

목 차

제1장 서울시의 희망기업제품 구매 지원정책	3
제1절 공공구매의 개념과 지원제도	3
1. 공공구매의 개념	3
2. 중소기업제품 공공구매제도	5
제2절 서울시의 희망기업제품 구매 확대를 위한 제도개선	8
1. 희망기업의 정의 및 정책추진 배경	8
제3절 연구목적 및 연구흐름	22
1. 연구목적	22
2. 연구흐름	23
 제2장 서울시의 희망기업제품 구매 현황	27
제1절 시·도별 중소기업제품의 공공구매 추이	27
1. 중소기업제품의 공공구매 규모	27
제2절 서울시의 희망기업제품 구매실적	33
1. 희망기업제품의 공공구매 현황	33
2. 희망기업제품의 유형별 계약건수와 구매금액	36
 제3장 희망기업제품 구매의 사회·경제적 효과	47
제1절 조사개요	47
제2절 희망기업제품 구매의 경제적 효과	49
1. 매출액 증가 및 수익성 개선 효과	49
2. 고용증가 효과	58
3. 거시적 효과	60

제3절 희망기업제품 구매의 사회적 효과	61
1. 타 기관 조달제도에 대한 영향	61
2. 공무원 및 시민 인식에 대한 영향	63
3. 사회적 가치 실현 의향에 대한 영향	65
제4절 구매확대 관련 기타 사항	66
1. 정책인지 및 정책도움 여부	66
2. 거래기회 제약요인	71
3. 매출증대 및 거래확대를 위한 개선사항	73
제4장 정책적 시사점	79
제1절 종합판단	79
제2절 향후 정책방향	83
1. 희망기업의 개념 재설정 및 우선순위 명확화	84
2. 통합구매정보시스템 구축	85
3. 정책홍보 및 발주정보 제공 강화	87
4. 구매품목 다변화와 희망기업제품 구매매뉴얼 작성	87
5. 중견기업과 희망기업의 상생프로그램 구축	88
참고문헌	93
부 록	97

표 목 차

〈표 1-1〉 민간구매와 공공구매 비교	4
〈표 1-2〉 중소기업제품 공공구매제도의 개요	7
〈표 1-3〉 희망기업의 현황	10
〈표 1-4〉 희망기업의 우대 및 지원 현황	12
〈표 1-5〉 외국의 약자기업 구매확대 관련 주요 지원정책	13
〈표 1-6〉 5억원 미만 용역의 수행실적 배점 변화	15
〈표 1-7〉 협상계약의 가산점 개선	17
〈표 1-8〉 일반용역 적격심사의 가산점 개선	18
〈표 2-1〉 2011년 전국 행정·공공기관의 제품별 공공구매 실적	27
〈표 2-2〉 2011년 16개 시·도 본청의 제품별 공공구매 실적	29
〈표 2-3〉 16개 시·도별 중소기업제품의 공공구매액 추이	32
〈표 2-4〉 서울시의 총 구매액과 희망기업제품의 구매액 추이	33
〈표 2-5〉 서울시의 기관별 희망기업제품 구매액 규모	35
〈표 2-6〉 2012년 서울시 공공구매의 기업유형별 계약건수 및 비중	36
〈표 2-7〉 2012년 서울시의 계약유형 및 구매유형별 계약건수	38
〈표 2-8〉 2012년 2천만원 미만 수의계약의 기업유형 및 구매유형별 계약건수	38
〈표 2-9〉 2012년 서울시 구매유형별 구매금액	39
〈표 2-10〉 2012년 서울시 거래기업의 거래품목수	41
〈표 2-11〉 2012년 서울시의 중점관리기업 주요품목별 구매실적	42
〈표 2-12〉 2012년 서울시의 구매품목 다양화 내역	43
〈표 3-1〉 조사대상 업체의 주요 특성	48
〈표 3-2〉 서울시 희망기업제품 구매 확대정책의 기업에 대한 영향(기업유형별)	50
〈표 3-3〉 희망기업의 기업유형별 매출액 규모와 증감액	52
〈표 3-4〉 희망기업의 기업유형별 거래금액 규모와 증감액	53

〈표 3-5〉 희망기업제품 구매확대 정책 이후 거래금액 증가품목	54
〈표 3-6〉 2012년 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 고용증가 효과(기업유형별)	59
〈표 3-7〉 2012년 서울시 중점관리기업제품 구매액의 거시경제적 파급효과	61
〈표 3-8〉 서울시의 희망기업 지원방안 중 도움이 된 정책(기업유형별)	69
〈표 3-9〉 희망기업의 서울시와 거래기회 제약요인(기업유형별)	72
〈표 3-10〉 희망기업의 매출증대를 위한 제도 개선사항(기업유형별)	74
〈표 3-11〉 사업체 유형별 서울시와 거래확대를 위한 사업체의 개선사항	75
〈표 4-1〉 희망기업제품 구매확대 정책의 경제적 효과	80
〈표 4-2〉 희망기업제품 구매확대 정책의 사회적 효과	81

그림 목차

〈그림 1-1〉 서울시의 희망기업제품 구매 증대방안	14
〈그림 2-1〉 전국 공공구매 내 중소기업제품의 구매액 및 비중 추이	28
〈그림 2-2〉 서울시 중소기업제품의 구매액 및 구매비중 추이	31
〈그림 2-3〉 2012년 서울시 공공구매의 기업유형별 계약유형 건수비율	37
〈그림 2-4〉 2012년 서울시 공공구매의 구매금액별 구매건수	40
〈그림 3-1〉 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 기업도움 측면	49
〈그림 3-2〉 2012년 희망기업의 기업유형별 매출액 증가업체 비중	51
〈그림 3-3〉 2012년 희망기업 중 서울시와의 거래금액 증가업체 비중(기업유형별)	52
〈그림 3-4〉 2012년 희망기업의 매출증대에 대한 거래금액 기여율(기업유형별)	55
〈그림 3-5〉 2012년 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 수익성 개선 효과	56
〈그림 3-6〉 2012년 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 수익성 개선 효과(기업유형별)	57
〈그림 3-7〉 2012년 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 고용증가 효과	58
〈그림 3-8〉 서울시 희망제품 구매확대 정책이 타 기관 조달제도에 미친 영향	62
〈그림 3-9〉 서울시 희망기업제품 구매확대 정책이 타 기관 조달제도에 미친 영향(기업유형별)	63
〈그림 3-10〉 서울시 구매정책이 공무원 및 일반시민의 희망기업 인식에 미친 영향 여부	64
〈그림 3-11〉 공무원 및 일반시민 인식에 미친 긍정적 변화 정도	64
〈그림 3-12〉 희망기업제품 구매확대 정책에 따른 사회적 가치 실현 노력 및 의향	65
〈그림 3-13〉 희망기업제품 구매확대 정책에 따른 사회적 가치 실현 노력 및 의향	66
〈그림 3-14〉 서울시 희망기업 지원방안에 대한 거래업체 인지도	67
〈그림 3-15〉 서울시 희망기업 지원방안에 대한 거래업체 인지도(기업유형별)	67
〈그림 3-16〉 서울시 희망기업 지원방안 중 도움이 된 방안	68

〈그림 3-17〉 서울시 희망기업 지원방안의 효과 여부	70
〈그림 3-18〉 서울시 희망기업 지원방안의 효과 여부(기업유형별)	70
〈그림 3-19〉 희망기업의 서울시와 거래기회 제약요인	71
〈그림 3-20〉 입찰에서 낙찰되지 못한 이유	72
〈그림 3-21〉 희망기업의 매출증대를 위한 제도 개선사항	73
〈그림 3-22〉 서울시와 거래확대를 위한 사업체의 개선사항	75
〈그림 4-1〉 희망기업의 기업유형별 사회·경제적 효과	82
〈그림 4-2〉 향후 희망기업제품 구매정책의 개선방향	83
〈그림 4-3〉 국가무역통계포털서비스	86