**개인화 추천 시스템의 리스크 헷지**  (투자의 위험에 대한 대비책)

(risk hedge)

일을 진행함에 따라 다양한 리스크가 발생한다. 이 리스크에 대하여 손실 방지를 도모하는 것.

**[필터버블, 추천피로도, 자기강화 현상]**

개인화 추천 서비스는 긍정적인 변화를 추구합니다. 그러나 안타깝게도 서비스의 부정적인 단면도 예상해 볼 수 있습니다. 사용자가 걸러진 정보만을 접하게 되어 사용자의 선택을 제한할 수 있는 필터버블 현상이 일어날 수 있습니다.

또한 사용자는 비슷한 아이템들이 계속 제시됨에 따라 새로운 것이 없다고 느끼게 될 수 있습니다. 이러한 ‘추천 피로도’는 [새로고침]버튼으로 하위랭킹을 새로운 추천으로 제시하고, 추천 카테고리 변경 기능을 사용해 해결합니다. 이건 해결 방법이 아니야/ 앞에 주장했던 내용에 대한 부정적인 면을 조금 더 설명하는 식으로 작성해줘

마지막으로 개인화 추천 서비스의 알고리즘을 통해 주문 내역 그리고 사용자의 취향에 맞게 전형화된(?) 추천 모델을 갖게됩니다. 이러한 성질이 사용자에게 딱 맞는 음식을 추천해줄 수 있지만, 취향에 맞지 않은 데이터들이 학습되어 사용자의 취향과 거리가 먼 추천 서비스를 제공할 수 있습니다.

자는 기존에 믿고 있던 관점과 비슷한 데이터들이 쌓이면서 자기 확신에 이르게 되는 자기강화 현상이 일어날 수 있습니다. 그러나 이러한 성질을 역으로 이용하여 취향에 맞지 않는 경우가 발생하더라도 자기강화를 통한 사용자 수와 결제 수 증가를 이끌어내게 됩니다. (일단은 위에 내용으로 수정했는데 한번 참고해줘)

**[사용자와 사장님의 불편]**

개인화 추천 서비스에 대해 사용자와 사장님의 불편이 발생할 수 있습니다.

개인화 추천 서비스의 만족도가 낮은 경우 배민에 대한 사용자의 감정이 부정적으로 변할 수 있습니다. 이로인해 사용자가 줄어들거나 아예 배달의 민족 어플을 사용하지 않으려 할 수 도 있습니다.(이건 ,, 사장님의 불편이 아니다.) 하지만 저희의 개인화 추천 서비스는 ‘만족도 조사’를 통해 이 불편을 해결합니다. ‘맛’과 ‘취향’ 중 어떤 점이 불편했는지 조사해 가게를 제외하거나 취향 태그를 변경함으로써 사용자의 ‘맛’과 ‘취향’을 정확도 높게 다시 추천해 만족도를 높입니다.(사장님의 불편이 아니며 만족도 조사는 우리가 생각했던 ,, 해결방안이 아닌것 같다, 해결방안에 대해서는 성호랑 얘기를 해봐야할 것 같아!)

사장님 또한 이 추천 서비스에 마음이 상하실 수 있습니다. 자신의 가게가 추천되지 않아 속상한 마음을 넘어 추천 알고리즘 자체에 의구심을 갖게 될 수도 있습니다. 이런 마음은 사장님의 눈높이에 맞춘 알고리즘에 대한 알기 쉬운 설명을 통해 해결할 수 있습니다.(해결 할 수 있다기 보단 일종의 방법등으로 예방 혹은 불만을 감소시킨다라고 설명해주면 좋을 것 같아. ) 또한 신규가게는 통계를 기반으로 패턴을 분석해, 리뷰가 없어도 태그만으로 추천 서비스에 등재될 수 있어 신규가게의 걱정 또한 덜어드립니다.

마지막으로 고객들의 불편에 대해서 작성하지 않은것 같아 이부분도 3~4줄로 작성해줘~!!