

「2023년 제11회 문화데이터 활용 경진대회」 참가신청서

* 해당란에 ☒ 표시

공모 분야	<input type="checkbox"/> 제품·서비스 개발	<input checked="" type="checkbox"/> 아이디어 기획	<input type="checkbox"/> 데이터 분석	
참가 구분	<input type="checkbox"/> 개인 <input checked="" type="checkbox"/> 팀(기업)			
창업 구분	<input type="checkbox"/> 창업 (사업자등록번호 : _____, 법인등록일 : ____년 ____월 ____일)			
	<input type="checkbox"/> 창업예정 <input checked="" type="checkbox"/> 해당없음			
팀 명	Team : SIX			
제품서비스 명 (분석 주제 명)	관광산업 고객 컨설팅			
서비스 유형 ※복수체크가능	<input checked="" type="checkbox"/> 앱서비스 <input checked="" type="checkbox"/> 웹서비스 <input type="checkbox"/> 디자인 <input type="checkbox"/> 제품제작 <input type="checkbox"/> 3D프린팅 <input type="checkbox"/> 시나리오,출판 <input type="checkbox"/> 멀티미디어(영상, 사진) <input type="checkbox"/> 음원 <input type="checkbox"/> 기타			
제품서비스 개요 (분석 개요)	제로페이 데이터를 활용해 관광객의 소비데이터를 파악해 관광산업에 고객 유치 전략 컨설팅			
활용데이터 분야 ※복수체크가능	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div> <input type="checkbox"/> 문화예술 <input type="checkbox"/> 문화유산 <input type="checkbox"/> 문화산업 <input checked="" type="checkbox"/> 관광 <input type="checkbox"/> 체육 </div> <div> <input type="checkbox"/> 문화홍보 <input type="checkbox"/> 정책지원 <input type="checkbox"/> 도서 <input type="checkbox"/> 미디어·콘텐츠 <input type="checkbox"/> 기타 (_____) </div> </div>			
활용데이터 정보 ※복수 기재가능	출처	제공기관명	데이터명	
	관광지식정보시스템	한국문화관광연구원	외래관광객 조사	
	해외문화홍보원	문화체육관광부	국가이미지 조사 보고서	
참가자 정보	성 명	소 속	연락처	이메일
	강민지	소속없음	010-4640-6804	kmj5701@naver.com
	심현우	소속없음	010-7549-9281	roehd1020@naver.com
	조성인	소속없음	010-9564-3541	sijo0209@naver.com
	지민지	소속없음	010-9877-5661	mj013031@gmail.com
	김윤호	소속없음	010-8847-7205	starrion@naver.com
이전 수혜 이력 및 입상 실적	년도	내용		

본인(팀)은 '2023년 제11회 문화데이터 활용 경진대회' 참가와 관련하여 제출한 사항에 허위
가 없으며, 유의사항을 숙지하고 진행에 필요한 사항에 성실히 응할 것을 동의합니다.

2023년 7 월 3 일

신청인(대표자) 강민지 강민지
(인)

「2023년 제11회 문화데이터 활용 경진대회」 기획서

1) 제품·서비스의 목적 및 필요성

1) 제품 서비스의 목적

나이, 성별, 거주지 등 기본적인 인적 정보 등 개인이 제공하는 정보를 수동적으로 받아들이고 이를 이용해 고객을 집단화한 후 특성을 분석, 활용해 행동 데이터와 지리적 위치 등을 기반으로 고객을 분류하던 개인화는 더 이상 기업의 비즈니스 성패를 좌우하지 않는다.

개인화가 '개인의 행동 데이터를 기반으로 개인의 취향을 반영하는 맞춤형 서비스의 제공'이 목적이었다면 이제는 개인의 각기 다른 취향과 니즈의 발견, 그에 따른 최적 타이밍을 효과적으로 구현해 고객의 다양한 상황에 맞게 맞춤형 서비스를 제공하고, 고객 데이터 발생 시점에서의 맥락을 추가해 데이터의 종류, 수집 경로, 수집 상황 등을 입체적으로 분석하는 초-개인화가 기업 비즈니스의 성패를 좌우하게 될 것이다.

다시 말해 기업이 가지는 고객관리 시스템의 고도화와 재정립이 그 어느 때 보다 중요해지고 있다. 정부에서도 전통 제조업 및 서비스산업 전반에 대하여 경영혁신 촉진 지원을 목적으로 기술, 자금 지원을 연계하는 등 다양한 노력을 기울이고 있다.

이러한 노력에 발맞춰 외래 관광객 실태조사를 바탕으로 두고 연속성과 확장성을 가지는 외래 관광객 데이터를 수집 하고, RFM분석과 같은 기법을 활용하여 외래 관광객의 소비 패턴, 소비 카테고리, 재방문 지역, 재방문 의사와 같은 여행 동기에 관여하는 요인을 찾고, 외래 관광객의 각기 다른 취향과 니즈를 파악, 관광 동향, 소비 동향을 예측해 고객 사업체에(숙박, 항공, 요식업 등) 전달 함으로써 고객 사업체들이 초-개인화를 접목한 고도화된 경쟁 전략과 고객관리 시스템을 구축하고 경험할 수 있도록 돕는데 그 목적이 있다.

2) 서비스의 필요성

한국은행에서 2023년 6월 5일, 한·일 외국인 관광객 현황 및 평가에서 2023년 4월을 기준으로 외래 관광객 누적 입국이 팬데믹 이전과 대비하여 54% 정도의 회복률을 보이고 있는 반면 일본은 우리나라보다 13%p 높은 수준의 회복률을 보이고 있다고 발표했다. 엔화 약세와 일본 정부 차원에서의 관광객 재유치 정책에 기인한 차이라고 해석했다. 관광객 입국 국가별 회복률을 살펴보면 미국(106%), 태국(78%), 베트남(64%)이 높은 회복률을 보였고, 일본(44%)과 중국(21%)이 여전히 회복이 더딘 것으로 나타났다.

코로나 팬데믹 이전 한국의 외래 관광객 수입은 중국과 일본에 크게 의존하고 있었기 때문에 여전히 관광수지가 개선되지 않고 있는 실정이다.

한국은행은 중국뿐만 아니라 여타 국가들로부터 관광객을 유치하는 것을 통해 서비스업에 대한 업황을 개선하고 국가 성장을 제고에 기여 할 수 있다는 말을 했다.

이에 방한 외국인의 여행행태, 재방문 정보와 같은 데이터를 통해서 외국인들이 한국 여행을 결정하는 요인에는 무엇이 관여하는지 또 관광을 오기 위한 동기가 무엇인지, 한국 관광

중에는 어떤 요인에 의해 만족을 느끼고 소비를 하는지를 파악하여 외래 관광객 수를 회복하고 재방문율을 높이며, 거시적으로는 차별화된 국가적 관광 전략을 수립할 필요성이 존재한다 할 수 있다.

뿐만아니라 외래 관광객을 대상으로 사업을 영위하는 숙박, 항공 요식업 사업체들 또한 외래 관광객의 여행 경험을 분석하고 니즈를 만족시키기 위한 고도화된 정보 분석기술이 요구되어지며 시시각각 변화하는 경영환경에 적응하며 성과를 달성하기 위해서는 중장기적 미래 비전이 제시되고 사업구조의 혁신이 동반되어야 하는 상황인데 이러한 전문 지식과 기술 역량을 갖추는 것은 결코 쉬운 일은 아닐 것이다.

그렇기에 관광의 전 단계(관광 전- 관광 경험 - 관광 후)에 걸친 디지털 기술이 접목된 융합전략 수립을 지원 할 수 있는 본 제안의 목적이 사회, 경제적 모든 측면에서 그 필요성을 가진다고 할 수 있다.

2) 제품·서비스의 상세 설명

본 아이디어는 외국인 관광객들의 실태조사와 카드결제내역 등의 데이터를 기반으로 RFM 분석을 통해 컨설팅을 제공한다. RFM분석은 과거 구매 내용을 바탕으로 고객의 미래 구매 행위를 예측하는 시장분석 기법으로 '최근성(Recently)', '빈도(Frequency)', '구매금액(Monetary)' 이 세 가지를 통해 고객들을 분류하고 고객사업체의 고객층이 될 가능성이 있는 외국인 관광객들의 특성에 맞추어 여러 컨설팅을 제공하고자 한다.

1. 진행

진행방식은 우선 외국인 관광객에 대한 사업을 하고 있거나 구상 중인 클라이언트의 의뢰를 받아서 클라이언트의 사업체가 있는 지역의 외국인 관광객들에 대한 데이터를 수집한다. 이때 수집할 데이터는 외국인 관광객들의 소비내역과 실태조사를 통한 성별비율, 국가, 방한 목적 등의 데이터로, 외부 기관들과의 협력이 필요하다. 이렇게 수집한 데이터들을 활용하여 클라이언트의 사업체와 관련된 외국인 관광객들의 소비패턴을 분석하는데, 실태조사에 따른 성별, 국가, 방한목적 등 지역을 찾는 주요 외국인 관광객들의 특성을 파악하고 결제내역 데이터로 RFM분석을 하여 외국인 관광객의 소비를 예측하여 사업전략을 구상하고 컨설팅을 제공한다.

2. 자료수집 방법

본 아이디어에서 필요로 하는 외국인 관광객의 데이터는 외국인 관광객들의 일반특성과 소비내역이다. 외국인 관광객의 일반특성의 경우에는 한국관광공사에서 실시하는 외래관광객 실태조사와 같은 자료를 기반으로 쇼핑, 교통 등과 같은 결제분야는 확인할 수 있으나 정확한 실제 소비내역은 확인하기 어렵다는 한계가 있다. 그러므로 외국인들의 소비내역에 대한 데이터는 카드사 같은 소비내역을 확인할 수 있는 기관과의 협업을 통해 데이터를 제공받을 필요가 있다.

데이터를 제공받을 곳을 선정함에 있어 여러 카드사와 협업할 수 있으나 본 계획서에서는 우선적으로 BC카드와 한국간편결제진흥원과의 협업을 하는 것을 제안한다. 카드결제를 선호하는 한국과는 달리 외국에서는 QR코드를 이용한 결제 방식을 선호하기 때문에¹⁾ 이러한 경

향을 고려하여 위의 두 기관을 선정하였다. 2023년 4월에 한국간편결제진흥원, 한국관광공사, BC카드가 방한 외국인들의 결제 편의를 위해 카드 결제 방식이 주를 이루는 한국에서도 외국인 관광객들에게 익숙한 고정형 QR방식을 사용할 수 있도록 업무협약을 체결하였고²⁾, 또한 한국간편결제진흥원은 같은 해 6월에 알리페이코리아와 제로페이와 알리페이 및 알리페이 플러스의 결제연동을 위한 업무협약을 체결³⁾했다. 이를 통해 알리페이를 사용하던 외국인들은 기존에 자국에서 쓰던 알리페이로 한국의 제로페이 가맹점에서 결제를 하는 것이 가능해졌다. 이러한 업무협약을 통해 외국인 관광객의 결제 편의를 개선하여 이용률이 높아질 것으로 예상되어 두 기관을 선택하였다.

3. RFM분석

RFM분석은 앞서 말한 것처럼 최근성(R), 빈도(F), 구매금액(M)을 활용한다. 소비내역에 대해 각각 최근성은 마지막 구매로부터 얼마나 지났는지, 빈도는 일정기간 동안 몇 번을 구매하였는지, 구매금액은 기간 동안 총 얼마를 구매하였는지를 수치화하고 수치화한 데이터들을 기준으로 등급을 매긴다. 이러한 등급을 통해 고객들의 유형을 분류하는데 R, F, M이 모두 높은 고객은 핵심고객층, 다른 것에 비해 R이 낮다면 주 고객이었다가 최근 이탈한 고객, F가 낮으면 신규고객, M이 낮으면 상품 구매를 망설이는 고객 등으로 분류하여 고객층에 맞는 사업전략을 구상할 수 있다.

<전체 데이터>

고객	최근성	빈도	구매금액
A	1일	3회	10만원
B	5일	3회	30만원
C	1일	1회	20만원

최근성(R), 빈도(F), 구매금액(M) 별로 각각 수치에 대한 등급 분류

<최근성>

고객	최근성	등급
B	1일	1
C	1일	1
A	5일	3

<빈도>

고객	빈도	등급
A	5회	1
B	5회	1
C	1회	3

<구매금액>

고객	구매금액	등급
A	30만원	1
C	20만원	2
B	10만원	3

<등급 데이터>

고객	최근성	빈도	구매금액	고객 유형
A	3	1	1	주 고객이었다가 최근 이탈
B	1	1	3	상품에 관심이 있지만 망설임
C	1	3	2	신규고객

분류된 등급에 따라 고객 유형별로 적절한 사업전략 구상

또한 적절한 가중치를 활용하여 매출에 대한 기여도가 높은 고객들을 분류할 수 있는 고객지표를 만들 수도 있다.

$$\text{고객지표} = R\text{가중치} \times R\text{등급} + F\text{가중치} \times F\text{등급} + M\text{가중치} \times M\text{등급}$$

$$\text{고객 지표} = R\text{가중치} \times R\text{등급} + F\text{가중치} \times F\text{등급} + M\text{가중치} \times M\text{등급}$$



각 고객에게 부여된 RFM 등급별로
가중치를 통해 고객 지표 점수 부여,
부여된 고객 지표 점수를 통해
고객 등급 구분

등급	매출액	매출 기여도
1	5천	50%
2	3천	30%
3	2천	20%

각 등급에 해당되는 고객을 집계,
매출 기여도를 계산

이와 같은 고객지표 공식을 활용하여 고객에게 고객지표 점수를 부여하고 부여된 점수에 따라 고객 등급을 구분한다. 그리고 부여된 등급에 해당되는 고객의 수와 매출액을 집계하고 매출 기여도를 계산하여 매출 기여도 별로 사업전략을 구상할 수 있다.

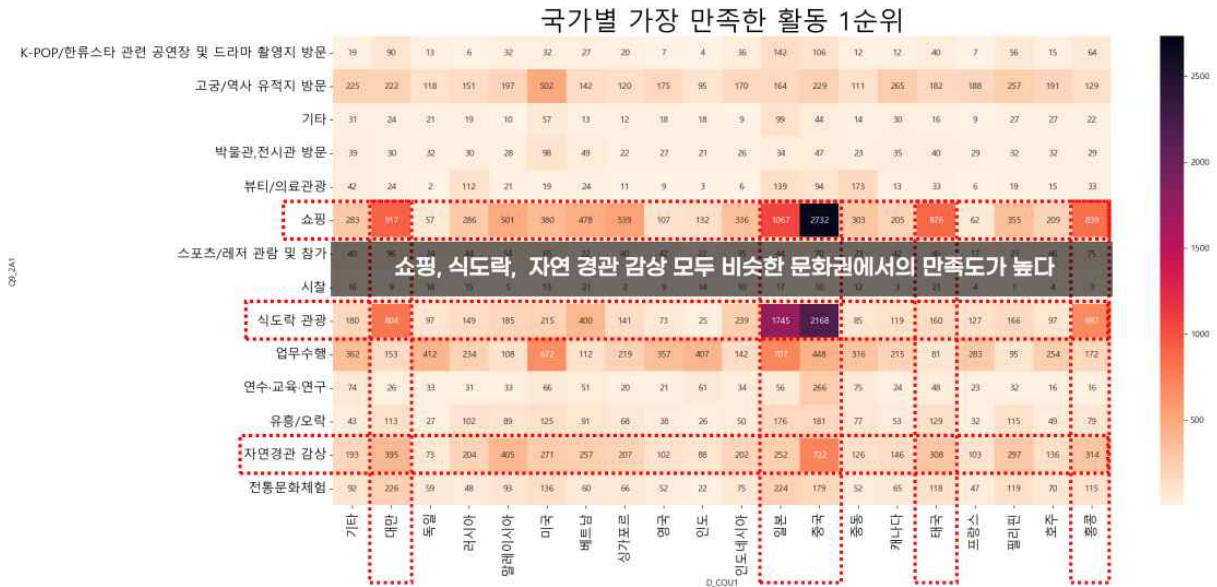
3) 제품·서비스의 문화데이터 활용 방안

1) 외래관광객 실태조사

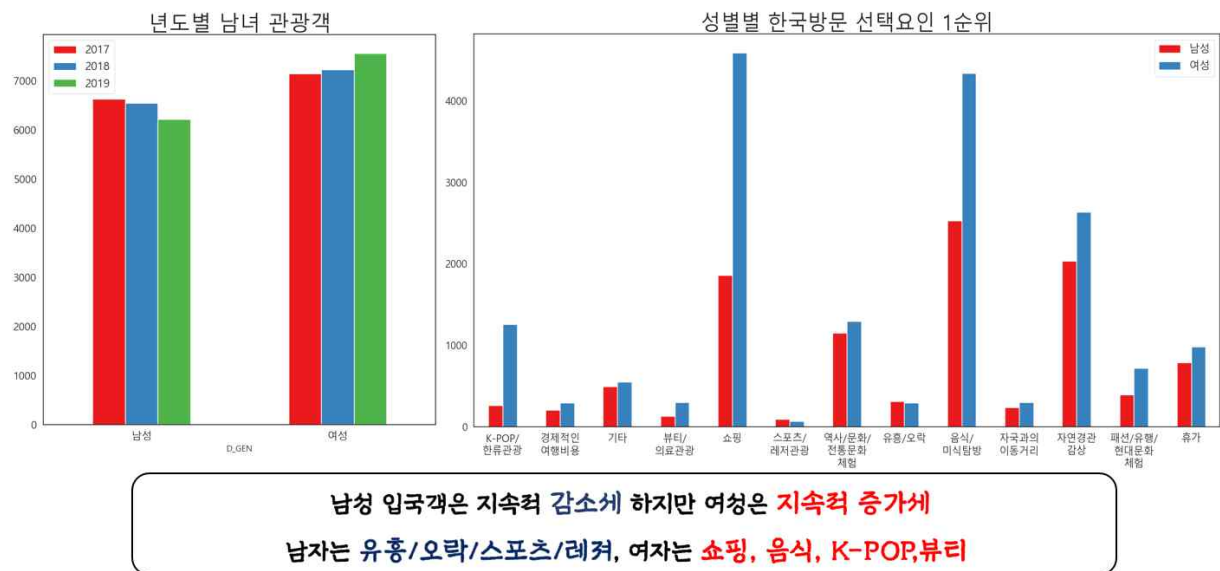
설문기반의 외래관광객 실태조사(한국관광산업포털. 2017외래관광객실태조사.sav, 2018외래관광객실태조사.sav, 2019외래관광객실태조사.sav)자료를 활용하여 국내에 방문한 관광객들의 입국객 특성, 소비패턴, 재방문여부에 대한 RFM 분석을 하였다.

설문조사 데이터 속에 입국객의 특성, 재방문 여부, 만족도, 추천여부, 소비금액 등 다양한 항목에대한 응답을 받았음으로 입국객 특성과 만족활동을 비교해 본 결과,

- 1) <http://www.dailyimpact.co.kr/news/articleView.html?idxno=89024>
- 2) <https://www.newswire.co.kr/newsRead.php?no=965180>
- 3) <http://www.sbiztoday.kr/news/articleView.html?idxno=20052>



위와 같았고 비슷한 문화권에 있는 나라들이 비슷한 것에 관심도가 높으며, 만족도 또한 높다는 사실을 알 수 있었고, 아래와 같이 성별별 만족활동 등 다양한 분석은 가능하지만

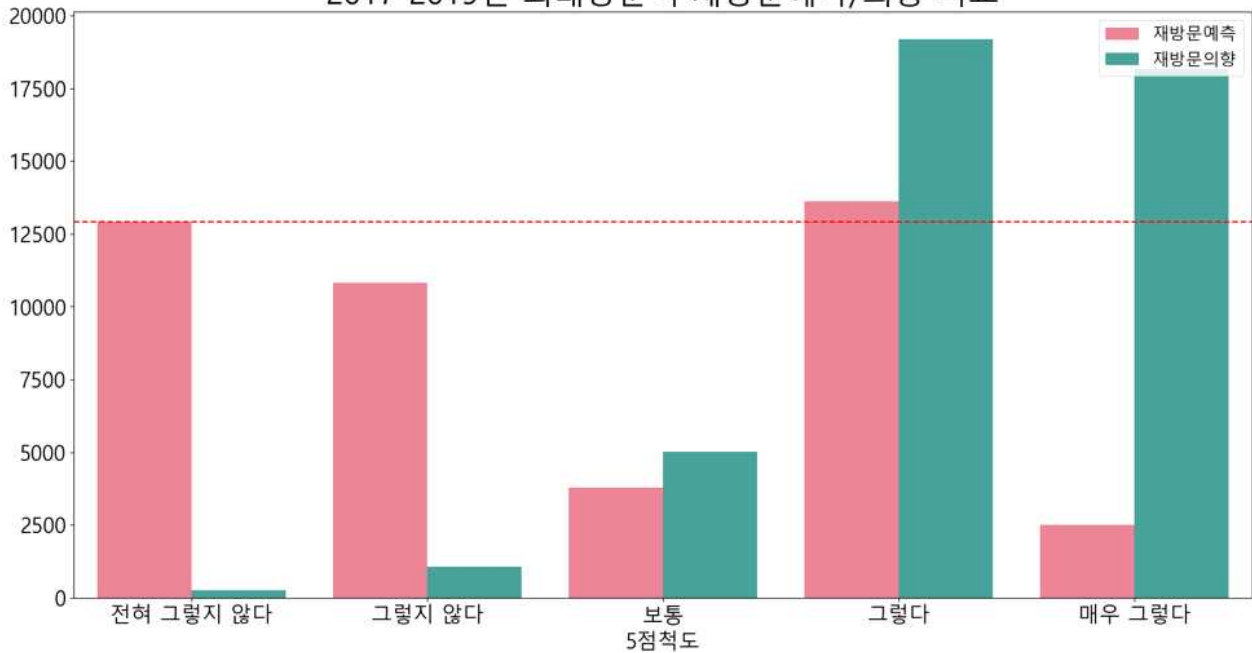


재방문 여부에 대해서는 예측분석결과 실제 응답과 예측변수 사이 상당한 차이를 발견하게 되었다. 각 데이터들의 신뢰도를 높이기 위하여 카드사 및 통신사와 협업하여 설문기반이 아닌 직접적인 데이터를 수집하여 보다 더 정확한 자료를 얻어 외래 관광객들의 국내 여행의 만족도를 높이고 재방문을 및 소비패턴을 다각화, 발전 시키는 방향으로 나아갈 필요성을 발견하였다.

2) 국가 이미지 조사 보고서

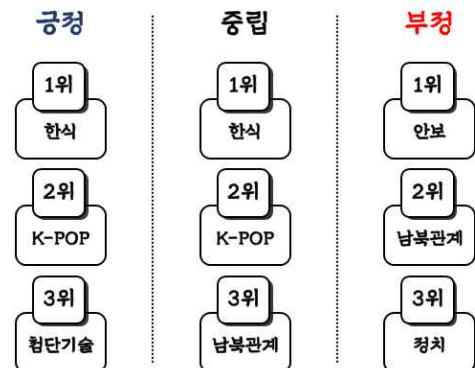
문화체육관광부의 (해외문화홍보원, 국가이미지 조사 보고서)를 참조하여

2017-2019년 외래방문객 재방문예측/의향 비교



2018 국가 이미지 조사 보고서

출처: 문화체육관광부 조사



외래관광객들의 국내 이미지 개선 요건을 참조해 외래관광객들의 국내 관광 만족도를 높이고 개선해야할 부분들을 확인하는 작업을 시행하였다. 이 부분을 외래관광객 실태조사의 관광 만족도(한국여행에 대한 항목별 만족도 > 출입국절차, 음식, 쇼핑, 관광지 매력도 등)와 접목하여, 관광객들에게 긍정적으로 작용되는 부분들은 더 확장시키고 부정적으로 작용되는 부분들은 개선 및 보충하여 한국 여행에 대한 가치를 높이고 재방문 및 여행소비를 늘리는 긍정적 작용을 할 것이다.

4) 제품·서비스의 차별성

외래 입국객과 관련된 데이터는 1998년 '외래관광객 실태조사'로 명칭 변경 후 지속 외래관광객 유치 전략과 같은 국가의 정책 수립에 사용될 자료임에도 '설문'형식을 벗어나지 못하고 있는 실정이다.

설문 조사는 주변 사람으로 영향을 받아 작성하거나, 민감한 질문에 거짓으로 응답할 수도 있고, 응답자의 성실한 협력을 얻는 것이 어려워 적절한 보상을 고려해야 하며, 또 무응답, 거짓 응답의 비율 역시 존재해 신뢰도 높은 데이터를 얻기 어렵다는 단점이 있다. 따라서 외래 입국객의 소비 패턴, 지역 이동수단과 형태 등을 객관적으로 파악할 수 있는 데이터 수집 수단의 개발과 개척이 필요한 상황이다. 저희는 이러한 문제점의 가장 우선시 되어야 할 해결방안으로 카드사, 통신사와 같은 사기업과 정부기관의 협력을 꼽았다.

기존엔 카드사의 특성상 정보공개가 어려워 외래관광객의 기억에 의존해 작성된 설문조사를 기반으로 관광객의 소비패턴을 파악하고 있어 관광 사업 구상, 관광 정책의 의사결정의 신뢰도를 떨어트리고 있다. 그러나, 최근에 모바일 간편결제 이용객이 늘어나고 있는 점을 이용하여 지난 4월 한국간편결제진흥원(이하 한결원)과 한국관광공사, BC카드가 제로페이 인프라를 확대해 외래 관광객도 한국 여행 중 편리하게 모바일 결제를 할 수 있도록 지원하기 위한 업무협약을 체결하였다.

따라서, 한결원에서 운영하는 제로페이 인프라(고정형 쿼알)를 활용한 해외 결제(위챗, 유니온페이)는 제로페이 결제내역 데이터를 활용하여 신뢰도 있는 데이터로 외래관광객의 소비패턴을 분석할 수 있게 된다면, RFM분석과 같은 고객관계관리 분석 기법을 활용하여 외래관광객 중 관광분야(식도락, 쇼핑, 자연풍경, 전통문화 등)별 VIP가 될만한 고객을 찾아 관심 관광분야의 업체를 제공하는 앱서비스를 제작하고자 한다.

외국인 관광객이 한국에서 사용하는 결제수단 (단위: %)



1. 차이점

단순히 관광지를 소개하거나, 소비에 대하여 Tax Refund 해주는 등의 서비스를 제공하는 것이 아닌, 소비패턴에 맞춰 관심 관광분야의 업체를 추천, 소개하여 외래관광객의 관광 만족도를 올려 재방문율을 증가시키고, 국내 관광산업들에게 자연스럽게 VIP가 될만한 고객을 소개함으로써 따로 기업에서 데이터를 축적하는 시간과 데이터 보관비용, 마케팅 비용, 데이

터 분석가를 고용하는 비용등의 비용절감과 동시에 매출증가를 도모할 수 있다.

구분	기존 서비스	아이디어 서비스
외래관광객 실태조사	설문조사에 의존한 관광객의 소비 실태조사	제로페이 결제 내역 데이터를 활용해 관광객의 소비 실태조사를 파악하고, 관심사에 맞춰 추천서비스를 제공함으로써 소상공인 매출증대 활성화에 기여할 것으로 예상됨
카드사	관광객의 소비내역	
관광 추천 서비스	원하는 서비스를 검색해 선택	
결론	개별적 서비스	올인원 서비스

2. 경쟁력

설문조사뿐 아니라 자체적으로 데이터수집을 함으로 신뢰도 높은 데이터를 활용해 관심 관광분야를 추천해주는 서비스임으로 추천 정확도가 높고, 추가적인 가입절차 없이 제로페이만 사용하는 고객이라면 연동 기능을 사용하여 간편인증으로 가입할 수 있게하여 서비스 이용객의 편의성을 제공할 것이다.

또한, 더 큰 소비를 유도하기 위해 등급제를 적용하여 앱 가입 초기 자신의 관심 관광분야를 선택하게 한다. 관심분야로 선택된 항목에 관련된 소비가 기준치를 넘을 경우 다음 등급제로 넘어갈 수 있도록 하여 제공하는 업체의 수, 자세한 리뷰보기 등의 서비스에 제한을 두고자 한다.

5) 제품·서비스의 성과 및 기대효과

올해 1분기 한국을 방문한 외국인 관광객 수가 약 171만명인 것으로 나타났다. 코로나19 유행 이전 2019년 대비 높은 회복률을 보이며 안정적인 회복세가 나타나고 있다.

시장 회복 흐름을 더욱 가속화 하기 위해 현지 마케팅이 중요하다.

현지 마케팅이 중요해진 현 상황에서 본 아이디어 기획을 활용한다면 다음과 같은 성과가 있을 것이다.

데이터를 활용하여 RFM모델 기반으로 고도화된 고객 분석 서비스를 제공하여 고객 사업체의 고객 타게팅을 정교하게 발전시켜 경쟁력이 향상될 것이다.

또한 마케팅에 활용할 수 있도록 분석 데이터 제공하고, SWOT 분석을 통해 시장 상황을 객관적으로 파악해 리스크는 줄이면서 긍정적인 요소 더욱 극대화될 것이다.

본 아이디어 기획을 활용한다면 다음의 기대효과가 있을 것이다.

1. 과학 기술적 기대효과

현 정부는 데이터 기반으로 국가 인프라를 관리하기 위해 교통, 안전, 에너지, 도시 등을 디지털 트윈으로 구축하고 향후에는 의료, 환경, 행정 등의 분야로 적용을 넓혀 나갈 예정이라고 하였다. 디지털플랫폼정부에 발맞춰 컨설팅을 통해 얻은 데이터를 기반으로 자사 플랫폼으로 상용화하여 디지털 플랫폼 중심의 관광서비스 유통구조 만들 수 있다.

2. 경제 산업적 기대효과

- 숙박업, 여행산업 등 분야 체계를 잘 구축하여 해당 산업 분야 활성화에 기여할 것이다.
- 고객분석 서비스를 제공하여 한국 관광산업이 중국과 일본에 가지는 높은 의존도를 분산하여 정치, 경제적 위협과 맞물려 관광 산업에 영향을 미치는 문제점을 해소할 수 있다.
- 최근 유입되기 시작한 중동 국가 개별 관광객의 높은 구매력이 관측되는 것을 보아 위와 같은 국가의 관광객을 개발하고 지속적으로 유지하여 소비를 확대할 수 있는 전략을 제시할 수 있다.
- 컨설팅을 통해 비즈니스 기반의 마케팅 전략을 수립하여 관광수지 흑자를 낼 수 있다.
- 데이터를 이용하여 K콘텐츠, 의료 등 우리나라의 강점을 살릴 수 있는 여행 인프라를 구축해 관광객을 유치할 수 있다. 또한 이를 통해 여행수지 개선에 도움을 줄 수 있다.

3. 사회적 측면 기대효과

- 관광객 수도권 편중 지속 문제를 해결하기 위해 지역별로 협업하여 많은 관광객 유입에 힘써 지역 경제 활성화에 이바지하고 지역별 인력 고용 창출 효과 낼 수 있다.
- 디지털 플랫폼을 통해 메타버스 시대 인재 육성할 수 있다.

※ 기획서 작성 시 유의사항

- 단, 제품·서비스 개발 분야의 모바일 앱/웹 분야 지원 시 실행 여부가 확인 가능한 자료를 필히 첨부 해야함 (예: 캡처 이미지, URL, QR 코드 등)
- 자유양식으로 작성하되, 분량은 10 페이지 이내로 작성
- 이미지 파일은 문서 내 포함 必
- 제시한 목차 외 추가 내용이 있을 경우 별도 제목을 기재하여 작성

「2023년 제11회 문화데이터 활용 경진대회」 분석보고서

분석 프로그램

☐ Python

☐ R

☐ Tableau

☐ 기타

1) 분석 주제

※ 자유주제(문화데이터 분석을 통한 정책 현안 해결 또는 분석 인사이트 도출)

2) 분석의 배경 및 목적

※ 분석 배경(관련 현황, 문제점) 및 목적, 필요성 작성

3) 활용 데이터 선정

※ 분석에 활용한 문화데이터(제공기관명, 데이터명 포함) 및 공공·민간 데이터 목록, 선정 이유

4) 분석 내용 및 결과

※ 데이터 전처리 방법: 사용된 변수 설명 등

※ 활용 알고리즘 설명: 선택 이유, 적용법 등

5) 시사점 및 기대효과

※ 분석 결과 적용 시 기대효과 및 시사점, 파급 효과

※ 분석 결과 활용 방안 및 적용 대상

※ 기획서 작성 시 유의사항

- 자유양식으로 작성하되, 분량은 10 페이지 이내로 작성
- 이미지 파일은 문서 내 포함 必
- 제시한 목차 외 추가 내용이 있을 경우 별도 제목을 기재하여 작성
- 프로그래밍 언어를 이용한 분석 사례 부문의 경우, 코드 소스 필수 첨부(2차 발표 평가 시 코드 제출 및 실행)

참가 서약서

본인(팀)은 “2023년 제11회 문화데이터 활용 경진대회”에 출품하며 아래 사항을 숙지하고, 허위사실 기재 및 타인의 권리를 침해하는 등의 행위로 인하여 손해를 발생시키는 경우, 본인의 귀책으로 인하여 발생하는 손해에 관한 손해배상책임이 본인에게 있음을 확인합니다.

1. 이미 채택된 제안과 동일한 것, 표절 및 복제 등의 지적재산권 침해 작품, 타 공모전 입상작품 등은 심사에서 제외되며, 이에 따른 모든 법적 책임은 참가자에게 있음
2. 제출한 작품이 제3자의 권리(소유권, 저작권, 이용권)를 침해하였거나 이와 관련한 분쟁이 발생한 사실이 없으며, 이로 인하여 발생하는 법적 책임은 출품자에게 있음
3. 수상 이후 위반 사실이 밝혀질 경우 수상 취소 및 상금 환수(자진반납)에 이의를 제기하지 않음

본인은 유의사항을 충분히 숙지하였으며 대회진행에 필요한 주관기관의 요구사항에 성실히 응할 것에 동의합니다.

2023 년 7 월 3 일

서약자 팀(기업)명

성명	강민지	강민지
성명	김윤호	김(윤)호
성명	지민지	지(민)지
성명	조성인	조(성)인
성명	심현우	심(현)우

한국문화정보원장 귀중