**브레인 스토밍**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **팀명** | 우리두리 | | |
| **팀원 및 역할** | ▪팀장 : 안희재  ▪팀원 : 신재우, 엄윤혜 | | |
| **프로젝트 방향성** | ▪ 소비자들이 합리적인 상품 선택을 할 수 있도록 도와주는 것 | | |
| **주제** | | **제안자** | **제안 이유** |
| 1)손글씨를 판별하는 이미지 프로세스 | | **신재우** | 추가적인 머신러닝 기법을 사용하여, 이미지를 분석하는 연습을 해보고자 한다 |
| 2)치안시설 배치 모델 | |  | LH에서 제공하는 데이터를 바탕으로, 특정 도시의 치안 취약 지점을 분석하고, 해당 지점에 가로등 같은 시설을 배치하여 도시 안전성을 확보할 수 있는 모델을 만들고자 한다 |
| 3)저출산 | |  | 한국의 사회적인 문제인 저출산 현상을 분석하여, 해결방향을 생각해보고자 한다 |
| 4)쇼핑 상품 리뷰 분석 | |  | 각 상품의 모든 리뷰를 분석하여, 소비자의 합리적인 선택을 돕고자 한다 |
|  | |  |  |
| 1)벚꽃 명소와 유동인구 | | **엄윤혜** | 벚꽃 명소의 핫플레이스들의 방문 기록등을 확인하고, 사람이 얼마나 몰릴지를 빠르게 확인하여 쾌적한 관광을 할 수 있고자 한다. 더 나아가, 전국 핫플 명소의 변화를 예측해보고자 한다  (키워드: 쏘카 벚꽃, 핫플 젠트리피케이션) |
| 2)영화 산업의 변화 예측 | |  | 넷플릭스와 코로나라는 요인을 독립변수로 두어, 영화산업에 어떠한 영향을 주었는지를 분석, 예측해보고자 한다 |
| 3)성형외과 분석 | |  | 렌즈삽입술을 하기 위해, 여러 병원등을 찾아보았지만 신뢰성 있는 데이터를 확보하기 어려웠다. 이러한 문제에 착안하여, 올바른 데이터들을 분석하고 기록하고자 한다 |
| 4)여행패키지 분석 | |  | 가격, 뷰, 화장실, 관광코스 등을 정확하게 확인할 수 있는 데이터를 만들고, 관광객에게 추천 시스템을 제공하고자 한다 |
| 5)삼성vs애플 상품 분석 | |  | 경쟁사인 두 기업의 상품에 대한 키워드 분석을 시도하여, 새 제품을 구매하려는 소비자에게 종합적인 정보를 알맞게 제공하고자 한다 |
|  | |  |  |
| 1)게임 장르의 인기 변화 | | **안희재** | 게임 산업에서 주류 장르가 바뀌고 있고, 이에 대한 원인을 분석 한다 |
| 2)알고리즘 사이트 분석 | |  | 백준, 프로그래머스, 리트 코드 사이트에서 여러 문제의 해답들을 분석하여 어떤 알고리즘과 단어’키워드’가 주로 사용되었는지 분석한다 |
| 3)인기 노래 장르 분석 | |  | 년도별로, 각광받는 인기 노래를 분석한다 |
|  | |  |  |
|  | |  |  |

**아이디어 기획서**

|  |  |
| --- | --- |
| **팀명** | 우리두리 |
| **팀원 및 역할** | - 팀장 : 안희재  - 팀원 : 신재우, 엄윤혜 ▪팀장 |
| **아이디어 주제** | - 대표적인 무선이어폰 상품인 ‘애플 에어팟’과 ‘삼성 버즈’의 리뷰들을 종합 분석하고, 대립 상품군들의 분석 내용을 비교한다. |
| **제안 배경 및**  **필요성** | - 현대를 살아가는 우리는 한정된 자원에서 합리적인 소비자가 되길 원한다.  - 현명한 소비자가 되기 위해선 상품 하나가 아닌 대조군을 나란히 놓아 가격과 성능을 비교하며 본인이 진정으로 원하는 상품을 찾아 구매하는 것이 진정한 현명한 소비라고 할 수 있다.  - 우리는 현명한 소비자가 되기 위해 상품 리뷰에 대한 텍스트 분석을 통하여 각 상품의 장, 단점을 알아보고 진정으로 소비자가 필요한 성능을 가진 상품을 구매할 수 있도록 돕고자 한다. |
| **제안 내용** | **1)개발 목표**  - (1)대상: 무선 이어폰 상품 선택을 고민중인 모든 소비자  - (2)리뷰를 크롤링하고, 분석하는 모델을 정립하여, 다른 상품군으로 까지 쉽게 응용할 수 있도록 하는 것이 목표이다.  **2)개발 내용**  - 쿠팡에 등록된 각 상품의 모든 리뷰들(32000개 vs 26000개)을 키워드 분석하여 해당 상품의 주요 장점, 단점등을 특정해낸다  - 특정해낸 키워드들을 서로 비교 & 분석하여 의미를 도출한다 |
| **수행 방법** | - 비교군 A, B에 대한 리뷰 크롤링실시 ( 현 프로젝트에서는 애플 에어팟 vs 삼성 버즈)  - 각각의 데이터에 대한 텍스트 빈도 분석 실시  - 비교군 A, B 텍스트 빈도 비교 및 시각화 |
| **기대효과 및 활용방안** | - 소비자들은 보통, 맨 앞장에 있는 긍정 리뷰만을 보게 된다. 그러나, 이러한 리뷰는 광고를 받아 작성하는 경우 등, 신뢰성이 100퍼 보장된다고는 할 수 없다. 그렇다고, 바쁜 소비자들이 모든 리뷰를 보기에는 시간적 여유가 없다.  - 따라서, “모든” 리뷰 데이터를 분석한 자료를 소비자들에게 제공하여, 빠르고 합리적인 선택을 도울 수 있다.  - 결론적으로, 소비자들 개인이 간단한 url 입력만으로 n만개의 리뷰에 대한 키워드 분석이 가능해져 구매를 고려중인 상품에 대한 정보를 손쉽게 얻을 수 있다. |