

TECH STARTUP BENCHMARK REPORT 2026

테크 스타트업 벤치마크 리포트

gowid

이 리포트를 시작하며

테크 기업의 월 지출(번레이트), 현금 여력, 인건비 비중은 비교할 기준이 없습니다.

내 회사가 잘 하고 있는 건지, 위험한 건지 판단할 근거가 부족합니다.

고위드는 695개 테크 기업의 2년치 법인카드 지출 데이터를 분석했습니다.

비식별화된 집계 데이터만 사용했으며, 분석 완료 후 개별 데이터는 삭제했습니다.

분석 대상

도메인	기업 수	분류 기준
SaaS·소프트웨어	498개	SaaS, IT서비스, 클라우드, 핀테크, 에듀테크, 게임 등
AI·머신러닝	197개	AI, 인공지능, 딥테크 키워드 포함
합계	695개	2024.01 ~ 2025.12 · 12개월 이상 매출 발생

핵심 지표 정의

지표	산식	의미
Burn Multiple	월 지출 ÷ 월매출	매출 1원을 만들기 위해 태운 비용
현금 여력	평균잔액 ÷ 월 지출	현금으로 운영 가능한 개월 수
1인당 월 지출	월 지출 ÷ 직원수	팀 규모 통제 비용 효율

기업 분류 기준

※ BM = 매출 대비 비용 비율 (Burn Multiple). 04번 슬라이드에서 상세 설명

분류	조건
성장	2025H1 BM 개선 AND BM < 1.5
Turnaround	BM 개선 추이 AND 영업현금흐름 방향 개선
쇠퇴	BM 악화 OR 2025H1 BM > 3.0
Neutral	위 조건에 해당하지 않음

데이터 처리 원칙

원칙	내용
비식별화	기업명, 사업자번호, 담당자 정보 완전 제거
집계만 사용	그룹별 중앙값, 하위 25%, 상위 25% 기준 계산. 개별값 미사용
이상치 제외	BM 0~20, 현금 여력 0~60개월 범위 외
최소 표본	그룹 내 10개 미만 시 통계 미공개
고위드 원칙	고객 데이터는 고객의 성공을 위해서만 사용

목차

PART 1.

비용이 매출의 1.5배를 넘으면 성장이 멈춘다

비용 대비 매출 비율(BM) 구간별 성장 기업 비율	05
695개 기업, 성장과 쇠퇴를 가른 실제 금액 차이	06

PART 2.

현금이 얼마나 남았는가

테크 기업 절반, 현금이 6개월 안에 바닥난다	08
인건비는 다 비슷하다 — 나머지 30%가 갈랐다	09
695개사의 SaaS 지출 트렌드	10

PART 3.

쇠퇴 기업은 어디에 돈을 잘못 썼는가

1년 만에 비용이 139% 늘었다	11
매출 없는 채용, 외주 의존, ROI 없는 기술 지출	12
현금 소진과 측정 없는 마케팅	13

PART 4.

같은 돈을 다르게 쓰는 법

모든 지출을 세 가지로 나누면 답이 보인다	15
우리 회사 상태에 맞는 다음 한 걸음	16

PART 5.

자가 진단

4가지 체크 — 지금 측정하고 있는가	17
----------------------	----

PART 1.

비용이 매출의 1.5배를 넘으면 성장이 멈춘다

695개사 · 2년 추적
같은 조건에서 결과가 갈린 이유

매출 대비 비용 비율(Burn Multiple, 이하 BM)은
매출 1원을 만들기 위해 태운 비용입니다.
VC가 투자 심사에서 가장 먼저 보는 자본 효율 지표입니다.

BM = 월 지출 ÷ 월매출

BM 1.0 = 손익분기 · BM < 1.0 = 흑자 구조 · BM > 1.5 = 성장 기업 0%

2020년 David Sacks(Craft Ventures)가 공개한 프레임워크를
Sequoia "Adapting to Endure"(2022), BVP Cloud Index가 독립 검증.
세 기관 모두 BM 1.5를 경계선으로 제시했고,
695개 국내 테크 기업 실데이터에서도 동일한 결론이 나왔습니다.

0.50

AI·머신러닝 성장 중앙값

0.33

SaaS 성장 중앙값

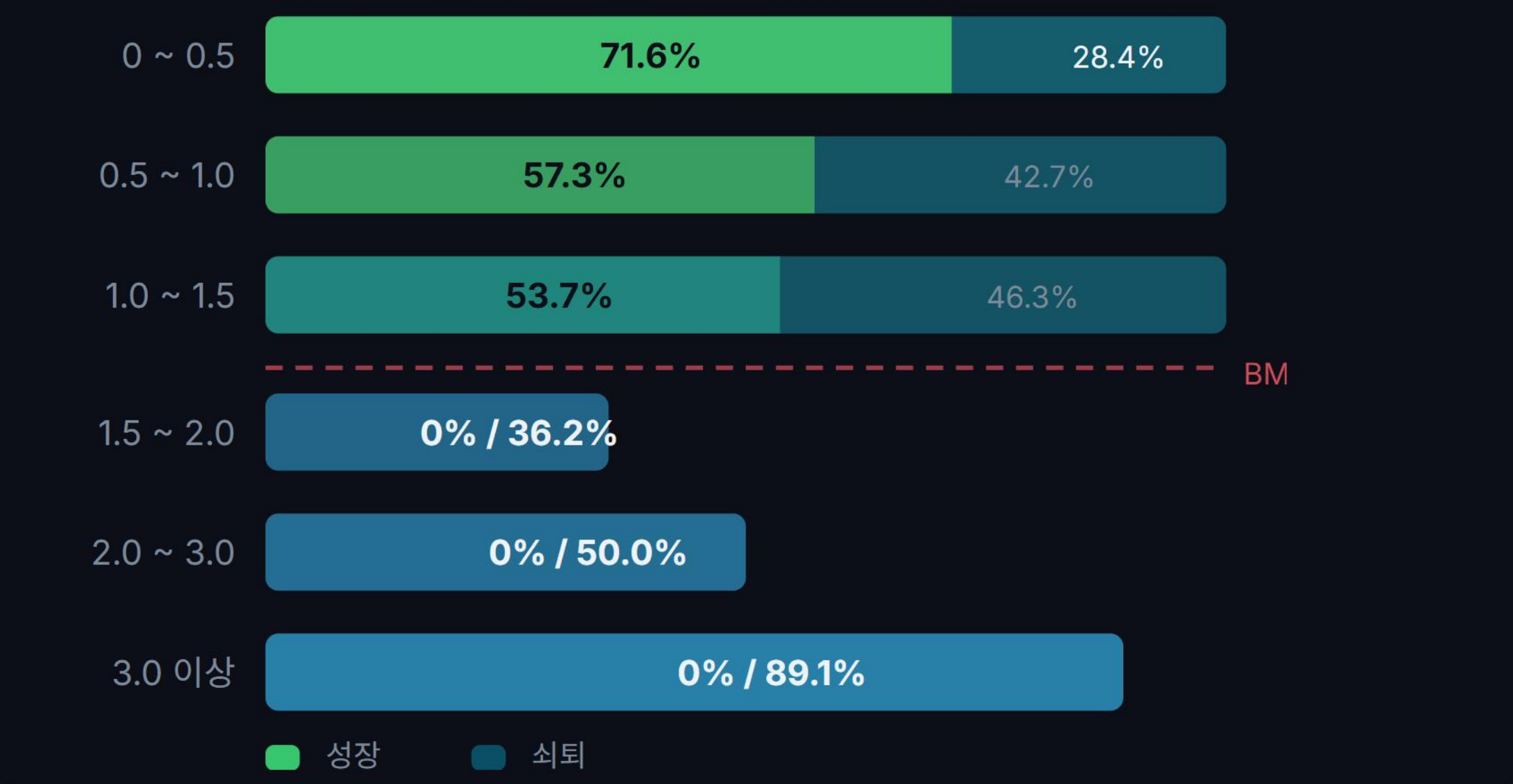
1.5

성장 소멸 경계

비용이 매출의 1.5배 — 이 숫자가 성장과 쇠퇴를 갈랐다

BM(매출 대비 비용 비율)이 1.5를 넘으면, 매출 1원을 벌기 위해 1.5원을 쓰고 있다는 뜻입니다.
695개사를 분석한 결과, 이 기준을 넘은 기업 중 성장한 곳은 단 한 곳도 없었습니다.
BM을 1.5 아래로 유지하는 것이 성장의 첫 번째 조건입니다.

BM 구간별 성장/쇠퇴 비율



BM 0.5 미만에서는 71.6%가 성장하지만, 1.5를 넘는 순간 성장 기업이 사라집니다.
BM이 높아질수록 쇠퇴 비율이 가파르게 올라갑니다.

도메인별 BM 중앙값

현재 우리 회사의 BM은 어느 구간에 있는가?

도메인	BM 중앙값	성장 목표	해석
AI·머신러닝	1.06	0.50	매출과 지출이 같은 수준
SaaS·소프트웨어	0.55	0.33	절반 이상 매출 > 지출
임계값	1.5	--	이 이상 성장 기업 0%

글로벌 기준 비교 (David Sacks)

Craft Ventures · Sequoia · BVP 세 기관이 독립적으로 제시한 기준과 일치

BM	글로벌 평가	국내 695개사
< 1.0	Amazing ~ Great	57~72% 성장
1.0 ~ 1.5	Good	54% 성장
> 1.5	Suspect ~ Terrible	0% 성장

BM 1.5를 한 번 넘으면 되돌아온 기업이 없습니다.
현재 BM 1.0~1.5라면, 6개월 내 1.0 미만을 목표로 하는 것이 효과적이었습니다.

695개사 — 누가 성장하고 누가 침체됐는가

BM의 방향성(개선/악화)과 임계값(1.5)을 기준으로 695개사를 분류했습니다.

주목할 점은 SaaS·소프트웨어에서 성장과 쇠퇴의 월 지출 차이가 크지 않다는 사실입니다.

차이는 월매출입니다(1.55억 vs 0.90억). 비용이 아니라 매출 구조의 문제입니다.

전체 분포



도메인별 BM 비교 — AI·머신러닝은 격차 6배

도메인	분류	기업수	비율	BM
AI·머신러닝 191개	성장	85	44.5%	0.50
	쇠퇴	79	41.4%	3.01
SaaS·소프트웨어 479개	성장	232	48.4%	0.33
	쇠퇴	213	44.5%	0.82

AI·머신러닝 쇠퇴 BM 3.01은 성장(0.50)의 6배.

AI·머신러닝은 한번 무너지면 BM이 3배 이상 악화 — 징후를 더 빨리 포착하는 것이 중요합니다.

SaaS·소프트웨어 성장 vs 쇠퇴 비교

월 지출은 비슷한데 매출이 다릅니다. 비용이 아니라 매출 구조의 문제.

항목	성장 (232개)	쇠퇴 (213개)
월매출	1.55억	0.90억
월 지출	6,913만	6,205만
BM	0.33	0.82
인건비/매출	41.8%	102.7%
SaaS 구독	2.6%	3.2%

비용 문제가 아니라 매출 문제입니다. 쇠퇴 기업의 인건비/매출 비율은 **102.7%**로, 인건비만으로 매출 전액을 소진하고 있습니다. 같은 팀 규모에서 매출 1.7배 차이는 제품이 시장에 맞는지의 차이입니다.

PART 2.

현금이 얼마나 남았는가

현금 여력과 지출 구조가
만드는 분기점

투자 받은 기업의 41%가
현금 여력 6개월 미만 상태에서 협상에 앉았습니다.
여유가 없으면 조건을 선택할 수 없습니다.
인건비 70%는 공통이지만,
매출 대비 인건비 비율에서 5배 차이가 발생합니다.

7.6

AI·머신러닝 기업이 현금으로 버틸 수 있는 개월 수

564만

AI·머신러닝 직원 1명당 월 지출

42.2%

AI·머신러닝 중 6개월 안에 현금이 바닥나는 비율

6.1

SaaS·소프트웨어 기업이 현금으로 버틸 수 있는 개월 수

434만

SaaS·소프트웨어 직원 1명당 월 지출

51.1%

SaaS·소프트웨어 중 6개월 안에 현금이 바닥나는 비율

테크 기업 절반, 현금이 6개월 안에 바닥난다

SaaS 기업의 51.1%가 현금 여력 6개월 미만입니다.
투자 받은 기업의 41%가 현금 여력 6개월 미만 상태에서 협상을 시작했습니다.
현금 여력이 부족하면 조건 선택의 폭이 좁아지는 것으로 나타났습니다.
투자는 현금 여력이 9개월 이상 남았을 때 시작하는 것이 최적입니다.

AI·머신러닝 192개사 · 중앙값 7.6개월



SaaS·소프트웨어 479개사 · 중앙값 6.1개월



41%

현금 여력 6개월 미만에서
투자 협상 진입

현금 여력이 부족하면 조건 선택의 폭이 좁아지는 것으로 나타났습니다. 9개월 이상이 투자 협상 최적
진입 시점입니다.

라운드별 현금 여력 — Series B까지 절반이 위험

Seed~Series A까지 6개월 미만 비율이 48~52%. Series C+에서야 안전 구간 진입.

라운드	AI·머신러닝	SAAS	6개월 미만
Seed/Pre-A	6.1개월	5.8개월	52%
Series A	5.9개월	6.2개월	48%
Series B	8.1개월	7.4개월	38%
Series C+	13.5개월	14.2개월	안전

투자 시점의 BM (147개 투자기업)

도메인	기업수	BM 중앙값	BM <1.5
AI·머신러닝	64	1.94	40.6%
SaaS·소프트웨어	83	0.87	65.1%

Seed~Pre-A에서는 기술로 투자받을 수 있지만,
Series A부터 BM 통제가 투자 유치의 전제조건.
Series A 이상에서 BM < 1.5 비율이 56.3%로 과반을 넘습니다.

인건비는 다 비슷하다 — 나머지 30%가 성패를 갈랐다

AI·머신러닝과 SaaS·소프트웨어 모두 인건비가 전체 지출의 70% 안팎을 차지합니다.

문제는 인건비가 매출 대비 어느 수준인가입니다.

AI·머신러닝 쇠퇴의 인건비/매출 비율은 277.5% — 매출보다 인건비가 2.8배 큼니다.

매출 성장 속도를 확인하기 전에 팀을 키운 타이밍의 문제입니다.

AI·머신러닝 197개사 · 지출 카테고리 비중



성장 vs 쇠퇴 실금액 비교

	성장	쇠퇴
월매출	1.26억	0.55억
인건비/매출	54.7%	277.5%
1인당 월 지출	564만/월 (중앙값)	
쇠퇴 인건비/매출 277.5% — 매출 1억당 인건비 2.78억		

SaaS·소프트웨어 498개사 · 지출 카테고리 비중



성장 vs 쇠퇴 실금액 비교

	성장	쇠퇴
월매출	1.56억	0.90억
인건비/매출	41.8%	102.7%
1인당 월 지출	434만/월 (중앙값)	
같은 팀에서 매출 1.7배 차이 — 비용 삭감이 아니라 매출 레버리지가 답		

695개사의 SaaS 지출 — 업계 트렌드 비교

같은 도구를 쓰더라도 방향이 다릅니다. 아래는 695개사의 실제 SaaS 지출 트렌드입니다.

우리 회사의 지출과 비교해보시길 권합니다. 업계 평균과 다르다면 그것이 첫 번째 신호입니다.

최근 9개월 SaaS 벤더 지출 변화 (실데이터)

고위드 법인카드 사용 기업 전체 · 2025 Q2 → 2026 Q1 분기별 합계

벤더	2025 Q2	2026 Q1	변화	사용 기업
Anthropic	2.6억	19.9억	+656%	160→542
AWS	259억	691억	+167%	382→388
Cursor	3.0억	9.9억	+232%	415→473
Notion	8.0억	9.8억	+22%	567→564
Figma	6.0억	5.8억	-4%	585→631
GitHub	2.3억	2.9억	+26%	444→436
OpenAI	16.9억	13.9억	-18%	1,055→1,048

Anthropic 지출이 9개월 만에 6.6배 폭증했습니다. 사용 기업 수도 160개에서 542개로 3.4배 늘었습니다. 반면 OpenAI는 사용 기업 수는 비슷 한데 지출이 18% 줄었습니다. AI 인프라의 무게 중심이 이동하고 있습니다.

2026년 가장 뚜렷한 세 가지 트렌드

Anthropic이 가장 빠르게 성장하는 SaaS 지출이다. 9개월 만에 2.6억→19.9억. 기업 수 3.4배 증가. Claude API 중심의 AI 워크플로 도입이 폭발적으로 늘고 있습니다.

OpenAI 지출은 줄고 있다. 사용 기업 수는 1,055개로 여전히 최대이지만, 지출 금액은 16.9억→13.9억으로 감소 추세입니다. 무료 티어 활용이 늘거나 대안으로 이동하는 흐름이 보입니다.

Cursor는 AI 코딩 도구의 표준이 되었다. 473개 기업이 사용하고, 9.9억원을 지출합니다. 9개월 전 3.0억에서 3.3배 성장. 개발 생산성 도구에 대 한 투자가 빠르게 늘고 있습니다.

우리 회사의 AI 도구 지출이 이 흐름과 같은 방향인지 점검해보세요.

PART 3.

쇠퇴 기업은 어디에 돈을 잘못 썼는가

쇠퇴 기업의 1년간 비용 변화.
성장 기업은 28%에 그쳤습니다.

월 지출 변화를 1년 단위로 추적하면,
쇠퇴 기업이 실패하는 과정이 드러납니다.
한 번의 큰 실수가 아니라,
매달 조금씩 통제가 풀리면서 누적된 결과입니다.

+139%

쇠퇴 기업의 월 지출 증가

5가지

쇠퇴 공통 패턴

+28%

성장 기업의 월 지출 증가

304개

쇠퇴 기업

1년 만에 비용이 139% 늘었다

쇠퇴 기업의 월 지출은 139% 폭증한 반면 성장은 28%에 그쳤습니다.
가장 큰 차이는 인건비입니다. 쇠퇴 +92.2%, 성장은 오히려 -6.1%.
문제는 지출 총량이 아니라 통제 속도입니다.

2024H1 → 2025H1 월 지출 변화 추이



월 5,000만원 기업이 1년 후 — 성장 6,415만원, 쇠퇴 11,965만원.
월 지출 2.4배 증가 시 현금 여력 12개월 → 5개월로 추락합니다.

항목별 전년 대비 변화 — 인건비에서 가장 큰 차이

쇠퇴 기업은 인건비를 92% 늘렸지만, 성장은 오히려 6% 줄였습니다.

지출 항목	쇠퇴	성장
인건비	+92.2%	-6.1%
기술비용	+3,776%	+823%
마케팅	+12,468%	+3,158%
외주/용역	+1,952%	+1,598%
임차료	-12%	-37%

인건비 한 항목이 전체 격차(111%p)의 88%를 설명합니다.
성장 기업은 변동비(기술/마케팅)에 베팅, 쇠퇴 기업은 고정비(인건비)에 베팅했습니다.
다음 지출 계획 시 '3개월 후 줄일 수 있는 비용인가?'를 자문해보시는 것을 권합니다.

쇠퇴 기업에서 발견된 5가지 패턴

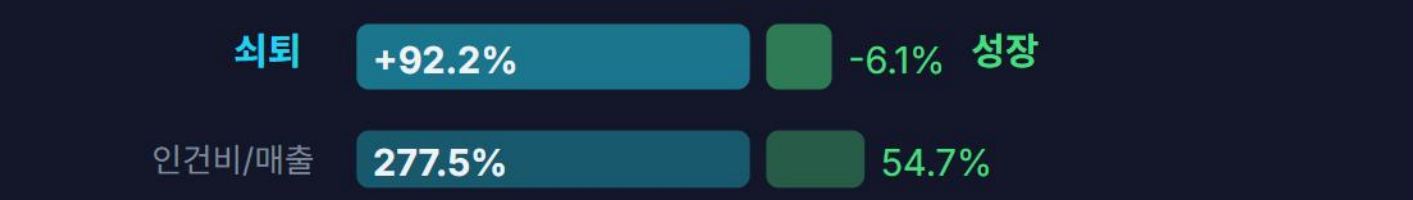
너무 많이 써서 실패한 게 아닙니다. 잘못된 타이밍에 잘못된 항목에 써서 실패했습니다.
투자금이 들어온 직후 매출 성장 속도를 확인하기 전에 채용하고,
핵심 역량을 외주에 맡기고, ROI(투자 수익률) 없는 기술 지출을 유지한 것이 패턴의 본질입니다.

01

매출 검증 없는 채용

40.1%

쇠퇴 122개사 / 인건비 30%+ 급증



쇠퇴 기업의 인건비/매출 비율은 277.5%입니다. 매출 1억당 인건비 2.78억. 투자금이 들어온 직후 매출 성장 속도를 확인하기 전에 채용부터 한 결과입니다.

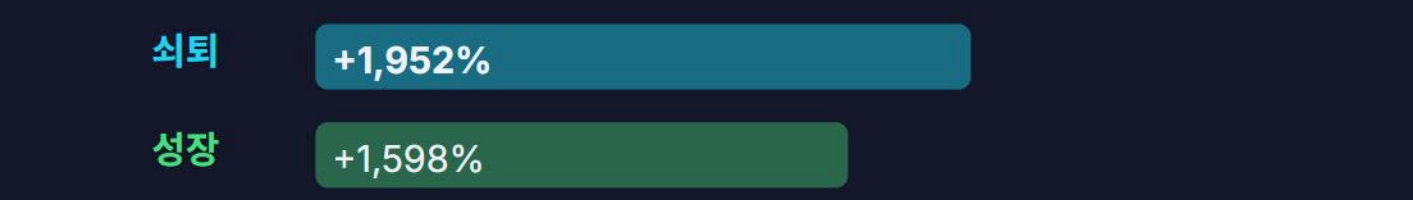
체크포인트
최근 3개월 매출 증가분 > 신규 인건비 × 1.5배 확인

02

내부 역량 없는 외주 의존

8.8%

외주 의존 기업 중 125개사 기준



외주로 만든 제품은 외주가 끊기면 멈춥니다. 성장 기업도 외주를 늘렸지만 인건비를 -6.1% 줄이며 비핵심만 외주로 돌렸습니다. 쇠퇴 기업은 인건비와 외주비가 동시에 폭증한 이중 출혈 구조입니다.

체크포인트
외주 항목 중 6개월 후에도 필요한 것 → 내부화 검토

03

ROI(투자 수익률) 없는 기술 지출

31.5%

기술비용 보유 178개사 기준



AWS 지출은 제품이 살아있느냐의 직접 증거입니다. 성장 기업의 AWS는 +1,242% 폭증했고, 쇠퇴 기업은 -75% 급감했습니다. 기술에 돈을 쓰는 것 자체가 문제가 아니라, "이 구독을 왜 쓰는지 설명할 사람이 없다"는 상태가 문제입니다.

체크포인트
SaaS 구독 목록을 뽑고, 90일 미로그인 서비스 정리 검토

현금 소진과 측정 없는 마케팅

현금 여력 소진은 원인이 아니라 결과입니다. 패턴 1~3이 누적된 끝에 나타납니다.
고객 획득 비용이 고객 생애 가치보다 높은 상태에서 마케팅을 스케일업하면
팔수록 현금이 줄어드는 구조가 됩니다.

04

현금 여력 소진 (6개월 미만)

47.4%

쇠퇴 144개사



쇠퇴 2곳 중 1곳이 이미 시간이 없습니다. 인건비 +92.2%가 월 지출을 2.4배로 키웠고, 현금 여력 12개월이 자동으로 5개월로 줄어듭니다. BM 1.5 초과와 현금 여력 6개월 미만이 동시에 발생하면, 비용을 줄여서 역전시킬 시간 자체가 없습니다.

체크포인트

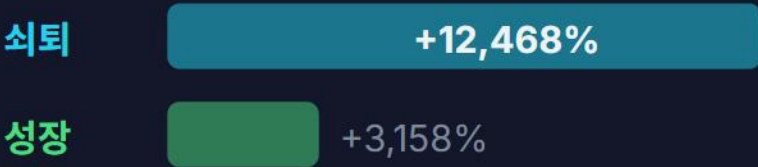
BM 1.5 초과 시 운영비 30% 우선 검토, 현금 여력 9개월 이상 확보

05

측정 없는 마케팅 스케일업

35.2%

마케팅 보유 182개사 기준



월 50만원이 6,284만원으로 뛴 것이 +12,468%입니다. 그런데 성장 기업의 마케팅 비중 (9.1%)이 쇠퇴(8.4%)보다 오히려 높습니다. 성장 기업이 더 많이 쓰되, 채널별 고객 획득 비용을 알고 씁니다. 차이는 금액이 아니라 측정입니다.

체크포인트

예산 증액 전 '마케팅 1원당 신규 매출' 먼저 측정

패턴 요약

채용 40.1% · 현금 여력 소진 47.4%
마케팅 35.2% · 기술 31.5% · 외주 8.8%

근본 원인은 항상 패턴 1~3에 있습니다.
현금 여력 소진(4)과 마케팅 폭발(5)은 결과입니다.

SaaS 벤더 신호

벤더	쇠퇴	성장
AWS	77만 (-75%)	1.15억 (+1,242%)
Google Ads	554만	78만
Cursor	109만	224만 (2x)

AWS ↑ = 서비스 작동 신호.
Cursor 투자 2x = 생산성 중시.
우리 회사의 AWS 지출이 증가 추세인지 —
이 한 가지가 다른 모든 지표보다 솔직합니다.

PART 4.

같은 돈을 다르게 쓰는 법

덜 쓰는 것이 아니라
다르게 쓰는 것

AI·머신러닝 성장의 월 지출은 쇠퇴보다 2배 높습니다.
하지만 BM은 0.50으로 쇠퇴(2.86)의 1/6입니다.
더 많이 쓰면서도 더 효율적으로 쓰는 것이 가능합니다.

3층위

지출 분류 프레임

BM별

단계별 액션 가이드

모든 지출을 세 가지로 나누면 답이 보인다

지출을 줄이라는 말은 쉽지만, 무엇을 줄여야 하는지가 어렵습니다.

모든 지출을 세 층위로 분류하면 어느 항목이 낭비인지 보이기 시작합니다.

BASE (필수 비용)

줄이면 안 되는 지출

핵심 인력 급여, 필수 인프라, 사무실 임대.
이 항목을 줄이면 조직이 멈춥니다.

~72%

AI·머신러닝 성장 기업 평균 Base 비중

성장 인건비	71.2%
쇠퇴 인건비	76.8%
절대금액 차이	2.2배

- 필수 SaaS (코드 협업, 회계, 보안)
- 인건비 > 85%면 운영비와 투자에 쓸 돈이 사라짐
- 분기마다 이 비용이 정말 필수인지 다시 확인

핵심 원칙 — 건드리지 않되, Base가 늘어나는지 감시

OPS (운영비)

관리하면 줄일 수 있는 지출

미사용 SaaS, 임차료 초과분, 출장/접대.
유일하게 다음 달에 바로 줄일 수 있는 층위.

30%

BM 1.5 이상 시 우선 검토 목표

쇠퇴 SaaS 비중	3.2%
성장 SaaS 비중	2.6%
차이 원인	툴 스프롤

- SaaS 분기 감사 → 90일 미로그인 해지
- 클라우드 RI/스팟 전환으로 절감
- GPU 미통제 시 Base 영역 잠식

핵심 원칙 — 이번 달 감사로 다음 달 효과

BET (투자비)

수익을 기대하는 투자 (ROI)

마케팅, 신규 채용, R&D 스케일업.
측정 가능한 목표 없이 쓰면 낭비입니다.

9.1%

성장 기업 마케팅 비중 (쇠퇴보다 높음)

성장 마케팅	9.1%
쇠퇴 마케팅	8.4%
쇠퇴 Google Ads 과잉	7.1배

- 성장 기업은 더 쓰되 고객 획득 비용을 안다
- 채용은 매출 성장 확인 후 집행
- "6개월 후 매출로 돌아오나?" — No면 낭비

핵심 원칙 — 측정된 Bet만, BM < 1.0일 때 공격

우리 회사 상태에 맞는 다음 한 걸음

BM 구간별로 취해야 할 액션이 다릅니다.
Series A부터 BM이 투자 판단에 실질적으로 영향을 미칩니다.

BM 구간별 액션

BM 구간	상태	우선 액션
0 ~ 0.5	최적	성장 투자 적극 집행 가능
0.5 ~ 1.0	안전	운영비 모니터링 유지
1.0 ~ 1.5	주의	운영비 감사 시작
1.5 ~ 3.0	위험	운영비 30% 우선 검토
3.0 이상	위기	비용 구조 재정의 + 생존 모드

같은 BM이라도 권장 방향이 다릅니다.

BM 1.5의 Seed 기업은 정상이지만,
Series A 기업은 운영비 우선 검토가 효과적이었습니다.

라운드별 평균 BM 분포



Series A 평균 BM 1.26 — 위험선까지 여유 0.24뿐.

BM > 1.5면 후속 라운드 밸류에이션 할인 또는 투자 지연.
B+ 평균 0.42는 건전한 지출이 투자를 끌어온 결과.

4가지 체크 — 지금 측정하고 있는가

695개사를 보면 명확합니다. 측정하지 않는 영역에서 가장 큰 손실이 발생합니다.
"모른다"가 나오면, 측정 체계 구축이 가장 효과적인 첫 단계로 나타났습니다.

자가 진단 체크리스트

01 BM을 매월 추적하고 있는가?

목표 BM: AI·머신러닝 0.50 / SaaS 0.33 · → *p.06* BM 구간별 비율

02 현금 여력이 6개월 이상인가?

6개월 미만 시 절반이 쇠퇴 · → *p.09* 현금 여력 위험구간

03 지출 카테고리별 비중을 파악하는가?

인건비 > 85%면 성장 투자 차단 · → *p.10* 지출 구조

04 1인당 월 지출이 업종 상위 25% 이하인가?

AI·머신러닝 827만 / SaaS 683만원 · → *p.10* 1인당 월 지출

확인된 개수를 세어보세요

4개 모두 확인됨

쇠퇴 스파이럴의 반대편에 있습니다. BM 0.5 미만이라면 투자비 확대 타이밍으로 나타났습니다.
보수적 운영이 오히려 기회를 놓치는 경우가 많았습니다.

2~3개 사각지대 존재

쇠퇴 스파이럴은 모르는 영역에서 시작되는 것으로 나타났습니다.
모르는 1~2개를 이번 달 안에 측정 가능하게 만드는 것이 도움이 됩니다.

0~1개 측정 체계 구축을 권합니다

쇠퇴 스파이럴 진입 가능성이 가장 높은 상태입니다.
'돈이 어디로 가는지 보는 것'이 가장 효과적인 첫 단계로 나타났습니다.

지출을 보는 기업이 지출을 통제합니다

지출을 통제하는 기업이 성장합니다

695개사의 데이터가 보여준 것은 명확합니다.

매출 대비 비용 비율을 모르면, 지출을 통제할 수 없습니다.

고위드 법인카드로 우리 회사의 지출 구조를 진단해보시길 권합니다.

695

분석 기업

2년

지출 데이터

1.5

경계선 BM

고위드 도입신청 →

이 리포트는 고위드 법인카드 사용 기업의 실제 데이터로 작성되었습니다