

2023-01 캡스톤디자인(2) 제안서			
제출일	2023-03-10		
프로젝트명	전통시장 정보 제공 서비스		
팀명	시장에가면		
팀원	김소람	김주현	최영찬
역할	프론트엔드	프론트엔드	백엔드
키워드	전통시장, IOS, Spring boot		

목차

1. 프로젝트 주제 및 개요 (Summary)
2. 문제 인식 (Problem)
 - A. 개발 동기
 - B. 발견한 문제 및 원인 분석
 - C. 서비스의 목적
3. 해결 방안 (Solution)
 - A. 서비스 주요 기능
 - B. 타겟팅 및 목표시장 분석
 - C. 유사 서비스 및 차별성
4. 기대효과 (Benefit)
5. 팀 구성 (Team)
6. 전체 스케줄 (Schedule)

1. 프로젝트 주제 및 개요 (Summary)

누구나 한 번쯤은 전통시장을 가본적이 있을 것이다. 전통시장을 자주 이용하는 사람도 있지만 그러지 않는 사람들이 대부분일 것이다.

"전통시장 설 차례상 비용 27만원...대형마트보다 5만8천원 저렴"

입력 2023.01.16 09:10 수정 2023.01.16 09:10

가가

출처) 한국경제, <https://www.hankyung.com/economy/article/202301164682Y>



출처) KBS NEWS 유튜브, <https://www.youtube.com/watch?v=SnlZncVxrwQ>

전남 ▼

여수시, 올해 20억 들여 전통시장 5곳 시설현대화

출처) 노컷뉴스, <https://www.nocutnews.co.kr/news/5899218>

전통시장은 대형마트에 비해 충분히 가격경쟁력이 있지만 각자의 이유로 잘 가지 않기 때문에 지자체에서는 전통시장을 활성화 하기위해 노력을 하고 있다. 우리도 전통시장 활성화에 도움을 줄 수 있을만한것이 뭐가 있을까 생각하던 중, 대형마트의 앱처럼 물건을 검색하고, 가격을 찾아보고, 비교를 해볼 수 있으면 좋지 않을까? 라는 생각을 했다. 이렇게 전통시장의 접근성과 편의성을 높이면 전통시장 이용자 수도 높이고, 연령대도 다양해지며, 지역경제를 활성화 하고, 소비자들에게 선택의 폭을 넓혀줄 수 있을 것 같다.

2. 문제 인식 (Problem)

A. 개발 동기

처음 전통시장 활성화에 대한 방안을 생각했을 때 그에 관한 설문조사들을 찾아봤고 어렵지 않게 많은 설문조사 결과들을 볼 수 있었다.

그림 2. 재래시장 활성화 요인(물리적 요인)

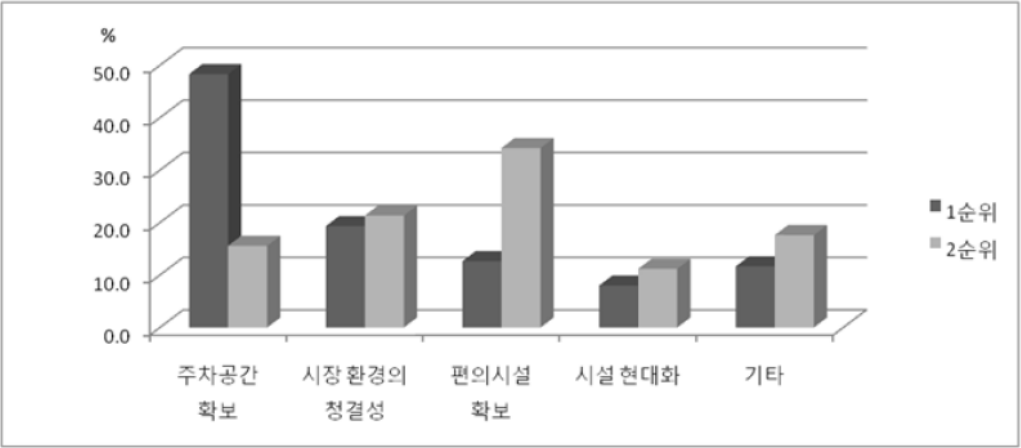
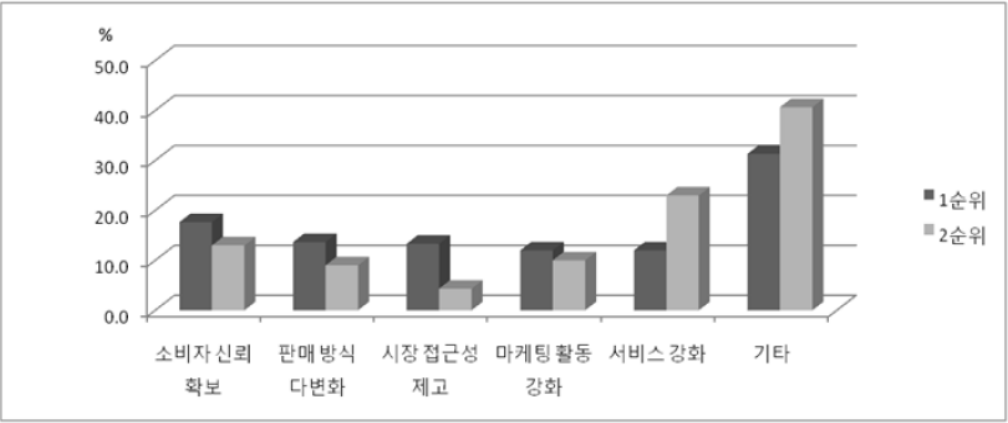
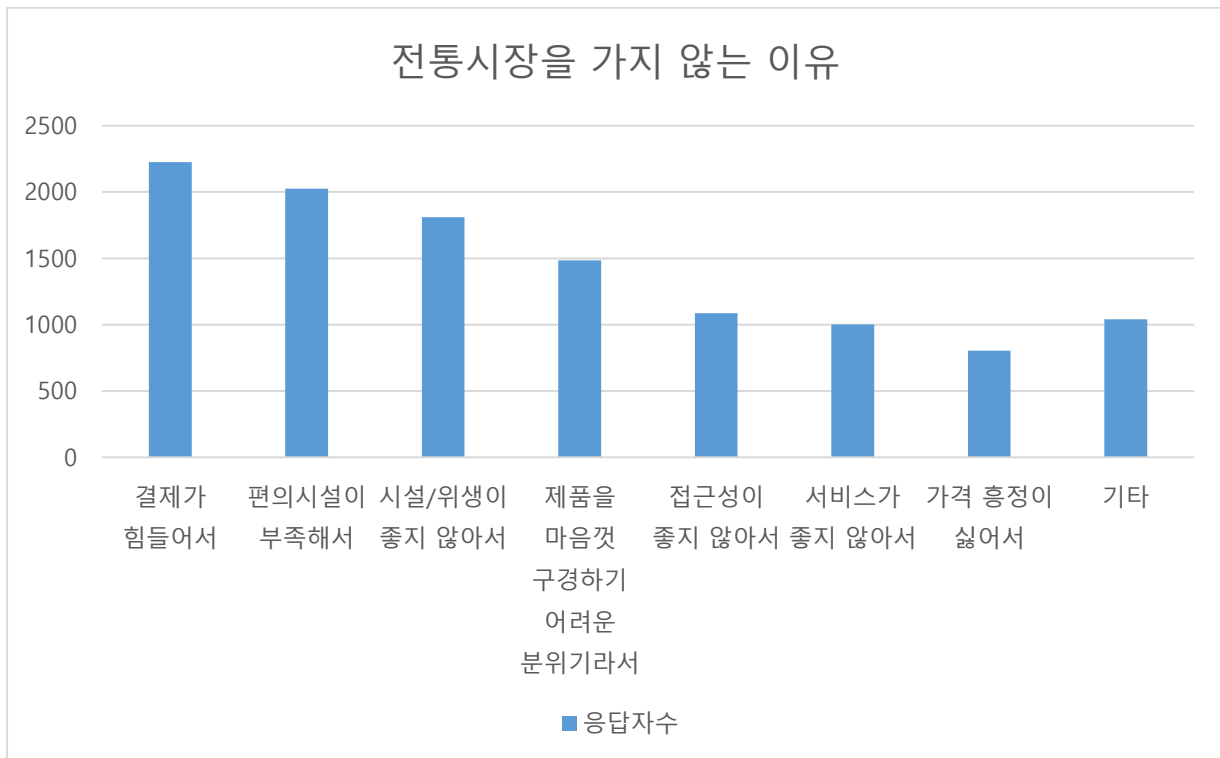


그림 3. 재래시장 활성화 요인(비물리적 요인)



출처) 소비자 인식 분석을 통한 재래시장의 활성화 방안 도출 - 김성훈, 한재환

번호	보기	응답자수(응답률%)
1	접근성이 좋지 않아서	1086 (22.7%)
2	결제가 힘들어서(카드, 현금영수증 등)	2225 (46.6%)
3	가격 흥정이 싫어서	803 (16.8%)
4	편의시설이 부족해서(주차, 카트 등)	2026 (42.4%)
5	영업 시간이 맞지 않아서	618 (12.9%)
6	시설/위생이 좋지 않아서	1811 (37.9%)
7	제품이 다양하지 않아서	384 (8%)
8	제품을 마음껏 구경하기 어려운 분위기라서(표시가격 없음, 물어보면 사야함 등)	1485 (31.1%)
9	서비스가 좋지 않아서(종업원의 태도, 배송, 결제, 환불 등)	1002 (21%)
10	기타	39 (0.8%)



출처) 두잇서베이, <https://doooit.tistory.com/655>

위의 설문조사 결과들을 보며 우리가 해결할 만한 항목들이 뭐가 있는지 추려 봤을 때 '소비자 신뢰확보', '시장 접근성', '마케팅', '서비스' 등이 있다. 그러던 중 대형마트 어플과 같이 상품의 정보와 가격 등을 알려주는 어플을 전통시장에 도입해보면 좋지 않을까? 라는 생각이 들었고 이를 주제로 개발을 하기로 했다.

B. 발견한 문제 및 원인 분석

문제를 겪고 있는 대상 : 전통시장 이용자

문제 1) 많은 전통시장 이용자들이 전통시장에서 판매하고 있는 물품들에 대한 신뢰성이 떨어진다고 생각해 전통시장 이용을 꺼림.

문제 2) 전통시장에 사고자 하는 물건을 찾기 위해서는 많은 가게들을 돌아다녀 봐야 함.

문제 3) 전통시장 이용 시 가격표가 없는 경우가 많고, 만약 가격을 물어보거나 구경을 오래 했을 때 물건을 사게 눈치를 주는 경우가 있어 편하게 구경하기 힘들.

문제 4) 전통시장에서 판매하는 물건들의 원산지 표기가 안되어 있는 경우가 많아 신뢰성이 많이 떨어짐.

원인 : 전통시장 내의 가게들의 정보를 정리해주는 곳이 없기 때문!

C. 서비스의 목적

1) 전통시장에서 판매하는 물품들의 원산지를 표기하고, 해당 가게의 리뷰, 가게의 정보 등을 제공해 신뢰도 상승.

2) 물품 검색 기능을 통해 해당 물건의 판매 정보를 제공.

-> 전통시장 이용 시 대형마트와 비슷한 편리성을 제공하여 전통시장에 대한 접근성을 낮춰 전통시장을 활성화

3. 해결 방안 (Solution)

A. 서비스 주요 기능



주요 기능

1) 상인이 자신의 가게 정보와 물품 정보를 앱에 제공

- 상인들의 연령대를 고려하여 상인용 버전을 글씨가 크고 보기 편하게 따로 만들 예정

2) 전통시장 이용자들은 가게 정보와 물품 정보들을 장을 볼 때 이용

3) 위치 기반 서비스를 통해 주변 전통시장 추천

4) 장바구니 기능을 이용해 시장 별 / 시장 내 가격비교

+) 부가적 기능

- 물품 검색기능을 통해 빠르게 검색 가능
- 해당 가게의 리뷰 작성 기능
- 제철 식재료 추천
- 해당 물품의 가격변동 추이
- 시장 안내도 제공
- 가게페이지로 이동하는 QR코드 제공

- 가격표 사진을 찍어서 DB에 가격 입력
- (고민중) 시장안에서 포켓몬고 같이 위치기반 정보와 사진인식을 통해 시장도감을 만들고 보상제공
- (고민중) 간단한 장부 기능

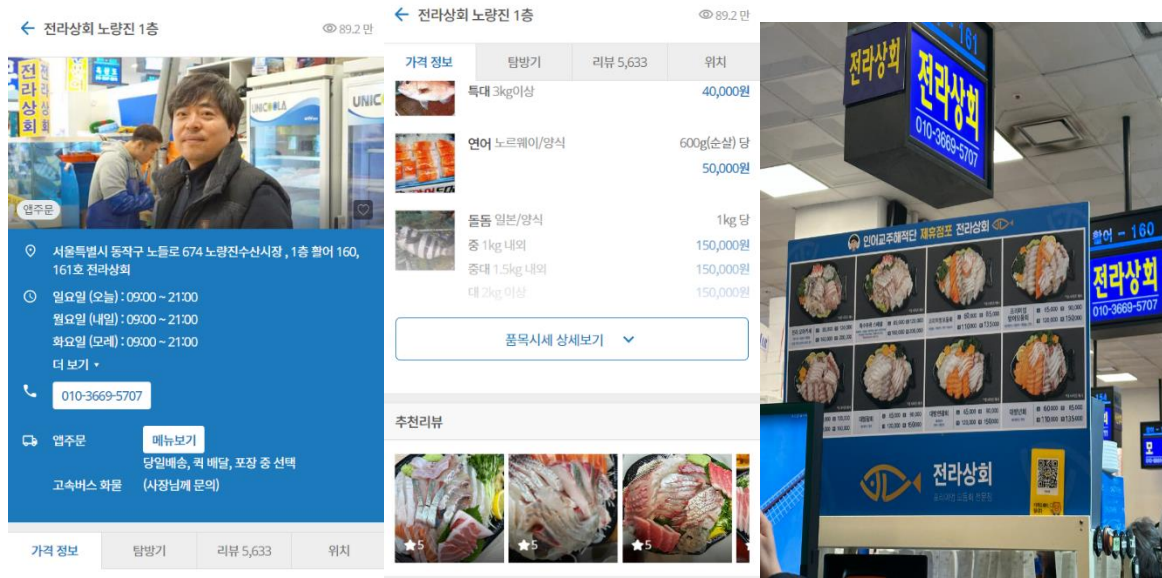
시장 안내도 기능의 예시



이미 있는 시장 지도를 활용하여 시장안의 가게의 위치를 표시

의문점 : 연령대가 높은 시장상인들의 참여도가 높을까?

우리가 기획한 서비스의 수산시장 버전인 '인어교주해적단' 사례



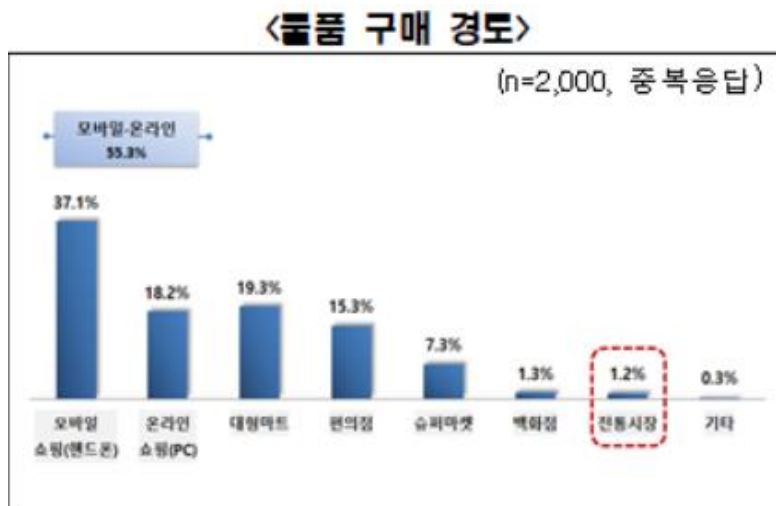
위 사진들은 수산시장 정보제공 어플리케이션 '인어교주해적단'의 사진과 해당가게의 실제 사진이다. 수산시장은 신뢰성이 낮아 초보자들이 가기 꺼려하는 곳이었다. 하지만 이 어플리케이션에는 가게 사장님의 얼굴사진과 원산지표기, 정찰제, 리뷰 등을 통해 신뢰성을 높여 손님을 끌어 모으는 데에 성공했다. 실제 수산시장에 가보면 인어교주해적단 마크가 붙은 가게들이 많고, 해당 가게들이 다른 가게들보다 손님들이 훨씬 많은 것을 볼 수 있다. 수산시장 상인들과 전통시장 상인들의 연령대는 크게 다르지 않을 거라고 생각한다. 따라서 수산시장에서 인어교주해적단의 성공사례가 있으니 전통시장 상인들에게 참여를 부탁할 수 있을 것 같다.

B. 타겟팅 및 목표시장 분석

1) 주요 타겟층 : 전통시장을 잘 찾지 않는 2030 세대

경기도시장상권진흥원의 보고서에 따르면 2019년 기준 전통시장 방문 소비자의 연령대는 50대(35.8%), 60대 이상(28.5%)로 대부분을 차지했다. 반면 30대(11.8%), 20대 이하(5.4%)는 두 연령층을 모두 합쳐도 40대(18.5%) 방문객보다 적은 비중을 나타냈다.

출처) 경기신문, <https://www.kgnews.co.kr/news/article.html?no=665979>



출처) 전국경제인연합회, http://m.fki.or.kr/bbs/bbs_view.asp?cate=news&content_id=34bf0dd2

이 전 설문조사에서 봤듯이 전통시장의 신뢰성과 편리성을 이유로 전통시장을 이용하지 않는 사람들이 많았고, 위의 두 설문조사를 참고해 봤을 때 2030 세대에서 특히 두드러질 것으로 예상했다. 따라서 원산지 표기와 리뷰 등을 통해 신뢰성을 높이고, 물품 검색 기능과 가격정보를 통해 편리성을 개선해준다면 그들도 전통시장 이용자로 변할 수 있을 것이다.

2) 부가적인 타겟층 : 이미 전통시장에서 장을 보는 사람들

이미 전통시장을 이용하는 사람들도 물품 검색, 가격 비교 등과 같은 기존에 본인이 직접 얻으러 다녀야만 했던 정보들을 제공받으면 더 좋아할 것이다.

3) 목표시장 분석

네이버, '동네시장 장보기' 3년간 거래액 74배 성장

| "시장 상인 온라인 판로와 비즈니스 확장 견인"

인터넷 | 입력 :2022/08/25 11:10

출처) zdnet korea, <https://zdnet.co.kr/view/?no=20220825094406>

우리 동네 전통시장

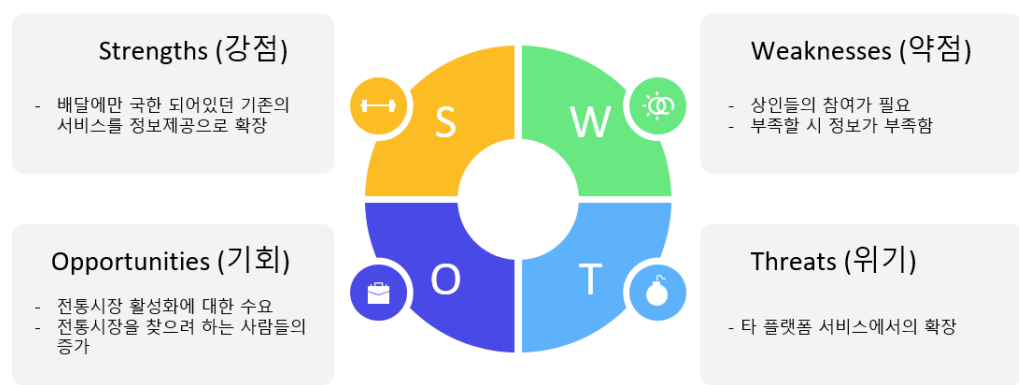
시장 안 가도 가격 흥정?... 전국 첫 앱 개발에 새벽배송까지

출처) 한국일보, <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2023021413360000195?did=NA>

위 신문 기사에서 보듯이 전통시장에 인터넷 주문과 배달을 추가하니 전통시장에 대한 수요가 엄청나게 늘었음을 알 수 있다. 또한 각 지자체에서는 전통시장 관련 앱 개발을 착수하고 있다. 이를 봤을 때 전통시장의 물리적인 개선뿐만 아니라 비물리적인 개선을 통해서도 충분히 전통시장 활성화에 이바지할 수 있음을 알 수 있다.

4) SWOT 분석

SWOT 분석 - 시장에가면



우리의 서비스 "시장에가면"을 SWOT분석 해봤다. 일단 강점으로는 기존에 있던 배달에만 치중된 서비스들과 달리 정보제공에 치중을 두고 있다는 점이다.



출처) 컨슈머포스트, <http://www.consumerpost.co.kr/news/articleView.html?idxno=4154>

전통시장을 찾는 이유에 대한 설문조사를 찾아보면 직접 방문을 해야 얻을 수 있는 이점들이 대부분이기 때문에 배달로는 전통시장의 장점을 살릴 수 없다고 생각했다. 따라서 전통시장 방문 시 도움이 되는 정보제공을 해주는 것은 충분히 강점이 될 수 있다고 생각했다.

전통시장 매출·방문자 수 4년 연속 증가세

입력 2019.05.02 16:36 수정 2019.05.02 16:46

출처) 한경경제, <https://www.hankyung.com/economy/article/201905027409i>

코로나 이전 전통시장 방문자 수는 매년 증가했었다. 따라서 일상생활로 돌아온 현 시점에는 전통시장을 방문하려는 사람들의 수가 다시 늘어날 것으로 예상했고, 전통시장을 활성화하려는 지자체의 노력 또한 우리의 기회라고 생각한다.

약점으로는 시장 상인들이 직접 자신의 가게와 물품들에 대한 정보를 제공 해줘야 하기 때문에 시장 상인들의 참여가 필요하다는 점이다. 시장 상인들의 평균 연령을 고려하면 앱을 사용하는 것 또한 어려울 것이다. 또한 기존에 전통시장 배달 플랫폼 서비스에서 사업을 확장하여 정보제공까지 한다면 우리에게 위기가 될 수 있다. 따라서 이 부분을 고려하여 앱을 개발하고 시장 상인들의 참여를 독려해 이용자들을 많이 모아 약점과 위기를 극복해야 한다.

C. 유사 서비스 및 차별성

1) 네이버 동네시장 장보기 - 전통시장에서 파는 식재료, 반찬, 먹거리를 온라인으로 주문해 2시간 이내 또는 당일 배달하는 서비스.

차별점 : 배달에만 치중되어 있어 과일, 채소와 같은 신선식품보다는 반찬, 음식종류가 많아 가격 정보와 가게의 정보가 제한적



2) 놀러와요시장 - 전통시장의 물품 주문 시 각 시장에 있는 픽업 담당자들이 이용자들을 대신해 장을 봐주는 네이버 동네시장 장보기와 비슷한 서비스. 가까운 거리는 배달도 되고 택배서비스도 존재함.

차별점 : 네이버 동네시장 장보기보다 시장의 수는 많으나 물품의 개수가 현저히 적음.



-> 전체적인 물건의 가격이나 가게의 위치 같은 정보를 제공하기 보다는 배달을 위주로 하기 때문에 정보가 한정되어 있다.

4. 기대효과

전통시장의 신뢰성과 편리성이 증가함에 따라 전통시장의 이미지를 변화시킬 수 있다. 또한 전통시장 이용자가 증가하고 이용자의 연령대도 다양해질 수 있음으로써 전통시장 활성화 및 지역경제 활성화에 기여할 수 있고, 소비자들에게도 선택의 폭을 넓혀줄 수 있다. 추후에 지역화폐 서비스나, 배달, 택배서비스와 연계할 수도 있다.

5. 팀 구성 (Team)

김소람 – 프론트엔드. (Swift)

김주현 – 프론트엔드. (Swift)

최영찬 – 백엔드. (Spring Boot)

6. 전체 스케줄 (Schedule)

내용	주차														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Swift 및 Spring 공부															
개발 진행															
기본 UI 제작 및 서버구축															
디버깅 및 발표준비															

- 매주 팀 회의 진행, 진행 상황 보고 및 피드백 예정
- 개별 스케줄은 개발 진행하기 전 작성 예정
- 구글 스프레드 시트에 매일 각자 한 일 올려서 스케줄 관리

김소람					연도	월
					2023	3
일	월	화	수	목	금	토
26	27	28	1	2	3	4
					캡스톤 회의	UX 구상
5	6	7	8	9	10	11
UI/UX 구상		UI KIT 공부	MVVM 패턴 공부			
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1

김주현					연도	월
					2023	3
일	월	화	수	목	금	토
26	27	28	1	2	3	4
					캡스톤 회의	UX 구상
5	6	7	8	9	10	11
UI 디자인	swiftUI 공부		SwiftUI 공부			
	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1

최영찬					연도	월
					2023	3
일	월	화	수	목	금	토
26	27	28	1	2	3	4
			스프링부트 공부		캡스톤 회의	
5	6	7	8	9	10	11
제안서 작성		스프링부트 공부				
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1