

국문요약

녹색기후기금(GCF)은 멕시코 칸쿤에서 개최된 제 16차 유엔기후변화협약 당사국 총회(COP 16)에서 결정된 개발도상국의 기후변화 대응지원을 위해 설립된 기후재원으로 이 기금은 개도국의 직접접근(direct access)방식에 의해 전달된다. 개도국이 원활하게 기금에 접근하고 활용이 가능하도록 개도국에 대한 역량 지원이 요구되는데 능력배양사업은 이처럼 개도국이 기금으로의 직접적 접근이 가능하도록 기금의 수탁원칙 및 기준, 환경 및 사회적 세이프가드를 충족시키도록 지원하는 것을 의미한다. 녹색기후기금은 2020년에 이르러 연간 1,000억 달러 규모의 재원이 조성될 것으로 예상되는데 이 기금의 규모로 볼 때 개도국 스스로 이 기금의 혜택을 받고자하는 바램 역시 상당할 것으로 예상된다. 따라서 능력배양사업은 추후 환경 ODA 사업에서 개도국이 원하는 사업이 될 것이다.

본 연구는 지난 2013년 12월 개소한 녹색기후기금의 성격 파악과 함께 KOICA가 GCF 사업에 참여할 수 있는 방안이자 향후 환경 ODA 사업으로 능력배양사업을 제시하였다. GCF 사무국은 독일과 우리정부의 공여로 조성된 3천만불로 GCF 능력배양사업을 실시할 것임을 공표하였으나 이 예산은 개도국의 많은 수요를 충족하기엔 부족할 것으로 예상되고 있는 바, 이 과잉 수요는 전 세계 환경 ODA 사업을 통해서 충족되어야 할 것이다. 따라서 본 연구는 현재 대한민국 정부차원에서 GCF 사무국의 능력배양사업 활동에 참여하고자 노력과 별도로 ODA 사업으로의 기후변화 능력배양사업만을 다루었다.

우선적으로 본 연구는 GCF의 주요 원칙인 수원국 주인의식과, 주요 특징인 직접접근의 개념에 대해 알아보고, 개도국이 기후재원에 직접접근 하기 위하여 이행기관이 갖추어야 할 승인기준(환경/사회세이프가드와 수탁기준)을 살펴보았다. 또한 기후재원의 접근을 위하여 요구되는 능력배양사업의 정의 및 필요성 그리고 국제사회에서의 능력배양 프로그램들을 소개하였는데 이를 근거로 KOICA가 주도하는 능력배양프로그램에 대한 밑그림 및 방향을 제시하였다.

KOICA의 능력배양사업 구상에 관하여 KOICA가 능력배양사업을 수행할 때 시범적으로 실시하게 될 나라에 대한 선정기준과 각 나라 상황에 적합한 능력배양사업의 예시를 제시하였는데 26개의 우리나라 ODA 중점협력국을 대상으로 하였다. 이를 위하여 수원국의 기후취약성, 개도국의 소득수준, 개도국의 자발적 감축행동유무에 따라 26개국을 6개의 그룹으로 분류하여 각 상황에 맞는 능력배양사업을 제시하였다. 능력배양사업은 개발도상국이 그 지역에 맞는 특정한 해결책을 찾도록 다양한 욕구에 맞춘 형식이어야 하고 다양한 국가와 지역에 서로 다른 수준의 능력배양사업을 제시하는 등 유연하게 운영되어야 한다. 또한 능력배양사업은 단순히 기금접근만 관련되는 것이 아닌 프로젝트와 프로그램을 해당국가의 개발목표의 연장선상에서 계획하고 우선순위를 정하는데에 핵심역할을 해야 한다.

기후변화 협상에서 많이 거론되고 있는 기후재원의 필요성 논의와 연계하여 우리나라의 녹색 ODA 개념을 수정, 보완하고 목표를 다시 설정할 필요가 있다. 특히 기후재원의 필요성과 개도국의 능력배양사업에 대한 수요를 연계하여 고려해보면, ODA 사업으로의 기후변화 능력배양사업은 시의적절하며 향후 환경 ODA 사업에서 요구되는 새로운 사업이라고 사료된다. 또한 능력배양사업에 대한 미래 개도국의 수요에 비해 현재 많은 양자원조기간이 이 사업에 대해 참여하고 있지 않은 실정으로 판단되고 있는 바, KOICA가 이 사업을 개발/발전시킬 경우, GCF 및 기후재원에 있어서 주요 국제적인 플랫폼이 되는 역할을 기대할 수 있다. 더불어 우리나라 환경 ODA 사업의 성격을 드러낼 수 있는 사업브랜드를 개발, 이를 시행한다면 이 역시 KOICA 환경 ODA의 브랜드화도 가능할 것이다. 본 연구가 제안한 능력배양사업 제시안 중에 ‘이행기관의 선정 지원 및 이들의 승인기준 충족을 위한 역량개발’ 활동은 능력배양사업에 있어서 반드시 필요한 요소이나, 아직 GCF 사무국과 독일의 능력배양사업에서도 현재 크게 다루지 않는 영역이다. 따라서 KOICA가 이 부분에 있어 개발하고 브랜드를 만드는 능력배양사업에 있어 집중과 개발이 요구된다.