



봉축 특집 | 불교의 경쟁력 진단

1+1=3이 되는 효과 불교 안에 있다

불교에도 경쟁력이 있을까? 아니 불교에도 경쟁력이 필요할까? 불교의 경쟁력은 타종교에 대한 경쟁이 아니라 나와외의 경쟁, 즉 보다 더 발전하려고 하는 불교와 나태해져 가는 불교의 경쟁 구도로 이해하면 한결 마음이 편할 것 같다.

과거에는 정부가 개인과 기업 위에 군림했지만 요즘은 소위 잘 나가는 대기업으로부터 배우겠다고 발 벗고 나선다. 기업경영에서 불교의 경쟁력 강화방안을 찾아보려는 것도 이 때문이다.

기업의 CEO를 불교식으로 바꾸면 사찰의 주지스님으로 보면 될 것이다. 기업의 상품은 교리와 사상으로, 소비자는 신자로, 영업사원은 포교사로, 시류는 계율로 이해해도 무리가 없을 듯하다. 얼마든지 상호 유사한 점을 대비시켜 나갈 수 있다. 기업이 성장하기 위해 필요한 세 가지 요소가 있다. 시스템, CEO, 고객이 그것이다.

전문화될 때 성장 가능하다

기업이 대량 생산체제로 변모할 수 있었던 것은 산업혁명 이후 기계시스템과 기업의 조직, 제도, 시스템 덕분이다. 그렇다면 시스템이란 무엇인가. 1+1=2가 되는 수학적 구조가 아니라 1+1=1인듯 하지만 그 효과는 3이 되는 것이다. 서로 다른 역할을 하는 각각의 부분을 결합하는 것이 시스템이고, 여기에서 나오는 힘이 곧 시너지효과이다.

오늘날 불교가 갖춰야 할 첫번째 요건이 시스템이다. 물론 불교 안에도 스님들간 역할이 있고 교육시스템과 제도시스템이 있다.

그런데 문서화되지 않았거나, 문서화돼 있더라도 대중 알기만 있지 정교하지 않아 해석하는 사람이 임의적으로 적용해 엉뚱한 결과를 낳는 수가 많다.

스님들도 불교의 교리와 수행은 기본적으로 하되 요즘같은 분업화되고 다양화한 현대 사회에서는 수행자, 행정승, 포교승 등 그 역할을 명확히 해야 하지 않을까 싶다. 스님과 신도의 역할 분담, 각 사찰의 역할 분담 또한 효과적으로 이뤄져야 한다.

특히 포교는 그 대상에 따라 방편을 달리할 필요가 있다. 문학, 공예, 음악, 심지어 기술까지 전공을 가지고 포교에 나선다면 훨씬 효과적이지 않을까.

주지스님도 CEO 마인드 필요

신도들도 사찰 내에서 각자 해야 할 역할을 구체적으로 부여하고 주지스님 뜻에만 의지하지 말고 제도나 규칙 즉 시스템에 의해 스스로 할 수 있도록 재량권을 주면 훨씬 더 참여의식을 가지게 된다.

기업이라는 시스템을 미션, 비전, 목표를 가지고 움직이는 것이 CEO이다. CEO는 사람을 아는 사람이고 사람을 섬길 줄 아는 사람이어야 크게 성공할 수 있다.

불교란 무엇인가. 사람을 아는 것이고 특히 사람의 마음을 이해하고 다스리는데 최고의 전문가가 되어야 하지 않는가. 기업의 CEO에 해당하는 주지스님은 불교의 교리나 수행법만 안다고 되는 것이 아니다. 사찰을 어떤 모습으로 키울 것인지 비전과 목표를 가지고 그것을 실천에 옮길 수 있어야 한다.

그리고 사부대중의 의견을 청취하고 역할을 나누어 주어야 참여의식이 높아진다. 특히 CEO가 유의할 것은 공과 사를 구별하는 일이다. 주머니돈과 회사돈을 구별하는 것이 기업회계의 기본이듯이 사찰에서 투명경영은 반드시 실현돼야 할 과제이다.

신도들 입장에서 고민해야 한다

기업에서 아무리 훌륭한 상품을 만들어도 소비자가 외면한다면 아무 수율이 없다. 그래서 기업은 항상 고객을 염두에 둔다. 고객이 무엇을 좋아하는지 고객이 왜 싫어하는지 끝없이 고객의 소리를 경청하려고 한다. 바로 이것이 기업의 경쟁력과 성장력의 원천이다.

불교에서 소비자는 예비신자로 한두번 절에 오는 신도는 충성도 높은 고객으로 볼 수 있다. 반장하는 사람은 그렇지 않지만 신도가 모이지 않는 사찰은 “너 왔나, 너 가느냐”고 고개도 돌려보지 않는다.

고객을 잘 모시기 위해 기업에서 영업을 강화하듯 불교에서도 포교사 역할을 강화해야 한다. 포교사는 스님이 될 수도 있고 자질 있는 신도들 중에서 선발해 위촉할 수도 있다.

절에서 최고 어른은 당연히 스님이지만 고 객인 신도들이 제대로 대접받지 못한다면 신도들의 절에 가는 발길이 차차 줄어들지도 모른다. 내 것을 팔기만 하겠다고 하는 기업이 문을 닫듯이 내 것이 옳다고만 강조하지 말고 신도들의 입장에서 생각하고 제도와 시스템을 바꾸어 나가야 한다.

최근 기업경영의 화두는 ‘지속가능 경영’이다. 기업이 개인보다 급성장하긴 하는데 단명하다는 게 문제이다. 30년을 넘기기가 어렵고 100년 된 기업은 그리 많지 않다.

그런데 불교는 2천년을 넘기고 있다. 그 비법은 무엇일까? 경영학계에선 혁신을 부르짖기도 하고 환경경영 투명경영 윤리경영 등을 말하기도 한다.

지속가능 경영해법 불교에

불교에 제행은 무상하다는 가르침이 있다. 모든 것은 머무르지 않는 것이 진리라는 것이다. 지속가능경영의 비법은 자기가 쌓아올린 결실을 스스로 허물 줄 아는 지혜와 용기가 있어야 한다.

제법무야. 나라고 할 만한 것이 없다는 사실을 불교는 깨우치고 있다. 역사는 정반대의 변증법으로 발전한다. 모래성이긴 하지만 더 오래가는 더 높은 모래성을 쌓기 위해서는 정상을 끌어내려 바닥을 넓혀야 한다. 스스로 쌓은 것을 본인아 갖지 않고 바닥에게 돌려주는 것이 무엇인가. 불교에선 그것을 ‘회향’이라고 하지 않는다. 기업이 아무리 성장해 간다하더라도 독식하려고 하면 무너진다. 기업이 성장하게 된 것은 자신의 공도 있지만 아무 도움을 준 것 같지 않은 우주 삼라만상의 밑바닥이 있었기 때문에 가능한 것이다.

불교의 위대성은 바로 이것이다. 천상천하 유아독존이라는 철저한 자기인식에서 출발하지만 제법무야 제행무상을 재인식하며 모든 공덕을 우주 삼라만상으로 돌리는 회향을 한다. 오늘날 대기업들이 스스로 겸손해지고 이익을 사회에 환원하며 바닥을 더 넓히는 ‘대화향’을 하면 더욱 크고 오래가는 지속가능경영을 할 수 있을 것이다.

김대근 (한국경제신문 환경이카데미원장) 사진=박재원 기자



석가모니불 · 10대제자 등 ‘사리 세계순례 전시회’

석가모니 부처님과 제자들의 사리 1천과가 아시아 최초로 한국에 옵니다. 2001년 3월부터 북미 유럽등 세계 100여개 도시를 순례하고 마침내 대원사 티벳박물관에 도착했습니다. ‘마이트레야 프로젝트’의 일환으로 열리는 이 사리 전시회는 부처님과 가섭 · 사리불 · 목련 · 아난다 등 부처님 10대 제자, 그리고 나가르주나(용수보살), 예세초결 등 불교 성인들의 사리 1,000여과가 선보입니다. 이 사리 세계순례는 인도 쿠시나가르 미륵불상 조성이 완료되는 2008년까지 계속되며, 불상안 심장부위에 안치됩니다.

● 전시기간 : 4월 24일 ~ 5월 15일 (오전 9시 ~ 오후 6시) ● 장소 : 보성 대원사 티벳박물관



부처님과 10대 제자 등 불교성인들의 사리



2009년 사리가 봉안될 152m 미륵불상

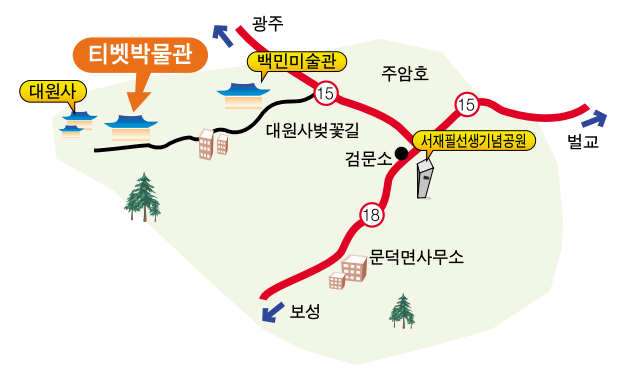
■ 마이트레야 프로젝트

티베트 ‘대승불교전통보존회’가 추진하고 있는 마이트레야 프로젝트는 세계 불교의 구심점으로 부처님의 열반지인 인도 쿠시나가르에 152m의 세계 최대 미륵불상을 조성하고 주변에 불교유물 전시관, 도서관, 박물관, 시청각 극장, 공원 등의 부대시설 건립한다는 계획이며, 50층 높이에 이르는 불상 안에는 대웅전, 선방 등 수행공간이 마련됩니다.

■ 교통편 예약안내

서울 : 용진관광 02)2279-1191-3
1인당 3만원(20명이상 예약시 운행)

부산 : 금강정교회 051)632-0383 / 011-833-0383
1인당 25,000원(20명이상 예약시 운행)



■ 사리전시회 개막행사 : 4월 27일 오후 1시 (사리 전시회는 개막행사 이전인 24일부터 시작됩니다)

■ 연락처 : 대원사 061)852-1755 / 티벳박물관 061)852-3038