

기업영성: 함축적 의미와 적용

황 호 찬*

논문초록

기업에서의 영성문제가 기업세계에서 재조망되고 있다. 한 동안 금기시 되었던 기업영성이 새롭게 논의되는 이유는 일차적으로 기업내외의 환경변화에 따른 것이다. 외부적으로는 기업 환경이 복잡하여져서 기존의 경영모형으로는 설명이 어려워지고 있으며 내부적으로는 일에 대한 의미를 추구하는 종업원의 욕구가 커지고 있기 때문이다. 본 연구는 이와 같은 변화를 인식하고 그 의미 및 적용에 대해서 검토한다. 특히 현재 논의되고 있는 기업영성이 기독교에서 의미하는 영성과 다를 수 있음을 지적하며, 기업영성이 도입됨으로 인해 발생하게 되는 긍정적인 면과 부정적인 면도 아울러 논의한다. 마지막으로 이 모든 논의의 전제조건으로 기업의 공동체성이 중요함을 강조한다.

핵심 주제어: 기업영성, 공동체, 이해관계자, 기업목적, 삶의 질

* 세종대학교 경영학부 교수

- I. 서론
- II. 기업경영과 영성
- III. 기업영성과 공동체
- IV. 결론

I. 서론

한때 금기 시 되었던 기업에서의 영성 (Spirituality in business)이슈가 최근 들어 기업세계에 강력하게 재조망 되고 있다. Business Week (1999) 잡지의 기사에 의하면 미국 사람들 중 95%는 하나님을 믿거나 우주의 영을 믿고 있으며, 48%는 직장에서 종교적 신앙에 대해서 이야기 한다고 답하였다 (갤럽조사). 이러한 현상은 그 동안 기업 세계에 통용 되어왔던 일반적 가정 (assumption)과는 다른 결과이다. 왜냐하면, 종교 혹은 영성은 개인 문제이기 때문에 결코 공적 기업 경영에서는 사용되거나 언급되어서는 안 된다는 사고방식이 오랫동안 지배적이었기 때문이다. ‘초우량기업의 조건’ (In Search of Excellence)의 저자인 피터스는 교회와 기업의 경계가 모호해지는 것을 다음과 같이 신랄하게 비판한다.

내가 열심히 일하고 나의 동료와 고객과 거래처를 존중한다면, 그리고 상상력과 효율성과 유머를 가지고 내 일을 수행한다면 그것으로 충분하다. 나로 하여금 그레고리안 클럽에 가입하기를 강요하지 마라... . 오늘의 글로벌시장에서 경쟁력이 있으려면 생산적이고 효율적이면 되는 것이다... . 성경이나 코란은 가정에서 영적 지도자들이 이야기하도록 하라 (Peters, 1993)

피터스의 말을 요약한다면 기업과 종교와는 전혀 상관이 없거나 최소한 종

교는 기업경영에 관여해서는 안 된다는 것이다. 이런 태도 때문에 그 동안 영성, 공동체 등의 단어나 의미는 경영철학, 경영적 사고 (thoughts), 연구 및 실무에서는 거의 주목을 받지 못했다.

그러나 이러한 현상 및 태도는 최근 들어 커다란 도전을 받고 있다. 왜냐하면 실제로 많은 직장인 및 경영자들은 위의 가정과 달리 기업에서의 영성을 중요하게 여기고 있기 때문이다 (Mitroff & Denton, 1999a). 이런 현실을 반영하여 Business Week (1999)는 기업영성을 특집기사로 다루었고, 2000년도 미국 경영학회는 영성과 종교가 기업경영 및 조직에 미치는 영향을 연구하는 특별위원회를 조직하였으며, 그 외 수많은 연구들이 수행되어 왔다.

이처럼 영성 및 종교가 기업경영에서 재조명되는 이유는 첫째, 경제의 글로벌화 및 다운사이징 (down sizing), 극도의 경쟁으로 인해 종업원들이 극도의 불안정감을 경험하기 때문이다. 사람들은 직장에서 인생의 대부분을 보내는데 계속되는 감원, 이직, 일용직, 소유주의 잦은 교체 등으로 직장에 대한 충성도는 갈수록 떨어지며 결과적으로 직장은 두려움, 스트레스 등을 제공하는 곳으로 인식하게 되었다. 이와 같은 부정적 현상을 극복하기 위한 수단으로 직장 내에서 종교 혹은 영성을 추구하게 된다는 것이다 (Mirvis, 1997).

둘째, 가정의 가치관과 직장에서의 가치관 사이에는 괴리가 존재하기 마련인데 공동체, 헌신, 협조 등이 가정에서는 중요한 가치라면 직장에서는 독립, 경쟁, 이기심 등의 가치가 일반적이어서 이 둘 사이에 상충이 발생하게 된다. 이와 같은 상충이 심화될수록 직장생활은 건조해지는데 이를 회복하기 위해 직장 내에서의 의미를 찾기 위한 노력도 동시에 증대하게 된다. 최근 들어 종업원이던 경영자이던 단순히 돈을 벌거나 휴가를 원하는 것 이상으로 일에서 의미를 찾으려는 경향이 뚜렷해 진 것이다.

셋째, 영성이 중국에는 기업의 경쟁적 우위를 확보하여 준다고 생각하기 때문이다. 미국인을 대상으로 한 조사에 의하면 영성에 의해 운영되는 기업에서 일하는 종업원은 두려움을 덜 느끼며, 자기의 가치관과 덜 타협하며, 일을 열심히

히 하는 것으로 나타났다. 즉, “영성은 경쟁 우위를 가질 수 있다”는 것이다 (Mitroff & Denton, 1999b). 이와 같은 실증적 결과는 기업의 이익을 증대시키고자 하는 많은 경영자들에게 영성에 관심을 갖게 하는 요인이 되었다.

문제는 이처럼 새롭게 주목 받고 있는 기업영성의 부흥은 기독교 영성에 의한 재조명이라기보다는 뉴에이지 운동 혹은 타종교 (특히 동양종교)에 의해 주목 받기 시작했다는 사실이다 (Cavanagh, 1999). 또한 종교와 영성은 현실적으로 분리하기가 어려울 정도로 밀접하게 연관되어 있음에도 불구하고 많은 연구들이 이 둘을 분리하여 설명하고자 시도하고 있어 이에 대한 심층적 검토가 필요하다 (Ashmos & Duchon, 2000).

한편 우리나라 기업의 경우, 각종 귀신, 조상 신, 토템 숭배, 관상, 점 등 의식적 및 무의식적으로 영적인 요소가 깊게 관여되어 있음에도 불구하고 이에 대해 체계적으로 논의된 바가 없다. 이러한 현상은 우리나라 기업이 건전하게 성장하는데 방해요소가 된다는 점에서 우려를 자아낸다. 따라서 본 연구는 기업에서의 영성이란 무엇이며, 영성에 의한 경영의 중요성 및 위험, 기독교 관점에서 본 기업경영의 영성 등에 대해 그 함축적 의미와 적용에 대해서 살펴보고자 한다. 제 II장에서는 기업경영과 영성, 제 III장에서는 기업영성과 공동체, 제 IV에서는 결론과 시사점을 제시한다.

II. 기업경영과 영성

기업경영과 영성은 어떤 관계가 있는가? 본 장에서는 영성의 정의, 영성의 중요성, 영성과 기업성과와의 관계에 대해서 논의한다.

영성의 정의, 기업경영에서의 영성을 논의할 때 제일 먼저 부딪히는 문제는 ‘영성’의 정의에 관한 것이다. 많은 논의와 연구가 진행되고 있음에도 불구하고 일관된 정의가 없어 이론 설정 및 실무 적용에 어려움을 주고 있다. 여

기서 의미하는 영성이란 흔히 일컬어지는 기도생활, 묵상 등 개인의 경건생활에 관련된 것을 포함하는 광범위한 것으로 '진리의 실재'에 참여하는 자체를 의미하거나 (a participation in the reality of truth, Alford & Naughton, 2001), '인생에서의 궁극적 목적을 찾고 또 그에 따라 살고자 하는 욕구' (Williams, 2003), 혹은 '완전한 자신, 타자, 그리고 우주 전체와 연관되어 있는 기본적 감정'(Mitroff & Denton, 1999a) 등으로 정의될 수 있다. 비록 이러한 논의는 세계관 혹은 종교적 신념 등을 근거로 하는 것이어서 종교만큼이나 다양한 것이지만 최근 들어 계속적으로 시도되고 있는 예를 들어, 섬김의 리더십 (servant leadership), 청지기 (stewardship), 임파워먼트 (empowerment) 등, 마음 (mind) 혹은 정신 (soul) 이라는 용어로 요약되는 기법들이 일종의 기업영성과 관련된 것들이다.

크리쉬나쿠마와 네크 (Krishnakumar & Neck, 2002)는 영성의 정의를 좀더 체계적으로 다음과 같이 분류하고 있다. 첫째, 내적 발현 관점 (intrinsic-origin view)에 의하면 '영성이란 인간 개인의 내부에서 발현된 개념 혹은 원칙'으로 정의된다. 이 경우, 영성은 자신이 다른 사람들과 연계 (connection)되어 있다는 인식을 포함한다. 둘째, 종교적 관점에 의한 영성은 '일에 대한 소명'을 강조한다. 예를 들어 '우리가 일을 통하여 하나님의 창조사역에 동참하는 것은 큰 축복이며, 신의 부르심이며, 일종의 사명이다'라고 언급한 경우, 이는 일의 영성을 종교적 관점에서 살펴본 것이다 (Naylor et. Al., 1996). 셋째, 존재론적 관점 (existentialist views)은 일에 부여된 의미에 초점을 둔다. 이 정의에 의하면 '나는 왜 이 일을 하는가?' '내가 지금 하고 있는 이 일의 의미는 무엇인가?' '이 일이 어떤 결과를 가져오는가?' '나의 존재 및 조직의 존재에는 어떤 이유가 있는가?' 등의 질문을 하게 된다.

애쉬모스와 더천 (Ashmos & Duchon, 2000)은 영성을 측정하기 위해서는 다음과 같은 세 가지 요인이 포함되어야 함을 강조한다. (1) 공동체: 종업원이

공동체의 한 구성원이라는 소속감; (2) 일의 의미: 물리적, 지적 경험 이외 좀 더 깊은 의미 및 목적을 추구하고, 일에 대해 좋은 감정을 가지며, 다른 사람들 돕는 데서 자신의 내적 삶을 표현하는 것; (3) 내적 삶: 개인의 소망과 개인의 가치를 의미하는 것으로 우주와 연계되어 있는 것에 관심을 두는 것 등이다.

한편, 기독교에서 의미하는 영성은 위에서 언급한 일반적 논의보다 구체적이다. 기독교에서 말하는 영성이란 “하나님과의 깊은 관계의 상태 (the state of deep relationship to God)”다 (Elwell, 1984). 이 정의에 따르면 모든 것이 가능한 것이 아니라 하나님이라는 특정 대상에 국한되어 있고, 그 대상과의 관계 및 연합이 중요한 요소이며, 그 범위는 삶의 모든 영역을 포함한다. 전통적으로 개혁신앙에서의 영성의 특징은 ‘말씀 중심, 말씀을 받아드릴 마음의 준비, 거룩한 삶, 능력과 깨어있음’으로 요약 된다 (Elwell, 1984). 이와 같은 정의에 의하면 기독교 영성과 일반적 영성과는 여러 면에서 중복되고 있음에도 불구하고 그 내용 및 적용에서 완전히 일치하는 것은 아니다. 기업의 영성에 관한 기독교의 논의는 멀리는 중세기 수도원생활까지 거슬러 올라가지만 칼빈과 루터를 통하여 일과 노동의 의미가 소명 (calling)으로 재해석되면서 구체화되기 시작했다. 특히 웨버 (Weber, 1958)는 영성 혹은 기독교 정신이 자본주의 태동에 직간접적으로 영향을 주었음을 주장한다. 이들 주장의 공통점은 인간은 하나님의 형상에 의해 창조된 존재이므로 신이 부여한 존엄성을 지니고 있으며, 노동은 이런 존엄성을 구체적으로 시현하는 삶의 표현이므로 신성하다. 근면, 정직 등 기독교 정신에 바탕을 두고 열심을 일하면 부를 축적할 수 있으며, 이러한 부는 하나님이 주신 축복이라는 것이다 (McGee & Delbecq, 2003).

지금까지의 논의를 종합하면 영성에 대한 논의는 일반적 의미에서의 영성, 뉴에이지 등에서 의미하는 영성, 그리고 기독교 영성 등 그 다루는 범위 및 의미도 다르게 사용되고 있음을 알 수 있다. 일반적 의미의 영성은 앞에서 언급

한 바와 같이 '진리의 실재'에 참여하는 것을 의미하는 것으로, 뉴에이지의 영성은 초월적 존재에 대한 추구, 그리고 기독교 영성은 하나님과의 관계에서 그 의미가 정의될 수 있지만 이 역시 다른 의미로 정의되고 사용될 수 있기 때문에 아직도 이에 대한 토론은 지속되고 있다. 다만 기업영성은 이보다는 좀 더 구체적이어서 주로 기업 내에서의 인간의 존엄성에 초점이 있으며 특히 일의 의미를 강조하고, 기업경영의 목적 및 정책에 관련된 것으로 그 범위를 제한할 수 있을 것이다. 이와 관련하여 최근의 기업에서의 영성에 관한 논의가 기독교와는 직접적인 관련이 없이 심리적, 조직적, 사회적 차원에서 접근이 이루어지고 있음에 주의를 기울일 필요가 있다. 특히 이러한 시도가 기업에서의 생산성을 증가시켜 결국 이익을 증대하기 위한 수단으로만 이용되는 경우에도 주의를 기울여야 한다. 이는 성경이 의미하는 인간의 본원적 존엄성과는 다른 접근이다. 전자는 여전히 인간이 이익극대화를 위한 수단에 불과한 존재로, 그리고 후자는 기업이 인간을 위해 존재하는 것으로 경영철학이 서로 다르게 설정되어 있기 때문이다.

종교와 영성. 영성의 논의와 관련하여 지속적으로 제기되는 문제는 종교와 영성의 구분이다. 실제적으로 미트로프와 덴톤 (Mitroff & Denton, 1999a)가 실시한 조사에 의하면 응답자들은 종교와 영성을 구분하고 있었으며, 영성은 '근본적'이며 직장에서 논의하기에 '적절한' 것이지만, 종교는 그렇지 않다고 답하였다. 즉, 영성은 모든 사람에게 공통적이며 근본적인 것이므로 같이 이야기할 수 있지만 종교는 매우 제한적이며 개인적인 것이므로 기업 내에서 다루어져서는 안 된다는 태도다. 이런 현상에 대해 몇몇 연구들이 양자의 차이를 다음과 같이 설명하고 있다.

코닝 (Koenig et al., 2000: 18) 등은 종교란 '신성한 것 혹은 초월적인 것 (신, 파워, 궁극적 진리/실체)에 접근하고자 하는 것으로, 신념, 관례, 의식 (rituals), 그리고 상징 (symbols)의 조직화된 시스템'으로 정의한다. 이에 비해 영성이란 '삶, 의미, 혹은 초월적인 것에 대한 개인적 탐구'다. 쿡어

(Conger, 1994)도 이와 유사하게 종교와 영성을 구분한다. 이에 의하면 종교는 제도적 내용이 함축되어 있는 것으로 (institutional connotation) 예식을 수행하고, 교리에 집착하며, 예배에 참석하는 것을 포함한다. 이에 비해 영성은 삶의 깊은 동기와 관련이 있으며 하나님과의 감성적 연계와 관련이 있다. 따라서 이들 주장에 의하면 영성이란 반드시 종교적일 필요가 없으며 “자신보다 더 큰 다른 무엇과 관련된 것으로, 의미와 목적을 표현하고 추구하는” 일체의 상태 혹은 행위로 정의될 수 있다 (Ashmos & Duchon, 2000).

미트로프 (Mitroff, 2003)는 비록 영성이 역사적으로 종교에 뿌리를 둔 것이기는 하지만 종교는 ‘참용성이 없고 폐쇄적이며 특정 관점을 믿지 않는 자들을 제외시키는 경향이 있기 때문에 현대의 기업에는 더 이상 타당하지 않다고 다음과 같이 주장한다. 첫째, 대부분의 사회는 다원적이기 때문에 특정 종교적 전통이 모든 영성의 기반으로 제공될 수 없다. 둘째, 만약 특정 종교 전통이 기업의 비전 및 사명의 기초로 사용되었다면 이는 에너지를 창출하기 보다는 오히려 분열을 초래할 수 있으며 그 이유는 사람들이 동일한 종교적 전통을 가지고 있지 않기 때문이다. 셋째, 종교를 공식적 자리에서 사용하게 되면 불신을 초래하게 된다. 마지막으로 계몽주의의 영향으로 종교는 비이성적이며 비과학적이라고 치부하는 경향이 기업 내부에 있기 때문이다 (Mitroff & Denton, 1999b).

그러나 이러한 미트로프와 덴톤의 주장 및 설문결과는 몇 가지 의문을 갖게 한다. 첫째, 이들이 주장하는 것처럼 종교와 영성을 과연 배타적으로 (exclusive) 분리하는 것이 가능 한가 이다. 비록 영성과 종교는 다루는 영역, 의미, 목적, 체계 등에서 다를 수 있지만 실제적 구분은 그렇게 쉽지 않다. 오히려 종교와 영성은 분리될 수 있는 부분보다 공유하는 부분이 더 많다. 그것은 종교에 따라 특정 영성이 구체화되며, 반대로 영성을 추구하는 과정 중에 특정 종교의 교리, 신념체계, 의식, 제도 등이 동반되기 때문이다. 나아가 종교와 영성을 구분하는 실익도 크지 않다. 특정 종교와 관련이 없음을

표방하고 일반적으로 논의되는 영성의 유익을 도입할 수도 있는 반면, 특정 종교 및 그 종교에 기초한 영성에 의해 기업의 비전, 목표 및 실천방안을 수립하여 시행할 때에도 여전히 기대되는 유익이 있을 수 있기 때문이다. 근본적이고 중요한 이슈는 이 양자 사이의 구분이 아니라 영성의 중요성이 구성원 사이에 공유되며 실제 기업경영에 반영되고 있는지의 여부다.

둘째, 종교는 비이성적이며 비과학적이므로 기업에서 받아드리기 어렵다는 주장도 타당성이 결여되어 있다. 특히 포스트 모더니즘에서는 오히려 다양한 관점이 용인되고 신비적 요소마저 용납되는 상황에서 위의 주장은 전 근대적이다. 만약 종교는 비이성적이고 비과학적이라고 배격한다면 동일한 논리에 의해 기업에서의 영성에 대해서도 동일한 비판이 가능하다. 왜냐하면 영성에서 다루는 많은 문제는 아직도 과학적 혹은 이성적으로 규명되지 않는 영역이 대부분이기 때문이다.

개인영성과 조직영성. 기업은 개인의 집합체와는 다른 별개의 독립된 조직이므로 개인 차원에서의 영성과 조직 차원에서의 영성은 다름이 분명하다. 나아가 개인의 영성은 조직 전체의 영성을 포함하기에는 충분하지 않으며 (Mitroff, 2003), 이러한 차이는 개인과 조직 간의 구조적 차이에서 오는 것이다 (Forsyth, 1983). 개인 차원에서의 영성 (Ashmos & Duchon, 2000)이란 종업원의 직장생활에 관련된 모든 영역을 포함하며 특히 의미 있는 '일'을 추구하자 하는 욕망을 지칭한다 (Gibbons, 1999). 이에 비해서 조직의 영성은 종업원이 제공할 수 있는 최고의 능력이 발휘되도록 작업환경을 조성하는 것으로, 최고 수준인 '조직의 목적'에서부터 최저의 목표인 '조직의 재정적 성과'까지를 포함한다 (Izzo & Klein, 1998). 결국 조직에서의 영성이란 "원칙, 실무, 기업의 건전한 기능을 가능케 하는 행동의 집합"이다 (Neal et al., 1999). 니이버 (Niebuhr)는 개인과 조직의 차이를 다음과 같이 묘사하고 있다.

모든 인간 집단에게는 개인과 비교해 볼 때 충동을 올바르게 인도하고 때에 따라 억제할 수 있는 이성과 자기 극복 능력 그리고 다른 사람들의 욕구를 수용하는 능력이 훨씬 더 결여되어 있다. 게다가 집단을 구성하는 개인들이 개인적 관계에서 보여주는 것에 비해 훨씬 심한 이기주의가 모든 집단에서 나타난다(나이버, 8).

나이버(Niebuhr)의 요점은 개인보다는 집단의 이기주의가 심하여 결국 조직의 폐해가 더 클 수 있음을 주장하는 것이기는 하지만, 다른 한편 조직의 영성을 다루는 데는 개인과 달리 특별한 이해와 주의가 필요함을 시사하고 있다. 분명한 점은 기업에 영성을 접목시키는 것은 기업경영의 아젠다를 급진적으로 변화시키며 전 조직을 변혁시킨다는 것이다(Porth et. al., 2003).

기업경영에서의 영성의 중요성. 기업경영에서의 영성이 중요한 이유는 영성이 성경에서 말하는 인간의 존엄성이 발현되는 구체적 통로라는 의미 이외에, 기업 사명을 수립하고 목표를 달성하는데 중요한 기능을 담당하기 때문이다. 특히 현대기업의 복잡한 현실을 고려할 때 기존의 단조롭고 선형적인(linear) 가정만으로는 기업을 정확하게 설명할 수 없기 때문이다. 예를 들어, 널(Neal et. al., 1999)등은 현대사회는 비록 개별 단위들이 모여 구성되어 있으나 이들 각각의 행동은 매우 복잡하며, 비선형적(non-linear)일 뿐 아니라, 효과를 예측할 수 없는 관계의 망(web)으로 구성되어 있음을 자연과학의 이론을 인용하여 설명하고 있다. 이러한 사회 환경의 변화와 특성은 환경의 지속가능성에 가치를 부여하고, 사회의 평등성, 글로벌화에 대한 이해를 요구한다. 따라서 현대의 기업경영이란 단순히 경제적 노력 이상의 보다 광범위한 행위라고 새롭게 정의된다. 한때 비이성적이라고 치부했던 영성이 기업조직의 발전에 중요한 요소라는 인식이 필요한 이유는 이와 같은 새로운 현상이 조직 구조 및 경영에 즉각적이고 지속적으로 반영되어야 기업이 생존할 수 있기 때문이다.

기업경영에서의 영성이 최근 들어 강조되고 있지만 결코 새로운 현상은 아

니다. 산업혁명 이전만 해도 교회가 경제 전반을 통제하고 있었기 때문에 모든 경제 및 기업행위에는 영성이 당연하게 반영되어 있었으며 이로 인해 경제 정의, 정당한 가격, 노동의 가치, 효율성 등이 서로 분리되지 않고 통합적으로 시행되고 있었다 (Zinbarg, 2001: 20). 비록 홉스의 이기주의, 아담 스미스의 '보이지 않는 손'이라는 개념에 따라 경제적 사고에 새로운 지평이 열리기는 했지만 아담 스미스는 여전히 도덕적 판단을 중요시 했다²⁾. 이런 현상은 웨버 (1958)를 거쳐 세속화되어 '직업윤리'라는 말로 표현되기 시작했으며 새롭게 대두된 산업사회에서의 역할 및 책임감에 대해 도덕적 틀을 제공하게 된다.

나아가 기업의 존재 목적이 단순히 이익의 극대화만을 위한 것이 아니라 관련 이해관계자의 이익을 도모하고 사회 전반에 유익을 제공하기 위함이라면 (황호찬, 2006) 기업경영에서의 영성은 이 목적을 달성하는데 매우 중요한 역할을 수행하게 된다. 예를 들어, 기업영성과 관련하여 중요한 역할을 수행하는 종업원은 더 이상 기업의 이익극대화를 위한 수단이 아니며 그 자체가 의미 있는 주체다 (Pfeffer, 2003). 각각의 개인은 기업구성의 중요한 일원으로 기업행위에 참여하게 되며, 기업은 이들 구성원의 참여로 인해 기업이라는 사회조직을 구성하게 된 것이다 (Buchholz & Rosensthal, 2003).

다음의 사례들은 이런 요구와 변화들을 반영한 회사들이다. 맨스 웨어하우스(Men's Wearhouse)는 기업이란 '한 사람이 다른 사람을 이해하도록 도우며, 가능성을 개발하는데 열심인 실제'라고 정의 한다 (O'Reilly & Pfeffer, 2000). SAS의 경력관리 계획 (Career planning)은 각자가 자기의 관심분야를 발견하고 행동하도록 고안되어 있다. 사우스웨스트 에어라인 (Southwest Airlines)의 경우 손님이나 동료 직원에게 불친절하거나 잔혹하면 해고 사유가 된다. 에이에스 (AES)는 기업내부에서의 실수를 용납하며 '용서'의 문화를 권장한다. 폴라드 (Pollard)는 "만약 우리가 오직 이익

2) 아담 스미스는 '국부'이라는 책으로 인해 경제학자로 알려져 있지만, 사실 그는 글래스고우 대학의 도덕철학 교수였다.

에만 초점을 둔다면 우리는 기업의 정신을 함양하는데 실패한 기업이 되었을 것이다. ...기업이란 단순히 이익을 얻기 위해 일련의 과업을 달성하고 조작하는 게임이 아니다.. 이처럼 정신 (spirit)이 부재하며 적대적 환경이 조성되는 기업은 결코 미래기업의 모델이 될 수 없다"라고 언급함으로써 기업 영성을 강조하고 있다 (Pollard, 1995).

영성이 기업경영에 중요한 또 다른 이유는 영성이 기업성과를 증진시키기 때문이다. 기존의 경영관리는 계획하고 지도하고 조직하고 통제한다는 모형임에 비해, 최근에 대두되는 경영관리는 '의미와 가치가 다른 사람을 섬기는 학습과정'이라고 정의된다. 이에 따른 경영관리는 실험, 봉사, 자기조직 (self-organization), 그리고 학습과정을 중요하게 여긴다 (Hench, 1998: 9). 이러한 경영관리와 관련하여 기업영성이 주는 유익으로는 직관력과 창의력, 정직과 신뢰, 개인적 성취, 헌신 및 조직의 성과증진 등이다 (Krishnakumar & Neck, 2002). 한 실증적 연구결과에 의하면 기업에서의 영성은 개인에게 도움이 될 뿐 아니라 (예를 들어 기쁨, 평화, 만족, 헌신 등) 생산성을 늘리고 결근율을 줄이며 이직률을 감소시키는 것으로 나타났다 (Giacalone & Jurkiewicz, 2003).

나아가 기업에서의 영성은 종업원들이 직장에서 부딪히는 실재를 극복하며 일과 삶에서 의미를 추구하며 다른 사람과의 관계를 수립하는데 유익하다 (Mitroff and Denton, 1999a). 영성에 기반 하여 수행하는 일은 자신을 계발하고 자신감을 갖도록 하며, 목적을 일깨우며, 동료 직장인과의 긍정적 사회적 연계감을 갖게 하고, 통전적 삶을 살 수 있는 능력을 부여하여 조화로운 삶을 영위하는데 도움을 준다(Pfeffer, 2003).

기업영성의 위험. 그러나 기업에서의 영성이 앞에서 언급한 바와 같이 항상 유익을 가져다주는 것만은 아니다. 기업영성의 위험을 포스(Porth et. al, 2003) 등은 경영위험, 시장위험, 그리고 종업원 위험으로 나누어 설명하고 있다. 기업영성과 관련된 첫째 위험은 경영 위험 (management risk)이다. 이는

영성을 단순히 종업원의 생산성, 창의력, 사기, 그리고 이익을 진작시키기 위한 수단으로 사용하려 시도할 때 나타나는 위험이다. 만약 이러한 의도에서 영성이 도입될 때 영성의 중요성은 곧바로 쇠퇴하게 된다. 과거 경영의 역사를 살펴보면 이런 목적을 달성하기 위해 인간이 수단으로 환원 되었을 때 경영자는 종업원을 조작하고 착취하곤 하였다(Porth et. al., 2003).

둘째 위험은 시장위험(market risk)으로 영성을 하나의 상품으로 취급할 때 발생하는 위험이다. 영성은 결코 사고 팔 수 있는 상품이 아니다. 그러나 만약 영성이 상품화되면 본질이 쉽게 퇴색하거나 의미가 왜곡되어 효과를 상실하게 된다. 이런 현상을 피하기 위해서는 영성이 작업설계, 문화, 경영스타일, 보상체계, 비전, 미션 등에게 접목되어 뿌리를 내려야 한다.

셋째 위험은 종업원 위험(employee risk)이다. 이는 기업에서의 개인이 자신의 개인주의를 미화하기 위한 수단으로 영성이 사용되는 위험이다. 즉 영성을 개인의 영성에만 국한한 관계로 사회적 차원으로 확장하지 못하여 결국 사회일반과의 연결이 두절되는 경우다. 이러한 위험을 방지하기 위해서는 개인의 영성을 기업영성과 접목하여 사회적 책임과 청지기 정신에 영성이 접목되어야 한다.

결론적으로, 많은 기업들이 기업영성을 장려하고 있다. 왜냐하면 “영성(spirituality) 및 정신(soul)이 없이 오랫동안 존속하는 조직은 없다” (Mitroff & Denton, 1999 a:91.)는 사실을 기업들이 인식하기 시작했기 때문이다.

III. 기업영성과 공동체

기업영성의 기본적인 틀은 각자의 일을 통한 소명의식을 갖는 것과 사회일반과의 연계 혹은 멤버십의 필요성이다(Giacalone & Jurkiewicz, 2003; Fleischman, 1994; Maddock & Fulton, 1998; Fry, 2003). 이러한 틀에 의

해서 진행되는 주제로는 내면적 삶과 기업정신(corporate soul, DePree, 1992; Palmer, 1998), 영적 지도력(Fairholm, 1998), 섬김의 리더십(servant leadership, Spears, 1997), 청지기 정신(Block, 1993), 일과 삶의 균형(Laabs, 1995), 가치기반 리더십(Bolman & Deal, 2001), 그리고 영적기반기업(spiritually-based firm, Wagner-Marsh & Conley, 1999)을 예로 들 수 있다. 그러나 이러한 논의의 근저에는 기업이 개별적인 것이 아니라 공동체라는 가정이 공통적으로 자리매김 되어 있다.

예를 들어, 페퍼(Pfeffer, 2003)가 제시하는 영성의 기업이 되기 위해서는, 가치관에 일치하도록 행동하고, 도덕과 윤리의 문화를 형성하며, 서로 다른 가치관이나 관점이나 신념을 포용하고, 상상력, 영감(inspiration)을 격려하고 계발하며, 다른 사람의 업적과 노력을 인정하고, 각각은 더 큰 공동체와 연결이 되어 있다는 인식이 전제되어야만 가능한 것이다(Pfeffer, 2003).

기업은 결코 개인이 아니다. 기업은 다수의 이해관계자(stakeholder: 예를 들어 주주를 포함하여, 투자자, 거래처, 고객, 종업원, 정부, 지역 사회)가 모여 한 조직을 이룬다. 비록 이들 각자는 기업에 대해 기대하는 바가 다르지만(배당, 임금, 세금 등) 이들이 존재하지 않으면 기업 역시 존재할 수 없다. 다시 말해 어느 한 이해관계자의 역할이 약화되거나 이들 이들 사이의 관계가 악화되면 그 기업은 경쟁에서 탈락하여 존재할 수 없게 된다. 결국 기업은 한 공동운명체이다. 한편, 이처럼 기업을 둘러싼 이해관계자의 관점에서 살펴볼 때에도 공동체이지만 기업 내부에서 살펴볼 때에도 공동운명체이다. 기업은 그 구성원이 공유된 목적을 가지고 조직된 공동체이다. 만일 경영자만의 이익이 추구되고 종업원의 이익이 침해되면 약화된 노사관계로 특정 기업은 존재할 수 없게 된다. 이와 같은 기업의 공동체 특성은 성경으로도 살펴볼 수 있다. 물론 기업처럼 특정한 목적을 가지고 인위적으로 조직된 공동체와 민족, 혹은 우리 몸을 비유로 한 성경의 교회와는 그 목적에서 차이가 있을 것이다. 그러나 그 조직의 목적 및 각 구성원이 그 조직의 존재에 매우 중요한 역할을 수행한다는

점에서 기업공동체의 모형 및 적용을 성경에서 찾을 수 있을 것이다.

성경에서의 공동체 개념은 기업영성에 중요한 기초를 제공한다. 구약뿐 아니라 신약, 특히 바울서신에서 나타나고 있는 주된 삶의 현장은 항상 공동체였다. 이 공동체는 단순히 개념적인 것이 아니라 주의 백성이 구체적으로 주의 백성됨을 나타내는 곳이며, 예수님의 구속의 사역과 사랑을 펼치는 곳이며, 종말이 이르기까지 하나님의 뜻을 펼쳐야하는 현장이다(헤이즈 1996, p.196).

공동체를 좀 더 구체적으로 설명한 성경말씀은 그리스도의 몸과 비유한 구절들이다 (롬 12:1; 고전 12:1). 기업영성으로서의 공동체를 제안할 때에 다음과 같은 주요한 특징이 감안되어야 한다(황호찬, 2006). 첫째, 공동체로 살아가는 것이 하나님의 뜻이다. 우리가 손과 발로만 사는 것이 아니라 몸 전체의 인격으로 살아가도록 창조된 것처럼 기업도 공동체로 존재하도록 계획되었다. 둘째, 공동체는 한 몸이다. 비록 한 몸이 여러 지체로 나뉘어져 있지만 한 목적을 달성하고자 하는 한 조직이다. 각각의 지체는 한 몸을 이루는데 절대적이다. 기업도 동일하다. 주주 혼자만의 기업이 아니고 기업의 존재 자체를 가능하게 하는 모든 지체들(기업관련 구성원들: stakeholders)의 기업이다. 이 모든 구성원들이 기업이라는 이름으로 한 몸이 된 것이다. 셋째, 공동체는 목적이 분명하다. 몸의 지체는 많으나 머리는 그리스도이시다 (골 1:18). 그리스도가 기업경영의 최고 복적이어야 한다. 목적이 잘못되면 그에 따른 수단은 통제할 능력을 상실하게 된다. 넷째, 공동체는 유기적이다. 한 지체가 아프면 몸 전체가 아프다 (고전 12:26). 종업원이 잘못되면 기업전체가 잘못된다. 최고경영자가 잘못되면 기업전체가 위험하며, 거래처와의 관계가 잘못되면 기업전체가 어려워진다. 주주와의 관계가 잘못되면 기업전체에 악영향을 미친다. 결국 기업의 구성원은 유기적이며 상호의존적이다. 다섯째, 공동체는 살아있다. 죽은 몸은 더 이상 몸이라 불리지 않는다. 영성이 없는 기업은 죽은 기업이고 죽은 기업은 더 이상 기업이 아니다.

이를 종합하면 기업의 영성은 성경이 교회의 모형을 설명할 때에 우리 몸으

로 비유하여 설명하고 있는 것처럼 기업 역시 우리 몸에 빚대어 설명할 수 있다. 기업은 유기체이며, 공유된 목적이 있으며, 또 공동체로 존재하여야 각각의 의미가 해석된다. 그리고 이러한 공동체의 특성은 기업 역시 우리 몸과 마찬가지로 영성이 필수적임을 시사하고 있다.

IV. 결론

최근 들어 기업에서의 영성이 현대 기업경영의 발전을 위한 새로운 대안으로 대두되고 있다. 그러나 이러한 새로운 경향은 긍정적인 면과 부정적인 면을 동시에 포함하고 있어 주의를 요한다. 특히 최근의 뉴에이지 및 동양종교의 영향으로 새롭게 조명되고 있다는 점에서 더욱 주의를 요한다.

기업영성의 논의가 활발해짐에 따라 얻어지는 긍정적인 면은 이제 기업을 단순히 단선적 혹은 기계적인 조직으로 보지 않고 복잡한 조직으로 이해하기 시작했으며, 그 가운데 영성이 매우 중요한 역할을 수행한다는 점을 인식하게 된 것이다. 특히 일에 대한 의미가 재해석 되며 종업원의 가치가 종전과는 달리 새롭게 인식되기 시작했다는 사실이다. 물론 일반 기업경영에서는 이러한 인식이 기업의 이익과 밀접한 관련이 있다는 전제에서 출발하는 것이지만, 성경적 관점에서는 하나님의 형상을 지닌 존재로서의 인간이 기업경영의 중요한 주체로 설정되었다는 점에서 긍정적이다.

그러나 기업의 영성에는 부정적 측면도 있음을 간과해서는 안 될 것이다. 특히 이단 종교 혹은 미신에서 연유된 영성의 활성화는 종업원을 혼미케 할 뿐 아니라 결과적으로 기업경영에도 악영향을 미치게 될 것이다. 또한 포스(Porth, et al, 2003)등이 지적한 바와 같이 영성이 단순히 상품으로 취급되거나 이익을 증대하기 위한 수단으로만 악용되거나 나아가 기업의 사회적 책임 혹은 청지기 정신으로의 연계가 이루어지지 않으면 이러한 시도는 무의미 하다.

본 연구는 기업에서의 영성이 올바르게 계발되고 발전되기 위해서는 기업을 공동체의 관점에서 재해석해야 함을 강조하였다. 기업에서의 영성이란 서로가 서로를 사랑하며, 서로의 필요를 채워주며, 일의 의미를 부여하며, 공동의 목적을 위해 헌신할 때 발휘되는 것이므로 이러한 근본으로써의 공동체 인식이 필수적이기 때문이다. 기업은 상실된 의미를 기업영성을 통한 공동체 정신으로 다시 회복해야 한다(Verstraeten, 1998).

기업에서의 영성은 비교적 새롭게 대두된 것으로 그 의미 및 활용이 매우 기대되는 분야다. 유감스럽게도 아직 우리나라에서는 이 분야에 대한 연구가 전무한 실정이다. 이는 일반 경영학에는 물론이고 기독교 영역에서도 마찬가지다. 본 연구가 출발점이 되어 이 분야에 대한 활발한 논의를 기대한다.

참고문헌

- 라이놀드 니이버 (1992). 『도덕적 인간과 비도덕적 사회』. 이한우 역. 문예출판사.
- 황호찬 (2006). 기업과 돈과 영성. 『기업이란 무엇인가』 배종식 외 공저. 서울: 예영.
- Alford, H. and M. J. Naughton, (2001). *Managing As If Faith Mattered*, University of Notre Dame Press.
- Ashmos, D. P. and D. Duchon, (2000), "Spirituality at Work: Conceptualization and Measure", *Journal of Management Enquiry*, 9 (2), 134-145.
- Bakke, D. W. (1996), "Erecting a Grid for Ethical Power," *Marketplace* (May-June).
- Bloch, P (1993). *Stewardship: Choosing Service over Self-interest*, San Francisco: Berrett-Koehler.
- Bolman, L. G. and T. E. Deal (2001). *Leading with Soul: an Uncommon*

- Journey of the Spirit Revisited, New York: Wiley.
- Buchholz, R. A. and Rosenthal, S. B. (2003), "Spirituality, Consumption, and Business", In R. A. Giacalone & C. L. Jurkiewicz (Eds.), Handbook of Workplace Spirituality and Organizational Performance, 152-163. Armonk, NY: M. E. Sharpe.
- Conlin, M. (1999), "Religion in the Workplace: the Growing Presence of Spirituality in Corporate America", Business Week.
- Cavanagh, G. (1999), "Spirituality for Managers: Context and Critique", Journal of Organizational Change Management, 12 (3), 186-199.
- Conger, J. A. (1994), "Introduction: Our search for spiritual community," in Conger, J. A. and Associates, Spirit at Work: Discovering the Spirituality in Leadership, Jossey-Bass, San Francisco, CA.
- DePree, M. (1992), Leadership Jazz, New York: Dell.
- Elwell, W. A. (1984). Evangelical Dictionary of Theology. Grand Rapids, MI: Baker Book House.
- Forsy, D. R. (1983). Introduction to Group Dynamics.
- Giacalone, R. A., & Jurkiewicz, C. L. (2003), "Toward a Science of Workplace Spirituality" In R. A. Giacalone & C. L. Jurkiewicz (Eds.), Handbook of Workplace Spirituality and Organizational Performance, (3-28), Armonk, NY: M. E. Sharpe.
- Gibbons, P. (1999), "Spirituality at Work: Definitions, Measures, Assumptions and Validation," available at: <http://spiritatwork.com/iversity/Gibbons1999>.
- Fairholm, G. W. (1998) Perspectives on Leadership: From the Science of Management to Its Spiritual Heart, Westport, CT: Quorum Books.
- Fleischman, P. R. (1994), The Healing Spirit: Explorations in Religion & Psychotherapy, Cleveland, OH: Bonne Chance Press.

- Fry, L. W. (2003), "Toward a Theory of Spiritual Leadership", *The Leadership Quarterly*, 14, 693-727.
- Furnham, A. (2003), "Ethics at work: Money, Spirituality, and Happiness". In R.A. Giacalone & C. L. Jurkiewicz (Eds.), *Handbook of Workplace Spirituality and Organizational Performance*, 257-276, Armonk, NY: M.E. Sharpe.
- Hays, R. B (1996), *The Moral Vision of the New Testament*, HarperCollins.
- Izzo, J. and E. Klein,(1998), *Awakening the Corporate Soul: Four Paths to Unleash the Power of People at Work*, Vancouver: Fairwinds Press.
- King, J. E. and M. R. Crowther (2004), "The Measurement of Religiosity and Spirituality: Examples and Issues from Psychology", *Journal of Organizational Change Management*, 17(1), 83-101.
- Koenig, H. G., M. McCullough and D. B. Larson, (2000), *Handbook of Religion and Health*, New York, Oxford University Press.
- Krishnakumar, S. and C. P. Neck, (2002), "The 'What', 'Why' and 'How' of Spirituality in the Workplace", *Journal of Managerial Psychology*, 17 (3), 153-164.
- Laabs, J. J. (1995), "Balancing Spirituality and Work", *Personnel Journal* (September), 61-76.
- Maddock, R. C. and R. L. Fulton, (1998), *Motivation, Emotions, and Leadership: The Silent Side of Management*, Westport, CT: Quorum Books.
- McGee, J. J and A. L. Delbecq, (2003) "Vocation as a critical factor in a spirituality for executive leadership in business" in O. Williams (ed), *Business, Religion, and Spirituality: a New Synthesis*, Notre Dame, Indiana: University of Notre Dame Press.

- Mirvis, P. H (1997), "Soul Work in Organization" *Organization Science*, (8), 193-206.
- Mitroff, I. and E. Denton (1999a). "A Study of Spirituality in the Workplace", *Sloan Management Review*, Summer, 83-92.
- Mitroff, I. I. and E. A. Denton (1999b). *A Spiritual Audit of Corporate America: A Hard Look at Spirituality, Religion, and Values in the Workplace*. San Francisco, Jossey-Bass.
- Mitroff, I. (2003), "Business Not as Usual: Reflections on Spirituality in the Workplace", in O. Williams (ed), *Business, Religion, and Spirituality: a New Synthesis*, Notre Dame, Indiana: University of Notre Dame Press.
- Naylor, T. H., W. H. Willimon and R. Osterberg (1996), *The Search for Meaning in the Workplace*, Abington Press, Nashville, TN.
- Neal, J., B. M. Lichtensetein and D. Banner (1999), "Spiritual Perspectives on Individual, Organizational and Societal Transformation", *Journal of Organizational Change Management*, 12 (3), 175-185.
- O'Reilly, C. A and J. Pfeffer (2000). *Hidden Value: How Great Companies Achieve Extraordinary Results with Ordinary People*. Boston: Harvard Business School Press.
- Peters, T. (1993), "Spiritual Talk Has No Place in Secular Corporation," *Minneapolis Star Tribune*, 6 April.
- Pfeffer, J. (2003). "Business and the Spirit". In R. A. Giacalone & C. L. Jurkiewicz (Eds.), *Handbook of Workplace Spirituality and Organizational Performance*, 29-45. Armonk, NY: M. E. Sharpe.
- Pollard, W. (2000), *The Soul of the Firm*, Zondervan Publishing House.
- Porth, S. J., D. Steingard and J. McCall (2003), "Spirituality and Business: The Late Management Fad or Next Breakthrough?" in O.

- Williams (ed), *Business, Religion, and Spirituality: a New Synthesis*, Notre Dame, Indiana: University of Notre Dame Press.
- Reichheld, F. F. (1996) *The Loyalty Effect*, Boston: Harvard Business School Press.
- Spears, L. C., ed. (1997), *Insights on Leadership: Service, Stewardship, Spirit, and Servant Leadership*, New York: Wiley.
- Verstraeten, J. (1998), "Beyond Business Ethics: Spirituality and the Quest for Meaning", *Proceeding in Third International Symposium on Catholic Social thought and Management Education*, University of St. Thomas.
- Wagner-Marsh, F and J. Conley (1999), "The Fourth Wave: the Spiritually-Based Firm", *Journal of Organizational Change Management*, 12 (4), 292-301.
- Weber, M. (1958), *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, New York: Charles Scribner's.
- Williams, O. F. "Introduction", O. Williams (ed), *Business, Religion, and Spirituality: a New Synthesis*, Notre Dame, Indiana: University of Notre Dame Press.
- Zinbarg, E. E. (2001), *Faith, Morals, and Money*, New York: Continuum International Publishing.

Abstract

**Spirituality in business:
Implication and Application**

Ho Chan Hwang*

Recently spirituality in business has been revisited in the business world. The reason to revive such issues that once was prohibited in the business practice and scholarly works is due to the environmental changes of firms inwardly and outwardly. Since business environment is getting complex outwardly, it is difficult to explain such change with the previous business model only. It is an inward motive that employees desire to find the meaning of work has been increased. This study reviews implication and application of such trends in business. Especially this study indicates the possible differences between Christian spirituality and business spirituality. Positive and negative outcomes from the spirituality in business is discussed. Finally, it is emphasized that community is a necessary condition upon which all discussion can be made.

**Key Words: Spirituality, Community, Stakeholders,
Purpose of a corporation, Quality of life**

* Professor, Sejong University