논문투고일자 : 2006. 02. 08
게재확정일자 : 2006. 03. 10

통상정보연구 제8권 제1호 (2006년 3월 25일)

남북한 전자상거래의 지속가능한 단계별 추진방안

Sustainable Stepwise Promotion of South-North Korean e-MP

최용록(Yong-Rok Choi)
인하대학교 교수
문형남(Hyeong-Nam Mun)
숙명여자대학교 교수

목 차

Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 남북한 전자상거래의 이론적 고찰
Ⅲ. 남북한의 전자상거래 현황과 추진과제
Ⅳ. 남북한 전자상거래 구현방안
Ⅴ. 결 론
참고문헌
Abstract

Abstract

The trade volume between South and North Korea has reached 1 billion dollars in year 2005. This means the economic motives may prevail over the political concerns between two regimes from now on. At the same time, the direct telecommunication lines installed to promote the IT collaboration. Based on these monumental issues, the research focuses on the workable mechanism of the South-North Korean e-Market Place(e-MP) collaboration project. The research analyzes on the capabilities as well as willingness of the South and North Korea for the e-MP, and concludes with four stepwise approach to promote the South and North Korean e-MP. The first step initiates the web marketing integration, and then the second step provides the legal environments. The third step promotes the on-/off- trade-automation via infrastructure collaboration, and the final step expands and deepens the flexibility as well as openness of the e-MP.

Key Words : South-North Korean e-MP, Stepwise Promotion, Trade Automation, Web Marketing

Ⅰ. 서 론

2005년말 남북교역은 2004년에 비해 51.5% 증가한 10억5576만 달러를 기록했다. 1988년 한국정부의 7.7선언에 따라 분단 이후 재개된 남북교역이 91년 1억 달러를 넘어선데 이어 14년 만에 그 열 배인 10억 달러를 초과한 것이다. 이 같은 증가는 개성공단 개발의 진전에 힘입은 것으로, 개성공단 관련 교역은 2004년 4169만 달러(전체 교역의 6%)에서 지난해 1억7674만 달러(16.7%)로 늘었다. 이와 같이 특징지역 중심의 단계별 협력사업의 강화는 남북한 전자상거래에도 시사하는 바가 매우 큰 것이다.

남북한 경제교류 및 협력은 금강산개발산업, 경수로사업의 예를 통해 알 수 있듯이 필연적으로 통신부문에서의 협력을 수반한다. 실제로 독일통일 이후 가장 개선요구가 높았던 사회간접자본 분야는 통신(telecommunication) 분야였다.[1] 따라서 남북한 남북한 사이의 교류협력이 증대할 경우 가장 개선요구가 높은 분야가 정보통신 분야라는 것을 짐작할 수 있다. 정보통신 분야에서의 남북경협의 의의는 우선 남북교류 및 협력의 기초로써 민족적 동질성을 회복하고, 민족경제의 균형적인 발전을 도모하며, 교류협력 및 통일비용을 절감해 통일을 앞당기는 효과적인 수단이라는데 있다. 따라서 통일이전에 남북한 사이에 효과적인 정보통신망이 구축된다면 다른 분야의 경제협력은 보다 용이할 것이라는 것을 쉽게 추측할 수 있다. 더구나 북한의 산업부문 중 정보통신부문이 가장 낙후되어 있다는 점에서 이 분야에 대한 경협필요성은 시급한 사안이라고 하겠다.

이와 같은 점에서 2005년 12월 28일, 북한 개성공단내 KT지사에서 분단 60년 만에 개성공단과 남한을 연결하는 직통전화 300회선을 공식 개통했다는 점은 정책적 중요성이 매우 높다고 할 것이다. 이번 직통전화 개통은 금강산 관광통신과 같은 제 3국을 경유하는 방식이 아니라 남북한을 직접 연결하는 광케이블 기반의 상용 통신망이라는 점에서 남북 IT협력을 한단계 진전시키는 계기가 될 것으로 전망되기 때문이다.

이와 같이 북한의 특수한 상황을 고려하여 볼 때 제약이 많은 오프라인의 교류보다 국적이나 국경의 장벽없이 전 세계에 개방된 인터넷을 통한 남북간의 교류·협력은 개성공단과 같은 경제특구를 인터넷에 구축하여 기업간 전자상거래를 실시하게 된다면 북한의 개방과 남북 이질감 해소 및 통합을 촉진할 수 있는 자연스러운 길이 될 수 있다.[2]

그동안 북한에 대한 다양한 논의가 진행되었음에도 불구하고 구체적인 성과로 연결되지 않은 것은 결국 정책적인 관심이나 학술적인 흥미수준에서 벗어나지 못하여 시장의 수요와 정부의 정책의지가 연결되지 못한 e-비즈니스 정책의 근본적인 문제점에 기인한다.[3] 웹사이트를 중심으로 남북한의 경제적 역량을 종합적으로 분석하는 학제적 연구(Interdisciplinary Study)로서 남북한 전자상거래는 그 동안

1) 공영일, "남북한 정보통신 교류협력 현황 및 과제," 정보통신정책, 11권 8호, 1999. 5. p. 31.
2) 조웅규의원, 남북교류협력에 관한 법률중 개정법률안에 대한 의견제시의의 건 검토보고서, 국회과학기술정보통신위원회, 2003.6
3) 최용록, "전자무역지원정책의 과제와 대응방안", 한국통상정보학회, 통상정보연구, 7권4호, 2005.12. p.275.

산발적으로 진행된 다양한 경제협력의 틀을 통합적으로 처리한다는 데에 중요한 경제적 의미가 있으며 실질적으로 남북한 직교역을 증대시키면서도 off-line이 갖는 다양한 법제적, 정치적 제약요인들을 용이하게 조정할 수 있다는 점에서 특히 중요하다.

본 연구는 남북경제협력의 단계적인 발전을 위한 중요한 시금석으로 개성공단의 공간적 시범사업에 견줄만한 기능적 시범사업의 단계별 심화, 확산을 위한 남북 전자상거래의 활성화방안을 제시하는 데 목적이 있다. 따라서 본 연구는 다양한 심리적, 실질적 진입장벽의 존재로 인하여 그 다양성과 일반화가 어렵다는 남북 경제협력을 현실적으로 실천적 타당성이 높은 단계별 전자상거래 발전방안을 제시함으로써 기업들의 진출의지를 집중화하고 정부의 정책개발에 체계적인 패러다임을 제시하고자 한다.

Ⅱ. 남북한 전자상거래의 이론적 고찰

1. 선행연구의 비교분석

우리나라에서의 남북한 전자상거래 관련 연구는 주로 신문의 단편적인 칼럼이나 연구보고서의 형태로 깊이 있는 연구논문이나 자료는 체계적으로 이뤄지지 못하고 있다. 특히 대부분의 기존 연구들이 남북 전자상거래 단상과 학문적 호기심이나 정치적 관심의 환기를 위한 포괄적이고도 추상적인 짧은 보고서의 형태로 발표되었으며(김영윤, 박정란, 2004), 이러한 점에서 보다 종합적이고 체계적이면서도 현실적으로 타당성이 높은 현장 및 성과지향 연구의 필요성이 높아지고 있다. 남북교류협력에 관련된 논문은 2000년 이후 발표되기 시작하였고 주로 정보통신부문을 중심으로 이루어진 경우가 대부분이다.

먼저 허운나(2000)는 '남북 정보통신 교류 활성화방안에 관한 연구'에서 남북 정보통신 교류 촉진을 위해 단계별, 분야별 세부적인 추진 과제를 게시함으로써 중·장기적인 측면의 방안에 대해 제시하고 있다. 국회 사이버 정보문화 연구회(2000) 역시 '남북 IT교류 활성화방안에 관한 연구'에서 남북 IT교류의 문제점을 파악하고 개선방안 및 향후 추진방향을 제시하고 분명한 비전과 목적을 가지고 남북관계를 구축하는 것이 중요하다고 보며 단기적인 성과를 기대하기 보다는 장기적으로 준비하고 접근하는 식의 거시적인 접근이 필요하다고 강조하고 있다.

유재왕(2003)은 '남북경협 활성화 방안에 관한 연구'에서 대북진출 IT기업의 사례를 통해 남북 IT경협의 상황과 문제점, 추진전략을 살펴보았다. 특히 정부 차원의 전략을 바탕으로 하여 민간기업 차원에서 체계적인 전략수립과 협력수익모델개발, 기업들 간의 컨소시엄 및 협력체계를 강구해나가는 것이 필요하다고 보아 남북IT경협의 활성화는 정부와 민간기업 차원의 유기적인 관계를 통해서 단기적인 수익성 추구가 아니라 장기적인 측면에서 신뢰와 동질성을 회복해간다면 기업의 수익성뿐만 아니라 통일기반을 조성하는 초석을 마련하는 계기가 될 것이라고 강조하고 있다.

박찬모(2002)는 '남북정보통신(IT)산업 협력의 현황과 과제'에서 단기적으로는 남한의 자본 및 상업화 기법과 북한의 소프트웨어 인력을 접목시켜 응용소프트웨어를 공동으로 개발하는 것이 유망하다고 보았고, 장기적으로는 북한의 정보통신 연구개발을 위한 인프라 구축과 인력 양성을 위한 교육을 추진해야 된다고 강조하고 있다. 이러한 시각에서 박찬모는 남북이 정보통신산업 분야의 교류협력을 활성화하기 위해서는 신뢰구축, 지속적인 협력, 법률(바세나르협약, 전략물자수출법 등)의 재정비, 사이버공간을 이용한 남북 정보기술 교류의 추구 등이 고려되어야 한다고 보고 있다.

구해우(2002)는 '북한의 정보통신산업 현황과 남북경협 전망'에서 정보통신 분야의 남북경협은 남북교류 및 협력의 기초로써 민족적 동질성을 회복하고, 민족경제의 균형적인 발전을 도모하며, 교류협력 및 통일비용을 절감해 통일을 앞당기는 효과적인 수단이라고 보고 이를 위해 정부차원의 국내제도정비, 남북관계, 외교정책과 민간기업의 협력이 필요하다고 강조하고 있다. 김근식(2002)은 '북한의 IT경협 전략과 대응방안'에서 남북 IT협력에 임하는 북한의 전략을 분석하여 IT경협의 문제점과 향후 과제를 제시하면서 남북의 당면 목표의 상이성에서 오는 딜레마를 해결하기 위한 정부의 적극적인 역할을 강조하고 있다. 공영일(2001)은 '정보통신부문의 남북 교류협력 발전 전망'에서 정보통신 산업을 통신서비스, 소프트웨어, 하드웨어, 인터넷 등으로 구분하여 현황 및 교류협력 사례를 분석하고 각 부문별 남북한 교류협력 전망을 제시하였다.

최석범(2005)은 '북한의 IT인프라 현황과 남북한 전자무역의 도입을 위한 협력방안'에서 북한의 전자상거래 도입의 선행과제로 용어의 표준화, 남북한 기술개발 협력 및 기술이전, 기술인력의 양성과 우수인력의 활용방안을 강구할 것을 강조하고 있다. 이를 위해 남북한전자상거래포럼을 개최할 필요가 있다고 역설하였는 바, 이러한 포럼형태의 순수학문적 모임은 남성욱(2000)의 주장에 의해 이미 남교수를 중심으로 전개되다 실질적인 추진주체로 전환되지 못하고 중단된 선례가 있다. 이충배·정재우(2005) 역시 '남북한 교역확대를 위한 전자상거래 도입방안에 관한 연구'에서 전자상거래의 활성화와 관련된 가장 중요한 문제로 법 제도적 문제점과 이에 대한 대응방안을 제시하고 있다.

이러한 제반 논의를 종합하면, 남북한 전자상거래를 추진하기 위한 선행과제들로 크게 인터넷 개방, 북한의 전략물자 반출제도 개선노력을 통한 인프라 구축, 남북한 전자상거래와 관련된 법·제도적 장치 마련, 육로수송을 이용한 직접교역, 남북한 산업·기술·정보통신 용어 표준화, 북한 핵문제 해결을 통한 북미관계 개선 등으로 볼 수 있다.

다만, 대부분의 선행연구가 지나치게 추상적인 논의와 일반론에 가까운 결론을 도출함으로써 동의어 반복 수준에 머무는 감이 높으며 실천가능성이 높은 정책이나 사업타당성이 높은 전략(Sustainable Promotion Policies or Highly Feasible Strategies)의 도출에는 상당한 거리가 있다고 할 것이다. 따라서 본 연구에서는 이와 같은 기존의 논의들을 체계적으로 수용하면서도 실천가능성이 높은 현장 및 성과지향의 시각에서 전자상거래의 단계별 발전방안을 시범사업의 구조와 기능 중심으로 유도해 가고자 한다.

2. 남북한 전자상거래의 타당성 분석

남북한 경제협력사업은 북한과 단순물자교역, 위탁가공무역 등을 하는 '교역사업'과 북한현지에 투자하는 '협력사업(혹은 대북투자)'으로 구분된다. 전자상거래의 대상이 되는 남북교역이란 남한과 북한 간의 물품의 반출/반입을 말하는 바, 단순물자교역은 일반적으로 매매계약에 의한 단순 상품거래를 지칭한다. 2005년말 남북교역은 2004년에 비해 51.5% 증가한 10억5576만 달러를 기록했다(표 Ⅱ-1 참조). 이 같은 증가는 개성공단 개발의 진전에 힘입은 것으로, 개성공단 관련 교역은 2004년 4169만 달러(전체 교역의 6%)에서 지난해 1억7674만 달러(16.7%)로 늘었다. 또한 2005년 남북교역액 중 민간 교역 중심의 '상업적 거래'가 2000년대 들어 가장 높은 수준을 기록했다는 사실은 남북교역에서 점차 특정지역을 중심으로 경제적 목표가 정치적 동기에 우선한다는 것을 알려주는 중요한 시사점이라 할 것이다. <표 Ⅱ-1>에 나타난 바와 같이 남북교역의 가장 중요한 제약요건은 정치적 동기로 IMF위기에 따른 98년을 제외한 대부분의 교역신장률의 부정적인 동기가 이란사태나 핵문제와 같은 환경적 요인이라 할 것이다. 2005년 핵문제의 해빙분위기를 바탕으로 급격한 교역신장세를 나타낸 것은 남북간에 잠재된 경제적 동기가 엄청나다는 것을 보여준다고 할 것이다.

〈표 Ⅱ-1〉 연도별 남북 교역현황 (단위 : 미화 천달러, %)

연도	반 입		반 출		합 계		
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	신장률 (금액)
1996	1,475	182,400	1,908	69,639	3,383	252,039	-13.99
1997	1,806	193,069	2,185	115,270	3,991	308,339	18.26
1998	1,963	92,264	2,847	129,679	4,810	221,943	-38.93
1999	3,089	121,604	3,421	211,832	6,510	333,437	33.44
2000	3,952	152,373	3,442	272,775	7,394	425,148	21.57
2001	4,720	176,170	3,034	226,787	7,754	402,957	-5.51
2002	5,023	271,575	3,773	370,155	8,796	642,730	37.21
2003	6,356	289,252	4,853	434,965	11,209	724,217	11.39
2004	5,940	258,039	6,953	439,001	12,893	697,040	-3.90
2005	9,337	340,281	11,878	715,472	21,215	1,055,754	51.5

자료 : 통일부 홈페이지 내용을 기초로 재작성.

남북 교역은 북한이 남북한 물자교역을 공식적으로 인정하지 않고 있은 관계로 해외 중간상을 통한 간접교역 형식으로 추진되었으나 2000년 이후 농산물 및 위탁가공교역의 일부품목에 대해 북한 당사

자와 직접 협의하고 계약하는 직접교역 방식도 이루어지고 있다. 그러나 아직도 교역의 85%이상이 제3국 중개인을 통해 간접교역 형태로 진행되고 있다는 것은 전자상거래의 도입 타당성을 크게 높이고 있는 배경이 된다.[4] 간접교역은 중개수수료는 물론 물류비와 같은 부대비용의 급증으로 인하여 남북교역의 규모를 억제하기 때문에 개성공단과 같은 특정지역이나 전자상거래와 같은 특정 경로를 중심으로 단계별로 직접교역을 확장해야 할 필요가 있다.

3. 남북한 전자상거래의 기대효과

남북전자상거래는 북한의 정치적 위험과 불안한 경제환경을 보다 협업적이면서도 통제된 개방의 조화를 가능하게 한다는 점에서 개성공단 못지않은 기능적 시범사업의 다양한 효과가 기대된다고 할 것이다. 이러한 다양한 기대효과는 곧 남북 전자상거래의 성공요인으로 연결되므로 이에 대한 철저한 분석과 구체적인 실천방안이 유도되어야 한다. 이러한 시각에서 남북한 전자상거래와 관련된 기대효과는 크게 네가지로 대표될 수 있다.

첫째로, 상호 판로 확대를 들 수 있다. 특히 북한은 열악한 경제사정과 체제유지를 위한 폐쇄정책으로 말미암아 정보화조차 제대로 이루어지지 않아 국제경제의 개방화 흐름에 독자적으로 맞춰가는 것은 어려울 것으로 전망된다. 따라서 정보통신 부문의 지속적인 남북교류협력으로 북한의 통신인프라 환경을 개선하여 남북한 전자상거래를 구축, 운영하면서 e-AMP[5]와 같은 한·일(한·중·일) 전자상거래로의 북한의 진출을 모색하여 해외 판로를 확대하여 국제경쟁력을 갖출 수 있다. 특히 남북한의 교역 상당부분이 중국 등을 통한 우회 간접경로를 통해 실질적으로 확산되어가는 시점에서 전자상거래는 직교역의 활성화에 크게 기여할 것으로 기대된다.

둘째로 경제교역의 효율화에 비용절감이 기대된다. 현실적으로 남북한 교역은 한반도의 분단이라는 특수상황에 따른 정치적 요인들로 인해 남북한 물자교류에 비정상적인 교역관행과 경제적 비효율성이 발생하고 있다. 남북교역은 제3국의 해외중개상을 통하거나 직접 북한측 상대자와 합의하되 계약 및 대금결제는 해외중개상을 통하여 이루어지고 있어 높은 소개비와 물류비를 지불하게 된다. 이러한 과도한 거래비용은 남북교역의 수익성과 지속성을 저해하는 요인으로도 지적된다.[6] 따라서 남북한 전자상거래는 구매자에게 판매자의 제품사양이나 가격에 대한 정보를 제공함으로써 중개인의 소개가 필요없고, 거래당사자간의 직접교역으로 인해 불필요한 거래비용의 감소를 가져올 것이다.

셋째로, 통관절차의 간소화 등 규제완화의 큰 흐름을 촉진하는 계기가 된다. 남북교류협력법과 동 시행령에서는 남북교역 당사자, 거래품목, 결제방식의 승인과 사후보고 절차 등과 관련하여 복잡한 절

4) 최용록, “남북한 전자상거래 도입을 위한 과제와 대응방안”, 2006년도 춘계중재학술대회 발표논문집, 한국중재학회, 2006. pp.22~53.
5) 한·일 양국간 전자상거래를 위해 구축한 전자상거래인 'e-AMP'는 최근 중국의 전자상거래인 ‘e프리웨이’ 와 연계하기로 하였다. (전자신문, “한·중 e비즈니스, 내년에 본격화 전망”, 2004. 11. 9)
6) 홍순직, “남북경협 활성화를 위한 부문별 과제”, 통일정책연구, 제9권 1호, pp.12

차에 관하여 규정하고 있으나 인터넷 교류의 경우 그 기준 및 절차가 자세하게 명시되어 있지 않다. 남북한 전자상거래에서는 거래지원을 위해 전자적 커뮤니케이션이 이용되어 잦은 북한주민접촉이 있고 다수의 남북교역이 이루어지므로 매번 복잡한 주민접촉관련 신고와 반복적인 통관절차를 밟을 필요가 없게 된다. 또한 제3국을 경유하지 않아 원산지 확인절차가 필요한 직교역의 경우, 인터넷을 통한 투명한 거래과정 등으로 통관절차 등이 간소화되어 보다 활발한 경제협력의 계기가 될 수 있다.

마지막으로 교역확대에 따른 결제문제의 탄력적인 운용이 기대된다. 북한은 현재 외화가 극도로 부족한 상태로 무역대금 결제에 있어 신용장방식이나 현금결제방식을 기피하고 주로 무환구상무역(물물교환)을 선호하고 있다. 그런데 구상무역에서는 상호결제 가능한 적합한 물품을 선정하는데 다양성이 부족하고, 남한물품과 교환되는 북한물품의 가격산정이 어려우며, 무역균형을 유지하기 위해서는 반드시 사전에 교역량과 교역금액을 합의해야 하며 이는 교역규모의 확대에 절대적인 제약요인으로 작용하게 된다.[7] 대금결제 방식의 문제는 남북한간 대응 물품의 부족과 북한의 외화난으로 인한 북한의 구매력 부족에서 기인한다. 현재까지 남북교역의 대금결제는 주로 제3국에 있는 은행을 통해 이루어지고 있으나 2004년 6월 한국수출입은행과 조선무역은행이 남북 '청산결제업무에 관한 합의서'에 서명함으로써 전자상거래에 따른 실질적인 금융협력으로 발전할 수 있는 기반을 구축했다. 청산결제 제도는 외화가 부족한 북한에게 유리한 방식이며, 남한 입장에서도 손실위험 최소화 차원에서 바람직한 반면, 대응 물품이 부족한 경우 어느 한쪽의 교역 적자확대가 불가피하다. 또한 자유무역의 원칙에 위배되는 요소들을 가지고 있기 때문에 국제 분쟁을 초래할 가능성도 있다.[8] 따라서 전자상거래의 도입은 새로운 결제시스템(기업구매카드제도, 구매자금융제도, 전자화폐, 전자자금 이체, 물류정보 기반의 에스크로 등)의 개발기회로 활용하여 제3국 은행을 통한 환전과 송금으로 인한 추가비용 부담은 물론 결제과정에서 시간도 오래 걸리는 불편을 해소할 수 있을 것이다.

Ⅲ. 남북한의 전자상거래 현황과 추진과제

1. 남북한의 전자상거래 인프라 현황

남북한 전자상거래는 인터넷을 이용한 거래이기 때문에 북한의 인터넷 개방이 요구된다. 북한은 내부에서는 인트라넷만을 허용하고 극히 제한적으로 외부 인터넷 접속을 허용하고 있다. 평양을 중심으로 각 지역별로 연결된 인트라넷은 북경과 단둥을 거쳐 평양으로 이어지는 글로벌 네트워크에 이미 연결되어 북한의 인터넷 개방을 위해 필요한 기술적인 문제는 없는 것으로 보인다. 특히, 북한의 조선

7) 윤기관, "북한경제의 회복을 위한 대금결제상의 새로운 노력", 통일경제, 현대경제사회연구원, 1997년 10월호, pp.67-68.
8) 이태욱·연하정·고일동, 경협을 통한 남북한 관계 발전의 길, 신아세아질서연구회, 1996.

컴퓨터센터가 독일의 한 인터넷 업체와 합작으로 전화선을 이용해 이메일과 인터넷을 할 수 있는 위성연결 체계를 구축하여 다양한 인터넷 접속 경로를 활용할 수 있을 것으로 보인다.[9] 북한 전체의 인터넷 개방은 불가능하나, 경제적인 차원에서의 부분적 인터넷 개방은 가능하다.

〈표 Ⅲ-1〉 북한의 정보화 현황

구 분	인프라 현황	특 징	비 고
통신 분야	·매우취약 (남한의 1980년대 수준)	·사회통제의 수단화 ·평양을 중심으로 한 성형구조	·최근 현대화 작업 추진
하드웨어 분야	·보유대수 및 생산능력에 있어서 매우 취약 (대략 13만대, 인구 200명당 1대 수준)	·바세나르 협약 등에 의해 대외 수입 제한적 ·선군주의에 의해 군우선 보급 ·KCC, PIC 등 연구기관의 경우 최신 기종의 PC 다량 보유	·전자공업성 산하 전자 제품개발회사에서 조립 · 생산 추진 등을 자체 개발 노력 병행
소프트웨어분야	·다양한 개발기관 보유 ·상당한 기술인력 보유	·북한 당국의 대대적인 지원 ·단위기관별로 자체개발능력 보유	·조선과학원,PIC,KCC 등 개발 프로그램 수출 추진
인터넷 분야	·상업적 웹페이지 운영 ·최근 국가단위의 인트라넷(WAN) 구축 (1,300여개 기간상호연결)	·체제유지에 큰 위협이 가능하다는 인식으로 매우 제한된 범위내 보급 ·주요 인터넷서버가 제3국에 위치 ·인터넷보다는 인트라넷에 치중	·제한적이지만 외부와 인터넷 연결 가능 ·인터넷 분야에서 남북경협 추진

자료 : 박문우, 「월간 정보격차-북한의 정보화교육을 중심으로 본 남북간 정보격차 현황과 대책」, No.1-6, 한국정보문화진흥원, 2004.7, p.24.에서 조정

북한은 그동안 통제 중심의 정보화 정책에서 과학기술 및 정보화 발전전략으로 전환하게 되었는데, 그 배경으로는 정보화를 통한 혁신적 도약, 정보화를 통한 국가 및 사회통제의 체계화, IT산업발전이 체제의 존립과 병행할 수 있다는 확신, 경제전반에 사회주의 경제발전을 더욱 정확하게 추진하기 위한 수단 전략, 그리고 에너지절약형으로 사회전반에 긍정적인 파급효과를 높이 평가한데서 찾아볼 수 있다.[10] 통제 위주의 북한 사회 역시 세계적인 인터넷 붐을 타고 정보화를 통한 국가 및 사회통제의 체계화 및 IT산업발전이 체제의 존립과 병행할 수 있다는 확신이 들게 되었고 이는 전자상거래 도입의 중요한 기회요소라 할 것이다. 그러나 IT산업을 발전시키기 위한 북한 당국의 정보화 노력에도 불구하고, 소프트웨어 분야를 제외하고는 전반적으로 정보통신의 발전 수준이 현저히 낮은 단계에 있음을 알 수 있다. 즉, <표 Ⅲ-1>에서 보는 바와 같이 하드웨어적인 측면, 통신 인프라 측면, 인터넷 현황 측면에서 그 발전수준은 극히 낙후되고 폐쇄적인 상황임에 틀림없다.

한편, 남한의 전자무역 구성 및 운영현황을 살펴보면 전자상거래를 구성하기 위한 정부의 정책적 환

9) 강성웅, "북한, 인터넷 접근용 위성연결망 구축", YTN, 2004.9.28
10) 최석범, "북한의 IT인프라 현황과 남북한 전자무역의 도입을 위한 협력방안", 통상정보연구, 7권3호, 한국통상정보학회, 2005.9. pp.119~120.

경과 기업의 경영전략, 하드웨어 및 소프트웨어로 구성되는 하부인프라 구조 및 정보통신 네트워크, 모든 점에서 세계적인 수준을 유지하고 있다고 평가된다. 먼저 정부는 2005년 12월 "전자무역촉진에관한법률"을 제정하여 세계 최초로 웹무역 마케팅 및 무역자동화에 대한 정부의 체계적인 노력을 제도화하였고, 이러한 정책적인 지원에 힘입어 e-무역상사로 지정된 EC21, ECplaza 등 대표적인 국내 무역 e-마켓플레이스들은 여타 민간부문의 무역 e-마켓플레이스, 그리고 산업자원부의 지원으로 KOTRA가 운영하는 통합검색사이트인 BuyKorea.org, 중소기업진흥공단의 Korean Marketplace 및 지자체들에 의해 운영되고 있는 공공 부문의 무역 지원 사이트와 함께 국내 중소기업의 수출 증대에 크게 기여하고 있다.

그러나 이와 같은 전자무역 역시 전체에서 차지하는 비중이 매우 미흡하여 전자무역의 정책과 기업전략 및 인프라간에 심각한 컨설토크라시에 의한 활용상 연결고리의 부재(Missing Link on Governance)가 지적되기도 한다.[11] 특히 남북한 전자상거래와 같은 특수한 상황에서의 전문적인 경영기법과 첨단기술을 요하는 전자무역에서는 이와 같은 시장 조성 및 촉진기능과 같은 실천적 방안이 더욱 절실한 상황이라 할 것이다.

2. 남북 전자상거래 관련 교류현황

삼성전자는 북한에서 상대적으로 뛰어난 기술력과 창의력으로 개발된 게임 및 각종 오피스 소프트웨어를 반입하거나 더 발전시키는 형태로 경협사업을 진행시키고 있다. 하나로 통신 역시 북한 삼천리총회사와 공동으로 제작한 3D 애니메이션 '게으른 고양이 딩가'를 2002년 1월부터 인터넷에서 상영하였다.[12] 또한, 2004년 3월 1일부터 삼천리무역총회사가 개발하고 남한의 북남교역이 기획하여 만든 "독도를 지켜라"라는 모바일 게임이 LG텔레콤을 통해서 서비스되고 있다.

북한은 인터넷이 상업적 이익 획득의 중요 수단이 된다는 점을 인식하고, 1998년부터 해외투자를 유치, 인터넷을 통해 상품을 판매하고 외국관광객을 끌어들이는 등 인터넷을 경제적 이익달성 수단으로 활용하려는 움직임을 보이고 있다.[13] 최근 인터넷 상에서 접속이 가능한 남북한 합작 인터넷 사이트들이 평양 문수동에 있는 서버를 이용하여 개설되어 운영 중에 있고,[14] 인터넷을 통한 북한 상품의 남한 주민 판매도 이루어지고 있다. 북남교역은 2004년 5월 북한상품 인터넷 쇼핑몰 NK몰(www.nkmall.com)을 공식개설, 북한 민경련과 개선무역총회사, 광명성총회사, 삼천리무역총회사 등이 공급하는 차를 비롯한 농림수산물, 음료·주류·건강식품·예술공예품 및 공산품 등 북한 토산품 100여점을 판매하고 있다.

---

11) 최용록, "동북아 경제협력을 위한 전자무역 솔루션의 효과적 활용방안", 국제지역연구, 8권 2호, 국제지역학회, 2004. pp.285~300. Consultocracy란 자문과 지원을 맡는 중계기관(Consulting)과 자의적 활동(Autocracy)의 합성어로 수요자인 기업의 입장이나 최종 소비자의 입장보다는 기술적 우월성이나 첨단 기법을 강조하는 공급자 위주의 중계기관에 의한 시장왜곡현상을 말한다.

12) www.mydinga.com

13) 김영윤&박정란, "[eBiz Issues] 남북한 전자상거래 어떻게 추진할 것인가", 한국전자거래진흥원, eBizKorea, 2004년 10월호.

14) 주용성, "北, 복권사이트 평양에 설치", 연합뉴스, 2002. 3. 29일자.

북한의 수출상품 인터넷 홍보사이트인 조선엑스포닷컴(www.chosunexpo.com)은 상품뿐 아니라 북측의 무역회사 현황 및 투자 관련 법규를 소개하고 있다. 그러나 대부분의 사이트가 매우 제한되고 열악한 상황에서 상업적 거래가 이루어지지 못하고 있고 사이트를 통한 직접 남북교역은 전무한 실정이다. 그럼에도 불구하고 남북한 인프라 및 인터넷 활용 실태분석을 통해 전자상거래의 무한한 가능성은 충분하다. 따라서 이하에서는 전자상거래의 실질적인 활성화방안을 시범사업을 중심으로 하는 전자상거래의 단계별 발전과정과 그 대응과제의 시각에서 유도하고자 한다.

Ⅳ. 남북한 전자상거래 구현방안

1. 남북한 전자상거래의 단계별 과제와 추진방향

남북한 전자상거래는 기본적으로 사업자 중심의 자율적인 시스템을 통해 이루어질 수 있도록 하는 것이 바람직할 것이나, 민감한 정치적 문제와 시장질서, 관련 법제의 상이함 그리고 상호간의 직접 접촉 제한으로 원만한 계약 체결과 이행을 위한 절차 및 수단이 미흡한 상태다. 따라서 기존의 남북교역과 동일한 규정을 적용 또는 보완하여 온라인으로 옮긴 다음, 필요한 선행과제들을 단계별로 해결해가며 점진적 차원에서 전자상거래를 구현해야 할 것이다.

〈표 Ⅳ-1〉 전자상거래의 단계별 발전 전략

구분	웹마케팅 통합단계	제도보완단계	무역자동화단계	확산·심화단계
선행과제 (전제조건)	-북한의 제한적인 인터넷 개방 -정부 허가받은 적용산업의 기업위주, 사이트상 상품거래를 위한 견적서 교환 등 주민접촉승인 절차 생략	-남북한 전자상거래 관련 합의안과 법마련 -통관절차를 전자상거래와 연계로 온라인화	-전략물자 반출제도 개선을 통한 통신 인프라 구축 -경의선, 동해선 등의 육로수송 시설 개방	-정보통신용어와 산업기술표준화 -정부신고제 기반, 기업간 자율 교역 -거래불이행의 사전방지를 위한 에스크로 서비스 도입
적용산업	섬유류	북-농림수산물,광물,철강및금속 남-화학공업품	전자 및 전기제품 기계류	전자·정보통신 생활용품, 잡제품 등 산업부문 확대적용
핵심전략	기업이 직접 온라인으로 상품정보 등록, 검색, 견적서 교환가능	-온라인 거래정보 이용 통관문서 자동변환 -분쟁해결 법적 장치마련	-협상용 채팅, 전자게시판, e메일 등 운영 -남북환거래은행을 통한 직접 대금결제 -육로수송	-표준화를 통해 전자카탈로그 이용 -인프라의 발전으로 화상회의, 온라인결제 실시
구분	웹마케팅 통합단계	제도보완단계	무역자동화단계	확산·심화단계

문제점	-복잡한 통관절차로 인해 시간, 비용낭비 -법적 장치가 마련되지 않아 분쟁발생시 해결방법 없음 -교역을 위한 정보교환 및 의사소통수단 부족	-북한의 통신 및 도로인프라의 미흡으로 실시간협상 불가 및 과다한 운송비 지출	-빠른 정보검색을 위해 남북한 산업표준화 필요 -정부의 허가받은 기존 업체에 국한되어 활발한 민간교역이 이루어지지 못함	(향후 목표) 향후 다양한 형태의 남북한 전자상거래 모델이 나올 수 있도록 성공적인 운영사례 확산, 심화 필요

남북한 전자상거래는 오프라인 남북교역을 보완하는 수단으로 정부의 공인받은 남북한 기업들(기존의 남북교역기업도 가능)이 인터넷을 통해 거래를 추진할 수 있도록 한다. 특히 남북 전자상거래 초기에는 전자상거래 관련 시행착오를 최소화하기 위해 남북교역량 중 큰 비중을 차지하면서 위탁가공 위주로 반입·반출되고 있는 섬유산업과 같은 특정산업분야를 중심으로 기존 업체들 간의 신뢰를 바탕으로 온라인상에서 발생할 수 있는 분쟁을 최소화해야 한다. 이러한 시각에서 남북한 전자상거래는 <표 Ⅳ-1>과 같이 선행과제의 해결단계별 4단계로 나누어 점진적으로 확대·발전시켜 나가는 것이 바람직할 것이다.

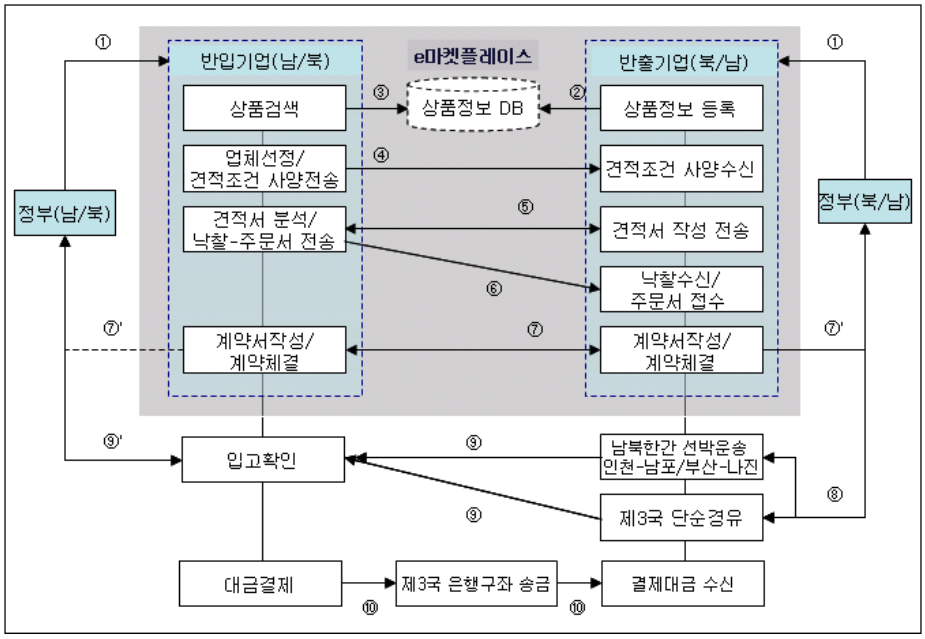
2. 남북 웹마케팅 통합 단계

남북한 전자상거래의 1단계는 북한의 제한적이기는 하지만 인터넷 개방을 전제로 한다. 남북한 정부는 전자상거래를 통한 남북교역을 원하는 기업 중 거래품목에 해당하는 기업을 선정하여, 선정된 기업들에게만 제한적으로 남북한 전자상거래에서 거래할 수 있도록 하고, 남북한 전자상거래에서는 북한주민접촉승인 절차를 생략하도록 한다. 기존에는 북한상품에 관한 정보부족이나 북한기업과 의사교환의 어려움 등으로 제3국 중개인을 통하거나, 북한이 운영하고 있는 대남교역창구를 접촉하는 방법으로 거래선을 확보했지만, 전자상거래에서는 인터넷을 통해 남북교역 기업들은 상품정보를 등록하고 원하는 상품을 검색하여 계약까지 할 수 있다.

[그림 Ⅳ-1]은 남북한 전자상거래 웹마케팅 통합을 위한 제 1 단계 구현모델이다. 남·북한 정부는 기업을 선정하여 남북한 전자상거래에서 거래를 할 수 있도록 허가를 한다(①). 초기에는 거래불이행에 대한 우려가 있을 수 있으므로 각 정부는 믿을 수 있는 기업을 선정하는 것이 중요하다. 전자상거래에서 상품을 판매하고자 하는 기업은 간단한 상품정보(품명, 단가, 상품의 특징 등)를 등록할 수 있다(②). 상품을 구매하고자 하는 기업은 상품검색을 하고(③), 거래를 원하는 기업을 선정하여 견적서를 요청한다(④). 판매기업은 견적서를 작성하여 구매기업에게 전송하며(⑤), 구매기업은 낙찰승인을 한 후 주문서를 작성하여 판매기업에게 전송한다(⑥). 판매기업은 주문서를 접수하고 계약서를 작성하여(⑦), 구매기업에게 전송한다. 구매기업은 계약서를 본 후 만족스럽지 못하거나 보완되어야 할 부분이 있다고 생각하면 작성된 계약서를 보류하고, 판매기업에게 보완되었으면 하는 부분에 대해 의견을 전달하고 계약서 수정을 요청할 수 있다. 클레임발생시 적절히 대처할 수 있는 관련법이 없기 때문에 계약서

에는 반드시 클레임조항을 명문화하여야 할 것이다.

[그림 Ⅳ-1] 남북한 전자상거래 제 1 단계 구현모델



계약서를 작성하고 계약을 체결했다면 정부에 반출입 승인을 신청한다(⑦'). 반출품목은 대부분 포괄승인품목으로 되어 있기 때문에 신고를 원칙으로 하며 반출승인을 요하는 품목은 승인을 받아야 한다(남한 ⑧). 반출신고나 승인을 거쳐 제3국 단순경유 또는 남북한간 선박운송으로 배송을 한다. 구매업자가 입고확인을 하고(⑨), 정부에 반입신고를 한다(⑨'). 남한의 경우 북한산 물품은 무관세 혜택이 주어지는 만큼 북한산임을 증명할 수 있는 원산지 증명서[15] 및 기타 첨부 서류 등 구비서류조건이 지나치게 엄격하여 규제완화와 보완 조치가 필요하다. 끝으로 구매기업은 제3국 은행구좌로 대금을 결제하여 교역을 종료한다(⑩).

3. 남북한 전자상거래 제도보완 단계

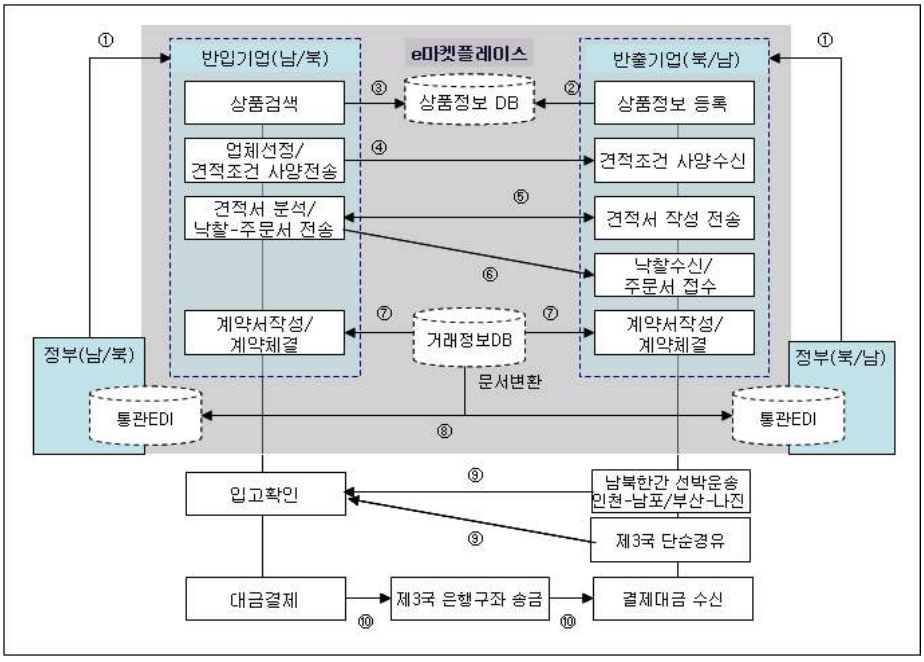
남북한 기업이 구매 혹은 판매행위를 하는 경우, 이는 남북교류협력법상 남북교역업무에 해당된다. 북한과 교역을 하기 위해서는 거래를 위한 접촉·상담 → 계약체결 → 반출입 승인 신청 → 통일부

15) 2004년 북한의 조선협력민족연합회는 남한의 관세청에 전자메일을 이용하여 원산지 증명서를 보내주었고 남북합작사이트인 고려바둑 역시 원산지 증명서를 인터넷으로 시도한 바 있다. 남한 정부가 북한의 원산지 증명서 인터넷 발급서비스를 인정한다면 원산지증명서 발급통보사업은 신속하고 투명할 것이다.

장관이 관계 행정기관의 장과 협의를 거친 후 반출입 승인 →화물 운송 →원산지 확인 →반출입 통관 →사후보고 등 여러 단계의 번거롭고 복잡한 통관절차를 밟아야 한다.[16] 이러한 절차는 활발한 남북교역을 막는 장애요인이므로 절차를 간소화하고 인터넷 교류에 관해서는 별도로 규율, 합의하는 것이 필요하다. 따라서 남북 전자상거래의 2단계는 제도보완단계로 통관절차와 전자상거래와의 연계, 남북한 전자상거래 관련 합의안과 법 마련을 전제로 통관관련 절차, 북한 기업과의 거래의 공신력 확보, 이중과세방지, 전자상거래를 위한 계약법 체계와 같은 선행과제들을 순차적으로 해결해야 한다.

이와 같은 제도적 보완이 이루어지면 자연스럽게 남북한 전자상거래에서 발생한 거래의 거래정보를 이용하여 남한과 북한 정부의 통관문서로 자동으로 변환, 각 정부의 통관 EDI에 연결하여 기업은 오프라인에서 따로 반출입 신청서나 승인서를 제출할 필요가 없다. [그림 Ⅳ-2]는 남북한 전자상거래 제 2 단계 구현모델이다. ①에서 ⑥까지의 절차는 제 1 단계와 같다. 판매기업은 계약서를 작성하여 구매기업에게 전송하고(⑦), 사이트 내에서 계약서에 관한 의견을 조율하여, 계약서를 체결하면 거래정보 DB에 계약관련 정보가 입력된다. 거래정보 DB에 있는 정보를 이용하여 각 정부에 필요한 통관문서로 변환(⑧), EDI로 정부시스템에 자동 입력한다. 배송을 하면 구매업자가 입고확인을 한 다음(⑨), 구매기업은 제3국 은행구좌로 대금을 결제한다(⑩).

[그림 Ⅳ-2] 남북한 전자상거래 제 2 단계 구현모델



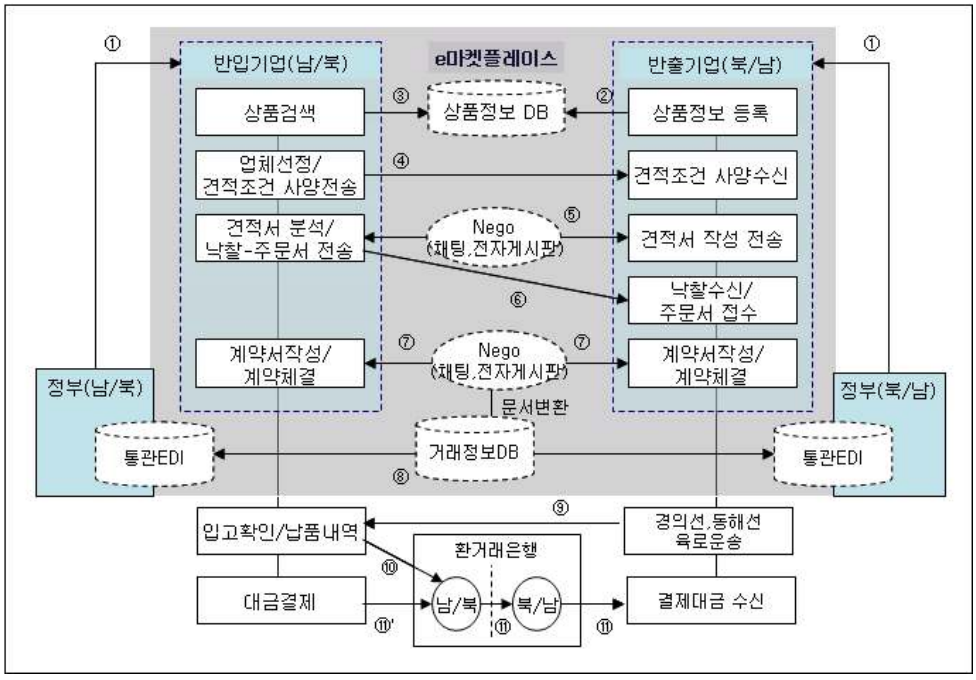
16) 박윤혼, “남북기본합의서 이행에 따른 남북교류협력법령의 보완과 그 발전방향”, 1992, pp.30-31.

4. 남북한 무역자동화 단계

남북한 전자상거래에는 판매업체와 구매업체간 거래가 신속하고 완전하게 완결될 수 있는 전송망과 장비가 필요하다. 특히 북한이 통신 인프라를 구축하기 위해서는 무엇보다도 전략물자 반출 제한 문제가 해결되어야 한다. 전략물자 반출 제한은 민감한 기술의 군사적 전용을 막는데 목적이 있기 때문에 평화적인 산업용 이전 자체를 금지하자는 것은 아니므로(용도 판정의 문제), 무조건 전략물자의 반출을 금지하기보다는 민감 품목의 북한 내 용도의 투명성을 확보할 수 있는 가이드라인을 제정할 필요가 있다. 남북 IT 경제협력을 위한 전략물자 반출문제는 우리정부의 책임 하에 사전·사후 통제관리에 따라 이루어지고, 아울러 전략물자 반출 통제체제에 대한 우리의 입장과 방침을 미국 및 다른 우방국들에게 지속적으로 설명, 양해를 구하는 노력도 병행하여 전략물자 반출제도를 개선해야 할 것이다.

남북교역의 물류비용과 물류시간을 줄이기 위해서는 육로수송이 이루어져야 한다. 2004년 11월 경의선과 동해선의 도로공사가 끝남에 따라 남북간에 이미 합의한 도로 개통행사와 철도의 시험운행이 조속히 이행될 수 있도록 하여 남북교역으로 인한 물류비 부담을 덜도록 해야 한다. 따라서 남북한 전자상거래 제 3 단계에서는 북한의 전략물자 반출제도 개선을 통한 통신 인프라 구축과 육로를 이용한 직접교역을 전제로 계약이후의 무역자동화 과정의 통합적 구축과 활용에 주력하게 된다.

[그림 IV-3] 남북한 전자상거래 제 3 단계 구현모델



[그림 Ⅳ-3]은 남북한 전자상거래 3단계 구현모델이다. ①에서 ④까지는 1단계와 같고, 판매기업은 견적서를 작성하여 구매기업에게 전송하면(⑤), 교역 당사자들은 견적서와 관련하여 채팅이나 전자게시판 등의 전자적 커뮤니케이션을 이용하여 Nego를 한다. 구매기업이 낙찰승인을 한 후 주문서를 작성하여 판매기업에게 전송하면(⑥), 판매기업은 이를 접수하고 계약서를 작성하여 구매기업에게 전송한다(⑦). 계약서에 관한 의견조율은 사이트 내 채팅이나 전자게시판을 이용하고 계약을 체결하면 거래정보 DB에 있는 정보를 이용하여 각 정부에 필요한 통관문서로 변환(⑧), EDI로 정부시스템에 자동으로 입력한다.

3단계에서 강조되는 인프라의 구축 및 활용을 위해 경의선, 동해선을 이용한 육로수송을 통해 배송하고 구매업자는 입고를 확인한다⑨. 남·북한 은행간 환결제 계약으로 환거래 은행을 통해서 구매기업(남/북)이 납품내역을 은행(남/북)으로 전송하면(⑩), (남/북)은행이 다음날 판매기업의 계좌가 있는 환거래 은행(북/남)에 대금을 대신 넣어주어 대금을 결제하게 된다(⑪). (남/북)구매업자는 매달 한번씩 해당은행에 대금을 결제한다(⑪').

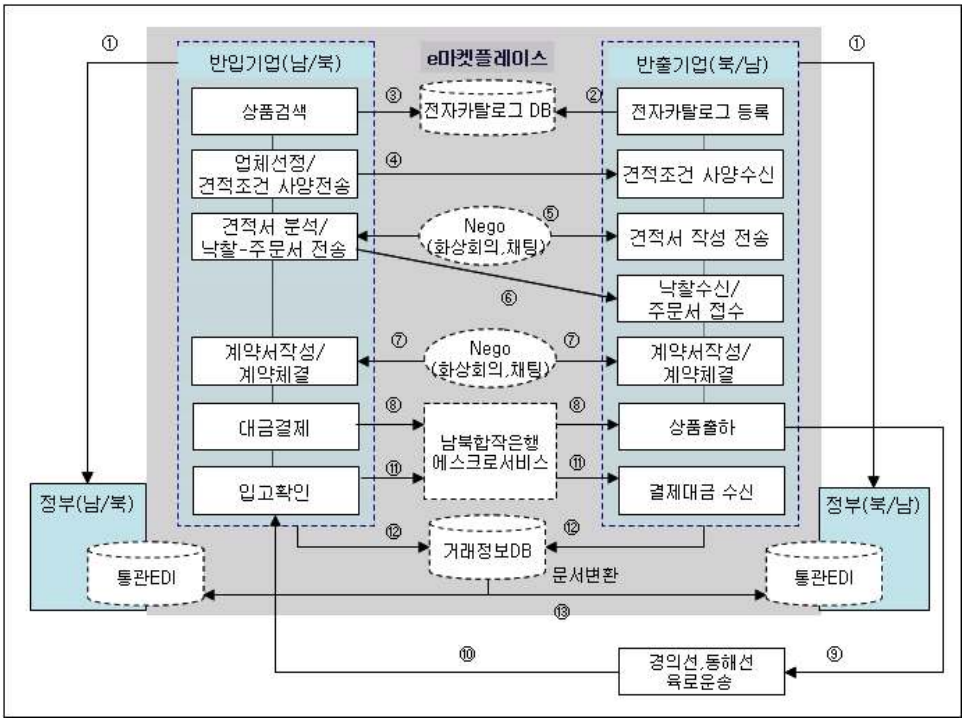
5. 남북한 전자상거래 확산·심화 단계

남북의 정보통신 용어 및 시스템에 있어 상이한 부분이 많아 남북 격차해소에 장애물로 작용하고 있다. 이러한 현실은 통일 후에도 남북 산업의 통합에 저해요인으로 작용할 수 있으므로 남북 전자상거래의 확산 및 심화를 위해서는 기술표준 및 용어에 있어 상이한 부분을 찾아 표준화시키는 것이 필요하다. '남북기술표준협력단'이 2004년 9월부터 공식 활동을 시작했다는 점은 따라서 매우 다행한 일이다. 특히, 표준화는 온라인상에서 절실히 필요하다. 제품을 직접 보지 않고 인터넷의 전자카탈로그를 통해 제품에 대한 정보를 얻는 전자상거래의 경우 산업표준화는 남북의 산업 용어의 차이에서 발생할 수 있는 문제점을 최소화해주기 때문이다.

남북한 전자상거래는 거래당사자가 직접적으로 만나지 않고 거래를 하기 때문에 서로의 신용에 대한 확신이 중요하다. 구매자의 경우 판매자가 배송을 하지 않을 것에 대한 두려움이 있고 반대로 판매자의 경우 결제하지 않을 것에 대한 우려를 가지게 된다. 따라서 에스크로 서비스[17]는 남북한 전자상거래에 참여한 기업들에게 거래불이행에 대한 우려와 위험을 해소시켜 준다. 남북한 전자상거래 제4단계에서는 남북한의 정보통신·산업·기술 표준화와 정부허가제에서 신고제로 변경하고 민간기업의 자율적인 교역으로 거래불이행의 문제발생을 사전방지하기 위한 남북한 합작은행의 에스크로 서비스를 전제로 한다.

17) 에스크로(Escrow)란 법률적으로 '조건부 양도증서, 즉 '"조건부 제 3자 예탁"을 의미하며, 구매자와 판매자간 신용관계가 불확실할 때 제3자가 상거래가 원활히 이루어질 수 있도록 중개를 하는 매매보호서비스 기능을 한다.

[그림 Ⅳ-4] 남북한 전자상거래 제 4 단계 구현모델



[그림 Ⅳ-4]는 남북한 전자상거래 제4단계 구현모델이다. 정부가 선정한 기업들을 대상으로 전자상거래를 구현한 3단계이후(①), 4단계에서는 정부의 허가를 받는 것이 아니라 남북한 전자상거래에 기업이 가입을 하면 정부에 남북한 전자상거래 사업신고서가 자동으로 접수된다. 접수기업이 남북 산업·기술 표준에 맞춰 전자카탈로그를 제작하여 등록하면(②), 상품을 구매하고자 하는 기업은 상품검색을 하고(③), 거래를 원하는 기업을 선정하여 견적서를 요청한다(④). 판매기업은 견적서를 작성하여 구매기업에게 전송하고(⑤), 견적서와 관련하여 화상회의나 채팅, 전자게시판 등의 다양한 전자적 커뮤니케이션을 이용하여 Nego를 한다. 구매기업이 낙찰승인을 한 후 주문서를 작성하여 판매기업에게 전송하면(⑥), 주문서를 접수한 판매기업은 계약서를 작성하여 구매기업에게 전송한다(⑦). 사이트 내에서 화상회의, 채팅, 전자게시판을 이용하여 계약에 관한 의견조율을 마치고 계약서를 체결하면, 구매업자는 전자상거래에서 남북합작은행 결제서비스로 대금을 결제하고 남북합작은행은 판매업자에게 상품출하를 요청한다(⑧).

판매업자는 상품을 출하하여(⑨), 경의선·동해선을 이용한 육로수송을 통해 배송하고(⑩), 구매업자는 상품의 입고확인을 한 다음, 남북합작은행에 입고를 알리면, 남북합작은행은 거래상 발생한 문제점이나 상품의 하자여부의 유무를 판단할 수 있는 시간적 여유(3~4일)를 두고 대금을 지급한다(⑪). 교역

당사자들은 DB에 있는 정보를 이용하여 각 정부에 필요한 통관문서로 변환시키고(⑫), 변환된 문서는 EDI로 정부시스템에 자동으로 입력된다(⑬).

V. 결 론

본 연구는 남북한 전자상거래를 추진하기 위한 선행과제를 단계별로 해결해 가는 실천적이고 구체적인 추진방안을 살펴보았다. 남북관계의 특수한 상황을 고려할 때 제약이 많은 오프라인보다 국적이나 국경의 장벽이 없는 인터넷을 통한 남북간의 교류·협력은 북한의 경제를 회복시킬 수 있는 좋은 방안일 뿐만 아니라 남북 이질감 해소 및 통합을 촉진할 수 있는 자연스러운 길이다. 남북한 교역 추진의 목적은 남북의 경제적 상호이익 도모에 있다. 그러나 현실적으로는 정치적 요인들로 인해 남북한 물자교류에 비정상적인 교역관행과 경제적 비효율성이 발생하고 있다. 남북한 전자상거래는 이러한 문제점들을 해소하여 해외판로 개척, 거래비용 절감, 통관절차의 간소화, 기존 대금결제방식의 문제해결을 가져온다. 이와 같은 남북한 전자상거래가 활성화되기 위한 방안으로 본 연구는 제한된 절차와 범위 및 구조와 기능을 점차 심화, 확산해가는 최적경로관리(Optimal Path Control)를 위한 단계별 추진방안을 제시하였다.

제1단계는 북한의 인터넷개방으로 전자상거래에서 교역기업의 정보를 얻고 계약을 체결하는 웹 마케팅 통합단계이며, 제2단계는 전자상거래에서 발생한 거래정보를 이용하여 통관문서로 변환, 기존 오프라인의 복잡한 통관절차를 간소화하는 제도보완 단계이다. 제3단계는 단순한 계약이전의 사이트 활용에서 벗어나 북한의 통신, 도로 인프라를 구축하여 전자상거래에서의 의사교환과 육로를 이용한 직접교역을 위한 무역자동화 단계이며, 제4단계는 산업·기술표준화로 전자카탈로그를 제작하고 에스크로 서비스를 이용하여 거래불이행을 사전에 예방하는 전면적 개방의 심화·확산 단계라 할 것이다.

이러한 모든 단계별 추진과제는 물론 구체적인 사업타당성을 기초로 보다 탄력적이면서도 적극적인 남북한 정부 및 기업의 참여를 필요로 한다. 따라서 단계별 사업을 전담하기 위한 보다 능동적인 추진기관의 구축이 시급하며 이를 통한 체계적이고 종합적인 남북한 전자상거래가 추진되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

공영일, “정보통신부문의 남북 교류협력 발전 전망”, 통일경제 제73호, 2001.

구해우, 『북한의 정보통신산업 현황과 남북경협 전망, SK텔레콤, 2002. 4.

김근식, “북한의 IT경협 전략과 대응 방안”, 통일경제, 제81호, 2002. 5.

박윤혼, 남북기본합의서 이행에 따른 남북교류협력법령의 보완과 그 발전방향, 1992, pp.30-31.

유재왕, “남북경협 활성화 방안에 관한 연구-대북진출 IT기업의 사례를 중심으로”, 경희대학교 대학원 행정학 석사학위 논문, 2003

윤기관, “북한경제의 회복을 위한 대금결제상의 새로운 노력”, 통일경제, 현대경제사회연구원, 1997년 10월호, pp.67-68.

최용록, “남북한 전자상거래 도입을 위한 과제와 대응방안”, 2006년도 춘계중재학술대회 발표논문집, 한국중재학회, 2006. pp.22~53.

Choi, Yong rok, “A Comparative Study on the Web Marketing Mix Strategy of the Global e-commerce meta-mediary", *Journal of Korea Trade*, Vol.8 No.1, KTRA, 2004, pp. 161-179.

IDC, Worldwide eMarketplace Services Market Forecast and Analysis, 2000-2005, March 2001.

http：//www.dt.co.kr

http：//www.oracle.com/global/kr/magazine/archive/20fall/insi_01.html

http：//news.naver.com/news/read.php?mode=LSD&office_id=022&article_id=0000022257&section_id=101&menu_id=101

http：//www.anetworld.pe.kr/b2btrend7view/b2bv01.hwp