**문항1. 비즈니스 분석을 수행하는 2가지 이유에 대해 설명하시오(28점)**

비즈니스 분석이란 비즈니스 모델 구축에 있어 필요한 모든 사전 요소를 고려하여 최적의 BM구축을 위한 자원 분석을 말한다. 비즈니스 분석을 통해 본 사업의 목표와 가치가 일치하는지 확인할 수 있다. 또한 서비스 구축 및 운영에 필요한 비용 검토를 통해 해당 비즈니스 모델의 수익성을 제고할 수 있다.

**문항2. 비즈니스 모델 캔버스의 9가지 관점 대해 제시하고, 키워드에 대한 개념을 설명하시오(72점)**

비즈니스 모델 방법론은 오스터 왈더가 주장한 이론으로, 비즈니스 모델 캔버스 BMC(Business Model Canvas) 라고 한다.

BMC를 구성하는 요소로는 Key Partnerships(핵심 파트너), Key Activities(핵심 활동), Key Resources(핵심자원), Value Propositions(가치 제안), Customer Relationships(고객 관계), Channels(마케팅 채널), Customer Segments(고객 세분화), Cost Structures(비용구조), Revenue Streams(수익 흐름) 총 9개 관점으로 구분할 수 있다.

먼저 Value Propositions(가치 제안) 이란 고객에게 어떤 가치를 제공하는지, 제공하는 가치가 고객이 처한 문제점을 해결해 주는지, 나아가 기능적 측면의 가치뿐 아니라 사회적 가치로 접근할 수 있는지에 대해 분석하는 관점을 말한다. Customer Segments(고객 세분화)란 핵심 타겟으로 하는 고객의 대상과 중요도를 파악하는 관점이며, Channels(마케팅 채널)은 어떤 방식으로 제품과 서비스를 고객에 전달할지, 채널의 효과성과 분류 기준을 분석하는 관점이다.

Customer Relationships(고객 관계)는 고객과의 관계 지속성을 유지할 수 있는 방안, 핵심 제품 및 서비스에 대한 지속 거래뿐 아니라 부가적인 서비스와 BM 창출을 통한 새로운 캐시카우를 탐구하는 관점이다. Revenue Streams(수익 흐름)은 생산된 제품과 서비스를 받은 고객이 기업에 대가를 지불하는 방식과 연관성이 높다. 수익 창출에 있어 원가를 고려한 가격 선정 및 지속적 수익 창출을 위한 프로세스 개발이 요구된다.

Key Resources(핵심자원)은 앞서 말한 가치 제안, 고객 세분화, 채널, 고객 관계, 수익원 실현을 위한 자원 등 비즈니스 모델에 있어 필수적인 요소들에 대해 분석하는 관점을 말한다.

Key Activities(핵심 활동)이란 핵심 자원과 핵심 파트너를 통해 가치 제안을 수행하기 위한 행동으로, 상호 커뮤니케이션을 통한 높은 가치 창출이 최우선으로 고려되어야 한다. 핵심 파트너십이란 핵심 공급자와 그로부터 얻을 수 있는 핵심 자원으로, 단순 생산 관련 요소뿐만 아니라 플랫폼, 소프트웨어 등 공급과 관련된 모든 핵심 관계자와의 관계를 말한다.

비용구조는 가치 창출을 위해 필요한 자원 확보에 드는 비용, 핵심 활동 수행에 있어 필요한 비용, 원가 절감, 고정비 감축 및 변동비 감축 등 비용적 측면에서 BM 수익 모델 최적화를 위해 필요한 모든 요소들을 분석하는 관점을 말한다.