

공공구매의 경제사회적 효과와 정책방향

서울연구원 | 윤형호

1

공공구매의 개념 및 정의

공공구매는 경제성보다는 적법성과 공익성 지향

- 공공성 | 지방계약법과 조례
- 공익성 | 직접적 효과 (비용, 품질)와 간접적 효과를 동시에 고려, 간접적 효과는 사회경제적 효과, 거래업체 종사자 후생 등을 포함

시장구매와 공공구매

- 시장구매 | 가격과 품질 등 경제적 요소에 의해 구매자가 자의적으로 하는 구매계약
- 공공구매 | 공익성을 확보하기 위한 사전적 공공구매 디자인과 사후적 검증이 필요

2

공공구매의 개념 및 정의

사전적 공공구매 디자인

- 고려요소 | 기회균등, 중소기업, 여성기업, 사회적기업, 장애인기업 배려
- 정책수단 | 우선구매, 자격완화
- 디자인 과정 | 계약과 관련된 당사자 (공급자, 수혜자, 시민)등의 의견취합과 해결방안 도출

사후적 검증

- 공공구매의 경제사회적 효과분석 및 화폐가치(money for value) 추정

3

영국 사회적가치법

- 배경을 보면 재정부족 시기에 효과적인(money for value) 공공서비스 공급이 중요하여 법안 발의
 - 공공구매는 단순히 특정업체를 지원하기 위한 제도가 아니고 혁신적인 공공서비스 전달에 관심
- 현재 공공서비스 구매 제도는 비용효율성과 사회적가치 실현에 미흡
 - 이 법은 사전단계에서 공공서비스 전달시스템이 사회적가치를 창출하도록 디자인

4

영국 사회적가치법

- 공공구매시 지역의 경제사회적 환경 아래서 사회적 복리를 극대화하는 것이 목적
- 목적달성을 위해 공공구매 사전에 컨설팅을 시행
- 컨설팅 결과를 공공구매 시 적용함

5

영국 사회적가치법

사례 | 독거노인 음식

- 사전에 이루어진 지역컨설팅은 독거노인에 대한 음식서비스뿐만 아니라 고독과 질병위험의 해결이 필요함을 확인
- 노인에게 개별적인 음식배달보다는 지역센터에서 공동식사와 보건전문가의 진찰과 상담이 병행되면 경제사회적 가치는 극대화
- 음식공급뿐만 아니라 지역센터에 올 수 있도록 교통편의를 제공할 수 있는 민간업체를 선정
- 사전단계에서 달성가능한 모든 사회적가치를 고려하고 최선의 대안을 모색

6

사회적기업과 공공구매

- 2011년 런던의 월담 버로우는 장애학생, 노인을 위한 교통서비스를 운영하는 7년 공공구매 조달을 공고
- 사회적 가치를 극대화하기 위해서는 공공서비스 민간업체의 자격과 역할이 중요하다고 판단하고 이 요소를 사전적으로 고려

7

사회적기업과 공공구매

- 조달 제안서에 입찰기관의 사업효율성뿐만 아니라 사회적기여를 어떻게 할 것인지 기술하도록 하고 전체 점수의 10%를 할당
- 이 결과 조달계약은 1982년 설립된 사회적기업 해크니지역그룹에게 부여
- 사회적기업은 가장 취약한 수혜자도 이용할 수 있도록 교통서비스를 제공한다고 제안
- 또한 취업이 어려운 지역주민에게 일자리를 제공하고 수익은 지역 학습센터에 재투자

8

공공구매의 사회경제적 효과 연구

- 설문조사 목적 | 공공조달 구매제도 효과와 개선방안

- 설문조사 분석내용

설문 대상자 | 총 990업체

- 중증장애인 생산시설 351개, 사회적기업 533개, 자활기업 106개

설문 내용 | 매출증대, 고용증대 등 부문에서 희망기업이 얻은 직접적 영향

9

- 설문조사 결과, 공공구매는 희망기업의 매출증가 기여

| 2012년 매출액 증가에 44.6% 기여

| 업체 60%, 51.7% 각각 수익성 개선, 고용증가 효과

- 선순환 구조

| 희망기업제품 구매확대 → 관련기업 매출증가 → 수익성 개선 → 고용증가

| 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 경제적 효과

(단위: 기여율, %, 점)

구분		매출액 증가 효과		수익성 개선 효과		고용증가 효과	
기업 유형	전체 기업	44.6	강	60.0	강	51.7	강
	사회적 기업	47.0	강	60.2	강	53.0	강
	중증장애인 시설	87.0	강	63.6	강	61.8	강
	자활기업	53.6	강	42.9	강	14.2	약

1. 매출액 증가 효과는 매출액 증가에 대한 거래금액 증가의 기여율

2. 수익성 개선효과는 구매확대에 따른 수익성 개선 응답비율

3. 고용증가 효과는 구매확대에 따른 고용증가 응답비율

10

• 사회적 효과

| 경제적 효과에 비해 미비

단. 사회적 가치실현에 대한 영향은 큼

| 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 사회적 효과

(단위: 기어울, %, 점)

구분		타 기관 조달제도에 대한 영향		공무원 및 시민인식에 대한 영향		사회적 가치실현에 대한 영향	
전체 기업		44.6 (3.32)	강	38.2 (3.18)	중	79.8 (4.12)	강
기업 유형	사회적 기업	46.7 (3.39)	강	39.3 (3.22)	중	83.3 (4.19)	강
	중증장애인 시설	44.6 (3.30)	강	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

1. 각 항목별로 긍정적 영향을 미친다는 응답 비율

2. ()는 각 사회적 영향에 대한 5점 척도 기준 점수

향후 정책방향

- 서울시의 희망기업제품 구매확대 정책은 긍정적 효과
정책확대 필요

- 통합구매정보시스템 구축

| 희망기업에 대한 구매촉진 및 구매정보 제공, 물품홍보, 인식제고 등을 위해 통합구매정보시스템 구축 필요

-현행 서울시 공공구매관리시스템은 단순한 실적집계 위주

-희망기업의 유형별 실적 조회 어려움, 구매정보 제공, 물품 홍보 등 통합적 기능 미흡

- 통합구매정보시스템은 발주자에게는 사업정보와 상품정보를, 사업자에게는 구매수용정보를 제공받는 접점

- 정책홍보 및 발주정보 제공 강화

| 현 서울시 희망기업 공공구매는 정책인지도가 낮고, 발주정보 제공 제한적

- 거래업체 중 69%가 희망기업 지원방안에 대해 잘 모름
- 기업의 26.6% 발주정보 부족 때문에 서울시와 거래 기회 제약

- 현재 계약심사 대상(종합공사 5억원 이상, 비종합공사 3억원 이상, 용역 2억원 이상, 물품 2천만원 이상)만 발주를 예고

- 구매품목 다변화와 희망기업제품 구매매뉴얼 작성

| 희망기업제품의 구매품목의 다변화, 구매품목과 생산품목 미스매치 해소 필요

- 2012년 중점관리기업의 거래품목 수는 전체의 6.6% 불과, 조사대상 기업의 41.3%가 발주제품과 구매품목의 미스매치로 거래기회 제약

14

- 희망기업 제품 파악과 구매품목 공시 강화, 부처·기관별 구매품목 발굴 등을 통해 구매품목 다변화와 구매의 미스매치 현상 해소

- 서울시뿐 아니라 민간위탁기관, 보조금 지원기관이 구매하여 품목 다변화

결론

- 정책방향 | 공공구매는 사회혁신과 지역공동체 복리증진 지향
- 직접목표 | 희망기업의 재무적 안정성과 지속가능성
 - 다수의 희망기업 참여
 - 적절한 이익률 보장
- 최종목표 | 기업 및 기업소유자에 대한 혜택이 아니라 종업원, 사회적구성원 (시민, 협력회사)의 동반적 복지
 - 사회적가치를 극대화 할 수 있는 혁신적 문제해결 방안
 - 희망기업이 공공구매의 수혜자를 넘어 사회적기여를 하는 사회적가치 창출자
- 정확하고 객관적인 조사를 위해서 공공구매 DB 필요