

[시선집중] 민들레 흩날리듯 ... 나눔의 씨앗 뿌리다

[중앙일보] 입력 2015.12.21 00:03 수정 2015.12.21 12:32



지난 16일 오후 2시 KEB하나은행 을지로본점 대강당에서 한국자원봉사협의회·행정자치부 공동주최로 '기업 자원봉사, 상생의 길을 모색하다'란 주제의 기업·NPO·정부 포럼이 열렸다. 이 자리에 모인 관계자들은 최근 기업 자원봉사 참여율 정체 현상에 대해

정부·기업·시민사회가 함께 원인을 진단하며 개선점을 마련하자는 데에 생각을 모았다.

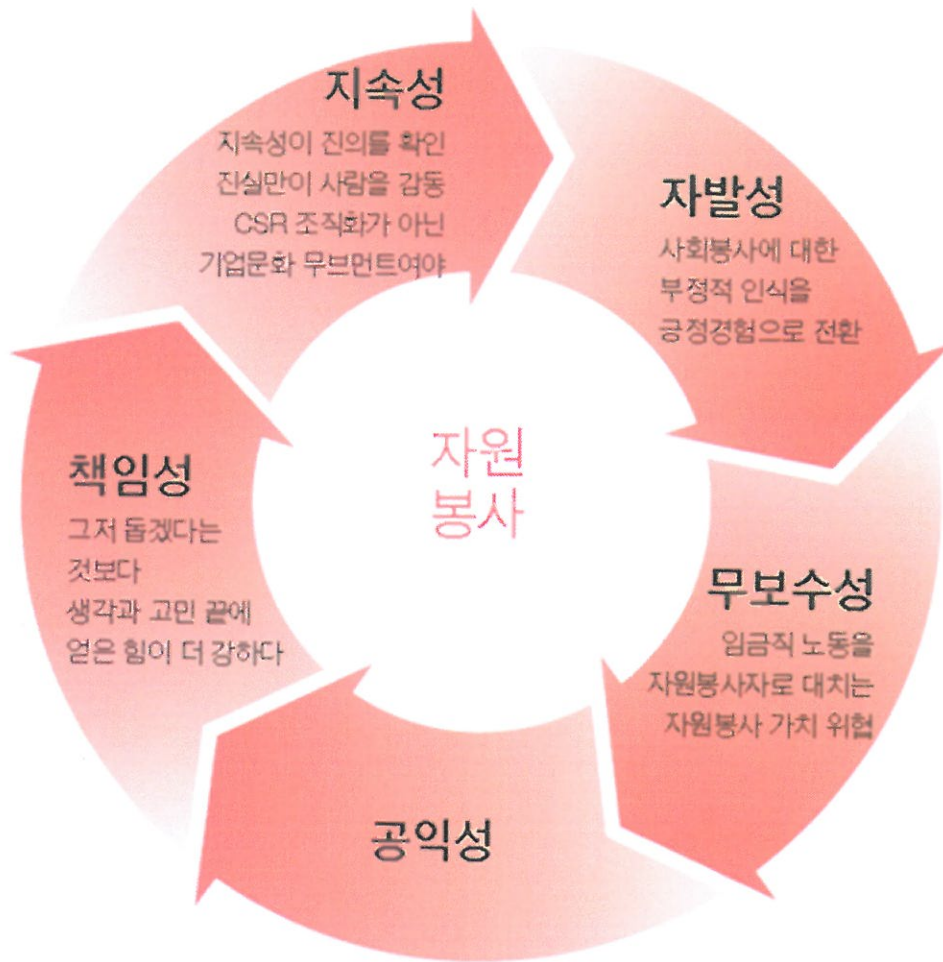
**기업·NPO·정부 모여 나눔활동 평가
세전이익 대비 사회공헌 지출 3.5%
기업들, 어려움 속에도 활동 꾸준
자율성·전문성 부족은 아쉬워
파트너십·중간조직 육성 과제로**

전국경제인연합회가 발간한 2015
사회공헌백서에 따르면 기업
231개사가 2014년 한 해 동안 지출한
사회공헌 규모는 2조6708억3505만
원으로 전년 대비 3.7% 감소했다.

하지만 세전이익 대비 사회공헌 지출비율은 2014년 3.50%로 2013년 3.48%
와 비슷한 수준을 유지해 어려운 경영환경 속에서도 기업들이
사회공헌활동을 꾸준히 이어오고 있음을 보였다.

김도영 CSR포럼 대표(SK브로드밴드 사회공헌팀장)는 “기업의 사회공헌 관련
지출이 줄고 있고 앞으로도 점점 줄어들 것으로 예상된다”면서 “지출 방향
변화에 대한 이유를 읽을 필요가 있다”고 지적했다. 김 대표는 “임직원
자원봉사는 기업 사회공헌의 진정성을 파악할 수 있는 좋은 사례”라고 했다.

기업 사회공헌 담당자들은 ▶자율성과 경영층의 낮은 관심이 참여율 저조로
이어졌고 ▶볼런테인먼트(voluntainment) 등 특화 프로그램이 부족하며
▶전문성이 부족한 것을 기업 사회공헌활동의 현 문제점으로 꼽았다. 또
이들은 기업 내 직원과 조직 양쪽을 어떻게 만족시킬 것인지에 대한 공통
고민을 나눴다.



정재윤 현대자동차 중국전략사업부 과장은 “중국 현지에서 CSR의 기본은 자원봉사라고 생각하며 운영하고 있다”면서 “자원봉사는 기업과 정부 사이의 교량 역할을 하며 이를 통해 관계가 형성될 수 있다”고 말했다. 하지만 정 과장은 “내부의 비전문 담당자, 중국을 이해하는 NPO의 부족, 정부와 파트너를 형성하고 있는 NPO의 부족 등으로 어려움이 있다”고 지적했다.

김상두 암웨이 사회공헌팀장은 “기업 내 전문가가 있어도 의사결정권자를 설득하는 것은 어려움이 있을 수 있다”면서 “리더가 교체될 때마다 설득과정이 새롭게 수행되어야 하는 것도 과제”라고 덧붙였다.

임직원의 자율성과 지원에 대한 부분도 논의됐다.

장걸 삼성디스플레이 사회봉사단 차장은 “기업 내에서 강제성을 띄는 활동에 진정성이 얼마나 있는가”라고 반문하며 “그럼에도 분명 진정성을 갖고 임하는 임직원이 있다. 이들을 어떻게 지지해 줄 것인가에 대해 고민해야 하며 이는 외부의 지원이 필요하다”고 말했다.

기업 사회공헌 담당자들은 NPO·기업·정부 간 교류 활성화의 필요성에 대해 공감대를 형성했다.



지난 16일 KEB하나은행 을지로 본점에서 열린 '기업 자원봉사, 상생의 길을 모색하다' 기업·정부·NPO 간 포럼 현장. [사진 한국자원봉사협의회]

김인수 KEB하나은행 사회공헌문화부 차장은 “기업은 지역사회에 대한 기여를 통해 성장할 수 있으며 이를 위한 자원봉사 참여가 절실하다”면서 “정부 부처의 파트너십 그리고 NPO의 협력이 확대돼야 한다”고 강조했다.

기업·NPO·정부의 교류를 위해선

▶파트너십 활성화 ▶중간지원조직 육성 ▶자원봉사 활성화를 위한 재원 마련 등이 논의됐다.

중간지원조직은 예를 들어 전국 245개 시·군·구 자원봉사센터처럼 기업·NPO·정부 그리고 시민을 연결해 교육이나 자원봉사 연결 등을 돕는 기관을 말한다. 전문가들은 이들이 코디네이팅 역할을 잘해야 비영리단체가 역량을 키울 수 있으며 이는 시민·기업이 자원봉사에 수월히 접근하는 데에 도움을 준다고 판단했다. 특히 기업은 봉사프로그램 기획·컨설팅과 해당 프로그램에 적합한 수혜 대상을 찾는 데에 도움을 받을 수 있다.

정희선 한국자원봉사문화 사무총장은 “내·외부 전문성 확보를 위한 중간지원기관이 많지 않다”면서 “프로그램 개발-매칭-코디네이팅 강화를

위해선 NPO와 중간지원기관이 자생력을 길러야 한다”고 당부했다. 정 사무총장은 “미국의 경우 중간지원조직과 적극적인 협력 구조를 갖고 있다”면서 “중간지원조직과의 상생에 대한 논의가 필요하다”고 당부했다.

한편 전문가들은 파트너십이 상생에서 시작된다고 입을 모았다.

김도영 대표는 “각 당사자는 자신들이 원하는 것을 솔직하게 이야기할 수 있어야 한다”면서 “기업은 원하는 바를 정확히 말해야 하고 NPO는 기업에 대한 전문가를 육성해 기업에 대한 이해를 잘 할 수 있어야 한다”고 주문했다.

노유진 중앙일보 시민사회환경연구소 연구위원은 “언론의 역할은 보도를 통해 법·제도 개선의 필요성을 제안하고 기업의 참여를 높일 수 있는 선의의 경쟁을 유도하는 한편 시민이 관심을 가질 수 있게 분위기를 이끄는 것”이라며 “사회의 아젠다를 이끄는 이슈에 대해 언론은 파트너십을 형성하고 싶어한다”고 말했다. 노 연구위원은 “각 매체마다 공익과 관련된 채널이 무엇이 있는지, 적합한 코너가 있는지에 대해 분석하고 구체적인 전략을 갖고 접근해야 한다”고 설명했다.

김학홍 행정자치부 민간협력과장은 “중간지원조직 활성화를 위한 정부의 역할에 대해 고심하고 있다”면서 “워크숍·컨설팅 등 중간조직지원의 성장을 지원할 수 있는 제도 확산을 위해 노력하겠다”고 덧붙였다.

배은나 객원기자 bae.eunna@joongang.co.kr

◆**시선집중(施善集中)**=‘옳게 여기는 것을 베푼다’는 의미의 ‘시선(施善)’과 ‘한 가지 일에 모든 힘을 쏟아붓다’라는 의미의 ‘집중(集中)’이 만났다. 이윤

창출은 물론 나눔을 실천하면서 사회공헌에 앞장서는 기업들의 활동을 소개한다.