 IT자원(서버, 스토리지, 네트워크 등)을 구매 및 소유하는 방식에서 벗어나 필요할 때 임대하고 사용한 만큼 비용지불할 수 있도록 제공하는 IT자원 아웃소싱 서비스입니다. ucloud biz 서비스(server, storage, DB, CDN, VDI, backup)를 통해 기업은 초기 투자비 및 운용비용 절감뿐만 아니라 자체 전산실 보유에 따른 전력사용량 증가 문제를 해결 할 수 있습니다. kt는 저전력 고효율의 Cloud Data Center 3개소(천안, 목동, 김해)를 별도 구축하고 서버 가상화, 자동화 기술을 활용하여 IT 자원의 에너지 효율을 최대 4배 높이고, 이산화탄소 배출량을 70% 감소시키는데 기여하고 있습니다.

Dream with Environment

정책참여 및 인증

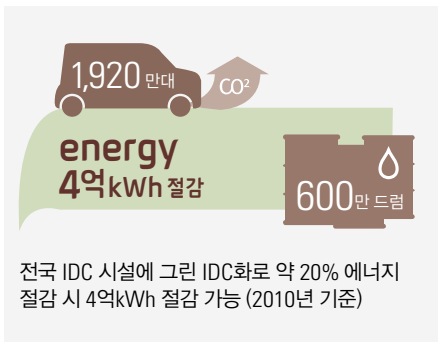
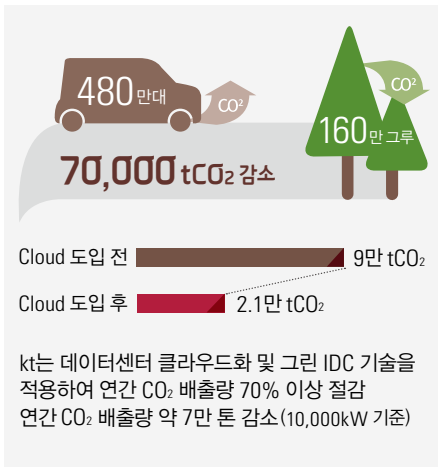
정부 녹색성장 사업 참여

kt 국책사업 참여 상세 현황

주관부처	국책과제명
지식경제부	소비자참여형 스마트그린 플레이스 구축
지식경제부	전기자동차 충전인프라 및 운영센터 구축을 통한 국내 해외형 신규 비즈니스모델 실증
지식경제부	스마트 탄소 미터링 핵심기술개발
국토해양부	차량 및 지상고정센서를 이용한 국토모니터링기술개발·실시간 능동형 지상 모니터링 시스템 개발
지식경제부	K-MEG 에너지통합운영관리시스템 개발 및 구축
국토해양부	U-City 플랫폼 미들웨어 개발
국토해양부	도시공간정보기반의 UFMS 및 통합플랫폼 개발

녹색성장펀드 조성 | kt는 경기도와 녹색성장 기업을 지원하기 위해 3백억 원 규모의 녹색성장펀드를 조성하였습니다. '경기-kt 녹색성장투자조합' 펀드는 에너지 절약형 기술을 개발하는 벤처기업이나 신흥 사업에 재정적/기술적 지원을 하기 위한 투자 펀드로, 경기도에 위치한 중소벤처 기업을 대상으로 투자하고 있습니다.

Green IDC 추진효과



지능형 부하관리 사업참여를 통해 국가 전력수급 안정화 기여 | kt는 ICT 역량과 자체 보유건물의 전력부하자원을 활용하여 부하관리사업을 추진 중에 있습니다. 이를 통해 빈번해지고 있는 정전 사태 등 예측하기 어려운 국가의 전력수급 비상 상황 발생 시, 전력거래소의 요청으로 특정 부하자원을 감축하여 정전사태 발생에 따른 경제적 손실 발생 위험을 제거하고 있으며 발전소 건설로 인한 투자부담 및 환경 훼손 경감 등 국가의 전력수급 안정화 및 경제적 손실 경감에 기여하고 있습니다. 수요자원 시장에 등록된 28MW의 부하감축자원을 활용하여 하절기 또는 동절기 국가 예비력이 5,000MW 이하로 하락할 경우 부하감축을 실행하고 있으며, 효과적인 부하감축자원의 관리와 부하감축 실행을 위해 실시간/양방향 통신 및 모니터링시스템을 구축할 수 있는 시스템 개발과 적용을 추진하고 있습니다.

kt-에너지관리공단 그린IT 비즈니스 협약 | kt와 에너지관리공단은 IT와 에너지 기술의 융합을 기반으로 신규 비즈니스 모델을 창출하기 위한 협약을 체결했으며 양사는 2012년까지 산업, 건물, 수송, 신재생에너지, IT 등 5개 분야 12개 프로젝트를 공동으로 추진하고 있습니다. 이 중 건물 분야에서는 스마트 그리드 개념을 빌딩이나 사업장 등 소규모 단위에 적용해 이를 그룹 단위로 통합하는 K-MEG(Korea Micro Energy Grid) 사업을 공동으로 추진하여, 곧 신축할 예정인 에너지관리공단 신사옥에 스마트 그리드 기반 빌딩통합관리 솔루션 적용을 위한 협력을 진행하고 있습니다. 신재생에너지 분야에서는 도심형 신재생에너지 발전사업 협의, 건물 연료전지(수소를 원료로 전기를 생산하는 전지) 시범보급사업 협력, 스마트 그리드 사업모델 발굴, 에너지저장장치 개발사업 참여 등의 활동을 진행할 계획입니다.

녹색기술포럼 참여 | kt는 2012년 4월 3일부터 4월 5일까지 양재동 교육문화회관에서 개최된 녹색기술포럼(교육과학부 주관)에 참여하여 xEMS, 그린IDC 기술에 대해 판넬 전시 및 주제발표를 하여 정부관계자 및 일반인들에게 kt의 녹색기술에 대한 대국민 이미지를 제고하였습니다.

Dream with Environment

녹색구매 | kt는 IP 품목을 대상으로 녹색구매 자발적 협약을 이행하고 있습니다. 즉, kt는 친환경 구매 기반을 조성하기 위해 구매하는 전기통신설비에 대한 기술요구서에 환경조건을 고려하도록 하고 있으며, 협력사가 납품하는 제품에 대해 개발단계에서부터 친환경 표면처리 및 재활용/재사용 용이성, 포장 폐기물 최소화 등이 고려될 수 있도록 친환경 디자인 가이드라인을 제시하고 있습니다. 이를 위해 소모성 자재를 대상으로 친환경상품 식별표시를 하였으며, 한국환경산업기술원의 상품정보를 제공받아 월 2회 자료를 업데이트하고 있습니다. 또한, 친환경상품 구매 촉진을 위해 사용자 교육을 실시하고 있습니다.

녹색구매 실적

| 단위: 개 / 백만원 |

		2009		2010		2011	
		품목수	금액	품목수	금액	품목수	금액
친환경상품	환경마크 인증제품	408	1,400	645	4,308	439	5,094.9
	GR마크 인증제품	42	11	-	-	1	2.2
	에너지절약마크제품	18	43	106	568	1	0.1
기타 친환경상품	유해물질 저감제품	16	48	-	-	-	-
	폐기물 저감제품	5	6	-	-	1	0.9
	해외 환경마크 인증제품	-	-	-	-	-	-
	기타	317	269	-	-	30	14.4
합계		806	1,777	751	4,876	472	5,112.5

환경 관련 국제표준에 대한 대응 | kt는 2007년 국내 통신업계 최초로 건설과 부동산 사업분야에서 환경경영 국제표준인 ISO 14001 인증을 획득하고, 환경경영시스템을 실천하여 환경성과의 투명성과 신뢰를 확보하고 있습니다. 사업 전 분야에 ISO 14001 인증을 목표로 지속적인 환경개선을 위한 방법과 체제 등의 표준화를 갖추고자 노력하고 있으며, 환경교육과 내부 감사, 전사 환경캠페인 등 적극적인 환경경영을 추진하고 있습니다.

통신업계 최초 녹색기술 및 사업 인증 획득 | kt는 그린IT의 개발과 확산을 위해 친환경 통신 분야의 연구개발을 지속적으로 수행해 왔습니다. 그 결과 kt는 통신업계 최초로 정부에서 수여하는 녹색기술 및 사업 인증을 총 7건 획득하였습니다.

녹색기술 인증(3건)

Zigbee/PLC를 이용한 홈 네트워크 기술
kt-Building Energy Management Solution
RF/CT 기반 에너지 원격 측정 기술

녹색사업 인증(4건)

3G, IPTV, VoIP 연계 화상회의 사업
녹색통신 인프라 구축을 위한 국사광역화 사업
DC전원 기술을 활용한 그린IDC 구축 사업
친환경 주소변경 사업

그린비즈니스 상품



그린비즈니스 상품

상품명

Mobile Commerce (M-커머스)

Green Mobile Banking (M 뱅킹)

Internet Computing Service (ICS)

U-Cloud Home

Vehicle Tracking Service (이동체 관제 서비스, 브랜드 택시)

Ubiquitous Green City (U-시티)

Traffic/transportation IT (교통/운송 IT)

MOS Service: Monitoring, Maintenance and Management Operating System (시설물 관제 솔루션)

U-Health (원격진료서비스)

Video Conferencing (Megameet 및 UCS 포함, 화상회의)

Facility and Environment Monitoring Solution (시설물 환경감시 솔루션 - I cam)

Green IDC (수도권 기반 IDC의 Colocation)

그린PC

회선/IT 인프라에 대한 통합관제/유지보수를 종합적으로 제공하는 Total IT Outsourcing 서비스

Power Care Service (전력케어 서비스)

Video Communications on 3G wireless networks (3G 영상통화 및 부가서비스)

kt Moving (쿵 주소변경 서비스)

kt Smart Grid

기업 FMC (Fixed Mobile Convergence)

SSL-VPN (재택근무 활용가능 VPN 상품)

강릉 태양광 발전 판매 (Power Sales from Solar Generation)



화상회의



스마트워킹



그린 IDC 센터



클라우드서비스

Dream with Suppliers



Vision & Strategy

kt는 3불(不) 선언에 이어 소프트웨어 산업을 살리기 위한 3행(行)을 선언했습니다. 3불 선언이 중소기업과의 상생에 초점을 맞춘 것이라면 3행 선언은 소프트웨어 산업 생태계 조성을 위해 인건비 기준이 아니라 SW의 미래 가치를 기준으로 가격을 책정하고 구매함으로써 SW 생태계에 선순환 구조가 만들어질 수 있습니다. 또한 SW기업의 경쟁력 강화를 위해 Cloud Incubation Center를 설립하고, kt의 클라우드 기반을 활용하여 SW를 개발할 수 있도록 지속적으로 지원하고자 합니다. 마지막으로 SW를 팔 수 있는 오픈마켓을 구축해주고, 해외진출을 지원하는 등 판매시장을 형성하는데 주력하고 있습니다. kt는 한국의 뛰어난 IT 벤처와의 파트너십을 통해 글로벌 시장에서 기술을 선도하고 함께 성장해 나가겠습니다.

Performance

동반 성장 관련 실적	특허기술 실시권 이전	13건 13개사
	컨설팅 및 인증 지원	75개사 11,400만원(지원사 8배 증가)
벤처 생태계 조성	벤더코칭	15개(전년(6개) 대비 2.5배 증가)
	협력사 만족도	83.87점(상반기), 84.79점(하반기), (전년77.4점)
	스타트업	올레벤처어워드, 에코노베이션 Fair

Dream with Suppliers

동반성장 정책

3행 정책 | kt는 2010년 7월 중소기업과의 동반성장을 위한 3불(不) 선언에 이어 2011년 9월 소프트웨어 산업을 살리기 위한 3행(行) 선언을 했습니다. 3불 선언이 중소기업과의 상생에 초점을 맞춘 것이라면 3행 선언은 소프트웨어 산업 생태계 조성을 위해 그 동안의 인건비, 용역방식의 SW 발주 관행을 없애고 SW를 미래가치기준으로 판단하겠다는 것입니다.

중소기업과 동반성장을 위한 kt의 3행 선언



인건비 기준이 아닌 SW의 미래 가치를 기준으로 가격책정 |

SW가치구매 및 SW생태계 선순환 구조 구축

kt는 SW제값구매 및 SW산업 생태계 선순환 구조 구축을 위해 SW가치혁신을 위한 전담부서를 신설하여 SW적정가치 산정절차와 50% 선금지급 절차를 제도화 하고 SW개발용역 특성을 반영한 SW가치구매프로세스(Software Value Purchase)를 수립하였습니다. SW개발사가 SW의 미래가치를 인정받아 SW가치구매 대상이 되는지 여부를 판단할 수 있는 Tool Kit을 개발하여 SW개발사에 오픈함으로써 자가진단이 가능하도록 할 예정이며, 하반기에는 SW가치평가 프로그램을 개발하여 SW개발사가 보다 나은 가치를 자체 검증해 볼 수 있도록 할 예정입니다. SW가치평가를 통해 1건의 SW패키지(A사) 도입을 선금지매로 완료하였으며, SW패키지 도입 이후 지분참여, IPR관련 및 글로벌화 지원을 검토 중에 있고, SW 미래가치를 반영한 가치구매의 지속적인 확대를 위해 B사 등 4건에 대해 추가적인 SW가치구매를 추진 예정하고 있습니다.

SW기업 경쟁력 강화를 위한 개발환경 지원 |

Cloud Incubation Center 설립 및 클라우드 기반 SW개발 활성화 지원

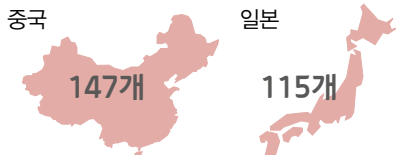
kt는 2011년 3월부터 중소 SW개발사에 개발 환경 지원과 광고와 언론사 기사 게재 등 상생협력을 강화하고 있습니다. 특히 SW 생태계 조성의 일환으로 Cloud Incubation Center를 통해 필수적인 IT 자원을 확장성과 고가용성을 갖춘 cloud 기반으로 제공하여 SW의 시장 진출을 지원하고 있습니다. 2011년 18개 업체, 2012년 1~4월까지 33개 업체에 가상서버를 지원하였으며, 이중 21개의 업체가 상용화에 성공했거나 준비 중에 있습니다. 특히 중소 SW기업의 성장에 실질적인 도움이 되도록 인프라 지원과 더불어 마케팅 및 홍보 지원을 하고 있으며 12개의 업체에 APP사이트 광고, 컨퍼런스, 세미나에서의 발표 및 언론사 인터뷰와 기사 게재를 지원했습니다. 또한 ucloud personal과 biz 서비스를 클라우드API를 통해 개방하여 pdf-notes, 한컴 오피스 뷰어 등 12개 업체가 SW를 개발 중입니다. 향후 cloud 개발 인프라, 클라우드API와 전사 플랫폼의 연계 강화를 통해 고품질 SW개발이 가능하도록 지원할 예정입니다.

오픈마켓 구축, 해외진출 지원 등 판매시장 형성 주력 |

중소개발사들은 자체 개발한 앱들의 해외진출 시 애로사항을 갖고 있습니다. 이에 kt는 국내 우수 앱들의 해외진출을 돕고자 OASIS(One Asia Super Inter-Store)를 출범하였습니다. OASIS를 통해 국내 앱들이 해외 진출 시 현지화(포팅, 번역, 검수 등), 마케팅, 운영지원을 통해 해외에서의 성공적 서비스 런칭을 돕고 있습니다. 아울러 한중일 개발자 컨퍼런스(2011.7.13 중국 광저우) 및 앱 개발 경진대회(2011.12.12 중국 광저우) 등을 개최하여 상호교류의 기회를 제공하고 있습니다.

일본, 중국 오픈마켓 런칭

kt 올레마켓은 지난 7월과 8월에 중국 차이나모바일의 앱스토어 'MM(Mobile Market)'과 일본 NTT도코모의 앱스토어인 '도코모마켓'에 샵인샵 (shop in shop)형태로 입점했으며 이후 중국 텐센트를 포함한 추가 채널 런칭을 진행하였습니다.



다운로드 약 1,200만건 (2012년 3월말 기준)

Dream with Suppliers

OASIS는 2011년 1월 18일 kt, NTT도코모, 차이나모바일 3개사가 SCFA(Strategic Cooperation Framework Agreement: 전략적 협력을 위한 협정서) 체결을 통해 만들기로 합의한 '한중일 앱마켓교류 프로젝트'로서, 한중일 1위 통신사업자의 정책적인 강력한 지원을 받고 있으며, 총 가입자 규모는 약 6억 5천만 명입니다. 2012년에는 한류 콘텐츠 및 킬러게임 등을 중심으로 중국 차이나텔레콤, Sina 등, 일본의 AU, DeNA, Gree 등 유력채널에 확대 진출예정이며, 북미를 비롯한 영어권의 사업확장을 계획하고 있습니다.

또한 전세계의 많은 개발자들은 자신이 개발한 앱을 판매하기 위해서는, 스토어 및 단말 OS별로 여러 번의 개발을 해야 하는 어려움을 호소하고 있습니다. 이러한 어려움을 해소하여 개발자들에게 동일한 하나의 개발 환경을 제공하기 위해 kt 포함 전세계 이동사의 참여로 WAC(Wholesale Applications Community)를 출범하였습니다. WAC 출범 이후, kt의 주도로 국내 이동3사가 함께 협력하여 'K앱스'를 설립하였고 2011년 11월 1일 세계최초로 WAC2.0을 상용화하였습니다.

국내의 성공적인 WAC 상용화를 바탕으로 하여 2012년 2월에는 kt 주도로 약 27억 규모로 K앱스 WAC플랫폼 및 콘텐츠 글로벌 수출계약 체결을 이끌어 내었습니다. 그리고 2012년에는 일본 NTT DoCoMo, 필리핀 SMART 등 글로벌 사업자의 WAC2.0 추가 상용확대를 통해, 국내 WAC 개발자의 해외 진출 기회가 하반기부터 본격적으로 열릴 것으로 예상됩니다.

수요예보제 | kt는 중소기업이 kt의 구매 수요를 예측할 수 없어 생산 재고 관리에 어려움을 겪거나, 제품 개발을 완료했음에도 상용화가 되지 않아 자원 낭비를 초래하는 일이 발생하지 않도록 '수요예보제'를 실시하고 있으며, 개발 협력 제도를 지속적으로 개선하고 있습니다. 수요예보제는 시장 및 기술 트렌드와 단기 및 중기 사업 전망에 따른 구매 수요를 미리 공개하는 제도로, kt는 연초에 한 해 물량의 수요 예보를 시행하고 있습니다. 2010년 78개 협력사를 대상으로 50개 품목에 대해 구매물량 변동을 예보했으며, 2011년은 정보의 공개범위를 크게 확대하여 204개 협력사를 대상으로 277개 품목에 대해 매출량 변동 예보를 행하였습니다. 특히, 2012년에는 예보 내역을 기존 품목별 증감비율에서 품목별 금액으로, 예보 주기를 기존 년 단위에서 분기단위로 세분화하고, 지속적인 사업 모니터링을 통해 분기별 예보금액 변동내역을 재 공지함으로써 수요예보의 신뢰수준을 향상시킬 계획입니다. 또한 kt의 개발계획을 사전에 공개하고, 사업화되지 않을 경우에도 자원 투입에 대한 적정수준의 보상을 할 계획입니다. 이를 통해 협력사의 불확실성이 감소되고, 생산·재고 관리가 탄력적으로 이뤄지는 등 개발단계에서의 자원낭비 문제가 해소될 것으로 기대됩니다.

2010	2011	2012
협력사 경영에 큰 부담을 초래할 수 있는 악성재고 해소에 초점	미래 사업방향 제시에 초점을 두고 정보공개 범위 확대	수요예보 신뢰도 제고 및 협력사 생산계획에 기여
예보품목 : 50품목 전년비 50%이상 감소 품목	예보품목 : 277품목 기술요구서 전 품목	예보품목 및 대상 협력사는 수요조사 후 결정(1월 중순)
대상협력사 : 78개 협력사	대상 협력사 : 208개 협력사	

Dream with Suppliers

협력사 인프라 및 금융 지원

성과공유제 시행 | kt는 2006년부터 협력사와 공동으로 장비·서비스 개발을 통한 원가절감과 품질 개선 등의 성과를 창출하고 kt와 협력사가 이익을 공유하는 성과공유제를 도입하였습니다. 프로젝트에 참여하는 협력사에게 식스시그마 교육과 컨설팅을 제공하고 있으며, 장비 개발을 지원하기 위해 환경시험장치, 측정장비 등을 무상으로 제공하고 있습니다.

2009년 8월부터는 성과공유제를 개선하여 장비 원가절감을 위한 스펙 최적화 과제성공시 원가 절감액의 50%를 구매가격에 가산 반영하고, 성과공유 물량을 기존 최대 20%에서 최대 30%로, 성과공유 기간을 기존 1년에서 최대 2년으로 확대하여 현재까지 116.7억 원(총 9개 프로젝트)의 성과를 공유하였습니다. 성과 공유가 협력사 제안에 의한 물자분야로 제도가 한정되고, 원가절감에 대한 부담이 있어, 2012년부터는 성과공유제의 적용분야를 물자분야뿐 아니라 정보통신공사, 건물유지보수공사 등으로 확대하고 성과공유과제유형도 신장비개발, 공법개선, 국산화 등으로 확대하여 활성화 할 계획입니다.

통신 인프라 및 평가시설 지원 | 협력사의 연구개발비 부담을 완화하고 역량 있는 중소기업 및 벤처기업 육성을 위해 종합모델실, 에코노베이션센터 등과 같은 독립된 네트워크 인프라를 구축하여 유무선 통신, 인터넷 서비스 개발 및 시험 환경을 2009년 206개, 2010년 400개, 2011년 462개 중소기업 협력사에게 무상으로 제공 하였습니다(서버 49회, 단말기 34,573회, 측정기 53회 등).

협력사 직원 무상교육 제공 | 협력사 인력양성 교육 프로그램을 제공하여 품질개선과 인력개발에 한계가 있는 중소기업사 임직원의 역량을 강화하고 있습니다. 장비 서비스 운용, 고객센터, 물자공급, 정보통신공사 분야에 2009년 94개, 2010년 73개, 2011년 97개 과정을 개설하여 34,937명(2009년 11,520명, 2010년 12,688명, 2011년 10,729명)의 협력사 임직원을 대상으로 교육을 실시하였습니다. 집합교육 과정은 kt인재개발원과 각 지역 현장 훈련센터 등에서 운영되고 있으며, 강의실, 교재, 숙박 및 식사 등을 무상으로 제공하여 협력사로부터 좋은 평가를 받고 있습니다.

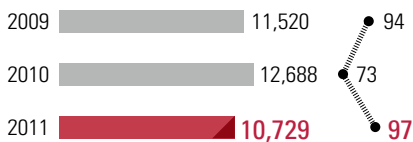
협력사 금융 지원 | 환율, 원자재값 상승 등 경영 환경의 악화로 어려워진 중소기업들의 현금 유동성 확보와 원활한 운전자금 조달에 기여하고 경영 안정을 도모하기 위해 다양한 금융 지원 프로그램을 운영하고 있습니다. kt캐피탈을 통한 3,000억 원 규모의 신용대출기금을 조성, 운용(2010년 528개사 3,103억 원, 2011년 235개사 2,233억 원 금융지원)하고 있으며, 기존의 거래 관행이었던 어음결제제를 탈피, 2006년부터 금액 제한 없이 중소기업에게 100% 현금결제 정책(2010년 54,263건 29,665억 원, 2011년 70,248건 18,023억 원)을 유지하고 있습니다. 또한 상생대출 제도를 운영 중인 금융기관들과 협약을 맺어 납품실적을 토대로 시중보다 저렴한 우대금리로 자금을 빌릴 수 있도록 금융대출 지원 제도를 운영하고 있습니다.

우수 협력사 해외진출 지원 | kt는 우수한 국내 협력사와의 공동 사업개발로 해외시장 공동 진출 기회를 확대하고 있습니다. 2009년에는 12개사와 15건 264억 원, 2010년에는 23개사와 13건, 790억 원, 2011년 4개사와 4건 13.7억 원 규모의 공동 프로젝트를 추진하였으며, 앞으로도 사업의 공동 발굴 및 수주를 통해 해외 공동 진출을 이어나갈 것입니다.

특허기술 사용권 이전 | kt는 미래 성장사업의 핵심 기술 확보를 위해 등록된 핵심 특허와 kt 연구개발 결과물에 대한 사용권을 중소기업에게 무상양도 및 우대 조건으로 제공하고 있습니다. 2011년에는 핵심기술 13건에 대해 13개사에 기술이전을 하였고, 광가입자 선로 자동 절체 장치 등 기술 26건에 대해 7개사에 특허 무상양도를 시행하였습니다. 앞으로도 kt는 특허권에 대한 중소기업으로의 이전을 지속적으로 추진할 계획입니다.

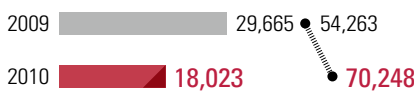
협력사 직원 무상교육 제공

■ 금액(억 원) ● 교육과정(개)



현금결제 정책

■ 금액(억 원) ● 현금결제 정책 지원(건)



해외 시장 공동프로젝트 지원

| 단위: 억 원 |



Dream with Suppliers

동반성장 확산

동반성장의 확산 노력

2차 협력사에 대한 현금결제 활성화 유도 | kt는 2011년부터 2차 협력사에 대한 1차 협력사의 현금결제 활성화를 유도하고 있습니다. kt는 1차 협력사에 대한 등급제 평가 시 2차 중소협력사 현금결제 내용을 포함하는 기업에 대해 1.5점의 가점을 부여하고 있습니다. 실제 1.5점은 동일 SG(품목)내 순위 변동에 영향을 미치게 됩니다. 또한 이에 대한 검증을 위해 kt납품 관련 2차 협력사에 대한 현금결제 확인서를 징수하고, 2차 협력사의 확인을 통해 검증하고 있습니다.

납품단가 인상효과 확산 관리 | 2010년 10월부터 납품단가 인상효과가 2차 협력사까지 확산되도록 관리하고 있습니다. 이를 위해 납품단가 조정 신청 시 2차 협력사와의 거래 관련 서류 첨부를 의무화하였습니다. 기존에는 계약금액 조정내역서(인상 요인 증빙자료 등)만 징수하였지만 현재는 입찰공고 및 물품(공사, 용역) 계약서에 사전 명시하도록 하고 2차 협력사에 대해 가격조정 결과를 통보하고 있습니다.

2차 협력사 금융 지원 | 2010년 10월부터 2차 협력사에 대한 금융지원의 일환으로 3천억 원 규모의 kt캐피탈 네트워크론을 활용하여 신용대출을 지원하고 있습니다. 현재까지 1차 협력사의 추천을 받은 2차 협력사 2개사에 약 8억 원을 지원하였습니다.

2차 협력사 동반성장 프로그램 적용 | 2010년 10월부터 1차 협력사에 대한 동반성장 프로그램을 2차 협력사에도 적용하고 있습니다. 지원금액은 소요비용의 50%, 1개 기업당 400만 원 한도로, 2010년 5개, 2011년 1개 2차 협력사에 품질, 환경 컨설팅 및 인증비용을 지원하고 있습니다. 또한 인재개발원, 무선네트워크본부를 통해 무상교육을 지원하고 있으며, Test-Bed, 측정기, 종합모델실, 에코노베이션센터 등의 시설도 제공하고 있습니다. 특히 2차 협력사를 위해 2008년 시작한 벤더코칭제도를 확대하여 2010년 6개, 2011년 15개사를 대상으로 지원활동을 추진하였습니다. 또한 kt와 454개의 1차 협력사가 2010년 7월 8일 체결했던 협약내용을 기반으로 2010년 11월부터 공정한 하도급 거래, 2차 협력사 현금결제, 역량강화 지원 등을 내용으로 하는 1, 2차 협력사 간 동반성장을 위한 협정체결을 추진하고 있습니다.

동반성장 프로그램 주요실적

구분	2009	2010	2011
구매조건부 신제품 개발사업	4개 과제 4.3억 원	6개 과제 16.8억 원	9개 과제 14.9억 원
인프라시설지원	측정기대여 : 11개사 21회 종합모델실 : 2개사 214시간 모티브센터 : 88,104회	측정기, TEST-Bed : 41회 에코노베이션 1차 : 4,128회(개인)/ 단말 2,350회 에코노베이션 2차 : 6,223회(359사)/ 단말 63,340회, 서버 55회	측정기/설드룸/Test-Bed : 53회, 모델실 : 86회 에코노베이션1차 : 7,907회(개인)/ 단말 3,906회 에코노베이션 2차 : 3,265회(322개사)/ 단말 30,621회 / 서버 49회 에코노베이션 3차 : 1,261회(개인)/ 단말 46회
성과공유제운영	1, 2차 87개 과제접수 10개 과제를 추진하여 6개과제 성공 113.4억 물량보상	1, 2차 23개 과제 접수 3개 과제를 추진하여 2개과제 성공 0.8억 원 물량보상	1, 2차 6개 과제 접수
품질/환경 컨설팅 및 인증지원	9개사 2,590만원	22개사 7,500만원	175개사 11,400만원
벤더코칭	6개 2차 협력사 코칭완료	6개 2차 협력사 코칭완료	15개 2차 협력사 코칭완료
특허기술실시권 이전	기술 13건 16개사	기술 16건 25개사	기술 13건 13개사
온.오프라인 무상교육지원	94개 과정 11,520명	73개 과정 12,688명	97개 과정 10,729명

Dream with Suppliers

에코노베이션 | kt는 스마트 어플리케이션 개발자와의 동반성장을 위한 '에코노베이션' 활동을 적극적으로 전개하고 있습니다. 다양한 운영체제(OS)의 어플리케이션을 하나의 실행코드로 개발할 수 있는 어플리케이션 개발 솔루션인 '올레 SDK(소프트웨어 개발 키트)'를 제공한 바 있으며, 어플리케이션 개발 경진대회를 통해 다양한 플랫폼의 고품질 어플리케이션 개발을 지원하고 있습니다. 또한 어플리케이션 개발을 위한 기술적 지원 및 컨설팅을 받을 수 있는 개발자 캠프를 개최하고 있으며, 매월 오픈 컨퍼런스와 세미나를 열어 어플리케이션 개발자들에게 정보 교류와 토론의 기회를 제공하고 있습니다. 특히, '글로벌 프론티어 프로젝트'를 추진하여 모바일 어플리케이션 개발자에게 어플리케이션 개발 전문 교육, 번역, 상용화 테스트 베드, 마케팅 등 글로벌 시장 진출을 위한 실질적인 지원을 하고 있습니다. 나아가 kt는 NTT도코모, 차이나모바일과의 3사 전략적 제휴에 따라 구축 중인 범아시아 앱스토어인 OASIS(One Asia Super Inter-Store)를 통해 6억 5천만 명의 아시아 고객이 이용하는 앱/콘텐츠 마켓으로의 진출이 가능하도록 하였습니다.

동반성장 성과확산 계획

kt는 중소기업 자금 지원을 위해 대출 지원을 지속적으로 추진할 예정입니다. 또한 협력사 기술 및 경영정보의 무단 도용을 차단하기 위해 정부기관에 임치하는 제반 비용을 지원하여 기술임치제 등 3 정책 이행을 강화하고 중소기업 납품대금에 대한 전액 현금결제를 지속하는 한편, 중소기업을 대상으로 'kt나랏글' 특허 및 kt 보유기술에 대한 이전을 지속 추진할 계획입니다. 이밖에도 협력사 기술환경 지원을 위해 IT단말/장비 개발을 위한 측정기 및 Test-Bed를 제공하고, 무선 분야 협력사에 네트워크/PC/단말 테스트 공간 등을 제공할 계획입니다. 특히 유망기업을 대상으로 한 구매조건부 신제품 개발 사업 추진을 위해 중소기업청과 공동으로 10개 과제에 1.8억 원을 지원할 계획입니다.

kt는 2012년부터 3억 원을 출연하여 지식경제부가 주관하는 대·중소기업 생산성혁신 파트너십 지원 사업을 통해 1, 2차 10개 협력사와 컨소시엄을 구성하여 협력사의 제조현장 개선, 생산기술, 경영혁신을 3년간 종합 지원하는 Total Solution 프로그램을 추진하고 있습니다.

kt는 중소기업 경영역량 제고를 위한 무상 교육 및 컨설팅 지원을 위해 교육뿐 아니라 1, 2차 협력사에 품질경영 컨설팅을 지속적으로 제공할 계획입니다. 교육 지원을 위해 2010년 11월 kt '인재개발원' 내 동반성장 커뮤니티를 개설한 데 이어, 2011년부터 온·오프라인 교육 범위 확대 및 교육 지원을 위한 협력사-kt 간 협의체 운영을 추진하고 있습니다. kt는 다양한 구매제도를 통한 협력사 지원을 지속적으로 추진해 나갈 것입니다. 수요예보제의 실행과 함께, 물가 인상 요인을 반영한 구매 제도뿐 아니라 일물복수가제도, 입찰가제한제, 종합평가입찰제를 지속적으로 보완 운영할 계획입니다. 2012년에는 기존 물자분야에 한정된 개량개선 중심에서 정보통신공사, 용역분야 등 전분야로 확대하여 신제품 개발, 공법개선, 국산화 등 성과공유 적용 유형을 다양화하는 등 협력사와의 Collaboration 강화를 통해 창조적이고 경쟁력 있는 동반성장 생태계를 구축해 나갈 계획입니다.

2012년 KPI 및 목표

| 단위: 점 |

구분	과제KPI	2010	2011 상반기	2011 하반기	2012 상반기	2012 하반기
협력사와 동반성장	협력사만족도	77.4	83.87	84.79	86.3	87.1
2차 협력사 동반 성장 역량강화	2차 협력사 지원 노력도	6개사	16개사	16개사	20개사	20개사

Dream with Suppliers

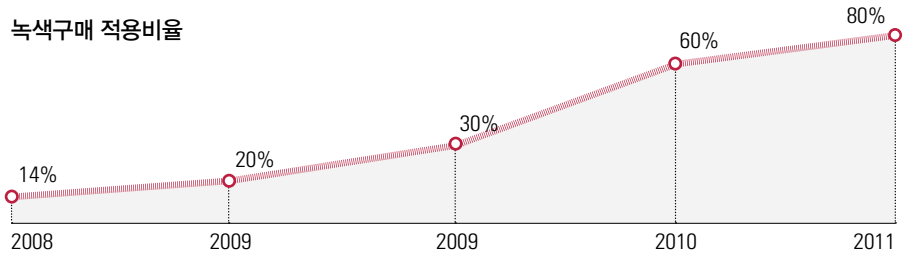
그린생태계 구축

녹색기술 개발 활성화 | kt는 구매협력사의 녹색기술 개발 활성화를 위해 그린IT와 관련된 각종 지침과 계획을 마련하여 구매 프로세스에 적용하는 등 협력사와 협력 활동을 다각적으로 전개하고 있습니다.

녹색기술 개발 활성화를 위한 주요 지침

주관부처	국책과제명	시행시기
전기통신설비 환경 요구서	온·습도, 서지, 낙하충격, 진동(내진), 전자파(내성, 장애방지, 인체보호), 유해물질, 대기전력, 에너지 효율, 소음, 표면온도에 관한 기술기준을 마련하여 kt구매 품목에 적용	2007.08
그린 IT 추진계획	kt 전 부문의 그린화 추진으로 2020년 까지 2007년 대비 탄소 배출량 20% 저감	-
그린구매 계획	신규 장비 도입 시 저탄소 장비에 대한 구매 우대와 더불어 4개 핵심 그린기술을 선정하여 2015년까지 단계적으로 신규 및 개량개선 구매에 적용 (그린구매 적용 목표: 아래 표 참조)	2009.04

녹색구매 적용비율



협력사 ISO 14001 취득지원 | 구매협력사의 지속적인 환경경영 역량 강화를 통한 kt 공급생태계 전반의 친환경화를 위해 1, 2차 협력사의 환경경영시스템(ISO 14001) 컨설팅 및 인증 획득 활동을 체계적으로 지원하고 있습니다. 중소협력사의 실질적인 품질 관리체계 확보와 환경경영에 대한 기반 구축을 돕기 위해 2009년 4개사, 2010년 16개사, 2011년 175개사를 대상으로 환경(ISO 14001) 국제 인증취득 시 진단 및 컨설팅, 인증 취득에 소요된 비용의 50%를 지원하였습니다. kt는 이를 통해 협력사의 품질관리 프로세스를 표준화하고 환경 마인드를 확산시켰으며, 인력 전문화를 통한 업무 생산성 향상도 이루었습니다. 한편, 구매협력사 선정 및 품질관리평가 과정에서 환경경영시스템(ISO 14001) 구축 협력사에 대한 우대정책을 적용하고, 비용 지원 이후에도 엄격한 사후관리 활동을 전개함으로써 궁극적으로 kt 공급망 전반의 지속가능경영 수준을 지속적으로 향상시켜 나갈 계획입니다.

협력사 ISO 14001 취득 지원 현황

구분	내용
전체 협력업체/인증 미취득 협력사	413개사(물자 132, 정보통신공사 281) / 236개사(물자 54, 정보통신공사 182)
2011년 지원 협력사	175개사(물자 2개사, 정보통신공사 173개사)
인증 미취득 협력사 대비 지원비율	74.1%
협력업체 지원활동 프로그램	환경경영시스템(ISO 14001) 인증지원

최근 3년간 지원 실적

| 단위 : 만원 |

(주)대한폴리머 등 4개사 지원	2009	1,197
(주)에프알텍 등 16개사 지원	2010	5,425
(주)경일 등 175개사 지원	2011	11,400

Dream with Suppliers

구매제도혁신

kt는 동반성장을 위해 kt의 구매 조달 관행부터 혁신하였습니다. 이는 협력사와의 관계를 파트너십으로 정의하고 협력 관계를 위해 개선해야 할 부분을 먼저 찾은 결과입니다. kt는 다양한 협력 회사들에 적용될 수 있는 여러 제도를 마련하고 문서화하여 추진하고 있으며, 지속적으로 이를 개선하고 있습니다.

단가 변동요인 반영을 통한 목표가 조정 | kt는 2009년 8월부터 단가 변동요인 반영을 제도화하고 이에 따른 가격조정 조건을 완화하였습니다. 이후 매년 최초 목표가격 결정 시 전년도의 물가상승률, 환율, 원자재 가격변동요인을 표준화하여 반영하고 있습니다. 또한 계약기간 중 3% 이상의 단가 인상요인이 발생할 경우 시기에 관계 없이 계약 협력사가 가격 조정을 요구할 수 있도록 제도화하였습니다.

일물복수가 도입 | kt는 무리한 최저가 입찰제 적용으로 인한 협력사 공동부실화를 방지하고 공정하고 합리적인 거래환경 조성을 위해 2009년 8월 일물복수가를 도입하였습니다. 이는 최저가 입찰가격이 차순위 가격보다 5% 이상 차이가 나는 경우 최저가 협력사는 해당된 계약물량으로 계약하고, 차순위 가격을 새로운 최저가로 간주하는 제도입니다.

종합평가입찰제 개선 | kt는 2009년 8월 종합평가입찰제를 개선하여 운영하고 있습니다. 이는 가격 중심의 구매로 낮은 품질의 물품을 구매하게 되는 폐해를 방지하기 위해, 품질 확인 가능 품목에 대해 품질과 가격을 종합 평가하여 낙찰자를 결정하는 제도입니다. BMT(장비 평가)를 실시하는 장비의 신규 도입 및 운용품질 측정이 가능한 장비의 반복구매는 종합평가경쟁입찰의 절차를 따르는 것을 원칙으로 하고, 품질점수의 반영비율을 최소 50/100 이상으로 하도록 규정하고 있습니다.

SG 전체에 대한 물량 할당(N:N 계약) | 2009년 8월부터는 SG(품목)전체에 대한 물량 할당을 시행하고 있습니다. 이는 운용품질을 기준으로 SG 협력사를 정예화한 후 SG 협력사 모두에 최소한의 물량을 배정하는 규정입니다. 연간 소요량 대비 적정 협력사 수를 초과하는 품목 또는 향후 수요 감소로 협력사 수를 줄일 필요가 있는 품목을 대상으로 추진하고 있습니다.

입찰가 제한 경쟁입찰제 도입 | 2009년 11월 입찰가 제한 경쟁입찰제를 도입하였습니다. 이는 입찰가제한기준가 미만으로 투찰한 입찰자는 낙찰자 선정 시 제외하는 제도로 입찰가제한기준가는 '목표가 이하로 투찰한 입찰자들의 평균가격×제한비율'로 계산하되 제한비율은 80%를 기본으로 하여 당해 입찰 특성에 따라 결정하도록 하였습니다.

구매제도 혁신 성과 (2011년 기준)

구분	건수(중복포함)	금액(억원)
일물복수가	6건	232
종합평가	13건	285
목표가 조정	16건	334
N:N 계약	78건	4,250
장기협력사*	8건	360
입찰가 제한	2건	227
중도금 제도	14건	10

*장기협력사: 1년 이상 장기간 계약하여 협력사의 경영 안정화를 도모(단가는 매년 조정)

계약/납품 비율 불일치 최소화 | 계약/납품 비율의 불일치를 최소화하기 위한 노력의 일환으로 2010년 5월부터 실명제 기반의 품목별 수요예보, 우수선호도품목 중심의 형상 표준화, 물량 없는 단가계약 활성화, 물량할당 비율 관리 체계화 등을 시행하였습니다. 또한 협력사와의 당초 계약 물량비율을 준수하기 위한 프로세스를 구축하였습니다.

중도금 제도 | 현재 운영중인 대가지급 방식(선금, 기성금, 완성금)에 추가하여 계약이행 중 협력사가 필요한 자금을 지원하기 위해 2011년 8월 신규 도입한 제도로써, 1억 원 이상, 60일 이상 계약에 대해 기성검사에 의한 기성금 지급이 어려운 경우 계약금액의 30%까지 대가지급 할 수 있도록 한 제도입니다. 제도 도입 후 14건, 10억 원을 협력사에 지급하였습니다.

Dream with Suppliers

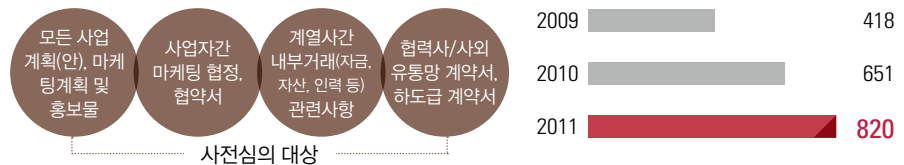
공정거래

공정경쟁 자율준수 | kt는 자율적 법규 준수와 불공정행위에 대한 사전 예방을 통해 사회와 기업의 경제적 손실을 미연에 방지하기 위하여 공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program)을 운영하고 있습니다. 공정거래위원회에서 주관하는 2009년 CP등급 평가에서 “AA등급”을 획득하여 kt의 공정경쟁 추진 의지를 대외적으로 인정받은 바 있으며, 2년간 과징금 감경, 직권조사 면제 등의 인센티브를 확보하였습니다. 아울러 2010년에는 kt와 3개 계열사가 520여 중소 협력사와 상생협력 및 공정거래에 관한 협약식을 체결하여 투명한 하도급 거래를 보장하기 위한 법규 및 원칙의 준수를 대외에 천명하였습니다.

공정거래 사전심의센터 운영 | kt는 공정거래 자율준수 프로그램의 일환으로 2005년부터 공정거래 전문 변호사를 채용하여 사전심의센터를 개설하고, 모든 사업 추진에 따른 불공정요소를 사전에 진단하여 법 위반을 철저히 예방하고 있습니다. 또한, 현장(마케팅단, 법인사업단, 무선마케팅단)에서는 기관별 공정경쟁 담당자를 지정하여 기관 내 불공정행위를 자체적으로 예방하고 있습니다.

연도별 사전심의 건수

[단위: 건]



연도별 교육 이수 현황

■ 사이버과정(명) ■ 실무교육(명)



공정경쟁교육 및 환경 조성 | 매년 정기적으로 3~4회에 걸쳐 기관별 담당자 대상 공정경쟁 실무교육을 실시하고 있으며, 전임직원을 대상으로 정규 온라인 교육과정을 운영하고 있습니다. 또한 규제 기관 전문가 초청 강의를 개최하여 관련된 최근 법규와 제도 동향을 공유하며, 주요 공정거래 이슈에 대해서는 특강을 실시하고, 주요 부서(구매, 유통망)는 방문교육을 시행하고 있습니다. 아울러 공정거래를 준수하는 기업 문화를 정착시키고, 기관장의 지속적인 관심과 공정거래 의지를 유지하기 위하여 관련 평가제도를 운영하고 있습니다.

불공정거래 시정조치 현황

유형	부당한 공동행위		일반 불공정행위		부당 내부거래		기타*		합계	
	시정 건수	과징금	시정 건수	과징금	시정 건수	과징금	시정 건수	과징금	시정 건수	과징금
2009	-	-	1	0	-	-	-	-	1	0
2010	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2011	1건	8억원	-	-	-	-	-	-	1건	8억원

* 약관규제법, 표시광고법, 방문판매법, 전자상거래 소비자보호법 위반

Dream with Suppliers

협력사 커뮤니케이션



IT CEO포럼

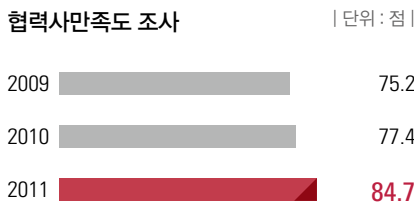
아이디어 제안 및 보상 | kt는 아이디어 제안 사이트(ktidea.olleh.com)를 개편해 제안 사항 검토 및 채택을 2개월 이내 완료하도록 프로세스를 개선하고 있습니다. 또한 우수 아이디어 동영상을 선정해 제안자의 아이디어가 사업부서로 효과적으로 전달되도록 하고 있습니다. 나아가 '우수 아이디어 포상 제도'를 신설해 중소기업이 kt사업에 기여할 수 있는 기술이나 사업모델 등 아이디어를 제공할 경우 이를 적절히 보상하도록 하고 있습니다.

제품 개발 필요 없이 상용화가 가능한 경우는 제안 협력사에 최대 50%까지 구매물량을 우선 배정하고, 별도의 제품 개발이 필요한 경우는 개발 성공 시 일정 기간 동안 구매를 보장하게 됩니다. kt는 아이디어와 기술의 사업화를 위해 핵심 솔루션 BM 분야에 360억 원 규모의 신규 펀드를 조성하고 투자해 개발비용을 선 지원하고 향후 수익을 배분하는 방식으로 중소기업 기술 개발을 적극 지원할 계획입니다.

"IT CEO 포럼" 운영 | IT CEO포럼은 모든 기업에 개방되고 있는 Open 포럼으로서 IT 중소기업 CEO, 대기업, 협회, 학계, 연구소 관련 인사 등이 참여하여 동반성장을 모색하고 있으며, IT 중소기업의 핵심 리더들이 주체가 되어 Open 포럼 운영과 동반성장 파트너십 도모, 온-오프라인 연계의 세 가지 방향에서 운영되고 있습니다. 올레 경영 1기에는 총 13회의 조찬세미나와 60여 회의 소규모 미팅을 진행하였으며 다양한 동반성장 협력 사업 공유(MVNO, 앱스토어 등)를 확대하여 국내 최대의 IT 오픈 생태계를 구축하였습니다. 특히, 2011년부터는 사업협력 간담회를 신설하여 사업 주체별로 소규모 토론의 장을 마련하였으며 kt사업담당 임원과 협력사 임직원간의 직접적인 커뮤니케이션을 할 수 있는 채널로 성장하였습니다. 그 밖에도 포럼전용 사이트(www.itceo.org)와 트위터(@itceoforum), 페이스북(www.facebook.com/itceoforum)을 통해 다양한 정보를 실시간으로 제공하고 있으며 사회 각계각층의 오피니언 리더들과의 자유로운 소통을 위해 노력하고 있습니다.

정보공유협의체 운영 | kt는 분야별 협력사와의 정기적인 정보공유협의체 운영을 통해 동반성장 실천방향 및 공동협력 방안에 대한 의견수렴과 개선활동을 진행하고 있습니다. 2010년 10월부터는 상품 프로모션, 시장환경 변화에 따른 긴급수요 발생 시 협력사를 지원하기 위해 긴급수요 발생 시기, 협력사 보유재고 현황 등을 논의하고 있고, 2011년부터는 단말기 및 무선자재 중계기 SCM협의체를 월, 분기단위로 운영하고 있으며 향후 선로자재 및 장치류까지 확대하여 수요예측정보의 단일화 및 협력사 재고 및 생산 최적화를 유도하는 등 동반성장 노력을 가속화하고 온라인 접점 일원화 및 협력사 제안, 애로사항 청취 등 소통채널 운영을 통한 커뮤니케이션을 더욱 활성화할 계획입니다.

협력사 만족도 | kt는 2005년부터 매년 협력사를 대상으로 만족도에 관한 다면 평가를 실시하고 있습니다. 2011년도 상반기에는 83.87점, 하반기에 84.79점으로 나타나 전년에 비해 협력사 만족도가 6점 이상 상승하였습니다. 앞으로도 협력사와 긴밀히 소통하여 함께 성장해 가겠습니다.



Dream with Society

324,038명
IT서포터즈 교육 수혜자



Awards

제 18회 전국자원봉사대축제
“최우수상-기업나눔상” 수상
(한국자원봉사협의회, 중앙일보)

제 3회 대한민국 휴먼대상
“국무총리상” 수상

제 6회 지속가능경영대상
최우수상 수상

우수 지속가능경영보고서상

DJSI 통신분야 글로벌
수퍼섹터리더 선정

Main Team

지속가능경영위원회 | 전략기획실, 윤리경영실, 가치경영실, 대외협력실, 개인고객부문, G&E부문, 홈고객부문, 시너지경영실, 종합기술원, SI부문, 네트워크부문, 자산경영실, 인재경영실, 경영지원실, 구매전략실, 홍보실, 경영경제연구소 사회공헌 | 홍보실



43,791명

꿈품센터 이용
지역아동센터 아동수



147,177

사랑의 봉사활동 시간



DJSI 유무선통신분야
전세계 1위

Vision & Strategy

기업의 사회적 책임 활동은 기업과 사회의 관계를 올바르게 설정하고, 기업이 지닌 역량을 사회와 함께 나눔으로써 같이 성장하고 더 크게 발전해 나가려는 노력입니다. kt는 올레 경영 2기를 맞아 기업 역량의 강화와 함께 더 커진 kt의 영향력에 걸맞는 사회적 책임을 다하겠습니다. kt가 가진 유·무형의 자원을 적극 활용하여 스마트 정보격차를 해소하고 지역사회의 삶의 질 향상을 도모하여 국내외에서 존경 받는 기업이 되겠습니다. 이를 위해 홍보실장을 위원장으로 하고 관련 부서 담당자를 위원으로 하는 지속가능경영위원회를 구성하여 Speedy한 의사결정 및 실천 추진하고 있습니다.

Performance

명성제고	DJSI평가 글로벌수퍼섹터리더 선정(편입 유지) 존경받는 기업 순위 상승 31위 → 20위
주요 사회공헌 활동	사랑의 봉사단 활동시간 147,177시간 IT서포터즈 교육 수혜자수 324,038명 꿈품센터 이용 지역아동센터 아동수 43,791명 올레스퀘어 방문자수 1,120,790명 kt소리찾기 사업 수혜자수 35명

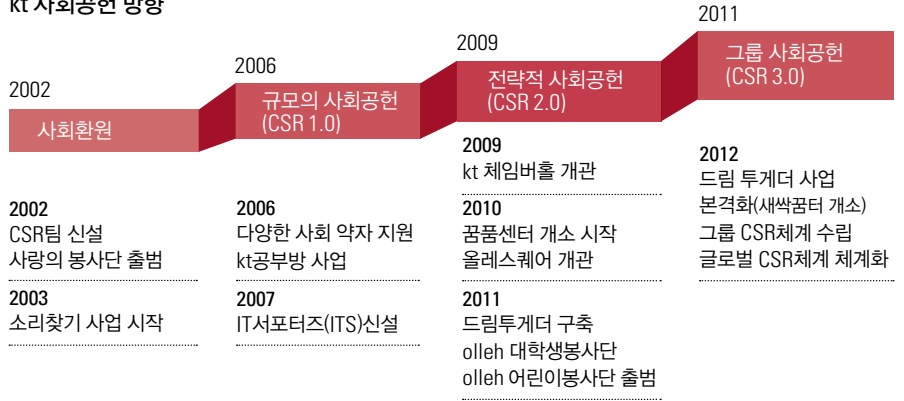
Dream with Society

사회공헌 활동 전략

사회공헌 활동 전략

기업의 사회적 책임 활동은 기업과 사회의 관계를 올바르게 설정하고, 기업이 지닌 역량을 사회와 함께 나눔으로써 같이 성장하고 더 크게 발전해 나가려는 노력입니다. kt는 정보격차를 해소하고 지역사회 삶의 질 향상을 도모하여 사회적으로 존경 받는 기업이 되겠다는 경영방침 아래 사회공헌을 실천해 나가고 있습니다.

kt 사회공헌 방향



사랑 나눔

나눔으로 모두가 따뜻한 사랑
소외 아동 집중 지원

- 사랑의 봉사단 (700여 팀, 31061명)
- 소외 아동 집중 지원
- kt 꿈품센터 (20개소)
- olleh 대학생 봉사단 (145명)
- olleh 어린이 봉사단 (100명)
- 아동사랑 네트워크
- 드림투게더(비전센터 등)
- kt 소리찾기 사업 (10년째)
- kt 노사 Youth 장학사업

IT 나눔

나눔으로 모두가 누리는 IT
IT 격차해소 집중 지원

- IT 서포터즈 (23팀, 200명)
- IT 격차해소 집중 지원
- 스마트아카데미
- IT소외계층 대상 IT교육
- 소외계층 IPTV 지원

문화 나눔

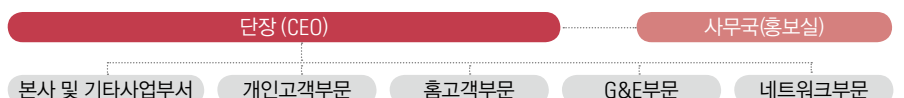
나눔으로 모두가 즐거운 문화
kt 대표 메세나 사업

- olleh square
- kt 체임버홀
- kt 스포츠단
- 소외아동대상 종합예술교육 '아이드림'

사회공헌 활동 조직

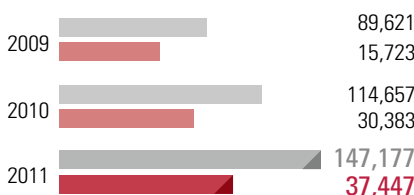
사랑의 봉사단 | 임직원들의 봉사활동을 전사 차원에서 조직적이고 체계적으로 운영하기 위해 2001년부터 임직원 자원봉사 조직인 사랑의 봉사단을 운영하고 있습니다. 700여 개 팀, 임직원 31,061명으로 구성된 사랑의 봉사단은 지역아동센터 지원사업, 지역사회의 소외이웃돕기, 재난재해 복구 지원, 1사1촌을 통한 농어촌 일손돕기, 복지관 등에 대한 시설 점검, kt 시설을 활용한 체험 교육 등 다양한 봉사활동을 전개하고 있습니다.

사랑의 봉사단 구성 체계



봉사활동 참여 현황

■ 자원봉사(시간) ■ 참여인원(명)



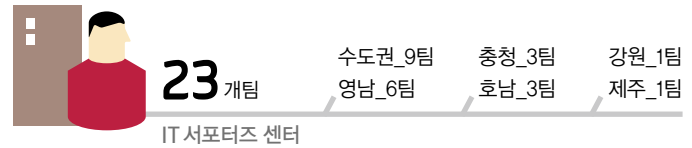
Dream with Society



kt IT서포터즈 6기 발대식

IT서포터즈 | 2007년 출범한 IT서포터즈는 IT 지식 기부를 통해 누구나 IT를 자유롭게 활용할 수 있도록 돕는 kt의 직원 봉사단으로, IT서포터즈의 재능기부형 프로보노 공헌 활동은 기업 사회공헌 활동의 패러다임을 바꾼 대표적인 사례로 평가되고 있습니다. 봉사단에 소속된 전국 23개 팀, 200명의 kt 정규직원은 정보격차 해소, IT를 활용한 삶의 질 개선 등에 초점을 맞춰 활동하고 있습니다. IT서포터즈의 도움이 필요한 경우 전화(1577-0080) 및 인터넷(www.itsupporters.com)으로 신청할 수 있습니다.

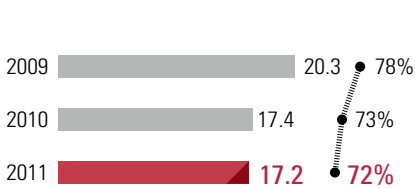
IT서포터즈 구성 체계



사회공헌 자원

kt의 사랑나눔기금은 2003년부터 임직원과 회사가 함께 사회적 책임 활동에 앞장서기 위해 조성한 기금으로 임직원 모금액과 매칭그랜트로 구성되어 있습니다. 임직원이 모금한 금액에 대해 회사가 동일한 액수를 기금에 출연하여 다양한 사회적 활동의 재원으로 활용하고 있습니다. 2011년에는 임직원의 72%가 자발적인 참여를 하여 17.2억 원의 기금을 조성하였으며 이 모금액은 전국적으로 조직된 각 봉사팀의 자원봉사활동에 쓰여지고 있습니다. 회사에서 출연한 매칭그랜트는 kt의 중장기적인 사회공헌활동인 청각장애아 지원, 지역아동센터 지원 등에 사용되고 있습니다. 사랑 나눔기금의 이용에 대해서는 노사공동으로 구성된 사랑나눔기금운영위원회에서 운영규약을 정하고 있으며, 투명한 관리를 위해 사용내역과 증빙을 사랑의 봉사단 사이트에 등록하도록 하고 있습니다.

임직원 모금 현황



사회공헌활동 지출 내역

	2009	2010	2011
자선기부 및 기증	61.0	99.0	211.4
장학사업	8.0	8.0	11.1
기부 및 후원	53.0	91.0	200.3
지역사회 투자	275.4	206.3	216.9
지역사회 IT나눔	250.0	130.4	126.6
사랑나눔기금	20.3	17.4	17.2
아동 및 소외계층 지원	2.0	6.5	21.4
문화예술 및 스포츠	3.1	52.0	51.7
사회공헌 후원 및 협찬	15.4	65.0	82.7
총합	351.8	370.3	511.0

*kt는 2011년부터 글로벌스탠다드로 인정받는 사회공헌비용 측정 비용 방법을 채택하고 있으며, 이중 국내 여건에 맞추어 일부 항목을 조정하여 사회공헌 비용으로 공시함.

*2010년도와 2009년도는 2011년도 기준에 맞춰 항목을 재분류하여 조정하였음.

*2011년도 기부 및 후원 금액에는 법적인무가 소멸된 미환급금의 사회공헌 기부가 포함되었음.

평가 및 보상체계

kt는 임직원의 봉사활동을 평가하고 보상하기 위해 봉사활동 후 반드시 사랑의 봉사단 웹사이트(volunteer.kt.co.kr)에 그 결과를 등록하도록 하고 있습니다. 2011년에는 사랑의 봉사단과 전국 지역아동센터 활동에 대한 양적, 질적 평가를 통하여 사회공헌 우수 부서 5개 봉사팀에 CEO표창과 포상비를 수여하였습니다. 2012년에는 사회공헌 분야를 kt대상으로 격상하여 시상할 계획입니다.

Dream with Society

IT나눔



다문화가정 지원 | kt는 이주여성 IT교육 및 한국 문화체험 지원 등의 기회를 제공하는 kt 다문화교실을 오픈하는 등 2010년부터 보건복지부 전국 다문화가족지원 사업단 및 다문화센터와 연계하여 다문화가정에 대한 지원 활동을 더욱 강화하고 있습니다. 특히 워드, 파워포인트 등 오피스 프로그램 교육뿐만 아니라 한글 및 한국문화 교육, 강의 스킬 훈련으로 다문화가정의 안정적 정착과 자녀 교육을 적극 지원하고 있습니다.

첨단 IT 지식 나눔 | 첨단 IT기기의 등장으로 발생하는 새로운 형태의 정보격차 해소를 위한 '스마트 아카데미'와 '스마트 나눔'을 통해 "따뜻한 스마트 세상"을 만드는 데 앞장서고 있습니다. 이러한 활동의 일환으로, 4대 소외계층을 대상으로 신(新) IT 디바이스 체험/활용 교육을 실시, 정보접근 기회를 제공하고, 외부 기관 및 단체 등에서 스마트 기기 활용법 교육 요청 시 맞춤형 강의를 진행하고 있습니다. 또한 수도권 및 부산, 대전, 대구, 광주, 울산, 전주 등에서 '스마트 아카데미' 공개 강의를 진행하고, 지역아동센터 아동을 대상으로 Smart Divide 해소를 위한 '스마트 나눔' 활동을 전개하고 있습니다.

IT 지식교육활동 (스마트 아카데미)

구분		총계	공개강의	찾아가는 교육
2010년	강의횟수(회)	918	288	630
	참석인원(명)	15,781	1,682	14,099
2011년	강의횟수(회)	7,019	407	6,612
	참석인원(명)	104,565	1,535	103,030

4대 정보소외계층 지원 | 장애인, 농·어민, 장·노년층, 저소득층 등 4대 정보소외계층을 대상으로 컴퓨터 및 인터넷 활용 기초 교육, 실생활형 IT교육을 비롯한 각종 자격증반 교육을 실시하여 정보격차 해소와 삶의 질 향상에 기여하고 있습니다.

이해관계자 대상 IT서포터즈 체험활동 | 2010년 이해관계자 대상 IT서포터즈 체험활동으로 인턴사원(상반기 362명, 하반기 113명, 외국인 유학생 인턴 20명 참여) IT서포터즈 활동이 진행되었습니다. 또한 해마다 전국에서 대학생봉사단을 선발하여 운영하고 있으며 2011년에는 200명의 IT서포터즈 대학생봉사단이 7월 11일부터 2주간 IT농활 등 다양한 활동을 수행하였습니다.

중소상공인 및 자영업자 지원 | 서울풍물시장, 광장시장, 방산시장 등 재래시장 상인과 양산 다문화 레스토랑, 부산미용사협회 및 대전시 음악학원 등 지역 단위 소상공인을 대상으로 홈페이지 및 블로그 제작, OA실무 교육 등을 실시하여 실질적인 경제적 부가가치가 창출될 수 있도록 지원하고 있습니다.

글로벌 IT 나눔 | IT서포터즈 활동은 일본 총무성의 벤치마킹 대상이 되는 등 기업의 대표적 사회공헌 활동 사례로 해외에서도 인정받고 있습니다. 2008년 10월과 2009년 11월 스리랑카 교육청을 방문하여 스리랑카어 가상키보드 활용법 및 동영상 제작 교육을 한 데 이어, 러시아 연해주 고려인 문화센터에서 첫 해외 IT교육을 실시한 것이 글로벌 IT나눔의 대표적인 활동입니다.



Dream with Society

인터넷 역기능 예방 교육 | kt 문화재단과 함께, 일반인과 아동을 대상으로 인터넷 역기능 예방을 위한 교육을 지속적으로 실시하고 있습니다. 교육의 주요 내용은 인터넷 중독 예방, 사이버 범죄 예방, 개인 정보 보호 등이며, 인터넷 역기능 예방을 위해 2008년 80명, 2009년 330명, 2010년 131명, 2011년 116명의 전문 강사를 육성하였습니다.

IT서포터즈 활동 성과

| 단위_명 |

구분	총계	정보소외계층	일반인	아동	다문화	소상공인/자영업자
2009년	515,286	202,371	185,747	80,688	25,991	20,489
2010년	325,771	120,778	86,793	20,166	80,393	17,641
2011년	324,038	122,635	79,913	34,221	82,493	4,776
총계	1,157,412	444,225	346,786	134,587	188,940	42,874

IT서포터즈 2011년 총 교육횟수

| 단위_회 |

구분	소외	일반인	아동	다문화	소상공인/자영업	계
2011	9,880	6,144	2,736	9,707	516	28,983

IT서포터즈 공헌 활동 외부평가

2007.11.21	2007년 한국자원봉사 대상 수상 (한국사회복지협의회)
2007.12.17	2007세상을 밝게 만든 100인 선정 (환경재단)
2008.8.12	대학생 사회공헌 프로그램 중 가장 기억에 남는 프로그램으로 선정 (연합뉴스)
2008.10.17, 2009.11.9	스리랑카 교육청 방문, 스리랑카어 가상키보드 활용법 및 동영상 제작 교육
2009.6.3	제22회 정보문화의 날 "국무총리상" 수상
2009.7.12~	DDos 사태에 정부와 공동 대응: 좀비 PC clean 활동 전개 등
2009.11.25	일본 총무성에서 IT서포터즈 벤치마킹을 위한 견학
2009.11.4~13	러시아 연해주 고려인문화센터에서 첫 해외 IT교육 실시
2010.1.5	30대 그룹 CSR활동 중 인지도 1위 선정 (이코노미스트)
2010.11.24	제2회 대한민국휴먼대상에서 "우수상" 수상 (보건복지부, KBS)
2011.7.21	제18회 전국자원봉사대축제 "최우수상-기업나눔상" 수상 (한국자원봉사협의회, 중앙일보)
2011.11.22	제3회 대한민국 휴먼대상 "국무총리상" 수상

IT서포터즈 프로그램 | 대한민국 국민 누구나 컴퓨터와 인터넷을 쉽고 편리하게 활용할 수 있도록 IT서포터즈가 지원합니다.



다문화 가정 지원

다문화 강사 지원
귀화 지원
실생활 편의 지원



최첨단 IT 기기 활용

스마트폰 이용방법
스마트폰 활용한 SNS서비스
태블릿 PC이용방법



IT 역기능 예방

인터넷 중독 자가 진단 및 예방 특강
사이버범죄 예방, 유해 사이트 차단, PC 사용시간 통제 프로그램 활용법
부모와 자녀가 함께하는 IT 교실



실생활형 IT 활용

인터넷(뱅킹, 쇼핑 예약)
전자민원서류 발급
공인인증서 발급
이메일, 메신저 활용



맞춤형 IT 교육

컴퓨터 및 프린터 사용법
한글, 엑셀, 파워포인트 활용법
홈페이지, 블로그 제작등



소상공인 및 자영업자 지원

홈페이지 및 블로그 제작을 통한 마케팅 기반 조성
O/A 실무, 각종 S/W교육으로 생산성 향상

Dream with Society

사랑나눔

아동 사랑나눔

지역아동센터 지원 | 소외 아동들이 미래의 주역으로 성장할 수 있도록 지역아동센터를 대상으로 하는 다양한 지원활동을 펼치고 있습니다. 2011년 800여 개 지역아동센터를 대상으로 나무 심기, 도서 지원, 교육 환경 개선 등의 활동을 전개하였으며 2012년에는 그 대상을 확대하여 전국의 1,000개 지역아동센터의 소외 아동 7만여 명을 지원할 계획입니다.

kt 꿈품센터 | kt는 사회적 책임을 중시하는 기업이라는 가치를 최우선으로 두고, IT를 통해 소외 계층의 기회 격차를 해소하고 삶의 질을 향상하는데 노력하고 있습니다. 특별히 kt는 지역아동센터의 도움을 받고 있는 10만 명 이상의 아동에 주목하고 있습니다. kt가 가지고 있는 자원과 역량을 활용하여 kt는 2010년부터 주요 권역 별 지역아동센터와 연계하여 'kt 꿈품센터'를 운영함으로써 지역아동센터 안전망 구축에 앞장서고 있습니다. 전국의 지사 건물 내 유휴 공간을 활용해 조성된 kt 꿈품센터는 IPTV, 빔 프로젝트, 스마트패드, 전자책 등의 다양한 IT기기들을 갖추고, 각 디바이스에 맞는 콘텐츠의 영어교육, 음악 및 종합예술교육 등 학업성취도를 높일 수 있는 다양한 교육을 실시하고 있습니다. 2012년 초 현재 본사가 위치한 경기도 성남을 비롯하여 주요 권역에 총 20개 센터가 개소되어 운영되고 있습니다. 아울러 kt는 지역아동센터 아동들이 kt 꿈품센터를 원활히 이용할 수 있도록 kt 꿈품버스를 운행하는 등 교통 편의도 제공하고 있습니다.



꿈품센터 개소 현황

2010년	2011년	2012년
충량구, 성남, 대전, 원주, 왜관, 목포, 제주도	남양주, 부산, 광주, 부천, 천안, 강릉, 양천구, 군산, 안동, 청주, 대구	춘천, 전주, 울산

아동사랑 네트워크 'Dream Together' | 공익을 위해 기업간 네트워크를 통한 3세대 사회공헌활동의 필요성을 절감한 kt는 기업법 특성을 살려 소외계층의 어린이들을 적극 지원하기 위해 아동사랑 네트워크 'Dream Together'에 참여하고 있습니다. kt, KBS, 하나투어, 비룡소 등 약 20개의 회사들이 참여하고 있는 Dream Together는 사회복지공동모금회와 함께 활동하고 있으며, 가장 대표적인 사업으로 소외아동의 꿈을 지원하기 위한 국내최초 지역아동센터 전용 캠프장을 2012년 5월에 개소하였습니다. 향후, 이 공간에서는 여러 회사들의 재능기부를 통해 아동들이 다양한 프로그램을 경험하며 꿈을 꿀 수 있도록 지원하는 사업을 더욱 확대해 나가고자 합니다.



kt 꿈품센터, 드림투게더

Dream with Society

olleh 대학생 봉사단, olleh 어린이 봉사단 | kt는 미래세대에게 체계적인 '나눔의 기회' 제공과 사회공헌활동 저변 확대를 위해, 고객참여형 사회공헌활동을 시작하였습니다. 2011년 5월, 전국 대학생 100명으로 구성된 'olleh 대학생봉사단'이 활동을 시작하였고, 9월에는 수도권 지역아동센터 아동 100명으로 구성된 'olleh 어린이봉사단'이 출범했습니다. olleh 대학생봉사단은 주 1회 지역아동센터를 방문하여 재능나눔 활동을 하는 '정기봉사'와 역사체험교육, 생태체험학습활동, 문화공연 관람 등 아동들을 위한 다양한 체험 프로그램을 운영하는 'CSR활동'을 연중 진행하였으며, 2012년 1월에는 베트남 하노이에서 소외계층 아동들을 위한 재능나눔과 문화교류 활동 등 글로벌 CSR활동을 펼치기도 했습니다. 출범 첫 해 총 4,115명의 아이들에게 6,850시간의 봉사활동을 진행했고, 2012년도에는 145명의 2기 olleh 대학생봉사단이 활동하고 있습니다. 국내 최초 어린이봉사단인 olleh 어린이봉사단은 독거노인 도시락 배달, 어르신 위문 공연 등 월 1회 정기적인 테마 봉사활동을 진행하고 있으며, 2011년에 총 472시간의 봉사시간을 기록했습니다.

청각장애아동 소리찾기 사업 | kt는 통신업의 특성을 살려, 2003년부터 소통에 어려움을 겪는 저소득층 청각장애 아동들에게 소리를 되찾아주는 'kt 소리찾기 사업'을 이어오고 있습니다. 2011년 말까지 총 130명의 아동들에게 인공와우 수술과 재활치료를 지원하였고, 수술이 힘든 191명에게 디지털보청기를 지급하였습니다. 2010년부터 kt는 보다 체계적이고 전문적인 지원을 위해 연세의료원과 '청각장애아동 소리찾기 MOU'를 맺고, '뇌간이식 수술'을 국내 최초로 지원하기 시작했습니다. kt와 연세의료원은 단순 수술비 지원에 그치지 않고, 적극적인 재활치료와 사회화 교육을 통해 청각장애 아동들이 건강한 사회 구성원으로 성장할 수 있도록, 신촌 세브란스 안이병원 내에 'kt-세브란스 청각재활센터'를 구축할 계획입니다.

구분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	합계
인공와우	10	10	40	20	19	10	10	7	4	130
보청기		10	40	10	41	20	40	11	19	191
뇌간이식								3	1	4
기타지원									11	1



소외계층 사랑나눔

kt IT-Master 장학금 | kt는 국내 IT산업에 발전할 수 있는 인재 양성 지원을 통하여 국가경쟁력을 강화하고자 1988년부터 전국 141개 대학 (전문대포함) IT계열전공 성적우수 대학생을 대상으로 장학금을 전달하고 있습니다.

구분	2009	2010	2011
인원(명)	256	263	286
장학금(억)	8	8.2	8.2



누적 지급규모(1988년~)

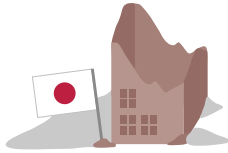
5,948명
156억 원

취약계층 대상 무상 이러닝 제공 | kt는 취약계층 중·고생을 선발하여 인터넷 강의 서비스를 졸업 시까지 무상으로 제공하고 있습니다. 2010년 347명, 2011년 현재 390명이 무료로 인터넷 강의를 수강하고 있으며 각 시·도 교육청과 연계하여 노동조합이 학생들을 선발합니다.

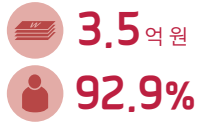
중등 | 올레홈스터디
전자참고서, 특화 콘텐츠 제공

고등 | ktdui
수능, 내신, 대학별고사, 입시정보 제공

Dream with Society



2011 일본대지진 피해 돕기
임직원 성금



노사YOUTH 장학사업 | kt의 노사는 공동으로 장학기금을 출연하여 취약계층 학생들을 지원하고 있습니다. 노사 동사의 심사위원회가 각 시·도 교육청과 연계하여 성적이 우수한 고교생들을 선발하며, 2010년에는 210명, 2011년에는 217명에게 장학금을 수여하였습니다. 선발된 학생들은 졸업할 때까지 수업료를 지원받게 됩니다.

청소년 IT캠프 지원 | kt 노사는 여름방학 기간을 활용하여 취약계층 청소년들을 대상으로 IT 캠프를 개최하고 있습니다. 노사 YOUTH 장학생과 소년소녀 가장 (2010년 110명, 2011년 110명)을 대전 kt 인재개발원에 초청하여 kt의 IT시설을 견학하고 각종 체험 학습 및 레크리에이션을 통해 서로 친해지고 IT 기술들을 체험하는 시간을 가지고 있습니다. 또한, 여름캠프 참가로 학생들이 아르바이트 등 생계 활동에 지장이 없도록 참가자 전원에게 참가비를 지급하고 교통편도 제공합니다.

재난재해 피해 복구 | 재난재해 발생 시 통신시설을 신속하게 복구하여 안정적인 통신서비스를 제공하는 물론, 이재민들의 고통을 덜어주기 위해 무료 전화를 설치하고 통신료를 감면해주고 있습니다. 또한 피해지역에 사랑의 봉사단을 파견해 복구를 지원하고 구호품 및 성금을 전달하고 있습니다. 특히 2011년에는 4월 일본대지진 피해를 돕기 위한 임직원 성금 3.5억 원을 적십자에 전달하였으며(임직원 참여율 92.9%), 전국재해구호협회(2011.8.3)에 5억 원을 기부하여 지속적인 재난재해 피해 복구에 힘쓰고 있습니다.



2010년 kt노사 YOUTH 장학사업 장학증서 전달식



청소년 IT캠프 지원

글로벌 사랑나눔

2011년 kt는 르완다 카모니 지역에 KOICA와 연계하여 초등학교를 건립하여 기증하였습니다. 이 지역에서는 우리나라의 새마을운동에 해당하는 우무간다라는 활동이 전개되고 있는데 이와 연계하여 사업을 추진하였습니다. 특히 기획단계부터 르완다 교육부와 협의하여 가장 학교 신축이 절실한 지역을 수혜 대상으로 선정하였습니다. 이 지역의 아동들은 통학거리가 8~10km나 떨어져 있으며, 국도를 횡단하거나 산길을 통과하여 통학해야 하는 상황이어서 아동들의 안전이 심각하게 위협받고 있었습니다. 학교는 6개의 교실과 교무실, 운동장 그리고 위생시설인 화장실, 정화조, 물탱크 등으로 이루어져 있으며 250여명의 학생 수용이 가능합니다. 2부로 수업을 진행할 경우 500명까지 하루에 수업을 받을 수 있습니다. 또한 OLPC(One Laptop per Child) 사업 [저개발국가 아동들에게 100달러짜리 노트북을 제공하여 정보격차를 해소하는 프로그램]에 참여하여 4개 학교에 무선망시스템을 구축하였고 이를 기증하였습니다. 지급받은 노트북으로 인터넷에 접속할 수 있게 되어 르완다 학생들의 정보 격차를 해소하는 데 기여하였습니다.



글로벌 사랑나눔

르완다 이외에도 우즈베키스탄의 수도 타슈켄트(Tashkent)에 인터넷 교육센터를 설립하여 2010년 5월부터 현지인들에게 무료 IT교육을 실시하였으며, 2011년 11월에는 베트남 정보통신부의 행정환경 개선 지원을 위해 화상회의실 구축, 노트북 지원 등으로 IT의 글로벌화에 기여하고 있습니다. 2012년에는 글로벌 CSR을 더욱 체계화하여 kt가 현재 연계하고 있는 국가들을 중심으로 기존 국내의 대표적인 사회공헌활동(꿈품센터, 소리찾기 등)을 글로벌화하여 새로운 참여형 사회공헌 모델을 제시하고자 합니다.

Dream with Society

문화나눔

올레스퀘어 | 올레스퀘어는 광화문사옥 1층에 위치한 3,300㎡(1,000평) 규모의 IT체험 복합문화공간입니다. 2010년 5월 개관한 올레스퀘어는 kt의 최신 IT기기와 서비스를 제한 없이 무료로 체험해 볼 수 있으며, 카페 운영, 올레스퀘어 특 콘서트 등을 통해 시민들에게 문화, 휴식을 제공함으로써 명실상부한 대한민국 대표 복합문화공간으로 자리매김하였습니다. 올레스퀘어는 아이폰 및 아이패드 론칭 등의 대외행사 공간으로도 활용되고 있으며 첨단 IT환경을 체험할 수 있는 견학코스로도 인기를 얻고 있으며, 현재까지 200만명이 넘는 고객이 방문하였으며, 5개월간 상품판매 및 방문자에 기초한 올레스퀘어 운영 효과 분석 결과 약 69.7억 원의 경제적 효과가 발생한 것으로 나타났습니다.

kt 체임버홀 | kt는 고객과 소통을 위한 문화나눔 프로젝트의 일환으로 2009년 5월 서울 목동 정보전산센터 사옥 내에 클래식 전문공연장인 'kt체임버홀'을 운영하고 있습니다. 420석 규모의 객석과 600여대의 주차공간을 보유한 kt체임버홀은 국내 정상급 연주자들의 초청연주회를 통해 지역 주민의 문화적 정서를 높이는 데 기여하고 있으며, 공연내용은 olleh TV 클래식/콘서트 - 체임버홀 콘서트 메뉴의 방송 콘텐츠로 시청할 수 있어 클래식의 대중화에 앞장서고 있습니다. kt체임버홀의 기획공연인 'kt와 함께하는 토요일 오후의 실내악' 공연은 연간 24회 열려, 개관 이래 2012년 현재까지 2만여 명 이상의 고객이 관람하였고, 300여명 이상의 전문 연주자들이 참여하여 음악회를 선보이고 있습니다. kt체임버홀은 획기적인 관람료와 소외계층을 대상으로 한 객석기부 활동, VIP 고객 초청행사 등을 통한 사회공헌 및 고객만족 제고의 공간으로 활용되고 있습니다.

프로농구단 | 2011-2012시즌 프로농구단은 '사랑의 옷나눔행사'를 통해 팬들에게 무료입장의 혜택을 주고, 기증받은 옷을 부산시 동래구 장애인복지관에 전달하였고, 불우이웃을 대상으로 "안과수술비 지원"을 하는 등 지속적으로 사회공헌사업을 하고 있습니다. 또한 소년체육 스포츠현장체험 및 홍보대사 프로그램인 프런티어즈 3기 운영을 통해 스포츠마케팅에 관심있는 대학생을 대상으로 프로스포츠현장 체험 프로그램을 3년간 지속적으로 운영하였고, 스포츠산업 JOB FAIR 참여를 통한 프로농구단 인턴사원 프로그램을 운영하여 지속적인 고용 창출 및 스포츠 인재 육성에 기여하고 있습니다. 특히, 프런티어즈 프로그램은 전국의 대학생들에게 기회를 열어, 전국단위의 프로농구단 체험프로그램으로 자리매김하였습니다.



체임버홀



프로농구단



프로농구단



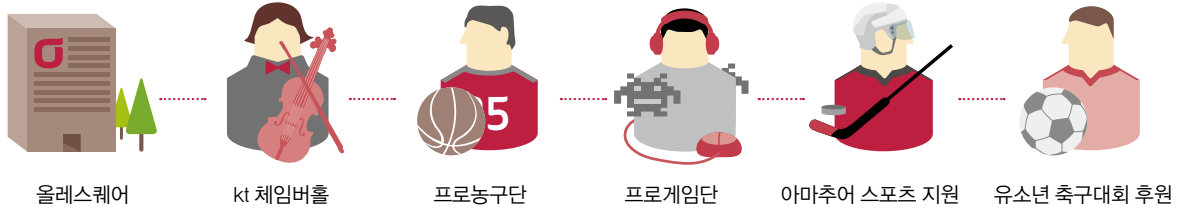
올레스퀘어

Dream with Society

프로게임단 | kt는 10~20대 청소년의 건전한 게임 및 여가문화 선도를 위해 1999년 국내 최초로 프로게임단을 창단하였습니다. 2009-2010시즌 및 2010-2011시즌 2연속 리그 우승에 힘입어 e스포츠 최고의 명가로 자리잡았습니다. 2011년 5월에는 저소득층 청소년의 학업 성취도 향상과 인성 개발을 위해 서울시와 연계한 U러닝 사업을 추진하여 저소득층 어린이들과 게임대결, 싸인회, 물품기증 등의 활동을 벌이고 있습니다. 2011년 11월에 진행된 대한민국소통경영대상에서 팬과의 소통에 대한 공로를 인정받아 특별상을 수여했습니다.

아마추어 스포츠 지원 | kt는 아마추어 스포츠 발전을 위해 미래 유망주를 발굴, 육성하며 비인기 스포츠의 저변을 확대하기 위해 1984년과 1985년부터 각각 여자 하키선수단과 사격선수단을 운영하고 있습니다. kt의 지원 속에 각종 국내, 국제대회에 출전하여 우리나라를 대표하는 아마추어 선수단으로 자리매김 하였습니다. 이러한 노력의 결실로 kt사격선수단은 2008 베이징올림픽에서 금메달 1개, 은메달 1개를 획득하는 쾌거를 이루었고 kt여자하키선수들도 한국대표팀의 주축으로 자리잡아 각종 국제대회에서 선전을 펼쳤습니다. 또한 olleh배 바둑챔피언십 개최와 함께 지방투어 시행을 통해 지역 바둑 팬과의 소통에 힘쓰며, 바둑 꿈나무 육성에 기여하였습니다.

유소년 축구대회 후원 | kt는 축구 꿈나무들에게 국가대표의 꿈과 희망을 심어주기 위해 유소년 축구대회(리틀 K리그)를 후원하며, 소외된 유소년 어린이들에게 축구대회 참가 기회를 제공함으로써 건전한 어린이 문화를 이루는 데 동참하였습니다.



프로게임단



아마추어 스포츠단 지원



아마추어 스포츠단 지원



대한민국 소통 경영 대상

보편적 서비스 및 정보격차 해소

보편적 의무 제공 | 보편적 의무란 모든 이용자가 언제 어디서나 적절한 요금으로 제공받을 수 있는 기본적인 전기통신역무로 이용자의 소득수준 및 거주 지역에 상관없이 대부분의 국민이 지불 가능한 수준의 요금으로 원활하게 이용할 수 있도록 제공하는 통신서비스를 말합니다.

현재 유선전화 서비스와 긴급통신용 전화 서비스, 장애인 및 저소득층 등에 대한 요금감면 서비스가 보편적 의무에 해당됩니다. 특히, 2012년부터는 인터넷전화의 대중화 추세에 맞추어 취약계층 대상으로 인터넷전화 요금감면을 시행하고 있습니다

kt는 보편적 의무로 지정된 서비스에 대해 모든 국민이 이용할 수 있도록 저렴한 요금수준*을 유지하고 있으며 지리적 위치, 소득 또는 장애 등을 이유로 요금, 서비스 품질 등 이용조건을 차별하지 않고 동등하게 적용하고 있습니다. 즉, 국내의 대부분의 통신사업자가 서비스 커버리지 등을 이유로 서비스 가입지역을 제한하고 있는 것과는 달리 kt는 농어촌, 도서지역과 같은 고비용 지역의 거주자에게도 도시지역 가입자와 동일한 수준의 서비스를 제공하고 있습니다.

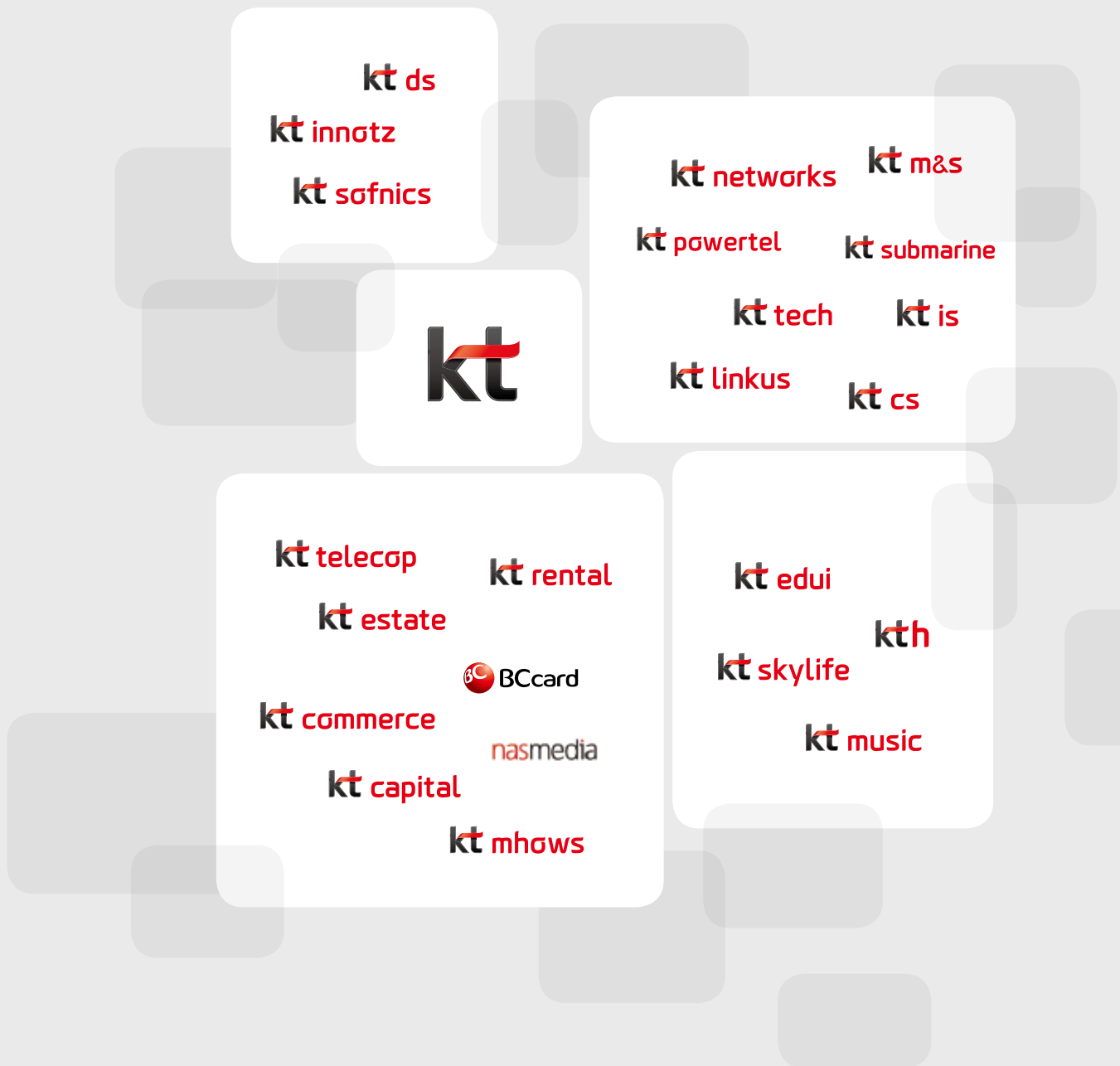
*한국의 유선전화 요금은 소량/중량 이용시 OECD 국가들 중 2번째로 매우 낮은 수준임
(OECD Communications Outlook 2009)

2011년도 보편적 의무 제공 현황

구분	서비스 정의	제공 현황
유선전화 서비스	시내전화 서비스	가입용 전화를 사용하는 통신을 매개하는 전화서비스 -2011년말 기준 16,258천 가입자 대상 서비스 제공 - 노후 교환기 대개체 : 108천 회선 - 신도시개발 등 수요에 의한 시설 공급 : 129천 회선
	도서통신 서비스	육지와 도서 간 또는 도서와 도서 간에 무선으로 통신을 매개하는 전화 서비스 - 전국 422개 도서에서 65천 가입자를 대상으로 시내전화, 초고속인터넷 등 서비스 제공 중 (국내에는 총 3,170개 도서가 있으며 이중 유인 도서는 491개)
	시내공중전화 서비스	공중용 전화를 사용하는 통신을 매개하는 전화 서비스 - 전국에 80천대의 무인공중전화 운영 - 정기적인 소독/위생관리, 장애인 편의부스 제공
긴급통신용 전화서비스	긴급통신용 특수번호 전화서비스	기간 통신역무 중 방송통신위원회가 정하여 고시하는 특수번호 전화서비스 - 대상 번호: 국가안보신고/상당(111), 범죄신고(112), 간첩신고(113), 사이버테러 신고/상당(118), 화재/조난신고(119), 해양사고 및 범죄신고(122), 밀수신고(125), 마약사범신고(127) - 이동전화 영상통화로도 119 신고접수가 가능하도록 기능 구현(서울지역 한)
	선박무선전화 서비스	육지와 선박 간 또는 선박과 선박간에 통신을 매개하는 전화 서비스 - 4천척의 등록된 선박을 대상으로 전신, 전화 및 전보서비스 제공 - SOLAS 협약에 의한 GMDSS 조난신호 접수시 해양경찰청 등 관계기관에 실시간 자동 통보
요금감면 서비스	사회적 보호를 필요로 하는 장애인·저소득층 등에 대한 통신 서비스 이용요금 감면	- 요금감면 대상 서비스: 시내/시외전화, 번호안내(114), 이동전화, 초고속인터넷 서비스 - 기본료, 통화료 등을 일정액 감면 - 2011년 서비스별로 총 5,055천 가입자 대상 2,340억 원의 요금 감면 혜택 제공

그룹사 CSR

kt는 사회적 이슈해소 및 공익 가치 창출을 위해 그룹 차원의 사회공헌 활동을 강화하고 있습니다. 국가의 미래세대인 아동의 건전한 성장을 지원하기 위해 2011년부터 그룹사와 지역아동센터의 결연 활동을 시작 하였고 점차 결연 규모를 확대하는 중입니다. 특히, 아동의 교육(Education), 안전(Life), 정서(Family) 지원을 3대 핵심 사업으로 하는 ELF 캠페인을 통해 각사의 특성이 반영된 사회공헌과 임직원 재능기부 활동을 병행하고 있습니다. 향후, 그룹사 간 긴밀한 협력체계 구축을 통해 그룹 사회공헌 시너지를 더욱 높일 계획입니다.



kt powertel

매출액

2010 1,275 억원

2011 1,268 억원

회사소개 | kt파워텔은 하나의 단말기로 전국 무전통화 및 이동전화 서비스가 동시에 가능한 디지털 주파수공용통신 (TRS: Trunked Radio System) 사업자로서, 2000년 이동전화 및 무선데이터 서비스까지 영역을 넓혀 종합통신서비스 사업자로 입지를 넓혀 왔습니다. 2012년 하반기, TRS스마트폰 (더블비) 출시를 통해 기업형 이동통신서비스를 제공하고자 합니다.

kt powertel 사회공헌 활동 | kt 파워텔은 사내 봉사동아리인 '파워엔젤'을 중심으로 소외아동을 위해 책놀이방 도서 및 디딤씨앗통장 지원과 뮤지컬 관람, 송편 만들기, 농촌 체험, 스케이트 타기 등 다양한 문화체험 활동을 해오고 있습니다. 이와 더불어 소외아동 복지시설에 TRS단말기를 지원하는 IT나눔 활동도 활발히 펼치고 있습니다. 이와 함께, 직원 기부를 실천하고 헌혈증을 소아암 환우들에게 전달하고 연탄 나눔 행사도 진행하고 있습니다. 2011년부터는 결연을 맺고 있는 지역 아동센터 아이들과 함께 다양한 문화체험 활동을 진행하고 물품을 지원하여 아이들이 좀 더 쾌적한 환경에서 공부할 수 있도록 지원하고 있습니다.

kt networks

매출액

2010 3,424 억원

2011 3,745 억원

회사소개 | kt네트웍스는 네트워크 설계부터 컨설팅, 구축, 운용, 유지보수까지 NI(Network Integration) 전문 역량을 보유하고 있습니다. IT Convergence 환경 변화에 맞춰 건물 내 기업고객 대상으로 IP기반 In-Building 서비스를 제공하고, IT 장비를 공급하고 있습니다. 최근에는 태양광 발전소 구축 및 폐자원 에너지화 사업 등 Green IT 분야에서도 앞선 경쟁력으로 시장 입지를 강화하고 있습니다.

kt networks 사회공헌 활동 | kt네트웍스는 본사 및 6개 지역본부 임직원으로 구성된 사랑의 봉사단을 중심으로 지역 아동센터와 연계한 다양한 사회공헌 활동 프로그램을 전개하고 있습니다. kt network 사회공헌 활동은 결연을 맺은 지역 아동센터와 함께 활동 테마를 고민하여 실행 프로그램을 만들고 함께 참여하는 쌍방향 활동을 지향합니다. 2011년에는 지역아동센터와 연계하여 '새봄 맞이 센터 필요 물품 만들기', '우리 동네 예쁜집 꾸미기', '즐거움 문화 체험 활동', '야외 체육 활동' 등 총 24회에 걸쳐 공헌활동을 진행했습니다.

kt commerce

매출액

2010 1,625 억원

2011 3,342 억원

회사소개 | kt커머스는 구매 역량을 통해 고객에게 감동을, 기업에게 비즈니스 경쟁력을 제공하는 B2B 전문기업입니다. 전문화된 구매대행 역량과 노하우를 바탕으로 국내 우수 기업 고객들에게 구매대행 및 구매 컨설팅 서비스를 제공하고 있습니다. 현재 550개의 고객사, 7,431개의 공급협력사간에 전국 Business Network를 구성하고 있으며, 20여 만개 품목의 지속적인 전략소싱 운영 노하우를 바탕으로 최적의 맞춤형 통합구매대행 서비스를 제공하고 있습니다. kt커머스는 구매가치 혁신을 통한 기업의 구매 경쟁력 강화에 기여하고 사회적 책임을 다하며, 창조적인 가치 창출을 선도하는 B2B 전문기업으로 성장해 나갈 것입니다.

kt commerce 사회공헌 활동 | kt커머스는 사내 봉사단 '다눔(DANUM)'이 중심이 되어 일원동 소재의 '비전학교'와 결연을 맺고 매월 1회씩 지역아동센터에서 봉사활동을 진행하고 있습니다. 2011년 한 해 동안 오케스트라연주회 지원, 뮤지컬 관람, 명절 행복나눔 잔치 등의 나눔 활동에 참여했으며, 비전학교가 진행하는 바자회에 물품을 기증하였습니다. 또한 충남 서산시 솔마당 마을과 '1사1촌 자매결연'을 맺고 일손 돕기를 비롯해 농촌마을 체험활동 홍보 등 다양한 교류 프로그램을 진행하고 있습니다. 임직원이 스스로 정한 액수를 월급에서 자동 공제하고 동일 액수만큼 회사가 매칭 그랜트하는 'kt 커머스 사랑나눔기금'을 통해 기부금을 마련하고 있습니다.

nasmedia

매출액

2010 188.5 억원

2011 217 억원

회사소개 | 나스미디어는 2000년 인터넷 광고 미디어업사로 출발했으며, 지난 10년 동안 쌓아온 인터넷 미디어 플래닝 역량을 다양한 미디어(디지털 방송, 디지털 옥외, 모바일 등)로 확대한 통합 디지털 매체 전략을 제공하고 있습니다. 앞으로 인터넷, 모바일, 디지털 방송, 디지털 옥외 영역의 미디어 플래닝 전문성과 광고 효과 측정 솔루션의 과학성과 전문성으로 고객사의 메시지와 가치를 정확하게 전달하고자 노력하겠습니다.

nasmedia 사회공헌 활동 | 나스미디어는 2011년 메이커우시 합창단 서포터즈 활동을 시작으로 심장재단과 석촌지역아동센터의 정기적인 후원 활동을 통해 나눔 문화를 만들어 가고 있습니다. 사내 카페 '마당'의 판매액 100%를 사회공헌 활동기금으로 적립하여 사회공헌활동에 사용하고 심장재단과의 결연을 통해 지난 한 해 동안 10명의 환자가 수술을 통해 건강을 되찾았습니다.

kt linkus

매출액

2010 761 억원

2011 781 억원

회사소개 | kt링크커스는 공중전화를 언제 어디서나 편리하게 사용할 수 있도록 서비스를 제공하는 회사로서 1988년도 설립되어 다양한 노하우와 기술력으로 영상전화기, 교통카드 전화기 등을 개발하여 최첨단 서비스를 제공하고 있습니다. 국민들의 건강과 생활에 밀접한 AED(심장자동충격기), 라바짜 캡슐 커피머신, ATM 결합부스, 광고부스, 물류사업 등을 제공하고 있습니다.

kt linkus 사회공헌 활동 | 회사 임직원 750여명이 참여한 사랑의 봉사단은 47개팀으로 구성되어 2007년 "아름다운가게"를 시작으로 저소득소외계층(아동, 어르신, 장애인, 미혼모, 입양아 등)을 대상으로 매년 다양한 봉사활동을 하고 있습니다. 2011년도에는 사회복지공동모금회를 통하여 저소득 가정, 보육시설, 초등학교 결식아동 돕기, 독거어르신 건강식품을 배달하였습니다(44기관, 178회), 매달 결연지역아동센터 및 장애인시설에 정기적으로 성금과 봉사활동을 하였습니다. 또한, 사내 아이디어를 실천하여 kt상품(통신비,회선비)의 포인트로 생활용품을 구매하여 독거노인 및 저소득어르신들에게 전달하였습니다.

BC Card

매출액

2010 30,772 억원

2011 31,373 억원

회사소개 | 비씨카드는 1982년 설립되어 현재 4,320만 회원과 232만 가맹점을 보유한 신용카드 기업으로, 11개 회원사 네트워크를 통해 회원들이 언제 어디서나 편리하게 신용카드를 사용할 수 있도록 서비스를 제공하고 있습니다. 비씨카드는 2011년 kt와 융합으로 kt의 ICT역량을 기반으로 카드결제 프로세스를 효율화하고 낭비적 요소를 줄여 금융산업 발전에 기여하고, 글로벌 모바일 지불 결제 시장을 선도하고자 합니다.

BC Card 사회공헌 활동 | 1990년대 초부터 저소득층 및 장애인 지원을 시작한 비씨카드는 2005년 사회공헌캠페인 '빨간사과 희망 만들기'를 통해 사회공헌을 확대하고 임직원 봉사활동을 체계화하였으며, 2010년 신규 사회공헌캠페인 '사랑, 해가 떴습니다!'를 런칭하며 기업의 사회적 책임과 역할에 대한 실천의지를 공고히 하였습니다. 2011년부터는 비씨카드의 역량을 적극 활용한 특화 사회공헌사업을 개발하여 사회적 니즈를 해소하는데 그치지 않고, 더 나은 사회를 만들기 위해 노력하고 있습니다. 이러한 노력의 일환으로 시작한 '사랑, 해 스쿨천사'는 장학사업 및 저소득층 학부모들 대상 교육을 실시하였습니다. 또한 서울시 지역아동복지센터와 결연을 맺고 시작한 '사랑, 해 희망나무' 사업으로 '바둑교실'을 지원하여 정서적 안정을 돕고, 매달 임직원 봉사단이 지역아동복지센터 어린이들과 함께 문화체험활동을 하고 있습니다. 이밖에도 전국 13개 복지기관에 이동식 급식차량인 '사랑, 해 빨간밥차'를 보급하여 주 2~5회씩 무료급식을 실시하고 있습니다. 2005년부터 현재까지 약 100만 명의 결식 소외계층에게 점심을 제공하였으며, 비씨카드 임직원 봉사단도 매달 배식 봉사활동에 참여하고 있습니다.

kt rental

매출액

2010 6,297 억원

2011 6,615 억원

회사소개 | kt렌탈은 1986년에 설립된 차량 및 정보통신기기 렌탈 업체로, 장비 공급부터 공사, 유지보수에 걸쳐 'Total 렌탈 서비스'를 제공하고 있습니다. 그 동안의 렌탈 노하우를 바탕으로 차량, 건설장비, 측정기, 웰빙 상품 사무용 기기까지 그 영역을 공격적으로 확장해 나가며 '종합 렌탈 회사'로서 업계 1위를 유지하고 있습니다.

kt rental 사회공헌 활동 | kt렌탈은 2011년 사내 봉사단체 사랑나눔미봉사단(50명)을 결성하여 지역아동센터 3곳과 결연을 맺고, 정기적으로 활동하고 있습니다. 임직원들이 "나눔기금"을 모으고, 매칭그랜트 예산으로 교육용 노트북 기증, 현장학습 시 차량지원 등의 활동을 전개하고 있습니다. 또한 2002년부터 극단버섯과 공동으로 무료 연극공연을 기획하여 이웃들에게 문화향양의 기회를 제공하여 2011년까지 10년 간 약 5만 명이 무료 공연을 관람하였습니다. 2011년에는 총 9일에 걸쳐 대학로 소극장 "알과 핵"에서 상연되었으며, 총 2,300여명이 관람하였습니다. 거동이 불편한 관객의 공연장 이동과 안전을 위해 렌터카 차량을 지원하고, 임직원 자원봉사 및 다양한 이벤트를 개최하여 관객들의 큰 호응을 얻었습니다.

kt music

매출액

2010 401 억원

2011 313 억원

회사소개 | kt뮤직은 풍부한 음악콘텐츠를 보유하고, kt가 보유한 멀티스크린환경에 혁신적인 음악서비스를 제공하는 전문 음악기업입니다. kt뮤직은 91년 설립되어 유무선 음악포털 올레뮤직(www.ollehmusic.com)서비스를 제공하고 있으며, kt기술과 인프라와 결합된 컨버전스 음악서비스로 디지털음악서비스영역을 확장해 나가고 있습니다. 스마트폰 이용자를 대상으로는 개인화 음악서비스를 제공하고, 음원 콘텐츠에 투자 및 유통 채널 역할을 하여 시너지를 증대시키고 있습니다.

kt music 사회공헌 활동 | kt뮤직은 2011년부터 회사 특성을 고려한 사회공헌 활동을 진행하고 있습니다. kt, kt뮤직, 피크를 던져라 뮤지컬 팀이 재능기부를 통해 뮤지컬 배우를 꿈꾸는 kt꿈품센터 어린이들을 대상으로 '뮤지컬 교실'을 운영하고 갈라쇼 "꿈"을 무대에 올렸습니다. 2010년부터 매달 참여하기 원하는 직원들은 우신지역 아동센터를 방문하여 미술교육을 비롯한 활동들을 진행하고 있습니다. 그리고 지역 아동센터 기금마련을 위해 스타와 함께 '도시락 나눔쇼케이스'를 열어 쇼케이스에 참여한 관객들의 자발적인 기부를 유도하였고 그 자리에 꿈품센터 어린이 60명을 초청하여 함께 관람하였습니다.

kt m&s

매출액

2010 6,160 억원

2011 9,172 억원

회사소개 | kt m&s는 다양한 유통망에서 정보통신 관련 제품 및 유무선 통신 서비스를 판매/제공하는 통신 종합 전문 유통회사로, 2007년에 설립되어 kt그룹 직원 유통망으로서의 본연의 역할을 수행하고 고객 Retention의 중추적 역할을 담당하고 있습니다. Emerging Device를 활용한 B2B 시장 공략 등 미래 중심 채널의 선점 역할을 수행하며 고객 중심의 통신 유통 전문 기업으로 거듭나고 있습니다.

kt m&s 사회공헌 활동 | kt m&s 임직원은 저소득 가정에 연탄을 전달하고, 무료 급식 활동에 참여하고 있습니다. 사회공헌활동의 재원은 '급여 우수리 제도'를 활용하고 있으며 월 급여 중 본인이 설정한 일정 금액을 기부받아 양지햇살지역아동센터에 전달하고 있습니다. 또한 환경 보전을 위해 관악산과 양재천, 광안리 등지의 환경 정화 활동도 하고 있습니다.

kt tech

매출액

2010 3,415 억원

2011 2,474 억원

회사소개 | 2001년 kt로부터 분사한 kt tech는 단말기 제조사로서 기존 EVER에서 현재 TAKE로 브랜드명을 변경하였습니다. 스마트폰, LTE폰, 피쳐폰뿐만 아니라 유선단말, M2M, 모뎀 등 통신기기 전 영역으로 사업을 확장하여 kt그룹의 종합 통신기기 회사로 성장하고 있습니다. 특히 스마트폰은 kt의 안드로이드 스마트폰 대표주자로서 '스마트폰의 새로운 스타일'을 제시하는 혁신적인 브랜드 'TAKE'를 운영하고 있습니다. 앞으로도 창의적인 사고와 도전으로 SMART한 통신생활을 선도하겠습니다.

kt tech 사회공헌 활동 | 창림이래 현재까지 자발적 희망자에 한해 매월 결식아동을 후원하고 있으며, 2010년 9월부터 2012년 3월까지 'Happy Monday' 활동으로 매주 월요일 오전 9시부터 오후 1시까지 중탑 종합사회복지관(어린이재단 산하 분당구 야탑동에 소재)에서 5인 1조로 복지관 내 청소 및 식당운영 등의 활동을 전개하였습니다.

kt ds

매출액

2010 3,555 억원

2011 4,982 억원

회사소개 | kt ds는 kt그룹사에 대한 IT서비스를 제공하면서 쌓아온 IT시스템 구축 및 운영 경험과 ICIS(세계 최대 규모 개방형, 대용량 시스템)구축, NeOSS(세계 최초 MS.NET기반의 통합운영관리시스템) 개발/구축, EDW(세계3위 수준의 대용량 시스템)구축, N-STEP(무선계 영업관리시스템)구축 등 시스템 구축기술을 보유한 ICT 전문 기업입니다. 특히 통신분야 최초로 세계 최고 수준의 S/W품질 활동인 CMMI Level 5 자격 및 ISO20000(ITSM에 대한 국제표준 인증)을 획득하여 검증된 역량을 기반으로 Global 수준의 ICT서비스를 제공하고 있으며, kt의 차세대 시스템인 시스템 구축에 박차를 가하고 있습니다.

kt ds 사회공헌 활동 | kt ds는 IT기업의 전문성을 살린 'IT나눔 봉사대'를 결성하여 4개 지역아동센터 아동들에게 IT교육과 1:1 학습 멘토링을 진행하고 센터의 노후 시설 및 환경을 개선하였습니다. 한편 농촌사랑의 일환으로 1사1촌 자매마을에 봄, 가을 농번기 일손돕기를 진행하고 소출된 특산물을 직구입하여 지역의 450여 저소득 가정에 전달함으로써 기업의 이미지를 고취시켰습니다. 또한 회사 인근의 사회복지관과 연계활동으로 장애우 및 독거노인을 위해 김장을 담가서 500여 가구에 전달하고, 명절에는 130여 독거노인 가구를 직접 방문하는 등의 활동을 진행했습니다.

kt submarine

매출액

2010 711 억원

2011 1,114 억원

회사소개 | kt서브마린은 kt와 한진해운이 공동출자하여 한국해저통신(주)으로 1995년 설립되어, 국내에서 유일하게 해저통신 및 전력 케이블 건설과 유지보수분야에 진출하여 국제적으로도 인정받고 있습니다. 다양한 특수장비와 선박을 바탕으로 수행중인 기존의 통신/전력케이블 공사뿐 아니라 해저파이프라인, 각종 특수 해저케이블시공 및 해상 풍력 등 다양한 분야에 진출하여 Total Marine Solution Provider가 되었습니다.

kt submarine 사회공헌 활동 | kt서브마린은 2004년부터 사내 사랑의 봉사단을 중심으로 지역 독거노인 및 소년소녀가장, 아동시설과 결연을 맺어 사회공헌 활동을 지속해 오고 있습니다. 임직원이 참여하는 봉사활동기금을 조성하여 현재까지 꾸준히 지역 봉사활동에 참여하고 있습니다. 매월 성금 전달 외에 2011년 설날과 한가위에는 직원들이 받은 명절 선물을 지역 아동시설인 은혜의 집에 기부하였습니다. 또한 동절기인 12월에 난방연료 및 생활용품을 전달하는 활동도 추진하였으며, 지속적으로 소외계층에 대한 지원범위를 확대하고 있습니다.

skylife

매출액

2010 4,267 억원

2011 4,644 억원

회사소개 | 스카이라이프는 국내 유일의 디지털 위성방송 사업자로, 최첨단 디지털 위성방송 시스템을 통해 고품격 HD방송 서비스, 24시간 3D전문 채널, PVR서비스, 최신영화 NVOD서비스, 쌍방향 TV 서비스, EPG(Electronic Program Guide: 전자 프로그램 안내 채널) 서비스를 제공하고 있습니다. 스카이라이프는 2012년 디지털 전환을 통해 '500만 가입자 시대'를 열고, 고객 니즈에 맞는 디지털 콘텐츠를 확보하여 재미와 행복을 제공하는 종합 디지털미디어 사업자로 성장하겠습니다.

skylife 사회공헌 활동 | KBS, 지자체 및 방통위 등과 함께 추진하고 있는 난시청지역 해소 사업을 2010년 대비 50%이상 확대하여 총 2,0415세대에 위성방송 수신기를 지원하였으며, 국민들의 방송시청권 보장을 위해 지속적으로 추진할 예정입니다. 또한, 무지개봉사단을 중심으로 저소득층 및 사회복지시설에 연탄배달, 가족여행, 야구관람 지원 등 순수 기부행사를 지속하는 한편, 양천구청 등 지역사회 단체와 함께 저소득층 및 다문화가정 김장 후원, 중증폐결핵환자 지원 등으로 봉사활동을 확대하여 추진하였습니다. 2012년에는 소외계층아동 돕기를 위한 책 기부 등 보다 다양하고 확대된 사회공헌활동들을 추진할 예정입니다.

kt is

매출액

2010 3,510 억원

2011 3,750 억원

회사소개 | 2009년 출범한 케이티스는 고객만족 서비스를 최대 가치로 지향하는 마케팅 전문 기업입니다. 케이티스는 kt 고객센터와 114 전화번호 안내 서비스의 안정적인 운영을 통해 그 기반을 확고히 하는 한편, 컨택비즈니스 사업 및 유통 사업의 확장을 통해 기업 혁신을 일구고 도약을 준비하고 있습니다. 케이티스는 차별화된 서비스 전략을 통해 고객서비스 분야의 리더로 성장하겠습니다.

kt is 사회공헌 활동 | 케이티스는 아동복지를 기반으로 도농교류, 다문화 지원 등의 활동을 하고 있으며, 여섯 개의 자원 봉사팀이 2011년 한 해 동안 192건의 봉사활동을 진행하였습니다. 2010년 9월 행복나누미 봉사단을 꾸려 시작한 지역아동센터 결연은 현재 12곳으로 매월 학습지도를 위한 기부금 전달은 물론 계절과 월별 특성에 맞는 체험 활동을 통해 결연 단체 아동들과 인적 교류를 나누고 있습니다. 또한 보건복지부와 '독거노인 사랑 잇기 프로젝트' MOU를 체결하고 516명의 직원들이 자발적으로 말벗 봉사단에 지원하여 홀로 거주하는 어르신들께 주 2~3회 전화 연락을 드리고 있습니다. 이 활동으로 케이티스는 기업 부문과 개인부문, 2개 부문에서 보건복지부 장관표창을 수상하였습니다. 또한 임직원의 자발적인 기부금 1억 원을 12곳의 지역아동센터는 물론 4곳의 복지 기관 및 사회복지 공동 모금회, 다문화지원센터, 밥상공동체 등에 기부하였습니다.

kt telecop

매출액

2010 2,167 억원

2011 2,612 억원

회사소개 | kt텔레캅은 2006년에 설립되어 첨단 IT인프라와 기술력을 바탕으로 대한민국 시큐리티 대표기업으로 성장하였습니다. 업계 최초로 스마트폰 영상보안서비스를 출시하였으며 지능형 영상상품과 이동체 보안서비스 등 차세대 신기술을 결합한 새로운 보안 솔루션을 지속적으로 출시하고 있습니다. 앞으로도 맞춤형 보안시스템으로 고객에게 더욱 선진화된 서비스를 제공할 것입니다.

kt telecop 사회공헌 활동 | kt텔레캅은 2011년 6월 전기관 사랑의 봉사단을 확대하여 현재는 전국 6개 본부와 44개 지사 임직원이 참여하고 있습니다. 지역아동센터아이들과 함께 문화 및 교양 체험, 스포츠 활동 및 학습지도를 정기적으로 실시하고 있으며, 학교폭력의 위협과 피해로부터 학생이 안심하고 다닐 수 있도록 '안전한 학교 지킴이' 활동을 하고 있습니다. 또한 2011년 4월 안성시 인처동 마을과 1사 1촌 자매결연을 맺어 농번기 농촌 돕기와 농산물 직거래 장터를 개설하여 도시와 농촌이 상생하는 활동을 펼쳤습니다. 그 외에도 독거노인을 위한 송편 나눔, 소외된 이웃을 위한 도시락 배달, 백혈병 어린이 돕기, 사랑의 헌혈 활동을 실시하고 있습니다.

kt capital

매출액

2010 1,764 억원

2011 2,229 억원

회사소개 | kt capital은 금융과 통신의 컨버전스를 열어가는 종합여신전문 금융회사로 리스금융, 할부금융과 프로젝트 파이낸싱, 기업대출, IT벤처투자 등 다양한 분야의 금융솔루션을 발굴하고 있습니다. kt의 통신서비스 고도화를 위한 투자 자원 조달 및 다양한 신규사업 수행에 필요한 금융역량 지원으로 고객에게 더욱 편리하고 차별화된 서비스를 제공할 수 있는 기반을 마련하고자 노력하고 있습니다.

kt capital 사회공헌 활동 | kt capital은 2009년 7월 임직원들의 자발적 참여로 출범한 사회봉사 단체를 시작으로 2011년 모기업인 kt의 경영방침인 지속가능경영에 따라 사회공헌 담당부서가 신설되어 체계화된 시스템 안에서 운영되고 있습니다. 2011년에는 문화적 혜택이 취약한 수도권 분교 학생에게 특별활동 학습을 진행할 수 있도록 교육 기회를 제공하였으며, 매월 독거노인 및 저소득층 가정에게 배식 및 도시락 배달 등 노력 봉사를 진행하였습니다. 이 밖에도 겨울철 소외계층에게 따뜻한 겨울을 보낼 수 있도록 연탄 나르기를 진행하였습니다.

kt cs

매출액

2010 3,551 억원

2011 3,808 억원

회사소개 | kt그룹의 Customer Service를 담당하는 ktcs는 114번호안내서비스, 고객센터 아웃소싱, CS아카데미 교육사업 등을 수행하고 있습니다. 차별화된 CS경쟁력을 바탕으로 업계 매출 1위를 기록하며 업계 최초로 2007년 한국서비스품질 대통령 표창 수상, 2011년도 국가품질상을 수상하였습니다. 또한 스마트폰 사용자 증가에 맞춰 출시한 전화번호검색 전문 App인 '스마트114', 중소상공인 마케팅게어서비스인 'SMC사업' 등을 통해 새로운 시장에 도전하고 있습니다.

kt cs 사회공헌 활동 | kt cs는 지난 2005년부터 사내 '하트너 봉사단'을 통해 전국 7개 지역에서 각 사업단의 특성에 맞는 5대 테마로 봉사활동을 추진하고 있습니다. 하트너 봉사단은 Dream(아동), Love(노인), Culture(다문화), Hope(장애인), Probono(재능기부) 등 다섯 가지 테마를 중심으로 사회공헌활동을 전개하고 있습니다. 매월 지역아동센터를 방문하여 문화행사 및 학습지원활동 등을 펼치고, 2011년도에는 필수도서 약 1500여 권을 지역아동센터에 기증했습니다. 2011년부터는 보건복지부와 연계하여 독거노인들의 고독사를 방지하기 위한 '독거노인 사랑잇기' 프로젝트에 참여하여 주 1~2회 200여 명의 상담원이 독거노인에게 안부전화를 드리고 있으며 난방기기 등을 지원하고 방문활동을 진행하고 있습니다. 뿐만 아니라 각 지역에 거주하는 다문화가정을 대상으로 웃음치료교육, 전화예절교육을 진행합니다. 2011년도에는 대전 지역 다문화가정과 이주노동자 250여명과 함께 '국경없는 행복나눔' 행사를 개최하여 큰 호응을 얻었습니다. 또한 장애인 센터 시설 청소 및 수리, 물품기부 등의 사회공헌활동을 정기적으로 진행하고 있습니다. 마지막으로 초·중·고등학생을 대상으로 114 상담사 체험 및 전화예절교육을 진행하고, 어르신들을 대상으로 웃음치료교육 등의 재능기부활동을 진행하고 있습니다. 2012년에는 대전시자원봉사연합회와 연계하여 시각장애인을 위한 도서녹음 봉사활동을 추진할 계획입니다.

kt mhows

매출액

2011 349 억원

회사소개 | kt엠하우스는 2004년 설립된 모바일 광고회사로 모바일 매체에 한정되지 않고, Wibro, IPTV, SolP 등 그 영역을 확대하고 있습니다. 온라인 배너와 모바일 광고, 나아가 모바일 커머스에 이르기까지 종합적이고 체계적인 서비스 제공으로 고객과 성공적으로 커뮤니케이션하고 적절한 마케팅 솔루션을 제공하는 디지털 마케팅 선도기업이 되고자 노력하고 있습니다.

kt mhows 사회공헌 활동 | 2010년 12월부터 남양주시에 있는 지역아동센터와 결연을 맺고 레크레이션, 수족관 견학, 운동회 등 아이들과 함께 즐길 수 있는 프로그램을 진행하였습니다.

kth

매출액

2010 1,501 억원

2011 1,307 억원

회사소개 | 4Screen을 대상으로 스마트 모바일, 콘텐츠 유통플랫폼, 그룹 시너지 사업, 게임사업을 수행하고 있는 kt는 사업 기반 확보를 위한 플랫폼 사업을 비롯하여, 유무선 인터넷과 디지털 콘텐츠 사업이 어우러진 종합 서비스 사업자를 지향하고 있습니다. 특히 스마트 모바일 컴퍼니로 한걸음 더 나아가기 위해 지역과 사진 기반의 소셜네트워크,서비스 등 모바일 사업을 강화하고, kt 그룹의 네트워크 사업자에게 필요한 각종 콘텐츠 및 관련 솔루션에 대한 일원화된 공급, 유통 창구의 역할을 수행하고 있습니다.

kth 사회공헌 활동 | 2011년 설날과 한가위를 맞아 삼육재활센터 남부장애인복지관에 직원들이 받은 명절 선물을 기부 하였습니다. 또한 2012년 1월 사내 봉사 동호회인 '행복더하기'가 중심이 되어 직원들이 직접 동작구 내의 독거노인 가정에 쌀을 배달하였습니다. 또한, 사회적 기업인 세스넷을 통해 PC 및 모니터, 사무용 책상 및 의자 등 장비를 기증하였으며, 장애인단체에도 물품을 전달하였습니다.

Appendix

독립 검증 보고서

범위 및 목적

Two Tomorrows (Asia) Limited (이하, Two Tomorrows)은 kt 2011 지속가능경영 보고서에 대한 독립적인 검증을 수행하였습니다.

검증은 AA1000AS (2008) 표준에 따라 수행되었습니다. 본 검증팀은 AA1000APS (2008) 포괄성, 중요성 및 대응성 원칙의 준수성 평가를 포함하는 Moderate 수준, Type 1 검증을 수행하였습니다. 지속가능성 성과 데이터는 검증하지 않았으며 보고서의 성과 데이터 혹은 관련 주장에 대한 검증 의견은 제시하지 않습니다.

책임사항

지속가능경영 보고서의 작성 책임은 전적으로 kt 경영진에게 있습니다. 검증팀의 책임은 kt 경영진에게 보고서의 검증을 제공하는 것입니다. 하지만 본 검증 보고서는 검증팀의 독립적 의견을 제시하는 것으로써 kt의 모든 이해관계자에게 정보를 제공하는 것을 그 목적으로 합니다. 본 검증팀은 모든 kt의 이해관계자에 대해서 균형 있는 접근방법을 채택하고 있습니다.

kt과 검증 이외의 계약 관계는 없으며 금번 검증이 Two Tomorrows가 kt에 대해 수행한 두 번째 독립적인 검증입니다. Two Tomorrows는 보고서의 작성에는 일체 관여하지 않았으나, 보고서 초안을 검토하고 피드백을 제시했으며 최종안에 이르기까지 다수의 수정이 이루어 졌습니다. 검증팀은 프로젝트 리더인 전민구 심사원, 양인목 심사원과 류영재 심사원으로 구성되었으며, 검증보고서는 검증팀이 영문으로 작성, Two Tomorrows 지속가능성 서비스 부문의 존 우드헤드 이사가 검토 및 승인하였습니다. 개별 검증 심사원의 적격성 및 보다 자세한 정보는 www.twotomorrow.com에서 확인하실 수 있습니다.

검증 결과의 근거

검증팀은 다음의 활동을 수행하였습니다:

- 중요 이슈들을 파악하고 평가하기 위한 kt의 프로세스를 검토함.
- 사회책임투자 평가기관의 ESG 보고서 및 Two Tomorrows의 미래가치평가 중요 이슈 분석을 토대로 kt의 중요성 프로세스를 통해 파악된 중요 이슈를 검토함.
- 분당, 광화문, 서초 및 우면동 사옥에서 상위 경영진 5명을 비롯하여 지속가능성 이슈 관리 책임이 있는 실무진 인터뷰를 수행함. 인터뷰 대상자는 kt가 지정하고 검증팀이 합의함.
- 원칙과 관련된 보고 및 관리 프로세스에 대해 kt가 심사팀에 제시한 정보를 평가함.
- 보고서의 핵심 주장을 뒷받침하는 근거를 평가함.

검증 결과

본 검증팀은 보고서 초안을 검토하고 의견을 제시했으며, 필요한 경우, 보고서의 수정이 이루어졌습니다. 수행된 검증활동에 근거하여 본 검증팀은 본 보고서에 kt의 AA1000APS 보고 원칙 준수 내용이 부적절하게 기술된 부분을 발견할 수 없었습니다.

검증 의견

검증 결과에 영향을 미치지 않는 범위에서 다음 의견을 제시합니다.

kt는 올레 경영 2기 추진 전략으로 '글로벌 미디어 유통 그룹'으로의 도약을 천명하고 있습니다. 검증팀은 kt가 향후 보고서에서 핵심 지속가능성 이슈들이 이러한 새로운 경영 방향에 미치는 관련성을 보다 명확히 제시할 것을 권고합니다. 이를 위해 kt는 이해관계자 참여와 중요성 평가에서 파악된 핵심 지속가능성 이슈와 연계하여 '글로벌 미디어 유통 그룹'으로의 여정에서의 기회와 위험 요인들을 설명할 수 있을 것입니다. 이러한 설명을 통해 신성장 분야 전문 인재 확보, 협력회사 파트너십 강화, 인사, 구매제도 및 IT 인프라 혁신 노력과 같은 해당 기회와 위험에 대한 kt의 대응 성과와 개선 경과에 대해 보다 효과적으로 보고할 수 있을 것입니다.

kt는 스마트워킹, 동반성장과 사회공헌 분야 등에서 다양하고 우수한 성과들을 보고하고 있습니다. 향후 보고서의 신뢰도를 보다 제고하기 위해서는 이러한 긍정적 성과에 더하여 kt의 내외부 이해관계자의 기대에 미치지 못하거나 지속적 개선이 필요한 주요 도전 과제들을 함께 공시하여 보고서의 균형성을 더욱 강화할 것을 권고합니다.

포괄성은 지속가능성에 대해 책임 있고 전략적인 대응방법을 개발하고 달성하기 위하여 이해관계자의 참여를 보장하는 원칙입니다.

이사회에 지속가능경영 실적과 계획을 정기적으로 보고하도록 관련 규정을 명문화한 것은 지속가능경영의 거버넌스의 발전을 보여주는 우수한 접근 방안입니다. 추가적으로 지속가능경영의 실적과 계획의 검토 과정에 외부 이해관계자가 참여할 수 있도록 보장한다면 거버넌스 프로세스의 포괄성을 크게 개선할 수 있을 것입니다. 이를 위해 최고 경영진과 핵심 이해관계자가 직접 의사 소통할 수 있도록 외부 이해관계자가 참여하는 자문회의나 독립적인 이해관계자 패널의 설립과 운영을 권고합니다.

kt가 글로벌 기업을 지향하는 새로운 경영방향을 제시함에 따라 이제는 국제 사회의 기대에 부합할 수 있는 지속가능성 분야의 리더십을 모색하는 활동들이 추진되어야 합니다. 차기 보고서에는 다양한 이해관계자가 참여하는 지속가능경영의 글로벌 이니셔티브들에 적극적으로 참여한 근거들과 국제사회의 중요 지속가능성 이슈 해결에 기여한 활동들을 담아낼 수 있어야 할 것입니다.

중요 이슈란 이해관계자가 kt와 그 영향에 관하여 정보에 근거한 판단을 내리기 위해 필요한 이슈들입니다.

검증활동 수행 결과, kt 사업운영과 관련하여 보고서에서 다루지 않은 중요 이슈가 있다는 점은 발견되지 않았습니다.

전사 핵심 리스크 관리 프로세스와 지속가능성 이슈를 검토하는 중요성 결정 프로세스를 통합 운영할 것을 권고합니다. 이를 위해 전사 핵심 리스크 후보군 선정 단계에서 지속가능경영실무위원회에서 수립되는 다양한 이해관계자의 관심사와 동종산업 이슈, 사회적 표준 및 언론상에서 다루어진 이슈들이 검토됨을 보장하는 통합된 프로세스를 구축할 필요가 있을 것입니다. 아울러, 통합 리스크 관리를 위한 거버넌스 개선을 위해 현 리스크위원회와 지속가능경영위원회의 통합 운영을 고려할 수 있을 것입니다.

중요성 결정 프로세스가 조직에 통합 운영됨을 보장하기 위해 실무위원회의 직접적 참여를 통해 중요성 평가를 수행하고 해당 결과를 지속가능경영 실적, 계획과 함께 지속가능경영위원회와 이사회에서 정기적으로 논의될 수 있도록 중요성 결정 절차를 명문화할 것을 권고합니다.

휴대폰 회수 및 기지국 전자파 문제는 글로벌 정보통신 산업분야에서 가장 중요하게 다루어지고 있는 지속가능성 이슈들입니다. kt는 중고 휴대폰 회수, 그린폰 서비스와 기지국 전자파 관리를 위한 활동을 보고하고 있습니다만 글로벌 사업자로서의 도약을 위해선 해당 이슈에 대한 추가적인 중점 검토를 통해 중장기 전략을 마련해야 할 것입니다. 우선적으로 중고 휴대폰 회수량 및 그린

폰 서비스 보급량과 목표, 전자파 관리 대상 기지국 비율과 전자파 영향에 대한 연구 결과 공시 등 현재 추진되는 활동의 성과를 보다 구체적으로 공시하고 장기 목표를 수립하여 보고 내용을 보완할 것을 권고합니다.

대응성이란 이해관계자 이슈에 조직이 대응하는 범위에 관한 원칙입니다.

지속가능경영의 거버넌스 체계가 이사회 지배구조위원회와 지속가능경영위원회를 중심으로 구축되어 있습니다. 지속가능경영 성과의 검토 및 개선 조치를 위한 관리 책임이 있는 이사를 선정한다면 추가적인 개선을 기할 수 있을 것입니다. 아울러 부문별 담당 임원들의 성과 평가에 지속가능경영의 항목을 반영하고, 담당 임원, 실무위원을 비롯한 전 임직원 대상으로 하는 계층별 지속가능경영 교육 프로그램을 제공할 것을 권고합니다.

kt의 소프트웨어 산업 활성화를 위한 3행 선언 등 다양한 동반성장 프로그램은 좋은 방향성을 보여주고 있습니다만 kt의 공급망 CSR 이슈 관리를 위한 접근에는 개선의 여지가 있습니다. 글로벌 정보통신 산업의 공급망 CSR 관리 요구가 지속적으로 증가하고 있는 만큼 kt가 공급망의 기회와 리스크 측면을 면밀히 파악하고, EICC(전자산업시민연대)와 같은 관련 국제적 이니셔티브에 적극 참여할 것을 권고합니다.

Two Tomorrows (Asia) Limited. 한국 서울
2012년 6월 15일



John Woodhead

존 우드헤드
프로젝트 이사

Jeon Min-gu

전민구
프로젝트 리더

Yang In-mok

양인목
선임 심사원

Ryu Young-jae

류영재
선임 심사원

Two Tomorrows는 기업이 지속가능한 방향으로 성과를 개선하고 가치를 창출할 수 있도록 지원하는 글로벌 컨설팅 기관입니다.
www.twotomorrow.com

Appendix

GRI Content Index

● 전체보고 ● 부분보고 ○ 미보고 ◇ 해당없음

지표번호	충족	보고 페이지	관련 BEST	지표번호	충족	보고 페이지	관련 BEST	지표번호	충족	보고 페이지	관련 BEST
1. 전략 및 분석				환경				인권			
1.1	●	2-3	A_1	EC1	●	31-32	EC1	LA9	●	51	EN(15, 16)
1.2	●	2-3	A_2	EC2	●	58-59	EC2	LA10	●	50	EM27
2. 조직 프로필				EC3	●	33, 52	EC3	LA11	●	52	EM(26, 28)
2.1	●	14	A_3	EC4	◇	32-33	EC5	LA12	●	48	EM9
2.2	●	26-28, 89-94	A_4	EC5	○	-	EM4	LA13	●	45	EM(2, 33, 34), CO10
2.3	●	14	A_5	EC6	●	69-77	EC4	LA14	○	-	EM(3, 17)
2.4	●	14	A_7	EC7	●	45	EC4	LA15	●	52-53	EM34
2.5	●	14	A_7	EC8	●	32, 69-70, 81, 86	EC6	인권			
2.6	●	14	A_8	EC9	●	81, 86	EC7	DMA	●	53	D(1-3), EM_DMA1
2.7	●	14, 88-94	A_9	환경				HR1	●	76	PN(1, 2)
2.8	●	14	A_10	DMA	●	56	D(1-3), EV(DMA, 2, 3)	HR2	●	76	PN(3, 4, 5)
2.9	●	14, 23	B_8	EN1	○	-	EV10	HR3	●	53, 76	EM(25, 26, 28, 30)
2.10	●	22-23, 101	EC8, CO8	EN2	●	63	EV11	HR4	●	53, 55	EM(7, 22)
3. 보고 매개 변수				EN3	●	58, 100	EV7	HR5	●	53-55	EM(8, 23, 24)
3.1	●	cover	B_3	EN4	●	58	EV8	HR6	◇	*4)	EM9
3.2	●	cover	B_8	EN5	●	60-62	EV5, EC9	HR7	◇	*5)	EM10
3.3	●	cover	B_6	EN6	●	60-62, 64	EV5	HR8	◇	-	EM31
3.4	●	cover	B_9	EN7	●	60-62	EV(5, 25)	HR9	◇	*6)	CO2
3.5	●	cover	B_4	EN8	●	63	EV9	HR10	●	53	-
3.6	●	cover	B_1	EN9	●	63	-	HR11	●	53	-
3.7	●	cover	B_2	EN10	●	63	EV18	사회			
3.8	●	cover	A_6	EN11	◇	해당 없음	EV22	DMA	●	78	D(1-3), CO_DMA
3.9	●	cover	-	EN12	●	55	EV(22, 26)	S01	●	79-88	C_2, CO(1, 2)
3.10	◇	해당 없음	-	EN13	◇	해당 없음	EV27	S02	○	-	CO5
3.11	◇	해당 없음	B_5	EN14	◇	해당 없음	EV(6, 26)	S03	●	19	CO5
3.12	●	98	B_10	EN15	◇	해당 없음	EV28	S04	●	19	CO5
3.13	●	58, 96-97	B_7	EN16	●	58	EV12	S05	●	65	CO6
4. 지배구조, 책임, 참여				EN17	●	58	EV13	S06	○	-	CO7
4.1	●	16	GR1	EN18	●	58, 60-61	EV4	S07	●	76	CS(2, 3)
4.2	●	16	GR(1, 3)	EN19	◇	*1)	EV14	S08	●	76	CO9
4.3	●	16	GR2	EN20	○	-	EV15	S09	●	41-43	-
4.4	●	4, 54-55	GR12	EN21	○	-	EV17	S010	●	41-43	-
4.5	●	16	GR(7, 8, 9)	EN22	●	63	EV16	제품 책임			
4.6	●	16	GR(13, 14)	EN23	◇	*2)	EV21	DMA	●	34	D(1-3), CS_DMA
4.7	●	16	GR4	EN24	◇	*3)	EV29	PR1	●	40	CS4
4.8	●	15, 17-18	GR10	EN25	◇	*3)	EV19	PR2	●	42	CS(2, 10, 11)
4.9	●	16	GR5	EN26	●	60-61, 64	EV23	PR3	●	36-40	CS(5-8)
4.10	●	16	GR6	EN27	●	63	EV24	PR4	○	-	CS(11, 12)
4.11	●	20-21	GR11	EN28	○	-	EV31	PR5	●	34-40	CS(1, 9, 10)
4.12	●	17, 99	GR10	EN29	●	59, 61-62	EV30	PR6	●	36-40	CS(12, 13)
4.13	●	100	A_11	EN30	●	65-66	EV1	PR7	○	-	CS(13, 14)
4.14	●	4	C(1, 2)	노동 여건 및 관행				PR8	●	42	CS15
4.15	●	4	C_1	DMA	●	44, 68	D(1-3), EM_DMA2	PR9	●	76	CS(7, 12, 15)
4.16	●	4	C_2	LA1	●	45	EM1	5. 경영방식 및 성과지표			
4.17	●	4-5	C_3	LA2	○	-	EM5	경제			
5. 경영방식 및 성과지표				LA3	●	52	EM(18, 20, 21, 32)	DMA	●	22	D(1-3), EC_DMA
				LA4	●	53	EM(10, 11, 12)				
				LA5	●	54	EM13				
				LA6	●	51	EM14				
				LA7	●	51	EM(17, 19)				
				LA8	●	51	EM(16, 18)				

*1) 공정 상 오존층 파괴물질이 유출되지 않음
 *2) 사업공정상 증대한 유해물질 유출되지 않음
 *3) 경영활동의 환경영향과 크게 관련 없음
 *4) 아동노동 발생 위험 사업분야 없음
 *5) 강제노동 발생 위험 사업분야 없음
 *6) 국외 사업으로 인한 원주민 침해 없음

Appendix

ISO 26000 보고 현황

kt는 2010년 11월 지속가능경영의 글로벌 표준인 ISO 26000이 발표됨에 따라 2012년 지속가능경영 보고서에 해당 기준을 적용하였습니다. kt는 ISO 26000에서 요구하는 조직 거버넌스, 인권, 노동관행, 환경, 공정운영관행, 소비자이슈 및 지역공동체 참여와 발전 이슈에 대해 앞으로도 지속적으로 관심을 가지고 개선해 나가겠습니다.

핵심주제	이슈	보고 페이지	
6.2 조직 지배구조	6.2.3 의사결정과정 및 구조	16	
6.3 인권	6.3.3 실사(Due diligence)	76	
	6.3.4 인권 위험상황	53	
	6.3.5 공모 회피	76	
	6.3.6 고충처리	51, 53	
	6.3.7 차별 및 취약집단 보호	53	
	6.3.8 시민권과 정치적 권리	53	
	6.3.9 경제, 사회, 문화적 권리	4, 5	
	6.3.10 직장에서의 기본 원칙과 권리	53	
	6.4 노동관행	6.4.3 고용 및 고용관계	47, 53
		6.4.4 근로조건 및 사회적 보호	45, 46, 52
6.4.5 사회적 대화		4, 53, 54	
6.4.6 직장에서의 보건 및 안전		51	
6.4.7 직장에서의 인적개발과 훈련		48~50	
6.5 환경	6.5.3 오염방지	63	
	6.5.4 지속가능한 자원 이용	60~62	
	6.5.5 기후변화 완화 및 적응	58~59	
	6.5.6 자연보호, 생물다양성 및 자연서식지 복원	55	
6.6 공정운영관행	6.6.3 반부패	19	
	6.6.4 책임있는 정치 참여		
	6.6.5 공정 경쟁	76	
	6.6.6 가치사슬 내 사회적 책임 촉진	19, 75	
	6.6.7 재산권 존중	69	
	6.7 소비자이슈	6.7.3 공정한 마케팅, 정보와 계약관행	72, 75
		6.7.4 소비자의 보건 및 안전 보장	42
6.7.5 지속가능한 소비		10, 11, 24, 36	
6.7.6 소비자 서비스, 지원 및 분쟁 해결		40	
6.7.7 소비자 정보 및 프라이버시 보호		42	
6.7.8 필수서비스에 대한 접근		88	
6.7.9 교육과 인식		43	
6.8 지역사회 참여와 발전		6.8.3 지역사회 참여	13, 79, 80
		6.8.4 교육 및 문화	13, 81~87
	6.8.5 고용 창출 및 능력 개발	12, 85	
	6.8.6 기술개발 및 접근	12, 77	
	6.8.7 부와 소득 창출	5, 31	
	6.8.8 보건	42	
	6.8.9 사회적 투자	12, 80, 83, 84	

Appendix

국내외 협회 및 단체 가입 현황

국내 | 21비즈니스포럼(한국경쟁력연구원), 경제단체협의회, 네트워크시큐리티포럼, 녹색투자한국포럼, 대한산업안전협회, 대한전자공학회, 세계미래포럼, 스마트홀 산업협회, 전국경제인연합회, 정보통신설비학회, 정보통신정책학회, 통일IT포럼, 한국경제교육협회, 한국경제학회, 한국공정경쟁연합회, 한국광고주협회, 한국디지털미디어산업협회, 한국방송학회, 한국산업조직학회, 한국상장회사협의회, 한국소비자학회, 한국소프트웨어산업협회, 한국스마트그리드협회, 한국언론학회, 한국유비쿼터스도시협회, 한국유헬스협회, 한국자연재해저감산업협회, 한국전파진흥협회, 한국정보보호학회, 한국정보산업연합회, 한국정보통신기술협회(TTA), 한국정보통신산업협회(KAIT), 한국지능로봇산업협회, 한국지능통신기업협회, 한국클라우드서비스협회, 한국통신사업자연합회(KTOA), 한국통신학회, 한국CFO협회, 한국IT리더스포럼, CONCERT(사단법인 침해사고대응팀 협의회), u-KOREA 포럼

해외 | WFA(Wireless Fidelity Alliance), FMCA(Fixed-Mobile Convergence Alliance), OMA(Open Mobile Alliance), WiMAX Forum, VoiceXML Forum, DSL Forum, WBA(Wireless Broadband Alliance), TMF(Telecommunication Management Forum), APT(Asia Pacific Telecommunity), ITU(International Telecommunication Union)

주요 지속가능경영 지표

주요 지속가능경영 지표

구분	단위	2009	2010	2011
매출액	억 원	159,062	199,184	201,668
당기순이익	억 원	5,165	12,488	12,890
설비투자 비용	억 원	29,587	30,572	33,185
세금납부액	억 원	1,991	5,718	5,676
여성직원비율	%	14.66	14.83	15.00
장애인 고용비율	%	2.9	2.4	2.45
복리후생비	억 원	5,092	3,038	3,122
산업재해율	%	0.19	0.22	0.16
협력사만족도	점	75.2	77.4	84.8(하반기)
청각장애아 소리찾기	명	50	21	35
IT나눔 수혜인원	명	515,286	325,771	324,038
자원봉사 참여 시간	시간	89,621	114,657	147,177
사회공헌 지출비용	억 원	352	370	510
전력사용량	Mwh	2,310,075	2,369,453	2,372,085
온실가스 배출량	tCO ₂	1,139,896	1,176,147	1,173,257
용수사용량	ton	2,775,565	3,014,704	2,867,147
폐기물 처리실적	ton	11,184	10,224	63,213
녹색구매	억 원	17	48	51

Appendix

2011년도 수상 실적

2011년 지속가능경영추진 수상

윤리, 환경, 사회적 가치 등의 비재무성과에 대한 책임과 조화를 고려한 경영을 통해 보다 건전하고 투명한 서비스기반의 가치창출을 추구하고 있습니다.

수상내용	주관
2012.02 그린 랭킹 소프트웨어·통신산업 1위 상 수상 kt올레체 / 타이포그래피 분야 iF winner	뉴스위크지/중앙일보 독일 iF 디자인 어워드 (International Forum Design)
2011.11 제6회 지속가능경영대상 최우수상 수상 그린IT 비즈니스 모델 산업/건물/수송/신재생에너지/ IT 등 5개 분야 12개 프로젝트 공동추진 대한민국 브랜드대상 대통령상 올해의 광고 대상 캠페인부문 금상 UNGC어워드 노동존중경영분야 베스트 프랙티스상 수상	지식경제부/중소기업청 에너지 관리공단 산업정책연구원 한국 광고홍보 학회 유엔글로벌콤팩트(UNGC) 한국협회
2011.10 우수 지속가능경영보고서상 CDP(Carbon Disclosure Project) 통신산업리더상 수상 서울경제신문 광고대상 전자정보통신부문 최우수상	GRI(글로벌 리포팅 이니셔티브)/ 한국표준협회 CDP 한국위원회 서울경제신문
2011.09 DJSI 통신분야 글로벌 슈퍼섹터리더 선정	다우존스/SMA/한국 생산성본부
2011.02 올레스퀘어/기업건축부문 인터랙티브 분야 iF winner	독일 iF 디자인 어워드



We have a dream

kt Sustainability Report 2012

We have a dream

보고서 관련 연락

본 보고서는 kt 홈페이지(www.kt.com)에서 열람할 수 있습니다.
그 밖의 문의사항은 아래 담당 부서로 연락 주시기 바랍니다.

www.kt.com

서울특별시 종로구 세종로 100 kt 홍보실

tel : 02) 730-0246

fax : 02) 730-0308

발행인 : 이석채

발행처 : kt

발행일 : 2012년 6월

기획 : CSR팀



본 보고서는 친환경 용지에 콩기름 잉크를 사용하여 인쇄하였습니다.



kt Sustainability Report 2012