

포스트 코로나 시대 ... 젊어지는 한전 지역사회와 동반

'CEO콘'

김종갑 한전 대표가 등장한 사내 메신저



한국전력공사

코로나19 세계적 대유행으로 전 세계 산업지형도가 바뀌었다.

미국 뉴욕증권거래소에 상장된 글로벌 에너지기업 한국전력(대표이사 사장 김종갑)은 코로나19 이후 '포스트 코로나' 시대에 발 맞추기 위한 기업문화 조성해 왔다. 한전 노사는 함께 '기업문화개선 10대 과제'를 정해 실천하고 있으며, 최악의 시기를 맞은 지역경제를 활성화하기 위해 다양한 시책을 펼치고 있다.

◇이모티콘 된 CEO-젊어지는 기업 문화-지난 4월 한전이 전 직원을 대상으로 발인 '사내 메신저 이모티콘' 공모전에서 는 단연 김종갑 한전 사장이 등장한 'CEO 콘'이 화제의 중심이 됐다.

공모전은 사내 소통수단으로 가장 빈번하게 활용되는 메신저에 접근함을 더해 소통을 활성화하기 위해 마련됐다.

12가지 종류로 만들어진 이른바 CEO콘은 실제 사내 메신저에 도입되면서 활발히 이용되고 있다.

한전에 따르면 전 직원의 5명 중 2명(40%)은 1990년-2000년대 태어난 '밀레니얼 세대'이다. 최근 5년 간 신입사원 채용이 대폭 증가했기 때문이다.

120년 넘는 역사를 지닌 공기업 한전은 구성원 세대구성이 변화하면서 수평적인 기업문화를 정착시키기 위한 노력을 지속하고 있다.

김종갑 사장은 지난 2018년 취임하면서 권위주의의 타파, 과잉의전 근절을 내걸었다. 불필요한 일은 과감하게 버리고 에너지 전환, 디지털 전환을 선도할 수 있도록 한전이 변화해야 한다는 게 그의 주장의 골자다.

김 사장의 주요 행보 중 하나는 노사협력처 안에 기업문화부를 신설한 것이다.

한전 노사는 함께 기업문화개선 10대 과제를 선정하고 세부 실천방안을 추진하고 있다.

10대 과제는 ▲감사와 긍정의 생활화 ▲건강한 회의문화 정착 ▲존중과 배려의 언어예절 ▲과잉의전 없는 회사 만들기 ▲갑질 및 직장 내 괴롭힘 근절 ▲부서·직군간 협업 및 소통 활성화 ▲합리적인 회의문화 조성 ▲근무윤리 준수 및 정시퇴근 ▲명확하고 합리적인 업무배분 ▲학습하는 조직으로 직무역량 높이기 등이다.

한전이 2직급 이상 관리자 1400명을 대상으로 설문조사를 벌인 결과, 절반 가까이(43%)는 '배려하는 리더'가 되고 싶다고 답했다.

'달고싶은 리더'(29%)와 '행동하는 리더'(28%)를 희망한다는 답변도 잇따랐다. 한전은 '리더가 이끄는 기업문화 변화 캠페인'을 시행하며 관리자들에 과제를

기업문화개선 10대 과제 실천

에너지 전환·디지털 전환 선도

'KEPCO 땀구 123' 캠페인

14개 사업소 1612명 동참

코로나·장마·태풍 피해

위기 극복 사회공헌활동 펼쳐

마스크 나눔·헌혈 운동도

주고 이를 자율적으로 실천하도록 하고 있다.

세대 간 화합을 높이려는 노조 측 노력도 돋보인다.

전국전력노동조합은 지난 2018년부터 '조직문화 융합 워크숍'을 진행하고 있다.

2박 3일 동안 토론 중심으로 펼쳐지는 행사로, 지난해에만 직원 1480명이 참여했다. 참여자 92.5%는 이 프로그램이 조직문화 개선에 도움이 된다고 말했다.

이외 법정 근로시간 외에는 사내 컴퓨터 사용을 제한하는 등 일과 일상이 조화를 이루는 '워라벨' 조직문화 조성에 힘쓰고 있다.

대표적인 기업문화 개선 캠페인으로는 'KEPCO 땀구 123'이 있다. 하루 1번 선행, 한 달에 책 1권 읽고 1권 권하기, 하루에 3번 감사하자는 뜻으로, 지난해 14개 사업소 1612명이 동참했다.

한전 기업문화부 관계자는 "한전은 구성원들의 다양한 문화를 존중하고 구성원 개인의 가치를 중요시하며 사회적 가치를 실천할 것"이라며 "한전의 변화된 모습을 통해 에너지 전환과 디지털 전환을 대비하는 전력산업의 밝은 미래를 제시하겠다"고 말했다.

◇지역 구매·소상공인 지원·사회책임경영=반 년 넘게 이어진 코로나19 사태와 긴장마, 태풍 등 악재가 이어지면서 지역경제가 큰 타격을 입었다.

나주 빛가람혁신도시의 터줏대감 역할을 맡고 있는 한전은 위기 극복을 위한 사회공헌활동을 펼쳐왔다.

한전은 코로나19 확산에 따른 위기극복 지원을 위해 전력그룹사와 공동으로 성금 32억원을 기탁했다. 성금은 사회복지공동모금회를 통해 최대 피해지역인 대구·경북 지역에 50%를 우선 배정하고 나머지는 전국 취약계층에 전달됐다.

전통시장 활성화를 위해서는 전국상인연합회와 협력해 전국 1694개 시장과 인근 상점가에 2억7000만원 상당 손소독제 10만개를 제공했다.

한전은 공적 마스크 수급 안정을 위해



6개 권역 총 166명으로 구성된 'KEPCO 119 재난구조단'과 '한전 사회봉사단'은 지난 달 집중호우 피해 복구에 나섰다. <한전 제공>



한전 직원 1543명은 지난 5~6월 '사랑나눔 헌혈 캠페인'에 동참하며 혈액 수급난 해소에 힘을 보탤다. <한전 제공>

'착한 마스크 나눔 캠페인'도 진행했다. 한전 직원들은 자발적 기부로 '러브펀드'를 조성해 사회적 경제조직 및 봉사단체에 재료를 후원하며 면마스크 10만세트를 취약계층에 전달했다. 또 코로나19로 판로가 막힌 농가로부터 약 1억6000만원 상당 곡류, 과일, 채소 등을 구매해 노인, 아동, 장애인 복지기관 등에 전하기도 했다.

지난 5-6월에는 혈액 수급난 해소를 위해 직원 1543명이 '사랑나눔 헌혈 캠페인'에 동참했다.

한전 본사와 전국 사업소는 ▲구내식당 지정 휴무제를 통한 회사 인근의 지역식당 이용하기 ▲지역사랑상품권 등으로 지역

농산물 구매하기 ▲한전 전국 사업소의 관내지역 자매마을 돕기 ▲지역문화 탐방 ▲지역축제와 전통시장 행사 적극 참여 등으로 지역경제 힘을 보태고 있다.

코로나19 성금에 이어 한전과 전력그룹사는 집중호우에 따른 피해복구를 위한 성금 10억원을 기탁했다. 전국 310개 사업소, 2만3000명의 전 직원으로 구성된 공기업 최대 규모의 봉사단 '한전 사회봉사단'은 재난 구호장비를 활용해 긴급 수해복구에 나서기도 했다.

한전의 '햇살행복 발전설비 지원'은 대표적인 사회적 경제 활성화 사업의 하나이다. 한전은 전국 농어촌의 협동조합, 자활

기업, 사회적기업 등에 태양광 발전소를 무상으로 지어주고, 여기서 나온 전력판매 수익금을 일자리 창출과 지역공동체 복지 향상에 사용하고 있다.

지난 2016년부터 시행한 지원사업을 통해 현재 전국 각지에 설치된 79개 발전소의 설비용량은 2895kW 규모로, 이를 통해 현재 누적 약 11억원의 전력판매수익을 올렸다.

올해 1월부터 11월까지 태양광 발전소 15호와 태양광 패널 30호를 추가로 준공해 지속적으로 사회 경제 활성화와 농어촌 발전에 기여할 방침이다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

귀할수록 전문 브랜드 비타민하우스

45 북위 45도 이상
흑한에서

15 15년을 자란
차가버섯을 엄선

12 12배 고농축으로
영양을 꽉 채운

시베리안 차가버섯



Vitamin House
구입문의 1588-8529

비타민하우스 전속모델 서경석