



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위 사업계획서

지도교수 서 상 혁

공유경제형 스포츠 예약플랫폼 사업계획서

A Business Plan for sharing economy solution
and sports reservation platform

2018

호서대학교 글로벌창업대학원

창업컨설팅학과 창업컨설팅전공

이 종 범

공유경제형 스포츠 예약플랫폼 사업계획서

A Business Plan for sharing economy solution
and sports reservation platform

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함.

2018년 12월

호서대학교 글로벌창업대학원

창업컨설팅트학과 창업컨설팅전공

이 중 범

이종범 의 석사학위
논문을 합격으로 판정함.

심사위원장 강 신 기 인

심사위원 김 중 규 인

심사위원 서 상 혁 인

2018년 12월

호서대학교 글로벌창업대학원


학위논문 연구윤리 준수서약서

논문제출자	학과	(석/박) 창업컨설턴트	학번	20175168	성명	이종범
지도교수	학과	창업경영	성명	서상혁		
논문제목	국문	공유경제형 스포츠 예약플랫폼 사업계획서				
	영문	A Business Plan for sharing economy solution and sports reservation platform				

본인은 호서대학교 대학원생으로 학위논문을 작성함에 있어 타인에의 대필의뢰, 타 논문의 표절, 데이터의 왜곡과 변조 등의 연구부정행위를 하지 않고 연구윤리를 철저히 준수하겠습니다.

만약 호서대학교 연구윤리진실성위원회에 의해 연구부정행위가 밝혀져 학위취소 조치가 내려질 경우 이의를 제기하지 않을 것임을 서약합니다.

2018. 12. .

서약자 : 이종범 

호서대학교 글로벌창업대학원장 귀하

목 차

목차	i
표목차	iii
그림목차	iv
사업계획 요약서	v
I. 창업배경과 사업소개	01
1. 창업배경	01
가. 창업동기	01
나. 창업목표	03
2. 사업 소개	03
가. 어플리케이션	03
나. 비즈니스모델	04
II. 환경 분석 및 시장 분석	05
1. 예상되는 시장규모	05
2. 시장 성장성	06
III. 조직 및 인력계획	07
1. 대표조직 현황	07
가. 학력사항	07
나. 경력사항	08
2. 참여인력	08
3. 조직 및 인력구성	09

IV. 경쟁업체 분석	10
1. 기존 유사 서비스 비교	10
가. 아이엠그라운드	10
나. TLX PASS	10
2. 기존 유사 서비스와의 차별화	11
V. 개발일정 및 개발내용	12
1. 개발일정	12
2. 개발내용	12
VI. 마케팅전략	14
1. SWOT 분석	14
2. STP 전략	15
3. 4P's 전략	16
VII. 재무관리계획	19
1. 매출 계획	19
2. 자금조달 및 투자유치	19
3. 손익계산서	20
VIII. 위험 및 대응책	21
1. 위험요소	21
2. 대응개선책	21
참고문헌	22
ABSTRACT	23

표 목 차

<표 II-1> 스포츠시설업 분류	05
<표 II-2> 스포츠시설 연간 예상매출액	06
<표 III-1> 대표조직 현황	07
<표 III-2> 조직 및 인력구성도	09
<표 V-1> 개발일정	12
<표 VI-1> SWOT 분석표	14
<표 VI-2> STP전략 분석표	15
<표 VI-3> 4P's 전략표	16
<표 VII-1> 매출계획	19
<표 VII-2> 추정손익계산서	20

그 립 목 차

<그림 I -1> 모바일앱 비교	02
<그림 I -2> 서비스 기본 개념도	03
<그림 I -3> 비즈니스모델	04
<그림 IV-1> 아이엠그라운드 서비스 페이지	10
<그림 IV-2> TLX PASS 서비스	10

사업계획 요약서

본 사업은 기존 스포츠 시설 이용자로서 주변의 스포츠 시설 정보를 잘 모르고, PC나 모바일로 검색해보고 전화 예약해야 하는 번거로움, 예약하지 않고 방문 시 긴 대기시간이 필요하다는 불편함을 해소하기 위한 방안으로서 추진하게 되었다. 또한 스포츠 시설 운영자로서 평일 저녁이나 주말 같은 특정시간에만 손님이 몰리는 점과 개별적인 마케팅으로 고객 유치에 한계가 있다는 점, 남는 공간/시간을 할인해서라도 판매해 추가 수익을 내고 싶어하는 욕구를 하나로 이어줄 수 있는 모바일앱의 필요성을 인식하게 되었다.

‘스포츠링크’는 고객과 스포츠시설의 서비스 중개 수수료 20%를 주요 수익원으로 하고 있으며, 향후 고객의 빅데이터를 활용해 스포츠 마케팅 업체와의 제휴 등을 통해 인해 추가 수익 발생도 가능하다.

동호회 회원이나 20대 ~30대의 직장인을 핵심 목표 고객으로 정하고, 남녀노소 누구나 손쉽게 이용할 수 있는 스포츠 예약 앱을 통해 스포츠시설 이용자와 스포츠시설 운영자 모두에게 편리함과 수익을 창출해 줌으로 인해 스포츠시설 이용에 보다 편리함을 주게 될 것이라 기대한다.

I. 창업배경과 사업 소개

1. 창업배경

통계청의 자료에 따르면 볼링장, 당구장, 골프연습장 등 스포츠시설 운영장이 전국에 20,000 여개가 넘는다. 최근에는 여가활동, 각종 동호회 활동에 대한 관심증가로 탁볼링, 실내양궁, 스크린야구 등 젊은층을 중심으로한 다양한 스포츠 여가 시설도 생겨나고 있다. 그러나 일반 고객으로서 시설 사용료나 이용 가능시간 등에 대한 정보를 쉽게 얻기 어렵다. 이러한 환경변화에서 스포츠시설에 대한 정보를 쉽게 얻고 예약할 수 있는 모바일앱의 필요성을 느끼게 되었고, ‘스포츠링크’ 모바일 어플리케이션을 통해 고객과 스포츠시설을 이어줄 수 있는 예약 서비스를 준비하게 되었다.

가. 창업동기

a. 기존 스포츠 시설 이용자로서의 불편함

일반 소비자의 경우 자주 가는 곳이 아니라면 주변의 스포츠 시설 정보를 잘 모를 수밖에 없다. PC나 모바일을 이용해 검색하고 전화해서 예약을 해야하고, 예약하지 않고 방문 시 긴 대기시간이 필요해 시간을 낭비하는 경우도 많다.

b. 기존 스포츠 시설 운영자로서의 아쉬움

스포츠 시설 운영자의 경우 평일 저녁이나 주말에만 손님이 몰리는 경향이 있고, 개별적인 마케팅으로 인해 신규 고객 유치에 한계를 느끼

는 경우가 많다. 또한 남은 공간/시간을 할인된 가격으로 판매해 추가 수익을 내고 싶으나 이를 실행한 마케팅 방법이 부재하다는 아쉬움이 있다.

c. 급속한 시장 환경 변화

숙박, 배달, 부동산 등 우리 삶속에 스마트폰 어플리케이션은 없어서는 안 될 필수아이템이 되어 우리의 생활을 변화시키고 있다. 스포츠 시설 이용/예약에 있어서도 이러한 스마트폰 어플리케이션에 대한 요구가 늘어날 수밖에 없을 것이다.

구분	스포츠링크	여기어때	직방	배달의민족
제품 이미지				
기능 / 서비스	스포츠 업체와 고객 연결 O2O 사업 (스포츠 예약 어플)	숙박업체와 고객 연결 O2O 사업 (숙박 예약 어플)	부동산 중개업체와 고객 연결 O2O 사업 (부동산 중개 어플)	음식점과 고객 연결 O2O 사업 (음식 배달 어플)
오프라인 대비 효과	실시간 예약 가능 최대 70% 할인된 가격으로 서비스 이용 가능 대기시간 불필요	무료숙박이벤트 포인트 적립 이용시간 연장 숙박비용 즉시할인	안심중개사 정책으로 허위 매물 감소 매물 광고 실명제	포인트 적립 <u>요일별</u> 다양한 할인 혜택 다양한 결제 수단 사용

<그림 1-1> 모바일앱 비교

나. 창업목표

본인은 모바일앱 기획, 개발에 참여한 경험이 창업을 하는데 동기부여가 되었다. 본 사업은 스포츠 시설 예약 모바일 어플리케이션으로서 다양한 여가활동에 대한 기회 제공으로 국민의 건강 증진 및 침체되어 있는 내수 경기에 활력을 불어 넣을 수 있을 것으로 기대하며, 업계에서도 선도적인 역할로서 변화를 이끌어 내게 될 것이다.

2. 사업소개

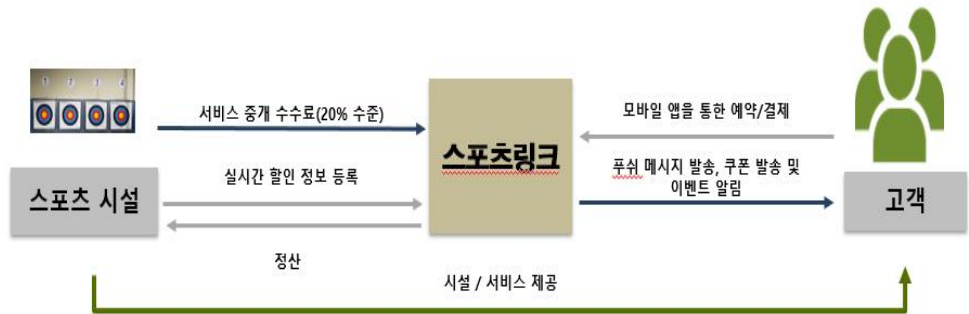
가. 어플리케이션

본 사업은 스포츠 시설 이용자와 스포츠 시설 운영자가 모바일앱을 통해 사전 예약할 수 있는 공유경제형 서비스이며, 위치기반서비스를 활용해 가장 가까이에 있는 스포츠 시설을 손쉽게 사전 예약/결제가능하다.



<그림 1-2> 서비스 기본 개념도

나. 비즈니스 모델(Business Model)



<그림 1-3> 비즈니스모델(Business Model)

‘스포츠링크’는 고객과 스포츠시설의 서비스 중개 수수료 20%를 주요 수익원으로 하고 있으며, 고객의 빅데이터를 활용해 스포츠 마케팅 업체와의 제휴 등을 활용한 데이터 운영으로 인해 추가 수익 발생도 가능하다.

II. 환경 분석 및 시장분석

1. 예상되는 시장규모

스포츠 시설의 분야는 볼링, 당구장, 탁구장 등 기존의 스포츠 종목을 포함하여 락볼링, 실내양궁, 스크린야구 등을 통해 점차 확대될 것으로 예상된다. 국내 스포츠 시설의 시장은 총 연간 1조 3천억원 이상으로 예상되며, 스포츠링크는 그중 약 10% 정도를 실제 시장으로 예상하고 있다.

자료갱신일 : 2018-08-07 / 수록기간 : 년 2012 ~ 2016 / 자료문의처 : 044-203-3154

통계분류(1)	통계분류(2)	통계분류(3)	2016	
			사업체수	비중
전체	소계	소계	95,387	100
스포츠시설업	경기장 운영업	실내 경기장 운영업	88	0.1
		실외 경기장 운영업	90	0.1
		경주장 운영업	17	0
		종합 스포츠시설 운영업	841	0.9
	참여스포츠시설 운영업	체력단련시설 운영업	7,345	7.7
		수영장 운영업	319	0.3
		볼링장 운영업	606	0.6
		당구장 운영업	11,715	12.3
		골프연습장 운영업	7,092	7.4
		스포츠 무도장 운영업	192	0.2
		체육공원 운영업	44	0
		기원 운영업	845	0.9
	골프장 및 스키장 운영업	골프장 운영업	449	0.5
		스키장 운영업	16	0
	수상스포츠시설 운영업	낙시장 운영업	674	0.7
		기타 수상스포츠 시설 운영업	619	0.6
	기타 스포츠시설 운영업	기타 스포츠시설 운영업	2,611	2.7
	스포츠 건설업	스포츠시설 건설업	521	0.5
		스포츠 토목시설물 건설업	140	0.1

<표 II-1> 스포츠시설업 분류 <출처 : 통계청>

							기준 : 원
분류	사업체수	월평균 매출액	월매출액 합계	연간매출액	연간 매출액 중 스포츠링크 이용금액(10%)	스포츠링크 수입 (중개수수료 20%)	비고2
볼링장	606	5,000,000	3,030,000,000	36,360,000,000	3,636,000,000	727,200,000	
당구장	11,715	3,000,000	35,145,000,000	421,740,000,000	42,174,000,000	8,434,800,000	
골프연습장	7,092	10,000,000	70,920,000,000	851,040,000,000	85,104,000,000	17,020,800,000	
스크린골프	300	5,000,000	1,500,000,000	18,000,000,000	1,800,000,000	360,000,000	사업체수 추정
스크린야구	200	5,000,000	1,000,000,000	12,000,000,000	1,200,000,000	240,000,000	사업체수 추정
실내양궁	100	5,000,000	500,000,000	6,000,000,000	600,000,000	120,000,000	사업체수 추정
누적	20,013	33,000,000	112,095,000,000	1,345,140,000,000	134,514,000,000	26,902,800,000	

<표 II-2> 스포츠 시설 연간 예상 매출액, 자체 작성(추정치)

2. 시장 성장성

건강, 여가활동, 각종 동호회 활동에 대한 증가로 스포츠시설에 대한 수요 및 시장은 지속적으로 성장될 것으로 전망된다. 새로운 종목들이 지속적으로 늘어나고 있고, 스마트폰의 이용률이 올라가면서 모바일 앱을 이용한 스포츠시설을 예약도 더욱더 증가할 것으로 예상된다.

Ⅲ. 조직 및 인력계획

1. 대표조직 현황

회사명	(주)스포츠링크
대표자명	이종범
사업자등록번호	예비창업
업태	서비스
업종	앱개발,소프트웨어
주소	서울시 강남구 테헤란로 113길 13

<표 III-1> 대표조직 현황

가. 학력사항

- 호서대학교 글로벌창업대학원 창업컨설턴트학과 재학중
(2017.02 -)
- 한남대학교 경영학과 졸업 (2002.03 ~ 2009.02)
- 금산고등학교 졸업 (1999.03 ~ 2002.02)

나. 경력사항(사업 경력)

- 볼링크 대표 (2016.8 ~)
 - ▷ 볼링 예약 앱 개발 기획 / 마케팅
- 주식회사 링크플랫폼 공동 창업 (2015.12 ~)
 - ▷ 강사매칭플랫폼 모바일앱 기획 및 총괄
- 주식회사 위드컴패니 이사 (2015.5 ~)
 - ▷ 창업교육 기획 및 소프트웨어 개발 업무

2. 참여인력

- 백종훈(기획)

現 (주)링크플랫폼 대표이사

前 (주)로즈존 대표이사

前 (주)벅스 창업자 / 대표이사역임

- 홍덕현(개발)

앱/웹 개발 프로그래밍 10년

3. 조직 및 인력구성

조직구성	대표	이사	개발	운영/마케팅
인원	1	1	1	2

<표 III-2> 조직 및 인력구성도

IV. 경쟁업체 분석

1. 기존 유사 서비스 비교

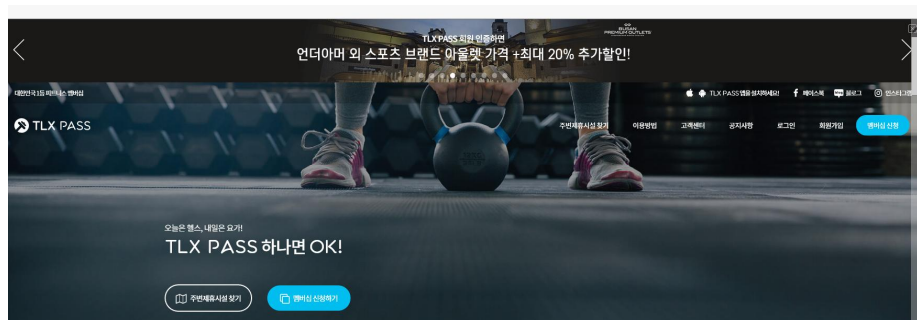
가. 아이엠그라운드



<그림 IV-1> 아이엠그라운드 서비스 페이지

전국에 있는 풋살장, 축구장, 농구장 예약앱으로, 실시간 대관 / 예약이 가능하다. 팀끼리 매칭도 가능하다. 풋살장, 축구장, 농구장으로만 제한되어 있다.

나. TLX PASS



<그림 IV-2> TLX PASS 서비스 페이지

30가지 이상의 헬스뷰티 종목을 자유롭게 바꿔가며 이용할 수 있는 회원제로 운영되며, 주요 종목은 헬스, GX, 골프, 요가, 필라테스, 수영, 스쿼시, 탁구이다. 원하는 운동 횟수만큼만 결제하는 구조이며, 대부분 헬스 관련 종목이어서 스포츠링크의 서비스와는 차이가 있다.

2. 기존 유사 서비스와의 차별화

스포츠링크는 실시간으로 할인된 정보를 스포츠 시설 운영자와 사용자간에 모바일 애플리케이션 푸쉬 메시지를 통해 공유가 가능하며, 기존 유사서비스와 달리 특정 종목에만 그치지 않고 다양한 종목에 활용이 가능하다는 차별성이 있다.

V. 개발일정 및 개발내용

1. 개발일정

구분	세부사업	2019 2월	2019 3월	2019 4월	2019 5월	2019 6월	2019 7월	2019 8월	2019 9월	2019 10월	2019 11월	2019 12월	2020 1월
[1단계] 서비스 개발	시장조사												
	특허출원												
	서비스 기획												
	홈페이지/앱 개발												
	개발 진행상황 검증												
[2단계] 서비스 런칭	서비스 런칭												
	제품/서비스 홍보												
	시장 반응 조사												
	수정 및 보완												
	제휴 강화												
[3단계] 마케팅	국내외 전시회 참가												
	적극적인 홍보 마케팅												

<표 V-1> 개발일정

2. 개발내용

가. 기업성장 단계별 추진계획

a. 현재 추진 현황 (1-2년차 2019년 ~ 2020년)

(1) 안드로이드 어플리케이션 개발 진행 중 : 자체 인력, 일부는 외주 위탁(디자인/기획 진행중)

(2) IOS 어플리케이션 개발 진행 예정(2019년 4월 이후)

(3) 제품/서비스 홍보물 준비

b. 향후 추진 현황(3년차 2021년)

(1) 국내 업체와 제휴, 점진적으로 시장 확대 및 해외 시장 조사

VI. 마케팅 전략

1. SWOT 분석

스포츠링크		강점(strength)	약점(weakness)
		<ul style="list-style-type: none"> ○ 다양한 앱 개발 경험을 가지고 있는 전문가 확보 ○ 다수의 사업 경험 보유 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 스타트업 기업으로서의 한계 (자금, 인력부족) ○ 한정된 자금 운영
기회 (opportunity)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 스마트폰 이용 증가에 따른 잠재고객의 증가 ○ 다양한 스포츠 종목으로 인해 지속적인 수익 창출 가능 	SO전략	WO전략
		<ul style="list-style-type: none"> ○ 신속한 앱 개발로 다양한 고객의 니즈 충족 ○ 많은 사업 경험을 바탕으로 보다 많은 스포츠 종목에 접목 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 스타트업만이 가진 장점을 살려 신속한 의사결정으로 고객 확보 ○ 적은 비용으로도 개발해 다양한 종목에 접근 가능
위협 (threat)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대기업의 시장 진출 시 경쟁력 상실 ○ 다양한 스포츠 종목으로 인한 앱 개발상의 어려움 	ST전략	WT전략
		<ul style="list-style-type: none"> ○ 신속한 개발로 시장 선점한 뒤 대기업과의 상생 방안 준비 ○ 전문가 활용으로 개발상의 어려움 극복 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 정부지원사업 등을 통한 자금 확보로 초기 시장 선점 및 경쟁력 확보 ○ 저비용으로 개발할수 있는 방안 연구

<표 VI-1> SWOT 분석표

SWOT 분석에 의하면 다양한 앱 개발 경험을 가지고 있는 전문가의 보유와 다양한 실내 스포츠 종목의 증가 등은 시장에서 지속적인 수익을 창출해 주는 기회를 제공하고 있다는 것을 알 수 있다. 하지만 대기업의 시장진출에 따른 위협이나 한정된 자금으로 운영해야하는 대부분의 스타트업 기업이 가진 한계점을 극복하기 위한 노력이 필요할 것으로 보인다. 신속한 개발로 초기 시장을 선점해 대기업과의 협력, 투자를 통한 상생도 하나의 방안이 될 수 있다.

2. STP전략

구 분	내 용
Segmentation (시장 세분화)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 동호회 고객 : 꾸준히 스포츠 시설을 이용하기 때문에 충성 고객이 될 가능성이 큼 ➢ 20~30대 직장인 : 스마트폰 활용도가 높고 여가활동에 관심이 많아 정기적으로 스포츠시설 이용할 가능성이 높음
Targeting (목표고객)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 초기 타겟 : 동호회 모임이나 SNS(밴드, 페이스북) 등을 활용해 앱을 적극적으로 홍보 ➢ 이후 타겟 : 새로운 즐거움을 찾고 있는 20~30대 직장인 들을 대상으로 홍보
Positioning (위치잡기)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 남녀노소 누구나 손쉽게 이용할 수 있는 서비스 ➢ 모바일앱에서 클릭 몇 번으로 언제나 원하는 스포츠 시설을 손쉽게 이용

<표 VI-2> STP전략 분석표

가. 시장세분화

- 시장세분화는 비슷한 취향을 가진 소비자를 묶어서 몇 개의 고객 집단으로 나누고, 이중에 특정 집단을 골라 기업의 마케팅을 집중하는 것을 말하는데, 동호회 고객이나 20~30대 직장인이 여가활동에 대한 관심이 많아 정기적으로 스포츠시설을 이용할 가능성이 클 것으로 예상했다.

나. 목표고객

- 목표고객은 시장세분화를 통해 나눈 고객군 중 표적 고객군을 선정하는 것을 말하는데, 초기에는 동호회 모임 홍보에 집중하고 이후에 20~30대 직장인을 대상으로 시장 확대에 집중할 계획을 가지고 있다.

다. 위치잡기(포지셔닝)

- 표적 고객군에게 경쟁사와는 차별화된 포지션 전략을 수립하는 것을 말하는데, 그동안 스포츠 예약을 전화로 해야했던 불편함을 어필하고 남녀노소 누구나 손쉽게 클릭 몇 번으로 모바일앱을 통해 예약할 수 있다는 점을 적극적으로 홍보한다면 고객의 마음속에 ‘스포츠링크’를 쉽게 각인시킬 수 있을 것이라 생각한다.

3. 4P's 전략

제품, 유통, 영업, 가격 4가지 중 서비스의 성향을 고려하여 제품과 영업 전략에 더 집중하여 전략을 구성하였다.

구 분	내 용
Product (제품 전략)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 어플리케이션 : 고객의 니즈를 적극적으로 반영하게 사용하기 편리한 UI,UX 환경 구축
Place (유통 전략)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 구글플레이스토어, 앱스토어 등 모든 모바일 환경에서 동시에 다운로드 할 수 있도록 신속히 개발 ➢ 포털 사이트에서 스포츠예약 검색시 손쉽게 노출될 수 있도록 키워드 마케팅에 집중
Price (가격 전략)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 최소의 수수료율(20%) 스포츠 시설 운영자가 지불하는 비용 최소화, 수익 극대화 ➢ 초기에 안정적으로 고객 확보될 때까지 요금 할인을 통한 인지도 상승 기대
Promotion (영업전략)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 동호회, 각종 단체 모임등과 제휴 영업 ➢ 업체별 카달로그, 배너 등 제작해 전달

<표 VI-3> 4P's 전략표

가. 제품(Product)

- 본 사업의 제품은 모바일 어플리케이션이다. 고객이 쉽게 모바일 어플리케이션을 이용할 수 있게 하는 것이 핵심이라 할 수 있다. 모바일 어플리케이션의 홍수 속에서 고객이 쉽게 이해하고 사용할 수 있는 UI,UX 구성을 통해 쉽게 이용할 수 있는 모바일 어플리케이션을 만드는 것이 핵심이라 할 수 있다.

나. 유통(Place)

- 고객은 안드로이드폰의 경우 구글 플레이스토어에서, 아이폰의 경우 앱스토어에서 모바일 앱을 다운 받는다. 보통의 경우 안드로이드 환경에서 먼저 개발을 진행한다. 사용자들의 편리성을 고려하여 두 군데에서 동시에 사용할 수 있도록 신속하게 개발하는게 핵심이라고 할 수 있다. 포털사이트에서 스포츠 예약 검색 시 ‘스포츠링크’가 쉽게 노출될 수 있도록 키워드 마케팅에 집중할 것이다.

다. 가격(Price)

- 최소의 수수료율(20%)을 유지함으로써 스포츠 시설 운영자가 지불하는 비용을 최소화하고, 수익을 극대화 할 수 있는 가격 정책을 실시할 것이다. 안정적으로 고객이 확보될 때까지 초기에는 자체 요금 할인을 통해 인지도를 상승시킬 것이다.

라. 촉진(Promotion)

- 동호회, 각종 단체 모임등과의 제휴 영업을 통해 시장을 확대해 나갈 계획이며, 업체별/종목별로 카달로그, 배너 등을 제작해 전달해 홍보효과를 극대화 할 계획이다.

VII. 재무관리 계획

1. 매출 계획

(단위 : 천원)

구분	2019년	2020년	2021년
매칭 중개수수료	100,000	500,000	1,000,000
총계	100,000	500,000	1,000,000

<표 VII-1> 매출계획

2. 자금조달 및 투자유치

가. 자금조달

- 정부 정책자금 최대 활용 (아이디어 사업화 지원) : 2.5억원

맞춤형 사업을 비롯해 정부 지원 사업 최대 활용 / R&D 과제를 최대한 활용하여 자금을 조달할 계획

나. 투자 유치 (사업장 조성 및 운영자금) : 1.5억원

초기 런칭 후 투자자를 모집 계획, 엔젤투자, 크라우드펀딩 활용
신용보증기금/기술보증기금이나 청년전용 창업자금 활용할 계획

3. 손익 계산서

(단위:천원)

구 분	1차년 도 (2019년)	2차년 도 (2020년)	3차년 도 (2021년)
매 출 액	100,000	500,000	1,000,000
매 출 원 가	40,000	100,000	200,000
매 출 총 이 익	60,000	400,000	800,000
인 건 비(12개 월)	72,000 (2명, 월300만원)	103,200 (2명, 월330만원) (1명, 월200만원)	156,000 (2명, 월350만원) (3명, 월200만원)
임 대 료(12개 월)	12,000 (월 100만원)	12,000 (월 100만원)	12,000 (월 100만원)
운 영 비(12개 월)	30,000 (월 250만원)	30,000 (월 250만원)	42,000 (월 300만원)
영 업 이 익	-54,000	254,800	590,000
세 금	0	25,480	59,000
당 기 순 이 익	-54,000	229,320	531,000

<표 VII-2> 추정 손익계산서

VIII. 위험 및 대응책

1. 위험요소

가. 대기업의 시장 진출에 따른 위험

아직까지는 카카오, 네이버와 같은 IT 기업들이 스포츠 시설 예약 모바일 애플리케이션쪽에 진출하지 않았지만, 시장의 가능성을 보고 진출한다면 창업 기업이 가진 자금 확보나 마케팅 관점에서 어려움에 직면할수도 있다.

나. 다양한 종목으로 인한 앱 개발의 어려움

많은 IT 창업기업들이 모바일앱 개발을 실행하고 있지만 개발상의 어려움을 겪고 실패하는 경우가 많이 있다.

2. 대응 개선책

가. 초기 시장 확보를 통한 경쟁력 확보

신속한 개발이 중요한 만큼 최대한 빠른 시장 진출을 하고 초기 시장을 선점함으로써 경쟁력 확보하는게 중요하다고 할 수 있다.

나. 내부 / 외주 개발을 활용해 모바일앱 개발 진행

내부 직원을 통해서만 개발을 진행할 경우 갑작스러운 퇴사로 인해 개발을 다시 시작해야 하는 문제가 발생할 수 있기 때문에 일부는 외주 개발을 통해 변화에 대응할 수 있는 시스템 구축이 필요하다.

참고문헌

- 1) 통계청, 보도자료
- 2) 박종관, “공유경제형 자동차 순회정비 솔루션과 정비플랫폼 사업 계획서”. 호서대학교 글로벌창업대학원 창업학과 석사학위 논문, 2016
- 3) 박찬수. “마케팅 원리”, 법문사, 2015
- 4) 통계청 : <http://www.kostat.go.kr>
- 5) 아이엠그라운드 : <http://www.iamground.kr>
- 6) TLX PASS : <http://tlx.co.kr>

ABSTRACT

A Business Plan for sharing economy solution and sports reservation platform

Jong Beom Lee

*Department of Entrepreneurial Consultant, The Graduate School
Hoseo University
Seoul, Korea*

(Supervised by professor Sang-Hyuk Seo)

This project is intended to solve the inconvenience that users do not know the surrounding sports facility information and search for PC or mobile and make a phone reservation as a user of existing sports facility.

In addition, as a sports facility operator, there are limitations on attracting customers with specific marketing such as weekday evenings or weekends, individual marketing, and the desire to sell extra space. I became aware of the need for a mobile application.

We expect that it will be more convenient to use sports facilities by creating convenient and profitable sports facility users and sports facility operators through sports reservation application.