

摘要

近年來促進台灣旅遊發展的議題持續被重視，台灣各城市的旅遊區人潮擁擠不平衡的現象，因此本研究目的為在不影響熱門景點營運下將遊客吸引至較少遊客的潛力景點。然而隨著科技得進步，大部分遊客的選擇深受著網際網路上顯示的旅遊資訊，並且相關研究更證明社群網路的資訊富含使用者行為特徵。本研究開發新的 AP-DBSCAN 分群演算法，將具有關聯的顯性/隱性景點與地理標籤照片聯繫成旅遊區。而當遊客選擇一個目的地時，顯然表示該使用者具有前往該目的地附近的可能性。最後本研究建立一個框架不僅促進該旅遊區內的潛力遊客與聯盟商家進行互動，對於政府而言更能根據不同的旅遊區給予更合適的資源。

關鍵字：隱性景點、旅遊區概念模型、社群網路、DBSCAN 演算法

