

# 기업 및 기업인에 대한 한국적 인식의 특징과 개선과제

황인학<sup>1)</sup>, 강원<sup>2)</sup>

## <요 약>

반기업 정서는 한국인의 대표적인 경제관이자 사회문제로 알려진지 꽤 되었지만 종합적인 원인 규명 노력은 미진한 부분이다. 본 연구는 반기업 정서를 막연히 이념이나 감성의 문제가 아니라 지식과 정보의 문제가 결합된 인식의 문제로 보고 다변량 회귀분석을 통해 원인을 진단하였다. 반기업 정서를 설명하는 변수로는 인구통계학적 요인, 시장경제의 이해도를 측정하는 경제 IQ 요인, 그리고 사회 지도층에 대한 신뢰도를 측정하는 사회자본 요인 등을 포함한다. 분석결과, 경제 IQ가 낮을수록, 그리고 사회에 대한 신뢰도가 낮을수록 반기업 정서가 높은 것으로 나타났다. 이는 반기업 정서는 단지 감정이나 이념보다는 지식과 정보의 문제로 접근할 수 있으며 올바른 시장경제 교육으로 일부 완화될 수 있음을 시사한다. 또한 반기업 정서의 극복을 위해서는 기업만의 개선노력으로는 부족하고 사회시스템 전반에 대한 신뢰회복이 필요함을 시사한다.

주제어: 반기업 정서, 기업가 정신, 경제 IQ, 시장경제

---

1) 주저자, 선임연구원, 한국경제연구원, E-mail: inhak@keri.org  
2) 교신저자, 부교수, 세종대학교, E-mail: kangwon@sejong.ac.kr

## I. 연구의 배경 및 목적

기업가정신(entrepreneurship)은 한 나라의 경제적 성과를 결정하는데 매우 중요한 요인이다. Henrekson (2007)에 따르면, 기업가정신은 개인의 기회포착 역량과 위험감수 성향에 의해서 결정되기도 하지만, 동시에 규제 및 정책환경을 포함한 공적 제도(formal institution)와 기업가 활동에 대한 사회적 인식 등의 비공식적 제도(informal institution)에 의해서도 좌우된다. 즉, 기업가적 활동에 대한 국민적 인식과 태도가 부정적이고 반기업 정서가 높다면, 이러한 국가에서는 기업가정신이 발현되기 어려움을 시사한다. 기업가정신이 저해된다면 경제성장과 일자리 창출도 어려워질 것이다. 이러한 이유로 인해 EU와 OECD (OECD, 2014a)에서는 기업가정신을 복원시키기 위한 노력의 일환으로 기업과 기업가에 대한 회원국의 인식과 태도를 주기적으로 조사, 평가하고 있으며, 세계기업가정신개발원(GEDI)에서 각국의 기업가정신 지수를 평가할 때 해당국의 ‘문화적 지지(cultural support)’를 평가항목에 넣고 있는 것도 이런 이유 때문이라고 할 수 있다 (Ács, Szerb, Autio, 2014).

반기업 정서는 한국인의 경제관 중에서 가장 두드러진 특징으로 지적되며 (윤영민·최윤정, 2009), 특히 외국과 비교했을 때도 심각한 수준임을 알 수 있다. 2001년 국제 컨설팅 회사인 Accenture에서 22개국 CEO를 대상으로 조사한 결과 기업에 대해 적대적 또는 부정적 인식은 한국이 가장 높다는 사실이 구체적인 지표를 통해 처음 알려졌다. 그 이후 ‘반기업 정서’라는 표현이 널리 알려지자, 문제가 심각하다고 판단한 대한상의에서는 2003년부터 기업에 대한 사회적 인식을 조사하여 매해 ‘기업호감지수’를 발표하기 시작하였다 (대한상공회의소, 현대경제연구원, 2003~2013). 또한 중앙일보의 한·중·일 인식조사(2003, 2006), 유럽집행위원회에서 시행한 주요국의 인식 조사비교(2009, 2012), 그리고 국제 컨설팅 회사인 GlobeScan의 주관 하에 조사한 결과(정원철, 2014)에서 한국의 반기업 정서가 가장 높은 것으로 나타났다. 2015년 GEDI의 기업가정신 평가 항목 중 문화적 지지(cultural support)는 한국이 0.48로서 미국(0.83), 독일(0.77)에 비해서도 현저히 낮음은 물론이고 싱가포르(0.76) 및 대만(0.62)에 비해서도 매우 낮은 수준이었다 (Ács, Szerb, Autio, 2014).

이처럼 국내에서 반기업 정서는 실제로 존재하며, 기업인들은 반기업 정서에 편승한 정치공세와 규제법안 남발이 정상적인 기업활동마저 발목을 잡는다고 우려하고 있는 상황까지 왔다. 그러나 사안이 심각하고 중요하다고 하면서도 반기업 정서가 어떤 요인들에 의해 형성되는지에 대한 객관적인 분석을 시도한 경우는 매우 드물며, 대부분은 가치판단 또는 규범적 차원에서 문제점 지적에 머물고 있다 (김수한·이명진, 2014, 최준혁). 특히 최근에 재무분야에서도 문화가 기업재무활동에 유의미한 영향을 미친다는 연구들이 등장하면서 (Stulz, 2002; Choi et al. 2013; Shin et al. (2014)), 반기업 정서도 한국적 문화의 일부분이 아닐까 하는 의구심도 갖게 한다. 만약 반기업 정서가 한국인의 문화와 깊은 관련이 있고 다시 문화는 고정적인 외생변수라면, 한국의 반기업 정서는 수정되기 어려운 정형화된 현상이라고 볼 수 있다. 그러나 그 반대로 기업 및 시장에 대한 개인적인 경험과 정보, 개인이 처해 있는 경제적 상황, 사회 제도 전반에 대한 신뢰 등 다양한 객관적인 요인에 의해 반기업 정서가 좌우될 수 있다면, 반기업 정서는 통제할 수 있는 변수가 될 것이다.

본 연구는 과연 한국인의 반기업 정서가 정형화된 현상인지 아니면 통제 가능한 변수인지를 살펴보고자 다변량 회귀모형을 통해 반기업 정서의 객관적인 원인을 찾아보았다. 즉, 인구통계 변수나 정치적 이념과 같은 비교적 고정적인 요인을 통제한 뒤 기업과 시장원리에 대한 이해 (경제 IQ)와 같은 비교적 정보와 지식을 통해 쉽게 바뀔 수 있는 요인들이 주는 영향을 살펴보았다. 분석결과, 학력과 소득, 그리고 보수와 진보 간 개인적 이념성향은 반기업 정서에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 반면, 경제 IQ가 높을수록 기업·기업인에 대한 호감이 높았다. 더욱이 이념성향은 경제 IQ에 영향을 미치지 못해, 위의 결과는 국민들의 정치적인 이념과는 상관없이 올바른 경제교육을 통해 반기업 정서가 상당히 감소될 수 있음을 시사한다.

한편 반기업 정서의 완화를 위해서는 기업인뿐만 아니라 사회 지도층의 신뢰회복이 필요함도 밝혀졌다. 법과 원칙이 잘 안 지켜진다고 믿을수록, 정치인·법조인·공무원을 불신하는 사람일수록 기업 및 기업인에 대한 부정적 인식이 높았다. 그 밖에 개인의 삶을 보는 태도도 유의한 설명력을 갖는 것으로 나타났다. 자신의 노력에 비해 보상이 적다고 생각할수록 반기업 정서가 높은 반면, 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 제시한다.

## II. 한국인의 기업에 대한 인식과 선행연구

재무분야에서도 문화와 같이 측정하기 어려운 변수들이 기업재무활동에 영향을 준다는 연구들이 등장하고 있다. Shin et al (2014)이 정리한 바에 따르면, 문화는 자본구조에 영향을 주고 (Chui et al., 2002), 배당정책에 영향을 주고 (Shao, et al., 2008), 지배구조에도 영향을 주고 (Stulz, 2002), 주가수익률에도 영향을 준다 (Chui et al., 2005). 문화는 비교적 장기적으로 고정되어 있는 요인이라는 점에서 통제가 어려운 외생변수라고 할 수 있다. 과연 한국인의 반기업 정서도 이러한 외생변수에 의해 결정되는 정형화된 현상인가? 지식과 정보와 같이 경제시스템 안에서 관리할 수 있는 내생변수는 영향을 미치지 못하는가? 일단 여태까지 발견된 한국인의 반기업 정서를 특징별로 살펴보고 이들의 결정요인을 찾아보기로 한다.

### 2.1 반기업 정서는 한국인의 경제관 중 가장 두드러진 특징

윤영민·최윤정(2009)은 반기업 정서는 단순히 존재하는 수준을 넘어서 한국인의 경제관 중에서 가장 두드러진 특징이라고 평가하였다. 예를 들어 한국경제연구원에서 전국 성인 2,000명을 대상으로 조사한 결과, 우리나라 일반 국민의 반기업 정서가 높은 편이라고 응답한 비율은 조사시점에 따라 등락이 있지만 대체로 60% 이상으로 높은 수준을 유지하였다. 인구

특성별로 보면, 반기업 정서가 높은 편이라고 응답한 비율은 2014년도 기준으로 여성보다는 남성(67%) 그리고 대기업 종사자들(71%)에서 높고, 직업별로는 공무원(66%)의 응답비율이 높았다.

<표 1> 한중일 반기업 정서

	한국	일본	중국
기업전반 (2003년)	47.9%	46.0%	10.8%
대기업 (2003년)	57.4%	53.0%	12.2%
대기업 (2006년)	42.0%	35.0%	17.0%

우리나라와 문화적인 배경이 비슷한 중국 및 일본과 비교해 봤을 때도 한국인의 경제관에서 차지하는 반기업 정서의 위치는 확고함을 확인할 수 있다. 중앙일보(2003, 2006)는 2003년과 2006년 두 차례에 걸쳐 한·중·일 인식을 비교 조사하였는데, 기업 전반에 대한 부정적 인식은 중국이 약 10.8%로 압도적으로 낮았으며, 한국이 47.9%로 일본보다 높게 나타났다. 특히 대기업에 대한 반감은 한국이 기업 전반에 비해 9%p가 높아 세 나라 중 대기업에 대한 차별성이 가장 높았다. 중앙일보 2006년 조사에서도 한중일 3국 중 대기업에 대한 반감은 한국이 가장 높았다. 비록 부정적인 시각이 한국과 일본 모두 하락하였지만 한국과 일본 간의 격차는 2003년 불과 4.4%p에서 2006년 7%p로 더욱 벌어졌다. 이는 한국에서 반기업 정서는 비교적 고정적임을 뜻한다.

## 2.2 한국인의 반기업 정서는 세계적으로 가장 높음

여러 국제기관에서 조사한 바에 따르면 한국의 반기업 정서는 주요국 중에서 가장 높으며 이 수준이 계속 유지되고 있다. 2001년 Accenture가 22개국의 CEO를 대상으로 조사한 바에 의하면 한국인 CEO의 70%가 반기업 정서를 실감한다고 응답함으로써 영국(68%)과 함께 가장 높은 수준을 보였다. 이는 미국의 3배, 대만의 4배에 해당하는 수치다 (표 3, Panel A). 또한 2012년 유럽집행위원회(EC)에서 27개 회원국 및 주요국의 기업가(entrepreneur)에 대한 호불호를 조사한 결과(Flash Eurobarometer 354)에서 한국은 기업가에 대한 부정적 인식이 불가리아를 빼고는 가장 높은 수준을 기록하였다. EU 회원국의 평균치(7%), 그리고 중국과 일본의 6~7% 수준에 비해 약 2.5배 높은 수준이며, 미국과 비교하면 약 4배 높은 수준이다. 특이한 점은, 2001년도 Accenture 보고서에서 한국과 반기업 정서 1, 2위를 다투었던 영국이 2012년에는 기업가 반감도가 7%에 불과하여 한국의 17%와 큰 차이를 보였다는 것이다. 이는 한국과 달리 영국에서는 기업 및 기업인에 대한 인식이 대폭 개선되었음을 시사한다 (표 2, Panel B).

한편, 국제 컨설팅 회사인 GlobeScan은 2013년에 26개국에 대해 대기업 및 정부 신뢰도를 비교조사 하였다 (표 3). 재미있는 점은 대체로 정부에 대한 신뢰가 낮은 국가에서 대기업에 대한 신뢰도 낮게 나온다는 사실이다. 결과에 의하면 한국은 대기업뿐만 아니라 정부에 대한 신뢰도 최하위를 기록한 국가에 속한다. 2013년에 대기업 신뢰도는 한국이 36%로 가장 낮았고, 정부 신뢰도(47%)보다 크게 낮다는 특징을 보였다.

<표 2> Accenture와 EU의 반기업 정서 국제비교 조사

Panel A. Accenture 조사결과 (2001년)				Panel B. EU 조사결과 (2012년)					
한국	70%	폴란드	40%	불가리아	18%	유럽	7%	호주	4%
영국	68%	독일	40%	한국	17%	영국	7%	노르웨이	3%
이태리	55%	멕시코	40%	터키	13%	중국	7%	스위스	3%
남아프리카	55%	스웨덴	38%	그리스	12%	스페인	6%	스웨덴	3%
아르헨티나	55%	벨기에	28%	폴란드	11%	이태리	6%	핀란드	2%
브라질	53%	싱가폴	29%	루마니아	10%	일본	6%	덴마크	1%
프랑스	53%	말레이시아	23%	리투아니아	10%	프랑스	5%		
인도	50%	미국	23%	룩셈부르크	8%	독일	5%		
호주	45%	캐나다	20%	벨기에	8%	아일랜드	4%		
일본	45%	대만	18%	포르투갈	8%	미국	4%		
스페인	43%	네델란드	13%	체코	8%	네델란드	4%		

자료) EC: Entrepreneurship in the EU and Beyond, 2012년

<표 3> GlobeScan 조사: 주요국의 기업가 및 정부에 대한 신뢰도

국가	자국 대기업 신뢰		자국 정부 신뢰	
	2005년	2013년	2005년	2013년
인도네시아	69	82	66	65
케냐	61	78	56	70
중국	63	76	81	87
인도네시아	64	75	70	76
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

자료) 정원철, CSR Monitor 특집: 한국의 대기업 불신 회부 (2014.2)

### 2.3 반기업 정서는 주로 대기업집단과 지배주주에 대한 반감이라고 인식

기존의 국내 연구를 보면 한국인의 반기업 정서의 대상은 주로 대기업집단과 지배주주임을 알 수 있다. 한국개발연구원(KDI)(2007)은 반기업 정서를 “재벌·재벌 총수·공기업 및 부자에 대한 반감(p.1)”으로 정의를 내리면서 그 이후 많은 후속 연구에서도 반기업 정서를 반대기업 정서로 접근하는 경향을 보였다. 예를 들어 윤영민·최윤정(2009)은 반기업 정서를 “개인이 대기업에 대해 전반적으로 가지고 있는 인식”으로 정의하며 반 기업은 반 대기업과 같은 의미로 사용하였다. 최준혁(2011), 김수환·이명진(2014)도 “우리나라 국민은 기업 일반에 대해서는 호감을 보였으며, 특히 중소기업·중소기업인·전문경영인에 대해서는 강한 호감을 보였다”는 KDI 보고서 내용에 기초하여 반기업 정서를 ‘대기업에 대한 반기업 정서’로 접근하

고 있다.

또한 2014년도 한국경제연구원 실태조사에 의하면 기업형태별 호감도는 중소기업(85%) > 대기업(65%) > 공기업(45%) > 기업집단(32%)의 순서를 보이며, 소유경영인과 전문경영인에 대한 호감도는 각각 60%와 79%의 차이를 보였다고 주장하였다 (황인학·송용주, 2014). 그러나 과연 반기업 정서가 실제로 대기업집단과 지배주주만을 겨냥하고 있는지 아니면 기업 전반에 대해 갖는 태도인지에 대해서는 아직 충분한 실증연구가 되어 있지 않다. 본 연구에서는 반기업 정서를 설문조사하는 과정에서 대기업과 기업가뿐만 아니라 기업전반에 대한 반감도 조사하여 실증연구의 부족한 부분을 보충하는데 일조하고자 하였다.

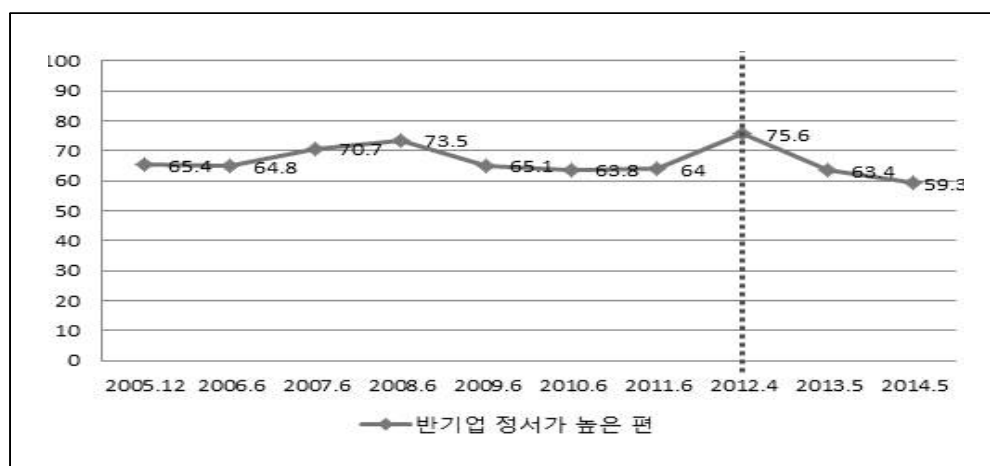
## 2.4 반기업 정서는 선거철에 가장 악화

우리나라에서 목격되는 또 하나의 특징은 총선이나 대선과 같은 대규모 정치 행사가 있을 때 반기업 정서가 높아진다는 점이다. 이는 <그림 1>에 잘 나타나 있다. 총선을 치룬 2008년과 2012년, 그리고 대선을 치룬 2007년과 2012년을 전후하여 반기업 정서가 70% 이상으로 크게 증가함을 알 수 있다.

관찰치가 충분하지 않아 통계적으로 유의한 주장을 하기는 어렵지만, 정치가들이 자신의 정치소득을 위해 선거 과정에서 반기업 정서를 자극 또는 활용하기 때문이라는 추론은 할 수 있다. 이러한 추론이 가능한 이유는 Caplan(2002)의 주장에서 찾아볼 수 있다. 그는 지대추구와 이익집단에 의한 포획현상 때문에 정치가 경제성장에 효율적인 역할에서 이탈하는 정치실패(political failure)가 발생하지만 사회적으로 잘못된 경제관 또는 기업관 역시 정치실패를 발생시키는 또 다른 원인이 되고 있다고 지적하였다<sup>3)</sup>.

[그림 1] 우리나라 국민일반의 반기업 정서가 높은 편이라고 응답한 비율

(단위: %)



자료) 2005년~2011년: 대한상의 조사(CFI 안의 반기업정서 수준), 2012~2014년 한경연 조사

3) "Economists have often explained deviations from efficient policy as the product of special interest politics. ... political failure could simply be a byproduct of the electorate's systematically biased beliefs about economics." (Caplan, 2002, p.456)

실제로 앞서 언급한 <표 3>의 GlobeScan 조사 자료를 분석한 정원철(2014)은 대기업에 대한 신뢰와 정부에 대한 신뢰는 대체 관계를 보이는 게 아니라 서로 같은 방향으로 움직이는 ‘일종의 동조화(coupling) 현상이 나타난 것을 발견(p.8)’ 하였다고 하여, Caplan(2002)의 주장을 수치자료를 가지고 지지하는 셈이 되었다. 만약 위의 주장과 같이 한국의 정치권 일각에서 자신의 정치 소득을 위해 반기업 정서를 적극적으로 활용하고 있다면, 국민이 경제와 기업에 대한 잘못된 인식을 가지고 있어도 정치권이 이를 계도하기보다는 국민의 잘못된 요구에 편승하여 기업을 더욱 옥죄는 제도를 공약하고 남발할 수도 있다.

즉, 세계에서는 글로벌 시장에서 경쟁하려는 목적으로 규제개선을 요청한다 하더라도, 그리고 정치인들이 그것이 옳다고 인식하더라도, 정치공학적인 이유로 인해 반대에 부딪치고 오히려 대중 인기 영합적인 규제의 신설 및 강화로 이어질 수 있다<sup>4)</sup>.

본 연구에서도 정치와 국민 일반의 반기업 인식 간의 관계가 중요함을 감안하여 국민 일반의 국가 공무원(입법부, 행정부, 사법부)에 대한 신뢰도를 별도의 변수로 추가, 반기업 인식에 미치는 영향을 살펴보았다.

## 2.5 반기업 정서가 막연한 감정과 선입견으로 이해됨

2001년도 Accenture 보고서 이후, 반기업 정서에 대한 관심이 높아지면서 지속적인 논의가 있었지만 학술적인 이론과 분석에 기초한 체계적인 연구는 매우 드물었다 (김수한·이명진, 2014). 반기업 ‘정서’는 감정 영역에 속하는 문제로 예단했기 때문인지 객관적이고 체계적인 원인 분석은 드문 반면 대부분 실태분석 결과에 기초하여 반기업 정서가 높은 상태로 지속되는 것은 문제이기 때문에 개선이 시급하다는 식의 가치판단적인 논의가 주류를 이루어 왔다.

그 중에 최준혁(2011)은 반기업 정서를 인식의 차원, 감정의 차원, 행동경향성의 차원으로 나누어 측정하고 성, 연령, 지역, 학력, 소득 등의 인구통계학적 변수들이 반기업 정서에 미친 영향을 분석하였다. 분석 결과 최준혁(2011)은 연령, 지역, 학력은 반기업 정서의 차이에 유의미한 영향을 주지 않았고 성, 소득수준은 반기업 감정의 차이에 영향을 준다고 하였으나 이 연구는 분석 표본수가 240명으로 제한적이라는 한계가 있다. 이에 비해 김수한·이명진(2014)는 2012년 7개 광역시에 거주하는 1,300명의 성인을 대상으로 수집한 자료를 이용하여, ①사회제도에 대해 신뢰하지 않을수록 기업에 대해 부정적으로 평가하고, ②젊은 세대일수록 그리고 교육의 수준이 높을수록 반기업 정서가 높은 것으로 나타나며, ③소득수준이 낮거나 대도시에서 성장하지 않은 사람들이 반기업 정서를 가지고 있다고 분석하였다. 김수한·이명진(2014)의 연구는 인구통계 변수 외에 사회제도에 대한 신뢰까지 감안하여 실증 분석하였다는 점에서 의의가 크지만 반기업 정서를 감성이 아닌 인식의 차원에서 접근하려면 개인의 인식 형성에 영향을 미치는 지식과 정보의 문제도 함께 감안할 필요가 있다.

이에 본 연구는 인구통계학적 특성, 사회제도에 대한 신뢰 외에 개개인의 경제 IQ(기업의

4) 한국경제연구원이 2009년도에 비공식적으로 조사한 결과에 의하면 국회의원 중에 반기업 또는 반기업인 정서가 실재한다고 응답한 비율은 약 89%에 달했고, 의정 활동에 반기업 정서가 영향을 준다고 응답한 비율은 약 96%였음

본질, 가격결정, 시장경쟁, 기업의 규모분포에 대한 이해 및 바람직한 기업상에 대한 인식 등) 까지 감안하여 기업 및 기업가에 대한 호불호 인식의 결정요인을 종합적으로 분석하였다.

### Ⅲ. 기업 및 기업가 인식의 결정요인에 대한 실증 분석

#### 3.1 변수와 표본

본 절에서는 다변량 회귀분석을 통해 국내 기업 전반, 대기업, 기업가, 이 세 가지에 대한 국민 일반의 호불호 인식의 결정요인을 규명하였다. 여기서 사용한 자료는 2014년도 한국경제연구원에서 전국 성인 2,000명을 대상으로 설문조사한 자료이며, 조사 대상자의 성, 학력, 소득, 직업, 거주지별 분포를 국내 인구 비율에 맞추었다는 특징이 있다 (황인학·송용주, 2014).

먼저 실증분석에서 종속변수는 국내 기업 전반, 대기업, 기업가에 대한 부정적 인식의 정도를 5점 척도로 측정된 값이다. 즉, 기업 전반, 대기업, 기업가 각각에 대해 평소 아주 긍정적으로 생각하고 있으면 응답자는 1점을 기입하고 아주 부정적으로 생각하고 있으면 5점을 기입한다<sup>5)</sup>.

설명변수는 ①인구통계 변수, ②경제 IQ, ③개인이 처한 경제 상황에 대한 판단과 미래 기대, ④사회제도에 대한 신뢰로 구분된다. 가급적 Caplan(2002)의 방법을 참조하여 연속변수로 변환하였으며(예: 연령, 학력, 소득, 정치 이념은 1~5의 척도로 평가) 성별, 직업과 같이 그럴 수 없는 경우에는 더미 변수로 처리하였다. 각각은 다음의 세부 내용을 포함한다.

°인구통계 변인: 성별(여성=1), 연령, 학력(고학력 5점), 소득(고소득 5점), 직업, 정치 이념(진보, 중도, 보수 중 택일)

°경제 IQ: 기업의 이윤배분(종업원, 소비자, 주주, 경영자 중 택일), 가격결정(수요와 공급=1, 기타=0), 시장경쟁(아주 나쁨 4점), 바람직한 기업상(일자리, 세금, 준법, 윤리, 사회공헌 중 택일), 대기업 수(적다=1)

°보상수준 만족도와 기대: 노력 대비 보상 만족도 (만족 5점), 미래 소득 기대 (개선 5점)

°법치주의와 국가기관(행정부·입법부·사법부): 타인의 법 준수 (안 지킴=1), 공무원에 대한 신뢰 (각 항에 대해 불신 4점)

#### 3.2 기초 통계

<표 4>는 표본의 인구통계학적 구성과 기업별 호감도를 보여주고 있다. 조사 대상자는 국내 인구비율에 맞춰서 선발했기 때문에 표본의 성, 학력, 소득, 직업별 분포는 실제 분포와 대동소이하다. 기업별 호감도는 응답자 중에 85.1%가 중소기업에 대해 호감을 가지고 있었고 대기업에 대해서는 64.9%가, 그리고 공기업에 대해서는 45.1%만이 호감을 비쳤다. 반감

5) 기업가는 “정주영(현대), 이병철(삼성), 박태준(포스코)와 같이 스스로 사업을 일으키고 경영하는 사람”이라는 정의를 응답자에게 제공하였다.



도 같은 순서를 보였다. 공기업에 대해서는 54.9%가 반감을 가지고 있었고 중소기업에 대해서는 14.9%만이 반감을 표명했다.

<표 4> 응답자(표본)의 구성과 기업별 호감도

		사례 수	비율(%)			사례 수	비율(%)
전체		2,000	100.0%	전체		2,000	100.0%
성 별	남성	991	49.60%	1,200만원 이하		448	22.40%
	여성	1,009	50.40%	4,600만원 이하		1,207	60.30%
연 령 대	20 대	355	17.70%	연봉수준	8,800만원 이하	308	15.40%
	30 대	386	19.30%		3억 이하	33	1.60%
	40 대	435	21.70%		3억 초과	5	0.20%
	50 대	394	19.70%		사회/정치 /경제	관심 있다	878
	60 대 이상	431	21.50%	보통		958	47.90%
직 업	대기업	124	6.20%	관심 없다	164	8.20%	
	중소기업	496	24.80%	정치성향	진보	517	25.80%
	공무원	101	5.10%		중도	1,008	50.40%
	전문직	218	10.90%	보수	475	23.80%	
	자영업	211	10.50%	대기업	고 호감도	1,298	64.90%
무직/기타	851	42.50%	저 호감도		702	35.10%	
학 력	중졸 이하	53	2.70%	중소기업	고 호감도	1,701	85.10%
	고졸	610	30.50%		저 호감도	299	14.90%
	대졸	1,179	58.90%	공기업	고 호감도	901	45.10%
	석사졸	131	6.60%		저 호감도	1,099	54.90%
	박사 이상	26	1.30%				

<표 5>는 각 설명변수별로 설명변수의 점수에 따라 전체표본을 두 개의 하위표본으로 나누고 (하위표본 A, B), 각 하위표본에 속한 응답자의 반기업 정서 평균점수를 비교한 결과이다. 기업이 이윤을 배분할 때 주주가 우선이라고 답한 응답자는 반기업 정서 점수 평균이 기업전반에 대해 2.21점인데 반해, 주주 이외 다른 주체가 우선이라고 답한 응답자는 반기업 정서 점수 평균이 2.35점에 달해, 전자가 후자에 비해 기업전반에 대해 반감이 더 낮았다. 그리고 그 차이는 신뢰수준 1%에서 유의미하였다. 이와 같은 현상은 대기업이나 기업가에 대한 반감에서도 똑같이 나타났다. 기업의 이윤은 주주가 우선적으로 받아야한다고 생각하는 응답자들이 대기업에 대해서도 그리고 기업가에 대해서도 유의적으로 더 낮은 반감을 보였다.

이처럼 기업전반, 대기업, 기업가 모두에 대해 반감이 유의적으로 더 낮은 하위표본은 경제 IQ가 높은 응답자로 구성했을 때 구해질 수 있었다. 즉, 가격은 수요와 공급으로 정해진다고 답한 응답자만 모아서 하위표본을 구성했을 때, 또는 바람직한 기업은 일자리를 많이 만드는 기업이라고 답하거나, 우리나라에 대기업 수가 많지 않다고 답하거나, 경쟁은 좋은 것이라고 답한 응답자로 구성했을 때 그 반대로 대담한 하위표본에 비해 유의적으로 낮은 반기업 정서를 가지고 있음을 알 수 있다.

또한 사회에 대해서나 개인의 보상에 대해 긍정적으로 인식하고 있는 하위표본이 그렇지 않은 하위표본보다 유의적으로 낮은 반기업 정서를 가지고 있었다. 즉, 우리나라에서 대체적으로 법이 잘 지켜지고 있다고 답하거나, 공무원, 법조인, 정치인, 언론인에 대해 신뢰한다고 답하거나, 자신의 보상이 향후 개선될 것이라고 생각하거나, 현재 자신이 받는 보상이 노력 대비 높다고 생각하는 하위표본이 낮은 반감을 표명했다.

한편, 인구통계학적으로 여성이 남성보다 그리고 장년층이 청년층보다 반기업 정서가 낮다고 볼 수 있으나, 위의 변수처럼 기업전반, 대기업, 기업가 모두에 대해 유의적인 차별성을 보이지는 못하였다. 그 밖의 인구통계학적인 변수나, 직업, 그리고 정치이념은 모두 반기업 정서에 대해 차별적인 하위표본을 구성하지 못하는 기준으로 밝혀졌다. 특히 진보인지 보수인지가 응답자의 반기업 정서에 대해 차별성을 가지지 못했다는 점은 개인이 단순히 정치이념에 따라 기업을 판단하지 않는다는 뜻으로 고무적인 사실이라 하겠다.

<표 5> 변수별 하위 표본 간 반기업 정서 차이분석

Panel A. 차이 분석

		기업 전반				t-val.	대기업		t-val.	기업가		t-val.	
		하위표본 A 수	평균	하위표본 B 수	평균		A 평균	B 평균		A 평균	B 평균		
경제 IQ	이윤배분	종업원	1066	2.33	934	2.33	-0.22	2.34	2.35	-0.62	2.37	2.41	-1.28
		소비자	1218	2.30	782	2.37	<b>-2.43</b>	2.33	2.37	<b>-1.92</b>	2.35	2.45	<b>-3.01</b>
		주주	1785	2.35	215	2.21	<b>2.91</b>	2.36	2.21	<b>3.78</b>	2.41	2.22	<b>3.83</b>
		경영자	1931	2.34	69	2.17	<b>2.18</b>	2.34	2.31	0.46	2.41	1.98	<b>5.11</b>
	기업상	가격결정	1600	2.35	400	2.26	<b>2.71</b>	2.37	2.26	<b>3.60</b>	2.42	2.28	<b>3.72</b>
		대기업 수	1177	2.37	823	2.27	<b>3.45</b>	2.36	2.32	1.51	2.42	2.35	<b>2.36</b>
		세금	1917	2.34	83	2.19	<b>2.12</b>	2.34	2.32	0.40	2.39	2.31	1.12
		일자리	1513	2.37	487	2.20	<b>5.24</b>	2.38	2.24	<b>4.86</b>	2.44	2.25	<b>5.28</b>
		준법	1690	2.34	310	2.30	0.80	2.35	2.31	1.27	2.39	2.38	0.41
		윤리	1117	2.27	883	2.41	<b>-5.30</b>	2.29	2.41	<b>-4.93</b>	2.33	2.47	<b>-4.70</b>
	사회공헌	1763	2.33	237	2.37	-1.03	2.34	2.36	-0.56	2.39	2.43	-0.94	
	경쟁	853	2.42	1147	2.26	<b>5.70</b>	2.42	2.29	<b>5.51</b>	2.47	2.33	<b>4.50</b>	
사회자본	법준수	390	2.05	1610	2.40	<b>-10.26</b>	2.12	2.40	<b>-9.36</b>	2.11	2.46	<b>-9.23</b>	
	공무원	1127	2.45	873	2.18	<b>9.51</b>	2.45	2.21	<b>10.12</b>	2.51	2.23	<b>9.41</b>	
	정치인	1782	2.38	218	1.95	<b>9.63</b>	2.38	2.05	<b>8.88</b>	2.43	2.04	<b>8.26</b>	
	법조인	1195	2.47	805	2.13	<b>12.42</b>	2.45	2.18	<b>11.29</b>	2.55	2.16	<b>12.90</b>	
	언론인	1378	2.39	622	2.20	<b>6.22</b>	2.40	2.21	<b>7.57</b>	2.46	2.24	<b>6.81</b>	
보상	향후보상	233	2.42	535	2.29	<b>2.72</b>	2.46	2.30	<b>3.86</b>	2.50	2.28	<b>3.89</b>	
	보상/노력	1195	2.42	805	2.21	<b>7.41</b>	2.42	2.23	<b>8.10</b>	2.47	2.27	<b>6.65</b>	
인구통계	성별	993	2.37	1007	2.29	<b>2.59</b>	2.36	2.33	1.50	2.42	2.36	<b>1.98</b>	
	연령	783	2.26	775	2.33	<b>-2.13</b>	2.25	2.39	<b>-5.32</b>	2.34	2.34	0.15	
	학력	1333	2.32	667	2.34	-0.67	2.33	2.37	-1.29	2.39	2.39	-0.08	
	연봉수준	348	2.32	1652	2.33	-0.36	2.32	2.35	-0.80	2.36	2.40	-0.83	
	이념	472	2.34	522	2.35	-0.27	2.37	2.35	0.47	2.42	2.41	-0.47	
직업	무직,기타	1167	2.34	833	2.31	1.15	2.34	2.35	-0.31	2.43	2.34	<b>2.96</b>	
	중소기업	1506	2.32	494	2.36	-1.07	2.34	2.35	-0.27	2.37	2.46	<b>-2.48</b>	
	공무원	1893	2.33	107	2.42	-1.59	2.34	2.38	-0.68	2.38	2.49	-1.55	
	전문직	1771	2.32	229	2.38	-1.23	2.34	2.35	-0.28	2.39	2.37	0.36	
	자영업자	1789	2.33	211	2.37	-1.05	2.35	2.31	1.02	2.39	2.43	-0.91	
	대기업	1874	2.35	126	2.11	<b>4.03</b>	2.35	2.30	0.84	2.39	2.36	0.51	

굵은 숫자는 신뢰구간 10% 이하에서 유의적임

Panel B. 각 변수의 상하위 표본 설명

		하위표본		상위표본		하위표본		상위표본	
경제 IQ	이윤배분	종업원	이외가 우선	종업원이 우선	사회자본	법조인	불신	신뢰	
		소비자	이외가 우선	소비자가 우선	언론인	불신	신뢰		
		주주	이외가 우선	주주가 우선	보상인식	향후보상기대	낮아질 것	높아질 것	
		경영자	이외가 우선	경영자가 우선		노력대비보상	적다	많다, 적당	
	가격결정	수요공급 외	수요공급	인구통계변수	성별	남성	여성		
	대기업 수	많다	적다		연령	50대이상	20,30대		
	세금	기타 선택	세금 선택		학력	대졸이상	고졸이하		
	기업상	일자리	기타 선택	일자리 선택	연봉수준	4600초과	4600 이하		
		준법	기타 선택	준법 선택	이념	보수	진보		
		윤리	기타 선택	윤리 선택		직업	무직/기타	기타	무직/기타
사회공헌	기타 선택	사회공헌 선택	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 '변화없음', 연령에서 '40대', 이념에서 '중도'는 제외하고 상하위 표본을 구성

각 변수 간의 상관관계를 살펴보았다. 그 결과 대부분은 0.30 이하의 상관관계를 보였고, 0.30 이상의 상관관계를 보이는 변수 쌍은 모두 <표 6>에 보고된 변수에 포함되어 있다. <표 6>에서 보듯이 법준수, 공무원, 정치인, 법조인, 언론인에 대한 불신은 상당히 높은 상관관계를 보일 것으로 예상되었으나, 모두 0.47 이하로 예상보다 낮았다. 실제로 회귀분석 시 사회자본에 대한 변수를 모두 모델에 넣어도 다중공산성은 발견하지 못하였다. 한편, 반기업 정서는 기업전반, 대기업, 기업가 간에 모두 0.50을 넘는 높은 상관관계를 보였다. 이는 대기업이나 기업가에 대해 반감을 가진 응답자는 대체적으로 기업전반에 대해서도 반감을 갖고 있다는 뜻으로, 기업은 좋으나 대기업은 싫거나 기업은 좋으나 기업가가 싫다는 주장은 보편성이 떨어짐을 시사한다.

<표 6> 선별된 변수 간의 상관관계

		법준수	공무원	정치인	법조인
공무원	공무원	0.2519			
	불신	0.000			
정치인	정치인	0.3275	0.4171		
	불신	0.000	0.000		
법조인	법조인	0.2896	0.429	0.4056	
	불신	0.000	0.000	0.000	
언론인	언론인	0.1712	0.2385	0.3287	0.4627
	불신	0.000	0.000	0.000	0.000
기업전반	기업전반	0.6071			
	대기업	0.000			
기업가	기업가	0.5706	0.5077		
	대기업	0.000	0.000		

주) 그 밖에 성별과 무직 (0.316), 학력과 연봉수준 (0.331), 연령과 향후 보상기대 (-0.314)로 높았으며 모두 1% 신뢰수준에서 유의하였다.

### 3.3 반기업 정서의 결정요인

<표 7>은 인구통계, 직업, 정치이념 등의 변수만 가지고 모델을 설정하고 회귀분석을 통해

반기업 정서의 결정요인을 분석한 결과를 보고하고 있다. 먼저 성별의 경우 남성에 비해 여성의 기업전반, 대기업, 기업가에 대한 인식이 통계적으로 유의미하게 긍정적이었다. 따라서 우리나라의 반기업 정서는 기타 인구통계적인 변수를 통제하고도 여성보다는 남성에 의해 더 많이 조성되고 있음을 알 수 있다. 연령도 차이분석에서 본 바와 같이, 연령이 높을수록 기업전반과 대기업을 포함한 반기업 정서가 낮으며, 통계적 유의성도 매우 강했다. 반면에 연령과 기업인 호감도는 통계적으로 유의미한 관계가 없었다.

한편, 학력은 독립적으로도 반기업 정서를 나누는 기준이 될 수 없었듯이 다변량 분석에서도 반기업 정에서 기여하는 바가 없는 것으로 나타났다. 선행연구 중에 ‘교육 수준이 높을수록 반기업 정서가 높다’는 결과(김수한·이명진, 2014)가 있으나 본 연구에 따르면 학력은 대·중소기업을 막론하고 기업호감도와 무관하였다. 반면 연봉수준은 차이분석에서 변별력이 없었으나 기타 변수를 통제하고 나면 연봉수준이 높을수록 기업전반과 기업가에 대한 호감도가 높아져 결국 반감을 축소시키는 역할을 하였다.

정치이념 변수의 계수는 중도에 비해 진보와 보수가 얼마나 의미있는 결정요인인가를 보여 준다. 차이분석에서와 같이 전체적으로는 반기업 정서에 주는 영향이 매우 제한적임을 알 수 있다. 단지 보수의 경우 10% 신뢰수준에서 기업전반에 대해 반감을 가지고 있었다. 게다가 보수나 진보 모두가 기업전반, 대기업, 기업이 모두에 대해 중도 대비 양의 계수(반감)를 보인 것은 특이할 만한 사실이다. 일반적으로는 진보 성향 보다는 보수 성향의 사람이 더 긍정적인 기업관과 시장관을 가질 것으로 예단하지만 본 연구의 실증분석에서 이러한 가설은 기각되었다. 이 결과의 강건성 검증을 위해 중소기업 호감도에 대해 별도의 회귀분석을 시행해도 정치 이념 변수의 통계적 유의성은 없는 것으로 나타났다.

<표 7> 반기업 정서에 대한 인구통계, 직업, 이념 변수의 영향

	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	

직업군으로 보면, 무직/기타에 비해 공무원과 중소기업 종사자가 기업가에 대해 반감을 형

성하는데 더 많이 기여했음을 알 수 있다. 민간기업과 함께 한국 경제를 이끌고 가야할 공무원이 기업가에 대해 반감을 가지고 있다는 사실은 주목할 만하다. 이 결과는 ‘한국의 관료는 일반시민에 비해 시장원리에 대해 상당한 거부감을 갖고 있으며 시민사회에 대한 신뢰도가 낮다’고 분석한 이용규·이성로(2002)의 연구결과를 부분적으로나마 지지하고 있다고 볼 수 있다. 특히 기업규제(완화)에 대한 국민과 정치권 그리고 공무원의 인식과 태도와 관련하여 주목할 부분이기도 하다.

<표 8> 반기업 정서에 대한 전체 변수의 영향

		기업 전반 반감		대기업 반감		기업인 반감		
		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	<b>-0.169</b>	<b>-2.40</b>	<b>-0.133</b>	<b>-1.76</b>	<b>-0.250</b>	<b>-3.13</b>
		경영자 우선	0.049	0.42	-0.071	-0.57	<b>-0.419</b>	<b>-3.17</b>
	가격결정 (수요와공급=1)	<b>-0.117</b>	<b>-2.26</b>	-0.058	-1.05	<b>-0.121</b>	<b>-2.06</b>	
	대기업 수 (적다=1)	-0.065	-1.54	<b>-0.160</b>	<b>-3.56</b>	<b>-0.133</b>	<b>-2.79</b>	
	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	<b>0.246</b>	<b>2.17</b>	0.132	1.10
		사회공헌	0.059	0.50	0.177	1.41	0.069	0.51
	경쟁 인식 (1~4(나쁜 것))	<b>0.065</b>	<b>3.60</b>	<b>0.073</b>	<b>3.83</b>	<b>0.051</b>	<b>2.52</b>	
사회 자본	법준수 (안 지킴=1)	<b>0.194</b>	<b>3.44</b>	<b>0.214</b>	<b>3.55</b>	<b>0.137</b>	<b>2.14</b>	
	공무원 불신 (1~4(불신))	<b>0.145</b>	<b>4.00</b>	<b>0.077</b>	<b>1.99</b>	<b>0.100</b>	<b>2.43</b>	
	정치인 불신 (1~4(불신))	<b>0.128</b>	<b>3.55</b>	<b>0.218</b>	<b>5.64</b>	<b>0.190</b>	<b>4.63</b>	
	법조인 불신 (1~4(불신))	<b>0.185</b>	<b>5.06</b>	<b>0.256</b>	<b>6.54</b>	<b>0.296</b>	<b>7.11</b>	
	언론인 불신 (1~4(불신))	0.045	1.36	0.004	0.11	0.046	1.23	
보상 인식	향후 보상기대 (1~5(개선))	<b>-0.069</b>	<b>-3.76</b>	-0.031	-1.59	<b>-0.049</b>	<b>-2.36</b>	
	노력 대비 보상 (1~5(많음))	<b>-0.071</b>	<b>-3.85</b>	<b>-0.069</b>	<b>-3.53</b>	<b>-0.061</b>	<b>-2.92</b>	
인구 통계 변수	성별 (여성=1)	-0.070	-1.57	<b>-0.135</b>	<b>-2.86</b>	-0.061	-1.21	
	연령대 (1~5(노령))	<b>-0.108</b>	<b>-6.31</b>	<b>-0.047</b>	<b>-2.57</b>	-0.013	-0.66	
	학력 (1~5(고))	-0.021	-0.66	-0.003	-0.09	<b>0.065</b>	<b>1.78</b>	
	연봉수준 (1~5(고))	-0.049	-1.53	-0.03	-0.87	<b>-0.093</b>	<b>-2.56</b>	
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	<b>-0.105</b>	<b>-1.92</b>	-0.071	-1.22	0.084	1.35	
	공무원	0.146	1.52	<b>0.184</b>	<b>1.79</b>	<b>0.268</b>	<b>2.46</b>	
	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	<b>-0.184</b>	<b>-2.01</b>	<b>-0.458</b>	<b>-4.68</b>	-0.036	-0.35	
상수항		<b>1.815</b>	<b>8.05</b>	<b>1.098</b>	<b>4.55</b>	<b>1.027</b>	<b>4.01</b>	
관측치		2,000		2,000		2,000		
R-squared		0.179		0.188		0.183		

굵은 숫자는 신뢰구간 10% 이하에서 유의적임

<표 8>은 <표 7>의 모델에 경제 IQ 변수를 첨가하여 반기업 정서의 결정요인을 분석한 결과를 보고하고 있다. 인구통계학적 특성과 직업 및 이념을 통제한 후에 경제 IQ가 반기업 정서에 미치는 영향은 <표 5>에서 보았던 차이분석의 결과가 크게 다르지 않다. 이윤배분 우선순위를 묻는 질문에서 주주 우선을 선택한 응답자가 다른 주체를 선택한 사람에 비해 기업 전반, 대기업 및 기업인에 대한 반감을 낮추는데 유의미한 기여를 하였다. 특히 기업인에 대한 반감에 대한 음의 계수(-0.250)는 유의성이 매우 높았다. 이는 주주 자본주의를 선호하는 응답자가 다른 경제체제를 선호하는 자보다 반감을 낮추는 주체가 되고 있음을 시사한다. 그러나 별도의 분석에서 이윤에 대해 주주가 우선권을 갖는다고 대답한 응답자와 중소기업 호감도와는 무관한 것으로 나타나 대기업과 중소기업 간에 차별성을 보였다. 상품의 가격은 시장의 수요와 공급에 의해 결정된다고 인식하는 응답자가 또한 기업 및 기업가에 대한 반감을 낮추는데 유의적인 기여를 하였다.

그러나 통계적 유의성 측면에서 가격결정원리에 대한 인식이 대기업에 대한 반감을 낮추지는 못했다. 사업자간 경쟁을 긍정적 또는 부정적으로 보는가에 따라 기업 및 기업가에 대한 반감에 크게 영향을 주는 것으로 나타났다. 여기에서는 경쟁을 치킨, 편의점, 빵집 등 골목상권 안에서 동종업체간 경쟁을 사례로 제시했는데 골목상권 경쟁에 부정적일수록 기업 및 기업가에 대한 반감도 높고 통계적 유의성도 매우 높았다.

위의 경제 IQ에 관한 질문들은 자본주의 시장경제에 반대되는 대답을 했더라도 그 응답자가 반드시 경제 IQ가 낮다고 단정 지을 수는 없다. 왜냐하면 비록 시장경제와 자본주의를 표방하는 한국에 살고 있더라도 응답자가 사회주의에 경도된 경제관을 가지고 있든지 아니면 자본주의를 부정하는 경제관을 가지고 있다면 경제 IQ가 낮은 대답을 할 수 있기 때문이다. 그래서 반기업 정서에 대한 경제 IQ의 영향을 분석하기 위해서는 개인적인 경제관에 따라 변하지 않는 경제적 사실을 질문할 필요가 있다. 이를 위해 우리는 한국의 대기업 수에 대한 질문을 첨가하였다. 한국은 다른 선진국에 비해 중소기업 비중은 높고 대기업은 적다는 사실은 정부도 보고서를 통해 인정한 사실이다. (제1차 중견기업 성장촉진 기본계획, 2015. 6). 그럼에도 우리나라 국민의 과반이 넘는 59%, 더구나 공무원 중에서도 53%가 국내에는 대기업이 많은 편이라고 잘못 알고 있었다 (황인학·송용주, 2014). 그리고 국내에 대기업 수가 상대적으로 많은 편이라고 잘못 알고 있을수록 대기업과 기업인에 대한 반감이 뚜렷하게 높은 반면, 중소기업 호감도와는 무관하였다.

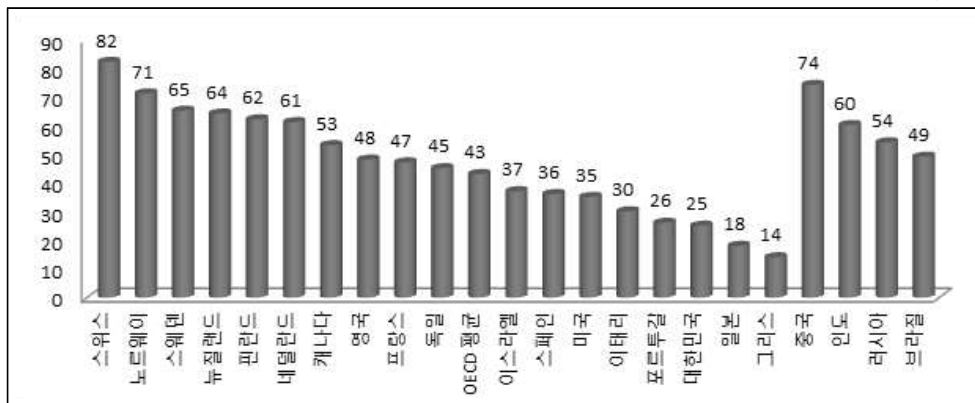
<표 4>에서 사회 경제에 대한 관심이 보통 이상인 응답자가 90%를 넘음에도 불구하고 위와 같이 잘못된 경제지식을 가지고 있다면, 우리나라 사람들의 많은 수가 가지고 있는 경제관이나 반기업 정서가 감정이나 성격보다는 잘못된 지식에서 비롯되지 않았나 하는 의심을 갖게 하며, 따라서 반기업 정서도 올바른 경제교육으로 상당히 해소될 수 있는 문제임을 짐작케 한다. 바람직한 기업상에 대한 대답들이 보인 계수를 보면 이러한 추측이 일부 근거가 있음을 알 수 있다. <표 5>에서 일자리 창출과 윤리는 반기업 정서 하위표본과 반대 하위표본을 매우 유의적으로 가를 수 있는 기준이었다. 그러나 <표 8>에서 인구통계학적인 변수를 포함하여 위에서 언급되었던 경제 IQ의 기타 항목들이 통제되자 둘 다 유의성이 없어지거나 매우 낮아졌다. 이는 기업은 윤리적이어야 하는데 국내 기업은 그렇지 못하기 때문

에 반기업 정서를 가지게 되었다고 주장하는 응답자들은 교육을 통해 경제 IQ가 높아지게 되면 반기업 정서에 더 이상 영향을 미치지 못하게 될 수 있음을 시사한다. 단지 대기업에 대해서는 윤리의 계수(0.246)가 지속적으로 유의성을 가지고 있어 올바른 경제지식이 국민들에게 주입되더라도 대기업에 대한 윤리성의 요구는 호불호를 결정하는 유효한 변수로 남아 있을 것으로 보인다.

사회제도에 대한 불신이 우리나라 국민의 반기업 정서를 부추기는 매우 유의미한 요인으로 밝혀졌다. 그리고 이 요인은 경제교육을 통해 변화될 수 없고 사회 전반적으로 고쳐져야 할 부분이기 때문에 대응하기 어렵다는 점에서 안타까운 사실이기도 하다. 먼저, 우리나라에서 법과 원칙이 잘 지켜지지 않다고 응답한 사람들의 기업 및 기업인에 대한 반감이 뚜렷하게 높고 통계적 유의성도 강하다. 2013년도 세계은행의 조사에 따르면 우리나라 법치지수(rule of law index)는 OECD 34개국 중 27위로 사실상 하위권에 머물고 있었다 (황인학, 2015). 또한 정치인, 법조인, 공무원 등 국가운영에 책임이 있는 이들에 대해 불신이 높을수록 반기업, 반기업인 정서가 뚜렷하게 높았다. 2014년도 OECD 조사 (OECD, 2014b)에 의하면, 우리나라 국민의 정부에 대한 신뢰도는 <그림 2>에서 보는 바처럼 OECD 평균치(43%)에 훨씬 못 미치는 25%이며, OECD 회원국 중 30위로서 주요 개발도상국가 BRICs보다 낮은 수준이다. 그리고 세계경제포럼의 2014년도 세계경쟁력지수 보고서에 의하면 (WEF, 2014), 우리나라 국민의 정치인에 대한 신뢰는 세계 154개국 중 97위로 아주 낮은 수준이었다.

<그림 2> 정부 신뢰도 국제비교 (OECD 및 BRICs)

(단위: %)



자료: Society at a Glance 2014: OECD Social Indicators, OECD (OECD, 2014b)

이처럼 한국인의 사회제도에 대한 불신은 상당히 뚜렷하며 반기업 정서와 서로 같은 방향으로 움직이는 동조화 현상을 보인다는 사실은 김수한·이명진(2014), 정원철(2014)의 분석과 비슷한 맥락에서 이해될 수 있다. 위 실증분석의 결과는 우리나라에서 반기업 정서는 기업이 독립적으로 원인을 제공한 면도 있지만 사회불신이라는 더 큰 주제의 종속적인 현상이라는 면도 상당히 있음을 시사하고 있다.

노력 대비 보상 만족도나 미래 소득 기대와 같이 상당히 개인적인 태도에 영향을 받는 요인들도 밝혀졌다. 앞서 본 바와 같이 연봉수준 변수는 기업전반이나 대기업에 대한 반감에 영향을 끼치지 않았지만 자신의 노력 대비 보상 만족도는 기업 전반, 대기업, 기업가의 모든

경우에서 유의적인 음의 민감도를 보이고 있다. 즉 자신의 노력에 비해 보상이 적다고 생각하는 이들의 반기업, 반기업인 정서가 뚜렷하게 높았다. 향후 자신의 소득이 높아질 것으로 전망할수록 기업가와 중소기업에 대한 반감은 통계적으로 유의하게 감소하였으나 대기업 호감도와는 무관하였다.

### 3.4 경제 IQ의 인구통계학적 결정요인

만약 올바른 경제교육을 통해 반기업 정서가 부분적으로나마 개선될 수 있다면, 누구를 향해 어떤 교육을 해야 하는지 살펴볼 필요가 있다. 이에 경제 IQ 항목에 대한 답변을 종속변수로 하고 인구통계학적인 변수를 설명변수로 하여 logit과 OLS 분석을 하고 그 결과를 <표 9>의 Model A~C에 보고하였다. 또한 개인 보상에 대한 인식이 반기업 정서를 결정하는 상당히 중요한 요인이었기 때문에 이에 대한 회귀분석도 실행하여 결과를 Model D, E에 보고하였다.

<표 9> 경제 IQ에 대한 인구통계적 변수의 영향

설명변수	Model A	Model B	Model C	Model D	Model E
상수항	0.9380 <i>25.02**</i>	0.7200 <i>14.91**</i>	2.4910 <i>29.34**</i>	2.5180 <i>35.61**</i>	1.4140 <i>20.59**</i>
성별 (남=0, 여=1)	0.0592 <i>4.02**</i>	-0.0817 <i>-4.31**</i>	-0.0058 <i>-0.17</i>	0.0633 <i>2.28**</i>	0.0226 <i>0.84</i>
연령 (1~5(노령))	-0.0087 <i>-1.65*</i>	0.0205 <i>3.05**</i>	-0.0319 <i>-2.69**</i>	0.0137 <i>1.39</i>	0.1540 <i>16.13**</i>
학력 (1~5(고))	-0.0161 <i>-1.48</i>	0.0010 <i>0.07</i>	0.0112 <i>0.45</i>	0.0029 <i>0.14</i>	-0.0029 <i>-0.14</i>
연봉 (1~5(고))	0.0004 <i>0.04</i>	0.0176 <i>1.27</i>	-0.0097 <i>-0.40</i>	-0.0280 <i>-1.38</i>	-0.0154 <i>-0.78</i>
진보	-0.0051 <i>-0.30</i>	0.0209 <i>0.98</i>	-0.0290 <i>-0.77</i>	0.0197 <i>0.63</i>	0.0256 <i>0.84</i>
보수	-0.0219 <i>-1.26</i>	0.0524 <i>2.35**</i>	0.0050 <i>0.13</i>	-0.0146 <i>-0.45</i>	0.0172 <i>0.54</i>
중소기업	0.0094 <i>0.52</i>	0.0356 <i>1.53</i>	0.0839 <i>2.04**</i>	0.0634 <i>1.85*</i>	0.0156 <i>0.47</i>
공무원	-0.0251 <i>-0.79</i>	0.00595 <i>0.14</i>	-0.1020 <i>-1.41</i>	-0.2340 <i>-3.88**</i>	0.0125 <i>0.21</i>
전문직	-0.0058 <i>-0.25</i>	0.0060 <i>0.20</i>	0.0352 <i>0.67</i>	-0.0090 <i>-0.21</i>	-0.0658 <i>-1.54</i>
자영업자	0.0020 <i>0.08</i>	-0.0321 <i>-1.00</i>	0.2120 <i>3.75**</i>	0.0466 <i>0.99</i>	-0.1000 <i>-2.19**</i>
대기업	-0.0102 <i>-0.33</i>	-0.0235 <i>-0.60</i>	-0.0287 <i>-0.41</i>	-0.0432 <i>-0.75</i>	0.0401 <i>0.72</i>
관측치	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
adj. R2	0.013	0.02	0.014	0.018	0.122

이탤릭은 t-value

Model A의 종속변수: 이윤은 주주 우선이 아니다 = 1.

Model B의 종속변수: 가격은 수요과 공급으로 결정된다 = 1.

Model C의 종속변수: 경쟁은 좋다 (1) ~ 나쁘다 (4).

Model D의 종속변수: 본인의 보상은 노력 대비 많다 (1) ~ 적다 (3).

Model E의 종속변수: 본인의 보상은 향후 개선될 것이다 (1) ~ 않을 것이다 (3).



시장자본주의를 지지하면서 제대로 이해하고 있는 층이라면 model A, B, C에서 각각 계수는 유의적으로 음수, 양수, 음수를 기록해야 한다. 이러한 조건을 충족하는 계층은 장년층 이상뿐이 없었다. 이는 반대로 청년층은 시장자본주의를 지지하지 않거나 이해하지 못하는 층으로 분류될 수 있어, 청년 특히 사회 초년생에 대한 경제교육이 시급함을 시사한다. 그리고 여성이 남성에 비해 경제교육이 필요한 것으로 나타났다. 그러나 직업군으로 봤을 때 세 가지 경제지식 모두를 바르게 가지고 있는 층은 하나도 없었다. 오히려 중소기업 종사자와 자영업자가 경쟁에 대해 잘못된 지식 혹은 반감을 가지고 있었다. 이는 결국 모든 직업군을 대상으로 시장자본주의 교육을 할 필요가 있음을 뜻한다.

개인 보수에 대한 인식에 대해서는, 여성과 중소기업 종사자가 자신의 노력에 비해 보수가 적다고 인식하고 있었다. 한편 공무원은 반대로 보수가 많다고 인식하고 있어 공무원은 비록 시장자본주의에 대해 올바른 지식을 가지고 있지 않지만 인륜적인 양심은 가지고 있는 것으로 밝혀졌다. 그리고 장년층 이상은 향후 소득이 적어질 것이라고 생각하고 있는 반면, 자영업자들은 소득이 늘어날 것으로 기대하고 있어 그래도 우리나라 경제를 낙관하고 있는 유일한 층이었다.

#### IV. 요약 및 시사점

기업가적 활동을 국민 일반이 어떻게 인식하고 평가하는지는 현직의 기업가와 예비 기업가의 도전과 선택, 생산적 기업가정신의 발현에 제약 또는 유인으로 작용하는 비공식 제도의 중요한 구성요소이다. 특히 반기업 정서는 한국인의 경제관 중에서도 대표적인 특징으로 알려질 만큼 심각한 수준이지만 정작 개선방안 논의는 규범적, 감성적 차원에 머물고 원인 진단을 위한 체계적인 노력은 미진하였다. 이에 본 연구는 반기업 정서를 인식의 문제로 접근하고, 그 원인을 개인의 인구통계학적 특성 외에 기업의 본질과 시장과정에 대한 지식과 정보, 사회 제도 전반에 대한 신뢰와 연결시켜 종합적으로 실증 분석을 시도하였다.

기업 전반, 대기업, 기업가에 대한 인식을 결정하는 요인으로 본 연구에서는 변화가 쉽지 않은 인구통계학적 요인, 장기적으로 수정해야 하는 사회자본적 요인, 그리고 교육을 통해 바꿀 수 있는 경제 IQ 등으로 나누었다. 그 결과 인구통계학적인 요인 중에서는 연령과 공무원 집단이 반기업 정서에 영향을 주었고 기타 변수들은 유의성이 높지 않았다. 특히 개인이 표방하는 정치이념은 반기업 정서와 통계적으로 유의미한 관계에 있지 않았다는 점은 고무적인 사실이다. 사회자본적 요인은 법과 원칙의 준수에 대한 불신, 그리고 정치인, 공무원, 법조인 불신이 클수록 반기업 정서가 매우 유의적으로 높아졌다. 이는 반기업 정서에 대한 원인제공자는 기업만이 아니고 사회시스템도 포함됨을 시사한다.

한편, 경제 IQ가 반기업 정서에 미치는 영향은 유의적이었다. 이윤의 분배, 경쟁의 역할, 가격의 형성 등 시장자본주의를 잘못 이해하고 있는 사람일수록 기업과 기업가에 대한 반감이 높았다. 이렇게 경제 IQ가 반기업 정서에 상당한 영향을 미치고 있다는 사실은 올바른 시장경제 교육을 통해 반기업 정서는 일정부분 해소될 수 있음을 뜻한다. 즉, 반기업 정서가 이념이나 감성보다는 지식과 정보의 문제로 접근할 수 있음을 시사한다. 특히 청년층이나 공무원 층을 대상으로 올바른 시장경제 교육이 필요하다고 볼 수 있다. 마지막으로 본인의 노

력 대비 보상받는 수준이 낮다고 생각할수록 기업 및 기업가에 대한 반감이 높아지는 경향을 보였는데, 이는 교육보다는 교양의 분야로 분류할 수 있겠다.

기업·기업가에 대한 인식을 개선하지 않고는 창업뿐만 아니라 한국경제의 재도약도 어려워질 수 있다. 올바른 경제교육을 위해 정부와 경제계 그리고 학계의 꾸준한 노력이 필요한 때이다. 1980년대 영국의 대처 내각도 기업의 경제활동에 대한 영국인의 문화적 반감이 영국 경제의 하락을 가져왔고, 이러한 문화적 반감은 일반 대중이 자본주의 경제가 어떻게 작동하는지 잘 모르기 때문이라고 판단한 뒤, 국민들에게 시장경제의 작동원리를 제대로 이해시키고 자본주의 발달에 관심을 갖도록 노력했었다 (박지향, 2008). 또한 EU에서도 성장한계를 극복할 수 있는 최선의 방법은 기업가정신의 재점화라는 판단 하에 회원국의 기업가에 대한 인식과 태도를 조사하는 한편, 2012년에는 『기업가정신 2020 실행계획 (Entrepreneurship 2020 Action Plan)』 발표하기도 했었다 (European Commission, 2012).

반기업 정서는 본 실증분석에 의하면 기업에 국한된 문제가 아니라 법치와 정부 3부에 대한 신뢰의 문제까지 결합된 좀 더 큰 차원의 아젠다라는 점에서 정치권과 행정부도 개선의 노력을 기울일 필요가 있다고 하겠다. 우리나라에서 반기업 정서는 선거가 있는 해에 크게 상승하는 경향이 있는데, 만약 정치인들이 사적인 정치소득을 위해 반기업 정서를 이용, 조장하고 있다면, 이를 통해 궁극적인 피해자는 기업인뿐만 아니라 정치인, 국민 모두가 될 수 있음을 상기해야 한다. 본 연구에서 정치 불신과 기업 불신은 상승관계에 있는 것으로 나타났다. 이는 반기업 정서 조장은 정치 불신을 높이는 부메랑 효과가 있음을 시사하고 있다.

## <참고문헌>

- 김수환, 이명진, “한국 사회의 반기업정서“, 한국사회학, 제48권 제1호, 2014, 39-70.
- 대한상공회의소, 현대경제연구원, 기업호감지수(CFI), 2003~2013.
- 박지향, 대처 정부의 대중자본주의와 반기업정서의 극복, 한국경제연구원 세미나 자료, 2008.
- 중앙일보, 한·중·일 기업 및 경제활동 인식조사, 2003, 2006 --> **신문에서 찾을 수 없음**
- 윤영민·최윤정, “반 대기업 정서, 위기 책임성, 그리고 사과 수용 간 관련성”, 한국언론학보, 제53권 제1호, 2009, 288-304.
- 이용규, 이성로, “관료와 규제개혁: 공익이론의 적용가능성”, 행정논총, 제40권 제2호, 2002, 111-133.
- 정원칠, “한국의 대기업 불신 해부: 1. 국민들의 대기업 불신에서 나타나는 세 가지 특징” CSR Monitor (동아시아연구원, EAI 출판), 4(1), 2014. 6-13.
- 최준혁, “반기업정서 척도 개발과 타당도 연구” 기업경영연구, 제39권, 2011, 133-145.
- 한국개발연구원(KDI), 반기업정서의 실체파악을 위한 조사 연구, 보도자료, 2007.5.29.
- 박진향, “대처 정부의 ‘대중자본주의’ 와 반기업 정서 극복”, 반기업정서: 외국의 경험과 교훈 (한국경제연구원, 세미나 자료), 2008, 141-163.
- 황인학, “한국의 법치주의와 과잉범죄화의 문제점”, KERI Insight, (한국경제연구원, KERI 정책제언) 15(21), 2015.
- 황인학·송용주, “우리나라 국민의 기업 및 경제현안 인식 조사”, 보도자료, 한국경제연구원, 2013.10.07.
- Ács, Z., L. Szerb and E. Autio, *Global Entrepreneurship Index & Development Index*, Global Entrepreneurship and Development Institute, 2014.
- 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), 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), 99-127.
- Chui, A. C. W., S. Titman, and K. C. J. Wei, “Momentum around the world,” Micro university of Texas, (2005).
- Henrekson, M., ‘Entrepreneurship and Institutions’, *Comparative Labor Law and Policy Journal*, 28, (2007), 717-742.
- OECD, *Entrepreneurship at a Glance*, 2014a.
- OECD, *Society at a Glance 2014: OECD Social Indicators*, 2014b.
- Shao, L., C. C. Y. Kwok, and O. Guedhami, “National culture and dividend policy,” *Journal of International Business Studies* 41(8), (2010), 1391-1414.
- Shin, J.-S., N. Nguyen, and Y.-J. Lim, “Culture and finance,” 재무관리연구 제31권 제1호, 2014, 215-229.
- Stulz, M. R. and R. Williamson, “Culture, Openness, and Finance,” NBER Working Paper, No.

8222, 2001.

TNS Opinion & Social, *Entrepreneurship in the EU and Beyond*, Flash Eurobarometer FL354, June-August (2012), EU Business.

WEF, *The Global Competitiveness Report 2014-2015*, (2014), World Economic Forum.

## **How are corporations and owners perceived by Koreans, and what are needed to be done to improve their perceptions?**

In-Hak HWANG, Korea Economic Research Institute

Won KANG, Sejong University

### **<Abstract>**

It's been quite a time since the anti business sentiment in Korea became known to the public and identified as one of the major social issues. However, we have not seen any rigorous research on the matter. In this study, we refuse to treat the anti business sentiment as a constant or an external variable, and suggest that it is associated with information and knowledge. We regress the anti business sentiment on demographic factors, public trust in social system, and economic I.Q.. The results show that the anti business sentiment increases as the economic I.Q. and social trust decrease. This implies that the anti business sentiment can be partly managed by providing the public with right education on market economy. Furthermore, it seems that boosting the public trust in the social system is also needed in order to harness the anti-sentiment against the business community.

*Key words: anti-corporation sentiments, entrepreneurialship, economic IQ, market economy*