



따뜻한 손길이 필요한 때

글 / 이 민 호 (KBMI 윤리경영연구센터 소장)

우 리 주위 어려운 이웃에 대한 관심과 지원을 더욱 늘려야 할 겨울이다. 특히 이번 겨울은 경제불황의 여파로 우리 사회 소외계층의 겨울나기가 더욱 어려워질 것이라는 전망이 나오고 있다.

이러한 때일수록 기업들은 '나눔경영'을 적극적으로 펼쳐 사회적 책임을 다하는 윤리경영기업으로 이미지를 높여야겠다.

겨울나기 어려운 이웃들

'배고파!'

하루 한 끼도 먹지 못했던 초등학생이 방 안 벽에 크레파스로 쓴 글이다. 할머니와 월세 10만원짜리 반지하방에 사는 이 아이는 이웃집에서 먹고 버린 피자박스를 벽에 붙이고 굶주림과 추위에 떨며 겨울을 지냈다. 이런 결식아동이 우리나라에 30만명이 넘는다고 한다. 그 외에도 독거노인, 소년소녀가장, 결혼가정, 실직가정 등 많은 어려운 이웃들이 겨울이 다가오면서 주위의 도움을 절실히 필요로 하고 있다.

얼마전 모 언론에서 어려운 이웃들에 대한 기획시리즈를 내보낸 일이 있다. 보도가 나가자 이들을 돕기 위한 개인과 단체의 따스한 사랑의 손길이 이어졌다.

한 초등학교에서는 이들이 용기와 희망을 잃지 말라며 또래 아이들의 간식비를 줄인 동전 모으기 운동이 펼쳐졌고, 이를 시작으로 많은 기업과 직원들은 불우이웃돕기 성금모금, 봉사활동, 사랑의 연탄 나누기 운동 등 다양한 자선활동이 이어졌다.

정부기관 역시 기관별로 특성에 맞는 사회봉사프로그램으로 어려운 이들을 지원하는 '사랑나눔 실천운동'을 추진하고 있다.

그러나 이런 정부, 기업의 사회공헌활동에도 불구하고 도움이 손길이 닿지 않는 어려운 이웃이 아직은 많은 현실이다.

기업이 펼치는 사회공헌활동 유형과 효과

기업들의 나눔경영을 촉진하기 위해서는 우선 우리 기업들이 벌이고 있는 사회공헌활동의 유형에 대해 알아보는 것이 필요하다.

기업차원의 사회공헌활동은 크게 봉사활동, 기부활동, 자선활동으로 구분할 수 있다. 먼저, 봉사활동은 임직원이 자발적으로 참여해 농촌일손 돕기, 장애인 돕기, 재해민 돕기, 사랑의 집짓기 등 자원봉사활동을 전개하는 것이다.

기부활동은 기업이 매출액, 경상이익의 일부를 출연하고 직원이 급여 또는 인센티브의 일부를 자발적으로 공제하여 사회공헌 기금조성에 참여하는 것이다.

자선활동은 기업이익의 사회 환원차원에서 운영하는 프로그램으로 모 대기업의 '사랑의 개인버스 운영'이 대표적 사례이다.

이제 우리 기업의 사회공헌활동은 단순한 기업이익의 사회 환원이 아니라 온 직원들이 함께 봉사하고 참여하는 방향으로 자리를 잡아가고 있다. 이런 사회공헌활동을 통해 직원은 보람을 느끼고 이웃과 더불어 살아가는 공동체의식을 높이게 된다.

또한 기업의 적극적인 사회공헌활동은 직원들에게 좋은 회사의 직원이라는 자부심을 갖게 하고 사회에 좋은 기업으로서 이미지를 강화하게 된다.

이는 우리 경제 성장의 발목을 잡고 있는 노사간 갈등의 발생을 완화하고 사회에 형성된 반기업 정서를 해소하는데 기여를 하게 된다. 이번 겨울에는 이러한 긍정적 효과를 가져오는 사회공헌활동에 많은 기업들이 나서주기를 바란다.

(문의 : KBMI윤리경영연구센터(www.kbmi.or.kr) 02-557-1747)