

## 2장

### 서비스형 소프트웨어, AI 에이전트와 결합: 예산·고객경험·인력 구조 재편

2026년을 기점으로 서비스형 소프트웨어(SaaS, software-as-a-service)는 기능 중심 도구에서, AI 에이전트가 자율적으로 업무를 실행하고 조율하는 워크플로 플랫폼으로 전환되고 있다. 따라서 경쟁의 중심 역시 개별 기능이 아니라 에이전트의 생성·통합·오케스트레이션 역량으로 이동하고 있다. 이 과정에서 사용자 수 기반 구독 모델은 약화되고, 사용량·성과 기반의 하이브리드 과금 모델이 부상하고 있으며, 신뢰할 수 있는 사용자경험(UX)과 운영 투명성이 핵심 차별화 요소로 자리 잡고 있다. 이러한 변화 속에서 SaaS 도입 기업과 SaaS 벤더 모두 데이터, 거버넌스, 영업, 계약, 운영 모델 전반에 대한 전면적인 재설계가 요구되고 있는 상황이다.

#### 📋 핵심 내용 요약 (Executive Summary)

##### ➤ (전환의 본질) SaaS의 에이전트화(agentification)

- SaaS는 기능 제공 도구에서 자율적으로 실행하는 워크플로 서비스로 진화
- AI 에이전트는 '보조'에서 기업 업무를 직접 수행하는 실행 주체로 이동
- 2026년은 AI 에이전트가 기업 운영을 실시간으로 주도하기 시작하는 전환점

##### ➤ (경쟁 축의 이동) 기능 → 에이전트 플랫폼

- SaaS 경쟁력은 개별 기능이 아니라 AI 에이전트의 생성·통합·오케스트레이션 역량으로 이동
- 기존 SaaS 벤더는 기존 제품에 에이전트 추가 또는 에이전트 개발 프레임워크 제공
- AI 네이티브 스타트업은 특정 영역에서 기존 SaaS의 잠재적 대체자로 부상
- 중장기적으로 멀티 에이전트 생태계와 관리 계층이 핵심 가치 영역으로 부상

##### ➤ (비즈니스 모델의 핵심 난제) 과금과 신뢰

- 사용자 수 기반 구독 모델 약화, 사용량·성과 기반 하이브리드 과금 부상
- 에이전트가 사람 역할을 대체하며 가치 측정·비용 예측이 어려워짐
- 과금 기준 정의(에이전트·작업·성과), 계측·가시성, 계약 구조 재정립이 필수
- UI/UX, 설명가능성, 추적가능성, 되돌림 가능성이 신뢰의 핵심 요소로 부상

##### ➤ 기업과 벤더의 전략적 시사점

- (도입 기업) 데이터 관리·거버넌스를 최우선으로 강화하고, 복잡해지는 벤더·가격 구조에 대비하며 인력을 AI 에이전트 오케스트레이터로 전환
- (SaaS 벤더) 기능 경쟁을 넘어 상호운용성과 에이전트 통합 역량을 확보하고, 신뢰 기반 UX(투명성·추적성)를 차별화 요소로 구축

AI 에이전트를 활용하는 SaaS가 늘고 있다. 이에 따라 기업의 소프트웨어 사용 방식과 고객 경험도 근본적으로 바뀌고 있다. 구독 및 과금 모델, 서비스 역량, 사용자의 기대치 등 전반에서 변화가 이루어질 것이다.

에이전틱 인공지능(agententic AI) 기술이 성숙기에 돌입하면서 기업용 SaaS 업체들은 AI 에이전트를 생성·통합·오케스트레이션할 수 있는 플랫폼을 확대하고 있다. SaaS 고객사들이 소프트웨어를 구매하고 활용하는 방식 또한 근본적으로 전환되고 있다.

2026년, SaaS 애플리케이션은 더욱 고도화된 지능형, 맞춤형, 적응형 및 자율형 소프트웨어로 진화할 전망이다. 이는 소프트웨어가 고정형이 아니라, 경험을 통해 학습하는 실시간 통합형 워크플로 서비스로 변화한다는 의미다.

과금 모델도 바뀔 것이다. 기존의 구독 또는 사용자 수 기반(seat-based) 라이선스는 줄고, 사용량(usage-based) 및 성과(outcome-based) 기반 구조가 결합된 하이브리드 과금 모델이 부상할 가능성이 크다. 이처럼 SaaS의 지능화와 자율화가 진행된다면, 소프트웨어 구현 방식과 수익화 전략은 더욱 복잡해지고, 그 과정에서 SaaS 비즈니스 모델 전체가 재편될 수 있다. 즉, 2026년은 AI 소프트웨어가 기업의 워크플로를 실시간으로 주도하고 실행하기 시작하는 전환점이 될 것이다.

### AI 에이전트란?

AI 분야의 지능형 에이전트란 주변 환경을 인지하고, 목표를 달성하기 위해 자율적으로 행동하며, 기계학습이나 지식 획득을 통해 성능을 지속적으로 향상시킬 수 있는 기술을 의미한다.<sup>1</sup>

## AI 에이전트, 2026년부터 SaaS 시장을 점진적 재편 전망

시장 전반의 AI 도입 흐름을 이해하기 위해 전체 방향성을 살펴볼 필요가 있다. 딜로이트의 미국 기업 리더 대상 ‘2025 테크 밸류’(2025 Tech Value) 조사에 따르면, 응답자의 57%가 연간 디지털 전환 예산의 21~50%를 AI 자동화에 투자하고 있다고 답했으며, 절반 이상을 투자하는 응답자도 20%에 달했다(매출 130억 달러 기업 기준 평균 7억 달러 규모).<sup>2</sup> 또한 응답자의 약 4분의 3이 지난 12개월 동안 AI 및 생성형 AI 기술 역량을 투자 최우선순위로 선택했고, 39%는 에이전틱 AI에 자금을 투입한 것으로 나타났다.

딜로이트는 해당 조사 결과를 기반으로 2026년에는 응답 기업의 절반이 디지털 전환 예산의 50% 이상을 AI 자동화에 투자할 것이라는 전망을 도출했다. 또한 에이전틱 AI에 자금을 투입하는 기업 비중은 75%까지 확대될 수 있다고 전망한다. 이번 조사는 미국 기업을 대상으로 했지만, 미국 이외 기업도 1~2년의 시간차를 두고 비슷한 흐름을 따를 가능성이 크다. SaaS는 디지털 전환의 핵심 기반이기 때문에, 이처럼 관련 투

자가 확대되면 향후 1년간 SaaS 내 자율형 AI 에이전트 투자도 증가할 것으로 예상된다.

그렇다면 이 모든 투자와 기술 발전은 장기적으로 어떤 방향으로 이어질까? 일각에서는 기업 애플리케이션의 일부 혹은 전체가 결국 AI 에이전트로 대체될 수 있다는 낙관적 주장이 제기되고 있다.<sup>3</sup> 일부 분야에서는 가능성이 있지만, 2026년 내 기업 전반에서 이러한 일이 현실화되기는 요원하다. 에이전틱 AI의 빠른 기술 발전에도 불구하고, 전통 SaaS 기업은 복잡한 워크플로 전반에 걸쳐 방대한 기반을 구축해 왔기 때문에 완전한 대체에는 최소 5년 이상의 시간이 필요할 것으로 보인다.<sup>4</sup>

2026년에는 기술적 실험이 활발히 이뤄지고, 기존 기능의 확장과 AI 퍼스트(AI-first)\* 기업간 경쟁이 본격화되며, SaaS 시장 구조가 점진적, 단계적으로 재편될 전망이다. 변화의 속도가 완만한 이유는 단순 기술 혁신을 넘어 벤더와 사용자 모두 비즈니스 및 운영 모델을 구조적으로 전환해야 SaaS의 에이전트화(agentification)를 실현할 수 있기 때문이다.

\* AI 퍼스트(AI-first)는 AI를 단순한 보조수단이 아닌 경영 설계의 최우선 기준이자 핵심 전제 조건으로 삼는 경영 패러다임을 뜻한다.

## 에이전틱 AI 시대, 한층 복잡해지는 SaaS 시장

대다수 기업의 최고정보책임자(CIO)와 최고기술책임자(CTO)는 비용을 절감하고 벤더 수를 축소해야 한다는 압박을 계속 받고 있다.<sup>5</sup> 에이전틱 AI 시대에 들어서면서, 기업들은 AI 에이전트 기반 솔루션 투자 전환의 시점과 방식을 심도 있게 고민하고 있다. 에이전틱 AI를 기업의 차세대 핵심 경쟁력 강화 요인으로 간주하기 때문이다.

현재 주요 SaaS 기업이 고객에게 에이전틱 AI 기능을 제공하는 방식은 대체로 두 가지로 수렴된다. 첫 번째는 기존 제품에 AI 에이전트를 추가하거나, 새로운 에이전트 중심 제품을 출시하는 방식이다. 두 번째는 고객이 직접 AI 에이전트를 만들고 관리할 수 있도록, 기존 서비스 위에 에이전트 개발 프레임워크를 구축하는 방식이다. 각각의 방식을 실행하는 SaaS 기업은 그림 1과 같다.

그림 1

### 주요 SaaS 기업의 에이전틱 AI 전략

신규 AI 에이전트 제품 출시 <sup>6</sup>	기존 서비스에 에이전트 개발 프레임워크 구축 <sup>7</sup>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 세일즈포스(Salesforce)</li> <li>- 에이전트포스(Agentforce)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 구글 클라우드(Google Cloud)</li> <li>- 에이전트 개발 키트(ADK, Agent Development Kit)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• SAP - 줄(Joule)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오라클(Oracle) - AI 에이전트 스튜디오(AI Agent Studio)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서비스나우(ServiceNow)</li> <li>- 나우 어시스트(Now Assist)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SAP - 비즈니스 AI(Business AI)</li> <li>• 워크데이 - 빌드(Build)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 워크데이(Workday)</li> <li>- 일루미네이트(Illuminate)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 어도비(Adobe) - 익스피리언스 플랫폼 에이전트 오케스트레이터(Experience Platform Agent Orchestrator)</li> </ul>

출처: Deloitte analysis.

## 에이전틱 AI 전환기, 기업이 넘어야 할 과제

에이전틱 AI 기반 SaaS로의 전환은 중대한 기회를 창출할 수 있지만, 여러 난제를 해결해야만 성공적 결과를 기대할 수 있다

### 1. 복잡해지는 과금 모델

AI 에이전트의 확산으로 SaaS의 과금 및 결제 구조가 가장 복잡한 변화를 보일 것으로 예상된다. 소프트웨어가 주로 온프레미스 환경에서 운영되던 과거에는 영구 라이선스를 구매한 뒤, 업그레이드와 유지보수 비용을 별도로 지불하는 방식이 일반적이었다. 그러나 클라우드를 기반으로 한 SaaS 혁명이 본격화되면서 과금 체계는 구독형 모델로 빠르게 전환됐다. 현재 SaaS 시장에서 가장 보편적인 과금 방식은 사용자 수(seat) 수를 기준으로 요금을 책정하는 방식이다. 이용자 유형에 따라 기능이 달라지는 티어형 요금제가 적용되기도 하는데, 이는 비교적 단순하고 예측 가능한 가격 구조라는 평가를 받는다. 반면 최근 들어 사용량 기반 또는 소비량 기반 과금 방식도 빠르게 확산되고 있다. 이 방식은 API 호출 횟수나 AI 모델이 처리한 토큰(token, 텍스트 또는 데이터 단위) 사용량을 기준으로 요금이 부과된다. 따라서 비용 변동을 예측하기가 쉽지 않다.

그러나 AI 에이전트가 본격적으로 활용되기 시작하면 이러한 기존의 모델은 더 이상 실제 교환되는 가치를 충분히 반영하지 못하게 될 것이다.<sup>10</sup> 에이전트 하나가 여러 사람의 역할을 대신할 수 있어 사용자 수가 줄고, 에이전트의 작동 방식이 예측 불가하여 사용량 추정도 어려워지

한편, 처음부터 AI 기술을 기반으로 성장한 스타트업들이 기존 시장의 잠재적 파괴자로 부상하고 있다. SaaS는 단기적으로는 고객 서비스처럼 비교적 단순한 영역에서 먼저 확산될 가능성이 크지만, 전사적 자원관리(ERP)나 고객관계관리(CRM)처럼 복잡한 영역으로도 확산될 수 있다. 이러한 스타트업에는 이미 대규모 투자가 몰리고 있으며,<sup>8</sup> 향후 몇 년 내 기존 SaaS 대기업에 인수될 가능성도 크다. 실제로 시장조사기관 가트너(Gartner®)는 “2030년까지 포인트 솔루션(point solution)\* 형태의 SaaS 툴 중 35%가 AI 에이전트로 대체되거나 대형 SaaS 기업의 에이전트 생태계 안에 흡수될 것”이라고 전망했다.<sup>9</sup>

현재 기업은 기존 SaaS 벤더가 제공하는 기능을 통해 별도 개발 없이도 에이전트 실험과 학습을 손쉽게 시작할 수 있다. 따라서 대다수 기업이 초기에는 이처럼 기본적으로 제공되는 에이전틱 AI 기능을 활용하겠지만, 시간이 지나 경험이 축적되면 보다 전략적이고 주도적인 방식으로 전환할 것으로 전망된다. 이러한 단계에 이르면 기업들이 향후 자사의 데이터 자산을 중심 기둥으로 삼아, 방대한 에이전틱 생태계에서 필요한 기능만을 선택해 자체 에이전트를 개발하며, 이를 자율적으로 작동하는 통합형 멀티에이전트 시스템으로 엮어낼 것으로 전망된다. 즉, 에이전틱 AI는 단순한 기능 추가가 아니라 SaaS 아키텍처, 벤더 시장, 기업 운영 모델 전체를 뒤흔드는 구조적 전환의 시작점이다.

\* 포인트 솔루션(point solution)은 특정 문제 하나를 해결하기 위해 설계된 범위가 제한적인 단일 기능 중심의 솔루션을 의미한다. 전체 시스템이 아니라 특정 업무 및 과제에만 초점을 맞추며, 한두 가지 기능은 매우 뛰어나지만 적용 범위가 좁다는 특징이 있다.

기 때문이다. 따라서 2026년 이후 SaaS 시장에서는 다양한 과금 모델이 활발히 시험 운영되고, 결국 수년 후에야 표준이 자리 잡을 것으로 예상된다. 가트너는 2030년까지 기업용 SaaS의 40% 이상이 사용량, 에이전트, 성과 기반 과금 모델로 전환될 것으로 전망한다.<sup>11</sup>

### 1) 사용량 기반 요금제

사용량 기반 요금제는 AI 에이전트가 행동할 때마다 비용이 발생하는 방식이다. 에이전트가 수행한 업무, 컴퓨팅 시간, API 호출 수, 생성형 AI가 처리한 토큰 양, 디지털 노동자 개념의 에이전트 1명당 정액제 등을 과금 기준으로 삼을 수 있다. 실제로 맥시오(Maxio)사의 조사에 따르면, AI 네이티브 SaaS 기업의 83%가 이미 사용량 기반 요금제를 채택한 것으로 나타났다.<sup>12</sup> 사용량 기반 요금제는 측정 가능하고 감사가 용이하다는 장점이 있다.

### 2) 성과 및 가치 기반 요금제

성과 및 가치 기반 과금은 AI 에이전트가 탑재된 SaaS 애플리케이션이 실제로 창출한 비즈니스 성과를 기준으로 요금을 부과하는 방식으로, 성과 기여도를 명확히 산정하기 어렵다는 한계가 있다. 예를 들어 고객 상담 티켓이 몇 건 해결됐는지, HR 에이전트의 도움을 받아 최종 채용된 인원이 몇 명인지와 같은 단순한 성과 지표부터, AI 에이전트가 전체 매출 증가에 얼마나 기여했는지를 따지는 복합적 지표까지 적용 범위가 매우 넓다. 다만 이 같은 모델이 시장 전반에 보편화되기까지는 상당한 시간이 걸릴 것으로 보이며, 현재는 일부 기업만이 선도적으로 이를 실험

하는 단계에 머물러 있다.<sup>13</sup> 무엇보다 에이전트 시스템이 일관되고 신뢰할 수 있는 가치를 지속적으로 창출할 수 있다는 점을 입증해야 하는 과제가 남아 있다.

이러한 과금 모델의 변화는 기업 내 여러 기능 조직에 동시에 영향을 미치며, SaaS 공급업체의 사업 운영 방식 자체를 바꿀 가능성도 크다. 먼저 ‘에이전트’, ‘작업’(task), ‘프로세스’, ‘상호작용’(interaction), ‘성과’(outcome)와 같은 기본 개념에 대한 공통된 정의를 먼저 정립할 필요가 있다. 또한 ‘가치’가 무엇이고 이러한 가치가 어떻게 귀속되는지에 대해서도 명확한 계약적 합의가 필수다. 이는 엔지니어, 영업, 법무 등 여러 부서의 긴밀한 협업을 요구하는 고난도 작업이다. 특히 여러 벤더의 다양한 에이전트가 결합된 멀티 에이전트 환경에서는 특정 AI가 성과를 창출했음을 입증하는 과정이 더욱 복잡해질 수 있다. 이로 인해 공급업체의 매출과 고객의 비용 모두 변동성이 크고 예측하기 어려워질 수 있다. 이에 따라 시스템 계측과 사용량 측정 기술은 더욱 고도화되고, 데이터 가시성, 과금, 재무 컴플라이언스 역시 실시간 자율화 방향으로 진화할 필요성이 커지고 있다.

이와 함께 다수의 SaaS 공급업체는 영업 모델 자체의 구조적 전환을 피하기 어려울 것으로 전망된다. 영업 인력은 새로운 과금 방식을 고객에게 충분히 설명함과 동시에, AI 에이전트가 실제로 가치를 창출하며, 기존 구독형 모델보다 비용 부담이 커지지 않는다는 점을 설득해야 한다. 이에 따라 영업 성과의 측정 방식과 보상 체계 역시 기존과는 다른 구조

로 재설계될 가능성이 크다. 따라서 단기 계약 중심의 판매 방식에서 벗어나, 고객과의 장기적, 심층적 관계 형성이 SaaS 영업 전략의 핵심 요소로 부상할 것이다.

## 고객 경험과 사용자 인터페이스, AI 에이전트 시대의 핵심 차별화 요소로 부상

본질적으로 AI 에이전트는 자율적으로 작동하도록 설계됐다. 그럼에도 사용자 인터페이스(UI)의 필요성은 오히려 커지고 있다. API와 마찬가지로 에이전트 역시 헤드리스 구조(headless architecture)\*로, UI와 직접 연결되지 않은 채 작동한다. 그러나 사용자와의 상호작용과 가시성 확보를 위한 접점 공간은 필수적이다. 이에 따라 향후 AI 에이전트의 인터페이스를 단일 창구로 운영할지, 아니면 다중 인터페이스 체계로 발전시킬 것인가가 주요 쟁점으로 떠오르고 있다. 또한 특정 SaaS 사업자나 제3자가 에이전트로 향하는 게이트웨이를 통제하게 될지도 중요한 변수다.

\* 헤드리스 구조(headless architecture)란 프론트엔드(화면·경험)와 백엔드(데이터·로직)를 분리해, API로 연결하는 시스템 설계 방식을 의미한다. 변경 속도가 빠르고, 채널 확장이 유연하며, 개인화가 용이하다는 특징이 있다.

딜로이트는 향후 수년간 SaaS 기반 AI 에이전트의 사용자 경험과 인터페이스가 개인화, 대화형, 진단형으로 빠르게 진화할 것으로 전망한다.

- **개인화 및 선제형 인터페이스**는 사용자 개개인의 역할과 과거 행동을 바탕으로 필요한 톨과 업무를 자동으로 제시하고, 맞춤형 인사이트와 실행 가능한 행동을 추천하는 방향으로 발전이 예상된다.
- **대화형 인터페이스**는 메뉴 클릭 중심의 기존 방식에서 벗어나 자연어와 음성 명령 기반의 상호작용으로 전환된다. AI 에이전트가 자연어를 정형화된 API 호출로 변환해 사전 정의된 워크플로 없이도 업무를 수행하는 환경을 구현하게 된다. 이는 소프트웨어에 일일이 지시하는 방식이 아니라, 대화를 통해 결과를 요청하는 방식으로 패러다임이 전환된다는 의미다.
- **진단형 인터페이스** 역시 핵심 요소로 부상한다. 자율적으로 작동하는 에이전트 특성상 오류나 예기치 못한 상황이 발생했을 때 사용자가 의사결정 과정을 재구성하고 원인을 이해할 수 있어야 한다. 이를 위해 투명성, 설명 가능성, 되돌림 가능성, 감사 추적성이 신뢰 확보의 필수 요건이 된다.

상호작용 계층(layer)이 어디에 위치하게 되는지도 또 하나의 핵심 쟁점이다. 딜로이트는 상당수 상호작용이 독립형 SaaS 애플리케이션 내부에



## AI 에이전트 확산 시대, SaaS 이용 기업과 벤더의 생존 전략

2026년을 기점으로 SaaS 애플리케이션을 통한 AI 에이전트 활용이 급격히 확산될 전망이다. 다수의 글로벌 SaaS 기업들이 보다 고도화된 에이전틱 AI 솔루션을 고객사에 제공하기 위해 박차를 가하고 있기 때문에, AI 기반 자동화에 대한 투자도 SaaS 영역까지 빠르게 확대될 것으로 예상된다. 기업은 업무 프로세스 효율화와 비용 절감, 운영 유연성 제고, 근로자 개인 맞춤형 역량 강화를 핵심 목표로 AI 에이전트 도입을 가속화할 가능성이 크다. 이 과정에서 다양한 실험이 이뤄지고 과금 모델도 빠르게 다변화될 전망이다. 초기에는 산업 및 업무 유형별로 서로 다른 가격 구조가 혼재하는 양상이 나타나겠지만, 중장기적으로는 자율적으로 작동하는 통합 멀티 에이전트 시스템이 주도하는 방식으로 점진적 전환이 이뤄질 것이다. AI 에이전트는 기능적 틀에 그치지 않고, 기업 운영 전반을 유기적으로 연결하는 핵심 실행 주체로 자리매김하게 될 것으로 보인다.

### 1. SaaS를 도입할 기업이 고려해야 할 사안

#### 1) 데이터 관리에 투자하라

기업들은 AI 에이전트를 본격적으로 활용하기에 앞서 데이터 관리에 대한 투자를 최우선 과제로 삼아야 한다. AI 에이전트 환경에서는 데이터 접근성, 시스템간 통합, 관측 가능성, 데이터 거버넌스의 중요성이 기존보다 훨씬 더 커지기 때문이다. 데이터가 반드시 하나의 중앙 저장소에 집중될 필요는 없지만, 조직 전반에서 일관되게 활용 가능하고 접근 가능한 상태로 유지되는 것이 핵심이다.

서 이뤄질 가능성이 크다고 보고 있다. 다수의 SaaS 사업자는 사용자의 업무 효율과 자사 제품에 대한 종속성을 유지하기 위해 사용자를 최대한 자사 애플리케이션 안에 머무르게 하려는 전략을 구사하고 있다. 이에 따라 자사 에이전트는 물론 타사 에이전트까지 연동 제공하는 방향으로 진화할 가능성이 크다.

동시에 별도의 에이전트 관리 플랫폼을 통한 상호작용도 확대될 전망이다. SaaS 사업자 또는 제3자 기업이 제공하는 이러한 플랫폼은 다수의 벤더 및 내부 개발 에이전트의 활동을 통합 관리하면서 사용량, 비용, 접근 권한, 성능, 상태, 보안, 컴플라이언스를 한 곳에서 모니터링하는 컨트롤 타워 역할을 수행할 수 있다.<sup>14</sup> 더 나아가 내·외부 에이전트가 자유롭게 등록되고 기업이 필요한 기능을 자율적으로 탐색 및 연결하는 에이전트 마켓플레이스도 본격적으로 활성화될 전망이다.<sup>15</sup> 이처럼 시장 참여자들의 관심이 집중되는 상호작용 계층은 막대한 부가가치를 창출할 잠재력을 지니고 있으며, 향후 이 영역을 둘러싼 경쟁 역시 극도로 치열해질 것으로 전망된다.

## 2) 증가하는 기술 및 시장 복잡성에 대비하라

기업은 급속도로 심화되는 기술 복잡성에 대비해 전략을 마련해야 한다. 앞으로 더 많은 AI 모델, 더 많은 에이전트, 더 다양한 벤더와 새로운 생태계, 더욱 복잡한 데이터 연계 구조가 동시에 등장할 것이다. 이에 따라 서로 다른 벤더의 에이전트를 하나의 업무 흐름 속에서 연동 및 운영해야 하는 상황이 일반화되면서, 과금 구조와 운영 방식 역시 한층 복잡해질 것이다.

## 3) 다층적 가격 모델에 대비하라

AI 에이전트의 과금 체계 역시 다면적 구조로 진화할 가능성이 크다. 라이선스 기반 요금에 사용량, 가치, 성과 기반 과금이 혼합된 하이브리드 모델이 표준으로 자리 잡을 경우, 비용을 예측하기가 더욱 어려워질 수밖에 없다. 이에 대비해 기업은 실시간 재무 관리 역량을 대폭 강화해야 한다.

## 4) 직원을 'AI 오케스트레이터'로 전환시켜라

근로자는 점차 AI 에이전트를 단순한 도구가 아닌 '함께 일하는 디지털 동료'처럼 관리하는 역할로 진화할 것이다. 목표를 설정하고, 업무 수행을 감독하며, 결과를 검증 및 보정하는 데 더 많은 업무 시간을 써야 한다는 의미다. 이에 따라 업무 프로세스를 재설계할 때는 인간이 담당할 영역, 에이전트가 수행할 영역, 인간과 에이전트가 협업할 영역을 명확히 구분하는 작업이 필수다. 이는 단순한 소프트웨어 업그레이드를 넘어 조직 문화의 근본적 전환이 필요한 작업이다.

## 2. SaaS 벤더가 고려해야 할 사안

### 1) 치열해지는 경쟁에 대비하라

생성형 AI 도구의 확산으로 누구나 손쉽게 코드를 작성할 수 있는 환경이 마련됐다. 이에 따라 비용을 전혀 들이지 않고도 소프트웨어 개발이 가능해져, AI 네이티브 기업은 물론 고객사가 직접 솔루션을 개발하기도 한다. 이처럼 경쟁이 격화된 시장 환경에서 SaaS 기업들은 기능 중심의 경쟁에서 벗어나, 차별화된 제품 가치와 서비스 경쟁력을 확보해야만 생존할 수 있다.

### 2) 상호운용성(interoperability)에 주력하라

AI 에이전트는 여러 시스템을 넘나들며 작업을 조율하고 데이터와 목표를 공유해야 하는 만큼, 상호운용성이 핵심 경쟁 요소로 부상하고 있다. 보안과 컴플라이언스를 유지하면서도 다양한 플랫폼과 유연하게 연동되는 개방형 환경에 대한 준비가 필수적이라는 의미다. 이는 솔루션에 만족하지 못하는 고객이 언제든지 다른 공급자로 이동할 수 있는 시장 구조가 본격화된다는 점을 시사한다.

### 3) 영업 모델을 전면 재정비하라

과금 모델이 다변화되면서 영업 모델도 전반적인 구조 전환이 필요해졌다. 요금 체계가 복잡해질수록 매출 예측이 불확실해질 수밖에 없으며, 영업 조직의 성과 측정 방식과 보상 체계 역시 기존과는 다른 기준이 적용될 수 있다. SaaS 기업은 고객이 비용을 보다 정확히 예측할 수 있도록 단순하고 유연한 하이브리드 과금 모델을 제시하는 한편, 과금 정책에 대한 대화를 통해 고객의 잠재적 니즈를 발굴하고 관계의 깊이를 강화하는 전략적 영업 활동에 주력해야 한다.