



2030세대 라이프 스타일에 맞는 거주공간 추천 서비스 제작

「마케팅 관리」과 「ICT 전략 및 기획」강의페어링

신호재 교수님 지도

목적 배경 및 필요성

현시점 부동산 포털 사이트의 정보 제공 형태는 기성세대들에게 맞춰져 있다. 구체적으로 살펴보자면, 기성세대들은 포털 중심으로 투자목적 시세 확인 및 택지개발 계획 검색을 목적으로 주요 부동산 서비스를 이용하는 반면, 2030세대들은 실제 자신들의 실거주 목적 매물 탐색 및 매매가 아닌 전월세 위주로 부동산 서비스를 사용하고 있다. 현 부동산 서비스들은 2030세대들의 라이프 스타일에 맞는 서비스가 부재하여 빅데이터 기반 거주 공간 추천 서비스 기획을 통해 2030세대까지 이용할 수 있도록 하려고 한다. 2030세대들의 특징으로 1인가구 중심이며, 자신의 거주공간에 라이프스타일을 반영하는 것이 그 세대들의 특징이고, 그 기반으로 부동산을 고르려는 것이 현 기성세대와 다른 점이다.

「마케팅 관리」에서의 강의페어링

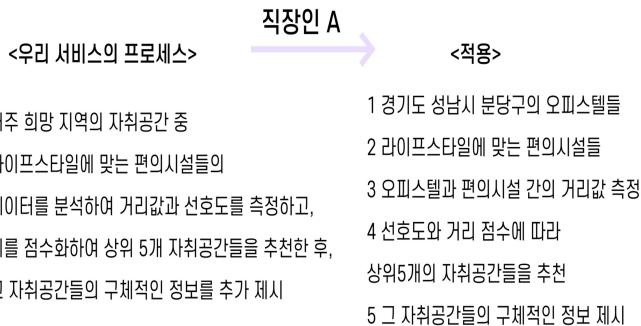
본 강의에서 마케팅에 대한 주요한 원리 및 기본적인 마케팅 이론과 컨셉에 대한 이해를 배웠다. 특히 소비자들은 세대별로 다른 문화를 공유하고 있고 이들의 소비문화까지 달라질 수 있다는 것에 영향을 주는 것 또한 확인했다. 실제 나의 서비스가 시장에서의 어떤 포지션을 이룰 것이고 영향력이 얼마나 있을지 분석하여 실효가 있는 것인지를 이 강의를 통해 확인 할 수 있다.

「ICT 전략 및 기획」에서의 강의페어링

강의명에서도 알 수 있듯이, 급변하는 인터넷 환경에서 정보통신의 새로운 패러다임에 능동적으로 대처하기 위하여 정보통신의 신기술과 트렌드를 파악할 수 있도록 최신 네트워크의 핵심 기술들을 배운다. 이 점에서 빅데이터 기반 데이터 베이스 정리 및 활용 기술을 통해 알고리즘을 개발하여 이 서비스의 실효성을 검증하는 단계를 이 강의를 통해 확인 할 수 있다.

1. 아이디어 설계

아이디어 설계



2. 아이디어 결과값

직장인A 선호도 라이프 편의시설에 맞는 오피스텔 순위
오피스텔과 편의시설간 거리값, 선호도 결과값 측정

세탁소 전기차충전소 편의점 맥도날드 헬스장 정형외과

	4	5	3	2	3	4	단위 : m		
	오피스텔명	위도	경도	세탁소	헬스장	맥도날드	편의점	전기차충전소	점형외과
0	금호리빙스텔	37.4	127.1	310.5	71.8	1264.7	162.5	269.9	24.3
1	분당종합아이원플러스	37.4	127.1	7.1	215.3	1061.8	16.3	371.4	131.9
2	LG분당에클라트	37.4	127.1	126.0	85.6	1191.8	0.3	384.3	0.3
3	성지하이츠	37.4	127.1	213.5	82.5	1417.3	39.6	440.8	141.5
4	분당오벨리스크	37.4	127.1	295.6	87.1	1436.6	134.6	374.7	198.3

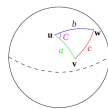
3. 활용 데이터 및 이론

활용 데이터의 형태

데이터항목	데이터항목 상세	내용
오피스텔 리스트	오피스텔명	오피스텔명
	호갱도도코드	호갱도도 오피스텔분류 코드
공통 변수	위도	주전 매물의 위도
	경도	주전 매물의 경도
	소재지지번주소	주전 매물의 소재지지번주소
	소재시도로명주소	주전 매물의 소재시도로명주소
개별 변수	인허가일자	해당 사업체의 인허가 날짜
	소재지시설전화번호	업장 전화번호
	공원명	공원명
	사업장명	사업장명
	시설구분명기관명	지안센터기관명
	관리기관명	CCTV 관리기관명
	시장명	전통시장명
	충전소명	전기차충전소명

하버사인 공식(Haversine Formula)

$$d = 2r \arcsin \left(\sqrt{\sin^2 \left(\frac{\phi_2 - \phi_1}{2} \right) + \cos(\phi_1) \cos(\phi_2) \sin^2 \left(\frac{\lambda_2 - \lambda_1}{2} \right)} \right)$$



ϕ_1, ϕ_2 는 점 1의 위도와 점 2의 위도(라디안)
 λ_1, λ_2 는 점 1의 경도와 점 2의 경도(라디안)

주어진 지점에 대해 구의 두 지점 사이의 최단거리를 구하는 공식

4. 결론 및 기대효과

1. 서비스유저가 직접 부동산을 방문하지 않아도 자신의 라이프 스타일에 맞는 부동산 빅데이터를 확인 가능
2. 서비스 유저가 기존 서비스를 단독으로 이용하도록 하여 시장의 점유율 경쟁을 한다면 다른 부동산 포털 서비스와 중복 이용하도록 가능하게 하여 시너지 효과를 기대할 수 있다. 오른쪽 자료에서 확인하면, 네이버 유저가 다음 등등 타 서비스를 이용하는 비율이 상당히 높다. 즉, 제 서비스는 기존 서비스와의 상생 가능하다.

- 주요 부동산 서비스별 타 서비스 중복 이용률 비교 -

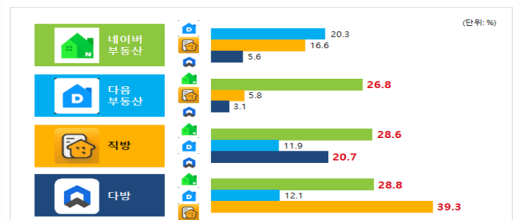


Figure 13 Nielsen KoreanClick PC&Mobile Behavioral Data (2018.02)

참고자료

<https://news.hmgjournal.com/TALK/Story/neo-single-and-kinfolk>
http://www.koreanclick.com/insights/newsletter_view.html?code=topic&id=471&page=1
<https://pyxispub.uzuki.live/?p=1006>