



## รายงานการวิจัย

เรื่อง

การพยากรณ์การซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยวิธีภูมิคุ้มกันสัมพันธ์

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตานาถ เตชะเพชรไพบูลย์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยณัฏฐ์ กุหลาบเพ็ชรทอง

ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ปีงบประมาณ 2558



## ข้อเสนอแนะ

การพยากรณ์การซื้อขายสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพยากรณ์การซื้อขายสินค้าโอท็อป และการขายสินค้าอื่นๆ ได้ เพื่อสามารถคาดคะเนความต้องการในการบริโภคสินค้าของลูกค้า และเป็นข้อมูลในการส่งเสริมการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการวางแผน การผลิตสินค้า การจัดวาง และประชาสัมพันธ์ ให้เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้อีกด้วย

## Abstract

Research Title : Forecasting of purchase herbal products by association rules

Author : Asst. Prof. Nisanart Tachpetpaiboon  
Asst. Prof. Dr. Kunyanat Kularbpetthong

Year : 2015

.....

### Abstract

The forecast of purchasing herbal products by using association rules methods, its objective was to find the association rules forms of purchasing herbal products from Pannisa Company by using the association rules methods. So, we compiled the document of herbal goods sale of Pannisa Company in 2014. The result of goods amount was 4,248 and it was 22 lists of goods, and we also found the association of purchasing herbal products by using FP-Growth of the association rules methods. First, we tried to understand the business and document. Then, we prepared the document of creation of sample model, assessment. And, it was ready to be applied.

The studying result

1. The percentage of purchasing deodorant product accompanying with lip palm was up to 30.77 percentages of all purchasing products. There was the higher chance that customers offer lip palm first, and then offer deodorant product because of higher value of confidence. The purchasing of lip palm accompanying toothpaste made the customers have the higher chance to buy lip palm first, and followed by toothpaste. So, we could notice it by the value of confidence. And, to purchase toothpaste accompanying with deodorant products could be found that the customers preferred buying toothpaste to deodorant product.

2. The percentage of purchasing shampoo accompanying with sesame oil hair treatment was up to 33.4 percentages of all purchasing products. There was the higher chance that customers offer sesame oil hair treatment first, and then offer shampoo because of higher value of confidence.

3. The percentage of purchasing micro collagen gel accompanying with whitening cream was up to 32.92 percentages of all purchasing products. There was a higher chance that customers offer whitening cream first, and then offer micro collagen gel because the percentage of value of confidence was increased to 98.66%.

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัย เรื่องการพยากรณ์การซื้อขายสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยวิธีภูมิคุ้มกันสัมพันธสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากบุคคลหลายท่านได้กรุณาช่วยเหลือให้ข้อมูล ข้อเสนอแนะ คำปรึกษาแนะนำ ความคิดเห็น และกำลังใจ

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ คุณนิสารัตน์ พรหมโชติและครอบครัว ผู้เป็นเจ้าของบริษัท ป่านนิศา ที่ได้ให้ข้อมูลการขายสินค้า และรองศาสตราจารย์ทวีชัย อังกรนาค ที่ได้ช่วยส่งเสริมสนับสนุน ให้คำแนะนำ และอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานวิจัยนี้ จนสำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์

ขอขอบคุณ อาจารย์ทุกท่าน และนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือในการศึกษาข้อมูล จัดเตรียมระบบ จนทำให้งานวิจัยสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และ เด็กหญิงวันวิสาข์ รัตนอาภาโรจน์ ที่เป็นกำลังใจให้ผู้เขียนจัดทำรายงานการวิจัยตลอดมา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิศานาถ เตชะเพชรไพบูลย์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยณัฐ กุหลาบเพ็ชรทอง

30 กรกฎาคม 2558

## คำนำ

การใช้สมุนไพรไทย นอกจากจะใช้ในแง่ของอาหารและยารักษาโรคแล้ว ยังมีการนำสมุนไพรที่เคยใช้บำบัดโรคหลายชนิดมาใช้ประโยชน์ร่วมกันในด้านอื่น เช่น การนำสมุนไพรมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงาม ถือว่าเป็นประเภทหนึ่งของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งเมื่อนำมาใช้กับส่วนต่างๆ ของร่างกายแล้วต้องมีความปลอดภัย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามามีส่วนในชีวิตประจำวันมากขึ้น อาจกล่าวได้ว่า การรับทราบข้อมูลข่าวสาร การเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการบริโภคอาหาร การซื้อสินค้า การให้สินเชื่อ การออกบัตรเครดิต จึงมีการประยุกต์ใช้แนวคิดการทำเหมืองข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีจำนวนมาก เพื่อใช้ในการตัดสินใจและพยากรณ์อนาคต

งานวิจัยนี้ เป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดในการทำเหมืองข้อมูล มาวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้า เพื่อหากฎความสัมพันธ์ของการเลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อการนำไปเป็นข้อมูลในการวางแผน การผลิตสินค้า การจัดวาง และประชาสัมพันธ์ ให้เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิศานาด เตชะเพชรไพบูลย์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยณัฏฐ์ กุหลาบเพ็ชรทอง

30 กรกฎาคม 2558