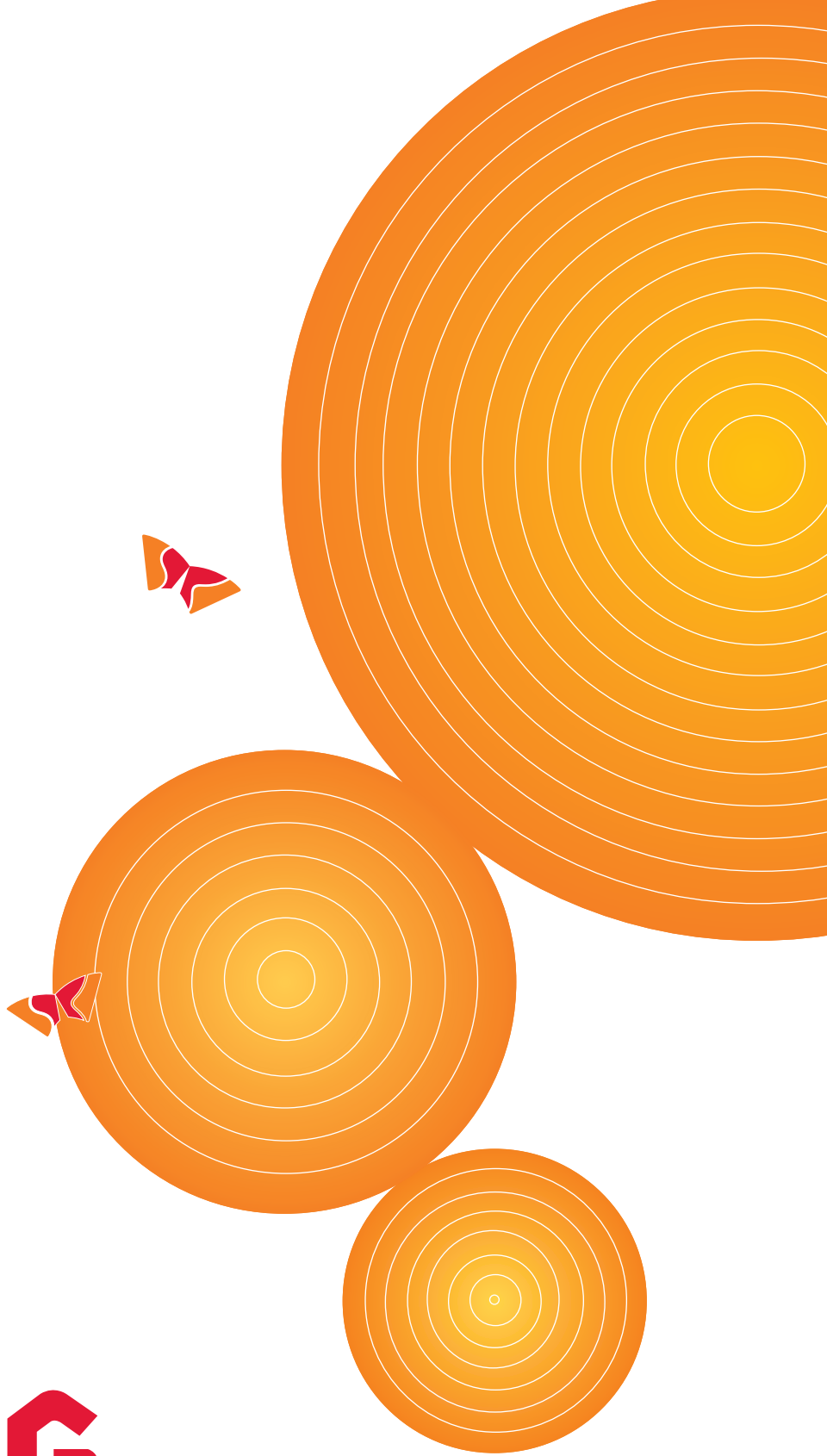
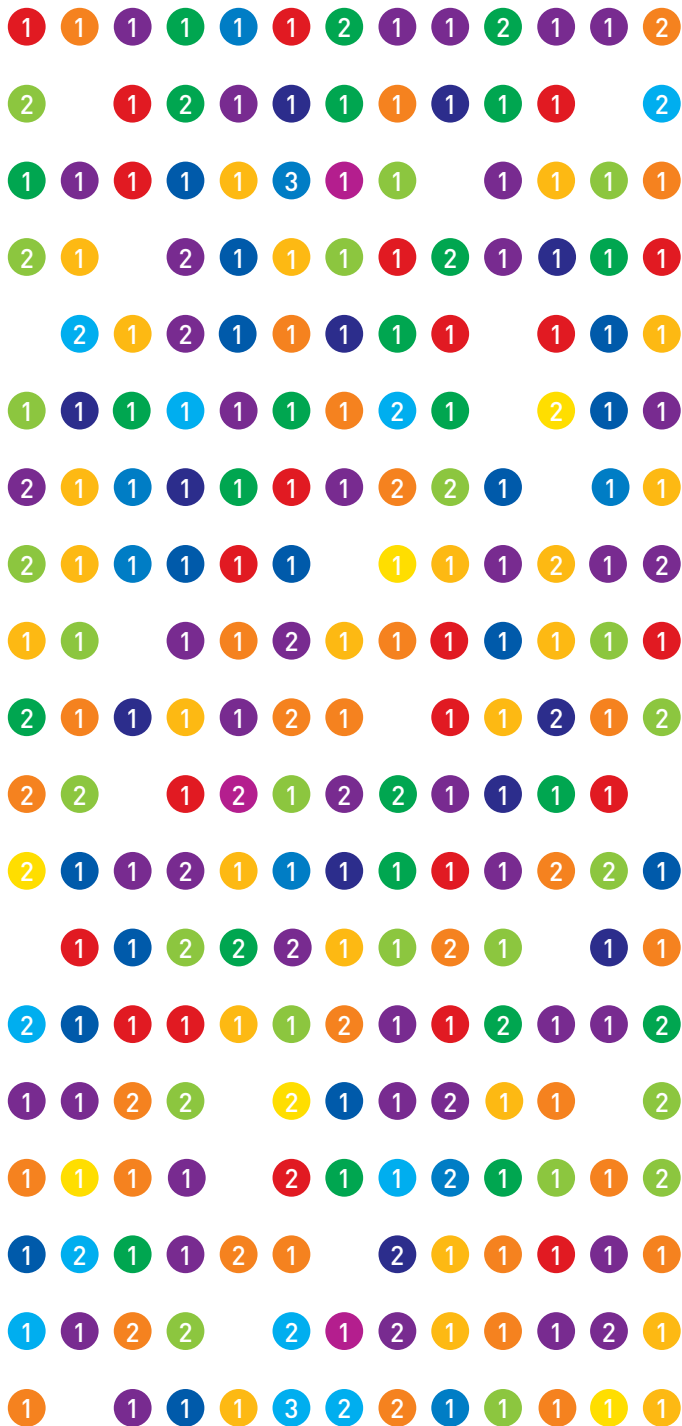




happy **G**
is coming



• • • SK텔레콤의 역할 • • •



기업경영을 경제적 성과뿐 아니라
환경적, 사회적 관점에서 통합적으로
바라보고, 다양한 이해관계자의
가치를 균형적, 통합적으로
고려하는 지속가능경영을 통해
리딩 컴퍼니로서의
책임을 수행해 왔습니다.

Contents

Our Steps to Sustainability

Vice Chairman & CEO Message_04
President & CEO Message_06
지속가능경영 Vision & Strategy_08
기업시민으로서의 SK텔레콤의 역할_10
사업영역_12
Company Profile_13
Stakeholder Engagement_15

Wise Prosumers

Management Approach_18
고객 만족_20
고객 보호_22
상품정보 제공_25

Happiness Deliverers

Management Approach_28
복지후생_29
Labour/Management Relations_30
구성원 인권_31
안전 보건_32
교육 훈련_33

Investing Supporters

Management Approach_36
Governance_39

Synergy Creators

Management Approach_42
상생협력_43
성과 및 계획_44
상생 Program_45

Love-sharing Communities

Management Approach_48
소외계층 자립 및 자활 지원_50
Mobile 사회 안전망 구축_51
고객 자원봉사활동_52
임직원 자원봉사활동_54
글로벌 사회공헌활동_55
윤리경영_56
공정거래_58
Indirect Economic Impact_60

Mother Nature

Management Approach_64
자원절약 및 재활용_66
친환경 기술 활용_67
지구온난화 대응_68
생태계 보호_71

Appendix

윤리규범 및 실천지침_72
대차대조표_75
손익계산서_78
보고서 발간과정_80
격려사_81
SK텔레콤 지속가능성보고서에 대한 제3자 검증 의견서_82
GRI Index(2002)_84
GRI Index(G3 Draft)_88



사람과 사람 사이의 거리를 좁혀 온 통신기술의 진보,
SK텔레콤은 새로운 가치를 제공하는
Network Innovator로서
첨단 정보통신의 흐름을 주도하여 왔습니다.
사람들은 그러한 기술의 진보를
1G, 2G, 3.5G 등으로 부릅니다.
SK텔레콤은 언제나 남들이 경험하지 못한 세대를 향해
한 발 앞서 걸어왔습니다. 지금 이 순간에도 우리의 발걸음은
세상의 모든 사람들이 행복해지는 곳을 향하고 있습니다.
모든 사람이 행복해지는 기술,
happy Generation이 다가오고 있습니다.



사람과 사람 사이의 거리를 좁혀 온 통신기술의 진보,
SK텔레콤은 새로운 가치를 제공하는
Network Innovator로서
첨단 정보통신의 흐름을 주도하여 왔습니다.
사람들은 그러한 기술의 진보를
1G, 2G, 3.5G 등으로 부릅니다.
SK텔레콤은 언제나 남들이 경험하지 못한 세대를 향해
한 발 앞서 걸어왔습니다. 지금 이 순간에도 우리의 발걸음은
세상의 모든 사람들이 행복해지는 곳을 향하고 있습니다.
모든 사람이 행복해지는 기술,
happy Generation이 다가오고 있습니다.

◆ 보고기간

보고기간은 2005년 1월 1일부터 12월 31일까지입니다. 과거 추세 분석 등이 필요한 경우 2003년과 2004년의 활동과 성과에 대해서도 기술하였으며 특별한 경우 2006년의 활동도 포함하였습니다.

◆ 최근 보고연도 및 GRI 준수 여부

이번에 발간된 보고서는 기업의 사회적 책임과 성과에 대하여 SK텔레콤이 발행하는 최초의 보고서로 GRI의 가이드라인을 참조하여 작성되었습니다.

◆ 차후 보고계획

차기 보고서는 2006년과 2007년의 성과를 종합하여 2008년에 발간할 예정입니다.

◆ 보고서 발간 목적

SK텔레콤은 이번 보고서를 통하여 회사의 지속가능한 성장을 위한 활동과 성과를 이해관계자에게 투명하게 공개하고 다양한 이해관계자의 의견을 수렴함으로써 더 나은 기업으로 성장하고자 합니다.

◆ 보고서의 범위

본 보고서는 SK텔레콤의 본사 및 지역본부 등 국내사업장의 성과를 기재하였으며, 해외사업장 및 투자회사에 대한 정보는 포함되지 않았습니다.

◆ 추가정보

- www.sktelecom.com : 회사 홈페이지(투자자정보, 사이버홍보실, Brand 및 요금 설명)
- ethics.sktelecom.com : 윤리경영 관련 정보
- partneron.sktelecom.com : Business Partner 관련 정보
- withheart.sktelecom.com : 사회공헌 관련 정보
- dart.fss.or.kr : 금융감독원 전자공시시스템(각종 공시자료)
- www.sec.gov : 미국 증권거래위원회 홈페이지(각종 공시자료)



...▶ 지속가능성

...▶ Sostenibilità

...▶ 可持續性



ТУУШТАЙ

...► Khả năng duy trì

Mantenimiento

Our Steps to Sustainability

...► Sostenibilidad

Vice Chairman & CEO Message_04

President & CEO Message_06

지속가능경영 Vision & Strategy_08

기업시민으로서의 SK텔레콤의 역할_10

사업영역_12

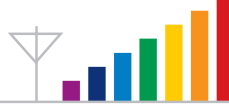
Company Profile_13

Stakeholder Engagement_15

Vice Chairman & CEO Message



SK텔레콤은 앞으로도 다양한 이해관계자의 목소리에
귀 기울이고 건전한 기업시민으로서의 역할 수행을 위해
지속적으로 노력할 것을 약속 드립니다.



지난 20여 년간 SK텔레콤을 아껴 주시고 성원해 주신 고객, 주주 그리고 여러 이해관계자 여러분께 지속가능성보고서를 통해 인사 드리게 된 것을 매우 기쁘게 생각합니다.

지난 1984년 전 직원 32명의 작은 이동통신회사로 출발한 SK텔레콤은 구성원들의 땀과 노력, 고객의 사랑, 그리고 Business Partner 등 이해관계자 여러분의 성원에 힘입어 우리나라 정보통신산업 발전을 선도하는 기업으로 성장하였습니다. 2005년 SK텔레콤은 가입자의 지속적인 증가와 무선인터넷 매출의 호조로, 매출 10조원 시대를 열었습니다. 이러한 양적인 성장 외에도 SK텔레콤은 멀티미디어 메시징 서비스 등의 무선인터넷 서비스, 텔레매틱스, 위성 DMB 서비스 등 국내 IT 서비스를 주도하며 관련 산업 및 국가경제, 사회, 문화 전반에 걸쳐 많은 변화와 파급효과를 초래하였습니다. 이처럼 국내 정보통신 발전에 크게 기여한 점에 대해서 SK텔레콤은 자부심을 가지고 있습니다. 이러한 자부심은 생활의 중심에서 고객의 라이프 스타일을 선도해 가는 파트너로서 역할을 할 수 있었기에 더욱 의미가 있었다고 생각합니다.

이번 보고서는 SK텔레콤이 처음으로 발간하는 지속가능성보고서입니다. 2005년 한 해 동안의 지속가능경영의 주요 활동과 성과를 GRI 가이드라인을 참조하여 기술하였습니다. 본 보고서는 고객가치 증진, 구성원 역량 향상, 경제적 가치 향상, Business Partner와의 상생협력, 사회적 책임 활동은 물론 환경적 활동과 성과에 관해서도 기술하였습니다. 물론 처음으로 발간되는 보고서인만큼 개선되어야 할 점이 없지는 않겠지만 가능한 한 정확한 정보를 전달하고자 최선의 노력을 다하였습니다.

이번 지속가능성보고서 발간을 통하여 SK텔레콤은 그동안 추진해 온 다양한 활동에 대한 성과를 체계적으로 정리해 볼 수 있었고 글로벌 가이드라인과 비교하여 부족한 부분도 있음을 인식할 수 있게 되었습니다. 향후 SK텔레콤은 보고서상의 미흡함이나 지속가능경영 활동의 부족한 부분을 보완해 나갈 계획입니다.

SK텔레콤은 앞으로도 다양한 이해관계자의 목소리에 귀 기울이고 건전한 기업시민으로서의 역할 수행을 위해 지속적으로 노력할 것을 이 자리를 빌어 약속 드립니다.

감사합니다.

조 정 남

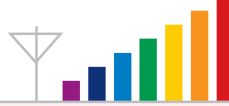
2006년 10월

대표이사 / 부회장 조 정 남

President & CEO Message



지속가능경영을 부단히 추진해
나감으로써 사회로부터 신뢰받는
기업으로 성장하는 한편
인류의 지속가능한 발전에
기여하겠습니다.



1984년 회사 설립 이후 2천만명의 고객에게 다양한 서비스를 제공하는 한국 제일의 이동통신사업자로 성장한 오늘에 이르기까지 SK텔레콤 곁에는 항상 소중한 동반자가 있었습니다. 고객의 한결같은 사랑, 구성원의 헌신과 노력, 그리고 Business Partner 및 주주를 비롯한 이해관계자 여러분의 성원과 격려가 오늘의 SK텔레콤을 만드는 데 무엇보다 더 중요한 역할을 하였습니다. 이처럼 이해관계자의 소중한 마음을 누구보다 잘 알고 있는 SK텔레콤은 개정된 SKMS(SK Management System)를 통해 “기업은 안정과 성장을 지속적으로 이루어 영구히 존속·발전하여야 한다. 이를 통하여 고객, 구성원, 주주에 대한 가치를 창출함으로써 사회, 경제발전에 핵심적인 역할을 수행하여야 하며 나아가 인류의 행복에 공헌하여야 한다.” 라고 명시함으로써 기업의 사회적 책임 나아가서는 지속가능한 발전에 대한 회사의 실천의지를 구체적으로 밝힌 바 있습니다.

이제 SK텔레콤은 매출 10조원을 돌파한 국내 1위 이동통신사업자라는 성과를 넘어 명실상부한 World Leader로 도약하고자 합니다. 이를 위해 기존 무선인터넷 서비스와 타 산업을 결합한 융·복합화 서비스 경쟁력을 제고하는 한편 해외 이동통신사업 기반을 강화해 나갈 것입니다. 그리고 고객, 구성원, 주주, Business Partner 등 다양한 이해관계자의 가치를 창출함으로써 신뢰를 확보해 나갈 것입니다. 사람과 사람 간의 커뮤니케이션을 활성화하고 사회에 새로운 가치를 제공하는 Innovator의 역할을 수행함으로써 첨단 정보통신의 흐름을 주도하고 있는 것은 이러한 노력의 일환입니다. 또한 이동전화가 단순한 통신의 역할뿐만 아니라, 사회의 트렌드를 이끌어 가는 중요한 역할을 하고 있는 점을 고려하여, SK텔레콤은 사회적 책임이라는 측면에서 이동전화를 활용한 Communication의 긍정적인 영향을 확대하고, 부정적인 영향은 최소화하기 위해 최선의 노력을 다할 것입니다.

지속가능성을 고려하지 않는 기업은 도태될 수 밖에 없는 시대에 우리는 살고 있습니다. SK텔레콤은 이해관계자 여러분의 가치를 제고하는 활동을 적극적으로 실천할 것이며, 이를 통해 인류의 지속가능한 발전에 더욱 적극적으로 기여하고자 합니다. 본 보고서는 SK텔레콤의 지속가능경영 활동과 성과에 대해 체계적으로 발간하는 첫 보고서입니다. 이 보고서를 통해 회사의 지속가능경영 전반에 대해 이해관계자 여러분에게 알릴 수 있게 된 것을 기쁘게 생각합니다. 앞으로도 지속가능경영을 부단히 추진함으로써 사회로부터 신뢰 받는 기업이 되고자 노력하겠습니다.

여러분의 관심과 조언을 부탁 드립니다.

감사합니다.

2006년 10월

대표이사 / 사장 김 신 배

지속가능경영 Vision & Strategy

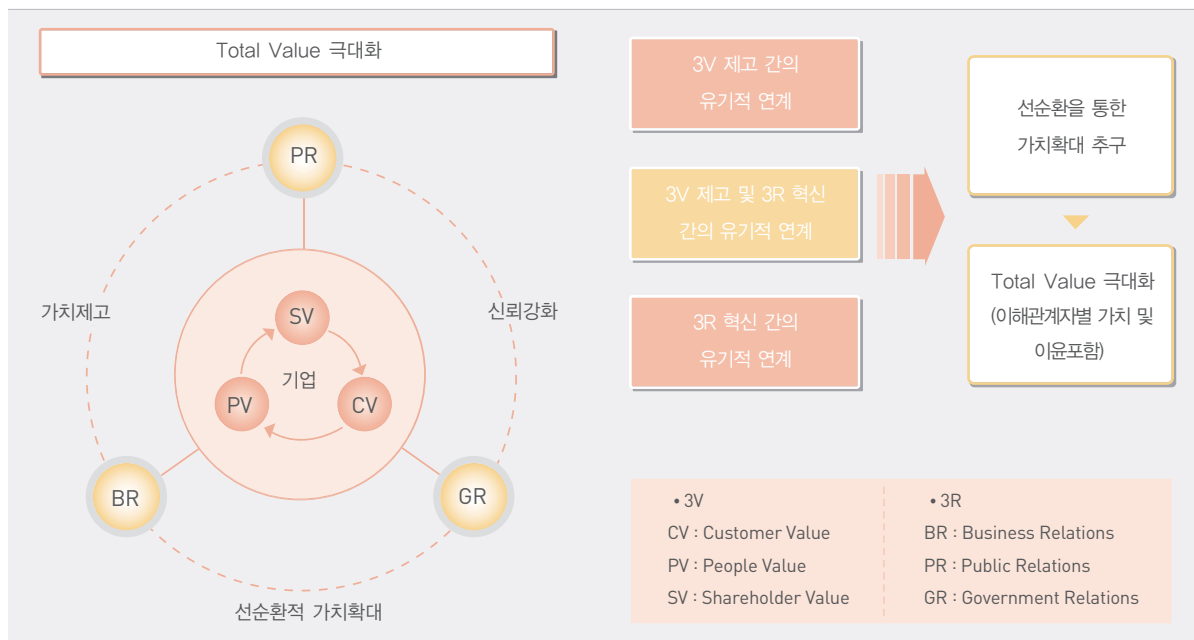
[지속가능경영 Vision & Strategy]

Vision

기업의 경영환경을 경제적, 환경적, 사회적 관점에서 통합적으로 바라보고, 다양한 이해관계자의 가치를 균형적, 통합적으로 고려하는 지속가능경영은 기업이 사회로부터 신뢰를 확보하고 이를 통하여 지속 성장·발전해 나가도록 하는 데 있어 반드시 필요한 요소입니다. SK텔레콤은 이러한 변화에 능동적으로 대응하고 있으며, 이해관계자 중심 경영 실천을 통하여 국내 시장에서의 위상을 굳건히 하는 동시에 국·내외 이동통신산업의 패러다임 변화를 리드

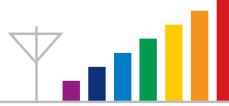
하고 미래 성장엔진 개발을 한발 앞서 준비하고 있습니다. SK텔레콤은 국·내외 시장에서 확고한 가입자 기반을 구축하고 이동통신 및 융·복합화 서비스를 제공하여 지속적인 안정과 성장 기반을 확보할 것이며, 이를 통해 고객, 구성원, 주주, Business Partner, 사회 등 다양한 이해관계자의 가치를 제고하여 World Leader로 새롭게 도약해 나갈 것입니다.

이해관계자 중심 경영



이해관계자 중심 경영이란 기존의 주주 중심 경영 관행에서 탈피하여 기업을 둘러싼 다양한 이해관계자들을 균형적으로 중시하는 경영을 함으로써 단기적인 성과보다 장기적인 기업가치 창출 역량을 확보하는 것입니다. 아울러 기업의 사회적 역할과 책임 범위를

경제적인 영역 뿐 아니라 사회적, 윤리적, 환경적 영역까지 확대함으로써 기업시민으로서의 역할과 책임을 다하겠다는 패러다임의 변화를 의미합니다.

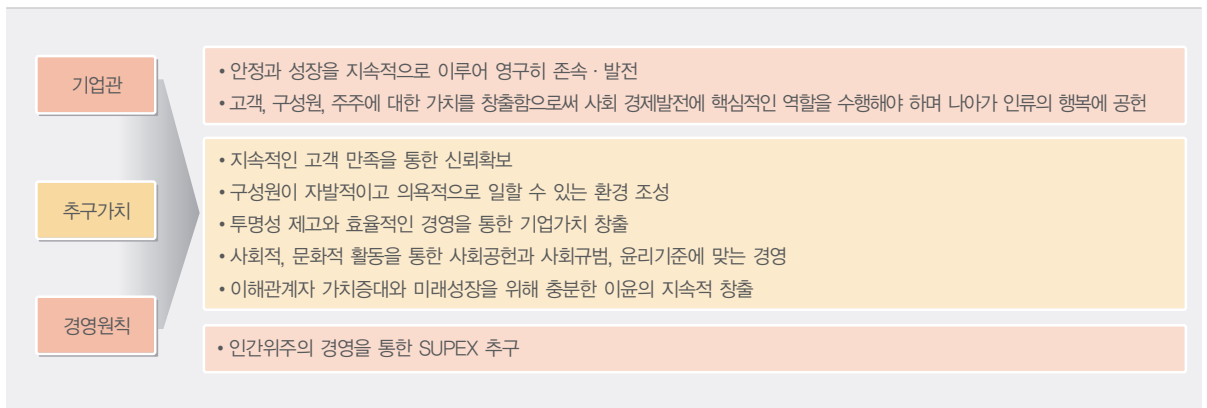


Strategy

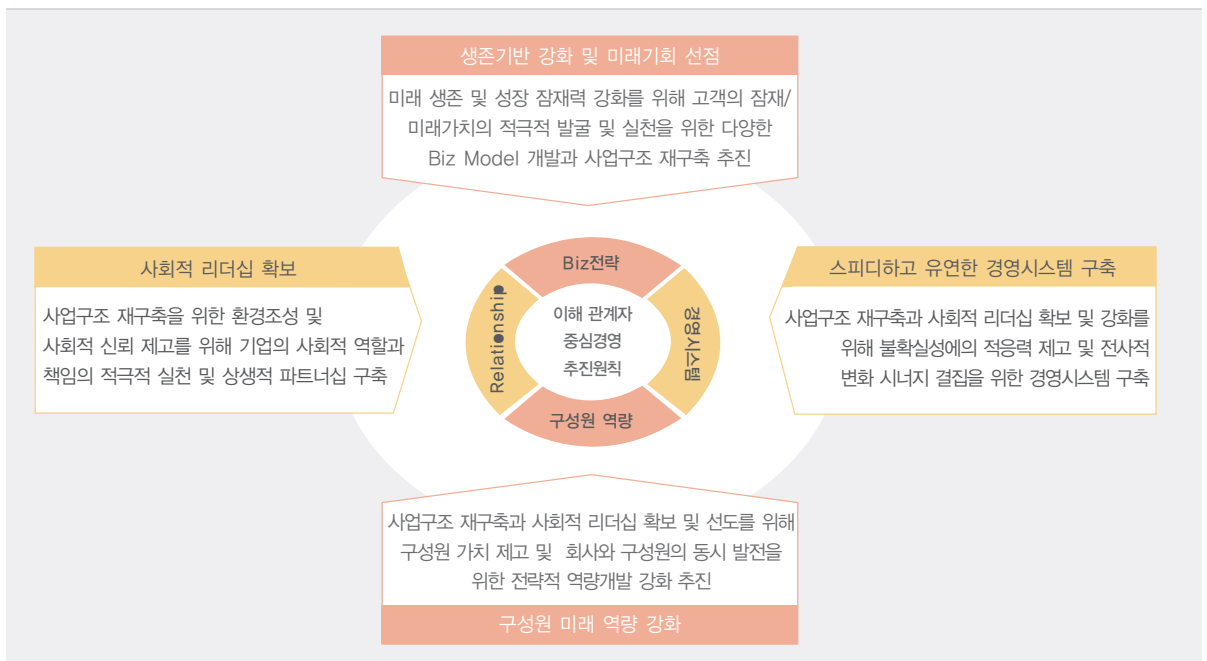
SK텔레콤은 이해관계자의 가치제고를 위한 다양한 활동을 통하여 사회로부터 신뢰를 확보하여 지속 성장·발전하고자 합니다. 이를 위하여 SK텔레콤은 SK 고유의 경영철학인 SKMS(SK Management System)를 바탕으로 SUPEX 추구하고 6시그마 방법론을 활용하여 지속가능경영을 실천하고 있습니다. SKMS는

SK의 존속과 성장에 근간이 되어온 경영철학이며, SK텔레콤을 비롯한 SK 관계사들이 함께 실천하는 경영관리체계입니다. 그리고 SUPEX는 경영활동에서 Super Excellent Level의 목표를 추구하는 것으로 SKMS를 실천하기 위한 방법입니다.

SKMS의 경영기본이념



4대 추진전략



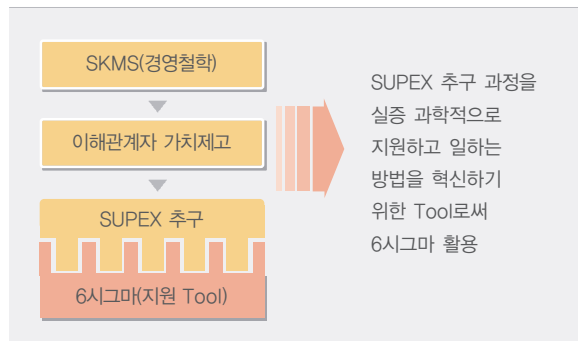
기업시민으로서의 SK텔레콤의 역할

6시그마

SK텔레콤은 SKMS 실천력을 제고하고, 내부 관점이 아닌 외부 고객 관점에서 프로세스를 지속적으로 개선하기 위하여 과학적인 방법론인 6시그마를 활용함으로써 궁극적으로 구성원의 일하는 방법을 혁신하고자 합니다. 6시그마 활동은 2006년 상반기까지 약 1년 10개월 동안 총 246개의 과제에 걸쳐 실시 되었습니다. 2006년 6시그마 활동의 주요 추진방향은 Top-down 방식의 *Mega Y확대를 통한 전사 경영이슈 해결 및 Bottom-up방식의 *GB과제 확대를 통한 전사 확산기반 확보, *MBB, *BB 등 인증 인력 확보 및 전사 구성원의 6시그마 이해, 활용을 통한 자체 추진역량 확보, 관련 Business Partner로 과제수행 범위를 확대 함으로써 고객만족을 넘어서 고객의 행복을 위한 SUPEX 추구 활동을 지속적으로 강화하는 것입니다.

- Mega Y(전략방향) : 과제선정 시 추진방향에 따라 부문에서 도출된 광범위의 추진영역
- BB(Black Belt) : 6시그마 실행과제를 실질적으로 리드하고 과제진행 및 진도 관리에 대하여 책임을 지는 조직 내 인적자원
- GB(Green Belt) : BB가 리드하는 프로젝트의 팀원으로서 파트타임으로 참여하거나 또는 현업을 겸하면서 독자적으로 6시그마 과제를 수행하는 인력
- MBB(Master Black Belt) : 6시그마 지식, 리더십, 프로세스 지식 등에 있어 상당한 능력과 수준을 갖춘 인력으로서, BB/GB에게 6시그마의 기술적인 기법 및 멘토링을 제공하는 6시그마 전문가

SKMS, 6시그마와 지속가능경영의 관계



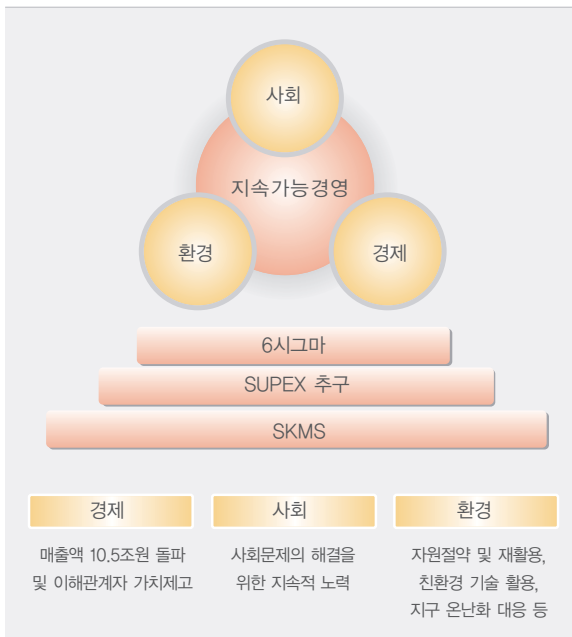
|기업시민으로서의 SK텔레콤의 역할|

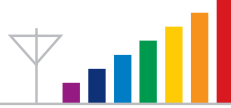
SK텔레콤의 역할

2006년 말 국내 이동통신 가입자는 4,000만명이 넘을 것으로 예상됩니다. 그렇게 되면 국내이동전화 가입자 비율은 전 국민의 약 85%에 이르게 되며, SK텔레콤 고객의 비율은 전 국민의 약 42.5%가 됩니다. 이는 이동통신서비스 이용이 어려운 어린이와 고령층 등 일부 계층을 제외하면 거의 전 인구가 이동통신 가입고객이며, 그 중의 절반은 SK텔레콤의 고객이라는 것을 의미하는 것입니다. 이러한 점에서 SK텔레콤은 SK텔레콤이 제공하는 서비스가 직간접적으로 사회에 많은 영향을 미치고 있다는 것을 충분히 인식하고 있습니다.

SK텔레콤은 국내 이동통신 Leading Company로서의 역할을 수행하기 위하여 이해관계자 가치를 제고함으로써 경제적 측면의 책임을 다할 것입니다. 또한, 일자리 창출 및 정보격차 해소 등을 통한 근본적인 사회문제 해결과 지속적인 참여형 자원봉사를 통한 사회적 책임도 확보해 나갈 것입니다. 아울러, 자원절약 및 재활용, 친환경 기술 활용, 에너지 사용 절감 등을 통하여 우리의 삶의 터전이 되는 지구 환경 보호에도 능동적 자세를 견지해 나갈 것입니다.

기업시민으로서의 역할





경제

■ 이동통신 발전과 함께한 22년

SK텔레콤은 2006년 4월 '비즈니스 위크'가 발표한 가장 혁신적인 100대 기업에 포함된 두 개의 통신회사 가운데 하나입니다. 그동안 SK텔레콤은 세계 최초 *CDMA 기술 상용화, 세계 최초 2.5세대 CDMA 2000 1X 서비스 개시, 세계 최초 3세대 동시식 *IMT-2000 상용화, 세계 최초 *HSDPA 상용화 등 혁신적인 서비스를 개발, 제공함으로써 세계 정보통신산업을 선도하여 왔습니다.

- CDMA(Code Division Multiple Access) : 부호 분할 다중 접속
- IMT(International Mobile Telecommunication) : 첨단 이동 통신 단말기 시스템
- HSDPA(High Speed Downlink Packet Access) : 고속 하향 패킷 접속 방식의 차세대 통신 서비스

■ 시대의 흐름을 주도하며 성장하는 기업

산업간 융·복합화가 빠르게 진행되는 디지털 컨버전스 환경에 대응하고 성장을 지속하기 위하여 무선인터넷을 중심으로 사업을 고도화하고 위성 DMB(Digital Multimedia Broadcasting : 디지털 멀티미디어 방송) 등 신규사업 발굴을 통하여 새로운 서비스 기반을 창출하고 있습니다.

■ 세계 속으로 넓히는 활동 무대

SK텔레콤은 국내 1위 이동통신 사업자의 위치에 안주하지 않고 세계 속으로 활동 무대를 넓혀 가고 있습니다.

■ 끊임없는 연구개발을 통한 신기술 창출

SK텔레콤은 차세대 정보통신의 핵심 기술인 4세대 네트워크에 대한 연구를 중심으로 첨단 무선 멀티미디어 서비스 기술과 지능망 개발에 박차를 가하고 있습니다. 앞으로도 국내 이동통신 분야 최고의 R&D 인프라와 기술력을 기반으로 Total Solution Provider로 도약, 정보통신 세상의 무한한 가능성을 펼쳐 보이겠습니다

사회

■ 고객의 삶에 가치를 부여하는 서비스

유무선 통합 멀티인터넷, 모바일 금융 서비스, 디지털 홈 서비스, 텔레매틱스 서비스 등을 통해 SK텔레콤은 유비쿼터스 세상을 열어가고 있습니다. SK텔레콤은 이전까지 경험하지 못한 혁신적인 서비스, 세분화된 고급형 맞춤 서비스로 고객

개개인의 편의와 다양한 고객의 니즈를 충족시킴으로써 고객이 기대하는 서비스, 고객의 삶에 새로운 가치를 부여하는 서비스를 제공할 것입니다.

■ 더불어 함께 하는 기업

SK텔레콤은 일시적인 도움보다는 자활 기회를 제공하기 위한 일자리 창출, 모바일 기술을 활용한 사회안전망 구축, 고객과 임직원의 자원봉사 활동 등을 통하여 따뜻한 세상을 만들어 가겠습니다.

■ Business Partner와의 상생협력

중소협력업체의 경쟁력이 곧 SK텔레콤의 경쟁력이라는 인식 하에 다양한 자원프로그램을 운영하여 Business Partner의 역량을 제고하고 Win-Win 파트너십을 구현해 가고 있습니다.

환경

■ 자원절약 및 재활용

SK텔레콤은 이동전화 단말기를 직접 생산하지 않지만 환경 오염을 줄이기 위해 중고 유휴 단말기를 수거하여 재활용하고, 전자청구서를 제공하여 종이 사용량을 줄이기 위하여 노력하고 있습니다.

■ 친환경 기술 활용

이동전화용 주변기기 규격 통일화를 추진하고 납축전지를 리튬 폴리머 전지로 교체 사용하는 등 친환경 기술 활용을 통해 환경을 보호하기 위하여 노력하고 있습니다.

■ 지구온난화 대응

사옥 관리용 에너지 절감 및 고효율 신형장비 도입 등의 에너지 절약 활동을 통하여 온실가스(GHG : Greenhouse Gas) 배출 감소에 최선을 다하고 있습니다.

■ 생태계 보호

SK텔레콤은 이동전화 서비스 제공이 생태계에 미치는 영향을 최소화하기 위하여 기지국 공용화, 친환경 무선환경 구축을 추진하여 왔으며 환경보호를 위한 자원봉사 활동을 전개하고 있습니다.

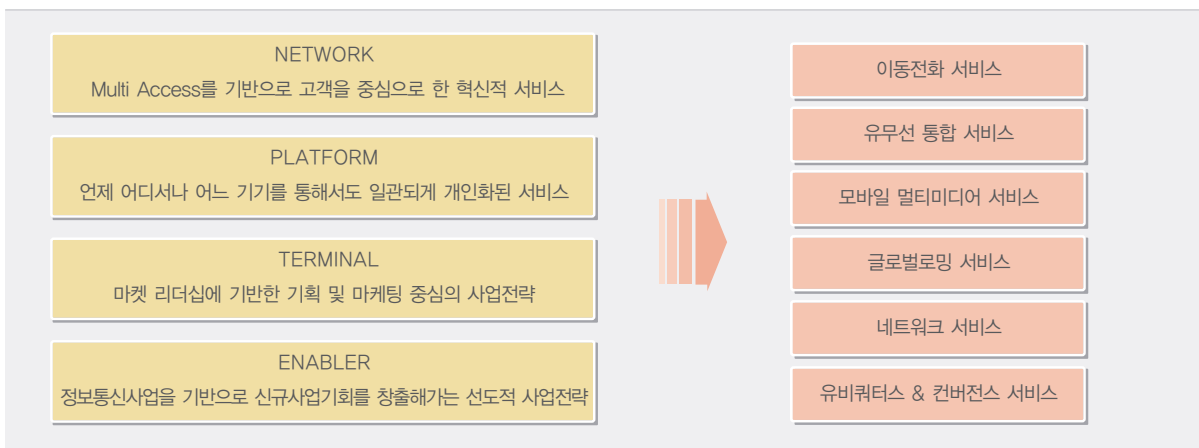
사업영역

| 사업 영역 |

시공간의 한계를 넘은 무한한 유비쿼터스 환경, SK텔레콤이 실현한 행복한 디지털 세상의 모습입니다. SK텔레콤은 이미 단말기로 실시간 방송을 볼 수 있는 모바일 멀티미디어 서비스 June, 휴대전

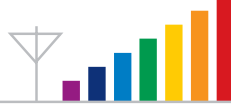
화로 다양한 금융생활을 누릴 수 있는 m-Commerce 서비스 등 산업간 경계를 넘어선 새로운 서비스들을 선보이고 있습니다.

III 사업영역



서비스	서비스 내용
이동전화 서비스	대한민국 대표 이동통신 서비스 SK텔레콤 고객의 연령별, Needs별로 세분화된 멤버십 서비스 SKT Membership, ①ing, TTL 등
유무선 통합 서비스	언제 어디서나, 유무선 통합 멀티 인터넷 서비스 NATE Phone, PDA, VMT, Voice까지 NATE 하나로!, 유무선 동시에 즐기는 인스턴트 메신저 서비스, Nate On 싸이월드를 휴대폰으로 즐기는 모바일 싸이월드 유무선 세계 최초 유비쿼터스 음악포털 서비스 MelOn / 영화 보는 즐거움이 가득한 유무선 영화포털 서비스 Cizle
모바일 멀티미디어 서비스	내 손안의 모바일 미디어 - 움직이며 즐기는 멀티미디어 서비스, June! 엔터테인먼트 콘텐츠에서 TV 프로그램까지 다양한 멀티미디어 서비스 실감 영상으로 즐긴다! 모바일과 3D 게임의 익사이팅한 만남 GXG
글로벌로밍 서비스	글로벌 세상에서도 변함없는 자부심, 해외에서도 내 단말기, 내 번호를 그대로! - 자동로밍 서비스
네트워크 서비스	SK텔레콤이 제공하는 최고의 비즈니스 환경! - 네트워크 서비스(일반 전용회선, 인터넷 전용회선)
유비쿼터스 & 컨버전스 서비스	365일 열려있는 모바일 뱅크 m-Commerce 언제, 어디서나 은행, 증권 등의 금융 서비스를 휴대폰과 인터넷으로 이용하는 MONETA 언제 어디서나 모바일로 즐기는 테이크아웃 TV 위성 DMB 통신과 방송의 컨버전스! 언제, 어디서나 이동하면서 즐기는 멀티미디어 이동방송 서비스 안과 밖의 경계를 허물대! 똑똑한 집 디지털 홈 가정 내 모든 정보가전기기가 홈네트워크로 연결되어 집 안과 밖에서 멀티원격 서비스 제공 차 안에서 즐기는 유비쿼터스 세상 텔레매틱스 내비게이션 서비스는 물론 금융, 엔터테인먼트 등 다양한 정보를 주고받는 양방향 서비스 유비쿼터스 생활의 스마트 터치 모바일 RFID 휴대용 단말기로 인식한 RFID 태그정보를 통해 상품의 정보 및 유통경로까지 확인 가능한 신개념 서비스

Company Profile



Operational Structure

지속가능경영 운영조직 및 역할

조직	역할
윤리경영총괄	지속가능경영 추진전략 수립 법적, 경영윤리적 Risk 예방 활동 윤리상담센터 운영
홍보실	사회공헌활동 총괄 전사 PR 전략 수립 홈페이지 운영 등 외부 Communication
SK Academy	SK 경영이념 확산 구성원 교육훈련
경영경제연구소	정보통신 중장기 정책 연구 국내외 경제동향 분석 및 전망 CSR 동향 등 Management Infra 혁신 연구
Business 총괄	고객 만족 및 보호 활동 중고 단말기 수거 및 재활용 활동 제품 및 서비스에 대한 책임 활동
Technology 총괄	신기술 개발 및 친환경 무선국 구축을 위한 활동
신규사업부문	신규사업, 글로벌 Biz 추진
전략기획부문	중장기 전략 개발 사업자간 협력 및 공정경쟁 활동
경영지원부문	전사 에너지 관리 활동 구성원 복리후생 및 교육/경력 개발 노동/인권 보호 노조와의 Communication 활동 Business Partner와의 상생경영 활동 총괄 6시그마 추진, 내부통제시스템 관리, IR 활동
스포츠단	SK Wyverns(야구), SK Knights(농구), T-1(Game)등 운영 및 스포츠 마케팅

Company Profile

Company Scale

(단위 : 십억원)

구 분	2003년	2004년	2005년
영업현황			
매출액	9,520	9,704	10,161
당기순이익	1,943	1,495	1,871
재무현황			
자산총계	13,376	14,021	14,522
부채총계	7,434	6,894	6,264
자본총계	5,942	7,127	8,258

Ownership

(2005년 말 기준)

주주	종류	지분율	주식수
CITIBANK ADR	보통주	27.34%	22,491,046
SK(주)	보통주	21.47%	17,663,127
SK텔레콤	보통주	10.53%	8,662,415
(주)포스코	보통주	3.64%	2,991,496
국민연금	보통주	2.59%	2,126,871
기타	보통주	34.43%	29,341,756
합계		100.00%	82,276,711

주요 투자회사

- SK텔링크 : www.sktelink.co.kr(국제전화 및 VoIP 서비스)
- TU미디어 : www.tu4u.com(위성멀티미디어방송)
- SK커뮤니케이션즈 : corp.nate.com(유선 포털 및 싸이월드)

*투자회사는 SK텔레콤에서 발간한 2005 연차보고서 90~100페이지 참조

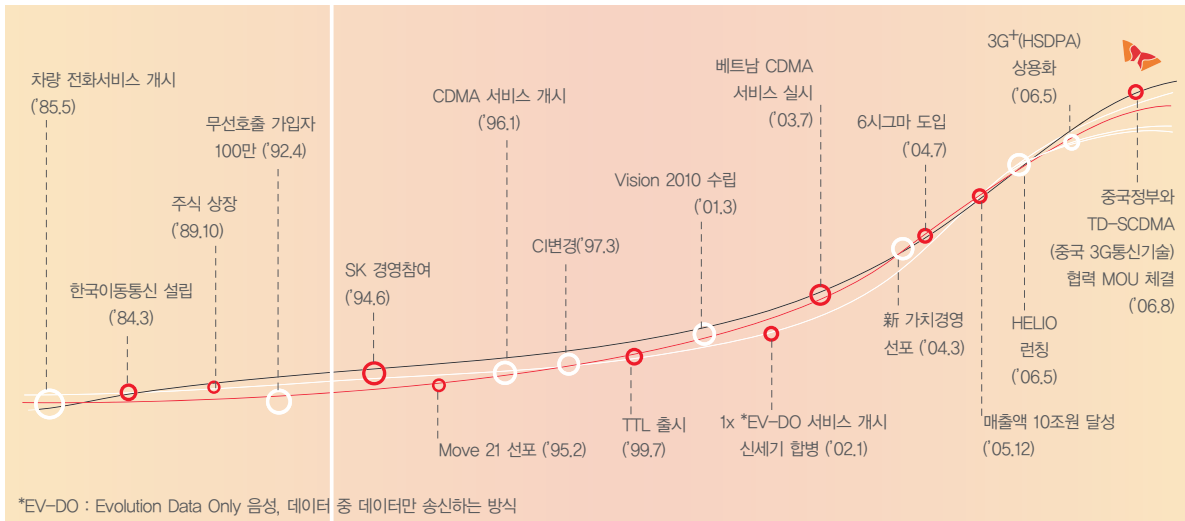


Company Profile

경영현황

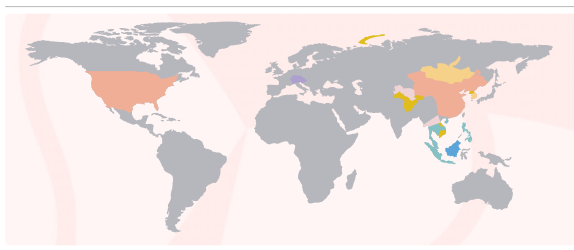
「공기업 10년(1984~1993)」

「민영화 12년(1994~2006)」



구 분	1984년	1994년	2003년	2004년	2005년
고 객	3천명	96만명	1,831만명	1,878만명	1,953만명
매출액	4억원	7,829억원	9조 5,202억원	9조 7,037억원	10조 1,611억원
Market share	100%	100%	54.5%	51.3%	51.0%

Operation Location



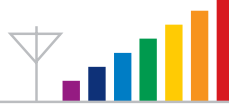
Service Operation

몽골	제2이동통신 사업자인 SkyTel 지분인수(1999년) 몽골 최초 CDMA 서비스 개시(2001년)
캄보디아	CDMA 이동전화 사업권 획득(2002년)
베트남	CDMA 이동전화 사업 실시(2003년)
미국	Earthlink사와 JV 설립(2005년), 미국 전역 이동통신 상용서비스 실시(2006년)
중국	차이나유니콤과 무선인터넷 서비스를 위한 합자기업인 UNISK 설립(2004년)

기술 수출

프랑스	알카텔의 MMS(Multimedia Messaging Service) 솔루션과 SK텔레콤의 PMV(Photo-Music-Video) 솔루션 통합(2003년)
카자흐스탄	NURSAT사와 네이트 플랫폼 및 네이트 서비스 솔루션 무선인터넷 플랫폼 공급계약 체결(2004년)
대만	3세대 CDMA 기술 수출(2004년)
싱가포르	
인도네시아	컬러링 솔루션 수출(2003년, 2004년)
필리핀	
중국	차이나유니콤의 CDMA 망 구축/운용 자회사인 신시공이동통신유한공사에 CDMA 망 설계 및 기술 컨설팅(2004년)
태국	TA Orange사에 무선인터넷 플랫폼 수출(2005년)
네덜란드	GSM용 i-Kids 솔루션(어린이용 안심서비스) 판매(2005년)

Stakeholder Engagement



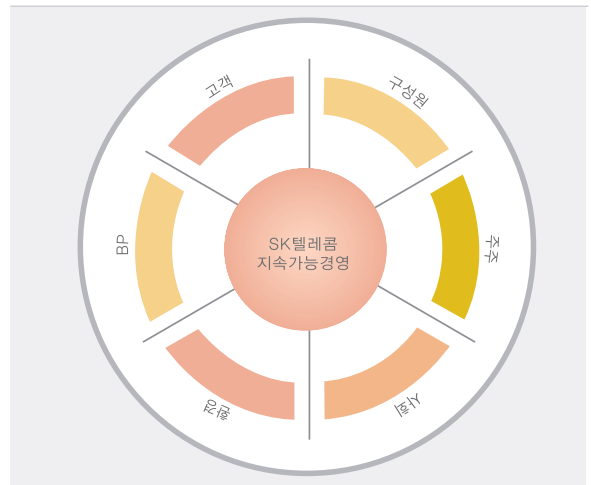
주요 운영상의 변화

- 미국 전역을 대상으로 하는 이동통신 서비스 제공을 위하여 설립된 HELIO Inc.에 투자 및 관리목적으로 122백만달러를 출자하여 미국 법인인 SK Telecom USA Holdings, Inc. 설립(2005년 2월)
- SK텔레텍의 주식 (6,747,421주(89.1%) 중 4,542,000주(60.0%)를 (주)팬택&큐리텔에게 매각(2005년 5월)
- 세계 3대 신용기관 중의 하나인 Fitch로부터 국가신용등급과 같은 수준의 신용등급 획득(2005년 6월), 금융회사를 제외하면 국내 기업 최초로 세계 3대 신용평가기관으로부터 국가신용등급과 같은 신용등급을 획득(S&P/Fitch : A, Moody's : A2)
- 베트남 시장에서의 경쟁력 강화 및 Resource 집중을 통한 Major Player로의 도약을 위하여 SLD 유상증자 참여 : 최대 2.8억달러 납입 예정(2006년 1억달러, 2007년 1.8억달러)
- 세계 최대의 이동통신 시장인 중국으로의 본격적 진입을 위한 초석을 마련하고 WTO 개방을 앞둔 중국시장의 선점을 위해 차이나유니콤이 발행하게 될 10억달러 규모의 3년 만기 전환 사채 매입(2006년 7월)

그리고 사회로 대별하여 정의하였으며, 가치창출 방법을 Co-Creation으로 전환하는 한편, Positive Sum 추구를 통한 상호 호혜적 관계를 유지하고 있습니다.

이해관계자 접근 방식과 주요 이슈

SK텔레콤은 고객, 구성원, 주주, Business Partner 및 사회 등 다양한 이해관계자의 가치 제고를 통한 지속 성장·발전을 위하여 다양한 커뮤니케이션 채널을 통하여 주요 이슈를 도출하고 이를 회사의 제반 프로세스 및 경영활동에 반영하고 있습니다. 이해관계자별 커뮤니케이션 채널 및 이를 통하여 도출된 주요 이슈는 다음과 같으며 도출된 이슈가 경영활동에 반영되고 있는 구체적인 내용은 본문을 참조하여 주시기 바랍니다.



| Stakeholder Engagement |

이해관계자 관련 활동

조직에 관계된 이해관계자 그룹

회사와 관련된 다양한 이해관계자를 가치 제고 대상과 신뢰강화를 통한 선순환적 가치 확대 대상으로 구분하여 파악하였습니다. SK텔레콤은 이해관계자를 고객, 구성원, 주주, Business Partner

이해관계자 관련 이슈 / 커뮤니케이션

구분	주요 이슈	커뮤니케이션 채널
고객	고객정보보호, 미성년자 보호, 제품 및 서비스의 안전성, 응·복합 서비스 제공을 통한 고객편의 증진 등	고객상담센터(VOC Zone), 고객만족도 조사, Mystery Shopper, 요금 및 상품 정보 제공 웹사이트(www.tworld.co.kr) 운영 등
구성원	구성원 복리후생 향상, Globality 향상, 구성원 Value 등	윤리상담센터(ethics.sktelecom.com), CEO Hotline, My Counselor, 설문조사 등
주주	배당, 미래성장기반 확보, 글로벌 사업 등	주주제안, Non-Deal Road Show, IR Conference, One-and-One Meeting, IR Seminar 등
BP	Business Partner의 경쟁력 강화를 위한 프로세스 개선, Business Partner의 애로사항 지원, 적극적인 정보 공개	제안, 건의 등을 위한 웹사이트(partneron.sktelecom.com), Business Partner와의 Forum 및 Camp, 설문조사 및 인터뷰 등
사회	모바일 기술을 활용한 공익활동 및 건전한 라이프 스타일 창조, 자원봉사를 통한 적극적인 사회참여, 환경보호활동, 윤리경영 및 공정 경쟁 등	사회공헌활동 NGO 연계(월드비전, YMCA 등), SK텔레콤 웹사이트(www.sktelecom.com), 사회공헌백서, 사회공헌 웹사이트(withheart.sktelecom.com)

Customers



- SK텔레콤은 혁신적 융·복합 서비스를 통해 고객의 삶의 질을 제고하는 한편 이동통신 서비스로 인해 발생할 수 있는 부작용에 대해서는 고객의 관점에서 생각함으로써 고객만족 수준을 높여 나가고자 최선을 다하고 있습니다.

Wise Prosumers

Management Approach_18

고객 만족_20

고객 보호_22

상품정보 제공_25

Management Approach



| Management Approach |

Policy

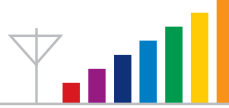
SK텔레콤은 '고객중심경영'을 경영이념으로 하여 '고객 중심으로의 변화'라는 기치 하에 고객, 구성원, 주주의 개별가치뿐만 아니라 총체적인 미래가치의 극대화를 추구하고 있으며, 이러한 배경하에 '고객가치(Customer Value) 제고' 차원의 CS활동을 추구하게 되었습니다. Customer Value(CV)란 회사에서 제공하는 상품 및 접점서비스에 대해 고객이 총체적 경험을 통해 얻게 되는 효익(Customer Benefits)의 총합을 의미합니다.

2005년 10조원이 넘는 매출을 달성한 SK텔레콤은 국내시장에서의 경쟁에서 벗어나 진정한 글로벌 Leading Company로의 발전을 위하여 고객 중심의 Perspective를 강화하였습니다. 이로 인하여 회사의 경영을 Customer Value 제고 관점에서 생각할 수 있도록 'Customer Value 혁신'을 2006년 주요 경영방침의 하나로 선정하였고, Customer Value 영역을 Value Creation, Value Delivery, Value Realization 등으로 나누어 상품기획에서 가치실현까지 전 영역에 걸쳐 고객 가치를 증대하기 위하여 노력하고 있습니다.

Management

SK텔레콤은 2006년 'Customer Value 혁신'을 추진하기 위해 CV추진본부를 신설하였고, 지역마케팅본부에 CV추진팀을 신설하는 등 체계적인 CV추구가 가능하도록 조직을 개편하였습니다.

CV의 과학적, 혁신적 제고를 위해 6시그마 방법론을 도입하였으며, 고객의 시각에서 Business를 재조명하고 전반적 프로세스를 고객중심으로 개선함으로써 고객의 체감가치를 제고하고 있습니다. 또한, 접점 유통망의 서비스 수준을 높이기 위해 다양한 평가방법을 도입하여 서비스 품질관리를 시행하고 있습니다. 자체적인 CSI(Customer Satisfaction Index) 모델을 개발하여 고객만족도를 측정하고 있으며, 서비스 품질 지수를 측정하기 위해 SQI(Service Quality Index) 평가 제도를 도입하였습니다. 그리고 접점 채널별 표준화된 서비스 제공을 위한 서비스 품질 인증제 또한 지속적으로 시행하고 있습니다.

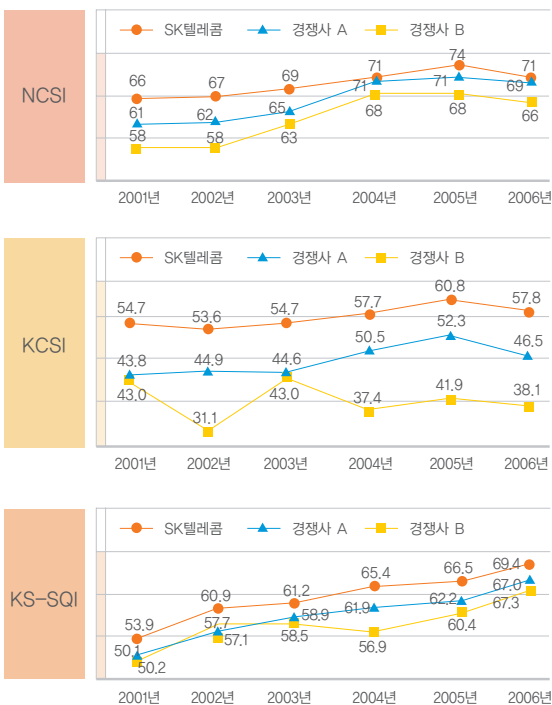


Performance

이동전화 서비스가 일상생활 속에 보편화되면서 더욱 높아진 고객의 기대 수준에 부응하기 위하여 SK텔레콤은 적극적인 고객 만족 활동을 전개하고 있습니다. 예를 들면 성인 콘텐츠 및 폭력성 콘텐츠에 쉽게 노출되어 피해를 볼 수 있는 청소년 고객을 보호하기 위한 방안을 강구하여 실행하고 있으며 과도한 데이터 통화료가 청구되는 것을 예방하기 위해 데이터 안심 정액요금제를 출시하였습니다. 또한 무차별적인 Spam 메시지 발송을 최소화하기 위해 노력하는 등 고객이 SK텔레콤의 서비스를 믿고 사용할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.

외부 기관에서 시행하는 3대 고객만족도 조사(NCSI, KS-SQI, KCSI)에서 SK텔레콤은 지속적으로 1위를 유지하고 있지만 이에 만족하지 않고 CSI 조사에서 나타난 각 품질영역에서의 문제점을 찾아 개선함으로써 고객만족수준을 더욱 높이고자 노력하고 있습니다.

외부기관 주관 고객만족도 및 품질지수 조사 결과



- NCSI(National Customer Satisfaction Index) : 국가고객만족도
- KCSI(Korean Customer Satisfaction Index) : 한국산업의 고객만족도
- KS-SQI(Korean Standard Service Quality Index) : 한국서비스품질지수

Awards

2005년

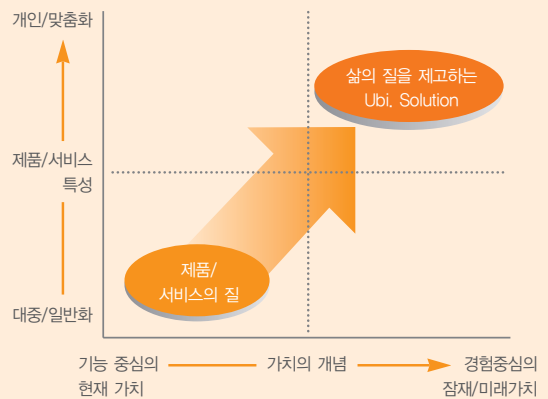
- 외교통상부로부터 국민의 안전증진에 기여한 공로로 감사패 수상
- 소비자웰빙지수(KWCI) 멤버십 서비스 부문 1위 선정
- Web Award Korea 일반 서비스 분야 최우수 웹사이트 선정
- 제9회 웨비상의 Best Use of Animation/Moving Images 부문에서 웨비상 워너 수상과 함께 동 부문 및 Telecommunications 등 2개 부문에서 피플스 보이스 위너를 수상

2006년

- 국가고객만족도(NCSI) 이동통신부문 1위 선정(9년 연속 1위)
- 한국산업의 고객만족도(KCSI) 1위 선정(9년 연속)
- 한국서비스품질지수(KS-SQI) 1위 선정(7년 연속)

CV 고객을 위한 추가가치 : 삶의 질을 제고하는

Ubiquitous Solution 제공



- 맞춤형 서비스** ▶ 고객의 특성에 적합하도록 개인별로 맞춤화된 서비스를 제공합니다.
- 잠재/미래 가치** ▶ 고객의 기대를 뛰어 넘어 혁신적 융·복합 서비스를 통해 잠재/미래 가치를 제공합니다.
- 총체적 경험** ▶ 고객과 관련된 모든 프로세스상에서 일관되고 특별한 기능적/감성적 경험을 제공합니다.

고객 만족

| 고객 만족 |

고객만족도 조사

외부 기관의 3대 고객만족도 조사(NCSI, KS-SQI, KCSI)에서 SK텔레콤은 지속적으로 1위를 유지하고 있습니다. 2005년 CSI 조사 결과에서는 무선인터넷과 부가서비스 항목이 타 항목에 비해 고객의 만족수준이 상대적으로 낮았고 고객응대와 통화품질 항목의 고객 만족수준이 타 항목에 비해 높은 것으로 조사되었습니다.

SK텔레콤은 공신력 있는 외부기관들에 의해 시행되는 3개의 CSI 조사 외에 별도로 내부 CSI조사를 매년 시행하여 부족한 사항에 대해 개선하고자 노력하고 있습니다. 고객만족도 조사 내용 및 방법은 아래표와 같습니다.

고객만족도 조사

구분		외부조사			내부조사
		NCSI	KS-SQI	KCSI	정기CSI
주관		한국생산성본부 /조선일보	한국표준협회	한국능률협회컨설팅	CV기획팀 조사시행기관(CFI그룹)
조사 개요	시기	1~2월조사/4월발표	4~6월조사/8월발표	5~7월조사/9월발표	8~9월
	지역	서울,부산,대구,대전,광주	서울,부산,대구,대전,광주	서울,수도권 및 6대 광역시	서울,수도권 및 6대 광역시
	방법	일대일 방문면접	일대일 방문면접 /인터넷 패널조사	일대일 방문면접	일대일 방문면접
	조사 내용	고객만족도 (전반적/기대대비/이상대비)	본원적 욕구 충족 등 8개 항목	전반적 만족도, 요소 만족도, 재이용의향율	고객만족도 (전반적/기대대비/이상대비)

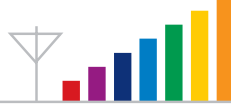
고객의 소리(VOC) 피드백 프로세스

SK텔레콤은 고객의 목소리에 귀 기울이고 경영활동에 반영하기 위해서 다양한 활동을 전개하고 있습니다. 고객의 상담 수요가 증가함을 고려하여 두 곳의 고객센터를 증설함으로써 고객의 상담용이성을 제고하였습니다. 또한 상담품질 수준 제고를 위해 상담 모니터링을 강화하였습니다.

고객의 소리 피드백 프로세스는 아래 그림과 같습니다. 2005년 SK 텔레콤의 VOC(Voice of Customer) 기한(D+2일)내 화신율 평균은 99.79%이고 평균 화신일은 0.2일이었습니다. 이를 위한 Coordinator는 149명, VOC유형별 담당 인원은 1,187명이었습니다.

VOC Zone을 통한 VOC 피드백 프로세스





고객만족 활동

2003년 '고객과의 아름다운 약속'으로 출발한 Rainbow는 2005년도에 추진된 SK텔레콤 CV제고 활동의 근간을 이루고 있으며, 주요 활동으로는 Rainbow Patrol, Rainbow A/S, Rainbow Academy, Rainbow Point 등이 있습니다.

Rainbow Patrol

통화품질과 관련한 불편사항을 24시간 상담하기 위한 서비스이며 800여 명의 운영요원이 48시간 이내 즉각적인 현장방문을 통하여 고객불편사항을 해결하고 있습니다.

Rainbow A/S

고객들의 단말기 사용 중 고장에 관한 접수를 신속 정확하게 처리하기 위하여 출범하였고 SK텔레콤의 대리점 및 지점을 통하여 단말기 A/S를 접수받아 24시간 이내에 수리를 완료하는 서비스입니다.

Rainbow Academy

대면/비대면을 망라한 모든 고객접점 구성원을 대상으로 CS 역량 및 표준화 서비스 제공 역량 제고를 위하여 운영하고 있으며, 2005년 12월 현재 연인원 약 2만여 명의 접점 구성원들이 교육을 이수하였습니다.

Rainbow Point

레인보우 포인트는 SK텔레콤의 대표적인 고객 대상 마일리지로서 서비스 이용량에 비례하여 적립되며 일정 점수 이상 적립한 고객에게는 무료통화, 휴대폰 A/S비용 결제, 사은품 신청, 싸이월드 도토리 충전과 같은 다양한 혜택을 제공하고 있습니다.

YT고객(24세 이하)에 대한 혜택

2005년 YT고객을 대상으로 TTL씨네마존, 자기계발 및 미래 준비 지원 프로젝트인 Tomorrow Creator, TTL Winter Extreme Camp 등을 개최하였고 ①ing 고객에 대해 ①ing 10's Day 및 ①ing 사이버특권 등의 프로그램을 시행하였습니다.

기타 활동

VIP고객 전담상담원 서비스, 단말기 A/S할인, 제휴업체 할인서비스 (여행, 워커힐면세점), 임대폰 서비스, 기념일 축하서비스 등을 제공하고 있습니다.

CID(발신자번호표시) 부가서비스 요금 무료화

SK텔레콤은 2006년 1월 1일자로 CID 부가서비스 요금 무료화를 시행하였습니다. 2001년 5월 월정액 2천원에 처음 서비스를 시작한 CID부가서비스는 2003년 10월에 1천원을 인하한 바 있으며 전체 가입자 대비 약 94%의 가입율을 보이는 가장 보편적인 부가서비스의 하나입니다. SK텔레콤은 CID요금 무료화를 통해 연간 약 2,000억원에 달하는 매출 감소가 예상되에도 불구하고 고객의 통신요금 경감과 편의 증진을 위하여 완전 무료화를 단행하였습니다.

다양한 요금제 제공

SK텔레콤은 다양한 고객층의 Needs에 부응하기 위하여 표준요금제 11가지, TTL요금제 6가지, ①ing요금제 6가지 및 약정할인요금제 등의 음성요금제를 제공하고 있으며 이외에 다양한 데이터 및 부가서비스 요금제를 제공하고 있습니다. 특히, 노년층을 위한 실버요금, 만12세 미만의 어린이를 위한 i-Kids요금, 장애인을 위한 복지 160/220 요금 등은 가입고객이 경제적으로 배려받을 필요가 있는 계층이라는 점을 고려하여 제공하는 요금제입니다. 자세한 사항은 SK텔레콤 홈페이지(www.sktelecom.com)나 T World 인터넷사이트(www.tworld.co.kr)를 참조해 주시기 바랍니다.



고객 보호 •

| 고객 보호 |

미성년자 보호

최근 미성년자 보호에 대한 이슈를 중심으로 이동통신 업계에 대한 사회의 관심이 증폭되고 있습니다. 미성년자 보호에 관한 두 가지 중요한 이슈는 미성년자를 유해 콘텐츠로부터 보호하는 것과 요금과다로부터 보호하는 것입니다.

유해 콘텐츠로부터 보호

SK텔레콤은 그간 성인 콘텐츠로부터 미성년자들을 보호하기 위하여 다음과 같은 제도적 장치를 마련해 왔습니다.

- ▶ 미성년자 명의의 이동전화에 대한 성인 콘텐츠 접속 차단
- ▶ 부모 명의 미성년자 사용 고객에 대한 '성인 콘텐츠 접근 차단 제도' (가입신청서에 성인 콘텐츠 차단 신청 항목 제공)
- ▶ 유통망 교육 및 포스터 부착, 홈페이지 안내, 홍보 SMS 발송, 요금 고지서 안내

SK텔레콤은 국내 이동통신 선두 업체로서 미성년자 보호를 위해 적극적인 노력을 기울여 왔습니다. 그럼에도 불구하고 성인 콘텐츠에 대한 사회적 우려가 존재하고 있고, 이로 인해 무선인터넷 산업이 부정적인 영향을 받고 있다는 점을 감안해 2006년 7월 기업의 사회적 윤리적 책임을 좀 더 충실히 이행하고 무선인터넷 산업의 발전을 지속 시키기 위하여 한해 700억원이 넘는 매출을 달성하고 있는 성인 콘텐츠 공급을 중단기로 결정하였습니다.

요금과다로부터 보호

SK텔레콤은 고객들이 데이터통화료에 대한 불안감 없이 안심하고 무선인터넷을 사용할 수 있도록 '무선인터넷 이용자를 위한 CV 제고 프로그램'을 시행하고 있습니다. 데이터정액제에 가입하지 않은 고객이 무심결에 무선인터넷을 사용하다가 다량의 데이터통화료가 발생할 경우 데이터통화료 20만원 초과분에 대해 감면을 해주는 데이터통화료 감면제 및 데이터통화료/정보이용료의 합산금액이 일정금액을 초과할 경우 사용금액에 따라 단계적으로 고객에게 SMS로 알려 주는 통보서비스(미성년자의 경우 부모에게도 통보) 등을 시행하여 무선인터넷 고객보호활동을 강화하고 있습니다.

무차별 Spam 차단 노력

최근 들어 SMS를 이용한 Spam 문자메시지에 대한 고객 문의 및 불만이 증가 추세에 있어 사회 이슈가 되고 있습니다. SK텔레콤은 불법 Spam 발송 CP(Contents Provider)에 대해서는 강력한 제재 조치를 취하는 한편 Biz-SMS 재판매 사업자에 대해서는 SMS 발송 건수를 초당 500건에서 50건으로 축소하는 등 SMS Spam 발송을 최소화 하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 Spam 신고 및 상담기능을 강화하기 위해 고객센터에 Spam 전문상담 그룹을 운영하고 있으며 사내 구성원을 대상으로 Spam 신고 캠페인을 전개한 바 있습니다. 향후 Spam 발송 CP에 대한 삼진아웃제 적용 등 관리강화, Business Partner의 SMS 발송시 SMS 거부 고객에 대한 필터링 프로세스 도입, Spam 대응 방안에 대한 고객홍보 등을 통하여 SMS Spam 최소화를 위한 노력을 지속할 계획입니다.

모바일 콘텐츠에 대한 자발적 윤리 기준 정립

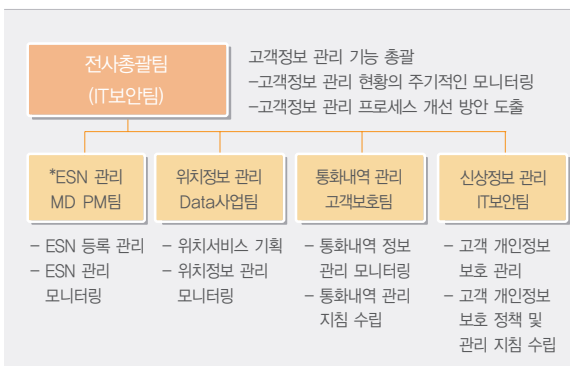
SK텔레콤은 고객에게 제공하는 모바일 콘텐츠에 대한 자발적인 윤리기준을 정립하여 시행하고 있습니다.

모바일 콘텐츠 윤리기준

구분	내용
포토서비스 관리 기준	• 대사, 영상에 음란·폭력 기타 모든 연령 대상 유해 표현 불가 • 일반적으로 용인되지 아니하는 특정한 사상·종교·풍속 등 모든 연령에게 정신적·육체적으로 유해한 표현 없을 것 • 신체의 과다 노출 및 성행위를 표현, 암시하거나 성 윤리를 왜곡하는 경우 등
Adult Club 수위 검사 기준	• 성적인 욕구 자극, 성적 수치심을 일으킬 수 있는 내용 • 외설, 저속한 표현의 제목 및 직·간접적인 묘사 금지 • 반인륜적 내용 금지 • 강제성 내포된 단어 및 불법적, 변태적 표현, 사생활 침해(몰카) 금지 등

고객정보보호

고객정보보호가 고객에 대한 기업의 책임임과 동시에 고객 신뢰를 얻기 위한 바탕이라는 인식 하에 SK텔레콤은 고객정보 보호 프로세스를 강화하고자 고객정보보호 전담 조직을 구성하여 운영하고 있습니다.

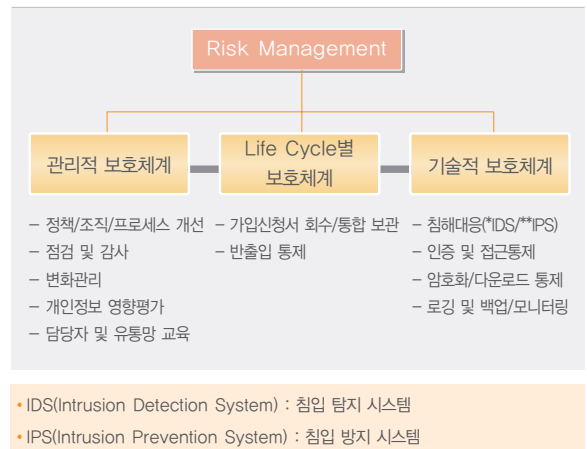


• Electronic Serial Number : 전자 일련 번호

SK텔레콤은 고객정보의 Life Cycle별 위험요소를 분석하고 위험요소별 보호체계를 수립하여 Risk를 최소화 하고 있습니다. Life Cycle별 Risk는 아래와 같습니다.



SK텔레콤은 관리적 측면, Life Cycle적 측면, 기술적 측면 등 3가지 보호체제로 Risk 관리를 하고 있습니다.



고객동의 없이 고객정보를 제3자에게 제공하는 것은 관련 법규에 의해 금지되어 있습니다. SK텔레콤에서는 고객정보 보호를 위해서 고객문서 통합관리, 해지고객 DB 분리 보관, 업무와 관련없는 고객 정보 조회금지 및 조회정보 관리, 조회 시 개인정보 Masking처리 등의 조치를 2004년 완료하였습니다. 2005년에는 통화내역 조회 시 SMS 인증, 유료 부가서비스 가입 시 SMS 통보를 받도록 하였으며 고객정보 보호 사규 제정, 개인정보 영향평가 등을 시행하였습니다. 또한, 유통망 등 고객정보 업무를 수행하는 직원들을 대상으로 매년 정기 교육을 실시하고 있습니다.

2006년에는 대리점 관리·감독을 강화하기 위해서 모든 대리점을 직접 방문하여 고객정보보호 관리실태를 점검하고 있으며, 개인정보 영향평가를 사외 CP 대상으로 확대 시행하고 있습니다. 개인정보 영향평가는 새로운 정보시스템의 도입이나 개인정보 수집에 앞서 시스템의 구축·운영이 고객 프라이버시에 미칠 영향에 대하여 미리 조사, 예측, 검토하는 체계적인 절차입니다.

개인정보 영향평가 프로세스



고객 보호

전자파

휴대전화기를 포함하여 TV, 라디오, 무선전화기 등 전자 제품에서 방출되는 전자파의 유해성 여부에 대하여 지난 60여 년간 국제적으로 많은 연구가 진행되었지만 휴대전화기나 기지국에서 방출되는 전자파의 인체 유해성 여부는 아직도 논란의 대상이 되고 있습니다. 세계보건기구(WHO)는 1996년부터 2005년까지 10개년 계획을 수립하여 전자파의 인체 영향 및 전자기적 환경 영향을 연구한 바 있으나 현재까지 무선 주파수에 의한 휴대전화 전자파가 인체에 유해하다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

세계보건기구(WHO) 전자파 연구 결론

최근의 국내외 연구결과를 볼 때 이동전화나 기지국에서 발생하는 전자파에 대한 노출이 건강에 불리한 영향을 준다고 결론을 내릴 수 없습니다. 하지만, 건강에 대한 위험성을 더 잘 평가하기 위한 심층적인 연구가 WHO의 *EMF 프로젝트에 의해 진행되었고 건강에 대한 전자파의 영향을 연구하기 위해 전세계적으로 2억 5천만 달러가 넘는 연구비가 투입되었습니다. 전자파에 대한 연구가 완료되어 평가되고 그 결과가 WHO 건강 위험성 평가 보고서에 반영되는 데에는 약 2~3년의 기간이 소요될 것입니다.

- 세계보건기구(WHO) 웹사이트(www.who.int)에서 인용

• EMF(Electromagnetic Field) : 전자기장

한편 정보통신부의 주도로 2000년부터 2004년까지 한국전자통신연구소, 한국전자파학회, 전파연구소 등이 공동 연구한 1단계 '전자파 인체영향연구' 결과도 WHO의 결론과 동일하였습니다. SK텔레콤은 전자파의 인체영향 연구를 지원하기 위하여 5년간 총 7.5억원을 출연하였습니다.

전자파 인체 유해성 여부에 대한 과학적인 규명은 장기간 실험과 연구가 필요해 선불리 단정지을 수 없으므로 국제기구에서는 우선, 전자파의 인체 노출 허용기준을 마련해 권고하는 수준에서 규제하고 있습니다.

기지국 전자파

정보통신부에서 2000년 12월 고시한 우리나라 전자파 인체보호 기준은 국제적으로 가장 엄격한 기준인 *ICNIRP의 기준을 채택하고 있습니다. 전자파학회 및 전파연구소 주관 측정 결과 SK텔레콤의 이동전화기지국은 ICNIRP 기준치의 1/10~1/1,000 수준의 전자파를 방출하고 있습니다. SK텔레콤은 2005년 약 40여 건의 전자파 측정을 자체적으로 수행하였으며 측정 결과는 모두 정부고시 기준의 1/10수준 이하였습니다.

이동전화 전자파

*ICNIRP에서는 이동전화 사용 시 단말기에서 나오는 전자파의 인체보호기준으로 전자파 흡수율(SAR : Specific Absorption Rate)에 대한 가이드라인을 제시하고 있습니다. 기준치는 머리부분 입방체 형태에서 1g 평균한 전자파 흡수율 값이 1.6W/kg을 넘지 못하도록 되어 있습니다. 이는 미국, 호주와 같고 10g 평균한 값이 2.0W/kg인 유럽이나 일본보다 더 엄격한 수치로서 세계에서 가장 엄격한 기준입니다. SK텔레콤은 전파연구소로부터 위 기준에 따른 검증을 통해 형식승인을 받은 단말기에 대해서만 서비스를 제공하고 있습니다.

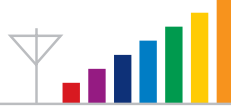
• ICNIRP(International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection) : 국제 비전리 복사방호 위원회

이동통신 기지국 주변 전자파 환경 측정

구분	측정기지국수	측정지점수	측정치(최소값~최대값)		정부 고시 기준	
			전기장(V/m)	자기장(A/m)	전기장(V/m)	자기장(A/m)
도심	6개 기지국	65개소	0.57~5.24	0.0015~0.0139	40.8	0.11
부도심	6개 기지국	66개소	0.49~4.17	0.0016~0.0111		
농촌	6개 기지국	63개소	0.51~2.94	0.0014~0.0078		

*출처 : 한국 전자파 학회 최종연구보고서(2001. 10)

상품정보 제공



| 상품정보 제공 |

이동통신서비스 기술이 진화·발전함에 따라 SK텔레콤은 다양한 상품을 개발하여 고객에게 제공하고 있습니다. 이러한 상품에 대해 고객에게 정확하고 충분한 정보를 제공하고자 SK텔레콤은 온라인 및 오픈라인을 통한 다양한 채널을 운영하고 있습니다.

U-zone

유비쿼터스 세상을 고객이 직접 체험할 수 있도록 인천국제공항 4층에 마련된 U-zone은 정보통신 역사를 한 눈에 볼 수 있으며 '유비쿼터스 타운'과 '유비쿼터스 클럽'에서는 첨단 유비쿼터스 서비스와 새로운 모바일 라이프를 경험할 수 있습니다.

고객체험형 매장 'T WORLD'

SK텔레콤은 2006년 7월 프리미엄급 고객체험형 매장을 'T WORLD'로 브랜드화하였고 향후 구축을 확대할 계획입니다. 이 새로운 매장에는 신형 휴대폰과 다양한 콘텐츠를 직접 써 볼 수 있는 고객 체험존이 마련되어 상품에 대한 충분한 정보를 제공함으로써 고객들의 합리적 소비를 돕고 있습니다. 또한 휴대폰 셀프크리닝 장비, 무료 충전서비스, 포토 인화존 등 다양한 편의시설을 구비하였고 밝은 배경의 유선형 인테리어를 사용하여 고객이 편히 쉬어갈 수 있는 휴게공간의 역할도 수행할 수 있도록 하였습니다.

온라인 체험공간 'T WORLD'

SK텔레콤은 2006년 10월 10일 온라인 체험공간인 T WORLD를 오픈하였습니다. 기존 온라인 고객센터 사이트인 이스테이션(www.e-station.com)과 사이버 체험공간인 SKTWorld(www.sktworld.com) 및 멤버십 사이트인 TTL, @ing 등의 온라인 사이트를 유기적으로 통합하여 원스톱 서비스를 제공하는 차별화된 사이버 체험 공간입니다.www.tworld.co.kr

● ● ●
오늘 SK텔레콤이 존재하는 이유.

언제나 그런 생각을 하고 있습니다.

무엇이 그것을 가능하게 했을까?

그것은 다름 아닌 고객의 사랑이었습니다.

물론 차별적인 기술을 개발하고

남들보다 앞선 서비스를 제공하기 위한

임직원의 노력도 있었습니다.

또 많은 이해관계자의 도움도 있었습니다.

그러나 그것조차도

고객의 사랑과 격려가

있었기 때문이라는 것.

SK텔레콤은 언제나

그런 생각을 마음 깊이

품고 있습니다.



기업에 있어 인재의 중요성은 아무리 강조해도 부족합니다.
SK텔레콤은 구성원의 역량개발을 위한
다양한 노력을 펼치는 한편
직장에서 안전하고 편안하게 근무할 수 있도록
다양한 제도를 마련하여 실천하고 있습니다.

Happiness Deliverers

Management Approach_28

복리후생_29

Labour/Management Relations_30

구성원 인권_31

안전 보건_32

교육 훈련_33



Employees



Management Approach



| Management Approach |

Policy

기업에 있어 인재의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않습니다. SK텔레콤은 구성원 개인의 역량을 키우는 일이라면 시간과 비용을 아끼지 않고 있습니다. 편안한 근로조건과 다양한 복리후생 제도를 운영함으로써 구성원들이 직장에서 편안한 마음으로 근무할 수 있도록 하고 있습니다. 또한, SK텔레콤은 구성원의 역량 개발을 위한 다양한 노력과 함께 구성원 가족에게도 회사의 비전과 사회적 책임을 다하기 위한 노력을 소개함으로써 SK텔레콤 가족이라는 자부심을 느낄 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.

SK텔레콤의 인재상

SK텔레콤이 원하는 인재상은 회사와 함께 MVP(Most Valuable Biz-Professional)로 성장 가능한 인재입니다. 이를 위하여 SK텔레콤은 SKTizen으로서 가져야 할 자질과 덕목을 T-DNA로 정의하였으며, T-DNA 내재화를 통하여 MVP로 성장할 수 있도록 지원하고 있습니다.



- 구성원의 능력을 적극 개발하고 계획적으로 육성합니다.
- 구성원이 자발적, 의욕적으로 능력을 최대한 발휘하도록 합니다.
- 능력과 업적에 따라 보상하고 일을 통한 자아실현을 도모합니다.
- 회사의 발전과 구성원의 발전을 동시에 추구합니다.

T-DNA

Challenge : 과거의 성공에 안주하지 않고 더 높은 목표를 향하여 끊임없이 도전하는 '도전의 DNA'

Creativity : 일에 대한 애정을 가지고 자발적 두뇌활용을 통해 새로운 가치를 창출하는 '창조의 DNA'

Teamwork : 전체의 성공을 위하여 함께 노력하는 'Teamwork의 DNA'

복리후생

| 복 리 후 생 |

SK텔레콤은 장기간 회사발전에 기여한 구성원에게 자기계발 및 가정/건강관리의 기회를 제공하여 보다 새롭고 신나는 직장생활이 될 수 있도록 하기 위하여 Refresh 휴가 제도를 운영하고 있습니다. 입사 기준 10년이 경과된 근속사원은 1~3개월 기간 내에서 Refresh 휴가를 사용할 수 있으며, 2006년 6월 현재 1,295명(2002년 이후 누적)의 구성원이 Refresh 휴가를 사용하였습니다. 기타 구성원 복리후생 제도는 다음과 같습니다.

복리후생

구분	정규직	비정규직
국민연금	지급	지급
의료보험	지급	지급
고용보험	지급	지급
산재보험	지급	지급
자녀학자금	지급	미지급
주택용자금	지급	미지급
하기휴가	체력단련휴가 5일	체력단련휴가 5일
경조사비	지급	지급
자기계발비	지급	미지급

SK텔레콤은 비정규직 직원들에게 현재 업계 최고 수준의 복리후생제도를 제공하고 있으며, 향후에도 계속 개선/확대 적용될 수 있도록 노력할 것입니다.

고용형태별 구성원 수

(단위 : 명)

구분	정규직	비정규직	합계
2003년	4,162	461	4,623
2004년	4,172	505	4,677
2005년	4,308	485	4,793

Awards

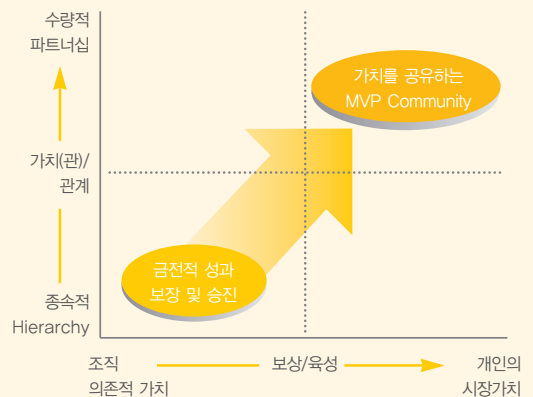


2004년 인터넷 통신훈련 우수기관 선정(노동부)

2005년 노사문화 우수기업 선정(노동부)

2006년 우수 직업훈련기관 선정 대통령 표창(노동부)

PV 구성원을 위한 추구가치 : 가치를 공유하는 MVP Community



- 성장 기회** ▶ 기업의 발전과 함께 개인의 시장가치를 높이고 잠재력을 발휘할 수 있는 기회를 제공합니다.
- 정서적 유대감** ▶ 구성원 간의 상호 존중과 협력의 수평적 파트너십을 통한 정서적 유대감을 공유합니다.
- 자부심** ▶ 사회적 책임을 다하는 기업의 구성원으로서 의욕적으로 근무할 수 있는 환경을 제공합니다.

*PV : People Value

Labour/Management Relations

| Labour/Management Relations |

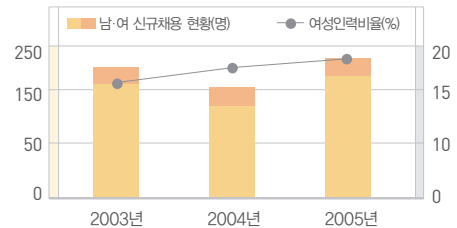
SK텔레콤은 2002년 신세기통신 합병, 2005년 서울음반 인수 등 회사의 경영활동에 중대한 영향을 미치는 투자계약에 있어서 M&A 대상 기업의 구성원이 합병이나 인수 후에도 인위적인 구조조정, 해고, 차별 등을 받지 않고 근무할 수 있도록 하고 있습니다. 구성원 현황은 다음과 같습니다

성별, 연령별 구성원 현황

신규채용 현황

〈단위 : 명〉

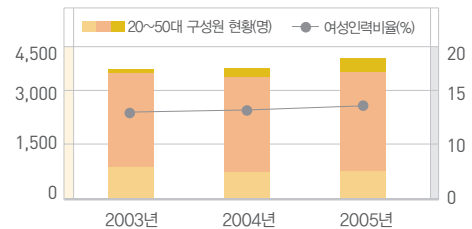
연도	남	여	합계	여성인력비율
2003년	165	31	196	15.8%
2004년	128	29	157	18.5%
2005년	187	44	231	19.0%



총 구성원 현황

〈단위 : 명〉

연도	20대	30~40대	50대 이상	합계	여성인력	비율
2003년	601	3,556	5	4,162	541	12.9%
2004년	541	3,621	10	4,172	552	13.2%
2005년	566	3,722	20	4,308	586	13.6%



*2005년 12월 기준 임원은 82명

구성원 보상

SK텔레콤은 신입사원을 포함한 전 구성원에게 국내 통신산업 최고 수준의 급여를 지급하고 있습니다.

인당 평균 급여 현황(2005년 12월)

〈단위 : 백만원〉

구분	성별 비율	평균급여		경쟁시간 비율	
		SK텔레콤	경쟁사	SK텔레콤	경쟁사
남	86.4%	63	42~62	100%	66.7~98.4%
여	13.6%	47	31~41	100%	66.0~87.2%
합계	100%	61	41~59	100%	67.2~96.7%

*금융감독원 전자공시시스템 내 해당기업 사업보고서 참조

노조원

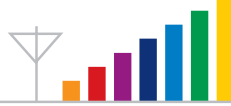
노조원 현황

〈단위 : 명〉

구분	노조원	가입 대상	총원
2003년	2,894	3,594	4,162
2004년	2,888	3,531	4,172
2005년	2,851	3,570	4,308

*노사협약에 의거 부/차장 등은 노조가입 대상에서 제외

구성원 인권



결사의 자유 및 단체교섭

SK텔레콤의 노동조합은 1988년 설립되었으며, 설립 이후 현재까지 노사 한마음으로 화합하여 회사의 발전에 기여하였습니다. 또한, 설립 이후 현재까지 결사의 자유나 단체교섭을 위반한 사례는 없습니다.

운영상의 변화

단협규정에 의거 인수/합병 등 제반 운영상의 변화로 인해 구성원에게 불이익이 예상될 경우는 구성원 대표인 노동조합과 사전 협의하고 있으며, 정관변경, 조직명칭 및 조직개편, 근로조건 변경 사항 등의 변경 시 노동조합에 즉시 통보하고 있습니다.

구성원 인권

인권 관련 불만/고충 처리

SK텔레콤은 고객, 구성원, Business Partner의 인권을 포함하여 SK텔레콤으로부터 부당한 대우를 받았을 경우 이에 대하여 상담하고 해결할 수 있도록 윤리상담센터(<http://ethics.sktelecom.com>)를 운영하고 있습니다. 또한, 직무수행 중에 발생하는 구성원 관련 인권 문제를 비롯한 각종 고충을 상담하기 위하여 'My Counselor' 서비스를 시행하고 있습니다. 'My Counselor' 서비스는 일상 생활에서 발생하는 구성원의 고충을 해결할 수 있도록 지원하는 상담 서비스이며, 외부기관 Website로 Link되어 심리상담, 건강관리, 재테크, 성희롱 등과 관련한 전문가의 도움을 받을 수 있도록 지원하고 있습니다. 상담 내용과 개인 신분은 본인의 동의 없이는 절대로 노출되지 않습니다.

윤리상담센터(ethics.sktelecom.com)



상담자 신분보호 및 상담내용의 비밀보장

- 상담자가 원하지 않을 경우 상담자의 신분 및 상담내용 공개 금지
- 사실확인 및 상벌 진행과정에서 상담자 및 상담내용에 대한 비밀 유지

상담자 비차별

- 인사상의 보복 금지
 - 상담자가 부서이동을 원할 경우 인력관리부서와 협의 하여 적극 반영
- 상담으로 유발된 불이익에 대한 보전
- 부정행위에 대한 강요를 거부 하여 생길 수 있는 불이익으로 부터 보호



안전 보건

보안직원에 대한 인권 훈련

Security 인원 현황(2005년 말 현재)

- 총 51명 : 남직원 34명, 여직원 17명

교육 현황 : 전원 교육

- 일일 교육
 - 주간 조 근무투입 전(07:40-08:00)
 - 야간 조 근무투입 전(18:00-18:50)
- 월 교육 : 월 2시간 실시
- 신입직원교육
 - 경비협회교육(경찰서 위탁) : 3박 4일

교육 내용

- 안전사고 예방, 용모/복장, 근무자세
- 민원인 응대요령, 출입보안 등

| 안전 보건 |

SK텔레콤은 산업재해 예방을 위한 기준을 준수하고, 쾌적한 근무 환경을 조성함으로써 구성원의 안전과 보건을 위하여 최선의 노력을 경주하고 있으며, 노사합의하에 다음과 같은 주요 제도를 운영하고 있습니다.

안전보건위원회

SK텔레콤은 산업재해 예방과 작업환경 개선을 위하여 산업안전 보건위원회를 설치, 운영하고 있습니다.

산업안전보건위원회 구성 현황

- 사용자 위원 : CEO 등 5명
- 근로자 위원 : 노조위원장 등 5명

주요 안전

- 산업재해 예방교육
- 임직원 종합건강검진 보완
- 작업환경 개선 등

부상/질병 현황

〈단위:명〉

구분	부상	질병	사망	계
2003년	2	1	-	3
2004년	8	-	-	8
2005년	10	-	-	10

구성원 건강증진을 위한 제도 운영



- 지하1층 Actium(구성원 전용 Fitness Center) 설치
 - Treadmill(35대), Bike(20대), Weight(24대), Free Weight(18대) 등
 - T-ground : 농구, 족구, 탁구
 - 심신 수련실 : 기체조, 심신수련, 요가 등
- 전 구성원 대상으로 매년 종합검진 시행
- 의료비 지원
 - 2005년 지원실적 : 1,355명, 1,525백만원 지원

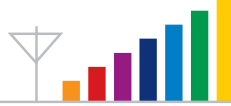
구성원 가족 종합검진 프로그램 운영

구성원 가족이 종합검진 희망 시 계약단가로 검진을 받을 수 있으며 35세 이상 배우자에 대해 매년 회사 비용 부담으로 종합검진을 실시하고 있습니다. My Counselor에서도 가족 사항을 본인이 직접 상담 가능합니다.

2005년 상담 실적

상담구분	스트레스/심리	건강상담
건수	172	1,205

교육 훈련



| 교육 훈련 |

SK텔레콤은 구성원의 역량개발을 위하여 다양한 교육제도를 운영하고 있으며, 전 구성원은 IDP(Individual Development Plan)를 통하여 회사의 Vision 달성과 구성원의 성장, 발전에 필요한 직무역량 향상을 위한 자율적 학습계획을 수립·실천하고 있습니다.

구성원 교육

SK텔레콤은 글로벌 Standard를 갖춘 미래인재 육성을 목적으로 국·내외 MBA 교육과정을 운영하고 있습니다.

국·내외 MBA 교육과정

구분	내용
국내 MBA 파견	Convergence 환경 하에서 New Business Perspective 및 전략적 의사결정 능력을 갖춘 미래 경영자를 육성하기 위해 국내 우수 대학 MBA 과정에 구성원을 파견하여 교육기회 제공 (2006년 54명 파견, 2002년 이후 누적 295명 파견)
미국/유럽 MBA 파견	매년 우수 구성원을 선발하여 미국 및 유럽의 우수대학 정규 MBA 과정 파견 (2006년 5명 파견, 2002년 이후 누적 58명)
중국/아시아 MBA 파견	중국 및 아시아 사업 수행에 필요한 경제 및 산업에 대한 통찰력, 휴먼 네트워크를 확보하기 위해 중국 및 아시아 내 최우수 대학의 정규 MBA 과정 및 정보통신 전문대학원 과정에 구성원을 파견 (2006년 10명 파견, 2002년 이후 누적 16명)

2005년 직급별 교육시간, 과목수 (온오프라인 합산)

직위	인당 평균과목	인당 평균시간
차장, 부장	8.2	168.9
과장	8.4	177.4
사원/대리	9.9	199.9
계	9.0	185.1

평생교육 프로그램

SK텔레콤은 구성원의 스킬 향상과 지속적인 고용가능성 지원 및 퇴직관리 지원 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 또한 사내 동호회 지원을 통한 문화, 레저 등 취미활동과 VLS(Virtual Learning System) 과정을 통한 구성원의 어학, 기술, 마케팅 등 다양한 분야의 역량 향상을 지원하고 있습니다.

성과 및 개발에 대한 평가

SK텔레콤의 전 구성원은 개인별 KPI(Key Performance Indicator)를 수립한 후 분기마다 주기적으로 시행되는 PR&C(People Review & Coaching)를 통하여 성과를 평가받고 있으며, 평가결과는 인사고과에 반영되고 있습니다.

인권 교육

SK텔레콤은 직장 내 차별 및 성희롱 방지 교육과정을 개발하여 필수교육과정으로 운영하고 있으며, 전 구성원은 매년 온라인을 통하여 이수하고 있습니다.



Shareholders



SK텔레콤은 신뢰를 기반으로 수익과 성장을 추구함으로써
주주를 위한 가치를 제고하고 있습니다.

해외사업, 융·복합화 사업, 이동통신사업
R&D 강화와 경영인프라 혁신 등을 통하여
지속적인 성장동력을 확보해 나갈 것입니다.

Investing Supporters

Management Approach_36

Governance_39

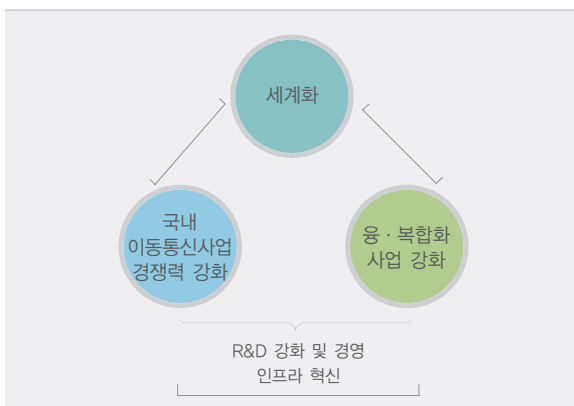
Management Approach



| Management Approach |

Policy

2005년은 전사적인 역량의 결집을 통하여 매출 성장세를 유지하고 경영효율성을 제고하여 질적 경쟁력을 향상시키는 한편, 전략 콘텐츠군의 강화를 통하여 컨버전스 환경에 대비한 신규사업의 기반을 확고히 다진 한해였습니다. SK텔레콤은 통신사업 뿐만 아니라 인접산업 등 다양한 분야와의 융·복합화를 통하여 기업 가치를 극대화하기 위하여 다각적인 노력을 지속할 것입니다. SK텔레콤은 세계화, 융·복합화 사업 강화, 국내 이동통신사업 경쟁력 강화와 이를 지원하는 연구개발 강화, 경영 인프라 혁신 추진 및 각 전략 간의 시너지 창출을 통해 지속적 성장 기반을 구축할 것입니다.



해외 사업 강화

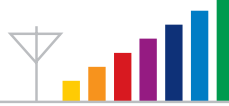
SK텔레콤은 기존 해외 시장에서의 경쟁력 강화 및 신규 시장 진출을 통해 미래 성장 기반을 확보해 나가고 있습니다. 현재 베트남 전역으로 CDMA 네트워크 커버리지를 확장하여 베트남 시장에서 경쟁력을 키워가고 있으며 미국에서는 SK텔레콤의 앞선 무선데이터 서비스를 소개하고, 특정 고객층을 대상으로 한 차별적 마케팅 정책을 수행하면서 HELIO 서비스를 성공적으로 시작하였습니다. 또한, 최근에는 해외통신서비스 업체 최초로 중국 정부와 TD-SCDMA(중국 3G 통신기술) 개발 협력을 위한 MOU를 체결하는 등 미래성장 기반으로 해외 사업 기회를 모색하기 위한 노력을 지속하고 있습니다.

SK텔레콤과 중국 국가발전개혁위원

회는 2006년 8월 29일 서울 롯데 호텔에서 SK그룹 최고경영진과 정보통신부 장관 및 중국 국가발전개혁위원회 마카위 장관 등이 참석

한 가운데 “TD-SCDMA 산업 발전과 한 중 양국 통신산업의 공동 발전을 촉진하기 위한 TD-SCDMA프로젝트에 협력한다”는 내용의 양해각서 체결





융·복합화 사업 강화

오늘날 정보통신 분야에서 융·복합화 사업은 기업의 미래를 결정짓는 핵심 분야입니다. 기술의 급격한 발달은 무선통신과 다양한 산업 간의 디지털 융·복합화를 가속화하고 있습니다. SK텔레콤은 이러한 흐름에 발맞춰 무선통신과 방송·금융의 컨버전스를 주도하고 있습니다. 앞으로 SK텔레콤은 다양한 분야에서 새로운 형태의 융·복합화 서비스 개발에 주력할 것입니다.

이동통신사업 경쟁력 강화

SK텔레콤은 고객의 라이프 스타일과 요구에 맞는 서비스를 제공하여 고객 기반을 튼튼히 하면서 성장성과 수익성 확보를 통해 국내 이동통신시장에서의 리더십을 유지하고 있습니다. 특히 SK텔레콤은 HSDPA 상용화(3G+), 고객 맞춤형, 참여형 서비스 강화 등을 통한 무선인터넷 서비스 경쟁력 제고를 위해 노력하고 있습니다.

R&D 강화 및 경영 인프라 혁신

SK텔레콤은 단기적, 이동통신 중심의 R&D 체계를 탈피하여 중·장기적, 핵심 기반 기술 R&D를 강화하여 글로벌 경쟁력을 유지할 계획입니다. 이와 더불어 글로벌 기업과의 공동 R&D 수행 등 국제적으로 협력 관계를 유지할 수 있는 R&D 시스템을 개발하고 있습니다. 한편 SK텔레콤은 급격하게 변화하는 기업 환경에 맞는 책임있고 유연한 경영 시스템을 유지해 나가고 있습니다.

Responsibility

지속적인 성장과 주주환원, 그리고 건실한 재무구조의 균형을 유지하며 기업가치와 주주가치 극대화를 위해 최선의 노력을 다하는 것이 기업의 당연한 책임과 의무라고 생각합니다. 이를 위하여 SK텔레콤은 글로벌 시장 발굴, 고객가치 제고를 통한 기업가치 제고 등의 활동을 지속적으로 전개하고 있습니다.

Performance

SK텔레콤은 2005년 국내이동통신사 중 처음으로 10조원을 상회하는 매출을 기록하였으며, 특히 데이터 매출은 전체 매출의 24%를 차지할 정도로 큰 폭으로 성장하였습니다. 2006년에는 코어 비즈니스의 경쟁력을 기반으로 신규사업 전개에 더욱 속도를 높여가고 있으며, 고객가치 지향의 마케팅을 기반으로 컨버전스, 유비쿼터스 환경 하에서 고객이 원하는 차별화된 서비스 제공을 통하여 2005년을 넘어서는 성과를 이룩해 낼 계획입니다.

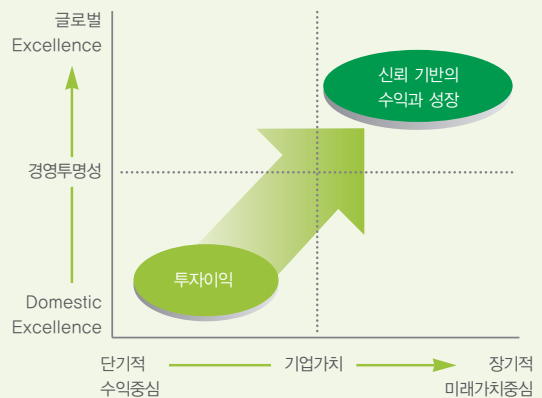
Awards



김신배 사장 Business Week지 선정 Best Leader

- Business Week지의 '2005 가장 혁신적인 100대 기업'에 선정
- Business Week지의 '2005 Best Leader'에 선정

SV 주주를 위한 추구가치 : 신뢰 기반의 수익과 성장추구



수익성/성장성

▶ Ubiquitous Biz 리더십 확보를 통해 미래의 지속적인 수익과 성장을 지향합니다.

투명성

▶ 투명한 정보제공과 기업경영을 통해 상호 신뢰 구축을 추구합니다.

경영 참여

▶ 주요한 의사결정에 참여하고 성장을 견인할 수 있는 권리를 제공합니다.

*SV : Shareholder Value

Management Approach

IR Awards

구분	시기	행사명	선정기관	수상내역
Annual Report	2006년	2006 International ABC Award (The World's Best Annual Report)	Mercomm, Inc	• IT 서비스 솔루션 분야 금상/은상 • Telecommunication (Other Countries) 분야 금상/은상
IR Practice	2006년	기업지배구조 우수기업	CGS (한국기업 지배구조 개선 센터)	우수기업
	2005년	제5회 한국IR 대상	한국 IR협의회 (증권거래소,코스닥 후원)	우수상

주요성과

다음의 주요 재무정보는 2004년과 2005년 12월 31일로 마감된 SK텔레콤 감사보고서의 개별재무제표에서 요약하였습니다. 2005년 SK텔레콤은 가입자 수의 지속적인 증가와 무선인터넷 사업의

성장에 힘입어 10,16조원의 매출을 기록하였습니다. 2005년 무선인터넷 부문 매출은 2,46조원으로 2004년에 비해 34.9%의 증가를 보이며 SK텔레콤의 매출 증대에 크게 기여하였습니다.

주요 재무정보(개별재무제표 기준)

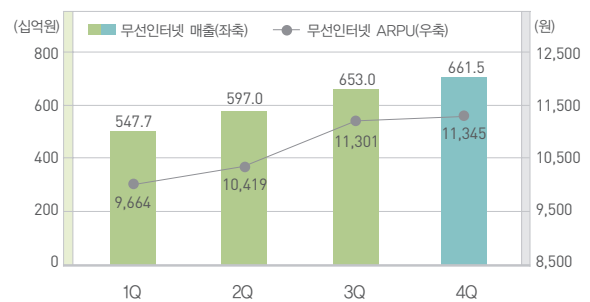
(단위 : 십억원)

	2004년	2005년	증감
〈요약 손익계산서〉			
매출액	9,703.7	10,161.1	4.7%
EBITDA ⁽¹⁾	4,059.1	4,287.8	5.6%
영업이익	2,359.6	2,653.6	12.5%
당기순이익	1,494.9	1,871.4	25.2%
〈요약 대차대조표〉			
자산총계	14,020.7	14,521.7	3.5%
현금 및 유가증권	761.1	970.2	27.4%
부채총계	6,893.6	6,263.8	[9.1%]
이자지급성부채	3,790.1	3,133.9	[17.3%]
자본총계	7,127.1	8,257.9	15.9%
〈재무비율(%)〉			
EBITDA 마진	41.8	42.2	0.4%p
영업이익률	24.3	26.1	1.8%p
당기순이익률	15.4	18.4	3.0%p
부채비율 ⁽²⁾	53.2	38.0	[15.2%p]

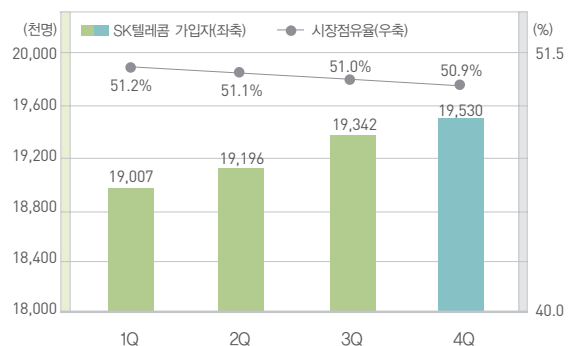
(1)EBITDA=영업이익+감각상각비+경상연구개발관련 감가상각비

(2)부채비율=이자지급성부채/자본총계

2005 무선인터넷 매출

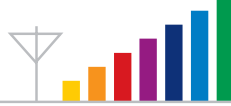


2005 가입자 현황 및 시장점유율



또한, 2005년의 SK텔레콤 가입자 수는 2004년의 1,878만명에서 1,953만명으로 증가하였습니다.

Governance



| Governance |

이사회 구성

SK텔레콤은 국제 기준에 부합하는 이사회 중심의 기업지배구조를 갖추고 합리적이고 투명한 경영을 전개, 이해관계자의 가치와 기업 가치 극대화를 통하여 지속가능한 경영을 실현해 나가고 있습니다. SK텔레콤의 이사회는 2006년 6월 말 현재 모두 11명의 이사로 구성되어 있으며 이 중 사외이사는 7명으로 사외이사비율은 64%입니다. 특히 소액주주의 권리를 대변하고 있는 NGO인 참여연대가 추천한 사외이사 선임을 통하여 이사회의 독립성과 투명성을 확보하고 있습니다. 기업지배구조 개선을 위한 지속적인 노력의 결과로 SK텔레콤은 2005년과 2006년 연속 증권선물거래소 산하기관인 한국기업지배구조개선지원센터가 주관한 기업지배구조평가에서 기업지배구조 우수 기업으로 선정되었으며 주주 권리 보호, 이사회 기능 활성화 및 운영 방식의 효율성, 감사기구의 효율적 운영 등을 포함해 IR 활동의 전반적인 항목에서 높은 평가를 받았습니다.

이사회 운영

2005년 7월 SK텔레콤은 글로벌 사업 전략 및 투자 심의를 위해 글로벌위원회를 발족했습니다. 2006년 6월 말 현재 글로벌위원회를 포함하여 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 투자심의위원회, 보상심의위원회 등 5개의 위원회로 구성되어 있으며, 2005년 21차례, 2006년 6월 현재 13차례의 회의를 통해 주요 안건을 처리했습니다.

이사회 의장의 대표이사 여부

SK텔레콤 이사회 규정 제4조 2항에 의거 이사회의 의장은 대표이사가 맡도록 되어 있습니다. 이사회는 법령 및 정관에서 정한 사항과 회사 경영에 관한 주요 시책을 심의·의결하는 기구이므로 회사의 경영활동을 가장 잘 파악하고 있는 대표이사가 이사회의 의장을 겸임하도록 함으로써 효율적으로 이사회를 운영하고 있습니다.

주주 및 구성원 의사전달 메커니즘

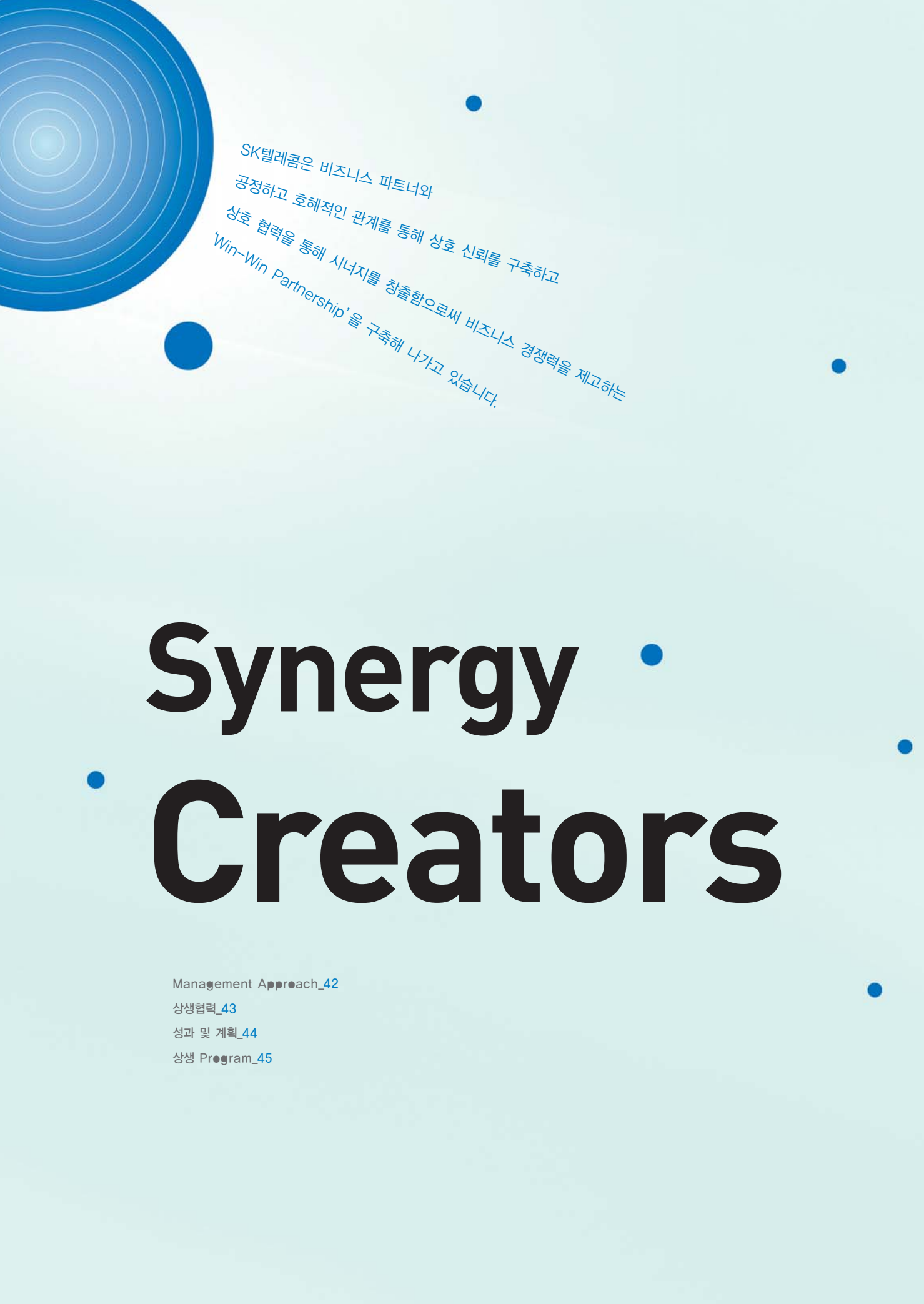
상법 또는 증권거래법에서 정한 조건에 부합하는 주주는 주주총회의 목적사항으로 할 내용을 이사에게 서면으로 제안할 수 있습니다. 또한 주주와 구성원 등 회사와 관련 있는 모든 이해관계자들이 윤리상담센터(ethics.sktelecom.com)를 통하여 이사회 위원회 중 하나인 감사위원회와 직접 커뮤니케이션 할 수 있는 채널을 구축하고 있습니다. 또한 주요 경영현안 중 한가지 주제를 선정하여 이에 대한 구성원들의 의견, 궁금한 점, 그리고 CEO의 답변과 의견을 자유롭게 개진함으로써 CEO에 대한 친밀감을 높이고 구성원 관심사에 대한 적극적이고 투명한 커뮤니케이션의 장을 만들어가기 위하여 2006년 8월부터 사내 인트라넷에 CEO T-Talk를 개설하였습니다.

이사의 보상과 성과와의 관계

이사에 대한 보수한도는 매년 정기 주주총회에서 주주의 승인을 통하여 결정되고 있습니다. 또한 이사회 위원회 중 하나인 보상심의위원회에서 대표이사 보상체계에 대해 심의하고 있습니다.

구분	위원장	위원	주요 역할
감사위원회	김대식 이사	김용운 이사, 임현진 이사	회사 경영현황 보고, 외부감사인 선임, 용역제공 승인, 감사보고서 승인
사외이사후보추천위원회	조정남 이사	윤재승 이사, 이상진 이사, 하성민 이사	독립성과 전문성을 갖춘 사외이사 후보 추천, 공정하고 투명한 선임과정 진행
투자심의위원회	양승택 이사	변대규 이사, 윤재승 이사, 이상진 이사, 이방형 이사	사업계획상 투자계획 및 변경 심의, 투자집행실적 점검
보상심의위원회	이상진 이사	김대식 이사, 김용운 이사, 변대규 이사, 양승택 이사, 윤재승 이사, 임현진 이사 (보상심의위원회는 사외이사 전원으로 구성)	대표이사 보상체계 및 수준 심의, 임원 보상체계 심의
글로벌위원회	이상진 이사	김대식 이사, 변대규 이사, 하성민 이사	글로벌전략 기본방향 심의 및 자문, 글로벌사업 관련 투자 / 출자 심의 및 자문

*이사회 멤버의 주요 Profile은 SK텔레콤에서 발간한 2005 연차보고서 22-23페이지 참조



SK텔레콤은 비즈니스 파트너와
공정하고 호혜적인 관계를 통해 상호 신뢰를 구축하고
상호 협력을 통해 시너지를 창출함으로써 비즈니스 경쟁력을 제고하는
'Win-Win Partnership'을 구축해 나가고 있습니다.

Synergy Creators

Management Approach_42

상생협력_43

성과 및 계획_44

상생 Program_45

Business Partners



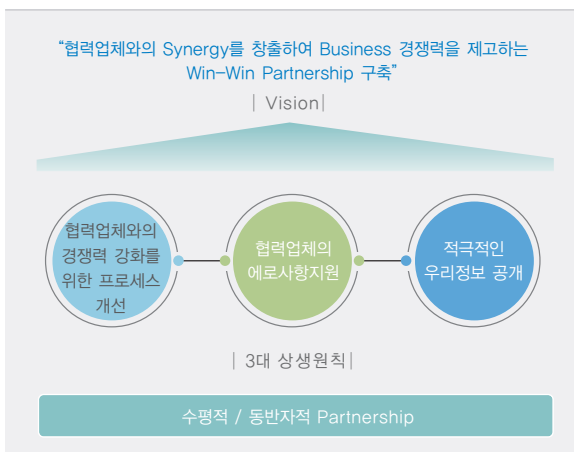
Management Approach



| Management Approach |

Policy

SK텔레콤은 SK그룹의 3대 상생원칙 하에 'Win-Win Partnership 구축'이라는 Vision 달성을 위하여 파트너와 수평적 동반자적 협력체계를 구축하는 다양한 BR(Business Relations) 활동을 수행하고 있습니다.



SK텔레콤 '대·중기 협력대상' 대통령 표창

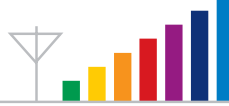
(디지털타임스 2005.12.23)

SK텔레콤이 12월 22일 청와대에서 열린 대·중소기업 상생협력 간담회에서 '대·중소기업 협력 대상' 단체부문 대통령 표창을 수상했다.

- 중략 -

SK텔레콤은 지난 2003년 7월 상생경영 전담조직을 신설한 이후 '파트너' 이란 브랜드로 협력업체의 경쟁력 강화를 위한 다양한 프로그램을 운영하고 있다. 또 지난 10월부터 신용보증기금, 하나은행과 공동으로 6,600억원 규모의 중소기업 지원프로그램을 추진하고 있다. 김신배 SK텔레콤 사장은 "대·중소기업이 함께 경쟁력을 키워나가는 것이 필수조건이 된 시대를 맞아 상생을 위한 시스템과 프로그램을 만들어 나가는 것이 바로 대기업의 역할" 이라고 강조했다. SK텔레콤은 이미 지난 11월 정보통신부가 선정한 제1회 '대·중소기업 상생협력상' 을 수상하기도 했다.

상생협력



| 상생협력 |

상생협력 사례

『i-Kids서비스』 유럽시장 공동 진출(넥스모어, 벨웨이브)

■ 추진배경

- 국내 CDMA 환경에서 동 서비스를 제공하고 있는 SK텔레콤과 Business Partner들은 *GSM 방식 휴대폰을 사용하는 유럽 LBS(위치기반 서비스)시장의 Biz Potential에 주목
- 특히, 최근 어린이 안전문제가 유럽 내 사회적 이슈로 부각되면서 *GPS Solution을 활용한 어린이용 모바일 서비스 Needs를 확인함

- GSM(Global System for Mobile Communication) : 유럽 이동통신 표준
- GPS(Global Positioning System) : 위성 항법 장치

■ 주요 내용

- 『i-Kids』 개요 : GPS 기술을 활용한 자녀의 현재 위치 및 이동 경로 등을 부모의 컴퓨터로 확인할 수 있는 어린이 대상 안심 서비스
- 추진 경과 : 2005년 2월 네덜란드 모바일 보안 전문회사인 SF-Alert사 법인 설립 및 SK텔레콤 지분 20% 확보
- 협력 방식 : 넥스모어가 관련 Application을 제공하고 벨웨이브는 전용 휴대폰을 개발하여 네덜란드 내 『i-Kids』 서비스 상용화



Awards

(2005.11)

정보통신부 주최, '대·중소기업 상생협력상' 정통부장관 표창

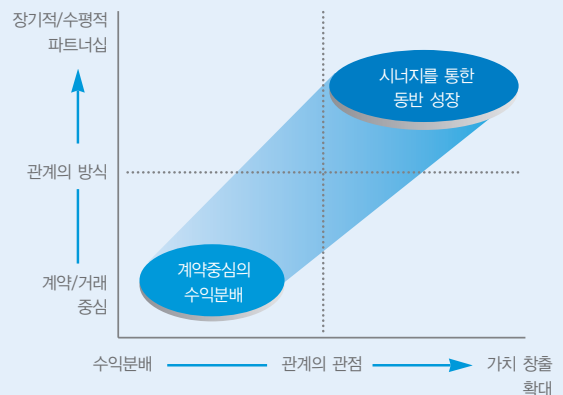
- IT 대·중소기업 상생협력 시행도 평가에서 총 4차례 1위 기록
(2005년- 2,3,4분기, 2006년- 상반기)
- 중소기업 경쟁력 강화와 상생문화 정착에 기여

(2005.12)

전경련 주최, '대·중소기업 협력대상' 단체부문 대통령 표창

- 대·중소기업 상생경영을 적극 실천한 모범기업으로 선정

BR 비즈니스 파트너 관계혁신 : 시너지를 통한 동반 성장



공유 역량

- ▶ 비즈니스 파트너 간의 협력을 통해 공유역량을 개발, 증대시킵니다.

상호 신뢰

- ▶ 공정하고 호혜적인 관계운동을 통해 상호 신뢰를 구축합니다.

장기적 파트너십

- ▶ 비전을 공유하고 상호 발전을 추구하는, 장기적 관점에서의 파트너십을 형성합니다.

*BR : Business Relations

성과 및 계획

| 성과 및 계획 |

2005년 성과

원칙	추진 과제	주요 내용
*BP 경쟁력 강화	구매 프로세스 개선	• 경쟁 입찰 확대를 통한 구매 공정성 확보
	종합평가 시스템 확보	• BP 평가기준 수립을 통한 지원/육성 기반 확보 • BP 신용평가제 도입
	성과보상 시스템 마련	• 우수 BP 포상 시행(16개사) • 우수 BP에 대한 Benefit 제공 : 계약절차 간소화 등
BP 애로사항 지원	재무 지원	• BP 운영자금 지원 : 현금결제, 대리점 대출, Network Loan 등 • 금융지원 프로그램 개발(하나은행, 신용보증기금 연계) : CP대출, 기금출연 등 • R&D 공동 기술개발 자금지원 – CRP(Collaborative R&D Program) 운영을 통한 R&D 공동 추진
	사업 지원	• 글로벌 Market 공동진출 – 해외시장 공동개척 및 솔루션 등 수출지원 중국 UNISK 22개사, 미국 HELIO 12개사, 유럽 i-Kids 2개사 등 – 중소기업 전시회 공동참가를 통한 마케팅 지원 • R&D Infra 지원 – Mobile Test Lab : 이동통신망 환경의 기술 Test 등 – 3G Reality Center : GSM망 기반의 Test-bed 제공 – Nate Business Center : 무선 콘텐츠 Test 환경 제공
	경영 역량 지원	• BP 교육 : 온라인 2회(5/11월) – 689사 7,320명 세미나 3회(4/6/9월) – 총 300개사 참석 • 경영지원 : 경영정보 e-Mail 서비스 발송(300개사)
적극적 우리정보 공개	상시적 정보 공유 강화	• PartnerOn Site 운영 : BP 제안/개선사항 접수/처리 • PartnerOn Camp : SK텔레콤의 사업전략 및 Vision 공유(7회) • Partner Magazine 발행 : 신기술 동향/전문 지식 등 정보제공(총9회)

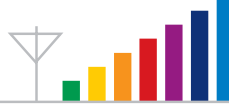
• BP : Business Partner

*연간 구매금액

- SK텔레콤은 매년 Business Partner로부터 2조원이 넘는 제품과 서비스를 구매하고 있습니다.
- 2003년(22,890억원), 2004년(24,049억원), 2005년(25,830억원)



상생 Program



2006년 계획

SK텔레콤은 Business Partner의 중장기적 경쟁력 제고 및 상생적 Relationship 구축을 통해 '동반 성장'의 기반을 확고히 다져나갈 것입니다.

원칙	추진 과제	주요 내용
Business Partner 경쟁력 강화	중소기업 지원	- 대금지급조건 개선 : 유보금제도 폐지(연간 580억원 조기지급 효과) - 구매 제도/프로세스 개선 - 경쟁구매 등 구매방법 다양화를 통해 품질/가격의 균형추구
	Business Partner 관리체계 강화	- Business Partner 유형별 평가체계 강화 - 차별적 지원/육성 전략수립 및 단계적 실행(인센티브, 구매조건 우대 등)
	성과보상 시스템 강화	- 성과공유 과제 발굴 및 실행 - 형태(안) : Profit Sharing, 인센티브 지급, 지적재산권 공유, 계약조건 우대 등
Business Partner 애로사항 지원	종합적인 Business Partner 교육 강화	- 전문 기술과정 개발(플랫폼개발 방법론 등) : 약 200명 - SK 상생 Academy 개설 : CEO 과정(약 150명), 핵심 임직원 대상 Mini MBA 과정(약 40명)
	재무지원 · 사업지원 강화	- 재무지원 - 공동사업 글로벌 Market 공동진출 - R&D Infra 등 지원
적극적 우리정보 공개	Business Partner와의 Two-way Communication 강화	- 정기 현장방문 : 3개 Business Partner군 60개사(CP, R&D, N/W장비) - Business Partner Survey : 상/하반기 연간 2회 - PartnerOn Site / PartnerOn Camp 등의 Communication 기능 강화

| 상 생 Program |

주요 Program

Business Partner와의 상생을 위한 활동으로 재무지원, Nate 비즈니스 센터 설립, PartnerOn Program 운영 등을 통해 Business Partner의 경쟁력 제고 및 상호 Relationship을 강화하고 있습니다.

재무 지원

SK텔레콤은 중소기업에 대한 즉시 현금결제를 원칙으로 하는 중소기업 우대결제 제도와 대리점 저리 대출/Sale Promotion 지원, Network Loan 등을 도입해 연간 6,700억원 규모의 재무지원을 하고 있습니다. 뿐만 아니라 하나은행, 신용보증기금(20억원 기금 출연)과 연계한 금융지원 제도를 통해 총 6,600억원의 대출 Pool을 확보하여 금융지원을 하고 있습니다.

Nate Business Center 설립/운영

무선인터넷 콘텐츠를 개발하는 Business Partner의 연구/개발 지원을 위해 2005년 4월 네이트 비즈니스 센터를 개소해 1천개에 이르는 콘텐츠와 솔루션 제공업체를 대상으로 일평균 40회 이상의 One-Stop 지원 서비스를 제공하고 있습니다. 콘텐츠 제안부터

등록, 과금 업무와 함께 기술교육과 무선인터넷 사업에 대한 컨설팅까지 제공하는 이 서비스를 통해 파트너의 경쟁력을 높이는데 일조하고 있습니다.

PartnerOn Academy

Business Partner 임직원을 대상으로 경영, 재무/회계, 마케팅 등 58개의 온라인 전문 교육과정을 제공하고 있으며, 2006년에는 IT/기술 등 오프라인 교육과정을 신설해 Business Partner의 역량을 강화할 계획입니다.

PartnerOn Camp

SK텔레콤의 사업부서와 Business Partner간의 Conference 및 Fun 형식의 오프라인 미팅으로 CP, R&D, N/W장비 등 주요 Business Partner를 대상으로 주기적인 PartnerOn Camp를 실시하고 있습니다. PartnerOn Camp에서는 SK텔레콤의 BR 추진방향, 사업계획 및 Vision 공유를 통해 Business Partner와의 Relationship 강화 및 효과적인 Communication을 수행합니다.

• • Society





- SK텔레콤은 '사회구성원의 행복 극대화'라는 가치 아래 삶의 질과 관련된 사회복지, 문화, 환경 등에 대해 공헌하고자 참여형 자원봉사와 체계적인 시스템을 기반으로 전사적인 사회공헌활동을 전개하고 있습니다.

- 윤리경영, 공정거래 자율준수 프로그램 등 페어플레이 원칙을 적용 가능케 하는 프로세스 및 System의 정착을 통하여 고객, 주주, 구성원 등 다양한 이해관계자의 가치를 증대시켜 나갈 것입니다.

Love-sharing Communities

Management Approach_48

소외계층 자립 및 자활 지원_50

Mobile 사회 안전망 구축_51

고객 자원봉사활동_52

임직원 자원봉사활동_54

글로벌 사회공헌활동_55

윤리경영_56

공정거래_58

Indirect Economic Impact_60

Management Approach



| Management Approach |

Policy

SK텔레콤의 기업이념인 '행복 극대화'는 기업을 둘러싼 이해관계자의 행복을 극대화하겠다는 SK텔레콤의 철학을 담고 있습니다. SK텔레콤은 '행복 극대화'의 이념을 바탕으로 일시적인 기부나 지원이 아닌 사회문제의 근본적인 해결과 지속적인 참여형 자원봉사를 원칙으로 하며, 체계적인 시스템 아래 전사적으로 사회공헌활동을 펼치고 있습니다. 또한, SK텔레콤은 페어플레이 원칙의 준수를 가능케 하는 프로세스 및 System 정착을 위하여 적극적인 윤리경영을 실천하고 있습니다. 뿐만 아니라, 공정거래자율준수 프로그램을 도입하여 실천하고 있습니다.

SK텔레콤은 고객의 욕구를 깊이 이해하고 기대를 뛰어넘는 가치를 제공함으로써, 고객으로부터 선택받고 사회로부터 신뢰받는 기업으로 거듭나고자 합니다. 인간 중심의 경영철학을 실천하고 있는 SK텔레콤은 기업활동의 우선 가치를 기업이 속한 사회 전체의 행복을 극대화하는 데 두고 있습니다.

Responsibility

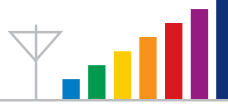
기업의 사회적 역할에 대한 인식이 급변함에 따라 기업의 사회공헌 활동 형태도 크게 달라지고 있습니다. 전 세계적으로 '자선'에서 '참여'로 패러다임이 급변하고 있으며 봉사활동의 차원을 넘어서

사회문제를 해결할 수 있도록 기업의 사회공헌활동 방향 또한 변화하고 있습니다. 이에 SK텔레콤은 '사회구성원의 행복 극대화'라는 가치를 내세우고 대한민국의 모든 구성원들이 행복해질 수 있도록 지속적인 사회공헌활동을 펼쳐나가고 있습니다. SK 텔레콤이 추구하는 행복 극대화는 적극적인 개념의 사회공헌활동으로 단순히 기업의 이익을 사회에 환원하는 차원에서 벗어나 사회 구성원의 행복 극대화를 위한 SK텔레콤의 의지 실천인 것입니다. 이를 위해 SK텔레콤은 사회공헌활동 패러다임을 단순한 기부나 일회적인 이벤트 차원의 지원이 아니라 사회문제의 해결을 위한 적극적인 '사회투자' 개념으로 바꾸고 새로운 사회공헌 프로그램을 도입하여 전개하고 있습니다. 또한 윤리경영과 공정경쟁을 통하여 사회로부터 신뢰받는 기업으로 거듭나고자 합니다.

Performance

SK텔레콤은 소외계층에게 일시적인 도움보다는 자활기회를 제공하기 위한 기반구축을 중심으로 사회공헌활동을 펼치고 있습니다. 소외계층이 생계를 책임질 수 있도록 지속가능한 일자리를 제공하는 것이 자활의 근본적인 해결 방안이라는 판단 아래, 일자리 창출 및 이를 위한 직무교육 프로그램을 개발해 운영하고 있습니다.

SK 관계사들과 함께 일자리창출 로드맵을 설계하고 2005년부터 향후 3년간 약 4,000개의 새로운 일자리창출 계획을 수립하였습니다. 더불어 소외계층이 자립할 수 있는 삶의 터전을 제공하는 해비타트(사랑의 집짓기 운동) 활동에도 적극 참여하고 있습니다.



SK텔레콤은 저소득층에게 2007년 말까지 결식이웃지원 급식도 시락사업에서 600명과 장애통합교육보조원사업에서 1,000명 등 지속가능한 일자리를 제공할 예정입니다. 또한 효과적인 사회공헌 활동을 추진하기 위해 해당 사업에 전문성을 가진 실업극복국민재단 등 관련 단체와 연계하여 실질적인 도움을 주기위한 공동의 노력을 펼치고 있습니다. 사회공헌이라는 공통 목표 아래 서로의 노하우를 공유하여 사업을 추진하면 소외계층은 체계적이고 폭넓은 지원과 도움을 받을 수 있게 되고, 사회적 관심을 불러 일으켜 시너지효과를 창출할 수 있습니다. 이는 기업의 사회공헌활동이 단순히 기업차원에서 그치는 것이 아니라, 사회적으로 확산되어 소외계층이 안고 있는 문제를 보다 근본적으로 해결해 나갈 수 있도록 도와주는 역할을 합니다. SK텔레콤의 사회공헌활동은 소외된 이웃의 삶 속으로 깊이 들어가 있습니다. 물질적인 지원뿐 아니라 지속적인 봉사를 통해 소외계층의 상처받은 마음까지 어루만지는 것이 진정한 의미의 사회공헌활동입니다. SK텔레콤의 사회공헌활동은 임직원들의 '자원봉사'를 기본축으로 하고 있습니다. '나눔'으로 행복한 대한민국을 만들어간다는 목표 아래 2004년 발족한 SK텔레콤자원봉사단은 사회적·경제적으로 소외된 이웃과 신체적·정신적으로 어려움을 겪고 있는 장애인 그리고 청소년과 소외된 노년층에게 다양한 프로그램을 통해 도움의 손길을 보내고 있습니다.

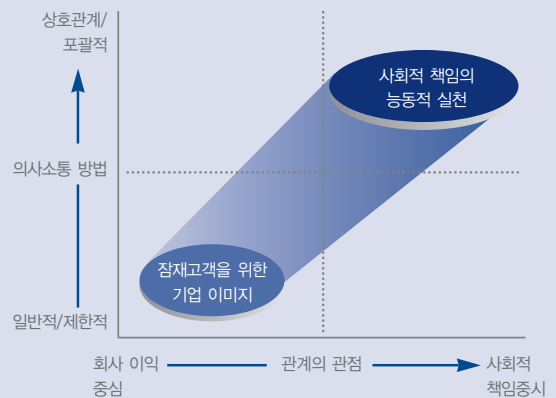
III 사회공헌 추진체계



Awards

- 제6회 청소년보호대상 수상(2003.10.13)
 정보문화의 달 은탑산업훈장 수상(2004. 6. 3)
 한국사회공헌대상 최우수상 수상(2004. 8. 10)
 - 서울경제신문주최, 백상경제연구원 주관
- IMI 경영대상 사회공헌 부문 수상(2005. 12. 7)
 - 국제경영원(IMI, 전경련 산하 CEO 전문 경영교육기관) 주최
- 김신배 사장 국민훈장 모란장 수훈(2006. 6. 27)
 - 2006년 이웃사랑 유공자 포상 수여식

PR 공중관계 혁신 : 사회적 책임의 능동적 실천



사회공헌

- ▶ 범사회적 삶의 질과 관련된 사회복지, 문화, 환경 등에 대해 공헌합니다.

윤리경영

- ▶ 기업의 운영에 있어 사회적 규범과 윤리적 기준에 적합하게 경영을 합니다.

개방적 의사소통

- ▶ 적극적이고 개방적으로 공중의 의견을 수렴합니다.

*PR : Public Relations

소외계층 자립 및 자활 지원

| 소외계층 자립 및 자활 지원 |

일자리 창출 사업

SK텔레콤은 소외계층 지원 등 공익적 서비스 제공을 목적으로 하는 지속가능한 사회적 일자리 창출사업을 정부와 NGO, 지자체와 함께 펼쳐가고 있습니다. SK텔레콤은 2007년 말까지 이러한 사업을 통하여 1,720명에게 일자리를 제공할 예정입니다.

결식아동 지원 도시락 급식센터 지원

결식 아동 및 노인에게 지원하고 있는 무료 도시락의 문제점을 해소하기 위해 SK텔레콤은 안전하고 위생적인 시설(*HACCP 기준), 표준화된 운영 시스템, 영양사 등 전문인력 등을 갖춘 표준모형을 마련했습니다. SK에서는 이 모델을 전국에 적용하기 위해 3년간 129억원을 투자하기로 하고 정부 및 지방자치단체의 참여를 요청했습니다. 이에 노동부에서는 '기업연계형 프로젝트 사업'의 대표적인 사업으로 선정하여 향후 3년간 39억원을 지원하기로 하였습니다. 현재 설립된 7개 급식센터의 경우 지방자치단체의 적극적인 참여(공간 제공, 제도적/행정적 지원)에 기반하고 있습니다.

• HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point) : 식품 원재료 생산, 제조, 가공, 보존, 유통 단계별 오염 요인을 없애도록 하는 위생관리 체계

장애통합교육 보조원 파견사업

SK텔레콤은 지난 2003년부터 추진해오던 장애통합교육 보조원 파견사업을 2005년부터 확대 실시하여 2006년 현재 1,000여 명의 보조원을 각 학교에 파견하여 4,000여 명의 장애 아동의 통합교육을 보조하고 있습니다. 이 사업을 전문적으로 지원하기 위한 사무국을 만들어 정책활동 또한 전개하고 있으며, 그 결과로 교육부의 보조원 채용이 점차 늘어나고 있습니다.

1318 Happy Zone

SK는 교육 소외 청소년을 위한 지원센터의 필요성을 느끼고 교육부-지자체-NGO 협력을 통해 지역 특성에 맞는 도시형, 농산어촌형 교육 소외 청소년 지원센터(1318 Happy Zone)를 설립, 운영하기로 했습니다. 2007년까지 SK텔레콤에서 105억원을 투입하여 총 40개소를 설립하는 이 사업은 정부 및 지자체의 협력 및 참여 아래 지역 및 NGO 공모를 진행하고 있습니다.

소외계층 지원사업

SK텔레콤은 신체적, 정신적으로 사회활동에 제약을 받는 장애인들이 사회구성원으로 당당히 자리잡을 수 있도록 IT 능력향상, 문화체험, 체육지원 등 다양한 사회공헌활동을 펼치고 있습니다.

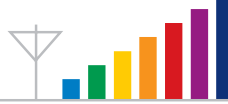
SK텔레콤 장애청소년 IT 챌린지 대회

장애청소년의 IT 활용 능력을 제고하여 정보 격차를 해소하고자 SK텔레콤이 개최하고 정보통신부가 후원하는 이 대회는 2005년 7회 대회 때까지 총 814개 팀 1,628명의 장애 청소년들이 참가했습니다. 특히 2005년부터는 정보검색 능력만이 아니라, 인터넷으로 티켓을 예매하는 등 실생활에서 활용 가능한 IT 운영 기술을 겨뤄 장애 청소년들이 IT를 통해 신체적·정신적 제약을 극복할 수 있도록 하는데 주안점을 뒀습니다. 시각, 청각, 지체부자유, 정신지체의 4개 영역별로 4개 팀씩 총 16개 팀을 선정해 총 2,240만원의 장학금을 수여했으며 대상을 수상한 학교에는 최신 영상촬영기구를 기증했습니다. 또, 대상, 금상 수상자 및 지도교사에게 해외연수 기회를 부여하고 있습니다.

사랑나눔 캠프

1998년부터 저소득 가정 청소년을 대상으로 실시하던 '사랑희망 캠프'를 2002년부터 원광대 예술치료학과와 함께 장애아동까지 범위를 확대하여 '사랑나눔 캠프'로 변경해 개최하고 있습니다. 이 캠프는 장애아동과 소년소녀 가장(장애인고 비장애인)이 한 공간에서 함께 어울려 다양한 예술활동을 통해 장애아동 치료와 소년소녀 가장들의 건전한 가치관 형성을 지원하는 프로그램입니다. 2005년부터는 대상을 자폐아동으로 변경하여 자폐치료와 아동 부모님들을 위해 예술치료 프로그램, 각종 세미나, 문화활동 등을 운영하고 있습니다.

Mobile 사회 안전망 구축



전국 휠체어 농구대회

휠체어 농구의 보급과 활성화를 목적으로 1997년 1회 '회장기 전국 휠체어 농구대회'로 시작된 이 대회는 6회째인 2002년부터 'SK텔레콤 전국 휠체어 농구대회'로 대회명칭이 변경되었습니다. 2005년 9회 대회에는 전국에서 15개 장애인 팀과 4개 비장애인 팀이 출전해 열전을 벌였으며, SK나이트 프로농구 선수들과의 친선경기와 선수 사인회 등 다양한 이벤트도 열렸습니다.

레저버디

장애인은 도움을 받고 비장애인은 도움을 주는 일반적인 통념을 넘어 장애인과 비장애인이 함께 공동의 레저 취미생활을 함으로써 서로를 이해할 수 있도록 하는 프로그램입니다. 레저버디 활동은 매월 문화, 스포츠, 관광, 문화캠프 등의 다양한 주제로 진행됩니다.

공공이익을 위한 기반시설 투자 현황

〈단위 : 백만원〉

시설명	목적	시설 현황	투자금액
광복회관 (2005년)	독립유공자 및 유가족 복지 향상을 위한 회관 건립	5층 건물 연건평 450평 (서울 마포구)	200
행복도시락 급식센터 (2006년)	결식 아동/노인 대상 무료 도시락 제공	전국 24개소	4,022

*행복도시락 급식센터의 경우 2006년 말까지 예정된 시설 및 총투자금액임

| Mobile 사회 안전망 구축 |

SK텔레콤은 '모바일' 인프라를 활용하여 미아·치매노인 찾기, 재난정보 문자서비스, 119긴급구조 등 모바일을 활용한 사회구호체계를 구축하고, 이를 통한 사회안전망 확대에 앞장서고 있습니다.

모바일 미아·치매노인 찾기

미아문제의 효과적인 해결을 위해 2004년 5월 경찰청, 한국복지재단과 협정을 맺고 휴대전화를 통해 미아를 찾는 '모바일 미아찾기' 서비스를 실시하고 있습니다. *NATE Air 사용이 가능한 단말기를 사용하는 고객에게 미아 정보를 전달하고, 이 정보를 통해 미아를 발견한 고객이 경찰청, 한국복지재단에 신고하도록 하여 미아를 찾아주는 공익 서비스로 현재까지 11명의 미아를 발견하는 성과를 거두었습니다. SK텔레콤은 2005년 5월부터 이 서비스의 대상을 치매노인과 장애인으로 확대하였습니다.

• NATE Air : 이동전화 단말기만으로 모바일 방송을 즐길 수 있는 서비스

재난정보 문자방송

소방방재청과 공동으로 2005년 4월부터 재난이나 재해 발생 시 해당 지역의 상황을 고객에게 전달하여 위급한 상황에 미리 대처할 수 있도록 하는 재난정보 문자발송 서비스를 시행하고 있습니다. 태풍, 지진, 화재와 같은 재해·재난이 우려되거나 발생할 경우 NATE Air 단말기 보유고객에게 재난문자방송을 신속하게 발송하고 있습니다.



고객 자원봉사활동

모바일 해외안전서비스

2005년 5월부터 외무부와 협정을 체결, 해외로밍 서비스를 이용하는 SK텔레콤 고객에게 해외위급상황 안내와 긴급의료서비스 등을 지원하는 해외 안전서비스를 제공하고 있습니다. 특히 2005년 7월 영국 지하철 테러발생시 런던지역 고객에게 테러발생 상황과 긴급대응방법을 실시간 문자메시지로 전달하여 해당지역 여행자의 안전유지에 기여했습니다.

119 긴급구조서비스

휴대폰으로 119에 구조 요청을 하는 발신자의 현재 위치를 이동 통신의 시스템을 통해 자동 확인하여 긴급 구조에 활용하는 119 긴급구조 서비스를 시행하고 있습니다. 119 긴급구조 서비스는 이용자가 긴급한 상황에서 휴대전화로 119에 전화를 걸면 발신자의 현재 위치가 SK텔레콤의 위치 확인 시스템을 거쳐 소방방재청 상황실로 자동 전송됩니다. 구조 요청인이 화재 상황이나 심각한 부상 등으로 인해 자신의 위치를 직접 설명하기 어려운 경우에 119 구조대가 구조 요청인의 위치를 자체 파악해 신속하게 대응할 수 있는 긴급구조 서비스의 하나입니다.

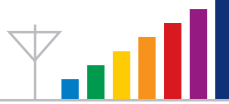
고객 자원봉사활동

SK텔레콤은 2003년부터 자원봉사 문화 확산을 위해 고객과 일반인이 자유롭게 참여하는 Sunny 자원봉사단을 운영하고 있습니다. 특히 Sunny는 청소년의 자원봉사활동을 지원하고, 이들이 즐겁게 참여할 수 있는 다양한 프로그램을 통해 청소년이 새로운 사회적 가치창조의 주체로서 자리매김할 수 있도록 하고 있습니다. 2005년에는 Sunny 자원봉사단 사이트(www.besunny.com)를 오픈했습니다. 현재 3만명이 회원으로 있으며 매월 뉴스레터 발송을 통해 Sunny의 봉사활동을 서로 공유하고 있습니다.

대학생 자원봉사 공모전

대학생 자원봉사 공모전은 SK텔레콤이 대학생들의 자원봉사활동을 적극적으로 지원하기 위해 2004년부터 개최해 온 프로그램입니다. 이 공모전은 자기발전과 공동체 의식을 지닌 성숙한 시민으로 성장할 수 있는 기회를 제공하기 위해 마련된 프로그램으로 자원봉사에 대한 관심과 열정을 지닌 대학생이면 누구나 참여가 가능합니다. 2004년에는 총 60여 개 팀을 지원하였으며, 2005년에는 상반기와 하반기 각각 50개 팀, 총 100개 팀을 선정해 지원하였습니다. SK텔레콤은 봉사활동의 규모와 내용, 인원 등에 따라 50만원~200만원의 봉사활동금을 지원하고 있으며, NGO 및 정부 유관단체와 유기적인 협력관계를 가질 수 있도록 하여 실질적이고 전문적인 봉사활동이 이루어지도록 유도하고 있습니다. 봉사활동 결과에 따라 각각 반기별 10개의 우수 활동 봉사팀을 선정, 해외자원봉사 활동의 기회를 제공합니다.





행복병원

2003년부터 몸이 아파 병원에서 지내는 아이들에게 웃음을 주기 위해 시작된 봉사활동 프로그램입니다. 현재까지 20기수의 Sunny가 소아병동을 방문하여 선물 증정 및 다양한 공연프로그램으로 환아들과 보호자들에게 행복을 전달했습니다. 2004년에는 200여 명의 Sunny 봉사자가 참여, 순천향병원, 계명대 동산의료원, 고려대 안암병원, 광주 기독병원, 부산대병원 등을 방문하였고 2005년에도 400명의 Sunny가 전국에서 행복병원 활동에 참여하였습니다.

Sunny 지킴이 봉사단

독거노인 주치의맞기 운동본부와 함께 서울·경기지역의 독거노인 50명을 찾아가서 의료복지서비스 활동을 펼치는 프로그램입니다. 150명의 Sunny 지킴이 봉사단은 매월 3회 이상 독거노인을 방문, 생활을 돕고 시간을 함께합니다. 그 중 1회는 주치의를 함께 방문해 독거노인의 건강진단 및 의료서비스를 제공합니다.

하יתי처

Sunny 자원 봉사자가 선생님이 되어 보육원 아동을 대상으로 실시하는 1:1 학습지도 프로그램입니다. 2005년에는 상·하반기 각각 90명씩 선발된 하יתי처가 13곳의 보육원에서 교육봉사 활동을 전개했습니다. 2004년부터 시작된 이 활동을 통해 지금까지 총 290명의 하יתי처가 아이들에게 학습 지도봉사를 펼쳤습니다.

Sunny IT 봉사단 운영

Sunny 4~5명이 한 팀을 이뤄 매주 보육원을 비롯한 저소득 지역 학교 및 공부방 아이들을 대상으로 IT 교육과 건전한 인터넷 문화를 전파하는 정보 교육 프로그램입니다. 2005년에는 서울, 경기지역 100명과 지방 100명 등 총 200명의 Sunny IT 봉사자가 40여 개의 시설 및 학교에서 IT 무료 교육과 더불어 건전하고 깨끗한 IT문화를 전파하였습니다.



임직원 자원봉사활동

| 임직원 자원봉사활동 |

SK텔레콤의 사회공헌활동은 임직원들의 '자원봉사'를 기본축으로 하고 있습니다. '나눔'으로 행복한 대한민국을 만들어간다는 목표 아래 발족한 SK텔레콤 임직원 자원봉사단은 사회적·경제적으로 소외된 이웃, 신체적·정신적으로 어려움을 겪고 있는 장애인, 청소년, 소외된 노년층 등을 대상으로 다양한 프로그램을 통해 도움의 손길을 보내고 있습니다. 또, 전국의 각 지역 본부별 조직을 통해 지역사회의 발전을 위한 프로그램도 다수 전개하고 있습니다. 2004년 5월에는 자원봉사의 확산을 위해 자원봉사 포털사이트 (<http://volunteer.sktelecom.com>)를 오픈했습니다. SK텔레콤 임직원 자원봉사단은 각 실/본부를 중심으로 다양한 분야에서 적극적인 봉사활동을 진행하고 있으며 해당 봉사팀에서 활동 대상, 활동 내용 등을 선정하여 자체적으로 운영하고 있습니다.

■ 사랑나눔 멘토링

사랑나눔 멘토링 프로그램은 SK텔레콤과 한국복지재단이 함께 부모가 없거나 양육할 수 없어 친인척이나 조부모에게 위탁되어 있는 아동 36명을 대상으로 SK텔레콤 직원 36명과 1:1 멘토와 멘티로 연결하는 장기 멘토링 프로그램입니다. 단순 학습지도나 경제적 지원 또는 한두 번의 만남으로 끝나는 일회성 행사와 달리 아이들과 최소 한 일년 동안 친밀한 관계를 형성하도록 하여 정서적 유대감 형성 및 위탁아동들의 바람직한 성인 롤 모델 형성에 목적을 두고 있습니다.

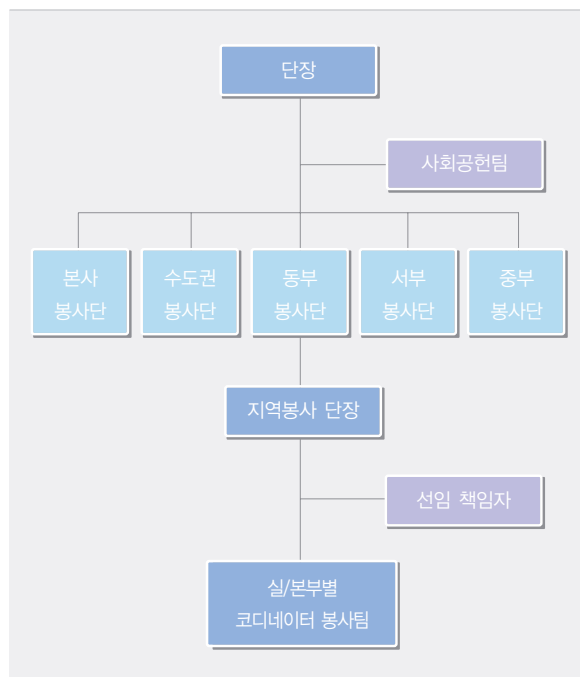
■ 행복바자회

2003년부터 매년 연말 SK그룹 전 직원이 참가하는 '행복을 나누는 장터'를 KBS와 함께 개최하고 이 바자회의 수익금을 아름다운 재단 또는 기아대책에 기부하여 소외계층 지원에 나서고 있습니다.

| 임직원 자원봉사단 구성현황 |

SK텔레콤은 구성원 참여 활성화를 위해 2003년 전담 부서인 사회공헌팀을 조직하고 2004년 SK텔레콤 임직원이 참가하는 자원봉사단을 구성하는 등 내부 사회공헌 인프라를 구축했습니다. 2004년 41개 봉사팀으로 시작한 SK텔레콤 구성원 자원봉사단은 현재 51개팀 4,400여 명으로 증가했습니다.

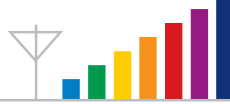
■ SK텔레콤 임직원 자원봉사단 구성



SK텔레콤 구성원 자원봉사단은 고객자원봉사단인 Sunny 봉사단, 지역사회단체, NGO 등과 연계하여 전국 각지에서 소외된 이웃을 찾아가고 있습니다. SK텔레콤 구성원 자원봉사단은 2004년 1년간 1인당 평균 30.6시간의 자원봉사활동에 참가했는데 이는 국내 최고 수준입니다. 2005년에는 3,500여 명의 임직원이 자원봉사활동에 참여하여 75,000여 시간의 자원봉사활동을 전개했습니다.



글로벌 사회공헌활동



| 글로벌 사회공헌활동 |

■ 글로벌 사회공헌활동

SK텔레콤의 사회공헌활동은 국경을 초월해 이루어지고 있습니다. 베트남에서는 1996년부터 얼굴기형 어린이 무료 시술사업을 전개하고 있습니다. 2003년 8월에는 SK텔레콤과 고객이 함께 적립한 후원금을 한국 국제기아대책기구에 전달, 이라크지역 초등학교 개·보수와 급식 사업을 지원했습니다. 2004년부터는 몽골에서 모범적인 정착촌 건설을 목적으로 하는 몽골 축산시범농장 사업을 지원하고 있습니다. 또 지진해일로 인한 남아시아 국가들의 피해복구를 지원하기 위해 2005년 1월 한달 동안 '남아시아 쓰나미 피해지역 돕기 캠페인'을 전개하기도 했습니다. 이 캠페인을 통해 고객과 SK텔레콤이 적립한 기부금은 동남아시아 현지에서 의료지원, 식량배분, 시설복구 등의 구호활동을 펼쳤던 NGO 단체에 전달, 긴급구호용품 구입에 사용됐습니다.

해외 의료지원사업 / 베트남 어린이 얼굴기형 돕기 무료시술

'세민 얼굴기형 돕기회'와 함께 1996년부터 구순·구개열 등과 같은 안면 기형의 베트남 어린이를 대상으로 매년 의약품과 의료장비 일체를 지원해 무료 성형수술을 실시하고 있습니다. 2006년 6월 현재까지 2,300여 명의 베트남 얼굴기형 어린이에게 새로운 희망을 찾아주고 있습니다. 지원규모는 연간 1억 2천만원에서 2억원 규모입니다. 베트남 얼굴기형 어린이 무료수술사업은 지난 1990년대 중반 베트남 사회에서 커다란 이슈로 부각된 일명 '언청이'라 불리는 얼굴기형 어린이 문제를 해결하기 위해 베트남 정부가 전 세계에 지원을 호소한 이후, SK텔레콤과 세민 얼굴기형 돕기회가 아시아권에서 최초로 지원에 동참하면서 시작했습니다. SK텔레콤은 2005년 6월 17일 대우 하노이 호텔에서 베트남 얼굴기형 무료시술 10주년 기념행사를 열고 수술을 받은 후 모범적으로 생활하고 있는 어린이 20여 명과 가족을 초대해 장학금을 전달하기도 했습니다.

글로벌 청소년 자원봉사 프로젝트

SK텔레콤은 '자유, 평등, 박애' 슬로건 아래 2004년 청소년 글로벌 자원봉사 프로젝트를 만들어 청소년 해외자원봉사를 후원했습니다. 이 프로젝트는 청소년들에게 지구촌 곳곳에 산재되어 있는 기아, 인권, 환경 등의 문제를 일깨워주고 도전정신과 모험정신을 심어 주었으며, 자원봉사 활동을 통해 나눔과 봉사의 희생정신을 직접 실천하면서 범세계적인 봉사 경험의 기회가 됐습니다. 2004년에는 몽골, 바이칼호 지역과 슬로바키아, 우즈베키스탄 등을 방문해 마을 보수와 조선족 독거노인 지원, 현지 아이들을 위한 한글 교육 등의 활동을 펼쳤습니다.

몽골 축산마을 시범사업

SK텔레콤은 2004년부터 몽골 울란바토르에 유목민들의 소득 증대와 생활환경 개선 방안 마련을 위한 축산 시범농장 사업을 운영하고 있습니다. 지구촌나눔운동과 함께 진행하는 이 사업은 가축은행, 건축 펀드, 신용협동조합, 채소재배 교육 등 수익증대 프로그램을 운영했으며, 어린이 급식비, 생활폐수 처리 시설 및 간이 화장실 설치 등의 생활개선 지원도 함께 진행하고 있습니다.

이라크 평화학교 재건 사업

2003년 8월 국제기아대책기구와 함께 이라크 어린이와 지역사회를 위한 '평화학교' 재건사업을 진행했습니다. 이 사업을 통해 오랜 독재와 수차례의 전쟁으로 무력해진 이라크 내의 알 모하마드 초등학교를 재건하여 아이들이 마음껏 뛰어 놀고 미래의 꿈을 키워 갈 수 있는 공간을 제공해 주었습니다.

■ 베트남 어린이 얼굴기형 돕기 무료시술 현황

연도	1996년	1997년	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
시술지역	하노이	후에	하노이	호치민	하노이	호치민	타이뉘엔	미토	빃칸	하노이	남딘
시술인원(명)	193	250	155	251	197	250	240	166	200	200	200

윤리경영

| 윤리경영 |

추진원칙

윤리경영이란 '기업이 경영활동을 할 때 경제적, 법적 책임을 준수하는 것과 더불어 사회적 통념으로 요구되는 윤리적 기준을 기업의 의사결정과 행동에 반영하는 것'입니다.

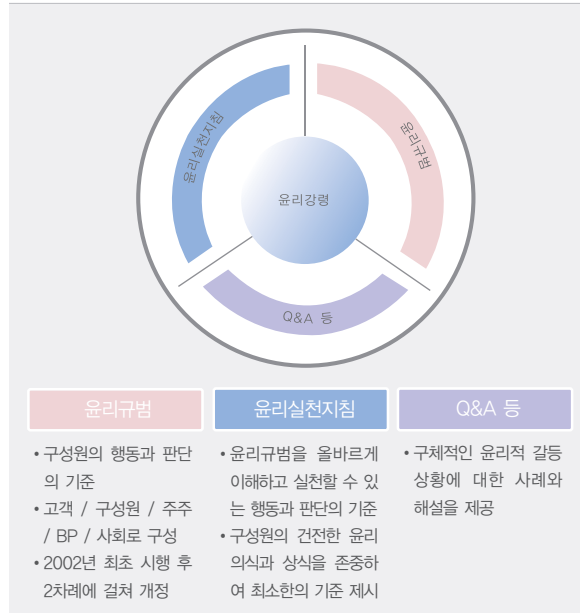
최근, 국가경제 및 사회문화 전반에 기업의 직·간접적 영향력이 증대되고 있으며, 그에 상응하는 기업의 사회적 책임에 대한 중요성이 커지고 있어 기존의 경영관행으로는 기업의 존립자체가 불확실해 지고 있습니다. 또한, 윤리경영을 통하여 사회로부터 신뢰받는 기업의 제품과 서비스에 대한 고객의 선호도가 나날이 증가함으로써 윤리경영이 경쟁력이 되고 있는 경영환경이 도래하였습니다. SK텔레콤은 이러한 환경에 능동적으로 대응하고 지속적인 성장과 발전을 위하여 SK 고유의 경영철학인 SKMS(SK Management System)에 '투명하고 효율적인 경영, 그리고 사회규범과 윤리기준에 맞는 경영'을 추진할 것임을 천명하고 윤리경영을 적극적으로 실천하고 있습니다.

윤리경영 추진조직 구성

SK텔레콤은 효과적인 윤리경영 추진을 위하여 2004년에 윤리경영실을 신설하였으며 2005년에는 윤리경영총괄 부사장 산하에 조직을 편제하여 그 역할과 기능을 강화하였습니다.

윤리강령 제정

SK텔레콤은 구성원들의 행동과 가치판단의 기준이 되는 윤리강령을 마련함으로써 구성원을 윤리적 Risk로부터 보호하고 있습니다. 윤리강령은 2002년부터 제정, 시행되었으며, 윤리규범/윤리 실천지침/Q&A로 구성되어 있습니다.

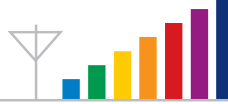


SK텔레콤의 전 구성원은 매년 윤리강령 준수서약을 시행하고 있으며, 2005년 기준 전 구성원의 99%(장기파견 및 해외교육자 등 제외)가 자필로 윤리경영 실천에 대한 의지를 서약한 바 있습니다.

윤리경영 교육을 통한 공감대 형성

SK텔레콤은 지속적인 교육을 통하여 윤리경영의 중요성을 구성원들에게 강조하고 있으며, 효율적인 교육을 통한 구성원의 윤리경영 실천력 강화를 위해 온오프라인을 병행한 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 2005년 기준 신입/경력 구성원 등을 대상으로 총 33회(2,466명 참석)의 오프라인 교육이 시행되었으며, 온라인 교육과정을 개발하여 전 구성원을 대상으로 시행(94% 참여)하였습니다. 그 밖에도 CEO Letter 및 사내방송 등을 통하여 수시로 윤리경영의 자발적인 실천을 강조하고 있으며, 2006년에는 구성원의 자발적인 윤리경영 실천을 유도하기 위하여 부문별 자율윤리경영 추진체계를 구축하여 부문별 중점추진과제를 도출하고 이에 따라 부문별 윤리행동준칙을 수립하여 실천하고 있습니다.





팀장의 Coaching 및 Counseling 역량 향상 지원

- 주요 부서 팀장 Focus Interview 시행
(2006년 2월~3월 79명 대상)
- 윤리경영 체크리스트 작성 및 배포(2006년 2월)
- 사내의 윤리경영 추진소식 및 다양한 윤리경영 자료 제공
(2006년 5월부터 격월로 Webzine 발행)

Business Partner의 윤리경영 동참 유도

- SK텔레콤과 계약을 체결하는 모든 Business Partner를 대상으로 투명/공정거래 동의서 징구(2002년부터 계속)
- Business Partner와의 만남의 장인 PartnerOn Camp 참석을 통한 윤리경영 협조 요청(2005년 중 총 7회 시행)
- Business Partner와의 거래관계에서 발생하는 윤리적 Risk 도출 및 개선방안 모색을 위한 Business Partner와의 Social Dialogue 시행(2006년 6월, 69개 Business Partner 대상 Focus Interview 및 온라인 Survey 시행)
- Business Partner와의 만남을 지원하기 위한 식사/음료 Catering 서비스 운영(2005년 5월부터 시행)

과학적 기법을 활용한 예방 활동 강화

- 결과보다는 프로세스 개선(Management 프로세스 Audit) 중심의 감사기능 강화
- IT를 활용한 감사기법 도입 : ACL(Audit Command Language : 전산화된 Data의 분석을 위한 범용 감사 Software)을 도입하여 거래, 지출 등의 이상 징후 모니터링

윤리상담센터 운영

윤리상담센터는 임직원의 불공정한 업무수행 및 부당한 요구, 금품·접대·편의의 수수, 회계 불만(회계, 내부통제, 감사), 기타 부정 및 비리 행위 등에 대하여 상담과 신고를 할 수 있는 곳입니다. 사외이사로 구성된 감사위원회의 위원장과 직접 상담할 수도 있으며, 상담 내용은 비공개로 접수, 처리되며 상담자의 신분 및 상담 내용은 철저히 보호됩니다.

SK텔레콤의 윤리경영 추진성과 소개

- 1) 국가청렴위원회에서 발행하는 기업윤리 Briefs 7월호(2006년)에 윤리경영 추진현황 소개
- 2) 한국표준협회 산하 기관인 한국표준협회 미디어에서 발간하는 품질경영 5월호(2006년)에 윤리경영 추진현황 소개
- 3) 전국경제인연합회 기업윤리위원회의 유통/서비스 분과 위원장사로 활동하고 있으며, 2006년 5월 기업윤리위원회에서 윤리경영 추진 사례 발표

부패에 취해진 조치

Business Partner로부터 접대를 받는 등의 부패행위와 관련, 2005년 총 16명의 구성원이 사규에 의한 징계를 받았으며 해당 Business Partner에게도 재발 방지를 위한 조치를 취한 바 있습니다.

윤리경영총괄 부사장 Message

윤리경영이란 단순히 부정과 비리를 찾아 처벌하거나 징계하기 위하여 추진되는 것은 아닙니다. 그것은 페어플레이 원칙의 준수를 가능케 하는 프로세스 및 System의 정착을 통하여 고객, 주주, 구성원 등 다양한 이해관계자의 가치를 증대시키기 위해 추진되고 있습니다. SK 텔레콤은 윤리경영이 기업의 존속과 발전을 위해 반드시 필요하다는 인식을 구성원에게 심어줌으로써 자발적인 실천의지를 육성할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다. SK텔레콤의 윤리 경영의 특성은 다음과 같이 두 가지로 정리해 볼 수 있습니다.



첫째, 윤리경영의 실천을 담보할 수 있는 System 및 프로세스의 개선과 정착에 있습니다. 둘째, 윤리경영이 글로벌 Standard 관점에서 경쟁력의 한 척도임을 구성원 및 이해관계자들에게 주지시킴으로써 자발적인 실천의지를 길러 SK텔레콤의 기업 문화의 하나로 자리매김해 나가는 것입니다.

공정거래

| 공정 거래 |

■ 공정한 경쟁 문화 조성에 기여

SK텔레콤이 영위하는 사업은 다수의 소액결제 고객을 대상으로 하고 있어 국민경제에 미치는 영향력이 지대하며, 사회 다방면에 서 일고 있는 소비자 주권 운동의 움직임과 맞물려 소비자 이익저 해 관련 이슈가 증가하고 있는 추세입니다.

이에 따른 민간단체의 집단소송 움직임도 활발하게 나타나고 있으며, 공정위 등 정부기관에서도 일반 불공정행위, 시장지배적 지위 남용 등 경쟁제한적이거나 소비자 이익에 저해되는 행위에 대하여 규제를 강화하고 있습니다.

이렇듯 다양한 이해관계자의 등장과 관심의 증대에 따라 SK텔레콤은 공정거래 법령 및 소비자보호 법령, 개인정보 법령 등 다양한 법령 및 제도 등을 숙지·준수하여 발생 가능한 각종 Risk를 최소화 할 필요성을 인식하게 되었으며, 이러한 필요성에 부응하기 위하여 다음과 같은 공정거래 자율준수 활동을 펼치고 있습니다.

개 요

- 회사의 지속 가능한 성장과 발전을 위해서는 투명하고 윤리적인 기업경영과 공정거래의 자율준수가 중요하다는 점을 인식하여 2001년 9월, '임직원 행동준칙'을 제정하고 전 직원의 서명 하에 시행
- 2002년 '공정거래 자율준수 선포'로 공정거래 법령 준수에 대한 SK텔레콤의 의지를 대내외에 천명
- '공정거래 자율준수 프로그램(CP : Compliance Program)'의 모범적인 설계와 운용을 실천
- 사규에 '윤리규범' 및 '징계 규정'을 마련하여 공정거래법 위반 책임자에 대한 인사제재 규정을 운용

공정거래 자율준수 프로그램의 도입

■ 최고경영자의 자율준수방침 선언

2002년 4월 최고경영자를 포함한 전 임직원이 '공정거래 자율준수 선포식'을 통해 공정경쟁 실천을 다짐

■ 자율준수 관리자의 임명

이사회 승인을 거친 자율준수 관리자 임명 시행

■ 자율준수에 대한 내부감사 및 컨설팅, 보고 시스템을 구축

- 공정거래 자율준수 전담부서인 Compliance팀을 윤리경영 총괄 내에 신설(2005년 8월)
- Compliance CoP(Community of Practice) 등 Consulting 및 Communication 채널 구축
 - 공정거래 법령 위반사항에 대한 정보제공 및 교육
 - Self Audit 메뉴 및 체크리스트를 통한 법령 위반 사전 점검
 - 상품개발, 마케팅 기획, 영업정책 수립 등 회사의 다양한 가치창출 과정에서 공정거래 법령 위반 Risk에 대한 Consulting 및 Communication 채널로 활용

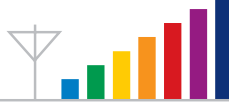
■ 위법책임자 인사제재 규정 운용

• 징계규정 4. 사유

1) 사원으로서 다음에 해당하는 사유가 있는 자에 대하여는 징계위원회의 심의를 거쳐 징계할 수 있으며, 그 예시가 되는 행동은 다음과 같다.

- 법률, 사규, 서약서 또는 윤리규범 등 제규정을 위반하였을 때
- 고의 또는 중대한 과실로 회사 또는 고객에게 손해를 입혔을 때
- 정당한 사유 없이 직무를 태만히 하였을 때
- 기타 사회통념상 불법·부당한 행위로 회사의 명예를 손상시켰을 때

2) 징계대상자에 대한 관리책임으로 직상위 및 차상위 감독자를 징계할 수 있다.



■ 자율준수 편람의 발간 및 배포

공정경쟁 자율준수를 위한 사내 가이드라인인 공정경쟁 자율준수 편람을 작성하여 전사에 배포함으로써, 구성원이 업무수행 과정에서 공정거래에 대한 인식을 제고하기 위하여 해야 할 것과 해서는 안 되는 사항에 대한 명확한 내용을 전달

■ 공정거래 교육시스템 운용

- Compliance 워크숍
 - 교육대상 : 전사적으로 선정된 구성원
 - 교육내용 : 공정거래 법령 및 SK텔레콤과 관련된 공정거래 주요 이슈, 사례 등(연 2회 정기 시행)
- 규제기관 전문가 초빙교육(월 1회)
 - 교육대상 : 공정거래 관련 부서 및 공정거래 법규, 제도에 관심 있는 자
 - 교육내용 : 시장지배적 지위 남용, 사건처리절차, 시장획정 등 주요 이슈
- 아울러 공정거래 교육 프로그램을 온라인상에 구축, 전 직원을 대상으로 시행하고 있음

■ 공정거래 법령 위반 사항에 대한 정보

SK텔레콤은 지난 2003년부터 2005년 기간 동안 공정거래 법령과 관련하여 총 4건의 시정조치를 받은 바 있습니다. 세부 내역은 다음과 같습니다.

- 2003년 9월 불공정약관 조항에 대한 시정명령
- 2003년 10월 계열사 광고 비용 대지급에 대한 과징금 및 시정명령
- 2004년 4월 부당한 광고행위에 대한 과징금 및 시정명령
- 2004년 10월 부당한 광고행위에 대한 시정명령

SK텔레콤의 자율준수 관리 담당 부서에서는 각 구성원이 법률을 엄격하게 준수하는 가운데 기업이 성장을 도모할 수 있도록 돕고 있으며, 법령 위반을 최소화하고 유사한 위반이 재발하지 않도록 최선을 다하고 있습니다.

■ 자율준수 프로그램 운용상황의 공시

SK텔레콤은 '공정거래 자율준수 프로그램'의 운용상황을 공시하여 주주를 포함한 일반공중에게 투명한 경영활동 이행상황을 제고하고 자율준수 활동을 강화할 것을 다짐

- SK텔레콤의 자율준수 프로그램 시행경과 및 추진현황
- 자율준수 관리자 임명 및 이사회 승인 상황 등



Indirect Economic Impact

| Indirect Economic Impact |

세상을 바꾼 모바일

우리나라 IT산업과 통신서비스업 발전의 '성장엔진' 역할을 해온 이동전화서비스는 국가경제 및 생활, 문화 전반에 걸쳐 우리의 삶을 바꾸는 중요한 역할을 하고 있습니다.

이동통신산업은 관련 제조업 및 서비스 산업의 고용창출로 인한 직접적인 효과뿐만 아니라, 통신 인프라 구축으로 인한 간접적인 효과로 국민경제에 기여하고 있습니다.

지금음 음성 통화는 말할 것도 없고, 네비게이션으로부터 모바일뱅킹, 디지털 홈 등의 생활화로 휴대폰 없는 생활을 상상하기가 힘들 정도입니다. 유비쿼터스의 주요 키워드로 이동통신을 꼽는 것은 휴대폰 하나에 통합되는 서비스와 기능이 급속도로 확대되고 있으며, 그 파급효과가 생활 전반과 산업에 미치고 있기 때문입니다.

모바일 세상

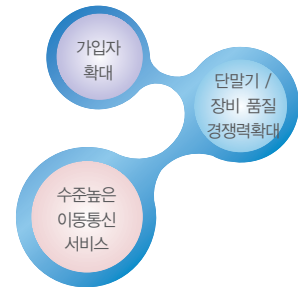
2006년 현재 국내 이동통신 가입자의 수는 4,000만여 명으로 전국민의 85%가 휴대폰을 사용하는 '이동통신 선진국가'입니다. 높은 보급률로 인한 이동통신 기술과 서비스의 발전은 우리 삶의 모습을 급속도로 바꾸고 있습니다. 이제 휴대폰 없는 생활을 상상하기 힘든 모바일 세상에 살고 있는 것입니다.

서비스 산업 고용유발 효과

정보통신연구진흥회 보고서에 의하면 CDMA 상용 서비스가 시작된 1996년부터 2003년까지 이동통신산업의 생산유발효과는 220조원, 부가가치유발효과는 83조원, 고용유발효과는 213만명으로 추산됩니다. 이 중 고용측면에서 보면 장비산업이 166만여 명, 서비스 산업이 46만여 명의 고용을 유발하였습니다.

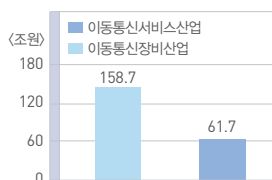
장비산업 파급효과

이동통신은 서비스산업뿐만 아니라 제조업의 발전도 가져왔습니다. 디스플레이, 안테나, PCB, 금형/사출 업체까지 포함해 단말기 제조 관련업체는 2004년 현재 900여 개로 추정되고 있습니다.

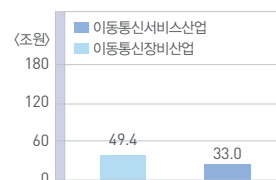


수준 높은 이동통신 서비스 시장 덕분에 단말기 및 장비 수출경쟁력은 점차 높아져 전 세계 이동전화 단말기 시장에서 한국제품이 차지하고 있는 비율은 대략 26%로 전 세계 단말기 4개 중 하나가 한국제품입니다. 이동통신 단말기는 우리나라 전체 수출액의 8.3%를 차지 하며 반도체, 자동차에 이어 3대 수출 품목으로 부상하였습니다.

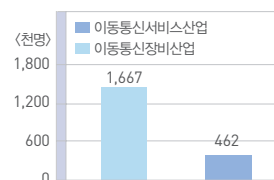
생산유발효과(1996~2003년)



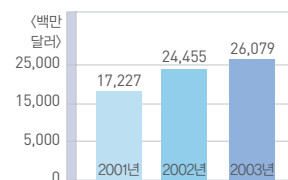
부가가치유발효과(1996~2003년)

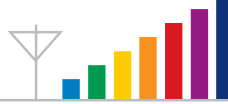


고용유발효과(1996~2003년)



무선통신기기 수출 현황





디자인 컨버전스

현대인의 생활필수품인 휴대폰은 다양한 기능이 추가되면서, 디지털 컨버전스의 대표적인 기기가 되고 있습니다. 현재 GPS단말기, 전자지갑, MP3 플레이어, 동영상 플레이어, 디지털 카메라, 게임기 등의 각종 기능과 서비스를 포함하고 있는 제품들이 출시되고 있어 4~5개 이상의 휴대용 기기를 한 개의 휴대폰 단말기로 대체할 수 있습니다.

가까운 미래에는 텔레매틱스 단말기의 역할까지 수행하게 되어, 개인 휴대용 정보단말기의 역할을 수행할 것으로 예측되고 있습니다.



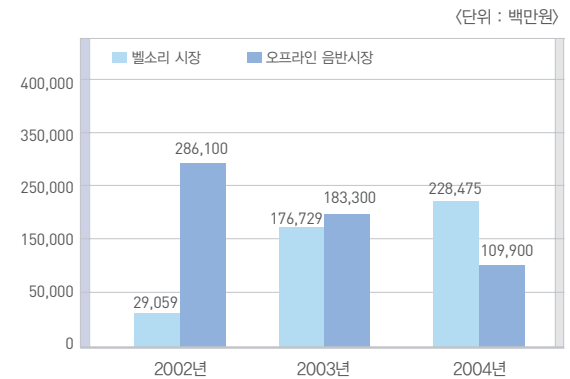
모바일 디지털 미디어 콘텐츠 시장

2003년 1,767억원이던 모바일 음악 매출이 2004년 2,285억원으로 1년새 29.3%가 성장했습니다.

불법복제나 무료 스트리밍 음악 사이트로 인해 음반 판매가 지속적으로 감소하는 것에 비해 모바일 음악 시장은 안정적인 수익성을 확보할 수 있어 성장잠재력이 큰 것으로 평가되고 있습니다.

여기에 모바일 게임시장 또한 가파른 성장세를 유지하고 있어, 휴대폰용 디지털 콘텐츠의 수요가 점차 늘어날 것으로 예측됩니다.

한국 디지털 미디어 콘텐츠 현황



Mother Nature

Management Approach_64

자원절약 및 재활용_66

친환경 기술 활용_67

지구온난화 대응_68

생태계 보호_71

SK텔레콤은 우리의 자녀들에게 깨끗하고 아름다운 자연환경을
물려주기 위해서 친환경 경영을 추구하여 왔습니다.

자원사용 절감, 지구온난화 대응, 생태계 보호뿐만 아니라

친환경 이동통신 기술의 연구개발 노력도 지속하고 있습니다.

A young woman with short brown hair and freckles is smiling with her eyes closed, holding a large, pink and white seashell to her ear. She is wearing a black tank top with white straps. The background is a light pink gradient, decorated with several purple concentric circles of varying sizes and a few solid purple dots. The word "Environment" is written in a pixelated font on the left side.

Environment

Management Approach



| Management Approach |

Policy

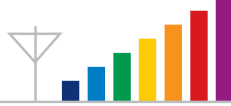
SK텔레콤이 꿈꾸는 미래는 모든 사람이 아름답고 풍요로운 환경 속에서 행복하게 사는 세상입니다. 우리의 자녀들에게 깨끗하고 아름다운 자연환경을 물려주기 위해서 SK텔레콤은 친환경 경영을 추구하여 왔습니다. 오늘날 친환경 경영은 글로벌 경쟁력 강화를 위한 핵심 경영 현안의 하나로 대두되고 있으며 점점 그 중요성이 증대되고 있습니다. SK텔레콤은 이와 같은 글로벌 환경변화에 능동적으로 대처하기 위해 친환경 경영을 통한 글로벌 리더십 확보를 중기 핵심 과제로 선정하여 추진하고 있습니다.

일반적으로 SK텔레콤과 같은 서비스 산업의 경우 제조업 등 타 산업에 비해 환경에 미치는 영향이 크지 않다고 생각을 합니다. 하지만, SK텔레콤은 회사의 경영과 관련된 제반 활동이 환경에 적지 않은 영향을 미치고 있다고 생각합니다. 업무용 차량이나 사무실 운영에 필요한 에너지 사용으로 인한 배출가스와 고객의 이동전화 기기 변경 시 발생하는 폐휴대폰 등이 이동통신 산업이 환경에 영향을 주는 전형적인 사례라고 할 수 있습니다.

반면, SK텔레콤에서 제공하고 있는 무선 통신, 모바일 금융, 모바일 서점 등의 서비스는 고객이 물리적으로 이동하지 않고서도 무선으로 원하는 일을 처리할 수 있도록 해주며 네이트 드라이브와 같은 네비게이션 서비스는 고객이 빠른 길을 찾을 수 있도록 도와줍니다. 이와 같은 서비스는 교통수단 이용에 따른 오염물질 배출을 감소시키는 긍정적 효과를 가져옵니다. SK텔레콤은 신기술을 활용한 새로운 이동통신 서비스 제공이 에너지 절약에 기여할 뿐 아니라 고객만족 수준 제고로 매출 증가 효과를 동시에 가져올 수 있다고 생각합니다.

따라서 SK텔레콤은 영업활동으로 인한 환경 영향이 타 산업에 비해 상대적으로 적다는 인식 속에 안주하지 않을 것이며, 적극적인 에너지 절약은 물론, 환경에 주는 부정적인 영향을 최소화하기 위한 노력과 친환경 서비스의 개발 등을 통하여 환경 문제에 능동적으로 대응할 것입니다. 이러한 활동이 결과적으로는 기업의 지속적인 생존과 발전의 터전이 되는 고객, 주주, 구성원, 지역사회 등 다양한 이해관계자 모두의 행복에 기여할 수 있을 것이기 때문입니다.





Responsibility

경영활동과 관련하여 SK텔레콤이 환경에 미치는 주요 부정적 영향은 아래와 같이 파악되었습니다.

- Network, 사옥 및 차량 운용을 위해 사용하는 에너지로 인한 온실가스 배출
- 사옥, 매장, Network 운용에 따라 발생하는 폐기물
- 이동전화 판매로 인한 폐휴대폰의 발생
- 기지국 및 중계기 설치와 관련된 환경 훼손
- 오존층 파괴물질이 함유된 냉방기 및 비상용 하론소화기

SK텔레콤은 환경 법규를 준수하고 있으며 환경과 관련된 사항을 크게 세 가지 범주로 나누어 관리하고 있습니다. 기지국을 포함한 Network 구축 및 운영과 관련된 부분은 Network부문에서, 이동통신 단말기 소싱 및 판매와 관련된 부분은 Customer 부문에서, 사옥 및 사업용 차량과 관련된 부분은 경영지원부문에서 관리하고 있으며 각 부문별로 환경에 미치는 부정적 영향을 최소화 하기 위하여 노력하고 있습니다.

Awards

제주지역 환경친화기지국 Contest 최우수상 수상



이동통신 기지국 설치에 따른 자연경관 훼손을 줄이고 도시 미관을 보호하기 위해 제주체신청이 주최한 제주지역 환경친화기지국 콘테스트에서 SK텔레콤이 2004년에 이어 2년 연속 최우수상을 수상하였습니다. SK텔레콤의 방패연 기지국은 제주에서 처음 시도한 모델로서 방패연을 형상화하여 만든 조형물로 심사위원들로부터 큰 호평을 받았습니다.

설비보전 우수기업 표창 수상

SK텔레콤은 2003년 7월 산업자원부 장관이 수여하는 설비보전 우수기업에 선정되어 표창을 수상한 바 있습니다. 설비 보전에 대한 최고경영자 관심도와 기업현장의 보전활동 운용실태 등을 핵심요소로 하여, 설비보전활성화를 위한 업무추진내역 등 7개 항목에 대한 심사 및 현지 실사 및 확인을 거쳐 선정되었습니다.



SK텔레콤 본사

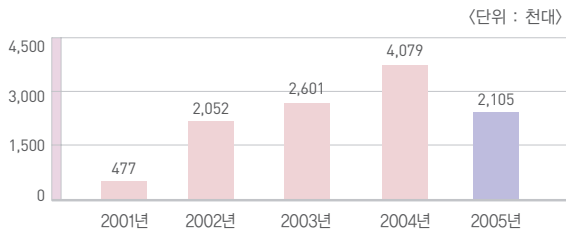
자원절약 및 재활용

| 자원절약 및 재활용 |

이동전화 단말기 재활용

SK텔레콤은 이동전화 기기를 제조하지는 않지만 이동전화 기기 판매와 관련된 유통망을 관리하고 있습니다. 이동전화 기기는 수명이 비교적 짧기 때문에 SK텔레콤은 자원의 재활용 및 환경 보호 측면에서 이동전화 단말기 재활용에 많은 관심을 기울여 왔습니다.

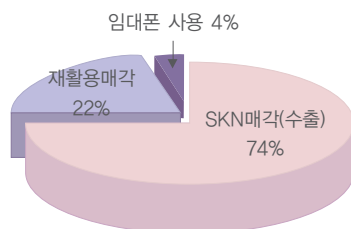
중고단말기 회수 현황



SK텔레콤은 2005년 총 2,105천대의 중고 이동전화기를 회수하였습니다. 이는 2005년 판매된 신형 이동전화기 7,460천대에 비하면 28%에 해당하는 양입니다. 2004년의 회수대수가 평년보다 많았던 이유는 번호이동제도가 실시된 첫 해로서 고객 Retention을 위한 기기보상정책이 강화되었기 때문입니다. 2005년 회수된 이동전화기 중 74%인 1,567천대는 해외에 수출하는 조건으로 SK네트웍스에 매각하였고 4%인 81천대는 임대용으로 재활용하였으며 22%인 457천대는 한국전자산업환경협회로부터 폐휴대폰 재활용 업체로 지정

2005년 회수 단말기 처리 현황

받은 업체에 매각하였습니다. 폐휴대폰 재활용업체는 폐휴대폰을 분쇄 후 금속 성분은 제련소에 납품하여 재활용하고 있습니다.



SK텔레콤은 고객이 기기변경 시 기존에 사용했던 기기에 대해 보상하고 회수하는 시스템을 모든 고객에 대해 운영하여 왔으나 이것이 추가적인 보조금으로 오인될 소지가 있어 2006년 5월부터 기기변경 시 보조금 수혜 고객에 대해서는 자율 반납을 권유하고 있습니다.

전자청구서 제공

종이청구서 한통을 받을 때 평균 3장의 A4용지가 사용됩니다. 종이 사용을 줄이는 것은 그 원료가 되는 나무를 보호하는 일이기도 합니다. SK텔레콤은 종이사용량을 줄이기 위하여 요금청구서를 인터넷으로 청구하는 e-mail청구서와 휴대폰 문자로 통보하는 M청구서 서비스를 시행하고 가입자 유치를 위해 노력하였습니다. 2005년 말 기준으로 e-mail청구서 가입자는 2,243,297명이고 M청구서 가입자는 935,780명입니다. 이로 인한 종이 절감량은 연간 916톤에 달하는 것으로 추정됩니다.

Paperless Company 추진

SK텔레콤은 '업무효율성 향상을 위한 Paperless Company 구현'이라는 주제를 CEO의 6시그마 과제로 선정하고 보고문화 개선을 위해 노력하고 있습니다. 보고서 작성 프로세스의 개선을 통해 효율적인 업무 추진 및 각종 인적, 물적 낭비요소를 제거하는 것을 목표로 추진되고 있으며 이를 통해 연간 385만장의 종이와 199개의 토너 사용량 절감이 기대되고 있습니다.

아름다운 가게 나눔장터 협찬

'아름다운 가게 나눔장터'는 상업성을 배제한 순수 시민 장터로 판매자들은 판매 수익금 일부를 자발적으로 기부하고, 관람객은 입장료 대신 재활용품을 기증하는 환경과 나눔 교육의 장입니다. SK텔레콤은 '아름다운 가게 나눔장터' 협찬을 통해 자원 재활용에 기여하고 있습니다.

폐기물 처리

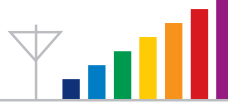
SK텔레콤은 각 지방자치단체에서 지정한 폐기물 처리업체를 통하여 폐기물을 처리하고 있으며 2005년 전국 사옥의 총 폐기물 배출량은 분리수거를 통해 재활용 된 양을 제외하면 6,037천톤입니다. 또한, 수명이 다한 UPS, 냉방기, 축전지 등 Network 장비 및 소모품은 매각 또는 폐기하고 있으며 폐기 시 지정된 업체를 통해서 처리하고 있습니다.

Network 관련 장비 및 소모품 처리 현황

〈단위 : 대, 개〉

구분	2003년		2004년		2005년	
	매각	폐기	매각	폐기	매각	폐기
UPS	7	27	26	9	7	3
냉방기	143	4	119	4	175	7
축전지	409	39	438	4	809	9
합계	559	70	583	17	991	19

친환경 기술 활용



| 친환경 기술 활용 |

이동전화용 주변기기 규격 통일화 추진

2002년 이전에는 휴대폰 충전기 규격이 제조사/모델별로 상이하였으며 충전기능이 호환되지 않아 고객의 불편을 초래하였습니다. 이동전화 기기 변경 시 새 충전기 구매에 따른 고객의 비용부담과 기존 충전기 폐기로 인한 자원낭비 및 환경오염이 발생하였습니다. SK텔레콤은 2002년 하반기부터 휴대폰 충전기 표준화를 추진하여 2003년부터 신규 출시모델에 대해 표준화 충전 입출력 단자를 적용하고, 표준화 충전기 공급을 개시함과 동시에 신규출시 모델부터는 충전기를 분리하여 판매함으로써 고객 편의성을 제고하였으며 자원낭비 및 환경오염을 줄이는 데 기여하였습니다.

이를 바탕으로 SK텔레콤은 이동전화에 적용되는 메모리카드와 이어폰의 규격 통일을 추진하고 있습니다. 메모리카드 규격 통일화는 2006년 하반기 시범 적용 단말기를 출시하고 2007년에는 적용 모델을 확대할 계획이며 이어폰 규격 통일화는 2005년 표준화 이어폰 발의와 함께 서비스 사업자/*TTA/제조사가 참여하는 표준화 위원회를 발족, 운영하였고 2007년 표준화 이어폰 규격을 적용한 단말 출시를 목표로 하고 있습니다. 이어폰 규격 통일화가 이루어지면 기기 변경 시에도 사용하던 이어폰을 계속 사용할 수 있을 뿐만 아니라 이어폰을 필요로 하지 않는 고객은 불필요한 비용을 부담할 필요가 없고 자원의 낭비도 예방할 수 있을 것으로 기대됩니다.

* TTA(Telecommunication Technology Association) : 한국 정보통신기술 협의회

환경친화적 청정에너지 사용

광중계기 예비전원으로 환경친화적인 리튬폴리머 전지를 도입하였으며 2006년부터 단계적으로 기존 납축전지를 리튬폴리머 전지로 대체할 예정입니다. 2006년에는 신규 광 중계기 수 대비 약 84% 적용이 예상됩니다.

납축전지와 리튬폴리머 전지의 환경 특성 비교

구분	환경 특성
납축전지	세계적으로 사용을 제한하는 대표적인 물질인 납을 함유
리튬폴리머 전지	환경오염 물질이 없고 폐기 시 회수하여 재활용 또는 소금물로 완전히 방전하여 폐기가능. 수명이 납축전지의 3배임

Anti-UV-PVC(자외선 차단 폴리염화비닐)*레이돔 규격 반영

Wibro 신규안테나 제품 규격에 *FRP보다 폐기처리와 재활용이 용이한 Anti-UV-PVC를 *레이돔 재질에 추가할 계획입니다.

- * FRP(Fiber glass Reinforced Plastic : 유리섬유강화 플라스틱) : 유리성분이 많이 포함되어 있어 파쇄하거나 소각처리가 어려움. 따라서 환경오염의 주범 가운데 하나로 인식되고 있음
- * 레이돔 : 레이더와 돔의 합성어, 회전안테나를 풍우 등의 기상조건으로부터 보호하기 위하여 이를 덮은 둥근 모양의 구조물

유해 배기가스 감소 활동

SK텔레콤은 2006년 6월 말 기준으로 168대의 회사 보유 차량과 380대의 임차 차량을 합하여 548대의 차량을 운영하고 있습니다. 이중 휘발유 차량은 전체의 66%인 364대이고 경유차량은 전체의 34%인 184대입니다. 한편, 이와 별도로 협력업체는 기지국 유지/보수를 위하여 686대의 차량을 사용하고 있습니다. SK텔레콤은 배기가스로 인한 환경오염을 최소화하기 위하여 자체 관리하는 차량 중 경유차량에 대해 *유로4기준을 적용한 차량으로 교체해 나갈 예정이며 협력업체의 경유차량에 대해서도 향후 유로4기준을 적용한 차량으로 교체 운행하도록 요청할 예정입니다.

- * 유로4 : 유럽연합(EU)이 경유승용차에 적용하는 배기가스 허용기준치로 2005년부터 적용되는 강화된 기준

*F-OTA 추진

SK텔레콤은 이동전화 기기에 대한 S/W 업그레이드 필요 시 고객이 직접 A/S센터를 방문하는 수고없이 무선인터넷을 활용하여 고객의 휴대폰에서 바로 S/W를 업그레이드 받을 수 있도록 하는 기능에 대한 개발을 추진하고 있습니다. 2006년 내 상용화를 목표로 개발을 진행 중이며 무선으로 업그레이드가 가능하므로 고객이 A/S센터를 방문해야 하는 시간 및 에너지 절약에 기여할 것으로 예상됩니다.

- * F-OTA(Firmware Over The Air) : 휴대폰의 펌웨어를 무선으로 자동 업그레이드하는 솔루션

지구온난화 대응

| 지구온난화 대응 |

현황 및 대응방향

1997년 12월 일본 교토에서 개최된 기후변화협약 제3차 당사국 총회에서 교토의정서(Kyoto Protocol)가 채택된 이후 지구온난화 방지를 위한 국제적인 노력이 가속화되고 있습니다. 하지만 한국의 경우 기후변화에 관한 국제 협약인 교토의정서상의 의무대상국에 해당되지 않기 때문에 기후변화에 대한 대응이 미흡한 상황입니다. SK텔레콤은 글로벌 기업으로서의 환경적 책임을 다하기 위해 지구 온난화를 유발하는 온실가스 감축을 위해 노력하고 있지만 다소 미흡한 점이 있는 것도 사실입니다. SK텔레콤은 온실가스 중 가장 큰 비중을 차지하는 CO₂의 발생을 억제하기 위하여 사옥 및 기지국 설비에 사용되는 에너지의 절약 활동을 중점적으로 전개하였습니다. 현재 기지국 및 교환실에 비치하고 있는 CFC계열의 하론 소화약제는 향후 청정소화약제로 대체할 것을 검토하고 있습니다.

CO₂ 배출량 조사 및 결과

SK텔레콤은 국내 사업장을 대상으로 주요 에너지 사용량을 파악하여 CO₂ 배출량으로 환산하였습니다. 이번 조사에서는 사옥만을 대상으로 하였으며 차량 등 이동 배출원에 대해서는 측정시스템을 구축하여 향후 반영할 계획입니다. 2005년 국내 사업장의 CO₂ 배출량은 총 321천 CO₂톤입니다. 이 중 전기로 인한 간접 배출이 95.5%를 차지하였습니다.

에너지원별 CO₂ 배출량 현황

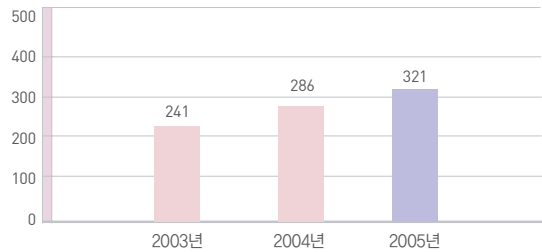
구분	단위	2003년	2004년	2005년	CO ₂ 점유비
전기	MWh	471,267	565,708	634,517	95.5%
	CO ₂ 톤	227,920	273,595	306,874	
천연가스	천Nm ³	4,670	4,357	5,178	4.0%
	CO ₂ 톤	11,453	10,684	12,699	
유류	ℓ	520,430	547,730	598,223	0.5%
	CO ₂ 톤	1,469	1,547	1,689	
CO ₂ 환산량	CO ₂ 톤	240,843	285,826	321,262	100.0%

*출처 : 한국전력공사 자료(전기) 및 자체 측정 자료(천연가스, 유류)

*점유비는 2005년 기준임

연간 CO₂ 발생량 추이

〈단위 : 천CO₂톤〉

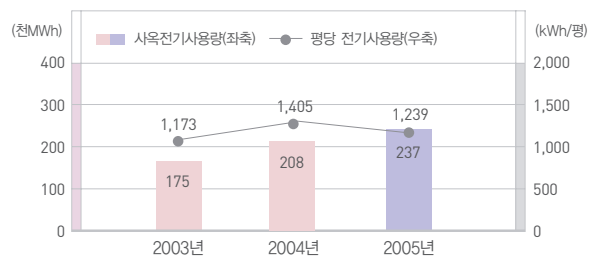


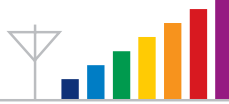
에너지 사용량 현황

전기

전기에너지는 SK텔레콤의 가장 중요한 에너지원으로서 2005년에는 전년 대비 12% 사용량이 증가하여 총 635천MWh를 사용하였습니다. 이 중 37%인 237천MWh는 전국 31개 사옥에서 사용하였고 63%인 398천MWh는 전국의 기지국 운용에 사용하였습니다. 에너지 사용량 절감을 위한 다양한 노력의 결과로 사옥의 연면적은 증가하였지만 사옥별 에너지 사용 효율을 나타내는 평당 전기사용량은 감소 추세에 있습니다. 다만, 2004년 사용량의 급격한 증가는 모바일 싸이월드 등 부가서비스 장비가 급격히 증가하여 발생한 것이며, 2005년에는 1,239kWh/평으로 전년의 1,405kWh/평에 비해 12% 감소하였습니다.

사옥 전기사용량 추이

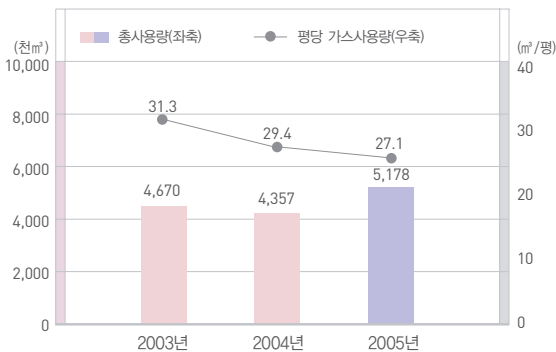




천연가스(LNG)

2005년 천연가스 사용량은 총 5,178천 m³이었고 냉난방 장비 가동에 사용되었습니다. 전체적인 사용량은 늘어나고 있지만 지속적인 절감 노력으로 평당 천연가스 사용량은 지속적으로 감소하고 있습니다.

천연가스 총사용량 vs 평당 가스사용량 추이



유류

SK텔레콤이 2005년 사옥용으로 사용한 유류는 총 598천 l이며 사옥 난방장비 가동용 비상 발전기 가동용으로 사용하였습니다. SK텔레콤은 사옥 냉난방용으로 청정연료인 천연가스(LNG)를 사용하지만 천연가스가 공급되지 않는 지역에서는 불가피하게 경유를 사용하고 있습니다.

에너지 사용량 절감 활동

사옥 관리용 에너지 절감

SK텔레콤은 전기, 가스, 유류 등을 에너지원으로 사용하고 있습니다. 에너지 사용량 절감을 위해 SK텔레콤은 외기냉방, 공연비 조정, 가습기 변경, 저온공조, 대온도차 등의 개선 활동을 통하여 전기 에너지 절감을 위하여 노력하였고 2005년 연간 8,195MWh의 전력량을 절감하였으며 이를 CO₂ 배출량으로 환산하면 3,963 CO₂ 톤에 해당합니다. 한편 사옥관리 위탁사 직원들의 자발적인 에너지 절감을 유도하기 위하여 1999년부터 제안제도를 시행하여 255건의 에너지 절감 제안을 받아 시행하였습니다.

2005년 사옥 관리용 에너지 절감 사례

구 분	주요 내용	절감량
외기 냉방	- SK텔레콤 건물은 교환기실이 설치되어 있어 연중 냉방 필요 - 냉방을 하기 위해서는 전기/가스를 사용하는 냉동기 가동 - 냉동기 가동 에너지를 절감하기 위해 동절기 찬 외기를 이용한 외기냉방 시행	6,800MWh/년
공연비 조정	- 건물 냉/난방, 급탕 등을 위해 보일러 및 냉동기 가동 - 보일러 및 가스사용 냉동기는 버너가 설치되어 있는데 운전 효율을 극대화하기 위해 매년 1회 공기와 연료비 조정	230MWh/년
교환실 가습방식 변경	- 동절기 교환실 습도를 50%전후로 유지하기 위해 가습 - 기존의 가습기는 전기히터를 이용하여 물을 증발시켜 가습하는 방식으로 전기 에너지 소비량이 많았음 - 물과 공기를 접촉시키면 물이 기화하여 실내 습도를 조절하는 방식의 가습기로 2003년부터 변경하여 전기 사용량 절감	-
저온공조 (SK T-타워)	- 운전비용 절감을 위해 일반 건물에 비해 냉방 시 공기 온도를 약 5℃ 낮게 공급함 (송풍기 운전비용 감소) - 일반건물 : 15℃, SK T-타워 : 10℃	940MWh/년 (기존방식 대비 40% 절감)
대온도차 (SK T-타워)	- 운전비용 절감을 위해 일반 건물에 비해 냉방 시 냉수 온도차를 4℃ 크게 운영함 (펌프 운전비용 감소) - 일반건물 : 5℃(7℃→12℃) • SK T-타워 : 9℃(5℃→14℃)	225MWh/년 (기존방식 대비 40% 절감)

지구온난화 대응

간판문화 개선을 통한 에너지 절약

SK텔레콤의 '고객체험형 매장'이 디자인 우수성, 환경친화성, 에너지 절감 등의 면에서 높게 평가 받아 2006년 6월 문화관광부로부터 공로패를 수상했습니다. SK텔레콤의 고객체험형 매장 간판은 내·외부 조명을 최소화하여 시각적 오염을 지양하고, 도시 거리문화와 어울리게 제작되어 디자인의 우수성을 보이고 있으며 내구성이 강하고 재활용이 가능한 소재를 사용하여 환경오염 요소를 줄이고 조명의 최소화로 기존 일반간판 대비 전기료가 75% 절감되어 에너지를 절약할 수 있다는 특징을 가지고 있습니다.

고효율 신형장비 도입

SK텔레콤은 소비전력이 높은 구형 통신 장비를 신형 장비로 교체하여 사용함으로써 전력소비를 줄이기 위해 노력하고 있습니다. 신형 장비 사용으로 인해 절약된 전력량은 최대출력 기준 연간 5,431MWh입니다. 이를 CO₂ 배출량으로 환산하면 2,627 CO₂ 톤에 해당합니다.

신형장비명	구형장비명	소비전력 절감 (최대출력 기준)	납품 수량
SF-C60	공용화B+	852W → 560W	1,000여 대
SF-W20	WAFMCA	468W → 386W	4,000여 대
SF-DUO	공용화B+ /WAFMCA	1,320W → 965W	

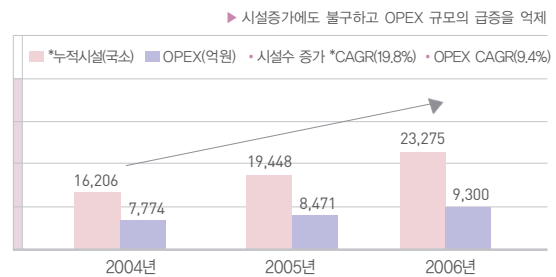
비수기 통신장비의 탄력적 운용

이동전화의 통화량은 계절에 따라 변동폭이 크며 11~12월에 가장 통화량이 많습니다. SK텔레콤은 연말 통화량을 기준으로 운용되는 통신장비를 통화량에 따라 탄력적으로 운용하고 비수기 여유 장비의 전원을 차단하여 전력 사용량을 절감하고 있습니다.

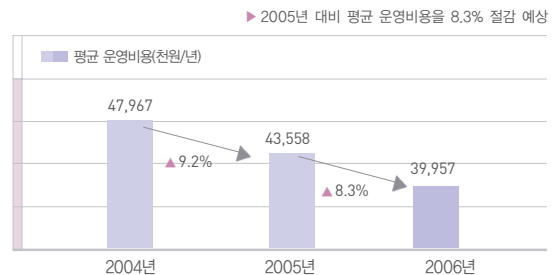
구 분	대 상
탄력적 장비 운용	7FA로 운용되는 약 702개 국소
여유장비 전원 차단	2G기지국 7FA운용 국소 및 1X기지국 11FA운용 국소

이와 같은 에너지 및 비용 절감 노력에 의해 운용 시설수는 증가하는 반면 국소당 평균 운영비용은 감소하였습니다. 2005년 평균 운영비용은 2004년 대비 9.2% 절감되었으며 2006년에도 8.3%의 추가 절감이 이루어질 것으로 예상됩니다.

운용시설수 및 *OPEX



국소당 평균 운영비용



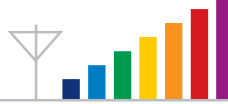
- * OPEX : Operating Expense(운용 및 유지보수 비용)
- * 누적시설 = BTS+광중계기 + RF중계기의 수
(평균 운영비용으로 환산, BTS : 광 : RF중계기 = 1 : 3.55 : 1281)
- * CAGR : Compound Annual Growth Rate(연평균 복합 성장률)

화상회의 및 Conference Call 활용

SK텔레콤은 화상회의 및 Conference Call을 적극적으로 활용하여 업무 출장으로 인한 비용 및 에너지를 절약하고 있습니다. 2005년 화상회의시설 연간 활용 건수는 61건이었으며 연간 사용 인원은 8,935명이었습니다.

또한 미국, 중국, 일본, 베트남, 인도 등 해외 사업과 관련한 업무 협의의 목적으로도 화상회의 및 Conference Call을 적극 활용하고 있습니다.

생태계 보호



| 생태계 보호 |

생태보호구역 내의 이동통신설비

SK텔레콤은 환경부와 해양수산부 및 시·도지사가 지정한 생태계 보전지역(27개 지역, 293,545㎡) 및 습지보호지역(15개 지역, 186,59㎡) 내에 총 50개소의 기지국과 104개소의 중계기를 보유하고 있습니다. 이 중 대피소, 산장, 매점 등 기존 위락시설 내 위치하여 환경에 영향을 주지 않는 시설은 기지국 20개소, 중계기 28개소이며 이를 제외하면 실질적으로 생태보호지역 내에 있는 시설은 기지국 30개소, 중계기 76개소입니다. 생태보호구역 내의 기지국 및 중계기는 해당 지역을 여행하는 고객의 통신 서비스에 대한 요청 및 조난 등 비상 시 구조요청 등의 필요에 의해 설치되었지만 해당 지역 내 기지국 및 중계기의 설치 또는 이설 시에는 생태계 및 환경에 미치는 영향을 최소화하기 위해 노력하겠습니다.

친환경 무선국 구축 및 기지국 공용화 추진

정부의 공용화 규제 강화 및 친환경 무선국 관련 법제화에 능동적으로 대처하기 위하여 SK텔레콤은 2005년 11월 7개본부 21개팀으로 '친환경 무선국 구축 워킹그룹'을 구성하였습니다. 3개의 Sub그룹으로 구성된 워킹 그룹은 친환경 무선국 기준 수립, 친환경 관련 전사 방향 수립, 유형별 친환경 모델 수립 및 구축, 친환경 자재 개발 및 공법 표준화, 친환경 운용 기준 수립 등의 활동을 전개하고 있습니다. 2005년 말 현재 친환경 무선국은 6,703개 국소로 전체 31,330개 국소 대비 21.4%입니다. 사업자간 중복투자 방지 및 비용 절감을 위해서 추진된 무선국 공용화는 2002년 4/4분기부터 추진되어 2005년 말 현재 13,017개 국소가 공용화되어 전체 무선국의 41.5%를 차지하고 있습니다. 무선국 공용화로 인한 환경훼손 축소 규모는 총 216,067㎡로 추정됩니다.

무선국 공용화에 따른 환경훼손 축소 면적

구분	지립철타	강관주	진입로	계
면적(㎡)	115,206	50,677	50,184	216,067

SK텔레콤은 향후 무선국 설치 환경을 공용화 지역, 환경친화 지역 및 친환경 공용지역 등으로 구분하여 지역별 세분화된 설치 기준을 정립하고 무선국 설치 시 무선설비의 효율적 이용 측면과 자연환경 보호 측면을 고려하여 추진해 나갈 계획입니다.

수질 보호

2005년 SK텔레콤에서 사용한 상수도량은 674천㎥이며 사옥 내 위생설비 및 냉방장비 가동에 사용되었습니다. SK텔레콤의 기지국에서는 용수를 사용하지 않으며 따라서 Network 운영과 관련한 오·폐수는 발생하지 않습니다. 사옥에서 발생하는 오수로부터 수질을 보호하기 위하여 SK텔레콤은 전 사옥에 오수처리시설을 설치, 운영하고 있습니다.

그린맵 대장정

'그린맵 대장정'은 동해, 서해, 남해를 거쳐 참가자들이 우리나라의 아름다운 자연 환경을 체험하고, 그 환경이 오염된 실태를 실감하는 행사입니다. '그린맵 대장정'은 다양한 환경사랑 활동을 통해 해안 오염 피해를 실제로 확인하고 알림으로써 환경보존의 실질적인 역할을 수행합니다. 또한 활동기간 동안 수집된 데이터는 실제 관련 기관에서 사용됩니다. 선발된 자원자 60명과 녹색연합, 지역별 환경전문가 등 1백여 명이 참가한 2005년 행사에는 울진, 영덕, 울산, 부산, 거제, 남해, 순천, 고흥, 진도, 고창, 부안 등 우리나라 연안의 환경 이슈 현장을 방문했습니다. 수질과 대기 측정, 폐기물 모니터링 등 오염도 측정과 함께 시민 환경 캠페인과 해변 정화 활동을 펼쳤고, 생태계 보전지역 탐방 등의 활동을 전개 하였습니다.



윤리규범 및 실천지침

| 윤리규범 및 실천지침 |

윤리규범

SK텔레콤 구성원(“나” = “회사”)은 SK 고유의 기업 문화인 SKMS를 근간으로 고객, 구성원, 주주 등 다양한 이해관계자의 가치를 창출함으로써 사회·경제 발전에 핵심적인 역할을 수행한다. 이를 위하여 공정하고 투명하게 기업을 경영하고자, 우리의 행동과 가치 판단의 기준인 윤리규범을 제정하고 준수하여 사회로부터 신뢰 받고 영구히 존속·발전하는 세계 일류 수준의 기업을 만든다.

고객

고객중심경영을 실천한다.

- 고객이 원하는 가치를 경영활동의 최우선 판단기준으로 삼는다.
- 고객이 만족할 수 있는 제품과 서비스를 창출하여 제공한다.
- “고객의 요구는 항상 옳다”라는 마음가짐으로 고객의 의견을 존중하고, 진실을 말하며, 고객과의 약속은 반드시 지킨다.

구성원

회사와 구성원은 자발적·의욕적으로 일할 수 있는 환경을 조성하고, 구성원의 역량신장과 회사의 성과창출을 통해 함께 발전한다.

- SKMS를 잘 이해하고 실천한다.
- 역량신장을 통해서 최고의 경쟁력을 확보한다.
- 건전한 윤리관을 바탕으로 스스로의 명예와 품위를 지킨다.

주주

주주중시경영과 투명경영을 통해 주주가치를 창출한다.

- 효율적인 경영을 통해 기업가치를 제고하며, 주주의 요구·제안·결의 등을 존중한다.
- 경영자료는 제반법규 및 회계기준에 의거하여 작성하고 관계 법령에 따라 적정성·정확성·완전성·적시성 있는 공시를 한다.

Business Partner

Business Partner에게 공정한 기회를 제공하고 경쟁력 향상을 지원하며, 상호이익과 공동의 발전을 추구한다. 경쟁사와는 공정하게 경쟁한다.

사회

건전한 사회구성원으로서 사회규범을 준수하고, 사회로부터 신뢰 받는 기업을 만든다.

- 사업을 영위하는 지역의 제반법규를 준수하고 현지문화를 존중한다.
- 사회공헌활동 및 교육, 문화, 복지사업 등을 적극 참여·지원하여 사회발전에 기여한다.
- 환경 친화적 경영활동을 실천하고 환경보호 활동에 참여한다.

윤리실천지침

본 윤리실천지침은 윤리규범을 올바르게 이해하고 실천할 수 있도록 행동과 판단의 기준을 제공하는데 그 목적이 있다.

본 지침은 구성원의 건전한 윤리 의식과 상식을 존중하여 스스로의 양심에 비추어 올바르게 판단하고 행동할 수 있다는 전제하에, 금품, 접대·편의를 주고받는 기준을 구체적인 금액으로 정하지 않는 등 최소한의 기준만을 제시한다.

공정한 업무수행

가. 금품

구성원은 업무와 관련하여 Business Partner에게 금품을 제공하거나 받지 않아야 한다.

1) 불가피하게 금품을 받은 경우 다음과 같이 조치한 후 차상위자에게 보고하고 “윤리상담센터(<http://ethics.sktelecom.com>)”에 신고한다.

- 반송 가능한 경우는 즉시 반송하여야 한다.
- 반송이 곤란한 경우
 - 회사 내 지역 자원봉사단(본사는 윤리경영 담당부서)에게 물품을 전달한다.
 - 지역 자원봉사단(본사는 윤리경영 담당부서)은 해당 물품을 결연단체 등에 기증한다.
 - ※ 승진, 영전, 취임 등과 관련된 난/화분은 일괄 처분하여 그 수익금을 결연단체에 기증한다.

2) 다음의 경우에는 예외적으로 인정된다.

- 홍보 및 행사 기념품
 - SK텔레콤 또는 Business Partner의 로고나 명칭이 표시되어 있으며, 그 가격이 사회통념상 인정되는 수준을 넘지 않는 물품
- 경조금
 - 상부상조의 취지에 따라 사회통념상 인정되는 수준을 넘지 않는 금액

나. 접대·편의

구성원은 업무와 관련하여 Business Partner에게 접대나 편의를 제공하거나 받지 않아야 한다.

- 1) 경영활동과 관련하여 Business Partner와 접촉 시(방문, 접견, 식사 포함) 상사에게 보고함을 원칙으로 한다.
- 2) 부득이한 사정으로 Business Partner와의 간소한 식사는 가능하나(SK텔레콤이 비용 부담), 식사 후 추가적인 접대행위는 허용하지 않는다.
- 3) 특히, 골프를 포함하여 사회적 통념으로 접대·편의 수수의 수단으로 인식될 수 있는 행위는 허용하지 않는다.

다. 이해관계 상충

구성원은 공과 사를 명확히 구분하여 업무를 수행하고, 회사와 이해가 상충되는 행위나 관계를 만들지 않으며, 발생했을 경우에는 "윤리상담센터(<http://ethics.sktelecom.com>)"에 신고한다.

다음은 이해관계 상충의 예시이다.

- 1) 구성원이 업무영향력을 행사할 수 있거나 업무 수행에 있어 구성원의 판단이나 행동에 영향을 줄 수 있다고 생각되는 경우
 - 본인이 직접 또는 제3자를 통하여 회사와 계약 또는 거래하는 행위
 - 개인사업 등을 통하여 경쟁업체 또는 Business Partner와 거래하는 행위
 - 회사의 승인 없이 이해관계가 있는 회사의 직위를 겸임하는 행위
 - Business Partner와 금전대차, 공동투자, 대출보증, 부동산 또는 동산의 임대차 관계를 맺는 행위
 - Business Partner로부터 대가성 있는 보상을 받는 행위
 - Business Partner의 주식이나 채권을 취득하는 행위
 - 가족 및 친인척이 회사 및 Business Partner와 거래하는 행위 등

- 2) 업무 수행과정에서 습득한 업무상 정보를 이용하여 부당하게 이익을 얻는 경우
(회사가 구입하려고 하는 재산이나 유가증권 등의 구매행위 등)

재산 및 정보보호

가. 재산보호

- 1) 회사의 승인 없이 회사재산을 본인 또는 제3자의 이익을 위하여 이용하거나 제3자에게 제공하지 않는다.
- 2) 회사의 재산을 본인 또는 제3자에게 저가로 양도·대여하거나 본인 또는 제3자의 재산을 고가로 구입·차용하지 않는다.
- 3) 회사에 중대한 손실을 가져올 상황이 발생하거나 가능성이 있을 경우 즉시 회사에 보고하고 손실을 최소화 할 수 있는 조치를 취한다.
- 4) 회사의 예산은 목적과 기준에 적합하게 사용한다.

나. 정보보호

- 1) 회사의 고객정보를 불법으로 제3자에게 제공하지 않는다.
- 2) 공개되지 않아야 하는 회사 내부정보(Business Partner 관련 정보 포함)를 사전 승인 없이 내·외부에 제공하지 않는다.
- 3) 회사에 유용한 정보라 할지라도 부당한 방법으로 취득하거나 활용하지 않는다.

자기신고 및 제보

가. 처리절차

윤리경영담당 부서장은 윤리실천지침 위반관련 자기신고·제보가 있거나 위반사례를 인지한 경우에는 아래와 같이 조치한다.

- 1) 신고·제보된 사안의 심의가 필요하다고 판단되는 경우, 윤리경영담당 부서장은 윤리위원회에 상정하거나 해당부서에 위임할 수 있다.
- 2) 신고·제보된 사안이 대가성이 인정되는 경우에는 관련자 및 해당 Business Partner에게 윤리경영의 취지를 설명하고 정중하게 재발방지를 요청한다. 또한, 그 위반 정도가 사회 통념상 인정되는 수준을 넘어 회사 구성원의 투명하고 공정한 업무수행에 지장을 초래하는 경우에는 거래물량 제한, 계약해지 등의 필요한 조치를 취할 수 있고, 수수한 금품, 접대·편의에 해당하는 경제적 가치의 반환을 함께 요구할 수 있다.

윤리규범 및 실천지침

나. 제보자 보호

1) 신분보호 및 비밀보장

- 제보자의 신분 및 제보 내용은 보호해야 하며, 제보행위로 인한 불이익을 주지 않는다.

2) 제보에 대한 보상

- 가) 제보로 인하여 회사의 이익에 크게 기여한 제보자에게 포상할 수 있다.
- 나) 제보 당사자가 부정행위에 가담하였으나, 그 사실을 제보한 경우 회사는 부정행위에 대한 처벌이나 징계 시 정상을 참작할 수 있다.

윤리실천지침 준수 · 서약 의무

- 가. SK텔레콤 구성원은 본 윤리실천지침을 준수하고, 매년 정기적으로 서약할 의무가 있다.
- 나. 본 지침을 위반한 사실을 알게 된 경우에는 “윤리상담센터 (<http://ethics.sktelecom.com>)”에 제보할 의무가 있다.
- 다. 본 지침을 위반한 경우에는 회사의 사규에 따라 조치한다.

용어의 정의

가. 사회 통념상 인정되는 수준

건전한 상식을 가진 대부분의 사람이 수용할 수 있어야 하며, 업무를 공정히 처리하는데 지장을 주지 않는 수준을 말한다.

나. 금품

현금, 유가증권(상품권, 회원권 포함), 물품 등을 말한다.

다. 접대

대가를 기대하여 Business Partner와의 식사, 음주, 스포츠, 오락 등 인적모임 · 교류에서 발생한 비용을 일방에게 부담시키거나 부담하는 행위를 말한다.

라. 편의

금품, 접대를 제외한 숙박 및 교통편 제공, 관광안내, 행사 지원 등으로써 상대방의 개인적 활동에 필요한 수단을 제공하거나 받는 것을 말한다.

마. 대가성

금품, 접대 · 편의의 제공이 명시적 또는 묵시적으로 경제적 가치의 반대급부를 조건으로 하는 것을 말한다.

바. 구성원

SK텔레콤의 임원, 정규직 및 비정규직을 포함한 모든 직원을 말한다.

사. 친인척

본인을 기준으로 친가, 외가, 처가를 포함한 4촌 이내를 말한다.

아. Business Partner

회사와의 거래 또는 업무관계에 있거나 이를 희망하는 회사/단체 및 그에 속한 개인을 통칭하며, 개인적인 관계(친구, 친척 등)가 있더라도 Business Partner로 간주한다.

대차대조표

제 22(당)기 2005년 12월 31일 현재 / 제 21(전)기 2004년 12월 31일 현재

〈단위 : 천원〉

	제 22(당)기		제 21(전)기	
자산				
I. 유동자산		4,172,485,403		3,854,344,504
(1) 당좌자산		4,166,499,725		3,843,383,854
1. 현금및현금등가물		151,766,057		112,966,055
2. 단기금융상품		73,061,967		7,700,480
3. 단기매매증권		745,360,218		640,388,892
4. 유동성장기투자증권		-		3,600,000
5. 매출채권	1,728,915,097		1,621,021,896	
대손충당금	(121,319,150)	1,607,595,947	(58,247,672)	1,562,774,224
6. 단기대여금	64,798,398		56,174,372	
대손충당금	(647,984)	64,150,414	(561,744)	55,612,628
7. 미수금	1,347,484,797		1,378,891,121	
대손충당금	(14,246,465)	1,333,238,332	(13,665,476)	1,365,225,645
8. 미수수익		3,949,889		4,438,063
9. 선급금		24,944,789		9,895,998
10. 선급비용		101,273,547		80,767,985
11. 이연법인세자산		61,152,092		-
12. 기타의당좌자산		6,473		13,884
(2) 재고자산		5,985,678		10,960,650
1. 저장품		5,985,678		10,960,650
II. 고정자산		10,349,191,056		10,166,360,150
(1) 투자자산		2,366,760,393		2,112,487,713
1. 장기금융상품		1,162,700		10,026,000
2. 장기투자증권		1,203,333,215		923,537,200
3. 지분법적용투자주식		925,903,582		826,246,069
4. 장기대여금	37,940,940		47,456,581	
대손충당금	(23,737,224)	14,203,716	(19,172,945)	28,283,636
5. 보증금	123,157,959		242,387,318	
대손충당금	(311,628)	122,846,331	-	242,387,318
6. 장기예치금		893,062		1,026,354
7. 기타의투자자산		98,417,787		80,981,136
(2) 유형자산		4,595,883,432		4,605,253,282
1. 토지		461,513,152		463,656,076
2. 건물	1,103,514,735		1,076,732,123	
감가상각누계액	(211,461,785)	892,052,950	(176,927,386)	899,804,737
3. 구축물	374,323,451		365,205,179	
감가상각누계액	(120,878,989)	253,444,462	(101,939,830)	263,265,349

대차대조표

제 22(당)기 2005년 12월 31일 현재 / 제 21(전)기 2004년 12월 31일 현재

(단위 : 천원)

	제 22(당)기		제 21(전)기	
4. 기계장치	10,376,529,046		9,452,750,904	
감가상각누계액	[7,946,964,802]	2,429,564,244	[6,867,633,085]	2,585,117,819
5. 차량운반구	20,441,946		20,268,376	
감가상각누계액	[17,656,503]	2,785,443	[16,238,491]	4,029,885
6. 기타의유형자산	807,533,995		721,031,614	
감가상각누계액	[515,319,575]	292,214,420	[469,654,172]	251,377,442
7. 건설중인자산		264,308,761		138,001,974
(3) 무형자산		3,386,547,231		3,448,619,155
1. 영업권		1,820,884,238		1,949,546,222
2. 주파수이용권		1,184,292,037		1,163,318,758
3. 임차권리권		2,100,423		3,182,779
4. 산업재산권		7,302,851		7,797,683
5. 차지권		1,375,357		1,496,792
6. 개발비		61,255,288		100,578,656
7. 컴퓨터소프트웨어		279,757,803		190,744,503
8. 기타의무형자산		29,579,234		31,953,762
자산총계		14,521,676,459		14,020,704,654
부채				
I. 유동부채		2,747,267,960		2,859,710,751
1. 단기차입금		-		400,000,000
2. 미지급금		971,557,694		1,070,588,493
3. 선수금		14,337,651		35,225,959
4. 예수금		205,060,402		188,197,322
5. 미지급비용		362,177,640		378,303,078
6. 미지급법인세		366,578,556		267,796,834
7. 미지급배당금		298,391		263,008
8. 선수수익		2,892,580		7,653,652
9. 미지급보증금		14,875,419		13,404,586
10. 유동성장기부채	814,339,158		500,000,000	
유동성사채할인발행차금	[4,849,531]	809,489,627	[1,722,181]	498,277,819
II. 고정부채		3,516,527,791		4,033,902,429
1. 사채	2,389,784,785		2,999,024,785	
교환사채상환할증금	24,808,533		24,808,533	
사채할인발행차금	[35,166,974]		[49,744,869]	
교환권조정	[65,218,599]	2,314,207,745	[82,245,437]	2,891,843,012
2. 장기미지급금	650,000,000		650,000,000	

제 22(당)기 2005년 12월 31일 현재 / 제 21(전)기 2004년 12월 31일 현재

〈단위 : 천원〉

	제 22(당)기		제 21(전)기	
현재가치할인차금	(58,413,012)	591,586,988	(72,663,160)	577,336,840
3. 금융리스미지급금		10,203,926		-
4. 가입보증금		23,769,907		31,439,792
5. 통화스왑		73,450,582		96,742,911
6. 퇴직급여충당금	256,303,384		236,249,096	
국민연금전환금	(5,171,712)		(5,611,836)	
퇴직보험예치금	(187,102,836)	64,028,836	(155,228,039)	75,409,221
7. 이연법인세부채		409,715,176		323,096,009
8. 기타의고정부채		29,564,631		38,034,644
부채총계		6,263,795,751		6,893,613,180
자본				
Ⅰ. 자본금		44,639,473		44,639,473
1. 보통주자본금		44,639,473		44,639,473
Ⅱ. 자본잉여금		2,966,197,636		2,983,166,163
1. 주식발행초과금		2,915,886,808		2,915,886,808
2. 기타자본잉여금		50,310,828		67,279,355
Ⅲ. 이익잉여금		7,269,860,571		6,156,707,730
1. 이익준비금		22,319,737		22,319,737
2. 재무구조개선적립금		33,000,000		33,000,000
3. 자사주처분손실준비금		477,181,588		477,181,588
4. 연구및인력개발준비금		822,061,486		776,296,546
5. 사업확장적립금		4,116,138,268		3,425,138,268
6. 처분전이익잉여금		1,799,159,492		1,422,771,591
(당기순이익 : 1,871,380,090천원 전기순이익 : 1,494,851,675천원)				
Ⅳ. 자본조정		(2,022,816,972)		(2,057,421,892)
1. 자기주식		(2,047,105,143)		(2,047,105,143)
2. 장기투자증권평가손실		(42,133,790)		(89,842,245)
3. 지분법자본변동		90,366,061		124,144,705
4. 부의지분법자본변동		(13,247,675)		-
5. 통화스왑평가손실		(14,176,627)		(49,452,345)
6. 주식매수선택권		3,480,202		4,833,136
자본총계		8,257,880,708		7,127,091,474
부채와 자본총계		14,521,676,459		14,020,704,654

손익계산서

제 22(당)기 2005년 1월 1일부터 2005년 12월 31일까지 / 제 21(전)기 2004년 1월 1일부터 2004년 12월 31일까지

〈단위 : 천원〉

	제 22(당)기		제 21(전)기	
I. 영업수익		10,161,128,637		9,703,680,842
II. 영업비용		7,507,559,130		7,344,099,605
1. 급여	342,761,120		353,380,531	
2. 퇴직급여	37,622,226		49,353,624	
3. 복리후생비	56,514,211		47,494,486	
4. 통신비	63,403,617		59,437,798	
5. 수도광열비	83,617,118		75,261,929	
6. 세금과공과	55,687,220		62,393,573	
7. 임차료	179,726,259		167,671,447	
8. 지급수수료	2,895,213,849		2,827,159,345	
9. 감가상각비	1,512,918,958		1,577,433,613	
10. 수선비	128,310,682		108,532,716	
11. 광고선전비	260,699,358		328,552,088	
12. 교육훈련비	29,430,652		24,128,767	
13. 경상개발비	204,698,223		203,741,279	
14. 대손상각비	104,089,154		22,543,693	
15. 전용회선료	392,833,602		365,443,658	
16. 전파사용료	156,097,850		143,046,998	
17. 망접속정산비용	935,216,677		858,754,429	
18. 상품매출원가	12,371,704		5,915,263	
19. 기타의영업비용	56,346,650		63,854,368	
III. 영업이익		2,653,569,507		2,359,581,237
IV. 영업외수익		409,793,044		237,129,199
1. 이자수익	54,988,463		68,318,943	
2. 배당금수익	26,514,674		23,842,656	
3. 수입임대료	20,351,265		21,480,005	
4. 수입수수료	33,331,110		32,842,833	
5. 외환차익	1,718,956		10,531,839	
6. 외화환산이익	143,072		365,030	
7. 단기매매증권평가이익	-		2,039,000	
8. 지분법이익	55,943,494		53,825,412	
9. 대손충당금환입	437,406		283,863	
10. 단기매매증권처분이익	-		491,865	
11. 장기투자증권처분이익	11,460,283		835,439	
12. 지분법적용투자주식처분이익	185,061,793		413,581	
13. 기타의투자자산처분이익	1,161		62,782	
14. 유·무형자산처분이익	4,644,552		2,054,292	

제 22(당)기 2005년 1월 1일부터 2005년 12월 31일까지 / 제 21(전)기 2004년 1월 1일부터 2004년 12월 31일까지

〈단위 : 천원〉

	제 22(당)기		제 21(전)기	
15. 통화스왑평가이익	2,544,607		-	
16. 통화스왑거래이익	-		2,850,000	
17. 법인세환급액	4,207,136		-	
18. 잡이익	8,445,072		16,891,659	
V. 영업외비용		508,749,205		480,932,308
1. 이자비용	252,463,623		302,491,456	
2. 기타의대손상각비	2,040,683		12,253,224	
3. 단기매매증권처분손실	1,702		32,060	
4. 외환차손	1,322,153		5,203,601	
5. 외화환산손실	900,681		1,044,150	
6. 연구개발출연금	68,525,662		68,549,106	
7. 기부금	75,982,647		19,795,691	
8. 지분법손실	90,801,314		-	
9. 재고자산폐기손실	-		57,989	
10. 통화선도거래손실	-		29,327	
11. 통화스왑평가손실	-		15,789,463	
12. 장기투자증권감액손실	1,792,800		32,074,418	
13. 장기투자증권처분손실	685,065		4,851	
14. 지분법적용투자주식처분손실	1,579,560		805,570	
15. 유·무형자산처분손실	6,079,424		18,343,642	
16. 법인세추납액	-		1,929,742	
17. 잡손실	6,573,891		2,528,018	
VI. 경상이익		2,554,613,346		2,115,778,128
VII. 법인세비용차감전순이익		2,554,613,346		2,115,778,128
VIII. 법인세비용		683,233,256		620,926,453
IX. 당기순이익		1,871,380,090		1,494,851,675
(기본주당경상이익 및 순이익 :				
당기 : 25,421원				
전기 : 20,307원)				
(희석주당경상이익 및 순이익 :				
당기 : 25,015원				
전기 : 20,137원)				



보고서 발간과정

| 보고서 발간과정 |

발간절차

보고서 발간의 전체적인 기획은 윤리경영팀에서 담당하였으며, 20여개의 관련부서들과 Working Group을 구성하여 기초자료 수집 및 보고내용 결정 등 보고서 발간을 위한 일련의 절차를 수행하였습니다.

데이터 신뢰성

보고서에 사용된 데이터는 주로 SK텔레콤의 내부 관리 기준에 의하여 직접 측정하고 모니터링한 데이터를 사용하였지만 고객분야에서 사용된 CSI 측정결과 및 환경분야에 사용된 전력사용량 등 일부 데이터는 관련 기관을 통하여 확보한 데이터를 사용하여 객관성을 높였습니다. 경제적 성과의 경우 기업회계수준에 의하여 작성된 재무제표 등 IR Report를 통하여 검증된 Data를 사용하였습니다.

검증

SK텔레콤은 보고 내용의 신뢰성 확보를 위하여 한국품질재단(KFQ)에 보고내용에 대한 검증을 의뢰하였으며, 한국품질재단은 담당자와의 인터뷰, 프로세스 및 성과데이터 점검 등의 과정을 통하여 보고내용을 검증하였습니다.

격려사



- 유한대학 학장
- 제3대 산업자원부 장관
- 고려대 석좌교수
- 경북대 경제학과 교수
- 일본 동경대 석좌교수
- 일본 오사카시립대 대학원 경제학 박사

세계 기업에 새바람이 불고 있습니다. 지속가능경영의 바람 혹은 CSR(기업의 사회적 책임) 바람입니다. 이 바람이 한국 기업계에도 본격적으로 상륙하고 있습니다. SK텔레콤과 같은 중요 기업이 지속가능경영 보고서를 내게 된 것은 참으로 환영할 일입니다.

경제적으로 지속가능하고 환경적으로 지속가능하고 사회적으로 지속가능한 경영을 표방하고 그 이행과정을 여러 이해관계자들에게 보고하고 투명하게 소통하는 것은 21세기 세계 비즈니스계의 스타 기업으로서 아름다운 모습입니다.

이번 SK텔레콤의 지속가능경영 보고서는 GRI 가이드라인을 기초로 하여 국제표준의 형식을 취하면서 독자적 개성을 담고 있어 매우 바람직합니다. 이 보고서가 다른 기업에는 큰 영향을 주어 한국 기업계에 더 큰 CSR 바람, 지속가능경영 바람을 일으키기를 바랍니다. 이 바람을 타고 기업이 사회적 책임을 다 하는 것과 소비자 및 시민사회가 기업을 사랑하는 것이 맞교환되어 사회적 대통합을 이루면서 세계적 경쟁력을 지속적으로 확보할 수 있기를 바라마지 않습니다.

김영호

2006년 10월

김영호

SK텔레콤 지속가능성보고서에 대한 제3자 검증 의견서

• 서 문

KFQ는 『SK텔레콤 지속가능성보고서 2005(이하 ‘보고서’라 함)』에 대한 검증을 요청받았습니다. 본 보고서를 작성할 책임은 SK텔레콤의 경영자에게 있으며, KFQ는 보고서에 대한 검증 의견을 제공하는 데 있습니다.

• 검증의 독립성

KFQ는 제3자 검증 서비스를 제공하는 업무 이외에는 SK텔레콤의 사업 활동 전반에 걸쳐 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않으며, 또한 회사의 어떤 이해관계자에 대해서도 편향된 의견을 갖고 있지 않습니다.

• 검증 범위

KFQ는 보고서 작성에 있어 이미 국제적으로 폭넓게 받아들여지고 있는 「2002 GRI 지속가능성 보고서 작성 가이드라인」과 「2003 AA 1000 Assurance Standard」를 참고하여 KFQ에서 정한 검증 절차를 적용하였습니다. 이에 본 검증은 보고서에 기술된 보고범위인 SK텔레콤 본사 및 국내 지역본부의 2005년 1월 1일부터 2005년 12월 31일 까지의 지속가능경영 활동과 성과에 초점을 맞추어, 보고 내용에 중대한 오류나 부정정한 정보가 없는지에 대해 합리적인 확신을 얻을 수 있도록 계획, 수행되었습니다.

• 검증 절차

KFQ는 아래 단계에 걸쳐 보고서 내용의 사실 여부와 보고된 데이터 및 보고서 작성을 위한 내부 프로세스 및 시스템을 확인하였습니다.

– 문서 검토

제공된 보고서에 대하여 GRI 가이드라인 대비 GAP 분석을 실시하고, 보고서에서 다루고 있는 중요한 이슈와 성과 영역에 대한 벤치 마킹을 수행하였습니다. 그리고 현장검증을 위해 보고된 성과 데이터, 실시 및 추진되고 있는 활동에 대한 내용을 검토하였습니다.

– 현장 검증

한편, 본 보고서에 수록된 정보의 사실 여부와 관련 정보 관리 시스템 또는 프로세스의 실행상태를 평가하기 위해 정보의 중요성을 고려하여 샘플링 원칙을 적용하였습니다. 내부 문서, 정보 담당자 인터뷰 등을 통해 보고서에 공개된 지속가능경영 활동에 대한 증거를 수집하고, 이러한 정보를 관리하기 위한 프로세스 및 시스템을 조사·분석하였습니다.

– 확인 심사

상기 단계에서 발견된 문제점에 대해 SK텔레콤과 논의하였으며, 발견 사항에 대한 수정 및 반영 여부를 확인하기 위해 보고서의 최종판을 다시 검토하였습니다. 그리고 최종 보고서에 대하여 GRI 가이드라인 대비 GAP 분석을 재실시 하였습니다.

• 고려 및 제약사항

본 보고서에서 보여주고 있는 재무적 정보에 대한 검증은 ‘2005 재무제표에 대한 감사보고서’와 일치하는지를 비교하는 방식으로 수행하였습니다. SK텔레콤의 재무 상태에 대한 완전한 이해를 위해서는 기 감사받은 2005년 12월 31일자 기준의 SK텔레콤 재무제표를 참조하시기 바랍니다.

• 검증 결론

상기 검증활동을 통해 우리는 본 보고서에 대해 아래와 같은 결론을 제시할 수 있는 합리적인 근거를 확보하였다고 믿습니다.

1. SK텔레콤은 보고서에 지속가능경영 비전 및 전략, 경영시스템 및 성과를 신뢰할 수 있도록 공개하였습니다.
2. 그리고 보고서 작성을 위한 내부 시스템 또는 프로세스와 보고서에 포함된 자료를 수집, 종합, 분석하는 시스템을 적절하게 사용하였습니다.
3. 검증 과정에서 발견한 일부 경미한 오류와 부적정한 정보는 적정하게 시정되어 최종보고서에 반영되었습니다.

• 우수사항

SK텔레콤은 이동통신사업에서의 지속가능성 영향으로 인한 회사의 리스크를 규명하고 대응해 나가겠다는 의지를 이해관계자 중심경영이라는 비전과 전략을 통해 명백하게 밝히고 있습니다. 그 일환으로 이해관계자와의 커뮤니케이션을 목적으로 한 다양한 채널을 운영, 중요성 이슈를 식별하고 있었으며 이러한 이슈가 각 부서에서 피드백되어 관리되고, 선도적 수준의 윤리경영 및 정부·시민단체와 연계한 사회공헌 활동이 활발하게 추진되고 있었습니다.

보고서 작성에 있어서도 회사 전 부서로부터의 정보 수집, 분석, 보고, 검토하는 일련의 보고서 작성 프로세스를 효과적으로 운영하고 이를 더욱 개선해 나아가려는 의지가 돋보였으며, 보고 정보 결정과정에서 편견을 배제하고 성과가 과장될 수 있는 공개 방식을 제거하려는 노력을 확인할 수 있었습니다.

• 개선을 위한 제안

경영 접근방식에 있어 구체적인 실행 목표를 설정하고 이에 대한 성과지표를 개발하여 관리해 나간다면 현재의 많은 노력들이 더욱 더 가시화될 수 있을 것으로 기대됩니다. 이동통신산업의 발달로 인해 야기되고 있는 사회·환경적 이슈 해결에 있어서의 SK텔레콤의 사회적 영향력을 고려하여 직접적인 영향뿐만 아니라 간접적 영향 분야로까지 SK텔레콤의 지속가능경영 활동이 전개되어 나갈 수 있기를 바랍니다.

보고 정보 결정 프로세스에 가능한 수준의 이해관계자 참여 프로세스를 접목시켜 AA1000에서 제시한 보고서 작성 3대 원칙(중대성, 완전성, 대응성)을 충실히 수용한 보고서로 발전시켜 나가시기를 제안합니다.



2006년 9월 20일

대표 김 재 룡

한국품질재단

GRI Index(2002)

GRI 항목	내용	보고여부	페이지
비전과 전략	1.1 지속가능발전 관련 비전과 전략	●	8~9
	1.2 최고경영자 메시지	●	4~7
프로필	2.1 보고조직의 이름	●	표지
	2.2 주요 제품과 서비스	●	12
	2.3 조직의 운영구조	●	13
	2.4 주요 부문, 회사, 자회사, 합작사	●	13
	2.5 해외 사업장	●	14
	2.6 소유 구조 특성 및 법적형태	●	13
	2.7 활동 시장의 성격	●	14, 36, 58, 60, 61
	2.8 조직의 규모	●	13, 14, 30
	2.9 이해관계자 목록	●	15
	2.10 보고서 관련 담당자 연락처(이메일과 웹주소 포함)	●	93
	2.11 보고대상 기간	●	1
	2.12 최근 보고서 발행일	N/A	—
	2.13 보고서의 범위	●	1
	2.14 마지막 보고서 이후 발생한 중대한 변화(규모, 구조, 소유 등의 중대한 변화)	N/A	—
	2.15 합작사, 부분 소유 자회사, 임대시설, 외주운영	●	1
	2.16 이전 보고서 내용 정정의 성격, 영향, 이유	N/A	—
	2.17 GRI 원칙 또는 프로토콜을 적용하지 않겠다는 결정	●	1
	2.18 경제, 환경, 사회적 비용과 혜택을 설명하는 데 활용한 기준과 정의	●	80
	2.19 경제, 환경, 사회 정보에 적용된 측정방법의 변화	N/A	—
	2.20 보고서의 정확성, 완전성, 신뢰성 보장을 위한 정책과 내부업무	●	80
	2.21 보고서의 독립성에 대한 방침과 업무	●	80
	2.22 보고서 사용자가 추가 정보를 획득할 수 있는 수단에 대한 정보	●	1
지배구조와 경영시스템	3.1 지배구조	●	39
	3.2 사외이사비율	●	39
	3.3 이사들이 조직의 전략 방향을 이끌어가는 데 필요한 전문지식 결정 프로세스	●	39
	3.4 경제, 환경, 사회적 위험과 기회를 파악하고 관리하는 과정 감독을 위한 프로세스	①	39
	3.5 임원보상과 조직의 재무 및 비재무적 성과와의 연계관계	①	39
	3.6 경제, 환경, 사회, 기타 활동의 감시, 실행, 감사를 담당하는 조직구조와 핵심 담당자	●	39
	3.7 미션과 가치 진술문, 행동 강령	●	8, 9, 72~74
	3.8 주주들이 이사회에 권고안이나 방향을 제시하는 방법	●	39
	3.9 주요 이해 관계자들의 파악 및 선정의 기준	●	15
	3.10 이해관계자 협의에 대한 접근방식	●	15
	3.11 이해 관계자와의 협의에 의해 생성된 정보	●	15
	3.12 이해 관계자 참여에서 도출된 정보	●	15
	3.13 예방적 접근방법 및 원칙이 어떤 방식으로 다루어지는지에 대한 설명	●	22
	3.14 조직이 동의하고 인정하는, 외부의 경제, 환경, 사회적 현장, 원칙, 이니셔티브 등	①	72~74
	3.15 산업이나 기업 협회, 국내/국제 단체의 회원자격	①	57

● : 보고서에 공개됨 ① : 보고서에 일부 공개됨 ○ : 보고서에 공개안됨 N/A : 해당사항 없음

GRI 항목	내용	보고여부	페이지
	3.16 Upstream과 Downstream에 미치는 영향을 관리하는 정책 또는 시스템	●	42
	3.17 조직이 경제, 사회, 환경에 미치는 간접적 영향을 관리하는 접근방식	●	18, 44, 60, 61
	3.18 회사운영의 위치나 변화와 관련한 주요 의사결정	●	15
	3.19 경제, 환경, 사회적 성과와 관련한 프로그램과 절차	●	18, 48, 64
	3.20 경제, 환경, 사회 관리 시스템 관련한 외부인증 현황	●	19, 38, 43, 49, 65
GRI CONTENT INDEX	4.0 섹션별 지표별 GRI Report Content Chart	●	84~91
성과지표	EC1 순매출	●	13, 14, 38
	EC2 지역별 시장구분	●	14
	EC3 제품,재료,서비스 구매금액	●	44
	EC4 합의된 거래조건에 따라 지불된 계약의 비율	①	58, 59
	EC5 국가별/지역별 총 종업원 수와 보상금액	●	30
	EC6 이자, 주식배당 등 자본제공자에 대한 배분	●	76~79
	EC7 기말 이익 잉여금의 증감	●	77
	EC8 국가별 납세액의 총계	●	79
	EC9 국가별로 받은 보조금	○	—
	EC10 지역사회, 민간 단체 등에 대한 기부현황	●	50~55
	EC11 조직 및 국가별 공급업자	N/A	—
	EC12 비핵심 사업 인프라 개발에 사용된 자금총액	●	51
	EC13 기업의 간접 경제 효과	●	60, 61
	EN1 형태별 총 자원 사용량	①	66
	EN2 조직 외부에서 나온 폐기물로서 재활용된 자재의 비율	●	66
	EN3 직접 에너지 사용량	●	68, 69
	EN4 간접 에너지 사용량	●	68, 69
	EN5 총 수자원 사용량	①	71
	EN6 생물다양성이 풍부한 서식지 내에 소유, 임대, 관리하는 필지의 위치와 크기	●	71
	EN7 생물 다양성에 대한 주요영향	○	—
	EN8 온실가스 배출량	●	68
	EN9 오존파괴물질의 사용과 배출량	①	68
	EN10 NOx, SOx등 주요 배기가스량	①	68
	EN11 형태별, 최종처리방법별 총 폐기물의 양	①	66
	EN12 종류별 주요 수계 방류 물질의 양	N/A	—
	EN13 화학물질, 기름, 연료의 중대한 유출	N/A	—
	EN14 주요 제품과 서비스가 환경에 미치는 중요한 영향	●	65, 68, 69, 70, 71
	EN15 사용후 재생가능한 제품 비율 및 실제 재생비율	●	66
	EN16 환경 관련된 규정의 위반건수와 벌금액	①	65
	EN17 재생 가능한 에너지원 사용, 에너지효율 향상에 대한 정보	①	70
	EN18 주요 제품의 에너지 소비량에 대한 정보	N/A	—
	EN19 제품 수명 관리, 에너지 집약 자재의 사용, 에너지 사용에 대한 정보	●	68, 69
	EN20 물의 사용에 의해 영향 받는 생태계/서식지에 대한 정보	N/A	—

GRI Index(2002)

GRI 항목	내용	보고여부	페이지
EN21	연간 재생 가능한 물에 대한 비율로 표시된 지하수와 지표수의 연간 소실량 정보	○	—
EN22	물의 재활용과 재사용에 대한 정보	○	—
EN23	생산활동을 위한 소유, 리스, 관리되는 필지의 총량	○	—
EN24	구매 또는 리스된 땅 중에서 표면 투과성이 없는 땅의 비율 정보	○	—
EN25	보호지 및 민감한 지역에 대한 활동과 운영영향의 정보	①	71
EN26	사업 활동에서 야기된 자연 서식지의 변화, 보호 및 복구되어야 할 서식지의 비율	①	71
EN27	생물다양성과 오염지의 종의 보호와 복구를 위한 목표, 프로그램에 대한 정보	①	71
EN28	사업 활동에 영향 받은 지역 내부 서식지의 멸종위기동식물 명단에 올라가 있는 종의 수	○	—
EN29	보호지 내지는 민감한 지역에서 활동 계획	●	71
EN30	다른 관련 있는 간접 온실가스 배출 정보	○	—
EN31	바젤 협약 약관에 명시된 모든 폐기물의 생산, 운송, 수입, 수출에 대한 정보	N/A	—
EN32	물과 유거수의 방류에 의해 중대한 피해 대상 생태계/서식지 정보	N/A	—
EN33	환경관련 구성 요소 대비 공급자의 성과	①	66
EN34	물류에 사용된 중대한 환경 영향	①	65, 67
EN35	형태별 전체 환경 비용지출	○	—
LA1	인력구성 현황(지역별/국가별 등)	●	29
LA2	지역/국가별 순 고용창출과 이직률	①	30
LA3	노동 조합에 속해 있는 직원 비율	●	30
LA4	조직의 운영 변화시 직원과의 커뮤니케이션 정책과 절차	●	31
LA5	산업재해와 질병 기록과 통지에 대한 사례	●	32
LA6	보건안전위원회에 대한 설명	●	32
LA7	표준 부상,손실일수, 결근률과 작업관련 사상자 수	●	32
LA8	HIV/AIDS에 대한 정책과 프로그램	N/A	—
LA9	직원 유형별 인당 연간 평균 교육시간	●	33
LA10	동등 기회와 관련된 정책 또는 프로그램	①	30
LA11	경영진 및 기업 지배구조의 기구의 구성	①	39
LA12	법적으로 규정된 내용 이상의 직원복지 정보	●	29
LA13	의사결정 또는 경영, 기업 지배구조에 공식적인 직원 참여를 위한 조항	①	39
LA14	산업 보건 관리 시스템을 위한 ILO 가이드라인 준수	①	32
LA15	노조 참여 직원과의 공식합의에 대한 설명	●	32
LA16	직원들의 지속적인 고용가능성과 경력관리를 지원하는 프로그램	●	33
LA17	기술관리 또는 평생 교육을 위한 정책과 프로그램	●	33

● : 보고서에 공개됨 ① : 보고서에 일부 공개됨 ○ : 보고서에 공개안됨 N/A : 해당사항 없음

GRI 항목	내용	보고여부	페이지
HR1	인권보호와 관련된 정책, 모니터링 메커니즘 및 모니터링결과	①	31
HR2	인권을 고려하고 있다는 증거(공급자/계약자 선정, 투자/ 조달 결정시)	○	-
HR3	공급망의 인권과 관련된 정책과 절차	○	-
HR4	차별관행을 예방하는 종합 정책과 절차/프로그램	①	31, 33
HR5	결사의 자유에 대한 정책 및 프로그램	●	30
HR6	아동노동 방지를 위한 방침, 적용범위, 절차/프로그램	●	31
HR7	강제노동 방지를 위한 방침, 적용범위, 절차.프로그램	●	31
HR8	인권에 관련된 정책과 관행에 대한 직원 교육	●	33
HR9	항의(appeal) 관행에 대한 설명	●	31
HR10	보복금지 정책, 효과적 이면서도 비밀 유지가 되는 직원 고충 시스템의 설명	●	31
HR11	보안 직원에 대한 인권 교육	●	32
HR12	현지인의 니즈를 처리할 정책, 가이드라인, 절차 설명	○	-
HR13	함동으로 관리되는 커뮤니티 고충 처리 메커니즘/기관 설명	●	24, 31, 48, 49
HR14	로컬 커뮤니티에 재분배된 사업의 영역에서 나오는 매출 비중에 대한 정보	○	-
S01	지역사회영향에 대한 방침, 프로그램, 모니터링 시스템	●	51, 52, 71
S02	뇌물과 부패에 대한 정책, 절차/관리시스템, 준수 메카니즘	●	59
S03	정치적 로비와 기부 관리를 위한 정책, 절차/관리 시스템, 준수 메카니즘	①	56, 57
S04	사회, 윤리, 환경 성과와 관련한 수상 기록	●	19, 29, 37, 43, 49, 65
S05	정당과 정당 또는 후보에 자금을 대는 기관에 지불한 액수	○	-
S06	독점 금지 규정과 관련한 사건에 대한 법원 결정에 대한 정보	●	59
S07	경쟁 저해 행위 예방을 위한 정책, 절차/관리 시스템, 준수 메카니즘	●	58, 59
PR1	고객 건강과 안전유지 정책에 대한 설명	○	-
PR2	제품 정보와 라벨링 관련 정책, 절차/경영 시스템, 준수 메카니즘	●	25
PR3	고객 프라이버시 관련 정책, 절차/관리시스템, 준수 메커니즘	●	23
PR4	고객 건강과 안전관련 규정 위반 사례의 수	①	23
PR5	제품과 서비스의 안전과 고객안전을 감독하고 규제하는 규제 또는 민원제기 건수 정보	○	-
PR6	자발적 강령 준수, 제품 라벨 또는 사회와 환경 책임과 관련한 수상에 대한 정보	①	22
PR7	제품 정보와 라벨링 관련 규정 미준수 사례의 수에 대한 정보	●	59
PR8	고객 만족관련 정책, 절차/관리 시스템	●	18
PR9	광고 관련 표준과 자발적 강령에 대한 정책, 절차/관리 시스템, 준수 메커니즘	●	58
PR10	광고와 마케팅 규정 위반 횟수와 위반 유형의 명시	①	58, 59
PR11	고객 프라이버시 위반 관련 불만 건수	○	-

GRI Index(G3 Draft)

GRI 항목	내용	보고여부	페이지
전략과 분석	1.1 최고이사 결정권자가 보고 조직 및 전략과 지속가능성의 연관성을 밝힌 선언문	●	4~7
	1.2 주요 영향, 위험 요인 및 기회에 대한 기술	●	9
조직 프로파일	2.1 조직 명칭	●	표지
	2.2 대표 브랜드, 제품 및 서비스	●	12
	2.3 주요 사업부서, 운영회사, 자회사, 합작회사를 비롯한 보고조직의 조직구조	●	13
	2.4 본사/본부 소재지	●	92
	2.5 소유구조 특성 및 법적형태	●	13
	2.6 시장(지리적 분류, 제공되는 섹터, 고객/수혜자 유형 포함)	●	14, 36, 58, 60, 61
	2.7 보고 조직의 규모	●	13, 14, 30
	2.8 시설 도입, 폐쇄, 확장을 포함한 운영 위치 또는 변화에 관한 보고 기간동안의 주요 결정사항	●	15
보고 파라미터	3.1 보고서 및 관련내용에 대한 문의처	●	93
	3.2 제공된 정보의 보고 기간	●	1
	3.3 가장 최근 보고서 일자	N/A	-
	3.4 경제, 환경, 사회 이슈 및 지표의 포함 및 측정 방법에 있어서 전년도에 비해 크게 변한 부분	N/A	-
	3.5 미래 보고에 대한 계획	●	1
	3.6 GRI 보고서 프레임워크 문서중 적용 문서 명시	●	1
	3.7 보고서에 제시된 이슈 중 중요성과 우선순위를 결정하는 과정을 포함하여 보고서 내용을 정하는 프로세스, 보고서 사용이 기대되는 이해관계자 파악 프로세스	●	15
	3.8 보고서 범위에 있어서의 제한에 대한 구체적인 서술	●	1
	3.9 성과지표 등 기타 정보 수집과정에서 적용된 예측을 뒷받침하는 가정과 기법을 포함한 데이터 측정기법 및 계산기준	●	80
	3.10 활동 유형별, 이해관계자 그룹별로 정리한 보고서를 위해 특별하게 실시한 이해관계자 관련 활동에 대한 접근방식	●	15
	3.11 보고서 준비 목적으로 특별하게 실시된 이해관계자 관련 활동의 결과 발생된 정보의 유형	●	15
	3.12 보고의 경계	●	1
	3.13 이전 보고 기간과 비교할 때 보고서의 범위, 경계 또는 측정방식 상의 큰 변화	N/A	-
	3.14 합작회사, 자회사, 임대시설, 외주업무 등 기간별 또는 조직간 비교 가능성에 큰 영향을 줄 수 있는 객체에 대한 보고 기준	●	1
	3.15 이전 보고서에 제시된 정보의 재기술로 인한 효과 및 재기술 사유	N/A	-
	3.16 보고서내에서 표준 공시 사항의 위치를 나타내는 표	●	84~91
	3.17 GRI 기준을 적용하지 않았거나 기준을 벗어난 결정을 했을 경우 이에 대한 설명	●	1
거버넌스, 결의 및 참여	4.1 조직의 지배구조	●	39
	4.2 이사회 의장의 임원 겸직 여부	●	39
	4.3 이사회가 일원화된 조직의 경우, 이사회에서 독립적인 또는 임원이 아닌 구성원의 수	●	39

● : 보고서에 공개됨 ① : 보고서에 일부 공개됨 ○ : 보고서에 공개안됨 N/A : 해당사항 없음

GRI 항목	내용	보고여부	페이지
	4.4 주주와 직원이 이사회에 조언하거나 방향을 제시하는 메커니즘	●	39
	4.5 이사회 구성원, 고위관리자, 임원 등에 대한 보상과 조직의 성과간의 관계	●	39
	4.6 경제, 환경, 사회 성과와 연관된 이슈를 포함한 조직 전략을 이끌기 위해 필요한 최고 거버넌스 기구 멤버들이 갖추어야 할 자격과 전문성을 결정하는 프로세스	①	39
	4.7 이사회 내의 이해관계상의 충돌 방지를 위한 프로세스	●	39
	4.8 경제/환경/사회 성과 및 활동과 관련하여 내부에서 마련한 미션/핵심가치 진술문, 행동강령 및 원칙	①	8, 9, 72~74
	4.9 관련 리스크와 기회 파악을 포함한 조직의 경제, 환경 및 사회적 성과의 파악 및 관리 상황, 그리고 국제적으로 합의된 스탠다드, 행동강령 및 원칙에 대한 준수 상태를 감독하기 위한 최고 거버넌스 기구의 프로세스	①	39
	4.10 최고 거버넌스 기구가 지속가능성 성과의 평가 빈도	①	39
	4.11 사전예방의 원칙과 접근방법 채택여부 및 채택방식에 대한 설명	●	22
	4.12 경제/환경/사회 현장, 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브	①	57
	4.13 협회의 중요한 멤버십 및 국가/국제 옹호 단체에 대한 설명	○	-
	4.14 참여한 이해관계자 그룹 목록	●	15
	4.15 참여할 이해관계자 식별 및 선별기준	●	15, 39
	4.16 참여유형, 이해관계자 그룹별 참여빈도 등 이해관계자 참여방식 현황	●	15
	4.17 이해관계자 통해 제기된 핵심 주제와 관심사, 이에 대한 대처 방식	●	15
성과지표			
경제성과지표	EC1 직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	●	14, 30, 38
	EC2 기후변화의 재정적 의의	●	68~70
	EC3 복리후생 지원범위	●	29
	EC4 정부보조금 수혜 실적	○	-
	EC5 주요사업장의 현지 법정 최저임금 대비 신입사원 임금 비율	①	30
	EC6 주요 사업장의 현지 구매 정책, 관행 및 비율	①	44, 45
	EC7 주요 사업장의 현지인 우선 채용 절차 및 현지 출신 고위 관리자 비율	①	29, 30
	EC8 공익을 우선한 인프라 투자 및 서비스 자원활동과 효과	●	50~52
	EC9 간접적인 경제적 파급효과에 대한 이해 및 설명	●	60, 61
환경성과지표	EN1 사용된 원료의 중량	①	66, 67
	EN2 재생 원료 사용 비율	●	66
	EN3 1차 에너지원별 직접 에너지 소비량	●	69
	EN4 1차 에너지원별 간접 에너지 소비량	●	68, 69
	EN5 총 에너지 소비 중 재생 자원을 활용한 에너지 비율	○	-
	EN6 절약 및 효율성 개선으로 절감한 에너지량	●	69
	EN7 에너지 효율적인 제품과 서비스를 제공하기 위한 이니셔티브	●	70

GRI Index(G3 Draft)

GRI 항목	내용	보고여부	페이지
	EN8 간접 에너지 소비를 줄이기 위한 이니셔티브	●	69, 70
	EN9 공급원별 총 취수량	●	71
	EN10 취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원과 관련 서식지	N/A	-
	EN11 재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	○	-
	EN12 보호 구역이나 인접한 지역에 있는 소유, 임대, 관리하는 토지의 위치 및 크기	●	71
	EN13 보호 구역에서의 활동이 생물다양성에 미치는 중요한 영향에 대한 설명	①	71
	EN14 보호 또는 복원된 서식지	①	71
	EN15 생물 다양성에 대한 영향을 관리하기 위한 프로그램	①	71
	EN16 사업 영향 지역 내에 서식하고 있는 IUCN Red List (멸종위기동식물 명단)에 올라가 있는 종의 수	○	-
	EN17 온실가스 배출량	●	68
	EN18 오존층 파괴 물질의 배출량	①	68
	EN19 NOx, SOx 및 기타 주요 대기오염 물질 배출량	①	68
	EN20 형태, 최종 처리 방법별 총 폐기물의 양	①	66
	EN21 총 폐수 배출량 및 수질	N/A	-
	EN22 중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	N/A	-
	EN23 기타 간접 온실가스 배출량	○	-
	EN24 바젤 협약 부속서 I, II, III 및 VIII에 규정된 "유독성" 폐기물의 운송, 수입 또는 수출된 양	N/A	-
	EN25 물과 유거수의 방류에 의해 중대한 피해를 입은 취수원과 관련 서식지	N/A	-
	EN26 제품 및 서비스의 환경적 영향을 관리하기 위한 이니셔티브와 영향 감소의 정도	●	67, 70, 71
	EN27 제품 카테고리별 사용 종료시점에서 재생 가능한 판매 제품 퍼센티지	●	66
	EN28 환경 법규 위반으로 인한 사고 건수, 벌금 또는 처벌	①	65
	EN29 제품 및 원자재 운송과 관련한 심각한 환경 영향	①	65, 67
	EN30 총 환경 보호 지출의 유형별 금액	○	-
사회성과지표	LA1 고용유형, 고용계약 및 지역별 인력 현황	●	29
	LA2 직원 이직 건수 및 비율	○	-
	LA3 임시직이나 시간제 직원에게는 제공하지 않고 상근직 직원에게만 제공하는 혜택	●	29
	LA4 단체교섭 적용 대상 직원 비율	●	30
	LA5 중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보 기간	●	31
	LA6 노사 공동 보건안전위원회가 대표하는 직원 비율	●	32
	LA7 부상, 직업병, 손실일, 결근 및 업무 관련 재해 건수	●	32
	LA8 심각한 질병에 관해 직원 및 그 가족 그리고 지역주민을 지원하기 위한 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험관리 프로그램	①	32
	LA9 보건과 안전 경영 접근방식 요소	●	32

● : 보고서에 공개됨 ① : 보고서에 일부 공개됨 ○ : 보고서에 공개안됨 N/A : 해당사항 없음

GRI 항목	내용	보고여부	페이지
LA10	노동조합과의 정식협약 대상인 보건 및 안전 사항	●	31, 32
LA11	직원 형태별 일인당 연평균 교육시간	●	33
LA12	지속적인 고용과 퇴직직원 지원을 위한 직무교육 및 평생 학습 프로그램	●	33
LA13	정기 성과평가 및 경력개발 심사 대상 직원의 비율	●	33
LA14	이사회 및 직원의 구성 현황	①	30
LA15	직원 범주별 남녀 직원간 기본급 비율	●	30
HR1	인권 보호 조항이 포함되거나 인권 심사를 통과한 주요 투자협약 건수 및 비율	①	31
HR2	주요 공급업체 및 계약업체의 인권 심사 비율	○	-
HR3	업무와 관련한 인권정책 및 절차에 대한 직원 교육 시간	●	33
HR4	총 차별 건수 및 관련조치	●	30
HR5	결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 업무분야 및 해당권리를 보장하기 위한 조치	●	31
HR6	아동노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 아동노동 근절을 위한 조치	N/A	-
HR7	강제노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 강제 노동 근절을 위한 조치	N/A	-
HR8	보복 금지 조항을 포함해 인권에 관한 고객, 종업원, 지역사회에 의해 제보된 불만이나 고충처리 절차	●	31
HR9	업무에 관련한 인권정책 및 절차 교육을 이수한 보안 담당자 비율	●	32
HR10	현지인 권리 침해 건수 및 관련조치	○	-
S01	업무활동의 시작, 운영, 종료단계에서 지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	●	52, 71
S02	부패를 예방하기 위한 훈련 정도와 리스크 분석 내용	●	56, 57
S03	부패 사건에 대한 조치	●	57
S04	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비 활동 참여	●	50, 51
S05	정당, 정치인 및 관련기관에 대한 국가별 현금/현물 기부 총액	○	-
S06	부당 경쟁행위 및 독점 행위에 대한 법적 조치건수 및 그 결과	●	59
PR1	제품과 서비스의 라이프 사이클 동안 고객의 건강과 안전을 향상시키기 위한 절차	●	22~24
PR2	제품과 서비스의 보건 및 안전 영향에 관한 법규 위반 횟수 및 유형	○	-
PR3	제품과 서비스의 정보와 라벨링 절차	●	25
PR4	제품 정보와 라벨링 관련 법규 위반 횟수 및 유형	●	59
PR5	고객 만족도 측정 결과를 포함한 고객 만족 관련 활동	●	18~21
PR6	광고, 판촉, 후원을 포함한 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법규, 표준, 자발적 강령 준수 절차와 프로그램	●	58
PR7	광고, 판촉, 후원을 포함한 마케팅 커뮤니케이션에 대한 법규 위반 횟수와 유형	①	58, 59
PR8	데이터 보호 절차에 의해 보호되는 고객 데이터 비율	●	23
PR9	고객 프라이버시 위반과 관련하여 제기된 불만 건수	○	-

● ● ● 주요 사업장 ● ● ●

본사	100-999 서울특별시 중구 을지로 2가 11번지
수도권	100-802 서울특별시 중구 남대문로 5가 267번지
부산	614-090 부산광역시 부산진구 부암동 52-6번지
대구	700-422 대구광역시 중구 동인동 2가 51번지
서부	506-813 광주광역시 광산구 우산동 1584-2번지
중부	302-859 대전광역시 서구 탄방동 659번지

독자의견 설문서

SK텔레콤은 이해관계자 여러분의 의견에 귀 기울입니다. 본 보고서에 대한 여러분의 소중한 의견은 향후 지속가능성 보고서의 개선에 큰 도움이 될 것입니다.

설문지를 작성하신 후 팩스나 우편으로 보내주시면 감사하겠습니다.

1. 귀하는 다음 중 어떤 그룹에 속하십니까?

- ☐ 고객 ☐ SK텔레콤 임직원 ☐ 주주 및 투자자
☐ 협력사 직원 ☐ 시민단체 ☐ 공무원
☐ 언론인 ☐ 학계 ☐ 일반기업체 임직원
☐ 기타 ()

2. 귀하의 주요 관심 분야는 무엇입니까? (복수 응답 가능)

- ☐ Vision & Strategy ☐ 고객 파트 ☐ 구성원 파트
☐ 주주 파트 ☐ 협력사 파트 ☐ 사회 파트 ☐ 환경 파트

3. 다음 각 항목 대해 귀하의 만족도를 표시해 주시기 바랍니다.

- 가. 사용한 용어가 명확하고 이해하기 쉽다 ◀ 불만족 1 2 3 4 5 만족 ▶
 나. 중요 이슈에 대해 충분하고 유익한 정보를 제공한다 ◀ 불만족 1 2 3 4 5 만족 ▶
 다. 서술한 내용에 신뢰가 간다 ◀ 불만족 1 2 3 4 5 만족 ▶
 라. 디자인이 보기 좋고 내용 이해에 도움이 된다 ◀ 불만족 1 2 3 4 5 만족 ▶

4. 본 보고서의 내용은 유용했습니까? 각 항목별 만족도를 표시해 주시기 바랍니다..

- 가. Vision & Strategy ◀ 불만족 1 2 3 4 5 만족 ▶
 나. 고객 파트 ◀ 불만족 1 2 3 4 5 만족 ▶
 다. 구성원 파트 ◀ 불만족 1 2 3 4 5 만족 ▶
 라. 주주 파트 ◀ 불만족 1 2 3 4 5 만족 ▶
 마. 협력사 파트 ◀ 불만족 1 2 3 4 5 만족 ▶
 바. 사회 파트 ◀ 불만족 1 2 3 4 5 만족 ▶
 사. 환경 파트 ◀ 불만족 1 2 3 4 5 만족 ▶

5. 본 보고서와 관련해서 보완해야 할 사항이나 제안하고자 하는 내용이 있으시면 자유롭게 작성해 주십시오.

설문에 응해 주셔서 감사합니다.

Published by S K 텔 레 콤

Designed by 삼 우 커 뮤 니 케 이 션



서울특별시 중구 을지로 2가 11번지

www.sktelecom.com



본 보고서는 친환경 재생 용지에 콩기름으로 인쇄되었습니다.