

# KT 이해관계자 참여 정책

## Contents

1. 개요.....	1
2. 목 적.....	1
3. 정책 범위.....	1
4. 이해관계자 정의.....	1
5. 이해관계자 파트너십 관리지침 .....	2
6. 이해관계자 소통에 대한 접근.....	3
7. 이해관계자 커뮤니케이션 채널 .....	4
8. 이해관계자 참여 세부 실행 지침 .....	6

## 1. 개요

KT는 우리의 이해관계자들과 포괄적이고 진실하며 서로에게 이익이 되는 관계를 형성하고 유지해 나간다. 이해관계자들은 우리의 비즈니스로부터 영향을 받는 개인과 집단, 또는 우리의 비즈니스에 영향을 미칠 수 있는 개인과 집단으로 정의한다. 우리는 이러한 관계들이 비즈니스의 성공에 있어서 중대한 영향을 미치는 명백하며 가치 있는 자산이라고 판단한다. 우리는 어떤 경영상의 계획에 있어서도 우리의 이해관계자들이 가지고 있는 가치와 요구사항, 그리고 관심에 대해서 확인하고 이해하는 노력을 하며, 우리의 이해관계자들이 추구하는 가치, 요구사항, 관심이 우리의 내부 의사결정과 프로젝트 실행 과정에 반영될 수 있도록 최선을 다한다.

## 2. 목적

KT는 이 지침을 충실하게 지킴으로써 우리의 이해관계자들로부터 신뢰와 존경을 얻고자 한다. 또한 이러한 노력을 통해 더 효율적이고 고객지향적인 방식으로 경영을 할 수 있을 것이며, 회사와 우리의 이해관계자들에게 상호 이익이 되고 장기적인 가치 창출을 한다는 경영 목표 달성에도 도움을 줄 것으로 기대한다.

## 3. 정책 범위

KT의 이해관계자 참여 정책은 기업의 국내와 해외 운영 전체에 적용한다. 관련된 모든 단체와의 효과적인 커뮤니케이션과 참여를 보장하기 위해서, 전사 차원의 이해관계자 파악과 분석이 이루어진다. 참여의 수준과 방법은 참여 세부 실행 지침에 의해 결정한다.

## 4. 이해관계자 정의

KT는 우리의 이해관계자들을 일반적인 기능, 규모 및 중요도, 기업활동에 따라 해당 이

해관계자가 받는 영향도 및 연관성, 해당 이해관계자 활동이 기업에 미치는 영향도 및 관련성 등에 따라 정의하고 분류한다. 이 작업을 ‘이해관계자 맵핑(stakeholder mapping)’ 이라고 하며, 매년 공식적으로 이해관계자 맵(stakeholder map)을 재확인한다. 이 과정에서 직접적인 목소리를 내지 않는 미래 세대나 환경 등의 부분까지 이해관계자로서 고려한다.

KT의 이해관계자 매트릭스(stakeholder matrix)는 이해관계자들에게 정보를 제공하고 커뮤니케이션을 함에 있어서 중요한 관리 도구로 사용된다. 이 매트릭스는 우리의 비즈니스에 중요한 이해관계자로 파악된 정부 및 고객, 임직원, 협력사, 지역사회, 주주·투자자, 정부·미디어, 학계·전문가, 환경 분야 이해관계자를 포함하고 있다.

### [KT의 이해관계자]

- **고객** : 서비스 가입 고객, 잠재 고객 등
- **임직원** : 그룹사 임직원 전체
- **협력사** : 물자협력사, 정보통신공사 협력사, 기타 서비스 협력사 등
- **지역사회** : 정부, 지방정부, 미디어, NGO 등
- **주주·투자자** : 개인 및 단체 투자자, 애널리스트 등
- **정부·미디어** : 규제 기관, 관련 정책 담당 부처, 언론사 등
- **학계·전문가** : 대학 관련학과 교수진, ICT 업계 전문가(연구단체, 학회, 협회 등)
- **환경** : 동식물을 비롯한 자연, 환경 단체, 미래세대 등

## 5. 이해관계자 파트너십 관리지침

### ● 이해관계자들과의 의견 조정

우리는 회사의 경영과 관련된 다양한 이슈에 대해서 회사의 관점과 이해관계자들의 관점을 모두 반영하여 의제 및 우선순위를 조정해 나간다.

### ● 이해관계자들과의 협의

우리는 이해관계자들과의 협의 과정에서 관련된 모든 측면과 경우를 고려함으로써 최적의 결과를 이끌어낸다.

- **이해관계자들과의 협력**

우리는 우리와 함께 비전을 공유하고 발전시켜나갈 수 있는 이해관계자들인 개인과 집단들과의 파트너십을 형성하고자 한다. 우리는 경영상의 중요한 결정을 내리거나 행위를 함에 있어 때로 상충될 수도 있는 이해관계자들의 요구와 이익, 그리고 우리의 비즈니스상의 이익 사이에서 균형을 찾을 수 있도록 노력한다.

- **창조성의 장려**

우리는 의미 있고 차별화된 이해관계자들과의 지속적인 파트너십을 추구하기 위해 창조적이고 혁신적인 프로그램을 운영한다.

- **열린 커뮤니케이션**

우리는 이해관계자들과의 숨김없고 진실한, 그리고 지속적인 커뮤니케이션과 의견 교환을 중시한다.

- **우리의 의무에 대한 확인**

우리는 주어진 기회뿐만 아니라 도전적인 이슈들에 있어서도 실질적이고 확실한 결과를 내는 것을 목표로 하며, 공동의 합의를 이루기 위해 헌신적이고 지속적인 노력을 기울인다.

## 6. 이해관계자 소통에 대한 접근

이해관계자 참여는 우리의 사업 전략과 의사 결정 과정에 반영된다. 우리는 이해관계자들에 대해 연구하고, 그들의 참여 동기를 이해하고, 비판에 대해 적극적으로 받아들이며, 공동의 목표를 발전시켜 나가면서 우리 이해관계자들의 기대가 무엇인지 이해하고자 노력한다. 이러한 노력은 우리 회사가 다양한 이해관계자들의 상충하는 요구들 사이에서 균형을 찾고, 그들의 관심사항에 대해 적절히 반응하고, 이슈들을 효과적인 방법으로 관리할 수 있도록 하는데 도움을 줄 것이다.

[ 이해관계자 참여에 대한 KT의 접근방법 ]

- 설문조사와 포커스 그룹 인터뷰
- 고객의 관심사에 언제든지 접근 가능한 채널
- 광범위한 온라인 커뮤니케이션과 피드백
- KT 웹사이트를 통한 커뮤니케이션
- 지역사회 기반 단체 및 정부당국과의 파트너십
- 다양한 이해관계자 포럼 및 미팅에의 참여와 대화

7. 이해관계자 커뮤니케이션 채널

구분	관심영역	주요 소통 채널
고객	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 서비스 품질</li> <li>▪ 고객 건강 및 안전</li> <li>▪ VOC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 오프라인 고객 조사 pool 운영(정기조사 연 3회, 비정기조사 4~5회)</li> <li>▪ 온라인 고객 정기조사(2회)</li> <li>▪ 대학생 상품체험단(연간 8개월 운영)</li> <li>▪ 가구 패널</li> <li>▪ 고객 상품검증단(연간 운영)</li> <li>▪ 모바일 퓨처리스트(MF) 대학생 아이디어 그룹 진행(연간 약 20회)</li> </ul>
임직원	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 일과 가정의 양립</li> <li>▪ 인재 개발</li> <li>▪ 경력 관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 노사협의(분기 1회)</li> <li>▪ 지역노사협의회, 노사상생협의회</li> <li>▪ 고충처리위원회(252개),</li> <li>▪ 경영설명회(매월)</li> <li>▪ KT119 노사상생센터(온라인)</li> <li>▪ 2030-경영진 간담회(수시)</li> <li>▪ 소통미팅(월 1회)</li> <li>▪ 사내방송(KBN)(주 3회)</li> <li>▪ 사내 on/off line 소통공간 운영(연중 지속) : PC 바탕화면, 해우소메시지, 포스터, 사내포털, 아이디어 Wiki 등</li> <li>▪ Opinion Leader 그룹 운영(연중 지속) : 블루보드, Culture Leader, EFT 등</li> </ul>
협력사	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 동반성장</li> <li>▪ ICT 생태계</li> <li>▪ 활성화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Partner's Day(연 1회)</li> <li>▪ KT 파트너스협의회(반기 1회)</li> <li>▪ 품목별 SCM 협의체(월/분기 1회)</li> <li>▪ 장비품질간담회(분기 1회)</li> <li>▪ 찾아가는 방문간담회(매주)</li> <li>▪ 초청 간담회, 오찬 간담회, 실무 교류회(수시)</li> </ul>

지역사회	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역경제 활성화</li> <li>통신복지</li> <li>사회공헌</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>간담회, 설문조사, SNS, 홈페이지</li> <li>지역아동센터 지원(꿈품센터)</li> <li>IT 교육(수시)</li> </ul>
주주·투자자	<ul style="list-style-type: none"> <li>매출/이익 성장을 위한 경영 전략</li> <li>규제 및 경쟁 환경</li> <li>주주 환원 정책</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>주주총회(연 1 회)</li> <li>CEO 경영설명회(연 1 회)</li> <li>실적 발표(분기 1 회 공시, 컨퍼런스콜)</li> <li>IR 뉴스(월 1~2 회)</li> <li>국내/해외 기업설명회(NDR, 수시)</li> <li>IR 홈페이지 운영</li> </ul>
정부·미디어	<ul style="list-style-type: none"> <li>법규 준수</li> <li>정부 정책 적극 참여</li> <li>미디어를 통한 정보 공개</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>보도자료(수시)</li> <li>기자 간담회 및 공청회(수시)</li> <li>홈페이지 홍보채널 운영</li> </ul>
학계·전문가	<ul style="list-style-type: none"> <li>ICT 기술 개발</li> <li>산학 협력</li> <li>오픈 이노베이션</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>KT 경제경영연구소 운영(상시)</li> <li>ICT 연구사이트 'DigiEco' 운영(상시)</li> <li>대학/연구소와의 공동 기술 연구</li> <li>'Future On' 홍보관 운영(상시)</li> <li>경기창조경제혁신센터 운영(상시)</li> </ul>
환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경보전</li> <li>친환경 서비스 개발</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경경영위원회(수시)</li> <li>온실가스배출량 검증(연 2 회, Scope 1, 2 3)</li> <li>CDP 대응 및 공개(연 1 회)</li> </ul>

## 8. 이해관계자 참여 세부 실행 지침

### I. 이해관계자 파악과 분석

KT는 기업과 현장 수준에 맞는 이해관계자 파악과 분석을 위해 적합한 틀과 프레임워크를 제공한다. 이해관계자 파악과 분석 절차는 구체적인 이해관계자 참여 전략의 바탕이 된다.

- ① 이해관계자 파악, 분석, 그리고 우선순위는 이해관계자 분석 프레임워크에 의해서 실시한다. 모든 현장에서 특정 환경과 운영에 맞는 이해관계자와 우선순위를 파악하기 위해서 이해관계자 분석을 실시한다.

### II. 이해관계자 참여

KT는 회사 경영 전반에 적합한 이해관계자를 참여시키기 위한 커뮤니케이션 전략을 세운다.

- ① 이해관계자 참여의 커뮤니케이션 수준과 방법은 기업이 이해관계자에게 미치는 영향과 이해관계자가 기업에게 미치는 영향을 고려하여 이해관계자 별로 결정한다.
- ② 이해관계자 참여 이벤트 사전에 관련 당사자들에게 해당 참여 활동의 목적, 범위, 목표, 참가자 명단, 참여절차 등에 대한 정보를 알려야 한다.
- ③ 이해관계자의 참여를 독려하기 위해 사회적 네트워크, 다양한 미디어 매체, 메일 등의 수단을 적절히 활용하도록 한다.

### III. 참여자 대상 사전 정보 제공

참여 당사자들에게 사전 정보를 제공하여 이해관계자 참여 성과에 대한 믿음과 신뢰도를 높인다.

- ① 참여자들에게 사전 제공되는 정보에는 현재 중요하게 고려되는 이슈에 대한 구체적인 정보가 제공되어야 한다.
- ② 참여자들에게 사전 제공되는 정보에는 KT의 현재 이슈에 대한 관리 및 대응방법이 구체적으로 제시되어야 한다.

#### IV. 기본 원칙

참여 당사자들은 다음의 기본원칙을 준수해야 한다.

- ① 모든 참여자들이 온전히 자신의 의견을 제시할 수 있도록 한다.
- ② 모든 참여자들에게 공평한 기회가 주어져야 한다.
- ③ 참여자들 간에 동의되었다면, 어떠한 익명의 요구사항도 존중되어야 한다.
- ④ 모든 참여자들의 동의를 얻은 사항에 대해서는 별도의 영상 또는 문서상 기록을 남기도록 한다.
- ⑤ 이해관계자 분석과 참여 절차의 주요 목적은 이해관계자 관계의 악화를 예방하기 위해서다. KT 는 어떠한 상황에서도 이 정책에 정의된 기본원칙을 준수할 것이다.

참여 당사자들은 다음의 사항들에 해당하는 행동을 해서는 안 된다.

- ① 불신
- ② 위협, 협박
- ③ 사적 이해관계에 근거한 참여 당사자간의 불필요한 경쟁
- ④ 저조한 참여

#### V. 문서화

KT 는 이해관계자 참여와 결과물에 대해 다음 사항들을 문서화하도록 한다.

- ① 참여에 대한 목적과 목표
- ② 활용 수단
- ③ 참여자
- ④ 시간(기간)
- ⑤ 이해관계자들의 관심, 기대, 견해
- ⑥ 주요 토의 내용에 대한 요약
- ⑦ 결과물(질의, 제안, 추천, 동의된 의견과 행동)



## VI. 실천 방안

KT 는 이해관계자 참여와 결과물에 대해 분석하고 대응방안에 대해 정확히 명시한 실천방안을 작성해야 한다.

- ① 실천방안은 주요 토의 내용과 중재뿐 아니라 이해관계자들의 관심, 기대, 견해 역시 고려되어야 한다.
- ② 실천방안은 역할과 책임 소재가 명확히 제시되어야 한다.

## VII. 이해관계자 보고

KT는 보고서, 일대일 대화, 전화를 통한 후속조치, 웹사이트를 통한 정보제공 등의 수단을 통해 참여 당사자들에게 참여 결과와 실천방안에 대해 통보한다.