



|      |            |
|------|------------|
| 과목명  | 모바일플랫폼     |
| 담당교수 | 이재동 교수님    |
| 학과   | 소프트웨어학과    |
| 학번   | 32153180   |
| 이름   | 이상민        |
| 제출일자 | 2019.04.29 |

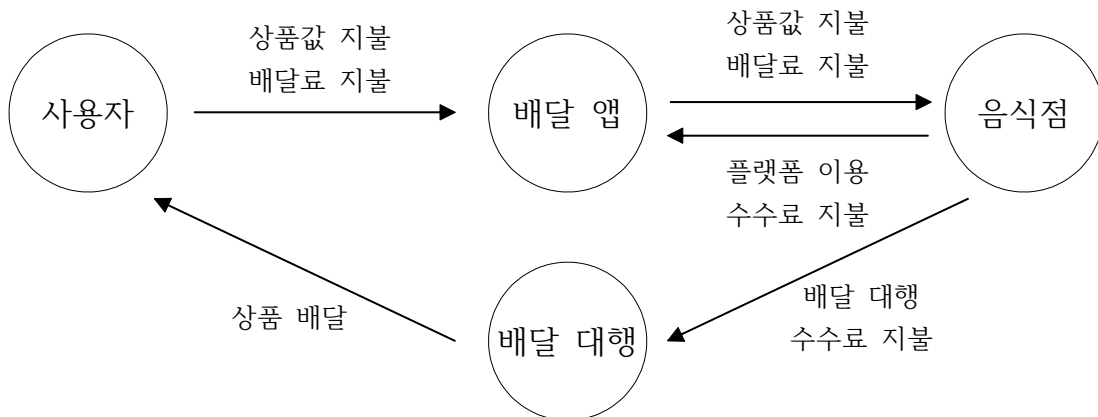
## 1. 플랫폼 정의

### - 플랫폼 개요 및 정의

플랫폼이라는 말을 듣고 일반적으로 가장 먼저 떠오르는 것은 바로 기차역이다. 역에서 승객이 열차를 타고 내리기 쉽도록 철로 옆으로 지면보다 높여서 설치해놓은 평평한 장소가 바로 플랫폼이다. 이러한 플랫폼이라는 용어를 자주 듣게 되는 곳이 또 하나 있으니, 바로 IT 분야이다. IT 분야에서 이야기하는 플랫폼이란 어플리케이션 소프트웨어(프로그램)를 작동시킬 때 기반이 되는 OS(Operating System)의 종류나 환경, 설정을 말한다. 쉽게 말해서 Microsoft 사의 Windows나 Apple 사의 Mac OS 그리고 UNIX, LINUX 등이 있다.

이렇게 10여 년 전부터 존재해오던 컴퓨터 OS만을 떠올리는 경향이 있는데, 시대가 변화함에 따라 OS뿐만 아니라 다양한 모바일 기기의 OS 또한 플랫폼이며 그 외에도 Open API 기반의 플랫폼으로 페이스북, 트위터, 포스퀘어 등이 있다. 그야말로 최근 우리가 즐겨 사용하는 SNS(Social Network Services)들은 소셜미디어를 넘어서 플랫폼으로 성장하고 있는 것이다. 특히 카카오톡과 같은 모바일 메신저 시장에서도 자신들의 서비스를 플랫폼으로 업그레이드 하려는 모습을 자주 보게 된다. 이러한 의미를 담고 있는 플랫폼의 정의를 살펴보면 하나의 장에 여러 기술, 프로그램, 서비스 등을 끌어들이어 이익을 누리는 것을 뜻한다.

### - 서비스 흐름도



배달의 민족은 어떻게 보면 중간자 역할을 해준다. 사용자는 배달의 민족 어플리케이션을 통해 음식을 주문하고 그에 대한 상품값과 배달료를 지불한다. 배달 앱은 이것을 그대로 음식점에게 건네준다. 여러 가맹점들은 일찌감치 플랫폼 이용 수수료를 지불하여 배달 앱 서비스에 등록이 되어 있다. 음식점이 배달 대행 업체에 배달 대행 수수료를 지불하면, 업체에서 사용자에게 오프라인으로 상품을 배달해 준다.

#### - 핵심 제공가치 (서비스의 특징점)

배달의 민족은 2017년 11월 기준으로 업계 최다 배달 가능 업소를 보유 중이며, 3천만 명 이상이 어플리케이션을 보유 중이라고 홈페이지에 명시되어 있다. 배달의 민족의 가장 큰 장점은 집에서 터치 하나로 모든 것을 해결할 수 있다는 것이다. 굳이 음식점을 찾아가 줄 서서 기다릴 필요가 없다. 그저 집에서 어플리케이션을 통해 원하는 메뉴를 고르고, 주문하면 그만이다.

배달의 민족은 음식을 기반으로 올인원 서비스를 제공하려 한다. 골드만삭스 투자금을 바탕으로 이미 신선식품 배달 서비스 덤앤더머스를 인수해 배민프레시라는 사업을 확장했다. 이 배민프레시는 기존 업체를 인수한 전국 각지의 신선 제품을 배달하는 서비스이다. 배민라이더스를 통해 배달 대행 또한 하고 있다. 이러한 사업의 기반은 바로 어플리케이션 이용자의 증가이다.

#### - 수익구조

배달의 민족은 원래 가맹점에서 배달되는 건당 9.5%라는 어마무시한 수수료를 받으며 성장해왔다. 그래서 영세한 자영업자 등골 브레이커로 욕도 많이 먹었다. 그런데 2015년 8월부터 수수료 0%를 선언했다. 이로 인해 손익이 100억 원 정도라고 하니 실로 엄청난 금액이다. 배달의 민족의 핵심 서비스이자 수익을 창출해 내는 것은 바로 위치 기반을 통한 정보 제공이다. 사용자의 위치 기반에 따라 주변 음식점이 뜨면 그것을 보고 소비자는 주문을 한다.

### 같은 광고상품을 이용하는 업소가 많을텐데 어떤 순서로 노출되나요?

고객님이 접속한 위치를 기준으로 가장 가까운 업소부터 순서대로 노출됩니다.

단, 광고 상품별로 노출 위치가 정해져 있으므로 울트라콜은 울트라콜끼리, 파워콜은 파워콜끼리 위치가 지정됩니다.

가장 가까운 업소가 파워콜 업소라도 울트라콜 업소가 더 위에 노출됩니다!



그런데 이 울트라콜을 이용하려면 보통 2km의 거점을 찍을 경우, 거점 당 5만원이다. 예를 들어 강남역에 있는 배달 업소면 강남역, 서초역, 삼성역, 역삼역, 양재역 이렇게 거점을 찍으면 위의 5개의 역 근처에서 배달의 민족 어플리케이션을 사용할 경우 울트라콜로 등록된 업소만 뜨게 된다. 보통 가게는 5개의 거점을 찍으니 가게별로 월 25만 원 정도가 고정적으로 나가는 셈이다. 이 울트라콜이 바로 배달의 민족의 새로운 수익원이다. 즉, 5만 원을 내지 않으면 배달의 민족 어플리케이션에 업소 등록이 되지 않는다.

- 핵심자원 (주요 소비자, 사용자, 자원)

배달의 민족 주요 소비자는 아마 혼자 사는 사람들일 것이다. 어플리케이션 목적이 직접 음식점을 찾아가 줄을 서서 기다리며 먹는 것이 아니라 집에서 해결하는 것이기 때문이다. 따라서 이러한 사용자 수를 늘리는 것이 중요하다. 이것이 2014년에 배달의 민족이 광고료로 쓴 금액이 190억 원인 이유이다.

요즈음 대부분 스마트폰을 사용하며 1인 가구가 증가함에 따라 배달의 민족 어플리케이션 사용자가 늘어나고 있다. 많은 수요를 감당하기 위해서 배민라이더스라는 독자적인 배달 서비스도 하고 있다. 따라서 많은 인적 자원이 필요하다. 또한 어플리케이션이 성장하기 위해서는 많은 가맹점을 보유해야 하기 때문에 여러 음식점들이 배달의 민족의 물적 자원이다.

- 핵심 프로세스 (제공 서비스 및 주요 서비스 프로세스)

배달의 민족은 내 주변의 배달 음식점을 쉽게 찾아주는 어플리케이션이다. 서비스를 사용하는 방법은 크게 세 단계이다. 사진 리뷰로 확인하고, 다양한 결제 수단으로 주문하고, 통합 포인트를 적립한다. 직접 찍어서 올린 생생한 사진 리뷰를 보고 주문할 수가 있고 내가 쓴 리뷰에 음식점 사장님이 댓글을 달아주시기도 한다. 그리고 당장 지갑에 돈이 없더라도 휴대폰, 통합포인트, 카카오페이, 문화상품권 등 여러 가지를 결제 수단으로 사용할 수 있다. 배달의 민족 통합 포인트는 최대 3%까지 적립되며 주문 시 사용이 가능하다.

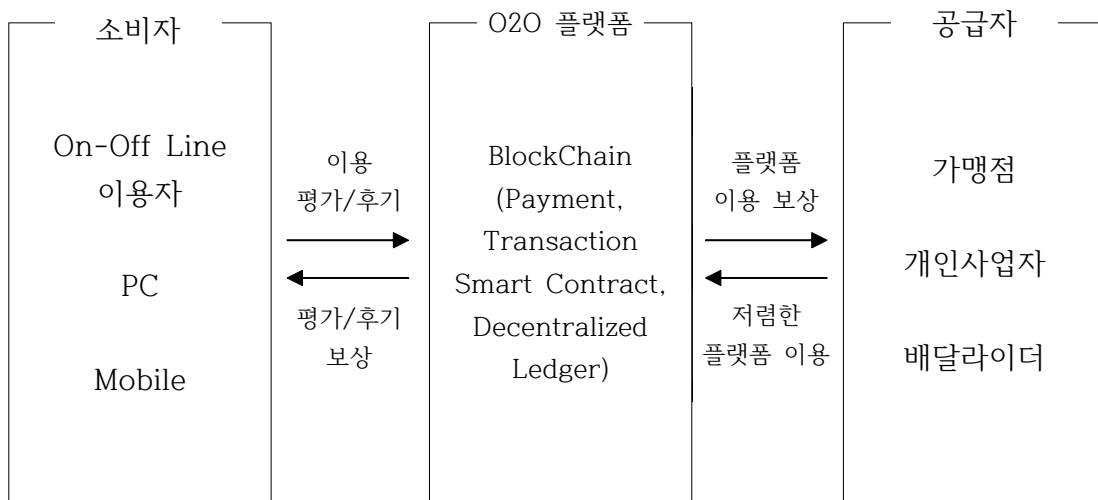
이러한 서비스 프로세스는 O2O(Online to Online) 시스템을 사용해 이루어진다. 모바일 배달 어플리케이션에 접속 후 소비자의 현재 위치를 설정하면 어플리케이션에 등록된 주변의 가맹점들을 소개해준다. 그러면 사용자는 음식점에 전화 주문을 하거나 모바일 상에서 바로 결제하여 주문이 가능하다. 주문 받은 음식은 오프라인으로 소비자에게 배달되고 소비자는 리뷰를 작성한다.

배달의 민족은 소비자에게 의외성과 재미를 함께 주는 키치(Kisch) 마케팅 전략을 사용 중이다. 소비자들에게 친근하면서도 강력하게 기억될 것을 목표로 하고 있다.

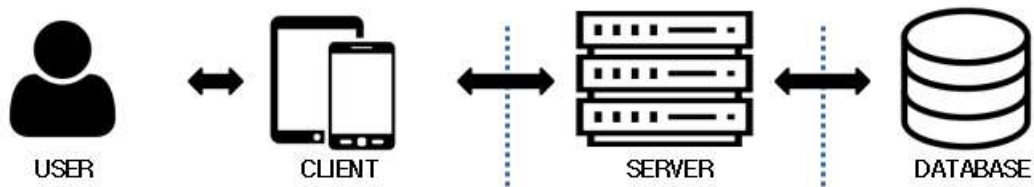
## 2. 기술개발 정의

### - 플랫폼 구조도

배달의 민족은 O2O(Online to Online) 서비스 플랫폼을 사용하고 있다. 소비자들이 O2O 서비스를 이용한 후, 신뢰성 있는 평가와 후기를 통해 플랫폼 전반적인 생태계에 기여하게 된다. 도식화시키면 다음 그림과 같다.



### - 주요 구성 기술 (서버, 클라이언트, DB, Cloud, 주요 알고리즘 등)



모바일 어플리케이션 플랫폼의 일반적인 프레임워크는 Android 및 iOS이다. 클라이언트는 사용자가 직접 볼 수 있고 사용하는 서비스 응용 프로그램이다. Android에서는 주로 Android Studio를, iOS에서는 주로 Swift나 Xcode를 개발 환경으로 사용하고 있다. 서버에서는 다양한 서비스를 관리하고 처리할 수 있는데 Java나 Python과 같은 프로그래밍 언어를 사용한다. 마지막으로 데이터를 저장 및 관리하기 위한 데이터베이스가 필요하다. 데이터베이스를 크게 MySQL과 같은 SQL-based DBMS와 MongoDB와 같은 NoSQL-based DBMS로 나뉜다. 클라우드 기반 개발의 장점은 실제로 개발된 응용 프로그램의 서버를 클라우드에 배포하는 경우 개발자의 하드웨어 비용 부담을 줄이고 고성능 개발 환경을 보장할 수 있다는 것이다. 또한 인터넷을 사용할 수 있는 곳이라면 개발 환경을 고유할 수도 있다.

배달의 민족 어플리케이션은 iOS의 App store와 Android의 Google play store 양쪽에서 모두 다운로드가 가능하다. 따라서 Android와 iOS 프레임워크를 모두 사용해 플랫폼을 구성했다고 볼 수 있다.

#### - 개발 방법 (개발 환경, 주요 산출물 등)

Eclipse는 대부분의 개발자가 사용하는 IDE(통합 개발 환경)이며 주로 Java 언어 개발자가 사용한다. Visual Studio는 주로 C언어 개발자가 사용하며 다중 선택, 다중 복사 및 화면 분할과 같은 개발에 편리한 다양한 기능을 제공한다. 다른 IDE와 비교하여 더 큰 확장성을 제공한다. 두 IDE 모두 개발, 디버그, 테스트, DB 구축 등 IDE에서 제공해야 하는 모든 기본 기능을 제공하며 소프트웨어 개발에 활용할 수 있다.

Android에서는 Java 언어 기반 Android Studio에서 개발하기 쉽고 Eclipse 또는 Visual Studio와 같은 IDE(통합 개발 환경)에서 개발할 수 있다. iOS에서는 독점적인 프로그래밍 언어인 Swift 언어를 사용하여 개발할 수 있다. Apple 환경에서 일반적인 IDE인 Xcode에서 쉽게 개발할 수 있다.

배달의 민족 플랫폼은 기본적으로 Android를, 그중에서도 확장성이 좋은 Visual Studio에서 개발했을 것 같다. 그다음 많은 가맹점들의 데이터베이스를 조사해서 저장할 수 있도록 DB를 구축했을 것이다. 초창기에는 규모가 작기 때문에 MySQL이나 Oracle처럼 SQL-based DBMS를 사용했을 것 같다. 물론 나중에 해외 시장으로 진출한다든지 규모가 걸잡을 수 없이 커지게 되면 수평적 확장성을 이용해 MongoDB와 같은 NoSQL-based DBMS를 사용해야 할 것이다.

### 3. 장단점 분석

#### - 유사 서비스 분석 (차별성, 장단점 분석 등)

국내에서 가장 많이 사용하는 배달 어플리케이션은 크게 세 가지로 배달의 민족, 요기요, 배달통이 있다.

배달의 민족은 배달 어플리케이션 중 류승룡을 활용한 스타 마케팅을 가장 먼저 시작한 업체이다. ‘#다이어트는 포샵으로’, ‘#경희야, 넌 먹을 때가 제일 예뻐’와 같은 진지하면서도 유머러스한 광고 카피로 단숨에 소비자들의 시선을 사로잡았다. 배달의 민족에서 가장 눈길을 끄는 것은 디자인이다. 첫 화면의 메뉴 구성을 보면 귀여운 일러스트를 활용했다. 짧은 층을 겨냥한 재미있는 일러스트는 분명 다른 배달 어플리케이션과는 차별화되는 점이라고 생각한다. 메뉴를 선택해 들어가면 울트라콜을 통해 맛집 순위가 정해져 있다. 이 맛집 순위는 주문량, 재방문률, 리뷰 숫자, 주문 취소율 등 여러 기준을 갖고 알고리즘에 따라 계산한다고 한다. 국내 1등 배달 어플리케이션 만큼 다양한 음식점의 평가가 가장 많아 배달 음식을 주문할 때 여러 사람들의 의견을 듣고 선택할 수 있다는 장점이 있다. 하지만 포인트 적립율이 타 어플리케이션에 비해 현저히 낮다. 또한 배달이 느리다는 사용자들의 불만이 많았는데, 이것은 배민라이더스를 도입해 고쳐나가고 있다.

배달의 민족에 이어 국내 2위 배달 어플리케이션인 요기요는 여러 스타 군단이 함께 광고에 출연해 화제가 되었다. 메뉴를 선택해 들어가면 기본 정렬순으로 리스트화되어 있다. 이 리스트를 별점순이나 리뷰순, 거리순으로 변경할 수 있다는 장점이 있다.

또한 실제 주문 고객만이 리뷰를 쓸 수 있는 100% 클린 리뷰를 통해 객관성을 유지하고 있다. 그리고 전화 주문보다 비쌀 경우 차액의 300%를 보상해주는 최저가보장제를 실시하고 있다. 반면 결제 방법이 다양하지 못하고 주문 과정이 매끄럽지 않다는 평이 많다. 또한 중개 수수료가 세 어플리케이션 중 가장 많다.

마지막으로 배달통은 위의 두 어플리케이션과 다르게 정보 제공에 더 초점을 맞춘 디자인이 특징이다. 첫 화면은 다소 전단지 느낌이 나긴 하지만 배달 시간과 같은 정보가 자세하게 나와있다. 배달통만의 장점은 배달 어플리케이션 중 가장 많은 제휴 업체를 보유하고 있다는 점이다. 제공되는 적립 포인트가 결제뿐만 아니라 모바일 상품권이나 OK캐쉬백으로 교환 또한 가능하다. 하지만 첫 주문 시 할인율이 높아 한번 이용 후 지속적으로 이용하는 경우가 드물다.

#### - SWOT 분석

SWOT은 기업을 Strength(강점), Weakness(약점), Opportunities(기회), Threats(위협)의 4가지 상황별, 요인별로 분석하여 마케팅 전략을 세우는 방법론을 말한다.

Strength : 친숙한 이미지의 캐릭터를 사용하여 주 소비층을 사로잡으며 이용자의 만족도나 의견을 기록해 소비자와 활발하게 교류한다. 모바일 주문과 결제, 적립이 한번에 되는 원클릭 솔루션을 채택하고 있다.

Weakness : 위치 기반 프로그램이 제대로 작동하지 않는 경우가 있다. 그리고 초창기에 결제 수수료로 인해 업주와의 잦은 분쟁이 발생했다. 개인사업자 음식점 메뉴는 이미지를 지원해주지 않으며 한눈에 보기에는 약간 복잡한 인터페이스를 갖고 있다. 또한 매우 방대한 업체들이 등록되어 있어 배달 업체 관리가 원활하지 않다.

Opportunities : 스마트-쇼핑은 매년 두 배 이상 성장하는 시장이다. 스마트폰 사용자 4천만인만큼 비즈니스 블루오션이다. 다른 사람들과 어울리기보다는 자신만의 여가 생활을 하며 즐기는 사람들, 흔히 ‘나홀로족’이라고 불리는 사람들이 전체 24%로 점점 더 증가하는 추세이다. 또한 기존 광고 시장과 차별성을 두고 있다.

Threats : 요기요, 배달통 등의 등장과 입지 급부상으로 1위 자리를 위협받고 있다. 일부에서는 골목 상권을 죽인다는 평가가 있으며 모바일로 한정되기 때문에 종이 전단지 광고에 비해 시장 규모가 작다. 해외 자본의 시장 진입 및 위협 또한 존재한다.

#### 4. 개선 방법

- 서비스 측면 (기존 서비스의 문제점을 개선하거나 추가적으로 새롭게 제공할 수 있는 서비스)

배달 어플리케이션은 과거 소셜커머스 초창기 때와 마찬가지로 시스템 자체에 그렇게 어려운 부분이 없기에 진입 장벽이 낮은 편에 속하는 서비스라고 생각한다. 그렇기에 배달 앱들은 엄청난 광고비를 사용하며 이에 집중하고 있다. 하지만 현재의 배달 어플리케이션들에게는 진정으로 차별화된 핵심 경쟁력이 없다고 본다.

배달 음식의 가장 큰 문제점은 위생 상태이다. 음식점에서 먹는 경우에는 조리한 음식을 바로 내오기 때문에 사실상 위생에 크게 신경을 쓸 필요가 없다. 하지만 배달 음식의 경우는 다르다. 조리된 음식을 용기에 담아 그것을 오토바이가 싣고 오는 것이기 때문에 위생을 보장할 수가 없다. 따라서 이러한 것을 사용자가 보장받을 수 있다면 좀 더 찐찐하지 않게 사용할 수 있다고 본다. 따라서 위생에 초점을 맞추는 것이 여러 배달 어플리케이션 중 차별화를 둘 수 있는 서비스일 것 같다.

현재 배달의 민족에 등록된 음식점은 상당히 많기 때문에 모든 업체들의 위생 상태를 데이터베이스로 구축하고, 일정한 기간별로 갱신을 해주면 좋을 것 같다.

- 기술적 측면 (IoT, 인공지능, 빅데이터 등과 같은 고도화 기술을 적용하여 개선할 수 있는 방법)

AI(인공지능)는 머신러닝이나 딥러닝과 같은 데이터 분석 기술을 기반으로 작동하기 때문에 빅데이터와 유사한 개발 환경을 갖추고 있다. 이러한 AI 기술을 이용해 자동으로 사용자가 원하는 음식을 추천해줄 수 있는 기술을 적용해 볼 수 있다. 사용자가 배달 어플리케이션을 사용하는 그 시점의 기분이나 배고픔 정도를 측정해 자동으로 음식을 추천해주는 것이다. 현재 이미 알파고를 통해 AI가 전 세계의 관심을 끌고 있다. 지금 보면 실현 가능성이 없어 보이는 기술이지만 세상은 급변하고, 이에 따라 미래에는 어떠한 기술이 나올지 아무도 모른다.

또한 IoT(사물 인터넷) 기술을 활용해 현재 내 음식이 어디에 있고, 언제 도착하는지를 알 수 있을 것 같다. IoT는 Internet of Things의 약자로 인터넷을 기반으로 모든 사물을 연결하여 정보를 상호 소통하는 지능형 기술이다. 따라서 음식점에서 배달 대행 업체에 음식을 건네주는 순간 IoT 기술을 사용해 사용자 휴대폰과 연동이 되는 것이다. 이렇게 되면 사용자는 막연히 기다리기보다 배달 음식이 언제쯤 도착하는지를 정확히 파악할 수 있다.

지금까지 출시된 배달 어플리케이션들의 기능은 사실상 거의 동일하다. 그러므로 이러한 고도화 기술을 조금 더 빨리 적용하는 어플리케이션이 살아남을 것이다.