

SAMSUNG

삼성전자

2009-2010 지속가능경영 보고서



**Global Harmony with
People,
Society &
Environment**

About This Report

2010년 삼성전자의 지속가능경영 보고서를 발간합니다.

삼성전자는 2009년 창립 40주년을 맞이하여 지난 40년간 이룩한 성공을 넘어 '초일류 100년 기업'을 향한 창조적 도전을 위해 '비전 2020'을 선포하였습니다. 글로벌 초일류 기업, 존경 받고 사랑 받는 기업이 되기 위해 경제적 성과를 지속적으로 창출함은 물론, 삼성전자의 위상에 걸맞은 사회적 책임을 다하고, 지구환경을 보존하기 위해 노력하고 있습니다. 이에 2009년 한 해의 지속가능경영 활동 및 성과를 담아 이해관계자들에게 소개하고 소중한 의견을 듣고자 합니다.

보고기준

2009-2010년 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative)의 G3 가이드 라인과 AA1000 APS(2008)를 적용하여 프로필 공시와 경제·환경·사회 부문의 성과 지표를 충실히 반영하고자 노력하였습니다.

또한, 글로벌 지속가능경영 부문의 대외 투자 평가지표인 DJSI와 전자 업계 CSR 협의체인 EICC 행동강령 등 이해관계자들의 주요 관심 사항 및 이슈를 다루었습니다.

본 보고서에 담긴 재무 정보는 연결기준으로 작성되었으며, 환경·사회 정보 또한 해외 글로벌 거점들의 성과를 포괄적으로 담았습니다. 본사만의 성과를 보고하는 경우 이를 주석으로 설명하였습니다.

보고기간

보고 기간은 2009년 1월 1일부터 2009년 12월 31일까지이며, 정량적 정보의 경우, 과거 성과와의 비교와 추이에 대한 정보 제공을 위해 원칙적으로 2007년부터 2009년까지의 3년간 정보를 보고하였습니다.

정성적 정보는 2009년을 기준으로 하되, 필요한 경우 2010년 4월까지의 정보를 담았습니다.

보고서 작성 프로세스

본 보고서 작성을 위해 각 부문별 담당자로 T/F를 구성하여 삼성전자와 관련된 다양한 이해관계자들의 의견을 분석하였으며, 이를 기반으로 삼성전자의 지속가능경영 주요 이슈를 선정, 2009년 추진 활동 중심으로 관련 내용을 보고서에 기술하였습니다. 또한, 보고서 작성프로세스 및 기술된 제반 정보의 신뢰성을 확보하고자 독립적인 전문기관의 검증을 받았으며, 검증 결과를 90~91페이지에 수록하였습니다.

보고서의 추가적인 정보는 삼성전자의 홈페이지(국내 <http://www.samsung.com/sec/>, 글로벌 <http://www.samsung.com/us/>)에서 열람이 가능합니다.

Contents

	About This Report
02	CEO Message
04	2009년 하이라이트
06	삼성전자 소개
08	글로벌 네트워크
10	삼성전자 40주년
12	삼성전자 비전 2020
13	기업 지배구조
15	삼성전자 가치체계
16	삼성전자 지속가능경영
17	경제적 가치 창출
21	이해관계자 커뮤니케이션
22	중대성 평가

23	인재경영
24	• 인재제일 실현
28	• 일과 삶의 조화
32	정도경영
33	• 기업 윤리 준수
36	• 공정거래 문화 정착
38	• 지적 재산 보호
39	녹색경영
41	• 기후변화 대응 선도
46	• 친환경 제품 개발 강화
51	• 글로벌 친환경 사업장 구현
54	• 그린 커뮤니케이션 강화
59	사회공헌
60	• 더불어 행복한 사회추구
68	• 글로벌 공익사업 파트너십 구축
69	협력사 상생
70	• 글로벌 경쟁력 확보
73	• Win ³ 파트너십 강화
75	제품 서비스
76	• 고객 감동 서비스 혁신
80	• 고객 신뢰 경영 구축

81	Appendix
82	• 환경·사회 주요 성과지표
86	• 부문별 수상내역
87	• GRI 대조표
90	• 외부검증인의 검증보고서
92	• 보고서 작성 참여자 정보

삼성전자는 모든 이해관계자에게
새로운 가치를 제공하고, 보다 풍요롭고
행복한 미래를 만드는 데 기여하고자 합니다.

	고객	임직원	주주	지역사회	정부	협력회사	NGO	언론
		●	●		●		●	●
		●	●		●		●	●
	●	●	●	●	●	●	●	●
	●		●		●	●	●	●
		●	●		●		●	●
	●		●	●	●		●	●
	●		●		●		●	●
	●	●	●	●	●		●	●
	●		●	●	●		●	●
				●	●		●	●
				●	●		●	●
				●	●	●	●	●
				●	●	●	●	●
	●		●		●		●	●
	●		●		●		●	●





기업의 경영 활동과 지속가능발전(Sustainable Development)을 접목시키기 위한 노력이 활발한 가운데, 기업 운영으로 인한 사회적, 환경적 영향에 대해 보다 책임 있는 행동을 기대하는 이해관계자들의 요구가 증대되고 있습니다. 이에 삼성전자는 이해관계자들의 의견을 수렴하기 위한 내부 프로세스를 개선하고, 전사 차원의 비전과 전략을 수립하기 위하여 노력하고 있습니다.

● 추가 정보 및 관련 홈페이지 ●

추가 정보	웹사이트
지속가능경영 보고서	http://www.samsung.com/us/about-samsung/sustainability/sustainablemanagement/sustainablemanagement.html
IR 홈페이지	http://www.samsung.com/sec/aboutsamsung/ir/newsMain.do
삼성 녹색경영	http://www.samsungmobile.co.uk/greenmanagement/phone.do
삼성 반도체	http://www.samsung.com/sec/business/semiconductor/
삼성 휴대폰	http://kr.samsungmobile.com/index.do
애니콜 드리머즈	http://www1.anycalldreamers.co.kr/
삼성 프린터	http://www.prinity.com/
프린터 재활용 프로그램	http://www.samsung.com/printer/star/

● 지속가능경영 보고서 담당 ●

상생협력센터 상생협력팀

경기도 수원시 영통구 매탄 3동 416번지 삼성전자 주식회사

Tel: 82-31-200-0426

Fax: 82-31-200-0700

Email: csr.partner@samsung.com

“인재와 기술을 바탕으로 최고의 제품과 서비스를 창출하여 인류사회에 공헌한다”는 경영이념으로 지속가능경영을 위해 꾸준히 노력해 왔습니다.

**삼성전자에 늘 관심과 애정을 보내 주시는
여러분께 감사의 인사를 드립니다.**

2010년 「지속가능경영 보고서」를 통해 인간과 사회, 환경의
조화로운 어울림을 위해 그동안 추진해 온 활동과 성과를 되돌아
보고 그 의미를 함께 나누고자 합니다.

우리 회사는 “인재와 기술을 바탕으로 최고의 제품과 서비스를
창출하여 인류사회에 공헌한다”는 경영이념을 바탕으로 지속가능
경영을 꾸준히 실천해 왔습니다.

특히, 2009년은 글로벌 금융위기로 인해 매우 어려운 경영여건
속에서도 혁신적인 제품과 서비스를 창출하여 업계 최고의 경영
성과를 달성하였고, 회사의 브랜드 가치도 크게 향상시키는 기회로
만들었습니다.

이와 같은 경영성과는 인재경영, 정도경영, 녹색경영, 사회
공헌, 협력사와의 상생 등을 충실히 실천해 온 결과라고 생각
합니다.

삼성전자는 1993년 「신경영 선언」을 계기로 본격적인 지속가능
경영을 실천해 왔으며 앞으로도 인류의 건강과 삶의 질 향상을
위한 경영활동을 더욱 강화해 나갈 것입니다.

2009년에 추진한 주요 활동을 소개해 드리면,
먼저, 글로벌 인재들이 자신의 역량을 마음껏 발휘할 수 있도록
창조적이고 개방적인 조직문화를 조성하는 데 노력하였으며,
법규와 기업윤리를 준수하는 정도경영을 더욱 강화하였습니다.

그리고, 녹색경영을 위한 중장기 비전과 실천 전략을 수립하고
LED TV, 저전력 반도체, 태양광 충전 휴대폰 등 세계 최고 수준의
친환경 제품을 선도하고 있으며, 폐제품을 회수하고 재활용하는 등
지구환경을 보전하기 위한 활동도 적극 추진하고 있습니다.

또한, 글로벌 기업시민으로서 사회적 책임을 다한다는 상생
추구의 정신을 바탕으로 지역 사회의 소외 계층을 지원하는 등
다양한 사회공헌 활동을 전개하고 있으며, 협력사들과도 신뢰를
바탕으로 동반성장을 위한 상생 프로그램을 확대해 나가고 있습
니다.

아울러, 고객만족 경영을 실천하기 위하여 ‘품질현장’을 새롭게
제정하고 제품 불량률을 근본적으로 예방하기 위해 노력하고 있으며,
고객과의 커뮤니케이션도 더욱 강화하고 있습니다.

이와 같은 다양한 활동은 이제 단순히 기업이미지 개선 차원이
아닌 고객에게 지속적으로 사랑받을 수 있는 차별화된 핵심
역량이 되고 있습니다.

존경하는 이해관계자 여러분,

삼성전자는 지난해 창립 40주년을 맞아 'Inspire the World, Create the Future'를 실현하기 위한 「초일류 100년 기업」을 향한 신비전을 선포하였습니다.

인류 모두에게 늘 새로운 가치를 제공하고, 보다 풍요롭고 행복한 미래를 함께 만들어 나가겠다는 우리의 다짐이자 약속입니다.

우리의 비전은 여러분과 함께 할 때 가능한 것입니다. 기업의 사회적 책임, 친환경, 정도 경영 등을 적극 실천하여 더불어 사는 사회를 만들어 나가겠습니다.

앞으로도 변함없는 격려와 동참을 부탁드립니다.

감사합니다.

崔志成

최지성

삼성전자 대표이사 사장



2009. 11.

창립 40주년 비전 2020 선포

삼성전자는 창립 40주년을 맞아 '미래 사회에 대한 영감, 새로운 미래 창조(Inspire the World, Create the Future)' 라는 슬로건의 '비전 2020' 을 발표하고, 2020년까지 매출 4,000억 달러의 글로벌 10대 기업으로 도약, 세계 IT업계에서 압도적 1위 달성, 브랜드 가치 5위권 진입, 존경받는 기업 10위권 진입이라는 목표를 공개하였습니다.



2009. 09.

다우존스지속가능성지수 편입



삼성전자는 다우존스지속가능성지수(DJSI)에 신규 편입되었습니다. 이 지수는 지속가능성 평가 전문기관인 스위스 SAM사가 매년 선정하는 지속가능경영 상위 10%에 속한 기업 300여개 사로 구성되며, 전 세계 투자평가 기관과 투자자의 의사 결정에 큰 영향을 미치고 있습니다.



최대 경영성과 (매출액 100조, 순이익 10조 달성)

2009년 한 해 동안 연결기준 139조 원의 매출로 사상 최대 실적을 달성하였으며, 영업이익은 11.6조 원을 기록하였습니다. 이로써, 삼성전자는 연간매출과 영업이익에서 한국기업으로는 처음으로 '100조-10조' 클럽에 가입하였다.

1,389,937 억 원

2010. 02.

다보스포럼 The Global 100대 기업 선정



삼성전자는 국내 기업 최초로 세계경제포럼이 선정하는 글로벌 100대 기업에 포함되었습니다. 이는 삼성전자가 글로벌 수준으로 도약했음을 인정받았다는 것을 의미합니다. 삼성전자는 그동안 펼쳐온 환경친화제품 개발과 환경오염물질 관리, 환경설비 투자 등에서 높은 평가를 받았으며, 지속가능보고서 가이드라인을 성실히 준수한 것으로 평가 받았습니다.

혁신제품 개발로 지구환경과 삶의 질 향상에 기여

태양광폰 인도 시장 출시('09.6), 4G 단말기 상용화 성공('09. 12), 30나노급 공정 DDR3 개발('10.2), 4기가 DDR3 D램 양산('10.2), 풀HD 3D LED TV 출시('10.2) 등 세계 최초의 혁신제품을 지속적으로 개발하고 시장에 출시함으로써 시장을 선도하며 시장 지배력을 강화해 나가고 있습니다.



2010. 03.

포춘誌 선정 존경받는 기업 42위

삼성전자가 미국 경제 전문지 포춘이 선정한 '세계에서 가장 존경받는 기업(World's Most Admired Companies)' 42위에 올랐습니다. 포춘誌는 전 세계 기업가 등을 상대로 한 설문조사 자료를 토대로 올해 세계에서 가장 존경받는 기업 50곳을 선정해 발표했으며, 그 결과, 삼성전자는 평점 6.74점으로 지난해(5.88점) 50위에서 42위로 8계단 상승했습니다.

2009. 09. 기후변화 대응, 세계 500대 기업 중 10위 선정

파이낸셜타임스 스톡익스체인지(FTSE) 500개 기업을 대상으로 매년 실시되는 탄소정보 공개 리더십지수(CDLI)에 삼성전자가 아시아 기업 중 유일하게 선정되었습니다. 기후변화 대응 활동과 정책을 평가하는 이번 지수에서 삼성전자는 상위 50개 기업 중 10위에 올랐습니다.



삼성전자 '글로벌 100대 브랜드' 첫 10위권

2009년 세계적 금융위기 속에서도 삼성의 브랜드 가치 순위는 19위로 세계 10위권에 진입하였습니다. 이는 삼성의 브랜드 순위가 지난해 21위에서 2계단 뛰어오른 것으로, 1999년 조사를 시작한 이래 최고 순위입니다. 삼성전자는 2000년 처음 '글로벌 100대 브랜드'에 진입한 바 있습니다.

Rank	Brand	Country of Origin	Sector	2008 Brand Value (\$B)	Change in Brand Value (%)	2009
1	Apple	United States	Technology	105,740	2%	19
2	IBM	United States	Computer Services	90,510	0%	21
3	Microsoft	United States	Computer Software	80,847	-4%	22
4	Google	United States	Search	47,777	10%	23
5	Nintendo	Japan	Computer Electronics	39,862	0%	24
6	McDonald's	United States	Restaurants	32,275	0%	25
7	Google	United States	Search Services	31,880	10%	26
8	Toyota	Japan	Automotive	31,330	-4%	27
9	Intel	United States	Computer Hardware	30,630	-4%	28
10	Disney	United States	Media	28,447	0%	29
19	SAMSUNG	Republic Korea	Consumer Electronics	17,518	-5%	30
20	Apple	United States	Computer Hardware	16,432	0%	31

2010. 03. 美 에너지스타 엑셀런스상 수상

삼성전자는 미국 환경청(EPA)이 주관하는 '에너지스타 엑셀런스 어워드'를 2년 연속 수상했습니다. 2010년에는 소비자 대상 친환경 마케팅과 에너지 절감 교육 등 친환경 활동을 인정받아 '엑셀런스 에너지스타 프로모션' 부문상을 수상했습니다.



2009. 07. 녹색경영 선포

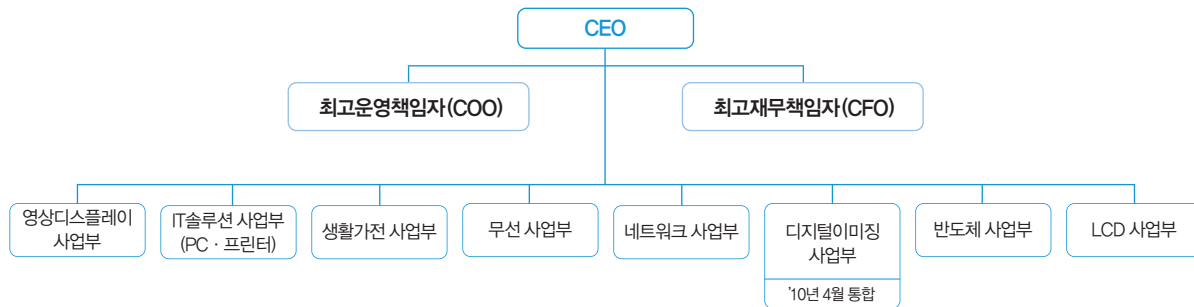
2013년까지 온실가스 감축과 친환경 제품 개발 등에 5조 4,000억 원을 투자하는 내용을 담은 '녹색경영 로드맵'을 발표하였습니다. 삼성전자는 2013년까지 온실가스 감축, 친환경 제품 출시 확대, 친환경 연구개발 및 녹색 사업장 구축을 위한 투자, 협력회사 녹색경영 파트너십 강화 등 4개 부문에 대해 녹색경영을 추진할 계획입니다.



I 기업 프로필 I

1969년에 설립된 삼성전자는 대한민국 경기도 수원에 본사를 두고 있으며, 각종 전자제품과 통신기기, 그리고 반도체 등을 생산하여 판매하고 있습니다. 삼성전자는 글로벌 경쟁력 강화, 효율 및 시너지 극대화를 위해 기존 Set, 부품 2개 부문 10개 사업부로 구성되어 있는 조직을 대표이사 직속의 8개 사업부 조직으로 개편하였습니다. 기존 9개 지역 총괄 중 중아총괄을 중동·아프리카 총괄로 분리해 총 10개 지역 총괄 조직으로 확대 개편 하였습니다. 삼성전자는 글로벌 기업들과 마찬가지로 CEO의 의사결정을 지원하는 COO(최고운영책임자)와 CFO(최고재무책임자)를 운영, 대규모 조직이 체계적이고 효율적으로 운영될 수 있는 체계를 구축하였습니다.

• 삼성전자 조직도



※ 삼성전자는 이사회 승인으로 4월 1일부로 삼성 디지털 이미징을 사업부로 흡수 합병하였습니다.

영상디스플레이 사업부

- TV
- Home AV
- Monitor
- e-Book
- 프로젝트



IT솔루션 사업부

- Netbook, Note PC, 올인원 PC 등 PC 제품군
- 레이저 프린터, 복합기



생활가전 사업부

- 냉장고
- 세탁기
- 에어컨
- 청소기



무선 사업부

- 폴더치 스크린폰, 친환경 휴대폰, 스마트폰 등 휴대폰
- MP3 플레이어



네트워크 사업부

- 모바일 와이맥스와 LTE 솔루션
- 위성 케이블/하이브리드 셋톱박스



디지털이미징 사업부

- 하이브리드 DSLR
- 하이엔드 콤팩트 카메라
- HD캠코더 등



반도체 사업부

- DRAM
- Flash
- CMOS 이미지 센서
- SSD
- 시스템 LSI
- 파운드리 사업
- HDD



LCD 사업부

- TV, 모니터, Note PC, DID에 장착되는 LCD 패널

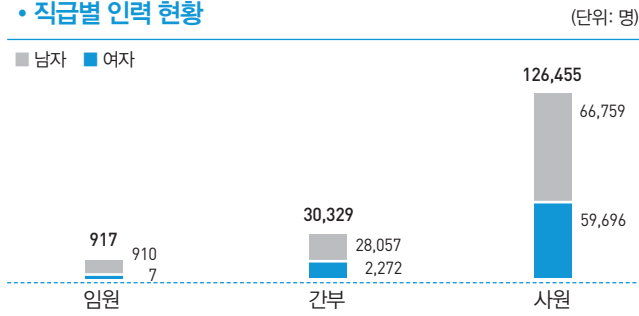


I 임직원 현황

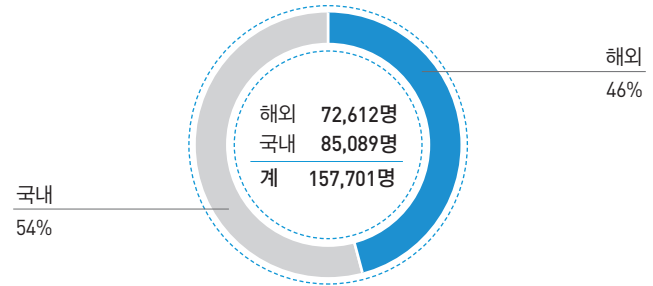
삼성전자 임직원은 2009년 말 기준으로 157,701명입니다. 이 중 국내에 근무하는 정규 임직원은 85,089명(계약 1,140명 포함), 해외에서 근무하는 정규 임직원은 72,612명(계약 3,264명, 실습 3,432명 포함)으로 전체 임직원 중에서 해외인력이 차지하는 비중은 46%입니다. 정규직 외 도급, 파견, 프로모터 인력은 47,852명으로 국내 17,128명, 해외 30,724명입니다.

특히, 삼성전자 R&D인력은 전체 임직원의 28%인 44,098명으로 이들 중 국내 인력은 35,636명입니다. 또한, 여성인력 고용 창출을 위해 지속적으로 노력하고 있으며, 이에 따라 향후 여성 간부 및 임원의 비율이 지속적으로 증가할 것으로 예상됩니다. 현재 여성인력의 비중은 39%이며, 평균 연령은 국내 인력 기준으로 남자는 34세, 여자는 25세입니다.

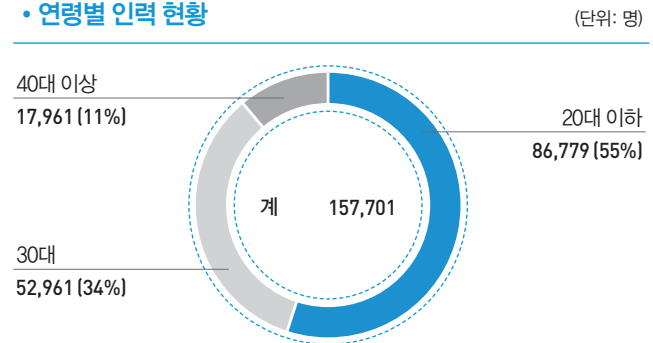
• 직급별 인력 현황



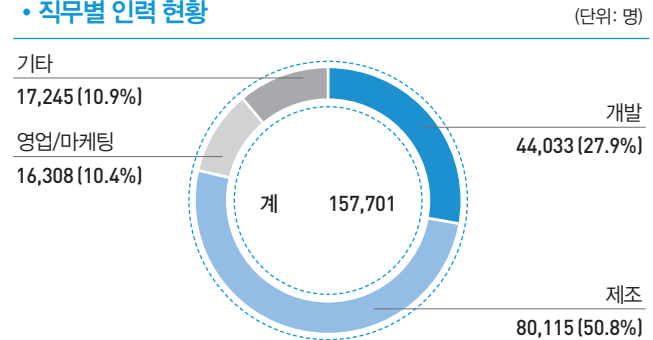
• 해외 인력 비중



• 연령별 인력 현황



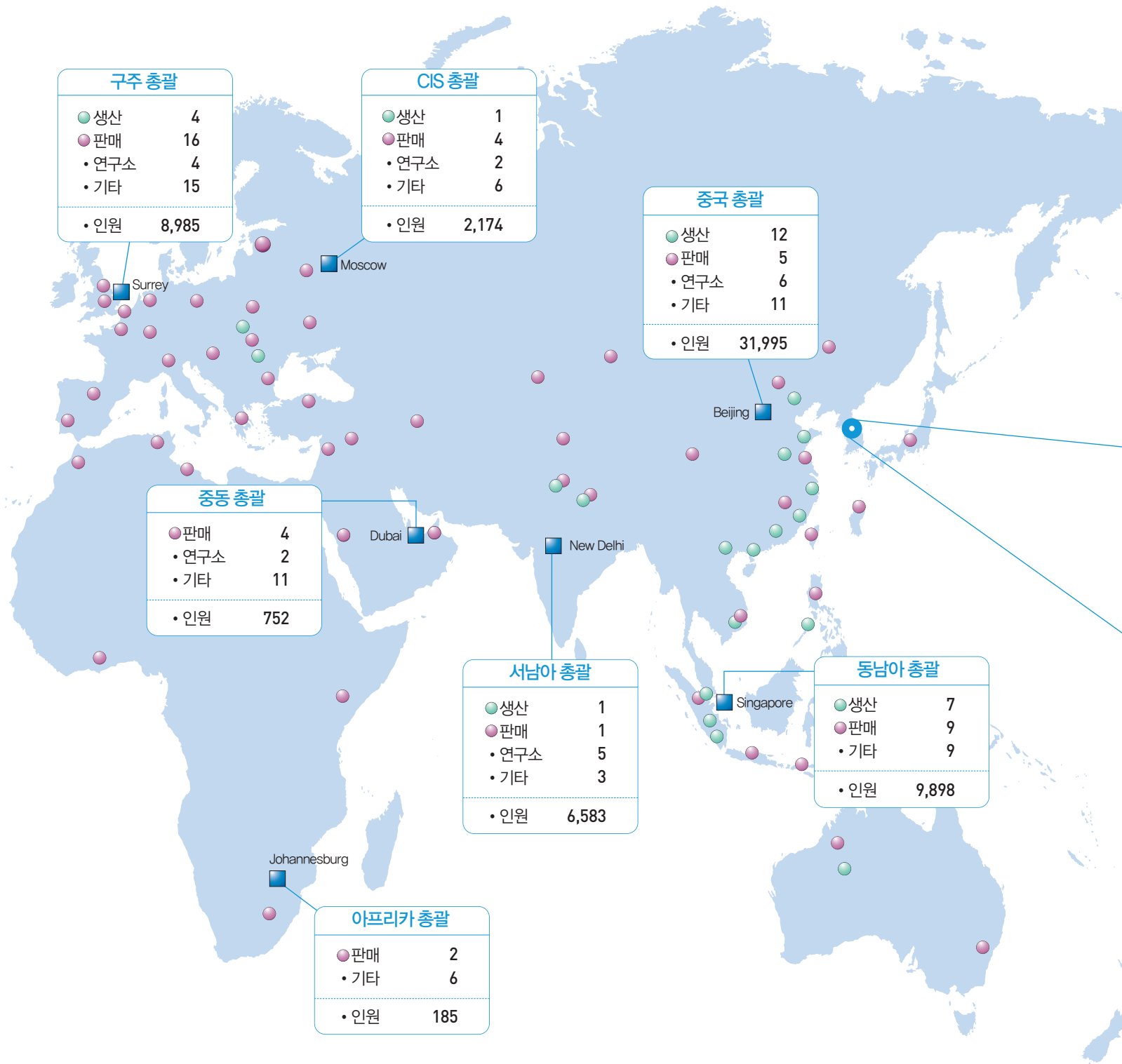
• 직무별 인력 현황

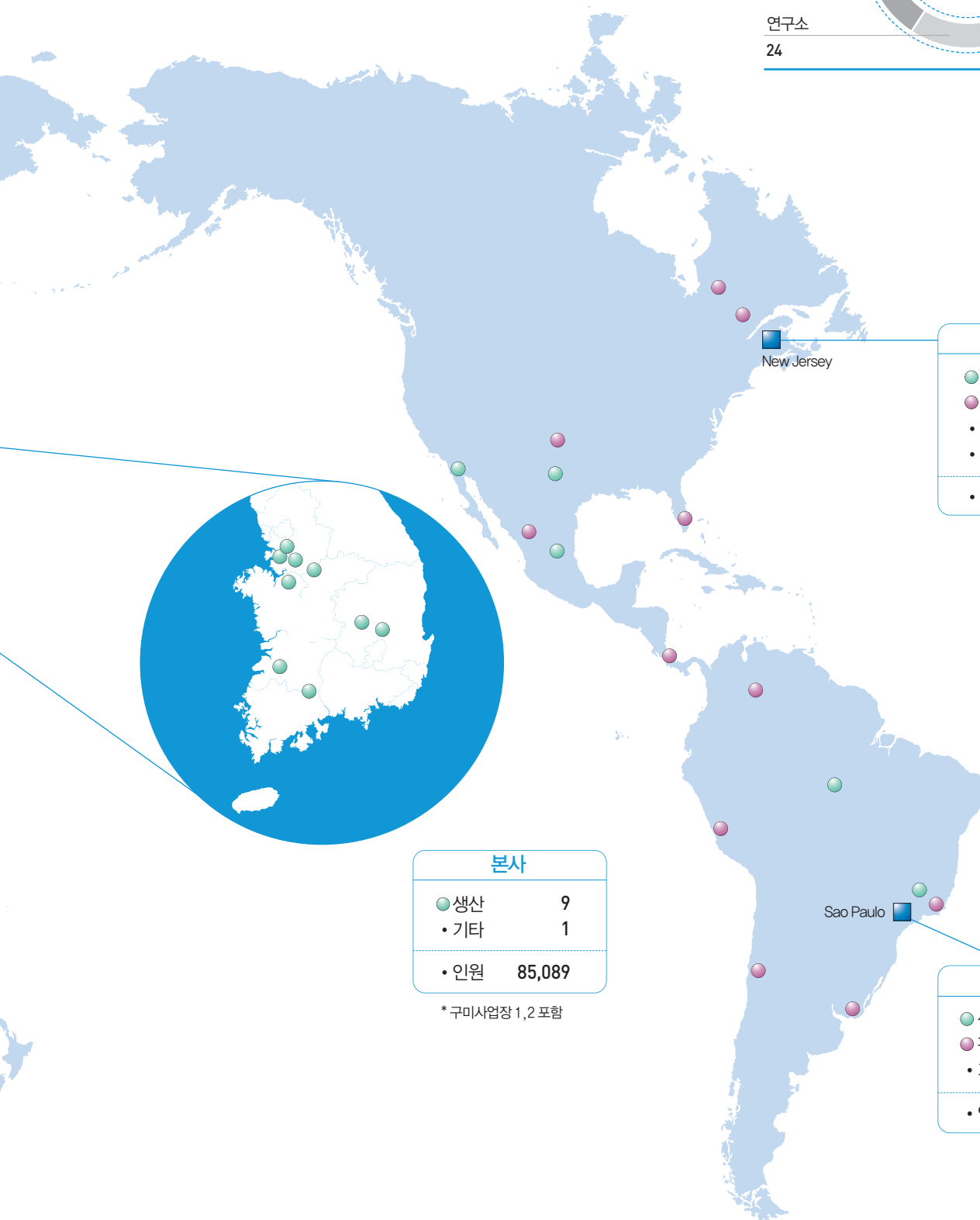
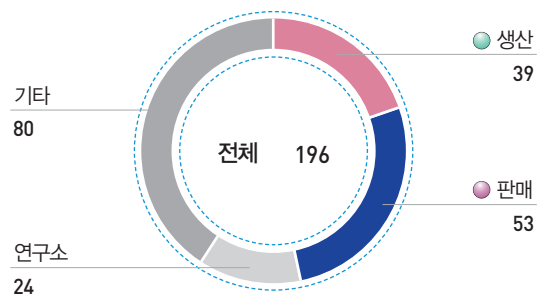


• 국내 종속회사 현황

회사명	업종	생산제품/서비스	지분율	비고
삼성광주전자(주)	제조, 판매	냉장고, 에어컨, 세탁기, 청소기 등	94%	
삼성카드(주)	금융	신용카드, 현금서비스, 카드론, 리스, 어음할인 업무	35%	KRX 상장, 삼성생명 28%
세크론(주)	제조, 판매	반도체 제조장치/반도체제조용 정밀금형 부품	51%	Towa 49%
세메스(주)	제조, 판매	반도체 장비/FPD제품군(액정 디스플레이 장비)	64%	Dal Nippon Screen MFG 22%
스테코(주)	제조, 판매	TCP, COF 등 반도체 패키지	51%	Toray Industries 49%
삼성전자서비스(주)	서비스, 도소매	가전제품 수리서비스 등	83%	
리빙프라자(주)	판매법인	전자, 전기제품 도·소매업	100%	
삼성전자로지텍(주)	서비스, 물류	CDC(종합물류센터), 제품의 배달, 설치, 반품, 회수, 보관, 하역 등	100%	
에스엘시디(주)	제조, 판매	LCD 제품	50%	Sony 50%
SEHF 코리아(주)	제조, 판매	광케이블	100%	
삼성전자 축구단	스포츠 서비스	프로축구	100%	

2010년 1월 현재 전 세계에 생산법인, 판매법인, 물류법인, 연구소 등 총 196개 거점을 보유하고 있으며, 한국, 북미, 구주, 중국, 동남아, 서남아, 중남미, CIS, 중동, 아프리카 지역에 모두 10개의 지역별 총괄 체제를 운영하고 있습니다.





북미 총괄	
● 생산	3
● 판매	6
● 연구소	3
● 기타	9
● 인원	7,543

본사	
● 생산	9
● 기타	1
● 인원	85,089

* 구미사업장 1,2 포함

중남미 총괄	
● 생산	2
● 판매	6
● 기타	7
● 인원	3,904

시대를 앞서 가는 창의적 생각과 최고를 향한 열정으로
세계 일류의 IT기업으로 성장한 삼성전자의 성장 궤적입니다.

1980

- 1980년 한국전자통신주식회사 인수
- 1982년 첫 해외 생산법인인 포르투갈 생산법인 탄생
- 1983년 12월 64K D램 개발
- 1984년 3월 기흥반도체 공장 완공
- 1988년 3월 삼성그룹 창립 50주년, 제2창업 선언
- 1988년 11월 삼성반도체통신 흡수합병, 통합 삼성전자 출범
- 1988년 12월 700g대의 휴대폰 순수 자체 기술로 개발
- 1989년 헝가리 생산법인 설립, 동구권 첫 현지 생산법인
- 1989년 8월 국내 최초 교환기 TDX 수출 성공

1970

- 1969년 1월 13일 삼성전자공업 주식회사 탄생
- 1970년 생산 체제 구축
- 1971년 흑백TV 파나마에 최초 수출
- 1974년 독자적인 제품 개발
- 1975년 제품의 고급화와 다양화로 국제경쟁력 강화
- 1975년 5월 국내 최초, 세계 네 번째로 VCR 개발
- 1976년 6월 컬러 TV 시제품 생산
- 1977년 4월 칼라 TV SW-C3761 300대 해외 첫 수출
- 1977년 12월 한국반도체 완전 인수
- 1978년 7월 뉴욕에 미국현지판매법인 SEA를 설립
- 1979년 수원사업장 종합연구소 준공
- 1979년 단일 전자업체로는 최초로 1억 달러 수출 달성

1990

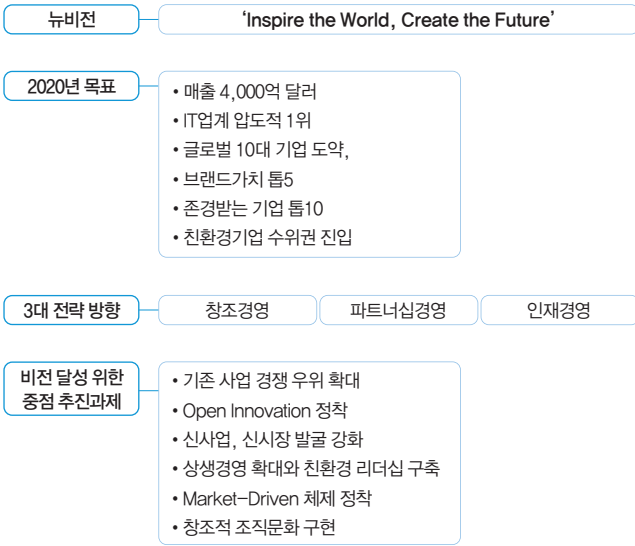
- 1992년 D램 반도체 세계 1위(13.6%)
- 1993년 6월 삼성신경영 선언
- 1993년 세계 메모리 반도체 전체 1위
- 1994년 6월 '고객 신권리 선언' 발표
- 1995년 10월 연간 수출 100억 달러 달성
- 1996년 5월 '녹색경영' 선언
- 1998년 TFT-LCD 시장 점유율 세계 1위
- 1999년 1기가 NAND플래시 세계 최초 개발

2000

- 2000년 TV 누적 판매 1억 대 달성
- 2002년 세계 낸드플래시 시장 점유율 54%로 1위
- 2003년 플래시 메모리 시장에서 21.4% 점유율로 1위
- 2004년 세계 최초로 90나노 D램 양산체제 갖춰
- 2004년 1월 46인치 LCD TV 세계 최초 출시
- 2004년 순이익 100억 달러 달성
- 2005년 1월 세계 최대 크기 102인치 PDP TV 공개
- 2005년 10월 세계 최초 1,000만 화소 카메라폰 출시
- 2006년 9월 미국에서 이견희 회장이 창조경영 선언
- 2007년 세계 휴대폰 시장 2위 도약
- 2008년 그린피스 선정 전 세계 전자기업 중 친환경 평가 1위
- 2008년 매출 100조 원 돌파
- 2009년 세계 최초 40나노 공정을 적용한 D램 개발
- 2009년 LED TV 출시
- 2009년 브랜드 순위 10위권 진입 (19위, 175억 달러)

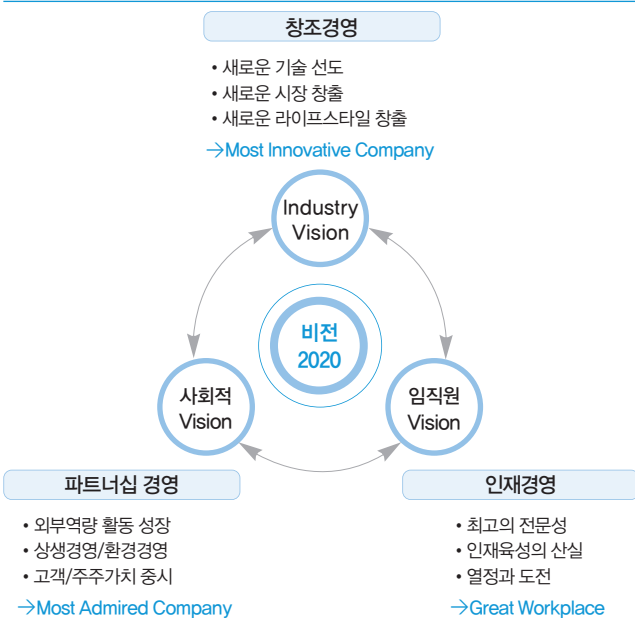
삼성전자는 창립 40주년을 맞아 급변하는 글로벌 경영환경에 능동적으로 대처하기 위해 새로운 비전 수립의 필요성을 인식하고, 인류 모두에게 새로운 가치를 제공하고 보다 풍요롭고 행복한 미래를 창출하는 창조적 리더로 발돋움하기 위한 전략 방향을 수립하였습니다.

삼성전자 비전 2020



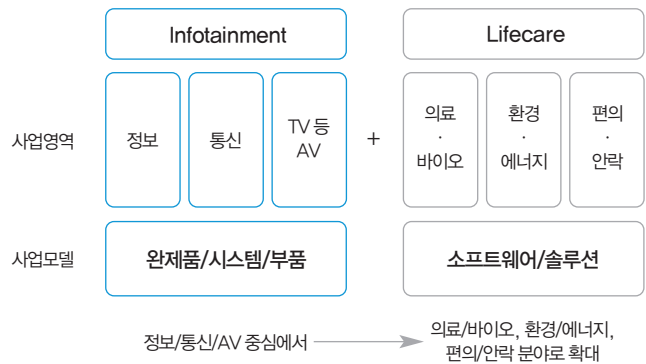
삼성전자는 新기술 선도와 新시장 창출, 新라이프 스타일 창출 등의 '창조경영' 과 대내외 협력체제 구축, 상생경영, 친환경경영 등의 '파트너십경영', 다양한 인재들의 도전과 열정 고취, 최고의 전문가 양성 등의 '인재경영' 을 「비전 2020」 실현을 위한 3대 전략 방향으로 선정하고 새로운 비전과 목표를 달성하기 위한 전략 과제를 중점적으로 추진해 나갈 것입니다.

• 비전 2020 3대 전략 방향



2020 사업 도메인 변화

기존 세트와 부품 위주의 정보, 통신, AV 중심 사업(Infotainment) 구조에서 소프트웨어와 솔루션 위주의 의료·바이오, 환경·에너지, 편의·안락 등 '삶의 질 향상' 영역(Lifecare)을 새로운 사업영역으로 추가함으로써 21세기형 사업구조로 변신을 시도할 방침입니다.



• 2020년 목표



삼성전자는 이사회 중심의 선진 기업지배구조를 기반으로 투명경영과 책임경영을 실천합니다. 삼성전자 이사회는 경영자들이 창조적으로 기업을 경영할 수 있도록 적극 지원하여 궁극적으로 기업가치의 극대화를 추구합니다. 또한 철저한 주주중시 경영을 통해 주주의 가치 제고와 권익 증진을 위해 노력하고 있습니다. 삼성전자의 이사회는 법령 또는 정관에 정해진 사항, 주주총회로부터 위임 받은 사항, 회사 경영의 기본방침과 업무 집행에 관한 중요 사항을 의결하고 이사의 업무 집행을 감독합니다.

I 이사회 구성 I

삼성전자는 이사회의 독립성을 제고하고 투명한 의사결정체계의 확립을 위해 기존 이사회 구성(사내 4명, 사외 5명)을 2010년 정기주주총회를 통해 현재와 같은 이사회(사내 3명, 사외 4명)로 변경하였습니다. 사외 이사는 정관에 따라 경영·경제·회계·법률 또는 관련 기술 등에 관한 전문지식이나 경험이 풍부한 외부 전문가 중 사외이사후보추천위원회가 추천한 이를 주주총회에서 선임하고 있습니다. 사외이사들은 경영 전반에 대해 상호 의견을 교류하고 건의 사항 등을 수렴할 수 있도록 경영진이 배제된 사외이사들만의 모임을 개최하고 있습니다.

이사와 회사와의 이해관계에 따른 충돌을 방지하기 위해 상법과 회사 정관상 겸임금지 조항에 따라 모든 이사는 이사회의 승인 없이 회사와 동일한 종류의 영업행위를 할 수 없습니다.

• 이사 프로필

직명	성명	성별	현 직책	담당업무
대표이사 부회장	이윤우	남	삼성전자 대표이사 부회장	이사회 의장
대표이사 사장	최지성	남	삼성전자 대표이사 사장	전사 경영 전반 총괄
사장	윤주화	남	삼성전자 경영지원실장	전사 경영지원 업무 총괄
사외이사	윤동민	남	김&장 법률사무소 변호사	전사 경영 전반에 대한 업무
사외이사	이재웅	남	성균관대학교 경제학부 명예교수	
사외이사	이인호	남	신한은행 고문	
사외이사	박오수	남	서울대학교 경영학부 교수	

* 2010년 4월 기준

• 지배구조와 IR 관련 주요 수상 내역

수여기관	일시	수상 내용
Finance Asia誌	2009. 6	Best Managed Company in Korea 1위,
		Best Corporate Governance in Korea 1위,
		Best IR in Korea 1위,
		Best CFO in Korea 1위
한국 IR 서비스	2009. 11	Most committed to a strong dividend policy in Korea 2위
		2009년 한국 IR 대상

I 이사회 역할과 운영 I

삼성전자는 2009년 총 8회의 이사회를 열어 34건의 안건을 상정, 처리 하였습니다. 과거 3년간(2007년~2009년) 이사의 이사회 평균 참석률은 89%입니다.

삼성전자는 신속하고 효율적인 의사결정을 위해 관련 법규에 따라 이사회 내에 위원회를 설치하고 이사회의 권한사항 중 일부를 위임하여 경험과 전문적 지식을 가진 이사들에게 집중적으로 검토, 처리하도록 하고 있습니다.

현재 이사회 산하에는 경영위원회·감사위원회·사외이사후보추천위원회·내부거래위원회·보상위원회 등 5개 위원회가 운영되고 있습니다. 특히, 내부거래위원회는 공정거래 자율준수 체제의 구축을 통해 회사 경영의 투명성을 제고하는 역할과 함께 지배구조 개선 활동도 병행하고 있습니다.

사외이사 3인으로 구성된 감사위원회는 견제와 균형을 통해 경영진이 궁극적으로 기업가치를 극대화할 수 있도록 감독하며 지원하고 있습니다.

• 위원회 현황

위원회	설치 목적	위원
경영위원회	업무수행의 전문성과 효율성을 높이기 위하여 정관 또는 이사회 규정 및 결의에 따라 이사회가 위임한 사항을 심의, 결의하고 그 결과를 이사회에 보고함	이윤우(위원장), 최지성, 윤주화
감사위원회	관련 법령, 정관 및 감사위원회 규정에 의거한 감사업무를 수행하기 위함	이재웅(위원장) 이인호, 박오수
사외이사후보추천위원회	관계 법령과 정관 및 이사회규정에 따라 회사의 사외이사 후보를 추천하기 위함	박오수(위원장), 이재웅, 이윤우, 최지성
내부거래위원회	공정거래 자율준수 체제 구축을 통해 회사 경영의 투명성을 일층 제고하기 위함	이재웅(위원장), 이인호, 박오수
보상위원회	이사 보수 결정 과정의 객관성, 투명성을 제고하기 위함	박오수(위원장), 윤동민, 이재웅

※ 의안 내용 등 위원회별 세부 내용은 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)을 참고하시기 바랍니다.

• 2009년 이사회 주요 활동 내역

개최일자	의안 내용	가결 여부	사외이사 참석
1 2009.01.23	제40기 재무제표 및 영업보고서 승인의 건 외 2건	가결	7/7
2 2009.02.17	제40기 정기주주총회 소집결정의 건 외 3건	가결	7/7
3 2009.03.16	대표이사 선임 및 이사 업무 위촉의 건 외 5건	가결	5/5
4 2009.04.24	제41기 1/4분기 재무제표 및 분기보고서 승인의 건 외 1건	가결	5/5
5 2009.07.24	제41기 상반기 재무제표, 반기보고서 및 중간배당 승인의 건 외 3건	가결	5/5
6 2009.10.16	중국 합자법인 설립 및 투자의 건	가결	5/5
7 2009.10.30	제41기 3/4분기 재무제표 및 분기보고서 승인의 건 외 9건	가결	5/5
8 2009.12.15	삼성디지털이미징(주)와의 합병의 건 외 3건	가결	4/5

* 더 자세한 내용은 삼성전자 IR 홈페이지를 참고하시기 바랍니다.
http://www.samsung.com/sec/aboutsamsung/ir/governance/directors/directors_05_1.html

평가와 보상

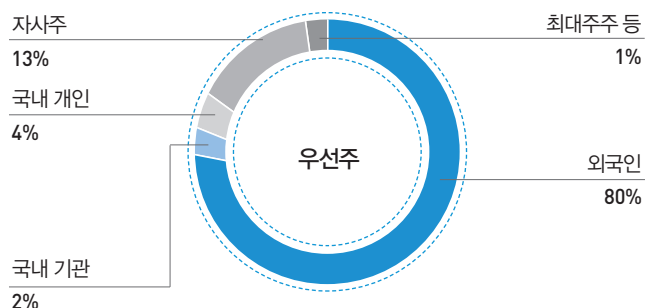
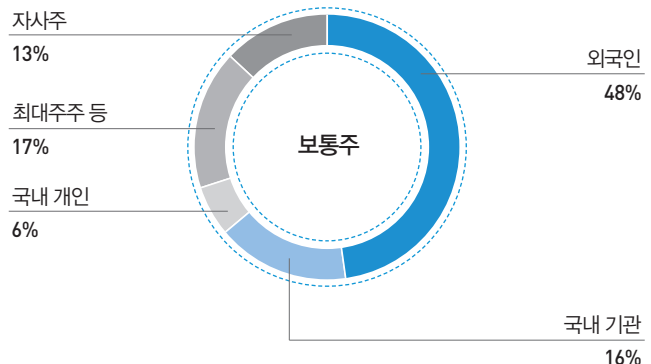
이사회와 각 위원회는 매년 참석률을 비롯한 연간 활동 내역을 자체적으로 평가하고 있습니다. 보상과 관련해서는 사외이사의 독립성을 보장하기 위하여 기본 급여와 회사 업무로 인한 국내외 출장비 지급 이외에는 성과 평가에 따른 보수를 지급하지 않습니다.

주주 구성

삼성전자의 주식은 한국거래소(KRX)에 상장되어 있고, 2009년 말 현재 총 발행주식수는 170,132,764주(보통주 147,299,337주, 우선주 22,833,427주)입니다. 해외 투자자의 편의를 위해 주식예탁증서(GDR)를 발행하고 있고, 런던증권거래소에서 보통주가, 룩셈부르크 증권거래소에서 우선주가 거래되고 있습니다. 2009년 말 현재 최대주주와 특수관계자는 우선주 포함 전체 지분의 약 15%를 보유하고 있으며 의결권이 없는 자사주 지분율은 13%에 이르고 있습니다. 외국인 지분율은 약 52%입니다.

* 더 자세한 내용은 삼성전자 IR 홈페이지를 참고하시기 바랍니다.
<http://www.samsung.com/sec/aboutsamsung/ir/governance/construction/aconstruction.html>

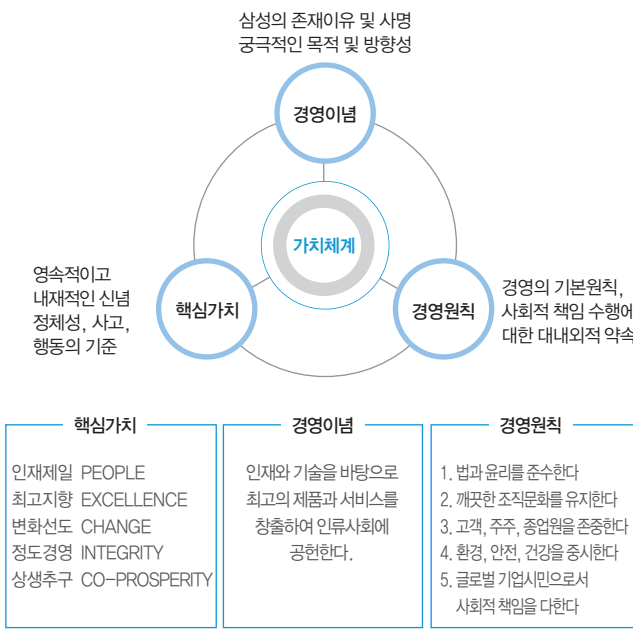
• 주주 구성 현황



삼성전자는 창업 이후 오늘에 이르기까지 '도전과 개혁'의 역사를 거쳐 오면서 국가경제 발전과 인류사회 공헌이라는 소명을 다하며 성장해 왔습니다.

삼성전자 가치체계의 『경영이념, 핵심가치, 경영원칙』은 삼성의 경영철학에 뿌리를 두고 있는 것으로, 모든 삼성전자 임직원의 정신적 중심점이 되어 글로벌 초일류 기업을 실현하는 데 중추적인 역할을 하고 있습니다.

• 삼성의 가치체계



I 경영이념 I

경영이념의 궁극적인 목적은 인류의 공동 이익을 실현하여 인류사회에 공헌하는 것입니다. 이러한 공헌을 실현하는 방안이 고객을 만족시키는 최고의 제품과 서비스를 제공하는 것이고, 이를 달성하기 위한 경영의 핵심요소가 바로 인재와 기술인 것입니다. 즉, 경영이념은 삼성전자의 존재의 이유 및 사명이자 궁극적인 목적 및 방향성을 나타내는 삼성전자의 경영철학입니다.

인재와 기술을 바탕으로
- 인재 육성과 기술 우위 확보를 경영의 원칙으로 삼는다. - 인재와 기술의 조화를 통하여 경영 전반의 시너지 효과를 증대한다.
최고의 제품과 서비스를 창출하여
- 고객에게 최고의 만족을 줄 수 있는 제품과 서비스를 창출한다. - 동종업계에서 세계 1군의 위치를 확보한다.
인류사회에 공헌한다
- 인류의 공동 이익과 풍요로운 삶을 위해 기여한다. - 인류공동체 일원으로서의 사명을 다한다.

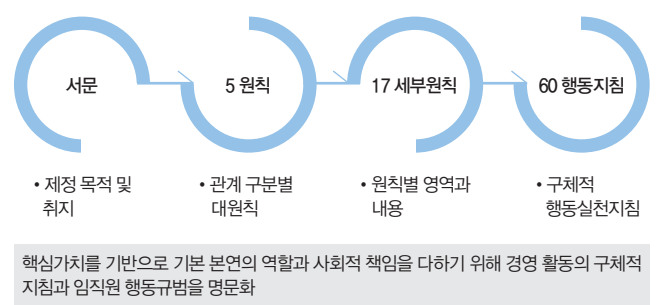
I 핵심가치 I

삼성전자는 경영철학을 바탕으로 삼성전자만의 독특하고 차별화된 가치를 가지고 있습니다. 그리고 이것은 오늘에 이르기까지 삼성전자를 하나로 결속시키는 구심점이자 성장을 견인하게 하는 성공 DNA가 되었습니다. 핵심가치는 인재제일, 최고지향, 변화선도, 정도경영, 상생추구의 5개 축으로 구성되어 있습니다.

인재제일 PEOPLE	'기업은 사람이다'라는 신념을 바탕으로 인재를 소중히 여기고 마음껏 능력을 발휘할 수 있는 기회의 장을 만든다. • '기업은 사람이다'라는 의미를 강조하여, '삼성인=인재'를 상징하는 사람의 형상을 상징적으로 표현
최고지향 EXCELLENCE	끊임없는 열정과 도전정신으로 모든 면에서 세계 최고가 되기 위해 최선을 다한다. • '최고를 향한 열정'을 탑 모양으로 표현하여 세계 최고, 1등을 지향하고 도전함을 상징
변화선도 CHANGE	변하지 않으면 살아남을 수 없다는 위기의식을 가지고 신속하고 주도적으로 변화와 혁신을 실행한다. • 화살표를 통해 변화의 역동성을 부각시키고, 크고 작은 화살표의 방향을 통해서 한 방향으로 나아가는 모습을 표현
정도경영 INTEGRITY	공은 마음과 진실되고 바른 행동으로 명예와 품위를 지키며 모든 일에 있어서 항상 정도를 추구한다. • '정도를 추구한다'라는 의미를 천칭의 형상을 통해 표현하여, 양심에 비추어 모자라거나 과하지 않은 바른 길을 걷는다는 의미를 전달
상생추구 CO-PROSPERITY	우리는 사회의 일원으로서 더불어 살아가는 마음을 가지고 지역사회, 국가, 인류의 공동 번영을 위해 노력한다. • '모두가 상생의 파트너'라는 의미를 강조하여 마주보고 대화하는 두 사람의 모습을 상징적으로 표현

I 경영원칙(임직원 행동규범) I

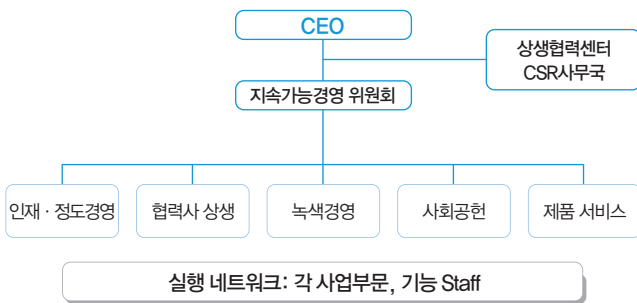
삼성전자 경영원칙은 서문을 포함하여 5대 원칙, 17개 세부원칙, 그리고 60개 행동지침으로 구성되어 있습니다. 5대 원칙은 먼저 규범적 차원에서 법과 윤리 준수를 바탕으로 기업 본연의 사업 활동에 대한 원칙, 그리고 글로벌 기업시민으로서 지켜야 할 원칙들을 순서대로 명시한 것입니다.



I 지속가능경영 추진 체계 I

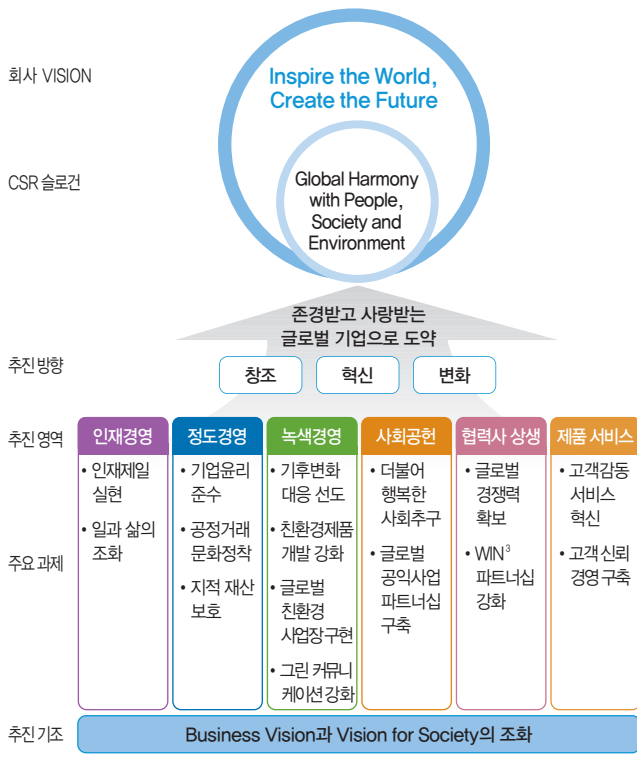
삼성전자는 지속가능경영을 보다 효과적으로 수행하기 위해 2009년 1월 CEO 직속의 CSR 사무국을 신설하였으며, 지속가능경영 위원회를 구성하였습니다. 지속가능경영 위원회는 CEO 주관으로 정기회의를 연 2회 개최하여 지속가능경영 계획 수립, 추진 현황 및 성과 이행 점검, 글로벌 CSR 동향 공유의 기회를 가졌으며, 주요 이슈에 대한 대응 방안을 수립하였습니다.

• 추진 조직



지속가능경영 비전 체계도

삼성전자의 지속가능경영 비전 슬로건은 'Global Harmony with People, Society and Environment' 입니다. 이는 사람, 사회, 그리고 환경이 함께 조화로운 세계를 만들어간다는 의미입니다.

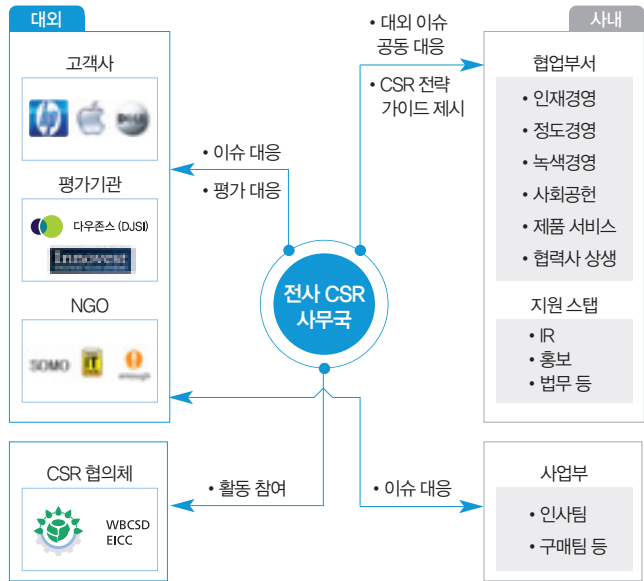


• CSR 사무국 역할 및 프로세스 정립

주요 역할

- 지속가능경영 전사 전략 및 추진 방향 수립, 회의체 운영
- 대내외 CSR 이슈 대응 및 지속가능경영 관련 국제기관 활동 참여
- 지속가능경영 보고서 발간 및 대외 홍보
- 협력회사 CSR 추진 체제 구축 지원

대내외 연계 프로세스



• 회의체 구성

회의명	주요 안건
지속가능경영 회의	전사 지속가능경영 추진 방향 및 전략 공유 지속가능경영 현안 이슈 공유 및 대책 협의
지속가능경영 추진 임원회의	지속가능경영 회의의 Follow-up, 주요 이슈 협의 지속가능경영 보고서 최종 심의 및 확정
지속가능경영 실무 회의	현안별 추진과제 점검 및 추진 동향 공유

• 지속가능경영 국내외 협의체 가입 현황

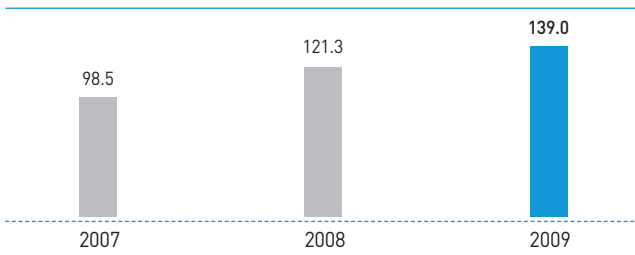
WBCSD	World Business Council for Sustainable Development
KBCSD	지속가능발전기업협의회 Korea Business Council for Sustainable Development
EICC	

주요 재무 실적

삼성전자는 2009년 연결 기준 139.0조 원의 매출로 사상 최대 실적을 달성하였으며, 이는 전년 매출액 121.3조 원에 비해 14.6% 증가한 것입니다. 2009년 하반기 글로벌 경기 회복 및 각국의 경기 부양정책 영향으로 수요 확대가 이루어졌으며, 경쟁사의 회복 지연에 따라 시장 지배력이 강화되어 메모리, CTV, HHP 등 주요 제품의 매출이 증가하였기 때문입니다. 한편, 영업이익은 11.6조 원, 당기순이익은 9.7조 원, EBITDA는 22.8조 원을 각각 기록하였습니다.

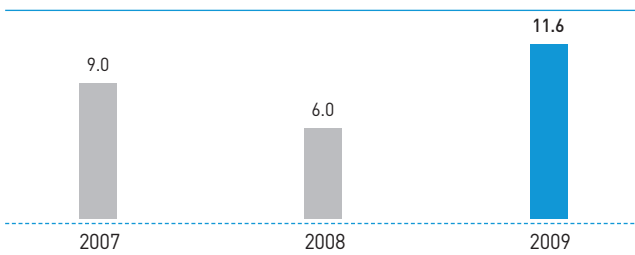
매출액

(단위: 조 원)



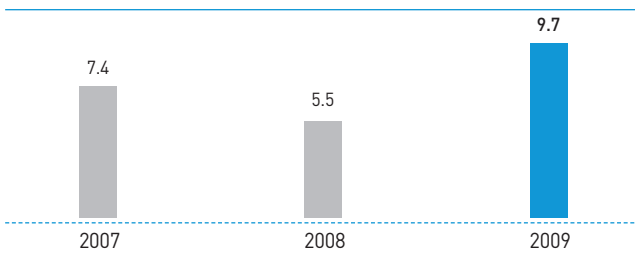
영업이익

(단위: 조 원)



당기순이익(지배회사 지분)

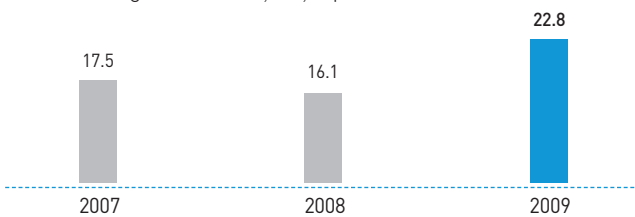
(단위: 조 원)



EBITDA*

(단위: 조 원)

* EBITDA(Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization)



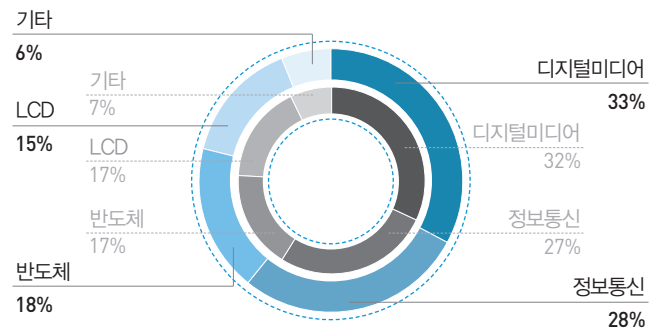
※ 연결 실적

사업 부문별 실적

2009년 삼성전자의 사업은 크게 디지털TV를 비롯하여 모니터, 프린터, 에어컨, 냉장고 등 가전제품을 생산·판매하는 디지털미디어 영업부문과 3G폰, 멀티미디어폰 등 휴대폰과 정보통신 시스템을 생산·판매하는 정보통신 영업부문으로 구성된 DMC(Digital Media & Communication) 사업, 메모리반도체, 시스템LSI, 스토리지 등의 제품을 생산·판매를 담당하고 있는 반도체 영업부문, 그리고 TV, 모니터, 노트북PC의 LCD 디스플레이 패널을 생산·판매하고 있는 LCD 영업부문으로 구성된 DS(Device Solution)사업으로 이루어져 있습니다.

부문별 매출

■ 2008 ■ 2009

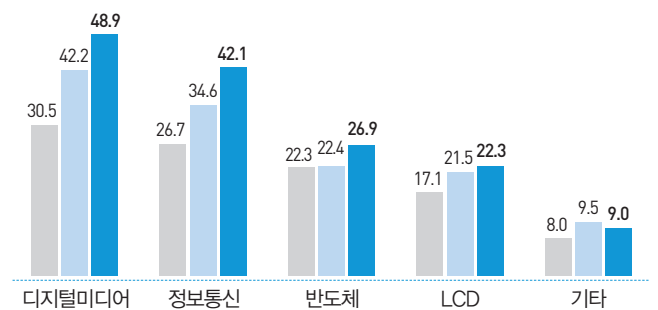


디지털미디어 영업부문은 세계 최초로 LED TV를 신규 Category로 분리하여 출시하면서 선진 시장에서의 TV 판매가 증가한 데 힘입어 전년 대비 매출이 6.7조 원 증가했고, 정보통신 영업부문은 휴대폰 프리미엄 제품의 판매가 호조를 보인 데다 중저가제품 Mix 전략이 주요 하면서 전년 대비 매출이 7.5조 원 증가했습니다. 반도체 영업부문은 시장점유율 확대 및 세계 각국의 경기 부양책에 따른 메모리 수요 회복으로 인한 판가 상승의 영향으로 전년 대비 매출이 4.5조 원 증가했으며, LCD 영업부문도 TV용 고부가 대형 패널을 중심으로 판가가 상승세를 보여 전년 대비 매출이 0.8조 원 증가했습니다.

부문별 순매출 추이

(단위: 조 원)

■ 2007 ■ 2008 ■ 2009



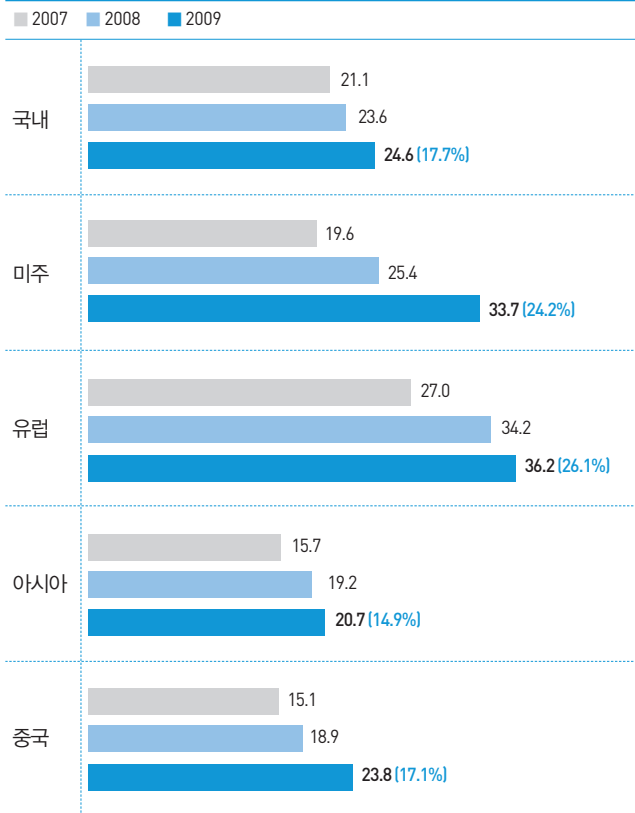
* 사업부문 실적은 연결 조정 전 각 부문별 합계 금액입니다.

지역별 실적

지역별 실적을 보면 미주와 유럽지역에서 TV와 휴대폰 판매가 크게 증가하며 매출 증가를 주도했고, 중국지역에서는 휴대폰 생산량 증가로 인한 매출 증가가 두드러졌습니다.

• 지역별 매출(연결 기준)

(단위: 조 원)



• 주요 제품 세계 및 국내 시장 점유율*

사업부	제품	2007년	2008년	2009년	비고
반도체	DRAM	27.8%	30.1%	34.0%	세계 시장 점유율(당사 추정)
LCD	TFT-LCD	20.0%	21.9%	24.5%	세계 시장 점유율 (디스플레이서치)
디지털 미디어	컬러 TV	51.6%	51.4%	54.5%	국내 시장 점유율(GfK)
	냉장고	44.1%	44.4%	44.2%	국내 시장 점유율(GfK)
	세탁기	45.0%	41.9%	43.6%	국내 시장 점유율(GfK)
	PC	38.4%	39.8%	42.0%	국내 시장 점유율(가트너)
	모니터	42.7%	44.6%	46.0%	국내 시장 점유율 (IDC Korea)
정보 통신	프린터	27.4%	30.7%	27.1%	국내 시장 점유율 (IDC Korea)
	휴대폰	14.4%	16.7%	20.1%	세계 시장 점유율 (Strategy Analytics)

※ 당사의 시장점유율은 객관성 제고를 위해 외부조사기관(GfK, 가트너, IDC Korea, 디스플레이서치, Strategy Analytics)의 자료를 활용하였으며, 객관적인 자료 확인이 어려운 제품은 당사 추정치를 활용함

I 경제적 가치 창출 I

삼성전자가 창출한 경제적 가치의 규모는 다음과 같으며, 2009년에는 매출 증가로 인한 구매비용 증가 외에 특이 사항은 없습니다.

• 경제적 가치 창출 요약

(단위: 십억 원)

	2007년	2008년	2009년
매출액	98,508	121,294	138,994
구매비용 ^(*)	[72,761]	[95,900]	[105,449]
기타수익 ^(**)	4,145	10,824	12,183
기타비용 ^(***)	[2,998]	[9,704]	[10,673]
감가상각비 ^(***)	[8,498]	[10,095]	[11,159]
창출된 경제적 가치	18,396	16,419	23,896

(*) 구매비용은 회사가 영업을 위해 구매한 모든 제품 및 서비스 비용입니다.

(**) 기타수익은 금융상품 투자로 인한 이자 및 배당금, 지분법 적용대상 피투자회사의 실적으로 인한 지분법이익, 자산처분이익, 외환차익 등을 포함하는 영업외수익입니다.

(***) 기타비용은 이자비용, 기부금을 제외한 영업외비용입니다.

(*) 매출원가, 연구개발비, 판매관리비에 포함된 총 감가상각비와 무형자산상각비입니다.

대한민국 경제에서의 비중

삼성전자는 대한민국에 본사와 주요 사업장을 두고 있습니다. 2009년 삼성전자 본사의 부가가치, 수출액이 한국의 GDP, 총 수출액에서 차지하는 비중은 2008년 대비 증가하였습니다.

(단위: 조 원)

		부가가치 ^(*)	수출액 ^(*)
2007년	대한민국	975.0	345.2
	삼성전자	19.1	51.0
	비중(%)	2.0	14.8
2008년	대한민국	1,023.9	456.3
	삼성전자	18.6	59.4
	비중(%)	1.8	12.8
2009년	대한민국	1,063.1	464.0
	삼성전자	20.6	74.8
	비중(%)	1.9	16.1

* Source: 삼성전자 재무제표(개별기준), 한국은행 경제통계 시스템(ECOS)

(*) '부가가치(Value added)'란 '최종생산자가 중간생산자로부터 구입한 원재료에 자본과 노동 등의 생산요소를 투입하여 새로이 창출한 제품의 증식된 가치'를 의미하며, 한국은행 기업경영분석 기준의 부가가치로 영업순익에서 대손상각비를 가산하고 금융비용을 차감한 영업잉여에 인건비, 금융비용, 조세공과, 감가상각비를 더한 금액입니다.

(*) 국가 총 수출액은 한국은행 경제통계시스템상 USD 기준 수출액을 사용하였으며, 외환은행 고시기준 연평균환율을 사용하여 전년도 기준 수치가 재 기술되었습니다.

R&D와 설비투자

삼성전자는 2009년 연결 매출액 대비 5.5%에 달하는 7.6조 원을 연구 개발에 투자하는 등 주력 사업 경쟁력 향상과 미래 기술 확보를 위한 노력을 지속적으로 전개하고 있습니다. 이에 따라 삼성전자는 매년 혁신적인 제품을 선보이고 있습니다.

• 연구개발비

(단위: 조 원)

	2007년	2008년	2009년
매출액	98.5	121.3	139.0
연구개발비	6.1	7.1	7.6
비율	6.2%	5.9%	5.5%

반도체, LCD 등 삼성전자의 주력 사업은 자본집약적 산업으로서, 대량의 설비투자를 적기에 집행하지 않으면 시장을 선도해 나갈 수 없게 됩니다. 또한, 수요 예측이 잘못되어 과잉투자가 일어날 경우 회사의 생존 자체가 위협을 받게 됩니다. 시설투자에 관한 사항은 경영 위원회에서 이사회의 위임을 받아 최종 승인하게 되며, 경영위원회는 안전을 심의함에 있어 경영진, 임원 또는 외부인사를 출석시켜 안전에 대한 의견을 신중하게 청취하고 있습니다. 2009년 연결기준 유무형 자산에 대한 설비투자로 8.5조 원을 집행하였습니다.

• 설비투자

(단위: 조 원)

	2007년	2008년	2009년
영업활동으로 인한 현금흐름	14.8	13.4	19.7
총 투자액	12.4	14.3	8.5
비율	84.5%	107%	43.1%

I 경제적 가치의 분배 I

삼성전자는 각 이해관계자들에게 다음과 같이 경제적 가치를 분배하고 있습니다.

• 경제적 가치 분배 요약

(단위: 십억 원)

이해관계자	항목	2007년	2008년	2009년
임직원	인건비 ^(*)	7,880	8,806	10,267
정부	조세공과금 ⁽²⁾	2,072	1,110	2,863
지역사회	사회공헌비용 ⁽³⁾	227	191	147
채권자	이자비용	294	422	404
주주	배당/자사주순매입	2,815	808	1,185
회사	유보이익	5,108	5,082	9,045
분배된 경제적 가치 ⁽⁴⁾		18,396	16,419	23,911

(*) 매출원가, 연구개발비, 판매관리비에 포함된 급여, 퇴직급여, 복리후생비의 합계입니다.

(2) 발생주의 기준 연결법인세비용과 세금공과금의 합계입니다.

(3) 회계상 기부금과 기타 계정으로 지출된 사회공헌 금액의 합계입니다.

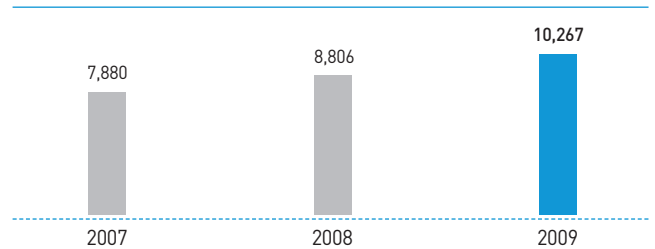
(4) 창출된 경제적 가치와 동일한 금액입니다.

임직원에 대한 분배

삼성전자와 그 종속회사가 지출한 임직원에 대한 인건비는 급여, 퇴직 급여, 복리후생비로 구성됩니다. 2009년 인건비는 전년 대비 17% 증가하였습니다.

• 인건비

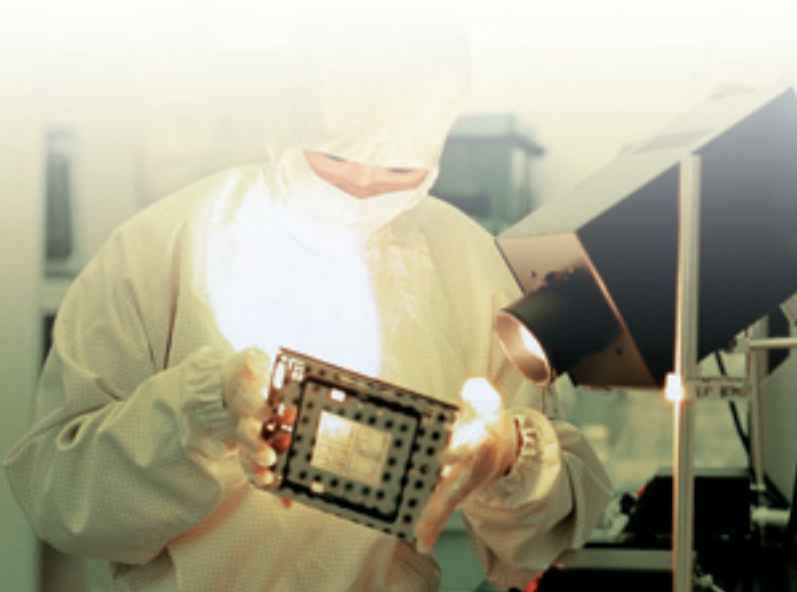
(단위: 십억 원)



정부에 대한 분배

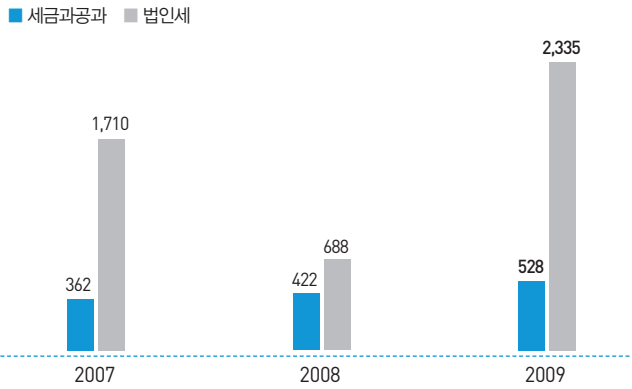
삼성전자와 그 종속회사가 대한민국 정부 및 타국 정부에 납부한 조세 공과금은 이익 증가의 영향으로 전년 대비 증가했습니다. 지역별로 본사가 위치한 한국에 전체 조세공과금의 55%를 납부하였고, 생산 공장이 주로 위치한 아시아지역 및 판매법인이 주로 위치한 미주와 구주지역에 각각 22%, 23%를 납부하였습니다.

한편, 삼성전자는 본사뿐만 아니라 해외 생산법인의 투자세액 공제 등 대한민국 정부 및 타국 정부로부터 연구개발과 시설투자에 대하여 법인 세액공제, 해외공장 설립에 따른 법인세 및 지방세 감면 등의 보조와, 공장 배후도로 건설 등 인프라 지원의 형태로 간접적인 보조를 받고 있습니다.

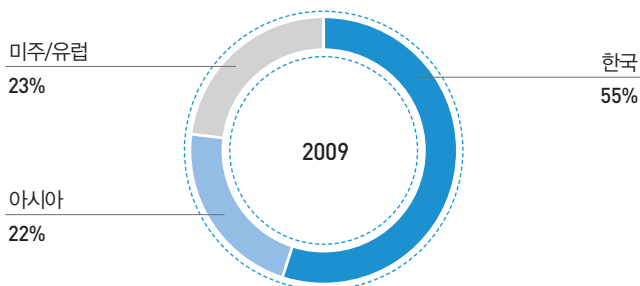


• 연도별 조세공과금

(단위: 십억 원)



• 지역별 조세공과금



지역사회에 대한 분배

2009년 삼성전자와 그 종속회사가 지역사회를 위해 지출한 사회공헌 금액은 1,466억 원입니다. 국내의 경우 문화예술, 인재양성, 사회복지 부문에 각각 94억 원, 488억 원, 506억 원을 사용하였고, 기부금 항목으로 지출되지는 않았지만 청각장애인 도우미견 분양사업 등 대표 공헌 활동을 포함한 지역사회 공헌 활동에 10억 원을 집행하였습니다.

또한, 미국에서의 희망의 4계절, 유럽에서의 청소년 비만방지 캠페인 지원 활동 등 해외지역총괄에서의 지역사회 공헌 활동에 369억 원을 지출하였습니다.

• 지역사회 공헌비

(단위: 십억 원)

	2007년	2008년	2009년
문화예술 기부금	82	72	9
인재양성 기부금	87	53	49
사회복지 기부금	14	14	51
기타 지역사회 공헌 활동	13	13	1
소계	196	152	110
해외 지역사회 공헌 활동	31	39	37
계	227	191	147

채권자에 대한 분배

삼성전자와 그 종속회사가 부담한 이자비용은 전년 대비 큰 변화가 없으나, 이자수익은 전년 대비 2,143억 원 감소하였습니다.

• 이자수익, 이자비용, 순이자비용

(단위: 십억 원)

	2007년	2008년	2009년
이자수익	465	614	400
이자비용	294	422	404
순이자비용	[171]	[192]	4

주주 및 투자자에 대한 분배

삼성전자와 그 종속회사의 주주배당금은 순이익 증가 등의 영향으로 전년 대비 증가하였습니다. 2009년 자사주 매입은 없었으며, 임직원의 주식선택권 행사에 따라 자사주로 보유하던 보통주 1,235,479주 (취득가액 기준 5,053억 원 상당)를 교부하였습니다.

• 배당, 배당성향, 자사주매입액

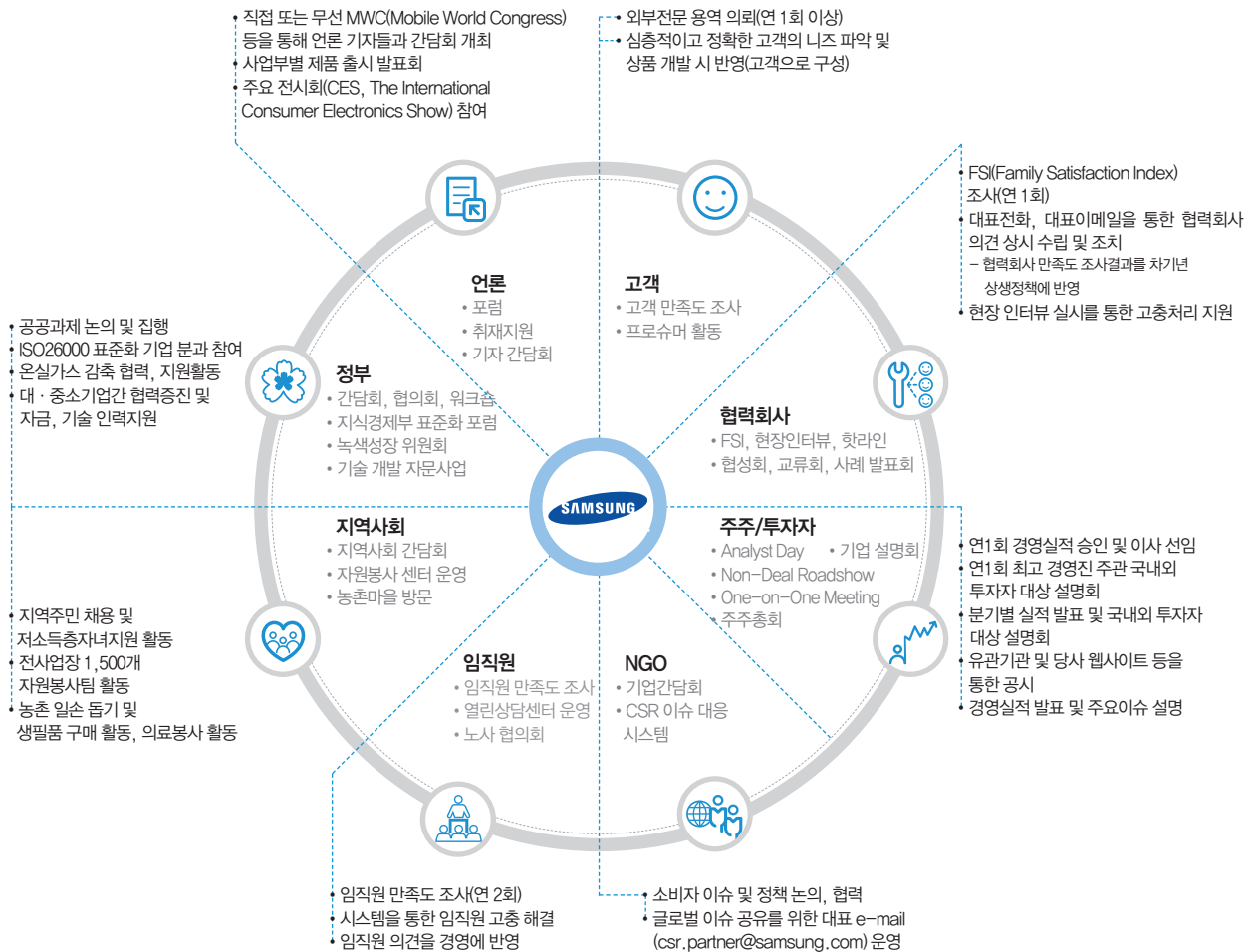
(단위: 십억 원)

	2007년	2008년	2009년
배당금	1,171	809	1,185
배당성향	15.8%	14.6%	12.3%
자사주순매입	1,825	-	-
배당과 자사주순매입	2,996	809	1,185
총배당성향*	40.4%	14.6%	12.3%

* 총배당성향은 당기순이익(지배회사지분) 중 배당 및 자사주순매입의 형태로 주주 및 투자자가 회수한 현금의 비율을 의미합니다.



삼성전자는 다양한 이해관계자의 의견에 귀 기울입니다. 이를 위해 이해관계자별 커뮤니케이션 채널을 마련하여 주요 관심 사항과 의견을 수렴하고 이를 경영 활동에 적극적으로 반영하고 있습니다.

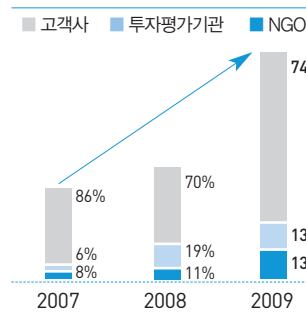


2009년 한 해 동안 8대 이해관계자로부터 접수된 지속가능경영과 기업의 사회적 책임 관련 질의의 내용을 분석해 보면 다음과 같습니다.

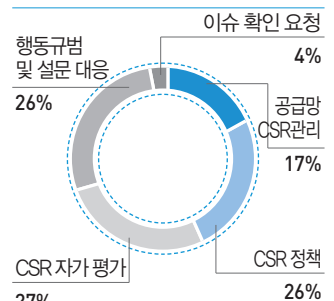
FAQ

1. 삼성전자의 비노조 정책 및 임직원 복지, 근로 환경 관련 전자 차원의 정책 (p. 31)
2. 공고 등 분쟁 발생 지역 내 인권 착취 현장에서 생산된 광물 비사용 권고 (p. 73)
3. 삼성전자 전 공급망에 관련된 협력사의 CSR 지원 및 관리 현황 (p. 73)
4. 당사와 협력사의 인권 문제 및 초과 근로 시간 관리 현황 (p. 30, 73)
5. 탄소배출량, 유해물질 관리, 환경마크 취득 등 당사 환경정책 등 (p. 40~47)

최근 3년간 질의 기관별 변화 추이



2009년 질문 유형별 현황



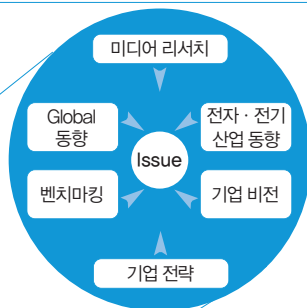
이슈 도출 프로세스

삼성전자의 지속가능경영 주요 이슈는 3단계 프로세스를 통해 도출되었습니다.

- 1단계: 미디어 리서치, 전자업계 산업 동향, 기업 전략 등 내·외부의 지속가능경영 관련 이슈 도출
- 2단계: 이해관계자 및 사회의 관심도와 기업 경영 활동에 미치는 영향 검토
- 3단계: 최종적으로 지속가능경영 보고서 작성 T/F 및 경영진 검토를 통해 주요 이슈 확정

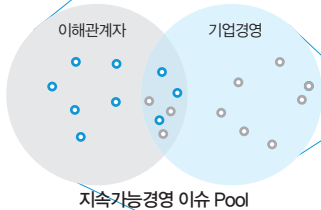
Phase 1

지속가능경영 이슈 파악



Phase 2

이슈의 중요성 검토



Phase 3

주요 이슈 확정

이해관계자 주요 관심 사항

외부 이슈

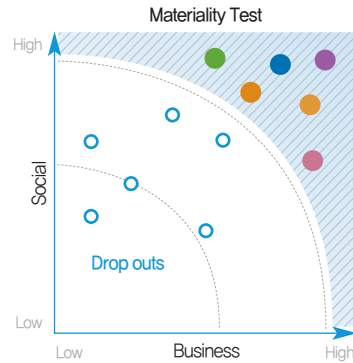
- 미디어 노출: 2009년부터 2010년 3월까지 국내외 언론의 삼성전자 관련 보도내용 분석
- 전자업계 분석: 8개 전기·전자 기업의 지속가능경영 보고서 및 주요 활동 및 이슈 분석
- 글로벌 동향 분석: GRI(Global Reporting Initiative) 가이드라인 및 전자업계 CSR 협의체인 EICC(Electronic Industry Citizenship Coalition) 행동강령 분석
- 해외 평가 기관 분석: 주요 글로벌 지속가능성 평가 기관인 SAM사의 주요 질의 분석

내부 이슈

- 삼성전자 중기 전략 및 방침
- 삼성전자 CSR 비전, 추진방향, 목표 등

I 주요 이슈 도출 I

삼성전자는 주요 이슈 도출 프로세스를 통해 이해관계자의 주요 관심 사항과 기업 경영 활동의 영향을 평가하여 인재경영, 정도경영, 녹색경영, 사회공헌, 제품 서비스, 협력사 상생 등 6개 부문의 15개 주요 이슈를 도출하여 본 보고서에 해당 내용 및 성과를 담았습니다.



주요이슈

인재경영	정도경영
- 인재제일 실현 - 일과 삶의 조화	- 기업윤리 준수 - 공정거래 문화정착 - 지적 재산 보호
녹색경영	사회공헌
- 기후변화 대응 선도 - 친환경 제품개발 강화 - 글로벌 친환경 사업장 구현 - 그린 커뮤니케이션 강화	- 더불어 행복한 사회추구 - 글로벌 공익사업 파트너십 구축
협력사 상생	제품 서비스
- 글로벌 경쟁력 확보 - WIN³ 파트너십 강화	- 고객감동 서비스 혁신 - 고객 신뢰 경영 구축

• 2009년 · 2010년 주요 이슈 비교

내용	2009년	2010년
인재경영		- 인재제일 실현 - 일과 삶의 조화
정도경영	- 창조적 조직문화 구축 - 글로벌 다양성 존중	- 기업윤리 준수 - 공정거래 문화정착 - 지적 재산 보호
녹색경영	- 기후변화 대응 선도 - 그린 컨버전스 구현	- 기후변화 대응 선도 - 친환경 제품개발 강화 - 글로벌 친환경 사업장 구현 - 그린 커뮤니케이션 강화
사회공헌	더불어 행복한 사회 추구	- 더불어 행복한 사회추구 - 글로벌 공익사업 파트너십 구축
협력사 상생	- Win³ 파트너십 강화 - 협력회사 혁신 활동 지원	- 글로벌 경쟁력 확보 - Win³ 파트너십 강화
제품 서비스	- 제품 경쟁력 강화 - 고객감동 서비스 혁신	- 고객감동 서비스 혁신 - 고객 신뢰 경영 구축



인재경영

인재를 소중히 여기지 않는 기업은 없습니다.
그러나, 삼성전자의 인재에 대한 신념과 열정은
경영 전반의 핵심가치로 자리잡아,
기업문화와 조직풍토로 뿌리내리게 되었습니다.

삼성전자는 '기업은 곧 사람이다' 라는
신념을 바탕으로 모든 임직원을 개성과
다양성을 가진 가장 소중한 자산으로 대우하며,
우수 인재를 확보하고 최고의 인재로 육성하는 데
최선을 다합니다.

또한, 이들이 마음껏 능력을 발휘할 수 있도록
능력과 성과에 따라 공정하게 처우하여
주인의식을 바탕으로 자율적으로 일할 수 있는
환경을 제공함으로써 궁극적으로 회사와 사회 발전의
원동력이 되게끔 노력합니다.

Global Harmony with People,
Society and Environment

존경받고 사랑받는
글로벌 기업으로 도약

창조

혁신

변화

인재경영

- 인재제일 실현
- 일과 삶의 조화

정도경영

- 기업윤리 준수
- 공정거래 문화 정착
- 지적 재산 보호

녹색경영

- 기후변화 대응 선도
- 친환경제품 개발 강화
- 글로벌 친환경 사업장 구현
- 그린 커뮤니케이션 강화

사회공헌

- 더불어 행복한 사회추구
- 글로벌 공익사업 파트너십 구축

협력사 상생

- 글로벌 경쟁력 확보
- WIN³ 파트너십 강화

제품 서비스

- 고객감동 서비스 혁신
- 고객 신뢰 경영 구축

Business Vision과 Vision for Society의 조화

● 목차 ●

• 인재제일 실현

- 글로벌 인재 채용
- 다양성 구현
- 임직원 가치 향상

• 일과 삶의 조화

- 창조적 조직문화 구축
- 성과 보상 및 복리후생
- 인권/노동 환경 개선

● 2009년 주요 실적 ●

- 연간 채용 인력 27,418명
- 외국인 인력 비율 46%
- 여성 인력 비율 39.3%
- 인당 교육 시간 90시간
- 총 교육경비 830억 원
- 복리후생비용 18,086억 원

삼성전자는 최고의 인재를 선발하고 양성하는 것이 회사 경쟁력 향상의 필수 요소임을 인지하고, 글로벌 인재 채용, 다양성 구현, 임직원 가치 향상을 위해 최선을 다하고 있습니다.

I 글로벌 인재 채용 I

삼성전자는 글로벌 경쟁력 확보 및 지속적인 성장을 위하여 우수 인력 확보 및 유지에 만전을 기하고 있으며, 매년 사업 계획과 중장기 전략에 따라 인력을 채용하여 글로벌 고용 창출과 국가경제 활성화에 기여하고 있습니다. 2009년에는 글로벌 경제 위기의 여파로 채용 규모(국내 6,230명, 해외 21,188명)가 전년에 비해 다소 감소하였습니다.

• 채용 실적

(단위: 명)

구분	2007년	2008년	2009년
글로벌 계	42,147	47,327	27,418
국내	7,644	8,654	6,230
해외	34,503	38,673	21,188

• 해외법인 채용 실적

(단위: 명)

구분	2007년	2008년	2009년
채용 계	34,503	38,673	21,188
북미	5,133	3,923	1,384
구주	4,134	5,229	1,634
중국	17,980	19,077	8,075
동남아	3,428	4,194	4,444
서남아	2,125	2,279	1,855
중남미	931	2,094	2,186
기타	772	1,877	1,610

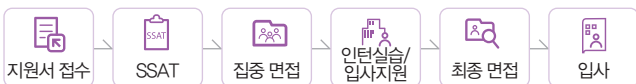
채용 프로세스

삼성전자는 인력 채용을 위한 다양한 프로세스를 운영하고 있습니다. 특히, 2009년부터는 회사에 적합한 실무형 인재 확보를 위해 인턴십제도를 대폭 강화하였습니다. 삼성전자 인턴제는 방학과 학기 중에 실시하는 대학생 인턴십(9주)과 학기 중에 실시되는 산학 인턴십(16주)으로 나누어 실시됩니다. 2009년 대졸 이상 입사자 3,624명 가운데 812명을 인턴십으로 채용하였습니다. 이 밖에도 삼성전자 관련 기술 학과(핸드폰, 반도체설비) 설립 등 산학연계를 통해 우수 인력을 발굴·양성하여 채용하고 있습니다.

• 신입사원 채용 프로세스



• 인턴제 프로세스



* SSAT(Samsung Aptitude Test): 삼성 직무적성검사

해외지역 인재 채용

삼성전자는 글로벌 역량 강화를 위해, 현지 시장에 대한 뛰어난 이해와 국가별로 특화된 선진 기술을 보유한 현지 우수 외국인을 확보하기 위해 노력하고 있습니다. 해외지역은 지역·거점별 특성에 맞추어 채용 규모 및 형태가 다양합니다. 미주 및 구주지역에서 대학별로 매년 2회 대규모 채용 설명회 및 캠퍼스 리크루팅을 진행하고 있으며, 중국, 인도, 러시아 등 신흥국가에서는 Job Fair를 실시하고 있습니다.



현지 Job Fair 모습



채용 설명회 현장

커리어 포럼 개최

입사 지원 대상자를 회사로 초청하여 삼성전자의 조직문화, Career Vision을 소개하고 채용과 관련된 궁금증을 직접 해결하는 커리어 포럼 행사를 2009년 처음으로 실시하여 참가자들로부터 큰 호응을 얻었습니다. 2010년에는 국내 대학에 유학 중인 외국인 학생과 영업·마케팅 Career를 희망하는 학생들을 대상으로 '글로벌 커리어 포럼' 행사를 실시하는 등 규모 및 대상을 확대해 나갈 계획입니다.



인턴십 Career Forum 현장

• 커리어 포럼 실적(총 2회)

- 제1회: 전국 20개 주요 대학교 이공계 재학생 대상 3일간 총 1,800명 참가
- 제2회: 전국 24개 주요 대학교 이공·인문·디자인 계열 재학생 대상 2일간 총 1,021명 참가

GSP(Global Scholarship Program) 운영

삼성전자는 GSP(Global Scholarship Program)*을 통해 해외 현지의 우수 인력을 선발, 향후 해외 현지법인의 핵심 리더급 인력으로 성장할 수 있도록 양성하고 있습니다. 2006년 이후 90명이 참여하였으며, 이 중 51명이 현재 근무하고 있습니다.

* GSP: 현지 국가에서 우수한 역량을 가진 외국인을 선발하여 서울대, 성균관대 MBA 석사 과정 졸업 후 삼성전자 본사 및 법인에 교환 근무하는 제도

I 다양성 구현 I

삼성전자는 학력, 출신 지역, 성별, 나이, 인종 등에 따른 차별 없이 인력을 채용하고, 능력에 따라 기회를 평등하게 부여하는 다양성 정책을 펼치고 있습니다.

외국인 채용 및 유지

삼성전자는 해외 인력 비중이 46%인 글로벌 기업으로서, 전 사업분야의 글로벌 경쟁력을 제고하기 위해 제조, 개발 및 영업 부문의 현지 핵심 인력 채용을 지속적으로 확대해 나가고 있습니다. 또한, 사업의 글로벌화에 따라 우수한 성과를 거둔 현지인 리더급 인력을 임원으로 위촉하고 있습니다. 현재 삼성전자의 외국인 임원은 총 7명이고, 해외법인의 Team 및 Group장 등 고위관리직의 현지화율은 68%로, 삼성전자는 향후 국적을 초월한 글로벌 경영 리더 양성 및 현지화를 지속적으로 추진해 나갈 계획입니다.

본사의 글로벌화를 촉진하기 위하여 국내 근무 해외인력 채용을 적극적으로 확대하고 있습니다. 또한, Global Help Desk(GHD) 제도를 운영하여 외국인이 국내근무에 어려움이 발생하지 않도록 만전을 기하는 한편, 그 가족의 애로사항까지 해결하여 안정된 한국 생활을 돕고 있습니다.

• 해외 인력 비중

(단위: 명, %)

구분	2007년	2008년	2009년
계	144,286	161,700	157,701
국내	84,727	84,464	85,089
해외	59,559	77,236	72,612
해외 비중	41.3	47.8	46.0

여성 인력 채용

삼성전자는 여성 인력 고용 창출에 노력하고 있습니다. 2007년 대비 여성 인력은 40.1% 증가하였으며, 간부 인력에서 차지하는 여성의 비중도 2007년 5.3%에서 2009년 7.5%로 점차 증가하고 있습니다.

• 여성 인력 비중

(단위: 명, %)

구분	2007년	2008년	2009년
계	144,286	161,700	157,701
남성	100,061	95,636	95,726
여성	44,225	66,064	61,975
여성 비중	30.7	40.9	39.3

소수 인력 존중

삼성전자는 장애인, 고령자 등 소수 인력에 대한 고용 창출에도 노력하고 있습니다. 장애인 고용 비율은 국내 0.7%(576명)으로 전년 대비 0.1%p 증가했으며, 구미사업장에서는 55세 이상의 고령 인력을 계약직으로 채용한 바 있습니다.



지속적인 성장을 통해 업계를 선도하고 있는 삼성전자의 성공 요인은
다름아닌 임직원이라고 생각합니다.

European HR Director
Richard David Pibworth



유럽에서 근무하고 있는 임직원들은 매출, 브랜드 가치 및 시장점유율 등 여러 측면에서 삼성전자를 글로벌 회사라고 생각하고 있으며, 삼성전자가 단시간에 세계의 모든 지역에서 이루어낸 괄목할 만한 성장과 성공에 자부심을 느끼고 있습니다. 저는 지속적인 성장을 통해 업계를 선도하고 있는 삼성전자의 성공 요인은 다름아닌 임직원이라고 생각합니다. 즉, 임직원들의 끊임없는 노력과 헌신이 지금의 삼성전자를 만들어 냈습니다. 향후에도 삼성전자가 성장을 지속하기 위해서는 임직원의 창조적 아이디어가 원활한 소통을 통해 연구개발에서부터 상용화에 이르기까지 일관성 있게 적용

될 수 있어야 할 것입니다. 삼성전자는 놀라운 성장을 시현한 지난 몇 년간 많은 인력을 채용하였습니다. 이에 따라 업무의 연속성을 확보하고, 업무 역량을 최고로 유지하기 위해 우리는 신입 직원들이 조기에 조직에 적응할 수 있도록 하는 한편, 기존 직원을 대상으로는 미래에 당면하게 될 새로운 경영상의 문제에 대비할 수 있도록 노력을 기울였으며, 나아가 다양한 리더십 교육을 통해 조직 내 지위에 걸맞은 역할을 수행할 수 있는 인재로 양성하는 데 주력하였습니다. 향후 우리는 임직원들이 조직 내 차세대 주자로 성장하도록 하는 데 중점을 두고 인사 전략을 추진해 나갈 것입니다.

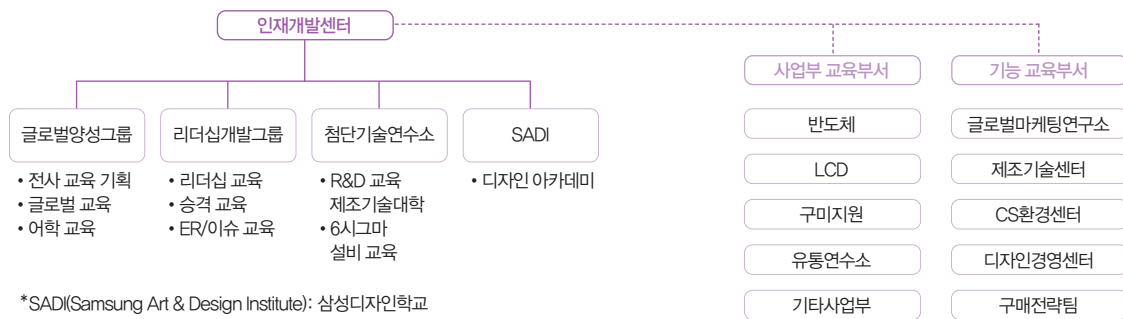
I 임직원 가치 향상 I

삼성전자는 임직원의 발전이 곧 회사의 발전이라고 여기고, 임직원의 개인 역량 강화와 자기계발을 지원하며, 핵심 인력을 양성하기 위해 다양한 교육 프로그램을 운영하고 있습니다.

전사 교육 체계

삼성전자는 교육 프로그램을 효율적으로 운영하기 위해 현재 인재개발 센터를 중심으로 사업부별 · 직능별로 교육 조직을 세분화해서 교육 기능을 수행하고 있습니다.

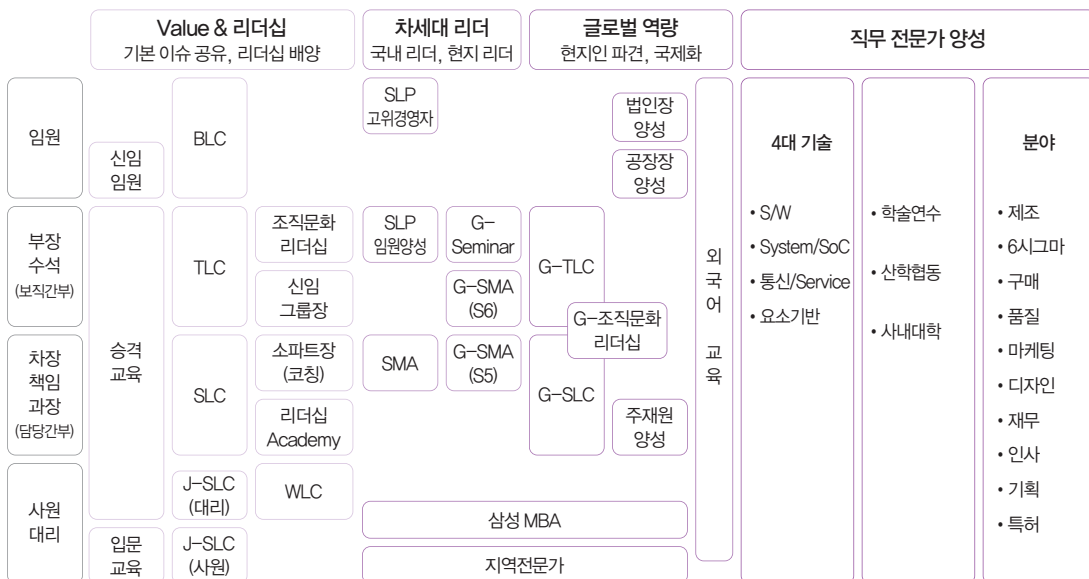
구체적으로 인재개발센터는 글로벌양성그룹, 리더십개발그룹, 첨단기술연구소, 반도체사업부, LCD사업부, 한국총괄, 구미사업장 등에 별도의 교육 조직을 두고 본사 교육의 확산 및 사업부 자체 교육을 지원하고 있으며, 각 직능별 최고의 전문가를 양성하기 위해 글로벌마케팅 연구소와 CS환경센터, 구매전략팀, 제조기술센터, 디자인경영센터 등의 조직에도 교육 기능을 두고 전문 역량 강화에 힘쓰고 있습니다.



전사 교육 프로그램

삼성전자의 교육은 Value & 리더십, 차세대 리더, 글로벌 역량, 직무 전문가 양성의 4개의 범주에 걸쳐 1,600여 개의 교육 프로그램으로 구성되어 있습니다.

• 전사 교육 체계도



• 점선표시: 인력개발원과정
• G: 해외 현지인 대상 교육
• 전문가 양성은 주요 분야만 표기

• BLC: Business Leader Course
• TLC: Team Leader Course
• SLC: Self Leader Course

• WLC: Women's Leadership Course
• SLP: Samsung Business Leader Program
• SMA: Samsung Manager Academy

● Value & 리더십 교육

삼성전자의 기본가치 공유를 위한 입문/승격 교육, 전 사원의 전략 이슈 공유를 위한 BLC/TLC/SLC 교육, 직책에 맞는 리더십 향상을 위한 리더십 프로그램을 전 사원을 대상으로 운영하고 있습니다.

● 차세대 리더 양성

차세대 경영자 pool을 구축하기 위해 그룹 인력개발원의 SLP 교육 외에도 삼성전자 자체적으로 SMA 교육을 국내 및 해외 핵심 인력을 대상으로 실시하고 있으며, 앞으로 이를 더욱 확대할 계획입니다.

● 글로벌 역량 교육

글로벌 경쟁력 확보 차원에서 외국어 교육을 지속적으로 실시하고 있으며, 해외법인 파견자를 대상으로 법인장, 공장장 및 주재원 양성과정을 실시하고 있습니다. 또한 해외 현지 인력을 대상으로도 본사 전략 공유와 리더십 강화를 위한 글로벌 리더십프로그램을 확대 실시하고 있습니다.

특히, 글로벌 초일류기업 성장의 첨병 역할을 수행 할 해외 전문 인력 양성을 위해 지역전문가 제도를 1990년부터 실시해 오고 있습니다.

● 지역전문가 양성 실적(2010년 1월 기준)

(단위: 명)

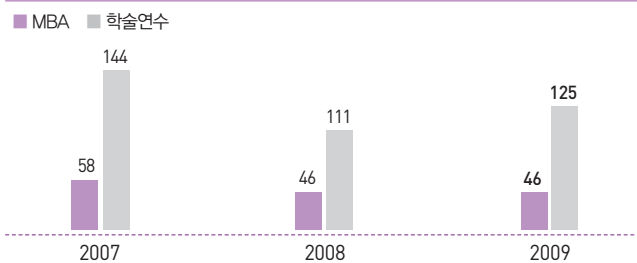
구분	누계	2007년	2008년	2009년
계	2,093	125	67	73
중국, 인도, 러시아	752	69	31	19
동남아, 중남미, 동구, 중동아	535	33	26	50
북미, 구주, 일본	806	23	10	4

● 직무 전문가 양성

직무별 역량 향상을 통해 임직원을 전문가로 양성하기 위하여 도입한 역량등급제에 따라 현재 개인별 · 조직별 직무역량을 점검하고 이에 맞는 교육 프로그램을 제공하고 있습니다. 또한, 기능별 · 부서별 유관 업무의 이해도를 높이기 위한 Cross-functional 교육을 실시하고 있으며, 각 분야의 최고 전문가를 초빙하여 Professional Forum을 진행함으로써 업무 전문성을 더욱 강화하고 있습니다. 아울러 잠재 역량이 뛰어난 임직원을 선발하여 외부 전문기관과 연계한 MBA 및 학술연수 등 다양한 인재 양성 프로그램을 운영하고 있습니다.

● 학술연수 및 MBA 양성 실적(2010년 2월 말 현재, 파견 기준)

(단위: 명)



● 사내캠퍼스

임직원의 자기계발에 대한 동기부여 및 기술역량 향상의 기회제공을 위해 외부 우수대학과 연계하여 박사, 석사, 학사, 전문학사 과정을 운영하고 있습니다. 1989년 이후 지금까지 총 6,768명(박사 13명, 석사 324명, 학사 1,101명, 전문학사 5,330명)의 졸업생을 배출했습니다.

● 온라인 교육

정규 집합 교육 이외에 언제 어디서나 본인이 원할 때 자기주도형 학습을 지원하기 위해 온라인 교육 프로그램을 지원하고 있습니다. 특히, 2009년에는 Harvard ManageMentor 프로그램을 도입, 12개 분야에서 67개의 수준 높은 콘텐츠를 임직원들에게 제공하고 있습니다.

* Harvard ManageMentor

Harvard Business School 교수진이 주축이 되어 만든 리더십/경영 온라인 교육 콘텐츠로, 전 세계 모든 임직원이 언제 어디서나 자유롭게 수준 높은 재무, 마케팅, 전략, 성과관리 등 경영이론을 학습할 수 있음('09. 12 ~ '10. 3월까지 7,820명 교육)

● 온라인 교육 실적('09년 실적, 국내 기준)

	과정 수	교육 인원
계	501	175,955
크레듀	258	93,911
e-Campus	119	22,049
삼성예듀	124	59,995

2009년 교육 실적

삼성전자 임직원은 이처럼 다양한 교육프로그램을 활용하여 연간 90 시간을 자신의 역량 개발에 투자하고 있습니다. 앞으로 삼성전자는 국내 및 해외 인력의 역량 강화를 지원하기 위해 더욱 힘을 예정입니다.

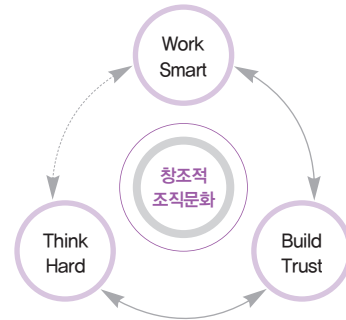
● 연도별 교육 현황 (국내 기준)

	2007년	2008년	2009년	비고
총 교육 인원(만 명)	29.8 (17.8)	29.3 (17.1)	29.2 (17.6)	과정별 수료 인원 (): 온라인 교육
총 누적교육 시간(만 시)	891 (363)	918 (379)	779 (369)	(): 온라인 교육
인당 교육 시간(시)	105	109	90	
간부	160	140	96	1년 평균 교육 시간
사원	86	97	88	
총 교육 경비(백만 원)	97,800	94,800	82,715	



I 창조적 조직문화 구축 I

삼성전자는 급변하는 경영 환경에 능동적으로 대응할 수 있고, S/W 및 솔루션 사업에 부합하는 창조적 조직문화를 조성하고자 노력하고 있습니다. 이를 위해 Work Smart, Think Hard, Build Trust를 3대 축으로 하는 근본적인 체질 개선을 통해 조직문화를 유연하게 개선하고, 임직원 개개인의 창의성을 최대한 발휘할 수 있는 꿈의 일터를 만들어 나가고자 합니다.



Work Smart(슬기롭게 일하기)

● 휴가 활성화

삼성전자는 임직원이 업무에 좀더 몰입하고, 창조적인 업무 수행으로 부가 가치를 높일 수 있도록 휴가 사용을 적극 장려하고 있습니다. 임직원들은 1년간 휴가 사용 계획을 미리 수립하고 이를 시스템에 입력하고 있습니다.

● 자율출근제

삼성전자는 임직원들이 일과 개인의 삶의 균형을 추구할 수 있도록 임직원 스스로 자율적으로 출근 시간을 결정하는 자율출근제를 시행하고 있습니다. 자율출근제는 아침 6시부터 오후 1시 사이에 출근하여 최소 8시간 근무한 후 퇴근하는 제도로, 업무 성과가 높아지고 임직원 만족도가 크게 상승하는 등 자율적이고 창조적인 조직문화 구축에 기여하고 있습니다. 2008년 1개 부서를 대상으로 시범 도입하였으며, 2010년 전사적으로 확대 시행하고 있습니다.

● 글로벌 모빌리티 프로그램

2009년 삼성전자는 글로벌 최적의 인적자원 활용을 목적으로, 회사 내부 공모를 통해 해외 임직원이 원하는 직무와 지역에서 근무할 수 있도록 하는 Global Mobility 프로그램을 도입하였습니다.

이 프로그램은 해외에서 영업, 제조 등 업무 역량을 상향 평준화하고 임직원에게 Career Vision을 제공하는 프로그램으로, 삼성전자는 점차 그 적용 범위를 넓힐 계획입니다.

● Work Smart 캠페인

삼성전자는 사내 인트라넷, 엘리베이터 게시판 등을 활용하여 Work Smart 캠페인을 지속적으로 실시하였습니다. 일과 삶의 균형, Work Smart & Think Hard, 업무 프로세스상 불합리 해소, 회의문화 혁신, 休(휴) 문화 확산 등의 캠페인을 통해 창조적인 조직문화 구축을 위한 저변을 마련하였습니다. 향후 Work Smart T/F, Work Smart Conference 등을 통해 보다 실질적인 사례를 발굴, 확산하여 불필요한 초과근무를 지양하고, 저부가 업무를 줄여 나갈 계획입니다.

● 生/動/感(생/동/감) 프로젝트

삼성전자는 창조적이고 유연한 조직문화 구축을 위해, 근무 환경을 대대적으로 개선하는 프로젝트를 진행하고 있습니다. 제조 중심의 수원사업장을 감성, 문화, 소통이 가능한 마케팅·R&D 중심의 Campus형 공간으로 전환하기 위하여 生/動/感 프로젝트를 단계적으로 추진하고 있으며, 다른 사업장의 인프라 개선도 함께 추진하고 있습니다.



디지털파크 내 자전거도로



디지털파크의 내부 공원



디지털 시티 Fitness Center전경



디지털 시티 로고

● 수원 디지털 시티 선포식

삼성전자의 글로벌 위상과 브랜드 가치에 걸맞은 인프라 구축을 통해 임직원이 자부심을 갖고 근무할 수 있도록 수원사업장의 명칭을 '삼성 Digital City'로 변경하고 이를 선포하는 행사를 2009년 10월 1일 가졌습니다. 이 선포식을 통해 수원이 삼성전자의 명실상부한 Global 본사임을 천명하고, 창조적 조직문화 구축을 위한 제도, 문화, 인프라의 3대 혁신에 대한 CEO의 확고한 의지를 확인하였습니다.



디지털 시티 선포식 현장

Think Hard (생각의 몰입)

● Idea 제안 시스템

삼성전자는 임직원들의 창의적인 아이디어를 신사업 Item 발굴 및 제품 기능 개선에 적극적으로 활용하고자 사내 지식공유시스템에 제안 시스템을 개설하고, 전담조직을 신설하였습니다.

Idea Open Space라는 임직원 제안시스템을 통해 임직원들의 아이디어를 상시 접수·심사하여 우수 아이디어는 실제로 적용될 수 있도록 지속적으로 관리하고 있습니다. 2009년 한 해, 총 1,750건의 임직원 아이디어가 접수되었고, 이 가운데 16건이 심사를 통과하여 제품에 적용될 예정입니다. 2010년에는 해외 부문으로 확산하기 위하여 시범 지역을 선정하고 현지 의견을 청취할 예정입니다.

● 지식 공유 활성화

삼성전자는 임직원의 자발적 참여를 유도하는 개방형 지식 공유 사이트를 운영하고 있습니다. R&D KMS(Knowledge Management System)는 개발·기술 관련 지식이 공유되는 포털로, 전문가 커뮤니티, 기술 용어집, 지식인, 기술 블로그, Idea 제안시스템 등을 통해 기술, 전략, 대내외 협력정보 등 다양한 지식이 사내에 공유되고 있습니다.

● 기술 전문가 선정

삼성전자는 글로벌 1등 제품과 관련된 사업부 내 핵심 기술별로 최고 수준의 전문가를 선정하였습니다. 이들은 신사업 개발, 사업 간 Convergence 등에 대한 자문뿐만 아니라 각종 포럼과 강의를 통하여 기술 노하우를 전파, 전사 기술 수준을 높여 나가고 있습니다.

● 삼성전자 '마스터' 총 14명 선임 (1기 '09. 10월/2기 12월)

1기(7명)

반도체 D램 설계 분야, 신호처리 알고리즘 분야,
LSI 설계 검증 분야, 차세대 패키지 기술 개발 분야,
메모리 제품 개발 관련 차세대 핵심기술 분야,
반도체 단위 공정(포토, 에칭) 분야, 데이터 프로세싱 분야

2기(7명)

양산 계측 분야, 이미지 제품 반도체 회로 설계 및 차세대
알고리즘 분야, 정전지 방전 솔루션 분야,
DRAM Capacitor 기술 분야, TFT-LCD 관련 분야,
나노물질 관련 분야, 디스플레이 제품의 나노 기술 분야

Build Trust(신뢰 구축)

● 소통 활성화(해결팡팡, 삼성지식인)

삼성전자는 사업장별 포털 시스템을 통해 임직원의 다양한 고충 및 건의 사항을 지속적으로 청취하고 총무, 보안, 인사, 재무 등 담당자 책임 하에 성실하게 답변, 처리하고 있습니다.

● 수원사업장 고충처리 현황

(단위: 건)

■ 온라인 ■ 오프라인



● 경영 현황 설명회

삼성전자는 매분기 사업부별로 최고경영자가 직접 임직원을 대상으로 분기별 경영 현황, 경영 여건, 사업 추진 전략 등을 소개하는 경영 현황 설명회를 개최하고 있습니다. 이를 통해 사내 소통이 활성화되고, 전략에 맞게 임직원이 결속할 수 있는 계기가 마련되고 있습니다.

● Coaching 교육

삼성전자는 조직 내 전 간부를 상호 신뢰의 조직문화 구축과 부서원의 잠재력 발굴·육성에 기여하는 창조적 리더로 육성하기 위해 2009년 부서내 실질적 조직관리를 담당하고 있는 파트장을 대상으로 코칭 교육을 실시하였습니다. 향후 교육 대상을 확대하고 온라인 코칭 교육을 실시할 계획입니다.



I 성과 보상 및 복리후생 I

삼성전자는 임직원이 최고의 역량을 발휘할 수 있도록 공정하고, 합리적인 성과 보상 시스템을 구축하였으며, 다양한 복리후생 제도를 운영하고 있습니다.

평가제도

삼성전자는 매년 임직원 개인이 직접 MBO(Management by Objective)를 수립하고 목표에 따라 연간 실적을 평가하는 업적평가와, 개인별 역량을 기초로 한 역량평가를 실시합니다. 평가 결과를 종합하여 개인별 연봉등급을 결정하고, 이에 따라 연봉 계약을 체결하고 있습니다. 모든 평가는 전산화된 평가 시스템을 통하여 진행되며, 평가 결과는 모두 기록 및 보관됩니다. 평가 후에는 평가자와의 면담을 실시하고, 평가 결과에 이의가 있는 경우 공식 이의 제기 프로세스를 통해 재심사 받을 수 있습니다.

성과 보상

삼성전자는 '실적 있는 곳에 보상 있다'는 성과주의 원칙에 입각하여 성별, 국적, 종교, 사회적 신분, 나이 등에 따른 차별이 없는 공정한 보상을 실시하고 있습니다. 삼성전자의 보상체계는 크게 계약연봉과 성과에 따라 지급하는 Incentive로 구분되며, Incentive는 다시 PI(Productivity Incentive)와 PS(Profit Sharing)로 구분됩니다. 삼성전자의 모든 정규직은 PI, PS 지급 대상입니다.

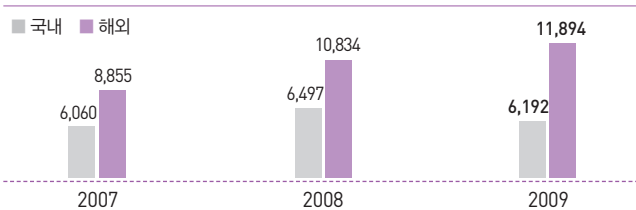
복리후생

삼성전자는 법정 복리후생 기준을 준수하고, 임직원의 삶의 질을 보장하기 위한 별도의 후생제도를 운영하고 있습니다. 4대 보험(국민연금, 건강보험, 고용보험, 산재보험) 등 법정 복리후생은 모든 정규, 계약직 임직원에게 제공되고 있으며, 그 밖에도 단체보험, 건강 진단, 의료비, 경조사 지원, 휴양소 및 워터파크 시설 이용권, 자녀 건강 및 화재 피해금 등의 복리후생을 제공하고 있습니다.

또한, 임직원들을 위한 퇴직 프로그램으로 퇴직연금제도를 도입하였습니다. 퇴직연금제도는 퇴직 시 일시금으로 수령하거나, 55세 도달 시 퇴직자가 연금 또는 일시금 지급을 선택하여 받을 수 있는 제도로 삼성전자는 금융기관이 근로자의 퇴직금을 관리하는 확정급여형을 선택하여 2010년부터 운영하고 있습니다.

• 복리후생 비용

(단위: 억 원)



삼성전자는 유치원에서 대학까지 임직원 자녀의 교육비를 지원하고 있습니다. 아울러 사업장별로 1,300여 명의 아동을 수용할 수 있는 총 8개의 어린이집을 설치하여 여성 인력의 육아 부담을 경감하기 위해 노력하고 있습니다.

해외 지역의 경우 휴가 및 사회보장성 의료서비스 등 국가별 법정 복리후생 항목 외 건강 검진, 당사 제품 할인, 본인 학비 지원, Fitness Center운영 등 지역별 특성에 따라 특화된 복리후생 정책을 시행하고 있습니다.

• 현지 법정최저임금 대비 신입사원 임금 비율

지역	법정최저임금 대비 비율
국내	>*113%
북미	>159%
구주	>102%
동남아	>103%
중국	>116%
CIS	>102%
중남미	>100%
서남아	>100%

*>: 각 지역별 표시 비율보다 크다는 것을 의미함

I 인권/노동 환경 개선 I

삼성전자는 주재국의 노동법 등 관련 법규를 준수하고, 상호 신뢰를 토대로 한 노사관계를 유지하기 위해 노력하고 있습니다. 인권 및 노동 이슈와 관련하여 행동규범 외에 별도의 취업규칙을 운영하며, 법규보다 더 엄격한 내부 규정을 적용하고 있습니다. 또한 성별, 연령, 인종, 종교 등에 의한 차별은 철저히 금하고 있으며, 2009년 본사에서는 차별 관련 사건이 단 한차례도 발생하지 않았습니다.

근로시간 상시 모니터링

삼성전자는 사업부 산하 전 생산법인의 근로시간을 상시 모니터링하고 있습니다. 근로시간이 법정기준에 근접할 경우 부서장과 본인에게 메일을 통보하여 기준을 준수할 수 있도록 조치하고 있습니다. 또한, Global ERP 시스템을 활용한 정확한 제품 수요 예측과 그에 따른 생산물량 예측을 통해 제조직 인력의 초과근무를 최소화하고자 지속적으로 노력하고 있습니다.

상호 존중 문화 교육 및 열린 상담센터 운영

임직원 상호간 인권 존중, 성희롱 방지, 건전한 조직문화 정착을 위해 전 임직원을 대상으로 온라인 교육, 입문 교육 및 집합 교육 등 다양한 형태의 교육을 실시하고 있습니다(2009년 교육 수료율 98.5%). 또한, 사업장별로 열린상담센터를 개설하여 전문 상담원을 통해 임직원의 고충 해결, 스트레스 관리 및 성희롱 예방을 위한 전문적인 심리 서비스를 제공하고 있습니다. (7개 사업장, 총 11명 근무)

차별·강제노동·아동노동 금지

삼성전자 취업규칙 제4조와 6조, 16조 규정에 의거, 차별과 강제노동, 아동노동을 금하고 있으며, 대한민국이 비준한 24개 ILO 항목을 철저히 준수하고 있습니다.

• 취업규칙 제 4 조

제 4 조(균등처우)

- (1) 모든 사원은 이 규칙이 정하는 바에 따라 균등한 처우를 받으며 국적, 성별, 신앙, 사회적 신분을 이유로 근로조건에 대하여 차별대우를 받지 아니한다.
- (2) 여사원은 성별을 이유로 임금, 교육, 승진, 정년, 퇴직, 해고 등에 있어 차별을 받지 아니한다.

• 취업규칙 제 6조

제 6 조(강제근로의 금지)

회사는 폭행, 협박, 감금 기타 정신상 또는 신체상의 자유를 부당하게 구속하는 수단으로써 사원의 자유의사에 반하는 근로를 강제하지 못한다.

• 취업규칙 제 16 조

제 16 조 (채용연령)

사원은 만 18세 이상의 자를 채용한다. 단, 18세 미만의 사원을 채용하는 경우에는 호적증명서와 친권자 또는 후견인의 동의서를 제출하여야 한다.

• 대한민국이 비준한 주요 ILO협약(24개 항목 중)

- 182호: 가혹한 형태의 아동노동 철폐에 관한 협약
- 138호: 취업의 최저연령에 관한 협약
- 100호: 동일 가치 근로에 대한 남녀 근로자의 동등 보수에 관한 협약

비노조 정책

“노사관계는 종업원과 회사가 서로 협조하며 공동 발전을 추구하는 共存共榮(공존공영), 相生相和(상생상화)의 관계가 되어야 한다”는 것이 삼성전자 노사정책의 기본방침입니다. 삼성전자는 종업원들의 요구가 있기 전에 종업원들이 좋은 환경과 조건에서 안전하게 근무할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.

당사는 전 글로벌 사업장에서 노사협의회, GWP 위원회, 안전협의회 등의 의사대표 기구를 운영하고 있고, 임직원의 고충, 불만 및 불합리 요소를 발굴하여 지속적으로 개선하고 있습니다. 특히 노사협의회는 구주의 Work Council과 유사한 것으로 임직원이 직접 선발한 사원 대표들로 구성되며 근로조건, 처우 등을 회사측과 협의하고 있습니다. 사업의 진출·축소·변경 등 주요 사업 변동 사항에 대해서는 증권거래법의 규정에 의하여 공시되고 있으며, 특히 인력 감축을 수반하는 경우에는 대한민국 근로기준법의 규정에 의하여 노사협의회 대표에게 최소 50일 이전에 통보한 후 협의하고 있습니다.

• 노사협의회 정기회의 운영

구분	시기	비고
정기협의회	분기 1회	
정기간담회	분기 1회	노사 동수 참석, 사측 대표: 부사장/전무급
산업안전보건위원회	분기 1회	
사장 간담회	연간 1회	사장 참석

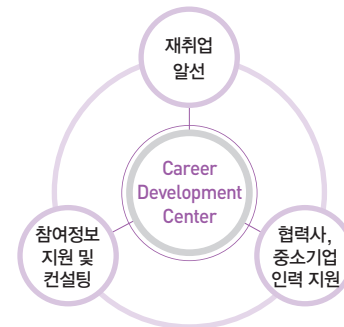
GWP(Great Work Place) 조사

삼성전자는 부서별로 자발적인 봉사 활동, 체육 활동, 계절별 축제 등 다양한 조직 활성화 행사를 연중 진행하고 있으며, 부서별 GWP Agent와 GWP사무국 간 긴밀한 협조 하에 즐거운 일터 만들기 위해 노력하고 있습니다. 매년 글로벌 전 사업장을 대상으로 임직원 만족도 조사(GWP Survey)를 실시하고 있으며, 조사 결과는 전 부서장에게 피드백되어 부서별 조직문화 개선에 기초 자료로서 활용됩니다. GWP 우수 부서에 대해서는 포상하고 활동을 지원하며, GWP 결과가 낮은 사업장과 부서에 대해서는 정기적인 GWP 컨설팅을 실시하여 조직의 문제점을 진단하고 조직문화가 개선될 수 있도록 지원하고 있습니다.

퇴직자 지원 프로그램 운영

삼성전자는 2001년부터 퇴직 및 퇴직 예정자의 재취업 및 창업을 적극적으로 지원하기 위하여 사업장별로 CDC(Career Development Center)를 운영하고 있습니다. 2009년까지 CDC를 통해 총 2,016명의 임직원의 재취업을 알선하였습니다. 향후 적극적인 홍보를 통해 임직원들의 진로를 상담하여 퇴직에 대한 불안감을 해소하는 한편, 광의의 평생고용을 실천하는 데 앞장설 계획입니다.

• Outplacement Service



- 구직자: 제 2인생 설계를 위한 지원
- 구인 기업: 준비된 인력 지원 → 경쟁력 강화
- 국가경제: 청장년 실업 해소

퇴직률 관리

퇴직률은 삼성전자 각 부서 업무의 영속성, 역량, 숙련도 유지 및 향상을 위한 핵심관리 항목으로, 주요 관리자의 평가항목으로 지정하여 지속적으로 관리하고 있습니다.

• 글로벌 퇴직률 및 퇴직자 수(해외는 자발 퇴직)

지역	2007년 말		2008년 말		2009년 말	
	퇴직율	퇴직자	퇴직율	퇴직자	퇴직율	퇴직자
국내	9%	7,741	7.7%	6,667	6%	5,097
해외	19%	10,406	17%	11,230	11%	8,078

* 2009년 국내(남 1,450, 여 3,647), 해외(남 3,600, 여 4,478)



정도경영

현대의 기업환경은 사회로부터 신뢰를 잃은 기업은 한순간에 시장에서 도태되고, 기업생존조차 어려워지게 됩니다. 삼성전자는 세계로부터 존경받고 인류사회에 공헌하는 영속기업이 되기 위해 모든 일에 있어서 항상 정도를 추구하는 정도경영 정신을 실천해 왔습니다.

모든 임직원은 공은 마음을 바탕으로 진실되고 바르게 행동하며, 공과 私를 분명히 구분하고 청결한 조직문화를 유지한다는 원칙을 준수합니다.

또한, 페어플레이 정신으로 법과 상도덕에 따라 정정당당하게 경쟁하며, 편법과 불법을 근절하고, 비윤리적 관행을 선도적으로 타파하여 고객과 사회로부터 신뢰받는 기업이 되도록 노력합니다.

Global Harmony with People,
Society and Environment

존경받고 사랑받는
글로벌 기업으로 도약

창조

혁신

변화

인재경영

- 인재제일 실현
- 일과 삶의 조화

정도경영

- 기업윤리 준수
- 공정거래 문화 정착
- 지적 재산 보호

녹색경영

- 기후변화 대응 선도
- 친환경제품 개발 강화
- 글로벌 친환경 사업장 구현
- 그린 커뮤니케이션 강화

사회공헌

- 더불어 행복한 사회추구
- 글로벌 공익사업 파트너십 구축

협력사 상생

- 글로벌 경쟁력 확보
- WIN[®] 파트너십 강화

제품 서비스

- 고객감동 서비스 혁신
- 고객 신뢰 경영 구축

Business Vision과 Vision for Society의 조화

● 목차 ●

• 기업윤리 준수

- 임직원 행동규범
- 기업윤리 관련 조직 및 프로그램 운영

• 공정거래 문화 정착

- 공정거래 자율준수 프로그램 운영
- 하도급 공정거래 협약 이행

• 지적 재산 보호

- 정보 보안
- 특허 정책

● 2009년 주요 실적 ●

- 연간 부정예방 교육 실적 8,347명(집합교육 집계)
- 부정 제보 조치 417건
- 하도급 공정거래 협약 이행 실적 '우수(A) 등급'
- 특허등록 미국 내 등록 순위 2위(3,611건)

삼성전자의 고객, 주주, 임직원 등 이해관계자들은 글로벌 IT 산업의 대표 기업으로 성장한 삼성전자에 대해 더 많은 사회적 역할을 기대하고 있으며, 국제사회 또한 삼성전자가 모든 경영 활동에서 글로벌 기업시민으로서 국제사회에서 통용되는 기업윤리를 준수할 것을 요구하고 있습니다. 이에 부응하기 위해 삼성전자는 2005년 임직원 행동규범을 제정하였으며, 기업윤리 관련 조직과 프로그램을 운영하고 있습니다.

임직원 행동규범

기업윤리는 기업의 존립을 좌우할 만큼 경영에 큰 영향을 미치고 있습니다. 다시 말해, 아무리 작은 실수라도 기업의 비윤리성이 드러나면 기업의 성장엔커녕 그 존립조차 담보하기 어려워졌습니다. 기업이 경영 활동에서 기본을 지키는 것은 지속적인 성장을 위해 반드시 필요합니다.

글로벌 일류기업의 위상에 걸맞은 사회적 책임을 다할 때 세계로부터 존경 받는 초일류기업으로 도약할 수 있다는 믿음을 바탕으로 삼성전자는 임직원 행동규범을 제정하였으며, 삼성전자 임직원은 이를 제반 업무 활동의 기본 지침으로 활용하고 있습니다.

기업윤리 관련 조직 및 프로그램 운영

삼성전자는 윤리경영 실천을 위해 이사회 내 감사위원회를 설치하였으며, 회사 내 기업윤리 전담조직을 운영하고, 부정예방 교육, 윤리경영 사이트 운영 등을 통해 윤리경영을 강화하고 있습니다.

감사위원회

감사위원회는 견제와 균형을 통해 경영진이 기업가치를 극대화할 수 있도록 감독하고 지원하기 위한 이사회 내의 독립된 위원회입니다. 감사 위원회는 재무제표 감사 등의 회계감사, 이사의 업무수행에 대한 감사, 영업보고 요구, 주주총회 소집요구 등의 업무 감사 권한을 가지고 있습니다.

감사 조직 운영

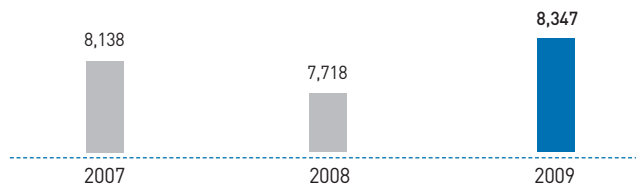
삼성전자는 회사와 임직원의 윤리경영 실천 여부를 점검하고 독려하기 위하여 독립 부서인 감사팀을 운영하고 있습니다. 각 분야별 10년 이상의 실무경험이 풍부한 전문가로 구성된 감사팀은 대규모 조직에 대한 효율적 감사업무 수행을 위하여 시스템과 네트워크를 활용한 다양한 감사기능을 수행하고 있습니다. 감사 활동으로 드러난 정도경영 및 윤리경영 저해 요소나 불합리한 프로세스에 대해서는 최고경영진에게 보고 후 개선함으로써 조직 내 업무 효율을 높이고 기업의 가치를 제고하는 데 기여하고 있습니다.

부정예방 교육 실시

삼성전자는 윤리경영 실천을 위해 감사팀 내 계층별 전담 강사진을 편성하여 국내외 신입임원 교육, 신입사원 입문 교육, 승격자 과정, 주재원 양성 과정 등 집합교육을 운영하고 있으며, 전체 임직원을 대상으로 온라인 교육 등 주기적인 부정 예방 교육을 실시하고 있습니다.

국내 부정 예방 교육 실적(집합교육 집계)

(단위: 명)



또한, 해외 법인의 현지채용 인력에 대한 부정 예방 활동을 강화하고자 임직원들의 행동규범을 안내하는 삼성윤리강령(Samsung's Global Code of Conduct) 동영상 22개 현지어로 제작·배포하여 법인별 임직원 교육 시 활용하고 있습니다. 동영상은 윤리강령의 필요성, 5대 경영원칙, 위반 사례, 사이버 감사팀 접속 방법, 위반행위 보고 방법 등으로 구성되어 있습니다.

윤리경영 사이트(사이버 감사팀) 운영

2002년 이후 국내는 물론 해외에서 청결한 조직문화를 조성하기 위해 사이버 감사팀을 운영해 오고 있습니다. 현재 국내 웹사이트 외 영어, 일어, 중국어, 러시아어 등 9개 현지어 사이트를 운영하고 있으며, 향후 이를 확대해 나갈 계획입니다.

삼성전자는 사이버 감사팀을 통해 국내외 임직원들에게 삼성의 윤리경영을 전파하고 행동규범 준수를 독려함은 물론, 부정 판단 기준을 명확히 정의하여 행동에 대한 구체적인 지침을 제공하고 있습니다. 또한, 외부 이해관계자들도 관련 웹사이트(<http://sec-audit.com>)나 유선, 팩스를 통하여 임직원의 부정 사실을 제보할 수 있도록 하는 등 다양한 제보 경로를 갖추고 있습니다.



감사팀에 접수된 제보는 유형별로 분류하여 처리하고 처리결과를 시스템에 등록하여 관리하고 있습니다. 최근 3년간 사이버 감사팀을 통해 접수된 제보는 1,145건이며 이를 연도별로 살펴보면 다음과 같습니다.

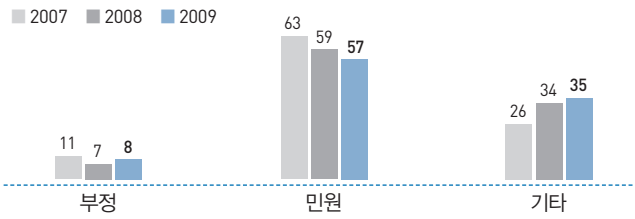
최근 3년간 제보입수 현황

구분	2007년	2008년	2009년
제보입수 건수	405	323	417

입수된 전체 제보 중 내용이 미흡하여 사실을 확인할 수 없거나 사실과 다른 것으로 밝혀진 제보를 제외하고 부정이나 소비자민원에 관련된 내용은 조치 완료하였습니다. 최근 3년간 조치된 제보의 유형별 분포를 보면 소비자민원이 50~60%를 차지하고 있으며, 부정에 관련된 사항은 9% 정도입니다.

• 유형별 제보 현황

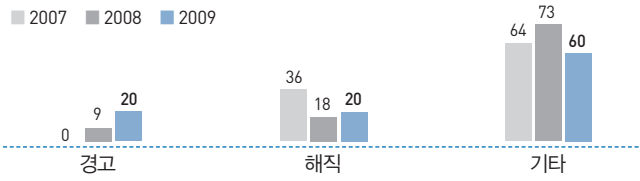
(단위: %)



※ 기타: 정보유출, 규정위반 등

• 부정제보 조치 현황

(단위: %)



※ 기타: 감금 등

준법 관련 조직 정비

삼성전자는 글로벌 경영 환경에서 윤리 및 준법경영이 갖는 의미에 주목하고, 위법적 경영 행위에 따른 브랜드 이미지 악화가 기업에게 가장 큰 위험 요소로 부각되고 있음을 인지하여, 기존 법무, 관리, 감사, 인사팀으로 분산되어 있는 준법 관련 업무를 통합, 이를 효율적으로 실천하기 위한 준법감시 시스템을 정비하고 있습니다.

임직원 행동규범 전문

● 서문 ●

우리 삼성전자는 인재와 기술을 바탕으로 최고의 제품과 서비스를 창출하여 인류사회에 공헌하는 「글로벌 초일류기업」을 지향한다.

이를 위해 「인재제일, 최고지향, 변화선도, 정도경영, 상생추구」의 삼성 핵심가치(Samsung Value)를 정신적 지표로 삼고 「꿈/비전/목표, 창의/도전, 변화/혁신, 통찰력/분별력, 스피드/속도, 기술/정보, 신뢰/믿음」의 초일류 7대 인재를 임직원 개인 및 조직에 체질화 한다.

나아가 우리는 법과 윤리를 준수하고 기업 본연의 역할과 사회적 책임을 다하기 위해 삼성 전자인의 「행동규범」을 제정하고 모든 경영활동에서 「임직원의 행동규범과 가치판단 기준」으로 삼는다.

● 본문 ●

원칙 1. 법과 윤리를 준수한다

1-1 개인의 존엄성과 다양성을 존중한다

- 모든 사람의 기본적인 인권을 존중하여, 고객, 임직원 등 모든 이해관계자에 대해 인종, 국적, 성별, 종교, 출신지역, 장애, 결혼 여부 등을 이유로 차별을 하지 않는다.
- 적법한 절차 없이 국제기준 및 국가별 법률에서 정한 최저 고용허용 연령 미만의 미성년자는 고용하지 않는다.
- 임직원의 고용 및 임금 조건은 국제기준 및 국가별 법규를 고려하여 합리적이고 정당하게 결정한다.
- 국가별 업무특성과 관련 법규를 준수하여 임직원의 근무시간을 정하되 상호 동의 없이 연장근무를 강요하지 않는다.
- 상사는 부하직원에게 회사 규정과 프로세스에 위반되거나 회사업무와 무관한 작업을 수행하도록 부당한 지시를 해서는 안되며, 정신적·육체적 강요에 의한 비자발적으로 업무를 수행하도록 해서는 안된다.

1-2 법과 상도의에 따라 공정하게 경쟁한다

- 국제기준 및 국가별 공정거래 관련 법규를 준수하여 자유롭고 공정하게 경쟁한다.
- 우월한 지위를 남용하지 않고, 끼워 팔기를 하지 않는다.
- 경쟁사와 생산, 가격, 입찰, 시장분할에 대한 담합을 하지 않으며 또한 담합을 목적으로 가격, 입찰, 고객, 판매지역 및 판매조건 등에 대하여 협의하지 않는다.

— 우리는 변하지 않으면 생존할 수 없다는 위기 의식을 바탕으로 환경 변화와 고객 요구에 스피드 있게 대응할 수 있는 미래 경쟁력을 갖추고 큰 꿈과 목표를 향해 끊임없는 혁신의 자세를 견지한다.

— 우리는 미래 경쟁력이 기술 개발과 납보다 앞선 정보에 좌우됨을 인식하고 창의적이며 도전적으로 일하는 열린 조직문화를 지향한다.

— 우리는 현실을 직시하고 미래를 내다볼 수 있는 통찰력과 기회를 선점할 수 있는 분별력을 갖춘 담당 분야의 전문가를 지향한다.

— 우리는 상호 인격을 존중하고 믿음을 돈독히 하여 상사는 스스로 솔선수범하고 부하직원은 주인공의식을 갖고 자율적으로 판단하고 행동할 수 있는 열린 조직문화를 실현한다.

— 우리는 주주 및 사업파트너를 중시하는 건실한 경영 활동과 상호협조를 통해 신뢰관계를 공고히 하여 공동의 번영을 추구한다.

- 외부 거래선 등 이해관계자로부터 금전·금품·향응의 수수 및 지분을 제공받거나 지위나 직무를 이용하여 폐해를 끼치는 등 공정한 거래관계를 저해하는 일체의 부정행위를 하지 않는다.
- 상호합의 없는 절차나 불법적인 방법으로 경쟁사의 기밀을 취득하지 않는다.
- 고객사나 협력사에 경쟁사의 불이익이 되는 행위를 강요하지 않는다.

1-3 정확한 회계처리 및 공시를 통해 회계의 투명성을 유지한다.

- 국제 기준 및 국가별 회계 법규와 규정에 의거하여 모든 거래를 사실대로 정확하게 기록하고 관리하며 정기적으로 감사를 받는다.
- 신원이 불명확하거나 거래관행이 투명하지 않은 개인, 거래선 및 국가와의 거래는 가급적 삼가고 불법적인 허위·변칙거래는 관여하지도 협조하지도 않는다.
- 법이 정하는 바에 따라 회사의 재무적 변동 등 경영상의 주요사항 및 기업 정보를 성실하게 공시한다.

1-4 정치에 개입하지 않으며 중립을 유지한다.

- 개인의 참정권과 정치적 의사를 존중하되, 회사 내에서는 조직 분위기를 저해하는 일체의 정치 활동을 하지 않는다.
- 회사의 자금, 인력, 시설 등을 정치적 목적으로 사용하지 않는다.
- 대정부 사업 시 불법적인 기부행위 등 부적절한 거래를 지양하고 각 국의 관련 법규를 존중한다.

- 1-5 개인 및 사업파트너의 정보를 보호한다.
- 개인정보의 유출에 따른 일차적인 책임은 해당 임직원에 있음을 인식하고, 개인의 사생활침해방지 및 정보보호 관련 법규의 준수에 최선을 다한다.
 - 직무 수행 중 취득한 고객 및 협력사의 정보는 업무 목적으로만 이용하며, 불법적으로 제3자에게 유출하지 않는다.

원칙 2. 깨끗한 조직문화를 유지한다

- 2-1 모든 업무활동에서 공과 사를 엄격히 구분한다.
- 회사의 재산과 자신의 직위를 이용하여 사적인 이익을 도모하지 않으며, 회사 자산의 횡령, 유용 등 일체의 부정행위를 하지 않는다.
 - 직무상 취득한 내부정보를 유용하여 주식이나 유가증권을 직접 거래하거나 타인에게 추천하는 등의 사적인 이익을 취하거나 회사의 명예를 훼손할 수 있는 일을 하지 아니한다.
 - 회사와 개인의 이해가 상충하는 경우, 회사의 합법적 이익을 우선으로 한다.
- 2-2 회사와 타인의 지적 재산을 보호하고 존중한다.
- 회사 내부의 지적 재산, 기밀정보는 적절한 사전허가나 절차 없이 외부에 유출하지 아니한다.
 - 업무활동 중 취득된 정보는 사실에 근거하여 기록, 보고하고 회사의 지적 자산으로 보관, 관리한다.
 - 타인의 특허, 저작권, 상표권 등 지적재산권을 존중하여, 무단사용, 복제, 배포, 변경 등 일체의 침해 행위를 하지 않는다.
 - 외부나 지인과의 대화 및 전화 통화 시 회사의 지적 자산 보호규정을 위반하지 않도록 주의한다.
- 2-3 건전한 조직 분위기를 조성한다.
- 성희롱, 풍기문란, 폭력 및 사적인 부담을 주는 행위 강요 등 상하, 동료 간에 상호 불쾌감이나 피해를 주어 건전한 동료관계를 저해하는 일체의 언행을 하지 않는다.
 - 지연이나 학연에 근거한 파벌이나 사조식을 결성하여 위화감을 형성하거나 건전한 조직문화를 해치는 행위를 하지 않는다.
 - 신의를 바탕으로 성실하고 상호 협조적인 공존공영의 노사관계를 유지 및 발전시키기 위해 노력한다.
- 2-4 외부활동 시 삼성전자인으로의 품위를 지킨다.
- 재직 중 회사업무에 지장을 주는 외부겸직, 겸업, 부업 등은 원칙적으로 금지되나 회사의 명예와 업무의 관련성 등을 고려하여 사전허가를 받은 경우는 예외로 한다.
 - 사외 강연 및 인터뷰 등 회사 정보의 공개가 필요한 경우, 적절한 공개 수준에 대해 반드시 회사 내부의 승인을 얻도록 한다.
 - 재직 중 이해관계자의 이사회의 구성원으로 활동하거나 경쟁사업활동을 영위함으로써 회사에 직간접적으로 손실을 초래하는 활동은 하지 아니한다.

원칙 3. 고객 · 주주 · 종업원을 존중한다

- 3-1 고객만족을 경영활동의 우선적 가치로 삼는다.
- 고객의 요구와 제안은 최대한 수용하여 제품 설계, 유통, 서비스 등의 개선 활동에 우선적으로 반영한다.
 - '고객이 있어 삼성전자가 존재한다'는 신념으로 친절하고 공정한 자세로 고객을 대한다.
 - 고객의 오해를 유발할 수 있는 제품의 품질, 성능에 대한 과장광고 또는 구매강요 행위를 배격함으로써 고객이 합리적으로 제품을 선택할 수 있는 권리를 존중한다.
 - 고객의 불만 및 고객과의 분쟁을 해결해 나가는 과정에서, 고객에 대한 과도한 비용부담 전가 등 부당한 처우가 발생하지 않도록 노력한다.
- 3-2 주주 가치 중심의 경영을 추구한다.
- 투명, 정도경영을 통해 이윤을 극대화함으로써 주주의 투자수의 증대를 적극 추구한다.
 - 주주 및 이해관계자에게 재무적 변동 등 주요 경영정보를 적시에 공정하고 성실하게 제공하기 위하여 최선을 다한다.
 - 주주의 정당한 요구, 제안 및 공식적 결정을 존중하며, 이를 경영활동에 반영하도록 노력한다.
- 3-3 종업원의 「삶의 질」 향상을 위해 노력한다.
- 모든 종업원에게 자신의 능력을 최대한 발휘할 수 있도록 동등한 기회를 제공하고, 그 능력과 성과에 따라 공정하게 대우한다.
 - 종업원들의 끊임없는 자기계발을 권장하며 업무수행상 필요한 역량 향상을 위한 제반활동을 적극 지원한다.
 - 자율적이고 창의적으로 일할 수 있는 근무환경을 조성한다.

원칙 4. 환경 · 안전 · 건강을 중시한다.

- 4-1 환경친화적 경영을 추구한다.
- 환경보호와 관련된 국제기준, 관계법령, 내부규정 등을 준수하는데 최선을 다한다.
 - 유해물질 발생의 최소화, 자원의 효율적인 사용 및 폐제품의 재활용 추구 등을 통해 환경 개선활동에 적극적으로 참여한다.
 - 제품의 개발, 생산, 유통, 판매 및 폐기의 모든 사업활동에서 환경보호를 위해 최선을 다한다.
- 4-2 인류의 안전과 건강을 중시한다.
- 임직원 안전교육, 훈련을 정기적으로 실시하는 등 임직원의 안전 및 건강에 관련된 국제기준, 관계법령, 내부규정 등을 준수한다.
 - 제품의 개발, 생산, 유통, 판매 및 폐기의 모든 사업활동에서 고객의 건강과 안전을 우선시 한다.
 - 고객에게 제품의 안전한 사용 및 관리방법에 대한 정보를 명확하게 제공한다.
 - 고객의 안전을 위협할 수 있는 제품결함이 발견된 경우 신속하게 대처한다.
 - 근무장소의 청결 및 안전수칙의 준수를 생활화하며, 사업장 내 위험 요소를 발견한 즉시 적절한 조치를 취한다.

원칙 5. 글로벌 기업시민으로서 사회적 책임을 다한다.

- 5-1 기업시민으로서 지켜야 할 기본적 책무를 성실하게 수행한다.
- 회사는 안정적인 고용창출을 위해 노력하며, 조세납부의 의무를 성실하게 이행한다.
 - 임직원 각자의 행동거지가 회사의 이미지와 직결된다는 것을 명심하고 단정한 복장, 예의 바른 행동, 품위 있는 언어사용 등을 통하여 회사의 명예를 지키도록 노력한다.
 - 임직원 각자가 지역사회의 일원으로 책임과 의무를 다하여 회사에 대한 지역사회의 신뢰를 높이도록 노력한다.
- 5-2 현지의 사회 · 문화적 특성을 존중하고 상생을 실천한다
- 지역사회의 법, 문화와 가치관을 존중하고 지역주민의 삶의 질 향상에 기여한다.
 - 글로벌 기업시민으로서 학문과 예술, 문화, 체육 등 인류사회를 정신적으로 풍요롭게 하는 공익활동을 적극 지원함으로써 건전한 사회발전에 기여한다.
 - 자원봉사, 재난구호 등 사회봉사활동에 적극 참여한다.
- 5-3 사업 파트너와 공존공영의 관계를 구축한다
- 사업 파트너와 상호 신뢰의 기반 위에서 고객만족이라는 공동가치를 추구하는 전략적 동반자로 인식한다.
 - 사업 파트너의 선정 시, 공정한 기준을 적용하고 차별하지 아니하며 사업 목적에 부합하는 파트너를 선정하기 위해 노력한다.
 - 합법적 지원을 통해 협력사의 경쟁력 강화 등 공동의 발전을 추구한다.
 - 사업장의 안전과 임직원의 인권 존중 등 기업활동의 사회적 책임을 완수하도록 사업파트너에게도 적극 권장한다.

● 부록 ●

1. 임직원의 책임

본 행동규범은 삼성전자의 모든 임직원을 대상으로 하되, 회사에 영향을 미칠 수 있는 조항에 한하여 관계사 및 사업파트너까지 준수할 것을 권장한다.

행동규범을 성실히 준수하기 위해 노력하되, 위반 시 위반 정도의 경중에 따른 징계조치를 받는 등 해당행위에 대한 책임을 진다.

임원과 관리자는 솔선수범하여 회사의 지침을 준수함으로써 건전한 조직문화를 배양하고 유지하는 데 책임을 다한다.

2. 행동규범의 문의 및 개선

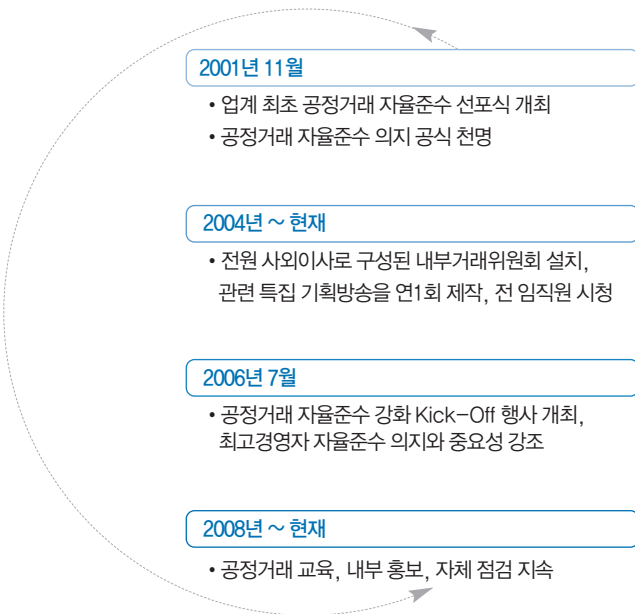
행동규범에 위반되는 행위를 강요 받거나 기 위반한 사실을 인지한 경우에는 해당 부서장이나 인사팀 또는 감사팀에 신고한다.

행동규범을 실천함에 있어 의문이 제기되거나 개선을 건의하고자 하는 경우 해당 부서장과 협의를 거친 후 인사팀에 문의한다.

삼성전자는 공정거래 자율준수 프로그램, 하도급 공정거래 협약 등을 통해 관련 법규를 준수하고, 공정거래 문화를 정착하기 위해 노력하고 있습니다.

I 공정거래 자율준수 프로그램 운영 I

프로그램 추진 경과



공정거래 관련 교육

전 임직원을 대상으로 공정거래법 등 경영 활동에 필요한 준법 교육을 실시하고 있습니다. 특히, 하도급, 카르텔 등과 업무 특성상 직접적으로 연관되는 관련부서의 인력(2009년 2,363명)에 대해 공정거래 준수 교육을 집중적으로 실시하고 있으며, 이와 별도로 사이버 교육시스템을 도입하여 글로벌 전 임직원이 필요할 때 상시로 공정거래 관련 교육을 받을 수 있도록 하고 있습니다.



공정거래 관련 교육자료

자체 점검 프로세스

삼성전자는 공정거래법과 제도를 준수하기 위해 주요 부문별 체크리스트를 작성, 공정거래 전반에 대한 자체 점검을 실시하고 있습니다. 특히, 카르텔, 하도급, 재판매가격유지행위 등 업무 특성과 직결되는 취약 부문에 대한 점검을 중시하여 영업, 구매 부서 등 직접 관련 부서에 대한 점검에 초점을 맞추고 있습니다. 이외에도 특정 테마를 선정하여 공정거래 적정성 여부를 수시로 점검하고 있습니다.

한편, 공정거래 자율준수 프로그램 도입 이래 법 위반자에 대한 강력한 인사제재 규정을 마련하였으며, 자체 점검 결과에 따라 위법 사실이 발견되면 그 사실을 인사책임자에게 통보하여 실질적인 불이익이 가해질 수 있도록 하였습니다. 법 위반 행위가 발생할 경우 공정거래 전담 부서를 통해 즉시 CEO에게 보고되는 프로세스를 갖추고 있으며, 위법 사실이 판명되면 관련 규정 및 절차에 준하여 처리하고 있습니다.

공정거래 인식 제고

공정거래 자율 점검 및 교육 등을 통해 임직원에게 공정거래에 대한 경각심을 심어 주는 활동과 함께, 공정거래 자율준수 포털 사이트를 구축하여 공정거래 전반에 대한 이해를 돕고 있습니다. 또한, 임직원들은 모든 업무의 시행에 앞서 법무시스템을 이용하여 사내 변호사들의 전문적인 자문을 받도록 함으로써 위법 여부의 확인을 사전에 확인할 수 있도록 하고 있습니다. 이와 같은 노력으로 공정거래 이슈가 발생할 때마다 사내 인트라넷을 통해 유관부서와 사전 업무협의를 거치는 자율 준수 풍토가 자연스럽게 정착되고 있습니다.



법무시스템 화면

내부고발 제도

당사의 임직원은 누구나 사내 인트라넷을 이용하여 법 위반 사실을 제보할 수 있으며, 사이버 감사시스템을 통해서도 업무 수행 중 발견한 위법 사실을 익명으로 신고할 수 있는 내부고발 시스템을 갖추고 있습니다. 시스템적으로 제보자의 익명성을 철저히 보장하여 내부고발 제도가 효과적으로 운영될 수 있도록 하고 있습니다.

기업의 이미지와 문화를 대변하는 임직원들의 자세에 따라 기업을 보는 사회의 시각이 달라질 것입니다.



VERMULST, VERHAEGHE, GRAAFSMA & BRONCKERS
변호사 Marco Bronckers

오늘날의 세계 경제는 미국발 경제 위기를 통하여 알 수 있듯이 기업의 비윤리적인 행동으로 인한 사소한 실수라도 기업의 성장뿐 아니라, 존립 자체에 위협을 줄 수 있다는 것을 경험한 바 있습니다. 이에 따라 최근 글로벌 기업들은 윤리와 법에 근거한 효과적인 지배구조 시스템을 구축하여 기업을 운영하는 데 큰 관심을 가지고 있습니다.

이러한 추세에 맞추어 삼성전자는 행동규범을 제정하고, 이 규범이 실질적으로 정착하여 뿌리내릴 수 있도록 전담 부서를 설치하는 등 많은 노력을 기울여 왔습니다. 이러한 노력은 삼성전자가 성공적인 기업으로 지속적으로 성장하는 데 있어 핵심적인 요소가 될 것입니다.

기업에 대한 신뢰는 단지 법제화나 내부규제에 의해 얻을 수 있는 것이 아닙니다. 중요한 것은 기업의 구성원들이 법을 준수하고 윤리적인 가치를 존중하는 데 적극적으로 참여하는 것입니다. 다시 말해 기업의 이미지와 문화를 대변하는 임직원들의 자세에 따라 기업을 보는 사회의 시각이 달라질 것입니다.

세계에서 가장 성공적인 기업 중 하나로 커가고 있는 삼성전자가 지배 구조에서 두각을 나타내는 것뿐만 아니라, 투철한 준법정신과 건전한 기업윤리에 입각한 경영을 펼쳐 투명하고 신뢰받는 기업으로 성장하기를 기대합니다.

I 하도급 공정거래 협약 이행 I

협약 체결 내용

삼성전자는 2008년 7월 거래 협력사와 대중소기업간 하도급 공정거래 협약을 체결하였습니다. 하도급 공정거래협약*은 계약 체결, 협력업체 선정, 내부 심의위원회 설치·운영에 관한 3대 가이드라인의 도입과 이행을 골자로 하고 있습니다.

* 하도급 공정거래협약(TCP: Triangle Cooperation Program)
대기업과 협력사가 공정거래를 약속하고, 1년 후에 공정거래위원회가 이행 상황을 점검·평가하여 인센티브를 제공하는 대·중소기업·정부 간 3각 공조 상생 프로그램

• 3대 가이드라인 내용

계약 체결

- 계약 체결 시 서면 계약서 교부
- 합리적인 산정 방식에 의한 하도급 대금 결정
- 하도급 대금의 부당한 감액 행위 금지

협력업체 선정

- 선정 및 취소 기준의 객관성
- 선정 및 취소 기준, 절차 및 결과의 사전 공개
- 등록업체에 공평한 입찰 참가 등 기회 부여

내부 심의위원회 설치

- 하도급 담당임원 참여 위원회 구성
- 계약 체결 및 가격 결정 등 사전 심의
- 업체 등록, 취소 기준 및 절차 적정성 심의

협약 이행을 위한 주요 활동

삼성전자는 공정거래 협약에 근거하여, 하도급 계약은 반드시 서면으로 하고, 현금성 결제비율을 100%로 유지하고 있습니다. 2009년 원자재 가격, 환율 변동, 물가 인상 등을 감안하여 총 39개 협력사를 대상으로 단가(단가 인상 효과 418억 원)를 인상하였습니다. 또한, 협력사 운영 프로세스의 객관성, 공정성을 확보하기 위해, 신규 거래절차, 업체 평가 및 거래 취소 등 모든 프로세스를 시스템을 통해 운영하고 있습니다. 아울러 2009년 전사, 부문, 사업부 단위로 내부 심의위원회를 총 49회 개최하여, 신규 업체 등록, 거래 취소, 단가 결정, 공정거래 법규 준수 등을 심의하였습니다.



협력사 관리 시스템 화면

2009년 정부 평가 결과

2009년 10월 삼성전자는 공정위원회로부터 1년간의 하도급 공정거래 협약 이행실적을 평가 받은 결과, '우수(A) 등급'을 받아 하도급거래 모범 업체로 선정되었습니다. 이로써 삼성전자는 협력회사들과 협약 내용을 충실하게 이행하는 과정에서 상생협력 및 공정거래 문화가 정착되고 있음을 대내외적으로 인정받게 되었습니다.

삼성전자는 글로벌 경쟁시대를 맞아 지적 재산에 대한 보호 활동과 임직원의 참여가 회사 생존을 위해 반드시 필요하다는 인식에 따라 회사와 타인의 기술, 경영 정보 및 각종 노하우를 포함하는 지적 재산을 보호하는 데 최선을 다하고 있습니다.

I 정보 보안 I

정보보호 규정 운영

지적 재산에 관한 지침은 임직원 행동규범에 반영하여 철저히 지키고 있으며, 이와 별도로 제정된 정보보호 규정에 의거, 일상 경영 활동에서 발생할 수 있는 상황에 따라 임직원이 지켜야 하는 보안의무 사항을 정의하여 시행하고 있습니다.

• 정보보호 규정

정보자산의 소유와 임직원의 의무

- 임직원은 회사에 재직 중 업무와 관련하여 직·간접적으로 생성하거나 획득한 모든 권리는 회사에 있으며 임직원은 회사의 승인 없이 이를 외부에 유출, 배포, 전송할 수 없다.
- 임직원은 입사 시 정보보호 서약서에 서명해야 하며, 변경사항 발생 시 갱신한다.
- 임직원은 입사·승격 시 보안 과정을 의무 이수해야 하며, 과장급 이하 모든 임직원은 년 1회의 사이버 보안 과정을 이수하여야 한다.

내방객 관리 및 물품 반출 절차

- 방문자와 방문 목적 등을 확인하여 회사 업무 목적에 부합하는 경우에 한해서만 출입을 승인한다.
- 임직원은 정보 자산을 반출하는 경우, 정해진 반출입 승인권자의 승인을 득해야 하며, 반출 승인자는 회사 업무 목적에 부합하는 경우에 한해서만 반출을 승인한다.
- 모든 승인 프로세스는 시스템을 통해 관리되며, 기록된다.

통신수단, 문서 관리

- 임직원은 회사 내에서 정보보호 책임자 및 정보보호 전담부서의 승인 없이 비인가 통신수단을 사용할 수 없으며, 회사의 승인을 받지 아니하고, 무단으로 전자문서 등 정보자산을 외부로 발송하여서는 아니 된다.

사외 활동 절차 준수

- 임직원은 논문, 세미나, 강의 등 외부 자료 제출 시 부서장(임원) 승인을 득해야 하며, 관련 부서의 합의 절차를 준수한다.
- 임직원은 외부 회의, 세미나 등 참석 시 자신도 모르는 사이의 정보 유출에 주의한다.

특허 전략

삼성전자 특허 정책의 기본 방향은 사업 자유도를 확보하기 위해 주력하고, 미래 전략사업에서 원천특허를 선점할 수 있도록 자체 개발, 특허 매입, 선행 라이선싱 활동을 전개하는 것입니다. 이에 따라 양보다 질 중심의 특허출원 관리, 발명자에 대한 특허 보상제도 운영, 출원 업무에 변호사, 변리사 등 전문가 지원 강화 등의 정책을 시행하고 있으며, 이를 통해 궁극적으로 특허 수지를 개선하고자 합니다.

2009년 주요 활동

2009년 삼성전자는 미국에서 3,611건의 특허를 등록하여 미국 내 등록 순위 2위를 기록하였습니다. 삼성전자는 특허 포트폴리오를 강화하는 한편, 보유 특허의 재평가를 실시하여 경쟁사에 활용할 수 있는 유효특허 발굴도 추진하고 있습니다.

또한, 특허 분쟁으로 인한 경영 리스크를 관리하기 위해 해당 사건별로 라이선싱 및 소송 전략을 수립하여 대응하고 있으며, 특히 주요 특허를 보유한 경쟁사에 대해서는 선행 라이선싱 활동을 통한 사전예방 활동을 추진하고 있습니다. 삼성전자는 향후에도 전문인력의 지속적 양성과 채용을 통해 지적재산권을 확고히 지켜 나가고자 합니다.

I 특허 정책 I

최근 특허를 보유한 개인 또는 특허 전문회사가 글로벌 기업을 상대로 소송을 제기하는 사례가 늘어나고 있습니다. 삼성전자는 유효한 특허권을 존중한다는 것을 기본원칙으로 채택하고 있으나, 사용하지 않는 특허에 대해서는 법적으로 대응한다는 IP 정책을 운영하고 있으며, 특허 전문업체의 소송에 효율적으로 대응하기 위해 다각적인 대책을 마련하고 있습니다.





녹색경영

기후변화로 대표되는 환경 위기가 심화되고 있고, EU를 중심으로 환경·에너지 규제가 세계 주요 국가로 확대되고 있는 상황에서, 환경 문제에 적극적으로 대응해 나가는 것이 무엇보다 중요합니다.

삼성전자는 '친환경 혁신 활동을 통한 새로운 가치 창출 (Creating New Value through Eco-Innovation)'이라는 녹색경영 비전 아래, 존경 받는 'Global Top' 녹색기업을 위한 중기 계획을 수립하여 추진하고 있습니다. 삼성전자는 협력회사, 제품 생산, 물류, 소비자 사용, 폐제품 처리 등 전과정에 걸쳐 환경을 고려한 혁신 활동으로 인류 사회와 지구 환경을 배려하는 책임 있는 녹색경영을 펼쳐 나가겠습니다.

Global Harmony with People,
Society and Environment

존경받고 사랑받는
글로벌 기업으로 도약

창조

혁신

변화

인재경영

- 인재제일 실현
- 일과 삶의 조화

정도경영

- 기업윤리 준수
- 공정거래 문화 정착
- 지적 재산 보호

녹색경영

- 기후변화 대응 선도
- 친환경제품 개발 강화
- 글로벌 친환경 사업장 구현
- 그린 커뮤니케이션 강화

사회공헌

- 더불어 행복한 사회추구
- 글로벌 공익사업 파트너십 구축

협력사 상생

- 글로벌 경쟁력 확보
- WIN² 파트너십 강화

제품 서비스

- 고객감동 서비스 혁신
- 고객 신뢰 경영 구축

Business Vision과 Vision for Society의 조화

● 목차 ●

• 기후변화 대응 선도

- 기후변화 대응 추진 목표 및 전략
- 온실가스 인벤토리 관리
- 사업장 온실가스 감축 활동
- 제품 사용단계 온실가스 감축 활동

• 글로벌 친환경 사업장 구현

- 글로벌 ESH 경영시스템
- 수자원 사용 관리
- 오염/유해물질 관리

• 친환경제품 개발 강화

- 친환경제품 개발 체계·목표
- 친환경제품 개발 역량 강화
- 글로벌 폐전자제품 회수·재활용

• 그린 커뮤니케이션 강화

- 임직원 환경교육
- 대외 친환경 우수기업 선정 및 수상
- 친환경 홍보·마케팅
- 친환경 캠페인·파트너십

● 2009년 주요 실적 ●

- 온실가스 감축
- 친환경제품 개발 확대
- 폐제품 회수 및 재자원화 확대
- 국내외 전 사업장 ISO 14001/OHSAS 18001 인증 확대
- 에너지·환경 마크 인증 확대

• 녹색경영 비전 및 중기 목표 •

I 녹색경영 기본이념 및 비전 I

삼성전자는 사람과 자연을 존중하는 기업 활동을 통해 인류의 풍요로운 삶과 지구 환경 보전에 이바지하겠다는 녹색경영 이념을 바탕으로 “Creating New Value through Eco-Innovation(친환경 혁신 활동을 통한 새로운 가치 창출)”이라는 녹색경영 비전을 선포하고, 또한 “PlanetFirst”라는 슬로건을 발표했습니다. 이는 전과정에 걸쳐 녹색경영을 추진하여 고객에게 새로운 가치를 제공하는 것을 목표로 합니다.

• 비전 및 슬로건



I 녹색경영위원회 I

삼성전자는 녹색경영을 강화하고 사내 그린 커뮤니케이션을 활성화 하기 위해 CEO 주관 녹색경영위원회를 운영하고 있습니다. 녹색경영 위원회는 녹색경영방침을 수립하고 성과를 평가하는 등 녹색경영활동을 총괄합니다. 한편, 녹색경영위원회 산하 에코협의회와 에코운영회의를 통해 친환경 전략제품 개발 및 저탄소 사업장 구현을 위한 녹색경영 활동을 추진하고 있습니다.

• 녹색경영 추진조직



I 녹색경영 중기 목표(Eco-Management 2013) I

삼성전자는 녹색경영 비전 아래 ‘온실가스 저감’과 ‘친환경제품 출시 확대’를 핵심목표로 설정하고 2013년 녹색경영 중기목표(Eco-Management 2013)를 수립했습니다. 이에 2013년까지 매출 원단위 기준 온실가스 배출량을 2008년 대비 50%까지 감축할 계획입니다. 또한, 저전력 제품을 지속적으로 개발하고 친환경 소재와 재생원료 사용을 확대하여 세계 최고 수준의 친환경 제품 출시를 확대할 예정입니다. 이를 위해 삼성전자는 사업장(Green Operation), 제품(Green Product), 커뮤니케이션(Green Communication)의 세 영역별 추진 과제를 설정하여 중기 목표를 달성해 나갈 것입니다.

• 녹색경영 중기 목표 및 추진과제



녹색경영 선포식

삼성전자는 2009년 7월 20일, 삼성전자 서초 사옥에서 삼성전자의 녹색경영 비전과 전략을 공유하는 ‘녹색경영 선포식’을 개최하였습니다. 환경 관련 주요 외부 인사와 삼성전자 임직원 등 250여 명이 참석한 선포식에서 삼성전자는 녹색경영의 지속적인 실천을 다짐하고 중기 목표(EM 2013)를 제시하였습니다.



녹색경영 선포식

I 기후변화 대응 추진 목표 및 전략 I

삼성전자는 사업장 및 제품 사용단계 온실가스 저감을 핵심지표로 하는 녹색경영 중기 목표(EM 2013)에 따라 삼성전자 글로벌 사업장뿐만 아니라 협력회사의 온실가스 인벤토리 구축을 지원함으로써 저탄소 공급망 구축을 위해 노력하고 있습니다.

● 추진 목표

삼성전자가 2013년까지 추진할 온실가스 관리 목표는 다음과 같습니다.

- 사업장 온실가스: 2008년 기준 원단위 50% 감축
- 제품에너지 효율: 2008년 기준 40% 개선
- 협력회사 온실가스: 인벤토리 구축 지원

● 추진 전략

온실가스 관리 목표를 달성하기 위해 사업장, 제품 개발, 협력회사 각 부문에서의 추진 전략을 수립하였습니다.

- 사업장 온실가스 감축설비 도입
- 에너지 경영시스템 및 신규설비 도입 인증제
- 제품에너지 효율 향상
- 협력회사 인벤토리 구축 지원

관리 체계

● 기후변화대응 회의체

삼성전자의 기후변화 대응 체계는 CEO 주관으로 연 2회 환경, 에너지, 품질, 상생협력, 구매, 인사, 법무, 홍보, 마케팅, 재무 관련 임원들이 참석하는 '녹색경영위원회'와 산하 환경, 에너지 분야 임원들이 참석하는 분기별 '에코운영회의' 그리고 격월로 전 사업장의 실무 책임자들이 참여하는 '온실가스·에너지 실무협의회'로 이루어져 있습니다.

회의체	기능	주기	주관
녹색경영위원회	기후변화 전략 및 성과 보고	반기	CEO
에코운영회의	사업장별 목표 수립 및 성과 관리	분기	CS환경센터장
온실가스·에너지 실무협의회	사업장 목표 달성 및 추진 사례 공유	격월	환경전략팀장

● 온실가스 전과정 관리

삼성전자는 자사 내 사업장뿐만 아니라 협력회사 부품 제조, 물류, 제품 사용, 임직원 출장 등 전과정에서 온실가스 배출량을 관리하고 있으며, 이를 위해 다음과 같은 관리 체계를 운영하고 있습니다.

- 총괄 부서: CS환경센터 환경전략팀
- 참여 부서: 사업장 환경안전, 사업부 개발, 경영혁신, 구매, 총무/경리



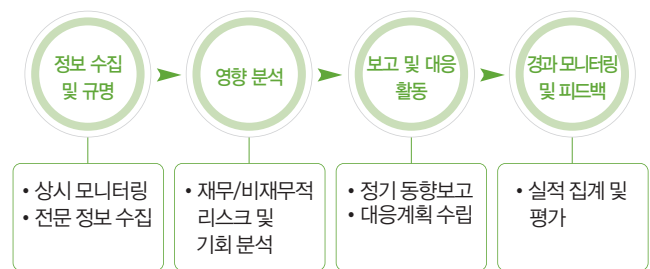
※ 중속회사: 삼성전자가 지분 50% 이상을 소유하여 경영을 통제하는 국내외 자회사

리스크와 기회

● 리스크와 기회 인식 프로세스

삼성전자는 리스크 대응 프로세스와 매뉴얼에 따라 글로벌 사업장에서 발생한 리스크에 대해 CEO에게 즉시 보고하고 있습니다. 또한, 전사 기후변화 및 온실가스 관리 조직은 기후변화와 관련된 리스크와 기회를 분석하고 대응 계획을 수립하여 정기회의체에서 공유하고 있습니다.

● 리스크, 기회 분석 및 대응 프로세스



● 리스크 관리

삼성전자에 영향을 미치는 기후변화 관련 리스크 및 대응 활동은 다음과 같습니다.

구분	리스크 내용	리스크 대응 활동
규제적 리스크	• 사업장 온실가스 배출총량 제한	• 2013년까지 원단위 기준 50% 감축
	• 사업장 에너지 저감 목표 관리	• 에너지 저감 목표 시범사업 참여
	• 사업장 온실가스 배출량 의무 보고	• 온실가스 관리시스템 운영
물리적 리스크	• 제품 에너지 효율 강화	• 제품 소비전력 및 대기전력 개선
	• 자연재해에 의한 사업장 피해	• 정기적인 예방/모의 훈련 실시
기타 리스크	• 원자재 공급/물류/판매 등 공급망 기능 장애	• 공급망 리스크 관리
	• NGO/투자자/고객사 평가 강화	• 이해관계자 대응 프로세스 운영

● 기회 활용

삼성전자에 영향을 미치는 것으로 규명된 기후변화 관련 기회 내용 및 기회 창출 활동은 다음과 같습니다.

구분	기회 내용	기회 창출 활동
규제적 기회	• 신재생에너지 의무 사용	• 태양광전지, 연료전지 기술 개발
	• 제품 에너지 효율 기준 강화	• 에너지 고효율 전략제품 출시
	• 온실가스 배출권 거래제 실시	• LCD/반도체 사업장 CDM사업 추진
물리적 기회	• 고온, 한파 등 이상 기후 발생	• 시스템 에어컨 사업 강화
	• 대기 및 수질 오염 악화	• 공기청정 및 수처리 기술 개발
기타 기회	• 고객의 저탄소 제품 요구 확대	• 친환경제품 출시율 목표 관리
	• 기업 및 제품의 브랜드 가치 제고	• 친환경제품 전시회, 대외평가 등에 전략적 대응
	• 설비 에너지 효율 개선	• 에너지 목표 관리

I 온실가스 인벤토리 관리 I

온실가스 관리 기준

삼성전자는 온실가스 관리 기준을 국제 가이드라인에 준하여 설정하였습니다.

* 참조 기준: ISO 14064-1, IPCC Guidelines, WBCSD/WRI GHG Protocol

온실가스 관리 대상 사업장을 선정하기 위한 조직경계는 '통제접근법'을 적용하였습니다. 2009년에는 국내 전 사업장과 30개 해외 생산법인까지 포함하였으며 2010년부터는 비제조 종속회사도 포함시킬 계획입니다. 운영경계는 조직경계에 포함된 사업장에서 직접 배출되는 온실가스(Scope 1)와 해당 사업장에서 구입한 전력/스팀 관련 배출량(Scope 2)을 주 대상으로 하였습니다. 이외 제품 사용 단계, 물류, 임직원 출장 관련 기타 간접 배출량(Scope 3)을 포함하였습니다.

• 삼성전자 온실가스 관리 범위

구분	삼성전자 기준	대상
조직경계 (Boundary)	• 통제 접근법 (삼성전자 및 지분 50% 이상 종속회사)	• 한국 내 8개 전 사업장 • 해외 30개 생산법인 (2010년부터 비제조 사업장 포함)
운영경계 (Scope)	• Scope 1: 직접배출 • Scope 2: 간접배출 • Scope 3: 기타 간접배출	• 고정연소, 공정배출, 이동연소, 탈루배출 • 구매 전력, 증기 • 제품 사용, 물류, 임직원 출장
온실가스	• UNFCCC* 선정 6대 온실가스 • 기타 자발적 관리 가스	• CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCs, PFCs, SF ₆ • NF ₃

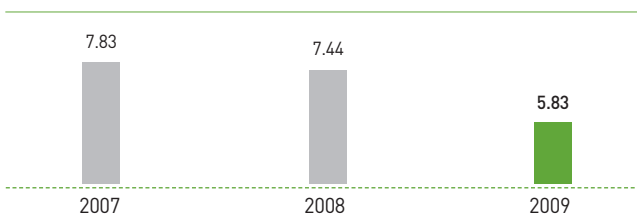
* UNFCCC(The United Nations Framework Convention on Climate Change):
유엔기후변화 협약

온실가스 배출량

2009년도 Scope 1 및 Scope 2 배출총량은 전사 기준으로 9,115천 톤, 국내 기준으로 8,069천 톤 CO₂로 적극적인 감축 활동을 통해 매출 증가 대비 온실가스 배출량을 감소하였습니다. 국내 사업장의 경우, 매출 기준 원단위가 5.83톤CO₂/억 원으로, 전년 대비 22% 감소하였습니다.

• 온실가스 배출량 원단위(국내)

(단위: 톤CO₂/억 원)



* 원단위 배출량 환산식: CO₂ 총배출량⁽¹⁾ ÷ (분사기준 매출액 / 물가지수⁽²⁾)

(1) 국내 제조사업장의 온실가스(CO₂ 환산) 총 배출량

(2) 한국은행 고시 해당연도 생산자물가지수 (2005년 = 1 기준)

(반도체 · LCD · 전자부품 · 컴퓨터 · 영상음향 및 통신장비 3개 지수 이용)

• 온실가스 배출 현황

(단위: 천 톤CO₂)

구분	2007년*	2008년	2009년**
국내	Scope 1	3,325	3,722
	Scope 2	3,857	4,370
	합계	7,182	8,092
해외	Scope 1	479	320
	Scope 2	747	907
	합계	1,226	1,227
전사	Scope 1	3,804	4,042
	Scope 2	4,604	5,277
	합계	8,408	9,319

* 2007년 배출량은 2009년 조직 변경(LCD사업부에서 SMD 분리 등)에 따라 재산정한 값으로 과거 지속가능경영 보고서의 수치와 상이함

** 2009년 해외사업장 배출량은 제3자 검증 진행중임

2007년과 2008년 국내 온실가스 배출량에 대해서는 한국 에너지관리공단으로부터 제3자 검증을 받았으며, 2009년에는 국내뿐만 아니라 해외사업장에 대해서도 삼일회계법인의 제3자 검증이 진행 중이며, 2010년 6월 중 온실가스검증보고서를 통해 검증 결과를 공개할 예정입니다.

Scope 3 배출량의 경우, 제품 사용 단계는 2008년 기준으로 감축 목표를 관리하고 있으나, 기타 분야는 당사 관련 배출량과 배출 경향 파악을 위해 산정하고 있습니다.

• Scope 3 배출량

(단위: 천 톤CO₂)

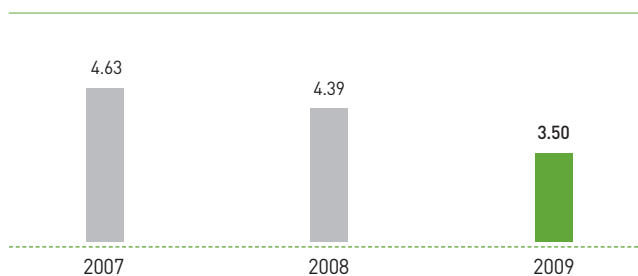
분야	제품 사용	물류	임직원 출장
배출량	34,924	5,602	61
대상 범위	글로벌 판매 8대 제품	글로벌 항공/해운 국내 내륙 운송	국내 임직원

에너지 사용 현황

에너지 사용량은 글로벌 기준으로 11,998GWh, 국내 기준으로 10,577GWh를 사용하여 전년 대비 각각 3% 증가하였지만, 적극적인 저감 활동을 통해 매출 증가 대비 에너지 사용량 증가를 최소화하였습니다. 국내 사업장의 경우, 매출 기준 원단위가 3.50톤CO₂/억 원으로, 전년 대비 20% 감소하였습니다.

• 에너지 사용량 원단위(국내)

(단위: 톤CO₂/억 원)



• 전력 및 LNG 사용량

	구분	2007년	2008년	2009년
국내	전력(GWh)	9,537	10,260	10,577
	LNG(백만Nm³)	153	140	141
해외	전력(GWh)	1,216	1,360	1,421
	LNG(백만Nm³)	13	21	23
전사	전력(GWh)	10,753	11,620	11,998
	LNG(백만Nm³)	166	161	164

I 사업장 온실가스 감축 활동 I

목표 대비 감축 실적

2009년 삼성전자는 적극적인 온실가스 감축 활동을 전개하였습니다. 그 결과 녹색경영 중기전략(EM 2013)의 2009년도 온실가스 저감 목표를 초과 달성하였습니다. 사업장 분야는 2008년 대비 원단위 22%를 저감하여 계획 대비 15%를 초과 달성하였습니다.

• 사업장 온실가스 저감 실적

(단위: 톤CO₂/억 원)

구분	2009년		2010년
	목표	실적	목표
원단위 온실가스 배출량	6.85	5.83	5.65

온실가스 감축 설비 도입

삼성전자는 온실가스 배출 비중이 큰 반도체와 LCD 사업장의 온실가스 감축을 위해 생산공정의 PFCs와 SF₆ 제거 설비를 가동하고 있습니다.

특히, 반도체 사업장은 1999년 세계반도체협회(WSC)와 PFCs 자발적 감축협약을 맺고 반도체 공정에서 사용되는 PFCs 가스를 2010년까지 1997년 기준으로 10% 감축할 계획입니다. 이를 위해 증설되는 생산 시설에 PFCs 처리 설비와 RPG(Remote Plasma Generator)를 적용하였으며, 통합처리 설비도 시범 적용하여 195천 톤의 온실가스 감축 효과를 보았습니다.



온실가스 감축 설비

생산공정 설비 운영 최적화

● 제품 생산공정 개선을 통한 온실가스 저감

온양사업장은 온실가스 배출량의 92%를 차지하는 전력 사용량을 줄이기 위해 BOC(Board on Chip) 제품 생산공정을 개선하여 불필요한 공정을 단축하였습니다. 이를 통해 BOC공정에서 발생하는 연간 온실가스 발생량의 45%인 355톤을 절감하였습니다.

2010년에는 해당 운영기술의 범위를 단계적으로 확대하여 사업장 전체에 저탄소 친환경 라인을 추진할 예정입니다. 한편, 다른 사업장에서도 생산공정 설비 운영을 최적화하기 위해 노력을 지속한 결과, 연간 6,440톤의 온실가스를 감축하였습니다.

● 폐열 회수를 통한 온실가스 저감

삼성전자는 생산공정에서 사용 후 버려지는 폐열을 회수, 재활용하여 2009년 약 6,800톤의 온실가스 배출량을 절감하였습니다.

● 온·습도 제어 장치 개선을 통한 온실가스 저감

탕정사업장은 Clean Room의 에너지 및 CO₂ 배출량을 저감하고 냉방 부하 절감을 위한 '수기습 장치'를 도입하였습니다. 이를 통해 LNG 및 전력 사용량을 절감하는 효과를 얻었습니다. 이 밖에 저압 압축공기 분리 공급, 냉각수 폐열 재활용 등을 통해 59천 톤의 온실가스 배출량을 감축하였으며, 이의 공로를 인정받아 정부로부터 산업포장을 수상하였습니다.

삼성전자는 앞으로도 불필요한 낭비 요소를 최대한으로 줄이고 주요 감축 사례들을 국내외 사업장에 전개하여 온실가스를 지속적으로 감축해 나갈 계획입니다.

온실가스 감축 사업 추진(CDM)

LCD사업부는 제조공정에서 발생하는 SF₆를 저감하여 탄소배출권을 확보하는 CDM 사업을 추진하고 있습니다. 난분해성 물질인 SF₆를 분해하기 위해서 2008년부터 신규 SF₆ 처리기술에 대한 개발 및 검증을 추진하였습니다. 2009년 7월부터 SF₆ 저감사업에 대해 CDM 운영기구(DOE)의 타당성 평가를 진행하였으며, 2010년 2월에 LCD 업계 최초로 CDM 사업 UN 승인을 신청하였습니다. LCD 사업부는 CDM 사업을 통해 확보한 탄소배출권과 SF₆ 처리기술을 통해 향후 국내외 온실가스 규제에 대응할 예정입니다.

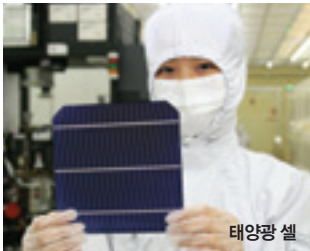
탄소배출권 거래제 시범사업 참여

구미사업장은 환경부와 한국환경공단에서 시행하는 국내 탄소배출권 거래제 시범사업에 참여하였습니다. 탄소배출권 거래제는 온실가스 배출권리를 사고 팔도록 한 제도로, 14개 광역자치단체를 비롯한 641개 기관과 기업이 참여하고 있습니다. 탄소배출권은 이르면 2010년 하반기부터 한국거래소(KRX)를 통해 거래될 예정입니다.

신재생에너지 개발 활동

삼성전자는 기후변화에 대응하고 경제 발전에 기여할 수 있는 녹색성장 동력으로 태양광전지, 연료전지 등 신재생에너지 기술을 확보하고자 노력하고 있습니다. 태양광전지는 업계 최고 효율의 셀을 개발하여 대량 생산을 준비하고 있으며, 스마트그리드는 한국 정부가 주도하는 실증단지 구축사업에 참여하는 한편, 관련 제품과 통신 네트워크 기반 기술을 연구하고 있습니다.

이 밖에도 소용량 연료전지와 지열을 이용한 냉난방 시스템을 상용화한 데 이어, 대용량 연료전지와 고효율 배터리 연구개발을 진행하고 있습니다.



태양광 셀



태양광 발전



Note PC용 연료전지



휴대폰 충전용 연료전지



군용 연료전지

기타 물류 및 임직원 이동 관련 저감 활동

삼성전자는 제품 물류 및 임직원 출장에 의한 온실가스 배출량을 산정하여 배출원과 배출 경향을 분석하고, 감축 계획을 수립할 예정입니다.

물류의 경우, 운행 경로 최적화, 적재율 향상, 회수물류 이용 등을 통해 물류 효율성을 제고하는 한편, 저공해 차량과 전기 지게차를 운영하고 있습니다. 또한, 철도청과 MOU를 체결하고 철도물류의 활성화 방안을 검토하고 있습니다.



수원사업장 출퇴근 버스

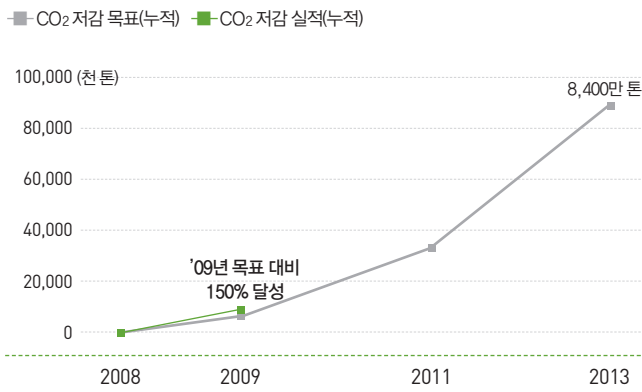
또한 삼성전자의 국내 전 사업장에서는 출퇴근 버스를 운행하여 개별 승용차 이용에 따른 연료 사용을 줄임으로써 온실가스 저감에 기여하는 한편 자전거 이용을 활성화하기 위해 사업장 내 자전거 보관 장소를 제공하고 있습니다.

I 제품 사용단계 온실가스 감축 활동 I

감축 목표 및 실적

삼성전자는 에너지 고효율, 대기전력 최소화 제품을 개발하여 소비자가 실질적인 친환경 혜택을 누릴 수 있도록 노력하고 있습니다. 특히, 2013년까지 주요 제품의 에너지 효율을 2008년 대비 40% 이상 개선하여 제품 사용으로 발생하는 CO₂를 8,400만 톤 줄일 계획입니다(2009~2013년 누적 기준). 2009년에는 2008년 대비 4,996천 톤CO₂를 감축하여 목표 대비 50%를 초과 감축하였습니다.

• 제품 사용단계 CO₂ 저감량 목표 및 실적 (예상 발생량 대비)

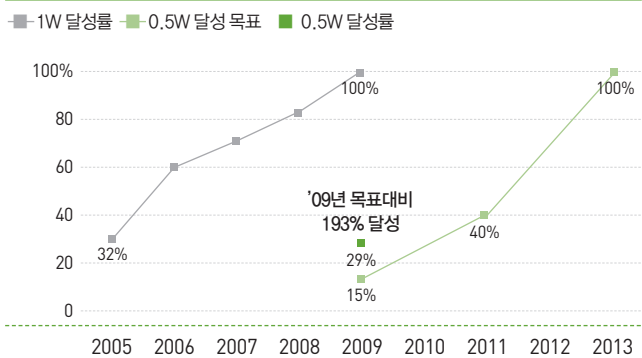


※ 제품 사용단계 CO₂ 저감량:
제품 에너지 효율 향상으로 인한 전력소비 절감량을 CO₂로 환산

대기전력 절감

삼성전자는 2005년부터 제품을 사용하지 않을 때 소비되는 전력인 대기 전력을 최소화하기 위한 노력을 지속하고 있습니다. 그 결과 2009년 신제품군의 대기전력을 1W 이하로 달성하였습니다. 또한, 2013년까지 전 제품의 대기전력을 0.5W 이하로 낮추기 위해 고효율 회로부품을 사용하고 회로 설계를 최적화하고 있습니다.

• 연도별 대기전력 저감 현황



※ 대기전력: 전자제품을 실제로 사용하지 않는 상태에서의 소비 전력

제품 에너지 효율 향상

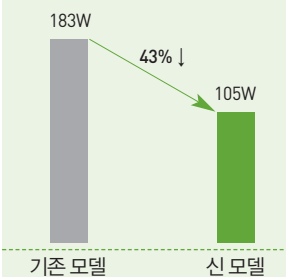
삼성전자의 이 같은 노력은 다양한 제품군에서 구체적인 성과로 나타나고 있습니다. 그 중 대표적인 사례는 LED TV와 40나노급 DDR3입니다.

• LED TV

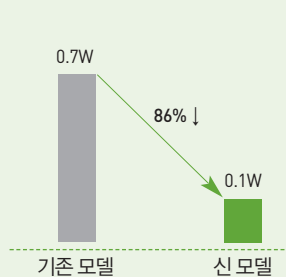
LED TV는 소비전력과 대기전력을 획기적으로 저감한 제품입니다. 이 제품은 기존 LCD TV와 비교 시 소비전력을 43% 줄이고, 대기전력은 86% 줄여 연간 탄소 배출량을 38.1 kg 저감한 제품으로, 이는 소나무 14그루를 심는 효과에 해당되는 양입니다.



• 소비전력 저감 현황



• 대기전력 저감 현황



• 40나노급 DDR3 모듈

40나노급 DDR3는 48GB(기가바이트) 메모리 기준으로, 기존 DDR2 대비 소비전력을 73% 줄인 제품으로 Server에 적용 시 총 소비전력을 38%까지 개선할 수 있습니다. 이는 서버 1대당 연간 2,564 kWh 을 줄일 수 있는 양으로, 연간 탄소 배출량을 1,087kg 줄이는 효과를 내며, 이는 소나무 391그루를 심는 효과에 해당됩니다.



* 관련 사이트: www.samsung.com/ddr3

삼성전자의 에너지 고효율 제품들은 국내외 각종 에너지절약 마크를 인증 받고, 국내 소비자시민모임에서 수여하는 에너지워너상을 수상하는 등 우수한 에너지 효율성을 공식적으로 인정받고 있습니다.



삼성전자는 친환경제품 개발을 위해 원재료 및 부품의 공급망 관리부터 제품의 폐기 및 재활용까지의 전과정(Life Cycle)을 고려하고 있습니다.

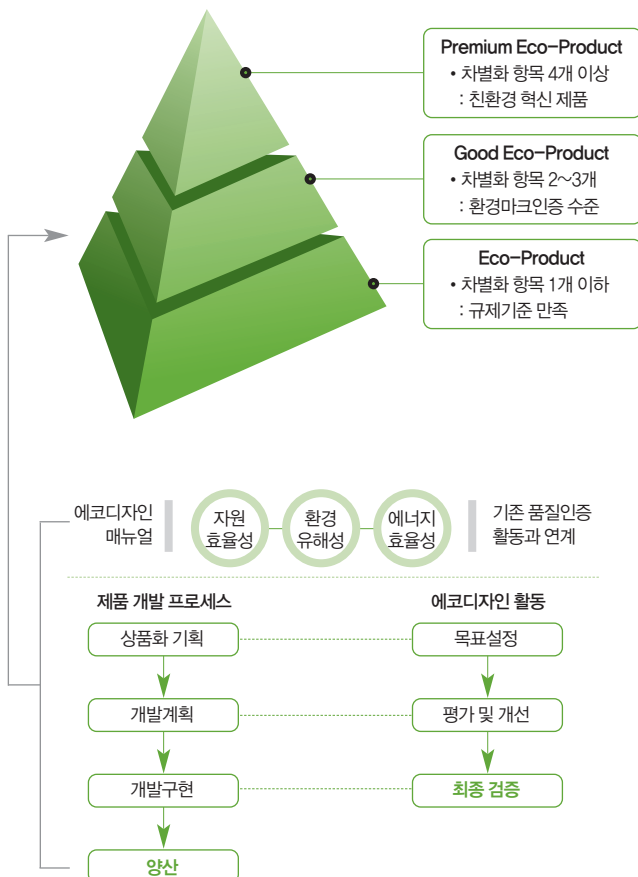
I 친환경제품 개발 체계 · 목표 I

에코디자인, 친환경 등급제

삼성전자는 1995년 제품 전과정 평가(LCA) 기법을 도입한 이래, 제품 개발단계에서부터 친환경성을 고려하고 있습니다. 2004년에는 '에코 디자인 평가 프로세스'를 도입하여 개발단계에서 환경성 평가를 의무화 하였으며, 2008년에는 '에코디자인시스템(EDS)'을 구축하여 개발 과제별로 친환경성을 평가하는 '친환경 등급제'를 시행하고 있습니다.

삼성전자는 친환경성을 확보하기 위해 20개의 기본항목과 20여 개의 차별항목을 평가하여 제품 환경특성을 개선하고 있으며, 이를 통해 2013년까지 Good Eco-Product 비율 100%를 달성함으로써 소비자를 감동시키는 친환경제품 개발을 확대해 나갈 계획입니다.

• 에코디자인 평가체계 및 친환경 등급제



구분		2009년		2010년
		목표	실적	목표
Eco	Good Eco	60	69	70
Product	Premium Eco	5	5.3	8

I 친환경제품 개발 역량 강화 I

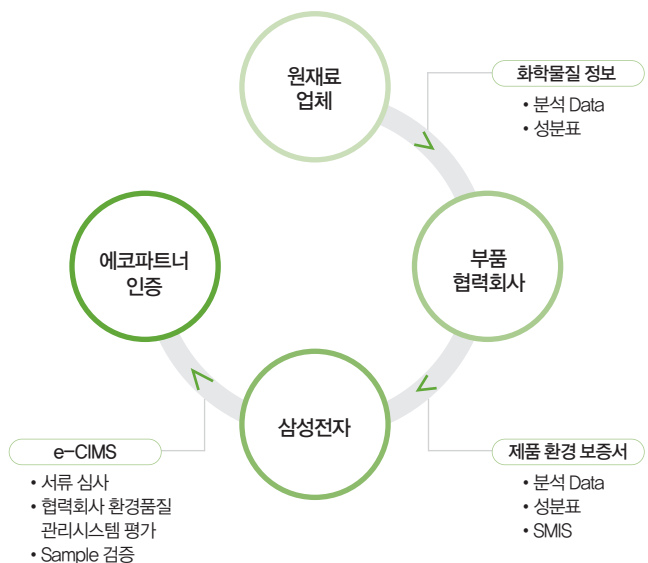
에코파트너 인증 제도

삼성전자는 협력회사의 환경품질 시스템 구축을 위해 2004년부터 '에코파트너(Eco-Partner)' 인증 제도를 운영하고 있습니다. 에코 파트너 인증 제도는 부품과 원료의 유해성 뿐 아니라 공정에서 친환경 관리 체제를 갖추고 있는지 판단한 후 기준에 적합한 협력회사만 인증 하는 제도입니다. 또한 제품 내 유해물질 함량을 예방하기 위해 제품에 사용되는 부품과 원재료에 대한 정기적인 검사를 실시하고 있습니다.

최근 제품 내 특정 유해물질의 사용을 금지하거나 화학물질의 함유 여부 및 제품 내 사용 정보를 신고하는 국제 환경규제가 강화되는 추세입니다. 이에 삼성전자는 2009년 9월, 화학물질통합관리시스템(e-CIMS)을 구축하였습니다.

삼성전자는 e-CIMS를 통해 입고 부품에 대한 구성 재질 및 관리 화학 물질 정보를 입수, 관리하며, 이를 바탕으로 완제품의 구성 재질 및 화학물질 함유량을 산출하고 있습니다. 또한, 공급망 간 정보 전달이 원활하게 이루어질 수 있도록 2009년 7월부터 협력회사용 화학물질 정보 조사 지원 툴(Tool)인 JAVA기반의 SMIS(Samsung Material Information Sheet)를 제공하고 있습니다.

• 에코파트너 인증 프로세스



* SMIS: Samsung Material Information Sheet

* e-CIMS: Environment Chemicals Integrated Management System

유해물질 분석 역량 강화

삼성전자는 유해물질 분석 능력 확보를 위해 2005년부터 유해물질 및 VOC(휘발성 유기화합물) 등을 분석할 수 있는 세계 최고 수준의 환경 분석Lab을 운영하고 있습니다. 삼성전자의 분석Lab은 UL('05. 9월), KOLAS('06. 2월), 독일 BAM('07. 3월) 등으로부터 국제적 공인 분석Lab 인증을 취득하여 분석 데이터에 대한 공신력을 확보하였습니다.

이 밖에도 2006년부터 협력회사가 이용하는 국내 전문 분석기관 28개소에 대한 데이터 신뢰성 확보 및 분석 비용 절감을 위해 예코 Lab 인증제도를 도입하였으며, 연 1회의 사후관리를 통해 협력업체의 유해물질 분석을 지원하고 있습니다.

에코라벨링 활동

삼성전자는 고객에게 제품의 친환경 정보를 제공하여 제품 구매에 활용 할 수 있도록 환경라벨을 부착하고 있으며 삼성의 녹색경영 로고인 PlanetFirst를 통해 구체적인 친환경 정보를 제공하고 있습니다. 또한, 세계 주요 국가에서 공인하는 친환경마크 인증을 받아 제품 및 포장재 등에 표시하고 있습니다.

※ 삼성전자 친환경 로고



삼성전자는 "PlanetFirst"라는 슬로건 및 로고를 제정하여 제품 친환경 정보와 함께 제공하고 있습니다.

대외 환경마크 인증

삼성전자는 2007년부터 미국, 유럽, 중국 등 전 세계 주요 국가의 정부에서 공인하는 글로벌 환경마크 인증을 취득하고 있으며, 그 결과 2009년 12월 기준으로 한국(환경마크), 중국(Environmental Labelling), 미국(EPEAT), 독일(Blue Angel), 스웨덴(TCO), EU(Eco-Flower), 북유럽(Nordic Swan), 캐나다(Env. Choice) 등 총 8 종의 국제적 환경마크를 인증 받았습니다. 현재 프린터 · PC · 모니터 · TV · DVD · 냉장고 · 세탁기 등 7개 제품군 총 1,729 모델이 친환경제품 인증을 취득하여 전 세계 전자업체 중 가장 많은 환경마크 인증을 취득하고 있습니다.

• 국제 환경마크



대표 친환경제품

삼성전자는 에코디자인 평가 제도, 친환경 등급제 등 친환경제품 개발 프로세스를 기반으로 다양한 친환경제품을 시장에 선보이고 있으며, 환경마크 취득 및 어워드 수상 등을 통해 제품의 친환경성을 인정받고 있습니다.

● 태양광 휴대폰, 블루 어스

태양광 휴대폰 '블루 어스(Blue Earth)'는 자연 에너지인 태양광으로 충전할 수 있는 친환경 휴대폰입니다. 휴대폰 뒷면에 장착된 특수 태양광 패널에 햇빛을 쏘이면



충전할 수 있습니다. 친환경 컨셉에 맞게 외관 케이스 또한 플라스틱 생수통을 재활용한 PCM(Post-Consumer Materials) 소재로 제작하여, 자원 절감은 물론, 생산 과정에서 탄소 배출량을 줄였습니다. 또한, 브롬계 난연제, 베릴륨, 프탈레이트 등 환경에 영향을 미치는 물질을 사용하지 않았고 공기를 인쇄 및 재생 포장재를 적용하였습니다. 휴대폰 UI(User Interface) 또한 친환경 기능을 탑재하여 휴대폰 밝기를 절약 모드로 바꿔주는 에코모드, CO₂ 절감량을 알려주는 에코워크, 걸음수를 측정하는 만보계 기능을 포함하고 있습니다.

● 친환경 혁신 제품, LED TV

LED TV는 자원절감 · 에너지 효율성 · 유해 저감성 등 친환경성을 모두 갖춘 혁신제품입니다.

특히, 탄소 발생량에 가장 큰 영향을 주는 소비전력의 경우, LCD TV 대비 약 40% 이상을 저감하였으며, 대기전력은 0.08W를 달성하였



습니다. 또한, 핑거슬림 디자인으로 제품의 중량을 34% 저감하고 무수한 LED 백라이트를 채용하였습니다. 이러한 우수성을 인정받아, 삼성전자 LED TV는 세계적으로 친환경 기준이 가장 까다로운 유럽 Nordic Swan, EU Eco Flower 등 환경마크 인증을 획득하였습니다. 또한, 2009년 '미국 가전협회(CES) 에코디자인 혁신상', '제1회 대한민국 로하스(LOHAS) 어워드 대상', '유럽영상음향협회(EISA) Green TV Award'를 잇달아 수상하며 친환경 TV의 선두 주자임을 입증했습니다.

● 소비전력, 물 사용 저감 세탁기

삼성전자 드럼세탁기는 미국의 유명 잡지인 '굿 하우스키핑(Good Housekeeping)' 이 테스트한 제품 중 가장 적은 물 사용량 및 최저 소비전력을 인정받아 베스트 드럼세탁기로 선정되었습니다. 또한, 진동을 원천적으로 차단하는 '볼 밸런스' 기술을 이용해 소음과 진동을 줄여 소비자들의 호평을 받았습니다. 이러한 독보적인 저진동·저소음 기술로 삼성전자 드럼세탁기는 2009년, CES에서 에코디자인상을 수상하며 에너지와 물을 절약하는 친환경 제품임을 인증 받았습니다.

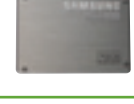
한편, 삼성전자는 세탁 시간을 일반 드럼세탁기의 절반 수준(59분)으로 줄이고, 세탁력과 행굴력, 옷감 보호 성능을 한 차원 높인 버블세탁기를 출시하여 소비자들의 큰 호응을 얻었습니다.

세탁 시간이 줄어든 만큼 전기와 물 사용량이 기존 드럼세탁기 대비 각각 22%와 32% 절약되는 효과를 얻었습니다.



● 2009년 주요 친환경제품

제품	모델명	주요 특징
	LED TV LN46B7000WF	·연간 에너지 효율 47% 개선 ·자원 효율성 14% 개선 ·무수은 친환경 Edge LED 적용 ·No Spray, No Paint 공법 적용
	LCD TV LN46B650T1F	·연간 에너지 효율 8% 개선 ·자원 효율성 8% 개선 ·No Spray, No Paint 공법 적용
	PDP TV PN50B850Y1F	·연간 에너지 효율 38% 개선 ·제품 두께 69% 저감 ·PDP 패널 내 납(Pb) 미사용
	모니터 F2380	·연간 에너지 효율 24% 개선 ·재활용 재질(PCM) 사용 ·자원 효율성 19% 개선
	컬러레이저 프린터 CLP-320	·연간 에너지 효율 53% 개선 ·자원 효율성 67% 개선 ·No-Noise™ 기술 적용 (45dB)
	노트북 N140	·연간 에너지 효율 14% 개선 ·초고용량 배터리 적용 (10.5H) ·무수은 친환경 LED광원 적용
	데스크탑 DM-Z200	·연간 에너지 효율 17% 개선 ·대기전력 절감 1W 달성 ·슬림형 디자인 설계 적용
	HDD (외장하드)	·Eco Triangle™ 기술 적용 ·할로겐 물질 미사용 (본체 내/외부) ·재활용가능 알루미늄 케이스
	휴대폰 GT-S7550	·태양광 충전 패널 탑재 ·PVC/BFR/베릴륨 미사용 ·재활용 재질(PCM) 사용 ·재생용지 포장재 사용

제품	모델명	주요 특징
	휴대폰 SPH-M560	·친환경 바이오 플라스틱 적용 ·PVC/BFR/프탈레이트 미사용 ·재생용지 포장재 사용
	MP3 YP-R1	·할로겐 물질 미사용 (제품, 악세서리) ·재활용가능 알루미늄 케이스 ·설치 CD 및 가이드북 미사용
	세탁기 WR-HA139UW	·세계 최초 버블 세탁기술 적용 ·연간 에너지 효율 7% 저감 ·재활용 가능재질 적용
	냉장고 SRT746ZWAMZ	·연간 에너지 효율 10% 개선 ·재생용지 포장재 적용 ·잔류농약 저감 기능 (최대 7%)
	김치냉장고 ZRM316NWAQ	·연간 에너지효율 5% 개선 ·개별 칸 On/Off 전원스위치 ·친환경 냉매 (R-600A) 적용
	에어컨 AFV23HGAB	·연간 에너지 효율 4% 개선 ·자원 효율성 12% 개선 ·친환경 HEPA 필터 적용
	플라즈마 이오나이저 SA-C600W	·저전력 에너지 소모 (840원/월) ·소모품 (필터) 교체 불필요 ·플라즈마 이온 효과
	메모리 DDR3 1.35V 4GB	·메모리 소비전력 73% 개선 ·서버제품 소비전력 38% 개선 ·할로겐 물질 미사용
	메모리 SSD 1.8 inch SSD 2.5 inch	·메모리 소비전력 50% 저감 ·할로겐 물질 미사용 ·무소음 / 저발열 동작

| 글로벌 폐전자제품 회수 · 재활용 |

국내 폐전자제품 회수 및 재활용

삼성전자는 제품의 전과정 책임주의(Product Stewardship)에 입각하여 폐전자제품의 불법 소각, 매립 등으로 인해 발생할 수 있는 환경오염을 예방하고 폐기 과정에서 환경에 미치는 영향을 최소화하기 위해 1995년부터 국내 최초로 폐전자제품 회수 · 재활용 시스템을 구축하여 운영해 오고 있습니다.

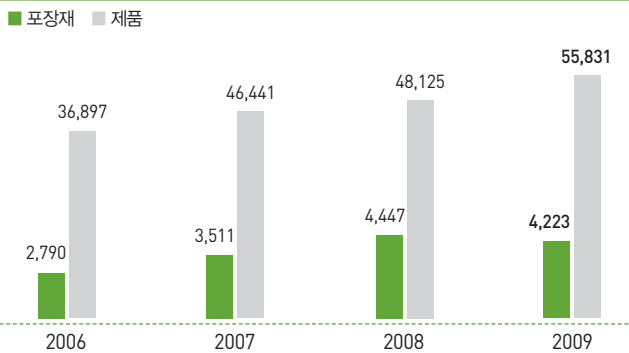
1998년 폐전자제품 종합 재활용센터인 아산리사이클링센터를 설립한 데 이어, 2003년 국내 전자업계 공동으로 수도권 리사이클링센터를 설립하였으며, 이외 재활용 협약이 체결된 6개 전문 리사이클링센터를 통해 전국적으로 발생된 폐제품을 회수 · 재활용 하고 있습니다.

2009년 당사는 전년 대비 약 16% 증가한 55,831톤의 폐전자제품을 고객으로부터 무상 수거하였으며, 전문 재활용업체를 통해 철, 비철, 합성수지 등으로 안전하게 재활용했습니다. 2009년 평균 수거율(판매량 대비 회수량의 비율)은 14.7%이며, 원자재로 재생되는 재자원화율은 약 88%로, 총 49,390톤의 원재료가 회수되었습니다. 삼성전자는 이러한 활동이 환경보전과 경제발전의 선순환 관계를 이루는 지속가능 발전의 한 맥락으로 인식하고 지속적인 개선 활동을 통해 폐전자제품의 재활용을 높여 나갈 계획입니다.



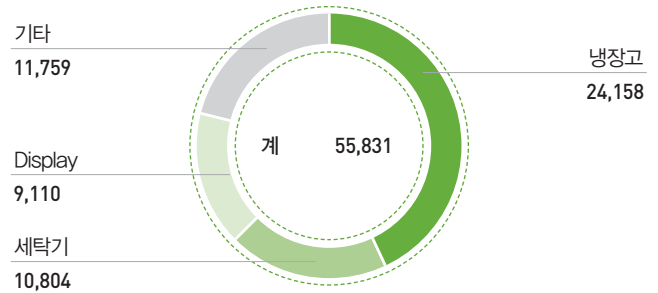
연도별 재활용 추이

(단위: 톤)



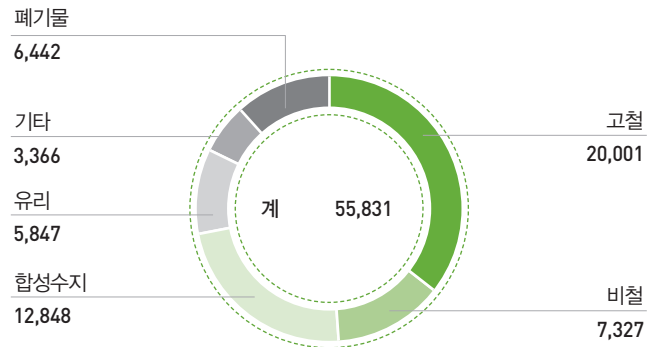
폐제품 재활용 현황

(단위: 톤)



재자원화 현황

(단위: 톤)



재생원료 사용

삼성전자는 자원순환을 통한 환경오염 예방을 위해 폐전자제품의 재활용과 함께 재자원화한 폐플라스틱을 재생원료로 사용하고 있습니다. 2009년에는 재생플라스틱으로 PP 1,652톤, ABS 178톤 등 총 1,830톤을 재생 및 재사용하였습니다.

폐전자제품 회수 캠페인

삼성전자는 지구 환경을 보전하고 지역사회 녹색화를 위해 2002년부터 울릉도를 시작으로 도서 산간지역의 지방자치단체와 재활용협약을 맺고 폐전자제품의 회수 및 재활용을 지원하고 있습니다.



2009년에는 강원도의 태백시, 홍천군과 재활용협약을 체결하고 폐전자제품 재활용 캠페인을 전개하였습니다. 또한, 폐휴대폰의 회수 및 재활용을 향상을 위하여 정부 기관 및 이해관계자들과 공동으로 전국적인 '범국민 휴대폰 모으기 캠페인'을 전개하여 총 52만여 대의 휴대폰을 회수하여 재활용하였습니다.

해외 폐전자제품 회수 및 재활용

삼성전자는 유럽 WEEE 지침 시행을 기점으로 EU지역에 수출되는 전 제품에 재활용마크를 부착하고 소비자에게 재활용 정보를 제공하고 있으며, 유럽 29개국에서 회수·재활용 시스템을 운영하고 있습니다.

북미에서는 미국 50개 주, 캐나다 7개 주에서 회수·재활용 활동을 하고 있고, 일본에서는 재활용 컨소시엄에 가입해 회수·재활용 활동을 펼치고 있습니다. 중국에서는 외자기업협회(ECFIC)의 재활용 워킹 그룹(Working Group)에 참여하여 중국 정부의 재활용법규 제정에 협력하고 회원사와 함께 재활용시스템 운영을 위한 사전준비를 진행 중입니다.

2009년에는 한국, 일본, 유럽, 미주 등에서 약 25만 톤의 폐전자제품을 회수하여 재활용하였습니다. 미국에서는 삼성 고유의 재활용 프로그램인 Samsung Recycling Direct를 운영하며 적극적인 자발적 수거 및 재활용 활동을 전개하여 필라델피아, 위스콘신, 뉴햄프셔주 등 5개 주로부터 재활용 우수 기업상을 수상하였습니다.

Samsung Recycling Direct(SRD) 재활용 캠페인

삼성전자는 2008년 10월부터 전미 재활용 프로그램인 SRD를 통해 미주, 캐나다 전역에 걸쳐 폐전자제품 회수 활동을 실시하고 있습니다. 이에 2009년 6월에는 펜실베이니아 주정부로부터, 9월에는 위스콘신 주정부로부터 그리고 11월에는 뉴햄프셔주로부터 자발적 폐전자제품의 재활용 활동을 인정받아 우수기업상을 수상했습니다.



위스콘신주 재활용 우수기업상 수상



뉴햄프셔주 재활용 우수기업상 수상

또한 미국 환경청 (EPA)은 11월 미국 재활용의 날을 맞아 실시한 'TV Recycling Challenge' 캠페인에서 삼성전자의 SRD 프로그램을 우수 재활용 프로그램으로 선정하는 등 삼성전자의 자발적 재활용 노력은 여러 기관에서 인정받고 있습니다.



SRD 재활용 활동

한편, 삼성전자 미주법인은 미국 캘리포니아주 샌프란시스코 학교와 연계, 폐전자제품을 재활용하고 수익금을 학교에 기부하는 프로그램을 실시했습니다. 이 행사는 일반적인 전자제품 재활용 프로그램과는 다르게 학교와 연계해 수익금을 학교에 기부해 저소득층 학생의 '무료 점심'을 제공하는 형식으로 진행되어 지역주민들로부터 호응을 얻었습니다.

삼성전자는 제품의 제조과정에서 발생하는 환경오염물질의 배출을 최소화하고 안전사고를 예방하기 위하여 환경안전보건(ESH) 경영시스템을 구축, 운영하고 있습니다. 오염물질 발생원에 대한 철저한 관리와 공정 개선을 통해 사업장 환경오염물질 배출을 최소화하고 자체 폐기물 처리 시설 및 재활용 시설을 도입, 확충하여 자원과 자연을 보전하기 위한 활동을 적극적으로 실천하고 있습니다. 또한, 세계 최고 수준의 환경안전 성과를 달성하기 위하여 환경안전 목표를 설정하여 체계적인 성과관리를 실시하고 있습니다.

I 글로벌 ESH 경영시스템 I

ESH(환경·안전·보건) 경영 체제



삼성전자는 국제 표준인 환경경영시스템(ISO 14001) 및 안전보건경영시스템(OHSAS 18001)에 의한 ESH(환경·안전·보건) 경영 체제를 구축하여 운영

하고 있습니다. 국내 8개 전 사업장 및 해외 30개 사업장은 ISO 14001 및 OHSAS 18001 인증을 모두 취득하였고, SELSK(슬로바키아) 법인은 신생 법인으로 2010년 7월까지 인증 취득을 완료할 예정입니다. 삼성전자는 본사 주관으로 모든 생산법인에 대해 환경·안전·화재 예방관리를 위한 정기적인 진단 및 개선을 추진하고 있습니다.

삼성전자는 사업장별 표준을 제정하여 국내외 전 법인이 안전보건 법규는 물론, 안전보건 규정을 준수하고 있습니다. 또한, 안전사고 예방을 위해 안전관찰제도를 도입, 통계분석을 통한 개선활동을 추진하고 있습니다.

반도체 사업부는 2004년부터 안전, 보건, 방재, 가스, 환경 5개 부문별 전문 테마를 선정하여 점검, 개선하는 '반딧불이 점검단'을 운영하고 있습니다. 2009년에는 101명의 반딧불이 점검단원이 786건의 불합리 사례를 지적하여 개선하였고, 매월 환경안전팀장 주관으로 반딧불이 활동 결과 공유회를 개최하였습니다.

LCD 사업부는 설비 사전안전인증제도를 도입하여 설비의 주문 제작에서부터 설치, 가동에 이르기까지 안전성을 검토하고 있습니다. 이는 모든 설비에 제3자 안전인증을 받도록 하여 당사의 ESH 일반사양서에 맞게 설비가 제작되었는지 확인하고, 가동을 승인하는 제도입니다. 이로써 고장과 사고 등의 위험 요인을 사전에 제거하여 사용자 측면에서의 안전성을 확보하고 있습니다.

• 업무 관련 재해 현황

구분	2007년	2008년	2009년
재해 건수(업무 관련 재해 건수*)	44(20)	50(19)	32(13)
근로손실일수	2,026	24,526	1,141

※ 국내 8개 사업장 사고건수 중에서 업무와 관련된 재해는 13건임

* 근로복지공단에서 산업재해로 인정한 건수 중 업무관련 재해 건수

• 국내 재해율

(단위: %)

구분	2007년	2008년	2009년
제조업 재해율	1.10	1.15	1.04
국가 재해율	0.72	0.71	0.70
삼성전자 재해율	0.056	0.063	0.040
삼성전자 도수율	0.233	0.245	0.152

임직원 보건관리 프로그램

삼성전자는 임직원의 건강 증진과 쾌적한 작업 환경을 위하여 사업장별 다양한 보건관리 프로그램을 운영하고 있습니다. 구미사업장은 건강관리를 위한 인체공학 진단기법, 뇌심혈관계 발병위험도 평가, 정신건강 평가의 3대 진단 프로세스를 구축하였으며, 매년 전 사원이 참여하는 설문, 작업부담 분석, 유해성 진단, 개선점 도출 프로그램을 운영하고 있습니다. 또한, 미세근육 강화 운동 프로그램, 한방이완요법, 수기테라피 전문가 양성 등을 통해 근무 만족도를 높이고 임직원 건강 증진에 기여하고 있습니다.



맞춤식 미세근육 강화 운동 프로그램 운영
• 1회/년(719명 이수)



한방이완요법 운영
• 적외선 체열 진단 후 침, 구, 뜸 활용 처방



수기테라피 전문가 양성
• 134명 초급과정 이수
• 기본 5개 부위 피로 해소

비상상황 대응 BCP 체계 구축

삼성전자는 비상상황 발생 시 완벽하게 대응하기 위해 BCP(Business Continuity Plan) 체계를 구축하였습니다. BCP는 사업장 내 화재, 정전, 지진 등과 같은 비상상황 발생 시 각 부서별 역할과 책임에 따라서 신속한 대응 및 복구를 진행하여 피해와 복구 기간을 최대한 단축하는데 그 목적이 있습니다.

특히, 기흥사업장과 화성사업장은 2007년부터 다양한 위기상황에 대한 초기 대응 및 복구 절차를 문서화하여 리스크 분석, 리스크 관리계획, 복구계획, 대응계획, BCP 관리절차 등으로 구성된 대응 체계를 운영하고 있습니다.



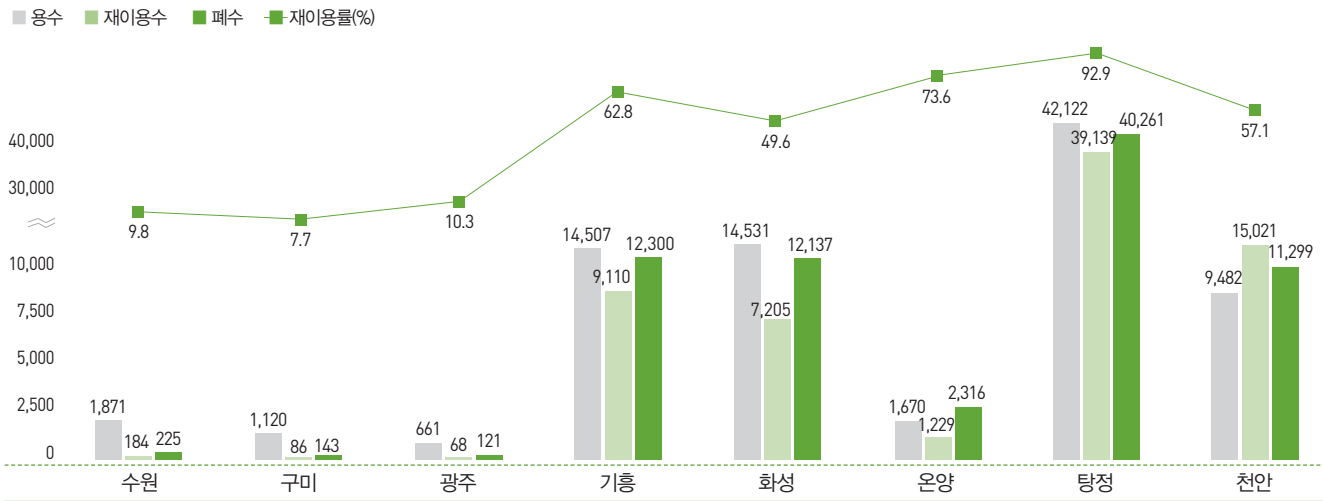
I 수자원 사용 관리 I

2009년 국내 8개 사업장에서 사용한 수자원 총량은 85,964천m³로, LCD 생산라인 증설에 따라 전년 대비 9% 증가하였습니다. 국내 사업장의 대부분은 공업용수를 사용하고 있고 일부 사업장은 사업장의 여건에 따라 상수도를 함께 사용하고 있습니다.

재이용수 사용량은 72,042천m³로 전년 대비 17.8% 증가하였습니다. 한편, 폐수 배출량은 78,802천m³로, 생산라인 증설로 인해 전년 대비 17.4% 증가하였습니다. 수원사업장의 경우 폐수 처리 후 재이용수를 사업장에 재활용할 수 있으나, 주변 하천의 건천화 방지 및 생물다양성 확보를 위하여 정화된 폐수 가운데 일부를 방류하고 있습니다.

• 국내 용수 및 재이용수 사용량

(단위: 천톤)



• 폐수 배출로 인한 공공 수역의 영향

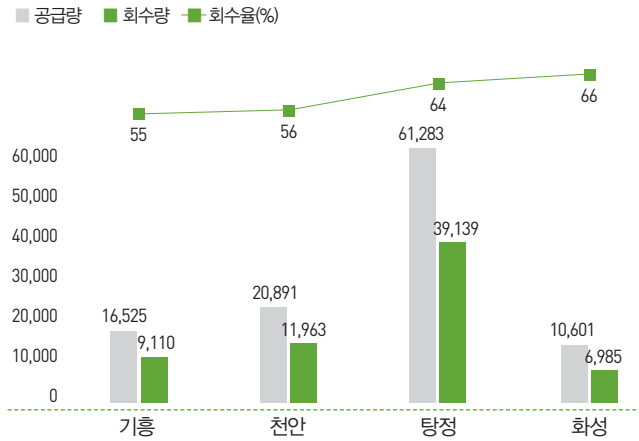
수원 사업장	• 원천천 - 생태계 복원사업으로 건천화 방지 활동
구미 사업장	• 공유 수역 방류 되지 않음 - 정기적 하천주변 정화 활동 *폐수 무방류 시스템 이용 전량 재이용수 사용
기흥 사업장	• 오산천, 원천천 - 정기적 하천주변 정화 활동
화성 사업장	• 원천천 - 정기적 하천주변 정화 활동
온양 사업장	• 곡교천 - 분기별 사업장 주변 사후환경 수질평가 실시 곡교천 주변일대를 연 2~3회 정화 활동
탕정 사업장	• 곡교천 - 하천정화 활동 정기적 시행
천안 사업장	• 풍서천 - 하천정화 활동 정기적 시행

초순수 재활용

삼성전자는 초순수 재활용 비율을 높이려는 노력을 지속하고 있습니다. 반도체, LCD 사업부는 외부 상수원에서 취수한 공업용수를 초순수로 정제해 유리 세정 등에 사용하고 있습니다. 삼성전자는 생산과정 후 폐기되는 초순수 중 일부를 회수, 재사용하여 공업용수의 총사용량을 절감하고 있습니다.

• 초순수 재활용 현황

(단위: 천톤)



※ 초순수

물 속의 염분이나 미생물 등의 불순물을 제거한 최대한 순수한 상태의 물로 주로 LCD, 반도체 등의 초정밀 제조 공정에 사용됩니다.

I 오염/유해물질 관리 I

대기/수질오염 물질 관리

삼성전자의 국내 8개 사업장에서는 사내 배출 기준을 국내 법규 기준의 50% 이내로 적용하여 오염물질을 관리하고 있습니다. 또한, 배출물질을 정기, 수시로 분석하여 개선 활동에 활용하고 있습니다.

• 국내 대기오염물질 배출량

(단위: 톤)

구분	2007년	2008년	2009년
SOx	7	13	0.024 ¹⁾
NOx	27	104	192 ²⁾
Dust	16	22	38
NH ₃	14	11	8
HF	11	11	10

1) 검출 한계 미만 물질은 산출 제외

2) 신규관리 항목 (반도체) 추가 및 LCD 생산량 증가에 따른 배출량 증가

• 국내 수질오염물질 배출량

(단위: 톤)

구분	2007년	2008년	2009년
COD	980	1,048	806
SS	715	781	476
F	203	227	201
중금속	0.6	0.5	3

대기질 관리 우수 사례

구미사업장 저온 촉매반응시설 설치를 통한 VOC 배출량 감소



구미사업장은 제조공정에서 사용하고 있는 유기용제를 효율적으로 제거하기 위하여 기존 처리방식보다 제거 효율이 높은 저온(150℃ ~ 180℃)에서 촉매반응시설을 운영하고 있습니다.

유해물질 관리

삼성전자는 신규 화학물질을 체계적으로 관리하기 위해 환경·안전·보건·화재 측면을 고려한 유해화학물질 사전평가제도를 운영하고 있습니다. 2009년 국내 8개 사업장에서 유해화학물질이 유출되지 않았으며, 유해화학물질 중 유독물 사용량은 229천 톤으로 전년 대비 9.8% 감소하였습니다.

• 유독물 사용 현황

(단위: 톤)

구분	수원	구미	광주	기흥	화성	운양	탕정	천안	계
2007	351	19	59	86,045	85,251	1,796	12,913	-	186,434
2008	351	31	77	88,568	120,586	1,861	20,214	22,012	253,700
2009	360	37	35	82,971	97,864	1,079	28,178	18,435	228,959

화학물질 관리 우수 사례

기흥사업장 화학물질 배출량 저감을 위한 자발적 협약 체결



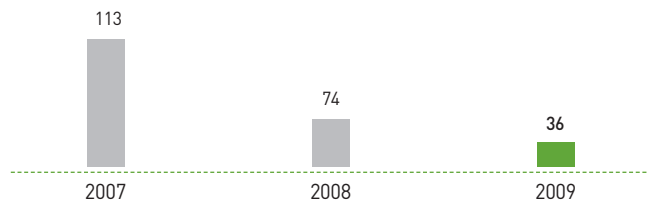
기흥사업장은 2009년 6월 25일 한강유역환경청과 화학물질 배출량을 2007년 기준으로 3년 이내에 30%, 5년 이내에 50%로 감축하는 것을 내용으로 하는 화학물질 배출량 저감을 위한 자발적 협약(30/50 프로그램)을 체결하였습니다. 기흥사업장은 대기 배출량 중 가장 큰 비중을 차지하는 IPA(이소프로판올)의 감축을 위해 처리시스템 효율을 최적화하고, 공정을 개선하여 IPA의 배출량을 2007년 대비 2011년까지 30%, 2013년까지 50%로 감축할 계획입니다.

오존층 파괴물질 관리

삼성전자에서 사용되고 있는 오존층 파괴물질은 냉동기 냉매와 일부 소화설비에 충전된 약제입니다. 이에 삼성전자는 오존층 파괴물질 사용을 줄이기 위하여 소화설비 약제를 친환경 약제로 대체하는 작업을 추진하고 있습니다. 이러한 노력으로 오존층 파괴물질 사용량은 2007년 이후 지속적으로 감소하고 있으며, 2009년 사용량은 36톤으로, 전년 대비 51% 감소하였습니다.

• 국내 사업장 오존층 파괴물질 사용 현황

(단위: 톤)



폐기물 관리

삼성전자 국내 전 사업장은 폐기물 발생을 억제하고 자원의 재사용을 추진하는 등 지속적인 개선 활동을 전개하고 있습니다. 이를 통해 2013년까지 자원순환형 시스템 구축을 통한 폐기물 0배출(Zero Emission*) 사업장 구현을 목표로 지속적으로 노력할 계획입니다.

* Zero Emission : 재자원화를 99% 이상 달성 시

• 국내 사업장 폐기물 현황

(단위: 톤)

구분	2007년	2008년	2009년
폐기물 발생량	457,125	460,952	433,160
폐기물 재활용량	362,274	367,749	382,096
재자원화율(%)	79.3	79.8	88.2

* 폐기물 재자원화율(%) = [(Reuse, Recycle, 열회수량) / 폐기물 총발생량] × 100

* 2009년 폐기물 발생량 중 88.2%는 재활용하였고 8.5%는 사외위탁하여 매립·소각했으며, 나머지 3.3%는 사내 소각하여 이때 발생하는 스티姆은 사업장내 열원으로 활용하였음

삼성전자는 환경교육을 통해 임직원의 그린 마인드를 고취하여 녹색경영의 견고한 기반을 다지고 있으며, 나아가 지역사회와 고객 등 다양한 이해관계자와의 지구 환경 보전을 위한 커뮤니케이션을 지속하고 있습니다.

I 임직원 환경교육 I

삼성전자는 전사 환경교육 체계를 기반으로 녹색경영 마인드 제고 및 공감대 형성을 위해 기본교육, 법정교육, 직무교육, 해외교육 등 다양한 교육 과정을 제공하고 있습니다.

기본교육

- 삼성전자의 녹색경영 가치체계 및 전략을 공유하고 기본적인 친환경 마인드를 제고하기 위해 전 임직원 대상 녹색경영 기본개념을 교육하고 있습니다.

법정교육

- 전 임직원의 건강하고 안전한 근무를 위해 근무환경에 따른 환경·안전교육을 실시하고 있으며 특히, 국내외 각 지역별 법적으로 규정되어 있는 안전교육 요구 사항을 성실히 수행하고 있습니다.

직무교육

- 임직원의 개별 직무별 역량 강화 및 전문가 양성을 위해 환경경영, 제품환경, 에너지 등 다양한 분야에 걸쳐 직무교육을 실시하고 있습니다.

해외교육

- 해외법인의 신입사원, 특수작업자 등 현지인을 대상으로 하는 해외교육을 국내에서 실시하는 법정 교육과 동일하게 실시하고 있으며, 간부 승격교육에 환경안전 과정을 추가하여 환경안전 의식을 고취하기 위해 노력하고 있습니다.

I 대외 친환경 우수기업 선정 및 수상 I

삼성전자는 세계 최고 수준의 친환경제품을 출시하고 다양한 재활용 활동을 전개하고 있습니다. 그 결과, 국내 및 국제 환경 어워드를 여러 차례 수상하는 성과를 거두고 있습니다. 2009년 한 해 동안 국내 5개, 미주 7개, 유럽 2개 등 총 14개의 친환경상을 수상했습니다. 앞으로도 친환경 성과를 인정받을 수 있도록 지속적으로 노력하겠습니다.

국내

삼성전자는 에너지 고효율 제품 개발과 녹색경영 성과를 인정받아 지난해 로하스 어워드를 시작으로 코리아그린 어워드, 에너지위너상, 녹색상품위너상, 한국 CDP 최우수기업상까지 총 5개의 상을 수상했습니다.

Award 명칭	주관	수상 시기	수상 내역
녹색상품위너상	능률협회	2009. 10	세탁기, 냉장고, 김치냉장고
한국 CDP 최우수기업상	CDP한국위원회	2009. 10	한국 CDLI(탄소정보 공개) 최우수기업
에너지위너상	소비자시민모임	2009. 7	LED TV, 냉장고, 에어컨 등 9개 제품
코리아 그린 어워드	한국일보	2009. 6	녹색경영 부문 우수기업
로하스 어워드	로하스협회	2009. 5	LED TV(대상), 세탁기(최우수상)

2009 소비자시민모임 에너지 위너상 수상

삼성전자의 다양한 친환경 제품들은 에너지 절감 효과와 친환경 기술을 인정받아 소비자 모임에서 수여하는 에너지 위너상을 수상했습니다. 소비자시민모임은 97년부터 에너지 고효율 제품 확산을 위해 에너지 위너상



프로그램을 시행하고 기업이 생산단계에서부터 에너지 고효율 제품을 생산할 것을 촉구하고 있습니다. 삼성전자는 에너지효율이 높고 대기전력이 낮은 친환경 제품을 지속적으로 출시하여 다양한 소비자가 만족할 수 있도록 노력하고 있습니다.

2009 소비자시민모임 에너지위너상 수상 제품

시상 구분	제품	모델
특별상	기술상	LED TV
	효율상	지펠 냉장고
		가정용 에어컨
에너지위너상	효율 부문	컴퓨터(노트북)
		모니터
		복합기
	대기전력 부문	컴퓨터(데스크탑)
		컬러레이저 프린터
		블루레이 플레이어

북미

삼성전자는 미국, 멕시코 등 북미시장에서 에너지 고효율 제품을 지속적으로 출시하고, 자발적으로 폐전자제품을 재활용하고 있습니다. 또한, 소비자 대상 친환경 마케팅으로 소비자의 환경 의식을 고취하고 다양한 에너지 절감 교육을 전개하고 있습니다. 이러한 노력을 인정받아 에너지스타상을 2년 연속 수상하는 등 다수의 상을 수상하였습니다.

Award 명칭	주관	수상 시기	수상 내역
미국 에너지스타상	미국 환경청(EPA)	2010. 3	에너지스타 프로모션 최우수 기업상
멕시코 Green Comm Award	Expo Comm Mexico	2010. 2	친환경 제품 개발 기업상 수상
미국 달라스 재활용 Award	달라스시	2010. 2	자발적 재활용 기업상 수상
미국 뉴햄프셔주 Voluntary Recycling	뉴햄프셔주	2009. 11	자발적 재활용 기업상 수상
미국 캘리포니아주 WRAP Award	캘리포니아주	2009. 11	자발적 재활용 기업상 수상
CES Eco-Design Innovations Award	미국 가전협회 (CEA)	2009. 10	바이오플라스틱 휴대폰, OLED 전자책, 인덕션 오븐레인지 수상
미국 위스콘신 Voluntary Recycling	위스콘신주	2009. 9	자발적 재활용 기업상 수상
미국 텍사스 Green Awards	텍사스주	2009. 9	자발적 재활용 기업상 수상
미국 펜실베이니아주 E-Waste Recycling	펜실베이니아주	2009. 6	자발적 재활용 기업상 수상
미국 에너지스타상	미국 환경청(EPA)	2009. 3	에너지스타 라벨링 최우수 기업상

유럽

삼성전자는 CDLI(탄소정보공개리더십지수)에서 아시아 기업 중 1위, 글로벌 기업 중 10위에 올랐습니다. 글로벌 기업의 기후변화 대응 활동과 정책을 평가해 발표하는 CDP(탄소정보공개프로젝트)의 2009년 기업 평가 결과 삼성전자는 아시아 기업으로는 유일하게 편입되었습니다.

이는 기후변화에 의한 위기 및 기회 요인을 세밀히 분석해 대응 방안을 수립하고, 배출량에 대한 제3자 검증은 완료한 점, 그리고 재무효과 분석은 물론 간접부문을 포함한 온실가스 전사 관리체계를 구축한 점이 높게 평가 받은 데 따른 것입니다.

※ CDP(탄소정보공개프로젝트)

영국에 본부를 둔 CDP는 전 세계 475개의 금융투자기관을 대표해 글로벌 기업을 대상으로 기업의 기후변화에 따른 영향과 그 대응 수준을 조사하기 위해 설립된 비영리 단체입니다. CDP는 매년 9월 'CDP 글로벌 500 리포트'를 발표하여 기업의 탄소경영을 평가하고 있습니다. CDLI는 FTSE (Financial Times Stock Exchange) 기준 글로벌 500대 기업 가운데 상위 10%로 평가된 50개 기업만 선정됩니다. 따라서 이 지수에 편입되면 기후 변화에 잘 대응하고 있는 기업임을 뜻합니다.

삼성전자는 유럽에서도 친환경 혁신 제품을 지속적으로 출시하고 있습니다. 이에 따라 유럽 최고 권위의 EISA 상을 수상하는 등의 성과를 거두었습니다.



Award 명칭	주관	수상 시기	수상 내역
유럽 Green TV Award	유럽영상음향협회 (EISA)	2009. 8	LED TV 수상
독일 iF Material Award	International Forum Design Hannover	2009. 4	LED TV 수상

I 친환경 홍보 · 마케팅 I

삼성전자는 소비자에게 다양한 친환경제품을 소개하고 삼성의 그린 비전과 녹색경영 이념을 공유하기 위해 노력하고 있습니다. 그 일환으로 다수의 국내외 전시회에 참가하고 올림픽 홍보관에서 환경 프로그램을 진행하는 등의 방식으로 소비자와 소통하고 있습니다.

전시회 참가

삼성전자는 국내외 주요 전시회에 참가하여 친환경 전시관을 구성하고 삼성전자의 녹색경영 활동 및 차별화된 친환경 혁신 제품을 소개하는 등 소비자와 커뮤니케이션하고 있습니다.

• 참가 전시회

- 미국 CES 2010('10. 1월)
- 한국 전자전('09. 10월)
- 저탄소 녹색성장 박람회('09. 10월)
- 독일 IFA 2009('09. 9월)
- World IT Show('09. 5월)
- 코리아 나라장터 엑스포('09. 4월)



저탄소 녹색성장 박람회

환경 다큐멘터리 후원

삼성전자는 2010 밴쿠버 동계 올림픽 기간에 빙하 해빙이 기후변화와 생물다양성에 미치는 영향을 다룬 내셔널 지오그래픽의 환경 다큐멘터리, 'Big Melt'의 TV 방영을 후원하였습니다. 2009년 12월부터 8주간 미국, 캐나다, 유럽, 아시아 15개국에서의 방영을 후원함으로써 환경과 기후변화에 대한 세계인의 인식을 제고하였습니다. 한편, 올림픽 기간 동안, 삼성의 환경대사이자 환경 사진작가인 제임스 발로그의 기후변화 사진전을 열어 환경에 대해 생각해 볼 수 있는 기회를 제공했습니다.

밴쿠버 올림픽 어린이 환경교실

삼성전자는 미래의 주역인 어린이들에게 환경의 중요성을 일깨워 주고자 2010 캐나다 밴쿠버 동계 올림픽 기간에 삼성전자 올림픽 홍보관에서 어린이 환경교실을 개최했습니다. 제임스 발로그를 초청해 밴쿠버 시의 초등학생과 환경을 보호하고 지구를 살리는 방법에 대해 토론하였으며, 온실가스 저감을 위한 나무 심기 행사도 가졌습니다.



제임스 발로그(어린이 환경교실)



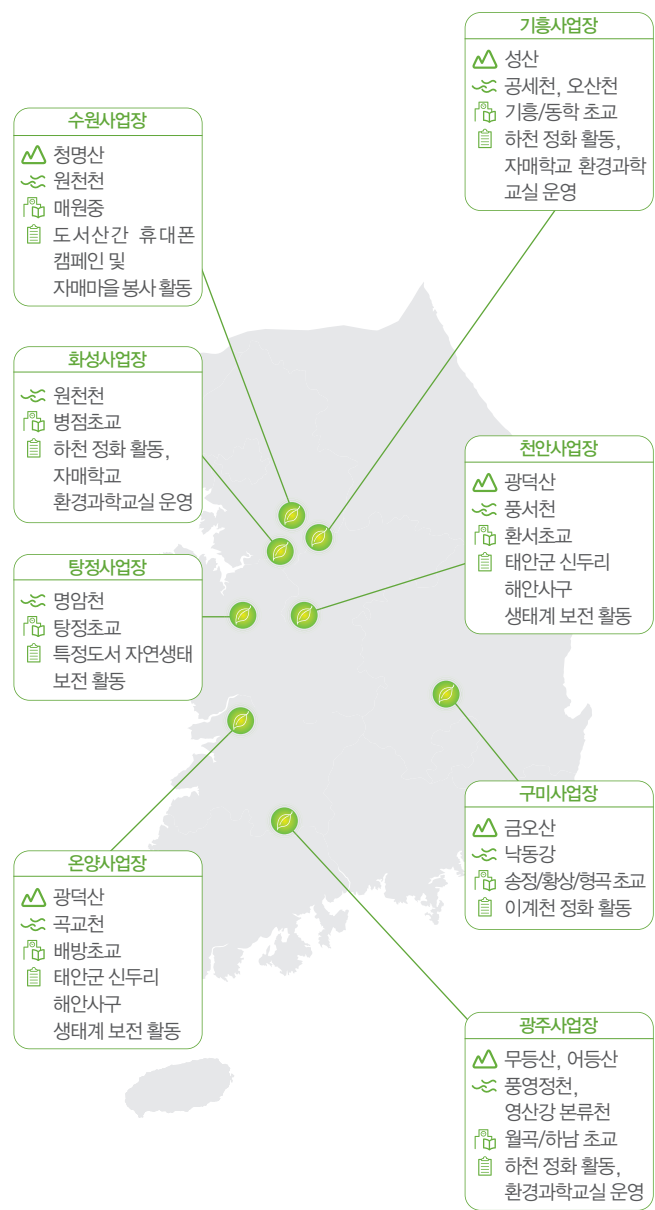
나무심기 행사

I 친환경 캠페인 · 파트너십 I

삼성전자는 다양한 환경 프로그램 및 NGO, 환경기관과의 파트너십을 통해 그린 커뮤니케이션의 범위를 확대하고 있습니다.

지역사회 녹색화 프로그램

삼성전자는 생물다양성 보존 및 지역사회의 환경 의식 고취를 위하여 지역사회 녹색화 프로그램을 전개하고 있습니다. 각 사업장에서 인근 자매학교와 '1산 1하천 갖기 운동'을 전개하여 하천 정화 활동을 펼치고, 자매학교에 생물다양성 보존교실을 운영하는 등 어린이 환경 교육에도 앞장서고 있습니다.



세계 물의 날 행사

삼성전자는 매년 '세계 물의 날'에 하천 환경 정화 활동을 펼치고 있습니다. 2010년 물의 날(3월 22일)에는 삼성전자 임직원과 지역주민이 참여하여 경기도 화성시 오산천 일대에서 '생활을 위한 물(Water for Life)' 하천 환경 정화 활동을 벌이고 분해효소를 섞은 흙공을 던지는 행사를 가졌습니다.

이 같은 행사는 중국 천진 소재 삼성전자 12개 법인에서도 시행되었습니다. 천진삼성에는 위진 하천을 대상으로 환경정화 및 환경보호 시설을 기증하고 법인별 할당 지역에 새집 달아주기 행사도 시행하고 있습니다. 또한 시민을 대상으로 중국본사의 녹색경영을 홍보하는 기념품 및 재활용비누를 제작하여 천진시민들과 친환경 의식을 공유하는 캠페인을 전개했습니다.



하천 정화 활동



흙공 던지기



친환경 캠페인 홍보



천진 삼성 하천정화 행사

미국 에너지스타 캠페인

삼성전자는 1996년부터 미국환경청(EPA)과 에너지 절감, 재활용 분야에서 다양한 파트너십을 전개하고 있습니다.

● 체인지 더 월드 스타트 위드 에너지 스타 캠페인 (Change the World, Start with ENERGY STAR)

삼성전자는 미국 소비자를 대상으로 온실가스과 에너지 절감의 중요성을 홍보하는 '체인지 더 월드 스타트 위드 에너지 스타 캠페인 (Change the World, Start with ENERGY STAR)' 공동 프로모션에 참여하고 있습니다. 이를 통해 에너지 고효율 제품 사용을 권장하고 소비자의 그린 마인드를 높이기 위해 노력하고 있습니다.

● 스마트웨이 트랜스포트(SmartWay Transport) 파트너십

삼성전자 미주 물류센터(ADC)는 EPA의 물류 부문 온실가스 절감 프로그램인 스마트웨이 트랜스포트(SmartWay Transport) 파트너십에 참여하여 2009년 1월 13일 EPA로부터 인증을 취득했습니다. 동 센터는 물류 운송 효율을 향상시키고, 온실가스 방출 및 대기 오염을 줄이기 위한 노력을 지속적으로 전개할 예정입니다.



미국 CarbonFund 파트너십

2009년 삼성전자는 미 환경 NGO인 카본펀드(Carbonfund)와 탄소중립 파트너십을 맺고 2010년 CES 전시회 기간 동안 삼성전자가 배출한 743톤의 이산화탄소를 상쇄하기 위해 미국 루이지애나주 북부의 Tullulah 지역 조림사업에 참여하여 탄소인증을 획득하였습니다.



Interview

협력사 및 저개발국가의 온실가스 감축활동 지원도 추진하는
세계인의 사랑받는 사회책임기업으로 우뚝 서기를 기대합니다.



국가청정생산지원센터
자원순환정책실장 강흥윤

기업이 사회와 환경에 미치는 영향을 분석하고 구체적인 개선 목표를 수립하여 정량적 성과를 평가하는 것은 글로벌 기업의 필수 요건이 되었습니다. 삼성전자는 정기적인 지속가능경영 보고서 발행을 통해 다양한 사회 및 환경 관련 현황 정보를 투명하게 공개하고 있는 대표적인 사례라고 생각합니다. 특히, 최근에는 온실가스 감축 목표와 성과를 투명하게 공개하는 것이 중요한 사항으로 고려되고 있는데, 이에

삼성전자는 현재 공개하고 있는 원단위 온실가스 배출량뿐만 아니라 추가적으로 적극적인 총량 저감 대책 등 더욱 객관적인 목표 수립과 투명한 성과공개도 함께 이루어져야 할 것으로 사료됩니다. 더 나아가 삼성전자의 사업장 범위를 벗어나 협력사 및 저개발국가의 온실가스 감축 활동 지원도 추진하는 세계인의 사랑받는 사회책임기업으로 우뚝 서기를 기대합니다.





사회공헌

삼성전자는 '토양이 좋아야 나무가 잘 자라듯 기업 발전도 그 토대가 되는 사회가 건강해야 한다'는 사회공헌 철학을 바탕으로 국내외에서 자원봉사, 사회복지, 문화예술, 학술교육, 환경보전, 국제교류 등의 다양한 분야에서 사회공헌 활동을 전개하여 인류의 행복 증진에 기여하고 있습니다.

삼성전자의 글로벌 사회공헌 활동은 세계 곳곳에서 지역사회 발전을 위해 지역 정서와 니즈를 반영하여 다양한 파트너십 프로그램을 추진하고 있으며, 국내 공헌 활동은 청소년 미래 지원, 저소득층 자녀 지원, 업의 특성과 연계된 전략적인 공익 사업 등에 초점을 맞춰 전개되고 있습니다.

삼성전자는 좋은 기업을 넘어 '사랑 받고 존경 받는 글로벌 초일류 기업' 이 되기 위해, 앞으로도 다양하고 효율적인 사회공헌 활동을 통해 인류 사회에 희망을 주는 기업으로 성장해 나갈 것입니다.

Global Harmony with People,
Society and Environment

존경받고 사랑받는
글로벌 기업으로 도약

창조

혁신

변화

인재경영

- 인재제일 실현
- 일과 삶의 조화

정도경영

- 기업윤리 준수
- 공정거래 문화 정착
- 지적 재산 보호

녹색경영

- 기후변화 대응 선도
- 친환경제품 개발 강화
- 글로벌 친환경 사업장 구현
- 그린 커뮤니케이션 강화

사회공헌

- 더불어 행복한 사회추구
- 글로벌 공익사업 파트너십 구축

협력사 상생

- 글로벌 경쟁력 확보
- WIN³ 파트너십 강화

제품 서비스

- 고객감동 서비스 혁신
- 고객 신뢰 경영 구축

Business Vision과 Vision for Society의 조화

● 목차 ●

• 더불어 행복한 사회추구

- | | |
|----------|--------------------------|
| [해외] | [국내] |
| - 북미 | - 유럽 |
| - 중국 | - 중앙 아시아 |
| - 러시아 | - 서남 아시아 |
| - 동남 아시아 | - 아프리카 |
| | - 청소년 미래 지원 및 저소득층 자녀 지원 |
| | - 업의 개념과 연계한 전략적 사회공헌 |
| | - 지역사회 연계 사회공헌 |

• 글로벌 공익사업 파트너십 구축

- 파트너십 사회공헌 강화

● 2009년 주요 실적 ●

- 당기순이익 대비 1.5%(1,466억 원) 지역사회 공헌
- 자원봉사 참여 연인원 임직원 187,553명(국내 임직원 기준)
- 임직원 평균 봉사 인시 7.8시간(국내 임직원 기준)
- 임직원 자원봉사 참여율 90%(국내 임직원 기준)

[해외]

삼성전자는 어렵고 소외된 글로벌 이웃과 사랑을 나누기 위해, 9개 글로벌 지역총괄별로 지역 정서 및 특성을 반영한 사회공헌 활동을 활발히 전개하고 있습니다. 북미 지역의 전통 있는 '삼성 희망의 4계절'에서부터 아프리카 지역의 저소득층 교육 프로그램인 '삼성 Real Dreams' 까지 다양한 사회공헌 활동이 이루어지고 있습니다.

● 북미 ●

자선기금 확보를 통한 사회공헌 활동의 일환으로 2002년부터 북미지역 스포츠 마케팅과 연동하여 '삼성 희망의 4계절' 프로그램을 전개하고 있습니다. 또한, 청소년 교육 발전 지원을 위한 희망의 에세이 콘테스트, 미국 남부에서의 해비타트 운동 등을 전개하는 등 적극적인 사회공헌 활동을 추진하고 있습니다.



미국 해비타트 희망의 집짓기 운동

● 유럽 ●

회사의 위상에 걸맞은 사회공헌 활동을 전개해 "European Citizen"의 이미지를 심어나가고자 합니다. 2010년에는 여성 암 사망률의 14%를 차지하고 있는 유방암 퇴치 캠페인인 Pink Ribbon 후원 활동을 범 유럽적으로 확대해 나가는 한편, 녹색 경영 이슈에도 적극 대응하는 차원에서 친환경 "eco" 캠페인을 전개해 나갈 계획입니다.



유럽 핑크리본 캠페인

● 아프리카 ●

아프리카의 다양한 사회 문제 가운데 청소년 교육 문제를 해결하는 것이 가장 시급하다는 인식 하에, 전 세계적 NGO 네트워크를 보유하고 있는 IYF(International Youth Foundation)와 파트너십을 맺고 기술 교육과 창업 지원, 컨설팅 등을 중심으로 교육 공헌 프로그램인 Samsung Real Dreams를 전개하고 있습니다.



아프리카 Real Dream 졸업식



남미 고아원

● 중남미 ●

빈민 지역의 고아원과 자매결연을 맺고, 고아원을 방문하여 다양한 방법으로 지원하고 있습니다. 또한, 소아암 환자 비율이 높은 저소득 지역 병원의 소아병동에 생활 필수품과 장난감 등을 제공함으로써, 지역 사회가 희망을 찾을 수 있도록 돕고 있습니다.

● 러시아 ●

러시아에서 삼성을 국민 브랜드로 정착하고, 존경 받는 기업이 되기 위해 미개발 지역의 고아원 및 지방 소학교를 설립하는 자선 활동을 추진하고 있습니다. 또한, 국민적 관심이 높은 문화예술 분야에 대한 지원 활동으로 볼쇼이 극장 후원, 톨스토이 문학상 제정 등의 활동을 펼치고 있습니다.



러시아 고아원 프로그램

● 중국 ●

중국 동서 지역간 빈부 격차 해소에 기여하고, 정부의 농촌 개발 정책에 적극 호응하고자 일심일촌 농촌지원 활동을 펼치고 있습니다. 아울러, 2008년 사천 대지진 재해 복구가 진행 중인 지역에 소학교를 설립하고 있으며, 6천여 백내장 환자에 대한 무료 시술 서비스 지원, 청각도우미견 훈련센터 건립 등 다양한 사회공헌 활동을 전개하고 있습니다.



중국 청각 도우미견 훈련 센터



인도 타고르 문학상 수상식

● 서남 아시아 ●

삼성전자만의 차별화된 공익 사업을 통해 인도 사회에 희망을 주는 회사가 되고자 종합적인 사회공헌 활동 프로그램인 'Samsung Hope 프로젝트'를 전개하고 있습니다. 문화 부문에서 '타고르 문학상'을 제정하여 지원하고 있으며, 체육 부문에서는 인도 체육 꿈나무 지원, 복지 부문에서는 지역 특성에 따른 빈민 지역 후원 활동 등을 펼치고 있습니다.

● 중앙 아시아 ●

이란에서 빈곤층 유소년의 심장병 수술을 지원하고, 터키 등에서는 극빈 지역 초등학교 개보수 작업을 지원하는 등 어린이들에게 미래에 대한 꿈을 심어 줄 수 있도록 지속적인 사회공헌 활동을 전개하고 있습니다. 삼성전자는 기업시민으로서의 책임을 다하기 위해 더욱더 다양한 활동을 펼쳐나갈 계획입니다.



파키스탄 컴퓨터 교실



북미

Four Seasons of Hope



삼성전자 북미 총괄은 2002년부터 미식축구, 야구, 농구, 골프 등 미국의 4대 인기 스포츠 스타들의 자선재단을 섭외하여 '삼성 희망의 4계절' 자선 활동을 벌이고 있습니다.

이 프로그램은 소비자가 베스트바이, 시어즈 등 미국의 거대 유통업체 전자 매장에서 삼성 제품을 구입할 경우, 이익금의 일정액을 자선기금으로 적립하는 방식으로 삼성전자, 스포츠 스타, 유통업체, 소비자 모두가 자선 활동에 참여하게 되는 독창적인 자선기금 모금 활동입니다. 지난 8년간 1,350만 달러의 기금을 조성해 미국의 불우 청소년 및 가정을 돕고 있는 이 행사는 북미 최대의 자선 축제의 장으로 자리 잡고 있습니다.

희망의 에세이 콘테스트

희망의 에세이 콘테스트 프로그램은 삼성전자가 미국 내 청소년 교육 발전을 지원하기 위해 2004년부터 펼쳐 온 현지 사회공헌 활동으로, 2005년부터 마이크로소프트, 2008년부터는 위성채널 방송인 디렉 TV(DIRECTV)가 공동 파트너로 참여하고 있습니다. 온라인 에세이 콘테스트 수상 학교에 디지털 제품과 소프트웨어를 제공하는 프로그램으로, 그동안 미국 43개 주 281개 학교에 900만 달러를 지원하였습니다.



희망의 에세이 콘테스트 행사

미국 해비타트 희망의 집 짓기 운동 참여

텍사스 달라스에 위치한 삼성전자 미국통신법인은 2006년부터 텍사스 지역의 서민 가정을 지원하기 위해 1년에 수개월씩 자원봉사 활동을 펼치고 있습니다. 해비타트 운동은 무주택자들을 위해 자원봉사자, 후원자, 입주자들이 직접 참여해 집을 지어주는 사회공헌 활동입니다.



유럽

핑크 리본 캠페인

구주 총괄은 2006년부터 현재까지 유럽 지역 여성들에게서 발병률이 가장 높은 유방암을 예방하고, 환자들의 치료를 적극적으로 돕고자 Pink Ribbon 캠페인을 진행하고 있습니다. 이 캠페인을 통하여 유럽 지역에서 다양한 유방암 예방 활동 및 치료 거점 등을 후원하는 활동을 펼치고 있습니다. 2006년에 네덜란드 법인에서 처음 시작된 본 캠페인은 유럽 전 지역으로 활동을 확대하여 현재는 28개국에서 진행되고 있습니다.



유방암 예방 활동

이 활동의 가장 큰 목적은 펀드 조성을 통하여 어려움을 당한 이웃에게 치료 목적의 금전적인 후원을 추진하는 동시에 유방암 예방 캠페인을 펼침으로써 사회적 이슈를 해결하는 데 있습니다. Pink Ribbon 캠페인은 개발된 모든 제품의 판매 금액의 일정 부분을 지역 자선단체 및 삼성에서 직접 운영하는 유방암 치료 센터에 기부하는 방식으로 운영되고 있습니다. 적극적인 Pink Ribbon 활동을 통하여 삼성전자는 유럽 지역사회에서 지속적으로 사랑 받는 기업으로 자리매김하고자 합니다.



핑크리본 캠페인 행사

Planet First with National Geography

Planet First는 eco 혁신을 통해 새로운 가치를 창출하고자 하는 삼성전자의 실천 프로그램입니다. 구주 총괄은 세계적인 환경 관련 기업인 National Geography와 2012년까지 장기 파트너십을 구축하여 유럽의 모든 국가에 Planet First 캠페인 운동을 벌임으로써 삼성전자의 고객을 포함한 모든 이해관계자의 환경에 대한 인식을 제고하고, 더욱 푸른 지구를 만들어 가는데 기여하고 있습니다.



Planet First 웹사이트 화면



Ⅰ 중국 Ⅰ

一心一村 농촌 지원

2005년 시작한 일심일촌 농촌 지원 활동은 중국 정부의 신농촌건설 정책에 부응하고 삼농문제(농업, 농촌, 농민)를 해결하기 위한 차원에서 진행되고 있는 삼성전자만의 특색 있는 사회공헌 활동입니다. 2009년 말 현재 중국 전역의 44개 삼성 현지법인이 46개 농촌마을과 자매 결연을 맺고 있으며, 임직원 33,000명이 연간 1,000여 회 활동에 참가하고 있습니다. 2005년부터 2007년까지 마을 소학교를 설립하고, 녹색 환경을 조성하는 등 교육을 지원하였으며, 2007년부터 2년 동안은 도로 포장, 가로등 설치, 공공화장실 건립 등 인프라 건설 위주의 활동을 전개했습니다. 2009년에는 수입 증가 프로그램 개발, 농촌 현지인의 경제 활동 지원 등을 본격화하여, 법인별로 마을 실정에 따라 채소원, 과수원, 목장을 조성하는 활동을 펼쳤습니다.



농촌 지원 활동

삼성 사랑의 빛 운동



백내장 수술 운동

삼성전자는 중국장애인협회와 함께 2007년부터 3년간 총 6,150명의 백내장 환자를 무료로 시술하였습니다. 특히, 2009년 한 해 동안 2,050명의 백내장 환자를 수술하였으며, 지원 비용

으로 275만 위안(약 4.5억 원)을 집행하였습니다. 활동 지역도 중국 삼성 사업장 소재지 인근(천진, 소주, 광둥)에서 저개발 지역인 계서, 숙주, 백색, 내몽고 지역까지 확대하고 있습니다. 2010년에는 수술 지원 규모를 2,050명 수준으로 유지하면서 백내장수술센터 및 맹인훈련 센터를 각각 5개씩 추가 설립할 계획입니다.

희망 소학교 건립

2008년 사천 대지진 발생 후 재해 복구 지원 차원으로 중국삼성은행은 중국 홍십자회와 협력하여 면양시와 광원시에 10개의 희망 소학교 건립을 추진하고 있습니다. 2009년 9월 준공식을 시작으로 면양시 염정현에 삼성 박애학교, 면양시 부성구에 삼성박애중학교를 각각 설립하고 있습니다.

청각 도우미견 훈련센터 건립

삼성전자는 북경시 순의구에 중국 최초의 청각 도우미견 훈련센터를 건립하고 있습니다. 2010년 상반기 준공 예정으로 2009년 11월 착공식을 가진 바 있습니다.



Ⅰ 중앙 아시아 Ⅰ

이란 - 심장병 어린이 의료 지원

심장 혈관과 관련된 질병은 이란 내 질병 사망의 두 번째 원인으로, 유소년층의 발병률이 지속적으로 증가하는 추세입니다. 삼성전자는 2009년 30명의 어린이에게 심장병 수술을 지원하는 등 2007년부터 122명의 심장병 어린이에게 수술을 받을 수 있도록 지원하였습니다. 특히, 2009년에는 과거 심장병 수술을 받은 어린이와 가족들을 Eid al-Adha 축제에 초대하였고, 삼성전자 현지 공장 방문 등의 기회를 제공하였습니다.



어린이 심장병 수술

파키스탄 - Samsung SOS Village Computer Facilities

저개발 지역을 중심으로 폐쇄된 공장을 컴퓨터 교실로 개조하여 첨단 교육을 지원하는 활동을 진행하고 있습니다. Dodhal 지역의 폐쇄된 공장을 활용하여 설립된 두 개의 컴퓨터 교실에서 수천 명의 지역 어린이들이 인터넷 교육을 받을 수 있게 하고 있습니다. 앞으로도 이 프로그램을 통하여 더 많은 소외된 지역의 어린이들이 도시 어린이들과 같은 수준의 교육을 받을 수 있도록 지속적인 활동을 펼쳐 나갈 계획입니다.



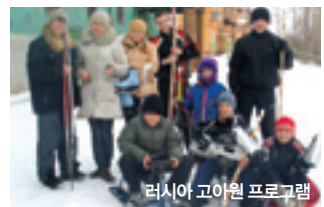
파키스탄 컴퓨터 교실



Ⅰ 러시아 Ⅰ

고아원 지원 프로그램 (Orphanage House Program)

CIS(러시아) 총괄은 2007년부터 현재까지 고아원 및 지방 소학교를 지원하는 자선 프로그램을 진행하고 있습니다. 프로그램 초기인 2007년 ~2008년에는 고아원 내 어린이 놀이 시설인 '삼성 Sports Parks'를 설립하였으며, 지방 소학교에 컴퓨터 교실 설립과 함께, 게임, 음악 시설을 지원하였습니다. 2008년 ~2009년에는 프로그램을 확대, 고아원 및 지방 소학교에 '삼성 Library'를 설립하여 다양한 서적을 제공함으로써 교육 수준을 향상시키는 데 주력하였습니다.



러시아 고아원 프로그램



I 서남 아시아 I

인도 - Samsung Hope Project



인도 IT교육 센터

서남아 총괄은 인도에서 문화, 교육, 스포츠, 사회 복지 등에 관한 종합적인 사회공헌 프로그램인 '삼성 희망 프로젝트(Samsung Hope Project)'를 2009년 본격적으로 추진하기 시작하였습니다.

그 일환으로 삼성전자는 인도 문화부와 공동으로 인도 국민에게 존경받는 대 문호인 라빈드라나트 타고르(Rabindranath Tagore)를 기리는 '타고르 문학상(Tagore Literature Award)'을 제정, 후원하기로 하고 MOU를 체결했습니다. 인도 내 8개 언어로 쓰여진 문학작품 중 인도 문학협회가 선정한 우수한 작품에 대해 타고르 탄생일인 매년 5월 7일에 시상할 예정입니다. 향후 삼성전자는 타고르 문학상을 인도 최고 권위의 문학상으로 육성해 나갈 계획입니다. 교육 분야에서는 인도 현지 NGO와 협력하여 삼성전자의 생산 시설이 있는 노이다와 첸나이 지역 고등학교 졸업생 취업 교육을 지원하고, 뭄바이 IT 교육센터를 건립하는 활동을 전개하고 있습니다. 체육 분야에서는 이미 매 올림픽 대회마다 인도 국가대표 선수단을 후원한 바 있으며, 향후 영연방(Commonwealth) 게임, 아시안 게임 등에 참가할 국가대표 선수단 육성을 위한 체육 꿈나무를 지속적으로 지원할 계획입니다.



I 동남 아시아 I

필리핀 - 임직원 자원봉사단



필리핀 임직원 헌혈 운동

삼성전자 동남아 총괄은 필리핀 적십자의 가장 큰 프로젝트인 헌혈 운동에 자발적으로 동참하고 있으며, 빈민가 개발 활동 지원, 고아원 물품 지원 등 100여 가지

의 봉사 활동에 참여하고 있습니다. 동남아 총괄의 이러한 지속적이고 폭넓은 활동의 한 성과로 지난해 필리핀 대통령으로부터 "The Outstanding Community Project"상을 수상하기도 하였습니다.

베트남 - A Heart to Hearts



베트남 심장병 의료 지원

삼성전자 베트남 법인에서는 2003년부터 현재까지 삼성의료원과 연계하여 저소득층 선천성 심장병 어린이들을 위한 의료지원 활동을 하고 있습니다. 현재 41명의 어린이가 심장병을 성공적으로 치료하였으며, 이 프로그램을 통하여 현지 지역과 유대감을 증대하는 등의 긍정적인 효과를 보고 있습니다.



I 아프리카 I

Samsung Real Dreams

삼성 Real Dreams는 국제 청소년 연합(YF, International Youth Foundation)과 파트너십을 맺고, 아프리카 지역의 젊은이들에게 교육의 기회를 제공함으로써, 이들이 글로벌 시대에 경쟁력 있는 인재로 성장할 수 있도록 돕는 중장기 사회공헌 프로그램입니다. 아프리카 총괄의 이집트, 케냐, 나이지리아 및 남아프리카 법인이 연계하여 직무 교육과 대학 교육의 혜택을 받지 못한 저소득층 젊은이를 대상으로 2009년 초부터 추진하고 있습니다. 프로그램 시행 첫 해인 2009년에는 약 4,700명의 젊은이들을 교육함으로써, 연간 목표인 4,465명을 초과 달성하였습니다. 이 프로그램을 통하여 아프리카 젊은이들이 지속적으로 직업 교육을 받을 수 있는 기회를 제공할 예정입니다.



Real Dream 수료식



Samsung Real Dreams는 저에게 꿈과 희망, 그리고 새로운 세상에 눈을 뜰 수 있도록 도와주었습니다.

Real Dreams 졸업자
Isaac Kinyanjui

기근과 굶주림, 미래에 대한 불확실성과 대량 실업, 그리고 범죄와의 전쟁. 어려운 환경에서 자라온 저에게 Samsung Real Dreams는 큰 행운이자 엄청난 기회였습니다. 제 이름은 Isaac Kinyanjui입니다. 케냐에 살고 있고, 할머니와 형, 그리고 여동생과 지내고 있죠. 항상 웃으려 노력하지만 제가 자라온 불우한 환경과 사회의 주류에서 벗어난 주변 여건으로 인해 그 웃음 뒤에는 더 큰 슬픔이 항상 존재했습니다. Samsung Real Dreams의 프로그램 중 제가 혜택 받은 것은 Nairo Bits라는 프로그램으로, 주로 제 나이 또래(17~25살)의 청년들을 대상으로 웹디자인, 정보통신 기술, 멀티미디어, 기업경영 등의 교육을 받았습니다. 또한, 더욱 보람 있는 것은, 함께 공부하는 500여 명의 동기들과 함께 한 사회봉사 활동입니다. 저보다도 더 어렵고 혜택 받지 못한 사람들을 도와줌으로써 베푸는 법도 배웠으니까요. 제가 흥미를 갖고 잘 할 수 있는 일을 찾아낸 것이 가장 큰 수확입니다. 웹디자인을 통해 다양한 웹사이트를 만들었고, 앞으로도 열심히 할 계획입니다. Samsung Real Dreams는 저의 잠재력을 이끌어 낼 수 있는 기회였고, 받은 교육들을 통해서 앞으로 어떻게 살아가야 할 것인가에 대한 해답을 얻는 기회였다고 생각합니다. 저에게 이러한 기회를 제공해 준 관계자분들께 감사의 말씀을 드립니다.

[국내]

삼성전자는 국내 사회공헌 활동으로 청소년 미래 지원 및 저소득층 자녀 지원 활동 등을 중점 운영 프로그램으로 선정하여 지속적으로 추진하고 있습니다. 또한, 업의 개념을 반영하여 삼성전자만의 특성 있는 공익사업을 다양하게 펼치고 있으며, 주요 이해관계자와 파트너십을 형성하여 지역 사회에 도움을 줄 수 있는 사회공헌 프로그램을 운영하고 있습니다.

Ⅰ 청소년 미래 지원 및 저소득층 자녀 지원 Ⅰ

삼성전자는 청소년 미래 지원 활동 및 저소득층 어린이들을 위한 지원 활동을 대표 공헌 활동으로 정하여 '창의력 올림피아드 대회', '학생과학 탐구 올림픽 대회', '초록 동요제', 그리고 청소년 대상 '과학 및 경제교육' 등 학술교육 분야를 후원하는 활동과 장애가정 대학생들의 장학 사업인 '디딤돌장학회 운영' 등의 활동을 중점적으로 전개하고 있습니다. 또한, 저소득층 아동·청소년을 대상으로 삶의 질을 높이고, 학습 기본권을 보장함으로써 건전한 가치관을 형성하도록 '지역아동센터(공부방) 어린이 지원 활동'을 펼치고 있습니다.

청소년 미래 지원 활동 - 디딤돌 장학회

삼성전자 임직원들은 매월 급여의 일부를 기부하고 있습니다. 이 후원금으로 이루어지는 다양한 지역사회 지원 활동 가운데 하나가 디딤돌 장학사업입니다. 1997년 시작된 디딤돌 장학사업을 통해 본인 또는 가족이 장애인인 장애가정 대학생들을 대상으로 매년 약 10명을 선발하여 장학금을 지원하고 있습니다. 그동안 140여 명의 대학생들을 선발하여 장학금을 지원하였으며, 2009년에도 18명의 장학생을 선발하였습니다.



디딤돌 장학회 수여식

2009년 장학금 전달식에는 한국의 스티븐 호킹 박사로도 유명한 서울대학교 지구환경과학부 이상묵 교수의 초청 강연을 통해 장학생들을 격려하는 특별한 시간을 가졌습니다. 또한, 전달식이 끝

나고 열린 장학생들을 위한 캠프는 비슷한 환경을 가진 대학생들이 서로의 애로점을 얘기하고, 선배 장학생들의 지도와 격려를 통해 대학생활을 밝고 건강하게 할 수 있는 방법을 나누는 자리가 되었습니다.

저소득층 자녀 지원 활동 - 지역아동센터(공부방) 어린이 지원

지역사회 저소득가정 어린이 및 청소년들이 이용하는 전국 총 88개 지역아동센터에서 삼성전자 임직원들은 지역아동센터를 이용하는 어린이들을 대상으로 외국어 교육 및 과학 교육, 경제 교육 등의 봉사 활동을 펼치고 있습니다. 특히, R&D 인력이 중심이 된 과학 교육 봉사팀은 에어로켓, 정전기모터 등 생활 속 과학적 원리를 이용하여 재미있고 신기한 과학 체험의 장을 제공하기 위해 지역아동센터 어린이들을 방문, 미래 과학자로서의 꿈을 키우고 성장할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 앞으로 과학교실 봉사 팀원들은 활동 지역을 넓혀 도서벽지의 청소년들에게까지도 과학 교육의 기회를 제공할 예정입니다.



지역아동센터 공부방



I 업의 개념과 연계한 전략적 사회공헌 I

삼성전자는 회사를 대표하는 제품과 연계한 사회공헌 활동을 실시하고 있습니다. 모바일 폰(귀 질환), LCD(눈 질환), 반도체(뇌 질환) 등의 대표 생산 제품과 연계하여 청각장애인 대상 '인공와우 수술 지원 및 청각 도우미견 분양', 시각장애인 대상 '시각장애인 컴퓨터교실 운영', 뇌질환 치매노인들을 위한 '치매예방센터 운영 지원' 등의 프로그램을 운영하고 있습니다.

인공와우 수술 지원 및 청각 도우미견 분양 - 무선사업부

인공와우 수술은 청각 신경을 자극하는 장치(인공와우)를 귀에 있는 달팽이관에 이식하는 수술로, 저소득 청각장애 어린이를 대상으로 이루어지고 있는 활동입니다. 2007년부터 삼성서울병원과 함께 매년 30여 명의 청각장애 어린이들을 대상으로 수술 전 검사, 보청기 제공, 인공와우 수술, 언어 재활 치료까지 약 3~4년의 전 과정을 지원하고 있습니다. 현재까지 총 106명이 수술을 받고 재활 치료에 임하고 있습니다. 또한, 청각장애인에게 일상 생활의 다양한 '소리'를 알려주는 장애인 보조견인 청각 도우미견 분양 사업을 2002년부터 실시하여 현재까지 총 62두의 청각 도우미견을 분양하였으며, 2006년부터는 중국까지 분양을 확대하여 중국내 삼성Anycom 청각도우미견센터 건립을 지원하고 있습니다. 향후 운영 노하우 및 훈련 기술을 해외에 전파할 예정입니다.



시각장애인 컴퓨터교실 운영 - LCD 사업부

1997년 개설된 시각장애인 컴퓨터교실을 활성화하고자 2002년 '애니컴 사이트(<http://anycom.samsunglove.co.kr>)'를 오픈하여 기존의 집합 교육을 온라인 교육 중심으로 전환하였습니다. 현재 엑셀, 검색 엔진 활용법 등 73개의 컴퓨터 교과목을 개설해 전액 무상으로 운영하고 있으며, 전화를 통한 상담과 교육도 실시하고 있습니다. 애니컴은 미국, 일본 등 해외 거주자를 포함해 컴퓨터를 활용하는 다수의 시각장애인이 활용하고 있으며, 복지관 및 관련 단체들도 이용하고 있습니다.

한편, 매년 시각장애인을 대상으로 개최되는 컴퓨터 경진대회인 삼성 애니컴 페스티벌에 많은 시각장애인이 참여하고 있습니다. '삼성 애니컴 페스티벌 2009'에는 전국 7개 맹학교에서 선발된 중고생 77명이 참여하였습니다. 삼성전자는 향후에도 지속적인 지원을 통해 시각장애인에게 다양한 컴퓨터 활용 기회를 제공할 예정입니다.



시각장애인 컴퓨터 경진대회



치매예방센터 운영 - 반도체 사업부

'메모리 반도체' 업의 특성을 살려 2007년부터 뇌질환 후원 사업의 일환으로 용인시와 함께 용인치매예방관리센터를 설립하고, 운영을 지원하고 있습니다. 치매예방관리센터에서는 '치매 없는 용인'을 목표로 치매 예방, 평가 및 관리를 담당하는 지역 사회 치매통합관리시스템을 구축하기 위해 정보 제공 및 교육, 치매 위험 평가, 발병 및 진행 예방 프로그램의 개발·보급, 지역 사회 치매 자원 통합 등의 사업을 수행하고 있습니다.

특히, 일반시민 대상 캠페인을 통해 치매에 대한 지역사회의 관심을 유도하고자 노력하고 있습니다. 2009년 말 현재 102회의 치매 강좌에 연인원 5천여 명이 교육을 받았으며, 500여 명이 참석한 건강 두뇌 워크숍, 연인원 7천 5백여 명을 대상으로 실시한 위험도 검진 등 다양한 활동을 진행하였습니다.



치매예방센터 프로그램

Ⅰ 지역사회 연계 사회공헌 Ⅰ

삼성전자는 지역사회와 함께 발전하는 기업이 되기 위해 노력하고 있습니다. 이에 지역사회 문제에 관심을 갖고 이를 해결하고자 지역사회 NGO 등 주요 이해관계자와 파트너십을 구축하여 다양한 활동을 수행하고 있습니다. 특히, 임직원들은 자신이 속한 지역사회에서 다양한 봉사 활동에 참여하면서 지역시민으로서의 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다.



● 대한적십자사 서울지사와 함께하는 사랑의 도시락 나누기 ●

서울지역 임직원들은 혼자 사는 노인들이나 저소득 장애가정 등을 대상으로 '사랑의 도시락 나누기' 활동을 펼치고 있습니다. 이를 위해 매월 후원금 모금과 사랑의 저금통 캠페인을 통해 기금을 마련하고 있습니다. 또한, 설날과 추석, 연말 등에는 적십자 봉사원들과 함께 임직원 봉사팀들이 도시락 만들기 봉사 활동에 참여하여 만든 송편, 만두 등을 어려운 이웃들에게 전달하고 있습니다. 2009년에는 3천만원의 후원금을 모금하여 전달하였습니다.



● 벽화봉사 활동 및 크리스마스 트리 만들기 ●

삼성전자 서울지역 제품 디자인 직군에 속한 임직원들은 자신들의 특기를 살린 봉사 활동으로 사회복지 시설의 벽화를 그려주는 봉사 활동과 매년 크리스마스에 크리스마스 트리를 장식하는 봉사 활동을 통해 소외된 이웃들에게 사랑을 전달하고 있습니다. 2009년 12월에는 서울 강남구 개포동에 위치한 '강남보육원'에서 임직원들이 직접 만든 크리스마스 장식을 달아주는 봉사 활동을 펼친 바 있습니다.



● 지역사회 사랑의 김장 나누기 ●

매년 겨울철 지역사회 저소득층 주민들을 위한 김장 나누기 자원봉사 활동을 펼치고 있습니다. 2009년에는 11월 16일부터 12월 3일까지를 김장나누기 주간으로 정하고 어려운 이웃들에게 김치를 전달하며 사랑을 실천하였습니다. 각 사업장별로 임직원과 지역사회 지자체, 사회복지시설들이 지역 내 소외 받고 어려운 이웃 8,687가정, 사회복지단체 280개 시설에 직접 담근 김장김치 117톤(5만 8천여 포기)을 전달했습니다.



● 지역사회 저소득층 자립 지원 활동 ●

삼성전자는 일회성 후원이 아닌 지속적인 관심과 지원을 통해 자립할 수 있는 기반을 마련해 주는 것에 중점을 두고 지역사회 봉사 활동을 전개하고 있습니다. 그 대표적인 프로그램이 탕정 자원봉사센터의 '사랑의 세탁공장' 프로그램과 온양 자원봉사센터의 '꿈꾸는 나무'입니다.

'사랑의 세탁공장' 프로그램은 지역 내 저소득 노인 일자리 창출 사업으로 사내 헬스 클럽에서 사용한 운동복을 10여 명의 어르신이 맡아서 세탁하는 프로그램입니다. 저소득층 노인들에게 안정적인 수입을 보장하고 지속적인 사업을 진행할 수 있도록 하는 생산적 복지 프로그램으로 지역 내에서 많은 호응을 얻고 있습니다.

'꿈꾸는 나무'는 장애인보호작업장으로 직업 능력이 낮은 장애인에게 직업훈련 및 제과·제빵 일거리를 제공하여 안정적인 수입 기반을 마련해 주고 있습니다. 현재 18명의 장애인들이 제과·제빵 기술을 배우고 있으며, 온양사업장의 임직원들이 참여하여 봉사하고 있습니다. 특히, 이곳에서 만든 빵은 지역 공부방 아이들의 간식으로 지원되며, 크리스마스에는 여기서 만든 케이크 400여 개를 임직원들이 구매하여 장애인의 활동을 지원하였습니다.



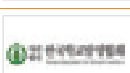
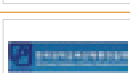
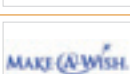
● 사랑과 웃음을 싣고 달리는 쇼밥 119 ●

2009년 출범한 구미자원봉사센터의 사랑나눔 봉사팀은 웃음을 제공하는 즐거운 자원봉사 프로그램의 일환으로 식사 제공과 쇼(공연)를 결합한 '사랑과 웃음을 싣고 달리는 쇼밥 119' 프로그램을 진행하고 있습니다. 사랑나눔 봉사팀은 매주 사랑의 밥치를 이끌고 지역의 어려운 이웃에게 찾아가 식사를 제공하는 것은 물론, 임직원들의 장기를 이용한 마술, 노래 등의 공연과 네일아트, 풍선아트 등의 체험 활동을 통해 즐거운 이벤트를 제공하고 있습니다.

I 파트너십 사회공헌 강화 I

삼성전자는 지역사회의 니즈를 파악하고 지역사회 문제에 공동 대처하기 위해 NGO 등 지역사회 주요 이해관계자와 파트너십을 구축하여 다양한 사회공헌 활동을 공동으로 수행하고 있습니다.

• 국내외 공익사업 파트너십 주요 기관 List

청소년 비만 방지 프로그램		유럽올림픽위원회	장애가정 대학생 장학사업, 새내기 사회복지상		한국사회복지협의회
유방암 예방 캠페인		Pink Ribbon 관련 단체	사랑의 도시락 배달, 헌혈캠페인, 지역사회 자원		적십자사
Four Seasons of Hope		Magic Johnson Foundation	지역사회 자원 활동		경기도 자원봉사협의회
		Arnold Palmer Hospital for Children	청소년 환경 체험 교실		그린헤밀리운동연합
		The Boomer Esalson Foundation	조류보호 지원		한국조류보호협회
		Joe Torre Safe At Home Foundation	동요보급운동		서울YMCA
저개발국가 교육훈련		St. Vincent Catholic Medical Center	전국 학생 창의력 올림피아드 개최		한국학교발명협회
		유네스코 한국위원회	전국 학생 과학탐구 올림픽대회 후원		한국과학교육단체협회
베트남 학술 지원		국제교류재단	희귀병 어린이 지원		한국 Make a Wish 재단
Samsung Real Dreams		IYF(International Youth Foundation)	재개발국가 교육 후원		월드비전





협력사 상생

점차 치열해지는 경쟁에서 살아남기 위해서 '혼자'가 아닌 '함께'라는 문화를 만들어 가는 것이 매우 중요합니다. 팀워크는 기업의 임직원들 사이에서만 발생하는 것이 아니라 협력업체와의 관계에서도 필수 요소입니다. 협력업체와 더불어 지속가능한 발전을 이루는 것이 삼성전자가 지향하는 상생의 목표입니다.

삼성전자는 재무적 지원뿐만 아니라 교육 및 기술 지원, 경영 자문을 통해 협력업체의 경쟁력을 향상시키는 데 주력하고 있습니다. 또한, 협력업체의 사회적, 환경적 책임에 대한 의식을 제고하기 위하여 CSR 체제 구축을 지원하고 있습니다.

삼성전자는 앞으로도 진정한 동반 성장의 의미를 되새기며, 협력회사와 상생할 수 있는 제도를 구축하는 등 다양한 상생 활동을 전개해 나갈 것입니다.

Global Harmony with People,
Society and Environment

존경받고 사랑받는
글로벌 기업으로 도약

창조

혁신

변화

인재경영

- 인재제일 실현
- 일과 삶의 조화

정도경영

- 기업윤리 준수
- 공정거래 문화 정착
- 지적 재산 보호

녹색경영

- 기후변화 대응 선도
- 친환경제품 개발 강화
- 글로벌 친환경 사업장 구현
- 그린 커뮤니티 케이션 강화

사회공헌

- 더불어 행복한 사회추구
- 글로벌 공익사업 파트너십 구축

협력사 상생

- 글로벌 경쟁력 확보
- WIN³ 파트너십 강화

제품 서비스

- 고객감동 서비스 혁신
- 고객 신뢰 경영 구축

Business Vision과 Vision for Society의 조화

● 목차 ●

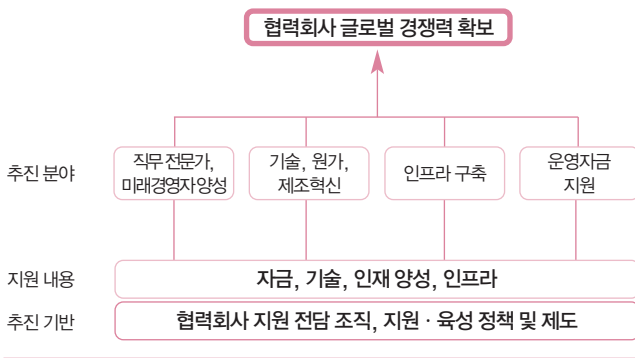
- 글로벌 경쟁력 확보
 - 협력회사 인재 양성 지원
 - 협력회사 혁신활동 지원
 - 협력회사 인프라 구축 지원
 - 협력회사 자금 지원
- Win³ 파트너십 강화
 - 협력회사 CSR 지원
 - 상호 신뢰문화 구축
 - 공정한 협력회사 구매 정책

● 2009년 주요 실적 ●

- 협력회사 인재 양성 교육 지원 5,800명
- 협력회사 혁신과제 지원 476건
- 협력회사 CSR 행동강령 준수 동의서 등록 542개사
- 협력회사 CSR 자가평가 실시 356개사

협력회사의 경쟁력이 당사의 경쟁력에 큰 영향을 미칩니다. 이에 삼성전자는 협력회사 경쟁력 제고를 위한 회사 차원의 지원 체계를 구축하여 자금 및 기술 지원은 물론, 인재 양성, 인프라 구축 등과 관련된 지원 활동을 펼치고 있습니다.

• 협력회사 지원 체계도



• 교육지원 프로세스



I 협력회사 인재 양성 지원 I

협력회사 임직원 역량 향상을 위한 교육 과정 제공

삼성전자는 협력회사 경영자 및 임직원의 업무 역량 향상을 위해 사내 전문가 및 외부 전문가를 활용하여 다양한 교육 프로그램을 지원하고 있습니다.

협력사 VOC 수렴을 통해 2009년에는 중복 과정을 폐지하고, 인사/구매/재무실무/영업 등 12개 과정을 신설하는 등 교육 체계를 재정립 하였으며, 총 45개 과정을 운영하여 협력회사 인력 5,800명을 교육 하였습니다. 특히, 협력사 CEO의 경영역량을 제고하고자 CEO 세미나를 개최하여, 국내외 경영환경과 선진 트렌드에 대한 정보를 제공 하였습니다.

2009년에는 협력회사 차세대 CEO 양성을 위해 진행하고 있는 '미래 경영자' 과정의 개선을 통해 더 많은 협력회사가 참여할 수 있도록 하였 으며, 인턴 인력 13명을 선발하여 3주 동안 삼성전자의 경영철학, 혁신 활동, 경영관리 등을 체험하게 하였습니다. 한편, 해외 협력회사 제조 인력의 역량을 강화하기 위해서 2008년 말부터 중국 천진에서 진행 하던 상생혁신학교를 소주 및 해주 지역까지 확대하였습니다.

• 교육과정 현황

(단위: 개)

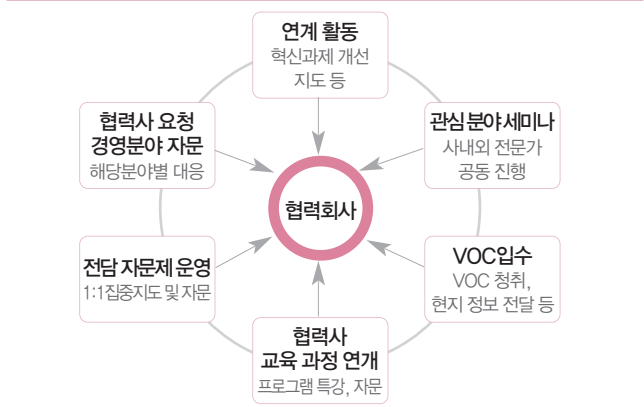
	2008년	2009년	증감
경영관리	1	13	+12
전문기술	10	16	+6
현장관리	10	8	-2
혁신기법	12	8	-4
계	33	45	+12

※ 33개 → 45개(통합 7, 편입 4, 신규 15)

삼성전자 임원 경영 자문 지원

삼성전자는 협력회사의 경영관리 수준을 향상시키고 동반 성장을 위해 다각적인 지원체제를 마련하여 시행하고 있습니다. 그 일환으로 2009년 부터 10명의 전문 임원으로 '경영자문단'을 구성하여, 협력회사의 제조, 기술 분야뿐만 아니라 경영관리, 경영혁신 분야에 대한 자문 활동을 통해 협력회사의 경영 역량과 경쟁력을 확보해 나가고 있습니다. 2009년 에는 협력회사 대표이사 및 경영층을 대상으로 인사, 기획, 재무, 글로벌 운영 등 4개 분야에 대해 매월 교류회 및 세미나를 진행하였으며, 480회에 걸쳐 협력회사를 직접 방문하여 혁신과제에 대해 지도하는 등 경영 전반에 대한 자문 활동을 전개하였습니다. 2010년 들어 '전담 자문제'라는 제도를 도입하였습니다. 이 제도는 희망 협력회사를 대상으로 경영자문단의 각 위원이 1~2개 협력회사의 혁신 활동을 집중적으로 지도하며, 경영관리 분야에 대한 자문 및 선진기업의 경영 노하우를 전파하는 제도입니다.

• 경영자문단 협력회사 지원체계



I 협력회사 혁신 활동 지원 I

신제품 개발 및 신기술 확보가 원활히 이루어질 수 있도록 기술 혁신, 원가 혁신, 제조 혁신 등 3대 분야를 중점적으로 지원하여 협력회사의 개발 및 공급관리 역량을 제고하고 있습니다.

기술 혁신

2009년에는 창조적이고 혁신적인 기술을 보유한 협력회사에 대해 신규 비즈니스 창출 기회를 제공하고자 Open Innovation 체제를 도입하고, 핵심 기술을 보유한 협력회사 25개사를 선정하여 혁신기술기업협의회(혁기회)를 구성하였습니다. 혁기회는 S/W, 설비, 부품, 소재, 칩 설계 등 5개 분야에서 총 38건의 프로젝트를 진행하였으며, 이 가운데 개발 완료된 프로젝트는 삼성전자의 신제품에 적용하였습니다. 향후 중장기 기반기술 중심의 과제를 발굴하여 헬스케어, 태양전지 등 차세대 성장 사업 분야로 확대해 나갈 계획입니다.



또한, 해외 선진 기술 트렌드를 파악하고 협력회사 기술 경쟁력을 향상하기 위해 5회에 걸쳐 유럽 및 일본업체의 회로와 기구분야 27개 기술에 대한 세미나를 개최하였으며, 기구 외관과 관련하여 유럽의 4개 업체를 방문하는 총 6회(벤치마킹 1회 포함)의 선진기술 교류회 활동을 지원하였습니다. 이를 통해 진공성형기 등 설비 도입 3건, 정밀사출 기술 등 응용 개발 5건 등 총 8건의 기술을 도입하였습니다.

• 기술 교류 주요 내용

회로 분야	기구 분야
• 신개념 칩 장착기 및 3D 실장 기술 • 부품 내장 모듈 기판 기술 등 • 초박형 기판에 대한 친환경 소재	• 특수 필름, 진공 성형 • 나무질감 특수 코팅 기술 • 금형 무방전 가공, 정밀사출 기술 등

원가 혁신

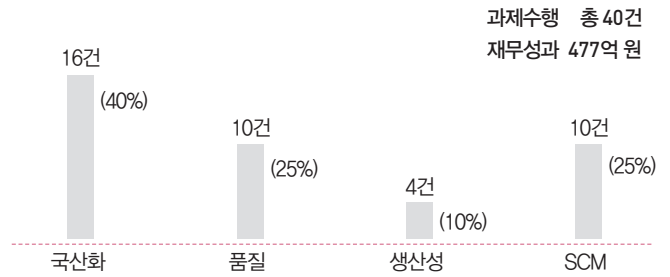
삼성전자는 개발 부서 담당자, GVE, 6시그마 부문 외부 전문가 등 모두 23명의 컨설턴트를 통하여 협력회사 원가절감 프로젝트를 지원하였습니다. 2009년 협력회사들은 재질 변경, 구조 변경, 공법 개선, 국산화 등

총 135건의 과제 수행을 통해 1,237억 원의 재무 성과를 창출하였습니다. 당사는 2010년에도 110건의 과제를 지원할 계획입니다.

• GVE 과제



• 6시그마 과제



제조 혁신

협력회사의 품질 및 제조 경쟁력 향상을 위해 삼성전자는 제조 혁신 담당자와 외부 컨설턴트 27명을 제조혁신 프로젝트 지원 인력으로 선정, 협력회사의 개선 프로젝트를 지원하였습니다. 2009년 TPM(설비관리) 과제와 기술, 생산, 품질, 납기, 원가 등 총 303건의 프로젝트를 지원하였으며, 2010년에는 315건의 과제에 대해 지원할 계획입니다.

• 2009년 제조 혁신 추진 현황

(단위: 건)

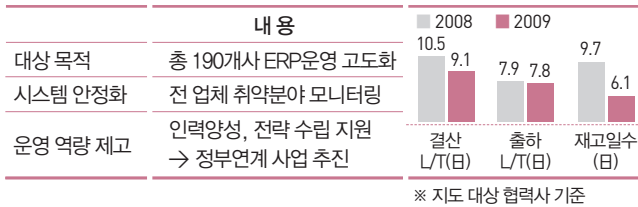
	테마 개선	TPM	종합 제조 경쟁력
해외	30	15	8
국내	240	-	10
계	270	15	18

I 협력회사 인프라 구축 지원 I

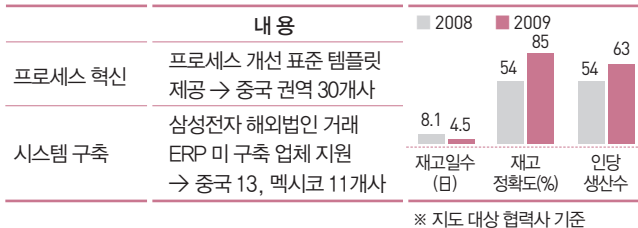
협력회사의 ERP 구축 및 업무 프로세스 개선을 통하여 협력회사의 경영관리 능력을 향상시켰으며, 삼성전자와 국내의 협력회사 간 SCM (Supply Chain Management) 연계를 통해 협업체제를 강화하였습니다. 국내 협력회사의 경우, 2004년부터 ERP 구축을 추진하여, 구축 완료된 협력회사를 대상으로 ERP 활용 수준 점검 및 취약 부문 개선 활동을 실시하고 있습니다.

그 밖에도 협력회사 간 SCM 연계 네트워크 구축, 시스템 고도화, 전산 전문인력 양성 등의 지원 활동을 전개하고 있습니다. 한편, 해외 협력회사의 경우, 현장의 운영 불합리·비효율 부분을 개선하기 위하여 수주에서 출하까지 업무별 표준 프로세스 템플릿을 제공하고 현장 지도를 실시하고 있으며, 협력회사에 최적화된 프로세스가 체질화될 수 있도록 삼성전사에서 개발한 ERP시스템 솔루션을 제공하는 한편, 운영 안정화를 위한 지원 활동을 펼치고 있습니다.

• 국내 운영 수준



• 해외 운영 수준



협력회사 환경안전 지원

2009년에는 총 120개의 해외 협력회사를 대상으로 환경안전 지도를 통해 잠재 위험요소 4,428건을 발굴하였으며, 이를 단계별로 나눠 2,039건의 과제에 대해서는 개선을 완료하였으며, 그 외 과제는 개선을 추진하고 있습니다. 2010년에는 국내 40개사, 해외 136개사 등 모두 176개사를 대상으로 환경안전 부문을 집중 점검하여, 안전사고를 사전에 예방해 나갈 계획입니다.

I 협력회사 자금 지원 I

삼성전자는 협력회사가 제조, 기술, 프로세스 등 경쟁력을 확보하는 데 도움을 주고자 생산성 향상을 위한 신규 설비투자 자금, 기술 개발 자금, 전사 자원관리시스템(Enterprise Resource Planning) 구축을 위한 시스템 비용 등을 지원하고 있습니다. 특히, 2009년 글로벌 금융 위기를 맞아 협력회사가 긴급 운영자금을 필요로 할 경우 구매 대금을 현금으로 조기 지급하였으며, 추석과 설날 등 자금 수요가 많은 기간에는 대금을 먼저 지급함으로써 협력회사의 현금흐름 개선에 기여하였습니다.

또한, 상생보증 프로그램 및 네트워크론 등 정부 및 금융권 연계 프로그램을 통해 운전자금 및 기술 개발 비용을 지원하고 있습니다. 특히, 2009년에는 정부에서 주관하는 상생 및 기술협력 펀드에 참여, 기금을 출연함으로써 협력회사가 기술 개발에 박차를 가할 수 있도록 도왔습니다. 향후, 삼성전자는 협력회사에 지속적인 자금 지원을 통해 협력회사의 글로벌 종합 경쟁력 제고를 지원하고 또한 경영 안정화를 도모할 수 있도록 지원할 것입니다.

• 협력회사 자금 지원 현황

(단위: 억 원)

	2007년	2008년	2009년	비고
자금 대여	504	807	803	설비투자, 시스템 구축, 개발자금 등
비용 지원	914	586	284	현장 지도, 교육, 선진기술교류회 등
계	1,418	1,393	1,087	3년간 누계 총 3,898억 원

※ 정부 및 금융권 등 대외 연계 지원: '07~'09년 누계 총 3,000억 원 이상 협력회사 기술 지원

Interview
다

향후에도 협력회사의 VOC에 귀를 기울여서
상호 동반 성장할 수 있는 기회를 마련해 주시기 바랍니다.

2000년 5월 천진 법인과 부품 거래를 시작으로 삼성과 인연을 맺은 후 10여 년 동안 꾸준히 거래해 오면서 삼성과 함께 지속 성장하였습니다. 삼성으로부터 상생혁신 교육 과정을 지원 받고, 선진 생산 방식을 도입하는 등 많은 도움을 받았으며, 이를 계기로 혁신 활동을 시작하게 되었습니다.

설비에 대한 막대한 자금 필요, 기술 인력의 부재, 종업원 인식 제고의 필요성 등이 혁신 활동을 하게 된 계기였습니다. 급변 삼성전자의 제조 경

쟁력 강화를 위한 지원 활동은 신규 설비 투자 없이 소프트웨어적으로 생산 현장을 업그레이드 함으로써, 매출 성장에 큰 도움이 되었습니다. 급변하는 시대에 로컬 회사임에도 불구하고 삼성의 협력사 지원 정책을 통해 많은 도움을 받았고, 특히, 회사가 지속적으로 혁신하고 개선해 나가는 방법을 배우게 되어 고맙게 생각합니다. 향후에도 협력회사의 VOC에 귀를 기울여서 상호 동반 성장할 수 있는 기회를 마련하기 위해 지속적인 관심을 기울여 주시길 부탁드립니다.

화륜 플라스틱
리닝 부총경리

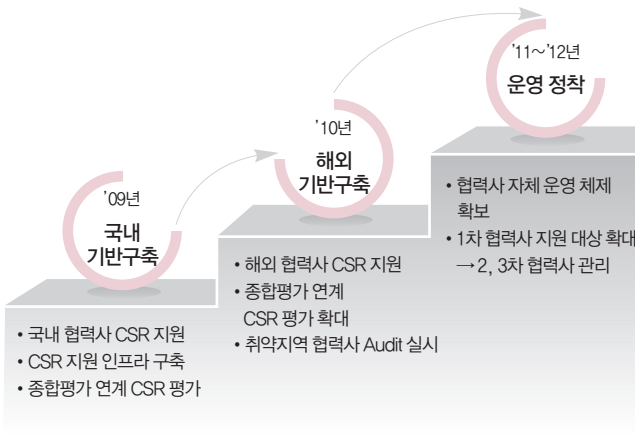


*Win³는 삼성전자 및 협력회사와의 상생을 통해 상호경쟁력을 향상시키는 물론 더 나아가 지역사회 발전에도 기여하는 것을 의미합니다.

I 협력회사 CSR 지원 I

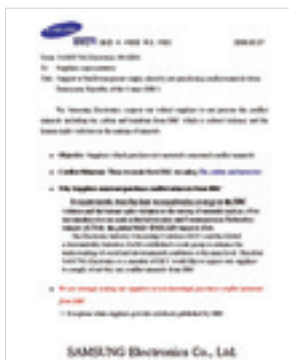
삼성전자는 협력회사가 글로벌 경쟁력을 확보할 수 있도록 지원할 뿐만 아니라, 글로벌 경쟁에서 지속 성장할 수 있는 지속가능경영 체계를 구축할 수 있도록 지원하고 있습니다.

• 협력회사 CSR 지원 추진 로드맵



EICC에 기반한 협력회사 CSR 체계 구축

삼성전자는 2004년 글로벌 전자업체들에 의해 출범한 CSR 협의체인 EICC(Electronic Industry Citizenship Coalition)에 2007년 정회원(Full member)으로 가입하여 정기 회의 및 분과 회의에 적극적으로 참여하고 있습니다. 또한 삼성전자는 EICC 글로벌 가이드라인을 기반으로 협력회사 CSR 체계를 구축하여 대외 신뢰성을 제고해 나가고 있습니다.



특히, 아동노동 등 인권 착취 문제가 대두된 콩고산 광물질 사용금지에 대해서는, EICC 특별 분과에 가입하여 회원사들과 공동으로 대응하고 있습니다. 또한, 삼성전자는 이에 앞서 콩고산 콜탄(Coltan) 광물에 대해서는 당사 및 협력사를 포함하여 사용을 금지하는 정책을 웹사이트*를 통해 공시하였으며, 반도체 협력회사를 대상으로는 콜탄뿐만 아니라 주석(Tin)과 탄탈륨(Tantalum)도 사용하지 않도록 권고하여 글로벌 인권 문제 해결에 동참하고 있습니다.

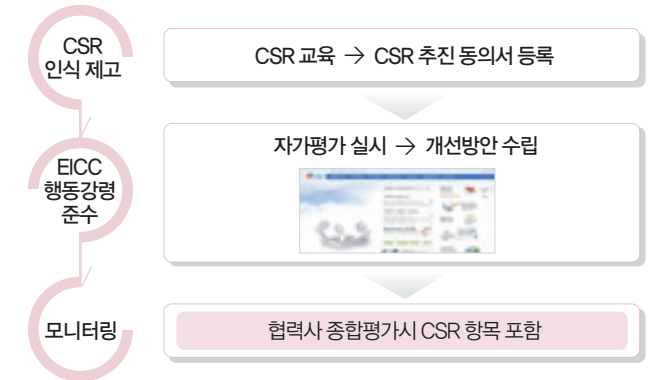
* http://www.samsung.com/us/aboutsamsung/corpcitizenship/environmentalsocialreport/environmentalsocialreport_PolicyOnColtan.html

삼성전자와 협력회사는 앞으로도 EICC와 공동으로 공급망상에서의 사회적 책임을 다할 수 있도록 노력할 계획입니다.

교육 지원을 통한 협력회사 CSR 의식 제고

CSR 인식제고를 위해 2008년에 이어 2009년에도 협력사 CEO 및 임원을 대상으로 '기업의 사회적 책임 및 역할'에 대한 주제로 세미나 2회를 개최하였습니다. 또한 실무 담당자를 대상으로는 CSR 추진 배경 및 필요성, 특히 EICC 행동강령 준수 여부를 파악하기 위해 자가 평가 실시 방법론 습득을 목적으로 교육과정을 개설하였으며, 506개 국내 협력회사가 교육에 참여하였습니다.

• 협력회사 CSR 지원 체계



협력회사 CSR 지원 인프라 구축

삼성전자는 인권, 노동, 보건 안전 등으로 구성된 EICC 행동강령을 협력회사가 자율적으로 이행하겠다는 '준수 동의서'를 받고 있습니다. 또한, 협력회사 스스로 CSR의 현 수준을 진단하고 취약 부분을 개선할 수 있도록 '자가평가 시스템'을 한국어, 영어, 중국어 3개국어 버전으로 개발하여 글로벌 협력회사가 지속가능경영 기반을 구축하는 데 도움을 주고 있습니다.

협력사 CSR 종합평가 실행 및 모니터링 실시

2009년에는 542개 협력회사가 '준수 동의서'를 제출하였으며, 356개 협력회사는 매년 1회 실시하는 EICC 기준 자가평가 결과를 삼성전자 상생포털 내 협력회사 CSR 지원 시스템을 통하여 제출하였습니다.

삼성전자는 매년 협력회사를 대상으로 실시하는 '정기 종합 평가'에 CSR항목을 포함하여 협력회사의 CSR 활동을 모니터링하고 있습니다. 또한, 협력회사 367개사를 직접 방문하여 주요 CSR 항목의 실제적인 이행 여부를 현장에서 평가하여 종합 평가 결과 우수업체에 인센티브를 부여함으로써 협력사의 CSR 이행을 촉진하고 있습니다.

2010년 계획

2010년 국내 협력회사 지원은 신규 협력회사 중심으로 실시할 예정이며, 해외 협력회사 지원은 CSR 이슈가 집중되는 중국 등 아시아 지역 중심으로 추진할 예정입니다.

I 상호 신뢰문화 구축 I

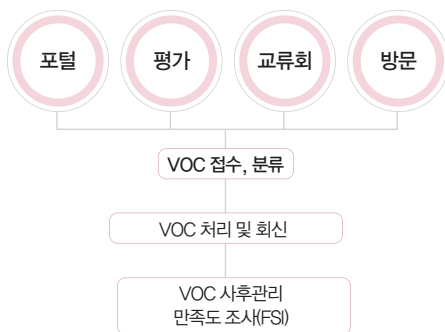
협력회사의 의견을 수렴하여 경영에 반영함으로써 신뢰를 기반으로 하는 상생을 이루어 가고자, 2008년 6월 상생협력팀 산하에 협력회사의 VOC(Voice of Customer)를 전달하는 조직을 신설하여 운영하고 있습니다. 또한, FSI(Family Satisfaction Index)를 개발하여 매년 협력회사 만족도를 조사하고 있습니다.

협력회사 VOC(Voice Of Customer) 상시 모니터링

협력회사의 불만, 요청, 제안, 질문 등 다양한 VOC의 체계적인 수집 및 해결을 위하여 VOC 처리시스템을 개발하여 운영하고 있습니다. 협력회사는 물론 일반인도 이 시스템에 접속하여 삼성전자와 협력회사와의 거래 관계에서 발생한 불편 사항, 개선이 필요한 사항을 등록할 수 있습니다. 또한, VOC 전용 전화(080-200-3300)와 이메일(ssvoc@samsung.com) 등 다양한 창구를 통해 협력회사의 목소리를 청취하여 처리하고 있습니다.

이렇게 접수되는 VOC와는 별도로 협력회사의 경영 현황을 수시로 파악하고 불만 요소를 사전에 감지하기 위하여 당사 임직원의 협력회사 방문 시 협력회사의 현장에서 제기되는 경영 자문, 기술 지도, 업무 협의 등 다양한 요구를 취합하여 관련 정책 수립에 반영될 수 있도록 당사 관련 부서에 피드백하고 있습니다.

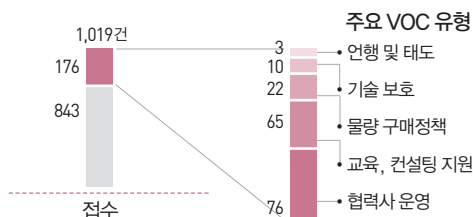
• VOC 처리 Process



• VOC 해결 현황

• 2009년 누적 1,019건 입수 및 처리완료 - 2008년 503건 대비 2배 증가

■ 일반질의 ■ 주요 VOC



* 10일 이내 처리율: 2008년 95% → 2009년 12월 98%

협력회사 만족도 조사(FSI)

협력회사의 불편 사항을 해결하는 것이 곧 상생문화 구축의 기반이 된다는 인식을 바탕으로 삼성전자는 협력회사 만족도 조사(FSI)를 외부 기관에 의뢰하여 매년 실시하고 있습니다. 2009년 국내 협력회사 301개사를 대상으로 만족도 조사를 실시한 결과, 생산 계획 변동 사전 안내, 기술 지도, 컨설팅 등의 항목이 2008년 대비 가장 많이 개선된 것으로 나타났지만, 납기의 불규칙성에 대해서는 개선이 필요한 것으로 나타났습니다. 이 결과를 바탕으로 삼성전자는 해당 부서별로 세부 업무의 프로세스 분석 및 현황 분석을 통해 개선 대책을 수립하여 개선해 나가고 있습니다. 2010년에는 협력회사 만족도 조사의 정확도를 높이기 위해 협력회사 특성별 조사 항목을 차별화하고 조사 규모를 350개사로 확대할 예정입니다.

• FSI 조사 주요 결과

(단위: %)

2008년 대비 개선 내용	[분 야]	지속적 개선 필요 사항
11	개발단계	36
20	계약단계	32
31	발주·납품	44
25	지원제도	15
25	거래문화	36

I 공정한 협력회사 구매 정책 I

삼성전자는 초일류 대열에 동참하고자 하는 최고의 파트너를 위해 항상 문을 열어 놓고 있습니다.

열린 구매(Open Sourcing)

삼성전자는 해외 14개 국가에 현지 생산공장을 설립, 운영하고 있으며 현지의 경쟁력 있는 업체를 지속적으로 발굴하여 거래 관계를 맺는 현지 우선 구매정책을 수행함으로써 지역사회에 이바지하고 있습니다.

공정 구매(Fair Trading)

공정하고 효과적인 선정 기준에 따라 협력회사의 능력을 객관적으로 평가하여 동반자로서의 가능성을 파악하고 있으며, 협력회사 간 과당 경쟁이나 상도익에 어긋나는 행위가 발생하지 않도록 노력하고 있습니다. 또한, 현지의 법을 준수하여 공정하고 합리적인 구매가 이루어질 수 있도록 노력하고 있습니다.

상생 구매(Win-Win Purchasing)

삼성전자는 장기적인 파트너십을 기반으로 상생할 수 있는 구매를 지향하고 있습니다. 이를 위해 협력회사와 함께 부품의 품질 개선과 원가 절감 활동 등을 수행하고 있으며, 협력회사가 자유롭게 의견을 개진할 수 있도록 개방적이고 우호적인 환경을 조성하고 있습니다.



제품 서비스

고객 만족(Customer Satisfaction, 이하 CS)은 글로벌 경쟁시대를 맞아 경쟁력을 확보해 나가는 데 가장 중요한 요소 중 하나입니다. 삼성전자는 제품 및 서비스 품질을 획기적으로 개선해 나감으로써 고객 만족을 실현하는 한편, 삶의 질을 향상시켜 인류 사회에 공헌하는 기업이 되고자 최선을 다하고 있습니다.

삼성전자는 제품의 안전성 및 품질 향상을 통한 1차적인 고객 감동을 추구하고 있을 뿐만 아니라 제품 판매 후에도 지속적인 고객 커뮤니케이션을 통해 고객 관점에서 제품과 서비스의 문제점을 파악하고 해결하여 고객이 만족할 수 있도록 노력하고 있습니다. 또한, 소비자 정보 보호와 마케팅 윤리가 강조되는 비즈니스 환경에 대응하여 고객의 정보를 보호하고 제품 및 서비스 정보를 허위·과장없이 정확하게 고객에게 전달하고 있습니다.

Global Harmony with People,
Society and Environment

존경받고 사랑받는
글로벌 기업으로 도약

창조

혁신

변화

인재경영

- 인재제일 실현
- 일과 삶의 조화

정도경영

- 기업윤리 준수
- 공정거래 문화 정착
- 지적 재산 보호

녹색경영

- 기후변화 대응 선도
- 친환경제품 개발 강화
- 글로벌 친환경 사업장 구현
- 그린 커뮤니케이션 강화

사회공헌

- 더불어 행복한 사회추구
- 글로벌 공익사업 파트너십 구축

협력사 상생

- 글로벌 경쟁력 확보
- WIN³ 파트너십 강화

제품 서비스

- 고객감동 서비스 혁신
- 고객 신뢰 경영 구축

Business Vision과 Vision for Society의 조화

● 목차 ●

- 고객 감동 서비스 혁신
 - 제품 품질 향상
 - 고객 서비스 및 커뮤니케이션
 - 제품 안정성 향상
- 고객 신뢰 경영 구축
 - 고객 정보 보호
 - 책임 있는 마케팅

● 2009년 주요 실적 ●

- 고객 정보 보호 관련 위반 건수 없음
- 마케팅 커뮤니케이션 관련 법규 위반 건수 없음
- 한국표준협회 주관 서비스 품질 지수 1위

I 제품 품질 향상 I

품질 최우선 경영

삼성전자는 전 임직원의 품질 의식을 제고하고 품질을 최우선으로 하는 경영 문화를 더욱 공고히 하기 위해 회사가 지향해야 할 '품질비전' 과 '품질헌장' 을 2009년 새롭게 제정 · 공포하였습니다.

고객의 기대를 충족시키고 새로운 가치 창출로 전 세계 고객들에게 신뢰를 얻으며, 감동을 이끌어 낼 수 있는 완벽한 품질의 제품을 제공하기 위해 '고객의 가치와 행복을 위한 초일류 품질 추구(Perfection in Quality beyond your Imagination)' 라는 품질비전을 선포하였으며, 이의 실현을 위해 '고객 중심', '기본 충실', '프로 의식', '명품 창조', '고객 창출' 등 5대 행동 강령을 제정하였습니다. 이를 기반으로 삼성 전자는 품질 책임주의 실천과 고객 요구에 대한 신속한 처리를 통해 평생고객을 만들어 나갈 것입니다.

한편, 현장에서 발생한 제품 불량 사례를 직접 보고, 고객의 불만을 생생하게 느끼게 하기 위하여 2009년 7월 수원사업장에 180평 규모의 품질 체험관을 설립하여 운영하고 있습니다. 품질 체험관은 임직원의 품질 최우선 마인드를 제고하고, 제품 품질은 임직원 자신이 만든다는 인식을 확고하게 다지는 장으로 활용되고 있습니다.

• 품질 헌장

행동 강령

창조적 혁신과 도전 정신으로 품질 Vision 실현을 위해
다음 사항을 실천한다.

1. 고객 중심

고객의 잠재적 Needs까지 소중히 여기고 이를 제품에 적극 반영함으로써 고객 가치를 높여 나간다.

2. 기본 충실

품질은 우리의 양심이며, 결코 타협의 대상이 아니므로, Rule과 Process를 철저히 준수한다.

3. 프로 의식

Zero Defect 품질 의식으로 품질은 내 손에서 완결한다는 책임주의를 실천한다.

4. 명품 창조

매력적인 품질의 제품에만 **SAMSUNG** 을 사용한다는 의지로 명품 품질을 구현한다.

5. 고객 창출

고객의 VOC를 신속 · 정확 · 친절하게 해결하여 신뢰와 믿음을 바탕으로 평생 고객을 만들어 나간다.

품질 Vision

Perfection in Quality beyond your Imagination

고객의 가치와 행복을 위한 초일류 품질 추구

고객의 가시적, 잠재적 기대를 충족시키고 새로운 가치 창출로 전 세계 고객이 자부심과 믿음 그리고 감동을 느낄 수 있는 완벽한 품질의 제품을 제공한다.

품질 기술 선도 경영

시장에서 발생할 수 있는 다양한 잠재적인 품질 불량을 사전에 검출 · 제거하기 위하여 제품 개발단계에서부터 첨단 분석 설비를 갖춘 신뢰성 Lab을 운영하고 있습니다.

또한, 제품 사용 시 나타날 수 있는 불편함을 최소화하고 고객들의 기대를 제품에 반영하기 위한 활동도 강화하고 있습니다. 이를 위해, 실사용 주거 환경 평가 Lab을 운영하고 있으며, 주부, 학생 등으로 구성된 전문 모니터 요원을 선발하여 제품 출시 전에 실제 사용상에 있어서의 불편함과 감성적인 측면에서 문제점을 평가, 제품 개선에 반영하고 있습니다.



전문 모니터 요원 활동

제품 간 호환성이 확대되고 있는 상황에 대응하고자 국제 규격에 준한 전문 호환성 평가 Lab을 운영하고 있으며, 이를 통해 당사 및 타사 제품 간 호환성 측면에서 발생할 수 있는 문제점을 사전에 제거하고자 노력하고 있습니다.



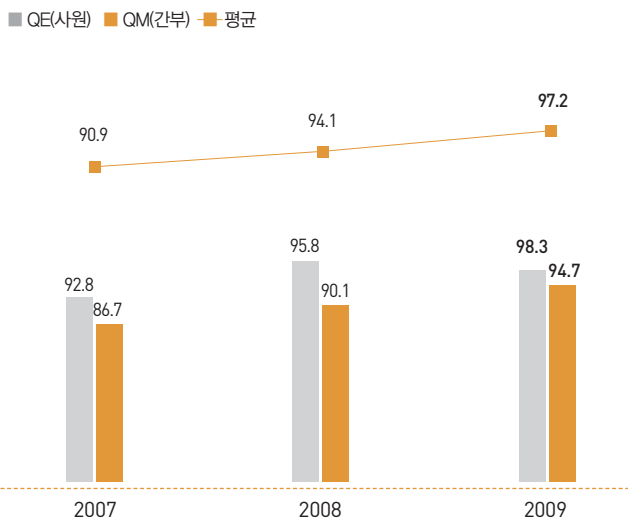
호환성 평가 Lab.

CS 인재경영

삼성전자는 글로벌 품질 경쟁력을 확보하기 위해 글로벌 전 CS인력에 대한 체계적 인력 양성 프로그램을 운영하고 있습니다. 특히, CS 업무를 수행하는 인력의 직무별 · 계층별 업무 전문성을 확보하기 위해 관련 인력 전원이 CS 교육을 필수적으로 이수하도록 하고 있으며, 당사 자체 인증제도인 CS 자격 인증제를 실시하고 있습니다. 2009년 현재 국내 CS 인력의 97%가 CS 자격을 취득하였습니다.

• 국내 CS 자격률

(QE: Quality Engineer, QM: Quality Manager) (단위: %)



※ 품질자격 인증제도에 대해서는 전년도 보고서를 참조하시기 바랍니다.

삼성전자는 해외 CS인력의 역량 향상을 위한 교육 활동에 역점을 두고 있습니다. 이를 위해 법인별 CS교육 전담자를 두고 있으며, 전문 교육 과정인 Global Quality Leader 양성 과정을 운영하고 있습니다. 특히, 해외 생산법인 품질 인력에 대해 보다 효과적이고 지속적인 교육이 이루어질 수 있도록 하기 위하여 해외 인력에 특화된 교육 프로그램인 Career Path 제도를 운영하고 있습니다. 이 제도의 교육 과정은 근무 연수별, 담당 직무별로 차등화되어 있으며, CS인력은 연도별로 차등화된 교육 프로그램 이수를 통해 자신의 역량을 지속적으로 향상시켜 가고 있습니다.

Excellent Process

신모델에 대한 품질 확보를 위하여 CS 인증제를 운영하고 있습니다. 이는 신제품 개발 단계에서 새로운 기능 및 디자인을 적용할 때 발생할 수 있는 잠재 문제를 사전에 파악하고 해결하기 위한 제도입니다. 당사는 CS 인증제에 따라, 개발 단계에서 필수 인증 항목을 선정 후 각 단계별 완성도 평가를 통해 차기 단계 진행을 결정하고, 최종적으로 임원 협의회를 통해 고객이 만족할 수 있는 품질인지 검증한 후 제품을 양산하고 있으며, 이를 통해 최고 품질을 확보해 나가고 있습니다.

I 고객 서비스 및 커뮤니케이션 I

해외 서비스 활동

삼성전자는 해외 시장에서도 서비스 경쟁력 강화를 위한 서비스 혁신 활동을 지속적으로 전개하고 있습니다.

● 서비스 거점 확대

고객에게 신속하고 편리한 서비스를 제공하기 위해 서비스 거점을 확대하여, 2009년 현재 해외 전 지역에 14,000여 개의 서비스 거점을 구축하였습니다.



러시아 서비스센터

특히, 상대적으로 수리 서비스가 많이 발생하는 지역에 대해서는 당사가 직접 관리하는 서비스 거점 약 400개소를 운영하고 있으며, 중앙아시아, 아프리카 등 상대적으로 서비스가 취약한 지역에 대해서도 서비스 거점을 확대 구축해 나가고 있습니다.

• 해외 서비스 거점 수

구분	Global	북미	중남미	구주	CIS	중국	동남아	서남아	중아
계	13,997	3,879	1,214	3,102	1,083	1,861	1,296	1,125	437

● 고객만족도 조사

차별화된 고객 서비스 제공을 위해 제품별, 지역별 특화 서비스 발굴에 역점을 두고 있습니다. 또한, 제품 및 서비스와 관련된 일련의 활동에 대해 매년 1회 글로벌 소비자를 대상으로 만족도를 조사하고 있으며, 그 결과를 바탕으로 상대적으로 개선이 필요한 항목, 제품, 지역에 대해 본사와 해외 현지 간 협업을 통해 개선 활동을 집중적으로 전개하고 있습니다.

최근 만족도 조사 결과를 보면 고객들은 신속하고 정확한 수리를 가장 중요하게 생각하고 있습니다. 이에 따라, 신규 서비스 거점을 확충하여 고객 접근성 향상을 도모하고, 서비스 상황관리 체제를 구축 · 운영하여 수리 서비스 진행 상황을 실시간으로 관리하고 있습니다. 이를 통해, 수리 접수에서 고객 인도까지의 서비스 각 단계별 수리 진행 정보를 정확하게 고객에게 제공하고 있습니다.

신속한 수리 서비스를 제공하기 위해서는 서비스 거점에 대한 부품의 적기 공급이 무엇보다도 중요합니다. 이에 따라 삼성전자는 서비스 부품에 특화된 수요 예측 기법을 개발하여 서비스 자재에 대한 공급력 혁신과 결품을 최소화해 이루어 가고 있습니다. 예측 기법을 활용하여 서비스 수리가 집중될 것으로 예상되는 자재에 대해서는 서비스 거점에 자재를 전진 배치하는 등 신속한 서비스 수리를 위한 다양한 개선 활동을 전개하였습니다.

고객 감동 서비스 혁신

● 엔지니어 교육

수리 서비스가 보다 완벽하게 제공되기 위해서는 서비스 현장의 수리 엔지니어의 역량 강화도 필요합니다. 삼성전자는 웹 기반의 원격교육 시스템을 통하여 실시간 화상 교육을 제공하고 있으며, 신제품에 대한 해외 현지 집합 교육도 실시하고 있습니다. 또한, 혹시 있을지도 모르는 서비스 수리기사에 수리 실수를 사전에 예방하기 위해 재수리 예방 가이드를 제작하여 해외 서비스 센터에 배포하고 있으며, 주요 국가의 수리 엔지니어를 대상으로 당사 자체 자격 인증 취득을 유도하는 등 수리 엔지니어의 전문성 제고에도 최선을 다하고 있습니다.

이와 더불어, 제품 및 사용법에 대한 정확한 설명을 위해 해외 전 지역의 36개 Contact Center에 3,000여 명의 상담원을 운영하고 있으며, 인터넷 홈페이지의 FAQ, How to Guide 등을 통해서도 궁금한 내용을 바로 확인할 수 있도록 하였습니다.

● 해외 서비스 분야 수상 실적

삼성전자는 서비스 지원 캠페인도 활발히 전개하고 있습니다. 2009년 9월 동남아에서 발생한 일련의 자연 재해로 인해, 많은 지역이 파괴되고, 수십만 명의 이재민이 발생하였습니다. 삼성전자는 인도네시아, 필리핀, 베트남에서 재해로 발생한 고장 난 제품을 무상 수리해 주는 것은 물론, 무료 빨래방 및 무료 전화 운영 등을 통해 고객과 지역주민들의 어려움을 해소시켜 줌으로써 좋은 평가를 받은 바 있습니다.

이와 같은 서비스 혁신 활동에 대한 성과로 삼성전자는 미국의 Consumer Report지에서 발표한 고객 만족도 지수에서 TV, 휴대폰, 냉장고 등 3개 제품에서 1위를 차지하는 성과를 거두었습니다. 또한, 중국 신식 산업부 주관의 고객만족상, 러시아 CCG 콜센터 평가 우수상, 중동 MEEA 서비스 우수 기업상을 수상하는 등 대외적으로도 삼성전자의 고객만족 경영에 대해 좋은 평가를 얻고 있습니다.



중동 고객서비스상 최우수상 수상



러시아 콜센터 평가 우수상 시상식

국내 서비스 활동

삼성전자는 2009년 국내 최고를 넘어 세계 최고 수준의 고객 서비스를 제공하기 위해 판매, 배달·설치, AS 분야에서 다양한 활동들을 전개 하였습니다.

● 판매 서비스

삼성전자의 매장은 철저한 제품 지식을 바탕으로 제품 매니저 역할을 수행함으로써 고객이 제품을 가장 효과적으로 이용할 수 있도록 하고 있습니다.

또한, 고객들을 대상으로 멤버십 카드를 발급하고 포인트 적립, 주요 제품의 3년 무상 서비스를 실시함으로써 한 차원 높은 고객 관리 기반을 구축하였으며, 삼성전자 홈페이지를 이용하기 쉽게 개선하여 온라인 고객에 대한 CS에도 만전을 기하고 있습니다.

● 배달·설치 서비스

삼성전자는 매장 서비스는 물론, 물류 서비스 측면에서도 세계 최고가 되기 위해 노력하고 있습니다. 배달·설치 서비스 그 이상의 가치를 제공하여 고객이 삼성만의 차별화된 서비스를 느낄 수 있도록 기존 사용 제품 점검, 사용설명서 주요 부문 체크 표시 등의 서비스를 제공하고 있으며, 고객 불편을 사전에 입수하여 해결하기 위해 배달·설치 3일 후 해피콜, 30일 후 문자메시지, 3개월 후 Thanks Letter를 보내는 Happy Care 3.3.3 서비스를 실시하고 있습니다.

특히, 에어컨 성수기에는 서비스 담당자가 자가진단 체크리스트를 직접 작성하도록 하여 설치 불량률을 예방하고, 사후 확인 전화를 통해서 고객 불편을 최소화하고 있습니다. 이와 함께, 불만 VOC Zero(고객 불만 최소화)를 위해 불만 예방 교육을 수시로 실시하고 있으며, 불만 VOC Zero 센터상을 신설하여 VOC Zero에 대한 관심을 고취하고 있습니다.

● AS

삼성전자 AS는 2009년에도 고객에게 차별화된 서비스를 제공하기 위해 최선의 노력을 하였습니다. 애니콜 30분 내 서비스 완결, 외근 당일 완결률 관리 등을 통해 고객 관점의 신속하고 완벽한 AS가 이루어 질 수 있도록 하였으며, 고객의 소리(VOC)에 대해서는 신속한 대응 체계를 구축하여 D+1일 내 완결을 목표로 서비스를 제공하였습니다.

또한, 서비스 기술력 향상을 위해 엔지니어 기술 등급별로 맞춤형 교육을 운영했으며, 경쟁력 있는 인재를 육성하기 위해 서비스 아카데미를 수원과 구미 2개의 연수원 체제로 개편했습니다. 이와 함께 주요 제품에 대한 표준 수리 Guide를 제공하여 수리 방법을 표준화하였고, 전사적 G-ERP 도입, 엔지니어 직접 접수 체계 도입, 전략지역 서비스센터 신설, 애니콜 센터 직영 체제 전환 등 시스템과 CS 인프라를 개선하여 고객만족도를 제고함과 동시에 영업과의 시너지를 극대화하고자 노력 하였습니다.

● 국내 서비스 분야 수상 실적

이와 같은 삼성전자 서비스 혁신 활동에 대한 성과로 한국표준협회가 주관하는 2009년 서비스 품질지수 조사에서 컴퓨터, 가전제품, 휴대 전화 등 3개 부문에 대해 8년 연속 1위를 차지하였으며, 전국 품질 분임조 경진대회 4년 연속 대통령상 최다 수상, 국가품질상 서비스혁신부문 대통령상 수상의 성과를 이루었습니다.

고객 불만 관리



온라인 고객 불만관리 화면

2009년에는 제품 구입·수리 문의·사용법 문의·불편 상담 등으로 2008년의 4천 4백만 건 대비 10% 정도 증가한 약 4천 9백만 건(한국 1천 9백만 건, 해외 3천만 건)의 고객 문의가 접수되었습니다. 삼성

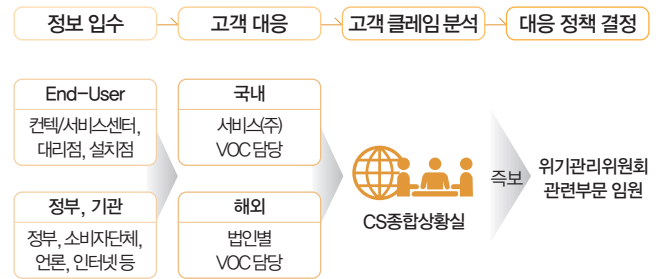
전자는 문의 내용에 따라 국가별 Contact Center나 인터넷 홈페이지를 통해 신속히 대응하였습니다.

한국의 경우에는, 2008년 공정거래위원회로부터 소비자 불만 자율관리 프로그램(CCMS: Consumer Complaints Management System)에 대한 인증을 획득함으로써 고객 불만을 신속하게 관리할 수 있는 기반을 구축하였으며, 해외의 경우 한국의 CCMS 체계를 기반으로 기존 국가 별로 운영하던 고객 응대 시스템을 재정립하고, 주요 14개 법인에 대해서는 표준응대체계를 구축하였습니다.

한편, 지역별, 고객 접점별로 분산 관리되던 VOC(Voice of Customer)를 체계적으로 관리하기 위해, 관련 시스템에 대한 통합 작업을 진행하여, 2009년 말 Global 고객 VOC에 대한 통합 관리 시스템을 구축하였습니다. 이로써 고객의 다양한 요구 사항을 분석, 상품기획에서 제품 개발, 판매, 서비스에까지 관련 정보가 제공될 수 있는 기반이 마련되었습니다.

또한, 불시에 발생할 수도 있는 제품안전 사고에 대해서도 즉각적인 대응이 이루어질 수 있도록 법인별 대응 네트워크를 운영하고 있으며, 이를 통해 제품안전 사고가 발생할 경우 해당 내용이 즉각 관련 부문 및 경영층에 보고되어 적절한 대응 조치가 이루어질 수 있도록 하고 있습니다.

고객 불만관리 대응 프로세스



I 제품 안전성 향상 I

고객이 안전한 제품을 사용할 수 있도록 고객의 실제 사용 조건을 고려하여 감전, 화재, 상해 등 제품의 안전성을 저해할 수 있는 요소를 평가하고 있습니다. 평가는 판매되는 전 제품에 대하여 정상 동작 상태는 물론, 비정상적인 동작 상태까지도 고려하여 이루어지고 있습니다.

이를 위해, 삼성전자는 국내 및 해외 12개국 27개 인증기관으로부터 자체 시험 권한을 인증 받은 국제 공인 규격시험소를 운영하고 있습니다. 이는 시험 환경·설비·인력·품질 시스템 등의 부문에서 국제 기준에 적합하며, 각 인증기관으로부터 시험 평가에 대한 업무대행 능력을 인정받았다는 의미입니다.

또한, 삼성전자가 자체적으로 충분히 제품의 안전성을 검증할 수 있으며, 고객이 신뢰할 수 있는 수준까지 그 역량을 확보하였다는 것을 입증한 것으로 볼 수 있습니다. 2009년에는 미국의 휴대폰 협의회인 셀룰러 통신 산업 협회(CTIA)로부터 공인 시험소(CATL)를 신규로 인증 받아 운영하고 있습니다.

Interview

직원들의 친절함, 서비스 후 관리체계 등은 글로벌 기업으로서 전 세계 고객들에게 편리한 서비스를 제공하기에 부족함이 없다고 생각합니다.

해외 고객(서비스 센터 내방객)
Wang liang



삼성전자의 핸드폰, TV, 세탁기 등은 대체로 디자인 측면에서 외관이 섬세하고 아름답다고 생각합니다. 또한, 다양한 기능을 갖추어서 제품의 질적 수준이 매우 우수하다고 생각합니다. 특히 핸드폰은 통화 품질 및 기능면에서 우수하나 내구성 및 사용성 측면에서는 일부 개선이 필요합니다. 한편, 삼성전자의 서비스 활동에 대해서는 대체로 만족합니다. 직원들의

친절함, 서비스 후 관리체계 등은 글로벌 기업으로서 전 세계 고객들에게 편리한 서비스를 제공하기에 부족함이 없다고 생각합니다. 서비스의 신속한 대응이 갖추어 진다면 소비자 입장에서 더 바랄 것이 없을 것 같습니다. 삼성전자가 세계 친환경 제품, 품질 혁신 제품을 만들어 지구 환경을 보전하는 데 기여하고, 인류가 보다 편리하게 생활할 수 있도록 해 주시기를 바랍니다.

I 고객 정보 보호 I

삼성전자는 고객의 개인 정보 보호가 고객 신뢰에 밑거름이라는 믿음 하에 고객 정보를 핵심 정보자산으로 분류하고 관련 법률에 따라 관리하고 있습니다.

삼성전자는 다음과 같이 고객 정보 보호 활동을 하고 있습니다. 첫째 “정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률” 등 개인 정보 보호 관련 법률을 준수하고 있으며, 개인 정보의 수집·관리·활용·파기 등에 대한 감독 및 관리업무를 담당하는 개인 정보 보호 책임자를 두어 관리하고 있습니다. 둘째, 개인 정보의 접근 및 통제를 위한 시스템을 설치·운영하고, 설치 장소에 대한 출입을 통제하여 비인가자의 출입을 방지하고 있습니다. 셋째, 개인 정보 제공자와의 원활한 의사소통을 위해 민원처리센터를 운영하고 있습니다. 그 결과 2009년에도 고객 정보 보호 관련 법규 위반이 한 차례도 발생하지 않았습니다.

개인 정보와 관련된 사고의 효율적 수습을 위하여 필요하다고 판단되는 경우, 전사 개인 정보 보호 책임자는 보안사고 대응 관리 규정에 따라 사고대응 TF를 구성하여 대응하고 있습니다. TF는 정보보호부서장, IT관리부서장, 개인 정보 관리부서 책임자, 법무팀 담당자 등으로 구성되며, 개인 정보의 도용, 침해, 유출 사고 등 사고 유형별로 체계적인 프로세스에 따라 해결하고 있습니다.

개인 정보 사고 대응

● 개인 정보 도용

개인 정보 도용 신고가 접수되면 개인 정보 취급 담당자가 책임자에게 이를 보고하고, 도용된 정보를 삭제하는 조치를 취합니다. 이를 위해 피도용자와 전화, 이메일 등으로 면담을 실시하여 도용 경위를 확인하며, 사고의 재발을 방지하기 위한 필요 조치를 시행하는 한편, 사고와 관련된 법적 문제를 파악하기 위해 법무팀 담당자와 관련 내용을 협의합니다.

● 개인 정보 침해

해킹, 컴퓨터 바이러스 등에 의해 개인 정보가 침해되는 사고가 발생할 경우, 개인 정보 취급 담당자는 책임자에게 이를 보고하고, 침해된 개인 정보의 내용과 침해 원인을 파악합니다. 또한, 사고로 인해 피해를 입었을 것으로 추정되는 개인 정보 제공자에게 피해 사실을 통보하고, 적절한 보상을 실시합니다.

● 개인 정보 유출

회사 임직원 또는 개인 정보 관리 수탁업체 직원의 고의 또는 과실로 인하여 개인 정보 유출사고가 발생할 경우, 개인 정보 취급 담당자는 정보보호 책임자에게 보고하고, 사고의 구체적인 규모를 확인하는 등 필요 조치를 취합니다. 개인 정보 유출에 대한 대응은 개인 정보 침해 규정을 적용하여 이루어집니다.

I 책임 있는 마케팅 I

마케팅 정책

삼성전자의 미래를 향한 열정과 도전은 다양한 브랜드 및 제품 광고, 판촉, Sponsorship 등 마케팅 커뮤니케이션 프로그램을 통해 소비자에게 전달되고 있습니다. 그 과정에서 표시 광고법 등의 관련 법규를 준수하며 경쟁사 비방, 허위 및 과대광고 등을 하지 않는 책임 있는 마케팅 활동을 전개하고 있습니다. 이에 따라 보고 기간 동안 관련 법규 위반이 단 한차례도 발생하지 않았습니다.



2008 북경올림픽 Touchwiz TV광고

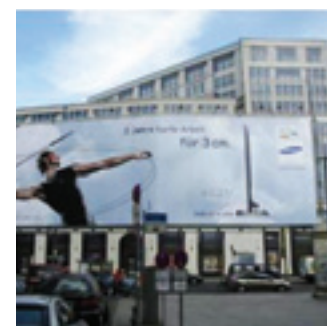


2009 LED TV OOH 광고

스포츠 마케팅

삼성전자는 1988년 서울 올림픽 로컬 스폰서를 시작으로, 1998년 나가노 동계 올림픽에서부터 2010 밴쿠버 동계 올림픽까지 모든 올림픽 게임을 공식 후원해 왔습니다. 올림픽 외에도 세계 3대 대회 중 하나인 세계 육상 선수권 대회와 아시안 게임 등의 스폰서로 활동하고 있으며, 영국 프리미어리그의 첼시를 비롯한 아프리카컵, 아시아컵 등 축구 관련 후원도 활발하게 펼치고 있습니다.

특히, 2009 베를린 세계 육상 선수권 대회와 2010 밴쿠버 동계 올림픽 대회에서 펼쳤던 삼성전자의 마케팅 활동은 세계적인 이슈가 되었으며, 이는 ‘첼시 구단 후원’과 함께 스포츠 마케팅의 성공적 사례로 꼽히고 있습니다.



부가정보

Appendix

환경 · 사회 주요 성과지표

부문별 수상 내역

GRI 대조표

외부검증인의 검증보고서

참여자 정보

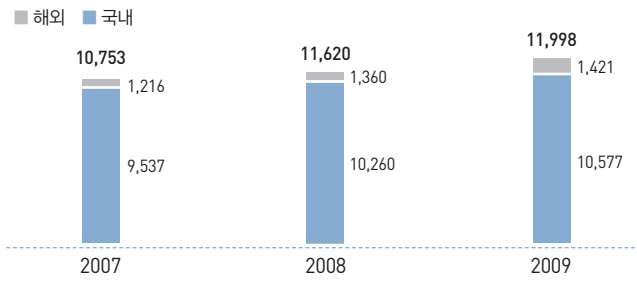
I 환경 부문 I

기후변화 대응

● 에너지 사용량

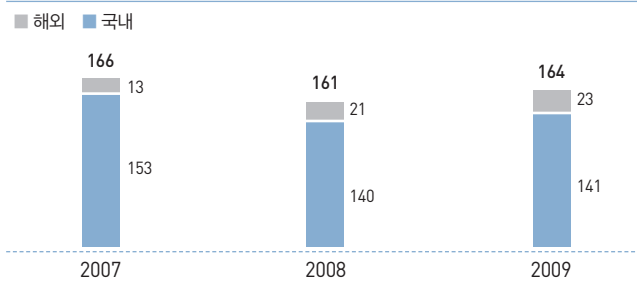
• 전력

(단위: GWh)



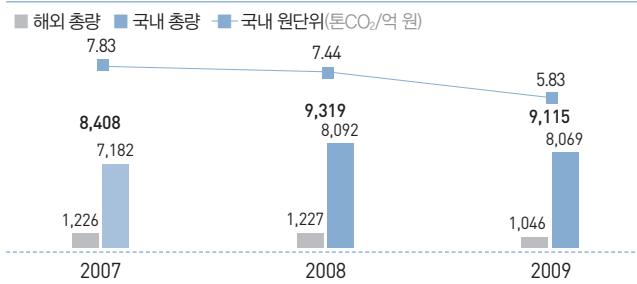
• LNG

(단위: 백만Nm³)



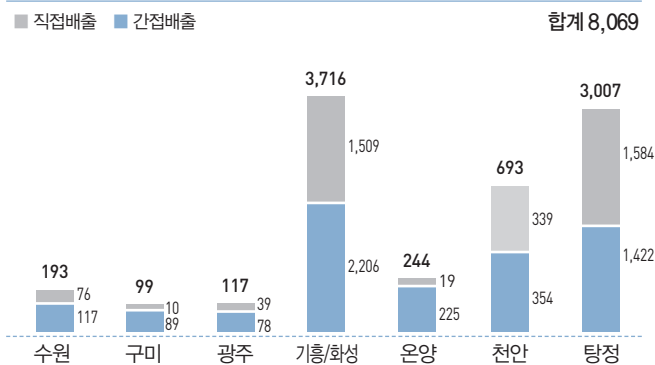
• 온실가스 배출량

(단위: 천톤CO₂)



• 사업장별 온실가스 배출량('09년 기준)

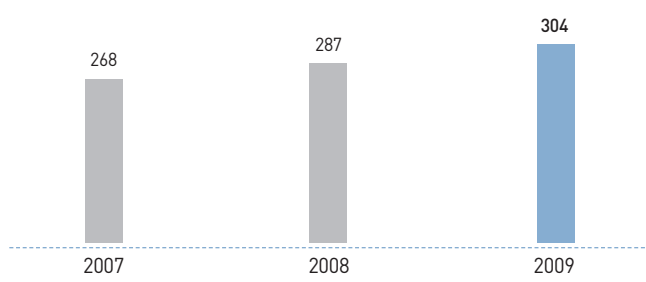
(단위: 천톤CO₂)



원자재 사용

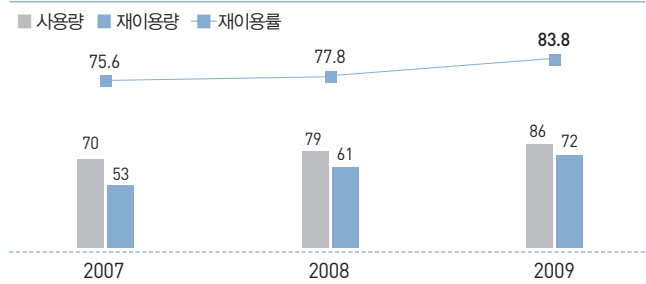
• 원부자재 사용량

(단위: 천 톤)



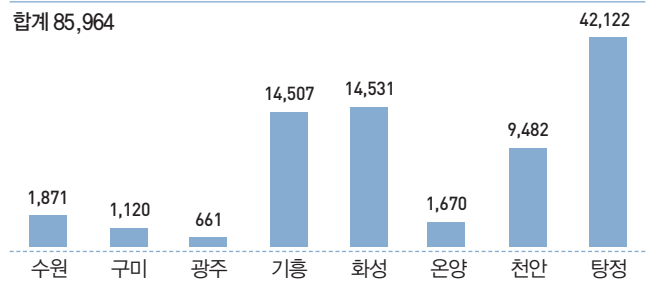
• 용수

(단위: 백만 톤)



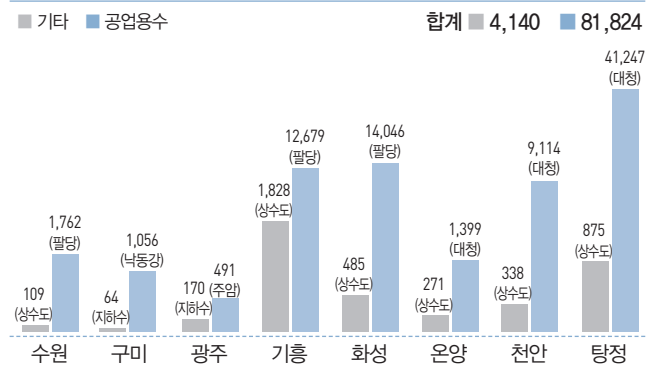
• 취수원별 용수 사용량('09년 기준)

(단위: 천 톤)



• 주요취수원('09년 기준)

(단위: 천 톤)



주요 유해물질, 환경법규 관련 현황

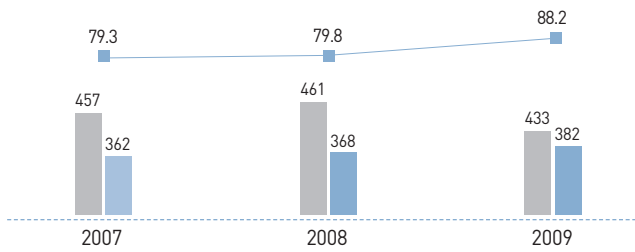
항목	기준	단위	2007년	2008년	2009년
오존층파괴 물질 사용량	국내	톤	113	74	36
중대한 유해물질 유출건수와 유출량	국내	건수/톤	없음	없음	없음
환경법규 위반으로 부과된 벌금액/비금전적 제재 건수	국내	건수/원	없음	없음	없음
폐기물 국가간 이동과 반출량	국내	톤	없음	없음	없음

폐기물 발생 현황

• 폐기물

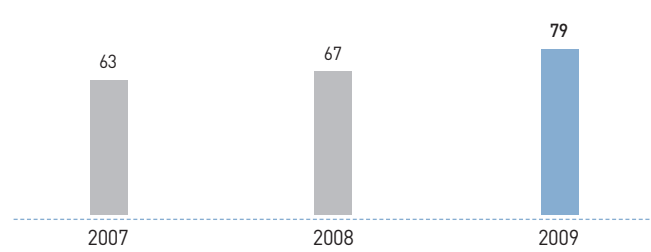
(단위: 천 톤)

■ 발생량 ■ 재활용량 ■ 재활용률(%)



• 폐수 발생량(국내)

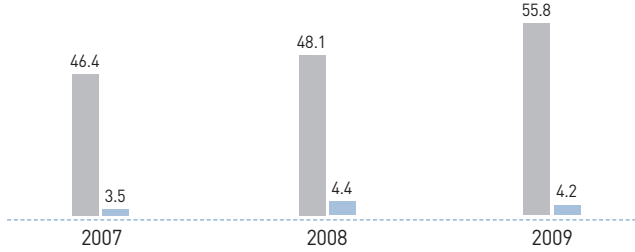
(단위: 백만 톤)



• 폐제품

(단위: 천 톤)

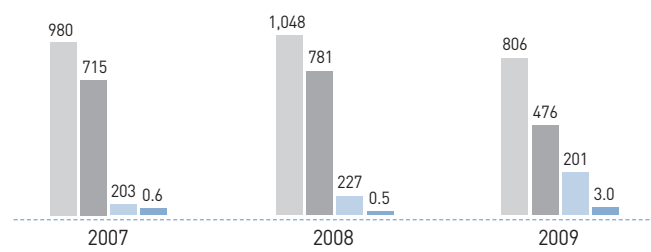
■ 제품 재활용량 ■ 포장재 재활용량



• 수질오염물질 배출량(국내)

(단위: 톤)

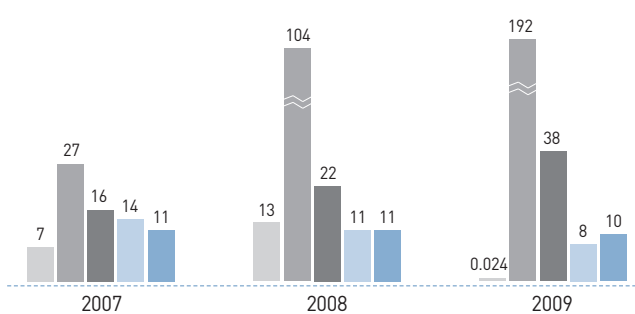
■ COD ■ SS ■ F ■ 중금속



• 대기오염물질 배출량(국내)

(단위: 톤)

■ SOx ■ NOx ■ Dust ■ NH₃ ■ HF



환경안전 인증 취득 현황

• 국내

항목	수원	구미	광주	기흥	화성	온양	천안	탕정
ISO14001	1996.10 UL	1996.11 UL	1996.10 UL	1996.9 BV	2001.11 BV	1996.9 BVQI	2006.12 BVQI	1996.9 BVQI
OHSAS18001	2000.11 UL	2001.10 UL	2002.10 UL	1999.12 BV	2001.11 BV	1999.12 BVQI	2006.11 BVQI	2000.5 BVQ

• 해외

NO	지역	법인	관리 사업부	인증취득일자		인증기관
				ISO 14001	OSHAS 18001	
1	북미	SAMEX	VD	2000. 12	2003. 12	UL
2		SAS	반도체	2001. 1	2007. 10	BSI-QA
3		SEM-P	생활가전	2004. 11	2006. 6	UL
4	중남미	SEDA-P(C)	무선	2009. 11	2009. 11	UL
5		SEDA-P(M)	VD	2001. 2	2006. 3	BVQI
6	CIS	SERK	VD	2009. 4	2009. 4	UL
7	구주	SEH-P	VD	2005. 5	2005. 11	BVQI
8		SESK	VD	2003. 9	2003. 9	UL
9		SELSK	LCD	-	-	2010. 7월 취득 예정
10	동남아	SEIN-P	VD	2003. 4	2003. 10	SUCOFINDO
11		SAVINA	VD	2001. 12	2002. 12	UL
12		SDMA	VD	1999. 8	2002. 8	DNV/RvA
13		SEV	무선	2009. 9	2009. 9	BSI
14		TSE	생활가전	2001. 12	2003. 11	UL
15		SEMA	생활가전	2005. 12	2005. 12	DNV
16	서남아	SEPHIL	반도체	2002. 9	2003. 10	UL
17		SIEL-P(C)	VD	2008. 9	2008. 9	BVQI
18		SIEL-P(N)	VD	2000. 6	2003. 8	AFAQ-EAQA
19	중국	TSED	VD	2001. 1	2003. 12	TUV
20		TTSEC	VD	2005. 11	2005. 11	TUV
21		TSEC	VD	2000. 2	2004. 10	UL
22		TSEO	VD	2008. 2	2010. 2	CQC
23		SEHZ	VD	2005. 5	2006. 3	CQC
24		TSTC	무선	2005. 5	2005. 5	UL
25		SSKMT	무선	2005. 4	2005. 4	SSCC
26		SSDP	IT	2004. 9	2004. 11	UL
27		SESC	IT	2004. 2	2004. 2	CQC
28		SESL	LCD	2008. 1	2008. 12	BVQI
29		SESS	반도체	2004. 5	2004. 5	BVQI
30		SSEC	생활가전	2003. 11	2005. 6	CQC
31		SEHF	광통신	2006. 1	2006. 1	CQC

임직원 재해율

항목	기준	단위	2007년	2008년	2009년
임직원 재해율	국내	%	0.056	0.063	0.040

환경투자 비용('09년 기준)

(단위: 억 원)

항목	내용	합계
사업장 시설 투자 비용	온실가스/에너지, 유틸리티, 환경안전 등	1,320
사업장 운영 비용	시설 운영, 오염 예방, 이해관계자 대응 등	3,090
합계		4,410

Ⅰ 사회 부문 Ⅰ

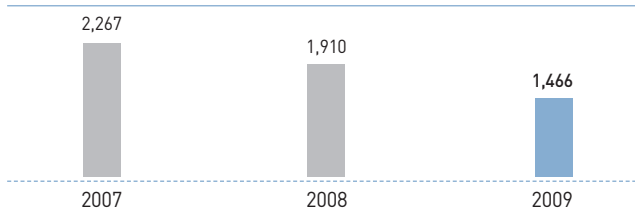
사회 성과 지표

구분	항목	기준	단위	2007년	2008년	2009년
제품 서비스	고객정보보호 관련 위반 건수	국내	건수	없음	없음	없음
	마케팅 커뮤니케이션 관련 위반 건수	국내	건수	없음	없음	없음
	서비스품질지수(한국표준협회)	국내	컴퓨터	1	1	1
			가전제품	1	1	1
			휴대전화	1	1	1
인재경영	연간채용인력	전사	명	42,127	47,327	27,418
	외국인인력비율	전사	%	41	48	46
	여성인력비율	전사	%	31	41	39
	인당교육시간	국내	시간/년	105	109	90
	총 교육 경비	국내	백만 원	97,800	94,800	82,627
	복리후생비용	전사	억 원	14,915	17,331	18,086
협력사 상생	협력회사 인재 양성 교육 지원	글로벌	명	5,542	3,628	5,800
	협력회사 혁신과제 지원	글로벌	건	227	260	135
	협력사 CSR 행동강령 준수동의서 등록	글로벌	개사	-	-	542
	협력사 CSR 자가평가 실시	글로벌	개사	-	-	356

연도별 사회공헌 현황

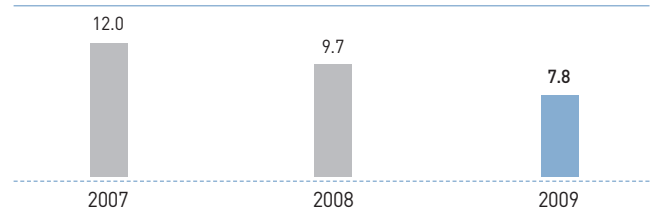
• 사회공헌비용(전사)

(단위: 억 원)



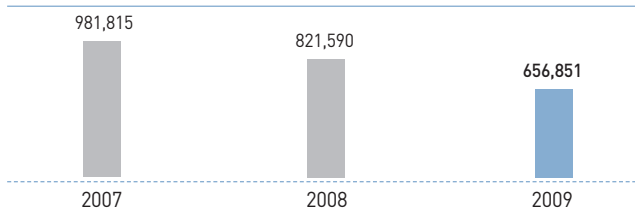
• 평균인시(국내)

(단위: 시간)



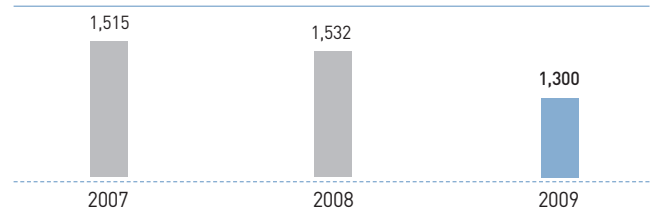
• 자원봉사 총 시간(국내)

(단위: 시간)



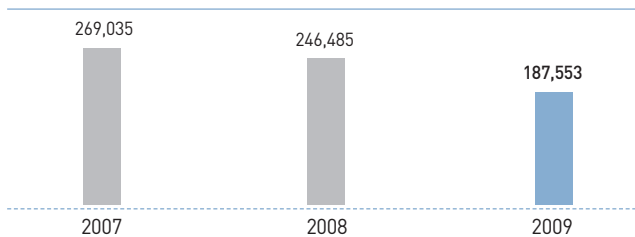
• 봉사팀수(국내)

(단위: 팀)



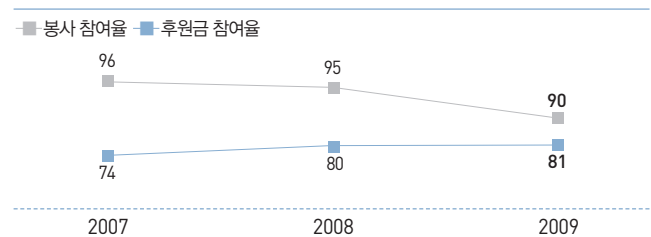
• 자원봉사 참여 연인원(국내)

(단위: 명)



• 봉사 참여율/후원금 참여율(국내)

(단위: %)



녹색경영 부문

국내

Award 명칭	주관	수상 시기	수상 내역
녹색상품위너상	능률협회	2009. 10	세탁기, 냉장고, 김치냉장고
한국 CDP 최우수기업상	CDP 한국위원회	2009. 10	한국CDL(탄소정보 공개)최우수기업 선정
에너지위너상	소비자시민모임	2009. 7	LED TV, 냉장고, 에어컨 등 9개 제품
코리아 그린 어워드	한국일보	2009. 6	녹색경영 부문 우수기업
로하스어워드	로하스협회	2009. 5	LED TV(대상), 세탁기(최우수상)

유럽

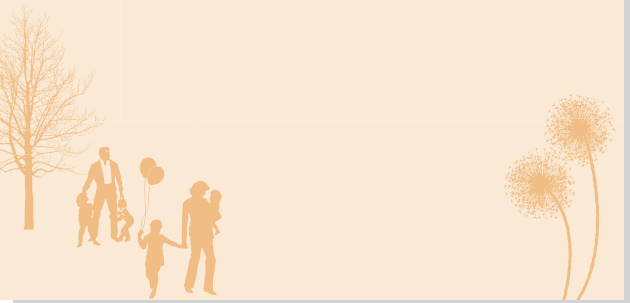
Award 명칭	주관	수상 시기	수상 내역
유럽 Green TV Award	유럽영상음향협회 (EISA)	2009. 8	LED TV 수상
독일 iF Material Award	International Forum Design Honnover	2009. 4	LED TV 수상

북미

Award 명칭	주관	수상 시기	수상 내역
미국 에너지스타상	미국 환경청(EPA)	2010. 3	에너지스타 프로모션 최우수 기업상
멕시코 Green Comm Award	Expo Comm Mexico	2010. 2	친환경 제품 개발 기업상 수상
미국 달라스 재활용 Award	달라스시	2010. 2	자발적 재활용 기업상 수상
미국 뉴햄프셔주 Voluntary Recycling	뉴햄프셔주	2009. 11	자발적 재활용 기업상 수상
미국 캘리포니아주 WRAP Award	캘리포니아주	2009. 11	자발적 재활용 기업상 수상
CES Eco-Design Innovations Award	미국 가전협회 (CEA)	2009. 10	바이오 플라스틱 휴대폰, OLED 전자책자, 인덕션 오븐레인지 수상
미국 위스콘신 Voluntary Recycling	위스콘신주	2009. 9	자발적 재활용 기업상 수상
미국 텍사스 Green Awards	텍사스주	2009. 9	자발적 재활용 기업상 수상
미국 펜실베이니아주 E-Waste Recycling	펜실베이니아주	2009. 6	자발적 재활용 기업상 수상
미국 에너지스타상	미국 환경청(EPA)	2009. 3	에너지스타 라벨링 최우수 기업상

사회공헌 부문

- 아산시청 지역사회 복지발전에 기여 감사패(2009)
- 경기도교육청 지역내 초등학교대상 과학교실 지원 감사패(2009)



협력사 상생 부문

- 2009년 4월 “아름다운 동행상” 단체 부문 중소기업 청장 표창 – 삼성전자, 디에스엘시디 동반 포상
- 2010년 협력사 상생 부문 “아름다운 동행상” 대통령 표창 수상



제품 서비스 부문

- 미국 Consumer Report지 고객만족도 지수 1위 (TV, 휴대폰, 냉장고)
- 중국 신식 산업부 주관 고객 만족상
- 러시아 CCG 콜센터 평가 우수상
- 중동 MEEA 서비스 우수 기업상
- 한국 표준협회 주관 2009년 품질지수 1위 (컴퓨터, 가전제품, 휴대전화)
- 국내 품질 분임조 경진대회 4년 연속 대통령상 최다 수상
- 국가 품질상 서비스 혁신 대통령상 수상

G3	지표명	삼성전자 보고 내용	페이지
프로필 공시			
전략과 분석	1.1	최고 의사결정권자가 보고 조직, 전략과 지속가능성의 연관성을 밝힌 선언문	CEO Message
	1.2	주요 영향, 위험 요인과 기회	CEO Message/비전 2020/중대성평가
조직 프로필	2.1	조직 명칭	삼성전자주식회사
	2.2	대표 브랜드, 제품과 서비스	기업 프로필/경제적 가치창출
	2.3	주요 사업부서, 종속회사, 합작회사 등 조직구조	기업 프로필/글로벌 네트워크
	2.4	본사/본부 소재지	기업 프로필
	2.5	해외 사업장 위치 국가 수, 주요 사업장이 있거나 보고서에서 다루는 지속가능성 문제와 구체적 연관성을 갖는 국가 명	기업 프로필/글로벌 네트워크
	2.6	소유 구조 특성과 법적 형태	기업 지배구조
	2.7	대상 시장 (지역별 구분, 사업분야, 고객/수익자 유형)	경제적 가치창출
	2.8	조직의 규모 (직원수, 순매출/순수익 등)	임직원 현황/경제적 가치창출
	2.9	규모, 구조 또는 소유구조상의 중대한 변화	기업 프로필/경제적 가치창출
	2.10	보고 기간 중 수상 내역	부문별 수상내역
보고 매개변수	3.1	보고 대상 기간	About This Report
	3.2	최근 보고서 일자	2009년 7월
	3.3	보고 주기	About This Report
	3.4	보고서 관련 내용에 대한 문의처	About This Report
	3.5	보고 내용 정의 프로세스 (중요성/우선순위 결정, 예상 이해관계자 파악)	중대성평가
	3.6	보고 경계 (국가, 사업부, 자회사, 임대시설, 합작회사, 공급업체)	About This Report
	3.7	보고 범위 또는 보고 경계상의 제한사항	About This Report
	3.8	조직간 비교가능성에 영향을 줄 수 있는 객체에 대한 보고 기준 (합작회사, 자회사, 임대 시설, 외주업무 등)	About This Report
	3.9	정보수집 과정의 가정과 데이터 측정방법과 계산 기준	기후변화 대응선도/경제적 가치창출/ 환경 사회 주요성과 지표
	3.10	이전 보고서에 제시된 정보의 재기술 효과와 그 사유	재기술 사항 없음
지배구조, 책임, 참여	3.11	이전 보고기간 대비 범위, 경계 또는 측정방식 상의 큰 변화	About This Report /정도경영
	3.12	GRI 대조표	GRI 대조표
	3.13	외부검증 관련 정책과 활동, 검증 범위와 기준, 보고 조직과 검증기관의 관계	About This Report /검증의견서
	4.1	조직 지배구조 (전략수립, 감독 등을 책임지는 이사회 산하 위원회 포함)	기업의 지배구조
	4.2	이사회 의장의 임원 겸직 여부	기업의 지배구조
	4.3	일원화된 이사회의 경우, 사외이사 혹은 독립이사의 수	기업의 지배구조
	4.4	이사회에 대한 주주와 직원의 의견 반영 메커니즘	기업의 지배구조
	4.5	이사회 구성원, 고위 관리자, 임원 등에 대한 보상과 조직 성과간의 관계	기업의 지배구조
	4.6	이사회 내의 이해관계 상의 충돌 방지를 위한 프로세스	기업의 지배구조
	4.7	경제/사회/환경 전략을 보조하기 위한 이사 자격과 전문성 기준, 결정 프로세스	기업의 지배구조
	4.8	경제/환경/사회 성과, 활동과 관련한 미션/핵심가치 진술문, 행동 강령, 원칙	삼성전자의 가치체계/ 삼성전자의 지속가능경영
	4.9	이사회가 경제/환경/사회 성과 파악과 관리를 관장하는 절차	기업의 지배구조
	4.10	이사회 자체의 성과 평가 프로세스 (특히, 경제/사회/환경 관련)	기업의 지배구조
	4.11	사전예방의 원칙과 접근방법 채택 여부, 채택 방식	기후변화 대응 선도
	4.12	경제/환경/사회 현장, 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브	Win ² 파트너십 강화
	4.13	산업협회 등 국가별/국제적 정책기구 멤버십 획득	기후변화 대응 선도/Win ² 파트너십 강화
	4.14	참여한 이해관계자 그룹 목록	이해관계자 커뮤니케이션
	4.15	참여할 이해관계자 식별, 선정 기준	이해관계자 커뮤니케이션
	4.16	참여 유형, 이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 참여 방식 현황	이해관계자 커뮤니케이션
	4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 주제와 관심사, 이에 대한 대처방안	중대성 평가

● 보고 ▲ 일부 보고 X 보고 안함 N/A 해당사항 없음

G3		지표명	적용수준	보고 페이지
경제 부문 경영방식에 대한 공시				
경제성과	EC1	직접적 경제적 가치 창출과 배분	●	17~20
	EC2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	●	41~45
	EC3	연금 지원 범위 등 직원들을 위한 퇴직 프로그램	●	30
	EC4	정부의 재정 보조 수혜 실적	▲	20
시장지위	EC5	주요 사업장의 현지 법정최저임금 대비 신입사원 임금 비율	●	30
	EC6	주요 사업장의 현지 구매 정책, 관행과 그 비율	▲	74
	EC7	주요 사업장의 현지인 우선채용 절차, 현지출신 고위관리자 비율	●	25
	EC8	공익을 우선한 인프라 투자, 서비스 지원 활동과 효과	●	60~68
	EC9	간접적인 경제적 파급효과에 대한 이해 와 설명	●	70~74
Environment				
원료	EN1	중량 또는 부피 기준 원료 사용량	●	82
	EN2	재생원료 사용 비율	●	49
에너지	EN3	1차 에너지원별 직접에너지 소비량	●	43
	EN4	1차 에너지원별 간접에너지 소비량	●	43
	EN5	절약과 효율성 개선으로 절감한 에너지량	●	43
	EN6	에너지 효율적이거나 재생가능에너지 기반 제품/서비스 공급 노력과 해당 사업을 통한 에너지 감축량	●	45~48
	EN7	간접에너지 절약사업과 그 성과	●	45
용수	EN8	공급원별 총취수량	●	52
	EN9	취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원	●	52
	EN10	재사용/ 재활용된 용수 총량과 그 비율	●	52
생물 다양성	EN11	생태계 보호지역/주변지역에 소유, 임대, 관리 토지 위치와 크기	N/A	
	EN12	생태계 보호지역/주변지역에서의 사업활동으로 인한 영향	N/A	
	EN13	보호 또는 복원된 서식지	N/A	
	EN14	생물다양성 관리 전략, 현행 조치와 향후 계획	N/A	
	EN15	사업영향지역내에 서식하고 있는 멸종위기종수, 멸종위험도	N/A	
대기 배출물, 폐수, 폐기물	EN16	직, 간접 온실가스 총 배출량	●	42
	EN17	기타 간접 온실가스 배출량	●	42
	EN18	온실가스 감축사업과 그 성과	●	43~44
	EN19	오존층파괴물질 배출량	●	53
	EN20	NOx, SOx 등 기타 주요 대기 배출물	●	53
	EN21	최종 배출지별 총 폐수 배출량/수질	●	52
	EN22	형태/처리방법별 폐기물 배출량	●	53
	EN23	중대한 유해물질 유출 건수/유출량	●	83
	EN24	비절협약 부속서에 규정된 폐기물의 운송/반입/반출/처리량, 해외반출 폐기물 비율	N/A	
	EN25	보고조직의 폐수 배출로 인해 영향을 받는 수역과 관련 서식지의 명칭, 규모, 보호상태, 생물 다양성 가치	N/A	
제품/서비스	EN26	제품/서비스의 환경영향저감활동과 성과	●	45~48
	EN27	판매된 제품/관련 포장재의 재생 비율	●	49
법규 준수	EN28	환경법규 위반으로 부과된 벌금액과 비금전적 제재 건수	●	83
운송	EN29	제품/원자재 운송과 임직원 이동의 중대한 환경영향	●	44
전체	EN30	환경보호 지출액과 투자 총액	●	84
노동 부문 경영방식에 대한 공시				
고용	LA1	고용유형 고용계약, 지역별 인력 현황	●	7, 24~25
	LA2	직원 이직 건수와 그 비율 (연령, 성, 지역별)	●	31
	LA3	상근직에게만 제공되는 복지 혜택	●	30
노사 관계	LA4	단체교섭 적용 대상 직원 비율	●	31
	LA5	중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보기간 (단체협약에 명시여부 포함)	●	31
직장 보건 안전	LA6	노사 공동 보건 안전 위원회가 대표하는 직원 비율	▲	2008년 보고서
	LA7	부상, 직업병, 손실일수, 결근, 업무 관련 재해건수	▲	51

G3		지표명	적용수준	보고 페이지
교육과 훈련	LA8	심각한 질병에 관해 직원과 그 가족, 지역사회 구성원 지원을 위한 교육, 훈련, 상담, 예방, 위험관리 프로그램	●	51
	LA9	노동 조합과의 정식 협약 대상인 보건 안전사항	▲	51
	LA10	직원 형태별 일인당 연평균 교육시간	●	27
	LA11	지속적인 고용과 퇴직직원 지원을 위한 직무교육, 평생 학습 프로그램	●	27, 31
	LA12	정기 성과평가, 경력 개발 심사 대상 직원의 비율	●	30
다양성과 평등한 기회	LA13	이사회와 직원의 구성 현황 (성, 연령, 소수계층 등)	●	7, 13
	LA14	직원 범주별 남녀 직원간 기본급 비율	●	30
인권 부문 경영방식에 대한 공시				
투자자 조달 관행	HR1	인권보호조항이 포함되거나 인권심사를 통과한 주요투자협약 건수와 그 비율	X	
	HR2	주요 공급/계약업체의 인권심사 비율	●	73
	HR3	업무와 관련한 인권 정책과 절차에 대한 직원교육사수	▲	27
차별 금지	HR4	총 차별 건수와 관련 조치	●	30
결사와 단체교섭의 자유	HR5	결사/단체교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 업무 분야와 해당 권리를 보장하기 위한 조치	●	30~31
아동 노동	HR6	아동 노동 발생 위험이 높은 사업분야 와 아동노동 근절을 위한 조치	●	31
강제 노동	HR7	강제 노동 발생 위험이 높은 사업분야 와 강제노동 근절을 위한 조치	●	31
보안 관행	HR8	인권관련정책과 절차에 대해 훈련 받은 보안인력의 비율	●	30
원주민 권리	HR9	원주민 권리 침해 건수와 관련 조치	N/A	
사회 부문 경영방식에 대한 공시				
지역 사회	SO1	업무활동의 시작, 운영, 종료 단계에서 지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위와 실효성	●	56~57, 59~68
부패	SO2	부패 위험이 분석된 사업 단위의 수와 그 비율	N/A	
	SO3	반부패 정책/절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	●	33
	SO4	부패 사건에 대한 조치	●	34
공공 정책	SO5	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립/로비활동 참여	▲	21
	SO6	정당, 정치인과 관련 기관에 대한 국가별 현금/현물 기부 총액	▲	34
경쟁 저해 행위	SO7	부당 경쟁 행위와 독점 행위에 대한 법적 조치 건수와 그 결과	▲	2009년 사업보고서
법규 준수	SO8	법률과 규제 위반으로 부과된 벌금, 비금전적 제재 건수	▲	80, 83, 2009년 사업보고서
제품책임 부문 경영방식에 대한 공시				
고객 건강과 안전	PR1	제품/서비스의 건강과 안전 영향을 평가한 라이프사이클 상의 단계, 주요 제품/서비스의 해당평가 실시 비율	●	46~50, 76~79
	PR2	제품/서비스의 라이프사이클 상에서 고객 건강과 안전 관련 규제와 자발적 규칙 위반 건수	X	
제품/ 서비스 라벨링	PR3	절차상 필요한 제품/서비스 정보 유형, 그러한 정보요건에 해당되는 주요 제품/ 서비스의 비율	●	45~47, 54~55
	PR4	제품/서비스 정보와 라벨링 관련 규제와 자발적 규칙 위반 건수	X	
	PR5	고객만족도 평가 설문 결과 등 고객 만족 관련 활동	●	77~79
마케팅 커뮤니케이션	PR6	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법, 표준, 자발적 규칙 준수 프로그램	▲	80
고객 개인 정보 보호	PR7	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준, 자발적 규칙 위반 건수	●	80
	PR8	고객 개인 정보 보호 위반과 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만 건수	●	80
법규 준수	PR9	제품/서비스 공급에 관한 법률과 규제 위반으로 부과된 벌금 액수	X	



삼성전자는 '2009-2010 지속가능경영 보고서' 작성시 GRI의 G3 가이드라인을 적용하였습니다. 그 결과 아래 적용수준 평가기준에 따라 본 보고서가 A+수준에 해당하는 요건을 충족시키고 있음을 자체 선언하였습니다. 삼일회계법인은 검증을 통하여 본 보고서의 적용수준이 A+임을 확인하였습니다. (로그에서 +표시는 제3자 검증수행을 의미합니다.)

본 검증인은 삼성전자(이하 “회사”)의 2009-2010 지속가능경영 보고서 (이하 “보고서”)에서 다음에 해당하는 내용에 대한 확신을 제공하기 위해 독립적 검증절차를 수행하였습니다.

검증범위 및 검증대상

2009년 12월 31일로 종료되는 기간의 정보에 대해 제한적 확신을 제공하는 대상은 다음과 같습니다.

- AA1000 AccountAbility Principles Standard 2008 (이하 “AA1000APS”)의 3가지 원칙, 즉 포괄성 · 중요성 · 대응성 적용 여부
- 보고서에 수록된 다음의 정보가 ‘About This Report’에 있는 보고기준에 의거하여 작성되었는지 여부
 - 보고서 7페이지에 수록된 임직원 현황 데이터
 - 보고서 25페이지에 수록된 해외인력 비중 및 여성 인력 비중 데이터
 - 보고서 27페이지에 수록된 연도별 교육현황 데이터
 - 보고서 30페이지에 수록된 ‘차별 없는 보상’ 부문
 - 보고서 31페이지에 수록된 글로벌 퇴직률 및 퇴직자수 데이터
 - 보고서 42페이지에 수록된 온실가스 배출 현황 도표 상 국내 데이터
 - 보고서 43페이지에 수록된 전력 및 LNG사용량 도표 상 국내 데이터
 - 보고서 51페이지에 수록된 재해건수 및 삼성전자 국내 재해율 데이터
 - 보고서 52페이지에 수록된 국내 용수 및 재이용수 사용량 데이터
 - 보고서 53페이지에 수록된 국내 대기오염물질 배출량 및 국내사업장 폐기물 현황 데이터
 - 보고서 72페이지에 수록된 협력회사 자금지원 현황 데이터
 - 보고서 85페이지에 수록된 사회공헌 현황 데이터

본 검증인은 보고서에 수록된 재무자료(18에서 20페이지)가 삼성전자의 감사 받은 연결재무제표에서 적절히 추출되었는지 확인하였으며, Global Reporting Initiative (GRI)의 정보 품질 원칙을 성과 정보를 평가하는 기준으로 활용하였습니다. GRI 지표 규약을 활용하여 작성된 데이터는 해당 지표 규약을 부가적 기준으로 사용하여 평가하였습니다.

본 검증인은 보고서에 포함된 다른 정보들이, 검증대상정보와 일관성을 유지하는지 평가하였으며, 평가결과 보고서에서 명백한 오류나 중대한 불일치 사항이 발견된 경우에는 동 사항이 검증보고서에 미치는 영향을 고려하였습니다. 그러나 우리의 책임은 검증 대상 이외의 다른 정보로 확대되지 않습니다.

수행한 검증 업무

본 검증인은 ISAE 3000⁽¹⁾과 AA1000AS⁽²⁾에 근거하여 검증을 수행하였습니다.

ISAE 3000의 제한적 검증은 AA1000AS(2008)에서 정의된 검증의 중간수준(Moderate level)과 일치합니다. 본 검증인의 검증업무는 AA1000AS(2008)에서 Type2로 정의된 검증업무입니다.

(1) International Standard on Assurance Engagement 3000 (Revised) – ‘Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information’ issued by International Auditing and Assurance Standards Board

(2) AA1000 Assurance Standard(2008), issued by AccountAbility

본 검증인의 업무는 다음의 내용을 포함하고 있습니다.

1. 이해관계자의 포괄성, 중요성, 대응성에 대한 접근방법 논의를 위해 회사의 지속가능경영 데이터 내부보고 및 데이터 집계에 책임을 지고 있는 담당자와 인터뷰
2. 지속가능경영 데이터를 관리하고 보고하는 시스템과 프로세스 검토를 위해 3개의 사업장을 방문
3. 위험평가 프로세스의 결과, 지속가능경영 관련 정책 및 기준, 지속가능경영 중요성 평가 매트릭스, 이해관계자 참여활동 관련 기타 문서 검토
4. 보고기간의 지속가능경영 데이터 관리 및 보고를 위한 주요 프로세스와 통제활동의 설계 및 실행 평가
5. 질문과 분석적 검토를 기본으로 검증대상 데이터의 산출 및 수집에 있어 전사차원에서의 제한된 테스트 수행

경영진과 검증인의 책임

지속가능경영 데이터 산출 및 AA1000APS 3가지 원칙의 준수를 위한 평가기준의 설정, 동 평가기준에 따른 성과측정 및 이를 보고서에 보고하는 책임은 경영진에게 있습니다.

본 검증인의 책임은 수행한 검증절차에 따라 경영진에게 결론을 제공하는 것입니다.

이 검증보고서는 회사의 지속가능경영성과 및 활동에 대한 경영진의 보고를 위해 작성되었습니다. 법에서 정하는 최대한의 한도 안에서, 본 검증인은 수행한 업무 또는 검증보고서에 대해 경영진 이외에 대해서는 사전에 서면으로 협의되지 않는 한 어떠한 책임도 지지 않습니다.

검증의 고유한계

비재무적 성과 정보는 재무적 정보 보다 검증 대상의 성격과 정보의 결정에 대한 산출 방법에서 기인하는 더 많은 고유 한계가 있습니다. 관련성, 중요성, 데이터에 대한 정확성에 대한 질적인 해석은 경영진이 적용한 추정과 판단에 따라 달라질 수 있습니다.

ISAE 3000에 따르면 제한적 확신의 업무는 합리적 확신을 제공하는 검증업무와 비교하여 검증범위가 제한되어 있습니다. 따라서, 적절한 증거를 수집 하기 위한 검증절차의 성격, 시기 및 범위가 합리적 확신의 검증업무보다 낮은 확신을 제공하도록 계획되었습니다.

- 본 검증인은 이해관계자 참여활동에 참여하지 않았습니다. 그러므로 우리의 결론은 회사의 담당자와 인터뷰한 내용 및 회사가 제공한 관련문서의 검토를 통해 이루어졌습니다.
- 검증업무의 범위는 2009년 성과에 한정되어 있습니다. 2008년 및 그 이전 데이터는 본 검증인의 검증대상에서 제외됩니다.

검증인의 의견

이 검증보고서에 기술된 본 검증인의 수행업무와 제시된 평가기준에 따라, 본 검증인의 검증의견은 다음과 같습니다.

- AA1000APS 원칙 적용에 대한 검증의견은 아래와 같습니다.
 - 포괄성: - 회사는 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 통해 고객, 협력회사, 주주 및 투자자, NGO, 임직원, 지역사회, 정부, 그리고 언론기관의 주요 관심 사항과 의견을 수렴하였습니다.
 - 본 검증인은 회사의 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 통한 이슈를 수렴하는 절차에서 누락된 중대한 이해관계자 그룹을 발견하지 못하였습니다.
 - 중대성: - 회사는 이슈 도출 프로세스를 통해 지속가능경영 주요 이슈를 확정하였습니다.
 - 본 검증인은 회사의 이슈 도출 프로세스에서 누락된 중대한 이슈를 발견하지 못하였습니다.
 - 대응성: - 회사는 이슈 도출 프로세스를 통해 파악된 지속가능경영 주요 이슈에 대한 대응활동 및 지속가능경영 성과를 보고서에 포함시켰습니다.
 - 본 검증인은 중대성의 관점에서 보고서상 지속가능경영 주요 이슈에 대한 대응활동 및 지속가능경영 성과가 대응성의 원칙을 위해 하였다는 부분을 발견하지 못하였습니다.
- 본 검증인은 2009년 검증대상 데이터가 중대성의 관점에서 회사의 보고기준에 위배되어 작성되었다는 부분을 발견하지 못하였습니다.

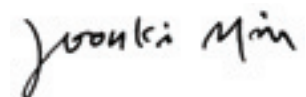
검증인의 권고사항

동 검증보고서에서 명시하고 있는 검증절차를 수행한 결과, 본 검증인은 하기 사항을 권고하였습니다.

- 지속가능경영 데이터와 정보가 보고 원칙인 일관성, 정확성 및 완전성을 유지하도록 회사 내부 가이드 라인의 지속적인 보완이 필요합니다.
- 다양한 이해관계자의 의견을 청취하고 보고서에 반영하기 위해서 주요 이해관계자의 직접적인 참여 등 이해관계자의 참여 방법과 내부 보고기준에 대한 지속적인 개선이 필요합니다.
- 회사는 주요 성과지표 중 일부는 국내 사업장을 기준으로 관리되고 있습니다. 전사차원의 글로벌 기준으로 성과지표의 관리 범위를 확대할 필요가 있습니다.

삼일회계법인

민준기
전무, Assurance



2010년 5월 31일

2009-2010 지속가능경영 보고서

— 보고서 작성 참여자 정보

- 발행일: 2010년 5월 31일
- 발행인: 최지성
- 발행처: 삼성전자
- 디자인: 삼우커뮤니케이션

- 총괄 진행: 상생협력팀 송성수, 정의현

기업소개	• 인사 • IR • 총무보안	문복기 이신명 서경현	• 재경 • 홍보	김형일 이규복
인재경영	• 인사	문복기	• 상생협력	김영석
정도경영	• 감사 • 법무	김재원 최윤식	• 해외법무 • 상생협력	김일환 김영석
녹색경영	• CS환경	조유성 양인희	• 상생협력	곽종명
사회공헌	• 사회봉사단	이수경	• 상생협력	신문섭
협력사 상생	• 상생협력 • 구매전략	장윤희 안태훈	• 상생협력	최성보
제품서비스	• CS환경 • GMO	심대만 유태영 송인선	• 총무보안 • 상생협력	서경현 정의현

여러분의 소중한 의견을 환영합니다.

삼성전자 CSR e-mail: csr.partner@samsung.com

