



KMAC '2011년 한국에서 가장 존경받는 기업' 선정

삼성전자가 2011년 한국에서 가장 존경받는 기업으로 선정됐다. 포스코, 유한킴벌리, 현대자동차, 유한양행, SK텔레콤은 지난해에 이어 올해도 존경받는 기업 상위권에 이름을 올렸다. 한국능률협회컨설팅(KMAC)은 21일 '2011년 한국에서 가장 존경받는 기업' 조사 결과를 발표했다. '한국에서 가장 존경받는 기업은

기업 전체 가치를 종합적으로 평가하는 조사다. 2004년 시작해 올해로 8회째를 맞이했다. 조사는 KMAC가 한국적 상황에 맞게 개발한 조사방법론을 바탕으로 30대 기업을 선정하는 'All Star 기업'과 산업별로 존경받는 기업을 선정하는 '산업별 1위 기업' 두 가지로 진행됐다.

한국에서 가장 존경받는 기업

순위	All Star 기업
1	삼성전자
2	포스코
3	유한킴벌리
4	현대자동차
5	유한양행
6	SK텔레콤
7	현대중공업
8	인텔수연구소
9	LG전자
10	삼성생명보험
11	LG화학
12	플우원
13	인천국제공항공사
14	대한항공
15	삼성물산
16	삼성에버랜드
17	아모레퍼시픽
18	삼성증권
19	아시아나항공
20	신세계
21	한국전력공사
22	홀푸드
23	삼성SDS
24	기아자동차
25	한국쓰리엠
26	삼성화재해상보험
27	신한은행
28	웅진코웨이
29	포스코건설
30	두산중공업



★★ 삼성전자 생활가전사업부

삼성전자 생활가전사업부는 소비자와 밀접한 사업군이다. 냉장고 에어컨 세탁기 등 실생활과 밀접한 제품들을 만들기 때문이다. 최근엔 감성, 친환경, 에너지절감, 헬스케어에 강조한다. 단순 제조업에서 IT가 결합된 스마트한 기업으로 거듭나고 있는 것이다.

삼성전자 백색가전은 내구성뿐 아니라 소비자들이 쓰기 편리한 기능을 갖추고 있다. 소비자를 최우선 순위로 두는 회사 방침이 엮여있다. 여기에 미적 감각이 돋보이는 디자인과 철저한 사후관리 서비스는 삼성 제품의 자랑거리다. 최근엔 환경경영도 강조된다. 폐제품은 그냥 쓰레기통 행이 아니다. 회사는 제품을 수거한 후 부품을 재활용한다.

고효율 전력기술이 접목된 제품도 선보이고 있다. 삼성전자 생활가전사업부는



홍창민 부사장

전력소비효율이 높은 냉장고, 세탁기, 에어컨, 조리기기, 청소기를 만든다. 에너지 절감형 제품들이다.

제품 포장재도 친환경적이다. 화학재료 사용은 가급적 자제한다. 기술개발도 게을리 하지 않는다. 최근 가전은 IT·모바일과 결합하는 추세다. 스마트폰으로 제어가 가능한 제품이 나올 정도다. 이 같은 결합은 제품 부가가치를 높이는 데 큰 역할을 한다. 회사의 미래전략도 이와 같은 맥락이다. 빌드인과 헬스케어형 가전이 대표적이다.

제품이 하루가 다르게 변하면서 관련 시장도 성장 추세다. 지난해 글로벌 생활가전 시장 규모는 약 1700억달러. 주거환경 개선과 신흥국 성장으로 가전 수요는 증가하고 있다. 삼성전자 생활가전사업부는 1977년 파키스탄에 소형 냉장고를 수출한 후 해외영업에 강화하고 있다. 가전은 전 세계인들이 소비하기 때문이다.

지난해엔 폴란드 아마카를 인수해 현지 생산법으로 전환했다. 생활가전은 발틱 3국 시장점유율 1위, CIS 냉장고 3년 연속 1위, 태국 전자레인지 점유율 2년 연속 1위다. 글로벌 시장에 공들인 결과다.

★★ SK텔레콤

SK텔레콤은 대한민국 이동통신의 역사다. 1984년 차량용 이동전화 사업을 시작으로 96년 세계 최초 CDMA 상용화, 2000년 2.5세대 CDMA 2000 1X, 2002년 3세대 동시식 EV-DO, 2006년 HSDPA 상용화를 주도했다. 이 사업들은 세계 최초라는 수식이 붙는다.

SK텔레콤은 고객 중심 경영이 돋보인다. SK텔레콤은 다음달 월 2만~3만원대 기본료로 10대들이 음성, 데이터, 문자, 정보이용료 등을 조절해 사용할 수 있는 청소년 전용 스마트폰 요금제를 출시한다. 그동안 스마트폰에는 따로 청소년 전용 요금제가 없었다.

'팅스마트요금제' 중 기본료가 가장 낮은 '팅스마트20'에 가입하면 기본요금 월 2만원에 1만9000원어치를 음성, 데이터, 문자 등으로 조절해 사용할 수 있고 추가로 데이터 100MB가 제공된다. '울인원팅요금제'는 일반 스마트폰 요금제에



하성민 사장

추가 무료 데이터 혜택을 덧붙인 것이 특징이다.

이에 앞서 지난해 3월에는 초 단위 요금체계를 내놨다. 초 단위 요금은 84년 차량용 이동전화 서비스가 시작된 후 26년 만에 요금체계를 변경한 것이다. 이에 따라 요금 부과 기준이 10초에서 1초로 바뀌었다. 소비자 편익을 고려한 결과다.

SK텔레콤이 소비자 지향 경영을 펼치는 데는 SK 고유 경영철학인 SKMS(SK Management System)이 바탕에 깔려 있다. SKMS는 고객, 구성원, 주주, 사회를 공동체로 인식한다.

이를 위해 지속적인 이윤 창출과 더불어 고객중심, 윤리경영, 사회공헌, 사업 파트너와 동반성장, 환경경영을 강조한다. 기업은 이윤 추구가 기본이지만 그에 못지않게 사회공동체를 발전시킬 책무가 있기 때문이다. 동반성장에도 적극적이다. 통신산업은 수많은 국내 중소 통신장비 업체가 존재하는 시장이다. 따라서 대·중소 기업 간 상생이 어떤 산업보다도 중요하다.

물론 통신기술 혁신도 게을리 하지 않는다. 소비자 만족을 위해서다. 이 회사는 3G, LTE, Wi-Fi 등 네트워크 강화를 통해 유·무선 통합 스마트 리터로 나간다는 전략이다. 특히 올해를 플랫폼 사업 원년으로 정했다.

★★ 삼성생명

삼성생명은 고객 800만명을 확보한 국내 대표 보험회사다. 자산 규모 145조원에 순이익은 1조원을 넘고, 보험회사 재무건전성 지표인 지급여력비율은 395.4%다. 하지만 이런 숫자들이 삼성생명의 전부 아니다.

삼성생명은 '고객 섬김 경영'을 통해 보험소비자에게 신뢰를 받고 있다. 국가고객만족도지수(NCSI) 7년 연속 1위, 한국산업고객만족도(KCSI) 6년 연속 1위는 삼성의 고객 사랑을 말해주는 지표다. 삼성생명은 고객들을 위한 다양한 행사와 서비스도 선보이고 있다. 삼성생명은 지난 15일 한국서비스 대상 '명예의 전당'을 수상했다. 이 상은 고객서비스 능력이 우수한 기업에 수여하는 상이다.

삼성생명의 고객 사랑은 1980년대로 거슬러 올라간다. 82년 사회복지법인인 삼성생명 공익재단을 설립한 데 이어 94년에 고객 권익보호제도인 '보험품질보증제도'를 도입했다. 95년에는 삼성생명 사회봉사단을 창단했다. 봉사단은 여성가장



박근희 사장

창업지원사업, 이주여성 모국 방문 지원사업 등을 펼치고 있다. 사업 재원은 삼성생명 컨설턴트들이 보험 1건을 체결할 때마다 기부하는 200원으로 조성된 FC 하트펀드다. 또 임직원 콜센터, 고객체험 프로그램, 워드파트너서비스 등 다양한 고객 섬김 활동을 펼치고 있다.

지난해 12월 부임한 박근희 사장은 고객 섬김 경영에 힘을 실어주고 있다. 특히 박 사장은 '사랑경영'을 강조한다. 사랑 경영은 부모나 자식 같은 마음으로 고객을 대하고, 따뜻한 사랑의 마음으로 영업을 하자는 의미다. '섬김'에 '사랑'이 더해진 셈이다. 박 사장은 "일하는 자세와 시스템을 고객 중심으로 바꿔야 한다"며 "사랑받는 기업은 고객에게 사랑과 정성을 다해야 한다"고 강조했다.

이 밖에 고객 섬김이라는 기업문화가 뿌리 내리게 하기 위해 '하루 한 통 고객에게 자발적 엽서 쓰기'를 실천하고 있다. 엽서 작성은 고객의 믿음과 사랑에 대해 감사 마음을 전하는 것이다.

삼성생명 관계자는 "2011년은 국내를 넘어 글로벌 일류기업으로 나아가는 원년"이라며 "고객, 주주, 사회와 함께 성장하는 회사가 되기 위해 최선을 다하고 있다"고 말했다.

산업별 존경받는 1위 기업

산업군	기업
섬유(면방직)	일신방직
시멘트	한일시멘트
타이어	한국타이어
가정용보일러	리나이코리아
냉장/냉동육	하림
도시가스	삼천리
편의점	GS리테일(GS 25)
T V홈쇼핑	GS SHOP
해운서비스	STX팬오션
교육서비스	대교
신용카드	신한카드
인터넷쇼핑몰	G마켓
종합병원	서울아산병원
중도미시업	대명제지산업
보증보험	한국주택금융공사
IT솔루션	인텔코리아
발전	한국수력원자력
건설공기업	한국철도시설공단
연기금운용	국민연금공단
검사검증	교통안전공단
생활가전	삼성전자 생활가전사업부
철강	포스코
제약	유한양행
통신서비스	SK텔레콤
생명보험	삼성생명보험
SOC시설관리	인천국제공항공사
종합상사	삼성물산
건설	삼성물산
할인점	신세계 이마트
은행	신한은행

□ 어떻게 선정했나

존경받는 기업 조사는 지난해 10월부터 올해 1월까지 산업계 간부 5200명, 증권사 애널리스트 230명, 일반 소비자 4560명 등 총 9990명을 대상으로 설문조사를 통해 이뤄졌다. 평가 분야는 혁신 능력, 주주 가치, 직원 가치, 고객 가치, 사회 가치, 이미지 가치 등 총 6개 항목이다. 올해는 냉장·냉동육, 신재생에너지, 자동차 정비, 사이버대학, 항공, IT솔루션 등 6개 산업에 대한 신규 조사가 이뤄졌다. 이립 KMAC 경영전략본부장은 "존경받는 기업이 되기 위해서는 지속적인 성장전략과 성과와 연계한 전략적 사회공헌 활동이 필요하며, 이는 경영의 개선 포인트를 짚어내고 업무 효율화를 위한 워크마트를 추진함과 동시에 꾸준한 커뮤니케이션 활동을 연계했을 때 가능하다"고 조언했다.

국내 최고의 전통과 최대 인적 네트워크의 부동산(자산관리)최고경영자과정

-26기까지 1,500명 배출-

제27기 부동산(자산관리)최고경영자과정 모집

부동산의 과학화를 위한 프로그램

- 투자제안서, 사업계획서 작성 및 C/S Presentation
- 국내 부동산 연구 세미나 및 테마 부동산 개발 현장 탐방
- 인구감소와 고령화에 대비한 명품 부동산 개발 모형 실습(도시형 생활주택)
- 부동산 중심축의 이동과 투자전략

부동산의 가치 창조와 혁신을 위한 프로그램

- 혼돈의 부동산시장 환경 특강
- 차세대 부동산 개발사업과 재테크
- 부동산 중심의 세미나 및 CEO 포럼
- 급변하는 시장환경과 미래 대비한 부동산 개발전략
- 워크숍 및 문화연극제

자산관리 및 글로벌 부동산

- 자산의 운용과 금융
- 자산의 관리와 세무
- 문화강좌 및 부부특강
- 해외부동산 특별강좌 및 연수

교육구성

- 교육기간 : 2011. 3. 2(수)~2011. 7. 18(월)
- 교육시간 : 화, 수요일 주 1, 2회(18시 30분~21시 30분)
- 등록 료 : 485만원

교육특징

- 해외 부동산 연수 ● 부동산 개발 사례 연구 ● 문화 연극제 및 워크숍
- 매월 부부강좌와 재테크, 인문학 특강 ● 테마부동산 탐방(졸업여행)
- 최고전문가로 구성된 교강사진에 의한 실무중심교육

지원자격

- 부동산에 관심이 있는 최고경영자 및 임원
- 부동산 및 건설, 관련기업의 CEO 및 중간관리자 ● 변호사, 의사, 건축사 등 전문가
- 금융기관, 공공기관, 투자기관 등 고위책임자 ● 자산운용 및 관리에 관심을 갖고 있는 분

원서교부 및 접수

- 제출서류 : 입학지원서 1부
- 원서교부 방법 : 홈페이지에서 입학지원서 다운로드
- 접수방법 : ① 온라인 : www.dgureceo.com 접속 후 입학 지원
② 이메일 : ogongyk@dongguk.edu
③ 우 편 : 서울시 중구 필동 3가 26번지 동국대학교 행정대학원 부동산(자산관리)최고경영자과정 교육연구실 담당자 앞 (우100-715)

상담문의

- TEL: 02-2260-8574 / 02-2260-8572 ● FAX: 02-2263-8576
- 홈페이지 : http://www.dgureceo.com

한국스리엠
글로벌 과학영재 육성에 앞장



올해로 한국 시장 진출 34년을 맞은 한국스리엠은 혁신적인 제품뿐만 아니라 글로벌 선진기업의 스탠더드, 혁신적인 시스템과 기업문화도 함께 전파하며 고객사, 협력사와 동반 성장을 추구하고 있다.
1977년 설립된 한국스리엠은 현재 전남 나주, 경기도 화성 2곳에 대규모 제조시설과 경기 도 동탄에 기술연구소 등을 갖춰 토착화에 성공한 외국계 기업으로 자리매김했다.

서울아산병원
의료를 통한 사회기여 실천



국내 의료기관 가운데 진료 수준이 가장 높음 것으로 평가되고 있는 서울아산병원이 한국에서 가장 존경받는 기업 5년 연속 수상이라는 기록을 세웠다.
1989년 아산재단 산하 병원으로 개원한 서울아산병원은 '우리 사회 불우한 이웃을 돕는다'는 정주영 설립자 설립 이념을 구현하는 데 노력해 온 결과 일반 국민과 산업계, 의료계 전문가들에게 지속적으로 존경받는 병원으로 꼽히고 있다.

STX팬오션
해운경기 침체불구 공격경영



국내 대표 벌크선사인 STX팬오션이 2010년에 이어 2년 연속 '존경받는 기업'에 선정된 것은 위기 속에서도 글로벌 시장 개척에 매진했기 때문이다.
1966년 설립된 이래 45년 역사를 지닌 STX팬오션은 특히 경영진의 경영능력, 혁신활동 등 대부분 요소평가에서 다른 선사보다 높은 점수를 받았다. 오랜 세월 동안 축적된 다양한 경험과 운영 노하우를 바탕으로 벌크선, 탱크선, LNG선, 자동차운반선, 컨테이너선 등 전 분야에 걸친 다양한 해상운송 서비스를 제공하며 연간 1억2000만t이 넘는 화물을 실어 나르고 있다.

한국타이어
친환경 타이어 개발 환경보호



한국타이어는 글로벌기업 위상에 걸맞은 사회적 책임을 다하기 위해 '고객지향, 환경우선, 혁신지향, 정도경영' 등 경영원칙을 정하고 이를 적극 실천하고 있다.
한국타이어가 윤리규범 도입과 다양한 경영진단 활동 등을 통해 투명한 경영과 기업 윤리를 준수하기 위해 지속적으로 노력하고 있다.

대교
저소득층 아동 위한 학습 후원



대교는 건강한 인간, 건강한 가족, 건강한 사회를 기본 경영이념으로 고객과 사회에 대한 '눈높이 사랑'을 적극 실천하고 있다.
그동안 대교는 업무 특성을 살려 대교가 가장 잘할 수 있는 교육을 통해 사회에 이바지하는 프로보노(Pro Bono)를 지향해 왔다. 어렵고 소외된 아이들에게 꼭 필요한 교육을 그들 눈높이에 맞게 제공하는 것이 교육기업이 할 수 있는 가장 의미 있는 활동이라는 판단에서다.

포스코
고령자·장애인에 일자리



국내 최대 철강업체인 포스코는 취약계층에게 꾸준히 일자리를 제공하는 등 사회적 기업 활동에 앞장서고 있다.
포스코는 이미 2008년 1월 자회사형 장애인 표준사업장인 포스위드를 설립해 장애인들에게 일자리를 지원했다. 2009년 12월과 2010년 1월엔 자립형 사회적 기업인 포스예코하우징과 광양 포스플레이트를 각각 설립한 바 있다.

신한카드
국내 최초 기부전용카드 발급



카드업계 1위 신한카드가 사회공헌 활동에서도 두각을 보이고 있다. 신한카드는 인직원과 고객들이 함께하는 기부활동뿐 아니라 온오프라인에서 활발하게 인프라스트럭처를 구축하고 있다.
신한카드는 2005년부터 금융권 유일한 기부전용 사이트인 '아름' (www.arumin.co.kr)을 운영하고 있으며 국내 최초 기부전용 카드인 '아름다운 카드'를 발급하고 있다.

홈플러스
CO2 배출량 50% 줄이기로



1999년 2개 점포로 시작한 홈플러스는 11년이라는 짧은 기간에 기록적인 성장을 거듭해 현재 전국에 122개 대형 할인점을 운영하고 연간 11조원에 가까운 매출을 올리고 있다.
여기에는 '존경받는 기업의 큰바위얼굴 경영'이라는 홈플러스만의 독특한 경영모델 개발이 배경으로 작용했다.

Large advertisement for Power Ten Energy Drink. Features a golfer swinging a club, a large bottle of the drink, and text: '골퍼의 자력', '골퍼에게 필요한 세가지- 매너 / 집중력 / 파워', '파워텐의 10가지 성분'. Lists ingredients: 1. 나이아신아미드, 2. 동결건조로오일제리, 3. 과라나추출물, 4. 엽산, 5. L-카르니틴, 6. 주석산콜린, 7. 페닐알라닌, 8. 타우린, 9. 시아노코발라민, 10. 염산피리독신. Website: www.powerten.co.kr

GS SHOP
중소기업 동반성장 지원



국내 TV홈쇼핑 발전사는 국내 TV홈쇼핑을 처음으로 소개한 주인공이자 시장점유율 1위 기업인 GS SHOP 성장사와 궤를 같이한다. 특히 2009년 TV, 인터넷, 카탈로그, 모바일 등 모든 온라인 채널을 아우르는 통합 브랜드로 거듭나며 GS SHOP은 홈쇼핑업계에서 새로운 패러다임을 제시했다. 그 결과 2010년 GS SHOP은 업계 최초로 취급액 2조원을 돌파했다. 2001년 업계 최초로 취급액 1조원을 달성한 지 9년 만이다. GS SHOP이 시장점유율과 매출 1위를 꾸준히 지켜온 비결은 사업 초기부터 상품기획, 상품 선정, 품질관리, 배송 등 기본 인프라스트럭처를 구축하는 데 투자를 아끼지 않고 소비자 신뢰를 쌓는 데 전력을 기울여 왔기 때문이다. 특히 중소 협력회사와 동반 성장을 강화하고 고객 중심 경영활동을 수행하며 사회공헌 활동도 펼쳐왔다. 실제로 2010년 GS SHOP과 거래 후 처음으로 100억 원 이상 매출을 달성하며 중소·중견기업으로 성장하는 발판을 다진 협력회사는 22개. GS SHOP 성장 주역들이 중소 협력회사들이었던 것이다. 이 때문에 GS SHOP은 중소기업과 상생하는 경영에 적극적으로 임하는 등 많은 노력을 기울이고 있다.

삼성물산
에너지·환경부문 집중 육성



삼성물산은 국내 1위를 넘어 글로벌 초일류 회사가 되겠다는 비전을 세우고 사업 확대에 힘을 쏟고 있다. 삼성물산 건설부문은 '2015년 글로벌 톱 수준 일류 건설사'라는 중장기 비전을 수립하고 이를 실현하기 위해 마케팅 역량, 공사수행 능력, 조직문화 등 모든 부분을 글로벌 수준으로 높이는 중이다. 기획부터 운영까지 토털 솔루션을 제공하는 건설기업으로 변신하는 것이 궁극적인 목표다. 삼성물산은 초고층 빌딩, 하이테크 공장시설, 도로·철도 교량, 항만, 발전 플랜트, 에너지 저장시설 등 핵심 상품에서 세계 최고 기술력을 자랑한다. 이를 바탕으로 신시장과 신산업을 개척해 안정적이고 지속적으로 성장할 수 있는 발판을 마련하고 있다. 상사부문은 에너지·환경, 자원 분야를 미래 신수종 사업으로 선정하고 신재생에너지와 국외 자원개발 사업에 적극적으로 나서고 있다. 캐나다 온타리오에서 세계 최대 규모 풍력·태양광 복합발전단지 지를 조성 중이고, 미국 캘리포니아 중북부 지역에서 130MW 규모 태양광 발전사업도 추진한다.

GS리테일 (GS25)
공공요금 수납 서비스 실시



GS25는 토종 편의점 브랜드로 지난 22년간 업계 1위 자리를 굳건히 지키며 대한민국 대표 편의점으로 인정받고 있다. 강점은 다른 편의점에는 없는 차별된 상품과 생활서비스. GS25는 자체 판매점 관리시스템을 통해 축적한 고객 데이터를 분석해 소비자 요구사항에 맞는 상품을 자체 개발하는 데 노력하고 있다. 독자적으로 개발한 자체상품 제품만 1700종이 넘는다. 특히 인기 상품 '틈새라면'과 '공화춘'은 라면의 대명사 '신라면'을 앞지르는 판매량을 보이기도 했다. 이와 함께 GS25는 도시락, 삼각김밥, 천남김밥, 지역명품 주먹밥 등 한 달에 30종이 넘는 차별된 '신선한 먹을거리'를 꾸준히 선보이고 있다. 또 GS25는 소비자에게 더 큰 편의를 제공하겠다는 의지로 전 점포에서 다양한 생활밀착형 서비스를 제공하고 있다. 1997년 2월에는 업계 최초로 '공공요금 수납서비스'를 실시했다. 이후엔 택배서비스, 교통카드 T-money 단속 판매·충전 서비스, 우체국 대행 서비스 등 40종이 넘는 다양한 생활서비스를 선보였다.

삼성에버랜드
지속 혁신통해 '삶의 질' 높여



1963년 설립된 삼성에버랜드는 1976년 에버랜드를 개장한 이래 골프, 빌딩 매니지먼트, 식품 서비스, 에너지, 환경 등으로 사업 영역을 확장해왔다. 이러한 사업 구조를 통해 휴식과 먹을거리, 살 공간 기반의 인프라스트럭처를 새롭게 창조함으로써 세계 속의 '생활 인프라 발명가'로서 사람의 행복과 비즈니스의 성공을 지원하고 있다. 생활 기반을 창조하는 기업을 지향하는 삼성에버랜드는 2010년 창립 47주년 기념식에서 'Life Infra Inventor'를 2020년 기업 비전으로 선포했다. 이 비전은 서비스를 제공하는 데 그치지 않고 새로운 아이디어를 끊임없이 창출하고 혁신적인 시도로 삶의 질 향상을 꾀한다는 삼성에버랜드의 의지다. 이러한 비전을 바탕으로 2010년 한 해 동안 초고층빌딩 컨설팅, 컨디션 사업, 초식 사파리 오픈 등 각 사업 영역에서 새로운 서비스를 선보였다. 이와 같은 경영활동을 통해 삼성에버랜드는 지속적인 혁신으로 고객 가치를 높이는 기업으로 평가받아 2011년 '한국에서 가장 존경받는 기업' 16위에 올랐다.

유한킴벌리
'우리강산 푸르께' 지속 추진



유한킴벌리가 한국에서 가장 존경받는 기업 중 하나로 선정됐다. 유한킴벌리는 한국능률협회 회견이 실시한 '2011 한국에서 가장 존경받는 기업' 조사에서 All Star 3위에 올랐다. 2004년부터 8년 연속 All Star에 선정된 것이다. 유한킴벌리는 1970년 창립 이래 하이스타, 화이트 생리대, 크리넥스 미용티슈, 스킨케어 등 소비자 선택이 우리나라 위생 문화 발전에 기여해왔다. 2010년 말에는 '더 나은 생활을 향한 믿음'이라는 비전 2020을 발표하며 제2 도약을 꾀하고 있다. 기존 제품군에서 혁신적 신제품 개발과 스킨케어, 유아용품, 시니어케어 등 신규 사업 발굴, 신시장 개척 등에 힘쓰기로 한 것이다. 이와 함께 유한킴벌리는 1984년부터 시작한 사회공헌활동 '우리강산 푸르께 푸르께' 캠페인을 통해 국유림 나무 심기, 학교 숲 만들기 등 숲 보호활동을 지속적으로 추진하고 있다. 이 같은 노력을 기울인 결과 유한킴벌리는 8년 연속 존경받는 기업에 선정됐으며 세부 항목에서도 사회 가치 1위, 고객 가치 1위, 이미지 가치 2위, 직원 가치 2위 등 높은 평가를 받았다.

린나이코리아
국내 첫 직장보육시설 갖춰



린나이코리아는 '서로를 배려하는 경영'을 바탕으로 고객 삶의 질을 높이는 '신생활 문화 창조기업'을 철학으로 삼고 있다. 린나이코리아는 저탄소 녹색성장 시대에 걸맞게 이산화탄소 배출량이 적고, 에너지 절약에 탁월한 친환경 콘덴싱 보일러를 선보이는 등 끊임없이 제품 개발에 힘쓰고 있다. 이 회사는 고객 만족을 넘어 고객감동을 위해 보다 전문적이고 체계적으로 서비스 활동을 펼치고 있다. 업계에서 유일하게 본사 직영 A/S를 제공하며, 겨울철에는 A/S요원이 24시간 대기하는 '동절기 24시간 서비스'를 매년 실시한다. 2006년에는 업계 최초로 가정용 가스보일러 전 품목의 무상보증기간을 기존의 2년에서 3년으로 연장했다. 소비자가 더욱 안심하고 편리하게 보일러를 관리하고 사용할 수 있게 만들고자 하는 회사 철학이 반영된 것이다. 린나이코리아는 직원 만족이 곧 고객 만족이라는 믿음으로 다양한 복지 프로그램을 통해 직원들을 격려하고 있다. 국내 최초 직장내 보육시설인 린나이 어린이집, 직원 자녀를 위한 회사 차원의 지원이 흔치 않았던 1987년부터 꾸준히 운영해오고 있다.

유한양행
지역사회 공헌활동 확대



유한양행은 투명성과 윤리 경영을 최고 가치로 삼고 더 많은 경제적 재화와 용역을 사회에 제공하기 위해 경영역신을 꾀하는 기업이다. 조직 측면에서는 사업부별 자율성을 최대한 부여하면서 조직의 복잡성을 관리하기 위한 전사적인 통제를 원칙으로 하고 있다. 조직 구성원 모두는 공동 운명체라는 기업 문화를 가지고 있다. 이러한 유한양행의 경영시스템은 기업의 핵심 가치를 보존하며 환경 변화에 능동적으로 대처해 나가 기업 성장과 효율성을 조화시켜 나가는 데 밑바탕이 된다. 유한양행은 기업으로서 사회적 책임을 완수하기 위해 높은 비율의 배당정책으로 간접적으로 기업 이익을 사회에 환원하는 데 노력하고 있다. 또 지역사회를 비롯한 사내외 사회공헌활동을 다양하게 펼치고 있다. 유한양행은 창립 이래 흑자 행진을 지속하고 있다. 아울러 매년 높은 매출 성장과 성장한 납세로 국가 경제 발전에 기여하고 공정 경쟁을 통해 건강한 상거래를 유지하는 것이 유한양행의 목표다.

한국철도시설공단
'청렴옴부즈만' 격주 운영



한국철도시설공단은 2004년 1월 철도시설의 건설과 관리를 담당하는 전문조직으로 출범했다. 고속철도, 일반철도, 광역철도 등 국내 기간 철도망 건설과 남북철도 연결 및 중국·시베리아와 연결하는 동북아 철도망 건설사업을 담당하고 있다. 한국철도시설공단은 사회적 화두인 공정사회 구현 및 동반성장에 적극 나서고 있다. 올해 사업예산 6조1071억원의 61%인 3조7254억원을 조기 집행하며 불법·불공정 하도급 퇴출을 위해 개선태스크포스팀을 설치했다. 지역분별별 상시점검반도 구성했다. 이를 통해 협력사의 애로 및 제도개선을 지속적으로 추진하는 한편 피드백을 통해 불공정거래 행위를 근절시켜 나갈 예정이다. 또 한국철도시설공단은 2007년 기업의 사회적 책임을 수행하기 위해 유엔 글로벌 콤팩트에 가입해 인권·노동·환경·반부패 등 4개 분야 10대 원칙을 준수하고 있다. 특히 격주 단위로 운영되는 '청렴옴부즈만'은 국민권익위원회로부터 공공기관 표준모델로 선정되기도 했다. 아울러 소외계층에 대한 전략적 사회공헌활동을 지속적으로 시행하고 있다.

리콜한 회사가 망하지 않는 것은 왜인가? 리콜은 더 나은 '성공'을 위한 기회다! 리콜학의 15가지 법칙. 리콜학의 법칙 Rule of Recall. KMAC. 다부수 구매시 할인혜택을 드립니다. 담당 노지호 시니어컨설턴트 Tel 02-3786-0184 / Fax 02-3786-0107 / njh@kmac.co.kr