

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การใช้สมุนไพรไทย นอกจากจะใช้ในแง่ของอาหารและยารักษาโรคแล้ว ยังมีการนำสมุนไพรที่เคยใช้บำบัดโรคหลายชนิดมาใช้ประโยชน์ร่วมกันในด้านอื่น เช่น การนำสมุนไพรมาใช้ในการผลิต ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงาม ถือว่าเป็นประเภทหนึ่งของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งเมื่อนำมาใช้กับส่วนต่างๆ ของร่างกายแล้วต้องมีความปลอดภัย และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

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

งานวิจัยนี้ เป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดในการทำเหมืองข้อมูล มาวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้า เพื่อหาความสัมพันธ์ของการเลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อการนำไปเป็นข้อมูลในการวางแผน การผลิตสินค้า การจัดวาง และประชาสัมพันธ์ ให้เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เป้าหมายสูงสุดของงานวิจัยนี้ เพื่อค้นหารูปแบบกฎความสัมพันธ์ของการซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร บริษัท ปานนิตา โดยวิธีกฎความสัมพันธ์

1.3 สมมติฐานงานวิจัย

การพยากรณ์การซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร บริษัท ปานนิตา โดยวิธีกฎความสัมพันธ์ มีความเชื่อมั่นมากกว่า 90 เปอร์เซ็นต์

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การทำโครงการวิจัย การพยากรณ์การซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยวิธีกฎความสัมพันธ์ ใช้ข้อมูลการขายสินค้าของบริษัท ปานนิตา เป็นกรณีศึกษา

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้กฏความสัมพันธ์ของการซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร บริษัทป่านนิศา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการผลิต การประชาสัมพันธ์และเพิ่มยอดขาย

1.6 วิธีการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัย โดยใช้เทคนิค FP-Growth ในการหาความสัมพันธ์ และขั้นตอนในการทำงาน ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนดังนี้

- 1.6.1 ทำความเข้าใจในธุรกิจ โดยการศึกษข้อมูลสินค้า และรายการขายสินค้าของบริษัทป่านนิศา
- 1.6.2 ทำความเข้าใจข้อมูล ที่ทางบริษัทจัดเก็บ
- 1.6.3 การเตรียมข้อมูล โดยทำการปรับข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถนำมาประมวลผลได้
- 1.6.4 สร้างแบบจำลองตัวอย่าง
- 1.6.5 ประเมินผล
- 1.6.6 นำไปใช้งาน

1.7 คำสำคัญ

การพยากรณ์ , กฏความสัมพันธ์ , forecasting , relation