
2024년 광고영업본부 종합감사 결과보고서

2024. 7.

kobaco 한국방송광고진흥공사

감 사 실

목 차

I. 감사실시 개요	
1. 감사배경 및 목적	1
2. 감사대상 및 범위	2
3. 감사 중점	2
4. 감사실시 과정	3
5. 감사결과 처리	4
II. 감사대상 업무 주요 현황	
1. 인원 및 예산현황	4
2. 팀별 업무 현황	7
3. 방송광고 판매 현황	11
III. 감사결과	
1. 총평	14
2. 지적사항 총괄	15
3. 분야별 지적사항[요약]	15
4. 모범사례	19
IV. 지적사항에 대한 처분요구	
1. 처분요구 일람표	31
1-1. 신분상 조치인원 명세	32
V. 기타사항	
1. 감사교육 및 감사마감회의 실시	35
2. 감사결과 통보 및 조치	35
3. 기타 조치사항	35
[별첨1] 감사결과 처분요구서	36

I 감사실시 개요

1 감사 배경 및 목적

공사는 방송광고 판매대행을 통해 방송광고 균형발전, 방송광고 산업 활성화 그리고 방송의 공공성과 공익성에 이바지할 목적으로 『방송광고 판매대행 등에 관한 법률』에 따라 2012년에 설립되었다.

광고영업본부는 공사의 주요사업인 ‘방송광고 판매사업’을 담당하는 조직으로서 총 2개국, 4개 지사(2개 지소 포함)로서 지속 가능 경영 및 기관 운영에 필요한 비용을 마련하는데 필수적인 수익을 창출한다는 점에서 그 중요성이 매우 크다.

방송광고 판매 실적을 살펴보면, 창사이래 방송광고 영업매출 하락세가 지속되고 있고, 코로나 팬데믹 상황과 도쿄올림픽 등 대형 스포츠 이벤트로 인한 지상파 이용 증가로 성장세를 보였지만, 그러나, 모바일, OTT 등 매체이용행태 변화와 포스트 코로나에 따른 지상파 시청률 감소, 지속되는 실물 경기 악화로 2022년 이후 매출이 하락하기 시작하여, 2023년에는 5,475억원으로 신공사 창사 이래 최저실적을 기록하였다.

[표1] 최근 5년 방송광고판매액 및 방송광고수탁수수료 감소 추이

(단위: 억 원)

연도	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
방송광고판매액	6,762	6,282	7,304	7,247	5,475
방송광고수탁수수료	956	997	1,159	1,154	871

이러한 위기 상황에 직면하여, 감사실에서는 광고 영업 운영 전반에 대한 종합적인 점검이 요구된다고 판단하였고, 본사 영업본부 및 각 지사별 감사를 순기별로 각각 실시하였던 기존 감사 방식에서 올해는 처음으로 본사와 4개 지사를 통합하여 본·지사 영업본부 종합감사를 실시하였다.

본 감사를 통해 방송광고 판매제도 수립 및 운영의 적정성, 모니터 및 운행점검 처리의 적법성 등을 점검하고, 영업출장비 및 판촉활동에 대한 효과성을 검토하면서, 직거래를 포함한 광고주·광고회사 수금관리의 위험요소를 진단하고 점검하였다. 또한 적극적이고 창의적인 기업문화 조성을 위해 광고영업본부 각 부서에서 전개한 영업활동 및 주요업무의 모범사례를 발굴하여 적극 전파하고자 하였다.

2 감사 대상 및 범위

감사대상 기간은 2020. 8. 1.부터 2024. 3. 31.까지로 설정하였으며, 감사대상 부서로 본사는 ☆팀, ◎국, ◇국 ◆팀, □팀, ▲팀, 지사는 △·■·▽·★ 4개 지사와 ●·▣ 2개 지소로 정하였다. 감사대상 업무범위는 일반 영업활동 및 결합판매 관련 업무, 판촉활동 등 광고영업본부에서 주관한 업무 전반으로 하였다.

3 감사 중점

이번 감사에서는 방송광고 판매 업무의 적정성, 광고회사 광고주 신탁관리의 적정성, 방송광고 판매관련 방만경영 위험요소, 물품 구매·용역계약 여부 등을 중심으로 점검하였으며, 구체적인 중점 점검 사항은 아래와 같다.

중점 점검분야	중점 감사사항
방송광고 판매업무 적정성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 영업국 소관매체별 개편 및 요금 책정의 적정성 ○ 영업국 소관매체별 판매제도 수립 운영의 적정성 ○ 결합매체 실적관리 및 지원 의무의 적정성 ○ 소관매체 운행 및 모니터링 업무 의 적정성
광고회사 광고주 신탁관리 적정성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 광고회사 지급보증 프로세스 점검 ○ 광고주/광고회사 수금 관리 절차 준수 여부 ○ 중소기업/지역소상공인 방송광고 지원 업무 적정성
방송광고 판매 관련 방만경영 위험요소	<ul style="list-style-type: none"> ○ 금품수수, 편의제공 등 임직원행동강령 위반 여부 ○ 법인카드 사용·관리의 적정성 ○ 판촉활동 추진 및 판촉비 집행 적정성 ○ 일일출장비 집행의 적정성
물품 구매·용역계약 업무	<ul style="list-style-type: none"> ○ 판촉품 구매·관리 업무의 적정성 ○ 방송광고 판매 관련 용역계약 업무 처리의 적정성
기타	<ul style="list-style-type: none"> ○ 광고영업본부 전반의 내부통제 프로세스 점검 ○ 업무 관련 이해충돌방지 의무준수 여부 점검

4 감사실시 과정

이번 감사에 앞서 자체 감사교육(2024. 4. 12.)을 통해 2020년 광고영업본부 감사결과를 검토하고, 감사 중점사항을 점검하였으며, 체크리스트 및 감사방법을 공유하였다.

2024. 4. 25. ~ 2024. 4. 30. 까지 5일간 예비감사 수행 과정에서 발견된 문제점 등을 분석·검토하여 5. 2. ~ 6. 3. 까지 20일간 본 감사를 시행하였다. 지사의 경우 2024. 5. 7 ~ 2024. 5. 9(△, ▣), 2024. 5. 16~ 2024. 5. 17(■, ★), 2024. 5. 21 ~ 2024. 5. 22(▽, ●)에 출장감사를 진행하였다. 감사 인원은 감사팀장 등 감사실 직원 5명과 내부 전문가 2명(영업시스템 업무 20년 이상 담당자, 영업경력의 세무사), ♡ 감사실 직원 1명1(외부기관 교차감

사 참여), 청렴옴부즈만 1명²⁾ 등 총 9명이 이번 감사에 참여하였다.

5 감사결과 처리

감사 결과 주요 사항에 대한 감사대상 부서의 의견을 청취하고자 2024. 6. 12. ◎국장, ◇국장, ☆팀장, 지사장이 참석한 가운데 감사마감회의를 실시하고, 지적사항 관련 업무처리 경위를 묻고, 향후에 처리 대책 등에 대한 답변을 듣는 등 주요 지적사항에 대한 의견을 교환하였다.

II 감사대상 업무 주요 현황

1 인원 및 예산 현황

광고영업본부는 ☆팀, ◎국, ◇국(이하 본사), △지사, ■지사, ▽지사, ★지사(이하 지사)로 구성되어 있다. ◎국과 ◇국은 각각 ◆팀, □팀, ▲팀으로 이루어져 있으며, 각 지사는 ㉠파트(△지사는 ㉡지소 포함, ▽지사는 ㉢지소 포함)으로 구성되어 있다. 각 팀별 정/현원 현황 및 2024년 예산집행 현황은 아래 표와 같다.

1) ♡ 감사실 A 대리(2024.5.13.~5.14.)

2) 청렴옴부즈만 B 회계사

[표 2] 광고영업본부 정원 및 직급별 현원 현황

(기준 : 2024. 3. 31, 단위 : 명)

구분		정원	현원(직급별)								정원 대비	
			1급	2급	3갑	3을	4급	5급	6급	임금 피크 전문직		계
☆팀		11		1		5	3	2		2	13	+2
◎국	◆팀	11		1	2	2	2	1		1	9	△2
	□팀	11			2	2	1				5	△6
	▲팀	7			1	2	1				4	△3
◇국	◆팀	14	1	1		4	3	1		1	11	△3
	□팀	11		1	1	1	3				6	△5
	▲팀	7			2		1	1			4	△3
본사		72	1	4	8	16	14	5		4	52	△20
△ 지사	♣파트	6	1		2	1		1		1	6	0
	♠파트	5			2			1			3	△2
	▣지소	4			1		2				3	△1
	소계	15	1		5	1	2	2		1	12	△3
■ 지사	▤파트	10			3	2	1	3			9	△1
▽ 지사	▤파트	7			3		2	1			6	△1
	●지소	4			1			2			3	△1
	소계	11			4		2	3			9	△2
★ 지사	▤파트	8			2		2	2			6	△2
지사		34	1		9	3	6	7			27	△7
총계		106	2	4	17	19	20	12			79	△27

[표 3] 2024년 광고영업본부 팀별 예산 현황(2024년 3월말 기준)

(단위 : 백만원, %)

구분		예산	집행 액	집행 률	주요 예산 용도
☆팀		400	15	3.8	코바넷 시스템 구축, 디지털 광고관리시스템 등
◎국	◆팀	70	24	34.2	방송사 판매협의, 광고주·광고회사 판매설명회, 업프런트, 파리올림픽 등 대형특집 판매설명회 등
	□팀	36	9	25.4	
	▲팀	200	31	15.6	광고1번지 제작, 라디오 청취율 자료구입 등
◇국	◆팀	76	14	34.2	방송사 판매협의, 광고주·광고회사 판매설명회, 업프런트, 대형특집판매설명회 등
	□팀	36	9	25.4	
	▲팀	406	74	15.6	시청률 자료구입, 마케팅 웹진제작비 등
△지사	△지사	203	50	24.6	사무실임차료, 영업일일출장, 국내출장비, 판매설명회 등
	▣지소	48	13	27.5	사무실임차료, 영업일일출장, 국내출장비, 판매설명회 등
■지사		108	27	24.7	사무실임차료, 영업일일출장, 국내출장비, 판매설명회 등
▽지사	▽지사	84	19	22.9	사무실임차료, 영업일일출장, 국내출장비, 판매설명회 등
	●지소	37	8	22.1	사무실임차료, 영업일일출장, 국내출장비, 판매설명회 등
★지사		80	20	24.5	사무실임차료, 영업일일출장, 국내출장비, 판매설명회 등

2 팀별 업무 현황

구분	직무	단위업무
☆ 팀	영업전략 기획	1. 방송광고 총괄 정책수립 및 방송광고 시장변화 대응 관련 업무 2. 대외 통상관련 대응전략 기획, 추진 3. 수수료 관련 정책 수립 및 시행 4. 방송광고 제도개선(결합매체, 신규매체 개발 등) 5. 미디어, 광고시장, 경쟁매체 동향 등 현안보고서 작성 6. 결합판매 관련 업무 총괄(매체균형협의체 운영, 방송광고 균형발전위원회 지원 등) 7. 전사 영업목표 책정 및 관리 8. 전매체 영업전략, 요금정책, 영업제도 수립, 영업실적 분석·관리 업무(영업정책조정회의 등) 9. 영업대행 관련 업무 (방송사 방송광고 판매대행 약관, 외주 제작사용 간접광고 판매대행 약관 등) 10. 영업관련 유관기관 등 대외 네트워크 강화
	영업지원	1. 월별 신탁 확정, 전산마감 및 보고 2. 광고 대행수수료 정산 업무 3. 본사 관할 광고료 수금업무(광고회사, 일반 직거래광고주) 4. 부도 및 미수금 관리업무 5. 광고료 전자세금계산서 관련 전산시스템 관리 6. 영업관리 계획 수립 7. 광고회사용 방송광고거래약관 관리(수금관리, 영업관리) 8. 방송광고거래기본계약(광고회사용) 체결 및 관리 (수금관리, 영업관리 부문) 9. 광고료 지급보증 관리업무(광고회사, 일반직거래 광고주) 10. 대행광고주 관리업무 11. 영업보고서 영업부문 작성 지원업무

구분	직무	단위업무
◎국		(국 소관매체) ㉠, ㉡, ㉢, ㉣, ㉤, ㉥, ㉦, ㉧, ㉨, ㉩
◎국 ◆팀	매체기획	1. 국 소관매체(지사포함) 판매 총괄 2. 국 소관매체 목표, 자원 및 실적관리 3. 국 소관매체 개편 및 요금 책정 4. 국 소관매체 주간편성 및 특집 관련 업무 5. 국 소관 결합매체 목표 및 실적관리 6. 국 소관매체 운영 및 모니터링 7. 국 소관매체 업프런트 및 대형특집 판매제도 수립 8. 판매제도 설명회 등 판촉행사 기획, 판매자료 작성 및 진행 9. 운영불일치 개선 업무 10. 모니터링 자료 구매 11. 주요 영업보고서 작성
□팀	광고판매	1. 국 소관매체(지사, 결합판매 포함) 판매 및 관리 2. 광고주/광고회사별 특화상품 개발 및 통합마케팅 제안영업 (일반광고+신유형광고, 일반광고+타매체 통합 등) 3. 광고주/광고회사 정보, 실적, 이력 관리 4. 전략광고주 관리 및 신규광고주 개발 5. 광고주/광고회사별 판매제도 설명회 등 판촉행사 기획 및 진행
▲팀	광고판매	1. 전략광고주 관리 및 신규광고주 개발 2. 국 소관매체 가상광고/간접광고 판매제도 수립 및 판매(협찬 포함) 3. 가상/간접광고 광고효과 분석 및 판매자료 작성 4. 간접광고 기반 통합상품 개발 5. 소관매체 콘텐츠 중심 크로스미디어 상품 개발
	마케팅	1. 라디오 청취율 자료 구매 2. 광고주/광고회사 대상 전략업종·트렌드·광고효과 분석 및 제안영업 마케팅자료 작성 3. 마케팅 업무 관련 대외협력 4. 국 소관 매체 광고효과 분석 및 홍보 5. 국 소관 매체사 편성전략 제언 및 콘텐츠 분석 6. 마케팅컨설팅 비즈니스모델 수립, 관리 7. 광고1번지 등 판매가이드 제작

구분	직무	단위업무
◇국		(국 소관매체) ㉠, ㉡, ㉢, ㉣, ㉤, ㉥, ㉦, ㉧, ㉨, ㉩
◇국 ◆팀	매체기획	1. 국 소관매체(지사, 결합판매 포함) 판매 총괄 ○ 목표, 자원(개편, 특집, 요금 등) 및 실적관리 2. 국 소관매체 판매제도 수립 3. 판매제도 설명회 등 판촉행사 기획 및 진행 4. 소관매체 광고주/광고회사별 제안영업 5. 국 소관매체 운영 및 모니터링 6. 주요 영업보고서 작성 7. 운행불일치 개선업무
□팀	광고판매	1. 국 소관매체(지사, 결합판매 포함) 판매 및 관리 2. 광고주/광고회사별 특화상품 개발 및 통합마케팅 제안영업 (일반광고+신유형광고, 일반광고+타매체 통합 등) 3. 광고주/광고회사 정보, 실적, 이력 관리 4. 전략광고주 관리 및 신규광고주 개발 5. 광고주/광고회사별 판매제도 설명회 등 판촉행사 기획 및 진행
▲팀	광고판매	1. 전략광고주 관리 및 신규광고주 개발 2. 국 소관매체 가상광고/간접광고 판매제도 수립 및 판매(협찬 포함) 3. 가상/간접광고 광고효과 분석 및 판매자료 작성 4. 간접광고 기반 통합상품 개발 5. 소관매체 콘텐츠 중심 크로스미디어 상품 개발
	마케팅	1. 광고주/광고회사 대상 전략업종·트렌드·광고효과 분석 및 제안영업 마케팅자료 작성 2. 마케팅 업무 관련 대외협력 3. 국 소관 매체 광고효과 분석 및 홍보 4. 국 소관 매체사 편성전략 제언 및 콘텐츠 분석 5. 마케팅컨설팅 비즈니스모델 수립, 관리 6. 시청률 마케팅 자료 구매 7. 모니터링 자료 구매
영업국 영업팀 공통	고객관리	1. 매체사 등 유관기관 업무협력 2. 광고회사, 광고주(직거래 광고주 포함) 관리 3. 판촉행사 계획 및 실시 4. 방송광고 상담, 방송광고 판매 관련 고객 의견 수렴 등 고객만족도 제고 업무 5. 광고회사용 방송광고거래 기본계약서 및 약관 관련 대고객설명(약관 개정시 영업부분 담당) 6. 직거래광고주용 방송광고거래 기본계약서 및 약관관리 7. 영업사원별 담당 광고회사/광고주 광고 효과분석 자료 및 제안영업자료 작성

구분	직무	단위업무
△지사 (■지소)	광고판매	(☒☒, ☒☒시 일원 및 ☒☒☒☒중 ☒☒, ☒☒ 일원 ☒☒, ☒☒, ☒☒, ☒☒, ☒☒, ☒☒, ☒☒, ☒☒, 관할구역 지상파 DMB 방송국 등 기타방송국) ※☒☒, ☒☒ ☒☒을 제외한 ☒☒☒☒ 일원의 ☒☒,☒☒, ☒☒, 기타방송국(■지소) 1 소관매체 영업 관련 업무 2. 관할구역 광고주 관리 업무
	영업지원	1. 소관매체 수금.은행.신탁관련 업무 2. 고객서비스 개선 업무* 3. 관할구역 광고회사 계약 및 신탁관리, 지급보증 업무* 4. 광고회사의 계약 및 지급보증 업무* 5. 광고회사 대행광고주의 계약 및 신탁관리업무*
	지사운영	1. 총무 및 경리 등 지사(지소)운영에 관한 업무 2. 사무실 및 사택 임차 관련 업무*
*■지소 제외		
■지사	광고판매	(☒☒시 및 ☒☒ 일원 ☒☒, ☒☒, ☒☒, ☒☒, ☒☒, ☒☒, ☒☒, 관할구역 지상파 DMB 방송국 등) 1 소관매체 영업 관련 업무 2. 관할구역 광고주 관리 업무
	영업지원	1. 소관매체 수금.은행.신탁관련 업무 2. 고객서비스 개선 업무 3. 관할구역 광고회사 계약 및 신탁관리, 지급보증 업무 4. 광고회사의 계약 및 지급보증 업무 5. 광고회사 대행광고주의 계약 및 신탁관리업무
	지사운영	1. 총무 및 경리 등 지사(지소)운영에 관한 업무 2. 사무실 및 사택 임차 관련 업무
▽지사 (●지소)	광고판매	(☒☒시 및 ☒☒일원 ☒☒, ☒☒, ☒☒, ☒☒, ☒☒, ☒☒, ☒☒, 관할구역의 지상파 DMB 방송국 등) ※☒☒ 일원의 ☒☒, ☒☒, ☒☒, 기타방송국(●지소) 1 소관매체 영업 관련 업무 2. 관할구역 광고주 관리 업무
	영업지원	1. 소관매체 수금.은행.신탁관련 업무 2. 고객서비스 개선 업무* 3. 관할구역 광고회사 계약 및 신탁관리, 지급보증 업무* 4. 광고회사의 계약 및 지급보증 업무* 5. 광고회사 대행광고주의 계약 및 신탁관리업무*
	지사운영	1. 총무 및 경리 등 지사(지소)운영에 관한 업무 2. 사무실 및 사택 임차 관련 업무*
*●지소 제외		

구분	직무	단위업무
★지사	광고판매	(☐☐시 및 ☐☐, ☐☐,일원, ㉠㉠, ㉠㉠, ㉠㉠, ㉠㉠, ㉠㉠, 관 할구역의 지상파 DMB 방송국 등 기타방송국) 1. 소관매체 영업 관련 업무 2. 관할구역 광고주 관리 업무
	영업지원	1. 소관매체 수금.은행.신탁관련 업무 2. 고객서비스 개선 업무 3. 관할구역 광고회사 계약 및 신탁관리, 지급보증 업무 4. 광고회사의 계약 및 지급보증 업무 5. 광고회사 대행광고주의 계약 및 신탁관리업무
	지사운영	1. 총무 및 경리 등 지사(지소)운영에 관한 업무 2. 사무실 및 사택 임차 관련 업무
지사, 지소 공통	광고판매 (지사)	1. 목표달성계획 수립 및 관리 2. 매체별 개편, 자원관리 및 판매실적관리 3. 판매제도 개선 업무 4. 프로그램 및 특집 판매 업무 5. 지역 광고주 개발 및 관리 업무 6. 판촉행사 계획 및 집행
	영업지원 (지사)	1. 광고회사, 광고주 등록, 대행계약 및 기본계약서 관리 업무 2. 지급보증, 수금 관리 업무 3. 광고 운행 관련 업무(운행불일치 현황점검, 처리 및 관리 등)
	중소기업 광고지원	1. 혁신형 중소기업 방송광고 지원 관련 업무(제도홍보/광고 컨설팅 등) 2. 지역 소상공인 방송광고 지원 관련 업무(제도홍보/지원협 의회 운영 등)
	CS경영	1. 방송광고 상담 및 지원 등 고객만족도 제고 관련 업무 2. 지역상생 관련 활동 및 기구 운영 3. 사회공헌활동 관련 업무

3 방송광고 판매현황

1. 2022년 ~ 2023년 방송광고 판매현황

코로나 이후 지상파 TV 광고 실적 호조 및 ‘22년 월드컵 판매로 전년 실적과 비슷하였으나, OTT, Youtube 등 대안매체 대중화로 지상파 시청률이 감소하고, 경기 악화가 심화되면서 2023년에는 5,450억원으로 전년대비 △24.3% 감소하였으며, 신공사 창사 이래 최저실적을 기록하였다.

[표 4] 2022년~2023년 광고영업본부 매체별 영업실적 현황

(단위 : 백만 원, %)

소관	방송사	2022년			2023년		
		실적	전년대비 증감	전년대비 증감율	실적	전년대비 증감	전년대비 증감율
◎국 (지사 실적 포함)		252,429	-7,089	-2.73	185,697	-66,733	-26.44
		1,621	-463	-22.20	1,465	-156	-9.65
		10,175	1,229	13.73	9,523	-652	-6.41
		25,661	-440	-1.68	22,904	-2,757	-10.74
		1,178	141	13.56	1,201	23	1.95
		3,358	76	2.32	3,413	55	1.65
		1,405	95	7.24	1,474	69	4.93
		24	-57	-70.14	0	-24	-100.00
		1,585	72	4.73			
					292	-105	-26.36
					38	-42	-52.63
					69	-22	-24.16
					73	-187	-72.07
	합계	297,438	-6,436	-2.12	226,150	-70,532	-23.77
◇국 (지사 실적 포함)		346,998	2,036	0.59	257,866	-89,133	-25.69
		27,451	-1,500	-5.18	21,185	-6,266	-22.83
		21,567	-1,752	-7.51	15,681	-5,885	-27.29
		10,028	-707	-6.58	7,133	-2,895	-28.87
		11,346	1,574	16.10	11,548	202	1.78
		3,099	54	1.76	2,608	-491	-15.83
		1,628	127	8.47	1,341	-286	-17.59
		397	-66	-14.20			
		81	-20	-19.92			
		91	-1	-1.59			
					1,400	-185	-11.70
	합계	422,685	-256	-0.06	318,763	-104,939	-24.77
총계		720,123	-6,692	-0.92	544,913	-175,471	-24.37

2. 2024년 영업목표 달성 노력

2024년 3월말 기준 소관매체 영업실적은 1,095억원으로 전년실적대비 △2% 소폭 감소하였다. 2024년 영업실적 감소 최소화를 위해 영업본부에서는 파리올림픽 등 빅스포츠특집 및 업프런트 판매제도 개선, 전략광고주 대상 현장 영업, 중소매체 크로스미디어 상품 개발 및 판촉확대 등의 다각적인 노력을 기울이고 있다.

[표 5] 2024년 영업 매출 감소 대응 전략

구분	주요 내용
매체별 영업전략	<ul style="list-style-type: none"> · 업프런트, 대형특집(파리올림픽) 등 주요 판매제도 리뉴얼 및 신규상품 출시(KBS) · 적합업종 업프런트 적극유치, 신유형광고 판매로 자력비중 향상(EBS) · 고객맞춤형 가성비 보장상품 확대, 1·2국 통합매체 상품 신설, 디지털어플 등 크로스미디어 상품개발(라디오)
광고주 및 고객대상 영업활동	<ul style="list-style-type: none"> · 전략광고주 선정, 방문영업활동 지속 수행 등 현장 중심 영업 강화 · 애자일 2.0 가동으로 전략광고주 대상 현장영업강화 · 마케팅·교육활동 활성화로 영업사원 역량 강화 · 라디오 및 지역MBC 영업실적 제고 방안 지속실행 - 1·2국 통합매체 상품 신설, 중소라디오/지역MBC 판촉확대

[표 6] 2024년 본지사 소관매체별 영업실적 현황 및 예상실적

(단위 : 백만 원, %)

소관	매체방송사	2024년 3월 누계			전년대비		
		목표	실적	달성률	실적	증감	증감율
◎국 (지사실적포함)		43,202	35,388	81.91	37,084	-1,696	-4.57
		350	272	77.79	242	31	12.67
		1,840	1,827	99.27	2,230	-404	-18.10
		4,880	4,900	100.40	4,946	-46	-0.93
		219	176	80.15	342	-167	-48.73
		695	636	91.55	1,052	-415	-39.50
		283	247	87.21	582	-335	-57.59
		75	49	65.73	64	-15	-23.23
		20	8	37.81	11	-3	-30.27
		18	16	86.12	14	1	7.93
		0	0	0.00	0	0	0.00
	합계	51,582	43,517	84.37	46,567	-3,049	-6.55
◇국 (지사실적포함)		55,055	53,312	96.83	51,226	2,085	4.07
		5,505	4,710	85.56	4,446	264	5.94
		4,125	3,227	78.23	3,648	-420	-11.52
		1,990	1,511	75.93	1,665	-154	-9.25
		2,290	2,295	100.21	2,652	-357	-13.48
		635	508	79.95	599	-92	-15.27
		373	265	71.12	386	-121	-31.27
		310	249	80.23	362	-113	-31.29
	합계	70,283	66,076	94.01	64,984	1,092	1.68
	총계	121,865	109,593	89.93	111,551	-1,957	-1.75

Ⅲ 감사결과

1 총평

감사대상 기간 동안 본사 광고영업본부 업무 전반에 대해 점검한 결과, 전반적으로 적정하게 업무를 수행하고 있었다.

특히 어려운 영업상황에도 불구하고, 도쿄올림픽(’21), 베이징 동계올림픽(’22), 카타르월드컵(’22), 항저우 아시안게임(’23) 등 빅스포츠이벤트의 성공적 판매로 방송광고 신탁 견인을 이끌었으며, 온택트 마케팅 채널 활성화와 광고1번지 리뉴얼 및 웹진 제작 등으로 고객중심 마케팅 정보채널을 다변화하였다. 지사의 경우 지역밀착형 소상공인 지원 사업 등 지역 광고주 마케팅 활성화를 위해 노력하였고, ☆팀의 경우 광고회사 부실징후에 대한 리스크 선제 대응으로 채권회수를 100% 달성하였다.

그러나, 영업본부 공통으로 효율적인 예산활용과 체계적인 판매관리를 위해 판촉활동에 대한 연간 계획 수립이 되지 않아, 연간 판촉계획 수립 필요성이 확인되었고, 일부 부서의 경우 소판매체에 대한 체계적인 연간 판매계획을 수립의 필요성도 확인되었다. 또한, 방송광고 거래 약관(직거래 광고주용)에 선입금 장기 미환불 시 처리방안을 담는 등 환불 규정을 보완할 필요성이 확인되었다.

그 외에도 직거래 광고주 계약 관련 필수서류 징구 미비, 직거래 광고주 계약 시 코바넷 미등록 등의 미비점이 발견되었으며, 지역밀착형 방송광고 활성화 지원사업 결과보고 미비, 화환대 집행 결과에 대한 증빙 미비, 은행 불일치 관리업무 미흡 등 일부 부적정한 업무처리 사안들이 발견됨에 따라 향후 유사사례 재발 방지를 위한 노력이 필요한 것으로 진단되었다.

2 지적사항 총괄

(단위 : 건, 명)

합계			변상 (금액)	징계 (인원)	시정(금액)				경고 (인원)	주의 (인원)	개선	권고	통보	현지 조치	모범 사례
총 건수	신분 조치 인원	재정 조치 금액			소계	추징	감액	기타							
8	59	0	0	0	0	0	0	0	0	5 (59)	2	1	0	0	11

3 분야별 지적사항 [요약]

1. 판촉활동에 대한 연간계획 수립 필요

○ 내용

- 팀별로 월별/계기별 필요시 판촉활동 계획을 수립하여 판촉활동을 실시하나, 연간 판촉활동에 대한 전체적인 계획 수립이 이루어지지 않음. 영업실적 증대와 효율적이고 전략적인 판촉활동 전개를 위한 ‘연간 판촉계획’ 수립이 필요함

○ 처분요구 : 관계부서 개선조치

- * 관계부서 : ◎국 ◆팀, □팀, ▲팀,
◇국 ◆팀, □팀, ▲팀, , △지사,
■지사, ▽지사, ★지사(지소포함)

2. 소관매체 연간 판매제도 수립 필요

○ 내용

- 계기별 요인에 의한 임시적 판매제도 품의만을 실시하고 있어, 당해연도 소관매체에 대한 판매제도 기준 수립이 없는 상태임. 방송광고 판매는 공사의 핵심업무로서 영업신탁 증대를 위한 체계적인 판매활동을 위해 연초에 연간 판매제도 운영 계획을 수립하는 것이 필요함

○ 처분요구 : 관계부서 개선 조치

* 관계부서 : △지사

3. 직거래 광고주 계약관련 필수서류 미비

○ 내용

- 공사「방송광고거래약관(직거래광고주용)」 제6조에 따라, 직거래 광고주와 기본 계약 체결 시 사업자 등록증, 법인(개인)인감증명서, 통장사본을 징구해야하며, 인감증명서는 계약일자 기준 최근 3개월 이내 발급된 것이어야 함. 또한 법인인감증명서 상의 인감과 다른 인감으로 계약서를 제출할 경우 해당 업체로부터 사용인감계를 징구해야 하나, 일부 광고주의 경우 인감증명서, 통장사본을 누락하거나, 인감증명서 유효기간을 초과하고, 계약서 상 사용인감과 인감증명서가 일치 하지 않았음.

○ 처분요구 : 관계자 주의 조치

* 관계자 : ◎국 ◆팀장 외 18명

4. 직거래 광고주 계약 시 코바넷 등록 미흡

○ 내용

- 공사「방송광고 업무관리지침」 제5조에 따르면, 영업부서 담당자는 방송광고 거래 계약 체결 후 기본계약서와 사업자등록증을 코바넷에 등록하고, ㉠의 경우 ㉡장의 확인을 받아야하나, 직거래 광고주와 계약 체결 후 코바넷에 직거래 광고주 등록절차를 밟지 않았음.

○ 처분요구 : 관계자 주의 조치

* 관계자 : ■지사장 외 8명

5. 지역 밀착형 방송광고 활성화 기반 구축사업 관련 결과보고 누락

○ 내용

- 일반적으로 사업추진을 위한 계획을 수립하여 결재를 득한 후에 해당 사업이 계획대로 적정하고 효과적으로 이루어졌는지 결과보고를 하는 것이 타당하나, ‘지역밀착형 방송광고 활성화 기반 구축사업 실시계획’을 품의하여 시행한 후 관련 결과보고를 실시하지 않았음.

○ 처분요구 : 관계자 주의 조치

* 관계자 : ■지사장 외 10명

6. 화환대 경비 집행 및 지출 절차 미흡

○ 내용

- 공사「회계규정」 제55조에 따르면, 용역계약 대금 지출 시 지출결의서 작성 및 검수보고서 또는 이행확인서, 세금계산서와 같은 관계서를 첨부해야 하나, 화환 배송 용역의 정상 이행 여부를 확인할 수 있는 자료를 첨부하지 않고 지출하였음.

○ 처분요구 : 관계자 주의 조치

* 관계자: △지사장 외 15명

7. 운행불일치 관리업무 미흡

○ 내용

- ‘운행불일치 점검 매뉴얼’ (영업1국 미디어솔루션1팀 배포)에 따라 각 팀의 운행 담당자는 매월 소관매체의 운행 불일치 발생현황을 전자문서로 보고하고, 매분기 소관매체사에 운행 불일치 발생현황 통보 및 재발방지 공문발송 조치를 해야하나, 월별 내부 보고와 분기별 방송사 재발방지 공문 발송 업무를 일부 실시하지 않거나 미흡하게 처리하였음.

○ 처분요구 : 관계자 주의 조치

* 관계자 : ★지사장 외 3명

8. 방송광고거래 약관(직거래광고주용) 환불 규정 보완

○ 내용

- 직거래 광고주 방송 종료 이후 폐업을 하거나, 5년 이상 선입금 잔액을 환불받지 않은 경우 해당 장기 선입금 미환불 잔액에 대해서 ‘직거래 광고주 및 광고회사 선수금 잔액 회계처리계획’을 영업지원파트에서 자체 품의하여 잡이익으로 처리하고 있음. 광고주에게 선입금 잔액처리규정 정보를 알리고, 선입금 잔액 환불을 독려하기 위해 기본계약서 내 「방송광고 거래약관」 제36조(방송광고료 환불)에 광고주 선입금 미환불 처리방안을 안내하도록 규정을 보완하는 것이 필요함.

○ 처분요구 : 관계부서 권고 조치

* 관계부서 : ☆팀 ♥파트

4 모범사례

광고회사 부실징후에 대한 선제적 대응으로 100% 채권회수 달성(♥파트)

가. 추진배경

○ 광고회사 (주)D D 부실징후 포착

- ◇◇등 케이블매체 관련 결제어음 연장 및 광고료 미결제 징후 탐지 ('23. 12월)
- 공사 협업 신용평가사(한국평가데이터) 통한 확인 결과 금융권 부채 증가추세 확인('24. 1월)

○ (주)D D 지급보증 감면 적용 관련 리스크 통제 시급

- 지급보증 감면적용('23. 6월 ~ '24. 5월/ 한도 55억원) 관련, 해당 광고회사 디폴트 현실화 시 악성미수금 발생 가능성 존재에 특별 관리 필요

나. 세부추진내용

○ 광고회사와의 협의 통한 금융기관 지급보증 제출 완료('24. 1월)

- 해당 광고회사 광고료 납부수단 변경에 맞춘 금융기관 지급보증서 증액 제출 협의(1월)
* (당초) 금융기관 보증 구매카드 → (변경) 금융기관 비보증 전자외담대
- 서울보증보험 보증서(12억원) 접수 완료

○ (주)D D 관련 지급보증 감면적용 전산관리 변경('24. 1월)

- 리스크 관리 위해 (주)D D 지급보증 감면한도(55억원) 전산 적용 종료 조치

○ 영업본부 비상 대응체계 가동 (1월~)

- 영업 ◎ ◇국 및 지사 영업사원 대상 광고회사 채권상황 및 기타 수집정보 상시교환

다. 추진성과

○ '24. 2월분 광고료 납부 지연 관련 적기 대응 통한 수금 완료('24. 3. 25)

- 광고료 납부기일 2회 연장에 따른 지급보증 감면 즉시 취소(3. 22) 및 방송광고거래 약관 준수 촉구 공문 통보(3. 25)
- 지연금액(474백만원) 전액 현금 수금 완료(3. 25)

○ 광고업계 내 유일하게 (주)D D 관련 채권 100% 회수 가능 ('24. 3월말 기준)

- 공사 제외 모든 방송사 및 \$\$\$회수불가 예상 악성채권 발생 (약 100억원 이상 추정)

일반-명절특집-스포츠특집 통합 판매에 따른 매출증대 시너지 제고 (◎국 ◆팀)

가. 추진배경

- 코로나 팬데믹으로 대형 스포츠이벤트 개최연기로 3년간 4개 스포츠특집 방송
(‘21년 도쿄올림픽, ‘22년 베이징동계올림픽/카타르월드컵, ‘23년 항저우아시안게임)
 - 판매 시너지 위한 정기물+스포츠/명절 특집 통합 패키지 구성 필요
- 방송광고 구매 패턴 변화, 통합패키지 판매로 고객 편의 및 광고효율 제고

나. 세부추진내용


- 일반프로그램 + 스포츠특집 패키지 판매 (도쿄올림픽, 카타르월드컵)
 - 일반 정기물 판매 시 주요 경기 패키지 동시 판매
 - 특집 주요 경기 중CM 보장 판매로 패키지 참여 광고주 우대
- 일반프로그램 + 스포츠특집 + 명절특집 ALL-IN-ONE 패키지 판매
 - (‘ 22 동계올림픽) 일반프로그램(주말극,1박2일) + 설특집(송해특집, 송가인콘서트 등)
 - 가전 광고주(AA,BB), 스타트업광고주(CC, DD) 리딩
 - (‘23 아시안게임) 일반프로그램(주말극,1박2일) + 추석특집(god콘서트, 김연자진성콘서트 등)
 - 통합팩 조기 제안, EEE 최초 청약 광고주 발생(EEE, FFF, GGG 등)

다. 추진성과



- 4개 대형 스포츠특집 성공적 판매
 - 도쿄올림픽(‘ 21) : EEE 101억원 판매 (2016 리우올림픽 85억원 대비 +5.9%)
 - ※ 2021년 7월 EEE 판매실적 : 190억 (전년동월 대비 +12.4%)
 - 베이징동계올림픽(‘22) : EEE 115억원 판매 (도쿄하계올림픽 대비 +25억, +28%)
 - ※ 2022년 2월 EEE 판매실적 : 215억원 (설특집 11.5억 포함, 전년동월 대비 +23.6%)
 - 카타르월드컵(‘ 22) : EEE 200억원 판매 (2018 러시아월드컵 157억원 대비 +27.4%)
 - ※ 2022년 11월 EEE 판매실적 : 266억원 (전년동월 대비 +18.8%)
 - 항저우아시안게임(‘23) : EEE 66억원 판매 (2018 아시안게임 60억 대비 +10%)

고객중심 판매제도 개편을 통한 자생력 강화 (◎국 □팀)


가. 추진배경

- 지상파 광고시장 불황 속 매출감소 방어를 위한 자구책 마련 필요
 - 22년 이후 지상파 방송시장 연평균 30% 감소 상황
 - 소관매체 상품성을 강화하여  자생기반 확보 필요성 증가

나. 세부추진내용

- 철저한 시장 분위기 파악 및 고객 니즈에 따른 제도개선 실시
 - 고객의견 청취 프로세스 재정비
 - ① 분기별 판촉 행사 (EBest) : 주요 대행사 초청,  프로그램 및 상품 설명 '23년 실시
 - ② 소규모 고객 간담회 : 광고회사 및 광고주 대상 찾아가는 설명회 상시 개최
 - ③ 판매전략회의 : 월별 수집된 VOC를 바탕으로 매체사와 판매제도 개선 협의 진행
 - 상품개발 및 판매제도 개선 실시
 - ①  어드레서블 TV 상품 판매 실시('22.12) 및 키즈존 까지 재원 확대('23년)
 - ② 인포모셜 광고 판매제도 개선 :
 - i) 베스트팩 : 일반광고 결합 패키지 신설로 인포광고주 대상 일반광고 청약 유도
 - ii) CM지정 판매 : 프로그램 광고 위치 지정 수요 증가에 따라 CM지정 판매 실시
 - iii) 장초수 할인율 조정 : 장초수 광고주 청약 증가에 따라 재원관리 효율화 필요


다. 추진성과

-  자력판매 비중 50% 돌파 ^{23년 기준} 매체 자생기반 확보
 - CM지정 판매액 6.4배↑ (9.8억원)
 - 어드레서블 TV 광고 본격 판매, 연간 5억원 달성

(단위: 억원)

구분	2020년	2021년	2022년	2023년	비고 (전년대비)
자력판매 (A)	77.3	90.4	104.5	117.9	7.8 ↑
결합판매 (B)	144.8	170.6	152.1	107.1	39.4 ↓
자력비중 (A/A+B)	35%	35%	41%	52%	11%p ↑

※ 인포모셜 광고주 신탁액 35.8억원^{22년} → 62.9억원^{23년} (27억원, 76%↑)

※ '23년  전체 판매액 225억(전년대비 △12.3%)으로 실적감소 철저 방어

광고1번지 예산 절감 및 성공적인 리뉴얼 완료
(◎국 ▲팀)

가. 추진배경

- 판매정보지로서 활용도 감소
 - 코바넷 등에 판매자료, 편성표가 수시 업데이트되면서 제작, 발송 기간이 소요되는 광고1번지에 대한 업계 활용도 감소
 - 단, 판매정보 책자에 대한 수요는 여전히 존재
- 2024년 예산 축소에 따른 제작비 절감 필요

나. 세부추진내용

- 디자인 전면 개편으로 가독성 제고
 - 판형 확대, 인덱스 추가, 뜯어볼 수 있는 간지 추가
- 콘텐츠 개선으로 활용도 강화
 - 양질의 필자, 업계 관심 주제로 칼럼 강화 및 사내외 광고 게재
- 제작비 및 경비 절감 추진
 - 본문 16페이지 축소, 발간부수 200부 축소 및 소요 경비 최소화(전년대비 50%)
- 광고1번지 웹진 제작으로 고객 접근성 개선
 - 웹진 제작 및 링크 배포로 접근성 제고 및 발간부수 축소에 대한 불만족 최소화
 - 목차, 검색어 기능으로 정보 검색 용이

다. 추진성과

- 전년대비 8% 예산 절감에도 불구하고, 성공적인 리뉴얼 완료
 - 페이지수 및 발간부수 축소로 예산 절감하되, 판형확대 및 웹진 제작으로 문제점 보완
 - 전면 디자인 개선 및 콘텐츠 강화로 사내외 고객의 우호적 평가

방송광고 매출배분 합의도출로 지역▶▶▶ 네트워크 지원방안 이행 노력 (◇국 ◆탐)

가. 추진배경

- 지상파 중간광고 및 광고총량 확대('21. 7. 1) 계기, 지역▶▶▶추가 매출배분 요구 증대
 - 중간광고 도입 전, ▶▶▶PCM 시행 등에 따라 지속적으로 지역▶▶▶ 매출비중 하락
 - 지역▶▶▶, CM지정/간접광고 등 방송광고 매출배분 이뤄지지 않는 부분에 대한 개선요구 지속
 - 중간광고 및 광고총량 확대 시행에 맞춰 본사-지역▶▶▶-공사 3자간 협의체 마련, 합의도출을 통해 지역▶▶▶ 실적증대 및 매출비중 유지 노력

나. 세부 추진내용

- '21년 초부터 방송광고 매출배분 협의체 구성·지속 논의로 상생의 최종합의 도출
 - '21년 1월, 방통위 '방송 규제체계 혁신' (지상파 중간광고 도입 등) 계획 발표에 따라 ▶▶▶본/지역사-공사 협의체 구성, 개선방안 협의착수 및 정례회의 지속개최
 - '21. 7. 1 : 방송법 시행령(지상파 중간광고 도입, 광고총량 확대) 개정 시행
 - '21. 10월~12월 : ▶▶▶본-지역사 간 정률제 방송광고 매출배분안 마련 및 합의*
 - 공사 ☆팀 주관, 「매출배분 조정 관련 대응TF」 구성·운영 병행
 - 공사 ◇국, 다양한 매출배분 시뮬레이션 및 협의방안 제공 등 주도적 역할
- * <합의사항>
 - 정률제 방식은 '22년 이후 방통위 유권해석 및 결합판매 헌법소원 판결 이후 정식 추진
 - '21년 7월 이후 판매분에 대한 소급 적용 방식(최근 5년<'16~'20년> 전파료 점유비 보장) 합의
- '21년 12월, 7-12월 소급 적용 완료 및 '24년 4월 현재까지 지속 적용 중

다. 추진성과

- 지속 감소추세였던 지역▶▶▶ 실적 감소폭 최소화, 네트워크지원방안 이행현황 개선

(단위:백만원)

구분	'20년	'21년	'22년	'23년	'24년 1분기
서울▶▶▶	225,313	271,451	276,024	202,782	41,677
지역▶▶▶	111,500	125,782	119,992	91,950	19,572
지역▶▶▶매출비중	49.5%	46.3%	43.5%	45.3%	47.0%
(소급적용액)	(-)	(4,203)	(12,261)	(8,901)	(2,346)

* '21년 7-12월 6개월 소급적용, '22년은 베이징올림픽/카타르월드컵 판매 영향으로 서울MBC 비중 증가

- 결합판매제도 상황 변화(예상)에 대응한 지역▶▶▶ 매출보장방안 선제적 마련 등

해외 영업 네트워크 구축 (◇국 □팀)

가. 추진배경

- 방송광고신탁 제고 및 고객 컨설팅 역량 강화를 위한 해외영업 기반 구축
 - (2023년 CEO 메시지) 광고영업본부 “해외광고주 개발 등 새로운 수입원을 개발하여 외연을 확대할 수 있는 시도 필요”

나. 세부추진내용

- 혁신성장프로듀서 참여(○○팀)를 통한 해외마케팅 사업 점검
 - 과거 해외영업 사례 분석, 개선사항 점검, 광고주유치 전략 수립 등
- 해외 진출 광고주 및 국내 광고회사 동향파악
 - 해외진출시 현지 협력 광고회사 섭외 어려움, 해외 광고회사 협업시 국내 광고회사 주도권 상실 등 애로사항 발생
 - * (광고회사) ●●, (광고주) ◇◇, ◆◆ 등 면담
- 해외벤치마킹 참여(☆☆팀)을 통한 해외 네트워크 구축
 - 일본 광고회사(5사), 광고주(2사), 라디오 방송국(1사)
 - * (광고회사) GGG HHH, LLL, MMM, NNN, (광고주) PPP, QQQ, (라디오 방송국) SSS

다. 추진성과

- 일본 광고회사 ‘QQQ’ 대표 공사내방 CEO 면담 (23.10.12), 상호 협업 관계 구축 표명
 - * 그 외 4개 해외 광고회사 향후 대행거래 발생시 상호 협업키로 함,
- '23년도 경영 실적보고서 전략기획 및 경영혁신 부문 ‘내외부 벤처링을 활용한 미래 먹거리 발굴 및 혁신성장 추진’ 성과 반영
- 혁신 성장프로듀서 ‘○○팀’ 우수 팀 선정 및 포상
- 해외 벤치마킹 ‘☆☆팀’ 우수 사례 선정 및 발표

마케팅 채널 운영 활성화를 통한 고객 접점 강화 및 판매 기여(◇국 ▲팀)

가. 추진배경

- 공사 생산 마케팅 문서의 고객 접근성 제고 및 사내 콘텐츠 홍보 채널 필요
- 실시간 상담 창구 니즈 증대 및 고객사 문의에 대한 신속성 강화

나. 세부추진내용

- 광고주 및 광고회사 대상 다양한 채널을 통한 자료 접근성 제고
 - 카카오톡 채널, 뉴스레터 등을 통한 판매자료 배포 활성화
 - 카카오톡 채널을 통한 실시간 영업 문의 창구 강화
- 불경기 극복을 위한 실무형 사내 영업 지원 강화
 - 채널 단독광고주 현황(20건), 월별/특집 판매안(28건), 데이터인사이트(48건), 출연진 라인업(8건), 미디어 컨설팅 교육 등 *23년 기준
 - 집행 예상 효과(GRP 및 도달률), 광고 집행 효율 분석 등 영업사원 1:1 요청 자료 지원

다. 추진성과

- 온택트 마케팅채널(카카오톡 채널 및 뉴스레터) 구독자 수 전년 대비 21% 증가
 - 카카오톡 채널 725명→845명((16.6%↑), 뉴스레터 917명→1,142명((24.5%↑))

*23.12 기준
- 고객 맞춤형 콘텐츠 지속 개발 및 카카오톡 채널을 통한 실시간 영업 지원으로 매출 기여
 - 카카오톡 채널 카드뉴스(37건), 이메일 뉴스레터(총 9건) 발송
 - 광고일번지 모바일 배포(매월)
 - 카카오톡을 활용한 실시간 영업 문의 응대 강화
(‘22년 28건→ ‘23년 173건, 518%↑)
- 미디어플래너 대상 설문조사 결과 매체별 광고 집행 만족도(1+2순위),
▶▶▶채널로 선정
- 23년 내부고객(◇국) 만족도 조사 결과 ‘매우 만족’ 92% 획득

지역밀착형 소상공인 지원사업 범업 조성 및 성공적 수행 (△지사)

가. 추진배경

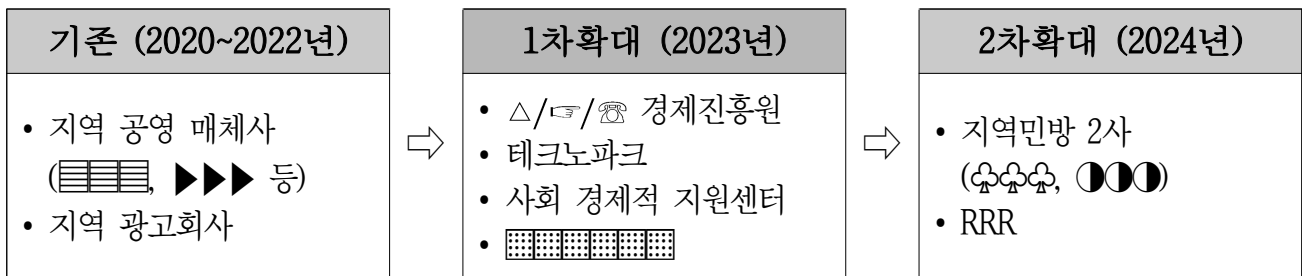
- 방송광고 접근이 어려운 소상공인 대상 제작·송출비 및 컨설팅 제공 사업
△/☞/☎ 지역 수행기관 역할 담당(△지사)
- 지역밀착형 소상공인지원사업 홍보 강화를 통한 수혜 대상 사업자확대 필요

나. 지역밀착형 소상공인 지원사업 내용

- 자부담(10%) 포함 총 1천만원 중 9백만원 한도로 제작, 송출비 및 마케팅컨설팅 지원
- 기금 지원 외 지역 방송사(민방 포함) 추가 송출 보너스 (200~300%) 지원

다. 세부추진내용

- 성공적 사업 공모를 위한 홍보 협업기관 순차적 확대



○ 지원사업 공모 범업을 위한 적합 타겟 적시 제공 (2024년)

- 가점 대상 사업자 집중 발굴 계획 수립 : 소상공인 생계적합업종, 백년가게 등
- 지역 광고회사 대상 백년가게, 백년소공인 352개사 리스트 제공 및 지원사업 참여 독려

○ 지원사업 마케팅 채널 다각화 (2024년)

- 카드뉴스 제작배포를 통한 전달력 향상 및 SNS 마케팅으로 바이럴 확산 유도

라. 추진성과

- 20~23년 누적 신청 578사, 선정 191사로 전국 최다신청/선정 점유율 기록
- 20~23년 누적 지역 공영매체 집행실적 765백만원 제고

연도	신청	선정	공영매체 집행실적	지원금 합계 (제작비+송출비)
2020년	90사	38사	170백만원	361백만원
2021년	135사	34사	156백만원	305백만원
2022년	178사	53사	226백만원	473백만원
2023년	175사	66사	213백만원	593백만원
누계	578사	191사	765백만원	1,731백만원

- 지원 종료 후 자부담 광고를 통한 지역경제 활성화 및 방송광고시장 선순환 발전 기여

사업참여연도	졸업 후 자부담 유치 광고주명
2020년	AAAA, BBBB
2021년	CCCC, DDDD(혁신형연계)
2022년	EEEE(혁신형연계), FFFF(혁신형연계), GGGG(혁신형 연계)
2023년	HHHH, JJJJ(혁신형연계)

- 2023년 코바코 혁신서비스 활용수기 공모전 지사중 최다(12건) 참여 : 대상, 우수상 수상
- 대상(KK: 수제 신발 ‘OOOO’), 우수상(PPPP : 음식점)

마. 참고 : 카드뉴스 제작 내용



2024년도 부산·경남권역 지역밀착형 방송광고 활성화 기반구축사업 컨설턴트 모집 안내

모집기간 : 2024.01.29 ~ 02.15까지

역 할 방송광고 제작 및 송출 관련 '1:1 광고컨설팅' 실시

수행기간 2024년 1, 2차 소상공인 지원사업 종료시 까지

제출서류 (필수) ① 사업신청서 (온라인) ② 컨설팅계획서 (붙임자료) ③ 경력증명서 (해당 시) ④ 재직증명서

컨설팅료 - 시간당 22만원 예정 (1사당 최대 5시간)
- 컨설팅당 구역별 지원 상황에 따라 소상공인 배정 예정

신청방법 KOBACO 중소기업 방송광고 지원 홈페이지 접속 www.kobaco.co.kr/smad
▶ '컨설턴트 지원신청' 버튼 클릭 (온라인 접수)
지원자격 및 제출서류 등 자세한 내용은 홈페이지 공지사항 참고 바랍니다.
문의전화 한국방송광고진흥공사부산지사 ☎ 051-751-0400



한국방송광고진흥공사 부산지사

2024년도 부산·경남권역 지역밀착형 방송광고 활성화 기반구축사업 1차 모집 안내

모집기간 : 2024.01.29 ~ 02.22 까지 (25일간)

사업내용

① 소상공인 소재 지역의 TV/RADIO 방송광고 제작/송출비의 90% (기업당 최대 900만원 한도)
※ 단, 부가세는 별도 본인 부담
② 1:1 광고컨설팅 비용 전액 지원

지원대상

최근 1년 내 지상파 광고집행 한 적 없고
불·여름에 방송광고를 하고 싶은
부산경남권역 소상공인
※ 전체 모집규모 12(2월) 70% (180사) / 2차(6월) 30% (77사) 중 구역별 편다선발 예정

지원방법

KOBACO 중소기업 방송광고 지원 홈페이지 접속 (www.kobaco.co.kr/smad)
▶ '지역밀착형 방송광고 지원사업' 버튼 클릭 (홈페이지 접속)
지원조건 및 제출서류 등 자세한 내용은 홈페이지 공지사항 참고 바랍니다.

결과발표 3월 25일 (월) 예정

문의전화 한국방송광고진흥공사(KOBACO) 부산지사 ☎ 051-751-0400

신규 대형광고주 개발(■지사 ■파트)

가. 추진배경

- 지상파매체 경쟁력 하락 및 지역경제 저성장 기조로 인한 신탁 감소 유지
 - 인구감소, 대기업 부재 등 고질적인 지역경제 침체 현상 지속
 - 코로나 장기화 및 지역건설경기 침체로 유통, 대학, 분양 등 기존광고주 이탈
- 기존광고주 신탁기반 붕괴에 따라 신업종, 신평고주 개발 필요성 대두

나. 세부추진내용

- 전략광고주 선정 및 체계적 관리를 통한 대형 고정광고주 집중 발굴
 - 핵심광고주(KKK, LLL, TTT등) 담당자별 공영매체 최적판매패키지 제안
 - 유망광고주(UUU, VVV, WWW 등) 신규 전국권 TV 론칭 컨설팅 시행
 - 공공광고주(XXX, YYY 등) 정책홍보이슈 활용 효율적 광고집행 유도
- 광고시장 신규진입 광고주 확보
 - ZZZ, QQQQ 등 유관기관 협업, KOBACO 중소기업 지원제도 홍보
 - 고객친화 & 중소형 광고주 판매제도 개발, 미래 잠재광고주풀 확대

다. 추진성과

- 뷰티,헬스케어,프랜차이즈,공공 등 부문별 핵심광고주개발로 지사 미래성장기반 조성
 - KKK(○○/○○○○○○) : 21년 93억, 22년 147억, 23년 57억 집행 대형광고주 탄생
 - LLL(○○○○) : 일반/가상/간접 등 다양한 광고플랫폼 활용 전국광고주로 성장
 - WWW(○○, ○○), UUU(○○○), ZZZ(○○○○) 지역스타광고주 배출
- 전사목표 달성에 기여, 대구지사 지속가능경영 실현
 - 22년(148%), 23년(160%) 2년 연속 지사 영업목표 초과 및 경영수지 흑자 달성

지역소재 전국광고주 신규시장개발 마케팅 성공 지원(▽지사)

가. 추진배경

○ 경기침체 및 대내외 불확실성 확대에 의한 지역광고시장 위축

- 글로벌 경기침체, 인플레이션 등으로 지역경제 불황, 지역 중소광고주 실탁 감소
- 전국광고주 'NNN' 마케팅 지원을 통한 지역광고시장 및 지역경제 활성화 도모

나. 세부추진내용

구 분	세 부 내 용
① NNN 신규 런칭 품목 연중마케팅 일정 파악	【광고주 본사 방문 및 홍보담당자 접촉】 <ul style="list-style-type: none"> • NNN 홍보마케팅 담당부서 사전연락 및 방문 → NNN 연간 신제품 출시일정 및 홍보전략 청취 • 'XXXX' 즉석식품 등 신규 라인 순차적 런칭중(2021년~) • NNN 신규시장 시장침투 마케팅 전략 수립 확인 → 가정간편식 업계 후발주자로 공격적 마케팅 기조 포착
② 홍보품목별 특징 파악 및 적합 매체 선정	【신제품별 적합 홍보매체 선정을 통한 광고효과 극대화】 <ul style="list-style-type: none"> • 'NNN' §§라면, 즉석밥 등 시각적 홍보효과 초점 → 평일 저녁, 주말 심야시간 시청층 주타깃 공략 → TV 주말드라마 및 심야예능 시간대 PPL 집행 제안 • 영유아용 즉석식품 '◆◆' ■■■■집행 제안 → 당동당 유치원, 꼬마버스 타요 등 어린이프로그램 집중 배치
③ 광고회사별 집행 제안 및 신탁 최종 유치	【광고회사 품목별 대행 확인 및 각기 접촉】 <ul style="list-style-type: none"> • EEEEE, FFFFF, GGGGG, HHHHH 등 신제품 홍보품목별 대행 담당자 개별 접촉 및 최종 유치 경쟁매체 대비 비교우위 강조, 지상파 예산 증액 수주 성공 → 광고주 만족도 향상을 위한 단독패키지 추가 제안

다. 추진성과

○ 지역신탁 증대 기여 및 팔목 성과 달성

- 22년도 NNN 단일 신탁 15억원 및 23년도 20억원 유치
→ 경기침체 및 지역광고시장 불황 위기속 전북지소 단일광고주 최다 실적 성취
- 23년도 본지사 합산, 광주지사 연간 목표대비 실적 1위 달성 기여(목표대비 82.2%)

지역경제 활성화 기여 (▽지사)

가. 추진배경

- 금리인상, 고물가 등 불안요소로 지역경기 악화 및 로컬 광고 실적 축소

나. 세부추진내용

- 고객과의 동반 성장을 통한 신규 광고주 개발 노력
- 유관기관 협업을 통한 지역 경제 활성화 방안 모색
 - 공사 집행 직거래 광고주 대상 광고비페이백 사업 실시(최대 60%)
 - * 중소벤처기업 마케팅 지원 MOU 체결 (21년 3월, □□□□□□협회)
 - 방송사 협업을 통한 사회적기업 방송광고 무료 홍보(최대 15백)
 - * 사회적기업 마케팅 지원 MOU 체결(21년 5월, xxxxxxxxx)

다. 추진성과

- 23년 ▽지역 중소기업 6개사 선정, 총 29백만원 광고비페이백 제공

(단위:원)

	광고주	품목	광고 집행 금액	페이백(60%,최대6백)
1	※※	두피케어	30,500,000	6,000,000
2	∞∞	물류로봇	25,000,000	6,000,000
3	□□	자동차 정비 업	10,000,000	6,000,000
4	☎☎	전시, 행사	7,460,030	4,476,018
5	♻♻	판촉물	6,356,920	3,814,152
6	㉨㉨	전자제어기기	5,100,130	3,060,078
				29,350,248

- ▽·우지역 사회적기업 7개사 대상, 총 97백만원 무료 홍보 실시

(단위: 원)

	연도	광고주	품 목	무료홍보금액
1	21년	aaa	살균기	14,022,000
2	21년	bbb	미술교보재	13,400,000
3	22년	ccc	실버서비스	14,653,000
4	22년	ddd	방과후교육	13,406,000
5	23년	eee	뮤지컬테라피	14,966,000
6	23년	fff	간병플랫폼	13,986,000
7	23년	ggg	어플리케이션	12,848,000
		합 계		97,191,000

IV 지적사항에 대한 처분 요구

1 처분요구 일람표

번호	부서	건명	처분요구			조치 기한	감사자
			종류	재정상	신분상		
1	◎국 ◆팀 □팀 ▲팀 ◇국 ◆팀 □팀 ▲팀 △/■/ ▽/★지사 (●/■지소)	판촉활동에 대한 연간계획 수립 필요	개선			60일	C D
2	△지사	소관매체 연간판매계획 수립 필요	개선			60일	D C
3	◎국 ◆팀 ◇국 ◆팀 □팀 ■지사 ★지사	직거래 광고주 계약 관련 필수서류 미비	주의		19	60일	E B
4	■지사 ▽지사 ★지사	직거래 광고주 계약 시 코바넷 등록미흡	주의		9	60일	F G
5	■지사 ★지사 ●지소	지역밀착형 방송광고 활성화 기반구축 사업관련 결과보고 누락	주의		11	60일	C E
6	△지사 ▽지사	회환대 경비 집행 및 지출절차 미흡	주의		16	60일	E H
7	▽지사	운행불일치 관리업무 미흡	주의		4	60일	F C
8	☆팀 (♥파트)	방송광고거래약관(직거래광고주용) 환불 규정 보완	개선			60일	D A

1-1 신분상 조치인원 명세

제 목	처분 내역				
	조치양정	현 소속	직책	성명	비고
① 직거래 광고주 계약 관련 필수 서류 미비	주의	◎국 ◆팀	팀장	I	
	주의	◎국 ◆팀	과장	J	
	주의	◎국 ◆팀	대리	K	
	주의	◇국 ◆팀	팀장	L	
	주의	◆실 ♥팀	과장	M	前 ◇국 ◆팀
	주의	◎국	국장	N	前 ◇국 □팀
	주의	◇국 □팀	팀장	O	
	주의	◎국 □팀	팀장	P	前 ◇국 □팀
	주의	◎국 ▲팀	대리	Q	前 ◇국 □팀
	주의	◇국 □팀	대리	R	
	주의	∞국 ♀팀	대리	S	前 ◇국 □팀
	주의	■지사	수석 상담역	T	前 ■지사장
	주의	■지사 ㄷ파트	차장	U	
	주의	■지사 ㄷ파트	수석상 담역	V	
	주의	★지사	지사장	W	
	주의	♂팀	수석 상담역	X	前 ★지사장
	주의	★지사 ㄷ파트	차장	Y	
	주의	★지사 ㄷ파트	차장	Z	
	주의	★지사 ㄷ파트	과장	AB	

제 목	처분 내역				
	조치양정	현 소속	직책	성명	비고
② 직거래 광고주 계약 시 코바넷 등록 미흡	주의	■지사	수석 상담역	T	前 ■지사장
	주의	◆실	실장	AC	前 ■지사장
	주의	■지사 ㄹ파트	차장	AD	
	주의	▽지사	지사장	AE	
	주의	♂팀	수석 상담역	AF	前 ▽지사장
	주의	▽지사 ㄹ파트	차장	BB	
	주의	★지사	지사장	W	
	주의	♂팀	수석 상담역	X	前 ★지사장
	주의	★지사 ㄹ파트	차장	BC	
③ 지역밀착형 방송광고 활성화 기반 구축사업 관련 결과보고 미비	주의	■지사	수석 상담역	T	前 ■지사장
	주의	◆실	실장	AC	前 ■지사장
	주의	■지사장	직무 대행	BD	
	주의	■지사 ㄹ파트	수석 상담역	CC	
	주의	■지사 ㄹ파트	차장	CD	
	주의	★지사	지사장	W	
	주의	♂팀	수석 상담역	X	前 ★지사장
	주의	▽지사 ㄹ파트	파트장	CE	前 ★지사 ㄹ파트
	주의	★지사 ㄹ파트	차장	Z	
	주의	★지사 ●지소	지소장	CF	
	주의	★지사 ●지소	차장	DD	

제 목	처분 내역				
	조치양정	현 소속	직책	성명	비고
④ 화환대 경비 집행 및 지출절차 미흡	주의	△지사	수석 상담역	EA	前 △지사장
	주의	△지사장	직무 대행	EB	
	주의	△지사 ♣파트	차장	EC	
	주의	△지사 ♣파트	과장	ED	
	주의	△지사 ♣파트	사원	EF	
	주의	△지사 ♠파트	파트장	FA	
	주의	△지사 ♠파트	차장	FB	
	주의	∞국 ☯팀	대리	FC	前 △지사 ♠파트
	주의	△지사 ♠파트	대리	FD	
	주의	★지사	지사장	W	
	주의	♂팀	수석 상담역	X	前 ★지사장
	주의	★지사 ♣파트	파트장	DE	
	주의	★지사 ♣파트	차장	Y	
	주의	★지사 ♣파트	차장	Z	
	주의	★지사 ♣파트	과장	AB	
	주의	★지사 ♣파트	사원	DF	
⑤ 운행불일치 관리업무 미흡	주의	★지사	지사장	W	
	주의	♂팀	수석 상담역	X	前 ★지사장
	주의	★지사 ♣파트	차장	Z	
	주의	★지사 ♣파트	과장	AB	

V 기타사항

1 감사교육 및 감사마감회의 실시

☐ 감사교육 실시

- 교육일자 : 2024. 4. 12.(금)
- 교육대상 : 감사팀장 등 7명(내부전문가 포함)
- 교육사항 : 중점 감사사항·체크리스트 공유 및 감사기법 토론 등

☐ 감사마감회의 실시

- 일자 : 2024. 6. 12.(수)
- 참석자 : 9명(◎국장, ◇국장, ☆팀장, △/■/☆/▽ 지사장, 감사팀장, 감사주무)
- 내용 : 감사사항 강평 및 의견 교환, 실지감사 관련 건의사항 청취 등

2 감사결과 통보 및 조치

- ☐ 현업부서에 감사결과 통보 : ~ 7. 10.
- ☐ 감사결과 공공감사정보시스템 입력 : ~ 7. 20.
- ☐ 감사지적·처분 및 조치이행 공공감사정보시스템 등록 : ~ 9. 6.

3 기타 조치사항

- ☐ 사내게시판 등을 통해 감사결과 보고서 게시 및 내용 공유
- ☐ 모범사례 전파 및 2024년 감사 모범사례 심사대상 후보로 확정

별첨 : 1. 감사결과 처분요구서

개 선

제 목 판촉활동에 대한 연간 계획 수립 필요

관계부서 ○국 ◆팀

내 용

1. 업무 개요

○국 ◆팀은 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 국 소관 매체에 대한 매체 기획 직무를 중심으로 공사의 주요 사업인 방송광고 영업 부문의 매출 증대를 위해 영업활동 및 그에 수반하는 운행 모니터링, 보고서 작성 등의 업무를 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

공사는 「예산규정」 제3조(예산운영 원칙) 및 「kobaco 예산운용지침」 5. (예산의 효율적 운용 기준)을 통해 ‘부문예산관리자(소관예산을 책임운용하는 부서의 장)는 수립된 운영계획에 따라 소관 예산을 운영하여야 하며, 예산을 효율적으로 집행하여야 한다’는 예산 사용의 원칙을 천명하고 있다.

이에 따라 일선 부서에서는 매년 수립되는 예산 운영계획을 반영하여 추진 사업 단위로 연간계획을 수립함으로써 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하기 위한 노력을 기울인다. 이러한 활동은 방송광고 판매를 주요사업으로 추진하고 있는 공사의 입장에서 영업활동과 관련한 판매촉진비 집행에 대해서도 필요한 절차라 할 수 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

제출된 감사 요구자료 및 전자결재 목록을 통해 판매촉진비 사용 현황을 점검한 결과 “연간 판촉계획”은 수립되지 않았으며, 정기적 혹은 계기별 필요에 의한 판촉활동 실시품의 및 그에 따른 결과보고만 되어 있음을 확인하였다.

방송광고 규모의 급감, 경쟁 상황 격화 등 영업환경이 어려워지는 현시점에서 소관 매체의 판매 전략과 연계된 효과적인 판촉 활동의 중요성이 커지고 있는 현실을 감안한다면, 효율적이고 전략적인 판촉 활동을 전개하기 위해 “연간 판촉계획”을 수립하여 판촉 활동의 근간으로 삼는 노력을 기울일 필요가 있다.

관계부서 의견

판매촉진비 예산이 부족할 경우 본부예산 내 절간 이동 및 추경이 필요한 경우도 있어 연초에 연간 판촉계획을 확정하기에 애로점이 있지만, 판매전략과 연관된 체계적인 예산집행을 위해 지속적으로 노력하겠다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 ◎국 ◆팀은 방송광고 판매 전략, 공사의 예산집행 원칙 및 방향성 등을 반영한 “연간 판촉계획” 수립을 통해 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하시기 바랍니다. (개선)

개 선

제 목 판촉활동에 대한 연간 계획 수립 필요

관계부서 ◎국 □팀

내 용

1. 업무 개요

◎국 □팀은 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 국 소관 매체에 대한 광고 판매 직무를 중심으로 매체 판매 및 관리, 특화상품 개발 및 통합마케팅 제안영업, 전략광고주 관리, 판매제도 설명회 등 판촉행사 기획 및 진행 업무를 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

공사는 「예산규정」 제3조(예산운영 원칙) 및 「kobaco 예산운용지침」 5. (예산의 효율적 운용 기준)을 통해 ‘부문예산관리자(소관예산을 책임운용하는 부서의 장)는 수립된 운영계획에 따라 소관 예산을 운영하여야 하며, 예산을 효율적으로 집행하여야 한다’는 예산 사용의 원칙을 천명하고 있다.

이에 따라 일선 부서에서는 매년 수립되는 예산 운영계획을 반영하여 추진 사업 단위로 연간계획을 수립함으로써 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하기 위한 노력을 기울인다. 이러한 활동은 방송광고 판매를 주요사업으로 추진하고 있는 공사의 입장에서 영업활동과 관련한 판매촉진비 집행에 대해서도 필요한 절차라 할 수 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

제출된 감사 요구자료 및 전자결재 목록을 통해 판매촉진비 사용 현황을 점검한 결과 “연간 판촉계획”은 수립되지 않았으며, 정기적 혹은 계기별 필요에 의한 판촉활동 실시품의 및 그에 따른 결과보고만 되어 있음을 확인하였다.

방송광고 규모의 급감, 경쟁 상황 격화 등 영업환경이 어려워지는 현시점에서 소관 매체의 판매 전략과 연계된 효과적인 판촉 활동의 중요성이 커지고 있는 현실을 감안한다면, 효율적이고 전략적인 판촉 활동을 전개하기 위해 “연간 판촉계획”을 수립하여 판촉 활동의 근간으로 삼는 노력을 기울일 필요가 있다.

관계부서 의견

판매촉진비 예산이 부족할 경우 본부예산 내 절간 이동 및 추경이 필요한 경우도 있어 연초에 연간 판촉계획을 확정하기에 애로점이 있지만, 판매전략과 연관된 체계적인 예산집행을 위해 지속적으로 노력하겠다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 ◎국 □팀은 방송광고 판매 전략, 공사의 예산집행 원칙 및 방향성 등을 반영한 “연간 판촉계획” 수립을 통해 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하시기 바랍니다. (개선)

개 선

제 목 판촉활동에 대한 연간 계획 수립 필요

관계부서 ○국 ▲팀

내 용

1. 업무 개요

○국 ▲팀은 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 국 소관 매체에 대한 광고 판매 직무를 중심으로 전략광고주 관리 및 신규광고주 개발, 가상/간접 광고 판매 및 통합상품 개발을 추진하고 있으며, 마케팅 직무를 중심으로 라디오 청취율 자료 구매 및 광고1번지 제작 등의 업무를 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

공사는 「예산규정」 제3조(예산운영 원칙) 및 「kobaco 예산운용지침」 5. (예산의 효율적 운용 기준)을 통해 ‘부문예산관리자(소관예산을 책임운용하는 부서의 장)는 수립된 운영계획에 따라 소관 예산을 운영하여야 하며, 예산을 효율적으로 집행하여야 한다’는 예산 사용의 원칙을 천명하고 있다.

이에 따라 일선 부서에서는 매년 수립되는 예산 운영계획을 반영하여 추진 사업 단위로 연간계획을 수립함으로써 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하기 위한 노력을 기울인다. 이러한 활동은 방송광고 판매를 주요사업으로 추진하고 있는 공사의 입장에서 영업활동과 관련한 판매촉진비 집행에 대해서도 필요한 절차라 할 수 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

제출된 감사 요구자료 및 전자결재 목록을 통해 판매촉진비 사용 현황을 점검한 결과 “연간 판촉계획”은 수립되지 않았으며, 정기적 혹은 계기별 필요에 의한 판촉활동 실시품의 및 그에 따른 결과보고만 되어 있음을 확인하였다.

방송광고 규모의 급감, 경쟁 상황 격화 등 영업환경이 어려워지는 현시점에서 소관 매체의 판매 전략과 연계된 효과적인 판촉 활동의 중요성이 커지고 있는 현실을 감안한다면, 효율적이고 전략적인 판촉 활동을 전개하기 위해 “연간 판촉계획”을 수립하여 판촉 활동의 근간으로 삼는 노력을 기울일 필요가 있다.

관계부서 의견

판매촉진비 예산이 부족할 경우 본부예산 내 절간 이동 및 추경이 필요한 경우도 있어 연초에 연간 판촉계획을 확정하기에 애로점이 있지만, 판매전략과 연관된 체계적인 예산집행을 위해 지속적으로 노력하겠다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 ◎국 ▲팀은 방송광고 판매 전략, 공사의 예산집행 원칙 및 방향성 등을 반영한 “연간 판촉계획” 수립을 통해 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하시기 바랍니다. (개선)

개 선

제 목 판촉활동에 대한 연간 계획 수립 필요

관계부서 ◇국 ◆팀

내 용

1. 업무 개요

◇국 ◆팀은 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 국 소관 매체에 대한 매체 기획 직무를 중심으로 공사의 주요 사업인 방송광고 영업 부문의 매출 증대를 위해 영업활동 및 그에 수반하는 운행 모니터링, 보고서 작성 등의 업무를 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

공사는 「예산규정」 제3조(예산운영 원칙) 및 「kobaco 예산운용지침」 5. (예산의 효율적 운용 기준)을 통해 ‘부문예산관리자(소관예산을 책임운용하는 부서의 장)는 수립된 운영계획에 따라 소관 예산을 운영하여야 하며, 예산을 효율적으로 집행하여야 한다’는 예산 사용의 원칙을 천명하고 있다.

이에 따라 일선 부서에서는 매년 수립되는 예산 운영계획을 반영하여 추진 사업 단위로 연간계획을 수립함으로써 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하기 위한 노력을 기울인다. 이러한 활동은 방송광고 판매를 주요사업으로 추진하고 있는 공사의 입장에서 영업활동과 관련한 판매촉진비 집행에 대해서도 필요한 절차라 할 수 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

제출된 감사 요구자료 및 전자결재 목록을 통해 판매촉진비 사용 현황을 점검한 결과 “연간 판촉계획”은 수립되지 않았으며, 정기적 혹은 계기별 필요에 의한 판촉활동 실시품의 및 그에 따른 결과보고만 되어 있음을 확인하였다.

방송광고 규모의 급감, 경쟁 상황 격화 등 영업환경이 어려워지는 현시점에서 소관 매체의 판매 전략과 연계된 효과적인 판촉 활동의 중요성이 커지고 있는 현실을 감안한다면, 효율적이고 전략적인 판촉 활동을 전개하기 위해 “연간 판촉계획”을 수립하여 판촉 활동의 근간으로 삼는 노력을 기울일 필요가 있다.

관계부서 의견

감사의견에 공감하는 바도 있으나, 주요 콘텐츠별 판촉 시기가 불확실하고 일부 스포츠 이벤트의 경우 중계방송사 결정이 예측과 다른 경우가 많아 현행의 계기별 판촉 또한 실질적인 효과 창출 측면에서 유의미한 부분이 있다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 ◇국 ◆팀은 방송광고 판매 전략, 공사의 예산집행 원칙 및 방향성 등을 반영한 “연간 판촉계획” 수립을 통해 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하시기 바랍니다. (개선)

개 선

제 목 판촉활동에 대한 연간 계획 수립 필요

관계부서 ◇국 □팀

내 용

1. 업무 개요

◇국 □팀은 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 국 소관 매체에 대한 광고 판매 직무를 중심으로 매체 판매 및 관리, 특화상품 개발 및 통합마케팅 제안영업, 전략광고주 관리, 판매제도 설명회 등 판촉행사 기획 및 진행 업무를 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

공사는 「예산규정」 제3조(예산운영 원칙) 및 「kobaco 예산운용지침」 5. (예산의 효율적 운용 기준)을 통해 ‘부문예산관리자(소관예산을 책임운용하는 부서의 장)는 수립된 운영계획에 따라 소관 예산을 운영하여야 하며, 예산을 효율적으로 집행하여야 한다’는 예산 사용의 원칙을 천명하고 있다.

이에 따라 일선 부서에서는 매년 수립되는 예산 운영계획을 반영하여 추진 사업 단위로 연간계획을 수립함으로써 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하기 위한 노력을 기울인다. 이러한 활동은 방송광고 판매를 주요사업으로 추진하고 있는 공사의 입장에서 영업활동과 관련한 판매촉진비 집행에 대해서도 필요한 절차라 할 수 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

제출된 감사 요구자료 및 전자결재 목록을 통해 판매촉진비 사용 현황을 점검한 결과 “연간 판촉계획”은 수립되지 않았으며, 정기적 혹은 계기별 필요에 의한 판촉활동 실시품의 및 그에 따른 결과보고만 되어 있음을 확인하였다.

방송광고 규모의 급감, 경쟁 상황 격화 등 영업환경이 어려워지는 현시점에서 소관 매체의 판매 전략과 연계된 효과적인 판촉 활동의 중요성이 커지고 있는 현실을 감안 한다면, 효율적이고 전략적인 판촉 활동을 전개하기 위해 “연간 판촉계획”을 수립하여 판촉 활동의 근간으로 삼는 노력을 기울일 필요가 있다.

관계부서 의견

감사의견에 공감하는 바도 있으나, 주요 콘텐츠별 판촉 시기가 불확실하고 라디오 매체의 개편 및 특집 시기의 결정이 예측과 다른 경우가 많아 현행의 계기별 판촉 또한 실질적인 효과 창출 측면에서 유의미한 부분이 있다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 ◇국 □팀은 방송광고 판매 전략, 공사의 예산집행 원칙 및 방향성 등을 반영한 “연간 판촉계획” 수립을 통해 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하시기 바랍니다. (개선)

개 선

제 목 판촉활동에 대한 연간 계획 수립 필요

관계부서 ◇국 ▲팀

내 용

1. 업무 개요

◇국 ▲팀은 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 국 소관 매체에 대한 광고 판매 직무를 중심으로 전략광고주 관리 및 신규광고주 개발, 가상/간접 광고 판매 및 통합상품 개발을 추진하고 있으며, 마케팅 직무를 중심으로 마케팅컨설팅 비즈니스 모델 수립, 시청률 및 모니터 자료 구매 등의 업무를 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

공사는 「예산규정」 제3조(예산운영 원칙) 및 「kobaco 예산운용지침」 5. (예산의 효율적 운용 기준)을 통해 ‘부문예산관리자(소관예산을 책임운용하는 부서의 장)는 수립된 운영계획에 따라 소관 예산을 운영하여야 하며, 예산을 효율적으로 집행하여야 한다’는 예산 사용의 원칙을 천명하고 있다.

이에 따라 일선 부서에서는 매년 수립되는 예산 운영계획을 반영하여 추진 사업 단위로 연간계획을 수립함으로써 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하기 위한 노력을 기울인다. 이러한 활동은 방송광고 판매를 주요사업으로 추진하고 있는 공사의 입장에서 영업활동과 관련한 판매촉진비 집행에 대해서도 필요한 절차라 할 수 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

제출된 감사 요구자료 및 전자결재 목록을 통해 판매촉진비 사용 현황을 점검한 결과 “연간 판촉계획”은 수립되지 않았으며, 정기적 혹은 계기별 필요에 의한 판촉활동 실시품의 및 그에 따른 결과보고만 되어 있음을 확인하였다.

방송광고 규모의 급감, 경쟁 상황 격화 등 영업환경이 어려워지는 현시점에서 소관 매체의 판매 전략과 연계된 효과적인 판촉 활동의 중요성이 커지고 있는 현실을 감안한다면, 효율적이고 전략적인 판촉 활동을 전개하기 위해 “연간 판촉계획”을 수립하여 판촉 활동의 근간으로 삼는 노력을 기울일 필요가 있다.

관계부서 의견

감사 의견에 공감하지만, 영업 현장에서 예상치 않은 시장변동 사항 발생 시 이에 즉각적으로 대응하기 위한 판촉 활동 또한 필요하다고 생각하며 향후에는 양쪽을 다 보완할 수 있는 체계적인 판촉 활동이 이루어질 수 있도록 하겠다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 ◇국 ▲팀은 방송광고 판매 전략, 공사의 예산집행 원칙 및 방향성 등을 반영한 “연간 판촉계획” 수립을 통해 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하시기 바랍니다. (개선)

개 선

제 목 판촉활동에 대한 연간 계획 수립 필요

관계부서 △ 지사

내 용

1. 업무 개요

△지사는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 소관 매체 영업 등 광고 판매 직무, 수금 및 운행 등 영업 지원 직무 및 지사 운영 직무를 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

공사는 「예산규정」 제3조(예산운영 원칙) 및 「kobaco 예산운용지침」 5. (예산의 효율적 운용 기준)을 통해 ‘부문예산관리자(소관예산을 책임운용하는 부서의 장)는 수립된 운영계획에 따라 소관 예산을 운영하여야 하며, 예산을 효율적으로 집행하여야 한다’는 예산 사용의 원칙을 천명하고 있다.

이에 따라 일선 부서에서는 매년 수립되는 예산 운영계획을 반영하여 추진 사업 단위로 연간계획을 수립함으로써 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하기 위한 노력을 기울인다. 이러한 활동은 방송광고 판매를 주요사업으로 추진하고 있는 공사의 입장에서 영업활동과 관련한 판매촉진비 집행에 대해서도 필요한 절차라 할 수 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

제출된 감사 요구자료 및 전자결재 목록을 통해 판매촉진비 사용 현황을 점검한 결과 “연간 판촉계획”은 수립되지 않았으며, 정기적 혹은 계기별 필요에 의한 판촉활동 실시품의 및 그에 따른 결과보고만 되어 있음을 확인하였다.

방송광고 규모의 급감, 경쟁 상황 격화 등 영업환경이 어려워지는 현시점에서 소관 매체의 판매 전략과 연계된 효과적인 판촉 활동의 중요성이 커지고 있는 현실을 감안한다면, 효율적이고 전략적인 판촉 활동을 전개하기 위해 “연간 판촉계획”을 수립하여 판촉 활동의 근간으로 삼는 노력을 기울일 필요가 있다.

관계부서 의견

감사 의견에 공감하며, 향후 연간 판촉계획 수립 등을 통해 보다 체계적인 영업 판촉 활동을 전개할 수 있도록 하겠다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 △ 지사는 방송광고 판매 전략, 공사의 예산집행 원칙 및 방향성 등을 반영한 “연간 판촉계획” 수립을 통해 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하시기 바랍니다. (개선)

개 선

제 목 판촉활동에 대한 연간 계획 수립 필요

관계부서 ■ 지사

내 용

1. 업무 개요

■ 지사는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 소관 매체 영업 등 광고 판매 직무, 수금 및 운행 등 영업 지원 직무 및 지사 운영 직무를 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

공사는 「예산규정」 제3조(예산운영 원칙) 및 「kobaco 예산운용지침」 5. (예산의 효율적 운용 기준)을 통해 ‘부문예산관리자(소관예산을 책임운용하는 부서의 장)는 수립된 운영계획에 따라 소관 예산을 운영하여야 하며, 예산을 효율적으로 집행하여야 한다’는 예산 사용의 원칙을 천명하고 있다.

이에 따라 일선 부서에서는 매년 수립되는 예산 운영계획을 반영하여 추진 사업 단위로 연간계획을 수립함으로써 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하기 위한 노력을 기울인다. 이러한 활동은 방송광고 판매를 주요사업으로 추진하고 있는 공사의 입장에서 영업활동과 관련한 판매촉진비 집행에 대해서도 필요한 절차라 할 수 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

제출된 감사 요구자료 및 전자결재 목록을 통해 판매촉진비 사용 현황을 점검한 결과 “연간 판촉계획”은 수립되지 않았으며, 정기적 혹은 계기별 필요에 의한 판촉활동 실시품의 및 그에 따른 결과보고만 되어 있음을 확인하였다.

방송광고 규모의 급감, 경쟁 상황 격화 등 영업환경이 어려워지는 현시점에서 소관 매체의 판매 전략과 연계된 효과적인 판촉 활동의 중요성이 커지고 있는 현실을 감안한다면, 효율적이고 전략적인 판촉 활동을 전개하기 위해 “연간 판촉계획”을 수립하여 판촉 활동의 근간으로 삼는 노력을 기울일 필요가 있다.

관계부서 의견

변화하는 영업환경을 반영하기 위해서는 연간 판촉계획을 연초에 기안으로 확정하기 곤란하다 판단하여 계획수립 후 내부적으로만 공유하여 왔으나, 향후에는 연간 판촉계획을 전략적으로 수립하여 체계적인 영업 판촉 활동을 전개할 수 있도록 하겠다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 ■ 지사는 방송광고 판매 전략, 공사의 예산집행 원칙 및 방향성 등을 반영한 “연간 판촉계획” 수립을 통해 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하시기 바랍니다. (개선)

개 선

제 목 판촉활동에 대한 연간 계획 수립 필요

관계부서 ▽ 지사

내 용

1. 업무 개요

▽ 지사는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 소관 매체 영업 등 광고 판매 직무, 수금 및 운행 등 영업 지원 직무 및 지사 운영 직무를 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

공사는 「예산규정」 제3조(예산운영 원칙) 및 「kobaco 예산운용지침」 5. (예산의 효율적 운용 기준)을 통해 ‘부문예산관리자(소관예산을 책임운용하는 부서의 장)는 수립된 운영계획에 따라 소관 예산을 운영하여야 하며, 예산을 효율적으로 집행하여야 한다’는 예산 사용의 원칙을 천명하고 있다.

이에 따라 일선 부서에서는 매년 수립되는 예산 운영계획을 반영하여 추진 사업 단위로 연간계획을 수립함으로써 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하기 위한 노력을 기울인다. 이러한 활동은 방송광고 판매를 주요사업으로 추진하고 있는 공사의 입장에서 영업활동과 관련한 판매촉진비 집행에 대해서도 필요한 절차라 할 수 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

제출된 감사 요구자료 및 전자결재 목록을 통해 판매촉진비 사용 현황을 점검한 결과 “연간 판촉계획”은 수립되지 않았으며, 정기적 혹은 계기별 필요에 의한 판촉활동 실시품의 및 그에 따른 결과보고만 되어 있음을 확인하였다.

방송광고 규모의 급감, 경쟁 상황 격화 등 영업환경이 어려워지는 현시점에서 소관 매체의 판매 전략과 연계된 효과적인 판촉 활동의 중요성이 커지고 있는 현실을 감안한다면, 효율적이고 전략적인 판촉 활동을 전개하기 위해 “연간 판촉계획”을 수립하여 판촉 활동의 근간으로 삼는 노력을 기울일 필요가 있다.

관계부서 의견

감사의견에 공감하며, 향후 연간 판촉계획 수립 등을 통해 보다 체계적인 영업 판촉활동을 전개할 수 있도록 하겠다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 ▽지사는 방송광고 판매 전략, 공사의 예산집행 원칙 및 방향성 등을 반영한 “연간 판촉계획” 수립을 통해 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하시기 바랍니다. (개선)

개 선

제 목 판촉활동에 대한 연간 계획 수립 필요

관계부서 ★ 지사

내 용

1. 업무 개요

★ 지사는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 소관 매체 영업 등 광고 판매 직무, 수금 및 운행 등 영업 지원 직무 및 지사 운영 직무를 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

공사는 「예산규정」 제3조(예산운영 원칙) 및 「kobaco 예산운용지침」 5. (예산의 효율적 운용 기준)을 통해 ‘부문예산관리자(소관예산을 책임운용하는 부서의 장)는 수립된 운영계획에 따라 소관 예산을 운영하여야 하며, 예산을 효율적으로 집행하여야 한다’는 예산 사용의 원칙을 천명하고 있다.

이에 따라 일선 부서에서는 매년 수립되는 예산 운영계획을 반영하여 추진 사업 단위로 연간계획을 수립함으로써 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하기 위한 노력을 기울인다. 이러한 활동은 방송광고 판매를 주요사업으로 추진하고 있는 공사의 입장에서 영업활동과 관련한 판매촉진비 집행에 대해서도 필요한 절차라 할 수 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

제출된 감사 요구자료 및 전자결재 목록을 통해 판매촉진비 사용 현황을 점검한 결과 “연간 판촉계획”은 수립되지 않았으며, 정기적 혹은 계기별 필요에 의한 판촉활동 실시품의 및 그에 따른 결과보고만 되어 있음을 확인하였다.

방송광고 규모의 급감, 경쟁 상황 격화 등 영업환경이 어려워지는 현시점에서 소관 매체의 판매 전략과 연계된 효과적인 판촉 활동의 중요성이 커지고 있는 현실을 감안한다면, 효율적이고 전략적인 판촉 활동을 전개하기 위해 “연간 판촉계획”을 수립하여 판촉 활동의 근간으로 삼는 노력을 기울일 필요가 있다.

관계부서 의견

감사 의견을 존중하며, 앞으로 연간 판촉계획을 수립하여 보다 체계적인 영업활동을 추진할 수 있도록 하겠다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 ★ 지사는 방송광고 판매 전략, 공사의 예산집행 원칙 및 방향성 등을 반영한 “연간 판촉계획” 수립을 통해 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하시기 바랍니다. (개선)

개 선

제 목 판촉활동에 대한 연간 계획 수립 필요

관계부서 ■ 지소

내 용

1. 업무 개요

■ 지소는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 소관 매체 영업 등 광고 판매 직무, 수금 및 운행 등 영업 지원 직무 및 지사 운영 직무를 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

공사는 「예산규정」 제3조(예산운영 원칙) 및 「kobaco 예산운용지침」 5. (예산의 효율적 운용 기준)을 통해 ‘부문예산관리자(소관예산을 책임운용하는 부서의 장)는 수립된 운영계획에 따라 소관 예산을 운영하여야 하며, 예산을 효율적으로 집행하여야 한다’는 예산 사용의 원칙을 천명하고 있다.

이에 따라 일선 부서에서는 매년 수립되는 예산 운영계획을 반영하여 추진 사업 단위로 연간계획을 수립함으로써 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하기 위한 노력을 기울인다. 이러한 활동은 방송광고 판매를 주요사업으로 추진하고 있는 공사의 입장에서 영업활동과 관련한 판매촉진비 집행에 대해서도 필요한 절차라 할 수 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

제출된 감사 요구자료 및 전자결재 목록을 통해 판매촉진비 사용 현황을 점검한 결과 “연간 판촉계획”은 수립되지 않았으며, 정기적 혹은 계기별 필요에 의한 판촉활동 실시품의 및 그에 따른 결과보고만 되어 있음을 확인하였다.

방송광고 규모의 급감, 경쟁 상황 격화 등 영업환경이 어려워지는 현시점에서 소관 매체의 판매 전략과 연계된 효과적인 판촉 활동의 중요성이 커지고 있는 현실을 감안한다면, 효율적이고 전략적인 판촉 활동을 전개하기 위해 “연간 판촉계획”을 수립하여 판촉 활동의 근간으로 삼는 노력을 기울일 필요가 있다.

관계부서 의견

감사 의견에 공감하며, 향후 연간 판촉계획 수립 등을 통해 보다 체계적인 영업 판촉 활동을 전개할 수 있도록 하겠다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 ☒ 지소는 방송광고 판매 전략, 공사의 예산집행 원칙 및 방향성 등을 반영한 “연간 판촉계획” 수립을 통해 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하시기 바랍니다. (개선)

개 선

제 목 판촉활동에 대한 연간 계획 수립 필요

관계부서 ㉠ 지소

내 용

1. 업무 개요

㉠ 지소는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 소관 매체 영업 등 광고 판매 직무, 수금 및 운행 등 영업 지원 직무 및 지사 운영 직무를 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

공사는 「예산규정」 제3조(예산운영 원칙) 및 「kobaco 예산운용지침」 5. (예산의 효율적 운용 기준)을 통해 ‘부문예산관리자(소관예산을 책임운용하는 부서의 장)는 수립된 운영계획에 따라 소관 예산을 운영하여야 하며, 예산을 효율적으로 집행하여야 한다’는 예산 사용의 원칙을 천명하고 있다.

이에 따라 일선 부서에서는 매년 수립되는 예산 운영계획을 반영하여 추진 사업 단위로 연간계획을 수립함으로써 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하기 위한 노력을 기울인다. 이러한 활동은 방송광고 판매를 주요사업으로 추진하고 있는 공사의 입장에서 영업활동과 관련한 판매촉진비 집행에 대해서도 필요한 절차라 할 수 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

제출된 감사 요구자료 및 전자결재 목록을 통해 판매촉진비 사용 현황을 점검한 결과 “연간 판촉계획”은 수립되지 않았으며, 정기적 혹은 계기별 필요에 의한 판촉활동 실시품의 및 그에 따른 결과보고만 되어 있음을 확인하였다.

방송광고 규모의 급감, 경쟁 상황 격화 등 영업환경이 어려워지는 현시점에서 소관 매체의 판매 전략과 연계된 효과적인 판촉 활동의 중요성이 커지고 있는 현실을 감안한다면, 효율적이고 전략적인 판촉 활동을 전개하기 위해 “연간 판촉계획”을 수립하여 판촉 활동의 근간으로 삼는 노력을 기울일 필요가 있다.

관계부서 의견

감사 의견에 공감하며, 향후 연간 판촉계획 수립 등을 통해 보다 체계적인 영업 판촉 활동을 전개할 수 있도록 하겠다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 ㉠ 지소는 방송광고 판매 전략, 공사의 예산집행 원칙 및 방향성 등을 반영한 “연간 판촉계획” 수립을 통해 예산 사용의 체계성 및 효율성을 확보하시기 바랍니다. (개선)

개 선

제 목 소관매체 연간 판매계획 수립 필요

관계부서 △ 지사

내 용

1. 업무 개요

△ 지사는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 소관 매체 영업 등 광고 판매 직무, 수금 및 운행 등 영업 지원 직무 및 지사 운영 직무를 수행하고 있다.

2. 판단기준

방송광고 판매는 지사 조직에서 수행하는 업무 중 단연 핵심이며 따라서 방송광고 판매 결과의 향상을 목표로 하기 위해 인원과 예산의 투입과 함께, 판매제도를 중심으로 한 효과적인 판매계획 수립이 요구된다.

부산과 울산 지역 지상파 방송광고를 전담 판매하는 부산지사는 담당 매체의 판매 재원을 분석하고 수요를 예측하여 할인·보너스 제공을 조합한 판매제도를 만들어 연간 판매계획을 수립한 후 그에 기반한 영업활동을 전개해 나가야 한다.

또한, 연간 판매계획에는 재원분석, 판매제도, 제공 가능한 할인·보너스율 등의 기본정보 이외에 예측 가능한 변동성에 대한 대응책 등이 포함되게 수립함으로써 부산지사 광고 판매의 매뉴얼 역할을 수행해야 한다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

감사자료 및 감사대상 기간 동안의 전자결재 내역을 살펴본 결과 부산지사는 현재 소관 매체에 판매제도 변경 요인이 발생한 경우에 한하여 비정기적으로 판매제도 변경 품의를 하고 있는 것으로 확인되었다. 하지만 변경 품의를 통해 다루고 있는 내용이 판매제도의 변경 요인 및 변경 내용에 국한되어 있어 지사의 연간 판매계획으로서의 역할에는 미치지 못하는 것으로 판단된다.

관계부서 의견

감사 의견에 공감하며, 향후 연간 판매계획 수립을 통해 소관 매체에 대한 방송광고 판매 기준을 정립하도록 하겠다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 △ 지사는 소관 매체의 판매자원 분석 및 수요예측을 통해 할인·보너스 제공을 조합한 판매제도를 만들어 연간 판매계획을 수립하고 이를 근거로 지사의 방송광고 판매 업무를 합리적, 효율적으로 개선하시기 바랍니다. (개선)

주의 요구

제 목 직거래 광고주 계약 관련 필수 서류 미비

관계부서 ◎국 ◆팀

내 용

1. 업무 개요

◎국 ◆팀은 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 국 소관매체 방송 광고영업 판매제도 수립 및 판매, 광고주·광고회사별 영업 업무 등을 수행하고 있다.

일반 직거래 광고주 방송광고 거래 시 영업사원은 「방송광고 업무 관리지침」 제7조에 따라 직거래 광고주의 최초 방송광고 청약에 앞서 방송광고거래 기본계약을 체결한 뒤, 방송광고 거래 업무를 처리한다.

2. 관계법령 및 판단기준

「방송광고거래약관」 제6조에 따라 방송광고를 하고자 하는 광고주는 공사와 방송광고거래 기본계약을 체결함에 앞서, 사업자등록증·인감증명서(최근 3개월 이내 발급)·법인명의 통장 사본을 각 1부 제출하여야 한다.

따라서 직거래 광고주와 기본계약을 체결하는 영업사원은 계약체결의 적법성을 담보하고 계약상대방의 정당한 자격 확인을 위해 제출서류의 유효여부와 누락여부를 확인해야 할 필요가 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

◎국 ◆팀은 감사기간 중 방송광고거래 기본계약을 직거래 광고주와 체결하면서 [표 1]와 같이 총 6건의 계약에 대하여 계약서와 관련된 필수 서류를 제출받지 아니하거나, 광고주가 제출한 인감증명서 상의 인감인영과 다른 인감이 계약서에 날인된 것으로 확인되었다.

연번	계약연도	광고주명	미흡사항	담당자
1	2023	AAAAA	인감증명서와 계약서 사용인감 불일치	J
2	2023	BBBBB	인감증명서와 계약서 사용인감 불일치	K
3	2023	CCCCC	인감증명서 누락	J
4	2023	DDDDD	인감증명서와 계약서 사용인감 불일치	K
5	2022	EEEEEE	통장사본 누락	J
6	2022	FFFFFF	인감증명서 누락	J

[표 1] ◎국 ◆팀 직거래 광고주 기본계약 체결 누락 서류 현황

관계부서 의견

감사의견에 별다른 이의사항이 없으며, 향후 방송광고거래 기본계약 체결 과정에서 부속 서류 누락이 없도록 업무를 철저히 하겠다고 답변하였다.

조치할 사항 ◎국 ◆팀은 방송광고거래 기본계약을 체결할 경우
필수 서류를 누락하는 등 유사사례가 재발하지 않도록 주의하시기 바
랍니다. (주의)

관련자

◎국	◆팀	팀장	I
◎국	◆팀	과장	J
◎국	◆팀	대리	K

주의 요구

제 목 직거래 광고주 계약 관련 필수 서류 미비

관계부서 ◇국 ◆팀

내 용

1. 업무 개요

◇국 ◆팀은 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 국 소관매체 방송광고영업 판매제도 수립 및 판매, 광고주·광고회사별 영업 업무 등을 수행하고 있다.

일반 직거래 광고주 방송광고 거래 시 영업사원은 「방송광고 업무관리지침」 제7조에 따라 직거래 광고주의 최초 방송광고 청약에 앞서 방송광고거래 기본계약을 체결한 뒤, 방송광고 거래 업무를 처리한다.

2. 관계법령 및 판단기준

「방송광고거래약관」 제6조에 따라 방송광고를 하고자 하는 광고주는 공사와 방송광고거래 기본계약을 체결함에 앞서, 사업자등록증·인감증명서(최근 3개월 이내 발급)·법인명의 통장 사본을 각 1부 제출하여야 한다.

따라서 직거래 광고주와 기본계약을 체결하는 영업사원은 계약체결의 적법성을 담보하고 계약상대방의 정당한 자격 확인을 위해 제출서류의 유효여부와 누락여부를 확인해야 할 필요가 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

◇국 ◆팀은 감사기간 중 방송광고거래 기본계약을 직거래 광고주와 체결하면서 [표 1]와 같이 총 2건의 계약에 대하여 계약서와 관련된 필수 서류를 제출받지 아니하거나, 광고주가 제출한 인감증명서상의 인감인영과 다른 인감이 계약서에 날인된 것으로 확인되었다.

연번	계약연도	광고주명	미흡사항	담당자
1	2022	GGGGG	인감증명서와 계약서 사용인감 불일치	M
2	2021	HHHHH	통장사본 누락	M

[표 1] 영업2국 미디어솔루션1팀 직거래 광고주 기본계약 체결 누락 서류 현황

관계부서 의견

감사 의견에 대해 별다른 이의사항이 없으며, 향후 방송광고 거래 기본계약 체결 과정에서 부속 서류 누락이 없도록 업무를 철저히하겠다고 답변하였다.

조치할 사항 ◇국 ◆팀은 향후 방송광고거래 기본계약을 체결할 경우 필수 서류를 누락하는 등 유사사례가 재발하지 않도록 주의하시기 바랍니다. (주의)

관련자

◇국 ◆팀 팀장 L
(前) ◇국 ◆팀 과장 M (現 ♥팀)

주의 요구

제 목 직거래 광고주 계약 관련 필수 서류 미비

관계부서 ◇국 □팀

내 용

1. 업무 개요

◇국 □팀은 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 국 소관매체 방송광고영업 판매제도 수립 및 판매, 광고주·광고회사별 영업 업무 등을 수행하고 있다.

일반 직거래 광고주 방송광고 거래 시 영업사원은 「방송광고 업무관리지침」 제7조에 따라 직거래 광고주의 최초 방송광고 청약에 앞서 방송광고거래 기본계약을 체결한 뒤, 방송광고 거래 업무를 처리한다.

2. 관계법령 및 판단기준

「방송광고거래약관」 제6조에 따라 방송광고를 하고자 하는 광고주는 공사와 방송광고거래 기본계약을 체결함에 앞서, 사업자등록증·인감증명서(최근 3개월 이내 발급)·법인명의 통장 사본을 각 1부 제출하여야 한다.

따라서 직거래 광고주와 기본계약을 체결하는 영업사원은 계약체결의 적법성을 담보하고 계약상대방의 정당한 자격 확인을 위해 제출서류의 유효여부와 누락여부를 확인해야 할 필요가 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

◇국 □팀은 감사기간 중 방송광고거래 기본계약을 직거래 광고주와 체결하면서, [표 1]와 같이 총 10건의 계약에 대하여 계약서와 관련된 필수 서류를 제출받지 아니하거나, 광고주가 제출한 인감증명서상의 인감인영과 다른 인감이 계약서에 날인된 것으로 확인되었다.

연번	계약연도	광고주명	미흡사항	담당자
1	2022	ⅢⅢⅢ	인감증명서와 계약서 사용인감 불일치	R
2	2022	JJJJJ	통장사본 누락	Q
3	2022	KKKKK	인감증명서 및 통장사본 누락	Q
4	2022	LLLLL	인감증명서와 계약서 사용인감 불일치	Q
5	2021	MMMMM	인감증명서와 계약서 사용인감 불일치	S
6	2021	NNNNN	인감증명서와 계약서 사용인감 불일치	Q
7	2020	OOOOO	인감증명서와 계약서 사용인감 불일치	P
8	2020	PPPPP	통장사본 누락	P
9	2020	QQQQQ	통장사본 누락	P
10	2020	RRRRR	인감증명서 및 통장사본 누락	P

[표 1] ◇국 □팀 직거래 광고주 기본계약 체결 누락 서류 현황

관계부서 의견

감사의견에 별다른 이의사항이 없으며, 향후 방송광고거래 기본계약 체결 과정에서 부속 서류 누락이 없도록 업무를 철저히 하겠다고 답변하였다.

조치할 사항 ◇국 □팀은 향후 방송광고거래 기본계약을 체결할 경우 필수 서류를 누락하는 등 유사사례가 재발하지 않도록 주의하시기 바랍니다. (주의)

관련자

(前) ◇국	▨팀	팀장 N	(現 ◎국장)
◇국	□팀	팀장 O	
(前) ◇국	□팀	차장 P	(現 ◎국 □팀장)
(前) ◇국	□팀	대리 Q	(現 ◎국 ▲팀)
◇국	□팀	대리 R	
(前) ◇국	□팀	대리 S	(現 우팀)

주의 요구

제 목 직거래 광고주 계약 관련 필수 서류 미비
관계부서 ■지사
내 용

1. 업무 개요

■지사는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 지사 소관매체 방송 광고영업 판매제도 수립 및 판매, 광고주·광고회사별 영업 업무 등을 수행하고 있다.

일반 직거래 광고주 방송광고 거래 시 영업사원은 「방송광고 업무 관리지침」 제7조에 따라 직거래 광고주의 최초 방송광고 청약에 앞서 방송광고거래 기본계약을 체결한 뒤, 방송광고 거래 업무를 처리한다.

2. 관계법령 및 판단기준

「방송광고거래약관」 제6조에 따라 방송광고를 하고자 하는 광고주는 공사와 방송광고거래 기본계약을 체결함에 앞서, 사업자등록증·인감증명서(최근 3개월 이내 발급)·법인명의 통장 사본을 각 1부 제출하여야 한다.

따라서 직거래 광고주와 기본계약을 체결하는 영업사원은 계약체결의 적법성을 담보하고 계약상대방의 정당한 자격 확인을 위해 제출서류의 유효여부와 누락여부를 확인해야 할 필요가 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

감사결과, ■지사는 감사기간 중 방송광고거래 기본계약을 직거래

광고주와 체결하면서 [표 1]와 같이 총 3건의 계약에 대하여 계약서와 관련된 필수 서류를 제출받지 아니하거나, 광고주가 제출한 인감증명서 상의 인감인영과 다른 인감이 계약서에 날인된 것으로 확인되었다.

연번	계약연도	광고주명	미흡사항	담당자
1	2022	SSSSS	인감증명서와 계약서 사용인감 불일치	U
2	2023	TTTTT		
3	2022	UUUUU	통장 사본 누락	V

[표 4] ■지사 직거래 광고주 기본계약 체결 누락 서류 현황

관계부서 의견

감사의견에 대하여 별다른 이의사항이 없으며, 향후 방송광고거래 기본계약 체결 과정에서 부속 서류 누락이 없도록 업무를 철저히하겠다고 답변하였다.

조치할 사항 대구지사는 향후 방송광고거래 기본계약을 체결할 경우 필수 서류를 누락하는 등 유사사례가 재발하지 않도록 주의하시기 바랍니다. (주의)

관련자

(前) ■지사		지사장	T	(現 ■지사)
■지사	팀파트	차장	U	
■지사	팀파트	수석 상담역	V	

주의 요구

제 목 직거래 광고주 계약 관련 필수 서류 미비
관계부서 ★지사
내 용

1. 업무 개요

★지사는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 지사 소관매체 방송 광고영업 판매제도 수립 및 판매, 광고주·광고회사별 영업 업무 등을 수행하고 있다.

일반 직거래 광고주 방송광고 거래 시 영업사원은 「방송광고 업무 관리지침」 제7조에 따라 직거래 광고주의 최초 방송광고 청약에 앞서 방송광고거래 기본계약을 체결한 뒤, 방송광고 거래 업무를 처리한다.

2. 관계법령 및 판단기준

「방송광고거래약관」 제6조에 따라 방송광고를 하고자 하는 광고주는 공사와 방송광고거래 기본계약을 체결함에 앞서, 사업자등록증·인감증명서(최근 3개월 이내 발급)·법인명의 통장 사본을 각 1부 제출하여야 한다.

따라서 직거래 광고주와 기본계약을 체결하는 영업사원은 계약체결의 적법성을 담보하고 계약상대방의 정당한 자격 확인을 위해 제출서류의 유효여부와 누락여부를 확인해야 할 필요가 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

감사결과, ★지사는 감사기간 중 방송광고거래 기본계약을 직거래

광고주와 체결하면서 [표 1]와 같이 총 5건의 계약에 대하여 계약서와 관련된 필수 서류를 제출받지 아니하거나, 필수 서류를 제출받지 아니하거나, 유효기간이 초과된 인감증명서를 제출받은 것으로 확인되었다. 확인되었다.

연번	계약연도	광고주명	미흡사항	담당자
1	2022	VVVVV	인감증명서 기한 초과	Z
2	2022	WWWWW	통장 사본 누락	Y
3	2022	XXXXX	인감증명서 기한 초과	AB
4	2023	YYYYY	인감증명서 누락	Y
5	2023	ZZZZZ	인감증명서 누락	AB

[표 1] ★지사 직거래 광고주 기본계약 체결 누락 서류 현황

관계부서 의견

감사 의견에 대하여 별다른 이의사항이 없으며, 향후 방송광고거래 기본계약 체결 과정에서 부속 서류 누락이 없도록 업무를 철저히하겠다고 답변하였다.

조치할 사항 ★지사는 향후 방송광고거래 기본계약을 체결할 경우 필수 서류를 누락하는 등 유사사례가 재발하지 않도록 주의하시기 바랍니다.(주의)

관련자

★지사		지사장	W	
(前) ★지사		지사장	X	(現 8팀)
★지사	팀파트	차장	Y	
★지사	팀파트	차장	Z	
★지사	팀파트	과장	AB	

주의 요구

제 목 직거래 광고주 계약서 코바넷 등록 미흡

관계부서 ■지사

내 용

1. 업무 개요

■지사는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 지사 소관 지역 및 매체에 관한 방송광고영업 판매제도 수립 및 판매, 광고주·광고회사 별 영업 업무 등을 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

「방송광고 업무관리지침」 제5조에 따르면, 직거래광고주와 방송광고거래 기본계약을 체결한 후, 영업부서 담당자는 방송광고거래 계약 체결 후 그 기본계약서와 사업자등록증을 코바넷에 등록하고, 지사의 경우 지사장의 확인을 받아야 한다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

■지사는 감사기간 중 [표 1] 와 같이 총 35건의 방송광고거래 기본계약을 직거래 광고주와 체결하면서, 기본계약서 및 사업자등록증을 코바넷에 등록하지 않은 것으로 확인되었다.

연번	광고주명	연번	광고주명
1	AAAAAA	19	SSSSSS
2	BBBBBB	20	TTTTTT
3	CCCCCC	21	UUUUUU
4	DDDDDD	22	VVVVVV
5	EEEEEE	23	WWWWWW
6	FFFFFF	24	XXXXXX
7	GGGGGG	25	YYYYYY
8	HHHHHH	26	ZZZZZZ
9	IIIIII	27	AAAAAA
10	JJJJJJ	28	BBBBBB
11	KKKKKK	29	CCCCCC
12	LLLLLL	30	DDDDDD
13	MMMMMM	31	EEEEEE
14	NNNNNN	32	FFFFFF
15	OOOOOO	33	GGGGGG
16	PPPPPP	34	HHHHHH
17	QQQQQQ	35	IIIIII
18	RRRRRR	공백	

[표 1] ■지사 직거래 광고주(일반 및 혁신형) 계약 체결 현황(지사 제출자료)

관계부서 의견

감사의견에 대하여 별다른 이의사항이 없으며, 향후 직거래 광고주와의 방송광고거래 기본계약 체결 후 코바넷 등록 업무를 철저히 하겠다고 답변하였다.

조치할 사항 ■지사는 향후 직거래 광고주와의 방송광고거래 기본계약 체결 후 코바넷 등록 업무를 철저히하시기 바랍니다. (주의)

관련자

(前) ■지사	지사장	T	(前 ■지사)
(前) ■지사	지사장	AC	(現 ◇실장)
■지사	팀파트	차장	AD

주의 요구

제 목 직거래 광고주 계약서 코바넷 등록 미흡
관계부서 ★지사
내 용

1. 업무 개요

★지사는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 지사 소관 지역 및 매체에 관한 방송광고영업 판매제도 수립 및 판매, 광고주·광고회사 별 영업 업무 등을 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

「방송광고 업무관리지침」 제5조에 따르면, 직거래 광고주와 방송 광고거래 기본계약을 체결한 후, 영업부서 담당자는 방송광고거래 계약체결 후 그 기본계약서와 사업자등록증을 코바넷에 등록하고, 지사의 경우 지사장의 확인을 받아야 한다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

★지사는 감사기간 중 [표 1] 와 같이 직거래 광고주와 총 59건의 방송광고거래 기본계약을 체결하면서, 기본계약서 및 사업자등록증을 코바넷에 등록하지 않은 것으로 확인되었다.

연번	광고주명	연번	광고주명
1	JJJJJJ	31	BGBG
2	KKKKKKK	32	BHBH
3	LLLLLLL	33	BIBI
4	MMMMMMM	34	BJBJ
5	NNNNNNN	35	CACA
6	OOOOOOO	36	CBCB
7	PPPPPPP	37	CECE
8	QQQQQQQ	38	CFCF
9	RRRRRRR	39	CGCG
10	SSSSSSS	40	CHCH
11	TTTTTTT	41	CICI
12	UUUUUUU	42	CJCJ
13	VVVVVVV	43	DADA
14	WWWWWWW	44	DBDB
15	XXXXXXX	45	DCDC
16	YYYYYYY	46	DEDE
17	ZZZZZZZ	47	DFDF
18	ABAB	48	DGDG
19	ACAC	49	DHDH
20	ADAD	50	DIDI
21	AEAE	51	DJDJ
22	AFAF	52	EAEA
23	AGAG	53	EBEB
24	AHAH	54	ECEC
25	AJAJ	55	EDED
26	BABA	56	EFEF
27	BCBC	57	EGEG
28	BDBD	58	EHEH
29	BEBE	59	EIEI
30	BFBF	공백	

[표 1] ★지사 직거래 광고주(일반 및 혁신형) 계약 체결 현황(지사 제출자료)

관계부서 의견

감사 의견에 별다른 이의사항이 없으며, 향후 직거래 광고주와의 방송광고거래 기본계약 체결 후 코바넷 등록 업무를 철저히 하겠다고 답변하였다.

조치할 사항 대전지사는 향후 직거래 광고주와의 방송광고거래 기본계약 체결 후 코바넷 등록 업무를 철저히 하시기 바랍니다. (주의)

관련자

★지사	지사장	W	
(前) ★지사	지사장	X	(現 송팀)
★지사	팀파트	차장	BC

주의 요구

제 목 직거래 광고주 계약서 코바넷 등록 미흡

관계부서 ▽지사

내 용

1. 업무 개요

▽지사는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 지사 소관 지역 및 매체에 관한 방송광고영업 판매제도 수립 및 판매, 광고주·광고회사 별 영업 업무 등을 수행하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

「방송광고 업무관리지침」 제5조에 따르면, 직거래광고주와 방송광고거래 기본계약을 체결한 후, 영업부서 담당자는 방송광고거래 계약 체결 후 그 기본계약서와 사업자등록증을 코바넷에 등록하고, 지사의 경우 지사장의 확인을 받아야 한다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

▽지사는 감사기간 중 [표 1]과 같이 총 10건의 방송광고거래 기본계약을 직거래 광고주와 체결하면서, 기본계약서 및 사업자등록증을 코바넷에 등록하지 않은 것으로 확인되었다.

연번	광고주명
1	EJEJ
2	FAFA
3	FBFB
4	FCFC
5	FDFD
6	FEFE
7	FGFG
8	FHFH
9	FIFI
10	FJFJ

[표 1] ▽지사 직거래 광고주(혁신형) 계약 체결 현황(지사 제출자료)

관계부서 의견

감사의견에 대하여 별다른 이의사항이 없으며, 향후 직거래 광고주와의 방송광고거래 기본계약 체결 후 코바넷 등록 업무를 철저히 하겠다고 답변하였다.

조치할 사항 ▽지사는 향후 직거래 광고주와의 방송광고거래 기본계약 체결 후 코바넷 등록 업무를 철저히하시기 바랍니다. (주의)

관련자

▽지사	지사장	AE	
(前) ▽지사	지사장	AF	(現 송팀)
▽지사	영업파트	차장	BB

주의 요구

제 목 지역밀착형 방송광고 활성화 기반 구축사업 관련 결과보고 누락

관계부서 ■지사

내 용

1. 업무 개요

■지사는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 소관 매체 영업 등 광고 판매 직무, 수금 및 운행 등 영업 지원 직무 및 지사 운영 직무를 수행하고 있다.

2. 판단 기준

일반적으로 사업 추진을 위한 계획을 수립하여 결재를 득한 후에는, 해당 사업이 계획대로 적정하고 효과적으로 이루어졌는지 사후 결과 보고를 하는 것이 타당하다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

■지사는 2021년 ~ 2023년 기간 동안 “지역밀착형 방송광고 활성화 기반 구축 사업”을 실시함에 있어 해당 사업의 실시계획 품의에 대응한 지사 단위의 별도 결과보고를 하지 않았다.

이로써 해당 사업이 실시계획에 맞게 추진되었는지, 배정된 예산 사용이 적정했는지, 그리고 사업 추진의 효과는 어떠하였는지 확인할 수 없는 등 내부 통제상의 취약점이 확인되었다.

관계부서 의견

“지역밀착형 방송광고 활성화 기반구축 사업”을 주관하는 중소기업 전략팀에서 사업 전체에 대한 결과보고를 실시하기에 지사 단위의 결과보고는 별도로 하지 않았으나, 감사 의견을 고려하여 향후 해당 사업 추진 시 지사의 사업실시 품의 문서에 대응한 결과보고를 실시하겠다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 ■지사는 지역밀착형 방송광고 활성화 기반 구축사업 관련하여 실시계획 품의에 대응하는 결과보고를 누락하는 일이 발생하지 않도록 주의하시기 바랍니다. (주의)

관련자

(前) ■지사	지사장	T (現 ■지사)
(前) ■지사	지사장	AC (現 ◇실장)
■지사	지사장	BD
	직무대행	
■지사	팀파트	수석상담역 CC
■지사	팀파트	차장 CD

주의 요구

제 목 지역밀착형 방송광고 활성화 기반 구축사업 관련 결과보고 누락
관계부서 ★지사
내 용

1. 업무 개요

★지사는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 소관 매체 영업 등 광고 판매 직무, 수금 및 운행 등 영업 지원 직무 및 지사 운영 직무를 수행하고 있다.

2. 판단 기준

일반적으로 사업 추진을 위한 계획을 수립하여 결재를 득한 후에는, 해당 사업이 계획대로 적정하고 효과적으로 이루어졌는지 사후 결과 보고를 하는 것이 타당하다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

★지사는 2022년 ~ 2023년 기간 동안 “지역밀착형 방송광고 활성화 기반 구축 사업”을 실시함에 있어 해당 사업의 실시계획 품의에 대응한 지사 단위의 별도 결과보고를 하지 않았다.

이로써 해당 사업이 실시계획에 맞게 추진되었는지, 배정된 예산 사

용이 적정했는지, 그리고 사업 추진의 효과는 어떠하였는지 확인할 수 없는 등 내부 통제상의 취약점이 확인되었다.

관계부서 의견

“지역밀착형 방송광고 활성화 기반구축 사업”을 주관하는 중소기업 전략팀에서 사업 전체에 대한 결과보고를 실시하기에 지사 단위의 결과보고는 별도로 하지 않았으나, 감사 의견을 고려하여 향후 해당 사업 추진 시 지사의 사업실시 품의 문서에 대응한 결과보고를 실시하겠다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 ★지사는 지역밀착형 방송광고 활성화 기반 구축사업 관련하여 실시계획 품의에 대응하는 결과보고를 누락하는 일이 발생하지 않도록 주의하시기 바랍니다. (주의)

관련자

★지사		지사장	W
(前) ★지사		지사장	X (現 ↑팀)
(前) ★지사	▶파트	파트장	CE (現 ▽지사 ▶파트)
★지사	▶파트	차장	Z

주 의

제 목 지역밀착형 방송광고 활성화 기반 구축사업 관련 결과보고 누락

관계부서 ①지소

내 용

1. 업무 개요

①지소는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 소관 매체 영업 등 광고 판매 직무, 수금 및 운행 등 영업 지원 직무 및 지사 운영 직무를 수행하고 있다.

2. 판단 기준

일반적으로 사업 추진을 위한 계획을 수립하여 결재를 득한 후에는, 해당 사업이 계획대로 적정하고 효과적으로 이루어졌는지 사후 결과 보고를 하는 것이 타당하다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

①지소는 2022년 ~ 2023년 기간 동안 “지역밀착형 방송광고 활성화 기반 구축 사업”을 실시함에 있어 해당 사업의 실시계획 품의에 대응한 지사 단위의 별도 결과보고를 하지 않았다.

이로써 해당 사업이 실시계획에 맞게 추진되었는지, 배정된 예산 사

용이 적정했는지, 그리고 사업 추진의 효과는 어떠하였는지 확인할 수 없는 등 내부 통제상의 취약점이 확인되었다.

관계부서 의견

“지역밀착형 방송광고 활성화 기반구축 사업”을 주관하는 중소기업 전략팀에서 사업 전체에 대한 결과보고를 실시하기에 지사 단위의 결과보고는 별도로 하지 않았으나, 감사 의견을 고려하여 향후 해당 사업 추진 시 지사의 사업실시 품의 문서에 대응한 결과보고를 실시하겠다는 의견을 제시하였다.

조치할 사항 ㉠지소는 지역밀착형 방송광고 활성화 기반 구축사업 관련하여 실시계획 품의에 대응하는 결과보고를 누락하는 일이 발생하지 않도록 주의하시기 바랍니다. (주의)

관련자

㉠지소	지소장	CF
㉠지소	차장	DD

주의 요구

제 목 화환대 경비 집행 및 지출 절차 미흡

관계부서 △지사

내 용

1. 업무 개요

△지사는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 지사 소관 지역 및 매체에 관한 방송광고영업 판매제도 수립 및 판매, 광고주·광고회사 별 영업 업무 등을 수행하고 있으며, 고객 관리 차원에서 매체사·광고사·광고주 등 영업 업무 관련자들의 축·조기에 대하여 조화·화환을 전달하거나, 축·조의를 금을 공사 예산운용지침에 따라 집행, 지출하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

공사 「회계규정」 제55조에 따르면, 자금의 지출은 지출결의서 작성, 전표에 의하되 관계 증빙서를 첨부하여야 하며, 화환 전달과 같은 용역계약대금의 지출의 경우 지출결의서, 검수보고서(용역제공확인서) 및 세금계산서를 증빙으로 첨부하여야 한다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

△지사는 감사기간 중 [표 1] 와 같이 총 46건의 화환 전달 용역대금을 집행하면서, 지출결의서에 용역제공확인서 등 화환 전달 용역의 정상 이행 여부를 확인할 수 있는 증빙을 첨부하지 않고 지출한

것으로 확인되었다.

연번	화환대 전달 사항	집행일자
1	광고주 (주)●●●●● ◎◎◎ 사장 자녀혼 축하화환대	2020-01-14
2	⊙⊙⊙⊙⊙ 대상 경조비 집행(화환대)	2020-02-13
3	광고회사 ■■■■ 화환대	2020-03-04
4	■■■■, ○○○ 광고부장 승진 축하난 전달	2020-04-17
5	■■■■, □□□국장 ■■■■부장 부임 축하 화분 발송	2020-04-23
6	○○○ ○○○ 부장 경조비(조화) 집행	2020-04-29
7	◆◆◆ ○○○ 사장 빙부상 경조비 집행	2020-05-07
8	■■■■ 대상 경조비 집행(조화배송)	2020-05-08
9	△지사 광고주/광고회사 대상 경조비(화환대) 지출	2020-06-22
10	(주)■■■■ ○○○ 이사 승진 축하 경조비 집행	2020-12-31
11	(주)■■■■ ○○○ 부장 승진 축하 경조비 집행	2021-01-18
12	광고주 ■■■■ ○○○ 대표이사 취임 경조비 집행	2021-03-12
13	광고회사 ■■■■ ○○○ 부장 부친상 조화 발송	2021-05-24
14	●●●● ●●● 사장 아들 결혼 축하 화환	2021-06-11
15	⊙⊙⊙ 신입 본부장 취임 축하난 발송	2021-06-28
16	■■■■ ○○○부장 빙부상 조화 발송	2021-07-21
17	전국광고주 ●●● 마케팅팀장 모친상 근조화환 발송	2021-11-30
18	광고회사 ◇◇◇ 직원 ○○○ 결혼 축하화환	2021-11-30
19	광고주 ◎◎조합 대상 경조비 집행	2021-12-07
20	■■■■ ○○○ 신사옥추진단장 부친상 경조비 집행	2021-12-10
21	■■■■ ,□□□ 축하경조비 집행	2021-12-31
22	광고회사 ■■■■ 경조비 집행	2022-02-28
23	광고주 ■■■■ ○○○ 단장 모친상 근조화환 발송	2022-03-16
24	광고회사 (주)△△△ 경조비 집행	2022-03-31
25	광고회사 ◇◇◇ 대표 모친상 근조화환 발송	2022-04-05
26	광고회사 (주)●●●사무실 확장이전 축하경조난 발송	2022-05-31
27	■■■■ ○○○지사장 부친상 근조화환 발송	2022-06-30
28	(주)△△△사무실 확장이전 축하화환 발송	2022-06-30
29	⊙⊙⊙ ○○○ 본부장 자녀 결혼식 축하화환 발송	2022-08-29
30	⊙⊙⊙ 대상 축하 경조비 집행	2022-09-27
31	부산◆◆◆ 대상 축하 경조비 집행	2022-09-29
32	(주)●●● 대상 경조비 집행	2022-09-30
33	광고회사 (주)△△△ 대상 경조비 집행	2023-02-06
34	■■■■ 대상 축하 경조비 집행	2023-03-28
35	■■■방송 대표이사 취임 축하난	2023-03-31
36	■■■■ 유관인사 대상 승진 축하 경조비	2023-04-17
37	광고회사 ●●● 대표 부친상 조화 발송	2023-05-03
38	⊙⊙⊙ ○○○ 팀장 결혼식 축하 화환 발송	2023-06-12
39	□□□ 경영기획국장 승진 축하난 발송	2023-07-14
40	(주)●●● ○○ 부사장 빙부상 경조비	2023-10-31
41	(주)◎◎ ○○○ 사장 모친상 조화 발송	2023-11-02
42	■■■■ 경영기획국 경영부장 ○○○ 부친상 조화 발송	2023-11-28
43	⊙⊙⊙ ○○○ 대표 취임 축하난 발송	2023-12-22
44	☆☆☆협회 ○○○ 이사장 취임 축하난 발송	2024-2-27
45	■■■■ 사장 ○○○ 빙모상 조화 발송	2024-2-1
46	■■■■, ○○○ 사장 취임 축하난 발송	2024-3-18

[표 1] △지사 화환대 지출 관련 증빙서류 미흡 현황

관계부서 의견

감사 지적사항에 공감하며, 지출 및 전달 지시한 화환 및 축하난 등은 모두 정상 전달되었음을 확인하였다고 답하였다. 향후에는 화환 전달 용역 업무를 추진할 때 용역제공확인서 작성 등 지출 증빙 절차를 보완하겠다고 답하였다.

조치할 사항 △지사는 향후 화환대 경비를 집행하면서 용역제공확인서 등 규정에 명시된 지출 증빙 서류를 누락하지 않도록 관련 업무를 철저히 하시기 바랍니다. (주의)

관련자

(前) △지사		지사장	EA	(現 △지사)
△지사		지사장	EB	
△지사	♣파트	직무대행 차장	EC	
△지사	♣파트	과장	ED	
△지사	♣파트	사원	EF	
(前) △지사	♠파트	파트장	FA	
△지사	♠파트	차장	FB	
△지사	♠파트	대리	FC	(現 ♣팀)
△지사	♠파트	대리	FD	

주의 요구

제 목 화환대 경비 집행 및 지출 절차 미흡

관계부서 ★지사

내 용

1. 업무 개요

★지사는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 지사 소관 지역 및 매체에 관한 방송광고영업 판매제도 수립 및 판매, 광고주·광고회사 별 영업 업무 등을 수행하고 있으며, 고객 관리 차원에서 매체사·광고사·광고주 등 영업 업무 관련자들의 축·조의에 대하여 조화·화환을 전달하거나, 축·조의금을 공사 예산운용지침에 따라 집행, 지출하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

공사 「회계규정」 제55조에 따르면, 자금의 지출은 지출결의서 작성, 전표에 의하되 관계 증빙서를 첨부하여야 하며, 화환 전달과 같은 용역계약대금의 지출의 경우 지출결의서, 검수보고서(용역제공확인서) 및 세금계산서를 증빙으로 첨부하여야 한다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

★지사는 감사기간 중 [표 1] 와 같이 총 30건의 화환 전달 용역대금을 집행하면서, 지출결의서에 용역제공확인서 등 화환 전달 용역의 정상 이행 여부를 확인할 수 있는 증빙을 첨부하지 않고 지출한 것으로 확인되었다.

연번	화환대 전달 사항	집행일자
1	광고주 ■■■ 대표 부친상 근조화환 전달	2020-11-18
2	광고회사 ■■■ ●●●● 과장 화환 전달	2020-11-19
3	■■■ ○○○ 대표이사 회장 취임 축하난 전달	2020-1-12
4	광고회사 ■■■ ○○○ PD 화환 전달	2021-3-12
5	청주 ■■■ ○○○ 본부장 모친상 근조화환 전달	2021-4-1
6	대전○○○ ■■■ 경영국장 승진 축하난 전달	2021-5-6
7	■■■ ◆◆◆ 본부장 취임 축하난 전달	2021-6-21
8	청주☆☆☆ 🏠 개국 축하난 전달	2021-8-18
9	광고회사 ■■■ ○○○ 사원 결혼 화환 전달	2021-12-5
10	대전 ○○○ ■■■ 총국장 취임난 전달	2021-12-13
11	대전 ◆◆◆ 신입 사장신부 취임 화환 구입	2021-12-16
12	충북○○○ ■■■ 본부장 모친상 근조화환 전달	2021-12-11
13	□□□ 사무실이전 축하난구입	2022-2-25
14	청주●●●● 사장스님 취임 축하난 구입전달	2022-4-12
15	○○○○○ 사장 병부상 근조화환 구입전달	2022-4-12
16	대전 ○○○ ○○○ 사장 병모상 근조화환 전달	2022-4-17
17	대전 ■■■ 신입본부장 취임축하난 전달	2022-6-21
18	(주)●●● 창립27주년 및 맹동공장 준공 기념 축하난 전달	2022-6-14
19	■■■■,□□□ 승진축하난 구입 전달	2022-10-4
20	대전 ◆◆◆ 개국 22주년 축하난 전달	2022-12-1
21	㉨㉨ 마케팅 ○○○부장 취임 축하난	2023-2-8
22	광고회사 (주)㉨㉨ 사무실 이전 기념 축하난 전달	2023-4-24
23	●●● 학술대회 축하난 전달	2023-6-16
24	○○○ ○○○ 본부장 취임 축하난 전달	2023-7-3
25	대전 ■■■ ○○○ 차장 자녀결혼 화환전달	2023-9-15
26	충북○○○ ○○○ 총무국장 퇴직화환 전달	2023-12-19
27	대전■■■ ○○○ 대표 취임 축하난 전달	2023-12-20
28	대전 ◆◆◆ 사원 결혼 축하난 구입	2023-12-1
29	●●●● □□ 신입홍보팀장 부임 축하난 전달	2024-2-1
30	☆☆☆, ○○○대표 취임 축하난 구입	2024-3-20

[표 1] ★지사 화환대 지출 관련 증빙서류 미흡 현황

관계부서 의견

감사 지적사항에 공감하며, 지출 및 전달지시한 화환 및 축하난 등은 모두 정상 전달되었음을 확인하였다고 답하였다. 향후에는 화환 전달 용역 업무를 추진할 때 용역제공확인서 작성 등 지출 증빙 절차를 보완하겠다고 답하였다.

조치할 사항 ★지사는 향후 화환대 경비를 집행하면서 용역제공확인서 등 규정에 명시된 지출 증빙 서류를 누락하지 않도록 관련 업무를 철저히하시기 바랍니다. (주의)

관련자

	★지사		지사장	W	
(前)	★지사		지사장	X	(現 우팀)
	★지사	☞파트	파트장	DF	
	★지사	☞파트	차장	Y	
	★지사	☞파트	차장	Z	
	★지사	☞파트	과장	AB	
	★지사	☞파트	사원	DE	

주의 요구

제 목 **은행불일치 관리 업무 소홀**

관계부서 **★지사**

내 용

1. 업무개요

★지사는 「업무분장지침」 제3조(업무분장)에 의해 광고 은행 관련 업무를 담당하고 있고 이에 따라 소관매체의 은행불일치 현황점검, 처리 및 관리 등의 업무를 실시하고 있다.

◎국 ◆팀에서는 같은 지침 같은 조에 의해 은행불일치 개선업무를 담당하고 있고, 이에 따라 은행업무처리 매뉴얼 배포, 은행주의 팝업 게시 등의 업무를 실시하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

「방송광고 판매대행 약관(방송사용)」 제4조제1항제16호에 따르면, 은행불일치란 청약자가 공사를 통해 방송사에 의뢰한 대로 방송광고가 방송되지 않거나 공사를 통해 방송사에 의뢰하지 않는 광고가 송출되는 경우를 말한다.

또한 같은 약관 제14조제2항에 따르면, 공사의 착오 또는 방송사의 착오로 청약자의 방송광고 일부 또는 전부가 방송되지 아니한 경우와 방송광고 청약자가 청약하지 않는 방송광고가 방송된 경우 및 시간대 착오, 법적 허용량 초과 방송광고물 등에 대해서는 광고요금을 청구할 수 없다.

한편 ◎국 ◆팀에서는 운행불일치 발생으로 인한 광고요금 미청구 손실의 최소화와 고객(방송광고청약자) 만족도 제고를 위한 운행불일치 점검 매뉴얼을 마련하였는데, 이에 따르면 각 소관매체의 운행담당자는 매월 운행불일치 발생현황을 취합하여 전자로 보고하여야 하고 운행불일치 발생 매체사를 대상으로 매분기 발생현황 통보 및 재발방지 공문을 발송하여야 한다.

따라서 각 소관매체의 운행담당자는 매월 운행불일치 발생현황을 결재권자에게 전자로 보고하여야 하고, 방송사를 대상으로는 분기별 운행불일치 발생현황을 통보 및 재발방지 요청 공문을 발송하여야 한다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

★지사에서는 감사대상 기간 동안 발생한 소관매체의 운행불일치 6건에 대해서 [표]와 같이 월별 운행불일치 발생현황의 전자보고 또는 분기별 매체사 발생현황 통보 및 재발방지 공문발송을 누락하거나 미흡하게 처리한 사실이 확인되었다.

[표] 운행불일치 업무처리 미흡현황

No.	방송국	방송일자	편성명	광고주명	내부보고 (월별)	방송사 공문발송 (분기별)	비고
1	☐☐☐-TV (◎◎)	2020.8.29	○○○○○○○	●●●●●	실시	미실시	
2	☐☐☐-TV (◎◎)	2020.8.29	○○○○○○○	●●●●●	실시	미실시	
3	☐☐☐-TV (◎◎)	2020.10.12	xxxx	⊕⊕⊕⊕	미실시	미실시	
4	☐☐☐-TV (⊙⊙)	2021.2.19	□□□□□□	⊗⊗⊗	미흡	미실시	- 월별 내부보고를 분기보고로 대체함
5	☐☐☐-TV (⊙⊙)	2022.10.31	□□□□□	■ ■ ■	미흡	실시	- 월별 내부보고를 분기보고로 대체함
6	☐☐☐-TV (⊙⊙)	2023.3.26	xxxxx	☆☆☆	미실시	실시	

관계부서 의견

★지사는 업무상 착오가 있었으며 향후 주의하여 업무를 처리토록 하겠다는 의견을 밝혔다.

조치할 사항 ★지사는 운행불일치 매뉴얼을 준수하여 업무를 철저히 하시고 향후 유사사례가 재발하지 않도록 각별히 주의하시기 바랍니다.(주의)

관련자

★지사	지사장	W	
(前) ★지사	지사장	X	(現 우팀)
★지사	팀파트	차장	Z
★지사	팀파트	과장	AB

권 고

제 목 방송광고거래 약관(직거래 광고주용) 환불규정 보완

관계부서 ☆팀 ♥파트

내 용

1. 업무 개요

☆팀 ♥파트는 「업무분장지침」 제3조 별표에 따라 월별 신탁확정, 마감 보고와 본사 관할 광고료 수금(광고회사, 일반 직거래 광고주), 부도 및 미수금 관리, 방송광고 거래 기본계약 체결 및 관리, 방송광고 거래 약관 관리업무를 담당하고 있다.

2. 관계법령 및 판단기준

「방송광고 거래 약관(직거래 광고주용)」 제6장 36조(방송광고료 환불)1항에 따르면, ‘광고주는 광고 청약기간이 종료된 후 제34조에 따라 방송청약 이전에 현금 선입금한 금액이 실제 방송집행액보다 많은 경우, 동 금액에 대하여 환불 요청할 수 있습니다.’ 라고 적시하고 있으며, 같은 조 제2항에서는 ‘공사는 제1항에 따라 광고주가 요청할 경우, 해당 금액을 환불하여야 합니다’ 라고 규정하고 있다.

3. 감사 결과 확인된 문제점

직거래 광고주의 방송광고료 환불 절차를 살펴보면 일부 지급보증제 출이 가능한 직거래 광고주를 제외하고, 방송청약액과 부가세 10%를

포함한 방송광고료를 선입금으로 공사 법인통장에 입금한다. 이후 방송광고 종료 후 선입금과 방송광고료의 차액을 확인하여, 광고주에게 알려주고, 광고주가 환불을 요청하면, ♥파트를 통해 환불 절차를 진행한다.

그러나, 광고주 폐업이나 기타 이유로 장기간 광고료 환불을 하지 않은 광고주가 발생하는 경우, ☆팀 ♥파트에서는 『상법』 제 64조(상사시효) ‘상행위로 인한 채권은 본 법에 다른 규정이 없는 때에는 5년간 행사하지 않으면 소멸시효가 완성한다(후략)’는 규정에 따라, 2019년부터 매년 말 ‘직거래 광고주 및 광고회사 선수금 잔액 회계처리’(2019년, 2020년)와 ‘직거래 광고주 및 광고회사 선수금 잔액 회계처리 계획(2021년~) 자체 품의를 통해 5년간 선입금 잔액을 찾아가지 않은 폐업 광고주들에 대해 선수금을 잡이익으로 처리하고 있다.

『상법』에 장기간 광고료 미환불 금액에 대해 처리하고 있다고는 하나, 선입금 잔액을 5년 이상 환불하지 않는 경우가 매년 발생하고 있어, 광고주의 잔액 환불을 독려해야 한다는 점, 계약 시 미환불 잔액 처리 방안에 대해 광고주에게 성실히 안내하는게 바람직하다는 점에서 광고주 선입금 미환불 금액에 대한 처리 규정을 포함시켜 「방송광고 거래약관」 제6장 36조(방송광고료 환불)를 보완할 필요가 있다.

관계부서 의견

☆팀 ♥파트는 거래 광고주 광고종료 후 방송광고료 미환불액에 대한 처리 방안을 「방송광고 거래 약관(직거래광고주용)」 제36조에 적시하여 광고주에게 알려야 한다는 감사 의견에 공감하나, 방송광고 거래 약관 수정은 방송통신위원회의 신고 사항이므로, 본 건 이외의 거

래 약관 개정 내용을 정리하여, 차후 약관 개정 시 반영하겠다고 답변하였다.

조치할 사항 ☆팀 ♡파트는 직거래 광고주 광고 종료 후 방송광
료 미환불액에 대한 처리 방안을 「방송광고거래약관(직거래광고주
용)」에 반영하시기 바랍니다. (권고)