

사찰도 생산성시대

상 자립경제 실천하는 선두주자들
하 사찰 자립경제 이렇게

'우리절표 아이템' 만이 살 길

사찰도 자립경제를 실현해야 살아남는다는 말은 더 이상 먼 미래의 이야기가 아니다. 시종단반으로 사찰을 운영하기에는 한계가 노출되고 있고, 상당수 사찰이 신도와 불전수입 감소현상을 체감하고 있다.

세인들의 존경을 받았던 조계종 초대 종정 만암 스님은 "받아먹기만 하는 불교는 망하고, 나누어 줄 줄 아는 불교야 산다."면서, 평소 '시주로 사는 불교'에서 '생산하는 불교'로 탈바꿈해야 한다는 가르침을 폈다. 몸소 자립경제의 기반을 확립하기 위해 반농반선을 실천해 사찰수입을 20배 이상 늘리기까지 했다.

이제 사찰의 자립경제 실현은 시대의 반영으로 받아들여질 만큼 분위기가 한층 성숙했다. '생산불교'로의 과감한 변화는 더 이상 미룰 수 없는 과제다.

# 이미지 고려 점진적 추진을

누구나 다 할 수 있다면 얼마나 좋을까. 그러나 투자는 위험부담이 따르기 마련. 조심스럽게 접근할 수밖에 없다. 게다가 사찰이 사업을 하는 일이기 때문에 더더욱 신경을 쓰는 것이 바람직하다.

사찰의 사업 진출은 단순히 한 사찰의 문제가 아니라, 곧 불교의 이미지와도 직결된다. 신도들에게 자립경제의 필요성을 보다 깊이 인지시키으로써 불교계내 정서를 점진적으로 개선해 나가는 것은 물론, 종교단체가 이윤을 추구한다는 부정적인 이미지를 최소화해야 한다.

특히 신도들은 사찰의 자립경제에 있어 가장 우선적으로 고려해야 할 소비자이면서 홍보 역할을 해낼 수 있다. 공주 영평사의 경우, 주변에서 사찰이 사업을 한다며 부정적인 반응을 보여 한때

고전했지만, 일자리 창출과 지역경제 이바지, 원칙에 입각한 운영 등을 통해 이를 극복했다. 나아가 이윤으로 지역내 복지활동에 적극 나서 호평을 얻고 있다.

# 미개척 시장을 개척하라

이미 시중에 나와 있는 상품과 별반 다를 것이 없는 아이템으로 사업을 한다면 사업은 실패한 것이나 마찬가지다. 아이템 선정은 사업의 성패를 좌우할 만큼 중요한 일이다. 광범위한 유통망과 시장성을 갖춘 기업들과의 경쟁은 오히려 투자위험을 높일 뿐이다.

따라서 사찰의 투자 역시 '블루오션 전략'에 따라 이뤄지는 것이 바람직하다. 아무도 목표로 삼고 있지 않아 성장 잠재력을 가진 미개척 시장을 개발하는 것이 새로 시작하는 사업에 적합하기 때문이다.

방대한 토지와 임야 등 사찰의 풍부한 자원과 특성을 살린 '우리절표의 아이템'을 개발한 후 사업을 시작한다면 그만큼 성공 가능성을 높일 수 있다.

불교의 상징인 연꽃을 이용한 상품을 주력상품으로 정한 강화 선원사의 사례는 좋은 예다. 선원사는 시중에 많이 보급돼 있는 연차 대신 연갈국수, 연병면, 연근가루 등을 상품으로 개발하는 차별화 전략을 구사했고, 선원사가 보유하고 있던 눈에 연지를 조성함으로써 생산원가를 낮춰 경쟁력을 높일 수 있었다.

# 과도한 투자는 금물 '능력껏'

아이템을 선정했다면 좋은 상품을 개발하는 것도 중요하다. 아무리 많은 시간과 노력을 들인다 해도 생각해서는 안될 과정이다. 선부르게 자립경제를 시도한다면 실패할 확률 또한 높아진다. 좋은 아이템과



삽화=이동수

양질의 상품 저렴한 가격 등 전략 수립 필요

풍부한 자원과 사찰 특성 잘 결합해야 성공

좋은 상품은 사업을 시작하기에 앞서 갖춰야 할 전제조건에 해당한다.

과도한 투자는 금물이다. 투자는 능력껏 또는 무리하지 않는 선에서 이뤄지는 것이 좋다. 더군다나 견디기 힘든 정도의 빚을 내어 투자하는 일은 반드시 피해야 할 선결 조건이다. 아무리 좋은 아이템을 갖고 사업을 시작한다고 하더라도 과도한 투자는 리스크를 높이는 요인이 된다. 사업에 있어서 초기 투자비용을 곧바로 회수하는 경우는 거의 없다. 사찰의 자립경제를 위해 양질의 상품을 저렴한 가격으로 공급할 수 있는 방법을 모색하고 마케팅 전략을 수립하는 것도 좋은 방법이다.

영평사 주지 환성 스님은 "아무리 좋은 취지로 사업을 시작했다 하더라도 '초심'을 잃으면 사업가에 불과하고, 최고의 정성과 최고의 재료로 최고의 상품을 만들어 낸다는 '원칙'이 무너지면 부도덕한 사업으로 전락한다"며 "사찰의 스님들과 신자들이 함께 '초심'과 '원칙'을 세우며 자립경제를 시도한다면 '생산불교'의 길은 한 걸음 가까워질 것"이라고 강조했다.

# 지역민 결합, 초심 지켜라
사찰이 자립경제를 꾀할 때에는 지역민

과의 효율적인 결합을 통해 시너지 효과를 내는 일이 중요하다. 이를 위해서는 보다 넓은 시각으로 '생산불교'를 바라보려는 노력이 절실히 요구된다.

'초심'과 '원칙'은 자립경제를 꾀할 때 가장 유의해야 할 키워드다. '초심'과 '원칙'이 사업의 기반이 되기 때문이다. 영평사 주지 환성 스님은 "아무리 좋은 취지로 사업을 시작했다 하더라도 '초심'을 잃으면 사업가에 불과하고, 최고의 정성과 최고의 재료로 최고의 상품을 만들어 낸다는 '원칙'이 무너지면 부도덕한 사업으로 전락한다"며 "사찰의 스님들과 신자들이 함께 '초심'과 '원칙'을 세우며 자립경제를 시도한다면 '생산불교'의 길은 한 걸음 가까워질 것"이라고 강조했다.

박봉영 기자 bypark@buddhapia.com

부다의 경제학(8)

욕망을 먹고 사는 '아귀'

매년 선거철이면 단골 메뉴로 나오는 이야기. 모두 경제를 살리자고 한다. 신기하게도 이 슬로건에는 그 누구도 시비 걸거나 반론을 제기하지 않는다. 경제를 살리자는 말은 누구에게나 절박하고 구미가 당기는 말이기 때문이리라.

어김없이 이번 5·31 지방선거에서도 이 말은 대다수 후보자들의 슬로건이다. 그만큼 경제적인 문제는 인간의 삶과 직결된 것이다.

그런데 이를 거꾸로 생각해보면, 경제가 지금은 죽어있나 보다. 그러니 살리자고 하는 것 아니겠는가.

돌이켜보면 우리 근현대사에 경제가 살아있었던 적이 있었는가. 우리 역사를 통틀어서, 더 넓게는 인류 역사상 경제가 살아있었던 것을 기억하고 있는 사람은 있는가. 만약에 그런 호시절

정도를 말하는 것일까. 우리 인간은 어느 정도일 때 이제는 충분하다고, 행복하다고 말할 수 있을까.

우리는 다른 사람들과 비교할 때 비로소 행복해진다. 다른 사람보다 더 큰 집에 살 때, 더 비싼 음식을 먹을 때, 그리고 더 비싼 옷을 입고 사람들의 우러름을 받을 때 행복감을 느낀다.

극단적으로 표현하자면 다른 사람이 불행할 때 행복해진다. 적어도 다른 사람보다 더 많은 것을 가지고 있을 때 행복을 느낀다. 모두가 행복해질 수는 없는 것이다.

경제는 인간의 무한한 욕망으로부터 시작된다. 무한하기 때문에 경제적인 관점에서는 결코 행복은 있을 수 없다. 어쩌다 느낀 행복감은 잠시 뿐 더 많은 것을 요구한다. 그러니 경제적으로 완전무결한 행복이란 불가능

욕망은 무한하기에 경제 관점과 맞지 않아
집착하지 않는 소유로 중도의 삶 살아가
현 사회 다른 사람보다 잘 살면 행복 느껴

이 있었다면 경제가 살아 있었을 때 우리는 행복했었던가.

우리가 알고 있는 경제와 행복을 다시 한 번 생각해보자. 뚜렷한 답을 얻기 보다는 수많은 의문부호가 따라 붙을 것이다.

혹시 경제라는 말에 속임수가 있는 것은 아닐까. 경제가 좋아지면 행복해질 것이라는 말, 그것은 신기루, 또는 무지개와 같은 것이어서 멀리서 바라볼 수 있긴 할 뿐 다가서서는 도저히 만질 수 없는 그런 것, 실체가 없는 그런 것이 아닐까.

혹시 그것은 돌아보았을 때만 비로소 아름답다고 느껴지는, 고향집의 아련한 추억과 같은 것이 아닐까.

그 옛날 밤 한 그릇, 죽 한 그릇으로도 하루 종일 떠돌았던 그 어린 시절이 아름답게 느껴지듯이...

경제가 좋아진다는 것은 무엇을 의미하는 것인가. 우리가 버는 돈이 더 많아져 보다 윤택한 삶을 산다는 뜻이 아닐까. 번 돈으로는 무엇을 하려는 것일까. 좀 더 큰 집에 살고 좀 더 비싼 음식을 먹고, 좀 더 비싼 옷을 입고... 그런 것 아닐까. 여기서 '좀 더'는 어느

한 것이다. 결국 우리는 더 많이 소유하고 소비하는 것으로는 행복해질 수는 없다.

그런데도 세속의 경제학은 어떻게 하면 우리가 더 많이 소유하고, 더 풍족하게 소비할 수 있을지를 가르친다. 그리고 그렇게 함으로써 우리가 행복해질 수 있을 것이라고 세뇌시키고 있다. 욕망을 먹고 사는 아귀의 세계로 우리들을 이끌고 있다.

그러나 세속의 경제학은 부다의 경제학을 만나면 초라해지고 만다. 부처님은 무한한 욕망으로부터 벗어나 진정한 행복을 얻을 수 있는 방법을 명확히 제시하기 때문이다.

부다의 경제학은 집착하지 않는 소유와 최소한의 소비를 가르친다. 중도의 생활로 행복해짐을 깨닫게 한다. 나와 우리만이 아닌 모두가 행복해지는 길을 밝힌다.

우리의 정치가들이 배운 경제학은 세속의 경제학일까, 부다의 경제학일까. 그들이 살리겠다고 하는 것은 어떤 경제일까. 우리가 살려야 하는 것은 도대체 무엇일까.

■ 구병진(경영학 박사)

Advertisement for '클릭! 불교문화상품' (Click! Buddhist Culture Products) featuring '백련정차' (Baekryeongjeongcha). It includes a logo, a product image, and pricing information: 200g for 35,000 won and 50g for 18,000 won.

Large advertisement for 'Yongmoonsa' (용문사) featuring 'Yunjangdae' (윤장대). The ad includes a list of products like 'Yongmunsa Jeonggye' (용문사 전경) and 'Yongmunsa Jeonggye (Bongje 684)' (용문사 윤장대(보물 제684호)), a map of the site, and contact information: 'www.yongmoonsa.com'.