

목차

01 연구개요	2
1_연구의 배경 및 목적	2
2_연구의 내용 및 방법	3
02 서울시의 희망기업제품 구매정책과 구매현황	6
1_서울시의 희망기업제품 구매정책	6
2_서울시의 희망기업제품 구매현황	12
03 희망기업제품 구매의 사회·경제적 효과 분석	22
1_희망기업제품 구매의 경제적 효과	24
2_희망기업제품 구매의 사회적 효과	36
3_사회적 책임 이행기업 우대정책의 효과	41
4_구매확대 관련 기타 사항	47
04 정책적 시사점	56
1_종합평가	56
2_향후 정책방향	60
참고문헌	69
부록	70
Abstract	108

표

[표 2-1] 희망기업의 유형과 정의	6
[표 2-2] 사회적경제기업 간 제한경쟁제도 품목 및 기준	9
[표 2-3] 사회적경제기업의 가산점 개정	9
[표 2-4] 일반용역 계약의 수행실적 배점 완화	10
[표 2-5] 기업의 사회적 책임 관련 정량지표 현황	10
[표 2-6] 2013년 서울 소재 공공구매 관련 희망기업과 기타 중소기업 현황	12
[표 2-7] 2014년 서울시 희망기업제품의 구매액 증가율	14
[표 2-8] 2014년 서울시의 중소기업(희망기업 포함) 제품 구매증가율	17
[표 3-1] ‘희망기업제품 구매의 사회·경제적 효과 분석’을 위한 2013년 조사개요	22
[표 3-2] ‘희망기업제품 구매의 사회·경제적 효과 분석’을 위한 2015년 조사개요	23
[표 3-3] 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 기업에 대한 영향 : 기업유형별	25
[표 3-4] 희망기업의 기업유형별 평균 매출액 규모와 증감액	26
[표 3-5] 희망기업의 기업유형별 서울시와의 평균 거래금액 규모와 증감액	28
[표 3-6] 희망기업 매출액 증가에 대한 거래금액의 기여율 및 기여도	30
[표 3-7] 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 기업유형별 고용 증가 효과	33
[표 3-8] 서울시 희망기업제품 구매액의 거시경제적 파급효과	34
[표 3-9] 서울시 기업의 사회적 책임 평가지표 확대 및 신설 항목	41
[표 3-10] 사회적 책임(CSR) 이행기업 우대정책에 따른 낙찰 여부	42
[표 3-11] 서울시와 거래 시 가장 도움이 된 희망기업 지원방안 : 기업유형별	49
[표 3-12] 희망기업의 서울시와의 거래기회 제약 요인 : 기업유형별	50

[표 3-13] 기업유형별 희망기업의 매출증대를 위한 제도 개선사항	51
[표 3-14] 서울시와의 거래확대를 위한 사업제 개선사항 : 기업유형별	53
[표 4-1] 희망기업제품 구매확대 정책의 경제적 효과	56
[표 4-2] 희망기업제품 구매확대 정책의 사회적 효과	57
[표 4-3] 서울시의 사회적경제기업 간 제한경쟁 추진실적(2014.4~2015.10)	64



그림

[그림 1-1] 연구방법	3
[그림 2-1] 희망기업 개념의 변화	7
[그림 2-2] 2014년 서울시 희망기업제품의 기업유형별 구매 실적	13
[그림 2-3] 2014년 서울시 희망기업제품의 기관별 구매 실적	13
[그림 2-4] 2014년 희망기업제품 구매의 기업유형별 비중	14
[그림 2-5] 최근 2년간 공공구매의 품목별 건수	15
[그림 2-6] 2014년 희망기업제품 구매의 기관별 비중	15
[그림 2-7] 2014년 서울시 희망기업제품의 구매목표 달성률	16
[그림 2-8] 2014년 서울시의 중소기업(희망기업 포함) 제품 구매의 기업유형별 실적	16
[그림 2-9] 2014년 서울시의 중소기업(희망기업 포함) 제품 구매의 기관별 실적	17
[그림 2-10] 2014년 서울시의 중소기업(희망기업 포함) 제품 구매의 유형별 비중	18
[그림 2-11] 2014년 서울시의 중소기업(희망기업 포함) 제품 구매의 기관별 비중	19
[그림 2-12] 2014년 서울시의 중소기업(희망기업 포함) 제품 구매목표 달성률	19
[그림 3-1] 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 기업도움 측면	24
[그림 3-2] 희망기업의 매출액 증가업체 비중	25
[그림 3-3] 희망기업의 기업유형별 매출액 증가업체 비중	26
[그림 3-4] 희망기업의 서울시와의 거래금액 증가업체 비중	27
[그림 3-5] 희망기업의 기업유형별 서울시와의 거래금액 증가업체 비중	27
[그림 3-6] 희망기업의 기업유형별 평균 거래금액 수준	28
[그림 3-7] 서울시와의 거래에서 매출증가 품목 비율	29

[그림 3-8] 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 수익성 개선 효과	31
[그림 3-9] 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 기업유형별 수익성 개선 효과	32
[그림 3-10] 서울시 희망기업제품 구매확대 정책의 고용 증가 효과	33
[그림 3-11] 서울시 희망기업제품 구매확대 정책이 타 기관 조달제도에 미친 영향	36
[그림 3-12] 서울시 희망기업제품 구매확대 정책이 타 기관 조달제도에 미친 영향 : 기업유형별	37
[그림 3-13] 서울시 희망기업제품 구매확대 정책이 타 기관 조달제도에 긍정적 영향을 미치는 이유	37
[그림 3-14] 서울시 희망기업제품 구매확대 정책이 공무원 및 일반시민 인식에 미친 영향	38
[그림 3-15] 서울시 희망기업제품 구매확대 정책이 공무원 및 일반시민 인식에 미친 영향 : 기업유형별	39
[그림 3-16] 희망기업제품 구매확대 정책에 따른 사회적 가치 실현 노력 및 의향	40
[그림 3-17] 희망기업제품 구매확대 정책에 따른 사회적 가치 실현 노력 및 의향 : 기업유형별	40
[그림 3-18] 사회적 책임 이행기업의 유형	42
[그림 3-19] 사회적 책임 이행기업 우대정책의 기존 항목 도움 정도	43
[그림 3-20] 사회적 책임 이행기업 가산점을 받았으나 낙찰되지 않은 이유	43
[그림 3-21] 사회적 책임 이행기업 인증을 받지 않은 이유	44
[그림 3-22] 사회적 책임 이행기업에 대한 인증 의향	44
[그림 3-23] 사회적 책임 이행기업에 대한 가산점 확대 및 신규 지표 추가 여부	45
[그림 3-24] 사회적 책임 이행기업에 대한 가산점 확대 및 신규 지표 추가가 불필요한 이유	45
[그림 3-25] 사회적 책임 이행기업 가산점 확대 항목	46
[그림 3-26] 사회적 책임 이행기업 가산점 추가 항목	46
[그림 3-27] 서울시 희망기업 지원방안에 대한 기업유형별 인지도	47

[그림 3-28] 서울시 희망기업 지원방안에 대한 인지도	48
[그림 3-29] 서울시와 거래 시 가장 도움이 된 희망기업 지원방안	48
[그림 3-30] 희망기업의 서울시와의 거래기회 제약 요인	50
[그림 3-31] 희망기업의 매출증대를 위한 제도 개선사항	52
[그림 3-32] 서울시와의 거래확대를 위한 사업체 개선사항	53
[그림 4-1] 희망기업의 유형별 사회경제적 효과	58
[그림 4-2] 서울시 공공구매 애로센터의 활용(예시)	61
[그림 4-3] 계약정보통합관리시스템에서의 발주 및 홍보전략 강화방안	62
[그림 4-4] 중견기업과 희망기업의 상생프로그램 구성도(예시)	66

