

SWOT/AHP 분석을 이용한 민간인증제도 활성화 전략

고 현 우[†]

서경대학교 산업공학과

Activation Strategies of Non-government Certification Using SWOT/AHP Analysis

Hyun-Woo Goh[†]

Department of Industrial Engineering, University of Seokyeong

Recently, it is becoming the big issue internationally where the safety problem of the industrial product including the foodstuffs. The way is able to construct the trust of the consumer that the external specialized agency independently operating confirms what production process of the product keep a standard or a technical regulation.

This is conformity assessment. In the many countries, agencies entrusted government authority do conformity assessment. Specially, 'certification' in one form of conformity assessment process is operating a certification system at the government and the non-government body in Korea.

Also non-government certification is fixed by trusted system from consumer. He has to prepare a competitive power in liberalization time, so need the countermeasure urgently.

This study purpose that develops strategy so as to activating of non-government certification system in gist of the origination called 'self-control.' I present activation strategies using SWOT/AHP analysis.

Keywords : Non-government Certification, Conformity Assessment, SWOT, AHP

1. 서 론

1.1 연구목적

요즘 중국산 식품의 멜라민 첨가 파동으로 전 세계가 자국민의 먹거리 안전에 대한 관심을 높이고 있다. 식품 뿐 만 아니라 다양한 종류의 공산품에 대해서도 '안전', '품질', '환경', '보건' 등의 범주에서 소비자의 피해 사례나 불합리한 사례가 종종 나타나고 있다.

따라서 표준이나 기술규제에 따라서 제품을 생산하였다는 제조업자의 주장을 신뢰할 수 없다면 소비자는 제품에 대한 신뢰를 할 수 없을 것이다. 제품의 안전과

관련된 이러한 소비자의 신뢰를 구축할 수 있는 방법은 제품의 생산과정이 표준이나 기술규제를 지켰는지 여부를 독립적으로 운영되는 외부전문기관이 확인해 주는 것이다. 이와 같은 과정을 적합성평가라 하며 이러한 외부기관의 확인은 소비자인 국민의 '안전', '품질', '환경', '보건' 등과 직접적으로 관련이 있는 것이기 때문에 많은 나라에서는 정부기관이나 정부로부터 권한을 위임받은 기관이 적합성평가를 하고 있다[8].

특히, '인증'은 적합성평가 절차의 하나의 형태로 우리나라의 경우 정부와 민간기관에서 인증제도를 운영하고 있다.

그런데 최근 산업기술시험원의 보고서[3]에 따르면 국

내 제조업체가 동일한 제품에 대해 정부나 민간기관으로부터 비슷한 인증을 중복 취득하는 바람에 발생하는 매출손실이 연간 총 9조 원에 달한다는 조사결과가 발표되었다. 특히 인증을 받는 데 소요되는 직·간접비용(4조 7600억 원)까지 합칠 경우 총 손실액은 무려 14조 원에 육박하는 것으로 나타났다.

반면 인증 중복을 없애고 '한 제품에 대해 하나의 인증제'를 시행할 경우 1조 5700억 원의 직·간접비용 절감효과가 예상되며, 이 경우 인증획득에 소요되는 평균 기간(15.15개월)도 4.03개월(26.7%) 단축 가능한 것으로 전망하고 있다.

이처럼 동일 제품에 여러 인증이 중복돼 있는 것은 정부부처는 부처대로, 민간기관은 민간기관대로 별도의 인증제를 운영하고 있기 때문이다.

우리나라의 인증제도는 15개 정부 중앙부처가 57개의 법령에 근거해 제 각각 34개의 강제인증과 46개의 임의 인증 제도를 제정해 운영하고 있다[5]. 여기에 한국화학시험연구소를 비롯한 수십여 곳의 민간단체가 자율적으로 민간인증을 만들어 운영하고 있다.

기업 경쟁력 제고를 위해 만들어진 인증제도가 유사한 인증이 중복되는 바람에 많은 기업이 시간을 낭비하고 불필요한 비용을 지출하는 등 오히려 기업들에게 재정적 부담을 가중시켜 경쟁력을 떨어뜨리는 부작용을 낳고 있는 실정이다.

이에 정부는 '인증제도혁신 T/F'(2005. 5.~2006. 5.)를 구성하여 국가인증제도 혁신추진계획을 수립하게 되었다[4].

추진계획은 첫째, 부처별 인증업무를 종합·조정할 총괄관리체계 구축 둘째, 국가대표인증마크(National Mark) 및 모듈방식 인증제도 검토 셋째, 인증기관의 시설·인력 강화 및 인증정보 네트워크 구축 넷째, 국제적 인정기구 육성 및 인증기준의 국제부합화, 규격간 통일화를 주요 내용으로 하고 있다.

특히 민간인증제도와 관련해서는 민간인증에 대한 관리 시스템을 도입하기로 하고 첫째, 소비자·기업의 피해방지를 위해 인증기관 등록제 도입과 둘째, 인증기준은 민간인증협의회(가칭)에서 상호검토·조정 셋째, 법정인증과 중복되는 품목의 인증내용의 차별화 등을 통해 중복해소의 추진안을 내놓고 있다.

이와 같은 정부의 대책과 더불어 민간인증제도의 특성인 민간자율의 의의를 살려 인증제도가 경쟁력을 갖추고 활성화 되기 위한 인증업계의 노력이 시급하다.

따라서 본 연구는 대내외적인 환경변화가 예상되는 인증시장에서 민간인증제도가 경쟁력을 갖추고 활성화 되기 위한 민간차원의 전략개발을 목적으로 한다.

1.2 선행연구의 고찰

본 연구는 민간인증제도의 활성화를 위한 전략을 도

출하기 위한 내용을 다룬다. 이를 위해 SWOT/AHP 분석 기법을 사용하였다. 따라서 민간인증제도와 분석기법에 관련된 선행연구에 대해 구분하여 고찰한다.

고현우[1]는 민간인증제도의 현황과 운영에 관한 연구에서 민간인증품목 중 20% 이상이 법정인증제도와 중복되어 있으며, 인증남발에 대한 폐해에 대해 사례를 발굴하여 체계적인 관리시스템이 미흡함을 분석하였다. 또한 인증제도 개선방향으로 논의되고 있는 등록제, 조정기구 설립 및 자율체제 유지의 여러 방안에 대해 SWOT 분석을 통해 장단점을 분석하였으며 혼합제도 도입방안을 제시하였다.

연구방법과 관련된 검토결과 민간인증제도분야에 관하여 SWOT/AHP 분석을 사용하여 선행연구는 수행한 연구는 없었다. 그러나 타 분야에서 SWOT/AHP 분석을 사용하여 그룹 및 요인의 중요도를 분석한 연구는 다음과 같다.

김성국[2]은 부산항 연안 크루즈에 대하여 SWOT 분석과 AHP를 사용하여 그룹 및 요인의 중요도를 산정하고 전략계획 수립에 중요한 요소를 파악하였다.

정인수[6]는 건설CALIS의 내·외부 환경분석 및 현황 분석을 통해 주요 영향요인들을 추출하여 SWOT 분석을 실시하고 AHP를 이용하여 그룹 및 요인의 중요도를 산정하였다.

Kurttila et al.[11]은 산림인증(forest certification)에 관한 핀란드 사례를 연구하면서 Runni Center에 대하여 SWOT 분석을 하고 AHP를 이용하여 SWOT 그룹 및 요인의 중요도를 산정하였다.

Masozera[12]는 Nuyungwe 보안림을 관리하기 위한 지역사회기반 보존(community based conservation)의 응용가능성을 분석하는데 SWOT 분석과 AHP의 결합을 사용하였다.

그리고 Hunjak and Begičević[9]은 인터넷 학습(e-learning)을 SWOT 분석하고 인터넷 학습의 실행에 가장 적합한 방식을 선정하는데 AHP 모형을 사용하였다.

2. SWOT/AHP 분석 개요

SWOT는 강점(strengths), 약점(weaknesses), 기회(opportunities), 위협(threats) 분석으로서, 일반적으로 의사결정 상황에 대하여 체계적 접근과 지원을 달성하기 위하여 내부 및 외부의 환경을 분석하는 도구로 사용한다. 그리고 AHP(analytic hierarchy process)는 계층분석절차로서 의사결정 문제를 의사결정요소로 분해하여 분석한다. 의사결정요인의 중요도 또는 선호도는 계층 내에서 상위 요인과 관련하여 쌍대법으로 비교한다.

SWOT/AHP 분석은 SWOT 분석에서의 요인의 정의문제, 요인의 중요도 경여 및 요인발굴의 객관성결여의 문제를 보완하기 위해 AHP를 활용한 분석이다. 이들 기법에 대해 간략히 기술한다.

2.1 SWOT 분석

SWOT 분석은 사업에 영향을 주거나 줄 수 있는 내적 및 외적 요인에 관한 정보의 수집 및 묘사를 수반한다. SWOT 분석은 조직의 자원과 능력의 분석에 의해 지적되는 강점과 약점의 목록과, 환경의 분석이 인지하는 위협과 기회의 목록이며, 전략적 논리는 취하여야 하는 미래의 행동형식이 강점 및 기회와 조화하여야 하며 위협을 막고 약점의 극복을 추구할 것을 명백하게 요구하는 것이다.

조직의 강점, 약점, 기회 및 위협의 종합적인 평가는 외부 및 내부 환경의 감시를 수반하며, 이를 설명하면 다음과 같다[10].

2.1.1 외부환경(기회 및 위협) 분석

사업단위(business unit)는 이윤을 얻는 능력에 영향을 미치는 인구.경제적, 자연적, 기술적, 정치.법적 및 사회-문화적으로 중요한 거시환경 영향력(macro-environment forces)과 고객, 경쟁자, 공급자, 분배자 및 상인과 같은 중요한 미시환경 행위자(micro-environment actors)를 감시해야만 한다. 사업단위는 동향 및 중요한 개발을 추적하기 위한 마케팅 정보시스템(marketing intelligence system)을 설정하여야 한다. 각각의 동향 또는 개발을 위하여 경영자는 관련된 기회 및 위협을 인식할 필요가 있다.

자세한 환경 조사의 주요 목적은 새로운 기회를 인식하기 위한 것이다. 많은 방법들 중에서 좋은 마케팅은 기회로부터 찾고, 개발하고, 이익을 얻는 예술이다. 마케팅 기회는 회사가 이익을 낼 수 있도록 요구를 만족시킬 수 있는 가능성이 높은 구매자의 요구와 관심의 영역이다.

외부환경에서의 발전된 것으로 위협이 나타난다. 환경적 위협은 방어적인 마케팅 행위 없이 낮은 매출이나 이익으로 이끄는 좋지 않은 동향이나 발전에 의하여 제기된 도전이다.

2.1.2 내부환경(강점 및 약점) 분석

매력적인 기회를 찾는 것과 그들의 이점을 취할 수 있는 것은 다른 문제이다. 각각의 사업은 그들의 내적 강점과 약점을 평가할 필요가 있다.

명백히 사업은 모든 약점을 바로잡아야 할 필요도 없으며 강점을 흡족한 듯이 바라보아서도 안 된다. 중요

한 질문은 사업은 사업이 필요로 하는 강점을 가지고 있는 그런 기회에 제한되어야 하느냐 또는 어떤 강점을 취하거나 발전시켜야 할 것을 의미하는 기회를 고려해야 하는 것이냐는 것이다.

그러나 SWOT 분석을 사용함에 있어 <표 1>에 나타낸 것과 같은 한계를 보이고 있다[13]. 따라서 요인의 부적절한 정의, 요인의 우선순위화의 결여, 요인 생성의 과도한 주관성은 배제하여야 한다.

<표 1> SWOT 사용의 한계

요인의 부적절한 정의	<ul style="list-style-type: none"> • 한 범주 이상에 적합하게 나타나는 요인 • 어떤 범주에 적합하지 않은 요인 • 넓게 기술한 요인 : 구체성의 결여 • 요인을 구체적으로 기술하는 정보의 부족
요인의 우선순위화 결여	<ul style="list-style-type: none"> • 너무 강조된 요인 • 너무 강조되지 않은 요인 • 동등한 중요도를 가진 요인
요인 생성의 과도한 주관성	<ul style="list-style-type: none"> • 누락된 요인 : 포괄성의 결여 • 요인 생성에서의 뜻밖의 발견 • 요인 및 요인이 속한 범주에 관한 불일치 • 사실이 아닌 의견을 나타내는 요인

2.2 AHP

1970년대 초반 Saaty에 의하여 개발된 AHP는 의사결정의 계층구조를 구성하고 있는 요인간의 쌍대비교(pairwise comparison)에 의한 판단을 통하여 평가자의 지식, 경험 및 직관을 포착하고자 하는 하나의 새로운 의사결정방법론이다. AHP는 이론의 단순성 및 명확성, 적용의 간편성 및 범용성이라는 특징으로 말미암아 여러 의사결정분야에서 널리 응용되어 왔다.

AHP는 일반적으로 다음과 같은 네 단계로 수행한다[7].

- 단계 1 : 의사결정 문제를 상호 관련된 의사결정 사항들의 계층으로 분류하여 의사결정계층을 설정한다. 계층구성을 위하여 일반적으로 사용되는 과정은 계층과 요소의 선정, 개념규정, 질문수립이라는 3단계를 상호 관련시켜 진행한다.
- 단계 2 : 의사결정 요인들 간의 쌍대비교로 판단자료를 수집한다. 이 단계에서는 상위계층에 있는 요인들의 목표를 달성하는데 공헌하는 직계 하위계층에 있는 요인들을 쌍대 비교하여 행렬을 작성한다. 쌍대비교를 통하여 상위요인에 기여하는 정도를 9점 척도로 중요도를 부여하는데, 직계 하위계층이 n개의 요인으로 구성되어 있다면 모두 n(n-1)/2회의 비교를 필요로 한다.
- 단계 3 : 고유치 방법을 사용하여 의사결정요인들의 상대적인 가중치를 추정한다.

- 단계 4 : 평가대상이 되는 여러 대안들에 대한 종합 순위를 얻기 위하여 의사결정 요소들의 상대적인 가중치를 종합한다.

2.3 SWOT 분석에서의 AHP 응용

SWOT/AHP 분석은 Kurttila et al.[11]이 SWOT 분석의 유용성을 개선하기 위해 제안한 새로운 방법이다.

SWOT 분석은 외부환경(기회 및 위협) 및 내부환경(강점 및 약점)을 분석하는데 그친다. 즉, SWOT 그룹 내에 어떤 요인들이 있는가를 확인하는 것에 불과하다. 그룹별 중요도나 요인별 중요도는 고려하지 않는다.

그러므로 SWOT 분석에 AHP를 접목하여 SWOT 분석에서 도출된 그룹별·요인별 중요도를 평가하여 전략 계획 수립에 사용하고자 한다.

SWOT/AHP 분석 절차는 다음과 같다[11].

- 단계 1 : SWOT 분석의 수행
내부 및 외부 환경에 관련된 요인들을 인지하고 SWOT 분석에 포함시킨다. 표준 AHP를 응용할 때에는 한 SWOT 그룹 내의 요인들의 수가 10개를 초과하지 않도록 한다. 왜냐하면 분석에 필요로 하는 쌍대비교의 수가 급속히 증가하기 때문이다.
- 단계 2 : 모든 SWOT 그룹 내의 SWOT 요인간의 쌍대비교 수행
쌍대비교를 할 때에 문제되는 것은 첫째, 비교되는 두 요인들 중 어느 것이 더 중요한 강점(기회, 약점 또는 위협)이나 하는 것과, 둘째, 얼마나 더 중요하냐는 것이다. 투입으로서의 요인들을 비교함으로써 그룹 내 요인들의 상대적 중요도가 고유치(eigenvalue) 방법을 사용하여 계산한다. 이들 중요도들은 요인들의 상대적 중요도에 대한 의사결정자들의 인식을 반영한다.
- 단계 3 : SWOT 그룹간의 쌍대비교
각 그룹으로부터 선택한 그룹 내 가장 높은 중요도를 가진 요인은 그 그룹을 대표한다. 이들 네 요인들을 쌍대비교하고 상대적 중요도를 단계 2와 같이 계산한다. 이들은 SWOT 그룹의 척도요인이며 각 그룹 내의 독립적 요인들의 전체적인 중요도를 계산하는데 사용된다. 이것은 요인들의 그룹 내 중요도와 상응하는 SWOT 그룹 내 척도요인들의 가치를 곱하여 이루어진다. 모든 요인들의 총 중요도를 합하면 1이 된다.
- 단계 4 : 결과를 전략형성과 평가절차에 활용
전략기획과정의 공헌은 요인들에 대한 절대값의 형

태로 된다. 가장 중요한 요인들을 면밀히 고려하여 새로운 목표를 설정하고 전략을 한정한다.

3. 민간인증제도의 SWOT/AHP 분석

민간인증제도의 현황에 관하여 살펴보고, 민간인증제도에 대하여 SWOT 분석 후 SWOT 요인 및 그룹에 대하여 AHP를 사용하여 가중치를 부여한 후 이에 따라서 민간인증제도의 활성화 전략을 제시 한다.

3.1 민간인증제도 현황

현재 민간인증은 자체규정과 기준에 따라 협회, 조합, 시험연구원 등에서 약 60여 개를 운영하고 있으나, 국제기준에 의한 절차규정이 미흡하고, 인증품목과 기준이 법정(강제·임의)인증과 중복 운영되고 있는 것으로 파악되고 있다[1].

3.1.1 중복현황

민간인증의 45%는 법정인증과 중복되고 있는 것으로 나타났고, 민간인증을 법정인증에서 분류하고 있는 범주에 따라 구분했을 때 9개 범주-‘안전’, ‘품질’, ‘환경’, ‘식품안전’, ‘보건’, ‘에너지’, ‘신기술’, ‘소프트웨어’, ‘서비스/디자인’-로 구분되며 이 가운데 민간인증의 약 55% 정도는 ‘품질’ 범주, ‘환경’(13%)과 ‘안전’(11%) 범주에 속하는 것으로 나타나고 있다. 즉, 민간인증의 약 80%는 ‘품질’, ‘환경’, ‘안전’에 집중된 것을 알 수 있다.

3.1.2 운영현황

(1) 인증절차

인증절차에 있어 기본적으로 민간인증기관들은 인증을 위한 절차를 공지하고 수행하고 있는 것으로 나타났다.

인증단체들은 심사와 평가를 위한 평가위원회 구성에 대해 운영규정을 두고 있으나 내용에 있어서는 일부 단체에서는 구체적인 인원, 자격요건, 내부·외부 인사 구성 등 평가위원 구성을 위한 국제기준에 대해 부합하지 않는 것으로 나타났다.

(2) 인증실적

인증실적은 시장규모에 따라 큰 차이를 보이고 있으며, 인증대상이 기업과 일반 소비자를 대상으로 하는 경우 차이가 크게 나타났다.

한편, 최근의 인증시장에 뛰어난 웰빙분야는 아직 홍보부족인지 실적이 많지는 않았다. 반면, 정보통신 관련

인증과 환경관련 인증건수는 많은 것을 알 수 있다.

인증건수에서 아직 실적이 저조한 단체는 시장이 성숙되지 않아 상대적인 영세함을 단적으로 보여준다.

(3) 인증수수료

인증수수료는 시험비, 인증비, 사후유지비로 나눌 수 있다. 인증을 받는데 들어가는 비용은 각 인증마다 시험방법, 소요경비, 기간 등을 고려해서 책정된다. 기본적으로 인증비는 30만 원~50만 원 정도이며, 공장심사 여부, 1차, 2차 심사 여부에 따라 같은 인증 내에서도 차이가 났다.

사후관리비는 재심사비와, 마크 사용료 등이 계상되어 산정되는데, 대기업과 중소기업에 따라 산정방식이 달랐다.

(4) 인증번호

인증심사 결정을 마치면 인증부여를 하게 되며, 이때 인증마크와 함께 인증번호가 부여된다. 인증번호는 인증을 관리하는데 가장 기초가 되는 인식코드이다.

조사된 기관의 인증번호체계는 다양하며, 기본적으로 기관(인증)-품목(고유번호)-년도-일련번호의 체계로 구성되어 있다.

인증번호체계는 향후 국제화의 개념에서 국제기준체계에 따르도록 유도할 필요가 있다.

(5) 인센티브 현황

인증취득에 따른 인센티브는 인증기관이 인증을 유도하는 유인책이기도 하지만 기업이 효과적으로 활용할 수 있다면, 인증취득 효과를 배가할 수 있다.

그러나 인증취득과 관련한 인센티브가 너무 정성적이거나, 실현가능성이 없는 경우도 있다. 또한 인센티브가 법정인증에 준하는 역할을 하게 되는 경우도 있다. 예를 들면, 정부조달 품목에 우선선택 또는 가산점 부여와 같은 인센티브는 또 다른 법정인증이 될 소지가 있다.

(6) 국제기준부합화

Q마크의 경우는 KS와 거의 부합되고 있으며, 다른 민간인증은 KS나 국제규격 및 국제기준에 부합되지 않고 있다. KS나 ISO에 부합시키지 못하는 이유는 동일한 규격이 존재하지 않거나, 기술기준이 KS나 ISO보다 높다는 이유에서 이다. 그러나 기술기준이나 규격에 대한 부합화도 필요하지만, 인증에 대한 공신력을 높이기 위해서는 ISO GUIDE에 부합시키는 노력이 필요하다.

3.1.3 인증폐해사례

인증과 관련해서 발생하는 폐해는 법정 및 민간인증

의 구분 없이 유사하다. 인증과 관련된 기업 및 일반 소비자들의 피해사례 및 불합리한 사례 즉, 폐해사례의 유형을 분류하면 다음과 같다

(1) 인증절차에 대한 공신력 저하

인증기관의 인력과 장비가 부실하고, 인증을 남발하여 공신력 저하와 이로 인한 피해 발생

(2) 허위인증

인증을 받지 않고 인증마크를 무단으로 사용하거나 홍보하여 소비자들에게 혼란가중 및 피해 발생

(3) 인증제품의 사후관리 부실

인증제품의 사후관리 부실로 인증기준을 지키지 않은 제품의 품질, 성능 및 안전도 저하로 소비자 피해 발생

(4) 중복인증

유사한 인증마다 시험항목의 중복으로 시간과 비용과 다 발생으로 기업비용증가 및 소비자 구매비용 증가

(5) 기업 간 과당경쟁으로 마구잡이 인증획득

인증효과에 대한 검토없이 인증마크를 앞세운 경쟁업체간의 마케팅 경쟁으로 인한 무분별한 인증 획득 및 원가발생으로 소비자 구매비용 증가

3.2 SWOT 분석

민간인증제도의 내·외부환경에 대한 SWOT 분석을 통해 강점과 약점, 기회와 위협을 파악하고 이를 요약하여 <표 2>에 나타냈다.

<표 2> 민간인증제도의 SWOT 분석

Strengths	Weaknesses
S ₁ 민간자율제도 S ₂ 고객의 니즈반영 S ₃ 자유시장원리 충실	W ₁ 소비자피해보상 미흡 W ₂ 글로벌 스탠다드 미흡 W ₃ 운영단체의 영세성
Opportunities	Threats
O ₁ 제품 적합성에 대한 관심 증대 O ₂ 인증시장 확대 O ₃ 정부의 규제완화 O ₄ 정부의 인증제도 정비	T ₁ 인증에 대한 책임요구 증가 T ₂ 해외 인증기관 국내 상륙 T ₃ 인증남발 폐해 급증

3.2.1 강점(strengths)

법정 강제·임의인증에서 다뤄지는 인증은 법적 근거를 갖고 있다. 즉 소비자의 안전을 법적으로 강제하고 있다. 그래서 인증범위에 한계가 있다. 그러나 민간인증

은 민간자율로 법정인증에서 미치지 못하는 부분을 담당할 수 있다.

민간인증은 고객인 기업과 소비자 모두의 니즈를 최접점에서 파악할 수 있으므로 이를 반영한 새로운 인증을 신속히 자유롭게 개발할 수 있다.

또한 동일한 인증내용에 대해 여러 단체들이 인증을 개발할 수 있다. 따라서 인증간의 치열한 경쟁을 통해 경쟁력있는 인증만이 살아남게 되어 결과적으로 자유시장원리에 충실함으로써 고객에게 혜택을 줄 수 있다.

3.2.2 약점(weaknesses)

민간인증 단체가 늘어남에 따라 운영되는 인증제도도 증가하고 있다. 그에 따라 인증이 중복되고 심지어 남발되기도 한다. 이로 인한 피해는 최종소비자에게 돌아가 민원이 증가하게 되지만 소비자들에 대한 피해보상은 명확히 규정되어 있지 않다.

또한 인증단체를 운영하기 위해서는 국제기준인 ISO에서 공표한 guide 65에 따를 필요가 있다. Guide 65는 ‘제품인증 시스템을 운영하는 기관을 위한 일반요구사항’에 대해 규정한 것으로 현재 우리 나라의 인증단체의 규모가 소규모인 관계로 인해 요건에 부합시킬 능력이 전반적으로 미흡하다.

한편 민간인증을 운영하는 단체들은 업종의 시장규모에 따라서 단체의 규모도 결정된다. 현재 운영되고 있는 민간인증단체의 대부분은 시장규모가 적어 근본적으로 인증에 따른 수입이 적을 수 밖에 없다.

3.2.3 기회(opportunities)

최근 중국식품의 멜라민 파동에서도 볼 수 있듯이 국제적으로 제품의 적합성에 대해 관심이 증대하고 있다. 또한 고객들이 인증에 대한 관심이 커지면서 인증제품을 선호하게 되어 시장이 점차 확대될 가능성이 있다. 한편 새 정부의 정책기조는 규제완화를 통한 경제활성화 정책으로 여러 분야의 규제가 완화되고 있으며 이것은 인증시장에도 플러스 요인으로 작용하게 될 것이다. 그리고 정부의 인증제도 전반에 대한 정비작업은 민간인증시장에도 경쟁력 있는 단체를 육성할 수 있는 좋은 기회로 활용될 수 있다.

3.2.4 위협(threats)

고객들이 제품의 적합성에 관심을 갖게 되면서 인증 받은 제품을 선호하게 되었다. 그에 따라 반대로 인증 제품에 대한 문제 발생 시에는 인증을 부여한 단체에 대한 책임요구도 증가하고 있다. 또한 민간인증단체가 동일분야 또는 법정인증과 중복되는 분야에 대해 인증을 남발함에 따라 소비자 피해가 급증하는 추세로 민간

인증의 신뢰도에 악영향을 미쳐 인증시장을 위축시킬 가능성도 있다.

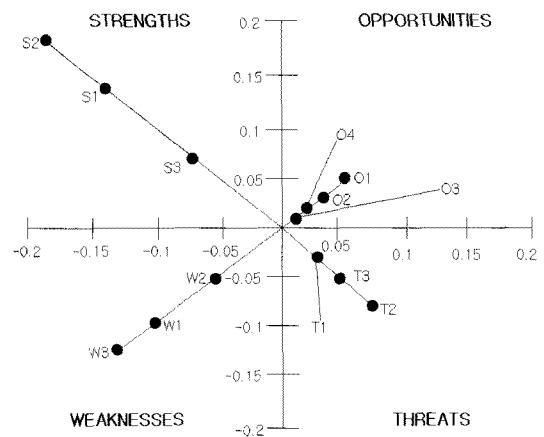
한편 개방화 시대의 FTA 체결이 보편화 될 전망으로 인증분야의 개방도 곧 다가올 것으로 보이며, 이때 해외 인증기관의 상륙은 국내 인증시장의 큰 위협으로 다가올 것이다.

3.3 SWOT 요인 및 그룹간 쌍대비교

SWOT 요인 및 그룹간의 쌍대비교를 위하여 9점 척도에 의한 설문조사를 실시하였다.

설문조사 대상자는 학계, 연구소, 기업, 공무원에서 인증관련 연구와 업무를 담당하고 있는 전문가 20명으로 하였으며, 조사는 2008년 7월 1일부터 2008년 7월 15일 까지 이메일로 설문지를 배포하고 회신 받았다. 20명으로부터 응답지를 받아 AHP 소프트웨어인 Expert Choice (ver.12)를 사용하여 일관성 검사를 한 결과 일관성비율이 0.1이하인 것은 3건이었다. Saaty는 일관성비율의 값이 10% 이하(3×3행렬은 5%, 4×4행렬은 9%, 이보다 큰 행렬은 10% 이하)이어야 하며, 그룹의 의사를 통합할 때에 기하평균을 사용할 것을 제시하였다[14]. 따라서 일관성비율이 0.1이상인 것은 제외하고, 기하평균을 사용하여 통합하였다.

산출된 SWOT 그룹 및 요인의 중요도는 종합하여 <표 3> 및 <그림 1>에 나타냈다.



<그림 1> SWOT 그룹 및 요인해석

3.4 전략 도출

SWOT 요인의 최종중요도를 반영하여 민간인증제도의 활성화 전략을 도출한다.

전략은 강점을 이용하여 기회를 활용하기 위한 SO, 약점을 보완하여 기회를 활용하기 위한 WO, 강점을 이

<표 3> SWOT 그룹 및 요인의 중요도

그룹	일관성 비율	그룹 우선순위	요인	일관성 비율	요인 중요도	최종 중요도
S	0.402	0.402	S ₁ 민간자율제도	0.00691	0.352	0.141
			S ₂ 고객의 니즈반영		0.471	0.189
			S ₃ 자유시장원리 충실		0.177	0.071
W	0.294	0.294	W ₁ 소비자피해보상 미흡	0.00002	0.358	0.105
			W ₂ 글로벌 스탠다드 미흡		0.194	0.057
			W ₃ 운영단체의 영세성		0.449	0.132
O	0.000003	0.126	O ₁ 제품 적합성에 대한 관심 증대	0.01	0.407	0.051
			O ₂ 인증시장 확대		0.295	0.037
			O ₃ 정부의 규제완화		0.114	0.014
			O ₄ 정부의 인증제도 정비		0.183	0.023
T	0.178	0.178	T ₁ 인증에 대한 책임요구 증가	0.00357	0.207	0.037
			T ₂ 해외 인증기관 국내 상륙		0.492	0.088
			T ₃ 인증남발 폐해 급증		0.301	0.053

용하여 위협을 극복하기 위한 ST, 그리고 약점을 보완하여 위협을 극복하기 위한 WT 전략으로 구분할 수 있으며, 이를 <그림 2>에 나타냈다.

의 관심이 집중되는 제품군에 대해서 유사인증단체의 통합 등을 통한 규모화를 이룸으로써 신뢰를 회복할 수 있다.

내부환경		S	W
		S1(0.141) S2(0.189) S3(0.071)	W1(0.105) W2(0.057) W3(0.132)
외부환경	O	S2O1 SO	W3O1 WO
	T	ST	WT
		S2T2	W3T2

<그림 2> 전략도출

3.4.1 SO 전략 : 신규인증 개발 전략

강점 중 중요도가 가장 높은 요인은 ‘고객의 니즈반영’이며, 기회 중 중요도가 높은 요인은 ‘제품 적합성에 대한 관심 증대’이다. 따라서 강점을 살려 기회를 이용할 수 있는 전략으로써 고객 관심이 높은 제품군에 대한 집중적으로 신규 인증을 개발하는 전략을 도출한다.

3.4.2 WO 전략 : 인증운영단체의 규모화 전략

약점 중 중요도가 가장 높은 요인은 ‘운영단체의 영세성’이며, 기회 중 중요도가 높은 요인은 ‘제품 적합성에 대한 관심 증대’이다. 약점을 보완해서 기회를 활용할 수 있는 전략이 필요하다. 즉 인증의 신뢰를 떨어뜨리는 운영기관의 영세성을 극복하는 것이다. 특히 고객

3.4.3 ST 전략 : 고객맞춤 인증개발 전략

강점 중 중요도가 가장 높은 요인은 ‘고객의 니즈반영’이며, 위협 중 중요도가 높은 요인은 ‘해외 인증기관 국내 상륙’이다. 따라서 향후 개방화와 함께 상륙하게 될 해외인증기관에 대응하기 위해서는 토착 인증기관의 강점인 고객의 세밀한 니즈를 파악을 활용해 인증을 개발하고 및 제도 운영을 극대화해서 대비하는 전략을 도출한다.

3.4.4 WT 전략 : 인증 브랜드의 가치증대 전략

약점 중 중요도가 가장 높은 요인은 ‘운영단체의 영세성’이며, 위협 중 중요도가 높은 요인은 ‘해외 인증기관 국내 상륙’이다. 이 두 요인을 결합하여 약점을 보완해서 위협을 극복하는 전략이 필요하다. 즉, 인증기관의 영세성을 극복하기 위해 유사인증의 통합을 추진하여 규모화 및 인증의 통합을 통한 국내 인증브랜드의 가치를 높이는 활동을 추진해해서 해외 인증에 대응해야 할 것이다.

4. 결 론

민간인증제도는 법정인증제도와 달리 하나의 인증시장으로 인식되면서 경쟁적으로 인증이 남발되고 중복되어 소비자피해가 속출하게 되었다. 이에 정부에서는 민간인증제도에 대한 관리를 추진하기에 이르렀다. 그러

나 민간인증은 민간자율이라는 측면에서 보면 정부의 개입은 한계가 있다. 따라서 민간인증제도를 개선된 방향으로 합리적으로 활성화 시키기 위해서는 관련 단체의 자발적인 노력이 선행되어야 하며 전략적 접근이 필요하다.

본 연구에서는 격화되는 경쟁환경에서 계속 성장하여 고객에게 신뢰할 수 있는 민간인증제도의 활성화를 위한 전략을 개발하였다. SWOT 분석에 의한 전략도출 시 요인의 부적절한 정의, 요인의 우선순위화의 결여, 요인생성의 과도한 주관성을 배제하기 위하여 AHP 분석을 응용하여 요인 및 그룹에 대한 중요도를 산출하였다. 그리고 산출결과에 따라 4가지 활성화 전략을 도출하였다.

참고문헌

- [1] 고현우; “민간인증제도의 현황과 운영에 관한 연구”, 한국산업경영시스템학회지, 31(2) : 71-79, 2008.
- [2] 김성국; “우리나라 연안 크루즈의 SWOT 분석 : 부산항을 중심으로”, 해양비즈니스, 한국해양비즈니스학회, 5 : 130-149. 2005.
- [3] 산업자원부; “국가규격 및 적합성 평가체계의 혁신 방안연구”, 산업자원부, 2006.
- [4] 산업자원부 기술표준원; “민간인증제도 운영지침개발 최종보고서”, 산업자원부 기술표준원, 2007.
- [5] 산업자원부 기술표준원; “민간인증제도의 운영실태 분석”, 산업자원부 기술표준원, 2006.
- [6] 정인수; “건설CALIS의 SWOT/AHP 분석모형에 관한 연구”, 건설기술정보, 한국건설기술연구원 : 20-24. 2007.
- [7] 조근태, 조용곤, 강현수; 앞서가는 리더들의 계층분석적 의사결정, 동현출판사, 2005.
- [8] 한국표준협회; 미래사회와 표준, 한국표준협회, 2007.
- [9] Hunjak, T. and Begičević, N.; “Prioritisation of e-Learning Forms Based on Pair-wise Comparisons,” *Journal of information and organizational science*, 30 : 47-61. 2006.
- [10] Kotler, P. and Kelle, K. L.; *Marketing Management*, 12 Ed., New Jersey: Pearson Education Inc., : 50-52, 2006.
- [11] Kurttila, M., Pesonen, M., Kangas, J. and Kajanus, M.; “Utilizing the Analytic Hierarchy Process(AHP) in SWOT Analyze : a hybrid method and its application to a forest-certification case,” *Forest Policy and Economics*, 1 : 41-52, 1999.
- [12] Masozera, M. K.; *Socioeconomic Impact Analysis of the Conservation of the Nyungwe Forest Reserve*, Rwanda, Master's Thesis, University of Florida, 2002.
- [13] Pickton, D. W. and Wright, S., “What's SWOT in Strategic Analysis?,” *Strategic Change*, 7(2), : 101-109. 1998.
- [14] Saaty, T. L.; *Decision Making for Leaders*, Pittsburgh: RWS Publications : 81, 265, 1999.