

salesforce

FIFTH EDITION

Small and Medium Business Trends Report

전 세계 2,500여명의 중견·강소기업 오너와
경영진의 인사이트



이 보고서에 담긴 내용

Salesforce Research는 "Small and Medium Business Trends Report" 보고서의 5번째 에디션 발표를 위해 전 세계 2,500여 중견·강소기업 오너와 경영진들을 대상으로 다음 사항에 대한 조사를 실시했습니다.

- 지역사회의 지원이 중견·강소기업에 어떠한 영향을 미쳤는가
- 중견·강소기업이 고객과 직원 신뢰도 향상을 위해 취하고 있는 전략 및 행동
- 기술 발전이 중견·강소기업 성장에 미친 영향
- 지난 1년간 중견·강소기업 관련 트렌드 변화 및 미래 전망

본 보고서의 데이터는 세일즈포스의 해리스 폴(Harris Poll)에 의해 2021년 6월 21일부터 7월 12일까지 진행된 온라인 설문 조사의 결과로 북미, 중남미, 남미, 유럽 및 아시아 태평양 지역 2,534명의 중견·강소기업 경영자와 기업 리더의 응답을 기반으로 작성되었습니다.

응답자에는 만 18세 이상 정규직 직원, 계약직 직원, 자영업자 및 직원 수 2-200명의 연간 매출 10억 달러 이하 중견·강소기업 경영자 또는 기업 리더가 포함됩니다.*

모든 응답자들은 타사 패널리스트입니다
(세일즈포스 고객에만 국한되지 않음).

*본 설문 조사에 대한 자세한 내용은 "조사 응답자 통계" 및 "보고서 세부사항"을 참고해 주시기 바랍니다.



2,534 명의 전세계 중견·강소기업
경영자와 기업 리더 대상 조사



“ 전세계 중견·강소기업들이 지역 사회로부터 어떠한 지원을 받고 있고 신뢰를 쌓고 있으며 기업의 운영을 혁신해 가는 지에 대한 인사이트가 여러분과 여러분의 비즈니스에 영감을 주기를 바랍니다.”

에릭 벤슬리(Eric Bensley)
SMB & Essentials 마케팅 부사장
세일즈포스

목차

요약	04
트렌드1: 지역사회 및 정부의 중견·강소기업 발전 지원	05
트렌드2: 고객과 직원 참여도의 중요성 상승	08
트렌드3: 중견·강소기업의 디지털 퍼스트 경영 마인드	13
트렌드4: 중견·강소기업의 코로나19로 인한 장기적 변화 예견	17
부록	20
조사 응답자 통계	26
보고서 세부사항	28



요약

중견·강소기업은 지난 1년간 지속적인 혁신을 거듭해왔습니다. 기업 오너와 경영진은 계속되는 보건 위기, 대규모 사회 변화와 불안정한 경제 속에서도 기업을 운영해왔습니다. 대부분의 기업이 코로나19로 어려움을 겪었지만, 일부 기업은 어려움 속에서도 큰 성장을 이루었습니다. 본 보고서는 다수의 중견·강소기업이 코로나19가 가져온 위기를 어떻게 성공적으로 극복하고 적응해가고 있는지에 관한 내용을 포함하고 있습니다.

"Small and Medium Business Trends" 보고서 5번째 에디션에서는 중견·강소기업 리더들의 시장 현황에 대한 인식과 인사이트, 그리고 이에 따른 변화에 대해 간략히 소개합니다.



01

지역사회 및 정부의 중견·강소기업 발전 지원

중견·강소기업은 코로나19 위기 속에서도 매출을 유지하기 위해 고군분투하였지만 재정 문제를 피할 수 없었습니다. 이에 정부와 지역 사회 모두 중견·강소기업을 돋기 위해 나섰습니다. 중견·강소기업 리더의 약 3분의 2는 지역사회의 지원이 기업의 생존을 위해 중요하다고 응답했습니다.

02

고객과 직원 참여도의 중요성 상승

코로나19 이후 중견·강소기업은 기업과 직원 간의 투명한 커뮤니케이션, 탄력적인 근무 환경 제공, 고객 기대치 충족 등 다방면의 신뢰 관계 형성에 초점을 맞추고 있습니다. 10개 중 7개 이상의 중견·강소기업 고객들이 온라인 거래를 이용하길 기대하고 있다고 응답했으며, 거의 동일한 수치의 중견·강소기업이 이미 온라인 거래를 사용 중이라고 응답했습니다.

03

중견·강소기업의 디지털 퍼스트 경영 마인드

변화의 대한 예측이 더욱 어려워짐에 따라 중견·강소기업 리더들은 위기의 시대에서도 살 아남을 수 있도록 기술 발전을 위한 투자를 대폭 증가시키고 있습니다. 성장 중인 중견·강소기업의 절반 이상이 지난 1년 동안 영업 및 고객 서비스 기술에 대한 투자를 증가시켰습니다.

04

중견·강소기업의 코로나19로 인한 장기적 변화 예상

많은 중견·강소기업 리더들이 비즈니스를 유지하기 위해 기업 운영 전략을 개선하고 있으며, 개편된 전략을 통해 기업 운영의 효율을 높이고 있습니다. 중견·강소기업들은 개편된 운영 전략 중 일부를 영구적으로 유지할 계획입니다. 중견·강소기업 리더 4분의 3은 지난 1년 간 개선된 비즈니스 운영 전략이 장기적으로 유익할 것이라고 응답했습니다.

01

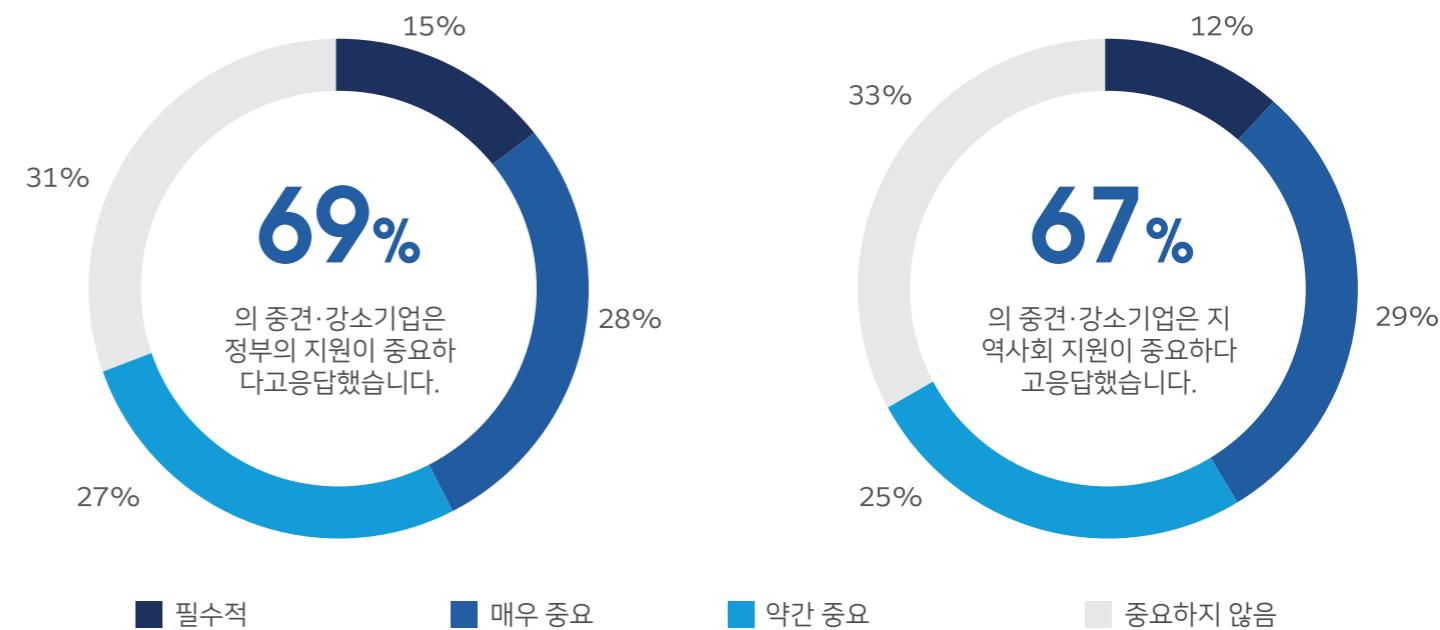
지역사회 및 정부의 중견·강소기업 발전 지원

급변한 변화의 시대 속에서 중견·강소기업의 투자와 혁신이 승리를 거뒀습니다. 이는 중견·강소기업과 지역사회가 가진 끈기와 창의성의 방증이기도 합니다.

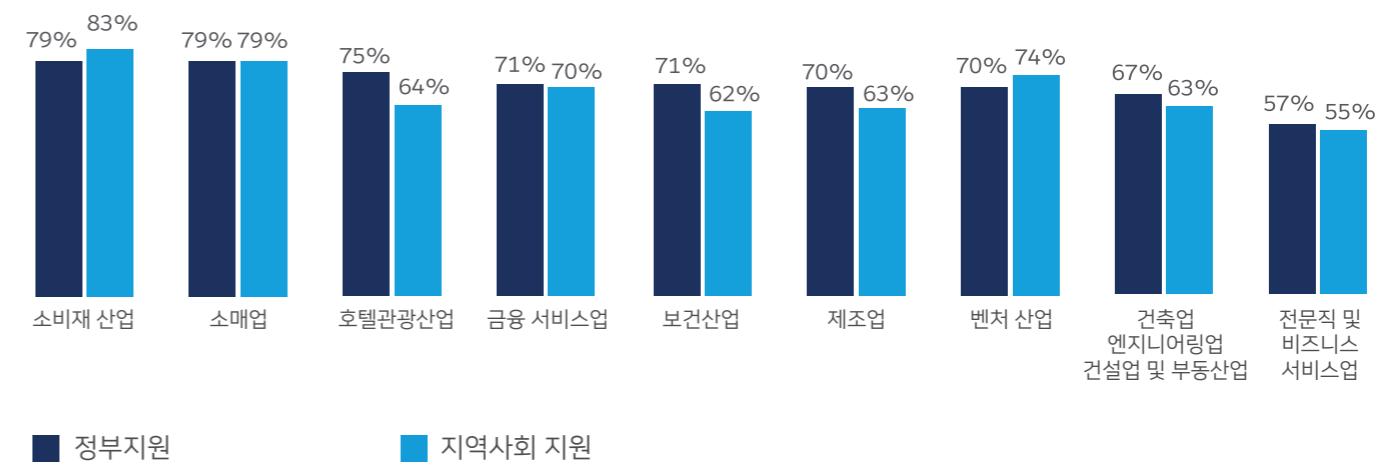
중견·강소기업 리더의 약 3분의 2는 정부와 지역 사회의 지원이 기업의 생존을 위해 중요하다고 응답했습니다. 10명 중 1명 이상은 지역사회의 지원이 필수적이었다고 응답했습니다.

소매업과 소비재 산업은 외부 지원에 크게 의존해 왔습니다. 해당 산업에 종사하는 중견·강소기업 4분의 3이상은 생존에 있어서 정부 및 지역사회의 지원이 다른 산업 분야의 기업보다 더 중요하다고 응답했습니다.

코로나19 유행 기간 동안 기업의 생존을 위한 지원의 중요성



기업의 생존을 위한 지원의 산업별 중요성*



* "필수적", "매우 중요" 및 "약간 중요"의 응답을 모두 포함한 수치입니다.

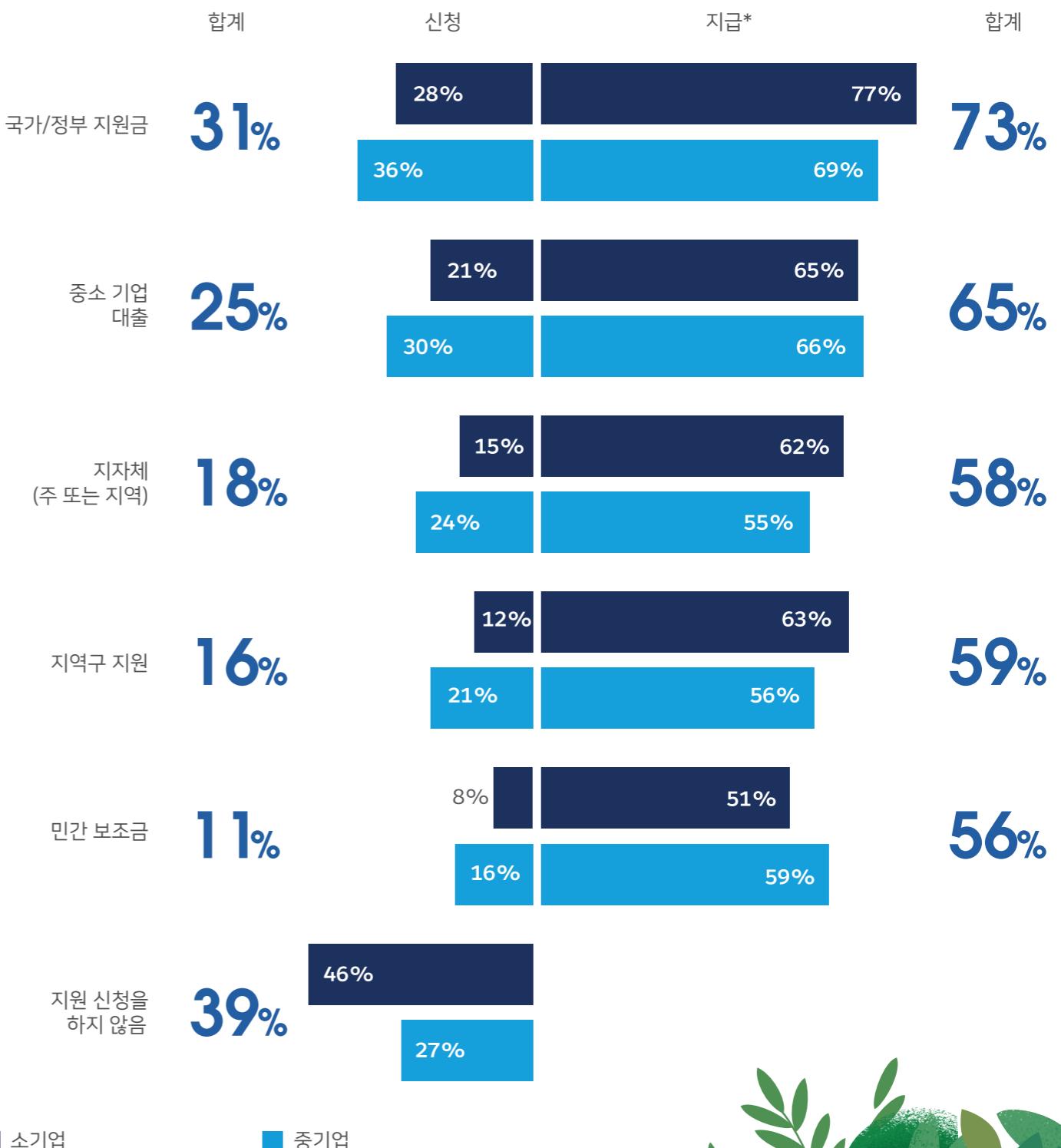
01

지역사회 및 정부의 중견·강소기업 발전 지원

정부와 지역사회는 중견·강소기업이 새로운 환경 속에서 제품 구매, 근로자 급여 지원과 같은 방법을 통해 경영을 지속할 수 있도록 도왔습니다.

대부분의 중견·강소기업은 코로나19 유행 기간 여러 가지 유형의 재정 지원을 신청했습니다. 소기업 보다 운영 비용이 많이 드는 중기업이 재정적 지원을 신청한 사례가 더 많았습니다. 지원을 신청한 중견·강소기업의 절반 이상이 성공적으로 재정적 지원을 받았지만, 국가/정부 차원의 지원금을 받은 비율은 소기업이 더 높았습니다.

코로나19 유행 기간 동안 신청 및 지급된 재정 지원 비율



■ 소기업

■ 중기업

스포트라이트

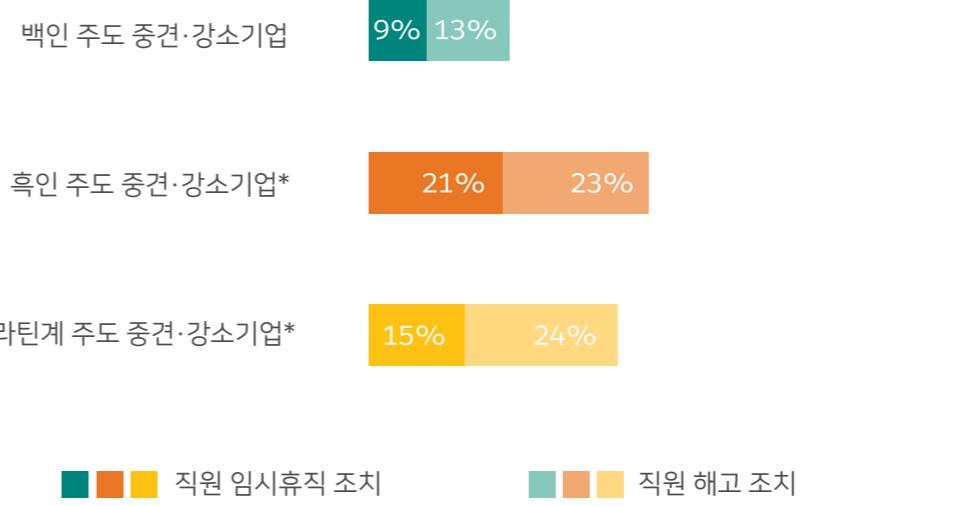
미국의 흑인·라틴계 주도 기업

지역사회는 창의적인 도전을 멈추지 않는 기업을 지원합니다.

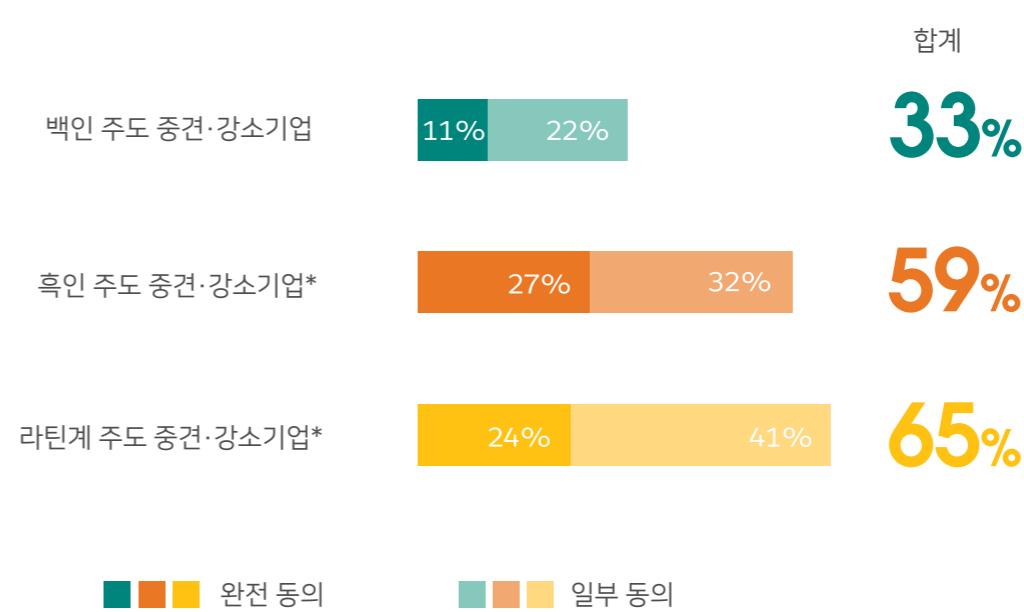
제도적인 불평등으로 인해 역사적으로 흑인과 라틴계가 운영하는 기업들은 투자나 자금 지원에 대한 접근성이 낮았습니다. 코로나19 여파로 발생한 경기불황에서 생존하기 위해 흑인과 라틴계가 운영하는 중견·강소기업은 백인 운영 기업 보다 직원을 해고하거나 임시휴직 조치를 취한 비율이 다소 높았습니다.

그러나 지난 1년 간 인종차별 문제에 대한 사회적 관심이 심화되면서, 흑인과 라틴계가 운영하는 기업을 위해 지원하고 투자하는 움직임이 많아졌습니다. 흑인(59%)과 라틴계(65%) 중견·강소기업 리더들의 절반 이상이 지역사회로부터 받은 재정적 지원이 기업 생존에 필수적이었다고 응답했습니다.

코로나19 유행 기간 동안 취해진 구조조정



지난 1년 동안 중견·강소기업의 생존을 위해 지역 사회의 재정적 지원이 필수적이었음



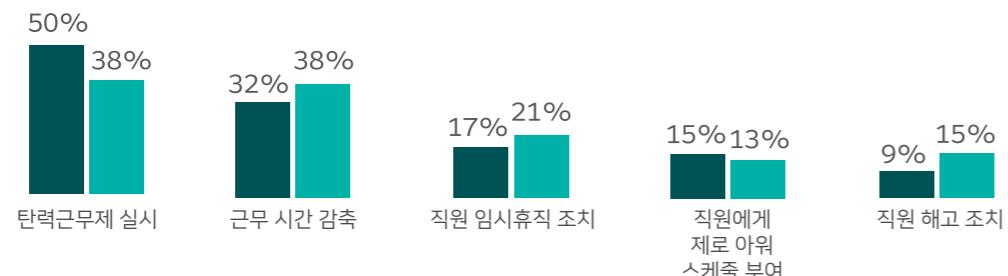
* 주의 : 소그룹(100미만) 대상 조사이므로 조사결과는 참고용으로만 이용해주세요.

02

고객과 직원 참여도의 중요성 상승

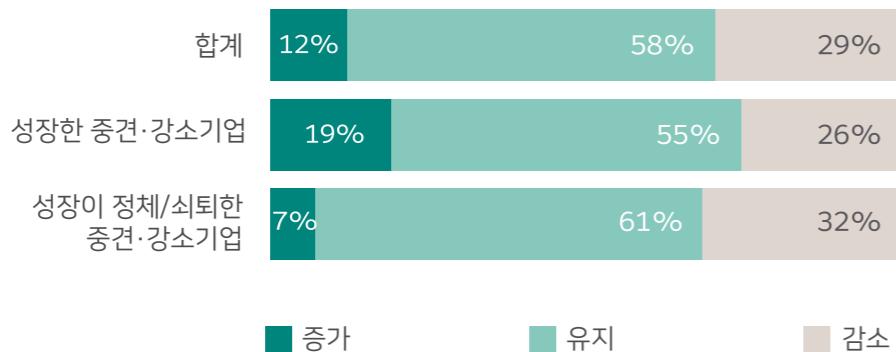
코로나19 유행 기간 동안의 노동 인구 변화

43% 35% 19% 14% 12%



■ 성장한 중견·강소기업 ■ 성장이 정체/쇠퇴한 중견·강소기업

코로나19 유행 기간 중 직원 급여에 대한 변화



많은 중견·강소기업은 변화된 환경에 적응하기 위하여 인력 구조조정을 실시하였습니다.

일부 중견·강소기업들은 근무시간을 감축하거나 직원 수를 축소해야 하는 상황을 마주했습니다. 코로나19 유행 기간 거의 5개 중 1개의 기업이 직원을 해고했지만, 해당 기업 중 거의 절반(49%)은 해고했던 직원을 다시 고용했습니다. 성장한 기업은 성장이 정체/쇠퇴한 중견·강소기업보다 더 높은 비율(59% 대 43%)로 위와 같은 조처를 했습니다.

중견·강소기업 5개 중 2개 이상이 코로나19 유행 기간 동안 탄력근무제를 실시했습니다. 성장한 중견·강소기업은 성장이 정체/쇠퇴한 중견·강소기업에 비해 탄력근무제를 실시한 비율이 더 높았습니다.

직원 복리후생에서도 유사한 패턴을 발견할 수 있었습니다. 대부분의 중견·강소기업이 코로나19 유행 기간 동안 직원 복지 및 수당을 꾸준히 유지해 온 반면 일부 중견·강소기업들, 특히 성장이 정체/쇠퇴한 중견·강소기업은 직원 복지를 감축해야했습니다.

02

고객과 직원 참여도의 중요성 상승

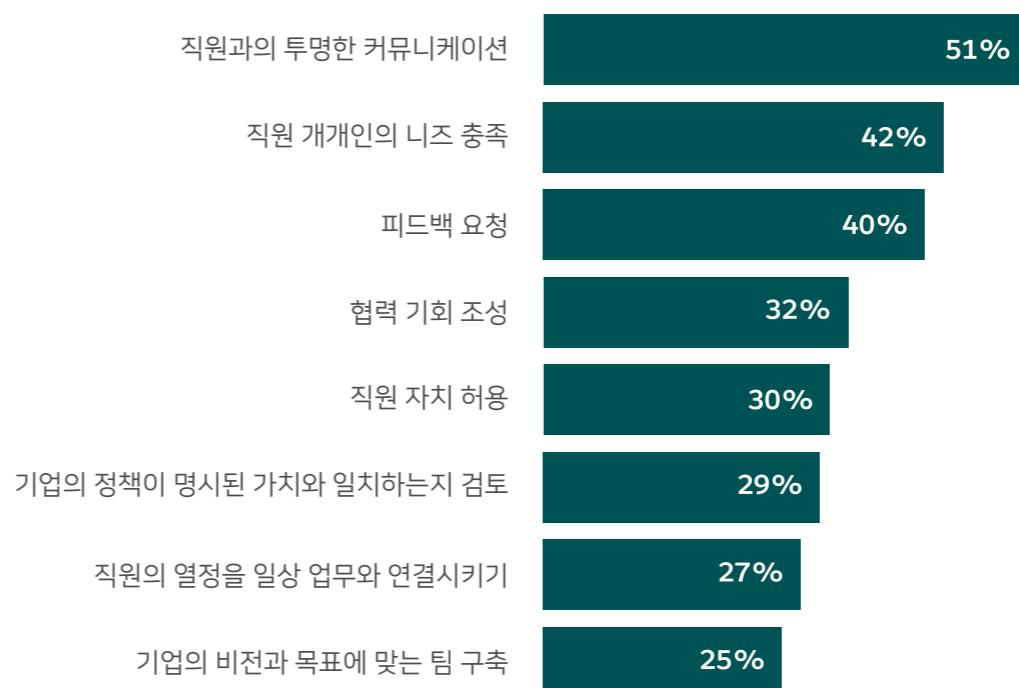
코로나19 사태의 장기화로 많은 직원이 직장에서 새로운 안전 관련 정책을 마련해 주기를 기대하고 있으며, 탄력적인 근무 일정과 장소가 제공되기를 희망하고 있습니다.

정리하고 및 임시휴직 조치 후 직원과의 신뢰를 다시 쌓기 위해 중견·강소기업은 직원에게 피드백을 받아 요구사항을 충족시키고 투명한 커뮤니케이션과 공감 관계 형성으로 직원 참여도를 개선하였습니다.

직원 요구사항 Top 5

- 1 탄력적인 근무 일정
- 2 직장 내 마스크 착용
- 3 작업 공간/기자재의 일일 위생 관리
- 4 근무 중 사회적 거리 유지
- 5 원격 근무 환경

중견·강소기업이 직원 신뢰를 얻기 위해 취한 조치



02

고객과 직원 참여도의 중요성 상승

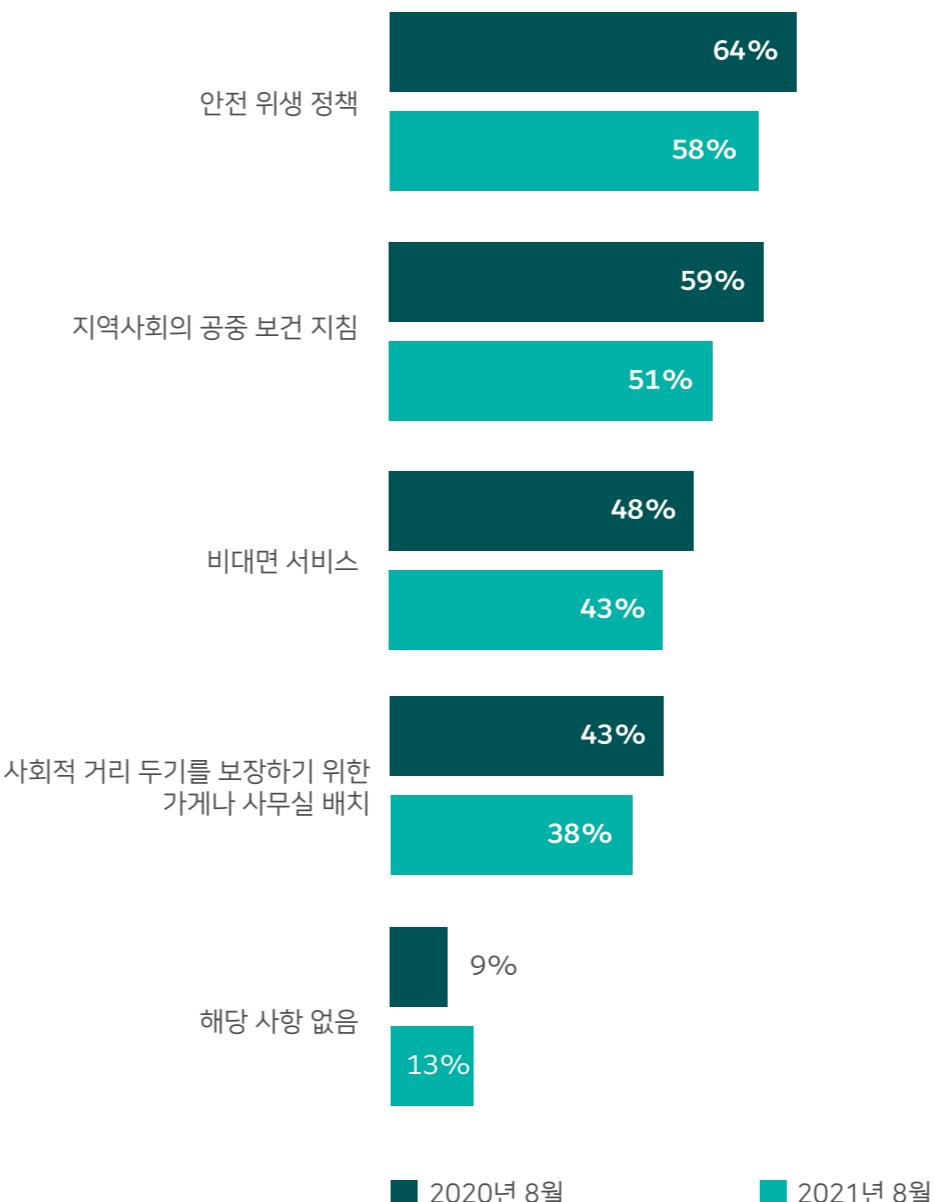
고객의 기대치는 그 어느 때보다 높습니다. 가장 최근 세일즈포스에서 실시한 고객 설문 조사에 따르면 다음과 같습니다.

90%의 고객은 위기에 처한 기업의 대처 방식이 기업 신용도를 나타낸다고 응답했습니다.*

게다가, 세일즈포스의 "State of the Connected Customer" 보고서에 의하면, 83%의 고객이 기업에게 연락을 시도했을 경우 즉시 연결이 될 것을 희망한다고 응답했습니다. 2019년의 경우 78%로, 2019년 대비 증가한 수치임을 알 수 있습니다.

중견·강소기업들은 고객의 높아진 기대치를 만족시키기 위한 새로운 전략을 채택했습니다. 절반(47%)에 가까운 중견·강소기업이 고객과의 커뮤니케이션을 더욱 중시하게 됐으며, 중견·강소기업의 42%는 고객과 기업간의 소통 수단을 확대했습니다. 2020년 8월의 수치보다는 다소 부족하지만 많은 중견·강소기업들이 고객 관리에 초점을 맞추고 있습니다.

중견·강소기업이 직원 신뢰를 얻기 위해 취한 조치



*고객 설문 조사, 세일즈포스, 2021년



02

고객과 직원 참여도의 중요성 상승

중견·강소기업은 1년 이상의 혁신과 조정에도 불구하고 여전히 중대한 걸림돌에 가로막혀 있습니다. 2020년 3월부터 8월까지 진행된 설문 조사에서 고객의 기대치를 만족시키는 데 어려움이 있다고 응답한 중견·강소기업의 응답수가 증가했습니다.

현재 중견·강소기업 리더들은 고객 응대의 개인화, 고객 문의에 대한 신속한 답변, 선호 채널에 고객의 참여 유도, 경력있는 서비스 제공과 같은 도전을 계속하고 있습니다.

중견·강소기업의 고객 참여도를 높이기 위한 도전 과제*

	2020년 3월	2020년 8월	2021년 8월	2020년 8월 대비 순위 변화
수요 충족	혁신적인 제품 출시	혁신적인 제품 출시	-	-
혁신적인 제품 출시	수요 충족	수요 충족	-	-
양질의 제품	고객 응대 개인화	고객 응대 개인화	-	-
고객 응대 개인화	안전 또는 위생 지침 이행	고객의 문의에 대한 신속한 답변	↑ 3	↑ 3
고객의 문의에 대한 신속한 답변	선호하는 채널에 고객 참여 유도	안전 또는 위생 지침 이행	↓ 1	↓ 1
선호하는 채널에 고객 참여 유도	양질의 제품 제공	양질의 제품 제공	-	-
연결된 경험 제공	고객의 문의에 대한 신속한 응답	선호하는 채널에 고객 참여 유도	↓ 2	↓ 2
	연결된 경험 제공	원활한 소통	N/A	-
		연결된 경험 제공		-

* "주요 도전 과제"와 "일반적인 도전 과제"에 대한 응답을 포함합니다.

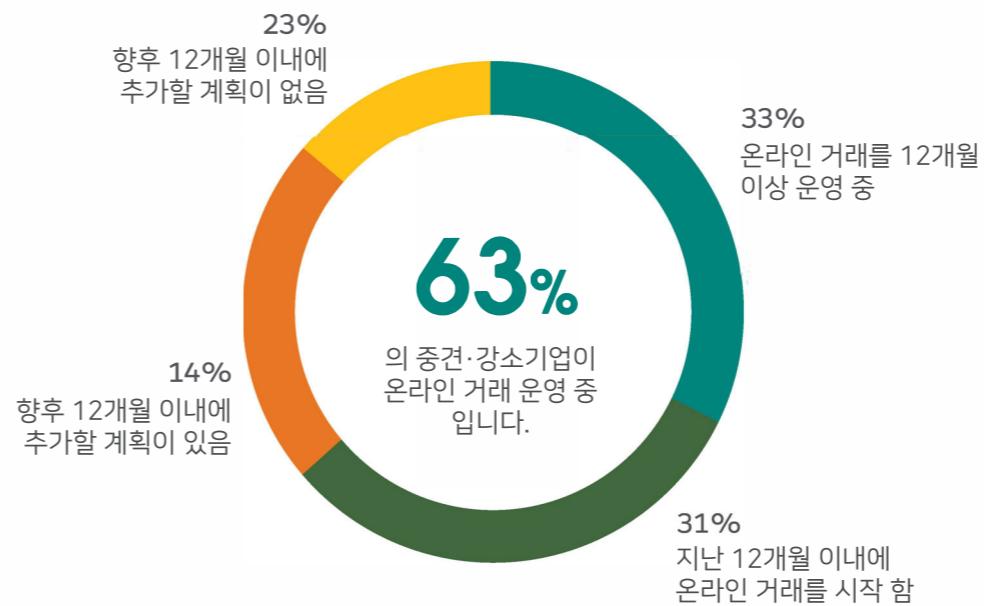
02

고객과 직원 참여도의 중요성 상승

온라인화로 인해 분화되어가는 시장 상황에 대처하기 위해 많은 중견·강소기업이 고객과의 관계를 지속하는 데 도움을 줄 수 있는 다양한 기술을 채택하고 있습니다. 온라인 거래가 그 대표적인 예입니다. 대부분의 중견·강소기업 리더(71%)는 고객이 온라인 거래를 기대하고 있다고 응답했습니다. 그에 따라 대다수의 중견·강소기업(63%)은 이미 온라인 거래를 운영하고 있으며, 그중 약 3분의 1(31%)은 지난 1년 이내에 온라인 거래 시스템을 도입했다고 응답했습니다.

비대면 거래가 코로나19 사태로 인한 건강 문제를 경감 시켜 주기는 하지만, 온라인 거래는 보안 문제를 야기합니다. 온라인 거래의 증가와 함께 대부분의 중견·강소기업(90%)은 데이터 보안에 초점을 맞추고 있으며, 고객의 정보가 안전한지 확인하기 위한 조치를 하고 있습니다. 성장한 중견·강소기업(95%)의 경우 고객 정보 보안 유지에 특히 더 신경 쓰고 있으며, 성장이 정체/쇠퇴한 중견·강소기업보다 온라인 비즈니스를 보호하기 위한 시스템을 더욱 많이 활용하고 있습니다.

중견·강소기업의 온라인 거래 실시 현황



중견·강소기업이 실시한 보안 조치

합계

46%	정기적인 애플리케이션 업데이트	43% 51%
41%	클라우드 기반 기술을 사용하여 데이터 백업 및 저장	37% 45%
40%	2단계 인증 시스템 도입	34% 47%
40%	피해 발생 전 악성 사이트 차단	36% 44%
40%	암호 관리자를 통해 보안 강도가 높은 암호 생성 및 관리	35% 45%
37%	최소한으로 필요한 고객 정보만을 저장	36% 39%

성장한 강소기업

성장이 정체/쇠퇴한 강소기업

03

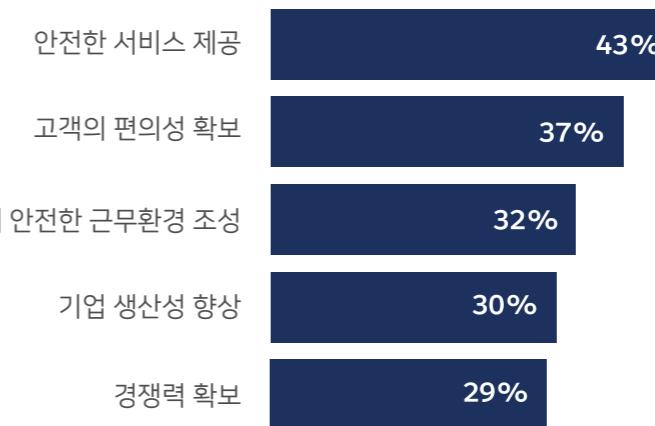
중견·강소기업의 디지털 퍼스트 경영 마인드

지역사회와 고객들은 대면 거래에 대한 일부 새로운 제한에도 불구하고 여전히 중견·강소기업을 이용하고 싶어 합니다. 이에 따라 중견·강소기업 리더들은 고객의 편의성을 확보하기 위하여 불필요한 매점, 사무실 방문 없이 기업 시스템을 이용할 수 있도록 온라인 비즈니스 체제로의 전환을 기업 운영의 우선순위로 두고 있습니다.

대부분(83%)의 중견·강소기업은 영업 시스템의 일부만을 온라인으로 운영하고 있습니다. 이들 중 거의 모든 기업(95%)이 지난 1년 이내에 영업 시스템의 일부를 온라인으로 전환했습니다. 고객 및 직원들의 안전과 편의를 중시하는 인식이 이러한 변화를 끌어내고 있습니다. 게다가 전체의 4분의 3에 가까운 강소기업이 지난 1년 동안 자사의 온라인 시장(예: SNS, 웹 사이트, 이메일, 광고) 범위를 확대했습니다.

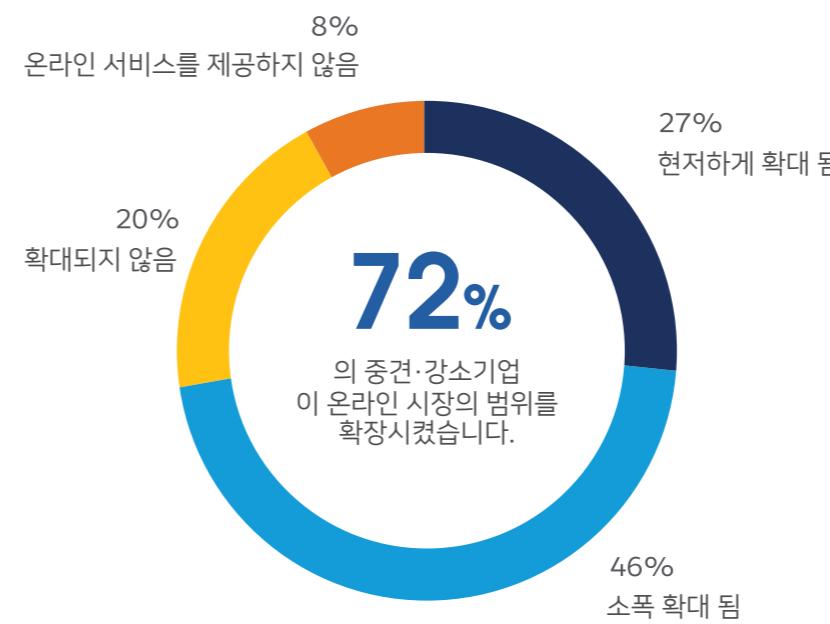


중견·강소기업의 온라인 거래 실시 현황



* 지난 한 해 동안 온라인 영업 시스템을 확대시킨 강소기업을 대상으로 진행한 조사이며, 질문에 대해 최대 3개의 응답이 허용되었습니다.

지난 한 해 동안 중견·강소기업의 온라인 시장 범위 확대 현황



03

중견·강소기업의 디지털 퍼스트 경영 마인드

중견·강소기업의 효과적인 기술의 상용화가 고객 관계와 기업 발전을 위한 기반을 구축하는 데 차별화적인 요소가 되었습니다.

대부분(71%의 성장한 중견·강소기업은 자사 운영 체제의 디지털화 덕분에 코로나19 사태에서 살아남았다고 응답했습니다.

다장한 중견·강소기업은 코로나19 유행에 따른 변화를 겪으면서 기술에 대한 투자를 가속하고 있습니다. 생산성 향상(62%), 비즈니스 민첩성 향상(60%), 데이터 보안 강도 향상 (54%)이 기술 투자의 주요 목적입니다.

성장한 중견·강소기업의 전년도 대비 기술 투자 가속도 현황

2020년 8월



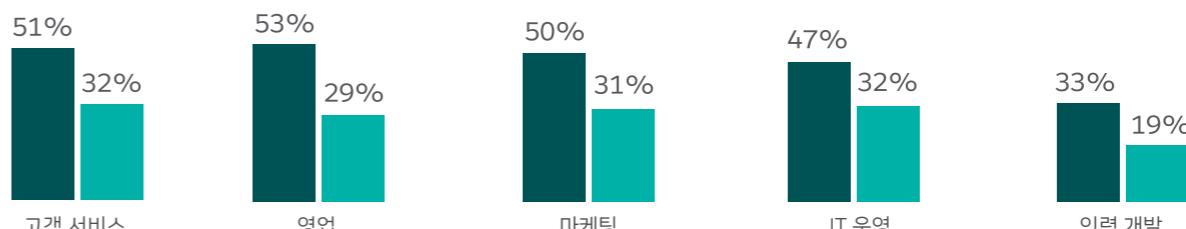
2021년 8월



■ 가속 ■ 고정적 ■ 감속

중견·강소기업이 지난 한 해 동안 투자를 가속화한 기술 분야

41% **40%** **39%** **39%** **25%** 합계



■ 성장한 중견·강소기업

■ 성장이 정체/쇠퇴한 중견·강소기업

03

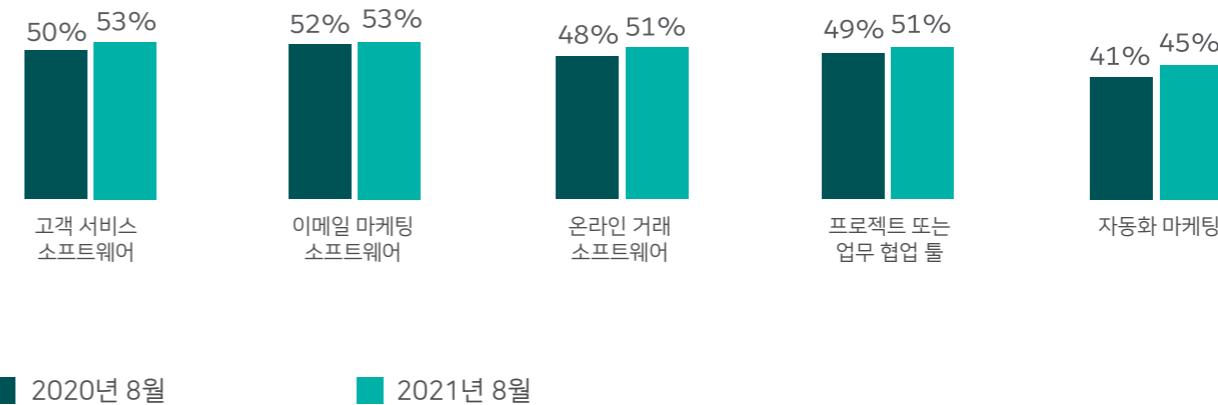
중견·강소기업의 디지털 퍼스트 경영 마인드

5명 중 3명 이상의 중견·강소기업 리더 (62%)는 10년 전의 기술을 여전히 사용하고 있었다면 코로나19 사태에서 살아남을 수 없었을 것이라고 응답했습니다.

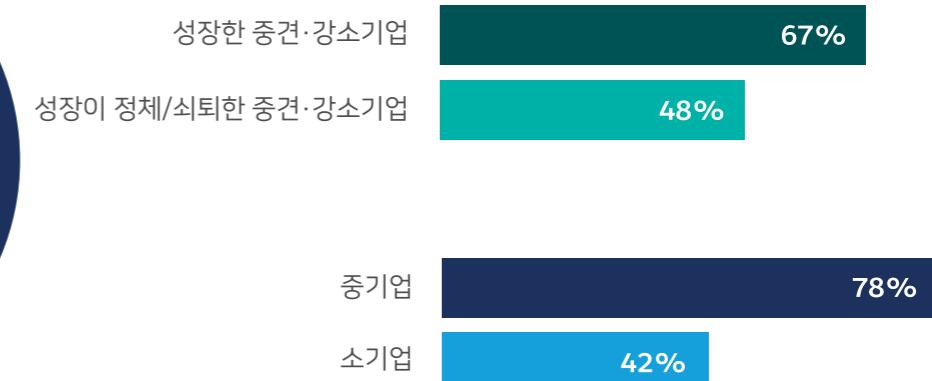
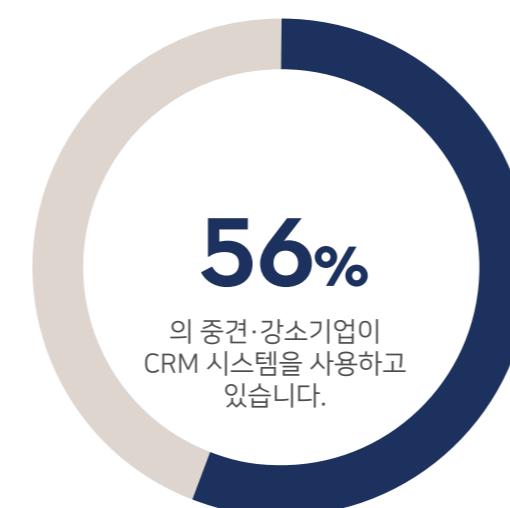
2020년 8월 이후 기술 상용화가 전반적으로 증가 추세를 보이고 있습니다. 원격 근무 환경 및 디지털화된 고객 응대 환경을 구축한 지난 1년간의 모습을 보았을 때 이러한 변화는 놀라운 일이 아닙니다. 중견·강소기업은 특히 고객 관계 관리(CRM) 시스템처럼 원격 근무와 디지털 고객 응대 기능 모두를 가능하게 하는 기술에 의존하고 있습니다. 성장한 중견·강소기업은 다른 기업보다 CRM 시스템을 더 많이 사용하고 있습니다.



중견·강소기업의 전년도 대비 솔루션 기술별 상용화 현황



중견·강소기업의 CRM 시스템 사용 현황



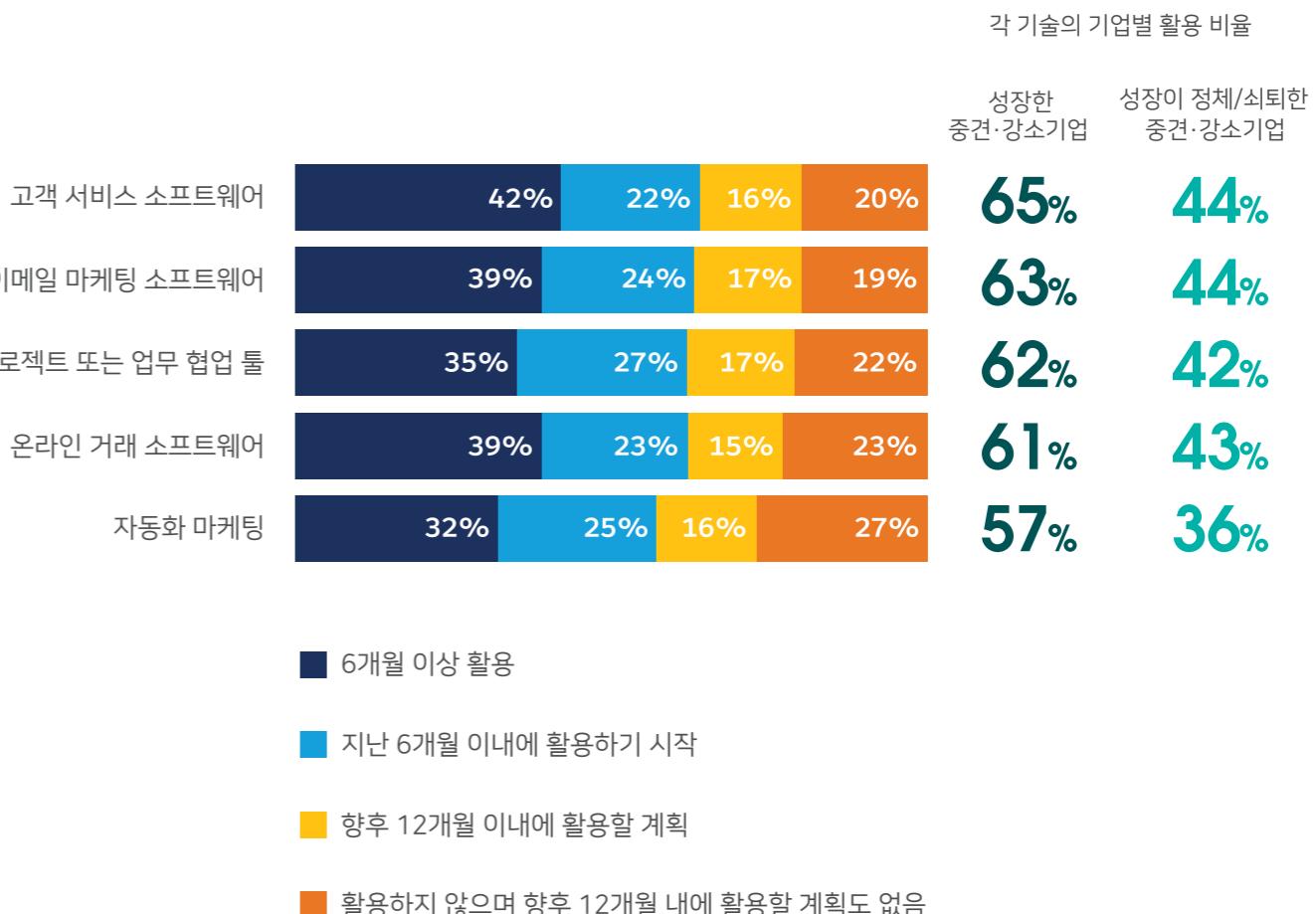
03

중견·강소기업의 디지털 퍼스트 경영 마인드

성장한 중견·강소기업은 성장이 정체/쇠퇴한 중견·강소기업에 비해 기술에 대한 투자를 가속했을 뿐만 아니라 고객 서비스 소프트웨어, 이메일 마케팅 소프트웨어 및 온라인 거래 소프트웨어와 같은 기술 또한 비교적 많이 활용했습니다.

특히 프로젝트 또는 업무 협업 툴의 활용도가 지난 6개월 동안 가장 많이 증가했습니다. 최근 몇 년 동안 이에 대한 활용도가 증가함에 따라, 현재 약 5개 중 3개에 해당하는 중견·강소기업이 프로젝트 또는 업무 협업 툴을 사용하고 있습니다.

성장한 중견·강소기업의 솔루션 기술 활용 현황

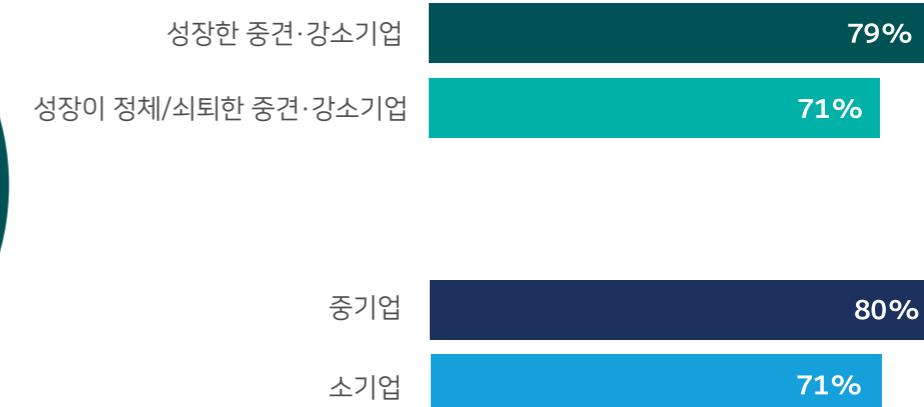
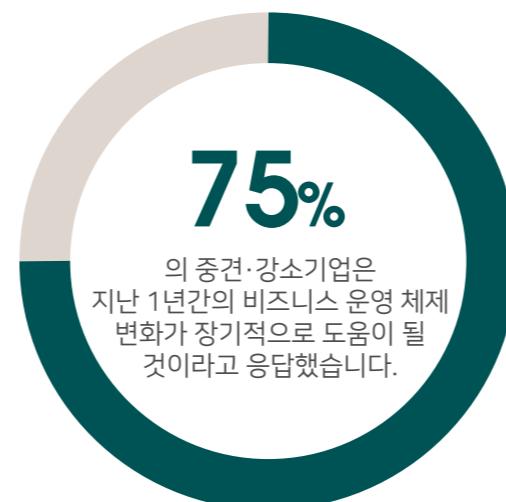


중견·강소기업의 코로나19로 인한 장기적 변화 예견

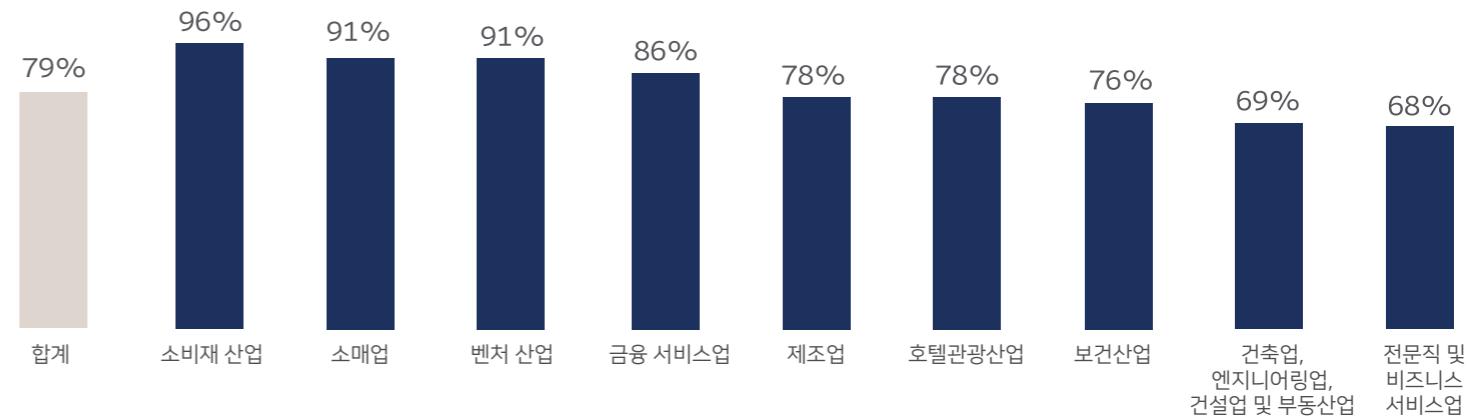
중견·강소기업이 변화하는 비즈니스 환경에 적응해 나간지 1년이 지나며, 그들의 경영방식이 그 어느 때보다 효율적이라는 사실을 발견했습니다.

중견·강소기업 리더의 4분의 3은 자신들이 만든 변화가 미래에도 도움이 될 것이라고 생각합니다. 많은 기업들이 변화된 운영 체제를 영구적으로 사용할 계획을 갖고 있습니다. 예를 들어, 소비재 산업, 소매업 및 벤처산업에 종사하는 대부분의 중견·강소기업(79%)은 비대면 서비스를 영구적으로 제공할 계획이라고 응답했습니다.

성장한 중견·강소기업의 솔루션 기술 활용 현황

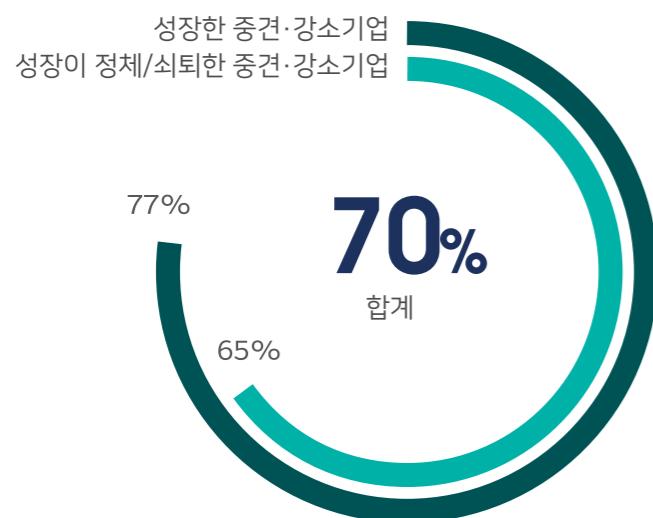


코로나19 사태의 극복 이후에도 비대면 서비스를 제공할 계획인 중견·강소기업

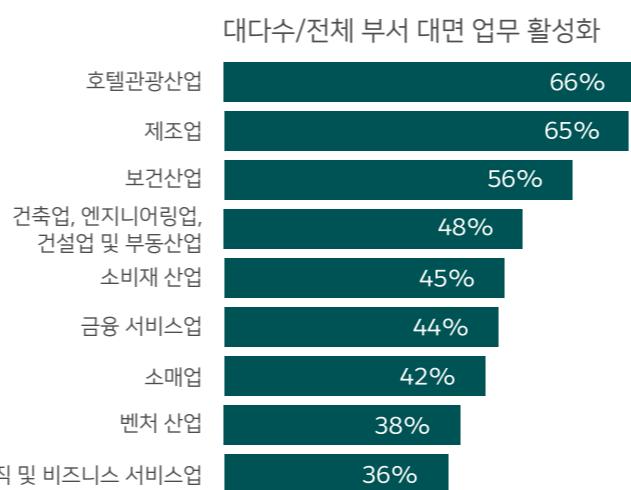
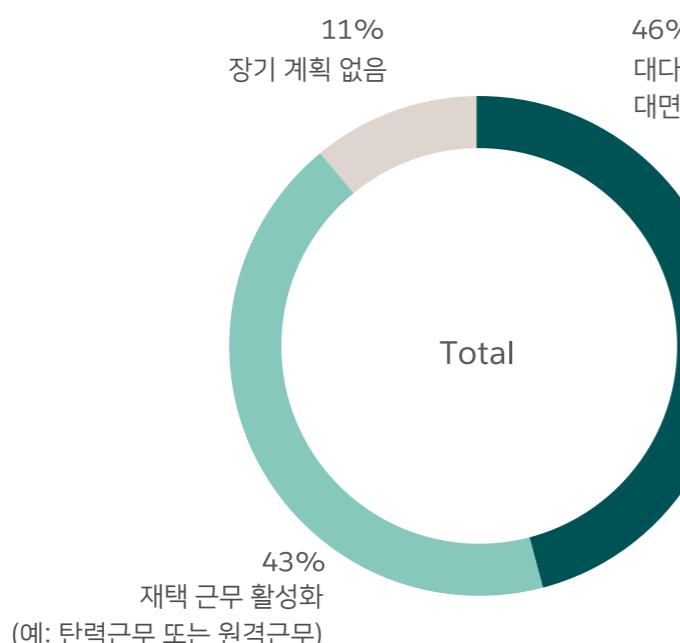


중견·강소기업의 코로나19 로 인한 장기적 변화 예전

중견·강소기업의 위기 대비 계획 수립 현황



중견·강소기업의 근무 방식에 대한 장기 계획 수립 현황



코로나19는 중견·강소기업의 운영 계획과 인사 관리 관행을 영구적으로 변화시킬 것입니다. 성장한 기업은 미래의 위기에서도 운영 상태를 유지하기 위한 계획을 상세히 준비하고 있다고 응답했습니다. 이는 중견·강소기업의 30%만이 위기를 대비한 계획을 갖고 있던 2020년 8월과는 다른 양상입니다.

재택 근무와 같은 새로운 근무 형태가 중견·강소기업의 운영 체계를 변화시키고 있습니다. 5개 중 2개 이상의 중견·강소기업이 장기적으로 직원들에게 근무 시간의 최소절반을 원격으로 근무하도록 할 계획이지만, 이와 비슷한 비율의 강소기업은 직원의 대부분을 대면 근무하도록 할 계획입니다.

근무 방식은 산업에 따라 달라집니다. 호텔관광산업과 제조업은 원격 근무의 비율이 더 높은 벤처 산업에 비해 대면 업무를 하는 경우가 더 많습니다.

04

중견·강소기업의 코로나19로 인한 장기적 변화 예견

중견·강소기업의 경영은 결코 쉬운 일이 아니며 이는 시대가 지날수록 점점 더 어려워지고 있습니다. 반면에 산업 시장 지식, 문제 해결 기술, 탄력성 및 민첩성과 같은 특성들이 중견·강소기업 리더들의 성공적인 기업 운영에 도움을 주고 있습니다.

전 세계 중견·강소기업이 지난 1년간의 급격한 디지털화에 대처하면서 보여준 인내심과 적응력은 앞으로 발생할 위기를 해결하는 데 도움이 될 것입니다.

향후 1년간 성공적인 비즈니스 운영을 위한 주요 특성*



1. 시장 지식



2. 문제 해결 능력



3. 탄력성과 민첩성



4. 혁신적인 사고방식



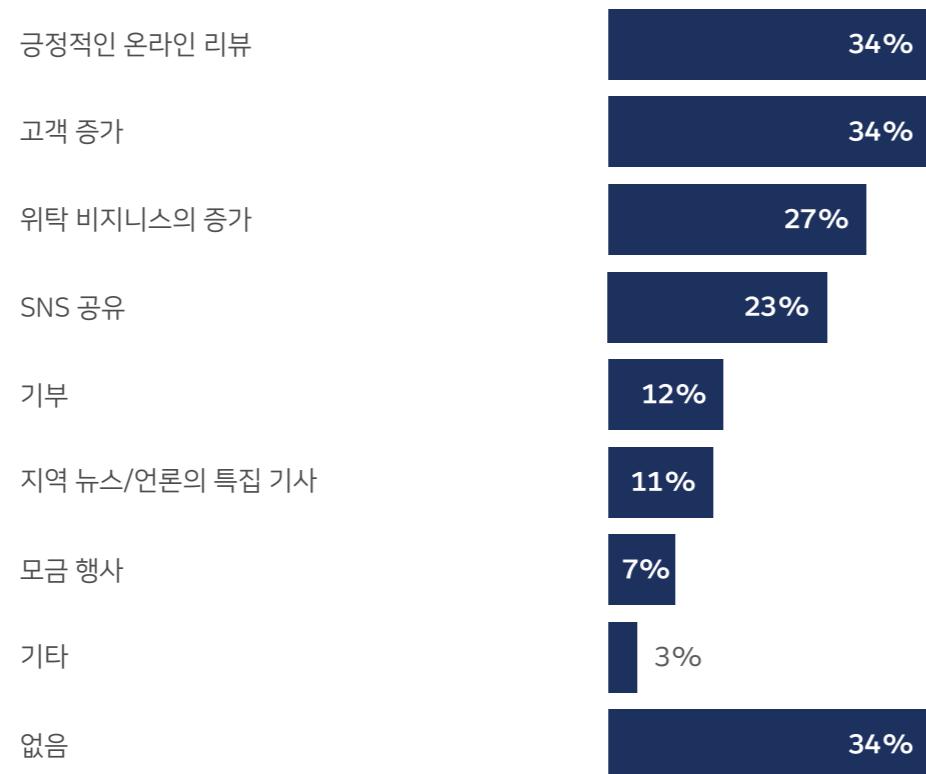
5. 훌륭한 리더쉽 스킬

* 질문에 대해 최대 5개의 응답이 허용되었습니다.

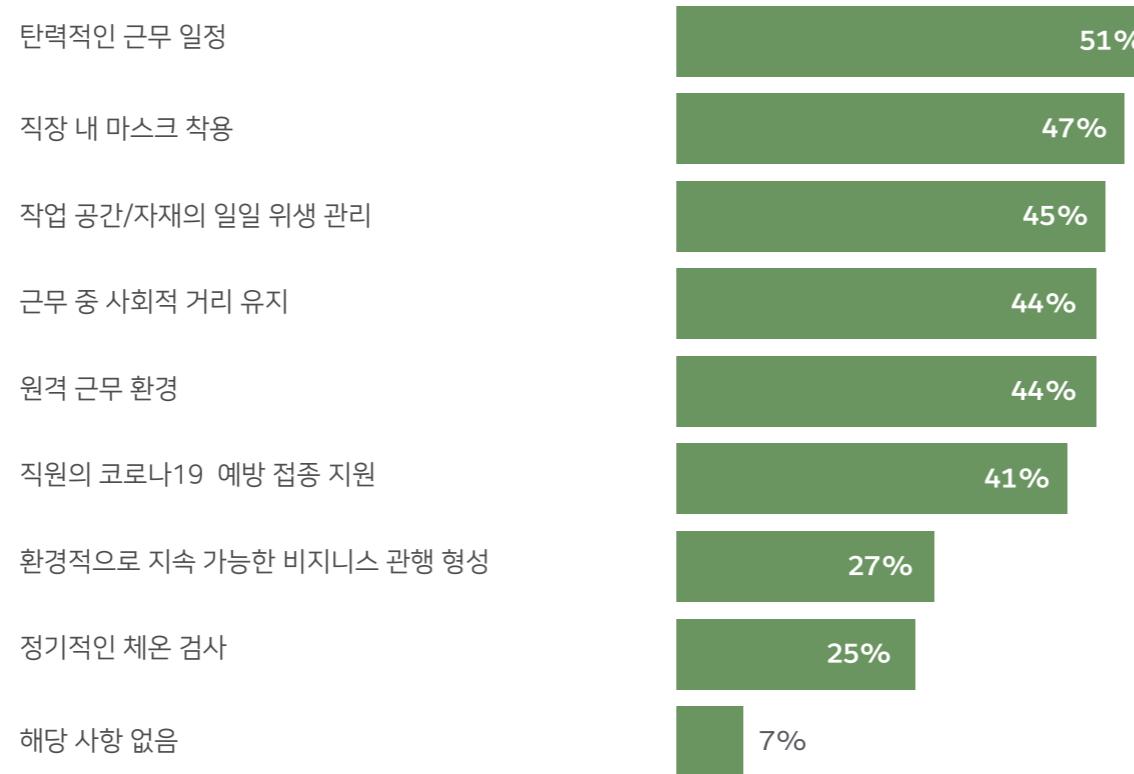
부록



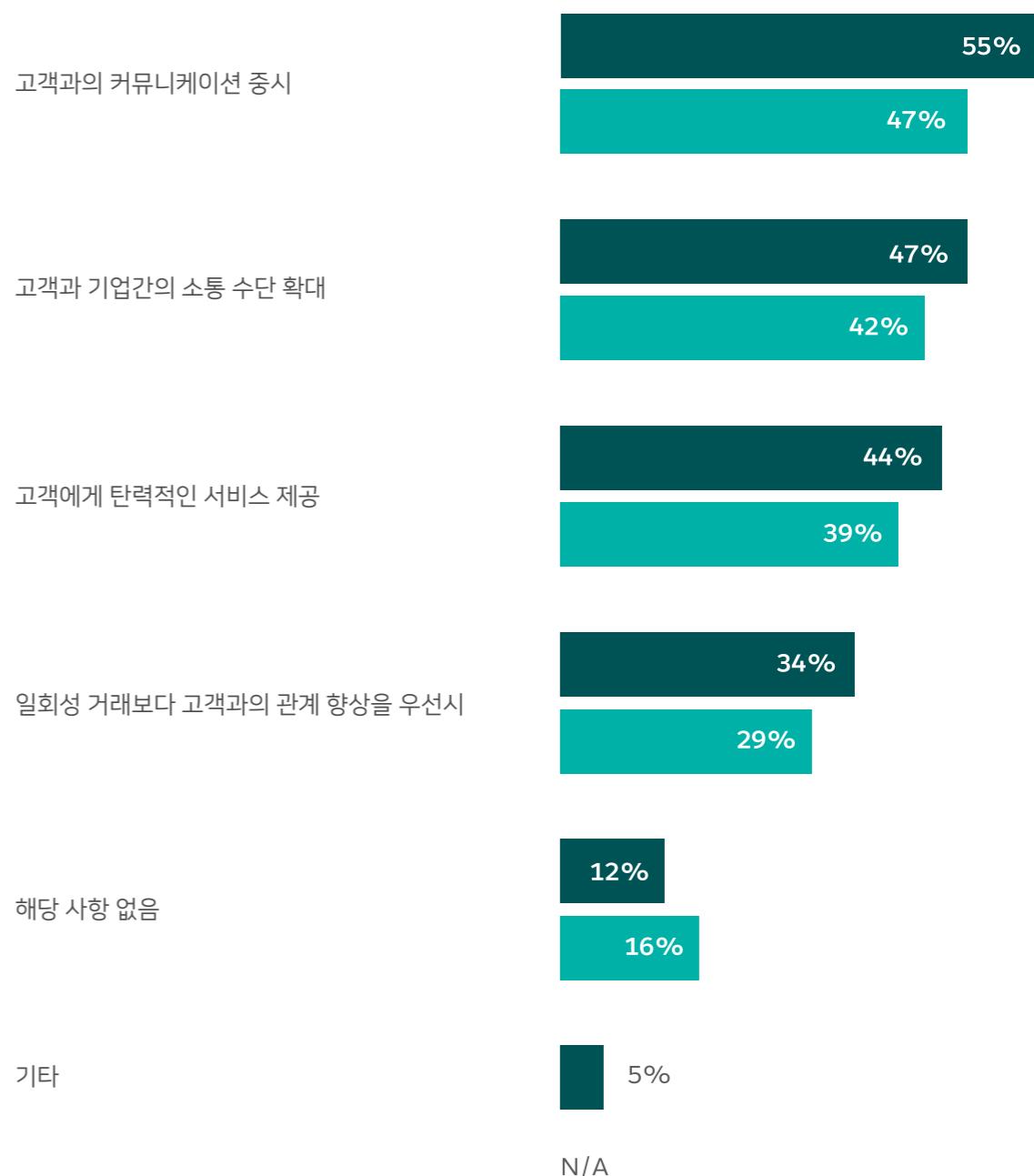
미국 소재 중견·강소기업의 답변에 따른 지난 한 해 동안 이뤄진 지역 사회의 지원 종류



중견·강소기업 리더의 직원 요구사항



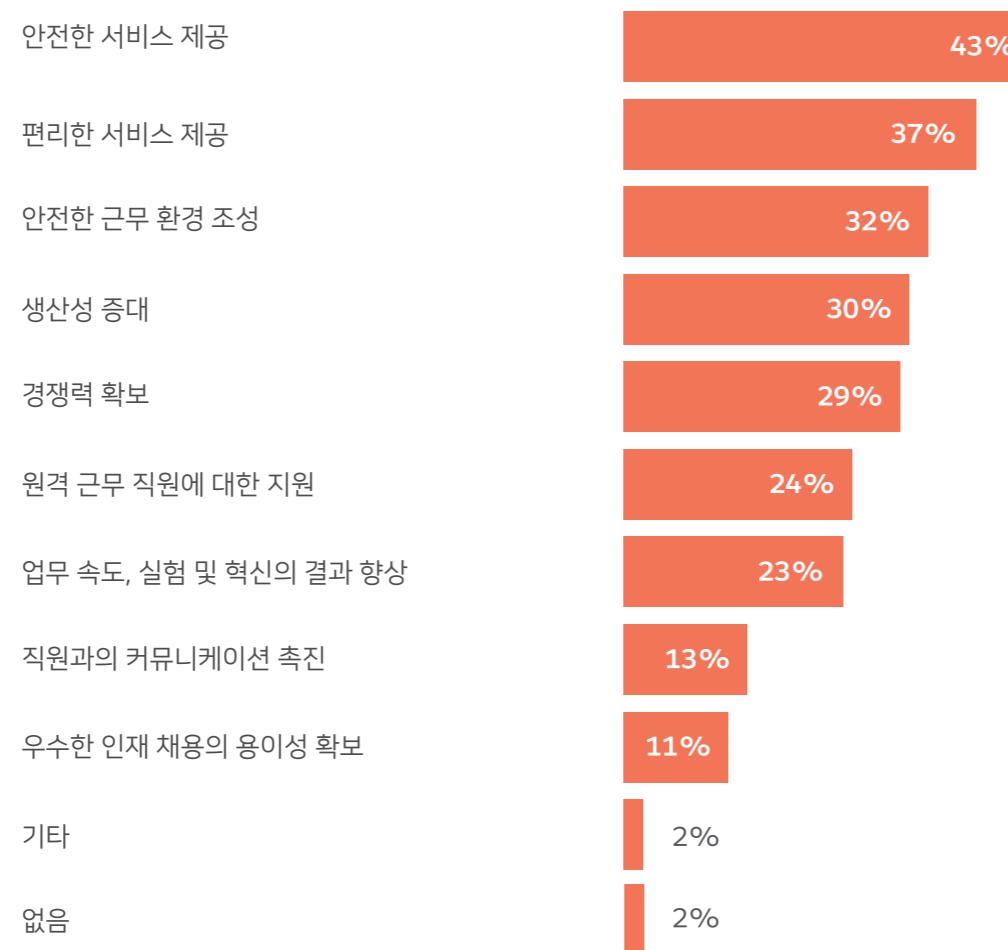
코로나19 사태로 인한 중견·강소기업의 고객 대면 업무의 변화



■ 2020년 8월

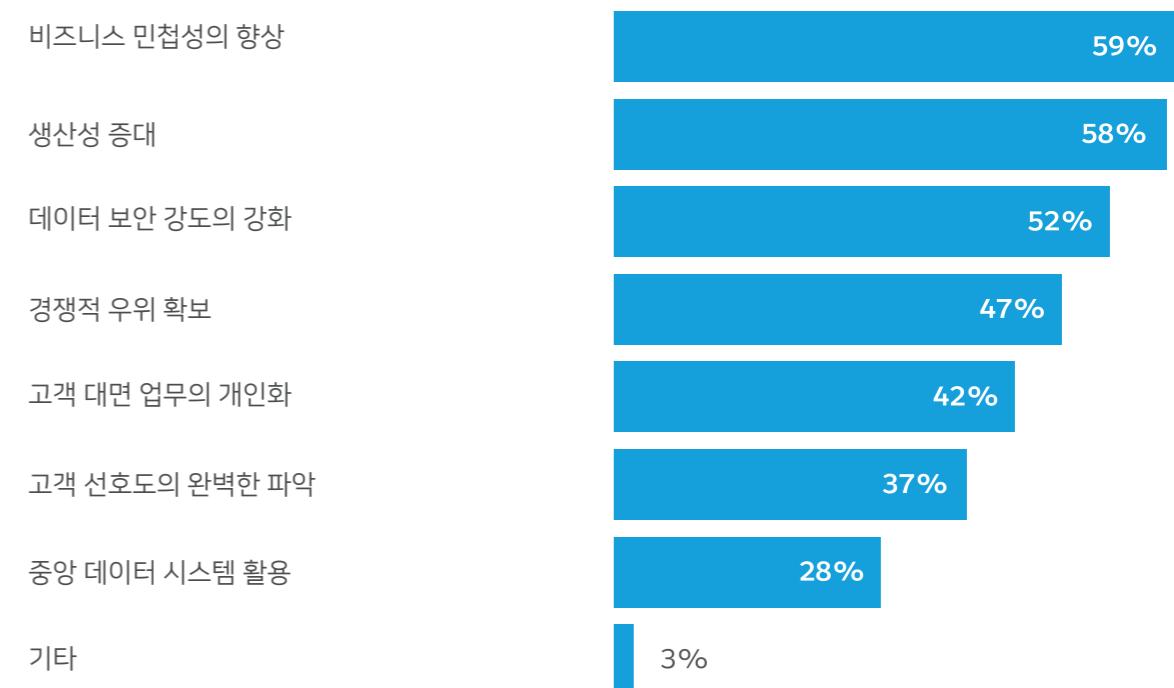
■ 2021년 8월

지난 한 해 동안 중견·강소기업이 운영 체제의 일부 또는 전부를 온라인으로 전환해야 했던 이유*



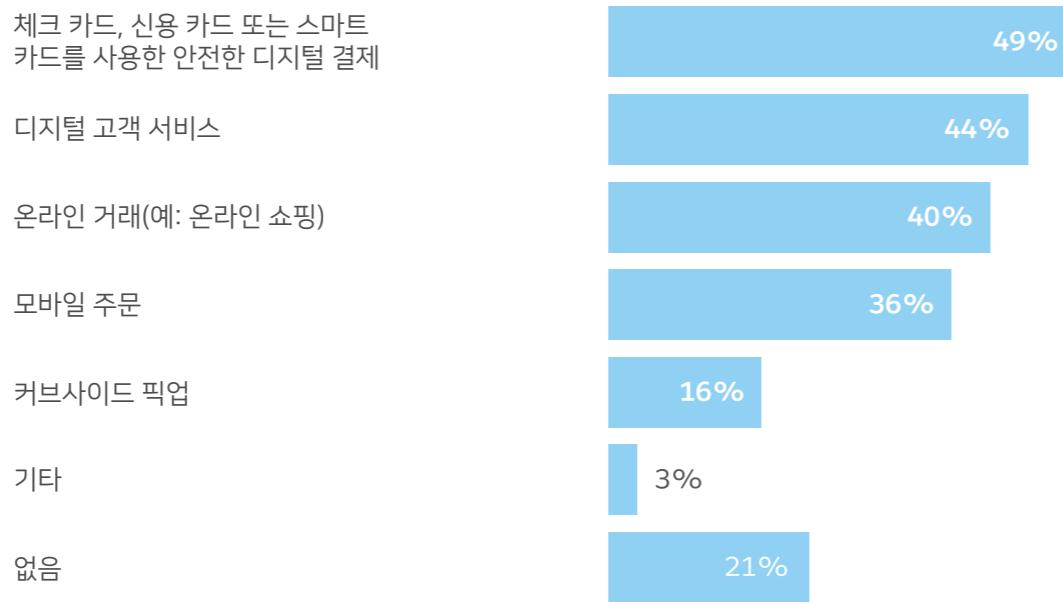
*지난 한 해 동안 온라인 운영 범위를 확대한 기업을 대상으로 진행된 조사입니다.
질문에 대해 최대 3개의 응답이 허용되었습니다.

중견·강소기업이 지난 한 해 동안 기술 투자를 가속화한 이유*

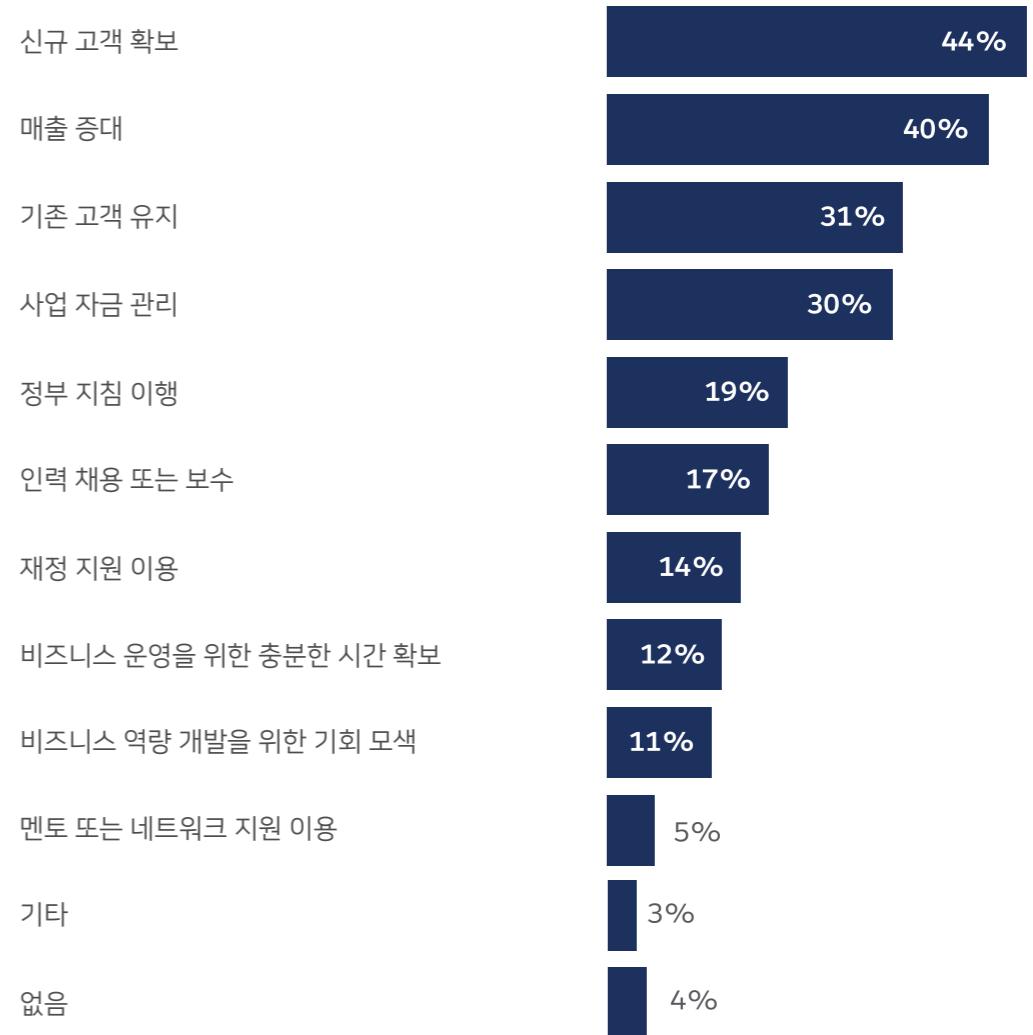


*지난 한 해 동안 기술 투자를 가속화한 기업을 대상으로 진행된 조사입니다.

영구적으로 제공될 예정인 비대면 서비스

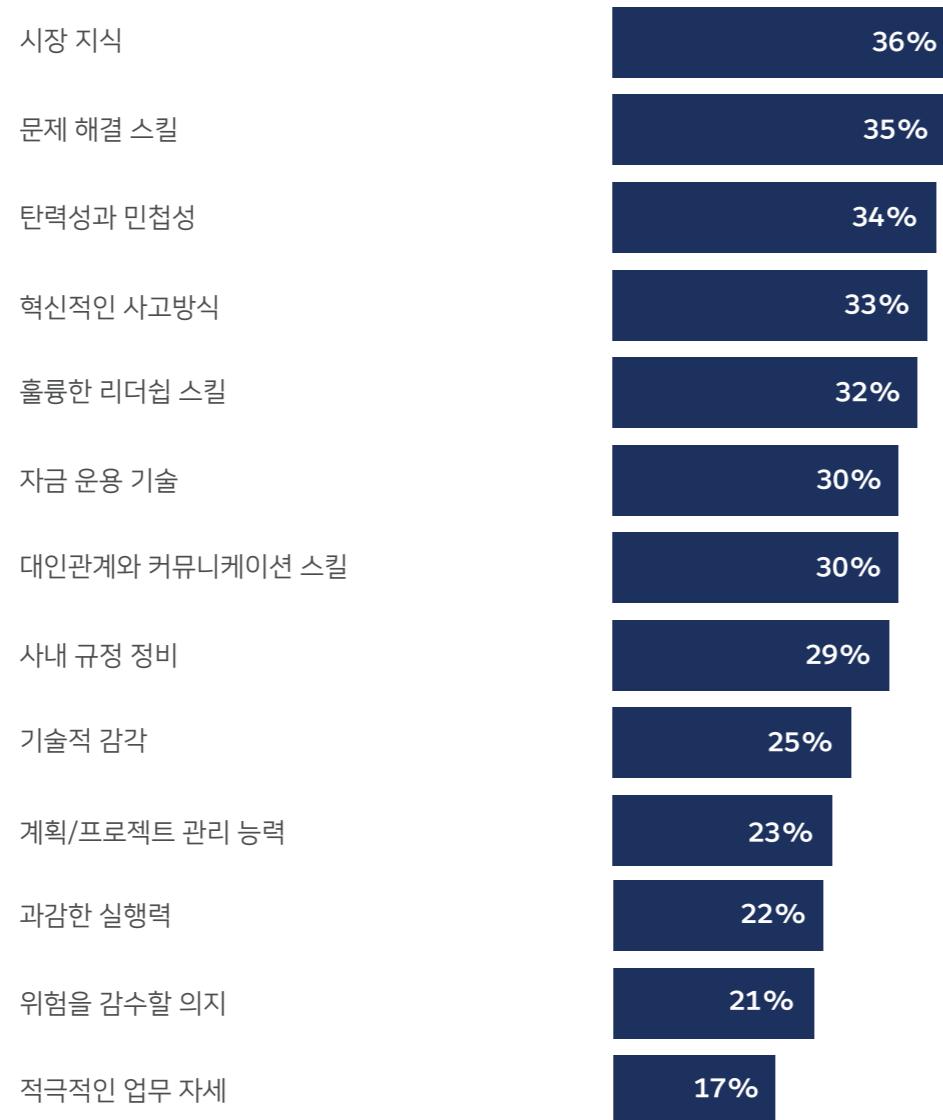


지난 한 해 동안 중견·강소기업의 주요 과제*



*질문에 대해 최대 3개의 응답이 허용되었습니다.

향후 1년간 성공적인 비즈니스 운영을 위한 주요 특성*



*질문에 대해 최대 5개의 응답이 허용되었습니다.



조사 응답자 통계



조사 응답자 통계

기업 규모

소기업(직원수 2-20명)	59%
중기업(직원수 21-200명)	41%

기업 유형

기업-소비자 간(B2C)	48%
기업 간(B2B)	27%
기업-기업-소비자 간(B2B2C)	25%

성장 유형

성장	44%
정체/쇠퇴	56%

경영자 유형

기업 오너	77%
경영책임자(CEO,CFO,COO)	23%

국가

호주/뉴질랜드	6%
브라질	6%
캐나다	6%
콜롬비아	6%
프랑스	6%
독일	6%
인도	6%
아일랜드	6%
이탈리아	6%
일본	6%
멕시코	6%
네덜란드	6%
싱가포르	6%
사이판	6%
태국	6%
영국	6%
미국	6%

고용 형태

정규직	41%
계약직	4%
자영업 풀타임	48%
자영업 파트타임	8%

세대

Z세대(18-24)	5%
M세대(25-40)	35%
X세대(41-56)	37%
베이비붐 세대 (57+)	22%

성별

남성	64%
여성	35%



보고서 세부사항

집계된 데이터는 직원 수에 따라 가중치를 부여하여 모집단의 실제 기업 규모 비율에 맞춰 인라인 방식으로 제공되었습니다. 해당 온라인 설문 조사는 확률 표본을 기반으로 하지 않으므로 이론적인 표본 오차의 추정치를 계산할 수 없습니다.

2019년과 2020년 강소기업 트렌드 설문 조사는 해리스 폴(Harris Poll)이 세일즈포스를 대표하여 아래 국가의 중견·강소기업 오너와 경영진들(2021과 동일한 정의 사용)을 대상으로 온라인으로 실시했습니다:

- 2020년(3월 · 8월): 미국, 캐나다, 브라질, 영국/아일랜드, 스페인, 프랑스, 독일, 이탈리아, 네덜란드, 인도, 필리핀, 싱가포르, 태국, 호주/뉴질랜드
- 2019: 미국, 영국/아일랜드, 프랑스, 독일, 인도, 싱가포르, 홍콩 및 호주/뉴질랜드



보고서 모집단 세부사항

	표본 규모
기업 규모 (직원 수)	소기업(2-20명) 1,599 중기업(21-200명) 935
성장 유형 (지난 6개월 동안의 매출 성장률)	성장한 기업 (1% 이상의 매출 증가) 1,108 정체/쇠퇴 (1% 미만의 수익 증가 또는 수익 감소) 1,426
업종	건축업, 엔지니어링업, 건설업 및 부동산업 281 소비재 산업 99 금융 서비스업 124 보건산업 129 제조업 153 전문직 및 비즈니스 서비스업 387 소매업 389 벤처 산업 160 호텔관광산업 101
인종/민족 (미국 한정 수치)	백인 363 흑인 49* 라틴계 54*

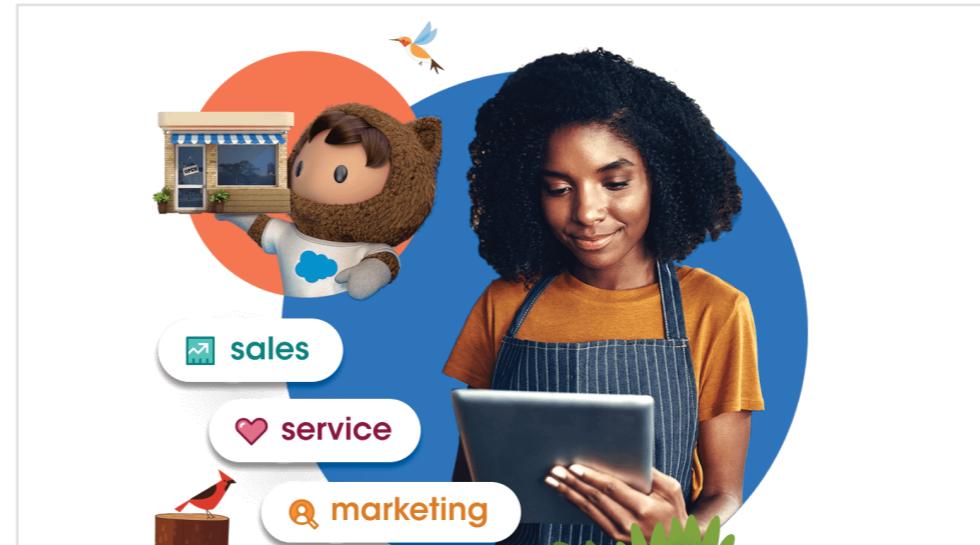
*주의 : 소그룹(100 미만) 대상 조사이므로 조사결과는 참고용으로만 이용해주세요.

더 알아보기



국가 및 산업별 세그먼트 데이터

Tableau의 중견·강소기업 관련 데이터를 참고해주십시오.

[데이터 살펴보기 >](#)

소규모 기업을 위한 세일즈포스

비즈니스를 발전시키기 위한 고객 관계 형성 방법에 대해 알아보십시오.

[자세히 알아보기 >](#)

Future of Everything: 세일즈포스 정기 뉴스레터

뉴스레터의 구독을 통하여 최신 소규모 기업 관련 인사이트, 리소스 및 툴을 받아보십시오.

[구독하러 가기 >](#)



주식회사 세일즈포스닷컴

korea-marketing@salesforce.com
<https://www.salesforce.com/kr/>

본 보고서에서 제공된 정보는 고객의 편의를 위한 용도로 엄격히 제한되며 일반적인 정보 목적으로만 제공됩니다. Salesforce.com의 발행물은 어떠한 보증을 구성하지 않습니다.
Salesforce.com은 본 가이드에 포함된 모든 정보, 텍스트, 그래픽, 링크 또는 기타 항목의 정확성 또는 완전성을 보장하지 않습니다. Salesforce.com은 본 보고서의 조언을 따르는 경우 특정 결과를 달성하게 될 것임을 보증하지 않습니다.
귀하의 특정 상황에 적용되는 관련 자문을 얻을 수 있는 변호사, 회계사, 건축가, 비즈니스 어드바이저 또는 전문 엔지니어와 같은 전문가와 상담하는 것이 좋습니다.