

# 불교와 기업현장 연결고리 “0”

### 불자 CEO는 있어도 불교 기업은 없다

**채용정보에서 ‘소외’**  
조계종립 동국대 불교대학을 졸업하고 일반기업 취업을 준비하고 있는 김모씨. 취업을 위해 인터넷 취업사이트를 서핑하다 우수의 한 사이트에서 ‘기독교기업 채용정보’와 ‘교회/선교 채용정보’ 카테고리를 발견했다. 그러나 불교기업 채용정보는 찾아볼 수 없었다. 이 사이트에 문의한 결과 “불교기업에는 등록된 회사가 너무 적어 별도의 카테고리를 만들 수 없었다”는 답변을 들었을 뿐이다.

취업사이트에 등록된 불교기업은 개신교와 가톨릭기업 150여곳의 1/3에도 미치지 못하는 40여곳에 불과하다. 이마저도 직원 수 10인 이내의 소규모회사가 대부분이다.

한국상장회사협의회가 지난해 655개 주권상장법인 임원 가운데 종교를 믿고 있는 1100여명을 대상으로 조사한 경영인 종교 현황에서 불자 임원은 356명(32.4%)이었다. 개신교 465명(42.3%), 가톨릭 278명(25.3%)에 비해 비중이 상대적으로 낮은 수치다.

더 심각한 문제는 불교와 기업 현장의 연결은 거의 이뤄지지 않고 있는 점이다. 불자경영인으로 분류되는 356명 가운데 불교를 기업경영의 전면에 내세우는 이는 거의 없다. 불자CEO는 있어도 불교기업은 없는 셈이다.

상황이 이렇다보니 경제 분야에 있어서

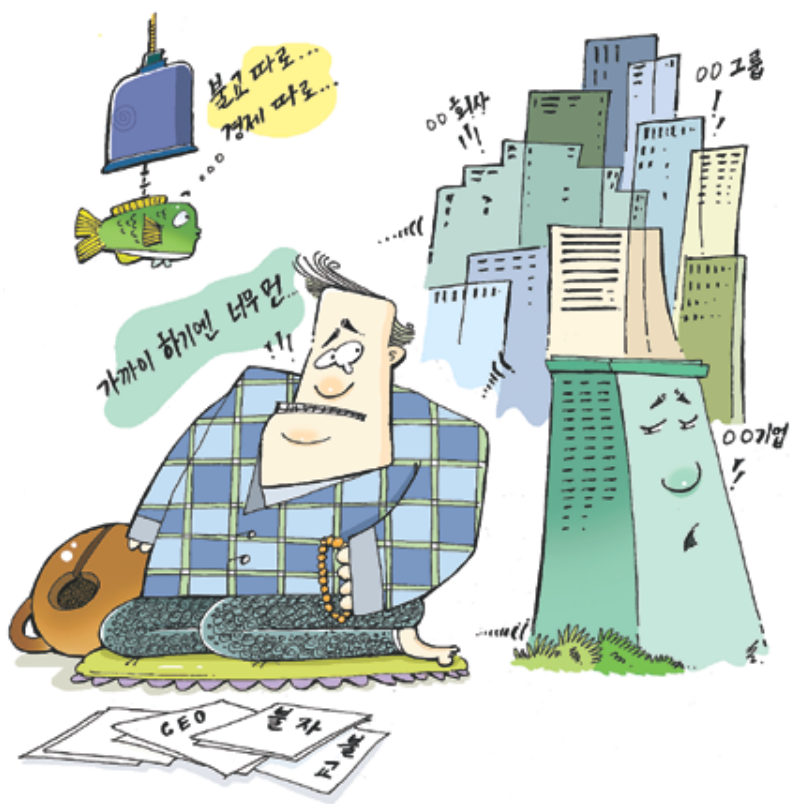
불교인재 활용 인프라가 전무하다는 지적이 끊이지 않는다. 불교인재들이 경제활동에 참여하거나 성장할 수 있는 상대적 기회가 적고, 이들을 직접적인 불교발전으로 이끌어내는 동력으로 활용하지 못하는 악순환이 이어지고 있다. 우리나라의 경제 분야에서 불교는 전혀 다른 세계의 철학으로 전락해버린 것이다.

박경준 동국대 교수는 “경쟁력은 핵심인재의 확보에 달려 있는데, 불교는 경제 분야에 있어서 인재들 거의 방치하다시피 하고 있다”며 “인재를 키우고 이들을 수용하기 위한 인프라 구축이 시급하다”고 조언한다.

**사람기르기 토대 미비**  
이웃나라 일본의 불교와 경제는 우리나라와 사뭇 다른 환경을 지녔다. 일본의 불자CEO들은 보시와 출가를 통해 사회에 기여함으로써 불교의 사회·경제적 영향력을 키워놓았다.

전자부품업계의 살아있는 전설로 통하는 교세라그룹의 창업자 이나모리 가즈오 명예회장이나 세계적인 화장품·생활용품 회사 가오를 일군 마루다 회장은 좋은 본보기다. 목실한 불자였던 두 회장은 불교와 경영철학을 실무경제에 적용해 존경받는 경영인으로 꼽혔고, 은퇴 후에는 출가해 일본불교의 위상을 드높였다.

반면 우리나라 경제에서는 불교를 이념



## 불교기업 취업 기회 타종교의 1/3 참여 기회 적어 불교발전 걸림돌 불자CEO들의 역할 부족도 한 몫

으로 한 대표적인 기업이나 존경받는 불자 CEO를 찾아보기 힘들다. 반(反)기업정서가 존재하는 등 사회적 분위기가 성숙하지 않은 탓도 있겠지만, 불교적 경영철학을 지닌 불자CEO의 역할이 부족하고 이들을 육성하지 못한 불교계의 실책에서 기인했다고 해도 과언이 아니다.

불교적 경제관을 실현할 수 있는 기업이 전무한 현실은 불교인재 육성의 장벽으로 작용했다. 성공한 불자CEO를 발굴·육성하고 이들을 효과적으로 묶어 활용하기 위한 네트워크가 필요한 것도 이 때문이다.

불교와 경제 또는 불교와 사회의 간극을 좁히기 위한 변화는 선택이 아니라 시대적 요청인 것이다.

경제전문가 이연우 박사(前 삼성경제연구소 전무)는 “불교와 경제가 괴리현상을 띠고 있는 현 시점에서 가장 시급한 문제는 불교의 사회·경제적 위상을 높이고 영향력을 키우는 일”이라며 “지금이라도 각 분야에서 활약하고 있는 불교인재를 보다 적극적으로 활용하고 인재육성에 힘을 쏟는다면 미래불교의 희망은 밝다”고 강조한다.

박봉영 기자 bypark@buddhanews.com

## 부다의 경제학(5)

### 전 재산 보시만이 바른 삶?

선거의 계절이 돌아왔다. 바로 코앞에 지방 선거가 놓여있고, 대통령선거도 이제 그리 멀지 않은 미래에 벌어질 일이다.

대통령 선거가 비록 내년 12월에 치러진다 하더라도 각 당에서 후보를 선출하기 위한 물밑 장정에 이미 돌입했다는 면에서 선거의 계절이라는 말이 그리 낯설게 느껴지지는 않는다.

지난 번 대통령 선거 때의 일이 떠오른다. 모 방송사에서 대선 후보자들에게 여러 가지 질문을 하고 후보자들의 견해를 들어보는 프로그램이 있었다.

어떤 질문자가 재력이 있는 후보에게 전 재산을 사회에 기부할 생각이 없느냐고 물었다. 앞뒤 정황으로 미루어 짐작컨대 그 질문자는 “당신이 나라를 위하고 다른 사람을 위하여 대통령까

어 이자를 받도록 하라고 설하고 계산에 재산의 일부를 농사에 투입하거나 타인에게 빌려주고 이자를 받도록 하라는 것은 현대적 의미로 해석하면 재산을 증식시키기 위하여 재투자를 하라는 것으로 이해할 수 있다.

그렇다면 부처님 말씀 가운데 어느 부분이 보시와 관련된 부분일까. 부처님은 있는 재산을 모두 보시에 내놓으라고 말씀하시기는커녕 보시를 하라는 말씀조차도 없지 않은가.

그것은 아마도 부처님께서 설하신 대로 경제적 활동이 원활하게 이루어지는 것 자체가 많은 사람들에게 대한 최선의 보시라고 생각하셨기 때문일 것이라고 필자는 해석한다.

경제는 순환 고리로 연결되어 있기 때문에 부처님이 설하신 대로 개인들

### 이함경, 재산증식 위해 재투자할 것 강조 경제활동 활발할 때 모든 사람들도 행복 신앙심 측정 도구로 보시 강요해선 안돼

지 되고자 하는 사람이라면 자신이 가지고 있는 재산 정도는 기계가 사회에 환원 또는 기부해야 하는 것 아닌가. 그렇게 할 수 없다면 당신은 위선자다”라고 말하고 싶었던 것 같았다.

이 질문에 그 후보자는 뚜렷한 입장을 피력하지 않는데 즉답을 피했던 것으로 기억한다.

불교에서 보시는 매우 중요한 행위이다. 보살이 되어야 할 육바라미의 첫 번째도 보시바라미이다.

보시는 자신이 가진 것이 많아야 할 수 있는 것이 아니다. 가진 것이 적더라도 타인을 사랑하고 위하는 마음으로 할 수 있는 것이 보시다.

하물며 가진 것이 많은 사람이 보시를 적극적으로 해야만 한다는 것은 너무나도 당연한 일이다.

그렇다면 올바른 삶을 살기 위해서 모든 불자들은 자신의 전 재산을 보시해야 하는 것인가?

<이함경>에 재가불자의 합리적 재산 운용에 대한 부처님의 말씀이 있다. 경전에서 부처님은 재산의 1/4을 생계비로 사용하고, 1/4은 농사에 투입하며, 1/4은 만일의 경우에 대비하고, 나머지 1/4은 경작자나 상인에게 빌려주

이 열심히 경제활동을 영위할 때 모든 사람들이 보다 경제적으로 행복해질 수 있기 때문이다.

우리는 황금알을 낳는 거위의 배를 가르느 어리석음을 범하지 말아야 한다. 매일 한 개씩 알을 낳는 거위는 3년이면 천여 개의 알을 낳는다.

배를 가르면 몇 개 미성숙된 알 한 개를 얻을 수 있을 뿐이다.

부를 증식시킬 수 있는 능력을 가지고 있는 개인이나 기업이 지속적으로 경제활동을 함으로써 보다 많은 사람에게 보다 많이 보시할 수 있다.

그러나 우리는 종종 뚜렷한 명분과 이유없이 황금알을 낳는 거위를 죽이려고 있다. 재산을 부동시켜놓고 사리 사욕만을 채우려는 것이 아닌 한 우리는 개인의 재산 처분과 그 사람의 도덕성을 일차원적으로 연결시키는 것은 결코 바람직하지 않다.

신앙심과 충성심 또는 도덕성을 측정하는 도구로 개인의 재산 처분과 보시를 이용해서는 안된다.

다가를 선거에서는 재산의 1/4을 생계비로 사용하고, 1/4은 농사에 투입하며, 1/4은 만일의 경우에 대비하고, 나머지 1/4은 경작자나 상인에게 빌려주

■구병진(경영학 박사)

**클릭! 불교문화상품** 불교전문쇼핑몰 mahamall.co.kr  
상품문의 : (02)2004-8218~9

**띠별 핸드폰 줄**

‘띠별 핸드폰 줄’은 양중맞은 유리병 속에 수련 씨앗과 14k가 도금된 12지가 들어있어 선물용으로 좋습니다. 수련 씨앗은 풍요와 행운, 번영, 장수, 건강, 명예를 의미하며, 몸에 지니고 다니면 헤아릴 수 없는 복과 행운을 준다고 합니다. 띠별 상징성을 지니고 있는 14k 도금 12지는 목걸이 펜던트로도 사용이 가능합니다. 사이즈는 유리병 30mm를 포함해 90mm. **가격: 5천원**

개신교에서는 -----

**‘기독교 기업 알리기’ 또다른 전도사**

남성패션 지크(SIEG), 여성패션 베스티벨리(bestibelli)·씨(시)·비키(VIKI), 캐주얼패션 콜라스(KOOLHAAS), 이틀만 대면 알 정도인 이 의류를 제작하는 기업은 현 물경계에서 기독교기업문화를 주도하고 있는 (주)신원이다.

2001아울렛, 뉴코아아울렛, 렉싱턴호텔, 프랜차이즈 피자몰, 여성패션 데코(DECOR), 로엠(Roem), 캐주얼패션 브렌따노, 헌트, 푸마(PUMA)... 기독교 인재 등용과 나눔경영의 일환으로 기독교 선교사업

을 벌이는 이랜드그룹의 브랜드들이다. (주)신원과 이랜드그룹은 기독교를 전면에 내세우고 기독교적 가치실현을 추구한다. 그러나 이들 기업의 기독교계 공헌도는 인재육성과 기회제공이 핵심을 이룬다. 기독교사학 등에서 배출된 우수한 기독교 신자들의 신앙과 직업을 결합시킨 기업내 기독교문화를 창출하고 있는 것이다.

이 밖에도 해찬들, 한국도자기, 로제화장품, 소망화장품 등도 기독교신자를 주축으로 직원을 선발하고 있다.

현대불교경전시리즈 .01 **현대불교신문사** 한암대원 선사의 **반야심경** 강설

**팔만사천 법문의 골수이자 핵심 반야심경 마침내 대중의 가슴에 꽃으로 피어나다**

신간

처처에 빛나는 반야지혜의 눈이 소리 없는 몽둥이를 내리쳐 지금 여기에서의 삶에 봄바람을 일으킨다

불교뿐만 아니라 도교와 유교까지를 두루 섭렵, “원전에 매이되 매이지 않는” 반야심경 주해로 이름을 떨친 무구자도인은, 일정한 거주지도 없었고 행적도 묘연했지만, 속장경에 실린 그의 반야심경 주해는 오랜 동안 공부하는 스님들과 대중들의 사랑을 받아왔다. 참선의 생활화, 대중화를 위해 오동시린 선원을 개원, 감로의 문을 활짝 열어 온 한암대원 선사의 활달자재한 강설이, 어느 페이지를 펼치더라도 곧바로 진리의 법한가운데로 뛰쳐들도록 촉구한다.

**한암대원 강설 / 현대불교신문사 펴냄**  
신국판 / 양장본 / 440쪽 / 값 15,000원

● 전국 서점에서 구입하실 수 있습니다. ● 서울시 종로구 청운동 54번지 현대불교신문사(연수원) Tel:02)2004-8200(대), 02)2004-8225(출판부), Fax:02)737-0696