

บทที่ 3

การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

ในการพัฒนาระบบสารสนเทศขึ้นมา นั้น การวิเคราะห์และออกแบบระบบจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ในการวิเคราะห์และออกแบบระบบ และจะต้องรู้ถึงความต้องการของระบบที่จะพัฒนา ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน ผู้จัดทำจึงได้ทำการวิเคราะห์และออกแบบระบบงานใหม่ โดยใช้เครื่องมือในการออกแบบระบบประกอบไปด้วยโครงสร้างองค์กร แผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram) แผนภาพบริบทองค์กร (Context Diagram) พจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary) การวิเคราะห์ธุรกิจ (SWOT) และการเขียนแผนธุรกิจ (Business Plan) ดังนี้

3.1 การเขียนแผนธุรกิจและการวิเคราะห์ธุรกิจ

3.1.1 วิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาส (SWOT Analysis)

3.1.1.1 จุดแข็ง (Strengths)

3.1.1.1.1 เป็นสินค้าที่ออกแบบจากความสวยงามของผู้สวมใส่ ซึ่งเป็นการออกแบบที่เฉพาะเจาะจงสำหรับผู้ที่สนใจในกำไลข้อมือเท่านั้น

3.1.1.1.2 มีธุรกิจเครื่องประดับเป็นของตนเอง

3.1.1.1.3 ราคาวัตถุดิบมีแหล่ง Supplier เป็นของตนเองอยู่แล้ว

3.1.1.1.4 สินค้ามีคุณภาพ ราคาไม่แพง

3.1.1.2 จุดอ่อน (Weakness)

3.1.1.2.1 ยังเป็นแบรนด์ใหม่ในตลาดนี้

3.1.1.2.2 ยังไม่มีฐานลูกค้า

3.1.1.2.3 มีคู่แข่งด้านกำไลในตลาดเยอะ

3.1.1.3 โอกาส (Opportunities)

3.1.1.3.1 ในปัจจุบันคนนิยมมาใช้บริการสั่งสินค้าออนไลน์กันมากขึ้น ทำให้มีโอกาสที่จะสร้างยอดขายได้มากขึ้น

3.1.1.3.2 โอกาสในการขายสินค้าที่มากขึ้นกว่าเดิม

3.1.1.4 อุปสรรค (Threats)

3.1.1.4.1 มีการแข่งขันในตลาดที่ค่อนข้างสูง

3.1.1.4.2 โปรโมชันของคู่แข่งน่าสนใจกว่า

3.1.1.4.3 มีแบรนด์สินค้าใหม่เกิดขึ้นในตลาดมากมาย ทำให้เกิดการ
แข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น

3.1.1.4.4 เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคล

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
1. เป็นสินค้าที่ออกแบบจากความสวยงามของผู้ สวมใส่ ซึ่งเป็นการออกแบบที่เฉพาะเจาะจง สำหรับผู้ที่สนใจในกำไลข้อมือเท่านั้น 2. มีธุรกิจเครื่องประดับเป็นของตนเอง 3. ราคาวัตถุดิบมีแหล่ง Supplier เป็นของตนเอง อยู่แล้ว 4. สินค้ามีคุณภาพ ราคาไม่แพง	1. ยังเป็นแบรนด์ใหม่ในตลาดนี้ 2. ยังไม่มีฐานลูกค้า 3. มีคู่แข่งด้านกำไลในตลาดเยอะ
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
1. ในปัจจุบันคนนิยมมาใช้บริการสั่งสินค้า ออนไลน์กันมากขึ้น ทำให้มีโอกาสที่จะสร้าง ยอดขายได้มากขึ้น 2. โอกาสในการขายสินค้าที่มากขึ้นกว่าเดิม	1. มีการแข่งขันในตลาดที่ค่อนข้างสูง 2. โปรโมชันของคู่แข่งน่าสนใจกว่า 3. มีแบรนด์สินค้าใหม่เกิดขึ้นในตลาดมากมาย ทำให้เกิดการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น 4. เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่เกิดจากความต้องการ ส่วนบุคคล

ตารางที่ 3.1 วิเคราะห์ SWOT ของร้าน BlinkBlink shop

3.1.2 แผนการตลาด

3.1.2.1 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goal)

เป้าหมายทางการตลาด คือต้องการสร้างการรับรู้ (brand awareness) ให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก และยอมรับในการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย สร้างแบรนด์สินค้าให้มีความน่าเชื่อถือรวมถึงสามารถสร้างรายได้ และกำไรจากการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์

3.1.2.2 เป้าหมายระยะสั้น

สร้างการรับรู้ (brand awareness) ให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก และยอมรับในการใช้งานของของกลุ่มเป้าหมาย สร้างแบรนด์สินค้าให้มีความน่าเชื่อถือ รับฟังความคิดเห็นของลูกค้า และนำมาพัฒนาสินค้าให้ดีขึ้น

3.1.2.3 เป้าหมายระยะกลาง

ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เพิ่มจำนวนคนในการบริหารจัดการร้านค้า มีเว็บไซต์ของร้านค้า เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อแบรนด์มากขึ้น

3.1.2.4 เป้าหมายระยะยาว

จัดทำช่องทางการสั่งซื้อให้สะดวกมากยิ่งขึ้น ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเต็มตัว 100% มีเว็บไซต์ที่ใช้จัดการคำสั่งซื้อที่ง่าย และสะดวกต่อผู้ใช้งาน ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าซ้ำกับทางร้านในครั้งต่อ ๆ ไป

3.1.2.5 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)

1) ราคา (Price) ร้านกำไรกำไรมือ BlinkBlink Shop เป็นร้านขายกำไรกำไร ๆ ที่นำเข้ามาสินค้าในราคาถูก จัดจำหน่ายด้วยราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาด ทำให้ลูกค้าสนใจในสินค้ามากกว่าคู่แข่ง

2) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจุบันทางร้านกำไรกำไรมือ BlinkBlink Shop มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางแพลตฟอร์ม TikTok และ Instagram มีเว็บไซต์ที่แนะนำสินค้า ลูกค้าสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าของทางร้านได้ตลอด 24 ชั่วโมง

3) สินค้า (Product) สินค้าของทางร้านนั้น เป็นกำไรกำไรที่มีการตกแต่งโดยใช้เป็นลูกปัดร้อยผ่านเส้นเอ็นมีลวดลาย จี้ที่ใช้ตกแต่งไม่ซ้ำกัน มีความแข็งแรง ไม่ขาดง่าย สามารถโดนน้ำได้ และสามารถสวมใส่ได้ทุกเพศ ทุกวัย

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการจัดโปรโมชั่น ซื้อกำไรกำไร 3 เส้นขึ้นไปส่งฟรี ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าที่ไม่ได้เสียค่าจัดส่งในการสั่งซื้อสินค้า เพื่อเป็นการกระตุ้นการซื้อสินค้าของลูกค้า และมีการจัดกิจกรรมฉลองเปิดร้านใหม่เพื่อเป็นการล่อผู้โชคดีที่มาเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ เข้าถึงร้านค้ามากยิ่งขึ้น

3.1.3 แผนการเงิน

3.1.3.1 เป้าหมายทางการเงิน

เป้าหมายทางการเงินของธุรกิจ คือการทำกำไรสูงสุด โดยยังสามารถรักษาสภาพคล่องของธุรกิจจำหน่าย สินค้าด้วยเงินสด เพื่อรักษาสภาพคล่องของกิจการ และป้องกันปัญหาการเรียกเก็บหนี้

3.1.3.2 การวิเคราะห์ด้านการเงิน

งบประมาณการลงทุนของร้านกำไลข้อมือ BLINKBLINK ใช้เงินลงทุน ในธุรกิจ 1,500 บาท โดยเงินลงทุนทั้งหมดเป็นของ นางสาวลดาวัลย์ ตาคำ เจ้าของกิจการ เมื่อกิจการดำเนินงานผ่านไปแล้วประมาณ 5 เดือน กิจการก็สามารถได้เงินทุนคืนแล้ว

3.1.4 แผนรับมือฉุกเฉิน

3.1.4.1 ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

พิจารณาถึงสาเหตุของปัญหา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อยอดขาย หาข้อมูลความต้องการของลูกค้า ปรับปรุง และพัฒนาให้ดีขึ้นเพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จัดรายการส่งเสริมการขาย รับส่วนลดต่าง ๆ ให้มากขึ้น

3.1.4.2 จำนวนคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น

ในกรณีคู่แข่งเข้ามาทำธุรกิจในรูปแบบเดียวกันส่งผลให้เกิดการแข่งขัน ส่วนแบ่งทางการตลาด ร้านกำไลข้อมือ จึงได้วางแผนสำรองฉุกเฉินโดยการ จัดรายการส่งเสริมการขาย วางแผนการตลาด โฆษณา ให้ร้านค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น ทำการตลาดผ่านช่องทางต่าง ๆ เป็นต้น

3.1.4.3 กรณีขาดสภาพคล่องทางการเงิน

อาจจัดหาแหล่งกู้ยืมเงินระยะสั้นจากเงินทุนต่าง ๆ เพื่อนำมาหมุนเวียน ภายในเพื่อให้เกิดผลกระทบต่อร้านค้าน้อยที่สุด

3.1.5 แผนในอนาคต

ร้านกำไลข้อมือ BlinkBlink shop ได้วางแผนธุรกิจในอนาคตหากธุรกิจดำเนินไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้คือการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์แบบเต็มตัว 100% มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากกว่า 2 ช่องทางขึ้นไป มีการจ้างฟรีเซ็นเตอร์ของแบรนด์

เพื่ออำนวยความสะดวกเข้าถึงลูกค้า และลูกค้าสามารถทำการสั่งซื้อ และชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์บนหน้าเว็บได้เลย และสามารถทำอะไรได้อย่างต่อเนื่อง

3.1.6 แผนการดำเนินงาน

3.1.6.1 ขั้นตอนการใช้บริการ

เจ้าของกิจการโพสต์สินค้าใหม่ลงในแพลตฟอร์มออนไลน์ทั้งดีกิต็อกและอินสตราแกรมของร้าน BlinkBlink โดยลูกค้าทั่วไปสามารถสั่งซื้อสินค้าโดยตรงกับทางร้าน เมื่อได้รับออเดอร์จากลูกค้า ร้านจะทำการเช็ครายการสินค้า และที่อยู่จัดส่งสินค้าของลูกค้า มีทั้งที่นับรับสินค้า และทำการจัดส่งตามที่อยู่ พร้อมกับชำระสินค้า

3.1.6.2 บริการเสริม และบริการหลังการขาย

ในส่วนของผู้ใช้งานที่ได้รับสินค้าและบริการผ่านทางเว็บไซต์เสร็จ สิ้นแล้ว ทางร้านมีแผนการในการให้บริการเสริม และบริการหลังการขายดังต่อไปนี้

- 1) มีช่องทางการติดต่อร้านค้าเพื่อติดต่อสอบถามเกี่ยวกับได้รับสินค้า
- 2) ผู้ใช้บริการสามารถให้คะแนนรีวิว (Review) แก่ร้านค้าได้
- 3) บริการเปลี่ยนคืนสินค้า ในกรณีที่ไม่ได้รับสินค้า ตรงตามแบบ และคุณภาพที่ได้ให้ข้อมูลไว้ สามารถส่งคืนเพื่อเปลี่ยนสินค้าได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ภายในระยะเวลา 2 วันหลังจากได้รับสินค้า

ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงรายละเอียดการวางแผนการปฏิบัติงานในแต่ละเดือน

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด
เมษายน	1	ทำการสมัครแอปพลิเคชัน Instagram และ TikTok ภายใต้ชื่อผู้ใช้งาน blinkblink.bangleshop ให้เสร็จสมบูรณ์ทั้ง 2 แพลตฟอร์ม
	2	ทำการสมัคร TikTok Shop และทำการเปิดใช้งานตะกร้า
	3	ทำการอัปเดตแอปพลิเคชัน ทั้ง 2 แพลตฟอร์ม ให้มีความพร้อมในการเปิดการใช้งาน
	4	ทำการวางแผนเนื้อหาสินค้า เพื่อทำการโปรโมทลง
พฤษภาคม	1	กำหนดเป้าหมายในการใช้แอปพลิเคชัน Instagram และ TikTok ก่อนที่จะเริ่มการวางแผนเนื้อหา เช่น การกำหนดยอดจำนวนผู้ติดตามให้ได้อย่างน้อย 100 คนขึ้นไป ทำการจำนวนการกดไลค์ 50 ไลค์ต่อ 1 โพสต์ ยอดการเข้าชมอย่างน้อย 100 views ต่อ 1 โพสต์ และมียอดการกดบันทึกโพสต์ 20 การบันทึก เน้นการโปรโมทสินค้าโดยตัดต่อคลิปวิดีโอลงทั้ง 2 แพลตฟอร์มในระยะเวลาเดียวกัน โดยสัปดาห์ที่ 1 จะลงเป็นรูปภาพจำนวน 2 โพสต์
	2	ทำการวางแผนเกี่ยวกับข้อมูลของสินค้า เช่น รายละเอียดสินค้า ราคาที่จะทำการขายต่อสินค้า 1 ชิ้น โดยในสัปดาห์ที่ 2 จะทำการโพสต์สินค้าเป็นรูปภาพจำนวน 1 โพสต์และอีก 1 โพสต์เป็นโพสต์ที่เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดกิจกรรมส่งเสริมการขายกิจกรรมฉลองเปิดร้านใหม่ของทางร้าน โดยทำการจัดกิจกรรมทั้ง 2 แพลตฟอร์ม ในวันที่เดือนที่ 10 เวลา 19 : 00 ซึ่งเป็นสัปดาห์ที่ 2 ของเดือนพฤษภาคม

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด
	3	ทำการหาสถานที่ ที่ใช้สำหรับการถ่ายภาพสินค้า การถ่ายคลิปรีวิดีโอสินค้า ตัดต่อลงทั้ง 2 แพลตฟอร์ม สัปดาห์ที่ 3 จะทำการ โฟสต์รูปภาพสินค้า 1 โฟสต์ และโฟสต์ ประกาศผู้โชคดีจากกิจกรรมฉลองเปิดร้านใหม่
	4	ทำการค้นหาและจัดทำคอนเทนต์ที่เกี่ยวกับกำไลข้อมือ หา Reference ที่สามารถนำมาเป็นตัวอย่างในการนำมาใช้จริงได้ และสัปดาห์ที่ 4 ทำการโฟสต์เป็นวีดีโอสินค้าจำนวน 2 คลิปรีวิดีโอ
มิถุนายน	1	ทำการนำรูปภาพ และวีดีโอมาตัดต่อให้สมบูรณ์ ทำการ โฟสต์ลงทั้ง 2 แพลตฟอร์ม โดยสัปดาห์ที่ 1 ลงเป็นคลิปรีวิดีโอสินค้าจำนวน 2 คลิปรีวิดีโอ
	2	เจ้าของกิจการทำการโพสต์สินค้าใหม่ลงในแพลตฟอร์มออนไลน์ ทั้ง InstagramและTikTok ของร้าน Blink Blink Shop โดยทำการกำหนดเงื่อนไข ต้องใช้โพสต์เดียวกัน โฟสต์ลงใน วัน/เดือน/ปี เดียวกัน จำนวน 2 โฟสต์ ต่อ 1 สัปดาห์ เพื่อผลเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาด และ สัปดาห์ที่ 2 ทำการลงคลิปรีวิดีโอสินค้าเพิ่ม 2 คลิปรีวิดีโอ
	3	เพิ่มช่องทางการโปรโมท ไปยังช่องทางการสั่งซื้อ โดยการสร้างเว็บเพจของทางร้าน blinkblinkbngle.shop โดยในเว็บจะมีรูปสินค้า รายละเอียดสินค้า ราคา รวมถึงช่องทางการสั่งซื้อสินค้าอย่างครบถ้วน สัปดาห์ที่ 3 ลงโฟสต์รูปภาพสินค้ากำไลข้อมือดอกบัวญี่ปุ่น 1 โฟสต์ และลงคลิปรีวิดีโอสินค้ากำไลข้อมือดอกเดซี่ 1 โฟสต์
	4	ตรวจสอบยอดจำนวนการติดตาม ยอดการดูคลิป ยอดการกดถูกใจของผู้ชมของทั้ง 2 แพลตฟอร์ม มีจำนวนมาก ขึ้นหรือไม่ และสัปดาห์ที่ 4 ทำการลงโฟสต์วีดีโอ และ

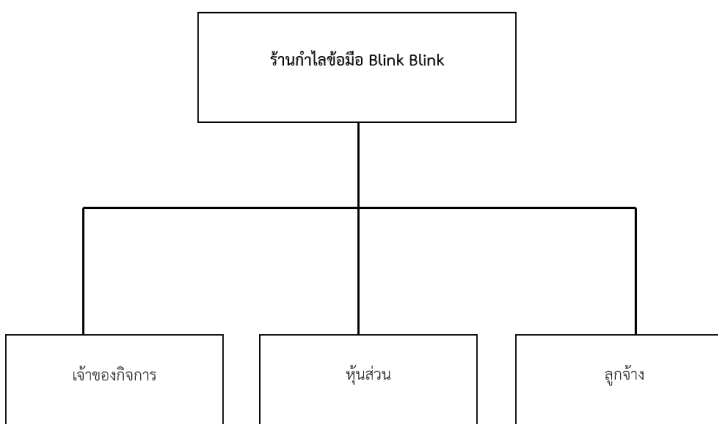
เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด
		รูปภาพสินค้ากำลังข้อมือจี้ถั่วหน้าโชค เพิ่มอีกอย่างละ 1 โพสต์
กรกฎาคม	1	ทำการจัดทำหน้า Admin หลังบ้านในเว็บเพจของร้าน เพื่อป้องกันไม่ไห้บุคคลอื่นสามารถเข้ามาจัดการข้อมูลของทางร้านได้ มีการจัดทำการเพิ่ม การลบ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสัปดาห์ที่ 1 ในเดือนนี้ลงคลิปวิดีโอสินค้า 2 โพสต์
	2	จัดทำการตัดต่อคลิปวิดีโอ และเลือกใช้เพลงที่มีผู้ใช้งานมาก นำมาใส่ในคลิปวิดีโอ เพื่อให้มีผู้เข้ามาชมคลิปมากขึ้น พร้อมทั้งลงคลิป และรูปภาพอย่างต่อเนื่อง ทั้งแพลตฟอร์ม InstagramและTikTok โดยสัปดาห์ที่ 2 จะลงโพสต์รูปภาพสินค้ากำลังข้อมือจี้ดอกซากุระ 1 โพสต์ และคลิปวิดีโอสินค้ากำลังข้อมือดอกเดซี่อีก 1 โพสต์
	3	จัดทำคลิปวิดีโออย่างต่อเนื่องให้ได้มาตรฐานเดียวกัน ลงบนทั้ง 2 แพลตฟอร์ม สัปดาห์ที่ 3 จะทำการลงคลิปแพ็คเกจของส่งลูกค้า 1 โพสต์ และโพสต์รูปภาพสินค้ากำลังข้อมือจี้จิ้งอีก 1 โพสต์
	4	พยายามจัดหาข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า หรือจัดหาแคปชั่นเพิ่มเติม เพื่อนำมาใช้ในการประกอบการลงคลิปวิดีโอ หรือรูปภาพ และสัปดาห์ที่ 4 ลงโพสต์รูปสินค้ากำลังข้อมือหยกรูปหัวใจ 1 โพสต์ และรูปสินค้ากำลังข้อมือจี้อักษรจีน 1 โพสต์

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด
สิงหาคม	1	จัดทำคลิปวิดีโออย่างต่อเนื่อง ลงบนทั้ง 2 แพลตฟอร์ม โดยสัปดาห์ที่ 1 จะลงคลิปวิดีโอสินค้า 2 โพสต์
	2	ทำการลงโพสต์ในแอปพลิเคชันทั้ง 2 แพลตฟอร์มอย่างต่อเนื่อง โดยสัปดาห์ที่ 2 จะลงคลิปวิดีโอสินค้า 2 โพสต์
	3	ทำการลงโพสต์ในแอปพลิเคชันทั้ง 2 แพลตฟอร์มอย่างต่อเนื่อง โดยสัปดาห์ที่ 3 จะลงคลิปวิดีโอสินค้า 2 โพสต์
	4	ทำการลงโพสต์ในแอปพลิเคชันทั้ง 2 แพลตฟอร์มอย่างต่อเนื่อง โดยสัปดาห์ที่ 4 จะลงโพสต์รูปภาพสินค้ากำลังข้อมือประจำราศี 1 โพสต์ และคลิปวิดีโอสินค้า 1 โพสต์ ต่อมาจึงได้สังเกตยอดขายที่ลดลงจึงได้ปรับเปลี่ยนแนวทางการลงคลิปวิดีโอ
กันยายน	1	จากเดือนสิงหาคมที่ทำให้ยอดขายลดลงจึงได้ปรับเปลี่ยนแนวทางการลงคอนเทนต์ ในสัปดาห์ที่ 1 ของเดือน กันยายนจะลงคลิปวิดีโอ 2 คลิปวิดีโอ โดยใช้ตัวผู้จัดทำในการโปรโมทสินค้า เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือมากขึ้น
	2	สัปดาห์ที่ 2 ทำการลงวิดีโอสั้นๆเกี่ยวกับตัวสินค้าจำนวน 2 คลิปวิดีโอ

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด
	3	สัปดาห์ที่ 3 ทำการลงคลิปวิดีโอที่เกี่ยวกับแพ็คเกจของสินค้า วิดีโอแพ็คเกจสินค้า จัดส่งให้ตามที่อยู่ของลูกค้า จำนวน 2 คลิปวิดีโอ เพื่อยืนยันว่าร้านมีการจัดส่งจริง
	4	ประเมินผลหลังจากที่เผยแพร่คลิปวิดีโออย่างต่อเนื่อง ยอดการกดไลค์ ยอดการเข้าชม ยอดผู้ติดตาม และยอดการกดบันทึก ทั้งในแพลตฟอร์ม Instagram และ TikTok ซึ่งจะมีการเปรียบเทียบกันจะเห็นได้ชัดว่า แพลตฟอร์มไหน จะมียอดลูกค้าหรือผู้ชม ให้ความสนใจมากกว่ากัน และสัปดาห์ที่ 4 จะลงวิดีโอ Content และเลือกใช้เสียงเพลงที่กำลังดังในช่วงเวลานั้น

3.2 วิธีการดำเนินงาน

3.2.1 โครงสร้างองค์กร



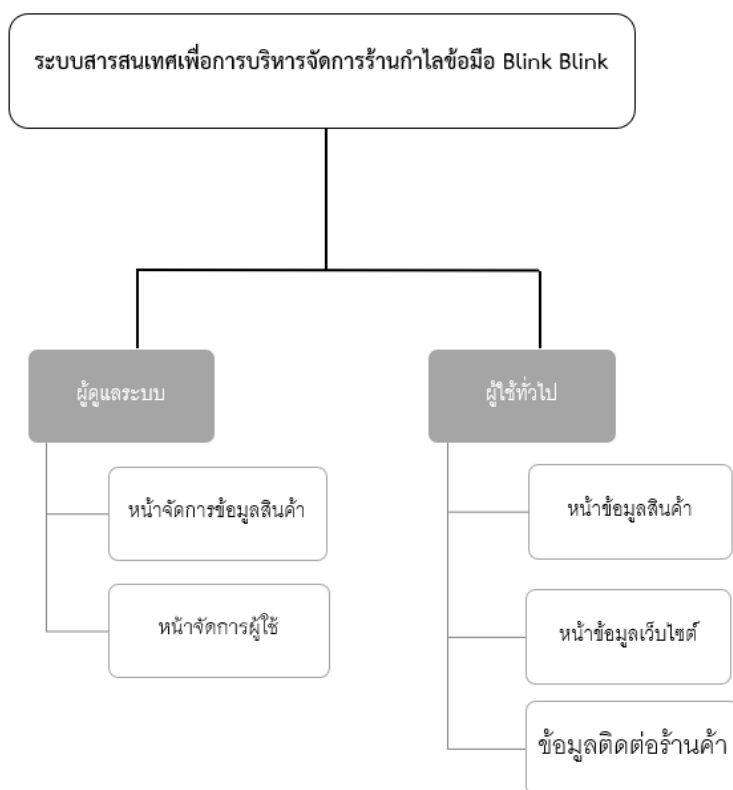
ภาพที่ 3.1 แผนภาพผังโครงสร้างองค์กร

จากภาพที่ 3.2 สามารถอธิบายได้ถึงรายละเอียดในส่วนของโครงสร้างการบริหารงานของร้านค้าออนไลน์ ร้านค้าไลค์มือ BlinkBlink ซึ่งประกอบไปด้วยตำแหน่งหน้าที่สำคัญในการดำเนินงานดังนี้

- 1) เจ้าของกิจการ มีหน้าที่ในการวางแผนการตลาด จัดการคำสั่งซื้อออนไลน์ วางแผนการเงิน หรือควบคุมการทำงานอื่น ๆ เพื่อให้ร้านค้าดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) หุ้นส่วน มีหน้าที่ในการช่วยเสริมหรือสนับสนุนงานต่าง ๆ ภายในร้านค้า
- 3) ลูกจ้าง มีหน้าที่ในการขายสินค้า

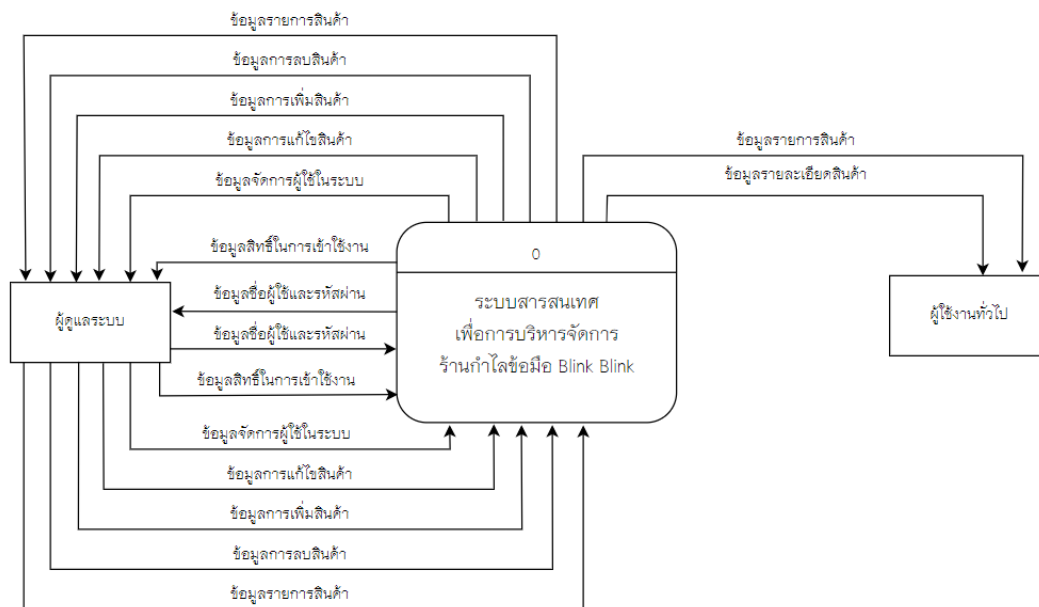
3.3 การออกแบบระบบงานใหม่

แนวทางของระบบงานใหม่ จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบของเว็บไซต์ (website) เป็นแหล่งให้ข้อมูลสินค้า และรายละเอียดสินค้า และใช้เป็นต้นทางในการนำทางไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ใช้ในการขายสินค้าหลักได้แก่แพลตฟอร์มติ๊กต็อกและอินสตราแกรม



ภาพที่ 3.2 โครงสร้างระบบงานใหม่

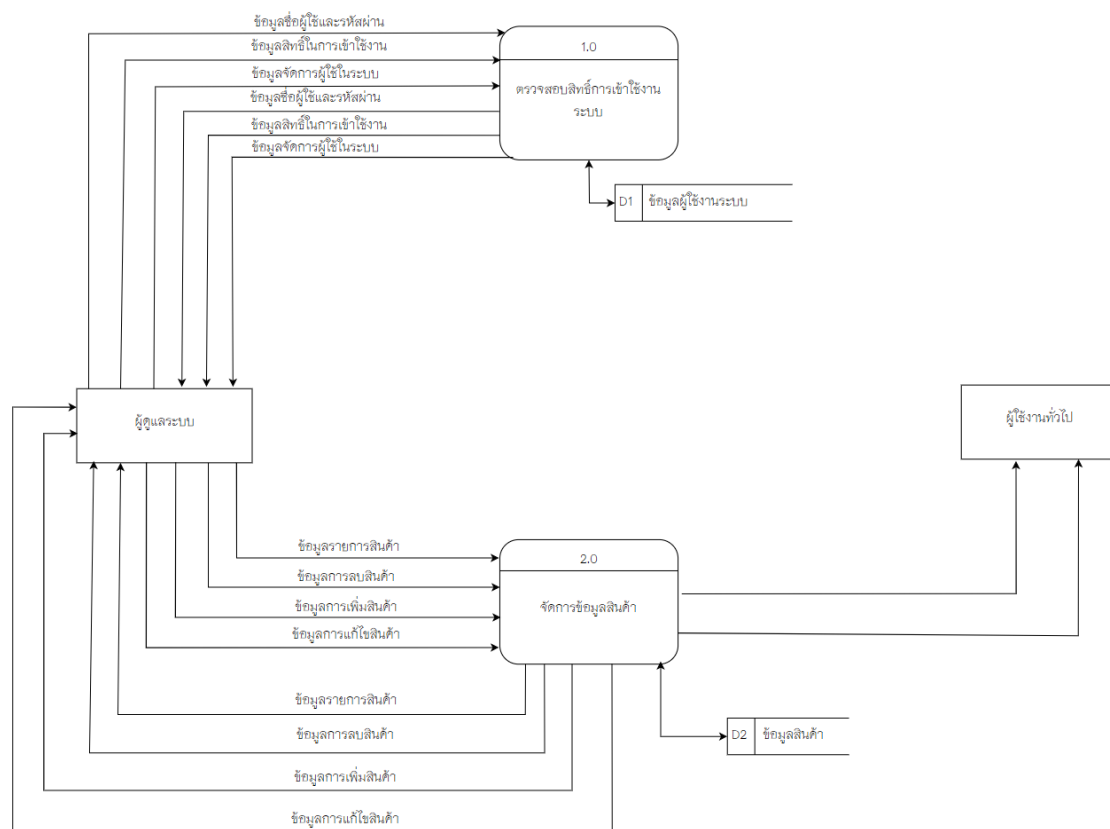
3.4 แผนภาพบริบท (Context Diagram)



ภาพที่ 3.3 แผนภาพบริบท (Context Diagram)

จากแผนภาพบริบท (Context Diagram) ตามรูปภาพที่ 3.3 สามารถนำมาเขียนเป็นแผนภาพกระแสข้อมูลระดับที่ 0 (Data Flow Diagram Level 0) เพื่อแสดงรายละเอียดของระบบบริหารจัดการร้านค้าไลค์มือ BlinkBlink บนเว็บไซต์ได้ดังภาพที่ 3.4

3.5 แผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram)



ภาพที่ 3.4 Data Flow Diagram Level 0

จากภาพที่ 3.4 แสดงแผนภาพกระแสข้อมูลระดับที่ 0 (Data Flow Diagram Level 0) ของร้าน BlinkBlink ประกอบไปด้วย 2 กระบวนการหลัก ๆ ได้แก่ การบวนการที่ 1.0 ตรวจสอบสิทธิ์การใช้งานระบบ กระบวนการที่ 2.0 จัดการข้อมูลสินค้า

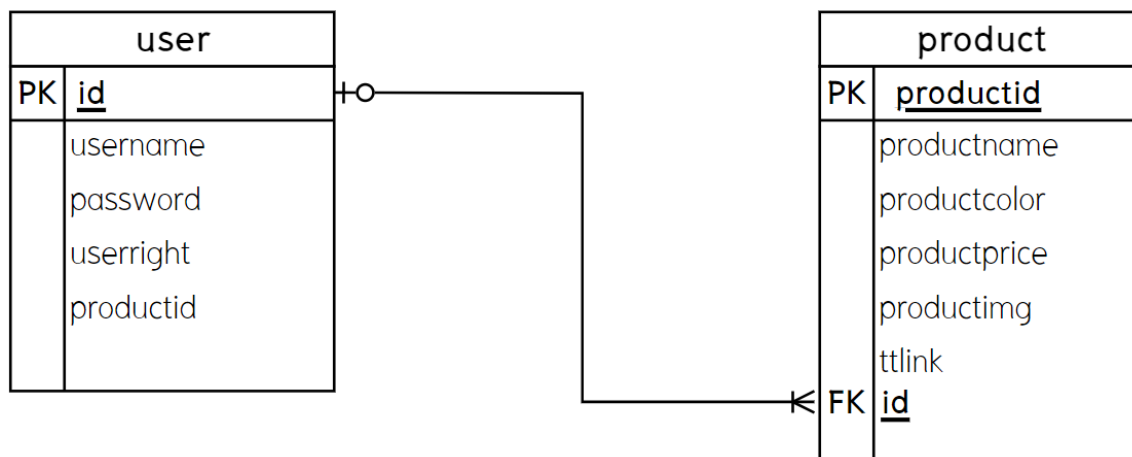
ตารางที่ 3.3 แสดงคำอธิบายกระบวนการตรวจสอบสิทธิ์การเข้าใช้งาน

Process Description	
System	ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการร้านค้าปลีกช้อปปิ้ง BlinkBlink
DFD Number	1.0
Process Name	ตรวจสอบสิทธิ์การเข้าใช้งาน
Input Data Flow	ข้อมูลผู้ใช้และรหัสผ่าน
Output Data Flow	ข้อมูลกำหนดสิทธิ์เข้าใช้ระบบ
Data Store Used	ข้อมูลผู้ใช้งานระบบ
Description	เป็นกระบวนการตรวจสอบสิทธิ์ และกำหนดสิทธิ์ในการเข้าใช้งานระบบ โดยระบบจะตรวจสอบชื่อ ผู้ใช้งาน และรหัสผ่าน จึงจะมีสิทธิ์เข้าใช้งานในระบบ

ตารางที่ 3.4 แสดงคำอธิบายกระบวนการจัดการข้อมูลสินค้า

Process Description	
System	ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการร้านค้าปลีกช้อปปิ้ง BlinkBlink
DFD Number	2.0
Process Name	จัดการข้อมูลสินค้า
Input Data Flow	ข้อมูลการแก้ไขสินค้า, ข้อมูลการเพิ่มสินค้า, ข้อมูลการลบ, ข้อมูลรายการสินค้า, ข้อมูลรายละเอียดสินค้า, ข้อมูลสินค้า
Output Data Flow	ข้อมูลการแก้ไขสินค้า, ข้อมูลการเพิ่มสินค้า, ข้อมูลการลบ, ข้อมูลรายการสินค้า, ข้อมูลรายละเอียดสินค้า, ข้อมูลสินค้า
Data Store Used	ข้อมูลสินค้า
Description	เป็นกระบวนการจัดการ เพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลสินค้า และรายละเอียดสินค้าทั้งหมด

3.6 การออกแบบฐานข้อมูลด้วยแผนภาพ (ER-Diagram)



ภาพที่ 3.5 ตารางความสัมพันธ์ของฐานข้อมูล (ER Diagram)

3.7 พจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary)

จากการออกแบบระบบงานใหม่ ซึ่งมีการจัดการระบบฐานข้อมูล จึงสามารถ ออกแบบ ฐานข้อมูลให้กับระบบที่ประกอบไปด้วยตารางข้อมูลต่าง ๆ ดังตารางที่ 3.6

ตารางที่ 3.5 ตารางสรุปข้อมูลตาราง

ลำดับ	ชื่อตาราง	ประเภท	รายละเอียด
1.	ผู้ดูแลระบบ	Master	เก็บข้อมูลชื่อผู้ใช้ สิทธิการใช้งาน
2.	สินค้า	Master	เก็บข้อมูลสินค้า

คำอธิบาย ประเภทของตาราง ได้แก่ Master หมายถึง ตารางข้อมูลหลัก

Transaction หมายถึง ตารางที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูล

Reference หมายถึง ตารางที่มีการอ้างอิงถึง

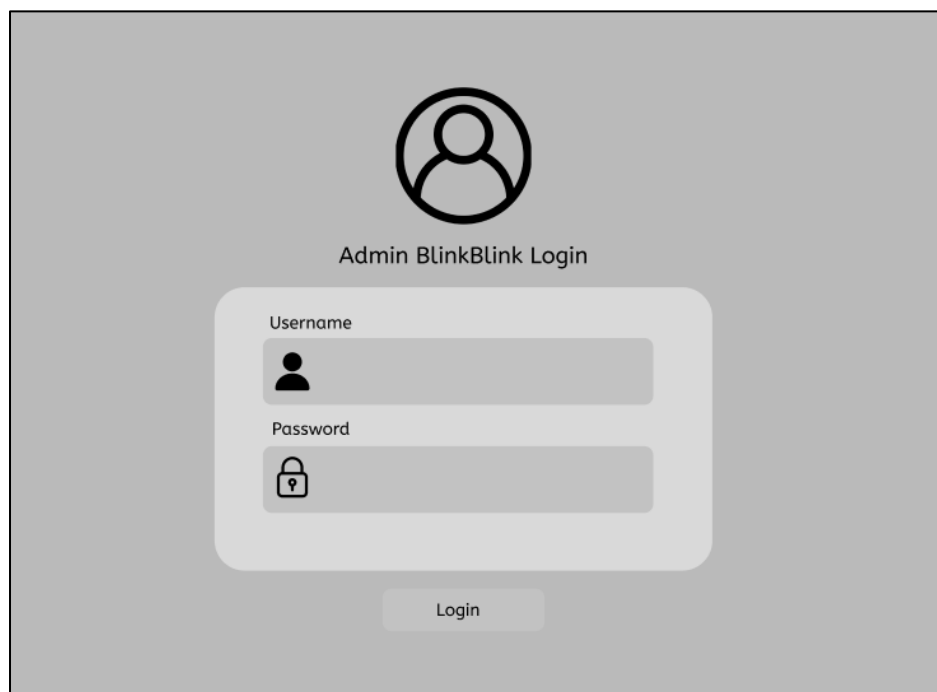
ตารางที่ 3.6 พจนานุกรมข้อมูลของผู้ดูแลระบบ

ชื่อตาราง: ผู้ดูแลระบบ			ประเภทตาราง: Master	
คำอธิบาย: เก็บข้อมูลผู้ดูแลระบบ				
คีย์หลัก (Primary Key): รหัสผู้ดูแลระบบ			คีย์นอก (Foreign Key): -	
เขตข้อมูล	ความหมาย	ชนิดและขนาด	ตัวอย่าง	ค่าที่เป็นไปได้
id	รหัสไอดี	Int (10)	1	
username	ชื่อผู้ใช้	varchar (100)	admin	
password	รหัสผู้เซ	varchar (100)	bb	
userright	สิทธิ์ผู้เซ	varchar (10)	1	

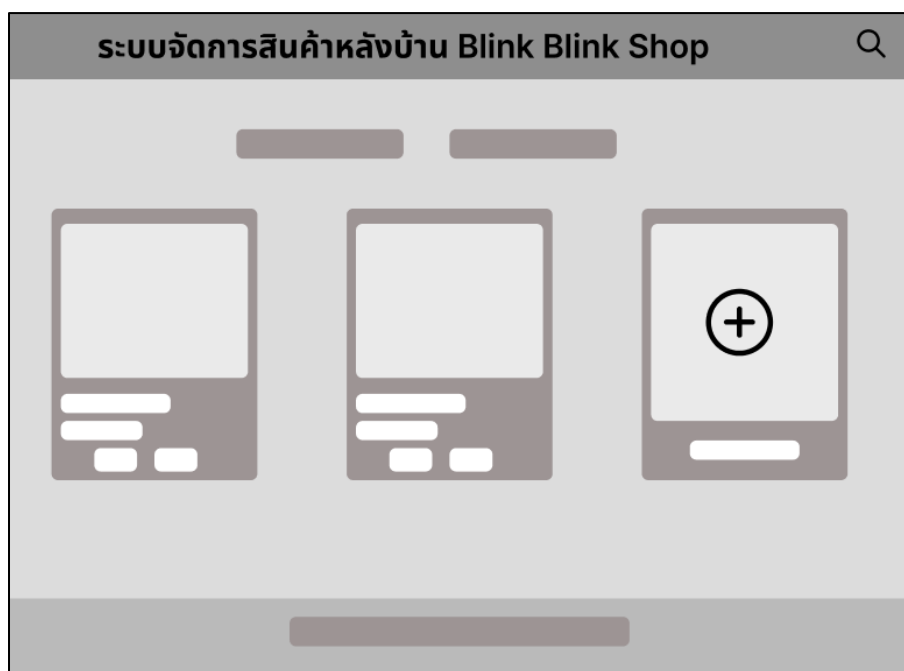
ตารางที่ 3.7 พจนานุกรมข้อมูลของสินค้า

ชื่อตาราง: สินค้า			ประเภทตาราง: Master	
คำอธิบาย: เก็บข้อมูลสินค้า				
คีย์หลัก (Primary Key): รหัสสินค้า			คีย์นอก (Foreign Key): -	
เขตข้อมูล	ความหมาย	ชนิดและขนาด	ตัวอย่าง	ค่าที่เป็นไปได้
productid	รหัสสินค้า	Int (10)	1	
productname	ชื่อสินค้า	varchar (100)	กำไลข้อมือดอกเดซี่สีฟ้า	
productcolor	สีของสินค้า	varchar (10)	ฟ้า	
productprice	ราคาสินค้า	Int (100)	39	
productimg	รูปภาพสินค้า	varchar (100)	daysi.jpg	
ttlink	ลิงค์สินค้า TikTok	text	https://vt.tiktok.com/ZS2mNbBy1/	

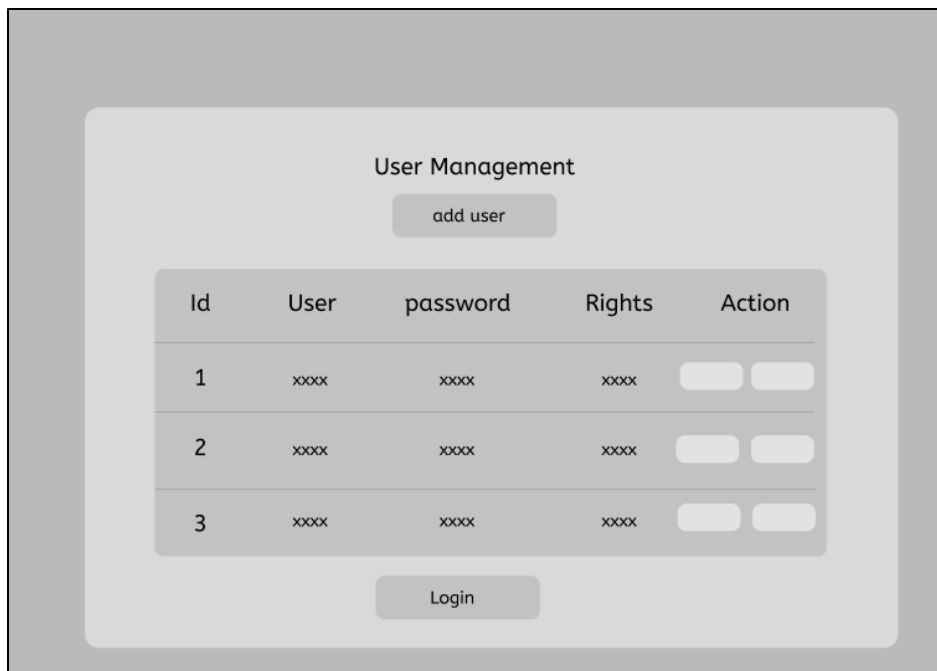
3.8 การออกแบบหน้าจอจอภาพ



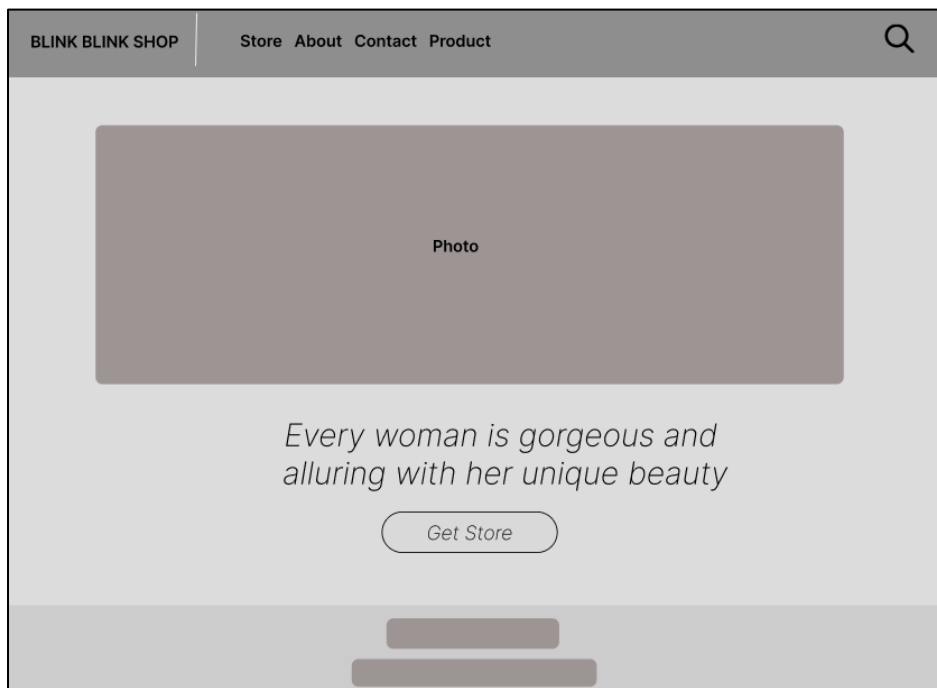
ภาพที่ 3.6 แสดงหน้าเข้าสู่ระบบสำหรับผู้ใช้ระบบ



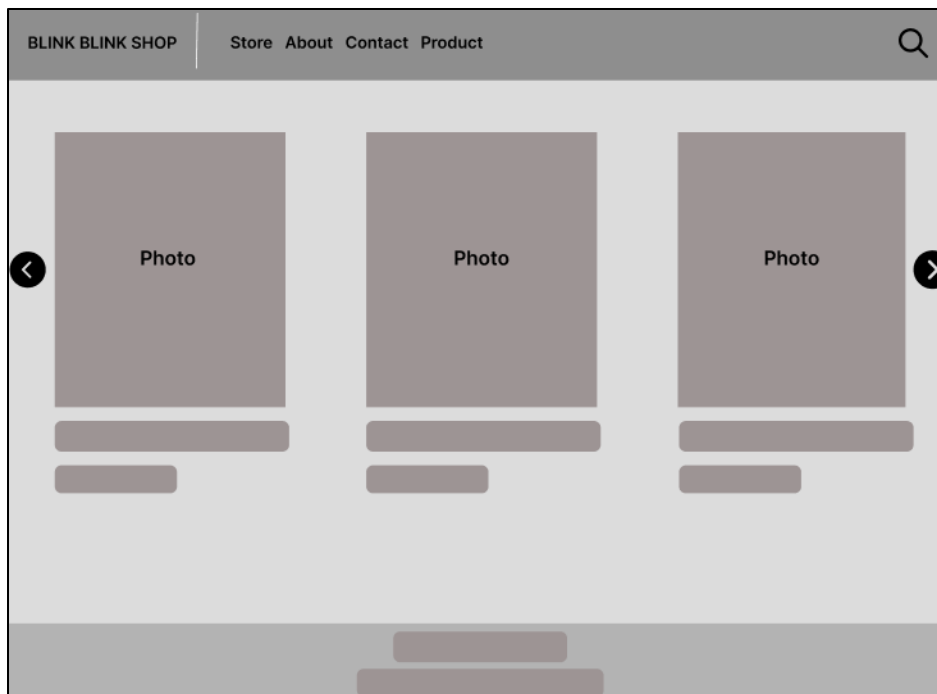
ภาพที่ 3.7 ระบบหลังบ้านที่ใช้จัดการข้อมูลสินค้า



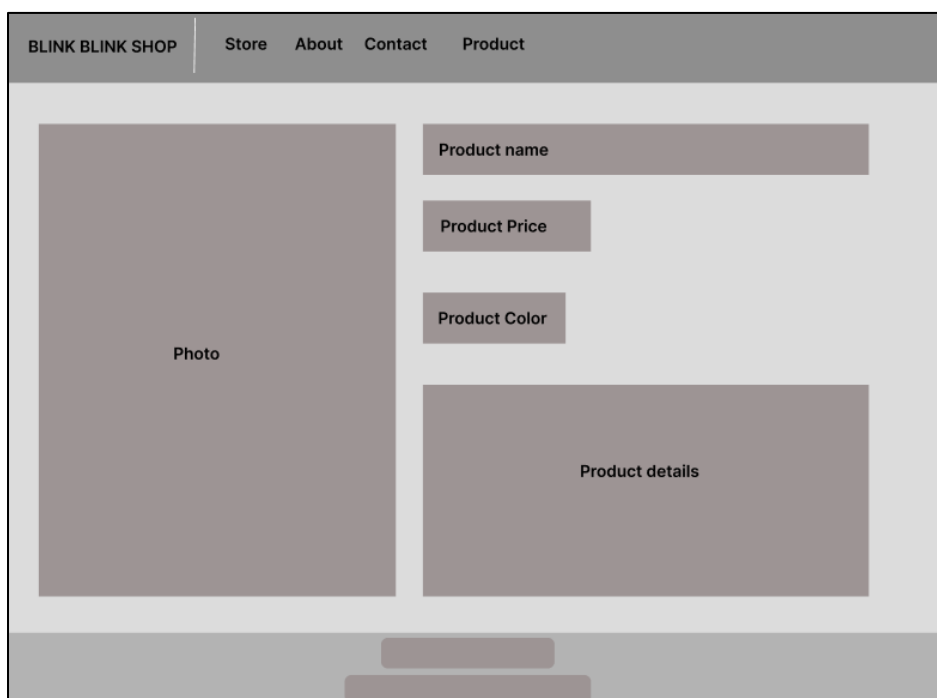
ภาพที่ 3.8 แสดงหน้าระบบจัดการผู้ใช้



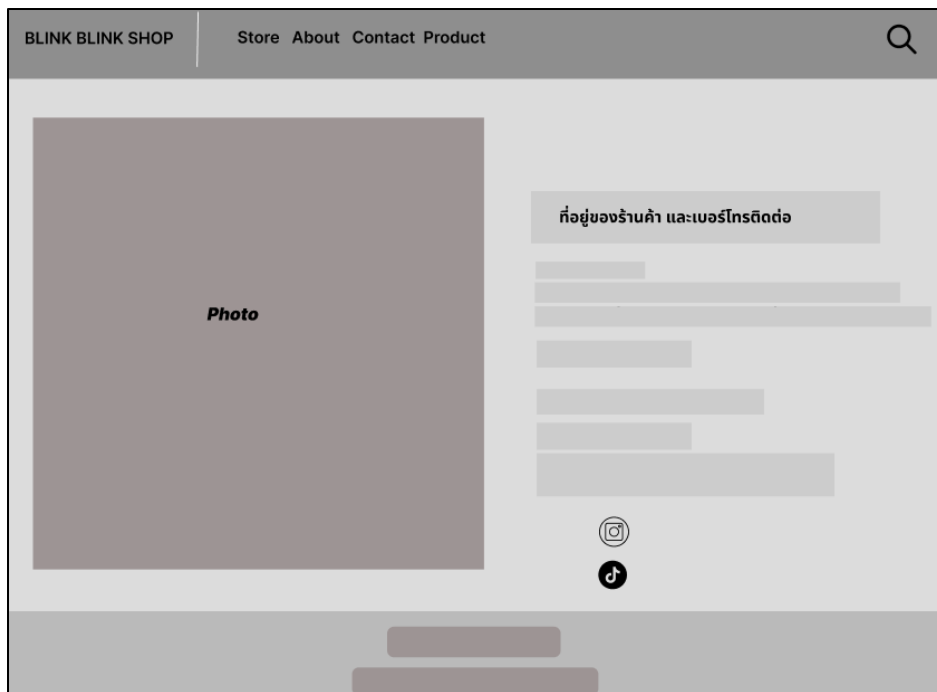
ภาพที่ 3.9 แสดงหน้าแรกของเว็บไซต์



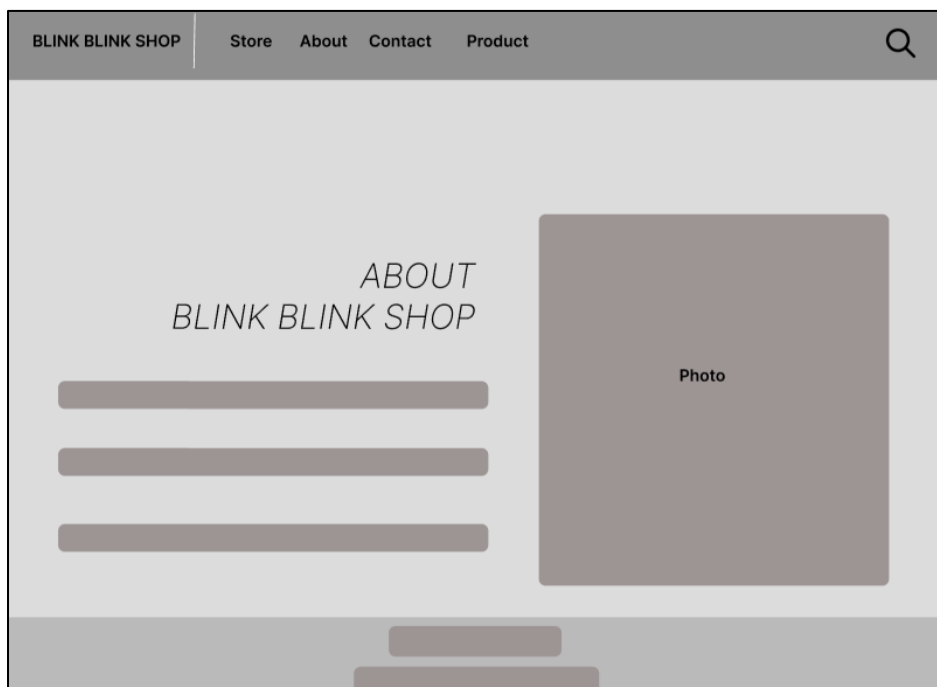
ภาพที่ 3.10 หน้าแสดงรายการสินค้าใหม่



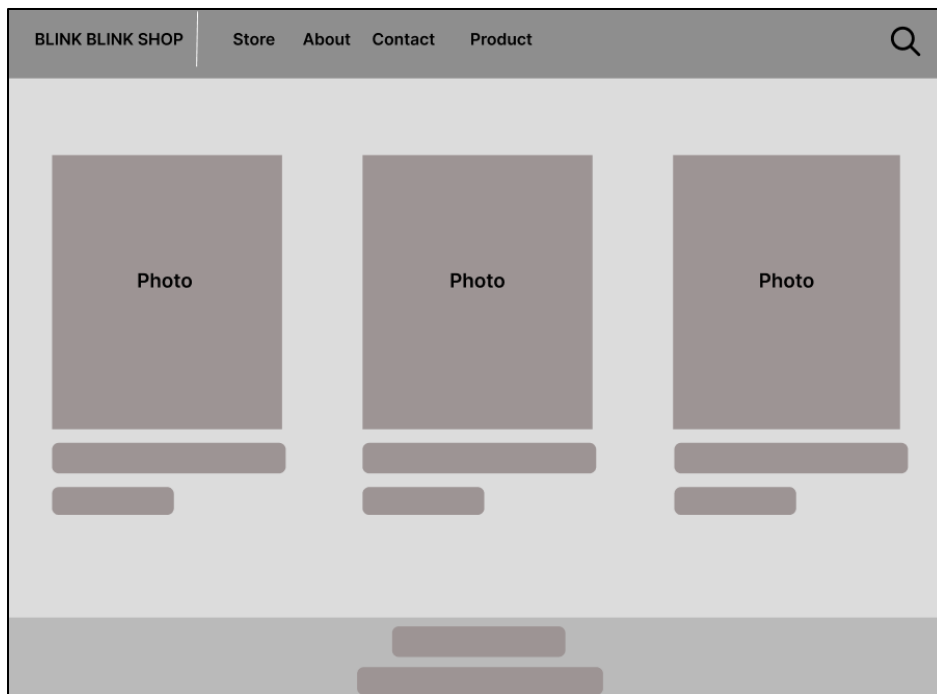
ภาพที่ 3.11 หน้าแสดงรายละเอียดของสินค้า



ภาพที่ 3.12 หน้าแสดงช่องทางการติดต่อ



ภาพที่ 3.13 หน้าแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับร้านค้า



ภาพที่ 3.14 หน้าแสดงสินค้าทั้งหมด