

HUMANITY

- 동행
- 상생

相生

—

조화의 에너지로 정상의 글로벌
에너지 기업으로 도약하고 있습니다.

현대오일뱅크는 10년 가까이 외국계인 아부다비 국영석유투자회사(IPIC) 계열로 있다가 2010년 8월, 다시 현대중공업 가족이 된 역사를 가지고 있다. 현대중공업 편입 후에는 개개인의 역량 향상을 위한 직원 교육은 물론 스킨십 제고, 노사 간의 신뢰 구축을 위해 많은 노력을 기울였다. 미래지향적인 상생발전, 동반성장을 위한 노력은 글로벌 에너지 기업으로 성장하는 데 큰 밑거름이 되고 있다.

협력적 노사관계

2012년 덕수궁에서 소통과 화합의 뜻깊은 시간을 가진 노사의 모습



노동조합 창립 25년 만에 처음으로 임금협상을 사측에 위임했고, 권오갑 사장은 이에 대한 화답으로 진돗개 두 마리 '신뢰'와 '희망'이를 선물했다.

“직원들과 늘 대화하며 국민의 신뢰와 존경을 받을 수 있는 회사로 성장시켜 나갈 것을 약속하겠습니다. 무럭무럭 자라는 진돗개 한 쌍처럼 노사관계도 건강하게 발전시켜 나갑시다.”

권오갑 사장

“임금위임과 무파업을 결정하기까지 쉽지는 않았지만 현대중공업 가족으로 새출발하는 회사를 위해 노조가 뜻을 모았습니다.”

김태경 노조위원장

2011년 1월, 임금위임 및 무파업 선언식에서



경쟁력 확보에
힘쓰는 勞

소통 강화에
주력하는 使



노조측은 노동조합을 진정한 파트너로 생각하는
회사측의 진정성에 최고의 회사를 함께 만들어 나가자는
다짐으로 화답했다. 그리고 그룹 계열사 노동조합과
자영주유소 대표들을 직접 만나 그 뜻을 함께 했다.

경영진은 매주 공장을 찾아 직원들을 격려하고 등산,
단합대회 등 소통의 장을 자주 마련하며 화합에 힘써 왔다.
노조측과 함께 회사의 경쟁력을 높이기 위한 방안을
고민하고 서로 간의 신뢰를 쌓고 있다.





임직원 소통과 공감

“현대는 나와 알려지지 않은 수많은 기능공들
그리고 모든 임직원이 함께 이룬 회사이며,
함께 만들었으니 우리는 다 같은 동지들이다.”

정주영 명예회장님 말씀 중에서



50주년을 맞아 산행에 참가한 임직원들의 모습

한마음 체육대회로 하나로 단합하다

해마다 전 임직원이 한자리에 모여 체육대회를 통해 화합을 다지고 있다.



家長의 마음으로 조직문화를 이끈다

◀ 사장 전용 차량인 에쿠스를 임직원 경조사용으로 사용하도록 반납했다.
▼ 임직원 배우자 및 자녀, 부모님 등 가족 초청 행사를 개최해 가족의 정을 나누고자 노력해 왔다.



미래를 이끌 글로벌 역량을 강화하다



▲ 우수 인재를 선발해 해외 시장을 직접 체험할 수 있는 기회를 제공하는 글로벌 리더 프로그램을 운영하고 있다.



▲ ‘어떤 직원이라도 해외에 파견되었을 때 어려움이 없도록 한다’는 목표로 매주 2회 이상 영어, 중국어 등 원어민 수업을 진행하고 있다.



현대오일뱅크의 해외 진출 현황을 체험하고
글로벌 감각 고취를 위해 해마다 신입사원
자주연수프로그램을 실시하고 있다.

동반성장 파트너십

협력업체도
우리의 소중한 가족입니다

협력업체 전용 공간, 한마음관 전경



협력업체 직원들이 쾌적한 환경에서 편안하게 근무할 수 있도록 마련된 식당과 샤워시설, 라커룸 모습

“ 협력업체 직원들도 우리 회사를 위해 일하는 동반자이자 소중한 가족인데 낯은 컨테이너에서 지내는 모습이 안타까웠습니다. 최소한 우리의 아이들이 아빠 회사에 놀러 왔을 때 부끄럽지 않고, 자랑스러울 수 있도록 각종 지원을 아끼지 않을 것입니다. ”

2012년 4월, 한마음관 준공식, 권오갑 대표이사 사장 축하 중에서

주유소
사장단과
소통하다



▲ 전국 우수 주유소 사장단을 초청, 해외 사은행사를 통해 스킨십을 강화하고 있다.



▲ 전국 우수 주유소 사장단과 함께 송년행사를 개최, 한 해 동안의 협력에 감사하며 소통하고 있다.



▲ 주유소 경영인 배우자를 위해 개최하는 '퀸즈파티', 매년 새로운 컨셉으로 참석자들의 호응을 얻고 있다.



▲ 최우수 주유소 경영인 부부 대상 힐링 캠프인 '힐라비'에 참가한 부부의 모습



고객 감동 마케팅



“고객을 위하는 회사만이 치열한 경쟁에서 살아남을 수 있다. 고객 사랑은 현대오일뱅크 경영철학의 가장 중요한 요소다. 이를 위해 전국 주유소 서비스의 표준화를 통한 ‘웰컴 오일뱅크’ 캠페인과 고객센터 운영, 서비스 표준화를 위한 매뉴얼을 제작하고 교육·평가·포상 시스템도 강화하는 등 다양한 고객의 니즈에 귀를 기울이며 주유소 시장에 새바람을 불어넣었다.”

2010년 10월 20일 한국경제신문 기사 발췌



드림콘서트

청소년들에게
꿈과 희망의 메시지를
전달하다

1995년부터 개최된 드림콘서트 모습



K리그 타이틀 스폰서

축구 팬들에게
짜릿한 경기로 보답하다



K리그 타이틀 스폰서 후원 모습

