

# SaaS형 온라인 비즈니스 컨설팅 시장에 대한 포터의 5가지 힘 분석

## SaaS형 온라인 비즈니스 컨설팅 시장에 대한 포터의 5가지 힘 분석

본 보고서는 마이클 포터의 5가지 힘 모델을 적용하여 SaaS(Software as a Service) 기반 온라인 비즈니스 컨설팅 시장의 산업 구조와 잠재적 수익성을 분석합니다. 분석은 제공된 '초보 창업가를 위한 3단계 종합 진단 온라인 컨설팅' 비즈니스 기획 초안을 중심으로 시장의 매력도를 평가합니다.

### 1. 신규 진입자의 위협: 중간

SaaS형 온라인 컨설팅 시장의 진입 장벽은 전통 산업에 비해 낮지만, 성공적인 시장 진입을 위해서는 극복해야 할 몇 가지 요소가 존재하여 신규 진입자의 위협은 '중간' 수준으로 평가됩니다.

- 낮은 초기 자본 요구량:** 전통적인 컨설팅 펌과 달리 대규모 물리적 인프라나 초기 인력 확보에 대한 부담이 적습니다. 온라인 진단 시스템, 웹사이트 등 기술 지원은 클라우드 서비스와 개발 프레임워크를 활용하여 비교적 적은 비용으로 구축 가능합니다.
- 핵심 IP 및 콘텐츠의 중요성:** 시장에 성공적으로 진입하기 위해서는 '생존형 비즈니스 계획서'나 '창업 50계명'과 같은 독창적이고 검증된 방법론(IP) 확보가 중요합니다. 이러한 지적 자산과 이를 기반으로 한 신뢰도 높은 콘텐츠를 구축하는 데는 상당한 시간과 전문성이 요구되어 실질적인 진입 장벽으로 작용합니다.
- 브랜드 신뢰도 및 권위 구축의 어려움:** 컨설팅 서비스의 핵심은 신뢰입니다. 고객, 특히 불안감이 높은 초기 창업가들의 신뢰를 얻기 위해서는 콘텐츠 마케팅, 성공 사례 등을 통해 오랜 기간에 걸쳐 시장 내에서 전문적 권위를 쌓아야 합니다. 신규 진입자가 단기간에 기존 사업자의 브랜드 자산을 넘어서기는 어렵습니다.

### 2. 기존 경쟁자 간의 경쟁: 강함

시장은 다양한 형태의 경쟁자들로 인해 이미 상당한 경쟁 압력에 노출되어 있으며, 경쟁 강도는 '강함'으로 분석됩니다.

- 다양한 형태의 경쟁자 존재:** 시장에는 직접적인 SaaS 컨설팅 모델뿐만 아니라, 전통적인 대면 컨설팅, 정부 및 기관의 창업 지원 사업, VOD 중심의 온라인 강의 플랫폼 등 다양한 경쟁자들이 존재합니다. 이들은 각기 다른 방식으로 목표 고객의 문제를 해결하며 경쟁하고 있습니다.

- **높은 수준의 차별화 필요성:** 수많은 경쟁자 사이에서 주목받기 위해서는 명확한 차별화가 필수적입니다. 첨부된 기획안의 '성공이 아닌 실패하지 않는 법'에 집중하는 철학적 차별성, '진단 기반의 개인화'와 같은 방법론적 차별성은 치열한 경쟁 환경에서 생존하기 위한 필수 전략입니다.
- **낮은 전환 비용:** 고객이 특정 온라인 컨설팅 서비스에서 다른 서비스나 대체제로 이동하는 데 따르는 비용이나 노력이 크지 않습니다. 이는 기존 경쟁자들이 고객을 유지하기 위해 지속적으로 가치를 증명해야 하는 압박으로 작용합니다.

### 3. 구매자의 교섭력: 강함

특히 초기 창업가 시장에서 구매자의 힘은 매우 강력하게 작용하여, 서비스 제공자가 가격이나 서비스 범위를 결정하는 데 상당한 제약을 받습니다.

- **높은 가격 민감도:** 서비스의 핵심 타겟인 초기 및 예비 창업가들은 자본이 부족한 경우가 많아 가격에 매우 민감하게 반응합니다. 이로 인해 구매자들은 더 낮은 가격이나 더 많은 가치를 요구할 힘을 갖습니다.
- **다양한 선택지와 정보 접근성:** 구매자들은 무료 온라인 콘텐츠, 커뮤니티, 정부 지원 사업 등 다양한 대체 수단을 쉽게 찾아 비교할 수 있습니다. 정보의 비대칭성이 낮아 구매자들이 충분한 정보를 바탕으로 유리한 결정을 내릴 수 있습니다.
- **제품 표준화 인식:** 구매자들이 다양한 컨설팅 서비스 간의 차이점을 명확히 인지하지 못할 경우, 서비스를 표준화된 상품으로 인식하고 가격 중심으로 선택할 가능성이 높습니다. '개인화 진단'과 같은 가치를 명확히 전달하지 못하면 가격 경쟁에 휘말리기 쉽습니다.

### 4. 공급자의 교섭력: 약함

SaaS형 온라인 비즈니스 모델의 특성상, 특정 공급자에게 의존하는 정도가 낮아 공급자의 교섭력은 '약함'으로 평가됩니다.

- **핵심 자원의 내부화:** 서비스의 핵심 경쟁력은 '생존형 비즈니스 계획서', '창업 50계명'과 같은 내부적으로 축적된 지적 자산(IP)에 있습니다. 이는 소수의 스타 컨설턴트나 외부 전문가에게 의존하는 구조가 아니므로, 인적 자원 공급자의 교섭력이 낮아집니다.
- **표준화된 기술 자원 활용:** 웹 시스템 구축에 필요한 클라우드 호스팅, 개발 도구, 소프트웨어 등은 다수의 공급자가 경쟁하는 시장입니다. 특정 기술 공급업체에 대한 의존도가 낮아 공급자가 가격이나 조건을 통제하기 어렵습니다.
- **콘텐츠 제작의 자율성:** 서비스에 필요한 진단 로직, 해설 콘텐츠 등은 내부 전문가에 의해 자체적으로 생산될 수 있습니다. 외부 콘텐츠 공급자에 대한 필요성이 낮아 관련 공급자의 영향력도 미미합니다.

## 5. 대체재의 위협: 강함

고객의 문제를 해결할 수 있는 대체 수단이 많고 접근성이 높아 대체재의 위협은 '강함' 수준입니다.

- **다양한 무료/저비용 대체재:** 창업 관련 도서, 블로그, 유튜브, 뉴스레터 등 무료로 전문 지식을 얻을 수 있는 채널이 매우 많습니다. 이는 유료 서비스에 대한 고객의 지불 의향을 낮추는 요인으로 작용합니다.
- **정부 및 공공기관의 지원 사업:** 정부나 지자체에서 운영하는 창업 지원 프로그램들은 저렴하거나 무료로 교육, 멘토링, 네트워킹 기회를 제공하여 강력한 대체재 역할을 합니다.
- **커뮤니티 및 네트워킹:** 인디해커스(Indie Hackers)와 같은 온라인 커뮤니티나 오프라인 모임을 통해 다른 창업가들과 정보를 교류하고 문제를 해결하는 것 또한 컨설팅 서비스를 대체할 수 있는 효과적인 방법입니다.

## 종합 결론

SaaS형 온라인 비즈니스 컨설팅 시장의 전반적인 매력도는 '중간' 수준으로 평가됩니다.

**기회 요인**은 낮은 공급자 교섭력과 독창적인 IP를 통해 진입 장벽을 어느 정도 구축할 수 있다는 점입니다. 특히 '실패 방지'와 '데이터 기반 개인화 진단'이라는 차별화된 가치 제안은 시장의 특정 니즈를 효과적으로 공략할 수 있는 잠재력을 가집니다.

하지만 **위협 요인이** 더 크게 작용합니다. 기존 경쟁이 치열하고, 가격에 민감하며 선택권이 넓은 구매자의 교섭력이 강합니다. 또한, 무료 콘텐츠나 정부 지원 사업과 같은 강력한 대체재가 많아 수익성을 확보하는 데 상당한 어려움이 예상됩니다.

따라서 이 시장에서 성공하기 위해서는 **명확한 브랜드 아이덴티티와 IP를 구축**하여 신규 진입자의 위협을 방어하고, **진단 기반의 개인화된 솔루션**을 통해 기존 경쟁자 및 대체재와 차별화하며, **커뮤니티 형성이나 구독 모델**을 통해 고객의 전환 비용을 높여 강력한 구매자의 교섭력을 완화하는 정교한 전략이 필수적입니다. 잠재적 수익성은 존재하지만, 치열한 경쟁 환경 속에서 지속 가능한 수익 모델을 구축하기까지는 상당한 노력과 시간이 필요할 것으로 보입니다.