E -> K

열린 정부 파트너십(Open Government Patnership)은 지방 정부의 적극적인 참여를 독려하고자 시범 프로그램을 선보이고자 합니다. OGP란 가입정부의 확실하고 공고한 노력(commitment)을 장려하고자 69개의 국가들이 맺은 협약으로, 가입 정부의 정부 투명성, 시민 참여를 독려하고, 부패를 단속하는 동시에 정부 관리를 강화하고자 신기술를 도입하고 있습니다. 저희는 정치적, 실무적 차원에서 사회 개혁에 열성적으로 참여하는 지방정부와, 시민 사회 성장 동반자와 협력하여 열린 정부 개혁을 발전시키고자 합니다.

OGP는 가입 정부의 열성적인 헌신을 독려하고, 계획과 경험을 공유하는 방법과, 시민과 시민 단체가 OGP를 통해 사회 변화를 이끌어내는지에 대한 방법을 경험하며 성장하였습니다. 그리고 지금 저희 운영위원회는 OGP가 사회를 발전시키고, 긍정적 영향을 미칠 수 있는 새로운 방법을 시도하길 고대하고 있습니다. 그리고 OGP 시범 프로그램은 지방 정부가 시민 사회 개혁이라는 목표를 실행하고자 고안되었습니다. 이미 지방정부와 협업할 수 있는 많은 기구와 조약이 있기에 저희는 기존의 방법을 시도하기보다 그들과 협력하고자 합니다. 앞서 말씀 드린 단체와 지방 정부 현업에서 근무하시는 분들의 대화를 통해 저희가 앞으로 이끌어나갈 책임을 시사하였기에, OGP는 국제적으로 적용하는 사업 모델을 지역 수준으로 그 범위를 넓혀 저희의 역할을 충실히 수행하고자 합니다.

K->E

All employees are required to be fully aware of the company’s standards, policies, and procedures beforehand. Our product information is transferred to the interested parties, and it is examined by consumers, governments, and competitors. It is never worth risking our reputation by engaging in improper marketing activities. (All marketing messages should be made with discretion as improper marketing messages will deteriorate our reputation.)

1. Any changes on product, service information will be reported to the team promptly, and accurately.
2. The country of origin on promotion materials, product, or packaging and the information of manufacturing country will be correct.
3. It is mandatory to find out any violation to laws and regulations on the marketing materials made by subcontractor, including advertising agencies.
4. To improve our customer satisfaction, any exaggerated, and false advertisement will be avoided, and to include important information.
5. Make sure not to compare with competitors and their products under below circumstances.
* Comparison not based on the objective information
* Comparison with competitors and their product under unilaterally unfavorable conditions.

6. Pay attention to the information-Not credible, objective results of product performance, differentiated features, market share, and etc- not to be distributed to the outside.

7. It is not allowed to exploit information developed by the outside for marketing purposes without discretion.