

기업가정신의 재조명: 종교개혁 정신 관점에서

이완형

서울사이버대학교 국제무역물류학과

I. 서론

1. 문제제기(엔론은 왜?)

엔론은 911 테러의 충격에서 벗어나지 못하고 있던 2001년 10월 16일 선진 경영기법과 혁신으로 고속성장을 구가해온 미국 에너지 그룹인 엔론이 파산 보호신청을 법원에 냈으로써, 전세계 경제계가 충격에 휩싸였다. 텍사스 휴스턴에 본사를 두고 있는 엔론은 미국 랭킹 7위의 에너지 그룹으로 잘 나가던 회사였다. 1985년 송유관 회사인 휴스턴 내추럴 가스과 인터노스가 합병해 설립한 엔론은 창립 당시 해외 지사가 4개국에 불과했지만, 30여개 국가로 늘어났다. 또 121억달러로 시작한 총자산이 2003년엔 330억달러로 3배 가까이 늘어났다.

1999년에는 인터넷 회사인 엔론 온라인을 출범, 에너지 관련 회사에서 파생금융상품과 첨단 광대역 통신망 서비스에 이르기까지 1,500여개 상품을 취급하는 종합 상품거래 회사로 변신했다. 출범 이래 엔론온라인의 총거래규모는 6,500억달러에 달하며 하루 5,000건이 거래되고 일일 거래액수도 30억달러에 달했다. 이에 하버드 경영대학원에서 사례 연구를 할 정도로 인터넷 전략 성공의 모범적 사례로 극찬받기도 했다. 그러던 엔론이 무리하게 사업 확장을 계속하면서 파산 위기에까지 몰린 것이다.

엔론에 문제가 있다는 사실은 2001년초 언론에 의해서 포착됐다. 엔론의 회계장부 조작 가능성이 제기되고, “엔론 주가가 너무 비싸지 않은가”라는 의문으로 퍼져나갔다. 9·11 테러 직후 미국 경제가 침체에 빠지자 엔론은 더 이상 회계장부 조작을 감출수 없는 지경에 이르렀다. 테러 직후인 2001년 9월 중순, 엔론 경영진은 내부 갈등을 거쳐 과거 장부를 다시 회계해보니 3,500만 달러가 잘못 계산돼 이익이 줄었고, 계열사인 금융회사에서 대규모 손실이 발생, 주주들에게서 12억 달러의 손해를 끼치게 됐다고 발표했다.

그러나 사실 엔론 사태를 더욱 심각하게 만든 것은 엄청난 회계비리도 문제지만, 그동안 경영진들이 거짓말을 했다는 사실이다. 미국의 일반회계준칙(GAAP)을 어기고 분식회계를 하는 바람에 수익이 사실보다 부풀려졌고, 투자자를 무시하고, 회계장부를 거짓 보고한 것이 더큰 파국을 몰고 온 것이었다. 결국 주가는 20센트까지 폭락하고, 법원에 파산보호신청을 내고 말았다.¹⁾

미국의 에너지기업 엔론은 ‘역사상 최악의 회계 부정’이라는 오명을 남긴 채 2001년 파산했다. 엔론은 뛰어난 인재들이 많았음에도, 구성원들의 윤리의식에 대한 고민이 부족했고 결국 도덕적 헤일로 이어져 ‘파산’이라는 최악의 결과를 내고 말았다.²⁾

2. 경영의 의미와 종교의 정체성(identity)

오늘의 경영환경은 과거 어느 때보다도 어려운 시기를 보내고 있다. 대내외적인 환경이 매우 힘든시

1) 공감신문, ‘엔론파산사건’, 2016.7.12.일자

2) 브릿지경제, ‘해외서 윤리경영 선도중인 기업과 실패로 사라진 기업’, 2016.9.,27일자

기를 보내고 있기 때문이다. 1997년 외환위기, 2001년 미국 랭킹 7위였던 에너지그룹인 엔론(Enron)의 파산, 2008년 글로벌 금융위기, 그리스의 과도한 복지정책 등으로 재정난에 허덕인 2015년 그렉시트, 2016년 영국의 유로존 탈퇴를 선언한 브렉시트 등 글로벌 경제는 2000년대 들어 그 어느때보다도 가장 복잡하고도 자국의 이익중심의 가치를 절대적 가치로 놓으려 하는 경향을 보여, 보호주의적 입장을 강화하고 있는 형편이다.

더욱이 이러한 움직임은 저성장시대의 단면으로 미국은 보호무역으로의 회귀를 보다 강력하게 시도하고 있다. 금번 미국의 대통령선거의 이슈에서도 양 진영(클린턴 vs 트럼프)은 보호무역주의적 스탠스³⁾를 취하고 있다. 이는 경제의 어려운 상황과 더불어 이를 헤쳐 나가야 할 기업은 그 존재의 근거가 어떠한가에 대해 심각하게 재정립해야 할 중요한 시기에 놓여 있다. 기업은 그 정체성을 어느때보다도 확실하게 정립할 도전을 받고 있는 셈이다.

기업은 근본적으로 환경지향적이다. 그래서 기업들이 전략을 수립한다고 할 때 이론적으로 가장 중요한 것 중의 하나는 기업의 전략은 환경 적합성에서 분석되고 수립되어야 한다는 것이다. 즉 변화하는 환경에 맞는 전략을 수립했느냐가 기업의 생존과 지속가능성을 결정한다고 이해하고 있다. 따라서 전략 경영이란 비즈니스의 기회와 도전을 달성하는 도구로서, 효과적인 전략을 형성하고 실행하는데 목적을 두는 종합적이고 지속성 있는 경영 프로세스이다. 효과적인 전략은 조직과 그 환경사이에 탁월한 조합⁴⁾에 기반을 두고 있다. 그러나 환경의 변화에 적절히 대처하는 탁월한 기업의 전략이란 무엇인가라고 할 때, 단지 방법론의 제시로만 해결될 수 있는 사안은 아니다.

최근들어 기업의 수명이 짧아지고 있다. 조동성 외(2007)의 우리나라의 장수기업의 메커니즘에 관한 연구에 의하면, 장수원인으로 지속 가능성(sustainability)을 중요하게 보았고, 궁극적으로 혁신형, 창조형 기업이 되기 위한 노력을 기울여야 함을 강조하였다.⁵⁾ 백유성(2012)의 장수기업 특성에 대한 연구에 의하면, 기업이 장기적으로 생존하기 위해서는 본원적 생존조건인 고객지향과 환경적응 같은 가치를 넘어 지속적으로 사회적 책임을 실천해가는 사회적 가치추구와 고객과 시장 그리고 자신의 사업영역을 분명하고도 정확히 알고 있는 기업임을 밝혔다.⁶⁾

종교개혁은 그리스도인 개인이나 교회에만 유효한 개혁운동이었을까? 그렇지 않다. 종교개혁은 교회와 신학의 갱신뿐만 아니라 사회를 포함한 인간의 삶의 전 영역에 변화를 주는 광범위한 개혁운동으로 확장되었다.⁷⁾ 하나님은 인간의 역사속에서 모든 제도, 조직, 직업, 직위 등 질서를 설정하였으며 이 모든 조직과 제도는 하나님의 통치하에서 그의 뜻을 성취하기 위한 수종자로 표현된다.

종교개혁은 두 가지 점에서 사회에 대한 기독교적 조망의 근거와 가능성을 가르쳐주었다. 첫째, 성(聖), 속(俗)의 이원론적 구분은 개혁주의적이 아니라는 점이다. 이 세상에 있는 모든 피조물이 하나님에 의해 창조되었다는 사실이 성과 속의 이원론적 구분을 허용하지 않는다. 하나님께 속한 영역과 세속적인 영역으로 구별하는 것은 바르지 않다. 둘째, 종교개혁은 사회나 사회구조는 절대불변의 구조가 아니라는 사실을 가르쳐주었다. 중세적 세계관은 우주와 사회를 위계 체계적인 존재의 사슬로 보는 것이었다. 그러나 종교개혁을 거치면서 사회조직은 하나님이 세우신 절대불변의 구조로 보지 않았다. 세상에서 절대적인 것은 하나님의 말씀 외에는 아무것도 없다. 사회를 절대불변의 구조로 보지 않는다는 말은 사

3) 전통적으로 자유무역을 옹호해온 공화당의 도널드 트럼프 후보측은 자유무역협정(FTA)을 두고 ‘일자리 킬러’라고 말하며, 대통령에 당선되면 모든 FTA를 재검토하겠다고 입장이다. 또한 미 국무장관 제임스필 당시 중국의 WTO가입을 지지하는 등 자유무역 가치를 존중해온 힐러리 클린턴 후보측도 같은 당 현 대통령인 버락 오바마가 공들이고 있는 환태평양경제동반자협정(TPP)에 반대하고 있는 입장이다.

4) Griffin(2002), *Management*, Houghton Mifflin, p.228

5) 조동성 외(2007. 2. 15), “장수기업의 메커니즘 고찰”, 산업정책연구원 연구보고서, pp.138-139

6) 백유성(2012), “장수기업의 특성과 장수조건”, 『질서경제저널』, 한국질서경제학회, 15(4), pp.22-26

7) 이상규(2007), 『교회개혁과 부흥운동』, SFC, p.29

회는 타락했고, 타락할 수 있다는 인식에 바탕을 두고 있으며, 그래서 사회는 개혁될 수 있다는 점도 암시한다. 사회란 인간들의 집단이라고 할 수 있는데, 그것도 단순한 개인의 집단이 아니라 일정한 틀의 세계관 혹은 가치관을 공유하고 있는 집단이다.⁸⁾

교회개혁은 중세적 가치였던 성숙의 이원론적 구분을 타파함으로써 사회변화를 가져왔다. 노동의 신성함을 가르쳐 주었고 모든 세속적 직업도 새로운 의미를 갖게 되었다. 중세에는 성직자만이 하나님의 영광을 이루는 길이라고 인식했으나, 종교개혁자들은 우리가 행하는 모든 일들을 통해서도 하나님의 영광을 추구할 수 있음을 가르쳐 주었다.

3. 연구목적

성경의 가르침은 항상 무엇을 할 것인가(to do) 보다는 무엇이(누가) 되었는가(to be)에 초점을 두고 있다. 그러나 중세교회는 성경의 진리에는 문맹이었고, 사제들을 통한 행위에 구원이 있다고 가르쳤다. 그러나 종교개혁을 통해 깨닫게 된 사실은 내가 ‘무엇을 행해서 구원을 얻을 것인가’ 이전에 ‘나는 누구인가’를 먼저 아는 것이 기독교 진리의 핵심이라는 사실이다.

이는 비단 중세교회만의 문제는 아니다. 오늘날도 신앙과 삶, 그리고 경영을 하든지, 기관을 운영하든지 사회의 모든 활동 면에서 보면 근원적인 나(조직)의 존재의미에 대한 정의보다는 내가 무엇을 행하는 행동이나 전략에 훨씬 큰 가치를 부여하고 있다는 사실이다. 성과지향적인 결과에 나(조직)의 타당성을 부여한다.

예수님은 제자(우리)들을 부르시면서 “나를 따라오라 내가 너희를 사람을 낚는 어부가 되게 하리라” (마4:19)고 말씀하셨지, 이러이러한 방법을 행하면 너희로 사람을 낚는 어부가 되게 하겠다고 말씀하지 않으셨다. 또한 “너희는 세상의 소금이니(마5:13a)”, “너희는 세상의 빛이라(마5:14a)”로 우리를 향해 내 존재가 누구인가를 먼저 말씀해주셨다. 항상 존재이유가 먼저이고 그리고 나서 ‘그러하니 너희는 이렇게 행하라’는 실천윤리가 뒤따르는 말씀의 중심을 이루고 있고, 이것이 기독교의 진리이다.

기업가정신에서 중요하게 여기는 선진경영기법과 창의와 혁신이라는 시각으로 언론사태를 바라보면, 과연 그것만으로 기업의 정체성을 이해하는 것이 바람직한가에 대해서 의문을 제기하게 한다. 누구나 선호하는 세계 제일의 에너지 기업이, 그 몰락의 과정에서 보여준 거짓과 비리는, 이 기업의 존재론적 가치가 없었다는 것을 단적으로 보여주었다. 오늘날 우리는 기업가 정신을 말하면서 혁신과 새로운 도전 그리고 창의를 중심 가치로 삼은 창업을 누구나 말한다. 그러나 과연 기업가정신이 쫓아야 할 표상이 적절한가에 대한 의문을 가지지 않을 수 없다.

과연 경영활동을 한다는 것이 환경에 잘 적응하고 전략을 잘 수립하면 경영을 잘하고 있다고 말할 수 있는 것인가? 경영활동의 본질적 가치는 어디에서 무엇을 찾을 수 있을까? 하는 점들이 본 연구에서 가지고 있는 연구 질문이다. 따라서 본 연구에서는 기업가 정신의 현재의 논의 등을 살펴보고 현재의 우리가 논하고 있는 기업가정신을 기독교의 종교개혁에서 나타난 본질적 의미를 통해 기업가정신에의 그 적용점을 찾고자 하는 것이다.

II. 기업가 정신의 의미와 논의들

1. 기업가정신의 의미

기업가정신에 대한 의미는 매우 다양한 견해들을 내포하고 있다. 기업가정신을 말하는 사람마다 그

8) 이상규(2007), 전제서, p.30

정의의 달리할 만큼, 많은 개념들을 쏟아내고 있다. 여러학자들이 기업가와 기업가정신에 대해 이야기 하고 있다.

학자	견해
R. Cantillon	• 불확실한 가격에 상품을 구입하여 불확실한 가격에 판매함으로써 발생되는 위험을 부담함
J.A Schumpeter	• 기업가정신은 혁신적인 활동을 가능하게 하는 기업가의 재능 또는 역량
J. Timmons	• 기업가정신은 실질적으로 아무것도 아닌 것에서 가치 있는 어떤 것을 만들어 내는 창조적인 행동
P. Drucker	• 기업가정신을 발휘하는 특유의 수단을 혁신이라고 함
K. Vesper	• 다른 사람들이 발견하지 못한 기회를 찾아, 새로운 사업을 추진
W. Sombart	• 무한한 부(영리)의 추구
L. Brentano	• 가능한 한 많은 이익을 얻으려는 성향
Toynbee	• 도전적 정신
Peale	• 적극적 사고
Hagen	• 창의적 성격
E. Fromme	• 생산적 성격
Rosen	• 독립심
Linton	• 모험심과 사물에 대한 흥미
A. Pye	• 발전정신
N. Hill	• 적극적인 정신태도(positive mental attitude)
M. Weber	• 영리의 윤리
H. Leibenstein	• 조직의 비효율 감소 및 조직체질의 발전
I. Kirzner	• 시장거래기회의 포착
W.Ed McMullan, Wayne A. Long	• 새로운 성장조직의 구축
H. H. Stevenson	• 이미 통제된 자원 이외의 기회 추구

자료: 교육부, 한국연구재단, 한국청년기업가정신재단(2015), 『손에 잡히는 기업가정신』, p.76 및 노재구(1999), “기업가 및 기업가정신에 관한 이론적 고찰”, 『충북개발연구』, 10(2), p.188 참조 수정.

<표1> 기업가 정신에 대한 여러 학자들의 정의

기업가정신의 정의는 시대마다, 경제상황마다 그 개념을 다양하게 정의한다. 이에는 주로 기업가정신을 경영자 개인의 성향이나 특성, 기업가의 역할 등에 중점을 두기 시작하여, 점차 기회창출, 자원활용, 기업전략, 특히 최근에는 창업, 벤처활용, 창업교육 및 벤처교육 등의 내용으로 확대되었다. 원래 기업가정신으로 번역되는 용어인 ‘entrepreneurship’은 영미 학자들이 사용할 때 그 의미가 우리말의 창업이라는 말과 유사한 개념으로 사용되고 있기 때문에 더욱 그렇다. <표 1>에서 나타나는 기업가정신에 대한 정의는 대략 도전정신, 사업성, 위험감수, 생산적성격, 기회포착, 윤리, 혁신 등의 개념으로 정리된다.

2. 오늘날의 기업가정신과 의미 확장

오늘날 기업가정신을 이야기할 때 가장 많이 언급되는 동반어 두 단어-창업과 혁신-가 있다. 첫째는, ‘창업’이다. 과연 창업을 도모하는 것이 기업가정신의 본질인가에 대해서는 생각해볼 여지가 많다. 그럼

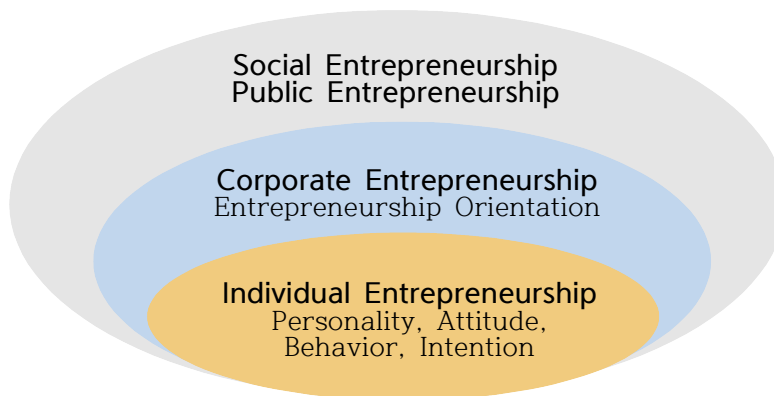
9) 노재구(1999), “기업가 및 기업가정신에 관한 이론적 고찰”, 『충북개발연구』, 제10권 2호, 충북개발연구원, p.187

에도 불구하고 경제 저성장시대, 청년 미취업시대를 살아가면서 창업을 하나의 돌파구로 인식하고 이에 대한 이론적 토대로서의 기업가정신을 정의하고자 한다. 게다가 정부도 창조경제를 저성과와 높은 실업률, 소득불균형문제 등을 해결하는데 하나의 대안으로 제시하고 있다. 그래서 이 창조경제가 국민 개인의 창의적 아이디어를 바탕으로 과학기술과 IT를 접목하고 산업과 산업, 문화의 융합을 촉진하는 정책의 기초를 이루면서 이런 창조경제의 핵심은 혁신을 실천하는 ‘기업가정신’이라고 강조하였다.

둘째는, ‘혁신’이다. 경제학자 슈페터(J. A. Schumpeter)는 기업가의 본질적 특질을 이해하는 데 있어서, 혁신(innovation)에 두고 기업가를 혁신가(innovator)로 보았다. 슈페터는 기업가를 ‘혁신적인 직능을 통하여 이윤을 추구하는 직무를 수행하는 자’¹⁰⁾라고 정의하였다.

오늘날 기업가정신은 정부나 기업이나 또는 창업을 꿈꾸는 자들이나 모두에게 공통된 인식의 한 축은 바로 뭔가를 행동하게 함으로써 일자리를 창출하고 이윤을 창출하여 소위 먹고사는 대안으로서의 기능이라는 점이다. 이는 기업가의 본질적 특성 중에서 모험을 기꺼이 감수하고, 자신감과 추진력을 가지고 성공에 대한 강한 행동지향성에 핵심을 두고 있기 때문이다. 이는 정부를 중심으로 창조경제를 실현하기 위한 행동으로서의 기업 생태계의 구축이라는 명제로 논의를 모으고 있다.

그러나 오늘날 서구의 기업가정신은 비즈니스 창업뿐만 아니라 기존 조직에서의 변화와 혁신적 인재 양성을 위한 사내 기업가정신(corporate entrepreneurship)과 사회 전반적인 변화와 혁신, 공존과 공생의 사회적 경제 등과 더불어 사회적 기업가정신(social entrepreneurship)으로 확산되고 있다.



자료: 교육부, 한국연구재단, 한국청년기업가정신재단(2015), 『손에 잡히는 기업가정신』, p.79

[그림 1] 기업가 정신 개념의 확장

사내기업가정신(corporate entrepreneurship)은 조직 또는 조직 내 개인이 현재 가지고 있는 자원을 고려하지 않고 적극적으로 기회를 추구하는 과정이다. 이러한 기업가적인 관리자는 고객의 문제를 해결하고 시장을 만족시키는 기술적 역량과 새로운 지식을 연결하여 조직이 다음단계로 성장하는 데 기여한다. 기존 조직 내부에서 새로운 비즈니스를 탄생시키고 핵심 아이디어를 쇄신함으로써 변화를 추구하도록 한다. Baron and Shane(2005)¹¹⁾은 기업가정신의 적용에 대하여 확장된 개념으로 이해하여, 미시적 차원에서는 기업의 전 구성원 개인의 행위와 사고에 관련되고, 거시적 차원에서는 기업환경에 대응한 전략적 대응을 의미한다고 분석하였다. 기업내 전 구성원으로 확장된 기업가정신은 각자의 업무수행과 직무역할 담당에 대한 태도, 가치관, 자아실현, 목표성취의 영역과 밀접히 관련된다.

10) Schumpeter(1942), J. A., *Capitalism, Socialism, and Democracy*, Harper & Row

11) Baron, R.A., Shane R.A.,(2005), *Entrepreneurship: A process perspective*, Thomson, Ohio: South-Western

사회적기업가정신(social entrepreneurship)은 사회적 변화와 가치 창출을 가져오는 기회에 대한 새로운 과정이라고 할 수 있다. 최근 들어 관심을 받고 있는 사회적 경제(social economy)의 세부 형태인 사회적 기업, 마을기업 등에도 기업가적인 태도와 역량이 적용되고 있다.

기업들은 그동안 사회적책임(CSR) 활동의 일환으로 기부나 봉사활동을 많이 해왔다. 그러나 최근에는 단순한 기부를 탈피하여 기업경영과 지역사회 이익을 연관시키는 공동체로서의 활동에 초점을 두고 있는데, 이른바 공유가치창출(CSV; creating shared value)에 관심이 높아지고 있다. 최근의 기업활동들의 개념은 사회와 공존하는 속에서 기업의 존속의미와 가치를 부여하는 쪽으로 발전해가고 있다. 그중 대표적인 개념이 CSV(공유가치창출)이다.

CSR	CSV
value: doing good	value: economic and societal benefits relative to cost
citizenship, philanthropy, sustainability	joint company and community value creation
discretionary or in response to external pressure	integral to competing
separate from profit maximization	integral to profit maximization
agenda is determined by external reporting and personal preference	agenda is company specific and internally generated
impact limiting by corporate footprint and CSR budget	realigns the entire company budget

자료: Kotler, P., and Nancy, L, (2005), *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*, Wiley

<표 2> CSR 과 CSV 차이

<표 2>는 CSR(사회적책임)과 CSV(공유가치창출)의 차이를 보여주고 있다. CSR의 개념이 좋은 일을 하는 것에 단지 가치를 두고 기업의 내부활동과 사회활동이 분리되어 있었다면, CSV는 경제적으로나 사회적으로 공동가치를 실현하는 개념이다. 기업과 사회가 함께 가치를 창조하면서 사회활동자체가 기업의 이윤활동속으로 포함된 것이다.

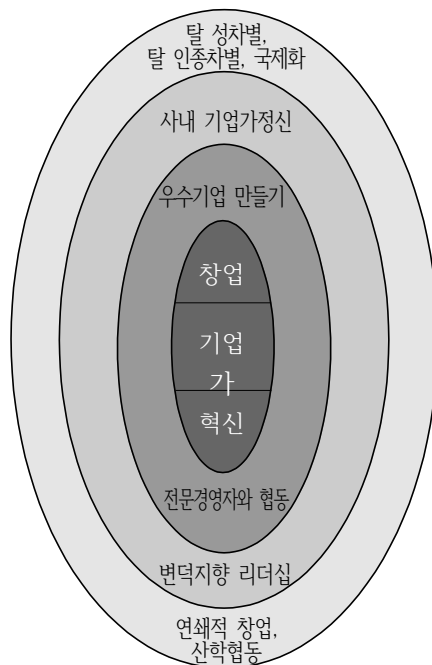
이런 일련의 개념들은 사회적기업에서도 활발히 논의되고 있다. <표 3>은 사회적기업가정신을 사회적기업에 한정된 사회적기업가정신의 구성요인과 관련된 연구의 내용요약으로 다음과 같다.

학자	연구대상조직	사회적 기업가정신의 구성요인
Leadbeater (1997)	비영리조직/사회적활동	① 활기찬 리더십 ② 한정된 자원의 창조적 활용 ③ 장기적 고객관계의 유지
Dees(1998)	공공조직/비영리조직	5가지 주요차원: 사회적 미션, 새로운 기회포착, 지속적 혁신, 활동의 대담함, 책임성의 추구
Borins(2000)	공공부문조직	①혁신의 원천 ②혁신유형 ③혁신을 이끄는 조건 ④혁신의 지지자 ⑤혁신의 장애물을 측정함
CCSE(2001)	비영리조직과 기업	①기업의 사회적 책임활동 ②비영리조직의 기업가적 활동
Shaw et al. (2002)	비영리조직	창조성, 기업가성향, 윤리적 활동을 사회적 기업가의 주요 특징으로 제시
Thomson (2002)	비영리조직	사례연구를 통해 4가지 특성 제시: 직무창출, 사업장의 효율적 활용, 후원자들의 개발, 사람에 대한 도움활동
Sullivan et al. (2003)	비영리조직	①사회적미션의 수행 ②균형된 판단 ③보다나은 사회적 가치창출을 위한 기회인식과 활용 ④혁신적, 진취적, 그리고 위험감수성향

자료: 이용탁(2009), “사회적기업가정신에 관한 이론적 고찰,” 『사회적기업연구』, 2(2), 사회적기업연구원, p.17

<표 3> 사회적 기업가정신의 구성요인에 대한 연구

그러나 최근에 우리나라에서 일어나고 있는 기업가정신에 대한 논의는 결과지향적인 수익창출에 중점을 두고 있다. 그래서 기업가정신은 사업기회에 대한 확인, 평가, 탐색의 과정으로 이해하고 이를 일 자리창출과 실업해소를 위한 하나의 방법론으로 접근한 것이 창조경제 등을 위시한 현재의 주안점이다. 지금 우리사회의 기업가정신은 창업과 혁신이라는 두 아이콘을 중심으로 청년실업시대를 헤쳐 나갈 대안으로 제시되고 있다. 이는 다음의 [그림 2]에서처럼, 그 의미가 만들어지고 확장되고 있다.



문원택, 김원석(2001), 『디지털시대의 기업가와 기업가정신』, 한언, p.97

[그림 2] 창업-혁신 중심의 기업가정신 확장

[그림 2]는 창업과 혁신을 중심으로 하는 기업가정신의 확장을 보여주고 있다. 핵심적 요소는 ‘탈 성차별, 탈 인종차별’, ‘국제화’, ‘연쇄적 창업’, ‘산학협동’ 이다. 산학협동을 통해 첨단기술의 수용과 이노베이션 및 발명을 효율적으로 해야 한다고 보고, 연쇄적 창업으로 대기업 만들기보다는 새로운 기업 만들기 중요하게 여기며 설세 없이 복합적이고 연쇄적으로 창업해 나가야 한다는 입장이다. 또한 국제화 지구촌시장을 겨냥해 국경 없는 국제기업 만들기과 국제적 산학협동의 새 세계에서 기업가정신의 국제화를 추진해야 하며, 민주화, 남녀 성차별 없는 ‘탈 성차별’ 테크놀로지 주도의 기업가 정신 개념이 가시화되고 실천되어야 한다.

앞에서 살펴본 기업가정신에 대한 개념 및 확장의 논의는 단지 기업만의 문제는 더더욱 아니다. 왜냐하면 이미 경영활동이 사회와의 공존으로 발전해가고 있기 때문에, 기업가 정신에 대한 논의도 그에 병행해야 한다고 본다. 1500년대 그동안의 중세교회의 오류에 반박하며 종교개혁을 이루고자 했던 그 본질적 정신을 살펴봄으로써, 오늘의 기업가정신의 정립 방향으로 교훈 삼고자 한다.

III. 종교개혁

1. 중세교회의 문제와 종교개혁의 서막

종교개혁이 갑작스럽게 독립된 사건으로만 발생된 것이 아니라, 14세기 르네상스가 그 전조가 되었다. 게르만 민족의 대이동으로 옛 그리스와 로마 문명이 잊혀지고 그 일부만이 수도원에 남아 있었다. 르네상스는 중세를 부정하고 중세 이전의 고대 그리스 로마 문화로의 회귀 즉 고대문명의 부활을 뜻하는데, 이것은 문예 분야에만 한정된 것이 아니라 사회 전반적인 다양한 분야에서 일어났다. 특히 종교분야도 예외는 아니어서, 그동안 교황을 중심으로 한 소위 인간의 개성이 억압된 ‘암흑의 시대’를 탈피하여 문화의 절정기였던 고대의 학문과 인간성으로 돌아가야 하는 성격을 띠고 르네상스와 종교개혁이 연결되었다.

1200년에서 1500년 사이에 중세교회 교인들에게는 살아계신 하나님과의 새로운 관계가 절실히 필요했다. 그러나 교회 지도자들은 그들에게 종교재판과 면죄부와 분열만을 안겨주었다. 이는 신을 부정한다는 의미보다는 본래의 성경의 의도가 중세를 거치면서 왜곡되었던 사실에 개혁의 방향과 중심을 두고 있다. 그런 문제가 제기될 때 마다 중세교회의 대답은 허공을 맴돌았고 사람들은 뭔가 왜곡된 사실을 잘 알고 있었다.¹²⁾ 그러나 대답은 전혀 생각하지도 못했던 사람에게서 시작되었다. 영국 옥스퍼드 대학의 철학교수인 존 위클리프(John Wycliffe)와 체코슬로바키아 보헤미아의 교수이자 성직자인 얀 후스(Jan Hus) 등에 의해서이다. 위클리프는 교황과 성직자와 성례전이 중심이 되는 교회가 아니라, 하나님의 부르심을 받은 예수 그리스도를 믿는 믿음을 가진 성도들이 곧 교회라고 주장하며, 모든 교인들은 성경을 깨닫기 위해 노력해야 한다고 가르쳤다. 그리고 이 가르침은 유럽으로 확산되면서 1400년대 초에 얀 후스는 오직 성경의 가르침과 일치할 때에만 교회의 의미가 있다고 지지하였다. 게다가 크리스찬 인문주의자들은 이런 사조를 성경에 적용하여 성경원문의 본래 의미에 집중하였는데, 1516년 대표적인 인문학자 에라스무스(Desiderius Erasmus)는 그리스어 신약성경을 출판하여 사제의 전유물이었던 성경을 모든 교인들에게 돌려주었다. 이미 종교개혁은 시작되었다. 특히 이탈리아는 고대 그리스와 로마문명의 근원지로서 르네상스운동의 적임지였다. 이를 시작으로 알프스 산을 넘어, 독일, 네덜란드, 영국, 프

12) 티모스 존스, 배용준 역(2007), 『하루만에 깨닫는 기독교 역사』, 규장, p.135

랑스 등지에 퍼지게 되었다.

2. 종교개혁의 핵심 정신

(1) 오직 성경으로

1517년 10월 31일 수도사 루터가 비텐베르크(Wittenberg) 대학의 슬로스 키르헤(성 교회) 정문에 당시 가톨릭 교회의 잘못된 면죄부를 향한 태도를 95개 조항으로 조목조목 격문을 붙이면서 역사의 전환점을 이루었다. 이 95개 조의 반박문은 한마디로 물질적, 교의적, 신앙적으로 변질된 교회의 타락을 향해 반박하고 있는 것이었다.

루터의 종교개혁의 시발점이 된 중심 사상은 “오직 의인은 믿음으로 살리라(롬1:17)”는 ‘이신칭의’의 성경말씀이다. ‘오직 믿음으로’의 확신은 기독교 역사와 신학을 새롭게 여는 종교 개혁적 전환점이었으며, 그 결과 신앙과 기독교 사교의 중앙에 새로운 관점을 제시하게 되었던 것이다.¹³⁾ 루터의 혁명성은 새로움에 있는 것이 아니라 가톨릭교의 선행을 배격하고 인간이 자신의 공적과 선행을 앞세워 구원을 강조하는데 반대하여, 복음주의적 관점에서 믿음에 의한 구원관을 주장한 것이다. 구원이 성도 개인의 믿음에 의해 가능하다면 신과 인간 사이의 중계자로서의 사제직이 필요 없게 된다. 그러므로 진정한 성도는 모두 스스로 하나님의 성직자라는 이른바, ‘만인 제사장설’의 이론이 도출되었다.¹⁴⁾ 또한 스위스의 종교개혁의 진정한 출발은 1519년 츠빙글리의 신약성경 강의였다. 1516년 에라스무스의 헬라어 성경으로 무장한 그는 스콜라주의 성경 주석을 던져 버리고 성경에 선포된 하나님의 말씀의 유일한 권위를 선포하였다.¹⁵⁾ 프랑스 종교개혁자 칼빈은 1536년 교회사의 불후의 명작인 『기독교강요』 등을 통해 오직 성경에 근거한 신학을 제시하며 그 신학의 본래 원천은 한마디로 성경이었다. 칼빈에게 있어서 신앙의 본질적 목적은 오직 예수 그리스도이고, 칼빈의 종교개혁은 본질적으로 교회의 개혁이었다.¹⁶⁾

종교개혁은 5가지 핵심정신을 내포한다. 첫째, 오직성경(Sola Scriptura)이다. 오직 성경만이 최종권위이며, 삶과 행동의 유일한 흠 없는 규율이라고 본다. 둘째, 오직 그리스도(Sola Christus)이다. 중세교회는 그리스도의 사역에 많은 인간적 공헌을 덧붙임으로써 구원이 더 이상 온전히 그리스도와 그의 속죄에 의해 이뤄진다고 말할 수 없을 정도였다.¹⁷⁾ 구원을 인간들의 공로에 의해 얻어진다고 가르쳤다. 하나님의 사역과 인간의 노력의 조합, 예수의 의와 우리 자신의 의의 결합을 뜻했기 때문에 이 오류를 거부해서 개혁하고자 했다. 셋째, 오직 은혜(Sola Gratia)이다. 종교개혁자들은 인간적 방법이나 기술, 전략 자체를 통해 믿음에 이를 수 있다는 것을 부인했다. 성령의 초자연적인 역사를 통해 나타나는 은혜만이 우리를 그리스도에게로 이끌며, 죄의 속박으로부터 해방시키고, 죽음에서 영적인 생명으로 끌어올린다. 넷째, 오직 믿음(Sola Fide)이다. 종교개혁자들은 오직 그리스도 때문에 오직 믿음으로 말미암아 오직 하나님의 은혜에 의해 칭의를 얻는다고 주장했다. 종교개혁자들은 이신칭의를 기독교의 실질적 원리라고 불렀다. 우리가 하는 어떤 행위가 아닌 ‘오직 믿음’을 통해서만 우리에게 주어진다. 기독교인의 가장 근본적인 존재근원을 말해주고 있다. 다섯째, 오직 하나님께 영광(Soli Deo Gloria)이다. 앞의 4가지 솔라(Sola)를 포함한다. 만물이 실제로 하나님에게서 나오고 하나님으로 말미암으며 하나님께로 돌아가기 때문에 우리는 ‘오직 하나님께 영광’이라고 말할 수 있다.

이 다섯가지 핵심교리는 무엇을 행해서 의롭게 된다는 중세시대의 가톨릭적 가르침에서 오직 성경의

13) 주도홍(2011), 『새로 쓴 세계교회사』, 개혁주의신학협회, p.189

14) 김영환(2006), “루터와 뉘처”, 『서강인문논총』, 20, 서강대학교 인문과학연구소, p.46

15) 주도홍(2011), 전계서, p.249

16) 주도홍(2011), 전계서, p.268

17) 제임스 몽고메리 보이스, 김수미역, 『개혁주의서론』, 부흥과개혁사, p.42

가르침으로 돌아간 본질적인 선언이다. 따라서 행함 이전에 어떤 존재로의 회귀가 중요한 것인가를 말하고 있다. 하나님과의 만남이 성직자에게만 국한되어 있던 것을 일반 성도들에게 돌아가게 하였다.

(2) 공동체를 통한 하나님 나라의 실현

예수가 오심을 예비한 세례요한의 선포는 “회개하라 천국이 가까이 왔느니라(마3:2)”이며, 이는 동일하게 예수도 광야에서 마귀에서 시험을 받으신(마4:1-11) 후, 공생애를 시작하면서 “회개하라 천국이 가까이 왔느니라(마4:17b)”고 선포한다. 즉 예수의 오신 목적도 그리고 이땅을 살아가는 사람들에게 하나님 나라의 공동체가 임박했음을 말씀하고 있는 것이다. 사제들에게만, 성직자에게만, 예수의 제자들에게만 선포된 말씀이 아니란 사실이다.

그러나 오늘날 교회의 모습이나 성도들의 모습은 성경의 말씀을 개인화 사유화 시켜서 자신의 유익에만 연관시키고자 하는 경향이 매우 높다. 그러나 주지하다시피, 예수를 통한 사역의 내용들은 복음서 어디를 보아도 개인의 구원을 통한 하나님나라의 공동체 건설에 있다는 사실을 간과해서는 안 된다. 종교개혁의 정신으로 돌아간다는 것은 바로 성직자들의 사유화로 머문 기독교를 믿음으로 주를 고백하는 모든 성도에게 돌려진다는 의미이다. 이는 교회나 사회의 여러 단체, 특히 기업들에게도 오늘날 요구되는 가치관의 중심에는 이들에게 맡겨진 직업이나 일을 통해서 하나님나라의 건설에 있는 것이고, 이것이 바로 성경의 본질로 돌아가는 것이다.

IV. 종교개혁 정신과 기업가 정신

(1) 본질적 존재 추구

이미 종교개혁의 정신에서 추론이 가능한 바, 중세교회의 근원적인 문제는 3가지로 정리된다.¹⁸⁾ 첫째는 교리와 신학의 변질이다. 오도된 교리와 인간중심의 신학, 공로사상, 거짓된 경건과 신비주의는 그 일면이다. 둘째는 부에 대한 지나친 탐욕이었다. 성경에서 명백하게 보여주는 부는 하나님의 축복이지만 동시에 영적 위험성을 내포한다. 교회지도자가 부에 탐닉했다는 것은 교회가 세속적 가치관을 다스릴 통제력을 상실했음을 말한다. 셋째는 교회가 세속 권력을 탐닉했다는 점이다. 영적 공동체인 교회가 권력지향적 계급체제로 변모되었고, 교회지도자는 세속권력을 추구했다. 교황은 교회의 수장으로서만이 아니라 세속까지도 다스리는 교황이었다.

신앙의 본질(성경, 예수 그리스도, 은혜, 믿음, 하나님 영광)을 외면한 채, 행위중심의 방법론에 집중한 나머지 인간의 존재목적과 신앙은 적당한 명분과 이유를 따라 철저히 사유화되고 탐욕을 위한 방법론으로 전락하고 말았다.

기업가 정신도 마찬가지로 관점에서 생각해볼 수 있다. 기업가정신과 관련한 한 연구¹⁹⁾에 의하면 국내 KCI 등재지 및 등재후보지에서 기업가 정신 관련 논문 270편의 논문을 검색한 결과 키워드 빈도가 4이상 상위 38개를 최종 분석하였다.

18) 이상규(2007), 『교회개혁과 부흥운동』, SFC, pp.23-24

19) 1960년부터 2010년까지 학술지 DB인 KCI에 등재된 기업가정신과 관련된 주제의 논문에서 논문명, 키워드, 한글초록에 주요단어들이 포함된 총 270편의 논문을 검색한 결과 기업가정신과 관련된 상위 38개 키워드와 빈도를 분석하였다. 출처: 김영수, 고종남, 도만승(2011), “국내기업가정신의 연구동향에 관한 탐색적 연구: 동시 단어분석 방법을 중심으로”, 『정보관리학회지』, 28(3), pp.295-312

번호	빈도	키워드	번호	빈도	키워드
1	88	기업가정신	21	5	도전정신
2	55	기업가	22	5	경영전략
3	34	벤처기업	23	5	기업가 지향성
4	26	기업성과	24	5	기업지배구조
5	25	혁신	25	5	사회적 기업가정신
6	17	중소기업	26	5	창업기업가
7	9	창업	27	4	사회적 역할
8	8	기업가 특성	28	1	기업가 활동
9	8	사회적 책임	29	4	국제적 기업가정신
10	8	경제성장	30	4	해외진출
11	7	사회적 기업	31	4	경영환경
12	7	네트워크	32	4	클러스터
13	7	시장지향성	33	4	창의성
14	6	경영이념	34	4	기업경영
15	6	경쟁우위	35	4	인적자원관리
16	6	위험감수성	36	1	국제화
17	5	혁신적 기업가	37	4	산업화
18	5	리더십	38	4	사회적 기업가
19	5	사내기업가정신			
20	5	조직문화			

자료: 김영수, 고종남, 도만승(2011), “국내기업가정신의 연구동향에 관한 탐색적 연구: 동시단어분석 방법을 중심으로”, 『정보관리학회지』, 28(3), 한국정보관리학회, p.301

<표 3> 기업가 정신 관련 키워드

이 분석 키워드에서 보는 바와 같이, 기업가정신과 관련된 키워드는 주로 기업의 행위나 방법 그리고 기능화와 관련된 키워드가 기업가정신과 주로 연관되어 연구되고 있는 것을 보여주고 있다.

대부분 기업가정신을 이야기할 때 출발점은 기업가가 누구인가 라는 정의로 출발하여 그렇다면 기업가정신이란 무엇인가의 의미를 도출한다. 즉 기업가를 어떻게 정의하느냐에 따라서 기업가정신의 개념이 조금씩 달라지고 있는 셈이다. 그중에서도 우리가 잘 알고 있는 슈페터(J.A. Schumpeter)가 정의한 기업가는 ‘혁신’을 수행하는 동태적인 주체²⁰⁾이기에 기업가정신도 자연스럽게 ‘혁신’의 의미를 아주 강하게 내포하게 된다. 결국 본질적으로 기업이 왜 존재하는가 라는 소명의식 보다는 이윤을 극대화하기 위한 방법론과 이를 실현하기 위한 행동강령(예를 들어 혁신, 창의 등)에 집중됨을 확인할 수 있다. 우리의 경영관점이 이 시대의 환경변화를 따라잡기 위해 기업의 역량을 행동 방법론에 쏟을수록 세상속에서의 하나님나라 건설은 멀어질 수밖에 없다. 그런 면에서 우리는 바울의 충고를 귀담아 들어야 한다.

바울은 로마서에서 믿음의 공동체를 향해 이렇게 진단하였다. “너희는 이 세대를 본받지 말고 오직 마음을 새롭게 함으로 변화를 받아 하나님의 선하시고 기뻐하시고 온전하신 뜻이 무엇인지 분별하도록 하라”(롬12:2) 이 말씀은 한마디로 세속성에 대한 경고이다. 이는 단지 흡연, 음주, 놀음 등의 활동을 추구하는 것을 훨씬 뛰어넘는 근본적인 의미이다. 주께서 우리의 근본 존재에 대한 근원을 말씀하고 있는 것을 바울이 해석해주고 있다. 이는 예수께서 이미 공생애를 통해 말씀하셨던 것처럼, 내적으로 변화 받아 주님을 닮아가는 삶을 살아야 하는 존재를 말하고 있는 것이다. 종교개혁의 정신을 이어받는다는 것은 바로 하나님의 방식으로 생각하고 행하는 법을 배워 우리 속에 참된 회복이 일어남을 의미한다. 이는 “오직 마음을 새롭게 함으로 변화를 받는 것”(롬12:2)이다. 바울은 행동 방식이 아닌 사과의 근원을

20) J.A. Schumpeter(1912), “Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung”, Leipzig, p.6 재인용 노재구, 전개논문, p.6

말하고 있는 것이다.

우리가 이 땅을 살아가면서 경계해야할 것은 하나님나라의 본질이 훼손되는 것에 있다. 우리의 영적 정신과 삶의 태도에 있어서 단순히 행동과 기능중심적이 되어간다면, 세상의 타락과 하나님가치의 훼손에 대한 근본 문제를 해결하지 못하고 주변에서만 맴돌게 될 것이다. 이러한 관점에서 볼 때, 우리가 경계해야할 영적 교훈은 다음과 같다.

첫째, 세속주의이다. 이는 인본주의, 상대주의, 물질주의, 실용주의를 포괄하는 용어이다.²¹⁾ 한마디로 ‘우주는 내가 보이는 존재가 전부다’라는 관점이다. 이것은 짐작하다시피 우리가 볼 수 있고 만질 수 있고 무게를 잴 수 있고 측정할 수 있는 것으로 물질적인 우주의 한계에 완전히 구속되어 있는 관점이다. 인간의 우주관이 유한하니 이 땅에서의 유리한 것 밖에는 사고의 틀을 확장하지 않는다. 기독교인들의 삶은 이땅에서만 삶의 전부다. 이 땅에서의 삶과 천국에서의 삶이 하나로 묶여 있는 오늘의 삶이기 때문이다. 야콥은 자신의 인생길을 나그네길(창47:9)로 비유하고 있다.²²⁾ 기업의 경영에 있어서 이땅에서의 유익만을 추구하는 관점이라면, 자연도 내 맘대로 내 살아있을 때 사용하면 그만인 셈이 된다. 청지기로서 관리해야할 대상인 자연이 내 목적달성을 위한 경영합리화라는 이름으로 원활한 원자재 공급을 위한 착취의 대상이 되고 만다.

둘째, 인본주의이다. 이것은 우리 자신을 하나님과 분리시켜 보는 방식으로 올바르지 않다. 왜냐하면 우리는 하나님 형상(창1:27)으로 만들어졌고 우리의 존재근거가 하나님이기 때문이다. 이는 한마디로 인간 중심이며, 인간의 영광을 위한 것이다. 기업의 경영에 있어서 지극히 자기 기업중심이며, 자기의 영광을 위한 소유지향적 경영이 될 수밖에 없다. 하나님이 없는 인간은 자신의 욕심과 탐욕에 근거할 수밖에 없는 죄성을 가지고 있다. 기업경영도 같은 맥락에서 욕심과 탐욕을 실현할 도구가 되고 만다.

셋째, 상대주의이다. 이는 신이 없기 때문에 어떠한 영역에서도 절대적인 것은 없다는 것이다. 아무것이나 골라잡기만 하면 된다는 식이다. 한마디로 도덕적 난국이다. 기업의 경영에 있어서 소위 문어발식 경영을 추구하는 식이다. 어떠한 영역에도 관계없이 돈이 된다면 아무것이나 골라잡기식의 사업확장을 꾀한다. 이미 이러한 문제는 IMF외환위기시 우리기업들의 문제들로 여러 연구들의 결과로 도출된바 있다. 철학이 없는 기업경영이다.

넷째, 물질주의이다. 세속주의의 일부의 개념이다. 이 세상은 물질적인 것 외에 어떤 것도 존재하지 않는다는 식의 사고방식이다. 예수님은 말구유에서 탄생하실 때도, 십자가에 죽었을 때에도 소유는 없었다. 성경은 물질과 하나님을 함께 섬길수 없다(눅16:13)고 분명히 말하고 있다. 물질적인 것이 우선될 수 없다. 그만큼 하나님나라는 물질적 사유가 아니다. 만일 기업이 물질축적만을 최고의 가치로 여긴다면 물질 우선적 경영활동만 정당화 된다. 돈을 많이 버는 것에만 모든 경영활동을 합리화시킨다. 오늘날의 가치경영의 논리와 병행하기 어렵다.

다섯째, 실용주의이다. 이는 진리를 실용적인 가치로 측정하는 것이다. 한마디로 저비용, 고 효율로 대표된다. 그래서 신앙도 실용주의적 관점에서 ‘효율과 효과만 강조하는’라는 주장의 오류를 범하게 된다. 성경적인 근거는 ‘효과와 효율성’의 합리주의가 아니다. 오히려 성경은 역설적으로 고난이 복이라고 가르친다. 기업의 경영에 있어서도 실용만 바라본다면, 기업의 사회적 책임이나 사회공헌의 문제를 비용 대비 효율로만 접근하는 한, 공유, 공생의 가치는 추구할 수 없다.

오늘날과 같은 저성장시대 혹은 불황의 시대에 기업들의 생존방법에 대한 논의는 무엇보다도 중요한 이슈이다. 그러나 항상 모든 일이 그렇듯이, 상황이 어려워질 때마다 이 문제의 해결을 위해서 내놓는

21) 이 다섯 가지 주의는, 제임스 몽고메리 보이스, 김수미 역(2010), 『개혁주의 서론』, 부흥과 개혁사, pp.51-80를 기본적으로 참조하되, 경영적인 관점 내용을 삽입하고, 일부 내용은 수정함.

22) “야콥이 바로에게 아뢰되 내 나그네 길의 세월이 백삼십 년이니이다 내 나이가 얼마 못 되니 우리 조상의 나그네 길의 연조에 미치지 못하나 험악한 세월을 보내었나이다 하고(창47:9)”

대안은 어떤 분야든지 원칙을 중요시 하는 경향을 띠게 마련이고, 가장 기본적인 것들에 대한 재조명으로 다시 시작한다. 경영적 관점으로 본다면 이는 기업의 존재이유로 돌아가게 된다. 그 존재이유는 기업의 사명과 깊은 관계에 있다. 즉 우리기업은 누구인가, 우리기업은 무엇(어떤 사업)을 하는 기업인가, 우리기업의 고객은 누구인가의 경영 철학적 문제로 귀결된다. 이는 기업의 사명을 정하는 것에서부터 출발한다.

기업가정신도 우리사회에서 주로 논의되고 있는 ‘창업’이나 ‘혁신’의 타당성을 제공해주는 기능적인 면에서의 한 방안이 아니라, 경영철학적 관점에서 하나님의 뜻을 실현하는 하나님나라의 확장차원에서 정의되어야 한다. 이는 ‘사명(mission)’의 연장선에서 기업가정신을 기업마다 하나님이 주신 자신의 소명에 따라 구체화 할 수 있을 것이다.

(2) 공동체성

취리히의 종교개혁의 영성에 부합되는 큰 장점이 있다. 츠빙글리와 불링거는 처음부터 자기들의 일을 원래의 교회로 돌아가는 것, 즉 교회의 쇄신으로 이해했다. 이러한 과정을 통하여 사회의 쇄신 역시 이루어진다는 것이다.

그들의 개혁은 자신의 구원문제로 고민하던 한 수도사의 영적 번민에 의해서가 아니라 교회 공동체와 정치적 공동체의 연합체인 자기들의 공동체에 대한 책임이 자신들에게 있다는 것을 자각한 목회자들의 관심에 의하여 점화되었다. 취리히는 기독교공화국이었다. 취리히의 종교개혁은 처음부터 영적, 세속적 영역 모두를 포함하는 것이었다. 그것은 좁은 의미에서 종교적 의식과 예배에만 적용된 것이 아니라 하나님의 소명을 실천하는데 있어서 공동체에 대한 개인적인 봉사의 문제에까지 적용되었다.²³⁾

종교개혁가중에서 칼빈의 사상은 경제 및 경영사상에 함의적 요소가 많다. 루터가 모든 직업을 소명으로 봄으로써 세속적 의무의 수행이 하나님으로부터 부여된 사명이라 보았음을 지적한다. 여기에 더 나아가 칼빈은 근대적 직업 관념을 발전시키고, 자기 직업에 충실한 것이 하나님께 충실한 것이라고 소명론을 발전시켰다. 직업을 통해서 하나님의 소명의 부르심의 목적을 이룰 수 있다고 주장한다. 직업은 생계의 필요를 충족하는 수단을 넘어서는 영적 행위인 것이다. 직업은 개인의 이익만을 추구해서는 안 되고 반드시 공동체의 유익을 위한 것이어야 한다.²⁴⁾ 또한 칼빈의 경제사상에는 개인의 자유성을 강조한 인문성뿐만 아니라 복음에 근거한 사회성을 강조하는 요소가 공존해있다.

종교개혁정신은 한마디로 성경으로 돌아가자는 것이고, 성경의 진리들은 그 우선적 관점이 개인보다는 하나님나라가 실현되고 있는 공동체에 있었다. 구약은 이스라엘 공동체를 향한 하나님의 마음이고, 신약은 믿음으로 구원받은 믿는자들의 공동체에 대한 예수 그리스도의 가르침에 근거한다.

취리히 종교개혁의 영성은 결코 예배와 기도에 머무르지 않았다. 설교, 전례, 성례전, 공중기도와 개인기도 등 모든 것이 기독교적 생존에 필요한 중심이었다. “구원의 메시지를 개인적으로 전용하는 것”, “그리스도 안에서 영원히 깊어지고 성숙해지는 하나님과의 개인적 관계”는 매일의 삶으로 확대되었다. 취리히 종교개혁에서는 교회와 이웃에 대한 섬김의 목적을 공적인 생활의 영역에서, 정치적, 사회적 영역의 활동들 안에서 이루어 갔다. 현대의 용어로 표현하자면, 취리히 종교개혁의 영성은 ‘세속화’였다. 기독교의 세속화란 기독교가 세속적으로 되는 과정을 의미하는 것이 아니라 세상의 기독교화를 의미한다. 그것은 하나님의 뜻을 이 세상에서 실현하려는 시도이다.²⁵⁾

23) 질 라이트 외, 이후정 외 역(2004), 『기독교영성(II)』, 은성, pp.436-437

24) 김홍섭(2015), “존 칼빈의 경제, 경영사상과 현대적 적용에 대한 연구-유통, 물류에의 적용관점”, 『한국항만경제학회지』, 31(1), 한국항만경제학회, p.150, 153

25) 질 라이트 외, 이후정 외 역(2004), 전게서, p.451

오늘날 기업은 단지 자신의 이익만을 추구하는 실체(entity)가 아니다. 기업의 사회적 책임은 경영학 뿐만 아니라 다양한 학문적 시각에서 접근되고 광범위하게 쓰이고 있다. 그만큼 사회적 책임이라는 개념은 고정 불변하는 것이 아니라 시대나 특정한 사건을 거치면서 강조하는 내용이 달라져 왔다. 2010년 국제표준화기구(ISO)는 기업의 사회적 책임에 대한 표준화 작업을 진행하여 ISO 26000을 발표하였다. 그만큼 국제적으로 기업은 더 이상 자신만을 위한 영리기관에서 사회적 공생개념으로 발전하고 있다고 볼 수 있다. 구체적으로 기업조직의 지배구조, 인권, 노동관행, 환경 및 생태계, 공정거래 관행, 소비자 이슈, 지역사회 참여 등 7개의 핵심주제 관련 실행지침과 쟁점 및 권고사항을 담고 있다.

이 각각의 내용은 첫째, 조직의 지배구조 개선이란 조직의 의사결정과정과 구조에 있어 투명성과 윤리성을 개선하는 것이며, 둘째, 인권은 정치, 경제, 사회, 문화적 권리와 표현의 자유 등 기본권을 다루며, 셋째, 노동관행은 불법 노동관행, 고용관계, 직장보건 및 안전 등을 확인하는 지표이다. 넷째, 환경은 지속가능한 자원사용과 기후변화대책 등을 논의대상으로 하며, 다섯째, 공정거래관행은 부패, 뇌물방지, 보복 없는 고발제도, 소비자 보호정책 등을 다룬다. 여섯째, 소비자이슈는 지속가능한 소비지향, 소비자 보호정책을 말하며, 일곱째, 지역사회참여는 기업이 교육, 문화, 고용창출, 책임있는 투자에 얼마나 참여하는지 등을 다룬다.

이는 기업이 20세기까지 최고의 가치로 여겨왔던 ‘이윤의 극대화’에서 ‘어떻게 이윤을 극대화할 것인가’의 의미가 부여된 국제적 시도인 셈이다.²⁶⁾ 기업의 존재목적인 ‘존속기업으로서의 실체’로 접근해가는 모양새이다. 이러한 추세는 단지 ‘어떻게 이윤을 추가할 것인가’의 정당한 방법론의 합의를 요구하고 있는 것이며, 또한 단순한 사회봉사의 차원에서의 기업의 사회적 책임이 아니라, 제도적 절차적 운영면에서 지속적인 탁월한 경영방침이 무엇인가를 고민하게 하고 있다.

기업경영과 지역사회를 연관시키는 공동체활동으로서의 CSV는 국내에서도 빠르게 확산되고 있다. 기업 이윤을 환원하는 게 기업의 전통적인 사회적 책임이었다면 이제는 기업의 다양한 경영활동과 지역사회의 이익을 직접적으로 연관시키는 시대가 된 것이다. 따라서 기업들은 본연의 업무와 무관한 구색 맞추기식의 사회공헌 활동에 중점을 두는 것이 아니라 사회에 도움이 되는 제품을 만들고, 제품을 생산하는 과정에서 세상에 유익한 활동을 펼치는 형태로의 변화를 말하고 있는 것이다. 이미 우리나라 대기업들의 사례가 다수 있다.²⁷⁾ 현대자동차의 ‘현대-코이카 드림센터’는 캄보디아, 가나, 인도네시아에 열었다. 현지 청년들의 자립을 지원하기 위해 자동차 정비 기술을 교육하고 창업을 도와준다. 성장 잠재력은 크지만 정비 인력이 부족한 개발도상국의 현실을 감안한 활동이다. 이 드림센터를 통해 정비인력을 양성하면 지역사회는 빈곤 문제를 해결할 수 있고 현대차는 안정적으로 정비 인력을 공급받을 수 있게 된다. 또한 삼성은 스마트 스쿨과 주니어 소프트웨어 아카데미 등을 통해 구현하고 있다. 이는 도서산간 지역 학교에 태블릿과 전자칠판을 제공하는 활동이다. 소외계층도 첨단 제품을 경험할 수 있도록 하면서 삼성전자는 자체적으로 스마트 기기 보급을 확대할 수 있는 기회도 가진다. 이 아카데미를 통해 청소년들에게 소프트웨어 정보를 제공하면서 부족한 소프트 인력을 양성하는데 도움을 받는다.

Porter and Kramer는 이러한 CSV의 실천을 위해 세 가지 방안을 제시하였다.²⁸⁾ 첫째, 상품과 시장에 대한 정의이다. 사회적 문제를 시장의 니즈로 인식하고 이러한 사회적 문제를 해결하는 것이 곧 비즈니스의 기회로서 새로운 시장과 고객을 창출, 경제적 가치 또한 얻을 수 있다는 것이다. 둘째, 가치사슬의 혁신을 통한 기업의 생산성 제고이다. 이는 자원 사용, 운송, 조달, 유통 등의 기업 가치사슬 활동에서의 혁신을 통해 불필요한 비용을 제거함과 동시에 환경문제 해결에 기여하는 등의 사회적 문제를

26) 이완형(2011), 『글로벌경제경영』, 교문사, pp.140-141

27) 한국경제신문(2014.8.20.), “퍼주기식 CSR서 가치창출 CSV로”

28) Porter M.E. and Kramer M.R.(2011), “Creating Shared Value”, *Harvard Business Review*, 89(1/2), pp.62-77

최소화할 수 있음을 의미한다. 셋째, 지역 산업 클러스터 구축이다. 그들은 특정 지역 내 기업과 연구소, 관련 지원기관 등의 지리적 집적을 통해 효율적인 산업 운영기반을 조성하면, 효과적인 협력체계를 통해 불필요한 비용이 제거됨과 동시에 해당 지역의 고용이나 소득 증대 등 사회적 가치 또한 창출할 수 있다고 본다.

오늘날 실업과 같은 많은 사회문제에 있어서는 사회적 기업 및 영리기업의 역할 경계가 모호하다.²⁹⁾ 일부 학자들은 사회적 기업 및 영리기업의 사회적 효능은 전부 아니면 전무의 문제라기 보다는 정도의 차이일 뿐이라고 주장한다. 즉 사회적 기업가정신은 결과 지향적 개념이라기 보다는 원인지향적 개념이라고 할 수 있다.³⁰⁾

따라서 여러 관점에서의 기업가정신 논의가 필요함을 보여주고 있다. 어느 한 개인의 차원이 아닌 공동체 차원의 논의가 그런 것이다. 기업가정신의 논의가 한 개인의 속성에 초점을 맞추는 것이 타당한 것인가에 대해 문제를 제기하여 과정철학 관점에서 공동체 기업가정신을 말하고 있다. 과정철학에서는 보다 구체적인 시공간을 상정한다. 따라서 개인이 시공간을 통해 영향을 주고 받는 관계를 배제하고 정태적 입장에서만 보는 관점을 ‘잘못된 구체성의 오류’를 범하는 전형이라고 제시하고 있다.³¹⁾ 이는 결국 서구의 지배적 패러다임인 개체 중심의 관점을 기업가 정신에도 그대로 수용한 것으로, 개발도상국들에게 경제적 관점의 개별주의적 기업가정신을 적용하기에 무리가 있다는 것이다. 자신들의 사회 문화적 맥락은 도외시한 채 일방적으로 서방문화와 결합된 기업가정신을 당연하게 받아들였지만, 각각의 사회가 개체중심의 기업가정신을 받아들인다고 하더라도 그 강도에서 차이가 있을 수밖에 없다.

또한 기업가정신과 혁신에 대한 입장에서 이질적인 구성원이 결합해서 하나의 집단을 구성하여 혁신과 창의성을 도출하는 기업가정신을 집단 기업가정신(collective entrepreneurship)이라고 한다. 집단 기업가정신은 영웅적인 한 개인의 기업가 정신을 거부하고 집단 수준에서 기업가 정신을 고려하는 것이다.³²⁾ 한 명의 CEO 혹은 천재 보다는 현장에서 협력을 통해 만들어지고 있다는 것이다. 집단적 기업가정신은 개인이 조직에 기여하는 단순한 합의 총액을 넘어선다. 각 구성원 창의성과 노력을 함께 모아 팀으로 구축된 모험이 집단적 기업가정신이다. 따라서 많은 조직들은 한 명의 기업가 영웅에서 협력적 기업가들로 바뀌고 있다. 종업원들의 협력을 통한 기업가 정신이 적극적으로 연구되고 있다. 한마디로 내외부적으로 가치의 공유가 전방위적으로 일어나고 있는 것이다.

결국 지금까지의 논의를 볼 때, 나아갈 방향은 기업의 사회적 관여와 관련된 사업이나 프로젝트는 공급에 지향을 둔 기존의 경향에 머물지 말고, 구체적인 문제의 해결에 지향을 두면서 수요에 지향을 둔 접근방식을 모색해야 한다. 이런 점에서 볼 때, 기업의 시민적 관여나 참여가 추구하고 있는 ‘기업효용’은 결국 사회를 위한 이득, 즉 사회효용(social case)도 존재할 때 비로소 유지 발전할 수 있게 되는 것이다. 사회를 위한 모든 종류의 관여와 참여는 행위주체가 그것으로부터 무엇인가 직접 이득을 챙긴다는 사실에 기인하기 보다는 오히려 그것이 공익에 도움을 주는 어떤 기여를 할 때 비로소 정당성을 확보하는 것이다. 결국 기업효용과 사회효용이 균형을 잡을 때 진정한 의미에서 기업시민성에 도달할 수 있다.³³⁾

독일 신학자 분회퍼는 예수를 ‘타자를 위한 존재’로 규정했다. 즉 믿음의 창시자요 완성자인 그리스도

29) Zahra, S.A., E. Gedajlovic, D.O. Neubaum, and Shulman, J.M.(2009), “A typology of social entrepreneurs: Motivate, search process and ethical challenges,” *Journal of Business Venturing*, 24(5), pp.519-532

30) 고유상 외(2014), “프로세스관점의 사회적기업가정신”, 『전략경영연구』, 17(2), 한국전략경영학회, p.157

31) 김영진(2014), “현실적 존재와 공동체 기업가정신-과정철학의 관점”, 『환경철학』, 17(0), 한국환경철학회, p.39

32) Reich, R. B.(1987), “Entrepreneurship reconsidered: the term as a hero”, *Harvard Business Review*, 65, p.77

33) 허영식(2009), “기업의 사회적 책임과 기업시민성”, 『한독사회과학논총』, 19(2), 한독사회과학회, p.13

는 다른 사람들을 위하여 살고 죽었다는 것이다. 따라서 그를 믿는다는 것은 다른 사람을 위해서 사는 것을 의미한다. 믿는다는 것은 자신을 위해서가 아니라 타자를 위해서 사는 것을 의미한다.³⁴⁾ 오늘날 우리는 ‘타자부재’ 혹은 ‘이웃부재’의 사회에서 살고 있다. 아파트 앞집에 사는 이웃이 누군지 모른 채 살아가고 있다. 기업도 더 이상 자기만의 이익과 부의 추구에만 머물러 있다면 타자부재의 기업이 된다. 이것은 예수 그리스도가 ‘타자를 위한 존재’인 것의 의미가 정확히 무엇인지 모르기 때문에 인간의 공로를 추가하여 방법론면에서 구원을 설명하려 했던 중세 가톨릭교회의 오류처럼, 기업의 본질적 존재이유가 공동체속에서 함께 상생함에 있는 것을 모르면 기업가정신은 자기의 이윤추구만을 위한 혁신적 방법론에만 머물게 될 것이다.

V. 결론

종교개혁 정신으로 돌아간다는 것은, 삶의 실체가 신앙과 만나는 것을 의미한다. 즉 성례화 되고 율법화 된 개인과 공동체의 정신과 삶이 말씀으로 각각의 삶과 행동에 실제화 되는 것을 의미한다.

그런 의미에서 종교개혁정신을 계승한 기업가 정신은 진정한 하나님과의 만남에 있다. 이것은 어떤 제도화나, 규범화로만 정의될 수 없는 문제이다. 왜냐하면 정신이라는 것은 그 말 뜻 자체가 외연적 규범보다는 내면적 기업가의 마음에 우선적으로 추구하는 것이 무엇이나로 귀결되기 때문이다.

세상에 유익을 주지 않는 것이라면, 그리고 그것이 나의 탐욕과 욕심을 근원에 두고 있다면, 그리고 ‘믿음으로 의롭게 된다(롬1:17)’는 종교개혁의 본질이 아닌 중세교회의 교회들처럼 행위구원으로 간다면, 그것은 종교개혁의 정신에 위배된다. 따라서 세상에 유익을 주지 않고 기업가 혼자만의 이익을 위해서 존재하는 기업은 이제 더 이상 그 존재이유 자체에 의문시 될 수 밖에 없다.

오늘날 대부분의 논의되는 기업가정신은 기업 존재의 목적과 이유에 충실하기 보다는 창업과 혁신이라는 가치를 통한 도전의식에 주 관점을 두고 있다. 그러나 이는 마치 본질을 등한시하고 방법론에 매달리는 모습을 펼쳐버릴 수 없다. 우리경제는 이미 IMF라는 외환위기를 경험했다. 그때의 경험은 소위 기업의 존재목적에 대한 이해가 없는 상황에서의 경영이 소위 ‘문어발식 경영’이라는 행태를 탄생시켰고, 그 방법론적 접근은 결국 많은 기업들의 도산을 가져왔다. 그러나 시대는 변하고 있고, 그 변화의 중심에는 기업과 사회의 관계가 중요한 역할을 하고 있다. 기업가정신은 공공영역을 포함한 다양한 영역으로 확장되고 적용되어, 시대정신과 환경 변화에 따라 새롭게 출현하는 기회를 발견하고 추구해야 하며, 벤처 생태계를 포함한 기업가적 문화도 발전하고 재정립될 필요가 있다.³⁵⁾ 기업이 환경의 변화에 능동적으로 잘 대처하여 탁월한 전략을 수행하는 것만이 기업경영 및 성과에서 탁월하다고 말할 수 없다. 왜냐하면 오늘날 기업이 성과만 잘 내었다고 탁월한 기업이라고 말할 수 없기 때문이다. 이런 차원에서 기업가정신은 개인의 창업으로부터 사회공동의 가치창출까지를 담아내는 확장성을 담보할 수 있는 수준에서의 기업존립의 본질로 인식되고 논의되어야 한다. 최근의 한 연구에서도 우량기업들의 특징은 기독교적 세계관에 입각한 관점과 깊게 연결되어 있음을 밝혔다.³⁶⁾

본 논문에서는 두 가지 차원의 종교개혁 정신으로 기업가정신을 재 조망해 보았다.

첫째, 본질적 존재를 추구하는 것이다. 기업의 존재이유는 기업의 사명과 깊은 관계에 있다. 즉 우리 기업은 누구인가, 우리기업은 무엇(어떤 사업)을 하는 기업인가, 우리기업의 고객은 누구인가의 경영 철

34) 손규태(2016), “한국교회는 종교개혁 정신에 충실한가?”, 『기독교사상』, 대한기독교서회, p.14

35) 배종태, 차민석(2009), “기업가정신의 확장 및 활성화”, The Korean Small Business Review, 31(1), p.127

36) 이윤석(2016), “우량기업의 특징에 대한 기독교 세계관적 고찰”, 『신앙과 학문』, 21(3), 기독교학문연구회, pp.269-298

학적 문제로 귀결된다. 이는 기업의 사명과 깊은 관계에 있다. 기업가정신도 우리사회에서 주로 논의되고 있는 ‘창업’이나 ‘혁신’의 타당성을 제공해주는 기능적인 면에서의 한 방편이 아니라, 사명(mission)관점에서 하나님의 뜻을 실현하는 하나님나라의 확장차원에서 조망되어야 한다. 이는 ‘사명 선언문’을 통해서 기업마다 기업가정신을 구체화 할 수 있을 것이다. 둘째는 공동체성을 회복하는 것이다. 종교개혁에서 보여준 본질은 공동체의 개혁이다. 무엇보다도 교회의 타락은 믿음의 공동체뿐만 아니라 사회의 타락과 무관하지 않았다. 성경은 공동체의 회복을 늘 우선적으로 말씀하고 있다. 오늘날 기업도 단지 자신의 이익만을 추구하는 관점에서 사회 공동체속의 존속기관으로의 인식변화를 요청받고 있다. 예로, 2010년 국제표준화기구(ISO)는 기업의 사회적 책임에 대한 표준화 작업을 진행하여 ISO 26000을 발표하였다. 그만큼 국제적으로 기업은 더 이상 자신만을 위한 영리기관에서 사회적 공생개념으로 발전하고 있다고 볼 수 있다. 구체적으로 기업조직의 지배구조, 인권, 노동관행, 환경 및 생태계, 공정거래 관행, 소비자 이슈, 지역사회 참여 등 7개의 핵심주제 관련 실행지침과 쟁점 및 권고사항을 담고 있다. 또한 이는 기업이 20세기까지 최고의 가치로 여겨왔던 ‘이윤의 극대화’에서 ‘어떻게 이윤을 극대화할 것인가’의 의미가 부여된 국제적 시도인 셈이다. 또한 공유가치창출(CSV; creating shared value)에 관심이 높아지고 있다. 그동안 기업 이윤을 환원하는 게 기업의 전통적인 사회적 책임이었다면 이제는 기업의 다양한 경영활동과 지역사회와의 이익을 직접적으로 연관시키는 시대가 된 것이다. 따라서 기업들은 본연의 업무와 무관한 구색 맞추기식의 사회공헌 활동에 중점을 두는 것이 아니라 사회에 도움이 되는 제품을 만들고, 제품을 생산하는 과정에서 세상에 유익한 활동을 펼치는 형태로의 변화를 요청받고 있다.

그런 의미에서 종교개혁정신을 계승한 기업가 정신은 진정한 하나님과의 만남에 있다. 이것은 어떤 제도화나, 규범화로만 정의될 수 없는 문제이다. 왜냐하면 정신이라는 것은 그 말 뜻 자체가 외연적 규범보다는 내면적 기업가의 마음에 우선적으로 추구하는 것이 무엇이나로 귀결되기 때문이다.

본 연구에서 논의하는 기업가정신은 바로 방법이 아닌 존재론적인 본질로의 회귀를 말하며, 내 기업만의 이익이 아닌 사회 공동체의 공생차원으로도 확장성을 말한다.

기독교적인 관점에서의 기업의 존재목적은 하나님나라의 실현과 확장이라는 측면에서 이해해야 하며, 어떤 행위를 통한 경영활동이전에 먼저 선행되어야 할 중요한 가치이다. 마찬가지로, 기업가정신은 하나님나라의 공동체 회복이라는 차원에서 사회의 건전한 성장과 발전속에서 기업의 전략과 경영활동이 결정되는 소명적 특성을 포함해야 한다.

본 연구는 종교개혁정신의 관점에서 오늘날 논의되는 기업가정신에 대한 개념적 이론적인 고찰을 하였다. 종교개혁관점에서 기업가정신을 재조명 한 것은 나름대로 의미가 있다고 보여진다. 그러나 이것이 한편으로는 본 논문의 한계이기도 하다. 향후 보다 발전적으로 크리스찬 기업들의 기업가정신이 세속적 개념에서의 기업들과 그 특성면에서 어떤 차이가 있는가를 실증적으로 규명하는 것도 필요하리라 본다.

<참고문헌>

- 김영수, 고종남, 도만승, “국내기업가정신의 연구동향에 관한 탐색적 연구: 동시단어분석 방법을 중심으로”, 『정보관리학회지』, 28(3), 한국정보관리학회
- 김영진(2014), “현실적 존재와 공동체 기업가정신-과정철학의 관점”, 『환경철학』, 17(0), 한국환경철학회
- 김영한(2006), “루터와 뮌처”, 『서강인문논총』, 20, 서강대학교 인문과학

연구소

- 김흥섭(2015), “존 갈빈의 경제, 경영사상과 현대적 적용에 대한 연구-유통, 물류에의 적용관점”, 『한국항만경제학회지』, 31(1), 한국항만경제학회
- 고유상 외(2014), “프로세스관점의 사회적기업가정신”, 『전략경영연구』, 17(2), 한국전략경영학회
- 교육부, 한국연구재단, 한국청년기업가정신재단(2015), 『손에 잡히는 기업가정신』
- 노재구(1999), “기업가 및 기업가정신에 관한 이론적 고찰”, 『충북개발연구』, 충북개발연구원, 10(2)
- 문원택, 김원석(2001), 『디지털시대의 기업가와 기업가정신』, 한언
- 백유성(2012), “장수기업의 특성과 장수조건”, 『질서경제저널』, 한국질서경제학회, 15(4)
- 배종태, 차민석(2009), “기업가정신의 확장 and 활성화”, The Korean Small Business Review, 31(1)
- 손규태(2016), “한국교회는 종교개혁 정신에 충실한가?”, 『기독교사상』, 대한기독교서회, p.14
- 이상규(2007), 『교회개혁과 부흥운동』, SFC
- 이완형(2011), 『글로벌경제경영』, 교문사
- 이윤석(2016), “우량기업의 특징에 대한 기독교 세계관적 고찰”, 『신앙과 학문』, 21(3), 기독교학문연구회
- 제임스 몽고메리 보이시, 김수미역, 『개혁주의서론』, 부흥과개혁사
- 조동성 외(2007. 2. 15), “장수기업의 메커니즘 고찰”, 산업정책연구원 연구 보고서
- 주도홍(2011), 『새로 쓴 세계교회사』, 개혁주의신행협회
- 질 라이트 외, 이후정 외 역(2004), 『기독교영성(II)』, 은성
- 티모스 존스, 배용준 역(2007), 『하루만에 꿰뚫는 기독교 역사』, 규장
- 허영식(2009), “기업의 사회적 책임과 기업시민성”, 『한독사회과학논총』, 19(2), 한독사회과학회
- 공감신문, ‘엔론파산사건’, 2016.7.12.일자
- 브릿지경제, ‘해외서 윤리경영 선도중인 기업과 실패로 사라진 기업’, 2016.9.,27일자
- 한국경제신문, “퍼주기식 CSR서 가치창출 CSV로, 2014.8.20일자
- Baron, R.A., Shane R.A.(2005), Entrepreneurship: A process perspective, Thomson, Ohio: South-Western

Griffin(2002), Management, Houghton Mifflin

Kotler, P., and Nancy, L, (2005), Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause, Wiley

Porter M.E. and Kramer M.R.(2011), “Creating Shared Value” , Harvard Business Review, 89(1/2)

Reich, R. B.(1987), “Entrepreneurship reconsidered: the term as a hero” , Harvard Business Review, 65

Schumpeter, J. A.(1942), Capitalism, Socialism, and Democracy, Harper & Row

Schumpeter J.A. (1912), “Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung” , Leipzig

Zahra, S.A., E. Gedajlovic, D.O. Neubaum, and Shulman, J.M.(2009), “A typology of social entrepreneurs: Motivate, search process and ethical challenges,” Journal of Business Venturing, 24(5)