

## บทคัดย่อ

ปัญหาสำคัญของนักท่องเที่ยวคือการหาข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในเมืองหรือจังหวัดที่ตนเองสนใจอยากจะไป และการหาข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นักท่องเที่ยวต้องใช้เวลาอย่างมากในการค้นหาข้อมูลซึ่งกระจายอยู่ตามเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อกรองหาสถานที่ที่ตนเองสนใจอยากจะไป ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นในการแก้ปัญหาดังกล่าวโดยการใช้เทคโนโลยีทางวิทยาการคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว โดยอาศัยข้อมูลของผู้ใช้งานมหาศาลที่อยู่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) โดยเฉพาะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้ใช้ เช่น ข้อมูลการเช็คอิน (Check-in) ข้อมูลการกดไลค์ (Like) ต่างๆ เพื่อนำไปเป็นประโยชน์ในการคำนวณสรุปหาความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนและแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจดังกล่าว นอกจากนี้ข้อมูลจากเครือข่ายสังคมยังสามารถนำไปใช้เพื่อแนะนำผู้ใช้คนอื่นๆ ที่ไม่เป็นสมาชิกของเครือข่ายสังคมออนไลน์ใดๆ เลยก็ตาม ซึ่งงานวิจัยนี้จะใช้ข้อมูลจากเฟสบุ๊ก (Facebook) เพื่อเป็นข้อมูลตัวอย่างในการทดลอง กระบวนการสำคัญของงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนได้แก่ 1) การดึงข้อมูลจากเฟสบุ๊ก 2) การวิเคราะห์ความสนใจของผู้ใช้ 3) การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และ 4) การตรวจจับการปรับเปลี่ยนความสนใจของนักท่องเที่ยว ผลจากการทดลองพบว่าข้อมูลจากเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถใช้เพื่อหาความสนใจของผู้ใช้และระบบสามารถแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยมีความถูกต้องถึง 76% โดยใช้เทคนิคการตอบกลับจากผู้ใช้

## Abstract

A major obstacle of most tourists is to gather attractions information for desired visiting places. This task is great time consuming and laborious because those information is distributed into several websites over the Internet. As such, this research aims to resolve this problem by employing the computer technologies and methodologies to find the places that match user interests. With the emergence of social network, many useful data are available as check-in and Like data from Facebook. These data are employed for recommendation system regarding to user interest. In addition, they are also advantage to recommend the popular places for none Facebook user based on check-in statistic of Facebook users. There are four key processes in the proposed framework including: 1) Facebook data extraction, 2) user interest analysis, 3) attraction recommendation, and 4) user interest change detection. The experiments show that data from social network (Facebook) enables the user interest computation and can be used to enhance the recommendation system efficiency up to 76% of accuracy using the relevance feedback technique.