

[연구논문]

지방정부 녹색구매 현황과 활성화 방안*

A Study on the Green Purchasing of Local Government in Korea

이 미 홍**

목 차

- | | |
|---------------------|----------------------|
| . 서론 | . 설문 · 면접조사 결과 및 시사점 |
| . 정부 녹색구매의 당위성과 한계 | . 지방정부 녹색구매 활성화 방안 |
| . 정부 녹색구매 관련법령 및 현황 | . 결론 |

ABSTRACT

Mi-hong Lee

Recently, people are interested in government's role as a large scale consumer. So, this study focused on the analysis of the present condition of the green purchasing of local government in Korea for the strengthening the government's purchasing power. We selected two methods for analysing the green purchasing of local government. One is the questionnaire survey which is distributed to the official of purchasing section included in six local governments in Korea (Metropolitan Seoul, Incheon Metropolitan, Taegu Metropolitan, Koyang City, Pohang City, Cheonan City). The other is interview method. We found out that local government purchased green product a small quantity because consumer had negative concept of green products and producer carried out passive management strategy. On the basis of the results given, it is highly recommended that green product should be improved in quality and diversity and the Public Procurement Service must offer information and incentives related to green products. Also, the local government should be drafting a new municipal ordinance of green purchasing provision and it is necessary education and training program of official of purchasing section.

* 이 논문은 행정자치부 후원으로 녹색상품구매네트워크(GPN)가 조사한 내용을 토대로 작성되었다.

** 서울대학교 환경계획연구소 연구원

· 서론

21세기에 인류가 당면한 가장 중요한 문제 중에 하나로 환경문제가 대두되면서 그 해결책이 여러 가지로 제시되고 있다. 사법적인 처벌을 포함한 환경 규제를 강하게 실시하여 문제를 해결하고자 하는 시도도 있고, 떠오르는 차세대 기술인 환경 산업이나 환경기술을 시장에 맡겨 두면 사업의 적극적인 아이টেम्으로 이용될 것이라는 주장도 있다.

일단, 환경문제는 시장에서 자동적으로 해결되기 어려운 문제이다. 왜냐하면 환경에 이로운 행동에 대한 상(賞)과 해로운 행동에 대한 벌(罰)이 시장기구내에서 자동적으로 시행되지 않기 때문이다. 일반적으로 맑은 공기, 깨끗한 물은 한 사람이 즐긴다고 해서 그 가치가 줄어들지 않기 때문에 경합이 일어나지 않으며(비경합성) 한 사람이 사용했다고 해서 다른 사람이 사용하지 못하는 것도 아니다(비배제성). 오히려 이러한 재화들은 많은 사람들이 즐기면 즐길수록 사회적 효용이 극대화된다. 이러한 시장의 특성 때문에 경합성과 배제성을 지닌 상품만을 생산하게 되는 시장에서는 이러한 재화를 공급할 아무런 유인을 느끼지 못한다. 이러한 현상을 ‘시장의 실패(Market Failure)’라 한다. 환경문제에 있어서 정부의 역할이 중요해지고, 따라서 환경규제의 필요성이 강력하게 제기될 수 있는 이유가 바로 이 ‘시장의 실패’ 때문이다(이정전, 2000).

하지만, 이러한 ‘시장의 실패’와 더불어 ‘정부의 실패’ 또한 환경문제를 해결하는데 있어서 걸림돌

이 되고 있다. 환경문제에 있어 정부의 실패 원인은 다음과 같이 설명할 수 있다. 정부가 환경정책을 수행하기 위해서는 우선 조세수입에 의지해야 하는데, 이러한 정부재원은 주로 산업계에 의존하는 경향이 있다. 일반적으로 산업계는 환경규제에 부정적인 반응을 보이기 때문에 자신의 재원으로 환경정책을 실시하는 것을 싫어한다. 또한 환경입법을 실시하는 의회의 경우 유권자가 좋아할 만한 ‘단기간 처방’들을 선호하는 경향이 있어 ‘장기적 비전’을 중시하는 환경입법이 지연되는 경우가 많다. 무엇보다 근본적인 문제는 정부정책의 속성이다. 정부정책은 문제가 발생하였을 때, 이를 해결하기 위한 대응적 성격을 가지므로, 환경정책처럼 예방적 성격이 강한 정책은 채택되기 어렵다(정선양, 1999).¹⁾

이렇듯 ‘규제자로서의 정부’가 한계를 겪고 있는 상황에서 근래 정부에 새로운 역할을 요구하는 목소리가 등장하고 있다. 바로 ‘소비자로서의 정부’가 그것이다. 정부는 정책을 수행하는 주체이지만, 대규모 물품을 구매하는 소비자이기도 하다. 따라서 이러한 정부의 소비가 환경친화적인 재화나 서비스를 구입하는 방향으로 간다면 환경산업을 진작시키고 기업들의 환경친화적인 생산을 유도할 수 있다.

소비자로서 정부가 어떠한 역할을 할 수 있는가에 대해 설명하려면, 우선 정부가 녹색상품(Green Product or Greener Product)²⁾을 어느 정도 구입하고 있는지, 또한 녹색상품 소비에 대해 실제 정부의 구매담당자들이 어떠한 생각을 하고 있는지

1) 이에 덧붙여서 ‘정부의 실패’가 일어나는 원인으로 이정전(2000)은 환경정책의 기본인 환경오염행위에 대한 정보가 오염자에게 편중되어 있어, 규제자인 정부가 이러한 정보를 충분히 장악하는 것은 불가능하기 때문이라고 설명한다.

2) 녹색상품, 환경친화상품, 친환경상품 등 여러 가지 명칭이 있지만, 이 연구에서는 녹색상품으로 용어를 통일한다. 녹색상품에 대한 자세한 정의는 장 1절 참조.

파악하는 것이 중요하다. 이러한 현황을 파악하기 위해 정부구매에 있어 많은 양을 차지하는 지방자치단체의 녹색구매 현황을 알아보고 이를 토대로 지방정부의 녹색구매 활성화 방안을 제시하는 것이 이 글의 목적이다. 현황파악을 위해 사용한 방법은 각 지방자치단체 구매담당자들을 대상으로 한 설문조사와 면접조사이다.

글의 구성은 다음과 같다. 2장은 이론적 배경으로 정부의 수요창출정책으로 녹색구매가 가지는 중요성과 한계를 서술하였다. 3장은 우리 나라 정부의 녹색구매 관련 법령 현황과 구매실태를 통계자료를 통해 설명한다. 4장은 실제로 구매를 담당하는 담당자의 의식과 6개 지방자치단체(서울시, 인천시, 대구시, 포항시, 고양시, 천안시)의 녹색구매 현황을 설문조사와 면접조사를 통해 조사하고, 결과로부터 도출되는 시사점을 기술한다. 이를 통해 5장에서는 녹색구매활성화 방안을 제시한다. 이러한 현황조사는 지방정부의 녹색구매를 활성화 시키는데 있어 중요한 기초자료가 될 것이다.

· 정부 녹색구매의 당위성과 한계

일반적으로 환경정책을 구분하는 방법은 여러 가지가 있다. 대부분의 환경정책, 환경경제 관련 서적들은 환경정책을 직접개입, 직접규제, 경제적 유인책, 자발적 협정 등으로 분류한다.³⁾ 근래에는 정책이 적용되는 시점에 따라 사후치유정책과 사전예방정책으로 분류하기도 한다.⁴⁾ 물론 이 틀에 맞추자면, 정부의 녹색구매 정책은 정부의 직접개입이고 사전예방정책이다. 하지만, 좀 더 정책의

특성을 명확히 나타내고자 여기에서는 이러한 분류 방식이 아닌 다른 방식을 적용해 보고자 한다. 즉, 정부가 환경상품의 생산을 촉진시키고자 보조하는 방향이 공급 쪽이나, 수요 쪽이나로 나누는 것이다.

1. 공급보조정책과 수요창출정책

공급보조정책을 간단히 이야기하면, 재화와 서비스를 생산하는 기업의 활동을 도와주는 정책이다. 환경상품을 생산하는 기업에 보조금을 제공하는 것, 저리로 용자를 해 주는 조치들을 예로 들 수 있다. 일정 기준을 갖추어야 허가를 내주는 인허가제도도 진입장벽(Entry Barrier)을 구축해 준다는 측면에서는 기업을 돕는 일이다. 이에 비해 수요창출을 유도하는 정책이라는 것은 생산된 제품에 대한 소비를 촉진하는 정책이다. 경제학적으로 볼 때, 아무리 훌륭하고 사회적으로 바람직한 상품을 생산해도 이것이 시장에서 팔리지 않는다면, 그 상품의 생산은 중단될 수밖에 없다. 즉, 아무리 환경산업의 발전이 우리의 환경보전을 위해서 바람직하고 중요하다고 해도 환경산업이 생산한 상품이나 서비스를 아무도 사주지 않는다면 환경산업은 발전은커녕 존속할 수도 없을 것이다(이정전, 2000). 따라서 이러한 수요창출을 위한 정책도 기업의 생산을 도와주는 공급보조정책만큼이나 중요하다. 현재 우리 나라의 경우 공급보조정책은 많이 도입되어 있으나 수요창출을 위한 정책은 미흡한 편이다.

3) 자세한 내용은 강성철 외 역(1995), 김변웅, 오영석(1997), 권오상(1999), 정선양(1999), 김승우 외(2000), 이정전(2000) 참조.

4) 자세한 내용은 정선양(1999) 참조.

2. 수요창출 정책으로서 녹색구매의 당위성과 한계

환경기술개발과 환경산업의 발전을 위해서 정부가 환경산업에 대한 수요를 일으키는 방법에는 크게 두 가지가 있다. 하나는 정부가 직접 환경산업에 대한 수요자가 되어주는 방법이다. 이를 정부의 '직접개입'이라고 한다. 다른 하나는 환경관련 법령이나 환경정책을 통해서 환경오염행위를 실질적으로 통제함으로써 일반기업이나 시민들로 하여금 환경산업에 대한 수요자가 되게 유도하는 방법이다(이정진, 2000). 환경산업은 생산되는 상품의 특성상 정부가 큰 고객이다. 실제로 수질정화를 위한 하수처리장이라든가, 폐기물 처리를 위한 소각장 등은 50% 이상이 정부구매로 이루어진다.⁵⁾ 결국 이러한 구매는 환경산업의 규모를 키우게 되고, 환경도 좋아지고 경제도 살리는 지속가능한 발전을 실현할 수 있는 방안이 된다. 이러한 원리가 녹색상품 생산과 소비에도 적용된다.

수요창출 정책으로서 녹색구매 정책이 갖는 당위성은 다음과 같다. 첫째, 나라마다 다르지만, 보통 정부의 공공구매 혹은 조달규모는 전체 국민총생산(GNP)의 10~12% 정도로 상당히 큰 규모라는 점이다. 이 정도의 양이면 녹색상품의 공급 및 확산에 공헌할 수 있다.

둘째, 녹색상품은 초기에는 가격이 비싸고 품질이 떨어져 일반제품에 비해 경쟁력이 떨어지기 때문에 시장 진입 초기에는 정부의 보조 정책이 중요하다. 재활용제품을 예로 들면 재활용제품을 수거하고 분류하는데 많은 비용과 시간이 들어간다.

따라서 천연자원의 가격이 저렴한 상황에서는 재활용품의 가격은 상승한다. 결국 정부의 보조정책이 없다면 재활용제품은 가격경쟁력에 있어 일반제품에 밀릴 수밖에 없다.

셋째, 정부는 공익을 추구하는 집단이므로, 환경에 유익한 제품을 사는 것이 도덕적으로도 정당하다. 정부의 개입은 '시장의 실패'로 인해 야기된 부분에서 정당화되므로 정부의 녹색상품 구매 행위는 이런 측면에서 타당하다. 또한 이러한 정부의 주도적 행위는 민간부문에 파급효과를 미칠 수 있기 때문에 녹색상품 구매를 확대시킬 수 있다.

선진적으로 녹색조달정책(Green Procurement)을 채택하고 있는 외국의 경우도 이러한 효과들을 노리고 관련정책을 채택한다. 미국의 경우 1972년 에너지법(Energy Bill)에 에너지 효율적인 기구를 구입해야 한다는 조항을 명시한 이래 이러한 법이 계속 확장되어 1992년에는 에너지 효율적인 차량과 환경친화연료를 구입해야 한다고 정해놓고 있다. 1975년 제정된 RCRA(Resource Conservation and Recovery Act)에는 재활용상품의 조달과 관련한 내용이 포함되어 있다. 특히 클린턴 정부가 들어선 이후 녹색조달과 관련된 대통령 지시(Executive Order)가 많았다(Macdonald, 1991).

물론 정부의 녹색구매가 당위성만 갖는 것은 아니다. 녹색구매가 실현되는 데 있어 한계로 지적되는 것은 다음과 같다(정선양, 1999). 첫째, 녹색상품은 일반제품보다 훨씬 비싼 경우가 많다. 이 경우 자원절약을 우선수범하며 긴축재정을 펴야 하는 정부로서 값비싼 녹색상품을 구입할 수 있을 것인가에는 의문의 여지가 있다.

5) 한국은행에서 추계하고 있는 「환경오염방지추계」는 환경오염방지비용을 정부, 기업, 가계로 나누어 산정하고 있는데, 이 통계를 통해 이러한 사실을 확인할 수 있다. 자세한 것은 한국은행에서 매월 발행하는 「조사통계월보」를 참조할 것.

둘째, 녹색상품에 대한 정부의 구매력은 일반적인 구매력보다 대단히 다양하다. 이 점에서 어떤 단일제품에 대한 정부의 녹색구매행위는 환경문제의 해결에 제한적인 영향밖에 주지 못하고 정부의 술선수법의 표상을 보여주는 정도에 불과할 수 있다.

셋째, 정부의 구매담당 전담기구, 예를 들어 조달청이 환경관련 측면을 충분히 고려하지 않을 경우에는 일반 공공기관들의 녹색구매는 별다른 효과를 발휘하지 못한다.

현실적으로 녹색구매 정책이 수요창출정책으로서 제 역할을 하기 위해서는 위에서 제시된 당위성이 한계를 뛰어넘는 여건이 조성되어야 할 것이다.

· 정부 녹색구매 관련법령 및 현황

우리 나라의 녹색구매 관련법령 및 통계현황을 알아보기 전에 우선 녹색구매에 대해 간략히 정의하고 넘어가는 것이 필요하다. 일반적으로 공공구매가 ‘정부 또는 공공기관이 민간부문으로부터 행정업무수행에 필요한 수단인 재화, 즉 소비품, 비품, 시설 등을 구매하는 행위(김재훈, 1995)’를 말한다면, 녹색구매는 그러한 재화 중에서 특히 ‘환경에 유익하다고 인정되는 상품’을 구입하는 것이며, 중요한 것은 녹색상품 개념이다.

일반적으로 녹색상품 혹은 환경친화상품(Eco-friendly Products, Environment-friendly Products, Green Products, Greener Products etc.)은 절대적이라기보다는 상대적 개념이다. 일반적으로 녹색상품은 “원자재 구매에서부터 생산, 유통, 그리고 사용 및 사용 후 폐기단계에 이르기까지 제품의 전과정에 걸쳐 보다 적은 자원과 에너지를 사용하며 인체와 자연에 영향이 적거나 없는 제품(이병욱, 1999)”이라고 할 수 있다. 이러한 개념의 상대성 및 전과정을 대상으로 하는 광의성 때문에 녹색상품의 개념은 어렵게 여겨진다. 그러나 위에 제시한 개념에 대부분의 학자들은 동의하고 있다.

1. 녹색구매 관련법령

우리 나라 녹색구매 관련 법령 중 환경부에서 시행하고 있는 제도로는 「환경마크 인증상품 우선구매제도」와 「공공기관의 재활용제품 우선구매제도」가 있다. 「환경마크 인증상품 우선구매제도」는 환경부의 환경경제과 소관으로 환경마크를 취득한 상품을 우선 구매하자는 제도이고, 「공공기관의 재활용제품 우선구매제도」는 환경부의 재활용과 소관으로 재활용제품을 우선 구매하자는 제도이다. 이렇게 비슷한 제도가 혼재해 있기 때문에, 일선의 구매담당자들은 이 제도를 구분하지 못하는 경우가 많다. 「공공기관의 재활용제품 우선구매제도」가 먼저 도입되어서 그런지 보통 녹색상품 하면 재활용제품으로 인식하는 사람들이 많다. 조달청에도 관련 제도가 있다. 1999년 12월 31일에 개정된 조달청 훈령 제240호에 명시된 우수제품 심사기준에 “환경친화적 또는 자원재활용 효과가 큰 물품으로서 우수재활용제품”에 대한 규정이 포함되어 있다. 하지만, 「환경마크 인증상품 우선구매제도」, 「공공기관의 재활용제품 우선구매제도」 모두 강제적인 조항이라기보다는 권고조항이므로 실효성이 없는 실정이다. 조달

청의 경우도 우수제품 심사기준에 환경관련 항목 뿐 아니라 신기술제품, 중소기업 우수제품, 특허와 실용 실안에 대한 가산점 조항들이 포함되어 있어 이러한 조항들을 모두 고려할 때 실제로 환경관련항목이 어느 정도의 효과를 발휘할지는 미지수이다.

2. 정부 녹색구매 현황

현재 우리 나라의 공공구매업무의 상당부분은 중앙조달기관인 조달청 또는 조달지청을 통해 집중적으로 수행되고 있고(중앙조달), 일부분만이 지방자치단체와 각급 국가기관 등 실수요자에 의해 자체조달되고 있다(자체조달). 일반적으로 조달사업은 국내업체로부터 물품을 구입하는 내자구매, 외국제품을 구입하는 외자구매, 토목·건축·전기공사 등의 시설공사계약, 그리고 물자비축 등 네 가지로 구분되는데, 이들 물자공급 대상기관이 조달청을 통하여 일괄 발주하는 범위는 건설공사의 경우는 20억원 이상, 전기 및 통신 공사의 경우는 3억원 이상, 내자구매의 경우는 품명당 5천만원 이상, 외자구매의 경우는 5만달러 이상이며 이 금액 이하의 조달은 수요기관에서 자체로 조달할 수 있다(김재훈, 1995).

현재 우리 나라의 총구매 사업실적은 <표 1>과 같다. <표 1>에 제시된 우리 나라의 GNP 대비 조달비율은, 평균 3%정도로 외국의 10~12%보다 작다. 이는 <표 1>에 실린 수치가 조달청에서 구매하는 양만을 표기한 것이라 전체 정부구매를 대표하는 수치로 보기에는 적은 양이기 때문이다. 부문별로는 내자부문이 전체의 30~40%, 시설공사부문이 50~60% 정도로 큰 비중을 차지하고 있

다. 녹색상품의 경우 소모품과 건축자재가 많기 때문에 내자부문과 시설공사부문이 높은 점유비율을 차지한다는 것은 녹색상품의 구매 활성화가 가능성이 있음을 보여준다.

<표 2>는 이러한 구매를 수요기관별로 분류하여 나타낸 표이다. 중앙정부의 경우 구매액에서 차지하는 비중이 20% 수준이고, 지방자치단체는 70%에 달하여, 지방자치단체가 각 주체들 중 가장 중요함을 알 수 있다. 따라서 지방정부가 녹색구매를 확대한다면 녹색구매 활성화에 있어 가시적인 효과를 나타낼 수 있을 것이다.

<표 3>은 기관별·연도별 환경마크 상품 구매 실적을 나타낸 것이다.

<표 1> 중앙조달을 통한 정부의 총구매 사업실적

(단위: 억원)

연도	내자구매	외자구매	시설공사	비축사업	계 (GNP대비, %)	GDP
1995	36,922	6,952	44,259	1,791	89,924(2.4%)	3,773,498
1996	42,145	8,399	82,419	2,325	135,288(3.2%)	4,184,790
1997	51,547	7,072	90,454	3,604	152,677(3.4%)	4,532,764
1998	43,229	4,508	91,064	13,210	152,011(3.4%)	4,443,665
1999	46,880	4,823	85,542	6,896	144,061(3.0%)	4,837,778

자료 : 조달청 각 연도 통계자료, 통계청 각 연도 통계자료

<표 2> 중앙조달을 통한 수요기관별 구매공급 실적

(단위: 억원)

	1997		1998		1999	
	금액	구성비(%)	금액	구성비(%)	금액	구성비(%)
계	5,154,672	100	4,322,932	100	4,680,000	100
중앙정부	972,363	19	699,740	16	792,900	17
지방정부	3,430,283	67	3,023,471	70	3,196,800	68
정부투자기관	222,892	4	120,103	3	133,700	3
기타기관	529,134	10	479,618	11	556,600	12

자료 : 조달청, 1999, 「조달연보」

<표 3> 기관별·연도별 환경마크 상품 구매 실적

(단위 : 백만원)

구 분	1995			1996			1997			1998			1999		
	중앙 정부	지 방 정 부	기 타 기 관	중앙 정부	지 방 정 부	기 타 기 관	중앙 정부	지 방 정 부	기 타 기 관	중앙 정부	지 방 정 부	기 타 기 관	중앙 정부	지 방 정 부	기 타 기 관
구 매 실 적	8,374	3,168	1,365	12,133	6,086	2,364	8,750	7,476	3,989	16,293	2,186	6,950	16,900	2,682	6,984
	12,907			20,583			20,215			25,429			26,566		

* 기타기관은 정부투자기관과 특별법인 등이다.

자료 : 환경마크협회

이 통계치는 환경마크협회에서 매년 조사하는 통계로 공공기관의 녹색구매 현황을 추산하는 유일한 통계이다. 이 통계를 토대로 우리 나라 공공기관의 녹색구매 양을 살펴보면, 250 270억 수준으로 전체 조달의 0.02%, 전체 GDP의 0.0006% 수준이다. 양적인 측면에서 살펴보면 중앙정부 구매량이 전체의 55 65% 사이를 차지하고 있다. 이에 비해 지방정부의 경우 구매량은 25 35% 정도로 적다. 이렇게 지방정부가 중앙정부에 비해 구매량이 적은 원인을 분석하면 다음과 같다. 첫 번째 원인은 지방정부의 통계 회수율이 10 20% 내외로 매우 낮기 때문에 총량에 있어 회수율이 상대적으로 높은 중앙정부와 기타 부문을 따라가지 못하기 때문이다. 두 번째는 지방정부가 중앙정부에 비해 녹색상품에 대해 관심이 적다고 볼 수 있다. 왜냐하면 가장 손쉽게 녹색상품을 구입할 수 있는 방식은 중앙조달인데 중앙조달에서 60% 이상을 차지하는 지방정부가 녹색구매가 적은 것은 중앙정부에 비해 녹색상품 구매에 대한 필요성을 인식하지 못하는 것으로 볼 수 있다. 구체적으로 녹색상품을 구매한 기관을 살펴봐도 이러한 현상을 발견할 수 있는데, 중앙정부 기관 중 10억 이

상의 구매기관은 조달청, 철도청, 교육부, 정보통신부 등 4개 기관으로 나타났다. 이와는 대조적으로 지방자치단체의 경우 녹색상품 구매량이 떨어지는데, 1억원 이상 구매한 기관이 강원도 1개 기관에 불과한 것으로 나타났다.⁶⁾

따라서, 전체 구매량이 많은 지방정부가 오히려 녹색상품의 구매에 있어서는 중앙정부보다 훨씬 뒤떨어진다는 점에 주목하여 녹색상품의 구매확대를 활성화시켜야 할 대상으로 생각할 수 있다.

사실 250 270억이 적은 양인지 많은 양인지에 대해서는 정부의 우선 구매 가능금액이 어디까지 가능하겠는가 하는 연구가 뒷받침되어야 한다. 이러한 연구는 매우 드문 편인데 몇 가지 추정된 자료를 소개하면 다음과 같다. 박현정(1998)은 일부 중앙행정기관을 대상으로 환경마크상품과 재활용제품의 구매 실태를 조사해 보았다. 환경마크상품의 경우 68억원, 재활용제품의 경우 179억원 정도 구입하고 있는 것으로 나타났다. 이를 토대로 중앙정부의 환경친화상품 관련 지출가능규모를 추산해 본 결과 978억이 도출되었다. 이를 다시 지방정부를 포함한 전체 공공구매로 확대한 결과 2,748억원으로 확대될 수 있음을 보여주었다. 하지

6) 서울시 내부자료를 참조한 것임. 인용된 수치는 모두 1999년도 통계임.

만, 방법론이 단순 외삽에 불과하여 수치에 대한 신뢰성은 떨어진다.⁷⁾

서울시 자료의 경우는 환경마크상품의 구매 가능금액을 949억원으로 추정하고 있는데, 박현정(1998)의 추정액보다는 작다. 이러한 녹색상품의 국내 시장잠재력을 고려해 볼 때 통계자료에서 제시된 250~270억은 적은 금액이라고 볼 수 있다.

하지만, 현재 우리 나라의 경우 녹색구매정책을 시행하는 초기단계이기 때문에 이러한 수치에 너무 민감할 필요는 없다. 실제로 조달청의 경우 재활용제품 구매를 2000년까지 600억으로 확대할 계획을 가지고 있으며, 고지나 페트병 등 재활용자재 비축도 500억원으로 확대할 계획을 가지고 있다. 각 지방자치단체의 2000년 구매 계획에도 서서히 녹색구매에 관한 내용을 포함하여 책정하고 있다. 서울수도 인쇄용지, 화장지, 비누, 형광램프, 토너카트리지, 복사기, 레이저 프린터, 레이저 팩시밀리, 비석면 운송부품 등을 중심으로 환경마크 상품을 1억원 정도 구매하는 계획을 책정하고 있다. 하지만, 전반적으로 보았을 때 아직 그 움직임은 미미한 편이다. 실제 실시한 조사내용이 이를 반영하고 있다.

· 설문·면접조사 결과 및 시사점

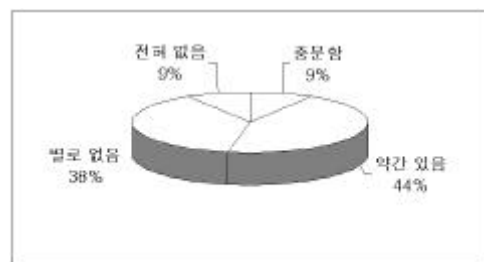
녹색상품구매네트워크(GPN : Green Purchasing Network)는 지방자치단체의 녹색구매 실태를 조사하기 위해 구매담당자를 대상으로 설문조사와 면접조사를 실시하였다. 대상이 되는 지방자치단체로는 서울시, 대구시, 인천시, 고양시, 포항시,

천안시가 선정되었다. 이 지역은 녹색소비자연대(GCN : Green Consumer Network)의 지방단체가 있는 지역으로 실천적 가능성에 따라 선정된 지역이기 때문에 통계적 대표성을 담보하기는 어렵다. 조사기간은 2000년 10월 한 달이고, 조사대상은 각 시청 구매담당자들 34명이다. 특히, 환경상품 구매와 관련이 깊은 회계과, 환경관련과, 건축관련과의 구매담당자들이 포함되도록 하였다. 표본수가 작기 때문에 이를 일반화하기는 어려울 것으로 생각되나, 2001년 3월말, 4월초에 실시한 중앙정부 구매담당자들의 인식과 맥을 같이하고 있어서 그 결과를 해석하기에는 무리가 없다.⁸⁾

1. 설문조사 결과 및 시사점

1) 조달청의 역할

조달청의 역할에 대한 생각을 묻기 위해 조달청에서 녹색상품에 관한 충분한 정보를 제공하고 있는지, 또 녹색상품을 구입하였을 때 인센티브를 얻을 수 있는지에 관해 질문하였다. 조달청이 제공하고 있는 정보가 충분하다고 느끼는 사람이 53%, 부족하다고 느끼는 사람이 47%로 비슷한 수치가 나왔다(<그림 1>).

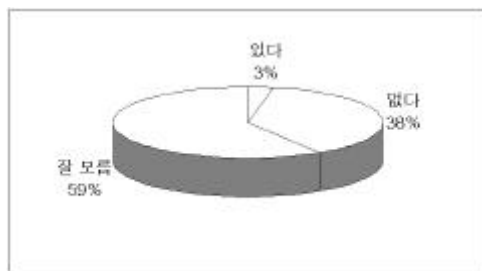


<그림 1> 조달청에서 얻는 녹색상품 정보의 정도

7) 자세한 것은 박현정(1998) 참조.

8) 자세한 예비조사 내용은 이미홍(2000) 참조.

조달청에서 녹색상품을 구입할 때, 제공하는 인센티브가 있는냐는 질문에 ‘있다’고 답한 사람은 1명에 불과하였다. 더구나 ‘잘 모르겠다’는 대답이 60%에 육박하여 더 적극적인 녹색상품 우선구매 관련 홍보가 필요하다. 향후 중앙조달과 관련해서는 특히 조달청의 역할이 절대적인데 이런 설문조사에 기반한다면 더 적극적인 조달청의 역할이 필요하다(<그림 2>).

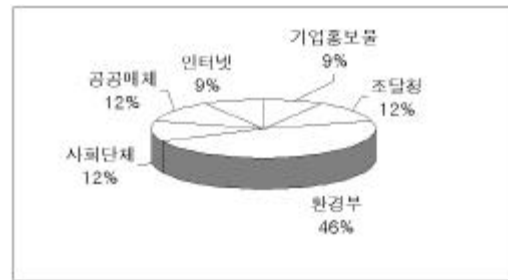


<그림 2> 조달청에서 제공하는 녹색상품 관련 인센티브 여부

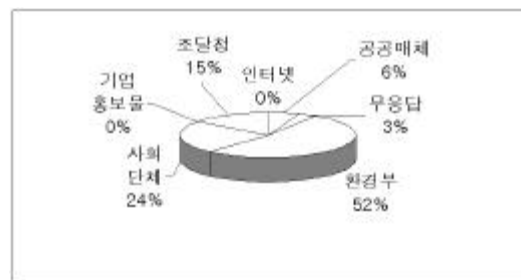
2) 녹색상품에 대한 정보교환

녹색상품과 관련된 정보를 어디서 많이 얻는지, 어떠한 정보원을 신뢰하는지, 또한 어떤 정보가 필요한지에 관해 물었다. 정보원은 환경부에서 제공하는 「환경마크제품 안내」 책자를 본다는 사람이 46%로 가장 많았다. 이외에 조달청과 사회단체, 공공매체에서 정보를 얻는다는 의견이 있었다. 하지만, 구매담당자들 대부분이 조달청에서 제공하는 「조달정보」를 가장 많이 참조하는 것을 생각해 볼 때, 「조달정보」에 적극적으로 녹색상품에 관한 정보를 홍보하는 방안을 생각해 볼 수 있다(<그림 3>).

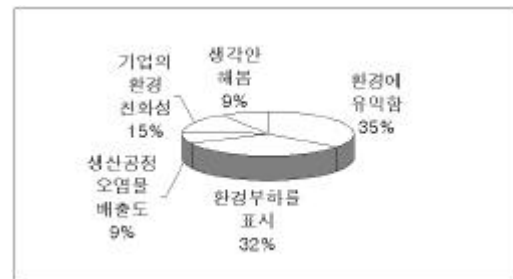
정보제공자 중 어떤 곳을 신뢰하는가라는 질문에는 환경부의 정보를 가장 신뢰한다는 사람이 52%, 사회단체에서 제공하는 정보를 신뢰한다는



<그림 3> 녹색상품에 대한 정보원



<그림 4> 가장 신뢰하는 녹색상품 정보제공자

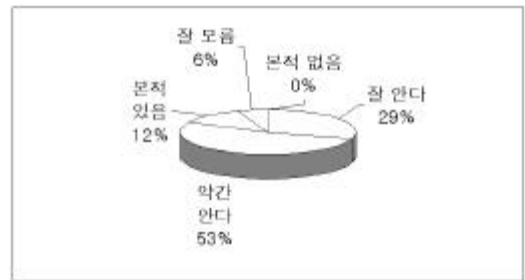


<그림 5> 녹색상품 구매시 필요한 정보

사람이 24%로 나타났다. 하지만, 기업들이 제공하는 정보를 신뢰한다는 의견은 한 명도 없었다. 하지만, 이는 기업들이 제공하는 정보를 믿지 못한다는 것보다 현재 기업들이 적극적으로 홍보하지 않고 있기 때문인 것으로 원인을 풀이할 수 있다(<그림 4>).

필요로 하는 정보가 무엇인지에 대한 질문에서

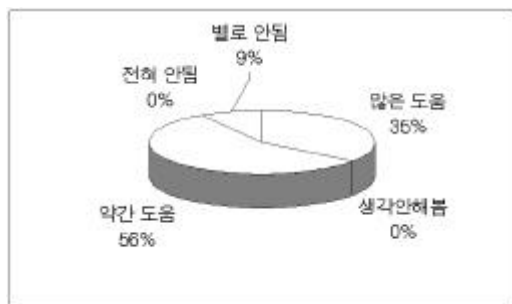
가장 필요로 하는 정보로는 제품이 왜 환경에 유익한지에 대한 이유이고, 이에 대한 정보를 수치로 제시할 것(환경부하를 표시)을 원하는 사람도 32%에 이르렀다. 따라서 환경성적표지제도(TYPE) 제도의 도입은 구매 담당자들에게 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대된다⁹⁾(<그림 5>).



<그림 7> 환경마크 식별 가능 여부

3) 구매 담당자들의 환경관련 인식

구매담당자들의 환경관련 인식을 조사하기 위해 이러한 녹색구매가 환경문제 해결에 도움이 될 것이라고 생각하느냐는 질문에 91.1%가 환경문제에 도움이 된다고 대답하여 구매 담당자들이 녹색구매의 당위성을 충분히 인식하고 있는 것으로 나타났다(<그림 6>).

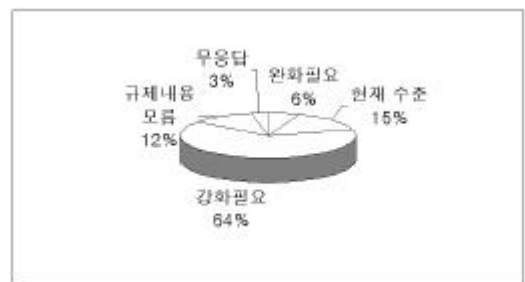


<그림 6> 녹색상품 구매가 환경문제에 도움이 될지 여부

환경마크를 알고 있다는 응답률이 82.3%로 높게 나타나, 구매담당자들이 환경마크에 대해 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다(<그림 7>).

4) 녹색상품에 대한 정부 규제

녹색상품 관련해서 정부의 규제정도가 어떠한지는 질문에는 64.7%가 더 강해져야 한다는 의견을 제시하였다(<그림 8>).



<그림 8> 녹색상품 관련 정부규제에 대한 인식

5) 녹색상품의 구매요건 및 구매동기

구매를 할 때 고려하는 우선 순위에 대한 질문에는 품질을 가장 중요한 요소로 뽑은 사람이 20명, 다음으로 가격을 뽑은 사람이 11명이었다. 이는 상반기에 실시한 예비조사에도 나타난 결과로 품질과 가격에서 경쟁력이 없는 상품은 아무리 환경성을 고려해도 실질적으로 구매자들이 구매할

9) 환경성적표지제도(TYPE)는 국제표준화기구(ISO : International Standard Organization)에서 논의중인 환경 라벨링이다. 주로 제품의 원료채취, 제조, 사용, 폐기처분 등 전과정에 걸쳐 환경성을 평가하는 전과정평가(LCA : Life Cycle Assessment) 기법을 활용하여 제품의 전과정에 걸쳐 사용된 자연자원과 배출되는 오염물질량 및 배출된 오염물질량이 지구환경(오존층 파괴 등)에 미치는 영향정도를 숫자 또는 그래프 등으로 계량화하는 제도이다. 동 제도의 목적은 생산자가 소비자에게 제품의 환경성 정보를 투명하게 제공하는 것과 국제무역에서 환경규제가 하나의 비관세무역장벽으로 작용할 것에 대비하기 위한 제도이다. 환경부 환경경제과, "환경성적표지제도" 참조.

수 없음을 보여주었다.

실제로 녹색상품을 구매했느냐는 질문에는 22명이 구매했다고 대답하였다. 구매했다고 대답한 사람들 22명을 대상으로 구매동기와 구매한 상품에 대한 의견을 물었다. 구매이유는 역시 환경보전차원에서 구매했다는 의견이 16명이었고, 가격이 저렴해서 구입했다는 의견도 7명이나 되었다. 품질에 대한 의견으로는 ‘그저 그렇다’는 의견이 많았는데, ‘나쁘다’는 쪽의 의견이 더 많았다. 가격에 대한 느낌은 앞에서 잠깐 언급 한대로 ‘싸다’라는 의견이 많았다. 따라서 물건을 구매할 때 가장 중요한 품질과 가격에 있어서 품질에서는 부정적 인식을 가격에 있어서는 긍정적 인식을 가지고 있는 것으로 나타났다. 디자인에 대해서는 ‘그저 그렇다’는 의견이 15명에 이르렀다.

6) 녹색구매의 문제점

녹색구매의 문제점을 지적해 달라는 항목에서도 역시 품질이 가장 큰 문제로 제시되었다. 환경측면에 대한 증거 미약을 제시하는 사람도 있었다. 구매시 장애가 되는 요인에 대해서는 관련정보 부족을 가장 큰 요인으로 들었으며, 이외에 구매담당자의 환경인식부족을 원인으로 꼽은 사람도 있다.

설문조사 내용을 정리하면 다음과 같다. 지방정부의 구매담당자들은 녹색상품 공공우선구매나 환경마크에 대해 어느 정도 알고는 있으나, 관련정보가 환경부에서 제공하는 것이 대부분이고, 여타 녹색구매와 관련된 인센티브는 없다고 느끼는 것으로 나타났다. 특히 녹색상품의 품질이 떨어진다는 인식 때문에, 녹색상품을 구매해야 한다는 당위성은 인식하면서도 이를 실천에 옮기기 어려운 현실이라고 할 수 있다.

2. 면접조사 결과 및 시사점

지방자치단체의 녹색상품 구매를 직접 알아보기 위해 면접조사를 설문조사와 병행하여 진행하였다. 면접조사 대상은 서울시, 대구시, 인천시, 고양시, 포항시, 천안시 등 6개 지방자치단체의 담당 공무원이다.

1) 조사 지방자치단체의 녹색상품 구매실적

조사 지방자치단체의 녹색상품 구매실적을 재정규모와 조달규모 대비로 알아보고자 하였다. 조사 대상 지방자치단체의 재정규모는 2000년 일반회계예산을 기준으로 하였을 때, 서울시는 6조 3천억원이었다. 다음으로 인천광역시와 대구광역시가 각각 1조 4천억원, 1조 9천억원 수준으로 비슷하였다. 그 외, 고양시가 5천 4백억원, 천안시가 3천 8십억원, 포항시가 2천 8백억원의 재정규모를 가지고 있다. 이에 비해 각 시의 조달규모를 묻는 질문에 정확히 답한 지방자치단체는 없었다. 물론 회계과에서 총괄하는 부분이 있을 것이나 각 부서에서 구매하는 양까지 파악하기는 어려웠던 것 같다. 녹색상품 구매에 대한 통계는 대부분 체계적으로 작성되고 있지 않았다. 그러나 재활용제품 구매에 대한 통계치는 대구광역시, 고양시, 천안시의 경우 제시하였다. 하지만, 제시된 통계가 일괄적이지 못하여서 비교가 어려웠다.

2) 녹색상품 구매 관련 조례나 지침

관련 조례나 지침의 유무에 대해서는 모두 환경부에서 제시한 상위법령들을 들어 지방자치단체 자체의 노력은 전무하다는 것을 드러냈다. 「지방의제 21」에 녹색조달 관련 항목이 실려있느냐의

질문에 대부분의 지방정부가 관련자료를 제시하지 못하였다. 서울시의 경우 관련항목은 있으나, 이를 시민의 활동영역에 담고 있어서 정부의 녹색조달 관련 내용이 있다고 보기는 어렵다.

3) 녹색상품 구매 계획

‘향후 구매확대 계획이 있는가’라는 질문에 서울시는 환경마크상품확대 계획서를 첨부하였다. 인천광역시도 환경마크제품, 절수형 기기, 절전형 기기에 대한 확대계획이 있다고 대답하였다. 대부분의 담당자들이 확대계획을 세우기 위해서는 환경상품의 품질과 가격이 경쟁력을 가져야 한다는 것을 지적하였다.

4) 녹색상품 구매 구조 및 관련 인원

구매구조를 확인하기 위해 총괄부서와 녹색구매 관련 인원에 관한 질문을 하였다. 구매를 총괄하는 부서는 보통 회계과 계약관리담당이다. 각 부서 및 실과에서는 필요한 물품이 있으면, 회계과에 품의(稟議)를 요구하고 용도 부서의 결재 및 경비를 지급받아 물품을 구입하는 것으로 나타났다. 포항시의 경우는 경제산업국 재무과의 계약담당자가 이를 총괄한다. 녹색상품 구매와 관련된 전문인원은 없는 것으로 나타났다. 하지만, 만약에 충원이 되어야 한다면, 환경청소과나 재활용계, 환경정책부서에 신설되어야 한다는 의견이 다수 제시되었다. 하지만, 녹색구매의 경우 구매를 담당하는 구매자 모두가 환경에 대한 인식을 가져야 된다. 기업의 경우도 환경부서가 따로 있다고 환경경영이 이루어지는 것은 아니다. 물론 책임을 지

고 계획을 세워야 하는 주체가 존재하여야 하지만, 각 개인의 인식변화가 무엇보다 중요하다. 이를 환경경영에서는 전사적(全社的) 경영이라고 한다.¹⁰⁾ 외국의 경우도 녹색상품에 대한 구매담당자의 인식을 바꾸기 위해서는 인텐시브 코스(Intensive Course)로 30~40시간의 교육이 필요하다고 하였고(www.iclei.org), 이러한 구매자들의 인식변화가 실제로도 중요할 것으로 생각한다.

5) 녹색구매로의 전환 경험

녹색구매로 전환한 경험에 대해서 가장 많이 제기되는 실패사례는 토너 카트리지이다. 재활용제품 우선구매 정책에 따라 의욕적으로 일반 카트리지에서 재생 토너 카트리지로 바꾼 구매 담당자들이 토너 카트리지의 품질 저하로 곤욕을 겪고 있다는 사례가 제기되었다. 토너 카트리지의 경우 잉크가 새어 나와 기존 프린터의 고장을 야기하기도 하고, 종이가 자주 걸려 오히려 사용자들로부터 항의가 들어오는 실정이다. 이는 과당경쟁으로 인한 영세업체의 난립으로 잉크 카트리지의 품질이 매우 낮아졌기 때문이다. 중요한 것은 이러한 사례 하나가 어렵게 공급선을 바꾼 구매담당자들의 의지를 꺾는다는 것이다. 이런 실패사례들은 현재 재활용제품에 대한 잘못된 인식을 강화한다.

. 지방정부 녹색구매 활성화 방안

이 연구조사를 토대로 할 때, 우리 나라 지방자치단체의 녹색구매 현황은 매우 미흡하다고 할 수 있다. 한 마디로 녹색구매에 대한 개념은 정착되

10) 전사적 경영을 포함한 환경경영 이슈들은 다음을 참고할 것. 이병욱(1997), Wilson, W. Gary et al(1999), Piasecki, Bruce W. et al(1999), Bhat, Vasanthakumar N.(1996).

어 있지 않으며, 이제 막 도입되는 단계라고 생각할 수 있다. 조사를 통해 도출된 문제점 및 활성화 방안은 다음과 같다.

녹색구매가 활성화되지 못하는 가장 중요한 이유는 녹색상품의 품질에 대한 구매자의 부정적 인식이다. 설문조사와 면접조사 모두 녹색상품의 품질과 가격문제를 지적하고 있다. 환경문제가 아무리 중요하더라도 기존 상품이 품질과 가격 면에서 경쟁력이 없다면 구매자들이 구매하기는 힘들다. 특히 국민의 세금으로 상품을 구입하는 정부기관의 경우 그 상품을 선택하는 분명한 근거가 있어야 한다는 점에서 특히 그렇다고 볼 수 있다. 이렇듯, 환경상품의 품질이 나쁘다는 인식이 이미 보편적으로 퍼져 있는 상황에서 이러한 인식을 불식시키지 않는다면, 향후 정부의 녹색구매 확대는 어려울 것으로 생각된다.

두 번째 이유는 구매자들이 녹색상품을 매우 한정적인 범위에서 생각하기 때문이다. 대부분 구매담당자가 재생종이제품에 한정하여 녹색상품을 바라본다. 이미 ‘재생용지 사용을 많이 하고 있는데, 또 어떤 상품을 사야 하는가’라고 반문하는 담당자도 있다. 사실 녹색상품 종류별 구매액을 살펴보면 10억원 이상 구매한 상품으로 인쇄용지, 화장지, 토목건축자재, 유류, 토너 카트리지, 산업용 축전지 등이 있으며, 특히 인쇄용지, 화장지, 토너 카트리지 등의 재활용제품이 총 구매액의 90% 정도를 차지하여 상품이 편중되어 있는 것으로 나타났다. 특히 편중된 상품 중에서도 인쇄용지가 50% 이상의 구매액을 차지함으로써 재생인쇄용지가 녹색구매의 주 품목임을 알 수 있다(서울시 내부자료, 1999). 결국 녹색상품은 한정적이라는 인식이 적극적으로 녹색상품 구매를 확대하는데 걸

림돌이 된다고 볼 수 있다.

첫 번째, 두 번째 이유가 구매자의 인식과 관련된 측면이라고 하면 녹색구매 활성화가 안 되는 세 번째 이유는 녹색상품 생산자인 기업과 관련된 것이다. 소위 ‘무한경쟁’ 속에서 기업들이 마케팅 전략은 날수록 정교화되고 있다. 이에 비해 녹색상품을 생산하는 기업의 경우 디자인이나 마케팅 측면에서 매우 소극적인 전략을 펴고 있다. 설문조사에서도 언급되었듯이 녹색상품을 구매한 22명의 사람 중 15명이 디자인에 대해 불만을 표시했다. 또한 대부분의 백화점이나 대형할인점에 있는 녹색상품 관련 매장들은 소비자들이 찾기 어려운 외진 곳에 위치한다. 이렇게 기업들이 디자인이나 마케팅 분야에서 적극적인 경영전략을 펼치지 못하는 이유는 녹색상품을 생산하는 대부분의 기업이 매우 영세하기 때문이다. 좀 더 적극적인 기업들의 기업가정신(Entrepreneurship)과 중소기업에 대한 제도적 뒷받침이 필요할 것이다.

이러한 문제점을 통해 공공기관의 녹색구매를 활성화시킬 수 있는 방안은 다음과 같다. 첫째, 품질에 대한 부정적 인식을 개선하고자 향후 품질에 대한 공개테스트와 소비자 모니터단의 활동을 제기할 수 있다. 품질에 자신이 있는 제품을 대상으로 대규모 공개 테스트를 실시하고, 이를 언론을 통해 널리 홍보한다면 재활용상품의 품질에 대한 기존 인식을 바꿀 수 있을 것이다. 소비자 모니터단 활동은 직접 소비자들이 물건을 사용하게 하는 것이다. 물론 공개테스트만큼 직접적인 효과는 없겠지만, 소비자들이 직접경험을 통해 인식을 바꾼다는 점에서 정석에 가까운 방식이라고 볼 수 있다.

둘째, 녹색상품이 제한적이라는 인식은 실제로 녹색상품을 다양화시키면서 서서히 불식될 것이라

생각한다. <표 4>는 현재 관공서에서 지출하는 항목 중에서 녹색상품으로 대체될 만한 것을 제시한 것이다. 기존의 인식에 비해 다양하다는 것을 알 수 있다. 이렇듯 품목을 늘려나간다면 녹색상품이 제한적이라는 인식은 완화될 것이다.

셋째, 정부의 녹색구매 활성화를 위해서는 좀 더 적극적인 조달청의 역할이 요구된다.

<표 4> 관공서 지출항목에 포함될 수 있는 환경친화상품

지출항목		환경친화상품목록
일반 수용 비	사무용품 구입비	노트, 봉투, 결재판, 서류철, 파일, 종이테이프, 전산바인더, 책결상, 전지, 종이 보관함 등
	인쇄비 및 유인물비	신문용지, 인쇄용지, 책표지 등
	소모성 물품구입비	복사용지, 페토너, 카트리지, 전산기록지, 증철지, 팩스용지 등
연료비		등유, 정제연료유 등
시설물 유지관리비		화장지, 형광등, 비누, 양변기, 수도꼭지, 매트, 바닥재, 분리수거함, 보호블럭, 핸드타올, 용기 등
차량관련 소모품비		재생타이어, 라이닝, 에어필터, 핸들카바, 엔진오일 등
재료비		재생원료, 복사용지, 페토너·카트리지, 플라스틱 구조물, 골재, 블록, 기타 재생건축자재류 등

자료: 박현정, 1998, 「환경친화상품의 공공우선구매 규모의 추정」, 서울대학교 환경대학원 석사학위논문, p51

설문조사에서 제시되었듯이 구매담당자는 조달청과의 의사소통이 가장 많기 때문에 이 통로로 녹색상품에 관한 정보와 인센티브가 원활하게 교류되어야 한다. 더불어 조달품목을 선정하는 과정에서 가격 차등제(Price Preference)를 실시하는 방안을 고려해 볼 수 있다. 가격차등제는 녹색상품의 초기 가격경쟁력을 정부가 보정해 주는 제도이다. 예를 들어 일반 제품이 100원이라는 가격으

로 조달품목에 입찰을 하면 녹색상품은 90원의 가격으로 입찰을 해도 동등하게 대우하는 것이다. 즉, 10원 만큼의 가격을 정부가 지원해 준다고 볼 수 있다. 미국의 경우 가격차등제를 실시하고 있는 주정부는 32개에 이른다(DiPietro, 1991).

넷째, 구매담당자들을 대상으로 하는 교육 및 훈련을 실시해야 한다. 구매담당자들이 재활용제품에 대한 인식은 있으나, 이를 구매해서 얻는 이득에 대한 체감의식이 없는 것으로 보여지므로, 녹색 조달 관련 교육과정, 훈련이 필요하다. 아마도 전면적인 코스를 개발하기는 어려울 것이므로 기존 조달청에서 운영하는 구매 담당자 교육과정에 한 가지 코스를 개설하는 방법을 생각할 수 있다.

다섯째, 제도적 측면으로 지방정부가 조례나 「지방의제 21」을 통해 적극적으로 녹색구매정책을 표명하는 것이다. 이러한 정책목표 설정은 녹색구매 활성화에 도움이 될 것이다. 미국의 경우는 각 지방자치단체마다 자체 조례를 가지고 있으며, 대표적인 주로 플로리다(Florida), 미주리(Missouri), 미시간(Michigan), 펜실베이니아(Pennsylvania), 일리노이(Illinois)주가 꼽힌다. 예를 들어 플로리다의 경우 1988년에 통과된 법령(Chapter 88-130. laws of Florida)에 근거하여 녹색조달을 실시하고 있다(DiPietro, 1991).

결국은 하나의 모델케이스를 발굴해 내는 것이 중요하다. 유럽 지방자치단체의 모임인 ICLEI(The International Council for Local Environmental Initiative)라는 네트워크에서도 핀란드의 포리(Pori)라는 도시를 대상으로 2년간 시범 프로젝트를 실시한 적이 있다. 우리도 이와 비슷한 모범 사례를 발굴, 지원하여 향후 녹색조달확대의 발판

으로 삼아야 할 것이다. 이렇게 녹색조달에 대한 내용이 확대된다면 향후 지방자치단체에 대한 모니터 활동 및 우수 지방자치단체 시상이 가능할 것으로 생각된다.

. 결론

이 글은 지속가능한 사회를 실현하기 위한 하나의 방안으로서 녹색구매를 제기하고 이를 활성화 시키기 위해 대규모 소비자 중에 하나인 정부의 공공구매를 환경친화적으로 전환하는 방안을 논의했다.

소비자로서 정부가 어떠한 역할을 할 수 있는가를 논의하기 위해 정부가 녹색상품을 어느 정도 구입하고 있는지, 또한 녹색상품 소비에 대해 실제 정부의 구매담당자들이 어떠한 생각을 하고 있는지를 6개 지방자치단체(서울시, 인천시, 대구시, 고양시, 포항시, 천안시) 34명의 구매담당자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 또한 실제적인 구매 규모를 파악하고자 6개 지방자치단체 담당공무원에 대한 면접조사를 병행하였다.

조사 결과 우리 나라 구매담당자들은 녹색상품의 구매가 환경문제에 도움이 될 수 있으며, 또한 환경마크 등 관련제도에 대한 인식은 높게 나타났으나, 실제 구매는 매우 저조한 것으로 나타났다. 특히 정보와 인센티브의 부족, 환경성에 대한 좀 더 자세한 정보, 녹색상품의 품질개선들이 부족하다고 생각하는 것으로 나타났다.

이러한 문제점을 해결하고 녹색구매를 활성화 시키기 위해서는 녹색상품의 품질 향상 및 녹색상품에 대한 기존 인식 변화, 녹색상품의 범위 확대 및 다양화가 필요하다. 더불어 조달의 주체인 조

달청이 녹색상품에 대한 정보와 인센티브 제공에 더 적극적이어야 할 필요가 있다. 또한 지방정부는 녹색구매를 지방조례나 「지방의제21」에 명기함으로써 녹색구매를 확산시켜야 하며, 구매 담당자들에게는 일정정도의 교육이 실시되어야 한다. 이외에도 특정 지방자치단체를 대상으로 하는 시범사업들을 제시한다.

정부는 공익을 위하여 일하는 주체이므로, 환경문제와 같이 시장기제가 잘 작동하지 않는 문제에 있어서는 선도적인 역할을 할 필요가 있다. 정부의 이러한 공공구매는 민간의 대량구매로 확대되고 중국에는 일반소비자들에게까지 파급되는 효과를 가질 것이다. 흔히 정부의 ‘직접개입’이라고 하면 강한 규제를 연상하지만, 이러한 구매를 통한 ‘직접개입’은 바람직한 정부의 역할을 정립하는데 도움이 될 것이다. 녹색상품을 포함하는 환경산업의 제도적 수요창출은 환경산업의 발전을 가져오고 결국, 경제도 발전시키고 환경도 개선하게 될 것이다.

참고문헌

- 강성철 외 역, 1995, 『환경행정의 이론과 실제』, 대왕사
권오상, 1999, 『환경경제학』, 박영사
김반웅, 오영석, 1997, 『환경행정론』, 대영문화사
김승우 외, 2000, 『환경경제학 -이론과 실제-』, 박영사
김재훈 외, 1995, 『조달기능수행체계 개선을 위한 조달
수요기관 의견조사』, 한국 행정연구원
박현정, 1998, “환경친화상품의 공공우선구매 규모의 추정”, 서울대학교 환경대학원 석사학위논문
이미홍, 2000, “정부우선구매제도와 녹색상품 관련 구매
담당자 인식조사”, 『녹색구매』
이병욱, 1997, 『환경경영론』, 비봉출판사
이병욱 외, 1999, 12, 『녹색상품 구매 활성화 방안 연구』, 시민운동지원기금 (사)환경마크협회

- 이정진, 2000, 『환경경제학』, 박영사
- 정선양, 1999, 『환경정책론』, 박영사
- 조달청, 1999, 『조달연보』
- 한국은행, 2000, 11, “1999년중 환경오염방지지출 현황과 시사점”, 『조사통계월보』
- 환경부, 환경경제과, “환경성적표지제도”
- Bhat, Vasanthakumar N., 1996, *The Green Corporation -The Next competitive Advantage-*, Quorum books
- DiPietro, Robbe Charles, October 1991, "State procurement Programs Target Recyclables" *Biocycle* 32
- Macdonald, Ann, September 1991, "How effective are federal procurement policies?", *Biocycle* 32
- Marron, Donald B., 1997, "Buying Green: government procurement as an instrument of environmental policy", *Public Finance Review*, Vol 25 No. 3 May 1997, pp. 285-305
- Murray, J. Gordon, 1999, "Local government demands more from purchasing", *European Journal of Purchasing & Supply Management* 5 pp. 33-42
- Piasecki, Bruce W. et al, 1999, *Environmental Management and Business Strategy-Leader ship Skills for the 21st Century-*, John Wiley & Sons
- Wilson, W. Gary, Sasseville, Dennis R., 1999, *Sustaining Environmental Management Success -Best Business Practices from Industry Leaders-*, John Wiley & Sons
- 조달청 <http://websvr1.sarok.go.kr>
- 통계청 <http://www.nso.go.kr>
- 환경마크협회 <http://www.kela.or.kr>, <http://www.iclei.org>