

조합원 입금계좌 및 CMS출금계좌 온라인신청 안내

대한설비건설공제조합에서는 조합원께 보다 나은 업무편의를 제공하기 위해 조합원의 보증수수료 환불 등에 사용하는 입금계좌 및 용자금이용 시 납부하는 용자이자 자동출금을 위한 CMS 출금계좌 등록에 대해 지점을 방문하여 신청하는 불편을 해소하고자 온라인지점에서도 신청이 가능하도록 인터넷서비스를 개선하였습니다.

▶ 온라인지점 계좌등록 방법

- 영업정보서비스 → 입금계좌/CMS출금계좌신청 → 입금계좌 혹은 CMS출금계좌 입력 후 저장
 - 정보 입력 후 거래지점(또는 영업소)에 통장사본 팩스 송부

대한설비건설공제조합 - [조합거래계좌등록]

보증업무 | 용자업무 | 영업정보서비스 | 약정업무 | 근제/영업비성업무 | 인터넷명령서유발금 | 연중세등록 | 조합원지원서비스 | 종료

대한설비건설공제조합 온라인영업지점

입금계좌 및 CMS출금계좌 신청

조합원: 00532 아를공영(주)

대표지/사업자번호: 김정태 | 11-281-38152

현재사용입금계좌: 현재 사용 중인 계좌가 없습니다.

현재사용CMS계좌: 기업 / 39507043601014 / 15일자 출금

송인대기내역	입금 CMS	거래은행	계좌번호	신청일자	신청허소

공통입력사항 입금거래계좌신청 CMS출금거래계좌신청

거래은행: [선택] | 계좌번호: [입력] | 예금주: [입력]

입금거래계좌선택시 입력사항: 은행지점명, GIRO번호

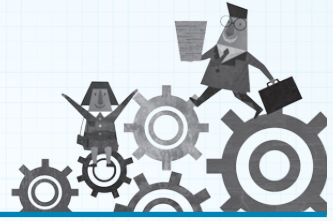
CMS출금계좌선택시 입력사항: 계좌의 사업자번호, 출금지정일자 (15일, 25일)

※ 다음 사항을 확인하시기 바랍니다.

- 거래 지점/영업소에 통장사본 1부를 제출하시기 바랍니다.
- CMS출금계좌는 법인통장만 온라인 신청이 가능합니다. 개인통장 신청은 지점/영업소에 방문하시기 바랍니다.
- 입금계좌, 사업자번호는 ~ 나 번만 숫자만 등록하시기 바랍니다.
- 입금거래계좌 신청 후 지점의 승인시점에 이전 계좌는 사용되지 않고 신규송인계좌가 정상 사용됩니다.
- CMS출금계좌 신청 후 지점의 승인시점에 이전 계좌는 사용되지 않고 신규송인계좌는 지점 승인 후 정상적인 계좌인 경우에 당일(휴일 제외) 기존 3일 후에 정상 사용됩니다.
- 지점에서 미승인시 계좌의 변동사항은 없습니다.
- 입금거래계좌 선택시 계좌입금의뢰서 작성용 CMS출금계좌 선택시 CMS출금미체신청서 작성을 대신합니다.
- 신청허소시에는 해당송인내역을 선택하시고 [삭제]버튼을 클릭하시고 저장하시고 계강하시면 됩니다.

※ 단, 개인통장(개인사업자)은 입금계좌의 온라인 신청은 가능하나, CMS출금계좌등록은 개인정보수집제한과 관련하여 온라인 신청이 불가하므로, 지점방문 또는 우편으로 접수 처리

조합에서는 향후에도 조합원사의 업무편의를 도모함은 물론 조합원 가치증진을 위해 지속적으로 제도개선에 노력할 것이며, 조합업무와 관련하여 궁금하신 사항은 거래지점으로 문의하시면 친절히 안내해드리겠습니다.



조합업무 안내(1)

영업배상책임공제 업무

가. 도입배경 및 근거

- 우리조합은 경쟁력확보 및 조합원에 대한 지원을 확대하기 위하여 조합원사가 공사중에 발생시킨 제3자의 인적·물적피해를 배상해주는 영업배상책임공제사업을 도입하게 되었습니다.
- 영업배상책임공제사업 도입근거
 - 건설산업기본법 제56조(공제조합의 사업) 제1항제5호
 - 조합 정관 제47조 제1항
 - 조합원에 고용된 자의 복지향상과 업무상 재해로 인한 손실을 보상

나. 정의

공사현장에서 피보험자의 작업수행 과정에서 소유, 사용 또는 관리하는 장비 등의 시설로 생긴 우연한 사고로 타인의 신체에 장애를 입히거나 재물을 손괴한 경우 입은 손해를 보상합니다.

다. 운영구조

우리조합은 조합원에게 상품안내와 영업배상보험증권을 발급하고, 손해 사정 및 보상처리는 협약사인 동부화재에서 수행합니다.

라. 조합원의 혜택

- 조합원의 금융비용이 절감됩니다.
 - 조합원사가 개별적으로 보험 가입할 때 보다 약 10% 상당의 보험료가 절감됩니다.
- 일원화된 조합 서비스(보증, 근재보험, 용자, 신용평가, 보증가능금액확인서) 제공으로 조합원의 편익을 제공합니다.

마. 가입대상

조합에 출자한 조합원이라면 누구나 가입할 수 있습니다.

바. 가입대상 범위

- 기계설비, 플랜트설치, 토목·건축공사 등 모든 공사

- 플랜트, 기계장치등의 조립
- 청소 용역 등

사. 보상범위

- 피공제자가 피해자에게 지급한 법률상 손해배상금
- 피공제자가 미리 보험회사의 동의를 받아 지급한 소송비용, 변호사 비용, 중재, 화해 또는 조정에 관한 비용

아. 공제계약

(1) 계약의 종류

- 공사장별 계약
 - 공제계약자가 피공제자의 특정한 사업장에 대해 공제에 가입하는 계약으로 공사계약, 구간계약, 개별계약이라고도 합니다.
- 연간포괄 계약
 - 공제계약자가 피공제자의 모든 사업장에 대해 포괄하여 공제에 가입하는 계약으로 기간계약이라고도 합니다.

구 분	공사장별 계약	연간포괄 계약
내 용	특정 공사 현장에 대한 공제계약	모든 공사 현장에 대한 공제계약
공제기간	공사기간	1년을 원칙으로 하되, 조합원사의 선택하에 반기별, 분기별 계약도 가능
제출서류	① 영업배상책임공제계약청약서(조합 소정 양식) ② 공사 (하)도급계약서 사본	① 영업배상책임공제계약청약서(조합 소정 양식) ② 공사(제조) 원가명세서

※ 공제기간은 청약일 이후에 개시됨을 원칙으로 함. 단, 공제기간 개시일을 소급하여 청약하는 때에는 무사고 확인원을 징구하고 공제기간의 개시일을 소급할 수 있음. 공제기간 경과 후 공제기간을 연장하는 경우에도 동일함.

(2) 공제가입 보상한도액

- 보상한도액
 - 대인배상 : 1인당 및 1사고당 1천만원부터 30억원까지
 - 대물배상 : 1사고당 2백만원부터 10억원까지
 - 대인대물 일괄배상 : 1사고당 1천만원부터 10억원까지
 - ※ 공제기간 중에는 사고 횟수와 관계없이 매 사고에 대하여 보상함
- 보상하는 손해배상금
 - 조합원이 피해자(제3자)에게 지급하여야 하는 법률상 손해배상금
 - 조합원이 보험사의 동의를 받아 지급한 소송비용, 변호사 비용

자. 공제료 구조

$$\text{공제료} = \text{도급금액} \times \text{기본요율} \times (\text{보상한도인상계수} - \text{자기부담금 할인계수})$$

(1) 도급금액

영업배상책임공제에 있어 공제로 산정의 기초가 되는 사업체의 연간 총도급금액(VAT제외) 또는 공사건별 도급금액(VAT포함) 등을 말합니다.

(2) 기본요율

영업배상책임공제증권 발급시 사업의 종류별로 판매하는 기본적인 요율로 우리조합은 협약사인 동부화재와 업무협정에 의해 시중보험사 보험요율의 약 90% 수준으로 책정하였습니다.

(3) 보상한도인상계수

1회의 사고발생으로 지급될 수 있는 1인당 · 1사고당 설정된 공제료의 한도액에 따라 적용되는 인상계수로 보상한도액에 따라 대인배상은 1에서부터 8.41까지, 대물배상은 1에서부터 5.12까지 적용됩니다.

○ 보상한도액 인상계수

－ 대인배상

(단위 : 백만원)

1인당 1사고당	10	20	30	50	75	100	150	200	300	400	500	750	1,000	1,500	2,000	3,000
10	1.00															
20	1.22	1.26														
30	1.35	1.39	1.45													
50	1.49	1.54	1.60	1.66												
75	1.57	1.61	1.68	1.74	1.80											
100	1.60	1.65	1.71	1.78	1.84	1.89										
150	1.70	1.75	1.82	1.89	1.96	2.01	2.04									
200	1.80	1.85	1.92	2.00	2.07	2.13	2.16	2.19								
300	1.98	2.03	2.12	2.21	2.29	2.37	2.39	2.44	2.50							
500	2.22	2.27	2.37	2.47	2.56	2.65	2.67	2.72	2.80	2.85	2.88					
750	2.43	2.54	2.61	2.72	2.80	2.90	2.92	2.97	3.04	3.09	3.14	3.60				
1,000	2.66	2.79	2.87	3.00	3.07	3.18	3.22	3.27	3.34	3.40	3.44	4.06	4.68			
1,500	3.05	3.20	3.29	3.44	3.52	3.65	3.69	3.75	3.83	3.90	3.94	4.66	5.37	5.63		
2,000	3.44	3.61	3.71	3.88	3.97	4.11	4.16	4.23	4.32	4.40	4.45	5.25	6.05	6.36	6.67	
3,000	4.15	4.33	4.45	4.66	4.76	4.94	5.00	5.08	5.18	5.28	5.34	6.30	7.26	7.63	8.01	8.41

－ 대물배상

(단위 : 백만원)

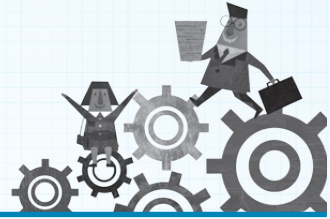
1사고당	인상계수	1사고당	인상계수
2	1.00	100	2.77
5	1.28	200	3.14
10	1.50	300	3.49
20	1.81	500	3.99
30	2.02	750	4.59
50	2.38	1,000	5.12

- 개별할인할증
 - 제휴보험사와의 별도 인수협약에 의거 적용공제(보험)요율의 10%를 할인합니다.
- 공제로 분할납입 특약요율

납입회수	할증계수	납입방법
2회납	1.02	할증계수를 적용한 공제료를 납입 회수 및 비율에 따라 분할납입
4회납	1.03	

차. 사업의 종류 예시표

위험의 구분		
댐, 방파제, 관개공사	신설공사 또는 개·보수 및 복구공사	
지하공사 및 굴착공사	지하철, 지하도, 지하 주차장의 신설공사 또는 개·보수 및 복구공사, 기타 굴착공사	
도로건설, 도로 등의 포장, 궤도 건설공사	궤도의 신설공사 또는 개·보수 및 복구공사	
철도 건설공사	신설공사 또는 개·보수 및 복구공사	
빌딩건설 공사	도급금액 10억원 이하	건설공사 또는 개·보수 및 복구공사(중·개축공사, 일반 가정집, 스포츠 시설, 관련 공사 포함)
	도급금액 100억원 이하	
	도급금액 100억원 초과	
교량 건설공사	신설공사 또는 개·보수 및 복구공사	
건축물 설비공사	전기, 전화, 급수, 소화, 온·냉방환기, 공작물의 도장 및 기타 건축물의 설비 및 개·보수공사	
이동 해체공사	공작물의 이동, 해체, 철거, 파괴공사 비계, 기중기의 설치·이동·해체공사	
플랜트, 기계장치 등의 조립 또는 부착공사	각종 기계장치의 조립, 부착공사 또는 식도(cable way) 신설공사	
철탑, 고가선 등의 고층 구조물 건설공사	철탑, 광고탑, 송전선등의 신설공사	
승강기 등의 공사	승강기, 에스컬레이터, 자동 보도의 설치·보수·점검 등의 공사	
가스 설비공사	가스판매업의 부대공사 포함	
광고판 설치공사	광고탑을 제외함	
상·하수도 공사	상수도 공사	
	하수도 공사	
파이프라인 공사	지상공사	
	지하공사	
원에 및 조경작업	원에작업	
	조경작업	
배달업	소화물 배달업 및 기타 서비스업	
목공		
탱크건설		
활주로공사		
비행기수리		
잠수부		
준설작업		
심부름센터		
청소작업	시설물 내외의 청소작업	
살충작업	소독 및 害虫驅除작업	
기타		



조합업무 안내(2)

인터넷 영업배상책임공제 신청

가. 신청화면

보증업무
 용자업무
 영업정보서비스
 약정업무
 근제/영업배상업무
 인터넷민원서류발급
 인증서등록
 조합원지원서비스
 종료

+ 신규 🔍 조회 ✕ 삭제 📄 저장 🖨 인쇄 ✕ 닫기

주소: _____ 전화번호: _____ - _____ - _____

>> 2.담보사항
 계약형태: _____ 공사의종류: _____ 도급금액: _____ 원
 사업장소재지(공사장소): _____ 🔍
 사업/공사명: _____
 공제기간: _____ ~ _____ 정산여부: _____
 갱신여부: _____ 납입방법: _____ 청약일: _____

>> 3.보상한도
 > 간편설계 1인당 1사고당 자기부담금 연간보상총액

대인	선택	_____	선택	_____	선택	_____	_____
대물	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
C.S.L(대인대물일괄보상)	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____

>> 4.특약사항
 발주자미필적특별약관 교차책임특별약관 대위권포기특별약관 ? 메일발송

>> 5.추가 기재사항

>> 6.공제료 사항 > 공제료산출 > 신청 > 분납 조회/확정
 출 공제료(배서포함) _____ 원 납입 공제료(배서포함) _____ 원 배서 공제료 _____ 원
 > 영업배상 약관

신청자: _____ 전화번호: _____ 핸드폰번호: _____ 선택 _____
 ※ 핸드폰번호입력시 영업배상 신청결과가 핸드폰으로 전송됩니다.

1. 상단 메뉴의 근제/영업배상업무 → 좌측 영업배상 →영업배상설계 →계약설계를 클릭
2. 우측 상단의 “신규” 버튼을 클릭하면 입력창이 활성화 됨
3. 피공제자 정보 옆의 “계약자와 동일” 버튼 클릭하고, “개인신용정보활용동의” 버튼 클릭



기계설비건설인의 친절봉사 실천을 위한 마음가짐 전화예절편

1. 전화응대의 기본예절

전화는 고객이나 상대방의 얼굴은 직접보지 못하고 대화하기 때문에 자칫하면 실수하기 쉽고 오해가 발생할 소지가 많지만 대외적으로는 “보이지 않는 창구”로서 중요한 일익을 담당하고 있다. 또한 고객과의 전화 한 통화가 우리조합의 이미지를 결정한다는 점에서 조금도 소홀함이 없도록 항상 유념해야 한다.

가. 전화예절 3요소

- 의사소통은 정확하게
- 용건은 간단히
- 태도는 친절하고 말씨는 정중하게

나. 전화예절의 마음가짐

○ 회사를 대표한다는 겸허한 마음으로 전화를 받는다.

다. 전화응대시의 기본요령

- 고객을 맞이하는 마음으로 항상 고객이 눈앞에 있다고 생각하면서 밝게 말한다.
- 발음은 정확히 하고 이해하기 쉬운 말로 한다.
- 고객은 항상 바쁜 사람이라는 것을 명심하고 되도록 용건은 간단·명료하게 한다.
- 상대방이 보이지 않고 상대방이 내가 누구인지 모른다고 해서 함부로 말하는 것은 삼가고 예의바르고 정중하게 말함으로써 조합이 미지의 향상을 도모한다.
- 전화 대화중에 다른 사람과 상의할 일이 있으면 양해를 구하고, 이쪽의 대화가 들리지 않도록 송화구를 막는다.
- 상대방의 소리가 작거나 잡음이 나서 잘 안 들릴 때가 있는데, 이럴 때에는 서슴지 말고 미안하다는 인사말과 함께 ‘전화가 잘 안 들립니다

만...’ 이라고 상대방에게 말하는 것이 좋다. 대화 내용을 잘 알아듣지 못하여 자꾸 재차 묻는 것보다는 실례가 되지 않는다.

- 내용을 잘 모를 때는 그 일에 대해 잘 알고 있는 사람을 바꾸어 준다. 아는 내용이라 할지라도 담당자가 아닌 한 함부로 말하지 않는다.

라. 전화별 불쾌유형 및 지적받는 업무전화 태도 순위

- 직장인이 가장 불쾌했던 전화업무유형은?
 - 1위 : 본인을 밝히지 않고 대뜸 용건부터 물을 때
 - 2위 : 전화 받는 사람마다 ‘담당부서를 모르겠다’며 계속 전화를 돌릴 때
 - 3위 : 불친절한 목소리나 말투
 - 4위 : 반말
 - 5위 : 말이 끝나지 않았는데 툭 끊을 때
 - 6위 : 연락 달라고 메모 남겼는데 연락 없을 때
 - 7위 : 용건을 조리 있게 전달하지 못할 때
 - 8위 : 오랫동안 전화를 받지 않을 때
 - 9위 : 기타
- 내가 지적받은 업무전화 태도는?
 - 1위 : 부재중인 사람의 전화를 당겨 받지 않았을 때
 - 2위 : 용건 전달이나 대답을 제대로 못했을 때
 - 3위 : 목소리 톤이나 말투
 - 4위 : 전화 메모를 전달하지 않았을 때
 - 5위 : 본인을 밝히지 않고 대뜸 용건부터 물어볼 때
 - 6위 : 말이 끝나지 않았는데 툭 끊을 때
 - 7위 : 기타

마. 전화매너 제로

- 전화응대 태도가 불손한 경우
예) 거참! 모르겠는데 왜 그래요
- 전화건 사람의 용건을 무시한 경우
예) 그간 일로 전화를 한 거야

- 고객 앞에서 개인적인 일로 전화를 길게 한 경우
- 용건이 끝나자마자 전화를 탁 끊어버리는 경우
- 성의 없는 응대를 한 경우
예) 글썄요, 다른 부서에 문의하시지요
- 턱과 어깨에 수화기를 걸치고 통화하는 경우
- 윗사람에게 전화를 걸 때 본인이 직접 하지 않고 시키는 경우

2. 전화관련 유형별 세부요령

가. 전화걸기 요령

- 상대방이 받으면 자신을 밝힌 후 상대방을 확인한다.
예) 안녕하세요. 대한설비건설공제조합 ○○지점 ○○○입니다.
 실례합니다만 ○○○씨 맞습니까?
- 간단한 인사말을 한 후, 용건에 대한 내용은 육하원칙에 따라 정리해 쉽고 간결한 업무를 하도록 한다.
- 중요내용을 확인하고 메모한다.
- 용건이 끝난 후 마무리 인사를 한다.
- 키폰의 종료 버튼을 이용해 통화를 끊는다.(업무전화는 건 쪽에서 먼저 끊는 것이 예의이다.)

나. 전화 받는 요령

- 밝은 목소리가 나올 수 있도록 수화기를 들기 전 심호흡하듯 자세를 바르게 잡는다.
- 전화는 조합의 목소리. 전화벨이 두 번째 울릴 때 수화기를 든다.(전화벨이 3번 이상 울려 늦게 받았다면, '늦게 받아 죄송합니다.'라는 말로 통화를 시작한다.)
- 먼저 소속과 성명을 밝힌다.
예) 정성을 다하겠습니다. 대한설비건설공제조합 ○○지점 ○○○입니다.
- 상대방을 확인 후 인사한다.
- 당겨 받기를 했을 경우 대신 받아도 되는지 파악하고, 간단한 내용과 함께 메모하여 담

당자에게 전달한다.


- 연결해드려야 하는 사람이 통화 중일 경우, 빠르게 상황파악 후 기다려 달라는 양해를 구하거나 메모를 남긴다.
- 연결해드려야 하는 사람이 부재중일 경우, 메모를 남기거나 상대방에게 전화가능한 시간대를 알려 주도록 하며, 알려준 시간보다 부재자가 늦을 경우 이 사실을 전화로 알려 주는 것이 예의다.
- 왼손에는 수화기를 오른손에는 메모지와 볼펜을 준비하고 경청한다.
- 용건이 끝났음을 확인한 후 통화내용을 요약, 복창한다.
- 마무리 인사 후 상대방이 수화기를 내려놓은 다음 조용히 수화기를 내려놓는다.

※사례별 대처방법

① 항의전화를 받았을 때

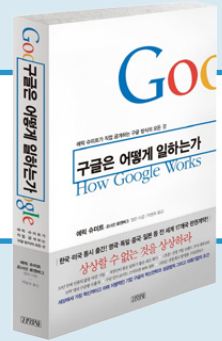
- 항의 전화를 받았을 때 가장 중요한 것은 침착함이다. 상대방이 거친 말로 화를 내도 당황하거나 흥분하지 말고 끝까지 차분하게 상대방의 이야기를 듣는 것이 해결의 실마리가 된다.
- 항의의 내용에 대해서는 그 자리에서 독단적으로 판단해 처리하기보다 상황을 정확히 듣고 상사나 동료와 상의를 한 다음에 통보해주는 것이 좋다. 독단으로 처리할 경우 또 다른 실수를 낳기 쉽기 때문이다.

② 전화연결 시

- 전화 받는 사람을 확인한다.
예) ○○○차장 말씀이신가요. 잠시만 기다려 주십시오.
- 전화를 연결할 경우에는 송화구를 막은 다음 전화 받을 사람에게 연결한다.
예) ○○○차장님 ○○회사 ○○○입니다
- 전화 받을 사람이 즉시 받을 수 없을 때에는 중간상황을 수시로 알려준다.
예) ○○○차장이 지금 통화중입니다. 

구글은 어떻게 일하는가?

(에릭 슈미트, 김영사)




‘구글은 어떻게 일하는가’, 우리가 아는 글로벌 기업으로 그 사내문화를 엿보기엔 이 책만큼 정확할 수는 없다고 생각하여 펼쳐 본 책이다. 이는 구글에서 근무했던 직원으로서의 글쓰기가 직접 몸소 체험하고, 느낀 부분이 솔직하게 글 속에 투영되어 있으리라는 믿음 때문이었다. 글쓰기가 책을 통해 전달하고자 했던 의미 있는 내용들은 살펴보면,

우선 구글은 기업에서 혼란은 당연히 될 뿐만 아니라, 더 나아가 미덕으로 보고 있다는 점이다. 우리가 당연히 생각하는 질서정연한 모습이 아니라 직원간의 원활한 상호작용을 위하여 다소 혼란스러운 환경을 지향하고 있다. 특히 우리에게 익숙한 의사결정권자의 명령에 의하는 하향식 의사결정에 의한 기업경영이 아니라 아이디어의 질적 수준을 중요시하는 실력주의가 인정되고 있는 대표적인 기업이 바로 구글이라는 점이다. 이러한 구글의 혁신적이고 미래 지향적인 기업문화의 가치는 오늘날 수많은 기업을 제치고 일류기업으로 거듭난 원동력이 되었으리라 짐작된다. 또한 이러한 가치로 인하여 항상 입사하고 싶은 기업 상위에 오르면서, 유능한 인재의 유입으로 인한 기업의 지속적인 가치 창출이 되고 있다는 점에서 기업 발전이 지속될 거라는 믿음이 확고해졌다.

둘째로 구글에서는 직원에 대한 엄격한 통제보다는 자율성을 보장함으로써 직원 가치의 극대화를 불러오고, 그 결과 창의성을 기반으로 한 믿기 어려운 정도의 성장 기반을 이룩하였음을 알게 되었다. 특히나 IT업계의 기업으로 갖추어야 할 창의적 사고는 그 의미가 다른 어느 직군보다 중요하다. 기업의 성장원동력으로서의 창의성은 그 어떤 요소보다 중요하다고 보는데, 이는 급변하고, 다변화되는 오늘날 사고의 중심을 생산자가 아닌 소비

자 중심으로 변모해 가는 과정에서 보다 큰 장점으로 작용하여 소비자의 요구사항을 적극 반영함으로써 동종업계에서 늘 선두기업으로서의 역할을 수행하고 있는 토대가 되었으리라 짐작된다.

셋째로 구글은 현실에 안주하는 직원보다는 자기능력 개발을 지향하는 업체임을 알 수 있다. 그러면서도 미시적인 안목으로 계획을 추구하기보다는 거시적인 안목으로 보다 장기적인 관점에서 계획을 수립·실행하는 과정에서 성공을 추구하되, 실패에서도 그 실패의 결과에만 집착하기 보단 그 실패가 성공의 밑거름이 될 수 있도록 값진 교훈을 얻기 위한 자구의 노력이 필요함을 역설하고 있다. 그리하여 실패라는 결과에 집착하기보다는 실패를 통한 성공의 열쇠를 찾아가는 것에 의미를 부여하고 있다는 점 역시 기업의 가치 증대라는 긍정적인 결과를 야기하였음을 알 수 있다.

결론적으로 구글에서의 핵심은 ‘인재’라고 볼 수 있다. 이러한 인재의 창의성과 전문성을 향상시켜야만 지속적인 기업 성장이 이루어질 수 있다는 점이다. 오늘날 강조되고 있는 ‘인재경영’의 실천사례가 바로 구글이라고 볼 수 있다. 다만 기업에서 인재의 중요성은 비단 오늘날에서만 강조된 부분은 아니기에 이러한 직원 개개인의 창의성과 전문성의 인정여부에 따라 그 결과가 달라지는 것이다. 결국 창의성과 전문성이 생각에 국한되지 않고, 기업경영에 적극 반영할 때 비로소 구글과 같은 일류 기업으로 거듭날 수 있기 때문이다. 그리고 이러한 창의성과 전문성을 높이기 위하여 그에 걸맞은 ‘개별화된, 전문화된, 고급화된’ 교육실시여부가 향후 기업의 운명을 결정할거라는 점이 오늘의 우리에게 시사하는 바가 가장 크다고 할 것이다. 

(리스크관리실 김준섭)