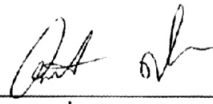


พัชรี ศรีสุวรรณ 2551: การแนะนำข้อมูลรายการท่องเที่ยวส่วนบุคคลสำหรับการท่องเที่ยว
อิเล็กทรอนิกส์โดยทฤษฎีเบย์และกฎความสัมพันธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาการ
คอมพิวเตอร์) สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ ประชานกรรมการที่
ปรึกษา: รองศาสตราจารย์อนงค์นาฏ ศรีวิหค, Ph.D. 90 หน้า

ปัจจุบันข้อมูลข่าวสารบนอินเทอร์เน็ตมีจำนวนมาก และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในการเป็น
สื่อกลางให้บริการข้อมูลสินค้าและบริการ เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และตรง
ต่อความต้องการของผู้ใช้ จึงมีการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อค้นหาความต้องการ และ
ให้คำแนะนำสินค้าหรือบริการแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของการให้คำแนะนำสินค้าและบริการ
ทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีจุดประสงค์ในการคัดกรองข้อมูลที่มีอยู่มากมายแนะนำแก่ลูกค้าแบบรายบุคคล
เพื่อนำไปใช้ตัดสินใจเลือกรับสินค้าหรือบริการ และเกิดความพึงพอใจที่ได้รับสินค้าหรือบริการอย่างสะดวก
รวดเร็ว

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการนำทฤษฎีของเบย์และกฎความสัมพันธ์มาใช้ในการวิเคราะห์รายการ
ท่องเที่ยว และเรียนรู้พฤติกรรมในการเลือกรายการท่องเที่ยวของผู้ใช้ เพื่อแนะนำรายการท่องเที่ยวรายบุคคล โดย
ทำการวิเคราะห์และเรียนรู้จากข้อมูล 3 ประเภท คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ ข้อมูลการท่องเที่ยว และข้อมูล
พฤติกรรมการใช้งาน โดยใช้อัลกอริทึมดังนี้ คือ ส่วนที่ 1. ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็นของเบย์ (Bayes Theorem)
ในการวิเคราะห์และเรียนรู้ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกคุณลักษณะของรายการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ของผู้ใช้
รายบุคคล ร่วมกับการหาค่าน้ำหนักของคุณลักษณะของรายการท่องเที่ยวที่ผู้ใช้ให้ความสำคัญ อันได้แก่ (1)
รูปแบบของการท่องเที่ยว (2) จำนวนวันในการท่องเที่ยว (3) ภูมิภาคของสถานที่ท่องเที่ยว (4) ราคาของรายการ
ท่องเที่ยว และ (5) ฤดูกาลท่องเที่ยว ส่วนที่ 2. การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะข้อมูล โดยใช้กฎ
ความสัมพันธ์ (Association Rule) ข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์เป็นข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผล
ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรายการท่องเที่ยวของผู้ใช้ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว การศึกษา
และอาชีพ จากการวัดประสิทธิภาพการให้คำแนะนำของการวิเคราะห์ทั้งสองส่วน พบว่าการวิเคราะห์และ
เรียนรู้โดยใช้ทฤษฎีของเบย์ มีค่าเฉลี่ยของค่าความแม่นยำ ค่าความระลึกลับ และค่าฮาร์โมนิกมีน (Harmonic mean)
เพิ่มขึ้นหลังจากการวิเคราะห์และเรียนรู้ข้อมูลผู้ใช้ ซึ่งค่าฮาร์โมนิกมีน เป็น 0.65 ส่วนการวิเคราะห์หา
ความสัมพันธ์ข้อมูลส่วนบุคคลกับข้อมูลคุณลักษณะของรายการท่องเที่ยวมีฮาร์โมนิกมีน เป็น 0.61


ลายมือชื่อผู้สมัคร


ลายมือชื่อประธานกรรมการ

27 / 05 / 51