

외국인 방한시장 확대에 따른 질적 성장 연구 - 방한 중국인 경호대상자의 심리적 만족감 중심으로 -

박 정 훈*

<요 약>

국내 민간경호 발전에 매우 필요할 것으로 사료되어 방한 중국인들의 경험 사례를 통하여 국내 민간경호 활동을 평가 분석하고 대한민국 민간경호 업체에게 있어서는 방한 외국인과 중국인을 고객화 하기위한 방안을 제시하는데 목적이 있다. 한국계 중국인 민간경호 서비스를 이용하고 있는 방한 중국인의 경험을 통하여 국내 민간 경호활동의 심리적 만족감을 분석하여 방한 중국인뿐만이 아닌 방한 외국인에게 적합한 국내 민간경호 활동의 개선방안을 논의하고자 하였고 반구조화된 면담을 활용하였고 한정된 자료, 부족한 선행연구에 적합한 심층면담을 실시하였다.

첫째, 지금의 중국인 방한 규모를 우리 민간경호와 관계성 없는 별개 산업으로 판단하지 말아야 한다. 둘째, 경호대상자의 선택이 탁월했음을 느낄 수 있도록 하는 마케팅을 준비된 자세로 자신감을 가지고 실시해야 한다. 셋째, 동반자적인 회사 경영이 필요하다. 넷째, 커뮤니케이션이 되어야 한다. 다섯째, 충성도 높은 '집사'가 되어야 한다. 방한 외국인과 중국인을 우리와 상관없는 고객이라는 단일한 관념을 견어내야 한다. 방한 외국인에게 적합한 경호서비스를 제공하는 노력과 변화를 통하여 믿음직한 안위를 책임져 주는 피의뢰인으로 만들어져야 할 필요가 있다.

주제어 : 방한 외국인, 방한 중국인, 경호대상자, 경호서비스, 심리적 만족감

* 가천대학교 경호전공 교수

목 차

- | |
|--|
| I. 서 론
II. 이론적 고찰
III. 연구방법
IV. 면담 분석
V. 결 론 |
|--|

I. 서 론

1. 연구의 필요성

세계 경제 위기 여파로 인한 국제 여행자 수의 감소에도 불구하고 외국인의 방한은 큰 어려움 없이 지속적으로 증가 하였다. 2014년 미국과 유럽 등의 경기가 조금 회복되면서 글로벌 경제위기 극복의 희망이 시작된 후 2018년 글로벌 경제가 살아나면서 1월부터 6월까지 상반기 국제 여행자 수가 2017년 동기에 비해 3,700만 명 증가된 6억 4,100만 명으로 6% 상승했다고 UN 세계 관광기구가 10월 발표했다(2018, UNWTO). 상반기 동안 세계 모든 지역이 관광에서 안정적인 성장세를 보였으며, 세계 경제가 상승세 이어가며 주요 시장에서 수요가 늘어났기 때문이다. 이는 관광 부문의 탄력성과 지속적인 성장을 보여주는 확실한 증거로 볼 수 있다. 관광 수요가 세계에서 가장 큰 중국의 경우, 2016년 1인당 약 900달러 지출하여 총 1,100억 달러(7,600억 위안)를 소비금액을 지출한 것으로 나타났다(Travel Weekly China, 2017). 중국은 주민 소득 수준을 높이는 동시에 양극화를 해소하고 중산층의 국가로 성장했으며, 대한민국 인구 5,000만 명의 9배에 달하는 7억4000만 명이 40년간 가난에서 벗어났다는 것은 매년 약 1900만명의 삶이 달라졌다는 의미이며, 여유로워진 지갑을 바탕으로 '소비'가 핵심동력인 경제로 도약 중임을 짐작 할 수 있다. 이에 대해 국제사

회의 찬사를 받고 있다(중국 관영 신화통신사, 2018). 중국은 인구 13억 명 중 약 6천만 명이 부유층으로 집계되고 있다. 2020년 말 현재 8억 7천만 명의 국내관광 소비시장, 1억 명의 대규모 출국관광 시장이 형성 될 것으로 전망하고 있다(서명설, 2014). 돈 있는 사람이나 우리는 '사치'라고 생각했던 여행이 이제 중국인에게는 일상이 되고 있다. 전 세계 관광시장을 중국인이 좌지우지하고 있다고 해도 과언이 아닐 정도다. 자국 내 여행에서 해외여행으로 범위가 확대되고 패키지여행, 자유여행, 자가용을 이용한 여행, 힐링 여행 등 여행의 목적과 방식도 다양해지는 추세다. 방한 중국인이 지속적으로 증가하는 이유는 한류열풍에 대한 기대감과 문화, 더불어 선진문화 체험, 중국시장을 위한 다양한 상품개발과 마케팅강화 그리고 지리적 접근성이 용이한 이유도 나타나고 있다(진폐요, 2014). 우선 중국인들의 경제적 상황이 부유해지고 중산층 범위가 확대되면서 먹고사는 것 외에 다양한 소비 수요가 급증하고 있음을 우리는 마스크 등을 통하여 느끼고 있다. 이러한 특징을 반영하여 적합하고 다양한 소비문화 관광산업 분야에서 관광지 마케팅은 날로 치열해 지고 있다(유용석, 2012). 중국인들이 점점 더 '나은' 서비스와 '좋은' 삶을 원하면서 소위 '행복산업'도 빠르게 성장 중이다. 최근 '개혁·개방 40년 서비스발전 보고서'를 발표하면서 관광, 문화, 스포츠, 헬스, 교육 등 보다 '행복하고 건강하게, 즐겁게' 살기 위한 소비 수요가 늘고 관련 산업도 발전하고 있다(중국산업경제정보망, 2018). 이러한 변화에 따른 중국인의 행보는 중국 내에서만이 아닌 밖의 새로운 세상과 국가를 통해서도 그들만의 행복의 연장 무대를 손수 만들어 가고 있다. 이들의 갈망의 대상국가인 대한민국은 중국인들이 희망하는 '무대'를 열어 줌으로서 국익 차원의 경제 과제를 해결해 나가는 한부분이 되어야 할 것이다. 대한민국을 방한하는 중국인들은 우리에게 있어 중요한 서비스 산업 대상으로 굳어져 가고 있다. 우리는 방한 중국인을 통해 경제효과의 직·간접특수를 경험하고 있다. 이러한 중국인은 Maslow의 욕구위계이론 중 준비된 하위단계 '생리적 욕구' 해결 후 상위단계인 '안전 욕구'를 희망하고 있다. 이를 증명하듯 현재 방한 중국인들은 국내 경호업체 보다는 한국계 중국인들이 설립하고 경호경비사업까지 되어 있는 경호업체를 통하여 보호 서비스를 받고 있다. 한국계 중국인은 중국인들의 전문 영역을 만들어 국내 업체들과의 차별화된 보안 산업으로 전문화하고 있다. 국내 민간경호 업체는 기업경영의 존속과 성장발전을 위하여 중국인은 우리 보호 서비스 고객이 아닐 것이라는 불명확한 확신과 고정관념에서 변화되어야 하며 내국인뿐만이 아닌 방한 외국인과 방한 중국인이 요구하는 다양한

형태의 경호수요에 맞춰 변모되어야 할 사회가 되었다는 것을 명심해야 한다.(박정훈, 2018). 과거 중국인이 ‘부러운 국가, 방문하고 싶은 나라로 높여 보던 ‘동경의 나라’ 대한민국이었지만 현재 우리는 이제 과거 가난에 허덕이던 중국인을 서비스 산업의 고객으로 맞아야 하는 시대가 된 것이다. 방한 외국인들이 필요로 하는 민간경호 활동에 필요한 경호산업 개념 정립과 발전 연구가 상대적으로 없는 실정이다.

본 연구는 국내 민간경호 발전에 매우 필요할 것으로 사료되어 방한 중국인들의 경험 사례를 통하여 국내 민간경호 활동을 평가 분석하고 대한민국 민간경호 업체에 있어서는 방한 외국인과 중국인을 고객화 하기위한 방안을 제시하는데 목적이 있다.

II. 이론적 고찰

1. 세계 관광객

전 세계시장 관광수요는 1950년 2500백만 명에 비해 2005년 79,800만 명, 2010년 9억 4,000만 명으로 증가하였고 2020년은 13억 7,000만 명, 2030년 18억 0,000만 명에 달할 것으로 2013년 한국관광공사는 전망 하였다(야 령, 2014). 하지만 세계 이슈와 경제의 변화에 의하여 예상을 뒤엎는 결과로 성장세가 증감되기도 하는데 국제연합 세계관광기구(United Nations World Tourism Organization)는 최근 2017년 세계 관광 인구가 2016년 12억 3900만 명 대비 7% 대폭 성장한 13억 2200만 명에 달한다는 통계를 발표했다. 아시아에서는 인도와 한국이 성장세를 이끌었고 동남아시아는 9.4% 성장을 기록했다. 또한 3억 2400만 명이 방문한 아시아 지역은 전년대비 2017년 평균 6% 성장을 달성하여 세계 두 번째 관광시장임을 과시했다. 아시아 지역 최고 성장률은 남부 아시아 지역이 전년대비 10%, 남동아시아 지역이 8%, 오세아니아 지역이 7%, 북동 아시아가 3% 성장한 것으로 나타났다. 2014년 미국과 유럽 등의 경기가 조금 회복되면서 글로벌 경제위기 극복의 희망이 시작된 후 2018년 현재는 글로벌 경제가 살아나면서 1월부터 6월까지 상반기 국제 여행자 수가 2017년 동기에 비해 3,700만 명 증가된 6억 4,100만 명으로 6% 상승했다고 UN 세계 관광기구가 10월 발표했다. 세계 각 지역별 성장세를 예측하며 유럽과 미국이 3.5~4.5%, 아시아

태평양 지역이 5~6%성장할 것이며, 아프리카 지역이 5~7% 중동지역이 4~6% 성장하는 등 2017년의 성장세에 탄력을 받아 2018년 세계 평균 약 4~5%의 성장률을 예측했다(2018, UNWTO).

2. 방한 외국인 현황

<표 1> 연도별 방한 외국인

연 도	합계 (명)	성장률 (%)	1분기	2분기	3분기	4분기
2010	8,797,658	12.5	1,978,258	2,178,155	2,353,058	2,288,187
2011	9,794,796	11.3	2,034,527	2,244,225	2,765,918	2,700,579
2012	11,140,028	13.7	2,481,117	2,856,528	3,099,497	2,702,886
2013	12,175,550	9.3	2,579,501	2,950,601	3,720,974	2,924,474
2014	14,201,516	16.6	2,860,852	3,764,607	4,054,608	3,521,449
2015	13,231,651	-6.8	3,205,904	3,469,704	2,905,815	3,650,228
2016	17,241,823	30.3	3,593,080	4,516,767	4,891,726	4,240,250
2017	13,335,758	-22.7	3,706,415	3,045,590	3,190,830	3,392,923

한국관광공사 한국관광 통계(2018), 재구성

2016년 1724만 명 대비 22.7% 감소한 1334만 명 외국인이 2017년에 한국을 방문했다. 2017년 한국에 가장 많이 방한 외국인은 사드배치로 인한 한파로 중국 관광객이 전년대비 48.3% 감소하였지만 4,169,353명으로 가장 많이 방한하였다. 2위는 일본 2,311,477명 0.4% 증가, 3위 대만 925,616명 11.1% 증가, 4위 미국 868,881명, 0.3% 증가, 5위 홍콩은 0.9% 증가한 658,031명이 방한 한 것으로 나타났다.

3. 방한 중국인

<표 2> 연도별 방한 중국인

연 도	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
중국 (명)	1,875,157	2,220,196	2,836,892	4,326,869	6,126,865	5,984,170	8,067,722	4,169,353

한국관광공사 한국관광 통계(2018), 재구성

2006년 6월 중국인의 한국방문 완전 자유화 합의 이후 방한 중국인 관광객 수가

급격히 증가하여 2007년 100만 명 수준에서 2010년 약187만 명, 2013년에는 432만 명으로 급증하여 2007~2013년 기간 동안 연평균 26.2%의 빠른 성장세와 더불어 1인당 관광 지출경비 또한 증가세를 보였다(한국관광공사, 2018). 중국인의 방한은 쇼핑, 투자, 유적지등 관광, 음식 미식탐방, 미용 및 치료 목적의 의료관광을 하기 위하여 방한하고 있다. 의료서비스는 치료보단 건강을, 더 나아가 행복한 즐거움을 지향하기에 필요한 서비스로 새롭게 인식되고 있다(허아니, 2014). 하지만 2016년 중국의 사드(고고도 미사일 방어체계·THAAD) 보복 조치로 급감한 이후 중국인 입국자 수가 2018년 8월 현재 2,648,738명의 중국인이 방한한 나타났다(통계청, 2018). 중국인 관광객 수가 오름세를 나타낸 것은 사드 문제로 한중 외교 갈등이 불거진 이후 처음이다. 한한령에 따른 거저효과가 이어지고 있는 것으로 판단 할 수 있으며, 앞으로도 이러한 성장세는 중국의 경제와 사회의 발전을 통하여 국내관광산업의 중요한 성장요인으로 작용해온 우리에게는 긍정적으로 지속 가능한 전망이 될 수도 있다.

4. 선행연구 검토

방한 외국인을 대상으로 한 안전관련 민간경호 활동 관련 선행연구는 이루어지지 않았고 관광안전인식, 관광지 특성, 관광 서비스 제공, 관광 욕구 충족 및 고객만족을 높이는 문제제기와 서비스 질을 개선하고자 하는 관광학 연구가 중점적으로 이루어졌으며 현재 방한 중국인에 대한 유치전략 연구가 지속되고 있음을 확인 할 수 있다.

절자르갈(2013)은 관광객 서비스를 만족시키기 위하여 관광지의 특성, 종사자의 서비스 품질을 개발하여 방문 외국인의 지속적인 방문을 유도해야 하며 종사자의 서비스품질 평가와 서비스품질 향상의 관심도를 파악하는 것이 과제라고 밝혔다.

화월화(2016)는 중국인의 해외관광이 늘어남에 따라 전 세계 각국에서 대중국 관광정책을 펼치고 있으며 여러 가지 마케팅전략을 구축하여 중국인을 자국으로 유인하고 있다. 중국어 표기의 안내문이 많아지는 현상을 볼 때 방한 중국인이 많아지고 있다고 볼 수 있는 것이지만 한류의 영향으로 방한 중국인들의 만족도는 항상 긍정적이지만은 않다. 방한 중국인들에게 최근 발생하는 바가지와 무시 행태가 한국 방문 뒤 예상했던 한국과 다른 상황이 발생하여 불만으로 이어지는 경우가 발생한다고 밝혔다.

허병선(2016)은 방한 중국인 증가의 원인 중 하나로 중국 내에서의 한국 문화 확

산의 비중이 높아진 것 때문이고 쇼핑 및 의료관광으로 확대 되어 현재는 우리나라인 바운드 시장을 좌지우지하는 국가가 중국이며 방한 수요도 계속해서 늘어날 것으로 예측했다. 방한 중국인의 중 개별관광객을 위한 차별화된 콘텐츠 개발에 대한 방안이 강구되어야 하는 시사점을 제시하였다.

장정정(2014)은 관광객의 의사결정은 수많은 심리적 단계 거치는데 방한 중국인을 유치하기 위하여 한국 방문 의사 결정이 어떻게 이루어지며 어떤 요소가 의사결정에 영향을 미치는지 연구가 필요하다. 방문지 정보를 입수할 때 사회집단이나 환경에 영향을 받아 태도가 형성되고 그 태도는 선호 또는 의향을 낳게 되어 관광의사결정 과정에 직접적으로 영향을 미친다고 밝혔다.

김기원(2015)은 방한 중국인 관광객과 현지 중국인을 대상으로 한국에 대한 인상을 분석하였는데 최근 방한에 영향을 미치는 대형 경제약제, 전염병, 안전사고, 자연재해, 테러, 강력범죄의 위험요소, 그리고 외국인 관련 각종 사고 증가로 야기되는 방한 외국인의 부정적 이미지 형성은 방한 심리에 영향을 주어 위축시키는 불안요소로 작용할 것을 예상하였다. 관광지의 안전인식, 국내 치안 및 안보 등의 안전 인식이 방한 외국인 유치에 중요한 영향을 주고 있다고 밝혔다.

이와 같이 선행연구를 고찰한 결과, 방한 중국인들의 종사자의 서비스품질 평가와 서비스품질 향상의 관심도, 한국 서비스 행태, 차별화된 콘텐츠 개발에 대한 방안, 관광의사결정과정, 관광지의 안전인식 연구가 진행되고 있으나 방한 중국인이 국내 민간경호 활동을 통한 안전사고 예방과 질 높은 대한민국 민간 경호산업 발전 방안을 위한 심층적인 연구는 상대적으로 부족하다는 것을 알 수 있다. 따라서 방한 국가별 소비성향 패턴과 재 구매 욕구를 분석하고 일회성이 아닌 신뢰 받는 보호 서비스 강화에 대한 연구가 요구된다.

Ⅲ. 연구방법

본 연구의 구체적인 방법은 방한 중국인들의 한국계 중국인 민간경호 서비스 경험과 한국 민간경호 활동의 서비스 비교를 통하여 심리적 만족도가 어떠한지를 면담 중심의 질적 접근으로 밝히고자 한다. 아울러 방한 중국인의 민간경호 선호도를 확인하고 방한 외국인을 대상의 국내 민간경호 활동의 활성화 방안을 심도 있게 논의

하기 위하여 가능한 동반자의 감정으로, 경호원이 아닌 멤버로서 관찰하였다. 그럼으로써 방한 중국인 대상의 민간경호 활동 서비스에 관한 구체적이고 심도 있는 이해를 도출해 방한 중국고객 대상으로 하기 위한 국내 민간경호 활동에 적용 가능한 시사점을 찾고자 하였다. 질적 연구방법에서 가장 보편적으로 널리 활용되는 자표수집 방법 중 하나인 심층면담방법 중 반구조화된 면담을 활용하였다(이솔지·이주락, 2016). 질적 연구는 인간의 사회·문화 현상의 내면적인 측면을 부각하고 주제적 선택을 중시하는 긍정적인 측면이 있다(나미수, 2016).

본 연구에서는 한국계 중국인 민간경호 서비스를 이용하고 있는 방한 중국인의 경험을 통하여 국내 민간 경호활동의 심리적 만족감을 분석하여 방한 중국인뿐만이 아닌 방한 외국인에게 적합한 국내 민간경호 활동의 개선방안을 논의하고자 하였고 반구조화된 면담을 활용하였고 한정된 자료, 부족한 선행연구에 적합한 심층면담을 실시하였다.

1. 조사대상

본 연구는 국내 민간경호서비스 개선방안을 도출하기 위하여 한국계 중국인 민간경호 서비스를 이용하는 방한 중국인을 분석, 분리 한 후, 현재 국내에서 경호서비스를 받고 있는 경호대상자를 참여자로 선정하였다. 연구 참여자의 인적사항은 <표 3>와 같다.

연구자는 2013년부터 2018년 현재까지 한국계 중국인 민간경호 활동을 하고 있는 요원의 통역 도움을 받았다. 최초7명의 방한 중국인 경호대상자에게 논문 주제를 설명한 후 조사방법을 승낙 받아 선정하였고 답변의 실효성을 높이기 위하여 1일 시작일 부터 공항 환송 시 까지 동행 허가를 득하여 관찰 할 수 있었다. 하지만 4명의 중도 인터뷰 거절로 인하여 3명의 자료만을 정리하였다. 객관적인 자료를 얻기 위하여 2차 방한 중국인 경호대상자 5명에게 논문 주제를 설명하여 실시하였지만 3명의 중국인 경호대상자들의 비 성실 태도가 발생하여 2명의 자료만을 정리 하였다. 최종 방한 중국인 경호대상자 5명을 통하여 방한 중국인 경호대상자의 국내 민간 경호 활동에 대한 심리적 만족도 정보를 충분히 확보 했다 할 수 있겠다.

<표 3> 연구 참여자 인적사항

	성명	성별	연령	회사	직위	경력	방한(회)	언어
1	리 ○	남	61	무역	대표	40년	연 35	중국
2	왕 ○	남	56	반도체	대표	19년	연 10~15	중국/일어
3	쉬에○○	남	52	투자	부대표	8년	연 20~25	중국/영어
4	짱 ○○	여	53	안경/유통	대표	21년	연 20~30	중국/한국
5	뤄 ○○	여	50	임대업	대표	20년	연 12	중국/한국

2. 연구 참여자의 개인적 특성

연구 참여자의 선정이 비형식적일 수는 있지만 일정한 단계 과정을 통하여 이루어졌고 연구자는 허락된 기간 동안 동행, 참여 관찰을 통하여 자료 수집 한 후 전사 작업을 거쳤다. 자료 분석을 거쳐 방한 중국인 경호대상자의 정보와 특징을 찾아 기록을 통해 선정된 심층 연구 참여자를 소개하면 다음과 같다.

* 리 ○(린○○○ 무역)

상하이에 본사를 두고 있으며 북경, 심천 소재 지사와 공장 및 창고 운영을 하고 있으며 현재는 택배사업에 관심을 가지고 있다. 아들과 조카를 수행비서로 번갈아 동행하여 월 3회 정도 방한하며 업무를 진행한다. 성격은 과묵하고 차분함을 보이며 대화 성향은 부드럽고 조곤 조곤함을 보였다. 하지만 명령조의 화법을 사용하였다. 2006년 6월 중국인의 한국방문 완전 자유화 합의 이후 한국을 최초 방한하였다.

* 왕 ○(○○)

쑤저우에 본사를 두고 있으며 반도체 생산과 한국 반도체 수입을 한다. 일본, 태국, 베트남 등으로 수출을 하고 있으며 대만 회사와 합병을 목적으로 하고 있다. 월 1회 이상 방한하며 연 5~6회 일본 출장을 하고 있다. 일본에서 석사학위를 취득하여서 인지 일본어 구사가 가능한 것으로 관찰되었다. 그래서 인지 일본인 느낌을 주는 스타일과 생김새를 가지고 있으며 어투 또한 시끄럽지 않은 일본 어조를 사용한다. 2011년부터 한국을 방한하였다.

* 쉬에○○(주○투자)

북경에 본사와 상하이에 지사를 두고 있고 본토에서 부동산 개발 투자를 하고 있으며

경기도, 부산, 제주도에도 일부 투자를 하여 개발하고 있다. 고등학교부터 미국에서 석사 학위까지 취득하고 2006년 중국으로 돌아가 현재 대표로 있는 부친 회사 업무를 보고 있다. 동행자 1명은 비서업무 외 한국인들의 대화를 듣고 즉시 경호대상자 뒤에서 중국어로 전달하는 것으로 보아 한국어가 가능한 것으로 판단된다. 이는 한국인의 실질 대화를 분석하고자 하는 성향인 것으로 느껴졌다. 경호대상자는 비즈니스 관련 대화는 영어로 나누었다. 2007년부터 월 1.5회 이상 방한하는 것으로 관찰되었다.

* 장○○(부○○유통)

북경에 본사가 있으며 항주, 소주, 연태, 청도에 유통창고와 매장 그리고 공장이 있다. 한국으로 수출과 수입을 병행하며 방한은 월 2회 오고가는 것을 확인 할 수 있었다. 2002년 월드컵 당시 한국최초 방한을 시작으로 2014년부터 본격적으로 한국과 교류를 시작으로 월 2회 이상 방한하는 것을 알 수 있었다. 서울 용산 소재 아파트를 숙소로 사용하고 있다. 대화 성향은 거침없고 말의 표현 능력이 많은 편이며 한국어가 가능하나 사용하지 않고 경호요원을 통해 대화를 한다. 관찰자는 공항 환송 전 차를 마시며 한국어 구사 능력이 보통 이상 되는 것을 알 수 있었다.

* 뉘○○(중○○○)

중국과 홍콩에서 임대업을 하고 있으며 한국에서도 서울 신림동, 가리봉동, 안산 등에서 임대업과 부동산 투자 운영을 하고 있다. 월 1회 정기적으로 방한하여 서울 중구 소재 아파트에 약 5일~12일 정도 머무르며 업무를 진행하고 있다. 현재는 가족이 북경에서 거주 생활하고 있으나 과거 부모님이 명동에서 환전소를 시작으로 중식당과 부동산 투자를 거쳐 현재 중국에서 임대업을 하고 있음을 알 수 있었다. 유아 때 한국어 구사 능력은 자연스럽게 터득하였지만 2008년 중국으로 돌아간 후 부터 방한 시에도 믿을 수 있는 지인들 외에는 사용하지 않는다.

3. 조사방법

본 연구는 수선 국내 민간경호 활동 경험 유·무로 확인 후 연구 참여자들 중 국내 민간경호 경험자에게 아래 내용과 같이 질문하기 위하여 방한 중국인 경호대상자의 심리적 만족감 분석을 위한 직접적인 질문 방식을 협의하였다. 질문 이후 발생하는 후속질문은 연구 참여자와 면담 중 자유스러운 진행을 위하여 반구조화 심층면접을 수행하였으며 객관적 분석을 위하여 1차 2017년 6월 ~ 8월 중 9회와 2차 2017년

12월 ~ 2018년 2월 중 12회 방한 중국인 경호대상자 입국 후 경호임무 실시 시간부터 경호상황 종료까지 동반자의 감정으로 경호원이 아닌 멤버로서 동행 참여관찰을 나누어 하였으며 경호활동 종료 후 집단 대화를 녹취, 연구대상자와 인터뷰를 통하여 자료를 수집, 정리하였다.

* 기본 질문 내용 *

1. 국내 민간경호 활동 경험이 있다면 만족도는 어떠하십니까?
2. 국내 민간경호 활동의 장점과 단점이 무엇이라고 생각하십니까?
3. 한국계 중국인 민간경호 활동의 장점과 단점이 무엇이라고 생각하십니까?
4. 국내 민간경호서비스 재의뢰를 위하여 개선되어야 할 사항은 무엇이라고 생각 하십니까?

IV. 면담 분석

본 연구에서는 방한 중국인 경호대상자의 심리적 만족감 분석을 객관화하기 위하여 1차 연구 집단 3명 방한 중국인 경호대상자, 2차 연구 집단 2명 방한 중국인 경호대상자로 분리하였고 방한 중국인 경호대상자의 수집, 면담, 관찰을 통하여 분석된 자료이다. 한국어 구사가 어려운 중국 고객에게는 눈높이 서비스 제공 가능 여부와 국내 민간경호 서비스에 대한 인식 변화의 필요성의 이유를 강조했다. 다음 연구대상자들의 면담내용을 나타낸 것이다.

1. 국내 민간경호 활동의 필요성과 재의뢰 가능성

1) 1차 연구대상자

리 ○: 처음에는 경호 서비스라고 하기 보단 한국 안내자를 따라 업무를 보았는데 차량이 섭외되는 등 사업 규모가 커지면서 주변의 의견을 받아 들어 지 금에는 경호서비스를 받게 되었다. 최초 안내자는 한국 쪽에서 섭외해주어 동행하였고 한국 경호업체를 섭외 받아 운전부터 수행경호서비스에 이르기까지 받아보았다.

왕 ○: 한국은 우리(중국)보다 선진국이었고 한국하면 이상하게 동경하는 무언가가 다른..... 선진국들에 비해 좀 더 새로운, 새것 같은 느낌일 것이라는 기대감을

갖는 탓인지.....: 일본보다 근접하기 쉽지 않은 나라로 저 개인적으로는 생각
했었습니다. 수행원이 없어도 편하게 다닐 수 있는 중국과 일본에 비해 한국은
최소 안내자 또는 수행원이 필요하다는 느낌은 왜 드는지 모르면서 국내 경호
서비스를 과거에 받아 보았습니다.

퀴○○: 어린 시절 한국을 경험하였기에 두려움 보다는 친숙함을 가지고 있습니다. 국
내 경호서비스 경험은 중국으로 이주하면서 필요성을 느꼈는데 이후 자연스럽
게 한국을 오갈 때에도 한국지인을 통하여 경호서비스를 경험했었습니다.

왕 ○: 한국에서는 운전 겸 경호서비스, 통역 겸 수행경호서비스 2명 또는 3명 정도
면 적당하다고 생각합니다. 현재 한국계 중국인 경호서비스는 상당히 편안하
고 안정된 만족감을 받게 해줍니다. 경험상 국내 민간경호원과는 서로 눈치
아닌 눈치를 보게 되는 데 한국계 중국인 경호서비스는 거의 못 느낄 정도로
적습니다. 저는 보여주기 식보다는 동행자의 느낌을 받는 것이 더 좋습니다.

퀴○○: 한국은 외모를 중요시 한다는 것을 느끼게 합니다. 중국도 잘살게 되면서 세련
된 옷차림과 명품에 큰 관심을 둡니다. 하지만 제가 외모 투자에 신경을 적게
쓴 탓인지 모르겠지만 예전 국내 경호요원들은 몸 전체를 한 번 쳐다보고 아니
다 싶은지....., 아니면 짧은 애가....., 라고 생각이 드는지 다시 한 번 훑터
보며 내려갑니다. 그럴 때 기분이 묘해 집니다. 몇 차례 다른 국내 경호회사를
통하여 경호서비스를 받아 보았지만 별반 다르지 않았습니. 제가 한국서 살
아봐서 옷은 촌스럽게 입지 않는데 말이죠~호호호~~

리 ○: 통역 안내자와 경호 운전자 간의 커뮤니케이션이 안 된 이유에서 인지.....
아니면 신입이어서 그런 것인지 운전도 거칠어 두려움을 갖게 되어.....: 통역
안내자를 통해 전달 요구하였으나 개의치 않고 목적지에 도착하는 등의 행동
을 보였다. 이동을 하려고 해도 약속된 장소에 있지 않아 수차례 통역 안내자
가 통화한 후에야 이동 할 수 있었다.

2) 2차 연구대상자

쉬에○○: 미국 고교 시절 집단 따돌림과 폭언, 폭행을 경험하면서 중국계 미국인을
경호원으로 고용하여 학교 등하교를 하였고 돌봄 서비스까지 받았습니다. 대학

에 입학하면서 경호서비스를 받지 않았습니다. 중국으로 돌아가 사업을 배우면서 지방을 다니는 업무 등 외 시간에 필요성을 느끼게 되어 경호서비스를 받았고 한국을 왕래하면서 폭언 등 공포 분위기를 경험하여 한국 여행을 통하여 경호서비스를 받기 시작 했습니다.

짱○○: 중국도 위험하다고 생각합니다. 하지만 한국도 만만치 않게 무서운 나라입니다. 직접 경험한 것은 아니지만 한국을 다녀온 사람들의 피해 경험 사례를 듣게 되면 대단하구나 라고 느끼게 됩니다. 잠시 다녀가는 여행자에게는 안전할지 모르지만 비즈니스를 하는 우리에게는 한 순간의 위험으로 큰 변화를 겪을 수 있기 때문에 조심해야 한다고 결심하게 됩니다. 그러면서 안내자 역할을 찾게 되고 그러면서 국내 경호서비스를 받아 보게 되었습니다.

쉬에○○: 국내 경호서비스 경험이 5회 정도 되고 첫 번째와 두 번째 경호서비스는 경호원의 외모와 행동에 두려움을 느꼈다고 해야 할 까..... 1회 정도 의뢰하였고 세 번째 회사는 앞 전 회사보다는 안정감을 주어 3회 경호서비스를 받았으나 회사 경영 어려움으로 폐업하여 더 이상 받지 못했습니다. 그 후 개인적으로 어떤 상황에도 쉽게 안내 및 경호운전 서비스가 가능한 한국계 중국인에게 지속적으로 의뢰를 했습니다. 저는 개인적으로 깔끔하고 샤프한 경호원을 선호합니다. 한국계 중국인 경호원은 사실 한국인에 비해 조금 어딘가 촌스럽다고 해야 할까요..... 하지만 심리적으로 편안한 안정감을 제가 받을 수 있기 때문에 지금으로 만족합니다. 한국계 중국인 경호원이 깔끔하고 샤프해지면 더 좋겠습니다.

짱○○: 한국 방송에 나오는 경호원들과 같은 한국계 중국인 경호원들은 없습니다. 또 한국 경험을 보면 국내 경호원들을 한국계 중국 경호원들이 외모 등 세련미에서 아직은 따라 갈 수 없다고 생각해요. 하지만 이들이(한국계 중국 경호팀) 현재 옆에 있어서가 아니라..... 순간적으로 요청을 해도 즉각 들어 줍니다. 가령 전 장소에서 소지품을 놓고 와도 이들은 걱정 말라고 하며 편안한 안도감을 주면서 차량에서 즉시 하차하여 다음 약속장소에서 본인의 물건을 찾더라도 한 듯 기쁘게 전달해 줍니다. 하지만 비슷한 사례로 국내 경호원에게 부탁을 했는데 그들은 내가 한국말을 모른다 생각한 탓인지 어딘가 전화를 걸어 “짜증나게..... 어찌라는 거야.....” 등 긴 통화와 좋지 행동을 보면서 불편한 마음을 경험 했어요.

2. 국내 경호활동의 장점과 활성화 발전방향

1) 1차 연구대상자

리 ○ : 한국계 중국인 경호원은 국내 경호원들에 비해 갑작스러운 장소 변경이라든가 섭외 시에 원활하지 않고 시간이 오래 소요되기도 한다. 전화 섭외가 직접 방문하여 섭외하는 것보다 최소 한 번 이상 반복 및 질문과 대답을 한 뒤에 가능한 것으로 보아 언어 전달 능력이 원활하지 않음을 느끼기도 한다. 하지만 언어 소통이 안 되는 것이 조금 불편한 서비스를 받기 보다는 괜찮다고 생각한다. 다른 하나는, 중국은 여행사 박람회 등 관광 산업을 발전시키기 위하여 많은 홍보한다. 관광객 유치로 목적으로 중국인을 위한 상품 개발 홍보를 일본, 싱가포르, 말레이시아, 러시아, 유럽 등 주요 중국인 관광객 유치 국가에서 실시하고 있다. 이때 한국계 중국 민간경호회사는 홍보를 하고 있는데 국내 민간경호회사도 참여하여 알리는 것도 방법일 것이다.

왕 ○ : 국내 경호원은 경호대상자를 인솔하면서 주변 사람들로 하여금 내가 경호를 받는 사람이라는 것을 느끼도록 해줍니다. 처음은 주변사람들의 신기한 듯 바라봐 주는 시선을 의식하기도 하며 어깨가 으쓱하기도 했는데 지금에서 보면 유명인이 아닌 나에게 관심이 쏠리는 현상이 오히려 더 불편하고 때론 위험해질 수도 있겠다는 생각이 듭니다.

뤼○○ : 국내 경호원과 상점 등에서 쇼핑을 하다 보면 상점 주인들이 가격을 올려 받거나 혼자말로 얘기하는 경우가 많이 들어됩니다. 특정 장소에서 개인적으로 구매하고자 하는 경우 중국말을 사용하여 흥정을 하다보면 얼굴을 붉히며 욕박을 지르기도 하는데요. 구입을 안 하고 그냥 가면 욕도 하고..... 구경하다가 안살 수도 있잖아요 너무 심하다 싶어 한국말로 말을 하면 “한국말 할 줄 알면서 뭐야 참나 별꼴이야” 등 얘기로 무안을 주기도 해요. 한국계 중국 경호원이 도와준다면 한국말로 얘기하면 “조선족이네”라고 하면서 시쿤등 하기도 해요. 반면에 경험상 국내 경호원들과 동행을 하면 이런 일들이 확실히 줄어들어요.

왕 ○ : 개개인의 경호대상자 성향이 다르겠지만 이러한 성향에 적합한 맞춤형 경호서비스가 필요하다고 봅니다. 조용한 경호서비스를 원하는 사람에게 난 이 사람의 경호원입니다 라는 식의 행동으로 경호서비스를 한다면 안정감을 주지 못하겠지

요 이런 일들은 대화를 통하여 서로간의 표현 전달이 이루어지지 않아 발생 될 수도 있겠지만..... 반복된다면 재의뢰를 한다는 것은 저로서는 어렵다고 봅니다. 경호대상자에게 무언의 편안함을 제공 주기 위해서는 국내 경호원도 중국어 사용이 가능해야 한다고 생각합니다.

2) 2차 연구대상자

쉬에○○: 국내 경호원은 한국에 대해 지역적, 사회적, 상식 등 지식을 많이 가지고 있습니다. 그렇기 때문에 특정 장소와 사물에 대해 최소한 좋다, 나쁘다는 평가를 빠르게 내릴 수 있습니다. 그에 반해 중국인은 지식이 많이 부족합니다. 과거 못살고 지저분한 이미지 때문 인지..... 하대하듯 하기도 하는데요 지금의 우리(중국)는 그렇지 않음을 알고 있어야 하고 만약 그렇다 하더라도 고객에 대한 서비스는 대상에 따라 바뀌어져서는 안 된다고 봅니다.

짱○○: 한국계 중국인 경호원은 한국 물건 구입을 부탁할 때 가격과 회사명 그리고 제품명을 알려줘야 합니다. 그런데 물건이 품질이 경우 그냥 돌아오곤 합니다. 하지만 국내 경호원은 여러 종류의 유사품을 구입하여 선택할 수 있도록 해주고 그마저도 없다면 어느 지역 어디에 약 몇 개가 있다는 정보를 파악해서 옵니다.

쉬에○○: 저 말고도 한국을 방문하는 중국인들이 국내 경호서비스를 의뢰하리라 봅니다. 재의뢰가 이루어지기 위해서는 경호대상자와 소통 가능한 국내 경호원이 있어야 합니다. 영어권 경호대상자들에게는 소통이 원활하다지요..... 소통 가능한 경호서비스로 편안한 안정감을 주듯 말이죠 예전 뉴스에서 보았던 것으로 기억되는데 마이클잭슨이 한국을 방문했을 때 감동적인 경호서비스를 받아 미국으로 스카웃 했다는 기사가 있던 것으로 기억 하는데요 그 경호원도 분명 영어를 사용했을 겁니다. 우리(중국)도 그런 경호원이 있다면 스카우트할 겁니다.

짱○○: 우리(중국)는 한 번 관계를 맺기 시작하면 큰 이변이 없는 한 예우와 약속을 끝까지 지켜야 한다고 믿습니다. 한 번 인연이 되었으면 언젠가 악인이 되어서도 다시 만나게 된다는 것을 알기에 관계를 소중히 해요. 그리고 은혜를 입었던 아 니든 그 사람에 대해서는 뒤에서 조차 험담을 하지 않습니다. 죽어서도 안볼 사 이라면 몰라도 말이죠 지금의 한국계 중국 경호원들이 그러합니다. 모든 국내 경호원들에게 해당되지는 않겠지만 한국말을 모를 것이라는 전제하에 '성격이

어떠하다, ‘돈 좀 있나 보다, ‘더러운 것들이…….’ 등의 표현을 하는 것은 적절하지 않다고 봅니다. 저 같은 케이스 말고도 많은 중국인이 한류문화로 인하여 한국말 공부들을 많이 합니다.

V. 결 론

경호활동은 의뢰자의 출신 성분이나 현재 상태에 따라 충성도가 달라지면 안 된다. 방한 중국인 대상으로 국내 경호활동이 한국계 중국인 경호활동 자리를 내주고 있는 현실은 국내 경호산업 입장에서 중국인 시장이 크지 않아서 또는 경영 실적에 이득이 되지 않아서 경호서비스가 원할 해지지 않는 것은 분명 아니다.

본 연구는 방한 중국인 경호대상자의 심리적 만족감 분석을 통하여 재의뢰로 연결되지 않는 국내 민간경호 활동을 분석하고 외국인 방한시장 확대에 따른 질적 성장의 성공적인 활성화 개선방안을 제시하는데 그 목적이 있다. 본 연구에서 도출한 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 지금의 중국인 방한 규모를 우리 민간경호와 관계성 없는 별개 산업으로 판단하지 말아야 한다. 방한 중국인이 쇼핑을 통한 관광산업에만 수익을 창출시켜 줄 것이라는 생각을 버려야 한다. 우리는 제조나 판매를 목적으로 상품을 개발하지 못한다. 하지만 우리는 경호대상자 의뢰를 위하여 다국적화 하는 경호원 양성 프로그램을 만들어 방한 외국인에게 적합한 요원을 배출해야 한다. 둘째, 경호대상자의 선택이 탁월했음을 느낄 수 있도록 하는 마케팅을 준비된 자세로 자신감을 가지고 실시해야 한다. ‘유커라고 불리는 단체관광객 방한 중국인들 관광 패턴은 쇼핑, 유적지 등 관광이다. 이에 반해 개인관광객인 ‘싼커’는 미식탐방, 미용 및 치료 목적의 의료관광, 투자 등 Private Life를 위하여 개인 또는 가족이 방한 한다. 우리 스스로가 관광객을 선별하여 고객으로 맞이하는 것을 그들은 원하지 않는다. 편안하고 안전한 여행을 통하여 행복한 가치를 느끼고 재방한과 재의뢰가 되도록 해야 하며, 우리를 통해 심리적 만족감이 높아진다는 사실을 중국 현지와 방한 중인 고객에게 각인 시켜야 한다. 셋째, 동반자적인 회사 경영이 필요하다. 현재 국내에는 많은 민간경호회사 중 영세한 업체도 존재한다. 또 용역 전문인 회사들도 경호서비스를 실시하기도 한다. 회사는 전문성을 기본으로 하는 경영을 통해 수익을 창출하는 것이며 이 때

고객 만족도는 높아지게 된다. 경영이 어렵다고 폐업을 추천하는 것은 아니다. 경쟁에서 살아남기 위하여, 전문화된 특화된 경호서비스를 위하여 합병이 어렵다면 최소 협력을 통해 연합하고 전문인력 양성프로그램을 신설 또는 확대 운영하여 보다 체계적 경호산업 발전에 일조하는 자세와 결심이 요구된다. 넷째, 커뮤니케이션이 되어야 한다. 대한민국 민간경호원의 외형은 어느 국가에도 뒤지지 않는다. 하지만 경호산업에 있어서 손짓, 발짓 사용이 통하는 시대는 앞으로 오지 않는다. 경호대상자와 경호원 간의 원활한 경호서비스를 위하여 대화가 이루어져야 한다. 모국어를 구사하고 제2, 제3 외국어까지도 가능한 경호대상자로 부터 의뢰가 올 때 최소한 제2, 제3 외국어 구사가 가능한 경호원을 배치할 수 있다면 이것은 '행운'으로 생각하고 만족할 수도 있겠다. 하지만 우리도 한국어 사용이 편안하듯 방한 중국인 또한 중국어 사용을 통하여 일정을 소화 할 수 있도록 만들어 준다면 대한민국의 경호서비스에 심리적 만족감을 갖게 될 것이며 재의뢰로 이어 질 것이 분명하다. 다섯째, 충성도 높은 '집사'가 되어야 한다. 한 번의 의뢰뿐 재의뢰가 없다는 마음가짐으로 경호대상자에게 경호서비스를 실시해야 한다. 그들의 수족이 되고 일회용 숟가락, 젓가락이 된다하여도, 쓰여 지는 마지막 순간까지도 경호대상자의 필요한 목적 달성을 위해서 사용되고 버려져야 한다. 버려질 때는 경호대상자의 손때와 지문조차도 지워버리고 사라져야 한다. 참여관찰을 통하여 한국계 중국인 경호서비스를 재의뢰하는 방한 중국인의 판단이 적중했음을 확인 했다. 허름한 고객이어도 충성도와 사생활 보호, 보안속의 믿음, 편안하고 안전한 관광과 일정을 소화 할 수 있었던 의뢰자들에게는 반드시 필요한 존재들이라는 것이다. 이는 최선의 경호서비스 자세를 통하여 한국계 중국 경호산업의 필요성을 방한 중국인에게 각인 시키는데 성공했다고 볼 수 있다. 지금부터 시작해도 늦지 않았다. 대한민국이 존재하는 한 방한 외국인은 끊이지 않고 우리를 선택하게 될 것이다. 선택되어진다는 것이 부정적인 것만은 결코 아니다. 한 번의 선택을 받아 우리의 역량을 십분 발휘 한다면 두 번, 세 번에 이어 고정적 배치가 이루어 질 것이다. 따라서 방한 외국인과 중국인을 우리와 상관없는 고객이라는 단일한 관념을 걷어내야 한다. 방한 외국인에게 적합한 경호서비스를 제공하는 노력과 변화를 통하여 믿음직한 안위를 책임져 주는 피 의뢰인으로 만들어져야 할 필요가 있다.

참고문헌

1. 국내문헌

- 김기원 (2015). 관광안전인식과 방한 경험이 행동의도에 미치는 영향. 세종대학교 관광대학원 석사학위논문.
- 나미수 (2016). 질적 수용자 연구. 커뮤니케이션북스.
- 박정훈 (2018). 재한 외국인 민간경호의 성장요인 분석. 한국경호경비학회지, 56, 107-124.
- 서명설 (2014). 중국 관광객의 한국 음식에 대한 기대와 경험, 만족에 관한 연구. 동명대학교 대학원 석사학위논문.
- 야 령 (2014). 방한 중국인관광객의 관광소비성향 및 관광활동 선택행위에 관한 연구. 동의대학교 대학원 석사학위논문.
- 유용석 (2012). 관광지개성과 지아 이미지 간 일치성이 관광객 행동의도에 미치는 영향. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 이솔지, 이주락 (2016). 지하철보안관제도의 활성화 방안에 관한 연구. 한국경호학회지, 49, 133-154.
- 장정정 (2014). 방한 중국인 관광객의 관광태도, 관광활동 선호도 및 관광객 만족도 간 영향관계. 순천향대학교 대학원 석사학위논문.
- 절자르갈 (2013). 관광지 특성이 관광서비스 만족과 행동의도에 미치는 영향. 영남대학교 대학원 석사학위논문.
- 진패요 (2014). 방한 중국인 관광객의 현지식당 만족도에 관한 연구. 경기대학교 관광전문대학원 석사학위논문.
- 허병선 (2016). 방한 중국인 관광객의 여행상품 선택속성에 따른 만족도가 행동의도에 미치는 영향. 세종대학교 관광대학원 석사학위논문.
- 허아니 (2014). 의료관광서비스가 방한중국 의료관광 종합만족도에 미치는 영향에 관한 연구. 경기대학교 관광전문대학원 석사학위논문.
- 화월화 (2016). 관광객의 관광도기 및 만족도에 관한 연구. 남서울대학교 대학원 석사학위논문.

2. 기타

국제연합 세계관광기구 <http://www2.unwto.org>
중국 관영 신화통신사 <http://www.xinhuanet.com>
중국산업경제정보망 <http://shanxi.cinic.org.cn>
중국여행위클리 <http://travelweekly-china.com>
통계청 : <http://kostat.go.kr>
한국관광공사: <http://kto.visitkorea.co.kr>
한국문화관광연구원 : <http://www.kcti.re.kr>

【Abstract】

A Study on the Qualitative Growth of
Foreigners Visiting the Chinese Market:
Focusing on Psychological Satisfaction

Park, Jeong-Hun

The purpose of this study is to evaluate and analyze domestic private security activities through experiences of Chinese people who have been thought to be very necessary for the development of domestic private security and to suggest measures for the customization of foreigners and Chinese people for Korean private security companies. The purpose of this study was to analyze the psychological satisfaction of Korean civilian security activities through the experiences of Chinese Koreans who are using Korean civilian security services and to discuss ways to improve domestic civil security activities not only for Chinese Koreans but also for Koreans visiting Korea. And conducted in-depth interviews with limited data and insufficient prior research. First, we should not judge the scale of Chinese visit today as a separate industry that is not related to our private security. Second, it should be carried out confidently with a prepared marketing attitude that makes the choice of the security guard excellent. Third, a company management is necessary. Fourth, communication should be done. Fifth, it should become a loyal 'butle'.

Keywords: Visiting foreigner, Visiting Chinese, Security guard, Security service, Psychological satisfaction