



3 / 13

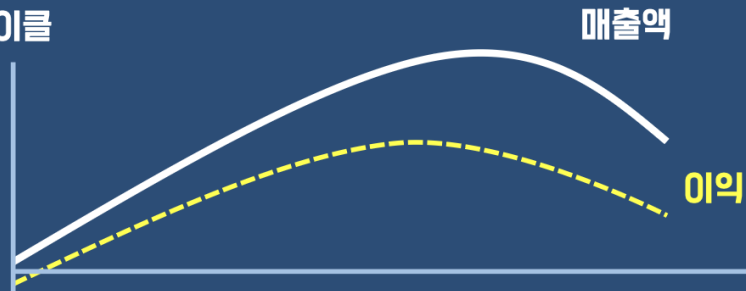
- 창업 프로세스
- 창업
 - 사업 따위를 처음으로 이루어 시작 함
 - 창업의 3요소 (창업가, 아이디어, 자원) - 중요
- 창업가
 - 창업의 주체로 주도하는 가장 중요한 역할, 계획 수립 및 자원을 모아 조직화, 지휘 및 통제 역할
- 아이디어
 - 구체적인 사업에 대한 아이디어
- 자원
 - 아이디어를 상품이나 서비스를 변환하는데 필요한 것(자본, 기술, 설비, 재료, 건물 등)
- 창업의 특성
 - 의사결정의 불확실성
 - 전략적 자원의 투입이 필요
 - 모험적 속성을 가진다.
 - 경기변동에 민감하다.
- 기업가의 자질 → 창업을 성공시키는 중요한 요소
 - 창의력
 - 성취의욕

- 자아의식
 - 모험선호도
 - 결단력과 진취력
 - 헌신과 열정
 - 전문성
 - 사회성
 - 약점 보완능력
 - 책임감
- 비즈니스 모델 구축
 - 가치 창출을 위해 준비된 거래의 내용, 구조, 지배구조를 묘사한 것
 - 고객에게 가치를 전달하고 이를 통해 수익을 창출하는 총체적인 시스템
 - 성공적인 비즈니스를 위한 프레임워크로 비즈니스 아이디어에서 수입의 근원 파트너를 위한 유통구조까지를 그 범위로 하는 것
- 시장분석의 절차
 - 기업이 제공하고자 하는 제품이나 서비스의 시장 반응을 측정, 평가하는 개념
 - 목표 설정 → 계획 수립 → 자료수집 → 분석 → 평가
- 시장분석의 범위
 - 동향 분석
 - 시장의 규모, 소비자의 구성 및 분포
 - 표적 시장에 대한 시장세분화
 - 경쟁사 상품의 특성
 - 시장변화 추세분석
 - 제품의 유통경로
 - 경쟁사
 - 경쟁사 현황
 - 경쟁상품과 자사 상품의 장, 단점

- 상품품질 비교
 - 국내외 가격구조 및 가격 동향
 - 유사 제품과의 경쟁상태 및 향후 경쟁
 - 제품 포지셔닝
- 상품의 수요분석
 - 경쟁상품의 출현가능성
 - 경쟁업체의 시장점유율
 - 지역별 판매가능성
 - 소비자에 대한 시장 조사 및 시장 점유율 예측
 - 판매처, 판매조직 및 유통경로
 - 해외시장분석 및 수출 가능성
- 상품가격
 - 가격결정매출액 추정
- 시장, 상품 환경분석
 - 시장 및 상품의 환경분석, 판매전략
- 창업 아이템의 선정
 - 라이프사이클

2) 창업 아이템의 선정

A. 라이프 사이클



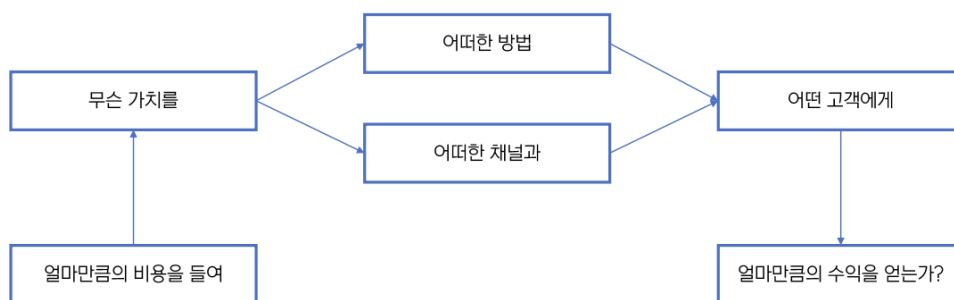
	도입기	성장기	성숙기	쇠퇴기
매출액	소량	급성장	저성장	감소
이익	무시할 정도	절정에 달함	감소	낮거나 없음
자금흐름	부족	보통	많음	적음
고객	혁신적	대중시장	대중시장	후기수용층
경쟁업자	소수	많아 짐	다수	감소

- 시장 분석 방법
 - 검색엔진
 - 학술지
 - 관련협회
 - 코트라
 - DART
 - 통계청
 - 상권분석 시스템
- 비즈니스 모델의 등장
 - 비즈니스 모델의 기존개념 사업체계 (사업수행의 기본 틀로서 이미 존재하였던 개념) →
 - 온라인 기업의 사업적 필요 (새로운 인터넷 사업의 개념을 쉽게 설명하기 위한 필요성 발생) →
 - 비즈니스 모델 (비즈니스 용어가 회자되기 시작하면서 점차 대중화된 용어임)
- 비즈니스 모델의 정의

- 목표고객에게 필요가치를 제공하여 수익을 획득하는 프로세스
- 고객, 아이디어 가치창출, 경제적 성과 수익획득, 프레임 워크 논리
- 헨리 체스브로 → 아이디어 및 기술과 경제적 성과를 연결하는 프레임워크로 비즈니스 모델을 정의
- 라파 외 → 사업을 운영하는 방식 또는 가치창출을 위한 핵심논리로 설명
- 티스 외 → 고객을 위한 가치를 어떻게 창조해 전달하고, 어떤 방법으로 수익을 획득하는가를 설명하는 하나의 스토리
- 알렉산더 오스터왈더 & 예스 피그뉴어 → 어떻게 조직이 가치를 창출하고, 전달하며 획득하는지 논리적으로 정리한 것

1. Business Model

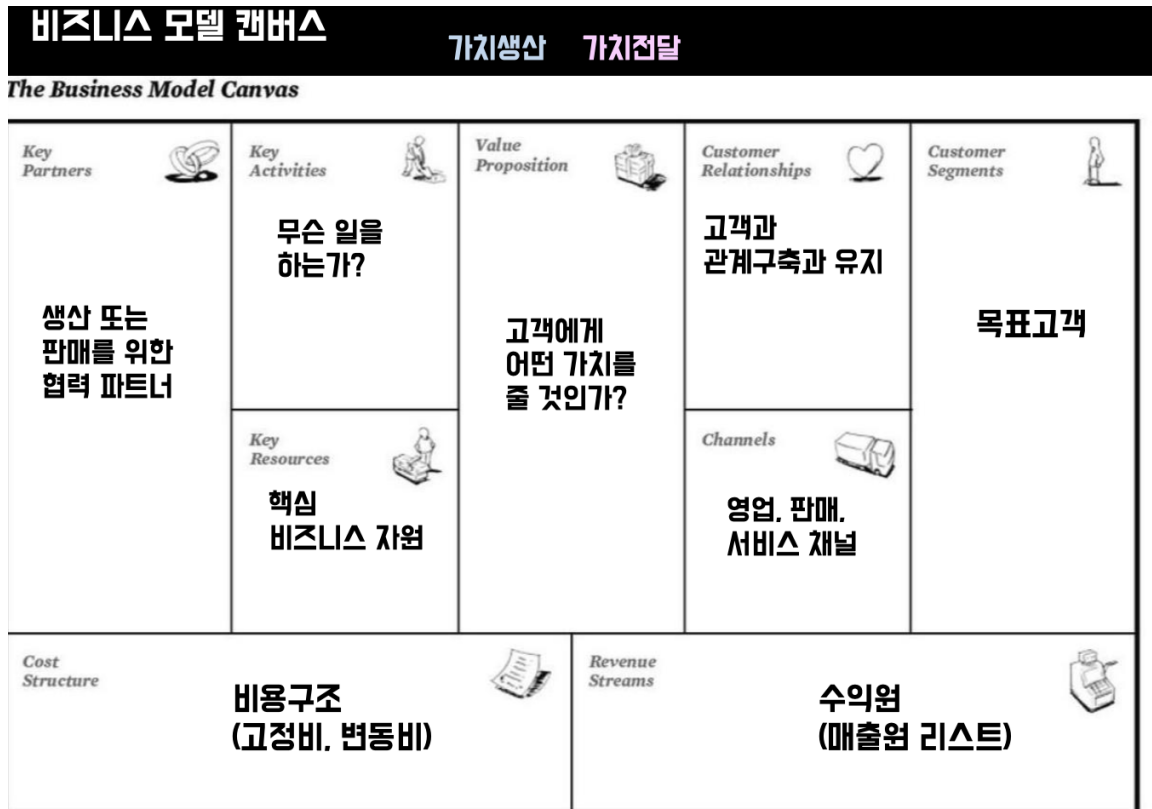
2) 비즈니스 모델의 구성



- 비즈니스 모델의 구성
 - 고객, 제공가치, 프로세스, 수익구조
 - 비즈니스 모델의 가치
 - 사업의 핵심구성 및 수행체계의 이해 → 사업의 프레임
 - 사업의 강점과 약점을 파악 → 차별성과 경쟁우위
 - 사업에 필요한 자원과 역량을 확인 → 필요한 자원과 역량의 명확화
 - 구체적인 사업계획 및 전략 수립 → 사업전력이 기준
 - 비즈니스 모델의 개발

- 비즈니스 모델의 주요구성요서를 보완
- 각 요소간 상호적합성을 확보
- 효과적이고, 체계적인 비즈니스 모델의 설계가 가능
- 비즈니스 모델 개발 도구의 종류와 선택
 - **비즈니스 모델 캔버스**
 - **린 캔버스**
 - **6하 원칙 프레임워크**
 - 밑은 중요하지만, 위 것만 해도 충분하다
 - STOF 모델
 - OCOV 모델
 - OMF 모델
- 비즈니스 모델 캔버스
 - 개발절차
 - 현상파악
 - 기존의 비즈니스 모델을 캔버스로 작성
 - 신규사업의 경우, 경쟁 비즈니스 모델을 캔버스로 작성
 - 재검토
 - 고객, 기술, 환경 등의 지식과 정보 수집
 - 고객 수요파악, 문제점 파악, 개선과제 도출
 - 수정
 - 개선을 위한 다수의 캔버스를 작성
 - 최적의 비즈니스 모델을 선정
 - 블록 단위 별 SWOT분석기법을 활용한 모델의 평가 및 프로토타입 제작
 - 실행
 - 현장감정
 - 수정, 개선

- 지속적인 모델링을 수행



- 좌측과 우측 반으로 나누어 좌측은 가치 창출 - 보완 필요
- 우측은 고객관계에 대해 나타낸다.
- 고객과의 관계 - CRM, 프로모션
- 각 칸의 기능을 잘알고 있어야 한다. - 중요

Business Model Canvas

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationship	Customer Segment
	Key Resources		Channels	
Cost Structure			Revenue Structure	

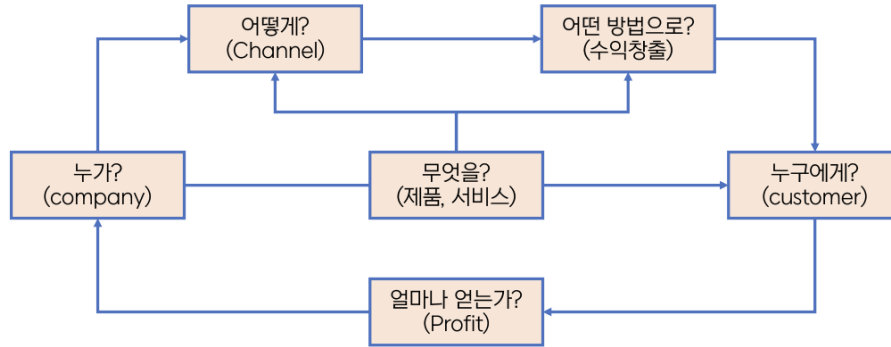
9

린캔버스

Problem 핵심파트너 → 고객문제 • 고객불편, 수요 등을 중심으로 핵심적인 문제를 제기	Solution 핵심활동 → 솔루션 • 고객문제의 해결방안	Value Propositions	Ufair Advantage 고객관계 → 경쟁우위 • 가치제안으로 어떠한 차별화된 이점을 창출할 수 있는지를 명시	Customer Segment
	Key Metrics 핵심자원 → 핵심지표 • 측정 및 관리가 가능하도록 지표를 설정		Channels	
Cost Structure			Revenue Structure	

6하 원칙 프레임워크

- 국내에서 개발한 도구로 일반인들이 접근하기 용이하며, MECE관점을 반영하여 누락 없고 빠짐없이 각 요소 간의 관계와 구체적 비즈니스 형태를 가시화 할 수 있음.



11