

2020

베트남 기업용
SW 시장 진출
글로벌화 지침서



A network diagram on a dark blue background. It features several white circular nodes connected by thin white lines. Some nodes contain red icons: a padlock, a bar chart, a microchip, a molecular structure, and a chain link. The background also has a faint, larger-scale network pattern of small blue dots and lines.

베트남 기업용 SW 시장 진출 글로벌화 지침서



요약문

시장환경의 변화 대응 가이드선 필요

국내 중소기업 소프트웨어의 베트남 진출 애로를 해소하기 위해 제품 현지화 개발역량 강화 및 현지 맞춤형 비즈니스 활동을 위한 지침서 개발을 통하여 베트남 진출 국내 기업의 현지화 전략을 지원하기 위한 가이드북 작성의 필요성이 요구되어 왔습니다.

이번 가이드북 작성에는 베트남 시장의 유망 소프트웨어 분야 또는 제품과 서비스별 현지 시장현황 분석, 그리고 현지화 전략 및 세부 방법론 도출을 통하여 제품을 분석하고 현지화 전략을 담은 가이드북 작성을 목표로 하였습니다. 작성된 가이드북이 담고 있는 세부내역은 다음과 같습니다.



가이드북의 세부내역

- ❑ 한-베ICT 현황 및 환경 조사/분석
- ❑ 한-베 소프트웨어 협회 연계 방안
- ❑ 베트남 현지시장 특성을 고려한 소프트웨어 분야 또는 제품 도출
- ❑ 베트남 진출 유망 국내기업 5대 소프트웨어 분야 및 제품 경쟁력 분석
- ❑ 현지 비즈니스 파트너 및 전문가 협업체계 구축 방안
- ❑ 지속 성장 가능한 파트너 및 인프라 구축 전략
- ❑ 비즈니스 네트워크 확대 · 변화 · 프로세스 관리 전략
- ❑ 현지 법인 설립 및 운영 전략

최근 미 · 중 무역 분쟁과 COVID-19의 영향으로 국제 시장 질서가 파괴되고 있는 현실에서 ICT 산업 또한 그 영향권에서 자유로울 수 없으며, 이러한 시장 환경 변화에도 불구하고 기업의 시장 선점을 위한 끊임없는 노력(Business Initiative Strategies)은 기업활동(혁신활동)을 위한 핵심 요소라 할 수 있습니다.

시장 환경의 변화 대응

- 4차산업혁명에 의한 신기술 적용 확대
- 미 · 중 무역 분쟁으로 인한 무역질서 변화
- 글로벌 비즈니스 패러다임의 변화
- COVID-19로 인한 소비패턴의 변화
- 제조/유통 산업의 변화로 인한 SW산업의 발전 기대

베트남 지원 전략의 변화

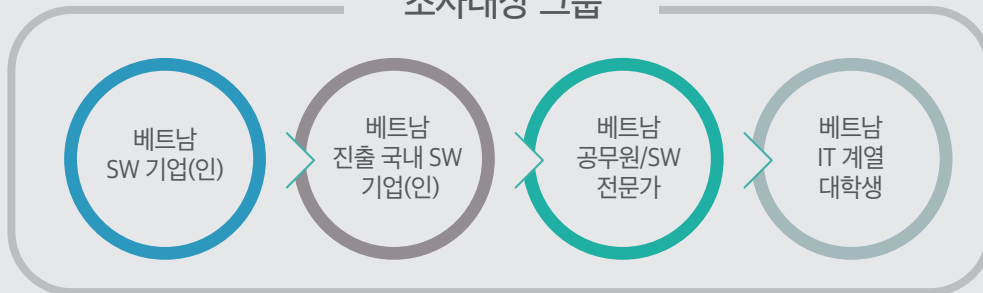
- 급속한 패러다임 변화 대응 베트남 진출 변화 대응 방안 마련
- 국내 기업의 새로운 변화 대응 전략 필요
- 국내 기업의 시장의 다변화 전략 필요
- 베트남 SW기업과 상생 모델 개발 및 비즈니스 확대 전략 마련 필요

〈표1. 시장의 변화와 베트남 진출 전략의 변화〉

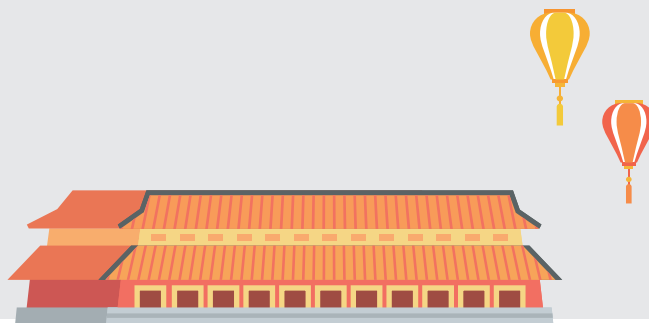
이러한 시장 환경에도 불구하고, 베트남 진출을 희망하는 국내 SW기업을 위한 글로벌화 가이드북 제공은 베트남 진출 기업의 경쟁력을 강화하고 현지 중심의 비즈니스 환경 구축을 지원하기 위한 목적에서 작성되었습니다

가이드북 작성을 위하여 글로벌 시장의 환경 변화에 대한 영향도(글로벌 비즈니스 패러다임의 변화) 분석을 위해 베트남 현지 ICT기업, 베트남 진출 국내 ICT기업, 베트남 공무원 및 ICT 전문가, 마지막으로 베트남 IT계열 대학생들을 모집단(총 153명)으로 질문지 설문 및 심층인터뷰를 현지에서 국립 호치민 대학교 인문사회대학 김병식 교수 조사/분석팀에 의해 5주간 실시되었습니다.

조사대상 그룹

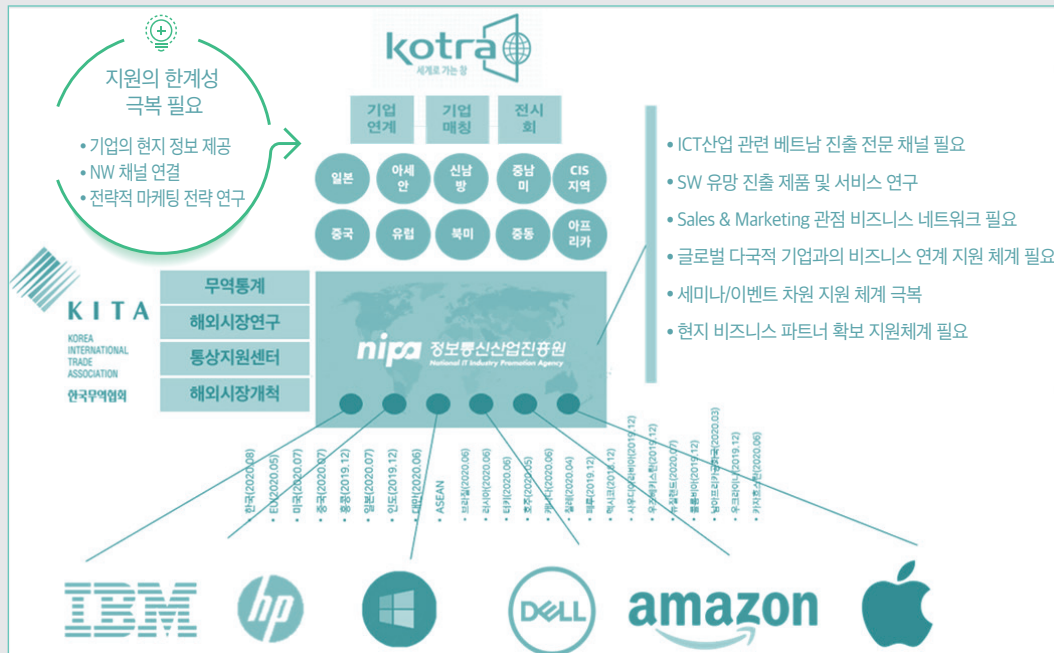
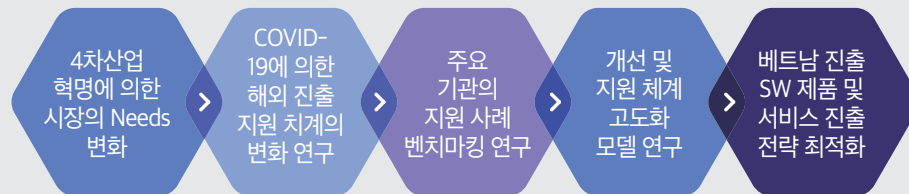


〈표2. 질문지 설문 및 심층인터뷰 모집단〉



정부의 해외 진출전략 변화 필요

그 동안 정부가 수행해온 해외진출 전략의 기본 방향은 진출국에 대한 현황, 환경, 정책, 동향 등의 조사·분석 업무가 대부분이었으며, 그 밖에 해외진출 정보제공, 해외 현지거점 운영 지원(온-오프라인 세미나, 현지 맞춤형 세미나 등)을 통해 국내 기업이 조기에 해당국에 진입할 수 있도록 지원(Support)하는 체계입니다. 그러나 글로벌 비즈니스 패러다임의 변화와 COVID-19에 의한 ICT산업의 소비와 공급 패턴 변화로 해외 진출 지원 전략을 새롭게 마련할 필요성이 있습니다.

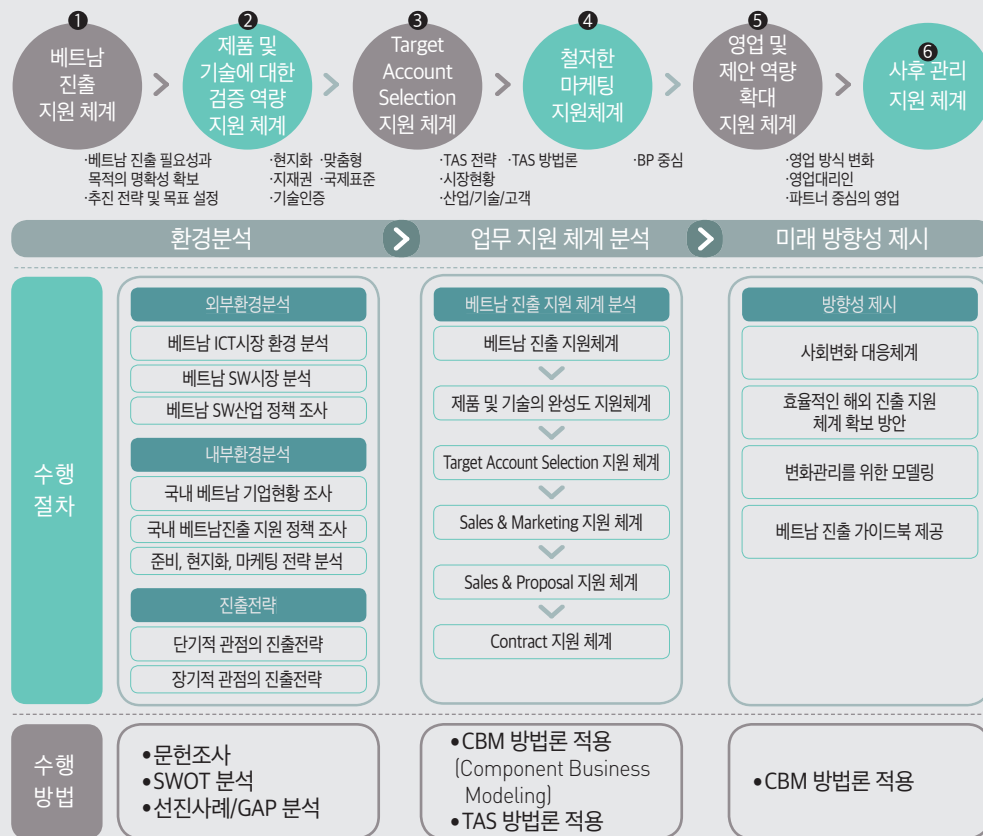


〈표3. 현지중심의 새로운 해외진출 전략 마련〉

현지 중심적인, 영업 중심적인 Guidance

과거 SW기업을 위한 베트남 진출 지원 프로그램은 대부분 지원정책, 현지 현황분석, 네트워크 행사(현지 세미나, 온/오프라인 세미나 등)를 통한이벤트 중심의 행사 등이 국내 기업에 대한 지원 체계였습니다. 그러나 미래는 현지 중심적이고, 영업 중심(Sales & Marketing)적인 지원 체계로 현지 기업과의 전략적 파트너십을 높일 수 있는 지원 체계가 고도화되어야 합니다.

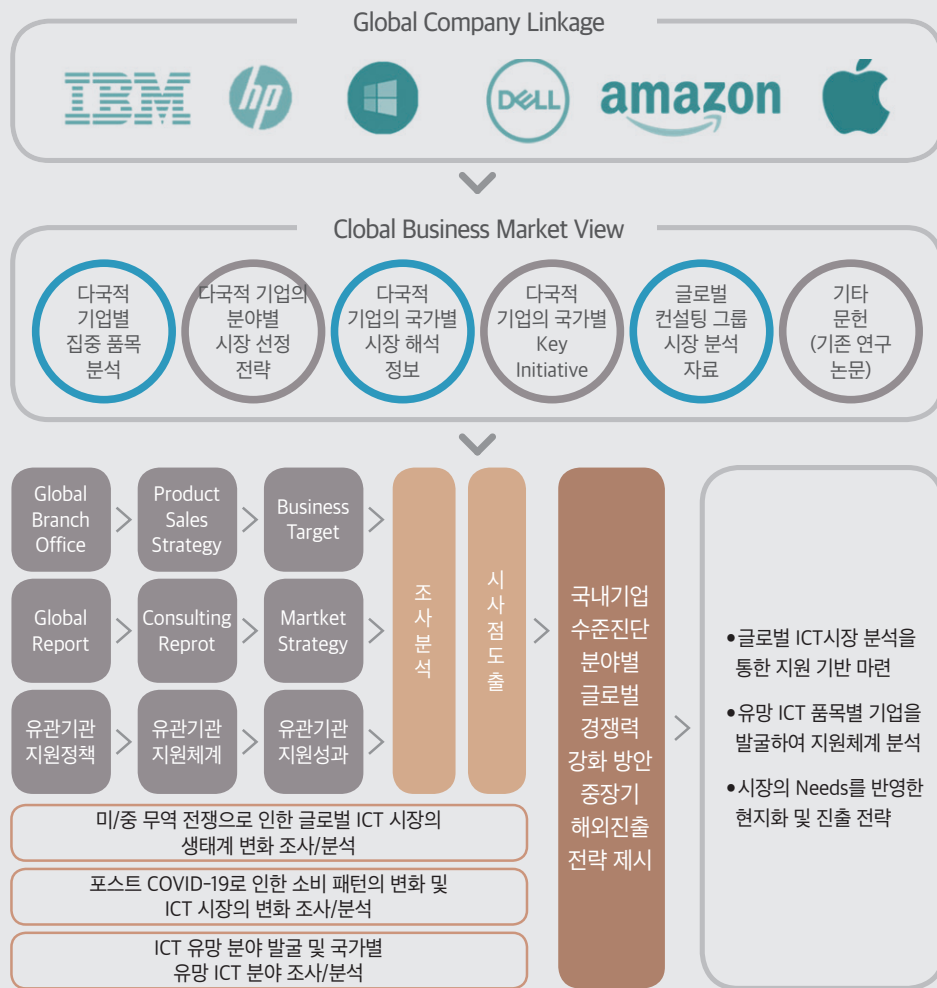
또한 현지 중심적이면서 영업 중심적인 가이드북작성을 위하여 베트남 시장 변화에 탄력적으로 대응할 수 있는 방안 마련을 위하여 다국적 기업의 해외진출 전략 사례를 활용하였으며, 특히 현지 비즈니스 네트워크 확보 전략 중심적인 전략적 마케팅 수행 방안을 가이드북에 수록하였습니다.



〈표4. 영업 중심적인 가이드북 작성 방법론〉

다국적 기업의 해외 진출 방법론을 활용

국내 진출한 ICT 다국적 기업, 특히 IBM의 해외진출 전략을 연구하여 SW제품의 Sales & Marketing 추진 전략을 가이드북 작성에 활용하였습니다.

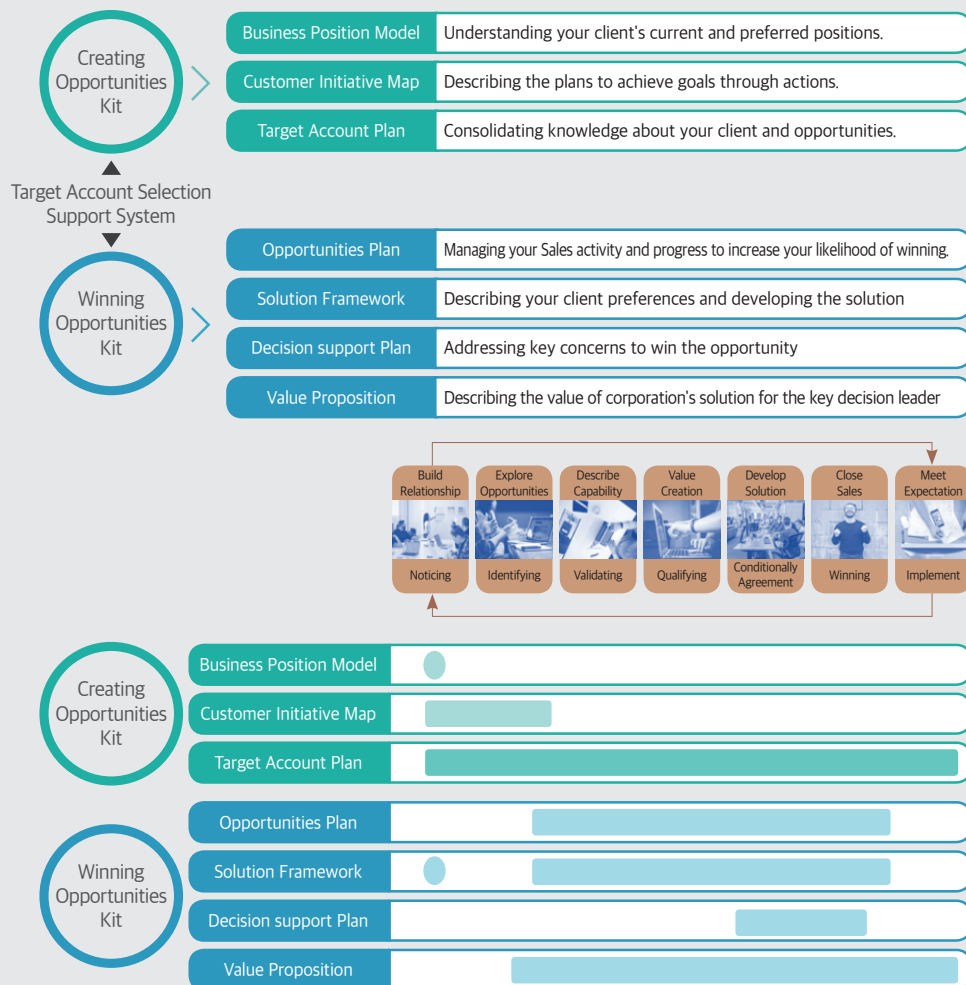


〈표5. 가이드북 작성 방법론〉

다국적 기업의 해외진출 벤치마킹은 영업 중심적인 해외진출 전략 마련과 전략마케팅 방식을 통한 비즈니스 파트너 확보 전략이 해외 진출 전략의 핵심을 이루고 있습니다.

Sales & Marketing 중심적인 가이드북

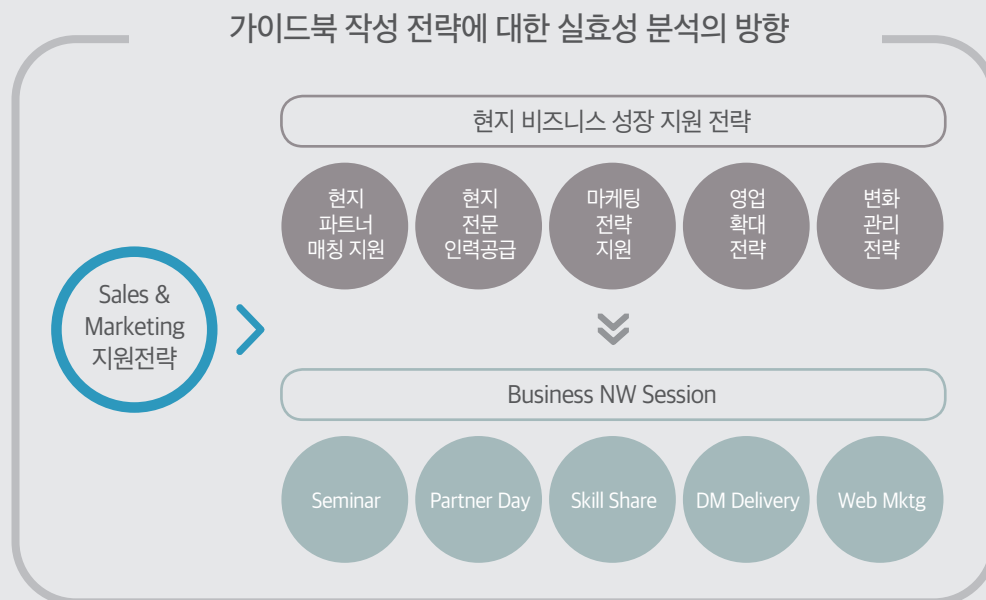
기업의 해외 진출 지원 전략의 핵심은 성공적인 현지화를 위한 단기성과의 창출에 있습니다. 이러한 비즈니스 성과 창출을 위하여, 사업기회 발굴 전략, 사업기회 검증 전략, 신규 사업에 대한 제안 전략 및 사업에 대한 사후 관리 전략 지원 체계를 조기에 확립하는 것이 매우 중요합니다. 국내 기업의 해외 진출 지원 체계의 경쟁력 확보를 위하여 비즈니스 단기 성과 창출을 위한 가이드북이 될 수 있도록 작성되었습니다.



〈표6. Sales & Market Management Process〉

단기성과 창출을 위한 가이드북

외국정부 및 국내 주요 기관의 기업에 대한 해외진출 지원 사례 조사/분석을 통하여 지원 전략의 실효성을 분석하고, 국내기업의 해외진출 지원 전략의 효과성과 실효성 있는 해외 거점의 ICT 기업 지원을 위한 최적화 모델을 제시하였습니다.



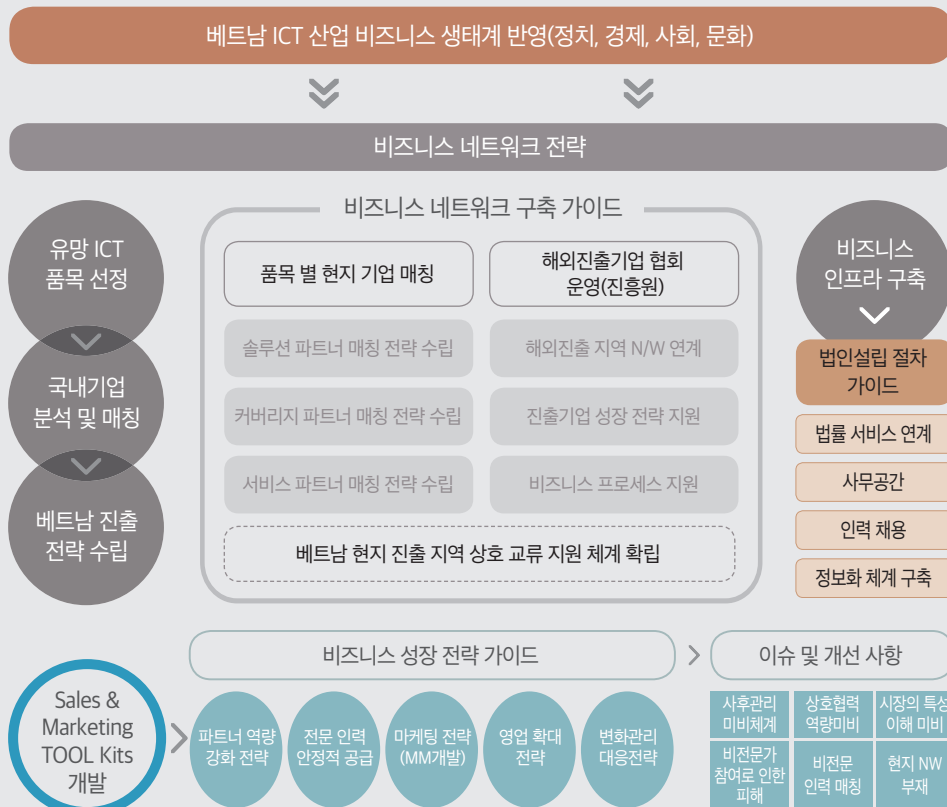
〈표7. 단기성과 창출 프로세스〉

※ 베트남 소프트웨어 사업 진출 기업에 대한 가이드북 방향은 정보 제공자, 박람회 지원, 전시회 지원과 현지 기업과 매칭을 지원하는 Indirect Support 수준 방식에서 Sales & Marketing을 국내외에서 직접 참여하여 지원하는 Direct Support 전략 수행 방식으로 방향을 전환하여 효율성 있는 가이드북이 될 수 있도록 작성

가이드북 작성 프레임워크

베트남 기업용SW 시장 진출 글로벌 가이드북은〈표8〉을 기반으로 작성되었습니다. 가이드북 프레임워크는 현지에서 단기 성과를 조기에 확보할 수 있는 전략을 수록하였으며, 가장 성공 확률을 높일 수 있는 유망 소프트웨어 품목에 대한 선정 방식 과정을 설명하였습니다.

유망 소프트웨어와 국내 기업의 매칭을 위하여 베트남 현지에서 질문지 설문과 심층인터뷰를 통하여 국내 기업이 진출 가능한 5개 소프트웨어 품목을 도출하였습니다. 그리고 도출한 5개 품목에 대한 비즈니스 가이드라인과 비즈니스 네트워크 구축, 비즈니스 인프라 구축 전략, 법인 설립절차 및 사후관리에 대한 가이드선스(Guidance)를 수록하였습니다.



〈표8. 가이드북 프레임워크〉

베트남 기업용 SW 시장 진출 글로벌화 지침서

CONTENTS



1

요약문

요약문

3

2

한국-베트남 산업환경 분석

가. 국내 소프트웨어 산업 환경 분석	18
나. 베트남 소프트웨어 산업환경 분석	26
다. 베트남 중심적인 지침서의 필요성	31
라. 설문문의 구조	34
마. 설문 결과 요약	39
바. 심층 인터뷰 결과 요약	55
사. 설문/인터뷰 종합	60

3

현지화 전략

가. 베트남 시장진출 경쟁력 확보 방안	70
나. 비즈니스 네트워크 확대 전략	78
다. 전략 마케팅 수행 전략	84
라. 스마트시티 사례 연구	88

content - 표 목차

표1. 시장의 변화와 베트남 진출 전략의 변화	5	표28. 설문 및 인터뷰 대상 선정 기준	33
표2. 질문지 설문 및 심층 인터뷰 모집단	5	표29. 설문 및 인터뷰 내용 상세	33
표3. 현지 중심의 새로운 해외진출 전략 마련	6	표30. 설문 및 심층 인터뷰 개요	34
표4. 영업 중심적인 가이드북 작성 방법론	7	표31. 설문 및 심층 인터뷰 방법	35
표5. 가이드북 작성 방법론	8	표32. 설문 및 심층 인터뷰 구성 항목	35
표6. Sales & Market Management Process	9	표33. 분야별 설문조사 내용	36
표7. 단기성과 창출 프로세스	10	표34. 분야별 기업 리스트	37
표8. 가이드북 프레임워크	11	표35. 설문조사 참여자 현황	38
표9. 2019년 소프트웨어산업 실적	18	표36. 설문조사 COMPANY AGE	38
표10. 소프트웨어 기업 현황	19	표37. 국내기업 베트남 진출 기간	38
표11. 2020년 10대 선정 이슈	19	표38. 공무원 및 전문가 종사 기간	39
표12. 소프트웨어 그룹의 매출 현황	20	표39. 설문 및 심층 인터뷰 참여기업 유형	39
표13. 기업별 영업이익 증가 추이	21	표40. 향후 10년간 발전 가능 SW	40
표14. 기업규모별 영업 이익율	21	표41. 베트남 진출 국내기업 대상 설문	41
표15. 소프트웨어 수출 현황 (연도별)	22	표42. 설문에 참여한 국내 기업 현황	42
표16. 권역 별 SW시장 비중 / 권역 별 SW수출 비중	23	표43. 설문 참여 국내기업 응답결과	43
표17. 소프트웨어기업 해외진출 참여율	24	표44. 교육용 SW설문 결과	44
표18. SW 기업 해외진출 애로사항 분포	24	표45. 베트남 진출(3년이상)기업 설문 결과	45
표19. SW기업의 해외진출 지원요청사항	25	표46. 베트남 진출(1년이하)기업 설문 결과	46
표20. SW기업의 해외진출 의지	26	표47. 베트남 공무원 및 SW산업 전문가 인식	48
표21. 베트남 IT시장	27	표48. 베트남 SW사업 운영 시 애로사항	49
표22. 베트남 IT시장 분야별 점유율	27	표49. 베트남 대학생의 인식	51
표23. 베트남 IT기업 현황	27	표50. 베트남 대학생의 향후 진로	52
표24. 성공적인 베트남 진출 기업	28	표51. 심층 인터뷰의 개요	53
표25. 베트남 진출 성공 요인	29	표52. 심층 인터뷰 내용의 구성	54
표26. 베트남 6대 ICT Big Market	30	표53. 심층 인터뷰 현황	54
표27. 설문 및 심층 인터뷰 개요	32	표54. 심층 인터뷰 대상 기업 정보	55

표55. 대상 별 SW에 대한 인식	56	표82. 전략적 마케팅 추진 절차5	86
표56. 베트남 소프트웨어에 대한 실태	57	표83. NIPA SPOC 지원 체계	87
표57. 한국기업 실태 인식	58	표84. 국내 스마트시티 해외 진출 전략	89
표58. 질의서 설문 결과 종합	60	표85. 베트남 해외 진출 전략 방법론 활용	90
표59. 그룹별 SW산업의 문제점 지적에 대한 요약	61	표86. 스마트시티 진출을 위한 책임 수준의 정의	91
표60. 국내 기업과의 협력 의지	61	표87. 스마트시티 사업 확대를 지원 체계	92
표61. 베트남 SW산업의 발전 저해 요인	62	표88. 베트남 진출 지원 가이드북 프레임워크	93
표62. 국내기업의 애로사항	63		
표63. 국내 SW 기업의 경쟁 요소	70		
표64. 현지화 전략 마련을 위한 파트너십	71		
표65. Sales & Marketing Tool Kits의 개발 사례	72		
표66. 스코어카드 개발 절차	73		
표67. 기업 경쟁력 분석 매칭 테이블	74		
표68. Sales & Marketing Tool Kits의 프레임워크	75		
표69. Sales & Marketing Tool 설계 전략	75		
표70. Sales & Marketing Tool Kits 프레임 워크	76		
표71. 현지화 비즈니스 프로세스 맵	77		
표72. 현지 비즈니스 파트너의 유형	78		
표73. 현지 비즈니스 파트너의 역할	78		
표74. 멘토링 전문가 네트워크 확보 전략	79		
표75. 현지 파트너 네트워크 확보 전략	80		
표76. 현지 파트너 선정 스코어카드	80		
표77. 현지 중심의 파트너 관리 체계	82		
표78. 전략적 파트너십 추진 절차	83		
표79. 전략적 마케팅 추진 절차2	84		
표80. 전략적 마케팅 추진 절차3	85		
표81. 전략적 마케팅 추진 절차4	85		

The background of the page features a dark blue field with a network diagram. White nodes and lines form a complex web in the upper half, while grey nodes and lines form a similar web in the lower half. Several white nodes in the upper network contain red icons: a chain link, a padlock, a bar chart, a microchip, and a molecular structure. The text is centered between these two network sections.

베트남 기업용 SW 시장 진출 글로벌화 지침서



한국-베트남 산업 환경 분석



2

한국-베트남 산업 환경 분석

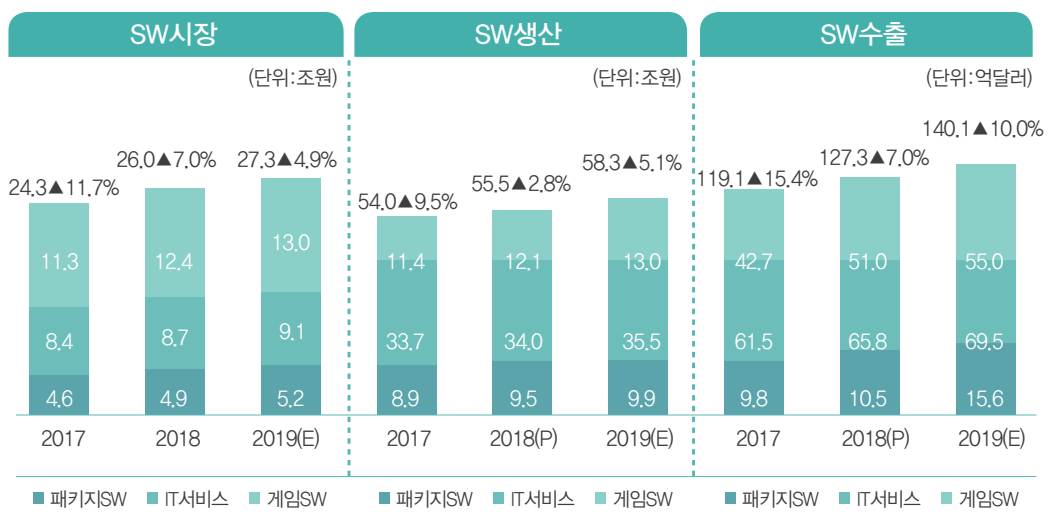
가. 국내 소프트웨어 산업 환경 분석

1 국내 소프트웨어 현황

국내 소프트웨어 산업은 시장, 생산, 수출 전 부문에서 성장이 지속되는 추세이나 2018년 성장은 전년 대비 다소 하향 성장했으나 2019년 반등 양상을 보이고 있습니다. 그러나 2020년 COVID-19의 영향으로 온라인 비즈니스 확대가 확대하고 있는 추세에 있습니다. 특히 비대면 온라인 유통 플랫폼, 교육용 콘텐츠, 온라인 인증, 온라인 선거 등 SW 솔루션의 의미 있는 성장을 예측하고 있습니다.

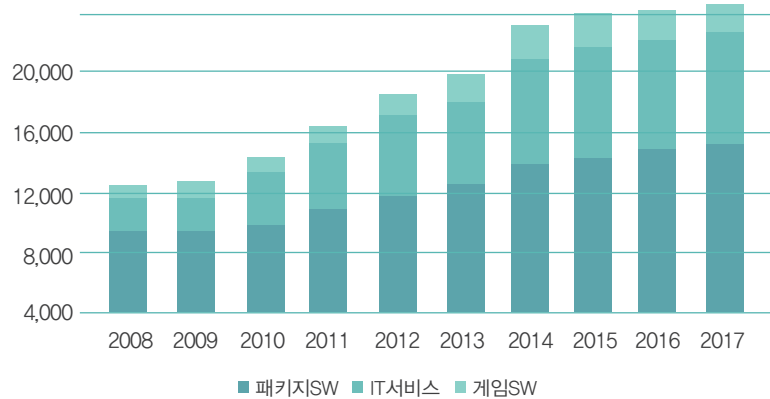
패키지소프트웨어 기업들은 인공지능, 블록체인, 로봇 등 신소프트웨어 기술을 COVID-19 환경에 적용하는 추세가 증가하고 있고, 사업 영역도 지속적으로 확대하고 있는 상황입니다.

IT서비스 기업들 역시 AI, 클라우드 등 신기술을 접목한 비즈니스 발굴, 주요 대기업들 중심으로 글로벌 진출 시도가 활발하게 이루어지고 있으며 게임 소프트웨어 부문에서는 국내 게임 소프트웨어 시장이 다소 정체되는 모습이며 제도와 환경 측면에서 금·부정적인 이슈가 혼재되어 있는 상태입니다.



〈표9. 2019년 소프트웨어산업 실적 - SPRI〉

인터넷 소프트웨어 기업들은 핀테크와 콘텐츠 등을 통한 수익성 개선과 타 부문과 마찬가지로 AI 등 신기술에 대한 지속적 투자를 하고 있으며, 2018년 하향세는 IT서비스 시장의 성장세 둔화, 중국 게임 규제로 인한 게임 기업들의 실적 악화 등이 주요한 요인인 것으로 파악되었습니다.



〈표10. 소프트웨어 기업 현황〉

기술 및 사회 변화에 따른 소프트웨어산업에서 주목해야할 이슈는 '인공지능(AI)의 적용 및 융합'과 '5G 기반 기술의 활용' (2020년 10대 이슈 선정 - 소프트웨어정책연구소)에 주목해야 합니다.

국내 산업에서 AI 융합이 선택이 아닌 필수가 되어가며 교육, 금융, 의료, 물류 등 특정 산업군에 적용을 통해 AI 기술이 기존 비즈니스에 AI 적용이 용이한 산업 영역을 중심으로 두각을 나타낼 것으로 전망됩니다.

특히 5G 이동통신 보급을 전제로 하거나 유용한 기반 기술로 활용 전망 (자율형 IoT, 클라우드 게임, 언택트 서비스 등) 됩니다.

순위	선정 이슈	순위	선정 이슈
1	자율형 IoT 기대감 증대	6	xAI 기술 현실화
2	교육을 위한 인공지능	7	모바일 폼팩터의 혁신
3	금융권 AI 투자 본격화	8	에너지 산업의 SW융합
4	의료 빅데이터 개방	9	클라우드 게임 시장의 선점 경쟁
5	지능형 물류 로봇 시장의 성장	10	언택트(untact) 서비스 영역 확대

〈표11. 2020년 10대 선정 이슈〉

2

국내 소프트웨어 시장의 한계

국내 소프트웨어 산업의 내수시장은 상대적으로 협소하며 이를 타개하기 위해 해외시장 진출을 통한 지속적인 성장 기반 마련을 위한 다양한 시도가 계속되고 있으며, 소프트웨어 기업의 내수시장 매출액과 영업이익은 지속적으로 증가 추세를 보이고 있습니다.

(단위 : 개, 조 원, %)

구분	전체		업종							
			패키지SW		IT서비스		게임SW		인터넷SW (정보서비스)	
	대기업	중소기업	대기업	중소기업	대기업	중소기업	대기업	중소기업	대기업	중소기업
2016년	34.3	41.9	6.0	20.8	17.1	12.7	5.7	4.1	5.5	4.4
(비중)	45.0%	55.0%	22.5%	77.5%	57.4%	42.6%	58.6%	41.4%	55.3%	44.7%
2017년	39.1	45.4	6.7	23.0	18.2	13.1	7.8	4.5	6.4	4.8
(비중)	46.2%	53.8%	22.5%	77.5%	58.1%	41.9%	63.7%	36.3%	57.0%	43.0%
2018년(ㄷ)	41.4	47.1	6.9	24.1	19.3	13.4	7.9	4.7	7.3	4.8
(비중)	46.8%	53.2%	22.2%	77.8%	59.0%	41.0%	62.5%	37.5%	60.2%	39.8%
증가율('16~'17)	13.9	8.5	10.7	10.9	6.7	3.8	36.4	10.0	16.4	9.0
증가율('16~'18e)	5.9	3.5	2.8	4.6	6.2	2.1	0.9	6.4	14.5	0.0

〈표12. 소프트웨어 그룹의 매출 현황〉

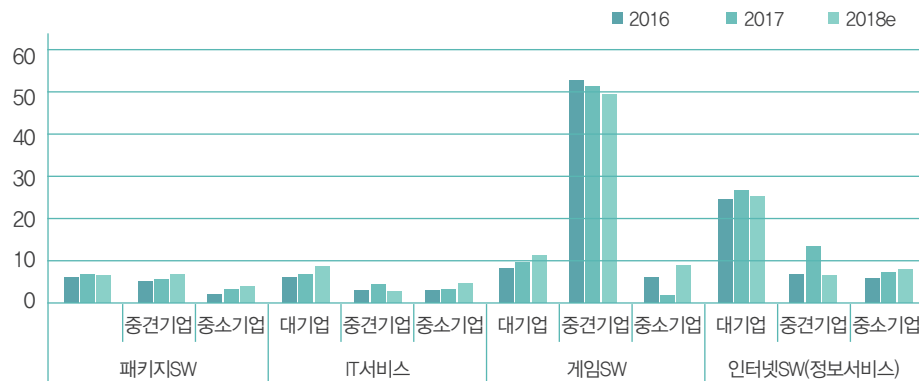
영업이익률도 소폭 증가세를 유지하나 패키지소프트웨어, IT서비스 업종은 상대적으로 영업이익률이 낮은 것으로 파악되고 있습니다.

(단위 : 개, 조 원, %)

구분	전체		산업 구분							
			패키지SW		IT서비스		게임SW		인터넷SW (정보서비스)	
	대기업	중소기업	대기업	중소기업	대기업	중소기업	대기업	중소기업	대기업	중소기업
2016년	4.45	1.56	0.34	0.45	0.92	0.49	2.02	0.35	1.17	0.26
2017년	5.78	1.63	0.42	0.49	1.15	0.49	2.75	0.31	1.46	0.34
2018년(E)	6.17	2.15	0.42	0.76	1.34	0.55	2.85	0.51	1.56	0.33
증가율('16~'17)	29.9	4.6	24.5	10.2	24.2	-1.2	36.4	-12.9	24.9	30.0
증가율('16~'18e)	6.7	32.4	-1.8	54.3	17.0	13.7	3.8	64.2	6.6	-1.7

〈표13. 기업별 영업이익 증가추이〉

특히 패키지소프트웨어의 낮은 영업이익률(2018년: 3.8%)은 영세한 중소기업이 대부분을 차지하고 있고, 대기업 비중이 상대적으로 적은 소프트웨어 산업의 구조적 특징이라 말할 수 있습니다.



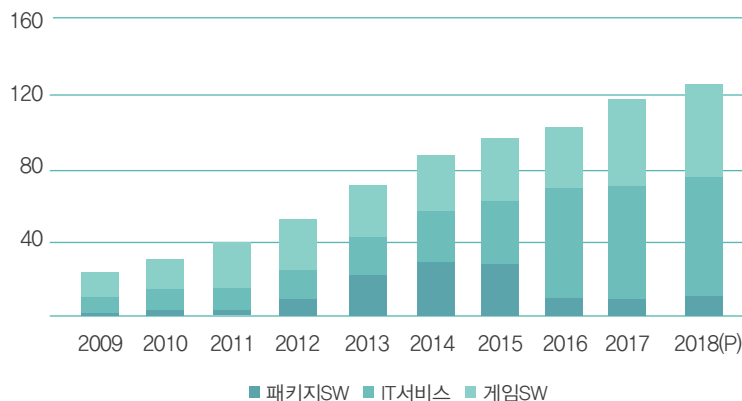
〈표14. 기업규모별 영업이익율〉

국내 소프트웨어 기업들은 제4차 산업혁명 및 디지털 전환 추세에 따라 신(新)소프트웨어 사업 분야의 진출 및 관련 제품/서비스 개발을 추진하고 있습니다. 신규 사업 분야의 선정과 빠른 제품개발 및 사업화가 관건이고 수요와 수익성에 대한 불확실성이 존재하며, 적합한 비즈니스 모델 개발이 필요합니다.

신소프트웨어 분야는 클라우드 서비스, 빅데이터 분석, 사물인터넷, 인공지능, 가상/증강/혼합 현실, 블록 체인, 융합 신서비스 등이 신서비스로 부상하고 있으며, 국내 소프트웨어 기업 중에서 신소프트웨어 관련 사업을 추진하고 있는 기업은 전체의 9.8%(2,350개)이며 패키지소프트웨어, IT서비스 비중이 높은 편입니다.

신사업 추진의 애로사항은 자금 부족, 인력 부족, 불확실한 수요 및 수익성, 비즈니스 모델 발굴의 어려움이 소프트웨어 산업의 발전을 가로막는 것으로, 이러한 현상은 대부분의 아시아 국가가 겪고 있는 애로사항으로 파악됩니다.

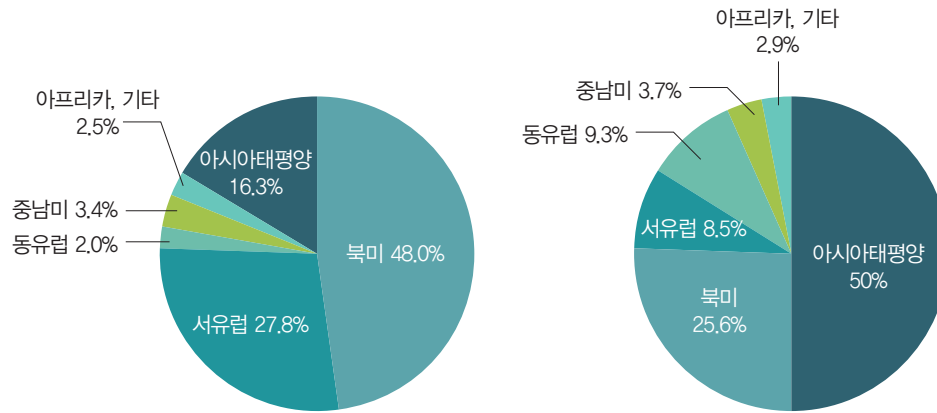
국내 소프트웨어의 해외 수출은 지속적인 성장세를 보이고 있습니다. (2017년 CAGR : 15%)



〈표15. 소프트웨어 수출 현황 (연도별) - SPRI〉

소프트웨어는 패키지소프트웨어, IT서비스, 게임 소프트웨어로 구분되며, 소프트웨어 수출 중 IT서비스와 게임 소프트웨어의 비중은 지속적인 증가 추세이나 패키지소프트웨어 비중은 감소 추세로 파악되었습니다.

권역별 세계 소프트웨어 시장은 북미가 절반 (48%)을 차지하고, 아시아태평양 권역은 16.3% 차지하고 있으며, 국내 소프트웨어 기업들의 주요 수출 권역은 중국, 일본을 비롯한 아시아 태평양 권역에 집중되어 있습니다. (아시아태평양 : 50%, 북미: 25.6%)



〈표16. 지역별 SW시장 비중 / 지역별 SW수출 비중〉

국가별로는 중국이 가장 큰 비중을 차지하고, 미국, 베트남, 일본 등이 소프트웨어 수출 핵심 대상국이며, 국가별로 정치/경제/정책 환경이 상이하고 특정 비즈니스 환경과 소비 트렌드의 격차가 심하기 때문에 국가별로 특화된 진출 전략 수립과 그에 상응하는 정책적 지원이 반드시 필요합니다.

국내 소프트웨어 기업 중 해외 진출을 시도하고 있는 기업은 전체 기업의 3.4%(800여 개) 정도이고 수출 실적이 있는 기업은 전체 기업의 약 2.8% 정도이며 대기업 집중 현상이 두드러지게 나타나고 있습니다.

업종별로는 패키지소프트웨어 기업이 전체 해외진출 기업의 53.3%로 가장 기업수가 많은 것으로 파악되었으며, 기업규모별 소프트웨어 기업의 해외진출율은 대기업과 중견기업이 전체 기업 중 거의 절반 정도가 해외진출 활동을 하고 있는 반면, 중소기업은 3.2%만이 해외진출에 노력하고 있는 것으로 파악되었습니다.

수출 실적이 있는 기업의 규모별 비중은 대기업(43.4%), 중견기업(43.2%), 중소기업(2.6%) 순이며 매출 규모 1,000억 이상인 기업(전체 소프트웨어 기업의 6.7%)이 전체 소프트웨어수출액의 91.9% 차지하고 있습니다.

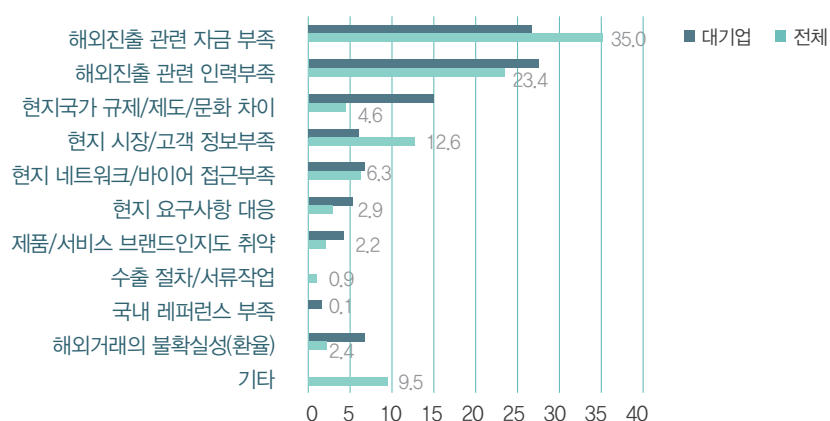
(단위 : 개, %)

구분		전체	업종			
			패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW (정보서비스)
전체	해외진출기업	(818)	(436)	(205)	(146)	(31)
	해외진출율 ¹⁾	3.4	3.1	3.7	8.6	1.2
기업 규모	대기업	48.1	53.3	37.0	100.0	33.3
	중견기업	49.3	42.3	50.0	76.9	37.5
	중소기업	3.2	3.0	3.3	7.9	1.0

〈표17. 소프트웨어기업 해외진출 참여율〉

3 국내 소프트웨어 수출 애로사항 분석

국내 소프트웨어 기업이 해외진출 시 겪는 애로사항은 해외진출 관련 자금부족, 인력부족이 가장 높게 나타났으며 중소기업은 현지 시장/고객에 대한 정보 부족의 어려움을 겪고 있습니다. 잠재 수출기업(대기업)의 경우는 자사 제품과 서비스의 브랜드 인지도 취약(22.5%)과 현지 요구사항 대응의 어려움(22.5%)이 큰 것으로 조사되었습니다.



〈표18. SW 기업 해외진출 애로사항 분포〉

자금 부족 (35.0%), 관련 인력 부족 (23.4%), 현지 시장/고객 정보 부족 (12.6%) 조사되었고, 대기업의 경우 현지국가 규제/문화 차이 (14.8%)가 세번째 애로사항으로 파악되었습니다. 애로사항 순위와 수치는 대기업, 중소기업간 차이가 존재함을 참조하시기 바랍니다.

잠재 수출기업은 현지 시장 정보 지원과 마케팅 활동 지원이 필요한 부문에 대해 정부에 지원을 요청하고 있으며, 지원 요청 내용은 다음과 같습니다.

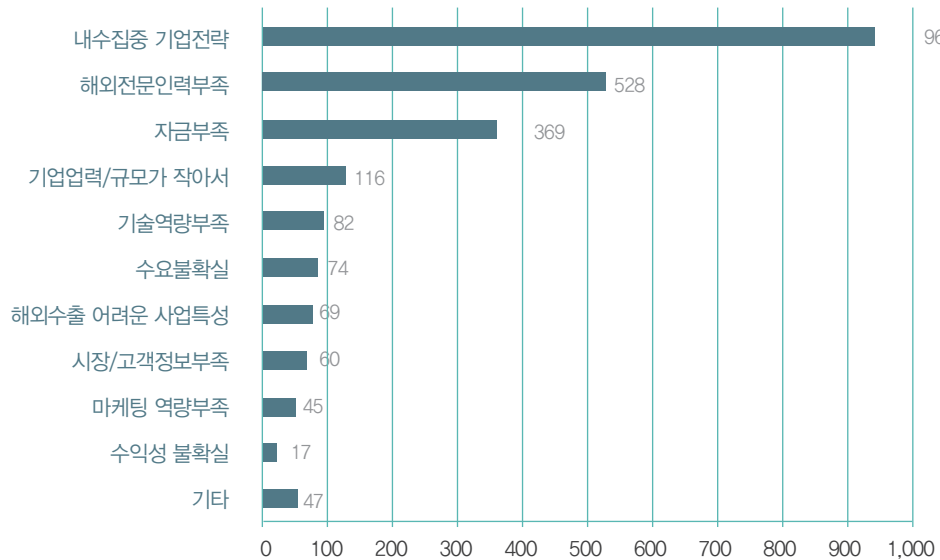
현지 시장 정보에 대한 지원 (35.2%), 마케팅 활동에 대한 지원 (27.2%), 그 외 투자유치 및 M&A 관련 지원을 요청한 (24.9%) 것으로 파악되었습니다.

(단위 : 개, %)

구분	전체	업종					
		패키지SW	IT서비스	게임SW	인터넷SW (정보서비스)	대기업	중소기업
기업수	(140)	(85)	(36)	(13)	(6)	(6)	(134)
법률/제도/규제/회계/세무	2.0	3.2					2.1
마케팅 활동 지원	27.2	27.7	27.5		81.4	19.4	27.6
현지시장정보 제공	35.2	43.0	32.2		18.6	35.6	35.2
투자 유치/M&A 부문	24.9	14.0	32.3	85.7		22.5	25.0
R&D/특허 부문	3.5	1.9	3.9	14.3		22.5	2.7

〈표19. SW기업의 해외진출 지원요청사항〉

국내 소프트웨어 기업 중 96.6% 기업이 해외진출 시도를 하지 않으며 주된 이유는 국내시장 집중 전략 (33.7%)을 꼽았습니다.

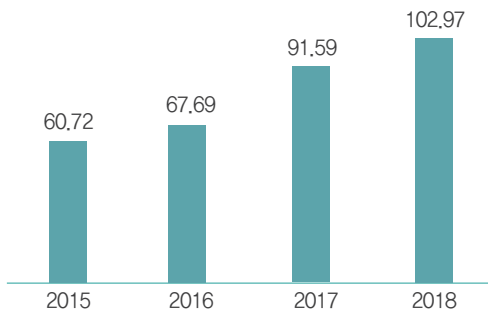


〈표20. SW기업의 해외진출 의지〉

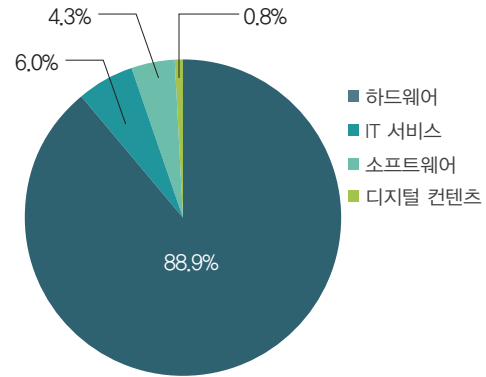
나. 베트남 소프트웨어 산업 환경 분석

1 베트남 ICT 시장의 규모

베트남 IT 시장 규모는 1,000억 달러 이상(2018년 기준)으로 베트남의 IT 산업은 최근 수 년간 두 자릿수 성장을 기록하고 있으며 IT 시장 매출 대부분은 하드웨어(88.9%)가 차지했으며 IT 서비스(6.0%), 소프트웨어(4.3%), 디지털 콘텐츠(0.8%) 순으로 파악되었습니다. (MIC, 2019)



〈표21. 베트남 IT시장 (단위: 10억 \$) - MIC 2019〉



〈표22. 베트남 IT시장 분야별 점유율- MIC 2019〉

베트남 현지 IT회사는 38,861개이며, IT산업 종사 베트남 근로자는 약 100만에 육박하고 있습니다. (IT서비스 기업 : 19,074개, SW기업: 11,496개)

소프트웨어와 IT서비스 분야 주요 기업은 FPT, CMC, Sao Bac Dau, HPT, MISA 등으로 구성되어 있습니다.

주요 ICT 기업	기업 현황
FPT	<ul style="list-style-type: none"> • '88년 설립, 45개국 진출('18 매출 : 9억 9,590만 달러) • 주요 산업분야 : IT, 원거리통신, 교육 (시스템 통합 업무 강점)
CMC	<ul style="list-style-type: none"> • '93년 설립, 25개국 진출 ('18 매출 : 2억 2,250만 달러) • 주요 사업분야 : T와 IT 솔루션, 국제사업, 원거리 통신 서비스
SaoBacDau	<ul style="list-style-type: none"> • '96 설립 ('18 매출 : 4,220만 달러) • 주요 상업분야 : 시스템 통합, IT 서비스, 클라우드 컴퓨팅, IoT 등
MISA	<ul style="list-style-type: none"> • '94 설립('18년 매출 : 3,430만 달러) • 주요 사업분야 : 회계 SW, 개인/법인/공공SW사업
HPT	<ul style="list-style-type: none"> • '95 설립('18년 매출 : 3,380만 달러) • 주요 사업분야 : 시스템 통합, 정보 보안, SW 통합, SW 외주/개발 등

〈표23. 베트남 IT기업 현황〉

베트남 IT 산업의 성장 및 저해 요인을 살펴보면, 성장 요인으로 낮은 인건비, 낮은 IT 보급률, 높은 경제 성장률, 정부 지원정책으로 베트남 진출 기회로 판단할 수 있으나, 오히려 성장 요인이 베트남 진출의 장애 요소로 작용될 수 있습니다.

저해 요인으로 소프트웨어 불법복제, 사이버공격 등 보안 위협, IT인력이 부족한 상태이며, 베트남 IT 산업에 대한 전망은 대부분 밝은 전망을 유지하고 있으나, 현지화에는 고려해야 할 사안들이 매우 많습니다. 전자상거래, 지급결제, 에듀테크 분야의 대규모 투자 전망을 하고 있으나, 실제 질문지 설문/인터뷰에서는 베트남 국민은 스마트시티, 핀테크, 헬스케어, 스마트 팜 그리고 교육용 소프트웨어에 대한 발전 가능성을 높이 평가하고 있습니다.

한국은 베트남 정보통신 분야의 주요 투자국이며 100개 이상의 한국 ICT 기업이 베트남에서 활동 중에 있는 것으로 파악됩니다. 삼성SDS, SK인포섹, 신한은행이 성공적으로 베트남 IT산업에 진출하였으나, 방송 및 IT 장비 공급, ITS 구축 분야 위주로 진출 양상을 보이며, 안정적 수익을 창출 중인 중소기업은 미미한 수준입니다.

기업명	내용
삼성SDS	<ul style="list-style-type: none"> • 베트남 IT기업 CMC에 4,000만 달러 이상 투자 30% 지분 확보('19년) • 양사의 IT 시스템을 통합하고, 사물인터넷(IoT)과 인공지능(AI)을 생산 라인에 적용할 계획
SK인포섹	<ul style="list-style-type: none"> • VinCSS(VinGroup 정보보안 기업)와 협력 관계를 맺음('19년) • SK인포섹은 정보보안플랫폼을 개발, VinCSS에 기술 이전 계획 (VinCSS는 VinGroup 계열사, 베트남 국내 고객 대상 정보보안 서비스 제공)
신한은행	<ul style="list-style-type: none"> • 베트남 FPT 그룹과 업무협약을 체결(18년) • 신한은행은 FPT 그룹의 온·오프라인 금융 서비스 지원 • FPT 그룹은 신한은행의 디지털 전환을 조력, 핀테크 분야 공조 및 추진

〈표24. 성공적인 베트남 진출 기업〉

기업명	진출 내용	성과 및 성공요인
대영 유비텍	호치민-쭙롱 고속도로 ITS 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 수주액 : 3,850만불 • 대기업, 수출입은행과 동반진출을 통한 레퍼런스 확보로 베트남 정부 프로젝트 접근 용이
월비솔루션	베트남 중앙은행 데이터 DW 및 BI 포털 시스템 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 수주액 : 600만불 • 제품/홍보자료 현지화 • 현지 세미나, 파트너 미팅 활용 네트워크 구축
SK C&C	하노이-하이퐁 고속도로 ITS 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 수주액 : 3,500만불 • 발주처 정보수집 및 관계자 면담 기회 활용 • 공동 마케팅, 컨소시엄 참여 기업 발굴, 현지 프로젝트 법인 설립을 위한 컨설팅 등 활용

〈표25. 베트남 진출 성공 요인〉

위 사례에서 보여주는 성공요인은 현지 전문가 활용, 현장 대응, 정부지원사업 활용, 현지화 톨킷, 정책 자금, 대·중·소 협력, 현지협력 네트워크를 철저히 확보한 진출 전략을 수립한데에 핵심적 평가 가치가 있습니다.

그 외에 라인(LINE) 메신저의 베트남 시장 공략은 실패했으며, 실패요인은 현지시장 정보 부족, 제품 현지화 실패 (현지 인터넷 환경에 적합하지 않은 4G기반 서비스 출시)가 원인으로 파악되고 있습니다.

2

베트남 ICT 시장의 진출 애로사항

국내 기업의 베트남 ICT 분야 진출 시 애로사항은 “법·제도 및 정책 정보, 기업·전문가 네트워크, 현지화에 어려움”이 있음이 조사되고 있습니다.

ICT 관련 법·제도 및 정책동향, 통계자료, 경쟁사 협력 파트너, 현지 관행·문화 등 정보의 지속적인 업데이트 및 확보가 필요하고, 잠재 고객사, 현지 정부·전문가 등 네트워크, 신뢰성이 확보된 에이전트 발굴 및 협력은 글로벌 비즈니스의 성패를 좌우한다고 볼 수 있습니다.

현지 엔지니어의 낮은 기술 수준 및 이해도로 기술이전, 유지보수 등 어려움이 빈번하게 발생하고 있으며,

번역, 커스터마이징 등 일반적 사항 뿐만 아니라 제품 테스트 및 현지화 등으로 인해 상용화까지 많은 시간과 비용이 소요되며, 현지 법인 설립 후, 매출 발생 시점까지는 지속적으로 비용이 소요되어 영세 수출기업에게는 큰 부담으로 작용하고 있습니다.

3 베트남 ICT 유망 진출 분야

베트남 현지 ICT 관련 협회(VINASA : Vietnam Software and IT Services Association)에서 6대 베트남 ICT Big Market 분야를 선정하여 관리하고 있으며, 이번 실시된 설문 및 심층인터뷰에서 밝혀졌듯이 아래의 5개 분야에 대한 소프트웨어 산업 진출 성공 가능성이 큰 것으로 예측되고 있습니다.



〈표26. 베트남 6대 ICT Big Market〉

- ① 전자정부 (공공행정 시스템 개선) : 국가 데이터 센터 구축, 데이터 거버넌스 도입
- ② 스마트 교통 : 대중교통, 신호체계 개선, 교통 사고 예방, 주차장 및 도로 활용 관리
- ③ 마트 교육: 소득 수준 증가 및 높은 교육열에 힘입어 외국어, IT 분야 등에서 교육 수요 증가 예상
- ④ 스마트 엔터프라이즈 : 정부의 강력한 창업, 스타트업 육성 정책에 따른 신생기업 증가 향후 ERP, 스마트 팩토리 등의 생산성 제고를 위한 각종 SW, 솔루션의 수요 증가 예상
- ⑤스마트 헬스케어 : 1억 인구와 높은 출산율에 따른 의료 분야 수요 증가

다. 베트남 중심적인 지침서의 필요성

1

현지 중심적인 지침서 작성의 필요성

베트남 기업용 소프트웨어시장 진출을 위한 지침서는 그 동안 다양한 기관을 통해 다양한 유형으로 작성되었습니다. 반복적인 현지의 현황 및 환경분석 기반의 해외 진출을 위한 가이드북은 더 이상 해외 진출을 전략적으로 지원하는 활동 지침서로 상당한 한계가 있습니다.

기존 지침서의 과거 사례를 살펴보면 첫째, 베트남 ICT 시장 현황분석 둘째, 해외 진출을 위한 국내 기업의 원스톱 또는 맞춤형 지원 체계로 사전 준비 지원, 셋째, 제품 또는 기술에 대한 현지화 지원, 현지 온/오프라인 마케팅 지원, 마지막으로 넷째, 인력 육성 및 활용 체계 확보를 위한 전략을 제시하는데 중점을 두어 왔습니다.

기존 지침서의 한계를 극복하고 국내 기업의 베트남 현지 진출 전략의 실현성을 높이고자 작성된 "베트남 기업용 소프트웨어 시장진출 글로벌화 지침서"는 현지화 중심의 지원 전략을 중심으로 작성되었으며, 베트남 현지에서 단기내에 적용 가능한 분야에 초점을 맞춰 영업과 마케팅 역량을 충분히 발휘할 수 있도록 가이드북을 차별화하였습니다.

현지화에 가장 중요한 영업 중심적인 마케팅 전략의 수립과 이행 방식을 고려하여 철저하게 현지 중심적인 가이드북이 될 수 있도록 노력하였습니다.

특히 현지에서 확보된 비즈니스 네트워크를 활용하여 가이드북 작성에 반드시 필요한 현지인 중심의 질문지 설문과 심층인터뷰를 실시하여 베트남 진출에 필요한 경쟁 요소를 분석하였으며, 경쟁력 확보 전략을 체계적으로 수립하여 가이드스(Guidance)를 제시하였습니다.

이번 가이드북 작성을 위해 실시한 질문지 설문과 심층인터뷰 그룹은 네가지 유형으로 그룹핑(Grouping)하였고, 현지의 Needs를 최대한 반영된 질문지 설문과 심층 인터뷰가 실행되었다고 할 수 있습니다.

목적	설문 인터뷰와 FGI를 실시하여 베트남 시장에서 국내 기업용 소프트웨어의 성공적인 진출을 예측하고, 경쟁력 있는 기업용 소프트웨어에 대한 베트남 진출 지원 전략을 수립하기 위함
수행기간	2020년 9월 28일~10월 16일
진행방법	3개 그룹의 현지 베트남 국민과 1개 그룹의 국내 진출 기업을 대상으로 실시 (베트남인 130명/국내진출기업인 30명)

〈표27. 질문지 설문 및 심층인터뷰 개요〉

2 인터뷰 대상의 차별성

설문 및 인터뷰 대상 그룹을 관련 전공 대학생 관련, 기관 공무원 및 전문가, 베트남 기업(인), 국내 진출 기업의 임직원으로 구성하였으며, 연령대는 20대 전후에서 50대 이상으로 구성하여 연령별 의견이 충분히 반영될 수 있도록 구성하였습니다.

설문대상으로 관련 전공 대학생의 선별 전략은 국립 호치민 과학기술대학교를 비롯한 IT계열의 공과 대학을 타깃 하여 조사/분석 실시하였으며, 공무원과 전문가는 정보통신부 임직원과 관련 연구기관 그리고 국립대 관련학과 교수들을 대상으로 10년 이내 소프트웨어 산업의 변화와 10년 이후 베트남 소프트웨어 산업의 변화에 대한 예측 결과를 인터뷰와 설문을 통해 수집하여 국내 기업의 베트남 진출 전략에 활용하였습니다.

특히 베트남 기업인을 상대로 국내 진출 기업과의 비즈니스 파트너십 네트워크 형성에 대한 3가지 유형 (Sales Partner, Solution Partner, Service Partner)으로 구분하여 가능성을 분석하였습니다.

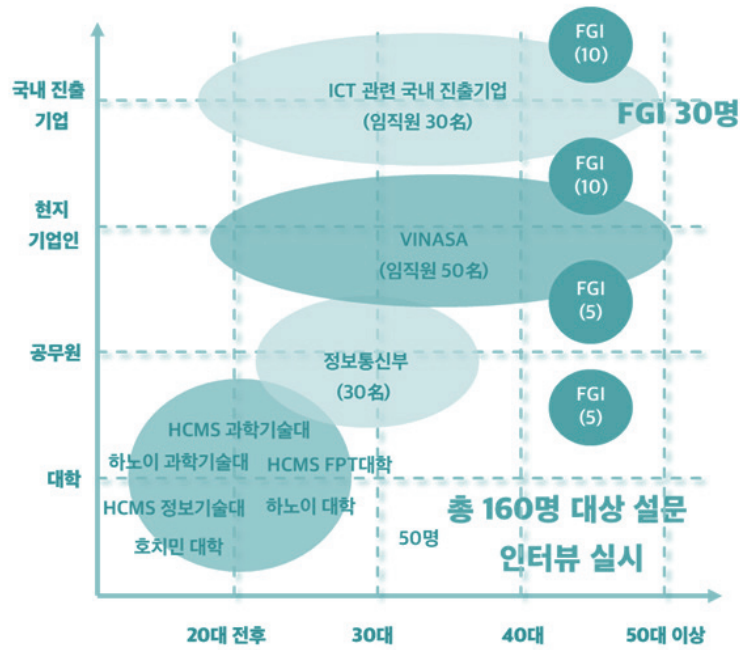


표1. 설문 대상의 범위

〈표28. 설문 및 인터뷰 대상 선정 기준〉

구분		조사방법	조사 목적 및 내용	조사대상
대학	이용자 수요 조사 (50명)	설문	미래의 수요 예측	베트남 주요대학(과학/정보)
		FGI	SW산업에 대한 견해	ICT 대학생
공무원 및 전문가	이용자 수요 조사 (30명)	설문	SW산업에 대한 대응 전략	정보통신부 공무원
		FGI	SW산업의 지원 정책	고위직 공무원
베트남 기업인	이용자 수요 조사 (50명)	설문	미래 SW산업의 성장예측	엔지니어/영업
		FGI	SW 산업의 전망	임원
국내진출 기업	이용자 수요 조사 (30명)	설문	현지 시장의 가능성	임직원
		FGI	사업에 대한 투자 전략	현지 법인장

〈표29. 설문 및 인터뷰 내용 상세〉

라. 설문문의 구조

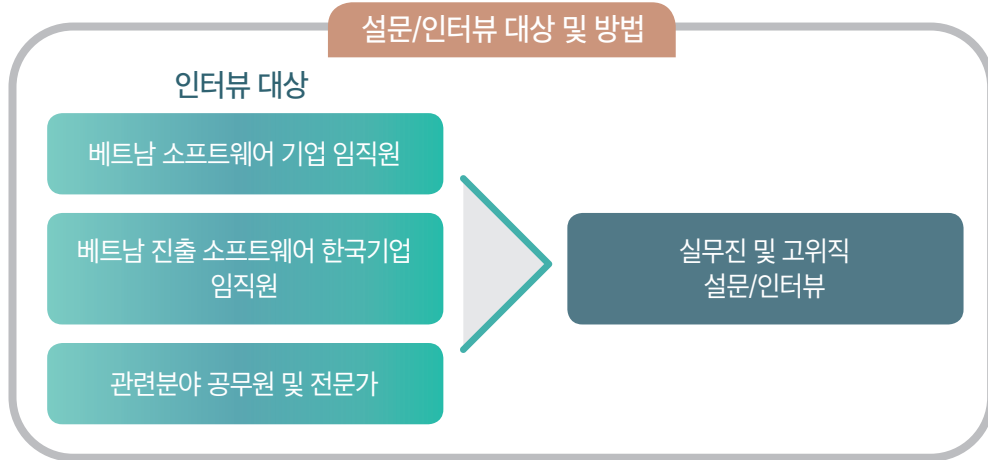
질문지와 설문조사 및 심층인터뷰 내용의 구성은 기업용 소프트웨어 이용자(예측/기대) 수요 조사를 질문지 설문 및 심층인터뷰를 통해 베트남에서 성장 가능한 소프트웨어의 품목을 파악하고, 해당 제품에 대한 국내 기업의 경쟁력 분석을 통하여 베트남 진출 지원 체계에 활용하여 베트남 진출 가이드북의 품질을 높이하고자 설계하였습니다.

설문지 설문 및 심층인터뷰는 4~5주간 실시되었으며, 기업용 소프트웨어에 대한 수요 예측을 통하여 4가지의 그룹을 대상으로 설문을 실시하였습니다.

설문 및 인터뷰의 개요	구분	내용
	기간	• 4주
	설문/FGI 범위	<ul style="list-style-type: none"> • 기업용 소프트웨어에 대한 미래 수요 예측 • 소프트웨어산업에 대한 정책 • 현지 시장 전망
	설문 조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 베트남 진출 한국기업 종사자 • 공무원 및 전문가 • 베트남 기업 임직원 • 전공 대학생
	설문 조사 방법	• 서베이 몽키 또는 구글 서베이 활용

〈표30. 설문 및 심층인터뷰 개요〉

질문지를 통한 설문조사 방식은 4개로 그룹핑 하여, 구글 자동응답 방식, 전화 조사 그리고 방문 조사를 통해 160명을 조사하여 유효 결과 응답자 153명을 최종 분석대상으로 선정하였으며, 심층인터뷰(FGI)는 30명을 목표로 인터뷰를 진행하였으나 최종 유효하고 조사기법적으로 유효한 15명의 인터뷰 결과를 최종 분석대상으로 선정하였습니다. 설문과 인터뷰 분석 대상을 선정하는 데 있어 4개 그룹의 응답자 수가 어느 한쪽으로 치우치지 않도록 노력하였습니다.



〈표31. 설문 및 심층인터뷰 방법〉

결과적으로 설문 참여자의 응답결과를 통해 국내 소프트웨어 기업의 진출에 대한 방향성을 확보하는데 초점을 맞추어 진행되었습니다.

설문과 인터뷰의 질의 항목은 공통질의 항목과 응답자 그룹별 개별질의 항목으로 구성되었고, 응답자의 응답의 용이성과 분석결과 객관성을 높이기 위해 예시를 통한 선정 방식으로 진행되었으며, 예시에 대한 선정을 현지 전문가의 지원, 신문, 잡지 기타 SNS를 통한 베트남 ICT 동향과 문헌 연구를 통하여 선정하여 설문에 삽입하여 진행하였습니다.

설문/FGI 구성 항목	구분	내용
	공통질의	1. 1.다음 소프트웨어분야 중에서 베트남에서 향후 10년 동안 (2020년대) 유망한 분야는? (3개 이상 선택) 2. 2.다음 소프트웨어분야 중에서 베트남에서 향후 10년 이후 (2030년대) 유망한 분야는? (3개 이상 선택) 3. 3.베트남 소프트웨어분야가 발전하기 위해서는 다음 중 가장 중요한 요인은 무엇이라고 생각하는가?
	예시를 통한 선정 방식으로 진행	교육 소프트웨어, 스마트 시티, 핀테크, 헬스케어, 게임 소프트웨어, 금융 소프트웨어, 유통/물류 소프트웨어, CRM, 미디어 소프트웨어, 임베디드 소프트웨어, 제조 소프트웨어, 콘텐츠 관련 소프트웨어, ERP/ERM, 엔지니어링 소프트웨어, 스마트 팜, O2O, 건설 소프트웨어, 에너지 소프트웨어, 의료/제약 소프트웨어, 일반사무용 소프트웨어, SCM/SRM, 협업용 소프트웨어, SoC

〈표32. 설문 및 심층인터뷰 구성 항목〉

기업용 소프트웨어 이용자 수요 분석을 위한 개별 설문 조사의 개요는 아래와 같습니다.

베트남 관련 업종 기업인	베트남 진출 국내 기업 종사자	공공기관(전문가)종사자	전공 대학생
<p>4. 현재 베트남 소프트웨어분야에 있어 다음중 가장 큰 문제점은 무엇이라고 생각하는가? 1)정부투자 및 정책부족 2)기업투자 미흡 3)전문인력 양성 부족 4)외국기업 투자 미흡5)기타()</p> <p>5. 외국 투자기업과 협력사업을 할 의사가 있는가? 1)있다. 2)없다. 3)모르겠다.</p> <p>6. 베트남에서 ICT 관련 사업 운영 시 가장 큰 애로사항은 무엇입니까? 1)정부지원 정책 및 행정체계 미흡 2)고급 인력 부족 3)자본 조달 어려움 4) 소프트웨어사용자 인식 부족 5)기타()</p> <p>7. 귀사의 핵심 분야는? 23개 분야 중에서</p> <p>8. 귀사의 설립기간은? 1)1년 미만 2)3년 미만 3)5년 미만 4)10년 미만 5)10년 이상</p>	<p>4. 현지 기업과 베트남에서 협력사업을 할 의사가 있는가? 1)있다. 2)없다. 3)모르겠다.</p> <p>5. 베트남 진출 당시 가장 큰 애로사항은 무엇이었습니까? 1)시장정보 부족 2)법규 및 행정 불투명 3)고급 인력확보 문제 4)개발 및 영업 환경 문제 5)자금 조달 6)현지 파트너 문제 7)기타()</p> <p>6. 베트남에서 ICT관련 사업 운영 시 가장 큰 애로사항은 무엇입니까? 1)정부 정책 및 행정체계 미흡 2)고급 인력 부족 3)자본 조달 어려움 4)소프트웨어사용자 인식 부족 5)현지 파트너와 갈등 6)기타()</p> <p>7. 귀사의 핵심 분야는? 23개 분야 중에서</p> <p>8. 귀사의 베트남 진출 기간은? 1)1년 미만 2)3년 미만 3)5년 미만 4)10년 미만 5)10년 이상</p>	<p>4. 현지 기업에게 외국투자 기업과 협력사 업을 권장할 의사가 있는가? 1)있다. 2)없다. 3)모르겠다.</p> <p>5. 외국기업 또는 현지기업이 베트남에서 ICT관련 사업 운영 시 가장 큰 애로사항은 무엇이라고 생각합니까? 1)정부 정책 및 행정체계 미흡 2)고급 인력 부족 3)자본 조달 어려움 4)기업인(사용자)정보화 인식 부족 5)소프트웨어시장 성장성 불투명 6)기타()</p> <p>6. 귀하의 관련분야 근무기간은? 1)1년 미만 2)3년 미만 3)10년 미만 5)10년 이상</p>	<p>4. 귀하는 졸업 후 진출하고 싶거나 관심 있는 분야는? 23개 분야 중에서</p>

〈표33. 분야별 설문조사 내용〉

기업용 소프트웨어 이용자 수요 분석을 위한 개별 설문 조사 : 분야별 기업 리스트

베트남 기업 인터뷰 후보자		국내 진출 기업			공공기관 및 전문가 그룹		
Link Joint Stock Co.	84-986-464-517	Alchera	82-70-4681-173	contact@alcherainc.com	The Faculty of Software Engineering(UIT)	(08)37251993	chaupnb@uit.edu.vn
2NF 소프트웨어 Company	84-43-8398-714	Baemin	1900-3458	help@baemin.vn	Faculty of Information system(UIT)	083 725 2002 (119)	info.httt@uit.edu.vn
3S Int. 소프트웨어 Joint Stock Co.	84-24-3795-6671	Bombus	0828026159	jobs@bom-bus.com	The Faculty of Compute Engineering(UIT)	(028) 372 52002 (121)	ce@uit.edu.vn
AIMSOFT Joint Stock Co.	84-538-538-7426	Cafe24 VN	028-3939-0181	support@cafe24corp.vn	Faculty of Computer networks and Communications(UIT)	(028)3725 1993 (122)	
AIMGO Tech Joint Stock Co.	84-24-7305-5666	CJ Olive network Vina	028-2253-3728		Faculty of Computer Science(UIT)	(084)283725 2002(132)	
Aris Vietnam Co. Limited	84-28-3842-4483	Go2Joy	08-38113782 077 789 2399	cskh@go2joy.vn support@go2joy.vn	Faculty of information Science and Engineering(UIT)	+84 28 373 51993 -Ext : 143	http://fit.uit.edu.vn
Arrow hi-tech Joint Co	84-243-7955-813	Hanbiro	873 002402	vina@hanbiro.com	Department of English(UIT)	(84)-8-37251993 (102)	
Aurora Mobilty Sol. Joint Stock Co	84-24-3795-6622	Lotte Data Communication	(+84)28 5413 6359		Department of Mathematics and Physics(UIT)		
BCTECH High Tech. SOL Joint Stock Co.	84-24-6688-3355	NHN	024 3333 6605	contact.vn@nhn.com	Vietnam Internet Network Information Center	02435564944	nhthang@vnnic.vn
Beet Soft Co. Limited	84-24-3554-5190	PlusNSoft	085 410 7113	djlee@plusnsoft.com	Trade Union of Vietnam Information and Communication Industry	02437741569	congdoantttt@mic.gov.vn
BHTECH-Vietnam 소프트웨어 Dev. Co. Limited	84-886-160-880	Posco ICT	84-28-38-240-740		VNPost	02437689346	vanphong@vnpost.vn
BINH MINH GRP Joint Stock Co.	84-24-3976-4441	SHINHAN DS	028 3823 7255	shinhands.hr@gmail.com	Vietnam Multimedia Corporation.	02444501113	vanphong@vtc.vn
BIP SYS Vietnam Co. Limited	84-24-3771-3682	SNOW	0357595450		Public Service Telecommunication Program Management Board	02432323115	vanthubqlctccdvtci@mic.gov.vn
BKAV Co.	84-24-3763-2552	TopDev	+84-28 62733496	contact@aplaner.net	VieNamNet News	2437722729	vietnamnet@vietnamnet.vn
BLUECOM Vietnam Joint Stock Co	84-24-6663-3324	TSB	+84 8 3915 3193-4		Information and Communications Publishing House	02435772139	nxb.tttt@mic.gov.vn

〈표34. 분야별 기업 리스트〉

기업용 소프트웨어 이용자 수요 분석을 위한 개별 설문 조사 참여자 수 및 특이사항

순서	설문 대상	참여인원	비율
1	베트남 소프트웨어 기업 임직원	50명	32.6%
2	베트남 진출 한국 소프트웨어기업 임직원	26명	16.9%
3	베트남공무원 및 전문가	30명	19.6%
4	관련 전공 대학생	47명	30.7%
		153명	100%

〈표35. 설문조사 참여자 현황〉

베트남 소프트웨어 기업의 설립 기간은 아래의 표와 같이 분포되어 설문이 진행되었습니다.

설립기간	비율
10년 이상	36%
10년 미만	16%
5년 미만	24%
3년 미만	16%
1년 미만	8%

〈표36. 설문조사 COMPANY AGE〉

국내기업의 베트남 진출 기간(Age)는 아래와 같이 분포되었습니다.

설립기간	비율
10년 이상	11.5%
10년 미만	7.7%
5년 미만	19.2%
3년 미만	38.5%
1년 미만	23.1%

〈표37. 국내기업 베트남 진출 기간〉

설립기간	비율
10년 이상	56.7%
10년 미만	20%
5년 미만	13.3%
3년 미만	6.0%
1년 미만	3.0%

〈표38. 공무원 및 전문가 종사기간〉

마. 설문 결과 요약

1 베트남 기업에 대한 설문 결과 요약

베트남 기업(인) 50명에 대해 설문을 실시하였으며, 설문에 참여한 소프트웨어 기업군은 아래와 같은 비즈니스 포트폴리오를 구성하고 있었으며, 이들의 비즈니스 구성을 통하여 베트남 소프트웨어 산업의 Needs를 분석하였습니다

기업용 소프트웨어 이용자(예측/기대) 수요 조사에서, 향후 10년 이내 베트남에서 가장 발전 가능성이 있는 소프트웨어 산업 분야에 대한 설문 결과로 핀테크, 헬스케어, 협업용 소프트웨어, 게임 소프트웨어 순으로 응답하였습니다.

설문참여 베트남 기업의 유형	참여비율
O2O	18%
ERP/ERM	12%
CRM	6%
SCM/SRM	6%
교육용 SW	6%
GAME SW	10%
건설 SW	16%

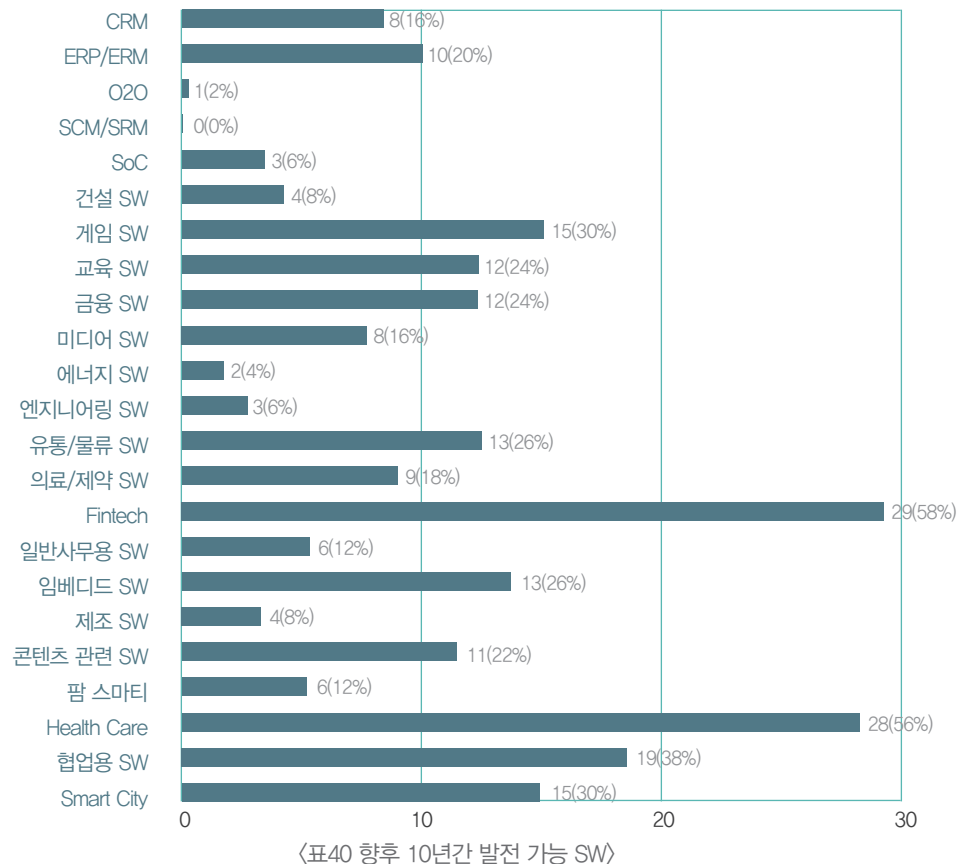
〈표39. 설문 및 심층인터뷰 참여기업 유형〉

이러한 결과는 한국(공급자)의 환경을 반영하지 않고, 베트남(수요자) 입장만을 고려하여 조사된 설문/인터뷰인 점이 감안해야 합니다.

게임 소프트웨어의 경우 중국의 가격 경쟁력으로 인하여 국내 기업의 실패 사례가 속출하고 있는 분야임에도 불구하고 많은 국내 기업이 베트남 진출을 고려하는 아이템 가운데 가장 많은 기업 수를 이루고 있는 것은 충분히 현지의 시장 환경을 고려하지 않은 결과이기도 합니다.

설문에 포함된 향후 10년 이후 베트남 유망 소프트웨어 산업 분야에 대한 설문에서도 핀테크, 헬스케어, 스마트시티, 협업용 소프트웨어의 발전 가능성을 압도적으로 높게 응답하고 있습니다.

국내 기업용 소프트웨어가 베트남에 진출하고자 할 때 핀테크, 헬스케어 품목은 베트남 시장의 비탄력성을 고려하여 장기적인 관점의 진출 전략을 목표로 세일즈 전략이 수립되어야 합니다. 그리고 단기적인 성과를 목적으로 협업용 소프트웨어와 스마트시티 분야는 중/단기 전략을 바탕으로 베트남에 진출해야 하는 아이템으로 분석되었습니다.



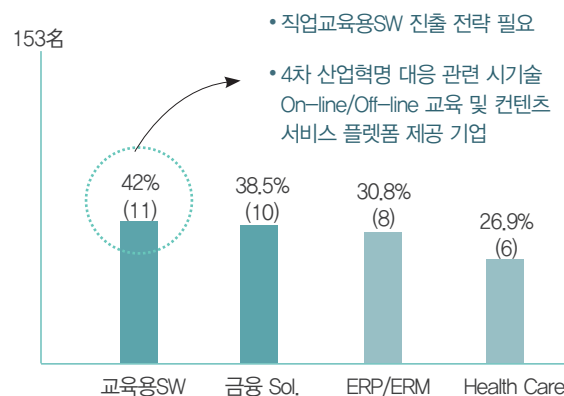
베트남 기업용 소프트웨어 산업은 여전히 성숙되지 않은 산업인 이유로 그 동안 국내 소프트웨어 기업들은 게임용 소프트웨어를 베트남 진출의 교두보로 활용하였으나, 중국의 가격 경쟁력이 원인이 되어 대부분 국내로 철수하는 사례를 쉽게 확인할 수 있습니다.

베트남은 현재 ICT 산업이 HW 공급 중심의 유통 산업 위주로 발전하고 있습니다. 이러한 현상은 산업화 초기 국내의 산업 발전 유형과 유사하다고 볼 수 있습니다.

서버, 스토리지, N/W 장비의 Re-Sales과 ICT 산업 기반을 이루고 있으나, 향후 소프트웨어 중심의 산업 구조 전환, 솔루션과 서비스 기반의 아키텍처로의 전환이 소프트웨어 산업의 기반을 이룰 전망입니다.

이러한 환경에서 솔루션과 서비스 중심의 ICT 산업을 위한 국가 정책의 부재, 다양한 기술을 구현할 수 있는 엔지니어링 역량 확대를 위한 전문가 양성 과정이 부재한 것은 당연하다 할 수 있습니다. 전문가 양성 정책과 정부의 소극적인 ICT 투자 지원 정책은 베트남 ICT 발전과 소프트웨어 산업의 발전 속도를 저해하는 가장 큰 요소로 작용하고 있습니다.

또한 소프트웨어 산업을 저해하는 요소로 ICT 분야의 전문가 양성 문제가 있습니다. 이러한 전문 인력 양성 전략 부재는 ICT산업 발전을 저해하는 가장 큰 요소로 작용하고 있으며, 국내 직업 교육 콘텐츠의 활용, 온/오프라인 교육용 소프트웨어의 현지화, 그리고 전문 인력 현지 공급으로 베트남 진출의 교두보로 활용하는 전략을 고려해야 할 것입니다.



〈표41. 베트남 진출 국내기업 대상 설문〉

베트남에서 교육용 소프트웨어 산업에 진출하기 위해서 두 마리의 토끼를 잡아야 하는 어려움이 있습니다. 소프트웨어 전문가 장단기 양성 과정을 온/오프라인 교육용 소프트웨어로 확산하기 위해서는 한국어와 베트남어를 구사할 수 있는 시스템이 필요합니다. 기술과 언어를 동시에 극복할 수 있는 시스템, 콘텐츠, 서비스의 융합된 체계를 확보하는 것이 필요합니다. 이러한 융합된 솔루션이 완성되면 직업 교육 시장의 폭발적인 수요 증가가 예상되며, 기존 진출한 국내 기업의 베트남 인력에 대한 수급에도 상당히 기여를 할 것으로 예측됩니다.

2 베트남 진출 국내기업에 대한 설문

베트남 소프트웨어 산업의 발전 가능성에 대한 설문에 참여한 국내 기업의 비즈니스 포트폴리오를 살펴보면 아래와 같습니다.

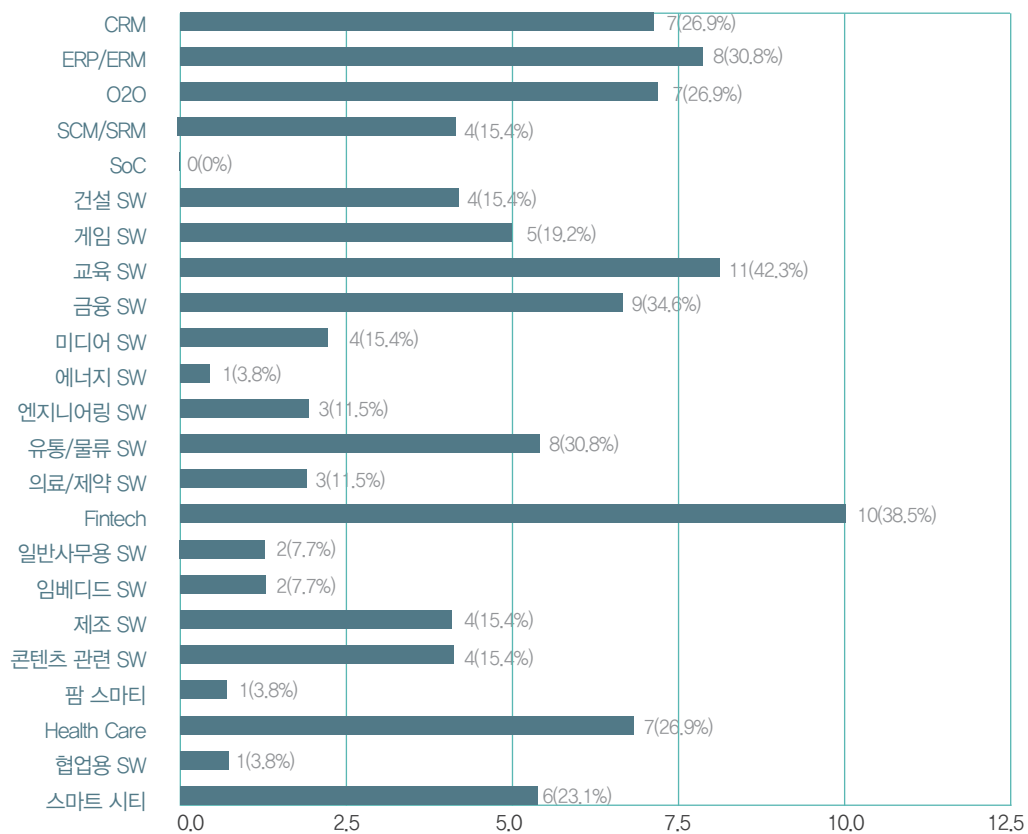
베트남 진출 국내기업핵심사업 분야	비율
Fintech	18.4%
미디어 SW	16.3%
일반사무용 SW	12.2%
게임 SW	10.2%
엔지니어링 SW	8.2%
제조 SW	8.2%
CRM	6.1%
교육 SW	6.1%
Health Care	4.1%
임베디드 SW	4.1%
ERP/ERM	2.0%
유통/물류 SW	2.0%
의료/제약 SW	2.0%

〈표42. 설문에 참여한 국내 기업 현황〉

포트폴리오를 살펴보면 아래와 같습니다.

베트남에 진출한 국내 기업(인) 50명을 대상으로 핵심사업 분야에 대한 설문조사 결과 핀테크 소프트웨어 분야가 가장 많았으며, 다음으로 미디어, 일반사무용, 게임, 엔지니어링, 제조SW 순으로 응답하고 있습니다.

기업용 소프트웨어 이용자(예측/기대) 수요 조사에서, 베트남 현지 진출 국내 기업을 대상으로 향후 10년 동안 베트남에서 가장 발전 가능성이 있는 소프트웨어 산업 분야의 질문에 대한 결과, 교육용 소프트웨어가 전체 응답자의 42%로 조사되었으며, 그 밖에 핀테크, 금융 소프트웨어 순으로 베트남 진출 성공 가능성을 예측하였습니다.

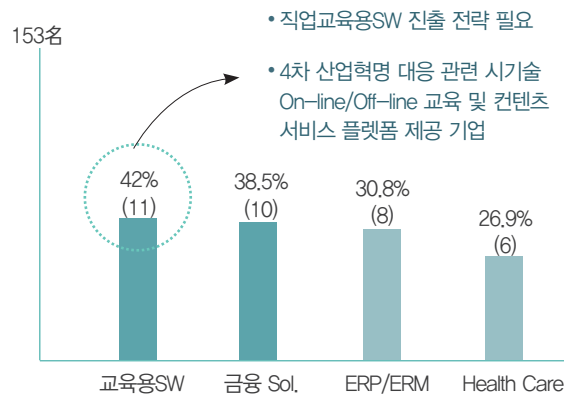


〈표43. 설문 참여 국내기업 응답결과〉

질문지 설문 및 심층인터뷰 결과에서 교육용 소프트웨어의 성공 가능성을 높게 평가한 이유는 베트남 정부의 ICT 정책 부재로 인한 전문 인력 양성을 사업기회로 평가된 영향이 크다고 볼 수 있습니다.

또한 직업 교육용 소프트웨어 사업과 연계된 On-line/Off-line 교육 및 콘텐츠 사업의 확대를 가장 가능성 높게 평가하고 있습니다.

아울러 베트남 국민의 교육열기(증가하는 대학 진학률, 외국어 학습 열풍, 높은 대학 편입학율 등)와 베트남 정부의 낮은 교육투자(국가예산에서 낮은 비율의 교육비, 사교육 열풍 등), 그리고 코로나 팬데믹으로 인한 온라인 교육수요의 폭발적인 증가가 교육용 SW 발전 가능성을 높게 평가하는 요인으로 들 수 있습니다.



〈표44. 교육용 SW설문 결과〉

그 밖에 베트남 현지 기업과 마찬가지로 금융산업과 연계된 다양한 금융 소프트웨어와 핀테크 솔루션이 베트남 진출 가능성이 높은 소프트웨어 품목으로 평가하였고, 스마트 헬스케어 관련 소프트웨어와 솔루션이 베트남에서 성공 가능성이 높은 사업으로 예측하였습니다.

3

베트남 진출 국내기업에 대한 설문(3년이상의 기업)

베트남 진출 3년 이상 된 국내 기업을 대상으로 베트남 소프트웨어 산업이 경쟁력을 확보하기 위해서 가장 중요하게 생각하는 요인에 대한 설문조사 결과입니다.

설문 내용	설문 결과
베트남 정부의 ICT 정책	47.2%
전문인력 양성	22.2%
앞선 선진기술 도입	13.9%
기업투자	8.3%
외국기업 투자	8.3%

〈표45. 베트남 진출(3년이상)기업 설문 결과〉

2019년 베트남 정부는 5개년 (2016~2020) 경제사회개발계획 수립을 통하여 4차산업혁명 신기술 중심의 산업 발전 계획을 추진 중에 있으며, 전자정부 구현, 디지털 인프라 확충 토대 마련과 정부 주도의 ICT 산업 발전 계획을 적극 추진 중에 있습니다.

베트남 정부의 ICT 지원 정책에도 불구하고 기업에 대한 지원 정책은 여전히 미비한 상태입니다. 한 해 배출되고 있는 공대생의 졸업자 수는 대략 10만명 정도로 세계 10위권에 해당되며, IT 교육 프로그램을 갖춘 고등교육기관(대학교, 전문대학)또한 254개나 갖추고 있으나 여전히 산업에서 필요로 하는 전문인력 양성과 질적 성장은 매우 미흡한 상태입니다.

이러한 베트남 ICT 환경에서 국내 기업에 대한 베트남 진출을 지원하는 정부 기관들은 여전히 중개역할 수준에 머물러 있으며, 현장 중심의 영업전략 지원체계, 소프트웨어 시장에 대한 전문성 등 국내 기업의 베트남 진출에 필요한 지원 전략은 여전히 미흡한 상태입니다.

시장 중심적인 영업전략, 솔루션 개발 그리고 분야별 비즈니스 파트너 네트워크 연계 등 현지의 파트너 중심의 협력관계 형성과 베트남 진출을 위한 현지 공무원과의 관계 비즈니스 창출은 베트남 진출에 매우 중요한 요소로 작용하는 것으로 조사되었습니다.

특히 베트남 정부 차원의 외국인 지원 정책에 대한 혜택 프로그램은 기대하기 어렵기 때문에 현지 시장의

공무원의 역할은 비즈니스 생태계에서 매우 중요한 요소로 작용하고 있습니다.

설문조사에서 도출된 베트남 진출 가망 소프트웨어의 베트남 진출 및 확산 전략을 실행하기 위해서, 소프트웨어 분야별 현지 기업의 비즈니스 파트너의 확보(Sales Partner, Solution Partner, Service Partner) 전략과 분야별 베트남 공무원(정보통신부, 건설부 등)이 연계된 전략 마케팅 계획이 수립되어야 합니다.

동시에 현지에 적합한 세일즈 전략을 통하여 기업용 소프트웨어 제품 및 서비스 진출 계획 수립이 관리 중심에서 영업과 타겟 마케팅(TAS : Target Account Selection) 중심으로 전략이 수립되어야 합니다.

4 베트남 진출 국내기업에 대한 설문(1년 이하 기업)

다음은 베트남 진출 1년 이하의 국내 기업을 대상으로 베트남 진출 시 애로사항에 대한 조사 결과입니다. 대부분의 국내 지원 기관들은 영업 중심적인 지원 체계와 채널 마케팅 중심적인 지원체계 보다는 세미나와 이벤트 중심적인 지원 체계를 통하여 국내 기업을 지원하고 있습니다. 그리고 현황 정보 전달, 현지 대상 기업과 기관의 연계 등 중개 역할과 함께 이벤트 중심의 현지 세미나를 기획하고 비즈니스 네트워크 세션을 준비하는 수준으로 진행되었으나, 성과 측면에서 판단해 보면 투자 대비 효과에 대한 검토 및 대안이 마련되어야 합니다.

설문 내용	설문 결과
시장정보 부족	26.9%
법규 및 행정 불투명	26.9%
고급 인력 확보 문제	26.9%
시장 개발 및 영업 환경 문제	15.4%
자금 조달	3.9%

〈표46. 베트남 진출(1년이하)기업 설문 결과〉



대부분 국내 기업은 베트남 진출을 위한 정보 수집 채널을 현지의 지인들, 베트남 거주 기업인을 통한 간접적인 정보입수 경로를 통하여 베트남 진출에 대한 의사결정을 하고 있으며, 베트남 현지 진출정보, 시장정보 및 사후관리 정보가 미흡하여 베트남 진출에 많은 애로사항을 겪고 있는 것으로 조사되었습니다.

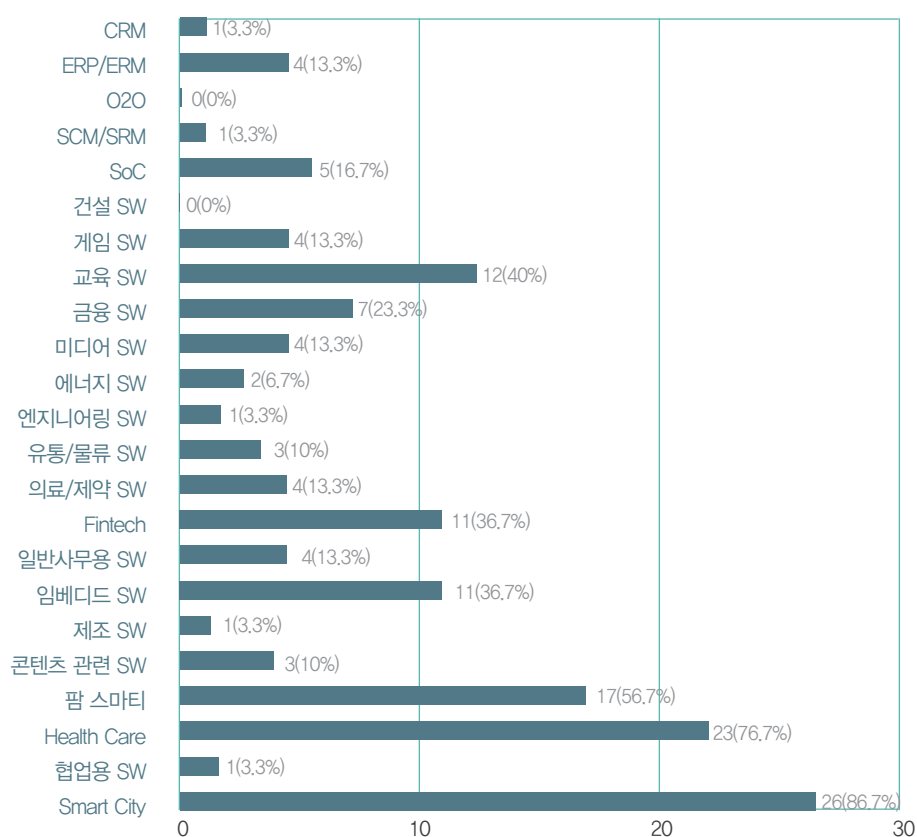
베트남 진출에 있어 소프트웨어 분야에 정통한 현지 지원 체계와 현지 기업과의 협업 네트워크 체계의 확보없이 성공을 보장받을 수 없으며, 특히 소프트웨어 시장 정보와 고급인력 확보 전략은 베트남 진출에 있어 반드시 필요합니다.

국내 기업의 현지 법인 설립과는 다소 차이가 있으나, 베트남 현지의 공장 설립에서 가동까지 관청에서의 인허가 단계가 매우 복잡(100개 이상의 서류절차 필요, 법규, 행정의 불투명한 처리 절차가 매우 심각)하며, 베트남 진출 시 이러한 인허가 과정의 간소화를 위한 전략수립과 현지 비즈니스 파트너 연계 방안은 무엇보다 중요합니다. 특히 현지의 정부 및 관련협회의 지원체계와 정보 활용을 통한 시장진출전략 수립은 필수적 요소로 작용하고 있습니다.



5 베트남 공무원 및 소프트웨어 산업 관련 전문가 대상 설문 결과

다음은 베트남 현지 공무원 및 소프트웨어 산업관련 전문가를 대상으로 향후 10년 동안 베트남에서 가장 발전 가능성이 있는 소프트웨어산업 분야의 제품 또는 서비스 오퍼링을 묻는 질문에 대한 결과입니다.



〈표47. 베트남 공무원 및 SW산업 전문가 인식〉

베트남 현지 공무원과 소프트웨어 산업전문가는 소프트웨어 산업에서 가장 발전 가능성 있는 분야로 스마트시티(86.7%)를 선정하였습니다.

다음으로 헬스케어(76.7%)와 교육용 소프트웨어(40%)가 가장 유망한 소프트웨어 산업으로 응답하였습니다.

베트남의 공무원과 소프트웨어 산업 관련 전문가는 사회적인 변화 대응 솔루션으로 소프트웨어가 시장을 지배할 것으로 예측하였고, 그러기 위해서는 ICT 기반의 소프트웨어 교육을 통한 역량 확보를 위해 ICT 인재 양성의 중요성을 강조하고 있습니다.

베트남 현지 공무원 및 소프트웨어 산업전문가는 현지 기업(인) 또는 국내 진출 기업(인) 설문과 동일하게 베트남 소프트웨어 산업 발전을 위해서 “정부 정책의 유연성과 적극성” 그리고 “전문인력 양성” 지원 정책을 가장 중요한 문제로 인식을 같이 하고 있습니다.

이러한 문제는 사회주의 국가의 폐쇄성과 정부지원 예산 부족 등, 사회의 구조적인 문제에서 기인하므로 단기 해결 과제로 볼 수는 없습니다. 다만 “전문인력 양성”의 경우 매년 10만명 이상 공과대 인력을 배출하고 있는 긍정적인 요소도 있기 때문에, 이들을 체계적이고 비교 우위적인 교수법으로 양성 시켜 안정적으로 소프트웨어 산업 시장에 공급 방안을 마련하는 것이 매우 중요한 해결책이라 판단되며, “전문인력 양성”을 소프트웨어 산업 발전을 위한 해결 수단으로 베트남 진출 전략을 설계해야 할 것입니다.

6

베트남 공무원 및 소프트웨어 산업전문가 대상 베트남 진출에 대한 애로사항 예측

공무원 및 ICT산업 전문가들은 “정부지원 정책과 행정체계 미흡”을 베트남 기업(인) 및 국내 진출기업(인)과 동일한 가장 큰 애로사항으로 지적하였습니다.

또한 베트남 현지 기업 대부분이 영세하기도 하지만 인건비가 저렴하기 때문에 여전히 사내 전사자원관리 프로그램(ERP/ERM)과 같은 정보시스템에 대한 중요성과 효용성에 대한 인식이 매우 부족 상태입니다.

설문 내용	설문 결과
정부지원정책 및 행정체계 미흡	30%
SW 사용자 인식부족	27%
고급 인력 확보 문제	17%
자본조달의 어려움	13%
SW 시장의 불투명	10%

〈표48. 베트남 SW사업 운영 시 애로사항〉

오히려 공무원의 업무 환경이 정부의 지속적인 전자정부 구현으로 사무자동화가 점진적으로 구현되고 있어 정보시스템에 대한 인식은 계속 높은 것으로 조사되었습니다.

그리고 많은 영세 기업들은 공무원 수준을 따라가지 못하고 있는 실정이며, 특히 지방 도시의 경우 정보화에 대한 열의가 매우 부족한 현실입니다. 이러한 베트남 현실을 고려할 때 교육용 콘텐츠 사업을 동반한 온라인/오프라인 교육용 소프트웨어 사업의 전략적 진출을 고려해야 합니다.

베트남 기업의 소프트웨어에 대한 인식보다 공무원의 소프트웨어에 대한 인식이 높은 이유로 현지 베트남 일반 기업과는 서비스 파트너십을 유지하고, 공무원과 연계된 공공산업을 대상으로 타겟 마케팅을 실시하여 국가에서 진행되는 소프트웨어 기반의 프로젝트(ODA, KSP 사업 등)를 활용하여 점진적인 진출 전략 마련이 필요합니다.

특히 공무원 중심의 관계 비즈니스를 위한 네트워크 구축이 필수적이며 영업 중심의 마케팅 전략 또한 전자정부, 스마트시티, 헬스 케어와 같은 사업을 정부 프로젝트 중심으로 진행하는 것이 베트남 진출의 실패의 확률을 최소화하는 것으로 판단됩니다.

더불어 중앙정부와 지방정부 공무원 관계자의 ICT관련 지식과 인식의 차이를 최소화할 수 있는 전략적 접근 방법을 마련하여 지방공무원 정보화 연수과정 프로그램을 한국정부 또는 기업이 현지 공무원 또는 기업과의 파트너십을 통하여 베트남 진출 교두보로 활용하는 방안을 강력추진해 볼 분야라고 판단됩니다.

이는 지방자치제가 실시되는 한국과 비교할 때 고위직 인사권은 중앙정부의 소관이지만 예산 등 사업 인허가권은 한국에 비해 상대적으로 지방정부 자체 결정권이 많이 부여되어 있으므로 지방정부 공무원과 소프트웨어 산업 관련전문가 공략은 장기적인 시장확보에 큰 자산이 될 것으로 판단됩니다.

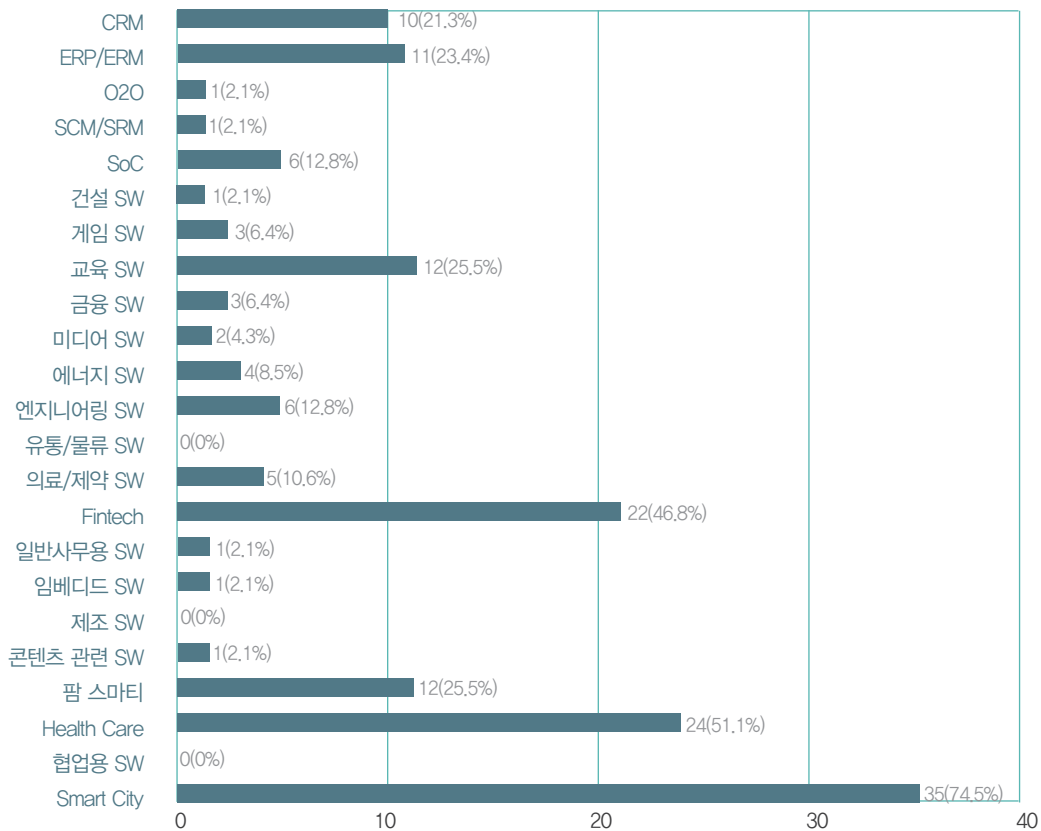
7

베트남 IT계열 대학생 개별 설문 조사 결과 요약

베트남 IT계열 대학생들을 대상으로 향후 10년 동안 베트남에서 가장 발전 가능성이 있는 소프트웨어 산업 분야의 제품 및 서비스를 묻는 설문에 대한 결과입니다.

본 설문은 베트남 최고 수준 대학인 국립 호치민 과학기술대학과 공과대학, FPT 대학 그리고 기타 ICT 관련학과 학생들을 대상으로 설문을 실시하였습니다

베트남에서 가장 대표적인 소프트웨어 유망 사업 1순위로 스마트시티(74.5%)를 선정하였으며, 2순위로는 헬스케어, 다음으로 핀테크가 베트남 소프트웨어 산업에서 가장 유망한 비즈니스로 판단하고 있습니다.



〈표49. 베트남 대학생의 인식〉

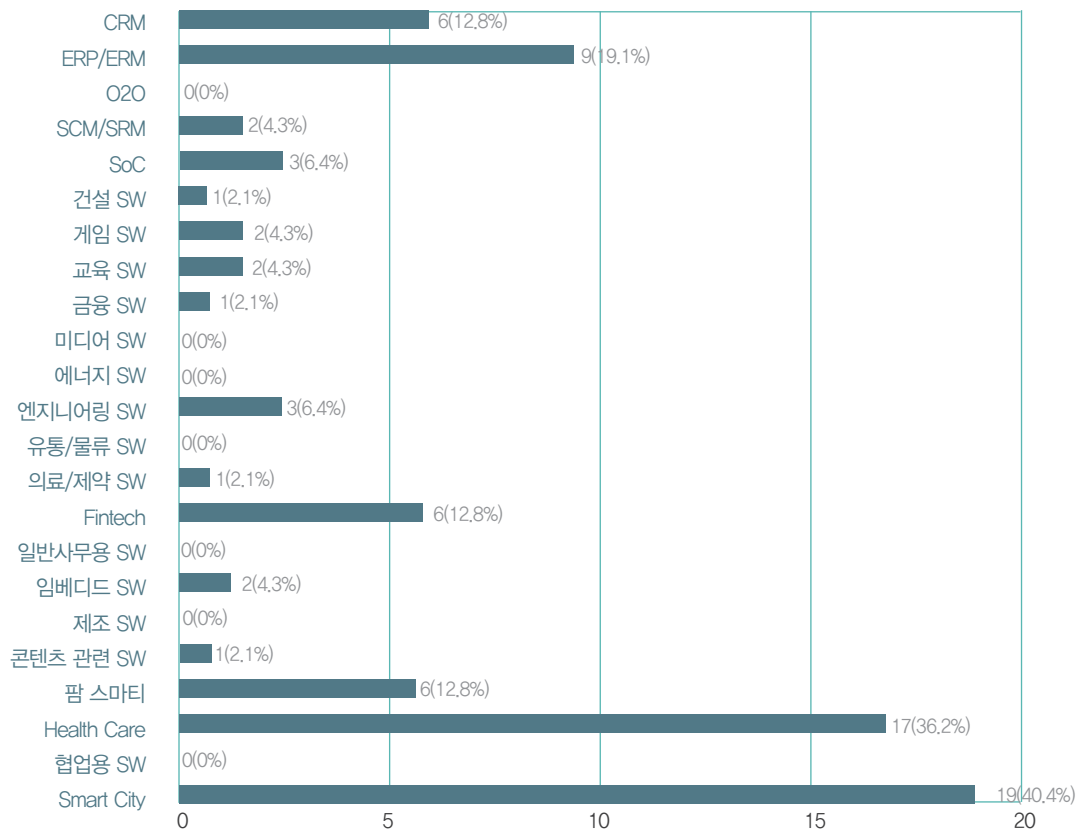
특히 스마트시티, 헬스케어, 핀테크, 교육용 소프트웨어가 가장 발전적인 분야로 선정하였으며, 전사관리프로그램(ERP/ERM), 물류/유통 분야의 CRM 등을 향후 발전적인 소프트웨어로 생각하고 있는 것으로 조사되었습니다.

8

베트남 대학생들이 졸업 후 진로에 대한 설문

베트남의 IT 계열 대학생이 졸업 후 진로에 대한 설문에서 취업 희망 1순위는 스마트시티 관련 신기술 분야로 베트남의 4차산업혁명의 중점 개발 분야 가운데 정부가 지원하는 스마트시티가 대학생에게 많은 영향을 준 것으로 판단됩니다.

또한 베트남에서 제약, 의료기기 등 헬스케어 산업의 관심이 높아지고 있으며, 특히 IT 의료 서비스 분야에 대한 관심과 미래 직업으로 생각하는 대학생의 수가 많았으며, 재활, 신체 관련 보조 도구 및 지원 소프트웨어, 헬스 가전, 임베디드 소프트웨어, 디지털 영상, 휴대폰의 진료 정보, 임상 실험 연구 소프트웨어 등을 가장 발전적인 헬스케어 분야로 생각하고 있습니다.



〈표50. 베트남 대학생의 향후 진로〉

또한 ERP/ERM은 초보적인 단계의 환경이기 때문에 향후 발전 가능성이 높은 분야이지만 인건비가 낮은 사회적 환경에서 사무자동화 및 관리 솔루션은 베트남 진출 타겟 소프트웨어 품목에서 당분간 비유망 품목으로 관리되는 것이 바람직합니다.

스마트시티, 헬스케어, 스마트 팜, 핀테크 등의 베트남 진출 전략 마련 가운데 베트남 주요 대학과 연계하여 국내 베트남 진출 기업을 위한 인력 지원 프로그램의 일환으로 인력양성 인큐베이팅 프로그램(직업 훈련 ICT 서비스)을 운영하는 것 또한 미래 지향적 투자가 될 수 있습니다.

9 기업용 소프트웨어 수요 분석을 위한 심층 인터뷰의 개요

심층인터뷰(FGI)는 총 3개 그룹으로 구분하여 실시되었으며, 한국기업 임직원(10명), 공무원 및 전문가(10명), 베트남 기업 임원(10명)으로 구성하여 경영전략, 현지화 전략, 마케팅 전략, 세일즈 전략에 대한 의견 청취를 통해 본 보고서에 반영하였습니다

설문 및 인터뷰의 개요	구분	내용
	기간	5주
	FGI 범위	<ul style="list-style-type: none"> •기업용 SW에 대한 미래 수요 예측 •SW산업에 대한 정책 •현지 시장 전망
	설문 조사 대상	•공공기관, 현지 SW 전문가, 베트남 기업인, 국내진출 기업인
	설문 조사 방법	•직접 내방

〈표51. 심층 인터뷰의 개요〉

심층인터뷰는 5주간 실시하였으며 내용은 아래와 같습니다.

1) 기업용 소프트웨어에 대한 미래 수요 예측에 대한 의견 2) 베트남 소프트웨어 산업에 대한 정책, 3) 현지 시장 전망에 대한 의견을 수렴을 통하여 국내 기업의 베트남 진출 길라잡이로 활용하였습니다.

심층인터뷰의 질의 내용은 국내 진출 소프트웨어기업의 가이드스(Guidance)에 꼭 필요한 내용을 담기 위한 심층인터뷰로, 베트남 진출을 위한 협력 체계 마련에 필요한 필수 정보를 얻기 위한 목적으로 인터뷰 내용을 구성하였으며, 성공적인 베트남 진출 이후 필요한 사후관리 정보를 통하여 안정적인 성장(Balanced Growth)을 지원하는 전략 마련을 위한 정보 수집 차원의 인터뷰가 진행되었습니다. 인터뷰의 구성은 다음과 같습니다.

구분	내용	
	공통 질의	내용
FGI 구성 항목		1. 베트남 SW 분야 수준은? 2. 베트남 SW 분야 전망은? 3. 베트남 정부의 SW정책에 대한 평가는? 4. 베트남 SW 분야 시장의 가장 큰 문제점은? 5. 베트남 SW 분야 시장에서 현지기업의 경쟁력은? 6. 외국투자기업에 대한 평가는? 7. 외국투자기업과 베트남 현지기업간의 관계는? 8. 베트남 정부가 가장 우선적으로 중점을 두어야 하는 SW 분야는? 9. 베트남에서 가장 유명한 SW분야는? 그렇게 생각하는 이유는? 10. 외국기업이 베트남에 투자하기를 권하고 싶은 SW분야는? 그 이유는? 11. 베트남 기업과 협력에 대한 생각은? 12. 베트남에서 한국투자기업에 대한 인식은? 13. 향후 투자분야는? 14. 베트남 관련협회와 한국 협회의 교류여부는? 15. 한국(베트남)정부정책에 바라는 것이 있다면?

〈표52. 심층 인터뷰 내용의 구성〉

심층인터뷰는 3개 그룹으로 정의하였으며, 1) 베트남 소프트웨어 기업의 임직원, 2)베트남 진출 국내기업 임직원 3) 베트남 공무원 및 전문가로 구성하였습니다.

순서	인터뷰 대상	참여 수	비율
1	베트남 SW 기업 임직원	5	"
2	베트남 진출 한국기업 임직원	6	"
3	베트남 공무원 및 전문가	4	"
합계		15	"

〈표53. 심층 인터뷰 현황〉

베트남 SW 기업	한국 진출 SW 기업	베트남 공무원 및 전문가
<ul style="list-style-type: none"> • Viet Nam XJ Artificial Intelligence Technology Company Limited • Viet Nam XJ Artificial Intelligence Technology Company Limited • Zoho Software • VNG Corporation (VNG) • TIMO 	<ul style="list-style-type: none"> • Tech_Data • 오리온 • 신한 정보통신 • SHI • Global Tech • VINA SYSTEM 	<ul style="list-style-type: none"> • Trần Kiên (정보통신부 정보화국 정보통신정책실 부실장) • Nguyễn Thị Thu Hương (정보통신부 통신안전국 실장) • Đoàn Nguyễn Thành Hoà (FPT 대학교 전임, 컴퓨터 과학 학부) • Nguyễn Lưu Thùy Ngân (호치민 정보기술 대학 전임 강사, 컴퓨터 과학학부)

〈표54. 심층 인터뷰 대상 기업 정보〉

심층인터뷰 참여기업에는 4개 베트남 정부기관과 5개 베트남 기업 그리고 6개의 국내 진출 기업을 대상으로 심층인터뷰를 실시하여 [표48]에서 정의된 15개 질의 내용을 바탕으로 국내 기업용 소프트웨어의 성공적인 베트남 진출 전략에 대한 조사/분석을 수행하였습니다.

바. 심층인터뷰 결과 요약

1 베트남 유망 소프트웨어에 대한 인식

베트남 유망 소프트웨어 분야에 대한 심층인터뷰 대상자 의견도 설문조사 결과와 대체적으로 일치하였습니다.

교육용 소프트웨어, 스마트시티, 헬스케어, 핀테크, 전자정부 콘텐츠를 유망 소프트웨어 사업으로 제시하였으며, 다만 앞서 실시한 베트남 기업 대상의 질의서 설문조사에서 게임 소프트웨어에 대한 선호도가 높았으나 심층 인터뷰에서는 제외되어 있으며, 오히려 국내 진출 기업들은 게임용 소프트웨어에 대한 관심도가 높게 나와 있는 것이 특이하다 할 수 있습니다.

또한 베트남 기업과 공무원 및 전문가들은 외국 투자기업이 인공지능, SoC 등 미래지향적 가치에 투자를

권장하고 있습니다. 그리고 베트남 기업(인), 공무원 및 전문가는 베트남 정부의 우선 중점 소프트웨어 또는 현지 유망한 소프트웨어로 교육용 소프트웨어를 선택하였는데, 이는 영어교육 등의 학습과 관련된 측면도 있지만 향후 ICT 전문인력 양성 측면에서 필요한 교육용 소프트웨어에 대한 관심도 반영되었다고 볼 수 있습니다.

인터뷰 내용	베트남 기업	한국 진출기업	공무원 및 전문가
베트남 정부가 가장 우선적으로 중점을 두어야 하는 SW분야는?	교육, 스마트 시티	생산기지 역할을 위해 네트워크, ERP, 클라우드 분야 및 전자정부 완성 과정으로 ICT 분야 마중물 필요	교육, 의료(헬스)
베트남에서 가장 유망한 SW분야는? 그렇게 생각하는 이유는?	교육, 헬스케어, 핀테크	교육, 게임, 콘텐츠, 전자정부를 위한 SW	전자정부를 위한 SW, ERP, 게임
외국 기업이 베트남에 투자하기를 권하고 싶은 SW 분야는? 그 이유는?	인공지능, SoC, ERP	교육관련 솔루션과 콘텐츠, 학교 ERP, 인프라 관련 콘텐츠	인공지능, 교통SW 등 잠재력과 미래 투자가치가 높은 분야

〈표55. 대상 별 SW에 대한 인식〉

2 베트남 소프트웨어 산업에 대한 실태에 대한 인식

심층 인터뷰 대상자들은 베트남 소프트웨어 분야의 수준은 낮지만 잠재력이 있고 지속적으로 노력 중인 산업이며 향후 발전 가능성을 언급하였습니다.

향후 베트남 소프트웨어 산업의 전망은 정부의 의지가 중요하지만, 정부의 지원정책 노력이 수반된다면 향후 전망이 밝고 기대를 해도 좋다고 응답하였습니다. 다만 베트남 정부정책에 대한 평가에서는 모두 실망감을 공통적으로 표출하고 있고, 특히 정책의 실용성과 실천력 그리고 인력양성에 있어서 정부 차원의 지원과 역할을 요구하고 있습니다.

앞에서의 설문조사에서도 언급되었지만 베트남 소프트웨어 산업 분야의 가장 큰 문제점은 고급인력의 지속적인 수급의 불안정과 정부 정책의 미온적 대처 등을 언급하고 있습니다.

정부지원 정책의 적극성과 고급 인력의 지속적인 양성 및 수급이 이루어 진다면 베트남 소프트웨어 산업의 미래 전망은 밝게 보고 있습니다.

인터뷰 내용	베트남 기업	한국 진출기업	공무원 및 전문가
베트남 SW 분야 수준은?	노력 중, 발전 중	낮은수준, 노력 중	관심집중, 투자확대
베트남 SW 분야 전망은?	정부의지 중요, 인력 및 시장 가능성 높음	긍정과 부정이 혼재, 투자확대와 기술수준의 향상으로 밝은 기대	인력양성 집중, 베트남 발전 동력으로 기대
베트남 정부의 SW정책에 대한 평가는?	비체계적, 낮은 실용성, 기업지원 미흡	정부 적극성을 보이지만 실천력 미흡, 중국모델 추구, 낮은 수준의 행정체계	적극노력, 투자 미흡, 전자정부 집중
베트남 SW 분야 시장의 가장 큰 문제점은?	정부정책 현장성 낮음, 투자미흡	경제 볼륨이 작다, 체계적인 인력 미흡	인력양성 문제, ICT에 대한 사용자 인식부족
베트남 SW 분야 시장에서 현지기업의 경쟁력은?	중간정도, 낮은 기술수준	Viettel/FPT/Hutech/HPT/CMC/SPT 등이 인큐베이터 역할 수행 마케팅에서 경쟁력 있음. 다국적 기업의 본격적인 미진출로 시장 경쟁력 존재	낮은 수준의 인력으로 경쟁력 낮음, 자본력이 있는 기업 적음

〈표56. 베트남 소프트웨어에 대한실태〉

3 베트남 진출 한국 기업 실태에 대한 인식

베트남 기업들은 외국투자 기업에 대한 기대와 우려를 동시에 나타내고 있으며, 소프트웨어 분야 발전을 위한 동반자인 동시에 경쟁자로 인식하고 있습니다. 다만 한국투자 기업에 대해서는 강한 경쟁력이 있음을 인지하고 협력의 필요성을 인정하고 있습니다.

베트남 및 한국 관련 협회(가칭: 한-베 소프트웨어협회)와 같은 협의체의 교류는 거의 없다고 하여 이에 대한 해결책이 시급한 상황입니다. 반면 국내 진출 기업들은 베트남 기업과의 협력을 통해서 시너지 효과가 있음을 강조하고 있고, 절대적인 협력 관계와 Win-Win 관계 달성을 고대하고 있습니다.

특히 국내 진출 기업은 ODA (Official Development Assistance: 공적개발원조) 자금 등을 통해 인프라 구축, 전자정부 구축을 주도한다면 한국 소프트웨어 기업들에게 기회가 많을 것임을 강조하고 있습니다. 나아가 한국 관련 정부기관 차원에서 베트남 진출을 위한 현장 중심적인 가이드와 현지 전략 마케팅 활성화를 위한 지원을 요청하고 있는 상태입니다.

인터뷰 내용	베트남 기업	한국 진출기업	공무원 및 전문가
외국투자기업에 대한 평가는?	기술과 자본에서 강점, 경쟁력 있음	SW분야 외국투자 환영	향후 시장을 주도할 것임, 적극 유치 필요
외국투자기업과 베트남 현지기업간의 관계는?	협력보다는 경쟁관계	완-원하는 관계, 절대적으로 협력 필요	협력이 필요, 공생관계로 발전 전망
베트남 기업과 협력에 대한 생각은?		협력은 필수, 시너지 효과 극대화	
베트남에서 한국투자기업에 대한 인식은?	강한경쟁력, 도움을 받을 대상		강력한 자본, 기술력이 경쟁력, 한국기업 시장 참여는 시장의 발전을 촉진하지만 국내 기업에게 큰 도전
베트남 관련협회와 한국 협회의 교류여부는?	거의 없음	다소 있음	다소 있음
한국정부정책에 바라는 것이 있다면?		ODA 자금 등을 ICT분야에 투자, 베트남 국가망을 한국이 구축하면 자연스럽게 SW 기업 진출 출발, 해외진출을 위한 생태계를 만들어 달라..영어 매뉴얼..현지화를 마케팅 매뉴얼	

〈표57. 한국기업 실태 인식〉

4

심층 인터뷰 결과에 대한 시사점 요약

베트남의 소프트웨어 산업에 대한 설문 결과와 동일하게 심층인터뷰에서도 핀테크, 건강, 교육, 스마트시티를 베트남의 유망 소프트웨어 품목으로 선정하고 있고, 미래 외국기업이 베트남에 투자를 원하는 분야로 잠재력과 상대적으로 기술과 투자를 요하는 인공 지능, SoC, ITS 소프트웨어 분야를 들고 있습니다.

베트남 기업인들의 소프트웨어 산업에 대한 현실 인식은 낮은 기술력, 고급인력 부족, 정부 정책에 대한 낮은 기대 및 정책의 일관성과 실천력 부족을 문제로 들고 있고, 현지 기업의 경쟁력도 상대적으로 낮음을 지적하고 있습니다.

한국기업인들은 현지 베트남 기업이 낮은 경쟁력을 갖고 있지만 점차적으로 국가 주요 사업으로 면모를 갖추어 가고 있음을 인정하고 있으며, 외국 기업의 강한 경쟁력과 협력을 통한 현지 기업의 성장의 필요성을 지적하고 있습니다. 현지 기업이 현재는 협력적 관계이고 협력적 영역을 확대해 가야 하지만 미래에는 경쟁적 시장지위를 갖게 될 것임을 지적하고 있습니다.

한국 기업에 대한 좋은 이미지를 바탕으로 협력적 파트너 관계 강화의 필요성이 있습니다. 베트남 정부의 소프트웨어 시장 대응 미흡 등을 감안할 때, 한국 정부와 한국 기업은 적극적인 시장 공략의 필요성과 성공 가능성이 공존한다고 할 수 있습니다. 따라서 소프트웨어 분야에 대한 ODA 자금 확대, 베트남 유망 분야에 대한 진출 기업의 집중적인 지원을 위한 세부적인 방안(진출 메뉴얼의 현지화, 진출 인력 및 기업에 대한 멘토, 시스템 구축, 산학 협력을 통한 현지 고급인력 양성과 확보 정책 등)을 통해 시장 확대가 이루어져야 합니다.

사. 설문/인터뷰 종합

1 베트남 진출 유망 소프트웨어 선정 분석

분야별 설문 대상자의 공통 의견으로 핀테크, 헬스케어, 스마트시티, 교육용 소프트웨어가 베트남 내에서 유망 소프트웨어 1순위로 선택하였습니다. 그 외에 스마트 팜, 협업용 소프트웨어를 발전 가능성이 큰 가망 소프트웨어로 선정하였으며, 게임 소프트웨어의 경우 베트남 기업은 선호도가 높은 반면 국내 기업들은 비교적 낮은 선호도를 보이고 있는데 이는 중국 게임 소프트웨어업체들의 저가공세로 경쟁력이 떨어지기 때문이라 판단됩니다.

순서	베트남 기업인	국내진출 기업	베트남 공무원/전문가	베트남IT 계열 대학생
1	Fin_Tech	교육용 소프트웨어	Smart City	Smart City
2	Health_Care	Fin_Tech	Health_Care	Health_Care
3	협업용 소프트웨어	금융 소프트웨어	Smart Farm	Fin_Tech
4	Game 소프트웨어	ERP/ERM	교육용 소프트웨어	교육용 소프트웨어
5	Smart City	물류/유통 소프트웨어	Fin_Tech	Smart Farm
6	CRM 소프트웨어	CRM	Embedded 소프트웨어	ERP/ERM
7	Embedded 소프트웨어	O2O	금융 소프트웨어	CRM
8	교육용 소프트웨어	Health_Care	SoC	SoC
9	금융 소프트웨어	Smart City	ERP/ERM	엔지니어링 소프트웨어
10	콘텐츠 관련 소프트웨어	Game 소프트웨어	Game 소프트웨어	의료/제작 소프트웨어

〈표58. 질의서 설문 결과 종합〉

2

소프트웨어 산업의 발전에 대한 인식

응답자들은 공통적으로 베트남 소프트웨어 산업 발전을 위해서는 “전문인력 양성”과 “베트남 정부 정책”이 가장 중요하다고 지적하였습니다.

상기 두가지 사항이 향후 베트남 소프트웨어 산업의 미래를 결정할 것으로 예측하였으며, 베트남 기업인과 공무원(전문가) 집단은 다음의 중요한 사항으로 “외국기업 투자”의 중요성을 강조하고 있는데 이는 베트남 정부 및 국영 기업의 자원 부족과 연관성이 매우 높다고 볼 수 있습니다.

순서	베트남 기업인	한국 진출 기업인	공무원 및 전문가	전공 대학생
1	전문인력 양성	베트남 정부정책	전문인력 양성	전문인력 양성
2	베트남 정부정책	전문인력 양성	베트남 정부정책	앞선 선진기술 도입
3	외국기업 투자	앞선 선진기술 도입	외국기업 투자	베트남 정부정책
4	기업투자	기업투자	앞선 선진기술 도입	외국기업 투자
5	앞선 선진기술 도입	외국기업 투자	기업투자	기업투자
6	기타(무엇?)	기타(무엇?)	기타(무엇?)	기타(무엇?)

〈표59. 그룹별 SW산업의 문제점 지적에 대한 요약〉

외국투자기업(현지기업)과 협력할 의사에 대한 응답자 대부분은 상호 협력 의사를 확인할 수 있고, 특히 한국 진출 기업의 베트남 기업과의 협력은 절대적(92%)임을 보여주고 있습니다.

구분	베트남 기업인	한국 진출 기업인	공무원 및 전문가	전공 대학생
있다	68.0%	92.0%	70.0%	72.3%
없다	6.0%	4.0%	16.7%	4.3%
모름	26.0%	4.0%	13.3%	23.4%
합계	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

〈표60. 국내 기업과의 협력 의지〉

베트남 기업과 국내 진출 기업들은 “베트남 정부의 소프트웨어에 대한 적극적이고 유연한 정책”과 “베트남 소프트웨어 기업과 한국 베트남 현지 소프트웨어 기업과의 협력”이 사업 성공에 가장 중요한 요소임을 보여주고 있습니다.

3 베트남 소프트웨어 산업 발전 저해 요인

베트남 소프트웨어 산업 발전을 저해하는 요소로 베트남 기업인은 “고급인력 부족”과 “소프트웨어 사용자 인식 부족”을 가장 큰 문제로 인식하고 있습니다. 한국 진출 기업과 베트남 공무원(전문가)들은 “정부 정책과 행정체계 미흡”과 “소프트웨어사용자 인식부족”을 들고 있습니다.

구분	베트남 기업인	구분	한국 진출기업인	구분	공무원 및 전문가
고급 인력 부족	40%	정부지원 정책 및 행정체계 미흡	42.3%	정부지원 정책 및 행정체계 미흡	30%
소프트웨어사용자 인식 부족	26%	소프트웨어사용자 인식 부족	19.2%	소프트웨어사용자 인식 부족	27%
정부지원 정책 및 행정체계 미흡	22%	고급 인력 부족	15.4%	고급 인력 부족	17%
자본조달의 어려움	12%	자본 조달 어려움	11.5%	자본 조달 어려움	13%
기타		현지 파트너와 갈등	4.0%	소프트웨어시장 성장성 불투명	10%
		기타	8.0%	기타	3%
합계	100%		100%		100%

〈표61. 베트남 SW산업의 발전 저해 요인〉

한국 기업들은 베트남 진출 시 어려움에 대한 공통 의견으로 “베트남 시장 정보 부족”, “법규 및 행정 불투명” 및 “고급 인력확보 문제”가 가장 큰 애로사항으로 응답하였습니다.

구분	비율
시장정보 부족	26.9%
법규 및 행정 불투명	26.9%
고급 인력 확보 문제	26.9%
개발 및 영업환경 문제	15.4%
자금 조달	3.9%
현지 파트너 문제	
기타()	
합계	100.0%

〈표62. 국내기업의 애로사상〉

4

유망 소프트웨어 베트남 전문기업 및 정부기관 연계 정보

A. 핀테크

구분	베트남 스마트 시티 전문기업	정부기관	정부 정책
핀테크	<ul style="list-style-type: none"> MK Smart Joint Stock Company NEXTTECH Group Of Technopreneurs Vietnam Payment Solution Joint Stock Company (VNPAY) Momo Timo 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 정보통신부 <ul style="list-style-type: none"> 주소 : 18 Nguyễn Du - Hà Nội (Tòa nhà B, tầng 4) 연락처: 024.39436404 Email: cntt@mic.gov.vn 담당자: ❖ 재정부 <ul style="list-style-type: none"> 책임자 : Tạ Anh Tuấn 차관/주소: Số 28 Trần Hưng Đạo - Quận Hoàn Kiếm - Hà Nội 연락처: (84-24) 2220.2828.2888 Email: support@mof.gov.vn 	<ul style="list-style-type: none"> 정부의 평가본 승인 후 각 솔루션 및 특정 분야에 따라 1 ~ 2 년 소요. 디지털 뱅킹 및 핀테크 개발을 위한 법적 프레임 워크를 완성 할 예정.

B. 스마트팜

구분	베트남 전문기업	정부기관	정부 정책
스마트 팜	<ul style="list-style-type: none"> Farmtech Vietnam Company Limited HQSOFT APPA GROUP HOSCO JOINT STOCK COMPANY 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 정보통신부 주소 : 18 Nguyễn Du - Hà Nội (Tòa nhà B, tầng 4) 연락처: 024.39436404 Email: cntt@mic.gov.vn 담당자: ❖ 농업 및 농촌개발부 주소 : Số 2, Ngọc Hà, Ba Đình, Hà Nội 연락처 : (84-24) 7341635 Email : trangtin@mard.gov.vn 	<ul style="list-style-type: none"> 스마트 농업을 포함한 스타트업 전반에 대한 정부 지원 정책(프로젝트별 50 % 지원, 신규 과학 및 기술 적용시 비용 50 % 지원 및 저금리 금융지원, 창업 지원 펀드, 과학 기술 개발 펀드, 산업 진흥 펀드 등) 2017 년 국무 총리 4 차 산업 혁명에 대한 접근 능력 강화를 위한 지침 16/CT-TTg 발표. 2019 년 9 월 정치국은 결의 "4 차 산업 혁명을 위한 여러 지침 및 정책" No. 52-NQ/TW를 발표.

C. 헬스케어

구분	베트남 전문기업	정부기관	정부 정책
헬스케어	<ul style="list-style-type: none"> TPS Software 주식회사 AT Solution Digital Technology Company Limited Nidi Technology Solution Joint Stock Company Center for Corporate & Government Client Solution Viettel HCMC 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 정보통신부 주소 : 18 Nguyễn Du - Hà Nội (Tòa nhà B, tầng 4) 연락처: 024.39436404 Email: cntt@mic.gov.vn 담당자: ❖ 보건부 주소 : Số 138A Giảng Võ - Ba Đình - Hà Nội 연락처 : 0246.273.2.273 Email : banbientap@moh.gov.vn 	<ul style="list-style-type: none"> 2025 년까지 전자 건강 기록 배포 계획의 5349 / QĐ-BYT 승인 보건부 장관, 총리 정치국 결의 No. 52-NQ/TW 및 16/CT-TT에 따라 "2019-2025 년 스마트 헬스 IT 개발 프로젝트"를 승인

D. 교육용 소프트웨어

구분	베트남 전문기업	정부기관	정부 정책
교육용 소프트웨어	<ul style="list-style-type: none"> BuCA 주식 회사 CPIT 주식 회사 VNPT 정보 기술 회사 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 정보통신부 <ul style="list-style-type: none"> 주소 : 18 Nguyễn Du - Hà Nội (Tòa nhà B, tầng 4) 연락처: 024.39436404 Email: cntt@mic.gov.vn 담당자: ❖ 보건부 <ul style="list-style-type: none"> 주소 : Số 35 Đại Cồ Việt, Hà Nội 연락처: 024.38695144 Email: bogddt@moet.gov.vn 	<ul style="list-style-type: none"> 교육 및 관리 정보화, 교육훈련 체제의 디지털화를 강화하는 "666/CT-BGDDT공문" 공표

요약

한국-베트남 산업환경 분석

권지화 전략





참조 : 베트남 지식재산권 유형 분석

1. 특허권

1981년 1월 23일 발행된 시행령 31 / CP에 따른 특허권의 정의 “생산에 있어서 기술 향상 및 합리화에 영향을 미치는 혁신”

실무상 특허권 발급이 가능한 발명→진보성, 신규성, 산업상 이용 가능성을 지니고 불특허 사유에 해당하지 않는 발명, 20년까지 유효

2. 실용신안권

특허권과 동일 법률에 정의되어 있음

특허권과의 차이 : 신규성 및 산업상 이용 가능성의 요구 사항 만 요구되고 진보성은 요구되지 않음. 발급 후 15년까지 유효.

3. 산업디자인권

법률상 정의“3 차원 구성, 선, 색상 또는 이러한 요소의 조합으로 구현된 제품의 특정 모양” 실무상 산업디자인권 발급이 가능한 디자인→창의성, 신규성, 산업상 이용가능성을 지닌 디자인. 최초 신청 시 5년 까지 유효하며, 5년 단위로 2번까지 갱신 가능

4. 상표권

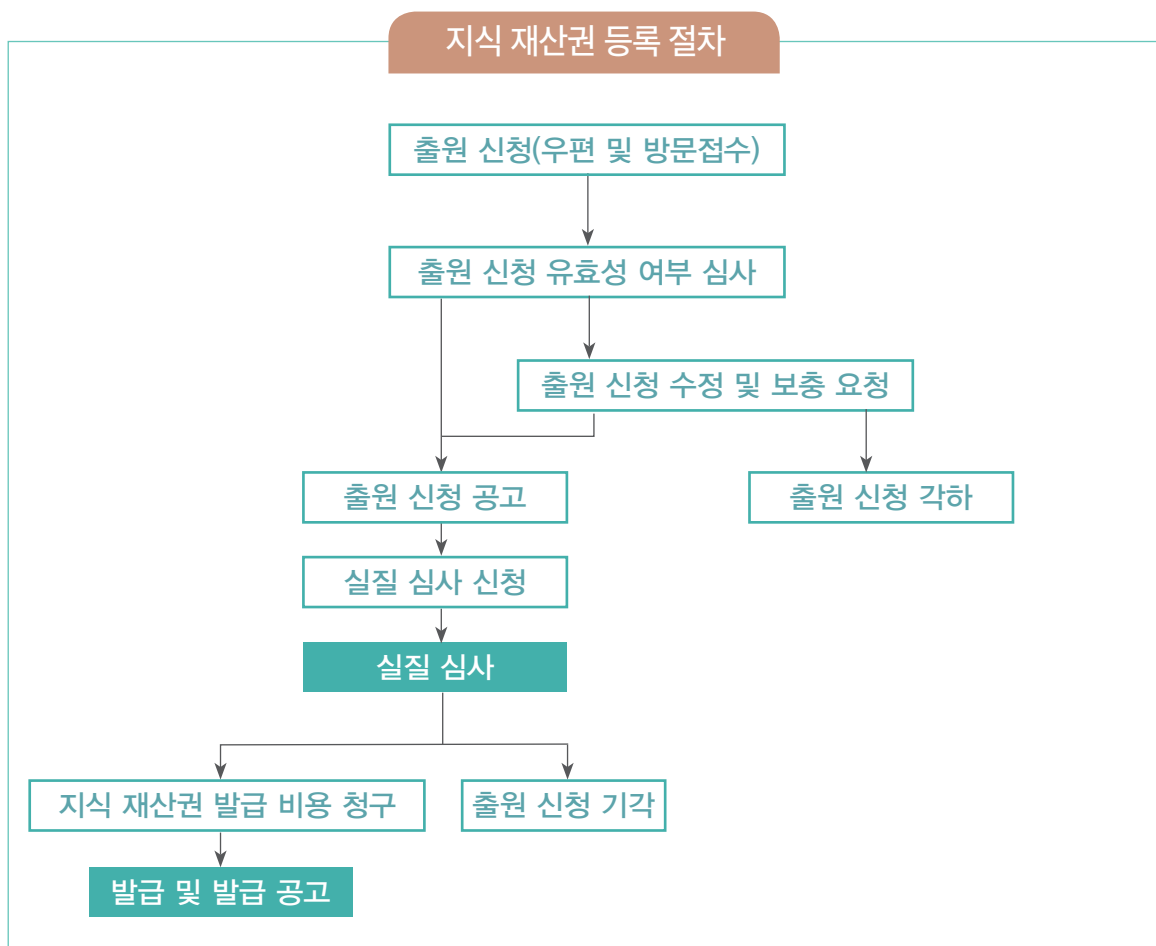
법률상 상표의 정의 “조직이나 개인의 상품 및 또는 서비스를 구별하는 데 사용되는 모든 기호.”실무상 상표권 발급이 가능한 경우 => 하나 이상의 색상으로 표현 된 홀로그램 또는 그 조합을 포함하는 문자, 단어, 그림 또는 이미지 형태의 시각적 표시가 해당 표시의 주체가 제공하는 제품이나 서비스를 다른 주체와 구별 할 수 있게 하는 경우. 1회 신청 시 10년 기한으로, 10년 단위로 갱신 가능

5. 등록보호 절차

우선 제출 원칙 (first-to-file) : 동일한 발명의 등록을 위해 여러 당사자가 두 개 이상의 응용 프로그램을 제출하였고, 두 신청 모두 유효할 경우 출원 날짜 및 순서가 우선되는 쪽에 특허를 부여

6. 지식재산등록보호 절차

출원 신청 (우편 및 방문접수) (2) 출원 신청의 유효성 여부 심사(3) 출원 신청 수정 및 보충 요청(4) 출원 신청 각하: 이의 제기 가능(5) 출원 신청 공고(6) 실질 심사 신청(7) 실질 심사(8) 실질 심사 결과 통지(9) 출원 신청 기각 (10) 발급 비용 청구(11) 증명서 발급(12) 지식 재산권 발급 공고





A network diagram on a dark blue background. It features several white circular nodes connected by thin white lines. Some nodes contain red icons: a padlock, a bar chart, a microchip, a molecular structure, and a line graph. The background also has a faint, larger-scale network pattern of white dots and lines.

베트남 기업용 SW 시장 진출 글로벌화 지침서



현지화 전략



3 현지화 전략

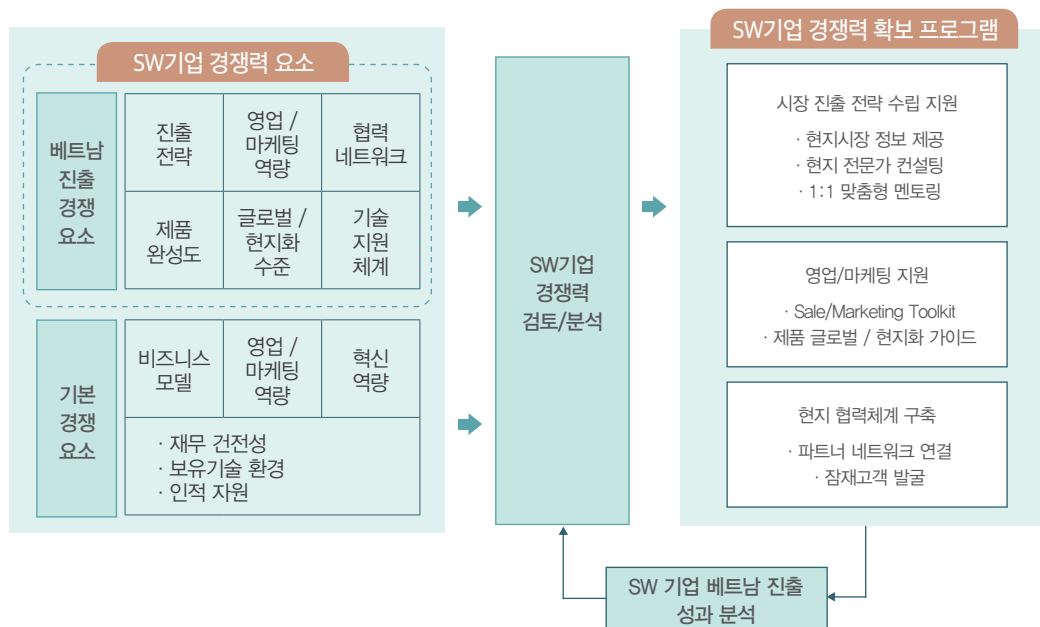
가. 베트남 시장진출 경쟁력 확보 방안

소프트웨어 기업의 경쟁력은 크게 기본적인 경쟁력과 해외 진출 관련 글로벌 경쟁력으로 구분할 수 있습니다.

본 가이드북은 해외진출 관련 글로벌화 관점에서 베트남 진출 전략과 현지의 경쟁력 확보 수립을 중심으로 현지화 전략을 제시하고자 합니다.

소프트웨어 기업의 기본 경쟁요소는 재무 건전성 (매출, 수익성, 성장성), 보유 기술 환경 및 우위, 인적 자원 역량, 비즈니스 모델, 영업/마케팅 역량 및 혁신역량을 기반으로 경쟁력 확보 방안을 마련하는 것입니다.

베트남 진출 핵심 경쟁요소는 현지 진출 전략, 영업 및 마케팅 역량, 현지 비즈니스 파트너 협력 네트워크 구축 등 Sales & Marketing 경쟁요소와 제품 완성도, 글로벌화, 현지화 수준, 기술지원 체계 등의 기술 경쟁 요소로 구성되어 있습니다.



〈표63. 국내 SW 기업의 경쟁요소〉

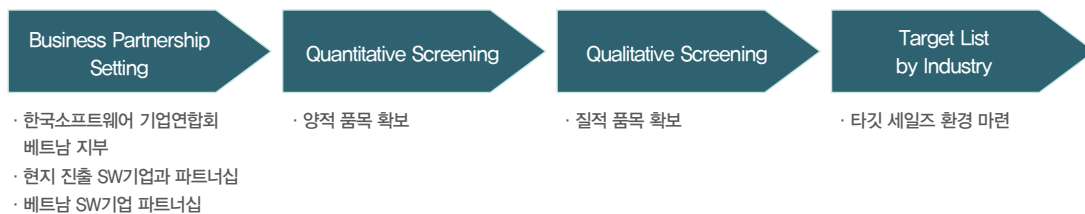
소프트웨어 기업의 베트남 현지의 경쟁력 확보를 위해 기업 경쟁력 요소에 대한 검토/분석을 수행하고 결과에 따른 맞춤형 경쟁력 확보 전략을 수립하는 것이 매우 중요합니다. 절차는 아래와 같습니다.

1) 소프트웨어 기업의 경쟁력 검토 및 분석은 베트남 진출기업의 대상 기업의 글로벌 경쟁력 분석 2) 베트남 진출을 위한 경쟁 요소 분석 결과에 따라 필요한 하위 프로그램(시장진출 전략 수립, 영업/마케팅 지원, 현지 협력체계 구축)을 수행, 3) 소프트웨어 기업의 해외진출 성과 및 프로그램 수행 성과를 분석하여 전략 수정 및 지원 사항 보완

HW 비즈니스 의존도가 높은 국가로 정의된 베트남 ICT 산업의 특성을 고려하여 기업용 소프트웨어 비즈니스 전략 수립을 수립해야 합니다.

현지에서의 비즈니스 단기 성과 창출에 필요한 기업용 소프트웨어 제품에 대하여 한국소프트웨어 기업연합회 베트남 지부와 파트너십을 확보하고, 베트남 국내 진출 한국 전문기업과 베트남 전문기업의 의견을 수렴하여 현지의 파트너 체계를 마련해야 합니다.

현지 진출 국내 소프트웨어 기업과 연계하여 설문과 심층인터뷰에서 조사/분석한 결과와 같이 시장성이 있다고 판단되는 소프트웨어 분야에 대해 현지의 비즈니스 파트너십 확보를 통한 현지화 중심의 전략이 마련되어야 합니다.



〈표64. 현지화 전략 마련을 위한 파트너십〉

1

베트남 특성이 고려된 스코어카드 개발(자체 경쟁력 평가 방식을 통한 영업력 확대 활용)

국내 기업용 소프트웨어에 대해 베트남 현지에서의 단기적 성과 예측과 소프트웨어 제품군의 경쟁력 도출을 위한 제품별 스코어카드를 개발하여 현지 진출 유망 소프트웨어 기업의 경쟁력을 분석합니다. 분류된 소프트웨어 제품의 Sales & Marketing Tool Kits을 국내 진출 기업에 배포하고, 지속적인 활용을 통하여 현지 진출 국내 기업에 대한 경쟁력 확보에 활용되어야 합니다.

베트남 시장의 변화 대응 관리는 향후 한-베 소프트웨어 발전 협의회를 구성하여 국내 소프트웨어 기업의 베트남 진출의 활성화 도구(영업 및 전략 마케팅 지원도구)로 활용될 수 있는 체계가 확보되어야 합니다.

Ref. ID	Topic	Question/Issue	Category				Score 1,2,3,4,5	Base Scoring Points By Category			
			I	II	III	IV		I	II	III	IV
	Middleware Architecture Characteristics							0	0	0	0
	Desired Properties							0	0	0	0
	Object-oriented Characteristics of Process							0	0	0	0
	Characteristics of Middleware						4.2	0	0	0	0
	Regional WMS & Central Application Support						4.2	0	0	0	0
	Remote Extensions to Primary Domain						4.2	0	0	0	0
	Business Process Support for Direct Interfaces						4.2	0	0	0	0
	Key Business Requirements						4.1	0	0	0	0
	Product Competitive Positioning						2.6	0	0	0	0
	Product Architecture Characteristics						3.7	0	0	0	0
	Business Process Management						3.2	0	0	0	0
	Adapters						4.1	0	0	0	0
	Development Tools						3.8	0	0	0	0
	Transformation & Metadata Management						3.9	0	0	0	0
	Code Conversion						1.5	0	0	0	0
	XML Standards Support						3.7	0	0	0	0
	Transport						3.8	0	0	0	0
	Routing						3.9	0	0	0	0
	Security						4.4	0	0	0	0
	System Management & Supportability						4.4	0	0	0	0
	Deployment Management						2	0	0	0	0
	Availability & Scalability						4.4	0	0	0	0
	Infrastructure Configuration & Sizing						4	0	0	0	0
	Support Services						4	0	0	0	0
	Ongoing Technical Support/Maintenance						1	0	0	0	0
								0	0	0	0
	Totals		96	20	96	41		351.3	75.3	350.15	121.5
							Base % Score	X	Point Allocation	=	Category Points
Category Point Potential							0.731875		50		36.59375
Category I											
Number of questions in this category			96								
x Max Points per question			5								
Base points potential			480								
Category 1 Base Percentage											
Category II							0.753		15		11.295
Number of questions in this category			20								
x Max Points per question			5								
Base points potential			100								
Category 1 Base Percentage											
Category III							0.737158		30		22.11474
Number of questions in this category			96								
x Max Points per question			5								
Base points potential			475								
Category 1 Base Percentage											
Category IV							0.592683		5		2.963415
Number of questions in this category			41								
x Max Points per question			5								
Base points potential			205								
Category 1 Base Percentage											
Total Score											
Overall Score											72.9669

〈표65. Sales & Marketing Tool Kits의 개발 사례〉

2

설문 및 심층인터뷰에서 도출된 품목별 스코어카드 작성

〈표59〉의 기업 역량 스코어카드를 활용하여 가장 경쟁력 있는 기업용 소프트웨어 제품과 국내 기업의 매칭을 통하여 영업전략과 마케팅을 수행하여 단기성과의 확률을 높이는데 활용되어야 합니다. 베트남 현지에서 단기적인 성과를 창출할 수 있는 소프트웨어 제품 및 서비스 품목에 대한 스코어카드 개발의 기본 환경은 아래와 같습니다.

- 1) 소프트웨어 융합 제품 및 서비스 품목에 대한 시장 진출 가능성을 객관적 데이터로 표출이 가능해야 함
- 2) 통계 데이터 기반의 의사결정이 가능한 정합성이 유지되어야 함

소프트웨어 기업의 단기 성과 창출을 위한 통계 데이터에 기반하여 일관성이 유지되어야 함

베트남 진출 소프트웨어 제품 및 서비스 품목에 대해 국내 선정 대상 기업을 〈표59〉에서 제시한 스코어 카드에 의해 선정된 기업과 설문 및 심층인터뷰를 통해 도출된 소프트웨어의 품목별 매칭은 베트남 현지 진출 리스크를 최소화하는데 기여할 수 있습니다. 스코어카드 개발과 소프트웨어 품목별 매칭 목표는 아래와 같습니다.

- 1) 역량 있는 소프트웨어 기업에 대한 관리 목표의 정의
- 2) 해당 소프트웨어 품목에 대한 엔지니어, 전문가 인증 현황과 관리 계획의 유무
- 3) 제품 및 서비스 품질과 고객만족을 위한 전사 차원의 관리 역량 확보
- 4) 기술의 종류별 네트워크 활동 계획 수립
- 5) 사업기회 관리를 위한 관리 역량 확보
- 6) 베트남 시장 경쟁력 관리 계획수립
- 7) 베트남 시장 경험 공유 협업체계 확보



〈표66. 스코어카드 개발 절차〉

Excellent : 5 / Very Good : 4 / Good : 3 / Poor : 2 / Bad : 1

평가항목	A사	B사	C사	Priority
베트남 시장에서 경쟁력	5+1	3	4	Critical
Delivery Power(Infra)	3	5+1	3	
Delivery Power(APPL)	3	3	3	Critical
Price	3	3	5+1	Critical
Coverage : C level	3	4	4	Critical
Coverage-Working Level	3	4	3	
Brand	3	4	3	
Vision	3	4	3	
합계	30	31	29	

〈표67. 기업 경쟁력 분석 매칭 테이블〉

3 현지 중심의 Sales & Marketing Tool Kits 개발 필요

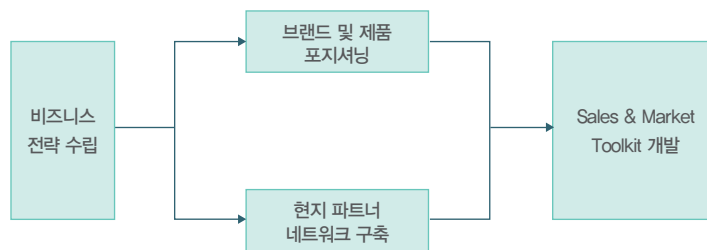
소프트웨어 제품 및 서비스 기업에 대한 현지 시장 중심의 Sales Kits를 개발하여 베트남 현지에서의 비즈니스 네트워크를 최대한 확보하는데 활용해야 합니다. Sales Kits은 한-베 소프트웨어 발전 협의회(가칭)가 주관하여 지속적으로 관리되고 고도화되어야 합니다. 과거 작성되어 제공된 Sales Kits 보다는 현지 영업 중심적인 전략을 수행할 수 있는 Sales Tool Kits의 역할을 강화해야 하며, 전략적 현지 마케팅을 파트너 중심으로 수행할 수 있는 Sales & Marketing Tool kits의 역할 변화가 매우 중요합니다.

국내 소프트웨어 기업의 베트남 시장 진출과 효과적인 시장 공략을 위해서 현지 시장 환경의 이해, 적합한 사업 비즈니스 파트너 네트워크 구축, 브랜드 및 제품 포지셔닝(Brand Management), 사업기회 발굴(Business Opportunities Finding) 등 일련의 Sales & Marketing 활동이 수행되어야 합니다.



〈표68. Sales & Marketing Tool Kits의 프레임워크〉

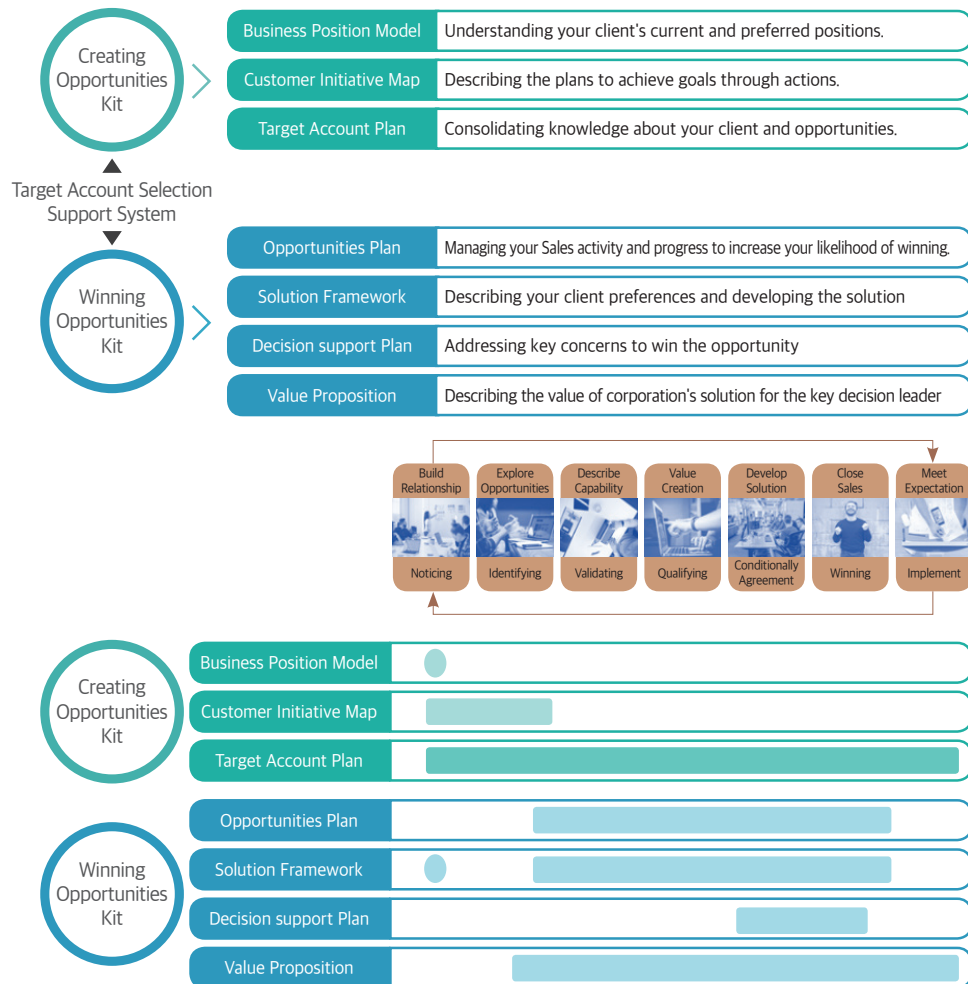
- 1) 사업기회 발굴과 효과적인 Sales & Marketing 활동 계획수립
- 2) 현지시장 상황 (비즈니스 니즈, 경쟁 상황 등), 현지 기술 성숙도, 보유 제품(군) 검토를 통해 비즈니스 전략 수립 활용
- 3) 비즈니스 전략의 대상 제품 및 Target market segment 선정 결과 기반으로 브랜드 및 제품 포지셔닝 전략 수립
- 4) 비즈니스 전략의 시장접근 방식 및 현지 상황을 고려한 파트너 소싱 전략 및 전략적 비즈니스 네트워크 체계 구축
- 5) 전략, 포지셔닝 및 파트너 네트워크 결과 기반으로 사업기회 발굴 등 효과적인 Sales & Marketing 활동 전개를 위한 도구 개발



〈표69. Sales & Marketing Tool 설계 전략〉

Sales & Marketing Tool kit 개발은 활용 대상과 용도에 따라 세분화하여 개발하되 기획 단계부터 현지 전문가의 참여를 통해 개발 및 관리가 이루어져야 합니다.

- 1) Sales & Marketing Tool은 기본적으로 현지 파트너 활용을 전제로 개발되어야 하며 소프트웨어 기업 브랜드 마케팅 또는 직접 영업(Direct Sales) 용도 개발 필요
- 2) 영업을 위한 자료(Sales Collateral) 외에 제품 관련 자료 (예: Manual, Technical Guide 등) 개발 필요
- 3) Toolkit 개발 시 언어(현지 언어, 영어) 및 자료 전달/공유 방식(On-line/Off-line)을 고려 개발 필요

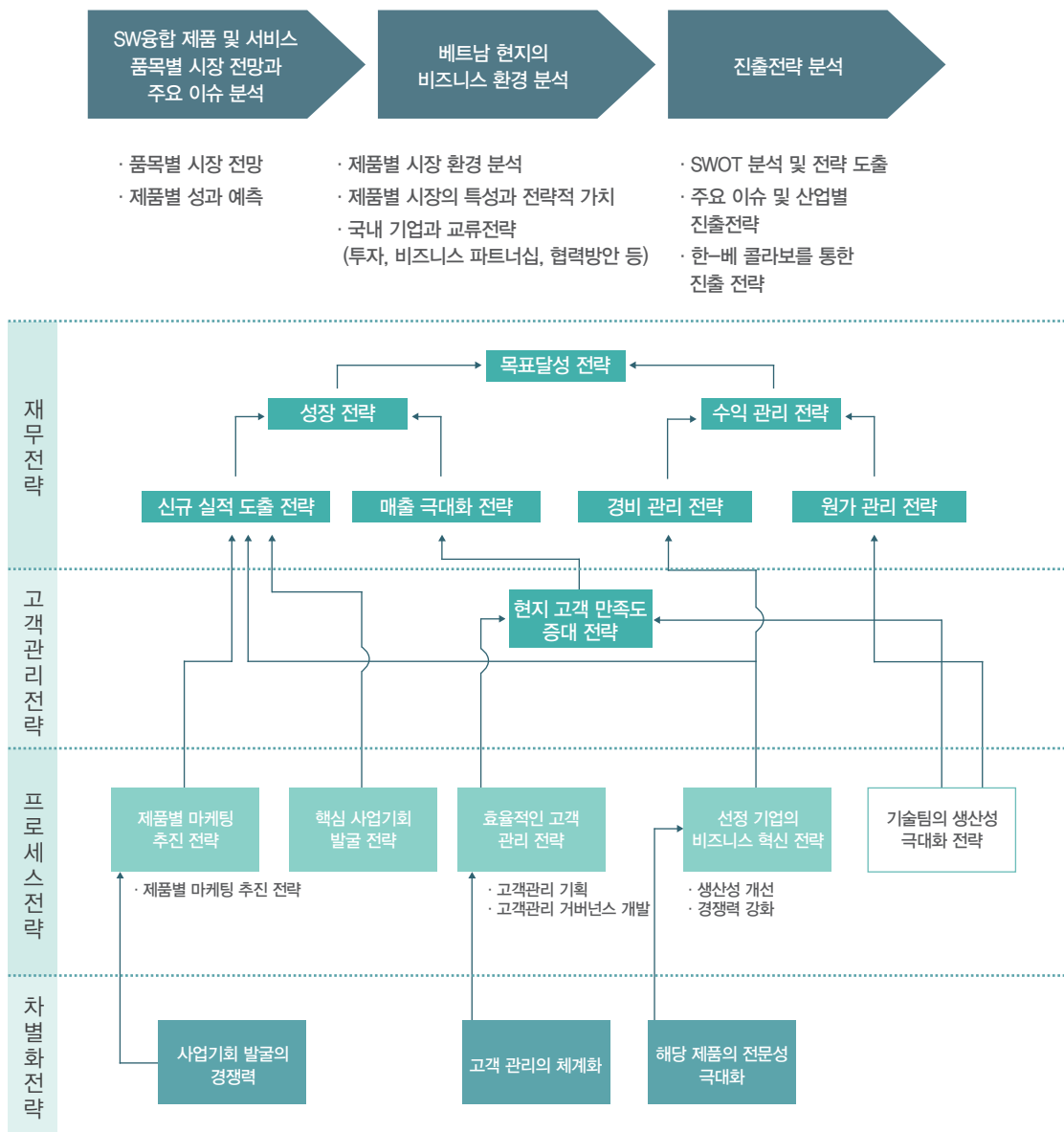


〈표70. Sales & Marketing Tool Kits 프레임 워크〉

4

단기 영업 성과 전략 마련

소프트웨어 제품 및 서비스 품목별로 특성을 고려하여 현지 비즈니스 추진 전략을 아래와 같은 방식으로 수립하여 현지화 전략을 수행합니다.



〈표71. 현지화 비즈니스 프로세스 맵〉

나. 비즈니스 네트워크 확대 전략

1 비즈니스 파트너의 유형 구분

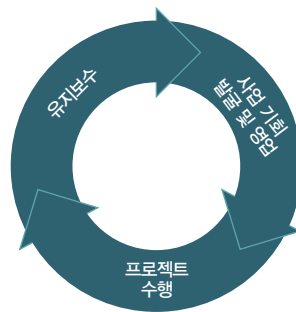
소프트웨어 기업의 효과적 베트남 진출을 위해 소프트웨어 사업에 적합한 현지 파트너 협력 모델을 수립하고, 다양한 영역과 역할 수행 가능한 파트너를 확보하여 현지에서 필요한 단기성과 중심의 비즈니스 영업 방식을 추진해야 합니다.

- 1) 파트너는 영업/수행 및 솔루션 제공에 따라 Coverage(=Sales) 파트너, 솔루션 파트너, 서비스 파트너로 구분
- 2) 파트너는 시스템 통합(SI), 특화 사업영역/솔루션에 따라 구분하며 Tier 구조를 통한 사업 확대 고려
- 3) 파트너의 업무 범위는 (사전)영업, 프로젝트 수행, 유지보수로 구분되며 복수 범위로 수행 가능

유형	내용
Coverage 파트너	· 사전营业을 통한 영업기회 제공, 공동 제안 및 계약 등 영업 파트너
솔루션 파트너	· 특화 영역/솔루션을 보유하고 국내 SW기업 제품 및 서비스를 판매하는 파트너
서비스 파트너	· 구축 프로젝트 및 유지보수를 수행하는 파트너

〈표72. 현지 비즈니스 파트너의 유형〉

효율적인 베트남 진출을 위해 현지 파트너 대상의 영업 및 기술지원 체계 수립 전략이 필요합니다.



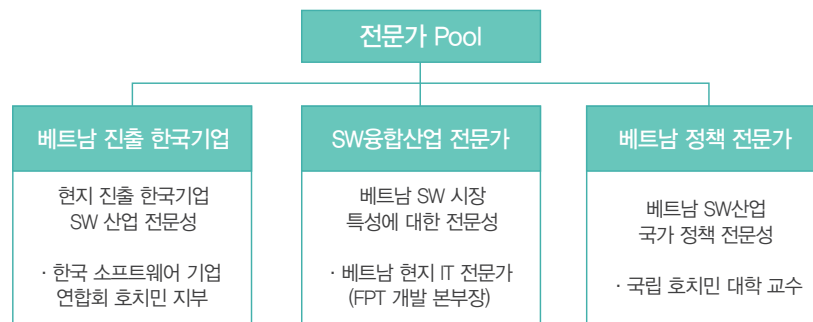
〈표73. 현지 비즈니스 파트너의 역할〉

- 1) 파트너 대상의 영업 또는 기술 자료의 전달, 공유, 갱신 체계와 파트너로부터 요청 접수 및 대응 체계의 효과적 수행을 위한 기술적 방식(예: 정보 포털) 수립
- 2) 파트너 대상 기술지원 및 교육을 위한 파트너 프로그램 개발 및 수행 체계 수립 (현지 언어/영어 지원)

2

멘토링을 위한 현지 전문가 확보 필요

베트남 현지 진출 기업을 포함한 IT 전문가 Pool을 활용하여 전문가 컨설팅 및 1:1 멘토링 수행 등 현지 IT 전문가 네트워크 활용하여 현지 전문가와 협업을 통하여 위험관리를 최소화해야 합니다.



〈표74. 멘토링 전문가 네트워크 확보 전략〉

3

현지 파트너 네트워크 강화 전략

소프트웨어 제품 및 서비스 품목별 또는 기업별 맞춤형 비즈니스 전략 수립과 연계하여 현지 비즈니스 네트워크 구성을 위한 최적의 파트너 선별 방식을 통하여 현지 기업과의 비즈니스 매칭 전략을 수립하는 것이 Sales & Marketing Tool Kits 개발 전략과 매우 유사합니다.



〈표75. 현지 파트너 네트워크 확보 전략〉

Criteria		A사	B사	C사	D사	E사	Weight
Compatibility	• Scope of Businesses (itself / group level)	●	◐	○	○	◐	3.0
	• Business relationship	●	○	○	○	○	1.5
	• Organization culture	●	●	◐	◐	◐	2.0
	• Process & Procedure	◐	◐	◐	◐	◐	2.5
	• Strategic Fitness	●	◐	○	○	○	2.0
Capability	• IT Market leadership	●	◐	○	○	○	2.0
	• Local resources	◐	○	●	◐	◐	2.5
	• Global capability and resources	●	●	○	○	○	2.5
	• IT Technology leadership	●	◐	◐	○	○	2.0
	• Finance industry knowledge	●	◐	◐	◐	○	2.0
	• Thought leadership and consulting	●	●	◐	◐	○	1.5
	• SW Biz capability and experiences	●	●	◐	◐	◐	2.5
Commitment	• Top managements' attitudes	●	◐	◐	○	○	2.0
	• Sincerity of working managers	●	◐	◐	◐	◐	1.5
	• Necessity of partnership	●	●	◐	◐	◐	1.5
	• Credibility of commitments	●	●	●	●	●	2.5

〈표76. 현지 파트너 선정 스코어카드〉

4

비즈니스 파트너를 통한 역량 관리 전략 필요

소프트웨어 제품 및 서비스 품목별 현지의 비즈니스 파트너를 크게 3가지로 구분하여 주기적인 파트너 관리를 통해서 베트남 진출 이후 조기 영업 성과를 극대화할 수 있도록 비즈니스 파트너 전략을 수립해야 합니다.

- 1) 파트너를 통한 영업
- 2) 파트너를 통한 소프트웨어 제품 및 서비스 품목의 구축, 운영 및 유지보수 수행
- 3) 파트너를 통한 재판매

a. 파트너를 통한 영업

파트너가 사전 영업 단계에서 검증된 서비스 영업 기회를 소개하거나 (Lead Pass Model), 파트너가 주사업자 역할을 하면서 국내 기업의 소프트웨어 솔루션이나 기술 인력을 제공받는 모델 (Partner Primer) 및 파트너가 서비스 제품을 다시 재포장하거나, 단순 margin-up만 하여 고객에게 제공하는 Partner Margin 모델 등이 있습니다. 상기 Lead Pass Model은 Coverage Partner가 실제 프로젝트 수행에는 참여하지 않을 경우에 한하여 성립됩니다.

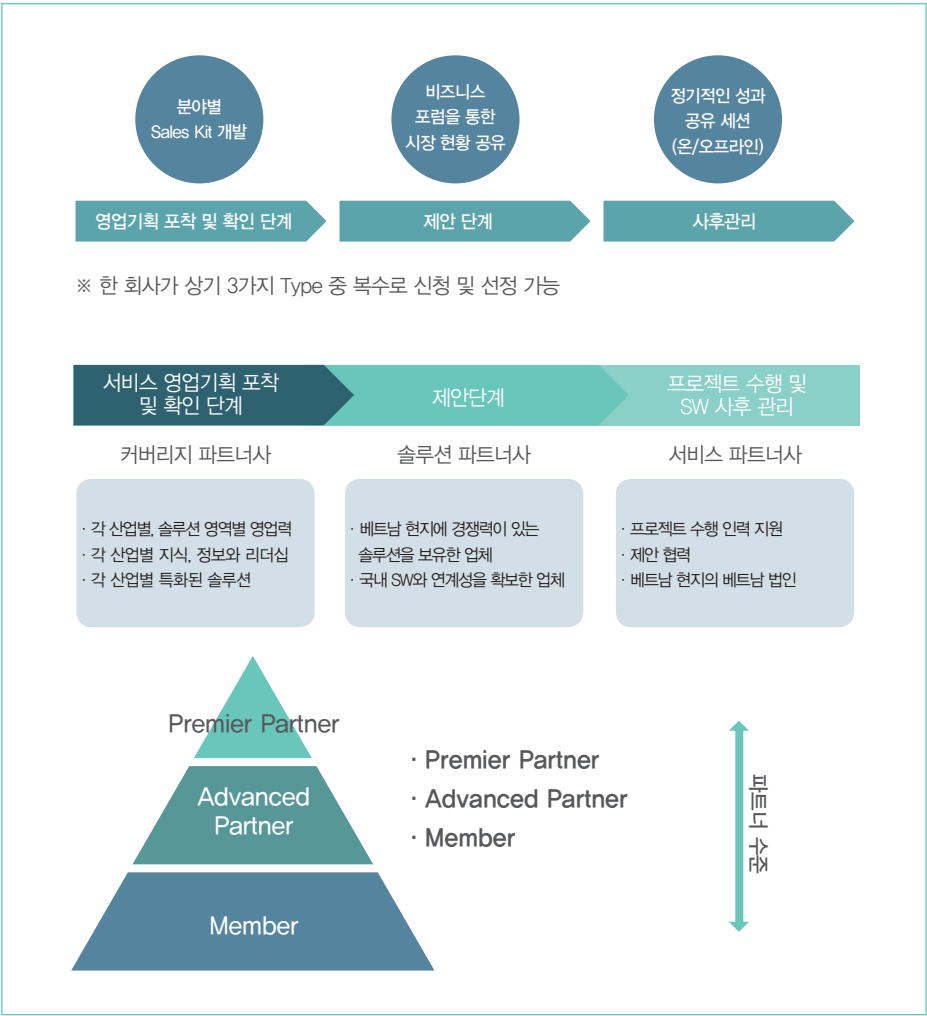
파트너를 통한 영업 모델은 사전 영업 단계의 영업활동을 주로 파트너가 담당하며, 해당 파트너 Type 은 Coverage Partner(=Sales Partner)입니다.

b. 파트너를 통한 소프트웨어 제품 및 서비스 품목의 구축, 운영 및 유지보수 서비스 수행

파트너의 솔루션이나 서비스에 소프트웨어 품목을 연계하여 가치(Value)를 추가하여 고객에게 제공하는 모델로서 주로 ISV의 솔루션을 가지고 서비스를 제공하는 모델이 대표적입니다. 해당 파트너 Type 을 Solution Partner (ISV)라 합니다 .

c. 파트너를 통한 재판매

파트너의 솔루션이나 서비스에 소프트웨어 품목을 연계하여 가치(Value)를 부가하여 고객에게 제공하는 모델로서 주로 ISV의 솔루션을 가지고 서비스를 제공하는 모델이 대표적입니다. 해당 파트너 Type을 Solution Partner (ISV)라 합니다 .

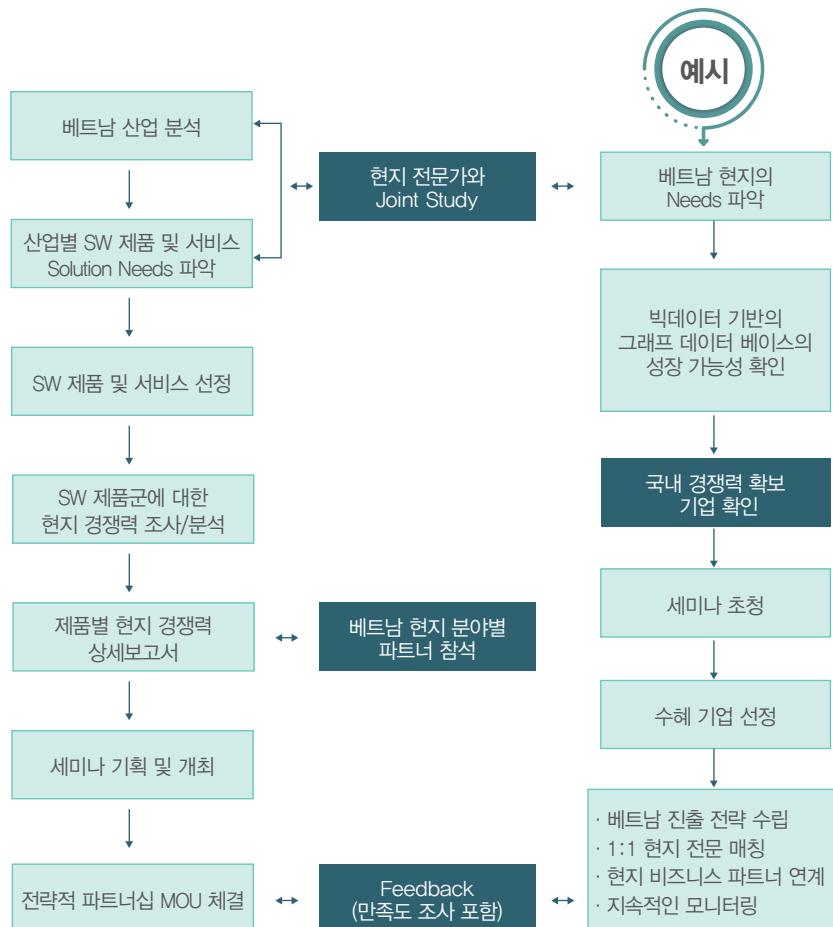


〈표77. 현지 중심의 파트너 관리 체계〉

5

최적의 비즈니스 파트너 선정 절차

베트남의 산업별 환경 분석을 토대로 베트남 현지의 소프트웨어 제품, 서비스, 그리고 솔루션에 대한 수요 분석 보고서를 지속적으로 도출해야 합니다. 시장의 니즈 분석을 통하여 단기적 성과 창출이 가능한 소프트웨어 제품, 서비스, 그리고 솔루션 기업에 대하여 “제품별 국내 기업 경쟁력 상세 보고서”를 작성하여 현지 파트너 선정 기업의 기초 자료로 활용하고, 세미나에도 초청하여 세미나 결과를 공유하고 파트너십을 전략적으로 활용하여 단기 성과 창출에 최대한 활용해야 합니다.

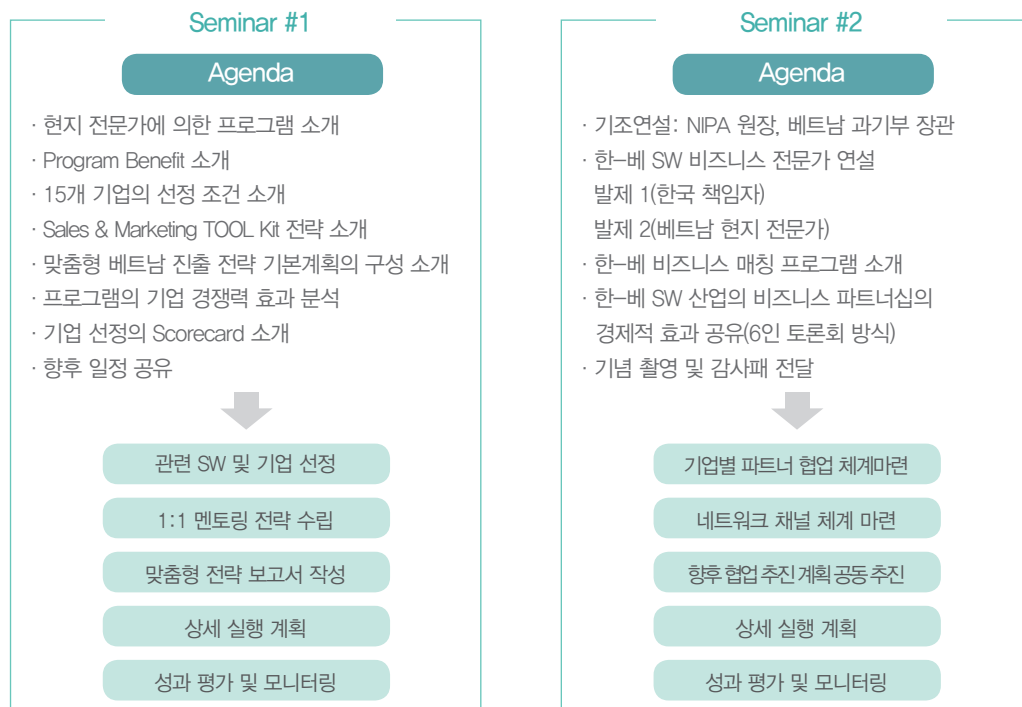


〈표78. 전략적 파트너십 추진 절차(사례기반)〉

다. 전략 마케팅 수행 전략

1 현지 세미나 개발 및 운영 방식

전략 마케팅 수행 방식은 세미나 운영 방식으로, Seminar #1과 Seminar #2로 구분하여 2 Track으로 운영 관리합니다. Seminar #1은 설문/심층 인터뷰에서 선정된 5개 품목과 관련된 소프트웨어 제품에 대해 분야별 제품별 베트남 시장 진입을 목적으로 진행되며, Seminar #2는 베트남 호치민 현지에서 국내 진출 기업과 현지 유형별 비즈니스 파트너(Coverage, Solution, Service 파트너)를 대상으로 한-베 소프트웨어 비즈니스 포럼 형태로 한-베 비즈니스 파트너 중심으로 세미나를 진행하는 방식입니다. 양국의 Win-Win Model로 확대 발전시키기 위해서 세미나의 주관은 정보통신산업진흥원이 SPOC(Single Point of Contact)이 되어 전략적 파트너십 세미나를 추진하여 국내 기업의 베트남 진출을 지원하고 현지 베트남 기업과 전략적 파트너십을 주관하여 베트남 진출 국내 소프트웨어 기업에게 제공하여 세미나의 효과성을 극대화하여야 합니다.



〈표79. 전략적 마케팅 추진 절차2 (사례기반)〉

<div>세미나 목적</div> <div><ul style="list-style-type: none">• 프로그램에 대한 목적 공유• 프로그램을 통한 기업별 경제적 효과• 제품별 Sales & Marketing 추진 전략• 15개 선정 기업 소개• SW 제품에 대한 소개(5개 품목)• 수혜기업 선정에 대한 전략 공유</div>	<div>세미나 프레임워크</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Date : 미정• Time : 미정• 장소 : 무역협회 or 대한투자무역진흥공사• 참석자<ul style="list-style-type: none">- 5개 SW 품목별 3개 기업• 예산<ul style="list-style-type: none">- 미정• 참석 가능한 대상 인원<ul style="list-style-type: none">- NIPA 이해관계자- 10개 SW 제품별 3개 업체 이상- 베트남 현지 전문가- 베트남 국내 진출 SW 그룹 및 파트너- 베트남 정관계 이해관계자- 자문위원 그룹- KIST 베트남 연구소(VKSIT)- 대한무역투자진흥공사 베트남 무역관- 국내 벤처 캐피탈- 신한은행/기업은행 베트남 법인- 프로젝트 팀 베트남 법인 임직원- Co-Work 그룹 및 스폰서 (가자단)</div>	<div>세미나 목적</div> <div><ul style="list-style-type: none">• 베트남 정부의 스폰서 ship• 국내 진출기업에 대한 비즈니스 네트워크 지원• SW 제품별 베트남 기업에 대한 국내 진출 기업 소개• 베트남 비즈니스 파트너 리쿠르팅</div>	<div>세미나 프레임워크</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Date : 미정• Time : 미정• 장소 호치민 대학• 예산<ul style="list-style-type: none">- 미정• 참석자<ul style="list-style-type: none">- 호치민 과기부 장/차관- 베트남 SW 비즈니스 파트너 (5개 SW/솔루션 중심으로)- 한국 수혜 5개 기업- 한국의 이해관계자- 국내 SW 기반의 진출 기업- 국내 벤처 캐피탈- 한국 SW 기업연합회 베트남 지부- KT 베트남 지사- 자문위원그룹- 신한은행/기업은행 베트남 법인- 프로젝트 팀 현지 법인- Co-work & 스폰서 그룹- 국내외 가자단</div>
<div>세미나 전략</div> <div><ul style="list-style-type: none">• 베트남 산업에 대한 이해 및 공유• 베트남 산업에서 차지하는 ICT 산업에 대한 Update• 산업별 IT가 차지하는 역할 및 성장성 분석 공유• 베트남 IT 비즈니스 네트워크 Update• 수혜 기업 선정 전략 공유• 선정된 SW 제품 선정에 대한 특성 및 정보공유• Sales & Marketing TOOL Kits 에 대한 소개• 기업별 베트남 진출전략 기본계획• 수혜기업의 Benefit 종합</div>	<div>세미나 전략</div> <div><ul style="list-style-type: none">• 실질적인 공개 오디션을 통한 베트남 관련기업 발굴 및 대상기업과 콜라보 형성• 베트남 SW업계 이해관계자에 대한 한국 SW 시장의 실상인식 및 베트남 진출 의지를 통한 Win-Win 전략 공유• 한국 SW사업 경쟁력 확보를 위한 민.관 대응전략 구축• 세미나 후 본 프로젝트 성과 극대화를 위한 방향 재구축• 한-베 SW 산업에 대한 비즈니스 가치사슬 구조 구축</div>		

〈표80. 전략적 마케팅 추진 절차3(사례기반)〉

〈표81. 전략적 마케팅 추진 절차4(사례기반)〉

❖ Seminar Agenda (장소 및 일정 예시 : 베트남 호치민 대학교 국제캠퍼스 활용)

Agenda for Main Tent & Press Conference		
Main Tent		Press Conference
Time	Session Title	
09:00 - 10:00	Reception	
10:00 - 10:10	Open Speech by NIPA	
Common Topic		Time/ 11:30 -14:00
10:10 - 10:40	Guest Speech : Consultative Strategy for Business Success	• NIPA EXECUTIVE
10:40 - 11:20	Main Speech : Transformation to the Competitive SW BUSINESS	• STAFF MANAGER
11:20 - 11:50	Hot Topic Speech : Readiness on Vietnam SW Business	• COMMUNICATION
		• VIETNAM RELATED EXECUTIVE
Segment Topic Per SW & Solution		
13:30 - 16:30	10 SW Business Track Communication	
Feedback & Closing		
16:00 - 16:10		

〈표82. 전략적 마케팅 추진 절차5(사례기반)〉

2 베트남 진출 지원 체계를 위한 SPOC(Single Point Of Contact) 시스템 운영

국내 기업의 베트남 진출 지원을 위한 현지화 또는 맞춤형 기업 지원 체계 확보로 베트남 현지의 성공적인 진출과 단기성과를 창출할 수 있는 비즈니스 환경을 조기에 확보하는 것이라고 판단합니다.

대기업은 자체 해외 진출지원팀을 운영하면서 현지에 적합한 해외진출 전략을 수립하고 운영하고 있으나, 앞서 통계 자료에서 제시한 바와 같이 대부분의 중소기업은 재무적 역량이 부족한 관계로 정부지원에 상당부분 의존할 수밖에 없는 것이 현실입니다.

베트남에 진출하고자 전략을 수립 지원을 위한 지원 모델의 예시입니다.

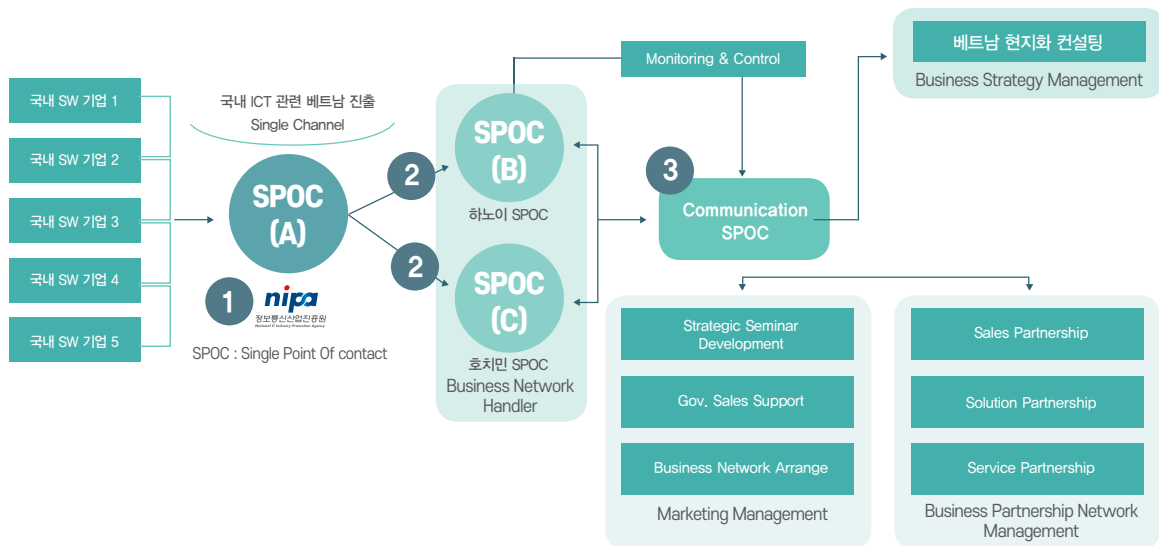
베트남 진출을 희망하는 기업은 정보통신산업진흥원을 1회 방문으로 국내외 베트남 진출 준비사항을 One-STOP으로 처리할 수 있습니다.

베트남 진출 기업에 대한 현지 지원을 위하여 모든 활동의 채널을 2개 지역으로 구분하여 a. 하노이 지원 센터(하노이 SPOC)와 b. 호치민 지원센터(호치민 SPOC)로 구분하여 베트남 진출 기업의 선택에 맞게 현지화를 위한 모든 비즈니스 활동의 지원체계를 두 곳의 현지 SPOC에서 진행합니다.

이원화되어 접수된 베트남 진출 기업 지원에 대한 역할은 다시 Communication SPOC으로 전달되어 기업이 요구하는 베트남 진출 정보, 보고서, 컨설팅 등의 활동계획 상세 수행 계획을 작성하여 하노이 지원 센터와 호치민 지원 센터로 전달됩니다.

이러한 SPOC 프로세스를 활용하여 베트남 진출기업의 지원 체계가 확보되고 진출 기업의 현지의 정보 부재, 협력체계 및 법, 제도 규제에 의한 실패 사례를 최소화하여 현지화 성공 확률을 높일 수 시스템을 확보할 수 있게 됩니다.

즉 현지의 일관성 있는 정보를 지속적으로 확보할 수 있는 맞춤형 One stop 지원체계를 확보하고, 현지의 비즈니스 네트워크를 직접 지원받고 Lively SPOC 운영을 통해 기업의 경쟁력을 확보할 수 있는 체계를 확보할 수 있습니다.



〈표83. NIPA SPOC 지원 체계〉

라. 스마트시티 사례연구

1

사례1 : 스마트시티 SW 진출 전략

2019년 현재 베트남 전역을 휩쓸고 있는 스마트시티 열풍 속에서 한국의 역할은 미미합니다. 베트남 투자 1위국이라는 위상에도 불구하고, 국내총생산(GDP) 기여도가 높은 개발-건설 분야와 베트남 사회를 디지털로 전환하는 핵심 사업인 스마트시티 분야에서 한국 기업들의 비즈니스 활동은 두각을 나타내지 못하고 있습니다.

반면 일본 정부는 베트남 국민을 위한 공공재를 지원하고, 일본 기업들은 그 대가로 스마트시티 사업을 수주하고 있는 상황입니다. 우리 정부와 민간 기업과 전략적 비즈니스 체계 마련이 시급한 이유가 여기에 있습니다.

국내 스마트시티 관련 기업 현황은 총 675개사(‘19.5)이고, 이중 해외로 수출하는 기업은 50.1%인 338개사이며, 수출 현황은 전기·전자, 에너지, 생활·복지, 교통 등 4대 솔루션이 74%를 차지하고 있습니다.

기업당 연평균 수출액은 30억원 수준(‘16~’18 관세청)이며, 연 100억원이상 수출하는 상위 11개사 수출비중이 76%에 달하는 반면, 49%(165개사)가 연 수출액 6억원 미만의 중소·스타트업이 차지하고 있습니다.

주요 수출국은 미국(31%), 중국(20%), 홍콩(19%), 신남방국(13%) 순(싱가폴, 베트남, 태국, 인도(\$2.1억)이며, 다음으로 일본(\$1.2억)이 스마트시티 주요 수출국으로 자리잡고 있습니다.

스마트시티와 관련된 주요 수출 품목은 단말기·장비 등 솔루션 하드웨어(H/W)를 중심으로, 이중 기업간 동반 진출이 아닌 기업별 단일 아이템 위주로 수출을 추진하고 있는 상황입니다.

스마트시티 관련 소프트웨어 및 솔루션은 범부처 차원에서 국내의 우수한 소프트웨어 솔루션들의 해외 진출이 활성화될 수 있도록 한국형 스마트시티 모델 발굴에서 해외 수주 활동까지 지원할 수 있는 체계를 조기에 확보하는 것이 매우 중요합니다.

이와 관련하여 2019년 7월에 관계부처 합동으로 스마트시티 해외진출 활성화 방안을 수립/추진 중에 있습니다.

도시건설 · ICT솔루션 · 법제도 등이 패키지형으로 결합된
한국형 스마트시티 모델을 구축하여 대중소기업
동반진출 지원

도시건설 통합 시스템

- 기획-설계-조성-운영 · 관리 등 도시개발 전과정 체계적 추진
- 선단식 통합 도시수출(정부-공공기관-민간기업-금융)
- 맞춤형 도시 인프라 건설

우수 솔루션

- (에너지) 스마트그리드, 제로에너지빌딩, ESS(에너지저장장치)
- (교 통) 버스정보 시스템, 교통카드
- (물산업) 해수담수화, 스마트 물관리
- (I C T) 통합관제, 스마트 가로등

법/제도/문화

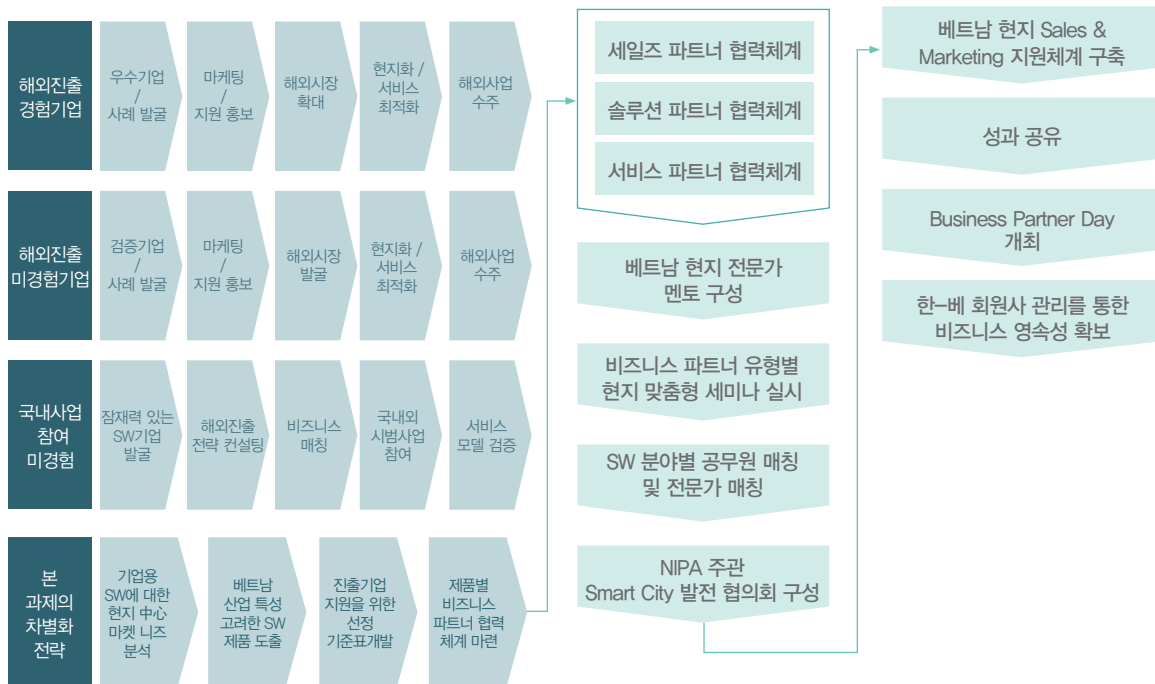
- ODA, KSP 등 제도
- LH, KIND, 수은, 무보 등
- 해외진출 전문공기업 모델
- K-Culture, K-Style 등 콘텐츠
- 한국형 규제 샌드박스

〈표84. 국내 스마트시티 해외 진출 전략〉

2 스마트시티 SW 차별화 전략

스마트시티 솔루션의 베트남 진출 차별화 전략 마련을 위하여 진출 기업을 3가지로 구분(해외진출 경험 기업, 해외진출 미경험 기업, 신규 스마트시티 참여 기업)하여 각각의 차별화 전략을 마련하고 스마트 시티 베트남 진출 현지화 전략 수립 마련을 위해 스마트시티 특성에 적합한 소프트웨어 품목을 도출 합니다.

그리고 성공적인 베트남 진출에 대한 경쟁력 확보 차원에서 베트남 진출 기업을 베트남 유망 소프트웨어 기반으로 선발하고, 선발 기업에게 현지의 협력 가능한 베트남 기업의 분야별 비즈니스 파트너의 연계를 주선하고, 지속적인 관계 유지를 위한 마케팅 활동을 지원하는 체계가 확립되어야 합니다.



〈표85. 베트남 해외 진출 전략 방법론 활용〉

이러한 체계 마련을 위하여 앞서 규정한 베트남 현지의 비즈니스 파트너를 전략적 비즈니스 파트너십으로 구분(세일즈 파트너, 솔루션 파트너, 그리고 서비스 파트너)하여 국내 기업과의 비즈니스 네트워크 세션을 통하여 사업기회의 공유, 기술적 전문성 교류, 그리고 현지의 서비스 체계 완성을 위한 커뮤니티 완성을 지원하는 시스템을 조기에 완성해야 합니다.

이를 위한 베트남 현지의 전문가를 구성하여 멘토단의 활동을 지원하고 관리하고, 멘토단의 전문성을 강화하여 베트남 진출 기업의 성공 확률을 높일 수 있는 체계적이고 지속적인 활동을 정보통신산업진흥원의 SPOC 시스템이 역할을 담당해야 합니다.

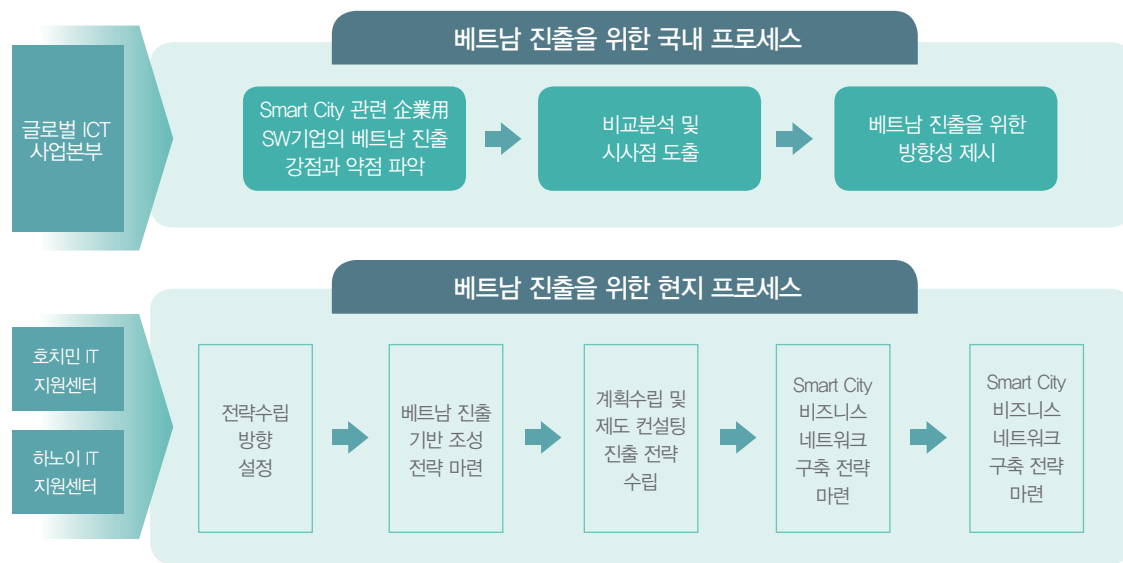
단계	기본 진행사항	세일즈 파트너 협력체계	솔루션 파트너 협력체계	서비스 파트너 협력체계
현지 지원단 구성 및 지원	<ul style="list-style-type: none"> · 현지 후보기업 리스트 제공 · 진출 기업에 필요한 현지 기업실사 자료 제공 지원 · 관련분야 시장조사 자료 제공 · 진출기업 사례 정보 제공 지원 	<ul style="list-style-type: none"> · 후보업체 : 현지 업체 협력의사 확인 및 협력사항 합의 지원 · 현지 선정업체 실사자료(미공개 재무제표 등) 및 선정기준표 제공 · MOU 체결 지원 	<ul style="list-style-type: none"> · 후보업체 : 현지업체 실사자료 (미공개 재무제표 등) 및 선정기준표 제공 지원 · 제품 공급 계약서 체결 지원 · 세일즈 파트너 업체와 연계방안 확보 및 지원 	<ul style="list-style-type: none"> · 후보업체 : 현지업체 실사자료 (미공개 재무제표 등) 및 선정기준표 제공 지원 · 유지보수 계약서 체결 지원 · 세일즈, 솔루션 파트너 업체와 협력 방안 구축 지원
현지 전문가 멘토 구성 지원	<ul style="list-style-type: none"> · 관련 분야 한국인 및 현지 전문가로 구성 지원 체계 	<ul style="list-style-type: none"> · 지원협력 멘토단 구성 : 멘토 후보군 리스트 제공 및 선정자 섭외 	<ul style="list-style-type: none"> · 기존 멘토단 개편 및 확대 구축 : 업체 요청에 따른 후보군 리스트 제공 및 선정자 섭외 	
맞춤형 세미나 지원	대행업체 수행	<ul style="list-style-type: none"> · 초청업체 후보군 리스트 제공 · 발표 및 토론자 후보군 리스트 제공 · 세미나 대행업체 리스트 제공 · 광고 진행 지원 	<ul style="list-style-type: none"> · 관련 분야 현지 협회 및 학계 공동개최 주선 · 관련분야 국가기관 관계자 기조연설 및 발표 주선 · 세미나 후 참여자 대상 의견서 취합 및 분석 제공 · 기자회견 주선 	
공무원 및 전문가 매칭	정기모임 구성 및 운영	<ul style="list-style-type: none"> · 한국기업 지원 현지 공무원과 전문가 약간 명으로 멘토단 구성 및 지원 	<ul style="list-style-type: none"> · 기존 멘토단 개편 및 확대 구축 · 업체 요청에 따른 후보군 리스트 제공 및 선정자 섭외 	
NIPA 주관 발전협의회 운영	한-베 분야별 협의회 구성 및 운영	<ul style="list-style-type: none"> · 관련분야 현지 Sales Partner 기업체와 한국 진출 업체 현의회 구성 및 운영 지원 · 정기 포럼, 정기 조찬모임, 정기 사업협력 발굴 회의 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 관련분야 현지 Solution Partner 기업체와 한국 진출 업체 현의회 구성 및 운영 지원 · 정기 포럼, 정기 조찬모임, 정기 사업협력 발굴 회의 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 관련분야 현지 Service Partner 기업체와 한국 진출 업체 현의회 구성 및 운영 지원 · 정기 포럼, 정기 조찬모임, 정기 사업협력 발굴 회의 등

〈표86. 스마트시티 진출을 위한 책임수준의 정의〉

또한 3가지의 비즈니스 파트너의 유형별 전략적 파트너십 관계를 정기적으로 수행하여 현지에서의 소프트웨어 품목별 사업기회 발굴과 영업 정보를 서로 공유하고 확대하여 영업적 성과를 공유하는 재무적

성과를 달성해야 현지의 비즈니스 파트너십이 지속적으로 유지될 수 있습니다.

그리고 스마트시티 소프트웨어 솔루션을 통한 제안서 작성 및 수행 전략을 공유하여 원가 절감을 통한 기업의 수익성 확대를 서로 공유하는 공유경제 체계의 확보로 베트남 진출의 성공을 보장받을 수 있습니다.



〈표87. 스마트시티 사업 확대를 지원 체계〉

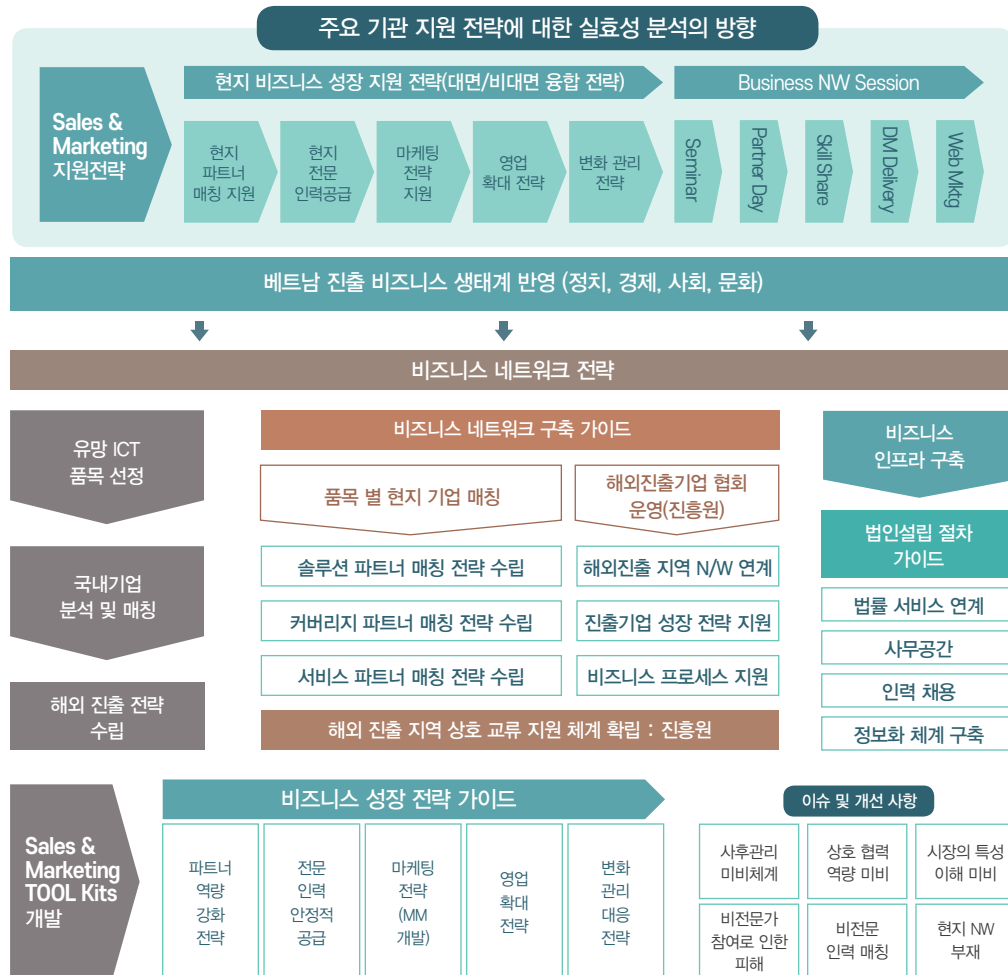
현지 비즈니스 사후관리를 위하여 스마트시티 프로젝트 종료 후에도 지속적인 고객 관리의 공유체계, 서비스 유지보수, 운영 시스템을 서로 공유하여 고객만족을 극대화하여 비즈니스의 선순환 구조를 확보할 수 있는 체계를 유지 관리해야 후속 비즈니스와 연계성이 확보되는 만큼 위의 3가지 전략적 파트너십을 중장기적으로 유지 발전시켜 단기 성과 중심에서 장기 성과 중심의 경제구조를 확보해야 합니다.

이러한 비즈니스 선순환 구조를 확보하기 위해서는 분야별 책임과 역할에 대한 구조를 확립하고 공진화(共進化) 하는 방식이 선택되어야 합니다.

국내 기업의 베트남 진출 사례를 지속적인 조사/분석을 통하여 지원 전략의 실효성을 연구하고, 국내 기업의 해외진출 지원 전략의 효과성과 실효성 있는 해외거점의 ICT 기업 지원을 위한 가이드북 프레임

워크를 지속적으로 발전시켜 국내 기업의 성공적인 해외진출과 안정적인 성장(Balanced Growth)을 달성할 수 있는 체계수립이 이루어져야 합니다.

해외 진출 기업 지원에 대한 현재의 방향성은 정보 제공, 박람회 지원, 전시회 지원, 현지 기업과 매칭을 지원하는 Supporter 수준에서 현지 영업과 전략적 마케팅을 지원할 수 있는 비즈니스 드라이버(Driver)의 역할 변화를 통하여 실효성 있는 정보기관의 지원 체계와 가이드북이 고도화 되어 기업의 경쟁력 확대와 해외 진출을 통한 일자리 창출 그리고 국가의 경쟁력으로 전환되는 선순환 구조가 조속히 확보되어야 할 것입니다



〈표88. 베트남 진출 지원 가이드북 프레임워크〉

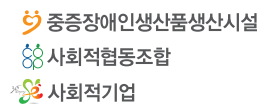
2020 베트남 기업용 SW 시장 진출 글로벌화 지침서



발 행 일 2020년 12월
발 행 처 정보통신산업진흥원(NIPA)
충북 진천군 덕산면 정통로 10
TEL : 043-931-5000 | E-mail : kks330333@nipa.kr
문 의 처 정보통신산업진흥원 글로벌 진출팀

발 행 협 조 나은미래플랫폼 주식회사
TEL : 02-577-5605 | E-mail : khpark@nmpf.com

디자인·인쇄 한결엠 02-6952-0551



1. 본 지침서는 과학기술정보통신부의 출연금으로 수행한 "2020년 베트남 기업용 SW 시장 진출 글로벌화 지침서"의 결과입니다.
2. 본 디렉토리북의 내용을 발표할 때에는 반드시 정보통신산업진흥원이 수행한 사업의 경과임을 밝혀야 합니다.
3. 본 디렉토리북의 판권은 과학기술정보통신부와 정보통신산업진흥원이 소유하고 있으며, 소유권자의 허가 없이 무단 전제 및 복사를 금합니다.