

성과감사

변화관리 성과감사 결과 보고서

(공사 사명변경에 따른 추진계획 실태점검)

2015. 3.

 감 사 실
대한지적공사

목 차

I. 성과감사 개요	1
II. 성과감사 대상현황	2
III. 성과감사 결과	3
IV. 성과감사 종합의견	6
V. 성과감사 처분	7
[붙임] 개선(권고)요구서 1부	

I 성과감사 개요

□ 감사 배경

- 공사 사명변경에 따라 공사 각 부서에서 추진하고 있는 사업추진 공정(시기)의 적정성 및 관련 인프라의 환경 진단을 통하여 내·외부의 환경변화에 적기에 대응하며 발생위험을 최소화할 수 있는 내부통제체계를 완성하기 위하여 변화관리 실태진단 성과감사 실시하였음.

□ 감사 목적

- 공사에서 준비하는 사업의 추진 공정(시기) 및 관련 Infra에 잠재된 위험을 식별하여 개선안을 제시함으로써 사명변경에 따른 위험요소를 사전에 제거
- 금번 감사는 경영환경 개선을 목표로 성과감사를 진행 특히, 홍보 관련 공사의 추진체계 및 사후관리에 초점을 맞춰 진행
 - 사업추진(점검)을 위한 관리 체계 및 추진 인프라의 적정성 점검
 - 과제에 따른 추진시기 및 예산확보의 적정성 점검
 - 본부 및 지사에 대한 공유 및 피드백 활동의 적정성 점검
 - 내부구성원 및 국민 홍보를 위한 추진계획 점검(해외사업 포함)

□ 감사 범위

- 금번 감사의 범위는 본사 각 부서를 대상으로 사명변경에 따라 수립된 사전과제의 적정성과 추진사항을 감사하였음.

□ 감사방법 및 절차

- 사명변경 사전과제를 부서별로 예산수립여부와 추진시기를 분류하고 각 항목별 진단을 수행하여 사명변경 사전과제가 차질 없이 진행되도록 개선(안)을 마련하는데 중점을 두었음.

□ 감사기간 및 인원

- 2015. 3. 23. 부터 같은 해 3. 27. 까지 5일간 2명의 감사인력(연 인원 10명)을 투입하여 실지감사를 수행하였음.

II 성과감사 대상현황

□ 성과감사 점검영역

- 사명변경 사전과제에 대한 적정성 및 추진율을 검토하여 성과감사 대상을 선정하였으며, 그 현황은 다음과 같음.

구분	점검영역(사전과제)	비고
전사과제	사명선포식 등 8개 과제	
△△처	홈페이지 개편 등 15개 과제	
△△△△△△처	CEO 경영성과협약 재체결	
△△△△실	측량관련 서식 변경 등 5개 과제	
△△△△△△실	지적재조사 리플릿 제작	
△△△△처	리플릿 제작 등 2개 과제	
△△△△△△실	도로명주소 안내의 집 현판 교체 등 5개 과제	
△△△△처	정보시스템 운영명칭 변경 등 2개 과제	
△△△△△처	개인메일 서명변경 등 9개 과제	
△△△△실	업무용 봉투 제작 등 17개 과제	

△△부	인사위원회 위원장 직인 변경 등 5개 과제	
△△처	사업자등록증 변경 등 6개 과제	
△△△△부	퇴직연금 변경 등 4개 과제	
△△△△△△원	인증 인증기관 명의 변경 2개 과제	
△△△△△△원	지적지 명칭변경 등 3개 과제	
합 계	85개 과제	

Ⅲ 성과감사 결과

1. 사명변경에 따른 사후관리(홍보전략 중심)

□ 감사초점

- 공사 사명변경에 따라 대내외에 공사의 의지를 홍보할 수 있는 다양한 홍보프로그램을 개발하고 전사적으로 국민과 내부구성원들이 참여해 공사의 사명변경을 축하해 주는 축제의 장이 마련될 수 있도록 전략이 수립되어야 한다.
- 이를 위해 △△처의 중장기 홍보전략을 점검하고 기존 홍보물의 설치현황을 점검하는 것으로 설정하였음.

□ 판단기준

- △△처에서 수립한 사전과제에 외부용역에 의해 도출된 사전 홍보과제가 반영되었는지 여부를 점검하였다.
- 이를 판단하기 위하여 다음 2가지 기준을 설정하였음.

- ① △△처의 사명변경 사전과제에 중장기 전략이 반영되어야 한다.
(미반영 시 내부회의를 통해서 결정되었는지 여부 확인)
- ② 기존 설치 또는 배포되어 있는 홍보물의 현황은 파악되어 있으며, 사명변경 시점에 개선 또는 철거 계획이 준비되어야 한다.

□ 점검결과

가. 사명변경에 따른 홍보사전과제 선정의 적정성

- 공사 사명변경에 따른 다양한 사전과제 중 가장 중요한 과제는 사명변경을 국민들에게 충분히 알림으로써 기존 공사 공신력 및 신뢰성이 한국국토정보공사로 자연스럽게 연계되고 새로운 공사의 모습이 국민들에게 좀 더 다양한 공적서비스를 제공하기 위한 노력의 일환이라는 것을 알리는데 있다.
- 이에 따라 △△처에서는 사명변경에 따른 국민과의 커뮤니케이션과 주요 사업에 대한 전략적 홍보를 통해 공사의 설립목적의 부합성과 공공이익 기여도 등을 전사적으로 홍보하고자 사전 홍보과제를 선정해 추진하고 있다.
- 그리고 이를 위해서 △△처에서는 사명변경·본사사옥이전에 따른 홍보환경 변화에 원활히 대처하고자 「홍보 중장기 전략수립 용역」을 실시하였으며, <표 1> 과 같이 LX 사명선포 당해 홍보 프로그램을 개발하였다. (「홍보 중장기 전략수립 영구용역」 △△처-3169(2014.12.1.))

<표 1. LX 사명선포 당해 홍보 프로그램 현황>

구 분	실행 프로그램	적요
COMMUNICATION3.0	<ol style="list-style-type: none"> 1. 국토정보대장정 공모전 2. 사명선포식 생중계 3. 취약계층 선포식 초대 4. 사이클 교육 5. 랜디를 찾아라 6. 개국방송 이벤트 7. 시민들과 함께하는 국토정보 	
CONSUMER3.0	<ol style="list-style-type: none"> 1. LX홍보관, 국토인터넷방송국 2. 네이버 / 다음 웹툰 3. 옥외광고(버스 지하철) 4. PPL(뉴스) 	<p>사전준비 계획반영</p> <p>사전준비 계획반영</p> <p>사전준비 계획반영</p>
CLEVER3.0	<ol style="list-style-type: none"> 1. 사명선포식 나무심기 2. 지역본부 사진메시지 보내기 3. 사명선포 전야제 4. 신입사원의 타임캡슐 5. 책자배포 6. 직원미담사례 소개 	사전준비 계획반영

- 물론 사명변경을 홍보하고자 개발된 프로그램을 공사 사명변경 사전준비 과제에 반영할지 여부의 결정은 운영부서에서 최종 의사결정권자와 협의하여 추진하는 것은 타당하나 외부용역비를 지급하면서 개발된 프로그램이 있다면 당연히 기존 사전과제와의 연계 등을 통해 효과가 극대화 될 수 있도록 검토할 필요가 있다.
- 그리고 사전 홍보과제로 기획보도 및 CEO 인터뷰를 당초 2014. 11월부터 2015. 3월까지 총30회(월 5회 실시) 실시하는 것으로 계획을 수립하였으나 실질적인 보도는 2014. 11월부터 2015. 3월(감사일 현재)까지 단 9회만을 실시하는 등 당초 목

표에 30%만을 실시하였으며, 이후 2015. 3월경 사전준비회의에서 보도횟수를 조정하였다.

- 결과적으로 홍보과제에 대한 실행력 부족 그리고 추진하고 있는 홍보전략에 대한 정기적인 평가 없이 단순히 홍보과제만을 변경해 사업을 추진하고 있는 것으로 판단된다.
- 따라서 홍보전략의 체계적 수립과 이행력 확보를 위한 내부평가(모니터링) 체계의 개선이 필요하며, 사명변경을 통해 제2창사를 준비하는 공사의 경영환경 전략을 반영해 특화된 홍보전략 과제를 (재)선정하는 것이 타당하다.

△△처에서 수립한 사전홍보과제에 대해서는 「홍보 중장기 전략수립 용역」에 마련되어 있는 다양한 사전준비과제를 반영해 재수립하는 것이 타당함.

IV 성과감사 종합의견

- 금번 변화관리 성과감사는 공사의 사명변경이 국민 서비스 환경변화에 적기에 대응하고 경영목표 달성을 극대화 할 수 있도록 사전과제를 선정하였는지 여부와 누락 없이 과제들이 선정(검토)되었는지 여부 등에 초점을 맞춰 진행하였으며, 사전과제 전반에 걸쳐 점검한 결과 미흡한 점이 발견되었음.
- 이에 사전과제 진행상황과 사전홍보전략 개선의 타당성을 검토하였으며 성과감사를 통해 잠재된 문제점을 식별하고, 개선안을 제시함으로써 경영환경 향상을 목표로 성과감사를 진행하였음.

특히 홍보를 통해 국민들에게 사명변경을 홍보하고 프로그램에 초점을 맞춰 총괄적으로 점검하였음.

- 그 결과 다음과 같이 문제점 및 보완이 필요한 사례를 발견하였음.

[성과감사 지적사항 요약표]

주요 점검 과제	주요 발견 사항
사명변경에 따른 홍보사전과제 선정의 적정성	△△처에서 수립한 사전홍보과제에 「홍보 중장기 전략」에 수립된 사전과제를 미포함하고 있어 「홍보 중장기 전략수립 용역」을 통해 마련되어 있는 다양한 사전준비과제를 반영해 재수립하도록 권고

V 성과감사 처분

감 사 권 고

제 목 공사 사명변경에 따른 홍보전략 강화 권고
 관 계 기 관 본사 ○○처
 내 용

공사에서는 사명변경에 따른 국민과의 커뮤니케이션과 주요 사업에 대한 전략적 홍보를 통해 공사 설립목적의 부합성과 공공이익 기여도 등을 전사적으로 홍보하고자 사전 홍보과제를 선정해 추진하고 있다.

이를 위해서 ○○처에서는 사명변경·본사사옥이전에 따른 홍보환경 변화에 원활히 대처하고자 「중장기 홍보전략 수립 용역」을 실시하였으며, <표 1> 과 같이 LX 사명선포 홍보 프로그램을 개발하였다.

※ 「중장기 홍보전략 수립 용역」 ○○처-3169(2014.12.1.)

< 표 1. LX 사명선포 홍보 프로그램 >

구 분	실행 프로그램	적요
COMMUNICATION 3.0	1. 국토정보대장정 공모전 2. 사명선포식 생중계 3. 취약계층 선포식 초대 4. 사이클 교육 5. 랜디를 찾아라 6. 개국방송 이벤트 7. 시민들과 함께하는 국토정보	
CONSUMER 3.0	1. LX홍보관, 국토인터넷방송국 2. 네이버 / 다음 웹툰 3. 옥외광고(버스 지하철) 4. PPL(뉴스)	사전준비 계획반영 사전준비 계획반영 사전준비 계획반영

CLEVER 3.0	<ol style="list-style-type: none"> 1. 사명선포식 나무심기 2. 지역본부 사진메시지 보내기 3. 사명선포 전야제 4. 신입사원의 타임캡슐 5. 책자배포 6. 직원미담사례 소개 	사전준비 계획반영
------------	---	-----------

물론 사명변경을 홍보하고자 개발된 프로그램을 공사 사명변경 사전준비 과제에 반영할지 여부의 결정은 운영부서에서 최종 의사결정권자와 협의하여 추진하는 것은 타당하나 외부용역비를 지급하면서 개발된 프로그램이 있다면 당연히 기존 사전과제와의 연계 등을 통해 효과가 극대화될 수 있도록 검토할 필요가 있다.

그리고 사전 홍보과제로 기획보도 및 CEO 인터뷰를 당초 2014. 11월부터 2015. 3월까지 총30회(월 5회 실시) 실시하는 것으로 계획을 수립하였으나 실질적인 보도는 2014. 11월부터 2015. 3월(감사일 현재)까지 단 9회만을 실시하는 등 당초 목표의 30%만을 실시하였으며, 이후 2015. 3월경 사전준비회의에서 보도횟수를 조정하였다.

결과적으로 홍보과제에 대한 실행력 부족 그리고 홍보전략에 대한 정기적인 평가 없이 단순히 홍보과제만을 변경해 사업을 추진하고 있는 것으로 판단된다.

따라서 홍보전략의 체계적 수립과 이행력 확보를 위한 내부평가(모니터링) 체계 개선이 필요하며, 사명변경을 통해 제2창사를 준비하는 공사의 경영환경을 반영해 특화된 홍보전략 과제를 (재)선정하는 것이 타당하다.

조치할 사항

○○○장은 공사 사명변경에 따른 사전홍보전략(과제)을 ○○처에서 실시한 「중장기 홍보전략 수립 용역」을 반영해 (재)수립할 것을 권고합니다.