

سیستم‌های توصیه‌گر برای توریست‌ها

نویسندگان:

مهندس شاره خسروی - مهندس مریم خامسی



انتشارات مینوفر
Minufar.ir

مشهد مقدس - ۱۳۹۶

فهرست مطالب

۷.....	پیشگفتار
۹.....	فصل اول: کلیات
۹.....	مقدمه
۱۱.....	بیان مسئله
۱۴.....	جنبه جدید بودن و نوآوری در تحقیق
۱۵.....	اهداف
۱۷.....	فصل دوم: مروری بر ادبیات و زمینه
۱۷.....	مقدمه
۱۸.....	سیستم‌های توصیه‌گر
۱۹.....	برخی از کاربردها و چالش‌های سیستم توصیه‌گر
۲۱.....	مسائل و چالش‌های موجود در سیستم‌های توصیه‌گر
۲۲.....	سیستم‌های توصیه‌گر مبتنی بر محتوا
۲۴.....	سیستم‌های توصیه‌گر مبتنی بر فیلتر مشترک
۲۶.....	پیشنهاد بر اساس اطلاعات آماری و جمعیتی
۲۷.....	تابع ارزیابی
۲۷.....	مروری بر کارهای گذشته

۳۶	جمع بندی
۳۷	فصل سوم: روش های پیشنهادی
۳۷	مقدمه
۳۸	روش های پیشنهادی
۴۲	اجزای روش
۴۴	آزمایش ها
۴۴	مجموعه داده
۴۹	معیارهای ارزیابی
۵۴	ضریب همبستگی
۵۶	رابطه فیثاغورث (اقلیدسی)
۵۷	نتایج
۶۱	کاربرد روش پیشنهادی
۶۱	شبه کد روش پیشنهادی
۶۴	جمع بندی
۶۷	فصل چهارم: نتیجه گیری و کارهای آینده
۶۷	نتیجه گیری
۶۹	کارهای آینده
۷۱	منابع فارسی
۷۱	منابع انگلیسی

پیشگفتار

جستجو و یافتن موضوعات موردنظر در محیط وبسایت‌ها به دلیل حجم عظیم آن‌ها باعث شده است افراد زمان زیادی را صرف این کار کنند و در بسیاری از موارد به دلیل جستجوهای نادرست و عدم آگاهی به نتیجه‌ی مطلوبی دست یابند. همچنین، معمولاً گردشگران در جزئیاتی مانند مکان اسکان در مقصد اقامتی کامل ندارند و در صورت عدم شناخت شهر مقصد با آزمون و خطا به جستجو برای مکان می‌پردازند که نتیجه‌ای جز هدر رفتن زمان طولانی در همان ابتدای مسرت نخواهد داشت. می‌خواهیم زمینه تبادل اطلاعات بین افراد را فراهم آوریم. راه‌حل ساده‌تری برای پیشنهاد مکان‌های توریستی و گردشگری و جذب بیشتر افراد به آن مکان‌ها فراهم آوریم؛ که سرعت و کیفیت جستجو بین گردشگران افزایش یابد و میزان زمان اتلافی در هنگام جستجو کاهش یابد؛ بنابراین یافتن افراد با انگیزه‌های رفتاری یکسان در محیط وب و ایجاد ارتباط بین آن‌ها، امروزه به یکی از نیازهای مهم در تجارت و آموزش مبدل شده است که می‌تواند باعث صرفه‌جویی در وقت افراد شده و نتایج قابل‌توجهی را در زمینه‌ی توسعه سیستم‌های توصیه‌گر برای اهداف تجاری یا کمک به ارتقای سطح علمی دانشجویان در مقاطع مختلف علمی، حاصل کند.

در این کتاب، تلاش شده است از تکنیک‌های رفتار کاوی برای جستجوی رفتار گردشگران استفاده کرده و روشی برای پیشنهاد بهترین منطقه توریستی به آن‌ها بر اساس توانمندی‌ها، بودجه، علایق و ... پیشنهاد داده شود. این روش می‌تواند با کمترین هزینه کمک کند تا بتوانیم افرادی که دارای مشابهتی در الگوهای رفتاری یا پسندها و ناپسندها هستند را شناسایی و اقدام به پیشنهاد دادن بهترین گزینه ممکن به آن‌ها با توجه به شرایط و موارد پسند و سایر ویژگی‌های آن‌ها شود. برای این کار مجموعه داده‌ای با کمک پرسشنامه از ۱۰۰۰ نفر از افرادی که حداقل برای یک‌بار به مکان موردنظر سفر کرده بودند جمع‌آوری شده و با استفاده از معیارهای شباهت، شباهت یابی انجام شده است و در پایان دقت‌های به دست آمده در دو حالت باهم مقایسه شده است.