

عنوان مقاله:

کشف گزارش های نقص محصول از متن نظرات آنلاین کاربران

محل انتشار:

دوفصلنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران، دوره 10، شماره 35 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 0

نویسنده:

مهدی سخائی نیا - دانشگاه بوعلی سینا همدان

خلاصه مقاله:

با توسعه وب ۲ و شبکه های اجتماعی، مشتریان و کاربران نظرهای خود را درباره ی محصولات مختلف با یکدیگر به اشتراک می گذارند. این نظرها به عنوان یک منبع ارزشمند، جهت تعیین جایگاه کالا و موفقیت در بازاریابی، می تواند مورد استفاده قرار گیرد. استخراج نواقص گزارش شده از میان حجم زیاد نظرهایی که توسط کاربران تولید شده از مشکلات عمده این زمینه تحقیقاتی است. مشتریان و مصرف کنندگان با مقایسه محصولات تولیدکنندگان مختلف نقاط قوت و ضعف محصولات را در قالب نظرهای مثبت و منفی بیان می نمایند. طبقه بندی نظرات بر اساس واژگان حسی مثبت و منفی در متن نظر به اسناد حاوی گزارش نقص و فاقد آن نتیجه درست و دقیقی در پی ندارد. چون گزارش نواقص صرفا در نظرات منفی صورت نمی گیرد. ممکن است که مشتری نسبت به یک کالا حس مثبتی داشته باشد و با این حال در نظر خود یک نقص را گزارش نماید. بنابراین چالش دیگر این زمینه تحقیقاتی طبقه بندی درست و دقیق نظرات است. برای حل این مشکلات و چالش ها، در این مقاله روشی موثر و کارا برای استخراج نظرهای حاوی گزارش نقص محصول از نظرهای آنلاین کاربران ارائه گردیده است. بدین منظور طبقه بند جنگل تصادفی برای تشخیص گزارش نقص و تکنیک بدون ناظر مدل سازی موضوعی تخصیص پنهان دیریکله را برای ارائه ی خلاصه ای از گزارش نقص بکار گرفته شدند. برای تحلیل و ارزیابی روش پیشنهادی از داده های وب سایت آمازون استفاده شده است. نتایج نشان داد جنگل تصادفی حتی با تعداد کم داده های آموزشی عملکرد قابل قبولی برای کشف گزارش نقص دارد. نتایج و خروجی های استخراج شده از اسناد حاوی گزارش نقص، شامل خلاصه ی گزارش نقص جهت سهولت در تصمیم گیری تولیدکنندگان، یافتن الگوهای وجود گزارش نقص در متن به صورت خودکار و کشف جنبه هایی از محصول که بیشترین گزارش نقص مربوط به آنها می باشد، نشان دهنده توانایی روش تخصیص پنهان دیریکله است.

کلمات کلیدی:

تشخیص گزارش خرابی، نظر کاوی، تحلیل حسی، تحلیل نظر کاربران، متن کاوی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1858987>

