

# AHP를 이용한 CMS 평가방법에 관한 연구

이철승\*, 고일상\*\*

## A Study on the Evaluation Model for CMS using the AHP

Cheol-Seung Lee, Il-Sang Ko

### Abstract

본 연구는 최근 수요가 급격히 증가하고 있는 CMS의 평가방법론을 개발하기 위한 목적으로, CMS와 IT솔루션 평가이론에 대한 고찰을 통해 CMS의 평가항목을 크게 "솔루션 특성", "공급벤더 역량", "구매업체 환경적합성"의 대항목으로 분류하고, "컨텐츠 관리기능", "경제성", "서비스", "정보화계획적합성" 등의 총 10가지 세부항목을 제안하였다. 또한 AHP 기법을 통하여 각 평가항목의 상대적 선호도를 결정하고, 과거 단순가중치법을 이용하여 도입된 CMS구매과정과 상호비교하는 사례연구를 실시하였다. 결과적으로 과거 단순가중치법에 의해 산출된 솔루션의 평가점수와 AHP를 이용한 상대적 선호도에 따른 평가점수 사이에는 큰 차이가 존재하였다. 이 연구를 통하여 CMS 솔루션의 선정에 중요한 평가항목들을 제공하였으며, 객관적이고 과학적인 방법론인 AHP를 활용함으로써 솔루션의 차이를 효과적으로 차별화하는 좋은 사례를 제공코자 하였다.

**Key Word** : CMS, Content Management System, 솔루션평가, ECM, AHP, Content

### 1. 서론

컨텐츠는 기업마다 중요한 의미를 가지고 다양한 형태로 개발되고 있다. 이는 기업시스템에 투입된 정보가 처리된 결과로서 기업의 이해관계자들에게 큰 가치를 제공하게 된다. 또한 인터넷의 발달과 함께 수익요인으로서의 중요성, 기업의 신뢰성을 결정짓는 특성 등으로 인해 e-Business의 주요 요소로 자리잡고 있다. 하지만 이렇듯 컨텐츠의 중요성이 증대될수록 컨텐츠의 생명주기 과정, 즉 생성→수정→승인→출판→보관→분배→제거) 각 단계마다 이를 관리하기 위한 새로운 문제들이 제기되고 있다. 이들은 컨텐츠의 생성량이 늘어갈수록 고비용, 작업시간, 웹사이트 구조, 일관성, 통합 등과 관련한 비효율성이 발생하기 때문이다. 이러한 컨텐츠 관리의 효율성 증대를 목적으로 개발된 솔루션이 Content Management System(이하 CMS)이다. 매일경제신문(2)은 소프트웨어리서치의 자료를 인용하여 2001년 CMS의 국내 수요 규모는 700억 원 수준에 달할 것으로 예측하였으며, 그 수요는

연간 55% 정도의 성장을 통해, 2004년경 약2,700억 원 정도의 시장규모를 형성할 것으로 예측하고 있다.[4] 가트너그룹(3)은 2000대 글로벌 기업의 경우 2001년 60%정도의 CMS 도입현황을 보이나, 2003년까지 그 도입규모가 90%이상으로 확대될 것으로 전망하고 있다. 하지만 확대되고 있는 도입요구와 시장규모에 비하여 CMS와 관련한 연구는 극히 미진하다. 기존의 연구는 북미지역의 성과와 현황에 대한 고찰이나 시장/업체현황 분석 또는 주요 솔루션의 기능 비교를 주 내용으로 하는 관련업체의 보고서가 대부분으로, 보다 체계적이고 과학적인 평가항목과 방법의 개발이 절실히 요구되는 실정이다. 본 연구에서는 (i) 소프트웨어 평가 및 솔루션 선정과 관련한 주요 선행연구와 CMS에 대한 종합적인 고찰을 통하여, (ii) CMS 솔루션에 대한 객관적인 평가항목을 도출하고, (iii) Analytic Hierarchy Process(이하 AHP)기법을 통하여 평가항목간의 상대적 중요도를 측정하는 평가방법론을 통해 CMS를 도입하고자하는 업체와 기관의 시행착오를 줄이는 도구를 제안하고자 한다.

\* 전남대학교 경영학과 박사과정

\*\* 전남대학교 경영학부 부교수

1) 소프트웨어리서치, "CMS 솔루션 분석과 도입전략", 2001.7

2) "매일경제" 2001. 7. 31

3) Gartner Group, 2001

## 2. 이론적 고찰

### 2.1. CMS의 개요

#### 가. 정의 및 도입효과

컨텐츠의 개념은 매우 광범위하기 때문에 이를 어떻게 정의하느냐에 따라 CMS의 포괄하는 범위와 이를 구현 또는 평가하는 방법이 다양하게 규정될 수 있다. 현재 CMS시장에는 특성화된 컨텐츠의 성격이나 업체/솔루션의 태생적 특성으로 인하여, 다양한 형태와 명칭, 또한 각기 독특한 기능을 가진 솔루션이 산재해 있다. "디지털타임즈"(2002), "소프트뱅크리서치보고서"(2001) 등의 선행연구 및 보도자료에서는 다양한 솔루션과 그 기능성을 CMS의 세부그룹으로 정의하고 있으며, 대표적으로 웹컨텐츠관리시스템(WCMS; Web content Management System), 문서관리시스템(DMS; Data Management System), 디지털자산관리시스템(DAM ; Digital Asset Management System), 변경/코드관리시스템(SCM; Software Change/Source Code Management System), 커머스관리시스템(e-Commerce Management System), 전자카탈로그관리시스템(CMS; e-Catalog Management System) 등을 제시하고 있다.

시장조사기관 Ovum은 CMS에 대해 "모든 컨텐츠의 라이프사이클을 통합적으로 관리하는 Task와 Process의 총체"라고 정의하였다. ZDnet에서는 CMS를 "다양한 포맷의 컨텐츠, 즉 문서, 이미지, 동영상, 소리 등을 제작, 출판, 관리하는 솔루션으로 보통 생성, 출판, 배포, 보관 등으로 정리되는 컨텐츠 라이프 스타일 전체를 관리하는 것"으로 해설하고 있다. 소프트뱅크리서치에서는 WCMS를 "웹사이트를 구성하고 있는 컨텐츠를 생성·관리, 배포하는 일련의 과정을 자동화해 효율성과 체계를 높이고 안정성을 확보하는 기반을 마련하고자 하는 솔루션"이라고 정의하고[4] 있으며, 여러 세부그룹에 대한 정의 역시 각각의 컨텐츠 관리라는 측면에서 유사하게 규정되고 있다.

CMS의 도입효과에 대하여 가트너그룹(2001)은 자체 보고서를 통하여 CMS의 도입 목적/구현동기로 컨텐츠 품질 향상, 혁신적인 사용자경험 제공, 컨텐츠 전달속도 향상, 인건비 절감을 각 50%~100%의 성과를 거둘 수 있을 것으로 전망하고 있다. 또한 소프트뱅크 리서치에서는 빠른 시장 진출과 대응, 운영의 효율성, 고객만족도 증가, 높은 투자회수율을 도입 기대효과로 전망하고 있다.

#### 나. CMS 모델 정의

컨텐츠의 개념이 급속도로 변화하고 있기 때문에 이를 관리하기 위한 CMS 솔루션의 개념 또는 기술적 측면에서 이상적 모델을 정의한다는 것은 매우 어렵다. CMS를 구성하는 각 컴포넌트 또는 기술요소의 상대적 중요성 역시 쉽게 결정지을 수 없는 문제이다. 황운배(2002)는 다양한 CMS의 구성요소 및 기술과제 중에서 특히 솔루션 도입과 관련한 도입기업의 필요기능 구현 여부와 컨텐츠 작업과정의 기본이 되는 워크플로우 관리 기술을 핵심으로 지적하고 있다. Bob Boiko는 자신의 컨텐츠생명주기 정의에 근거하여, The METATORIAL Framework, The Content Collection System, The Content Repositing System, The Content Publishing System, The Workflow System의 5가지의 컴포넌트를 갖는다고 정의하고 있다.[14] IT컨설팅사인 Capgeminiernst & Young Group에서는 CMS의 구성요소를 컨텐츠관리엔진과 기타 요소로 정의하여 컴포넌트 구성도를 제시하고 있다. 컨텐츠관리엔진은 컨텐츠의 생성, 관리, 전달/배포, 개인화의 컨텐츠생명주기를 관리하는 컴포넌트를 지칭하는 것이며, 기타요소로는 워크플로우, 템플릿 설계, 리포트, 데이터웨어하우스, Repository 등의 기술적요소를 정의하고 있다. 소프트뱅크리서치의 연구 역시 이와 유사하게 컨텐츠 생명주기에 따라 Creation & Collection, Repositing & Managing, Publishing & Delivery의 단계별 정의와 기능적 요구사항을 개념화한 CMS모델을 제시하고 있다.[4]

#### 다. CMS의 시장현황 및 전망

Yankee Group[5]에서는 CMS시장은 2004년까지 해마다 35%씩 성장하고 30억 달러정도의 시장규모를 형성할 것으로 전망하고 있다. 국내 시장의 경우, 소프트뱅크리서치(2001)에서는 연간 55%정도의 성장을 통해, 2004년경 약 2,700억원 정도의 시장규모를 형성할 것으로 전망하고 있다. 하지만 이승철(2001)은 이러한 시장규모와 해외의 성공사례에 비해 국내의 CMS 도입을 통한 성공사례는 미진하다고 지적하며, 자사의 실정, 전략과의 적합성을 고려하여야하며, 이를 무시한 무모한 도입시도는 오히려 문제를 가중시킬 수 있음을 지적하고 있다.[9]

4) 황운배, 소프트웨어 공학연구소, "디지털타임즈" 기고문, 2002.04.

5) The Yankee Group, IT Business 61

## 2.2 IT 솔루션 평가이론에 관한 연구

정보통신기술의 발달과 함께 더욱 복잡해진 경영 환경은 보다 전문적이면서도 통합된 솔루션을 요구 하고 있으며, 또한 다양한 솔루션이 개발되고 있다. 많은 솔루션의 개발과 함께 다양한 평가방법론이 연구, 제안되고 있다. 하지만 CMS에 대한 연구는 그다지 활발하지 못한 점이 사실이다.

본 연구에서는 CMS 평가항목 도출을 위한 이론 적배경으로 (i) Boehm과 McCall의 연구[10], ISO/ IEC 9126 품질평가 모형과 소프트웨어개발촉진법 상 등의 소프트웨어 품질평가방법론, (ii) 데이터프 로 정보서비스 그룹과 SHL시스템하우스사의 방법 론, Chau의 연구[15], Reimann과Waren의 연구[18] 등의 솔루션 선정이론과 (iii) Fitzgerald[16], 이은 형 연구[11] 등 ERP솔루션을 비롯한 타 e-비즈니스 패키지 평가에 대한 선행연구를 고찰하였다. 주요 선행이론의 평가항목 및 방법은 <표 2>와 같다.

## 3. 실증연구

본 장에서는 CMS 솔루션의 특성과 요구에 따른 CMS 평가요인을 선정하고, AHP기법을 이용하여 각 기준의 상대적 중요도를 측정하고자 한다. 이를 위해 본 연구에서는 국내외의 문헌 조사를 통하여 CMS와 소프트웨어 평가 및 솔루션 선정/평가에 관한 이론을 고찰을 통하여 도출된 평가항목 및 이 론을 바탕으로 MIS 및 전자상거래 관련 전공 석, 박사 20여명의 각 2회에 걸친 브레인스토밍과 세미 나를 통하여 CMS 평가항목을 도출하였다. 또한 관 련 업종과 학계의 전문가에 대한 인터뷰 및 설문을 통하여 평가항목의 적정성과 항목간의 상대적 중요 도를 검증하였으며, G지역특화산업 정보지원센터의 구매 사례를 통하여 평가기준의 실용성 및 구매솔 루션의 적정성 여부를 확인하였다. 이와 관련한 모 든 분석은 AHP기법을 이용하였으며, 각 항목의 상 대적중요성과 대안별 상대적선호도를 평가하였다.

연구	연구대상	평가항목
Boehm[10]	일반 S/W	불가시적인 소프트웨어 특성 표현을 위해 신뢰성, 효율성, 유연성 등 20개의 criteria를 정의
McCall[10]	일반 S/W	운영, 이행의 Factor에 유지보수성, 유연성, 시험용이성, 여식성, 재사용성, 상호운영성, 정확성, 신뢰성, 효율성, 무결성, 사용성 등의 criteria 제안
ISO/IEC 9126 품질평가모형	일반 S/W	기능성, 신뢰성, 사용성, 효율성, 이식성, 유지보수성의 6개 주품질 특성과 21개의 부품질 특성을 제시
소프트웨어 개발촉진법	일반 S/W	사용환경과의 호환성, 소프트웨어 기술성, 공급업체 평가의 대항목과 10가지의 세부항목 정의
데이터프로 정보서비스그룹	패키지S/W	주로 패키지의 기능성 및 구매이후에 발생할 수 있는 문제등인 요구사항의 적합성, 설치의 용이 성등 13가지의 대항목 및 71가지의 세부소항목으로 분류하여 패키지의 평가기준을 제시
SHL System-house LTD.	패키지S/W	자사방법론인 트랜스폼(Transform)에서 기능 및 데이터 요구사항 등 의 12가지 대항목 및 102개의 세부 소항목으로 패키지 평가항목 제시
Chau[15]	중소기업용 패키지S/W	소프트웨어, 공급자, 전문가 의견의 요인으로 구분한후 기술적 측면과 비기술적 측면에서 고려
Reimann & Waren[18]	DSS	모델링, 사용자 친숙성, 분석, 예측과 통계, 데이터관리, 의사소통, 영영어, 보고서, 그래픽, 백데이터, 비용요인, 하 드웨어와 운영체제의 12가지 기준과 그에 따르는 80항목을 통해 DSS S/W 선정을 위한 사용자지향 기준연구
Fitzgerald[16]	ERP	(i) Identification of costs, (ii) the contribution to business strategy, (iii) analysis of benefits, (iv) second-order effects (v) flexibility (vi) implementability, (vii) risk and (viii) testing the business idea
이은형[11]	e-마켓플 레이스	솔루션 특성(유연성, 용이성, 보안성, 경제성)/벤더특성 (지원사항, 일반현황, 사업실적)의 요인으로 구분
Shankara- rayanan[19]	ERP	(i) functional fit with the Company's business processes, (ii) degree of integration between the various components of the ERP system, (iii) flexibility and scalability, (iv) complexity: user friendliness, (v) quick implementation: shortened ROI period, (vi) ability to support multi-site planning and control, (vii) technology: client/server capabilities, database independence, security (viii) availability of regular upgrades, (ix) amount of customization required, (x) local support infrastructure, (xi) availability of reference sites, (xii) total costs, including cost of licence, training, implementation, maintenance, customization and hardware requirements.
Anald[13]	ERP	(i) strategy-fit (ii) technology (iii) change management (iv) risk (v) implementability (vi) business functionality (vii) vendor credentials (viii) flexibility (ix) cost (x) benefits
이교삼, 손주찬, 백종영, 우훈식[7]	ERP	ERP 평가 기준을 벤더평가, 기술적 평가, 기능적 평가, 서비스 및 사후관리, 평가 가격 및 기간 평가의 다섯 항목과 총 27개의 세부 구성요소로 구성하여 제안
이재영, 한희영[12]	ERP	비용, 기능, 기술적 아키텍처, 수행능력, 비전, 서비스
이석준[8]	ERP	중소기업 ERP구현의 핵심성공요인 측정항목으로 최고경영층의 참여 및 교육지원, 정부의 지원정책, 공급업체의 ERP 시스템지원, 실무요원 확보, 자원의 이용가능성, 소프트웨어의 효과적 활용의 6개 변수와 17개 측정항목 제시
소프트뱅크 리서치[4]	CMS	content Creation & Collection, content Reposting & Managing, content Publishing & Delivery, content Analysis, Workflow Management의 콘텐츠 생명주기에 의한 CMS의 기능성 비교

<표 2> IT 솔루션 평가요인 관련 선행연구

### 3. 1. 평가요인 선정

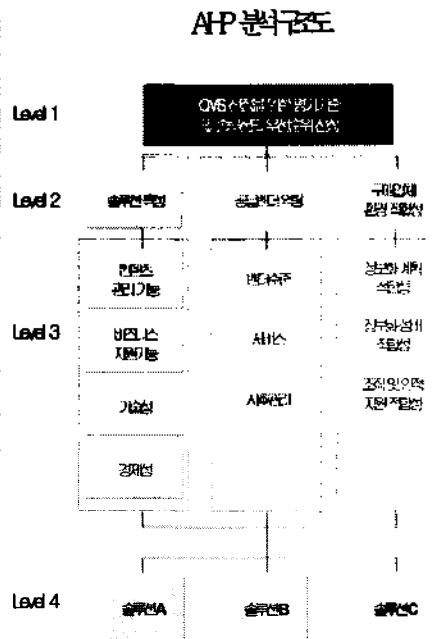
제2장에서 CMS 정의, 모델연구와 관련하여 도출된 “e-비즈니스 솔루션으로서의 특징”, “콘텐츠 생명주기의 종합적 관리”, “비즈니스 프로세스의 효율성과 안정성 추구하고 관련한 측면”, “기업/기관의 도입 목적에 따른 필요기능”, “관리하고자하는 콘텐츠의 특성과 그 생명주기”, “워크플로우 관리”, “웹을 기반으로한 타 어플리케이션과의 통합문제” 등의 주요 컨셉과 Anald[13], Shankamarayanan[19]의 연구를 중심으로한 선행연구 고찰을 바탕으로 콘텐츠를 관리하는 e-비즈니스 솔루션으로서 CMS가 갖추어야할 요구사항과 수준에 대한 정의인 “솔루션 관련 요인” 항목, 비즈니스파트너로서 신뢰성과 수준에 대한 검증 항목인 “공급벤더 관련요인” 항목, 도입업체(기관)의 정보화전략계획, 설비 등의 자원 수준과 비즈니스 로직/프로세스 또는 해당분야 계획과의 적합성과 예상되는 공헌수준을 평가하는 항목인 “구매자 환경 적합성”의 3가지 대항목과 “콘텐츠관리기능”, “서비스”, “정보화계획적합성” 등 총 10가지의 세부항목을 정의하였다. 자세한 내용은 <표 3>과 같다.

### 3. 2 AHP기법을 이용한 실증 분석 및 사례연구

1970년대 Thomas L. Saaty는 의사결정과정에 제약과 가정을 도입하여 왜곡하는 기법을 비판하며 AHP(Analytic Hierarchy Process, 계층분석법)기법을 개발하였다. Saaty는 AHP기법을 의사결정문제를 계층적으로 표현하고, 의사결정자의 판단에 기초하여 대안들에 대한 우선순위를 부여하는 다기준 의사결정모형 (Multicriteria Desion Model)이라고 정의하고 있다.[23] 즉 AHP 기법은 다수대안에 의하여 다면적인 평가기준과 다수의사결정자에 의한 의사결정이 필요한 경우를 위하여 설계된 정성적 평가방법으로써, 여러 대안들에 대한 다수의 목적 (Multi-Objective), 다수 평가기준(Multi-Criteria), 다수의 주체(Multi-Actor)에 의하여 의사결정이 이루어질 때 합리적으로 분석할 수 있도록 설계되어 있는 포괄적인 틀이라 할 수 있다.[1] 본 연구에서는 AHP 기법의 이같은 장점과 특성을 감안하여 평가항목의 상대적 중요도를 결정함으로써 CMS 도입시 합리적 의사결정을 위한 평가방법을 개발하고자 한다.

구분	세부항목	구성 요소 및 해설
솔루션 특성	콘텐츠 관리기능	콘텐츠생명주기에 근거한 콘텐츠 관리기능, 국제표준지원, 사용용이 수준, 다양한 포맷지원 등
	비즈니스 지원기능	-구매업체 또는 기관의 e-Business를 지원하기 위한 솔루션의 적정성평가항목 -e-마켓플레이스 등 타 e-비즈니스 솔루션과의 연동, 분석지원기능, 전자상거래 지원 등
	기술성	-IT솔루션으로서 기본적으로 갖추어야할 기능성과 기술구현수준에 대한 점의 -확정성, 안정성, 도입용이 정도 및 도입기간, 보안, U/I, 개발환경 등
	경제성	가격, 가격 대비 효익 등
공급 벤더 역량	벤더수준	공급벤더의 일반적인 현황과 수준을 측정하는 항목, Reference, 규모, 시장점유율, 수상경력, 인력수준 등
	서비스	-솔루션 도입 및 안정화 기간중의 지원수준을 평가하기 위한 항목 -Customization, 교육지원, 인력지원, 기술이전 등
	사후관리	도입의 완료 등 계약기간이 만료된 이후의 지원수준을 평가, 유지보수, 업그레이드 등
구매 업체 환경 적합성	정보화계획 적합성	구매업체의 규모 및 업종 등을 고려한 솔루션 도입목적 및 목표수준 달성을 위한 수단으로서의 목적적합성
	정보화설비 적합성	H/W, D/B, N/W 등의 설비 및 시스템의 현재수준 또는 관련 목표 수준과의 적합성
	조직/인적자원 적합성	구성원의 정보화 수준, 담당인력/조직 유무, 정보화교육체계, 관련 규정 등 인적자원/조직적 특성 또는 계획과의 적합성

<표 3> 추출된 CMS 평가항목



<그림 1> 사례연구 분석 구조도

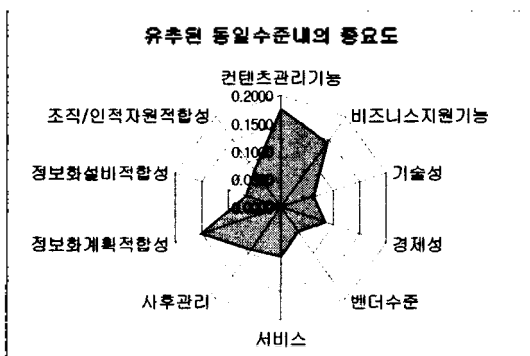
**가. 평가항목의 상대적 중요도 분석**

본 연구의 데이터수집은 Satty의 9점 척도법[22, 23]에 의하여 작성된 설문지를 바탕으로, 전문가를 대상으로한 직접면담과 전화설문을 통하여 이루어졌다. 그 대상은 CMS를 실제 구매 또는 판매하였던 경험이 있거나, 관련 직종 또는 관련 전공의 전문가로 제한하여 선정하였는데, 학계에서는 CMS관련프로젝트를 지도하였던 교수 및 참여연구원과 CMS구축 감리경험을 가진 교수 등 10인, 그리고 관련업계에서는 IT관련 컨설턴트, SI업체의 PM급, CMS제조업체의 간부, 또한 실제 CMS도입경험을 가진 IT관련업종 등의 10인으로 총 20명으로 구성되었으며 총 18명이 참여하였다. 표본선정과 데이터 수집, 기초자료 평가의 과정을 거쳐 준비된 평가자료는 Satty의 AHP방법론으로 분석되었으며 산출된 각 평가항목의 상대적중요도는 다음과 같다[22, 23].

Level 1 : 평가항목		Level 2 : 세부항목		
구분	중요도	항목	중요도	중요도
솔루션 특성	0.467	컨텐츠관리기능	0.376	0.175
		비즈니스지원기능	0.305	0.143
		기술성	0.136	0.064
		경제성	0.183	0.085
공급 업체 역량	0.233	벤더수준	0.227	0.053
		서비스	0.373	0.087
		사후관리	0.399	0.093
구매업체 환경 적합성	0.300	정보화계획적합성	0.505	0.151
		정보화설비적합성	0.221	0.066
		조직/인적자원적합성	0.275	0.082

\* 본 가중치산출은 Excel 2000을 이용하였으며, CR은 전 과정이 0.1보다 낮아 별도기입하지 않았음.

<표 4> 평가항목의 상대적 중요도



<그림 2> 유추된 동일수준내의 상대적 중요도

**나. 사례연구/ 선택대안의 상대적 선호도 분석**

사례연구에서는 앞서 연구하였던 평가항목과 항목 간의 상대적 중요도를 바탕으로, G지역특화산업 정보지원센터의 CMS 실구매단계의 의사결정과정을

재분석하였다. G지역특화산업의 CMS구입은 총 3업체의 솔루션을 대상으로 5인의 전문가와 사업담당자로 구성된 의사결정그룹의 심사를 거쳐 구매되었다. 평가는 “사업주체의 현재 상황”과 “사업 내용에 따른 요구기능”을 고려하여, 그 요인과 배점을 결정하였으며, 총점을 350점으로 하는 단순가중치법이 이용되었다. 평가항목은 대부분 CMS의 “기능적 요구사항” 및 “서비스/사후지원”, “경제성”의 내용으로 구성되어 각 항목이 대부분 10~15점의 수준으로 배점되어 있으나, “e-마켓플레이스 연동”, “사용용이성”, “국제표준지원”에 각기 20점을 배정하였다. 특히 경제성에는 가장 큰 점수인 70점을 배정되었다. 평가결과는 <표 5>와 같이 C솔루션업체가 B솔루션 업체보다 약간 높은 점수를 얻어 낙찰되었다.

구분	점수	평균 비율	순위
A솔루션	236	0.308	3
B솔루션	258	0.337	2
C솔루션	271	0.354	1

<표 5> G지역사례의 과거 배점 결과표

본 사례연구는 제시하였던 CMS평가항목을 바탕으로 솔루션별 쌍별비교에 의해 이루어진다. 분석은 평가항목의 경우와 같이 Saaty의 AHP기법을 이용하였으며, 당시 솔루션선정에 참여하였던 전문가/사업참여자 5인에 대한 직접면담을 통해 수집된 설문데이터를 바탕으로 하였다. 산출된 각 대안의 항목별 상대적 선호도는 다음과 같다.

항목	솔루션 A	솔루션 B	솔루션 C	
솔루션 특성	컨텐츠관리기능	0.178	0.512	0.310
	비즈니스지원기능	0.219	0.251	0.530
	기술성	0.359	0.357	0.284
	경제성	0.272	0.395	0.332
공급업체 역량	벤더수준	0.185	0.536	0.279
	서비스	0.277	0.324	0.399
	사후관리	0.366	0.246	0.388
구매업체 환경 적합성	정보화계획적합성	0.159	0.547	0.294
	정보화설비적합성	0.260	0.451	0.289
	조직/인적자원적합성	0.197	0.555	0.248

\* 본 가중치산출은 Excel 2000을 이용하였으며, CR은 전 과정이 0.1보다 낮아 별도기입하지 않았음.

<표 6> 선택대안에 대한 평가항목별 상대적 선호도

또한 산출된 평가항목의 상대적중요도를 고려하여 최종적으로 종합하면 각 대안에 대한 선호도는 다음과 같다.

구분	대안의 종합가중치	순위
솔루션 A	0.234	3
솔루션 B	0.420	1
솔루션 C	0.346	2

<표 7> 평가항목의 상대적중요도에 의한 대안별 상대적 선호도

AHP방법을 이용하여 도출된 최종 평가 결과, 종합적인 대안의 상대적 선호도 순위가 과거의 평가결과와 달리 솔루션 B(0.420), C(0.346), A(0.234)의 순으로 결정되었다.

#### 4. 결론

본 연구를 통하여 CMS의 정의와 모델, 그리고 기존 IT 솔루션 평가를 위한 대표적 선행연구의 평가항목 및 방법론을 종합적으로 고찰하였으며, CMS의 평가항목을 개발, 이를 보다 과학적으로 평가하고자 AHP기법에 의한 분석을 시도하였다. 이러한 과정을 통해 도출된 평가항목의 가중치와 방법론은 추후 CMS 등의 솔루션을 도입하고자 하는 업체/기관에 성공적인 솔루션도입을 위한 단서가 될 것으로 본다.

이 연구에서는 CMS의 개념과 모델을 정의하고 그 특성에 따라 평가항목을 도출하고자 노력하였지만, 관련 선행연구가 부족하여 목적과 용도가 다른 타 솔루션의 평가항목을 기초 자료로 활용할 수 밖에 없었다. 도출된 평가항목 역시 객관성을 더하기 위해서는 보다 과학적인 기법을 통한 분석이 이루어져야 한다. 따라서 향후 연구에서는 첫째, 평가항목과 도입영향요인 도출과 선정에 있어 보다 객관적인 방법론이 활용되어야 하며, 두 번째로 CMS의 도입을 통한 직접적, 간접적인 성과에 대한 보다 보편타당한 연구가 진행되어야 할 것이다. 또한 CMS를 도입, 활용하고 있는 기업을 대상으로한 성공/실패요인 등의 분석을 통하여 새로운 관점에서의 평가항목과 방법론을 개발할 수 있을 것이다. 마지막으로 Chau의 연구방법과 같이 의사결정권자와 도입과정의 실무자, 개발자, 사용자 등의 관점에 따른 차이분석을 통해 솔루션 도입을 위한 선정기준을 새로운 측면에서 접근할 수 있을 것이다.

#### <저자소개>

고일상 (isko@jnu.ac.kr)

- 전남대학교 경영학부 교수, 대학원 경영학과 주임교수
- 전남대학교 대학원 전자상거래협동과정 주임교수
- 주소 : 500-757 광주 북구 용봉동 전남대학교 경영학과
- Tel : 062-530-1444 Fax : 062-530-0228
- 관심분야 : 전자상거래, 시스템 모델링, KMS

이철승 (cheol@kapid.org)

- 전남대학교 경영학과 경영정보시스템전공 박사과정
- 한국광산업진흥회 광정보지원센터 연구원
- 주소 : 500-757 광주 북구 용봉동 전남대학교 경영학과
- Tel : 062-602-7415 Fax : 062-602-7350
- 관심분야 : ISP, 기술평가, 표준화

#### <참고문헌>

- [1] 김기석, 김진수, 김현우, "BPR 대상프로세스 선정을 위한 AHP 적용", *경영경제연구* 16권 1호, 1997
- [2] 김현수, "信用分析에 있어서의 代替模型의 活川에 관한 小稿", *순천향 사회과학연구* 1998
- [3] 박찬권, "기업 정보화 패키지 도입을 위한 정보화 수준 진단 시스템 개발". 영산대학교
- [4] 소프트뱅크리서치 "CMS 솔루션 분석과 도입전략", 2001, 7.
- [5] 소프트뱅크 리서치 "2002 CMS Market Guideline", 2002, 3.
- [6] 소홍선, "정보시스템전략계획에서 목표 정보시스템 모델의 효과적 설계". 서강대학교 2000.
- [7] 이교상, 손주찬, 백종명, 우훈식, "ERP 제품 선정을 위한 평가 방법 개발", *Journal of the Korean Institute of Plant Engineering* vol.3 No.2, DEC, 1998
- [8] 이석준, "ERP시스템 구현의 핵심성공요인과 활용 성과에 관한 실증적 연구: 중소기업을 중심으로". *경영정보학연구* 제11권 제4호, 2001, 12.
- [9] 이승철 "성공적인 CMS도입 및 운영방안", *Q&A*, 2001.
- [10] 이영근, "소프트웨어 품질 및 메트릭", *제2회 소프트웨어 품질관리 심포지움*, 1998.
- [11] 아은형, "e-마켓플레이스 솔루션 선정요인에 관한 연구", 중앙대학교, 2001.
- [12] 이재범, 한희영, "ERP 시스템 구축전략 및 도입효과에 관한 사례연구", *경영논총* 제10집, 1992
- [13] Anand Teltumbde, "A framework for evaluating ERP projects", *International Journal of Production Research*, 2000.
- [14] Bob Boico, *Content Management Bible*, 2002.
- [15] Chau, P. Y. K., "Factors used in the selection of packaged software in small businesses: Views of owners and managers", *Information & Management*, Vol. 29, 1995.
- [16] Fitzgerald, "Evaluating information systems projects: a multi-dimensional approach". *Journal of Information Technology*, 13, 1998.
- [17] OVUM, "Web Content Management : Strategy, Technologies and Market", 2001.
- [18] Reimann, B. C. and A. D. Waren, "User-Oriented Criteria for the Selection of DSS Software", *Communications of the ACM*, Vol.28, No.2, February 1985.
- [19] Shankarnarayanan, "ERP systems-using IT to gain a competitive advantage", 1999.
- [20] M. Gilbert 외, "The GartnerGroup Framework for Content Management". Gartner Group, 2001.
- [21] M. Gilbert 외, "The Elements of a Content Management Strategy". GartnerGroup, 2000.
- [22] Tomas L. Satty, "A Scaling Method for Priorities in Hierarchical Structures", *Journal of Mathematical Psychology*, Vol. 15, No.3, 1977
- [23] Tomas L. Satty, *The Analytic Hierarchy Process*, McGraw-Hill Inc., 1980,
- [24] Tomas L. Satty; Luis G. Vargas, *The Logic of Priorities*, Kluwer-Nijhoff Publishing, 1982
- [25] Zahedi, F., "The AHP :A survey of the Method and its Applications, Interface", 1986