

УДК 167.2

МЕТОДОЛОГИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫХ СИСТЕМ

Ермолаева А.А. (федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики»)

Научный руководитель – доц., звание Смолин А.А.

(федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики»)

Рекомендательные системы стали неотъемлемой частью современного цифрового мира. Системы рекомендаций используют на сайтах электронной коммерции, социальных сетях, новостных сайтах, а также в сервисах потокового видео или музыки и т.д. В данном исследовании будут рассмотрены базовые принципы проектирования рекомендательных систем из различных сфер бизнеса, а также будут рассмотрены методы проектирования рекомендательных систем, которые помогут пользователю настраивать приложение таким образом, чтобы повысить контроль над рекомендуемым контентом.

В магазинах пользователи стараются не тратить свое время на просмотр всего каталога продукции, чтобы найти лучший выбор. Также известно, что чем обильнее выбор товара, тем тяжелее человеку сделать выбор. На реальных торговых площадках такая проблема решена посредством расположения высокоприбыльных и часто встречающихся товаров, чтобы увеличить доходы и оптимизировать торговые площади. Однако, в условиях индивидуальности каждого покупателя, сложно угодить каждому. В магазинах такая проблема решена с помощью продавцов, задача которых помочь пользователям сориентироваться в товарах и подобрать что-то под свои предпочтения. Современные платформы также стремятся найти индивидуальный подход к каждому пользователю с целью повышения доверия к продукту. В этом им помогают рекомендательные системы, которые собирают данные о пользователе, после чего предлагают ему те или иные услуги или товары. Однако каждый пользователь не раз встречался с такими проблемами, как навязчивые рекомендации какого-либо товара, которые только мешают. Для рекомендательных систем разных сфер на сегодняшний день не существует явных паттернов проектирования. Каждая система может использовать какие-то принципы, заимствованные из других, однако целостных шаблонов проектирования таких систем нет. Также во многих системах очень слабо реализованы настройки рекомендуемого контента, что приводит к уменьшению контроля пользователя над рекомендуемым контентом, и, как следствие, к уменьшению вероятности попадания в реальные предпочтения пользователя.

Хорошо отлаженный сбор информации позволяет давать актуальные рекомендации. С их помощью сокращается время поиска необходимых товаров или услуг и увеличивается вероятность совершения связанных целевых действий. Настройка интерфейса и контроль над рекомендациями помогает пользователям лучше ориентироваться в собственных рекомендациях, а также лучше контролировать потребляемый контент, а системе, в свою очередь, помогает подробнее узнавать информацию о пользователе, что позволит точнее подбирать контент и товары.

Таким образом, в докладе рассмотрена методология проектирования рекомендательных систем, основанная на функционале, позволяющем повысить контроль пользователя над рекомендуемым контентом. Это позволит увеличить эффективность поиска пользователем товаров и услуг и повысить доверие пользователя к продукту.