

이해관계자를 위한 가치창조

LG전자 행동강령



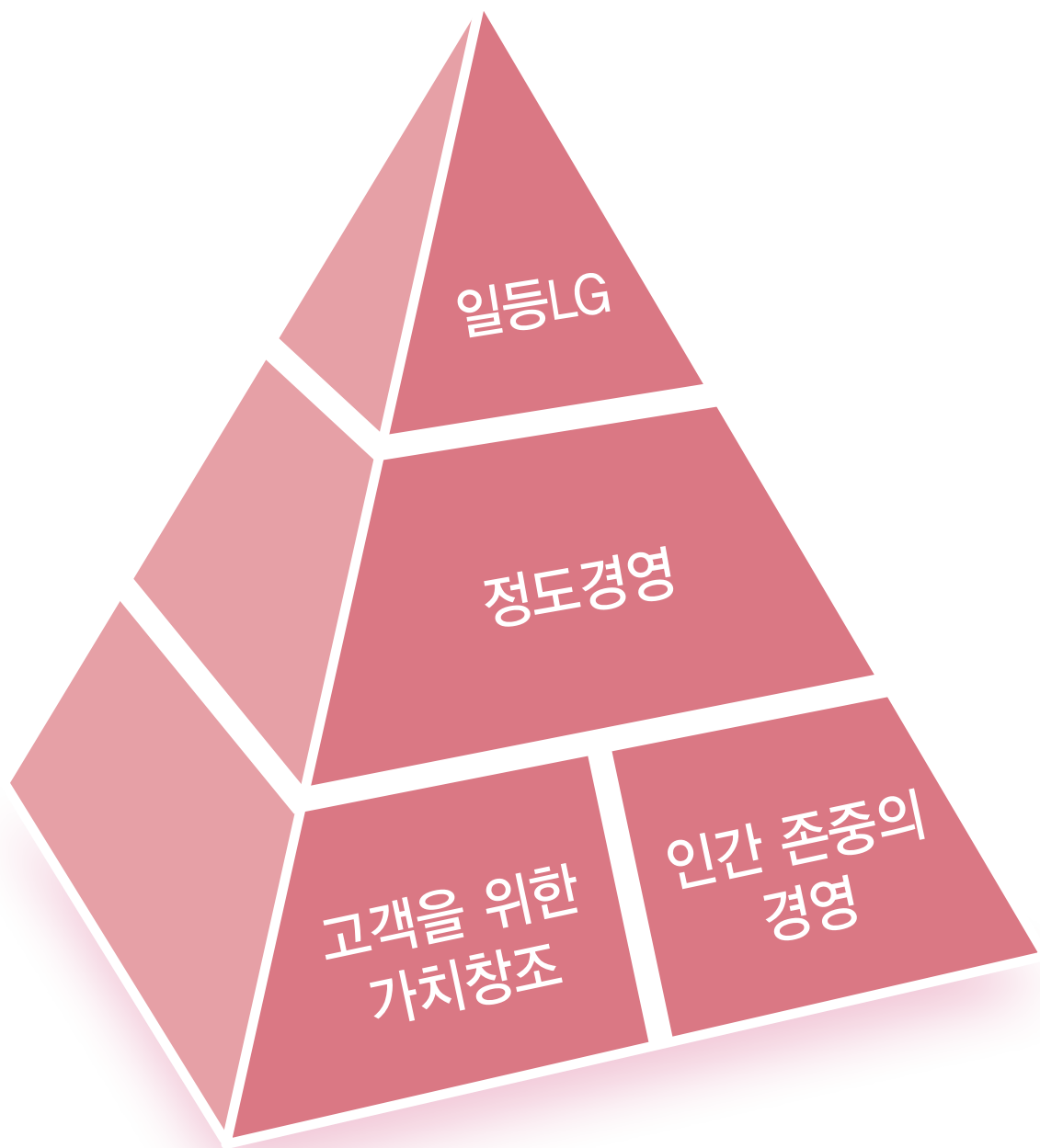
이해관계자를 위한 가치창조

LG전자 행동강령

2011



LG WAY





LG Way는 LG전자의 성장과 발전에 밑거름이 된 고유의 경영이념이며 우리가 지켜야 할 행동방식입니다. 우리는 LG Way를 통해 우리의 이해관계자에게 높은 가치를 제공해 왔습니다.

고객의 삶을 풍요롭게 만들겠다는 의지, 그리고 임직원간 상호 존중 및 고객을 위한 가치창조의 정신은 50여년 전 우리 제품이 시장에 첫 선을 보인 이후 지금까지 LG전자의 기본정신으로 전승되고 있습니다. LG Way는 우리 회사의 성장과 발전에 밑거름이 된 고유의 경영이념이며 우리가 지켜야 할 행동방식입니다. 우리는 LG Way를 통해 우리의 이해관계자에게 높은 가치를 제공해 왔습니다.

우리의 비전

규모나 수익성이 최고라고 해서 일등 기업이 되는 것은 아닙니다. 건강하고 투명한 정도경영을 바탕으로 글로벌 경쟁력을 확보하여 시장을 선도하는 기업이야말로 진정한 일등 기업입니다. LG전자는 일등기업을 추구합니다. 이것은 고객, 임직원, 주주 등 모든 이해관계자에 대한 우리의 소중한 약속이기도 합니다. LG전자는 앞으로도 정도를 실천함으로써, 경쟁사가 두려워하면서도 배우고 싶어하고 고객이 신뢰하며 세계의 인재들이 선망하는 일등기업이 되도록 노력할 것입니다.

우리의 경영이념

‘고객을 위한 가치창조’는 LG전자가 경영활동을 통해 추구하는 궁극적인 목표입니다. 우리는 고객의 잠재적인 욕구까지도 한발 앞서 파악하고 고객의 기대를 뛰어넘는 제품과 서비스를 제공하고자 합니다. 끊임 없이 혁신하여 기존의 틀을 깨는 새로운 제품과 서비스를 제공함으로써 고객에게 제공하는 가치를 극대화할 수 있을 것입니다.

‘인간존중의 경영’을 통해 LG전자는 전 세계의 우수한 인재들을 확보하고 경쟁력 있는 인재로 양성하는 조직문화를 구축하고자 합니다. 능력과 성과에 따라 공평하게 대우하고 지속적인 지원을 아끼지 않는 조직문화 안에서 인재들은 누구라도 자신의 잠재력을 십분 발휘할 수 있습니다. LG전자는 개개인의 성과를 인정하고 창의와 자율을 존중함으로써 일등기업으로 한발 더 나아가고자 합니다.

정도경영

주주, 시장, 그리고 사회로부터 존경 받는 기업이 되기 위해서는 윤리경영을 기반으로 꾸준히 실력을 배양해야 합니다. 이것은 편법을 용납하지 않고 정정당당하게 승부함으로써 가능해집니다. 우리는 정직성, 성실성, 공정성의 실천을 바탕으로 자신의 목표를 열정적으로 추구하고 고객의 마음을 사로잡는 혁신적인 아이디어를 창안하여, 어떤 경쟁에서도 당당히 승리하는 기업이 될 것입니다.

이처럼 ‘정도경영’이란 단순히 윤리경영만을 의미하지 않습니다. 경쟁에서 이길 수 있는 실력을 키워 실질적인 성과를 창출하는 것을 의미합니다.



CEO MESSAGE

우리 LG전자는 최근 수년간 괄목할 발전을 이루었습니다. 고객에게 차별화된 제품과 서비스를 제공하고, 임직원을 위해 조직문화를 한층 개선하였으며, 주주 등 이해관계자에게는 더 나은 가치를 제공하였습니다.

이러한 성과를 거둘 수 있었던 것은 고객을 위한 가치 창조 그리고 인간존중의 경영이라는 우리의 경영이념을 성실하게 실천했기 때문입니다. 앞으로의 성장도 경영이념의 실천 여부에 달려있습니다.

‘LG전자 행동강령’은 이 경영이념을 근간으로 하고 있습니다. 그러므로 행동강령은 여러분이 업무를 수행하는 과정에서 스스로 판단하기 어려운 일이 생길 경우 회사의 경영이념에 따라 현명한 판단을 내릴 수 있도록 여러분에게 바람직한 행동지침을 제시해 줄 것입니다.

임직원 여러분은 이 행동강령을 반드시 준수하여 주시기 바랍니다. 단기적인 성과에 집착한 나머지 행동강령에 어긋나는 행동을 한다면 그것은 경영이념의 구현을 가로막는 것은 물론 우리의 삶터인 LG전자의 장기적인 성장에도 도움이 되지 않는 장애가 될 것입니다.



그러므로 모두가 이 행동강령을 숙지하여 각자의 조직생활과 업무에 적절히 적용될 수 있도록 해주시기 바랍니다. 그리고 만에 하나라도 “매출목표 달성에 꼭 필요했다”거나 “상사가 시켜서 어쩔 수 없었다”는 등의 이유로 행동강령을 위반하거나 위반하는 행위를 정당화하는 일이 생기지 않기를 바랍니다. 특히 조직책임자들은 직원들이 어떤 우려사항을 표명할 때 불이익을 가하기보다는 직원들의 이야기를 경청하고 필요한 조치를 신속하고 세심하게 처리하는 리더십을 발휘해 주시기 바랍니다.

이 행동강령은 고객, 임직원, 주주 등 모든 이해관계자에 대한 우리의 약속이자 경영이념을 구현하는 실천지침이며, 나아가 일등 LG를 실현하는 기반입니다. 모든 업무현장에서 성실하게 실천될 수 있도록 여러분의 적극적인 협조를 당부드립니다.

'LG전자 행동강령'은 이 경영이념을 근간으로 하고 있습니다. 그러므로 행동강령은 여러분이 업무를 수행하는 과정에서 스스로 판단하기 어려운 일이 생길 경우 회사의 경영이념에 따라 현명한 판단을 내릴 수 있도록 여러분에게 바람직한 행동지침을 제시해 줄 것입니다.

목차

2	LG WAY
4	CEO MESSAGE
8	들어가기에 앞서

- 8 본 행동강령의 취지
- 8 본 행동강령의 적용대상
- 8 임직원의 의무
- 9 위반에 따른 사항
- 9 기타 사항

10 고객에 대한 정직과 성실

- 12 신뢰할 수 있는 마케팅
- 15 제품 안전
- 18 제품규격
- 21 고객의 개인정보 보호

24 바람직한 근무환경

- 26 공평한 인사관리
- 29 상호존중의 조직문화
- 32 건강하고 안전한 근무환경

36 공정경쟁

- 38 경쟁정보의 수집
- 41 제3자 정보의 올바른 사용
- 43 공정거래
- 45 경쟁사와의 관계
- 48 협력업체와의 관계
- 51 올바른 커뮤니케이션
- 54 타인 지적재산권의 존중
- 56 뇌물수수 금지

60 지역사회에 대한 책임

- 62 환경보호
- 65 국제거래질서의 존중

68 주주가치 제고

- 70 정보보안과 기밀 유지
- 73 회사 지적재산의 보호
- 76 정보통신수단 이용시 유의사항
- 79 기록 관리 및 보존
- 82 내부자 정보
- 85 공시



들어가기에 앞서

행동강령의 취지

LG전자는 명실상부한 글로벌기업입니다. 이 때문에 LG전자의 임직원들은 광범위하고 다양한 법규의 적용을 받게 됩니다. 그러나 전 임직원이 필요한 법규를 모두 숙지하기란 사실상 불가능합니다. 행동강령이 필요한 이유도 여기에 있습니다. 이 행동강령은 관련법규를 숙지하지 않더라도 법규를 위반하는 일 없이 각자의 업무를 수행할 수 있도록 안내하는 일종의 지침서 역할을 할 것입니다.

LG전자는 저마다의 문화가 다른 세계 각지에서 비즈니스를 하고 있습니다. 지역마다 문화는 달라도 현지의 관련법규를 준수하고 현지고객을 최우선으로 생각하는 우리의 마음은 다르지 않습니다. 이 행동강령은 이런 우리의 마음을 실제로 구현하는 데 반드시 필요한 도구 역할을 해줄 것입니다.

행동강령의 적용대상

이 행동강령은 LG전자주식회사와 해외법인을 포함 하여 LG전자가 전액출자한 모든 자회사에 공통적으로 적용됩니다.

우리의 의무

모든 임직원의 의무

- LG전자의 모든 임직원은, 업무를 수행할 때 고객, 임직원, 주주 등 모든 이해관계자에게 최고의 가치를 제공한다는 목표의식을 가지고 항상 회사의 경영이념을 실천하여야 합니다.
- 세계 어느 지역에서 근무하든 현지법규를 준수해야 합니다.
- 업무와 연관되는 회사 정책과 절차를 충실하게 따라야 합니다.
- 판단하기 어려운 상황에 직면했을 때에는 상사나

관련부서에 자문을 구한 후 적절한 조치를 취해야 합니다.

- 행동강령이나 회사정책에 위반하는 것으로 의심되는 행위는 반드시 보고해야 합니다.

조직책임자의 의무

- LG전자의 모든 조직책임자는, 소속 직원이 이 행동강령과 그에 수반하는 의무를 숙지하도록 합니다.
- 직원이 업무를 수행하는 과정에서 이 행동강령을 적용하는 데 어려움을 겪거나 의문을 가질 경우에는 올바른 해결책을 찾을 수 있도록 최선의 지원을 아끼지 말아야 합니다.
- 솔선수범하여 행동강령을 준수하고 직원들과 열린 자세로 커뮤니케이션해야 합니다.

행동강령과 그 적용에 관한 의문사항이 있을 경우

- 먼저 여러분의 조직책임자와 상의하십시오. 업무에 관한 여러분의 의문을 해결해 줄 수 있는 최적 임자는 바로 여러분의 조직책임자입니다. 만일 조직책임자와 상의하기 곤란한 여건이라면 이 행동강령의 영역별 해당 기능부서나 법무부서 담당자와 상의하십시오.

문화적 차이 극복

해외출장 혹은 해외근무에 나서기 전에 현지의 문화와 관습을 이해하도록 최선을 다하십시오. 한 가지 분명하게 유의해야 할 사항은 현지 법규환경은 우리나라와는 크게 다를 수 있다는 점입니다.

업무를 수행하는 과정에서 문제가 될 수 있는 사항은 확인 즉시 조직책임자에게 보고하여 적절한 해결책을 찾으려 해야 합니다.



위반에 따른 사항

법규를 준수하지 않으면 회사는 심각한 타격을 받게 됩니다.

법규를 준수하지 않을 경우 당사자와 회사 모두가 엄중한 처벌을 받을 수 있습니다. 형사처벌, 행정 과태료, 손해배상 책임(징벌적 손해 포함), 몰수 등 법에 따른 처벌뿐만 아니라 계약파기, 거래중단, 그리고 기업이미지 손상과 기업신용 하락 등 다양한 형태의 불이익을 받게 됩니다. 임직원 개인 역시 벌금, 징역 등의 형사처벌을 받을 수 있습니다.

회사 또는 임직원이 행동강령을 위반하고 있다고 생각될 경우 이렇게 하십시오

- 먼저 해당 사안에 대해 조직책임자와 상의하십시오.
- 그래도 해결이 되지 않을 경우 여러분의 근무지를 담당하는 Compliance Manager에게 상황을 보고하십시오.

보복이 우려되면 즉시 보고하십시오

LG전자는 행동강령 미준수 행위를 보고한 임직원에게 대한 보복을 엄격히 금지하며, 보복행위를 저지른 임직원을 사규에 따라 징계조치할 것입니다.

보복은 해당 임직원에게 인사상의 불이익을 주는 행위에서부터 일반적인 괴롭힘(harassment)까지 여러 형태가 있습니다. 여러분과 여러분 주변에서 행동강령 미준수 행위를 보고한 결과로 보복의 대상이 되었다고 의심이 될만한 정황이 있다면 즉시 인사부서에 보고해 주시기 바랍니다.

행동강령 미준수 행위는 그 어떠한 경우에도 정당화 될 수 없습니다.

아래와 같은 변명은 결코 용납되지 않습니다.

- “잘못된 일인 줄 알았지만 상사가 시켜서 어쩔 수 없이 했습니다.”
- “고객을 위해서 그랬습니다.”
- “회사의 사업목표를 달성하기 위해 어쩔 수 없었습니다.”

기타 사항

이 행동강령이 회사의 표준과 정책을 빠짐 없이 반영한 것은 아닙니다. 임직원이 직면할 수 있는 상황이나 법률적 문제를 모두 포함하고 있지도 않습니다. 앞으로 행동강령, 표준, 회사정책을 정기적으로 보완하고 개정할 것이며, 개정된 안이 나오면 임직원과 관련 당사자 모두에게 공지할 것입니다.

이 행동강령은 고용계약의 전부 또는 일부분을 구성하지 않습니다. LG전자는 이 행동강령을 통하여 계약상 권리나 의무를 발생시키지 않습니다.

고객에 대한

정직과 성실

- 12 신뢰할 수 있는 마케팅
- 15 제품 안전
- 18 제품규격
- 21 고객의 개인정보 보호

‘고객 중시’는 우리가 추구하는 최고의 가치이며 기본정신입니다. 우리는 항상 고객의 시각에서 사물을 보고 고객의 기대수준을 뛰어넘어 실질적인 고객가치를 창출하는 데 전력을 다하고 있습니다. 우리는 품질기준에 충실하고 고객에 대한 약속을 성실히 이행하며 끊임 없이 기술혁신에 매진하여 모든 고객이 우리 제품과 서비스를 믿고 사용할 수 있도록 최선을 다합니다. 우리는 앞으로도 고객을 최우선으로 생각하는 한결같은 자세로 고객과의 신뢰를 쌓아감으로써 고객이 믿고 의지할 수 있는 회사로 더욱 발전할 것입니다.



사례

최근 출시한 신제품이 탁월한 디자인으로 각광을 받고 있습니다. 시장의 반응으로 봤을 때 제품이 지닌 장점 한두 가지만 더 부각시킨다면 히트상품이 될 조짐도 보입니다. 그러나 디자인을 빼고 나면 실제로는 성능이 5% 정도 향상된 점 외에는 딱히 차별화할 수 있는 요소가 없습니다. 반면에 경쟁사는 광고를 통해 자사제품의 성능을 다소 과장하면서 공세를 취하고 있습니다. 우리 회사도 제품성능이 10% 정도 향상되었다고 광고한다면 경쟁에서 이길 수 있을 것으로 기대됩니다. 제3자가 성능 차이를 측정하거나 알아챌 가능성은 거의 없다고 판단되는 상황입니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

신뢰할 수 있는 마케팅

우리 회사는 제품을 기반으로 고객과 관계를 형성하고 있습니다. 따라서 정확한 제품정보를 바탕으로 진실한 마케팅을 하는 것이 중요합니다. 마케팅활동에서도 정직과 성실이라는 정도경영의 원칙을 실천해야 제품에 대한 고객의 신뢰를 얻을 수 있다는 것입니다. 고객이 최고의 제품을 선택할 수 있도록 정확한 정보를 제공하는 것이 진정한 고객가치 창조의 기본입니다. 무책임한 마케팅 활동은 우리가 공들여 쌓은 명성을 일거에 무너뜨릴 수 있습니다.

우리의 원칙



마케팅을 목적으로 회사의 홍보물을 기획하거나 검토, 실행하는 임직원은 스스로 책임질 수 있는 정정당한 마케팅 커뮤니케이션을 해야 합니다.

기본지식

사외로 유통되는 마케팅 목적의 홍보물에는 다음이 포함됩니다.

- 광고물 및 판촉물
- 제품 라벨 및 사양표시
- 설문조사, 시험결과, 경쟁사 또는 경쟁제품과의 비교자료
- 사내 인트라넷 게시판 광고 등 직접적으로 고객을 대상으로 작성된 것이 아닌 홍보자료

마케팅 커뮤니케이션, 영업 등의 분야에서 고객을 대상으로 제품 마케팅, 홍보, 라벨 등을 기획하거나 검토하는 업무를 담당하는 임직원은 이와 관련된 회사의 표준, 정책 또는 절차를 사전에 반드시 숙지해야 합니다.

대외적으로 발송되는 우리 제품에 관한 정보는 다양한 분야의 이해관계자에게 전달되고, 소비자, 정부기관, 그리고 경쟁사 등이 그 정보의 진위 여부를 철저히 검토합니다. 그러므로 모든 커뮤니케이션 메시지는 신중하게 만들어야 합니다. 그것이 우리가 힘들게 쌓아온 신뢰를 지키는 길입니다.

바람직한 대처방식



경쟁사들이 과장한다고 해서 우리도 그렇게 하는 것은 결코 옳은 일이 아닙니다. 어떤 판단을 하는 데 있어 가장 중요한 기준이 되는 것은, 그 행위가 실질적인 고객가치를 창출하는 행위인가 하는 것입니다. 설사 과장의 정도가 피부로 느낄 수 있는 수준이 아니라 할지라도, 거짓된 정보를 토대로 한 영업행위는 어떠한 사유로든 정당화될 수 없습니다. 경쟁사들이 어떻게 하든, 우리 고객들은 우리가 창출한 가치를 있는 그대로 정직하게 제공하리라고 기대할 것입니다.



정도의 실천

- 제품 및 서비스 관련 내용이 변경되었을 때에는 관련부서에 신속하고 정확하게 전달해야 합니다.
- 마케팅 홍보물, 제품, 포장 및 판촉물 상에 표시되어 있는 원산지나 조립국 등의 제품정보는 정확하게 기재되어야 합니다.
- 광고대행사 등 외부의 협력업체가 제작한 마케팅 자료에 관련 법규나 회사정책에 위배되는 내용이 포함돼 있지 않는지 확인해야 합니다.
- 회사의 마케팅 자료에 허위 혹은 과장정보가 기재되거나 중요한 정보가 누락되어서는 안 됩니다. 그것은 고객의 올바른 선택을 방해하는 일입니다.
- 경쟁사 및 경쟁사 제품과 아래와 같이 비교하는 일이 없도록 하십시오.
 - 객관적인 정보에 근거하지 않은 비교
 - 경쟁사나 경쟁사 제품에 일방적으로 불리하게 적용되는 조건 하에서의 비교
- 객관적인 검사결과 등 공신력 있는 자료를 근거로 하지 않은 제품성능, 차별화 특성, 시장점유율 등의 내용이 담긴 마케팅 자료로 외부로 배포되지 않도록 주의하십시오.
- 외부에서 개발된 자료라는 것을 이유로 무분별하게 마케팅에 활용하는 것은 용납되지 않습니다.

유의사항

- 광고나 마케팅에 사용하는 언어에는 각별한 주의가 필요합니다. 다소의 꾸밈은 허용되지만 제품 특징에 대해 잘못된 인식을 줄 수 있거나 사실과 다르다는 것이 객관적으로 판정 가능한 꾸밈이 마케팅 자료에 포함되어서는 안 됩니다.
- 제품을 광고·홍보할 때는 경쟁사의 약점보다는 우리 회사의 장점을 근거로 삼아야 합니다. 우리는 우리 제품 자체의 우수한 성능과 품질을 토대로 경쟁하기 때문에 이 점이 광고·홍보의 기본 바탕이 되어야 하는 것입니다. 경쟁사나 경쟁사 제품에 대한 언급을 담은 광고는 당연히 해당 경쟁사가 철저하게 검토합니다. 경쟁사 제품을 언급할 때는 공정경쟁법규에 위배되지 않도록 각별한 주의를 기울이십시오.



사례

최근 개발된 신제품은 규제당국이 제시한 안전규격을 준수하고 있습니다. 그러나 전반적인 안전성 측면에서 몇 가지 미흡한 점이 있는 것으로 생각됩니다. 이를 개선하려면 제품설계를 근본적으로 뜯어고쳐야 하는데, 현재 시점에서 그렇게 하기에는 막대한 비용이 소요됩니다. 그래서 제품설계를 변경하기보다는 경고문구에 이러한 안전문제가 일어날 수도 있다는 내용을 삽입하는 것으로 조치 완료하는 방안을 검토하고 있습니다.



어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

제품 안전

안전성과 신뢰성은 제품이 가진 가장 기본적인 가치입니다. 안전설계, 철저한 공정관리, 그리고 세심한 A/S는 고객의 안전을 위한 기본적인 배려일 뿐만 아니라, 우리 회사를 타사와 차별화하는 요소 가운데 하나입니다. 이 때문에 안전성 개선은 제품혁신의 중요한 부분이라고 할 수 있습니다. 우리는 제품안전을 최우선으로 삼아 제품에 대한 신뢰를 쌓고 고객을 진심으로 배려한다는 것을 보여주어야 합니다.



우리의 원칙

어떠한 경우에도 제품의 안전성은 철저하게 보장되어야 합니다. 따라서 제품의 안정성과 관련된 설계, 원자재, 제조, 마케팅, 제품 사용, 고객서비스 등 모든 프로세스에서 원칙과 기준을 확실하게 이행하십시오. 그 어떤 영업목표, 제품 디자인, 시장성, 비용문제도 제품 안전성에 우선할 수 없습니다.

기본지식

제품안전은 중대한 사안입니다. 안전문제에 대해 필요한 예방책을 세우거나 적절하게 대응하지 못할 경우 회사는 소송에 휘말릴 수도 있고, 기업이미지 실추는 물론 법적 처벌, 경제적 손실 등 심각한 불이익을 받을 수도 있습니다.

‘제조물책임’을 회피하려는 행위는 고객가치 창출에 역행하는 것입니다. 안전문제가 발견되었을 때는 이를 오히려 기회로 삼아 적극적으로 품질향상을 모색하는 것이 진정한 고객가치 창출입니다. 이를 위해 우리는 설계, 구매, 제조, 검사, 품질관리, 마케팅 등 전 단계에서 제품안전을 관리하는 프로세스를 두고 있습니다. 또한, 제품판매 후에도 안전문제의 발생 여부를 수시로 모니터링하고 문제가 발견될 경우 즉시 고객의 안전을 보장하기 위한 조치를 취합니다.

제품안전 업무를 담당하는 임직원은 **제품안전업무규정**을 참조하시어 관련 표준 및 프로세스를 숙지하시기 바랍니다.



바람직한 대처방식

예상 가능한 ‘사용상의 주의사항’을 경고문구에 명시하는 것은 고객의 안전을 지키는 데 꼭 필요한 사항입니다. 하지만 이에 앞서 제품설계 및 제조 과정에서 내부의 안전성 기준과 고객의 기대수준에 부합하도록 예방하는 것이 무엇보다 중요합니다. 물론 제품개발 마지막 단계에서 제품사양이 변경되는 등 갑작스러운 변화가 생기면 안전성 확보에 어려움이 따르기도 합니다. 이럴 때는 유관부서와 함께 충분히 협의하면서 사전에 최선의 조치를 취함으로써, 제품이 법적 표준에 부합할 뿐 아니라 고객의 안전을 위협하는 일이 없도록 만전을 기해야 합니다.

정도의 실천



- 제품설계, 원자재 구매, 제조공정과 관련된 회사 정책 및 업무절차를 철저히 준수하여 제품 안전성 확보에 만전을 기하도록 하십시오.
- 신뢰도가 떨어지거나 부적합한 원자재, 설계, 부품은 제품의 품질과 안전성 저하로 직결될 수 있으므로 발견 즉시 보고해야 합니다.
- 제품의 안전성 문제는 파악되는 즉시 (가능한 한 초기 개발 단계에) 제기하십시오.
- 특정 영업목표를 달성하기 위해 제품 안전성을 희생시켜서는 절대 안 됩니다.
- 특정한 품질관리 프로세스를 생략하거나 누락하는 것을 용인해서는 안 됩니다. 품질관리 프로세스가 누락될 경우 제품검사가 부실해져 제품안전성이 떨어질 우려가 높습니다.
- 협력업체가 납품하는 부품이 회사가 명시한 규격 기타 납품기준을 위반하지 않도록 해야 합니다. 기준에 미달되거나 결함이 있는 원자재 또는 부품은 결코 우리제품에 사용할 수 없습니다.
- 설사 안전성 문제가 제품개발 프로세스의 최후단계에서 발견된 경우라도 이를 묵과하지 마십시오.

유의사항

- 비슷한 유형의 안전사고가 반복해서 일어난다면 특히 관심을 기울이십시오. 회사는 근본적인 설계상의 결함이 있거나 광범위한 제조상의 문제가 있는 것으로 보이는 제품은 리콜을 해야 할 의무가 있습니다.
- 또한, 제품의 설계, 제조상 결함 또는 경고 문구의 미비 등으로 인해 소비자 안전에 위험을 알게 되었을 때 제조사로 하여금 해당 주무관청에 이 사실을 **즉각** 보고하도록 하는 법규를 두고 있는 경우가 많으니 이를 유념하여야 합니다.
- 안전규격을 만족하는 제품이라도 고객을 보호하기에 충분하지 않을 수도 있습니다. 그렇기 때문에 안전규격보다 더 강화된 우리 회사 자체의 안전기준을 충족해야 합니다. 제품안전과 관련된 법규나 규격은 최소한의 기준입니다. 안전규격을 충족했다고 해서 반드시 안전하다고 인정되는 것은 아니지만, 안전규격조차 충족하지 못하는 제품은 거의 언제나 안전하지 못하다고 평가됩니다.
- 제품설계와 제조 공정, 제품표시 등과 관련하여 어느 동료가 질문이나 우려를 제기한다면 그 안에는 추후 발생 가능한 안전문제가 내포되어 있을 수도 있습니다. 그러므로 다른 임직원의 의견에 귀를 기울여서 향후 발생할지도 모르는 피해를 예방해야 합니다.
- 자신의 업무가 제품품질과 직접 관련되지 않는 임직원이라도 제품안전에 일정부분 책임이 있는 ‘관계자’라는 점을 명심하십시오. 예를 들어 고객이 제기하는 불만이나 클레임도 제품안전성 문제와 관련되는 경우가 있습니다. 이럴 때는 즉시 제품품질 또는 PL담당자에게 알려셔야 합니다.



사례

이번에 회사에서는 획기적인 기능을 탑재한 신제품을 출시했습니다. 최근 시장에는 그저 그런 제품들만이 출시되었기 때문에 기존의 제품들과는 근본적으로 개념이 다른 이 신기능 제품에 대해 분명히 좋은 반응이 있을 것으로 기대하고 있습니다. 그런데 이 신기능은 기존 제품에서는 한 번도 본 적이 없는 것이기 때문에 법에 명시된 규격시험 조건상 이 기능을 반드시 켜고 시험해야 되는 것인지 명확하지 않습니다. 이 신기능은 전력을 많이 소비하기 때문에, 아무래도 이를 검사 대상에서 제외해야 유리한 결과가 나올 것으로 예상됩니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

제품규격

제품의 신뢰성과 내구성, 안전성은 우리 사업의 기반이라고 할 수 있을 만큼 중요합니다. 우리는 일상생활에 믿고 사용할 수 있는 제품을 만들어 고객의 삶을 풍요롭게 하고자 하며, 우리 고객들이 날마다 몸소 체험하는 디자인과 품질의 우수성은 변치 않는 고객가치를 창출하려는 우리의 의지를 상징합니다. 이를 위해 우리는 제품에 대한 다양한 표준을 수립하고 고객을 보호하기 위한 제반 법규를 준수합니다. 이렇게 하기 위해서, 주어진 각종 제품규격을 만족할 수 있도록 설계, 생산, 그리고 관리하는 것은 무엇보다 중요하다고 할 수 있습니다.

우리의 원칙



우리 제품이 법규와 규정을 준수하고 회사 내부의 신뢰성, 내구성 및 안전성 기준에 부합하도록 만전을 기하십시오. 아무리 사소한 문제점이라도 반드시 짚고 넘어감으로써 규격준수라는 측면에서도 업계 최고수준이 되도록 해야 합니다.

기본지식

제품규격에는 다음과 같은 것들이 있습니다.

- 제품 전반의 신뢰성, 내구성, 안전성과 관련된 규격
- 전자파 관련 규격
- 유해물질 함량, 재활용 표시, 에너지 효율 등의 환경규격
- 미성년자, 장애인 및 고령자를 위한 특별규격
- 기타 제품표준이나 품질기준과 관련된 규격

우리 제품은 전 세계 수많은 고객의 삶에 영향을 미칩니다. 때문에 제품기준과 관련한 규정을 준수하지 않을 경우 브랜드 이미지 손상, 회사 명성 훼손, 거액의 리콜사태, 집단소송 등 심각한 불이익이 초래될 수 있습니다.

우리는 제품 자체의 규격을 준수할 뿐만 아니라, 제품규격에 대한 인증을 추진할 때에도 원칙을 지켜야 합니다. 즉, 품질검사와 인증과정에서 철저하게 성실성과 프로정신을 발휘해야 합니다. QA 및 제품규격을 담당하는 임직원은 당사 **규격업무규정**을 숙지하고 제품의 품질 검사 및 규격 적합성을 평가할 때 이 원칙을 잊지 말아야 합니다. 또한 현지 전문가의 자문을 구해 현지국가의 규정을 파악하고 반드시 준수해야 합니다.

바람직한 대처방식



우리는 고객가치 창출을 위해 끊임없이 혁신적인 설계와 기능을 추구합니다. 그래서 가끔은 법규나 규정보다 앞선 기능 때문에 법규정을 어떻게 적용해야 할지 명확하지 않은 상황이 발생하기도 합니다. 이럴 때는 먼저 고객의 입장에서 판단하는 것이 중요합니다. 이번 사례의 경우, 신기능은 고객들이 매일 사용하게 될 것이므로 우리의 고객들은 LG전자가 실제사용 조건에 맞춰 제품시험을 했을 것이라고 믿고 있을 것입니다. 따라서 우리는 다소 불리함이 있더라도 법규정의 해석에 관해 최소한 관련당국에 확인해 보고 고객 입장에서 적용하는 프로정신을 발휘해야 합니다.



정도의 실천

- 제품검사와 품질관리 관련 업무에서는 최종 출하된 제품이 외부의 품질 및 규격기준에 부합되고 회사 내부의 신뢰성, 내구성 및 안전성 기준에도 만족할 수 있도록 철저하게 검사하십시오.
- 협력업체가 납품한 제품 또는 부품이 회사에서 필요한 규격에 맞도록 관리하십시오.
- 해당국가의 규격 규제 정보를 수시로 모니터링하여 제품개발 혹은 규격 담당자에게 그 정보를 전달해야 합니다.
- 제품에 적용되는 기준이나 검사 프로토콜이 확실하지 않으면 조직책임자와 협의하고 규제당국에 자문을 구하십시오.
- 검사가 완료되었거나 사용이 확정된 제품이나 부품은 회사가 정한 절차에 의한 확인 없이 다른 원자재나 부품으로 대체되지 않도록 합니다.
- 어떠한 경우에도 제품검사가 허위로 또는 부실하게 실시되지 않도록 해야 합니다. 특히,
 - 유리한 데이터만을 취하거나 데이터를 조작하는 행위
 - 불완전한 조건 하에서 검사하는 행위
 - 검사 프로토콜을 임의로 간소화하는 행위
 등은 엄격히 금합니다.

유의사항

- 규격 규제의 변경 여부에 촉각을 세워야 합니다. 수시로 주요 규제의 변동상황을 파악하십시오. 그리고 회사 제품이 해당 국가의 규격규제를 완전히 충족할 수 있도록 필요한 조치를 취하여야 합니다.
- 소비자단체, 규제당국 또는 경쟁사가 우리 제품의 규격 규제 미준수나 허위표시에 대해 항의하고 있지 않은지 살펴보십시오.
- 협력업체의 인원, 설비, 재료, 공정 등의 변화에 유의하십시오. 이는 협력업체가 납품하는 제품이나 부품의 품질에 영향을 미쳐 우리 회사의 제품품질에까지 큰 영향을 미칠 수 있습니다.
- 제품의 변형모델(Variation Model)에 각별히 주의를 기울이십시오. 관련 부서에 달린 제품사양의 내용을 정확하게 전달하고 변형모델에 대해 본 모델과 다른 별도의 규격점검이 필요한지 확인하십시오.

올바른 리퍼비시 제품의 처리

우리는 고객 서비스 업무의 일환으로써, 하루에도 수많은 수리품 및 환품을 양품화합니다. 이렇게 리퍼비시된 제품은 외관상, 기능상 아무런 이상이 없기 때문에 새로 포장해서 신제품으로 판매하지 않을 이유가 없다고 생각하실 수 있습니다. 하지만,

- 리퍼비시 제품이 기능상 신제품과 동일하다고 할지라도, 법적으로는 여전히 “중고품”이기 때문에 신제품이라는 전제 하에 판매하면 안됩니다. 리퍼비시 제품을 구매하는 고객들이 해당 제품이 “리퍼비시” 제품이라는 점을 명확하게 알고 구매할 수 있도록 조치를 하여야 합니다.
- 우리 고객은 일반적으로 서비스 제품을 수리할 때 새 부품으로 수리할 것으로 기대합니다. 만일 새 부품으로 수리하지 않는다면, 이 사실을 제품 보증서에 명확하게 함으로써 우리 고객들이 이점에 대해 혼동이 없도록 하는 것이 바람직합니다.



사례

고객서비스 관리업무 중에는 제품품질 향상을 위해 콜센터가 수집한 고객의 클레임 정보를 분석하는 업무가 있습니다. 그런데 해외마케팅 부서에서 신제품 출시와 관련된 마케팅전략 수립을 위해 고객정보를 제공해 달라고 요청해 왔습니다. 콜센터가 고객으로부터 고객정보 사용에 대한 동의를 받았다는 사실은 알고 있습니다. 하지만 이러한 정보를 마케팅 부서에 제공하는 것이 가능한지에 대해 명확한 판단이 서지 않습니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?



고객의 개인정보 보호

전세계로 우리의 사업영역이 확장됨에 따라 경영활동 전반에 걸쳐 고객의 개인정보가 더욱 중요하게 되었습니다. 그러나 통신기술의 발달로 개인정보에 대한 접근과 교환이 빨라진 요즘은 정보가 오용되거나 남용될 가능성 또한 높아졌습니다. 우리는 고객 개인정보의 무단 이용 및 공개를 방지해야 합니다. 그리하여 우리에게 개인정보를 믿고 맡긴 고객의 신뢰에 부응하고, 개인정보를 통해 더 나은 고객가치가 창출되도록 힘써야 합니다.



우리의 원칙

고객 개인정보의 수집, 관리 및 제공에 관한 법규의 내용과 회사 기준을 파악하고 준수해야 합니다.

기본지식

개인정보는 생존하는 개인에 관한 정보로서, 그 자체로 혹은 다른 정보와 결합하여 그 사람을 알아볼 수 있게 하는 부호, 문자, 음성, 음향 및 영상 등의 정보를 의미합니다. 개인정보에는 다음과 같은 것들이 포함됩니다.

- 주민등록번호, 운전면허번호 등의 고유정보
- 연령, 혼인 여부, 종교, 직업, 취미 등 그 자체만으로는 개인을 특정할 수 없는 일반정보

우리 회사에서는 개인정보를 회사기밀에 준하여 취급하고 보호합니다.

더 자세한 사항은 66쪽의 “정보보안 및 기밀유지”를 참조하십시오.

CS, IT, 영업, 물류, 기타 고객의 개인정보를 자주 취급하는 임직원은 회사의 **전사개인정보보호규칙**에 의거하여 여러 가지 특별한 책임을 갖고 있습니다.



바람직한 대처방식

효과적인 마케팅전략을 개발하는 것도 중요하지만, 개인정보를 책임 있게 다루고 관련 법규를 준수하는 것은 더욱 중요합니다. 이 경우, 개인정보 사용에 대한 고객의 동의는 대개 특정한 사용목적에 한정된다는 점에 유념해야 합니다. 개인정보를 공유하고 사용하는 경우 이러한 사용목적에 따른 제한범위를 넘어서지 않아야 합니다. 이렇게 하는 것이 개인정보를 믿고 맡긴 고객을 존중하는 것입니다. 또한, 회사가 예를 들어 유럽연합 내에서 획득한 개인정보를 해당국의 국경 밖으로 전송하려면 여러 가지 추가적인 사전조치를 취해야 한다는 점도 유념하여야 합니다.

정도의 실천



- 개인정보는 제공받은 목적에 따라 적법하게 열람, 이용, 관리되어야 합니다. 개인정보는 반드시 고객이 동의한 내용에 한정하여 이용되어야 합니다.
- 개인정보를 외부 관계자와 공유하거나 해외 특히 유럽연합(EU) 회원국의 국경 밖으로 전송할 경우 회사의 정해진 절차를 준수하십시오. 업무상 반드시 필요한 경우에 한해, 해당 고객으로부터 사전에 동의를 받아야 정보를 공유하거나 해외로 전송할 수 있습니다.
- 고객의 개인정보를 수집 또는 열람할 경우 회사의 기밀과 마찬가지로 철저한 보안이 요구됩니다. 예를 들어 해당정보가 담긴 파일이나 기타 기록물을 보안장치 없이 방치해두어서는 안 됩니다. 또한 업무상 개인정보를 열람해야 할 필요가 있는 담당자 이외의 임직원과 정보공유를 하는 것은 엄격히 금지됩니다.
- 개인정보 제공자의 권리를 존중하십시오. 특히 정보제공자는 회사에 제공한 본인의 정보에 대해 열람, 수정, 삭제 및 동의를 철회할 권리가 있습니다.
- 개인정보의 부당한 공개, 파기, 변경은 확인 즉시 보고하십시오.
- 개인정보의 공유, 공개, 변경 및 파기는 제공자의 동의 하에서만 이루어질 수 있습니다.
- 개인정보의 해외전송은 정보가 수집된 해당 국가의 법규가 허용하는 경우에 국한됩니다.
- 협력업체가 제공하는 개인정보는 수집 및 공유절차에 문제가 없다는 점이 확인되기 전까지 제공받아서 안 됩니다.
- 업무와 관련이 없거나 불필요한 고객 개인정보는 컴퓨터에 저장하지 않도록 합니다. 업무와 관련하여 취득한 정보도 해당 업무 완료시 컴퓨터에서 완전 삭제하여야 합니다.

유의사항

- 개인정보는 회사 홈페이지 등 우리가 흔히 생각하는 경로를 통해서 수집되는 것만은 아닙니다. 우리가 일상업무에서 특별한 주의 없이 다루는 일반 문서와 자료에도 개인정보가 포함되어 있을 수 있습니다. 그러므로 이러한 문서 및 자료를 사내외에 공유할 때는 개인정보를 확인하여 삭제하거나 익명으로 처리 후 진행하십시오.
- 특별한 주의가 요구되는 사항 :
 - 협력업체 등과 일상적으로 주고받는 통신에 포함된 고객 이름 및 연락처
 - 설문조사 결과, 클레임 접수 기록, 기타 CS, 품질관리 또는 마케팅을 위해 참고했던 고객정보
 - 고객이 반품하는 휴대전화, 컴퓨터 등에 남아 있는 개인정보나 개인자료

우리 임직원을 위한

바람직한 근무환경

- 26 공평한 인사관리
- 29 상호 존중의 조직문화
- 32 건강하고 안전한 작업환경

우리는 인재가 가장 소중한 자산이며 개개인의 창의와 자율
 성이야말로 가치창출의 밑거름이 된다고 굳게 믿고 있습니다.
 ‘인간존중의 경영’을 통해 이러한 신념을 구현하고 끊임없는
 혁신활동이 가능한 조직문화를 만들 수 있습니다. 우리는
 안전한 작업환경을 유지하고 다양성을 인정하며 서로를
 존중함으로써 고객, 임직원, 주주 등 이해관계자에게 최고의
 가치를 제공하는 조직문화를 구축합니다.



사례

부하직원 중 조직책임자 승진대상인 남녀 직원이 각각 한 명씩 있습니다. 두 사람은 근속년수가 같으며 경력과 학력도 엇비슷하나 인사고과가 더 높은 것은 여직원 쪽입니다. 그러나 이 부서에는 여직원이 그리 많지 않으며 더욱이 여성이 조직책임자가 된 사례가 지금까지는 없습니다. 선례가 없기에 여직원이 조직책임자로서의 역할을 잘 수행할 수 있을지 고민에 빠졌습니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

공평한 인사관리

‘인간존중의 경영’은 회사를 위해 일하는 모든 이들에게 동일하게 적용됩니다. 공정한 인사 및 공평한 기회제공은 우수한 인재를 확보하고 모든 조직구성원의 다양한 아이디어와 역량을 개발하는 데 반드시 필요한 전제입니다. 이렇게 해서, 궁극적으로는 임직원이 서로 존중하고 저마다 열정을 가지고 혁신과 창의력을 발휘하는 조직문화를 만들어가는 것입니다.

우리의 원칙



임직원의 채용이나 진급 등 인사에 관한 결정을 할 때는 해당업무의 특성, 개인의 경력과 성과 등 정당한 요인만이 고려되어야 합니다.

정도의 실천

- 임직원의 채용, 보수, 교육, 진급, 업무분장, 인사 이동, 복리후생 프로그램 등과 관련된 결정은 회사의 정책과 각 개인의 가진 자격에 따라 공정하게 적용되어야 합니다.
- 채용과 관련한 의사결정을 할 때는 먼저 서면으로 명시된 채용조건을 정확히 숙지하여야 합니다. 그 래야 부적절한 기준에 의해 평가했다는 비난의 소 지를 없앨 수 있습니다.
- 해당 국가의 관습이나 문화에 따라 채용면접시 어 떤 질문은 물어보는 것 자체가 차별로 간주될 수 있으므로 해당 지역에서 부당하거나 불법의 소지 가 있는 질문에 어떤 것이 있는지 사전에 파악하 십시오. 예를 들면, 종교, 결혼 여부, 자녀의 유무 에 대해 질문하는 것이 불법으로 간주되는 나라 도 있습니다. 인사담당 혹은 법무담당 직원을 통 해 면접시 피해야 할 질문에 대해 자문을 구하십 시오.
- 다음과 같이 업무와 관련 없는 사항을 근거로 임 직원을 부당하게 차별하지 말아야 합니다.

연령

인종

피부색

성별

종교

국적이나 출신국가

성적 취향

신체/정신 장애

기타 업무와 관련 없는 특징



바람직한 대처방식

조직이 원만하게 돌아갈 수 있도록 관심을 갖는 것은 중요하고도 필요한 일입니다. 그리고 부하직원 개개인의 회사에 대한 공헌 정도를 감안하고 앞으로 회사 안에서 더 성장할 수 있도록 지원하는 것 또한 필요합니다. ‘인간존중의 경영’은 개개인을 성과와 역량에 따라 대우할 뿐 업무 외적인 요소는 철저히 배제하는 것입니다. 그리고 고객가치를 창조한다는 목표를 달성하는 데 가장 효과적으로 기여할 수 있는 사람을 선택해야 합니다. 이 경우, 객관적으로 직무를 가장 잘 수행할 것이라고 판단되는 사람을 뽑고, 새로운 역할을 잘 할 수 있도록 적극적으로 지원해야 할 것입니다.



유의사항

- 누군가가 특정한 성별, 연령, 배경을 지닌 사람만이 해당업무를 잘 수행할 수 있다고 주장한다면 이를 경계하십시오. 물론 무거운 물건을 운반할 수 있어야 한다는 등 특정한 자격요건을 요구하는 업무도 있을 것입니다. 이러한 요건은 반드시 정식 업무기술서(Job Description)에 포함되어야 하며 상당한 타당성을 지니고 있어야 합니다. 그러나 업무기술서에 포함되어 있더라도 앞서 본 '정도의 실천' 항목에서 열거하고 있는 '부당한 고려사항'에 근거한 내용이라면 임직원 차별행위로 규정될 수 있다는 점을 명심하십시오.
- 별다른 근거 없이 또는 부당한 근거를 들어 특정인이나 업체로부터 채용을 권유받는 것을 경계하여야 합니다. 채용 거부뿐만 아니라 채용을 하는 것 또한 공평한 기회제공의 원칙에 입각해서 이루어져야 합니다.
- 현지 법규 때문에 병가나 출산휴가 등 근무조건에 관한 정책이 전사 방침과 조금 다른 법인이 있을 수 있습니다. 이렇게 전사 방침과 차이가 나는 법인 내부의 인사규정이나 정책은 반드시 명문화하고 현지 법규에 위배되지 않는지 확인해야 합니다.
- 다양성(diversity)이란 임직원들의 경력이나 배경뿐만 아니라 각 개인의 관점이나 사상에도 마찬가지로 필요하다는 점을 잊지 마십시오. 다양한 아이디어를 묵살하지 않고 적극적으로 장려하여 창의적이고 혁신적인 조직문화를 만들도록 노력해야 합니다.



사례

어느 조직의 조직책임자로 새로 부임했는데, 부서원들이 직장 내에서 하면 안 되는 부적절한 용어나 여성 비하적인 농담을 스스로없이 하는 것을 가끔 볼 수 있습니다. 그런데 부서원들이 서로 같이 오랫동안 생활하다 보니 아무도 이를 이상하게 생각하거나 불편해하는 기색을 보이지 않습니다. 모두가 이것이 원래 팀의 분위기이자 색깔이라고 생각하는 것 같습니다. 부서원 누구도 이것이 문제라고 생각하지 않는데 굳이 고치라고 하기가 망설여집니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?



상호 존중의 조직문화

우리는 임직원이 서로 배려하고 개인의 인격을 존중하는 조직문화를 만들어가고자 합니다. 이런 문화가 각 조직구성원이 적극적으로 팀을 위해 기여하고, 새로운 생각을 부담 없이 개진하며, 창의성과 혁신적 아이디어가 인정받을 수 있는 바탕이 되기 때문입니다. 서로를 존중하는 직장문화는 결국 임직원 개개인이 성과를 극대화할 수 있는 바탕이 됩니다. 이러한 분위기에서 자기의 목표를 향해 전념할 수 있게 되고, 여러 이해관계자를 위해 더 큰 가치를 창조할 수 있습니다.



우리의 원칙

항상 직장동료를 존중하고 배려하여야 합니다. 누가 듣더라도 거부감이 들 수 있는 말과 행동을 삼가고, 다른 동료를 괴롭히거나 위화감을 주는 일이 없도록 하여야 합니다.

기본지식

연령, 인종, 피부색, 성별, 종교, 국적이나 출신지역, 장애 등 개개인의 고유한 특징을 빌미로 타인을 기피하거나 조롱, 따돌림 또는 차별하면 안 됩니다.

이러한 행동의 유형에는 다음과 같은 것이 포함됩니다.

- 욕설, 농담 등의 언어적 행위
- 접촉, 시선 처리, 제스처 등의 신체적 행위
- 전화, 문자메시지, 이메일, 인터넷 등 정보통신 기기를 이용한 행위

마찬가지로 성희롱이나 성과 관련한 불쾌한 도발행위, 언금, 제안도 금지됩니다. 여기에는 성적 관계 또는 이성간 교제에 동의하거나 동의하지 않았다는 이유로 급여, 진급, 업무 배정 등의 인사조치를 하거나 근무하기에 불편한 분위기를 조성하는 행위도 포함됩니다.

이러한 행위는 반드시 보고하여야 합니다. 어떠한 형태로든 괴롭힘의 대상이 되거나 타인을 괴롭히는 행위를 목격한 경우에는 즉시 조직책임자나 인사부서에 보고해야 합니다. 회사는 보고받은 즉시 조사에 착수할 것이며, 그에 적합한 시정조치를 취할 것입니다. 회사는 보고한 임직원에게 어떠한 보복행위도 엄격히 금지하고 있습니다.

바람직한 대처방식



조직 내에서 서로 존중하는 조직문화를 만드는 데는 조직책임자에게 특별한 책임이 있습니다. 부서원 개개인의 부적절한 행동을 통제해야 할 뿐만 아니라, 부서원들 스스로가 이런 행동을 서로 용납하지 않는 조직 분위기도 만들어야 합니다. 성희롱 또는 괴롭힘 행위는 받아들이는 사람이 불편해하거나 거부감이 들었는지의 주관적인 기준으로 판단됩니다. 그런데 부서원이 겉으로는 태연하더라도 속으로는 타인의 행동이 싫은지 여부는 당사자 외에는 알 수가 없습니다. 그러므로 조직책임자는 부서원들이 평소에 별 문제의식을 느끼지 않았다 할지라도 어떤 행동이 부적절하다고 판단되면 이를 통제하는 것이 바람직합니다.

정도의 실천



- 직장동료를 대할 때는 존중과 배려를 아끼지 마십시오.
- 자신이 생각 없이 한 언행이 타인에게 상처를 주거나 오해를 야기하지 않도록 주의하십시오.
- 괴롭힘이나 기타 위법한 행동으로 의심되는 일을 목격한다면 즉시 조직책임자나 인사부서 담당자에게 보고하십시오.
- 특히 조직책임자의 경우 자신은 물론 자신이 관리하는 임직원이 부적절한 행동을 하지 않도록 각별히 유념하여 통제해야 합니다.
- 다음과 같이 상대방이 위협적, 폭력적, 적대적 또는 모욕적으로 받아들일 수 있는 행동은 하지 마십시오.
 - 대화 도중 농담 기타 언어적 표현을 하는 것
 - 제스처와 시선 등 비언어적 표현을 하는 것
- 전화, 이메일, 기타 통신기기를 이용하여 부적절한 내용을 게시하거나 전송하는 행위를 하지 마십시오.
- 특정인에게 적대감을 느끼게 할 수 있는 어떠한 행동도 하지 마십시오. 또한 개인의 인사고과에 영향을 미칠 것 같아서 성적 관계나 이성간 교제에 응해야 한다고 오인하는 일이 없도록 하십시오.

유의사항

- 말이라는 것은 상대방뿐 아니라 타인을 통해 전해들을 수도 있다는 점을 잊지 마십시오. 친구와 사적인 대화를 나눌 때에도 누가 보더라도 부적절하게 느낄 수 있는 언행은 삼가야 합니다.
- 지역과 국가마다 관습이나 예법, 행동의 평가기준이 다릅니다. 해외출장을 가거나 해외에서 근무할 때는 이러한 문화적 차이를 숙지하고 늘 염두에 두어야 합니다. 우리나라에서 용인되는 행동이 해외에서는 부적절하게 받아들여질 수 있다는 점에 주의하십시오.
- 거부감이 드는 말이나 행동에 대해서도 받아들이는 사람이 직급이나 연배가 낮아 거부감을 제대로 표현하지 못할 수 있습니다. 따라서 자신보다 직책이나 연공서열이 낮은 이들을 대할 때는 더욱 더 신중하게 말하고 행동해야 합니다.
- 특히 회사를 대표하는 행사에 참석할 때는 남들에게 부적절한 행동을 보이지 않도록 각별히 유의하십시오.



사례

지난 수년간 업무상 질병이나 재해를 겪은 사람을 단 한 번도 본 적이 없습니다. 작업장 안전과 관련된 현지 법규가 그다지 엄격한 것도 아니어서 안전관리를 다소 느슨하게 해도 법적 처벌을 받을 가능성이 별로 없어 보입니다. 따라서 현지 실정을 감안할 때 불필요하다고 생각되는 회사규정은 생략하고 싶습니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

건강하고 안전한 근무환경

‘인간존중의 경영’은 조직구성원이 근무하는 일터에 대해 주인의식을 가질 수 있도록 안전하고 건강한 근무환경을 만드는 데서부터 출발합니다. 작업장 환경안전은 동료 임직원의 건강과 생명이 달린 문제입니다. 그러므로 모든 사고는 예방이 가능하다는 확고한 인식을 바탕으로, 단순한 준법의 수준을 넘어서는 철저한 예방관리에 만전을 기해야 합니다. 환경안전은 모든 업무에 우선하는 최우선의 전제입니다. 다른 어떠한 경영목표와도 타협할 수 없는 일입니다.

우리의 원칙



환경안전 관련 법규와 기준을 준수하고 자신과 주변 동료들의 건강과 안전에 유의해야 합니다.

기본지식

우리 회사는 작업장의 보건과 안전을 강화하고 산업표준 및 현지 법규의 요건에 부합하기 위한 방침과 절차를 수립함으로써 임직원이 일하는 작업환경의 안전 제고에 최선을 다하고 있습니다. 이러한 활동을 통해 우리 임직원은 물론 여러 협력업체의 임직원의 생명과 건강에 대한 위험을 최소화하고 있으며, 더불어 회사자산을 보호하고, 안전하고 책임감 있는 회사라는 평판을 유지하고 있습니다.

각 현업부서에서는 임직원에게 환경안전 교육을 실시하는 한편 지속적으로 회사의 환경안전 기준을 충족하기 위해서 노력하여야 합니다. 이와 관련된 기준 및 프로세스는 전사 **Global EESH 관리규정**에 자세하게 나와 있습니다.



바람직한 대처방식

우리 회사는 산업재해가 매우 드문 편에 속합니다. 이는 운이 좋아서가 아니라 동료 임직원의 안전과 건강에 관심을 가지고 환경안전에 관련된 예방 및 관리활동을 철저히 해왔기 때문입니다. 회사 환경안전 규정은 이처럼 임직원의 안전과 건강에 대한 의지를 실천하는 것으로서 언제 어디서든 철저하게 지켜야 하는 것입니다. 아무리 사소하고 불필요해 보이는 규정이라 할지라도 다 이유가 있어서 만든 규정입니다.



정도의 실천

- 작업장에서 발생하는 재해, 상해 및 각종 위험 상황은 파악 즉시 보고하십시오.
- 보호장비의 착용이 요구되는 경우 이를 반드시 준수하십시오.
- 의무적으로 시행되는 건강·안전 교육은 반드시 참여하십시오.
- 환경안전과 관련된 각종 기록 및 문서대장은 정확하게 기재하십시오.
- 협력업체 임직원에게 작업장 환경안전의 중요성을 알리고 이를 실천하도록 권장하십시오.
- 특정한 경영목표의 달성을 위해서라는 명분으로 작업장 환경안전을 소홀히 해서는 안 됩니다. 이처럼 목표들간의 서로 상충되는 경우가 있다면 즉시 조직책임자에게 보고해야 합니다.
- 특정 업무에 적용되는 환경안전 관련 규정이나 절차는 사전에 충분히 숙지하고 나서 그 업무 프로세스를 시작하십시오.

유의사항

- 업무상 재해는 그 일에 익숙하지 않은 직원뿐만 아니라 오랫동안 그 일을 해왔던 직원에게서도 자주 일어납니다. 따라서 업무수행 시 항상 작업장 안전에 대한 긴장을 늦추지 말고 자신 및 타인의 건강과 안전을 보호하도록 유념해야 합니다. 한 순간의 방심으로 인해 안타까운 일이 발생하지 않도록 주의하십시오.
- 협력업체의 작업장에 파견되어 근무할 경우 그곳의 환경안전 규정을 숙지하고 준수해야 합니다.
- 수면부족이나 약물복용으로 인한 본인의 컨디션 저하가 다른 직원들의 건강과 안전을 위협할 수도 있다는 점을 염두에 두시기 바랍니다. 만일 현재 상태로 근무하기 힘들다는 판단이 들 경우 조직책임자와 상의하십시오.

공정경쟁

38	경쟁정보의 수집
41	제3자 정보의 올바른 사용
43	공정거래
45	경쟁사와의 관계
48	협력업체와의 관계
51	올바른 커뮤니케이션
54	타인 지적재산권의 존중
56	뇌물수수 금지

진정으로 고객가치를 창출하기 위해서는 전 세계에 걸쳐 고객, 협력업체, 그리고 경쟁자와도 확고한 신뢰관계를 구축해야 합니다. 공정한 대우, 공평한 기회 제공, 그리고 정정당당한 경쟁은 협력업체와 거래할 때나 시장에서 경쟁할 때 우리가 준수해야 할 행동지침이 됩니다. 우리는 이 세 가지 정신을 실천하기 위해 최선을 다해야 합니다. 우리는 투명하고 공정한 거래를 통해 신뢰와 협력관계를 구축함으로써 협력업체와 장기적인 관점에서 공동의 발전을 추구합니다. 또 정당한 방법으로 달성한 성과만을 인정하여, 편법을 배척하고 혁신과 창의력이 존중 받는 기업환경을 조성해야 합니다.



사례

우리 회사에 지원한 경쟁사의 직원을 면접하던 중, 그 직원으로부터 경쟁사에서 현재 수행중인 프로젝트와 관련된 자료를 보게 되었습니다. 그 자료는 경쟁사의 기밀정보로 보이는데, 우리가 가지고 있으면 상당히 도움이 될 만한 내용이 많이 담겨 있습니다. 면접자가 자발적으로 보여준 자료이기 때문에 우리가 별로 잘못된 것은 없는 것으로 보입니다. 그래서 그 지원자에게 그 자료를 우리한테 주면 평가에 참고하겠다고 제안하려 합니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

경쟁 정보의 수집

고객가치를 창조하기 위해서는 시장을 파악하고 이해해야 합니다. 이를 위해서는 경쟁사 정보나 시장 정보를 분석함으로써 고객의 관심사와 요구, 제품과 서비스의 개발 또는 개선방안 등을 확보해야 합니다. 하지만 '성실'이란, 이처럼 경쟁사나 시장정보를 수집하고 활용할 때 공정경쟁의 원칙을 지키고 경쟁사의 권리를 존중함으로써 실천하는 것입니다. 정정당당하게 승부함으로써 우리의 실력을 입증한다면 진정으로 경쟁사가 두려워하면서도 배우고 싶어 하는 회사가 될 수 있습니다.

우리의 원칙



경쟁정보는 정당한 정보원으로부터 적법하게 수집해야 합니다.

정도의 실천

- 공개된 정보 또는 외부기관이나 업체에서 정식으로 제공해준 정보를 이용하십시오. 여기에는 조사 보고서, 신문, 홍보물 등도 포함됩니다.
- 경쟁정보를 제공하려는 당사자에게 우리 회사에서 합법적인 방법으로 수집한 정보만 수락한다는 점을 알려십시오.
- 특별히 고객을 통해 경쟁사의 기밀정보를 획득할 권한이 있는 경우가 아니라면, 고객을 통해 경쟁사의 기밀정보를 수집하지 마십시오.
- 이전 직장 또는 다른 제3자와 적법한 비밀유지계약을 체결하였거나 이와 유사한 의무를 가지고 있는 신입·경력사원에게는 이러한 원칙을 준수해야 한다고 고지하십시오.
- 경쟁사 출신을 채용하게 되었을 경우라도, 그에게 경쟁사의 기밀정보에 해당하는 정보나 자문을 달라고 요구하지 마십시오.
- 경쟁사가 직접 제공하는 경쟁사 관련 정보는 받아들이지 않아야 합니다. 이는 불법 경쟁정보수집행위에 해당할 뿐만 아니라 경쟁사와의 담합으로 오인될 수 있습니다. 45페이지의 '경쟁사와의 관계'를 참조하십시오.
- 기망이나 상대방의 착오를 활용하는 방법으로 경쟁사 정보를 수집하지 마십시오.
- 조사기관, 컨설팅사, 기타 전문가에게 기존에 보유하고 있는 경쟁사 정보를 공유해달라고 요청하거나 불법적으로 경쟁사의 정보 수집을 의뢰하지 마십시오.
- 경쟁사가 협력업체에게 제공한 기밀정보가 있을 때에도 해당 협력업체에게 그 정보를 요청하거나 수집해서는 안 됩니다.

바람직한 대처방식



우리는 혁신적 아이디어, 고객의 Needs를 한 발 앞서 읽어내는 능력을 바탕으로 승부합니다. 우리 스스로의 노력으로 승부할 뿐 결코 부당하게 획득한 정보를 사용하지 않습니다. 채용인터뷰를 할 때 그 사람의 경력 또는 전문지식을 확인할 수는 있습니다. 그러나 기밀정보에 해당하는 사실을 말해달라는 등 타사의 기밀을 침해하면 안 됩니다. 또한, 어떤 사유 또는 상황으로 인해 타사·타인의 기밀이 우리에게 노출되었다면 해당 법무부서에 연락해서 부당하게 기밀정보를 수집했다는 의혹이 제기되지 않도록 해야 합니다.



유의사항

- 경쟁사와 거래하는 대행업체, 소매업체, 유통업체, 컨설팅업체, 또는 경쟁사의 임직원이었던 자로부터 경쟁사의 정보를 입수하거나 경쟁사의 정보를 주겠다는 제안을 받을 경우 무턱대고 수락하면 안 됩니다. 이 경우 사전에 법무부서 담당자에게 문의하여야 합니다.
- 대행업체, 소매업체, 유통업체, 기타 제3자가 경쟁사 정보를 제공하면서 그 입수경로에 대해 밝히기를 꺼린다면 이를 경계해야 합니다. 이는 비합법적 수단을 동원하여 정보를 입수했을 수도 있다는 징후입니다.
- 여러분이 익명의 정보원으로부터 예상치 못한 경쟁사 정보를 입수하게 될 경우 신중하게 대처해야 합니다. 해당 정보를 열어보기 전에 법무부서 담당자와 상의하십시오.



사례

거래처의 기밀정보처럼 보이는 자료가 책상 위에 놓여 있는 것을 보게 되었습니다. 해당 거래처는 신규 사업부문의 홍보를 위해 관련 기획안과 제품정보를 우리 회사와 자주 교환했던 업체입니다. 곧 신제품을 출시할 예정인데, 이 자료를 참고해 보는 것도 많은 도움이 될 것 같습니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?



제3자 정보의 올바른 사용

협력업체와의 관계에서 ‘성실’을 실천한다는 것은 협력업체와 한 약속을 지키고 협력업체의 권리와 이해관계를 존중한다는 의미입니다. 타인이 우리 회사의 기밀정보를 조심스럽게 다루어야 하는 것처럼, 우리도 공급업체, 거래선, 기타 협력업체가 보유한 정보를 올바르게 취급해야 할 것입니다.



우리의 원칙

타인의 정보를 입수, 이용, 공유할 때는 신중하게 다루어야 하며, 활용지침에 따라 적법하고 올바르게 활용해야 합니다.

정도의 실천

- 우리의 경쟁사가 될 수도 있는 협력업체의 경우에는 특히 정보를 신중하게 다루어야 합니다. 추후 예라도 정보나 아이디어의 독자성에 대한 문제의 소지가 없도록 하십시오.
- 타인의 기밀정보를 접수하기 전에 반드시 비밀유지계약을 체결해야 함을 명심하십시오. 계약의 내용이나 체결절차에 관해서는 법무부서 담당자와 협의하십시오.
- 고객 또는 협력업체가 우리에게 기밀정보를 제공하는 경우 그 사용조건이 정확하게 어떻게 되는지 먼저 확인하십시오.
- 제3자로부터 입수한 기밀정보를 업무상 사용하는 경우 반드시 그 사용상의 조건 또는 제한을 지키십시오.
- 타인의 정보를 사내에 공유하는 경우, 해당 정보의 원소유자가 누구인지 표시하거나 확인될 수 있도록 하십시오.

유의사항

- 협력업체로부터 기밀정보를 입수할 때는 그 정보를 활용하거나 또는 공유하는 데 어떤 조건 또는 제한사항이 있는지에 유의해야 합니다. 회사가 이러한 조건 또는 제한을 따를 용의가 있는지, 특히 이러한 조건이 유사한 제품의 개발 또는 기존의 사업계획에 걸림돌이 되는 등 예기치 못한 문제가 될 수도 있는지 면밀히 확인해야 합니다.
- 회사 내부에서 생산한 자료이거나 공개정보가 아닌 것이 분명한데도 그 출처가 불분명한 자료는 주의해야 합니다. 이것은 다른 부서에 함부로 공개할 수 없는 타인 소유의 정보일 가능성이 있기 때문입니다. 이런 자료가 내부적으로 공유되고 있다고 해서 무조건적으로 사용하는 것은 위험합니다.

바람직한 대처방식

정보의 출처가 불분명하거나 우리 회사에게 사용권한이 있는지 여부가 불확실할 때는 법무부서로부터 조언을 구하는 것이 바람직합니다. 경우에 따라서는 협력업체의 기밀정보를 열람하는 것이 '정보입수'로 취급됨으로써 우리가 의도하지 않은 여러 가지 의무를 지게 될 수도 있습니다. 협력업체로부터의 정보는 정상적인 경로로 획득한다는 차원에서 사용조건과 권한에 관해 해당업체에 미리 확인하는 것은 리스크 관리인 동시에 업체에 대한 예의입니다.





공정거래

시장에서 우리는 혁신과 창의를 바탕으로 정정당당하게 경쟁하여 고객 가치를 창조합니다. 공정거래 법규는 시장의 경쟁질서를 보호하고, 그 틀 안에서 편법이 아닌 실력으로 성과를 추구하도록 하고 있습니다. 그러므로 공정거래 법규를 준수하는 것은 사회에 대한 의무일 뿐만 아니라 우리만의 독자적인 고객가치를 창조할 수 있는 경쟁력의 기반이 됩니다. 우리는 전 세계 어디서 활동하든지 해당 지역의 공정거래 법규를 준수합니다. 이와 같이 공정경쟁에 대한 의지를 실천할 때 거래처 및 소비자와 신뢰를 구축할 수 있으며 1등 기업으로서의 위치를 공고히 할 수 있을 것입니다.



기본지식

공정거래법은 대단히 복잡합니다. 또 각 나라마다 제각기 조금씩 다릅니다. 따라서 법규 위반 여부를 확실히 판별하기가 쉽지 않습니다. 대부분의 국가가 법규의 집행과 처벌을 강화하는 추세이며, 어떤 국가는 해외로까지 법규의 적용범위를 확대하고 있습니다.

영업·구매 등 협력업체와 대규모 거래를 담당하는 임직원은 물론 마케팅, R&D, 상품기획, 물류 등의 업무를 담당하는 임직원은 회사의 공정거래 자율준수 정책을 숙지하고, 이것이 우리의 업무에 어떻게 적용되는지 정확히 이해해야 합니다.

공정거래법은 통상 다음과 같은 사항을 제한하고 금지합니다.

- 경쟁을 부당하게 제한할 수 있는 경쟁사 간 혹은 회사와 고객·거래처·협력업체와의 합의나 양해
- 공급망이나 시장에서의 우위를 이용해 타 사업체의 사업을 방해하거나 부당하게 이익을 취하는 행위
- 정부나 규제당국의 사전 검토나 승인 없이 경쟁을 저해할 수 있는 인수, 합병, 합작, 기타 협력관계를 도모하는 행위

공정거래 법규를 위반한 임직원은 장기 징역, 거액의 벌금형 등 엄중한 형사처벌의 대상이 될 수 있습니다. 이를 사주, 묵인, 방조한 조직책임자도 마찬가지로 처벌됩니다. 개인뿐만 아니라 회사 차원에서도 막대한 과징금, 대형 집단소송, 해당 국가에서의 경영활동 제한 등 치명적 타격을 받을 수 있습니다. 이러한 이유로 회사는 경영활동이 관련법에 저촉되지 않도록 최대한 주의를 기울이고 있습니다.

문제를 사전에 예방하기 위해 다음 지침을 따르십시오.

1. 사업상의 의사결정을 할 때는 항상 독자적으로 해야 합니다. 객관적인 현황분석, 그리고 이러한 분석으로부터 도출한 결론과 대안을 근거로 경영상의 판단을 하여야 합니다.
2. 경쟁사로부터 위법행위를 제안 받은 경우 즉시 법무부서 담당자에게 이를 알려야 합니다.
3. 본인이 하려는 사업활동이 혹시라도 공정거래 법규에 위반될 소지가 있다고 생각되면 주저하지 말고 전문가의 자문을 구해야 합니다.
4. 규제당국으로부터 어떠한 형태로든 고지나 통보를 받은 경우 즉각 대외협력부서의 담당자에게 알려야 합니다. 대외협력부서의 승인 없이는 어떠한 서류나 자료도 당국에 제출하면 안 됩니다.



사례

거래처에서 공급가를 대폭 낮춰달라고 요구합니다. 거래처는 경쟁사도 대폭 인하된 가격에 물건을 팔았다고 하면서, 심지어는 가격인하 자체가 경쟁사에서 먼저 제안한 것이라고 합니다. 그런데, 시장에 이번이 일어나지 않은 이상 경쟁사가 그 가격에 맞춰주었을 가능성은 희박합니다. 경쟁사에 아는 사람한테 연락해서 거래처의 얘기가 사실인지 확인하고 싶습니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?



공정거래 – 경쟁사와의 관계

우리는 경쟁사와 선의의 경쟁을 합니다. 공정거래 법규의 위반으로 비춰질 수 있는 경쟁사와의 부당한 접촉은 절대 하지 않습니다. 이렇게 함으로써 대외적으로는 시장경제질서를 존중하고 대내적으로는 지속적인 혁신과 성공을 장려합니다. 우리는 오직 상품과 서비스의 질을 통해 고객의 신뢰를 확보한다는 자유경쟁의 원칙을 실천합니다.



우리의 원칙

법무담당 부서의 승인 없이는 경쟁사와 어떠한 합의나 양해를 체결하지 않습니다. 이는 정식 계약은 물론, 구두나 약식계약, 암묵적 양해도 마찬가지입니다. 경쟁사와 공동행위를 추진하는 경우에는 규제당국이 담합(카르텔)행위로 오인할 소지가 없도록 사전에 적절한 자문을 구해야 합니다.

기본지식

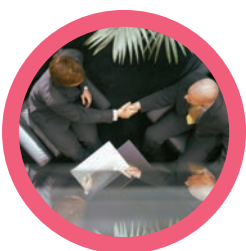
담합의 대상은 단순히 최종 판매가격에 국한되지 않습니다. 아래와 같이 가격뿐만 아니라 고객의 선택에 영향을 주어 경쟁을 제한할 수 있는 모든 요소가 폭넓게 담합의 대상이 될 수 있습니다.

- 가격담합 : 확정가격, 가격산정 방식, 리베이트율이나 마진을 등 고객과 거래처에 대해 설정하는 가격을 제한하는 합의
- 입찰담합 : 낙찰자, 경락자, 투찰가격, 낙찰가격 또는 경락가격 등 고객이나 거래처가 주관하는 입찰에 관련한 합의. 예를 들어, 경쟁사간 순서를 정해 낙찰기회를 분배하였다면 입찰담합에 해당합니다.
- 상품의 종류, 거래량 및 생산설비 제한 협정 : 고객이나 거래처에 제공하는 제품의 종류 자체를 제한하거나 그 출고, 수송, 거래량 또는 이를 위한 생산설비의 확충을 제한하는 합의
- 시장분할협정 : 판매지역할당, 거래처의 고정·할당 등 거래지역이나 거래상대방을 제한하는 합의
- 집단적 거래거부행위 : 거래처뿐만 아니라 공급업체를 포함한 모든 거래상대방에 대하여 가격 등 일정한 거래조건을 수락할 때까지 집단으로 거래를 중단하기로 하는 합의

이러한 합의를 지킬 의도가 없었거나 실제로 합의 내용에 따르지 않았다 하더라도 합의 자체만으로도 불법으로 간주될 수 있습니다. 또한 공연하게 이러한 합의를 체결하려고 시도한 경우, 성사되지 않더라도 역시 공정거래 법규의 위반이 될 수 있습니다.

바람직한 대처방식

가격에 관해 경쟁사로부터 정보를 수집하는 것은 문제에 대한 근본적인 해결책이 될 수 없을 뿐만 아니라 많은 나라에서 이는 불법행위로 간주되고 있습니다. 우리는 제품과 서비스가 고객들에게 창출하는 가치를 기준으로, 정당하고 합법적으로 수집한 정보를 토대로 독자적으로 가지고 가격경쟁을 하여야 할 것입니다.



정도의 실천



- 회의목적 자체가 불분명하거나 사전에 토론의제가 확정되지 않은 채 열리는 경쟁사와의 회의에는 참석하지 마십시오.
- 합당한 목적이 있는 회의였다라도 가격 기타 위험한 주제가 논의되기 시작하면,
 - 그러한 이야기를 나누는 것이 회사정책에 어긋난다는 점을 분명히 밝히십시오.
 - 곧바로 자리를 뜨고, 이러한 토의에 참석을 거부했다는 점과 회의장소를 떠났다는 점이 기록에 남도록 하십시오.
 - 위 사실을 대외협력부서 담당자에게 알려십시오.
- 법무담당부서의 구체적 또는 포괄적 사전승인 없이는 경쟁사와 특정 정보를 교환하지 마십시오. 특히 다음과 같은 정보에 대한 교환은 반드시 피하십시오.
 - 가격
 - 생산량
 - 고객리스트
 - 판매지역
 - 신용조건

유의사항

- 경쟁사 직원과의 협의나 정보교환, 기타 유사한 커뮤니케이션은 가능한 한 피하십시오. 업무와 전혀 관련이 없는 친목활동도 자칫 담합을 위한 회동이었다는 오해를 살 수 있습니다.
- 궁극적으로는 고객에게 이익이 되겠지만 회사가 단독으로 달성할 수 없는 목적을 위해 JV(Joint Venture)나 공동연구 프로젝트 등 경쟁사와 공동활동을 하는 것은 일정한 범위 내에서 허용될 수 있습니다. 그러나 이러한 목적으로 경쟁사를 접촉한다 하더라도 반드시 사전에 법무담당 부서의 조언을 받고 추진하여야 합니다.



사례

우리 회사가 유일한 거래상대방인 협력업체가 있습니다. 거래관계가 지속되는 동안 양사 간에는 적잖은 마찰이 있었는데, 아마도 그 협력업체의 입장에서는 우리 회사가 유일한 거래상대방이기 때문에 거래관계를 지속하기 위해서는 어쩔 수 없이 자기측에서 ‘손해 보는 장사’를 자주 할 수밖에 없다고 생각했던 것 같습니다. 어쨌든, 이제 그 협력업체와 우리 회사 간의 협력관계는 우리로서는 더 이상 실익이 없기 때문에 거래를 끊으려고 합니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

공정거래 – 협력업체와의 관계

공정거래 법규는 경쟁자, 공급업체, 거래선뿐만 아니라 기타 협력업체와의 거래에 대해서도 상세하게 규제하고 있습니다. 이러한 협력업체와의 관계에 있어 우리는 공정거래 법규를 준수할 뿐만 아니라, 함께 고객가치를 창조한다는 차원에서 양사가 함께 발전할 수 있는 방향으로 협력관계를 만들어가야 합니다. 이를 위해서는 공평의 원칙에 입각해서 공정하고 투명하게 거래하고, 이를 통해 궁극적으로 협력업체와 상호신뢰의 공조관계를 구축해 나가야 할 것입니다.

우리의 원칙



모든 협력업체는 성실하고 공정하게 대하여야 합니다. 특히, 거래선에게 소매가를 제안하거나, 협력업체와 거래조건, 대금지급 조건 등을 협의할 때 공정거래법규를 위반하지 않도록 유의하여야 합니다.

기본지식

협력업체와의 관계에서 공정거래와 관련하여 문제될 수 있는 행위에는 다음과 같은 경우가 있습니다.

- **부당한 거래거절** : 정당한 사유 없이 특정 회사와 거래의 개시를 거절하거나 거래관계를 중단하는 것. 이는 경쟁사와 맺은 시장분할 합의의 일환으로 행해지는 경우도 포함합니다.
- **거래상 지위 남용** : 거래관계상의 우월적 지위를 부당하게 이용하여 가격 등의 거래조건을 업체에 불리하게 설정하거나 변경하는 행위, 대금지급을 지연하고 판매목표를 강제하며 경영에 간섭하는 등의 행위를 말합니다.
- **차별적 취급** : 특정 업체에 대해서만 정당한 사유 없이 통상 적용되는 가격 또는 거래조건과는 다른 가격 또는 거래조건을 적용하는 것. 특정 거래처에 비금전적 이익을 제공하기 위한 행위도 이에 포함됩니다.
- **구속조건부 거래** : 협력업체가 가진 영업활동의 자유를 부당하게 제한하는 조건을 설정하는 것. 협력업체가 우리의 경쟁사와 거래하지 않는다는 조건 하에 거래하는 경우와, 거래지역 또는 거래할 수 있는 상대방을 제한하는 경우 등이 포함됩니다.
- **재판매가격 유지** : 대리점, 양판점 등 판매를 담당하는 거래처에게 판매가격을 정해주고 그 가격대로 우리 회사의 제품을 팔도록 강요하는 것. 예를 들어, 거래처간 판매가격이 서로 다르게 책정된 상황에서 가격을 높게 책정한 거래처가 회사에 항의하여 가격을 낮게 책정한 거래처에게 회사가 가격 상향조정을 요구하는 경우도 이에 포함됩니다.
- **거래강제** : ‘끼워팔기’나 사원판매의 경우처럼, 거래를 해주는 조건으로 회사 또는 회사가 지정한 제3자에게 거래 관행상 부당한 이익을 제공하거나 또는 불이익을 감수하라고 강요하는 것.
- **부당염매 및 부당고가매입** : 경쟁자를 시장에서 몰아내기 위해 통상의 가격에 비해 현저히 낮은 가격을 책정하거나 협력업체로부터 부당하게 높은 가격으로 구매하는 행위.

협력업체와 거래시 지켜야 할 기준 및 프로세스는 재판매가격유지행위 금지에 관한 업무 기준 및 LG전자 글로벌 구매방침에 자세히 나와 있습니다.

바람직한 대처방식



원칙적으로 회사는 거래상대방을 자유롭게 선정할 권리가 있습니다. 하지만 우리는 회사뿐 아니라 우리의 협력업체들도 함께 성장하는, 공동의 발전을 추구합니다. 우리가 협력업체와의 거래관계에 관한 어떤 결정을 내릴 때, 객관적 사실을 근거로 합리적인 결정을 내린다면 공정거래 법규에 저촉될 위험은 없습니다. 물론, 이렇게 공정하고 합리적인 근거에 따라 결정되었다는 것을 협력업체에 설명하고 납득시키려는 노력은 해야 할 것입니다. 그리고 이러한 결정의 근거가 되는 거래처의 실적정보 등은 반드시 문서로 남겨 놓아야 합니다. 협력업체와의 거래관계를 끊기 전에 대외협력부서에 검토를 요청하는 것도 바람직합니다.



정도의 실천

- 단가기준 등 협력업체와의 거래에 관한 기획업무를 하고 있다면, 전사 차원의 글로벌 구매정책 등 회사 내부규정을 반드시 참조하여 불공정거래가 발생하지 않도록 하십시오.
- 판매업체 관리나 판매가격 수립 등 영업·마케팅 기획업무를 하는 경우, 업체간 부당한 차별이 문제될 수 있는 전략은 법무부서 또는 대외협력부서의 검토를 받으십시오.
- 가격, 수량, 거래조건 등 계약의 중요내용이 변경될 경우에는 그 사유와 기준 및 평가요소를 협력업체에게 알려야 합니다. 우리 회사가 공정하고 객관적 근거에 따라 결정했다는 점을 협력업체에게 최대한 알리십시오.
- 협력업체와의 거래관계 종료와 관련된 의사결정은 철저하게 객관적이고 공정한 기준에 따라 이루어지도록 하십시오. 또한 그러한 결정이 합리적이고 적법하게 이루어졌음을 뒷받침할 수 있는 근거 자료를 남겨 놓으십시오.
- 거래선에 대해 특정 판매가격으로 팔것을 강제하지 마십시오. 우리는 권장 소매가를 제시할 수 있지만, 이를 지키지 않을 시 거래를 중단한다거나, 물량이나 보조금을 제한, 페널티를 부과하는 등 압력을 행사하면 공정거래법규를 위반할 수 있습니다.
- 두 개 이상의 거래처와 동시에 만나 거래처 선정, 지역분할 등 공정한 경쟁을 저해할 가능성이 있는 주제에 대해 대화를 나누지 마십시오.
- 공정거래 법규를 위반할 소지가 있는 계약을 체결할 때는 반드시 사전에 대외협력부서와 해당 사안에 대해 사전에 검토하십시오.

유의사항

- 회사가 협력업체와 계약을 체결할 때는 여러 측면에서 공정거래 법규의 제한을 받는다는 사실을 잊으면 안 됩니다.
- 협력업체가 회사의 경쟁사인 경우도 있습니다. 이 때에는 공정거래 법규의 적용이 훨씬 더 까다로워지므로 대외협력부서에 반드시 자문을 구해야 합니다.
- 회사에 대한 의존도가 높은 영세한 협력업체의 경우 특별히 관심을 기울여야 합니다. 특히 이러한 협력업체에 불리한 조치를 취하는 것은 거래상 지위의 남용으로 인정될 가능성이 많습니다.
- 특정 정당한 사유 없이 회사와의 거래를 끊거나 갱신을 거절하면 협력업체 당사자 및 공정거래당국이 시장분할이나 시장지배적 행위라고 공격해 올 가능성을 염두에 두셔야 합니다.



사례

거래처 담당자를 통해서 경쟁사가 이번에 가격을 인상하려 한다는 소식을 들었습니다. 그렇다면 우리도 가격을 올릴 수 있을 것 같다는 생각이 듭니다. 상사에게 “경쟁사는 곧 가격을 인상할 의사가 있는 것 같다. 경쟁사의 리드를 따라 우리 회사도 가격을 인상하여야 한다”는 취지의 보고서를 쓰고자 합니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?



공정거래 - 올바른 커뮤니케이션

우리의 업무현장에서 이루어지는 커뮤니케이션에도 공정거래 준수 및 실천의지가 반영되어 있습니다. 우리가 하는 말과 글에는 회사가 공정한 경쟁을 하고 있는지, 또 공정거래 관련법규를 준수하기 위해 어떠한 노력을 기울이고 있는지가 그대로 담겨져 있기 때문입니다. 우리는 공정거래 법규를 어떤 형태로든 위반했다는 오해의 소지를 남기지 않기 위해서라도 공정거래 법규를 염두에 두고 항상 말과 행동을 조심해야 할 것입니다.



우리의 원칙

불공정거래 시비가 일어날 수도 있는 사안을 두고 구두와 서면으로 커뮤니케이션을 나눌 때는 항상 신중해야 합니다. 절대로, 회사가 불공정거래를 한다고 오인 받을 수 있는 행위를 해서는 안 됩니다.

기본지식

커뮤니케이션의 형태는 매우 다양합니다. 이 모든 형태의 커뮤니케이션이 때로는 문제가 될 수 있으며, 공정거래 소송이나 분쟁에 지대한 영향을 미칠 수 있습니다. 여기에는 다음과 같은 것들이 있습니다.

- 서면, 메모, 이메일, 포스트잇이나 메신저를 통한 의견교환
- 고객, 협력업체, 경영진, 임직원들을 대상으로 한 공식적 프레젠테이션
- 거래처와의 회의, 업계 회의, 기자회견에서의 발언



바람직한 대처방식

영업직은 물론 우리 임직원이 고객에게 경쟁사의 공급가에 대해 문의하거나 시장조사업체 등 제3자로부터 시장정보를 입수하는 것은 얼마든지 가능합니다. 하지만 경쟁사로부터 직접 정보를 얻는 것은 분명히 위법으로 판단될 소지가 있습니다. 그러므로 공급가 등 민감한 정보를 주제로 커뮤니케이션을 할 때는 정보출처를 분명하게 밝혀서 이에 대한 의심의 여지를 차단해야 합니다. 이 사례에서는, 실제로는 정보를 정당하게 입수하였음에도 불구하고 보고서의 문구만을 보면 정보가 부당한 채널을 통해 입수되었다는 의심을 살 수 있습니다. 따라서 정보출처가 경쟁사가 아닌 거래처라는 점을 보고서에 명시해야 합니다.

정도의 실천



- 구두 또는 서면으로 업무와 관련한 커뮤니케이션을 할 때는 공정거래 관련 법규를 염두에 두십시오.
- 글을 쓸 때는, 나중에 그 글이 사법당국의 조사대상이 될 수 있다는 것을 전제로 작성하십시오.
- 경쟁사와 관련된 내용을 언급할 때는 오해를 살 수 있는 표현을 피하십시오.
- 가격추이 등 업계동향에 대한 언급을 할 때는, 경쟁사와 공동으로, 또는 경쟁사에 맞춰서 어떤 대응을 하고 있다는 등의 오해를 살 수 있는 표현을 쓰지 마십시오.
- 경쟁정보가 포함된 문서를 작성하는 경우 출처를 명시하여 정보 입수가 정당하게 이루어졌음을 명확히 하십시오.
- 경쟁사나 경쟁사의 제품·서비스를 비방해서는 안 됩니다. 비교성 광고 또는 홍보는 항상 객관적인 사실에 및 명확한 근거에 따라 이루어져야 합니다. 이와 관련하여 P.12의 “신뢰할 수 있는 마케팅”절을 참조하십시오.
- 다음과 같은 표현은 우리 회사의 경영활동에 대해 그릇된 인상을 줄 우려가 있으니 가급적 사용을 삼가하십시오.
 - “경쟁사를 시장에서 몰아내다”
 - “경쟁사에 치명적 타격을 주다”
 - “우리가 시장을 지배하게 된다”
 - “경쟁사와 협력한다. 경쟁사의 리드에 따른다.”
 - “회사와 경쟁사 상호간 이해를 같이 하였다”

유의사항

- 소송 또는 규제당국의 요청에 따라 회사기록을 보존하라는 명령이 하달되는 경우가 있습니다. 이러한 명령은 반드시 준수해야 합니다. 이 때 회사의 문서 보존연한이 경과되어 파기 대상으로 분류된 문서라도 파기하지 말고 보관하여야 합니다. 해당 명령에 불복하여 기록을 파기하면 회사에 심각한 타격을 줄 수 있습니다.

좀 더 자세한 사항은 P.75의 “기록관리 및 보관”을 참조하십시오.



사례

우리 회사의 신제품이 외국의 유명 연예인을 기용한 광고에 힘입어 상당히 잘 팔리고 있습니다. 그 연예인은 우리나라에서도 잘 알려진 인물이므로 해외광고를 재활용하면 마케팅 효과가 클 뿐만 아니라 상당한 비용절감을 할 수 있을 것입니다. 회사가 해당 연예인의 초상권을 확보해 놓았기 때문에 해외광고를 우리말로 번역하고 조금만 수정하면 사용에 지장이 없을 것으로 보입니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

타인 지적재산권의 존중

정정당당하게 선의의 경쟁을 한다는 것은 타인의 지적재산권 또한 존중해야 한다는 것을 의미합니다. 다른 이들이 우리의 지적재산권을 존중해야 하듯 우리도 새로운 아이디어를 개발할 때 항상 다른 이들의 지적재산권을 염두에 두고 있어야 합니다. 끊임없이 혁신적인 아이디어를 내놓아야 급변하는 시장에서 살아남을 수 있는 첨단기술 기업으로서, 타인의 지적재산권을 존중한다는 것은 진정한 의미에서의 공정경쟁의 실천이라고 할 수 있을 것입니다.

우리의 원칙



타인의 지적재산권은 존중하여야 합니다. 타인의 아이디어, 저작물, 기타 지적 산물은 권리자가 라이선스권을 부여해준 경우 등 우리가 사용할 수 있는 법적 권한을 가지고 있는 경우에만 한정하여 사용하여야 합니다.

정도의 실천

- 우리 회사가 입수했거나 사용할 계획인 자료, 정보, 저작물 (예를 들어, 그림, 음원 또는 영상) 또는 기술에 대한 권리를 다른 제3자가 보유하고 있는지 여부에 대해 사전에 검토해야 합니다. 권리가 있는 경우 해당 저작물이나 기술의 사용 조건을 확인하십시오.
- 회사가 라이선스 받은 지적재산을 활용할 경우에도 라이선스 계약상의 조건을 숙지하십시오.
- 타사나 타인이 보유한 디자인, 기술, 저작물 및 정보는 반드시 사용권한을 얻은 후에 사용하십시오.
- 법적으로 확실하게 사용권한을 부여받지 않은 자료는 제3자에게 공유하지 마십시오.

유의사항

- 협력업체가 납품하는 부품이 협력업체가 아닌 제3자의 지적재산에 해당하는 기술을 활용한 것인지 유의하여야 합니다.
- 얼핏 보면 무상으로 이용이 가능할 것 같은 인터넷 상의 사진, 음원, 영상물, 기타 저작물이라도 라이선스권 없이 업무목적으로 사용할 수 있다고 속단하면 안됩니다.
- 또한, 오픈소스 코드의 활용에 주의하여야 합니다. 일반적으로 우리 소프트웨어 제품 안에 오픈소스 코드를 복제 및 포함시킬 수 있지만, 이때 특정 라이선스 조건 하에서만 이렇게 활용될 수 있다는 점을 유념하여야 합니다. (예를 들어, 이 경우 우리 제품의 소스코드 또한 공개해야 될 수도 있습니다)
- 예를 들어 직장 동료가 공유해준 자료라 할지라도, 자료 자체와는 별개로 그 안에 담겨있는 내용이나 아이디어는 제3자의 지적재산으로서 재공유 또는 활용이 제한될 수 있습니다. 원칙적으로 타인의 글이나 연구보고서 등에 담겨 있는 아이디어는 타인의 소유물이라고 생각하여야 합니다.

더 자세한 내용은 당사 **특허관리 업무규정** 및 **Software 사용 및 관리기준**을 참조하시기 바랍니다.

상기 내용 이외에도 P.69의 "**회사 지적재산의 보호**"를 참조하십시오.

바람직한 대처방식



우리는 타인의 지적재산권을 존중합니다. 그것은 우리가 가진 원칙 중 하나입니다. 이러한 원칙은 경쟁사는 물론 협력업체의 지적재산에 대해서도 똑같이 적용됩니다. 지적재산에 관해 협력업체와 계약이 있을 경우에는 무엇을 할 수 있고 무엇을 할 수 없는지 명확히 확인하는 것이 중요합니다. 예를 들어, 계약서를 살펴보면 초상권에 대한 라이선스는 대부분 국가나 지역별로 범주가 정해졌다는 것을 알게 될 것입니다. 이처럼 협력업체의 지적재산을 활용하고자 할 때 법적인 권리의무관계에 조금만 더 신경을 쓰면 법적인 문제도 예방하고 이들과의 신뢰를 더 공고히 할 수 있습니다.



사례

핵심부품이 몇주째 통관에 잡혀 있습니다.
관청에서는 통관지연 사유에 대해 아무런 해명도 없고
담당공무원과 접촉을 해도 의도적으로 느장대응 하는
것으로 보입니다. 이때, 자칭 '통관 컨설턴트' 라는 분이
본인에게 말하면 당장 물건을 통관시켜 줄 수 있다고
자신있게 말합니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

뇌물수수 금지

우리는 고객과 협력회사, 나아가 지역사회로부터 거래의 투명성과 윤리성에 대해서도 전적으로 신뢰할만한 회사가 되어야 합니다. 이를 위해서는 모든 구성원이 원칙과 기준에 따라 공정하고 투명하게 업무를 처리하고, 특히 뇌물수수 등 부정한 방법으로 사업을 획득하거나 유지하지 않고 정정당당하게 실력으로 승부하는 정도경영 원칙을 준수해야 할 것입니다.

우리의 원칙



우리는 전세계 어디서든 뇌물을 공여·약속하거나 부정한 청탁을 하지 않습니다

기본지식

‘뇌물 제공’이란, 공직자에게 사업의 획득·유지 기타 부당한 사업적 이익의 대가로 금전 기타 유가물을 공여, 약속하거나 공여의 의사표시를 하는 것을 말합니다.

- 여기서 ‘**공직자**’라 함은 정부기관, 국영기업 기타 공공법인 임직원 또는 대리인, 정당의 당원 및 공직 후보자 그리고 공공단체에 준하는 조직의 단체장 등이 포함됩니다(공직자 뿐만 아니라 비공직자라 할지라도 그 임무와 관련하여 부정한 청탁의 대가로 금전 기타 유가물을 제공하는 것은 위법행위가 될 수 있습니다).
- ‘**유가물**’이라 함은 선물·식사·접대 뿐만 아니라, 경비지급, 제품 및 서비스 할인, 고용의 약속 또는 개인적 편의 등을 포함합니다.
- ‘**사업적 이익**’은, 비자·통관·세무·인허가 등 행정적 편의 또는 특혜의 부여, 그리고 정부조달계약 낙찰 등 정부를 상대로 하는 사업의 확보 등이 포함됩니다.

전세계 어느 나라든 **뇌물죄는 중대 범죄**로서 당사자 뿐만 아니라 회사도 엄중한 형사처벌을 받을 수 있습니다. 특히 최근에는 자국 뿐만 아니라 해외에서 일어나는 부패행위에 대해서도 치외법권을 행사해서 처벌하는 것이 점차 일반화되고 있습니다. 예를 들어 미국의 경우, 뇌물을 송금하는 과정에서 미국 소재 은행을 거치거나, 뇌물 제공을 협의하는 이메일이 미국 내 서버를 경유하기만 해도 미국법에 의해서 처벌하고 있습니다. 따라서, 사업지에서 뇌물을 주는 것이 관례라 할지라도 절대 뇌물을 주는 것이 관철다고 생각해서는 안됩니다.

당사의 대리인 또는 합작회사 임직원 등이 회사를 대신해서 뇌물을 줘도 우리가 그 사실을 알았거나 알 수 있었다면 이에 대해서 책임을 집니다.

바람직한 대처방식

해당 지역에서 회사의 대관 업무를 처리하기 위해 외부 브로커, 컨설턴트 등 제3자를 선임한 경우, 뇌물 등 부정한 방법을 동원하는지 주의해야 합니다. 직접 뇌물을 주는 경우 뿐만 아니라, 제3자가 회사 이익을 위해 뇌물을 공여하는 경우에도 우리가 그에 대한 책임을 지게 됩니다.





정도의 실천

- 법률, 세무, 통관, 비자, 인허가 등의 대관 업무를 위해 대리인, 컨설턴트 등 외부전문가 선임할 시 :
 - 해당 제3자가 업무담당 공직자와 가족관계 등 특수관계가 있는지 확인을 해야 하며
 - 경비지출 내역이 문제해결에 반드시 필요한 것인지, 그리고 수임료, 자문비 등 보수가 합리적인지 확인을 해야 합니다.
- 소액의 판촉물, 그리고 합리적인 수준의 식사 및 접대는 호의로 또는 예의의 표시로, 또는 친목을 증진하기 위하여 제공할 수 있습니다. 다만, 그러한 식사, 선물 또는 접대는 :
 - 누가 보더라도 합리적인 수준으로서 호화롭거나 해당 공무원이 신세 졌다는 느낌이 들어서는 안되고
 - 투명하고 공개적인 방법으로 제공하여 부정한 대가라는 오해를 사지 않도록 해야 합니다.
- 공직자의 여행 기타 경비를 지급하는 경우, 제품 또는 서비스의 판촉, 시연이나 설명 등과 정당한 대관업무와 직접적인 관련이 있는 실제 지출만을 지급해야 합니다

유의사항

- 법률, 세무, 통관, 인허가 문제를 해결하기 위해 선임한 Local 외부전문가가 회사의 이름으로 뇌물을 주는 것을 경계하여야 합니다. 특히, 아래와 같은 경우 부정한 방법을 동원하지 않는지 의심해 볼 수 있습니다 :
 - 외부전문가가 담당공직자와 가족관계이거나 공직자가 특별히 추천한 자인 경우, 또는 담당공직자와 지인이라는 것 외에 별다른 능력이나 자격이 없는 경우
 - 외부전문가가 선임계약을 비밀로 하기를 원하거나 반부패 특약을 맺기를 거부하는 경우
 - 외부전문가가 과도한 경비지출 또는 수임료를 요구하는 경우; 출처가 의심되거나 부실기재된 비용 청구를 하는 경우
 - 외부전문가 (또는 공직자가) 거래대금 또는 경비를 별다른 이유 없이 제3국, 제3자 앞으로 지급하라고 요구하거나 현금 등 추적 불가능한 형태로 지급하라고 요구하는 경우
 - 부동산, 유가증권 등 정부 개입이 큰 거래시 거래상대방이 해당 외부전문가를 통해서만 거래하겠다고 요구한 경우
- 외부단체에 기부 또는 자선행사를 실시하는 경우에도 기부 받는 단체의 장이 (준)공직자 이거나 공직자의 지시에 의해서 실시하는 것이어도 뇌물로 인정될 소지가 있습니다.

사회에 대한 책임

- 62 환경보호
- 65 국제거래질서의 존중

우리는 지역사회의 후원에 힘입어 지속적인 성장을 이루어왔습니다. 지역사회는 우리가 살고 일하는 터전일 뿐 아니라 우리 사업의 원동력이 되는 인재, 인프라 등을 제공해줍니다. 이에 화답하기 위해 우리도 기업시민으로서 지역사회의 발전에 이바지해야 합니다. 우리는 지역사회의 기대에 부응하는 자세를 잃지 말아야 합니다. 그리고 지역사회 구성원 모두의 삶의 질을 향상시키기 위한 목표를 설정하고 이를 달성해야 할 것입니다.



사례

회사와 장기간 거래해온 폐기물 처리업체 한 곳이 믿기 어려울 정도의 낮은 가격을 제시하면서 자신들의 담당영역을 확대해달라고 요청해 왔습니다. 너무 가격이 낮아서 뭔가 미심쩍은 생각이 들긴 하지만 확실히 비용절감효과는 클 것 같고, 설사 문제가 발생한다 해도 우리 회사가 책임질 일은 없을 것으로 판단됩니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

환경보호

우리는 지속적으로 환경을 보호하기 위해 노력해왔습니다. 지금 우리가 자연환경을 어떻게 지켜가느냐 하는 것이 미래의 지역사회에 장기적이고 광범위한 영향을 미칠 수 있다는 점을 알기에, 우리는 사업활동을 하면서도 지역사회와 환경에 대한 책임감을 잊지 않습니다. 우리는 환경에 미칠 수 있는 영향을 고려하여 책임 있게 사업활동을 전개하고, 우리의 여러 협력업체들도 이에 동참할 수 있도록 헌신적인 노력을 다해야 할 것입니다.

우리의 원칙



우리 협력업체들의 생산활동을 포함한, 우리의 사업활동 전반에 걸쳐 환경보호를 위해 헌신을 다해야 합니다.

기본지식

회사는 친환경제품 개발, 친환경인증제도, 환경 라벨링, 그리고 각종 친환경성 평가기준의 운용 등을 통해 환경보호에 전력을 다하고 있습니다. 회사는 지속가능경영보고서를 통해 환경정책의 연간 진행상황과 성과를 공개하고 있습니다.

환경에 대한 우리의 책임은 단지 현지의 규제를 따르기만 하는 수준이 아니라 회사가 마련한 자체 Global Standard에 따라 보다 폭넓고 심도 있게 이행되어야 합니다. 한번 일어난 환경피해는 복구하는 데 오랜 시간이 소요되기 때문에, 각국의 환경법은 날로 강화되고 있습니다. 사업활동의 결과가 환경에 미치는 영향이 지금은 비록 법적 요건을 충족한다 할지라도 나중에는 훨씬 더 까다로운 기준에 따라 책임을 지게 될 것이라는 점을 유념하여야 합니다.

환경보호에 대한 기준과 프로세스에 관한 자세한 내용은 아래 규정을 참조하시기 바랍니다

- 제품친환경업무규정
- 제품 유해물질관리 기준
- Global EESH 관리규정
- 협력사 친환경 인증제도 운영 기준

바람직한 대처방식

비용절감을 단기적인 관점으로만 생각해서는 안 됩니다. 우리에게서 우리 자신은 물론 협력업체를 포함하는 사업활동 전반에 걸쳐서 환경영향을 최소화할 책임이 있습니다. 그렇기 때문에, 단기적으로는 비용절감이 될 수 있을지 몰라도 장기적으로는 우리 회사와 여러 이해관계자들에게 더 큰 피해를 줄 수도 있는 협력업체의 미심쩍은 행동은 언제나 경계하여야 합니다.





정도의 실천

- 본인이 담당하는 제품개발 과정에서 환경보호와 관련되는 우려사항이 발견되는 즉시 조직책임자에게 보고하십시오.
- 환경에 영향을 미칠 수 있는 제조공정을 관리하는 경우, 회사가 규정한 환경 관련 제반 프로세스를 준수하십시오. 특히,
 - 해당 공정의 환경영향을 최소화하기 위해, 측정 가능한 목표를 설정하십시오.
 - 환경지수 등의 지표를 통해 목표달성 진행경과를 지속적으로 모니터링하고 확인하십시오.
- 현지 환경규제의 변경 여부를 항상 모니터링 하십시오. 개정된 규제가 제품과 회사 프로세스에 반영될 수 있도록 즉시 ESH 담당자에게 통보하십시오.
- 새로운 프로세스를 도입하거나 기존 프로세스를 변경하는 경우에도 항상 회사의 환경목표를 고려하여 추진하십시오.
- 우리와 거래하는 협력업체의 수상한 활동을 결코 묵인하지 마십시오. 협력업체 공정상의 환경규제 위반 사실이 확인되면 즉시 조직책임자나 ESH 담당자에게 통보하여야 합니다.

유의사항

- 제품설계, 원자재 구입, 제조, 마케팅, 유통, 폐기 등 회사의 모든 공정이 자연환경에 영향을 미칠 수 있습니다. 또한 이러한 업무를 직접 담당하지 않더라도 여러분의 업무가 환경에 어떠한 영향을 미칠 수 있는지 생각해 보고 또 환경에 대한 책임의식을 잃지 않도록 합시다.
- 협력업체의 환경규제 준수 현황을 지속적으로 모니터링 해야 합니다. 협력업체가 친환경 인증업체로 지정이 되었다 하더라도 이들이 우리 회사에 납품하는 제품과 그 제조공정을 모니터링 하여 우리의 환경기준을 지속적으로 준수하고 있는지 확인해야 합니다.



사례

우리 부서는 통상적인 품목분류기준으로는 분류하기가 어려운 첨단기기를 자주 수입합니다. 이럴 때는 세관에 검토를 의뢰하면서 우리가 적당하다고 생각하는 품목번호를 함께 제안합니다. 하지만, 세관으로부터 답변이 올 때까지 통상 몇 주가 소요되고 이 때문에 수입이 지연되는 일이 다반사입니다. 이제까지 우리가 제안한 품목분류가 거의 한 번도 빠짐없이 승인을 받았는데, 굳이 세관에서 답변이 올 때까지 기다려야 되나 싶습니다.



어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

국제거래질서의 존중

우리 회사는 글로벌 기업으로서 전세계 고객의 삶뿐 아니라 우리가 무역활동을 하는 모든 지역사회에 영향을 미칩니다. 우리가 어느 곳에서 근무하든지, 해당국의 안보 및 권리를 보호하는 무역규제를 지키는 것이 우리를 받아들이고 사업활동을 할 수 있도록 후원하는 각 지역사회에 보답하는 길입니다.



우리의 원칙

원자재나 제품의 수출입 업무를 맡고 있는 임직원은 해당 국가의 수출입 요건과 수출입 금지 여부를 확인해야 합니다. 일부 국가에서는 전략물자 반출을 제한하거나 자국민이 아닌 사람에 대한 주요기밀 전송을 금지하는 조치를 시행하기도 하므로 이러한 제한조치를 사전에 숙지하여야 합니다.

기본지식

수출입 관련 업무를 담당하는 임직원은 수출입 관련 회사방침 및 프로세스를 숙지하여 회사가 국제무역법규를 준수할 수 있도록 만전을 기해야 합니다.

수출입 업무시 주로 다음의 사항에 유념하여야 합니다.

- 수입시 통관서류가 정확한지 여부, 물품의 원산지표시 및 품목분류 그리고 신고가격이 적절한지 여부가 문제될 수 있습니다. (특히, 가격이 애매한 경우)
- 일부 물품의 경우 수출하기 위해 별도의 허가를 받아야 하는 것이 있습니다. 이러한 규제는 특정 기술자료 또는 소프트웨어를 노트북 등 정보저장장치에 담아 국경을 넘는 경우, 이러한 자료를 자국민이 아닌 임직원과 공유하는 경우에도 적용될 수 있습니다. 회사는 이러한 제한을 받는 전략기술을 일부 보유하고 있으므로 유의하시기 바랍니다.
- 일부 국가에서는 특정국에 대해 수출입금지 조치를 하는 경우도 있습니다.



바람직한 대처방식

위 사례의 경우 세관의 승인을 받지 않고 품목분류를 자의적으로 하면 규정 위반으로 간주되어 수입이 늦어지는 게 아니라 아예 승인을 안 해줄 수도 있습니다. 또한 세관에서 우리 회사에 대해 감시의 수위를 높여 결국 통관절차가 더 까다로워질 수 있습니다. 이렇게 규정이 불분명할 때는, 규제당국이 결론을 내릴 때까지의 소요시간을 미리 감안하여 업무를 진행하는 것이 지역사회에 대한 배려라고 할 수 있을 것입니다.

정도의 실천



- 수출입 관련 서류나 통관절차에 대한 의문이 있는 경우 조직책임자나 수출입업무 담당자에게서 조언을 구하십시오.
- 수출물품의 예정 목적지나 최종 목적지를 파악하십시오.
- 고객이나 협력업체의 말만 믿고 수출입 서류가 정확하다고 단정하지 마십시오. 부정확한 수출입 서류 제출로 인해 문제가 발생하는 경우 회사가 책임져야 할 수도 있습니다.
- 별도의 승인 없이 자국민이 아닌 사람(임직원 포함)에게 전략기술이나 민감한 정보를 제공해서는 안 됩니다.

유의사항

- 통관신고서류에 오류나 누락이 생기지 않도록 유의해야 합니다. 이같은 사소한 실수가 경우에 따라서는 수출입금지와 같은 제재조치로 이어져 회사 수출입업무에 큰 차질을 빚을 수도 있습니다.
- 해외의 불법적인 채널을 통해 우리 회사 물품이 판매되지 않도록 각별히 주의해야 합니다.
- 수출입거래에 대해서 정확하고 완전한 정보를 제공하지 않거나 정보 제공을 지연시키는 거래처 혹은 개인에 대해서는 주의를 기울여야 합니다. 별다른 의도가 없는 경우도 있지만 우리 회사나 규제당국을 기만하려는 시도를 취할 가능성도 있습니다.

주주가치 제고

70	정보보안과 기밀 유지
73	회사 지적재산의 보호
76	정보통신수단 이용시 유의사항
79	기록 관리 및 보존
82	내부자 정보
85	공시

주주에게 최고의 가치를 제공하고 주주로부터 신뢰를 받는 것이 곧 이해관계자의 가치를 창출하는 길입니다. 이는 회사의 장기적 발전을 이룸으로써 주주에게 지속적인 이익을 실현케 할 때 가능해집니다. 우리에게는 주주가 맡긴 회사자산을 보호하고, 주주가 현명한 투자를 할 수 있도록 필요한 정보를 제공할 의무가 있습니다. 우리는 주주를 존중하고 회사자산을 성실하게 관리하여 주주가 자랑스러워하는 회사가 되어야 합니다.



사례

외부의 IT 개발업체와 공동으로 연구소 내에 데이터베이스를 구축하는 프로젝트를 진행하고 있습니다. 프로젝트를 좀 더 효율적으로 진행하려면 해당 개발업체 직원들이 자기 사무실에서 일하면서 가끔은 원격으로 연구소의 기술자료 서버에 접근할 수 있어야 할 것 같습니다. 프로젝트 인원이 몇 명 안 되기 때문에 회사기밀을 보호하기 위해서 개별적으로 비밀유지계약을 확보해 놓으면 될 것 같습니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

정보보안과 기밀유지

회사 기밀정보란 주주, 고객, 임직원 등 이해관계자를 위한 가치를 창조하는데 중요한 역할을 하는 핵심정보들입니다. 우리는 핵심정보들을 회사기밀로 지정하여 특별히 관리하고 있는데, 이러한 정보의 가치를 극대화하기 위해서는 무단유출을 방지하고 외부의 보안위협으로부터 보호하는 것이 무엇보다 중요합니다. 회사의 기밀이나 미공개정보를 다루는 임직원은 이러한 정보를 올바르게 사용하여 회사의 자산을 보호하고 기업경쟁력을 높이는 데 기여해야 합니다.

우리의 원칙



회사의 기밀 및 정보자산의 사용, 공유, 보호와 관련되는 회사규정을 숙지하고 반드시 준수해야 합니다. 정보보안의 주체는 개인이며, 각자가 관리하는 정보에 대해서는 임직원 개개인이 책임지고 보안유지와 무단유출 방지에 힘써야 합니다.

기본지식

회사의 정보보안규정은 기업기밀 및 기타 정보자산을 무단공개와 유출로부터 보호하기 위한 것입니다. 이를 위한 정보보안에는 크게 다음과 같은 것이 있습니다.

- 임직원이나 협력업체 그리고 퇴직자 등에 의한 정보의 무단유출 및 공개를 방지하기 위한 인원보안
- 비밀자료가 포함된 문서와 정보저장매체, 도면 등 핵심적인 정보자산을 보호하기 위한 문서보안
- 회사시설에 대한 접근을 통제하고 저장매체 · 정보자산의 반출입 관리를 포함하는 물리적 보안
- 회사 정보시스템을 내 · 외부의 보안위협으로부터 보호하기 위한 기술적 보안

‘기밀’ 표시가 되어있는 자료만 기업비밀인 것은 아닙니다. 기업비밀은 회사의 자산과 이익을 보호하기 위하여 통제 및 관리가 필요한 모든 정보를 포함합니다. 회사는 기업비밀을 다음과 같이 분류하여 관리합니다.

- 비밀(Secret) : 회사의 핵심 정보자산으로서, 유출될 경우 경쟁사에 막대한 이익을 주거나 회사 경영에 심각한 손실을 초래할 우려가 있는 정보. 비밀정보는 정보보안책임자 또는 경영층의 승인을 받지 않은 한 정보관리자와 인가자 이외의 사내외 누구와도 공유할 수 없습니다.
- 대외비(Internal Use Only) : 일상적인 업무시 발생하는 모든 업무 산출물은 일차적으로 ‘대외비’로 분류됩니다. 대외비 정보는 사내에서는 업무상 필요한 경우 공유할 수 있으나, 사외에 공유하기 위해서는 정보보안 담당자의 승인과 적절한 법적 보호조치를 갖추어야 합니다.

바람직한 대처방식



회사정보를 외부인과 공유하기 위해서는 1차적으로 비밀유지계약을 체결하는 것은 맞습니다. 그러나 이에 앞서, 타사가 열람하게 될 정보의 중요도나 민감성 등을 실질적으로 검토해봐야 합니다. 극도로 민감한 일부 정보는 무단으로 공개되었을 경우 어떠한 법적 조치를 취하더라도 사실상 그 손해를 만회할 길이 없는 것들도 있을 수 있습니다. 그렇기 때문에 정보보안에 유의하고 회사의 정보보안규정을 숙지하는 것이 중요합니다. 의문사항이 있으면 조직책임자나 정보보안 담당자와 상의하십시오.



정도의 실천

- 타인과 정보를 공유할 때는 정보보안담당자의 사전 승인을 얻고 정보수신자와 비밀유지계약을 체결하는 등 회사의 보안지침을 따르십시오.
- 외부인에게 이메일로 기밀을 전송할 때는 정보보안담당자를 참조수신자(cc)란에 추가하십시오.
- 항상 회사시설의 물리적 보안을 유지하고, 특히 외부인의 사내방문이나 시설참관 시에는 시설보안에 유의하십시오. 회사 내 저장매체를 반출입할 때에는 관련 규정을 따르도록 하십시오.
- 회사의 업무용 컴퓨터를 외부의 침입으로부터 보호해야 합니다. 업무용 컴퓨터에 지정된 시스템 보안 소프트웨어 및 보안설정을 유지하고 지속적으로 업데이트 하십시오.
- 회사의 기밀정보를 책상 위나 시건장치가 없는 서류캐비닛 등 다른 이들이 쉽게 접근할 수 있는 장소에 방치하지 마십시오.
- 회사가 정한 정보반출절차를 거치지 않고 업무자료를 집으로 가져가거나 개인 이메일 또는 웹하드 등에 올려놓지 마십시오.
- 회사기밀이나 업무와 관련된 민감한 정보를 친구나 가족에게 발설하지 마십시오.
- 타사에 입사지원을 할 경우, 기밀에 해당되는 업무의 세부사항을 발설하지 마십시오. 이는 퇴사후에도 지켜야 할 사항입니다.

유의사항

- 협력업체와 정보를 공유할 때는 어떤 정보를 공유할 것인지 사전에 검토해야 합니다. 설사 비밀유지계약을 체결했다 하더라도, 이 정보가 얼마나 민감한 것인지, 그리고 공개되었을 때 어떤 일이 발생할 수 있는지 신중히 고려하십시오.
- 업무상 다루는 정보의 등급을 인지하고 이에 맞춰 취급하고 보관하십시오. 자료는 반드시 자물쇠가 있는 캐비닛에 보관해야 합니다.

그 외에도 다음 항목들을 참고하시기 바랍니다.

- **개인정보와 정보보호** (p.21)
- **올바른 정보 이용** (p.41)
- **회사 지적재산의 보호** (p.69)



사례

오랫동안의 연구를 통해 드디어 신제품 개발에 성공하기 직전입니다. 이 신제품은 업계의 판도를 뒤바꾸어 놓을 수도 있는 혁신적인 디자인을 갖추고 있습니다. 회사는 몇몇 주요국가에서 이 제품의 디자인에 대해 실용신안을 신청했습니다. 그런데 경쟁사도 곧 유사한 제품을 출시할 것으로 보입니다. 이에 대응하기 위해 실용신안을 획득하기 전에 신제품을 일단 출시부터 하고자 합니다.



어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

회사 지적재산의 보호

각종 디자인, 기술, 정보 등 회사의 지적재산은 우리 사업활동의 원동력입니다. 우리는 회사의 지적재산을 보호함으로써 경쟁우위를 유지하고 지속적으로 혁신적인 제품과 서비스를 고객에게 제공할 수 있게 됩니다. 타인의 디자인과 저작물도 신중하게 이용해야 하지만, 그에 앞서 회사의 지적재산을 철저히 보호하고 올바르게 사용하여야 할 것입니다.



우리의 원칙

회사의 지적재산이 무단 사용되지 않도록 보호하고, 특히 회사 영업비밀에 해당하는 정보가 무단으로 누설되거나 공개되지 않도록 하여야 합니다.

기본지식

지적재산에는 다음과 같은 것이 포함됩니다.

- 특허권, 의장권, 상표권, 저작권 등의 지적재산권에 의해 대외적으로 보호받을 수 있는 각종 디자인, 기술, 발명, 또는 정보
- 제품설계 또는 원천기술과 같이 외부에 비밀로 유지하여야만 회사가 경쟁우위를 유지할 수 있는 영업비밀. 영업비밀은 해당 경영진 또는 정보보안책임자의 승인 없이는 사내외의 누구와도 공유할 수 없습니다.

정도의 실천

- 회사의 지적재산에 해당하는 것에는 어떤 것이 있는지 파악하고, 이를 특허권, 상표권, 저작권 등의 권리를 통하여 보호하십시오.(당사 **특허관리 업무 규정** 참조)
- 영업비밀에 해당하는 회사기밀은 타인의 무단 이용으로부터 보호해야 하므로, 필요한 승인 절차 및 충분한 계약상의 보호조치를 취하지 않는 한 외부에 노출하지 마십시오.
- 지적재산권으로 보호받아야 할 발명, 디자인 또는 기술을 개발하면 조직책임자나 특허부서 담당자에게 보고하고 회사가 이를 등록할 수 있도록 하십시오.

바람직한 대처방식

이 사례의 경우, 실용신안권을 획득하지 않은 나라에서는 분명히 우리 제품이 불법복제될 것이라고 예상해야 합니다. 혁신적인 제품을 하루빨리 출시하는 것도 중요하지만 우리 디자인과 지적자산을 불법복제로부터 보호하는 것도 그에 못지않게 중요한 일입니다. 이는 아주 중대한 사업상 결정에 해당하기 때문에 반드시 경영진에 보고하고 이에 대한 의사결정을 받도록 하여야 합니다.



유의사항



- 협력업체와 함께 업무를 하다보면 디자인, 기술, 연구결과 등 지적재산에 해당하는 정보가 생성될 수도 있습니다. 이 경우, 사전에 충분한 논의를 거쳐 이러한 지적재산의 관리자가 누가 될 것인지 협의가 이루어져야 합니다. 예를 들어, 회사에서 이와 유사한 지적재산을 보유하고 있거나 개발 중에 있으면 이러한 정보를 제공받는 것이 상당한 문제가 될 수 있습니다.
- 타인 혹은 타사가 사전허가를 받지 않거나 적절한 표시를 하지 않은 채 회사의 지적재산을 이용하는 경우가 없는지 살펴보셔야 합니다.



사례

친한 친구가 최근 다른 부서로 배치되었는데, 사무실은 좀 떨어져 있어도 여전히 연락할 일이 많아서 업무는 물론 사적인 일에 대해서까지 수시로 이메일을 통해 소식을 주고받습니다. 저는 예전에 그 친구가 담당했던 거래처를 담당하게 되었는데, 최근 들어 거래처가 자주 속을 썩입니다. 그 친구라면 제 심정을 이해해줄 것 같은데, 이메일을 통해서 요즘 거래처가 얼마나 마음에 안 드는지 하소연이라도 하고 싶습니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

정보통신수단 이용시 유의사항

통신기술의 발전에 따라 커뮤니케이션과 업무 프로세스가 빨라졌고, 고객의 요구에 더 신속하게 대처할 수 있게 되었습니다. 각종 전자통신 장비는 세계 곳곳의 사업활동을 하나로 연결하고 회사와 협력업체가 긴밀하게 연계할 수 있도록 도와줍니다. 하지만 아무리 유익한 수단들이라 해도 잘못 사용할 경우에는 역으로 우리 회사의 사업과 명성을 해칠 수도 있습니다. 정보통신 기술에 내재된 위험요소는 철저히 통제하되 그 이점은 최대한 활용하여야 합니다.

우리의 원칙



업무상 정보통신수단은 원칙적으로 업무상 필요한 용도에 한해 책임 있게 사용하여야 하며, 타인의 무단접근이나 무단 사용으로부터 보호하여야 합니다.

기본지식

이 책에서 '정보통신'이라 함은 다음을 포함합니다.

- 회사의 유선전화 또는 회사에서 지급한 휴대전화를 이용한 통신
- 회사 이메일 계정을 이용한 이메일 전송
- 회사가 지원하는 메신저 및 문자메시지 서비스 사용
- 컴퓨터 하드웨어 및 그 주변장비, 소프트웨어, 네트워크 장비 등 회사의 정보시스템 사용

회사는 회사의 전자장비를 이용한 통신이나 이를 통해 저장된 자료를 조회할 권한이 있습니다. 여기에는 업무와 관련되지 않은 자료도 포함됩니다. 나아가, 이러한 정보를 타인에게 제공, 삭제, 다른 용도로 사용할 수 있는 재량권도 있습니다. 회사의 정보통신시스템을 이용할 때는 업무용도든 개인용도든 프라이버시가 인정되지 않는다는 점을 유념하십시오.

바람직한 대처방식



회사의 정보시스템은 원칙적으로 업무상 용도로만 사용해야 하지만, 현실적인 측면에서 일부 사적인 용도로 사용하는 것도 허용됩니다. 그러나 정보시스템을 사적으로 사용할 때는 그에 따른 위험도 늘 염두에 두어야 합니다. 정보시스템을 이용한 통신은 아주 작은 실수로 전혀 상관없는 사람에게 중요한 정보가 전송될 수도 있으며 한 번 전송되면 취소할 수도 없기 때문입니다. 회사 시스템을 사적으로 사용하는 것은 가능한 한 최소화하고 회사업무에 방해가 되지 않도록 하여야 합니다. 이러한 통신에는 특히 부적절한 내용이 포함되지 않아야 합니다.



정도의 실천

- 회사의 정보시스템은 원칙적으로 업무상 용도에 국한하여 사용하십시오. 사적인 사용은 업무에 지장이 가지 않는 범위 내에서 최소한으로 하십시오.
- 회사의 시스템을 이용하여 통신을 할 때는 친한 직장동료가 그 대상이더라도 프로답게 항상 예의 바른 태도를 잃지 않도록 하십시오. 정보통신은 복사·복제가 용이하며 전혀 관련 없는 제3자에게 쉽게 재전송될 수도 있다는 점을 유념하십시오.
- 이메일 또는 문자로 된 정보통신은 전송 전에 항상 면밀히 검토하십시오. 사소한 편집 실수나 오해를 살 수 있는 문장 때문에 여러분 개인은 물론 회사 전체가 곤란한 상황에 처할 수 있으므로 최대한 주의를 기울이십시오.
- 회사의 전자정보통신시스템을 이용하여 다음과 같은 자료에 접근하거나 다운로드하는 행위는 삼가하십시오.
 - 접근, 열람 또는 사용 권한이 없는 자료
 - 차별적이고 성희롱적 요소가 있거나 기타 타인에게 혐오감을 줄 수 있는 자료
 - 시스템에 유해한 컴퓨터 바이러스나 악성코드가 포함되었을 가능성이 있는 자료
- 회사 정보시스템을 이용하여 차별적, 외설적 기타 타인에게 혐오감을 줄 수 있는 부적절한 콘텐츠를 전송하지 마십시오.
- 이메일의 '참조수신자(cc)'기능을 무분별하게 이용하지 마십시오. 누군가를 참조란에 포함할 때는 전송하려는 이메일이 이 사람의 업무에 반드시 필요한지 사전에 검토하십시오.

유의사항

- 회사의 정보시스템을 이용한 통신은 모두 회사의 소유물이며, 따라서 정보의 소유자가 달리 명시된 경우를 제외하고는 회사의 기밀과 마찬가지로 취급되어야 합니다.



사례

법무팀으로부터 '문서보존 안내문'이라는 것을 받았는데, 한 번도 들어본 적이 없는 미국 내에서의 소송과 관련된 것 같습니다. 보존을 명한 문서는 지난달에 이미 보존연한이 다된 문서였는데 아직도 사본은 하나 가지고 있습니다. 문서보존 안내문에 따라 이 사본을 보존해야 하는지, 아니면 원래는 폐기했어야 하는 문서이기 때문에 보존을 하지 말아야 하는지 애매합니다.



어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

기록관리 및 보존

회사기록은 경영활동에 반드시 필요한 중요한 자료입니다. 회사기록은 경영목표 및 전략설정의 토대가 되며, 이를 바탕으로 궁극적으로는 우리 주주를 포함한 모든 이해관계자를 위해 더 큰 가치를 창조합니다. 그러므로 기록은 철저하게 보관되고 그 내용 또한 정확해야 합니다. 그래야 올바른 의사결정을 내릴 수 있습니다. 회사의 가장 중요한 자산 가운데 하나인 회사기록은 철저하게 관리해야 합니다.



우리의 원칙

회사문서 또는 기록의 등록, 보관 그리고 폐기와 관련되는 회사 규정을 따라야 합니다.

기본지식

회사기록은 회사의 경영활동의 전부 또는 일부를 문서화한 정보나 매체물 등을 모두 포함합니다. 주요 회사기록에는 다음과 같은 것들이 있습니다.

- 보고서, 품의서, 서신 등 업무 결정을 내리고 결정사항을 전달하는 데 이용된 문서
- 영수증, 송장, 계약서 등 외부와의 거래에 관련된 자료.
- 업무일지, 실험결과, 재무제표 등 사실이나 사건 또는 성과를 기록한 문서
- 회사의 운영상황을 기록한 기타 문서 또는 매체

법규상 업무의 처리내역 등을 정확하게 문서화하여 일정기간 동안 보존할 의무가 있는 경우가 많습니다.



바람직한 대처방식

이 경우 원래는 폐기했어야 할 사본이라도 문서보존안내문에 따라 보존을 하여야 합니다. 문서보관명령을 받으면 해당 문서를 찾아서 보관해야 하고, 폐기절차를 중단하여야 합니다. 문서보관명령을 어길 경우 소송에서 불이익 조치를 받을 가능성이 있으므로 회사의 평판과 재무자산을 보호하기 위해서는 반드시 이를 준수하여야 합니다.

정도의 실천



- 문서와 기록은 법규 및 회사규정에 따라 보관, 관리하십시오. 예를 들어, 법규에 일정기간 동안 폐기물 처리업체와의 거래기록 및 인계서를 보관하도록 요구하는 규정이 있는 경우 이에 따라야 합니다.
- 기록의 보존연한이 다했을 경우에는 보관 중인 모든 사본을 파기하고 업무용 컴퓨터에 저장된 파일을 빠짐 없이 삭제하십시오.
- 사법·행정기관 또는 회사 법무부서의 문서보존 명령으로 문서 폐기절차가 중단되는 경우, 해당 문서를 대한 수정·삭제하거나 폐기하지 마십시오. 어떻게 해야 할지 명확하지 않은 경우 법무부서 담당자와 상의하십시오.
- 자신의 담당업무를 새로운 담당자에게 인수인계할 때는 관리하던 기록도 인수인계해야 함을 잊지 마십시오.

유의사항

- 법무부서에서는 가끔 문서보존 안내문을 발송하기도 합니다. 기록의 존재 유무에 따라 소송에서 승패가 엇갈리는 경우가 있기 때문입니다. 그러므로 이러한 문서보존 안내문을 준수하는 것은 법적 손실을 방지하는 데 결정적 역할을 합니다.

계약에 관하여

협력업체 등과 계약을 올바르게 체결하는 것은 이들과 긴밀한 협력관계를 구축하고 나아가 고객만족을 실현하는 데 중요한 요소입니다. 회사가 정한 계약업무 프로세스는 계약당사자 간의 공정한 거래관계를 수립하고 계약상 우리의 권리와 의무를 정확히 기록하고 보관하기 위해 정립한 것입니다. 그러므로 협력업체와 계약을 체결할 때는 다음의 사항을 지켜야 합니다.

- 반드시 서면으로 계약을 체결하고 거래조건을 명시합니다.
- 계약서는 반드시 법무부서 담당자의 검토와 승인을 받습니다.
- 최종 확정된 계약서는 회사의 계약업무 프로세스에 따라 시스템에 등록하고 보관합니다.



사례

직장 동료 중 한 명이, 회사의 수익성에 중대한 영향을 줄 수 있는 대형 프로젝트가 전날 있었던 이사회에 보고되었다고 귀뜸해 주었습니다. 이사회 결정내용에 대해 공지 받은 바가 없기 때문에 그 이야기의 진위는 확인할 수 없습니다. 이것이 사실인지 여부를 확인하기 위해 다른 동료에게 물어봐야겠다는 생각이 듭니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?

내부자 정보

일부 민감한 사업정보는 회사의 주가에 큰 영향을 미칩니다. 그래서 이러한 정보는 철저히 보호하도록 회사의 주주들이 우리에게 믿고 맡겼다고 생각해야 합니다. 사적인 이익을 취하기 위해 회사의 내부자정보를 부당하게 이용하거나 타인에게 공개하는 행위는 이같은 주주의 신뢰를 저버리는 것일 뿐 아니라 그 당사자와 회사의 명성에 큰 오점을 남길 수 있습니다. 타사의 내부자정보를 이용하는 행위 역시 당사자는 물론 회사를 큰 곤경에 빠뜨릴 수 있습니다.

우리의 원칙



회사, 고객, 협력업체의 내부자 정보는 최대한 주의를 기울여 보호해야 합니다. 내부자 정보를 이용해 회사의 유가증권을 거래하거나 회사의 사전 승인 없이 타인에게 내부자 정보를 제공해서는 안 됩니다.

기본지식

내부자 정보는 공개될 경우 회사 유가증권의 가격에 영향을 미칠 정도로 중대한 미공개 정보를 의미합니다. 내부자 정보에는 다음과 같은 정보가 포함됩니다.

- 경영실적 혹은 그 동향
- 신규 사업의 개시나 주요 거래처와의 거래관계 중단 등의 사항
- 인수, 합병, JV 설립 관련 사항
- 증자, 감자, 기타 회사 재무구조의 중대한 변화 등

바람직한 대처방식



위 사례와 같은 중요한 정보는 회사기밀, 또는 내부자 정보일 가능성이 크므로 다른 이와 공유하지 않아야 합니다. 또 그 정보를 알려준 동료에게도 이를 다시 언급하지 않도록 주의를 주십시오. 이러한 정보가 공개되지 않도록 하는 것도 임직원의 의무이기 때문입니다. 내부자 정보가 공개되어 잘못 사용될 경우 회사의 명성이 실추되고 재무적 손실이 발생할 수 있으며, 정보를 타인과 공유한 임직원은 엄중한 처벌을 받을 수 있습니다.



정도의 실천

- 회사 또는 협력업체의 내부자 정보에 해당하는 정보는 무단 공개되지 않도록 보호하십시오. 무단 공개된 사실을 알게 되면 즉시 법무담당 부서에 이를 보고하십시오.
- 특정 회사의 내부자 정보를 알게 된 임직원은 원칙적으로 그 회사의 유가증권을 거래하지 마십시오.
- 회사의 내부자 정보를 이용하여 위법한 유가증권 거래를 할 우려가 있는 사람과는 정보공유를 삼가 하십시오.

유의사항

- 임직원은 업무특성상 또는 우연히 경영실적 등 중요정보를 전달받을 때가 있습니다. 이 때는 이러한 정보가 내부자 정보가 아닌지 검토하십시오. 내부자 정보인 경우, 회사가 해당 정보를 공시할 때까지 이를 사외에 유출되지 않도록 하십시오



사례

신문기자인 친구가 회사의 재무현황에 관한 최근의 루머에 대해 기사에 실지 않을 테니 그 진위여부를 확인해 달라고 부탁해 왔습니다. 하지만 저는 재무회계 담당이 아니므로 회사의 실제 재정상태에 대해서는 알 길이 없습니다. 그런 루머를 들은 적은 있지만 그저 루머에 불과할 뿐이라 친구를 위해 아는 대로 대답을 하려고 합니다.

어떻게 하면 올바른 가치를 실현할 수 있을까요?



공시

회사의 기업정보를 공시하는 것은 우리 사업을 영위하기 위해서는 물론 회사 홍보차원에서도 중요한 활동입니다. 회사는 주가에 영향을 줄 수 있는 중대한 경영사항을 공시할 법적 의무가 있을 뿐만 아니라, 공시를 통해 우리 고객 및 주주에게 우리의 성과를 공개하고 새로운 투자를 유치합니다.



우리의 원칙

회사운영이나 경영·재무 상태와 관련된 주요 정보는 공시 될 때까지 외부에 철저히 기밀로 유지해야 합니다.

기본지식

- 회사의 정보보안 정책을 확인하고 준수하십시오. 경영회의나 기타 임원회의를 통해 논의된 중요한 정보는 회사가 이를 공시하기 전까지 반드시 기밀로 유지해야 합니다.
- 언론이나 규제당국 등에서 회사 경영상태에 대한 정보를 요청할 경우 이에 직접 응하지 말고 관련 담당자를 통해서 접촉할 수 있도록 하십시오.
- 홍보부서와 사전 상의 없이 언론사 기자와 대화를 나누지 마십시오.
- 업무회의나 인터넷 게시판 등에 개인 의견을 개진하면서 그것이 마치 회사의견인 것처럼 표현하지 마십시오.



바람직한 대처방식

근거 없는 소문이 임직원이나 언론에 의해 기정사실로 받아들여지는 경우가 상당히 많습니다. 회사는 공시 관련 법규를 준수하고 주주 등 이해관계자와의 신뢰를 공고히 하기 위해 회사의 경영상태를 최대한정확하고 책임 있게 전달하고자 합니다. 그러므로 이러한 정보는 회사차원에서 정식 절차를 거쳐 발표해야 합니다. 임직원들도 허위일 가능성이 있는 소문을 유포하지 않아야 함을 명심하십시오.

유의사항



공개되었을 경우 회사 경영이나 주가에 영향을 끼칠 수 있는 다음과 같은 상황이 발생할 경우, 즉시 조직책임자에게 보고하여 회사가 공시여부를 결정할 수 있도록 하여야 합니다.

- 합병, 영업 양수도, 경영위임, 분할 · 합병(물적분할 포함)을 하게 되는 경우
- 손해배상청구(자기자본의 2.5% 이상), 증권 관련 집단소송, 경영 관련 분쟁, 상장 · 상장대상 유가증권의 효력 · 권리변경 · 위조 · 변조 관련 소송제기 및 판결사실이 확인된 경우
- 자기자본 2.5%이상 타법인출자 or 출자지분 처분(특전금전신탁포함) 결정을 하는 경우
- 신규 시설투자 · 시설 증설 · 별도공장 신설(자기자본 5% 이상 또는 1,000억원 이상) 등을 하는 경우
- 제품에 대한 수거 · 파기(매출액의 5% 이상 또는 1,000억원 이상)를 하게 되는 경우
- 유형자산을 취득 · 처분(자산총액의 5% 이상)하게 되는 경우
- 벌금, 과태료, 추징금 또는 과징금(자기자본 2.5% 이상) 등이 부과된 경우

공시가 필요한 주요경영사항은 당사 **공시업무규칙**을 참조하시기 바랍니다

