

경영학석사 학위논문

‘친교의 경제’의 이론과 운영사례

Economy of Communion : Theory and Practice

2013년 8월

서울과학기술대학교 산업대학원

E-business 경영학과

강 영 선

‘친교의 경제’의 이론과 운영사례

Economy of Communion : Theory and Practice

지도교수 김삼수

이 논문을 경영학석사 학위논문으로 제출함

2013년 7월

서울과학기술대학교 산업대학원

e-Business 경영학과

강 영 선

강영선의 경영학석사 학위논문을 인준함

2013년 7월

심사위원장 노용진 (인)

심사위원 김삼수 (인)

심사위원 강신애 (인)

목 차

요 약	i
표 목 차	ii
그림목차	iii
I. 서 론	1
1. 문제의 제기 및 연구의 목적	1
2. 연구의 범위와 방법	3
II. 포콜라레 운동	6
1. 포콜라레 운동의 시작	6
2. 포콜라레 운동의 구조	6
3. 포콜라레 운동의 사회적 활동	8
III. 친교의 경제의 이론적 검토	15
1. 사회적 경제	15
2. 시민경제	22
3. 친교의 경제의 기본이론	26
4. 친교의 경제의 경영방식	36
IV 해외 친교의 경제의 운영사례	45
1. 해외 친교의 경제의 기업분포 현황	45
2. 주는 문화의 확산	51
3. 해외 친교의 경제의 사례	52
V. 한국 친교의 경제의 운영사례	56
1. 한국 친교의 경제 기업 현황	56
2. 한국 친교의 경제의 운영사례	56
VI 친교의 경제의 과제와 가능성	68
1. 친교의 경제의 과제	68
2. 친교의 경제의 가능성	70

VII 결론	72
1. 연구의 요약 및 시사점	72
2. 연구의 한계	73
참고문헌	75
ABSTRACT	79

요 약

제목 : 친교의 경제의 이론과 운영사례

자본주의 시장경제와 최근의 신자유주의의 영향으로 무한 경쟁과 부의 불평등이 사회적 문제가 되면서 이에 대한 대안으로 사회적 경제에 대한 관심이 고조되고 있다. 사회적 경제라는 용어의 스펙트럼은 넓지만 공통점은 상호성, 연대, 신뢰와 협동을 강조하면서 경제영역에서 사회적인 면의 중요성을 인식하고 있다는 특징을 지니고 있다. 본 논문은 사회적 경제와 많은 공통점을 지니고 있으나, 더욱 근본적인 선택을 요구하는 친교의 경제Economy of Communion에 대하여 논하고 있다.

친교의 경제는 가톨릭의 영성단체인 포콜라레 운동이 개인적이고 공동체적으로 경제의 인간화를 추구했던 진취적 특성에서 비롯되었으며, 포콜라레 운동의 창시자인 끼아라 루빅이 1991년 브라질을 방문하여 심각한 사회적 불균형을 목격한 후 이를 제안함으로써 시작되었다. 친교의 경제는 이해타산 없는 태도와 연대성으로 가장 가난한 사람에게 관심을 기울이며, 이들에게 이윤을 일부를 제공하지만 이들을 단순한 수혜자로 여기지 않는 개방성과 ‘소유의 문화’에 대항하여 ‘주는 문화’를 형성하고자 한다.

이 논문은 친교의 경제가 추구하는 ‘주는 문화’를 형성하는 개념들을 짚어 보고 친교의 경제 경영이론과 국내외의 운영사례를 살펴보고 있다. 친교의 경제는 전 세계적으로 861개, 국내에는 13개의 기업이 참여를 하고 있다. 친교의 경제에 참여하고 있는 기업들은 서로의 경험과 어려움을 나누고, 격려와 실제적인 도움을 주고 받으며, 네트워크를 형성하고 있다.

크리스찬 문화를 공유하는 유럽이나 남아메리카와는 다른 문화적 배경을 지닌 우리나라에서 친교의 경제가 정책입안자와 기업자, 근로자, 젊은이들의 관심을 끄는 이유는 무엇인가? 이는 친교의 경제가 종교적 카테고리를 넘어서, 소외의 상처로 고통 받고 있는 현대사회에 인간생존의 기본적인 관건인 경제를 통하여 사람 사이의 관계를 회복하며, 인간의 품위를 되찾고, 참된 행복에 이르고자 하는 보편적인 가치를 추구하고 있기 때문이다. 친교의 경제는 아직 씨앗과 같아 아직 그 형태조차 드러나지 않았지만 그 정신 안에 내포된 생명력으로 사회적 자본과 협동의 경제를 지향하는 우리 사회에 모델이 되고, 방향을 제시하는 역할을 하리라 기대한다.

표 목 차

〈표 2-1〉 새인류운동의 분야	11
〈표 2-2〉 수원 행복마을 개최 회수 및 방문자 통계	13
〈표 3-1〉 자본주의·사회주의·사회적 경제	16
〈표 3-2〉 경제활동 영역별 한국 사회적 경제 조직	17
〈표 3-3〉 우리나라 기존 개별법에 의한 협동조합 현황	21
〈표 3-4〉 2012년 협동조합법 시행 후 설립 신청 현황	21
〈표 3-5〉 상호성의 구분	31
〈표 3-6〉 친교의 경제 기업의 실천지침	44
〈표 4-1〉 친교의 경제 국제본부의 수입 및 지출 현황(연도별)	48
〈표 4-2〉 친교의 경제 국제본부의 수입 및 지출 현황(국가별)	49
〈표 5-1〉 한국 친교의 경제 기업 업종별 분포	56
〈표 5-2〉 성심당의 재무현황 및 영업실적	65
〈표 5-3〉 성심당의 고용창출 현황	66

그림목차

〈그림 3-1〉 무지개 경영지표	37
〈그림 3-2〉 혁신적 기업의 발전 단계	40
〈그림 4-1〉 친교의 경제 기업 대륙별 분포	45
〈그림 4-2〉 친교의 경제 기업 수(연도별)	45
〈그림 4-3〉 친교의 경제 관련 논문 발표 현황(연도별)	46
〈그림 4-4〉 친교의 경제 기업 수(국가별)	47
〈그림 5-1〉 성심당 구조	59
〈그림 5-2〉 성심당 무지개 프로젝트	64

I. 서론

1. 문제의 제기 및 연구의 목적

1) 문제의 제기

20세기 말, 동유럽 사회주의 체제의 몰락으로 자본주의는 공산주의에 대한 승리를 확인하는 듯 했으나, 가속화된 세계화로 인한 전 세계적인 경제 불황과 사회적 불평등, 환경문제와 정치적 불안정이라는 위기에 직면하고 있다. 산업혁명 이후 “생산력이 엄청나게 증가했음에도 불구하고 극심한 빈곤과 노동자의 고통은 줄어들지 않고, 오히려 빈부의 격차가 더 심화되고, 생존경쟁은 치열해지고 있다.” 는 헨리 조지(1879)의 진단은 현재에도 유효하다고 할 수 있다. 인간의 이기심과 시장의 합리성이라는 가정 하에 사회관계를 이기적인 사람들 간의 경쟁으로 파악하는 고전경제학의 관점은 무한경쟁에서 도태되는 사회적 약자들을 양산하고 이는 사회적 불안을 야기하며, 이 사회적 불안은 부메랑이 되어 사회 구성원 모두를 위협하는 지경에 이르고 있다. 최근의 경제적, 사회적 위기를 겪으면서 사람들은 타산적인 개인의 이기심에 기초한 고전경제학의 합리성과 효율성만으로는 위기를 타개할 수 없으며, 기업과 경제가 장기적으로 성장하고 발전하기 위해서는 경제적 효율성과 함께 사회적 정당성의 확보가 중요하다는 인식을 하게 되었다.

우리나라에서도 1997년 외환위기 이후 급속히 증가하는 실업률과 심화되는 양극화 문제에 대한 대안으로 2007년 7월부터 ‘사회적기업육성법’이 시행되었고, 취약계층에 대한 일자리 해결과 사회서비스 수요에 대한 공급확대를 목적으로 법인세 및 부가가치세의 감면, 인건비 및 사회보험료 지원 등의 지원을 받고 있는 사회적 기업이 태어나기 시작했다. 또한 세계 협동조합의 해에 맞춰 2012년 12월 1일 부터 ‘협동조합법’이 시행되어 개별 협동조합법의 한계를 벗어나 자유로운 설립이 가능하게 되었다. 협동조합법 시행 100일이 되는 2013년 3월 10일 현재 총 647건, 하루 평균 약 6.5건의 설립 신청이 이루어질 정도로 가파른 증가 추세를 보이고 있다(2013. 3. 10. 기획경제부 보도자료). 이에 대해 짧은 기간 안에 급격한 양적 팽창이 가져올 부작용에 대한 우려가 적지 않으며, 사회적 기업은 그간의 성과에 대한 연구에서 그다지 긍정적인 평가를 받지 못하는 것이 사실이다(문병기, 2010). 그럼에도 불구하고 경제시스템에 이윤추구 이외의 가치를 고려해야 하는 것은 시대적 요청인 듯하다. 사회적 경제 부문만이 아니라 기업경영에

있어서도 이윤의 극대화를 가장 중요한 목적으로 생각하던 방식에서 벗어나 기업 윤리와 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility)¹⁾이 경영학의 새로운 관심사로 떠오르고 있다. 또한 행동경제학이나 복잡성네트워크 경제학 등에서는 인간을 자신의 욕망을 충족시키기 위해 이기적인 선택을 하는 합리적인 존재가 아니라 이타적이며 강한 상호성을 지닌 상호적 인간(*Homo Reciprocan*)으로 규정하며, 이러한 상호적 인간 사이의 신뢰인 사회적 자본(Social Capital)²⁾을 향상시킬 방법을 모색하고 있다. 경제학을 이기심이나 합리성만으로 접근하는 것에는 한계가 있다. 인간은 이기적이고 합리적인 면을 지니고 있으나 한편으로는 다른 사람을 향해 자신을 열고, 스스로를 내어줄 줄 알고, 다른 사람과 함께 함으로써 행복(*eudaimonia*)³⁾을 느끼는 존재이기 때문이다.

2. 연구의 목적

이 논문에서는 자본주의 시장경제 내에서 경쟁의 원리를 넘어서서, 사회적 공존을 건설하기 위해 형제애의 개념을 실천하고자 하는 친교의 경제에 대하여 논하고자 한다. 친교의 경제는 가톨릭의 정신과 사회교리에 뿌리를 두고, 시장경제 안에서 형제애의 원칙을 실천하고자 한다. 1991년 브라질에서 선포되어 전 세계로 퍼져나간 친교의 경제 기업은 아직 소수이고, 그 도전의 역사 또한 짧지만 인간과 사회의 관계형성과 신뢰회복이 화두로 다가오고 있는 현대 사회에 인간을 존중하면서 관계를 형성하는 것이 시장경제에서도 가능하다는 확신으로 실행과 이론의 관점에서 새로운 전망을 열어가고 있다.

본 논문의 목적은 다음과 같다.

첫째, 상품과 서비스의 교환의 장이고, 사회적 관계를 건설하던 시장이 점차 사람들의 사고와 생활방식에까지 영향을 미쳐, 소유의 과시가 일종의 권력이 되어 가는 현대사회에서 인간성 회복을 위한 사회적 경제와 시민경제의 제안과 시도를 살펴보고자 한다.

1) 1953 보웬(H.R. Bowen)의 「기업가의 사회적 책임」(Social Responsibilities of the Businessman)이 출간된 이후 본격적 논의가 시작되었다(신유근, 2001)

2) 자본(Social Capital)이라는 용어는 19세기 토크빌(Tocqueville)에 의해 처음 사용되었다. 제임스 콜먼은 '개인들의 상호협력'과 '사회적 시너지를 얻기 위해 공조하는 보이지 않는 유대관계'를 사회적 자본이라고 하면서 경제적 자본에 버금가는 요소로 간주했고, 제임스 뷰캐넌은 '신뢰를 공공재 성격의 자본'으로 보았으며, 프랜시스 후쿠야마 Francis Fukuyama는 그의 저서 '트러스트'에서 '사회구성원이 공동의 목표를 위해 함께 일할 수 있도록 이끌어주는 협동의 규범'이라고 말하고 있다.

3) 아리스토텔레스는 행복(*eudaimonia*, happiness)을 인간의 고유한 기능이 덕에 따라 발휘되는 활동으로 정의하는데 친애(*philia*)를 행복의 내재적 구성요소로 보고 있다.(니코마코스윤리학, 제9권)

둘째, 시장에 선물(贈物)과 무상성(無償性)의 개념을 도입하여 ‘주는 문화’를 살고자 하는 친교의 경제의 기본 개념을 짚어 본 후, 이를 경영이론으로 체계화한 ‘무지개 경영이론’에 대해서 알아보하고자 한다.

셋째는 해외와 국내의 친교의 경제 기업의 현황과 운영사례를 살펴봄으로써 실현가능성과 존재가치를 검토하고자 한다.

이 논문의 최종 목적은 협동과 신뢰의 가치가 재조명되고 있는 현대 사회에서 근본적이고 전적인 선택을 요구하는 친교의 경제 기업의 존재가치를 확인하고 앞으로의 방향을 모색하고자 하는 것이다.

2. 연구의 범위와 방법

1) 연구범위

본 논문은 친교의 경제⁴⁾의 모태인 포콜라레 운동의 시작과 발전을 알아보고 종교적 토대를 지닌 포콜라레 운동이 사회적으로 어떤 영향을 미치고 있는지 짚어 보았다. 또한 주류경제학의 기반인 시장경제로 인한 인간소외의 대안으로 경제적 목표와 함께 사회적 목표를 추구하는 사회적 경제와 우리나라에서 시행되고 있는 사회적 기업, 협동조합에 대해 알아보하고자 한다.

그 다음 경제학의 아버지라 불리는 아담 스미스의 고전경제학이 태동하던 시기에 시작된 이태리의 시민경제와 시민경제 학자인 안토니오 제노베시, 드라고네띠 자친또의 사상을 짚어보고자 한다. 또한 주는 문화의 근본적인 개념인 선물, 상호성, 무상성과 이를 경영이론으로 배열한 무지개 경영지표를 검토하고 있다.

친교의 경제의 사례는 2012년 브라질에서 개최된 친교의 경제 국제 총회에서 발표되었던 해외 실천사례와 국내는 출판사와 제과점의 사례를 살펴보았다.

4) comunione는 사전 상에 ①공동, 공유, 공통성 ②공동사회, 공동체 ③(종교상의 단체) ④(宗)성체수령, 성체, 배령(이한사전(2009), 한국외국어대출판부)로, 같은 의미의 영어인 communion은 ①(어떤 일을)함께 함, 간담, 친교, 영적 교섭 ② 종교단체, 교회, (천주교회 사이의) 조합 ③ 영성체 (에센스 영한사전(1985), 민중서림)로 표기되고 있다. Economia di Comunione가 선포되던 1991년 당시 한국의 포콜라레에서는 이를 ‘나눔의 경제’로 소개하였고, 이후 ‘공유경제’라는 용어로 바꾸어 사용하고 있다. 이 논문에서는 Economi di Comunione가 지향하는 사람 사이의 관계와 상호성에 주목하여 ‘친교의 경제’로 표기하고자 한다.

2) 연구방법

(1) 기존연구 검토

친교의 경제는 1991년 브라질을 방문한 포콜라레 운동의 창시자 끼아라 루빅에 의해 선포되었다. 지난 20년 동안 이 정신에 호응한 기업가들의 투신과 함께 경제와 경영은 물론 철학적이고 경제사상사적인 연구가 진행되고 있다. 현재 친교의 경제 홈페이지에는 이탈리아를 비롯한 유럽과 브라질을 중심으로 경영, 마케팅, 정치경제, 경제사상사 등 다양한 분야의 학위논문 348건이 등재되어 있다.⁵⁾

우리나라에는 참여사회연구소에서 발간하는 반년간지 『시민과 세계』에 「상호성과 시민경제론의 두 흐름: 새 정치경제학과 행복경제학」이라는 제목으로 시민경제가 소개되었다⁶⁾. 근대 이탈리아 시민 인본주의 전통에서 발전한 시민경제는 인간적 행위의 목표를 ‘관계’로 보며 시장을 이를 위한 수단으로 이해하고 있다. 이 시민경제 사상은 친교의 경제를 이해하는 사상적 바탕을 제공하고 있다. 국내의 논문으로는 「경제적 신자유주의에 대한 사회교리적 대안-공유경제를 중심으로」⁷⁾와 「공유경제의 내재적 윤리」⁸⁾, 「경제적 합리성의 재해석-사회적 기업과 공유경제기업의 비교를 중심으로」⁹⁾가 있다. 2012년에는 Lorna Gold의 『New Financial Horizons; The Emergence of an Economy of Communion』(2010)이 『공유경제-나눔의 경제학』이라는 제목으로 출간되었다.

(2) 논문의 구성

본 논문은 총 VII로 구성되어 있다.

제 I 은 서론으로서 연구의 목적과 범위 및 방법 그리고 논문의 구성에 대하여 설명하고 있다.

제 II는 친교의 경제의 모태인 포콜라레 운동의 시작과 구조, 사회적 활동을 살펴 보았다.

5) <http://edc-online.org/it/studia-con-noi/tesi-di-laurea.html>

6) Luigino Bruni Stefano Zamagni의 《시민경제:효율성, 공정성, 공적행복》(2004)에 대한 논쟁을 다룬 소책자를 번역, 수록하였음. 이병천, 홍기빈(2007 하반기 12호). 시민과 세계, 도서출판 참여사회. pp. 173-222.

7) 박영봉(2009), 수원가톨릭대학교, 박사학위 청구논문

8) 이영훈(2008. 2월) 한국동서경제학회 제19권 제2호.pp.121-135

9) 문병기(2010. 12월). 한국지방자치학회보. 제 22권 제4호(통권72호). pp. 341-362)

제 III은 이론적 검토로서 친교의 경제가 지닌 특성을 서술하였다. 사회적 경제와 최근 우리나라에서도 관련법이 보완되어 시행되고 있는 사회적 기업, 협동조합을 짚어 보고, 인간적 행위의 목표는 대인관계에서 오는 행복eudaimonia 이고, 시장은 이를 위한 수단으로 이해하는 시민경제의 사상을 검토한 후, 친교의 경제가 내포한 주는 문화, 선물, 상호성, 무상성의 개념을 서술하고 있다. 또한 이의 실현을 위하여 친교의 경제가 제안하는 무지개 경영지표The Method of Rainbowscore에 대해 설명하고 있다.

제 IV는 해외 친교의 경제의 운영사례,

제 V는 국내 친교의 경제의 운영사례,

제 VI은 친교의 경제의 과제와 가능성,

제 VII은 결론으로서 친교의 경제의 향후 과제를 모색하고 있다.

II. 포콜라레 운동

1. 포콜라레 운동의 시작

포콜라레 운동은 제 2차 세계대전 중인 1943년 이태리 북부 트렌토에서 끼아라 루빅과 그의 첫 친구들에 의해 시작되었다. 폭격 속에서 늘 죽음에 직면해 있던 그들은 주위 사람을 위로하고, 격려하며, 어린이와 노인들이 방공호로 대피할 때 동행하였다. 폭격을 당한 도시에는 집없는 이들, 굶주린 이들, 부상자와 절인이 많았다. 그들은 자신들이 가지고 있는 것을 모두 그들을 위해 내어 주었다.

다른 사람의 궁핍한 처지를 보고 자신에게 필요한 것조차 공동의 것으로 내어 놓는 이 젊은이들은 주위 사람들이 서로를 돕도록 마음을 열었고, 이들과 함께 새로운 삶의 방식에 참여하기를 원하는 이들이 몇 달 되지 않아 트렌토 시에서 500명으로 늘어났으며, 점차 이태리 전역으로 번져가게 되었다(Silvana Veronesi, 2005). 포콜라레 운동은 ‘일치의 영성’, ‘일치의 카리스마’로 불리며 가톨릭 신자 뿐 아니라 타 교파 크리스찬, 타 종교의 신자, 신앙이 없는 사람들 사이에 전파되어, 급속하게 전 세계로 확산되어 갔다.

친교의 경제가 선포된 것은 포콜라레 운동이 시작된 지 48년이 지난 1991년이 었으나 포콜라레 운동이 초창기에서부터 축적해 온 사회적인 경험은 정치와 경제를 비롯한 사회 각 분야에서 일치와 형제애를 추구하고 있다. 이 운동은 1958년부터 독일, 프랑스, 벨기에, 폴란드, 스페인, 영국 등 유럽 여러 나라로 퍼지기 시작하여 현재는 전 세계 5대륙 182개 국가에 이 운동이 전파되어 있다. 한국에는 1967년 진출하였다.

2. 포콜라레 운동의 구조

1) 포콜라레 운동의 인준과 주요 기관

포콜라레focolare는 이태리어로 벽난로를 의미한다. 사람들은 따스함과 사랑을 느끼던 이 집을 그렇게 불렀다. 이곳에서 사람들은 가족으로 받아들여졌고, 자아가 실현되며, 공동체의 따스함을 느꼈다. 그러나 포콜라레 운동이 전 세계적 규모로 커지면서 ‘모든 이가 하나’를 이루기 위한 목표에 도달하기 위해 서로

다른 과제를 지니는 여러 분야가 생겨나게 되었다. 1990년 6월 29일 교황청이 인준한 회칙에는 22개의 갈래(부문)와 각각의 세부적인 규칙이 있다. 포콜라레 운동의 이 다양한 갈래와 그룹의 활동을 위해 세 개의 중요한 기관이 있다. 이는 포콜라레 운동의 국제 총본부와 전 세계 33곳에 위치한 소도시, 각 지역의 포콜라레 운동 본부이다.

2) 포콜라레 운동 국제 총본부

전 세계에 퍼져 있는 포콜라레 운동의 각 지역 책임자는 매년 9월 로마 근교 카스텔 칸돌포에 있는 총본부에서 한 해를 결산하며 새로운 해를 준비한다. 포콜라레 운동의 대표자와 각 가지의 책임자는 포콜라레 총회에서 선출되며 총회는 각 지역의 포콜라레 책임자들과 로마의 포콜라레 중앙 평의회의 위원들이 참석한 가운데 6년 마다 선출된다. 로마 근교의 포콜라레 운동의 국제본부는 각 나라의 소식과 보고서를 받고, 이를 취합하여 다시 여러 나라에 소식을 알린다. 또한 세계적 규모로 열리는 큰 모임과 대규모 행사에 대한 계획을 수립하고 진행을 맡는다. 이러한 구조와 활동은 위계적이라기보다 나눔과 보살핌의 원칙에 따라 각 지역의 특성과 성장 단계를 고려하여 유연하게 적용된다.

3) 소도시

1964년 피렌체 근처의 로피아노에 포콜라레 운동의 첫 소도시가 열렸으며, 현재 스위스의 몬테, 독일의 오토마링, 필리핀의 타가이 타이, 아르헨티나의 부에노스 아이레스, 미국 뉴욕 근교의 루미노사, 아프리카 카메룬의 폰템, 벨기에의 브뤼셀 근교 등 전 세계적으로 33곳의 소도시가 있다. 이 소도시들은 각 지역의 문화와 환경에 따라 서로 다른 특성을 지닌다. 이태리의 로피아노에는 현재 5개 대륙 70개국에서 온 900여 명이 거주하며 마을 주민들 사이의 공유와 신뢰의 분위기를 증거하고 있다. 이 소都市는 수많은 방문자에게 열려 있어 한 해 평균 사만여 명의 방문객이 이곳을 찾는다. 아프리카의 카메룬 동쪽에 있는 폰템은 밀림지역으로, 어린이들은 98%가 태어난 지 1년 안에 죽어갔으며, 거의 멸종상태에 있던 방과족이 살고 있었다. 1963년 포콜라레 운동에 속한 몇몇 의사가 이곳에 가서 엄청난 어려움 속에 병원을 시작하였다. 32년이 지난 후, 이 병원은 98명의 직원이 일하고 있으며, 마을에는 600여 채의 가옥과 병원, 학교들이 생겼고, 8만여 명의 인구가 사는 행정구역이 되었다. 친교의 경제가 시작된 브라질에는 헤시페Recife에서 20마일 정도 떨어져 있는 산타 마리아Santa

Maria, 파라Para의 벨렘Belem 외곽에 위치한 글로리아Gloria, 셋 중 가장 규모가 크고 브라질 포콜라레 운동의 중심 역할을 하는 상 파울로 인근 마리아폴리 지네따Mariapoli Ginetta 등 세 곳의 소도시가 있다.

이 소도시들은 일상생활을 함께 하는데서 오는 관계의 어려움에도 불구하고, 서로 간의 사랑을 실현하기 위해 인내하며, 신뢰와 너그러움, 성실함이 이 소도시의 문화적 관습이 되도록 노력하고 있다. 이는 친교의 경계를 자라나게 하는 문화적 토양이 된다.

4) 지역 포콜라레 운동 본부

전 세계에 퍼져 있는 포콜라레 운동은 남·여로 구분되어 있는 포콜라레 본부를 거점으로 한다. 포콜라레는 5명에서 8명에 이르는 포콜라리니¹⁰⁾들로 구성된다. 포콜라리니들은 각 지역의 다양한 사회계층과 연령에 속한 회원들의 모임과 활동을 도우며, 무엇보다 자신들의 공동체 내에서 가족과 같은 사랑과 일치의 분위기를 유지한다.

5) 포콜라레 운동의 한국 진출

1969년 서울에 여자 포콜라레 본부가 열리고, 5년 후인 1974년 남자 포콜라레 본부가 들어왔다. 2013년 현재 남자는 3곳, 여자는 5곳의 포콜라레 본부가 있으며, 이곳을 중심으로 하여 1,800여 명의 정회원과, 약 22,000명의 일반 회원이 포콜라레 운동에 참여하고 있다. 가톨릭교회를 중심으로 각자의 자리에서 복음을 실천하는 평신도 중심의 이 영성은 이웃들의 고통에 대해 관심을 가지며 사회적 활동으로 영역을 넓혀가고 있다.

3. 포콜라레 운동의 사회적 활동

1) 새인류운동Umanità Nuova

현대적 평신도 영성인 포콜라레 운동은 개인적 성화와 사회를 변화시키고자 하는

10) focolarini 자신의 일생을 하느님을 위해 바칠 것을 서약하고 공동생활을 하는 동정 포콜라리니와 결혼생활을 하면서 같은 서약을 하는 기혼 포콜라리니로 구분된다. 동정 포콜라리니들은 대부분 직업이 있으며, 자신들의 소유를 공유하고, 포콜라레 운동을 위하여 헌신한다. 포콜라레는 남·여 포콜라레로 구분되어 있고, 남자는 focolarino, 여자는 focolarina로 불린다

열정이 동전의 양면과 같이 분리될 수 없다는 공동체적 열정을 지니고 있다. 즉, 서로의 차이와 불평등, 불일치가 있는 곳으로 다가가 이를 해결하고자 한다.

1956년 끼아라 루빅은 헝가리혁명이 소비에트 연방군대에 의해 무자비하게 진압되는 모습을 지켜보면서, 자신의 이념을 위해 목숨을 바치는 사람들이 세상에 존재한다면, 가정과 직장 등 자신이 속한 사회의 구조 안에서 복음적인 삶의 증거로 사회를 변화시키기 위해 자신을 바칠 사람 또한 존재할 수 있음을 증거하는 호소를 하게 된다(Chiara, 1957). 이에 응답한 이들을 숭선자Volontarie라고 하며 이들은 새인류운동의 모태가 된다.

1983년 끼아라 루빅은 사회에서 개인적인 삶의 증거만으로는 충분치 않으며 공동체적인 증거가 필요하다는 것을 깨닫고 새인류운동Umanità Nuova을 출범시킨다. 이후 새인류운동은 정치계, 경제계, 법조계, 언론계, 의학계, 교육계, 문화계 등 각 부문에 종사하는 전문가와 학자, 학생들의 그룹으로 분화하면서 각 분야의 일치를 위한 활동을 하게 된다. 이들은 먼저 자신이 속한 분야에서 자신의 삶을 새롭게 하고, 서로 교류하며 일치의 정신과 삶을 사회 속에서 실현하여 세상의 분열과 대립을 극복하고, 제도적인 복지를 넘어서서 사람들 간에 사랑의 관계를 이루는 것을 목표로 한다.11)(<표 2-1> 참조)

2) AMU(일치된 세계를 위한 행동, Azione per un Mondo Unito)

1984년 6월 3일 로마 로까 디 빠빠에서 「그리스도인의 관점에서 본 경제와 노동」이라는 주제로 열린, 전 세계의 3,500여 경제인 및 경제학자들이 참석한 대회에서 끼아라 루빅은 사회적인 차원에서 ‘주는 문화’를 형성하도록 강조하는데 그 대회를 계기로 경제와 노동 국제 사무국이 결성되어 경제학자, 경제학을 공부하는 학생들과 기업가들이 경제에 인간적인 문화와의 접목을 시도하기 시작하였다. 이 사무국은 또한 포콜라레 운동에서 계획하는 사회복지사업을 위하여 AMU라는 협회를 결성하였다. AMU는 사회복지사업을 위해 일하는 활동가들이 재정적인 지원자를 찾을 수 있도록 돕고, 이 활동가들이 전문적인 지식을 지니고 각종 기관과 관계를 맺도록 후원하고 있다. AMU는 1987년 UN경제사회이사회(ECOSOC:Economic and Social Council)에서 협의지위 Consultative Status를 획득하였다.

11) <http://www.umanitanuova.org/>

3) 다섯 가지 대화

그리스도교 정신에서 영감을 받은 포콜라레 운동은 다른 종교와 문화에서 발견되는 가치를 무시하지 않으면서 대화를 나누어 왔다.

첫 번째 대화는 가톨릭교회 안에서의 대화이다. 가톨릭교회 안의 다양한 단체들과 협력하고 함께 일하며 존경과 신뢰의 관계를 맺고 유지시키는 것이다.

두 번째 대화는 그리스도 교회 내의 교회일치에 기여하기 위한 대화이다. 1998년 현재, 복음교회, 성공회, 개혁교회 등 220개의 교회의 36,000여 명이 신자들이 포콜라레 운동의 생활과 활동에 참여하고 있다.

세 번째 대화는 다른 종교와의 대화이다. 시대를 달리하고 서로 다른 종교를 배경으로 한다 할지도 인간이 이룩한 모든 문화에서 공통적으로 발견되는 황금률¹²⁾과 구체적인 사랑의 행위는 활기찬 대화를 여는 결정적인 요인이다. 2만 명이 넘는 불교, 회교, 유대교, 힌두교 신자들과 토속신앙을 지닌 사람들이 포콜라레에 연결되어 있다.

네 번째 대화는 무신론자와 물질주의자, 불가지론자, 무관심주의자와 같은 신념이 다른 사람들과의 대화이다. 개인적인 신념은 다르나 열린 마음을 지니고 연대성, 평등, 일치와 평화를 열망하는 96,000여명의 사람들이 포콜라레와 접촉하고 있으며 그 중 22,000여 명은 다양한 활동을 함께 하고 있다(잠보니니, 1991. pp.133-159).

끝으로 다섯 번째 대화인 ‘범람’ 이 있다. 포콜라레의 창설자 끼아라 루빅은 1990년부터 여러 분야의 학자들로 구성된 학술연구센터 ‘아바학교’ 를 시작하였다. 이는 포콜라레의 영성을 단지 종교적이고 영신적인 언어로 표현하는 것이 아니라 다양한 분야의 학자들이 이 영성을 학문적으로 규명하는 것이다. 30여명의 교수로 구성된 아바학교는 전공별로 분화하여 여러 그룹이 형성되었으며, 1998년 ‘범람’ 이 선포되었다.

범람 위원회는 대회, 양성학교, 세미나, 워크숍을 통해 포콜라레의 영성을 학술적으로 전달하고 있다(Araujo, 2004). 2009년에는 소피아대학을 설립하여 신학, 철학, 사회과학 논리·과학적 합리성 등의 석사와 박사과정을 제공하고 있다.

12) ‘ 남에게서 바라는 대로 남에게 해 주어라(마태오, 7:12)’라는 황금률은 그리스도교의 기본적인 윤리원칙이다. 그러나 황금률은 ‘다른 사람이 너희에게 하지 않기를 원하는 것을 너희도 다른 이에게 행하지 말라’(tôrâh) ‘내게 해로운 것으로 남에게 상처주지 말라’(범구경), ‘己所不欲勿施於人’ (논어), ‘易地思之’(맹자)와 같이 모든 시대와 문화에서 발견된다.

〈표 2-1〉 새인류운동의 분야

계	분 야	내 용
빨간색	경제와 노동	<ul style="list-style-type: none"> - 노동에서 인간의 존엄성을 강조하며, 노동의 사회적 가치 증진 - 불의와 가난의 원인을 이해하고, 해결책 모색 - '친교의 경제'의 실현을 위한 기여
주황색	민족, 종족, 문화들 사이의 관계	<ul style="list-style-type: none"> - 지역, 국가, 세계 차원에서 화해와 평화 촉진
노란색	사회윤리, 정의와 권리	<ul style="list-style-type: none"> - 성숙한 사회의식 양성 - 제도와 직업활동에서 공동체의 선을 위해 사랑을 지니고 일하는 것을 목표로 함 - 정직과 정의, 법 실천을 통해 사회윤리에 부합하는 증인이 되게 함.
초록색	사람과 환경의 건강	<ul style="list-style-type: none"> - 생명문화 증진을 위하여 사회, 보건구조와 관련된 윤리적, 정치적, 입법적 노력 - 죽음을 삶의 한 부분으로 바라보며 모든 형태의 한계와 고통에 가치 부여
파란색	사회적 조화와 예술	<ul style="list-style-type: none"> - 사회구성원 사이의 긍정적 관계를 위하여 다양함 안에서 일치 추구 - 사회활동가, 전문 예술인 및 아마추어의 재능을 활용하여 조화를 표현
남색	교육과 문화	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 문화들이 지닌 지혜를 나눔으로써 풍요로운 세계문화 증진 - 다양한 교육의 장에서 관계와 상호성을 우선시함으로써 인간의 자기실현 추구 - 형제애, 세계성, 평화, 준법에 대한 지속적 교육으로 일치의 문화 확산
보라색	사회적 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> - 인류가족으로서 소통의 필요와 통신수단의 중요성을 인식하며, - 커뮤니케이션 종사자들은 전하는 내용에 투명성과 충실함을 지니고 긍정적 면을 부각시키며 모든 사람의 알권리를 보장
검정색	정치, 공공행정과 세계성	<ul style="list-style-type: none"> - 정치적 사고와 정치행위로 형제애를 실현 - 새인류운동은 모든 사람이 정치의 주체가 되도록 적극적으로 돕는다.

참조: 새인류운동 규칙(2008. 7. 국제 마리아의 사업회 총회 인준)

4) 한국 포콜라레 운동의 사회적 활동

가톨릭교회에서 시작되었으나 종교의 벽을 넘어 보편적인 황금률을 실천하고자 하는 이 운동은 이웃들의 고통과 사회적 문제에 대해 관심을 가지며 사회적 활동으로 영역을 넓혀가고 있다. 여기서는 2003년부터 한국에 거주하는 외국인 근로자를 위해 매달 열리는 행복마을과 2004년 시작된 ‘일치를 위한 정치운동’에 대하여 알아보려고 한다.

(1) 행복마을

경기도 수원 청명고등학교에서 열리는 행복마을은 태국인 포콜라리노가 한국에 거주하는 태국인 근로자를 위해 새인류운동에 요청함으로써 2003년 9월, 진료(내과, 정형외과, 가정의학과, 피부과, 정신과, 치과), 생필품 나눔, 법률상담 등의 봉사가 시작되었다. 행복마을은 초기인 2003년부터 2006년까지 분기 혹은 반기별로 열렸고, 방글라데시, 태국인 근로자와 새터민이 주로 방문하였다.

그러나 차츰 외국인 근로자들의 사이에 행복마을이 알려지면서 방문자가 많아 지자 2007년부터는 매월 첫 일요일 오후 2시부터 5시까지로 정례화되었고, 봉사활동 분야도 다양해지기 시작하였다. 행복마을을 방문하는 외국인 근로자들은 진료와 약을 받는 외에도 4kg짜리 쌀을 이천 원에 구매하고, 오백원에서 오천원 사이의 가격으로 의류코너에서 의류와 핸드백, 구두를, 미니마켓에서 주방용품과 세제 등의 생필품을 구매할 수 있다. 복도의 끝에는 간이미용실이 있고, 한 교실에는 외국인 근로자를 위한 한글교실이 열린다. 또 다른 교실에서는 간식이 음료수와 함께 제공된다.

이 행복마을을 위해 매월 다양한 신분과 연령대의 봉사자들이 수고하고 있다. 의사와 간호사, 약사, 미용사는 물론 판매와 물건정리를 하는 봉사자들이 있고, 부모와 동행한 중·고등학생들이 외국인 근로자에게 한글을 가르치며, 대중교통을 이용할 수밖에 없는 먼 곳의 외국인을 위하여 차량봉사자가 연결된다. 이곳을 찾는 이들은 물질적 도움만이 아니라 봉사자들과 방문자 간에 개인적이며 지속적인 관계를 갖게 된다.

〈표 2-2〉 수원 행복마을 개최 회수 및 방문자 통계

2012년 12월 현재

년도	총계	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
방문자 총계	8,463	35	57	205	100	1,012	1,371	1,322	556	1,554	2,251
개최회수	79	4	4	5	2	12	12	12	4	12	12
새터민	2,893			60	100	466	485	399	254	556	573
필리핀	3,028			2		181	544	682	145	509	965
	1,169		9	76		184	196	135	64	199	306
몽골	522			12		56	99	76	49	136	94
네팔	86						6	11	10	24	35
베트남	131			3		19	2	2	10	27	68
캄보디아	253								20	68	165
태국	190	35	46	34		67	8				
기타	191		2	18		39	31	17	4	35	45

출처 : 행복마을 보고서

(2) 일치를 위한 정치운동

일치를 위한 정치운동은 1996년 포콜라레 운동의 창설자 끼아라 루빅과 이탈리아 정치인들 사이에서 시작되었으며, 현재 유럽과 남아메리카의 여러 나라, 그리고 한국 등 15개국 3,000여 명의 정치인들이 참여하고 있다. 일치를 위한 정치운동은 보편적 형제애를 현실 정치에 구현하여 새로운 정치문화를 이루는 ‘정치활동의 국제적 실험실’ 이라고 정의할 수 있다. 이 운동이 제안하는 새로운 활동방식은 각자가 속한 정당의 이념에 충실하면서 당론이나 자신의 정치적 이해에 앞서 인간이 지닌 보편적 가치들을 실현시키고 보호하기 위해 노력하는 것이다.

우리나라에서는 2004년 10명의 국회의원으로 ‘일치를 위한 정치인 모임’ 이 시작되었다. 2007년 4월, 4명의 국회의원이 이태리 포콜라레 총본부를 방문하고, 이태리의 ‘일치를 위한 정치운동’ 에 속한 상·하원 국회의원들과 만났으며, 같은 해 6월, 사회학자 베라 아라우조가 방한하여 국회에서 “양극화 사회의 새로운 도전 ‘형제애’ -일치를 위한 정치운동과 ‘공유경제’” 라는 주제로

세미나를 개최하였다. 2007년 9월에는 일치를 위한 정치운동 국제본부의 당시 대표였던 루치아 크레파츠 대표를 초청하여 국회에서 “새로운 도전, 새로운 전망-보편적 형제애와 정치인의 역할”이라는 제목의 강연회를 개최하였다.

18대 국회에서 ‘일치를 위한 정치포럼’이라는 의원연구단체로 등록하였고, 국회의원 뿐 아니라 정치인, 공무원, 언론인, 법조인, 교수 등 각계 전문가들과 함께 하는 ‘일치를 위한 사회포럼’과 젊은이들을 위한 ‘일치를 위한 정치학교’를 시작하였다. 2010년 11월, 일치를 위한 정치운동 국제본부의 당시 대표였던 마르코 파투초를 초청하여 “형제애, 유토피아인가 정치의 새로운 가능성인가”라는 주제로 정치인과 정치학자들이 참여한 세미나를 개최하였다. ‘일치를 위한 정치 포럼’은 정치 활동을 통해 보편적 형제애를 실천하고 새로운 정치문화를 이루고자 노력한 결과, 2009년 최우수 의원연구단체, 2010년과 2011년에는 우수 연구단체로 선정되어 수상하였다.

19대 국회에서도 연구단체의 활동이 이어지고 있으며 ‘일치를 위한 사회 포럼’, ‘젊은이들을 위한 정치학교’, ‘정치언어 순화 캠페인’ 등 ‘일치를 위한 정치 포럼’의 연구 활동을 통하여 국회와 사회 곳곳에 형제애의 문화를 이루는 밑거름이 되고 있다.

Ⅲ. 친교의 경제의 이론적 검토

1. 사회적 경제

1) 자본주의·공산주의·사회적 경제

13세기 말에서 16세기 중반에 걸쳐 이탈리아의 움부리아와 토스카나 지방을 중심으로 번성했던 도시문명의 요체는 시장경제였다. 시장경제는 노동의 분업, 기업의 자유를 우선으로 하고, 자본의 축적을 특징으로 하지만 이 시기의 시장경제는 시민사회를 이루는 신뢰와 상호성, 형제애와 같은 ‘시민적 덕’이 공동체 생활을 통해 함양되었고, 문화적 배경이 되었다. 그러나 17세기 초 부터 시민경제는 자본주의 시장경제로 변질되어 가기 시작했다.

주류 경제학의 자본주의는 자기 이익의 극대화를 추구하며, 합리성이고 영리한 경제적 인간 *Homo Economicus*을 인간의 본성으로 가정하며 사회관계를 경제적 인간들 사이의 경쟁, 또는 이들이 일하는 기업 간의 경쟁으로 파악한다. 이전까지 사회에서는 이기적인 행동을 비도덕적이라고 생각했던 것에 비하여, 고전경제학의 아버지인 아담 스미스는 개인의 이기심 추구가 시장의 ‘보이지 않는 손’에 의하여 사회적으로 유익한 결과를 만들어 낸다고 주장하며 정부가 개인의 경제활동에 제약을 가하는 것을 경고하였다. 하지만 자본주의와 함께 도래한 물질적 풍요는 불평등을 심화시켰고, 임금노동자들은 실업의 위협에 노출되었다.

한편, 자본주의가 태동하던 시기에 활동했던 고전 경제학자들이 자본주의 시장경제가 사회에 유익할 것이라고 믿었던 것에 반하여, 19세기의 경제학자이자 철학자인 칼 마르크스는 현대 산업의 놀라운 생산성과 함께 영국 산업 도시의 임금노동자들의 빈곤과 경제적 불안정을 목격하면서 사회 하층계급의 이해관계를 대변하는 정치적 이념과 실천으로 공산주의를 선언한다. 하지만 주류경제학에 반대하는 현실 공산주의 경제는 시간이 지나면서 국가사회주의적인 계획경제를 추구하여 모든 생산원천의 국유화로 시민을 국가의 피고용인으로 전락시켰고, 생산성 저하로 인한 만성적 물자부족으로 인간을 더욱 물질에 예속시켰다. 또한 소련의 경우 공산당 정권을 지탱하는 핵심간부들은 특권층인 ‘노멘클라투라’로 진화하여 평등이란 공산주의의 이상에 종말을 고하면서 역사의 무대 뒤로 사라져 갔다(리처드 파이프스, 2006).

1970년대 이후 등장한 신자유주의는 ‘사회의 제 관계를 시장관계로 재편성하거나 시장경제적 관계에 최대한 종속시킴으로서 자본운동의 자유를 극대화’ 하여 빈부격차를 심화시키고 심각한 경제적 불평등을 초래하였다(박영봉, 2009. p.29).

자본주의 시장경제의 폐해를 보완하고 당면한 사회적 문제를 해결하기 위해서 새로운 각광을 받고 있는 비주류 경제인 사회적 경제는 ‘제3섹터The Third Sector’, ‘비영리조직non-profit organizations’, ‘자원활동조직 voluntary organizations’, ‘독립부문independent sector’, ‘연대경제solidarity economy’, ‘시민경제civil economy’ 등 다양하게 불리는데, 각각의 용어는 내포한 의미의 차이가 크다. 그러나 이들은 자본주의와 주류경제학, 시장경제로는 극복할 수 없는 문제에 대응하기 위해 상호성, 연대, 신뢰와 협동을 강조한다는 공통점을 가지고 있다.(정태인, 2013. p.186)¹³⁾

〈표 3-1〉 자본주의 · 사회주의 · 사회적 경제

구분	주류경제	반주류경제	비주류경제
소유형태	자본주의	국가사회주의	사회적 경제
경제체제	시장경제	계획경제	사회적 요소+경제적 요소
목표	개인 및 기업의 영리추구	사회적 계급 철폐 공산주의 실현	시장과 국가정책의 실패에 대응한 대안적 자원배분
기업형태	주식회사, 자영업 등	국유기업	사회적 기업, 협동조합 등

2) 사회적 경제

여기서는 최근 자본주의 경제의 대안으로 떠오르고 있는 사회적 경제가 무엇인지 살펴보고, 이의 구체적 표현이며 우리나라에서 시행되고 있는 사회적 기업과 협동조합에 대해 짚어 보고자 한다.

사회적 경제 Social Economy는 21세기에 와서 협동조합, 공제회 등의 전통적인 조직을 중심으로 다양한 시민사회 결사체를 아우르는 제3섹터 third sector로 발전하면서 자본주의 시장실패에 대응하며, 국가와 시장논리를 견제하는

13) ‘연대경제’는 공공경제와 사회적 경제의 결합을, 이탈리아의 ‘시민경제’는 시장경제와 사회적 경제의 결합을 상정하고 있다.(장원봉(2006), “사회적 경제의 이론과 실제”, 정태인(2013. 재이용)

시민사회의 새로운 동향으로 발전하고 있다. 초기 사회적 경제조직들의 주된 목표는 시장경제에 취약한 개인들을 보호하기 위하여 생산과 소비, 저축과 신용서비스를 제공하는데 있었다. 전통적인 자유주의 경제는 개인의 경제적인 이윤추구가 사회의 이익으로 연결될 것이라고 본 것에 비하여 사회적 경제는 사회적인 것을 중시하는 입장에서 경제가 사회적 목적에 기여하도록 규제되어야 한다고 주장했다. 사회적 경제의 시작은 18세기 후반, 로버트 오웬 Robert Owen이 미국에서 시작한 뉴 하모니 New Harmony라는 노동공동체로 볼 수 있다. 오웬의 사상은 1944년 설립된 로치데일 Rochdale의 소비자협동조합에 영향을 미치게 된다. 사회적 경제가 공식적인 명칭을 갖게 된 것은 1900년 파리 세계박람회에서 지드 Charles Gide가 다양한 결사체를 박람회의 한 장소에 배정하는데서 비롯된다(김성기 2011. pp. 25-31).

1970년대 말 구조조정, 대량실업, 빈곤 확대 등 복지국가가 한계에 직면하고, 1980년대 환경, 문화, 여성, 공동체 등의 시민운동이 활발해지면서 사회적 경제는 새로운 주목을 받기 시작했다. 이후 1970년대 협동조합, 공제회, 결사체들이 공동의 사회운동을 전개하며 자신들의 영역을 사회적 경제로 지칭하였다(Defourny and Develtere 1999:11, 주성수 1010. 재인용). 사회적 경제 중 비교적 최근에 생겨난 것이 사회적 기업과 사회적 협동조합인데 이들을 가리켜 신사회적 경제 New Social Economy라고 부르기도 한다. (정태인, 2013) 우리나라에서도 2007년 『사회적기업육성법』이 제정되었고, 2012년 11월에는 『협동조합기본법』이 시행되어 일반협동조합과 사회적 협동조합의 설립을 위한 길이 열렸다.

〈표 3-2〉 경제활동 영역별 한국 사회적 경제 조직

경제활동의 영역	사회적 경제 조직의 예
생산	사회적 기업, 자활공동체, 사회적 일자리사업 조직, 노동자협동조합 등 로컬푸드 운동
소비	생활협동조합, 의료생활협동조합, 공동육아협동조합 등 네트워크
교환	지역화폐, 아나바다운동 단체 등
분배	자선모금단체, 마이크로크레디트 기관 등

(신명호(2009), 김성기 2011 재인용)

(1) 사회적 기업과 사회적 기업가

서유럽 사회적 기업 연구자 네트워크인 EMES의 PERSE 프로젝트¹⁴⁾에서 제시된 사회적 기업의 개념과 특성에 따르면 사회적 기업은 “사회적, 경제적 목적을 통합적으로 생산하는 조직이며, 조직운영에 있어서 민주적 협동원리를 구현하면서, 시장과 비시장영역에서 서로 다른 자원을 동원하는 조직이다(Defourney, 2006, 김성기 2011. p.70 재인용). 사회적 기업은 기업가적 전략을 통해 사회적 변화를 이끌어 내고자 하는 혁신적 기업이다. 이 사회적 기업의 핵심적 주체가 사회적 기업가social enterpriser이다. 미국의 사회적 기업가 지원조직인 야쇼카 재단에 따르면 사회적 기업가의 특성은 다음과 같다. 첫째, 사회적 기업가는 사회문제에 대해 진취적이고 효과적인 해법을 찾는 창조적인 사람이다. 둘째, 사회적 기업가는 사회적 문제를 해결할 프로젝트를 수립하고, 기회를 포착할 줄 알며, 이를 위한 자원을 획득할 줄도 아는 기업가적인 사람이다. 셋째, 사회적 기업가는 공공의 자금을 제대로 사용하며, 도덕적으로 조직의 사명에 맞게 사회적 기업을 경영하는 사람이다.

한국의 사회적 기업은 1997년 IMF 경제위기로 심화된 빈곤과 실업, 사회양극화 문제 해결을 위하여 사회서비스와 고용창출이라는 정부의 정책적 수요가 주된 요인이 되었고, 2007년 『사회적기업육성법』이 제정된 이후, 일자리창출이라는 정책의제를 중심으로 사회적 기업에 대한 관심이 일반화되었다. 이후 사회적 기업으로 인증된 업체에게는 부가가치세의 감면, 근로자의 인건비 및 사회보험료 지원 등의 혜택이 주어지고 있다.

(2) 협동조합

사회적 경제의 핵심은 사람을 중요시하는 경제라는 것이다. 효율적이고 진취적이기 위해 자본주의적인 방식이 유일한 것이 아니고 상호성을 원칙으로 하는 경제가 존재할 수 있다는 것을 보여주는 예들 중의 하나가 협동조합이다. 협동조합은 뚜렷이 구분되는 두 개의 차원이 결합된 것이다. 시장 안에서 작동하고 그 원리를 받아들인다는 점에서, 협동조합은 경제적 차원의 기업이다. 한편 경제 외적인 목적을 추구하고 다른 주체들과 전체 사회에 긍정적인 외부효과를 낳는다는 점에서 협동조합은 사회적 차원의 단체이다.

14) EMES ELEXIES 프로젝트(2002-03년)와 PERSE연구 프로젝트(2001-04)를 통하여 유럽 12개국의 노동통합 사회적 기업에 관한 연구를 수행하였다(Nyssens de., 2006.김성기 2011. p.70재인용)

유럽 협동조합의 전통은 프랑스 학파와 앵글로-이탈리아학파라는 두 개의 사상적 흐름으로 나누어진다. 100개국 230개 협동조합 연합회가 가입한 비정부 기구인 국제협동조합연맹International Cooperative Alliance은 1895년에 결성되었다. 1937년과 1966년에 이어 1995년 맨체스터에서 채택한 협동조합 정체성 선언문에서 ICA는 협동조합을 “공동으로 소유하고 민주적으로 운영되는 기업을 통해 공동의 경제적·사회적·문화적 필요와 욕구를 충족시키기 위해 자발적으로 모인 사람들의 자율적 단체association” 라고 정의하였다. 두 번째로는 미국농무부 USDA의 협동조합 기업의 정의이다. 1987년에 협동조합을 ‘이용자가 소유하고 통제하며 이용규모를 기준으로 이익을 배분하는 사업체business’라고 하였다. 맨체스터 총회에서는 협동조합의 7대 원칙에서 조합원에게 ‘1인 1표’의 규칙을 제정함으로써 공평하게 협동조합의 자본에 참여하고 그 자본을 민주적으로 통제하도록 하였다(Zamagni, 2009. pp.60-64).

협동조합은 시장에서 경쟁력이 있는가? 그동안 시장에서의 성과판단 기준은 효율성이었다. 오직 효율적인 기업만이 시장경제의 생존경쟁에서 살아남을 수 있다면 총이익을 극대화하는 목적을 지닌 자본주의 기업과 단위노동당 순소득을 극대화하는 목적을 지닌 협동조합 기업을 효율성의 기준만으로 판단하는 것은 부적절하다고 볼 수 있다. 그 이유는 세 가지이다. 첫째, ‘효율성’이란 개념은 가치중립적이지 않다. 공리주의에서 효율성의 개념이 도출되었는데 공리주의는 경제원칙이 아니라 윤리원칙이다. 그러나 시장경제는 공리주의 보다 오래 전부터 존재하였으며, 공리주의 그 자체도 오늘날 비판의 대상이 되고 있다는 점을 명심해야 할 것이다. 두 번째 이유는 경제 주체들의 내적 동기를 감안하는 것이 협동조합에 유리하다는 것이다. 왜냐하면 도구적 합리성은 마음이나 정신의 동기나 태도를 제대로 반영하지 못하기 때문이다. 세 번째 이유는 협동조합의 긍정적인 사회적 외부성을 고려하지 않고 있다는 것이다. 그 중 가장 큰 것은 사회의 민주화이다. 생산현장에서의 민주주의가 정치제도의 민주화를 강화하고 지지하는 결과를 이끌어낸다(Zamagni, 2009. pp.134-139) .

경제행동에는 두 가지 유형의 동기가 있다. 하나는 욕구실현을 위한 목적론적 동기이고 다른 하나는 최종 성과물이 아니라 공평성, 상호성, 자유에 대한 사랑과 같은 가치가 중요하게 작용하는 본질적인 의미 추구이다(Zamagni, 2009. p.72). 경제발전이 경제 영역에 속하지 않은 요소들에 많이 영향을 받는다는 것은 주지의 사실이며, 자본주의 경제에는 심각한 모순이 존재한다. 자본주의 기업은 개인들의 행위를 점점 더 통제하고 있으며, 시민이었던 사람들을 더 이상 주체가

아니라 기업이 생산한 재화와 서비스의 소비자로 전락시킨다. 이런 의미에서 본질적인 의미추구와 자유의 가치를 우선시 하는 관점을 경제활동의 영역에 까지 넓혀 간다는 것에 협동조합의 존재이유가 있을 것이다. (Zamagni, 2009, pp.148-153)

① 전 세계 협동조합의 상황

1844년 영국 맨체스터 인근의 로치데일에서 시작된 소비자협동조합은 최초의 근대적 협동조합이다. 이후 1895년 국제협동조합연맹(ICA)이 창설되어 협동조합연합체들의 연맹조직으로 진화하였으며 총회와 간행물을 통해 협동조합의 정체성을 지키기 위해 노력했다. 그러나 전쟁으로 인해 회원국들 간에 갈등이 야기되었고, 민주주의에 뿌리를 둔 협동조합은 1930년대에 소련만이 아니라 이탈리아, 독일 동유럽 국가들로 독재 정부가 확산되면서 회원 수가 급감했다. 그러나 ICA는 1937년 파리총회에서 민주적 원칙을 재천명했고, 2차 세계대전이 끝날 무렵 유럽 국가들의 협동조합 재건을 위해 교전국이 아닌 회원들에게서 30만 달러의 자금을 모집하는 연대성을 보여 주었다. 오늘날 ICA는 전 세계 91개국 227개의 협동조합연합체가 참여하고 있다(Zamagni, 2009, pp.80-83).

② 우리나라의 협동조합

1957년 「농업협동조합법」 제정에 따라 우리나라 최초의 협동조합인 농업협동조합이 탄생하였다. 2011년말 기준으로 자산 230조원, 자회사 25개, 지역조합 1,178개로 중앙회 임직원 1만8천명, 전체 조합원 240만명, 1년 예산 2조 7,800억 원의 규모이고, ICA가 선정하는 전세계 10대 협동조합에 포함될 정도로 국제적인 초대형 협동조합이다(협동조합 자료집, 2012. 11. p.164). 그 외에도 수협, 새마을금고 등 8개의 개별협동조합법이 있다. 그러나 기존의 협동조합은 자율적으로 생겨난 것이 아니라 농어민 보호, 중소기업 육성등과 같은 국가의 정책수단으로 활용되어 온 측면이 강하고, 우리나라 최초의 협동조합인 농협의 경우, 역사와 규모에 비해 ‘협동조합의 원칙과 경영방식에서 협동조합의 7대 원칙을 존중하지 않으며, 막대한 정부지원에 의지하는 비대한 관료조직’이라는 인식이 있다 (김현대, 하종란, 차형석. 2012. pp. 232-239).

한편, 1971년 32명의 출자자로 설립된 원주의 밝음 신협은 1985년 한살림생협, 2002년 원주의료생협이 출범할 때, 홍보와 조합원 가입유치를 주도하였다. 2003년에는 여덟 개 단체가 모여 원주협동조합운동협의회를 조직하고, 2009년

에는 열아홉 개의 협동조합과 사회적 기업이 ‘원주협동사회경제네트워크’를 결성하여 원주는 ‘한국 협동조합의 메카’로 불리고 있다.(김현대, 하종란, 차형석. 2012. pp. 218-227)

〈표 3-3〉 우리나라 기존 개별법에 의한 협동조합 현황

기준: 2010년

구분	1차산업				2차산업	3차산업		
	농업 협동조합	수산업 협동조합	업연초 협동조합	산림조합	중소기업 협동조합	신용 협동조합	새마을 금고	소비자 생활 협동조합
설립 연도	1961	1962	1963	1960	1962	1960	1982	1999
조합수	4,408	92	19	142	988	960	1,463	288
조합원 수(명)	2,170,027	158,000	5,550	489,000	71,359	5,790,000	16,720,000	630,000

자료 : 협동조합 자료집(2012. 11)

2012년 12월 시행된 ‘협동조합기본법’은 소액·소규모의 협동조합에도 법인격을 부여하였다. 이후, 현재의 1차 산업 중심인 협동조합에서 전 산업으로 설립범위를 확대하여 다양한 경제주체들의 협동조합 설립이 활성화되고 있다. ‘협동조합기본법’이 시행된 지 100일이 되는 2013년 3월 1일 현재, 647건의 설립 신청이 들어오는 등 사회적 관심이 뜨겁다. 한편에서는 많은 지자체의 적극적인 지원에 힘입어 우후죽순 격으로 생겨나는 협동조합에 우려를 표하는 시선도 있으나 이러한 현상이 공동체의식과 공동선택에 관심을 갖는 사회로 진화해 나가는 계기가 될 수 있을 것이다.

〈표 3-4〉 2012년 협동조합법 시행 후 설립신청 현황

구분	신청건수 (‘12.12.31.)	신청/처리건수 (‘13.1.31.)	신청/처리건수 (‘13.2.28.)	신청/처리건수 (‘13.3.10.)
일반협동조합	119	331/222	570/437	650/474
사회적협동조합	17	29/4	37/7	40/7
일반협동조합연합회	-	-	1/-	2/-
총계	136	360/226	608/444	647/481

자료: 기획재정부 보도자료(2013. 3. 10.)

2. 시민경제

1) 정치경제학과 시민경제

여기서는 이탈리아 시민공화주의의 시민경제에 대하여 알아보려고 한다. 이탈리아는 일찍이 도시문명이 발달하면서 시장경제가 태동하였다. 스코틀랜드에서 아담 스미스와 데이비드 흄이 정치경제학의 틀을 잡아가던 시기에 이탈리아 나폴리에는 안토니오 제노베시와 드라고네띠 자친또와 같은 경제학자의 그룹이 있었다. 시장경제의 기능과 사치(奢侈)를 문화발전을 위한 필수적 역할로 인정하는 관점은 같았지만, 스코틀랜드의 정치경제와 이태리의 시민경제 사이에는 차이가 있다.

차이점을 비교하기 위해서 먼저 사회적 상호작용interazioni socioali은 사람들 사이의 관계relazioni interpersonali 와는 구분되어야 한다. 시민단체 수의 증가가 단체의 활동과 단체원들 간의 관계의 질이 향상되었다는 것을 의미하는 것은 아니기 때문이다. 아담 스미스의 고전경제학에서는 인간존체가 동정심과 공감과 같은 사회성의 경향이 있다는 것을 부인하지는 않지만 이를 시장논리의 중요한 요인으로 보지는 않는다. 그에게 시장은 사회적인 상호작용interazioni socioali이 일어나는 장이다. 시장적인 관계는 익명이고 지속적인 무관심 속에서 이루어지지만, 이 익명의 관계가 사회발전을 위해 긍정적이라고 보며, 공동선을 ‘보이지 않는 손’ 과 시장에서의 익명의 관계에 맡기는 것이다.

반면 안토니오 제노베시 시민경제의 주요 테마는 사람들 사이의 관계relazioni interpersonali이다. 시민경제는 경제학이지만, 철학적이고 문화적인 측면을 지니면서 아리스토텔레스와 토마스 아퀴나스, 프란치스코 학파의 휴머니즘에 닿아 있다. 안토니오 제노베시, 드라고네띠 자친또와 같은 시민경제의 학자들에 의하면 시장, 기업, 경제시스템 자체가 형제애와 상호성, 무상성의 장이다. 그러므로 시민경제는 단지 지적이고 학문적인 성찰만이 아니라 실천의 측면이 강조되고 있다 (L.Bruni & S. Zamagni, 2009. pp.5-14).

2) 안토니오 제노베시 Antonio Genovesi¹⁵⁾

15) 1713 11월 1일 태어난 안토니오 제노베시는 1737년 가톨릭의 사제로 서품된 후, 1739년 사립학교를 설립하여 철학과 신학을 강의했다. 1754년 대학의 형이상학 교수로 재직하며 기술과 상업에 대한 경제사를 강의하며 시민경제의 틀을 잡기 시작했다. 1754년 "문학과 과학의 진정한 목표에 대한 담론 (Discorso sopra il vero fine delle lettere e delle scienze)(1754)", "시민경제 강의(Lezioni di economia civile)(1765년 부터 1770년 사이 출간)", "디오체시나 또는 정의와 공정의 철학(Diocesina

안토니오 제노베시의 경제학에 대한 개념에서 중심이 되는 것은 사회적 신뢰의 역할이다. 시민적 덕과 사회제도적 신뢰가 경제적인 진보와 밀접한 관계가 있다는 것이 제노베시 철학의 특징이라고 할 수 있다.

그는 비록 인구밀도는 높지만 온난한 기후와 비옥한 땅, 무역에 이상적인 조건인 해변과의 접근성까지 지녔으면서도 나폴리 왕국이 빈곤에서 벗어나지 못하는 이유는 시민적인 덕과 사회적 신뢰가 부족하기 때문이라고 보았다(Genovese(1768), Vivianadi Giovinazzo(2009), “Genovesi Antonio“ Luigino Bruni e Stefano zamagni edd. *dizionario di economia civile*, p.450) 사람들은 자신이 추구하는 가치에 따라 행동하게 되는데 제노베시가 의미하는 가치는 기쁨이며, 이는 아리스토텔레스가 의미하는 사회적 존재로서의 인간이 추구하는 행복eudaimonia¹⁶⁾이다. 제노베시는 “사회성이 우리 본성에 지울 수 없이 각인된 속성” (*Lezioni*, I. pp.25-27)이며, “타인의 행복을 이루어주지 않고 우리 행복을 이룰 수 없다는 것이 우주의 법칙” (*Lezioni*, 1963, p.449)이라고 보았다(Vivianadi Giovinazzo(2009), “Genovesi Antonio“ Luigino Bruni e Stefano zamagni edd. *dizionario di economia civile*, p.451).

제노베시에게 경제는 행복의 기능을 가지고 있다. 관계는 인간이 추구하는 가장 우선적인 본능이며, 이 성향은 조직을 구성하고 사회를 형성하는데 필수적인 조건이다. 경제적인 관계는 시민사회를 형성하는 관계와 본질적으로 다르지 않으며, 시민적인 덕을 함양함으로써 공적인 덕을 실행하게 되고, 사회적 발전과 경제적 발전에도 기여하게 된다. 제노베시는 경제적 발전을 위한 첫 번째 자원을 ‘공적인 신뢰’에 있다고 본다. 아담 스미스가 인간 행동의 궁극적 목적을 ‘개인적인 이익’으로 보았다면 제노베시에게 있어서는 ‘사람과의 관계에서 형성되는 행복감’이다. 그에게 목표는 ‘관계’이고, 시장은 이를 위한 수단인 것이다. ‘디오체시나’에서 제노베시는 뉴턴의 사고의 틀에 영향을 받아 “인간이 지닌 열정 중 자기 자신에 대한 사랑은 구심력으로, 인간이 자기와 유사한 존재를 향해 느끼는 자비로움은 원심력”으로 비유하면서 이 두 힘은 우리가 태생적으로 지니고 있으며 서로 연결되어 있다고 말한다. 바로 이 때문에 제노베시의 경제학은 시민사회에 연결되어 있고, 사람 사이에 관계의 망을 형성하며 이를 유지하게 되는 것이다. 그리하여 스미스가 시장의 ‘보이지 않는 손’에 맡긴 사회질서를 제노베시는 사회적인 덕의 ‘보이는 망’에 맡긴다. 또한 스미스는

osia della filosofia del giusto e dell'onesto(1766)", " (le Scienze metafisiche)(1767)등의 저서가 있다.

16) 고통에서의 회피를 행복으로 생각하던 헬레니즘 시대를 지나, 자신이 속한 사회 구성원과의 조화로운 관계를 위해서 지속적으로, 뭔가를 건설해 나가는 것을 의미하는 아리스토텔레스로부터 관점의 변화를 가져온다. 시민경제의 담론에서는 행복에서 개인적인 이기주의egoism가 아니라, 다른 사람 안에서 자신의 진정한 행복의 원천을 발견하는 eudaimonia적인 행복을 강조한다.

시장의 기능을 신뢰하며 국가에 대해서는 질서 유지에 필요한 최소한의 역할을 요구하는 ‘야경국가’로 머물기를 바라는데 비하여, 제노베시는 시민적 덕의 함양과 공적인 신뢰를 형성하는 과제를 국가의 역할로 맡긴다. 국가가 윤리적 토양을 비옥하게 하지 않으면서 경제발전을 추구하는 것은 무익하다고 본다. 국가의 책임은 시민들이 사회에 대한 책임감을 지니고 시민적 덕을 발전시킬 수 있는 풍토를 조성하는 것이다. 국가가 윤리적인 개혁을 고려하지 않으면서 경제나 문화를 생각하는 것은 무의미한 일이라는 것이다(Vivianadi Giovinazzo(2009), “Genovesi Antonio” Luigino Bruni e Stefano zamagni edd. *dizionario di economoa civile* p.449-456).

교환과 거래로 이루어진 시장경제의 한계를 극복하기 위해 새롭게 주목받고 있는 사회적 자본과 지속가능경영의 대두와 2013년, 안토니오 제노베시 탄생 300주년을 기념하여 이태리에서 개최되고 있는 다양한 세미나에서 현대적 재평가가 이루어지고 있는 그의 사상은 새로운 중요성을 지닌다.

3) 드라고네티 자친또 Dragonetti Giacinto

드라고네티 자친또는 로마에서 공부를 시작하였으나 1760년부터 나폴리에서 법학을 공부하며 안토니오 제노베시의 제자가 된다. 그는 베카리아 체사레 Beccaria Cesare가 ‘범죄와 형벌*Dei delitti e delle pene*’이라는 소책자를 발간한 얼마 후, ‘덕과 상*Delle virtù e dei premi*(1766)’이라는 책을 출판하였다. 그는 이 책에서 “사람들은 범죄에 대한 징벌을 위해서는 수없이 많은 법을 제정하면서 덕에 대한 포상을 위한 법은 하나도 만들지 않았다”고 지적하고 있다. 베카리아도 ‘범죄와 형벌’에서 죄에 대한 예방은 덕에 대한 보상이라고 말하고 있다. 그는 덕에 대한 보상과 관련하여 교육의 중요성을 강조한다. 그런데 드라고네티는 여기서 한걸음 더 나아가 법의 처벌 조항 옆에 덕에 대한 포상의 조항을 넣는 아이디어까지 생각을 한다. 물론 인간이 덕을 실천하는 것은 댓가를 바라기 때문은 아니다. 인간은 본성적으로 사회적인 관계 안에서 사랑하고 사랑받는 존재인데, 부족한 물질과 무질서한 열정이 갈등을 조장하기 때문에 이 지점에서 법과 사회적 계약이 필요해지는 것이다.

드라고네티는 개인적 이익을 추구하는 것이 인간의 본능이라는 것을 인정하지만 이를 위한 노고를 덕이라고 보지는 않는다. 인센티브는 사적인 보상이고 상은 공동선과 관련이 있다는 구분을 하고 있다. 공공의 유익을 위한 덕의 실천에는

희생과 노력이 불가피하므로 공동선과 희생은 동전의 양면과 같다. 공동선을 위한 덕은 법의 명령이 아니라 인간 자유의지의 발로이다. 그러므로 덕에 대한 포상은 무상성에 대한 보상인 것이다.

하지만 제도적으로 덕에 대한 포상을 한다는 것이 가능한가? 이런 제도는 포상을 바라고 덕스러운 행동을 하는 본말이 전도된 결과를 초래하는 것은 아닐까? 시민적 덕이 지닌 무상성의 본질을 훼손하거나 악용되지 않도록 보상을 하는 것이 가능한가? 이에 대해 드라고네띠는 대안을 제시하지 못한다. 그러나 상은 사람들이 선을 지향하고, 유지하도록 하기 위해 필요한 고리이며, 진정으로 덕을 사랑하도록 동기부여를 하는 기능이 있다. 덕이란 상호적일 때 합리적이기 때문이다. 드라고네띠에 의해 제기된 보상에 대한 주제는 아직도 현재진행형으로 우리에게 다가오고 있다(Bruni, 2009, “Dragonetti Giacinto Luigino Bruni e Stefano zamagni edd. *l'economia di Comunion*e, p.292-298).

근대 이탈리아 시민 인본주의 전통 속에서 발전한 시민경제의 사상은 이후 이기심과 효율성에 기초한 호모 에코노미쿠스의 시장주의 경제학에 의해 대체되었지만 현대에 이르러 시민경제 사상의 가치는 더욱 주목을 받고 있다. 시민경제는 근대 상업사회와 마주하면서 시장이 지속가능하려면 시민적 덕성과 가치에 기반을 두어야 한다는 사고를 발전시켰다. 이러한 이탈리아 시민경제 사상은 독자적인 공화주의 경제사상의 존재를 알려주고 있어서 의미가 크다.(이병천, 2007).

그렇지만 이들에 대한 연구가 단지 사상사적 복원에 그치고 있는 것은 아니다. 브루니와 자마니가 말하는 시민경제론은 효용utility이 아니라 관계 속의 행복 eudaimonia을 인간의 주된 욕구와 동기로 삼는다. 시민경제는 상호성의 원칙을 고려한 경제의 방식이다. 인간은 관계적 존재로서, 행복은 타자와의 관계에 의존한다. 주류경제학에서 시장경제는 선택의 내면적 동기에 대해서는 언급하지 않는다. 하지만 경제이론의 바탕에는 실천적 차원만이 아니라 존재론적 차원이 있다. 경제적 인간의 합리성은 문화적, 시간적, 공간적 맥락을 고려하지 않고 그것만을 따로 떼어내어 생각할 수 없다. 공식적인 경제이론은 경제적 인간의 이익추구에 초점을 맞추고 있지만 이익추구만으로는 삶의 질을 향상시킬 수 없다. 합리적이라는 단어는 존재론적인 삶의 의미로 이해되어야 한다. 이와 같은 시민경제의 개념은 효율적이고 진취적이기 위해서 반드시 자본주의의 규칙을 따라야 하는 것은 아니라는 것을 보여주고 있다. 최근 사회적 기업과 협동조합에 대한

관심이 고조되고 있는 우리나라에도 시민경제의 사상에 대한 연구는 양적인 팽창에 걸맞는 사상적이고 철학적인 깊이를 더해줄 수 있으리라 생각한다.

시민경제론의 구상은 대표적으로 루이지노 브루니와 스테파노 자마니의 연구에서 찾아볼 수 있는데 그들의 공동저술로는 『시민경제 : 효율성, 공평성, 공적 행복』(L.Bruni, Stefano Zamagni, Economia civile, Efficienza, equità, felicità, pubblica, Bologna: Mulino, 2004), 공동편저 『시민경제 사전』(L.Bruni Stefano Zamagni edd., dizionario di economia civile, Città Nuova, 2009)이 있고, 루이지노 브루니의 『시장윤리 - 인류학적 토대와 시민경제의 관계 입문』(L.Bruni, L'ethos del mercato - Un'introduzione ai fondamenti antropologici e relazionali dell'economia civile, Bruno Mondadori 2010), 『공동선의 경제』(S. Zamagni, L'economia del bene comune. 2007)가 있다. 경제에 있어서의 행복에 대한 연구서로는 브루니와 포르타 공동저술의 『행복과 경제학』(L. Bruni & P.L. Porta, 2004)와 『행복과 자유』(L. Bruni & P.L. Porta, 2006)와 루이지노 브루니의 『무상성의 가치』(Il prezzo della gratuità. 2006) 등 다수가 있다.

3. 친교의 경제의 기본이론

1) 친교의 경제 선포

1943년 트렌토에서 끼아라 루빅에 의해 시작된 포콜라레 운동은 “모두 함께 지내며, 모든 것을 공동으로 소유하고, 재산과 재물을 팔아 모든 사람에게 저마다 필요한 대로”(사도. 2, 44-45) 나누어 받았던 초기 크리스찬 공동체를 모델로 삶의 경험과 능력과 재산 등 그들이 가진 것을 함께 나누면서 사회적 관계의 변화를 시도하고, 도시의 문제를 해결하기 위해 노력했다 (Lubich - Giordani 2007).

전쟁으로 인한 극한의 궁핍 속에서 모든 것을 함께 나누며 구체적으로 실천되었던 삶의 방식은, 이후 포콜라레 운동의 규모가 커지면서 다양한 형태로 분화한 모든 구조에 반영되었다. 포콜라레 운동의 경험은 자유롭게 재산의 공유를 살고, 직장에서 서로를 존중하며, 자신의 지역문제에 관심을 갖는 시민적 덕을 실천하는 사회적인 면을 지니고 있다. 이 정신은 ‘인간을 개인적 이기심과

효율성을 추구하는 경제적 인간으로 가정하는 자본주의나 인간을 단순히 사회 유기체의 한가지 요소와 분자로 생각하여 각자의 권익이 사회적이고 경제적인 메카니즘의 작용에 전적으로 예속되게' (백주년, 13항)하는 공산주의가 아닌 '세 번째 길'의 가능성을 제시한다. (Lubich, 1991.) 1990년 뉴욕을 방문한 끼아라 루빅은 복음적인 가치를 전복시키는 소비주의의 폐해를 목격하며, '소유의 문화'에 대항하는 '주는 문화'의 필요성을 호소한다.

1991년에 끼아라 루빅은 브라질을 방문한다. 당시 브라질 포콜라레 공동체에 참가하는 사람들의 수가 주목할 만한 증가세를 보이고 있었는데 그 중의 많은 사람들이 가난한 사람들이었다. 포콜라레 회원들도 많이 거주하는 거대한 빈민촌 파벨라스의 심각한 사회적 불균형에 끼아라 루빅은 깊은 충격을 받는다. 포콜라레 운동은 초창기 전쟁 중에 모든 것을 함께 나누던 재산의 공유를 계속 실천하고 있었지만 브라질 공동체의 절박한 가난에 처한 회원들의 필요에 적절하게 대응할 만큼 충분하지 않았다. 1991년 5월 29일, 끼아라 루빅은 상 파울로 인근 포콜라레 공동체의 소도시인 마리아폴리 지네따에서 있었던 브라질 공동체와의 만남에서 '힘은 없지만 숫자는 많은' 가난한 이들이 갖고 있는 것을 자본으로 하여 전문적인 경영인이 효율적인 방식으로 운영하는 기업을 설립하여 일자리와 이윤을 창출하자는 친교의 경제 프로젝트를 선포한다.

현대의 경제이론이 빈곤에 대한 대책을 소득 재분배의 차원에서 접근하는데 비해 친교의 경제는 가난한 이들의 적극적인 참여를 강조한다. 가난한 이들을 고용하고, 이윤을 분배하며, 가능한 곳에서는 그들이 주주가 되게 함으로써 그들이 주인의식을 갖도록 한다. 친교의 경제 기업의 이윤은 세 부분으로 나누어진다. 한 부분은 도움이 필요한 이들을 도와주기 위해 사용된다. 먼저 급박한 의식주의 해결을 위해, 그 다음에는 일자리를 찾도록 돕는다. 다른 한 부분은 기업체 자신의 성장을 위하여 재투자된다. 마지막으로 이윤의 한 부분은 새로운 사고방식을 가진 사람들의 양성을 위하여 사용된다. 왜냐하면 새로운 사고방식을 지닌 사람들이 없다면 새로운 사회를 건설할 수 없고 이러한 사업이 계속될 수 없을 것이기 때문이다 (Chiara Lubich, 2001.p9-14). 이 제안은 브라질과 라틴 아메리카만이 아니라 전 세계적으로 즉각적이고 자발적인 동의를 불러 일으켰다. 친교의 경제 정신을 실현하고자 하는 새로운 회사가 태어났고, 이미 존재하던 기업들은 친교의 경제에 적극적으로 참여하겠다는 의사를 밝혀 오면서 실제로 5개 대륙에 속한 700개 이상의 다양한 형태의 기업이 동의했다. 또한 브라질에는 25만 명의 회원이 있었는데 이들 중 4천 명 이상의 주주들의 힘으로 첫 번째 '친교의 경제' 기업

단지가 생겨났다. 친교의 경제 선포 이후, 여러 나라들 사이에 자금대여와 기술의 공유가 이뤄지고, 친교의 경제에 참여하고 있는 기업이 수백 개에 이르며, 학문적인 차원에서 친교의 경제이론이 학자들과 경제학도들의 관심을 불러 일으켰다.

이를 인정하여 1999년 1월 29일, 이태리 밀라노의 가톨릭 성심대학 상경대는 끼아라 루빅에게 명예 경제학 박사 학위를 수여했다. 이 수여식에서 끼아라는 ‘사회적이고 경제적인 분야에서도 인간적인 가치를 실현할 것’을 제안한다 (Chiara, 2001.p25-26). 또한 1999년 5월 31일, 유럽연합 창설 50주년을 기념하여 유럽의회가 스트라스부르크에서 주최한 대회에서 끼아라 루빅은 친교의 경제 기업의 사례를 들면서 기업체 내부는 물론 소비자와 경쟁자와의 관계에서 주는 문화와 평화, 법을 존중하는 문화를 살고 전파하며 환경에 주의를 기울일 것을 강조한다. 이 연설에서 끼아라 루빅은 ① 이해타산 없는 태도와 연대성, 가장 가난한 사람에게 관심을 갖는 자세로 ② 회사의 발기인들의 전적인 동의하에 사업을 발전시키며, 친교의 경제 기업 간의 광대한 그물망의 일원이라는 의식을 갖고 ③ 가난한 사람들에게 이윤의 일부를 제공하지만 이들을 ‘수혜자’로 여기지 않으며, 친교의 경제에 속한 능동적인 회원으로 봄으로써 이들이 경제적으로 독립하면 도움을 거절할 뿐 아니라 자기보다 더 가난한 사람에게 도움을 주고자 한다고 말한다. (Chiara, 2001.p34)

2) 친교의 경제 선포 20년

2011년 5월 브라질 상파울로에서는 친교의 경제 선포 20주년을 맞아 “예언은 역사가 된다”라는 주제로 약 1,700명이 참석한 국제대회가 열렸다. 이 대회에 앞서 20년 전 끼아라 루빅이 처음으로 친교의 경제를 선포한 마리아폴리 지넷파에서 4일간 다양한 전망과 관점에 대한 모임이 있었다. 이 모임에서 “친교의 경제”에 참여하는 기업가들과 근로자, 학자, 경제학도들이 그룹토의를 통해 “친교의 경제 20년”의 경험을 짚어보고, 앞으로의 발전을 위해 대화하는 시간을 가졌다. 친교의 경제는 2012년 현재 전 세계적으로 350여 편의 논문이 제출되었고, 이러한 학문적 이론 정립은 실제 친교의 경제를 경영에 적용하고자 하는 기업가들에게 구체적인 방향제시의 역할을 함은 물론, 시장만능주의 경제사상에 회의를 느끼는 경제학자와 경제학도, 정책결정자들의 관심을 끌고 있다.

3) 친교의 경제의 기본개념

(1) 주는 문화

친교의 경제는 *persona*를 관계의 원천으로 보고 있다. *persona*는 오늘날 서구에서 개인 *individuo*이라는 말과 동의어로 쓰이고 있지만, 이 말은 고대 그리스도교의 교부들이 삼위일체 신학을 전개하면서 성부, 성자, 성령의 삼위를 ‘개체’가 아니라 그리스어로는 *hypostasis*, 라틴어로는 *persona*인 ‘위격’이라는 말로 풀어내면서 사용되기 시작했다. 그러므로 *persona*는 한 개체를 다른 개체와 구별해 주는 고유성의 최소단위라는 의미와, 한 위격은 본질적으로 다른 위격과의 만남과 친교 안에서만 자기를 충만히 완성할 수 있다는 관념을 포함하고 있다. 친교와 일치하는 이미 개별성 안에 들어와 있고, 개별성 역시 친교와 일치 안에서 자기 모습을 유지할 수 있다는 관념이 이 지점에서 시작되는 것이다. ‘나’는 ‘우리’ 안에서 본래의 모습을 발견할 수 있고, ‘우리’는 ‘나’의 고유성을 더 풍성하게 해 준다는, 개인주의와 전체주의를 넘어서는 인간에 대한 관점이 *persona*에 담겨 있다.¹⁷⁾

“*persona*는 개체성과 단체성을 동시에 뜻한다. *persona*로서의 개체성은 사람이 유일하고 반복할 수 없으며, 고유하기 그지없는 존재라는 것을 의미하고, 단체성은 이런 개인으로서의 *persona* 안에 그 존재의 본질처럼 드러나는 것으로서 개개인의 *persona*안에 이미 통째로 내재하는 것이지만 타자와 만나는 순간에 온전히 드러난다(Vera Araujo, 2011).” 그러므로 ‘친교’는 인간 존재의 본질에 속한 것이며, 인간은 사회적, 경제적인 모든 면에서 친교의 현실을 살도록 불리움을 받은 존재이다. 그러나 근대이후, 개인주의 원리에 토대를 두고 발전해 온 현대사회에서 타자와의 차이는 분열로 이어지고, 서로를 배제하고, 타자를 위협적인 존재로 인식하도록 의식의 조정을 당해 왔다.(John D. Zizioulas. 2006) 포콜라레 운동의 창시자인 끼아라 루빅의 영성은 현대 사회가 지닌 이 분리의 상처를 극복하고, 다시 이 세상에 일치를 실현시키고자 하며, 이 일치하는 인류가 처한 모든 정치적, 경제적, 사회적 상황에서 실현되어야 하는 것이다.

브라질의 사회학자인 베라 아라우조는 이 일치를 위한 처방이 새로운 타입의 사람을 형성하는 것에서 시작된다고 말하고 있다. 사회와 인간의 발달은 새로운 인간학적 개념에서 비롯되는 것으로서, 새로운 사고를 지닌 ‘새 사람’은 생산자와

17) , 2011. 11월 6일, ‘*persona*의 신학적 의미에 대한 질의’에 대한 이메일 회신

소비자라는 시장체제의 인간관계에서도 타자에게 자신을 열 수 있고, 폐쇄성과 이기주의에서 벗어나도록 도울 수 있는 사람이다. 이 ‘선사하는 인간 Homo donator’ 은 공적인 행동, 무엇보다 먼저 경제적인 면에서 선사와 기부, 나눔을 할 수 있는 사람을 의미한다. 그런 다음에야 현대사회의 기대와 원의, 요구에 응답하고, 인간과 사회의 비전을 표현하는 새로운 문화에 대해 말할 수 있다. 이 새로운 문화를 ‘주는 문화’ 라고 할 수 있다(Vera Araujo. (2000) “quale uomo e quale società per l’economia di Comunione” Vito Moamarco e Luigino Bruni edd. *L’economia di Comunione*, p.36).

(2) 선물

선물은 역사적으로 다양한 기능과 의미를 지니고 있으나, 공적이든 사적이든 물질의 순환에 있어 부가적인 기능으로 이해되어 왔다. 그러나 다양한 인류학적 연구를 통하여 사회적 관계와 문화의 원동력으로서의 가치를 재발견하게 되었다. 1925년 마르셀 모스는 “증여론” 에서 사회적 사실로서의 선사에서 ‘호혜성’ 과 ‘교환’의 개념을 이끌어 내었다. 모스는 사회의 존립기반을 개인 간의 커뮤니케이션에서 찾고 있다. 호혜성의 원리는 등가물의 교환을 전제로 하는 것으로, 여기에서 사회와 개인 간의 단절은 사라지고 관계의 순환이 이뤄진다. 선물은 주기와 받기 그리고 답례라는 삼중의 의무를 뜻한다. 따라서 선물은 단순한 물건의 교환으로 끝나지 않는다(Mouss, 1925).

모리스 고들리에는 그의 『증여의 수수께끼』에서 ‘선물은 소유권이 아니라 용역권을 넘겨 주는 것이며, 사람·사물의 이전’ 이라고 말하고 있다(Mouruce, 2011). 이 때문에 선물은 등가의 답례로도 결코 상쇄할 수 없는 부채를 만들어 낸다고 봄으로써 마르셀 모스의 연구에서 더욱 앞으로 나아가고 있다. 그는 “선물을 받는 것은 답례의 의무를 만들어 내지만 답례는 되갚는 것이 아니라 다시 선물하는 것을 의미한다” 고 하면서, 선물과 답례는 당사자 모두에게 유익한 상호 채무와 상호 의존관계를 만드는 것에 주목한다. 이러한 사회에서 선물은 사회를 구성하는 집단들 사이에 사회관계의 생산·재생산의 조건이 된다. 이와 같은 유형의 선물이 전체적 수준에서 작동하고 실행되는 사회에서 선물과 답례를 통한 연속적인 재화의 이전은 물질적·비물질적 자원을 사회의 내부에서 상대적으로 평등하게 분배할 수 있게 해 준다. 선물은 시장과 국가 너머에 있는 개인적 관계의 표현이며 도구이다. 선물에 타산성이 없다는 것, 가까운 친구와 친척을 자신의 목적을 위한 수단으로 대하지 않는다는 것이 친근성을 증명한다.

주관적 선물은 상품관계와 대립하지만 한편으로는 결점을 수반한다. 선물은 주는 사람과 받는 사람 사이의 심리적 거리를 감소하는 효과와 함께, 양자 사이의 지위의 차이와 불평등을 야기하여 사회적 거리를 만들어내는 이중성을 지니고 있기 때문이다. 이러한 양가성은 언어학적으로도 관찰할 수 있는데 영어에서는 선물gift이 독일어에서는 독veleno이 된다(Bruni, 2009. p.3). 이에 대해 브라질의 사회학자 베라는 다음과 같이 말하고 있다. “주는 모든 행위가 다 참된 것은 아니다. 어떤 종류의 주는 행위는 다른 사람이나 민족들 위에 군림하거나 지배하고 압박하려는 의도로 인해 타락한다. 자기만족을 위해 주는 경우도 있다. 이러한 자기중심적인 선물은 주는 사람에게 수치심과 불쾌감을 주게 된다 어떤 경우에는 보답이나 이익을 목적으로, 상대를 이용하기 위해 선물을 하기도 한다(Vera. 1999. p496).

‘주는 문화’는 사회의 구성원인 인류 공동체를 향해 열린 태도와 공동체를 지향하는 자세를 의미한다. 인간의 자기실현은 자기 자신을 선물할 줄 아는 태도로 표현된다. 주는 문화’는 이를 지향하고 실천하는 사람을 통하여 무상성, 기쁨, 행복eudaimonia을 발산하고, 선물을 하는 사람 자신은 물론이고 선물을 받는 사람을 도구화할 위험에서 벗어나게 하며, 이 관계의 상호성에서 친교와 일치가 생겨나는 것이다. (Zamagni 2006, pp. 41-42).

(3) 상호성

상호성에는 형식적 상호성, 순수한 상호성, 친교적 상호성의 세 수준이 있다. 그리고 각각의 상호성에는 세 개의 차원이 있다.

〈표 3-5〉 상호성의 구분

구분	형식적 상호성	순수한 상호성	친교적 상호성
방향성	$A \leftrightarrow B$	$A \rightarrow B$	$A \rightarrow B \rightarrow C$
조건성	$A=B$	$A \neq B$	0-100
동등성	$A=B$	$A=B$	$A=B=C$

형식적이며, 양방향인 상호성의 전형이 계약이다. A와 B는 서로 상대를 필요로 하며, 가치를 교환한다. 계약에 대한 A의 태도는 B의 태도를 좌우하며, 계약에 의한 교환은 등가물의 교환이다.

자원봉사와 같은 순수한 상호성은 계약의 상호성처럼 양방향의 관계이지만 여기에는 자유와 개방성이 있다. $A \rightarrow B$, $B \rightarrow A$ 의 이동은 독립적이고 자유롭다. 예를 들어 환자는 자원봉사자의 도움을 받지만 감사를 표현하지 않을 경우, 자원봉사자는 보답을 하고 싶어하는 다른 사람에게 봉사를하기로 결정할 수 있다. 계약과 같은 형식적 상호성에 구속되지 않기 때문이다. 자원봉사자의 봉사는 같은 수준의 응답이 없다면 중단될 수 있다. 계약보다는 느슨하나 어느 정도의 조건성이 존재하기 때문이다. 그러나 여기서의 동등성은 등가물의 교환이 아니다. 자원봉사자의 노고에 단순히 감사를 표현할 뿐이라 할지라도 이 감사가 순수하고 진정성이 있을 때는 동등성이 유지된다고 할 수 있다.

친교의 상호성에서 방향성은 제3자에게 개방되어 있고, 상대의 응답은 다른 사람을 향할 수 있다. 만일 A가 B에게 선물을 한다면 B는 A가 아니라 C에게 감사의 표시를 하고, A는 이를 자신에 대한 감사와 같은 것으로 느낄 수 있다. 예를 들면, 어머니의 자녀에 대한 사랑은 형제간의 사랑에 대해 배타적이지 않기 때문이다. 이것은 계약이나 자원봉사와는 질적으로 다르며, 친교의 경제의 전형적인 표현이라고 할 수 있다. 친교의 경제에서는 상호성의 구조가 삼위 일체적인 개방성을 지니고 있으며, 이 면이 친교의 경제 기업과 일반 기업체나 다른 사회단체들 사이에 존재하는 근본적인 차이점이다. 친교의 경제에서의 관계는 근본적으로ダイナミック하다. 친교의 경제에 동의하는 직원은 자신의 노력과 재능을 회사에 제공하면서 발생하는 이윤의 일부가 자신의 임금에 반영되지 않고, 제 삼자인 가난한 사람에게 제공되고, 교육에 투자된다 할지라도 불평하지 않을 것이다. 계약이나 자원봉사와 같은 형식적 상호성과 순수한 상호성이 지닌 폐쇄성으로는 이런 효과를 낼 수 없다. 서로 간에 형성된 참된 친교는 자유롭게 조건없이 행동하게 한다. 친교의 상호성에서는 동등성이 등가물의 교환과는 다르다. 왜냐하면 받는 사람은 자신의 존재를 내어 주는 것이므로 교환가치를 측정할 수 없다(Bruni, 2006. pp55-111).

친교의 경제 기업은 형식적 상호성과 순수한 상호성, 친교의 상호성의 세 측면을 다 내포하고 있다. 그리고 이 중 어느 한 면이 지배적이라면 위기에 직면하게 된다. 계약은 이해당사자와 관계를 맺는 법률적인 방식으로서 기업활동과 시장의 역동성을 가져온다. 그러나 기업의 운영이 계약만으로는 충분하지 않다는데서 순수한 상호성이 필요해진다. 계약은 구체적인 모든 상황을 정의할 수 없고, 비능률적이며 본질적으로 불완전하다. 그렇기 때문에 기회주의적으로 상대를 도구화하지 않으면서 서로를 향해 한걸음씩 다가서는 순수한 상호성이 필요한

것이다. 순수한 상호성은 기업 내부자들과의 관계에서 볼 수 있다. 동료들은 서로 신뢰하지만 무조건적 개방성을 기대하지는 않는다.. 그리고 친교의 경제 기업을 특징짓는 아가페적 친교의 상호성은 무상성과 무조건성을 본질적으로 가지고 있기 때문에 친교 그 자체를 실현한다(Bruni, 2006, pp.55-111).

개인과의 관계가 성숙해 가면서 개방적이 되듯이, 기업 또한 내적 성숙의 단계가 있는 듯하다. 예를 들어 한 쌍의 남녀가 서로에게 매력을 느껴 결혼에 이를 때, 이는 폐쇄적이고 쌍방향적인 계약의 단계이다. 이 가정이 친척들과 가정들 사이에서 친교를 나누는 것을 순수한 상호성의 단계라 한다면, 자신들이 속한 사회와 공동체에 기여해야 한다고 느낄 때, 친교의 상호성의 단계에 들어섰다고 할 수 있다. 기업 역시 경영에서 경쟁과 상호존중이 조화를 이루며, 사회를 향해 열린 개방성을 지닐 수 있다. “사람들 사이에 각별한 관계를 형성하고, 다른 사람을 위하여, 다른 사람과 함께, 댓가를 바라지 않고 행동하는 것이다(Zamagni 2006, p. 34).” 이 무상성은 기업으로 하여금 자유, 공동선예의 개방, 보편성과 인간적인 개화와 같은 특성을 기반으로 진정한 친교에 도달하도록 한다.

(4) 무상성(無償性)

사람은 주고 받을 수 있는 능력의 주체일 뿐 아니라 자신을 선물로 내어줄 수 있으며, 선물로 그 사람 자체를 받을 수 있는 존재이다. 이러한 행위는 어떤 형태로든 상대를 지배하려는 의도 없이 선사한다는 점에서 ‘무상’이다. 어떤 행동이 다른 목적을 지닌 수단에 불과한 것이 아니라 그 자체로 의미를 지닌다는 것은 항상 무상성과 관련이 있다. 놀이 자체를 즐기는 어린아이의 순수함에서 우리는 무상성의 모델을 볼 수 있다. 선을 행한다는 것은 단지 상대방을 위한 것만이 아니다. 무상성의 행위는 자연이나 더 나아가 자기 자신을 향할 수 있다 이는 내적 열정의 발산인 예술가의 창작행위에서 볼 수 있는 바와 같다. 또한 무상성은 ‘공짜’ 라는 말과는 반대라고 할 수 있다. 무상성은 가격이 없는 것이 아니라, 가격을 붙일 수 없는 무한대의 가치를 지닌 것이다. 그렇다고 해서 도구적인 것은 나쁘고 무상성만이 가치를 지닌다는 것은 아니다. 가족을 부양하기 위해 하는 경제활동과 같이 잠재적으로는 긍정적인 두 개의 활동 사이에서 구분을 짓는다면, 무상성의 특징은 내적동기 그 자체가 목적이라는 것과 추구하는 것이 선하다는 두 가지 요건이 충족되어야 한다.

그렇다면 이러한 무상성이 시장의 메카니즘 안에서 생성되고 생명력을 지닐 수 있는가? 최근 자본주의 경제에서도 사회적 자본인 신뢰가 지닌 가치에 대한

인식이 점점 높아지고 있다. 그러나 신뢰가 무상성에 기초한 것이 아니라 도구적인 가치로 사용될 때 경제적으로도 좋지 않은 결과를 가져온다. 무상성이란 시장경제에서도 무상성 그 자체로 남아야 한다. 경영에서 윤리가 작동되는데 윤리는 그 자체로서 가치를 지닐 때에만 윤리가 제대로 작동된다고 할 수 있을 것이다. 참으로 자유롭게 내면에서 피어나는 기쁨의 발산으로서의 무상성이 경제적 행동에서도 가능하다는 것이 친교의 경제의 확신이고, 지향하는 바이다 (L.Bruni, 2009, "Gratuita", L. Bruni & S. Zamagni. edd., *dizionario di Economia civile*, pp.484-488).

(5) 이윤의 배분

친교의 경제에서 이윤은 세 부분으로 나누어진다. 한 부분은 가난한 사람들을 돕기 위한 몫으로, 한 부분은 '새 사람'을 형성하고 '주는 문화'에 활기를 불어넣어 주기 위하여 사용하며, 한 부분은 회사 자신의 발전을 위하여 사용하는 것이다. 기업의 이윤을 나누는 가난한 사람은 이 프로젝트의 능동적인 부분이다. 가난한 사람과의 관계는 단순한 자선사업이 아니라 사회적인 관계망을 함께 형성하고 있는 이웃과의 관계인 것이고, 상대에 대한 존중에서 시작되기 때문에 그 도움이 효과적이다. 가난한 사람은 서로간의 존중을 통하여 형성된 신뢰를 지닌 친교의 공동건설자이다. 이 친교가 형성되어 있기에 가난한 사람들은 상대가 자신에게 필요한 것을 선물하도록 허락한다. 그리고 주는 사람과 받는 사람이 동등한 품위를 지닌다. 이 친교의 관계가 바탕을 이루고 있기에 가난한 사람들은 자신들이 지닌 것이 비록 적다 할지라도 가능한 만큼 자신과 같이 가난한 사람을 돕고, 때로는 다른 사람들을 위하여 자신의 몫을 사양하는 일이 가능한 것이다. 이윤의 두 번째 부분은 '주는 문화'를 지향하는 '새 사람'을 양성하는데 사용된다. 이는 단지 기업주만이 아니라, 중간관리자, 노동자들도 대상이 된다. 어떤 프로젝트도 정신적이고 문화적인 뿌리가 없다면 확산될 수 없다. 교육을 위한 장학금, 출판, 세미나 등은 프로젝트를 이끌어 갈 인적자원의 양성에 필수적이다. 사실 관건은 경제적 자원이 아니라 '문화적 관점'과 '선택'에 달려 있다. 포콜라레 운동은 일치된 세상과 보편적인 형제애를 목표로 한다. 그러므로 포콜라레 운동은 소득의 재분배에 만족하지 않고 인간 중심적인 문화의 형성을 위해 노력하는 것이다 (Bruni 2004, p.21). 마지막으로 효과적이고 효율적으로 기업을 운영하면서 기업 자신의 발전을 도모하기 위해서는 지속적인 투자는 불가피한 조건이다. 이 때문에 친교의 경제 기업의 이윤의 세 번째 부분은 기업 자체의 발전을 위하여 사용된다.

(6) 섭리

노동은 생존의 방편일 뿐 아니라 인간의 구성요소이고 실현조건이다. 그러므로 인간은 노동을 통해 인간적인 관계를 형성하고, 노동은 상호성과 사랑의 바탕 위에서 이루어져야 한다. 다른 사람을 위해서, 다른 사람과 함께, 다른 사람의 도움을 받으며 일하는 것은 일치의 영성의 빛으로 본 노동의 특성이다. 또한 노동을 첫 자리에 두는 것이 아니라 노동에 대한 애착을 끊고, 삶의 다른 측면과 균형을 맞추는 것이 필요하다. '친교의 경제'는 모든 이를 자기 직업으로부터 어느 정도 애착을 끊고 일하도록 부른다(Lubich 2006, p. 396). 노동에 대한 애착을 끊는다는 것은 가족과 공동체의 요구에 필요한 공간과 휴식을 위해서 그렇게 하는 것인데 이는 하느님 섭리의 개입이 드러나는 '백배의 상'¹⁸⁾으로 돌아온다. “사실, 우리에게 요구되는 것은 약간의 초연한 태도일 뿐인데 하느님의 풍요로운 섭리를 발견하게 된다. 그리고 우리는 친교의 경제 기업의 경험을 통해서 그 섭리를 알고 있다(Lubich 2006, p. 396).” 초기에는 비용이 추가될지라도, 일관성있는 윤리적 행동의 결실로서, 섭리는 경제적으로도 긍정적이고, 고무적이며, 예기치 않은 결과를 가져온다. 내부적으로는 신뢰의 조직 문화가 형성되고, 외부적으로 조성된 사회적 평판은 기업의 지속가능성과 성장은 물론 위기를 극복하는 저력이 되는 것이다.

끼아라 루빅(2001)은 주는 문화는 본질적으로 아가페적인 사랑을 사는 것에 있다고 했다. 이 사랑은 폐쇄적이지 않고 모두에게 열려 있으며 보편적이어서 근본적인 자유로움을 누리게 한다. 크리스찬의 아가페적 사랑은 친교를 태어나게 한다 “친교의 경제는 단지 도움을 필요로 하는 사람에 대한 자선을 실천하는 것만이 아니다. 일치의 영성은 모두와 일치를 이루어야 하기 때문에 상대가 누구든지 모든 사람에 대한 사랑을 요구한다(Lubich 2001, p.42).” 따라서 친교의 경제의 기업은 가난한 사람들과의 관계에서만 아니라 고객, 공급자, 동업자, 경쟁자 등 모든 차원의 관계에서 주는 문화를 표현하고, 기업의 전반적인 경영방식에서 친교의 문화를 형성하는 것이다. 끼아라 루빅이 확인 하듯이 “친교의 경제 기업들은 그들 활동의 모든 부분에서 공동선에 대한 관심을 중심에 둔다. 회사나 시장경제의 효율성을 고려하면서도, 기업의 존재이유가 기업운영에 다양한 방식으로 연결되어 있는, 재산과 경제적 기회를 가지고 있는 사람들과 가지고 있지 못한 이들 사이에 친교의 장을 이루는데 있다는 것에 초점을 맞춘다(Lubich 2001, p. 33).”

18) 19, 29

그렇다면 포콜라레 운동에서 태동한 친교의 경제는 어떤 특징을 지니고 있는가? 끼아라 루빅은 “공산주의나 자본주의가 아니라 크리스찬 정신이 세상의 문제를 해결하는 답이라고 말하고 있다. 그는 구조를 변화시키기 위해서는 사람을 변화시켜야 하며, 사람을 변화시키기 위해서는 구조를 변화시켜야 한다”고 하면서 개인적 차원과 사회구조적 차원의 분리할 수 없는 순환고리를 만들었다. 친교의 경제는 기업의 경영을 통하여 보편적인 형제애를 실천함으로써 일치된 세계를 실현하고자 한다. 친교의 경제는 주는 문화를 가져오는 메신저이고, 가난한 사람들, 소비자, 그리고 동시에 친교의 경제를 기업경영에서 실천하고자 하는 사람들이 갖는 다양한 차원의 상호성이라는 특징을 지닌다. 사실, 친교의 경제는 새로운 형태의 기업을 실현하려는 의도로 태어난 것이 아니다. 결과적으로는 이러한 일이 일어날 수 있다 할지라도 실은 ‘기존의’ 기업 내부에 변화를 가져오하고자 하는 것이다. 바로 이 때문에 다양한 분야와 서로 다른 지역에 속하고 법적 체계가 다른 기업들이 이 친교의 경제 프로젝트를 받아들이고 참여하고 있는 것이다(Giuseppe Argiolas, 2009, “Economia di Comunione“, L. Bruni & S. Zamagni. edd., *dizionario di Economia civile*, pp.332-345)

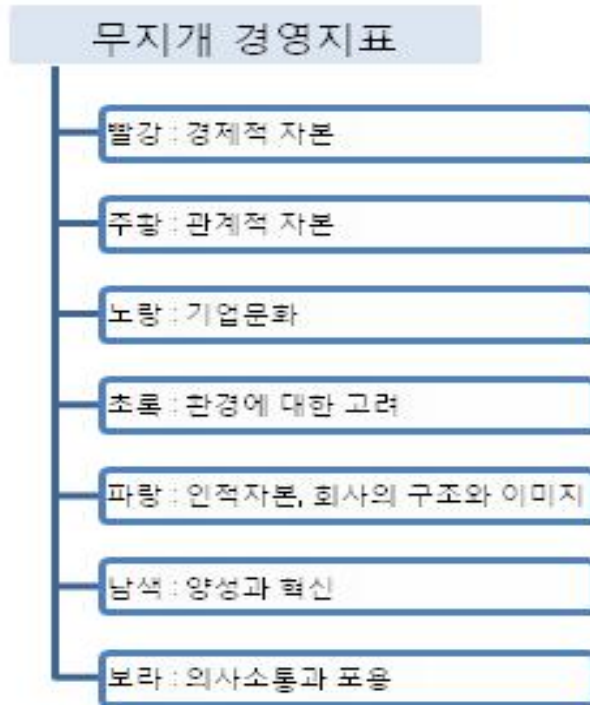
4. 친교의 경제의 경영방식

1) 무지개 경영지표

햇빛이 프리즘을 통과하면 일곱 빛깔의 무지개색 스펙트럼이 나타나는 것처럼 복합적인 기업경영의 측면을 무지개 색으로 배열하여 기업경영에서 추구하는 가치의 다양성과 형태를 보여주는 것이 무지개경영지표 The Method of Rainbowscore이다. 이는 친교의 경제를 기업의 조직과 경영에 적용하고, 한차원 높은 전략과 균형을 유지하도록 도움을 준다.

첫째, 빨간색은 재정과 관련되어 있다. 지속가능한 기업의 필수요건인 재정의 안정성을 추구하고, 급여, 인센티브, 대출금에 대한 이자와 할인판매정책 등 재무관리를 투명하게 한다. 또한 기업 내부적으로 협동과 경쟁을 통하여 구성원의 창의력을 고양하면서 책임감을 갖도록 한다. 오늘날의 관점에서 가난은 극복하고 뿌리 뽑아야 할 대상으로 지목되지만 가난에는 두 종류가 있다. 하나는 정의롭지 못한 사회구조의 산물로서 인간의 존엄성을 훼손하는 부정적 가난이다. 다른 하나는 자유로이 선택하는 가난인데 이는 절대적 소유대상으로 간주되던 재화로부터 우리 자신을 자유롭게 하며, 이 선택된 가난은 이타적 상호작용의

<그림 3-1>



자료: Elisa Golin & Giampietro Parolin (2003), p.37

지름길이 된다(Luigino Bruni “who are the poor?”, Wealth and Poverty from the prospective of the Charisma of Unity, Mariapolis pace(Philippine), July 15, 2006, 이영훈(2008) 재인용). 그러므로 친교의 경제 기업은 어려운 이웃에 대한 관심과 사랑으로 수익의 일부를 내어 놓기 위해 자유로이 선택한 가난과 절약을 실천하며, 그 너머에 있는 ‘숨어있는 주주’¹⁹⁾의 선물을 믿는다.

두 번째는 주황색인데 기업은 외부고객과의 관계에서 이해관계자들이 만족할 수 있는 상호적 신뢰를 구축한다. 고객, 거래처와의 관계에서 적절한 가격과 품질을 유지하고, 경영을 투명하고 정당하게 함으로써 소비자와 공급자 사이에 협력과 존중의 관계를 형성한다. 또한 지역사회와 가난한 이들에 대한 관심과 지원은 친교의 경제 기업에 대한 긍정적인 평판을 형성하여 무형의 자산이 된다. 경쟁자들과도 협동의 전략을 쓸 수 있다. 정정당당하게 경쟁하고, 경쟁사가 만드는 제품을 비난하거나 해를 입히지 않으면서, 지역의 공동체와 친교를 맺는 것이다.

19) “ 경제”에서 제시하는 길을 따라 타협하지 않고 최선을 다할 때 도달하는 섭리의 도움을 신뢰한다는 의미

셋째, 노란색의 측면은 가치와 규범을 의미한다. 법과 윤리강령을 준수하며, 감독 단체와 노동조합, 행정부에서 제시하는 규칙을 지키고자 한다. 노동법과 노동계약에서 인준하는 권리를 보장하고 존중한다. 또한 도덕적 딜레마 상황의 해결을 위한 방향제시와 추구하는 가치를 표명하는 경영이념을 명시한다. 책임감과 규칙에 대한 주도적 준수, 실수를 했을 때에도 일관성을 잃지 않는다.

네 번째 면은 초록색으로 신뢰의 문화와 기업의 복지와 건강에 대한 배려를 의미한다. 또한 친교의 경제 기업은 환경보호에 소홀할 수 없다. 기업의 구성원들 사이에서 신뢰하고 배려하는 분위기를 조성하기 위하여 대화를 나눌 수 있는 장소와 기회에 관심을 갖는다. 근로시간, 초과근무, 휴가와 근로자의 정신적, 신체적 건강 전반에 관심을 기울인다.

다섯 번째 측면은 파란색이다. 안전하고 편리하게 작업할 수 있도록 작업장을 설계하고, 개인과 사회적 관계의 향상을 위하여 업무 프로세스를 조직한다. 작업공간이나 사무실은 인적자본의 발전을 위한 매체이기 때문이다. 개인적 공간과 공동작업을 위한 공간을 적절히 배치하여 조직화한다.

여섯 번째인 남색은 지식의 심화를 의미한다. 구성원들이 자신의 업무에 대하여 전문적으로 발전할 수 있도록 습득과 양성을 장려하고 지원하며, 다른 사람에게 무게중심을 두는 무상성의 능력을 함양하고, 경쟁을 초월하여 집단적인 기술혁신을 추구한다.

일곱 번째 보라색은 의사소통과 포용을 상징한다. 원활한 의사소통은 정보를 획일화하지 않으면서 사람들이 새로운 행동방식을 수렴할 수 있도록 설득하는 작용을 한다. 조직 내부의 원활한 의사소통을 위하여 공식적, 비공식적 다양한 채널을 활용하며, 참여와 경청, 피드백의 시스템을 갖추고, 관계의 망을 발전시킨다. 외부적으로는 회사가 믿는 원리와 가치를 확산시키고, 회사의 존재와 행동방식을 천명한다. 동일한 본질을 지닌 일곱 가지 측면은 서로 연결되어 있다. 기업의 목표 사이에 조화로운 균형에 도달하기 위해서는 이 모든 것이 어우러져야 한다.(Giuseppe Argiolas, 2009, "Economia di Comunione", L. Bruni & S. Zamagni. edd., *dizionario di Economia civile*, pp.332-345)

2) 친교의 경제 기업의 도전

친교의 경제는 무지개 경영지표가 지향하는 문화적 차원과 경쟁적인 시장 체제의 요구를 하나로 결합하고자 한다. 사회에 긍정적 영향을 주고, 기업경영 방식에 대한 관점을 변화시키며, 수익성 제고나 경쟁력 향상과 사회적 목적 사이에 시너지 효과를 창출하는 것이 이들이 추구하는 바이다. 환경에 대한 고려와 외부고객들의 요구에 대한 존중, 내부고객들 사이의 관계의 충실함이 기업이 경쟁력을 높이는 요소가 되는 것이다. 이는 다음과 같이 요약될 수 있다.

(1) 친교의 경제는 각 나라마다 다른 제도적, 사회적, 경제적 상황에 적응하며 시장경제 안에서 머물고자 한다.

(2) 친교의 경제는 부의 재분배만이 아니라 경제생활의 핵심영역인 생산에서 혁신을 일으키고자 한다. 납품업자나 고객과의 관계에서 형성된 신뢰, 공공기관과의 관계의 투명성을 추구하면서 무엇보다 개인들의 역량을 모아 기업의 목표에 헌신하고, 조직 내부에서 구성원 각자가 책임감을 갖고 의사결정 과정에 참여하며, 작업장에서 건강과 안전을 배려하고, 적절한 업무량과 상호적인 존경과 격려의 분위기를 조성하고, 각자의 전문성 향상을 장려하며, 서로를 포용하는 의사소통의 문화를 형성하는 것이다. 일반적으로 기업이 위기에 봉착하면 구성원들은 너무 늦기 전에 배를 갈아타려고 하거나 서로 간의 갈등이 고조되는데 친교의 경제의 방식을 기업경영에 적용해온 기업들의 경우에는 위기가 오히려 구성원 간의 힘을 결집하는 계기가 되고, 기업 외부의 이해관계자들은 신뢰를 유지하며 지원을 제안하는 경우도 있다. 친교의 경제 기업이 지닌 사회적 자산이 경제적 효용으로 발산되는 것이다.

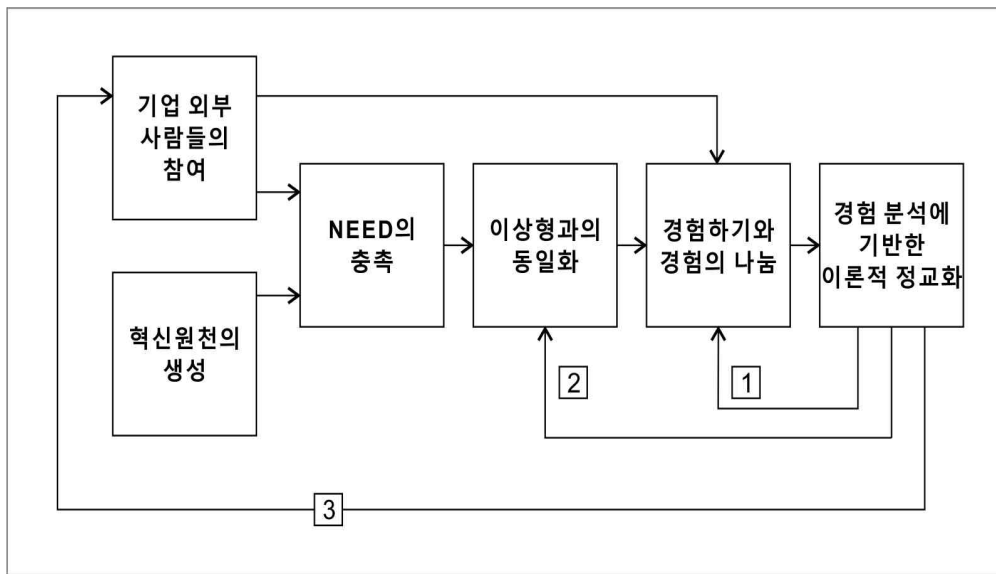
(3) 이윤을 삼등분하여 한 부분은 가난한 이들에게, 다른 한 부분은 새로운 문화를 형성하기 위하여, 마지막 한 부분은 기업에 재투자하는 친교의 경제가 지향하는 이윤의 배분방식은 주주에게 이윤을 배분하는 일반 기업에 비하면 특별한 형태의 비영리단체로 볼 수도 있다. 그러나 이는 친교의 경제 기업이 스스로 선택하고 자유롭게 실행하는 면을 강조할 필요가 있다. 이윤을 삼등분하는 원칙은 초기에는 문자 그대로 실행되었지만 그후 기업이 처한 상황에서 참조하여야 할 지표로 생각되었다. 1998년의 지침²⁰⁾에서는 다음과 같이 표현되고 있다. “친교의 경제 기업은 이윤증대를 촉진할 방식으로 운영되어야 한다. 기업구성원들은 동일한 관심을 지니고 그 이윤을 기업의 성장을 위하여, 나눔의 문화를 공유하는 사람

20) ‘ 경제’사업을 위한 국제 지침, 경제와 노동 새인류 사무국(1998. 4)

들을 시작으로 경제적 어려움을 겪는 이들을 돕기 위하여, 나눔의 문화를 확산하기 위하여 사용한다” 이윤의 분배가 이루어지는 기준은 고정된 것이 아니라 매년 기업의 상황에 따라 달라질 수 있다. 또한 친교의 경제에 참여하지 않는 주주들에게는 통상적인 이윤배분이 존중된다. 친교의 경제에 참여하는 사람들은 그들의 경험이 새로운 문화를 형성하는 출발점이 된다는 것에 큰 자긍심을 느낀다. 이들은 기업운영의 이 새로운 방식에 강한 생명력과 긍정적 비전으로 투신하는 사람들이다.

(4) 친교의 경제기업의 또 하나의 특징은 그들의 관심이 자신의 기업에만 머물지 않고 주변의 요구에 대해 민감한 감수성을 지니며 사회적 약자에 대한 배려, 젊은이들을 위한 장학금 조성, 새로운 기업의 성장에 대한 조력 등 사회적, 정치적 시스템에 관심을 지닌다. 이들이 자신들이 추구하는 친교의 경제 모델을 사회적으로 확산시키는 단계는 <그림 3-2> 와 같다.

<그림 3-2> 혁신적 기업의 발전 단계



출처: Mario Molteni (2002)

- ① 이 단계에서 기업의 경험을 분석하여 효과적인 방식을 이론화하고, 실수를 교정하며, 목표에 대한 자각을 깨우치며, 다른 기업에게 참여의지를 불러 일으킨다(피드백 1).
- ② 참여 기업의 목표에 대한 심화와 원래 목표에 대한 전략적 수정을 가능하게 한다(피드백 2).
- ③ 친교의 경제의 경험에 참여하게 될 사람들의 수를 늘리는데 기여한다(피드백 3).

친교의 경제에 참여하고 있는 기업은 규모가 작다. 직원 수가 100명이 넘는 경우가 드물며, 전적으로 친교의 경제를 위해 태어난 기업들은 기업 자체의 안정과 성장에 필요한 시간이 요구된다. 친교의 경제가 시장경제 체제에서 기반을 다지고 확산되기 위해서는 세 가지 도전에 직면하게 된다.

① 재정적 도전: 재정능력이 있는 외부 투자자가 친교의 경제에 공감하며 투자를 하는 경우가 가장 바람직하겠지만 이는 쉬운 일이 아니다. 그러므로 투자 자본에 대한 수익을 추구하는 투자자의 참여를 배제하지 않는 것이다. 이는 친교의 경제가 시장체제 안에 머물고 있다는 증거가 되겠지만 실현하기는 어려운 일이다. ② 문화적 도전: 친교의 경제 기업이 규모면에서 성장하고, 수익을 추구하는 투자자를 유치한다는 중대한 문화적 도전이 될 것이다. 가족기업과 달리 경영이 전문화되면서 초기의 영감이 희미하게 될 수 있기 때문이다. 만일 이러한 도전을 극복하지 못한다면 기업가는 자신이 조절할 수 있는 규모로 기업을 작게 유지하려는 태도를 취할 수 있기 때문이다. ③ 전략적 도전: 시장에 존립하면서 성장하기 위해서는 기업들 사이의 제휴가 필요하다. 이는 앞서 지적했던 것 보다 더 심각한 문제인데 다른 기업에게 친교의 경제에 참여하는 기업과 같은 동기를 기대할 수는 없을 것이기 때문이다. 이는 친교의 경제 기업가가 원래의 목표에 충실하면서 다른 기업과 조화를 이루는 어려운 도전이다. 이와 같은 도전에는 타산적인 태도가 아니라 기업가적인 창조성과 전문적 경영능력, 그리고 강한 내적 동기를 지속적으로 키워나감으로써 어려움에 직면하는 태도가 요구된다. 이를 위하여 친교의 경제에 참여하는 기업가 사이의 연대는 물론 경제학자들의 도움을 기대할 수 있을 것이다(Mario Molteni(2002). "Development Problems in Business with "Ideal Motivations" Luigino Bruni(ed.) *The economy of Communion*, pp.88-111).

3) 친교의 경제의 새로운 경영방식

기업들이 친교의 경제에 참가하면서 경영방식에 변화를 가져오게 된 것은 대표적으로 보수지급구조와 고용정책의 변화, 경영방식과 공동체 정신을 고취하는 방식 등 여섯 가지를 들 수 있다.

(1) 보수지급구조: 밀라노의 몇몇 회사들은 친교의 경제 덕분에 자신들의 보수 체계가 바뀌었다고 말한다. 25%의 직원의 보수가 인상되었다. 친교의 경제에 참여하기로 결정한 기업가들은 외부 사람보다 먼저 자기 회사 내의 가난한 사람들에게 관심을 갖기 시작했다. 친교의 경제의 관점에서 가난한 사람들을 돕기로 하자 먼저 기업 내의 가까운 이웃을 먼저 도와야 한다는 생각을 하게 된 것이다. 브라질에

서는 복지비용 지출을 억제하기 위해 해고하는 관행은 흔한 일인데 친교의 경제에 참여하기로 한 기업의 42%가 이러한 관행에 변화를 주었다.

(2) 고용정책: 이탈리아에서는 1991년 이후 시작된 친교의 경제 기업 중 40%가 이 정신을 실현하는 과정에서 신규직원을 채용했다. 한편 친교의 경제 이전부터 존재했던 기업 중에는 10%만이 새로운 직원을 뽑았다.

(3) 고객, 거래처와의 관계: 기업의 변화는 고객이나 거래처와의 관계에도 이어졌다. 먼저 가능한 한 최고의 상품과 서비스를 제공함으로써 다른 사람을 위한 봉사를 구현하였으며, 회사의 경쟁력 또한 향상되었다. 친교의 경제는 다른 사람들과의 관계의 토대 위에 경제적 관계를 둬으로써 사람이 중심이 되는 경영을 추구하였다.

(4) 경쟁에 대한 태도: 친교의 경제에 참여하면서 기업들은 자신의 경쟁상대와의 관계에서도 변화된 태도를 보여준다. 대부분 경쟁사와 개방적인 관계를 형성함으로써 경쟁을 하더라도 감정이 악화되는 일은 생기지 않았다. 관계의 사회적 측면이 경제적 가치 이상으로 강조되었기 때문이다.

(5) 환경에 대한 고려: 친교의 경제 기업들은 원료의 추출과정에서 생기는 독성 폐기물이나 오염물질을 배출하는 거래처에 압박을 가하거나, 환경오염을 최소화하는 업체로 거래처를 바꾸었다. 브라질의 에코아Ecoar는 폐수처리와 정화시설에 투자를 했다.

(6) 세무에 대한 태도: 세금 역시 많은 기업들이 직면하는 문제이다. 밀라노와 상 파올로는 물건의 영수증을 발행하지 않거나 가격을 낮춰 표시하는 등의 방법으로 세금을 포탈하는 것이 일상적인 관행이다. 그런데 친교의 경제에 참여하기로 결정한 이후, 기업들의 세금에 대한 관점이 달라졌다. 국가에 대한 납세의무나 국민으로서의 도리를 저버리면서 다른 나라의 가난한 이에게 수익금을 보내는 행위에서 모순을 느꼈고, 세금으로 분배의 정의를 실현하는 국가의 역할에 대한 도덕적 당위성을 인정하게 되었다. 친교의 경제에 참여하는 기업의 50% 이상이 예전보다 더욱 충실히 세금을 내고 있다고 답하였다. 또한 투명한 경영으로 자금의 흐름을 정확하게 파악함으로써 위기대처능력이 높아진다는 것을 알게 되었다.

친교의 경제 기업이 직면하는 중요한 문제는 관계와 이타주의를 강조하는 정신과 경제적 효율성을 추구하면서 어떻게 이 둘의 조화를 이룰 수 있을까 하는 점이다. 직원과 고객을 존중하고, 세금과 규정을 준수하고, 환경을 고려한다는 것은 높은 비용을 요구하는 일이고, 이는 기업의 수익에 압박이 된다. 그러나 한편으로는 이러한 경영태도는 기업 내부자들 사이의 관계가 좋아지고, 외부적으로는 신뢰를 쌓아올려 사회적 자본을 형성하는 것이어서 이것이 수익으로

되돌아오는 선순환 구조를 형성할 수 있음을 보여주고자 하는 것이 친교의 경제 기업의 경영방식의 변화이다(Gold, 2012. pp.214-252).

4) 친교의 경제 기업단지

끼아라 루빅은 친교의 경제 기업의 탄생을 제안했을 때, 분리된 각각의 기업을 생각한 것이 아니라 각 기업들 사이의 관계가 형성될 소도시에서 사업단지가 조성되도록 했고, 그 지역의 기업만이 아니라 전 세계에 퍼져 있는 기업들도 연결되도록 했다. 첫 번째 기업단지가 브라질 상파울로의 지네따에 건설되었고, 이어서 피렌체 근교 로피아노에도 산업단지가 조성되었다. 최근의 친교의 경제 산업단지들은 전통적인 산업단지들과 차이가 있다. 초기에는 산업단지 안에 다양한 기업이 공존했는데 최근에는 특성화된 기업단지가 형성되고 있다. 이러한 단지 내의 기업은 강력하고 사회적인 친교의 문화를 공유하고 있다는 특징과 기업들 사이에 시너지 효과를 불러일으키는 능력을 보유하고 있다. 그 뿐 아니라, 공업단지를 실현시키는데 널리 퍼져있는 협동조합이나 주식의 방식은, 가난한 사람들에게 친교의 경제 기업에 대한 주인의식을 느끼며 참여할 수 있는 가능성을 준다. 이는 친교의 경제의 혁신적인 경험이 실현되는 것이다. 바로 이 때문에 설사 내어줄 수 있는 이윤이 없다 할지라도, 기업은 내부적으로 형제애의 문화 안에서 일하고 생산하며 충만하게 존재하는 것이다(Bruni 2008, p. 368)

〈표 3-6〉 친교의 경제 기업의 실천지침

경제와 노동	<ul style="list-style-type: none"> - 가난한 이들을 위한 활동(내부적으로 종업원 대출 및 직접적 도움, 외부적으로는 기여나 기부 등) - 일자리 창출 - 기업의 다양한 요구의 조화 - 친교의 경제를 위해 수익의 일부를 기부할 수 있는 조항 신설
개인 간의 관계	<ul style="list-style-type: none"> - 기업의 중심에 일이 아니라 사람을 두고 아래의 사항을 확인한다 <ul style="list-style-type: none"> a) 기업구조의 중심에 인간관계에 대한 고려가 있는가? b) 고객, 거래처, 납품자 간의 관계는 어떠한가? c) 기업활동의 동기와 운영방식에 새로운 문화를 도입하고 있는가?
윤리와 경제	<p>기업운영과 관련된 기관들(세무서, 감독관청, 조합 등)이나 경쟁기업들, 직원(공정한 보수 등)과 올바른 관계를 유지하고 있는가?</p>
건강	<p>근로자들의 신체적 건강에 대해 주의를 기울인다. 위험한 업무의 경우 규칙 준수 여부, 작업장의 환경, 안전대책을 확인한다.</p> <p>근로자들의 위생과 건강, 근로시간, 휴가, 근무 중의 휴식시간이 적절한지 등을 고려한다.</p>
환경과 조화	<p>평화롭고 환대하는 분위기 조성을 위한 환경을 만든다.</p> <p>식당, 휴식공간, 협력업체가 편안하게 작업할 수 있는 공간 확보</p>
직업훈련과 연구	<p>각 분야(관리, 생산, 판매 등)의 전문성 향상을 위한 계획을 실행하고, 직원훈련과 연구, 재충전의 기회를 확보한다</p>
의사소통	<p>업무상의 요구와 제안을 수렴하는 시스템을 만들어 회사의 의사결정에 참여할 수 있도록 한다.</p> <p>직원들의 협동심을 고취하여 고립되지 않도록 한다.</p>

'친교의 경제'협회(Associazione per una EdC, Milan 1995) Lona Gold, 2012 재인용

IV. 해외 친교의 경제 운영사례

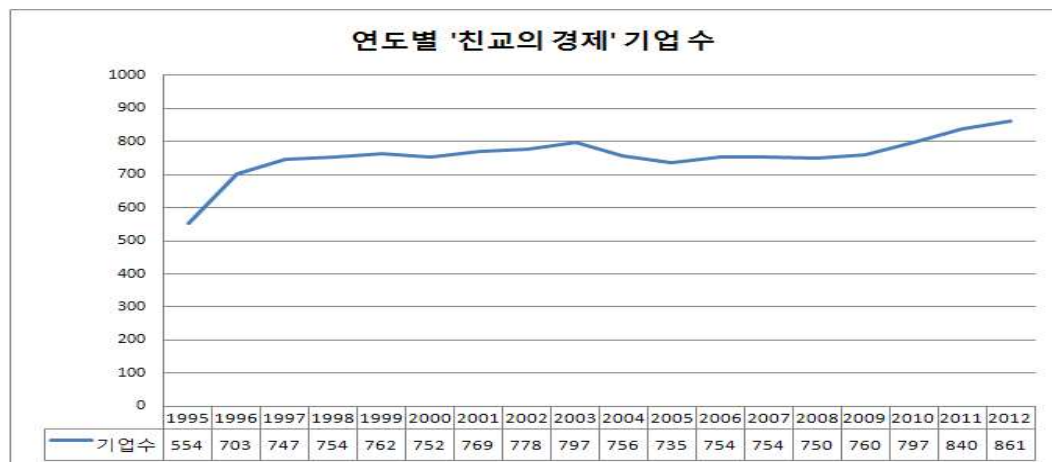
1. 해외 친교의 경제 기업 분포 현황

〈그림 4-1〉



1991년 브라질 상 파울로에서 시작된 친교의 경제는 초기에 포콜라레 운동이 퍼져있던 나라들에서 큰 반향을 일으키며, 숫자가 늘어났다. 그러나 몇 년이 지나자 그 증가세는 차츰 정체되었고, 대륙 간에도 큰 편차가 있다. 초기와 마찬가지로 현재에도 남아메리카와 유럽의 비중이 크며 아시아와 아프리카에 소수의 기업이 있다.

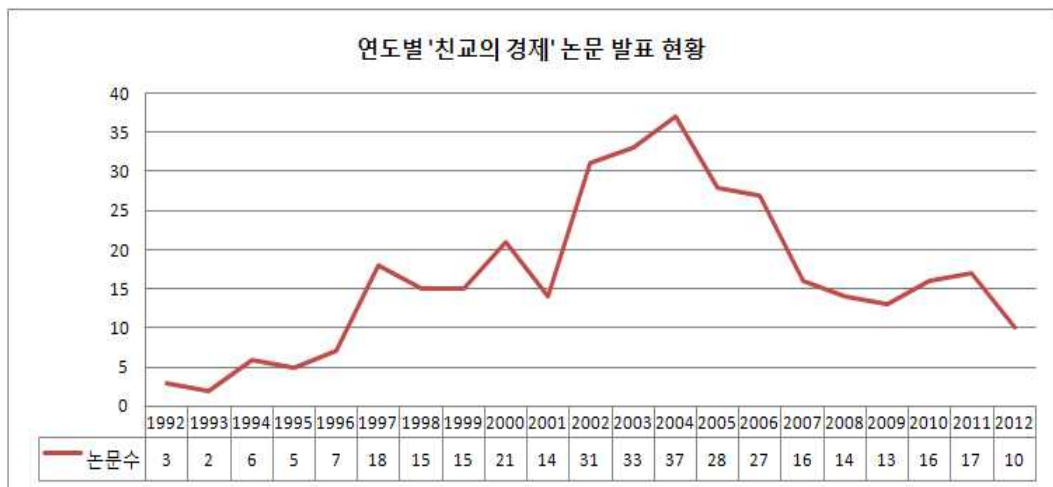
〈그림 4-2〉 친교의 경제 기업 수(연도별)



자료: 201/2012 '친교의 경제'보고서

초기의 정체를 지난 후, 1997년부터 친교의 경제 기업 수는 증가하기 시작했다. 2010년에는 37개, 2011년 43개, 2012년에는 21개의 기업이 늘어나는 등 친교의 경제 기업의 숫자가 완만하게 늘어나고 있는 것이다. 한편, 1991년 친교의 경제가 선포된 이후 1992년 3편, 1993년 2편, 1994년 6편 등 발표 논문 수는 꾸준히 증가하여, 기업 수의 증가세가 멈추기 시작하는 1997년부터는 18편, 2002년, 31편, 2003년 33편으로 오히려 논문 수의 증가는 고조되는 양상을 볼 수 있다. 2004년의 37편을 정점으로 논문의 증가세는 줄어들고 있지만, 2009년부터 기업의 숫자가 다시 증가세를 보이고 있다. 이는 친교의 경제의 철학적이고 경제학적인 연구 성과가 친교의 경제기업이 시장경제체제 내에서 존속하고 성장하는데 긍정적인 영향을 미치며, 기업의 경험이 이론정립에 생명력을 불어넣어 주는 시너지 효과를 내고 있기 때문이라고 생각된다.

〈그림 4-3〉 친교의 경제 관련 논문 발표 현황(연도별)

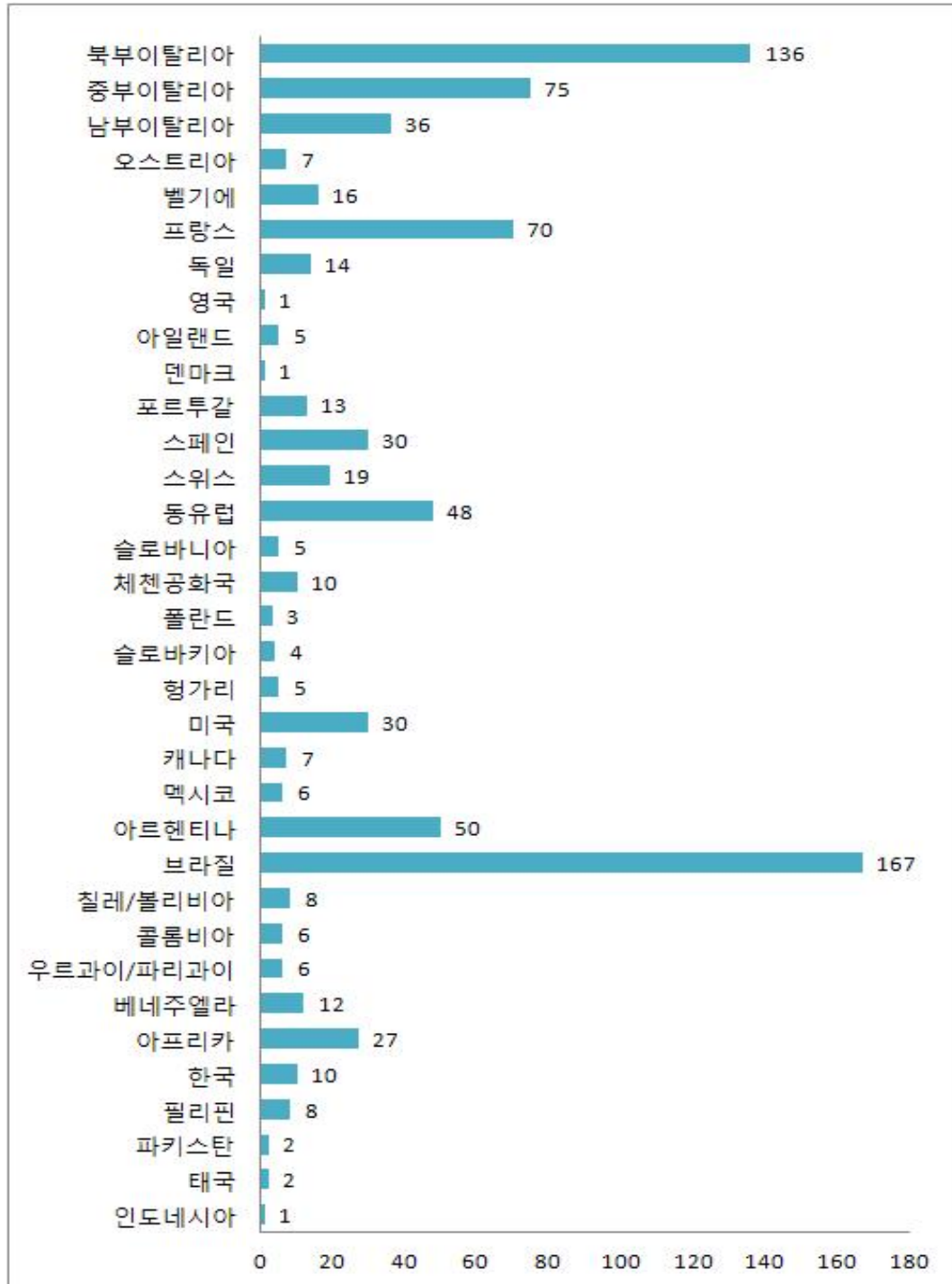


출처: <http://edc-online.org/it/studia-con-noi/tesi-di-laurea.html>

〈그림 4-4〉의 그래프는 친교의 경제 기업 국가별 분포이다. 포콜라레운동이 시작된 이탈리아가 있는 유럽과 북부아메리카의 참여비율이 높다. 여기서 눈에 띄는 것은 〈그림 4-1〉에서 볼 수 있듯이 아프리카의 최근 3년 친교의 경제 참여 기업의 증가세이다. 친교의 경제 기업이 가난한 사람을 위해 나누는 이윤의 지출비중이 높은 아프리카에서 친교의 경제에 참여하는 기업의 수가 증가하고 있다는 것은 가난한 사람에게 단순히 부의 재분배나 자선을 하는 것이 아니라 그들이 스스로 자립하도록 도우며, 더 나아가 도움을 받던 사람들이 다른 가난한 사람을 도우는 선순환을 목표로 하는 친교의 경제의 작은 결실

이라고 생각된다. 이탈리아 중에서도 포콜라레 운동이 시작된 트렌토가 속한 북부와 친교의 경제가 선포된 브라질의 참여비율이 높음을 볼 수 있다.

〈그림 4-4〉 친교의 경제 기업 수(국가별)



자료:2010/2011 친교의 경제 보고서(www.edc-online.org)

〈표 4-1〉 친교의 경제 국제본부의 수입 및 지출 현황(연도별)

화폐단위 : €

연도	구분	수입	지 출		
			발전과 구호계획	새사람 형성	총사용액
2008		1,638,338	1,090,904	397,986	1,488,890
2009		1,418,164	1,012,081	349,936	1,362,017
2010		840,842	408,348	349,415	757,763
2011		1,368,006	1,033,292	362,802	1,396,094
2012		1,329,243	900,107	327,803	1,227,910

자료: 친교의 경제 보고서(www.edc-online.org)

〈표 4-1〉은 지난 5년간 로마에 있는 친교의 경제 국제본부의 수입과 지출현황이다. 2010년까지 감소세를 보이던 수입이 2011년도에 다소 회복세를 보이고 있다. 이는 2011년 5월 브라질에서 열린 친교의 경제 선포 20주년을 기념하여 열린 국제총회는 참가자들은 물론 친교의 경제에 관심을 갖고 있던 기업가들에게 새로운 열정을 불러 일으켰고 그 결과가 가난한 이를 위한 나눔에도 반영되고 있다고 생각된다.

〈표 4-2〉는 2012년 국가별 수입과 지출현황이다. 북미와 서유럽에서 가난한 이를 위한 나눔의 액수가 많고, 지출은 아프리카, 남미, 동유럽의 비중이 크다. 새사람 양성을 위한 금액의 많은 부분이 포콜라레 운동의 여러 부문 중 가장 최근에 출범한 소피아대학에 지원되고 있다.

〈표 4-2〉 2012년 친교의 경제 국제본부 수입과 지출 현황(국가별)

화폐단위 : 유로

지역별 구분	수입	지출		
		발전과 구호계획	새사람 형성	총사용액
나이지리아	0	2,200		2,200
남아프리카	280	2,000		2,000
덴마크	3,864			0
독일	56,346			0
동아시아	1,305	6,771		6,771
동유럽	4,956	127,886	6,000	133,886
러시아	0	14,678		14,678
레바논	3,672	9,889		9,889
리투아니아	0	2,040		2,040
마다가스카르	0	2,000		2,000
말타	0			0
멕시코	5,156	10,291		10,291
미국	53,585	1,423		1,423
베네주엘라	3,584	21,269		21,269
벨기에	173,245			0
브라질	159,014	243,121	15,000	258,121
테라 산타	1,150	6,642		6,642
산도메니카	0	2,580		2,580
스위스	205,492			0
스페인	41,844	500		500
슬로바키아	3,998	5,510		5,510
슬로베니아	4,882		36,000	36,000
아르헨티나	57,453	55,957	52,313	108,270
아이티	0	210		210
아일랜드	5,050			0
알바니아	0	10,660		10,660
알제리아	0	1,880		1,880
앙골라	0	8,856		8,856
엘살바도르	3,986	37,395		37,395
영국	7,690			0

나라별	구분	수입	지출		
			발전과 구호	교육	총사용액
오스트리아		19,374			0
요르단		850	4,530		4,530
우르과이		2,216	53,343		53,343
이집트		638	4,920		4,920
이탈리아		240,281	8,514		8,514
인도		0	4,445		4,445
일본		10,380		5,490	5,490
중국		11,609	1,350		1,350
체첸공화국		3,856	5,125		5,125
칠레-볼리비아		5,776	64,729		64,729
카메룬		0	9,870		9,870
캐나다		8,671			0
케냐		509	13,568		13,568
코스타 볼리비아		0	15683		15683
콜롬비아		3,944	24291		24291
콩고		0	28905		28905
태국		3,392	9,184		9,184
터키		1,200			0
파키스탄		0			0
포르투갈		10,648			0
폴란드		3,696	18,860		18,860
프랑스		63,760			0
필리핀		1,109,248	58,048	13,000	71,048
한국		9,868	984		984
헝가리		6,384			0
호주		6,442			0
전년이월금		28,159			0
포클라레 운동본부		36,390			
소피아대학원		0		200,000	200,000
총계		1,329,243	900,107	327,803	1,227,910

자료: 2011/2012년 친교의 경제 보고서(www.edc-online.org)

2. 주는 문화의 확산

1) 친교의 경제 선포 20주년 기념 국제총회

2011년 5월 25일부터 28일까지 브라질 상파울로의 마리아폴리 지네따에서 ‘오늘날 새로운 경제의 주역들’이라는 타이틀로 열린 친교의 경제 국제총회에는 4개 대륙 37개국의 기업가와 근로자, 경제학자와 젊은이 630여명이 참석하였다. 이들은 4일간 ‘빈곤과 발전’, ‘혁신적 기업의 구조적 측면과 문화적 측면’ 등의 세미나에서 다양한 경험과 사례를 나누었다. 5월 29일은 1,700여명이 참석하여 ‘예언이 역사가 되다’라는 주제로 상파울로의 라틴아메리카 메모리얼에서 ‘친교의 경제 20주년 - 열린 하루 모임’을 가졌다.

2) 친교의 경제 국가별 세미나와 summer school 개최

친교의 경제는 무엇보다 미래 경제의 주역인 젊은이들에게 비전을 열어주기 위해 주는 문화를 확산시키고자 다양한 시도를 하고 있다. 특히 친교의 경제 선포 20주년을 기하여 여러 나라에서 대학과 연계하여 세미나와 친교의 경제학교를 개최하였다. 2010년 8월 6일부터 8일 까지 워싱턴 D.C에서 미국 가톨릭대학 Catholic University of America과 공동으로 기획한 북아메리카 친교의 경제 대회가 열린 것을 비롯하여, 남부 브라질(2010. 8. 12), 헝가리(2010. 10. 11-12), 북유럽(2010. 10. 21-24), 독일(2011. 1. 24-26), 프랑스(2011. 9. 10), 북부 브라질(2011. 9. 17-18)에서 친교의 경제학교와 세미나가 열렸다.

친교의 경제의 전망과 경영사례를 학자들과 학생들에게 소개하는 다양한 세미나와 연구도 심화되고 있다. 2010년 10월 29일 브라질 마나우스의 아마조네스 종합대학의 경영학과에서 ‘친교의 경제: 경제의 새로운 행동방식’이라는 주제로 열린 세미나를 비롯하여, 11월 18일 칠레의 무염시대 가톨릭대학의 경제학과와 경영학과의 교수들과 90여명의 학생들이 참여한 친교의 경제 세미나(2010. 11. 19), 브라질 UNICEUMA 경영학과 학생들을 위한 세미나(2011. 1. 28), 페루 성마리아 가톨릭대학(2011. 3. 31), 필리핀 마닐라의 성토마스 대학에서의 컨퍼런스(2011. 9. 24) 등이 열렸다. 또한 나라별로 여름방학을 이용하여 젊은이들을 위한 여름학교를 열기도 한다. 2011년 1월 17일부터 21일까지 아르헨티나 오히긴스에서 열린 여름학교를 비롯하여 케냐 나이로비에서 아프리카의 첫 친교의 경제학교가 열렸고(2011. 1. 23-25) 이탈리아에서도 2010년과 2011년 사이에 다양한 형태의 친교의 경제학교가 열렸다.

3) 친교의 경제의 학문적 발걸음

(1) 석사 및 박사과정에서 친교의 경제를 정규코스로 채택

2009년 시작된 소피아대학원의 석사과정에 친교의 경제가 정규코스로 제공되어, 철학, 경제사상사, 행동심리학, 경영이론 등을 바탕으로 친교의 정신을 실현하기 위한 학문적이고 실질적인 다양한 시도를 이어가고 있다.

(2) 사례 연구

미국 NACRA²¹⁾가 발행하는 잡지에 Jeanne Buckeye, John Gallagher, Elisabeth Garlow 공동연구로 인디애나폴리스 주에 있는 한 친교의 경제 기업을 대상으로 한 ‘Mundel & Associates(주):친교의 문화에서의 긴장과 갈등 해결’이라는 주제의 사례연구가 실렸고, 2012년 1월, 그 분야에서 권위있는 하버드 비즈니스 학교를 통해 출판되었다. 이를 통하여 관련 학계의 교수, 연구자, 학생들이 친교의 경제의 모델을 연구할 수 있는 기회가 제공되었다.

(3) 친교의 경제 산업단지²²⁾

이태리 피렌체 근교 로피아노에 소재한 친교의 경제 산업단지에서는 2011년부터 매년 친교의 경제에 참여하고 있는 기업들의 박람회, LoppianoLab을 개최하고 있다. 이 기간 동안 다양한 세미나와 회합이 이뤄진다. 작년에는 “2012년 친교의 경제 여정”이라는 주제로 6회에 걸쳐 세미나가 열렸으며²³⁾, 2013년에는 ‘윤리 은행’, ‘트렌토 협동조합 연합’, fedecasse 신용협동조합, 소피아대학원, 리오넬로 산업단지가 주축이 된 시민경제학교 Scuola di Economia Civile가 출범하였다. Stefano Zamagni, Luigino Bruni와 Renato Ruffini 등의 교수진으로 2013년 9월 LoppianoLab과 같은 시기에 코스를 시작할 것이다.

3. 해외 친교의 경제 사례

2011년 5월 사흘 간의 친교의 경제 국제 총회에서는 20년간의 친교의 경제의 경험을 나누고, 다가오는 20년을 준비하는 다양한 그룹모임이 있었다. 다음은 2011년 5월 26일 총회에서 소개된 기업의 사례이다.

21) Nacra(The North American Case Research Association): ‘친교의 경제’기업 중의 하나인 컨설팅 회사.

22) <http://www.pololionellobonfanti.it/>

23) <http://edc-online.org/it/audio-e-video/video-sep/scuole-edc/per-corso-edc-2012.html>

1) 이탈리아 O.V.A.협동조합

산업혁명 시기에 시작되어 유럽을 중심으로 성숙한 경험을 쌓아온 협동조합의 정신은 친교의 경제와 닮은 점이 많다. 따라서 친교의 경제를 협동조합의 형태로 운영하고자 하는 시도는 자연스러운 일이다.

이탈리아 롬바르디아 주의 브레시아Brescia에서 1984년에 시작되었으며, 1991년부터 친교의 경제에 참여하고 있는 O.V.A. Omnia Vincit Amore은 양계농장을 운영하면서 유기농 올리브유에서 모직제품까지 친교의 경제업체들이 만든 제품을 판매하는 협동조합이다. 이 협동조합은 이탈리아 이외의 판매처도 가지고 있으며, 포콜라레 운동에 참여하는 많은 이들이 고객으로 연결되어 있다.

타사노 협동조합Tassano cooperrative은 이탈리아 북부 리구리아Liguria에 있으며 노인과 정신질환자들을 위한 주거관리를 하면서 지역 산업체와 연결하는 일을 맡고 있다. 소수의 창립멤버로 시작했지만 몇 년이 지나지 않아 조합원이 8백여 명으로 늘어났다. 62개의 조합으로 이루어진 이들은 어려운 처지에 있는 이들에게 재교육을 통해 취업을 할 수 있도록 서로 협력한다. 일반기업, 리구리아, 제노바 등의 지방행정당국과 협력하여 장애인, 중독자, 전과자들의 취업을 위해 노력하여 1,300여 명의 취업을 성사시켰으며, 다양한 이유로 사회로부터 소외당한 이들이 취업을 통해 자신감을 회복할 수 있으리라 믿고 있다.

2) 브라질의 달라 스트라다 Dalla Strada

브라질에서는 빈민가 가난한 청소년들 중 상당수가 가출해서 거리에서 생활한다. 이들 중에는 마약 운반으로 생계를 해결하는 청소년들도 적지 않다. 레나토 신부는 이 작업장에서 일하는 젊은이들을 위해 상당액의 돈을 지불했는데, 그나마 도망치는 청소년들은 살해되는 일이 흔하기 때문이다. 레나토 신부는 이렇게 마약 조직에서 구해낸 청소년들을 자신이 세운 <청소년의 집>이라는 복지시설에서 지내게 하고 그중 일부는 <달라 스트라다>에서 일할 수 있도록 연결해 주곤 한다.

이곳에 오기 전 1년의 양성과정과 브라질 북동부 레시피 Recife에 있는 또 다른 친교의 경제 모(母)기업에서의 직업훈련과정도 거친다. ‘달라 스트라다’의 모든 직원들이 마약조직 출신들은 아니다. 이들의 상당수는 상파울루 남쪽으로 30킬로미터 가량 떨어진 바르쟁 그란데 파울리스타Vargem Grande Paulista의 바리오 자르덴 마르가리다Barrio Jardin Margarida라는 빈민가 출신의 청소년들로서 단지 교육을 받을 수 있는 기회를 갖지 못했을 뿐이다. 이곳에서 일하면서 이들은 급

여를 받는 것 외에도 직업훈련과 각종 인성교육도 함께 받고 있다.

이 회사의 사장 조앙오 보스코 리마 데 산타나João Bosco Lima de Santana는 수년 전 가방 생산 전문기술을 익히기 위해 이탈리아에 갔다가 고국인 브라질로 돌아와 돈벌이가 잘 되는 사업을 해볼 계획이었다. 그러나 젊은 시절 포콜라레 운동을 만났을 때 창설자인 끼아라 루빅이 했던 말, 즉 ‘자기 백성을 위해 목숨을 내어 주자’ 라는 제안에 깊은 감동을 받았던 기억이 마음 깊이 남아 있었다. 그 후 그는 레나토 Renato 신부와 <청소년의 집>을 알게 되고 거리의 청소년들을 돌보는 일에 함께하기로 결심한다. <달라 스트라다>는 2011년 4월, 소도시인 마리아폴리 지넷따 Mariapoli Ginetta에서 5킬로미터 정도 떨어져 있는 친교의 경제 산업단지 스파르타코 Spartaco에 본사를 열었다. ‘자본이 아니라 사람이 중심이 되는 새로운 경제 패러다임’ 을 실천하려는 친교의 경제 기업으로서 이 회사는 이윤의 논리를 거슬러 사랑의 논리를 구체화해 간다. 그 결실로 생산 실적이 향상되었고, 이탈리아에서 가방을 수입하겠다는 주문이 들어왔으며, 아프리카 코트디부아르에서는 자기 나라에서도 같은 사업을 시작할 수 있도록 생산방식을 가르쳐 달라는 부탁을 해 왔다.

3) 스페인 라 미니에라 La Miniera 노인복지센터

스페인 친교의 경제 기업 라 미니에라 La Miniera는 세빌리아 Sevilla 주 도스 에르마나스 Dos Hermanas 시에 위치한 노인복지센터이다. 2003년 1월 설립 당시부터 가난한 이들과 새 사람 양성, 회사 발전을 위해서 이윤을 배분하는 친교의 경제 기업으로 출범했다. 이 센터의 이름을 라 미니에라 La Miniera로 부르게 된 것은 친교의 경제의 창설자인 끼아라 루빅이 노인들이 지닌 가치를 의미하는 라 미니에라 도로 La miniera d'oro(이태리어로 금광(金鑛)이라는 뜻)라는 이름을 제안해주었기 때문이다.

2011년 2월 현재 50명의 노인들의 보금자리인 라 미니에라 노인복지센터는 이 지역에서 친교의 경제를 확산하는 중심축 역할을 하고 있다. 설립자 호세와 엘레나는 지난 수년간 거의 매월 여러 행사에 초대되어 자신들의 경험담을 발표하곤 했다. 지난해에는 여러 단체들이 친교의 경제에 대해 관심을 갖고 이들을 찾아 왔으며, 시 당국에서도 여러 모임에 수차례 초대해서 이들의 기업 운영 방식과 친교의 경제의 원칙들에 대해서 듣고자 했고 최근에는 교수들과 학생들이 방문하기도 했다.

4) 먼텔앤어소시에이츠(주) Mundell & Associates.Inc

인디애나폴리스에 위치한 지질공학 컨설팅 회사에 근무하던 존 먼텔은 1995년 친교의 경제를 접한 후, 이 정신에 따라 경영하는 기업을 창업하였다. 초기에는 생존이 회사의 최우선 목표였지만 고객과 직원이 인정하는 기업운영 모델 및 관행을 정립하기 위해 노력했다. 하지만 친교의 경제에 대해 설명하거나 설득함으로써가 아니라 ‘일단 실천하기’ 시작하였다.

12년이 지난 2007년 먼텔앤어소시에이츠(주)는 12명의 과학 및 공학전문가, 2명의 기술 전문가, 1명의 사무관과 2명의 행정인력을 둔 회사로 성장했다. 1996년 13만 달러였던 매출은 2007년 3백만 달러를 상회했다. 연 매출액의 절반 가량은 대규모 장기 프로젝트, 30%는 단기 프로젝트, 나머지 20%는 신규 고객을 통해 창출되었으며, 일의 80%가 기존 고객과 지인의 추천을 통해 들어온다. 존은 프로젝트에 관련된 공학자, 컨설턴트, 하청업체 및 사무직원 등 모든 사람에게 의해 한 번에 한 단계씩 명성이 구축된다고 확신하였고, 회사가 영세하므로 단 한 개의 프로젝트라도 허술하게 진행되면 회사의 존립이 위협해진다는 것을 강조하며 항상 최고라는 명성을 얻는 것을 마케팅의 핵심에 두었다. 먼텔앤어소시에이츠는 새로운 기술개발, 기술적용의 혁신, 업무수행에서 다른 경쟁사들이 불필요하다고 간주할 수 있는 과학적 데이터 수집을 추진했고, 신규 데이터나 접근법은 회사 내에서 뿐 아니라 공학 및 과학계와 공유했다. 심지어 경쟁사에게 혜택이 돌아갈 수 있다는 것을 알면서도 특허를 받을 수 있는 혁신을 무료로 공개했다. 존은 이러한 행동들이 ‘환경보호에 시의적절하고 이롭게 작용할 것’ 이라고 믿었다. 이익분배는 이들에게 가장 어려운 일이나 힘든 도전은 아니었고, 미국의 기업에서 드문 일이 아니라고 설명하고 있다. 가장 큰 도전과제는 장기적으로 사회를 개선하는 행동과 생각을 증진하고, 일치와 친교의 문화를 대내외적으로 장려하는 것이다. 이는 경영의 모든 측면에 연결되는 것이고, 사람을 존중하며, 모든 거래 및 각각의 개인을 중요하게 인식하는 것이 핵심 가치였다. 이들의 경험은 세인트 토마스 대학의 Jeanne G. Buckeye, 메리빌 대학의 John. B. Gallagher, 액시온의 Elizabeth Garlow에 의해 “먼텔앤어소시에이츠(주): 신뢰가 이끄는 경영(Mundell & Associates, Inc.:Managing When Faith Really Matters)” 이라는 제목으로 발표되었다²⁴⁾.

24) <http://hbr.org/product/mundell-associates-inc-managing-when-faith-really-matters/an/NA0148-PDF-ENG?referral=00304>

V. 한국 친교의 경제의 운영사례

1. 한국 친교의 경제 기업 현황

포콜라레 운동이 한국에 들어 온 지 20여년이 지난 시점에 선포된 친교의 경제는 복음적인 형제애를 삶의 모든 측면에서 실천하고자 노력하던 회원들에게 자신의 사업을 통한 구체적 실천에 더욱 집중하게 하는 계기가 되었다. 1997년 필리핀에 있는 포콜라레 운동의 소도시 타가이 타이에서 경제학자 루이지노 브루니가 아시아의 기업가와 근로자, 경제학자 및 학생들을 대상으로 친교의 경제학교를 개최하였을 때, 한국에서는 20여명이 이 학교에 참가하였다. 또한 2007년 6월, 사회학자 베라 아라우조가 방한하여 국회에서 “양극화 사회의 새로운 도전 ‘형제애’ -일치를 위한 정치운동과 공유경제”²⁵⁾ 라는 주제로 세미나를 개최하였다. 2011년 브라질 상파울로에서 친교의 경제 20주년을 기념하여 열린 국제 총회에는 28명이 참가하였다. 우리나라에서는 13개의 기업이 친교의 경제 정신을 기업운영에 적용하고 있다. 이들은 2011년 브라질의 공유경제 총회에 참석한 후, 서로의 기업을 방문하여 각 기업의 경영상태와 어려움 및 결실을 나누고, 서로를 격려하는 모임을 이어오고 있다. 2012년 현재 한국에서 친교의 경제에 참여하고 있는 기업은 다음과 같다.

〈표 5-1〉 한국 친교의 경제 기업 업종별 분포

업종	계	건축	마케팅 플랫폼	제과	제조	숙박	유통	축산	출판	컴퓨터S.W.개발 관리
기업수	13	1	1	1	1	1	5	1	1	1

2. 한국 친교의 경제의 사례

1) 서광사

한국에 포콜라레가 알려졌던 초기에 이 영성을 알게 되었던 김신혁은 친교의

25) 2007 6월 8일 국회본청 귀빈식당에서 브라질 사회학자 Vera Araujo 초청 세미나에서 보편적 형제애를 주제로 국회의원, 경제학자들의 토론이 있었다. ‘친교의 경제’에 대해서는 충북대학교 이영훈 교수가 토론에 참여하였다.

경제가 선포되던 1991년, 즉시 이에 응답했던 첫 기업가들 중의 한 사람이다. 1974년 11월 설립된 서광사는 철학서적 reprint 출판을 시작으로, 1977년 출판사로 등록하였다. 2012년 말 현재, 철학개론 및 철학사를 비롯한 45개 부문 550여 종의 철학서적을 출판하였으며, 베스트 셀러에 대한 욕심없이 철학서적 전문 출판으로 자신의 입지를 굳혀 왔다. 1999년 김신혁 대표의 발병이후, 현재는 부인인 이숙과 공동으로 출판사를 운영하고 있다. 2013년 현재, 영업부와 편집부에 각각 3명씩 6명의 직원이 있다.

(1) 우리나라 출판계 현황: 우리나라 출판사는 연간 출간 종수가 1~5종인 영세한 규모의 출판사가 전체의 52.2%이고, 6~30종을 출간하는 소규모 출판사는 37.1%로 나타나 이들을 합치면 전체의 90%에 이른다. 또한 1994년 5,600개를 헤아리던 국내 서점 수는 2011년 1,700여개로 줄어들었다.²⁶⁾ 1997년부터 인터넷 서점이 등장하고, 2002년 개정된 ‘출판 및 인쇄산업 진흥법’을 통해 도서 할인판매가 가능해지면서 인터넷서점을 중심으로 출판시장이 급격하게 재편됐다. 2008년 이후 복합 쇼핑몰인 11번가와 G마켓, 옥션 등 오픈마켓이 파격적인 가격할인을 무기로 등장하면서 인터넷서점 간의 가격할인 경쟁도 치열해졌다. 동일한 책이면 전국 어디서나 같은 가격에 판매한다는 도서정가제의 취지와 달리 시장의 가격질서가 붕괴된 것이다. 과거에는 출판사가 책을 도매상에 공급할 때 일정 수준의 공급가를 지키는 분위기가 있었으나 “출판사의 사정이 어렵다보니 원가보다 공급가를 낮추는”²⁷⁾ 경우가 있고, 서점은 시장경쟁력 확보를 위해 출판사에 지나치게 낮은 공급가를 요구함으로써 시장질서가 흐려지고 있다.

(2) 원칙을 준수하는 경영: 출판계의 어려움 속에서 서광사도 2012년 매출이 전년 대비 15%가 줄어들었음에도 도서정가제의 원칙에 어긋나는 일을 하지 않기 위해 노력하고 있다.

① 서점과의 신의를 지키기 위하여 출판사에서 직접 책을 구매하기 원하는 독자에게는 택배비를 부담하도록 하며, 홈쇼핑이나 대형매장에서 대폭 할인판매 제안을 해오는 경우에 이에 응하지 않고, 할인판매를 하는 도서전시회에 참가하지 않는다.

② 서광사의 출판물 중에는 『사랑과 지혜가 담긴 동화』(47권), 『세상의 빛들』(38권), 『철학만화』(7권)등 어린이들을 위한 철학 시리즈가 있는데 이를 전집으로 만들지 않고, 낱권 판매를 함으로써 부모와 자녀들이 함께 책을 고르는 분위기를 조성한다.

③ 초기에는 전국의 각 서점으로 출판물을 발송하기 위한 차량을 운행하였으나 1997년부터 모든 책의 유통에 출판물류센터를 이용하고 있다. 이는 효율성과

26) ‘서점감소 추이’ 자료 : 한국서점조합연합회 자료, 이상미(2012, 11월 5일) 무너지는 출판생태계, 이대로 놔둘 것인가. 아시아경제, 재인용

27) 같은 기사

함께 출고되는 모든 서적이 물류센터와의 거래에 투명하게 드러나는 효과가 있다.

④ 출고량을 반품 및 파기 자료와 함께 최종 집계하여 세무신고를 함으로써 투명한 납세를 실천하고 있다.

⑤ 서적에 인지를 붙이지 않고, 연말에 재고, 파기 및 판매량을 명시하여 다음 해 3월에 입금한 후, 4월에 자료를 제공하는 업계 최초의 인세 후불제를 실시하고 있다.

⑥ 2005년 파주 출판단지로 사옥을 신축하면서 발생한 4억원의 대출금은 2012년 말 현재, 2천만원의 미상환액이 남아 있으나, 매년 3월에 지급하는 인세를 위하여 평소에 적금을 들어 준비를 하고, 소소한 부분에도 절약을 하면서 빚을 지지 않기 위해 노력한다.

(3) 근로자와의 관계: 행정기관이 2005년 7월에 전면적으로 주 5일 근무제를 시행한 것에 비해 서광사는 1986년 10월부터 격주제의 단계 없이 주5일 근무제를 시행하고 있다. 매출이 줄어드는 출판계의 불황에도 2012년도에 직원들의 급여를 인상하였으며, 2013년도에는 수당을 인상하여, 근로자의 복지에 대한 배려를 하고 있다. 근로자와의 관계에서 신뢰의 문화를 살기 위해 노력한다. 전임자와 업무 인수인계에서 의사소통이 원활하지 않아 인쇄가 잘못되어 책을 다시 만들어야 하는 경우가 있었는데, 당황해 하는 담당 직원에게 실수의 경험이 업무에 도움이 된다고 격려를 하거나, 입사한 지 2달 만에 퇴직을 하는 직원에게 회사에 남기고 싶은 말을 묻고 좋은 관계를 형성한 후 헤어졌는데 이후, 재입사를 하게 된 경우 등 서로에 대한 믿음을 형성하는 문화를 만들고 있다.

(4) 서광사의 수상 및 우수도서 선정 현황

1989년 4월 문화공보부의 추천도서 종류가 2, 3위에 오름

1991년 2월 한국일보의 한국출판문화상(31회), 번역상 수상

1991년 10월 문화부장관상 수상

1994년 2월 한국일보의 한국출판문화상(34회) 제작상, 번역상 수상

1995년 2월 제17회 한국출판학회상 기획·편집부문 수상

1997년 5월 제9회 가톨릭 언론대상(출판부문) 수상

2000년 10월 책의 날 기념 국무총리상 수상(김신혁)

1997년 8월 문화체육부 우수학술도서 2종 선정을 비롯하여 2012년 말 현재 62종의 도서가 우수도서로 선정되었다.

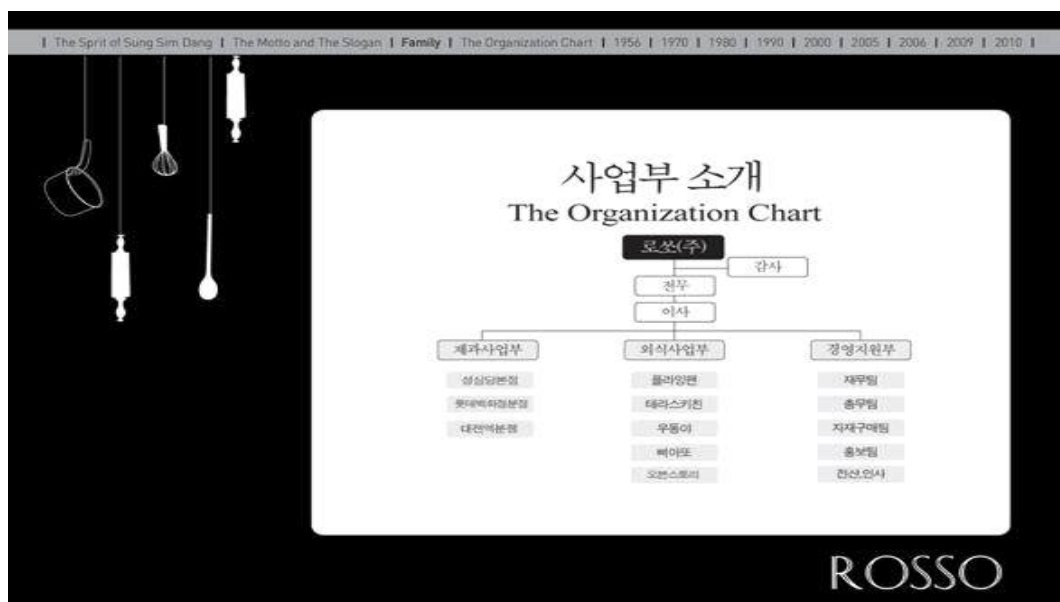
(5) 가난한 이에 대한 기여: 1992년부터 공유경제 국제본부에 매월 10만원을 보내며, 매해 연말결산 후 발생한 이익의 일부를 추가로 보내고 있다.

2) 성심당

창업주인 임길순 회장은 1956년 1.4후퇴 때 월남하여 대전역 앞의 작은 찜빵집으로 성심당을 시작하였다. 끼니를 잇기 어려운 시절이라 역전에는 걸인이 많았다. 임씨 부부는 그들에게 그날 팔다 남은 빵을 나누어 주었다. 1970년대, 제과점의 모습을 갖추며 은행동 153번지로 이전했다. 1981년 2대 경영인 임영진이 대표이사로 취임하며 유럽과 기술교류를 하고 인재 개발 및 설비에 투자를 시작했다. 그 역시 부친의 모범을 따라 그날 팔다 남은 빵을 항상 양로원과 사회복지시설에 나누어 주었다. 1992년 8월 현재의 지하 1층, 지상 4층 연건평 6백평 규모의 은행동 145번지로 이전했는데, 이때가 성심당의 제2 도약기라 할 수 있다. 1992년 7월 신점을 열기 위한 ‘927작전’, 즉석 도시락과 샌드위치를 취급하는 ‘A-Point’를 개점하기 위한 ‘A-Point 실천 100일 작전’이라는 2개의 프로젝트를 실행한다. 이 기간동안 임영진 사장은 15일 단위로 전 부서를 돌며 실무를 담당하는 부서원들과 함께 하며 의견을 청취했다. 1997년 제3의 도약기를 선포하며 스파게티 전문점 빼아또를 개점하였으며, 1999년 옛맛솜씨를 개점하고 2001년 로쏘(주)라는 법인으로 전환한다.

(1) 성심당의 구조: 2013년 현재, 로쏘(주)는 제과사업부, 외식사업부, 경영지원부로 구성되어 있다. 제과사업부는 성심당 본점, 롯데백화점 분점, 대전역 분점의 세 부분으로 나뉘어 있고, 외식사업부는 이태리 레스토랑 플라잉팬, 베이커리 레스토랑 테라스키친, 일본식 우동전문점 우동야, 파스타 전문점 빼아또, 홈파티 케이터링 오븐스토리로 구성되어 있으며 경영지원부가 있다.

<그림 5-1> 성심당 구조



(2) 친교의 경제 참여: 1997년 필리핀 타가이타이에서 열렸던 친교의 경제학교 참석 후, 기업경영에 친교의 경제 정신을 적용하기 시작했다. 그 때까지 수익 창출을 첫 번째 목적으로 경영을 하였다면 친교의 경제의 무지개 경영지표에 따라 모든 측면에서 조화를 추구하였다. 기업 내부적으로는 직원들과 친교의 관계를 갖고, 작업환경과 안전, 작업장의 조명과 적절한 휴가를 배려하며, 직원들의 창의성을 살릴 수 있도록 노력했다. 외부적으로는 매일 남은 빵을 지역사회에 기부하는 것을 계속 이어감은 물론이고 친교의 경제 국제본부에 한사람 몫의 임금인 100만원을 매달 내어 놓기 시작하였다. 2011년에는 투명경영을 위하여 법인 (주)ROSSO로 전환하여 기업의 체제를 바꾸었다.

(3) 화재로 인한 경영상의 위기: 2005년 1월 화재로 10억원 이상의 손실이 발생하였다. 화재 원인도 옆 점포의 전기누전이러던 소방서의 감식결과와 달리 국립과학수사연구소에서는 성심당에 책임이 있다고 하여, 대표 임영진은 입건되고, 옆 상가 24명에 대한 20여 억 원의 피해청구가 예상되었다. 직원들 중의 일부는 성심당에 더 이상 희망이 없다고 판단하고 퇴직을 원하였으나, 다른 한편에서는 ‘갯더미 속의 회사 우리가 살리자’ 라는 현수막을 걸고, 한겨울의 추위 속에서 양동이로 물을 길어다 불타버린 기계를 닦고, 그을린 바닥과 벽을 청소하면서 회사에 힘이 되어 주었다. 화재 일주일 만에, 임시로 기계와 도구를 준비하여 부분적으로 작업을 다시 시작하였을 때, 직원들과 함께 감격을 나누었으며 어려워진 근무조건에도 불구하고 오히려 진한 가족애가 싹텄다. 이전의 공사가 주로 경영진의 기획으로 이루어지던 것과는 달리 화재 후 복구사업은 직원들의 아이디어를 모아 예상보다 적은 경비로 조화로운 매장으로 재출발을 하게 되었다. 위기를 함께 극복하며 견고해진 경영진과 직원들 간의 신뢰는 제품생산과 고객들에 대한 서비스에도 변화를 가져와 정체되었던 매출이 화재 전보다 30%나 상승하였으며, 일년 후, 화재원인에 대해서도 검찰청으로부터 무혐의 통보를 받게 되었다.

(4) 한가족 신문 발행: 직원들 간의 관계 형성을 위하여 2008년부터 매주 한가족 신문을 발간하고 있다. 회사의 매출과 업무에 관련된 소식은 물론이고 직원의 결혼, 자녀들의 돌잔치, 대학합격 등의 구체적 소식을 나누고 있다.

(5) 한가족 프로젝트: 2009년 한 해 동안 대표를 시작으로 간부진 18명의 집을 차례로 방문하여 가족들을 소개하고 음식을 나누며 서로에 대해 깊이 이해하는 자리를 마련하였다. 이 한가족 프로젝트는 같은 방식으로 자신의 부서원들과 관계를 맺는 사람들이 생기면서 회사의 문화를 근본적으로 바꾸는 계기가 되었다.

(6) 무지개 프로젝트: 2010년 친교의 경제의 경영방식인 무지개 프로젝트를 도입하여 성심당의 운영에 구체적으로 적용할 것을 천명하였다. 회사의 매출을 공개하고 직원들과 함께 결산을 보았으며 이익의 일부를 직원들과 나누었다.

(7) tipping point(2011년 ~2012): 친교의 경제의 정신을 기업경영에 적용한 성심당의 노력은 경영상의 어려움을 노사가 함께 극복하면서 신뢰를 기반으로 하는 기업문화를 형성하였다. 직원들의 회사에 대한 충성심은 제품의 질과 고객 및 거래처와의 관계에 긍정적인 영향을 미쳤다. 또한 매일 팔다 남은 빵을 지역사회의 어려운 이웃에게 기부하는 것은 제품의 신선함에 대한 신뢰를 갖게 하고, 매주 일요일 대전역의 노숙자들에게 새로 만든 빵 250개씩을 기증하며, 도시락반찬을 만들어 배달하는 자원봉사팀에 재료비를 제공하는 등 어려운 지역 주민들에 대한 지속적인 관심은 기업이 속한 지역사회 전체의 유익을 확대시킴으로써 기업의 존재가치를 인정받는 결과를 가져왔다. 특히 2011년 5월 17일 프랑스 미슐랭 가이드²⁸⁾에 성심당과 플라잉 팬이 수록되었다. 이 시기를 전후하여 언론의 조명을 받기 시작했는데 인터뷰를 통해 성심당의 경영방침 또한 주목을 받았다.²⁹⁾ 2011년 12월 16일 신격호 롯데총괄회장의 외손녀 장선윤이 운영하던 대전 롯데백화점의 포송이 철수한 매장에 들어가 포송이의 10배가 넘는 매출을 기록하였다. 2012년 11월 13일 대전역 입점으로 규모가 확장되었으며, 2013년 1월 14일부터 7일간 서울 소공동 롯데백화점 본점에서 열린 ‘지역 NO.1 특산물 초대전’에 초대되어 17,000여명의 고객을 대상으로 당초 목표인 1억원을 상회하는 1억 5천만원의 실적을 올렸다.

(8) 성심당의 무지개 프로젝트 실천 현황

① 빨강 - 경제와 노동

프렌차이즈 빵집의 공세에 대응하는 성심당의 경쟁력은 차별화된 제품이다. 2대 경영인 임영진의 취임 후 개발한 3대 히트상품으로 첫 번째는 1980년 튀김 소보로가 있다. 당초 튀김 소보로에 초코렛을 입히려던 계획은 줄을 서서

28) Michelin Guide: 1900 당시 프랑스 내무부 지도국의 공무원이었던 앙드레 미슐랭은 프랑스를 자동차로 여행하는 운전자들에게 필요한 관광지, 정비소, 주유소, 숙박시설, 식당 등의 정보가 담긴 안내서를 만들어 타이어전문회사인 미쉐린에서 무료로 배포하였다. 1920년 유료로 전환하였고, 프랑스만이 아니라 서유럽 국가에 대한 정보가 추가되고, 다시 미국 및 아시아 주요 도시별로 세분화되었다. 미슐랭 가이드는 레스토랑 정보를 소개하는 red series와 여행정보를 수록한 green series가 있다. 2011년 5월 17일 green series 한국편이 첫 발간되었다. 미슐랭가이드 한국편에는 110곳의 추천 방문지가 세 종류의 별점으로 수록되었고, 별점이 없이 194개소의 추천 음식점이 있다. 빵집과 떡집으로는 맘모스제과(안동), 낙원떡집(서울)과 함께 성심당이 추천되었다.

29) 중앙일보, ‘인정만으로도 배부른 빵집’(2010. 8. 14.), 조선일보, 55년째 이어지고 있는 ‘빵빵한 온정’(2011. 3. 22.) 동아일보 ‘대이어 55년째 사랑의 빵 기부’(2011. 10. 13.), 조선일보, “내 월급은 500만원... 눈앞에 보이는 것만이 이익 아니다”(2012. 5. 22.) SBS뉴스, ‘1시간 줄서야 맛 봐’ 전통 빵집 성공비결은...(2013. 1. 23.), 중앙일보, 지방빵집 성심당, 서울서도 대박난 이유(2013. 1. 25.)

기다리는 고객들로 인하여 제품을 식힐 시간이 부족해 취소할 정도로 출시부터 반응이 뜨거웠다. 두 번째는 1982년 당시 버터크림케익 일색이던 제빵 시장에 생크림케익을 출시한 것이다. 세 번째는 테이크 아웃 개념이 없던 1985년에 개발한 포장빙수이다. 당시 포장빙수는 ‘3시간 빙수’라고 불리며 히트를 쳤다. 성심당은 이 포장빙수의 용기를 특허출원하지 않고 경쟁자에게도 공개하였고, 이후 환경보호를 위하여 종이박스로 교체하여 판매하고 있다. 또한 참쌀떡의 팔소에 대추와 견과류를 넣어 타 제품과 차별화하는 등 끊임없는 제품혁신으로 독자적인 브랜드이미지와 경쟁력을 구축하였다. 2010년까지 큰 변동이 없던 고용율은 2012년 213명으로 전년대비 26.8%, 2013년 1/4분기에는 전년 대비 43.7%가 상승하여 고용창출에도 괄목할만한 성장을 보이고 있다

친교의 경제의 이윤을 나누는 첫 번째 대상인 가난한 이웃에 대한 관심은 자연스럽게 기업 내 가난한 이들에 대한 배려로 이어진다. 한 예로 비정규직인 기초생활수급자의 출퇴근 거리가 먼 것을 고려하여 월 20만원의 교통비를 추가로 제공하고 있다. 2013년 4월 현재, 200여 단체를 대상으로 월평균 천만원 상당의 빵을, 도시락반찬을 지원하는 자원봉사팀에 1년 재료를 제공하고 있다.

2010년도 말 대비 2013년 1/4분기 현재 176% 고용 창출 효과를 달성하였고, 1997년부터 2012년말 까지 매월 100만원을 친교의 경제 국제본부에 기부해 왔는데 2013년부터는 분기별 결산 후 기부하는 방식으로 변경하였다. 2013년 1/4 분기에는 5천만원, 2/4분기에는 6천만원을 기부하기로 결정하였다.

② 주황 - 개인 간의 관계

2009년 한 해동안 대표의 집을 시작으로 간부 18명의 집을 교대로 방문하여, 서로 가족을 소개하고 음식을 나누며 서로에 대해 깊이 이해하는 자리를 마련하여 회사의 문화를 근본적으로 변화시키는 계기를 마련하였다. 무엇보다 먼저 사람을 중시하는 문화를 형성하기 위해 신입사원 교육부터 힘이 있어도 이를 사용하지 않으며, 동료 간에 서로 도와주는 분위기를 고취시키고 있다. 거래처와의 관계에서도 갑·을의 관계가 아니라 동등한 입장에서 거래를 한다. 예를 들어 야채는 가격변동이 심하므로 거래처에서 평소에 식사대접을 하고 싶어 하는데 거래처와 교대로 식비를 계산하며, 외상없이 현금 거래를 한다든가, 물품검수 시 성심당의 직원이 함께 짐을 나르는 등의 문화가 형성되어 있다. 창업 50주년을 기념하여 ‘함께 한 50년, 함께 할 50년’이라는 타이틀로 직원들과 한 행사에서도 납품업체에 감사의 편지와 선물을 보냈다.

③ 노랑 - 가치와 규범

2005년에는 대형화재로 10억원 이상의 손실이 발생하였으나 대출을 받아 세금을 납부하였으며, 매일 초 재무제표를 사내신문을 통하여 직원에게 공개하는 등

투명경영을 실천하고 있다. 근로기준법, 식품위생법, 소방법 등 관련 법규를 준수하며, 2010년에는 Rainbow Project 제정으로 친교의 경제를 기업의 경영이념으로 공표하였다. 여러 차례에 걸쳐 납세 및 경영관련 상을 수상하였으며, 2011년 7월 22일에는 제 1회 아름다운 납세자상을 수상하였다.

④ 초록 - 신뢰의 문화, 건강에 대한 배려, 환경보호

빵 반죽 시 화학첨가물을 사용하지 않고 이스트를 직접 배양하여 투입하며, 온도를 맞춰 오랜 시간 발효를 한다. 발렌타인 데이나 어버이날, 성탄절 등의 행사시 과대포장을 지양하고 친환경포장재를 사용하였다. 직원회의 시 경쟁사에 비해 양이 적어 보인다는 반대가 있었으나, 단순하고 소박한 디자인의 차별화로 매출이 오히려 상승하였다. 전국 최초로 포장팔빙수를 개발하였으나 특허출원을 하지 않았으며, 이후 스티로폼 용기를 종이용기로 교체하였다. 쓰레기 분리수거를 철저히 하고, 1회용품 사용을 자제한다.

⑤ 파랑 - 조화롭고 아름다운 환경

무지개 프로젝트의 색깔을 한 해에 하나씩 집중적으로 실천하고 있다. 2012년은 파란색의 해로 정하여 직원식당 및 휴게실의 리모델링을 하였다. 또한 직원들이 함께 공부할 수 있는 그룹스터디 공간을 만들어 집단학습에 도움이 되는 분위기를 조성하였다.

⑥ 남색 - 직원들의 전문성 양성 및 지원

2013년은 남색의 해로 자신의 분야에서 전문가가 되기 위한 다양한 노력을 하고 있다. 직원들의 전문서적 구입비와 어학공부를 위한 학원비를 지원하고, 이를 초과점수와 인센티브 책정에 반영한다. 사내 요리대회 및 제빵대회를 개최하여 부상으로 해외 연수비를 지원하며, 그룹스터디를 장려한다.

⑦ 보라 - 의사소통

한가족 신문을 통해 그 달의 목표와 판매상황을 공지하고 있다. 각 부서의 현안업무는 물론, 개인적인 상황에 대해서도 원활한 소통이 이루어지도록 한다. 먼저 인사하고, 존칭을 사용하며 메신저 활용을 장려한다.

외부적으로는 벤치마킹을 오는 외국회사에 자료를 공개하고, 디자인, 제품 레시피 등의 knowhow를 제공한다. 매년 중국에서 400명 이상의 방문단이 오고 있다. 처음에는 기술적인 벤치마킹에 관심을 보이던 방문객들이 돌아갈 때는 성심당 특유의 문화에 깊은 인상을 받는다.

2010 Rainbow Project-공동목표

성심인 모두가 모두를 위해...
for me, for you, for us, for everyone!

RED - 우리회사는 공유경제 기업으로써 정확한 회계관리를 한다.

1. 정확한 출고의뢰 와 입고검수 재고관리등을 통해 loss를 최소화
2. 철저한 인원관리를 통한 적체적소 배치로 인건비절약과 관리효율 극대화
3. 기계장차,기물 등의 상시점검을 통해 생산성을 높이고, 유지보수비 최소화
4. 매출목표의 적극적 관리(집객서비스, 홍보, 단체주문등)를 통한 달성
5. POS사용, 현금장산의 철저한 관리로 감소실 방지

ORANGE - 회사의 금지알리기

1. 부서마다 Blog개설 / 회사(부서)관련 정보 및 자필기리를 정기 게시, 정기적인 활동
2. 지역농산물을 이용한 매장 특색화상품 개발을 통한 브랜드가치 고공격화

YELLOW - 법률과 윤리기준을 지킨다.

1. 채용 후 정확한 서류관리(근속기간,보합가입대상유,무 등)를 통해 근로기준법을 준수한다.
2. 유통기한준수,원산지표시준수 등 식품위생법을 준수한다.
3. 피난계단 장애물제치, 피난유도등 상시 점검, 방화문도어체크 개발 급저등 소방법을 준수한다.

GREEN - 환경과 자연보호에 기업의 몫을 다한다.

1. 쓰레기 분리수거 생활화(대형폐기물, 일반폐기물은 동사무소 신고후 즉각매출)
2. 일회용품 사용 최소화
3. 친환경포장재 사용을 통한 환경보호

BLUE - 조화롭고 아름다운 환경을 만들어 나간다.

1. 근무환경 상시 정리정돈 생활화
2. 월연대이(매주 화요일)를 통한 환경정리,점검

NAVY - 자신의 분야에서 전문가가 된다.

1. 사내, 시외 직무교육, 각종대화등 적극동참을 통한 자기개발
2. 지속적인 멘치마킹, 각종매체를 통한 지식습득

VIOLET - 한가족이 되기 위해, 생각의 일치를 위해 소식을 공유한다.

1. 한가족 신문을 통해 자신의, 업무의, 세상의 많은 소식들을 공유하며 적극적으로 활동한다.
2. 상호간의 존경, 먼저 인사하기 생활화
3. 메시지를 통한 빠른 의사전달

(9) 성심당 수상경력

- 1996. 4. 6. 제과업종 발전공로(보건복지부장관 김양배)
- 1997. 3. 3. 모범 납세자상(재정경제원 한승수)
- 1998. 12. 17. 한발경제대상(대전광역시장 홍선기)
- 2000. 3. 3. 국세청성실납부(대전지방국세청장)
- 2009. 2. 24. 식품위생발전공로(보건복지부장관 전재희)
- 2011. 7. 21. 아름다운 납세자상(국세청장 이현동)

(10) 성심당의 재무현황 및 영업실적

2012년은 성심당이 경영상의 임계치를 넘어서는 순간이라고 할 수 있다. 그동안 기업 내부적으로 친교를 돈독히 하여 서로 간의 신뢰를 형성하고, 외부적으로는 고객중심의 경영 및 지역사회에 대한 꾸준한 헌신으로 쌓아온 기업이미지가 결실을 맺고, 성과가 가시적으로 드러나는 순간이기 때문이다. 2012년에는 전년 대비 4배에 가까운 영업이익의 신장이 있었고, 자본총계 역시 2.8배가 상승하였다.

〈표 5-2〉 성심당의 재무현황 및 영업실적

(단위 : 천원)

구분		년도			
		2009	2010	2011	2012
재 무 현 황	자본총계	468,958	362,418	528,229	1,477,582
	부채총계	5,973,907	5,531,101	5,573,756	5,613,779
	소계 (자본+부채)	6,442,865	5,893,519	6,101,985	7,091,362
	유동자산	1,038,336	766,776	921,865	2,147,086
	고정자산	5,404,529	5,126,743	5,180,120	4,944,275
영 업 이 익	총매출액	8,143,315	8,954,738	9,720,197	13,473,938
	영업이익	477,019	360,550	384,203	1,513,820
	법인세비용 차감전순이익	102,773	131,498	179,060	941,559

(11) 성심당의 고용창출현황

2012년의 고용창출현황 역시 2011년 대비 26.8%가 신장하였다. 또한 대전역점의 매출신장으로 인하여 2013년 1/4분기의 고용현황도 2012년 말 대비 43.7%가 늘어나는 괄목할만한 성장세를 보이고 있다.

〈표 5-3〉 성심당의 고용창출 현황

(단위: 명)

연도 구분	2001	2002	2010	2011	2012	2013
정규직	74	74	77	97	141	196
비정규직	74	78	97	71	72	110
합계	148	152	174	168	213	306
증감율	법인전환	2.7%	14.5%	-3.4%	26.8%	43.7%

12) 성심당 대표 임영진 인터뷰

성심당은 부부가 전액 출자한 개인기업이지만 의사결정은 사업부와 함께 한다. 법적 자본금은 5억이며, 직원들의 채용방법은 채용공고, 학교 외식조리학과, 제과·제빵학과, 학원 의뢰 등 다양한 경로이다. 임금구조는 능력급, 호봉제이고 같은 업종의 다른 업체에 비해 약간 높은 편이다. 노동조합은 1999년 10월 설립되었으며, 의사소통이 원활하여 노사분규는 없었다. 직원들의 상벌에 대한 규정은 따로 없고, 복장, 근태를 인센티브(3개월), 연봉(1년)책정과 진급, 인사에 반영하고 있다.

외부적으로는 현재 회원이 1,200명인 대한제과협회 수석 부회장이다. 회원의 이해나 견해가 엇갈리는 경우, 서로를 인정하는 분위기를 조성하면서 균형을 잡는 역할을 하고자 노력하고 있다. 그 외 중견규모의 개인 제과업자 12명이 격월로 모임을 갖는 친목단체 한울회의 멤버이다. 그 곳에서도 동업자를 경쟁 상대로 보지 않고, 상대를 이해하고 따뜻하게 대하며 좋은 관계를 갖고 있다.

수익창출을 목적으로 하는 기업운영에 치우쳐 있다가 97년 친교의 경제를 통해 무지개 경영지표를 알게 되면서 경영의 조화를 이루기 위해 노력했다. 그 때부터 매월 백만원을 친교의 경제를 위해 국제본부에 보내기 시작했다. 10년이 넘도록 모든 한계를 받아들이며 어려움을 견뎌내었고, 기업경영에서 구체적으로 친교의 경제의 정신을 실천하기 위한 노력을 멈추지 않았다. 손익분기점을 넘어서기 시작한 것은 2012년도 부터이다. 이론적으로 증명할 수는

없지만, 지금의 변창이 친교의 경제의 정신을 무조건 단순하게 따른 것에 대한 결실이라고 느낀다. 이제는 직원들 사이에서 어려운 사람을 돌아보고, 친교의 경제 기업으로서 색깔을 조화롭게 살며 기여를 할 수 있다. 운이 좋은 것이 아니라 이 모든 일에서 섭리의 손길을 느낀다.

VI. 친교의 경제의 과제와 가능성

1. 친교의 경제의 과제

1) 새로운 사태 *Rerum Novarum* 이후

전통사회가 붕괴되고 산업사회로 이행되던 산업혁명의 결과, 유럽사회는 인류 역사상 유래가 없는 변화를 겪게 된다. 산업혁명으로 생산성이 향상되고, 사회 전체적인 부는 증가하였으나, 그 혜택은 일부 자본가들에게 집중되고, 일자리를 찾아 도시로 몰려온 노동자들은 빈곤에서 벗어나지 못하였다. 한편, 사회주의자들이 제안한 계급투쟁과 사유재산 철폐는 사회적으로 심각한 부작용을 낳았다. 이같은 사회현상에 직면하여 레오 13세는 당시 상황으로서는 파격적인 방식인 사회문제에 대한 회칙을 발표함으로써 이후 가톨릭교회의 사회회칙이라는 전통의 효시가 된다.

1891년 발표된 새로운 사태 *Rerum Novarum*는 인간조건에 비추어 볼 때에 세상에서 사회적 불평등을 제거하기는 절대 불가능하며, 고통도 이 땅에서 결코 사라지지 않을 것임을 인정하면서도 인간의 모든 사정을 있는 그대로 바라보며 사회악에 대한 해결책을 모색한다. 한 사회 계층이 다른 계층과 본성상 적대 관계에 있으므로 부유한 자들과 가난한 자들은 성격상 상호 간에 끝없이 투쟁하기 마련이라는 사회주의의 주장을 잘못된 견해라고 판단하고, 자본은 노동없이 있을 수 없고, 노동은 자본없이 있을 수 없음을 상기시킨다. 그리고 부유한 자들의 계층과 가난한 자들의 계층이 서로 조화를 이루며 균형을 유지하고, 가진 자와 못 가진 자에게 정의가 당당히 요구하는 의무들에서 출발하여 그들 상호간의 의무들을 상기할 것을 요구한다(레오 13세, 새로운 사태, 13항).

새로운 사태는 당시 대조적인 정치조류였던, 국가가 야경국가의 역할만 수행하면 된다는 개인주의적 자유방임주의와, 국가가 모든 일을 관장하고 처리해야 한다는 전체주의적 발상의 양 극단을 배제하고, 연대성의 원리³⁰⁾와 보조성의 원리³¹⁾를

30) ‘사태’는 한 개인으로서 노동자와 자본가가 사회적으로 대등한 입장이 될 수 없으므로 노동자의 연대를 통한 조직의 필요성을 강조한다. 이 조직은 노동조합의 결성으로 가능한데 노동조합의 활동은 이기심의 충족이나 집단이기주의 쟁취의 수단으로 사용해서는 안된다는 윤리원칙을 바탕으로 공동선에 초점을 맞추어야 한다고 명시하고 있다(교황 레오 13세, 1891. 새로운 사태 10항).

31) 사회조직의 가장 작은 규모이고 오래된 조직은 가정이고, 가장 큰 규모의 조직은 국가이다. 이 둘 사이에는 수많은 사회집단이 자생적으로 형성되어 기능하고 있다. ‘보조성의 원리’는 문제가 생겼을 때, 우선

제시하고 있다. 또한 재산의 사용은 인류를 위한 공동목적에 부합해야 하며, 재산의 증식을 위하여 재산의 소유는 개인에게 있어야 하지만, 재산의 사용은 공동선을 위하여 한다는 원칙을 천명한다.

2) 간추린 사회교리와 친교의 경제

교황 레오 13세의 새로운 사태 *Rerum Novarum* 이후, 교회는 사회의 여러 문제에 대하여 끊임없이 근본적인 입장을 드러내는 회칙을 발표해 왔는데, 2004년 교황청의 정의평화평의회는 이 모든 자료의 개요 *compendium*를 한데 모아 *Doctrina Socialis Catholica*를 펴냈다. 이 책은 영어로는 사회적 가르침 *Catholic Social Teaching*, 독일어로는 가톨릭 사회론 *Kompendium der Soziallehre der Kirche*, 한국어로는 ‘간추린 사회교리’로 번역되었다. 이 문서는 서론과 3부, 결론으로 나뉘어 있는데, 1부는 신학적인 측면, 2부는 가정, 인간노동, 경제생활, 정치공동체, 국제공동체, 환경보호, 평화증진 등의 구체적 측면, 3부에서는 사목활동의 측면이다. 결론은 ‘사랑의 문명을 위하여’로 마무리 짓고 있다.

간추린 사회교리는 지난 100년 간 교회가 제시하고 심화해 온 사회에 대한 관심을 조직적이고 공식적으로 집대성하여, 오늘날의 사회문제들에 적절히 대처할 수 있도록 교회의 사회적 가르침의 기본 구조를 완전히 개관할 수 있게 하였다. 한편, 전적으로 복음을 실천함으로써, 단순하나 근본적인 삶으로 시작된 포콜라레 운동은 1995년 포콜라레 운동의 창시자인 끼아라 루빅이 다양한 분야의 명예박사³²⁾ 학위를 받으면서 포콜라레 운동의 일치의 영성에는 이론과 경험, 그리고 현실에의 적용이 바탕을 이루는 새로운 형태의 학문 간의 일치체를 지향하는 패러다임 *paradigma interdisciplinare dell'unità*이 존재한다는 것이 드러났다.

해결하며, 해결할 능력이 없거나 해결할 의사가 없을 때 도와준다는 의미의 사회윤리적 지침이다. 이 지침의 의미는 자립성을 최대한 보장하기 위한 것이다.(교황 레오 13세, 1891. 새로운 사태 10항)

32) 끼아라 루빅은 유네스코 ‘평화교육상(il Premio UNESCO “per l'Educazione alla Pace”)과 폴란드의 루블린 대학의 사회과학 명예박사학위(la laurea honoris causa in Scienze Sociali dall'Università di Lublino (Polonia)를 비롯한 15개의 명예박사를 받았다. 신학(필리핀 1997, 타이완, 1997, 슬로바키아 2003, 리퍼폴 2008)(Teologia (Filippine '97, Taiwan '97, Slovacchia '03, Liverpool '08), 사회 커뮤니케이션(1997)(Comunicazioni sociali (Thailandia '97), 인류학(Scienze Umane (USA '97), 철학 Filosofia (Messico '97), 학문간 통섭(interdisciplinare (Argentina '98), 종교학(Scienze della Religione (Brasile '98)), 경제(Economia (Brasile '98, Italia '99)), 문학과 심리학(Lettere e psicologia (Malta '99)), 교육학(Pedagogia (USA 2000)), Teologia della vita consacrata (Roma '04), 예술(Arte (Venezuela '03))

출처: <http://www.centrochiaralubich.org/it/chiara-lubich/nota-biografica.html>

그리고 이러한 바탕에서 시작된 친교의 경제는 사회교리가 제시하고 있는 인간이 추구해야 할 연대성, 보조성과 공동선의 원리를 일치의 영성을 통해 기업운영의 모든 측면에 적용하고, 구현하는 과제를 지니고 있다.

3) 친교의 경제의 주요 과제

현대는 사람에 대한 신뢰와 협동의 필요성에 대한 인식이 뚜렷한 사회적 요구가 되고 있다. 행동경제학은 인간의 상호성과 일반적 신뢰에 대한 연구를 진척시켜 나가면서 협동의 가능성을 모색하고, 생태경제학은 시장만능의 신자유주의 논리를 넘어서 지속가능한 개발(sustainable development³³⁾을 요구하고 있다.

이러한 사회적 요구에 대응하고 경제에 인간의 모습을 가져가고자 하는 친교의 경제 기업의 첫 번째 과제는 기업을 통해서 사람들의 결합을 추구하고 공동체를 형성하며, 인사관리, 고객관리와 보상정책 등 경영의 모든 측면에서 이를 구현하고 강화해 나가며, 가난한 이에 대한 배려를 실천하는 것이다. 그 다음은 친교의 경제 기업 간에 네트워크를 형성하여, 서로의 경험을 나누고 함께 발전을 모색하면서 친교의 경제 정신이 확산되도록 협동해야 한다. 세 번째는 친교의 경제 기업의 원리와 실천이 이론적으로 정립되고, 학문적으로 표현되어야 할 것이다. 이는 친교의 경제의 정신을 통해 사회적, 정치적 차원의 대처를 가능하게 할 것이기 때문이다.

2. 친교의 경제의 가능성

친교의 경제는 1991년 5월 브라질 상 파울로에서 끼아라 루빅에 의해 선포되어, 기업주, 기업, 경제기구만이 아니라 노동자, 경영자, 고객, 경제학자는 물론 시민과 가정이 함께 참여하는 운동이다. 친교의 경제의 목표는 일치의 영성에 따라 친교를 이루는 인간적인 사회와 경제적 시스템을 정립하는데 기여하기 위해 빈곤과 사회적 불의를 퇴치하는 것을 사명으로 하는 기업을 태어나게 하려는데 있다. 친교의 경제의 중심축은 기업, 혹은 다양한 법적 형식의 단체, 사회적 기업과 협동조합들로 구성된다. 그리고 일반 기업이 이윤을 재분배하는

33) 1983 UN은 환경과 발전에 관한 세계위원회 WECD: World Commission Environment Development 를 설립하고 1987년 지구환경보전전략보고서 <우리 공동의 미래 Our common Future>를 발간한다. 이 보고서는 자원 기반을 지속시킬 새로운 경제발전 형태를 요구하는데 그것이 지속가능한 개발 sustainable development이며, 그 의미는 “현재 인간의 욕구를 충족하는 동시에 미래 세대들이 그들의 욕구를 충족할 수 있는 것을 보장하는 방식의 개발”이다.(정태인(2012), 협동의 경제학, pp.313-314)

방식과 달리 자선가로서가 아니라 가난한 사람들의 이웃으로서 이윤을 분배하는 개방성을 추구한다.³⁴⁾ 친교의 경제는 지난 20년의 도전과 경험으로 사회 안에서 일치의 영성이 표현되는 도구의 역할을 하고 있다. 친교의 경제와 같이 영성이나 이상 ideal에서 영감을 받은 기업들에게 경영의 첫 번째 목적이 이익이 아닌 소명이다. 친교의 경제에 참여하는 기업과 일반 기업과의 차이는 경영의 전문성이 아니라 차별화된 내적 동기라고 할 수 있다. 이상적 동기의 가치는 혁신적이고 창조적인 경영을 가능하게 하며 삶의 의미와 영성에 생명력을 부여하는 역할을 할 수 있다. 이런 의미에서 친교의 경제가 지속가능성과 발전을 위하여 직면하게 되는 가장 큰 도전은 소명의식과 함께 전문적인 경영능력을 갖추는 것이다. 만일 기업이 효율성과 전문성에만 집중하게 된다면 영성적인 사업의 생명력을 잃어버리게 될 것이다. 한편 기업이 소명의식에만 사로잡혀 경영의 전문성에서 미숙한 단계를 벗어나지 못한다면 기업 자체의 존속이 위협받을 것이다. 그 다음으로 친교의 경제는 기업이 효율성과 친교가 공존이 가능하며, 더 나아가 시너지효과를 낼 수 있다는 사례가 될 수 있을 것이다. 이윤추구를 첫 자리에 두는 시장경제에서 무상성의 개념을 경영의 중심에 둔다는 것은 비효율적이고 위험하다고 생각하는 사람들에게 친교의 경제의 차별화된 정체성은 시장에 무상성의 가치를 새롭게 인식시키는 역할을 할 수 있을 것이다 (Sr. Alessandra Smerilli, 2011. 5. 28. EdC 국제총회. ‘카리스마 혁신을 위한 길로서의 친교의 경제 L’EdC come via per il rinnovamento dei carismi).

34) ‘ 경제’의 ‘신분증명서 1항, 4항

VII 결론

1. 연구의 요약 및 시사점

본 논문은 현대 사회의 유래 없는 과학적 경제적 발전에도 불구하고 심화되어 가는 빈부격차와 이로 인한 사회적 불평등과 인간 존엄성의 훼손 앞에서 가난한 이웃을 위해 얼마간의 자선이나 기부가 아니라 기업경영의 목표에 이들의 몫을 고려하며, 기업경영의 모든 이해관계자들과의 관계에서 인간을 우선시 하는 친교의 경제에 대하여 알아보았다.

친교의 경제는 1991년 브라질에서 선포된 이후 20여 년의 짧은 경험을 가지고 있다. 그러나 이 정신은 1891년, 노동자들의 비참한 처지를 외면하고 방치하는 것은 사목자로서의 책무를 저버리는 것이라고 공언하며 레오 13세가 발표한 회칙, 새로운 사태 *Rerum Novarum*와 이 회칙의 선포 백주년을 기하여 요한 바오로 2세가 선포한 회칙 백주년 *Centesimus Annus*, 그리고 2004년 그간의 회칙을 집대성한 간추린 사회교리의 정신과 닿아 있다. 또한 친교의 경제는 교회의 본질을 친교의 공동체로 새롭게 인식한 제 2차 바티칸 공의회 정신을 삶으로 구현하고자 하는 포콜라레 영성의 삶의 경험을 바탕으로 하고 있다.

최근의 우리 사회 역시 시장의 무한경쟁에서 도태된 경제적, 사회적 약자들을 위하여 사회적 기업이나 협동조합 설립을 지원하기 위한 법의 시행 등 경제적 합리성 이상의 사회적 가치를 시장경제에 접목시키고자 하는 다양한 시도가 이루어지고 있다.

그러나 친교의 경제는 이와 같은 사회적 경제와 같은 카테고리만으로 분류할 수 없다. 친교의 경제의 정체성은 가난한 이웃을 위해 기부하는 금전의 액수가 얼마나 많은지, 얼마나 많은 사회적 문제를 해결하는데 기여했는지, 경영에서 얼마나 민주적 참여구조를 구축했는지에 있지 않다. 친교의 경제의 진정한 가치는 일상적으로 반복되는 업무의 처리 방식과 기업운영에 연결된 모든 이해당사자와 관계를 맺는 방식에서 친교를 지향하는 것이다. 또한 이윤을 나누는 방식에 있어서도 익명의 대상을 향한 일방적인 소득 재분배가 아니라, 관계의 망으로 연결된 가난한 사람들의 궁핍을 도움으로써, 그들이 경제적

어려움을 극복하면서 자신과 같은 어려움을 겪는 사람들을 도울 수 있기까지 이웃에게 마음을 여는 것을 목표로 한다. 친교의 경제는 이윤을 나누는 방식에 있어서만이 아니라 사회적 경제적 모든 행동을 통해서 ‘주는 문화’를 삶으로서 소외와 불신으로 상처입은 우리 사회에 친교의 관계를 되살리는 동력이 되고자 한다.

이는 친교의 경제가 지닌 특별한 가치이면서 동시에 약점일 수 있다. 이러한 추상적인 목표는 이해받기 어렵고 그 결실을 측정할 수도 없다. 또한 경영상의 어려움 앞에서 쉽게 무력해질 수 있다. 친교의 경제 기업을 경영한다는 것은 이해받지 못하고, 위험을 감수하면서, 한계를 받아들이며, 목표를 향한 쉽지 않은 걸음을 멈추지 않는 것을 의미한다(Sr. Alessandra Smerilli, 2011. 5. 28. EdC 국제총회. ‘카리스마 혁신을 위한 길로서의 친교의 경제’EdC come via per il rinnovamento dei carismi). 이러한 어려움에도 불구하고 친교의 경제가 지향하는 가치는 지속가능경영이나 행동경제학에서 추구하는 협동을 위한 상호성의 기준을 넘어서고 있다. 경제적 인간 *Homo Economicus*의 합리성은 공간적, 시간적, 문화적 맥락 안에서 움직이는 것이지 그것만을 따로 떼어내어 생각할 수 없고, 경제이론의 바탕에는 실천적 차원만이 아니라 존재론적 차원이 있다. 그러므로 시장을 경쟁이 아니라 상대방과 동등한 상태에서 상호성과 무상성의 원리에 열려있는 영역으로 보며, 기업운영에 사람사이의 관계의 가치를 우선시 하는 친교의 경제가 열어 보이는 지평은 인간존재의 본질에 닿아 있다.

2. 연구의 한계

그러나 본 논문은 친교의 경제의 이론과 몇몇의 운영사례를 섭렵하는 것에서 더 나아가지 못하였고 경영학적 기법으로 사례를 진단하고 원인규명을 하지 못하였으며, 독자적 견해를 제시하지 못하는 한계를 지니고 있다. 이에 비하여 친교의 경제의 바탕이 되는 포콜라레 운동이 시작된 이탈리아에서 안토니오 제노베시의 시민경제에 대한 연구를 진척시키고, 2013년부터 시민경제학교를 여는 것은 시사하는 바가 크다고 할 수 있다. 친교의 경제를 확산시키고 사회적 자산으로 활용하기 위해서는 학문의 토착화 역시 중요하다. 친교의 경제를 동양의 인본주의 관점에서 접근하고, 한국의 친교의 경제 기업에 대한 체계적 분석과 경영모델을 제시함으로써 신뢰와 협동의 사회적 자산을 확산시켜 나가고자 하는 우리 사회의 요청에 답이 될 수 있겠기 때문이다. 이 논문은

친교의 경제에 참여하고 있는 기업들의 경험을 체계적으로 분석하고, 새로운 경영모델을 확립하는데 까지 다다르지 못하였으나, 앞으로 친교의 경제에 참여하고 있는 기업들의 헌신과 노력과 함께 다양한 측면에서 지속적인 연구가 이어지리라 확신한다.

참고서적

<국내문헌>

1.
 - [1] 김성기(2011), 사회적 기업의 이슈와 쟁점- ‘여럿이 함께’ 의 동학, 도서출판 아르케, p. 70,
 - [2] 김수행(2008), 새로운 사회를 위한 경제이야기, 도서출판한울, pp. 11~51,
 - [3] 김영진(2005), 시장자유주의를 넘어서: 칼 폴라니의 사회경제론, 한울아카데미, pp.26~32, pp. 51~63.
 - [4] 김현대, 하종란, 차형석(2012),협동조합 참 좋다, 푸른지식, pp. 232~239.
 - [5] 나탈리 제먼 데이비스, 김복미(2004), 선물의 역사. 도서출판 서해문집, pp. 8~33.
 - [6] 도모노 노리오, 이명희(2007), 행동경제학, 지형, .pp.235~274.
 - [7] 도메 다쿠오, 우경봉(2010), 지금 애덤 스미스를 다시 읽는다, 동아시아, pp. 137~164
 - [8] 더글러스 다우드 외 6명, 류동민(2007), 자본주의에 대한 비판적 이해-카를 마르크스에서 아마르티아 센까지, 필맥, pp. 215~255.
 - [9] 데이비드 그레이버, 서정은(2009), 가치이론에 대한 인류학적 접근-교환과 가치, 사회의 재구성, 그린비, pp. 329~491.
 - [10] 로나 골드, 안명옥, 하윤희(2012), 공유경제-나눔의 경제학. 조운커뮤니케이션, pp. 82~87, pp. 214~246, p. 266.
 - [11] 로버트 L. 하일브로너 · 윌리엄 밀버그, 홍기빈(2010), 자본주의: 어디서 와서 어디로 가는가, 미지북스, pp. 68~209, pp. 325~403
 - [12] 리오 휴버먼, 장상환(2011), 자본주의 역사 바로 알기, 책벌레, pp.43~54, pp. 220~246, pp.265~289
 - [13] 리처드 파이프스, 이종인(2006), 공산주의, (주)을유문화사, pp. 191~206
 - [14] 마르셀 모스, 이상률(2002), 증여론, (주)도서출판 한길사, pp. 43~90.
 - [15] 말테 호센펠터, 조규홍(2011), 헬레니즘 철학사. 한길사, pp. 73~83.
 - [16] 모리스 고들리에, 오창현(2011), 증여의 수수께끼, 문학동네, pp. 69~80.
 - [17] 박헌준 편저(2002), 한국의 기업윤리-이론과 현실, 박영사, pp. 43~44, pp. 50~62, pp. 98~109
 - [18] 새뮤얼 보울스 · 리처드 에드워즈 · 프랭크 루스벨트, 최정규 · 최민식 · 이강국(2011),
 - [19] 자본주의 이해하기, 후마니타스, pp. 75~78, pp. 101~106, p. 115, pp. 120~145
 - [20] 스테파노 자마니 & 베라 자마니, 송성호(2012), 협동조합으로 기업하라, 북돋움, pp. 34~38, pp. 60~64, p.72, pp. 80~83, pp. 134~139, pp. 148~153.

- [21] (2001), 사회중시경영. 경문사, pp. 65~90, pp. 186~208, pp. 209~245.
- [22] 아담 스미스, 김수행(2010), 국부론(상). 비봉출판사, pp. 17~21,
- [23] 아르마티아 센, 원용찬(2008), 센코노믹스-인간의 행복에 말을 거는 경제학. 갈라파고스, pp. 13~43
- [24] 아리스토텔레스, 이창우 김재홍 강상진(2008), 니코마코스 윤리학, 이제이북스, pp.277~348, pp.367~377, pp. 444~450.
- [25] 에릭 바인하커, 안현실, 정성철(2007), 부의 기원. 랜덤하우스, pp. 650~699
- [26] 윌리엄 파운스톤, 박우석(2004), 죄수의 딜레마, (주)양문, pp. 66~99,
- [27] 임혁백 외(2007), 사회적 경제와 사회적 기업, 송정문화사, pp.17~27, pp. 45~52
- [28] 장 이브 칼베즈, 추교윤(1997), 교회와 경제자유주의, 가톨릭출판사, pp. 11~18, pp. 35~40, pp. 59~60
- [29] 정태인(2011), 착한것이 살아남는 경제의 숨겨진 법칙, 상상너머, pp. 94~105, pp. 129~139
- [30] 정태인(2013), 협동의 경제학, 레디앙, pp. 77~91, pp. 157~172, pp. 306~338
- [31] 주성수(2010), 사회적 경제 - 이론, 제도 정책, 한양대학교출판부, pp. 9~33, pp. 65~80, pp. 97~119
- [32] 최정규(2009), 게임이론과 진화 다이내믹스. (주)도서출판 이음, pp. 13~19, pp.277~302.
- [33] 최정규(2010), 이타적 인간의 출현. 뿌리와 이파리, pp. 106~140, pp. 201~209.
- [34] 칼 폴라니, 홍기빈(2009), 거대한 전환, 도서출판 길, pp. 237~248.
- [35] 프랑카 잠보니니, 이영(1998), 일치의 모험: 끼아라 루빅과의 대화, 서광사, pp. 133~159.
- [36] 찰스 린드블롬, 한상석(2009), 시장체제, 후마니타스(주), pp.30~76, pp.230~246.
- [37] 한형식(2010), 맑스주의 역사강의-유토피아 사회주의에서 아시아 공산주의까지, pp. 9~49.
- [38] 헨리 조지, 김윤상(2013), 진보와 빈곤, 비봉출판사, pp. 3~13.
- [39] 홍기빈(2009), 아리스토텔레스, 경제를 말하다. 책세상문고·우리시대, pp. 38~49, pp. 103~122, pp. 143~160.
- [40] 홍기빈(2012), 살림/살이 경제학을 위하여. 지식의 날개, pp. 59~95, 146~173.

2. 국내 학위 논문

- [41] 박영봉(2009), 경제적 신자유주의에 대한 사회교리적 대안-공유경제를 중심으로 박사학위논문. 수원가톨릭대, p. 29.

3. 학술지 논문

[42] 이병천,(2007) 상호성과 시민경제론의 두 흐름:새 정치경제학과 행복경제학, 시민과 세계제12호(2007년 하반기), pp. 173~222

[43] 문병기(2010), 경제적 합리성의 재해석:사회적 기업과 '친교의 경제'기업의 비교를 중심으로, 한국지방자치학회보 제22권 제4호(통권 72호) 별책논문, pp. 341~362.

4. 기타 자료

[44] 레오 13세(1891), 최영철, 새로운사태 Rerum Novarum, 한국천주교중앙협의회, pp. 7~23, pp. 27~40

[45] 요한 바오로 2세, 김춘호(1991), 백주년(Centesimus Annus), 한국천주교중앙협의회. 제4장.

[46] 교황청 정의평화평의회(2004), 간추린 사회교리, 한국천주교중앙협의회, 제4장, 제7장.

[47] 요한 지지올라스, 이연학(2008), 친교와 차이, 신학전망 제162호

[48] 특임장관실(2012. 11), 상생과 통합의 미래-협동조합과 함께-협동조합 자료집. pp. 164~165,

<외국 문헌>

1. 외국서적

[49] Chiara Lubich(2001), l'economia di comunione-storia e profezia, Città Nuova, pp. 9~14. pp.29~36.

[50] Elisa Golin giampietro Parolin(2003), per un'impresa a piu dimensioni, pp. 33~37.

[51] Silvana Veronesi(2005), Erano temoi di Guerra... , Città Nuova, pp. 17~20.

[52] Luigino Bruni(ed.)(2002), The Economy of Communion: Toward a Multi -

[53] Dimensional Economic Culture, New City Press, pp. 88~111.

[54] Luigino Bruni & Stefano Zamagni(2004), Economia Civile, il Mulino, pp. 71~89.

[55] Luigino Bruni(2006), Reciprocità, Bruno Mondadori, pp. 55~111.

[56] Luigino Bruni & Stefano Zamagni(2009), dizionario di economia civile, Città Nuova, pp. 5~14, pp 151, 162, pp. 279~291, pp. 292~297, pp. 332~345, pp. 372~379, pp. 424~439, pp. 449~455, pp. 484~488, pp. 641~647, pp. 652~660, pp.726~735, pp. 801~806.

[57] Luigino Bruni(2010), L'ethos del mercato, Bruno Mondadori, p. 3, pp. 29~36, pp. 62~76, pp. 130~146, pp.146~166.

[58] Maria-gabriella Baldaelli ed(2011), Le aziende dell'economia di comunione, pp. 116~119.

[59] Vito Moramarco e Luigino Bruni(2000), L'ECONOMIA DI COMUNIONE Verso un agire economico a misura di persona, pp. 11~21, 35~37, pp. 57~63.

2. 기타 자료

[60] Chiara Lubich, Volontari di Dio, Città Nuova, 1957

[61] Economia di Comunione Rapporto 2008/2009. pp. 20~21

[62] Economia di Comunione Rapporto 2009/2010. pp. 72~73.

[63] Economia di Comunione Rapporto 2010/2011. p. 10, pp. 13~35, pp. 62~63,

[64] Economia di Comunione Rapporto 2011/2012, pp. 5~7.

[65] Vera Araujo, Quale antropologia per una Economia di comunione?,
Assemblea EdC, maggio 2011

[66] Vera Araujo, La cultura del dare, Nuova Umanita, 1999/5

ABSTRACT

Economy of Communion : Theory and Practice

Kang, Young-sun

(Supervisor Kim Sam-soo)

Department of e-Business Administration

The Graduate School of Industry and Engineering

Seoul National University of Science and Technology

Capitalism's market-driven economy and today's Neoliberalism produce endless competition and an inequalities in the distribution of wealth. These have grown to the point where social issues arise, and in the attempt to find an answer to these problems, social economy is becoming an interest area for many people. The term "socio-economic" covers a vast spectrum of possible definitions, but common elements found in many of these are "reciprocity," "solidarity," and "trust and collaboration." The emphasis on these points shows that there is a growing recognition of the human, social aspects within the economic field.

This thesis, while having much in common with socioeconomics, develops the argument for the "Economy of Communion," which requires more radical choice from its participants. The Economy of Communion derives from the spiritual movement called the Focolare Movement, which is characterized by the pursuit of the individual and collective efforts on humanization of the economy. The idea arose when Chiara Lubich, the founder of the Focolare movement, witnessed the severe social inequality in Brazil during a visit in 1991. The Economy of Communion brings attention to the poor, providing a feeling of solidarity and necessary materials to the poor with a non-calculating attitude. The poor are not seen as mere beneficiaries, an unreserved state of mind which tries to cultivate the culture of giving, rather than the culture of having.

This thesis walks through how the Economy of Communion tries to realize the concepts of the “culture of giving,” studying the theories involved in both overseas and local areas, and provides examples of these theories put into practice. Currently, there are 861 companies globally and 13 companies locally which are participating in the Economy of Communion.

These companies share their experiences and difficulties, exchanging encouragement and practical help to form the network. Europe and South America have Christianity as a common ground, but our country, Korea, does not have that common ground. Without these shared characteristics, what attracts these different categories of people- law makers, entrepreneurs, workers, and young people- here in Korea to the idea of the Economy of Communion? Because the Economy of Communion goes beyond religious categorization and tries to recover universal human values, such as dignity and the pursuit of happiness, by healing the suffering caused by the marginalization of the modern world and by rebuilding human relationships within economy, which is essential to human existence. The Economy of Communion is like a small seed which has not yet revealed its shape or form, but whose role in life will, hopefully, be that of a beacon, becoming a model to show the way towards becoming a society that pursues a collaborative economy and social capital.