

## 노사에 대한 인식 연구

장 경\* · 고현민\*\* · 이응석\*\*

\* 단국대학교 대학원 산업공학과 교수

\*\* 단국대학교 대학원 산업공학과 석사과정

## A Study on consumer's cognizance of labor and management

Kyung Chang\* · Hyun-Min Ko\*\* · Eung-Seok Lee\*\*

\* Professor, Department of Industrial Eng., Dankook University

\*\* Student, Department of Industrial Eng., Dankook University

Competition of Business firms has become serious domestically and internationally. No one can deny that cooperation and peace between labour and management are essentially necessary in this seriously competitive business world and will form continuous national economic development. This paper is interested in consumer's cognizance of business firm, business CEO, and labor. The attributes of consumer dealt with are gender, education level, etc. We showed consumer's cognizance as forms of hypotheses, tested them, and found many statistically significant facts, and suggested their implication. It can be said that our research results can be utilized as good information and for judgement and decision for constructing cooperative and peaceful labour and management relation.

**Keywords :** Labor, Management, Consumer's cognizance, ANOVA, Mean difference test

### 1. 서론

선진국으로서의 높은 기술 수준으로의 도약에는 많은 투자, 시간, 및 노력이 요구된다. 아울러 중국, 등 동남아시아의 저임금, 기술의 업그레이드 등의 추격도 만만치 않다. 이러한 국내외의 여건 하에서 한국의 산업이 계속 발전하기 위해서는 노사 간의 평화 및 협력이 무엇보다 중요하다는 인식이 지배적이다. 기업은 이윤을 추구하면서 사회적 책임을 이행하고, 노조는 조합원의 복지 증진, 기업의 합리적 활동 촉진 추구 등에 노력해야 할 것은 누구든지 부정하지 못할 것이다. 어떤 기업들은 많은 국부를 창출하여 국가의 경제에 크게 이바지하는 반면에, 일부 어떤 기업은 그 사회적 책임을 등한시 하고, 기업주는 부조리 등으로 사익을 추구하는 것이 알려져 있다. 한편 어떤 노조는 합리적으로 기업주와 기업 경영을 견제하여 조합원 이익 및 기업의 발전을 도

모하기도 하지만, 일부 노조는 과도하게 사용주와의 극단의 투쟁의 일변도로 나아가 기업 자체가 폐업되게 하는 사례도 있는 것으로 알려져 있다. 어떤 조직과 조직의 활동이 긍정적 측면과 부정적 측면의 양면성을 가지고 있다고 볼 때, 긍정적 측면이 잘 알려지지 않은 상태에서 부정적 측면이 과도하게 강조되는 경우 유익한 긍정적 측면마저도 무시되고 그 조직 자체와 조직 활동 전체가 부정될 수가 있다. 어느 조직이나 그 조직 운영이 생산적으로 그리고 윤리적으로 잘 되어, 활동의 긍정적 측면이 강화되어야 하고 또 그것이 잘 알려져야 하며, 아울러 그 효율적/효과적 운영에 의해 그 부정적 측면이 축소되어야 노사간에 평화 및 협력이 도출, 유지되리라 본다.

이 분야에 대한 연구들을 간략히 정리하면, 박동규(1994)는 일반적 노사문제를 다루었고 이형희 등(2001)은 벤처기업의 노사관계를 연구하였다. 존재하는 객관적 현

상과 주관적 인식 사이에서 괴리가 있을 때, 노사문제는 더 심각한 국면을 맞이할 수 있다고 볼 수 있다. 그래서 다음으로 노동문제 및 노사문제의 인식에 관한 연구를 보면, 김영인(1998)은 노사관계에 대한 근로자와 사용자 간 지각의 차이를 연구하였고, 장익선(1993)은 기초적 기업윤리인 상대주의, 이기주의, 공리주의 등에 소비자가 어떻게 반응하는 지를 연구하였으며, 채구묵(2003)은 노조구성원이 노조에 대한 인식 및 참여요인을 분석하였고, 대한상의와 중앙일보(2003)는 한국경제와 기업에 대한 국민의식을 포괄적으로 조사하였고 김원(2003)은 노동운동의 정치 참여에 대한 인식을 연구하였다. 끝으로 이승길(2002)는 노조라든가 사용자라든가 어느 한 쪽에 편향된 인식을 지양하고 민주적 노사관계 개선을 도모하기 위한 연구를 하였다. 우리 연구는 대한상의와 중앙일보(2003)와 이승길(2002)의 논점의 연장선상에 있다고 볼 수 있다. 전자의 연구는 한국경제와 기업에 대한 국민의식을 보여주는데 통계적 유의성이라든지 관계성이라든지의 설득력 있는 법칙성보다는 상황의 평면적 기술에 그친 면이 있다. 그래서 이 논문은 전자의 연구에서 논의된 것 중, 노사문제에 직접 관련되는 주요한 변수들을 추출하여 그 관계성과 통계적 유의성을 분석, 고찰함으로써 그 현상의 관계성을 추구하고 있어, 가설의 형태로 분석, 연구, 검토하여, 이승길(2002)이 논하는 바, 노사간에 균형적 시각을 가지고 객관적 현실을 정확하게 인식하여 민주적 노사관계를 정립하는데 기반이 되고자 하는 연구를 하는 것이 이 연구의 목적이다. 이 논문의 연구의 주요 맥락은 다음과 같다.

이 논문은 노사에 대한 소비자들의 인식에 대해 관심이 있다. 기업, 기업주, 노조에 대해 소비자들은 어떤 인식을 가지고 있는가? 그들이 긍정적인가? 부정적인가? 이 결과에 따라 기업의 측면에서 반성할 일, 또 기업이 어떤 연령층, 어떤 성별의 소비자들의 인식이 어떻게 나타나는지를 알아서, 어떤 소비자 층에 그들이 긍정적 활동의 홍보를 강화할지, 어떤 소비자 층에서 부정적인지를 알아서 그것을 개선할 수 있는 지표를 얻게 되리라고 사료된다. 이를 위해 우리는 다양한 소비자 층에게 설문지 조사를 하였다. 초등생, 중학생, 고교생, 대학생, 일반인 남녀 각각 60명을 방문면접에 의해 조사하였다. 초등생의 결과는 설문지 이해에 어려움이 있다고 판단하여 분석에서 제외하여 총 480 명의 소비자 결과를 사용하였으며, 그들의 소재지는 서울, 경기, 충청, 경남이며, 조사는 2003년 5월에 이루어졌다. 사용된 방법은 평균치 차이 검정, 상관관계, 분산분석 등이며 SPSS 10.1 소프트웨어가 활용되었다.

## 2. 연구의 프레임워크

노사에 대한 소비자들의 인식 즉 기업, 기업주, 노조에 대한 소비자의 인식을 위해 다음 문항들을 5점 척도(1점: 강한 부정; 5점: 강한 긍정)로 사용하였다:

- (1) 우리 나라 기업에 대한 나의 일반적 인상은?
- (2) 기업에 대한 나의 인식은 과거에 비해 더 좋아졌다.
- (3) 일부 기업은 자기 기업의 이미지 개선을 위해 노력을 하고 있다.
- (4) 우리 나라 기업인에 대한 나의 일반적 인상은?
- (5) 기업인에 대한 나의 인식은 과거에 비해 더 좋아졌다.
- (6) 우리나라는 노사문제가 선진국에 비해 매우 심각하다.
- (7) 노동조합은 당분간 파업을 자제해야 한다.
- (8) 노사 문제에 대해 정부가 개입하는 것에 대해 어떻게 생각하는가?
- (9) 무노동 무임금 원칙에 대해서?

문항 (1)-(6)은 기업 및 기업인에 대한 질문이고, 문항(6)-(9)는 노조와 관련한 질문이다.

우리는 이러한 질문에 대해 성별과 교육수준에 따른 인식의 차이가 있는지를 알아보고자 하였다. 즉 독립변수는 성별, 교육수준이며, 종속변수는 기업, 기업인, 노조에 대한 인식이다. 설문들과 변수들에 의해 다음과 같이 가설들이 도출되었다:

- (1-1) 성별에 따라 기업에 대한 인상이 다르다.
- (1-2) 교육수준에 따라 기업에 대한 인상이 다르다.
- (2-1) 성별에 따라 기업에 대한 인식 변화가 다르다.
- (2-2) 교육수준에 따라 기업에 대한 인식 변화가 다르다.
- (3-1) 성별에 따라 기업의 이미지 개선 노력에 대한 인식이 다르다.
- (3-2) 교육수준에 따라 기업의 이미지 개선 노력에 대한 인식이 다르다.
- (4-1) 성별에 따라 기업인에 대한 인상이 다르다.
- (4-2) 교육수준에 따라 기업인에 대한 인상이 다르다.
- (5-1) 성별에 따라 기업인에 대한 인식변화가 다르다.
- (5-2) 교육수준에 따라 기업인에 대한 인식변화가 다르다.
- (6-1) 성별에 따라 노사문제의 심각성에 대한 인식이 다르다.
- (6-2) 교육수준에 따라 노사문제의 심각성에 대한 인식이 다르다.
- (7-1) 성별에 따라 파업 자제에 대한 인식이 다르다.
- (7-2) 교육수준에 따라 파업 자제에 대한 인식이 다르다.
- (8-1) 성별에 따라 노사문제에 대한 정부개입에 대한

인식이 다르다.

(8-2) 교육수준에 따라 노사문제에 대한 정부개입에 대한 인식이 다르다.

(9-1) 성별에 따라 무노동 무임금에 대한 인식이 다르다.

(9-2) 교육수준에 따라 무노동 무임금에 대한 인식이 다르다.

응답자의 신뢰도를 확인하기 위해 문항 (7)과 비슷한 문항 (10) “근로자들의 파업은 최근의 경제난을 가중시키고 국제경쟁력을 약화시키므로 당분간 자제하여야 한다.”를 사용하였는데 문항(10)은 파업자체의 이유가 덧붙혀진 것이다. 문항 (7)과 문항 (10)의 응답 결과를 비교하면 응답(7)의 평균 및 표준편차는 각각 3.46, .900이고 응답(10)의 평균 및 표준편차는 각각 3.68, .953이며 응답 (7)과 응답 (10)의 스피어맨 상관계수는 0.487(p<0.01)이어서, 파업자체의 이유가 덧붙혀지면서 평균치가 약간 올라가고 상관관계가 유의적인 것으로 보아 소비자들이 성실하게 응답한 것으로 사료된다.

### 3. 기업 및 기업인에 대한 소비자들의 인식

여기서는 가설(1-1)에서 (5-2)에 대해 순서대로 분석이 되며, 사용되는 방법은 평균치 차이 검정, 분산분석, 투키검정이고 그 유의수준은 주로 p=0.05 이하를 볼 것이다. 우선 기업에 대한 인상은 여자가 남자보다 높으나 유의적인 차이는 아니다<표 3-1>. 그러므로 가설(1-1) “성별에 따라 기업에 대한 인상이 다르다”는 채택되지 아니한다. 여자 및 남자 모두 기업에 대해 인상이 약간 부정적이다(평균이 3점보다 작다).

<표 3-1> 남녀에 따른 기업의 인상

성별	시료수	평균	표준편차
남	240	2.72	.742
여	240	2.82	.804
t=-1.415		자유도=478	p=.158

교육수준에 따른 기업에 대한 인상은 유의하다(p<0.1; 표3-2). 그러므로 가설(1-2) “교육수준에 따라 기업에 대한 인상이 다르다”는 채택이 된다. 투키 검정에 의해 한 부집단으로 설정이 된다. 인상은 중학-일반-대학-고등의 순서로 인상의 점수가 조금씩 높아지는데, 즉 중학생일 때, 가장 부정적이다가 고등학교 때 인상이 다소 높아졌다가 대학, 일반으로 가면서 다시 인상이 낮아지며, 모든 항목에서 인상이 부정적이다(3점보다 작다; 표3-3).

<표 3-2> 교육수준에 따른 기업에 대한 인상 (분산분석표)

요인	제공합	자유도	평균 제공	F	유의 확률
인자	4.600	3	1.533	2.578	.053
오차	283.100	476	.595		▽
전체	287.700	479			

<표 3-3> 교육수준에 따른 기업에 대한 인상 (투키의 부집단)

항 목	시료수	부집단
중 학	각 120	2.60
일 반		2.80
대 학		2.82
고 등		2.85

기업에 대한 인식변화는 여자가 남자보다 높으나 유의적인 차이는 아니다<표 3-4>. 그러므로 가설(2-1) “성별에 따라 기업에 대한 인식변화가 다르다”는 채택되지 아니한다. 여자 및 남자 모두 기업에 대한 인식변화의 평가가 약간 부정적이다(3점보다 작다).

교육수준에 따른 기업에 대한 인식변화는 유의하지 않다<표 3-5>. 그러므로 가설(2-2) “교육수준에 따라 기업에 대한 인식변화가 다르다”는 기각이 된다. 투키 검정에 의해 한 부집단으로 설정이 된다. 인상은 중학-대학-고등-일반의 순서로 인식변화에 대한 평가의 점수가 조금씩 높아지며, 모든 항목에서 부정적이다(3점보다 작다; 표 3-6).

<표 3-4> 남녀에 따른 기업에 대한 인식 변화

성 별	시료수	평균	표준편차
남	240	2.86	1.04
여	240	2.88	1.02
t=-.22		자유도=478	p=.826

<표 3-5> 교육수준에 따른 기업에 대한 인식 변화 (분산분석표)

요인	제공합	자유도	평균 제공	F	유의 확률
인자	1.013	3	.341	.317	.813
오차	512.225	476	1.076		
전체	513.248	479			

〈표 3-6〉 교육수준에 따른 기업에 대한 인식변화  
(투키의 부집단)

항목	시료수	부집단
중학	각 120	2.80
대학		2.85
고등		2.91
일반		2.91

기업의 이미지 개선 노력에 대한 인식은 남자가 여자보다 높으나 유의적인 차이는 아니다(표 3-7). 그러므로 가설(3-1) “남녀에 따라 기업의 이미지 개선 노력에 대한 인식이 다르다”는 채택되지 아니한다. 남자 및 여자 모두 기업의 이미지 개선 노력에 대한 인식은 긍정적이다(3점보다 크다).

〈표 3-7〉 남녀에 따른 기업의 이미지 개선 노력에 대한 인식

성별	시료수	평균	표준편차
남	240	3.84	.828
여	240	3.77	.819
t=.942		자유도=478 p=.347	

교육수준에 따른 기업의 이미지 개선 노력에 대한 인식 차이는 유의하다( $p < 0.05$ ; 표 3-8). 그러므로 가설(3-2) “교육수준에 따라 기업의 이미지 개선 노력에 대한 인식이 다르다”는 채택이 된다. 투키 검정에 의해 한 부집단으로 설정이 된다. 인상은 고등-중학-일반-대학의 순서로 인상의 점수가 조금씩 높아지는데, 즉 고등학교 이하 일 때에 비해 그 이후에 인식의 점수가 높으며, 모든 항목에서 인상이 긍정적이다(3점보다 크다; 표 3-9).

〈표 3-8〉 교육수준에 따른 기업의 이미지 개선 노력에 대한 인식(분산분석표)

요인	제곱합	자유도	평균 제곱	F	유의 확률
인자	5.873	3	1.958	2.920	.034
오차	319.108	476	.670		*
전체	324.981	479			

〈표 3-9〉 교육수준에 따른 기업의 이미지 개선 노력에 대한 인식(투키의 부집단)

항목	시료수	부집단
고등	각 120	3.65
중학		3.74
일반		3.90
대학		3.92

기업인에 대한 인상은 남자가 여자보다 높으나 유의적인 차이는 아니다(표 3-10). 그러므로 가설(4-1) “남녀에 따라 기업인에 대한 인상이 다르다”는 채택되지 아니한다. 남자 및 여자 모두 기업인에 대해 인상이 약간 부정적이다(3점보다 작다).

〈표 3-10〉 남녀에 따른 기업인에 대한 인상

성별	시료수	평균	표준편차
남	240	2.67	.733
여	240	2.62	.798
t=.714		자유도=478 p=.475	

교육수준에 따른 기업인에 대한 인상은 유의하지 않다(표 3-11). 그러므로 가설(4-2) “교육수준에 따라 기업인에 대한 인상이 다르다”는 기각이 된다. 투키 검정에 의해 한 부집단으로 설정이 되며, 모든 항목에서 인상이 부정적이다(3점보다 작다; 표 3-12).

기업인에 대한 인식변화는 남자가 여자보다 높으나 유의적인 차이는 아니다(표 3-13). 그러므로 가설(5-1) “남녀에 따라 기업인에 대한 인식변화가 다르다”는 채택되지 아니한다. 남자 및 여자 모두 기업인에 대한 인식 변화의 평가가 약간 부정적이다(3점보다 작다).

〈표 3-11〉 교육수준에 따른 기업인에 대한 인상  
(분산분석표)

요인	제곱합	자유도	평균 제곱	F	유의 확률
인자	2.500	3	.833	1.423	.235
오차	278.700	476	.586		
전체	281.200	479			

〈표 3-12〉 교육수준에 따른 기업인에 대한 인상  
(투키의 부집단)

항목	시료수	부집단
중학	각 120	2.54
대학		2.64
일반		2.67
고등		2.74

〈표 3-13〉 남녀에 따른 기업인에 대한 인식변화

성별	시료수	평균	표준편차
남	240	2.65	1.006
여	240	2.62	.972
t=.277		자유도=478 p=.782	

교육수준에 따른 기업인에 대한 인식변화의 차이는 유의하지 않다<표 3-14>. 그러므로 가설(5-2) “교육수준에 따라 기업인에 대한 인식변화의 차이가 다르다”는 기각이 된다. 투키 검정에 의해 한 부집단으로 설정이 되며, 모든 항목에서 인상이 부정적이다(3점보다 작다; 표3-15).

<표 3-14> 교육수준에 따른 기업인에 대한 인식변화 (분산분석표)

요인	제곱합	자유도	평균 제곱	F	유의 확률
인자	1.617	3	.539	.550	.649
오차	466.750	476	.981		
전체	468.367	479			

<표 3-15> 교육수준에 따른 기업인에 대한 인식 변화 (투키의 부집단)

항목	시료수	부집단
일반	각 120	2.55
중학		2.62
대학		2.66
고등		2.71

<표 3-16> 기업 및 기업인에 대한 소비자들의 인식

가설	채택O 기각X	응답 성격
1-1	X	부정적
1-2	O	부정적
2-1	X	부정적
2-2	X	부정적
3-1	X	긍 정
3-2	O	긍 정
4-1	X	부정적
4-2	X	부정적
5-1	X	부정적
5-2	X	부정적

이상을 정리하면 표3-16과 같다. 가설(1-2)와 가설(3-2)가 채택되고 나머지는 기각되었다. 표3-16에서 3열, 응답의 성격을 보면, 기업에 대한 인상, 기업에 대한 인식 변화, 기업인에 대한 인상, 및 기업인에 대한 인식변화에 있어서 소비자의 인식은 부정적이었고, 기업의 이미지 개선 노력에 대한 인식에서 긍정적이었다. 부정적 및 긍정적 응답이 모두 3점을 중심으로 평균이 2 점과 4 점 사이에 위치하고 있어 크게 낮지도 높지도 않은 점수이다. 부정적 응답에 대해서는 기업 및 기업인이 분

발해야 하며 합리적이고도 윤리적 경영을 하도록 해야 하리라고 본다. 부정적 응답은 3점을 초과하도록, 긍정적 응답은 4점 이상을 넘어갈 수 있도록 기업 및 기업인이 적극적으로 활동하고 또 소비자에게 홍보해야 할 것이다.

#### 4. 노조활동과 관련된 소비자들의 인식

여기서는 가설(6-1)에서 (9-2)에 대해 순서대로 분석이 될 것이며, 사용되는 방법은 평균치 차이 검정, 분산분석, 투키검정이고 그 유의수준은 주로 p=0.05 이하를 볼 것이다. 노사문제의 심각성에 대한 인식은 남자가 여자보다 높으며 유의적인 차이를 보인다(p<0.01; 표4-1). 그러므로 가설(6-1) “남녀에 따라 노사문제의 심각성에 대한 인식이 다르다”는 채택된다. 남자 및 여자 모두 노사문제에 대해 심각히 생각하는 편이다.(3점보다 크다).

교육수준에 따른 노사문제의 심각성에 대한 인식은 유의하지 않다<표 4-2>. 그러므로 가설(6-2) “교육수준에 따라 노사문제의 심각성에 대한 인식이 다르다”는 기각이 된다. 투키 검정에 의해 한 부집단으로 설정이 된다. 인식은 일반 - 고등 - 중학 - 대학의 순서로 인식의 점수가 조금씩 높아지는데, 모든 항목에서 심각하다고 인식하고 있다(3점보다 크다; 표4-3).

<표 4-1> 남녀에 따른 노사문제의 심각성에 대한 인식

성별	시료수	평균	표준편차
남	240	3.93	.789
여	240	3.73	.778
t=2.794		자유도=478	p=.005

<표 4-2> 교육수준에 따른 노사문제의 심각성에 대한 인식(분산분석표)

요인	제곱합	자유도	평균 제곱	F	유의 확률
인자	2.717	3	.906	1.456	.226
오차	295.950	476	.622		
전체	298.667	479			

<표 4-3> 교육수준에 따른 노사문제의 심각성에 대한 인식(투키의 부집단)

항목	시료수	부집단
일반	각 120	3.73
고등		3.79
중학		3.88
대학		3.92

파업 자제에 대한 인식은 남자가 여자보다 높으며 유의적인 차이를 보인다(표4-4;  $p < 0.01$ ). 그러므로 가설(7-1) “남녀에 따라 파업 자제에 대한 인식이 다르다”는 채택된다. 남자 및 여자 모두 파업자제를 지지하는 편이다(3점보다 크다).

〈표 4-4〉 남녀에 따른 파업 자제에 대한 인식

성별	시료수	평균	표준편차
남	240	3.62	.864
여	240	3.40	.872
$t=2.780$		자유도=478	$p=.006$

교육수준에 따라 파업 자제에 대한 인식 차이는 유의하다(표4-5;  $p < .05$ ). 그러므로 가설(7-2) “교육수준에 따라 파업 자제에 대한 인식이 다르다”는 채택이 된다. 투키 검정에 의해 두 개의 부집단, 즉 중학-고등-일반이 한 부집단, 일반-대학이 다른 한 부집단을 설정이 된다. 고등이하에서보다 이후에서 더욱 자제하라는 인식이 크며, 모든 항목에서 자제의 필요성을 인식하는 편이다(3점보다 크다; 표4-6).

〈표 4-5〉 교육수준에 따른 파업 자제에 대한 인식 (분산분석표)

요인	제곱합	자유도	평균 제곱	F	유의 확률
인자	6.806	3	2.269	2.991	.031
오차	361.092	476	.759		*
전체	367.898	479			

〈표 4-6〉 교육수준에 따른 파업 자제에 대한 인식 (투키의 부집단)

항목	시료수	부집단 1	부집단 2
중학	각 120	3.41	3.51
고등		3.41	
일반		3.51	
대학		3.70	

노사문제에 대한 정부개입에 대한 인식은 남자가 여자보다 높으며 유의적인 차이를 보이지 않는다(표 4-7). 그러므로 가설(8-1) “남녀에 따라 노사문제에 대한 정부개입에 대한 인식이 다르다”는 기각된다. 남자 및 여자 모두 노사문제에 대한 정부개입을 지지하는 편이다(3점보다 크다).

〈표 4-7〉 성별에 따른 노사문제에 대한 정부개입에 대한 인식

성별	시료수	평균	표준편차
남	240	3.22	.996
여	240	3.16	.934
$t=.662$		자유도=478	$p=.509$

교육수준에 따라 노사문제에 대한 정부개입에 대한 인식 차이는 유의하지 않다(표 4-8). 그러므로 가설(8-2) “교육수준에 따라 노사문제에 대한 정부개입에 대한 인식이 다르다”는 기각이 된다. 투키 검정에 의해 한 개의 부집단, 즉 중학-대학-일반-고등-일반이 설정이 되며, 모든 항목에서 개입의 필요성을 인식하는 편이다(3점보다 크다; 표4-9).

〈표 4-8〉 교육수준에 따른 노사문제에 대한 정부개입에 대한 인식(분산분석표)

요인	제곱합	자유도	평균 제곱	F	유의 확률
인자	.917	3	.306	.327	.806
오차	445.450	476	.936		
전체	446.367	479			

〈표 4-9〉 교육수준에 따른 노사문제에 대한 정부개입에 대한 인식(투키의 부집단)

항목	시료수	부집단 1
중학	각 120	3.15
대학		3.16
일반		3.17
고등		3.26

〈표 4-10〉 남녀에 따른 무노동 무임금에 대한 인식

성별	시료수	평균	표준편차
남	240	3.15	1.025
여	240	3.01	1.020
$t=1.517$		자유도=478	$p=.130$

노사문제에 대한 무노동 무임금에 대한 인식은 남자가 여자보다 높으며 유의적인 차이를 보이지 않는다(표 4-10). 그러므로 가설(9-1) “남녀에 따라 무노동 무임금에 대한 인식이 다르다”는 기각된다. 남자 및 여자 모두 무노동 무임금을 지지하는 편이다(3점보다 크다).

교육수준에 따라 무노동 무임금에 대한 인식 차이는 유의하다( $p < .05$ ; 표4-11). 그러므로 가설(9-2) “교육수준에

따라 무노동 무임금에 대한 인식이 다르다”는 채택이 된다. 투키 검정에 의해 한 개의 부집단, 즉 고등-대학-중학-일반이 설정이 되며, 고등-대학은 무노동-무임금에 대해 거의 중립, 중학-일반은 무노동-무임금의 찬성을 나타내는 편이다<표 4-12>.

<표 4-11> 교육수준에 따른 무노동 무임금에 대한 인식(분산분석표)

요인	제곱합	자유도	평균 제곱	F	유의 확률
인자	9.067	3	3.022	2.914	.034
오차	493.600	476	1.037		*
전체	502.667	479			

<표 4-12> 교육수준에 따른 무노동 무임금에 대한 인식(투키의 부집단)

항목	시료수	부집단 1
고등	각 120	2.98
대학		2.98
중학		3.05
일반		3.31

<표 4-13> 노조에 대한 소비자들의 인식

가설	채택 O 기각 X	응답성격
6-1	O	노사문제 심각성 인식
6-2	X	상동
7-1	O	파업자체 지지
7-2	O	상동
8-1	X	정부개입 지지
8-2	X	상동
9-1	X	무노동 무임금 지지
9-2	O	고등/대학:거의중립 중학/일반:무노동 무임금 지지

이상을 정리하면 <표 4-13>과 같다. 가설(6-1), (7-1), (7-2), 및 (9-2)가 채택되고 나머지는 기각되었다. <표 4-13>에서 3열, 응답의 성격을 보면, 노사문제 심각성 인식, 파업자체지지, 정부 개입지지, 그리고 무노동무임금 지지를 볼 수 있다. 가설(9-2)에서 고등/대학에서 약간 3점에 못 미치고 모든 가설에서 그 평균 점수가 3점 이상이나 4 점보다는 낮다. 이 점수들은 노조 측에서 주로

참조하여야 할 내용으로, 소비자들의 인식이 노조 활동이 다소 지나치다라고 보는 것으로 사료된다. 그러므로 노조 활동 역시 합리적이고도 타당한 운영을 도모하고 또 그 홍보 역시 잊지 말아야 할 것이다.

## 5. 결 론

국내외적으로 기업들 간의 경쟁은 극심해지고 있으며, 우리 기업들은 선진 기술이 미흡한 반면, 후진국 및 중진국들은 우리 기업들을 맹추격하고 있는데, 노사간의 대립과 갈등의 해결도 용이하지 않고, 부도덕하고 비윤리적인 기업 활동과 기업인의 매스컴 보도도 적지 않은 이때, 기업이나 기업인들은 보다 생산적이고 보다 윤리적이고 도덕적인 모범을 보여주어야 하며, 또 그 홍보도 잘 이루어져야 한다고 본다.

이를 위하여, 오늘날 소비자들이 기업, 기업인, 노조활동 등에 관하여 어떤 인식을 가지고 있는지에 대한 정밀한 분석이 필요하다고 본다. 어떤 소비자들이 또 어떤 연령의 소비자들이 어떤 인식을 가지고 있는지를 알면, 그 소비자를 염두에 두고 보다 효과적이고도 효율적이면서도 경영활동을 전개 및 홍보할 때, 그들의 인식이 긍정적으로 되고, 국가적으로 그리고 국민적으로 노사간에 단합, 평화, 발전을 도모하는 데 기여할 수 있기 때문이다.

이 논문은 이러한 분석을 위하여, 소비자의 성별, 학력 등과 기업, 기업인, 노조활동 등에 관한 인식이 어떤 관계를 가지는지 관련 가설을 설정한 후, 평균치 차이 검정, 분산분석, 투키 검정 등의 방법을 사용하여 연구하였다. 여러 가지 통계적으로 유의한 내용들이 확인되었고, 유의/비유의한 결과에서 그 응답의 성격을 도출하여 관련된 시사점을 제시하였다. 이들 시사점을 고려하여 노사간에 활동을 전개하면 산업 평화 및 산업 발전에 유익한 점이 크리라고 본다. 아울러 노사간에 미치는 소비자의 다른 여러 가지 특성을 고려하고, 노사간에 쟁점이 되는 다른 여러 가지 항목을 고려할 때, 보다 설명력이 높고 포괄적인 연구 결과를 얻게 되리라고 사료된다.

## 참고문헌

- [1] 김원, “노동: 노동문제 인식과 답론 비판”, 역사비평, 63, pp.155-165, 2003.
- [2] 김영인, “노사관계에 대한 근로자와 사용자간 지각의 차이”, 인사관리연구, 22(2), pp.299-322, 1998.
- [3] 대한상의·중앙일보, “한국경제와 기업에 대한 국민 의식조사”, [http:// www.korcham.net /kncncomon/in-](http://www.korcham.net/kncncomon/in-)

dex/topin.asp, 2003.

- [4] 박동규, “노사문제의 본질과 처방-대우조선 산업평화 추진사례”, 대한조선학회지, 31(1), pp.7-11, 1994.
- [5] 이승길, 경제교육과 노사문제의 중요성“, 경제교육연구, 8, pp.271-298, 2002.
- [6] 이영희, 장홍근, 인수범, “벤처기업의 노사관계에 관한 연구“, 동향과 전망, 50, pp.170-199, 2001.
- [8] 장익선, “우리나라 소비자의 기업윤리 인식에 관한 연구“, 역사와 사회, 2(11), pp.11-142, 1993.
- [9] 채구묵, “사회복지노동조합에 대한 인식 및 참여요인 및 분석: 사회복지종사자를 중심으로”, 한국사회복지학, 54(1), pp.65-97, 2003.