

УДК 004.582

В. Ковальов , С. Лупенко

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ ПОБУДОВИ КОМП'ЮТЕРИЗОВАНИХ ДІАЛогоВИХ СИСТЕМ ТОРГОВОГО ЦЕНТРУ

UDC 004.582

V. Kovalev, S. Lupenko

(Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine)

METHODS AND MEANS OF CONSTRUCTION OF COMPUTERIZED DIALOGUE SYSTEMS OF THE SHOPPING CENTER

Розвиток технологій та їхня доступність спровокували швидкий ріст інтернет комерції, в Україні в орієнтовно 63 % використовує інтернет, 33 % від загальної кількості користувачів купують мінімум один раз на рік.

Але в продажах не можливо все звести до онлайн. За даними аудиту компанії Deloitte, з 50 найбільш швидкозростаючих магазинів чи маркетплейсів світу, всього 8% займають магазини, у яких немає (або мала кількість) фізичних точок.

Взагалом люди обирають інтернет магазини чере такі фактори:

1. Швидкість
2. Великий асортимент
3. Можливість зрівняти ціни та якість, не витрачаючи час

Метою роботи є створення діалогового вікна, яке б надало фізичним точкам всі вище згадані переваги. В основі даної роботи лежить алгоритм машинного навчання "Метод k-найближчих сусідів". Для даної задачі використано алгоритм класифікацій, в категорії машинного навчання з учителем. Задача класифікації полягає в побудові такого алгоритму, який спроможний класифікувати довільний об'єкт з вихідної множини даних. Це формалізована задача, яка містить множину об'єктів (побажань покупця), поділених певним чином на класи (товари у супермаркеті). Для заданої скінченної множини об'єктів, для яких відомо, до яких класів вони відносяться. Ця множина називається вибіркою.

У представленій системі вибору товарів стоїть задача класифікувати множину побажань покупців у маркеті, відносно поставлених йому запитань. Вибіркою, тобто множини об'єктів, відомих нам, до яких класів вони відносяться, буде список доступних товарів у супермаркеті.

Базова умова для коректної роботи алгоритму є те що магазини заповнюють свої профілі та карточки товару за допомогою ряду запитань, для визначення оцінки характеристик його товару, і для стартової оцінки їхнього магазину.

За рахунок данного програмного забезпечення покупець зможе швидко оцінити та проаналізувати пропозиції продавців та підібрати товар для покупки. Для продавця це буде додатковий спосіб просування свої товарів та виділення серед конкурентів.

Взагалом данне програмне забезпечення має підняти трафік торгових центрів, а також оптимізувати роботу окремих магазинів.