

규제연구 제25권 제2호 2016년 12월

경제 IQ가 반기업 정서에 미치는 영향에 대한 실증분석

황 인 학* · 강 원**

이른바 반기업 정서로 명명된, 기업 또는 기업인에 대한 부정적 인식은 한국인을 대표하는 경제관이자 기업규제를 양산하는 주범으로 알려져 왔지만 원인 규명을 위한 체계적 연구는 미흡한 상태이다. 이에 본 연구는 반기업 정서를 인식의 문제로 보는 관점에서 반기업 정서의 대상을 기업 전반, 대기업, 기업가의 세 가지로 구분하고 그 원인에 대해 개개인의 인구통계학적 특성, 기업의 본질과 시장원리에 대한 지식과 이해(경제 IQ 변수), 사회 제도에 대한 신뢰와 연결시켜 다변량 회귀분석을 시도한다. 분석 결과, 경제 IQ 변수는 대부분에서 반기업 정서에 유의미한 영향을 미치며, 또한 반기업 정서는 법치주의를 비롯한 사회제도에 대한 불신과 강한 동조화 경향이 있는 것으로 나타난다. 이러한 결과는 올바른 경제교육을 통해서 반기업 정서를 완화시킬 수 있지만 사회적 자본이 축적되지 않는 한 근본적 개선은 어려울 수 있음을 시사한다. 그리고 공무원 직업군의 대기업 및 기업인에 대한 반감이 통계적으로 유의하게 높은 바, 이 부분은 규제개혁 추진과 관련하여 주목할 만한 내용이다.

핵심 용어: 반기업 정서, 경제 IQ, 기업가정신, 비공식 제도, 규제개혁

* 주저자, 선임연구원, 한국경제연구원, 서울시 영등포구 여의대로 24 전경련회관 45층(inhak@keri.org)

** 교신저자, 교수, 세종대학교, 서울특별시 광진구 능동로 209(kangwon@sejong.ac.kr)

*** 본 논문에 유익한 논평을 해주신 두 분의 심사위원, 그리고 2012년부터 2014년까지 세 차례에 걸쳐서 설문 조사를 함께 진행했던 한국경제연구원 송용주 연구원에게 깊은 감사의 말씀을 드린다.

접수일: 2016/08/23, 심사일: 2016/11/01, 게재확정일: 2016/11/02

I. 서론

기업가정신(entrepreneurship)은 한 나라의 경제적 성과를 결정하는, 가장 중요한 요인이다. 기업가정신은 개인의 기회포착 역량과 위험감수 성향 뿐만 아니라 규제 및 정책을 포함한 공적 제도(formal institution)와 기업가 활동에 대한 사회적 인식 등의 비공식적 제도(informal institution)에 의해 결정된다(Henrekson, 2007). 기업가적 활동에 대해 국민의 인식과 태도가 비판적인 나라에서는 기업가정신이 활발하게 일어나기 어렵기 마련이다. 그리고 기업가정신이 위축되면 경제성장과 일자리 창출도 어려워진다. 이 때문에 EU와 OECD에서는 기업가정신을 진작시키려는 노력을 기울이고 있으며, 그 일환으로 기업 및 기업가에 대한 회원국의 인식과 태도를 주기적으로 평가하고 있다. 또한 세계기업가정신개발원(GEDI)에서 각국의 기업가정신 수준을 평가함에 있어서 ‘문화적 지지(cultural support)’를 조사항목에 포함시키고 있는 것도 이 때문이다(Ács, Szerb, Autio, 2014).

그러나 우리나라에서는 기업가정신의 발현에 부정적인 영향을 미치는 반기업 정서가 한국인을 대표하는 경제관으로 지적될 만큼 심각한 수준으로 알려져 있다(윤영민·최윤정, 2009). 우리나라 반기업 정서가 세계적으로 높다는 사실이 구체적인 지표로 처음 알려진 것은 2001년 국제 컨설팅 회사 Accenture의 보고서를 통해서였다. 그 이후 경제계에서는 문제의 심각성을 인식하고, 대한상의는 2003년부터 ‘기업호감지수’를 조사하기 시작하였고 곧 이어 전국경제인연합회에서는 시장경제 교육사업을 전개하였다. 그러나 유럽집행위원회의 2009년 및 2012년 조사결과, GlobeScan의 2013년 조사결과, GEDI의 최근 평가 등을 보면 한국의 반기업 정서는 여전히 다른 경쟁국에 비해 높은 상태가 지속되고 있는 것으로 나타난다.

반기업 정서가 높은 상태가 지속되면서 반기업 정서에 편승한 정치공세와 규제 법안이

범람함에 따라 기업인들은 정상적인 경영활동마저 어려울 정도라며 하소연하기도 한다. 비공식 제도에 속하는 반기업 정서가 경제규제와 기업정책에 영향을 미치고, 이는 다시 실물 경제 활동에 부정적인 영향을 주는 사례는 드물지 않게 찾아볼 수 있다. 이처럼 반기업 정서의 경제적 함의가 중요하고 심각한 상황이지만 반기업 정서에 관한 지금까지의 연구는 체계적인 원인 규명 또는 영향 분석과는 거리가 있고, 대부분은 가치판단 또는 규범적 차원의 문제제기에 그치고 있다(김수한·이명진, 2014; 최준혁, 2011). 최근에는 재무분야에서도 문화가 기업재무활동에 유의미한 영향을 미친다는 연구들이 등장하면서(Shin, et al., 2014), 반기업 정서도 한국적 문화의 일부분이 아닐까 하는 의구심을 갖게 한다. 만약 반기업 정서가 한국적 문화의 표현이라면 문화는 경로의존성이 강하게 작용하기 때문에 반기업 정서는 단기간 내에 개선되기 어려울 것이다. 그러나 그 반대로 기업 및 시장에 대한 개인적인 경험과 지식, 정보 등에 크게 영향 받는 현상이라면 상당한 정도로 통제 가능한 변수가 될 것이다.

본 연구는 과연 한국인의 반기업 정서가 문화적으로 정형화된 현상인지 아니면 통제 가능한 변수인지를 살펴보고자 다변량 회귀모형을 통해 원인 규명을 시도한다. 즉, 인구통계 변수나 정치 이념과 같은 비교적 고정적인 요인을 통제한 뒤 기업과 시장원리에 대한 이해(경제 IQ)와 같이 정보와 지식을 통해 바뀔 수 있는 요인들이 주는 영향을 살펴보았다. 분석 결과, 학력과 소득, 그리고 보수와 진보의 개인적 이념성향은 반기업 정서에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 반면, 경제 IQ가 높을수록 기업·기업인에 대한 호감이 높았다.

한편 반기업 정서를 근본적으로 개선하기 위해서는 기업인뿐만 아니라 국가기관의 신뢰 회복이 필요함도 밝혀졌다. 한국 사회에서 법과 원칙이 잘 안 지켜진다고 믿을수록, 정치인·법조인·공무원을 불신하는 사람일수록 기업 및 기업인에 대한 부정적 인식이 통계적으로 유의하게 높았다. 그 밖에 개인의 삶을 보는 태도도 유의한 설명력을 갖는 것으로 나타났다. 자신의 노력에 비해 보상이 적다고 생각하는 사람일수록 반기업 정서가 높고, 자신의 향후 소득이 개선될 것으로 기대하는 사람일수록 기업·기업인에 대한 호감이 높게 나타났다.

본 연구는 다음과 같이 구성되어 있다. 2장에서는 한국인의 기업에 대한 인식과 선행연구를 알아보고, 3장에서는 실증분석 내용과 결과를 기술한다. 마지막 4장에서는 결론과 시사점을 정리한다.

II. 선행연구

주류 경제학에서는 경제성장을 사람, 자본, 기술에 의해 결정되는, 수학적으로 미분 가능한 함수로 추상화하여 분석한다. 그러나 Weber(1930)는 공동체의 문화, 가치관이 경제적 성과의 결정에 더 중요한 변수임을 설명하고, 1990년대 이후 확산되기 시작한 신제도경제학(New Institutional Economics)에서는 아예 제도가 경제성장의 경로를 결정하는 근본요인을 강조한다(Acemoglu et al. 2005). 경제성장에 필요한 인적, 물적, 지적 자본과 같은 전통적 생산요소에 대한 투자는 궁극적으로 제도에 내재되어 있는 제약과 유인에 의해 결정된다고 보는 것이다.

NIE 이론에 따라 최근에는 재산권, 법의 지배, 경제적 자유, 부패 등의 다양한 제도 변수가 각국의 경제적 성과에 어떤 영향을 미치는지에 대한 실증연구가 증가하는 추세이며, 비공식 제도의 국가간 차이와 경제적 성과의 관계에 대한 관심도 늘고 있다(Guiso, Sapienza, and Zingales, 2006). 그리고 아직 초기 단계이지만 재무학 분야에서도 측정이 어려워 그동안 관심이 미흡했던 문화 변수들이 기업재무 활동에 영향을 미친다는 연구들이 속속 등장하고 있다. 예를 들어 Shin et al(2014)이 정리한 바에 따르면, 문화는 자본구조(Chui et al., 2002), 배당정책(Shao, et al., 2008), 지배구조(Stulz, 2002), 주가수익률(Chui et al., 2005)에 영향을 미친다고 한다.¹⁾

문화는 역사적 경로의존성과 집단성이 강한 만큼 단기적으로 변화하기 어려운, 일종의 외생변수라고 할 수 있다. 그렇다면 한국인의 반기업 정서도 이러한 성격의 외생변수로 보아야 하는가, 아니면 ‘정서(情緒)’의 사전적 정의가 의미하듯이 일시적이고 충동적인 감정의 작용으로 보아야 하는가, 또는 경제현상과 원리에 대한 개인적인 지식과 이해(경제 IQ)가 결부된 문제로서 경제 시스템 안에서 어느 정도는 관리 가능한 내생변수로 보아야 하는가. 반기업 정서의 성격과 원인을 어떻게 보느냐에 따라서 실물경제에 대한 함의와 해석이 다르고 반기업 정서를 완화하기 위한 대처의 방향과 방법도 다를 것이다.

1) Chui et al.(2002)은 보수적이거나 지배적인 문화를 가진 나라의 부채비율이 낮은 경향이 있음을, Shao, et al.(2008)은 보수적 문화에서 배당성향이 높고 지배적 문화에서 배당성향이 낮음을, Stulz(2002)는 카톨릭 국가일수록 채권자 권리 보호가 약한 성향이 있음을 보인다. Chui et al.(2005)은 개인주의 성향이 높은 문화일수록 투자가 공격적이고 주가 수익률이 높다고 한다.

먼저 반기업 정서의 성격과 관련, 선행연구의 대부분은 반기업 정서를 대기업에 관한 문제로 보는 경향이 강하다. 예를 들면 윤영민·최윤정(2009)은 반기업 정서를 “개인이 대기업에 대해 전반적으로 가지고 있는 인식”으로, 김수한·이명진(2014)은 ‘대기업에 대한 반기업 정서’로 정의하고 있다. 이처럼 대부분의 연구에서 반기업 정서의 대상을 대기업으로 국한해서 보는 이유는 “우리나라 국민은 기업 일반에 대해서는 호감을 보였으며, 특히 중소기업·중소기업인·전문경영인에 대해서는 강한 호감을 보였다”는 KDI 보고서(2007) 선례를 따른 것이다. KDI 조사에서처럼 우리나라 국민은 기업의 형태와 규모, 경영주체에 따라好不好 응답비율에 차이가 나는 것이 사실이다. 예를 들어 2000명의 성인을 대상으로 기업 및 경제현상에 대한 국민인식을 조사한 황인학·송영주(2014)은 기업에 대한 우호적 응답비율이 중소기업(85%) >> 기업 전반 ≒ 대기업(65%) >> 공기업(45%) >> 기업집단(32%)의 순서로 차이가 있고, 또한 지배주주를 포함한 소유경영자에 대한 반감은 40%로 전문경영인의 21%보다 높다고 하였다. 그리고 이러한 차이는 2012년, 2013년 조사에서도 일관되게 관찰된다.

이처럼 기업의 형태와 규모, 경영주체에 따라好不好 응답비율이 다른 게 사실이지만 그렇다고 해서 반기업 정서를 대기업에 국한된 현상으로 제한하는 연구방법론은 바람직하지 않아 보인다. 황인학·송영주(2014)의 조사에서 보듯이 대기업과 기업 전반에 대한 국민의 평가에 사실상 큰 차이가 없고, 대기업보다는 공기업, 더 나아가서는 기업집단에 대한 반감이 더 높기 때문이다. 따라서 반기업 정서를 특정 기업군에 제한된 개념으로 접근하기 보다는 반기업 정서를 ‘기업·기업경영인에 대한 부정적 인식’으로 폭넓게 정의하고, 기업 형태와 규모에 따라 왜 반기업 인식에 차이가 발생하는지, 그리고 소유경영과 전문경영에 대한 평가에 왜 차이가 발생하는지를 분석하는 것이 학문적으로나 시사점 도출 면에서나 더 의미가 있을 것이다.

선행연구에서 공통적으로 관찰되는 두 번째 특징은 한국의 반기업 정서가 유난히 높음을 인정하고 있다는 사실이다. 반기업 정서 그 자체는 한국에서만 관찰되는 특이 현상이 아니며 자본주의와 기업의 역사가 길었던 미국과 영국에서도 사회문제로 부상했던 적이 여러 번 있었다. 예를 들면 19세기 대기업 조직이 확산되는 당시에는 미국에서도 대기업을 ‘강도귀족(rubber baron)’에 비유할 만큼 반기업 정서가 높았었다. 그리고 1970년대 석유파동을 겪으며 미국에서 반기업 정서가 높아지자, 미국의 대기업들은 경제 IQ를 높여야 한다는 목표하에 공동 캠페인에 나서기도 하였다(황인학, 1997). 또한 1980년대 영국의 대처 정부는 시

장원리에 대한 국민적 무지 또는 오해 때문에 영국병이 깊어졌다는 판단 하에 반기업 정서를 극복하기 위한 다각도의 노력을 기울이기도 하였다(박지향, 2008).

한국인의 반기업 정서가 특징적인 것은 단순히 존재하는 정도가 아니라 다른 나라보다 심각하게 높고, 지속되고 있기 때문이다. 윤영민·최윤정(2009)이 반기업 정서를 한국인의 대표적 경제관으로 지목했던 까닭도 이 때문일 것이다. 한국의 반기업 정서가 세계적으로 높다는 사실이 구체적 지표를 통해 처음 알려진 것은 2001년 Accenture 보고서 때문이었다. 그 당시 Accenture 컨설팅 회사는 22개국 CEO를 대상으로 반기업 정서에 직면하고 있는지의 여부를 조사했는데 한국에서는 그렇다는 응답이 70%로 영국의 68%와 함께 가장 높았다. 이를 계기로 반기업 정서에 대한 사회적 관심이 높아지자, 중앙일보는 2003년과 2006년의 두 차례에 걸친 한·중·일 3국 비교 조사를 실시하였다. 그리고 이 조사에서도 한국의 반기업 정서는 일본은 물론, 공산주의 체제의 중국보다 월등히 높다는 사실이 거듭 확인되었다(<표 1> 참조).

<표 1> 한·중·일 반기업 정서 비교

구분	한국		일본		중국	
	2003년	2006년	2003년	2006년	2003년	2006년
기업전반	47.9%	37.6%	46.0%	27.1%	10.8%	22.6%
대기업	57.4%	42.0%	53.0%	35.0%	12.2%	17.0%

자료: 중앙일보(2003, 2006)

국제비교 목적의 설문조사는 조사기관, 설문 구성, 조사 시기, 표본 규모의 차이에 따라 얼마든지 결과가 다를 수 있다. 그러나 한국의 반기업 정서는 조사기관, 조사방법을 달리 해도 모든 경우에서 조사대상국 중 가장 높다는 사실이 일관되게 확인되고 있다. 예를 들어 유럽집행위원회(EC)는 EU 회원국과 한국, 미국, 중국, 일본을 포함한 그들의 주요 경쟁국을 대상으로 기업가(entrepreneur)에 대한 인식을 2009년과 2012년에 두 차례에 조사하였다. 조사 결과, EU 27개국에서 기업가에 대한 부정적 인식은 동 기간 중 2009년도 9%에서 2012년에는 7%로 약간 감소하였다. 그리고 2012년 영국의 반기업가적 인식은 EU 국가 평균치인 7%에, 미국은 4%, 중국은 7%, 일본은 6%로 조사된 반면에 한국은 2009년, 2012년 똑같이 17%로 가장 높은 수준에 있는 것으로 나타났다.

EC 조사와 달리 국제 컨설팅 회사, GlobeScan에서는 대기업과 정부에 대한 각국의 신뢰도를 조사, 국제비교 한다. 2005년과 2013년의 두 차례에 걸쳐서 한국을 포함한 26개국 대상으로 조사한 결과를 주요국 중심으로 정리하면 <표 2>와 같다. 여기에서 보면 2013년에 한국의 대기업 신뢰도는 36%로 전체 평균(63%)에 크게 못 미치는 최저 수준으로 나타난다. 더 나아가 한국은 2005~2013년 기간 중 대기업 신뢰도가 하락(38%→36%)한 유일한 경우이며, 2013년 조사에서 정부 신뢰(47%)보다 대기업 신뢰(36%)가 낮은 유일한 나라였다. 정원철(2014)은 이 자료를 분석한 연구에서 정부에 대한 신뢰와 대기업에 대한 신뢰는 일종의 동조화 경향이 관찰된다고 주장한다. 환언하면 정부에 대한 신뢰가 높은 나라에서는 대기업에 대한 신뢰도 역시 높은 경향이 있는데 한국은 둘 다 낮은 특징이 있다는 것이다.

<표 2> GlobeScan 조사: 주요국의 기업가 및 정부에 대한 신뢰도

국가	자국 대기업 신뢰도 (%)		자국 정부 신뢰도 (%)	
	2005년	2013년	2005년	2013년
인도네시아	69	82	66	65
케냐	61	78	56	70
중국	63	76	81	87
터키	54	73	52	69
캐나다	59	73	41	67
나이지리아	58	69	31	43
독일	35	64	24	60
영국	50	59	50	42
미국	49	54	59	47
프랑스	40	52	30	37
러시아	36	44	56	59
멕시코	58	43	31	40
한국	38	36	24	47
평균	52	63	48	58

주: 신뢰도는 총 응답자 중 자국의 대기업 혹은 정부를 신뢰한다고 답한 응답자의 비중 (%)

자료: 정원철(2014)에서 재인용

반기업 정서에 관한 선행연구의 세 번째 특징은 많은 경우 반기업 정서의 원인과 심각성

을 규범적 차원에서 진단하고 계몽적 대안을 제시하는 수준에 머물고 있다는 점이다. 그러나 최근에는 반기업 정서의 원인을 실증적으로 규명하려는 시도가 일고 있다. 그 중에 최준혁(2011)은 성, 연령, 지역, 학력, 소득 등의 인구통계 변수들이 반기업 정서에 미치는 영향을 분석하였다. 최준혁(2011)은 연령, 지역, 학력은 통계적으로 유의미한 영향이 없었고 성별과 소득은 반기업 정서의 차이에 영향을 준다고 밝혔으나 이 연구는 표본수가 240명으로 제한적이었다. 또한 김수한·이명진(2014)은 2012년 7개 광역시에 거주하는 1,300명 성인을 대상으로 수집한 자료를 이용하여, ① 사회제도를 신뢰하지 않을수록 기업을 부정적으로 평가하고, ② 젊은 세대일수록 그리고 교육 수준이 높을수록 반기업 정서가 높으며, ③ 소득이 낮거나 대도시에서 성장하지 않은 사람일수록 반기업 정서가 있다고 하였다.

위에서 보는 바와 같이 반기업 정서에 대한 실증연구는 아직은 초기 단계이며, 특히 지식 및 정보가 반기업 정서에 미치는 영향을 실증적으로 분석한 연구는 찾아보기 어려운 상태이다. 예컨대 김영용(2014)은 우리나라 중·고등 경제 관련 교과서는 ‘기업과 기업가뿐만 아니라 자본주의와 시장경제에 대한 반감이 심각한 편’이라고 함으로써 청소년기에 잘못 받은 지식과 정보 때문에 반기업 정서가 개선되지 않고, 갈수록 악화되고 있음을 우회적으로 지적하고 있다. 반기업 정서를 100% 감성 작용의 산물로 보는 것은 누구도 동의할 수 없는 단편적 논리이며, 지식과 정보에 영향을 받는 인식의 문제와 연결시켜 보는 게 당연할 것이다. 이와 관련 다음 절에서는 경제학적 지식과 정보와 관련된 경제 IQ 변수를 포함하는 회귀모형을 구축, 기업 및 기업가에 대한 호·불호 인식의 결정요인을 종합적으로 분석한다.

Ⅲ. 반기업 정서의 결정요인에 대한 실증 분석

1. 변수와 표본

본 절에서는 다변량 회귀분석을 통해 국내 기업 전반, 대기업, 기업가의 세 가지에 대한 국민 일반의 호·불호 인식의 결정요인을 규명한다. 여기 실증분석에 이용하는 자료는 2014년 5월에 한국경제연구원에서 조사전문업체(R&R)에 의뢰하여 전국 2,000명 성인을 대상으로 조사한 자료이다. 이 자료는 선행연구에 비해 표본이 풍부하고, 국내 인구통계에 맞추어 조

사 대상자의 성별, 학력, 소득, 직업, 거주지 분포를 구성했다는 점에서 특징이 있다. 또한 이 자료는 2012년, 2013년의 두 차례 선행 조사를 통해서 설문항목별 응답의 일관성을 검증했기 때문에 일과성으로 시행한 설문자료보다 신뢰성이 높다는 장점이 있다.

〈표 3〉 변수의 정의와 척도

구분		변수 명칭	변수 척도
종속 변수		기업 전반 인식	매우 긍정 1; 긍정 2; 부정 4; 매우 부정 5
		대기업 인식	
		기업가 인식	
설명 변수	인구통계 변수	성별 (더미)	여성 1, 남성 0
		연령	20대 1; 30대 2; 40대 3; 50대 4; 60대 이상 5
		학력	중졸 이하 1; 고졸 2; 대졸 3; 석사 4; 박사 5
		소득	1200만 이하 1; 4600만 이하 2; 8800만 이하3; 3억 이하 4; 3억 초과 5
		직업(더미)	(무직 및 기타 제외), 중소기업 종사자, 대기업 종사자, 공무원, 전문직, 자영업자
		이념성향 (더미)	(중도 제외), 진보, 보수
	경제 IQ	이윤 배분 순위(더미)	(종업원 우선 제외), 주주, 경영자, 소비자
		가격결정 (더미)	수요와 공급에 의해 결정 1; 기타 0
		시장경쟁	매우 좋음 1; 좋음 2; 좋지 않음 4; 매우 좋지 않음 5
		바람직한 기업상 (더미)	(납세우선 제외) 일자리창출, 준법경영, 윤리경영, 사회공헌
		대기업 수 (더미)	적다 1, 많다 0
	개인환경 변수	노력 대비 보상 만족도	불만족 1; 보통 3; 만족 5
		미래소득 기대	낮아짐 1; 불변 3; 개선 5
	사회자본 변수	법 준수 (더미)	법 안 지킴 1; 법 잘 지킴 0
		공무원 신뢰	매우 신뢰 1; 신뢰 2; 불신 3; 매우 불신 4
		정치인 신뢰	
		법조인 신뢰	
		언론인 신뢰	

본 연구의 회귀모형에서 종속변수는 국내 기업 전반, 대기업, 기업가의 세 가지 각각에 대

한 부정적 인식의 정도를 5점 척도로 측정한 값이다. 즉, 기업 전반, 대기업, 기업가 각각에 대해 평소 아주 긍정적으로 생각하고 있으면 응답자는 1점을 기입하고 매우 부정적으로 생각하면 5점을 기입하는 방식이다²⁾. 그리고 설명변수는 ①인구통계 변수(성별·연령·학력·소득·직업·정치성향), ②경제 IQ, ③개인의 처지와 미래 기대, ④사회제도에 대한 신뢰로 구분된다.

<표 3>은 설명변수의 구성과 측정방법을 정리한 것이다. 여기에서 보듯이 경제 IQ 변수는 기업의 본질과 관련 이윤을 누구에게 우선 배분해야 하는가(주주·종업원·소비자 등), 시장의 가격은 어떻게 결정되는가, 시장과정(경쟁)을 어떻게 보는가, 바람직한 기업상은 무엇인가, 우리나라는 선진국에 비해 대기업의 수와 비중이 많은가 아니면 적은가 등 총 5개 변수로 구성하였다. 이를 포함한 모든 변수들은 Caplan(2002)의 방법을 참조하여 가급적 연속 변수로 변환하였으며 성별, 직업, 이념성향, 이윤배분 우선순위, 바람직한 기업상과 같이 그럴 수 없는 경우에는 더미 변수로 처리하였다.

2) 여기에서의 기업가는 창업형 기업 경영인이며, 전문경영인을 포함하지 않는다. 이 부분 설문조사에서 기업가는 “정주영(현대), 이병철(삼성), 박태준(포스코)처럼 스스로 사업을 일으키고 경영하는 사람”이라는 정의를 명기함으로써 기업가와 전문경영인을 구분하도록 하였다.

2. 기초 통계

<표 4>는 전체 표본(2,000명)의 인구통계학적 분포와 더불어 기업 형태별好不好 응답비율을 요약한 것이다. 본 연구에서 조사 대상자는 국내 인구 비율에 맞춰서 추출했기 때문에 <표 4>의 성별, 학력, 소득, 직업별 분포는 실제 인구 분포와 대동소이하다.

<표 4> 응답자(표본)의 구성과 기업별 호감도

		수	비율			수	비율
성 별	남성	991	49.6%	연 봉 수 준	1,200만원 이하	448	22.4%
	여성	1,009	50.4%		4,600만원 이하	1,207	60.3%
	소계	2,000	100.0%		8,800만원 이하	308	15.4%
연 령	20 대	355	17.7%		3억 이하	33	1.6%
	30 대	386	19.3%		3억 초과	5	0.2%
	40 대	435	21.7%		소계	2,000	100.0%
	50 대	394	19.7%	사 회/ 정 치/ 경 제	관심 있다	878	43.9%
	60 대 이상	431	21.5%		보통	958	47.9%
소계	2,000	100.0%	관심 없다		164	8.2%	
직 업	대기업	124	6.2%	소계		2,000	100.0%
	중소기업	496	24.8%	정 치 성 향	진보	517	25.8%
	공무원	101	5.1%		중도	1,008	50.4%
	전문직	218	10.9%		보수	475	23.8%
	자영업	211	10.5%	소계		2,000	100.0%
	무직/기타	851	42.50%	대 기 업	호감	1,298	64.90%
소계	2,000	100.0%	반감		702	35.10%	
학 력	중졸 이하	53	2.7%	소계		2,000	100.0%
	고졸	610	30.5%	중 소 기 업	호감	1,701	85.1%
	대졸	1,179	58.9%		반감	299	14.9%
	석사	131	6.6%	소계		2,000	100.0%
	박사 이상	26	1.3%	공 기 업	호감	901	45.1%
소계	2,000	100.0%	반감		1,099	54.9%	
소계		2,000	100.0%	소계		2,000	100.0%

기업 형태별로 好·不好에 대한 응답은 <표 4>의 우측 하단에 정리하였다. 중소기업에 대해서는 응답자의 85.1%가 호감(긍정 및 매우 긍정)을 표명했고, 대기업에 대해서는 64.9%가 호감을, 그리고 공기업에 대해서는 45.1%만이 호감을 표명했다. 반감(부정 및 매우 부정)은 이와 역순이다. 다시 말하면 공기업에 대해서는 54.9%가, 대기업에 대해서는 35.1%가, 중소기업에 대해서는 14.9%가 반감을 표명하였다. 그리고 <표 4>에는 명기하지 않았지만 기업 전반에 대한 인식에서는 65.4%가 호감을 표명, 대기업 호감도와 엇비슷한 수준이었다.

<표 5>는 설명변수 각각에 대해 전체표본을 두 개의 집단으로 나누고, 집단별 반기업 정서에 유의미한 차이가 있는지를 검증한 결과이다. 표본을 두 집단으로 구분한 기준은 <표 5>의 패널 2에 정리하였다. 예를 들어 기업의 이윤은 주주에게 우선권이 있다고 답한 응답자는 표본 B(215명)에, 주주 외의 다른 이에게 우선권이 있다고 답한 응답자는 표본 A(1,785명)로 분류하였다. 그리고 <표 3>에서 정한 대로 각 집단의 반기업 정서를 지수로 환산하면 대기업을 기준으로 표본 A는 2.71, 표본 B는 2.48이며, 이 차이는 <표 5>의 패널 1에서 통계적으로 유의미함을 알 수 있다. 달리 말하면 <표 5>는 주주 자본주의를 지지할수록 기업 전반, 대기업, 기업가에 대한 반감이 통계적으로 유의하게 낮은 반면에 소비자 우선을 지지할수록 대기업, 기업가에 대한 반감이 상대적으로 높음을 보여준다.

<표 5> 설명변수별 하위표본 간 반기업 정서의 차이 분석

패널 1: 두 집단간 반기업 정서 차이 분석

			기업 전반					대기업			기업가		
			표본 A		표본 B		t-val.	A	B	t-val.	A	B	t-val.
			수	평균	수	평균		평균	평균		평균	평균	
경제 IQ	이윤배분	종업원	1066	2.69	934	2.71	-0.51	2.68	2.69	-0.15	2.76	2.83	-1.21
		소비자	1218	2.66	782	2.75	-1.9	2.64	2.76	-2.45*	2.73	2.88	-2.92**
		주주	1785	2.72	215	2.47	3.61**	2.71	2.48	2.95**	2.83	2.52	3.78*
		경영자	1931	2.7	69	2.65	0.38	2.69	2.43	1.95	2.82	2.16	4.73*
	가격결정	1600	2.74	400	2.54	3.57*	2.71	2.55	2.71**	2.84	2.6	3.80*	
	대기업 수	1177	2.73	823	2.65	1.69	2.75	2.58	3.59*	2.85	2.71	2.73**	
	기업상	세금	1917	2.7	83	2.61	0.76	2.69	2.47	1.84	2.8	2.66	1.06
		일자리	1513	2.76	487	2.51	4.73*	2.75	2.46	5.19*	2.87	2.56	5.16*
		준법	1690	2.71	310	2.63	1.36	2.69	2.63	0.9	2.8	2.76	0.58
		윤리	1117	2.59	883	2.83	-5.17*	2.57	2.82	-5.21*	2.68	2.93	-4.78*
사회공헌		1763	2.69	237	2.72	-0.34	2.67	2.75	-1.05	2.79	2.85	-0.8	
경쟁	853	2.83	1147	2.59	5.38*	2.84	2.57	5.64*	2.93	2.69	4.55*		
사회자본	법준수	390	2.29	1610	2.8	-9.21*	2.21	2.8	-9.91*	2.35	2.9	-8.80*	
	공무원	1127	2.89	873	2.45	10.1*	2.87	2.44	9.16*	2.99	2.53	9.13*	
	정치인	1782	2.76	218	2.17	8.39*	2.76	2.05	9.48*	2.87	2.18	8.52*	
	법조인	1195	2.9	805	2.39	11.5*	2.92	2.34	12.3*	3.06	2.4	13.3*	
	언론인	1378	2.81	622	2.45	7.67*	2.78	2.46	6.15*	2.91	2.53	7.13*	
보상	향후보상	233	2.9	535	2.61	3.71*	2.83	2.61	2.64**	2.95	2.62	3.65*	
	보상/노력	1195	2.84	805	2.48	8.01*	2.82	2.48	7.07*	2.93	2.59	6.68*	
인구통계	성별	993	2.74	1007	2.66	1.72	2.75	2.62	2.81**	2.86	2.73	2.56*	
	연령	783	2.51	775	2.78	-5.45*	2.56	2.68	-2.22*	2.7	2.72	-0.29	
	학력	1333	2.68	667	2.74	-1.35	2.67	2.72	-0.96	2.79	2.8	-0.14	
	연봉수준	348	2.66	1652	2.7	-0.73	2.68	2.68	-0.14	2.74	2.8	-0.87	
이념	472	2.75	522	2.7	0.63	2.69	2.72	-0.46	2.81	2.84	-0.52		
직업	무직,기타	1167	2.7	833	2.7	-0.04	2.7	2.65	1.04	2.86	2.7	2.96**	
	중소기업	1506	2.69	494	2.71	-0.41	2.67	2.72	-0.96	2.76	2.9	-2.49*	
	공무원	1893	2.69	107	2.79	-1.04	2.67	2.84	-1.57	2.78	2.97	-1.68	
	전문직	1771	2.7	229	2.71	-0.18	2.67	2.77	-1.35	2.8	2.77	0.28	
	자영업자	1789	2.7	211	2.64	0.94	2.68	2.74	-0.88	2.79	2.84	-0.63	
	대기업	1874	2.7	126	2.63	0.81	2.71	2.32	3.96*	2.8	2.75	0.39	

주) †: 1% 신뢰구간에서 유의미; **: 5% 신뢰구간에서 유의미; *: 10% 신뢰구간에서 유의미

패널 2: 표본 A와 표본 B의 구분 기준

		표본 A	표본 B			표본 A	표본 B		
경제 IQ	이윤배분	종업원	기타가 우선	종업원이 우선	사회자본	범죄인	불신	신뢰	
		소비자	기타가 우선	소비자가 우선		언론인	불신	신뢰	
		주주	기타가 우선	주주가 우선	보상인식	향후보상기대	낮아질 것	높아질 것	
		경영자	기타가 우선	경영자가 우선		노력대비보상	적다	많다, 적당	
	가격결정	수요공급 외	수요공급	인구통계변수	성별	남성	여성		
	대기업 수	많다	적다		연령	50대이상	20,30대		
	기업상	세금	기타 선택		세금 선택	학력	대졸이상	고졸이하	
		일자리	기타 선택		일자리 선택	연봉수준	4600초과	4600 이하	
		준법	기타 선택		준법 선택	이념	이념	보수	진보
		윤리	기타 선택		윤리 선택		무직/기타	기타	무직/기타
	사회공헌	기타 선택	사회공헌 선택	직업	중소기업	기타	중소기업		
	경쟁	좋지 않다	좋다		공무원	기타	공무원		
사회자본	법준수	지킴	안지킴		전문직	기타	전문직		
	공무원	불신	신뢰		자영업자	기타	자영업자		
	정치인	불신	신뢰	대기업	기타	대기업			

제외표본: 향후 보상 기대에서 '변화 없음', 연령에서 '40대', 이념에서 '중도'는 제외하고 상하위 표본을 구성

<표 5>를 보면, 경제 IQ 변수 중에 상품의 가격은 시장의 수요와 공급에 의해 결정된다고 응답한 이들에서, 그리고 국내에 대기업 수가 많다고 생각하는 집단에서 반기업 정서가 낮다. 사회적으로 바람직한 기업상에 대해서는 일자리를 많이 만드는 기업이라고 응답한 집단의 반기업 정서가 낮은 반면에 윤리경영을 잘하는 기업이라고 응답한 집단의 반기업 정서가 높다. 또한 자신이 받는 보상에 만족하거나 미래에 더 나아질 것이라고 답한 집단에서, 그리고 법치주의 및 정부에 대한 신뢰가 높은 집단일수록 기업의 형태와 규모에 관계없이 전체적으로 반기업 정서가 통계적으로 유의하게 낮았다.

인구통계 변수 중에는 여성이 남성보다, 그리고 장년층이 청년층보다 반기업 정서가 낮은 경향이 관찰되지만 사회자본 변수와는 달리 부분적으로 유의미한 차별성을 보인다. 즉 장년층은 청년층에 비해 기업 호감도가 높지만 기업가에 대한 인식에서는 유의미한 차이를 보이지 않으며, 여성은 대기업과 기업가에 대한 인식에서 남성과 차별적이지만 중소기업에 대해

서는 차이가 없다. 이 밖에 직업, 정치성향은 반기업 정서에 대해 차별적인 하위표본을 구성하지 못하였다. 특히 <표 7>에서 대기업 기준으로 봤을 때 보수 성향 집단의 반기업 지수(2.69)와 진보성향 집단의 반기업 지수(2.72)는 서로 유의미한 차이가 없다는 사실은 일반적인 선입견과 다르다는 점에서 주목할 만하다.³⁾

회귀분석을 시행하기 이전에 설명변수 사이에 다중공선성 문제가 없는지 확인하기 위해 변수 간의 상관관계를 살펴보았다. 그 결과 대부분은 0.30 이하의 상관관계를 보였으며 0.30 이상의 상관관계를 보이는 변수 쌍은 모두 사회적 자본에 관한 것으로 그 결과는 <표 6>에 정리하였다. 여기에서 보듯이 법 준수, 공무원, 정치인, 법조인, 언론인에 대한 불신은 서로 성격이 엇비슷하여 상관성이 높을 것으로 기대했으나, 모두 0.47 이하로 낮았으며, 이들 변수를 모두 넣어 회귀분석을 해도 다중공선성의 문제는 없는 것으로 확인되었다.

<표 6> 사회적 자본 변수 간의 상관계수

	법준수	공무원	정치인	법조인
공무원불신	0.2519 (0.000)			
정치인불신	0.3275 (0.000)	0.4171 (0.000)		
법조인불신	0.2896 (0.000)	0.429 (0.000)	0.4056 (0.000)	
언론인불신	0.1712 (0.000)	0.2385 (0.000)	0.3287 (0.000)	0.4627 (0.000)

주) 괄호안의 숫자는 상관계수의 검정통계량

3. 분석결과

인구 통계학적 변수 외에 개인의 처지 및 미래 기대, 사회적 자본, 경제 IQ 변수들이 기업 전반, 대기업, 기업가에 대한 반감에 미치는 영향을 회귀 분석한 결과를 <표 7>에 정리하였다. 일부 선행연구에서와 같이 본 연구에서도 성별, 연령, 학력, 연봉, 직업, 정치이념 등 인구통계학적 변수만 가지고 회귀분석을 실시하였다. 그러나 이 방법은 <표 7>의 다차원 회귀

3) 재벌기업에 대한 인식도 보수집단(평균 3.52)과 진보집단(평균 3.55) 사이에 유의미한 차이가 없다.

분석 결과와 달리 설명력이 3% 미만으로 낮아 신뢰성이 떨어지고 설명변수의 통계적 유의성도 안정적이지 못하는 등 한계를 보였다. 이에 여기에서는 경제 IQ 변수 등이 포함된 <표 7>을 중심으로 반기업 정서의 결정원인을 분석하고, 인구통계 변수만을 감안한 실증분석은 참조할 수 있도록 이 글 말미에 첨부한다(<Appendix 1> 참조).

<표 7>에서 모형 I은 기업 전반에 대한 반감을 종속변수 삼아 추정한 결과이며, 모형 II는 대기업에 대한 반감을, 그리고 모형 III은 기업가에 대한 반감에 대해 회귀 추정한 결과이다. 먼저 인구통계 변수의 추정계수를 보면 첫째, 여성 더미 변수의 추정값은 기업 전반, 대기업, 기업가의 모든 경우에서 음(-)의 부호를 갖는다. 이는 여성이 남성에 비해 전반적으로 반기업 정서가 낮다는 뜻이나 통계적으로 유의미한 경우는 오직 대기업에 대해서이다. 왜 여성이 남성보다 대기업에 더 호의적인지는 본 연구의 범위를 벗어난 것이지만 소비자 경제학의 관점에서 연구해봄직한 주제일 것이다. 그리고 연령 변수는 나이가 많을수록 기업 규모에 관계없이 반기업 정서가 유의하게 낮은 것으로 나타난다. 학력은 <표 5>에서 유의미한 차이가 없었듯이 <표 7>의 회귀분석에서도 유의미하지 않았으며, 이는 ‘교육 수준이 높을수록 반기업 정서가 높다’고 분석한 김수한·이명진(2014)과는 다른 결과이다. 연봉 변수는 대·중소기업에 대한 인식에 유의미한 영향을 미치지 않는 반면에 유의수준 1% 하에서 기업가에 대한 호감을 높이는 요인으로 작용하는 것으로 나타났다.

이념 변수의 추정 값은 <표 5>에서와 마찬가지로 <표 7>의 회귀모형 I, II, III 어디에서도 유의미하지 않았다. 진보 성향의 사람이 보수 성향의 사람보다 반기업적일 것으로 예단하는 경우가 많지만 본 연구의 실증분석에서 이러한 가설은 기각된다. 이 결과의 강건성을 검증하기 위해 중소기업 호감도와 재벌기업 호감도를 종속변수로 하는 별도의 모형을 설정하여 회귀분석을 시행하였다. 그렇게 했을 때에도 이념 변수는 통계적 유의성이 없음을 거듭 확인할 수 있었다. 이 결과는 반기업 정서의 완화를 목적으로 실시하고 있는 경제교육의 대상 및 방향 설정과 관련하여 주목할 만한 시사점을 담고 있는 것으로 평가된다.

직업 변수와 관련, 회사원은 상대적으로 반기업 정서가 낮은 경향이 있지만 통계적 유의성 측면에서 보면 중소기업 종사자는 중소기업을, 대기업 종사자는 대기업을 좋게 인식하는 특징이 있다. 전문직과 자영업자는 반기업 정서와 유의미한 관계를 보이지 않는다. 그러나 공무원은 모형II(대기업 인식)와 모형 III(기업가 인식)의 추정결과에서 보듯이 통계적으로 유의미하게 반기업 정서 수준이 높은 것으로 나타난다. 이용규·이성로(2002)에 의하면 ‘한국

〈표 9〉 반기업 정서의 원인에 대한 실증분석 결과

			기업 전반 반감(I)		대기업 반감(II)		기업인 반감(III)	
			coeff.	t-value	coeff.	t-value	coeff.	t-value
경제 IQ	기업의 이윤배분	소비자 우선	0.057	1.28	0.0746	1.55	0.08	1.57
		주주 우선	-0.169	-2.40**	-0.133	-1.76*	-0.250	-3.13[‡]
		경영자 우선	0.049	0.42	-0.071	-0.57	-0.419	-3.17[‡]
	가격결정 (수요와 공급=1)		-0.117	-2.26**	-0.058	-1.05	-0.121	-2.06**
	대기업 수 (적다=1)		-0.065	-1.54	-0.160	-3.56[‡]	-0.133	-2.79[‡]
	바람직한 기업상	일자리	-0.072	-0.66	0.023	-0.19	-0.103	-0.83
		준법	-0.003	-0.03	0.13	1.07	0.05	0.38
		윤리	0.112	1.05	0.246	2.17**	0.132	1.10
		사회공헌	0.059	0.50	0.177	1.41	0.069	0.51
	경쟁 인식 (1~4(나쁜 것))		0.065	3.60[‡]	0.073	3.83[‡]	0.051	2.52**
사회 자본	법준수 (안 지키=1)		0.194	3.44[‡]	0.214	3.55[‡]	0.137	2.14**
	공무원 불신 (1~4(불신))		0.145	4.00[‡]	0.077	1.99**	0.100	2.43**
	정치인 불신 (1~4(불신))		0.128	3.55[‡]	0.218	5.64[‡]	0.190	4.63[‡]
	법조인 불신 (1~4(불신))		0.185	5.06[‡]	0.256	6.54[‡]	0.296	7.11[‡]
	언론인 불신 (1~4(불신))		0.045	1.36	0.004	0.11	0.046	1.23
보상 인식	향후 보상기대 (1~5(개선))		-0.069	-3.76[‡]	-0.031	-1.59	-0.049	-2.36**
	노력 대비 보상 (1~5(많음))		-0.071	-3.85[‡]	-0.069	-3.53[‡]	-0.061	-2.92[‡]
인구 통계 변수	성별 (여성=1)		-0.070	-1.57	-0.135	-2.86[‡]	-0.061	-1.21
	연령대 (1~5(노령))		-0.108	-6.31[‡]	-0.047	-2.57**	-0.013	-0.66
	학력 (1~5(고))		-0.021	-0.66	-0.003	-0.09	0.065	1.78*
	연봉수준 (1~5(고))		-0.049	-1.53	-0.03	-0.87	-0.093	-2.56**
이념 성향	진보		0.025	0.51	0.052	0.97	0.066	1.17
	보수		0.066	1.28	0.016	0.29	0.033	0.57
직업	중소기업		-0.105	-1.92*	-0.071	-1.22	0.084	1.35
	공무원		0.146	1.52	0.184	1.79*	0.268	2.46**
	전문직		-0.056	-0.81	0.046	0.63	0.018	0.23
	자영업자		-0.039	-0.52	0.043	0.55	0.093	1.10
	대기업		-0.184	-2.01**	-0.458	-4.68[‡]	-0.036	-0.35
상수항			1.815	8.05[‡]	1.098	4.55[‡]	1.027	4.01[‡]
관측치			2,000		2,000		2,000	
R-squared			0.179		0.188		0.183	

주) [‡]: 1% 신뢰구간에서 유의미; **: 5% 신뢰구간에서 유의미; *: 10% 신뢰구간에서 유의미

의 관료는 일반시민에 비해 시장원리에 대해 상당한 거부감을 갖고 있으며 시민사회에 대한 신뢰도가 낮다'고 하는데 본 실증분석 결과도 이와 관련이 있을 것으로 보인다. 그리고 현 정부를 포함해서 역대 정권마다 규제개혁을 주창했음에도 성과가 미흡하다고 평가되는 이유 또한 본 연구에서 나타나는 공무원 사회의 반기업적 인식과 무관하지 않을 듯하다.

기존의 선행연구와 차별되고 본 실증연구에서 주목하는 부분은 위에서 설명한 인구통계학적 특성 변수를 통제한 후에 경제 IQ가 반기업 정서의 형성에 어떤 영향을 미치는가에 관한 것이다. 여기의 경제 IQ 변수는 기업의 본질과 사회적 기능에 대한 인식(이윤배분 우선 순위, 바람직한 기업관), 시장과정에 대한 인식(경쟁, 가격결정), 그리고 경제통계에 대한 이해(대기업의 수와 비중) 등 총 다섯 가지를 포함한다. 먼저 '기업의 이윤이 생겼을 때 누구에게 우선적으로 배분해야 하는가'라는 질문에 주주 우선을 선택한 응답자는 <표 5>에서와 같이 <표 7>에서도 반기업 정서가 전반적으로 유의하게 낮은 것으로 나타난다.

기업의 사회적 기능과 관련 '어떤 기업이 사회적으로 가장 바람직한가'에 대한 주관적인 인식은 대체로 반기업 정서와 의미 있는 관계가 없는 것으로 나타났다. <표 5>의 차이분석에서는 일자리 창출을 중시하는 계층에서 다른 가치를 중시하는 계층에 비해 반기업 정서가 유의미하게 낮았지만 <표 7>에서 다른 변수들을 통제하고 회귀분석했을 때는 통계적 유의성이 없는 것으로 확인되었다. 다만, 윤리경영을 중시하는 경우에는 대기업에 대한 부정적 인식이 유의하게 높았다.

시장과정으로서의 경쟁을 어떻게 보느냐에 따라 반기업 정서는 커다란 영향을 받는다. <표 7>을 보면, 시장경쟁에 부정적일수록 기업 전반, 대기업, 기업가에 대한 반감이 높고 통계적 유의성도 강함을 알 수 있다. 이는 달리 말하면 기업간 경쟁이 소비자 후생과 산업의 역동적 발전에 도움이 된다고 긍정적으로 인식할 경우 반기업 정서가 확실하게 완화되는 효과가 있음을 의미한다. 반면에 가격결정 원리에 대한 이해는 기업 전반의 인식 개선에 기여하지만 대기업에 대한 반감과는 유의미한 관계가 없었다. 경제 IQ 관련 또 다른 변수는 국내 대기업의 수와 비중에 대한 인식이다. 이는 다른 변수들과 달리 통계적 사실에 관한 문제이며, 한국은 다른 선진국에 비해 상대적으로 중소기업 비중은 높고 대기업의 비중이 낮다는 것은 정부 보고서에서도 수차례 지적해왔던 사실이다.⁴⁾ 그럼에도 일반 국민의 59%, 공

4) 예를 들면 '제1차 중견기업 성장촉진 기본계획'을 발표한 정부합동 보고서(2015.6)을 참조

무원의 53%가 국내에 대기업이 많은 것으로 오해하고 있는데, 이처럼 대기업 수가 많다고 생각할수록 대기업과 기업인에 대한 반감이 뚜렷하게 높았다.

경제 IQ 변수들은 지식과 정보, 이해에 관한 문제이기 때문에 다른 변수에 비해 상대적으로 교육과 학습을 통해 변화가 가능하지만 사회자본 변수들은 역사적 경로의존성이 강한 만큼 단기간 내에 바뀌기 어렵다는 특성이 있다. <표 7>의 실증분석에서 사회자본 변수들은 언론인 변수를 제외하고는 모두 반기업 정서의 확산에 크게 기여하는 요인으로 확인된다. 먼저, 국내에서 법과 원칙이 잘 지켜지지 않는다고 응답한 사람들의 기업 및 기업인에 대한 반감이 뚜렷하게 높고 통계적 유의성도 강하다. 법치주의에 대한 전반적인 불신이 기업 및 기업가에 대한 불신으로 이어지며 반기업 정서의 확산에 일조하고 있는 것이다. 또한 정치인, 법조인, 공무원 등 국가운영에 책임이 있는 이들에 대한 불신이 높을수록 반기업 정서가 뚜렷하게 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 국내의 높은 반기업 정서가 사회 전반에 확산되어 있는 불신구조의 한 단면일 가능성이 있음을 시사한다.

끝으로 반기업 정서는 보상 만족도나 미래 소득에 대한 기대와 같이 개인의 경제적 변수에도 영향을 받는 것으로 밝혀졌다. 앞서 본 바와 같이 연봉수준은 반기업 정서에 유의미한 영향을 끼치지 않았지만 자신의 노력 대비 보상에 만족하는 경우에는 기업 전반, 대기업, 기업가의 모든 경우에서 통계적으로 유의적인 음(-)의 민감도를 보이고 있다. 즉 자신의 노력에 비해 보상이 적다고 생각하는 이들에게서 반기업, 반기업인 정서가 뚜렷하게 높았다. 그리고 향후 자신의 소득이 높아질 것으로 기대할수록 기업가와 중소기업에 대한 반감은 통계적으로 유의하게 감소하였다. 다시 말해 본 실증연구에 의하면 반기업 정서와 관련하여 의미 있는 소득 변수는 현재 얼마나 많이 받고 있는가의 문제가 아니다. 자신의 노력 대비 보상이 적절한가에 대한 스스로의 판단, 그리고 소득이 지금보다는 앞으로 나아질 것이라는 기대와 희망이 반기업 정서와 유의적인 관계에 있는 것으로 확인되었다.

IV. 결론

기업가적 활동을 국민 일반이 어떻게 인식하고 평가하는가는 현재의 실물경제 활동과 미래의 기업가정신을 제약 또는 유인하는 비공식 제도의 중요한 구성요소이다. 특히 반기업 정서는 한국인을 대표하는 경제관이며, 시대에 맞지 않는 규제를 온존하고 양산하는 원인으로 지목될 만큼 심각한 사안이지만 원인 진단을 위한 체계적인 연구는 미진하였다. 이에 본 연구는 반기업 정서를 인식의 문제로 보는 관점에서 기업 전반, 대기업, 기업가에 대한 인식의 결정요인에 대해 다변량 회귀분석을 통해 종합적으로 분석하였다.

본 연구는 반기업 정서를 설명하는 변수에 인구통계학적 요인, 사회자본 요인 외에 경제 IQ 변수를 포함시켜 분석하고 있다는 점에서 선행연구와 구분된다. 경제 IQ 변수로는 기업의 본질과 사회적 기능에 대한 인식(이윤배분 우선순위, 바람직한 기업관), 시장과정에 대한 인식(경쟁, 가격결정), 경제통계의 이해(대기업의 수) 등 다섯 가지 변수를 사용하였다. 분석 결과, 종속변수에 따라 조금 차이가 있지만 대체적으로 경제 IQ 변수는 반기업 정서에 통계적으로 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 이윤의 분배, 경쟁의 역할, 가격의 형성 등 기업의 본질과 시장원리를 잘못 이해하는 사람일수록 기업과 기업가에 대한 반감이 높았다. 이처럼 경제 IQ 변수가 반기업 정서에 상당한 영향을 미치고 있다는 사실은 반기업 정서가 이념이나 감정 작용만의 문제가 아니라 지식과 정보의 문제가 결합된 현상임을 의미하며, 올바른 경제교육을 통해 일정부분 완화될 수 있음을 시사한다.

법치주의를 비롯한 사회자본 변수도 반기업 정서의 형성 및 확산에 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있다. 법과 원칙이 제대로 안 지켜진다고 믿는 이들일수록 또는 정치인·공무원·법조인을 신뢰하지 못하는 이들일수록 반기업 정서가 높다. 이러한 사실은 한국의 유난히 높은 반기업 정서가 지속되는 까닭이 사회 전반의 불신구조 또는 사회자본의 취약성과 밀접한 관련이 있음을 시사한다. 만약 그렇다면 반기업 정서를 효과적으로 개선하기 위해서는 경제 IQ를 높이기 위한 경제교육 외에 사회 전반에 신뢰 자산이 충분히 축적되어야 한다. 이 밖에 본 연구에 의하면 인구통계 변수 중에 연령과 공무원 집단이 반기업 정서에 영향을 미치고 기타 변수들은 유의성이 높지 않았다. 특히 개인이 표방하는 진보·중도·보수의 정치 이념과 반기업 정서는 서로 유의한 관계가 없다는 분석 결과는 주목할 만한 사실이다.

반기업 정서에 대한 실증연구는 이제 초기 단계이며, 사안의 중요성에 비추어 볼 때 계속

적인 연구 심화 및 확장이 필요한 분야이다. 여기에서는 주로 대기업에 대한 부정적 인식의 원인을 기업가, 기업 일반에 대비해서 분석했지만 반기업 정서의 주된 대상은 기업집단과 공기업이다. 따라서 이들을 대상으로 반기업 정서의 원인이 이 논문의 결과와 어떻게 다르고 비슷한지를 분석하는 후속 연구가 이어져야 할 것이다. 또한 경제 IQ 변수를 개인의 일상적 선택과 관련이 있는 좀 더 실용적인 변수를 확장해서 볼 필요가 있고, 경제교육의 방향에 대한 구체적인 시사점을 얻기 위해서는 아예 경제 IQ를 종속변수로 삼아 그 결정요인을 따로 분석해도 좋을 것이다. 그리고 선거 때면 되면 반기업 정서에 편승하거나 조장하는 공약이 범람하는 현상과 관련, 선거 주기가 반기업 정서에 미치는 영향에 관한 연구도 필요할 것이다.

참고문헌

- 김수한·이명진, “한국 사회의 반기업정서”, 한국사회학, 제48권 제1호, 2014, pp. 39-70.
- 김영용, 『탄탄한 시장경제2: 기업』, 프리이코노미 스쿨, 2014
- 박지향, “대처 정부의 대중자본주의와 반기업정서의 극복”, 한국경제연구원 세미나자료, 2008.
- 정부 보고서, “제1차 중견기업 성장촉진 기본계획”, 2015.6
- 중앙일보, 한·중·일 기업 및 경제활동 인식조사, 2003, 2006
- 윤영민·최윤정, “반 대기업 정서, 위기 책임성, 그리고 사과 수용 간 관련성”, 한국언론학보, 제53권 제1호, 2009, pp. 288-304.
- 이용규·이성로, “관료와 규제개혁: 공익이론의 적용가능성”, 행정논총, 제40권 제2호, 2002, pp. 111-133.
- 정원철, “한국의 대기업 불신 해부: 1. 국민들의 대기업 불신에서 나타나는 세 가지 특징” CSR Monitor (동아시아연구원, EAI 출판), 4(1), 2014. pp. 6-13.
- 최준혁, “반기업정서 척도 개발과 타당도 연구” 기업경영연구, 제39권, 2011, pp. 133-145.
- 한국개발연구원(KDI), 반기업 정서의 실제과약을 위한 조사 연구, 보도자료, 2007.5.29.
- 황인학, “한국 기업가정신의 장기 변화 추이 분석”, KERI Insight 16-03, 2016
- 황인학, “한국의 반기업 정서, 특징과 원인 진단”, KERI Insight 15-38, 2015
- 황인학·송용주, 『기업 및 경제 현안에 대한 국민인식 조사보고서: 2014』, 한국경제연구원 정책연구, 2014
- 황인학, 『경제력집중, 한국적 인식의 문제점』, 한국경제연구원, 1997
- Acemoglu, D. S. Johnson and J. Robison, “Institutions as a Fundamental Cause of Long-run Growth”, *Handbook of Economic Growth*, 2005
- Ács, Z., L. Szerb and E. Autio, *Global Entrepreneurship Index & Development Index powered by GEDI*, 2015.
- Caplan, B, “Systematically Biased Beliefs about Economics: Robust Evidence of Judgemental Anomalies from the Survey of Americans and Economists on the Economy”, *Economic*

- Journal*, 112, (2002), pp. 433-458.
- Choi, H. S., S. P. Ferris, N. Jayaraman, and S. Sabherwal, "Overconfidence, Corporate Governance, and Global CEO Turnover," *Advances in Financial Economics*, (2013).
- Chui, A. C. W., A. E. Lloyd, and C. Kwok, "The determination of capital structure: Is national culture a missing piece to the puzzle?," *Journal of International Business Studies* 33, (2002), pp. 99-127.
- Chui, A. C. W., S. Titman, and K. C. J. Wei, "Momentum around the world," Micro university of Texas, (2005).
- EC, Entrepreneurship in the EU and Beyond, Flash Eurobarometer FL354, 2012
- Guiso, L. P. Sapienza, and L. Zingales, "Does Culture Affect Economic Outcomes?," *Journal of Economic Perspectives*, 2006
- Henrekson, M., 'Entrepreneurship and Institutions', *Comparative Labor Law and Policy Journal*, 28, (2007), pp. 717-742.
- North, D., *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*, Cambridge: UK, Cambridge University Press, 1990
- OECD, *Entrepreneurship at a Glance*, 2014a.
- Shao, L., C. C. Y. Kwok, and O. Guedhami, "National Culture and Dividend policy," *Journal of International Business Studies* 41(8), (2010), pp. 1391-1414.
- Shin, J.-S., N. Nguyen, and Y.-J. Lim, "Culture and Finance," 재무관리연구 제31권 제1호, 2014, pp. 215-229.
- Stulz, M. R. and R. Williamson, "Culture, Openness, and Finance," NBER Working Paper, No. 8222, 2001.
- WEF, *The Global Competitiveness Report 2014-2015*, World Economic Forum, 2014

Appendix 1: 경제 IQ 변수를 제외한 실증분석 결과

	기업 전반에 대한 반감		대기업에 대한 반감		기업인에 대한 반감	
	coeff.	t-value	coeff.	t-value	coeff.	t-value
성별 (남=0, 여=1)	-0.0860	-1.82*	-0.1590	-3.12***	-0.0948	-1.75*
연령 (1~5(노령))	-0.0889	-5.30***	-0.0424	-2.35***	0.0073	0.38
학력 (1~5(고))	-0.0268	-0.77	-0.0121	-0.32	0.0512	1.28
연봉 (1~5(고))	-0.0585	-1.69*	-0.0398	-1.07	-0.0986	-2.49**
진보	0.0494	0.92	0.0724	1.26	0.0885	1.44
보수	0.0996	1.79*	0.0468	0.78	0.0616	0.97
중소기업	-0.0254	-0.44	0.0132	0.21	0.1710	2.56*
공무원	0.0970	0.94	0.1570	1.42	0.2420	2.06**
전문직	-0.0279	-0.37	0.0790	0.98	0.0457	0.54
자영업자	-0.0200	-0.25	0.0689	0.80	0.0939	1.03
대기업	-0.1470	-1.50	-0.4360	-4.13***	0.0008	0.01
상수항	3.1740	26.35***	2.9700	22.92***	2.7650	20.06***
관측치	2,000		2,000		2,000	
adj. R2	0.021		0.02		0.012	

Does Economic IQ Affect the Anti-Business Sentiments in Korea?

Inhak Hwang and Won Kang

It's been quite a time since the high level of anti-business sentiments in Korea have been one of the major social issues. However, there has been few rigorous research on the matter. In this study, we treat the anti-business as perceptual phenomena associated with information and knowledge rather than emotional judgement. We seek to find the causes of the anti-business and regress on demographic factors, social capital, and economic I.Qs. Economic I.Q. variables here include individual knowledge and information on the nature of the firm and market competition, etc. The results show that the anti-business increases as the economic I.Q. and social trust decrease. This implies that the anti-business can be partly managed by market-friendly education. Furthermore, social trust, which is historically path dependent, should be also improved to reduce the high and persistent anti-business sentiments in Korea.

Key words: Anti-Business Sentiments, Economic IQ, Entrepreneurship, Regulation

