

## ▶ 소비자·가족자원경영

## 7.1. 경제관리개선조치 이후의 북한의 소비생활 연구

이 기 춘\* (서울대학교 소비자학과 교수)

나 종 연 (서울대학교 소비자학과 조교수)

김 나 연 (인하대학교 소비자아동학과 강사)

지금까지 통일에 대한 논의는 주로 정치적 측면 또는 거시경제적인 측면에 치중되어왔고, 통일에 대한 담론도 정부 주도적으로 이루어져 왔다고 할 수 있다. 하지만 통일은 정치, 경제, 사회, 문화 등 모든 측면에서의 통합을 뜻하는 다차원적인 개념이다 (조형, 1997). 이러한 맥락에서 통일은 다차원적으로 접근되어야 하고, 상이한 체제에 대한 고찰은 물론 남북주민의 일상생활에서의 의미를 다루는 생활문화의 차원에서의 논의까지 확장되어야 한다.

북한의 경제상황은 1990년대 후반 이후 급변하고 있다. 1990년대 중반 이후 북한의 극심한 경제난으로 배급제가 의미를 상실하고 국영상점이 마비된 이후, 주민들이 자력으로 살아남기 위해 장사에 나섬으로써 암시장이 활성화 되었다. 2002년 실시된 「7·1 경제관리개선조치」는 그 내용으로 시장동향을 반영한 가격현실화 및 화폐임금제 등을 포함하고 있다. 이러한 변화를 통해 북한 주민들은 자본주의 시장 메카니즘에 노출되기 시작했고, '소비자'의 역할을 어느 정도 수행하기 시작했다고 볼 수 있으며, 소비자로서의 역할은 점차 중요해질 것으로 기대할 수 있다는 점에서 북한인을 소비자로서 인식하고, 소비자로서의 역할과 태도를 살펴보는 것은 의미를 갖는다.

본 연구는 북한의 소비자환경에 대한 객관적인 이해를 확립하고, 북한의 소비생활실상 및 남한과의 이질화 현상을 파악하며, 북한 소비자들의 의식과 소비생활에 대한 만족정도 등을 규명하는 기초 자료를 제공하는 것을 통해, 통일 이후에 남북한 소비자가 겪을 수 있는 소비자문제를 예측하고 이를 완화시킬 수 있는 정책과 교육방안을 설계하는 것에 기여하는 것을 목표로 한다.

본 연구는 문헌연구, 개인심층면접조사, 북한전문가 Focus Group Interview를 통해 진행되었다. 문헌연구를 위해서는 북한의 경제제도와 국민 생활 전반에 관한 각종 2차 자료(석, 박사 학위논문, 논문, 단행본, 정기간행물, 신문 및 방송 자료, 북한관련NGO단체 자료 등)를 수집하여 관련된 내용을 점검하고, 분석하였다. 개인심층면접조사는 자료의 참신성과 7.1. 경제조치 이후의 시장환경의 변화를 연구하기 위해 2003년 이후 탈북한 국내거주 북한이탈주민 소비자를 대상으로 실시되었고, 성별, 연령, 교육수준, 탈북 이전의 거주지 등을 고려하여 대상을 선정하였다.

본 연구에서는 북한소비자의 공식, 비공식적 소득의 규모와 비목별 소비지출을 분석하였고, 북한소비자의 시장거래활동과 소비가치, 의식, 태도 등이 조사되었다. 연구결과 7.1. 경제관리개선 조치 이후 소비재의 가격은 빠르고 지속적으로 상승하고 있는 것으로 나타났고, 배급은 2000년대에 들어서 거의 이루어지지 않고 있는 상태이며, 勞賃의 수준도 향상되기는 하였으나 가격의 빠른 상승을 따라가지 못해서 대부분의 북한소비자들은 장사 등 부업을 통한 비공식적인 소득에 의존해서 생활을 영위하고 있는 것으로 나타났다.