



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

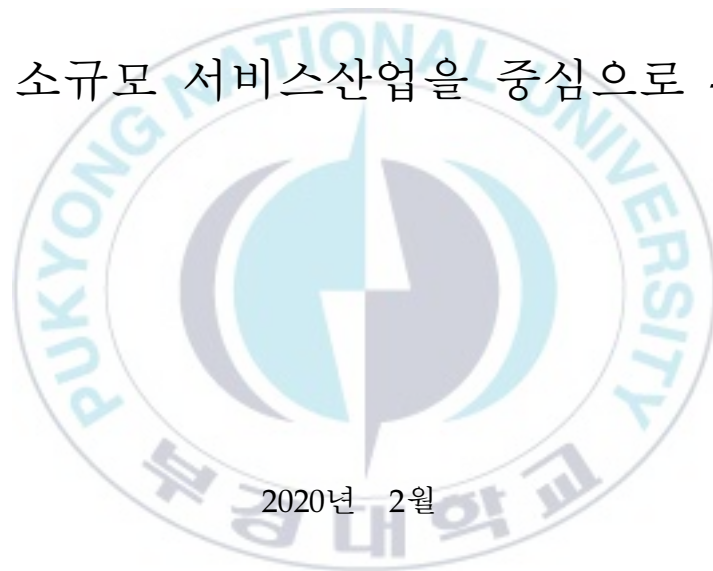
이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

국 제 지 역 학 석 사 학 위 논 문

부산시 중국인 창업현황에 대한 연구

- 소규모 서비스산업을 중심으로 -



2020년 2월

부 경 대 학 교 대 학 원

중 국 학 과

YU ZHENGYANG

국 제 지 역 학 석 사 학 위 논 문

부산시 중국인 창업현황에 대한 연구

-소규모 서비스산업을 중심으로

지도교수 예 동 근

이 논문을 국제지역학석사 학위논문으로 제출함.

2020년 2월

부 경 대 학 교 대 학 원

중 국 학 과

YU ZHENGYANG

YU ZHENGYANG의 국제지역학석사 학위논문을
인준함.

2019년 2월 21일



위 원 장	사회학 박사	이 중 희 (인)
위 원	문 학 박사	김 창 경 (인)
위 원	사회학 박사	예 동 근 (인)

<목 차>

I. 서론	1
1. 연구배경	1
2. 연구내용	2
3. 연구방법	4
3. 연구의미	9
II. 선행연구	10
1. 개념	10
2. 해외 중국인 창업현황에 대한 연구	13
3. 한국 서비스산업에 대한 연구	16
III. 전통서비스산업 현황 및 문제점 분석	19
1. 중국요리산업	19
가. 면담조사 대상의 창업단계 분석	21
나. 중국요리업의 현황 및 특성	22
다. 문제점	25
2. 마사지산업	27
가. 면담조사 대상의 창업단계 분석	28
나. 마사지산업의 현황 및 특성	29
다. 문제점	31

3. 소매산업	33
가. 면담조사 대상의 창업단계 분석	34
나. 소매산업의 현황 및 특성	35
다. 문제점	37
IV.신흥서비스산업 현황 및 문제점 분석	41
1. 전자통신산업	42
가. 면담조사 대상의 창업단계 분석	43
나. 전자통신산업의 현황 및 특성	44
다. 문제점	47
2. 화장품 전자상거래산업	48
가. 면담조사 대상의 창업단계 분석	49
나. 화장품 전자상거래산업의 현황 및 특성	51
다. 문제점	52
V.결론	56
참고문헌	59
부록(면담대강)	62

<표 차례>

<표 1> 피면접자 리스트	5
<표 2> 면담조사의 구성	8



<그림 차례>

<그림 1> 연구 분석틀	3
<그림 2> 피면담자의 창업규모	4



Study on the Current Situation of Chinese Entrepreneurs in Busan
City
-Centered on small service industries

YU ZHENGYANG

Division of International and Area Studies , The Graduate School,
Pukyong National University

Abstract

The global economy and the fierce competition in the Chinese market have led to Chinese founders turning their eyes to overseas markets, some former founders attempting to start their own businesses, and overseas start-ups have become important projects of the present and future.

In this study, first, the literature-related concepts of entrepreneurship and service industries were explained, and previous studies on overseas Chinese entrepreneurs were summarized. In the process, there was a lack of research on Chinese entrepreneurship in Korea. Since then, 10 Chinese people with 15 or fewer employees were selected for research.

And this can be explained by dividing it into two types. First is the traditional service industry. This includes food, massage and retail. Second is emerging services. Mainly, the electronic

communication and internet communication related industries will be described. Based on the start-up stage and the development continuity stage, we will conduct on-site surveys and interviews with the main contents of the start-up career, start-up factors, start-up process, employees, competition, orientation, services and information, and analyze the results.

Finally, in the conclusion section, I will briefly explain Busan's Chinese entrepreneurs and founding status, and briefly discuss the difficulties, improvements, and policy support of Chinese entrepreneurship in Busan.

This study is meaningful as the first empirical research on Chinese founders in Busan. It is meaningful to provide basic data to Chinese small service industry founders in Busan, and to provide new policy perspectives and basic data to Chinese founders and Busan city policy makers who are planning to engage in related industries.

Keywords : Current Situation, Chinese Entrepreneurs, service industries

I 서론

1. 연구배경

2013년 이후 중국 창업환경이 최적화되면서 전국적으로 창업 붐이 일고 있다. 현재 중국의 창업은 양극화되고 있다. 하나는, 인터넷·하이테크 업종은 정부 정책과 벤처의 지지와 성원을 받아, 급속한 발전을 하고 있고 심지어 거품 현상까지 나타나고 있다. 둘째, 전통 업종은 경쟁이 치열하고 투자수익률은 낮으며 자금 회전 시간이 길어서 전통 업종에 들어가려는 창업가들을 어렵게 만든다. 1) 세계 경제의 글로벌화 추세와 중국 시장의 경쟁이 갈수록 치열해지면서 중국 창업자는 해외 시장에 눈을 돌리고 일부 이전 창업자들이 해외 창업을 시도하고 해외 창업은 현재와 미래의 중요한 프로젝트가 되고 있다.

한중 경제무역 분야에서의 협력을 강화하고 심화시키기 위해 한중 양국은 2012년 5월 한중 FTA 협상을 개시했고, 2015년 11월 30일 한국 국회가 한중 FTA를 통과시키면서 한중 FTA가 성사되었다. 그래서 점점 더 많은 사람들이 한국을 선택하고 있으며 한국에 있는 중국인 창업자들도 매년 증가하고 있다. 부산시는 중국인 수가 서울시 다음으로 한국 2위에 올랐다. 부산출입국관리사무소의 통계에 따르면 2018년 12월까지 부산에서 거주하는 외국인인 59,872명으로 전체의 1.7%를 차지하였다. 이중에서 중국인은 10,426명이며, 한국 국적을 취득한 중국인은 4,409명이었다. 2) 부산시의 외국인 수는 좋은 상승기에 있고 부산시의 국제화는 점점 빨라지고 있어서

1) 周楷(2017). 中国公民海外创业现状研究. 经营与管理第3期.

2) 부산출입국관리사무소 <http://www.immigration.go.kr/immigration/index>.

중국인들에게 있어 부산에서의 창업 전망이 좋고 기회가 충분하다고 할 수 있다. 많은 업종 중에서, 서비스 산업은 일자리 창출이 높고 특별한 기술을 필요하지 않으며, 누구나 창업하기 쉽다는 등의 특징 때문에 많은 재한 중국인 창업자들의 선호업종이 되었다. 그들은 소규모 서비스 산업에서 출발하여 점점 더 성장하여 한국 시장에서 생기 넘치는 모습을 보여주고 있다.

2. 연구내용

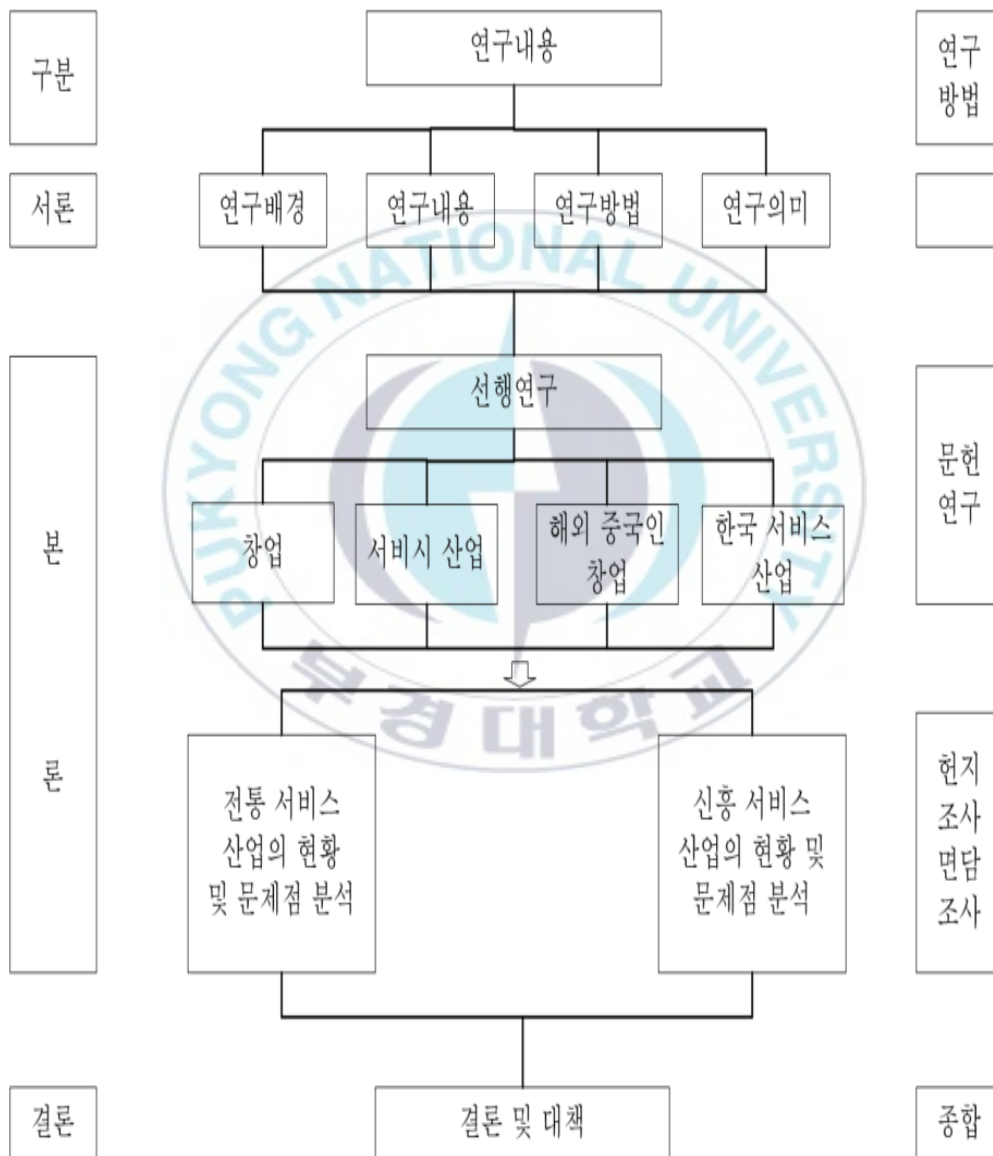
본 연구에서는 우선 문헌연구를 통해 창업, 서비스 산업 관련 개념을 설명하고 해외 중국인 창업자에 관한 선행연구를 정리하였다. 그 과정에서 한국에 있는 중국인의 창업에 대한 연구가 부족한 것으로 나타났다. 이후 부산시 직원 수가 15인 이하인 중국인 10명을 연구 대상으로 선정했다.

그리고 이것을 두 가지 유형으로 나누어 설명할 수 있다. 첫째, 전통 서비스업이다. 여기에는 음식, 마사지, 소매업이 포함된다. 두 번째는 신종 서비스업이다. 주로 전자통신과 인터넷 통신관련 산업으로 설명하고자 한다. 창업단계와 발전지속단계를 핵심으로 창업경력, 창업요인, 창업과정, 종업원, 경쟁, 오리엔테이션, 서비스와 정보를 주요내용으로 현장조사와 인터뷰를 진행하고 그 결과물을 분석하고자 한다.

마지막으로 결론부분에서 부산의 중국인 창업자, 창업현황을 개괄적으로 설명하고 부산의 중국인 창업의 애로사항과 개선점 및 정책적 지원 부분을 간략하게 논의하고자 한다.

본 연구는 부산의 중국인 창업자에 대해 처음으로 진행한 실증적 조사 연구로서 의미가 있다. 부산시의 중국인 소규모 서비스산업 창업자에 기초 자료를 제공할 수 있으며, 실천적으로 상관 산업에 종사할 계획이 있는 중국 창업자와 부산시 관련 정책제정들에게 새로운 정책시각과 기초자료를 제공할 수 있다는데 의미가 있다.

<그림 1>연구 분석틀



3. 연구방법

가. 연구대상 및 범위

본문의 연구 대상은 소규모 서비스 산업을 중심으로 부산시 중국인 창업자이다. 여기서 말하는 소규모 서비스 산업은 직원 15명 이하 서비스 산업이다. 중국인 창업자는 부산시에서 창업을 하고 있고 중국국적을 갖고 있는 중국인이다.

본 연구에서는 부산에서 소규모 서비스 산업을 하고 있는 중국인 창업자 10명을 대상으로 인터뷰를 실시했는데 직원 수가 적은 순서에 따라 그 규모를 다음과 같이 요약하였다.

<그림 2> 피면담자의 창업규모



연구자는 응답자 10명의 성별, 연령, 고향, 한국시간대, 창업유형, 창업
 황, 창업시장 등 기본적인 정보를 취합해 아래 표에 제시한다.

<표 1> 피면접자 리스트

	성별	연령	고향	내한 기간	창업 유형	창업 현황	창업 시장
강사장	남성	30	허남	8년	중국요리	분식점 (1곳)	1년
장사장	남성	35	랴오 닝	7년	중국요리	샤부샤부 점 (1곳)	2년
인사장	여성	46	지린	11년	마사지	마사지점 (3곳)	7년
리사장	여성	32	산둥	8년	소매	의류상점 (1곳)	4년
우사장	남성	28	산둥	6년	소매	마트 (1곳)	3년
강사장	남성	25	랴오 닝	5년	전자 통신	통신사 (1곳)	2년
풍사장	남성	24	산둥	3년	전자 통신	통신사 (1곳)	1년
조사장	여성	25	헤이 룽장	6년	전자상거 래	화장품 (1곳)	1년
류사장	남성	37	허남	9년	전자상거 래	화장품점 (1곳)	3년
왕사장	여성	26	헤이 룽장	3년	전자상거 래	화장품점 (1곳)	2년

이 같은 통계를 보면 10명의 창업자가 커버하는 서비스 산업 분야는 중국요리(2명), 마사지(1명), 소매(2명), 통신(2명), 점자상거래(3명) 등 5개 분야로 나타났다. 그중 6명은 남성이고 4명은 여성이다. 연령에 따라 30대 이하 창업가 5명, 30~40대 창업자 4명, 40대 이상 창업자 1명 있다. 고향을 보면 동북 3성 6명, 산둥성 2명, 허난성 2명이다. 내한 기간을 보면 10년 이상 된 사람은 1명뿐이고 5년 미만은 2명, 나머지는 5-10년이 많았다. 창업시장을 보면 가장 오래된 것은 7년, 가장 짧은 것은 1년에 3명으로 대부분 2-6년 정도가 많았다.



나. 연구방법

(1) 문헌연구

문헌의 수집, 정리, 연구를 통해 본 문서에서 검토한 창업, 창업의 판단과 서비스 산업 관련 개념을 정의한다. 동시에 다른 나라의 중국인 창업자 현황에 관한 선행연구를 수집하여, 후속 조사와 연구를 위한 전기이론의 기초를 마련한다.

(2) 현지조사

부산시 소규모 서비스 산업에서 중국인 창업자 10명에 대한 인터뷰 조사와 함께 필자도 직접 현지 방문 조사를 통하여 이들의 창업 현황을 객관적인 시각으로 수집하고 분석한다.

(3) 면담조사

면담조사 내용은 크게 두 부분으로 나뉘는데, 첫 번째는 창업 단계로 응답자들의 창업 경력, 창업 요인, 창업 과정 세 가지를 분석한다. 두 번째는 발전지속단계이다. 직원, 오리엔테이션, 경쟁, 서비스와 정보, 다섯 부분을 핵심으로 분석한다. 면담조사를 할 때는 꼼꼼히 기록하고 녹음한다. 그 후에 면담조사로 수집한 자료를 꼼꼼히 정리한다.

<표 2> 면담조사의 구성

단계	대응 범주	구체 내용
창업단계	경력	횟수 ; 시간 ; 장소 ; 업종
	요인	동기 ; 업계 선택
	과정	시장 고찰 ; 자금원 ; 전기 준비
발전지속단계	직원	교육 ; 보험 ; 근무시간 ; 휴일 ; 복지
	오리엔테이션	고객층 ; 가격
	경쟁	현황 ; 방식
	서비스	복장 ; 영업시간 ; 환경과 위생 ; 기타 서비스 ; 지불 수단
	정보	고객 의견 ; 홍보

4. 연구의미

가. 이론적 의미

창업은 현재 전 세계적인 화제 중 하나가 되었고, 글로벌 경제가 발전하면서 많은 중국인들이 해외로 나가서 세계 각지로 흩어져서, 해외 상업 활동을 하며 자신의 산업을 창출해내고 있다. 문헌연구를 통하여 미국, 이탈리아, 인도네시아 등에서 중국인 창업자들에 대한 연구는 일부 있었지만, 한국에 있는 중국인 창업자들에 대한 연구는 거의 전무하다. 한국은 본국 창업자에 대한 연구는 많이 있지만 외국인 창업에 대한 연구는 부족해서 연구 가치가 높다. 중국 국민의 해외 창업 과제는 차후에 비교적 인기 있는 연구 과제 중 하나가 될 것이다. 연구에서는 한 국가의 창업자 데이터와 해당 국가의 창업 정보를 중점적으로 수집해야 할 것이다.

다. 실천적 의미

본 연구를 통하여 부산에 있는 중국인 창업의 현황을 보완하여 한국 시장 개척을 지향하는 중국인 해외 창업자들에게 이론적인 지지와 실제로 활용할 수 있는 조언 및 경험을 제공하고 창업 성공률을 높이도록 한다. 한중 양국의 경제가 대대적으로 발전하고 적극적으로 협력하고 있는 오늘날, 특히 동북아 자유무역지대를 구축하고 있는 역사적 시점에 재한 중국인들은 한중간의 다양한 분야의 교류와 상호 이해에서 다른 사람이 대체하기 어려운 역할을 할 것이다. 한국의 완화정책에 따라 재한 중국인 창업자의 미래발전은 새로운 모습을 드러낼 것이다.

II, 선행연구

1. 개념

가. 창업

창업이라는 단어는 프랑스에 처음 등장했다. 15세기 한 프랑스어 사전에 “Entrepredre” 라고 수록되어 있고 “부담스러운” 이라는 의미이다. 1730년 프랑스 경제학자(Richard Cantilon)는 그의 책에서는 창업을 비즈니스 활동에서 위험을 감수하는 경영자나 조직으로 정의한다. 3)창업은 중국어 사전에서 창립 사업이라고 설명한다. 4)창업이란 개인이 자신의 지식, 인맥, 자원, 창업 소질 등의 능력을 가지고 상업을 영위하는 것이다. 이러한 상업 경영 활동은 개인적 선택과 모험 정신을 뚜렷하게 가지고 있으며, 개인의 이상과 인생의 목표를 최대화 시킬 수 있는 사회활동이다. 옥스퍼드 사전에서 “entrepreneurship” 는 명사로서 창업, 창업자, 창업 정신과 능력 등 가리킨다. 5) 즉 근면한 노동으로 기업을 창조한다는 뜻이다. Howard. H. Steven는 자기 회사를 소유하고 있는 성공적인 창업자이다. 그는 창업은 관리방식의 일종으로 기회 파악 능력이며, 창업자가 자신이 가진 자원의 많고 적음과는 무관하다고 주장하였다. 하버드 경영대학원과 미국의 버

3) 冯帆(2106). 大学生创业者的社会支持对幸福感的研究影响[D]. 硕士学位论文.

4) 『现代汉语词典 (第六版)』. 北京:商务印书馆. 2012

5) 『牛津英汉高阶词典 (第七版)』. 北京:商务印书馆. 2009

선 학원에서 제시된 창업 개념은 현재 학계에서 보편적인 인정을 받고 있다. 그 개념들은 모두 창업을 사람들이 기존의 사회적 자원을 결합하여 기존의 조건하에서 기회를 쫓고 일부분 효과적인 수단을 통하여 자신과 사회를 위한 가치를 창출하는 과정으로 여긴다.

창업을 어떻게 판단하는가? 우선 경제조직은 창업의 객관적 지향이며 창업의 내용과 목표를 담고 있다. 필요한 경제조직이 부족하다는 것은 그만큼 체계적인 제도도 부족하고 지향 대상도 없다는 뜻이다. 창업과 경제조직 간의 연관기반은 경제조직의 체계적인 기능이다. 둘째는 경제조직의 소유권 파악이다. 명확한 재산권의 경계 아래 경제조직의 소유권과 경영권을 장악하는 것은 자기 몫을 챙기는 것이기도 하다. 직원들은 중요한 소유권이 없어 경제조직에서 높은 위치에 있고, 예를 들어 한 경제조직의 고층 관리자, 경영권이 있더라도 창업으로 간주되지 않는다. 이것은 단지 의사결정을 추구할 권리뿐만 아니라 사실상 생산 자료의 소유권 역시 창업여부를 판단하는 중요한 기준이 된다는 것을 의미한다. 마지막으로, 경제조직이 경제적 효력을 발생시킬 수 있는지의 여부이다. 경제실천에서는 창업동일성과 경제적 효력 간의 정적인 상관관계가 나타나 경제적 효력이 발생하게 된다. 경제 행동 주체가 구체적인 경제 조직 지향을 가지고 있다는 것은, 실질적인 노동 일자리가 있음을 나타낸다. 경제 조직의 소유권을 갖는 것은 경제 조직 속의 직원과는 다르다. 경제적 효력은 창업의 특질을 더욱 확고히 하고 창업의 형태도 다르게 구분한다.⁶⁾

본 연구에서 가리키는 창업에는 두 가지 내용이 포함되어 있다. 하나는 위의 창업의 기본 요건을 충족시키는 것이다. 즉 경제 조직이 존재하고 경제조직의 소유권과 경영권을 보유하고 있고, 경제 조직이 경제 효력을 낳는 것이다. 둘째는 창조와 경영 과정에서 혁신과 창조의 행위가 생긴 것이다.

6) 陈文超(2018).进城经商是创业吗?-基于进城经商经验的分析.江汉大学学报(社会科学版).第36卷第4期.

나. 서비스산업

과학 기술의 계속적인 진보로 노동 생산이 향상되었고 사회 분업이 더 세분화되고 전문화된 정도가 향상되었다. 서비스 산업은 점차적으로 사회 생산과 생활에서 분리되어 독립된 업계 부분을 형성하여 제3의 산업이라고 칭해왔다.⁷⁾ 이 개념은 영국 경제학자 A. G. B. Fisher부터 유래되었다. 서비스 산업은 상품 생산과 교환에 따라 나타나는 비즈니스 형태이다. 처음에는 사람들의 기본적인 생활상의 필요를 해결하기 위해, 예를 들면 음식, 숙박, 출장 등, 인류 사회의 끊임없는 진보와 경제의 빠른 발전으로 서비스 산업의 업그레이드는 점점 더 풍부해지고 다양화되고 있으면서 외식, 여관, 교통 등의 서비스 산업이 생겨났다.

서비스 산업의 개념은 국외에서 매우 논란이 되고 있으며, 학자마다 그 분류 방법과 이해도 다르다. 전체적으로 서비스 산업에는 크게 두 가지 구분 방법이 있다.⁸⁾ 첫째, 서비스 대상별로 구분하여 생활 성 서비스 산업, 생산성 서비스 산업 및 공익적 서비스 산업으로 나눌 수 있다. 생활 성 서비스 산업에는 소비 분야, 문화 산업, 관광업, 부동산업 등이 포함된다. 생산성 서비스 산업에는 금융 서비스 산업, 교통 운수업, 현대 물류 산업, 전자상거래 등이 포함된다. 공익적 서비스 산업은 주로 위생 교육 등을 말한다. 둘째, 서비스 산업 내 업종에 따른 아침저녁으로 전통 서비스 산업과 현대 서비스 산업으로 나뉜다. 전통 서비스 산업은 오랜 역사를 가지고 있는데, 그것은 사람들에게 일상생활에서 필요한 것을 제공하는 서비스 산업이며, 일반적으로 노동밀집적인 특징을 가지고 있다.⁹⁾ 현대 서비스 산

7) Ronald Aylmer Fisher (1935) .<The Conflict between Progress and Security>

8) Grubel(1989).Herbert G. and Michael A Walker. Service Industry Growth-Causes and Effects, Vancouver : The Fraser Institute.

9) 李珠峰(2004). 中国服务业吸引国际直接投资分析[J]. 世界经济研究.

업은 정보 기술 발전에 따라 생긴다. 그것의 발전은 사회의 경제 발전에서 비롯되었고, 그것은 전통 서비스 산업에 따라 나타났으며, 음식, 숙박과 같은 전통 서비스 산업과는 다르다. 구체적으로는 현재 정보기술을 뒷받침하여 새로운 서비스 산업을 만드는 것을 말한다. 현대 서비스 산업은 좋은 아이디어 중심적인 특성을 갖고 있기 때문에 빠른 경제성장을 이룰 수 있다.

본 연구에서는 서비스 산업 분류의 제 2의 방법 데이터 획득 가능성을 감안하여 방문 5개 업종을 전통적인 서비스업(음식, 마사지, 소매)과 현대적인 정보기술 발전에 따른 신흥 서비스업(통신과 인터넷)으로 분류한다.

2. 해외 중국인 창업현황의 대한 연구

21세기 이래 새로운 이민, 특히 투자이민의 급속한 증가로, 많은 중국인 창업자들이 북미, 유럽, 호주 등지에서 쏟아져 나오고 있다. 세계 중국인 창업자들은 새로운 분포 구조를 나타내며, 집단별로 분포구조의 특징이 뚜렷하다. 중국 학계에서는 세계 각 지역의 중국 창업자들의 특성을 심층적으로 연구하고 있다. 李其荣은 아프리카 중국인 창업자들이 주로 소규모 상인들이 많고 도소매업도 많이 한다고 생각한다.¹⁰⁾ 林联华는 미국의 중국인 기업은 중소형 기업이 다수이며 외식 전문과학 기술서비스업에 투자 업종이 집중되고 있다고 본다.¹¹⁾ 李仁方、陈文君의 연구에 따르면, 2000년대 들어 칠레 중국인 창업자 중 푸젠(福建)저장(浙江)강쑤(江苏)상하이(上海)베이징(北京) 등에서 신 화상의 성장이 급속히 진행되어 최근 몇 년간

10) 李其荣(2013). 在夹缝中求生存和拓展-非洲华商发展的特点及原因. 广东社会科学.

11) 林联华(2010). 美国华商现况探析. 亚太经济.

중국 상업 경영 범위가 다각화되고 있다. 12)于涛는 조사를 통해, 러시아 창업자의 새로운 이민자들은 비교적 강한 다국적 유동성을 가지고 있다는 것이 밝혀졌다. 13)

해외 중국인 창업자에 대한 분류 세부 연구가 가장 집중된 지역은 동남아 시장이다. 2013년부터 인도네시아에 있는 중국인들의 창업은 고속 발전 단계에 들어갔다. 국내 다수의 업종이 포화상태에 들어갔지만 인도네시아는 2억 5천만 명의 인구를 보유하고 있는 시장이며, 미디어의 대대적인 홍보에 힘입어서 점점 더 많은 중국인 창업자들이 인도네시아로 가서 창업을 하고 인도네시아 시장 진출을 시도하고 있다. 인도네시아에서 창업하고 있는 중국인들은, 주로 푸젠성(福建省)과 저장성(浙江省)의 두 성이 주를 이루고 있다. 다음으로는 광둥성(广东省)과 동북 3성(东北三省)이다. 14) 현재 인도네시아에서 중국인의 창업은 중국요리점, 상품무역, 광산자원 투자 등 3대 분야에 집중되어 있다. 특히 중국음식점은 인도네시아에서 중국인 창업분야가 역사가 오래되었다. 인도네시아는 거대한 중국계 사회 집단을 보유하고 있어서 오늘날에 이르기까지 다양한 메뉴가 존재되어 고급부터 중저급에 이르는 소비 수준을 커버하고 있다. 인도네시아를 여행하고 그 곳에서 일하는 중국인이 늘면서 인도네시아중국요리 산업에 종사하는 중국인의 숫자는 더 늘어날 전망이다. 상품무역도 인도네시아에서 중국인의 주요 창업사업 중 하나이다. 중국 제품은 인도네시아에서 큰 강점을 가지고 있어 많은 중국인들이 인도네시아에 기업 창업, 점포와 점포 개설, 중국에서 상품을 수입하고 인도네시아에서 판매한다. 광물 자원 투자역시 중국인들이 일본, 한국 뒤에 인도네시아 시장을 진출한 주요 자본이다. 현재는 일본과 한국을 넘어서고 인도네시아 광산 자원 투자 자본의 주요 수입국이 되었다. 위의 3개 주요 업종을 제외하면 중국 창업자들

12) 李仁方、陈文君(2015). 智利华商生存与发展境况. 拉丁美洲研究第6期.

13) 于涛(2016). 移民网络本土化适应与俄罗斯华商新移民-基于莫斯科的实地分析. 华侨华人历史研究第4期.

14) 周楷(2016). 关于中国中小企业在印尼投资行为的研究[J]. 生产力研究. 2016.

도 최근 몇 년 사이 인도네시아의 하이테크 산업, 관광업, 서비스 산업, 금융업 등 경제 분야에 진출하기 시작했지만 아직 큰 영향력과 규모의 효과는 나타나지 않고 있다.

중국 창업자들은 동남아 시장 외에도 유럽 미국 지역에서도 생기가 넘친다. 이 가운데 가장 주목받는 것은 원저우(温州) 창업자들이다. 뉴욕 맨허튼에서 원저우 사람들은 매주 200개의 컨테이너 주파수로 수입무역에 종사하고 있으며 국내에서 만든 가방과 의류, 각종 백화점을 미국 전역의 중간상인과 소매상들에게 신속하게 도매로 판매한다. 15) 뉴욕에서는 원저우 사람들이 운영하는 대형 아시아 슈퍼마켓과 호텔이 하이라이트이며 이는 주변 도시의 많은 아시아계 인구의 소비 수요에 크게 좌우된다. 이에 비해 이탈리아에서 영업하는 슈퍼마켓의 수량과 규모는 훨씬 작고, 서비스 대상도 원저우인 위주의 현지 주민에 국한되어 이탈리아의 경기침체와 상대적으로 관대한 경제정책이 원저우 신 이민자들에게 제조업 진출 기회를 제공하고 있다. 16) 플라토에서 원저우 상인은 현지 수공업 전통을 이어받아 점차 의류 산업과 의류 가죽 가공 제조업에 진출하고 있으며, 이들은 하락해가는 의류와 가죽 가공 공업을 다시 활성화하고 있다. 그리고 패스트패션으로 변신해 자신의 패션 브랜드를 개척하고, 대형 의류 도매시장도 열었다. 플라토 인근 타운에서 가공기술이 발달한 기업들이 글로벌 브랜드의 제품 생산을 직접 도급받고 있다. 17) 그들은 로마의 지리적, 상업적 이점을 이용하여 수출입 무역과 산업 내 무역을 적극적으로 전개하였고 피렌체와 나폴리에서 다양한 형태의 상품 무역 활동을 발전시켰다.

15) 韩杰(2007). 《创造奇迹的温州人系列报道》. 《世界周刊》5月-6月.

16) 郑海华. 《2009 年内外温州人互动大事记》. 《温州日报》. 2010年2月22日.

17) 张一力 (2009). 海外温州商人创业模式研究-基于32个样本的观察. 华人华侨历史研究. 2010年9月第三期

3. 한국 서비스산업에 대한 연구

한국 서비스업이 GDP 및 취업자에서 차지하는 비중은 높은 수준이다. 한국 GDP에서 서비스업이 차지하는 비중은 60%에 근접한다. 한국 GDP에서 서비스업이 차지하는 비중은 2004년 58.5%, 2008년 61.2%에서 2014년 59.4%로 60% 미만을 기록한다. 제조업이 차지하는 비중은 2008년 28.6%에서 2014년 30.3%로 상승한다. 한국 취업자 수에서 서비스업이 차지하는 비중은 금융위기 이후 지속적으로 상승하여 70%에 근접한 수준이다. 한국 취업자 수에서 서비스업이 차지하는 비중은 2004년 64.1%, 2008년 66.9%에서 2014년 69.2%로 지속적으로 상승한다. 한편, 서비스업 노동생산지수는 2010년 100에서 2014년 98.6로 하락세인 추세이다. 하지만, 한국 GDP 대비 서비스업 비중(60% 내외)은 G7 선진국의 서비스업 비중 70% 내외에 비해 여전히 낮은 수준이다. 이에 서비스업 개별 업종의 수요·공급 현황 점검을 통해 서비스업 발전 방안과 성장 잠재력 제고를 위한 정책적 시사점을 도출한다.

한국 경제에서 서비스업이 차지하는 비중이 높으나 내부 업종별로는 생산성 및 고용 비중 측면의 특징에서 차이가 큰 상황이다. 지식기반서비스업은 상대적으로 높은 생산성을 보이나 고용 비중은 낮다. 지식기반서비스업: 정보통신, 금융·보험, 사업서비스, 교육, 보건·사회복지, 문화·기타. 소비자 및 유통 서비스가 낮은 생산성과 높은 고용 비중의 특성을 보인다. 반면, 생산자 서비스는 높은 생산성과 낮은 고용 비중으로 나타난다. 소비자서비스는 음식·숙박업, 유통서비스는 도소매, 운수·보관업을 의미한다. 생산자서비스는 부동산·임대업을 말한다.

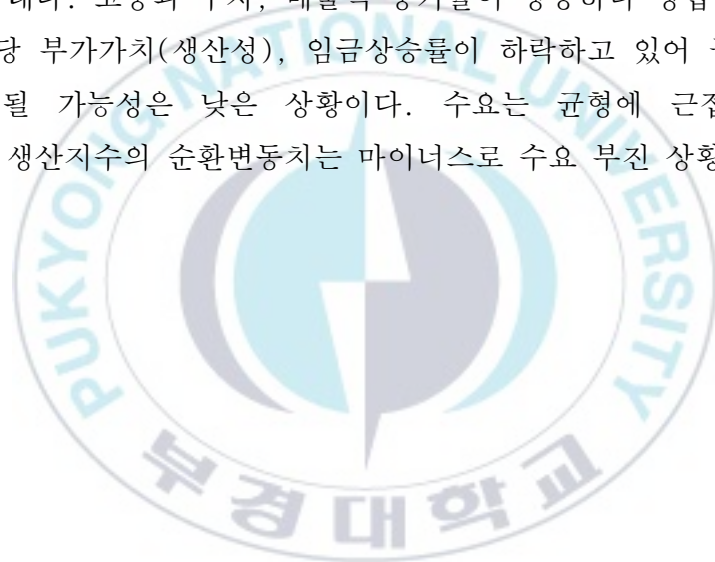
한국 서비스업종의 공급 측면과 수요 측면 현황을 판단 지표를 이용하여 측정한다. 공급 측면: 공급 규모와 능력 변화와 함께 이에 대응되는 수

익성과 생산성 지표를 함께 측정한다. 물량 측면에서 공급 규모(매출, GDP)와 공급 능력(고용, 투자)을 측정하고 가격 측면에서 각각의 항목에 해당하는 영업이익, 가격, 임금, 1인당 부가가치 항목을 표시한다. 수요 측면: 서비스 업종별 생산지수의 순환변동치(생산지수 실적치 - 생산지수의 추세치)의 증감을 서비스 업종별 ‘수요 양호’ 혹은 ‘수요 부족’ 상황으로 추정한다.¹⁸⁾

정보통신업의 고용과 투자(공급능력)가 증가세이고 영업이익률(수익성)도 아직 높은 수준이다. 수요측면에서 생산지수의 순환변동치가 2012년 0.9p에서 2014년 0.2p로 호조 상황(플러스)을 유지하고 있다. 사업서비스업의 투자가 증가하고 있고 1인당 부가가치도 증가하고 있어 성장세가 지속 될 가능성 크다. 수요를 나타내는 생산지수의 순환변동치가 2014년 0.8p로 진입하여 수요 호조를 나타낸다. 보건복지업의 고용이 확충되었으나 임금과 1인당 부가가치가 다소 하락한 것을 고려 할 때 공급능력이 크게 개선되지 않을 것으로 판단된다. 생산지수의 순환변동치는 2001년 1.5p에서 2014년 1.2p로 수요 호조 상황이다. 공급은 과잉 상태이고 수요는 부진 상황에 있는 업종이다. 금융보험업의 실질 GDP 성장률(성장성)과 1인당 부가가치(생산성), 고용과 투자(공급능력) 등 공급부문이 하락했다. 수요부문에서 생산지수의 순환변동치는 2013년 이 후 마이너스로 수요 부족 상황을 나타내고 있다. 교육서비스업의 실질 GDP 성장률, 고용과 투자, 영업이익률 등 공급측 요인이 하락 했다. 수요를 나타내는 생산지수의 순환변동치는 2011년 1.0p에서 2014년 -0.4p로 하락하여 수요부진상황으로 진입했다. 도매·소매업의 고용과 투자, 매출액 증가율과 실질 GDP 성장률이 상승하나 영업 이익률과 1인당 부가가치가 하락하고 있어 공급능력 증대는 제한될 것이다. 생산지수의 순환변동치는 2011년 3.1p에서 2014년 -1.8p로 하락하여 수요 부족 상황에 진입 했다. 부동산·임대업의 매출액 증가율과 실질 GDP 성장률, 고용과 투자, 영업이익률 등 공급측 요인이 하락한다.

18) McCafferty, Ian(2014), "The UK Productivity Puzzle - A Sectoral Perspective", Speech, Market News, London, Bank of England, 19 June 2014.

생산지수의 순환변동치는 2012년 -10.2p에서 2014년 -1.4p로 수요 부진 상황을 지속하고 있다. 문화·기타서비스업의 매출액 증가율과 실질 GDP 성장률, 고용과 투자, 영업이익률, 임금상승률 등 공급측 요인이 하락했다. 생산지수의 순환변동치는 2012년 2.3p에서 2014년 -1.4p로 수요 부족 상황으로 진입했다. 운수 및 보관업의 수요는 부진하나 공급이 양호한 상태이다. 고용이 증가하나 투자가 크게 감소하여 공급 능력이 크게 개선되지 않을 것이다. 생산지수의 순환변동치는 2011년 3.0p에서 2014년 -1.0p로 하락하며 수요 부족 상황에 진입했다. 음식·숙박업의 수요는 양호하나 공급 과잉 상태다. 고용과 투자, 매출액 증가율이 상승하나 영업이익률(수익성)과 1인당 부가가치(생산성), 임금상승률이 하락하고 있어 공급 능력이 크게 개선될 가능성은 낮은 상황이다. 수요는 균형에 근접하나 2011년~2013년 생산지수의 순환변동치는 마이너스로 수요 부진 상황이다.¹⁹⁾



19) 현대경제연구원, 국내 서비스업 수급 현황과 시사점, 통권649호, 2016

Ⅲ, 전통서비스산업 현황 및 문제점 분석

전통 서비스산업은 사람들에게 일상생활에서 필요한 것을 제공하는 서비스 산업이며, 대부분은 오랜 역사를 가지고 있고 예를 들어, 요식산업, 마사지산업, 소매산업 등재한 중국인 창업자에게 있어 주요 창업 방향이 된다. 전통 서비스산업의 특징은 노동밀집적이라서 취업자들이 기술이나 지식이 많이 필요 없고, 기본 수요를 충족시키는 서비스라는 점이다. 사회의 부단한 발전, 경제수준의 부단한 향상, 소비자들의 서비스의식 향상, 전통적인 서비스업계의 발전 문제 등이 전통적인 서비스 기업의 발전에 도전하고 있다. 전통 서비스산업은 갈수록 치열해지는 시장경쟁 환경에서 자리를 잡으려면 변신이 필수이고 서비스에 대한 요구도 높아지고 있다. 시대와 사회가 빠르게 성장하면서 전통 서비스산업은 여러 측면에서 새로운 특징을 보여주고 있다.

이 장의 주요 연구 내용은 부산시의 전통 서비스 산업에서 중국인 창업자들의 창업 현황이 어떤 것인지, 어떤 새로운 특징을 보여주고 있는지에 관한 것이다. 연구자가 뽑은 것은 전통서비스 산업 중 중국요리, 마사지, 소매업 3개 업종이며, 현지 방문과 창업자에게 면담조사를 통해 창업자들의 창업단계를 먼저 간단히 분석한 뒤 문헌연구와 사례연구를 통해 이들 3개 업종의 발전 현황 및 존재하는 문제점을 분석한다.

1. 중국요리산업

중국요리가 한국에 유입된 시기는 1800년대 말에서 1900년대 초반에 중국요리가 한국에 들어오면서 청요리집이라고 불렸다.²⁰⁾ 청나라 시절 때

중국에서 한국으로 이주 해온 화교는 인천을 통해서 들어왔고, 이주해온 사람들이 대부분 노동자, 상인이었고, 상인 중에서도 비단점을 운영하는 상인과 음식점을 운영하는 상인이었다.²¹⁾ 그래서 인천에 이주 해온 노동자를 위한 음식점이 생겨났으며, 대부분 중국식 만두나 면류 위주로 음식점을 운영하였다.

한국에 중국요리는 대부분 산동요리가 모태이고 큰 틀로 했을 때는 북경 요리라고도 칭하며, 처음에 중국요리는 중국에서 조리를 했던 전문가들이 왔고, 전문가들이 갖고 있던 기술을 가지고 한국에 시작하였다. 중국요리가 본격적으로 변화된 시기는 대한민국 건국 후이다. 많은 조리사들이 일본으로 중국요리를 배우러 갔고, 또한 시대에 따라서 중국요리의 매우 복잡한 조리법, 그리고 사용되는 식재료도 매우 광범위하여 한국에서는 그런 여건들이 다 맞지 않았다.²²⁾ 그러나 점차 호텔들이 생겨나면서 호텔 중식당에 홍콩이나 세계 각지에 있는 요리사들이 한국에 진출하면서 점차 한국에 없던 광동식이라든가 그런 조리법이 한국에 많이 들어오고, 한국에 있는 요리사들도 외국에 나가 연수받으면서 고급식당에 중국요리는 세계에서 먹을 수 있는 비슷한 수준이 되었다.²³⁾

그러나 대중적인 한국 중국요리의 주요 고객층은 한국 사람이기 때문에 한국사람 입맛에 맞춰 연구와 개발을 거쳐 점차 한국사람에게 맞게끔 요리가 변화하기 시작했다. 그러면서 점차 현재의 식자재에 맞고 또한 한국사람 입맛에 맞게끔 조리한 오늘날의 한국중국요리가 형성된 것으로 보인다.²⁴⁾

20) 이무형(2009), 중국음식의 시대별 변천사에 관한 연구, 경기대학교 대학원 석사학위논문.

21) 진가휘(2014). 한국 중국요리의 유입시기와 형성과정에 대한 연구. 석사학의 논문.

22) 秦裕光, 旅韓六十年見聞錄-韓國華僑史話, 臺北中華民國韓國研究學會, 民國72年.

23) 김충환(2010). 중국4대 지역요리 비교연구 및 메뉴개발방안:서울지역 1급 호텔

24) 최송 산(2010). 프로를 위한 중국요리, 도서출판 효일.

전통 중국요리는 한국에서 유구 역사가 가지고 있고 현재까지도 한국에서 인기가 많다. 그러나 사회의 진보와 문화와 경제의 글로벌화가 급속히 진행되면서 전통 중국요리는 제품 종류, 제품의 맛 등 여러 가지 방면에서 한국의 급속한 요식시장을 충족시키지 못하여서 신흥 중국요리가 늘고 있다. 한국의 중국요리는 현재 한국에서 유학을 가거나 일하는 중국인과 중국 음식을 사랑하는 한국인 등 두 부류의 고객을 상대하고 있다. 시장의 요구에 부합하기 위해서 한국의 중국요리점들은 전통적인 특색에 기초하여 많은 새로운 특징들을 보여준다. 그렇다면 신흥 중국요리점은 한국 시장의 발전 과정 중 어떤 특징을 보여주었을까? 그들 자신에게는 또 어떤 문제가 있을까? 본 소절에는 중국요리의 대표 두 명을 선정하여 중국요리의 발전 배경을 분석해 부산시 중국인 창업자의 신흥 중국요리의 현황, 특성과 발전 과정에서의 문제점을 짚어본다.

가. 면담조사 대상의 창업단계 분석

연구자는 부산에 있는 두 명 중국인 창업자를 중심으로 면담조사를 하였다. 강사장, 남성, 30세, 고향 허남성(河南省), 내한 기간 8년, 창업기간 2년, 창업 경력 2번 있다. 강사장은 현재 세 번째 창업을 하고 있는 소규모 음식점을 운영하고 있다. 처음엔 중국에서 화장품을 하고 두 번째는 부산에서 중국요리점을 했다가 장소 문제로 끝났다. 장사장, 남성, 35세 고향 랴오닝성(辽宁省), 내한시간 7년, 창업기간 2년, 직원 7명이 있는 샤프샤프 가게를 운영하고 있다. 유형별로는 두 창업자가 서로 다른 두 부류에 속한다. 강사장은 현재 대학원에 재학 중이며 책을 읽으면서 창업하는 편이다. 재한 중국인 창업자 중에는 이 유형의 창업자가 많다. 샤브샤브의 장사장은 한국에서 유학하지 않고 중국에서 직접 한국으로 왔다. 일단 한국에서 일정 기간 아르바이트를 한 후에 주로 창업을 한다. 두 응답자의 창업 동기가 모두 생활 스트레스가 큰 만큼 창업을 통해 경제적 부담을 덜어주고

싶다고 답한다. 특히 강사장의 생활 스트레스는 유학생생활에서 비롯된 만큼 창업을 통해 자신이 유학을 마칠 수 있도록 도와주겠다는 것이다. 장사장의 창업 동기도 생활 스트레스에서 비롯되지만 강사장과 달리 스트레스는 육아에서 나온다. 중국요리를 선택한 이유에 대해 두 응답자는 중국요리를 하는 사람이 많고 한국에서 인기가 높아 유행을 따라가기 때문이라고 답했다. 이것으로 알 수 있듯이, 두 창업자는 업종에 대한 독립적 사고가 부족했고 업종의 비전과 적성 등을 고려하지 않고 추세를 그대로 따랐다.

나. 중국요리업의 현황 및 특징

(1) 제품 종류 다양화

재한 전통 중국요리점이 대부분 중국식 만두나 짜장면 짬뽕과 같은 면류 위주로 음식점을 하였다. 한국에서 중국요리는 대부분 산둥요리가 모태이고 큰 틀로 했을 때는 북경요리라고도 칭한다. 그 후 점차 호텔들이 생겨나면서 호텔 중식당에 홍콩이나 세계 각지에 있는 요리사들이 한국에 진출하면서 점차 한국에 없던 광둥식이라든가 그런 조리법이 한국에 많이 들어오게 되었다. 한국에 있는 요리사들 역시 외국에 나가 연수받으면서 중국요리는 세계 고급식당에서 먹을 수 있는 비슷한 수준이 되었다.

중국문화의 확산과 정보의 빠른 유통으로 재한 중국요리의 제품 종류는 자장면 짬뽕 탕수육 등 몇 가지에 국한되지 않고, 조리방식도 산둥요리와 베이징요리, 광둥요리에 얽매이지 않게 됐다. 중국 각지의 음식문화가 빠르게 전파돼 한국인의 사랑을 받고 있다. 조사연구를 통해 현재 재한 중국요리의 종류가 매우 다양하다는 것을 발견했다. 전통을 계승한 재한 중국요리의 북쪽 요리계 외에도 사천요리 등 많은 다른 요리들이 전해져 현재 중국시장의 유행에 맞게 더욱 다양해지고 있다. 부산 거리 곳곳에는 마라탕, 양꼬치, 샤브샤브, 등을 볼 수 있다. 본 소절의 연구대상이 강사장과

장사장이 대표적인 대표로서, 이들은 음식점과 샤브샤브 가게를 운영하고 있다. 다양한 중국요리가 등장하면서 중국의 다양한 음식문화가 한국에 들어오고 중국 음식문화에 대한 이해를 촉진하고 있다.

(2) 입맛은 "부산 "

중국요리가 본격적으로 변화된 시기는 대한민국 건국 후로, 이 때 많은 조리사들이 일본으로 중국요리를 배우러 갔다. 또한 시대에 따라서 중국요리의 상당히 복잡한 조리법, 그리고 사용되는 식재료도 상당히 광범위하고 한국에서는 그런 여건들이 다 맞지 않았다.

현 단계의 재한 중국요리의 종류와 스타일은 시대에 따라 다양해지고 있지만 이들이 오는 것은 결코 변함없는 상투적인 것이 아니다. 한국인의 인기와 사랑을 한 몸에 받는 것도 새로운 메뉴가 현지 입맛과 미에 맞아떨어지기 때문이다. 샤브샤브로 예를 들면 장사장은 부산 현지인 입맛에 맞도록 냄비 밑을 개량했다.

장사장 : “샤브샤브에 대해 가장 중요한 것은 조미료이기 때문에 저는 이 창업하기 전에 먼저 샤브샤브의 조미료를 한 번 연구했다. 주로 연구한 것은 어떻게 부산 현지인 입맛에 맞는지였습니다. 부산에서 운영하여 중국 손님이 한정되어 있기 때문에 계속 운영하려면 반드시 부산 현지인의 입맛에 맞아야하기 때문이었죠.” 25)

재한 중국요리저의 손님들이 재한 중국인보다는 한국 토종 손님이 더 많고 부산지역에서 생존하고 발전하려면 부산인의 입맛에서 음식을 개량해야 한다. 그래야 고객을 더 많이 유치해 수익을 극대화할 수 있기 때문에 재한 중국인들은 거대한 집단이지만 수많은 중국집과 한식당을 앞에 두고 중국인도 다양한 선택을 할 수 있다. 이렇게 되면 중국요리의 시장용량이 상한가를 칠 때 항상 손님이 없어서 경영난에 빠지기 일쑤인데, 한국 본토

25) 연구자 인터뷰 자료

인은 이 난국을 타개하는 좋은 길이다. 그래서 중국요리점이 특색이 있는 입맛이나 장식 스타일로 한국 본토의 더 많은 외식고객을 끌어들이는 것이 필수이다.

(3) 현대화 정보 기술 활용

현대정보기술의 발전과 응용에 따라 전통적인 중국요리점에 비해 오늘날의 재한 중국요리점은 서비스 측면에서 시대와 함께 발전하는 현대정보기술을 더 많이 사용하고 있다. 중국의 지불방식은 전통적인 현금거래에서 인터넷 지불로 바뀌고 있으며 휴대전화로 더 많이 지불하고 있는데 한국의 지불 방식은 중국과 큰 차이가 있다. 한국인들은 일반적으로 카드와 현금으로 많이 지불하고 식당에서도 그렇다. 따라서 오늘날의 재한 중국음식점은 지불수단으로는 한국인의 현금과 카드 결제 방식 외에 중국에서 가장 유행하는 두 가지 지불 방식 wechatpay와 Alipay를 겸하고 있어 이것으로 한국인과 중국인의 다른 지불 요구를 충족시킬 수 있다. 현대 정보기술의 응용은 지불수단에만 국한되지 않고, 강사장의 가게는 온라인 주문도 지원한다고 말했다.

강사장: “한국 손님은 대부분 현금이나 카드 결제가 많고 카카오페이도 있어 중국 손님은 Alipay와 wechatpay으로 지불하는 것을 선호합니다. 이렇게 하면 중국 고객들의 지불 편의를 제공할 뿐 아니라 중국 고객들의 소비욕구를 높일 수 있습니다. 인터넷 주문 방식도 한국인들이 선호하기 때문에 저는 한국에서 유행하는 앱에 등록하고 손님들의 인터넷 주문을 지원합니다.”²⁶⁾

지불수단과 인터넷 주문 이외에도 현대 정보화의 활용은 홍보수단에도 나타나 있다. 전통적 재한 중국요리점들은 발달된 인터넷 요건이 없었기 때문에 전단지, 간판 등에 의존해 홍보를 했다. 그러나 현재의 중국요리점

26) 연구자 인터뷰 자료

은 인터넷 정보의 신속성과 광범위성의 특징을 잘 활용하고 있으며, 여러 가지 앱을 활용해 홍보를 하고 있다. 편리하고 시간을 절약할 수 있을 뿐만 아니라 대중의 수용률을 높여 더 많은 사람들이 그들을 알 수 있게 해준다. 지역의 제한을 풀고 발전에 더 넓은 공간을 갖도록 한다.

다. 문제점

(1) 직원 관리 방식이 올바르지 않음

마츠시타 : “경영은 사람을 중심으로 운영하는 것이며, 조직의 중요함에도 불구하고 이것은 부차적이며 무엇보다도 사람을 중심으로 생각을 가져야 한다.”²⁷⁾ 경제조직한테 인간의 가치는 여전히 모든 것보다 크고, 사람은 성패의 요소이다. 하지만 연구자의 현지조사와 면담조사를 통해 강사장의 직원들의 하루 근무시간은 11:30-23:00, 장사장의 직원들의 하루 근무시간은 12:30-01:30으로 나타났다. 그들의 직원들은 하루에 12시간 정도 일하는데 이미 한국 법에 규정된 하루 1인당 근무 시간을 초과한 것이다. 그리고 정해진 휴일은 없고, 직원의 근무 시간에 문제가 많다. 직원들의 휴식시간이 고르지 않고, 근무시간이 길고, 일의 강도가 높아 심신이 피곤함을 느낄 수 있다. 그밖에도, 이들의 직원들은 정식 출근 전에는 전문적인 교육을 받지 않았고, 직원들은 모두 근무 후 일하면서 공부했다고 한다. 이 질문에 두 응답자는 자신이 훈련의 중요성을 고려하지 않았다고 답했다. 직원들은 출근 전 전문 교육을 받지 않아 위생과 서비스 등에서 오류가 생길 수 있고, 고객에게 나쁜 소비 경험을 심어주고, 신뢰도와 호감도를 떨어뜨린다. 동시에 주방 일이 위험성이 있어 교육을 받지 않은 직원이 직접 참여하면 위험도가 높아져 안전을 해치고 고객과 창업자에게 위험에 대한 부담을 있다.

27) 松下幸之助(1989). 经营者365金言. 军事谊文出版社.

(2) 경쟁 방식 낙후

최근 부산의 중식당은 갈수록 많아지고 있고 특히 중국인 밀집지역에서는 한 거리에 여러 개의 같은 유형의 중국요리점이 생겨날 정도로 업계 간 경쟁이 치열하다. 두 응답자는 모두 부산에서 중국요리를 하고 있는 중국인이 늘고 경쟁이 치열해지고 있다고 답했다. 따라서 이들이 치열한 경쟁에서 살아남아 자리를 차지하려면 부산 시장에서 자신의 경쟁력을 높일 수 있는 적절한 경쟁 수단을 써야 한다. 하지만 두 창업자의 면담조사를 통해 그들이 보여준 경쟁 방식은 단일해 같은 업종에 비해 뒤처지고 종류도 단일해 경쟁력을 갖추지 못하다 있다.

장사장 : “우리 가게에서는 만 12,000원 이상 소비하시는 고객에게 음료인 서비스를 드립니다.”²⁸⁾

장사장 : “우리 가게에서는 특별한 경쟁 방법이 없는데, 그나마 할 수 있는 것이라곤 음식을 좀 더 많이 업데이트해서 고객들이 좀 더 좋아하도록 하는 것 정도입니다.”²⁹⁾

창업자의 치열한 경쟁에 맞서 응답자 두 명의 경쟁 수단이 너무 단순하고 진부해 혁신의식이 부족하고 또한 상대적으로 경쟁력이 낮아 치열한 경쟁에서 자신의 장점을 살리기가 쉽지 않다. 게다가 다른 식당에 비해 방문했던 두 식당 제품의 가격이 비교적 높다. 두 가게는 대학 옆에 있어서 주요 고객층은 학생으로 높은 가격을 받기가 쉽지 않다.

(3) 위생 환경 불량함

식당을 운영함에 있어 제품의 맛이 제일 중요하지만 환경 위생도 빼놓을 수 없는 중요한 요소이다. 식당에는 위생 상태가 중요한 지표 중 하나다.

28) 연구자 인터뷰 자료

29) 연구자 인터뷰 자료

위생 상황은 식품의 위생뿐만 아니라 식당의 전반적인 위생 환경도 포함한다. 좋은 위생 상태는 식품 안전과 소비자 안전을 위한 기본적인 조건이며 식당 설립의 기초가 된다. 하지만 연구자는 현지조사와 두 창업자의 대답을 통해 두 식당의 위생상태가 한국인의 식당과 차이가 많이 있는 것으로 나타났다. 식품위생 경우에는 주방의 위생상태가 불량하고 작업자가 주방에서 식품을 할 때 주방 전용 의류와 장갑 등 없어 위생상태가 좋지 않았다. 이 외에도 식당 전체의 식사 환경은 상대적으로 한국 식당들에 비해 뒤쳐져 있다. 두 명 응답자는 식당 환경과 주방 청소에 대한 엄격한 요구와 고정된 시간이 없다고 말하고 오랜 시간 동안 청소를 하지 않아서 주방의 위생이 더럽고 식사환경이 좋지 않고 답하였다.

2. 마사지산업

마사지는 1920년대 환자들의 치료를 목적으로 시술하기 위해 한국에 처음 도입되어 1960대 신체의 피로를 풀어주고 안정을 시키기 위해 수기의 안마 형태로 발달하다가 1980년대 공식적인 스포츠마사지가 행해지면서 현재는 다양한 유형의 마사지들이 행해지고 있다. 새로운 마사지기법들이 연구되고 개발되어지면서 마사지의 효과가 검증되고 이에 대한 관심이 높아지자 한국마사지 산업은 최고의 전성기를 맞아 활성화되고 있다.³⁰⁾

통계청 보고에 따르면 2017년 기준 으로 마사지 점포 수는 8,311개 이며 마사지업소에서 종사하는 근로자는 18,680명으로 조사 되고 있다.³¹⁾최근에는 태국마사지, 아로마 마사지, 경락마사지, 중국 전통 경락마사지등 다양한 유형의 마사지 가게들이 늘어나면서 치열한 경쟁 상황과 과도하게 이

30) 박태성(2008). 스포츠 마사지 이용 동기 및 서비스요 인이 구매행동에 미치는 영향. 미간행 석사학위 논문. 계명대학교 스포츠산업대학원

31) 한국통계청 국가통계포털 2018

익만을 추구하려는 비양심적인 업주들로 인하여 한국 마사지업소는 성매매와 성 유사행위를 하는 퇴폐업소로 왜곡되어지고 있어 그 대책이 시급한 실정이다.³²⁾

최근 현대인들은 과도한 업무와 바쁜 일상으로 인해 육체적 정신적 스트레스와 피로에 시달리고 있다. 따라서 몸과 마음을 건강하게 하기 위한 신체활동과 대체요법들이 각광을 받고 있다. 그중 최근 이슈화되고 있는 것이 바로 마사지이다. 이처럼 복잡한 배경에서 중국 창업자의 마사지 산업이 어떻게 발전하는지 발전에서 어떤 특징을 보여주는지, 어떤 문제점이 있었는지가 본 장의 주요 연구 내용이다. 본 장은 부산에 마사지 가게 세개를 운영하고 있는 인사장을 예로 들며, 관련 자료를 결합하여 현지 조사와 면담조사를 통해 부산시 중국 창업자들의 마사지 산업 현황을 분석하여 현 단계의 문제점을 짚어본다.

가. 면담조사대상의 창업단계 분석

인사장, 여성, 46세, 고향 지린성(吉林省), 내한기간 11년, 부산시에서 마사지 가게 3개를 운영하고 있다. 인사장의 마사지 가게는 7년 전에 시작되었고, 그녀의 첫 창업이다. 창업 동기, 마사지업을 선택한 이유와 창업자금의 출처에 대해 인사장은 다음과 같이 답했다.

인사장: “제가 10년 동안 한국에 온 것은 중국보다 한국에서 아르바이트를 할 때 돈을 더 많이 벌기 때문이었는데, 저는 그때 이혼을 해서 혼자서 아이를 키우려면 필사적으로 돈을 벌어야 했습니다. 그 때 마침 한 한국마사지점 주인에게 아르바이트를 하면서 마사지 기술을 배웠습니다. 사장에게 몇 년 동안 아르바이트를 해서 돈을 좀 모았는데, 현재 자기 가게를 창업해서 사장이 되었으니 더 많은 돈을 벌 수 있기를 바랍니다.”³³⁾

32) 전지원, 권봉안(2016). 한국 마사지산업 발전을 위한 마사지업소 퇴폐인식도 조사와 발전방안 연구. 한국스포츠학회지 제14권 제4호.

면담조사 내용을 살펴보면, 인사장은 한국에서 유학한 적이 없고 한국에 와서 일정 기간 아르바이트를 한 뒤 창업을 한다. 이 같은 샵샵점 장사장은 비슷한 경험을 하며 한국에 와서 먼저 일하고 창업하는 유형이다. 인사장은 한 부모 가족의 생활고로 한국에서 아르바이트와 마사지 기술을 배우며 창업의 길을 걷게 되었다. 인사장이 창업했을 때의 자금은 한국에서 몇 년 동안 아르바이트를 하면서 모은 돈에서 나온다. 그러나 면담조사를 통해 인사장은 창업 전 이 업종과 시장에 대한 고찰과 준비가 부족했음을 알게 됐다. 창업 초기 인사장은 뚜렷한 위치를 정하지 못하여 마사지 서비스 산업이 별 특징이 없었지만, 이후 발전과 시장 변화에 따라 중국식 마사지의 방향을 잡아서 중국 전통 마사지 전문점으로 거듭났다.

나. 마사지산업의 현황 및 특징

(1) 업계 기풍이 음에서 양으로 바뀌고 있음

연구에서 매춘 때문에 안마를 이용한다(9.2%), 스포츠 마사지(9%)와 안마(10.3%)가 불건전하다는 응답을 통해 마사지업소가 불법 퇴폐영업을 하는 곳으로 인식되고 있음을 나타내 이 연구를 지지하고 있다. ³⁴⁾경기일보(2016), 대전일보(2016), 뉴스1(2016), 전북도민일보(2016), 경남일보(2015) 등에서는 불법 퇴폐마사지 업소에 관한 뉴스를 보도하였는데 특히 외국인 근로자여성들이 태국마사지업소 또는 아로마 마사지업소에 불법체류하면서 유사성행위 또는 성매매를 하는 신종 퇴폐 영업이 늘고 있음을 지적하고 있다. 이런 불량한 풍토에 인사장은 강한 반대 의사를 나타내었다. ³⁵⁾

33) 연구자 인터뷰 자료

34) 강현희(2002). 한국 스포츠 마사지의 실태 및 발전방향 연구. 미간행 박사학위 논문.

35) 윤진숙(2010). 마사지 효과에 대한 인식 및 선호도 분석. 미간행 석사학위

인사장 : “제가 한국에서 마사지 기술을 배웠을 때 이런 상황을 많이 겪었는데 나는 이런 현상에 대해 강하게 반대합니다. 창업 후에는 자신의 노력으로 최대한 변화를 피할 수 있기를 바랍니다. 먼저 장소, 저희 가게의 마사지 장소는 모두 반 개방적이어서 독립된 방이 아니며, 손님끼리는 병풍으로 격리되어 있습니다. 이로써 에로틱 서비스를 기본적으로 막을 수 있고 화장실을 제외한 곳에 24시간 CCTV가 설치되어 있습니다. 저희도 직원들이 일하는 동안에는 휴대폰 사용을 하지 않을 뿐만 아니라 출근 시간에는 외출을 삼가고 고객과의 개별적인 연락을 피하도록 요청합니다. 안마사 선정과 훈련 과정에서도 교육을 많이 해왔습니다.”³⁶⁾

인사장은 마사지를 배우면서 비슷한 상황을 많이 겪었다고 하는데, 그녀는 이런 풍조가 바람직하지 않다고 생각한다. 이러한 생각에 맞게 그녀는 창업 후 자신의 노력으로 업계에 새로운 벤치마킹을 만들어 한국 마사지업계에서 중국인 창업자가 활기를 띠는 모습을 보여주고 싶다.

(2) 마사지 기술은 중국 전통 기반에서 개량되었음

태국 마사지가 저변을 확대하고 있는 원인으로는 우선 마사지 문화가 발달 되어있는 태국 여행이 많아진 것을 들 수 있다. 태국 마사지가 지니는 여러 가지 효능 때문에 많은 시간을 사무실에 앉아 컴퓨터 앞에서 시간을 보내는 직장인들 사이에서도 입 소문이 퍼져 이제는 태국 마사지가 기존의 여성고객만을 위주로 하던 다른 마사지업체보다 더 많은 호응을 얻고 있다.³⁷⁾

태국 마사지의 유입과 발흥으로 한국 마사지업계 시장이 충격을 받으면서 마사지업계 내 경쟁은 갈수록 치열해지고 있다. 인사장은 최근 몇 년간

논문, 건국대학교 디자인대학원.

36) 연구자 인터뷰 자료

37) 김홍구(2017). 한국 속 태류(泰流)현상의 배경과 현황. 한국태국학회논총 15-2호.

부산 마사지 가게의 수와 마사지 방식이 많아지면서 고객 선택 폭이 넓어지고 업종 간 경쟁이 치열해 졌다고 말했다. 이런 치열한 환경 속에서 살아남기 위해 인사장은 전통적인 중국식 마사지에 부산 현지인의 취향을 살려 부산인에게 맞는 중국식 특색의 마사지를 만들었다.

인사장 : “우리의 안마사는 중국에서 뽑아서 전문 마사지 자질을 갖추고 있습니다. 그들은 한국에 와서는 부산에서 마사지를 해 온 나의 오랜 경험과 부산 사람들의 취향을 전수받았습니다. 이 밖에도 우리 안마 기제는 중국에서 산 옥석 기제를 사용하고, 가게 인테리어 또한 중국적이고 부산사람의 미적 감각에 맞게 꾸몄습니다. 마사지 수법, 마사지 기구, 장식 스타일, 안마사 등 모든 면에서 손님들에게 정통하고 그들에게 적합한 중국식 전통 마사지를 경험하게 합니다.” ³⁸⁾

인사장은 중국 전통 마사지 기술을 바탕으로 부산 현지인의 취향을 반영해 중국 전통 마사지 기술을 유지하면서도 부산인에게 맞는 이색 마사지 서비스를 창안했다. 그리고 안마사, 마사지 수법부터 마사지 기자재와 매장 인테리어에 이르기까지 관련 정보의 정체성을 중시해서 치열한 업계 경쟁에서 우위를 점했다.

다. 문제점

(1) 서비스 내용이 풍부하지 않음

이제 마사지업과 전통 마사지업이 고객층의 분포에 있어 많은 변화를 겪었다. 전통적인 마사지 업계의 고객층은 주로 남성들이지만, 사회가 진보함에 따라 여성들이 사회에서 점점 더 많은 역할을 하면서 점점 더 많은 영역을 점령하고 있기 때문에 여성 소비자층이 늘어나고 있다. 이 밖에 생활리듬이 빨라지고 사회적 압력이 커지면서 마사지를 통한 스트레스 해소

38) 연구자 인터뷰 자료

를 선호하는 젊은이들이 많아서 마사지업계 고객층이 넓어지고 마사지 내용에 대한 요구도 늘고 있다. 하지만 연구자가 직접 현지조사와 면담조사를 통하여 확인한 결과, 인사장의 가게는 현재 4개 기본 마사지 서비스만 있고 다양한 고객층을 만족시키기 어려운 실정이다. 특히 여성 고객의 경우, 생리등과 같은 신체적 상황을 고려해 마사지 내용이 조정이 필요한 실정이다.

(2) 현대 정보화 기술 활용 미흡

과학기술의 진보와 사회가 발전함에 따라, 점점 더 많은 사람들이 더 편리하고 선진적인 지불 방식을 사용하는 경향이 있다. 연구자의 조사를 통해 인사장의 가게 3곳은 아직도 현금과 카드 두 가지 지불수단만 받고 있다. 한국에서 유행하는 kakaopay와 중국의 wechat이, alipay 모두 지원되지 않는다. 지불수단의 단일성은 많은 젊은 고객들의 소비능력을 제한한다. 그 외에도 광고 홍보에서 인터넷의 보급과 발전, 인터넷 정보의 빠른 전달에 따라 사람들은 스마트 폰을 통해 언제 어디서나 빠르고 적시에 어떠한 정보도 받을 수 있게 된다. 인터넷은 전통적인 홍보방식에 비해 홍보 범위가 넓고 속도가 빨라 시간과 원가를 많이 절약할 수 있을 뿐 아니라 홍보의 폭도 넓힐 수 있다. 하지만 인사장은 전통적인 전단 살포와 광고판 세우기 등 두 가지 방식을 택했다. 이런 후진적인 전통 방식은 인사장의 가게의 정보 전달을 크게 떨어뜨려 더 많은 고객을 유치하지 못하게 한다.

3. 소매산업

소매업에 관한 정의는 현재 학계에서 통일된 개념이 아직 하나도 없다. 그 중 비교적 유행하는 것은 두 가지 있다. 하나는 소매업에 대한 마케팅 학적인 시각에서의 정의이고 소매업은 한 사람이 제조업체, 도매상 또는 중간 상인부터 해당 상품을 구입하여 최종 소비자에게 재판매하는 개인 또는 그룹이라고 생각한다. 다른 하나는 미국 상무부의 정의이다. 소매업은 소량의 상품 판매에 종사하는 실체를 포함한다. 판매 과정에서는 상품의 형식이 바뀌지 않으며, 발생한 서비스도 상품의 판매로 한정된다. 본 연구에서는 소매업은 단지 매매형태로 생산자가 생산한 제품을 개인이나 사회 단체에 직접 판매하여 최종 소비된 상품을 판매하는 행위로 보고 있다. 이 산업은 백화점, 슈퍼마켓, 전문점, 편의점, 쇼핑몰 등의 소매조직으로 구성되어 있다.³⁹⁾소매는 상품 및 관련 서비스를 소비자에게 최종 소비용으로 제공하는 활동이다. 소매 활동은 최종 소비자에게 상품을 판매하는 동시에 관련 서비스를 제공한다.

1990년대 중반 이후 소매시장은 정보통신 인프라의 구축과 매체기술의 발전, 신용카드사용 확대, 택배물류시장 성장을 배경으로 발전하였다.⁴⁰⁾ 소매업은 거래금액이 낮아 다양한 형태로 공존할 수 있다는 특징도 있고 창업자가 선호하는 업종 중 하나다. 본 소절의 연구는 부산시 중국인 창업자가 소매업에서 어떤 현황을 보여줄지, 어떤 문제점이 있는지에 중점을 두고 있다. 부산시에서 슈퍼마켓을 운영하는 우사장과 옷가게 두 개를 운영하는 이사장을 사례로 구체적으로 분석해 이들의 발전 현황과 발전에 문

39) 鲍观明, 叶永彪(2006). 零售业态演变规律的综合模型构建[J]. 财贸经济.

40) 문연희, 최성호, 최지호(2012), 소매업태간 시장점유율 변화가 물가에 미친 영향, 유통연구, 제17권 제2호.

제점을 분석한다.

가. 면담조사 대상의 창업단계 분석

우사장, 만성, 28세, 고향 선동성(山东省), 내한기간 6년, 창업기간 3년, 창업경력이 한번 있다. 우사장이 현재 운영하는 작은 마트는 그의 두 번째 창업이다. 첫 번째 창업도 부산이었고 업종도 슈퍼마켓이었는데 전학 때문에 사업을 계속할 수 없었다. 새 학교에 온 뒤 창업 경험이 있어 두 번째 창업은 마트를 계속 운영하기로 했다. 창업 동기와 관련해 우사장은 시간에 구애받지 않고 자유롭게 하고 싶다고 했고, 창업은 자신의 시간을 마련할 수 있는 자율권을 갖게 했다고 답했다. 살펴보면 우사장은 대학교 재학생이며, 학교 주변에서 마트 하나를 운영하고 있다. 위에 강사장과 같은 경우이고 유학하면서 창업을 하는 유형이다. 이사장, 여성, 32세, 고향 산동성(山东省), 내한기간 8년, 창업시장 4년, 의류상점을 운영하고 있고 처음 창업이다. 우사장에 비하여 달라 이사장은 한국에서 유학한 후에 한국에서 계속 있어 창업을 한다. 졸업 후 창업 유형이다. 이사장은 패션을 좋아하여 대학에서 패션디자인을 전공했고 졸업한 후에 관련 직업을 갖고 많은 구축을 받지 않기 위해 창업을 택했다. 업계 선택은 창업에 결정적이고, 우사장과 이사장은 각각 당초 마트와 의류를 선택해 창업한 이유를 밝혔다. 한국에 오는 중국 유학생의 증가는 우사장에 창업에 대한 영감을 주었다. 유학생이 집중 분포하고 수요가 많다는 특징을 잡아서 학교 주변에 마트를 차리기로 결정했고. 유학생 뿐 아니라 주변 다른 중국인에게도 서비스를 제공할 수 있다는 점도 장점으로 작용했다. 이사장은 taobao (淘宝)에서 제공하는 의류의 종류가 다양하고 값이 싸고 질이 좋다는 점을 발견하여 먼저 자체 선별을 통해 좋은 제품을 한국에 들여왔다. 그리고 자신이 디자인한 작품들을 함께 녹여서 옷가게를 더욱 특색 있게 만들었다. 이상 두 명의 창업단계에 대한 분석을 통해 두 창업자는 무분별한 창업이

아니라, 창업 전 시장을 둘러보고 시장 공백을 찾아서 사전 준비를 한 것으로 나타났다. 비전 있고 준비된 창업임을 확인해 볼 수 있다.

나. 소매산업의 현황 및 특징

(1) 다양한 제품이 고객의 많은 수요를 충족함

시대의 흐름과 운송업의 급속한 발전으로 소매업의 상품 종류가 자국에 국한되지 않고 점점 더 많은 외래상품의 융합됨에 따라 소매업의 발전 역시 더욱 가속화되고 있다. 우사장이 운영하는 마트의 특징은 한국 전통 마트를 기초로 중국 상품을 많이 추가하여 손님이 한국 상품에 대한 수요를 충족시킬 수 있을 뿐만 아니라, 부산에 있는 중국인들이 쉽고 빠르게 중국 상품을 구매할 수 있도록 하였다는 것이다. 이에 비해 이사장의 옷가게에서 판매하는 제품들의 경우에는 종류가 다양하고 주로 다음과 같은 네 가지 유통 경로를 거친다.

이사장: “저희의 가게의 옷은 주로 네 가지 경로를 거쳐서 왔습니다. 하나는 중국의 taobao (淘宝) 입니다. 제가 직접 taobao에 있는 옷들을 스타일, 품질, 재료 등에 의거해 선별해서 적당한 제품을 선택해서 택배를 통해 한국으로 보내서 그 옷을 저희가 파는 거죠. 두 번째는 한국 본토입니다. 부산뿐만 아니라 서울에도 가서 좋은 제품을 고릅니다. 세 번째는 다른 나라를 통해 대리 구매입니다. 일부 구미나 다른 나라의 옷들은 제가 대리구매를 통해 구매합니다. 마지막으로 저의 디자인입니다. 저는 패션디자인을 전공해서 앞으로는 자주 직접 디자인한 옷을 팔 것입니다. 이것도 제 취미입니다.” 41)

우사장과 이사장의 제품은 한국 토종 제품에 국한되지 않고 중국 제품을 포함할 뿐만 아니라 다른 나라의 의류와 자신의 아이디어로 직접 만든 의

41) 연구자 인터뷰 자료

류도 함께 포함된다. 이처럼 다양한 종류의 제품들은 다양한 고객층의 요구를 충족시킬 뿐만 아니라 치열한 경쟁 속에서 입지를 찾을 수 있을 것이다.

(2) 현대 정보화 기술 활용

현대 정보기술과 인터넷의 활용은 각 분야의 운영에서 어디서나 볼 수 있다. 이 사장과 우사장의 인터넷 정보 운영은 주로 지불수단과 인터넷 홍보라는 두 가지 측면에서 나타난다.

우사장: “우리 가게는 전통적인 현금과 카드 지불을 지원하며 중국 wechatpay, alipay, 한국 kakaopay도 지원하고 있다. 지금은 스마트 폰이 너무 보급돼서 젊은 층이 휴대전화로 지불하는 것을 즐기는 시대적 흐름을 따르고 있다.”⁴²⁾

그들은 지불수단에 대한 시대적 변화를 따라가면서 다른 고객 집단의 요구를 충족시키고 고객에게 보다 편리한 서비스를 제공한다. 인터넷 홍보에서 두 응답자 모두 naver, facebook, wechat 등 주류 앱에서 광고를 하여 자신의 인지도를 높여 더 많은 사람들이 매장을 알 수 있도록 했다고 밝혔다. 이 사장은 이 밖에도 온라인 쇼핑몰을 개설해 인터넷 소비에 치우치거나 직접 찾아오는 고객들의 불편을 덜어주고 있다.

이사장: “나는 우리 가게의 판매원들에게 제철 가게의 최신식 옷을 입고 고객에게 서비스를 제공하라고 합니다. 이렇게 하면 서비스와 동시에 새로운 제품을 고객에게 보여주게 되어 고객이 제품의 상세 효과를 보다 직관적으로 볼 수 있고 동시에 우리의 서비스 수준을 향상시킬 수 있습니다. 또한 우위 가게는 인터넷 스토어도 있어서 한국 naver에서 검색이 가능하다. 온라인 상점에 전체 제품 정보가 있으며 제품을 첫 번째로 업데이트하기도 한다. 고객님들이 온라인 상점에서 골라 주문하신 후 저희

42) 연구자 인터뷰 자료

가 우편으로도 보내드릴 수 있습니다.”⁴³⁾

판매원은 해당 시즌에 맞게 새로운 옷을 입고 고객에게 서비스를 제공함으로써, 고객은 계절에 따라 서비스 환경의 변화를 느끼고 새로운 의미를 추가할 수 있다. 인터넷 스토어 개설은 고객이 장소와 시간에 구애받지 않고 고객에게 보다 편리한 서비스 방식을 제공할 수 있게 해준다. 이사장의 방법은 그녀의 옷가게를 위한 경쟁력을 증가시킬 뿐만 아니라 다방면에서 고객에 대한 서비스 수준을 높일 수 있다.

다. 문제점

(1) 고객층 단일화

단일 고객층은 소매업 경제조직의 발전을 제한하고 경쟁력을 떨어뜨린다. 연구자는 현지조사와 면담조사를 보면 우사장의 마트와 이사장의 옷가게의 고객층이 지나치게 단일화가 되어 있음을 알 수 있었다. 마트 위치는 부산의 한 대학 주변으로 외국인 비율이 상대적으로 높지만 주요 고객층은 주변 중국인 유학생과 중국 주민으로 한국 고객이나 다른 나라 고객이 적었다. 옷가게에서도 같은 문제가 있었고 고객은 거의 전부 중국인이었다. 부산에서 한국 손님들은 언제나 가장 중요한 소비층이다. 부산에서 치열하게 경쟁하는 소매업에 발을 붙이고 발전하려면 한국 손님들의 마음을 사로잡아야 하고, 중국 손님의 수요만을 만족시킬 수는 없다.

(2) 고객 의견 수용 부족

고객의 의견은 제품과 서비스에 대한 가장 직접적인 피드백이며 경제 조직 자체의 발전 방향을 찾는 중요한 길 중 하나이다. 고객의 의견을 항상

43) 연구자 인터뷰 자료

이해하면 자신의 발전에 존재하는 문제를 언제든지 찾을 수 있고 고객의 요구를 알 수 있어 자신이 개선되고 발전할 수 있는 더 나은 방법을 찾을 수 있다. 소매업의 창업자 두 명의 면담조사를 통해 그들은 고객에게 해당 의견을 물어본 적이 없으며 고객의 의견에 관한 의식이 부족하다는 것을 알게 되었다. 그들은 손님들이 마트의 제품과 서비스, 의류의 품질, 스타일과 서비스 등에 대해 어떤 의견을 가지고 있는지 정확히 알 수 없다고 답하였다. 이러한 상황은 그들로 하여금 자신의 부족함을 이해하는 중요한 원천을 잃고, 자신의 부족함을 정확하게 찾아내고 개선할 수 없게 함으로써, 자신을 일정한 성장 동력과 명확한 발전 방향을 부족하게 만든다.



이 장의 연구 분석을 보면 부산시 중국인 창업자들은 중국요리, 마사지, 소매 세 가지 전통서비스산업에서 잘 발전하고 있으며 주로 두 가지 특징을 보여주고 있다는 것을 알 수 있다.

하나는 부산시 현지인의 취향에 맞춰 제품과 서비스를 개선한 것이다. 중국요리 산업의 장사장과 강사장은 부산인 입맛에 맞게 음식을 개량했다. 인사장은 마사지 기술에 중국 전통 마사지의 특색을 살려 부산인에 맞는 기술을 접목하여 혁신했다. 이사장도 한국인의 취향을 반영하여 의상을 고르고 디자인했다. 제품과 서비스에 대한 개량은 그들이 치열한 시장에서 자신의 입지를 찾을 수 있게 함으로써 창업의 성공을 위한 기반을 마련하였다.

다른 하나는 현대화된 정보 기술을 활용하여 서비스 수준을 향상시키는 것이다. 창업자 5명 중 인사장을 제외하고 나머지는 전통적인 현금과 카드 결제 외에 중국 wechatpay, alipay 하고 한국의 kakaopay 등 휴대전화 지불도 받을 수 있다고 밝혔다. 그리고 옷가게 이사장, 마트 우사장과 중국요리 강사장은 발달된 정보화 기술을 이용하여 온라인에서 광고와 주문을 하였다. 현대화 기술의 활용은 소비자들의 소비 열정과 제품 서비스의 홍보 범위를 높이고 그들이 강한 경쟁력을 갖게 함으로써 재한 중국인들의 창업 경쟁력을 더욱 발전시켰다.

동시 이 3 산업의 발전현황에서 존재하고 있는 문제가 나타났다. 중국요리산업 발전현황에서 직원 관리 방식이 올바르지 않고 경쟁 방식 낙후, 위생 환경 불량 3 가지 문제가 존재하고 있다. 가장 심각한 것은 위생환경 문제다. 주방 직원들은 전문적인 교육을 받지 않았고 기본적인 위생 안전 의식이 부족하다. 위생 환경이 좋지 않아 식품 안전이 보장되지 않는다. 마사지사산업 발전현황에서 주요 문제가 2 개 있다.

하나는 서비스내용 단일화가 되어 풍부하지 않고 점점 다원화되고 있는 고객 그룹의 요구 사항을 충족하기 어렵다.

다른 하나는 마사지산업이 현대 정보화 기술에 대한 활용이 부족하고 지불 방식과 홍보 수단에 있어서 뒤떨어진 전통적인 방식을 채택하여 그 발전을 제한하고 있다는 점이다. 소매산업의 발전현황에서 드러난 문제점으로는 고객층 단일화와 고객 의견 수렴 부족이 있다.



IV, 신흥서비스산업 현황 및 문제점 분석

신흥서비스산업은 정보기술의 발전과 지식경제의 출현과 함께 사회 분업의 세분화와 소비구조의 업그레이드에 따라 새로 생겨난 업종을 말한다. 44) 혹은 현대적인 신기술, 새로운 업태와 새로운 서비스 방식의 개조로 전통적인 서비스업을 향상시킴으로써 생겨난 것으로, 사회에 고부가가치를 제공하고 사회적 고차원과 다각화의 수요를 충족시키는 서비스업을 말한다. 45)

신흥서비스산업은 현대 경제 발전의 선도자이며, 사회 운영의 주요한 적재체이다. 그 발달정도는 국가나 지역 경제구조의 적정성 여부, 산업구조의 조화 여부 하고 도시 현대화 정도의 고저를 가늠하는 중요한 표시의 하나로 일반적으로 여겨진다. 현대서비스산업의 발전은 본질적으로 사회의 진보, 경제의 발전과 사회적 전문화의 분업적 수요에서 비롯된다. 이 과정에서 경영관리 모델과 서비스 제품의 혁신은 사람들의 소비습관, 시장성숙도, 정부규제 등이 현대서비스산업 발전에 영향을 미친다. 그러나 과학기술, 특히 정보화 기술은 현대 서비스업의 발전에 극히 중요한 역할을 하고 있다.

우선 정보기술의 급속한 발전이 경영 모델과 관리 방식의 변화를 추진하면서 전통서비스산업 변혁에 큰 영향을 미치고 있다. 둘째, 글로벌화 배경에서도 새로운 정보기술의 돌파는 새로운 산업형태를 계속 창출함으로써 신흥서비스산업 발전을 촉진하고 선도하고 있다. 또 정보기술(IT)은 시장 메커니즘과 정부 규제 방식을 보완하는 데 직결된다.

선진국은 서비스산업 분야 관련 기술의 연구와 개발을 중시하고 이 분야

44) 顾嘉禾(2010). 新兴网络零售商业[M]. 上海人民出版社

45) 李保红, 陈荣邦, 吕廷杰(2009). 信息通信技术的创新和标准化研究[J]. 技术经济与管理研究.

의 정보기술(IT) 발전과 응용 비중은 점차 높아지고 있다. 미국에서 IT기기의 투자는 현대서비스업 설비총투자의 75% 이상을 차지하며, 정보기술은 "서비스형 경제"의 빠른 성장과 발전을 위한 중요한 지지와 선도역량이 되었다. 정보관리 등 다양하게 교차해 이뤄진 서비스 과학과 기술이 글로벌 전개에 성공하면서 글로벌 과학기술 분야에서 중요한 방향과 이슈로 떠오르고 있다. 과학기술의 발달로 신흥서비스산업은 생활에서 중요한 구성 부분이 되어 사람들의 삶의 질을 향상 시켰다. 그러나 발전 기간이 짧고 경험의 적어서 발전과정에서 문제가 많다.

본 장의 주요 연구 내용은 전자 통신 산업과 전자 상거래 산업의 두 가지 방면을 위주로 문헌 연구를 먼저 거치고, 연구자의 현장조사와 부산에 있는 전자 통신 산업 중국인 창업자 2명과 부산에 있는 전자 상거래 산업 중국인 3명의 창업에 대한 면담조사를 통해 이들이 부산에서 발전한 현황과 특징을 분석한다. 마지막으로 발전 과정에서의 문제점을 찾아낸다.

1. 전자통신산업

예전의 편지에서 현재에 인터넷, 호출기에서 스마트 폰에 이르기까지, 통신업의 급속한 발전이 우리 생활의 모든 측면에 영향을 미쳐, 사람들의 생활에서 필수적인 부분이 되고 있다. 전자 통신 산업은 오늘날 가장 활동적이고 생명활력 있는 선도적인 하이테크 산업이다. 제3차 과학기술 혁명의 심도 있는 발전에 발맞춰 전자 통신 산업은 이미 버팀목이 된 산업이다. 그 발전은 경제 구조가 보다 고급 단계로 나아가도록 추진되고 있다.

2016년 6월, 한국 정부는 새로운 5년기의 정보와 통신기술(information and communication technology, ICT) 중대 발전전략인 'K-ICT 보안 2020 전략'(2016~2020)을 발표했다. 한국의 정보와 통신기술은 기술 개발에서나 산업화 응용과 보급에서 세계 상위권을 달리고 있다. ⁴⁶⁾한국의 경제 시스

템에서 중요한 역할을 하고 이름 그대로 한국의 경제성장을 이끄는 원동력이 되었다. 47)국제전기통신연합 ITU가 발표한 “정보사회의 발전을 측정” 보고서에서 ICT 발전지수 IDI 국가 순위 표시에 따라, 2015년 글로벌 ICT 발전지수 한국 1위, 수출 세계 3위, 소프트웨어 공정 수출은 전년 대비 12.9% 증가했다. 그동안 이 분야에서 한국의 발전을 돌아해보면 2009년 이후 한국의 ICT 발전 수준은 연속 세계 1위를 차지하고 있다. 이 중 2012년 한국총생산의 12.3%, 수출량 세계 5위, 수출액은 한국 전체 수출의 28.3%를 차지했다. 2013년 한국총생산의 15.2%를 차지해 한국 전체 수출의 30.3%를 차지했고, 2014년에는 한국총생산 대비 18.5%를 차지해 전체 수출의 40%를 차지했다. 48) 현재 한국의 스마트 폰, 메모리, 디스플레이 기기의 3대 주력 제품 모두 전 세계 점유율 1위를 차지하고 있다. 세계 1위의 초고속인터넷 보급률과 세계 최고 수준의 통신 인프라도 한국 ICT 강국의 위상을 더욱 지키고 있다. 그래서 전자통신 산업은 최근 몇 년 동안 재한 중국인 창업가들의 인기 있는 발전 방향 중 하나가 되고 있다. 현장과 면담조사를 결합하여 이들의 창업 현황과 특성을 분석하고 부족한 점을 함께 찾아본다.

가. 면담조사 대상의 창업단계 분석

본 소절은 전자통신산업의 발전 현화에 대한 연구 과정에서 연구대상을 2명으로 선택했다. 간사장, 남성, 25세, 고향 랴오닝성(辽宁省), 내한기산 5년, 창업시장 2년. 팽사장, 남성 24세, 고향 산둥성(山东省), 애한기간 3년 창업시장 1년. 두 명 창업자는 직원 2명이 있는 통신사를 운영하고 있

46) 罗梓超, 范漪萍, 李萌, 刘彦君, 赵俊超(2017). 韩国信息与通信技术战略浅析. 科技管理研究第20期.

47) 송규철(2016). K-ICT전략2016[N]. 전략정보공개/정부3.0.

48) 中国新闻网. 韩国 2013 年 ICT 产品出口额达 1694 亿美元创新高. http://news.xinhuanet.com/world/2014-01/09/c_125980178.htm.

다. 강사장과 펑사장은 나이가 비슷한 90년대후반 처음 창업했고 창업경력도 비슷했으며 현재 부산에서 유학하면서 전자통신 창업을 하고 있다. 살펴보면 강사장하고 펑사장은 한국에서 유학하고 있어 유학하면서 창업을 하는 유형이다.

유학하고 있는 90년대후반 두 명은 왜 창업을 선택하였고 왜 전기통신을 선택하였을까? 면담조사를 통해 이들의 창업 선택에 있어 한국 현지 대학생들의 영향을 끼친 것으로 알려졌다. 중국 대학생들과는 달리 한국 학생들은 대학 재학 중 아르바이트나 다른 일을 하면서 사회통합을 꾀한다. 한국에 온 후, 두 응답자는 한국 대학생들의 영향을 받아 자신이 흥미로운 일을 하기로 결정하고 사업을 시작했다고 답하였다. 취미는 이들의 업종 선택에 있어 중요한 기준이며, 90년대후반의 창업자 두 명은 모두 전자통신 산업에 관심이 있어 이 업종을 선택했음을 알 수 있었다. 이 밖에 두 창업자의 창업 과정에 대해서도 알아보았다. 우선 자금 공급원이다 90년대후반 재학생으로서 창업 경비는 이들에게 큰 문제다. 두 응답자는 그들의 창업 경비가 부모로부터 나온 것이라고 말하여 부모님의 지지를 받았다. 다음은 창업 전 시장 시찰과 준비이다. 두 사람은 창업 전 주변 수요, 업종 현황 등 기본 정보를 살펴본 뒤 자신만의 창업 계획을 수립했다. 두 젊은 창업자가 창업 과정에서 많은 노력을 기울인 것을 알 수 있는데, 단지 취미 때문에 무리하게 창업한 것은 아니라는 것 역시 알 수 있다.

나. 전자통신산업의 현황 및 특징

(1) 방문 서비스 방식

한국 전자통신업에 비해 중국 창업자들이 지니는 큰 특징은 거리를 걸으며 섬세한 방문 서비스를 제공한다는 점이다. 한국 전자 통신업의 주요 운

영 형태는 점포 설립을 통해 고객이 매장을 찾아 서비스를 받는 것이다. 중국 창업자들은 그 폐해를 발견하고 자신만의 새로운 운영 모델을 만든다.

장사장 : “한국의 통신사는 도처에 있습니다. 작은 개인 통신사로서 틀림 없이 경쟁할 수 없고 신용도도 없으며, 처음에는 고객의 눈도장을 받기 어려웠습니다. 하지만 한국 통신사에서는 손님이 들어가서 서비스만 받을 수 있어서 손님들에게 매우 좋지 않은 경우도 있습니다. 바로 그 폐해를 포착해서 우리가 직접 찾아가는 형식으로 고객님의 위해 외출의 번거로움을 해결하고, 고객이 우리에게 호감을 갖게 한 다음 우리 제품을 사용하도록 하였습니다.” 49)

부산에 있는 전자 통신업 중국인 창업자들이 부산시의 거리를 누비고 있다. 전자 제품을 살 때나, 요금제를 취급할 때나 고객에게 더 편리한 방문 서비스를 제공할 수 있기 때문이다. 이런 길거리 서비스 방식은 점포 위치와 면적에 대한 요구가 높지 않다는 것을 보여준다. 현장조사를 통해 두 통신사 위치가 다른 곳에 비해 우월하지 않고 점포 면적도 작아서 창업자들의 점포 원가를 크게 절감한 것으로 나타났다. 이런 유연한 길거리 방문 서비스는 부산시 중국인 창업자들에게 사업 기회를 제공하고 비용을 절감해 치열한 경쟁에서 살아남을 수 있도록 했다.

(2) 현대 정보화 기술 활용

전자 통신 산업은 정보화 기술 발전에 따라 파생된 신흥 서비스 산업으로서 그 운영과정에서 자연스럽게 현대 정보화 기술의 운용이 불가결하다. 연구자의 면담조사와 현장조사를 통해 이들의 현대 정보화 기술은 주로 다음과 같은 몇 가지 측면에서 구현되었다. 먼저 기본 서비스이다. 두 창업자는 서비스에 현대 정보화 기술을 활용하여 고객에게 편리한 서비스를 제

49) 연구자 인터뷰 자료

공할 것이라고 밝혔다.

행사장 : “휴대전화 카드를 개통하거나 휴대전화 요금제를 변경할 때는 신분증이나 외국인등록증을 써야 하는데, 이때는 휴대전화로 손님의 증명사진을 찍어 보내준 뒤 컴퓨터로 다시 스캔을 만들면 됩니다. 이렇게 하면 우리는 방문 서비스를 하지 않고도 시간을 절약할 수 있을 뿐만 아니라 손님에 대한 시간제한도 없어 언제 어디서나 할 수 있습니다. 아니면 전자제품에서 정보를 조회할 때 휴대폰의 일련번호를 보내주면 우리가 직접 조작을 도와 줄 수 있습니다.” 50)

서비스에 선진적인 전자 정보 기술을 활용함으로써 서비스의 속도를 높이고 양쪽 모두를 위해 시간을 절약할 수 있다. 이는 제품과 서비스에 대한 홍보에도 나타난다. 인터넷의 보급과 발달은 우리가 언제 어디서나 가장 빠른 속도로 더 많은 정보를 알 수 있게 해주며, 역설적으로 사업자에게 있어서는 시시각각으로 더 많은 정보를 전달할 수 있게 해준다. 두 창업자는 다양한 온라인 앱을 통해 자신의 제품과 서비스에 대해 전반적으로 홍보를 하여 더 많은 사람들이 그들이 그들을 알고 있다는 것을 알 수 있게 함으로써 그들의 고객층을 증가시킨다. 마지막으로 여러 가지 지불수단에도 나타난다. 위의 두 소절 분석을 보면 대부분의 전통 서비스업은 변화에 따라 수지로 선진적이고 유행하는 모바일 결제 방식을 지원한다. 정보화 신흥 산업의 대표로서 전기통신업계가 뒤처질 수 없는 것은 당연하다. 두 창업자는 그들이 지지하는 휴대폰 지불이 더 포괄적이라고 말했다. 다른 사업자가 지지하는 wechatpay, alipay 등의 휴대폰 지불은 결국 원화로 결제되었다. 하지만 그 외에도 rmb하고 할부금을 받고 있다. 이 두 가지 유형의 지불 방식은 alipay로 할 수 있고 더 많은 중국 손님들에게 편리함을 제공한다.

50) 연구자 인터뷰 자료

다. 문제점

(1) 고객 정보 누출

두 가게 모두 시장가격보다 훨씬 낮은 할인된 휴대폰 요금제가 있다. 이에 대해 연구자가 전문적으로 살펴보니, 이런 할인된 모바일 요금제의 가격은 일반적으로 시장 동등 요금제의 50-60%보다 낮고, 가장 많이 사용하고 있는 고객층은 학생 계층이다. 하지만 이런 휴대폰 번호는 개인정보가 유출될 우려가 있다는 심각한 문제가 있다. 이들 휴대폰 번호를 사용하는 고객들은 매일 여기저기서 광고 문자 메시지와 스팸 전화를 받을 수 있으며 심지어 어떤 이들은 사기 전화를 받기도 했다고 말했다. 하지만 이 같은 휴대폰 세트 가격 싸고 동일 패키지가 너무 비싸기 때문에 많은 고객이 계속 사용하고 있다고 밝혔다. 이들 휴대폰 번호는 다른 번호에 비해 가격이 훨씬 낮지만 고객의 개인정보와 프라이버시가 유출돼서 생활에 큰 불편을 겪었다. 고객의 프라이버시 보호는 일종의 업무내용이자 도덕적 원칙이며, 두 통신사가 고객에게 할인 패키지를 제공한다는 본래의 뜻은 좋지만 고객의 프라이버시 보호에 있어서 턱없이 부족한 실정이다.

(2) 애프터서비스(售后服务, A/S) 부족

전자 통신업에 있어 A/S는 그 서비스 수준을 가늠하는 중요한 기준 중 하나이다. 완벽한 A/S 관리 체계를 갖추고 고객에게 높은 품질을 달성하는 서비스에 대한 최종적인 효과를 얻는 것은 고객의 높은 만족도이다. 고객의 소비 빈도는 만족도 증가에 따라 증가하여 직접 이익효과를 가져올 수 있다.⁵¹⁾ 전자제품과 휴대폰 번호가 판매되면 일련의 문제가 발생할 수 있

51) 洛夫洛克 (2001). <服务营销>. 北京: 中国人民大学出版社.

으며, 고객에게는 상대적으로 완전한 A/S 시스템이 필요하다. 하지만 면담 조사를 통해 두 창업자의 통신사는 전자제품의 A/S를 당분간 지원하지 않고 있으며, 문제가 생기면 해당 브랜드의 전문 수리 센터를 찾아 처리해야 한다는 사실을 알게 되었다. 하지만 휴대전화 번호나 요금제에 문제가 생기면 언제든지 연락할 수 있고, 고객이 문제를 해결할 수 있도록 최대한의 능력을 발휘하기는 하였다. 전자 제품의 서비스는 판매 과정, 제품이 판매된 후 생기는 문제점과 그 A/S도 판매만큼 중요할 뿐 아니라 전체 서비스 내용에 포함되어야 한다. 완전한 A/S는 사업자의 책임감의 하나 뿐만 아니라 고객과의 신뢰 구축의 기초가 된다. 또한 질 높은 A/S는 고객 만족을 높이고 다시 방문할 수 있으며 새로운 고객을 데려올 수도 있다. 그래서 신규 고객을 끌어당기는 원가를 절감할 수 있고 고객법칙으로 홍보원가를 낮출 수 있다.

2. 전자상거래산업

최근에는 이 통신 용량과 속도 증대와 스마트 폰의 급속한 보급, 앱 발전 등으로 온라인쇼핑몰의 매출 액 비교에서, 스마트 폰을 이용한 모바일 쇼핑이 컴퓨터를 이용한 인터넷쇼핑을 추월하고 있다.⁵²⁾ 거시적 관점에서 전자 상거래는 컴퓨터 네트워크의 결과라고 전자적 수단을 이용한 일종의 새로운 경제 질서이다. 글로벌 경제 통합의 중요한 표현 형식이 되었다. 미시적 관점에서 전자 상거래는 비즈니스를 할 수 있는 능력을 가진 여러 주체가 인터넷과 선진 디지털 미디어 기술에 힘입어 진행되는 각종 무역활동을 말한다.⁵³⁾

52) 이정호, 이제홍(2008), 온라인쇼핑몰 운영에 따른 구매자 중심의 효율적 배송모델 구축 방안, 유동정보학회지, 제11권 제2호

53) 沈洪涛(2001). 电子商务定义与概念探讨[J]. 现代商贸工业.

전자 상거래 산업 성장 과정에서 1990년대 중반 TV홈쇼핑과 온라인쇼핑몰 사업이 한국에 출현하였고, 이들 사업은 2000년대 10 년간 급격한 매출 성장과 함께 소매 시장의 양적 발전을 선도하였다. 한국의 전자상거래 기업 체수는 2006년 2,260개에서 2016년 14,573개로 크게 증가하였고, 종사자수도 동비교년 13,556명에서 66,785명으로 290%나 급증하였다. 물론 소매시장의 종사자수는 오프라인, 즉 상시 운영 점포에 종사하는 경우가 절대적으로 많다. 16년 전체 소매업(자동차 판매 제외) 종사자수는 1,734천명인데, 06년 1,504천명에 비교해 15% 증가한 수치이다. 54)소매업 전체에 비교해서 전자 상거래 종사자수의 이 같은 빠른 증가 현상은 향후 유통 산업의 정보화, 자동화, 인공지능화 등의 4차 산업혁명의 기반 기술이 한층 더 활용되면서, 삼성 KPMG 경제연구원의 주장하는 바대로 소비자 쇼핑관련 노력을 최소화시키는 간편 결제 및 무인결제 그리고 고객 분석에 의한 자동 주문이 일반화될 것으로 보인다. 55)이에 소매업은 인력을 포함한 경영 자원의 이용에서 혁신적 사업전략이 필요하다.

이번 장은 부산에서 전자 상거래를 하고 있는 중국인 창업자 3명을 사례로 현장조사와 면담조사를 통하여 부산시 중국인 화장품 현 단계 발전 현황과 특징을 분석하여 발전에서 문제점을 찾아낸다.

가. 면담조사 대상의 창업단계 분석

전자상거래산업에 대한 연구는 본 소절에서 창업자 3 명을 중심으로 진행하였다. 조사장, 여성, 25 세 고향 헤이룽장성(黑龍江省), 내한기간 6 년, 창업시장 1 년, 한국 대학교에서 졸업. 류사장, 남성, 37 세 고향 허난성(河南省), 내한기간 9 년, 대학원 재학, 창업시장 3 년. 왕사장, 여성

54) 구경모(2019). 우리나라 소매업태 간의 경영성과에 관한 비교 연구 -무점포통신판매업의 성장을 중심으로. 한국항만경제학회지.

55) 삼성 KMPG(2017), 유통4.0시대 리테일 패러다임의 전환, 삼성 KMPG 경제연구원, Samjong Insight, 제54호.

26 세, 고향 헤이룽장성(黑龍江省), 내한기간 3 년, 대학원 재학, 창업시장 2 년. 세 명 창업자들은 한국에서 졸업한 것이거나 유학하고 있다. 유형으로 살펴보면, 조사장은 한국 대학교에서 졸업 후 창업 유형이며, 류사장과 왕사장은 유학하면서 창업을 하고 있는 유형이다. 세 응답자들은 모두 화장을 중심으로 전자 상거래를 하고 있다. 모두 첫 창업이라고 밝혔다. 이들은 화장을 선택하는 이유가 중국에서 연간 화장품이 인기를 끌었으며 특히 한국 화장품은 시장이 넓어 수요가 많다는 것이다. 이들 세 명의 창업 동기는 연구자의 면담조사를 통해 확인됐다.

조사장 : “저는 부산에 와서 이곳을 아주 좋아해서 대학원을 졸업하자마자 이곳에 남아 좀 더 자유롭게 일해서 돈을 벌고 싶었습니다. 지금 인터넷 전자상거래가 유행이고 우리 같은 젊은 여학생에게도 잘 어울려서 그렇게 창업을 시작하게 되었습니다.”

류사장 : “저는 이전에는 직장에 다녔지만, 아이가 생긴 후 집에 씹씹이가 커져서 돈을 더 벌고 싶다는 생각이 들었습니다. 이런 전자 상거래 관련 창업을 하면 시간을 좀 더 자유롭게 확보할 수 있고 아이들을 좀더 잘 돌볼 수 있을 거라고 생각하여서 시작하게 되었습니다.” 56)

왕사장 : “저는 대학원에 수업이 많이 없어서 자유로운 여가 시간을 이용하여 학비와 생활비를 벌고 싶었고 게다가 전자상거래산업이 여자 아이들에게 잘 어울린다는 말을 듣고 시작하게 되었습니다.” 57)

세 면담자의 창업 동기는 기본적으로 일치하려 돈을 벌고 상대적으로 자유로운 시간을 갖는 것이었다. 전자상거래는 시간과 장소에 구애받지 않기 때문에 그들의 창업을 위한 선택이 되었다. 그리고 3 명 응답자는 창업을 하기 전에 전자 상거래와 화장품에 대해 일정 부분 파악하고 현지 실사와 준비 작업을 했다고 밝혔다. 왕사장과 조사장은 창업을 시작하기 전에 자신이 화장품 전자상거래를 하고 있는 친구에게 어떻게 해야 하는지를 배웠고 화장품 전자상거래 시장에 대해 알아본 후 이 분야가 자신에

56) 연구자 인터뷰 자료

57) 연구자 인터뷰 자료

게 맞다고 생각게 되어 시작하게 되었습니다. 류사장은 한국 유학 시절 이런 경험이 있다고 하였다. 세 창업자는 전기 준비가 잘 된 계획된 창업임을 알 수 있었다. 창업 성공의 발판을 마련한 셈이다.

나. 화장품 전자상거래산업의 현황 및 특징

(1) 장기 한중 양국 간 왕복함

세 응답자들은化妆품을 한국 면세점에서 구입하고 중국으로 돌아가야 제품을 가져올 수 있기 때문에 장기간 한중 양국을 왕복하고 있다.

류사장: “일주에 한 번씩 중국을 갑니다. 매주 한국 면세점에서 고객분들이 주문한 상품을 구매하고 주말에는 중국으로 가서 고객들에게 택배로 제품을 보냅니다.”⁵⁸⁾

류사장은 다른 두 응답자보다 화장품 전자 상거래에 더 많은 시간을 할애하여서 한중 양국을 왕복 빈도가 높고 횟수도 많았다. 왕사장과 조사장은 한 달에 한 번씩 중국에 간다고 답하였다.

왕사장 : “한국에 대학원 과정을 밟고 있기도 있고 거래처도 많지 않아서 제품 수요가 많이 없어 가지고 한 달에 한 번씩 중국에 갑니다.”⁵⁹⁾

화장품 전자상거래에 종사하는 창업자 3명 모두 장기 한중 양국을 왕복하는 특징을 보였다. 이들은 자신의 시간을 활용하여 고객이 주문한 물품을 구매하고 정기적으로 중국으로 가서 물품을 택배로 보낸다. 이러한 유연한 운영 방식은 서로 다른 고객의 서로 다른 시간에 대한 수요를 충족할 수 있을 뿐만 아니라 자신의 자유 시간을 더욱 확보할 수 있게 해준다.

58) 연구자 인터뷰 자료

59) 연구자 인터뷰 자료

(2)재고 적고 리스크 작음

문헌연구와 조사를 통해 현재 해외 화장품 전자 상거래와 중국 화장품 전자 상거래의 가장 큰 차이점은 제품 재고에 있다는 점을 냈다. 중국화장품 전자 상거래 시장은 여러 사업자가 미리 필요할 제품을 구입하여서 창고에 넣어두고 손님이 구매하였을 때 창고에서 꺼내서 파는 것이다. 이 때문에 재고품이 오래 쌓여 팔리지 않는 경우가 있어서 판매에 일정한 위험성을 갖게 된다. 해외화장품 전자 상거래의 경우에는 고객의 계약금 일부나 전부를 받고 면세점에 가서 구매한다.

류사장: “고객님이 제품을 사실 때는 저희에게 먼저 정보를 주시고 저희가 가격을 정해주시면 고객님께서 먼저 돈을 지불하고 저희가 면세점에 가서 구입하는 구조입니다. 일부 제품들은 특히 잘 팔려서 내가 조금 덜 저축하여서 창고에 비축해 놓았지만 많지는 않을 것입니다.”⁶⁰⁾

류사장은 가끔 잘 팔리는 제품들을 소량씩 창고에 비축해 두었다고 밝혔는데 왕사장과 조사장은 어떤 제품도 미리 사서 재고로 남겨 두지 않겠다고 하였다. 이들 세 사람은 구매 방식에 약간의 차이가 있지만 전체적으로 같은 방식으로 재고가 적고 재고로 인한 리스크가 적다는 특징을 보였다. 이런 구매 형식은 재고를 많이 확보하지 못하여 제품이 팔리지 않을 가능성 역시 적기 때문에 창업 위험을 크게 줄일 수 있다.

다. 문제점

(1) 제품 종류 단일화

세 면담자는 모두 부산에서 전자상거래산업에 종사하고 있지만 제품 종류가 화장품만 있는데 다른 제품은 아무것도 없어 단일화 경우가 심하다.

60) 연구자 인터뷰 자료

이에 대해 세 창업자는 화장품 시장이 수요가 많아 워낙 바빠서 다른 제품에 신경을 쓰지 못한다고 말했다. 그들이 말했듯이 현재 화장품 전자 상거래 산업에 종사하는 사람들이 점점 더 많아지고 있고 시장 경쟁이 치열해지고 있기 때문에 더 많은 고객을 유치하기 위해 다른 상품들이 더 필요하다. 인터넷 시대가 발전하고 사람들의 수요가 증가함에 따라 전자상거래 산업이 소비자들에게 점점 더 많은 서비스와 제품을 제공할 수 있도록 요구되고 있다. 해외에 있는 전자상거래 창업자들은 다양한 고객들의 다양한 요구를 충족시킬 수 있는 보다 넓은 시각을 가지고 자신의 강점을 높일 수 있어야 한다. 화장품 사업만 하다 보면 고객의 수요를 감당하기 어렵고 성장도 제한돼 시장에서 밀려난다.

(2) 애프터서비스(售后服务, A/S) 부재

하버드 비즈니스 저널 연구 보고서에 따르면, 다시 방문한 고객들은 경제 조직에게 25%- 85% 이익을 가져올 수 있다고 한다. 고객을 다시 불러들이는 요인 중 첫째는 서비스의 질이다. 그 다음은 제품 품질, 마지막으로 가격이다.⁶¹⁾ 그래서 첫 번째 상품은 판매원에 의해 팔렸고 끝이어 상품들은 대부분 훌륭한 A/S를 통해 팔렸다.

연구자는 면담조사를 통해 세 창업자가 택배 발송되면 책임을 계속 지지 않고 문제가 있으면 A/S를 하지 않는다고 답했다. 택배 도중 문제가 생기면 고객들이 택배회사를 찾아서 협상을 벌여야 한다. 제품의 서비스가 판매 단계에 머물지 않아야 하며 판매 후 단계도 중요한 서비스 부분이다. 좋은 A/S는 책임 구현 뿐 만 아니라 고객과 신뢰구축을 위한 최상의 방식이다. 화장품은 깨지기 쉬운 제품이어서 택배 과정에서 손상될 위험이 있다. 택배를 보내기 전에 포장을 꼼꼼히 해야 하고 택배를 보낸 뒤 문제가 생기면 업체가 손을 놓고 있는 것이 아니라 택배회사와 협의해서 해결

61) 那彬(2008). 奥迪品牌售后服务竞争力研究. 管理科学与工程.

해야 한다. 이렇게 부족한 A/S는 고객들을 불안하게 하고 미래 발전을 저해할 것이다. A/S는 경영활동일 뿐만 아니라, 고객이 정서와 배려를 충분히 느낄 수 있도록 하는 경영이념이다. 높은 품질의 A/S를 통해 신뢰성을 높이고 고객 충성도를 높일 수 있으며 A/S가 경쟁력을 높이는 중요한 요소가 된다.



이 장은 부산시에서 전자 통신 산업과 전자 상거래 산업에 종사하는 중국인 창업자 5명의 분석을 통하여 이들의 발전현황에서 주로 유연한 운영의 특징을 보여준다. 전자통신산업의 두 명 창업자는 거리를 누비는 방문 서비스를 채택하여 자신의 시간과 방식을 활용하여 고객들에게 양질의 서비스를 제공할 수 있고 한국의 치열한 시장 경쟁에서 살아남고 발전할 수 있었다. 또한 서비스 과정에서 현대 정보화 기술을 활용하여 고객의 시간을 많이 절약하고 효율성을 높이며 고객의 소비 격정을 높이고 있었다. 또한 그들은 전자 상거래산업의 창업자들은 자신의 시간을 활용하여 고객에게 서비스를 제공하면서 장기 한중 양국을 왕복하고 있었다. 고객의 요구를 충족시킬 뿐만 아니라 본인의 자유 시간을 더욱 확보할 수 있었다. 또한 그들은 공통적인 문제점을 드러내었는데 바로 애프터서비스가 부족하다는 것이었다. 전자 통신업 창업자 2명은 휴대전화 번호와 요금제에 대해 A/S를 제공할 수 있지만 전자제품은 지원하지 않았다. 전자 상거래의 세 창업자도 판매한 화장품에 대해 책임을 질 수 없다고 말했다. 이렇게 부정적인 A/S로는 고객 간에 좋은 신뢰성을 세울 수 없다. 이 밖에도 전자통신산업은 고객정보 유출 문제가 있어 고객은 싼 휴대전화 요금제를 받았는데 모른 문자 메시지와 전화를 자주 받는다. 낮은 가격은 제품의 최종 목표가 아니고 좋은 제품의 사용감은 더욱 주의해야 한다. 전자 상거래 산업은 또한 제품의 단일화 문제를 드러내었다. 세 창업자 모두 제품은 화장품뿐이라고 했다. 단일화 된 제품은 치열한 경쟁 속에서 장기적으로 발전하기 어려우며, 풍부한 제품의 종류가 수반되어야만 서로 다른 고객의 요구를 충족시킬 수 있다.

V, 결론

1. 결론

본 연구는 5개 업종, 10명 부산지역의 중국인 창업자를 연구대상으로 문헌연구, 면담조사, 현지조사를 통하여 부산시 중국인 창업현황 및 문제점을 연구하고 분석하였다. 10명 창업자는 3가지 유형으로 나눈다. 1. 유학하면서 창업을 하는 유형이다. 이 유형 창업자가 가장 많고 6명이 있다. 전통서비스산업과 신흥서비스산업에 다 존재하고 있다. 2. 한국에서 유학 후 창업자이다. 이 유형 창업자가 2명이 있어 의류상점의 이사장과 전자상거래의 조사장이다. 3. 한국에 와서 일단 일하고 돈을 모아서 창업을 진행하는 유형이다. 이 유형 창업자가 2명이 있어 샵프레스점의 장사장과 마사지산업의 인사장이다. 본 연구는 조사한 전통서비스산업 발전 현황에서 특징이 2가지 있다. 하나는 부산시 현지인의 취향에 맞춰 제품과 서비스를 개선한 것이다. 중국요리 산업의 장사장과 강사장은 부산인 입맛에 맞게 음식을 개량했다. 인사장은 마사지 기술에 중국 전통 마사지의 특색을 살려 부산인에 맞는 기술을 접목하여 혁신했다. 이사장도 한국인의 취향을 반영하여 의상을 고르고 디자인했다. 다른 하나는 현대화된 정보 기술을 활용하여 서비스 수준을 향상시키는 것이다. 창업자 5명 중 인사장을 제외하고 나머지는 전통적인 현금과 카드 결제 외에 중국 wechatpay, alipay하고 한국의 kakaopay 등 휴대전화 지불도 받을 수 있다고 밝혔다. 그리고 옷가게 이사장, 마트 우사장과 중국요리 강사장은 발달된 정보화 기술을 이용하여 온라인에서 광고와 주문을 하였다.

이 밖에 마사지산업은 업계이미지가 부정적에서 긍정적으로 바뀌고 있는 특징이 나타났다. 전통 한국 마사지 산업계에는 퇴폐영업이 존재하지만 혁

신과 개량이 이루어진 중국 전통 마사지 업계는 이러한 부정을 버리고 업계에 새로운 벤치마킹을 수립하고 있다.

동시 이 3개 업종 발전 현황에서 아래 문제가 존재하고 있다. 중국요리 산업 발전현황에서 직원 관리 방식이 올바르지 않고 경쟁 방식 낙후, 위생 환경 불량 3가지 문제가 존재하고 있다. 가장 심각한 것은 위생환경 문제다. 주방 직원들은 전문적인 교육을 받지 않았고 기본적인 위생 안전 의식이 부족하다. 위생 환경이 좋지 않아 식품 안전이 보장되지 않는다. 마사지산업 발전현황에서 주요 문제가 2개 있다. 하나는 서비스내용 단일화가 되어 풍부하지 않고 점점 다원화되고 있는 고객 그룹의 요구 사항을 충족하기 어렵다. 다른 하나는 마사지산업이 현대 정보화 기술에 대한 활용이 부족하고 지불 방식과 홍보 수단에 있어서 뒤떨어진 전통적인 방식을 채택하여 그 발전을 제한하고 있다는 점이다. 소매산업의 발전현황에서 드러난 문제점으로는 고객층 단일화와 고객 의견 수렴 부족이 있다.

신흥서비스산업의 발전현황은 두 업종에 따라 다른 특징을 보여주고 있다. 전자통신 산업은 방문 서비스 방식과 현대 정보화 기술 활용 두 특징이 있다. 전자 통신 산업의 두 명 창업자는 거리를 누비는 방문 서비스를 채택하여 자신의 시간과 방식을 활용하여 고객들에게 양질의 서비스를 제공할 수 있고 한국의 치열한 시장 경쟁에서 살아남고 발전할 수 있었다. 또한 서비스 과정에서 현대 정보화 기술을 활용하여 고객의 시간을 많이 절약하고 효율성을 높이며 고객의 소비 걱정을 높이고 있었다. 그들은 전자 상거래산업의 창업자들은 자신의 시간을 활용하여 고객에게 서비스를 제공하면서 장기 한중 양국을 왕복하고 있었다. 고객의 요구를 충족시킬 뿐만 아니라 본인의 자유 시간을 더욱 확보할 수 있었다. 두 산업의 발전 과정에 같은 문제가 애프터서비스가 부족하다는 것이었다. 전자 통신업 창업자 2명은 휴대전화 번호와 요금제에 대해 A/S를 제공할 수 있지만 전자제품은 지원하지 않았다. 전자 상거래의 세 창업자도판매한 화장품에 대해 책임을 질 수 없다고 말했다. 이렇게 부정적인 A/S로는 고객 간에 좋

은 신뢰성을 쌓을 수 없다. 이 밖에도 전자통신 산업은 고객정보 유출 문제가 있어 고객은 쓴 휴대전화 요금제를 받았는데 모르는 문자 메시지와 전화를 자주 받는다. 전자 상거래 산업은 또한 제품의 단일화 문제가 들어났다. 세 창업자 모두 제품은 화장품뿐이라고 했다. 단일화 된 제품은 치열한 경쟁 속에서 장기적으로 발전하기 어려우며, 풍부한 제품의 종류가 수반되어야만 서로 다른 고객의 요구를 충족시킬 수 있다.

3. 연구한계

본 연구의 한계는 주로 2 가지 측면에서 나타난다. 하나는 연구대상의 수량은 한정되어 있어서 서비스산업 분야가 광범위하지 않아 포괄적이고 한계가 있다는 결론이 나왔다. 또한 본 연구는 조사 과정에서의 문제점이 풍부하지 않고 결여되어 있으며 부산시 중국인 창업현황에 대한 연구가 포괄적이지 못하기 때문에 불완전한 결론을 내렸다.

참고 문헌

1. 한국 문헌

공령유, 김인재(2017). 한국과 중국의 예비 창업자의 창업의지에 관한 비교 연구. 「정보시스템연구」 제 28 권 제 2 호.

장진용(2019). 중소기업 창업자 특성이 창업자 창의성 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구-사회적 자본과 기업 간 협업을 중심으로. 박사 학위. 대전대학교.

장석주(2018). 창업자의 특성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구-청년 창업자를 중심으로. 석사 학위. 한성대학교.

배문식, 김운규(2018). 중국의 창업 열풍 지속될 것인가? 창업 정책을 중심으로. 과학기술정책.

왕진(2017). 재한 중국 유학생의 창업의도에 영향을 미치는 요소에 대한 연구. 석사 학위. 한양대학교.

최정석, 최준환. 중국의 창업생태계 발전전략. 中國地域研究 第 4 卷第 2 號.

嚴金花(2017). 중국 소기업의 창업인프라, 기업가정신, 기업성과간의 관계에 대한 연구:한족과 조선족 비교연구. 박사 학위. 충남대학교.

정상은. 중국의 창업 광풍, 계속될까? Sungkyun China Brief 기획특집 I.

김충환(2010), 중국 4대 지역요리 비교연구 및 메뉴개발방안:서울지역 1급 호텔 중식당을 중심으로, 경기대학교 대학원 석사학위논문.

왕상진(2017). 화교조리사 심층 면접을 통한 한국식 중화요리의 현지화 과정. 석사학위논문.

2. 중국 문헌

赵小建(2016).从纽约到罗马-海外温州人经商理念、创业模式和运作特点探析. 华侨华人历史研究.

陈江涛, 周燕飞(2017).激情创业者更容易成功吗?中国地质大学学报 (社会科学版).

陈婷(2015).中韩大学生创业教育比较研究[D]. 沈阳师范大学硕士学位论文.

陈君媛(2019).中国创业者幸福感影响因素案例研究[D].北京邮电大学硕士学位论文.

姜彦福(2011).创业理论及其架构分析[J].经济研究.

安新华, 杨迎新(2001).传统与企业家精神.东北财经大学学报.

李志能, 郁义鸿(2000). <创业学>.复旦大学出版社.

顾文涛, 李东红(2008).中国传统管理思想的逻辑层次.经济管理 第7期.

陈萍, 冯华卫(2013).中国人的经营理念.现代物业现代经济.第12卷第8期.

马莹莹(2012).社会主义市场条件的新儒商再探究[D]. 硕士学位论文.

张大红(2003).儒商伦理与现代中国企业家精神[D]. 硕士学位论文.

龙登高(1998).<海外华商经营模式的社会学剖析>. <社会学研究>第2期.

廖小健(2003). <全球化时代的华人经济>. 北京:中国华侨出版社.

康荣平, 柯银斌(2009).<海外华人跨国公司成长新阶段>北京:经济管理出版社.

庄国土(2010). <华侨华人经济资源研究>.课题研究报告.

张玉利等(2004). <创业管理理论与实践的新发展>.清华大学出版社.

3. 영어 문헌

Browning,Harley L,Singelman Joachim. The emergence of Service Society:Demographic and ocialological Aspects of the Sectoral.1975.

Transformation of the Labor Force in the U.S.A[M]. Spingfield: National Technical Inforamation Service.

Chang Gene Hsin, Josef C.Brada. The paradox of China' s Growing Under-Urbanizaion[J].Economic Systems. 2006.

Harris Nigel Bombay In A Global Economy-Structural Adjustment And The Role of Cities[J].Cities.1995

Tiffen M. Transition in Sub-Saharan Africa agriculture. urbanization and income growth[J] World Development.2003

Chenery H.B.H.Elkington and C.Simens A Uniform Analysis of Development Patern[M]Harvard University Center for International Affairs Economic Development Report Cambridge Mass.1970.

Elfring.T. New Evidence on the expansion of service employment in Advanced economies[J]. Review of Income Wealth. Vol35.December,1989.

Low M. B & Macmillan I. C."Entrepreneurship: Past Research and Future Challenge ". Management.1988.

면담대강

您是什么时候开始创业的？

这是您的第几次创业？（若有其他创业经历请讲述一下）

您为什么会选择创业呢？哪些关键因素让您决定创业？

为什么会选择这个行业呢？

您在创业过程中做了哪些准备和努力呢？考虑过将来如何去经营么？

您的员工现在有多少名？都是什么类型的呢？

员工每天工作时间是是什么情况？休息日（员工和店）？员工是否有保险呢？

员工的工资是怎么样的？员工临时请假的话，怎么办（工资、替班等）？

您对员工有哪些福利待遇呢（吃饭、红包、生日、节假日等）？

您的顾客群体主要是哪些人呢（国家、年龄等）？

产品/服务的定价是怎么样的呢？

您认为竞争压力大么？您面对竞争用了哪些方法呢（eg：서비스、打折、特殊节日活动、推出新品、装修、广告、红包等）？

您的员工之间任务是如何分配的（提前分工明确/一起做）？员工间的竞争与合作是什么样的情况？

您的员工是否有统一的服装？

员工上班前是否进行过专业培训？

营业时间是什么时候？是否可以调整（eg：客人的需要、节假日or特殊活动等）？

是否为顾客提供其他相关服务呢（eg：外卖、售后服务等）？

您是否主动了解过顾客的意见和建议呢？或者顾客有没有主动跟您反馈一些建议呢？

您对产品/服务是否进行过宣传呢？采用了哪些宣传方式呢？宣传的对象是谁呢（中国人/韩国人）？