

S/W 벤처기업의 특성별 경영 현황분석

손 성 호 동아대학교 경영학부
한 계 섭 동아대학교 경영정보과학부

prosonn@korea.com
kshan@daunet.donga.ac.kr

<목 차>

I. 서론	3.3 마케팅 현황분석
II. S/W 벤처기업의 특성	3.4 재무·회계 현황분석
2.1 성장단계별 특성	IV. 결론
2.2 주력사업별 특성	참고문헌
III. S/W 벤처기업의 경영 현황분석	Abstract
3.1 경영일반 현황분석	
3.2 기술·개발 현황분석	

I. 서론

최근 세계경제는 경제활동의 세계화 추세와 전자 및 정보통신기술 등의 비약적 발전으로 지식과 정보의 생산, 배분, 그리고 이의 활용이 더욱 중요시되는 지식기반경제(knowledge-based economy)로 변화하고 있다. 이에 따라 세계 각국은 21세기의 국가경쟁력을 창출하고 미래 지향적인 산업구조로 개편하기 위한 견인차로서 기술과 지식 집약적인 벤처기업의 국민 경제적 중요성을 인식하고 벤처기업을 적극적으로 육성하고 있다. 정부를 비롯한 중소기업연구원, 한국벤처기업협회, 산업연구원, 중소기업진흥공단, 한국소프트웨어산업협회 등 벤처 관련 기관에서는 벤처기업의 지원정책, 발전방향 등에 대해 많은 연구 활동을 수행하고 있다.

서건일(1997)은 중소기업 활성화 방안에 관한 연구에서 벤처기업에 대한 개념정립과 아울러 선진제국의 지원정책을 살펴보았으며, 우리나라 벤처기업의 현황과 문제점을 파악하여 중소기업의 활성화 방안을 제시하였다. 특히 이 보고서는 자금공급, 기술개발 및 인력공급, 입지공급 등의 문제점을 지적하고, 벤처기업 평가 및 선정기준, 독창적 연구개발 환경의 조성, 벤처금융의 확대, 인력의 효율적 관리, 벤처 네트워크화 등 활성화 방안에 대해 광범위한 측면에서 연구를 수행하였다. 또한 명제

선, 광성호(1999)는 IMF 금융지원 이후 1년이 된 시점에서 벤처기업의 체감 경기동향과 정부의 지원시책에 대한 반응을 점검하고, 향후의 정부시책의 방향을 제시하였다. 이 연구는 1998년 11월 12일부터 12월 5일 까지의 24일간 중소기업청 등록 벤처기업 362개사에 대한 매출액, 수익성, 경영상태, 자금사정 등과 벤처기업 활성화를 위한 우선추진과제 및 중소기업 지원시책에 대한 만족도 평가로 구성되어 있다. 김도환, 이광훈, 조남재(1998)의 소프트웨어 산업 현황 분석 및 정책 연구와 이광훈 등(1999)의 S/W 산업 활성화를 위한 법·제도 정비 방안에 관한 연구는 주요 국가의 S/W 산업 육성을 위한 법과 제도를 기술하고, 기술 집약적 산업이며 21세기 지식정보사회를 주도하는 핵심산업인 S/W 산업 육성을 위한 정부 정책 수립의 기초 자료를 제공하였다.

그런데 S/W 벤처기업은 창업과정에서 많은 위험을 내포하고 있고, 회사의 가장 큰 경쟁력의 원천을 기술적 우위에 두고 있으며 경쟁 제품이나 경쟁 기업의 도래 시기가 매우 빠르고 판매 후 지원의 비중이 타 기업에 비해 높은 특성을 지니고 있다. 그리고 대부분의 S/W 벤처기업들이 조직적 구성 및 세분화가 미약하여 회사 운영에 필요한 관리, 영업, 개발 등의 기본 기능이 대표자 1인에 의해 주도되는 경향이 강하며 기술·개발(제품·개발) 부분을 제외하고는 전문인력이 배치되어 활동하지 못하고 있는 실정이다. 즉, S/W 벤처기업은 경영자의 능력 및 리더십 문제를 포함하여, 기술·개발 능력의 수준, 마케팅 경로 및 마케팅 전문인력 부족, 재무계획 및 자금조달, 재무상태 및 경영성과 파악 등 해결해야 할 경영상의 문제가 쌓여 있다고 할 수 있다. 아울러 현재 벤처경영은 '테크놀로지 경쟁(technology competition)에서 매니지먼트 경쟁(management competition)으로 옮겨가고 있다'는 것이 세계 벤처 업계의 대세라고 한다. 그러므로 S/W 벤처기업이 당면하고 있는 경영관리상의 애로요인을 철저히 파악하고 해결해 줄 수 있는 경영지침이 수립되어 유용하게 활용되어야 할 것으로 생각된다. 그러므로 S/W 벤처기업의 전반적인 경영기능(management function)을 세분화하여 그 실태를 파악할 필요가 있을 것이다.

따라서 본 연구는 S/W 벤처기업의 경영현황에 관한 설문지를 이용하여 경영기능을 경영일반, 기술·개발, 마케팅, 재무·회계 현황의 네 부분으로 나누어 구체적으로 분석함으로써 S/W 벤처기업이 경영활동에 이용할 수 있는 유용한 기초 자료를 제공하고자 한다.

본 연구는 소프트웨어산업협회 등 관련 기관의 선행연구와 경영기능별 관련 연구를 토대로 하고, S/W 산업의 회사개요, 경영일반, 기술·개발, 마케팅, 재무·회계에 관련된 문항의 설문조사를 중심으로 기술하고자 한다. 설문조사는 S/W 산업을 대표한다고 볼 수 있는 한국소프트웨어산업협회 회원사 가운데서 527개 지역 소프트웨어 업체와 181개 소프트웨어 지원센터 입주업체를 합한 총 708개 업체를 대상으로 하여 두 차례에 걸쳐 실시되었다. 최종 102개 업체가 분석가능 하였으며, 빈도수와 비율을 이용하여 자료를 분석하였다(표 1 참조).

<표 1> 분석대상업체의 수

구분	조사대상	미응답	반응	부분미응답	분석가능
업체수(개사)	708	591	115	15	102
비율(%)	100.0	83.5	16.2	2.1	14.5

II. S/W 벤처기업의 특성

S/W 벤처기업의 특성에는 개발분야 및 제품 특성, 고위험 · 고수익 · 기술집약적 특성, 성장단계별 특성, 주력사업별 특성 등 여러 가지를 열거할 수 있는데, 본 연구에서는 성장단계와 주력사업의 두 가지 특성을 S/W 벤처기업의 특성으로 한다. 벤처에 관한 연구는 창업자특성, 조직특성, 산업환경특성, 전략적특성 등 특성별 연구가 활발하게 진행되어 왔다. 특히 벤처기업의 성장단계 또한 많은 연구자들에 의해 검토 대상이 되어 왔다고 할 수 있다.

2.1 성장단계별 특성

일반적으로 기업의 성장단계는 생성 · 발전기, 성장기, 안정성장 · 재성장기로 구분한다. 기업의 생성 · 발전기는 출발 초기로서 기업규모 면에서 볼 때 영세기업에서 중소기업으로 이행하는 시기이다. 성장기는 초기 단계를 거쳐 본격적으로 경영활동을 하면서 성장해 가는 시기이다. 이 단계에서 중견기업으로 성장하는 기업이 있는가 하면, 그렇지 못하고 중소기업에 머물기도 한다. 안정성장 · 재성장기는 고도로 성장해 온 기업이 여러 가지 이유로 안정성장을 지향하게 되고, 얼마 후 다시 성장해 가는 시기라고 할 수 있다(清水龍瑩, 1986).

Van de Ven 등(1984)은 14개의 교육용 소프트웨어 기업들을 대상으로 벤처기업의 성과에 영향을 미치는 요인들을 알아보기 위하여 벤처기업의 성장과정을 창업준비 단계, 계획단계, 계약서비스단계, 전매품단계, 다제품단계로 구분하였다. 창업준비단계는 창업의 기반이 되는 기술과 경험을 습득하는 과정으로 0-18개월이며 평균 162일 정도인 것으로 나타난다. 계획단계는 창업인이 벤처기업 설립에 필요한 모든 결정을 하고 준비를 마치고 벤처기업의 운영이 시작되는 시점까지이다. 계약서비스단계는 실제로 영업을 하는 단계로서 상품을 생산하고 홍보 및 상품 판매에 주력하는 시기이다. 전매품 단계는 계약서비스단계에서 전매품을 개발하고 마케팅 경로를 찾기 시작하는 시기이며, 창업 후 약 28개월이 지나면 이 단계에 진입한다. 다제품 단계는 기업의 성과에 따라 나타나는 단계로 볼 수 있는데, 연구개발을 통해 새로운 제품을 개발하는 과정이라고 할 수 있다. 그러나 이러한 성장단계들이 통계적으로 유의하지는 않지만 순차적으로 발생하고 있으며, 기업의 성과와 매우 깊은 관련이 있음을 강조하였다. 이인찬 등(1998)은 벤처기업의 성장단계별 성공요인 분석과 정책과제에서 벤처기

업 관련 정책 방향을 제시하기 위해 300개의 정보통신 중심의 벤처기업에 대한 설문 조사를 통해 업종을 소프트웨어 업종과 하드웨어 업종의 두 가지, 성장단계를 창업단계, 상업화단계, 안정화단계의 세 가지로 구분하고 있다. 명제선, 광성호(1998)는 벤처기업의 성장단계를 도입기, 급성장기, 성장전기, 성장후기의 네 가지 단계로 구분하고 있다. 도입기는 상품화 또는 양산화를 위한 기술개발을 추진하며, 시작품의 일부가 수요처에 제공되어 그 반응을 확인하는 단계로서 분석대상기업의 33.4%, 급성장기는 생산이 개시되어 본격적으로 판매가 이루어지는 단계로서 분석대상기업의 22.2%, 성장전기는 타기업도 같은 제품을 판매하고 있어 수요시장이 크게 확대되는 단계로서 분석대상기업의 39.5%, 성장후기는 시장규모가 어느 정도 고정되어지고 성장률이 둔화하고 있어 기업 경영측면에서 변화가 요구되어지는 단계로서 분석대상기업의 4.9%이다. 정승화, 안준모(1998)는 Churchill과 Lewis (1983)의 규범적 벤처기업 성장모형과 기업발전이론을 활용하여 S/W 벤처기업의 성장발전과정을 창업초기 단계, 생존·유지 단계, 성공·지속 단계, 성공적 성장 단계, 고성장·도약 단계, 성숙·안정 단계의 5단계로 제시하고, 각 성장단계별로 핵심경영과제를 기술하였다.

벤처기업의 성장단계는 이상에서 살펴본 바와 같이 여러 가지로 제시되고 있다. 본 연구는 위의 성장단계를 종합·축약하여 S/W 벤처기업의 성장과정을 시작·창업 단계, 개발·성장 단계, 안정·성숙 단계로 구분한다(표 2 참조). S/W 벤처기업 또한 시작·창업 단계를 거쳐 개발·성장하며 안정·성숙 단계를 거치게 된다고 할 수 있기 때문이다.

첫째, 시작·창업 단계는 S/W 벤처기업이 아이디어를 탐색하고 평가하거나 제품이 개발되는 과정 등 창업의 기반이 되는 기술과 경험을 습득하며, 사업수행에 필요한 업무를 체계화함으로써 S/W 벤처기업의 운영이 시작되는 시점이라고 할 수 있다.

둘째, 개발·성장 단계는 제품을 개발하고 이 제품을 마케팅 하는 과정과 판매 경로를 찾기 시작하는 시기를 의미한다고 할 수 있다. 제품 개발 후 매출액이 증가하며 이익을 내기 시작하는 시기이다.

셋째, 안정·성숙 단계 안정적인 상황이며 신제품의 판매확장을 위해 S/W 벤처 창업인이 의욕적으로 활동하는 단계라고 할 수 있다.

<표 2> S/W 벤처기업의 성장단계별 특성

구 분	특 성
시작·창업 단계	아이디어 탐색, 기술과 경험 습득
개발·성장 단계	제품 개발, 마케팅, 판매경로 모색, 매출액 증가
안정·성숙 단계	신제품의 판매 확장

전술한 바와 같이 본 연구는 S/W 벤처기업의 성장단계를 시작·창업 단계, 개발·성장 단계, 안정·성숙 단계로 구분하는데, 성장단계별 벤처기업의 관리요인은 경영일반, 기술·개발, 마케팅, 재무·회계의 네 가지 경영기능으로 나타낼 수 있다.

2.2 주력사업별 특성

S/W 사업자는 소프트웨어개발촉진법 제 7조 및 동법 시행령 제 12조의 규정에 의한 소프트웨어사업자 신고요령에 따라 소프트웨어 사업을 신고해야 한다. 소프트웨어사업자 신고요령 제 4조 즉 소프트웨어사업의 신고 구분에 의하면 소프트웨어사업의 신고분야는 시스템통합사업, S/W 수탁·개발 사업, 패키지 S/W 개발·공급 사업, S/W 관련 서비스사업의 네 가지로 구분되어 있다. 이 신고분야를 S/W 벤처기업의 주력사업이라고 할 수 있는데, 동 요령에 아래와 같이 정의되어 있다(표 3 참조).

따라서 본 연구의 S/W 벤처기업의 주력사업 또한 시스템 통합 사업, S/W 수탁·개발 사업, 패키지 S/W 개발·공급 사업, S/W 관련 서비스 사업으로 구분하며, S/W 벤처기업의 경영 현황분석에 이용한다.

첫째, 시스템 통합사업은 수요자의 요구에 의하여 컨설팅, 요구분석, 시스템 설계, 각 시스템 요소의 개발 및 조달, 시스템 통합 시험 및 설치, 일정기간의 시스템 운영 및 유지, 보수 등의 업무 전체를 일괄 책임 하에 수행하는 사업을 말한다.

둘째, S/W 수탁·개발 사업은 시스템 통합사업 이외의 사업분야로서 응용소프트웨어를 수탁·개발·공급 하는 사업을 말한다.

셋째, 패키지 S/W 개발·공급 사업은 불특정 다수를 위하여 소프트웨어를 개발하거나, 이를 패키지 형태로 유통사업을 말한다.

넷째, S/W 관련 서비스 사업은 데이터베이스 개발·공급 및 컨설팅, 자료 입력 등 위의 첫째 내지 셋째 이외의 단위 서비스 제공사업을 말한다.

<표 3> S/W 벤처기업의 주력사업별 특성

구 분	특 성
시스템 통합사업	시스템 통합 시험 및 설치, 시스템 운영 및 유지, 보수 등
S/W 수탁·개발사업	응용소프트웨어를 수탁·개발·공급 하는 사업
패키지 S/W 개발·공급사업	소프트웨어의 개발 및 패키지 유통 등
S/W 관련 서비스사업	데이터베이스 개발·공급 및 컨설팅, 자료 입력

III. S/W 벤처기업의 경영 현황분석

S/W 벤처기업의 특성별 현황분석에 앞서 분석업체의 회사개요를 살펴본다. 회사개요 또한 성장단계와 주력사업별 특성으로 구분하여 기술한다.

성장단계별 회사개요(표 4)를 살펴보면 업체의 수는 시작·창업 단계가 24.51%(25개사), 개발·성장 단계가 63.73%(65개사), 안정·성숙 단계가 11.76%(12개사)인 것을 알 수 있다. 현재 우리나라 S/W 벤처기업의 성장단계는 개발·성장 단계의 비중이 63.73%로 전체적으로 볼 때 많은 기업이 개발·성장 단계에 있다고 할 수

있다. 그러나 정부의 벤처기업 지원정책에 힘입어 많은 기업이 시작·창업 단계에 돌입하고 있으므로 단정 지어 현재 우리나라 S/W 벤처기업의 성장단계가 개발·성장 단계에 있다라고 하기는 어려울 것으로 생각된다. 시작·창업 단계에서 개인기업의 수가 법인기업 수보다 많으나, 개발·성장 단계와 안정·성숙 단계에서는 법인기업의 수가 개인기업의 수보다 많다. 이는 기업이 성장하면서 법인기업으로 많이 전환된 것을 보여주고 있다. 또한 벤처 인증여부도 회사형태와 마찬가지로 개발·성장 단계와 안정·성숙 단계에서 벤처 인증기업의 비율이 월등한 것으로 나타나고 있다. 지역을 살펴보면 서울·경인 지역의 개발·성장 단계에 있는 기업수가 시작·창업 단계에 있는 기업 수보다 세 배 정도 늘어났고, 호남·충청 지역은 네 배가 늘어났다. 반면 경남·북 지역은 오히려 그 수가 감소하고 있으므로 벤처기업이 성장하는 데 있어 지역적 차이가 발생함을 알 수 있다. 그리고 개발·성장 단계의 비율 또한 서울·경인 지역이 경남·북 지역 보다 높다고 할 수 있다. 대표자의 학력은 대졸이 3분의 2를 넘고 있으며, 거의 대부분이 대졸 이상임을 알 수 있다. 연령은 30대 이상이 과반수를 넘은 것으로 볼 수 있으며, 30대와 40대를 합치면 거의 47.8%를 차지하고 있다. 주력사업은 성장단계 전체로 볼 때 패키지 S/W 개발·공급 사업이 주력사업인 것을 알 수 있으며, 기업이 성장함에 따라 더욱 많은 비중을 차지하고 있다. 이는 국내 S/W 벤처기업의 주력사업이 현재까지 패키지 S/W 개발·공급 사업에 머무르고 있다는 사실을 알 수 있다.

<표 4> 성장단계별 회사개요

(단위 : 개사)

구	분	시작·창업	개발·성장	안정·성숙
회사형태	개인	18(72.00)	27(41.54)	5(41.67)
	법인	7(28.00)	38(58.46)	7(58.33)
벤처 인증여부	벤처 인증기업	1(4.00)	16(24.62)	4(33.33)
	벤처 비인증기업	24(96.00)	49(75.38)	8(66.67)
지역	서울·경인	9(36.00)	28(43.08)	2(16.67)
	경남·북	12(48.00)	10(15.38)	10(83.33)
	호남·충청	4(16.00)	17(26.15)	0(0.00)
학력	대학원졸	7(28.00)	44(67.69)	1(8.33)
	대졸	17(68.00)	4(6.15)	5(41.67)
	고졸	1(4.00)	10(15.38)	5(41.67)
연령	20대	7(28.00)	38(58.46)	1(8.33)
	30대	14(56.00)	14(21.54)	5(41.67)
	40대	4(16.00)	3(4.62)	5(41.67)
	50대 이상	0(0.00)	2(3.08)	1(8.33)
주력사업	시스템통합	2(8.00)	13(20.00)	2(16.67)
	S/W 수탁·개발	3(12.00)	33(50.77)	1(8.33)
	패키지 S/W 개발·공급	12(48.00)	7(10.77)	8(66.67)
	S/W 관련서비스	8(32.00)	27(41.54)	1(8.33)
중요도	경영일반	3(12.00)	2(3.08)	0(0.00)
	기술·개발	15(60.00)	47(72.31)	11(91.67)
	마케팅	3(12.00)	14(21.54)	1(8.33)
	재무·회계	4(16.00)	2(3.08)	0(0.00)

* ()안은 백분율임.

그러나 성장단계 초기에는 S/W 수탁·개발 사업과 S/W 관련 서비스 사업이 많

은 비중을 차지하였던 것이 점차적으로 기업이 성장함에 따라 S/W 관련 서비스 사업이 축소되면서 시스템 통합 사업의 비중이 확대되고 있다. 중요도는 기술·개발 분야가 최우선적으로 고려되고 있으며, 이 분야를 제외하면 마케팅 분야가 가장 우선시되고 있으나, 특히 개발·성장 단계에서 마케팅이 중요시되는 것으로 판단할 수 있다.

주력사업별 회사개요(표 5)를 살펴보면 업체의 수는 시스템 통합 사업이 16.66%(17개사), S/W 수탁·개발 사업이 15.69%(16개사), 패키지 S/W 개발·공급 사업이 51.96% (53개사), S/W 관련 서비스 사업이 15.69%(16개사)인 것을 알 수 있다. 그러므로 우리나라 S/W 벤처기업의 두 업체 중 한 업체는 주력사업이 패키지 S/W 개발·공급 사업이라고 할 수 있다. 나머지 주력사업은 거의 비슷한 분포를 보이고 있다. 회사형태는 주력사업별로 거의 비슷한 분포를 보이고 있다. 또한 벤처 인증기업과 벤처 비인증기업의 주력사업별 분포도 거의 유사하다고 할 수 있다. 지역별로 볼 때 시스템 통합 사업은 경남·북 지역, S/W 수탁·개발 사업은 서울·경인 지역이 많으며, 패키지 S/W 개발·공급 사업은 서울·경인 지역과 경남·북 지역이 비슷하다. S/W 관련 서비스 사업은 서울·경인 지역이 많은 비중을 차지하고 있다고 할 수 있다. 학력은 앞의 성장단계에서 살펴 본 바와 같이 대졸 이상이 대부분이므로 특별하게 어느 주력사업의 학력이 높다거나 낮다라고 말할 수 없다. 그러나 S/W 수탁·개발 사업과 S/W 관련 서비스 사업은 전부 대졸 이상이다. 연령은 30대가 전 부문에 걸쳐 고루 분포되어 있으며, 시스템 통합 사업에서 40대, S/W 관련 서비스 사업에서 20대가 많은 비중을 차지하는 것으로 생각된다. 어느 주력사업을 막론하고 기술·개발 분야가 중요시되는 것으로 판단할 수 있다. 그런데 특히 S/W 수탁·개발 사업에서 마케팅 분야의 중요성을 인식하는 것으로 생각할 수 있다.

<표 5> 주력사업별 회사개요 (단위 : 개사)

구 분		시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지S/W 개발·공급	S/W관련 서비스
회사형태	개인	7(41.18)	8(50.00)	27(50.94)	8(50.00)
	법인	10(58.82)	8(50.00)	26(49.06)	8(50.00)
벤처인증여부	벤처인증기업	4(23.53)	2(12.00)	13(24.53)	2(12.50)
	벤처비인증기업	13(76.47)	14(87.50)	40(75.47)	14(87.50)
지역	서울·경인	6(35.29)	8(50.00)	21(39.62)	8(50.00)
	경남·북	10(58.82)	5(31.25)	24(45.28)	5(31.25)
	호남·충청	1(05.88)	3(18.75)	8(15.09)	3(18.75)
학력	대학원졸	3(17.65)	2(12.50)	18(33.96)	3(18.75)
	대졸	11(64.71)	14(87.50)	33(62.26)	13(81.25)
	고졸	3(17.65)	0(00.00)	2(03.77)	0(00.00)
연령	20대	2(11.76)	1(06.25)	10(18.87)	5(31.25)
	30대	9(52.94)	9(56.25)	28(52.83)	11(68.75)
	40대	6(35.29)	3(18.75)	14(26.42)	0(00.00)
	50대 이상	0(0.00)	3(18.75)	1(01.89)	0(00.00)
중요도	경영일반	2(11.76)	0(00.00)	3(05.66)	0(00.00)
	기술·개발	12(70.59)	12(75.00)	35(66.04)	14(87.50)
	마케팅	3(17.65)	4(25.00)	11(20.75)	0(00.00)
	재무·회계	0(00.00)	0(0.00)	4(07.55)	2(12.50)

* () 안은 백분율임.

3.1 경영일반 현황분석

3.1.1 성장단계별 경영일반 현황분석

성장단계별 경영상태(표 6)는 각 단계별로 큰 차이는 보이지 않고 있으며 대다수의 기업이 경영상태가 호전되고 있다고 답하였다.

<표 6> 성장단계별 경영상태

(단위 : 개사)

구 분		시작·창업	개발·성장	안정·성숙
호전	대폭 호전	1(4.00)	4(6.15)	0(0.00)
	호전	10(40.00)	36(55.38)	7(58.33)
	미미한 회복	11(44.00)	15(23.08)	1(8.33)
악화	이전과 비슷한 호전	3(12.00)	9(13.85)	4(33.33)
	당분간 회복될 기미 없음	0(0.00)	1(1.54)	0(0.00)
	계속 악화	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)

* () 안은 백분율임.

<표 7>에서 경영상태 호전요인 중 각 성장단계별로 가장 큰 비중을 차지하는 것이 관련 산업의 지속적 성장으로 나타나 있는데, 이는 현재 S/W 벤처산업의 추세로서 향후 계속 성장할 것으로 미루어 짐작할 수 있겠다. 단, 개발·성장 단계와 안정·성숙 단계는 연구개발비의 지속적 투자(50.00%)로 경영이 악화되는 경우가 시작·창업 단계 보다 높다. 이는 단기적인 경영 악화요인으로 표출되나 다음에 설명할 기술·개발 현황에서는 시작·창업 단계가 오히려 매출액 대비 연구개발비 비율이 높지만 경영호전의 비율이 높게 나타나고 있다. 그러므로 연구개발비는 장기에 걸쳐 경영상태를 호전시키므로 지속적인 연구개발비 투자는 해당 기업의 미래를 위한 올바른 경영활동이라고 할 수 있다.

<표 7> 성장단계별 경영상태 관련 요인

(단위 : 개사)

구 분		시작·창업	개발·성장	안정·성숙
호전 요인	소비시장의 지속적 성장	4(18.18)	8(14.55)	1(12.50)
	관련 산업의 지속적 성장	11(50.00)	24(43.64)	4(50.00)
	신제품의 조기투입	1(4.55)	9(16.36)	2(25.00)
	영업활동의 강화	5(22.73)	10(18.18)	1(12.50)
	인건비절감(인원감축 등)	0(0.00)	1(1.82)	0(0.00)
	코스트(인건비 외)의 절감	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)
	금융지원확대	0(0.00)	1(1.82)	0(0.00)
기 타	1(4.55)	2(3.64)	0(0.00)	
악화 요인	경쟁격화	0(0.00)	1(10.00)	0(0.00)
	소비시장의 위축	0(0.00)	2(20.00)	1(25.00)
	관련 산업의 성장 위축	0(0.00)	1(10.00)	0(0.00)
	신제품의 개발부진	1(33.33)	0(0.00)	0(0.00)
	판매부진, 재고누적	0(0.00)	0(0.00)	1(25.00)
	연구개발비의 지속적 투자	1(33.33)	5(50.00)	2(50.00)
	금융경색, 고금리	0(0.00)	1(10.00)	0(0.00)
기 타	1(33.33)	0(0.00)	0(0.00)	

* () 안은 백분율임

성장단계별 경영활동 관심분야 및 관심정도(표 8)는 5점 척도로 측정하였다. 매우 높음은 1, 매우 낮음은 5로 하였다. 이 표를 보면 시작·창업 단계에서 높은 관심을 보였던 분야들이 개발·성장 단계와 안정·성숙 단계에서도 그 관심도가 여전히 유지되면서 약간의 변화가 일어나는 것을 알 수 있다. 신제품 개발 및 기술 활용문제는 모든 단계에서 가장 큰 관심을 보이고 있다. 그리고 시작·창업 단계와 개발·성장 단계에서는 능력 있는 인력충원문제, 안정·성숙 단계에서는 회사 이미지 또는 제품 이미지 구축 문제에 비교적 높은 관심을 가지고 있다. 그러므로 S/W 벤처기업의 현실적인 문제는 전문인력의 확보라고 할 수 있다.

안정적인 부품문제, 원가통제 및 관리 문제, 경영진의 경영능력 제고 문제가 상대적으로 관심이 적은 분야인데, 이는 S/W 벤처기업이 경영관리에 소홀하다고 할 수 있으며, 경영진의 경영능력에 대하여는 경영통제를 통한 경영활동이 아니라 전사적인 의사결정에 의한 경영활동이 대부분 이루어지므로 경영진의 경영제고에는 별반 관심이 없다고 할 수 있다. 또한 기업이 성장하면서 관심을 더 기울이게 되는 분야는 수요예측과 신뢰성 있는 판매망 확보 문제로서 시작·창업 단계에서 목표로 하였던 시장에서 성공한 후 사업을 확장함에 따라 마케팅 활동에 관심을 더욱 기울이게 되는 것이다. 반면에 기업이 성장하면서 관심을 덜 기울이게 되는 분야는 목표고객 선정 문제로서 기업이 안정된 상태이고 목표고객이 한정되어 있으므로 새로운 분야를 개척하지 않는 한 목표고객은 이미 결정되어 있기 때문이다. 따라서 이들 목표고객의 요구를 만족시키면서 새로운 고객의 확보를 위해 다양한 마케팅 노력이 필요할 것이다.

<표 8> 성장단계별 경영활동 관심분야 및 관심정도

구 분	시작·창업	개발·성장	안정·성숙
신상품 개발 및 기술활용 문제	1.16(0.37)	1.12(0.33)	1.25(0.45)
자금조달 문제	1.60(0.65)	1.71(0.79)	1.83(0.94)
경영진의 경영능력 제고 문제	2.28(0.94)	2.52(0.99)	2.83(1.11)
제품공급 및 고객 서비스 문제	2.04(0.61)	1.91(0.61)	1.67(0.65)
능력 있는 인력충원 문제	1.28(0.54)	1.60(0.68)	1.67(0.78)
적절한 장비 확보 문제	1.68(0.85)	1.95(0.86)	2.25(1.06)
작업공간 확보 문제	2.08(0.86)	2.06(0.88)	2.08(1.16)
안정적인 부품 문제	2.92(1.04)	2.78(1.14)	2.83(1.03)
수요예측 문제	2.16(1.11)	2.20(0.92)	1.75(0.75)
목표고객 선정 문제	1.88(0.78)	1.92(0.85)	2.00(1.04)
원가통제 및 관리 문제	2.68(0.99)	2.46(0.81)	2.67(1.44)
시장점유율 확대 문제	1.76(0.78)	1.77(0.81)	1.67(0.98)
신뢰성 있는 판매망 확보 문제	1.76(0.93)	1.69(0.75)	1.83(0.72)
신시장 및 새로운 유통망 개척 문제	1.64(0.95)	1.68(0.81)	1.92(0.90)
회사이미지 혹은 제품 이미지 구축문제	1.32(0.48)	1.62(0.68)	1.33(0.49)

* () 안은 표준편차임

3.1.2 주력사업별 경영일반 현황분석

주력사업별 경영상태(표 9)는 대폭 호전이라고 응답한 5개 기업 모두 패키지 S/W 개발·공급 사업으로서 이 주력사업의 경영상태가 가장 호전되고 있다고 할 수 있다.

<표 9> 주력사업별 경영상태

(단위 : 개사)

구 분		시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지 S/W 개발·공급	S/W관련 서비스
호전	대폭 호전	0(00.00)	0(00.00)	5 (9.43)	0(00.00)
	호전	12(70.59)	8(50.00)	27(50.94)	6(37.50)
	미미한 회복	3(17.65)	4(25.00)	12(22.64)	8(50.00)
악화	이전과 비슷한 수준	2(11.76)	3(18.75)	9(16.98)	2(12.50)
	당분간 회복기미 없음	0(00.00)	1(06.25)	0 (0.00)	0(00.00)
	계속 악화	0(00.00)	0(00.00)	0 (0.00)	0(00.00)

* ()안은 백분율임

경영상태 관련 요인(표 10) 중 호전 요인은 주력사업별로 별다른 차이 없이 관련산업의 지속적 성장, 영업활동의 강화, 소비시장의 지속적 성장, 신제품 조기투입 등이다. 그리고 S/W 수탁·개발 사업의 25%가 경영상태가 악화되고 있다고 하며, 그 요인으로 소비시장의 위축과 경쟁격화, 관련산업의 성장위축 등을 지적하고 있다. 나머지 주력사업의 경우에는 연구개발비의 지속적 투자로 경영상태가 가장 악화되었다. 그러나 단기간의 경영악화를 이유로 투자를 소홀히 해서는 안될 것으로 생각된다.

<표 10> 주력사업별 경영상태 관련 요인

(단위 : 개사)

구 분		시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지S/W 개발·공급	S/W관련 서비스
호전	소비시장의 지속적 성장	2(13.33)	1 (8.33)	8(18.18)	2(14.29)
	관련 산업의 지속적 성장	6(40.00)	5(41.67)	19(43.18)	9(64.29)
	신제품의 조기투입	3(20.00)	2(16.67)	7(15.91)	0(00.00)
	영업활동의 강화	2(13.33)	2(16.67)	9(20.45)	3(21.43)
	인건비 절감(인원감축 등)	0(00.00)	0(00.00)	1(02.27)	0(00.00)
	코스트(인건비 외)의 절감	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0(00.00)
	금융지원확대	1 (6.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	0(00.00)
	기 타	1 (6.67)	2(16.67)	0 (0.00)	0(00.00)
악화	경쟁격화	0 (0.00)	1(25.00)	0 (0.00)	0(00.00)
	소비시장의 위축	0 (0.00)	2(50.00)	1(11.11)	0(00.00)
	관련 산업의 성장 위축	0 (0.00)	1(25.00)	0 (0.00)	0(00.00)
	신제품의 개발부진	0 (0.00)	0(0.00)	1(11.11)	0(00.00)
	판매부진, 재고누적	0 (0.00)	0(0.00)	1(11.11)	0(00.00)
	연구개발비의 지속적 투자	2(100.0)	0(0.00)	4(44.44)	2(100.0)
	금융경색, 고금리	0(0.00)	0(0.00)	1(11.11)	0 (0.00)
	기 타	0(0.00)	0(0.00)	1(11.11)	0 (0.00)

* ()안은 백분율임

주력사업별 경영활동 관심분야 및 관심정도(표 11) 또한 성장단계별 관심분야 및 관심정도와 마찬가지로 5점 척도로 측정하였는데, 매우 높음을 1, 매우 낮음을 5로 하였다. 이 표를 보면 각 주력사업별로 별 차이 없이 신상품 개발 및 기술활용 문제와 자금조달 문제에 높은 비중을 두고 있으며, 다음으로 능력 있는 인력충원문제, 회사·제품 이미지 구축 문제임을 알 수 있다. 따라서 S/W 벤처기업들은 기술·개발에 전사적인 노력을 다하고 있으며 자금조달에 애로가 있음을 알 수 있다.

3.2 기술·개발 현황분석

3.2.1 성장단계별 기술·개발 현황분석

매출액 대비 연구개발비 비율(표 12)은 시작·창업 단계에서 가장 높은 42.20%를 나타내었고, 안정·성숙 단계에서 18.25%로 낮게 나타났다. 기업이 성장함에 따라 연구개발비의 부담이 과중하게 되고 이로 인해 경영이 악화되는 것으로 생각되는데, 이는 연구개발비 투자에 따른 가시적 성과가 드러나지 않는 것을 의미하지만 장기적인 관점에서 볼 때 연구개발에 지속적인 투자가 이루어져야 할 것이다.

<표 11> 주력사업별 경영활동 관심분야 및 관심정도

구 분	시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지 S/W 개발·공급	S/W 관련 서비스
신상품 개발 및 기술활용 문제	1.12(0.33)	1.13(0.34)	1.15(0.36)	1.19(0.40)
자금조달 문제	1.53(0.80)	1.63(0.62)	1.75(0.81)	1.75(0.77)
경영진의 경영능력 제고 문제	2.47(0.87)	2.81(1.17)	2.51(1.01)	2.19(0.83)
제품공급 및 고객 서비스 문제	2.06(0.66)	2.00(0.52)	1.87(0.62)	1.81(0.66)
능력 있는 인력충원 문제	1.59(0.71)	1.31(0.48)	1.60(0.72)	1.44(0.63)
적절한 장비 확보 문제	1.94(0.83)	2.06(0.93)	1.83(0.85)	2.06(1.06)
작업공간 확보 문제	2.18(0.81)	2.38(1.02)	1.91(0.93)	2.19(0.75)
안정적인 부품 문제	2.71(1.05)	3.38(1.26)	2.70(1.05)	2.81(1.05)
수요예측 문제	1.94(0.90)	2.19(1.11)	2.15(0.93)	2.25(1.00)
목표고객 선정 문제	1.88(0.78)	1.81(0.75)	1.98(0.93)	1.88(0.81)
원가통제 및 관리 문제	2.18(0.73)	2.44(0.73)	2.68(1.03)	2.56(0.96)
시장점유율 확대 문제	1.65(1.00)	2.06(0.85)	1.64(0.74)	1.94(0.77)
신뢰성 있는 판매망 확보 문제	1.47(0.80)	1.75(0.77)	1.83(0.83)	1.63(0.62)
신시장·새로운 유통망개척문제	1.65(0.79)	1.81(0.91)	1.74(0.86)	1.50(0.89)
회사·제품 이미지 구축문제	1.41(0.71)	1.50(0.73)	1.60(0.60)	1.31(0.48)

* ()안은 표준편차임.

<표 12> 성장단계별 매출액 대비 연구개발비 비율

구 분	시작·창업	개발·성장	안정·성숙
평균(%)	42.20	35.66	18.25
평균 미만(개사)	15	37	8
평균 이상(개사)	10	28	4

기술·개발 및 기술확보 확보 현황(표 13)을 살펴 보면 핵심기술의 확보 원천이나 공동개발 파트너는 성장단계별로 차이가 없는데, 핵심기술은 자체적으로 확보하고 있고, 소수 기업만이 기술 도입을 통하여 확보하고 있다. 또한 공동개발이나 용역개발을 통한 핵심기술 확보는 한 건도 없는데 이는 S/W 벤처기업이 하나의 기술을 주로 개발하는 데다가 용역개발을 할 정도의 규모를 가지고 있지 않기 때문이라 여겨진다. S/W 벤처기업이 성장할수록 부설연구소 설치 비율이 늘어났다. 안정·성숙 단계에 들어선 기업은 국내 기업보다 국책연구소를 공동개발 파트너로 선호하는 것으로 나타났는데, 국책연구소의 경우 저렴한 비용으로 다양한 정보를 입수할 수 있으며 이를 통한 외부지원 또한 받을 수 있는 장점이 있기 때문이다.

<표 14>의 성장단계별 등록건수를 살펴보면 프로그램 등록건수의 경우 기업이 성장함에 따라 0.72건, 1.49건, 2.42건으로 늘어났으나, 특히나 실용신안 출원의 경우 전체 등록건수가 적다. 특히 특허의 경우 안정·성숙 단계에서는 1건도 등록되지 않았는데 이는 시작·창업단계의 S/W 벤처기업들이 신기술 개발 분야보다는 응용 분야에 많이 치중되어 있기 때문이다. 안정·성숙 단계에서 패키지 S/W 개발·공급 사업이 66.67%를 차지하고 있는데, 이 분야의 경우 특허 출원보다는 실용신안 출원에 더욱 많은 관심을 가지기 때문이다.(표 14 참조)

소프트웨어 개발 단계별 투자 노력 정도는 성장단계에 따라서는 큰 차이가 없으나 시작·창업 단계와 개발·성장 단계에서 기획 및 설계 분야에 각각 31.88%, 32.00%로 많은 노력을 기울이고 있으나 유지·보수 분야에 13.96%, 12.15%로 큰 노력을 기울이지 않는 것으로 나타났다. 안정·성숙 단계에 이르러서는 구현 분야에 34.58%로 투자노력이 증가하였으며, 유지·보수 분야에 10.50%로 더욱 낮아 졌다. 주력 소프트웨어 개발의 진행정도는 기업의 성장단계와 비슷한 경향을 따를 수 있다. 즉, 시작·창업 단계의 기업은 소프트웨어의 개발이 창업, 개발 초기에 많이 분포하고, 안정·성숙 단계의 기업은 주력 소프트웨어의 개발이 이미 상품화, 성숙 단계에 많이 집중되어 있다(표 15 참조).

<표 13> 성장단계별 기술·개발 및 기술확보 현황 (단위 : 개사)

구 분		시작 · 창업	개발 · 성장	안정 · 성숙
핵심기술 확보원천	자체확보	22(88.00)	59(90.77)	8(66.67)
	기술도입	3(12.00)	6(9.23)	4(33.33)
	공동개발	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)
	용역개발	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)
공동개발 파트너	국내기업	16(64.00)	41(63.08)	5(41.67)
	국책연구소	2(8.00)	7(10.77)	4(33.33)
	대학	7(28.00)	13(20.00)	3(25.00)
	외국기업	0(0.00)	4(6.15)	0(0.00)
연구부서 형태	부설연구소	1(4.00)	12(18.46)	5(41.67)
	사내연구개발 전담부서	12(48.00)	31(47.69)	3(25.00)
	Task-Force	3(12.00)	1(1.54)	0(0.00)
	별도 조직 없음	9(36.00)	21(32.31)	4(33.33)

* ()안은 백분율임

<표 14> 성장단계별 등록건수

구 분		시작 · 창업	개발 · 성장	안정 · 성숙
프로그램 등록건수	평균(건수)	0.72	1.49	2.42
	무 등록(개사)	17	30	6
	1건이상등록(개사)	8	35	6
특허출원 등록건수	평균(건수)	0.12	0.22	0.00
	무 등록(개사)	23	57	12
	1건이상등록(개사)	2	8	0
실용신안출원 등록건수	평균(건수)	0.00	0.06	0.08
	무 등록(개사)	25	61	11
	1건이상등록(개사)	0	4	1

<표 15> 성장단계별 주력 소프트웨어 개발단계의 투자노력 및 진행정도 (단위 : 개사)

구 분		시작 · 창업	개발 · 성장	안정 · 성숙
투자노력정도	시스템 분석	6(25.12)	16(25.31)	4(29.17)
	기획 및 설계	8(31.88)	21(32.00)	3(25.00)
	구현	7(29.84)	20(31.08)	4(34.58)
	유지 · 보수	4(13.96)	8(12.15)	1(10.50)
진행정도	창업	6(24.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
	개발 초기	10(40.00)	15(23.08)	3(25.00)
	상품화 단계	9(36.00)	41(63.08)	6(50.00)
	성숙 단계	0 (0.00)	9(13.85)	3(25.00)

* ()안은 백분율임

3.2.2 주력사업별 기술·개발 현황분석

매출액 대비 연구개발비 비율(표 16)은 시스템 통합 사업이 42.53%로 가장 높게 나타났고, S/W 수탁·개발 사업이 18.56%로 가장 낮게 나타났다. 따라서 S/W 벤처기업의 주력사업 중 시스템 통합 사업에 많은 연구개발비가 소요되는 것으로 판단할 수 있다.

<표 16> 주력사업별 매출액 대비 연구개발비 비율

구 분	시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지 S/W 개발·공급	S/W 관련 서비스
평균(%)	42.53	18.56	36.21	40.81
평균미만(개사)	10	10	29	8
평균이상(개사)	7	6	24	8

기술 개발 및 기술 확보 현황은 주력사업별로 큰 차이가 없다. 그 중 시스템 통합 사업은 연구개발 활동을 사내 연구개발 전담부서 및 부설연구소를 이용함으로써 보다 조직적인 연구개발 활동을 수행하고 있음을 알 수 있다(표 17 참조).

<표 17> 주력사업별 기술·개발 및 기술확보 현황

(단위 : 개사)

구 분		시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지 S/W 개발·공급	S/W 관련 서비스
핵심기술 확보원천	자체확보	15(88.24)	16(81.25)	48(90.57)	13(81.25)
	기술도입	3(11.76)	3(18.75)	5(9.43)	3(18.75)
	공동개발	0(0.00)	0(0.00)	0.00	0.00
	용역개발	0(0.00)	0(0.00)	0.00	0.00
공동개발 파트너	국내기업	10(58.82)	11(68.75)	31(58.49)	10(62.50)
	국책연구소	1(5.88)	3(18.75)	8(15.09)	1(6.25)
	대학	4(23.53)	2(12.50)	13(24.53)	4(25.00)
	외국기업	2(11.76)	0(0.00)	1(1.89)	1(6.25)
연구부서 형태	부설연구소	5(29.41)	1(6.25)	8(15.09)	4(25.00)
	사내연구개발 전담부서	8(47.06)	8(50.00)	23(43.40)	7(43.75)
	Task-Force	1(5.88)	1(6.25)	2(3.77)	0(0.00)
	별도조직없음	3(17.65)	6(37.50)	20(37.74)	5(31.25)

* () 안은 백분율임

프로그램 등록건수(표 18)는 S/W 관련 서비스 사업이 2.38건으로 가장 높고, S/W 수탁·개발 사업이 0.25건으로 가장 낮다. 특허 출원 건수나 실용신안 출원 건수는 전체적인 건수도 작고 주력사업별로도 큰 차이가 없다.

소프트웨어 개발단계의 투자노력 정도를 살펴보면 각 주력사업 들이 기획 및 설계 단계와 구현 단계에 많은 노력을 기울이고 있다. S/W 수탁·개발 사업과 S/W 관련 서비스 사업은 소프트웨어 구현 단계(35.06%)에 더 많은 노력을 하고 있고, 패키지 S/W 개발·공급 사업은 기획 및 설계 단계(32.74%)에 대한 노력 정도가 약간 더 높았다. 주력 소프트웨어 개발의 진행정도는 상품화 단계에 들어선 경우가 모든 주력사업에서 가장 많았고, 시스템 통합 사업과 패키지 S/W 개발·공급 사업의 경우 이미 안정·성숙 단계에 들어선 경우가 각각 17.65%, 16.98%를 차지했으나 S/W 수탁·개발 사업과 S/W 관련 서비스 사업의 경우 안정·성숙 단계에 들어선 기업이 없었다 (표 19 참조).

<표 18> 주력사업별 등록건수

구 분		시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지 S/W 개발·공급	S/W 관련 서비스
프로그램 등록건수	평균(건수)	1.76	0.25	1.36	2.38
	무 등록(개사)	7	13	25	8
	1건이상등록(개사)	10	3	28	8
특허출원 등록건수	평균(건수)	0.24	0.31	0.11	0.13
	무 등록(개사)	15	14	49	14
	1건이상등록(개사)	2	2	4	2
신용실안출원 등록건수	평균(건수)	0.12	0.06	0.04	0.00
	무 등록(개사)	15	15	51	16
	1건이상등록(개사)	2	1	2	0

<표 19> 주력사업별 주력 소프트웨어 개발단계의 투자노력 및 개발정도

(단위 : 개사)

구 분		시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지 S/W 개발·공급	S/W 관련 서비스
투자노력정도	시스템 분석	4(25.29)	3(22.81)	14(26.89)	4(25.19)
	기획 및 설계	6(31.76)	5(29.38)	17(32.74)	4(27.00)
	구현	5(31.18)	6(36.88)	15(28.30)	6(35.06)
	유지보수	2(11.53)	2(10.94)	7(13.21)	2(12.13)
진행정도	창업	1 (5.88)	1 (6.25)	1 (1.89)	3(18.75)
	개발 초기	4(23.53)	6(37.50)	15(28.30)	3(18.75)
	상품화 단계	9(52.94)	9(56.25)	28(52.83)	10(65.50)
	성숙 단계	3(17.65)	0 (0.00)	9(16.98)	0 (0.00)

* () 안은 백분율임

3.3 마케팅 현황분석

3.3.1 성장단계별 마케팅 현황분석

성장단계별 마케팅 전문인력 보유 비율(표 20)은 개발·성장 단계가 43.08%로 다른 단계에 비해 높게 나타났다.

<표 20> 성장단계별 마케팅 전문인력

(단위: 개사)

구 분	시작·창업	개발·성장	안정·성숙
전문인력 보유	8(32.00)	28(43.08)	3(25.00)
전문인력 미보유	17(68.00)	37(56.92)	9(75.00)

* () 안은 백분율임

성장단계별로 큰 차이 없이 마케팅 계획(표 21)을 정기적으로 수립하는 업체 수가 그렇지 않은 업체 보다 조금씩 많았고, 직원들의 협이에 의해 수립되는 경우가 높았다. 다만 안정·성숙 단계에서는 연간 사업계획을 수립하는 경우도 높게 나타났다. 기간은 역시 분기별 계획 수립이 가장 높았으나, 시작·창업 단계는 수시 계획 수립, 개발·성장 단계는 월별 계획 수립, 안정·성숙 단계는 연간 계획 수립이 각각 다른 단계에 비해 높게 나타났다.

<표 21> 성장단계별 마케팅 계획

(단위 : 개사)

구 분		시작·창업	개발·성장	안정·성숙
마케팅 계획	정기적 수립	14(56.00)	34(52.31)	7(58.33)
	정기적 미수립	11(44.00)	31(47.69)	5(41.67)
계획수립자	경영자 단독	4(28.57)	4(11.76)	1(14.29)
	직원들 협의	9(64.29)	22(64.71)	3(42.86)
	연간 사업계획	1 (7.14)	7(20.59)	3(42.86)
	특정목적	0 (0.00)	1 (2.94)	0 (0.00)
기 간	월	1 (7.14)	8(23.53)	1(14.29)
	분 기	6(42.86)	14(41.18)	4(57.14)
	반 기	2(14.29)	1 (2.94)	0 (0.00)
	1 년	0 (0.00)	6(17.65)	2(28.57)
	수 시	5(35.71)	5(14.71)	0 (0.00)

* () 안은 백분율임

<표 22> 성장단계별 마케팅 추진전략 (단위 : 개사)

구 분		시작·창업	개발·성장	안정·성숙
현재 수익창출 분야	시스템 통합	6(24.00)	28(43.08)	3(25.00)
	S/W 수탁·개발	7(28.00)	12(18.46)	2(16.67)
	패키지 개발·공급	6(24.00)	20(30.77)	6(50.00)
	S/W 관련 서비스	6(24.00)	5 (7.69)	1 (8.33)
향후 수익창출 분야	시스템 통합	6(24.00)	19(29.23)	3(25.00)
	S/W 수탁·개발	8(32.00)	16(24.62)	3(25.00)
	패키지 개발·공급	6(24.00)	17(26.15)	2(16.67)
	S/W 관련 서비스	5(20.00)	13(20.00)	4(33.33)
주요 사업 성장 상황	도입기	7(28.00)	8(12.31)	0 (0.00)
	성장기	14(56.00)	50(76.92)	10(83.33)
	성숙기	2 (8.00)	5 (7.69)	1 (8.33)
	쇠퇴기	2 (8.00)	2 (3.08)	1 (8.33)
추진 전략	기존제품 보완	4(16.00)	6 (9.23)	1 (8.33)
	시장개척	8(32.00)	13(20.00)	6(50.00)
	신제품 개발	13(52.00)	46(70.77)	5(41.67)
	S/W 관련 서비스	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
수요 창출 노력	제품 전문화	16(64.00)	36(55.38)	3(25.00)
	제품 다각화	1 (4.00)	9(13.85)	4(33.33)
	신제품 개발	5(20.00)	11(16.92)	3(25.00)
	마케팅 강화	3(12.00)	9(13.85)	2(16.67)
현재 제품 판매 형태	번들	2 (8.00)	6 (9.23)	0 (0.00)
	총판	9(36.00)	5 (7.69)	3(25.00)
	직판	10(40.00)	47(72.31)	9(75.00)
	통신판매	4(16.00)	7(10.77)	0 (0.00)
향후 제품 판매 형태	번들	5(20.00)	5 (7.69)	1 (8.33)
	총판	6(24.00)	17(26.15)	4(33.33)
	직판	10(40.00)	35(53.85)	5(41.67)
	통신판매	4(16.00)	8(12.31)	2(16.67)
제품 판매 방법	인척네트워크	9(36.00)	13(20.00)	4(33.33)
	기존유통망	3(12.00)	13(20.00)	5(41.67)
	언론매체	2 (8.00)	7(10.77)	3(25.00)
	주문판매	4(16.00)	13(20.00)	0 (0.00)
	인터넷	7(28.00)	19(29.23)	0 (0.00)
보 회 기 또 능 력	사업계획 능력	5(21.74)	23(44.23)	2(20.00)
	자기관리 능력	5(21.74)	5 (9.62)	2(20.00)
	경쟁상황 대응력	4(17.39)	4 (7.69)	0 (0.00)
	고객관리 능력	0 (0.00)	1 (1.92)	0 (0.00)
	제품지식	2 (8.70)	8(15.38)	2(20.00)
	전문산업 지식	1 (4.35)	2 (3.85)	0 (0.00)
	문제해결 능력	0 (0.00)	1 (1.92)	0 (0.00)
	협상 능력	1 (4.35)	0 (0.00)	0 (0.00)
	컨설팅 영업기술	0 (0.00)	1 (1.92)	2(20.00)
	전략적 영업기술	3(13.04)	7(13.46)	2(20.00)
제안서 작성능력	2 (8.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	

* () 안은 백분율임

현재 수익창출 분야는 시작·창업 단계에서는 S/W 수탁·개발 사업이며, 개발·성장 단계에서는 시스템 통합 사업, 안정·성숙 단계에서는 패키지 S/W 개발·공급 사업임을 알 수 있다. 향후 수익창출 분야는 성장단계 구분 없이 모든 분야에 고

른 관심을 가지고 있다. 현재 주력사업 시장상황은 성장기로 평가하고 있으며 향후 추진전략으로 신제품 개발에 중점을 두고 있는 것을 알 수 있다. 수요창출을 위하여 제품 전문화를 추구하고 있으며 제품판매는 직판을 선호하고 있으나 향후 총판이나 통신판매가 활성화 될 것으로 기대하고 있다. 제품 판매방법은 시작·창업 단계에서는 인적 네트워크, 개발·성장 단계에서는 인터넷, 안정·성숙 단계에서는 기존 유통망 및 인적 네트워크를 활용하는 것으로 보아 성장단계별 제품판매방법에 차이가 있는 것을 알 수 있다. 보유 희망 기술 또는 능력으로는 사업계획 능력을 최우선으로 꼽고 있다. 이는 S/W 벤처기업들이 시작·창업 단계에서 기술력을 기반으로 하지만 사업을 하는 동안 마케팅 활동이 취약하여 이 부분을 보완하려는 생각의 일단을 내비친 것으로 보여진다(표 22 참조).

3.3.2 주력사업별 마케팅 현황분석

주력사업별 전문인력(표 23)을 구분해 보면 S/W 개발·공급 사업이 시스템 통합 사업보다 약간 높은 41.51%로서 가장 높고, S/W 관련 서비스 사업이 가장 낮다.

주력사업별 마케팅 계획(표 24)을 살펴보면 정기적인 계획수립 업체가 패키지 S/W 개발·공급 사업을 제외하고는 모두 조금씩 많지만, 패키지 S/W 개발·공급 사업의 경우는 정기적으로 수립하지 않는 업체가 많았다. 주력사업별로 큰 차이 없이 대부분 직원들의 협의에 의해 마케팅 계획이 수립되나 S/W 수탁·개발 사업은 경영자 단독으로 처리하는 경우도 높게 나타났다. 또한 분기별 계획수립이 가장 많지만, 시스템 통합 사업의 경우는 연간 계획 수립을, S/W 관련 서비스 사업은 수시로 계획을 수립하는 경우가 다른 주력사업 보다 높게 나타났다.

<표 23> 주력사업별 마케팅 전문인력

(단위 : 개사)

구 분	시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지 S/W 개발·공급	S/W 관련 서비스
전문인력 보유	7(41.18)	6(37.50)	22(41.51)	4(25.00)
전문인력 미보유	10(58.82)	10(62.50)	31(58.49)	12(75.00)

* () 안은 백분율임

<표 24> 주력사업별 마케팅 계획

(단위 : 개사)

구 분		시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지 S/W 개발·공급	S/W 관련 서비스
마케팅 계 획	정기적 수립	10(58.82)	10(62.50)	26(49.06)	9(56.25)
	정기적 미수립	7(41.18)	6(37.50)	27(50.94)	7(43.75)
계 획 수립자	경영자 단독	1(10.00)	4(40.00)	2 (7.69)	2(22.22)
	직원들 협의	7(70.00)	5(50.00)	17(65.38)	5(55.56)
	연간 사업계획	2(20.00)	1(10.00)	6(23.08)	2(22.22)
	특정 목적	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (3.85)	0 (0.00)
기 간	월	2(20.00)	1(10.00)	5(19.23)	2(22.22)
	분 기	4(40.00)	5(50.00)	14(53.85)	1(11.11)
	반 기	0 (0.00)	1(10.00)	1 (3.85)	1(11.11)
	1 년	3(30.00)	1(10.00)	3(11.54)	1(11.11)
	수 시	1(10.00)	2(20.00)	3(11.54)	4(44.44)

* () 안은 백분율임

모든 주력사업이 현재 수익창출 분야를 해당 주력사업으로 선정하였으며 향후 수익창출 분야에 대해서는 S/W 관련 서비스 사업만이 동일 사업을 수익창출 분야로 고려하고 있고, 시스템 통합 사업은 패키지 S/W 개발·공급 사업, S/W 수탁·개발 사업은 S/W 관련 서비스 사업, 패키지 S/W 개발·공급 사업은 시스템 통합 및 S/W 수탁·개발 사업을 향후 수익창출 분야로 선정하여 사업의 전·후방 통합을 고려하고 있는 것으로 나타났다. 현재 시장상황은 성장기이며 신제품 개발을 통한 제품 전문화로 수요창출을 추구하고 있다. 제품판매는 현재 인적 네트워크를 통한 직판 형태를 선호하고 있으며 향후 역시 직판 형태로 판매를 확대해 나갈 계획이라고 할 수 있다. 차후 보유 희망 기술 또는 능력 또한 성장단계에서와 같이 대부분의 주력사업들이 사업계획 능력에 많은 관심을 표하는데 이는 마케팅 능력의 부족에서 나온 결과로 생각된다(표 25 참조).

<표 25> 주력사업별 마케팅 추진전략

(단위 : 개사)

구 분		시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지 S/W 개발·공급	S/W 관련 서비스	
현수창분	재의출야	시스템 통합	12(70.59)	4(25.00)	17(32.08)	4(25.00)
		S/W 수탁·개발	2(11.76)	9(56.25)	9(16.98)	1 (6.25)
		패키지 개발·공급	2(11.76)	3(18.75)	22(41.51)	5(31.25)
		S/W 관련 서비스	1 (5.88)	0 (0.00)	5 (9.43)	6(37.50)
향수창분	후의출야	시스템 통합	2(11.76)	4(25.00)	18(33.96)	4(25.00)
		S/W 수탁·개발	5(29.41)	2(12.50)	17(32.08)	3(18.75)
		패키지 개발·공급	9(52.94)	4(25.00)	9(16.98)	3(18.75)
		S/W 관련 서비스	1 (5.88)	6(37.50)	9(16.98)	6(37.50)
주사업시상	사업성장	도입기	3(17.65)	1 (6.25)	8(15.09)	3(18.75)
		성장기	13(76.47)	13(81.25)	37(69.81)	11(68.75)
		성숙기	1 (5.88)	1 (6.25)	5 (9.43)	1 (6.25)
		쇠퇴기	0 (0.00)	1 (6.25)	3 (5.66)	1 (6.25)
추진전략	기존제품 보완	2(11.76)	2(12.50)	4 (7.55)	3(18.75)	
	시장개척	2(11.76)	7(43.75)	13(24.53)	5(31.25)	
	신제품 개발	13(76.47)	7(43.75)	36(67.92)	8(50.00)	
	S/W 관련 서비스	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	
수요창분	출력노력	제품 전문화	11(64.71)	8(50.00)	26(49.06)	10(62.50)
		제품 다각화	5(29.41)	2(12.50)	6(11.32)	1 (6.25)
		신제품 개발	1 (5.88)	2(12.50)	14(26.42)	2(12.50)
		마케팅 강화	0 (0.00)	4(25.00)	7(13.21)	3(18.75)
현재판매형태	제품매출	번들	2(11.76)	1 (6.25)	5 (9.43)	0 (0.00)
		총판	3(17.65)	4(25.00)	6(11.32)	4(25.00)
		직판	11(64.71)	8(50.00)	39(73.58)	8(50.00)
		통신판매	1 (5.88)	3(18.75)	3 (5.66)	4(25.00)
향후판매형태	제품매출	번들	4(23.53)	2(12.50)	4 (7.55)	1 (6.25)
		총판	5(29.41)	2(12.50)	17(32.08)	3(18.75)
		직판	7(41.18)	9(56.25)	27(50.94)	7(43.75)
		통신판매	1 (5.88)	3(18.75)	5 (9.43)	5(31.25)
제품판매방법	인적네트워크	6(35.29)	4(25.00)	10(18.87)	6(37.50)	
	기존유통망	3(17.65)	6(37.50)	11(20.75)	1 (6.25)	
	언론매체	3(17.65)	1 (6.25)	7(13.21)	1 (6.25)	
	주문판매	2(11.76)	4(25.00)	10(18.87)	1 (6.25)	
	인터넷	3(17.65)	1 (6.25)	15(28.30)	7(43.75)	
보회기또능력	유망기술능력	사업계획 능력	4(28.57)	8(50.00)	17(39.53)	1 (6.25)
		자기관리 능력	1 (7.14)	3(18.75)	5(11.63)	3(18.75)
		경쟁상황 대응력	1 (7.14)	1 (6.25)	4 (9.30)	2(12.50)
		고객관리 능력	1 (7.14)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
		제품지식	2(14.29)	0 (0.00)	5(11.63)	5(31.25)
		전문산업 지식	0 (0.00)	1 (6.25)	2 (4.65)	0 (0.00)
		문제해결 능력	1 (7.14)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
		협상 능력	1 (7.14)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
		컨설팅 영업기술	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (4.65)	1 (6.25)
		전략적 영업기술	3(21.43)	1 (6.25)	8(18.60)	0 (0.00)
	제안서작성능력	0 (0.00)	1 (6.25)	0 (0.00)	1 (6.25)	

* () 안은 백분율임

3.4 재무 · 회계 현황분석

3.4.1 성장단계별 재무 · 회계 현황분석

성장단계별 매출액 현황(표 26)을 살펴보면 1998년도 매출액은 각각 3천 1백만 원, 2억 2천만 원, 11억 4천만 원으로 각 단계 사이에 7.2배, 5.1배의 차이가 나타나고 있다. 1999년도 추정매출액의 각 단계별 차이는 6.9배, 3.1배이다. 또한 각 단계별 전년 대비 매출액 성장률은 각각 125%, 124%, 34%이다. 여기서 경영상태가 호전되었음을 알 수 있다.

자본의 구성(표 27)은 S/W 벤처기업이 성장하여 안정 · 성숙 단계로 갈수록 차입금 의존도가 높아지고 자기자본 비율이 낮아지고 있는데, 이는 기업이 성장함에 따라 자금수요가 늘어 주식공모 등을 통한 자기자본 조달을 피하고는 있으나 결국 외부로부터의 차입금 증가

<표 26> 성장단계별 매출액 현황

구 분		시작 · 창업	개발 · 성장	안정 · 성숙
1998년도	매출액	31.88	223.29	1,141.09
1999년도	예상매출액(백만원)	72.36	499.83	1,529.42
	평균 미만(개사)	13	47	7
	평균 이상(개사)	12	18	5

에 기인하는 것으로 생각할 수 있다. 자기자본 비율은 안정 · 성숙 단계의 경우 차입금 의존도가 높아짐에 따라 이전 단계보다 조금 낮아졌다(표 28 참조).

자금조달원을 보면 시작 · 창업 단계에서 개인 또는 엔젤 투자자의 비중이 높았으나 기업이 성장할수록 정책자금의 비중이 높았다. 차입금 비중은 성장단계별로 차이가 없으며 주로 정책자금이나 일반 금융기관을 활용하고 있다. 차입형태는 시작 · 창업 단계와 개발 · 성장 단계는 신용대출의 비중이 높고, 안정 · 성숙 단계는 보증대출의 비중이 높았다. 자원 및 능력은 성장단계별로 큰 차이가 없으며, 기업이 성장함에 따라 차입금의 비중이 높아지고 있다(표 29 참조).

<표 27> 성장단계별 자본 구성

(단위 : 개사)

구 분	시작 · 창업	개발 · 성장	안정 · 성숙
자기자본	13(52.00)	28(43.08)	3(25.00)
자기자본 + 차입금	12(48.00)	37(56.92)	9(75.00)

* () 안은 백분율임

<표 28> 성장단계별 자기자본비율

구 분		시작·창업	개발·성장	안정·성숙
자기자본비율	평균(백만원)	77.82	77.82	71.65
	평균 미만(개사)	11	30	6
	평균 이상(개사)	14	35	6

<표 29> 성장단계별 차입금 비중 및 차입형태

(단위: 개사)

구 분		시작·창업	개발·성장	안정·성숙
자금조달원	정책자금	4(16.00)	26(40.00)	6(50.00)
	일반금융기관	3(12.00)	12(18.46)	4(33.33)
	개인 또는 엔젤 투자자	13(52.00)	20(30.77)	2(16.67)
	주식공모	0 (0.00)	3 (4.62)	0 (0.00)
	벤처 캐피털	1 (4.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
	기타	4(16.00)	4 (6.15)	0 (0.00)
차입금 비중	정책자금	10(40.00)	37(56.92)	7(58.33)
	일반금융기관	9(36.00)	20(30.77)	4(33.33)
	벤처 캐피털	1 (4.00)	3 (4.62)	0 (0.00)
	기타	5(20.00)	5 (7.69)	1 (8.33)
차입형태	신용대출	12(48.00)	33(50.77)	2(16.67)
	담보대출	6(24.00)	13(20.00)	4(33.33)
	보증대출	7(28.00)	19(29.23)	6(50.00)

* 각 항목을 1순위로 응답한 기업의 수입. () 안은 백분율

소요자금은 대부분 인건비이며, 시작·창업 단계와 개발·성장 단계에서는 제품 개발비가 많이 소요되었다. 영업비와 운영비의 경우 기업이 성장함에 따라 오히려 비중이 낮아지고 있으며 재료비 비중이 높아짐을 알 수 있는데 이는 점차적으로 기업이 성장함에 따라 시스템 통합 사업의 비중이 높아져 사업 특성상 재료비의 비중이 높아지게 되는 것이다.(표 30 참조) 매출액 대비 인건비는 안정·성숙 단계에서 가장 낮았고, 매출이익률 또한 안정·성숙 단계에서 가장 낮게 나타났다(표 31 참조).

<표 30> 성장단계별 비목별 소요자금 비중

(단위: 개사)

구 분	시작·창업	개발·성장	안정·성숙
인건비	14(56.00)	52(80.00)	7(58.33)
재료비	1 (4.00)	5 (7.69)	4(33.33)
영업비	1 (4.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
운영비	4(16.00)	0 (0.00)	1 (8.33)
제품개발비	5(20.00)	8(12.31)	0 (0.00)

* 각 항목을 1순위로 응답한 기업의 수입. () 안은 백분율

<표 31> 성장단계별 각종 재무비율

구 분		시작 · 창업	개발 · 성장	안정 · 성숙
인건비/매출액	평균(%)	47.40	48.66	34.08
	평균미만(개사)	11	30	5
	평균이상(개사)	14	35	7
이자비용/매출액	평균(%)	4.88	6.72	4.8
	평균미만(개사)	13	37	6
	평균이상(개사)	12	28	6
당기순이익/매출액	평균(%)	24.92	27.28	14.17
	평균미만(개사)	16	44	6
	평균이상(개사)	9	21	6

3.4.2 주력사업별 재무 · 회계 현황분석

주력사업별로 1998년도 매출액은 시스템 통합 사업이 7억 3천만 원으로 가장 높게 나타났고, 패키지 S/W 개발 · 공급 사업이 2억 5천만 원으로 가장 낮게 나타났다. 그리고 1999년도 예상매출액은 S/W 관련 서비스 사업이 9억 5천만 원으로 가장 높게 나타났고, 역시 패키지 S/W 개발 · 공급 사업이 3억 5천만 원으로 가장 낮았다. 그러나 매출액 성장률은 시스템 통합 사업이 마이너스 성장을 기록했고, S/W 수탁 · 개발 사업과 패키지 S/W 개발 · 공급 사업은 각각 25%, 37% 상승하였다. S/W 관련 서비스 사업의 경우는 107%의 비약적인 성장을 기록했다(표 32 참조).

<표 32> 주력사업별 매출액 현황

구 분		시스템 통합	S/W 수탁 · 개발	패키지 S/W 개발 · 공급	S/W 관련 서비스
1998년도	매출액(백만원)	730.40	348.00	252.30	460.86
1999년도	예상매출액(백만원)	711.24	434.31	346.81	951.88
	평균 미만(개사)	11	11	43	13
	평균 이상(개사)	6	5	10	3

자본의 구성은 자기자본만으로 사업을 하는 경우의 비율이 패키지 S/W 개발 · 공급 사업이 가장 높았고, 시스템 통합 사업이 가장 낮았다. 총자본과 자기자본은 시스템 통합 사업이 가장 많았고, S/W 수탁 · 개발 사업이 가장 적었으나 자기자본 비율은 반대로 S/W 수탁 · 개발 사업이 가장 높았고, 시스템 통합 사업이 가장 낮았다(표 33-34 참조).

<표 33> 주력사업별 자본 구성

(단위: 개사)

구 분	시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지 S/W 개발·공급	S/W 관련 서비스
자기자본	5(29.41)	5(31.25)	27(50.94)	7(43.75)
자기자본 + 차입금	12(70.59)	11(68.75)	26(49.06)	9(56.25)

* () 안은 백분율임.

<표 34> 주력사업별 자본금 및 자기자본비율

구 분		시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지 S/W 개발·공급	S/W 관련 서비스
총자본	평균(백만원)	188.12	108.75	129.98	115.06
	평균 미만(개사)	10	11	42	12
	평균 이상(개사)	7	5	11	4
자기자본	평균(백만원)	112.71	80.44	94.75	90.00
	평균 미만(개사)	10	11	36	12
	평균 이상(개사)	7	5	17	4
자기자본 비율	평균(백만원)	69.00	79.92	79.09	76.26
	평균 미만(개사)	11	6	22	8
	평균 이상(개사)	6	10	31	8

자금조달원의 경우 S/W 수탁·개발 사업은 개인 또는 엔젤 투자자가 많았고, 패키지 S/W 개발·공급 사업은 정책자금이 많았다. 차입금 비중이나 차입형태는 주력사업별로 큰 차이를 보이지 않는다. 모든 주력사업에서 외부자원을 조달할 여건이나 능력은 그다지 좋지는 않게 나타났다. 그러나 시스템 통합 사업의 경우 외부자금 조달·활용 능력은 다른 주력사업에 비해 조금 높게 나타났다(표 35 참조).

<표 35> 주력사업별 차입금 비중 및 차입형태

(단위: 개사)

구 분		시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지 S/W 개발·공급	S/W 관련 서비스
자금 조달원	정책자금	6(35.29)	3(18.75)	22(41.51)	5(31.25)
	일반금융기관	4(23.53)	3(18.75)	8(15.09)	4(25.00)
	개인·엔젤투자자	6(35.29)	9(56.25)	15(28.30)	5(31.25)
	주식공모	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (3.77)	1 (6.25)
	벤처 캐피털	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (1.89)	0 (0.00)
	기타	1 (5.88)	1 (6.25)	5 (9.43)	1 (6.25)
차입금 비중	정책자금	8(47.06)	7(43.75)	32(60.38)	7(43.75)
	일반금융기관	5(29.41)	7(43.75)	16(30.19)	5(31.25)
	벤처 캐피털	1 (5.88)	1 (6.25)	2 (3.77)	0 (0.00)
차입 형태	기타	3(17.65)	1 (6.25)	3 (5.66)	4(25.00)
	신용대출	7(41.18)	7(43.75)	24(45.28)	9(56.25)
	담보대출	5(29.41)	4(25.00)	12(22.64)	2(12.50)
	보증대출	5(29.41)	5(31.25)	17(32.08)	5(31.25)

* 각 항목을 1순위로 응답한 기업의 수임. () 안은 백분율

소요자금의 비중은 주력사업별로 큰 차이가 없으며 주력사업의 특성상 S/W 수탁·개발의 경우 영업비, 운영비, 제품개발비의 비중이 낮음을 알 수 있다.(표 36 참조)

매출액 대비 각종 재무비율을 살펴보면 인건비 비중은 큰 차이가 없으나, 차입금 이자비율은 S/W 수탁·개발 사업이 가장 높게, S/W 관련 서비스 사업이 가장 낮게 나타났다. 그리고 매출이익률은 S/W 수탁·개발 사업이 가장 높았다(표 37 참조).

<표 36> 주력사업별 비목별 소요자금비중

(단위 : 개사)

구 분	시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지 S/W 개발·공급	S/W 관련 서비스
인건비	12(70.59)	14(87.50)	38(71.70)	9(56.25)
재료비	2(11.76)	2(12.50)	3 (5.66)	3(18.75)
영업비	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (6.25)
운영비	1 (5.88)	0 (0.00)	2 (3.77)	2(12.50)
제품개발비	2(11.76)	0 (0.00)	10(18.87)	1 (6.25)

* ()안은 백분율임

<표 37> 주력사업별 각종 재무비율

구 분		시스템 통합	S/W 수탁·개발	패키지 S/W 개발·공급	S/W 관련서비스
인건비/ 매출액	평균(%)	43.71	47.25	49.30	40.31
	평균미만(개사)	10	7	21	11
	평균이상(개사)	7	9	32	5
이자비용/ 매출액	평균(%)	6.29	7.06	6.23	4.19
	평균미만(개사)	11	12	31	9
	평균이상(개사)	6	4	2	7
당기순이익/ 매출액	평균(%)	24.65	33.00	22.87	25.44
	평균미만(개사)	11	15	35	8
	평균이상(개사)	6	1	18	8

IV. 결 론

본 연구는 S/W 벤처기업을 성장단계와 주력사업의 두 가지 특성으로 구분하고, 경영현황을 경영일반, 기술·개발, 마케팅, 재무·회계의 네 가지 분야로 나누어 설문지 방법에 의해 특성별로 분석하였다. 그럼으로써 향후 S/W 벤처기업들이 기업을 운영함에 있어 실질적인 도움될 수 있는 기초자료를 제공하고자 하였다. 본 연구를 통

하여 도출된 결론은 다음과 같다.

첫째, 경영일반 현황에서 기업의 경영상태 파악이 중요하다고 생각된다. 해당 S/W 벤처기업의 현재 상황에 대한 객관적인 자료가 부족하여 기업들이 경영활동을 결정하는 부분에서 어려움이 나타나고 있다. 이는 아직까지 S/W 벤처기업에 관한 연구가 부족하기 때문이며 더욱 더 많은 연구성과가 나와야 할 것이다.

둘째, 기술·개발 현황에서 S/W 벤처기업의 특성상 어느 경영 분야보다 기술·개발 즉 연구개발에 많은 투자가 이루어지고 있음을 알 수 있다. 이는 앞으로도 계속 유지되어야 할 바람직한 방향으로 보인다.

셋째, 마케팅 현황에서 S/W 벤처기업들의 마케팅 인력 부족과 마케팅에 대한 관심이 높지 않은 점을 발견할 수 있다. S/W 벤처기업의 성패는 제품 즉 기술·개발에 달려 있다고 할 수 있지만, 마케팅은 그 기업의 지속성에 중요한 역할을 수행한다. 따라서 마케팅 인력의 보충 및 마케팅 부분에 대한 투자가 필요할 것이다.

넷째, 재무·회계 현황에서 일반적으로 외부자금 자금 조달의 여건이나 능력에 어려움을 느끼는 것으로 판단된다. 이는 회계 및 기술가치평가 등 S/W 벤처기업의 가치평가 시스템이 더욱 정교하게 발전된다면 투자자 및 채권자 등 이해관계자의 관심을 환기시켜 호전될 것으로 보여진다.

본 연구는 설문조사를 통하여 현재 S/W 벤처기업들의 경영 전반에 대한 현황을 파악하고 특성을 반영하여 S/W 벤처기업을 분석하였다. 본 연구에서는 분석 가능한 S/W 벤처기업의 업체 수가 102개로서 자료분석에서 빈도수와 비율만을 단순 계산하였다. 그리고 설문지 조사에 내재되어 있는 한계로 생각되지만, 좀 더 많은 자료를 수집하였다면 여러 가지 특성별·집단 간 비교가 가능해 지는 등 더욱 다양한 통계기법을 이용한 분석과 해석이 가능하였을 것으로 생각된다.

참고문헌

- 강시우, 신충교, 중소기업 백과사전, 서울, 이문기업, 1999.
- 김도환, 이광훈, 조남재, 소프트웨어 산업 현황 분석 및 정책 연구, 정보통신정책연구원, 1998.
- 김원규, 중소기업을 위한 신시장 설립방안 연구, 산업연구원, 1997.
- 명제선, 곽성호, 벤처기업 실태조사, 중소기업진흥공단, 1999.
- 벤처기업 육성에 관한 특별조치법, 시행령, 시행규칙, 1998.2.18.
- 서건일, 중소기업 활성화 방안에 관한 연구, 중소기업연구원, 1997.
- 소프트웨어개발촉진법, 시행령, 1998.12.30
- 소프트웨어사업자 신고요령, 정보통신부고시 제 1996-56호.
- 안준모, 이국철, 창업지원실 입주사 성장관리 프로그램 개발에 관한 연구, 한국소프트웨어진흥원, 1999.
- 윤상근 역, 마케팅 통이 되는 책, 한국산업훈련연구소, 1999.
- 이광훈, 오정택, 김도환, 이인찬, 박성진, 김은민, 신성문, 전옥선, S/W 산업 활성화를 위한 법·제도 정비방안에 관한 연구, 정보통신정책연구원, 1999.
- 이인찬, 이광훈, 박성진, 김운호, 벤처기업의 성장단계별 성공요인 분석과 정책과제, 정보통신정책연구원, 1998.
- 정승화, 안준모, 벤처기업 성장과 핵심 경영 과제 변화에 관한 탐색적 연구: 한국 소프트웨어 산업을 중심으로, 벤처경영연구 창간호, 한국중소기업학회, 1998.
- 주현, 송하울, 박 린, 벤처기업 육성정책과 산·연 연계, 산업연구원, 1999.
- 중소기업청, 벤처기업 창업 활성화 종합대책, 1997.

중소기업청, 벤처 창업자를 위한 실무관리 교재개발, 1999.

한계섭, '98 부산·경남지역 소프트웨어 산업 현황 조사 연구, 한국소프트웨어진흥원, 1998.

한국벤처기업 협회, 한국 벤처기업의 현황과 발전방향, 1998.

한국산업연구원, 벤처기업 현황 및 육성전략, 1997.

한국소프트웨어산업협회, 1999년도 소프트웨어산업 부문별 시장 및 기술 전망 세미나, 1999.

한국소프트웨어산업협회, S/W 산업의 부문별 산업동향 보고서, 1999.

한국소프트웨어지원센터, 소프트웨어 벤처 길라잡이, 1998.

清水龍瑩, 中堅·中小企業成長論, 日本, 千倉書房, 1986.

Van de Ven, H. Andrew, R. Hudson, and D. M. Schroeder, Designing New Business Startups: Entrepreneurial, Organizational, and Ecological Considerations, Journal of Management 10-1, 1984.

<Abstract>

**An Analysis of the Whole Area of Business Administration by
the Characteristics in the Software Venture Business**

Sung Ho Sohn	Dong-A University	prosonn@korea.com
Kay Seob Han	Dong-A University	kshan@daunet.donga.ac.kr

Venture business plays a great role in creating national competitive power in every country. In particular, software venture business can mostly belong to manufacturing business, and takes the top seat of core industry as the basis of globalization, informatization and localization as well as the driving force of national competitive power.

However, software venture business still has some risks in the whole area of business administration including the process of business starting. There are also problems to be solved in such areas as manager's ability, leadership, talent, level of technical development, marketing channel, recruiting of marketing specialists, financial plan and fund raising.

In this respect, this study divides 102 software venture businesses into two; business in the stage of growth and matured business through the analysis of questionnaire and analyzes their present managerial conditions according to their characteristics after classifying them into four categories such as general management, technical development, marketing, finance and accounting. Therefore, this study attempts to provide the basic data useful for business activities of software venture business from now on. The results are as follows:

First, it can be judged that software venture businesses make efforts for their technical development in their character, and that they make a great investment in research and development. Consequently, it can be believed that this kind of investment must be continued in the future.

Second, it can be seen that they are not much interested in marketing and its manpower. In fact, software venture businesses develop products technically at the risk of their life, while marketing plays an important role in the continuity of business. Thus, it is necessary for them to invest in the supplement of manpower

in marketing.

Third, it is observed that they generally have some difficulties in raising money from outside. By the way, it is believed that this problem will be solved by appealing to the persons interested such as investors and creditors, if evaluation system would be developed more exquisitely so that their accounting and technical value may be appraised.