1. **System Evolution**
   1. **Objective**

System Evolution에서는 본 시스템이 기반으로 하는 기본적인 가정들을 정의하고 hardware evolution, user needs의 변화로 인한 발생 가능한 변경사항들을 기술한다. 또한 시스템을 이러한 변경사항에 맞춰 발전시킬 방향성에 대해 논한다. 이는 추후 시스템의 변경에 제약이 될 design decision을 피하기 위한 과정이다.

* 1. **Limitation**

Eat it! 서비스는 지마켓과 같은 오픈 마켓 형태가 아니라 마켓컬리와 같이 모든 상품에 대해 마켓에서 등록과 배송을 담당하는 집중형 마켓 형태로 고안되었다. 이는 사용자가 원하는 상품들을 골라 구매하였을 때 모든 상품이 한 번에 배송되어 사용자 경험을 향상시키기 위함이다. 그러나 후자의 방식을 사용하기 때문에 사용자에게 제공할 수 있는 상품들의 수가 제한된다는 한계점이 발생할 수 있다.

또한, 대부분의 사용자들은 식품을 쇼핑할 때 사람들의 평가에 의존하는 경향을 보인다. 그런데 본 서비스는 개인 맞춤형 추천 솔루션으로 타인의 취향보다 개개인의 취향에 맞춘 쇼핑을 제공하기 때문에 타인의 의견이 배제된 느낌을 받을 수 있다. 따라서 타인과의 커뮤니케이션 측면을 보완할 필요성이 있다.

* 1. **Evolution**
     1. **Platform Extension**

본 서비스의 가장 중요한 requirement중 하나는 접근성이다. 실생활에 밀접하게 자주 사용되는 서비스이기 때문에 사용자에게 가장 가까운 다양한 환경에서 접근할 수 있어야 한다. 이에 따라 보편적으로 가장 많이 사용되는 모바일 Android 플랫폼에서 개발하는데, 추후 iOS 플랫폼을 지원함으로써 서비스의 접근성과 대상 고객을 확장할 수 있다. 또한 온라인 식품 쇼핑을 할 때 web 형태를 선호하는 고객들 또한 많으므로 web, Android, iOS 플랫폼으로 확장한다면 접근성을 크게 높일 수 있을 것이다.

* + 1. **Communication System**

앞서 말한 커뮤니케이션의 부족을 보완하기 위해 상품의 후기 기능을 강화할 필요가 있다. 후기의 신뢰도를 높이기 위해 해당 상품의 구입 내역이 있는 고객들만 후기를 작성할 수 있도록 하고, 후기의 수를 늘리기 위해 보상을 제공한다. 기존의 단순한 상품 후기가 아니라 영화를 본 후 후기를 올리는 것처럼 SNS에 포스팅하는 것과 유사한 형태로 리뷰를 등록하도록 하고, 친구를 등록한 후 서로의 활동을 볼 수 있는 기능을 추가한다면 커뮤니케이션 요소를 대폭 강화할 수 있을 것이다.

또한 식품 쇼핑에서 문제가 발생하거나 궁금증이 생긴 경우 빠른 피드백이 매우 중요하다. 이를 해결하기 위해 챗봇 형태로 고객의 문의에 일차적으로 빠르게 응대할 수 있도록 하고 상담원과의 실시간 채팅 기능을 지원하여 빠른 대응으로 사용자 경험을 향상시킬 수 있다.

* + 1. **Grocery Management**

Eat it!에서는 기본적으로 메뉴를 선택할 경우 해당 메뉴에 필요한 재료들을 한 번에 담는 기능을 제공하지만, 양파나 계란 등 냉장실에 대부분 보유하고 있는 재료들을 매번 클릭하여 제거하는 것에 사용자가 귀찮음을 느낄 수 있다. 이를 해결하기 위해 냉장고에 있는 식재료들을 등록하면 그 재료들을 자동으로 배제하는 기능을 추가할 수 있다. 또한 냉장고에 있는 재료들을 활용할 수 있는 메뉴를 추천하는 기능을 도입한다면 사용자의 남은 식재료 관리를 원활하게 할 수 있을 것이다.