<수제 도시락 및 반찬 통합 예약 및 구매 사이트>

버전<1.0>



개정 히스토리

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **날짜** | **버전** | **설명** | **작성자** |
| <2018-08-08> | <1.0> |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

목차

[1. 소개 4](#_Toc467492720)

[1.1 목적 4](#_Toc467492721)

[1.2 범위 4](#_Toc467492722)

[1.3 참조 4](#_Toc467492723)

[2. 위치 지정 5](#_Toc467492724)

[2.1 비즈니스 기회 5](#_Toc467492725)

[2.2 문제점 설명 5](#_Toc467492726)

[3. 이해 당사자(stakeholder) 및 고객 설명 5](#_Toc467492727)

[3.1 시장 통계 5](#_Toc467492728)

[3.2 해 당사자 프로파일 5](#_Toc467492729)

[3.2.1 홍길동 6](#_Toc467492730)

[3.2.2 황희 6](#_Toc467492731)

[3.3 고객 프로파일 6](#_Toc467492732)

[3.3.1 수강생 6](#_Toc467492733)

[3.4 고객 환경 6](#_Toc467492734)

[4. KPI 6](#_Toc467492735)

비즈니스 비전

# 소개

여러 업체의 수제도시락 및 음식들을 한 곳에서 모아보고 예약 및 구매 할 수 있는 온라인 웹 홈페이지

## 목적

1차(개인 관점): 수제도시락 및 반찬 통합 예약 및 구매 사이트를 구성하여 실무에 필요한 기술을 점검 및 보완하여 활용한다.

2차(고객 관점[구매대상]):

1. 음식 분류 별 카테고리를 편의에 따라 구성
2. 구매 및 예약 목적에 맞는 검색기능 추가
3. 날씨와 고객 별 구매 내역 고려한 메뉴 추천기능 추가
4. 예약 문의 상담 채팅기능 추가
5. 예약 완료, 상품 발송 상황 카카오 메세지 또는 문자 발송기능 추가
6. 예약 또는 구매 상품 별 리뷰 기능 추가
7. 리뷰와 신고를 통한 위험 업체 신고 및 안전거래 기능 추가

3차(고객 관점[판매대상]):

1. 예약확인, 구매자 확인을 위한 일정확인 및 판매를 위한 기능 추가

## 범위

이해관계자와 고객환경에 맞게 크게 이해 관계자 와 초기분석으로 나뉜다.

이해관계자에 사용자와 초기 분석의 구매와 검색까지 구현함

홈페이지의 디자인을 구성한 다음 코딩으로 실제 페이지 생성함.

## 참조

배달의 민족 어플리케이션

배달통 <http://www.bdtong.co.kr>

요기요 https://www.yogiyo.co.kr

# 비즈니스 기회

## 시장 분석

1. **혼밥 싫은 어른들···왕후의 냉동실에 걸인의 냉장실 [출처 : 중앙일보]**

혼자된 어르신이 당신 먹자고 냉동 갈비를 해동하고 많은 시간을 들여 사골국을 끓이기는 쉽지 않다. 너무 번거롭고 시간이 오래 걸려 엄두가 나질 않는 것이다. 설혹 이렇게 식사 준비를 해도 누구와 같이 먹을 사람도 없고, 남편과 자식 생각에 오히려 마음만 더 적적해질 수 있다. 자녀들이 외식하라고 적지 않은 돈을 손에 쥐여 주어도 쓰는 데 익숙지 않다.

친정엄마의 영양실조 이야기를 들은 이후부터 후배는 생각을 바꿨다. 냉동실보다 냉장고를 어떻게 채워드릴까에 더 고민하기 시작했다. 요리해야 하는 식단에서 다양한 간편식으로 눈을 돌렸다. 같은 단백질이라 하더라도 해동이 필요하고 조리하기 어려운 갈비보다는 계란 장조림이나 명태조림, 딱딱하지 않은 콩자반 등 간편하게 먹을 수 있는 것으로 냉장고를 채웠다.

오래도록 끓여야 하는 사골보다는 이미 제품화돼 데우기만 하면 훌륭한 끼니가 되는 ‘설렁탕’, ‘삼계탕’, ‘북엇국’ 등 즉석식품을 구매해 드렸다. 냉동실 안의 만두와 떡도 1인분씩 소포장해 손쉽게 전자레인지에 돌리기만 하면 바로 먹을 수 있도록 했다.

끼니마다 먹을 만큼 소포장 된 요거트와 소화가 잘되는 두유도 구매했다. 특히 각종 곡물이 혼합된 두유를 선택해 단백질과 영양소의 발란스에 중점을 두었다. 하루 필요한 양만큼 포장된 견과류 세트도 함께 준비했다. 여기에 더해 일주일에 두세 번은 인터넷 주문으로 한식 도시락 배달을 하기도 하고, 사과와 같은 과일은 산지 배송으로 보내고 있다.

https://news.joins.com/article/22855375

1. **[달라진 食문화②]"혼자서도 제대로"…가정간편식·도시락 '전성시대'[출처 : 뉴스1]**

한국농수산식품유통공사에 따르면 국내 HMR[[1]](#footnote-1)시장 규모는 2011년 1조1368억원에서 2016년 2조2682억원으로 99.5% 증가했다. 지난해 시장 규모는 약 3조원에 달할 것으로 추정된다.

국내 식품시장 규모가 정체된 것을 감안하면 눈에 띄는 성적표다. 1인 가구와 맞벌이 가구 증가가 간편식 시장의 성장을 이끌고 있다.

실제 '2017 가공식품 세분시장 현황' 자료에 의하면 20대와 미혼자들의 장바구니 중 간편식 비중은 40~50%나 된다. 특히 1인 가구는 장을 볼 때 간편식이 비중이 이를 웃돌았다.

식당에서 사 먹을 때보다 가격은 싸고, 요리할 때보다 간편하다는 점이 소비로 이어졌다. 맛도 웬만한 음식점 부럽지 않다는 평이다.

http://news1.kr/articles/?3359911

1. **주52시간에… '편의점 점심族' 늘어난다 [출처 : 한국경제]**

편의점 CU가 이달 2일부터 11일까지 사무실 밀집 지역인 서울 중구·종로구·강남구 44개 점포의 매출을 분석한 결과 점심시간 간편식 매출은 전월 동기 대비 최대 30% 이상 증가했다. 오전 11시부터 오후 1시 사이 도시락 매출은 28.9% 증가했고, 라면 매출은 32.5% 늘었다. 점심 끼니 해결에 좋은 샌드위치(22.5%)와 빵(21.7%) 매출도 20% 이상 늘었고, 커피음료 매출도 20.8% 증가했다.

커피 전문점에서도 변화가 시작됐다. 스타벅스의 샌드위치 등 푸드 매출은 이달 들어 전월 대비 20% 이상 증가했다. 낮 12시에서 오후 2시 사이 커피 테이크아웃 비율도 평균 15% 이상 높아졌다. 스타벅스 관계자는 “서울의 사무실 밀집지역에 있는 스타벅스 강남삼성타운점이나 강남R점 등에서는 식사대용 푸드 판매 비율이 전달 동기 대비 20% 이상 늘었다”고 설명했다.

퇴근 후 저녁시간대의 편의점 간편식 매출도 늘었다. CU의 서울 시내 오피스 밀집 지역 점포 44곳에서 오후 5~7시 도시락 매출은 이달 들어 전월 동기 대비 14.5% 늘었다. CU 관계자는 “퇴근 후 운동, 학원 등 개인 취미활동을 가기 전에 간단히 끼니를 때우는 사람들이 늘어난 영향으로 보인다”고 말했다.

http://news.hankyung.com/article/2018071667801

1. **김영란법 효과?…호텔 도시락 판매 '대박'**

호텔 도시락이 인기를 끌고 있다. 청탁금지법(김영란법) 시행 후 가격 거품을 빼면서 주변 직장인뿐 아니라 기업이나 학회 행사 등에서 수요가 증가했기 때문이다. 간편하게 한끼를 즐기려는 소비자가 많아진 것도 도시락 판매 증가의 이유로 꼽힌다. 세종호텔은 이탈리안 레스토랑 베르디의 도시락(사진) 판매량이 지난달 2800개로, 1년 전보다 30배가량 늘었다고 19일 밝혔다. 이달 들어서도 매일 100개 넘게 팔리며 지난 18일까지 2300여개가 판매됐다.

http://news.hankyung.com/article/2016121977411

1. **본도시락, 단체 주문 블루오션 개척[출처 : 매일경제]**

도시락 단체주문은 매년 90%씩 성장하면서 본도시락을 운영하는 본아이에프에 효자 노릇을 톡톡히 하고 있다. 2015년 8억원 수준이던 단체주문 매출은 지난해 약 35억원 규모까지 성장했다.

<http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2018&no=283208>

## 비즈니스 비전

1인 가구 증가와 노인 인구 증가 및 청탁금지법 시행 등 다양한 사회적 영향으로 인해 도시락 시장이 급 성장하고 있고 많은 자영업자들이 도시락 시장으로 뛰어들고 있으나 소비자 입장에서 많고 다양한 도시락 상점들 메뉴를 한곳에서 비교 분석하고 예약,구매 할 수 있는 사이트의 부재

# AS-IS 문제점 분석

## 사용자 관점

### 사이트 이용자 (첫방문 이용자[구매 대상])

|  |  |
| --- | --- |
| 문제점 | 1. 특정 메뉴에 대한 구매를 원하는 고객을 위한 상세 카테고리 부재 2. 구매 및 예약 목적이 뚜렷하나 이에 대한 검색 기능 부재   Ex) 단체 워크숍, 단체 행사, 연예인도시락 등..   1. 특정 메뉴나 구매, 예약 목적이 뚜렷하지 않은 방문자의 사이트 이탈 문제와 첫 방문자를 위한 사이트 이용 가이드의 부재 2. 예약확인 또는 배송 확인의 편의성 확보가 필요 3. 구매 및 예약을 위한 각 상품별 정보의 부재 4. 위험 업체 [ex)음식 불량, 서비스 불량] 방지 |
| 적용 | 단순 사이트 방문 또는 구매 및 예약 기능을 사용하는 이용자 |
| 문제점으로 인한 영향 | 1. 상세 카테고리 부재로 인해 많은 상품들의 노출로 인한 사이트 이용 불편 발생 2. 검색에 대한 어려움 발생으로 인한 사용자의 사이트 이탈 3. 목적이 뚜렷하지 못한 사용자의 사이트 이탈   또는 사이트 이용가이드 부재로 인한 고객 불편사항 발생   1. 예약확인 및 배송확인의 불편사항 발생 2. 구매 및 예약을 위한 정보의 부재로 인한 방문자의 사이트 사용률 저조 및 사이트 이탈 발생 3. 위험업체와의 거래를 통해 방문자의 부정적 경험 발생으로 인해 사이트 이탈 현상 발생 |
| 성공적인솔루션 | 1. 음식 분류 별 카테고리를 편의에 따라 구성 2. 구매 및 예약 목적에 맞는 검색기능 추가 3. 날씨별 구매 내역 고려한 메뉴 추천기능 추가 및 사이트 이용가이드 추가 4. 예약 완료, 상품 발송 상황 카카오 메세지 또는 문자 발송기능 추가 5. 예약 또는 구매 상품 별 리뷰 기능 추가 6. 리뷰와 신고를 통한 위험 업체 신고 및 안전거래 기능 추가 |

### 사이트 이용자 (첫방문 이용자[판매 대상])

.

|  |  |
| --- | --- |
| 문제점 | 1. 첫 방문자를 위한 사이트 이용 가이드의 부재 2. 예약 또는 구매자 조회 등 판매를 위한 편의성 필요 |
| 적용 | 사이트를 통해 판매 기능을 사용하는 이용자. |
| 문제점으로 인한 영향 | 1. 판매를 위한 정보 등록 또는 제품 등록방법과 같은 사이트 이용 방법의 부재로 인한   사이트 이용의 불편함 발생   1. 예약확인 또는 구매자 확인 등 판매를 위한 편의성 부족으로 인한 사이트 이탈자 발생 |
| 성공적인솔루션 | 1. 판매자 이용가이드 추가 2. 예약확인, 구매자 확인을 위한 일정확인 및 판매를 위한 기능 추가 |

## 기타 구현 관점

|  |  |
| --- | --- |
| 문제점 | 1. 전체 교육 과정중 과제 진행 가능한 기간은 2개월 2. 벤치마킹 할 사이트의 부족 3. 상담채팅기능 구현 4. 카카오 및 문자 발송기능 구현 5. 일정관리 기능 구현 |
| 적용 | 개발자 |
| 문제점으로 인한 영향 | 1. 전체 웹페이지 구현 불가 2. 상담채팅기능 구현 3. 카카오 및 문자 발송기능 구현 4. 일정관리 기능 구현 |
| 성공적인 솔루션 | 1. 상세 카테고리 및 사이트 구성 2. 홈페이지 레이아웃 ( 메인 및 상세페이지 ) 디자인 완성 3. 코딩으로 웹페이지 구현하기 4. 사이트 필요 기능 구현하기 |

# 

# 이해당사자(stakeholder) 및 고객 설명

## 고객 프로파일

### **[3에서 식별한 사용자를 명시한다]**

|  |  |
| --- | --- |
| **대표** | **[사용자를 명시한다.]** |
| **설명** | **[사용자에 대한 설명, 서비스 이용 시나리오 등을 기술한다]** |
| **성공기준** | **[해당 사용자를 만족 시킬 수 있는 조건을 기술한다.]** |

## 기타 이해당사자 프로파일

### **[3.2에서 식별한 대상자를 명시한다. 예] 개발자, 채용 담당자]**

|  |  |
| --- | --- |
| **대표** | **[대상자를 명시한다.]** |
| **설명** | **[대상자에 대한 설명을 한다.]** |
| **성공 기준** | **[해당 사용자를 만족 시킬 수 있는 조건을 기술한다.]** |

## 고객환경

**[대상 시스템이 운용되는 환경을 기술한다.]**

# KPI

## 사용자 관점

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 항목 | 정의 | 내용 |
| 방문당 구매율 | 구매건수/방문자 방문건수 | 웹사이트 방문하여 구매로 연결되는 비율 |
| 접속횟수 | 하루에 접속한 횟수 | 회원당 하루에 접속한 횟수를 측정한다. |
| 회원가입수 | 1년에 1만명 확보 | 회원을 얼마나 확보했는지 측정한다. |
| 머문시간 | 1회 머문 시간 | 어디에 관심 있는지 측정한다. |
| 특정페이지 접속횟수 | 특정페이지의 접속 횟수 | 어디에 관심 있는지 측정한다. |

## 기타 이해 관계자 관점

☞ 기술적용 달성률: 달성한 기술 요소/계획한 기술요소

☞ 기술 요소

* 툴 프로그램: Photoshop, Brackets, File-Zilla, STS, PyCharm, Git Client/Server, Eclipse(UML Designer), Mybatis, VIM, 발사믹목업, VSCode
* 컴퓨터 언어: JSP, Java, Javascript, Python, HTML5, CSS3, SQL, markdown
* 관련 기술: AJAX, JQuery, Spring, 형상관리, Chatbot, tomcat
* 데이터베이스: MySQL
* 배포관련 기술 및 도구: aws, ubuntu, maven, nginx
* 빅데이터: 빅데이터 수집, 분석(Pandas), 저장, 시각화, 머신러닝, 텍스트마이닝
* 아키텍처 설계: 비전 문서, 페르소나, Usecase Diagram, Usecase 명세서, Activity Diagram, Class Diagram, 목업

1. HMR : 짧은 시간에 간편하게 조리하여 먹을 수 있는 가정식 대체식품이다.(가정 간편식) [↑](#footnote-ref-1)