

국내 SaaS 기업의 글로벌 진출 전략과 성공 요소: 기회와 도전

강송희 경희대학교 객원교수 | dellabee@kakao.com

소프트웨어(Software, SW) 산업이 급속도로 발전하면서, 특히 SaaS(Software as a Service) 모델이 글로벌 시장에서 큰 주목을 받고 있다. 이러한 흐름 속에서 본 글에서는 국내 SaaS 기업들의 글로벌 진출 전략과 그 성과, 그리고 앞으로 전망에 대해 살펴보고자 한다.

SaaS 기업의 글로벌 진출 핵심 요소

SaaS 기업이 글로벌 시장에서 성공하기 위해서는 몇 가지 핵심 요소를 갖추어야 한다. 첫째, 확장성 있는 클라우드 인프라를 구축해야 한다. 글로벌 고객을 대상으로 안정적이고 빠른 서비스를 제공할 수 있는 기술적 기반이 필수적이다. 둘째, 다국어 및 다국적 지원이 필요하다. 여러 국가의 사용자들이 동시에 이용할 수 있도록 언어와 문화적 요소를 고려해야 한다. 셋째, 데이터 보안 및 각국의 규정 준수가 중요하다. 개인정보보호규정(General Data Protection Regulation, GDPR)과 같은 국제 데이터 보호 규정을 준수하고, 각국의 데이터 현지화 요구사항에 대응해야 한다.

이 외에도 유연한 가격 정책, API(Application Programming Interface) 및 통합 기능, 사용자 경험 최적화, 효과적인 글로벌 마케팅 전략 등이 SaaS 기업의 글로벌 진출을 위한 중요한 요소들이다.

* 본 글은 소프트웨어정책연구소의 공식 의견이 아니라 개인의 의견을 정리한 논고임을 밝힙니다.

전통 SW(패키지 SW, IT 서비스)와 SaaS의 글로벌 진출 관점의 차이

■ 고객 접점 및 대상

전통 SW는 주로 B2B 중심, 대기업이나 정부 기관이 주요 고객이며, 직접 대면 영업과 컨설팅이 중심이 된다. 따라서 장기적인 관계 구축이 필요하다. SaaS는 B2B와 B2C 모두 가능하고, 중소기업과 개인 사용자도 주요 고객이며, 온라인 마케팅과 셀프서비스 모델 중심이다. 빠른 고객 확보와 확장이 가능하다는 특성이 있다.

■ 판매 및 구매 과정

전통 SW는 복잡하고 긴 구매 주기를 가지며, 대규모 초기 투자가 필요하다. 또한 계약 협상 및 커스터마이징(Customizing) 과정이 필수적이다. 반면, SaaS는 간단하고 빠른 구매 과정을 특징으로 하며 구독 모델을 통해 초기 비용을 낮출 수 있다. 즉시 사용이 가능하고 필요에 따라 점진적으로 확장할 수 있다는 장점이 있다.

■ 제품 배포 및 업데이트

전통 SW는 물리적 설치 또는 대규모 구축 프로젝트가 필요하며, 주기적인 대규모 업데이트를 실시한다. 현지 기술 지원팀이 필요한 경우가 많다. SaaS는 클라우드 기반으로 즉시 배포가 가능하며, 지속적이고 자동화된 업데이트를 제공한다. 원격 지원이 가능하여 현지 지원팀의 필요성이 상대적으로 적다.

■ 현지화 전략

전통 SW는 현지 파트너십 구축이 중요하며, 각 국가별로 별도 버전의 개발이 필요할 수 있다. 현지 규제 및 표준 준수를 위한 대규모 수정이 요구되는 경우가 많다. SaaS는 클라우드 기반의 글로벌 서비스로 빠른 현지화가 가능하며, 다국어 및 다국적 지원을 위한 설계가 필요하다. API를 통한 현지 서비스 연동이 용이하다는 장점이 있다.

■ 수익 모델

전통 SW는 일회성 라이선스 판매와 유지보수 계약을 통한 추가 수익, 그리고 프로젝트 기반의 수익을 주로 창출한다. SaaS는 구독 기반의 반복 수익 모델을 채택하며, 사용량 기반의 과금과 프리미엄 모델을 통한 단계적 수익 창출이 가능하다.

■ 시장 진입 속도

전통 SW는 시장 진입에 많은 시간과 자원이 필요하며, 각 국가별로 별도의 진출 전략이 필요하다. SaaS는 빠른 시장 진입이 가능하고, 글로벌 시장을 동시에 공략할 수 있다는 장점이 있다.

■ 고객 데이터 및 보안

전통 SW는 고객사 내부 시스템에 설치되어 데이터 관리 책임이 분산되며, 보안 업데이트를 위한 별도 프로세스가 필요하다. SaaS는 클라우드에서 고객 데이터를 중앙 관리하며, 데이터 보안 및 규정 준수에 대한 더 큰 책임을 진다.

■ 확장성

전통 SW는 하드웨어 확장에 따른 확장성 제한이 있으며, 새로운 기능 추가에 많은 시간과 비용이 소요된다. SaaS는 클라우드 기반의 유연한 확장성을 제공하며, 새로운 기능의 빠른 추가 및 배포가 가능하다.

■ 고객 피드백 및 개선

전통 SW는 피드백 수집 및 반영에 시간이 소요되며, 대규모 업데이트를 통한 개선이 이루어진다. SaaS는 실시간 사용자 행동 분석을 할 수 있고, 지속적인 개선 및 신속한 피드백 반영이 가능하다.

■ 투자 및 자금 조달

전통 SW는 초기에 대규모 개발 투자가 필요하며, 프로젝트 기반 수익으로 인해 현금 흐름의 변동성이 크다. SaaS는 점진적 개발 및 투자가 가능하고, 예측 가능한 수익 모델로 인해 투자 유치에 유리한 측면이 있다. 이러한 차이점들을 고려할 때, SaaS 기업의 글로벌 진출은 전통 SW 기업에 비해 더 빠르고 유연하게 이루어질 수 있다. 그러나 동시에 글로벌 경쟁이 더욱 치열하고, 지속적인 혁신과 고객 만족이 요구된다는 점에서 새로운 도전과제도 존재한다.

[표 1] 전통SW와 SaaS의 글로벌 진출관점의 차이 요약

구분	전통 소프트웨어	SaaS
고객 접점 및 대상	B2B 중심, 대기업 및 정부 기관 대상, 직접 대면 영업 및 컨설팅 필요	B2B와 B2C 모두 가능, 중소기업 및 개인 사용자 대상, 온라인 마케팅 및 셀프서비스 모델
판매 및 구매 과정	복잡하고 긴 구매 주기, 대규모 초기 투자 필요, 계약 협상 및 커스터마이징 필수	간단하고 빠른 구매 과정, 구독 모델로 초기 비용 절감, 즉시 사용 가능
제품 배포 및 업데이트	물리적 설치 필요, 주기적인 대규모 업데이트, 현지 기술 지원팀 필요	클라우드 기반 즉시 배포, 지속적이고 자동화된 업데이트 제공, 원격 지원 가능
현지화 전략	현지 파트너십 구축 중요, 각국별 별도 버전 개발 필요	클라우드 기반 글로벌 서비스로 빠른 현지화 가능, 다국어 및 다국적 지원 설계 필요
수익 모델	일회성 라이선스 판매 및 유지보수 계약 통한 수익 창출	구독 기반 반복 수익 모델, 사용량 기반 과금 및 프리미엄 모델 가능
시장 진입 속도	많은 시간과 자원 필요, 각국별 별도 진출 전략 필요	빠른 시장 진입 가능, 글로벌 시장 동시 공략 가능
고객 데이터 및 보안	고객사 내부 시스템에 설치되어 데이터 관리 책임 분산	클라우드에서 중앙 관리, 데이터 보안 및 규정 준수 책임 증가

구분	전통 소프트웨어	SaaS
확장성	하드웨어 확장에 따른 제한 존재, 새로운 기능 추가에 시간과 비용 소요	클라우드 기반 유연한 확장성 제공, 새로운 기능 빠른 추가 및 배포 가능
고객 피드백 및 개선	피드백 수집 및 반영에 시간 소요, 대규모 업데이트 통한 개선	실시간 사용자 행동 분석 가능, 지속적인 개선 및 신속한 피드백 반영 가능
투자 및 자금 조달	대규모 개발 투자 필요, 프로젝트 기반 수익으로 현금 흐름 변동성 큼	점진적 개발 및 투자 가능, 예측 가능한 수익 모델로 투자 유치 유리

SW 기업과 SaaS 기업의 글로벌 진출 육성 전략 차별화

전통적인 SW 기업과 SaaS 기업의 글로벌 진출 육성 전략은 각 비즈니스 모델의 특성을 반영하여 중요한 차이점을 보인다. 이러한 차별화된 전략은 성공적인 글로벌 진출을 위해 필수적이다.

■ 인프라 구축

SW 기업은 현지 데이터 센터 구축이나 하드웨어 설치가 필요한 경우가 많은 반면, SaaS 기업은 클라우드 기반 서비스로 글로벌 클라우드 제공업체를 활용한 빠른 확장이 가능하다.

■ 수익 모델

SW 기업은 일회성 라이선스 판매나 대규모 프로젝트 계약이 주요 수익원이지만, SaaS 기업은 구독 기반의 지속적인 수익 모델을 가지며 초기 진입 장벽이 낮다는 특징이 있다.

■ 업데이트 및 유지보수

SW 기업은 주기적인 대규모 업데이트와 현지 지원 인력이 필요한 반면, SaaS 기업은 지속적이고 빈번한 업데이트가 가능하며 원격 유지보수가 가능하다.

■ 현지화 전략

SW 기업은 현지 파트너십과 대규모 현지 조직 구축이 중요하지만, SaaS 기업은 언어 및 결제 시스템 등의 소프트웨어 현지화에 초점을 맞춘다.

■ 마케팅 전략

SW 기업은 B2B 중심의 직접 영업과 대규모 전시회 참가에 중점을 두는 반면, SaaS 기업은 디지털 마케팅, 프리미엄 모델, 입소문 마케팅을 중심으로 한다.

■ 규제 대응

SW 기업은 각국의 산업별 규제에 대한 깊은 이해가 필요한 반면, SaaS 기업은 데이터 보안, 개인정보보호 등 IT 관련 규제에 중점을 둔다.

■ 확장성

SW 기업은 단계적이고 계획적인 시장 확대를 추구하는 반면, SaaS 기업은 빠른 시장 진입과 확장이 가능하며 글로벌 시장을 동시에 공략할 수 있다.

이러한 차이점을 고려할 때, SaaS 기업의 글로벌 진출 육성 전략은 더욱 유연하고 빠른 확장을 지원해야 한다. 클라우드 인프라 활용 지원, 글로벌 결제 시스템 통합, 다국어 지원 툴 제공, 데이터 규제 대응 가이드라인 수립 등이 중요하다. 반면, 전통적인 SW 기업의 경우 현지 파트너십 구축 지원, 대규모 프로젝트 수주를 위한 정부 간 협력, 현지 법인 설립 지원 등에 더 초점을 맞출 필요가 있다. 이러한 차별화된 접근은 각 비즈니스 모델의 특성을 최대한 활용하여 글로벌 시장에서 성공 가능성을 높이는 데 기여할 것이다.

국내 SaaS 기업의 글로벌 진출 사례

국내에서도 여러 SaaS 기업들이 글로벌 시장에 진출하여 성과를 거두고 있다. 하이퍼커넥트(Hyperconnect)와 같은 큰 성공은 아니지만 대표적인 예로 샌드버드(Sendbird)를 들 수 있다. 실시간 채팅 및 메시징 API 플랫폼을 제공하는 샌드버드는 미국 실리콘밸리에 본사를 두고 전 세계 150개국 이상에서 서비스를 제공하고 있으며, 레딧(Reddit), 야후(Yahoo) 등 글로벌 기업들을 고객으로 확보하고 있다.

또한, NHN의 토스트(TOAST)는 클라우드 기반 IT 인프라 및 개발 플랫폼으로 일본과 동남아시아 시장에 진출했으며, 스킨터랩스(Skelter Labs)는 AI 기반 대화형 인터페이스 솔루션으로 동남아시아 시장을 공략하고 있다. 클라우드브릭(Cloudbric), 알고리즘랩스(Algorithm Labs) 등도 각자의 분야에서 글로벌 시장 진출에 성과를 보이고 있다.

향후 전망과 과제

국내 SaaS 기업들의 글로벌 진출은 아직 초기 단계라고 볼 수 있다. 하이퍼커넥트와 같은 대규모 성공 사례는 아직 많지 않지만, 점차 더 많은 기업들이 글로벌 시장에서 주목받기 시작하고 있다. 앞으로 국내 SaaS 기업들이 글로벌 시장에서 더 큰 성공을 거두기 위해서는 다음과 같은 과제들을 해결해야 할 것이다.

첫째, 기술력과 품질 경쟁력을 지속적으로 향상시켜야 한다. 글로벌 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 혁신적인 기술과 안정적인 서비스 품질이 필수적이다. 둘째, 글로벌 인재 확보와 조직 문화 구축이 필요하다.

다양한 문화와 언어를 이해하고 글로벌 비즈니스를 수행할 수 있는 인재를 확보하고 육성해야 한다. 셋째, 현지화 전략을 더욱 강화해야 한다. 각 국가와 지역의 특성을 깊이 이해하고 이에 맞는 서비스와 마케팅 전략을 수립해야 한다.

결론적으로, 국내 SaaS 기업들의 글로벌 진출은 아직 시작 단계에 있지만, 그 잠재력은 매우 크다고 할 수 있다. 앞서 언급한 핵심 요소들을 갖추고 지속적인 혁신과 도전을 통해 더 많은 국내 SaaS 기업들이 글로벌 시장에서 성공을 거둘 수 있을 것으로 기대된다. 이는 단순히 개별 기업의 성공을 넘어 한국 IT 산업의 글로벌 경쟁력 향상으로 이어질 것이며, 나아가 국가 경제 발전에도 크게 기여할 수 있을 것이다.

정책적 제안과 시사

국내 SaaS 산업의 글로벌 경쟁력 강화는 한국 IT 산업의 미래를 좌우할 중요한 과제다. 이에 구체적인 정책적 방안의 하나로써, SaaS 기업의 특성을 고려한 맞춤형 지원 프로그램인 ‘SaaS 글로벌 성장 바우처 프로그램’을 제안한다. 이 프로그램은 국내 SaaS 기업의 글로벌 시장 진출을 촉진하고, 국제 경쟁력을 강화하여 한국 IT 산업의 글로벌 위상을 높이는 것을 목표로 한다.

프로그램 개요

1) 지원 대상

본 프로그램은 국내에서 개발된 SaaS 제품을 보유한 중소·중견 기업을 대상으로 한다. 특히 글로벌 시장 진출을 준비 중이거나 이미 진출했으나 확장을 목표로 하는 기업에 중점적으로 지원한다.

2) 지원 규모 및 기간

예를 들어, 기업당 최대 2억 원 한도 내에서 바우처를 발급하며, 지원 기간은 기존 지원체계를 고려해 1년을 기본으로 한다. 성과 평가 후 추가로 1년이 연장 가능하여 기업의 지속적인 성장을 뒷받침할 수 있다.

3) 주요 지원 항목

• 클라우드 인프라 구축 지원

SaaS 기업의 핵심인 클라우드 인프라 구축을 위해 글로벌 클라우드 서비스 이용료를 지원하고, 다중 리전(Multi-Region) 설정 및 최적화 컨설팅을 제공한다. 이를 통해 기업들은 안정적이고 확장 가능한 글로벌 서비스 기반을 마련할 수 있다.

- **현지화 및 번역 서비스**

제품의 UI/UX 현지화와 마케팅 자료 및 기술 문서 번역을 지원한다. 이는 글로벌 시장에서의 사용자 경험을 향상시키고, 효과적인 마케팅 활동을 가능하게 한다.

- **글로벌 마케팅 지원**

디지털 마케팅 캠페인 비용을 지원하고, 글로벌 SaaS 리뷰 플랫폼 등재를 지원한다. 특히, 다양한 주요 디지털 기술 관련 학회, 전시회, 공모전이나 해커톤(Hackathon)과 같은 글로벌 마케팅 행사를 적극적으로 활용할 수 있도록 한다. 글로벌 토틀런트 페어(Global Talent Fair) 및 잠재 수요자와의 노출 빈도와 접점을 높이기 위한 연계성을 강화하고 관련 정보를 공유할 수 있도록 하는 것이다. 이를 통해 기업들은 효과적으로 글로벌 고객에게 도달하고 브랜드 인지도를 높일 수 있다.

- **법률 및 규제 대응 지원**

국가별 데이터 보호법 준수 컨설팅과 국제 계약 법률 자문을 제공한다. 이는 기업들이 글로벌 시장에서 법적 리스크를 최소화하고 안정적으로 사업을 운영할 수 있도록 돕는다.

- **글로벌 결제 시스템 통합**

다국적 결제 시스템 구축 비용을 지원하고, 환율 변동에 대한 대응 전략 수립을 돕는다. 이를 통해 기업들은 글로벌 고객들에게 원활한 결제 경험을 제공할 수 있다.

- **보안 인증 취득 지원**

ISO 27001, SOC 2 등 국제 보안 인증 취득 비용을 지원한다. 이는 글로벌 기업들의 신뢰를 얻고 보안 요구사항을 충족시키는 데 중요한 역할을 한다.

- **API 및 통합 개발 지원**

글로벌 서비스와의 API 연동 개발 비용과 오픈 API 개발 및 문서화를 지원한다. 이를 통해 기업들은 글로벌 생태계에 더욱 쉽게 통합될 수 있다.

- **글로벌 고객 지원 체계 구축**

24/7 다국어 고객 지원 시스템 구축과 글로벌 CRM 도입 비용을 지원한다. 이는 글로벌 고객들에게 높은 수준의 서비스를 제공하는 데 도움이 된다.

4) 선정 기준 및 성과 평가

기업 선정 시 제품의 혁신성 및 글로벌 경쟁력, 글로벌 시장 진출 전략의 구체성, 재무 건전성 및 성장 잠재력, 글로벌 진출을 위한 조직 역량 등을 종합적으로 평가한다.

성과 평가는 해외 매출 증가율, 글로벌 사용자 수 증가, 국제 투자 유치 실적, 글로벌 파트너십 구축 현황 등의 지표를 통해 이루어진다.

5) 추가 지원 사항

프로그램의 효과를 극대화하기 위해 글로벌 SaaS 전문가 멘토링 프로그램, 해외 SaaS 전시회 참가 지원, 글로벌 SaaS 기업과의 네트워킹 이벤트 개최 등의 추가 지원을 제공하면 좋을 것이다.

예시의 바우처 프로그램을 통해 국내 SaaS 기업들은 글로벌 시장 진출에 필요한 다양한 서비스와 지원을 받을 수 있다. 이는 기업들이 글로벌 경쟁력을 갖추고 빠르게 해외 시장에 안착할 수 있도록 도와준다. 또한, 이 프로그램은 SaaS 기업의 특성을 고려하여 설계되었으므로, 전통적인 SW 기업과는 차별화된 지원을 제공할 수 있다. 이를 통해 한국 SaaS 산업의 글로벌 경쟁력이 크게 향상될 것으로 기대된다.

◎ 참고문헌

Davenport, T., & Harris, J. (2017). *Competing on analytics: Updated, with a new introduction: The new science of winning*. Harvard Business Press.

Erl, T., Puttini, R., & Mahmood, Z. (2013). *Cloud computing: concepts, technology & architecture*. Pearson Education.

Kavis, M. (2014). *Architecting the cloud: design decisions for cloud computing service models (SaaS, PaaS, and IaaS)*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

Osterwalder, A. (2004). *The business model ontology a proposition in a design science approach* (Doctoral dissertation, Université de Lausanne, Faculté des hautes études commerciales).

Stallings, W. (2019). *Information privacy engineering and privacy by design: Understanding privacy threats, technology, and regulations based on standards and best practices*. Addison-Wesley Professional.

Gartner Forecasts Worldwide Public Cloud End-User Spending to Reach \$679 Billion in 2024(<https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/11-13-2023-gartner-forecasts-worldwide-public-cloud-end-user-spending-to-reach-679-billion-in-2024>)

Predictions 2024: A Lethargic Enterprise Software Market Goes Cutting-Edge(<https://www.forrester.com/blogs/predictions-2024-enterprise-software/>)

<https://algorithm labs.io/>

<https://hyperconnect.com/en/ir/>

<https://sendbird.com/>

<https://www.cloudbric.co.kr/>

<https://www.nhn.com/en-US/company?tab=about>

<https://www.skelterlabs.com/>