以本體論為基礎的資料採礦方法應用於台灣飲料商品產品光譜之研究

陳列在便利商店架上的各式飲料產品琳瑯滿目，綠茶、果汁、牛奶、咖啡、汽水、包裝水等，您會如何選擇呢？對於現代人來說，飲料早就是生活中不可或缺的一部份。目前飲料市場的商機日益擴大，飲料產品推陳出新的速度比起消費者所購買過的產品要快上許多，身為消費者的我們不難發現架上的飲料商品越來越雷同，光是選購就必須花上一些時間。因此我們不僅要問消費者忠誠於偏好的產品嗎？消費者對於口味挑剔嗎？那麼在消費者心中的產品有沒有偏好的排序？有沒有光譜般的漸層現象？本研究主要以本體論的觀念，將消費者的基本資料、購買行為、飲料產品及促銷活動區分為四個本體做一概念化的描述。且利用本體論為基礎形塑出關連資料庫，包含消費者資料庫、購買行為資料庫、飲料產品資料庫及促銷資料庫來描述出消費者的購買行為，並依本體的概念設計相關問卷。最後利用所建立之關聯資料資庫透過資料採礦的方法以集群分析與關聯法則，將顧客輪廓、生活型態與購買行為等因素加以分析，做為市場區隔的依據。再以每群的消費者所購買的飲料產品做偏好的排序，找出每群消費者的飲料產品光譜，並利用關聯法則挖掘其消費關聯，得以尋求較佳的行銷策略。