

2025 학생 창업유망팀 300⁺ 사업계획서

※ 제출시 서식에 있는 작성 관련 설명, 음영표시 등은 삭제 후 제출

※ 본 양식을 토대로 15page 내외로 작성 권장(분량 제한은 없으나, 일목요연하게 작성)

※ 중고딕, 12pt 유지, 필요시 사진(이미지) 또는 표 추가 등을 활용하여 작성 가능

※ 페이지가 넘어갈 경우 표의 속성에서 글자처럼 취급 체크 해제

0. 사업 아이템 개요

| | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 팀명 | |
| <input type="checkbox"/> 아이템명 | |
| <input type="checkbox"/> 아이템 개요 (아이템 한줄소개) | |
| <input type="checkbox"/> 아이템/아이디어 주요 기능 | (아이템의 핵심기능은 무엇이며, 어떤 기능을 구현·작동 하는지 설명) |
| <input type="checkbox"/> 관련 보유 기술 (지식재산권 등) | (보유한 기술 및 지식재산권이 별도로 없을 경우, 아이템에 필요한 핵심기술을 어떻게 개발해 나갈것인지 계획에 대해 작성) ※ 지식재산권: 특허, 상표권, 디자인, 실용신안권 등 |
| <input type="checkbox"/> 창업 목표 | (본 사업을 통해 달성하고 싶은 궁극적인 목표에 대해 설명) |

1. 문제 인식

| |
|---|
| <input type="checkbox"/> 창업 배경 및 개발동기 |
| (본 사업을 진행하게 된 배경 및 개발·보유하고 있는 제품·서비스에 대한 개발동기) |
| <input type="checkbox"/> 창업아이템의 목적 및 필요성 |
| (어떤 문제에 착안하여 창업을 하게 되었는지 설명) (아이템을 구현하고자하는 목적과 아이템의 필요성, 문제 해결방안 등에 대해 설명) |
| <input type="checkbox"/> 창업아이템의 목표시장 분석 |
| (진출하려는 목표시장의 규모·상황 및 특성, 경쟁 강도, 향후 전망(성장성), 고객 특성 등 기재) |

2. 실현가능성

| |
|--|
| <input type="checkbox"/> 사업화 전략 |
| (제품·서비스 및 비즈니스모델의 구현 정도를 감안하여 개발(제작)기간 및 제작방법, 추진일정 등 사업의 전체적인 로드맵에 대해 작성) (창업아이템을 실현하고자 하는 구체적인 방안 제시) |
| <input type="checkbox"/> 시장분석 및 경쟁력 확보 방안 |
| (객관적으로 조사·분석한 시장수요, 경쟁제품 분석결과 및 근거를 바탕으로 사업성에 대해 설명, 자사 제품·서비스의 우위요소 및 차별화 전략 등) (경쟁제품·서비스와의 비교를 통해 파악된 문제점에 대해 (예비)창업팀의 보유역량을 기반으로 경쟁력을 확보하기 위한 방안 등 기재) |

3. 성장 전략

| <input type="checkbox"/> 비즈니스 모델 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------------------|--|--|--|----------------------------|---|----------------------------------|--|---------------------------------|--|-------------------------|--------------|-----------------------------------|--|--------------------------------|--|--|-----------------------|--|--|----------------------|--|---------------------------|--|--|--|--|
| (비즈니스모델을 자세히 서술하되, 본 계획서 양식에 첨부된 비즈니스 모델 캔버스를 필수 작성) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <table border="1"> <tr> <th>핵심파트너 (Key Partners)</th> <th>핵심활동 (Key Activities)</th> <th>가치제안 (Value Propositions)</th> <th>고객관계 (customer Relationships)</th> <th>고객군 (Customer Segments)</th> </tr> <tr> <td rowspan="2">ex) 핵심 파트너는 누구인가? 파트너가 실행하는 주요 활동은 무엇인가?</td> <td>ex) 가치제안을 위해 필요로 하는 핵심 활동은 무엇인가?</td> <td rowspan="2">ex) 우리가 전달하고자 하는 가치는 무엇인가? 우리가 만족시키는 고객 요구는 무엇인가?</td> <td>ex) 어떤 유형의 고객 관계를 형성하고 유지할 것인가?</td> <td rowspan="2">ex) 우리가 창출하는 가치는 누구를 위한 것인가? 우리에게 가장 중요한 고객들은 누구인가?</td> </tr> <tr> <td>핵심자원 (Key Resources)</td> <td>채널(Channels)</td> </tr> <tr> <td colspan="2">ex) 가치 제안을 위해 필요로 하는 핵심 자원은 무엇인가?</td> <td colspan="2">ex) 세분화된 고객별로 어떤 채널을 통해 전달하는가?</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="3">비용 구조(Cost Structure)</td> <td colspan="2">수익원(Revenue Streams)</td> </tr> <tr> <td colspan="3">ex) 우리의 BM에서 발생하는 주요 비용은?</td> <td colspan="2">ex) 고객이 기꺼이 지불할만한 가치는 무엇인가? 현재 고객이 지불하고 있는 것은 무엇인가?</td> </tr> </table> | 핵심파트너 (Key Partners) | 핵심활동 (Key Activities) | 가치제안 (Value Propositions) | 고객관계 (customer Relationships) | 고객군 (Customer Segments) | ex) 핵심 파트너는 누구인가? 파트너가 실행하는 주요 활동은 무엇인가? | ex) 가치제안을 위해 필요로 하는 핵심 활동은 무엇인가? | ex) 우리가 전달하고자 하는 가치는 무엇인가? 우리가 만족시키는 고객 요구는 무엇인가? | ex) 어떤 유형의 고객 관계를 형성하고 유지할 것인가? | ex) 우리가 창출하는 가치는 누구를 위한 것인가? 우리에게 가장 중요한 고객들은 누구인가? | 핵심자원 (Key Resources) | 채널(Channels) | ex) 가치 제안을 위해 필요로 하는 핵심 자원은 무엇인가? | | ex) 세분화된 고객별로 어떤 채널을 통해 전달하는가? | | | 비용 구조(Cost Structure) | | | 수익원(Revenue Streams) | | ex) 우리의 BM에서 발생하는 주요 비용은? | | | ex) 고객이 기꺼이 지불할만한 가치는 무엇인가? 현재 고객이 지불하고 있는 것은 무엇인가? | |
| 핵심파트너 (Key Partners) | 핵심활동 (Key Activities) | 가치제안 (Value Propositions) | 고객관계 (customer Relationships) | 고객군 (Customer Segments) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ex) 핵심 파트너는 누구인가? 파트너가 실행하는 주요 활동은 무엇인가? | ex) 가치제안을 위해 필요로 하는 핵심 활동은 무엇인가? | ex) 우리가 전달하고자 하는 가치는 무엇인가? 우리가 만족시키는 고객 요구는 무엇인가? | ex) 어떤 유형의 고객 관계를 형성하고 유지할 것인가? | ex) 우리가 창출하는 가치는 누구를 위한 것인가? 우리에게 가장 중요한 고객들은 누구인가? | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 핵심자원 (Key Resources) | | 채널(Channels) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ex) 가치 제안을 위해 필요로 하는 핵심 자원은 무엇인가? | | ex) 세분화된 고객별로 어떤 채널을 통해 전달하는가? | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 비용 구조(Cost Structure) | | | 수익원(Revenue Streams) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ex) 우리의 BM에서 발생하는 주요 비용은? | | | ex) 고객이 기꺼이 지불할만한 가치는 무엇인가? 현재 고객이 지불하고 있는 것은 무엇인가? | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> 자금조달 계획 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| (창업팀이 위치한 사업화 단계에 따른 사업화 단계별(과거, 현재, 미래) 소요 자금 산출 및 투입 계획의 구체성 작성) ※ 과거1년, 현재1년, 미래1년에 대한 자금조달 계획 작성 ※ 과거의 경우 해당하는 팀만 작성해도 무방함 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> 시장진입 및 성과창출 전략 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| (내수 및 글로벌 시장진출(확장)을 위한 제품(서비스)의 포지셔닝, 해당 산업군의 (국내 또는 해외)시장진출 및 판매전략(유통채널, 시기, 판매금액 등) 작성) ※ 예비창업팀 : 진출계획의 구체성 및 실현가능성 ※ 기창업팀 : 진출실적 및 보유역량(핵심인력), 진출(확대)계획의 실현가능성 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

4. 팀 구성

☐ 창업자의 역량

(창업자의 역량, 도전정신 및 기업가정신 함양여부, 사업화와 관련하여 보유한 전문성(기술력, 노하우) 위주로 작성)

☐ 팀 구성원 소개 및 역량

(구성원의 담당업무, 사업화와 관련하여 보유한 전문성(기술력, 노하우)위주로 작성)

☐ 팀구성원 간 시너지 발생효과

(협업을 통해 어떤 협력효과가 발생할 수 있는지 작성)