

**A LEXICONIZING FRAMEWORK OF FEATURE-BASED
OPINION MINING IN TOURISM INDUSTRY**



ANANCHAI MUANGON

**A THEMATIC PAPER SUBMITTED IN PARTIAL
FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE
(TECHNOLOGY OF INFORMATION SYSTEM MANAGEMENT)
FACULTY OF GRADUATE STUDIES
MAHIDOL UNIVERSITY
2014**

Copyright by Mahidol University
COPYRIGHT OF MAHIDOL UNIVERSITY

A LEXICONIZING FRAMEWORK OF FEATURE-BASED OPINION MINING IN
TOURISM INDUSTRY

ANANCHAI MUANGON 5537225 EGTI/M

M.Sc. (TECHNOLOGY OF INFORMATION SYSTEM MANAGEMENT)

THEMATIC PAPER ADVISORY COMMITTEE: SOTARAT
THAMMABOOSADEE, Ph.D., SUPAPORN KIATTISIN, Ph.D.

ABSTRACT

Among all of the travel agency business in Thailand, Agoda (www.agoda.com) has boomed in recent years with the number of online agents offering for hotels booking. When customers need to make decision, they typically explore their opinion by investigating the opinions attached with each hotel online agent. This paper proposes a framework of feature-based opinion mining by using scores which essentially relies on the usage of two main lexiconizing levels, features, and polar words. An approach for extracting features and polar words from textual opinion is based on syntactic pattern analysis. The evaluation is performed with existing opinions and compared to the statistical resulted scores with the existing scores of each hotel. The proposed scoring method has proved the effectiveness of the scores from Agoda, and the online process could facilitate the further text retrieval application development for the benefit of automatic customer's opinion detection.

KEY WORDS: OPINION MINING/ LEXICONIZING/ TRAVEL AGENCY/
TEXT MINING/ HOTEL AGENCY

66 pages

โครงร่างการทำเหมืองลักษณะความคิดเห็นโดยวิธีการแบ่งคำในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

A LEXICONIZING FRAMEWORK OF FEATURE-BASED OPINION MINING IN
TOURISM INDUSTRY

อนันต์ชัย ม่วงอัน 5537225 EGTI/M

วท.ม. (เทคโนโลยีการจัดการระบบสารสนเทศ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: โยชภัทรัตตธรรมบุษดี, Ph.D., สุภาภรณ์ เกียรติสิน, Ph.D.

บทคัดย่อ

ในธุรกิจตัวแทนบริการจองห้องพักผ่านระบบออนไลน์ สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทยของเว็บไซต์ อโกด้า ปีที่ผ่านมาปริมาณห้องพักของโรงแรมที่ถูกเสนอ และจองผ่านระบบออนไลน์ของตัวแทนบริการจองห้องพักเป็นจำนวนมาก โดยเมื่อลูกค้าต้องการที่จะทำให้การตัดสินใจในการจองที่พักโรงแรมของพวกเขา มักจะสำรวจโดยการตรวจสอบความคิดเห็นที่ทางตัวแทนบริการจองห้องพักเตรียมไว้ไว้ในเว็บไซต์ งานวิจัยนี้นำเสนอกรอบความคิดของการทำเหมืองแร่ความคิดเห็น ตามคุณสมบัติของการบริการของโรงแรมขณะเข้าพักโดยใช้ร่วมกับคะแนนที่ลูกค้าได้ทำประเมินแต่ละคุณสมบัติด้วยเป็นหลัก โดยคุณสมบัติของการบริการและคำขั้วของความคิดเห็น จะใช้วิธีสกัดคำร่วมกับข้อมูลของดิคชันนารี วิธีการสำหรับการสกัดคุณสมบัติและการคำขั้วความคิดของต้นฉบับเดิมขึ้นอยู่กับการวิเคราะห์รูปแบบประโยค คะแนนที่ได้จากการประเมินผลการเข้าใช้บริการของ อโกด้า เมื่อเทียบกับคะแนนที่ได้จากการนำเสนอวิธีการในงานวิจัยของแต่ละโรงแรม การเสนอวิธีการหาคะแนนประเมินผลโรงแรมในงานวิจัยได้รับการพิสูจน์ว่าคะแนนที่ได้มีประสิทธิภาพ เพราะคะแนนมีความใกล้เคียงกับคะแนนของอโกด้าและสามารถนำข้อความการประเมินที่ได้จากงานวิจัยฉบับนี้ ไปใช้เพื่อการพัฒนาโปรแกรมต่อไปเพื่อประโยชน์ของการตรวจสอบความเห็นของลูกค้าอัตโนมัติ