

GSF 몰 UX Consulting 제안 요청서(RFP)

1. 프로젝트 개요

- 1) 프로젝트 명 : GS프레시몰 모바일 APP UI/UX 컨설팅
- 2) 프로젝트 일정 : 2022년 4월 초 착수, 3~4개월 이내
 - 제안서 상의 계획에 따라 협의 후 결정 함.
- 3) 예상 비용 : 제안서 평가 및 견적서에 따름(산출물 품질 우선)
 - 제안서 상의 컨설팅 계획과 인력구성, 비용 견적서를 토대로 가격 적정성을 검토 함.

2. 추진 배경

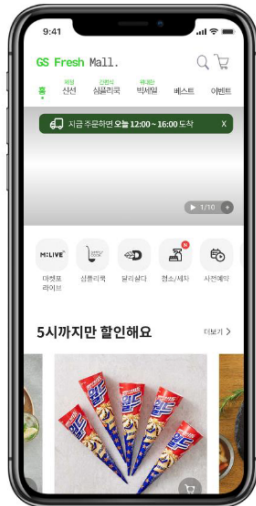
1) 요약

- ① 당사는 현재 장보기 몰인 GS프레시몰, 마켓포, 달리살다 3가지 APP을 운영하고 있습니다. 현재 계획으로는 마켓포, 달리살다 서비스를 GS프레시몰로 통합하여 궁극적으로 GS프레시몰을 홈 앱으로 소통 하려고 합니다.
- ② GS프레시몰은 새벽/당일배송을 기반으로 하고 있으며, 신선/가공식품, PB브랜드 심플리쿡, 프리미엄 브랜드 달리살다를 주축으로 운영하고 있습니다. 비즈니스 특성 상 권역 별로 배송/상품/콘텐츠를 다르게 운영하고 있으며 전체 케이스가 고려된 쉽고 편리한 고객 경험을 설계하여 제공하고자 합니다.
- ③ GS프레시몰에는 제휴 개념의 API 연동 파트너스몰이 있습니다. (와인25, GS SHOP, 더반찬, 암테이블)
- ④ 지난 2018년, GS프레시몰의 통합 UX컨설팅과 Mall 구축을 순차적 진행한 바 있으나 현재는 당시 정의된 UI/UX전략이 부재하고, 각 서비스 별 운영 방향이 모호하여 타사 대비 명확한 포지셔닝이 어려운 상황입니다. 좀더 직관적인 고객 소통을 위하여 현재 우리 APP의 사용성 점검과 더불어 UI/UX 개선 전략이 필요한 시점입니다.

2) 상세 현황

[GS 프레시몰 APP]

- ① 홈 메인의 경우, 상단 롤링 배너를 제외하고 하단으로는 매출 및 유입이 거의 일어나지 않고 있어 메인 화면 및 GNB 구성 점검이 시급함.
- ② 주요 매출 발생 비율 : 검색 30%, 홈 메인(GNB) 20%, 위대한박세일(GNB) 20%, Best(GNB) 6%, 자주 구매 5%, 기타
- ③ GS프레시몰을 처음 사용하는 대다수 사용자는 몰 진입 후 어떤 행동을 해야할지 모르겠다는 의견을 보임.
 - 경쟁사 대비, 문제점과(사용성, 몰 구성, UI디자인 등) 불편한 요인 분석 필요.
 - GS프레시몰이 현재 잘하고 있는 강점은 무엇인지 분석 필요.
- ④ 서비스 개선 시, 기존 화면과 신규 영역의 구조 정리가 어려움. UI/UX 가이드 필요.
- ⑤ 영업 Needs에 따라 flexible하게 움직일 수 있는 환경 필요.
 - GNB탭의 구성 모듈이 필요에 따라 순서를 켜하게 변경할 수 있도록 템플릿 정의.
 - 운영 배너를 최대한 활용할 수 있도록 UI 디자인 공통 이미지 사이즈 정의(OSMU)
 - 배너 가이드 시, 텍스트와 이미지를 분리하여 운영(시스템화) → 운영 리소스 개선.
 - 모바일 웹/앱 모두 운영하며, App은 Hybrid에서 Native App으로 변환 검토 중.
- ⑥ 현재 3월 내 오픈 예정으로 홈 메인 일부 영역 개선 중.
 - 헤더 UI변경(GNB 헤더 아래로 이동)
 - 배송예상시간 안내 영역 위치 이동
 - 메인 롤링 배너 사이즈 변경



[GS 프레시몰 브랜드 전략]

- ⑦ GS프레시몰 브랜드 전략 자료를 바탕으로 전 영역 UX 방향성 정의 필요.
 - 브랜드 슬로건 : 당신을 아끼는 장보기
 - 구매 활동에서 사용자 인지, 탐색, 선택 비용을 줄일 수 있는 쉽고 편한 UX설계
 - APP 내 모든 영역에 브랜드 전략을 녹이며 일관된 경험과 사용성을 제공.
 - GS프레시몰 주 고객군은 40대 유자녀 워킹맘.
- ⑧ 통합앱으로서 GS프레시몰의 방향 및 서비스 특화 전략 필요.
 - 앱 운영 현황 : GS프레시몰, 마켓포, 달리살다
 - 서비스 통합 시, 단순 서비스 Merge가 아닌, 각 브랜드의 강점을 최대 활용하여 GS프레시몰의 특화된 상품력으로 활용.
 - 주력 상품 : 일반상품(신선/가공 외), PB상품(심플리쿡), 프리미엄상품(달리살다)
 - A. 신선/가공식품 : 당사 매출의 70%를 차지
 - B. 심플리쿡 : GS리테일의 PB(밀키트)상품으로서 Unique함을 강조
 - C. 달리살다 : GS리테일의 프리미엄 오가닉 상품 브랜드로서, 별도 멤버십/구독서비스를 제공
 - 코로나로 인해 국내 HMR(간편식품) 시장은 5조로 성장, 밀키트 시장은 21년 3천억, 향후 5년 내 4배 성장이 예상 됨. 당사 심플리쿡은 10% 선으로 공격적인 성장이 필요함.

- 파트너스몰 : 와인25, GS SHOP, 더 반찬, 암테이블,
A. 파트너스몰은 지속적인 비즈니스 확장성을 가지고 있음.

[Business 관련]

⑨ 영업 Needs

- GS프레시몰은 현재 배너/기획전의 혜택을 주로 소구하고 있어 몰 탐색의 재미가 없음.
- 카테고리 및 테마 형 상품 전시 모듈을 적극 활용하여 상품력으로 어필하고자 함.
- 상품명, 상품상세페이지 등 콘텐츠 퀄리티가 고객 노출 측면에서 경쟁사 대비 열위임.

⑩ 경쟁사 별 주력 상품

- 신선식품 : 오아시스, SSG
- 간편식품 : 마켓컬리, SSG
- 공산품 : SSG
- GS프레시몰 : 신선식품을 필두로, PB상품인 심플리쿡과 달리살다의 프리미엄 상품으로 차별화 하고자 함.

⑪ 경쟁사 대부분 상장을 대비하여 외형 확장을 위해 오픈마켓 도입, 권역 확대, 라스트 마일관리 및 공격적인 마케팅 확대 중

⑫ 물류 센터 정비에 따른 당일/새벽 배송 활성화

- 2021년 하반기 Prime02센터(강서대형센터)를 런칭하며, 일별 Capacity를 늘려 당일/새벽 배송 가능 수량을 확대함. 또한 새벽배송 상품구색을 크게 강화하여 배송 시간 선택과 상품선택의 폭을 넓힘.

⑬ 신규고객 유입 활동

- The POP 고객 타게팅, DA 다양화(첫구매딜+새벽/택배 무료배송 혜택) 및 기존 고객 정기 타게팅, Payco 등 제휴 채널 통한 외부고객 유입 강화 등 지속적인 모객 활동으로 현재 계속해서 증가 추세임. (※The POP : GS리테일의 O2O서비스 앱)

⑭ 상품 경쟁력 및 친환경 정책 강화

- 신선/간편 식품이 온라인 장보기 매출의 약 70%를 차지하여, 신선 식품의 구색/가격/선도관리를 강화하고 있음.
- 친환경/인증상품 보강, 과일 및 시즌상품 등 다양성 확보하고 있음.
- 상품상세에서 브랜드명/스펙 중심 표기 외 구체적인 특성표기로(새벽 수확, 풀블러드, 마블링 등급표 등) 정보전달 강화가 필요함.
- RMR 브랜드와의 협업으로 상품 차별화 전략 모색 중.
 - A. 프렌차이즈: 강강술래, 하남돼지집, 애슐리 등 단독 상품발굴 추진
 - B. 쿠팡 협업으로 상품력 강화 및 차별화

3. 프로젝트 목표

- 1) 장바구니 편의성 제고 : 쉽고 편리한 사용성은 기본, 타사보다 좋은 경험 설계
- 2) GS프레시몰 브랜드 전략 실현 : 우리가 제공하는 모든 경험에서 Brand Identity 전달.
- 3) GS프레시몰 서비스 특화(심플리쿵, 달리살다)
- 4) GS프레시몰 다운 차별화 이미지 구축 → 디자인 전략

4. 업무 제안 범위 및 결과물

- 1) 모바일 앱 리뉴얼을 위한 UX 컨설팅
 - ① GS프레시몰 브랜드 전략 자료를 통한 포지셔닝 제안(분석 자료 제공)
 - ② 데이터 활용 : Core target 정의, Cohort 요일별/시간대별 관심과 행동분석, App내 이동경로 시나리오 도출
 - ③ 자사 서비스를 포괄하는 통합 UX 설계(GS프레시몰/심플리쿵/달리살다/파트너스몰 등)
 - ④ 권역 별로 나뉘는 배송/상품/콘텐츠에 대한 UX 정의
 - 배송권역 유형별 탐색 경험 이슈 점검/해소방안 도출

| - | 온라인센터 | 점포물 | 전국택배물 |
|-----------|----------------------|------------------------------------|---|
| 개요 | 온라인 센터를 기반으로 운영 | 점포를 기반으로 운영 | 이외의 모든 지역 |
| 센터명 | prime 01 prime 02 | 84개 점포 (예: 의정부 민락점, 용인점, 장유점 등) | prime 03 |
| 관리/의사결정주체 | M4 사업부문 매장마케팅 | 수퍼사업부 매장마케팅 | M4 사업부문 매장마케팅 |
| 배송 유형 | 당일배송/새벽배송 | 당일배송 | 택배배송 |
| 배송 권역 | 수도권 50~60% | 점포 인근 지역 | 전국 ; 당일배송 권역이 아닌 전체 지역 대상 (도서산간제외)) |

⑤ 장보기 물에 최적화 된 개인화 추천 서비스 전략 (상품 전시 모듈)

2) 기능 별 Key Flow 및 Bad buyer experience 분석

① Header/ Action bar 정책

- 사용성을 기반한 기능 구성 제안
- 전 페이지 Flow에 따른 적정성 검토

② 홈 메인(GNB)

- 운영 목적과 정보 레벨에 따른 홈 메인(GNB) 구조 분석
- GNB 탭 UI 템플릿 공통 활용 제안 또는 차별화 포인트 제시
- UI/UX 구조 설계 및 디자인 고도화

③ 검색

- 검색 진입 → 검색어 입력 → 검색결과 노출, 단계 별 Key Flow 점검
- View타입, Sorting/Quick 메뉴, 전시 리스트 등 사용성에 따른 UI/UX 검토

④ 장바구니

- 8개 상품 구매 기준, 물 체류시간 20분. (Cart Size 평균 5~6만원)
- 불필요한 체류 시간 및 UX 점검 → 긍정적인 정보 탐색 시간으로 전환
- 분리 운영되는 장보기 탭의 이해(장보기/ Partners) → UI/UX 정리

⑤ 주문서/결제

- 주문 → 결제 단계 Key Flow 점검

- 쉽고, 명확한 UI 정의

⑥ 상품상세

- One View 기준 필수 정보 노출 정의
- 상품상세 콘텐츠 품질 점검
- 상품 추천 모듈 적정성 검토 (페이지 이탈 vs 구매 확장)

3) UI/UX 전략 및 디자인 컨셉 제안

① UI/UX 리서치, 트렌드 분석

② UI/UX 전략 수립 및 디자인 컨셉 도출

- UI, UX 원칙 정의
- 그래픽 모티브 도출

③ 주요 화면 디자인 시안

④ Prototyping

- 기능 별 주요 화면 mock-up
- 사용자 경험 극대화를 위한 Interaction 적용(Native App)

⑤ 디자인 요소 정의, Design System (제공 툴 : figma)

4) Executive Summary Presentation

5. 전담 조직 역량

- 1) UI/UX에 대한 높은 이해도 및 분석 능력 보유
- 2) 논리적 근거를 기반한 UX 전략 및 디자인 방향성 도출
- 3) 수준 높은 디자인 시안 산출 및 프로토타이핑 능력
- 4) 온라인 커머스 시장 및 자사 비즈니스 모델의 높은 이해도

6. 제안서 기술 내용

1) 제안 사 소개

- ① 회사연혁, 자본금, 조직 및 인원현황, 주요사업내역 및 서비스분야, 주요고객 및

협력회사.

- ② 최근 3개년간의 재무구조 및 매출액 등

2) 수행 이력

- ① 유사 경험 및 레퍼런스 사례

- 프로젝트 수행이력 (프로젝트명, 기간, 부문별 투입인원 명시)
- 디자인 시안 또는 기 제작 레퍼런스(필수)

- ② 수행업무 관련 전문 인력 보유 현황

- ③ 타 경쟁업체 대비 강점

3) 수행 계획

- ① UI/UX 디자인 전반에 대한 컨설팅 수행 전략

- ② 컨설팅 진행 일정 계획

- ③ 업무별 전문 인력 구성안

- ④ 일정 및 진척도, 품질관리 방안

- ⑤ 비주얼 표현 능력 및 차별화 포인트 방안 제시

- ⑥ 업무진행 현황 관리 및 실시간 상황 공유 System 또는 Tool 제시

- ⑦ 최종 산출물 및 Prototype 제시 방안

4) 인력관리 및 배치 방안

- ① 업무 범위 수행을 위한 투입 인력 및 조직 구성

- ② 정 직원/외부계약직원 구분 및 정 직원 비율 표기

- 안정적인 컨설팅을 위해 정 직원 비율은 50% 이상으로 제안해야 합니다.

- ③ 비 상주 인력의 본사 차원의 지원 계획 및 상세 방안

- 휴가 또는 결원 발생 시 충원 계획(대처방안 명시)

- 비 상주를 원칙으로 하되 운영되는 인력에 대해서는 차질이 없음을 담보해야 합니다.

7. 제안서 작성요령

- 1) 제안서 내용은 명확한 용어로 표기하여야 하며 “~ 할 수 있다”, “~이 가능하다”, “~을 고

려하고 있다” 등과 같은 모호한 표현은 제안하지 않은 것으로 간주합니다.

- 2) 제안서 내용에 허위 기재사실이 발견될 시에는 업체 선정에서 제외, 낙찰취소 또는 계약 해지 사유가 됩니다.
- 3) 제출된 제안서의 내용은 지에스리테일의 승인 없이 변경할 수 없으며 계약 체결 시계약 조건의일부로 간주합니다.

8. 프로젝트 일반사항

1) 사업 수행 계획서 제출

- ① 선정된 업체는 사업 착수일 3일 이내에 계약서, 제안서 등을 근거로 본 사업을 수행 하기 위한 사업수행계획서를 작성하여 제출.
- ② 주요 내용
 - 컨설팅 상세 계획 및 일정 수립
 - 프로젝트 인력 투입 계획
 - 프로젝트 투입 인력 경력증명서(KOSA 등 공인 증명서)
 - 기타 선행되어야 할 사항 등
- ③ 진도 보고서 제출
 - 계약일로부터 사업완료 일까지 컨설팅 실행 계획서에 제시된 절차에 따른 현재 의 구체적인 공정 및 진행사항 등에 대한 주간 진도 보고서를 제출.
 - 추진 계획 대비 실적 / 계획 및 계획 변경 사항 등 주요 내용 작성.

2) 성과물 소유 및 지적재산권 보호

- ① 본 프로젝트 수행 시 발생한 일체의 성과물에 대한 권리는 주식회사 지에스리테일(이하 지에스리테일)에서 소유합니다.
- ② GS프레시몰 컨설팅 제작물이 저작권을 침해하여 지에스리테일에 소송이 제기되었을 경우 업체에서 소송에 소요되는 모든 경비를 부담하여 변호하여야 하고 지에스리 테일에 부과된 손해 및 비용에 대하여 변상합니다.

3) 보안

- ① 업체는 관계 법규에 의해 보안관리에 최선을 다하여야 하며 과실이나 부주의로 인

하여 발생한 손해에 대하여 책임을 져야 합니다.

- ② 업체는 사업수행과정에서 취득한 업무 정보에 대해서는 지에스리테일의 사전 승인 없이 외부에 공개하지 못합니다.

4) Design System

- ① 산출물의 모든 디자인 요소는 웹 접근성 준수해야 합니다.(http://www.webwatch.or.kr/Situation/WA_Situation.html?MenuCD=110)
- ② 디자인 가이드 작성 시, 모바일 사용성을 기반한 컴포넌트 최소/최대 활용 규격을 제공합니다.

9. 제출 방법 및 진행 일정

- 1) RFP 발송 : 2022년 3월 4일(금)
- 2) 입찰 설명회 : 2022년 3월 7일(월) ~ 8일(화), 2틀 간
 - 제안 사 별 단독 화상 미팅으로 30분간 진행하며, 시간 및 참여 링크는 별도 공유
- 3) 제안서 제출 기한 : 2022년 3월 21일(월) 오후 5시까지
- 4) 프레젠테이션 일정 : 2022년 3월 22일(화)
 - 제안서 별 단독 화상 미팅으로 진행하며, 시간 및 참여 링크는 추후 공유
 - 프레젠테이션 20분 / 질의 응답 20분 예정
- 5) 우선 협상 대상자 선정 및 계약 : 2022년 3월 23(수) ~ 25(금)
 - 계약서 날인 완료 전 컨설팅 착수 요청 드릴 수 있습니다
- 6) 컨설팅 착수 : 2022년 3월 28일(월) ~
 - 상기 일정은 당사의 목표 일정이며, 제안서에 따라 협의 후 결정 합니다.
- 7) 제안서 분량 : 제한 없음
- 8) 제출 자료 및 방법
 - ① 제안서(PT) : e-Mail 제출
 - ② 프로젝트 비용 견적서 : e-Mail 제출
 - ③ 재무제표 : e-Mail 제출, 첨부된 서식에 따른 제안 업체의 재무제표

| | | | |
|-----|---|-------|---------|
| 회사명 | GS 리테일 | 브랜드 명 | GS 프레시몰 |
| 담당자 | 이영은 매니저 (010-3387-4492 / dew314@gsretail.com) | | |
| | 김춘미 매니저 (010-2074-1823 / chunmi.kim@gsretail.com) | | |

10. 유의사항 및 기타 안내 사항

1) 제안요청서 취급요령

- ✓ 배포된 제안요청서는 제안서 작성목적 외 사용 및 타사제공을 금하며, 지에스리테일의 승인 없이 외부에 공개 또는 제공을 금지합니다.
- ✓ 신원이 확실한 자에게 본 사업을 전담시켜야 하며, 보안누설로 인한 법규위반 시 법에 의한 처벌을 감수하여야 합니다.
- ✓ 본 제안요청과 관련하여 제출된 계획서 및 관련 자료는 반환하지 않습니다.
- ✓ 자사에 제출하는 제반서류는 상거래 또는 법적으로 공급에 하자가 없어야 합니다.
- ✓ 제안가격은 제부분의 가격이 포함되어야 하며, 향후 이와 관련하여 당사의 추가적인 비용부담 요소가 예상될 경우 계약 이전 단계에 미리 고지를 하여야 합니다. .
- ✓ 제안서와 관련하여 제시한 모든 정보는 계획서를 작성하는 이외의 목적으로 이용 불가합니다.
- ✓ 요구하는 내용에 해당사항이 없으면 '해당 사항없음'을 명시하여야 합니다.
- ✓ 제안서 내용은 반드시 제안요청서에 제시된 순서에 따라 기술될 필요는 없으나, 주요 내용들은 모두 포함하고 있어야 합니다.
- ✓ 제안요청서에 누락되었을 지라도 전략적 UX 컨설팅에 필수적인 사항은 추가로 제안하여 별도의 비용이 발생되어서는 아니되며, 이를 소홀히 하여 별도 비용 발생시 모든 비용은 제안업체에서 부담하여야 합니다.
- ✓ 필요한 각종 물품(비품, 하드웨어, 소프트웨어, 개발 툴 등), 소모품 등은 제안업체에서 자체적으로 확보해야 합니다.
- ✓ 제안서상의 투입인력은 당사의 승인없이 용역 수행중 임의로 교체 불가하며,

업무능력 미달 등의 사유로 당사의 교체 요청 시 늦어도 1개월 이내에 교체해야 합니다.

- ✓ 당사는 UX 컨설팅 진행과정에서 생산된 모든 산출물과 결과물(프로그램 소스, 패키지 사용권)에 대하여 특허권, 저작권, 복사권 등의 모든 권한을 가지며, 권리가 양도 되지 못하는 사항에 대해서는 계획서상에 별도(비용 포함)로 표시하여야 합니다.
- ✓ 제안내용의 전부 또는 일부에 대하여 담합한 사실이 발견되거나 객관적으로 담합하였다고 판단되는 경우는 제안을 무효로 합니다.
- ✓ 타업체와의 컨소시엄 및 기타의 사유로 제안을 포기하는 업체는 반드시 당사에 공문으로 회신하여야 합니다. 컨소시엄을 구성한 경우 모든 권리 및 책임을 지는 대표 제안사를 지정해야 하며, 제안 내용을 검토하여 당사이 임의로 교체를 요구하거나 특정분야에 대하여 타 업체(제안 경쟁업체에 속한 업체)와의 컨소시엄을 재구성할 수 있습니다. 컨소시엄을 구성한 경우 제안발표 시 반드시 양 업체간 담당 역할(상세 업무 표기), 참여인력 비율, 수익배분 비율 등에 대하여 사전 합의된 문서를 당사에 제출해야 하며, 만약 컨설팅 업체로 선정되어 당사와 계약을 체결하고 진행하더라도, 컨소시엄을 구성한 업체들간 문제로 인하여 컨설팅 진행에 피해를 발생시키거나 지장을 초래한 경우 즉시 계약을 해지할 수 있으니 유의하시기 바랍니다.
- ✓ 제안과 관련된 모든 비용은 제안사 부담이며 제안관련 모든 서류는 반환하지 않습니다.
- ✓ 제안서의 제출 기한까지 제안서를 제출하지 않을 경우 제안을 포기하는 것으로 간주합니다.
- ✓ 제안업체는 본 UX디자인 컨설팅의 수행업체 선정과정 및 결과에 대한 이의를 제기하지 못합니다.

- ✓ 당사의 계획변경 또는 내부사정 등으로 인하여 본 제안 요청과 관련된 사업의 일부 또는 전부가 변경되거나 취소되는 경우 제안업체는 이에 대한 이의를 제기하지 못합니다.
- ✓ 제출된 제안서의 내용은 계약서에 명시되지 않더라도 계약서와 동일한 효력을 가집니다.
- ✓ 당사 필요시 추가 자료를 요청할 수 있으며 추가 자료 또한 제안서와 동일한 효력을 가집니다.
- ✓ 계약에 관련된 사항에 대해서는 당사 계약 담당자에 의해 당사가 정한 방법과 규정에 따라 이루어집니다.
- ✓ 당사는 당사와 제안사간의 계약이 체결되어 실행되기 전까지 발생한 계획서의 어떠한 채무에 대하여도 책임지지 않습니다.
- ✓ 제출된 제안서의 내용은 당사의 요청 및 동의 없이 변경, 수정, 삭제 등이 불가합니다.
- ✓ 제안서의 모든 기재사항은 객관적으로 입증할 수 있는 관계서류를 첨부 할 수 있으며, 제안내용이 허위로 작성한 사실이 발견될 시에는 선정대상에서 제외되거나 계약위반으로 조치합니다.

2) 행정 및 기타 사항

- ✓ 사업수행자가 제출한 사업수행계획서 및 제안서에 대하여 지에스리테일은 보완을 요구할 수 있으며, 사업수행자는 즉시 보완하여 제출합니다.
- ✓ 컨설팅 수행 시 전체 투입인력 중 50%이상을 주 계약업체 인력으로 유지하여야 합니다.
- ✓ 수정이 필요하거나 사업내용 중 해석이 상이한 부분은 협의 하에 조정하여야 하며, 의견이 일치하지 않는 경우 지에스리테일의 해석을 따릅니다.

3) 제안서 평가 및 선정방안

- ✓ 당사의 요구사항과 자격요건을 충족하는 업체를 대상으로 제안가격 및 계획서 내용을 종합적으로 평가합니다.
- ✓ 당사의 계획서에 대한 평가 및 검토, 선정 기준은 공개하지 않습니다.
- ✓ 평가기준에 맞춰 가장 높은 점수를 얻은 업체를 우선협상대상자로 선정하여 협상을 실시하며, 업무수행 범위, 가격 등 사유로 인하여 협상이 결렬될 경우 차순위 업체와 협상을 진행하게 됩니다.
- ✓ 선정결과는 유선 또는 서면으로 통보하며 미 선정 업체에 대한 통보는 생략합니다.

4) 기타사항

- ✓ 필요시 추가적인 제안 및 자료, 설명회를 요청할 수 있습니다.
- ✓ 허위사항 기재시 계약 후에도 취소될 수 있습니다.
- ✓ 이 요청서의 내용은 당사의 소유입니다. 본 요청과 관련하여 제시된 당사 정보 등은 문서에 의한 사전 허락 없이 외부에 유출 또는 제공 할 수 없으며, 제안서를 작성하는 이외의 목적으로 이용 할 수 없습니다.
- ✓ 제안설명회에 참가한다는 것은 이 요청서에 기재된 제안 관련 유의사항 및 기타 안내사항에 대하여 모두 동의한다는 것을 의미합니다.

[첨부] 서식. 제안사의 재무제표

재무구조 및 최근 3 년간 매출액

| 구분 | | 2019 | 2020 | 2021 | 합계 | 평균 |
|-------------------------|----|------|------|------|----|----|
| 총자본 | | | | | | |
| 자기자본 | | | | | | |
| 유동부채 | | | | | | |
| 고정부채 | | | | | | |
| 유동자산 | | | | | | |
| 당기순이익 | | | | | | |
| 매출원가 | | | | | | |
| 부문별 매출액 | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | 합계 | | | | | |
| 자기자본이익율 (당기순이익/자기자본) | | | | | | |
| 부채율 (유동부채+고정부채)/자기자본 | | | | | | |

주) 결산공고 되었거나 자체 보고된 대차대조표, 손익계산서 등 회계자료 첨부