

요약 및 정책건의

1. 연구배경 및 목적

- 희망기업은 사회적 약자기업(Social Disadvantaged Business)을 의미
 - － 희망기업은 중증장애인시설, 장애인기업, 사회적기업, 자활기업, 여성기업, 소기업, 소상공인, 기타기업 등으로 구성
 - － 특히 희망기업 중에서도 상대적으로 경쟁력이 취약한 중증장애인시설, 자활기업, 사회적기업을 중점관리기업으로 지칭

희망기업	중점관리기업	중증장애인시설	중증장애인들을 고용하는 직업재활시설 등으로 장애인이 근로자의 70% 이상이고, 이중 중증장애인이 60% 이상인 시설
		자활기업	2인 이상의 수급자 또는 저소득층이 상호 협력해 조합 또는 공동사업자 형태로 탈빈곤을 위한 자활사업을 운영하는 업체로 보장기관으로부터 인정받은 기업
		사회적기업	취약계층에게 사회서비스 및 일자리를 제공하거나 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 활동을 수행하는 기업
	기타기업	장애인기업	장애인이 소유하거나 경영하고, 상시근로자 중 30% 이상이 장애인인 기업
		여성기업	여성이 소유하거나 경영하는 기업으로 여성이 회사의 대표자인 기업
		소상공인, 소기업, 중기업 등 기타기업	소상공인 : 중소기업 중 제조업, 광업, 건설업, 운송업은 상시근로자수 10인 미만, 나머지 업종은 5인 미만 기업 소기업 : 중소기업 중 제조업, 광업, 건설업, 운송업은 상시근로자수 50인 미만, 나머지 업종은 10인 미만 기업 중기업 : 중소기업 중 소기업을 제외한 업종으로 기준은 업종별로 상이

〈그림 1〉 희망기업의 정의

- 희망기업의 업체유형은 대부분 기타 중소기업이며, 서울시와의 거래에서도 이들 업체가 가장 큰 비중을 차지
 - － 2012년 서울·경기지역의 희망기업은 약 134만개이고, 이중 중점관리기업은 990개로 전체 희망기업의 0.07%를 차지

- 기업유형 비중 : 기타 중소기업(99.6%) > 여성기업(0.23%) > 장애인 기업(0.07%) > 사회적기업(0.04%) > 중증장애인시설(0.03%) > 자활 기업(0.01%) 등의 순
- 2012년 희망기업 중 서울시와의 거래 기업수는 38,273개이고, 이중 1.67%인 641개가 중점관리기업에 해당
- 거래기업 비중 : 기타 중소기업(95.5%) > 여성기업(2.44%) > 사회적 기업(1.06%) > 중증장애인시설(0.51%) > 장애인기업(0.40%) > 자활 기업(0.10%) 등의 순

〈표 1〉 희망기업의 현황

(단위 : 개, %)

구 분	합계	중점관리기업				장애인 기업	여성 기업	기타 중소기업
		소계	중증 장애인시설	사회적 기업	자활 기업			
기업 현황	1,336,001 (100.0)	990 (0.07)	351 (0.03)	533 (0.04)	106 (0.01)	863 (0.07)	3,089 (0.23)	1,331,059 (99.6)
거래 기업수	38,273 (100.0)	641 (1.67)	197 (0.51)	407 (1.06)	37 (0.10)	154 (0.40)	934 (2.44)	36,544 (95.5)

주 : 1. 기업현황은 서울·경기 기준이나, 중증장애인시설은 전국현황
 2. 기타 중소기업은 별도 인증확인이 없는 소규모 기업체를 모두 포함
 3. ()안은 비중

- 서울시는 2012년 6월부터 희망기업의 제품구매 확대를 위한 지원방안을 중점관리기업을 중심으로 마련해 시행 중
 - 이는 희망기업, 특히 중점관리기업이 대부분 영세하고, 가격·품질 경쟁력도 상대적으로 취약해 제품생산과 판로확보에 한계를 보이기 때문
 - 또한 기존 공공구매 계약 시 희망기업에 대한 가산점 제도 등 계약상 우대조치가 있지만, 희망기업제품의 구매 확대를 도모하기에 역부족
 - 입찰 시 엄격한 수행실적 요구도 희망기업의 공공구매시장 진출에 장애요인으로 작용

- 이에 따라 서울시는 희망기업제품의 공공구매 확대를 위해 <표 2>와 같이 진입장벽 완화, 가산점 확대, 수의계약 및 일상경비 지출 확대 등의 정책을 추진

<표 2> 서울시의 희망기업제품 구매 증대방안

구 분	주요 내용
입찰 시 실적완화 및 유사 실적 인정을 통한 진입장벽 완화	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 5억원 미만 일반용역에서 수행실적에 부여했던 배점을 폐지 또는 축소 ▷ 실적제한 완화 : 해당 목적물의 1배 이내에서 1/3배로 축소 ▷ 실적인정 범위 확대 : 해당 목적물과 동일한 종류의 실적에서 유사한 실적으로 변경
협상 제안서 평가 및 적격심사 시 희망기업에 대한 가산점 확대	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 협상계약의 객관적 평가에서 희망기업에 대한 가산점 확대로 희망기업의 부족점수를 보충하고 지원 우선순위에 따라 가산점을 차등 부여 ▷ 적격심사계약에서도 약자·우수기업과 중소기업 등의 가산점이 확대·신설되고, 가산점도 차등 부여
희망기업과의 수의계약 및 일상 경비 지출확대	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 지방계약법령상 수의계약이 가능한 경우에는 희망기업제품을 우선구매 ▷ 수의계약 사유서, 일상경비(카드구매) 집행 지급품의서 개정으로 희망 기업 제품 구매 확대
공사 및 용역계약 특수조건에 하도급 시 희망기업제품구매와 용역의뢰 명시	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 공사계약 : 계약 상대방이 자재를 구매하거나 청소 등 일반용역을 위탁할 때 사회적 약자기업이 제조·판매하는 자재나 인력의 우선 사용 및 공사 관련 장비 등의 우선 임차 조항을 신설 ▷ 용역계약 : 해당 용역수행을 위해 필요한 자재 등은 사회적 약자기업 제품을 우선 사용하는 특수조건 부여
기타 제도 변화	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 희망기업 주요 생산품에 대해 희망기업만 입찰에 참여하도록 제한 ▷ 장애인 채용 및 비정규직의 정규직화 확대 시 가산점 부여 ▷ 희망기업제품의 우선 구매 관련 도덕적 해이 방지 등

- 이 연구의 목적은 2012년 6월 시행된 희망기업제품의 공공구매 확대 지원 방안(가산점부여, 진입장벽 완화 등)이 얼마나 효과가 있는가를 파악하고, 향후 제도개선을 위한 시사점을 도출하는 데 있음
- 중증장애인시설, 자활기업, 사회적기업 등 희망기업제품 구매의 사회·경제적 효과 분석
- 희망기업들의 공공구매 관련 애로사항 파악과 공공구매 참여기회 확대를 위한 시사점 도출

2. 서울시의 희망기업제품 구매 현황

- 2012년 서울시의 희망기업제품 구매액은 공공구매 확대 정책에 힘입어 전년 대비 19.6% 증가한 3조 5,552억원을 기록
 - － 총 구매액에서 차지하는 희망기업제품 비중은 2011년 64.5%에서 2012년 71.5%로 전년 대비 7.0%p 확대
 - － 희망기업제품의 공공구매 건수도 2011년 190,884건에서 2012년 229,013건으로 전년 대비 20% 증가
- 특히 희망기업 중 중점관리기업 제품 구매가 큰 폭으로 증가
 - － 2012년 중점관리기업 제품의 구매액은 700억원으로 전년 대비 172.4% 증가
 - 자활기업을 포함한 사회적기업의 제품 구매액은 450억원으로 전년대비 287.9% 증가
 - 중증장애인시설의 제품 구매액도 250억원으로 전년대비 77.3% 증가

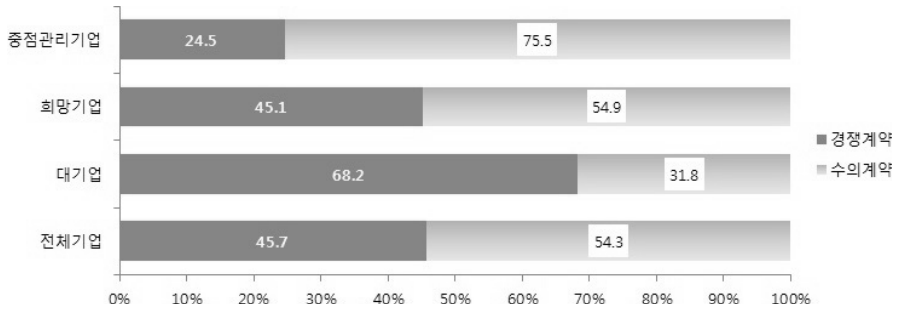
〈표 3〉 서울시의 희망기업제품 구매액 추이

(단위 : 억원)

구 분		계	희망기업					
			중점관리기업		장애인기업	여성기업	소기업	기타기업
			중증 장애인시설	사회적 기업				
2011	계	29,727	141	116	315	0	0	29,155
	시	11,738	10	5	34	0	0	11,689
	자치구	8,396	72	69	26	0	0	8,229
	투자출연기관	9,593	59	42	255	0	0	9,237
2012	계	35,552	250	450	177	3,976	7,740	22,959
	시	15,938	49	97	86	1,235	3,227	11,244
	자치구	10,128	125	278	72	969	3,012	5,672
	투자출연기관	9,486	76	75	19	1,772	1,501	6,043

주 : 자활기업은 사회적기업에 포함

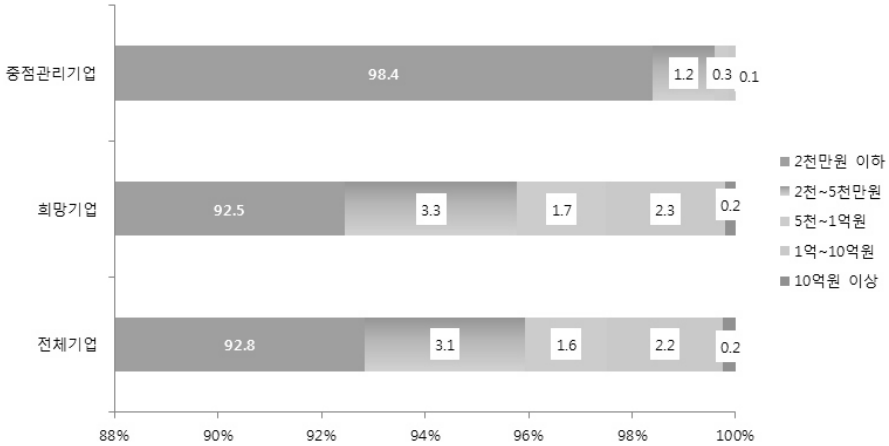
- 서울시 공공구매의 계약유형을 보면, 중점관리기업 등 희망기업과는 수의계약이, 대기업과는 경쟁계약 비중이 높음
 - － 2012년 서울시 공공구매 계약건수 중 54.3%가 수의계약이고, 45.7%가 경쟁계약
 - － 기업유형별로 보면, 대기업의 수의계약 비중은 31.8%인 데 비해 희망기업 및 중점관리기업의 수의계약 비중이 각각 54.9%, 75.5%로 높음



〈그림 2〉 2012년 서울시 공공구매의 기업유형별 계약유형 비율(계약건수 기준)

- 중점관리기업에 대한 서울시의 공공구매는 전체 기업 및 희망기업에 비해 소액구매에 더 집중된 형태
 - － 2012년 서울시 총 공공구매 건수의 92.8%가 2천만원 이하 소액구매
 - 총 공공구매액 중 2천만원 이하 소액구매액 비중은 8.7%
 - － 희망기업에 대한 구매건수와 구매액 분포는 전체 기업과 유사
 - 2012년 희망기업에 대한 구매 중 2천만원 이하 소액구매 건수 비중은 92.5%, 2천만원 이하 소액구매액 비중은 11.1%

- － 반면, 중점관리기업에 대한 구매는 2천만원 이하 소액구매가 구매건수의 98.4%, 구매액의 56.3%를 차지



〈그림 3〉 2012년 서울시 공공구매의 구매금액별 구매건수 분포

- 이처럼 중점관리기업의 공공구매 참여가 소액거래에 집중된 것은 상대적으로 거래품목이 적고, 물품위주 구매이기 때문
 - － 2012년 서울시 중점관리기업의 구매품목은 총 118개로 총 거래품목의 6.6% 수준이고, 대부분 물품에 집중
 - － 또한 중점관리기업의 생산품목은 인쇄물, 식료품, 청소·방역 등이나, 2012년 본청 및 사업소에서 구매한 상위품목은 레미콘, 토목 등 중점관리기업을 통해 구매하기 어려운 품목이 다수

〈표 4〉 2012년 서울시 거래기업의 거래품목수

(단위 : 개)

	계	물품	공사	용역
전체구매품목	1,779	1,665	38	76
중점관리기업	118	92	2	24

3. 희망기업제품 구매의 사회·경제적 효과

1) 희망기업제품 구매의 경제적 효과

- 조사대상 희망기업의 2012년 평균 매출액은 약 7.8억원으로 전년 대비 약 1억원 증가
 - － 기업유형별 평균 매출액 : 중증장애인시설(11.2억원) > 사회적기업(0.7억원) > 자활기업(0.4억원) 등의 순
 - － 매출액 증가업체 비중 : 사회적기업(56.9%) > 중증장애인시설(51.4%) > 자활기업(50.0%) 등의 순
 - － 매출액 증가분 : 중증장애인시설(1.6억원) > 사회적기업(1.2억원) > 자활기업(0.6억원) 등의 순

〈표 5〉 희망기업의 기업유형별 매출액 규모와 증감액

(단위 : 개, 백만원)

구분	표본크기	평균 매출액		매출액 증감액
		2011년	2012년	
전체 기업	297	683	784	101
사회적기업	181	598	715	117
자활기업	24	322	378	56
중증장애인시설	105	961	1,122	161

〈설문조사 개요〉

- 조사목적 : “희망기업 배려를 위한 지원방안”의 사회·경제적 효과 분석
- 조사대상 : 중점관리기업 중심의 희망기업 406개
- 조사기간 : 2013년 3월 12일 ~ 3월 26일
- 조사내용 : 희망기업 지원방안 인지도, 매출액 및 서울시와의 거래금액, 구매확대 정책에 따른 수익성 및 고용개선 효과, 구매확대정책의 사회적 영향, 제도개선사항 등

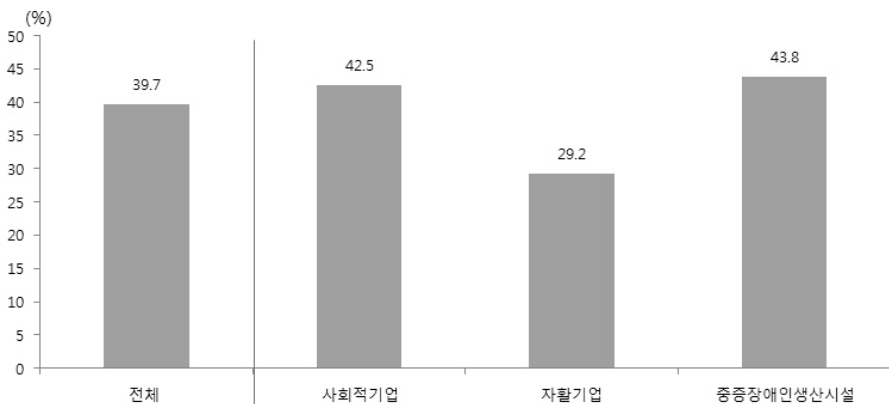
- 서울시와 거래경험이 있는 297개 희망기업 중 39.7%가 전년보다 서울시와의 거래금액이 증가
- － 2012년 평균 거래금액은 전년보다 약 0.5억원 증가한 3.8억원 정도이고, 중증장애인시설과의 거래금액이 상대적으로 많은 편
 - 평균 거래금액 : 중증장애인시설(7.5억원) > 사회적기업(2.3억원) > 자활기업(2.1억원) 등의 순

〈표 6〉 희망기업의 기업유형별 거래금액 규모와 증감액

(단위 : 개, 백만원)

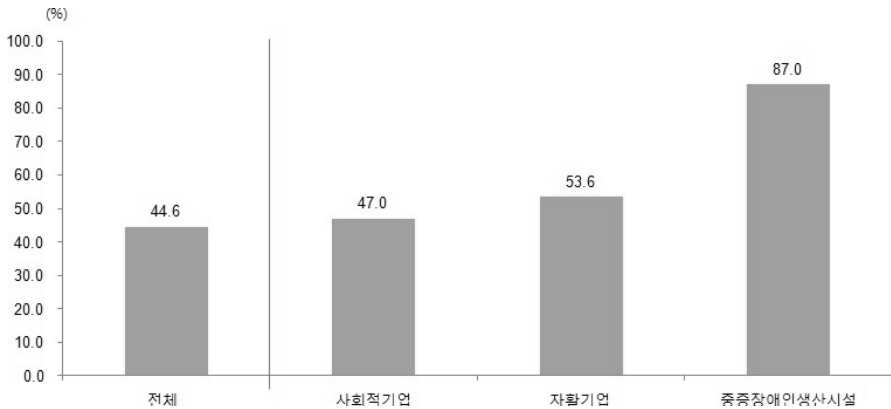
구분	표본크기	평균 거래금액		거래금액 증감액
		2011년	2012년	
전 체	297	334	379	45
사회적기업	181	175	230	55
자활기업	24	178	208	30
중증장애인시설	105	611	751	140

- － 거래금액이 늘어난 업체 비중은 중증장애인시설과 사회적기업이 각각 40%대로 높고, 자활기업은 20%대로 저조



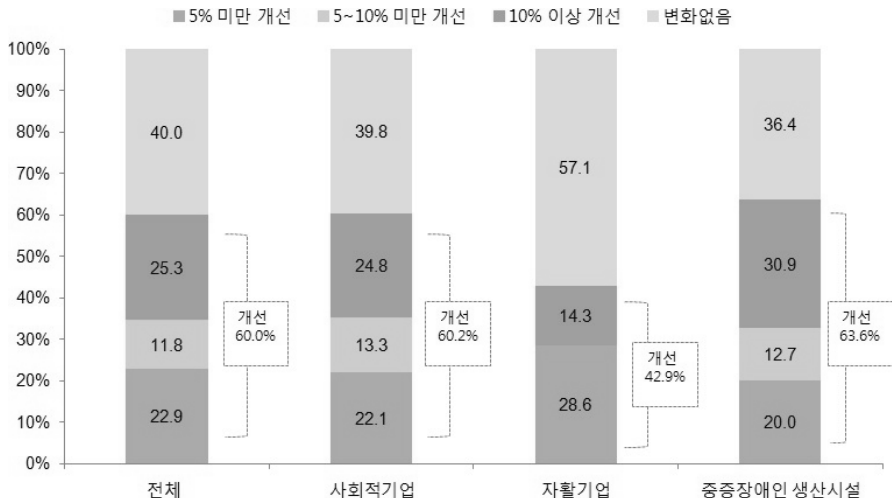
〈그림 4〉 2012년 희망기업 중 서울시와의 거래금액 증가업체 비중

- 조사대상 전체 기업의 경우 서울시와의 거래금액 증가는 2012년 매출액 증가에 44.6% 기여
 - － 거래금액 증가분이 매출액 증가에 미친 기여율은 중증장애인시설은 87.0%에 달하고, 사회적기업은 47.0%, 자활기업은 53.6% 수준
 - 거래금액의 매출액 증가에 대한 기여율은 서울시와의 거래금액 증가를 매출액 증가의 한 요인으로 간주하여 구함



〈그림 5〉 2012년 희망기업의 매출증대에 대한 거래금액 기여율

- 희망기업제품 구매확대 정책에 따른 업체들의 매출증대는 상당부분 수익성 개선으로 연결
 - － 조사업체 중 60%가 희망기업제품 구매확대 정책에 따른 매출증가로 수익성이 개선되었다고 응답
 - 매출증대에 따른 수익성 개선 효과가 10% 이상 된다고 응답한 업체 비중도 25.3%에 달함
 - － 특히 수익성 개선 효과를 기업유형별로 보면, 중증장애인시설과 사회적기업의 수익성 개선 효과가 큰 것으로 분석
 - 수익성 개선 업체 비중 : 중증장애인시설 63.6%, 사회적기업 60.2%, 자활기업 42.9%



〈그림 6〉 2012년 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 수익성 개선 효과

- 희망기업제품 구매확대 정책으로 업체들의 고용도 늘어난 것으로 분석
 - － 희망기업제품의 구매확대 정책 이후 매출이 증가한 업체 중 51.7%가 고용이 증가
 - － 기업유형별로는 매출액, 순이익 등의 경영성과 개선이 컸던 중증장애인 시설업체들의 고용증가 효과가 가장 큰 것으로 분석
 - 고용증가 업체 비중 : 중증장애인시설 61.8%, 사회적기업 53.0%, 자활기업 14.2%
 - － “희망기업제품 구매확대 → 관련업체 생산증가 → 매출증가 → 수익성 개선 → 고용증가” 등의 선순환 구조가 정착되는 조짐을 보이고 있음을 간접적으로 시사
 - 이는 중점관리기업이 상대적으로 노동집약적 업종이 많아 구매확대로 인한 매출증가가 고용증가로 이어지는 구조가 상대적으로 짧기 때문

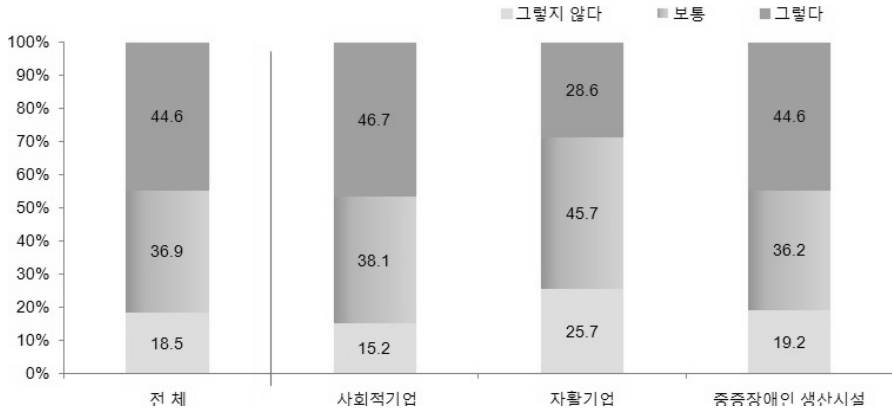
〈표 7〉 2012년 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 고용증가 효과

(단위 : 개, %)

구 분	표본 크기	고용증가						없음
			1명	2명	3명	4명	5명 이상	
전 체	170	51.7	3.5	8.2	6.5	3.5	30.0	48.2
사회적기업	113	53.0	3.5	9.7	8.0	3.5	28.3	46.9
자활기업	14	14.2	7.1	0.0	7.1	0.0	0.0	85.7
중증장애인시설	55	61.8	3.6	5.5	3.6	7.3	41.8	38.2

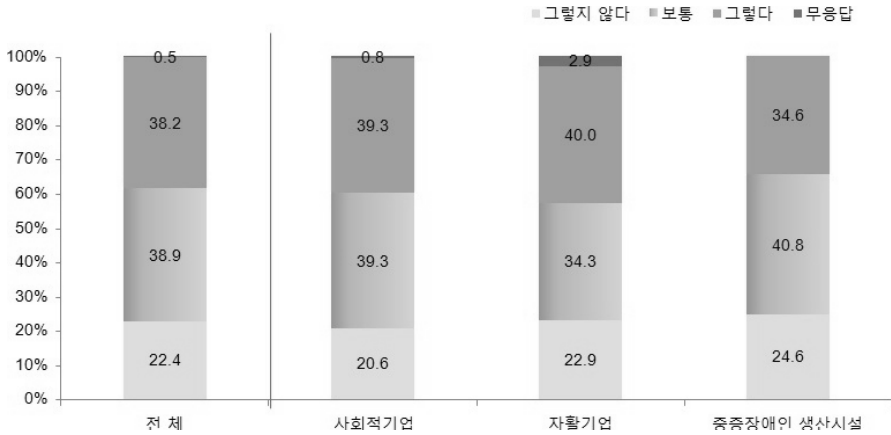
2) 희망기업제품 구매의 사회적 효과

- 서울시의 희망기업제품 구매확대 정책은 타 기관 조달제도에 보통 수준의 긍정적 영향을 미치고 있는 것으로 평가
 - － 타 기관 조달제도에 긍정적 영향을 미치고 있다고 응답한 업체 비중이 44.6% → 5점 척도 기준 3.32점으로 보통 수준
 - 반면, 서울시의 희망기업제품 구매확대 정책이 타 기관 조달제도에 미친 영향이 없다고 응답한 업체 비중은 18.5%에 불과
 - － 기업유형별로 보면, 자활기업보다 사회적기업과 중증장애인시설이 타 기관 조달제도에 미친 영향을 더 긍정적으로 평가
 - 긍정적 응답비율 : 사회적기업 46.7%, 중증장애인시설 44.6%, 자활기업 28.6%
 - － 희망기업제품 구매확대 정책이 타 기관조달제도에 긍정적 영향을 미친 이유는 정부기관 및 다른 지자체로부터 구매 관련 문의가 늘어나고 정부부처 및 다른 지자체의 구매정책이 확대·변화되었기 때문



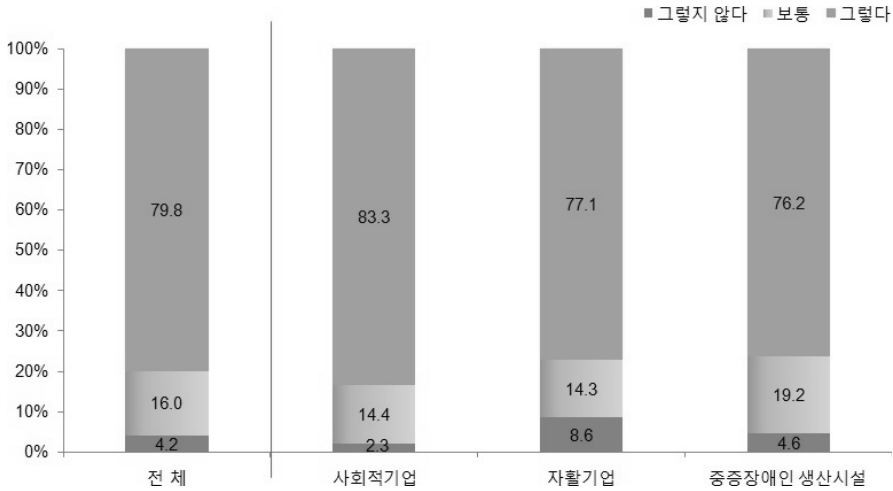
〈그림 7〉 서울시 희망기업제품 구매확대 정책이 타 기관 조달제도에 미친 긍정적 영향 여부

- 서울시의 희망기업제품 구매확대 정책이 공무원과 일반시민의 인식에 미친 영향도 보통 수준인 것으로 평가
 - － 기업의 사회적 책임, 희망기업의 존재가치 등 공무원·일반시민 인식에 긍정적 영향을 미쳤다는 응답비율이 조사대상 기업의 38.2%를 차지 → 5점 척도 기준 3.18점으로 보통 수준
 - － 기업유형별로도 큰 차이는 없으나, 상대적으로 중증장애인시설이 공무원과 일반시민의 인식변화에 미친 영향을 낮게 보고 있음
 - 긍정적 응답 비율 : 자활기업 40.0%, 사회적기업 39.3%, 중증장애인시설 34.6%
 - － 이는 향후 희망기업에 대한 공무원 및 일반시민의 인식제고 노력이 필요함을 시사
 - 희망기업의 잠재고객인 공무원 및 일반시민의 인식제고는 향후 희망기업의 매출증대뿐만 아니라 희망기업 활력제고에도 촉매제 역할



〈그림 8〉 서울시 구매정책이 공무원 및 일반시민의 희망기업 인식에 미친 긍정적 영향 여부

- 서울시의 희망기업제품 구매확대 정책은 기업의 장애인 채용확대, 사회공헌 활동 등 사회적 가치 실현에 긍정적 영향을 미칠 것으로 평가
 - － 조사대상 기업의 79.8%가 서울시의 희망기업제품 구매확대 정책을 계기로 사회적 가치 실현을 위해 노력하거나 활동할 계획이라고 응답 → 5점 척도 기준도 4.12점으로 매우 높은 수준
 - － 기업유형별로 보더라도 모든 기업유형에서 사회적 가치 실현 의향이 높은 것으로 나타나며, 특히 사회적기업이 가장 높은 것으로 조사
 - 사회적 가치 실현 노력 및 의향 : 사회적기업 83.3%, 중증장애인시설 76.2%, 자활기업 77.1%
 - － 이는 희망기업제품의 구매확대가 기업의 사회공헌 활동 확대, 취약계층의 고용안정화 및 고용 증대 등 사회적 가치 실현의 수단이 될 수 있음을 시사



〈그림 9〉 서울시의 희망기업제품 구매확대 정책에 따른 사회적 가치 실현 노력 및 의향 여부

3) 종합판단

- 서울시의 희망기업제품 구매확대 정책은 아직 시행기간이 짧음에도 불구하고 경제적 효과를 중심으로 소기의 성과를 거두고 있는 것으로 판단
 - － 희망기업제품 구매확대 정책은 희망기업의 매출증대에 상당히 기여
 - 서울시와의 거래금액 증가가 조사업체의 2012년 매출액 증가에 44.6%나 기여
 - － 또한 희망기업제품 구매확대 정책에 따른 업체들의 매출증대가 상당부분 수익성 개선과 고용증가로 연결
 - 조사대상 전체 업체의 60%, 51.7%가 각각 희망기업제품 구매확대 정책에 따른 매출증가로 수익성 개선과 고용증가 효과를 거둠
 - － ‘서울시의 희망기업제품 구매확대 → 관련업체 생산 및 매출증가 → 수익성 개선 → 고용증가’ 등의 선순환 구조가 정착되고 있음을 시사
 - 이는 대부분의 중점관리기업이 노동집약적 업종인데다가, 임금수준도 상대적으로 낮아 매출증가에 따른 고용창출 효과가 크기 때문

〈표 8〉 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 경제적 효과

(단위 : 기여율, %, 점)

구 분		매출액 증가 효과		수익성 개선 효과		고용증가 효과	
			수준		수준		수준
전체 기업		44.6	강	60.0	강	51.7	강
기업 유형	사회적기업	47.0	강	60.2	강	53.0	강
	중증장애인시설	87.0	강	63.6	강	61.8	강
	자활기업	53.6	강	42.9	강	14.2	약

주 : 1. 매출액 증가 효과는 매출액 증가에 대한 거래금액 증가의 기여율
2. 수익성 개선 효과는 구매확대에 따른 수익성 개선 응답비율
3. 고용증가 효과는 구매확대에 따른 고용증가 응답비율

- 그러나 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 사회적 효과는 경제적 효과에 비해 약한 것으로 평가
- － 서울시의 희망기업제품 구매확대 정책이 타 기관 조달제도에 대한 영향, 공무원 및 시민인식에 대한 영향은 보통 수준

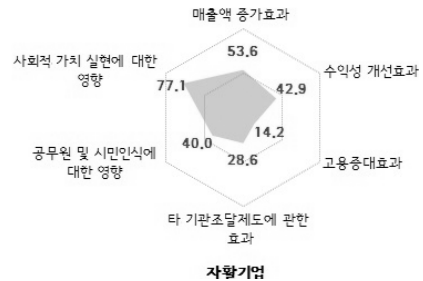
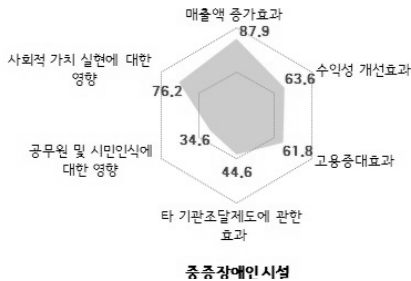
〈표 9〉 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 사회적 효과

(단위 : %, 점)

구 분		타 기관 조달제도에 대한 영향		공무원 및 시민 인식에 대한 영향		사회적 가치실현에 대한 영향	
			수준		수준		수준
전체 기업		44.6 (3,32)	중	38,2(3,18)	중	79,8(4,12)	강
기업 유형	사회적기업	46,7 (3,39)	중	39,3(3,22)	중	83,3(4,19)	강
	중증장애인시설	44,6 (3,30)	중	34,6(3,08)	중	76,2(4,06)	강
	자활기업	28,6 (2,91)	약	40,4(3,24)	중	77,1(3,94)	강

주 : 1. 타 기관 조달제도에 대한 영향은 타 기관 조달제도에 긍정적 영향을 미친다는 응답비율
2. 공무원 및 시민인식에 대한 영향은 긍정적 영향을 미쳤다는 응답비율
3. 사회적 가치실현에 대한 영향은 긍정적 영향을 미쳤다는 응답 비율
4. () 는 각 사회적 영향에 대한 5점 척도 기준 점수

- 희망기업제품 구매확대 정책의 사회적 영향이 경제적 영향에 비해 약한 것은 아직 이 정책이 실행 초기 단계에 있기 때문
 - 정책의 주된 관심이 초기에는 매출증대에 집중되어 사회적 영향의 근간인 그 배경과 기본 철학이 아직 사회 저변으로 확산되지 못함
- 다만, 희망기업제품 구매확대 정책을 계기로 업체들의 사회적 가치 실현에 대한 의향은 매우 높아 이 제도가 정착될 경우 향후 사회적 영향도 확대될 가능성
- 이상의 경제적 효과와 사회적 효과를 모두 고려하여 보면, 기업 유형별로 그 효과가 다소 상이
 - 전체 조사대상의 63.3%를 차지하는 사회적기업에 대한 사회·경제적 효과는 전체기업보다 다소 높지만 유사한 패턴
 - 경제적 효과는 전체 기업보다 0.2~2.4%p, 사회적 효과는 1.1~3.5%p 높지만 전반적으로 전체 기업과 유사
 - 단, 사회적 효과 중 사회적 가치 실현에 대한 영향은 가장 큰 편
 - 중증장애인시설에 대한 경제적 효과는 전체 기업보다 매우 높은 반면, 사회적 효과는 전체 기업과 유사
 - 경제적 효과는 전체 기업보다 3.6~42.4%p를 상회하고, 특히 매출액 및 고용 증가 효과가 모든 기업유형 중 가장 크게 발생
 - 사회적 효과는 전체 기업보다 -3.6~0.0%p 낮지만 전반적으로 유사
 - 자활기업에 대한 경제적·사회적 효과는 전반적으로 전체 기업보다 낮은 수준
 - 경제적 효과는 전체 기업과 비교해 매출액 증가 효과는 9.0%p 상회하지만, 수익성 개선 및 고용증가 효과는 전체 기업과 비교하여 각각 -17.1%p, -37.5%p로 낮은 수준
 - 사회적 효과도 전체 기업과 비교해 -2.7~2.2%p 범위로 상대적으로 부진



주 : 분야별 수치기준은 앞의 <표 8>, <표 9>와 동일

<그림 10> 희망기업제품 구매확대 정책의 기업유형별 사회·경제적 효과

4. 향후 정책방향

- 서울시의 희망기업제품 구매확대 정책은 희망기업에 긍정적 효과를 미치고 있으므로 이 정책을 지속적으로 확대할 필요
- － 사회적기업, 중증장애인시설, 자활기업 등 중점관리기업은 일반기업에 비해 경쟁력이 취약해 스스로 자립하기가 어려운 실정
- － 특히 이들 기업에 대한 공공구매 확대는 단순한 자금지원보다 ‘관련업체 매출증가·수익성 개선·고용증가’의 선순환 구조 정착이라는 한 차원 높은 정책으로 판단

- 향후 희망기업제품 구매정책의 실효성 제고를 위해서는 ① 희망기업의 개념 재설정 및 우선순위 명확화, ② 통합구매정보시스템 구축, ③ 정책홍보 및 발주정보 제공 강화, ④ 구매품목 다변화와 제품구매 매뉴얼 작성, ⑤ 중견기업과 희망기업의 상생프로그램 구축 등에 주력할 필요

희망기업제품 구매정책의 실효성 제고

희망기업 개념 재설정 및 우선순위 명확화	통합구매정보 시스템 구축	정책홍보 및 발주정보 제공 강화	구매품목 다변화 와 제품 구매 매뉴얼 작성	중견기업과 희망기업 상생프로그램 구축
<ul style="list-style-type: none"> • 희망기업의 재설정 • 정책대상과 정책목표의 명확화 	<ul style="list-style-type: none"> • 구매정보 시스템의 표준화 및 체계화 작업 우선 • 희망기업에 대한 인식제고, 물품종류, 기관구매 촉진, 발주 정보 제공 등의 역할 	<ul style="list-style-type: none"> • 소액 구매 건에 대한 발주정보 서비스를 강화해 희망기업에 입찰 준비기간 제공 • 중장기적으로는 통합정보시스템에 흡수에 관리 	<ul style="list-style-type: none"> • 희망기업 생산제품 파악과 부처, 기관별 구매 품목 발굴 • 수익계약, 일상경비 지출 매뉴얼 마련을 통한 구매담당자의 희망기업제품 구매 유도 	<ul style="list-style-type: none"> • 중견기업과의 주계약자 공동분담 시스템 구축을 통해 희망기업의 입찰역량 제고 • 인센티브 계약제도 도입을 통해 중견기업의 희망기업 용역, 물품 수요 유도

〈그림 11〉 향후 희망기업제품 구매정책의 개선방향

① 희망기업의 개념 재설정 및 우선순위 명확화

- 정책대상인 희망기업 범위를 중기업을 제외한 중증장애인시설, 자활기업, 사회적기업, 장애인기업, 여성기업, 소상공인, 소기업으로 한정
 - － 현재 희망기업은 사실상 중소기업 모두를 포함하는 개념으로 정책대상 범위가 너무 넓어 선택과 집중에 어려움이 발생할 우려
 - － 중점관리기업의 범위는 자활기업, 중증장애인시설, 사회적기업 외에 장애인기업, 여성기업, 협동조합 등을 추가해 점진적으로 확대
- 그다음에 희망기업 중 공공구매 필요성이 높은 기업유형을 파악해 지원 순위 및 수준, 구매목표 등을 연차별로 설정해 운영

- 시행 초기인 1~3년차에는 중점관리기업 내에서 지원 우선순위를 정하고 이에 맞추어 공공구매 목표를 설정
 - 지원방법도 수의계약, 가산점 신설 및 확대 등 지원 대상별로 차별화
 - 공공구매 성과를 연차별로 점검해 일정 수준 자생력 기반이 조성된 기업 및 기업유형에 대해서는 지원순위를 조정하거나 졸업제 적용

② 통합구매정보시스템 구축

- 희망기업에 대한 구매촉진 및 구매정보 제공, 물품홍보, 인식제고 등을 위해서는 통합구매정보시스템의 구축이 필요
 - 현행 서울시 공공구매관리시스템은 단순한 실적집계 위주로 희망기업의 체계적인 유형별 실적 조회가 어렵고 구매정보 제공, 물품 홍보 등 통합적 기능도 미흡
 - 특히 통합구매정보시스템은 공공구매 정책의 핵심 인프라로 중장기적 시야를 가지고 구축할 필요
 - 통합구매정보시스템은 발주자에게 사업자정보와 상품정보를, 사업자에게는 구매수요정보를 제공받는 접점
- 통합구매정보시스템의 핵심은 물품코드 등의 표준화와 체계화를 통한 DB 및 시스템 구축
 - 희망기업의 용역 및 서비스에 대한 분류코드화를 추진
 - 현재 사회적기업과 자활기업 등에서 제공하는 용역 및 서비스의 분류코드 부재
 - 정확한 실적관리와 효율적인 업무수행을 위해 실적집계 기준을 정립하고 SMPP(중소기업 공공구매 종합정보), e-호조시스템 등 관련 시스템의 개선 및 연계를 확대
 - 품목별, 업종별, 기업유형별, 자치구 및 산하기관별, 부처별 등 다양한 분류별 조회시스템 구축

③ 정책홍보 및 발주정보 제공 강화

- 현재 서울시 희망기업 공공구매는 정책인지도가 낮고, 발주정보 제공이 제한적
 - － 서울시와의 거래업체 중 69%가 희망기업 지원방안에 대해 잘 모를 정도로 정책홍보가 미흡
 - － 또한 조사대상 기업의 26.6%가 발주정보 부족 때문에 서울시와 거래회가 제약
- 중점관리기업 등 희망기업에 대한 정책홍보와 발주정보 서비스를 강화
 - － 서울시 홈페이지, 청책위크숍 등을 통해 제도개선에 대한 지속적인 홍보 등을 추진
 - － 중점관리기업과 관련이 큰 소액구매 건에 대한 발주정보 서비스를 강화해 이들 기업에 입찰 준비기간을 제공하고, 중장기적으로는 통합구매 정보시스템에 흡수 관리
 - 현재는 계약심사 대상(중합공사 5억원 이상, 비중합공사 3억원 이상, 용역 2억원 이상, 물품 2천만원 이상)만 발주를 예고

④ 구매품목 다변화와 희망기업제품 구매매뉴얼 작성

- 희망기업제품의 구매확대를 위해서는 구매품목의 다변화, 구매품목과 생산품목의 미스매치(Mismatch) 해소가 필요
 - － 2012년 중점관리기업의 거래품목수는 전체 거래품목수의 6.6%에 불과하고, 조사대상 기업의 41.3%가 발주제품과 구매품목의 미스매치로 거래회가 제약
 - － 희망기업의 제품 파악과 구매품목 공시 강화, 부처·기관별 구매품목 발굴 등을 통해 구매품목 다변화와 구매와 수요의 미스매치 현상 해소
 - 서울시가 직접 구매하기 힘든 제품은 민간위탁기관, 보조금 지원시설 참여로 구매품목을 다변화

- 희망기업제품 구매는 주로 수의계약, 일상경비 지출의 물품 구매이므로 구매담당자의 역할이 중요
 - － 구매 담당자에 대한 감사 등을 고려한 법적 근거, 입찰기준, 조례 등 관련제도 정비와 업무 매뉴얼 제공
 - － 또한 특정 기업에 대한 과도한 구매 쏠림 및 관행적 구매방지를 위해 업체 및 품목당 일정 비율 이상 구매 방지 등 보완장치 마련

⑤ 중견기업과 희망기업의 상생프로그램 구축

- 희망기업의 단독입찰 역량을 보완하기 위해 중견기업과 주계약자 공동분담 시스템 구축
 - － 희망기업과 계약분담을 할 경우 적격심사 배점 시 가산점을 주는 방식으로 제도 개선
 - 계약체결 시 사용권은 중견기업이, 소유권은 희망기업이 가지는 형식으로 미국 SBA의 Mentor-Protege 프로그램이 대표적 사례
- 인센티브 계약제도 도입을 통해 중견기업의 희망기업 용역, 물품, 공사 수요를 유도
 - － 인센티브 계약제도 : 계약조건에 명시된 하도급 조건 등을 준수할 경우 최종 대금 지급 시 계약금액의 일정 비율만큼을 추가 지급
 - － 현재 서울시에서 추진 중인 공사·용역 계약 특수조건에 하도급 시 희망기업 용역의뢰를 명시하는 정책에 활용하면 중견기업의 희망기업 용역 구매 활성화가 기대