

0000 사업계획서

기업명 00000000

팀장 000

팀원 000



- 1 사업 개요
- 2 시장환경 분석
- 3 제품 및 서비스
- 4 마케팅 계획
- 5 사업 운영 계획
- 6 향후 추진 계획

1 사업 개요

사업 배경 및 비전

1. 사업배경

대학생이라면 한번쯤은 학교수업 및 활동으로 인해 포토샵, 일러스트레이터, 혹은 PPT로라도 디자인 과제를 한 경험이 있을 것이다. 이런 상황에서 디자인 툴에 대한 미숙함으로 과제 수행에 어려움을 겪은 대학생들이 꽤 많을 것이다. 학교 생활을 통해 디자인 툴에 대해 배울 기회는 직접 찾아 배우려 하지 않는 이상 접하기 힘들기 때문에 대학생들의 디자인에 대한 부담감이 지속되고 있다. 이렇게 디자인 과제 수행에 어려움을 겪게 될 때 대학생들은 지인 부탁에 이어 과제 대행 서비스를 이용하고 있는데, 현재 다양한 업체에서 제공되고 있는 과제대행 서비스는 가격대가 너무 높고, 20대 대학생들이 선호할만한 디자인을 제공하고 있지 않아 부적절한 여러 문제점들을 보유하고 있다.

한편, 디자인 툴에 능숙한 적잖은 대학생들은 그들의 재능을 활용하고 더 나아가 재능을 통해 수익을 창출할 수 있는 적절한 수단을 찾기 어려울 것이다. 전문가 수준의 완벽한 실력이 아니기 때문에 기존 재능마켓 서비스에 서도 공급자로서 도전하기 부담스러울 테니 말이다.

따라서 위와 같이 대학생들이 겪고 있는 여러 문제들을 한번에 해결하기 위해 ‘대신 디자인해드립니다’라는 이름의 대학생 디자인 과제 대행사업을 기획하게 되었다.

1 사업 개요

사업 배경 및 비전

2. 비전/미션

3A

Aavailable - 대학생들이 부담없이 이용할 수 있는 가격대

Appropriate - 대학생들의 취향 및 요구에 적절한 디자인 제공

Anyone - 대학생이라면 누구든지 디자이너 등록 가능

1 사업 개요

제품(아이디어) 개요
및 기대효과

1. 제품(아이디어)개요

[타겟]

디자인 툴에 미숙하여 관련 과제 수행을 어려워하는 대학생 + 디자인 툴에 능숙하여 재능을 활용한 수익 창출에 관심이 있는 대학생

[주요기능]

- 대학생 이용자와 대학생 디자이너 각각에 대한 개별적인 관리
- 안심계좌/ 안심전화번호를 통한 안전한 거래
- 직접적인 현금을 통한 거래가 아니라 ‘캐시’를 통해 거래하여 안정과 확실성을 높임.
- 디자이너 개개인에 대한 Q&A 및 리뷰, 평가 가능.

2. 사업목적

디자인 과제를 어려워하고 부담스러워 했을 대학생들의 고민을 해결해 줌과 동시에, 디자인에 대한 재능을 지는 대학생들의 재능 계발과 수익 창출에 도움을 주기 위해 본 사업을 계획함.

대신
디자인해드립니다

2 시장환경 분석

시장 규모와 전망

1. 재능 마켓 시장현황및전망



사람인에서 직장인 986명을 대상으로 ‘투잡’을 할 의향이 있는지 물어본 설문조사 결과 이다. 설문대상자들 중 77%가 ‘투잡’할 의향이 있다고 대답했으며, 선호하는 투잡 유형으로는 취미 및 특기를 활용한 ‘재능형’ 투잡이 33.7%으로 1위를 차지했다고 한다. 표본이 직장인으로 한정되어 있긴 하지만, 대다수가 투잡, 특히 재능형 투잡에 관심을 보이는 것으로 보아, 대학생들도 마찬가지로 긴 시간을 투자하지 않고도 돈을 벌 수 있으며 재능을 더욱 계발시킬수도 있는 재능 거래에 충분히 관심을 보일 것으로 추정된다.

또한 각종 언론자료들을 통해서 알 수 있듯이, 재능마켓은 계속되는 취업난에서 벗어날 수 있는 해결책으로도 뜨고있는 추세이다.

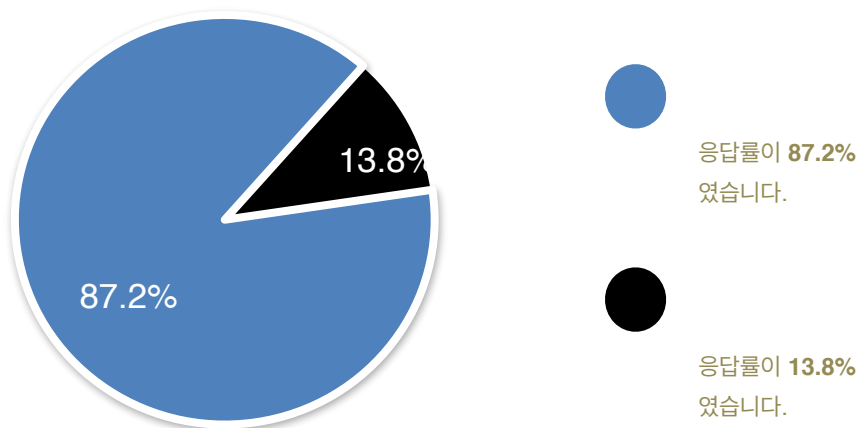
고용절벽의 시대에서 1인 기업, 즉 프리랜서로 활동하고 있는 사람들이 늘어나고 있는데, 프리랜서는 정기적인 수입활동이 어렵다는 큰 단점이 있다. 하지만 재능마켓을 통해 자리를 잡게 되면 지속적으로 수익을 유지할 수 있으며 그 안에서도 ‘파워셀러’로 성장하게 되면 고수익 프리랜서가 되어 사업체로 나아갈 수도 있다.

2 시장환경 분석

시장 규모와 전망

1. 설문지를 통해 알아본 재능마켓 시장현황(대학생 기준)

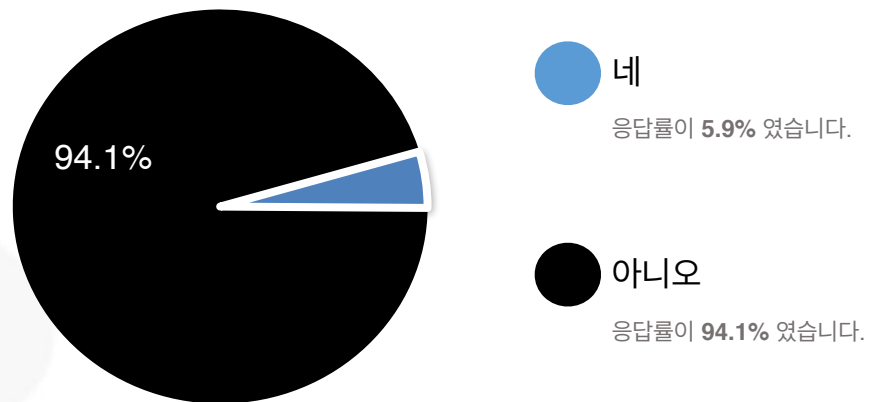
1. 과제나 기타 업무를 할 때, 디자인에서 어려움을 겪었던 경험이 있으십니까?



자사의 경우엔, 서비스 타겟층이 대학생으로 한정되어 있기 때문에 대학생 104명을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

그 결과, 디자인 과제에 어려움을 겪었다고 답한 응답자가 87.2%를 차지하는 것으로 보아, 디자인 과제에 대한 도움을 필요로 하는 사람들이 대다수인 것으로 볼 수 있다.

2. 과제 대행 서비스를 이용해 본 경험이 있으십니까?



그러나 디자인과제 관련 어려움을 해결하기 위해서 과제 대행 서비스를 이용하는 대학생 수는 저조했다.

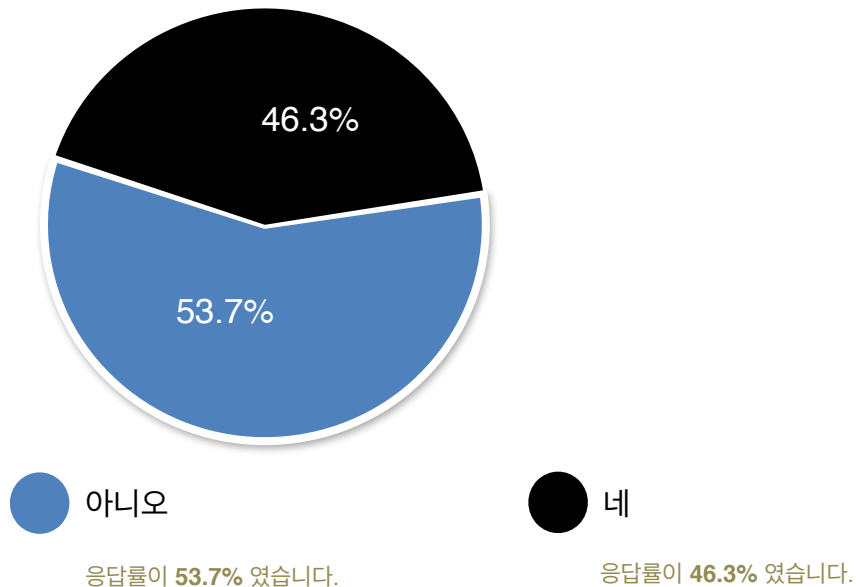
따라서, 디자인 과제 대행서비스에 대한 잠재적 수요는 존재하지만 아직까지는 직접적 소비 및 이용으로 이어지진 않는 상황임을 알 수 있다.

2 시장환경 분석

시장 규모와 전망

1. 설문지를 통해 알아본 재능마켓 시장현황(대학생 기준)

2-2.서비스 이용에 만족하십니까?



2-3.만족하지 못하셨다면 그 이유는 무엇입니까?

너무비쌌

결과물을 받은거 석 맘에 안들었음

가격이 넘 비싸

가격만큼의 가치치를 모르겠어요

이전 질문에서 과제 대행 서비스를 이용했다고 대답한 응답자 중, 해당 서비스에 만족했는지에 대한 질문에 ‘아니오’라고 답한 응답자가 53.7%으로 절반이 넘는 응답률을 보였다.

이에 대해 다음과 같은 질문을 통해 기존 과제 대행 서비스에 대학생들이 불만족하고 있는 이유를 알 수 있었다.

적은 표본이었으나, 설문조사 결과상 대체적으로 비싼 가격이 큰 이유로 언급되었다.
실제로 타 재능마켓 사이트에서는 PPT 한 슬라이드당 6000원을 기본 가격으로 두고 있어, 대학생들이 쉽게 이용하기엔 부담스러울 수밖에 없었다.

2 시장환경 분석

시장 규모와 전망

1. 동종업계 경쟁사 분석

비교항목	크몽	오투잡	자사
주요특징	<ul style="list-style-type: none">-국내 최초 재능마켓, 업계 1위-수수료 차등 적용- 100만원 넘어야 수수료5%-가상화폐(크몽 캐시)-안심 전화번호- 상위노출광고상품(판매자의 서비스정보를 더 많은 의뢰인들에게 노출시키기 위한, 판매자 대상의 광고상품)- 전문가 마일리지제(판매자가 거래 진행 후 판매액의 5%를 마일리지로 적립)	<ul style="list-style-type: none">-무료이용가능한 '맛보기 재능'서비스-재능을 맞춤오더하는 '오더잡' 서비스와의 연계-가상화폐(O캐시)-광고 상품(크몽과 동일)	<ul style="list-style-type: none">-디자인 전문 재능마켓-수수료 5%-가상화폐(캐시) 사용-안심 전화번호 사용-모든 이용자가 대학생으로 제한됨

2 시장환경 분석

시장 규모와 전망

비교항목	크몽	오투잡	자사
장점	가장 많이 이용되고 있는 사이트인 만큼, 서비스 체계가 잘 구축되어 있으며 안정화되어 있음 ‘전문가’라는 말로 판매자를 지칭하며 전문가 인증시스템이 있어, 신뢰가 보장됨.	재능맞춤오더 사이트인 오투잡과의 연계로 확장가능성이 있어 보임. 재능구매 후에는 판매자와 연락처 교환이 가능하여 원활하게 연락이 가능함.	대학생들의 가장 많은 수요가 예상되는 디자인 분야에만 집중된 재능마켓 현저히 낮은 수수료와 재능판매 가격으로 인해 대학생들의 이용 부담을 줄여줌. 전문가가 아니어도 재능을 지닌 대학생이라면 누구나 판매자로 등록이 가능함. 안전거래시스템이 체계화됨.
단점	전문가 위주, 특히 기업 전문가들을 선호하는 경향이 있어 준전문가들의 판매자 등록이 어려움.	안심 전화번호를 사용하지 않고 실제 연락처로 컨택을 하기 때문에 거래 상의 안전이나 개인 정보유출 문제가 우려됨.	이용자가 대학생에만 제한되어 있어 경쟁사에 비해 이용자 범위가 좁음. 전문가보다는 준전문가들이 판매자가 되어 신뢰성이 부족함.

2 시장환경 분석

SWOT 분석

1. SWOT

외부 환경		기 회 (O)	위 험 (T)
내부 환경		<ul style="list-style-type: none"> 기존 재능마켓의 높은 가격대와 수수료 디자인 과제 대행 서비스에 대해 잠재적인 수요를 보이는 대학생들 	<ul style="list-style-type: none"> 이미 충분히 구축이 잘 되어 있는 기존 경쟁사들 (서비스 이용에 도움을 주는 여러 기능들(광고상품/마일리지제/1대1 메시지기능/이벤트 등등)이 많이 구축되어 있음) 크몽의 높은 MS
강점 (S)	<ul style="list-style-type: none"> 5%의 낮은 수수료 저렴한 구매가격 디자인에만 집중된 서비스 	<ul style="list-style-type: none"> 높은 가격대를 유지하고 있는 다른 경쟁사들에 차적으로 낮은 가격대를 지속적으로 유지하는 가격전략 수립 서비스 제공분야 또한 경쟁력을 갖추기 위해 디자인으로 하나의 분야만 집중 및 세분화시켜 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 가격과 수수료를 최저로 산정하였기에 자사가 벌어들일 수익이 빠르게 증가하지는 않을 것. 따라서 자본이 적은 만큼 많은 수의 세부 기능을 추가적으로 수행하기 어려움. 특히 경쟁사들이 가지고 있는, 가격 차감이 가능한 포인트나 마일리지제 기능은 적용이 더욱 어려움. 우선적으로 기본적인 기능만으로 사업을 론칭한 뒤 안정화 시기에 기능을 점차 늘려가는 방식으로 전략 수립.
약점 (W)	<ul style="list-style-type: none"> 이용자층이 대학생들로 한정됨. 서비스 제공분야도 디자인에만 한정됨. 경쟁사들에 비해 서비스 세부 기능이 부족한 	<ul style="list-style-type: none"> 디자인에만 한정되어 있는 점은 향후 IT 프로그래밍에까지 확장시키는 전략으로 해결. (대학생들이 가장 많은 수요를 보인 분야임) 	<ul style="list-style-type: none"> 사업 초기에는 기본적인 필수적인 기능으로 서비스를 구성한 뒤, 사업이 안정화 될 시 추가적으로 기능을 구축하는 전략 수립 사업 포지셔닝이 대학생 시장에 맞춰져 있는 만큼, 대학생들 사이에서의 MS를 우선적으로 확보하는 전략 수립.

SO ST
WO WT

3 제품 및 서비스

주요 내용 및 특징

1. 제품 및 서비스의 주요 내용

본 서비스는 모든 대학생들을 대상으로 하며, 대학생들이 디자인에 대해 겪은 고충들을 중심으로 서비스를 고안하게 되었다. 서비스의 주 타겟층은 디자인에 어려움을 느껴 도움이 필요한 대학생들과 디자인을 잘 하는 대학생들이다. 타겟의 니즈는 다음과 같다.

- 1) 디자인을 요청하는 대학생들 : 과제나 기타 업무를 수행할 때 무료 템플릿과 같이 이미 만들어져 있는 것을 사용하거나 그 외에도 그 안에서 자신이 조금 변형하는 식이 전부로 좀 더 자신이 원하는 디자인을 만들기가 어렵다.
- 2) 디자인을 해주는 대학생들 : 디자인에 관심이 많거나 재능이 뛰어나서 자신의 재능을 이용해 집에서도 소소한 용돈벌이를 하고 자신의 경력도 쌓아 포트폴리오를 작성할 수 있다.

위와 같은 고객들의 Needs를 충족시키기 위해 본 조는 대디(대신 디자인해드립니다) 서비스를 고안해내게 되었다. 본 서비스의 구체적인 특징 및 기술은 다음과 같다.

3 제품 및 서비스

주요 내용 및 특징

000

2. 특징점

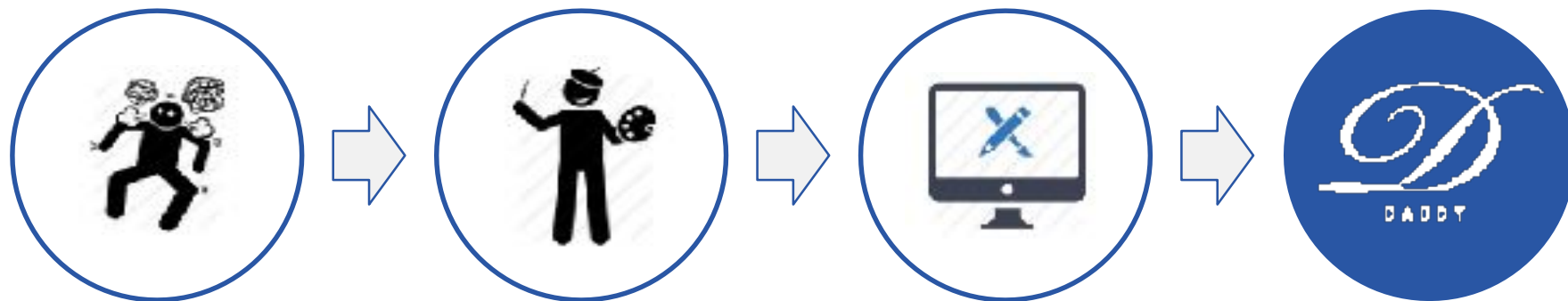
본 서비스의 특징 및 장점은 다음과 같다.

- 1) 대학생 과제에서 자주 쓰이는 ppt, 그리고 각종 디자인이나 포스터 등에 자주 활용되는 포토샵, 일러스트레이터 등의 디자인 범위를 정한다.
- 2) 디자인 해주는 사람들의 자격이나 능력 검증은 여태까지 본인이 만든 ppt나 포스터 등을 올려두고 사람들이 볼 수 있게 한다. 이런 식의 스타일로 디자인을 한다는, 디자인 스타일 또한 보여줄 수 있다.
- 3) 디자인 해주는 사람도 대학생, 디자인 받는 사람도 대학생이기에 또래에 맞는 느낌이나 학교 과제에 맞는 분위기의 디자인을 제작할 수 있다.
- 4) 가격은 저렴하게, 그렇지만 ppt로 예를 들면 장수별로 가격을 차등해서 두는 등 적당한 가격을 정한다.
- 5) 디자이너에 대한 후기나 서로 질문하기 등을 댓글이나 Q&A에서 진행한다.
- 6) 돈 계산 실수와 디자이너의 먹튀를 방지하기 위해 캐쉬제도를 이용한다. 고객이 디자이너에게 결과물을 받으면 본 서비스에게 해당 금액(캐쉬)을 지급하면 5%의 수수료를 감면한 금액(캐쉬)을 디자이너에게 전달한다.

3 제품 및 서비스

시스템 구조

1. 제품 및 서비스의 구조



3 제품 및 서비스

차별성과 경쟁력

2. 제품 및 서비스의 경쟁력

본 서비스의 경쟁력은 다음과 같다.

- 1) 오로지 대학생들을 위한 서비스이기 때문에 공급 진입 장벽이 다른 업체들보다 낮다. 그렇기에 공급자가 현저히 적고 수요자만 많은 다른 업체들보다 공급과 수요의 균형을 조금 더 맞출 수 있다.
- 2) 대학생이 대학생의 디자인 과제를 대신 해주는 것이기에 보다 더 또래의 추세와 느낌, 형식에 맞는 결과물을 완성할 수 있다.
- 3) 경쟁업체들에 비해 가격이 몹시 저렴하다. 아무래도 전문가 대 대학생이 아니라 대학생 대 대학생이라 전문성도 가격도 적절하게 맞출 수 있기 때문이다. 돈이 넉넉치 못한, 알바를 병행하는 대학생들이나 용돈을 받는 대학생들이 과제를 비싼 돈을 주며 맡기기엔 부담이 있을 수 밖에 없다. 따라서 추세에 맞는 디자인을 잘하는 또래에게 과제를 맡김으로써 더 알맞은 과제를 더 저렴한 가격에 얻을 수 있게 한다. 디자인을 해주는 사람도 전문가처럼 깊게가 아닌, 요새 대학생 추세에 맞게 적절히 자기의 스타일 대로 쉽게만 들어주며 돈을 벌 수가 있다.

3 제품 및 서비스

차별성과 경쟁력

1. 제품 및 서비스의 차별성

본 서비스의 가장 큰 차별점은 디자인에만 집중되었다는 점이다.

경쟁업체인 위드몬이나 크몽은 여러 다양한 글쓰기 혹은 아예 다른 여러 분야들을 다루는데 물론 이것들의 장점도 존재하지만 어느 하나에 집중적이지 못하다는 단점도 있다. 디자인 범위가 넓은 것은 과제를 수행하는 데 필요한 것을, 즉 여러 분야를 한 사이트에서 찾을 수 있다는 장점이 있긴 하지만 사실 분야가 다른 과제 여러 개를 한꺼번에 대행업체에 맡기려는 사람이 아니고서야 보다 하나만 집중해서 하는 곳에서 맡기는게 더 효율적일 수도 있을 것이다. 여러 분야를 하는 업체들은 있으나 단순히 디자인만 중점두고 하는 업체는 없다. 오히려 디자인은 전문 업체보다는 블로그나 카페에서 따로 댓글로 의뢰 받고 카톡 아이디어를 주고 받아 해주는 경우 밖에 없다. 따라서 디자인만 전문적으로 하는 게 우리의 최대 강점이다.

4 마케팅 계획

STP전략

000

1. 시장세분화

[대디 타겟층의 인구통계학적 특성]

현재 대학교를 다니고 있는 20대의 대학생들이 다른 연령층에 비해 과제 및 기타 업무량이 현저히 많으며 그와 관련하여 디자인의 고충 역시 가장 많은 연령대이다. 그리하여 본 사업은 20대의 대학생들을 타겟으로 디자인 중심의 서비스를 제공할 것이며 단순히 기능적인 측면에만 집중하기보다 20대의 젊은 감성을 자극할 수 있는 흥미로운 구성으로 접근하여 관심을 이끌어 낼 계획이다.

[대디 타겟층의 심리적 특성]

사람들은 생활수준이 향상되면서 디자인에 대한 관심이 이전에 비해 높아졌다. 뿐만 아니라 디자인이 아주 작은 부분까지 우리 생활에 밀접하게 연관되어 있는 만큼 디자인의 중요성을 인식하는 사람들이 많아졌다. 특히 20대의 젊은 연령층은 디자인에 민감하게 반응하기 때문에 더욱 본 서비스의 필요성이 더욱 대두되고 있다. 그리하여 본 서비스는 본인이 원하는 디자인의 결과물을 얻을 수 있게끔 최대한 이용자가 만족할 때까지 디자이너가 서비스를 제공하는 식의 서비스를 구성하여 만족도를 높여 지속적인 수요를 이끌어 낼 계획이다.

4 마케팅 계획

STP전략

1. 시장세분화

[대디 타겟층의 경제적 특성]

우선 타겟층이 20대의 대학생들이기 때문에 수입이 적거나 아예 없다. 대학생들은 용돈이나 아르바이트를 통해 벌어들이는 수입이 전부이다. 그리하여 본 서비스는 차등가격을 두되, 저렴한 가격으로 서비스를 운영할 것이며, 많은 거래량이 있을수록 적은 수수료를 떼는 기존의 경쟁업체와는 달리 일정하게 5%의 수수료 감면으로 이용부담을 줄여 이용자들이 부담없이 본 서비스를 이용할 수 있도록 유도할 것이다.

4 마케팅 계획

STP전략

000

2. 표적시장

[대디의 Main Target과 Sub Target]

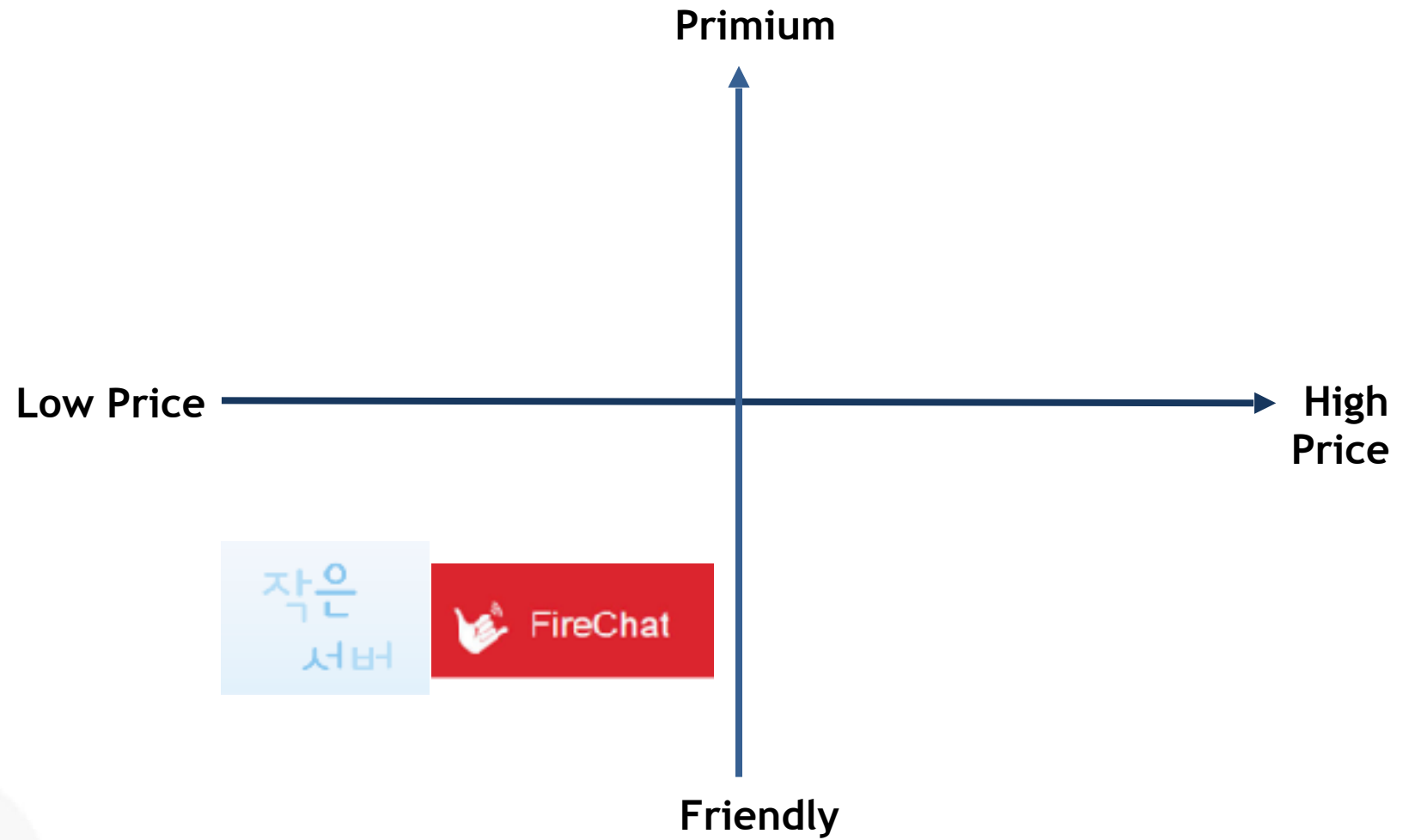
본 서비스는 디자인에 어려움을 겪는 모든 대학생들을 대상으로 한다. 그러나 일반적으로 학교나 기타 과제량이 대학교 1학년 ~ 3학년의 학생들이 비교적 많다는 점을 고려하여, 본 사업은 전체 대학생들 중에서도 20대 초반 대학생들을 Main Target으로 선정하였다. 한편, 본 사업에 Sub Target으로 고려하고 있는 이외 디자인에 어려움을 겪는 대학생들은 대학교 4학년 ~ 취업생 및 대학원생들로 이루어져 있는 소비자층이다. 이들은 공부를 하거나 취업을 준비하는 과정에서 디자인에 어려움을 겪을 수 있으나 대학교 1학년 ~ 3학년의 학생들에 비해 디자인 관련 과제 및 기타 업무량이 적으며, 이에 대한 정보탐색 역시 부족할 수 있는 이용자집단이다. 따라서 본 사업에서는 우선 Main Target을 중심으로 서비스를 제공한다.



4 다케팅 계획

STP전략

3. 포지셔닝



000

4 마케팅 계획

가격 및 유통 전략

1. 가격(Price)전략

자사의 경우에는 타겟 고객이 대학생들로 제한되어 있고 요즘 세대의 대학생들은 가성비를 선호하는 경향이 강하기 때문에, 보다 저렴한 가격에 서비스를 제공하고자 한다. 더불어, 전문가가 아닌, 준전문가인 대학생이 디자이너가 되기 때문에 그에 맞는 낮은 가격으로 구매가격을 설정하기로 한다.

크몽이나 오투잡같은 경쟁사들의 경우엔 높은 가격을 기준으로 설정한 뒤, 잦은 이벤트성 가격인하 전략을 사용한다. 그러나 이벤트는 한시적일 뿐이고 대학생들의 입장에선 기준으로 설정된 높은 가격을 무시할 수 없기 때문에 부담감이 생길 수 밖에 없다. 따라서 자사는 거래 가격 자체를 낮게 측정하여 서비스를 구성하였다.

또한 타 경쟁사들에서 수수료도 마찬가지로 너무 높게 산정되어 있어 판매자 입장에서도 부담이 될 수 있다. 실제로 크몽에서는 수수료 5%까지 인하 가능하다고 언급이 되어 있지만 거래가격이 100만원 이상일 경우에만 5%이며 사실상 대부분 거래가 이뤄지는 수준인, 50만원 이하일 경우엔 수수료가 20%까지 올라간다. 오투잡의 경우에는 수수료가 20%로 일률적으로 적용이 된다.

자사에서는 판매자 또한 대학생들이기 때문에 타 경쟁사들과 마찬가지로 수수료를 20%까지 높게 산정할 수는 없다. 따라서 자사는 일률적으로 5%의 낮은 수수료를 적용한다.

4 다케팅 계획

판촉 계획

2. 판촉(Promotion)전략

[기존 무료로 자료를 제공하는 업체와의 협업을 통한 홍보]

기존 관련 업체에서 무료로 제공하는 공동의 템플릿을 제외한 프리미엄 템플릿의 구매 링크를 본 서비스 사이트로 연결하여 자연스레 인적 네트워크를 구축한다. 본 사업은 이미 많은 경쟁업체가 존재하므로 초기 홍보가 중요하다. 따라서 위의 전략을 통해 좀 더 특별한 프리미엄의 디자인을 원하는 소비자의 니즈가 본 서비스의 의도와 일치함을 이용해 이용자의 만족도를 높여 초기 유입자를 끌어낸다. 기존 관련 업체는 프리미엄 템플릿의 구매 서비스를 본 서비스가 대신 관리함에 따라 효율성을 높일 수 있다.

5 사업 운영 계획

사업 추진 계획

1. 단계별 사업 추진 계획

단계	추진 내용	일정
1단계	1. 사업 추진 인력 구성 2. 세부 사업 계획 및 사업 방향 재고	2018년 1월 중
2단계	1. 사업 목표 확정 2. 사업 시작 전 시험 서비스 - 본격적으로 고객을 모으기 전에 pro버전 테스트	2018년 2월~
3단계	1. 본격적으로 고객 홍보 시작 2. 서비스 환경 주시 및 문제점 발생 대처 예방	2018년 4월~
4단계	1. 두 수요층의 균형 맞추기 - 디자이너 혹은 디자인 요청자 사이의 균형이 안 맞을 때, 균형을 맞추기 위해 필요에 따른 홍보 혹은 대책 마련	2018년 8월~
5단계	1. 디자인 외 IT/프로그래밍 등의 외주 논의 - 디자인만큼 외주가 많이 이루어지고 있는 IT/프로그래밍 부분을 사업이 어느정도 안정된 후, 같이 다룰 지에 대해 논의	2019년 1월~

5 사업 운영 계획

사업 추진 계획

1. 세부 사업 추진일정표

[illegible]

000

5 사업 운영 계획

비즈니스 모델

2. 비즈니스 모델

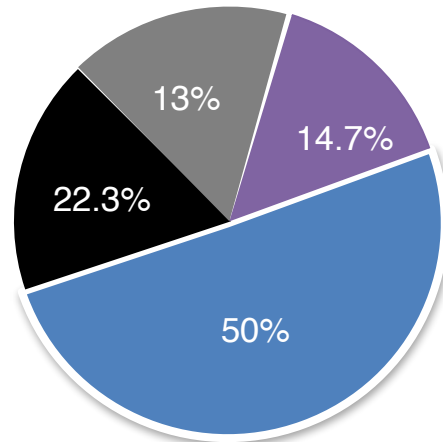
Key Partners • 규모의 경제 • 리스크/불확실성의 감소 • 자원/활동의 획득 • 작은서버 • 파이어챗	Key Activities • B2B • C2C • 플랫폼/네트워크 • 보안유지 • 서비스 유지보수	Value Propositions • Value • Proposition	Customer Relationship • B2B • C2C • D2D	Customer Segments • ?
	Key Resources • 인적자산(고객) • 지적자산		Channel • 어플리케이션 작은서버	
Cost Structure • 마케팅 홍보비 • 데이터 유지보수 비용 • 인건비			Revenue Stream 광고	

000

1. 향후사업 확장계획

현재 자사는 타겟층은 대학생으로, 목표하는 서비스는 디자인으로 제한되어 있다. 그런데 사업 계획에 앞서 진행하였던 설문지에 따르면, 과제 대행 서비스를 이용해 본 대학생들 중 가장 많은 학생들이 IT 프로그래밍을 위해 이용하였고 디자인 분야가 그 다음으로 가장 많이 이용된 분야였다. 따라서 아직까지는 디자인에만 한정되어 서비스를 구성하였지만 향후 사업 자본이 생기고 프로그래밍에 능통한 대학생들의 수요가 충분히 확보될 때 프로그래밍 분야에 까지 사업을 확장할 계획이다.

2-1. 어떤 유형의 과제를 위해 이용하셨습니까?



응답률이 **50%**였습니다.



응답률이 **22.3%**였습니다.



응답률이 **14.7%**였습니다.



응답률이 **13%**였습니다.

2. 사업 위험 요소와 위기 대응

- 1) 우선, 가장 큰 위험 요소는 기존 경쟁업체와의 경쟁이라 할 수 있다. 본 사업이 진행 될 시장은 이미 많은 유사 경쟁업체들이 존재하기 때문에 그만큼 차별화 요소가 확실해야 한다. 본 사업만의 차별화된 서비스를 제공함으로써 경쟁력을 갖추되 기존 업체의 모방 가능성에 유의하면서 사업을 진행해야 한다.
- 2) 다음 위험 요소로는 잠재 진입자를 생각할 수 있다. 본인이 남들보다 뛰어난 특기가 하나만 있어도 정도의 차이가 있지만 공급자의 자격을 만족한다. 이미 많은 사용자의 수요가 존재하므로 공급자의 진입장벽이 낮다는 것은 잠재 진입자의 위험이 클 수 있음을 의미한다. 하지만 이는 한편으로 새로 시장에 진입하는 본 서비스의 입장에서 좋은 요소로 볼 수 있다.



THANK YOU!