

**외국인유학생 유치·지원
확대를 위한 정책연구**

2014. 6. 27

교육부(국립국제교육원)

이 연구는 2014년도 교육부(국립국제교육원) 연구용역비에 의해 연구되었으며, 본 연구에서 제시된 정책대안이나 의견 등은 교육부의 공식의견이 아니라 본 연구진의 견해를 밝힙니다.

사업수행 기관
한양대학교 산학협력단(중국문제연구소)

연구진

연구책임자	민귀식
공동연구원	정순기
	조복수
	김지영
	김진영
연구보조원	유다형
연구협력관	정창윤

【요 약】

1. 세계 유학시장 현황

□ 유학의 개념 · 현상 변화

○ 유학시장의 폭발적 성장

- 1975년 세계 유학생의 수는 80만 명 수준이었으나, 2013년에는 약 430만 명으로 5배 이상 증가, 2011년 현재 OECD 국가의 고등교육기관 외국인유학생 평균비율이 8%에 이를 정도로 유학 보편화

○ 유학 개념의 변화

- 유학개념이 전통적 엘리트 양성에서 다양한 자기계발 및 개성표현의 수단으로 확대되면서 유학의 선택폭과 유학생 연령대가 넓어지는 등 유학이 보편화되면서 취업유학 등 학위취득 이외의 영역으로 확대

○ 유학시장의 판도 변화

- 유학시장의 변화는 특정 국가의 부상과 몰락, 기술 수준의 변화, 국가 브랜드 및 이미지의 변화 등에 따라 달라지는 시장원리에 따라 변동
- 그러나 유학시장은 각국의 유학정책과 취업정책 또는 비자제한 여부 등 정책적 요인도 상당한 영향을 미치며, 특히 21세기에는 고급노동력의 자유로운 국제적 이동을 반영하여 유학생을 이민자로 수용하려는 선진국의 새로운 유학정책이 상당한 영향을 미치고 있음

□ 유학 패러다임 변화

○ 학위과정 별 다양한 유학 형식

- 조기 유학의 확대 추세
- 학부 학위과정의 확장
- 석·박사 등 고급과정의 정예화
- 현장기술 중심의 비학위 과정 중시
- 취업유학의 증가와 유학 내용의 다양화

○ 압도적인 아시아 유학생

- 유학생 송출지역은 아시아국가가 52.7%로 압도적인데, 이는 중국(18.5%), 인도(5.5%), 한국(3.6%) 등 높은 교육열을 가진 나라가 집중되어 있기 때문이며, 인도네시아도 경제발전에 따라 유학생 다(多) 송출국가로 등장.
- 특히 세계 유학생의 18.5%를 차지하고 있는 중국은 매년 30만 명 이상을 해외로 내보내고 있고, 100만 명의 예비유학생이 대기

□ 유학대상국가 선택 우선순위

○ 언어가 가장 중요한 선택 기준

- 유학생이 대상학교를 선택하는 기준은 ①언어 ②교육 프로그램 수준 ③등록금 수준 ④유학 및 이민정책 ⑤기타 순
- 이 기준으로 볼 때 한국 교육시장은 영어권 선진국은 물론 비영어권인 일본과 중국에 비해 비교열위

○ 현지 취업기회의 중요성 부각

- 선진국일수록 높은 급여, 영주권 획득 기회, 현지 자녀교육 등이 동기로 작용하여 취업유학 비율이 높는데, 아시아권에서는 일본이 이 조건에 가장 근접

○ 전공분야 경쟁력 중시

- 제한 외국인유학생은 국내 학생보다 대학의 명성과 순위에 덜 민감하고, 전공학과의 경쟁력을 상대적으로 중시, 이는 비수도권대학의 유학생 유치활로 개척가능성을 확인한 것이자 대학의 적극적인 유치 활동 필요성 제기

○ 적절한 생활비 및 학비 수준

- 한국의 생활비수준은 미국, 영국, 호주, 캐나다, 일본, 프랑스, 독일 등 8대 유학대상국 가운데 가장 낮은 수준으로, 저렴한 생활비는 한국유학의 드문 경쟁력 요소의 하나

□ 이민정책으로서의 유학정책

○ 선진국의 인구감소와 유학정책 변화

- 노동력의 국제적 이동의 보편화 속에서 선진국은 IT업종 등 고급인력 확보에 적극 대응하면서 유학정책을 이민정책의 하나로 보는 적극적인 사고로 전환하여, 유학생의 국내취업을 적극 지원하는 정책으로 전환

○ 고급노동력 확보는 국가경쟁력의 핵심

- 고급노동력 확보를 위한 유학생 자국민화정책은 세계적인 추세이자 인재경쟁의 새로운 양상으로 미국, 영국, 캐나다, 일본, 호주 등에서 일반화

2. 한국의 유학정책 패러다임 전환

○ 한국유학 정체원인에 대한 분석

- 한국유학의 정체원인이 유학시장의 양적 확대에 따른 질적 저하의 결과, 유학 1세대가 귀국 후 경쟁력을 보이지 못하기 때문이라는 설명은 상당히 설득력 있는 논리
- 하지만, 보다 근본적인 원인은 한국의 유학경쟁력이 약한 현재의 구도에서 유학시장이 한계에 가까워졌다는 것이 보다 더 솔직하고 냉정한 분석
- 이렇게 한국유학 경쟁력을 진솔하게 드러내 놓을 때 새로운 유학정책으로 전환도 가능하고, 유학정책 전환 필요성도 체감할 수 있음

○ 유학목적 다양화 충족 필요성

- 세계 각국은 유학생을 유치하기 위해 학습능력 위주의 평가방식을 수정하여 다양한 선발기준을 도입하고 있는데, 이는 모든 유학생은 반드시 공부를 잘해야 한다는 인식에서 벗어나 다양한 유학목적에 충족시켜줘야 한다는 사고의 전환을 반영하고 있으며, 유학시장 확대를 위한 현실적인 대안제시라고 할 수 있음

○ 유학생의 학습능력 차이 인정

- 유학생 간 학습능력에 차이가 나는 것은 유학목적의 다양화와 유학영역의 다변화의 필연적 결과이므로 이를 현실적으로 받아들여야 하며, 학습을 위한 최소 조건을 충족한 유학생은 수용한다는 원칙을 수립할 필요가 있음
- 특히 전문기술 분야에 대한 다양한 유학과목이 개설되면서 학문습득 능력과 기술습득 능력이 서로 다르다는 사실을 인정하고, 이에 대처할 수 있는 정책과 프로그램 개발이 필요

○ 다양한 분야에 대한 맞춤형 유학교육

- 유학생이 유학에 만족하는 것은 자신의 유학목적을 얼마나 달성할 수 있느냐에 달렸기에 현장에서 다양한 맞춤형 교육이 가능하도록 제도적인 보장 필요
- 선진국이 유학생의 불법이탈이 아닌 한 대부분의 교육내용을 일선 현장에 위임하는 것은 유학의 새로운 흐름을 잘 읽고 대응하고 있다는 증거

○ 한국적 유학정책 패러다임 전환

- 한국유학의 경쟁력은 한국적 특성을 강화해야만 유지할 수 있기 때문에 늘 창조적인 적응과 새로운 변신이 필요함에도, 우리의 유학정책은 여전히 학습능력을 위주로 평가하는 보수적인 성향 유지
- 한국유학이 경쟁력을 갖기 위해서는 새로운 패러다임으로 전환해야 하며, 지금까지의 보수적인 관점에서 벗어나 보다 과감한 정책을 시행해야 함

3. 중국인/비중국인유학생 특징

○ 중국인유학생은 세계 최대 공급원

- 2013년 현재, 전 세계에 나가 있는 중국인유학생은 79만여 명으로 전체 유학생의 18.5%를 차지, 중국은 1980년 2,124명이 유학생으로 나간 이후 30년 동안 134배나 폭발적으로 증가

○ 중국인유학생의 선호국가 결정 요인

- 중국 교육기관의 조사결과에 따르면, 중국인이 유학대상 국가를 선택할 때 우선 고려 순서는 교육의 질 > 문화적 환경 > 언어 > 이민 가능성 > 안전성이라고 응답하였는데, 이는 실제 유학과 차이가 나는 모범적인 답안
- 중국인의 유학선호도와 실제 유학에는 차이가 나는데, 중국인들은 서구유학을 동경하지만 실제로는 한국과 일본으로 유학하는 비율이 상당히 높기 때문에 노력 여하에 따라서 중국시장에서 일정한 영역을 확보할 수 있음
- 한편으로는 이민 가능성을 염두에 두고 있는 중국인들이 미국, 영국, 호주, 캐나다 등 영어권 국가를 뚜렷하게 선호하는 특징을 반영하고 있음
- 이는 향후 한국은 중국유학생에게 장기적인 매력을 유지하기가 쉽지 않음을 보여주고 있음

○ 권위적 특성이 드러난 중국인유학생의 선택

- 중국인유학생이 한국의 대학을 선택한 이유를 높은 비중에서부터 배열하면, 학교 간 협약 > 지인 추천 > 전공 강점 > 입학 용이 > 학비 저렴 순
- 이 결과는 중국인유학생은 권위적인 학교제도의 영향이 크게 작용하기 때문에 학교의 추천이 개인의 선택을 제약하는 요인으로 작용
- 이는 한국 대학의 입장에서는 유학생을 충분히 확보할 수 있는 통로가 존재한다는 것을 의미하므로, 각 대학이 실질적인 교류협력 노력으로 상당부분 중국인유학생을 유치할 수 있다는 근거도 됨

□ 비중국 출신의 학교 선택 요인

○ 개인의 선택이 보다 중시되는 구조

- 비중국 출신 유학생들은 학교 선택 시 본국 학교의 영향력이 상대적으로 작는데, 이는 교류협력 MOU를 체결한 대학이 많지 않다는 것을 뒷받침
- 동남아 등 신흥지역 대학과 MOU 체결을 시도하는 등 적극적인 유학생 유치 노력 전개 필요성 제기

○ 유학원 관리의 중요성과 딜레마

- 비중국인유학생은 학교 선택에 영향을 준 요인으로는 지인 추천 > 전공분야 강점 > 학교 간 협약의 순으로 응답해 주변의 추천이 중요한 역할을 수행하는 것으로 나타남.
- 이는 대학 간 MOU가 많이 체결되지 않는 대신 유학원 등이 더 큰 역할을 하고 있다는 해석이 가능하기 때문에 실질적으로 유학시장의 일부를 맡고 있는 유학원을 선별해서 관리한다는 적극적인 자세 필요성 대두

○ 어학연수는 유학생 유치의 중요통로

- 어학연수생은 상당 부분 학교 간 협약에 의해 보내기 때문에 본국 학교의 영향력이 상대적으로 강함. 즉 어학연수의 특성상 집단적 선택(자매학교 교류) 경향이 강해 학교의 섭외능력과 의지가 가장 잘 나타나는 영역이기 때문에 유학생 유치 확대를 위해서는 어학연수생과 교환학생을 많이 받아들이는 것이 중요
- 어학연수는 단기과정이 많아 주변 환경보다는 교육특성을 더 중시하므로 콘텐츠를 잘 갖춘 대학은 수도권이 아니라도 일정한 경쟁력을 가질 수 있음

4. 주요국가의 유학정책 사례

□ 일본 : 한발 앞선 유학시장 글로벌화 추진

○ 2008년 ‘유학생 30만 명 계획’ 수립

- ‘유학생 30만 명 계획’은 유학정책이 입국에서 유치단계의 대응과 귀국지원을 중심으로 전개하였던 이전에 비해, 일본사회에서 유학생을 수용하는 취업과 졸업 후 진로까지를 체계적으로 추진하는 것이 특징
- 출입국 절차를 간소화하는 등 유학정책을 이민정책의 하나로 전환 추진
- 심각한 노령화 사회에 접어든 일본은 노동인구 감소가 경제적 재앙을 초래할 것이라는 판단 하에 유학생을 새로운 성장 동력으로 활용하려는 의지를 분명히 하면서, 국가차원에서 유학정보 제공부터 입학, 생활, 졸업, 취업지원 등까지 폭넓은 지원책을 강구

○ 지자체의 적극적 동참이 유학생 확대 동력

- 많은 지방자치단체는 ‘유학생교류 종합추진회의’를 창설하여 지역사회의 유학생 수용을 위하여 기업과 학교 및 지자체가 협력 체제를 구축하고 지역주민과 유학생이 함께하는 교류사업, 문화행사, 홈스테이, 취업지원 프로그램을 운영

○ OECD국가 중 높은 대학출신 외국인노동자 비율

- 재일 외국인노동자중 대졸자 비율이 24.6%로 16~17% 수준인 영국, 독일, 프랑스보다 높은 고학력자가 많은데, 인구에 대한 유입비율은 미국과 캐나다의 1/3 수준에 그치고 있어, 일본은 외국인유학생을 자국에 머물게 하기 위해 적극적인 정책을 시행하고 있는 중
- 일본정부가 펴낸 경제재정백서에는 "우수한 외국인 인재 활용 또한 생산성 향상에 유효"라는 관점 제시

□ 영국 : 국가브랜드 강조와 고급인재 이민정책

○ 취업비자를 통한 적극적인 취업지원

- 2008년부터 시행된 외국인유학생 학위취득 후 체류허용비자(Post-Study Work visa)는 기본점수제도로 자격증, 영어능력, 재정능력을 기준으로 일정 점수를 넘을 경우 취득할 수 있도록 하고 있음
- 영국에서 학부나 대학원등을 졸업하고 일정한 기준이 채워지면 받을 수 있는 이 비자는 2년이지만, 학부를 졸업하고 대학원을 가도 이 비자는 단 한번 만 받을 수 있음
- 2006년 토니 블레어(Blair) 총리가 발표한 ‘유학생 유치 5개년 전략’은 외국 학생 유치, 국제시장에서 학생 유치를 성공적으로 계속하기 위한 교육의 질 향상, 파트너십 강화, 국가의 명성과 능력 배양 등을 강조

○ British Council 중심으로 각 정부부처 연계

- 80년의 전통을 자랑하는 British Council은 현재 전 세계 110 개국에서 138 개 어학센터를 운영하면서 웹사이트를 통해 학교소개, 정보제공, 학자금, 비자신청 등을 자세히 안내
- 더욱 중요한 것은 British Council이 4년에 1번씩 15개 항목의 평가 내용을 공개함으로써 영국어학연수의 질을 담보하고 있고 각 학교의 장단점을 파악할 수 있는 기회를 제공하며, 해당 학교가 분발할 수 있는 동기를 제공

○ 고급인재 이민에는 적극적

- 유학비자 중에서도 과학 분야 등 고급지식을 보유한 대학 졸업생은 고급기술이민으로 편입이 가능하여 영국이 고급인재 영입에는 적극적임을 알 수 있음

□ 호주 : 적극적인 유학정책과 취업프로그램 운영

○ 장기간의 취업비자 발행

- 2013년 호주의 새 정부는 과감하고 적극적인 유학정책을 도입함에 따라 유학비자 간소화정책으로 바뀌고 각종 장학금 혜택이 풍부해지고 있으며, 특히 ‘졸업 후 취업비자’(Post-Study Work Visa)를 유학수료 코스에 따라 2년에서 최대 4년까지 연장하여 해외취직을 생각하고 있는 유학생들에게 인기
- 호주의 애벗(Tony Abbott)정부는 유학생이 다닌 대학과 학과에 상관없이 ‘졸업 후 취업비자’신청조건에 맞는 코스를 마친 사람에게 비자를 발급하여 유학생들이 취업할 수 있도록 정책을 수정
- 호주의 대표 취업지원 프로그램은 ‘전문직과 기술직을 위한 이민프로그램 (Professionals and Other Skilled Migrants)’으로, Independent Visa, Sponsored Visa, Regional Visa, Graduate Visa, Regional Sponsored Visa로 구성되어 있는데, 이중 지원자 절반 이상이 호주에서 학위나 자격증을 취득한 외국인유학생 다양한 유학과정 개설
- 호주유학은 학위를 위한 것보다 오히려 직업학교에 등록한 경우가 훨씬 많고 어학연수도 상당한 비중을 차지하는 등 다양한 커리큘럼 과정을 개설해 유학생 유치
- 비영어권 외국인유학생의 영어교육을 위한 Elicos (English language Intensive Courses for Oversea Students)프로그램을 운영하면서 비영어권 학생이 호주유학을 선택하도록 적극적으로 지원
- ‘외국인유학생 교육서비스법률(ESOS: Education Service overseas Student Act)’의 개정을 통해 유학생 권리 보장, 교육 및 서비스 수준 향상, 위험에 처한 유학생거처 지원 등 제도 마련

5. 한국의 유학생현황과 유학정책

□ 한국유학시장 평가

○ 유학시장의 조정기 국면

- 한국은 경제규모나 국가브랜드에 비해 최근 유학시장이 상당히 발전한 것으로 평가할 수 있지만, 갑작스런 확장으로 인해 그 동안의 잠재된 문제들이 드러나면서 2011년에 정점을 기록한 이후 감소세로 전환
- 한국 유학시장 정체 현상이 ‘인증제’ 시행 결과 조정기를 겪고 있다는 시각을 가진 측에서는, 유학생에 대한 질적 관리가 높아지면 장기적으로는 유학생이 증가할 수 있다는 입장으로 보다 긍정적인 전망
- 그러나 유학시장 정체를 구조적인 측면에서 보려는 입장에서는, 유학시장 경쟁력 자체가 구조적인 한계를 가지고 있기 때문에 유학시장이 확장성을 가지기 힘들다는 비관적인 관점 유지

○ 험난한 2020년 20만 명 유치계획

- Study Korea 2020은 유학생에 대한 관리수준의 질적 제고와 유학생 유치의 양적 증가라는 두 가지 목표를 동시에 추구하는 야심찬 계획으로 유학생을 20만 명까지 늘리겠다는 중장기 계획으로 그 자체의 의미는 상당하지만, 이 계획은 그 동안 한국유학의 문제를 얼마나 정확히 분석한 다음에 나왔는지 의문

○ 유학정책 패러다임 전환이 전제

- Study Korea 2020은 길지 않는 기간 내에 달성할 수 없는 장기적인 계획이라는 것을 명확히 할 필요가 있으며, 이를 실현하기 위해서는 근본적으로 유학정책의 패러다임 전환이 전제되어야 한다는 공감대 필요

- 현재와 같이 교육부는 유학생 유치확대를 위해 노력하지만, 정부 다른 부처는 유학생 규제에 더 큰 의미를 두는 현상이 지속되는 한, 한국은 유학강국이 될 수 없을 뿐 만 아니라, 글로벌 인재 유치 경쟁에서도 뒤떨어지게 될 것임

○ 한국의 유학경쟁력에 대한 냉정한 평가가 우선

- 지난 10여 년의 높은 유학생 증가율을 과잉성장의 ‘유학생 집중화 시기’라고 분석한다면, 2011년 이후 성장세 둔화는 유학시장 규모와 한국의 경제성장과 의 차이가 거의 좁혀지면서 나타난 현상이라고 보는 것이 합리적 판단
- 즉 지금의 한국 유학시장 규모와 현재의 국가위상이 크게 다르지 않아 발생하는 ‘수요-공급’의 균형점에 근접한 것으로 보는 냉정함이 요구됨
- 이런 관점에서 본다면, Study Korea 2020은 실현가능성이 상당히 낮은 계획이며, 만약 실현이 된다고 해도 한국 유학시장에 대한 새로운 수요가 창출되도록 공급 측면의 제도개선과 정책 변화가 구체적으로 시장의 신뢰를 확보할 때까지 많은 시간이 필요
- 한국의 유학시장은 학문 수준의 차이 뿐 만 아니라 유학정책에서도 호주, 캐나다, 일본 등에 크게 뒤지고 있어, 유학정책을 보는 인식의 전환이 없는 한 20만 명 유치 목표는 실현할 수 없을 것
- 한국 유학시장은 객관적인 열세를 안고 출발하기 때문에 정책 의지가 강하게 투영되지 않으면 유학경쟁력을 갖출 수 없다는 사실 자각에서부터 출발해야

□ 외국인유학생의 지역·전공 불균형 현상

○ 국내학생 비율과 다른 유학생의 수도권 집중

- 국내 대학은 수도권보다 비수도권에 더 많이 있으나, 외국인유학생은 수도권에 57.6%가 몰려 있어 수도권 집중현상은 국내 학생보다 더 강화된 경향인데, 이런 현상은 유학생의 경우 수도권과 비수도권 대학의 입학 수준 차이가 거의 없이 입학이 쉽기 때문에 나타나는 각국의 보편적인 현상
- 유학생 가운데 상당수는 자국의 수도권 출신이 아니기 때문에 수도권에서 학교에 다니고자 하는 욕구가 강하고, 다른 한편으로는 지방에서 학교를 다닌 유학생은 수도권 대학에 다니는 것으로 학력을 업그레이드하려하기 때문

○ 이공계 기피는 아시아권 유학시장의 한계

- 재한 한국유학생의 68%가 인문·사회계열 학생으로 전공별 편중현상이 심각한데, 일본도 비슷한 비율을 보여 아시아권 유학시장의 한계를 보여주고 있음
- 또한 한국의 유학시장은 학부 중심(41%)으로 구성되어 있는데, 석·박사 비율이 25% 정도로 성장가능성과 한계를 동시에 가지고 있어 한국유학시장의 고급화와 경쟁력을 갖추기 위해서는 이들에 대한 적극적인 유치 및 관리정책이 요구

□ 한국의 유학정책

○ 유학생 유치 다변화 전략지역 선정

- 교육부가 유학생 유치 다변화를 추진한 것은 시의 적절한 조치로 새로운 시장 개척지역을 중동, 아프리카, 중남미, 러시아, 중앙아시아 등으로 설정한 것도 미래를 내다보는 올바른 방향

- 신흥지역 해외유학박람회도 이 전략의 일환이라는 관점을 공유할 필요가 있으며, 유학생 유치의 단기적 성과가 미약하더라도 다양한 지역에서 해외유학박람회 개최는 유지하는 것이 필요

○ 유학생 유치 다변화정책은 덧셈의 정책

- 특정국가 출신 유학생의 비율이 과도하게 높아지는 현상에 대한 우려를 반영하여 유학생 유치 다변화정책 시행은 국가정책에서 의미를 가지는 결정
- 하지만 더 중요한 원칙은 이로 인해서 유학생 전체 숫자가 늘어나야 한다는 것이기 때문에, 유학생 유치 다변화정책은 중국인유학생을 여전히 중시하면서 다른 나라 출신에 대한 유치를 더욱 강력하게 추진하는 덧셈의 정책이 수립되어야 함

○ 유학생 학습수준의 다층화 추진

- 국내 학생의 교육정상화를 위한 방안으로 입학기준을 다양화하여 학생의 개성을 살리는 방안을 강구하자는 주장이 모두에게 공감을 얻고 있듯이, 유학생에게도 다양한 기회와 유학 목적의 다양성을 보장하려는 정책이 요구됨
- 그렇게 하려면 우선 성적이 우수한 학생만 유학한다는 인식에서 탈피하여, 유학은 외국인학생에게 제공하는 다양한 기회의 하나라는 일반적 사고를 정립하는 것이 필요

○ 입학문턱은 낮추고, 생활관리 강화

- 계열별로 유학생 졸업자격(TOPIK 4급)을 유연하게 적용하자는 주장은 ‘유학생 유치·관리능력 인증제’의 방향과 다른 주장이기 때문에 논란의 여지가 큰 사안이지만, 유학생에 대한 관리수준 제고가 성적에 집중될 필요는 없다는 원칙에서 본다면 재검토할 필요도 있음

○ 유학정책은 규제가 아닌 지원이 우선

- 유학정책이 “채찍만 있고 당근은 없다”는 현장의 목소리는 상당한 근거가 있으며, 이는 단지 교육부의 정책뿐만 아니라 법무부, 고용노동부, 보건복지부 등 정부부처 대부분의 정책이 유학생을 통제의 대상으로 보는 시각을 전환해야 한다는 지적을 수용할 필요성을 지적하고 있음

6. 해외유학박람회 평가

□ 해외유학박람회 개최 의의

- 각국의 유학생 유치경쟁은 대부분 같은 목표를 추구하고 있기 때문에 더욱 치열한 양상인데, 한국교육의 국제화와 학생의 국제화 마인드 배양, 국제경쟁력 강화활동, 대학 정원감소에 대한 대응이라는 목적 추구
- 해외유학박람회 개최도 대학의 이런 수요를 뒷받침한다는 원칙을 설정함과 동시에, 신흥시장 개척 및 한국 이미지 홍보라는 정부의 목적을 균형적으로 달성할 수 있도록 지역 선정 기준을 확정
- 따라서 해외유학박람회 개최는 단기적 목표 달성을 추구하는 대학의 입장과 달리 장기적인 관점에서 국가브랜드 강화와 맥을 같이 하는 전략적 투자행위라는 인식을 가질 필요

○ 해외유학박람회는 교육서비스 영역의 SOC사업

- 해외유학박람회는 개별 대학이 할 수 없는 일을 대신함으로써 성장 잠재력이 큰 개발도상국에 한국유학의 장점을 홍보하는 기능을 수행하는 교육서비스 분야의 SOC사업이라고 할 수 있기에, 장기적으로 해외유학박람회를 강화할 필요

□ 해외유학박람회 기여도

○ 해외유학박람회의 한국교육시장 확장 기여도

- 해외유학박람회는 유학생 증가의 중장기적 기능을 담당하는 거시적 역할을 수행하면서 개별 대학이 유학생을 유치하도록 닳을 내리고 주변을 조정하는 역할을 수행하면서, 신흥시장에서 신뢰를 구축하여 한국유학의 잠재적 확장의 초석을 놓고 있음

○ 해외유학박람회 유학생 유치 기여도

- 국내 대학에 각국의 구체적 정보를 제공하고 현지 대학과 협약체결 기회를 제공하여, 각 대학이 유학생 유치에 참여할 수 있는 디딤돌 역할과 베이스캠프 역할

○ 해외유학박람회 역할 강화 방안

- Study Korea 2020 목표를 실현하기 위해서는 해외유학박람회를 확대할 필요가 있으며, 제도적 지원으로는 국립국제교육원을 중심으로 유학전담 기구를 구축하고, 역할 강화에 따른 예산지원을 보강하여 유학정책 집행의 중심을 세워야 하며, 국제무역연구원 등 여러 연구기관의 해외유학박람회 확대 개최 주장도 경청할 필요

□ 해외유학박람회 발전방향

○ 한국 해외유학박람회 개최지역 다변화

- 한국의 국가역량과 국가브랜드 제고 방법으로 중동, 아프리카, 남미 등 신흥지역에서 해외유학박람회를 개최하는 국가 차원의 전략적 투자 진행

○ 해외유학박람회의 효율 증대 방안

- ①국가별 특성파악과 개최시기 조정 ②국내 유관기관과 연계 개최 ③현지 대행사 선정방식 개선 ④대학협의회와 역할 분담 ⑤개최지역 선정방법 개선 ⑥지자체의 독자 개최지역 파악 등을 종합적으로 조정

○ 해외유학박람회 개최형식 재점검

- 정부가 유학 신흥시장 개척에 적극적으로 나서있기 때문에 단독개최보다는

공동개최에 참여하는 것은 불가피한 측면이 있으나, 최근에는 단독개최 빈도가 너무 낮고 대학 실무자 대부분은 단독개최가 효과적이라고 응답

- 실무자 의견을 최대한 반영하여 단독개최 중심으로 재편하되, 신흥지역의 경우 초기에는 공공개최에 참여하더라도 상황 파악이 된 이후에는 단독개최를 적극적으로 추진하는 방안 검토

○ 해외유학박람회 연계개최 재검토

- 유관기관과의 공동개최 또는 협력효과는 해당 지역의 특성과 시기 및 협력기관과의 역할분담에 따라 상당한 차이가 나고, 공동개최로 인해 오히려 효과가 반감된 경우도 있어 현지사정을 잘 판단해야 시너지효과를 거둘 수 있음
- 따라서 유관기관 공동개최는 TOPIK시험과 유학박람회처럼 그 성격이 거의 일치하는 경우가 아니면 기대만큼의 효과를 거둘 수 없다는 것이 그 동안의 경험에서 도출된 결론
- 해외유학박람회를 성공시키기 위한 또 다른 조건은 현지 교육당국의 협력을 받는 것인데, 관료의 영향력이 큰 나라일수록 이런 경향은 강함. 예를 들어, 중국의 경우 성(省)정부 혹은 시(市)정부의 교육당국이 협조할 때는 행사장에 오는 참관학생이 훨씬 많고 유학에 적극적인 학생의 참관비율이 높음

○ 현지기업의 후원 발굴

- 대부분의 해외유학박람회는 후원사 없이 정부예산과 대학 참가비로만 운영되고 있어, 좀 더 적극적인 경영마인드가 요구됨. 정부가 기업의 후원을 직접 받는 것은 문제의 소지가 있을 수 있기 때문에 대학연합체를 활용하는 등 새로운 방법을 강구할 필요

○ 해외유학박람회 최적 시기 DB화

- 해외유학박람회는 매년 10여회를 진행하기 때문에 모든 나라의 특성을 반영하는 일정을 완벽하게 조정할 수는 없겠지만, 각 국가별 대학입시, 방학, 연휴, 국경절, TOPIK 등을 DB화해서 가장 효율이 높게 일정 배치

- 대학입시와 대입성적발표 시점을 파악하여 성적발표 직후에 해외유학박람회를 개최하면 보다 효과적일 수 있는데, 그 이유는 대학에 합격하지 못한 학생들은 유학에 대해 적극적으로 관심을 가지는 시기이기 때문

○ 전문대학 해외유학박람회 운영

- 전문대학만을 중심으로 진행한 해외유학박람회는 참관인에 허수가 적고, 유학목적의 상담자가 많아 실수요자 중심의 행사진행이 가능하고, 학문이 아닌 전문기술을 습득하려는 욕구가 강해 상담효과가 높음
- 한류의 영향으로 미용, 의료, 의상 등 실용학문 시장 전망이 좋은 전문대학 유학박람회는 전문기술인의 자긍심을 높일 수 있는 행사를 준비하는 것이 중요

□ 다양한 유학생 유치홍보 유형

○ 유학생 홍보단과 SNS 홍보

- 유학생 홍보단을 운영하여 홍보요원이 현지 지인들과 정보를 공유하도록 하여 잠재적인 유학대상자들에게 학교 홍보
- SNS 홍보단은 서울시 관광센터 등에서 체험한 내용을 자신의 블로그에 올리도록 지원하는 프로그램으로, 인터넷으로 정보를 습득하는 신세대들에게 영상과 사진을 직접 보여주기 때문에 매우 효과적이라는 평

○ 유학생 모교 방문과 한국어 강사 파견

- 재한 유학생을 현지 유학설명회에 동반하여, 모교 후배들에게 직접 한국에서의 생생한 유학체험을 전달하여 한국 유학을 유도하는 시도
- 한국어강사를 유학생 유치 대상국가에 1년간 한국어 강사로 보내서 강의와 동시에 유학생 추천 업무를 맡긴 결과 학생과 강사 사이의 유대관계가 깊어 유학소개 성공률도 높고 유학기간에도 이탈 하는 학생이 거의 없는 좋은 성과 도출

○ 한국 업체와 현지대행사의 컨소시엄 형식 도입

- 해외유학박람회의 성공적인 홍보를 위해서는 한국에서의 공개입찰을 하거나 현지 진출 홍보회사와 현지홍보대사의 컨소시엄에 가산점을 주어 현지화를 추진하되 한국기업이 적절한 관리감독을 할 수 있는 시스템을 도입할 필요
- 공개입찰을 하면 비용이 20% 정도가 더 소요되는 문제가 있고, 컨소시엄 구성의 경우 비용이 더 많이 추가되어 예산범위 안에서 추진하는데 어려움은 있지만, 행사의 성패는 대행사 선정에 있다는 것을 감안하면 홍보비용에 더 많은 예산을 배정할 필요

○ 상대국 유학담당자 관리 강화

- 해외유학박람회에 참석한 대부분의 관계자는 상대국가 유학담당자의 명함을 받는 것에서부터 세밀한 기록까지 인적 정보수집에는 상당한 노력을 기울이지만, 정작 그 정보를 활용하는 데는 대단히 부족
- 행사를 통하거나 인적 네트워크를 구축한 결과를 사장시키지 않고 어떻게 활용하느냐가 관건으로 지속적인 연락과 소통이 인적 네트워크 관리의 핵심, 인적 네트워크는 단기간에 형성되는 것이 아니고, 인연을 맺기가 쉬운 작업이 아니므로 실무자의 인맥을 중요하게 여기는 풍토조성 요망
- 대부분의 실무자들이 외국 유학담당자 관리를 잘 하지 못한 이유는 구체적인 사업이 연계되지 않고 지속적인 연락을 할 계기마련이 쉽지 않는 것과 연락 지속에 필요한 지원을 받기 어려운 학교운영 구조 때문

7. 외국인유학생 취업현황

○ 심각한 외국인유학생 취업률

- 국내의 외국인유학생들은 매년 1만 여명이 졸업하지만 취업자는 100명이 채 되지 않는 것으로 추정되고, 2009년 국내 45개 대학의 외국인유학생의 취업 현황을 보면, 평균 21.2명이 졸업했지만 이중 국내에 취업한 학생들은 평균 1.1명에 불과
- 석·박사 고급인력은 평균 27.9명 졸업에 국내취업자는 평균5.1명으로 그나마 석·박사 고급인력의 상황이 조금은 나은 것으로 조사

□ 한국기업의 유학생에 대한 인식

○ 외국인유학생 출신이 현장조직 안정성 저해

- 한국기업이 외국인유학생 출신을 그다지 선호하지 않은 이유는, 국내에서 2년 정도 근무하고 현지로 부임하는 경우 50% 정도는 사표를 제출해 투자한 만큼 충분한 고용효과를 보지 못한다는 인식
- 현지에 부임한 유학생 출신이 국내 복지수준과 현지 복지수준의 차이를 떠들기 때문(big mouth 현상)에 현지공장의 노동자들이 불만을 갖게 되고, 이것이 임금인상 요인이 된다고 판단
- 한국에서 채용해 현지에 파견할 경우 기존의 급여수준보다 못한 조건이 되기 때문에 현지의 동일 직급보다는 우대하는 것이 일반적이는데, 이는 현지인의 불만을 초래하여 노동의욕을 상실케 하는 원인으로 작용한다고 판단하기 때문에 현지 파견이 반드시 좋은 것은 아니라는 입장

○ 외국인유학생 출신의 업무능력과 적극성에 회의

- 기업들은 유학생 출신의 업무처리 능력에 회의적인 반응을 보이고 이유의 하나는, 대학에서 가장 우수한 유학생을 소개해도 영업 등 업무처리에서 한국인 직원보다 업무 능력이 떨어진다는 인식이 팽배하고, 외국인은 직장생활에 대한 절실함이 부족하여 힘든 일을 하지 않으려 한다고 판단

□ 외국인유학생 취업 장애와 적응문제

○ 가장 큰 문제는 의사소통의 장벽

- 대학 내 유학생들이 가장 어려워하는 문제는 한국어 습득을 통한 의사소통으로, 전문 인력으로 취업이 가능한 한국어 실력을 보유한 학생은 단지 26%이고, 졸업까지 TOPIK 4급 이상의 취득률은 전국 평균 23.7%에 불과
- 한국 최고 수준의 특수대학(원)인 모 대학은 모든 수업을 영어로 진행했는데, 입학기준 TOPIK 급수는 없고 졸업 기준도 단지 2급에 불과하여 이 대학을 졸업한 유학생들은 한국 학생들만큼이나 높은 과학기술관련 지식 역량을 가졌음에도 한국어가 되지 않아, 한국 내 취업은 어려운 모순된 상황에 직면

○ 한국기업 근무 기간은 5년 이하

- 중국인 유학생의 경우, 1~2년 한국 근무 후 귀국해서 자국기업에 취업을 희망하는데, 길어도 5년을 넘기지 않으려 하는 이유는 한국기업의 보수성으로 외국인인 간부가 거의 없어 자신들도 승진할 수 없다는 사실을 잘 알고 있기 때문에 적당한 경력 관리만 되면 이직을 희망

○ 현지채용 조건에 대한 불복

- 외국인유학생은 한국에서 근무하면 한국인 직원과 같은 급여를 받아야 한다고

생각하지만 실제로는 임금에 상당한 차이가 나는 것이 현실이며, 여기에 한국에서 채용해 해당 국가로 파견하면, 현지채용 기준으로 월급이 감봉되는 것에 강력히 반발

○ 한국 직장문화에 대한 부적응

- 한국 직장문화는 상하관계와 같은 복잡한 규칙들이 있는데, 외국인에게는 이해하거나 적응하기 힘든 부분으로 상당한 스트레스 요인

□ 중국인유학생의 한국 취업에 대한 인식

○ 중국에서 한국유학 출신에 대한 평가

- 중국에서는 자국 대학 출신을 높이 평가하기 때문에, 한국에서 학부만 졸업한 경우는 상대적 열세에 처함, 그러나 중국에서 학부를 졸업하고 한국에서 석·박사 과정을 유학한 경우는 해외 유학파로 우대

○ 중국인유학생이 본 한국기업 취업

- 중국인유학생은 한국기업에서 한국인과 동일한 능력을 가졌더라도 동일하게 능력을 인정받기 어렵다고 인식하기 때문에 대부분 귀국을 희망하고 있으며, 결혼 등의 전통적인 가치관 문제가 한국에서 정착하는 것을 방해
- 중국의 빠른 경제성장과 빠른 임금인상으로 한중 급여 차이가 줄어들자 한국 취업의 장점이 축소되고 있고, 유학생의 상당부분은 부모의 경제력이 뛰어나 한국의 중소기업이나 저임금 취업은 외면하는 경우가 많음

8. 정책 제언

1) 정부의 유학정책 조정

○ 유학정책 패러다임 전환 필요

- Study Korea 2020은 2020년이라는 길지 않은 기간 내에 달성할 수 없는 장기적인 계획이라는 것을 명확히 할 필요가 있으며, 이를 실현하기 위해서는 근본적으로 유학정책의 패러다임 전환이 전제되어야 한다는 공감대 필요
- 현재와 같이 교육부는 유학생 유치확대를 위해 노력하지만, 정부 다른 부처는 유학생 규제에 더 큰 의미를 두는 현상이 지속되는 한, 한국은 유학강국이 될 수 없을 뿐만 아니라, 글로벌 인재 유치 경쟁에서도 뒤떨어지게 될 것

○ 한국의 유학경쟁력에 대한 냉정한 평가 우선

- 2011년 이후 한국유학의 성장세가 주춤한 것은 초기의 초라한 유학시장 규모와 한국의 경제성장과의 차이가 거의 좁혀지면서 나타난 현상이라고 봐야 할 것, 즉 지금의 한국 유학시장 규모와 현재의 국가위상이 크게 다르지 않아 발생하는 ‘수요-공급’의 균형점에 근접한 것으로 보는 냉정함이 요구됨

○ 유학정책에 대한 인식 전환 급선무

- 한국 유학시장은 객관적인 열세를 안고 출발하기 때문에 정책적 의지가 강하게 투영되지 않으면 유학경쟁력을 갖추 수 없다는 사실 자각에서부터 출발

○ 건강검진은 비자발급 단계에서 해결이 합리적

- 재외공관에서 비자 심사 시 건강검진 서류를 제출받아 전염성 질병 등을 판단하고 입학을 제한하는 것이 효과적인 방법이라고 볼 수 있으며, 현행처럼 건강검진 관리책임을 대학이 하는 것은 관리효율이 떨어지고 유학생을 유치하고 관리하는데 장애가 될 수 있음

○ 불합리한 학위증·성적표 공증제도 개선

- 현재 국내 대학은 영문증명서 발급이 모두 가능한데, 외교부에서는 반드시 국문증명서를 발급받아 이를 영문 번역 후 공증을 거치게 하고 있어 번거로움이 큼
- 예를 들어, 영어전공 수업의 경우 국문으로 번역하는 것이 오히려 더 어색한 경우도 있는데 이러한 복잡한 절차는 각 단계에서 오류가 생길 가능성을 배제하지 못할 뿐만 아니라 시간과 비용 낭비로 판단

○ 유학생 장학정책에 대한 재검토

- 유학생 유치·관리역량 인증제에서 유학생의 등록금을 한국학생의 80%로 요구하는 것은 국내학생과 유학생의 형평성 유지와 대학의 무분별한 덤핑경쟁을 막으려는 의도
- 하지만 각 대학이 해외 교류대학과 협약을 체결할 때 장학비율을 협의하는 것이 중요한 부분을 차지하고 있어, 80% 규정을 엄격하게 적용하면 유학생 유치확대에 오히려 장애요인으로 작용할 수 있어, 이 비율을 보다 확대하거나 대학에 자율권을 주는 방향으로 검토할 필요

○ 유학생 유치·관리역량 인증제의 ‘출신국가 다양성’ 재검토

- 다양한 국가에서 유학생을 유치하는 것은 필요하지만, 이를 모든 대학에 일률적인 기준으로 적용할 필요는 없음
- 대학마다 특성에 맞게 연계가 강한 국가를 집중적으로 방문하여 유학생을 선발하고 관리하는 것이 효율적일 수 있으며, 유학생의 관리와 교육적인 효과도 배가할 수 있음
- 각 대학이 특성에 맞게 유학생을 유치한다면, 이것을 국가 차원에서 보면 전체 유학생의 다양화를 추진하는 것으로 나타나기 때문에 굳이 대학의 다양화 정도를 행정적으로 평가할 필요는 없음

○ 유학생 유치·관리역량 인증제 평가 시 TOPIK 시험 유효기간 폐지

- 입학이나 재학 기간 중 TOPIK 4급을 취득할 경우 졸업기준을 충족하지만, ‘인증제’ 평가 ‘언어능력’ 항목은 2년의 유효기간 내 성적 소지자만을 대상으로 하므로 지표 달성을 위해서는 학생 개인이 재시험에 응시해야 하는 불합리와 낭비가 재현되고 있음. 따라서 입학 혹은 재학 기간에 관계없이 한 번 TOPIK 4급을 취득한 경우, 그 자격이 졸업 때까지 유지되는 것으로 인정하여 평가하는 것이 타당

○ 유학생 유치관리 각 주체들의 역할 재고

- 유학생 관리에 대해 대부분의 대학 담당자들은 정부당국의 정책이 “채찍만 있고 당근은 없다”는 인식을 하고 있고, 정부는 나름대로의 처한 상황이 있을 것이기 때문에 대학 담당자들에게 이러한 상황을 잘 알리고 소통하는 것이 필요
- 종합적으로, 정부는 대학이 유학생 유치와 관리를 잘 할 수 있도록 지속적으로 제도를 개선해가면서, 대학이 유학생 문제와 관련한 행정 부담이 줄어들 수 있는 방향으로 유학생관리정책의 원칙을 재정립해야 함

○ 법무부 체류연장 시일 확정시기 조정

- 유학생이 재수강을 하는 경우도 있기 때문에 이들에 대한 체류연장 확정시기를 학기시작인 3월 1일, 9월 1일 이후로 하는 것이 타당

○ 유학생기숙사 제공지표 재고

- 세계 유학생의 공통적인 어려움이 언어문제와 음식 적응문제이듯이, 재한 유학생도 기숙사와 식당에서 제공하는 단순한 몇 가지 메뉴에 적응하지 못하거나 종교적인 갈등을 겪는 경우가 많음

- 따라서 유학생들이 기숙사에서 살도록 강제지표를 두는 것은 시대 변화에 적응하지 못한 정책이며, 유학생의 주거 및 식단 선택의 자유를 제한하는 조치로 유학생 유치에도 부정적으로 작용할 수 있어 이에 대한 재고가 필요함

○ TOPIK 시험결과 신속 처리

- 현재는 접수-시험-발표까지 2개월 이상 소요되어, 각 대학에서 TOPIK시험 일정을 맞춰서 입시를 진행하는 데는 어려움이 있음

2) 해외유학박람회에 대한 제언

○ 개최시기에 대한 고려

- 해당 국가의 명절, 휴일 등을 사전에 파악하여 어느 시기에 유학박람회를 개최해야 실효성을 거둘 수 있는지 현지의 다양한 상황을 고려하여 판단

○ 공개입찰을 통한 대행사 선정

- 기존의 박람회 개최는 기관에서 대행사를 추천받아 국내-현지의 연계를 통해 진행되었지만 이와 관련하여 여러 대행업체들의 다양한 행사기획안을 받아 박람회 진행업체를 선정하는 방향으로 점진적인 개선 필요

○ 유효한 홍보방법 연구

- 박람회의 주요 고객이 젊은 층이라는 것을 감안하면, 페이스북, QQ, 웨이썬 등의 새로운 커뮤니티를 이용한 홍보가 훨씬 효과적일 수 있으며, 이것은 전문성을 필요로 하므로 SNS 홍보전담자를 배치하는 것도 고려

○ 유학생 동문을 이용한 홍보

- 유학박람회 참여 대학이 사전에 동문조직 혹은 성공한 동문에게 연락을 취하면 유학생 출신을 모교 방문 등에 홍보인력으로 활용 수 있을 것이며, 선배를 통한 홍보는 잠재적 유학생들에게 신뢰감을 줄 수 있음

3) 유학생 취업지원 확대에 대한 제언

○ 유학정책을 이민정책으로 격상, 종합정책 제정

- 유학생 문제는 단순한 교육부만의 문제가 아닌 법무부, 여성가족부, 고용노동부, 보건복지부 등 유관부처들이 서로 복잡하게 얽혀 있는 문제로, 이민정책으로의 격상을 통해 범정부적인 논의와 지원이 가능해 짐

○ 법무부·고용노동부의 통제성 정책 합리적 조정

- 유학정책을 이민정책으로 격상시키면, 교육부의 유학생 유치 확대정책과 고용노동부 및 법무부의 통제위주 정책 사이의 모순을 충분한 협의를 통해 해결이 가능하며, 유학생문제도 단순한 외국인취업문제가 아닌 이민자취업문제로 취급하여 범정부적인 대처가 가능하게 될 것

○ 지자체가 관내 주요 기업의 유학생 취업수요 파악

- 지자체는 관내 기업의 유학생이 취업할 수 있는 업종, 직종, 채용규모, 급여 수준 등의 기초자료를 정확히 파악하고 대학과 연계하여 학생들이 이용할 수 있도록 해야 하며, 채용을 희망하는 관내기업의 데이터베이스(DB)를 구축

○ 산-학-정 공동의 취업박람회 개최

- 관내 중소기업의 참여를 독려하여 취업 루트를 만들고, 중견기업이 유학생에 대한 편견을 갖지 않도록 교육하며, 산-학-정 소통의 장으로서 유학생 취업박람회를 개최하는 것도 고려

○ 지자체, 기업 중심의 인턴십 운영

- 유학생들이 언어 다음으로, 어려움을 겪는 것은 문화적응이기 때문에 유학생에게 한국의 기관문화와 직장문화에 대한 체험 기회를 확대하는 인턴십 과정 운영이 필요

○ 관내 유학생의 취업비자획득 지원

- 유학생들의 취업비자 획득은 쉽지 않은 문제이지만, 특정 국가에 대한 편견으로 유학생이 피해를 입지 않도록 관리·배려

○ 엄격한 평가와 한국어 실무교육 강화

- 한국어 과목에 무학점 pass/no pass제 신설·운영 검토, 유학생의 수준에 맞춘 다양한 실무형 한국어교육 프로그램을 개발·운영하고, 졸업기준 TOPIK 급수 취득여부에 대한 관리감독 강화

○ 지역문화 관련강좌 개설

- 유학생이 국내 직장생활에서 언어소통 다음으로 어려운 것이 문화차이이기 때문에 한국문화를 구체적으로 체험할 수 있도록 지역문화 강좌를 개설하고, 이를 이수한 유학생에게 사회봉사학점 부여로 동기유발 유도

○ 관내 문화행사 참여 지원

- 학교에서 유학생을 지역축제 등 문화행사에 참여하도록 지원하여 지역 주민들과 소통할 수 있는 기회를 제공하고 다양한 한국문화 이해 기반 마련

○ 대학-유학생의 취업관련 소통

- 현재 유학생 전담조직은 유치·확대 기능이 주를 이루고 있고, 취업문제는 답보 상태에 있는데, 전담조직에 유학생 취업지원 전문 인력 활동 강화 필요

○ 유학생 성공사례 적극 발굴

- 대학은 유학생의 취업성공 사례를 적극적으로 발굴하여 홈페이지나 커뮤니티 등에 소개함으로써 유학생의 취업동기와 자신감 유발

차례

제1장 서론	1
1. 연구목적 및 필요성	1
2. 연구내용 및 범위	4
3. 연구 방법	6
제2장 세계 주요국가의 유학정책	8
1. 세계 유학시장 현황	8
2. 중국 유학시장 현황	15
3. 주요국가의 유학정책 흐름	24
4. 주요국가의 유학정책 사례	30
5. 한국의 유학생 현황 및 유학정책	52
제3장 해외유학박람회 평가	69
1. 해외유학박람회 개최 의의	69
2. 해외유학박람회 개최지역	73
3. 해외유학박람회 지역별 개최 횟수	81
4. 해외유학박람회 개최방식	85
5. 해외유학박람회 개최 시기·장소	103
6. 대학의 해외유학박람회 참가	106
7. 해외유학박람회 홍보	111

8. 해외유학박람회 준비·운영과정	116
9. 해외유학박람회 기여도	118
10. 해외유학박람회 발전방향	119
제4장 외국인유학생 유치관리 현황	120
1. 중국유학생 대상 한국-일본의 유학경쟁력 비교	120
2. 한국정부의 유학생 유치관리 현황	125
3. 지방자치단체 유학생 유치관리 현황	133
4. 대학의 유학생 유치홍보 유형	134
제5장 외국인유학생 취업 현황	137
1. 외국인유학생 취업관련 현황	137
2. 외국인유학생 취업 문제점	144
3. 외국인유학생의 한국 취업에 대한 평가	148
제6장 정책 제언	151
1. 외국인유학생 유치확대에 대한 제언	151
2. 해외유학박람회에 대한 제언	157
3. 외국인유학생 취업지원 확대에 대한 제언	159
[참고문헌]	163
[부록 I] 외국인유학생 유치확대 정책 자문회의 내용	165
[부록 II] 외국인유학생 담당 대학관계자 인터뷰 내용	181
[부록 III] 외국인유학생 채용 관련 기업관계자 인터뷰 내용	199
[부록 VI] 해외유학박람회 체크리스트	207

표차례

< 표 1 > 2011년 OECD 주요국가의 고등교육단계 외국인유학생 비율	10
< 표 2 > 출신지역별 고등교육단계 외국인유학생 분포	11
< 표 3 > 세계 고등교육단계 외국인유학생 출신국가별 구성	12
< 표 4 > 현재 다니는 대학 선택 이유: 중국/비중국 비교	14
< 표 5 > 중국인의 해외유학 선호국가 및 실제 유학국가 순위	16
< 표 6 > 현재 다니는 대학 선택 이유: 학위과정별 비교	22
< 표 7 > 호주의 연도별 한국인 학생비자 발급 수	44
< 표 8 > 2012년 호주의 한국인 학생비자 발급 현황	44
< 표 9 > 2013년 전국 외국인유학생 수 및 비중	59
< 표 10 > 2013년 외국인유학생 수도권/비수도권 수학 현황	60
< 표 11 > 외국인유학생 유치 다변화지역 선정 기준	63
< 표 12 > 외국인유학생 다변화 전략지역	68
< 표 13 > 해외유학박람회 개최 국가·도시	74
< 표 14 > 2002~2013년 해외유학박람회 개최 지역, 국가, 횟수	79
< 표 15 > 2001~2013년 해외유학박람회 개최 횟수별 국가분류	81
< 표 16 > 연도별 해외유학박람회 개최방식 분류	85
< 표 17 > 중국인 대상 한일 유학선호도 비교	123
< 표 18 > 한국과 일본의 외국인유학생 출신국가 비중	123
< 표 19 > 모 대학의 다양한 인턴십 사례	136

그림차례

< 그림 1 > 세계 유학시장 성장 추세	8
< 그림 2 > 세계 유학시장에서 차지하는 국가별 비중	9
< 그림 3 > 2003~2013년 전국 외국인유학생 수 추이	52
< 그림 4 > 2013년 재한 외국인유학생 출신국 비중	57
< 그림 5 > 2013년 지역별 외국인유학생 분포	58
< 그림 6 > 2013년 전국 외국인유학생 과정 및 전공별 비중	61
< 그림 7 > 2001~2013년 해외유학박람회 개최지 분포	73
< 그림 8 > 석·박사 과정, 이공계 유학생 증가	137
< 그림 9 > 외국인 전문인력 채용목적 및 만족도	140
< 그림 10> 재한 외국인 전문인력(E-7비자) 추이	146

제1장 서론

1. 연구 목적 및 필요성

□ 재한 유학생 감소추세 고착화 경향 분석

- 2011년 89,537명을 정점으로 지속적 감소 추세
- 중국인유학생의 급격한 감소추세 장기화 경향
- 경향적 감소현상에 대한 전반적 재점검과 대책 시급

□ 한국 유학시장의 경쟁력 평가

- 재한 외국인유학생 증가 정제요인 중 한국 유학시장의 본질적 한계
- 한국 경쟁력, 국가브랜드 등 열세 극복 방안
- 한국 유학 1, 2세대의 귀국 이후 사회진출에 대한 평가

□ 해외유학박람회 성과 평가

- 해외유학박람회 개최 의의와 성과 분석
- 해외유학박람회 개최지역 타당성 평가
- 해외유학박람회에 참가한 대학의 평가 수렴
- 향후 해외유학박람회의 개최전략 제시

□ ‘Study Korea 2020’ 성공을 위한 유학정책 점검

- ‘Study Korea 2020’ 목표달성과 관리수준 제고 방안
- 세계 각국의 유학생 유치정책 흐름 비교
- 세계 유학시장 변화의 흐름과 현상 분석
- 새로운 유학정책 패러다임 전환 논리 제시

□ 유학정책 중심을 취업확대로 전환 가능성 검토

- 국내취업률 저조 원인 분석
- 주요 유학선진국 및 경쟁국의 유학생 취업정책
- 유학정책 중심을 국내취업으로 전환하기 위한 전제
- 유학생 취업 및 사후관리 집중 강화 방안

□ 유학정책을 이민정책의 일환으로 전환 제언

- 지식노동자의 국가 간 이동과 21세기 유학의 연관성
- 유학정책을 교육정책에서 이민정책 시각으로 보는 인식 전환
- 주요 인구감소 국가의 이민정책과 유학정책 흐름

□ 유학생의 국내취업 활성화 방안 모색

- 유학생의 국내취업 희망비율과 실제 취업성공 비율 평가

- 유학생의 국내취업의 장애요인 분석
- 유학생 출신에 대한 한국기업의 인식
- 국내취업 활성화를 위한 산학연계 프로그램
- 국내기업에 취업한 유학생의 건의사항

□ 고급노동력 확보와 유학생 정보네트워크화 방안

- 유망한 노동력 확보 대상이자 이민 대상자인 유학생
- 졸업 유학생의 국가·지역별 네트워크 구축 지원 방안
- 유학생 사후관리 통합시스템 구축 필요성
- 유학자원의 국가관리시스템 가동 방안

2. 연구 내용 및 범위

□ 해외유학박람회 성과 평가

- 해외유학박람회 의의
- 해외유학박람회 지역별 배치 적정성 평가
- 해외유학박람회 행사진행 효율성 평가
- 해외유학박람회 개최방식에 따른 성과 분석
- 해외유학박람회 참가한 대학관계자의 평가
- 해외유학박람회 발전 방안

□ 유학생 유치분야 중심 분석

- 유학정책 성공조건 : 유치·관리·지원 상호 연계
- 유학생 유치와 정책·제도·운영의 종합적 연계
- 유학생 유치와 'Study Korea 2020' 성공

□ 유학생 유치방법에 대한 평가

- 유학생 유치 방법
①국내유학박람회 ②해외유학박람회 ③유학원 ④대학 간 자매결연
- 해외유학박람회 중심의 유치성과

- 해외유학박람회 형식 다양화 제언
- 지자체와 연계한 새로운 유학생 유치방식
- 전문대학 위주의 ‘특성화교육 박람회’ 타당성

□ 유학생 취업활성화 방안

- 정부의 취약한 유학생 취업지원정책
- 낮은 유학생 취업률과 유학시장 축소 상관성
- 국내취업 유학생에 대한 적극적 포용
- 일본의 유학생 취업정책 연구
- 한일 유학시장 경쟁력 분석

□ 유학정책을 이민정책으로 전환

- 유학생 취업정책을 고급인력 이민정책으로 전환
- OECD 국가의 유학생 이민정책 완화 내용
- ‘일본학생지원기구’(JASSO)의 활동성과 분석
- 유학생의 국내취업 지원 ‘유학생 취업지원시스템 구축 방안(가칭)’ 제언
- 유학생의 한국기업문화 학습프로그램 ‘유학생 취업스쿨(가칭)’ 제언
- 유학생의 전문직 배양을 위한 ‘외국인 기술인증제(가칭)’ 시행 제언

□ 유학졸업생 인적 네트워크 구축 방안

- 현실적으로 어려운 졸업유학생 사후관리
- 현재 관리수준은 최종 자료 업데이트 정도
- 유학생 동문에게 취업정보 등 한국소식 지속적 제공
- 유학생의 국가(도시)별 동문조직 결성 강화
- 졸업생 관리 성공사례 공유와 노하우 확산

3. 연구 방법

□ 외국의 유학정책 문헌조사

- 유학 선진국의 사례 문헌조사
- 일본, 호주, 영국, 미국 등 유학선진국 사례연구

□ 대학의 유학담당자 중심 현장조사

- 현장근무자, 대학별 유학생담당자 심층면담
- 지역별 대표대학을 중심으로 실무자 면담
- 전문가 자문회의를 통한 연구내용 점검

□ 정부기관 관계자 의견 청취

- 유학박람회 공동개최 사례 청취
- 유학관련 정부기관의 현장 의견 청취
- 유관기관의 해외거점 활용사례 정리

□ 기업 인사담당자, 국내취업 유학생 면담

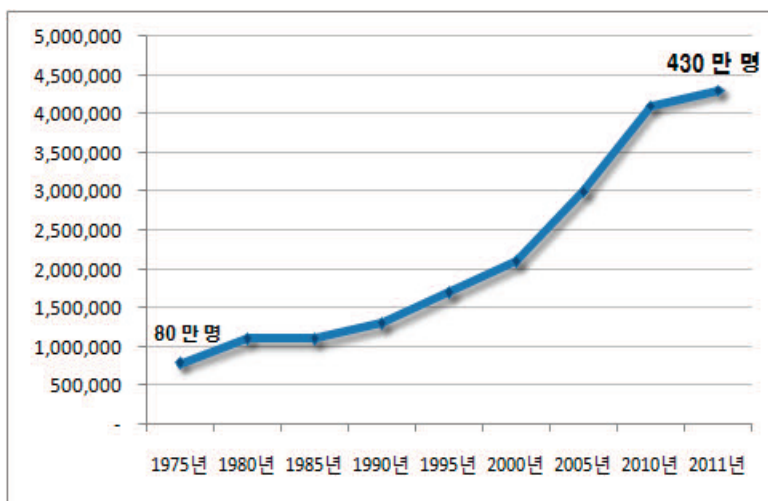
- 유학생 채용에 대한 기업 관계자의 평가
- 국내기업 취업 유학생의 입장에서 본 한국의 취업 문제
- 유학생의 국내취업 활성화를 위한 제도(비자 등) 개선

제2장 세계 주요국가의 유학정책

1. 세계 유학시장 현황

□ 세계 유학시장 규모

<그림 1> 세계 유학시장 성장 추세



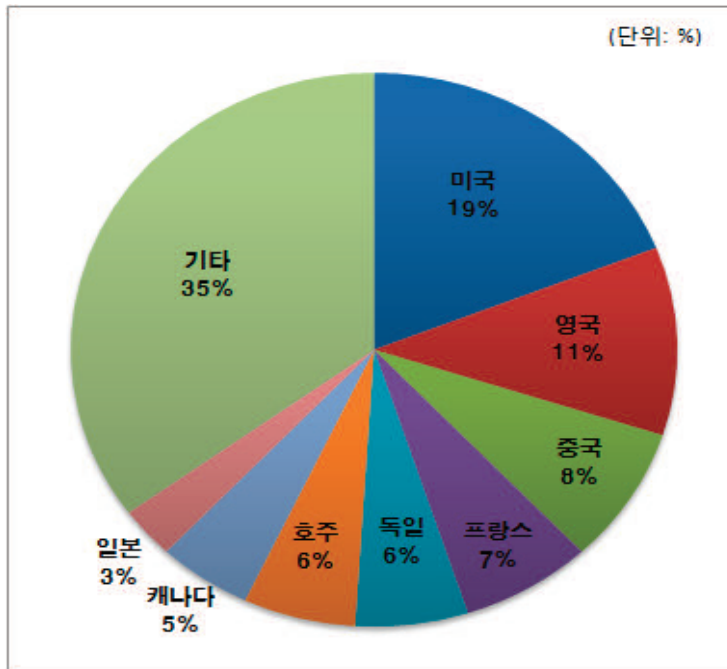
자료: INSTITUTE OF INTERNATIONAL EDUCATION, Trends and Global Data 2013

○ 유학시장의 폭발적 성장

- 1975년 세계 유학생의 수는 80만 명 수준이었으나, 개발도상국의 빠른 경제성장과 높은 교육열기로 유학생이 급증, 약 40년 후인 2013년에는 약 430만 명으로 5배 이상 증가

- 유학시장 역시 유학생 배출국가 만큼 차이가 나는데, 유학생의 77%는 OECD 국가에 재학하고 있어 학문과 지식의 단방향 흐름은 여전

<그림 2> 세계 유학시장에서 차지하는 국가별 비중



자료: INSTITUTE OF INTERNATIONAL EDUCATION, Trends and Global Data 2013

○ 유학시장의 판도 변화

- 미국과 영국 등 전통적인 유학강국이 점유율이 높지만, 과거의 독점적 점유 구조는 상당히 약화되면서 유학시장이 상대적 균형을 찾아가고 있음
- 신흥국가의 유학시장 점유율이 빠르게 증가하고 있는데, 중국은 유학생 배출과 해외유학생 수용 측면에서 가장 빠른 성장세를 보이고 있으며, 한국은 언어사용 인구가 적고 국력이 상대적으로 열세이기 때문에 객관적인 유학경쟁력이 높지 않음에도 외국인유학생이 빠르게 증가하는 중

- 유학시장의 변화는 특정 국가의 부상과 몰락, 기술 수준의 변화, 국가 브랜드 및 이미지의 변화 등에 따라 달라지는 시장원리가 작동하고 있지만, 유학정책과 취업정책 또는 비자제한 여부 등 정책요인에 의해서도 상당한 영향을 받음
- 유학시장에서 유학정책이 상당히 중요한 역할을 한다는 사실을 호주, 캐나다 등 신흥 유학선진국의 사례를 통해 입증

□ 주요 국가별 유학생 비율

○ OECD 국가의 유학생 비율

- 2011년 현재, OECD 국가의 고등교육기관(대학 이상) 외국인유학생 평균비율은 8%로 자국 학생 12.5명 가운데 1명은 외국인유학생이 차지할 정도로 유학이 보편화
- 호주는 유학생 비율이 19.8%로 학생 5명 가운데 1명이 외국인유학생으로, 본 국학생 대비 유학생의 비율이 가장 높고, 영국(16.8%), 프랑스(11.9%)도 유학생 비율이 10%가 넘는 유학강국
- 아시아에서는 일본(3.6%)의 유학생 비율이 가장 높아 유학선진국의 위상을 유지하고 있고, 한국은 1.9%로 최근 10여 년 동안 빠르게 성장하고 있는 나라이며, 중국은 외국인유학생 증가 속도는 빠르지만 유학생/국내학생 비율 자체는 낮을 수밖에 없는 나라

<표 1> 2011년 OECD 주요국가의 고등교육단계 외국인유학생 비율

(단위 : %)

OECD 평균	호주	영국	프랑스	캐나다	미국	일본	중국	한국
8.0	19.8	16.8	11.9	7.4	3.4	3.6	0.3	1.9

자료 : 한국교육개발원, 2013, 「OECD교육지표」, Table C4.1

□ 지역(국가)별 유학생 송출 비율

<표 2> 출신지역별 고등교육단계 외국인유학생 분포

(단위 : %)

아시아	유럽	아프리카	중남미	북미	오세니아	기타
52.7	23.1	11.6	6.1	2.7	0.9	3.0

자료 : OECD(2013), Education at a glance, 그림 C4.5를 재구성(2010년도 통계)

○ 압도적인 아시아 유학생

- 유학생 송출지역은 아시아국가가 52.7%로 압도적인데, 이는 중국(18.5%), 인도(5.5%), 한국(3.6%) 등 높은 교육열을 가진 나라가 집중되어 있기 때문이며, 인도네시아도 경제발전에 따라 유학생 다(多) 송출국가로 등장
- 세계 유학생의 18.5%를 차지하고 있는 중국은 매년 30만 명 이상을 해외로 내보내고 있고, 100만 명의 예비유학생이 대기하는 것으로 평가되어, 중국인유학생을 유치하기 위한 각국의 경쟁이 치열
- 유럽지역은 전통적으로 유학생 수용국가이자 유학생 배출지역이기도 한데, 독일(3.1%), 프랑스(1.6%), 러시아(1.6%) 순으로 유학생을 많이 내보내고 있으나, 아시아 국가에 비해서 해외로 나가는 유학생이 많지 않음. 하지만 시장경제를 수용한 동유럽이 빠르게 성장하고 있기 때문에 이 지역 국가를 중심으로 한 유학생 송출은 상당히 빠른 증가세를 보일 것으로 예상
- 북미지역은 지식 전달자 역할을 하는 미국과 언어연수의 대표적인 지역으로 자리 잡은 캐나다가 있어 전통적인 유학강국이기 때문에 이 지역에서 다른 나라로 유학을 가는 비율(미국 1.4%, 캐나다 1.2%)은 상대적으로 낮음
- 사우디아라비아(1.5%)와 인도네시아(1.0%)는 송출 유학생 수가 빠르게 증가하고 있는 나라인데, 특히 자카르타는 2030년 세계에서 중산층 인구가 가장 많은

도시가 될 것이라는 IMF의 전망도 있어 인도네시아가 유학생 다(多) 송출국가
가 될 전망

<표 3> 세계 고등교육단계 외국인유학생 출신국가별 구성

(단위 : %)

OECD 전체	G20 전체	중국	인도	한국	독일	프랑스	러시아
24.9	29.4	18.5	5.5	3.6	3.1	1.6	1.6
미국	캐나다	터키	사우디	인도 네시아	브라질	아르 헨티나	남아공
1.4	1.2	1.4	1.5	1.0	0.8	0.3	0.2

자료 : 한국교육개발원, 2013, 「OECD교육지표」, Table C4.3

□ 유학대상국가 선택 우선순위

○ 언어가 가장 중요한 선택 기준

- 유학을 결정할 때 가장 먼저 해당 국가를 선택하는데 영어권/비영어권 여부가 중요한 기준이 되며, 그 다음이 대학의 학문 수준
- 유학생이 대상학교를 선택하는 기준은 ①언어 ②교육 프로그램 수준 ③등록금 수준 ④ 유학 및 이민정책 ⑤기타 순인데, 이 기준으로 보면 한국유학시장은 경쟁력이 비교열위에 있음
- 한국은 가장 중요한 언어영역에서 영어권은 물론 중국, 일본보다 비교열위에 있을 뿐만 아니라, 교육 수준도 경쟁국가인 일본에 열세

○ 현지 취업기회 여부도 중요

- 선진국일수록 취업을 목적으로 유학하는 비율 높는데, 그 이유는 선진국일수록

록 높은 급여라는 경제적 유인기제가 분명하고, 선진국의 영주권 획득 기회를 잡을 수 있으며, 현지에서 자녀교육을 시킨다는 2세 교육이 중요한 동기로 작용

- 아시아권에서는 일본이 취업의 질과 취업 가능성이 모두 높기 때문에 일본유학 선택비율이 높음, 일본의 급여는 한국과 비교해서도 높은 수준일 뿐만 아니라 일본에서의 취업은 한국유학 이후 취업보다 기회가 많음

○ 취업유학 비중이 낮은 한국

- 중국인유학생을 대상으로 한 조사결과, 유학생의 6.5%는 한국 취업이 목적이라고 응답하였는데, 이는 18%가 취업목적인 일본유학의 1/3 수준
- 이 조사 결과를 모든 유학생에게 확대 적용할 수는 없지만, 중국인유학생의 비중을 볼 때, 상당히 의미 있는 통계라고 할 수 있어 유학생의 취업문제에 보다 적극적인 관심을 가질 필요 입증

○ 전공분야 경쟁력 강조

- 유학생은 국내 학생보다 대학의 명성과 순위에 덜 민감하고, 자신이 다니던 학교와 교류를 맺어서 입학하거나 전공학과의 경쟁력을 상대적으로 중시하는 것으로 조사
- 이는 비수도권대학의 유학생 유치 활로개척의 가능성을 확인한 것으로, 대학의 적극적인 의지와 활동으로 상당부분 유학생 유치를 확대할 수 있음을 보여줌
- 또한 이 조사는 지방대학이 특성화교육을 통해 경쟁력을 어느 정도 확보할 수 있음도 알 수 있게 함. 즉 응답자의 13.9%는 전공분야의 강점을 대학 선택의 이유로 들고 있는 점을 중시하여, 특성화를 통한 유학생 유치에 적극적인 노력을 하면 가능성이 있음을 말함

○ 적절한 생활비 및 학비 수준

- 한국의 생활비 수준은 미국, 영국, 호주, 캐나다, 일본, 프랑스, 독일 등 8대 유학 대상국 가운데 가장 낮은 수준으로, 저렴한 생활비는 한국유학이 경쟁력을 가진 비교우위 조건
- 그러나 한국의 대학 등록금은 미국과 영국 등에 비해서 저렴하지만 다른 나라에 비해 크게 유리한 상황이 아님. 등록금이 거의 없는 독일에 비할 바가 못 되며 일본에 비해서도 장학금 혜택이 적기 때문에 등록금이 유학생을 견인하는 수단으로 작용하기에는 한계가 있음
- 등록금이 유학생 유치에 어느 정도 영향을 줄 것인가에 대해서는 정리된 결론이 없는 상태인데, 유학생이 등록금 차이 때문에 유학대상 국가를 바꾸는 경우가 많지 않다는 이유가 그 하나이고, 등록금 이외에 아르바이트 허용 여부, 아르바이트로 생활이 가능한지 여부도 동시에 고려하기 때문
- 일본은 한국에 비해 장학금이 많고 아르바이트 수입이 높아 생활물가는 비싸지만 일본유학을 해도 반드시 경제적으로 한국유학보다 어렵다고 할 수 없음

<표 4> 현재 다니는 대학 선택 이유: 중국/비중국 비교¹⁾

(단위 : 명, %)

		학교 교류 협약	전공 분야 강점	학비 저렴	많은 혜택	쉬운 입학	생활 환경 여건	주변 추천	취업 유리	기타	합계
전체		137 (25.5)	75 (13.9)	46 (8.6)	39 (7.2)	47 (8.7)	20 (3.7)	139 (25.8)	8 (1.5)	27 (5.0)	538
국 적	중국	114 (28.4)	47 (11.7)	37 (6.2)	23 (5.7)	44 (10.9)	11 (2.7)	105 (26.1)	5 (1.2)	16 (4.0)	402
	비중국	23 (16.9)	28 (20.6)	9 (6.6)	16 (11.8)	3 (2.2)	9 (6.6)	34 (25.0)	3 (2.2)	11 (8.1)	136

1) 황규선·염돈민, 도내대학교 외국인유학생 실태와 지원정책 연구, 강원발전연구원, 2013, P.25 표 재구성.

2. 중국 유학시장 현황

□ 중국인유학생 현황

○ 중국인유학생은 세계 최대 공급원

- 2013년 현재, 전 세계에 나가 있는 중국인유학생은 79만여 명으로 전체 유학생의 18.5% 차지
- 이는 1980년 2,124명이 유학생으로 나간 이후 30년 동안 134배나 증가하여, 기록적인 유학생 성장을 보여주고 있음
- 중국은 현재도 매년 30여만 명이 세계 각국의 유학시장으로 진출하고 있는 유학생 최대 송출국이며, 잠재적 유학생 혹은 예비유학생은 최대 100여만 명까지 추정되고 있어 유학시장 판도를 좌우할 자원 보유

□ 중국인유학생 급증 이유

○ 1자녀 정책과 높은 교육열

- 중국의 경제성장으로 인한 부유층의 폭증과 한 자녀정책 이후 모든 희망을 자식교육에 거는 동양적 환경이 중국인의 유학을 부채질
- 명문대학에 입학하지 못하면 유학을 보내는 것이 체면을 지키는 방법이라고 생각하는 중국인 특유의 체면문화가 유학생을 비정상적으로 양산

○ 중국 내 고등교육기관 부족

- 현재 중국에서 대학원에 진학하기 위해서는 매우 높은 경쟁률을 뚫어야 하는 등 고등교육기관 부족현상이 심각하여 성급 명문대학 입학도 매우 어려워 이를 피해 외국으로 유학하는 학생이 많음

○ 극심한 경쟁사회 구조와 고학력자 우대

- 중국이 시장화로 전환한 이후 치열한 경쟁사회로 바뀌면서 학력이 경쟁력을 가지는 중요한 기준이 됨
- 민간영역 뿐만 아니라 공무원 등 공적 영역에서도 고학력을 요구하는 현상이 일반화 되었고, 많은 유학생의 귀국은 또 다른 유학생을 양산하는 구조
- 즉 기존 유학생보다 더 높은 학력을 갖추지 않으면 도태되거나 꿈을 이룰 수 없다는 압박감이 중국인을 해외유학시장으로 내몰고 있다는 표현이 적당

□ 중국인유학생의 유학 선호 국가

<표 5> 중국인의 해외유학 선호국가 및 실제 유학국가 순위²⁾

(단위 : %, 명)

	미국	영국	호주	프랑스	일본	한국	캐나다	뉴질랜드
2011년 유학생 수	178,794 1위	87,763 4위	89,869 3위	25,860 7위	93,762 2위	48,891 6위	49,919 5위	18,494 8위
2010년 유학생 선호도	43.0 1위	19.4 2위	12.4 3위	2.7 5위	2.1 6위	0.2	10.7 4위	-

자료 : 중국국제교육연구원(EIC) 2010년 설문조사 결과

○ 유학 선호도와 유학 대상국가 결정 요인

- 2010년 중국 국제교육연구원(EIC)이 13개 대도시에서 6,000명 대상으로 설문조사한 결과를 보면, 유학을 준비 중인 사람이 유학대상 국가를 선택할 때 우선 고려 순서는 교육의 질 > 문화적 환경 > 언어 > 이민 가능성 > 안전

2) 김세나, 대구지역 외국인유학생 지원 방안, 대구경북연구원, 2013, p.50.

성 순으로 나타나고 있지만, 교육·문화·언어·이민은 모두 미국 등 영어권 유학을 염두에 둔 응답이고 실제 유학과는 다른 희망 피력으로 이해할 필요

- 이는 중국인들이 미국, 영국, 호주, 캐나다 등 영어권 국가를 뚜렷하게 선호하는 것과 연관해서 해석이 가능한데, 유학의 상당부분이 이민을 잠재적으로 고려하고 있다는 중국적 특징을 반영
- 이 기준으로 본다면, 중국인유학생의 한국행은 상당히 제한적이거나 한국이 중국유학생에게 장기적인 매력을 유지하기가 쉽지 않음을 알 수 있음

○ 유학 선호도와 실제 유학 국가의 차이

- 유학을 하지 않은 사람을 대상으로 선호도 조사를 한 결과와 실제 유학이 이뤄지는 현실 사이에는 차이가 나는데, 대부분의 중국인들은 서구유학을 동경하지만 실제로는 일본과 한국으로 유학하는 비율도 상당히 높음
- 선호도 조사에서는 미국, 영국, 호주, 캐나다, 프랑스 다음으로 일본이 6위를 기록했지만, 실제 유학생 수에서는 일본이 미국에 이어 2위를 유지하고 있고, 한국은 선호도에서 0.2%로 유의미한 순위를 표기할 수도 없지만 중국인유학생이 진출한 6번째 국가라는 사실은 유학을 동경하는 나라와 실제 유학하는 나라가 차이가 있음을 보여줌
- 이런 괴리현상은 유학의 실현이 선호도와 무관하게 지리적 인접성, 저렴한 학비, 입학 용이성 등이 고려되는 현실적 선택이라는 사실을 입증하는 것으로, 일본은 한국보다 여러 가지 면에서 장점을 가지고 있지만, 중일 역사분쟁에 따른 일본혐오 분위기 때문에 중국인유학생을 대상으로 한 한일 유학시장 경쟁에서는 차이가 크지 않음
- <표 5>의 결론은 한국과 일본이 중국인유학생에게 단순 선호도 이상의 경쟁력을 가지고 있다는 것이며, 한국이 일본과 경쟁에서 불리한 여건을 극복하고 대등한 유학시장을 형성할 수 있다는 사실을 보여주고 있음
- 결론적으로 한국과 일본은 중국인유학생을 유치하기 위한 노력을 소홀히 할 수 없으며, 노력 여하에 따라서 중국시장에서 일정한 영역을 확보할 수도 있음

□ 중국유학생의 대학 선택 요인

○ 권위적 교육 특징이 드러난 중국인유학생의 선택

- <표 4>를 보면, 중국인유학생이 대학을 선택하는 기준은 권위적인 교육이 지배하는 중국 학교의 특징을 반영하고 있음.
- 강원도 소재 대학을 다니는 중국인유학생을 조사한 결과³⁾, 이들이 현재의 대학을 선택한 이유 가운데 28.4%는 중국에서 다니던 대학과 현재 대학이 교류협약을 체결하고 있기 때문이라고 응답하여, 모교의 추천이 대학 선택에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 조사됨
- 한국의 대학을 선택한 이유를 높은 비중에서부터 배열하면, 학교 간 협약 > 지인 추천 > 전공 강점 > 입학 용이 > 학비 저렴 순
- 이 결과는 한국대학이 등록금의 차이는 거의 없다는 점과 대학 선택의 자율권이 크게 제약된 중국적 특성을 동시에 반영한 것임. 즉 중국인유학생은 권위적인 학교제도의 영향이 크게 작용하기 때문에 학교의 추천이 개인의 선택을 제약하는 요인으로 작용하지만, 한국의 대학 입장에서는 유학생을 충분히 확보할 수 있는 통로가 존재한다는 것을 의미
- 이는 대학 간 교류협력의 중요성 입증하는 것으로, 각 대학이 실질적인 교류협력을 위해 노력하는 현실적인 이유가 됨
- 또한 지인을 비롯한 주변인의 추천 또한 25.8%나 차지하고 있어 4명 가운데 1명은 추천에 의해 학교를 선택. 여기서 주변인은 유학원을 포함한다고 볼 수 있기 때문에 유학원도 실제 유학시장에서는 상당한 영역을 구축하고 있는 것이 현실임을 알 수 있음

3) 황규선·염돈민, 도내대학교 외국인유학생 실태와 지원정책 연구, 강원발전연구원, 2013

○ 국내 학생과 다른 학교 선택 기준

- 중국인유학생은 국내 학생보다 학교지명도에는 민감도가 떨어지는 경향이 있고, 전공지명도와 취업연계성이 상대적으로 더 중요한 기준으로 작용
- 따라서 중국인유학생이 선호학과는 취업이 잘되는 금융, 마케팅, 경영 등 상경계열 위주이고, 사회학과 등 일반 사회과학이나 국어국문학과를 제외하면 인문과학을 공부하는 학생은 많지 않음
- 특히 학부생의 경우 이공계열을 선택한 비율이 매우 낮는데, 그 이유는 이들 학과가 취업이 상대적으로 잘 된다는 것은 알고 있지만 수업을 따라가기 힘든 것이 가장 중요한 걸림돌이며, 다음으로는 취업비자를 받을 때 전공적합도 평가에서 이공계열은 선택의 여지가 거의 없기 때문
- 학부생이 취업에 비중을 두고 상경계열에 치중한다면, 대학원에 진학하는 유학생은 전공지명도에 비중을 두고 학교를 선택하는 비율이 상대적으로 높음. 이는 대학원생의 경우 본인들이 이미 진로를 결정하였기 때문에 많은 정보를 가지고 전공에 맞는 대학을 찾기 때문

○ 현실적으로 외면할 수 없는 유학원 문제

- 설문조사를 해석하면, 유학생들은 주변 지인의 추천(유학원 포함)이 학교선택에 중요한 역할을 한다는 것을 알 수 있음. 응답자의 1/4은 지인의 추천으로 학과를 선택했다고 하는데, 이는 학과뿐만 아니라 대학선택에도 많은 영향을 준다고 이해하는 것이 합리적인 해석
- 따라서 유학생 유치확대를 위해서는 현실적인 영향력을 행사하는 유학원을 어떻게 관리할 것인가가 상당히 중요한 과제가 될 수 있으며, 이를 교육당국이 모른 채 하는 것은 문제 해결의 방법이 아님
- 본 과제는 유학원 문제와 직접 관계가 없기 때문에 이 정도 문제제기 차원에서 마무리

□ 비중국 출신의 학교 선택 요인

○ 개인의 자율적 학교 선택 경향

- <표 4>의 결과를 자세히 분석해 보면, 비중국 출신 유학생은 개인의 판단에 따른 학교나 학과선택 경향이 강함. 중국인유학생은 28.4%가 학교 간 교류협약에 따라 한국의 대학을 선택했다는 응답인 반면, 다른 나라 출신 유학생은 그 비율이 16.9%로 낮음
- 반면, 지인의 추천으로 학교를 선택했다는 응답은 25.0%로 중국인유학생과 차이가 없어, 이들은 학교의 영향은 크지 않지만 유학원 또는 선배의 영향력이 상당하다는 것을 알 수 있음
- 또한 이들은 전공분야의 강점 때문에 현재의 대학을 선택했다는 응답이 20.6%로 중국인유학생 11.7%의 두 배 가까운 응답을 보이고 있어, 학과에 대한 진지한 고민의 흔적이 더 있어 보임
- 이런 학교선택 기준은 입학 이후에도 다른 나라 출신 유학생이 중국인유학생보다 학업 성적이 우수하거나 탈락률이 낮은 현상과도 무관하지 않음

○ 성실한 사전준비와 적극적 수업참여

- 앞의 결론을 뒷받침하는 또 다른 근거로는, 비중국 유학생들은 대학선택 이유가 입학이 용이하기 때문이라는 응답이 2.2%에 불과, 중국인유학생의 응답률의 1/5 수준으로 낮음
- 즉 이들은 처음부터 입학준비가 상대적으로 잘 되어 있다는 것을 보여주고 있으며, 대신 장학금이나 기숙사 등 혜택이 많은 대학을 선택하는 비율이 11.8%로 중국인유학생 5.7%의 거의 두 배 수준
- 결국 이들은 준비는 잘되어 있지만, 경제적 여건이 충분하지 않아 혜택이 많은 대학을 선택하고 상대적으로 열심히 공부할 가능성이 많다는 것을 알 수 있음

○ 신흥지역 대학 간 교류협력 체결 미약

- 비중국 출신 유학생들은 학교 선택 시 본국 학교의 영향력이 상대적으로 작은 것으로 나타났는데, 이는 중국을 제외하고 교류협력 MOU를 체결한 대학이 많지 않다는 것을 뒷받침
- 이런 해석이 옳다면, 유학생 유치를 위해 각 대학은 동남아 등 신흥지역 대학과 MOU 체결을 시도하는 등 적극적인 유학생 유치노력을 전개할 필요

○ 유학원 관리의 중요성과 딜레마

- <표 4>를 보면, 중국 이외의 유학생의 경우, 학교 선택에 영향을 준 요인으로 는 지인 추천 > 전공분야 강점 > 학교 간 협약의 순서로 나타나 중국인유 학생과 다른 반응을 보이고 있음. 즉 중국인유학생은 학교 간 협약이 가장 우선순위이나 다른 나라 출신은 주변의 추천이 가장 중요한 요인
- 중국이 아닌 나라는 대학 간 MOU가 많이 체결되지 않는 대신, 유학원 등이 더 큰 역할을 한다는 것을 의미한다고 해석 가능
- 유학원은 민간영역으로서 국가에서 직접 관리하는 것은 또 다른 문제를 야기할 소지는 있으나, 실질적으로 유학시장의 일부를 맡고 있는 현실을 감안하면 신뢰할만한 유학원을 선별해서 관리한다는 적극적인 자세 필요
- 유학원의 관리방안 혹은 유학원 대상 해외유학박람회(설명회) 개최에 대해서는 별도의 연구를 진행하는 것이 바람직

□ 어학연수생의 학교 선택 요인

<표 6> 현재 다니는 대학 선택 이유: 학위과정별 비교⁴⁾

(단위 : 명, %)

		학교 교류 협약	전공 분야 강점	학비 저렴	많은 혜택	쉬운 입학	생활 환경 여건	주변 추천	취업 유리	기타	합계
전체		137 (25.5)	75 (13.9)	46 (8.6)	39 (7.2)	47 (8.7)	20 (3.7)	139 (25.8)	8 (1.5)	27 (5.0)	538
학 위 과 정	학부 과정	88 (29.9)	45 (15.3)	18 (6.1)	15 (5.1)	32 (10.9)	10 (3.4)	66 (22.4)	3 (2.2)	16 (5.4)	294
	대학원 과정	16 (11.3)	24 (17.0)	15 (10.6)	14 (9.9)	9 (6.4)	5 (3.5)	47 (33.3)	4 (1.4)	8 (5.7)	141
	어학, 교환	33 (32.0)	28 (20.6)	13 (12.6)	10 (9.7)	6 (5.8)	5 (4.9)	26 (25.2)	1 (1.0)	3 (2.9)	103

○ 어학연수 : 유학생 유치의 핵심

- <표 6>에서 보는 바와 같이, 어학연수생은 상당부분 학교 간 협약에 의해 보내기 때문에 본국 학교의 영향력이 상대적으로 강한데, 이는 어학연수의 특성상 집단적 선택(자매학교 교류) 경향이 강해 학교의 섭외능력과 의지가 가장 잘 나타나는 영역
- 교환학생의 경우 거의 100% 학교 간 협약에 의해 결정되는 특성이 있어, 유학생 유치 확대를 위해서는 어학연수생과 교환학생을 많이 받아들이는 것이 중요
- 어학연수생은 입학이 쉽거나 주변 환경에 대한 판단보다는 지인의 추천과 평가 및 자신의 전공 적합도를 가장 중요한 판단기준으로 적용. 이는 다시 말하면, 개인적으로 학교를 선택하는 어학연수생을 유치하기 위해서는 특성화 교육이나 연수원의 명성이 중요한 유인기제가 된다는 의미

4) 황규선·염돈민, 도내대학교 외국인유학생 실태와 지원정책 연구, 강원발전연구원, 2013, P.25 표 재구성.

- 어학연수생은 단기과정이 많아 주변 환경보다는 교육특성을 더 중시하므로 콘텐츠를 잘 갖춘 대학은 수도권이 아니라도 일정한 경쟁력을 가질 수 있음

○ 어학연수생의 50%는 같은 학교 진학

- 어학연수생이 대학에 진학 할 경우, 50% 이상은 연수 당시의 대학을 선택하고 있고, 나머지는 수도권 혹은 그 지역 내에서 명문대학으로 이동
- 이렇게 높은 이동비율은 지방대학에게 상당한 좌절을 안겨주는 것도 사실이나, 어학연수생 확보가 결국 유학생 유치의 지름길임은 명백한 사실이므로 대학 간 협력강화를 통해 이들을 많이 유치하는 것이 정답

□ 어학연수생(강원도)의 진로 선택⁵⁾

- 어학연수생의 약 70%는 한국과 관계망 형성 희망
 - 한국 학업 지속(30.6%), 한국 취업(13.0%), 본국 내 한국기업 취업(9.3%)
 - 어학연수생의 52.9%가 한국과 지속적 관계 희망
- 귀국 후 공부 계속(16.7%)까지 합할 경우 그 비중은 69.6%로 확대
 - 어학연수생 유치 이후 학부 입학 연계 전략 필요
 - 대학 간 협약 강화와 학점 교류제도 활성화
 - 어학과정의 강의·관리 수준이 본과 유학에 큰 작용

5) 2013년 강원도 소재 대학 어학연수생 졸업 이후 계획 조사. 황규선 , 염동민, “도내 대학교 외국인 유학생 실태와 지원정책 연구”, 강원발전연구원, 2013, p.55.

3. 주요국가의 유학정책 흐름

□ 향후 유학시장 경쟁력 추세

○ 유학 개념의 변화

- 전통적인 유학이 고급학문을 습득하기 위해 선진국으로 나가는 것이라면, 최근의 경향은 전통적 엘리트 양성과 더불어 다양한 자기계발 및 개성표현의 수단으로 유학을 선택
- 이제 유학의 개념이 반드시 엘리트코스를 가기 위한 수단이 아니라 자아실현 개념으로 확대되면서, 유학의 선택폭과 유학생의 연령대가 넓어지고 있음
- 한편 교통수단의 발달은 유학을 지역이동 개념으로 바꾸기도 했는데, 유학을 쉽게 선택할 수 있는 것도 상당 부분은 자유로운 이동수단이 있기 때문
- 따라서 현재의 유학 개념은 엘리트 코스를 걷기 위한 정통유학파가 여전히 주도적인 역할을 하지만, 유학의 보편화에 따른 가벼운 선택이 확산되면서 취업 유학 등 학문습득을 목적으로 하지 않는 유학생이 많아지고 있음

○ 향후 유학생 시장경쟁력 : 석·박사생 유치가 좌우

- 대학의 구성 중심이 학부생에서 대학원으로 옮겨가듯이 유학시장도 석·박사생이 중심이 되는 고급화가 진행되고 있으며, 이는 고급인력 수요 증가와 학습기간 확장이라는 지식경제사회 변화에 따른 자연스런 현상으로 보임. 따라서 유학시장의 경쟁력은 궁극적으로 석·박사생의 교육의 질이 결정할 가능성이 크며, 이는 결국 교육수준에 따라 적자생존의 결과를 가져오게 될 것임
- 특히 과학 분야의 고급과정 학문수준은 한 나라의 지적 경쟁력을 대표하는 척도가 될 것이기 때문에, 우리나라도 이공계 중심의 과학기술 수준을 높여야만 전체 유학시장 경쟁력 유지 가능

○ 조기유학 : 지역전문가 양성의 또 다른 한 축

- 개도국들의 극심한 경쟁구조는 지나친 교육열로 연결되고, 이는 다시 조기유학으로 귀결되고 있음. 또한 교통통신 발달은 조기유학에 대한 부담을 감소시켜 일반 가정에서도 조기유학을 고려하는 경우가 대폭 증가
- 중국의 경우를 보면⁶⁾, 최근 대도시를 중심으로 조기유학 현상이 뚜렷. 2011~2012년 미국으로 유학하는 중국학생은 평균 23% 증가했는데, 학부생 증가율은 31%로 석·박사생의 비율을 초과하였으며, 동 기간 전체 중국인유학생의 22%는 고등학생이 차지하고 있을 정도로 조기유학 바람이 강함
- 과거에는 부유하지만 수학능력이 떨어진 아이들이 조기유학의 대세를 형성했다면, 최근에는 우수한 학생의 조기유학이 대폭 증가하여 조기유학이 단순한 도피성이 아닌 장기투자의 개념으로 정착되어 가고 있음
- 지난 2012년의 사례를 보면, 중국에서 최고 수준을 자랑하는 인민대 부중(人民太府中)과 북경 4중(北京四中)에서 각각 70여 명이 미국과 영국의 최고 명문대에 바로 입학했고, 북사대(北師大) 실험중학, 101학교, 11학교, 북대 부중(北大太府中) 등 학교에서 매년 각각 30~50명이 조기유학을 선택
- 조기유학생의 증가는 유학시장의 거대한 흐름이고, 우수한 자원이 해외로 나가고 있기 때문에 이들을 대상으로 한 한국유학 유치는 점점 어려워지고 있음. 다만 조기유학에도 개성이 강한 아이들로 키우려는 부모도 있기 때문에 여전히 주시해야 하는 분야인 것은 분명

□ 유학시장의 전문화·다양화 경향

○ 유학시장의 이중적 역할 분화

- 21세기의 유학은 전문가 양성이라는 전통적인 개념이 강화되는 측면이 있지만, 다른 한편으로는 보통교육 이수자를 양산하는 유학의 보편화 추세로 분화

6) 中國教育在線, <http://www.eol.cn/html/lx/baogao2013/page1.shtml>

- 고급인재의 글로벌 이동 확대는 최고전문가를 양성하는 유학의 고급과정을 강화하고 있으며, 이는 석·박사생을 중심으로 한 유학시장의 규모가 커지는 것으로 입증되고 있음. 이 고급유학은 전통적 유학개념이 결코 위축되지 않는다는 것을 보여주는 것으로 국가별 유학경쟁력을 나타내는 척도가 됨
- 또 다른 측면에서의 유학시장 확대는 어학연수 등 만학도의 증가와 함께 유학의 일상화와 다양화를 반영하고 있음. 이는 경제능력을 가진 보통사람의 증가와 평생직장 개념의 소실되고 생존수명의 연장과 동시에 자기 개성을 찾으려는 인식이 커지면서 유학을 평생학습의 하나로 보려는 사람들이 늘어나고 있는 현상을 반영

○ 유학의 일상화, 다양화 진전

- 이제 유학은 특권이 아닌 보통사람의 또 다른 교육의 한 과정으로 인식하는 경향이 커지고 있어 유학생이 특별한 대우를 받는 시대는 지나가고 있는데, 이는 유학이 일상화 되는 현상의 반영이자 유학 동기의 다양화와 유학 내용의 다변화를 내포하는 변화
- 하지만 유학생을 수용하는 국가는 이런 모든 변화에 대응할 수가 없기 때문에 세계적인 차원에서의 유학시장 다변화는 필연적인 추세이나, 우리는 세계적인 유학 다변화 추세에 조응하지 못하는 유학패턴을 보이고 있음

□ 유학패러다임 변화

○ 학위과정 별 다양한 유학형식

- 조기유학의 확대 추세 : 정보통신의 발달은 영어를 비롯한 몇 개의 특정언어에 대한 수요 확대를 불러오고 있어, 조기유학생이 늘어나고 있음. 이는 현지화(glocalization)가 확산되는 문화현상과는 달리 특히 조기유학 분야에서는 영어권으로의 집중현상이 보다 강화

- 학부 학위과정의 확장 : 학부과정 역시 크게 보면 조기유학과 맥을 같이 하는 현상으로, 국내에서 대학을 마치고 석·박사 과정을 유학하던 기존 양상과는 다른 경로가 확대. 이 역시 경쟁사회를 반영하는 것이기에 조기유학생의 증가와 더불어 학부생의 유학시장도 계속 확대될 것임
- 석·박사 등 고급과정의 정예화 : 유학경쟁력을 최종적으로 판가름 낼 기준은 석·박사 등 고급과정의 유학교육 수준인데, 특히 기술변화의 빠른 속도는 연구환경이 좋은 선진국으로의 ‘유학 삼투압현상’을 가속화

○ 현장 중심의 비학위과정 중시

- 현대유학은 미용, 디자인 등 기술분야 전문가과정이 늘어나고 있는 것이 한 특징, 이는 유학이 교육중심에서 탈피하여 현장(취업)중심으로 확대되는 과정을 의미하며, 유학시장이 구체적으로 어떻게 다양화 하는가를 보여줌
- 이는 유학을 통하여 개인의 실력을 높이려는 실용적인 가치관이 반영된 현상으로 유학시장의 활로개척을 위해서는 한국이 강한 미용, 의료, 디자인 등을 중심으로 한 실용유학에 대한 관심을 강화할 필요가 있음

□ 유학생에 대한 인식 및 유학정책 전환

○ 한국유학 정체원인에 대한 분석

- 한국유학의 정체원인 가운데 유력한 가설은 유학시장의 양적 확대에 따른 질적 저하의 결과, 유학 1세대가 귀국 후 경쟁력을 보이지 못하기 때문이라는 것으로 상당한 설득력이 있음
- 그러나 한국유학시장의 확장성이 제한된 근본 원인은 유학경쟁력이 약한 현재의 구도에서 한국 유학시장이 한계에 가까워졌다는 것이 보다 더 솔직하고 냉정한 분석
- 이렇게 한국의 유학경쟁력을 진솔하게 드러내 놓을 때, 새로운 유학정책으로 전환도 가능할 것이고, 유학정책의 전환 필요성도 체감할 수 있을 것

○ 유학목적 다양화 충족

- 세계 각국은 유학생을 유치하기 위해 학습능력 위주의 평가방식을 수정하여 다양한 선발기준을 도입하고 있는데, 대표적인 나라가 미국, 호주, 캐나다
- 미국은 조기유학생을 유치하기 위해 IELTS 성적표 제출을 면제해 주거나 TOEFL 점수가 낮아도 입학할 수 있도록 기준 완화⁷⁾
- 이는 모든 유학생은 반드시 공부를 잘해야 한다는 인식에서 벗어나 다양한 유학목적에 충족시켜줘야 한다는 사고의 전환을 반영하고 있으며, 유학시장 확대를 위한 현실적인 대안제시라고 할 수 있음

○ 유학생의 학습능력 차이 인정

- 유학생 간 학습능력에 차이가 나는 것은 유학목적의 다양화와 유학영역의 다변화의 필연적 결과이므로 이를 현실적으로 받아들여야 하며, 학습을 위한 최소조건을 충족한 유학생은 수용한다는 원칙을 수립할 필요가 있음
- 특히 전문기술 분야에 대한 다양한 유학과목이 개설되면서 학문습득 능력과 기술습득 능력이 서로 다르다는 사실을 인정하고, 이에 대처할 수 있는 정책과 프로그램 개발이 필요
- 유학목적의 다양성을 충족시키기 위해서는 일선 교육기관의 자율성이 확보되어야 함. 감독당국은 자율성을 보장하는 원칙을 제시하고, 이를 벗어나지 않도록 사후감독을 강화하는 것이 사전규제 조항을 늘리는 것보다 효과적

○ 다양한 분야에 대한 맞춤형 유학교육

- 유학생이 유학에 만족하는 것은 자신의 유학목적을 얼마나 달성할 수 있느냐에 달렸기에 현장에서 다양한 맞춤형 교육이 가능하도록 제도적인 보장이 필요
- 선진국이 유학생의 불법이탈이 아닌 한 대부분의 교육내용을 일선 현장에 위임하는 것은 유학의 새로운 흐름을 잘 읽고 대응하고 있다는 증거

7) 中國教育在線, <http://www.eol.cn/html/lx/baogao2013/page1.shtml>

○ 한국적 유학정책 패러다임 전환

- 한국유학의 경쟁력은 한국적 특성을 강화해야만 유지할 수 있기 때문에 늘 창조적인 적응과 새로운 변신이 필요함에도, 우리의 유학정책은 여전히 학습능력을 위주로 평가하는 보수적인 성향 유지하고 있음. 이제 유학정책의 패러다임 전환은 선택의 문제가 아닌 필수사항이라는 인식 필요

□ 이민정책으로서의 유학정책

○ 선진국의 인구감소와 유학정책 변화

- 노동력의 국제적 이동의 보편화 속에서 선진국은 현지에 남아 고급노동력을 제공하는 고급인력 유학생 확보에 적극 대응
- 특히 IT업종의 발달은 고급인력 수요를 더욱 가속화하면서 유학생을 자국에 묶어두려는 인재확보 경쟁이 격화되고 있음. 따라서 유학정책을 이민정책의 하나로 보는 적극적인 사고전환으로 이어져 유학생에 대한 각종 취업정책이 규제가 아닌 유인기제 제공으로 바뀌고 있음
- 선진국 대부분의 심각한 노동력 부족이 사회성장 동력 자체가 중단될 수 있다는 판단을 하는 정도에 이르게 되자 선진 각국은 유학생을 자국민으로 만들기 위한 이민정책을 적극 추진

○ 고급노동력 확보는 국가경쟁력의 핵심

- 고급노동력 확보를 위해 유학생을 자국민화 하려는 정책은 세계적인 추세이자 인재경쟁의 새로운 양상으로 미국, 영국, 캐나다, 일본, 호주 등에서 일반화

4. 주요국가의 유학정책 사례

1) 일본

□ 아시아의 대표적인 유학 대상국

○ 아시아의 유럽국가 추구

- 일본은 일찍이 유럽화를 추구한 영향으로 서구화 정도가 높고, 비영어권 국가임에도 유학생이 많은 나라
- 재일 유학생 구성비를 보면, 중국(60.8%), 한국(14.2%), 대만(3.7%), 베트남(2.5%) 출신이 많아 역시 아시아국가 출신이 대부분을 차지하는 것과 중국인유학생의 비중이 높은 것도 한국과 유사

○ 한국과 유사한 일본의 유학생 구성

- 재일 유학생의 교육과정별 분포는, 학부(48.5%), 대학원(26.7%), 전수학교(21.0%) 순이며, 전공별 분포도는 사회과학, 인문학, 공학 및 자연과학⁸⁾ 순으로 사회과학이 많은 특성은 한국과 유사
- 아시아의 많은 학생들이 일본유학을 선택한 이유는, 일본의 생활비는 비교적 높지만 장학제도가 잘 갖춰져 있고 아르바이트 등으로 생활비 조달이 가능하다는 장점을 충분히 숙지하고 있고, 교육의 질과 교수들이 높은 학문수준을 유지하고 있다고 믿기 때문
- 일본 교수의 교육에 대한 열정과 높은 학문수준이 일본유학 선택의 중요한 요인으로 작용한다는 조사결과는 타산지석으로 삼아야 할 부분

8) 황정미, 『교육이주의 추이와 미래정책과제』, 경제인문사회연구회 협동연구총서, 2011

□ 한발 앞선 유학시장 글로벌화 추진

○ 2008년 ‘유학생 30만 명 계획’ 수립

- ‘유학생 30만 명 계획’은 유학정책이 입국에서 유치단계의 대응과 귀국지원을 중심으로 전개하였던 이전에 비해, 유학생을 일본사회에서 수용하는 취업과 졸업 후 진로까지를 체계적으로 추진하는 것이 특징
- 심각한 노령화사회에 접어든 일본은 노동인구 감소가 경제적 재앙을 초래할 것이라는 판단 하에 유학생을 새로운 성장동력으로 활용하려는 의지를 분명히 하고 있음
- 일본은 국가차원에서 유학정보 제공부터 입학, 생활, 졸업, 취업지원 등까지 폭넓은 지원책을 강구하고 있으며, 해외사무소 설치를 확대하면서 일본유학을 적극적으로 홍보하는 한편, 출입국 절차를 간소화하고, 유학정책을 이민정책의 하나로 전환하는 것을 추진하고 있음

○ OECD국가 중 높은 대학출신 외국인노동자 비율

- 재일 외국인노동자중 대졸자 비율이 24.6%로 16~17% 수준인 영국, 독일, 프랑스보다 높은 고학력자가 많은데, 인구에 대한 유입비율은 미국과 캐나다의 1/3 수준에 그치고 있어, 일본은 외국인유학생을 자국에 머물게 하기 위해 적극적인 정책을 시행하고 있는 중
- 일본정부가 펴낸 경제재정백서에는 "우수한 외국인 인재 활용 또한 생산성 향상에 유효"라는 관점을 제시하면서 "유학생의 국내취업을 확대하는 것이 효과적"이라고 지적
- 일본의 외국인유학생 취업은 2007년이 정점이었으나, 2008년 세계금융위기 이후 취업자가 30%나 감소하였음. 이에 정부는 2012년 5월부터 학력, 직장경력, 연봉 등 합계점수가 일정 이상이면 출입국관리를 우대하는 포인트제도를 도입⁹⁾

○ 지자체의 적극적 동참이 유학생 확대 동력

- 후쿠오카현 등 지방자치단체는 지역주민과 유학생이 함께하는 교류사업, 문화 행사, 홈스테이, 취업지원 프로그램 등 적극적인 유학생 지원책 추진
- 많은 지방자치단체는 ‘유학생교류 종합추진회의’를 창설하여 지역사회의 유학생 수용을 위하여 기업과 학교 및 지자체가 협력체제 구축

□ 아시아 인재자금 구상

○ ‘유학생 30만 명 유치계획’의 일환

- ‘유학생 30만 명 계획’에 앞서 2007년부터 경제산업성과 문부과학성이 연계하여 실시하고 있는 ‘아시아’ 인재자금구상⁹⁾은 우수한 유학생을 일본으로 유치하기 위한 정책
- 유학생이 일본기업과 단체 등에서 활동하도록 산업계와 대학이 하나가 되어 유학생의 모집 및 선발을 비롯하여 전문교육, 일본어 교육, 취직지원까지 체계적으로 실시하는 프로젝트

○ ‘아시아인재자금구상’과 현실

- 일본기업에 취업을 희망하는 우수한 유학생을 선발하여 2년간 비즈니스 일본어, 일본 비즈니스 교육 및 인턴십, 취업지원을 통해 취업시킬 목적으로 운영
- 정부의 적극적인 지원정책으로 2009~10년 초반 2년은 일본취업 유학생이 증가추세였으나, 그 후로는 증가 폭이 감소추세로 돌아섬
- 그 원인은 일본의 불황이 장기화함에 따라 기업의 구인률이 낮아졌고, 채용 정보 부족과 유학생의 일본어 구사능력 부족 및 체류자격 변경의 제도적 제약이 작용

9) <http://www.nikkei.com/article/DGKDZO44302110Q2A730C1NN1000/>

□ 우수 외국인재 육성의 당면 과제

○ 유학생과 기업의 기대 차이

- 외국인유학생은 취업 이후 일본의 첨단기술이나 생산방식 및 경영방법 등을 배우고 싶어 하지만, 현실에서는 전문기술을 배울 기회가 많지 않고 외국인이기 때문에 승진의 한계가 분명하며, 문화적 차이에 대한 이질감을 가지고 생활
- 유학생이 원하는 방향과 기업의 효율적인 현장근무 배치가 맞을 때 비로소 효율이 배가되지만, 실제로 많은 기업은 여전히 실험적인 배치를 하고 있음
- 자비유학생은 국비장학생보다 수준이 높지 않은 점을 스스로 인정하기 때문에, 일본에서 경력관리를 의식적으로 준비하는 경향. 이는 중국 내에서 일본기업에 근무한 경험을 높게 평가하기 때문

□ 일본기업의 유학생 채용에 관한 인식

○ 외국인유학생 채용 동향

- 대기업과 중소기업 모두 외국인유학생 채용은 증가 추세이며, 해외거점이 없는 기업도 유학생 채용에 관심을 가지기 시작했는데, 이는 해외진출을 준비하는 기업이 증가했다는 분석도 가능
- 해외거점이 있는 회사는 해외영업, 연구개발 및 설계, 기획마케팅과 관련하여 일본에서 일정 정도 근무시킨 후 해외로 파견하려는 의도

○ 외국인유학생 채용목적 및 채용포인트

- 외국인 인재를 확보하는 것은 해외 판매망 관리와 해외법인의 현지화전략을 발휘하기 위한 것과, 일본인 직원과의 교류를 통한 시너지효과 배가가 목적

- 따라서 외국인유학생 채용은 일본인학생과 동일한 취업 진행과정(필기시험-면접 등)을 거치는데, 대기업은 면접이나 일본어를 중요시하지만, 중소기업은 필기시험 없이 일본어 능력과 인물을 중시하는 경향

○ 외국인유학생 채용 과제

- 장애 요인 : 유학생이 최고급 모국어 구사능력이 있는지를 검증하기 어렵고 비자신청 등 고용서류가 복잡하다는 객관적 요인, 유학생에게는 특별한 롤모델이 없거나 목표의식이 약하다는 주관적 요인, 일본문화와 관습에 스며들기 힘든 사회문화적 요인이 장애로 작용
- 특히 조직에 순종하는 일본 기업문화와 달리 외국인유학생 출신은 자기주장이 강해 서로 이질감을 느끼기 쉬운데 일본어 구사능력이 낮을 경우 이런 오해는 더욱 증폭되는 경향
- 유학생은 일본인 동료와의 소통에 대한 걱정, 일본어 능력의 부족, 일본에서 외국인으로서의 승진 한계 등 어느 나라든 외국인이 갖는 문제와 한계를 동시에 느끼고 있음

□ 유학생의 일본기업 취업의식

○ 외국인유학생의 취업동기

- 자신의 경력을 쌓기 위해 일본에서 취업하고자 하는 유학생이 많으며, 급여 등 대우보다는 일의 내용을 중시하는 경향이 강한데, 이는 연공서열형의 일본기업에서 대졸자의 급여가 낮게 책정되어 있고, 중소기업의 경우 급여 및 복리후생이 그다지 좋지 않기 때문에 처음부터 기대가 높지 않을 수도 있음
- 유학생에게는 취업 이후 안정적인 체류자격을 얻을 수 있는지가 중요한 사항이며, 자신의 전공을 살려 일할 수 있느냐를 중시

□ 일본의 외국인유학생 취업

○ 일본의 높은 유학생 취업성공률

- 2011년 기준으로, 일본 내 유학생의 아르바이트를 포함한 취업신청은 9,143건이었는데, 이중 8,586건의 취업 성공으로 성공률은 무려 93.9%¹⁰⁾
- 2009년에는 재일 외국인유학생 졸업자 36,271명 가운데 24.1%인 8,736명이 일본 내 기업에 취업해 우리보다는 월등히 나은 상황
- 일본기업은 외국인유학생 취업에 적극적인 자세로 나서고 있으며, 우수 유학생 인재확보를 위한 다양한 루트를 개발하고 지자체와의 협력 등 간접적인 채널을 통한 지원도 활성화

□ 일본기업의 외국인유학생 채용사례¹¹⁾

- 2013년 외국인유학생 채용기업 비율 : 25.9% (전년대비 24% 증가)
- 이온 : 1,500명 외국인 채용(전년 대비 50% 증가)
 - 본사의 외국인 비율을 2020년까지 현재 10%에서 50%로 확대 예정
- 미쓰비시상사 : 2010년부터 해외파견 인원의 50%는 외국인으로 선발
- 파나소닉 : 신규채용의 80%를 외국인으로 채용계획 발표
- 로손(편의점 기업) : 신규인원의 20~30% 외국인으로 채용

10) 쿠도 나옴이, '일본 내 유학생 취업현황', Originator, 2011

11) 쿠도 나옴이, 상동

□ 재일 중국인유학생 설문 결과

○ 취업 경로와 유형

- 재일 중국인유학생들은 취업(아르바이트 포함)과 대학원 진학을 병행하는 경우가 많은데, 취업경로는 지인들을 통한 채용이 큰 비중을 차지하며, 중국에 현지 공장을 가지고 있는 중소기업의 수요가 비교적 많음

○ 일본어 구사능력과 소통

- 외국인유학생은 일본어 능력시험의 최고 레벨을 획득했다하더라도 기업에서 요구하는 일본어 능력과 차이가 나, 일본 거래처와 일을 할 때는 일본직원의 도움을 받을 경우가 많아 직장 내에서 선후배 간의 커뮤니케이션 능력 등 인간관계가 중요한 적응요소가 됨

○ 차별대우와 문화갈등 중첩

- 유학생은 아르바이트를 해도 생활비를 벌 수 있는 조건은 되지만, 유학생의 특성을 고려하지 않은 부서 배치 등 정규직과의 대우 차로 인한 갈등이 있는데, 이것과 생활습관 차이에서 오는 문화갈등과 중첩되면서 갈등이 확대

□ 히로시마현의 유학생 지원 사례

- ‘히로시마 유학생 기금’ 설치
 - 자비 유학생들에게 장학금 지원
- 유학생 회관 개설(2001년)
 - 유학생 주거와 교류 적극 지원
- ‘히로시마현 국제센터’ 운영
 - 종합 상담창구를 개설하여 유학생들의 생활에 필요한 정보 제공
 - 주민들과 유대 강화를 위한 지역 이벤트, 교류활동, 일본어교실 등 운영
- 유학생 지원센터 운영
 - 유학생 유치 및 현 내 기업과의 소통 촉진
 - 대학, 경제단체, 행정기관이 연계해 설립 운영

□ 일본에서의 유학생 취업조건

- 취업비자 불허되면 유학생활동은 영주신청 기간에 합산 배제
 - 법률에 “일본인과 동등이상인 대우”라는 규정에 따라 취업자는 오사카에서18만엔, 동경에서19만엔 정도의 고정급이 비자발급 하한선
 - 성과급의 경우도 최하 한달에 기본급(주당40시간 근무시)으로18만엔 이상의 계약서를 제출해야 취업비자 가능
 - 취업비자 발급 전 근무는 불법으로 강제 추방도 가능

□ 후쿠오카현의 유학생 지원 사례

○ 지역 연계활동 강화

- 대학, 지자체, 공적기관 및 민간단체 등이 연계, 유학생에 장학금 지급
- 지역 주민과 교류 촉진, 취업준비 지원, 주거문제 해결을 위한 상담활동

○ 취업지원기구 운영

- ‘유학생을 위한 합동 취업면담회’
- ‘후쿠오카현 유학생회(FOSA)’
- ‘유학생지원센터’(FISSC) 운영

○ 유학생을 위한 합동 취업면담회

- 유학생의 일본 기업체 취업촉진 목적으로 2004년부터 진행
- 후쿠오카현 뿐만 아니라 규슈와 주고쿠 지방 등 주변지역에서도 참여
- 지자체의 높은 호응도와 상당한 성과
- 지역사회와의 홍보 역할도 겸함

○ 유학생회

- 학생들의 생활지원, 주민과의 유대강화를 통한 국제교류 활성화 목표
- 매년 신입생 환영회 개최, 유학생들의 관계를 돈독히 함
- 환경문제 등 지역 주민과 함께 고민하는 그림캠페인, 다양한 민속예술과 문화를 소개하는 한마당인 FOSA문화쇼, FOSA 스포츠대회 개최

○ 유학생 지원센터

- 지자체, 대학, 경제계가 회원, 일본기업 취업을 위한 지원
- 후쿠오카현에서 우수한 유학생이 배출되도록 지원
- 아르바이트, 생활지원 및 교류사업에 관한 정보 제공
- 사후 네트워크 구축까지 폭 넓은 업무 담당

2) 영국

□ 세계 2위의 유학선진국

○ 규모는 미국 다음, 유학생 비율은 호주 다음

- 2011년 기준, 전 세계 외국인유학생 시장의 11% 점유, 1위인 미국(19.0%)의 뒤를 이은 2위
- 영국의 고등교육기관(대학 이상)에 재학 중인 외국인유학생 비율(자국 학생 대비)은 2011년 기준 16.8%로 호주(19.8%) 다음으로 높음
- 영국정부는 최근 대학의 재정확보 및 문화적 이익 확보차원에서 외국인유학생을 중요한 자원으로 간주. 외국인유학생이 영국에서 소비하는 비용이 연간 30억 파운드(5조 2천억 원) 이상으로 대학타운 경제에 상당한 기여를 하는 것으로 평가
- 캐나다와 호주의 경우도 유학생을 통해 자국의 국가브랜드를 높이려는 목적이 강하다는 사실을 볼 때, 유학을 경제적 가치 이상으로 평가하는 선진국의 유학정책을 알 수 있음

○ 외국인에게 유리하지 않은 학비구조

- 자국학생 및 유럽연합 출신의 학생에 비해 타지역 출신 학생에게 3배 이상의 학비를 부담시킴. 이는 학비를 거의 내지 않는 독일과 비교해도 영국의 유학정책은 유학생에게 큰 부담

○ 연 학비는 1800만원 이상, 의료보험은 면제

- 런던 소재 대학 학비는 1,800만 원 정도이지만 학생 의료보험은 무료

□ 영국의 유학생 유치정책 PMI (Prime Minister Initiative for International Education)

- 1999년부터 시행된 이 제도는 외국인학생 유치 확대를 통해 국제관계와 경제 분야 등에서 장기적인 이익을 도모하기 위해 시행
- 2006년 토니 블레어(Blair) 총리가 발표한 ‘유학생 유치 5개년 전략’은 외국학생 유치, 국제시장에서 학생 유치를 성공적으로 계속하기 위한 교육의 질 향상, 파트너십 강화, 국가의 명성과 능력 배양 등을 강조

○ British Council 중심으로 각 정부부처 연계

- 80년의 전통을 자랑하는 British Council은 현재 전 세계 110 개국에서 138 개 어학센터를 운영하면서 웹사이트를 통해 학교소개, 정보제공, 학자금, 비자신청 등을 자세히 안내
- 더욱 중요한 것은 British Council이 4년에 1번씩 15개 항목의 평가 내용을 공개함으로써 영국어학연수의 질을 담보하고 있고 각 학교의 장단점을 파악할 수 있는 기회를 제공하며, 해당 학교가 분발할 수 있는 동기를 제공
- 영국은 유학생 정보제공과 정책수립을 보조하는 기관을 두어, 직접 유학생들과 소통하며 법적인 정보 외에도 비자, 학비, 생활 등 전반적인 정보 제공
- 또한 각 고등교육기관은 외국인유학생 담당부서를 운영해 입학, 장학금, 비자 등 적극적인 지원과 졸업 후 관리프로그램 운영

○ 취업비자를 통한 적극적인 취업지원

- 2008년부터 시행된 외국인유학생 학위취득 후 체류허용비자(Post-Study Work visa)는 기본점수제도로 자격증, 영어능력, 재정능력을 기준으로 일정 점수를 넘을 경우 취득할 수 있도록 함
- 영국에서 학부나 대학원등을 졸업하고 일정한 기준이 채워지면 받을 수 있는

이 비자는 2년이지만, 학부를 졸업하고 대학원을 가도 이 비자는 단 한번 만 받을 수 있음. 즉 만일 학부를 졸업하고 이 비자를 받고 2년 후에 대학원을 가서 졸업한다면 이때는 이 비자를 신청할 수가 없게 되기 때문에, 대학을 졸업하고 대학원 진학을 염두해 둔다면 언제 이 비자를 신청할 지를 시기 선택을 잘 해야 함

□ 유학생 대상 영국의 이민정책¹²⁾

○ 이민정책 대상

- 영국은 외국인을 분류하는 방식이 역사적인 이유로 다른 나라와 구분되는 특징을 보이는데, 영국의 시민권(citizenship)과 거주권(right of abode)을 누릴 수 있는 대상은 영연방국 시민이며, 그 다음 이민 대상은 유럽연합 시민이고, 제3국출신 외국인은 세 번째로 분류되고 있음
- 영국에 입국하기 위해서는 유럽연합 시민과 스위스 국민, 그 밖의 면제 대상을 제외하고는 모두 입국비자가 필요하며, 체류허가를 위해서 생체인식거주증¹³⁾을 받아야 함

○ 영국에서의 외국인 취업

- 영국에서 취업하기 위해서는 영국 시민권, 영국 영주권, 영국 취업비자(Work Permit) 가운데 하나를 반드시 취득해야 하며, 채용기업에서 채용적격 인재로 판단할 경우, 라이선스나 스폰서쉽 지원은 쉽게 발행하여 취업할 수 있도록 함
- 영국 YMS(Youth Mobility Scheme, 31세 미만의 젊은이들이 2년간 근무가 가능한 비자, Tier 5단기비자)비자(2년)는 한영 국가 간 협약으로 2012년 최초로 약 500명이 동 비자를 취득했으며, 이후 연 약 1,000명 배출 예정

12) 김환학 외, 「주요국가의 이민정책 추진체계 및 이민법」, IOM 이민정책연구원, 2012

13) 생체인식거주허가는 신상정보(이름, 출생일과 출생지), 신원확인 전자장치가 포함되어 있음. 얼굴이나 지문 등으로 신원을 확인하기 위해서 얼굴사진을 찍고 전자지문을 채취하여 영국 중앙정부 데이터베이스에 저장

○ 영국의 해외인력정책

- 2012년 4분기 기준, 영국 내 실업자는 약 250만명(실업률 8.1%)으로 집계되며, 젊은 층의 실업률은 약 20%로 심각한 수준이라 이를 극복하기 위한 영국 정부의 인재유치 전략은 이민법과 긴밀한 관계를 가짐
- 영국 정부는 현재 이민자의 수를 약 1/5로 줄이는 보수적인 이민정책을 운영하는 반면, 최상위급 전문인재 및 영국 내 부족 인력군에 해당되는 인재에 대해서는 쉽게 채용 할 수 있도록 제도적인 편의 제공

○ 고급인재 이민에는 적극적

- 유학생은 이 기준을 적용하여 제3국출신 외국인으로 분류되고 있는데, 유학비자는 성인과 아동으로 나뉘고, 후원자로부터 후원을 받는 사실을 증명해야함
- 유학비자 중에서도 과학분야 등 고급지식을 보유한 대학 졸업생은 고급기술 이민으로 편입이 가능하여 영국이 고급인재 영입에는 적극적임을 알 수 있음
- Tier 1 (exceptional talent)비자 운영을 통해 노벨상 수상자나, 과학 및 예술 문화 분야에서의 뛰어난 재능을 보유한 자에 대해서는 이민성장관 재량으로 비자 발급

3) 호주

□ 외국인유학생 현황과 신유학정책

○ 학문수준보다 높은 유학경쟁력

- 대표적인 이민국가 호주는 수출산업의 하나로 유학생 유치에 적극적으로 나서, 2010년 기준 120여 개 고등교육기관에 외국인유학생이 재학 중인 세계 5위의 유학시장이자, 고등교육기관의 내국인학생 대비 외국인유학생 비중이 19.8%로 세계에서 가장 높음
- 호주에는 중국인유학생이 가장 많고, 인도, 한국, 말레이시아, 베트남, 태국, 인도네시아 순으로 상위 7개국 모두 아시아국가 유학생이 차지
- 호주는 아시아 유학생을 받아들이기 위해 실시했던 ‘콜롬보 플랜’¹⁴⁾을 시행해오고 있는데, 2013년에는 발상을 전환하여 호주학생들이 외국유학을 할 수 있도록 ‘신콜롬보 플랜’¹⁵⁾을 제시하면서 유학시장 활성화를 적극 추동

○ 적극적인 유학정책과 장기간의 취업비자 발행

- 2013년 새로운 정부가 들어서면서 과감하고 적극적인 유학정책을 도입함에 따라 '유학비자 발급간소화정책'으로 바뀌고 각종 장학금 혜택이 풍부해짐

14) 정식 이름은 "Colombo Plan for Cooperative Economic and Social Development in Asia and The Pacific"으로 아시아·태평양 국가들의 경제발전계획을 논의하고 개발에 대한 기술적·재정적 원조를 제공하기 위한 계획이다. 이 계획은 인도·파키스탄·스리랑카·오스트레일리아·뉴질랜드·영국 정부가 논의한 결과에 따라 1951년 콜롬보에서 수립되었고, 이후 미국 및 일본과 많은 동남아시아 국가들이 이 계획에 참여했다. 1950년에 스리랑카의 콜롬보에서 개최된 영연방 외무장관회의에서 제안되어 1951년 발족한 동남아시아 기술·경제원조계획으로 발족 당시에는 영연방국가들만 참가했으나 이후 확대되어 영연방 이외의 국가도 참가하고 있다. 개발계획과 관련된 여러 문제들은 연례회담을 통해 협의되며, 기술원조를 담당하는 상설기관이 마련되어 있다. 그러나 대부금이나 원조금을 할당하는 중앙기금은 없어 개발에 필요한 재정은 개별 정부와 세계은행(IBRD)에 의해 조성된다. 출처: 국제개발협력용어집, 한국국제협력단(KOICA)

15) 호주가 자국 우수학생 700명을 역동적인 아태지역에 보내 혁신과 생산성 향상을 위한 기술과 구상을 습득하도록 하는 정책. 파견국가로 2014년 싱가포르, 홍콩, 인도네시아, 일본이 선정되었으며, 2015년부터 한국 포함 예정

○ 다양한 유학과정 개설

- <표 8> 한국학생의 호주유학의 사례에서 알 수 있듯이, 호주의 유학은 학위를 위한 것보다 오히려 직업학교에 등록한 경우가 훨씬 많으며, 어학연수도 상당한 비중을 차지
- 다시 말하면, 호주는 다양한 과정을 개설해 유학생을 유치하고 있는데, 이는 한국의 유학정책에 시사하는 바가 많음
- 급성장하던 한국인의 호주유학은 2008년 세계금융위기를 기점으로 대폭 감소하는 경향을 보이다 최근에는 다시 살아나는 분위기인데, 눈여겨 볼만한 것은, 최근 한국인의 호주 유학에서 정규학교 입학은 많이 줄어들고 있지만, 언어연수와 직업학교 및 비학위 과정의 유학은 큰 폭으로 증가한다는 사실

<표 7> 호주의 연도별 한국인 학생비자 발급 수

(단위 : 명. %)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
학생비자 발급 수	18,557	19,350	17,594	16,367	13,238	12,407	12,942
증감(%)	9.7	4.3	-9.1	-7.0	-19.4	-6.3	4.3

자료 : Study ADELAIDE South Australia,

<http://blog.naver.com/prologue/PrologueList.nhn?blogId=adelaide11>

<표 8> 2012년 호주의 한국인 학생비자 발급 현황

(단위 : 명. %)

	영어 집중코스	초중고	직업학교	대학	비학위 과정
비자 발급	2,666	657	5,595	3,641	75
증감(%)	23.5	-12.3	21.9	-18.6	74.4

자료 : Study ADELAIDE South Australia,

□ 이민정책 일환의 유학생 유치

○ 유학경쟁력 하락에 적극 대처

- 1950년부터 시작된 호주의 유학생 유치는 1980년 경제 불황을 극복하는 방안으로 확대하여 2000년대에 들어 호주의 3대 수출품으로 꼽혔지만, 인종차별로 인한 폭력사건 발생으로 이미지 하락
- ‘외국인유학생 교육서비스법률(ESOS: Education Service overseas Student Act)’의 개정을 통해 유학생 권리 보장, 교육 및 서비스 수준 향상, 위험에 처한 유학생거처 지원 등 제도 마련
- ESOS Act에 따라 호주 교육기관은 유학생 유치 활동, 교육서비스, 학생 지원서비스에서 ESOS Act의 기준에 못 미치면 정식등록이 불가능하고, 등록요건을 만족하는 교육기관은 모두 ‘유학생 교육기관 및 코스 연방정부 등록부(CRICOS)’에 등재돼 일반에 공개
- 따라서 ESOS는 호주 정부가 수많은 교육기관 가운데 옥석을 가린 후 유학생들에게 알려주는 제도로 소비자로서의 유학생을 보호하고, 교육기관의 홍보활동과 학생 지원서비스를 규제

○ 영어교육 및 장학금 지원

- 비영어권 외국인유학생의 영어교육을 위한 Elicos(English language Intensive Courses for Oversea Students)프로그램을 운영하면서 비영어권 학생이 호주유학을 선택하도록 적극적으로 지원
- Elicos는 독립적인 영어회화 능력을 향상시키는 과정일 뿐만 아니라, 대학이나 대학원 및 이민을 준비하는 사람이 기본적으로 수강해야 하는 과정

□ 취업지원 프로그램

- 호주의 대표 취업지원 프로그램은 ‘전문직과 기술직을 위한 이민프로그램 (Professionals and Other Skilled Migrants)’으로, Independent Visa, Sponsored Visa, Regional Visa, Graduate Visa, Regional Sponsored Visa로 구성되어 있는데, 이중 지원자 절반 이상이 호주에서 학위나 자격증을 취득한 외국인유학생
- 우수한 인재 확보를 위해 학위과정을 운영하는 것은 말할 것도 없거니와 자격증 취득이 중심인 비학위과정 프로그램을 운영하여 유학 다변화 추구
- 특히 호주유학은 ‘졸업 후 취업비자’(Post-Study Work Visa)를 유학수료 코스에 따라 2년에서 최대 4년까지 연장하여 해외취직을 생각하고 있는 유학생들에게 인기가 많음
- 호주의 애벗(Tony Abbott)정부는 유학생이 다닌 대학과 학과에 상관없이 ‘졸업 후 취업비자’신청조건에 맞는 코스를 마친 사람에게 비자를 발급하여 유학생들이 취업할 수 있도록 정책을 수정

□ Post-Study Work Visa(졸업생 취업비자)

- Post Study Work Visa는 현재 시행중인 졸업생 임시 비자-Skilled Graduate Temporary VISA(Subclass 485)와는 다른 비자로서, 가장 큰 차이는 호주 졸업생 임시비자의 경우 반드시 호주 이민성에서 정한 직업군 리스트(SO)에 속한 전공이여야 한다는 조건이 있지만, 졸업생 취업비자는 전공에 상관없이 호주 대학교 또는 대학원 과정에서 학사, 석사, 박사 과정을 마친 경우 2년에서 4년까지 일할 수 있음
- 호주 이민성에서 Knight Review를 바탕으로 새롭게 발표하는 정책들 중 가장 큰 의미를 가지는 Post Study Work VISA 로 인해 기술이민 가능 직종뿐만 아니라 호주 대학의 다양한 전공을 통하여 호주에서 학업을 하고, 경력을 쌓을 수 있는 기회가 생겼다는 것인데, 다만 이 조치는 2012년 학업을 위해 2011년 11월 5일 이후에 신청한 학생들에게만 적용을 하고 있기 때문에 기존 학생들은 기술이민이 가능한 직종이라면 졸업생 임시거주 비자를 신청해야 함
- 신청자격 및 조건
 - 2011년 11월 5일 이후 첫 학생비자를 신청하여 승인 받은 학생
 - 신청 시점의 나이가 50세 미만으로 호주 거주 대상자
 - 호주대학 학사 이상의 학위 취득 후 6개월 이내인자
 - 비자신청일 기준 3년 내에 취득한 영어 성적(IELTS 6.0)
 - 신청일 이전 12개월 내의 호주 범죄경력증명서
- 체류기간
 - 졸업 후 최대 4년까지 호주에 머물며 취업준비 가능(전문무관)
 - 학사졸업자 : 최소 2년 이상 학사과정 수료, 최대 2년 체류 가능
 - 석사졸업자 : 최소 2년 이상 석사과정 수료, 최대 3년 체류 가능
 - 박사졸업자 : 최소 2년 이상 박사과정 수료, 최대 4년 체류 가능

4) 독일

○ 이민정책의 대상 분류

- 독일의 이민정책은 헌법으로 재외동포에게 국적을 인정하고 있으며, 유럽법률에 의해 유럽연합회원국 국민에게 거주이전과 영리활동의 자유 확대
- 제3국출신 외국인으로 전문인력과 단순노동자의 이민을 구분하고, 정주자에 대한 사회통합정책 강화

○ 유학생이 포함된 제3국출신 외국인의 이민정책

- 체류허가는 취업이주와 자영업자, 가족이민, 유학생으로 분류하는데, 취업이주는 외국인체류법 18조에 의해 신규외국노동인력 고용관계 허가령에 규정
- 우수한 학자와 교육인력, 특별한 직업적 소양을 가진 전문가 등 전문인력은 노동청의 동의 없이 영주를 허가하고 있으며, 예외적으로 교육실습, 단기 파견근무, 학업에 수반한 근로, 회사의 경영 관련 학문연구 등의 경우 연방노동청의 동의 불필요
- 유학생의 경우 독일교육기관의 입학허가와 독일생활을 위한 경제적 능력이 있으면 체류허가 가능
- 독일에서 유학생 체류허가 조건은 상당히 간소화 되어있고, 유학 이후 교육실습과 근로 활동을 할 때 노동청의 동의가 필요 없어 수속이 간단하며, 이후 전문인력으로 활동할 때도 노동청의 동의 없이 영주 허가를 받을 수 있어 유학인재가 독일에 남을 수 있는 환경이 마련됨

○ 독일의 신고용법 시행과 취업확대

- 독일은 2013년 7월 1일 신고용법 시행령이 발효됨에 따라, 선진국 조항(제26조)에 포함 시 체류·노동허가 심사요건 완화로 기업주재원과 유학생 및 해외취업지원자들의 독일 내 노동허가가 원활하게 발급될 것으로 기대

- 안도라, 호주, 이스라엘, 일본, 캐나다, 대한민국, 모나코, 뉴질랜드, 산마리노, 미국 국민에 대해서는 고용주의 소재지와 관계없이 고용활동을 위한 (체류)허가가 발급될 수 있음¹⁶⁾

○ 독일의 취업비자 발급 방법

- 독일인 및 EU국가 출신 노동자들은 별도의 노동허가가 필요 없고, 체류허가도 단기간에 부여되는 특권이 있으나, 한국을 비롯한 타 국가 외국인노동자는 신청절차 및 요구조건이 까다로운 편임
- 독일은 블루카드 발급 대상을 연간 최소 6만6000 유로의 소득을 기준으로 하여 일반 직종은 연간 4만4800 유로, 특별히 수요가 높은 직종(엔지니어, 컴퓨터 전문가 등)은 연간 3만4944 유로로 낮추었으며, 제3국 국민 채용 전 해당 직종을 대체 할 인력이 독일과 EU에 없음을 증명하도록 했던 조건을 삭제
- 기존의 독일 내 학교를 졸업한 학생에게만 부여하던 구직비자가 제3국 대졸 이상 학력자에게도 부여되었지만 기간이 6개월로 한정되고, 학사학위 증명서류 및 독일에서 체류하는 6개월 동안의 생활비에 대한 재정증명을 요구하며 자국에서만 신청 가능하다는 조건이 첨부
- 그러나 독일에서 대학교를 졸업한 외국인유학생은 취업을 위한 별도의 체류허가 비자를 18개월간 받을 수 있음(기존 12개월에서 연장). 이 기간에는 자영업도 가능하며, 제3국 국민 채용 전 해당직종을 대체할 인력이 독일과 EU에 없음을 증명하도록 했던 조건을 삭제하여 취업과 창업의 폭 확대

○ 독일 취업의 문제점과 애로사항

- 독일 또는 독일 소재 외국기업이 자국민과 EU시민이 아닌 제3국출신 구직자를 채용하는 경우 사유를 노동청에 제시해야 하며, 노동청에서 그 사유가 합당하다고 판단되면 노동허가

16) Bundesgesetzblatt Jahrgang 2013 Teil I Nr. 28, ausgegeben zu Bonn am 13. Juni 2013(고용법 시행령 개정안)

- 일반적으로 독일 기업에는 상기 절차가 까다롭다고 인식되어 자국민 및 EU 시민의 채용을 선호하며 회사의 업무추진 등을 위해 반드시 외국인(EU시민 및 독일인제외)이 필요한 경우에만 예외적으로 노동허가 발급절차를 추진
- 노동비자서류심사는 외국인관청과 노동청 담당자에 따라 매우 다르며, 걸리는 시간 역시 매우 상이하고 약 평균 6~8주가 소요되기 때문에 빠른 채용으로 업무에 투입을 하려는 한국 기업의 경우 난처한 경우가 생기기도 함

□ 독일에서 노동허가 거절사례

○ 독일 내 대학 졸업장이 중요

- 독일 내 대학 졸업장을 소지하지 않았거나 블루카드 조건에 해당하지 않는 경우에는 노동허가 비자를 발급받기가 상당히 어려움을 겪기도 함
- 프랑크푸르트 소재 A사는 유학생 B씨를 채용하고자 노동비자 체류허가증을 신청했지만, 노동청에서 거부. B씨는 독일 대학 학사과정 중, A사에 지원했으나 B씨의 한국 최종학력이 고졸(국내 대학 2학년 중퇴 후 독일 유학)이라는 점과 독일 대학에서 학업을 마치지 못해 고급인력에 해당한다고 볼 수 없다는 이유로 B씨의 노동비자신청을 거절

○ 신노동법 발표로 한국인의 취업 용이

- '13년 7월 1일부터 효력이 발효된 외국인고용법 시행령 개정안으로 한국이 독일에서 노동 비자를 가장 쉽게 받을 수 있는 우대국으로 적용되어 보다 빠르고 쉬운 비자 발급이 가능하게 될 전망
- 동 개정안의 배경으로는 한독 수교 130주년 및 광부 파독 50주년을 맞이해 양국 간 미래 지향적 협력관계를 보여주며 관계 발전에 기여할 것

5) 미국

○ 영주(이민)비자와 단기(비이민)비자로 분류¹⁷⁾

- 이민비자는 영주권 취득을 목적으로 받는 비자이고, 비이민 비자는 미국 내 단기 방문, 취업, 학업 등을 목적으로 입국하는 외국인을 대상으로 발급
- 취업이민의 우선순위는 최우수 인력으로 과학, 예술, 교육, 사업 및 체육 등에서 특출한 능력을 가진 자로 1순위자로 구분되고, 2순위는 고등교육학위를 가진 전문가 또는 과학, 예술, 사업에 우수한 능력을 가진 자이며, 3순위는 공급이 부족한 숙련 노동자, 학사학위 소지 전문가, 기타 공급이 부족한 노동자 순
- 유학비자는 비이민비자인 단기비자로 분류
- 취업이민의 순위 1,2,3위가 모두 고등교육자를 우선으로 하기 때문에 유학생이 졸업 이후 취업이민으로 전환할 경우 혜택을 받을 수 있음

6) 캐나다

○ 영주비자와 단기비자 소지자로 분리하여 관리

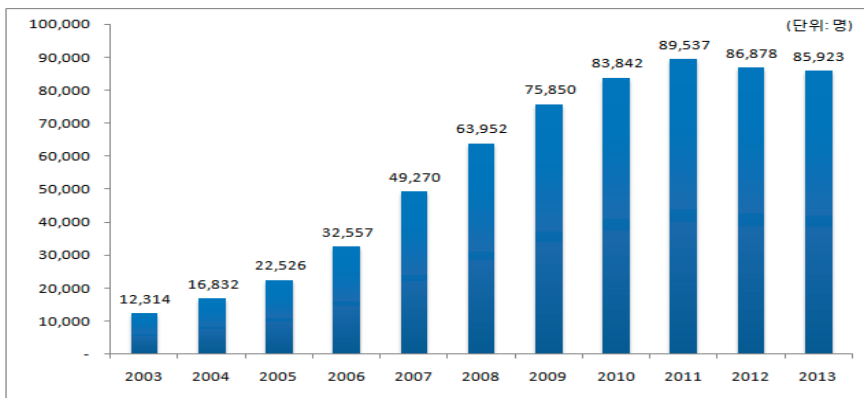
- 영주비자에서 유학생은 경제이민비자에 해당하며, 캐나다 대학에서 박사학위 과정 중인 자는 전문인력 이민으로 영주비자를 신청할 수 있음
- 캐나다에서 대학을 졸업하고 취업비자로 1년 이상 전문 직종에서 일하고, 일정 수준의 영어능력이 있는 자는 캐나다 경험이민으로 영주비자를 신청할 수 있음
- 유학생의 경우 6개월 이하의 유학인 경우 학생비자가 필요 없으며, 단기유학도 체류가 간편할 뿐 아니라, 졸업 이후 유학생이 이민을 신청할 수 있는 조건이 간단

17) 김환학 외, 「주요국가의 이민정책 추진체계 및 이민법」, IOM이민정책연구원, 2012.

5. 한국의 유학생 현황 및 유학정책

1) 한국의 유학생 현황

<그림 3> 2003~2013년 전국 외국인유학생수 추이



자료: 교육부

□ 한국유학시장 평가

○ 한국 유학경쟁력을 보는 두 시각

- 한국은 경제 규모나 국가브랜드 및 고등교육기관의 질적 수준에 비해 최근 들어 유학시장이 상당히 발전한 것으로 평가할 수 있음
- 그러나 한국 유학시장은 갑작스런 확장으로 인해 그 동안의 잠재된 문제들이 드러나면서 2011년에 정점을 기록한 이후 감소세로 돌아서고 있는데, 이에 대한 진단은 관점의 차이가 큼
- 한국 유학시장 정체 현상을 ‘인증제’ 시행 결과 조정기를 겪고 있다는 시각을

가진 측에서는, 유학생에 대한 질적 관리가 높아지면 장기적으로는 유학생이 증가할 수 있다는 입장으로 보다 긍정적인 전망을 하고 있음

- 그러나 유학시장 정체를 구조적인 측면에서 보려는 입장에서는, 유학시장 경쟁력 자체가 구조적인 한계를 가지고 있기 때문에 유학시장이 확장성을 가지기 힘들다는 비관적인 관점 유지
- 그렇게 때문에 유학시장 활성화를 위해서는 유학생 구성을 다변화하고 유학생에 대한 규제를 풀어야 한다는 입장이며, 유학생이 반드시 공부를 잘하는 학생을 대상으로 하는 것이 아니라 다양한 직업군에게 개방되어야 진정한 유학강국으로 올라설 수 있다는 입장
- 따라서 이런 입장은 유학생 유치를 위한 다양한 방법과 입학기준을 대학에 일임하고, 대학의 유학생 관리 정도와 졸업 기준을 엄격하게 통제하는 것이 필요하다고 주장

○ 험난한 2020년 20만 명 유치계획

- Study Korea 2020은 유학생에 대한 관리수준의 질적 수준 제고와 유학생 유치의 양적 증가라는 두 가지 목표를 동시에 추구하는 야심찬 계획으로 유학생을 20만 명까지 늘리겠다는 중장기계획으로 그 자체의 의미는 상당함

○ 유학정책 패러다임 전환이 전제

- 물론 유학생 관리수준을 제고하여 양질의 유학시장을 구축하고, 이를 통해 유학생 유치를 확대한다는 방향은 타당하기도 하고 실현 가능성도 있는 개선안인 것은 분명함
- 그러나 이 정책은 2020년이라는 길지 않은 기간 내에 달성할 수 없는 장기적인 계획이라는 것을 명확히 할 필요가 있으며, 또한 이를 실현하기 위해서는 근본적으로 유학정책의 패러다임 전환이 전제되어야 한다는 공감대가 필요
- 현재와 같이 교육부는 유학생 유치확대를 위해 노력하지만, 정부 다른 부처는 유학생 규제에 더 큰 의미를 두는 현상이 지속되는 한, 한국은 유학강국이 될 수 없을 뿐만 아니라, 글로벌 인재 유치 경쟁에서도 뒤떨어지게 될 것임

○ 한국의 유학경쟁력에 대한 냉정한 평가가 우선

- 지난 10여 년의 높은 유학생 증가는 유학 불모지게 가깝게 저평가된 한국이 경제규모가 커지고 국가브랜드가 일정하게 강화되는 가운데 나타난 한류현상을 반영하여 과잉성장의 ‘유학생 집중화 시기’라고 보는 것이 합리적인 분석
- 따라서 2011년 이후 한국유학의 성장세가 주춤한 것은 초기의 초라한 유학시장 규모와 한국의 경제성장과의 차이가 거의 좁혀지면서 나타난 현상이라고 봐야 할 것. 즉 지금의 한국의 유학시장 규모와 현재의 국가위상이 크게 다르지 않아 발생하는 ‘수요-공급’의 균형점에 근접한 것으로 보는 냉정함이 요구됨

○ 유학정책에 대한 인식 전환 급선무

- 이런 관점에서 본다면, Study Korea 2020은 실현가능성이 상당히 낮은 계획이며, 만약 실현이 된다고 해도 한국 유학시장에 대한 새로운 수요가 창출되도록 공급 측면의 제도개선과 정책 변화가 구체적으로 시장의 신뢰를 확보할 때까지 많은 시간이 필요할 것임
- 그러나 한국의 유학시장은 학문 수준의 차이뿐만 아니라 유학정책에서도 호주, 캐나다, 일본 등에 크게 뒤지고 있어, 유학정책을 보는 인식의 전환이 없는 한 20만 명 유치 목표는 실현할 수 없을 것
- 한국 유학시장은 객관적인 열세를 안고 출발하기 때문에 정책적 의지가 강하게 투영되지 않으면 유학경쟁력을 갖추 수 없다는 사실 자각에서부터 출발

□ 한국유학시장 성장 이유

○ 국가 차원의 성장 이유

- 유학생은 가장 먼저 유학 대상국가를 선택한 이후 학교를 고르기 때문에 한 국가의 종합적인 국력 즉 경제력, 학문수준, 과학기술 정도, 교육제도와 정책, 취업 경쟁력 등이 중요한 요인으로 작용
- 한국은 빠른 경제성장과 민주화를 이루면서 국가의 이미지가 크게 개선되었고, 대기업을 중심으로 한 국제경쟁력을 갖춘 기업이 등장하면서 한국의 기술력과 학문에 대한 신뢰도가 높아짐
- 1997년부터 시작된 한류는 국가 이미지를 개선하는 데 매우 중요한 역할을 하였고, 이는 초기 한국유학이 활성화되는 데 동기를 제공한 측면이 있음. 물론 현재는 한류와 유학을 동일시하는 시각에 우려를 나타내는 인사들이 있지만, 한류가 국가 이미지 상승에 기여한 사실을 인정하는데 인색할 필요는 없음
- 정부의 적극적인 유학정책도 중요한 구성부분. 특히 정부초청장학생의 확대는 제3세계를 비롯해 외국의 우수한 인재를 받아들이고, 이들이 귀국해서 정책결정자 위치로 성장하면서 한국유학에 대한 신뢰를 높이는 선순환 구조를 확대해 가고 있음

○ 대학 차원의 성장 이유

- 한국의 대학들은 유학생을 대학의 수준 평가지표의 하나로 인식하기 시작하였고, 재정 부족을 유학생으로 보충하려는 현실적인 이유로 유학생 유치에 열정적으로 나서게 됨
- 한국 대학의 저렴한 유학비용 또한 아시아 국가의 유학생을 불러오는데 기여하였는데, 일본에 비해 낮은 생활비는 비영어권 유학을 선택한 학생에게 한국 선호도를 높이는 계기

- 또한 입학 문턱이 비교적 낮은 것도 대학의 유학생 유치전략의 하나였음. 교육부의 권고사항인 입학 기준 TOPIK 3급은 대부분 대학에서 지켜지지 않거나 자체 시험을 통해 입학을 허가하는 등 대학의 입학문턱 낮추기가 유학생 유인기제로 작용한 것은 명백함

○ 개인 차원의 성장 이유

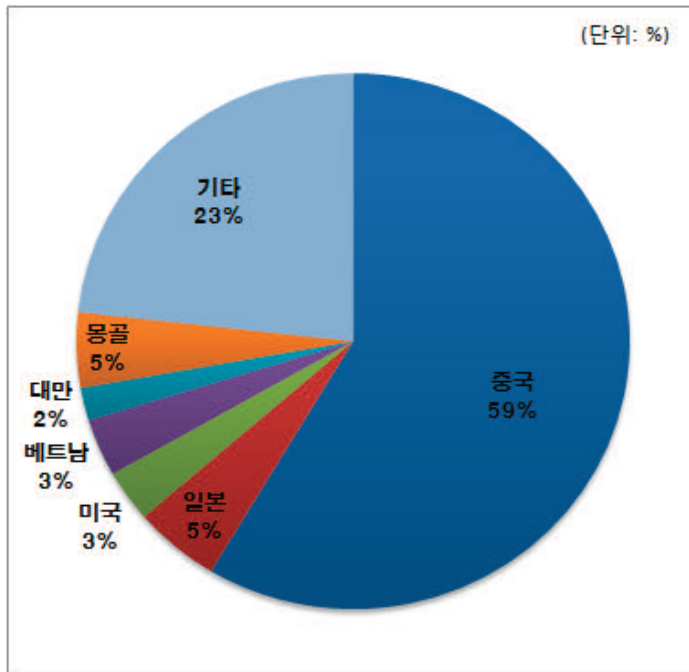
- 중국과 동남아 개발도상국가의 경제가 빠르게 성장하면서 해외유학을 할만한 경제적 토대가 준비됨과 동시에 입시경쟁이 치열해지자 부유한 가정에서는 자녀를 외국으로 보내는 것이 유행
- 아시아 국가의 특성은 대부분 체면을 중시하여 자녀들이 명문대학에 입학하지 못하면 차라리 외국에서 공부하고 오는 것이 오히려 위신을 지키는 길이고, 자녀의 장래에도 도움이 된다고 판단
- 한국의 초기 유학이 주로 성적이 낮은 학생 위주였다면, 한류 열풍과 한국의 위상 강화로 최근에는 목적의식이 분명한 우수한 유학생이 증가하는 추세

□ 재한 외국인유학생 출신국가별 분류

○ 여전히 강력한 아시아 편중 현상

- 재한 외국인유학생의 92%는 여전히 아시아국가 출신 학생들로 중국 편중현상은 어느 정도 개선되고 있지만, 아시아 편중현상은 여전히 개선의 기미가 보이지 않음
- 정부는 이런 아시아 편중현상을 극복하기 위해 국립국제교육원을 중심으로 해외유학박람회 개최하면서 신흥지역 개척에 노력하고 있음. 특히 중동과 중앙아시아 및 동유럽에 관심을 갖고 해외유학박람회 개최 빈도를 높이고 있음

<그림 4> 2013년 재한 외국인유학생 출신국 비중



자료: 교육부

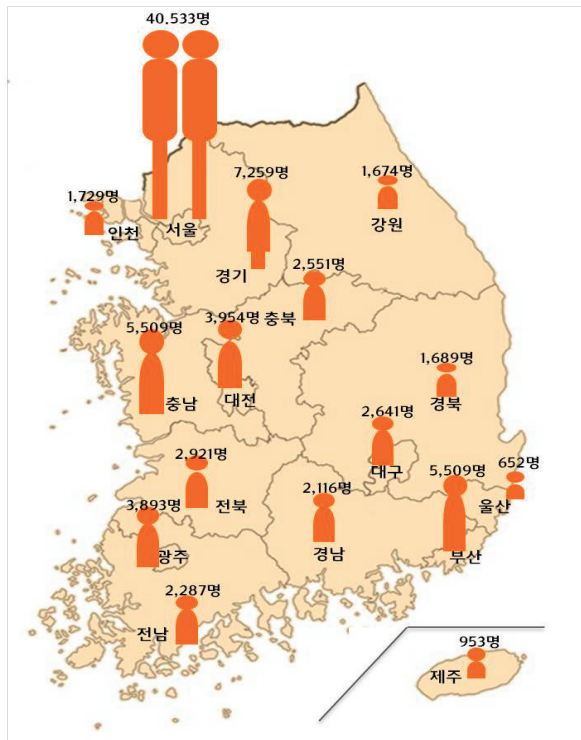
○ 중국인유학생 비중 경향적 감소 추세

- 재한 외국인유학생 가운데 중국학생의 비율이 70%를 상회했으나, 2013년 현재 59%로 축소되어 특정국가 출신 편중현상이 어느 정도 개선되고 있음
- 특히 서울의 상위권 대학은 중국인유학생 비율이 50% 이하로 떨어져 정부가 추진하는 유학생 다양성 강화에 접근하고 있는 것으로 평가됨
- 이런 긍정적 변화는 정부가 ‘인증제’를 통해 특정국가 편중현상을 극복하겠다는 의지를 보인 것도 크게 작용한 것으로 분석되어, 정책의지가 유학현상의 변화를 가져온 구체적인 사례로 분류할 수 있음
- 다만, 국가 차원에서는 특정국가 출신의 편중현상을 제어해야 하지만, 이를 각 대학에 일률적으로 적용해 대학의 특성화 교육과 특정국가에 대한 경쟁력을 저해하는 요인으로 작용하는 부작용은 시급히 개선해야 함

○ 몽골 유학생의 상대적 강세

- 몽골의 인구를 감안하면, 재한 유학생의 5%를 차지하는 몽골출신의 한국유학은 확실히 특징적인 현상이며, 향후 상당 기간 이런 추세는 계속될 전망
- 몽골의 유학생 수가 상당한 규모에 이르러 여러 대학에 산재한 것도 사실이지만, 특정대학에 집중해 있는 경우도 있어, 이들 대학은 특성화를 인정하고 지원해주는 것이 필요함
- 현재는 오히려 특정지역에 경쟁력을 가진 특성화 대학이 불이익을 받는 잘못된 정책이 시정되지 않고 있는 상황

<그림 5> 2013년 지역별 외국인유학생 분포



자료: 교육부

<표 9> 2013년 전국 외국인유학생 수 및 비중

지역	유학생 수(명)	비중 (%)	지역	유학생 수(명)	비중 (%)
강원	1,674	1.9	서울	40,533	47.2
경기	7,259	8.4	울산	652	0.8
경남	2,116	2.5	인천	1,729	2.0
경북	1,689	2.0	전남	2,287	2.7
광주	3,893	4.5	전북	2,921	3.4
대구	2,641	3.1	제주	953	1.1
대전	3,954	4.6	충남	5,562	6.5
부산	5,509	6.4	충북	2,551	3.0
총원	85,923명				

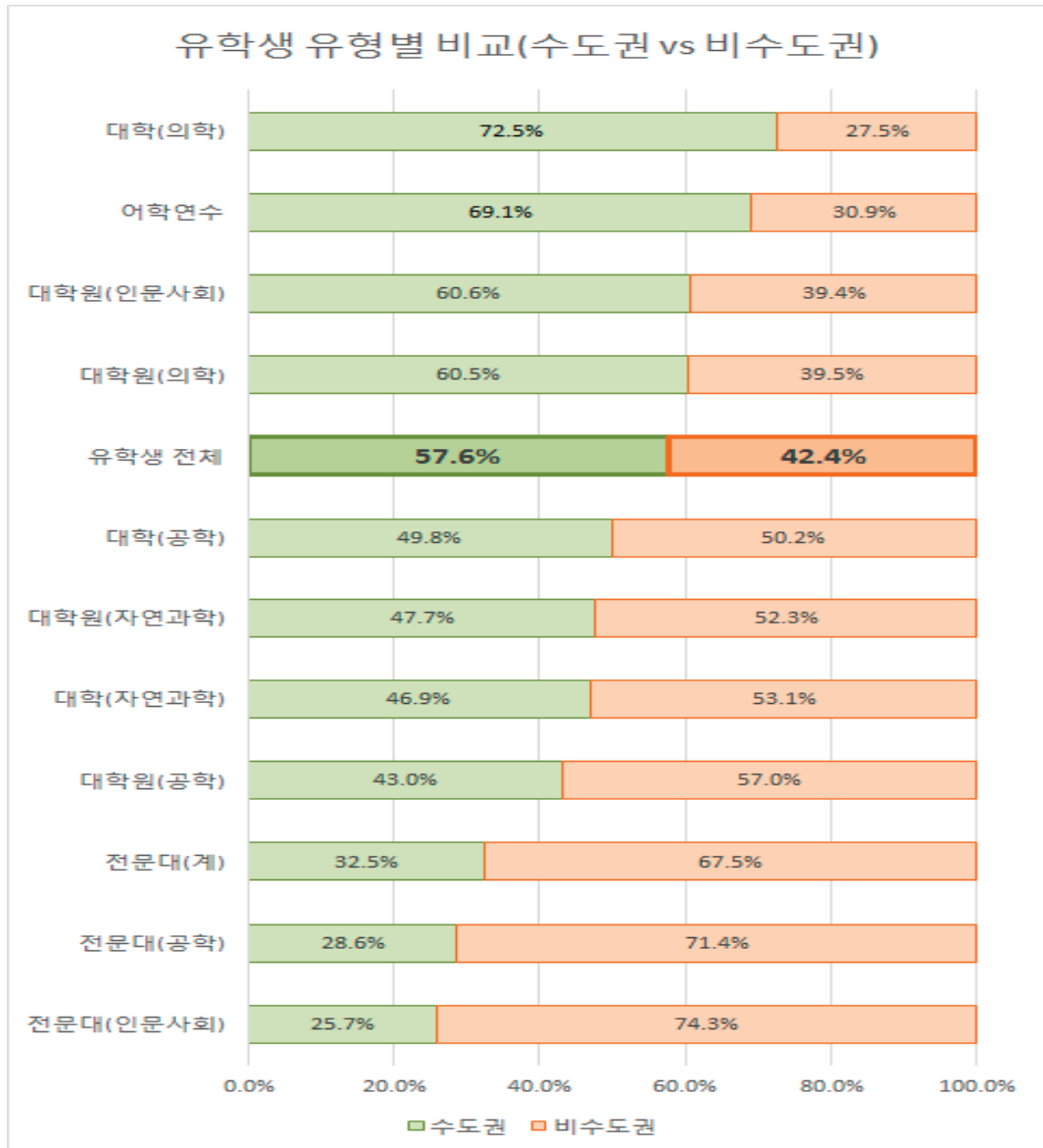
자료: 교육부

□ 외국인유학생 수도권 집중 현상

○ 국내학생 비율과 다른 유학생의 수도권 집중

- 국내 대학(전문대학 포함)의 분포는 수도권(121개)보다 비수도권(227개)에 더 많이 분포되어 있으며, 재학생도 수도권(39.1%)보다 비수도권(60.9%) 대학이 더 많음
- 그러나 외국인유학생은 수도권에 57.6%가 몰려 있어 유학생의 수도권 집중 현상은 국내 학생보다 더 강화된 경향을 보임. 이런 현상은 유학생의 경우 입학이 쉽고 수도권과 비수도권 대학의 입학 수준 차이가 거의 없기 때문에 나타나는 보편적인 현상임
- 유학생 가운데 상당수는 자국의 수도권 출신이 아니기 때문에 수도권에서 학교에 다니고자 하는 욕구가 강하고, 다른 한편으로는 지방에서 학교를 다닌 유학생은 수도권 대학에 다니는 것으로 학력을 업그레이드 시키려고 함

<표 10> 2013년 외국인유학생 수도권/비수도권 수학 현황



자료: 대학알리미 2013년도 지역별 통계

○ 전문대와 자연계열은 비수도권이 더 많아

- 전문대학은 학교 자체가 비수도권에 나뉘져 있기 때문에 유학생도 비수도권

대학에 더 많이 다니고 있음. 그러나 이것은 단순히 학교 숫자만의 문제가 아니라 특정기술을 전수하는 전문대학의 특성이 드러난 결과

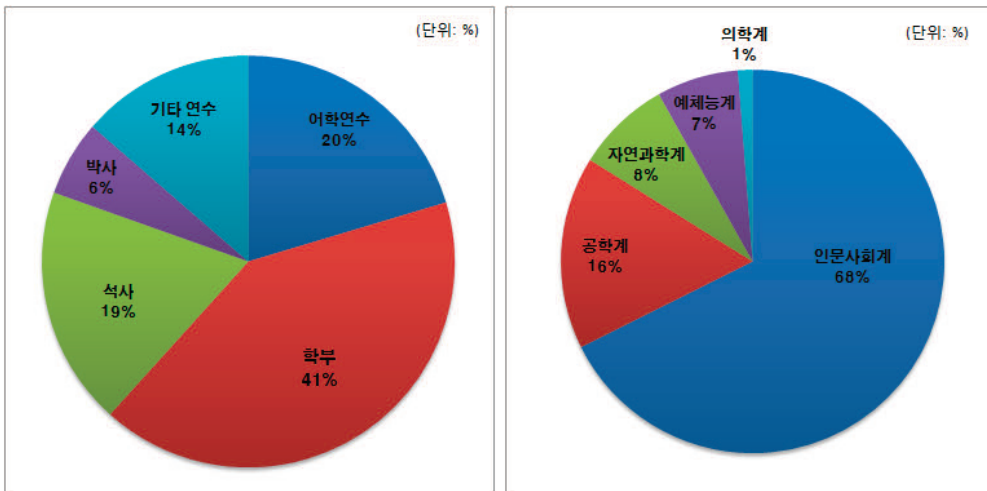
- 인문·사회계열 유학생이 절대적으로 많은 사실을 감안하면, 전체적으로는 자연계열의 유학생 숫자는 적지만 비수도권에 유학생이 더 많이 몰려 있는 것은 그나마 다행스런 현상이라고 할 수 있으며, 지방대학의 유학생 유치가 절망적이지만은 않다는 것을 보여줌

○ 비수도권 대학의 유학생 유치의 빛과 그림자

- <표 10>에서 보는 바와 같이, 어학연수생의 70% 정도가 수도권에 몰려 있는 사실은 지방대학의 유학생 유치가 상대적으로 어렵다는 유력한 증거
- 비수도권 대학의 경우, 학부 진학을 희망하는 어학유학생이 수도권 대학으로 빠져나가지 않도록 관리를 훨씬 강화될 수밖에 없는 상황

□ 전공별 유학생 분류

<그림 6> 2013년 전국 외국인유학생 과정 및 전공별 비중



자료: 교육부

○ 아시아권 국가의 유학시장 한계

- 재한 한국유학생의 68%가 인문·사회계열 학생으로 전공별 편중현상이 심각한 수준임. 자연계(8%)와 공학계(16%)의 비율이 상대적으로 낮은 것은 일본의 경우도 비슷한 수준으로 서구 국가에 비해 아시아권 유학시장의 한계를 나타내는 지표
- 한국의 유학시장은 학부 중심(41%)으로 구성되어 있는데, 석·박사 비율이 25% 정도로 성장가능성과 한계를 동시에 가지고 있다고 평가할 수 있음
- 따라서 한국유학시장의 고급화와 경쟁력을 갖추기 위해서는 이들에 대한 적극적인 유치 및 관리정책이 요구됨

○ 이공계열 비율 저조는 학습능력 저하와 비례

- 이공계 유학생의 비율이 낮은 이유는 유학생 대부분이 학부 수업내용을 따라가지 못하기 때문. 인터뷰에 응한 유학생의 대부분은 이공대에 진학했다가도 수업을 쫓아가지 못해 다시 문과계열로 전공을 바꾸는 경우가 많다고 증언
- 특히 중국인유학생의 경우 이공계열 기피현상이 심한데, 이는 유학생의 학습능력이나 학습에 대한 열의가 그다지 높지 않다는 것을 반증하는 것임
- 동남아국가 출신 유학생의 경우는 상대적으로 수학능력을 갖춘 학생이 많고, 이공계열에서도 낙오하지 않고 수업을 따라가고 있어, 이공계열의 유학생 증가도 불가능한 목표는 아님

○ 이공계열 석·박사 유학생에 대한 수요 점증

- 한국의 이공계열 대학은 유학생이 없으면 실험실이 돌아가지 않는다는 말이 나온 지 이미 오래될 정도로 석·박사생이 부족한 실정
- 이공계열의 석·박사생은 대부분 장학금과 조교활동비를 지급받기 때문에 생활비 부담은 크지 않아, 동남아국가 출신의 인재들에게 상당히 매력적인 유학공간이 될 수 있는 가능성 충분

2) 한국의 유학정책

□ 외국인유학생 유치 다변화전략 방안

<표 11> 외국인유학생 유치 다변화지역 선정 기준

-
- 한국과의 교류가 점증하고 있으나, 유학생 유치가 미진한 지역
 - 한국의 지원이 비교적 크고, 경제협력 등과의 연계 추진 가능성이 큰 지역
 - 한류 등 선호도가 높아지고 있는 지역
 - 향후 지역 내 성장가능성에 따라 해외유학생 규모가 커질 것으로 예상되는 지역
 - 에너지·자원 외교 등 한국정부의 대외협력 차원에서 중요성이 커지는 지역
-

자료 : 김종섭 외(2010), 「외국인유학생 유치 다변화전략 방안」, p.27.

○ 다변화 전략지역 선정

- 교육부가 유학생 유치 다변화를 추진한 것은 시의 적절한 조치로 새로운 시장 개척지역을 중동, 아프리카, 중남미, 러시아, 중앙아시아 등으로 설정한 것도 미래를 내다보는 올바른 방향으로 평가됨
- 우리의 국력이 신장함에 따라 유학시장도 확장되고 있지만, 국가도 정책적으로 유학시장에 투자를 확대할 필요가 있는 단계에 이르렀는데, 이 정책은 한국에 대한 장기적인 해외홍보 전략을 내포하고 있음
- 현재 국립국제교육원이 수행하고 있는 신흥지역 해외유학박람회도 이 전략의 일환이라는 관점을 공유할 필요가 있으며, 유학생 유치의 단기적 성과가 미약 하더라도 다양한 지역에서 해외유학박람회 개최는 유지하는 것이 필요

○ GKS 중심의 정부초청장학생 강화의 양면성

- Study Korea 2020에서 강조하는 부분이 개도국 출신 유학생 초청을 늘린다

는 것인데, 국제사회의 책임 이행 측면에서도 ODA 성격의 정부초청장학생을 늘리는 것은 당연한 결정

- 정부초청장학생 대상인 개도국 출신 유학생은 향후 잠재적인 지도자로 성장할 가능성이 매우 높은 집단이기 때문에 유학생 출신 다변화 추구는 반드시 필요. 또한 이들에 대한 초청비율을 높이는 것은 국력의 크기에 비례
- 정부초청장학생을 늘리는 사업을 종종 일본과 비교하기도 하는데, 양국의 GDP 규모, 장학사업 시작 시점, ODA 규모 및 국제사회에서의 위상 등을 고려할 때 현재의 비교는 큰 의미가 없음
- 우리는 정부초청장학생을 ODA 지원액 증액에 비례하는 정도로만 늘리고, 외국인유학생 유치 강화를 위해서는 학교에 지원과 감독을 강화하는 방안을 강구해 개별 대학의 경쟁력이 커지도록 해야 함
- Study Korea 2020의 궁극적 목표가 유학생 20만 명 유치확보라면, 유학생 유치와 교육의 주체인 대학에 지원과 감독을 강화할 필요가 있음. 대학에서 유학생을 데려올 수 있도록 지원은 하되 구체적인 사항은 대학 현장에 일임하고, 기본적인 교육여건 확보조건 등을 준수하는 지에 대한 감독을 강화하면 훨씬 큰 효과를 거둘 수 있을 것

○ 유학생 유치 다변화정책은 덧셈의 정책

- 특정국가 출신의 유학생의 비율이 과도하게 높아지는 현상에 대한 우려를 반영하여 유학생 유치 다변화정책을 시행하는 것은 국가정책에서 의미를 가지는 결정이기는 하지만, 더 중요한 원칙은 이로 인해서 유학생 전체 숫자가 늘어나야 한다는 것임
- 따라서 유학생 유치 다변화정책은 중국인유학생을 여전히 중국을 중시하면서 다른 나라 출신에 대한 유치를 더욱 강력하게 추진하는 덧셈의 정책이 수립되어야 함
- 현재 한국 유학생장이 정체된 가장 큰 원인은 중국인유학생의 유입이 줄어들기 때문이라는 사실은 중국유학생이 차지하는 위상을 극명하며 보여주는 사례인데, 중국인유학생의 감소세가 일시적인 현상이 아니라 일정한 경향성을 띠고 있다는데 문제의 심각성이 있음

- 중국교육부가 조사한 유학선호도에서도 한국유학을 선호한다는 응답은 0.2% 밖에 안 된다는 사실은 결코 가볍게 넘길 사안이 아니며, 중국인유학생의 유치 확대와 이들에 대한 교육서비스 수준을 높이는 방안 및 문화갈등을 줄이는 대책까지 폭넓은 정책이 강구되어야 함
- 결국 기존의 유치경험과 교류통로를 확보하고 있는 중국과는 각급 학교 간 실질적 교류성과를 담보해 내도록 더욱 적극적으로 지원할 필요가 있음
- 이런 기초 위에서 동남아, 중앙아시아 등 신흥국가 유학생을 받아들이기 위한 유학생박람회 개최, 각 대학의 MOU체결 확대, 교환학생 교류 강화 등 다양한 방법을 통해 유학생 유치 다변화를 추진해야 함

□ 유학생 학습수준의 다층화 추진

○ 개성화 교육을 유학생에게도 적용

- 국내 학생의 교육정상화를 위한 방안으로 입학기준을 다양화하여 학생의 개성을 살리는 방안을 강구하자는 주장이 모두에게 공감을 얻고 있듯이, 유학생에게도 다양한 기회와 유학 목적의 다양성을 보장하려는 정책이 필요
- 그렇게 하려면 우선 성적이 우수한 학생만 유학한다는 인식에서 탈피하여, 유학은 외국인학생에게 제공하는 다양한 기회의 하나라는 일반적 사고를 정립하는 것이 필요함
- 구체적인 방안으로는, 유학생에 대한 입학 기준을 완화하고 입학에 관련한 권한을 대학에 대폭 위임하여 자율성을 최대한 보장하고, 대신 유학생에 대한 교육수준과 관리 방면에 대한 관리감독을 강화하고 졸업 기준을 엄격히 적용하여 학교가 권한을 부여받는 만큼 책임을 지도록 함

○ 입학문턱은 낮추고, 생활관리 강화

- 인문계열은 유학생의 졸업자격(TOPIK 4급)을 엄격히 준수하도록 강제하는 반

면, 이공계열과 전문대는 보다 유연한 기준을 적용할 수 있도록 졸업기준의 차등적용을 적극 고려할 필요가 있음

- 물론 이 방안은 현재 시행하고 있는 ‘유학생 유치·관리능력 인증제’의 방향과 다른 주장이기 때문에 논란의 여지가 큰 사안이지만, 유학생에 대한 관리수준 제고가 성적에 집중될 필요는 없다는 원칙에서 본다면 충분히 재검토할만한 가치가 있다고 판단됨

○ 경쟁력 약한 지방대학은 특성화 대학 전환 유도

- 지방대학이 많은 노력을 기울여 유치한 유학생이 어학연수가 끝나면 수도권대학이나 지역의 국립대학으로 옮겨갈 때 겪는 좌절감과 스트레스는 상당
- 이는 시장경쟁원리가 교육현장에서도 그대로 적용되는 것이기 때문에 어쩔 수 없는 것이지만, 문제는 유학정책이 지방대학의 자율성을 더욱 옥죄어서 경쟁력이 더욱 떨어지는 경우가 발생할 경우임
- 유학생 유치 다변화는 국가적 차원에서 추구할 목표이기는 하지만, 개별 학교의 입장에서는 반드시 한 대학에 여러 나라 유학생이 있어야 할 필요는 없을 뿐만 아니라, 오히려 특정한 국가에 경쟁력을 가진 대학은 그에 맞는 특화된 유학생을 모집하는 것이 전체적으로 다변화에 기여하게 됨
- 따라서 ‘인증제’ 평가에서 이렇게 특화된 대학을 유학생 구성의 다양성이 약하다는 이유로 불이익을 주어서는 안 됨. 예를 들면, 몽골에 경쟁력을 가진 대학은 그 특성을 살릴 수 있도록 지원하고, 베트남, 인도네시아, 중동 등 특정 국가와 관계가 좋은 대학은 정부차원에서 지원해 주는 적극적인 정책이 필요함

○ 유학정책은 규제가 아닌 지원이 우선돼야

- 유학정책이 “채찍만 있고 당근은 없다”는 현장의 목소리는 상당한 근거가 있으며, 이는 단지 교육부의 정책뿐만 아니라 법무부, 고용노동부, 보건복지부 등

정부부처 대부분의 정책이 유학생을 통제의 대상으로 보는 시각을 전환해야 한다는 지적이라는 것을 수용할 시점

□ 외국인유학생 다변화 정도 미흡

○ 유학생 다변화정책과 해외유학박람회

- 2010년 외국인유학생 유치 다변화전략을 연구한 결과 4개 지역에 21개 국가를 우선적으로 지정하자는 보고서가 작성되었으나¹⁸⁾, 2011년 이래 이 지역에서 유학생박람회가 개최된 곳은 3개 지역 4개 국가에 불과하여 해외유학박람회 개최를 새로운 지역으로 확대하는 정책의지를 갖는 것이 필요
- 2013년 말 현재, 권장 국가로 지정된 21곳 가운데 해외유학박람회 개최 경험이 있는 국가는 9개 국가에 불과할 정도로 신흥지역에 대한 해외유학박람회 개최 확대는 쉽지 않은 상황
- 아프리카는 케냐에서 한 번 해외유학박람회를 개최한 적은 있으나, 다변화 전략 대상국가 가운데 1개 국가도 박람회 개최 실적이 없을 정도로 열악한 실정
- 한편 아프리카는 해외유학박람회 개최 효과가 극히 미미할 것으로 예상되어 참가하려는 대학이 없기 때문에 정부초청장학생으로 초청하는 것이 오히려 더 효과적이라는 주장도 상당한 타당성을 가지고 있음
- 다만 원칙적으로 해외유학박람회 개최의 의미를 어디에 둘 것인가, 특히 국립국제교육원에서 단독으로 개최하는 지역을 어떻게 선정할 것인가에 대해서는 국가시책과 목표달성을 위한 집행에 무게를 둘 것인지, 대학의 유학생 유치 발판을 제공하는 것에 의미를 둘 것인지를 보다 분명하게 해야 신흥지역 선정과 그에 따른 경비 지원 규모에 대한 기준을 재정립할 수 있을 것임

18) 김종섭 외(2010), '외국인유학생 유치 다변화전략 방안'

<표 12> 외국인유학생 다변화 전략지역¹⁹⁾

지역	국가	유학박람회 개최 횟수	개최 년도
중동	사우디아라비아	6	07, 08, 10, 11, 12, 13
	터키	5	08, 09, 10, 13
	UAE	1	10
	이란	0	-
	이스라엘	0	-
	요르단	0	-
아프리카	나이지리아	0	-
	이집트	0	-
	남아프리카공화국	0	-
	알제리	0	-
	가나	0	-
	에티오피아	0	-
중남미	멕시코	0	-
	브라질	3	11, 12, 13
	칠레	1	12
	파나마	0	-
러시아 중앙아시아	러시아	4	04, 05, 06, 07
	우크라이나	0	-
	카자흐스탄	4	03, 06, 11, 12
	우즈베키스탄	2	06, 07
	아제르바이잔	2	09, 10

19) 김중섭 외(2010), ‘외국인유학생 유치 다변화전략 방안’, pp.28~34.

제3장 해외유학박람회 평가

1. 해외유학박람회 개최 의의

□ 한국유학 수요국가 중심 유치

- 각국의 유학생 유치 경쟁은 대부분 같은 목표를 추구하고 있기 때문에 더욱 치열한 양상을 띠게 됨
- 한국 역시 외국인유학생을 유치함으로써 국제화시대에 걸맞게 한국교육의 세계화를 추진하고자 하는 전략으로, 해외유학을 가지 못한 국내 학생들에게 국제화 마인드를 갖게 하기 위한 방안
- 유학생 확보는 각 대학이 국제경쟁력 강화를 위해 선도적으로 진행하는 활동으로서 국가 시책의 현장 실현이라는 의미가 있으며, 유학생 유치는 대학의 정원감소에 대한 대응한 전략적 행위로 재정확보에 상당한 기여를 할 것으로 기대하기 때문
- 이런 목적을 달성하기 위해서 각 대학은 한국유학에 대한 수요가 많은 아시아 국가들을 중심으로 유치활동을 전개하는 것이 현실적인 선택
- 정부 차원의 해외유학박람회 개최도 대학의 이런 수요를 뒷받침한다는 원칙을 설정함과 동시에, 신흥시장 개척 및 한국 이미지 홍보라는 정부의 목적을 균형적으로 달성할 수 있도록 지역 선정 기준을 확정
- 따라서 해외유학박람회 개최는 단기적 목표 달성을 추구하는 대학의 입장과 달리 장기적인 관점에서 국가브랜드 강화와 맥을 같이 하는 전략적 투자행위라는 인식을 가질 필요가 있음

□ 국가위상 상승에 따른 국가브랜드 홍보

○ 유학에서 국가브랜드의 중요성

- 유학을 결정할 때는 대상 국가를 선택하고 그 다음에 특정학교를 결정하는 것이 일반적인 의사결정 방식이기 때문에 한 나라의 유학경쟁력은 곧 그 나라의 국가이미지와 국가브랜드의 반영임
- 국가이미지는 유학시장의 장기적 성장에 가장 중요한 역할을 하는데, 급속한 경제성장을 이룩한 한국은 그에 걸맞는 국가브랜드가 형성되지 못해 여전히 유학경쟁력이 낮은 상태에 머무르고 있음
- 국가브랜드는 타인의 인식을 반영하는 것이기 때문에, 물질적 변화 속도를 따라가지 못하는 특성이 있음. 이런 이유로 한국은 식민지, 전쟁, 분단, 가난과 같은 부정적 이미지가 오랫동안 고착되어 있어, 현재와 같은 경제성장에도 불구하고 국가이미지 개선에는 상당한 시간이 필요로 함

□ 토니 블레어의 영국 브랜드 강조

○ 영국의 토니블레어 수상은 2006년 “외국인유학생 5개년 계획” 발표

- 5대 중점과제에 첫 과제로 “교육시장에서의 영국 국가브랜드 강화” 천명
- 영국은 국가 브랜드가 매우 높은 나라임에도 불구하고, 미국과 경쟁을 강화하기 위해 특별히 유학정책에서 국가브랜드를 강조
- 유학선진국일수록 국가이미지를 중시하고 있음을 알 수 있음

○ 대학 경쟁력과 국가이미지의 상호 의존성

- 대학의 국제경쟁력은 국가위상을 평가하는데 상당히 중요한 역할을 해, 명문대학의 육성은 곧 국제적 교육경쟁력을 갖추는 중요한 열쇠의 하나
- 즉 국가의 경쟁력과 종합능력에 비해 높은 교육수준의 대학이 존재하는 나라에는 유학생이 몰려오는 경우가 있는데, 이는 대학의 경쟁력이 국가 이미지를 개선하는데 순기능을 하는 것으로 볼 수 있음
- 따라서 국가브랜드를 강화하기 위한 방안의 하나로 정책적 차원에서 대학이 경쟁력을 갖추도록 지원과 감독을 강화해야 하며, 이를 통해 유학시장 확대를 추동하는 장기적 목표 설정이 요구됨

□ 유학시장의 잠재적 성장을 위한 기반

○ 해외유학박람회 교육서비스 영역의 SOC사업

- 해외유학박람회는 개별 대학이 할 수 없는 일을 대신함으로써 성장 잠재력이 큰 개발도상국에 한국유학의 장점을 홍보하는 기능을 수행하는 교육서비스 분야의 SOC사업이라고 할 수 있음
- 해외유학박람회는 현장에서 한국유학을 선택하는 사람은 많지 않을지라도, 장기적으로 한국유학을 꿈꾸는 어린 학생에서부터 만학도에 이르기까지 유학분위기를 조성하는 역할을 하기 때문에, 마치 바다에 떠 있는 배와 같은 역할을 수행하며 개별 대학은 그 어선에서 낚시와 그물질을 하는 어부와 같은 존재
- 그래서 이제 교육서비스 영역에도 국가 차원의 SOC 사업이 필요하다는 인식을 전제로, 장기적인 관점에서 해외유학박람회를 강화할 필요가 있음

□ 장기적·대국적 관점의 해외유학박람회

○ 해외유학박람회 효과의 한계

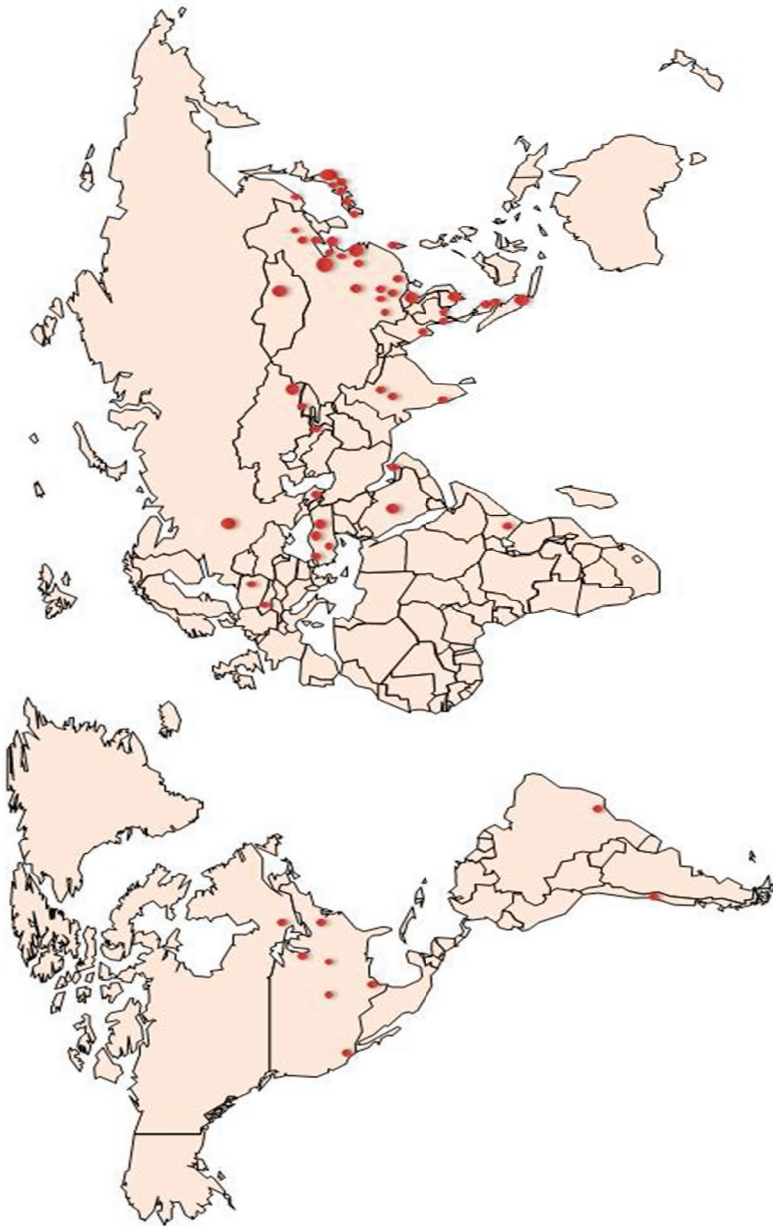
- 해외유학박람회는 초등학생, 중·고등학생, 대학생, 대학원생, 어학연수생에 이르기까지 대상이 다양하여 특정 연령대에 대한 효과 입증이 어려움
- 또한 해외유학박람회는 효과가 1~5년 정도의 후에 나타나는 등 효과 검증의 시간적 편차가 커서 단기효과 데이터를 원하는 정책결정자 입장과는 달리, 현장 파견자들은 계량화되지 않는 효과를 설명하는데 어려움을 겪음

○ 해외유학박람회는 장기투자 관점이 중요

- 해외유학박람회는 직접적인 단기효과로만 평가할 수는 없는 계량평가의 문제 이전에 해외유학박람회를 보는 관점에서 일정한 합의를 이뤄야 함. 즉 이 사업은 국가의 고급브랜드를 홍보하는 장기적인 사업이기 때문에 전략적인 투자가 필요하다는 인식의 공유가 전제되어야만 함
- 미국, 영국 등 유학선진국도 매년 해외유학박람회를 개최하는 것은 당해 연도의 유학생 유치를 대폭 늘리기 위한 것이라기보다. 이런 장기적인 목표를 달성하기 위한 목적이 큼
- 해외유학박람회는 관람객에게 유학에 대한 막연한 꿈을 보다 구체화하는 계기를 제공함
- 따라서 해외유학박람회는 현지 학생을 자국으로 끌어들이기 위한 행위이지만, 동시에 글로벌화에 대한 인식을 새롭게 조성하여 고급인재의 국제적 이동을 촉진하는 심리적 동기를 부여하는 역할도 수행

2. 해외유학박람회 개최지역

<그림 7> 2001~2013년 해외유학박람회 개최지 분포



자료: 국립국제교육원 해외유학박람회 보고서를 토대로 본 과제 연구진이 재정리

<표 13> 해외유학박람회 개최 국가·도시

연도	국가	도시	기간	참여형태	참가교
2001 4국 7개 도시	중국	칭다오	7월	공동	9
		장춘	9월	공동	12
		베이징	10월	공동	16
		상하이	10월	공동	18
	인도	델리	10월	단독	10
	베트남	호치민	10월	단독	15
	일본	고베	11월	공동	6
2002 6국 12개 도시	중국	시안	3.11~13	CSCSE	4
		충칭	3.16~17	CSCSE	5
		칭다오	5.18~19	IEE	9
		장춘	7.27~28	CCIEE	4
		베이징	10.19~21	CEAIE	9
		상하이	10.25~26	CEAIE	7
	인도	델리	3.13~25	Education India	7
	인도네시아	자카르타	5.5~6	단독	5
	말레이시아	쿠알라룸푸르	5.10~11	단독	6
	베트남	호치민	10.12~13	단독	6
		하노이	10.18~19	단독	4
	일본	동경	10.19	일본국제교육협회	국립국제교육원
2003 6국 11개 도시	인도	뭄바이	3.29~31	공동	8
		뉴델리	4.3~5	공동	11
	카자흐스탄	알마티	10.1~2	단독	10
	일본	동경	10.11	공동	국립국제교육원
	베트남	호치민	10.25~26	단독	13
		하노이	10.31~11.1	단독	9
	중국	베이징	10.18~19	공동	17
		칭다오	11.9	단독 (전문대 박람회)	25
		다렌	11.12		25
		선양	11.15		25

	말레이시아	말라카	12.11~14	공동	8
2004 6국 8개 도시	중국	청두	5.21~23	공동	10
	인도	방갈로	6.3~7	공동	4
		뭄바이	6.7~11	공동	5
	캐나다	토론토	10.1~2	공동	3
	베트남	호치민	10.30~31	단독	11
		하노이	11.3~4	단독	10
	러시아	모스크바	11.18~20	공동	4
	태국	방콕	12.10~13	단독	7
2005 8국 10개 도시	중국	다롄	3.19~20	단독	19
		톈진	3.23~24	단독	19
		베이징	7.9~11	공동	14
	몽골	울란바토르	5.5~6	단독	19
	미국	시애틀	5.29~6.3	공동	27
	인도	뉴델리	7.8~10	공동	6
	베트남	호치민	8.18~21	공동	16
	대만	타이페이	9.24~25	단독	17
	일본	오사카	10.30~31	단독	16
	러시아	모스크바	11.17~19	공동	3
2006 9국 12개 도시	카자흐스탄	알마티	3.17~18	단독	24
	우즈베키스탄	타슈켄트	3.22~23	단독	24
	중국	상하이	4.15~16	공동	19
		칭다오	6.23~25	단독	27
		베이징	7.21~23	공동	22
	몽골	울란바토르	5.13~14	단독	15
	일본	교토	6.17	공동	15
		동경	9.23~24	단독	18
	싱가포르	싱가포르	7.12~14	공동	11
	러시아	모스크바	10.19~20	공동	7
	인도	뉴델리	11.18	단독	7

	베트남	하노이	12.9~10	단독	29
2007 7국 11개 도시	중국	베이징	7.13~15	공동	20
		상하이	10.27~28	공동	7
		난징	10.13~14	단독	24
	베트남	하노이	12.1~2	단독	29
	일본	요코하마	6.4~5	단독참가	국립국제 교육원
		동경	9.16	단독참가	국립국제 교육원
		후쿠오카	9.17~18	단독	23
	우즈베키스탄	타슈겐트	3.30~31	단독	26
	러시아	블라디보스톡	5.18~19	단독	13
	몽골	울란바토르	4.28~29	단독	23
	사우디	리야드	5.28~29	단독	11
2008 7국 10개 도시	몽골	울란바토르	4.26~27	단독	27
	터키	앙카라	5.2	단독	22
		카이세리	5.2	단독	
	미국	워싱턴	5.26~30	공동	34
	중국	난징	6.28	공동	22
		광저우	6.29	공동	
		베이징	10.18~19	공동	31
	일본	동경	9.27~28	단독	27
	사우디	리야드	11.7~8	단독	15
	베트남	호치민	12.6~7	단독	38
2009 7국 8개 도시	중국	시안	3.3~4	CSCSE	14
		청두	9.19~20	단독	42
	베트남	하노이	10.24~25	단독	40
	몽골	울란바토르	4.25~26	단독	44
	미국	LA	5.25~29	공동	41
	터키	이스탄불	10.16~17	EDUCATU RK	18
	아제르바이잔	바쿠	10.20	단독	13

	네팔	카트만두	11.29	단독	7
2010 9국 11개 도시	UAE	아부다비	1.24~25	IEHE	8
	사우디	리야드	1.26~29	공동	9
	중국	칭다오	3.23~24	CSCSE	19
		심양	7.2~4	단독	46 (전문대16)
	몽골	울란바토르	4.24~25	단독	33
	미국	켄자스	5.30~6.4	공동	29
	아제르바이잔	바쿠	10.7~9	공동	10
	터키	이즈미르	10.12	공동	16
		앙카라	10.14	공동	16
	체코	브르노	11.2~4	공동	10
	폴란드	바르샤바	11.6~8	단독	11
2011 9국 11개 도시	중국	베이징	3.12~13	CSCSE	12
		무한	6월	공동	29
		장사	9월	공동	11
	인도	뭄바이	5.4~5	단독	12
	키르기즈스탄	비쉬켈	4.16~17	단독	19
	카자흐스탄	알마티	4.20~22	공동	16
	사우디아라비아	리야드	4월	공동	12
	캐나다	밴쿠버	5월	공동	29
	브라질	상파울루	9월	공동	6
	베트남	호치민	11월	단독	32
	인도네시아	자카르타	12월	단독	35
2012 12국 13개 도시	태국	방콕	1.21~22	공동	15
	케냐	나이로비	3.8~11	공동	6
	키르기즈스탄	비쉬켈	4.14~15	단독	24
	카자흐스탄	알마티	4.18~20	공동	21
	사우디	리야드	4.17~20	공동	13
	중국	베이징	5월	공동	11
		쿤밍	10.27~28	공동	10
	미국	휴스턴	5.29~6.1	공동	25
	캄보디아	프놈펜	6.9~10	단독	24
	칠레	산티아고	9.12~13	단독	9
	브라질	상파울루	9.15~16	공동	11

2013 11국 15개 도시	이라크	바그다그	10월	공동	1
	타이완	타이페이	11.3~4	단독	24
	인도네시아	자카르타	2.14~16	공동	13
	중국	베이징	3.8~10	공동	8
		선양	7.6~7	공동	13
		시안	10.19~20	단독	36
		원난	12.5~9	단독	15
	몽골	울란바토르	3.22~23	공동	15
		울란바토르	11월	공동	8
	사우디	리야드	4.16~19	공동	15
	베트남	하노이	4.19~21	단독	43
	미국	세인트루이스	5.28~31	공동	26
	일본	동경	7월	단독	10
	브라질	상파울루	10.19~20	공동	3
	터키	이스탄불	9.11~13	공동	23
	미얀마	양곤	10.29~30	단독	15
	말레이시아	쿠알라룸푸르	12.14~15	단독	37

자료: 국립국제교육원 ‘유학박람회 실적’(보고서)을 토대로 본 과제 연구진이 재정리

<표 14> 2001~2013년 해외유학박람회 개최 지역, 국가, 횟수

지 역	국 가	개최 횟수	개최 도시	참가 학교	1회 평균 참가교
동북아시아	중국	39	40	685	17.6
	대만	2	2	41	20.5
	몽골	8	8	176	22
	일본	11	11	115	10.5
	소계	60	61	1017	17.0
동남아시아	베트남	14	14	291	20.8
	인도네시아	3	3	53	17.7
	싱가포르	1	1	11	11
	태국	2	2	22	11
	말레이시아	3	3	51	17
	캄보디아	1	1	24	24
	미얀마	1	1	15	15
	소계	25	25	467	18.7
서남아시아	인도	9	9	70	7.8
	네팔	1	1	7	7
	소계	10	10	77	7.7
중앙아시아	카자흐스탄	4	4	71	17.8
	우즈베키스탄	2	2	50	25
	키르기즈스탄	2	2	43	21.5
	아제르바이잔	2	2	23	11.5
	소계	10	10	187	18.7
중근동	사우디아라비아	6	6	75	12.5
	터키	5	6	95	19
	UAE	1	1	8	8
	이라크	1	1	1	1
	소계	13	14	179	12.8
북미	미국	6	6	182	30.3
	캐나다	2	2	32	16
	소계	8	8	214	26.8
남미	브라질	3	3	20	6.7
	칠레	1	1	9	9
	소계	4	4	29	7.3
유럽	체코	1	1	10	10
	러시아	4	4	27	6.8
	폴란드	1	1	11	11
	소계	6	6	48	8.0
아프리카	케냐	1	1	6	6
총계	29개국	137회	139개 도시	2,224 학교	16.2

○ 1개국 해외유학박람회 참가 대학 평균 16.2개교

- <표 14>에서 알 수 있듯이, 2001~2013년까지 해외유학박람회는 29개 국가 139개 도시에서 개최되었는데, 국가별 평균 참가대학은 16.2개교로 비교적 양호한 편
- 이중 9개 나라(인도, 네팔, UAE, 이라크, 브라질, 칠레, 러시아, 케냐)는 참가 대학이 10개교 이하여서 여전히 한국 유학시장이 제대로 형성되지 않았음을 간접적으로 입증
- 반면, 8개 나라(대만, 몽골, 베트남, 캄보디아, 우즈베키스탄, 키르기즈스탄, 미국)는 평균 20개 이상의 학교가 참가. 특히 미국이 개최하는 행사에는 평균 30.3개교가 참가하여 가장 높은 비율을 기록하였는데, 이는 미국의 유학생을 실제로 유치한다기보다 세계적인 해외유학박람회에 참가한다는 명분과 대학 담당자의 사기 진작 등 복합요인이 작용한 것으로 분석
- 전체 평균치에 근접한 6개 나라(중국, 베트남, 말레이시아, 미얀마, 카자흐스탄, 캐나다)는 대체적으로 재한 외국인유학생이 꾸준히 증가하는 나라(캐나다 제외)로 대학의 해외유학박람회 참가 정도가 유학생 유치 정도를 상당히 잘 반영하고 있다고 평가할 수 있음

○ 해외유학박람회 개최국가 확산 미흡

- 한국이 해외유학박람회를 개최하기 시작한 연원이 짧고 예산이 충분하지 못하기 때문에 29개국 개최를 어떻게 평가할 것인가는 논란의 여지가 있음
- 하지만 중국 등 아시아 국가에 집중되어 있고, 서유럽 같은 선진국에서는 한번도 개최하지 않는 것은 한국의 해외유학박람회의 파급력이 여전히 한계를 가지고 있다는 것을 반증하고 있음

3. 해외유학박람회 지역별 개최 횟수

□ 아시아권 위주의 해외유학박람회

<표 15> 2001~2013년 해외유학박람회 개최 횟수별 국가분류

개최 횟수	국가 수	국가	개최 횟수	국가 수	국가
1	10	싱가포르, 미얀마, 네팔, 캄보디아, UAE, 캐나다, 체코, 칠레, 케냐, 폴란드	2	5	아제르바이잔, 태국 우즈베키스탄 키르기즈스탄, 캐나다
3	3	인도네시아, 말레이시아, 브라질	4	2	러시아, 카자흐스탄
5	1	터키	6	2	미국, 사우디아라비아
8	3	몽골	9	1	인도
11	1	일본	14	1	베트남
39	1	중국			

○ 해외유학박람회 개최 국가는 총 29개국

- 해외유학박람회 개최지역을 빈도별로 분류하면, 동북아(60회), 동남아(25회), 중앙아시아(10회), 중근동(13회), 서남아시아(10회), 북미(8회), 유럽(6회), 남미(4회), 아프리카(1회) 순
- 아시아 국가에서 개최회수가 많은 것은 이 지역 유학생이 90%에 이른 현실을 그대로 보여주는 것이며, 15개 국가는 개최 횟수가 2회 이하로 최근 신흥지역으로 개최 대상이 확대되는 것을 반영하고 있음

○ 유학생 비중과 해외유학박람회 개최 순위 유사

- 국가별로 개최 횟수를 비교해 보면, 중국(39), 베트남(14), 일본(11), 인도(9), 몽골(8), 미국(6), 사우디아라비아(6), 터키(5)가 각각 5회 이상을 기록하고 있는

데, 이는 크게 보면 재한 외국인유학생 비중과 크게 다르지 않음을 보여주고 있음

- 도시별로 개최 횟수를 보는 것도 일정한 의미가 있는데, 그 이유는 대학이 해외유학박람회에 참가여부를 결정할 때 가장 중요한 요소가 개최도시이기 때문

◇ 평가 및 제언

○ 아시아에 집중하는 것은 현실적인 선택

- 해외유학박람회가 아시아권에 집중된 것은 재한 외국인유학생의 90%가 아시아 출신이어서 유학수요에 대한 대응이라는 측면에서 현실적 선택임
- 중국에서 개최하는 해외유학박람회를 어떻게 평가할 것인가는 논란을 남기고 있는데, 일부는 이미 중국에서는 한국유학이 충분히 알려져 있으며 대학 간 MOU체결이 많이 되어 있기 때문에 국가기관이 나서서 해외유학박람회를 지원할 필요가 없다는 주장이 존재

○ 중국인유학생 유치 경쟁은 세계적인 대세

- 다른 한편으로는 유학생을 늘리기 위해서는 현실적으로 중국인유학생을 유치해야 하는데, 가장 큰 시장을 정부가 방치하는 것은 20만 명 유치 목표를 스스로 포기하는 것과 같다는 현실론 역시 충분한 설득력을 가지고 있음
- 특히 미국 등 유학선진국도 중국에서 빈번히 유학설명회를 갖는 것과 비교해도 중국에 대해 적극적인 전략이 필요하다는 주장이 더 설득력을 가짐
- 다만 중동지역에서는 사우디아라비아에 너무 치중하고 있어 이란 등 다른 지역에서의 개최를 적극적으로 고려할 필요가 있다는 지적

□ 1회 1국가 1도시 개최가 대부분

○ 29개국 가운데 25개 국가가 1회 1개 도시에서만 개최

- 아시아국가는 해외유학박람회를 1회에 1개 도시에서 개최해도 비용에 큰 차이가 없고, 준비과정에 더 충실히 할 수 있어 오히려 권장할 수도 있음
- 하지만 남미, 아프리카, 유럽 등 항공료가 비싸고 쉽게 개최하기 어려운 지역에서 우리정부 주관으로 단독개최 할 경우는 1개 도시에서 그치기보다는 주변의 유력한 후보도시에서 해외유학박람회를 복수로 기획해야 한다는 지적이 있음
- 해외유학박람회를 1회 1개 도시만을 기획하는 가장 큰 이유는 준비과정이 복잡하고 해외유학박람회를 진행에 많은 에너지와 신경을 써 실무자들이 지친다는 현실적인 조건 때문
- 아시아권 도시에서 빈번히 개최되는 해외유학박람회는 항공비용이 차지하는 비중이 크지 않고, 장시간 학교업무를 비우기 어려운 현실 등을 감안하면, 1회 1도시 개최에 대해 일률적으로 비효율이라고 평가할 수 없음

◇ 평가 및 제언

○ 원거리 국가의 유학박람회 개최형식 연구

- 브라질, 칠레, 케냐, 캐나다, 미국, 폴란드, 체코 등 이동거리가 길고, 개최 기회가 많지 않는 국가에서 해외유학박람회를 개최할 때 1회 1도시 개최는 투자(시간, 경비)효율을 반감시키는 요인으로 작용
- 따라서 해외유학박람회의 효율성 제고를 위해서 아시아권이 아닌 국가의 경우 1회 출국에 복수 도시에서 개최하는 것을 적극 고려
- 특히 지금까지 1~2회만 해외유학박람회를 개최한 원거리 도시에서는 기획단계에서부터 복수의 도시를 대상으로 계획을 수립하도록 제안

□ 다양한 지역으로 개최 도시 확산

○ 해외유학박람회 초기에는 아시아권에 집중

- 21세기 초에는 해외유학박람회가 대부분 아시아 국가에 한정되었으나, 2006년부터 중앙아시아 개최를 시작으로 2010년 동구권인 체코와 폴란드로 확산되었고, 다시 2012년 남미인 브라질, 칠레로 진출, 아프리카 케냐에서도 처음으로 해외유학박람회를 개최
- 중동은 사우디아라비아가 5회, 근동의 터키가 4회로 비교적 집중적인 개최국이어서 중동의 다른 지역으로의 확산이 막힌 아쉬움이 남아 있음
- 해외유학박람회 예산 상황과 대학의 참여 정도를 고려할 때 대대적인 지역 확장은 현실적으로 쉽지 않지만, 개최국이 29개 국가에 불과하고 그나마도 중국, 베트남, 일본, 몽골, 인도, 미국, 사우디 등에 치우친 현상을 개선하기 위해 보다 과감한 개최국 분산을 시도해야

◇ 평가 및 제언

○ 외국정부지원 장학생 등 유치 방법 다양화

- 국가이미지 홍보에 대한 해외유학박람회의 역할을 충분히 평가한다면, 개최 지역 확대는 당연히 적극적으로 추진해야 하는데, 2010년 이후 개최국이 10개국에서 더 이상 확대되지 못하고 있음
- 유럽에서 한국으로 유학을 오는 학생이 적어 유럽 개최는 당분간 신중할 수밖에 없는 상황이지만, 동구권 3개국 이외에 개최 실적이 없는 사실을 정리해볼 필요가 있음. 선택과 집중을 위해 유럽 개최를 이루는 것도 방법이지만 어느 시점에 개최가 가능한지에 대한 사전 검토는 필요한 시점으로 보임
- 중동지역은 종교적인 이유로 한국유학이 큰 기대를 걸 수 없지만, 외국정부 지원 장학생을 유치하는 새로운 형태의 접근방식을 강구해야 함

4. 해외유학박람회 개최방식

〈표 16〉 연도별 해외유학박람회 개최방식 분류

연도	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13
단독	4	4	2	5	7	7	6	4	3	3	5	2
공동	8	7	6	5	5	2	4	4	8	8	8	11

1) 단독개최 : 효율과 비용의 딜레마

□ 단독개최 현황

○ 단독개최 여부와 대학의 참여정도는 무관

- 국립국제교육원이 주관한 해외유학박람회에서 2005~2009년은 단독개최가 공동 참여보다 많거나 같았으나, 2010년 이후는 공동개최가 압도적으로 많음
- 중국, 베트남, 몽골, 일본 등 해외유학박람회 개최가 잦은 지역은 단독개최가 많은 것으로 나타나, 유학생이 많거나 개최 경험과 역량이 있는 도시는 단독개최가 많았음을 알 수 있음
- 대학의 반응은 단독개최를 선호하지만, 해외유학박람회에 참여하는 대학 숫자는 공동참여나 단독개최에 따른 차이나 특징을 찾을 수 없음
- 공동개최에 참여할 경우, 한국대학이 외국대학에 비해 묻히는 경우가 많아 존재감을 부각시키기 어렵다고 하면서도 여전히 단독개최 만큼 해외유학박람회에 참여하는 대학이 많은 것은, 해외유학박람회 참여목표가 단기적인 유학생 유치에 아닐 수도 있다는 것을 간접적으로 설명

○ 대학의 해외유학박람회 참여 결정 요인

- 유학담당 대학관계자들의 면담 결과에 의하면, 해외유학박람회에 참가할 것인지 여부를 결정하는 가장 중요한 요인은 개최도시
- 이는 대학에서 유학생을 유치할 가능성 판단을 우선적으로 해당 도시의 수준과 한국과의 관계 등을 통해 분석할 수 있기 때문
- 해외유학박람회 참여여부를 결정하는 두 번째 요인은 정부의 지원규모와 경쟁대학의 참여 여부가 차지하는 것으로 조사
- 경쟁대학의 참여여부를 보고 참가신청을 하는 경우가 있다는 것은 다소 의외의 조사결과였지만, 이를 통해 참가신청을 했다가 철회하는 대학이 많은 이유를 조금은 파악할 수 있었음

□ 단독개최 장점

○ 높은 집중도에 따른 홍보효과

- 해외유학박람회를 어느 도시에서 단독으로 개최하는 경우, 관람객은 한국유학에 관심이 있는 실수요자가 중심이 되므로 진지한 상담이 가능하며, 행사 집중도가 높아지는 장점이 있음
- 따라서 단독개최의 경우 참가대학 관계자들도 분명한 목표와 성과를 설정할 수 있어 적극적으로 활동하며, 해외유학박람회 홍보와 설명 이외에도 해당 도시의 학교를 찾아가 적극적으로 설명하는 열의가 상대적으로 강하게 나타남
- 단독개최의 성패는 대부분 홍보성과에 따라 좌우되는데, 이는 현지 대행사의 능력에 많은 부분을 의지할 수밖에 없음
- 따라서 특히 단독개최의 경우 대행사를 얼마나 잘 선택하느냐가 곧 행사 성공을 좌우함

□ 단독개최의 단점

○ 비용 과다, 타국 해외유학박람회 일정과 중복

- 한국이 해외유학박람회를 단독으로 개최하기 위해서는 현지 고등학교의 대입시험 시험일정과 방학, 연휴 등 여러 고려사항이 많아 가장 효과적인 일정을 정하기가 어려울 수 있음
- 또한 국립국제교육원에서는 매년 여러 번의 해외유학박람회를 조직해야 하기 때문에 현지 수요자가 가장 편리하고 관심이 집중된 날을 정해 행사를 개최하지 못하는 경우가 발생하여 효과가 반감되는 사례 발생
- 또한 대학시험 발표 직후처럼 가장 좋은 날을 택해 해외유학박람회를 진행할 때는 다른 나라도 동시에 개최하는 경우가 많아 우리나라의 행사에 대한 관심이 떨어지고 홍보가 묻히고 유학에 관심 있는 수요자들의 피로현상이 발생할 수 있음
- 단독개최에서 가장 문제가 되는 것은 행사를 알리는 홍보의 한계가 크다는 점이며, 홍보비용 대비 효과가 크지 못한 구조적 한계를 가짐
- 그렇기 때문에 행사장에 관람객의 유학열정의 순도는 높지만 참관인이 많지 않은 일이 자주 발생

□ 단독개최 사례분석

○ 성과 미미한 단독개최 사례

- 2008년 사우디아라비아 리야드에서 15개 대학이 참가한 해외유학박람회가 개최되었는데, 이틀 동안 방문객이 200여 명에 불과하여 박람회라는 말을 붙이기도 민망한 일이 있었음

- 이슬람권은 남녀가 같이 참여하는 혼성행사를 금지하기 때문에, 해외유학박람회를 준비하는 측에서는 여성들의 참관을 돕기 위해 종교경찰이 없는 외곽 지대에 개최장소를 섭외하였는데, 이것이 오히려 행사 실패의 가장 큰 이유가 됨
- 여성의 참관을 고려한 결정이 접근성이 떨어진 지역을 선택하도록 해 남성들의 참관도 포기하도록 하는 결과를 초래함
- 결국 이 행사는 대행사 선정 실패와 그로 인한 홍보부족, 교통이 불편한 개최장소 선정, 사전준비 부족 등이 복합적으로 작용하여 실패한 경우로 중동 지역 개최에 주의해야 할 점에 대한 많은 교훈을 준 사례

○ 중동국가에서 해외유학박람회 개최 교훈

- 종교적인 특수지역의 경우는 단독개최의 위험성을 안고 가는 것보다는 공동개최에 참여하는 것이 더 효과적일 수 있다는 것을 보여주었고, 특히 신흥지역의 경우 초기에는 단독개최를 피하는 것이 안전한 길임을 입증
- 단독개최나 공동개최 참여와 무관하게 중동지역은 현지 학교와 MOU를 체결하거나, 외국정부지원장학생을 유치할 수 있도록 정부 차원의 교섭을 강화하는 것이 중요함
- 이 사례는 지역특성을 고려하는 것이 얼마나 중요한가를 체험한 귀중한 경험으로, 경험을 자산으로 활용하기 위해서는 사례를 중심으로 솔직한 평가서를 제작할 필요가 있음
- 국립국제교육원은 매년 해외유학박람회가 끝나면 참가대학 관계자를 대상으로 설문조사도 하고 자체 평가보고서를 작성하고 있지만, 보다 더 객관적이고 냉정한 평가서를 작성하는 것이 노하우를 축적하는 첩경임

2) 공동개최 : 편리함과 공허함의 쌍곡선

□ 공동개최 참여현황

○ 국제유학박람회 공동참여에 부정적인 대학

- 면담에 응한 대부분의 대학관계자는 국제유학박람회에 공동으로 참여하는 것에 부정적인 반응을 보였는데, 그 이유는 국제유학박람회의 경우 한국 부스는 거의 존재감을 부각시킬 수 있는 위치에 있지도 않을 뿐만 아니라, 관람객의 주의도 끌지 못하여 효과가 미미하다는 것임
- 국제유학박람회는 대부분 영어권 국가의 유학에 관심이 집중되어 비영어권 국가의 부스는 관심의 대상이 아닌 것처럼, 한국 대학의 설명회장도 지나가는 관람객이 대부분이어서 열정적으로 임하기 어렵다는 반응
- 국립국제교육원에서 주관하는 해외유학박람회의 경우 2010년 이후는 대부분 공동개최에 참여하는 형식인데, 이는 신흥지역 해외유학박람회가 많은 것과 연관이 있음
- 신흥지역은 초기에 대행사를 구하는 것이 여의치 않고 유학대상자에 대한 정보 파악도 충분하지 않으므로 공동개최에 참여하는 형식
- 많은 대학이 공동개최 행사에 참여하는 것은 대학 관계자들의 정보교환과 노하우 습득, 정부와의 관계 설정, 대학관계자에 대한 포상 등 여러 요인을 감안하기 때문

□ 공동개최 참여의 장점

○ 적지 않은 공동참여 장점

- 국제유학박람회에 공동으로 참여하는 것도 나름대로 의미가 있음. 먼저 국제

유학시장에서 한국교육을 알리는 기회로 활용하여 유학에 관심 있는 대부분의 관람객에게 한국의 교육을 홍보할 수 있으며, 둘째, 한국이미지와 한국 교육시장에 대한 국가차원의 홍보를 통해 중장기적인 한국유학 잠재 수요자를 확보할 수 있으며, 셋째, 외국의 해외유학박람회 준비와 운영 노하우를 가까이에서 배울 수 있으며, 넷째, 준비과정이 비교적 단순하고 비용도 단독개최보다 저렴하여 신흥지역이나 시장개척 지역에 대한 접근이 용이하고, 다섯째, 현지에서 능력 있는 대행사를 구하지 못할 경우 위험을 분산시킬 수 있는 장점이 있음

□ 공동개최 참여의 단점

○ 외화내빈의 가능성이 큰 행사

- 국제유학박람회에 공동으로 참여하는 것은 행사준비가 용이하고 위험부담이 적은 장점이 있지만, 유학설명자인 대학의 존재감을 드러내기가 매우 어려워 전 반전으로 단점이 부각되는 경향
- 국제유학박람회는 현지 정부가 대대적인 홍보를 하기 때문에 참관자는 많으나 한국유학에 대한 순도가 떨어져 외화내빈 현상이 문제로 지적됨. 행사를 진행하는 대학 입장에서는, 많은 방문객의 반복되는 단순질문으로 지치고 사기가 저하되는 현실적인 문제에 부딪히게 됨
- 신뢰할만한 대행사가 있을 경우에는 단독개최가 보다 효율적

□ 공동개최 참여 사례

(1) 북경국제교육박람회(2006)

- 북경국제교육박람회에 당초 한국의 39개 대학이 참가 신청을 하였으나, 신청 학교의 44%가 참가를 철회하고 22개 학교만 예정대로 참가하여 역대 신청 취소율이 가장 높은 기록

- 이 행사의 전체 관람객 2만여 명 중 한국부스 참관객은 2천여 명으로 10%에 불과하였고, 그나마 이들도 한국유학에 대한 관심보다는 한국문화와 한류에 대한 관심으로 한국 코너를 들르는 관람객이 대부분
- 이 행사는 비싼 부스임대료(2,500~3,000달러)에 비해 성과가 약하다는 평가가 지배적이었는데, 가장 큰 이유는 영어권 유학에 관심이 집중되면서 한국유학은 존재감을 내보일 수가 없기 때문
- 이 사례에서 보듯이, 공동참여의 경우 많은 관람자가 오기는 하지만, 한국유학을 목적으로 오는 경우가 적어 단순 실효성에 대해서는 여전히 논란

(2) 체코국제교육전(2010)

- 2010년 체코에서 열린 국제교육전에 10개 대학이 참가 하였는데, 3일 동안 한국 부스를 참관한 인원이 약 3천여 명으로 상당한 인원을 기록했지만, 전체 비율로 보면 약 10% 정도가 관람한 것으로 평가
- 이는 동유럽에서 한국 유학시장의 열세를 보여주는 명백한 사례로, 신흥지역 개척의 어려움을 단적으로 보여주는 사례. 그래서 신흥지역은 한국을 알린다는 의미를 부여할 수는 있지만, 단기적인 효과를 기대하기는 어려운 상황

(3) 동경유학박람회(2008)

- 2008년 동경유학박람회에 26개 대학이 참가하였지만, 2일간 참관객이 700여 명에 불과해 1대학 1일 평균 관람인원이 16명에 그칠 정도로 성공하지 못함. 더구나 이 관람객의 30% 이상은 장년층으로 유학을 목적으로 하기보다는 한류 바람을 탄 관람객이 많았음
- 일본인유학생이 재한 외국인유학생의 5%를 차지하고 있기는 하지만, 일본이 주최하는 유학박람회에서 한국의 대학들이 성공적으로 행사를 치렀다는 보고는 별로 접수되지 않음

◇ 평가 및 제언

○ 2010년 이후 공동참여가 많은 이유 분석 필요

- 정부가 유학 신흥시장 개척에 적극적으로 나서있기 때문에 단독개최보다는 공동개최에 참여하는 것은 불가피한 측면이 있으나, 최근에는 단독개최 빈도가 너무 낮아진 것은 아닌지 자체 분석 필요
- 선진국에서 진행하는 유학박람회 참여는 국가 차원에서는 참가하더라도, 개도국에서 진행하는 유학박람회 공동참여에 대한 대학 실무자의 의견을 충분히 경청할 필요
- 대학 실무자 대부분은 단독개최가 효과적이라고 응답하고 있으므로, 실무자 의견을 최대한 반영하여 단독개최 중심으로 재편하되, 신흥지역의 경우 초기에는 공동개최에 참여하더라도 상황 파악이 된 이후에는 단독개최를 적극적으로 추진하는 것도 하나의 좋은 방법
- 지역을 선정할 때는 협력기관과 충분한 의견 조율이 필요하기 때문에 대상지역을 이른 시기에 결정하는 것이 필요함

□ 현지국가의 입장 : 공동개최 선호

○ 국제유학박람회의 국내 활용

- 신흥국의 경우 국제유학박람회를 이벤트화 하여 집권자의 치적으로 활용하려는 의도를 가진 나라도 많은데, 이들 국가에서는 국제유학박람회를 통해 유학 붐을 조성하여 인재양성의 동기로 삼으려는 분위기가 있어 대규모 국제유학박람회 선호
- 개별 국가에서 동시다발적인 유학박람회를 개최할 경우, 같은 시기에 유학박람회가 남발되면서 국가의 행정력 낭비와 학생들의 중복동원 등 문제가 발생할 수 있다고 판단하여, 각국의 단독개최보다는 자국이 진행하는 국제유학박람회에 공동 참여를 선호

◇ 평가 및 제언

○ 국제유학박람회의 참여 지역 확대

- 우리가 진출하려는 신흥국가의 국제유학박람회 개최 현황을 사전에 충분히 파악하여 적극적으로 협력하여, 유리한 장소에 부스를 설치하는 등 실질적인 혜택을 받을 수 있는 조건 형성
- 신흥시장을 중심으로 한 국제유학박람회에 공동참여가 많은 이유는 우리의 준비상황이 녹록치 않기 때문이기도 하지만, 현지 국가가 직접 국제유학박람회를 조직하는 경우가 늘기 때문으로 선진국이 주관하는 국제유학박람회의 화려함 뒤의 공허함보다는 오히려 신흥국에서 개최하는 해외유학박람회에 적극적으로 참여하는 정책이 필요
- 국제유학박람회는 연 400여 회 개최되지만, 한국 참가는 특정지역에 편중

3) 대학협의회의 해외유학박람회 주관

□ 해외유학박람회에 대한 대학협의회 책임

○ 대학협의회 주관 해외유학박람회 현황

- 2010년 선양(沈陽) 한국유학박람회는 대학협의회가 주관한 최초의 시도로 기획 의도는 참신했지만 결과적으로 성공하지는 못하고 국립국제교육원이 대신 행사를 진행하였는데, 이는 새로운 형식 창출에 대한 숙제를 던져주고 있음
- 대학협의회가 해외유학박람회를 주관하고 국립국제교육원이 지원하는 형식이 정착된다면, 개최 지역 선정 등 대학의 자율성이 모두 강화될 수 있지만 현실적으로 대학협의회가 집행능력이 없어 이를 실행하는 데 한계가 명백히 드러남

○ 대학협의회의 유학생 유치관련 역할

- 대학협의회에서 해외유학박람회를 주관하려는 시도를 한 것 자체가 대학이 중심이 돼 유학생 유치 및 유학정책에 적극적으로 참여할 필요성을 강조한 것이기 때문에, 개선안 제시 등 어떤 형태로는 보다 적극적으로 나서야 함
- 특히 대학협의회는 대학의 입장을 좀 더 정확히 수렴하여 현장의 목소리를 정부당국에 전달하는 노력을 강화해야 할 것임. 면접에 응한 대부분의 유학담당 실무자들은 대학협의회의 역할에 대한 기대가 높지 않았으며, 대학 간 의견을 조정하는 것도 쉽지 않을 것으로 전망
- 대학협의회에 대한 대학현장의 기대는 여전히 높으나, 대학협의회가 모든 대학의 참여로 이뤄지지 못한 현실을 우려하며, 대학협의회와 별개로 활동하는 일부 대학의 행태에 대해 상당히 비판적인 입장

□ 대학협의회 주관의 장점

○ 정부-대학의 공동목표 추진 시너지효과

- 협의회 소속 대학은 현지의 각 대학과 네트워크가 형성되어 있어 공동 워크숍이나 현지 고등학교 및 대학교 방문 등 일정을 효율적으로 배치할 수 있는 가능성이 더 큼
- 협의회 소속 대학과 연계된 해당 지역 학교 관계자들과 사전에 연결하면, 현지 학교 관계자들이 사전준비를 잘 할 수 있어 해외유학박람회 효과 배가 가능
- 국립국제교육원의 부담을 줄여 다양한 지역에서 해외유학박람회를 개최할 수 있는 가능성 확대하고, 민간영역과 정부영역의 협력을 통해 1.5트랙의 성공적 수행 기반 마련 가능

○ ‘수익자 부담원칙’과 ‘수요자 중심’ 행사 조직

- 개별 대학이 유학생 유치를 위한 노력을 하고 있지만, 대학협의회에서 해외유학박람회를 주관한다면 참여 대학 간 정보교류와 협력을 강화할 수 있고 대학의 자발성을 강화하는 효과를 기대할 수 있음
- 대학협의회가 유학생 유치 및 관리문제에 적극적으로 나선다면, 장기적으로 유학 경쟁력을 높이는 책임과 권한을 대학으로 이전하는 조건이 강화될 것
- 원칙적 입장에서 유학생유치는 수익자 부담원칙이 적용되어야 하는 일이기 때문에 책임과 권한을 대학이 지고, 수요자 중심의 행사를 조직하고 정부는 큰 차원에서 지원하는 것이 합리적이며 경쟁력을 강화하는 방법

□ 대학협의회 주관의 한계

○ 집행력 확보와 이해관계 조절의 어려움

- 대학협의회가 주관한 2010년 선양 해외유학박람회를 결국 NIIED가 맡아서 진행한 가장 큰 이유는 집행력이 업는 협의회의 한계 때문이고, 다음으로는 참여 대학의 비협조적 태도와 대학협의회의 권위 부족 때문
- 대학협의회는 국내 모든 대학이 가입한 조직이 아닌 데다 주요대학이 참여하지 않거나 대표 임무를 맡지 않으려는 소극적인 태도 때문에 힘 있는 조직으로 성장하지 못함
- 이런 위상 때문에 선양 해외유학박람회에는 대학협의회를 통해 참가신청을 하지 않은 대학이 독자적으로 참가한 사례가 있어 갈등 발생. 결국 NIIED가 나서 조정하였지만 위상이 확고하지 못한 대학협의회의 한계가 노정
- 대학협의회는 회원 대학의 비협조에 대한 강제력이 없어 집행력을 갖기 어려운 구조라서 실무진을 갖추 수 없어 해외유학박람회 준비를 처리할 능력이 부족
- 대학협의회의 목표와 각 개별 대학의 이해관계가 상충되거나 학교별 경쟁관계로 인해 협조체제 구축이 어려운 것도 이 기관이 적극적으로 해외유학박람회나 유학정책에 목소리를 내지 못하는 이유의 하나

◇ 평가 및 제언

○ 대학협의회와 국립국제교육원의 단계적 역할분담 추진

- 대학협의회가 주관하는 워크숍이나 대학교류 활동을 강화하여 협의회 주관의 장점을 공동으로 인식하도록 하고, 이를 바탕으로 국립국제교육원과 해외유학박람회 공동주관의 경험을 쌓으면서 단계적으로 독자적인 행사주관의 조건 확보 추진

4) 국내 기관과의 연계개최 효과

□ 해외유학박람회 연계개최 현황

○ 정부 유관기관과 다양한 연계개최 경험

- 국립국제교육원은 외교통상부, 산업자원부, 한국관광공사, KOTRA, 해외문화원, 해외 한국기업, 현지 한국인회, 한글학회, 현지 유학생회 등 다양한 기관 및 단체와 공동으로 해외유학박람회를 개최한 경험이 있음
- 유관기관과의 공동개최 또는 협력효과는 해당 지역의 특성과 시기 및 협력기관과의 역할분담에 따라 상당한 차이가 나고, 공동개최로 인해 오히려 효과가 반감된 경우도 있어 현지 사정을 잘 판단해야 시너지효과를 거둘 수 있음
- 예를 들어, 취업박람회와 유학박람회를 같이 개최할 경우, 일반적으로 취업박람회에 묻히는 경향이 있으며, 도시 간 자매결연 주간행사에 해외유학박람회를 동시에 개최하는 경우도 유학생보다는 경제인들의 방문이 더 많고, 유학박람회장이 어수선해진 경험도 있음

○ 유관기관 협력과 공동개최는 별개

- 해외유학박람회 개최 시 현지에 파견된 유관기관의 협력을 받는 것은 매우 중요. 특히 처음 개최하는 신흥지역에서 현지 대행사를 선정하는 일은 유관기관의 추천이 중요한 역할을 하게 되는데, 항상 만족스런 결과를 내는 것은 아님
- 유관기관의 가장 큰 협력은 현지광고를 잘 할 수 있도록 도움을 주는 것과 예비유학생을 포함해 현지에서 한국 행사에 관심을 유도할 수 있는 행사를 지원하는 일이며, 기념품 등 협찬도 해외유학박람회의 열기를 올리는 중요한 지원품목임

□ 유관기관 협력구축의 문제

○ 휴일근무 요청의 난점

- 해외유학박람회가 주로 휴일에 개최되기 때문에 유관기관에 업무협조를 요청하는 데 상당한 부담이 될 수 있어, 단순한 당위적 협력구축 이상의 인적 관계가 중요하게 작용하기도 함
- 해외유학설명회에서는 특히 비자관련 설명을 요구하는 수요가 많은데 비자담당 영사의 업무량이 많아, 유학박람회 개최기간 동안 모든 설명을 요청하는 데는 우리가 따르는 경우도 발생

○ 유관기관 공동개최 시 지향점 차이 발생

- 유관기관과의 공동개최가 반드시 좋은 결과만을 도출하지 못하는 이유는 각 기관이 추구하는 목표가 달라 시너지효과가 크지 않은 경우가 종종 있기 때문
- 유관기관의 공동개최목적은 행사장에 관람객을 많이 동원하기 위한 하나의 목적만 일치할 뿐 서로 다른 지향점을 가지기 때문에 원만한 협조와 쌍방 모두 만족할만한 결과를 이끌어 내기는 쉽지 않음
- 예를 들어, 취업박람회와 유학박람회를 동시에 개최하더라도 각 기관은 서로 참관자의 순도가 떨어지는 아쉬움을 느끼게 되고, 비용분담 등 많은 부분에서 신경 쓸 부분이 증가
- 따라서 유관기관 공동개최는 TOPIK시험과 유학박람회처럼 그 성격이 거의 일치하는 경우가 아니면 기대만큼의 효과를 거둘 수 없을 수 있다는 것이 그동안의 경험에서 도출된 결론

□ 사례 분석

(1) 칭다오 유학 및 취업박람회(2006)

- 상당히 오래 전인 2006년 칭다오에서 한글학회와 국립국제교육원이 공동으로 개최한 해외유학박람회는 기대만큼의 시너지효과를 발휘하지 못한 행사로 평가
- 한글학회와 같이 진행하여 한국에 대한 관심을 유발하자는 취지는 좋았으나, ‘학회’의 행사 목표가 한국취업 설명에 집중되면서 행사 관람인들이 주로 학생 보다는 한국취업을 원하는 사람들로 구성되어 오히려 해외유학박람회 성격이 희석되는 역효과 발생
- 이 행사를 통한 교훈은, 중국의 경우 성(省)정부의 영향력이 크므로 해외유학박람회는 지방정부 교육담당자와 적극적인 업무협조를 추진해야 성공 가능성이 높다는 사실과, 한국의 여러 도시와 자매결연을 맺고 있는 칭다오 성정부의 지원을 받기 위해 한국의 지방자치단체가 참여하는 것이 더 효과적일 수 있다는 경험을 쌓음

(2) 하노이유학박람회(2009)

- 2009년 국가브랜드위원회가 주최한 한국-베트남 주간에 국립국제교육원이 공동으로 참여한 해외유학박람회는 당시 영향력을 가진 해당 국가기관을 위한 행사에 동원된 역할을 수행하였다는 평가가 나올 정도로 본연의 기능을 발휘하지 못함
- 이 행사의 교훈은, 해외유학박람회와 직접 관계가 없는 유관기관의 행사에 공동으로 참여하는 것은 오히려 부정적인 영향이 클 수 있다는 사실과 해외유학박람회의 독자성이 훼손되는 일도 발생한다는 경험 축적임

(3) 러시아 우수인력 채용박람회 및 해외유학박람회(2006)

- 이 행사는 2006년 처음으로 현지 국가의 다른 행사와 연계하여 해외유학박람회를 개최한 경우인데 결론은 좋은 결과를 내지 못하고 학습효과만 거둔 사례
- 이 행사는 러시아가 개최한 채용박람회에 산업자원부와 한국산업기술재단이 공동주관하여 개설한 한국관에 국립국제교육원이 참여하는 형태로 공동개최를 하였으나, 전체 행사 주제가 채용박람회였기 때문에 유학박람회는 그 역할을 거의 할 수 없었음
- 더구나 러시아 채용박람회에서 한국은 여러 국가의 하나에 불과한 데다, 여기에 유학박람회는 또 하나의 부차적인 행사에 불과하게 되어 당초 기대에 미치지 못한 결과로 막을 내림
- 이 행사를 관람한 전체 1만 명의 관람객 중 1천여 명이 한국관을 방문했으나, 유학박람회에 관심을 가진 방문객은 그 중 일부에 지나지 않음
- 이 행사를 통해 배운 점은 명확한데, 타국이 현지에서 개최하는 유학과 다른 성격의 행사에 유학박람회를 위해 공동으로 참여하는 것은 거의 의미가 없는 일이며 사실상 낭비에 불과하다는 것임
- 한국의 유관기관이 해외에서 개최하는 전혀 다른 성격의 행사에 참여하는 것도 효과가 없지만, 타국이 현지에서 개최하는 다른 성격의 행사에 참여하는 것은 더더욱 효과를 기대할 수 없음

(4) TOPIK 시험과 연계는 효과적

- 한국어시험을 치르는 학생의 상당수가 잠재적인 유학대상자이기 때문에 TOPIK 시험에 맞춰 동일한 장소에서 해외유학박람회를 개최하는 것은 다른 행사에 비해 시너지효과가 크다고 평가됨

- TOPIK 시험과 연계를 많이 시도하지 못하는 것은 TOPIK 시험에 맞춰 해당 지역의 해외유학박람회를 배치하는 것이 쉽지 않기 때문이지만, 가능하면 이 기간을 중요한 요소로 간주하여 행사를 배치하여야 함
- 이 밖에도 베트남에서 진행한 비보이 행사와 연계도 성공적인 사례의 하나인데, 한류를 활용하여 청소년들을 대상으로 한 한국영화제 등 문화행사를 동시에 개최하는 것은 매우 바람직함

◇ 평가 및 제언

○ 국내기관과의 공동개최 효과 면밀히 검토

- 해외유학박람회의 성공적인 개최를 위해서는 외부기관과의 협력이 필수적이며, 한국의 유관기관 뿐만 아니라 현지의 교육당국과 대학 등의 협력이 매우 중요
- 국내 기관과의 협력은 언제든지 가능한 한 많을수록 좋지만, 타 기관과의 공동개최는 행사의 성격과 지역 및 일정을 신중하게 고려하여 효과를 충분히 검토한 후에 결정해야 함
- 국내 기관의 행사에 참여해서 기회비용을 감안하면 역효과를 낸 경우도 있고, 타국이 주관하는 다른 성격의 행사에 참여했다 실패한 경험은 모두 소중한 자산의 하나
- 해외유학박람회를 성공시키기 위한 또 다른 조건은 현지 교육당국의 협력을 받는 것인데, 관료의 영향력이 큰 나라일수록 이런 경향은 강함
- 예를 들어, 중국의 경우 성(省)정부 혹은 시(市)정부의 교육당국이 협조할 때는 행사장에 오는 참관학생이 훨씬 많고 유학에 적극적인 학생의 참관비율이 높음

5) 현지국가의 기업후원 적극 발굴

○ 현지 기업후원은 초보단계

- 대부분의 해외유학박람회는 후원사 없이 정부예산과 대학 참가비로만 운영되고 있어, 좀 더 적극적인 경영마인드가 요구됨. 정부가 기업의 후원을 직접 받는 것은 문제의 소지가 있을 수 있기 때문에 대학연합체를 활용하는 등 새로운 방법을 강구할 필요가 있음
- 해당 국가의 기업후원을 받는 것은 금전적 지원 이상의 효과가 있기 때문. 즉 그 나라의 대기업이 한국의 유학박람회를 후원할 경우 한국유학에 대한 인식이 많이 개선되기도 하고, 한국유학을 통해 취업문이 열릴 수 있다는 희망을 갖게 하는 효과 가능

○ 사우디아라비아 ARAMCO사 후원 사례

- 2010년 사우디아라비아에서 해외유학박람회를 개최할 때 석유회사 ARAMCO가 한국에 장학생으로 파견한 유학생 7명을 봉사도우미로 지원하여 한국유학의 신뢰도 상승했는데, 만약 그 장학생이 직접 한국유학을 설명했다면 효과는 더욱 커졌을 것

◇ 평가 및 제언

○ 현지 후원기업 적극적 확보 노력

- 해외유학박람회 운영방식에 대한 인식을 전환하여 준비단계에서부터 현지 후원사 발굴을 중요한 과제로 설정하고, KOTRA, 한국대사관, 한국상인회 등과 적극적인 연계 강구
- 대학협의회 등 민간영역에서 후원 계약을 체결하도록 유도하고 정부가 지원하는 것도 하나의 방법이며, 후원사에 물적·인적 지원 요청

5. 해외유학박람회 개최 시기·장소

□ 해외유학박람회 최적 시기 DB화

- 해외유학박람회는 매년 10여회를 진행하기 때문에 모든 나라의 특성을 반영하는 일정을 완벽하게 조정할 수는 없겠지만, 각 국가별 대학입시, 방학, 연휴, 국경절, TOPIK 등을 DB화해서 가장 효율이 높게 일정 배치
- 국립국제교육원은 그 동안의 노하우를 충분히 발휘하여 이슬람권에는 수-금요일로 해외유학박람회를 배치하고, 기타 국가는 금-일요일을 중심으로 일정을 배치하여 참관인을 최대한 배려하고 있음
- 대학입시와 대입발표 시점을 파악하여 대학발표 직후에 해외유학박람회를 개최하면 보다 효과적일 수 있는데, 그 이유는 대학에 합격하지 못한 학생들은 유학에 대해 적극적으로 관심을 가지는 시기이기 때문
- 중국의 경우 대학입시를 앞둔 5-6월에 해외유학박람회를 개최하면 학생들이 관심을 가질 여유가 없기 때문에 효과가 반감되기 때문에, 대입 합격자 발표가 끝난 8~9월이 비교적 좋은 시기라 할 수 있음

□ 선양 유학박람회(2010) 사례

- 2010년 선양에서 개최된 해외유학박람회는 전문대 16개교를 포함하여 46개 대학이 참가한 역대 최대 규모의 행사였고, 각 대학이 유학박람회 이외에 현지 고등학교 방문하여 설명회를 갖는 등 상당한 효과를 거둠
- 특히 16개 전문대학은 별도의 행사를 가져 전문대 중심의 유학생 유치방법에 대한 경험을 축적하는 등 상당히 의미 있는 행사를 기획한 것으로 평가됨
- 그러나 문제는 이 행사가 시기 선택을 잘못하여 좋은 기획이 빛을 바랜 행사로 평가되는데, 6.30~7.5일에 걸쳐 진행된 이 행사는 중국의 대학입학시험과 겹치는 바람에 준비한 노력에 비해 참관인원이 적었던 대표적인 사례

◇ 평가 및 제언

- 해당 국가에서 개최하는 국제유학박람회가 아닌 한국 단독개최의 경우, 특히 해당국가의 대학입시를 피하고, 방학 시기를 이용해야 함
- 각국의 종교적 특성(휴일), 대학입시 날짜, 방학 등을 DB화하여 해외유학박람회 일정을 확정할 때 최적의 시기로 조정하는 노력을 병행하고 이 DB화 자료를 각 대학과 공유할 수 있도록 조정
- 중국의 대학입시는 혹서를 피하기 위해 약간 앞당겨 실시되어 6월 초에 치러지기 때문에 중국에서 5월 이후에 해외유학박람회를 개최하는 것은 효과가 크게 반감

□ 고급호텔과 대학강당 개최 사례

○ 고급호텔과 대학 강당 개최 효과 비교

- 동남아국가에서 해외유학박람회를 개최할 때 최고급 5성급 호텔 2층에서 진행한 바람에 고급호텔을 한 번도 들어가 본 경험이 없는 대부분의 학생과 학부모는 감히 관람할 엄두를 내지 못해 관람객이 매우 적었던 사례가 발생
- 블라디보스톡 해외유학박람회를 현대호텔에서 개최한 경우도 비슷한 일이 일어나, 호화 행사로 인해 발생한 문제점을 시정했는지에 대한 의문
- 시내의 최고급 호텔은 편리한 교통과 고급 이미지 때문에 한국대학에 대한 선망을 유도하는 간접효과 혹은 상징효과가 있다고 강조할 수 있을지는 모르지만, 행사 본연의 목적을 실현하는 데는 대단히 부적절한 선택이었음
- 편리한 교통과 부대시설이 갖춰진 호텔은 내외빈 면담장소로는 적당하지만, 불특정 다수를 상대로 하는 유학박람회 장소로는 전혀 타당하지 않을 뿐만 아니라, 비싼 부스 임차료 때문에 참가 대학에도 부담을 줌
- 이에 비해 울란바트로대학 강당에서 진행한 몽골유학박람회는 학생에게 가장 친숙한 공간이자 이동 동선이 짧은 곳을 행사 장소로 정해 수요자 입장에서 사소한 흔적이 보이며, 비용과 학생 동원에서도 비교적 성공적이었음

◇ 평가 및 제언

○ 유학박람회 장소는 수요자 중심으로 선정

- 해외유학박람회를 개최할 때 장소 섭외는 교통이 편리한 명문대학을 섭외하거나 상설 전시장을 활용하는 것이 타당
- 해외유학박람회를 호텔에서 개최하는 것은 논란이 많은 선택이었기 때문에 그 행사 성과를 평가하면서 장소요인을 세밀히 분석하여 이후 다른 행사에 참고할 수 있도록 해야 함

6. 대학의 해외유학박람회 참가

□ 대학의 참가 여부 결정요인

○ 대학별 유학생 규모에 따른 다양한 선택

- 어떤 유학박람회에 참가할 것인가를 결정하는 데는 대학별로 유학생 규모에 따라 다른 반응이 나온 것이 흥미 있는 조사
- 유학생이 많은 수도권 대학은 행사 참가 결정요인으로 ①개최 도시 중시 ② 학교홍보의 장기 목표 달성을 중시한다는 응답이 많은 반면, 유학생이 적은 대학은 ①정부지원금 규모 중시 ②당해 연도 유학생 유치 가능성을 보고 참가여부를 결정한다는 응답이 상대적으로 많았음

○ 경쟁 대학의 참가 여부도 중요한 요건

- 대학 관계자 면담에서 흥미로운 이야기의 하나가, 경쟁대학의 참가여부가 그 대학의 유학박람회 참가 여부에 영향을 준다는 것임
- 특히 수도권과 지방대학이 상호 경쟁관계에 있는 대학은 상대 학교의 참가여부에 따라 자신의 참가여부 결정하는 경향도 있음
- 이 조사는 해외유학박람회 참가 신청을 했다가 많은 대학이 취소한 이유를 설명하는 조그마한 단서가 될 수 있기 때문에 행사를 기획하는 측에서는 세심한 관심을 가지고 대비하는 자세가 필요
- 또한 이 내용을 좀 더 깊게 들여다보면, 지방대학의 아픔을 알 수 있는데, 일부 지방소재 대학은 수도권과 비수도권을 분리해서 해외유학박람회를 개최하자고 주장할 정도로 예민하게 반응하기도 함

□ 부산국제교류재단 주관 유학생박람회 사례

○ 수도권과 먼 거리의 부산의 장점 강조

- 부산국제교류재단과 부산지역 대학이 공동으로 주최한 유학생박람회는 참가대학이 상당히 만족한 것으로 조사되어 유학생 문제에서 지방자치단체의 역할이 중요하다는 사실이 충분히 입증됨
- 부산은 수도권과 달리 날씨가 따뜻하고 해양도시라는 장점을 활용하여 동남아 유학생을 유치하는데 초점을 맞춰 수도권에 비해 상대적 경쟁력 요소를 강조하는 전략을 구사
- 부산국제교류재단 관계자도 지방정부의 해외유학생박람회가 필요하다는 반응을 보였는데, 제2의 도시이자 수도 서울과 거리가 가장 먼 곳에 위치하면서 많은 대학이 소재한 부산은 자체적인 유학생박람회 개최가 가능한 조건을 갖춘
- 부산경남권의 대학 간 유치경쟁 역시 피할 수 없어 현지에서 과열경쟁 연출

◇ 평가 및 제언

○ 지방자치단체의 자매결연 도시 적극 활용

- 지역별 해외유학생박람회를 경기도와 부산시처럼 가능한 지역에서부터 추진하되 지방자치단체의 시스템이 구축되어야 장기적인 추진력을 가질 수 있음. 광역단체장의 의지를 제도화하여 대학과 연계시스템을 확립해야 함
- 유학생박람회 개최 인프라를 갖춘 광역단체는 해외 자매결연 도시를 중심으로 무역주간 등 다른 행사와 공동개최를 시도할 수 있을 것임
- 지자체의 유학생박람회 개최는 국립국제교육원과 업무분담을 통해 진행

□ 전문대학 해외유학박람회 운영

○ 전문대학 유학박람회 개최현황

- 전문대학만을 중심으로 진행한 해외유학박람회는 참관인에 허수가 적고, 유학 목적의 상담자가 많아 실수요자 중심의 행사진행이 가능하고, 학문이 아닌 전문기술을 습득하려는 욕구가 강해 상담효과가 높음
- 2003년과(칭다오, 파렌, 선양)과 2010년(선양)에 진행한 전문대학 해외유학박람회는 처음 진행하는 행사에서 나타나는 시행착오도 있었지만, 상담학생과 학부모 모두 구체적인 전공을 정하고 상담에 응하는 비율이 높아 다른 유학박람회보다 진지하게 진행
- 전문대학 유학박람회는 현장에서 전문기술자의 시범행사 등을 동시에 진행하여 유학 효과를 눈으로 직접 확인할 수 있는 장점이 있어 흡입력이 강하게 작동

◇ 평가 및 제언

○ 전문자격 취득 목적의 기술유학 확대에 전문대가 적극 대응

- 한류의 영향으로 미용, 의료, 의상 등 실용학문 시장 전망이 좋은 전문대학 유학박람회는 전문기술인의 자긍심을 높일 수 있도록 준비하는 것이 중요
- 전문기술자격증 획득을 위한 유학 트렌드에 따라 전문대 유학시장이 커질 것이라는 확신을 갖고 전문대학 해외유학박람회를 적극적으로 기획
- 유학생 유치·관리 인증 대학을 중심으로 해외유학박람회를 준비하고 일정한 규모 이상의 유학생 모집 전문대학에 인센티브 확대
- ‘수요자 중심의 맞춤형 박람회’로 고등학교를 방문하여 설명회를 갖는 것이 효과적

□ 기대가 높지 않은 국제유학박람회

○ 뜨거운 감자 국제유학박람회

- 국제유학박람회는 매년 여러 지역에서 열리는데 행사 대부분은 직접 유학생을 유치한다기보다는 유학 트렌드를 익히고 교육관계자들에게 한국을 알리는 홍보에 더 의의가 있음
- 따라서 국가이미지 홍보를 위해서 명성 있는 행사[NAFSA(국제교육자협회), EAIE(유럽국제교육자협회), APAIE(아시아태평양국제교육협회), APPLE(아시아태평양교육지도자회)]에는 국립국제교육원이 중심이 되어 적극적인 참가가 필요
- 2008년 NAFSA Conference & EXPO에는 34개 대학이 참여하였지만, 이 행사는 주로 대학관계자를 중심으로 진행되어 일반인의 참관은 많지 않았음

○ 대학의 입장에서 본 국제유학박람회

- 개별 대학 입장에서 보면, 국제유학박람회는 예산은 많이 들지만 대학의 존재를 알리기에 적절하지 않은 행사가 대부분이어서 신청을 했다가도 참가를 포기하는 경우가 속출
- 예를 들면, 미국에서 열리는 국제교육자협회(NAFSA) 주관 행사에서 한국은 선진국에 비해 차별대우를 받는 일이 많아 국가이미지도 손상되고 대학은 거의 주목을 받지 못하였는데, 유학 선진국이 주최하는 행사에서는 이런 현상이 반복되고 있음
- 따라서 선진국이 주최하는 해외유학박람회는 어떤 의미를 부여하면서 참가할 것인지를 정밀하게 따지는 작업이 선행되어야 함

○ 한국대학의 고질적인 문제 노정

- 2010년 NAFSA Conference & EXPO에 한국대학국제교류협의회(KAFSA)가 주관하여 21개 대학 참가하였으나, 8개 대학은 KAFSA와 무관하게 단독 참여하여 KAFSA 영향력 한계와 한국대학 내부의 갈등을 그대로 노출

- 이는 KAFSA가 모든 대학을 회원으로 확보하지 못한 현실을 반영하는 것이지만, 외국행사에서 행동통일을 하지 않아 한국현황이 체계적으로 소개조차 이루어지지 않는 문제점이 발생
- KAFSA를 통해 참가한 21개 대학 내에서도 18개 학교는 공동부스를 사용하였지만 3개 대학은 단독부스 사용하는 등 체계적인 지도와 통일이 이뤄지지 않은 것은 ‘협의회’의 현실을 그대로 보여준 것

◇ 평가 및 제언

○ 국립국제교육원과 한국대학국제교류협의회의 역할분담 체계화

- 한국대학국제교류협의회(KAFSA)가 국제교육자협회(NAFSA)의 정식회원으로 등록하는 것이 급선무. 아직 정식 회원국이 아니기 때문에 한국은 유학박람회 참가하고도 정상적인 대우를 받지 못하고 있는 실정
- NIIED와 KAFSA의 역할분담 체계화 필요. NAFSA 회의에는 KAFSA 회장 대학에서 주관하여 대학들이 자체적으로 참가하기 때문에, NIIED와 KAFSA의 역할분담 필요. 국립국제교육원은 큰 틀에서 지원만 하고 행사참여 대학 조직과 운영은 KAFSA에 위임하는 것을 적극 고려
- NIIED가 정보센터 역할을 하면서 한국유학에 관한 전반적인 홍보를 하고, 각 대학은 개별적인 상담을 하도록 긴밀한 협력체계 확립 필요

7. 해외유학박람회 홍보

□ 대행사의 선정이 행사의 절반

○ 한국업체와 현지대행사의 컨소시엄 형식 도입

- 해외유학박람회의 성공적인 홍보를 위해서는 한국에서의 공개입찰을 하거나 현지 진출 홍보회사와 현지홍보대사의 컨소시엄에 가산점을 주어 현지화를 추진 하되 한국기업이 적절한 관리감독을 할 수 있는 시스템을 도입할 필요가 있음
- 물론 공개입찰을 하면 비용이 20% 정도가 더 소요되는 문제가 있고, 컨소시엄 구성의 경우 비용이 더 많이 추가되어 예산범위 안에서 추진하는데 어려움은 있지만, 행사의 성패는 대행사 선정에 있다는 것을 감안하면 홍보비용에 더 많은 예산을 배정할 필요
- 현지 대행사에 맡겼을 때의 문제는 대행사가 진행한 홍보에 대한 효과 검증이 매우 어렵다는 것임. 특히 전단지 배포나 포스터 부착, 현수막 게재와 같은 경우는 현장을 일일이 확인할 수가 없는 한계가 있어 대행사 보고내용과 차이가 크기도 해, 대행사의 홍보 이행을 확인할 방법을 강화해야 함

○ 해외유학박람회 홍보효과 증진을 위한 공모제 도입

- 신흥지역의 경우, 특히 현지 상황을 모르기 때문에 대사관, 영사관, 한국상인회, KOTRA 등 현지기관의 소개를 받아 대행사를 선정하는 경우가 많아, 이들의 업무 능력이 검증이 안 돼 참가대학의 불만을 산 경우도 발생
- 매년 10여 차례의 유학박람회를 집행하는 국립국제교육원은 대행사 선정방법과 책임이행 방법에 더 연구하고 공모제 도입여부 검토

□ 개최형식에 따른 홍보 차별화

○ 단독개최 시 맞춤형 홍보와 사후평가

- 단독개최의 경우 홍보는 행사의 성패를 결정하는 가장 중요한 일이므로 대행사 선정과 홍보방법 협의 및 홍보이행의 감독과 평가는 무엇보다도 중요한 과정
- 현지 행사의 성공을 위해 TV광고, 신문광고, 포스터, 현수막, 전단지 배포에 이르기까지 여러 가지 홍보방법이 동원되고 있으나 유학대상자만을 목표로 하는 것은 아니기 때문에 홍보효과가 한계가 있을 수 있음
- 따라서 고등학교 밀집지역, 대학가, 한국학과 개설대학을 중심으로 맞춤형 홍보를 얼마나 할 수 있느냐가 실질적 효과를 제고하는 중요한 방법
- 신문, 방송, 인터넷 배너 등 광고효과를 사후에 분석하는 것은 관람객 참가정도로 평가하는 간접방식이기 때문에 매우 어렵고 정확성도 담보할 수 없는 한계는 명백하지만, 특정도시의 홍보방법과 행사성공 상관성을 계속 분석한다면 홍보수단 선택의 경향성을 알 수 있음

○ 국제유학박람회에서의 독자홍보

- 국제유학박람회 행사는 주최 측이 일괄적으로 홍보를 하므로 한국특성을 거의 나타낼 수 없지만, 행사장 구성에서는 통일된 한국적 디자인을 통해 한국 부스의 시각적 효과를 발휘하고 있음
- 국제유학박람회는 개별 대학이 개입할 여지가 적어 정부차원에서 주최측과 협상을 통해 한국 부스의 장소 등을 사전에 조율하여 효과적인 위치를 선점하는 노력이 필요

□ 전통적 홍보방법 평가

○ TV채널 자막광고

- TV광고는 지속성이 있어야 효과를 발휘하기 때문에 비용부담이 큰 홍보수단으로 쉽게 사용할 수 없고, 국가마다 광고비 차이가 커서 탄력적 대응이 필요
- 광고는 비용과 홍보효과가 정비례한다고 하지만, TV광고는 유학박람회의 성격상 자막광고를 반복적으로 활용하는 것이 현실적인 방안으로 지금까지 많이 활용한 방법임
- 다만 유학박람회 평가보고서에는 이런 광고효과에 대한 분석이 전혀 없어, 이후 행사기획에 참고할 근거가 없는 상황

○ 거리광고판

- 거리광고판은 장기간 안정적으로 노출시키는 장점이 있어 현실적으로 활용하기 가장 좋은 홍보방법이며, 시내 한복판이나 상습 정체구간에 집중 배치하거나 대학가와 부유한 고등학교 중심으로 설치
- 거리광고판의 효과는 현지대행사가 정부기관에 어느 정도 섭외능력을 가지고 있느냐가 얼마나 좋은 장소에 어느 정도 기간을 확보할 수 있느냐를 결정하는 수가 많아 비용 이외의 능력이 요구됨

○ 현수막

- 현수막은 거리광고판보다 시각적 전달력이 떨어져 효과가 크지 않은 홍보수단이지만, 특정 대학이나 고등학교 또는 잠재적 유학대상자 밀집지역에 집중할 수 있는 장점은 있으며, 비용대비 효율 측면으로 보면 여전히 중요한 홍보방법

○ 전단지

- 전단지는 비용 대비 홍보효과가 가장 적은 방법으로 지양해야 할 대상이지만, 홍보 대행사는 비용청구 등을 이유로 이 방법을 선호 경향이 있음. 실제 어떤 유학박람회 평가보고서에는 대행사가 전단지를 10만 장을 배포했다고는 보고하고 있어 신뢰도에 심각한 의문이 든 경우도 있음

○ 포스터

- 포스터는 학생에게 한국유학을 근거리에서 소개한다는 측면에서 효과를 인정받는 홍보방법이지만, 학교와 부착기간을 얼마로 할 것인지를 정확히 협의하는 것이 관건이며, 부착할 수 있는 수량과 크기가 효과를 좌우할 수 있음
- 포스터는 크게 제작해야 가독성이 좋지만, 해당 대학에 얼마나 잘 부착되어 있는지 확인이 어려운 문제가 존재

□ 홍보방법의 진화

○ 인터넷과 활용과 TOPIK, 한국어 말하기 등 유관행사 활용

- 젊은이들에게는 포털사이트 배너광고가 효과적이며, 더욱 구체적으로 타겟광고를 위해서는 ‘유학준비모임 사이트’에 직접 홍보하는 것이 좋으며, 유학을 준비 중인 개인의 SNS를 활용하여 홍보하는 노력이 요구됨
- 적어도 행사 6개월 전부터 TOPIK 시험 참가자에게 유학박람회를 알릴 정도로 사전준비를 잘 한다면, 다른 홍보도 성공을 예상할 수 있을 것

◇ 평가 및 제언

○ 홍보효과에 대한 사후 평가 철저

- 광고효과 사후분석 노력 강화해야. 홍보평가는 대행사 능력평가와 연동되므로 매우 중요한 과정이지만 광고 홍보효과에 대해 충분한 사후평가가 부족한 실정인데, 평가항목을 좀 더 계량화 하면 탄력적으로 활용이 가능한 홍보전형을 창출할 수 있을 것
- 홍보대행사 선정방식 전환 강구. 어느 지역은 특정 대행사가 수 년 동안 독점적으로 유학박람회 홍보와 행사진행을 대행하고 있어 전문성이 확보되어 안정적이라는 평가와 동시에 독점구조가 갖는 폐해도 지적되고 있음

○ 유학박람회 대행사 선정방식 재고

- 한 회사의 장기간 대행 자체가 문제가 아니라 현지 대행사의 진입장벽이 높아 경쟁입찰 방식이 원천적으로 불가능한 구조가 고착화되는 것이 문제임
- 신흥지역에서 해외유학박람회를 개최할 때는 대행사 선정에 더욱 만전을 기해야 하는 이유는 검증되지 않은 대행사를 선정해야 하기 때문
- 그래서 대행사 선정은 영사관, 한인상인회, KOTRA 등 유관기관의 추천에 따른 경향이 강한데, 이들의 추천은 충분히 수용할만한 가치가 있지만, 한국기업과 현지 대행사의 컨소시엄 형식으로 전환한다면 비용이 추가되는 문제를 감안하더라도 더 좋은 효과를 낼 가능성이 커질 것

8. 해외유학박람회 준비·운영과정

□ 참가대학 관계자 회의

○ 행사 1개월 전 회의의 촉박함

- 해외유학박람회 참가대학 관계자 회의는 상호 유대관계를 형성하는 기회를 제공한다는 원론적 의미를 떠나 공동홍보물 제작 등 협력사항이 상당함.
- 그런데 보통 이 모임은 행사 1개월 전에 실무회의를 개최하고 있어 충분한 사전준비 시간으로는 촉박해 보여 준비기간 타당성에 대한 재점검이 필요

○ 참가대학의 총무학교 선정

- 해외유학박람회의 성공적인 개최조건의 하나는 대학관계자의 현장 목소리를 경청하여 반영하도록 노력하는 것이며, 이것이 가장 중요하다는 인식 필요
- 따라서 현장의 목소리를 듣는 창구이자 효율적인 업무협조를 위해 총무단을 선정하고 이들을 중심으로 과도한 부스 임차료 문제 등 현안을 논의하도록 하는 것이 필요

□ 현지조직 활용

○ 각 대학의 유학생 동창조직 활용

- 각 대학은 유학생 동창조직 건설에 상당히 노력하고 있는데, 이는 동창조직이 구성된 지역과 없는 지역의 활동이 큰 차이가 있다는 것을 체험하였기 때문

- 예를 들면, 몽골유학박람회 경우, 몇 대학의 유학생 동창회에서 적극적으로 참여하여 현지 학생들에게 유학체험 설명회를 가져 높은 호응을 유도하는 등 실질적인 도움을 주고 있음
- 몽골은 유학 이후 교수를 하는 졸업생이 많아 동문회 조직이 비교적 활발한 지역으로 다른 나라보다 조직화 조건이 좋은 편임. 머지않아 다른 도시에서도 유학생 동문조직을 활용한 행사는 더욱 많아질 것으로 전망

○ 현지 유학담당자 정보 수집과 활용

- 해외유학박람회에 참석한 대부분의 관계자는 상대국가 유학담당자의 명함을 받는 것에서부터 세밀한 기록까지 인적 정보수집에는 상당한 노력을 기울이지만, 정작 그 정보를 활용하는 데는 대단히 부족함
- 행사를 통하거나 인적 네트워크를 구축한 결과를 사장시키지 않고 어떻게 활용하느냐가 관건으로 지속적인 연락과 소통이 인적 네트워크 관리의 핵심. 그러나 대부분의 실무자들이 외국 유학담당자 관리를 잘 하지 못한 이유는 구체적인 사업이 연계되지 않고 지속적인 연락을 할 계기마련이 쉽지 않는 것과 연락 지속에 필요한 지원을 받기 어려운 학교운영 구조 때문
- 인적 네트워크는 단기간에 형성되는 것이 아니고, 인연을 맺기가 쉬운 작업이 아니므로 실무자의 인맥을 중요하게 여기는 풍토조성이 요망

9. 해외유학박람회 기여도

○ 선진국의 해외유학박람회 평가

- 유학선진국은 국제유학박람회를 통해 유학경쟁력 순위 경쟁을 하는 분위기가 강하고, 이 행사를 국력의 구체적 표현의 하나로 인식하고 있어 유학생 모집보다도 행사 그 자체에 의미를 두는 경향

○ 해외유학박람회의 국가홍보 기여도

- 해외유학박람회는 오피니언 리더를 대상으로 한국이미지를 홍보하는 마당이자 국가브랜드가 어느 정도 평가받는가를 확인하는 장이기도 함. 또한 유학 준비생에게는 한국유학의 장점과 호감을 전수하여 한국의 고급 이미지 홍보

○ 해외유학박람회의 한국교육시장 확장 기여도

- 해외유학박람회는 유학생 증가의 중장기적 기능 담당하는 거시적 역할을 수행하면서 개별 대학이 유학생을 유치하도록 닳을 내리고 주변을 조정함. 또한 신흥시장에 지속적인 교육투자를 통해 신뢰를 구축하여 한국유학의 잠재적 시장 확장의 초석을 놓고 있음

○ 해외유학박람회의 유학생 유치 기여도

- 해외유학박람회는 국내 대학에 각국 대학의 구체적 정보를 제공하고, 현지 대학과 협약체결 기회 제공하여, 각 대학이 유학생 유치에 참여할 수 있는 디딤돌 역할과 베이스캠프 역할 수행

10. 해외유학박람회 발전방향

○ 한국교육역량 홍보 기능 강화

- 장기적인 관점에서 한국유학의 잠재력을 강화하기 위해 교육역량 전반에 대한 홍보를 강화하는 장기적인 교육서비스 SOC사업 진행

○ 한국 해외유학박람회 개최지역 다변화

- 한국의 국가역량과 국가브랜드 제고 방법으로 중동, 아프리카, 남미 등 신흥지역에서 해외유학박람회를 개최하는 국가 차원의 전략적 투자 진행

○ 해외유학박람회의 효율 증대 방안

- 해외유학박람회의 성과를 높이기 위해서는 ①국가별 특성파악과 개최시기 조정 ②국내 유관기관과 연계 개최 ③현지 대행사 선정방식 개선 ④대학협의회와 역할 분담 ⑤개최지역 선정방법 개선 ⑥지자체의 독자 개최지역 파악 등을 종합적으로 조정해야 함

○ 해외유학박람회 역할 강화 방안

- Study Korea 2020 목표를 실현하기 위해서는 해외유학박람회를 확대할 필요가 있으며, 제도적 지원으로는 국립국제교육원을 중심으로 유학전담 기구를 구축하고, 역할 강화에 따른 예산지원을 보강하여 유학정책 집행의 중심을 세워야 함. 또한 국제무역연구원 등 여러 연구기관의 해외유학박람회 확대 개최를 주장도 경청할 필요

제4장 외국인 유학생 유치관리 현황

1. 중국유학생 대상 한국-일본의 유학경쟁력 비교

□ Study Korea 2020과 중국인유학생

○ 중국인유학생 쟁탈전 가열

- 중국은 매년 30만 명(매년 25% 이상 증가)의 유학생을 해외로 송출하고 있어 세계 각 국은 중국인유학생을 유치하기 위해 서로 경쟁을 하고 있으며, 국가 간 경쟁은 갈수록 심화 되고 있음

○ 한국과 일본의 유학시장 경쟁

- 한국의 중국인유학생은 약 5.7만 명이고, 일본의 중국유학생은 약 8.6만 명으로 양국의 중국인유학생은 각각 60% 정도 차지하고 있는데, 양국은 모두 중국인유학생의 비중을 50% 이하로 축소할 계획을 세우고 있음

○ 한국과 일본의 딜레마

- 한국과 일본 양국은 중국인유학생 비중을 줄일 계획을 가지고 있으나, 중국인유학생을 적극 유치하지 않으면 유학시장 확대 계획을 달성할 수 없는 딜레마에 빠져 있음

□ 한중일 3국 중 열세인 한국의 유학시장

○ 2013년의 전 세계 대비 양국의 유학생 비중

- 일본에 유학중인 외국인 학생은 전 세계의 3.4%이나, 한국은 일본의 절반 이하 수준인 1.5%를 유지하고 있으며, 중국은 국력신장에 비례해서 유학시장이 급속하게 확장되고 있음
- 일본은 유학생에 대한 정책과 지원시스템이 한국보다 훨씬 적극적이고 체계적 이어서 유학생들이 선호하는 국가의 하나

○ 비영어권에서도 유학경쟁력이 약한 한국

- 한국은 비영어권 국가인 동아시아에서 중국과 일본에 비해 국제사회의 경제적, 정치적 지명도가 낮을 뿐 아니라, 유학생에 대한 유치정책이나 지원제도 또한 부족한 편이어서 비영어권 국가 중에서 가장 불리한 조건에 처해 있음. 따라서 경쟁적 열세를 제도와 시스템 정비로 극복해야 함

□ 경쟁국 일본보다 적극적인 정책 필요

○ 일본의 유학정책을 뛰어넘어야 양국 격차 축소 가능

- 한국과 일본은 유학생 구성이나 비율에서 가장 많은 유사성을 가진 유학생 경쟁 국가이지만 현재는 유학생의 생활비를 제외하고는 대부분 영역에서 한국이 일본에 열세

○ 한국유학 학생이 일본유학 학생에 비해 학습능력 저조

- <표 13>을 보면, 재한 유학생은 유학의 이유에서 언어습득을 가장 많이 들

고 있고, 취업이 어려운 문제도 언어를 꼽고 있음. 반면 한국 유학을 높은 교육수준 때문이라고 응답하는 비율은 22.0%에 머물러 학습이 최대 목표도 아니지만, 결국 재학 중에도 한국어를 충분히 구사하는 수준까지 이르지 못함을 보여줌

- 반면 재일 유학생은 일본유학의 이유 중 가장 중요한 것을 높은 교육수준이라고 하고, 언어 학습은 그 다음 순위. 이는 일본의 높은 교육수준을 인정한다는 의미가 강하거나 응답자 자신이 학습능력에 자신이 있음을 드러냄
- 한편 재일 유학생은 일본의 높은 생활비를 유학생들의 가장 큰 어려움으로 지적하여 유학생들이 쉽지 않음을 알 수 있게 함
- 중국인유학생을 대상으로 한 한일 간의 유학경쟁력 비교 항목을 보면, 한국은 저렴한 생활비가 경쟁력인 반면, 일본은 우수한 교육환경이라는 응답은 한국과 일본을 보는 시선이 다르다는 것을 보여줌
- 한편 재일 유학생은 취업목적의 유학이 한국의 그것의 두 배 이상이고, 졸업 후 현지 취업을 희망하는 비율도 44.1%로 거의 절반이 일본 취업을 희망하고 있음
- 재한 유학생은 취업유학 비율도 낮지만, 졸업 후 한국에서 취업을 희망하는 비율도 17.8%에 불과해 일본과 큰 차이를 보이고 있음
- 재한 중국인유학생은 재학 중은 물론 졸업 후에도 한국어 실력을 제대로 갖추지 못해 어려움을 겪고 있고, 전공실력도 취업에 장애로 작용하는 것으로 나타나, 전반적인 학습능력이 낮은 상태에 있다고 판단할 수 있음

<표 17> 중국인 대상 한일 유학선호도 비교²⁰⁾

항 목	한 국	일 본
유학 이유	<ul style="list-style-type: none"> • 한국어 습득(22.7%) • 높은 교육 수준(22.0%) 	<ul style="list-style-type: none"> • 높은 교육수준(37.7%) • 일본어 학습(15.9%)
취업유학비율	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 취업(6.5%) 	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 취업(14.5%)
졸업 후 현지취업 희망	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 취업 희망(17.8%) 	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 취업 희망(44.1%)
유학 경쟁력	<ul style="list-style-type: none"> • 저렴한 생활비 	<ul style="list-style-type: none"> • 우수한 교육환경과 수준
중국 지인에 유학 권장 여부	<ul style="list-style-type: none"> • 부정적 답변(23.3%) 	<ul style="list-style-type: none"> • 부정적 답변(8.5%)
유학 중 가장 어려운 문제	<ul style="list-style-type: none"> • 언어 > 수업 > 학우관계 	<ul style="list-style-type: none"> • 생활비 > 언어 > 학우관계
취업이 어려운 이유(개인차원)	<ul style="list-style-type: none"> • 언어(31.7%), • 전공실력(28.8%) 	<ul style="list-style-type: none"> • 채용정보 부족(27.3%) • 언어(20.6%)
취업이 어려운 이유(제도차원)	<ul style="list-style-type: none"> • 유학생 채용 적음(35.3%) • 취업비자 문제(24.1%) 	<ul style="list-style-type: none"> • 유학생 채용 적음(36.3%) • 취업연계시스템(30.2%)

<표 18> 한국과 일본의 외국인유학생 출신국가 비중 비교

(단위 : %)

한국			일본		
순위	출신 국가	구성비	순위	출신 국가	구성비
1	중국	59	1	중국	60.8
2	일본	5	2	한국	14.2
3	몽골	5	3	대만	3.7
4	미국	3	4	베트남	2.5
5	베트남	3	5	말레이시아	1.7
6	대만	2	6	태국	1.7
7	기타	23	7	미국	1.7

20) 김우종, ‘한국과 일본의 중국인유학생 유치전략 비교연구’, 국제무역연구원, 2011의 내용을 필진이 재구성한 것임

□ 한일 유학경쟁력 차이 : 취업과 교육수준

- 한국 유학의 생활비는 일본의 40% 수준으로 거의 유일한 경쟁력. 하지만 저렴한 생활비는 경제 상황이 언제 변할지 예측할 수 없음으로 오래 지속되기 어려운 한계가 있음
- 한국과 일본 양국의 학비는 큰 차이 없이 비슷하나, 일본의 장학제도가 한국보다 더 다양하기 때문에 학비는 유학대상 국가 선택에 미치는 영향이 크지 않을 것으로 판단
- 유학생들의 교수진 수업 만족도 또한 일본이 한국보다 높는데, 이 내용은 한국 교수, 학교 당국, 교육 당국의 반성 필요
- 취업유학 비율은 일본이 한국의 2배에 달해 한국과 일본의 유학시장이 이 부분에서 커다란 경쟁력 차이를 보이고 있음
- 졸업 후 현지취업 희망 비율도 일본(44.1%)과 한국(17.8%)이 큰 차이 보였는데, 이는 한일 간의 임금수준, 이문화 수용도, 장래 발전가능성 등이 복합요인으로 작용
- 한국 취업의 애로사항 중에서 큰 비중을 차지한 것은 언어문제와 비자문제였는데, 일본은 비자문제가 핵심적인 불만사항은 아닌 것으로 조사되어, 우리가 일본보다 유학정책을 더 보수적으로 운영하는 것으로 간접 증명됨
- 유학생의 유학 불만족도에서는 한국이 일본보다 3배 높게 나왔는데, 그 이유는 장학제도, 교육수준, 취업, 임금, 이문화 수용도 등으로 나타남. 유학생 불만족도는 유학 전반의 만족도와 직결되는 문제이기 때문에 한국과 일본의 유학시장을 예측하는 지표로 향후 전망을 가늠할 수 있음

2. 한국정부의 유학생 유치관리 현황

1) 정부의 유학생 유치

□ 정부초청장학생 확대

○ ODA와 연계한 정부초청장학생 확대는 명백한 한계

- 정부는 2020년까지 정부초청장학생 기금을 2,000억 원으로 확대하여 유학생 유치를 확대한다는 방침인데, 이렇게 ODA와 연계하여 유학생을 유치하려는 전략은 이미는 있지만 한계가 분명함
- 정부초청장학생 확대는 유학생 수 증가와는 무관하게 해당국의 인재를 양성한다는 의미가 크기 때문에, ODA지원금 확대 범위 내에서 초청자를 늘리는 정도가 적당
- 다시 말해, 장기적인 관점에서 외국인유학생 증가를 위해서는 대학에 대한 지원과 감독을 강화하여 대학의 경쟁력을 키우는 것이 핵심이 되어야 함

□ 외국정부지원장학생 유치 확대

○ 외국정부지원장학생 유치는 정부역할 중요

- 각국의 인재를 초빙하는 방법에는 우리 예산으로 장학생을 초청하는 경우와 해당국가의 장학생을 유치하는 경우가 있는데, 후자는 한국 유치가 쉽지만은 않은 상황이기 때문에 정부 간 협약이 중요한 역할을 함
- 예를 들어, 호주는 '신콜롬보 플랜'에 한국을 포함시키기로 정상회담에서 약속하여 호주정부장학생의 한국유학을 결정하였는데, 한국의 대학은 정부의 노력을 바탕으로 개별적인 유치활동을 전개

□ 우수 전문대학 유학생 유치 지원 확대

○ 특성화 교육은 유학생 확대에도 적용

- 외국인유학생 유치를 위해서는 학교별 특성학과를 강화하는 방침이 중요함. 정보통신, 자동차, 미용, 경영정보와 같은 학과는 특성화된 전공을 내세워 유학생 유치가 가능할 뿐만 아니라 졸업 후 취업을 보장할 수 있음
- 전문성이 없는 전문대는 유학생 유치가 거의 불가능한 상황이며 실제 전문대학에서 유학생을 수용하는 대학은 그리 많지 않음
- 따라서 전문대에서 유학생을 늘려야 한다는 주장은 논리적으로는 타당하지만 교육현장에서는 거의 적용할 수 없는 공론에 불과하다는 것이 전문대 관계자들의 반응이고, 유학생이 불과 수 십 명에 불과한 전문대학에서 유학생 전담 인원을 배치하는 것은 현실적으로 무리
- 한편 전문대학의 유학생 유치는 철저하게 기능위주로 선발하도록 하는 정책 방향은 정확히 수립하기는 하였지만, 이는 계약학과 정도에서만 가능한 일

○ GHC(Global Herb Collage)사업에 대한 냉정한 평가

- 정부는 전문대학 특성화 사업의 하나로 GHC 사업을 전개했으나, 결과적으로 성공하지 못한 정책이 되고 말았음. GHC 사업의 불충분한 성과는 전문대가 유학생을 유치하여 교육하는 것의 어려움 알려주는 증거
- 외국인유학생을 의욕적으로 유치하기 위한 GHC 사업의 교훈은, 정부정책이 과도한 목표를 설정하면 많은 비용과 시행착오를 겪게 된다는 것으로 현실을 정확히 분석하고 자신의 능력을 올바르게 가늠하는 것이 필요함을 일깨워 줌
- 그 결과 GHC 사업은 특별한 성과를 거두지도 못하고 몇 년 만에 종결되어 버렸고, 처음 GHC 사업에 참여한 대학도 중간에 포기하기도 해, 정책방향과 현실의 괴리를 잘 보여주는 사례

○ “세계로 프로젝트”의 철저한 준비 필요

- ‘세계로 프로젝트’로 불리는 ‘해외산업체 연계 교육선도 전문대학 육성사업’은 GHC의 후속 사업 성격인데, 현재는 외국인유학생을 받아들이는 사업계획은 없고, 한국 학생을 해외로 내 보내기 위한 맞춤형 교육으로, 역시 GHC 사업에 대한 냉정한 평가가 있어야 반면교사로 삼을 수 있을 것임
- 따라서 ‘세계로 프로젝트’가 성공하기 위해서는 기존의 GHC 사업에 대한 냉정한 평가가 전제되어야 하며, 이를 바탕으로 전문대학의 생존방식인 기능위주 선발과 교육이 전제되어야 경쟁력을 가질 수 있음
- ‘세계로 프로젝트’는 ‘채용조건형 계약학과’ 개설과 밀접하게 연관되어 있는 바, ‘계약학과’의 성공여부는 상당부분 기업의 참여와 의지에 달려 있음

□ 계약학과를 통한 유학생 확보는 특정산업부터 시작

○ 계약학과의 성패는 기업의 지속적 인원채용에 달려

- 계약학과는 졸업과 함께 취업을 보장하면서 학비 전액을 보장하는 ‘채용조건형 계약학과’와 고등학교 혹은 전문대학 졸업자를 위해 기업에서 경비의 50% 이상을 부담하면서 교육과정을 개설한 ‘재교육형 계약학과’로 분류
- 계약학과는 직무에 필요한 수업만을 진행하기 때문에 시간과 비용면에서 효율적이고, 기술발전 속도가 빨라 재교육이 필요한 이공계 전공분야에서 확산 될 것으로 예상
- ‘채용조건형 계약학과’는 기업에서 채용을 조건으로 학자금 전액을 지원하고, 기업에서 필요한 인재를 키워내도록 대학에 특별한 교육과정 운영을 요구하는 형태로, 기업은 필요한 역량을 갖춘 우수한 인재를 미리 확보할 수 있게 되며, 학생은 취업과 함께 등록금 문제도 해결할 수 있어 정부에서도 권장하고 있는 제도로 2013년 109개 대학, 451개 학과, 1만 2274명이 재학 중

- 계약학과는 삼성전자, 하이닉스반도체, LG이노텍과 같은 대기업과 대학이 단독으로 계약을 맺는 경우도 있고, 한국콘텐츠진흥원, 한국정보통신진흥원 등의 공공기관이 기업과 대학 간에 체결된 계약에 대해 지원하는 형태도 있음²¹⁾

○ 이·미용업 중심의 산-학연계 계약학과 실험

- 계약학과는 현장에 바로 투입이 가능한 실무경험 중심의 맞춤형 커리큘럼을 운영하는 것이 특징인데, 미용분야에서는 계약학과보다 더욱 직접적으로 기업이 자사의 브랜드를 걸로 학과를 개설하는 경우까지 등장
- 여러 대학이 이미 평생학습원에서 비정규과정 학과를 개설했으나, 경인여대는 최초로 교육부의 인가를 받은 기업브랜드학과인 '자끄데상쥬헤어과'를 개설하고, 졸업생 전원을 취업시키는 약정을 맺음

○ 산-학연계 계약학과의 유학생 유치 실험

- 계약학과에서 유학생을 유치하는 것은 가능한 발상이자 실현 가능성도 높지만, 이들 학과에 입학하는 유학생의 어학능력 수준을 어느 선에서 인정해야 하는지 문제가 남아 있음
- 미용기술이 뛰어난 한국에 전문자격증을 따려는 유학생이 존재하고, 이들의 본국인 해외지사에 파견하면 기업도 좋은 성과를 거둘 수 있지만, 교육과정에서 언어소통이 걸림돌로 작용
- 이들 학과에서는 최소한의 소통만 가능하다면 유학생을 수용하도록 입학기준을 낮춰서 전문대학과 지방대학의 유학생 유치를 지원할 필요가 있음

21) 학부과정에 설치된 대표적인 채용조건형 계약학과로는 경북대학교의 모바일공학전공(삼성전자), 성균관대학교의 반도체시스템공학과, IT융합학과, 이동통신전력전자공학과(삼성전자), 세종대 국방시스템공학과(삼성물산), 한양대 차세대전력변환시스템공학과(삼성전기), 서울시립대 경영학과(서울메트로 등 6개), 숭실대 스토리텔링경영학과(한국콘텐츠진흥원), 연세대 지식서비스보안(한국인터넷진흥원), 영남대학교의 그린에너지융합전공(LG전자) 주로 전자공학, 모바일, 영상콘텐츠 및 정보보안 등 IT 산업에서 계약학과를 선호하는 경향.

출처: http://blog.naver.com/wisementor_1?Redirect=Log&logNo=220010954352

2) 정부의 유학생 관리

□ 재한유학생 통제성 관리

○ ‘인증제’ 통한 유학생 관리

- 대학은 ‘인증제’ 조건을 맞추기 위해 유학생들에게 보험 가입을 유도하고 있지만, 유학생들은 자비로 부담하는 보험가입이 필수사항이 아니라며 보험가입을 강요한다고 인식
- 학교에서 유학생의 보험가입을 일일이 확인하는 작업은 대단히 번거로운 일이기 때문에 유학비자 연장 혹은 승인을 할 때 보험증권 제출을 의무화 하는 등 정부에서 일괄적인 강제가 필요
- 건강보험 가입은 내외국인을 보호할 국가의 몫이기도 하고, 유학생 전체가 가입해야 하는 강제규정은 비자발급과 연계하는 것이 효과적

○ TOPIK 입학기준 다양화 추진

- TOPIK의 입학기준은 3급이 권장사항이나 이를 일률적으로 적용할 필요에 대한 의문을 제기하는 목소리가 상당함. ‘인증제’ 시행으로 유학생의 학습능력이 개선되고 있다고 보는 측에서는 TOPIK 입학기준을 강화해야 한다는 입장인 반면, 일선 현장에서는 TOPIK 3급도 수업을 따라가기 어려워 대학 자체교육을 해야 한다는 현실적 사정을 내세워 입학기준을 폐지해야 한다고 주장
- TOPIK 입학 기준을 낮추고 졸업기준을 높이되 유학생에게 한국어교육을 강화하는 조치를 의무화하는 것이 유학생 유치확대와 대학의 자율권 보장 측면에서 더 합리적이라는 주장을 경청해 듣고 현재의 규정을 재검토

□ 졸업유학생 사후관리 실현성

○ 졸업유학생 관리는 사실상 불가

- 졸업한 유학생의 취업상황을 관리하겠다는 발상은 이론적으로 가능할 뿐, 실현 가능성이 극히 떨어지는 아이디어 차원의 문제제기의 일을 ‘인증제 평가’ 항목에 놓겠다는 교육부 지침에 일선 담당자는 탁상공론이라는 반응
- 국내 대학에서 유학생 졸업생 관리가 잘 되고 있는 대학도 보관하고 있는 유학생의 이메일로 정기적으로 소식을 보내는 정도가 최선이라고 생각하는데, 실제 상황은 대부분 입학 당시의 신상정보만을 가지고 있어 졸업 시점의 변동된 정보를 취합하지 못하고 있음
- 정부에서 대학 일선에 권장할 내용은 유학생이 졸업관련 행정 처리를 할 때 최신 개인정보를 학교에 제출하도록 하고, 이를 통해 정기적으로 학교 소식을 전하도록 하는 관리 정도가 현실적 방안

○ 졸업외국인유학생 상황조사(Follow up)는 이상적 상상

- 유학졸업생과 지속적 연계를 가지는 것은 글로벌인재 확보전략으로 필요하지만, 유학생의 회신을 기대하는 것은 무리이므로, 유학담당교수나 대학관계자들이 파악한 비교적 성공한 유학생을 중심으로 집중 관리하는 방안 강구
- 현재의 조건에서 조금 개선된 졸업유학생 관리는 졸업 이후 현지에서 교수로 재직하거나 공무원 혹은 대기업에서 근무하여 활동 상황이 알려진 졸업생을 중심으로 동문회를 조직하도록 격려하고 학교달력을 제공하는 등 최소한의 성의를 표시하는 것이 타당한 조치

□ 졸업유학생 동문조직 관리

- 국내 대학에서 졸업생 동문회를 운영하고 있는 대학은 극소수에 불과. 유학생 해외동문회가 유지되는 지역은 졸업생이 대학교원으로 근무하는 곳이 대부분인데, 이들은 이직이 거의 없는 안정된 조건을 갖추고 있고 이들 스스로도 학교와 연계를 통한 학문교류가 필요하기 때문. 따라서 우선은 교원을 중심으로 유학생 동문조직을 건설하는 것이 효과적인 방안
- 유학생을 배출한 지 10여년이 된 대부분의 대학은 동문조직을 갖추는 최소한의 기간은 확보되었다고 보고 학교 차원에서 관심을 가지기 시작. 몽골은 교원을 중심으로 지속적인 연계 필요성 때문에 유학생 동문조직이 다른 지역보다 잘되는 나라이고, 이 외에도 인도네시아, 베트남에도 일부 학교의 유학생 동문조직이 건설 중에 있음

□ 외국정부지원 유학생 유치

○ 사우디아라비아 정부유학생(KASP, TVTC)

- 사우디아라비아는 매년 8천명의 정부장학생을 선발한 후 해외로 유학을 보내는데 한국유학을 선택한 학생은 2009년 단 1명에 불과, 2014년 현재, 30개교 540명 유치
- 정부지원장학금이 상대적으로 많은 중동국가를 대상으로 한국정부초청장학생에 준하는 관리방안을 제시하여 상대국 정책담당자 설득하는 적극적인 유학생 유치 노력 필요
- IT, 의료분야 등 중동국가에서 필요로 하는 이공분야 석·박사 과정에 정부초청장학생 유치는 경쟁력 있음

□ 일본의 대학공동 해외사무실 운영

- 동경대, 와세다대, 큐슈대 등 일본의 8개 대학 해외공동사무소 운영 사례
 - 일본의 8개 대학 해외공동사무소 운영 사례는 한국에서 유학한 졸업생에 대한 관리가 거의 전무한 한국에 많은 시사점 제공
 - 한국에는 대학 간 해외공동사무실을 운영사례가 전무. 개별로 몇 대학만이 단독으로 사무실 운영하는 중. 현 상황에서는 대학끼리 경쟁관계에 있기 때문에 해외공동사무실 설치가 가능할지 의문

□ 일본의 귀국유학생에 대한 관리

- 귀국유학생회를 외무성이 직접 관리
 - 일본은 외무성에서 유학생 동문회의 설립과 지원활동을 병행하여 졸업유학생을 국가 차원에서 관리. 현재 102개 국가 160여개 지역에서 귀국 유학생회 조직·관리
- 귀국유학생에 대해 단기연구제도 제공
 - 일본 문부과학성과 JASSO는 유학생 졸업 후에도 단기 연구제도 등을 통해 지속적인 관계 유지. 이런 연계와 지속적인 교류가 일본 글로벌 인재의 바탕

3. 지방자치단체 유학생 유치관리 현황

○ 대전시와 지역 내 대학협력 사례

- 2013년 하노이 한국유학박람회에 대전시 교육협력담당관 참석하여 대전지역 5개 대학과 함께 별도의 ‘대전홍보관’을 운영, 대전지역 알리기에 공조
- 2013년 11월 중국武漢(우한)시에서 건양대, 대전대, 배제대, 우송대 등 4개 대학의 유학생 유치 설명회가 동시 진행. 당시 대전시는 우한시의 추천을 받은 2개 대학을 방문하여 대전지역 대학의 강점을 설명하는 등 전략적이고, 적극적인 유학생 유치 설명회 개최

○ 부산지역 대학의 해외유학박람회 개최

- 부산시는 해외 32개 도시와 자매결연을 맺고 있지만, 부산지역 대학은 지방에 위치하여 학교홍보에 어려움이 있음
- 이에 부산시가 나서 부산지역 홍보와 각 대학 교육프로그램 장점을 설명하는 해외유학박람회를 개최하여 참여대학과 관람자의 호응을 받았으며, 2014년부터는 부산시에 유학생지원센터를 발족하여 본격적인 유학생 지원업무 시작

○ 지방자치단체의 유학생 관리수준 미흡

- 부산 등 일부 지역을 제외하면, 지자체 차원에서 유학생에게 인턴기회 제공 등에 관심을 갖는 경우는 아직 미흡 관내기업과 연계를 맺고 있는 대학도 소수에 불과하여 유학시장에서 지역경쟁력을 강화하는 조치가 미흡
- 지자체가 중심이 되어 관내 기업과 행정조직에 유학생 인턴 수요를 조사하고 소개하여 산-학-정의 연계를 운영하고 있는 외국의 사례를 도입해야 함

4. 대학의 유학생 유치홍보 유형

○ 대학 특성별 다양한 전략 구사

- 대부분의 대학은 자매결연 대학과 지속적인 유대를 강화하는 것이 유학생을 유치하는 최선의 방법으로 인식하고 실질적 교류협력 방안 마련에 노력
- 몽골 특성화 대학, 베트남 특성화 대학, 인도네시아 특성화 대학 등 지역 특성학과 또는 전공 특성화를 살린 유학생 유치가 경쟁력이 있다는 것은 이미 몇 대학의 성공사례로 입증
- 이 경우 상대국가의 현지 대학이나 기관들과 연계하여 특성화 교육을 받은 유학생을 졸업 이후 취업까지 보장하는 노력으로 경쟁력을 강화하고 있음

○ QQ계정과 SNS 홍보

- 중국의 대표적인 SNS인 QQ를 활용하는 대학이 많이 등장. 이들 학교는 유학생 홍보단을 운영하여 홍보요원이 현지 지인들과 정보를 공유하도록 하여 잠재적인 유학대상자들에게 학교 홍보. 지인을 활용한 홍보는 신뢰감이 있어 매우 효과적인 것으로 입증

○ 유학생 홍보단 운영

- 서울의 모 대학은 유학생홍보단을 운영하여 좋은 성과를 내고 있음. 그 대학은 유학생 홍보요원에게 서울시 관광센터 등에서 체험한 내용을 자신의 블로그에 올리도록 지원하는 프로그램을 운영하는데, 인터넷으로 정보를 습득하는 신세대들에게 영상과 사진을 직접 보여주기 때문에 매우 효과적이라는 평을 받고 있음

○ Korea frontier 프로그램 운영

- 한국의 모 대학에서 운영하는 Korea frontier 프로그램은 유학생이 한국을 탐

방하면서 동영상 제작하여 제출하는 프로그램으로, 유학생이 직접 제작한 영상을 통해 유학을 준비하는 예비 유학생에게 전략적인 홍보 가능

○ 유학생의 모교 방문

- 재한 유학생을 현지 유학설명회에 동반하여, 모교 후배들에게 직접 한국에서의 생생한 유학체험을 전달하여 한국 유학을 유도하는 시도로서 선배의 모교 방문 설명은 반응이 매우 좋음
- 유학 선배를 통한 설명회를 개최할 수 없는 경우, 동영상을 제작해 현지 후배들에게 상영함으로써 영상을 통한 한국유학 소개도 의미 있는 시도

○ 유학 대상국에 한국어 강사 파견

- 어느 지방사립대의 경우, 한국어강사를 유학생 유치 대상국가에 1년간 한국어 강사로 보내서 강의와 동시에 유학생 추천 업무를 맡기고 있음
- 한국어강사에게는 현지 강의경력에 따라 한국에서의 강의를 보장하는 등 인센티브를 제공하기 때문에 지원자 경쟁이 상당함
- 한국어강사가 유학생을 소개할 경우, 자신의 제자를 소개하는 것이기 때문에 자매결연 학교 간, 교사와 강사, 학생과 강사 사이의 유대관계가 깊어 유학 소개 성공률도 높고 유학기간에도 이탈 하는 학생이 거의 없음

<표 19> 모 대학의 다양한 인턴십 프로그램 사례

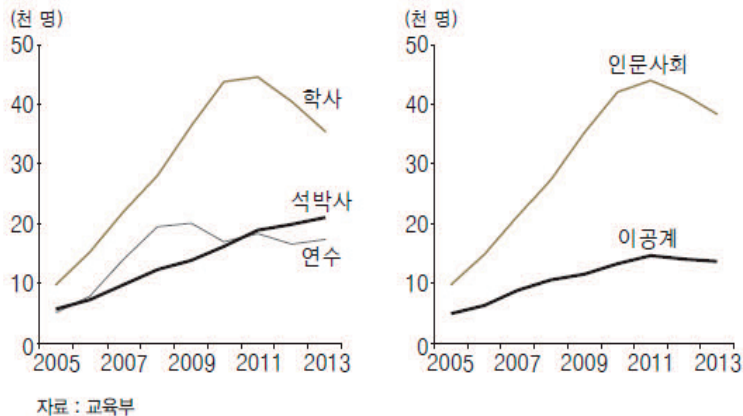
프로그램명	기 간	대 상	비 고
하계/동계 인턴십	방학기간 (2개월)	본교 재학생 (국적 불문)	어학연수+해외인턴십 프로그램으로 어학연수 후 현지 기업에 전공 관련 부서로 배치. 비자 문제가 없다면 유학생 파견 가능
학기 인턴십	학기중 (4~6개월)	본교 재학생 (국적 불문)	
상해 글로벌 프로젝트 인턴십	방학기간 (2개월)	본교 재학생 (중국 유학생 우대)	중국 주재 한국기업이 제시한 과제(시장조사, 리서치 등)를 수행하는 프로젝트 인턴십으로서 한 팀(5명)당 반드시 1인 이상의 중국 유학생이 포함되어야 함
Self-design ed 인턴십	무관	본교 재학생 (국적 불문)	직접 해외인턴십에 지원해 합격하면 지원자격에 준하는 사람에 한해 지원금 지원(항공실비, 최대 110만원)
Paired internship	계류 중	본교 재학생 (국적 불문)	한국학생1명+유학생1명이 같이 진행하는 인턴십 프로그램

제5장 외국인유학생 취업 현황

1. 외국인유학생 취업관련 현황

□ 유학생 고급인력(석·박사)과 이공계 증가

<그림 8> 석·박사 과정, 이공계 유학생 증가



○ 석·박사 유학생은 꾸준한 증가세 유지

- 석·박사 수준의 고급인력들이 꾸준한 증가세에 있으며 전체 유학생의 25%를 차지하고 있는데, 2009년 19%에서 2013년에는 21,212명으로 25%까지 성장. 이는 석·박사 수준의 고급인력이 국내취업이 용이하기 때문이며, 한국의 과학 수준이 그만큼 상승되었다는 증거라고도 볼 수 있음
- 하지만 이들에게도 장애요인은 나타나고 있는데, 임금격차, 언어장벽, 문화적 차이 등 보편화 된 문제들은 석·박사 고급인력들에게도 예외가 없는 장애물

○ 이공계열의 유학생들도 증가추세

- 석·박사 고급인력과 함께 이공계열의 유학생들도 증가 추세에 있는데, 전체 유학생의 24%를 차지하는 이공계열 유학생의 증가는 정부가 고민하고 있는 유학생들의 취업 가능성을 제고한다는 점에서 의미 있는 부분

□ 심각한 외국인유학생 취업률

○ 매년 100여 명의 취업에 불과한 외국인유학생

- 한 언론매체에 따르면, 국내의 외국인유학생들은 매년 1만 여명이 졸업하지만 취업자는 100명이 채 되지 않는 것으로 추정²²⁾
- 국내 45개 대학 외국인유학생의 취업 현황(2009년)을 보면, 평균 21.2명이 졸업했지만 이중 국내에 취업한 학생들은 평균 1.1명에 불과
- 동년 석·박사 고급인력은 평균 27.9명이 졸업하였는데 국내취업자는 평균 5.1명.²³⁾ 이것은 석·박사 고급인력의 상황이 조금은 나은 것을 증명

□ 유학생 신규진입이 어려운 취업시장

○ 외국인유학생 채용기업은 소수

- 국내에서 외국인유학생을 채용하는 한국기업은 11.8%로 소수에 불과하며, 그중 50.4%는 수출기업, 46.2%는 수출 및 해외 투자 기업으로 대부분이 외국과 직접적인 연관을 맺고 있는 기업들
- 이것은 결국 외국인유학생들의 취업이 소수의 특정업종에 편중되어 있다는 해석이 가능. 유학생 취업은 기존에 유학생을 필요로 했던 영역을 제외하고는 답

22) 중앙일보 2013.6.5

23) 허재준, '유학생 시장의 특성과 정책과제', 한국노동연구원, 2010

보상태이며 내국인 청년실업률 상승과 맞물리면서 유학생들의 취업시장 신규진입은 어려운 상황

□ 외국인유학생 채용 이유

○ 해외 영업직은 유학생이 강세

- 해외영업이나 마케팅 분야에서는 현지시장 상황을 잘 이해하는 우수인력이 필요하고, 기업은 유학생 고용을 통해 단기적 효과와 업무의 안정성 그리고 실효성을 기대할 수 있음. 이것은 인문사회계 출신 유학생들의 취업기회가 확대될 수 있는 가능성 시사

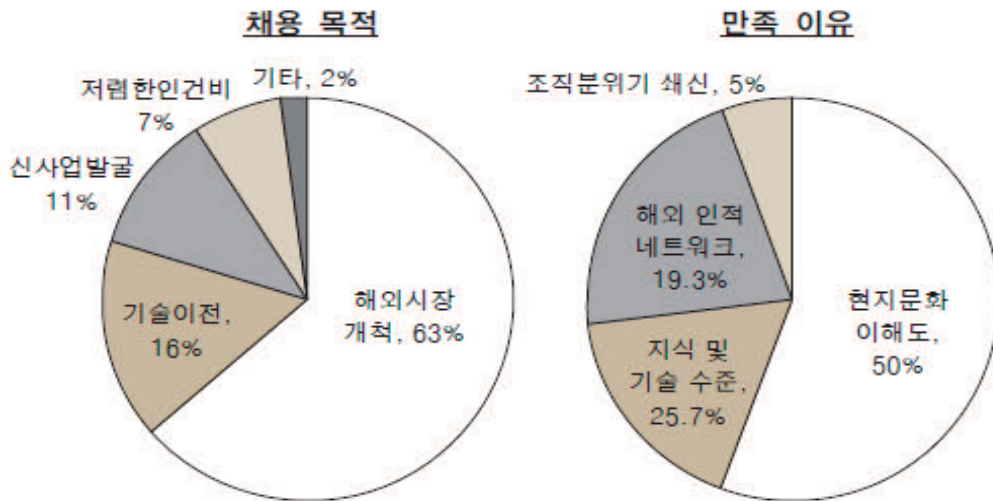
○ 신흥시장 개척에 유학생 유리

- 신흥시장 개척에서는 특히 영어권 유학생들에 대한 선호도가 높으며, 중국과 베트남 등 동남아 신흥지역들도 성장 가능성이 큰 유망지역으로 기업들도 이들 지역에 대한 관심을 점차 확대하고 있는 상황

○ 연구개발 영역의 인재 부족 보충

- 연구개발 영역은 국내 인재가 부족한 상황이며, 국내 인재만으로는 해결 되지 않는 부분이 존재. 또한 사고의 확장과 창의성 제고를 위해서도 외국인유학생 인력 필요
- 지난 10년 동안 이공계 정원은 1만여 명이 감소했으며, 대학 실험실의 학생 수도 부족한 상황. 이는 몇 년 후 기업의 연구인력 부족으로 이어질 것으로 예측 되는데, 여기에 유학생 출신의 전문인력 활용은 유력한 대안 가능
- 현재 이공계열 대학원은 유학생이 없으면 실험실을 가동할 수 없다는 자조가 나올 정도로 국내 학생의 이공계 기피가 심각한 상황이고, 유학생도 이공계열이 적어 새로운 돌파구를 마련해야 할 상황

<그림 9> 외국인 전문 인력 채용목적 및 만족도



자료 : 대한상공회의소, LG Business Insight 2013.12.11.에서 재인용

□ 한국기업의 외국인유학생 선호도

○ 유학생의 문화수준에 따른 선호도 차이

- 중국에서 대학을 나오고 한국에서 석사 혹은 박사를 마친 경우, 한국 기업은 이들이 어느 정도 수준을 갖춘 것으로 판단하는데, 이는 개인의 역량을 평가하기 보다는 기업에서 선호하는 루트를 거친 학생들을 선호하는 경향을 반영
- 현재 국내 기업의 유학생 선호도는 낮은 편임, 특히 단지 학부만 졸업한 유학생의 경우는 굉장히 낮은 지명도를 가지고 있으며, 예를 들어 중국 유학생의 경우를 비교해 보면, 한국학생> 중국 본토 학사 (한국 유학 후 석박사)> 한국에서 학부만을 졸업한 유학생 순임

○ 외국인유학생 신규채용 의사 저조

- 설문조사에 의하면, 외국인유학생 채용 기업의 32.5%는 채용을 확대할 의사를 표시했으며, 17.9%는 확대 의사가 없다고 응답하고 있어, 외국인유학생에 대한 고용주들의 만족도가 매우 부정적이라고는 할 수 없으나 기대 수준이 높다고 할 수도 없음
- 현재 외국인유학생을 채용하고 있지 않은 기업의 7.5%만이 신규채용을 고려하고 있는 것으로 나타나, 유학생들이 진입할 수 있는 신규업종은 확대되지 못한 상황
- 기업들이 외국인유학생 고용확대에 부정적인 이유는 문화적 차이 등으로 인해 인력관리가 어렵고, 의사소통도 잘 되지 않아 업무에 효율성이 낮은 것으로 인식되고 있기 때문. 물론 여기에는 외국인유학생들에 대한 편견도 일정하게 작용하고 있어 이들의 취업시장 신규진입 장벽은 높은 상황

□ 한국기업의 유학생에 대한 인식

○ 유학생 취업선발 방식 문제

- 대기업 인사담당자의 말에 의하면, 직무적성 테스트는 한국어가 부족한 유학생들에게 그 나라의 언어로 실시해야 하지만 현실은 그렇지 못한 상황이기 때문에, 자연스럽게 한국에서 학사를 마친 유학생의 경우 직무적성 검사 점수가 낮게 나올 수밖에 없는 상황
- 중국 유학생의 예를 들면, 한국 대학의 학사나 석사 학위보다 중국 내 학부(대학 순위 40위권 이내) 졸업생에 대한 평가가 높아, 중국에서 학부를 졸업한 다음 한국에서 석박사를 마친 학생에 대한 선호도가 높음
- 따라서 한국에서 유학한 외국인유학생은 특별한 능력을 갖추지 않으면 취업이 힘든 상황인데, 이는 재한 유학생의 실력이 획기적으로 개선되기 전에는 극복하기 어려운 장기과제일 수 있음

○ 외국인유학생 출신이 현장조직 안정성 저해

- 한국기업이 외국인유학생 출신을 그다지 선호하지 않은 이유는, 국내에서 2년 정도 근무하고 현지로 부임하는 경우 50% 정도는 사표를 제출해 투자한 만큼 충분한 고용효과를 보지 못한다는 인식과, 현지에 부임한 유학생 출신이 국내에서의 복지와 현지 복지 수준의 차이를 떠들기 때문(big mouth 현상)에 현지 공장의 노동자들이 불만을 갖게 되고 이것이 임금인상 요인이 된다고 판단
- 한국에서 채용해 현지에 파견할 경우 기존의 급여수준보다 못한 조건이 되기 때문에 현지의 동일 직급보다는 우대하는 것이 일반적인데, 이는 현지인의 불만을 초래하여 노동의욕을 상실케 하는 원인으로 작용한다고 판단하기 때문에 현지 파견이 반드시 좋은 것은 아니라는 입장

□ 지방자치단체의 취업관련 지원

(1) 서울시 ‘글로벌 인턴십’

- 2008년부터 서울시는 방학을 이용하여 ‘글로벌 인턴십’ 프로그램 실시하고 있으며, 2013년까지 여덟 번에 걸쳐 총 56개국 364명이 참여한 바 있으며, 인턴사원은 매일 6시간씩 주5일을 근무했으며 7주 동안 시행
- 글로벌 인턴십에 참가한 유학생들은 서울시청과 19개 글로벌사업 부서에 배치되어 통번역, 국제행사 지원, 해외 정책자료 수집 등의 업무를 지원
- 하지만, 취업을 직접 주선하는 것이 아니라, 행정기관의 인턴십 과정이기 때문에 취업 경험보다는 경력관리 정도의 의미 밖에 가지지 못한 것이 한계
- 또한 이상에서 언급된 업무들을 보면 기존의 유학생 필요영역에서 크게 벗어나지 않아, 실제 기업에서 원하는 실무경험을 쌓지 못한 것도 한계

(2) 충청북도의 ‘외국인유학생 수출지원단’ 과 ‘유학생 취업박람회’

- 충청북도는 2010년 ‘외국인유학생 수출지원단’을 발족하면서 충북대, 청주대

등에서 5개국 유학생 10명을 선발하여 도내 수출관련 기업에서 주 20시간 이내로 근무토록 함. 이는 유학생들이 산업현장을 직접 체험했다는 점에서 의미

- 2013년에는 ‘중국유학생 페스티벌’의 한 행사로 ‘유학생 취업박람회’를 개최. 참가기업은 오프라인 30여개, 온라인 80여 개 기업으로 3일간 총 4,500여 명의 중국인유학생이 참관하여, 한국취업에 관한 정보를 획득
- 중국인유학생이 대규모 참가하는 행사에 취업박람회를 동시에 개최한 것은 실효성을 측면에서 상당히 의미 있는 시도

(3) 대전시 누리관 : 외국인유학생 공동 기숙사

- ‘누리관’은 국내에서 지자체 주도로 설립한 최초의 외국인유학생 공동기숙사로 대전시와 8개 대학이 연합하여 건립
- 수용인원은 500명으로 일반대학 기숙사보다 저렴한 가격으로 운영하고 있으며, 학교별로 셔틀버스를 운영하여 학생들의 통학에 문제가 없도록 하고 있음

(4) 지자체의 지원과 외국인유학생의 한국어 실력 상관관계

- 정부정책 변화가 외국인유학생의 한국어 실력을 높이는데 긍정적 기여를 했다는 것은 TOPIK 수준 향상으로 입증. 다만 입학 때 이미 4급을 받은 유학생이 ‘인증제’ 평가를 위해 학교에서 다시 TOPIK 시험을 치르도록 하는 것은 전형적인 관료주의적 행정의 폐해
- TOPIK 4급 취득률은 2011년 전국 평균 10.2%였던 것이 2013년에는 23.7%로 급상승하였는데, 2013년 TOPIK 4급 평균 취득률은 수도권이 26.5%, 비수도권이 20.7%를 보여 모든 지역의 수준이 나아짐
- 지자체의 적극적인 지원의 여부가 유학생들의 한국어 실력과 정비례한다는 것은 전북의 사례에서 입증되고 있음. 전북지역의 TOPIK 4급 취득률은 38.2%로 지자체에서 수위를 차지했는데, 이는 전라북도가 수년 동안 실시해 온 유학생 지원정책이 결실을 맺은 것으로 평가되어 지자체 지원이 유학생 학력수준에 직접적인 영향을 미치는 증거로 활용될 수 있음

2. 외국인유학생 취업 문제점

□ 외국인유학생 취업 장애요인

(1) 가장 큰 문제는 의사소통의 장벽

- 대학 내 유학생들이 가장 어려워하는 문제도 한국어 습득을 통한 의사소통으로, 전문 인력으로 취업이 가능한 한국어 실력을 보유한 학생은 단지 26%이고, 졸업까지 TOPIK 4급 이상의 취득률은 전국 평균 23.7%에 불과

○ 한국어 실력부족으로 취업 실패 사례

- 한국 최고 수준의 특수대학(원)인 모 대학은 모든 수업을 영어로 진행했는데, 입학기준 TOPIK 급수는 없고 졸업 기준도 단지 2급에 불과
- 이 대학을 졸업한 유학생들은 한국 학생들만큼이나 높은 과학기술관련 지식 역량을 가졌음에도 한국어가 되지 않아, 한국 내 취업은 어려운 모순된 상황에 직면. 때문에 이 대학의 담당자는 TOPIK 기준을 강화해야 한다는 입장

(2) 한국기업의 채용만족도 부족

- 팀워크와 협업을 중시하는 업종일수록 의사소통은 중요한 의미를 지니는데, 이런 기업은 자연스럽게 외국인 채용을 꺼리는 현상이 높음²⁴⁾
- 기업들은 유학생 출신의 업무처리 능력에 회의적인 반응을 보이고 이유의 하나는, 대학에서 가장 우수한 유학생을 소개해도 영업 등 업무처리에서 한국인 직원보다 업무 능력이 떨어진다는 인식이 팽배하고, 외국인은 직장생활에 대한 절실함이 부족하여 힘든 일을 하지 않으려 한다고 판단

24) 한 조사에 의하면, 외국인 전문인력을 채용한 47개 기업 중, 인력이 부족하면 외국인을 추가로 채용하겠다는 응답은 단지 7개 기업만이 긍정적인 태도를 보임

(3) 유학생의 낮은 국내취업 의지

- 국내취업이 어려운 원인 중에는 유학생 문제도 있는데, 한국에서 취업할 의지가 없다고 응답한 유학생은 55.8%로 전체 유학생의 절반을 초과²⁵⁾
- 중국인유학생 가운데 한국에 취업하기를 희망하는 학생은 17.8%이고, 한국에 취업을 목적으로 유학한 비율은 6.5%로 일본에 취업하기 위해 유학하는 중국인학생의 1/3 수준으로 한국 취업 자체에 큰 의미를 두지 않음

○ 중국유학생의 국내취업 기피 이유

- 최근 중국의 경제성장이 급속도로 진행되는데다 임금인상도 빠르게 진행되고 있어 중국 유학생들에게는 자국 내 취업이 훨씬 긍정적으로 작용
- 또한 한국기업에서는 한국인과 중국인 직원 사이에 임금격차가 있고, 동일 문화권이라고 하지만 중국과 다른 직장문화가 존재해, 그에 따른 부적응도 문제

○ 임금불만 퇴사 사례

- 모 대학은 한국 굴지의 S기업과 협약을 맺어 중국현지에서 14명의 학생을 취업시켜 산학협력의 대표적인 사례로 평가 받음
- 하지만 근무지인 중국현지 임금이 4,800원에 불과하여 낮은 임금에 반발한 몇 명이 6개월이 지나지 않아 사직. 이는 유학생들의 임금 기대수준과 기업의 지불의사 사이의 간극을 드러낸 전형적인 사례

4) 비자문제 등 까다로운 행정규제도 문제

- 외국인 채용에서 가장 기본적으로 해결되어야 하는 문제는 취업비자이지만, 기업은 외국어를 잘 하는 한국 학생이 많은 상황에서 정말 필요한 경우가 아니라면 복잡한 절차와 상당한 시간이 소요되는 유학생의 취업비자 문제 해결에 적극적일 필요가 없음

25) 허재순, '유학생 시장의 특성과 정책과제', 한국노동연구원 2010

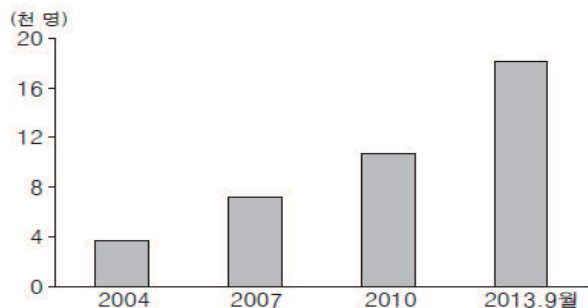
- 게다가 출입국관리사무소 측은 취업비자 심사에 통일된 기준을 제시하고 않고 있어 유학생 취업을 지원하는 대학 관계자의 불만이 많음
- 또한 유학생의 취업 준비 체류기간도 충분히 보장해야한다는 것이 공통된 인식
비자문제는 국가의 행정절차 상의 문제로 규제에 충분한 설득력이 없다면 오히려 국가경쟁력을 떨어뜨릴 수도 있음

5) 전문 인력 채용경로 활용 부족

- 유학생 전문 인력 채용 경로를 살펴보면, 직접 발굴 35%, 해외인력 소개 31%, 외국인 동료의 소개 30%의 순²⁶⁾
- 이것은 유학생 인재발굴의 다양한 경로가 부족하다는 것으로, 해외채용 관련 통합정보시스템인 KOTRA의 Contact Korea도 현장에서는 충분히 활용되지 못한 상황을 보여줌

□ 외국인유학생 전문 인력 활용 미흡

<그림 10> 재한 외국인 전문인력(E-7비자) 추이



자료 : 출입국외국인정책본부, LG Business Insight 2013.12.11.에서 재인용

26) 이규용, '한중일 인력이동 활성화와 우수 외국인력 유치전략', 한국노동연구원, 2012

○ 국내 총 고용에서 외국인 비중은 2%

- 한국의 총 고용에서 외국인이 차지하는 비중은 고작 2%에 불과, OECD 국가의 평균 12.7%에 한참 미치지 못함
- 국내 기업에서 활동하고 있는 외국인 전문 인력²⁷⁾은 약 5만 명 수준이며, 특정 활동 비자(E-7, 기획, 연구개발, 마케팅, 영업, HR 등 분야) 소지자는 2013년 18,157명으로 상당히 빠른 속도로 증가하는 추세

○ 국내 중소형 IT업체의 인력난

- 전문인력 부재로 인력난을 겪고 있는 IT기업들은 문화적 갈등이 적은 나라의 우수한 유학생들을 적극적으로 채용할 필요가 있는데, 이와 관련한 교량역할을 할 수 있는 기관이나 조직을 재정비해야

27) 단기취업(C-4), 교수(E-1), 회화(E-2), 연구(E-3), 기술지도(E-4), 전문직업(E-5), 예술행행(E-6), 특정활동(E-7)비자 소지자 총계

3. 외국인유학생의 한국취업에 대한 평가

□ 한국기업 취업 유학생 만족도

○ 유학생 기대와 기업의 고용목적 괴리

- 해외 시장진출을 계획하고 있는 대기업이나 금융업계는 우수한 외국인유학생을 적극적으로 선발, 한국에서 교육한 뒤 현지 영업팀에 배치하여 효율적인 업무가 이루어지도록 하고 있음
- 이들은 이미 한국 대학생도 선망하는 대기업이나 금융사에 취업을 했기 때문에 만족도가 높으며 유학생 취업대책의 대상도 아니라고 할 수 있음
- 한국 기업들은 대부분 유학생들을 채용해서 현지 자회사에 파견하고자 하지만, 유학생은 급여 등 대우에 차이가 나기 때문에 현지 파견에 부정적
- 이것은 기업의 고용목적과 유학생의 취업목적 사이의 괴리를 반영한 것으로, 현지파견이 결정되면 사표를 내고 다른 기업을 찾는 사례가 적지 않음

○ 한국기업 근무 기년기간은 5년 이하

- 중국인유학생의 경우, 1~2년 한국 근무 후 귀국해서 자국기업에 취업 희망하는데, 길어도 5년을 넘기지 않으려 함
- 그 이유는 한국기업의 보수성으로 외국인은 간부가 거의 없어 자신들도 승진할 수 없다는 사실을 잘 알고 있기 때문에 적당한 경력관리만 되면 이직을 희망
- 면담에 응한 광고회사에 다니는 외국인유학생 출신 취업자는 일 자체는 좋아하고 배울 것이 많다고 하면서도, 적당한 기회가 오면 자국으로 돌아가거나 외국인 회사로의 이직을 생각한다고 밝힘
- 한국기업에서 외국인 출신 임원이 나올 가능성은 아직도 요원하다는 것이 이들의 공통된 답변으로 한국 취직이 장기적으로 도움이 되는지에 대해서는 판단을 보류하는 경우가 많음

- 대기업에 다니는 외국인유학생 출신은 동일한 보수를 받기 때문에 거의 불만을 노출시키지 않아 인터뷰가 쉽지 않은 공통점을 보임

○ 현지채용 조건에 대한 불복

- 외국인유학생은 한국에서 근무하면 한국인 직원과 같은 급여를 받아야 한다고 생각하지만 실제로는 임금에 상당한 차이가 나는 것이 현실
- 예를 들어, 중국인유학생의 경우 기대하는 월급 수준은 250만원(중국에서는 8000원 이상)이지만 현실은 여기에 못 미치는 수준
- 여기에 한국에서 채용해 해당 국가로 파견하면, 현지채용 기준으로 월급이 감봉되는 것에 강력히 반발

○ 한국 직장문화에 대한 부적응

- 한국 직장문화는 자국에는 없는 상하관계와 같은 복잡한 규칙들이 있는데, 외국인들이 보았을 때 이것은 이해하거나 적응하기 힘든 부분. 그래서 외국인끼리만 어울리거나 심한 스트레스를 받는 사례 빈번
- 또한 한국말을 잘하면 모든 한국어를 잘 알아들어야 하는 것처럼 대하는 것도 스트레스이고 직장 상사가 교회에 나올 것을 강요하는 종교적인 문제도 발생

□ 대학 취업담당자가 본 유학생 취업문제

○ 유학생 취업경로 다원화

- 각 대학의 유학생 담당자들은 졸업 유학생의 자국 내 취업알선 가능성을 타진해 보고 있지만, 국내 고용상황과 연동되면서 유학생 취업은 여의치 않은 상황

○ 유학생 취업박람회, 취업스쿨운용 활성화

- 정부, 지자체가 중심이 되어 다채로운 내용을 가진 유학생 관련 취업박람회, 취업스쿨을 활성화 필요

- 모 대학 담당자에 따르면 외국인 취업박람회 문제점은, 취업박람회가 영어권 학생들에게만 해당하는 것이 많아 중화권 등 타 문화권 학생들은 박람회에 갔다가 소외감을 느껴, 학생들에게 참여를 권유하지만 유학생의 반응이 매우 냉소적이라고 지적
- ‘2013년 외국인유학생 채용박람회’에 2,500명이 넘는 유학생들이 참관하고, 72개의 기업이 참여했지만 채용이 확정된 건수는 단지 36건에 불과할 정도로 취업박람회의 실효성이 낮음

□ 중국인유학생의 한국 취업에 대한 인식

○ 중국에서 한국유학 출신에 대한 평가

- 중국에서는 자국 대학 출신을 높이 평가하기 때문에, 한국에서 학부만 졸업한 경우는 상대적 열세에 처함. 그러나 중국에서 학부를 졸업하고 한국에서 석·박사 과정을 유학한 경우는 해외 유학파로 우대

○ 중국인유학생이 본 한국기업 취업

- 중국인유학생은 한국기업에서 한국인과 동일한 능력을 가졌더라도 동일하게 능력을 인정받기 어렵다고 인식하기 때문에 대부분 귀국을 희망하고 있으며, 결혼 등의 전통적인 가치관 문제가 한국에서 정착하는 것을 방해
- 중국의 빠른 경제성장과 빠른 임금인상으로 한중 급여 차이가 줄어들자 한국 취업의 장점이 축소되고 있고, 유학생의 상당부분은 부모의 경제력이 뛰어나 한국의 중소기업이나 저임금 취업은 외면하는 경우가 많음

제6장 정책 제언

1. 외국인유학생 유치확대에 대한 제언

1) 정부의 유학정책 조정

(1) 한국유학정책 패러다임 전환

- 2011년 이후 한국유학이 정체하고 있는 근본원인은 유학경쟁력이 약한 현재의 구도에서 유학시장이 ‘수요-공급’의 균형점에 근접해 성장한계에 근접한 것이기 때문에, 유학경쟁력 강화를 위한 패러다임 전환이 절실한 상황임. Study Korea 2020의 목표를 달성하려면 대학의 유학생 관리강화는 물론이지만, 유학시장을 과감하게 개방하는 범정부차원의 정책전환이 전제되어야 함
- 이를 위해 첫째, 유학생이 국가발전의 중요한 인적 자원이라는 인식을 분명히 하여 유학생을 규제·관리의 대상이 아니라 적극 유치대상으로 보는 정부 각 부처의 합의가 요구되며, 둘째, 최소 유학조건을 충족한 유학생은 수용한다는 원칙을 수립하여 비자발급 조건과 대학의 유학생 선발조건을 개선하며, 셋째, 모든 유학생이 반드시 공부를 잘해야 한다는 인식에서 벗어나 유학목적의 다양화와 유학영역의 다변화를 추구하여 분야별 입학기준을 달리하는 탄력적인 대응이 요구되며, 넷째, 유학생이 졸업 이후 국내기업에 취업하거나 한국이민을 신청할 수 있도록 정책적인 유인기제를 강구해야 함

(2) 이민정책으로서의 유학정책 수립

- 노동력의 국제적 이동이 보편화되고 고급지식이 경제성장을 주도하는 지식경제사회 환경에서 고급인재의 확보는 국가경쟁력의 핵심이 되고 있어, 선진국은 고급인력 확보를 위해 유학정책을 이민정책의 하나로 간주하면서 적극적으로 대응하고 있음

- 현재 한국의 유학정책은 세계적인 추세에 따라가지 못하고, 유학생 유치를 위한 범정부적 협력체계가 갖춰지지 않아 규제가 우선인 상황이 지속되고 있음. 따라서 현재의 구도와 인식을 바꾸지 않는 한 한국유학 경쟁력을 강화하는 것은 불가능하며 유학생을 확대하려는 목표도 달성할 수 없다는 것이 객관적이고 합리적인 결론임
- 유학정책을 이민정책의 하나로 간주하면, 첫째, 인력부족 때문에 이민자를 받아들여야 하는 가까운 미래의 상황에 선도적으로 대응하여 문화수준이 높은 유학생을 받아들일 수 있고, 둘째, IT업종 등 인력이 부족한 산업분야에 유학생을 적극 취업시키는 정책으로 전환하는데 법무부, 고용노동부, 보건복지부 등 정부 차원의 지원이 가능해지며, 셋째, 현재와 같은 규제 중심의 유학정책이 유인기제 확대라는 적극적인 정책으로 전환되면서 교육부, 법무부, 고용노동부 등 개별 부서 차원을 뛰어넘어 총리실에서 종합적인 정책조율·집행이 가능하게 되며, 넷째, 유학정책의 패러다임이 변화하면 장기적으로 유학생 유치가 늘어나 국가 경쟁력과 국가브랜드가 상승할 것임

(3) 비자발급 단계에서 건강검진 문제 해결

- 재외공관에서 비자심사를 할 때 건강검진 서류를 받아 전염성 질병 등을 판단하고 입학허용 여부를 결정하는 것이 효율적인 방법이며, 현행처럼 건강검진 관리책임을 대학에 일임하는 것은 관리효율이 떨어질 뿐만 아니라 법정 전염병에 대한 통제는 국가의 의무라는 명분에도 합당하지 않음

(4) 유학생 등록금 비율제한 재검토

- 정부가 유학생의 등록금을 한국학생의 80% 이상으로 요구하는 것은 무분별한 유치경쟁과 교육환경 악화 등을 막기 위한 합리성을 가지고 있지만, 대학이 해외 교류대학과 협약을 체결할 때 장학금 비율이 가장 중요한 부분을 차지하고 있기 때문에, 엄격한 현행규정 적용이 유학생 유치에 장애요인으로 작용한다는 현장의 목소리를 다시 들을 필요가 있음

- 특히 유학의 목적과 형식이 다양해지고 있는 추세를 감안한다면, 현재의 등록금 준수 비율을 낮추거나 대학의 자율권을 확대하는 방향으로 재조정해 대학이 유학생을 유치하는 동력으로 활용할 수 있도록 정책 재검토 필요

(5) 학위증 및 성적표 공증제도 개선

- 현재 국내 대학은 모두 영문증명서 발급이 가능한데, 외교부에서는 반드시 국문증명서를 발급받아 이를 영문 번역 후 공증을 거치게 하고 있어 이를 시정해 달라는 요구가 많음
- 어떤 대학은 전체 학위과정을 영어로 진행하기도 하고, 영어전공 수업은 국문으로 다시 번역하는 것이 오히려 더 어색한 경우도 있는데, 글로벌화를 추구하는 정부가 국문증명서 발급-번역-공증이라는 번거로운 제도를 유지하는 것은 시급히 개선되어야 할 것임

2) 유학생 유치관리 인증제 개선

(1) 인증제 평가 시 ‘출신국가 다양성’ 재검토

- 유학생을 다양한 국가에서 유치하여 국제화 수준을 높이는 것이 필요하나, 대학마다 연고가 강한 국가를 중심으로 특성에 맞게 유학생을 선발하는 것이 효율적일 뿐만 아니라 유학생 관리와 교육효과도 배가할 수 있으며, 이를 정부차원에서 보면 유학생 다양화를 이루는 방법이 될 수 있음
- 따라서 특정 국가를 대상으로 유학생을 모집한 대학에 불이익을 주어서는 안 되며, 오히려 특정지역에 경쟁력을 가진 대학은 국제교류와 외교적인 공헌도를 평가해줘야 함

(2) 인증제 평가시 TOPIK 시험의 유효기간 폐지

- 입학이나 재학 기간 중 TOPIK 4급을 취득할 경우 졸업까지 다시 TOPIK을 시험 볼 필요가 없지만, '인증제' 평가 '언어능력' 항목에서는 TOPIK을 2년만 인정하기 때문에 대학에서는 지표달성을 위해 유학생들에게 불필요한 TOPIK 재 시험에 응하도록 권하는 것이 현실임
- 따라서 입학 혹은 재학 기간에 관계없이 한 번 TOPIK 4급을 취득한 경우, 그 자격이 졸업 때까지 유지되는 것으로 인증제 평가에서도 이를 인정하는 것이 타당하며, 유학생의 경우 한국어 실력이 퇴보하는 경우는 없는데도 TOPIK 유효기간을 2년으로 제한하는 것은 제도적인 불합리임

3) 유학생 유치관련 행정제도 보완

(1) 유학생 행정관리에 새로운 원칙정립 필요

- 대부분 대학의 유학생 담당자들은 정부정책이 “채찍만 있고 당근은 없다”고 인식하고 있는데, 이는 정부의 과도한 규제와 평가로 인해 보고용·방어용 행정이 많기 때문이기도 하며 다른 한편 소통부족에서 오는 오해도 있음
- 따라서 유학생을 관리하는 주체들의 역할규정을 분명히 할 필요가 있음. 예를 들어 유학비자 발급의 전제로 건강검진표 확인이나 '체류기간 도과자' 비자변경 업무는 대학이 아닌 정부가 담당하는 것이 효과적인 것처럼, 대학이 유학생 문제와 관련한 행정부담이 줄어들 수 있는 방향으로 유학생관리정책의 원칙을 재정립할 필요가 있음

(2) 비자관련 원칙통일과 기준 표준화 시행

- 유학생이 비자연장 혹은 비자변경, 전학의 경우, 출입국관리사무소에서 요구하는 서류가 지역에 따라 다르거나 심지어 동일한 출입국관리소에서도 담당자에

따라 비자 결과가 다르게 나와 유학생 관리도에 어려움이 있음. 따라서 외국인 종합안내센터(1345)에서 필요한 서류목록을 안내할 때도 사정에 따라 서류종류가 가감될 수 있음을 알리는 것이 필요하지만 적어도 유학생에 대해서는 표준 기준 확보가 시급함

- 출입국관리사무소 상담센터(1543) 상담원은 현재 모든 비자문의를 상담하고 있어 유학비자 및 체류에 대한 전문상담이 체계적으로 이뤄지지 못해 상담 내용이 동일하지 않다는 민원이 계속 제기되고 있음을 볼 때, 유학비자 전문상담자나 기존 상담인력을 재배치하여 전문성을 확보할 필요가 있음
- 법무부는 유학생의 체류연장 시기를 확정하는 것을 학기시작인 3월 1일, 9월 1일 이후로 하는 것이 타당함. 유학생이 재수강을 하는 경우도 있기 때문에 현재처럼 학기 시작 전에 유학생의 체류연장 여부를 확정해버리면 의도하지 않은 불법체류자가 생길 수도 있음

(3) 유학생기숙사 제공에 대한 규제완화 검토

- 유학생할 적응에 어려운 점은 언어와 문화적응 문제인데, 특히 음식에 적응하지 못하는 것은 유학생의 공통적인 애로사항인 바, 재한 유학생은 기숙사와 대학식당에서 제공하는 단순한 메뉴에 적응하지 못하는 경우가 많을 뿐 아니라 종교적인 갈등(이슬람교)을 유발하는 등 유학생에게 대학 내 생활을 강요하는 것이 오히려 한국유학의 이미지를 부정적으로 만드는데 큰 부분을 차지함
- 특정 국가 학생들은 종교적인 이유로 기숙사에서 제공하는 음식을 기피하는 경우도 있고, 자유롭게 자취를 하고 싶기도 하고 자취 비용이 기숙사보다 저렴하기 때문에 2년차에 접어든 많은 유학생은 기숙사 생활을 원치 않음. 따라서 유치·관리역량인증제 평가에 유학생들이 기숙사에서 살도록 강제 지표를 두는 것은 시대 변화에 적응하지 못한 정책이며, 유학생의 주거 및 식단 선택의 자유를 제한하는 조치로 유학생 유치에도 부정적으로 작용할 수 있음

(4) TOPIK 시험 결과 신속 처리

- 현재 TOPIK 시험의 경우 접수-시험-발표까지 2개월 이상 소요되어, 각 대학에

서 TOPIK시험 일정을 맞춰 입시를 진행하는 데는 어려움이 있으므로, 시험결과 발표를 신속하게 할 수 있도록 개선조치 요망

(5) 유학생에 대한 다양한 교육과정 확대

- 유학생 유치는 정규과정, 교환학생, 교육과정 공동운영, 연계교육과정 운영 등 다양한 방법이 있지만 현재는 정규과정과 어학과정에 치중되어 있음. 따라서 대학 간 자매결연 확대를 통한 교환학생 확대, 공동학점제 운영 등 1~2년 유학할 수 있는 기회를 확대하고, 교육당국은 대학의 교류수준을 대학평가항목에 포함하여 단순한 MOU체결이 아닌 실질적 교류증진을 위한 방안에 적극적으로 나설 필요가 있음

(6) 유학생 동문조직을 활용한 유치확대

- 국내 최우수 연구기관으로 인정되는 모 대학(원)은 2013년 유학생 지원자의 27%가 해당국 출신 동문 추천으로 지원하여 동문조직을 활용한 우수한 사례를 보여주고 있음. 물론 이 대학은 교육수준이 매우 높고 이 대학 출신 동문들이 해당국가에서 선망 받는 직업을 가지고 있기 때문에 더욱 효과를 발휘하였지만 동문조직 활용효과는 충분히 입증하고 있음
- 동문조직 효과는 일본 외무성이 세계 102개 동문조직을 직접 관리한다는 사실에서 간접 확인이 된 것으로 각 대학이 유학생 동문조직 결성에 적극 나서도록 정부의 지원과 대응이 필요함

2. 해외유학박람회에 대한 제언

(1) 유학박람회에 대한 부정적인 인식전환 노력

- 대학 담당자들은 유학박람회 참가가 유학생의 유치에 직접적인 도움은 크지 않지만 장기적인 차원에서 필요하다고 인식하는 경향이 강해, 대학 내 의사결정권자보다 더 긍정적으로 보고 있음. 따라서 해외유학박람회는 ‘한류(韓流)’ 등에 편승하여 개최하는 것보다 장기적인 관점에서 개최지역과 시기 등 더 철저한 준비가 필요함

(2) 해외유학박람회 개최국 결정에 대한 고려

- 해외유학박람회 개최국은 교육환경이 낙후되었거나 중국과 같이 빈부격차가 크고 잠재 유학생 인구가 많은 곳이 유리하지만, 아프리카, 남미, 중앙아시아 등 국가전략 차원에서 선정한 지역에도 장기적 관점에서 개최가 필요

(3) 해외유학박람회 개최시기 결정에 대한 고려

- 해외유학박람회의 개최시기는 해당 국가의 명절, 휴일 등을 사전에 파악하여 어느 시기에 유학박람회를 개최해야 실효성을 거둘 수 있는지 현지의 다양한 상황을 고려하여 판단하여야 함. 시기는 해당국가의 대학 입시가 끝난 직후가 가장 적절하며, 개학 초인 3월이나 9월 이후에는 진로설정이 이미 끝난 상태로 유학박람회 효과가 많이 감소하는 경향을 보인다는 것을 참고할 것

(4) 해외유학박람회 유효한 홍보방법에 대한 연구

- 개최지의 사회문화적 상황을 고려하여 유학대상자에게 감동을 줄 수 있는 프로그램을 구상하고, SNS 등 새로운 방법을 시도하는 등 창조적인 방법을 찾고, 매 행사가 끝나면 홍보방법과 효과에 대한 사후 평가를 철저히 하여 다음 행사에서 효과를 배가하는 평가시스템을 갖춰야 함. 현재는 홍보에 대한 사후평가가 약하고 제도화된 평가시스템이 없다는 것임

(5) 해외유학박람회 대행사 공개입찰을 통한 선정 검토

- 개최지의 사회문화 상황을 가장 잘 아는 업체를 선정해야 현지의 다양한 상황을 고려한 세분화 된 홍보가 가능하고 원활한 행사진행과 성과를 낼 수 있는데, 기존의 유학박람회 대행사 선정은 유관기관에서 추천받아 국내-현지의 연계를 통해 진행되었음. 이제 여러 한국대행사와 현지대행사가 공동으로 참여하는 것을 권장하면서 공개입찰을 통한 대행사 선정으로 개선 필요

(6) 유학생 동문이나 동문 졸업생을 이용한 홍보

- 유학박람회에 참여한 대학이 사전에 동문조직이나 성공한 동문에게 연락을 취해 유학생 출신의 모교를 방문하는 등 성공적인 홍보인력으로 활용한 사례가 있으므로, 이런 성공사례 공유를 통해 다른 대학들도 유학생 동문조직을 결성하도록 유도

3. 외국인유학생 취업지원 확대에 대한 제언

1) 정부 차원의 지원

(1) 유학정책을 이민정책으로 격상, 종합정책 제정

- 유학생 문제는 단순한 교육부만의 문제가 아닌 법무부, 여성가족부, 고용노동부, 보건복지부 등 유관부처들이 서로 복잡하게 얽혀 있는 문제임. 유학정책이 이민정책으로 격상되면 범정부적인 논의와 지원이 가능하고, 각 부처별 이해관계 조정을 통해 효과적인 정책 집행이 가능할 수 있으며, 유학생 문제에 대한 정부차원의 표준화 된 원칙을 제시할 수 있음
- 유학정책이 이민정책으로 격상되면, 부처 간 충분한 협의를 통해 정부는 유학생 취업과 관련한 일관된 원칙을 제시할 수 있으며 유학생의 불법취업으로 인한 외교문제 비화가능성을 사전에 차단할 수 있음

(2) 유학생 취업관련 Control Tower 구축과 '유학생 창·취업스쿨' 개설

- 정부, 지자체, 기업, 대학 등이 모두 정보를 공유하고 유학생 취업문제의 주체로 참여하는 협의회를 구성하여 주도적인 역할을 이끌어 가는 Control Tower를 중앙정부가 주축이 되어 구성
- 국내 기업이 유학생을 선호하지 않는 이유 중의 하나가 한국기업문화를 이해하지 못하는 것인 바, '유학생 창·취업스쿨'을 개설하여 한국기업문화를 익히도록 하여 바로 현장에 투입할 수 있도록 하자는 취지. 정부 대행기관이 이를 진행하면 기업이 신뢰하는 최소한의 조건을 갖춘 유학생을 배출할 수 있어 기업 적응이 빨라 윈-윈할 수 있으며, 창업을 원하는 유학생에게 법률지원 등을 통해 국내 정착을 유도할 수 있고, 이들의 창업은 동료 유학생의 취업에도 도움이 되어 새로운 유학정책으로 정착할 수 있음

(3) 유학생 취업 문제에 대한 incentive & disincentive 제도 강화

- 유학생 취업 지원활동에 대한 평가지표를 마련하여 유관기관이 적극적으로 참여할 수 있도록 하며, ‘유학생 유치·관리인증제’ 평가에서 다양한 취업지원활동이 반영 될 수 있도록 함

(4) 글로벌 해외기업으로 채용채널 확대

- 글로벌시대에 굳이 유학생 취업을 한국 내에서 해결하는 것으로 제한할 필요는 없으며, 국내에 다양한 글로벌 교육 프로그램을 마련하고 우수 유학생 인력들을 특화하여 이들을 활용할 수 있는 해외채널을 적극적으로 개발

(5) 유학생 취업규제 완화와 제도 개선

- 졸업 후 취업 체류기간 연장 및 비자 절차 간소화도 개선이 되어야 할 부분으로, 특히 유학생이 국내에서 일자리를 찾을 수 있는 시간을 충분히 배려하고, 표준화 된 비자 발급관련 심사안을 마련하여 획득절차 간소화방안을 점진적으로 추진

2) 지자체, 기업 차원의 지원

(1) 관내 주요 기업의 유학생 취업수요 파악

- 지자체는 관내 기업의 유학생 취업과 관련한 업종, 직종, 채용규모, 급여수준 등의 기초자료를 정확히 파악하고 대학과 연계하여 학생들이 이용할 수 있도록 하며, 채용을 희망하는 관내기업의 데이터 베이스(DB) 구축
- 유학생의 국내 취업은 지자체의 적극적인 지원과 참여 없이는 성공하기 어렵기 때문에 정부는 지자체의 이런 활동을 유도할 수 있는 정책 마련에 노력

(2) 산-학-정 공동의 취업설명회 개최

- 관내 중소기업의 참여를 독려하여 취업루트를 만들고, 중견기업이 유학생에 대한 편견을 갖지 않도록 교육하며, 산-학-정 소통의 장으로서 소규모 유학생 취업설명회를 개최하는 것도 고려할 필요가 있음
- 지금까지의 취업박람회는 규모는 컸지만 효과가 적어 사실상 무용론이 나오고 있는 실정인데, 지자체에서 유효수요를 파악하여 설명회를 개최한다면 보다 효과적인 연계가 될 수 있을 것임

(3) 지자체-기업 중심의 인턴십 운영

- 유학생에게 한국의 정부기관과 직장문화에 대한 체험기회를 확대하는 인턴십 과정을 확대운영. 예를 들어, 미술관, 전시회, 문화회관 등 관내 문화기관과 기업에서 통·번역 업무를 지원하는 인력으로 유학생을 활용하거나, 각 시도 행정기관에서 관광홍보대사 등 일정한 역할을 부여하여 행정지원 요원으로 활용하고, 인턴십을 수료한 유학생에게는 취업인센티브 제공

3) 대학 차원의 지원

(1) 엄격한 평가와 한국어 실무교육 강화

- 유학생의 다양한 유학목적을 만족시키기 위해서 입학기준을 낮춘다고 해도, 학습과정에서의 한국어에 대한 평가기준은 엄격하게 적용해야 함. 한국어 수준이 낮은 유학생에게는 한국어 과목에 무학점제(pass/no pass)를 신설·운영 하여 한국어 교육서비스와 관리를 동시에 강화할 필요가 있음. 이는 유학생 수준에 맞춘 다양한 실무형 한국어교육 프로그램을 운영하면서 졸업기준 TOPIK 급수 취득여부에 대한 관리감독을 강화하는 조치가 될 것임

(2) 지역문화 관련강좌 개설과 문화행사 지원

- 유학생이 국내 기업에 취업을 해도 문화적응에 상당한 어려움을 겪게 되므로, 한국문화 이해의 한 방법으로 유학생을 지역축제 등 문화행사에 참여하도록 지원하여 지역 주민들과 소통할 수 있는 기회를 제공하며, 유학생이 지역문화 행사에 참여할 경우 사회봉사학점을 부여하여 동기유발 제공

(3) 졸업유학생 체계적 관리와 성공사례 발굴

- 취업담당자는 주기적인 상담을 통해 유학생의 취업 성향, 발전가능성, 선호 업종, 원하는 급여수준 등을 파악하여 기업에 적극 소개
- 졸업한 유학동문은 유학생을 유치하거나 후배를 현지에 취업시키는데 상당한 역할을 할 수 있으므로 졸업생 관리에 대한 새로운 인식 요구는 한편, 유학생의 취업성공 사례를 적극적으로 발굴하여 홈페이지나 커뮤니티 등에 소개함으로써 유학생의 취업동기와 자신감을 갖도록 배려

참고문헌

- 교육부, 「2012년도 국내 외국인유학생 통계」
- 국립국제교육원, 「해외유학박람회 실적(2006~2010)」
- 강희숙 외, 「충남지역 외국인유학생의 현황과 과제」, 충남발전연구원, 2009.
- 김미희 외, 「전라북도 중국 유학생 유치 확대를 위한 정책적 지원방안」,
전북발전연구원, 2011.
- 김병권, 「해외 주요국 글로벌 인재 동향보고」, 코트라, 2013.
- 김세나, 「대구지역 외국인유학생 지원 방안」, 대구경북연구원, 2013.
- 김세나·최재원·송은정, 「대구교육국제화특구 지정 및 육성 기본계획 수립 연구」,
대구경북연구원, 2012.
- 김주현, 「주요국 외국인력 정책 비교 및 시사점② -지적 자산 확보를 위한 외국
인 전문인력 유치 방안-」, 현대경제연구원, 2011.
- 구자역, 「2010년 대중국 종합연구 한·중 양국민간 우호정서 저해요인 연구,
-국내체류 중국인유학생 실태조사를 중심으로-」,
경제·인문사회연구회, 2010.
- 김중섭 외, 「외국인유학생 유치 다변화 전략 방안」, 교육과학기술부, 2010.
- 문흥호 외, 「한 중 양국의 상호 유학생 실태와 개선방안」,
경제·인문사회 연구회, 2010.
- 박응수 외, 「전문대학에서의 외국인유학생 유치 확대를 위한 실천적 방안 연구」,
한국전문대학교육협의회, 2004.
- 서영인 외, 「대학의 외국인유학생 관리 및 지원 체제 강화 방안 연구」,
한국교육 개발원, 2012.
- 송영관·양주영, 「외국인유학생 유치정책을 통한 외국 전문인력 활용방안」,

- 대외경제정책연구원, 2009.
- 신종호, 「국내 중국인유학생 실태와 유학생 정책 개선방안」, 경기개발연구원, 2011.
- 신종호, 「경기도의 외국인유학생 유치전략 및 관리방안 연구: 중국 유학생을 중심으로」, 경기개발연구원, 2012.
- 이기정·노정화·신우영, 「국내 외국인 학생 지원·관리체제 개선 방안 연구」, 교육과학기술부, 2009.
- 이명재, 「외국인유학생 유치 확대를 위한 취업 연계 장학 프로그램 개발」, 교육인적자원부, 2006.
- 최규발, 「재중 한국유학생 및 졸업생 현황과 취업실태 기초조사」, 경제·인문 사회 연구회, 2011.
- 최정순 외, 「해외인적자원 유치 확대 및 활용을 위한 유학생 지원 전담기구 설립 방안 연구」, 교육과학기술부, 2012.
- 황규석·염도민, 「도내 대학교 외국인유학생 실태와 지원정책 연구」, 강원발전연구소, 2013.
- 하연섭 외, 「인증제 시행에 따른 대학의 외국인유학생 유치관리 변화 및 제도 보완 사항」, 교육과학기술부, 2012.
- 국립국제교육원 홈페이지(www.studyinkorea.go.kr)
- 부산국제교류재단 홈페이지(www.bfia.or.kr)
- 中國教育在線, <http://www.eol.cn/html/lx/baogao2013/page1.shtml>

[부록 1]

외국인유학생 유치확대 정책 자문회의 내용

- 일시 : 2014년 6월 11일
- 장소 : 한양대학교 중국문제연구소
- 참석 : 수도권 사립대, 수도권 전문대, 지방 국립대, 지방 사립대, 지방 전문대 유학 담당 실무책임자 5인 및 본 과제 연구원 3인
- 형식 : 회의 자료를 사전에 공지하고 이를 중심으로 참석자들이 편하게 자신의 경험과 주변의 사례 등을 이야기 하고, 연구 수행팀이 제시한 정책제언의 실현가능성 등을 평가한 내용을 분야별로 재정리

1. 해외유학박람회 개최 관련

1) 해외유학박람회 효과

○ 해외유학박람회는 한국 학교의 인상, 이미지 전달 역할 수행

- 해외유학박람회는 유학생 유치에 있어서 직접적인 효과보다는 장기적인 효과를 바라볼 필요가 있기 때문에 단기적으로 실질효과가 적다고 해도 신흥국가를 중심으로 지속되어야 함

2) 해외유학박람회에 대한 수도권-비수도권의 인식 차이

○ 비수도권 대학의 경쟁력 강화는 영원한 숙제

- 해외유학박람회에 수도권 대학과 지방대학이 같이 참가하면, 지방대학이 학생 유치에 상대적으로 불리한 것은 사실이지만, 국립국제교육원이 이를 의식해 분리 개최를 할 수는 없을 것임
- 분리개최 대안으로는 부산처럼 지자체의 관내 대학이 협력을 강화해서 특정 자매도시를 중심으로 개별 해외 유학박람회를 개최하는 것이 현실적인 방안이 될것

3) 해외유학박람회 개최 시기

○ 해외유학박람회 단독개최 시기를 현지 조건에 맞게 조정

- 국가마다 대학시험 시기가 다르기 때문에 해외유학박람회 개최 시기를 가장 효과적일 때로 맞춰야 하는데, 많은 해외유학박람회는 시기 선정이 적실성이 떨어지고 있음
- 예를 들어, 현지에서 대학시험이 끝나거나 합격자 발표가 나온 직후의 해외 유학박람회가 가장 효과를 거둘 수 있음. 왜냐하면 성적이 안 좋거나 입시에 떨어진 학생들이 유학을 가장 적극적으로 고려하는 시기이기 때문임

- 중국의 경우 7월 대학입시가 끝나고 해외유학박람회를 실시하는 것이 가장 좋은데, 대학 준비에 여념이 없는 5월에 시행하는 경우가 꽤 있었음. 이로 인해 고3학생들이 해외유학박람회에 참가할 시간이 없거나 유학에 대한 흥미가 반감되어 해외유학박람회 실효성이 떨어지는 사례가 있었음

○ 여러 국가의 시험시기 중복에 따른 불가피한 선택 이해

- 국립국제교육원은 자체 계획에 따라 각국에서 해외유학박람회를 개최해야 하고, 공동 개최할 국내 다른 기관과의 조율도 필요하기 때문에, 시기 선정이 적당하지 않을 경우도 발생할 수 있음
- 하지만 현지 대학사정에 맞춰 집중적으로 박람회를 배치하였으면 하는 것이 대학 담당자들의 바람인 것도 사실임.
- 시기가 맞지 않아 성과를 내지 못할 것 같은 해외유학박람회에 대학의 유학담당 책임자가 참가할 경우, 대부분 다음 박람회 참가에 부정적인 판단을 내리는 것이 현실임
- 따라서 현지 대학 입시가 끝난 다음에 박람회를 여는 등 현지 상황을 고려하여 시기를 조정하는 적극성이 필요함

4) 해외유학박람회 개최 방식에 따른 성과

○ 국제유학박람회의 경우 시기는 좋으나, 한국 부스가 묻히는 단점

- 현지 국가에서 시행하는 국제유학박람회는 개최시기가 적당하고 홍보가 잘되어 관람객이 많아 외형상 큰 성과를 낼 수 있을 것으로 보이기는 하지만, 유학 관심지역이 대부분 영어권 국가이기 때문에 한국 부스는 주목을 받지 못함
- 그렇다고 한국이 국제유학박람회에 참석하지 않을 수도 없기 때문에 국립국제교육원이 중심이 되어 각 대학의 참가를 권하고 있음. 따라서 대학들도 목전의 유치효과를 목적으로 하기 보다는 장기적인 차원에서 참가하는 경우가 많음

5) 해외유학박람회 개최 장소 선택 시 고려사항

- 해외유학박람회는 신흥국가 개척이라는 차원과, 현실적으로 단기효과가 높은 지역을 대상으로 하는 경우로 나눌 수 있는데, 대학 입장에서는 후자일 경우는 참가를 하지만, 전자의 경우 참가 희망학교가 적은 것이 사실임
- 따라서 신흥지역 해외유학박람회 개최 시에는 한국의 고급 이미지 홍보라는 차원에서 정부에서 부담을 더 많이 하는 방향을 정하는 것이 필요함
- 다만 신흥지역의 경우라 하더라도 서유럽처럼 한국보다 선진국으로서 한국유학생이 적은 경우는 우선고려 대상에서 제외해야 하며, 대만의 경우도 한국보다 등록금이 반 정도로 저렴하여 유학생이 많지 않는 점을 고려하면 해외유학박람회를 개최할 필요가 없음

6) 해외유학박람회 홍보 성패는 대행사 선정에 달려

○ 해외유학박람회 홍보효과 증진을 위한 공모제 정착 필요

- 신흥지역의 경우, 특히 현지 상황을 모르기 때문에 대사관, 영사관, 한국상인회, KOTRA 등 현지기관의 소개를 받아 대행사를 선정하는 경우가 많아, 이들의 업무 능력이 검증이 안 돼 참가대학의 불만을 산 경우도 발생
- 해외유학박람회의 성공적인 홍보를 위해서는 한국에서의 공개입찰을 하거나 현지 진출 홍보회사와 현지홍보회사의 컨소시엄에 가산점을 주어 현지화를 추진 하되 한국기업이 적절한 관리감독을 할 수 있는 시스템을 도입할 필요가 있음
- 해외유학박람회 대행사가 홍보하는 여러 방식에 대한 효과가 검증되지 않은 경우가 많고 현실적으로 이들의 홍보상황을 검증하기가 매우 어려움. 특히 전단지 배포나 포스터 부착, 현수막 게재와 같은 경우는 현장을 일일이 확인할 수가 없는 한계가 있어 대행사 보고내용과 차이가 클 수 있음

○ 대상(Target) 중심의 해외유학박람회 홍보가 더 중요

- 인도네시아에서 국공립학교 학생을 중심으로 홍보를 하고, 이들을 행사에 대거 동원한 경우도 있었는데, 이는 홍보를 위한 홍보에 불과한 사례라고 할 수 있음
- 베트남에서도 5성급 호텔 2층에서 해외유학박람회를 개최하는 바람에 고등학생은 물론 대학생도 호텔을 들어오기 주저하는 일이 발생했는데, 이는 대행사 선정이 꼼꼼하지 못한 것과 관계가 크다는 것이 대학 관계자들의 판단임
- 신흥지역 국가의 선정은 장기적인 관점에서 선택하기 때문에 유학 대상자가 많지 않기는 하지만, 해당 도시 내에서는 가능성이 가장 많은 부유한 지역 고등학교나 대학가를 중심으로 선택과 집중을 통한 홍보를 할 필요가 있는데, 이는 대행사와 계약을 맺을 당시부터 보다 세밀한 조항을 만들어 조건을 강화하는 것으로 해결해야 함

2. 유학생 유치 확대 관련

1) 한국유학의 구조적 한계 극복 대안 찾아야

○ 국가브랜드 파워 약한 한국유학시장의 경쟁력

- 유학은 대상 국가를 먼저 선택하고 학교를 선택하기 때문에 국가브랜드가 가장 중요한 기준이지만, 한국은 언어문제와 크지 않는 경제규모로 인해 유학경쟁력이 약하다는 사실을 인정하는 것에서부터 대책의 출발이 되어야 함
- 현재 유학생 20만 명 유치계획은 대단히 무리한 계획인데, 만약 유학생 유치정책을 확실하게 밀고 가려 한다면 교육부 차원 이상의 정책집행이 가능한 구조를 만들어야 할 것임
- 예를 들면, 독일은 학비가 없기 때문에 한국에 학비를 내고 유학 올 이유가 없으며, 호주와 뉴질랜드 등도 대학의 등록금 대출제도가 잘 되어 있기 때문에 학비가 저렴하지 않아도 유학을 선택할 수 있음
- 그런데 한국은 학비 대출제도도 잘 구비되어 있지 않으면서 학비가 저렴하지도 않고, 국제적으로 우수한 학교도 많지 않으며 한국어가 국제사회에서 많이 쓰이지도 않기 때문에 선진국에서 한국에 유학 오고자 하는 지원자체가 많지 않음
- 따라서 유학정책의 성공여부는 유학정책을 이민정책의 하나로 바꾼다든지 하는 국가의 거시정책이 중요하며, 대학은 학생의 질적 관리 제고에 노력하는 협력체제가 갖추어져야함

○ 한류현상과 유학생 증가는 분명히 구분해야

- 유학은 단기적인 한류에 편승해서 오지 않는다는 사실을 인정할 필요가 있음. 그렇지 않으면 유학정책 방향에 오류가 발생할 수 있기 때문
- 한국 문화를 배우는 것은 어학연수나 여행으로도 충분하다는 것이 대부분의 생

각이기 때문에, 한류가 인기가 있다고 유학생이 많아질 것으로 기대하는 것은 잘못된 생각임

- 유학생의 증가는 한국의 국가브랜드 상승에 대한 편승기대감과 미래 취업과 밀접한 관련이 있다는 것을 인정하고 여기에 맞춘 정책을 수립해야 함

2) 대학의 특성에 맞는 자율성 보장해야

○ 각 대학이 자신만의 강점 특성을 살려 자체 마케팅 전개

- 지방대학의 경우 자체 마케팅이 더 유리한 것이 사실이며, 그 이유는 자매결연 대학과 지속적인 유대를 강화하여 신뢰를 기초로 하기 때문에, 대학의 명성이 떨어지더라도 유학생 유치가 가능
- 실제로 지방 국립대, 지방 사립대, 전문대는 각자의 특성을 내세워 유학생 유치에 특성화를 꾀하거나, 학교 자체적으로 교류하고 있는 자매 학교를 방문하여 설명회를 통해 유학생을 유치하고 있음

○ 대학의 특성화 강화가 국가 차원에서는 다양성 확대

- 몽골 학생 특성화 대학, 베트남 학생 특성화 대학, 인도네시아 학생 특성화 대학 등이 현지 대학이나 기관들과 활발한 연계활동을 전개하면서 안정적으로 유학생 수를 증가시키고 있음
- 이런 대학의 특성화는 국내의 유학생 다양화에 상당한 기여를 하고 있지만, 학교 차원에서는 ‘인증제’ 다양화 항목에서 불이익을 받고 있는 모순이 발생하고 있음
- 대학에게 유학생 모집 대상에 대한 자율권을 부여해야 하는 것은 너무나 당연한 것이지만, 현재의 정책은 오히려 규제 일변도라는 것이 유학생 담당자들의 솔직한 심정임

○ 유학생이 해외유학박람회에서 직접 설명하는 방식이 효과적

- 현재 한국에서 유학하고 있는 본교 학생을 동반하여 해외유학설명회 때 직접 설명하게 하거나, 유학생이 제작한 영상을 모아 상영하는 것이 상당한 효과를 발휘한 것으로 입증됨

3) 교수-학생비율 강화로 유학생 유치포기 하는 딜레마

○ 재정건전성 강화를 둘러싼 유학생 존재의 딜레마

- 유학생은 대학의 재정에 기여하는 부분이 존재함에도 불구하고, 일부 대학은 유학생 숫자를 줄여야 하는 경우도 있으며, 실제 그런 현상이 일어나고 있음
- 유학생은 정원 외로 입학이 허용되기 때문에 유학생이 많으면 재정수입이 늘어나는 것은 사실이지만, 교수-학생 비율 산정 시에는 유학생도 학생비율에 포함되기 때문에 교수 비율이 낮은 대학은 유학생 수를 줄여야 하고, 이것이 재정을 악화시키는 요인으로 작용하고 있음
- 논리적으로 유학생이 많아 국내 학생들의 학습권리 악화되는 현상을 막아야 하기 때문에 교수-학생 비율 산정에 유학생을 포함하는 것은 당연하나, 대학은 교수 채용을 늘리면서 유학생을 확보하기보다는 유학생 수를 줄이는 방식을 선택하는 경향이 있음

4) 각 대학별 유학생 유치 방식과 사례

○ 유학생의 모교 방문도 효과적인 방법

- 현재 유학하는 학생이 자신의 고등학교 후배들에게 설명회하는 방법도 높은 호응을 유도하는 방법이었음. 다만 다른 고등학교에 가서 설명하는 것은 호응도가 기대보다 낮음

○ 지방대일수록 특성화 유학이 효과적

- 전북의 모 전문대의 경우 몽골학생으로 특성화 하고 있으며, 유학생을 유치하기 위해 학교 설명회를 몽골 현지에서 활동하고 있는 졸업생들이 하도록 함. 이 방법은 졸업생과의 지속적인 교류를 유지하고, 예비 유학생들에게도 유학의 좋은 결과를 실제로 보여줄 수 있어 좋은 반응을 얻고 있음

○ 유학 대상국가에 한국어 강사 파견하는 적극적인 방식

- 지방 모 사립대의 경우, 그 학교 한국어 강사를 유학생 유치 대상국가에 1년간 한국어 강사로 보내서 강의와 동시에 유학생 유치업무를 맡기고, 유학생 유치에 따른 인센티브를 제공하고 있음
- 한국어 강사는 현지에서 받는 급여가 한국보다 낮기는 하지만, 현지 경험을 쌓고 나면 본교에서 4년간 강의를 주는 조건을 제시하기 때문에 해외 강사로 나가려는 경쟁이 상당함
- 한국어 강사들이 유학을 희망하는 현지 학생을 추천하거나 소개할 경우, 자매결연 학교, 교사와 강사, 학생과 강사 사이의 유대관계가 비교적 단단하기 때문에 유학 소개 성공률이 높고 유학 기간에도 이탈하는 학생이 거의 없음

5) 현실적으로 대단히 어려운 유학생 사후관리

○ 유학생 사후관리는 대학에 엄청난 부담 가중

- 유학생이 너무 많은 대학의 경우 졸업생의 취업은 물론 졸업생 관리가 거의 불가능한 상황임. 현실적으로 유학생들의 연락처를 확보하고 이들에게 관련 소식을 이메일로 전달하는 수준이지만, 유학생 자신의 신상변화에 대한 정보변화를 회신하는 경우는 극히 드문 현상

○ 만만치 않은 유학생동문회 조직 운영

- 해외유학박람회 참가도 졸업생 동문회 조직을 위한 목적도 있으나 실제 효과는 크지 않음. 졸업생 동문회가 지역별, 학교별로 조직되어 교류된다면 유학생 유치와 취업에도 좋을 것이나 학교차원에서 동문회조직 등 경제적인 도움을 주기는 매우 어려운 과제임
- 서울에서 유학생이 많고 관리를 가장 잘 한다고 알려진 대학의 경우도 유학생 동문조직이 활동하고 있는 곳은 2~3개에 불과할 정도로 아직은 초보적인 수준임
- 유학생 출신이 대학 교원으로 근무하는 지역은 그나마 서로 연락을 하거나 동문조직의 중심이 되기는 하지만, 이들도 유학생 동문조직을 운영할 메리트가 없기 때문에 적극적으로 활동하지는 않음
- 따라서 유학생 동문회 조직을 강화하려면 일본 외무성의 관리사례를 참조하여 우리가 적용할 수준에 대한 냉정한 평가를 해볼 필요가 있음

3. 유학생 관리 관련

1) 유학생 건강검진, 건강보험 가입은 정부가 관리할 문제

○ 비자와 연계될 때 효과가 높은 건강보험 가입은 정부가 맡아야

- 유학생이 가장 두려워하는 것은 규정을 따르지 않을 때 비자발급이 제한되는 경우임
- ‘유학생 인증제’ 조건에 맞추기 위해서는 유학생 보험 가입률이 60% 이상이어야 하는데, 이렇게 보험 가입을 강제하려면 비자발급 당시 건강보험증서 첨부와 연계하여 처음부터 정부가 관리하는 것이 합당함
- 현재의 시스템에서는 모든 책임을 학교가 지도록 하고 있는데, 유학생에게 보험 가입을 강제할 학교 규칙이 있지 않음. 또한 보험료는 유학생들 자비로 내야 하기 때문에 많은 유학생들이 보험에 가입하려고 하지 않아 이를 설득하는데 많은 행정력이 소모되고 있음
- ‘유학생 인증제’를 위해서 어떤 대학은 유학생 보험료를 대신 가입하는 경우도 있어 부담이 커지고 있다는 불만을 토로하는 경우도 있는데, 이는 등록금 고지서에 보험료 납부를 추가할 경우 등록금 인상으로 인식하기 때문에 유학생들과의 갈등 요소로 작용함
- 따라서 다른 선진국처럼 정부차원에서 보험가입이 비자발급을 위한 필수 서류가 되도록 해야 함. 보험 관련 일은 대학에서 관리할 사항이 아니라 출입국 심사 당시 보험가입 여부와 연동할 필요가 있음

2) 비자문제가 유학생 확장에 저해요소 안돼야

○ 비자문제에 대한 획기적인 인식 전환

- 유학생은 중국, 몽골, 동남아 유학생 순인데, 몽골, 중국 유학생을 잠재적 불법 체류자로 보는 시각이 강해 비자 연장이 어려움

- 예를 들면, 몽골 국회의원 아들도 비자가 안 나와서 친한파로 분류되던 몽골 국회의원이 다시는 학생들을 안 보내겠다며 갈등을 빚은 적도 있을 정도로 이들 국가에 대한 차별이 존재함
- 특히 문제가 되는 것은 비자 서류와 통과 기준이 통일되지 않아 출입국관리소 직원이 바뀔 때마다 기준도 달라지는 일은 원성의 대상이 되고 있음
- 따라서 비자 통과여부는 담당자에 따라 달라질 수 있다는 대학 담당자들의 인식이 바뀔 수준의 대폭적인 정비가 필요함

○ 8학기 졸업 미이수자 대책은 현실화해야

- 유학생의 한국어 능력 수준을 올리라고 하지만 유학생은 한국어만 잘해서는 취직이 어렵기 때문에 영어를 필수적으로 해야 하고, 전공점수도 받아야 하는 등 상당한 부담을 안고 생활하고 있어, 8학기 만에 졸업 못하는 경우가 많음
- 이 때 학기 연장으로 비자연장 신청을 할 경우 거절되는 경우가 많음. 비자연장 거부 이유는 주로 불법체류 때문이지만, 이 때문에 8학기로 유학생의 학기를 강제하는 것은 교육적 측면에서 문제가 있음
- 따라서 외교부, 법무부, 교육부 등 부처 간 협의를 통해 유학생에 대한 기준을 현실에 맞게 조정하여 현실적인 졸업 기준을 재정립해야 함

4. 유학생 취업대책 관련

1) 졸업 유학생의 취업통로 다양화

○ 졸업유학생의 자국 내 취업알선 가능성 타진

- 타국의 60여개 대학과 자매 결연을 맺고 긴밀한 교류를 하고 있는 모 대학은 중국인유학생을 한국에 취업시키기보다 중국 현지기업에 취업시키려고 노력하고 있음
- 이 대학은 관계가 긴밀한 중국 20여개 대학에게 자교 출신 유학생을 기업에 소개시켜 줄 것을 요청하고 있으며, 일부는 성과를 내고 있어, 다음에 한국 유학을 준비하는 학생들에게 희망을 주고 있음
- 현지 학교는 그 지역 기업들과 연계되어 있기 때문에 한국 유학 출신들의 T/O를 받아내는 노력을 하고 있고, 이것이 그 학교의 유학생 배가에도 도움이 되고 유학생동문회 조직의 거점이 되는 1석 3조의 효과가 있어 적극적으로 추진할 만한 내용임

○ 대학 간 자매결연 신뢰 정도가 현지 취업 성공여부의 관건

- 졸업한 유학생이 본국에 돌아가려고 하는 이유는 다양하지만, 한국 취업의 혜택이 점점 작아지는 것도 중요한 원인으로 작용하고 있음. 문화정서적 차이, 외국인에 대한 차별, 고향에 대한 그리움 등 여러 가지 불리한 상황에서도 한국 취업을 하려고 하는 것은 임금이 높거나 한국취업 경력이 도움이 될 것이라는 판단 때문임
- 그런데 임금격차가 점점 줄어들고 있고, 한국 취업의 경우도 임금차별을 받기 때문에 한국 취업을 포기하는 경우도 상당히 많음. 특히 유학을 온 이들의 가정환경은 비교적 부유하기 때문에 저임금이나 노동 강도가 높은 직장을 기피하는 것은 당연한 현상

- 예를 들면, 한국에서 대학을 졸업한 내국인은 연봉 4000만 원을 받는데, 동일조건에서 유학생은 2500만 원을 받는 등 내국인과 유학생의 차별대우가 심함. 그렇기 때문에 유학생들은 2년의 정도의 취업경험 있으면 본국으로 돌아가서 더 나은 직장을 찾으려고 함
- 따라서 가족과 친지가 있는 현지 취업을 희망하는 유학생의 현지 취업을 위해 자매결연 대학과 관계를 강화하는 것도 유학생 유치 확대를 위한 장기적 방법이 될 수 있음

2) 유학생 관리프로그램 통일

○ 유학관련 기관 표준프로그램 운영 필요

- Study Korea, GKS 장학시스템, 한국유학종합시스템, Hi-Korea 등으로 분산되어 있는 시스템을 통일하거나, 연동할 수 있는 표준 프로그램으로 전환해야 통일적 관리가 가능할 것임
- 과거 유학생 취업프로그램을 만들려고 했으나, 학교는 유학생 유치·관리만으로도 버겁다며 별 관심이 없었음
- Hi-Korea 프로그램을 수정하여 각 대학의 사후관리 프로그램으로 통일적으로 사용하는 것도 고려할만함
- 사실 언론사는 관심이 있으나, 가장 필요한 건 정책으로 시행되어야 효과가 있음. 10시간 정도 과정으로 한국문화, 직업체험 등 인턴십을 하게하고, 이를 학점 인정, 또는 취업과 연계되게 학교와 기업 사이의 정부 기관의 협조가 선행되어야 함

3) 유학생 취업스쿨 운용 필요

○ 정부기관, 지자체가 중심이 된 유학생 취업스쿨 운영

- 기업에서는 유학생이 한국기업문화에 대해 이해하고, 약간의 실무교육을 받아 채용과 동시에 즉시 현장에 투입할 수 있기를 바라지만, 이렇게 훈련된 유학생을 구하기는 매우 어려움

- 한국인력관리공단 같은 정부기관이 대학과 협약을 맺어 취업스쿨을 운영하고, 대학은 이 프로그램에 참가한 유학생에게 사회봉사 혹은 실습학점을 부여하면 많은 유학생이 취업스쿨에 등록할 것임
- 지방의 경우 광역지방자치단체가 중심이 되어 동일한 프로그램을 운영하고, 대학은 공동학점제 등 다양한 교류 프로그램을 개발하여 기업의 수요에 맞춰 교육한다면 산학정의 협력체제가 보다 구체화 가능

□ 대학실무자들이 전하는 비자관련 민원사례

○ 대학의 소명을 신뢰하지 못하는 사례 빈발

- A대학에서 유학생을 유치하고자 유학생의 은행잔고증명서를 제출했지만 출입국관리소에서 위조라고 대학에 통보, 대학은 현지 해당대학과 현지 은행에서 위조가 아님을 확인했지만 출입국관리소는 이를 믿지 않고 비자 거부
- B대학에서 졸업 예정인 유학생이 대학원에 진학하고자 1학기 3학점을 남겨 두고 비자 변경을 신청했지만 정부는 8학기에 학업을 마치지 못한 것을 문제 삼아 비자 변경 거부. 이 학생이 대학원에 진학하고자 한다는 사실을 담당교수가 문서로 확인해 주었지만 인정되지 않아 이 학생은 대학원 진학이 불가능한 상태에 있음

○ 영사관마다 다른 기준 적용으로 혼동

- C대학에 다니다 휴학한 유학생이 복학하려면 2월 초까지 관련서류를 정리해야 하는데 비자발급이 안돼 문의한 결과, 국내 기관에서는 우선 관광비자로 변경하여 들어와 학교에서 '표준입학허가서'를 발급해 유학비자로 전

환할 수 있다고 안내해 주었지만, 현지 영사관에서는 이를 불허하여, 이 학생이 1년을 추가로 쉬어야 했음

○ 전공이 일치해야 취업이 가능한 유학생의 애환

- D대학 석사과정을 졸업한 유학생이 자신이 졸업한 학교에 취업을 하고자 했지만, 이 학생의 전공이 행정학과이기 때문에 학교 업무에 적절하지 않다는 이유로 비자를 내주지 않아 본교 근무를 하지 못함

○ 대학의 유학생 관리책임은 어디까지?

- E대학에 다니는 유학생이 병이 나서 휴학계를 제출하여, 학교 당국은 이 학생에게 귀국하여 치료할 것을 권유하고(휴학생은 귀국이 원칙) 이 학생이 휴학하였다는 사실을 정부에 알렸으나, 휴학생이 한국을 떠나지 않았다고 적발되었는데, 정부는 학교에 이 학생의 이탈 책임을 물음. 학교는 이미 휴학 사실을 통보한 이후라서 더 이상 그 유학생을 관리할 방법이 없었는데 책임을 지라는 것은 부당하다는 입장
- 체류기간이 8월 말까지인 F대학 졸업 유학생은 졸업식 이전에 출국하였다가 졸업은 했지만 비자만료가 남아있는 기간에 다시 입국하였는데, 이미 졸업한(학교는 졸업자 명단을 당국에 통보) 유학생을 불법이탈자로 간주해 학교에 책임을 묻는 것에 대해 대학은 수용할 수 없다는 입장

[부록 II]

유학생 담당 대학관계자 인터뷰 내용

□ 일시 : 2014.4.21~6.7

□ 대상 : 전국 각 대학 유학생 담당 실무책임자.

서울지역(A) : 3개 사립대학, 1개 전문대학

경기·인천지역(B) : 1개 국립대학, 2개 사립대학, 1개 전문대학

강원·대전·충청지역(C) : 2개 국립대학, 3개 사립대학

부산·울산·경남지역(D) : 2개 국립대학, 2개 사립대학, 1개 전문대학,
1개 지방정부기관

대구·경북지역(E) : 1개 국립대학, 1개 사립대학

광주·전남북지역(F) : 1개 국립대학, 1개 사립대학, 1개 전문대학

□ 선정 : 지역 대표성을 가진 대학, GHC사업에 참여한 전문대학, 유학생 특성화 모집대학, 산학연계가 잘되는 대학, 국립국제교육원에서 추천한 대학 등을 중심으로 선정하여 담당자와 사전 약속을 하고, 본 과제 연구자들이 분담하여 방문·면담형식으로 의견을 청취한 이후, 다양한 의견을 과제 주제에 맞게 종합하여 정리함

□ 대상대학 유학생 규모 : 300~1,200명 수준, 서울의 사립대학은 2,000명 수준

1. 해외유학박람회 개최 관련

1) 해외유학박람회에 대한 반응

○ 해외유학박람회 의의는 좋지만 인식의 전환이 필요

- 대부분은 비용대비 효율성이 떨어진다고 판단. 특징적인 것은 대학 내 서열이 의사결정권자일수록 해외유학박람회 참가에 더욱 부정적인 반면, 실무자들은 보다 긍정적으로 평가(A1, A2, B2대학)
- 면담을 진행한 대부분의 대학은 해외유학박람회에 한 번 이상 참가한 경험이 있으며, 매년 여러 차례 참가한 대학도 있음(A2, D4대학)
- 면담 대상자의 공통적인 반응은 참가비용이 비싸다는 것이었는데, 모 대학은 상대적으로 저렴한 비용인 해외유학박람회가 개최되어 처음 참가(C3 대학)

2) 해외유학박람회 의의와 향후 참가 여부

○ 해외유학박람회는 장기투자과 홍보라는 시각

- 유학생이 많고 유학담당자가 많은 대학은 해외유학박람회 참가가 상대적으로 부담이 적기 때문에 향후에도 참가의사를 밝혔으나(A지역의 대학), 유학생 규모가 크지 않은 지방 사립대학 관계자는 개최 도시를 보고 결정하겠다는 반응(D2, C1대학)
- 국립대학이라고 해외유학박람회 참가율이 높은 것은 아니었으며, 최근 몇 년 경영책임자가 참가를 막은 적도 있음(F1대학)
- 면담에 응한 실무자들은 가능하면 해외유학박람회에 참가하는 것이 좋다는 의견을 보이는 사례가 공통적으로 나타남

3) 해외유학박람회 개최 형식에 대한 평가

○ 수도권/비수도권 대학 분리개최 논쟁

- 학생들이 서울권으로 몰리는 것과 관련해 C3대학 담당자는 서울/지방 분리개최를 요구했지만, D4 대학의 담당자는 지방대학의 부스에는 학생들이 없을 것이라며 부정적인 반응
- 유학생들이 서울, 경기 지역을 선호하기 때문에 지방대는 상대적으로 학생들이 방문하지 않기 때문에 지방대의 경우에는 박람회에 참가하는 것보다 개별적으로 직접 학교 홍보거나 자매결연 학교를 확대하는 것이 효과적이라는 반응이 다수(C4대학)

○ 대학은 해외유학박람회 단독개최를 더 선호

- 현지 국가가 주최하는 국제유학박람회에 공동으로 참가하는 경우 한국은 행사장에서 거의 주목을 받지 못하는 상황이 연출되기도 하기 때문에 대학 관계자들은 유학대상자의 순도가 높은 단독개최를 더 선호(대부분 지역)

○ 해외유학박람회 참가는 개최도시가 우선 판단 기준

- 해외유학박람회는 대상 도시를 선정하는 것이 가장 중요하며, 대학이 참가를 결정하는 기준도 예산 다음으로 개최도시를 보고 판단하게 됨. 대학에서는 수년에 걸쳐 특정 도시의 대학을 집중 방문하거나 그 지역에 졸업생 동문조직을 만드는 일이 필요하기 때문(C2대학)

○ 해외유학박람회 참가여부 결정에 경쟁대학의 참가여부도 변수

- 국립국제교육원에서 매년 2월경 각 도시별 해외유학박람회 참가여부를 조사할 때 참가의향으로 회신을 하였지만, 막상 준비단계에서 참가를 포기하는 사례가 상당히 많이 발생

- 참가의사 철회는 학교의 사정에 따라 다르지만, 일부는 경쟁대학이 참가할 경우 참가를 포기하는 경우도 있음. 어떤 비수도권 대학은 수도권의 특정대학을 겨냥하는 사례가 면담과정에서 드러나기도 함(D2대학)

4) 해외유학박람회 참가 실무자의 갈등과 협력

○ 대학 간 경쟁은 당연하지만, 실무자 협력은 꼭 필요

- 해외유학박람회에서 각 대학의 유치 관계자들끼리 알력다툼이 존재하는데, 심지어 서울의 C3대학 담당자는 현장에 나가서 대학 간 협력은 찾아보기 어렵다고 대답이고, B2대학의 담당자는 유학시장도 엄연한 시장이기에 협력이 어려운 것은 당연하다는 반응
- 다만 대학 담당자들의 경쟁의식이 정보교류를 막고 현장의 분위기를 냉랭하게 하는 사례가 있어, 국립국제교육원이 주도하여 담당자들의 협력 분위기 모색을 위한 자리를 마련하는 것이 필요하다고 조언(D1대학)

5) 부산시와 지역 대학의 유학생 유치 협력 사례

○ 부산 알리기가 중요하다는 공감대 형성

- 부산은 외국의 32개 도시와 자매결연을 맺고 있어서 국제교류를 위한 인프라 구축이 필요한 도시지만, 유학을 준비하는 대부분의 학생들이 부산이라는 지역 자체를 모르는 경우가 많아서 부산국제교류재단이 중심이 되어 부산지역 대학들과 함께 해외유학박람회 개최
- 부산국제교류재단이 설립되어 부산지역 대학과 함께 해외유학박람회를 개최하였는데, 이 해외유학박람회는 유학생 유치, 장학금 연계, 취업정보 제공, 외국인 네트워크 구축 등 종합서비스 제공을 목표로 하고 있음. 그러나 처음 실시한 해외유학박람회는 지역 홍보 등의 문제와 경험 부족으로 단기적 효과로 보면 그다지 성공적이지는 못했지만 지자체의 의지는 분명히 확인된 행사였음

○ 국립국제교육원과 지자체 주최 해외유학박람회 사전 조율 필요

- 국립국제교육원이 개최하는 해외유학박람회 지역과 부산국제교류재단이 지원하는 해외유학박람회 국가가 중복을 피하기 위한 사전 조율 필요(D5)

2. 유학생 유치확대 관련

1) 유학원을 통한 학생유치 비율 감소 경향

○ 유학원을 통해 입학했다는 학생 비율과 차이

- 유학생을 대상으로 조사한 입학경로를 보면, 30%는 유학원을 통했다는 것이 대부분의 연구보고서의 공통된 결론이지만, 유학생 담당자 면담에서는 대부분의 학교가 유학원을 통하지 않고 복수학위 등 다양한 프로그램과 MOU 체결과 같은 직접교류를 통해 유학생 유치한다고 응답
- 대학담당자 면담자 중 경북의 D4대학만 유학원을 통한 학생유치를 계속한다고 밝혔고, B2대학은 공격적인 마케팅을 하겠다고 말하면서 앞으로 유학원 활용을 확대할 가능성을 밝히는 등 실재는 유학원을 활용하지만, 면담에서는 이를 숨기거나 축소해서 말하는 느낌을 받음

2) 상설사무소 운영, 유학생 홍보단 등 다양한 마케팅 구사

○ 비용문제로 상설 사무소 개설대학은 소수

- C5대학은 중국 남부지역에 사무실을 두고, 호남, 호북, 강소, 강서, 안휘 등 한국기업이 비교적 많은 지역에서 유학생 유치를 강화하고 있음
- 서울의 A2대학은 상해에 센터를 두고 중국유학생 유치를 전담하고 있으며, 입학 전 중국어로 입학시험을 치르게 하여 유학생 스스로 이 학교 선택에 대한 자부심을 갖도록 유도하고 있으며 이것이 유학생 유치에도 긍정적으로 작용

○ SNS 활동을 통한 유학생 유치홍보는 필수

- 대부분의 학교에서 유학생 담당자가 QQ계정을 만들어 직접적인 홍보를 하고 있으며, 중국에서 가장 많이 쓰인 QQ나 웨이보를 사용하여 유학생들이 친구들과 정보를 공유하도록 하는 간접홍보 방식은 많이 사용되고 있음
- 서울의 A2대학은 유학생 홍보단을 운영하고 있는데, 이들로 하여금 서울시 관광센터 등에서 한국문화 체험 등을 하게하고 이를 블로그에 올려서 학교에서 지원하는 프로그램을 간접 광고하는 방식을 활용하고 있으며 이것이 상당한 효과가 있다고 자체 평가. 유학생 홍보단은 동영상을 만들어 올리기도 하기 때문에 다수의 유학준비 네티즌이 흥미를 가지고 볼 수 있는 장점이 있음
- Korea frontier 프로그램을 운영하고 있는 대학도 있는데, 이 프로그램은 유학생이 한국을 탐방하면서 동영상을 제작하여 제출하는 프로그램으로 유학을 준비하고 있는 예비유학생에게 전략적인 홍보가 가능함. 주제가 있는 여행프로그램으로 유학을 준비하는 학생들에게 한국 홍보와 더불어 자연스럽게 학교 홍보를 하고 있음

3) 재학생, 어학원 수강생, 동문 등 인적 네트워크 활용 빈도 증가

○ 한국어학당을 최대한 활용한 유학생 유치

- 인도네시아 유학생으로 특화된 부산의 D3대학은 인도네시아 한국어학당에서 6개월 한국어를 교육시킨 후 한국 대학에 입학を 시키고 있음
- TOPIK은 매년 1월에 진행하는 학교 자체 TOPIK으로 대체하고 있으며, 3급의 실력을 갖췄다고 판단되면 입학을 허가하고 있는데, 한국에서 3월에 입학해야 하기 때문에 인도네시아에서 9월~2월까지 6개월을 집중적인 한국어 교육을 시키고 1월에 시험을 치러 한국으로 보내는 스케줄로 운영
- 입학 후에는 1:3멘토 제도를 운영하여 신입생 한명을 인도네시아 선배 3명이 돌아가면서 한국어를 가르치는 멘토제를 운영하고 있는데, 입학 이후 1년 안에 90%의 학생은 3급을 받고 있음

○ 학교 명성이 낮을수록 인적 네트워크 중요성 부각

- 수도권 B3대학은 유학생 250명 중 학교 어학원 출신이 진학하거나 졸업생의 지인이 개인적으로 찾는 경우가 대부분이고 나머지는 교류 대학에 찾아가 직접 홍보활동을 통해 유치하고 있음

4) 취업연계 유치는 이상적이지만 특수대학의 사례 일뿐

○ 모기업의 지원이 있을 경우 취업문제 해결

- D 지역의 D5 대학은 모 기업의 지원과 GHC사업 선정으로 유학생을 유치하여 취업시킨 성공적인 사례이기는 하지만, 유학생 1인당 비용이 많이 들어 전국적으로 확산할 수 있는 모델은 아님
- 이 대학의 유학생 수는 14명에 불과하지만, 모기업으로부터 유학생 운영자금으로 매년 1억 원의 지원을 받고 있을 뿐만 아니라, 이 대학-해외 대학-모기업이 삼자협약을 맺고 유학생을 유치하여 전원 취업을 시켰고, GHC사업 유치 당시 유학생들의 생활비를 포함 일체의 경비를 학교에서 부담함

○ 계열기업이 있는 대학은 다양한 인턴십 프로그램이 유인기제

- 경북의 D4대학은 계열그룹과 연계된 다양한 인턴십 등의 프로그램을 통해 관심 유도

5) 외국 정부 파견 장학생 유치 확대는 국가-대학의 핵심사항

○ 정부 지원 장학생은 유치는 일석삼조 효과

- 상대국이 재정을 부담하는 정부지원장학생은 우수한 유학생 확보를 통한 향후 관계개선의 통로를 확보할 뿐만 아니라 재정기여도도 크기 때문에 대학에서 관심을 기울이는 유학생 유치 방안 중 하나

- 각 대학은 현지 교육부를 상대로 직접적인 마케팅을 통해 정부장학생을 유치하는데, 서울의 한 대학은 이런 방법을 통해 말레이시아 200명, 파키스탄 120명의 장학생이 재학 중에 있음(A2대학)
- 하지만 사우디아라비아의 정부지원장학생의 한국 지원 사례에서 볼 수 있듯이, 일반적으로 정부지원장학생 개인에게 선택권을 줄 경우 한국으로 유학 오는 경우가 매우 적은 것이 사실
- 따라서 정부지원장학생 유치는 대부분 정부의 몫이라고 할 수 있음. 정상회담이나 장관급 회담에서 이 문제를 적극적으로 제기하여 유학생 확보 노력을 보여야 함

3. 유학생 관리 관련

1) 유학생 수준 상승과 성적관리 강화

○ 유학생 학력수준의 전반적 상향 추세

- 유학생의 전반적인 수준은 이전보다 나아지고 있다는 것이 학교 담당자들의 평가. 한 때 전국에서 유학생이 가장 많았던 C3대학 담당자는 어학연수생과 학부생, 석·박사생이 고르게 분포하면서 학생들의 수준이 점차 높아지고 있다고 분석
- 학생들은 한국학생들과 같은 조건에서 상대평가하고 있기 때문에 언어 소통에 문제가 있는 유학생들은 자연스럽게 하위권을 형성함. 그래서 C5대학의 경우 특정 국가의 유학생이 많은 경우, 유학생들만으로 상대평가 할 계획을 가지고 있음

○ 출결관리 주체와 강도는 각 대학마다 상이

- 대부분의 대학이 출결 및 성적 관리에 관심을 두고는 있으나, 유학생만을 위한

원칙은 따로 정하지 않고 과도하게 문제를 일으키는 유학생에게 경고를 주거나 제적 처분하는 정도임

- 유학생의 출결과 성적 관리 주체와 관련해서, C3 대학은 출결 및 성적을 포함한 모든 내용을 유학생 전담팀에서 관리했고, B2, D4대학은 전적으로 학과에 일임하고 유학관리 행정팀은 생활관리만 하고 있으며, A3대학은 별점제를 운영하면서 학점 미달이나 생활수칙 위반 시 기숙사에서 퇴출시키고, D5대학은 숙소까지 모두 책임지는 시스템을 가지고 있음

○ TOPIK 입학기준 학교자율화에 논쟁 치열

- 입학 당시 대부분이 TOPIK 3급을 권장하고 있으나, C3대학 담당자는 이것이 권장사항이기에 학생들이 한국어공부를 게을리 한다는 견해를 보임
- 하지만 지방의 D4대학 담당자는 이 기준을 강제하니 학생들이 빠져나간다면 입학기준은 풀고 졸업기준 준수를 엄격하게 관리하는 것이 옳은 방향이라는 입장. 이 관계자는 기준 해제가 유학생의 학력수준을 떨어뜨릴 수 있다는 지적에 TOPIK과 장학금 연계 등 인센티브를 강화하고 졸업기준 준수를 엄하게 한다면 해결할 수 있다고 주장

2) 유학생 관리와 소통은 SNS를 적극 활용하는 추세

○ 유학 적응의 전통적 장애요소 이외도 종교 문화적 요인 추가

- 유학생 적응에서 가장 어려운 점은 언어소통의 문제이지만, 이슬람권 유학생이 많은 B2대학의 경우 문화충돌이나 종교문제도 새로 등장하고 있음
- B2대학에서는 언어교육을 위해 한국인 학생과 유학생을 연결하는 ‘버디(Buddy) 프로그램’을 진행하지만 효과는 미미하다고 평가(300명 유학생 가운데 20~30명 정도가 효과를 봄)
- 이는 한국학생과 유학생에게 지속적인 동기유발을 유도하는 기제가 약하기 때문이라고 분석. 결국 이 문제는 유학생 전담조직이나 담당자가 상담 등을 통해 해결하지만 언어능력 향상에는 별 기여를 못함(F2대학)

○ 유학생과 소통은 SNS가 대세

- 거의 모든 대학이 인터넷 커뮤니티(QQ, Wechat, 微信등등)를 가지고 있었으며, 학교소식, 취업 정보 등을 모두 이 곳 관리자를 통해 공유하고 소통함. 각 대학 담당자는 유학 출신 국가에서 가장 많이 사용하는 메신저를 이용하기 위해 여러 개의 계정을 가지고 있기도 함

○ 유학생과의 상담과 소통강화의 중요성 인식

- 서울의 모 대학은 중국인유학생을 위해 조선족 상담사를 2명 채용하여 상시 상담할 수 있는 체제를 갖추고 있어 유학생의 애로사항 처리에 많은 도움이 됨. 이것은 유학생 규모가 1,700명 이상 되기 때문에 외국인 상담사 채용이 가능하며, 교내 인턴사원을 훈련시켜 영어권 상담사로 활용

3) 졸업생 사후관리 애로사항과 동문회 조직

○ 졸업생 사후관리는 현실적으로 불가능하다는 현장의 목소리

- 거의 모든 대학이 졸업생들에 대한 사후 관리를 체계적으로 하지 못하고 있는 상황임. C5대학만이 2011년까지 동창회 주소록을 제작했지만 이후 정체상태이고, 대부분 담당자와 친분이 있는 경우만 연락이 되고 있음

○ 유학생 동문조직 결성은 초보단계

- 대부분의 대학은 유학생 동문회 조직 결성에 관심을 보이지만, 아직까지 큰 성과를 내는 대학은 별로 없이, 귀국 후 교수 등 안정적인 자리를 잡은 졸업생과 연락하는 정도가 가장 일반적
- 서울의 A2대학은 상해에 직접 운영하는 센터를 가지고 있어서 졸업생 동문조직 관리가 가능한 상태이지만 다른 지역은 효율적인 동문조직이 어려운 실정임. 담당자들은 유학생 동문회 조직이 필요하지만, 초기 조직 구축 자금을 지원해주는 무리라는 입장

- 따라서 현재 상태로는 졸업생이 교수로 재임하고 있거나 지역 내에서 영향력을 갖는 공무원이나 대기업 근무자를 중심으로 스스로 조직하도록 학교달력 제공 등 최소한의 성의를 표시하는 것이 현실적인 방안

○ SNS 활성화로 동문회 건설 용이한 조건 확보

- A1대학 졸업 유학생들은 학교에서 지원하지 않아도 자발적으로 인터넷 커뮤니티(QQ, Wechat, 微信 등)를 통해 동창회를 갖고 있는데, 이는 SNS를 이용하여 동문의 소재지를 쉽게 찾을 수 있어 가능함
- 따라서 과거처럼 고정된 장소가 있어야 모임을 결성할 수 있다는 개념을 버리고, 동문회에 열성적인 유학생 출신을 발굴하면 지역의 동문조직 결성은 예상보다 쉬울 수도 있어, 학교당국의 적극적인 마인드가 필요함
- A2 대학은 졸업생이 현지에서 교수로 재직하고 있으면, 이들에게 학교 달력을 발송해 지속적인 교류를 하고 있고, 또 다른 대학은 졸업생과 인터넷 커뮤니티를 통해 지속적으로 교류하고자 학교 소식지를 정기적으로 발송하고 있음
- 이 두 사례는 유학생 동문회 조직의 새로운 방향을 예시하는 것이기도 하며, 동문회 조직이 온라인을 중심으로 결성되기 때문에 비용이 문제가 아니라 열성적인 활동가를 발굴하는 것이 중요하다는 사실을 보여줌

4) 유학생 교수 관리 책임제와 대학의 관리노력

○ 교수 부담은 크고 유학생 만족도 실증조사 없어

- 유학생이 100~200명 정도인 학교는 관리가 비교적 잘 되고 있는데, 이유 가운데 하나가 교수에게 10~20명의 유학생의 관리책임을 맡기고 이 실적을 평가하는 제도를 운영하고 있기 때문
- 학교에서 해당 교수에게 인센티브를 주고 있어 유학생 유치와 관리에 신경을 쓰고 있는 것은 사실임. 유학생 규모가 작은 대학은 또 유학생 관리자나 학과에서 관심을 가지고 유학생들의 편의를 도와주고 있어 학교의 명성은 떨어지지만 만족도는 높게 유지하는 대학이 상당함

- 예를 들면, C1대학은 유학생이 250명 정도인데, 어학연수생, 학부생, 석·박사생을 구분하여 학교에서 비자를 대신 수속해 주는 서비스를 하고 있음

5) 유학업무 집중/분산 문제

○ 유학업무 조정은 대학의 해묵은 고민거리

- 대부분의 대학이 유학생 유치, 입시, 관리 담당자나 부서가 분리되어 있어 업무 효율이 떨어지고 있음. 그런데 A2 대학은 예외적으로 모든 유학생 업무가 국제협력처에서 일원화 되어 처리되기 때문에 효율성이 높음
- 유학업무가 일원화 된 대학은 유치-입학-관리가 한 곳에서 이루어지기 때문에 one stop service system이 가능함. 이렇게 통합체제가 가능했던 이유는 사립대의 특징과 이사장의 지원이 있었기 때문으로 옳은 방향으로 인정은 되나, 당장 다른 대학이 실현하기는 어려운 사정이 있을 것임

4. 유학생 취업 관련

1) 유학생 취업의 제도적 걸림돌 비자문제

○ 유학생 취업에 가장 큰 문제는 비자제한

- C3 대학의 담당자의 말에 의하면, 해당 전공이 아닌 유학생이 다른 분야로 취업하려고 하면 출입국사무소에서 취업비자를 잘 내주지 않는다고 함.
- 대학 전공을 살려 취업 하는 경우가 국내 학생인 경우도 거의 없고, 전공과 취업의 연관성이 크게 의미가 없는 것이 현실인데도 굳이 유학생에게만 취업에 전공 적합도를 연계하는 것은 문제가 있음

○ 유학생 졸업 후 체류기간 연장 희망

- 수도권 B2, D4대학은 비자문제가 자주 거론되기는 하지만 크게 문제가 되지는 않는다는 입장을 밝히면서 오히려 중요한 것은 졸업 후 유학생에게 체류기간을 좀 더 확보해 주는 것이 중요하다고 역설

2) 유학생과 기업의 기대수준 차이도 취업난의 한 요인

○ 기업의 채용목적과 유학생 요구의 괴리

- 기업의 유학생 채용목적은 이들을 훈련시켜 현지로 보내려고 하는 것이지만, 유학생들은 한국에 남고 싶어 하기 때문에 상호 요구를 충족시키지 못함
- 또한 대부분의 유학생이 졸업 후 귀국을 원하는 것은 한국기업 취업이 큰 혜택이 없기 때문이며, 이는 한국기업 경쟁력과 관련된 거시적인 문제이기도 함
- D4대학 담당자는 S기업의 경우를 예로 들어 설명했는데, 동일한 학력조건에서 한국 학생의 연봉은 4000만 원인 반면, 유학생은 2500만 원에 불과. 이 정도의 급여 차이는 선진국 유학생 출신은 물론 중국유학생도 잡을 수 없는 수준이며, 동남아와 동구권 일부 국가 출신 정도만 이런 조건을 수용할 것임
- D5 대학의 사례를 보면, 유학생이 졸업 후 본국에 돌아가 최소 5년의 고용을 보장받는 대신, 월급은 500달러 정도로 받기로 하고 취직을 하는 경우가 있는데, 동남아 국가 출신 유학생은 이런 조건을 수용하고 있음

○ 국내취업보장정책과 유학생 취업제한

- D4대학 담당자의 말에 의하면, 유학생이 국내취업을 하려고 할 때 내국인의 고용률을 낮추는 항목에 해당하면 비자를 내주지 않는다고 함. 이는 한국인 입장에서선 당연하지만, 유학생의 입장에서는 부당한 처사로 인식될 수 있음

3) 유학생 취업을 위한 한국어 수준 제고 시급

○ 유학생 취업을 겨냥한 실용한국어 교육

- D1대학에서는 취업한국어 교육과정을 별도로 운영하고, <글로벌 취업전략>을 교양과목으로 개설하여 국내 학생들과 유학생들이 취업에 도움이 될 수 있도록 배려

○ 영어 전용강의 대학도 한국어 때문에 취업난 직면

- C2대학의 경우 전공 수업의 80%를 영어로 진행하기 때문에 입학할 때 TOPIK 기준을 적용하지 않고, 졸업도 TOPIK 2급이면 가능한 특수한 경우임
- 이 대학의 학부에서 대학원 진학률이 60%에 이를 정도로 유학생이 공부를 계속하는 비율이 높아 당장 취업문제가 시급하지는 않는 상황이며, 2007년 학부 유학생이 입학해서 취업 사례도 많지 않음
- 하지만 대학원 중심으로 운영되는 이 대학은 유학생들이 정작 한국어를 잘 하지 못해서 프로젝트에서 배제되는 현상이 나타남. 대학에서 한국어 기준을 낮추고, 영어로 수업을 하면서 영어가 자유로운 유학생들에게 프로젝트의 기회를 주지 않은 것은 불공정한 것임. 하지만 프로젝트가 교수들의 재량권에 속하기 때문에 학교당국에서도 묵인하고 있음.
- 따라서 한국 최고의 대학원이지만, 여기를 졸업한 유학원생이 한국기업에 취업하는 경우는 거의 없음. 이 역시도 유학생들이 한국어가 되지 않기 때문임
- 이 학교는 한국어 교육을 강화해야 한다는 필요성은 느끼고 있지만, 행정체계가 분산되어 있고, 입학처와 유학관리처가 각각 입장이 달라 결정을 내리지 못하고 있음
- 또한 유학생들의 자질이 뛰어나고 열심히 노력하기는 하지만 한국학생의 수준이 워낙 뛰어나기 때문에 이 격차를 줄이는 방법이 쉽지 않음

4) 지방자치단체의 인턴십 확대정책 사례

○ 모 지자체의 유학생 인턴십 제도 운영

- 2014년 현재 5개 기업에서 8명이 인턴십 근무를 하고 있는데, 금년 목표 40명에는 이르지 못하고 있음
- 이 지자체에서는 유학생을 인턴십으로 고용한 기업에게 최저임금의 50%를 보조하고 있으며, 나머지 50%와 그 이상의 임금은 해당기업에서 지급하는 조건으로 운영하고 있음

○ 유학생 인턴십에 호의적인 기업

- 모 지자체 관내 기업의 유학생 인턴십에 대한 반응은 호의적임. 특히 여행업 등 서비스업종은 적극적인 채용 의사를 보이는데, 이들 기업은 여름철 특수 기간에는 아르바이트생을 고용해야 하는데, 최저임금의 50%를 지급하기 때문에 좋은 조건에서 유학생을 고용할 수 있음
- 또한 지역적 특성상 중소기업이 많고 여행지이기 때문에 유학생 인턴십에 대한 호의적인 조건을 갖추고 있음

○ 모 지자체의 취업특강 운영 사례

- 모 지자체는 인턴십 운영과 유학생 취업특강을 일주일 과정으로 진행하고 있음. 또한 상공회의소와 연계하여 취업스쿨도 운영하고 있으나, 아직 성과를 낼 정도로 정착되지는 않았음

○ 인턴십을 마친 유학생을 채용하는 비율 낮음

- 인턴십을 마친 유학생을 기업에서 정식으로 채용하는 경우가 적는데, 이를 해결하기 위해서는 인턴십에 기업이 직접 참여하여 유학생을 선발할 수 있도록 해줄 필요가 있음

- 인턴십 참가 유학생을 회사가 고용하지 않는 것은 그들의 업무적응도에 대한 불만 때문인데, 학교에서 가장 우수한 유학생을 보내주어도 기업 입장에서는 우수하지 못하다고 판단하는 경우가 많음
- 즉 우수한 유학생도 한국인과 비교하면 업무능력이 떨어진다는 것이 고용주의 일반적인 판단임

5. 대학 담당자들의 건의

1) 유학정책의 새로운 패러다임 제시 요망

- 교육부, 법무부, 고용노동부, 여성가족부 등 유학관련 부처의 충분한 협의를 통해 유학정책의 새로운 방향과 분명한 원칙 제시 희망
- 교육부는 유학생 20만을 유치하겠다고 하지만, 현재의 정부 내 역할분화로는 목표달성이 요원함
- 법무부 출입국 사무소의 심사기준은 유학생들에 대해서 여전히 까다롭고 고용노동부도 유학생 취업에 소극적일 수밖에 없는 상황을 타개하기 위해서는 유학정책을 이민정책의 하나로 격상할 필요가 있음

○ 유학생 인턴제를 하나의 제도화 또는 문화적 현상으로 유도

- 선진국의 유학정책에서 효과적인 내용을 적극적으로 도입해야 함. 호주의 경우, 인턴십제도는 하나의 문화 현상으로 자리 잡았으며, 유학생에게 일자리를 제공함으로써 ‘친 호주인사 양성’이라는 목표 달성에 큰 효과

2) 신흥시장 개척을 위한 유학생박람회 지원 확대

○ 신흥시장에서 한국유학 브랜드 설명은 정부의 몫

- 현재 국내의 유학시장은 아시아권 학생들이 대부분인데, 중동 학생들이나 중앙아시아, 남미학생 등으로 시장이 확대될 수 있도록 정부가 나서 주기 희망

- 정부지원 장학생은 대학이 개별적인 유치를 하기도 하지만, 정부차원에서 유학생 교환을 통해 우수한 인재를 확보할 필요가 있음. 사우디 학생들의 경우, 미국이나 캐나다 등지에서는 이미 시장의 상당 부분을 차지하고 있지만 우리나라는 정부장학생이 매우 적음

○ 한국의 경제력 규모에 맞는 해외유학박람회 개최

- 한국의 경제력은 세계 12위권으로 성장하였으나, 국가브랜드와 유학시장 경쟁력은 여기에 한참 미치지 못한 것이 현실
- 유학시장이 활성화되면 국가브랜드 가치가 커졌다는 것을 상징하므로 정부는 장기적인 차원에서 유학정책을 강화하여야 함
- 따라서 해외유학박람회에 대한 정부차원의 지원 확대가 필요하며, 대학이 유학생 유치에 적극 나설 수 있도록 규제보다는 지원을 강화하는 방향으로 유학정책을 수립해야 함

3) 정부 영역의 업무를 대학으로 전가 금지

○ 유학생 보험가입은 비자발급과 연계해 정부가 처리해야 할 몫

- 유학생의 보험가입을 학교에 책임지도록 하는 것은 규정에도 없는 것일 뿐 아니라 대학 업무 가중, 효율 저하 등 부작용이 많으므로 제도 개선이 시급함
- 보험가입이 강제적인 것이 아니고, 유학생들 자비로 보험료가 나가기 때문에 보험에 가입하려고 하지 않고, 학교에서도 강요할 수 있는 학칙이 없음.
- 따라서 캐나다나 다른 선진국처럼 입국하면 자동으로 보험에 가입하게 하는 국가 차원의 정책이 시급함

4) 정부-지자체-대학의 취업연계 강화

○ 독일과 일본 사례를 한국형 협력체계로 재구성해야

- 정부의 강력한 의지 하에 지자체의 적극적인 자세가 필요하며, 지역경제단체와 대학의 협력이 선행되어야만 유학생 취업문제의 실마리를 풀 수 있음
- 독일은 상공회의소와 대학이 긴밀하게 협력하여 유학생들에게 일자리를 공급하고 있고, 일본도 지자체와 지역 경제단체의 참여가 상당히 활발해 유학생 취업률을 높이는데 중요한 역할을 하고 있음
- 우리도 광역자치단체 뿐 아니라, 기초자치단체도 적극 나서 유학생 홈스테이 지원 등 우선 해결할 수 있는 일부터 집행해 나가야 함

○ 유학생을 예비 이민자로 보는 시각 전환

- 우리나라도 유학선진국처럼 이민정책의 하나로 유학생을 바라보려면 지자체에서 유학생 취업스쿨을 공동으로 개설할 필요가 있으며, 지역 내 기업과 대학의 수요-공급의 정보 채널이 정비되어야 함

5) 유학생 유치와 한류는 별개 현상

○ 한류현상에 기대어 유학생을 유치하려는 인식 버려야

- 한류현상과 유학생 유치는 분명히 구분해야 함. 한류는 유학생 유치에 직접적인 효과가 없을 뿐만 아니라, 한국에 대한 허상과 기대만 심어줘 유학에 부정적인 영향을 줄 수도 있다는 사실을 직시해야 함
- 유학과 한류를 구분해야 한다는 주장은 유학 담당자들 대부분이 공감하는 내용으로 향후 정책당국이 좀 더 냉정한 자세로 이 문제를 대할 것을 주문

[부록 III]

외국인 유학생 채용 관련 기업관계자 인터뷰 내용

□ 기간 : 2014.5.1~6.16

□ 대상 : 각 기업의 유학생 채용 CEO(3명), 인사담당자(5명), 국내기업
취업 중인 유학생 출신(8명)

제약과 식품업계 대기업 인사과장, 패션수출 업계 두 회사의
인사팀장, 무역업계 중소기업 총무팀장, 관광업계 중견기업
인사부장, 식품업계 대기업 계열사 CEO, 주류무역업 CEO,
대학원 졸업 이후 국내 기업 취업 유학생 4명, 대학 졸업 후
취업한 유학생 2명, 인턴사원 근무 중인 유학생 2명

□ 정리 : 해외노동인력 중 유학생에 대한 수요자와 공급자 입장에서 한
국기업 취업 전반에 관한 이야기를 듣고, 이를 본 과제 연구자들이
종합하여 정리함

1. 한국기업의 유학생 취업과 세계화

1) 한국기업의 글로벌인턴십 운영 축소 경향

○ 대기업의 글로벌인턴십 규모 축소

- 국내 굴지의 제약·식품제조 회사는 몇 년 전까지 글로벌인턴십 규모를 200명 이상 유지해 왔으나 3년여 전부터 규모를 대폭 축소하였음
- 해외부문의 매출액 비중이 증가함에도 외국인유학생 선발과 역할에 대한 기대가 줄어든 것은 실제 이들의 고용이 회사에 도움이 되지 않는 다고 판단하기 때문
- 대부분의 대기업은 경영실적과 무관하게 매년 신규 채용을 늘리는 경향이 있는데, 외국인유학생의 신규 채용은 오히려 축소하고 있음. 전체 채용 규모를 늘려야 하는 것은 회사주식 가치를 보전하기 위한 투자의 개념이 강하지만 외국인유학생은 이런 지표와 무관하기 때문에 오직 효율성만을 기준으로 채용규모를 판단

○ 대기업의 글로벌 마인드 여전히 부족

- 해외로 진출하는 기업은 많지만, 외국인유학생 고용을 확대해서 기업의 글로벌 마인드를 강화하려는 의지는 약한 것이 사실임. 회사 입장에서는 오히려 한국 직원의 글로벌화를 추진하는 데는 관심을 갖지만 유능한 외국인을 고용한다는 마인드는 연구 분야 이외에는 약한 편임
- 면담에 응한 대기업은 제약이 전략상품이기 때문에 외국인유학생 수요가 더욱 없는데, 약품은 대부분 국내 판매용으로 외국인을 영업분야에서 활용할 수 없다는 것임

○ 한국기업 생산구조가 외국인유학생 채용에 한계

- 삼성전자처럼 매출을 많이 올리는 기업도 생산직에서 유학생 출신을 쓸 수 없고, 영업에서도 특별한 수요가 발생하지 않으며, 현지 공장에서 생산은 대부분 현지 채용으로 해결이 가능함
- 한국 기업의 수출구조도 현지 생산체제가 늘어나면서 유학생의 국내취업보다는 현지 법인이 채용하는 경우가 더 많게 됨

2) 외국인유학생의 경쟁력과 위상 자체의 한계

○ 대기업이 외국인유학생을 기피하는 이유

- 대기업의 경우 국내에서 채용한 외국인유학생은 내국인과 동등한 급여를 지급하는데, 2년 정도 훈련이 되면 현지 국가로 들어가 근무토록 인사발령을 내게 되는데, 이 때 현지채용 기준으로 전환하게 돼 보수가 많이 줄어들게 됨
- 외국인유학생 출신은 한국 근무에 비해 조건이 많이 열악해지기 때문에 절반 이상은 사표를 내고 나가게 되거나, 현지에 부임해서도 현지 채용자보다 큰 성과를 내지 못한다는 것이 경험적으로 확인됨
- 가장 큰 문제는 이들이 현지에서 한국 근무조건과 복지상황을 말하기 때문에 현지 근무자들이 복지개선을 요구할 가능성이 커질 가능성이 커진다는 것을 우려함. 즉 회사의 인사담당자는 외국인유학생의 big mouth를 경계하는 분위기가 농후함
- 또한 외국인유학생 출신을 현지에 전보할 때는 현지 채용보다는 높은 급료를 주는데, 이것은 동일 조건에서 일하는 현지 채용자의 사기를 떨어뜨리는 작용을 하고 있음

○ 외국인유학생 출신은 한국근로자와 현지 근로자의 샌드위치 상태

- 연구직이 아닌 제조업 위주의 대기업 인사담당자의 말에 의하면, 외국인유학생 출신의 경쟁력은 특별히 높은 점수를 줄 수 있는 부분이 없다고 함
- 대기업 입장에서는 한국기업 문화의 중요성이 크지 않기 때문에 한국유학 출신에 대한 필요성이 크지 않을 뿐 아니라, 개인 능력은 현지 대학 출신들이 더 높다고 판단하고 있어, 현지 채용보다 높은 급여를 지불하면서 유학생 출신을 고용할 이유가 없음. 더구나 현지 채용자 중에서 한국어 구사능력이 뛰어난 지원자를 충분히 찾을 수 있기에 유학출신의 자리는 점점 축소되고 있음
- 외국인유학생 출신이 국내에서 근무할 때는 한국인 직원과 비슷한 급여를 제공하지만, 이들이 장점을 발휘할 외국어 부문도 이미 특별한 것이 없고, 업무능력만 한국인에 비해 떨어진다는 부정적 인식이 지배
- 결과적으로 외국인유학생은 한국인 취업자와 현지 채용자 사이에 샌드위치가 된 형국으로 개인적 자질이 뛰어나지 않으면 국내 기업에 취업이 점점 어려워지는 상황

○ 유학생 출신의 영업맨 정신 부족 기피

- 국내 굴지의 패션업계의 인사팀장은 외국인유학생 출신에 대한 평가가 이중적일 수 있다는 견해를 피력. 이 회사는 사무직 직원 700명 가운데 18명이 외국인으로 구성되어 있고, 향후 50명까지 유학생 출신으로 확대하려는 목표를 가지고 있음
- 회사 본사 차원에서는 외국인유학생을 강화하여 영업망을 확충하려고 하나, 현장 근무자는 외국인을 선호하지 않은 것이 사실임
- 현장 근무자가 외국인유학생 출신을 기피하는 것은 한국인 특유의 끈질긴 영업맨 정신이 부족하다고 여기 때문이며, 다른 한편으로는 영업부서 특성상 상하질서와 단체행동을 강조하는데 외국인들은 이를 잘 수용하지 못하기 때문임

- 이 회사는 한국인과 외국인 사무직 신규직원을 동일한 조건에서 교육시켜 현장에 내보내는데, 외국인들은 영업경험이 없어 번번히 실패하는 경우가 많음
- 그래서 이 회사 인사팀장은 패션업과 전혀 무관하더라도 영업경험이 있는 외국인유학생 출신이면 오히려 채용할 의사가 있다는 매우 현실적인 방안을 제시하기도 함

○ 중견기업은 채용단계에서부터 현지법인 명의로 계약

- 국내 유명한 또 다른 의류업체는 외국인유학생 채용을 적극 고려하고 있으나, 모두 중국 현지법인이 고용하는 조건으로 채용하고 있는데, 한국기업 대부분이 이 형식을 취하고 있음
- 현지법인 채용은 한국에서 근무하기는 하지만, 현지에서 한국으로 파견한 형식이기 때문에 한국 근무 시에는 체재비 등 일정한 수준의 급여를 지불하지만, 2년이 경과하여 현지 근무를 시작하면 근무조건이 강등되게 됨
- 외국인유학생은 비록 계약당시 이런 조건을 수용하기는 했지만, 막상 근무지가 바뀌면 사표를 내고 그 동안의 경력을 이용해 다른 기업으로 옮기는 방식으로 대응하고 있음
- 이 기업의 총무팀장은 외국인유학생이 현지채용 조건을 받아들여 눈높이를 조금 낮추면 국내 기업이 채용할 가능성은 상당히 높다는 견해를 보임

○ 인턴지원금이 지급된다면 산학협력은 강화

- 방학 기간 외국인유학생을 인턴으로 고용할 의사가 있느냐는 질문에, 중견 식품업 회사의 사장은 인턴지원금이 나온다면 적극적으로 고려하겠다고 응답. 주류무역을 하는 CEO 역시 해당국가의 유학생을 적극적으로 고용할 의사가 있다는 반응
- 부산지역 상공회의소 조사에서도 확인되었듯이, 여행업 등 서비스업계는 인턴지원금이 있다면 유학생을 적극적으로 고용하겠다는 입장. 결국 외국인유학생의 경우 서비스업의 수요가 많기는 하나 급여수준이나 직업의 안정성이 떨어져 유학생은 경험 축적 차원에서 근무를 희망

○ 중견기업의 유학생 취업기회 확대는 쉽지 않은 과제

- 일반적으로 중견기업이 외국인유학생을 적극 활용해야 한다고 이야기 하지만, 이들 기업은 글로벌 경영의 기반이 없기 때문에 유학생에 대한 수요 자체가 매우 한정적임
- 이렇게 localization한 제조업 기업에게 유학생 취업을 알선하는 것이 상황을 모르는 이야기라는 것이 면담에 응한 대기업 계열사 CEO의 견해
- 따라서 유학생의 한국 취업이 어려운 것은 단지 유학생의 자질이 낮아서가 아니라, 한국기업의 구조적인 성격 때문이라는 분석이 설득력 있음

2. 유학생 출신 국내취업자가 본 한국 취업

1) 대기업, 금융사 취업 유학생의 높은 만족도

○ 금융, 증권 등에 우수 유학생 취업 증대

- 해외진출을 노리는 한국 금융업계는 우수한 외국인유학생을 적극적으로 선발하고 있으며, 한국에서 훈련을 마친 뒤 현지 영업 전선으로 배치하는 사례가 늘고 있음
- 이들은 이미 한국 대학생도 선망하는 대기업이나 금융사에 취업을 하였기 때문에 만족도가 매우 높으며, 유학생 취업대책 대상도 아니라고 할 수 있음

2) 현지채용 조건을 부당하게 받아들이는 유학생

○ 유학생에게 현지채용은 굴욕으로 받아들여져

- 현지채용은 한국보다 임금이 낮은 나라 출신 유학생들에게 해당되는 조건이기 때문에 이들은 자존심 때문에 한국기업에 취업하려 하지 않는 경우가 있음

- 특히 중국인유학생은 자국이 빠르게 경제성장을 이루고 있고 G2국가라는 자부심에다 중화관념까지 보태져 한국기업의 현지 취업조건을 받아들이려 하지 않음
- 금년에 삼성전자 서안공장에 취업한 대학생 가운데 일부가 취업 6개월 이내에 사표를 쓴 것도 유학생이 수용하기에는 너무 적은 급여를 제공한 삼성이 문제라는 분석이 지배적
- 즉 유학생 입장에서는 한국기업이 현지화하는 상황을 감안하지 않고, 예전과 같은 저임금으로 유학생을 고용하려 한다는 비판이 제기되고 있음. 그런데 동남아에서는 채용기간을 5년간 보장하는 조건으로 월 500달러 수준에서 채용계약을 하는 성공사례도 있음

3) 부유층 자제의 한국취업 경시가 다른 유학생에도 영향

○ 호텔경영학과 유학생의 30%가 호텔사장 아들인 대학 사례

- 서울 모 대학은 호텔경영학과가 유명하여 유학생에게도 인기학과로 통하고 있는데, 중국인유학생 부모의 30%가 호텔을 경영하는 대표라는 조사결과가 나온 적이 있음
- 이들은 한국유학이 부모 회사를 물려받기 위한 경영수업의 일종이기 때문이 현지 채용이나 취업조건이 열악한 한국기업에 대한 불평을 쏟으며 이런 조건을 받아들인 주변 학생들을 경멸하는 태도를 보임. 이런 분위기는 체면의식이 강한 민족성과 더해져 주변 유학생들이 눈높이를 낮춰서 지원하는 일을 방해하는 작용을 함
- 위 사례는 비교적 특수한 경우이기는 하나, 현재 신흥국에서 유학 온 학생들의 태도와 그들의 집안배경을 되돌아보게 하는 경우에 해당. 한 자녀정책으로 소수계층으로 불리는 이들에게 한국의 중소기업 취업을 알선하는 것은 그다지 매력적이지 않은 대안임

4) 외국인유학생이 취업 후 느끼는 소외감도 상당

○ 여전히 뿌리 깊은 우월의식과 다문화에 대한 편견

- 대기업과 중견기업을 막론하고 외국인 출신이 느끼는 소외감은 강도의 차이만 있을 뿐으로, 다문화에 대한 이해 부족과 근거 없는 우월의식은 우리 사회 전반적인 문제임
- 인터뷰에 응한 대부분의 외국인 취업자는 회사생활에서 자신이 부당한 대우를 받는다는 느낌을 받을 때가 있다고 함. 이들은 지인에게 한국기업에 취업하도록 권하겠느냐는 질문에 절반은 부정적으로 답변했는데, 취업자를 대상으로 한 질문임을 감안하면 상당히 높은 비율이라 할 수 있음
- 외국인 가운데 금융권 종사자는 만족도가 비교적 높지만, 영업직에 근무하는 경우는 머지않아 불리한 조건을 받아들이고 현지로 옮겨야 한다는 불안감과 불만이 반영된 것으로 보임

5) 한국기업의 Open mind 부족을 짚는 유학생 출신 취업자

○ 의사결정자 중 외국인 거의 없는 한국 기업문화

- 유학생 출신 취업자들은 현재 연봉에 만족하는 대기업 종사자도 장기적으로 자신의 평생직장이라는 개념은 없음. 한국 직장인이 실직에 대한 고민을 우선한다면 이들은 한국기업에서 자신의 역할이 한정적이라는 것을 정확히 인식하고 있기 때문에 어느 시기에 어떤 조건으로 떠날 것인가에 관심이 집중
- 한국기업의 이런 폐쇄성은 기업의 국제화가 아직 더디고 국제경쟁력이 있는 기업이 소수에 불과한 현실을 반영한 것으로 앞으로도 이런 경향은 개성되기 어려울 것임
- 외국인유학생 출신 취업자도 이런 사정을 잘 알고 불만을 이야기 하기는 하나, 어떤 개선을 바라고 지적한다기보다 한국기업의 폐쇄성을 지적함으로써 회사에서 느낀 소외감을 해소하려는 정도의 반응에 해당

[부록 VI]

해외유학박람회 체크리스트

□ 해외유학박람회 개최 이전 체크리스트

○ 박람회 기본 방향 설정

- 외국인유학생 유치 활성화
- 한국 유학 홍보의 저변 확대

○ 개최지 선정 및 사전 조사

- 한류영향으로 유학생 수요가 증가하는 신규지역 개최 고려
- 개최국가와 개최지 정부, 기관, 지역사회 등의 해외유학박람회에 대한 호응도, 관심도, 협조가능성 조사
- 개최지역 지형, 기후, 교통 편리성, 상징성 등 주변 환경 조사
- 항공편, 비자발급 편리성, 숙소의 교통과 가격의 편리성 조사
- 개최지역의 협조와 현지 한인사회의 협조 가능성 조사

○ 홍보방법

- 신문광고, 포스터, 전단지, 리플릿, 현수막, 버스광고 등
- 인터넷 사이트, 해외공관 사이트, TV광고, 라디오 광고 등 미디어 매체를 통한 전략적 홍보
- 현지 한국기업 또는 현지 한인단체들과 홍보 협력
- 고등학교, 대학방문을 통한 유학설명회, 현지 교육관계자들과의 세미나 기획

○ 경비지원 설정

- 교육원 단독 개최시 교육원 부담 : 행사 홍보비(신문광고, 포털사이트, 포스터, 전단지 배포 등) 유학 설명회, 세미나 경비 및 행사장 임차료
- 대학별 부담 : 통역비, 참가자 항공료, 홍보물 발송비, 출장 여비 등
- 국제 유학박람회 참가 시 교육원 부담 : 한국 행사 홍보비(신문광고, 포털사이트, 포스터, 전단지 배포 등) 유학 설명회 경비 및 세미나 경비
- 대학별 부담: 행사장 임차료(부스비) 단, 예산 범위 내 교육원 일부 지원 검토

○ 기타사항

- 참가 대학 관계자와 사전협의

□ 해외유학박람회 개최과정 체크리스트

○ 유학박람회 개최 준비 과정

- 유학박람회 장소 선정, 홍보 방안 협의, 숙소 예약 및 실내부스 설치 구체적 협의 참가 대학 선정, 대학별 홍보자료 수집, 홍보물 제작
- 유학박람회 설명 양식 제작(맞춤별 설명 자료집)
- 유학박람회 안내 자료 및 홍보 전단지 사전 배포, 그 외 사전 홍보 개시(신문, 포스터, 전단지, 현수막, TV, 라디오, 인터넷, 버스 광고 등)
- 차량 예약 확인, 외교행낭 물품 인수 및 행사준비
- 부스 분배, 상담 장소 설치
- 방문인사, VIP 의전 사전 협의

○ 유학박람회 기간

- 대학별 부스 관리상태 점검 및 협조
- 대학별 프리젠테이션 협조
- 한국관 종합 상담소 운영 관리
- 협조기관과 한국 교육원, 한인단체, 현지 고등학교, 대학교 방문 및 설명회
- 연계 행사시 행사 협조와 홍보
- 해외 모니터, 통역요원 관리: 행사진행, 홍보, 통역
- 박람회 기간 중 세미나, 간담회 원할 진행 보조 관리
- 공항 도착과 출발, 박람회 기간 중 이동 시 차량 확보 및 서비스

□ 해외유학박람회 개최 이후 체크리스트

○ 개최 국가 지역에 대한 평가

- 개최 국가 지역에 대한 장단점 평가 (접근성 보다 통합성 또는 상징성 고려)

○ 개최 편의성에 대한 평가

- 비자, 항공편, 항공료, 숙소 등
- 개최국가와 개최지역의 홍보, 박람회 개최 시 협조 정도의 평가
- 향후 지속적 협력 관계 가능성에 대한 평가

○ 유학박람회 방문자 호응도 평가 (방문자와 설문조사를 통한)

- 지역 교육 관계자(개최지역 고등학교, 대학교 관계자)들의 호응도 평가
- 방문 학부모 등의 호응도 평가
- 방문 학생들에 대한 호응도 평가

○ 유학박람회 자체 평가

- 홍보 분야 평가
- 개최 기간 중 세미나, 설명회 결과 정리 및 평가
- 한국관 운영 평가(소개 자료의 다양화 유무)
- 어학연수, 학부, 대학원(석, 박사), 취업 등 맞춤 자료를 준비 했는지 평가
- 각 대학별 운영 평가

○ 후속 유학박람회 발전 방안 연구

- 설명회, 세미나 자료집 발간 배포
- 박람회 아카이브 구축
- 유학생 동창회 활성화 (한국, 현지)
- 유학생 동창회를 통한 지속적인 한국과의 교류 유지, 취업 알선 등

