ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การบล็อกภาพโฆษณาแบนเนอร์บนเว็บไซต์โดยการวิเคราะห์โครงสร้างของหน้าเว็บและตำแหน่งของวัตถุ

ผู้เขียน นางสาวกาญจนา ดาวเด่น

ปริญญา วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (วิศวกรรมคอมพิวเตอร์)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร. ตรัสพงศ์ ไทยอุปถัมภ์

บทคัดย่อ

ระบบการสื่อสารข้อมูลในปัจจุบันนับวันจะถูกใช้งานมากขึ้น เทคโนโลยีทางด้านการสื่อสารข้อมูลทางเครือข่ายอินเตอร์เน็ตนั้นได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการบล็อกภาพโฆษณาบนเว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็นภาพแบนเนอร์ ซึ่งปรากฏอยู่ตามหน้าเว็บเพจทั่วไป โดยมีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มความเร็วในการใช้งานให้สามารถเข้าสู่เว็บไซต์หลักได้เร็วมากขึ้น

ในงานวิจัยนี้ได้นำเสนอคุณลักษณะเด่นใหม่ที่สามารถทำการจำแนกภาพที่เป็นโฆษณาและไม่ใช่ภาพโฆษณาออกจากกันได้โดยใช้คุณลักษณะเด่นทั้งหมดสี่คุณลักษณะเด่นคือ ค่าอัตราส่วนของภาพ คำที่บ่งบอกว่าเป็นโฆษณา คุณลักษณะเด่นใหม่ที่นำเสนอคือ ลักษณะของการเขียนโปรแกรม และลักษณะของโปรแกรมที่เป็นรูปแบบโฆษณา ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสามารถนำคุณลักษณะเด่นที่ศึกษามาจำแนกได้

ผลสรุปจากงานวิจัย คุณลักษณะเด่นที่นำเสนอสามารถจำแนกระหว่างภาพที่เป็นโฆษณากับไม่เป็นโฆษณาได้ผลร้อยละ 70 โดยคุณลักษณะเด่นที่ดีที่สุด คือคุณลักษณะเด่นที่หนึ่ง คุณลักษณะเด่นที่สาม คุณลักษณะเด่นที่สอง และคุณลักษณะเด่นที่สี่ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Thesis Title	Banner Advertisement Blocking on Website by Analysis of Webpage Structure and Object Location
Author	Miss Kanchana Daoden
Degree	Master of Engineering (Computer Engineering)
Thesis Advisor	Asst. Prof. Dr. Trasapong Thaiupathump

ABSTRACT

Nowadays, Communication System was applied more and more. Communication technology like internet network rapidly developed. This research, the researcher studied on advertising blog that called banner. The banner appeared on general websites and it aimed to increase the speed to access website.

The study showed new features to classify advertising and non-advertising images. The 4 main features were images proportion and words that indicated advertising. In addition, 2 new features were programming and advertising program. Moreover, the researcher was able to apply those features to classify the banner.

The study found that 70 percent of features could classify advertising and non-advertising images by 2 features. Besides, the best feature was the first feature which followed by the third, the second and the fourth feature, respectively.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved