

‘더 나은 미래, 더 나은 세상’을 위해... 진화하는 기업의 사회공헌 활동

신예은 | 한국해비타트 홍보실 과장

점차 세분화·전문화되어 가는 사회공헌 활동

해비타트(Habitat for Humanity)는 기업 활동으로 벌어들이는 이윤을 사회에 환원함으로써 계층간 화합과 공동체 회복에 앞장서고 있는 기업들의 든든한 나눔 파트너이다. 오랫동안 해비타트의 글로벌 파트너로 활동해 온 수많은 기업들은 현금과 현물 후원을 비롯해, 자원봉사에 이르기까지 다양한 나눔을 통해 기업의 사회적 책임을 실천해 왔다. 해비타트의 기업 후원 형태는 크게 두 가지로 나뉜다. 사업비 후원과 임직원이 봉사로 참여하는 직접적인 형태와 현물 후원을 통해 공사비를 줄이는 간접적인 방법으로 구분된다. 지속되는 불황의 영향으로 기업의 사회공헌 비용이 전반적으로 줄어들고 있는 추세인 반면에, 어떤 면에서는 기업들의 사회공헌 활동이 점점 세분화·전문화되어 가는 추세이다.

이러한 추세에 발맞춰 한국해비타트를 후원하는

기업의 요구 조건들도 점점 더 다양화되고 있다. 향후 기업들의 사회공헌 활동이 홍보 효과만 반짝 누리기보다 ‘사회 공헌’이라는 이름에 걸맞게 수혜자에게 실질적인 도움을 전달하는 방향으로 더 많이 진행되기를 바란다.

건설업체의 ‘희망의 집짓기’

한국해비타트의 대표적 프로그램인 ‘희망의 집짓기’의 경우, 대규모 자원과 인력이 투입되어야 하기에 설립 초창기부터 뜻있는 기업들의 커다란 후원이 이루어지지 않았다면 국내 1,000세대의 가정들이 해비타트의 수혜 가정으로 자리할 수 없었을 것이다.

특히 삼성물산은 국내 건설회사로는 유일하게 2000년부터 한국해비타트 집짓기 운동에 참여하여 소외된 이웃을 도왔다. 삼성물산의 사회 공헌이 의미 있는 것은 중장기적인 관점으로 파트너십을



(좌) 꾸준한 희망의 집짓기 운동으로 천안 지역에 총 217세대 규모의 마을이 조성되었다. 사진은 천안시 목천읍 '희망의 마을' 전경.
 (우) 천안시 '희망의 마을' 집짓기 사업 중 목조로 된 벽체를 들어올리는 모습.

이루어 진행했다는 것이다. 2006년 천안 지역에 5년간 사업할 수 있는 부지를 매입하여 장기적이고 안정적으로 주택을 공급할 수 있는 기반을 마련해 주었다. 일단, 부지가 마련된 천안 지역 희망의 집짓기는 단순히 살기 위한 집을 짓는 것에서 끝나지 않고 공동체 문화를 위한 행복한 마을로 조성될 수 있었다. 주택 외에도 마을 공동체 형성을 위한 학교, 마을 회관과 교육 및 놀이 공간 등 다양한 옥외 공간을 배치함으로써 함께 어울려 살아가는 '행복한 공동체'의 모습이 되었다. 함께 어울려 행복한 삶을 살고 희망을 꿈꿀 수 있는 삶의 보금자리를 제공하는 한국해비타트의 방향에 뜻을 함께하고 후원했기에 천안 지역에 총 217세대 규모의 마을이 생겨날 수 있었다.

부지 매입과 건축비 등의 금전적 지원 외에도 노사협의회 주축으로 자발적인 임직원 봉사 활동을 전개하여 전문가의 지도 아래 임직원들이 직접 집짓기에 참여했다. 건축 기간 중 현장소장과 건축기사를 상주시키고 품질 및 안전 전문가를 파견하여 주택의

품질 확보와 자원봉사자의 안전 확보에까지 기여했다. 이렇게 장기적인 계획을 바탕으로 사회공헌 프로그램을 운영한 결과 임직원들의 호감도가 증가하여 조직 활성화에도 크게 기여한 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 매년 우수한 협력회사 직원을 선발하여 봉사 참여 기회를 부여함으로써 협력회사와 함께 나눔 경영의 모범을 보이기도 했다. 점차 직원들이 휴가를 반납하고 자발적으로 참여하거나 부서 및 가족 단위로 봉사에 참여하는 경우가 많아졌다. 외부적으로 기업의 홍보 효과는 물론이고 자연스럽게 직원들의 애사심도 키우는 일석이조의 효과를 거두는 사회공헌 활동으로 평가되었다.

건설업에 특화된 '희망의 집고치기' 활동

2005년부터 본격적으로 시작된 '희망의 집고치기' 활동은 좀 더 적은 비용으로 최대의 효과를 낼 수 있게 많은 기업들이 현재 선호하고 있다. 도시 슬럼화가 가속화되고 있는 추세인 서울 및 경기 지역과



경기도 파주에서 불에 전소한 집 고치기를 위해 땀을 흘리고 있는 SK봉사단.

노인들만 사는 데다 주택 노후화 현상이 심한 지방 모두 집 고치기가 시급한 곳이 많다. 집 고치기의 경우에는 후원 금액과 지역에 따라 가용 범위 편차가 심하긴 하지만 집짓기보다 수행 사업 기간이 짧고 또 상대적으로 더 많은 세대 수에 혜택이 돌아가기에 사회공헌 담당자와 기업의 선호도가 높다.

다만, 후원사의 사회공헌 방향에 따라 단순히 세대 수를 늘려 보고하기 위해 벽지와 장판만을 바꾸는 생색내기식 사업이 될 수도 있고, 사업 세대 수가 적더라도 수혜 가정의 요청에 맞추는 사업이 될 수도 있다. 집 고치기의 범위는 대부분 한정적이기 때문에 경험이 많은 봉사자의 경우에는 본인의 기업에 집 고치기 봉사단을 창설하여 운영하기도 한다.

롯데건설의 경우, 초창기에 직원 몇 명이 한국해비타트 집 고치기에 참여했다가 자체적으로 봉사단을 창설하여 운영하고 있다. 해비타트를 통한 봉사도 좋지만 열악한 주거 환경을 개선해 나간다는

궁극적인 목표를 위해 이와 같은 봉사단 활동이 많아진다는 것은 반가운 일이다. 아직까지 마을 단위로 집 고치기를 진행하는 것은 대기업이기는 하지만 한 세대를 고치더라도 진정성 있는 사업을 진행하는 후원 기업들도 많다. 특별히 집을 고치고 나서 해당 집의 가구까지 바꾸어주고 싶어 사내 임직원들 대상으로 직접 모금을 진행하여 새로 산 가구를 넣어주기도 하는 경우도 있고, 수혜 가정으로 선정된 독거노인들을 위해 주말마다 식사 및 말동무가 되어주기로 하는 사내 동호회 활동이 생긴 기업도 있다.

한국해비타트는 집뿐만 아니라 지역 아동센터, 장애우 시설, 노인 시설 등 시설 고치기도 함께 병행하여 보다 세분화되고 있는 후원사의 니즈에 맞춘 활동을 진행하고 있다. 특히, 장애우 시설 등의 특수 시설은 해당 시설 거주 장애인들의 요구를 반영한 구조로 진행하기에 수혜자의 만족도가 높으

며, 한국해비타트만의 전문성을 발휘하기에 좋은 사업이기도 하다.

현지화 전략과 해외 봉사 활동

만족도가 가장 높은 프로그램은 아무래도 해외에서 펼쳐지는 봉사 활동이다. 한국해비타트는 인도, 인도네시아, 방글라데시, 네팔, 아프리카 등지의 개발도상국에 15~20명 정도 팀을 파견해 일주일 정도 건축 봉사 프로그램을 진행하고 있다. 집짓기뿐만 아니라 현지 문화 체험 등도 할 수 있어 후원 기업들은 직원 보상이나 신입 직원들의 훈련 차원으로 프로그램에 참여하곤 한다. 해외로 진출한 기업의 경우, 현지화 작업에 도움이 되기에 마케팅 차원에서 시작했다가 봉사에 참여한 임직원들의 만족도가 높아 매년 꾸준히 참여하는 경우가 늘어나고 있다.

봉사단이 파견되는 개발도상국의 경우 아열대 기후의 나라가 많아 한국처럼 집에 단열이나 난방이 따로 필요 없어 길어야 보름 만에 집을 완성하고 올 수 있다. 실제 그 집에서 살게 될 가족들과 함께 건

축 봉사를 진행하기에 더 의미가 있고, 벽돌로 벽을 만들고 한국에 비해 비교적 간단한 지붕을 올리면 되기에 주민들에게 열쇠를 전달하는 헌정식까지 마치고 돌아오게 된다. 우리의 문화를 전하는 민간 외교관으로서의 보람도 크지만 현지 주민과 분명 서로 다른 언어로 대화하는데 뜻이 통하는 진기한 체험을 하기도 한다. 함께 간 사람들과 힘든 노동을 하면서 특별한 경험을 공유하게 되는 해외 봉사 역시 지속적으로 인기가 높아져 가는 프로그램 중 하나이다.

무엇보다도 집이라는 삶의 기반과 동시에 아이들을 위한 교육이 함께 병행될 때 해당 지역에 더 나은 미래를 제시해줄 수 있기에 한국해비타트도 해당 지역에 도움이 되는 교육 부분을 강화하고 있다. 특히, 지진이나 태풍 같은 큰 재난과 재해를 당한 나라를 돕는 재난 대응 프로그램 운영을 할 때에도 지역 주민들을 대상으로 한 교육 부분을 병행하고 있다. 추후 발생할 수 있을 재난의 경감을 위하여 미리 훈련시키고 피해를 최소화시킬 수 있도록 돕고 있다.

더 나은 미래, 더 나은 세상을 만들어 나가는 일

이처럼 다양한 분야의 기업들이 참여하고 자체 기업의 특성을 살려 봉사를 진행해 나가면서 한국해비타트도 함께 발전해 나가고 있다. 기업 차원에서는 홍보 마케팅 수단으로 시작하더라도 일단 참여자들이 진심으로 봉사에 동참하게 된다면 수혜자들의 마음에도 감동이 전해지고, 그것을 바라보는 스태프들은 보람을 느낀다. 기업과 기관이 협력하여 더 나은 미래, 더 나은 세상을 만들어 나가는 일이 꾸준히 지속되기를 바란다. 서로 상생과 윈윈(win-win)의 관계를 맺으면서 말이다. CERIK



인도네시아 파시르할랑 마을에서 주거 환경 개선에 참여한 삼성물산 봉사단.