

KERI Insight



한국의 반기업 정서, 특징과 원인 진단



황인학
한국경제연구원 선임연구위원
(inhak@keri.org)

2001년 Accenture 국제비교 조사 이후 반기업 정서는 한국인의 경제관 중에서도 가장 두드러진 특징으로 알려져 왔다. 그 이후 EC(2008, 2012)와 GlobeScan 보고서(2013)에서도 한국의 반기업 정서는 여전히 세계적으로 높은 수준을 지속하고 있다. 2001년 한국과 함께 1, 2위를 다투었던 영국의 반기업 정서는 크게 개선된 반면 한국의 수위는 여전하다. 그리고 국내 시계열로 보면 반기업 정서는 총선(2007, 2012)과 대선(2008, 2012) 시기에 특히 급증한 것으로 나타난다. 이는 선거에 즈음하여 정치소득을 극대화하기 위해 정치권이 국민 일반의 반기업 정서를 이용 또는 조장했다는 합리적 의심을 갖게 하는 한편, 경제계가 내년의 총선을 걱정하는 이유이기도 하다.

반기업 정서는 한국인의 대표적인 경제관이자, 문제로 알려졌지 꽤 되었지만 종합적인 원인 규명 노력은

미진한 부분이다. 여기에 대해 본 연구는 반기업 정서를 막연히 이념이나 감성의 문제가 아니라 ‘지식과 정보의 문제가 결합된 인식의 문제’로 보고 다변량 회귀 분석을 통해 원인을 진단한다. 반기업 정서를 설명하는 변수로는 인구통계학적 요인(성별, 연령, 학력, 소득, 정치이념, 직업), 경제 IQ 요인(기업의 본질과 경쟁, 가격결정원리에 대한 인식, 경제상식 등), 사회자본 요인(법치주의 신뢰, 정치인·공무원·법조인·언론인) 등을 포함한다.

분석결과를 요약하면, 첫째 인구통계학적 변수 중에 남성보다는 여성의 반기업 정서가 낮고, 개인의 정치이념이나 학력, 연봉수준은 반기업 정서와 통계적으로 무관하며, 공무원은 다른 직업군에 비해 대기업과 기업가에 대해 반감을 갖는 성향이 높다. 둘째, 경제 IQ 변수 중에서는 국내에 대기업 수가 많다고(잘못) 인식하는

사람일수록 대기업에 대한 반감이 높고, 주주 자본주의 성향이 높을수록 그리고 경쟁을 좋게 보는 사람일수록 반기업 정서가 낮은 경향이 있다. 셋째, 일반 국민의 기업에 대한 호불호(好不好) 인식은 단순히 기업 차원의 문제에 국한되지 않으며

사회제도 및 국가기관에 대한 신뢰와 관련이 밀접히 연결되어 있는 것으로 나타난다. 즉, 법과 원칙이 잘 안 지켜진다고 믿거나 또는 정치인, 공무원, 법조인 각각에 대해 신뢰하지 않는 사람일수록 반기업 정서가 높은 경향이 있는 것으로 나타난다.

1. 연구의 배경 및 목적

□ 기업가정신은 한 나라의 경제적 성과를 결정하는 근본요인이며, 기업가정신은 공식적 제도 외에 기업가적 활동에 대한 국민적 인식과 태도에 영향을 받음

○ 기업가정신(entrepreneurship)은 경제성장과 일자리 창출의 원동력임을 인식한 EU와 OECD에서는 기업가정신을 복원시키기 위한 노력의 일환으로 기업과 기업가에 대한 회원국의 인식과 태도를 주기적으로 조사, 평가하고 있음

○ 기업가정신은 개인의 기회포착 역량과 위험감수 성향도 중요하지만 그보다는 규제 및 정책 환경을 포함한 공적 제도(formal institution)와 기업가 활동에 대한 사회적 인식 등의 비공식적 제도(informal institution)에 좌우됨(Henrekson, 2007)

○ 세계기업가정신개발원(GEDI)에서 각국의 기업가정신 지수를 평가할 때 해당국의 '문화적 지지(cultural support)'를 평가항목에 넣고 있는 것도 이런 이유 때문

□ 우리나라는 특히 기업 및 기업인에 대해 인식이 가장 인색한 것으로 알려져 있는 바, 기업가정신을 되살리려면 그 특징과 원인에 대해 살펴볼 필요가 있음

○ 2001년 국제 컨설팅 회사인 악센추어(Accenture)

社에서 22개국 CEO를 대상으로 조사한 결과 기업에 대해 적대적 또는 부정적 인식은 한국이 가장 높다는 사실이 구체적인 지표를 통해 처음 알려짐

○ 그 이후 '반기업 정서'라는 표현이 널리 알려지자, 문제가 심각하다고 판단한 대한상의에서는 2003년부터 기업에 대한 사회적 인식을 조사하여 매해 '기업호감지수'를 발표해오고 있으며, 전경련, KDI 등에서는 시장경제 교육에 대한 투자 진행

○ 기업에 대한 부정적 인식은 '반기업 정서'로 널리 (잘못) 표현되고 있지만 사회적 관용구로 사용되고 있음을 감안, 본 연구에서도 이 표현을 그대로 사용하면 한국의 반기업 정서는 아직도 세계에서 가장 높은 것으로 평가되고 있음

○ 중앙일보의 한·중·일 인식조사(2003, 2006), 유럽집행위원회에서 시행한 주요국의 인식 조사비교(2009, 2012), 그리고 국제 컨설팅 회사인 GlobeScan社의 주관 하에 조사한 결과(RADAR 2013)에서 한국의 반기업 정서가 가장 높은 것으로 나타남

○ 그 결과 GEDI의 기업가정신 평가 항목 중 문화적 지지(cultural support)는 한국이 0.48로서 미국(0.83), 독일(0.77)에 비해서도 현저히 낮은 물론이고 싱가포르(0.76) 및 대만(0.62)에 비해서도 매우 낮은 수준임(Ács-Szerb-Autio, 2015)

□ 본 연구는 한국인의 경제관 중에서 가장 대표적인 특징으로 알려진 반기업 정서에 대해 다변량 회귀모형을 통해 원인을 분석하고 시사점을 얻는데 목적이 있음

○ 반기업 정서는 실재할 뿐 아니라 한국인의 경제관 중에서 가장 두드러진 특징으로 지적되는 한편(윤영민·최윤정, 2009), 기업인들은 반기업 정서에 편승한 정치공세와 규제법안 낄발이 정상적인 기업활동 마저 발목을 잡는다고 우려하고 있음

○ 그러나 사안이 심각하고 중요하다 하면서도 반기업 정서가 어떤 요인들에 의해 형성되는지에 대한 객관적인 분석을 시도한 경우는 매우 드물며, 대부분은 가치판단 또는 규범적 차원에서 문제점 지적에 머물고 있음(김수한·이명진, 2014)

○ 이처럼 반기업 정서의 실상을 파악하는 노력에 비해 객관적 분석의 노력이 현저히 이유는 기업 또는 기업인에 대한 호불호(好不好) 판단 또는 인식의 결과를 '반기업 정서' 또는 '반감'으로 표현하는 것에서 비롯된 측면이 많음

○ 반기업 정서라는 표현은 기업에 대한 부정적 인식이 마치 감정의 문제인 양 오해를 부추기는 한편, 객관적 원인 분석을 방해하는 원인으로 작용(김수한·이명진, 2014; 최준혁, 2011)

○ 기업 또는 기업인에 대한 호불호(好不好) 판단은 오로지 주관적인 감정에 의해 결정되는 것이 아니라 기업 및 시장에 대한 개개인의 경험과 정보, 개인이 처해 있는 경제적 상황, 사회제도 전반에 대한 신뢰 등 다양한 요인에 의해 좌우됨

□ 본 연구는 2014년도 KERI 조사 통계를 활용하여 인구통계 변수는 물론이고 기업과 시장원리에 대한 이해, 개인이 직면한 경제적 상황, 법치주의와 국가제도에 대한 신뢰 등의 변수를 포함한 모형

에서 반기업 정서의 원인을 실증적으로 규명

○ 최근에 반기업 정서에 대해 실태조사 또는 실험에 기초한 실증분석이 늘고 있는 추세이지만 대개의 경우는 성·연령·학력·지역·소득 등의 인구통계적 특성에 따른 차이를 살펴보는 데 그치고 있음

○ 선행연구에 비해 본 연구에서는 개인의 기업과 시장에 대한 이해도 및 평가(경제 IQ), 국가 및 사회제도에 대한 신뢰, 개인이 처해 있는 경제적 상황과 미래 기대 등의 변수가 기업 및 기업인에 대한 인식의 결정에 미치는 영향을 분석

- 인구통계 변인: 성별, 연령, 학력, 소득, 직업, 정치 이념
- 경제 IQ: 기업의 본질, 가격결정, 시장경쟁, 바람직한 기업상
- 보상 만족도와 미래 기대: 자신의 노력 대비 보상 만족도, 미래 소득 기대
- 사회제도: 법치주의, 정치인·법조인·공무원·언론인 신뢰도

□ 분석결과 요약

○ **인구통계변수:** 학력과 소득, 그리고 보수와 진보의 개인이 표방한 이념적 성향은 반기업 정서에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 반면, 남성보다는 여성이 그리고 응답자의 연령이 높을수록 기업에 대한 호감이 증가하는 것으로 나타남

○ **직업별:** 중소기업 종사자는 기업 전반에 대해, 대기업 종사자는 대기업을 긍정적으로 인식하는 반면, 공무원은 대기업에 대해 부정적으로 인식하는 경향이 있음

○ **경제 IQ 변수:** 주주 자본주의 성향을 가질수록, 가격 결정 원리에 대한 이해가 높을수록,

시장경쟁을 긍정적으로 평가할수록 기업·기업인에 대한 호감이 높은 반면, 한국에 대기업이 많다고 (잘못) 인식할수록, 기업의 사회적 책임에 대해 경제적·법률적 책임보다 윤리적 책임을 중시할수록 반기업 정서가 높음

- **보상 만족도와 미래:** 소득은 반기업 정서에 영향을 주지 않지만 자신의 노력에 비해 보상이 적다고 생각할수록 반기업 정서가 높은 반면, 자신의 향후 소득이 개선될 것으로 기대하는 사람일수록 기업·기업인에 대한 호감이 높게 나타남
- **사회자본 및 국가 공무원에 대한 불신과 반기업·기업인 정서는 같은 방향으로 작용:** 법과 원칙이 잘 안 지켜진다고 믿을수록, 정치인·법조인·공무원을 불신하는 사람일수록 기업 및 기업인에 대한 부정적 인식이 높음

2. 한국적 인식의 특징과 선행연구

- 우리나라 기업관 및 시장관, 또는 반기업 정서와 관련하여 지금까지의 실태조사와 선행연구에서 부각해온 한국적 특징은 다음의 5가지로 요약할 수 있으며, 각각에 대해 異論의 여지가 있는 부분에 대해서는 다음에 상론함
 - 한국의 반기업 정서는 단순히 존재할 뿐 아니라 한국인의 경제관 중에서 가장 두드러진 특징으로 보는 경향(윤영민·최윤정, 2009 등)
 - 한국의 반기업 정서는 세계적으로 가장 높다고 평가하는 경향(Accenture, 2001; 중앙일보, 2003 & 2006; EU Barometer 2009 & 2012; RADAR 2013 등)
 - 반기업 정서는 일반 기업에 대한 반감이 아니라 대기업, 그 중에서도 특히 기업집단과 지배주주에 대한 반감으로 평가하는 경향(KDI, 2007; 최준혁 2011)
 - 한국의 정치권 일각에서는 자신의 정치 소득

을 (극대화하기) 위해 반기업 정서를 적극적으로 활용

- 반기업 정서를 막연한 감정과 선입견의 문제로 접근하는 경향

□ 첫째, 기업에 대한 부정적 인식은 한국인의 대표적인 경제관이며 현재 진행형?

- 윤영민·최윤정(2009)은 반기업 정서는 단순히 존재하는 수준을 넘어서 한국인의 경제관 중에서 가장 두드러진 특징으로 평가
- 여기에 대해 일각에서는 ‘누가 기업을 싫어하겠느냐’ 반문하며, 사회가 반감을 보이는 실질적 대상은 기업이 아니라 기업을 경영하는 기업인의 일탈행위이기 때문에 반기업 정서보다는 일탈 기업인에 대한 반감으로 봐야 한다고 주장하기도 함
- 그러나 기업에 대한 부정적 인식 및 평가 그 자체는 한국 특유의 현상이 아니라 정도와 이유는 다를 수 있지만 다른 나라에서도 관찰되는 현상이며, 경제학계에서도 기업의 조직형태와 비즈니스 모델에 대해 부정적 선입견을 가지고 기업 규제를 주장하는 사례가 많음
- 예를 들어 스미스(Adam Smith)는 유한책임(limited liability)에 기반한 주식회사 자체에 대해 부정적이었으며, 신고전학과 경제학의 비현실적인 가정에 기초한 완전경쟁균형 모형에 경도된 경제학자들의 기업 규제론에 대해 윌리엄슨(Oliver Williamson)은 ‘적대적 전통(inhospitality tradition)’으로 표현한 바 있음
- 또한 구 제도학과 계열에 속하면서 ‘신산업 국가’, ‘불확실성의 시대’를 저술한 갈브레이드(John K. Galbraith)는 대기업 자체의 경제적, 정치적, 사회적 영향력에 대해 우려내지는 반감을 표명하면서 대기업을 사회적 통제 하에 두자고 주장

- 경제사 및 경제이론의 관점에서 볼 때 반기업 정서를 반 기업인 정서로 해석하는 것은 논리적 근거가 없으며, 무본억말(務本抑末)이나 균(均) 사상의 문화적 DNA 또는 한국의 압축성장 경험에서 비롯된 한국 특유의 인식으로 보는 것도 부적절
- 반기업 정서가 한국인의 경제관을 대표하는 특 징인지는 판단하기 어렵지만 분명한 것은 다른 나라에 비해 우리나라 반기업 정서가 높고 지속되고 있다는 사실임
- 예를 들어 한국경제연구원에서 전국 성인 2,000 명을 대상으로 조사한 결과, 우리나라 국민 일 반의 반기업 정서가 높은 편이라고 응답한 비율은 조사시점에 따라 등락이 있지만 대체로 60% 이상으로 높은 수준임(〈그림 1〉 참조)
- 〈그림 1〉을 보면 총선(2008년, 2012년)과 대선(2007년, 2012년)의 선거를 전후하여 반기업 정서가 높다는 응답이 70% 이상으로 크게 증 가함을 알 수 있는데 이는 정치인들이 자신의

정치소득을 위해 선거 과정에서 반기업 정서를 자극 또는 활용하기 때문으로 풀이됨

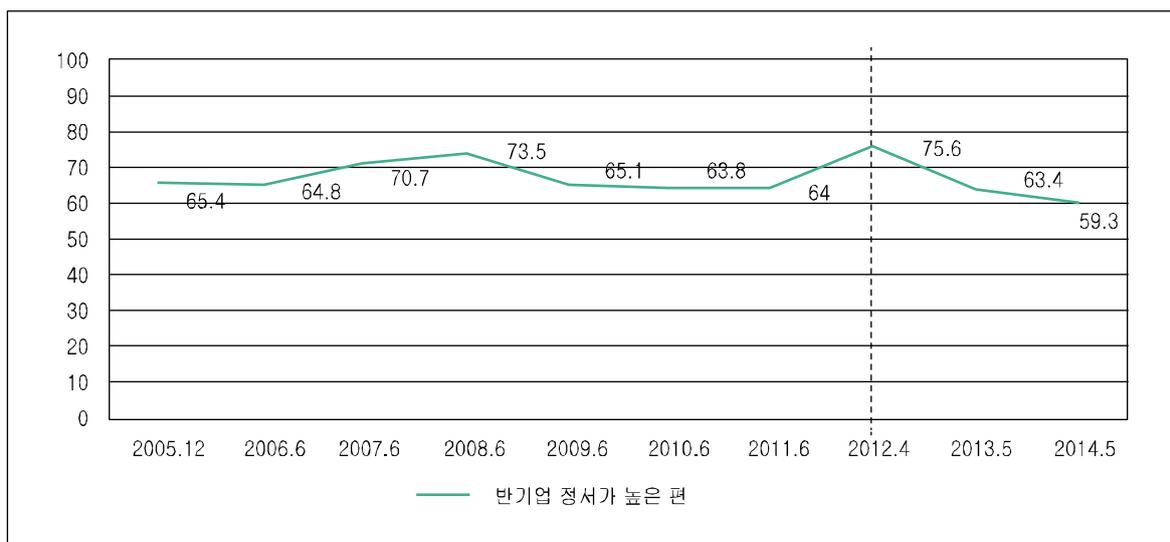
- 인구특성별로 보면, 반기업 정서가 높은 편이라고 응답한 비율은 2014년도 기준으로 여성보다는 남성(67%) 그리고 대기업 종사자들(71%)에 서 높고, 직업별로는 공무원(66%)의 응답비율 이 높음

□ 둘째, 한국의 반기업 정서는 세계적으로 가장 높은 수준이 계속 유지되고 있음

- 2001년도 Accenture社에서 발표한 국제비교 조사 보고서를 계기로 한국인의 기업에 대한 부정적 인식이 가장 높다고 알려지기 시작(〈그림 2〉 참조)
- 22개국의 CEO를 대상으로 조사한 이 보고서에 의하면 한국인 CEO의 70%가 반기업 정서를 실감한다고 응답함으로써 영국(68%)과 함께 가장 높은 수준을 보였음: 미국(23%)의 3배, 대 만(18%)의 4배에 해당

<그림 1> 우리나라 국민일반의 반기업 정서가 높은 편이라고 응답한 비율

(단위: %)



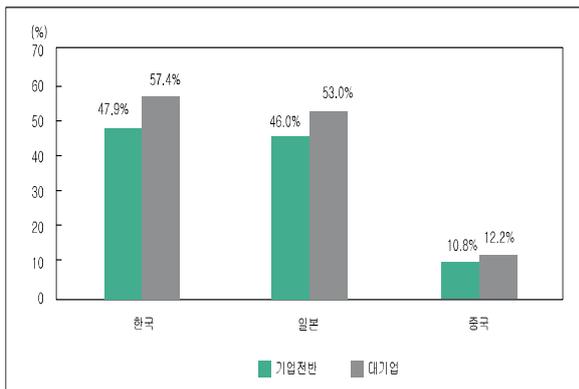
주: 2005년~2011년: 대한상의 조사(CFI 안의 반기업정서 수준), 2012~2014년 한경연 조사

<그림 2> Accenture의 반기업 정서 국제비교 조사(2001년)



○ 뒤이어 중앙일보에서 2003년과 2006년 두 차례에 걸쳐 한·중·일 인식을 비교 조사한 결과에서도 기업 전반에 대한 부정적 인식은 중국이 약 11%로 압도적으로 낮았으며, 일본의 46%에 이어 한국이 48%로 가장 높게 나타남 (<그림 3> 참조)

<그림 3> 중앙일보 기획, 반기업 정서 한·중·일 인식 비교(2003년)



○ 기업 전반에 비해 대기업에 대한 부정적 인식은 한국이 약 9%p 높은 57%였고 일본은 7%p 높은 53%인데 비해 중국은 기업 전반과 대기업에 대한 인식에 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았음

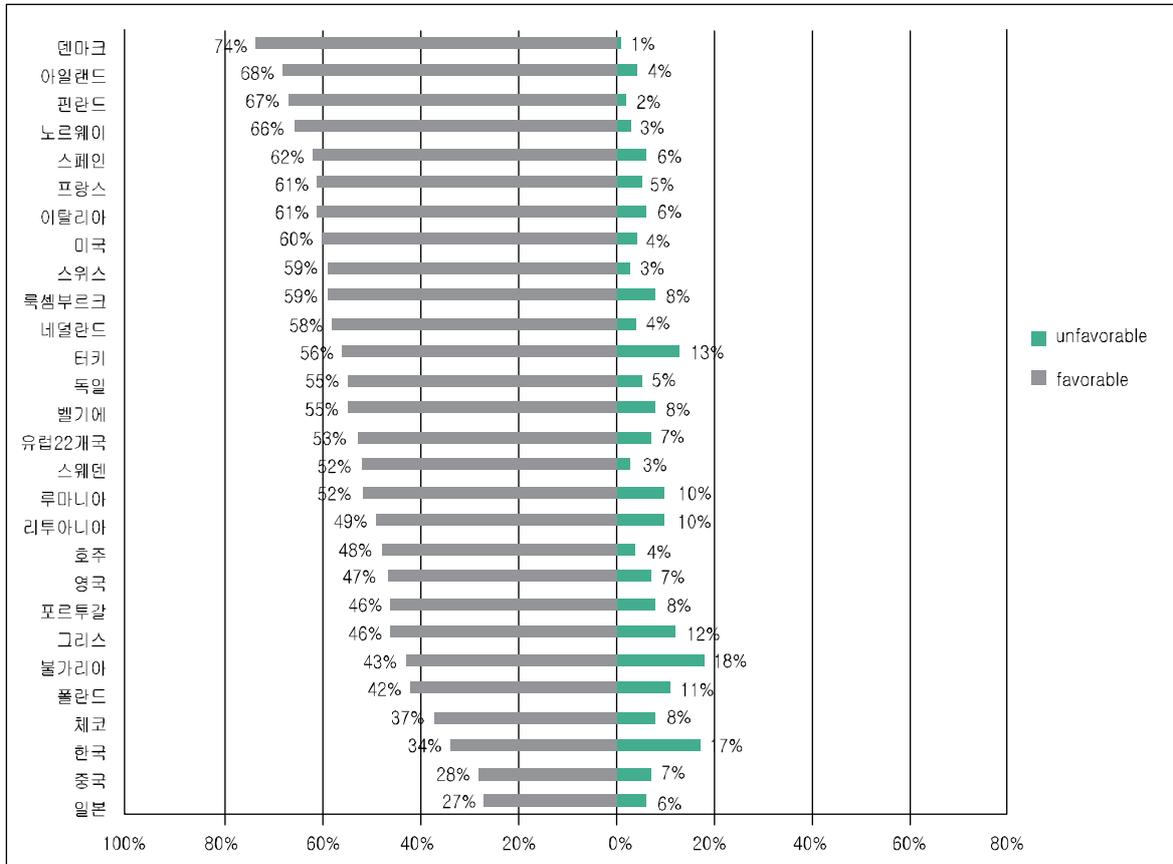
○ 중앙일보 2006년 조사에서도 한·중·일 3국 중 한국의 반기업 정서는 가장 높게 나타남: 한국과 일본의 대기업에 대한 부정적 인식이 각각 42%, 35%로 2003년에 비해 크게 하락하고 중국은 다소 증가(17%)했지만 한·일간 격차는 더욱 벌어짐

○ 2012년 유럽집행위원회(EC)에서 27개 회원국 및 주요국의 기업가(entrepreneur)에 대한 好不好를 조사한 결과(Flash Eurobarometer 354)에서 한국은 기업가에 대한 부정적 인식이 불가리아를 빼고는 가장 높은 수준(<그림 4> 참조)

○ EC 보고서에서 한국인의 기업가에 대한 호감도(broadly favorable)는 34%로서 일본(27%), 중국(28%)보다는 높지만 EU 회원국 평균치(53%), 미국(60%)보다는 대단히 낮은 수준에 머물고 있음

○ 호감도 보다는 반감이 더 중요한데, 한국인의 기업가에 대한 반감(broadly unfavorable)은 불가리아의 18%를 빼면 사실상 조사 대상 국가 중 최고 수준인 17%에 이룸: EU 회원국의 평균치(7%), 그리고 중국과 일본의 6~7% 수준

<그림 4> 유럽집행위원회의 기업가 호감도 조사 결과 요약
(Entrepreneurship in the EU and Beyond, 2012년)



에 비해 약 2.5배 높은 수준이며, 미국과 비교하면 약 4배 높은 수준

- <그림 4>에서 특기할 점은 중국인과 일본인의 기업가 호감도는 한국보다 낮지만 반감도 역시 매우 낮아서 EU 회원국의 평균치(7%)와 엇비슷한 수준이라는 사실임: 중국과 일본에서는 상대적으로 중립(neutral) 의견이 많음
- 한편, 2001년도 Accenture 보고서에서 한국과 반기업 정서 1, 2위를 다투었던 영국을 보면, 기업가 반감도는 7%에 불과하여 한국의 17%와 큰 차이를 보임. 이는 한국과 달리 영국에서는 기업 및 기업인에 대한 인식이 대폭 개선되었음을 시사
- 2013년도 국제 컨설팅 회사인 GlobeScan의

주관 하에 26개국에서 대기업 및 정부 신뢰도를 조사한 결과에 의하면 대기업 신뢰도는 한국이 36%로 가장 낮고, 대기업 신뢰도가 정부 신뢰도(47%)보다 크게 낮다는 특징을 보임

- <표 1>을 보면 2005~2013년 기간 중 대부분의 다른 나라에서 대기업 신뢰도가 개선되었으며, Accenture 2001년 조사에서 한국과 함께 반기업 정서가 높았던 영국에서는 동 기간 중 대기업 신뢰도가 50%에서 59%로 개선
- 그러나 한국의 대기업 신뢰도는 동 기간 중 오히려 38%에서 36%로 하락, 한국인의 기업관이 개선되지 않았음을 시사. 그리고 2000년대 들어와 정부기관(KDI, 한국은행) 및 경제계에서 국민 일반의 기업관, 시장관을 개선하기 위해 적지 않은 투자와 노력을 기울여왔음에도 한국

의 반기업 정서가 여전히 가장 높은 만큼 교육 투자에 대한 중간평가와 개선방안을 모색할 필요가 있음

□ 셋째, 반기업 정서의 대상을 대기업으로 국한해서 접근하는 경향의 문제

- 앞서 언급했듯이 반기업 정서는 기업 및 기업인에 대한 부정적 인식을 감성 영역의 문제로 축소 환원하는 문제가 있으며, 정서(emotion) 보다는 인식(cognition)의 문제로 보는 게 옳바르지만 이 글에서는 편의상 관용구적 표현을 혼용하기로 함
- 반기업 정서는 한국개발연구원(KDI, 2007)에서 “재벌·재벌 총수·공기업 및 부자에 대한 반감(p.1)”으로 정의를 내리면서 그 이후 많은 후속 연구에서도 반기업 정서를 반대기업 정서로 접근하는 경향을 보임
- 예를 들어 윤영민·최윤정(2009)은 반기업 정서를 “개인이 대기업에 대해 전반적으로 가지

고 있는 인식”으로 정의하며 반 기업은 반 대기업과 같은 의미로 사용

- 최준혁(2011)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 접근
- 김수한·이명진(2014)은 선행연구들의 이러한 경향을 인지하면서도 ‘한국사회의 반기업 정서’라는 제목 하에서 분석 대상을 대기업으로 제한함으로써 ‘반 기업 = 반 대기업’이라는 선행연구의 도식을 따름
- 선행연구에서 지적한 바와 같이 중소기업·대기업·공기업에 대한 호감도가 다르고 소유·전문경영인에 대한 호감도에 유의미한 차이가 있는 것도 사실이지만 그렇다고 중소기업, 전문경영인에 대한 반감을 전혀 문제 삼을 필요가 없는 것은 아님
- 2014년도 한국경제연구원 실태조사에 의하면

<표 1> 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

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

기업형태별 호감도는 중소기업(85%) >> 대기업(65%) >> 공기업(45%) >> 기업집단(32%)의 순서를 보이며,

- 소유경영인과 전문경영인에 대한 호감도는 각각 60%와 79%의 차이를 보임(황인학·송용주, 2014)

○ 정도의 차이는 크지만 중소기업과 전문경영인에 대한 부정적 인식이 실재하고, 반감의 원인은 중소기업과 대기업, 소유경영인과 전문경영인은 서로 다르기 때문에 굳이 개념을 조작하여 '반 기업 = 반 대기업'으로 제한할 필요는 없을 것임

○ 이에 본 연구에서는 분석 대상을 국민 일반의 반기업 인식을 대기업뿐만 아니라 기업 일반까지 확장하여 동일한 설명변수가 대기업과 기업 일반, 그리고 기업인에 대한 인식에 서로 다른 영향을 미치는지 분석을 시도함

□ 넷째, 반기업 인식과 정치실패의 관계: 대기업을 때리면 정치 소득은 증가한다?

○ 정치는 그 본질상 표(票)가 많은 곳으로 자신의 플랫폼을 옮기는 속성이 있으며, 만약에 국민 대다수가 사슴을 말이라고 잘못 인식해도 투표에 당락이 결정되는 정치인으로서의 사슴은 사슴이라며 앞장서 바로잡으려 하는 경우가 많지 않음

○ 기업 및 기업가 활동에 대한 국민적 인식은 그것이 옳든 그르든 여론의 한 측면으로 해석될 경우 반기업 정서와 정치는 서로 불가분의 상승적 관계, 즉 악순환(vicious circle) 고리로 이어질 수도 있음

○ <그림 1>의 반기업 정서 장기 추세에서 선거 시점을 전후하여 반기업 정서가 크게 증가하고,

특히 2012년도 총선과 대선이 겹치면서 여야 구분 없이 경제민주화 기치 하에 대기업을 공격하던 때에 반기업 정서가 특히 급증했음은 이를 방증

○ 참고로 2009년도에 비공식 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

○ 국민 일반의 반기업 인식을 정치적 활용할 경우, 불필요하거나 시대에 뒤떨어진 규제개선 요청은 정치적 반대에 부딪치고 대중 인기 영합적인 규제의 신설 및 강화는 사회적 비용이 편익보다 커도 적극적 도입 추진으로 이어지는 문제 야기

○ 그러나 GlobeScan 조사 자료를 분석한 정원철(2014)에 의하면 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 함

○ 만약 이 분석이 맞다면 자신의 정치 소득을(극대화하기) 위해 반기업 정서에 편승하여 대기업을 때리고 신뢰를 떨어뜨리는 행위는 결과적으로 정부, 정치에 대한 불신을 조장하는 행위와 다르지 않을 것임

○ 이와 관련 Caplan(2002)은 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 지적¹⁾

○ 본 연구에서도 정치와 국민 일반의 반기업 인

1) "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)

식 간의 관계가 중요함을 감안하여 본 연구에서도 국민 일반의 국가 공무원(입법부, 행정부, 사법부)에 대한 신뢰도를 별도의 변수로 추가, 반기업 인식에 미치는 영향을 살펴보기로 함

□ 다섯째, 반기업 정서를 막연한 감정과 선입견의 문제로 접근하는 경향

- 2001년도 Accenture 보고서 이후, 반기업 정서에 대한 관심이 높아지면서 지속적인 논의가 있었지만 학술적인 이론과 분석에 기초한 체계적인 연구는 거의 없었음(김수한·이명진, 2014)
- 반기업 ‘정서’는 감성 영역에 속하는 문제로 예단했기 때문인지 그동안 실태조사는 많았어도 객관적이고 체계적인 원인 분석은 드문 반면 대부분의 경우 실태분석 결과에 기초하여 반기업 정서가 높은 상태로 지속되는 것은 문제이기 때문에 개선이 시급하다는 식의 가치판단적인 논의가 주류를 이루어 왔음
- 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 분석한 것은 의미가 있는 시도로 평가됨
- 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 있음
- 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 성장

하지 않은 사람들이 반기업 정서를 가지고 있다고 분석함

- 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 살펴보는 게 바람직했음
- 이에 본 연구는 인구통계학적 특성, 사회제도에 대한 신뢰 외에 개개인의 경제 IQ(기업의 본질, 가격결정, 시장경쟁, 기업의 규모분포에 대한 이해 및 바람직한 기업상에 대한 인식 등)까지 감안하여 기업 및 기업가에 대한 호불호 인식의 결정요인을 종합적으로 분석함

3. 기업 및 기업가 인식의 결정요인에 대한 실증 분석

(1) 분석방법

- 본 절에서는 다변량 회귀분석을 통해 국내 기업 전반/ 대기업/ 기업가, 이 세 가지에 대한 국민 일반의 호불호 인식의 결정요인을 규명
- 여기의 이용 자료는 2014년도 한국경제연구원에서 전국 성인 2,000명을 대상으로 조사한 자료이며, 조사 대상자의 성, 학력, 소득, 직업, 거주지별 분포를 국내 인구 비율에 맞추었다는 특징이 있음(황인학·송용주, 2014; 설문표본통계는 후첨)
- 종속변수: 실증분석 모형에서 종속변수는 국내 기업 전반/ 대기업/ 기업가에 대한 호불호(好不好) 인식이며, 부정적 인식이 높을수록 아래와 같이 변수값이 높아지게 됨

- 나는 평소 ○○에 대해 아주 좋게 생각한다 1점
- 나는 평소 ○○에 대해 좋게 생각하는 편이다 2점
- 나는 평소 ○○에 대해 안 좋게 생각하는 편이다 4점
- 나는 평소 ○○에 대해 아주 안 좋게 생각한다 5점

○위에서 ○○은 기업 전반, 대기업, 기업가의 세 가지로 구분되며, 이들 변수 및 설명변수 전반에 대한 요약 통계는 후첨 자료 참조

○설명변수: 본 연구의 설명변수는 ①인구통계 변수, ②경제 IQ, ③개인이 처한 경제 상황에 대한 판단과 미래 기대, ④사회제도에 대한 신뢰로 대분되며, 각각은 다음의 세부 내용을 포함

- 인구통계 변인: 성별, 연령, 학력, 소득, 직업,

정치 이념

- 경제 IQ: 기업의 본질, 가격결정, 시장경쟁, 바람직한 기업상에 대한 인식
- 보상수준 만족도와 기대: 노력 대비 보상 만족도, 미래 소득 기대
- 법치주의와 국가기관(행정부·입법부·사법부) 공무원에 대한 신뢰

○설명변수는 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 처리

○일반최소화자승 추정법(OLS)으로 기업 전반, 대기업, 기업인에 대한 호불호 인식에 미친 영향을 실증분석한 결과는 <표 2>에 종합 정리

<표 2> 회귀분석 결과

구분 설명변수			기업 전반	대기업	기업인
기업과 시장에 대한 인식	기업의 이윤배분	소비자 우선	0.057 (0.0450)	0.0746 (0.0481)	0.080 (0.0511)
		주주 우선	-0.169** (0.0703)	-0.133* (0.0752)	-0.250*** (0.0799)
		경영자 우선	0.049 (0.116)	-0.071 (0.124)	-0.419*** (0.132)
	가격결정	더미: 수요와 공급=1 기타 = 0	-0.117** (0.0519)	-0.058 (0.0555)	-0.121** (0.0590)
	대기업 수	더미: 많은 편 = 0, 적은 편 = 1	-0.065 (0.0420)	-0.160*** (0.0449)	-0.133*** (0.0477)
	바람직한 기업상	일자리	-0.072 (0.109)	0.023 (0.117)	-0.103 (0.124)
		준법	-0.003 (0.114)	0.130 (0.121)	0.050 (0.129)
		윤리	0.112 (0.106)	0.246** (0.113)	0.132 (0.120)
		사회공헌	0.059 (0.118)	0.177 (0.126)	0.069 (0.134)
	동종 업계 간 경쟁 인식 1-4		0.065*** (0.0179)	0.073*** (0.0192)	0.051** (0.0204)
	사회자본	법과 원칙 준수	더미: 잘 지키는 편 = 0 안 지키는 편 = 1	0.194*** (0.0564)	0.214*** (0.0603)
공무원 불신: 1-4		0.145*** (0.0363)	0.077** (0.0388)	0.100** (0.0413)	
정치인 불신: 1-4		0.128*** (0.0362)	0.218*** (0.0387)	0.190*** (0.0412)	
법조인 불신: 1-4		0.185*** (0.0366)	0.256*** (0.0391)	0.296*** (0.0416)	

	언론인 불신: 1~4	0.0451 (0.0332)	0.004 (0.0355)	0.046 (0.0378)	
개인적 환경, 전망	본인 보상기대: 1~5 (하락=1, 불변=3, 개선=5)	-0.069*** (0.0184)	-0.031 (0.0197)	-0.049** (0.0209)	
	노력 대비 보상수준: 1~5 (적다=1, 적절=3, 많다=5)	-0.071*** (0.0183)	-0.069*** (0.0196)	-0.061*** (0.0208)	
인구통계변수	성별	더미: (남성=0, 여성=1)	-0.070 (0.0444)	-0.135*** (0.0474)	-0.061 (0.0504)
	연령대: 1~5 (나이 많을수록 지표값 증가)		-0.108*** (0.0171)	-0.047** (0.0183)	-0.013 (0.0194)
	학력: 1~5 (학력이 높을수록 지표값 증가)		-0.021 (0.0322)	-0.003 (0.0344)	0.065* (0.0366)
	연봉수준: 1~5 (소득이 높을수록 지표값 증가)		-0.049 (0.0320)	-0.030 (0.0342)	-0.093** (0.0363)
	이념성향	진보	0.025 (0.0495)	0.052 (0.0529)	0.066 (0.0562)
		보수	0.066 (0.0514)	0.016 (0.0549)	0.033 (0.0584)
	직업	중소기업종사자	-0.105* (0.0544)	-0.071 (0.0582)	0.084 (0.0619)
		공무원	0.146 (0.0960)	0.184* (0.103)	0.268** (0.109)
		전문직종사자	-0.056 (0.0691)	0.046 (0.0739)	0.018 (0.0786)
		자영업자	-0.039 (0.0744)	0.043 (0.0796)	0.093 (0.0846)
		대기업종사자	-0.184** (0.0914)	-0.458*** (0.0978)	-0.0364 (0.104)
		상수항	1.815*** (0.226)	1.098*** (0.241)	1.027*** (0.256)
	관측치		2,000	2,000	2,000
	R-squared		0.179	0.188	0.183

주: 1) 괄호안 숫자는 표준편차

2) 통계적 유의성: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

2) 분석결과 요약

□ 인구통계학적 변수: 성/ 연령/ 학력/ 연봉/ 직업/ 이념

○ **정치이념:** 진보, 중도, 보수니 하며 개인이 표방하는 이념 성향은 많은 사람들이 생각하는 것과 반기업, 반기업인 정서에 통계적으로 유의미한 영향을 주지 않음.

- 일반적으로는 진보 성향 보다는 보수 성향의 사람이 더 긍정적인 기업관과 시장관을 가질 것으로 예단하지만 본 연구의 실증분석에서 이러한 가설은 기각됨
- 이 결과의 강건성 검증(robust test)을 위해 중소기업 호감도에 대해 별도의 회귀분석을 시행해도 정치 이념 변수의 통계적 유의성은

없는 것으로 나타남

○ **성별:** 남성에 비해 여성의 대기업에 대한 인식이 통계적으로 유의미하게 긍정적. 여성 변수의 추정계수는 기업 전반, 대기업, 기업가의 세 가지 모두 음(-)의 값을 가지나 오직 대기업 호감도에 대해서만 1% 유의수준에서 통계적으로 유의미

○ **학력:** 교육수준이 높을수록 기업가에 대한 호감도는 감소(유의수준 10%)하는 반면, 반기업 정서에 대해서 추정계수는 음(-)의 값을 갖지만 통계적 의미는 없음

- 선행연구 중에 '교육 수준이 높을수록 반기업 정서가 높다'는 결과(김수한·이명진, 2014)가 있으나 여기에서 학력은 대·중소기업을 막론하고 기업호감도와 무관

○ **나이:** 연령이 높을수록 대기업을 포함한 반기업 정서가 낮으며, 통계적 유의성도 매우 강함. 반면에 연령과 기업인 호감도는 통계적으로 유의미한 관계가 없음

○ **연봉수준:** 연봉수준 변수는 세 가지 모두에서 음(-)의 값을 갖지만 통계적으로 유의미한 경우는 기업가에 대한 호감도 뿐임

- 학력 변수와는 반대로 연봉수준이 높을수록 기업가에 대한 호감도는 높아지는 것으로 나타남(유의수준 5%)

○ **직업:** 중소기업 종사자는 기업 전반에 대해, 그리고 대기업 종사자는 대기업에 대해 긍정적으로 인식하는 경향이 있으며, 특히 후자의 경우 통계적 유의성이 강하게 나타남(유의수준 1%)

○ **공무원:** 직업별 차이에서 특기할 사항은 공무원의 대기업(유의수준 10%) 및 기업가(유의수준 5%)에 대한 반감이 높고 통계적으로 유의하다는 사실

- 이 결과는 '한국의 관료는 일반시민에 비해 시장원리에 대해 상당한 거부감을 갖고 있으며 시민사회에 대한 신뢰도가 낮다고 분석한 이용규·이성로(2003)의 연구결과, 기업규제(완화)에 대한 공무원의 인식과 태도와 관련 주목할 부분임

□ 경제 IQ 변수

○ **이윤 배분 우선순위:** 주주 자본주의 성향의 사람일수록 다른 가치를 우선하는 사람에 비해 통계적으로 유의미하게 기업 및 기업인 호감도가 높음

- 통계적 유의성은 추정모형에 따라 조금씩 다르지만 <표 2>의 모형에서 기업 이윤을 주주에게 우선 배분해야 한다고 응답한 사람의 대기업 호감도, 기업가 호감도가 높음. 그러나 별도 분석에서 중소기업 호감도와는 무관한

것으로 나타남

○ **가격결정원리:** 상품의 가격은 시장의 수요와 공급에 의해 결정된다고 인식하는 사람의 기업 및 기업가에 대한 인식이 긍정적(추정계수 부호 +). 그러나 통계적 유의성 측면에서 가격결정원리에 대한 인식은 대기업 호감도와 무관하게 나타남

○ **경쟁에 대한 인식:** 사업자간 경쟁을 긍정적 또는 부정적으로 보는가에 따라 기업 및 기업가 호감도에 크게 영향을 주는 것으로 나타남

- 여기에서는 경쟁을 치킨, 편의점, 빵집 등 골목상권 안에서 동종업체간 경쟁을 사례로 제시했는데 골목상권 경쟁에 부정적일수록 기업 및 기업가에 대한 반감도 높고 통계적 유의성도 높음

○ **경제지식:** 국내에는 대기업 수가 상대적으로 많은 편이라고 (잘못) 이해할수록 대기업과 기업인에 대한 반감이 뚜렷하게 높은 반면, 중소기업 호감도와는 무관

- 한국은 다른 선진국에 비해 중소기업 비중은 높고 대기업은 적다는 사실을 정부도 보고서를 통해 인정한 사실(예: 제1차 중견기업 성장촉진 기본계획, 2015. 6)

- 그럼에도 우리나라 국민의 과반이 넘는 59%, 공무원 중에서도 53%가 국내에는 대기업이 많은 편이라고 잘못 알고 있는 문제가 있음 (황인학·송용주, 2014)

○ **기업의 사회적 책임(CSR):** CSR은 흔히 경제적 책임, 법률적 책임, 윤리적 책임, 사회공헌 활동으로 분류되는 데 이 중 기업의 윤리적 책임을 강조하는 사람일수록 유의수준 5% 이하에서 대기업에 대한 반감이 높은 것으로 나타남

- 특기 사항: 사회공헌 활동은 기업·기업가 호감도와 통계적으로 유의미하지 않음

□ 사회자본

- 사회제도에 대한 불신과 반기업 정서는 서로 같은 방향으로 움직이는 동조화 현상이 있으며, 이 결과는 김수한·이명진(2014), 정원철(2014) 분석과 비슷한 맥락
- 법과 원칙: 우리나라에서 법과 원칙이 잘 지켜지지 않다고 응답한 사람들의 기업 및 기업인에 대한 반감이 뚜렷하게 높고 통계적 유의성도 강함(유의수준 1%)
 - 참고로 2013년도 세계은행의 조사에 따르면 우리나라 법치지수(rule of law index)는 OECD 34개국 중 27위로 사실상 하위권에 머물고 있음(황인화, 2015a)
- 정치인, 법조인, 공무원 신뢰: 정치인, 법조인, 공무원 등 국가운영에 책임이 있는 이들에 대해 불신이 높을수록 반기업, 반기업인 정서가 뚜렷하게 높음
 - 2014년도 OECD 조사에 의하면, 우리나라 국민의 정부에 대한 신뢰도는 <그림 5>에서 보는 바처럼 OECD 평균치(43%)에 훨씬 못 미

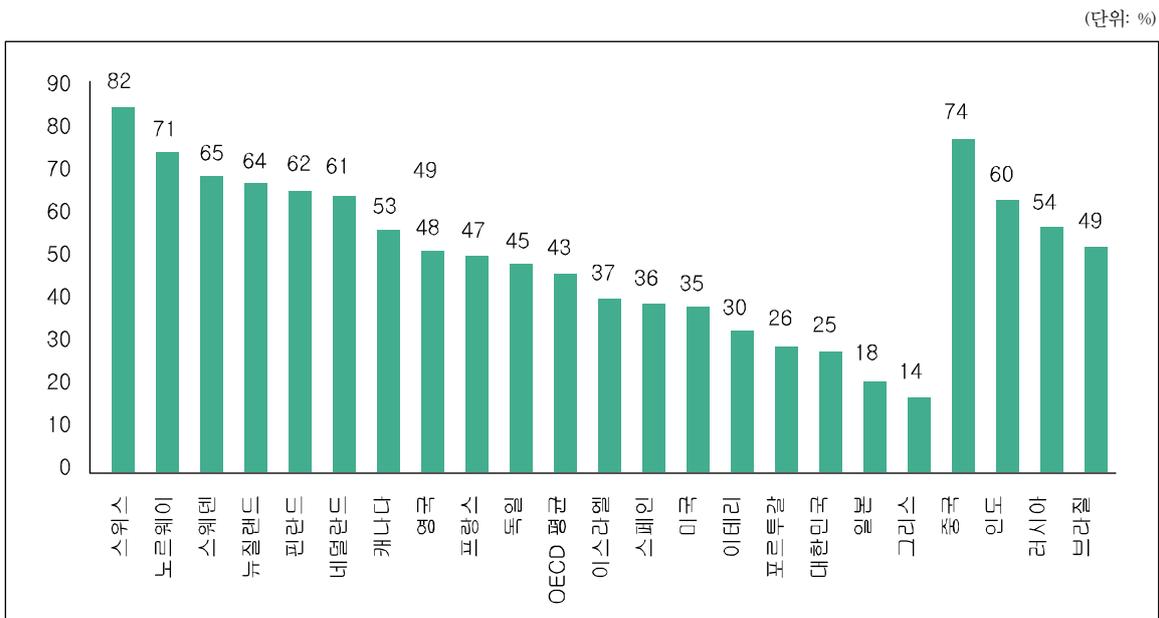
치는 25%이며, OECD 회원국 중 30위로서 주요 개발도상국가 BRICs보다 낮은 수준

- 또한 세계경제포럼(WEF)의 2014년도 세계경쟁력지수 보고서에 의하면, 우리나라 국민의 정치인에 대한 신뢰는 세계 154개국 중 97위로 아주 낮은 수준
 - 본 연구결과에서처럼 정치인에 대한 불신과 반기업 정서가 서로 긴밀한 관계가 있다고 한다면 정치권이 국민 일반의 반기업 정서에 편승 또는 조장을 통해 정치소득을 극대화하는 전략은 정치권 불신을 악화시키는 부메랑 효과 가능성

□ 보상 만족도와 미래 기대

- 노력 대비 보상 만족도: 앞서 본 바와 같이 연봉수준 변수는 반기업 정서에 영향을 주지 않지만 자신의 노력 대비 보상 만족도는 기업 전반, 대기업, 기업가의 모든 경우에서 음(-)의 부호를 갖고 통계적 유의성도 강함. 즉 자신의 노력에 비해 보상이 적다고 생각하는 이들의 반기업, 반기업인 정서가 뚜렷하게 높음

<그림 5> 정부 신뢰도 국제비교(OECD 및 BRICs)



자료: Society at a Glance 2014: OECD Social Indicators, OECD

- 미래 소득 기대: 향후 자신의 소득이 높아질 것으로 전망할수록 기업가와 중소기업에 대한 반감은 통계적으로 유의하게 감소, 그러나 대기업 호감도와는 무관

4. 요약 및 시사점

1) 본 연구의 의의

- 기업 및 기업가에 대한 사회적 인식과 태도는 기업가정신의 발현에 중대한 영향을 미치는 요인임에도 불구하고 이 분야에서 체계적 연구는 매우 미흡한 실정
- 기업가적 활동을 국민 일반이 어떻게 인식하고 평가하는지는 현직의 기업가와 예비 기업가의 도전과 선택, 생산적 기업가정신의 발현에 제약 또는 유인으로 작용하는 비공식 제도(informal institution)의 중요한 구성요소임
- 특히 반기업 정서는 2001년 악센추어 보고서 이후 한국인의 경제관 중에서도 대표적인 특징으로 알려질 만큼 심각한 수준이지만 정작 개선방안 논의는 규범적, 감성적 차원에 머물고 원인 진단을 위한 체계적인 노력은 미진하였음
- 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 분석한 첫 번째 시도라는 의의가 있음
- 기업 전반, 대기업, 기업가에 대한 인식으로 구분하여 각각에 대해 인구통계학적 요인, 경제 IQ, 사회자본 변수로 실증분석 결과, 특징적인 측면은 다음과 같음
- 인구통계학적 요인 중에서 개인이 표방하는 정치이념은 반기업 정서와 통계적으로 유의미한

관계에 있지 않는 반면, 직업별로는 공무원의 대기업 및 기업가에 대한 인식이 통계적으로 유의미하게 부정적이라는 점은 특기할만한 내용임

- 학력, 연봉수준은 반기업 인식과 통계적으로 무관한 반면, 본인의 노력 대비 보상받는 수준이 낮다고 생각할수록 기업 및 기업가에 대한 반감이 높아지는 경향
- 경제 IQ 변수 중에서는 국내에 대기업 수가 많다고 (잘못) 인식하는 사람일수록 대기업에 대한 반감이 높고, 주주 자본주의 성향이 높은 사람, 그리고 경쟁을 긍정적으로 평가하는 사람일수록 기업에 대한 인식이 긍정적으로 나타남
- 기업의 사회적 책임을 경제적 책임, 법률적 책임, 윤리적 책임, 사회 공헌으로 구분하면 윤리적 책임을 중시하는 사람일수록 반기업 인식이 강하고 사회 공헌활동을 포함한 그 밖의 경우는 반기업 인식과 통계적으로 유의한 관련성이 없음
- 기업에 대한 호불호(好不好) 국민 인식은 단순히 기업 차원의 문제에 국한되지 않으며 사회 제도 및 국가기관에 대한 신뢰와 연결되어 있음. 법과 원칙의 준수에 대한 불신, 그리고 정치인, 공무원, 법조인 불신이 클수록 반기업 인식도 높아짐

2) 시사점 및 개선과제

- 반기업 정서의 수위와 원인, 여파에 대한 사회적 관심의 환기 필요
- 기업·기업가에 대한 인식과 태도는 기업가정신과 경제적 성과에 중요한 영향을 미치는 제도요인이지만 한국인의 반기업 정서는 세계적으로 가장 높은 편인데다 시간이 흘러도 개선의 기미 없이 지속되고 있음
- 2001년 악센추어 보고서를 비롯하여 2008년과 2012년 EC 보고서, 2013년 GlobeScan 조사에

서 한국인의 반기업 정서는 계속해서 세계 톱 수준을 유지

- 2001년 조사에서 한국과 1, 2위를 다투었던 영국인의 반기업 정서는 그 이후 크게 개선되어 2012년도 EC 조사에서는 한국의 약 40%에 불과한 것으로 나타남
- 기업·기업가에 대한 인식을 개선하지 않고는 한국경제 재도약을 위해 반드시 필요한 기업가 정신 재점화가 어렵다는 인식을 갖고 (1980년대 영국의 대처 내각이 했던 것처럼) 정부와 경제계가 함께 개선 노력을 기울일 필요가 있음

<참고: 영국의 반기업 정서와 대처 정부의 대응>

‘대처 내각은 자본주의 핵심가치들에 대한 문화적 반감이 영국의 형편없는 경제적 성과의 원인으로 작용하고 있다고 보는 한편, 일반 대중이 기업에 대해 적대적인 태도를 취하는 이유를 자본주의 경제가 어떻게 작용하는지 잘 모르기 때문이라고 인식하였으며, 이에 마거릿 대처 총리는 국민들에게 시장경제의 작동원리를 제대로 이해시키고 자본주의 발달에 관심을 갖도록 하는 것이야말로 해결책이라고 판단하였다’ (박진향, 2008)²⁾

□ 경제계뿐만 아니라 국가 차원의 정책적 개선노력 필요

- 일찍이 EU에서는 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)』 발표
- 우리나라에서도 경제 회생과 재도약을 위해 생산적인 기업가정신을 복원시키기 위한 사업이 늘어나는 추세인데, 이와 관련 EU의 선례를 참조하여 교육과정 등에서 기업·기업가의 본질과 기능을 제대로 알리는 사업도 병행 추진해야 할 것임

- 특히 반기업 정서는 본 실증분석에 의하면 기업에 국한된 문제가 아니라 법치와 정부 3부에 대한 신뢰의 문제까지 결합된 좀 더 큰 차원의 아젠다라는 점에서 정치권과 행정부, 경제계가 함께 개선의 노력을 기울일 필요가 있음
- 특히 반기업 정서는 선거가 있는 해에 크게 상승하는 경향이 있는데 이는 정치인들이 사적인 정치소득을 위해 반기업 정서를 이용, 조장하기 때문으로 풀이됨. 그러나 본 연구에서 정치 불신과 기업 불신은 相乘관계에 있는 것으로 나타나는 바 이는 반기업 정서 조장은 정치 불신을 높이는 부메랑 효과가 있음을 시사

□ 이념이나 감성보다는 지식과 정보의 문제로 접근하는 것이 효과적

- 반기업 정서는 한국인의 경제관 중에서도 대표적인 특징으로 알려졌지 꽤 되었지만 논의는 아직도 규범이나 가치 판단의 범주에서 머무는 게 대부분
- 그러나 본 실증분석에 의하면 반기업 정서는 개인의 이념 성향과는 통계적으로 유의미한 관계에 있지 않고, 기업의 본질 및 시장과정에 대한 개인의 이해, 경제상식 등의 지식과 정보에 더 많이 영향을 받고 있는 것으로 나타남
- 예를 들면 국내에는 다른 선진국에 비해 대기업 수가 적은 편인데도 많다고 생각하는 사람이 많고, 또 그렇게 생각하는 이들일수록 반기업 정서가 높은 것은 이념보다는 지식과 정보의 문제임
- 특히 타 직업군에 비해 공무원의 대기업 또는 기업가에 대한 부정적 인식이 통계적으로 유의미하게 높는데 이들 공무원 중에서도 절반이 넘는 약 53%는 한국에는 대기업의 수가 많다고 (사실과 다르게) 잘못 알고 있음

2) 한국경제연구원 세미나 자료집(2008)의 142-143쪽에서 발췌 요약

<참고 문헌>

- 김수한 · 이명진, “한국 사회의 반기업정서”, 한국사회학 48(1): 39-70, 2014
- 김용열, 한중일, 기업인식의 국제비교와 영향요인, 『무역학회지』, 34(4), 2009
- 대한상공회의소 · 현대경제연구원, 『기업호감지수(CFI)』, 2003~2013
- 대한상공회의소, ‘한국 기업가정신의 현황과 시사점’, 2005.2.17
- 박지향, 대치 정부의 ‘대중자본주의’와 반기업정서의 극복, 한국경제연구원 세미나 자료, 2008
- 삼성경제연구소, ‘기업가정신의 약화와 복원방안’, CEO Information 457, 2004
- 신경아, 이지수, 차경심, “한국적 반기업 정서에 대한 탐색적 고찰”, 한국연구재단 후원 반기업정서 특별기획 세미나 발표 논문, 2013
- 중앙일보, 『한·중·일 기업 및 경제활동 인식조사』, 2003 & 2006
- 사회적기업연구소 · 동아시아연구원, “반기업 정서와 CSR 인식의 국제비교: 다양성과 유형별 특성”, CSR Monitor, 2013.10
- 윤영민, “기업과 개인의 잘못에 대한 공중의 반응 차이—정당성 이론의 적용과 반기업 정서 탐색을 위한 실험 연구”, 홍보학 연구 18(2), 2014
- 이용규 · 이성로, “관료와 규제개혁: 공익이론의 적용가능성”, 행정논총 제40권 제2호, 2003
- 이한준 · 박종철, “경제적 책임과 자선적 책임에 대한 인식이 반기업 정서에 미치는 영향”, 한국마케팅저널 12(3), 2010: 63-79.
- 전국경제인연합회, 『2006년도 기업 및 기업인에 대한 국민의식 조사』, 2006
- 전국경제인연합회, 『영국의 반기업 정서 대응사례 및 시사점』, 2007.11
- 정원철, “국민들의 대기업 불신에서 나타나는 세 가지 특징”, CSR Monitor 2014
- 정환울, “반기업 정서의 결정요인: CSR과 정치변수의 영향력”, CSR Monitor 2014
- 최준혁, “반기업정서 척도 개발과 타당도 연구”, 기업경영 연구 18(3), 2011
- 한국개발연구원, “반기업정서의 실제과약을 위한 조사 연구”, 2007.5.29
- 한국경제신문 · KDI · 시장경제연구원, 『흔들리는 시장 경제』, 2012
- 한국경제연구원, 『기업, 기업인 및 경제학 교육에 대한 의식조사 분석결과』, 2002
- 한국경제연구원, 『반기업정서: 외국의 경험과 교훈』, 세미나 자료집, 2008
- 황인학, 『한국의 법치주의와 과잉범죄화의 문제점』, 한국경제연구원, 2015a
- 황인학, 『한국의 기업가정신의 실상과 과제』, 한국경제연구원, 2015b
- 황인학 · 송용주, 『기업 및 경제현안에 대한 국민인식 조사 보고서: 2014』, 한국경제연구원, 2014
- Ács, Zoltán, László Szerb and Erkko Autio, *Global Entrepreneurship Index Powered by GEDI*, 2015
- Ács, Zoltán, László Szerb and Erkko Autio, *Global Entrepreneurship Index & Development Index*, 2014
- Baumol, W. J., ‘Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive’, *Journal of Political Economy*, 98: 893-921, 1990
- Caplan, Bryan, “Systematically Biased Beliefs about Economics: Robust Evidence of Judgemental Anomalies from the Survey of Americans and Economists on the Economy”, *Economic Journal*, vol. 112: 433-458, 2002
- Caplan, Bryan, “What Makes People Think like Economists? Evidence on Economic Cognition from the Survey of Americans and Economists on the Economy”, *Journal of Law and Economics*, vol.44, 2001: 395-426
- Crossley, Nick, “Global anti-corporate struggle: a preliminary analysis”, *The British Journal of Sociology* 53(4): 667-691, 2002
- _____, 2003, “Even Newer Social Movements?”

-
- Anti-Corporate Protests, Capitalist Crises and the Remoralization of Society”, *Organization* 10(2): 287-305.
- European Commission, Entrepreneurship in the EU and Beyond, Flash Eurobarometer 354, Fieldwork: June-August 2012
- Henrekson, Magnus, ‘Entrepreneurship and Institutions’, *Comparative Labor Law and Policy Journal*, 28: 717-742, 2007
- Johansson, Dan, ‘Economics without Entrepreneurship or Institutions: A Vocabulary Analysis of Graduate Textbooks’, *Economic Journal Watch* 1: 513-548, 2004
- Karagianni, Katharine S. and Joep Cornelissen, “Anti-corporate movements and public relations”, *Public Relations Review* 32(2): 168-170, 2006
- Friedman, Milton, “The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits”, *The New York Times Magazine*, 1970.9.13
- North, D. C. and R. P. Thomas, *The Rise of the Western World: A New Economic History*, Cambridge, U.K., University Press, 1973
- OECD, *Entrepreneurship at a Glance*, 2014
- OECD, *Society at a Glance 2014: OECD Social Indicators*, 2014
- Osborne, Evan, *The Rise of the Anti-corporate Movement: Corporations and the People who Hate Them*, Greenwood Pub. 2007
- Stel, Andre, Martin Caree, & Roy Thurick, “The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth”, *Small Business Economics* 311, 2005
- Tucker, Laura and T C Melewar. “Corporate Reputation and Crisis Management: The Threat and Manageability of Anti-corporatism”, *Corporate Reputation Review* 7(4): 377-387, 2005
- Xavier, Siri Roland, Donna Kelley, Jacqui Kew, Mike Herrington, Arne Vorderwülbecke, *Global Entrepreneurship Monitor: 2012 Global Report*, GEM

후첨자료 1: 본 실증분석에서 사용된 설문조사 응답자 특성

		사례 수	비율(%)
전 체		2,000	100.0%
▣ 거 주 지 ▣	서 울	409	20.4%
	인천/경기	582	29.1%
	대전/충청	200	10.0%
	광주/전라	204	10.2%
	대구/경북	206	10.3%
	부산/울산/경남	316	15.8%
	강원/제주	84	4.2%
▣ 성 별 ▣	남 성	991	49.6%
	여 성	1,009	50.4%
▣ 연 령 대 ▣	2 0 대	355	17.7%
	3 0 대	386	19.3%
	4 0 대	435	21.7%
	5 0 대	394	19.7%
	60대 이상	431	21.5%
▣ 직 업 ▣	대기업종사자	124	6.2%
	중소기업종사자	496	24.8%
	공무원	101	5.1%
	전문직종사자	218	10.9%
	자 영 업 자	211	10.5%
	무직/기타	851	42.5%
▣ 학 력 ▣	중 졸 이 하	53	2.7%
	고 졸	610	30.5%
	대 졸	1,179	58.9%
	석 사 졸	131	6.6%
	박 사 이 상	26	1.3%
▣ 연 봉 수 준 ▣	1,200만 원 이하	448	22.4%
	1,201~ 4,600만 원 이하	1,207	60.3%
	4,601~8,800만 원 이하	308	15.4%
	8,801만 원~3억 원 이하	33	1.6%
	3억 1만 원 이상 ~3억 원 초과	5	0.2%
▣ 사회/정치/경제관심도 ▣	관 심 있 다	878	43.9%
	보 통	958	47.9%
	관 심 없 다	164	8.2%
▣ 정 치 성 향 ▣	진 보	517	25.8%
	중 도	1,008	50.4%
	보 수	475	23.8%
▣ 대기업 호감도 ▣	고 호 감 도	1,298	64.9%
	저 호 감 도	702	35.1%
▣ 중소기업호감도 ▣	고 호 감 도	1,701	85.1%
	저 호 감 도	299	14.9%
▣ 공기업 호감도 ▣	고 호 감 도	901	45.1%
	저 호 감 도	1,099	54.9%

출처: 황인하·송용주, 기업 및 경제 현안에 대한 국민인식조사 보고서: 2014

keri 한국경제연구원

발행일 2015년 11월 12일 | 발행인 권태신 | 발행처 한국경제연구원 | 주소 서울특별시 영등포구 여의대로 24 FKI TOWER 45층 | 전화 3771-0060 | 팩스 785-0270~3

