

УДК 004.6:[004.738.5:39]

РОЗРОБКА ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКОМЕНДАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПРОДАЖУ ЦИФРОВОЇ ТЕХНІКИ ЯК УНІВЕРСАЛЬНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗБОРУ, АНАЛІЗУ ТА ОБРОБКИ ДАНИХ

Ізюмський М.О.

Науковий керівник – асист. каф. системотехніки Пономарьова С.В.
Харківський національний університет радіоелектроніки, каф. СТ
м. Харків, Україна

тел.: +38(095) 219-40-18, email: iziumskiy.maksym@nure.ua

The article examines the use of information and recommendation systems as a universal tool for collecting, analyzing and processing data in the context of selling digital technologies. It also emphasizes the importance of customer data to improve marketing strategies and customer experience. It also highlights the potential benefits of using information and recommendation systems for business, including increased sales and increased customer loyalty.

Ринок цифрових технологій стрімко зростає протягом останніх кількох років, і очікується, що він продовжить зростати в майбутньому. Разом із цим зростанням збільшується кількість даних про клієнтів, якими доводиться керувати компаніям. Щоб розібратися в цих даних, компаніям потрібна система, яка може ефективно збирати, аналізувати та обробляти їх.

Інформаційно-рекомендаційна система – це потужний інструмент, який може допомогти бізнесу збирати, аналізувати та обробляти дані про клієнтів таким чином, щоб надавати кращі послуги та приймати кращі бізнес-рішення. У цій роботі розглядається використання інформаційно-рекомендаційних систем у сфері продажу цифрової техніки і те, як їх можна використовувати як універсальний інструмент для збору, аналізу та обробки даних про клієнтів.

Ці системи використовуються в широкому спектрі галузей, від електронної комерції до соціальних мереж, і їх можна налаштувати відповідно до потреб будь-якого бізнесу.

У сфері продажу цифрових технологій інформаційно-рекомендаційна система може використовуватися для збору даних про інтереси та поведінку клієнтів. Наприклад, вона може відстежувати типи товарів, які клієнти шукають, які товари вони купують і які повертають.

Алгоритм роботи інформаційно-рекомендаційної системи для інтернет-магазину цифрової техніки може бути наступним:

– система збирає дані про продукти, що доступні в інтернет-магазині, та профілі користувачів, які відвідують сайт;

– система обробляє зібрані дані та формує профілі користувачів, враховуючи їхню історію покупок, переглядів продуктів тощо;

– система класифікує продукти за різними категоріями, такими як тип, бренд, ціновий діапазон тощо;

– на основі профілю користувача та класифікації продуктів, система робить рекомендації продуктів, які можуть бути цікавими для користувача. Рекомендації можуть бути зроблені на основі збігу з історією покупок, популярності продуктів, новинок та акцій;

– система відображає рекомендації на сторінках продуктів та на головній сторінці інтернет-магазину, щоб користувачі могли легко знайти продукти, які їм можуть сподобатися;

– система оновлює профіль користувача на основі взаємодії з інтернет-магазином, щоб зробити рекомендації більш точними в майбутньому.

Використання інформаційно-рекомендаційних систем у продажі цифрових технологій має багато переваг. Однією з найбільших переваг є те, що вона дозволяє компаніям швидко та ефективно збирати та аналізувати великі обсяги даних про клієнтів. Потім ці дані можна використовувати для надання персоналізованих рекомендацій та інформації клієнтам, що може допомогти підвищити їхню задоволеність і лояльність. Ще однією перевагою використання інформаційно-рекомендаційної системи є те, що вона може допомогти бізнесу приймати кращі бізнес-рішення. Аналізуючи дані про клієнтів, бізнес може виявити тенденції та закономірності в їхній поведінці.

Хоча використання інформаційно-рекомендаційних систем має багато переваг, існують і певні виклики, про які підприємствам слід знати. Однією з найбільших проблем є забезпечення того, щоб система збирала точні та релевантні дані. Якщо зібрані дані не є точними або релевантними, це може призвести до надання клієнтам неправильних рекомендацій та інформації. Також компанії повинні усвідомлювати етичні наслідки використання інформаційно-рекомендаційних систем. Вони повинні забезпечити прозорість даних, які вони збирають, і того, як вони використовуються. Вони також повинні переконатися, що не використовують дані клієнтів у неетичний спосіб або не порушують їхню приватність. Інформаційно-рекомендаційна система може допомогти бізнесу заощадити час і гроші. Автоматизувавши процес збору та аналізу даних про клієнтів, компанії можуть зменшити кількість часу та ресурсів, які їм потрібно витратити на ці завдання. Це може вивільнити ресурси, щоб зосередитися на інших важливих аспектах бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Рекомендаційні системи для інтернет магазину / Жеребцов О.М., Нескородєва Т.В. // матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Комп'ютерні технології обробки даних». Вінниця, 2022. – С. 187-191.