

## 성향기반 추천 시스템

### 1. 다른 추천시스템과의 차별성

현재 대부분의 OTT 플랫폼은 ‘유사 사용자 기반’, ‘유사 아이템 기반’, ‘잠재 모델 기반’, ‘콘텐츠 기반’ 알고리즘들을 사용한다. 이러한 추천은 사용자 자체에 집중하기보다는 사용자의 시청기록을 기반으로 아이템 자체의 내용을 분석해서 추천해준다. 공통 항목을 기본으로 데이터를 분석하고 추천하기 때문에 ‘희박성’에 대한 문제가 언제나 존재하고, memory-based 방법론을 극복하기 위해 현재는 model-based 방법론이 나오고있다. ‘성향기반 추천 시스템’은 앞선 문제를 극복하기 위해서 새로운 개인화 기법을 모색한다.

### 2. 상업적 가치

본 프로젝트를 진행했을 때 예상되는 기대 가치는 다음과 같다.

1. 사용자의 성격에 기반한 새로운 개인화된 맞춤 추천 시스템
2. 사용자의 실시간 요청에 따른 새로운 아이템 추천 가능

뿐만 아니라 양적 데이터에서 질적 데이터로의 이행은 보통의 추천 시스템에 사용되는 데이터보다 압도적으로 적은 양으로 개인화된 추천이 가능해 진다고 볼 수 있다.

### 3. MBTI의 안정성

MBTI의 역사는 1917년도부터 연구를 시작하여 약 20년간 연구를 진행하여 카를 융의 연구 기반을 토대로 완성되었다. 현재까지 나온 성격유형검사 중 가장 대중화된 방식으로 인정받았다.

실제로 MBTI를 기반으로 다양한 연구들이 나오고 있으며 데이터 관련 분야에서도 몇몇 연구들이 진행되었으며, kaggle, DAICON과 같은 경진대회에서도 MBTI 데이터셋을 개방함으로써 다양한 연구들이 진행될 수 있음을 볼 수 있다.