

행태경제학의 이슈와 동향⁽¹⁾

최 승 주

제가 오늘 발표할 내용은 행태경제학의 이슈와 동향입니다. 행태경제학이라는 것은 여러분들이 많이 알겠지만, 영어로 Behavioral Economics라고 하는데, 대중소개서를 통해 많이 소개가 되어있습니다. 한국에서는 학계보다 출판업계에서 훨씬 더 광범위하게 소개가 되고 있고, 논의가 되고 있는 분야입니다. 출판업계에서는 Behavioral Economics를 번역을 할 때 행동경제학이라고 번역을 하였습니다. 그런데 저는 플래카드에 나와있는 것처럼 행태경제학이라고 여러분들에게 소개를 드리는데, 사실은 저도 아직 행동경제학이 더 맞는 것인지 행태경제학이 더 맞는 것인지에 대한 확신은 없습니다. 하지만 제가 시장의 주류 질서를 따르지 않고 행태경제학이라고 부르는 이유는 먼저, 저희 과의 원로 교수님인 이준구 교수님께서 behavioral이라고 하는 표현은 행동이라기 보다는 행태가 맞는 것이라고 오랫동안 목소리를 내셨습니다. 제가 몇 주 전에 이준구 교수님께 왜 그러한 생각을 가지시게 되었는지를 이야기를 들어보니깐, 상당히 납득이 가는 논리를 가지고 계셨습니다. 제가 전적으로 동의하는 것은 아니지만, 이준구 교수님의 견해가 지금 시장의 질서에서 아주 소수의 목소리가 되고 있기 때문에, 저라도 행태경제학이라는 말을 사용해야 하지 않을까 하는 생각에서 제가 행태경제학의 이슈와 동향으로 강연 제목을 잡았습니다. 제가 생각하는 것은 행태경제학이 맞는 것인지 행동경제학이 맞는 것인지는 여러분이 생각할 때는 사소한 문제일 수 있지만 어떤 개념을 이해하거나 현상을 이해할 때 언어가 상당히 중요합니다. 그래서 어떤 용어를 써야 할지 진지하게 논의를 해보면 좋을 것 같습니다. 이렇듯, 이준구 교수님께서 오래 전부터 경제학계 내에서 행태경제

(1) 본고는 2015년 3월 26일, 서울대에서 열린 '제6차 경제학의 최근동향 세미나'에서 필자가 발표한 것을 정리한 것이다.

학이 올바른 번역인지, 행동경제학이 올바른 번역인지를 학계 내에서 공식적으로 이야기해보자는 시도를 하셨지만, 아직까지는 행태, 행동 경제학의 연구자들이 많지 않았기 때문에 그 논의가 이루어지지 않았었다는 말씀을 하셨습니다. 그래서 적어도 여러분들은 출판업계에서나 언론에서 행동경제학이라는 말을 쓰기 때문에 별 생각 없이 행동경제학이라고 하지 말고, 여러 견해가 있으니 깊게 생각해볼 수 있는 계기가 되었으면 좋겠습니다. 이제, Behavioral Economics에 대한 강연을 시작하도록 하겠습니다. 우리가 경제학을 이야기하거나, 행동경제학을 이야기 할 때, 우리는 사회과학자이기 때문에 공통적으로 관심 있는 주제가 있습니다. 그것은 인간의 행동에 대해서 이야기하고 싶어 하는 것입니다. 인간의 행동은 어떤 요인에 의해서 결정이 되는지 생각을 해보시면, 크게 internal factor라고 하는 내적 요인, 개개인들이 가지고 있는 내적 요인에 의해 인간의 행동이 결정이 될 수도 있고, 혹은 external factor 외부 주변의 환경들에 의해서 결정이 될 수도 있습니다. 그러면 내적 요인들은 무엇이 있을까요? 보통 경제학자들은 그 내적 요인들을 선호라고 파악하기도 합니다. 또한 불확실한 상황에서의 사람들이 생각하는 믿음이 달라지기 때문에, 행동이 달라질 수 있다고 이야기하기도 합니다. 더 광범위하게 나아가다 보면, 우리들이 주변 환경에 대한 정보를 처리를 해서 우리에게 좋은 선택을 해야 하는 것인데, 그러기 위해서는 정보처리(information processing)을 아주 잘 해야 합니다. 이를 위해서는 인지능력(cognitive ability)이 상당히 중요하다고 할 수 있습니다. 아마 여러분들이 초등학교 때부터, IQ 테스트 같은 것들을 하셨을 텐데, 그와 같은 시험은 심리학자들이 우리의 인지능력을 평가하기 위해서, 특정 도구를 만드는 것입니다. 이러한 시험에서 모든 사람들이 다 200점의 점수를 맞는다는 것은 아님을 당연히 알고 계실 것입니다. 어떤 사람은 100점을 못 맞는 사람도 있을 수 있으며, 어떤 사람은 높게 받는 사람도 있을 수 있습니다. 제 첫째 아이가, 가끔 닌텐도에서 출시한 브레인 게임이라는 것을 하는데, 그걸 해보면 저의 뇌는 60살의 노인의 뇌와 거의 비슷하다라는 결과가 나오기도 합니다. 정리하면, 이런 것들이 사람들의 인지능력과 관련된 것이고, 사람들의 인지능력이 사람들마다 달라서, 행동도 달라질 수 있다는 것을 말하고 싶습니다. 혹은 어떤 사람들은 외향적인 사람들이 있고, 어떤 사람은 내향적인 사람이 있듯이 이러한 성격(personality)도 사람들의 행동에 영향을 미칠 수 있습니다. 또한 감정(emotion)도 사람들의 행동에 영향을 미칠 수 있는데, 어떤 사람은 가끔 욕하는 성질 때문에 평소라면 하지 않았을 행동을 하기도 합니다. 혹은 여러분들이 향후 진로

(career)에 대해서 열정(passion)을 가지고 인적 자본에 투자를 많이 할 수가 있습니다. 이러한 열정(passion)도 사람들의 행동에 많은 영향을 줍니다. 또한 어떤 사람들은 본인이 생각하는 자신의 의지력에 따라서 행동이 달라질 수도 있습니다. 예를 들어 어떤 사람들은 자신의 의지력이 약하다고 생각하는 반면, 어떤 사람들은 자신의 의지력이 강하다고 생각하는 것이 행동에 영향을 끼칠 수 있는 것이 그것입니다. 전통적인 경제학에서 사실 preference 와 belief에 대한 이야기는 많이 하였습니다. 하지만, 위에서 이야기한 인지능력과 성격(personality), 감정(emotion), 의지력과 같은 논의들은 심리학자들은 많은 이야기를 하였지만, 경제학자들은 많은 이야기를 하지 않았습니다. 하지만 최근에는 전통적인 경제학자들이 이야기하지 않던 내적 요인(internal factor)에도 경제학자들이 관심을 갖고 고려해야 한다는 흐름이 있고, 그런 흐름들이 행태경제학에 많이 반영되고 있습니다. 또한 외적 요인들을 보면, 여러분들이 어떤 물건을 살지 말지를 결정을 할 때, 여러분들이 얼마나 많은 돈을 가지고 있는지, 혹은 여러분의 부모님이 얼마나 부자인지 이러한 것도 중요한 고려대상일 수 있는데, 이러한 것들을 경제학자들은 보통 경제적인 제약조건, 혹은 예산제약이라고 이야기합니다. 하지만 경제학자들이 이러한 것만 이야기하는 것은 아닙니다. 우리가 어떠한 정보를 가지고 있는지도 중요한 제약인데, 예를 들어, 어떠한 정부 같은 경우는 자신이 가진 정보를 투명하게 공개해서, 옳고 그름을 쉽게 판별할 수 있게 만드는 반면에, 또 다른 정부는 정보를 제대로 공개하지 않아서, 옳고 그름을 판단하는데, 제약이 생기게 하기도 합니다. 저는 14년 정도 외국 생활을 하였는데, 6년은 뉴욕에 있었고, 나머지 기간은 영국의 런던에 있었습니다. 저는 큰 도시에만 있었지만, 가난한 유학생부터, 조교수 부교수 생활까지 했습니다. 제가 외국에 있다가 가끔 한국에 들어올 때가 있는데, 들어와서 항상 곤혹스럽게 생각한 것이 제가 지하철을 타고 가다 보면 사람들이랑 어깨를 부딪히는 일이 많았습니다. 런던에 있었을 때는 사람들이 과도하게 미안함을 표출하기도 했는데, 한국 사람들은 전혀 개의치 않습니다. 서로 어깨를 부딪혀도 뒤도 안 돌아보는 경우가 많습니다. 그런 것이 일종의 사회 규범인데, 사회 규범에 따라서 사람들의 행동이 많이 제약이 됩니다. 이것뿐만 아니라, 법적인, 제도적인 규제가 사람들의 행동을 제약하게 되는데, 신 고전파 경제학에서 사람들의 행동을 이해할 때, 기본적인 몇 가지 가정을 하게 됩니다. 그 중의 한 가정이 사람들은 기본적으로 합리적으로 행동한다는 것입니다. 이 합리성에 대한 가정은 많은 사람들이 비판하는 가정 중 하나이고, 두 번째 가정은 자신의 이익만을 추구하려 한

다는 것입니다. 이러한 가정에 기반을 해서 시장의 제도와 정부의 역할에 대해서 많은 이야기를 하였습니다. 가령 시장이라고 하는 것은 신고전주의 경제학의 입장에서 보았을 때, 합리적인 사람들이 의사결정을 잘할 수 있도록 하는 것이 시장이라고 보았습니다. 그것을 시장에서 제공하는 가격 체계(price mechanism)를 통해서 하고, 그를 통해서 효율적인 자원배분이 일어나도록 하는 것이라고 보았습니다. 신고전주의 입장에서 정부의 개입은 시장의 실패 예를 들어 정보의 비 대칭성 혹은 공공재의 문제와 같은 경우가 존재하는 경우에 개인들이 합리적인 선택을 방해 받기 때문에 정부가 개입해야 된다고 이야기 합니다. 왜 이렇게 신고전주의 경제학자들은 합리성에 집착을 하는가에 대한 진지한 고민이 필요합니다.

톨스토이의 *안나 카레니나*라는 소설의 첫 장에 다음과 같은 문구가 등장합니다. “Happy families are all alike; every unhappy family is unhappy in its own way.” 일종의 행복한 가정 정리(Happy family theorem)라고 할 수 있는데요. 이 정리의 전통 경제학적 따름 정리(corollary)는 다음과 같습니다. “Rational agents are all alike; every irrational agent is irrational in its own way” 즉, 합리적인 개인들은 동일한 형태로 합리적 행동을 하지만, 비합리적인 개인들은 각기 다른 방식으로 비합리적으로 행동할 것이라는 것입니다. 그런 연유로 신고전주의 경제학자들이 이 합리성이라는 패러다임으로부터 벗어나는 것에 대해 이론적으로 부담감을 많이 느낍니다. 하지만 심리학자들과 일군의 경제학자들이 즐기치게 이에 대해 반대하면서, 사람들이 합리적이 아닌 행동을 할 때에는 거기에는 특정한 체계적인 패턴이 있을 수 있다는 이야기를 합니다. 그리고 그 패턴을 이해하는 것이 우리에게 중요할 수 있다는 주장을 합니다. 꼭 합리성이 아니더라도, 체계적인 패턴이 있고, 그 패턴들은 주변환경에 반응할 수 있고, 그러한 정보를 수합해서 우리는 예측 가능한 모형을 정립할 수 있다는 것이 행태경제학의 생각입니다. 그러한 증거들을 실험이라든지 혹은 시장 데이터를 통해서 현재 많은 연구들이 이루어지고 있습니다. 기본적으로 행태경제학에서 하는 일은 기존의 경제학에서 무시했던, 하지만 심리학에서 중요하게 여겨온 내적 요인들을 경제학의 연구로 가져오는 것입니다. 그렇게 함으로서 인간에 대해서 훨씬 더 잘 이해할 수 있고 많은 정책적 함의들을 가져올 수 있다는 것입니다. 이제까지 경제학에서는 물질적인 보상체계에만 집중하여 이를 변화시켜서, 사람들의 행동을 바꾸려는 정책들을 많이 생각했습니다. 예를 들어 정부가 세금을 매겨서 사람들의 흡연 행동에 변화를 유도하는 것을 들 수 있습니다. 최근에 정부가 담배에 대한 세금을 급격하게

증가시킨 배경에는 이런 사고가 있습니다. 그런 정책들이 인간의 행동을 이해하는 내적 요인(internal factor)들을 잘 이해하지 못한 상황에서 시행된다면, 전통경제학에서 예상한 것보다 덜 효율적일 수 있습니다. 그런 관점에서 정책을 입안하는 사람들이 내적 요인에 영향을 주는 정책도 고려해 볼 필요가 있습니다. 대중서적으로 잘 알려진 Thaler and Sustein (2009) ‘넛지(Nudge)’가 그 대표적인 예입니다. 이와 같이 행태경제학의 아이디어들이 서구 선진 국가의 정책에 반영되는 경우가 많아지고 있습니다. 영국에서는 의회 내에 행태경제학 팀이 있어서, 개인의 행동을 연구하는 아이디어들이 실제로 영국정부가 정책을 수립하는데 어떠한 영향을 줄 수 있는지를 정리하고 그것이 정책에 입안될 수 있도록 합니다.

행동경제학에서 이야기하는 많은 통찰(insight)들이 새로운 이야기는 아닙니다. 현대 신고전주의의 아버지인 아담 스미스는 국부론을 쓰기 전에 도덕감성론에서 인간의 심리에 대한 원리(psychological principle)에 대한 상당히 많은 논의들을 하고, 그 아이디어들이 최근의 행동경제학의 논의에도 많이 반영이 되고 있습니다. 경제학이 처음으로 독립적으로 나올 그 당시에는, 현재의 행태경제학자들이 고려하는 심리학적 문제들을 많은 사람들이 고려를 하고 있었습니다. 하지만 수리적인 모델로 정형화하기 시작하면서, 많은 부분들이 떨어져 나갔습니다. 결국 최근의 행태경제학의 움직임이라는 것은 과거로 돌아가자는 것입니다. 공리주의의 창시자로 여겨지는 제레미 벤담도 공리주의적 효용의 심리적인 기초(psychological foundation)에 대해서 많은 생각을 하였습니다. 제가 영국에 있었을 때는 UCL에 있었는데, UCL의 상징적 설립자(symbolic founder)가 제레미 벤담입니다. 제레미 벤담은 자신이 죽을 때 공리주의적 원칙에 입각해서, 나를 묻지 말고 박제를 시키라고 하였습니다. 박제를 시켜서 여러 사람들이 볼 수 있게 하였습니다. 실제로 박제처리를 하였는데, 당시의 기술이 좋지 않아서, 얼굴은 흉측하게 바뀌어 버렸고, 몸은 밀랍처리를 하였습니다. 그게 아직도 UCL의 도서관에 가보면 전시가 되어있습니다. 그리고 머리가 시간이 지나면서 흉측하게 변하였고, 밑으로 떨어져버렸습니다. UCL 축구팀의 라이벌 팀인 Kings College 축구팀에서 제레미 벤담의 머리를 훔쳐다가 축구를 했다는, 그리고 25파운드의 몸값을 지불하고 UCL에 다시 찾아갔다는 이야기도 있습니다. UCL에 가시면 도서관에 오른쪽 끝에 가면 제레미 벤담의 미이자가 있습니다.

이제부터는 특정한 한국의 사례들을 가지고 행태경제학을 이해해보도록 하겠습니다. 하나는 가계 대출 그 중에서도 저 신용 등급을 가지고 있는 가계들이 대부업체

를 통해서 높은 이자율을 지급을 하고 돈을 빌리는 경우가 많습니다. 가끔 신문을 보면 저소득층이 무 등록 대부업체에게 돈을 빌려서 연간이자율이 약 3천 퍼센트 정도 되는 고 이자로 돈을 빌리는 경우를 볼 수 있습니다. 대부업체에서 사람들이 왜 돈을 빌리는지, 이것을 전통 경제학적 관점에서 어떻게 해소할 수 있을지, 혹은 행태경제학적 관점에서 어떤 행태적 측면(behavioral aspect)들이 있는 것인지, 정책적으로 어떠한 방식으로 이를 규제할지에 대해서 이야기하도록 하겠습니다. 두 번째 문제는 탈북자에 관한 것입니다. 현재 남한의 탈북자들이 약 2만 8천명 정도 됩니다. 우리 사회에서 눈에 잘 띄지 않은 집단인데요. 이 사람들을 어떠한 방식으로 한국 사회에 잘 정착시킬 수 있을지는, 통일 이후에 남북한 사회통합을 이루는 방안을 모색하는데 있어 아주 중요한 역할을 할 수 있습니다. 이렇듯, 통일의 비용을 낮추고, 통일 이후의 초석을 다지는 것이 탈북자들에 대한 연구인데, 이들에 대한 연구가 얼마나 이루어지고 있는 것인지, 전통경제학의 관점에서는 어떠한지 행동경제학의 관점에서는 어떠한지 이런 이야기를 한번 해보고 싶습니다. 첫 번째로 대부업체에서 돈을 빌리는 사람들 같은 경우에는 오늘 돈을 빌려서 오늘 쓰기도 하고, 내일 돈을 쓰기도 하고 미래에 빌린 만큼 갚아야 한다는 측면에서 시점간 선택의 문제입니다. 탈북자의 문제도 정착을 할 때 어떤 선택을 할지 고려해야 한다는 점에서 결국 시점간 선택의 문제 중 하나입니다. 이러한 선택을 할 때 제약들이 있습니다. 그 제약 들이라고 하는 것이 정보의 제약일 수 있고, 법적인 규제일 수도 있습니다. 그런 것들을 경제학자들은 선택 집합(Choice set)이라고 하고, 이러한 선택 집합 하에서 자신이 가진 효용을 극대화하려고 한다는 것이 경제학자들의 견해입니다. 이것이 경제학에서 말하는 합리적인 사람을 가정하는 것의 의미입니다.

왜 이런 모델들을 이야기 하는지 살펴보면, 모델을 통해서 전통경제학과 행태경제학이 어떠한 측면에서 다른지 살펴보기 위해서입니다. 이런 효용 극대화의 방법론을 실제로 쓸 때에는 좀 더 많은 구조(structure)를 경제학자들이 부여하게 됩니다. 그 구조를 표준 구조(standard structure)라고 하겠습니다. 표준 구조는 다음과 같이 표현이 됩니다.

$$\begin{aligned} & \max_{(c_0, c_1, c_2)} (u(c_0) + \delta E(u(c_1) | I_0) + \delta^2 E(u(c_2) | I_0)) \\ & s.t. (c_0, c_1, c_2) \in B(c_0, c_1, c_2) \end{aligned}$$

첫 번째 항은 오늘 이 시점으로부터 발생하는 효용, 두 번째 세 번째 항은 미래에 받는 효용입니다. 미래에 받는 효용은 확실하지 않습니다. 오늘의 동일한 금액을 미래의 동일한 금액과 동일하게 평가하지는 않습니다. 예를 들어, 오늘 받는 100만원과 미래에 받는 100만원 사이에는 할인이 필요합니다. 그 주관적인 할인의 아이디어가 δ 로 표현되어 있습니다. 이것이 보통의 경제학자들이 모델로 사람들의 행동을 이해하는 방식입니다. 첫 번째는 불확실성이 있을 때 위험에 대한 선호를 어떠한 방식으로 느끼는지, 즉 효용에 대한 기대를 어떠한 방식으로 표현하는지에 대한 문제에 대해, 전통경제학에서는 특별한 가설을 세웁니다. 그것이 기대 효용 가설인데, 기대 효용 가설이란, 미래의 결과(outcome)을 평가를 하는데, 본인이 가지고 있는 주관적인 효용함수로 변환을 한번 시키고, 그런 다음에 확률 분포로 기대 값(expectation)을 취하면 됩니다. 그러면 어떤 사람은 위험에 대해 선호를 하고 어떤 사람은 위험에 대해 기피적인 것을 표현하기 위해, 효용함수의 형태를 가정을 하는데, 효용함수가 특정한 방식으로 변환을 많이 하면 할수록 위험 기피적인 사람이 될 수 있고, 변환을 덜 하면 덜 할수록 위험 선호적인 사람을 표현할 수 있습니다. 이것의 함의를 살펴보면, 위험에 대해 어느 정도 민감한지는 오로지 불확실한 결과물인 돈이라든지 소비를 효용함수를 통해 어떻게 변환시키는가에 대한 것뿐이지 그 불확실한 결과가 어떤 확률로 나타나는지, 그 확률에 대해서는 민감하게 반응하지 않습니다. 행동경제학에서는 주류경제학에서 하는 해석에 대해 매우 협소하다고 이야기 합니다. 왜냐하면 사람들이 가끔 위험이라는 불확실한 상황이 가지고 있는 확률에 대해 굉장히 민감하게 반응할 때가 있는데, 그것에 대해서는 기대효용가설이 설명할 수 있는 것이 없기 때문입니다. 그 아이디어가 확률 가중(probability weighting)이라는 아이디어입니다. 두 번째는 어떠한 소비 행태, 자산을 평가할 때 주변환경을 보고 준거 점을 만든 다음에 그 준거 점에 기반해서 상대적으로 자신의 효용을 평가하려는 경향이 있다는 것입니다. 가령 예를 들어서 시골에 살 때는 주변 사람들이 자동차도 없고, 옷들도 대충 입기 때문에 전혀 주변의 시선을 신경 안 쓰고 아주 편하게 살 수 있었습니다. 그런데 대도시에 오자, 주변에 있는 사람들이 모두 외제차를 몰고 다니고, 다 브랜드 있는 옷만 입고 다니고, 가방도 좋은 것만 들고 다니는 것을 보자, 웬지 거기에 압박(pressure)을 느껴서 본인도 거기에 편승해야 할 것 같다는 생각이 들 수 있습니다. 이것을 해석하자면, 시골에서 도시로 이동하면서, 나의 준거 집단이 바뀌었기 때문에, 그 준거 집단의 소비 행위가 나의 새로운 준거 점이 되는 것입니다. 그거에 따

라서 소비행태를 평가하게 되는 이러한 reference point dependent한 효용함수가 기대 효용가설에서는 찾아볼 수 없습니다. 또한 사람들이 준거 점을 기준으로, 어떤 금액을 추가로 획득할 때와 동일한 금액을 잃어버릴 때 잃어버리는 것에 대해 상당히 민감하게 반응하는 것이 손실 회피 성향(loss aversion)입니다. 이러한 아이디어도 기대 효용가설에서는 표현되어 있지 않습니다. 마지막 아이디어는 우리가 불확실한 이벤트를 평가를 할 때, 예를 들어서, 제가 여러분들한테 일 년 안에 한국의 부동산 시장의 평균 시장가치가 20%이하로 떨어질 확률이 얼마나 되냐고 물었을 때 그 확률이 얼마라고 생각하십니까? 한편, 동전을 열 번 던져서 열 번 모두 앞면이 나올 확률이 얼마라고 물었을 때, 어떤 경우에 여러분들이 더 쉽게 확률에 대해 편하게 이야기 할 수 있습니까? 후자이겠죠. 전자는 이것을 확률로 정확히 20%, 50%와 같이 떨어지게 이야기할 수 있을지. 혹은 어떤 사람이 그 확률은 0%야 라고 하였을 때, 내가 합리적으로 이에 대해 반박할 수 있을지 상당히 불확실 합니다. 이러한 현상들이 기존의 기대 효용 가설에서, 설명하지 못하는 방식으로 사람들의 선택에 영향을 미칠 수 있지 않을까 설명하는 행태경제학의 설명이 있고 그것을 모호함에 대한 회피(Ambiguity aversion)라고 이야기 합니다. 이러한 아이디어들이 기대효용 가설에는 담겨 있지 않은 것인데, 첫 번째 모델을 통해서 표준 모델에서 가정하는 것이 무엇이고, 행태경제학에서 이야기하고 싶어 하는 것이 무엇인가 살펴볼 것입니다. 두 번째는 시점간 선호에 대한 문제인데, 표준모델에서는 δ 라는 동일한 할인율로 할인을 해가는데, 이것의 경제적인 함의는, 사람들이 오늘 세운 미래에 대한 계획이 있으면, 예를 들어 내일부터 체육관(gym)에가서 운동을 해야겠다고 다짐을 하면. 무슨 일이 일어나더라도 전통경제학에 따르면 계획(plan)을 세우면 그대로 행동해야 한다는 것입니다. 행동경제학자들은 이에 대해 반박하며, 사람들의 실제 행동을 보니 그렇지 않은 사람들이 많다고 주장합니다. 사실 현실적으로 우리도, 운동을 열심히 하겠다고 다짐만 한 뒤에, 제대로 하지 않는 경우도 있고, 새해 첫날 다이어트를 결심하고 실천하지 못하는 경우도 많습니다. 또한, 이번 달에는 금연을 해야겠다는 계획만 세우고, 실제로는 실천에 옮기지 못하는 경우도 많이 있습니다. 이 말은 결국 신년 벽두에 자신이 세운 계획에 대해서, 3일만 지나도 그렇게 하고 싶지 않다는 마음이 생긴다는 것입니다. 그런 행동들을 경제학에서는 시점간 불일치(time inconsistent) 행동이라고 합니다. 그런 경우를 모델로 표현하면, 할인을 하는 방식이 일정(constant)한 것이 아니라 시간에 따라 달라지는 방식을 나타내는 것입니다. 심리학자들은 현재에서 멀어지면 멀

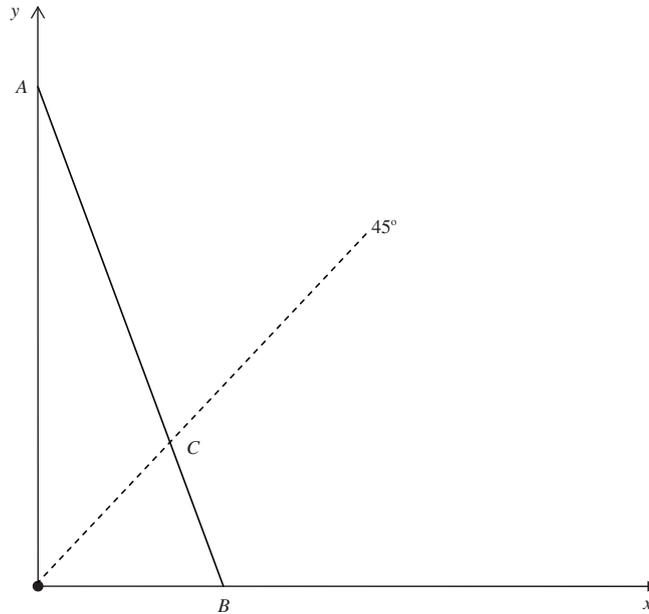
어질수록 할인을 더 많이 하는 성향이 있다고 주장합니다. 3번째 아이디어는 효용이 자기 자신의 소비에만 의존하도록 모델에서는 표현이 되어있습니다. 그런데 현실적으로 많은 경우에 그렇지 않은 경우도 많습니다. 길가다가 헌혈자가 있으면, 개인적 입장에서 피를 뽑는 것은 좋지 않지만 헌혈을 하게 되는 경우가 있습니다. 또한, 식당에 갔는데 아프리카에 굶는 어린아이들을 위해 기부(donation)를 해달라는 포스터를 보고 기부를 하기도 합니다. 한국에는 상대적으로 그 수가 적지만, 미국에는 갑부들이 자신의 사재를 털어서 많은 기부를 합니다. 미국의 전체 기부 중 90%는 개인기부에 의해 결정되고 GDP의 약 10%가 기부로 이어지게 됩니다. 이런 행동들을 어떻게 설명할 수 있을지, 개인입장에서 이것은 전혀 자신의 이익을 추구하는 것이 아닙니다. 물론 어떤 측면에서 자기이익을 추구하는 방법으로 기부를 설명할 수 있습니다. 세계 혜택을 위한 합리적인 선택일 수 있고, 또 상속의 한 방법으로 생각하는 사람도 있습니다. 하지만, 그렇지 않은 경우가 더 많습니다. 이러한 현상을 경제학의 표준 모델에서 가정하는 이기적 선호(self-regarding preference)로 설명할 수 있는지 의구심을 품고, 행동경제학에서는 사회적 선호의 문제, 신뢰의 문제, 호혜성에 대한 문제들로 이러한 현상을 이해하기 위해 많은 이야기를 합니다. 그 다음에 불확실한 상황에서 확실적인 평가를 할 때 확실적인 평가를 어떻게 할지에 대한 문제가 있습니다. 기존의 경제학에서는 Bayesian Updating을 주로 이야기하게 되는데, 인지심리학자들이나, 행태경제학자들은 개인이 가지고 있는 믿음이 편향되어 있을 수 있고, 경험적(heuristic) 의사결정에 의한 것일 수 있다라고 이야기합니다. 마지막으로, 극대화에 관한 것인데, 미시 경제학 시간에 항상 여러분들이 구하는 것이 효용 극대화 문제입니다. 일계조건을 구하고, 그것을 만족시키는 해를 찾는 것, 그러한 문제의식 하에서 기존 경제학에서는 극대화 문제를 풀려고 하였습니다. 이러한 접근법(approach)은 아무리 복잡한 문제에 직면하더라도 합리적인 주체는 문제를 풀 수 있는 인지 능력이 있고, 다른 능력들도 전부 갖추고 있고 아무리 복잡한 경우라도 주의를 기울여 비용편익분석(cost benefit analysis)를 하고, 자신이 처한 환경(environment)에 대해 전혀 민감하게 반응하지 않는다는 말입니다. 제가 2006년도에 UCL에서 연금에 가입을 하는데, 부끄러운 이야기지만, 여러 옵션들이 있는데, 너무 복잡해서, 대부분의 사람들이 하는 거로 그냥 하겠다고 선택하고 안 읽어 봤습니다. 여러분들도 가령 휴대폰 요금제의 옵션들이 굉장히 많은데 얼마나 각 요금제 별로 비교하며 따져보는 지 묻고 싶습니다. 각각의 대해서 어떻게 쓸지 계산하는 경우는 많지 않습니다. 지

난 8월달에 대리점에 가서 했는데, 나중에 알고 보니 대리점에서 상당히 높은 비용을 저희 가족에게 부과했었습니다. 이것도 나중에 저의 부인을 통해서 알게 된 사실입니다. 이렇듯 우리는 합리적으로 판단하기보다는 그렇지 않은 경우도 상당히 많습니다. 행동경제학자들은 오래 전부터 효용극대화에 대한 패러다임이 나왔을 때부터, 이것들이 사람들의 의사결정방식에 대한 묘사를 제대로 하고 있는지 의구심을 가졌습니다. 그 중에 한 사람인 Simon(1976)은 경제학자들이 가정하는 합리성은 절차적(procedural)인 합리성이고, 실제로 사람들의 의사결정 과정에서 나타나는 것은 경험적(heuristic) 의사결정을 따르는데, 그러한 방식이 꼭 효용극대화의 문제와 같을 필요는 없다고 주장합니다. 경험적(heuristic)합리성의 기본적인 아이디어는 현실에서 얼마나 많은 사람이 복잡한 문제에 직면했을 때, 그 문제를 논리적으로 절차적으로 사고할 것인가에 대한 문제의식에서 시작합니다. 동일선 상의 문제의식으로 심리학자들이 많이 하는 연구로 프레임 효과라고 해서, 동일한 문제를 어떤 방식으로 보여주는가(represent)에 따라 사람들의 선택이 달라지는 모습을 볼 수 있습니다. 가장 대표적인 예로, 선거에서 어떤 후보가 포스터에서 제일 앞에 있는지가 사람들의 선택에 영향을 끼칠 수 있습니다. 중요한 박빙에 선거에서는 상당한 영향을 줄 수 있다는 연구결과도 존재합니다. 이러한 현상을 프레임 효과라고 이야기 합니다. 이러한 프레임 효과를 탈북자의 관점에서 이야기하면, 우리 사회에는 각종 제도적인 제약들이 있는데 예를 들어, 탈법적인 행동을 했을 때, 그것의 처벌이 어떻게 되는지 제도를 잘 이해 못하는 경우에는 잘못된 선택을 할 수 있습니다. 예를 들어 제가 미국에 있을 때, 운전면허를 취득해야 하는데, 주마다 법이 달라서, 뉴저지 주에 가면 한국 운전면허증을 필기시험만 보고 바꿔주는 곳이 있습니다. 반면에, 제가 거주하던 뉴욕 주는 실기까지 다 봐야 했습니다. 제가 유학 나오기 직전에 적성검사라는 것을 안하고 나왔습니다. 그래서, 적성검사를 했었으면, 뉴저지에서 쉽게 운전면허를 딸 수 있었는데, 그러지 못했습니다. 어쩔 수 없이 뉴욕에서 면허 시험을 봤는데, 4번을 떨어지고 5번만에 합격을 했습니다. 이렇듯 제도적인 것들을 이해하는 것도 개인의 선택에 있어서 상당히 중요합니다.

이런 행동경제학이나 표준경제학의 차이점들이 있는데, 이런 것들을 실증적인 분석에서 크게 2가지 문제들에 직면합니다. 첫 번째는 식별의 문제입니다. 앞에서 이야기한 모든 것들이 결국 연구자들의 입장에서는 보이지 않는 것들입니다. 예를 들어 이 사람들이 주관적인 할인율이 지수 함수의 형태로 존재하는지, 그 사람이 선택

을 할 때 주의를 얼마나 기울였는지는 연구자의 입장에서 관찰할 수 없습니다. 행동적 원인에 의해서 개인의 행태가 달라진다고 얘기하고 싶으면 다른 표준적인 요소들의 차이에 의해서 행동이 달라질 수 있다는 것을 컨트롤하고 이야기 해야 한다는 것이 식별의 문제입니다. 두 번째는 측정의 문제인데, 이런 비표준적인 아이디어들을 연구를 할 때, 어떤 수치화(quantifying) 가능한 메저가 있는 것인지, 그것을 개인의 선택을 통해 볼 수 있는 것인지 생각을 해야 합니다. 또한 그 측정방법이 경제학적인 함의를 가지고 비용편익 분석을 하고, 정책을 만드는데 실제로 쓸 수 있는 문제인지 살펴봐야 한다는 점에서, 행동경제학은 실험경제학과 밀접한 관련을 가지고 있습니다. 실험 방법(experimental method)이라고 하는 것은 실험실에서 통제를 통해서, 혹은 현장 실험에서 통제를 통해서, 관측 불가능(unobserved)한 요인(source)들을 통제(control)하면서, 행동적인 것을 바꾸면, 사람들의 행동이 어떠한 방식으로 변화하는가에 대해 평가를 할 수 있습니다. 그를 통해 많은 실증적 증거들이 실험 방법론을 통해서 나왔습니다. 최근에는 FMRI라고 해서, 어떤 선택을 할 때 손가락이 움직이고 뇌의 어떤 부분이 활성화가 되는지를 보면서, 기존의 경제학을 개선하려고 하는 접근방식도 있고, 어떤 의사결정을 할 때, 오랜 시간에 걸쳐 빨리빨리 아무렇게 하는 것인지, 아니면 대충대충 빨리빨리 하는 것인지도 의사결정에 매우 중요한 영향을 끼칠 수 있습니다. 이런 것을 반응시간(response time)이라고 합니다. 어느 정도의 시간을 가지느냐가 의사 결정의 질을 결정한다는 점에서 매우 중요한 요소가 될 수 있습니다. 그러면 대부업체 문제와 탈북자 문제로 넘어가기 전에, 제가 간단하게 극대화(optimization)에 대해서 어떻게 생각할 수 있을지에 대해서 제가 최근에 했던 실험에 대해 소개를 하고 그 연구를 통해 무엇을 알 수 있었는지에 대해 이야기를 해보겠습니다. 이 실험에 참여한 사람들은 네덜란드에 살고 있는 사람들로, 성인인구의 대표 샘플을 1200명 정도를 추출을 해서, 그 사람들에게 이런 실험이 있으니, 실험에 참여해달라고 부탁을 했습니다. 그 실험은 모두 인터넷에서 이루어졌고, 아주 간단한 불확실성 하에서의 선택의 문제입니다.

〈그림 1〉은 가령 여러분들이 어떤 주머니에서 구슬을 꺼내서 그 구슬이 절반의 확률로 파란 공 혹은 빨간 공이 나오게 되는데, x축에 나오는 것은 파란 공이 나왔을 때 여러분들이 받는 금액이고, y축이 나타내는 것은 빨간 공이 나왔을 때 여러분들이 받는 금액입니다. 여러분들이 해야 하는 선택은 무슨 공을 꺼냈는지 알지 못하는 상황에서 의사결정을 해야 합니다. 위의 그림의 선은 파란색공과 과 관련된 자산이 있

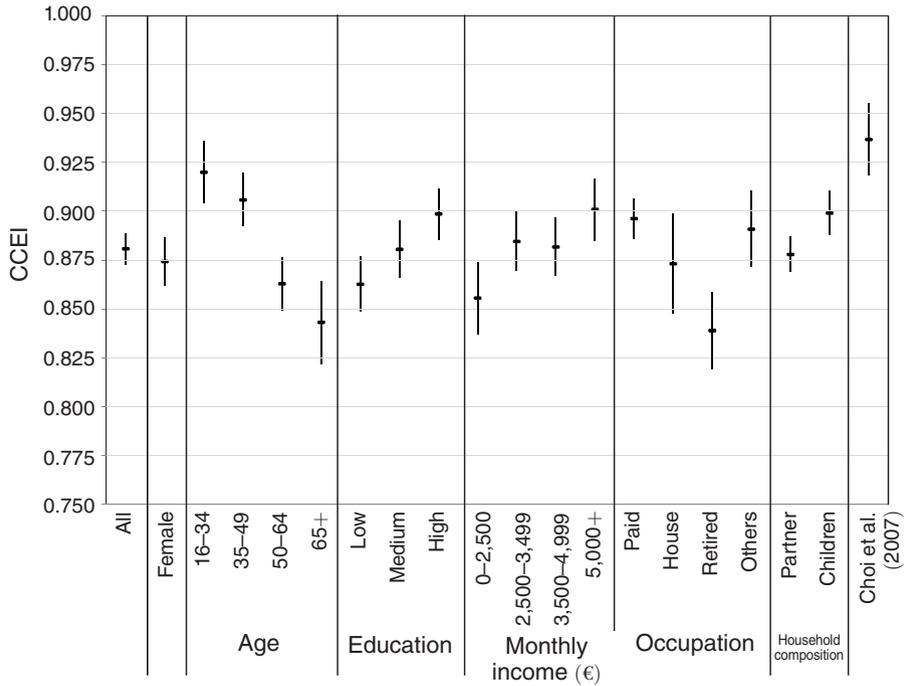


자료: Choi *et al.*(2014)

〈그림 1〉 불확실성하의 의사 결정 실험

고 빨간색 공과 관련된 자산이 있어서, 그것의 가격체계를 나타내주는 실선입니다. 즉, 소비자의 소득에 다른 예산 제약을 나타내주는 선을 말합니다. 저희는 이러한 방식으로 소비자의 선택이 어떻게 나타나는지 여러 번 예산 제약에 대한 기울기를 다르게 주고, 반복하는 실험을 하였습니다. 이렇게 하게 되면 저희가 무엇을 알 수 있냐 하면, 현시선호이론이라 하는 경제학의 이론이 있는데 그 사람이 이 실험에서 여러 번 선택하는 과정에서 이론 선택이 현시선호 이론에 얼마나 근접한지에 대해 이러한 수치화를 통해 측정을 할 수 있습니다. 그 측정을 0~1까지 수치화를 할 수 있는데, 만약 어떠한 사람이 1이라는 수치를 부여 받은 것은, 현시선호 이론에 따라 아주 잘 선택한 것입니다. 이 사람은 100% 효용극대화 이론을 따르는 사람이라고 해석할 수 있습니다. 만약 0.9를 부여 받은 사람이 있다면, 비합리적인 선택을 약 10% 정도 손해를 보고 있는 사람입니다. 같은 방식으로 0.8이면 20% 정도의 손해를 보고 있다는 것을 나타냅니다. 그리고 인구학적인 정보를 써서 각각의 인구학적 특성들의 평균이 얼마고, 95% 신뢰구간이 얼마인지를 살펴보았습니다.

〈그림 2〉를 보시면, 어떤 패턴이 나오는지 살펴보겠습니다. 우선, 나이 그룹을



자료: Choi *et al.*(2014)

〈그림 2〉 Mean CCEI scores

보면, 34살까지를 가장 젊은 그룹, 35~49을 두 번째로 젊은 그룹, 같은 방식으로 50~64, 65세 이상을 나눈 다음에, 평균적인 합리성의 인덱스를 보았더니, 감소하는 패턴을 볼 수 있었습니다. 또한 교육 수준에 따라봤더니, 교육 수준이 높을수록 우리 실험에서 더 합리적으로 행동하는 것을 볼 수 있었습니다. 이것은, 전통경제학에서 가정하는 것처럼 모든 사람이 합리적이라는 가정이 이렇게 현실의 인구로 가게 되면 정확히 맞지 않고, 나이, 교육, 그리고 소득에 따라 체계적 패턴(systematic pattern)이 있을 수 있다는 것입니다. 또한 이 실험에서, 한걸음 더 나아가서, 네덜란드 가구 조사에 피 실험자의 자산소득에 대한 정보를 모아봤습니다. 피실험자가 가지고 있는 가구의 자산은 여러 요소로 설명이 될 수 있을 것 입니다. 예를 들어, 교육수준, 나이와 같은 것들이 있겠습니다. 그런데 흥미로운 것은, 이런 것들을 다 통제(control)하고 난 뒤에도, 합리성의 지표와 가구의 자산 사이의 상관관계가 존재하는 것을 살펴볼 수 있었습니다. 저희 실험에서, 평균에 대해서 1표준편차 만큼 더 합리적인 그룹

〈표 1〉 대부업 현황

구분		등록업자수(개, %)			대부잔액(억원, %)			거래자수(만명, %)		
		'13.6말	'13.12말	증감율	'13.6말	'13.12말	증감율	'13.6말	'13.12말	증감율
법인	자산 100억원 이상	127	144	13.4	80,543	88,604	10.0	226.9	226.4	△ 0.2
	자산 100억원 미만	1,564	1,562	△ 0.1	6,773	6,446	△ 4.8	6.9	7.5	9.3
개인		8,562	7,620	△ 10.7	4,477	5,110	14.1	14.9	14.7	△ 1.6
계		10,223	9,326	△ 8.8	91,793	100,160	9.1	248.7	248.6	△ 0.05

자료: 2013년 하반기 대부업 실태주소(안행부, 금감원, 금융위원회).

과 평균 그룹을 비교해보면 1표준편차 만큼 합리적인 사람이 15~20% 정도 더 자산을 축적 하고 있었다는 결과를 볼 수 있었습니다. 이것이 무엇을 의미하는지를 살펴보면, 실험실이라는 좁은 공간에서 합리적으로 선택하는 사람들이 실험실 밖에서도 모든 문제를 진행할 때도 그렇지 않은 사람보다 더 열심히 하는 사람일 것이라고 추측을 할 수 있다는 것입니다. 즉, 총 자산이라는 것은 자신이 매일 하는 선택들이 누적 되어서 나오는 결과라고 볼 수 있을 것입니다. 이러한 측면에서 실험에서의 합리성에 대한 측정(measure)이 평소의 사람들이 얼마나 합리적으로 선택하는가와 상관관계가 있기 때문에 이러한 설명이 가능한 것이 아닐지 추측합니다. 위 실험에서 중요 메시지 중의 하나는, 이질적이고, 다양한 사람들의 실제 경제적 활동들을 설명하는데 합리성이라는 것이 중요한 설명 변수 일 수 있다는 것입니다. 그렇다면 중요한 변수를 어떤 식으로 식별하는가에서, 실험 방법론이 등장한 것이고 이를 통해 측정할 것입니다. 혹시 위의 연구에 대해 관심 있으신 분들은 슬라이드의 참고 문헌을 참고하시면 좋을 것 같습니다.

이제 2가지 한국사회의 현황에 대해 이야기를 하고 싶습니다. 제가 이것에 대해서 확실한 답변을 이 자리에서 줄 수 있는 것은 아닙니다. 여러분들도 함께 생각해보면 좋을 것 같습니다. 첫 번째는 대부업체 현황에 대해서 볼 것입니다. 제가 이 발표를 준비하면서 인터넷에서 많이 찾아보고, 제 조교가 저를 많이 도와주어서 이런 것을 보여주게 되었습니다. 아래의 자료는 2013년 하반기 안전행정부, 금융감독원, 금융위원회에서 현재 등록되어있는 대부업체에 대해서 전수조사를 한 것입니다.

〈표 2〉 대부업체 신용등급별 대부 현황

(단위: 억원, %)

구분	'12. 12말		'13. 6말		'13. 12말	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중
1~3등급	0	0	0	0	0	0
4~6등급	12,669	15.0	15,132	19.2	18,729	21.5
7~10등급	71,797	85.0	63,570	80.8	68,367	78.5
합계	84,466	100	78,702	100	87,096	100

자료: 2013년 하반기 대부업 실태주소(안행부, 금감원, 금융위원회).

2013년 하반기에 등록된 대부업체가 9천300개 정도 됩니다. 물론 무등록자도 많을 것입니다. 대부업체를 통해 사람들에게 빌려준 돈이 현재 약 10조원에 이르고 합니다. 그리고 실제로 거래자수는 약 250만 명 정도 된다고 합니다. 또한 평균 대부금리는 31.9%입니다. 그 당시의 2011년 39%가 최고금리였습니다. 하지만 이는 등록되어 있는 대부업체들의 이야기이고 무 등록된 대부업체들 같은 경우는 신문에서 본 것과 같이 연간 3000%에 가까운 이자율을 책정하고 있는 경우도 있습니다.

이용기간을 보았더니 1년 미만으로 빌린 사람들이 45.4%이고, 1년 이상 빌린 사람들이 54.6%였습니다. 차입한 용도가 무엇인지 보았더니, 생활비가 가장 많았습니다. 그리고 8.5%같은 경우는 다른 업체에게 빚을 지고 있는 것을 상환하기 위해 대부업체의 높은 이자율을 지불하였다고 합니다. 이게 과연 자연스러운(make sense) 현상인지 의문을 품게 됩니다. 이용자의 직업을 봤더니 회사원이 62.6% 자영업자 23.6% 학생/주부가 6.3%였습니다. 이용자의 신용등급을 봤더니, 신용등급이 높은 1~3등급의 사람은 거의 없고 4~6등급의 사람들부터 많아지기 시작합니다. 그런데, 이들은 제도 은행권에서 충분히 대출이 가능한 사람들인데, 이 사람들의 대부업체 이용비중이 2012년 말부터 꾸준히 증가하고 있는 모습을 볼 수 있습니다. 물론 신용등급이 낮은 7~10등급의 사람들은 제도권 은행에서 대출이 어려우므로 이 사람들의 비중이 제일 높습니다. 제가 오늘 여러분들에게 이야기하고 싶은 것은 대부업체에 대해 관심을 가지게 된 것이 불과 몇 주 전에 주말에 집에서 케이블 TV를 보는데, 중간 중간에 대부업체 광고들에서 유명연예인들이 나와서 광고를 하는 것을 보았습니다. 마치 상당히 친절하게, 착하게 대출해주는 것 같은 이미지가 광고에 등장하는 것을 볼 수 있었습니다. 물론 제가 이렇게 얘기하는 것이 마치 대부업체들이 모두 나쁜 회사라고



자료: Internets.

〈그림 3〉 대출광고

이야기하는 것은 아닙니다. 그러면서 들었던 생각이, 사람들이 이러한 광고를 보고, 돈을 꼭 대부업체에서 빌리지 않아도 되는 사람들이, 대부업체를 이용하게 되는 모습을 보일 수 있지 않을까 하는 생각이 들었습니다. 또한 중요한 포인트 중의 하나는 이자율이 얼마지에 대한 정보는 거의 없습니다. 반면에, 얼마나 빨리 돈을 받을 수 있을지에 대해서는 많이 노출을 시키는 모습을 볼 수 있었습니다. 어떤 대부업체 광고에서는 돈을 빌리는 것이 마치 모범택시를 타는 것이라는 비유를 하는 모습을 볼 수 있었습니다.

그래서 제가 인터넷에서 대부업체 광고들을 쭉 찾아보았습니다. 이것들은 이미지만 나온 광고인데, 하나는 산와머니, 하나는 러시앤캐시입니다. 광고를 보면 이자율에 대한 정보는 매우 작게 표시되어 있습니다. 그 보다는 “지금 바로” “빠른 대출” “심사 후 1분 안에 입금완료”와 같은 문구는 반면에 굉장히 크게 써 놓는 모습을 볼 수 있었습니다. 이러한 현상을 행태경제학의 관점에서 어떤 방식으로 볼 수 있을지 생각해 보면, 제가 간단하게 2가지 견해들을 생각해 보았습니다. 이것 중 하나는 시장에서의 대부업체의 논리이기도 하고, 다른 하나는 소비자 보호단체의 논리이기도 합니다. 첫 번째 이야기는 대부업체가 와서 비싼 이율을 받는 것은 소비자들이 예산 제약(borrowing constraint)에 직면하는 것으로, 다른 곳에서 돈을 빌릴 수 없기 때문에, 대부업체에 돈을 빌리러 오는 것이므로 이들에게 돈을 빌려주어야 한다는 입장입니다. 두 번째 이야기는 아마 소비자단체에서 이야기할 것 같은데, 돈을 빌려주는 대부

업체들이 소비자들을 현혹시켜서 안 빌려도 되는 사람들인데 빌리게 해서 고금리로 저소득층을 착취한다는 이야기입니다. 두 번째 이야기의 설명방식이 어떠한 방식으로 적용될 수 있을지 살펴보면, 가령 다음과 같은 간단한 모델을 생각해봅시다. 돈을 빌려줄 때의 그 이자율인 금융비용 여기서는 p 라고 하는 것이 상당히 중요합니다. 그 다음에는 돈에 대한 대출을 얼마나 신속하게 하는지 그 속도를 반영하는 변수를 s 라고 하겠습니다. 즉, 대부상품은 p 와 s 라는 측도(parameter)로 간략하게 묘사할 수 있습니다. 소비자의 효용은 특정한 대부업체의 상품을 선택하였기 때문에 그 금융비용과 속도를 통해서 효용을 느낀다는 것입니다. 합리적으로 생각할 때 금융비용이 올라가면 소비자의 효용이 내려갈 것입니다. 또한 신속도가 증가하면 효용이 증가할 것입니다. 한편 대부업체 광고는 하루 400회 정도 나온다는 기사를 접하였는데, 이것을 a 라는 변수를 써서, 광고의 강도(intensity)라고 하겠습니다. 대부업체의 광고를 보면, 금융비용(price)에 대한 정보는 안 알려주고, 그 속도(speed)만 계속적으로 강조합니다. 사람들의 관심(attention)을 속도(speed)에만 집중하게 하지, 금융비용(price)이 어떤지에 대해서는 덜 신경을 쓰게 합니다. 그래서 이 광고를 통해 소비자가 인식하는 금융비용을 이라 하면 사람들이 인지(perceive)하는 금융비용(price)은 실제 금융비용보다 낮다고 인식하게 될 것입니다. 그래서 주어진 광고의 수준 하에서 인식(perceive)하는 효용은 광고가 증가함에 따라, 실제 효용보다 증가하게 됩니다. 이를 통해 사람들이 대출을 더 많이 받게 된다는 식으로 생각해보면 어떨까 합니다. 이 모델을 가지고 대부업체 광고의 효과를 측정하고 싶은데, 그것이 쉽지는 않습니다. 그것은 우선 내생성의 문제가 있습니다. 어떤 내생성의 문제가 있냐 하면, 대부업체들이 매일 400회 이상 광고를 하는 이유는 소비자들이 반응하기 때문이기도 합니다. 즉 광고의 강도(intensity)와 소비자들이 돈을 빌릴 확률이 인과관계적으로 어떻게 달라지는지 측정하기가 쉽지 않다는 이야기입니다. 중요한 문제인데 어떻게 하면 좋을지 생각해보면, 대부업체에 끈이 있으신 분이, 열심히 해보면 어떨까 합니다.

이제 미국의 현장실험의 사례를 소개하겠습니다. 이 연구는 2011년도에 *Journal of Finance*에 실린 Bertrand and Morse(2011)의 연구로, 미국에도 한국의 대부업체와 비슷하게 payday lending이라는 사업이 있습니다. 자산이 별로 없는 사람들이 매달 받는 소득으로 생계를 꾸려나가는데, 월초에 들어가는 돈이 많다 보니, 월급날은 다음 달 초인데, 돈을 다 써버려서 급하게 payday lending 사업에서 빌립니다. 그 이자율이 어떻게 되냐 하면, 2007년도에 500억불을 이 비즈니스에서 돈을 빌려주었습니다.

〈표 3〉 Annual interest rates on different types of loans

Loan Type	Median Annual Interest % (from government surveys)
Payday Loan	443%
Installment Car Loans	18%
Credit Card	16%
Subprime Mortgages	10%

자료: Bertrand and Morse(2011).

그 중에서 80억불 거의 1/6 정도가 금융비용이었습니다. 이에 맞게 이자율을 계산 해 보면, 거의 400% 가까운 연 이자율을 지불하는 셈이라고 합니다. 과연 사람들이 정말 합리적으로 선택하는 payday lending 사업에서 합리적으로 선택하는 것인지 의구심을 가지게 되었습니다. 그래서 현장 실험을 하게 되는데, 어떤 한 도시에, 대부업체 상점들이 많은데, 사람들이 돈을 빌리려고 신청서를 작성을 합니다. 그 때 창구에서 아무런 정보가 없는 봉투가 아니라, 3가지 정보를 주는 실험을 합니다. 특별한 정보를 주는 것이 아니라, 합리적인 사람이라면 이미 payday loan을 빌릴 때 다 계산되었어야 하는 정보입니다.

첫 번째 실험은 APR information treatment라고 해서, 이자율에 관한 정보를 봉투의 뒷면에 보여주는 것입니다. 구체적으로 payday lending에서 돈을 빌리면 연 이자율이 약 433%인데 자동차 할부를 하면 약 18%만 내면 된다는 정보가 나와있습니다. 신용카드를 이용하면 16%의 이자를 지불하면 되고, 서브 프라임 모기지를 이용하면 10%의 연 이자율만 내면 된다는 것을 다음과 같은 방식으로 보여주는 것입니다. 다시 한번 말하면, 이는 합리적인 사람이라면 이미 돈을 빌릴 당시에 이를 다 알고 있었을 정보입니다.

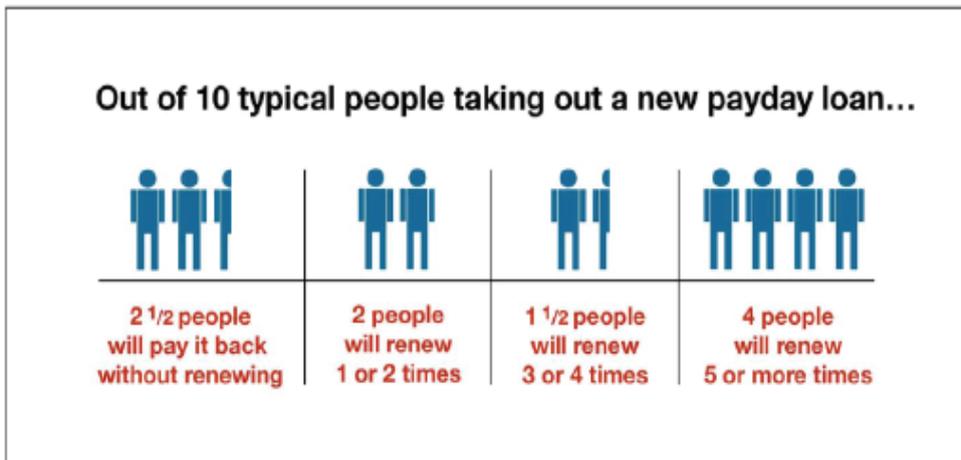
두 번째 실험은 Dollar information treatment로, 가령 300불을 빌리면 2주 안에 발생하는 이자비용이 45불입니다. 이러한 방식으로 한 달, 두 달 세 달이 지났을 때의 이자비용이 각각 얼마인지 보여주었습니다. 또한 그 옆에는 신용카드와 payday lending을 비교했을 때의 정보를 적어놓았습니다. 이 역시도 합리적이 사람이라면 당연히 알고 있어야 할 정보입니다.

세 번째는 Refinancing Treatment라고 해서, 돈을 빌렸을 때, 얼마나 많은 사람이 상환연장을 하지 않고 제 때 돈을 갚는지를 나타내는 것입니다. 10명 중에서, 2.5명만

〈표 4〉 How much it will cost in fees or interest if you borrow \$300

PAYDAY LENDER (assuming fee is \$15 per \$100 loan) If you repay in:		CREDIT CARD (assuming a 20% APR) If you repay in:	
2 weeks	\$45	2 weeks	\$2.50
1 month	\$90	1 month	\$5
2 months	\$180	2 months	\$10
3 months	\$270	3 months	\$15

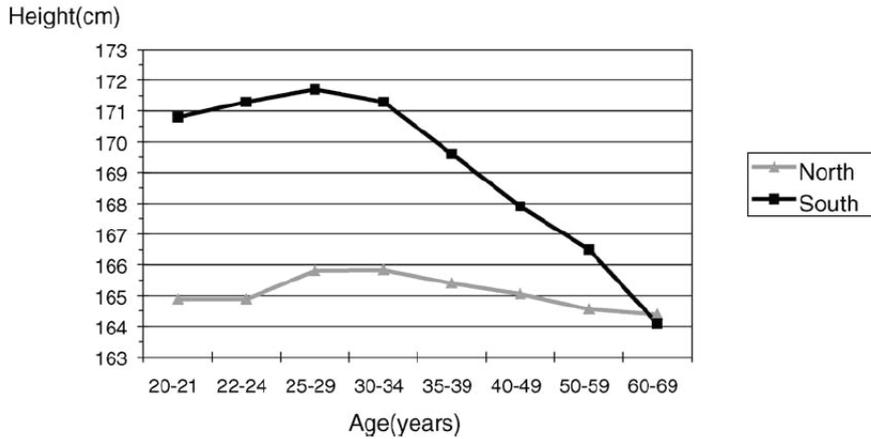
자료: Bertrand and Morse(2011).



자료: Bertrand and Morse(2011).

〈그림 4〉 Statistics of refinancing a loan

이 제때 돈을 갚고 2명은 1번 혹은 2번 상환연장을 하고, 1.5명은 3번 혹은 4번 상환연장을 하고 4명은 5회 이상 상환연장을 한다는 아주 단순한 통계치를 보여주었습니다. 이러한 실험이 봉투의 뒷면에 있기 때문에, 얼마나 많은 사람들이 이를 읽었는지는 모릅니다. 하지만, 특히 Dollar information 같은 경우는 아무런 실험도 하지 않은 통제그룹에 비해서, 약 11% 정도 덜 돈을 빌리는 모습을 보였습니다. 여러분들이 생각해보실 수 있는 것이, 11%가 과연 큰 효과가 있는 것인지에 대해 의문을 품을 수도 있지만, 그 비용은 봉투 뒷면의 봉투 값만 들었을 것이라는 측면에서 매우 작았을 것입니다. 이렇듯, 낮은 비용을 가지고도 11%의 대출의 감소가 있었다는 것은 비용 대비 매우 큰 효과라고 할 수 있습니다. 한국에도 이런 실험을 한 번 해보면 어떨까

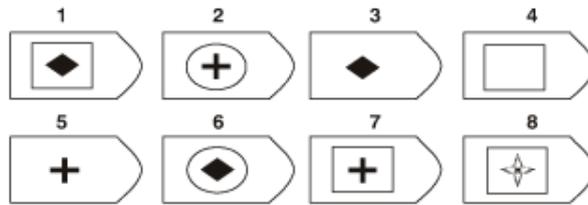
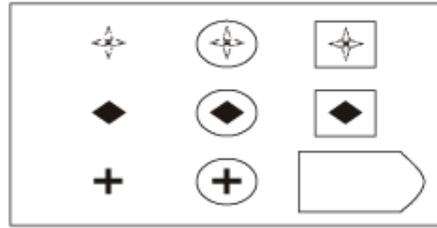


자료: Pak(2004).

〈그림 5〉 Mean height of North Korean refugees(1999–2003) and South Koreans(1997), by age, males.

하는 생각을 합니다.

사실은 정부에서도 많은 고민을 하고 있었습니다. 첫 번째 이야기는 예산제약을 줄여주는 방식으로 이를 해결해주자는 정책으로 미소금융, 햇살론에 대한 것입니다. 미소금융 같은 경우 개인 신용등급이 7등급 이하인 경우에 대해서 돈을 빌려주는 것으로 알고 있습니다. 이런 것은 정부가 저 신용등급의 예산 제약을 줄여주기 위해서 시행하는 것입니다. 햇살론도 마찬가지로, 신용등급이 낮은 저소득층에게 해주는 것으로 알고 있습니다. 한편 두 번째 이야기로 광고에 대해서는 아직 정부에서 실제적으로 시행되는 것은 없지만, 국회에서 2가지 법안이 올라가 있습니다. 하나는 새천년 민주당의 두 의원이 광고 내부에서 금융비용에 대해서 명확하게 명시해야 한다는 법안이 국회에 올라와 있습니다. 또한 새누리당의 심재철 의원이 어린이와 청소년이 주로 시청하는 시간대에 대부업체의 광고를 금지해야 한다는 법안도 올라가 있습니다. 이것의 의미는 어렸을 때부터, 대부업체 광고에 노출이 되다 보면, 돈을 너무 쉽게 빌리는 것으로 인식하게 되고, 그러한 측면에서 대부업체의 광고를 규제하자는 의견 중의 하나입니다. 그래서 정확히 법안의 내용은 모르지만, 왜 이러한 법안이 나왔는지에 대해 행태경제학적인 이야기들은 할 수 있지 않을까 합니다. 이 법안의 효과가 어떤지, 그리고 법안이 꼭 통과가 되어야 하는지는 연구자들이 측정을 해보아야 합니다. 제가 알기로는 한국의 선행연구가 없습니다. 그래서 데이터만 모을 수 있다면



자료: Kim *et al.*(2015).

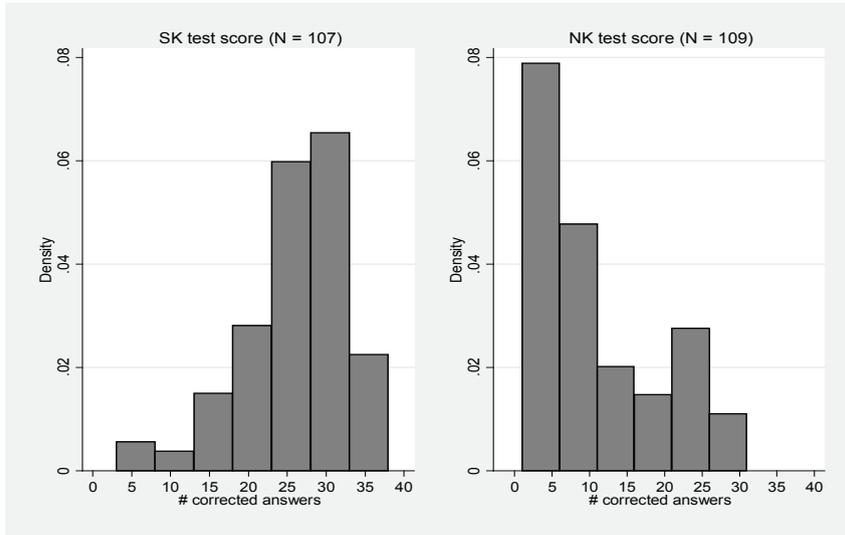
〈그림 6〉 Raven's Progressive matrices.

굉장히 흥미로운(exciting) 주제가 될 수 있지 않을까 합니다.

두 번째로, 우리 사회의 탈북자들이 약 2만 8천명 정도 됩니다. 이들은 남한 사람들이 봤을 때 취업률도 낮고 근무기간도 짧습니다. 또 신문기사에서도 보면, 북한이 탈주민이 법률과 금융지식이 부족해서 사기를 많이 당한다는 말도 있습니다. 왜 그런지 행태경제학적인 관점에서 보면, 첫 번째로는 인지능력에 의한 것이라는 해석을 할 수 있습니다. 한편 두 번째는 제도문맹(institutional illiteracy)라는 것인데, 이것은 제가 만든 말입니다. 이것은 탈북자들이 그 사회의 규제, 사회적 규범과 같은 것들을 제대로 이해하지 못하였기 때문에 오늘날 한국사회에 적응하는데 문제가 생기는 것이 아닌가 하는 것입니다. 탈북자들이 특히 많이 이 문제에 직면하는 것이 아닌가 합니다.

첫 번째에 대한 증거는 위의 표는 탈북자와 남한 주민들 사이의 키를 비교해 놓은 것인데 60대에 이르면, 키가 거의 비슷하지만 젊은 세대로 올수록, 남한사람들과 북한사람들의 키가 현격하게 차이가 나는 모습을 볼 수 있습니다. 즉, 육체적인 모습(shape)에서 엄청난 차이가 납니다.

두 번째는, 제가 김병연교수님 이석배교수님과 남한의 탈북자들을 대상으로 연구를 한 것이 있습니다. 탈북자들을 대상으로 심리학에서 시행하는 Raven test를 시행했는데, 이것을 보시면 9개의 도형들이 있습니다. 그 중 하나가 비어있는데 그 패턴



자료: Kim et al.(2015).

〈그림 7〉 Raven Test Score: NK versus SK.

을 분석해서 여기에 뭐가 들어올지 예상해야 하는 것입니다. 36개 정도의 문제를 남한의 대표 샘플과 탈북자의 대표샘플을 뽑았습니다. 그리고 주어진 시간에 풀도록 하였습니다.

이것은 실험의 결과인데, 남한사람들을 봤더니, 25개 이상 푼 사람들이 압도적으로 많습니다. 탈북자들을 봤더니, 10개 미만을 푼 사람들이 압도적으로 많습니다. 이렇게 인지능력에 차이가 난다는 것이 저희 연구에서 밝혀낸 것이고, 그 외에 어떤 정책적 함의가 있을지는 열려있는 문제입니다. 또 나이별로 한국사회에 어떤 변화가 있었는지에 대해 살펴보면, 남한 사회에 오래 있을수록, 젊은 친구들한테는 인지능력이 나아지는 모습을 보았고, 나이가 들어서 탈북자가 되신 분들은 남한사회에 오래 있더라도 그 영향이 없었습니다. 이것은 탈북자들에게 나이별로 다른 재교육이 필요하다는 함의(implication)을 가지고 있는 문제라고 하겠습니다. 마지막은 탈북자와 남한의 청소년들을 대상으로, 간단한 분배게임을 시켜보았습니다. 분배게임이라는 것은 돈을 주고 익명의 모르는 사이에게 돈을 나눠봐라 라는 것입니다. 그 사람들이 분배에 대해 어떠한 선호를 가지고 있는지 알려주는 것입니다. 보통 평균 남한 사람들은 20%의 돈을 남에게 주고 탈북자들은 50% 가까운 돈을 남에게 주는 경향성을 보입니다. 그래서 제가 말씀 드리고 싶은 것은 북한 사람들은 균등분배에 대해서 선호

하고, 남한 사람들은 그렇지 않은 경향이 있는데, 이게 어떠한 정책적 함의가 있는지 살펴보면, 제가 탈북자들을 고용하는 공장의 지배인분에게 얘기하는 걸 들어보면, 성과에 따른 지급을 매우 싫어한다고 합니다. 이렇듯이, 탈북자들에게는 우리가 일반적으로 생각하는 성과급과 같은 자본주의 사회에서 통용되는 인센티브의 구조가 통하지 않을 수도 있다는 함의를 줍니다.

서울대학교 경제학부 부교수
151-746 서울특별시 관악구 관악로 1
전화: (02) 880-4109
E-mail: syngjooc@snu.ac.kr

참고문헌

- Bertrand, M. and A. Morse(2011): “Information Disclosure, Cognitive Biases, and Payday Borrowing.” *Journal of Finance*, **66. 6**, 1865-1893.
- Choi, S., S. Kariv, W. Müller and D. Silverman(2014): “Who Is (More) Rational?” *American Economic Review*, **104. 6**, 1518-1550.
- Kim, B.-Y., S. Choi, J. Lee, and S. Lee(2015): “Institutions and Fairness: Experimental Evidence from North Korean Refugees and South Koreans.” *Work in progress*.
- Pak, S.(2004): “The Biological Standard of Living in the Two Koreas.” *Economics and Human Biology*, **2. 3**, 511-521.
- Thaler, R. H. and C. R. Sustein(2009): *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*. London: Penguin Books.
- 안전행정부, 금융위원회, 금융감독원(2014): 2013년도 하반기 대부업 실태조사 결과. 안전행정부, 금융위원회, 금융감독원.

