

บทที่ 3

การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

ในการพัฒนาระบบสารสนเทศขึ้นมาเพื่อการจัดการธุรกิจของร้านครัวแม่พิมพ์ ต้องมีการวิเคราะห์และศึกษาปัญหาจากระบบงานเดิม เพื่อออกแบบโครงสร้างระบบงานใหม่ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ และเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้ ผู้พัฒนาจึงทำการวิเคราะห์และออกแบบระบบงานใหม่โดยใช้เครื่องมือในการออกแบบโครงสร้างองค์กร แผนภาพบริบท แผนภาพกระแสข้อมูล แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของฐานข้อมูล พจนานุกรมข้อมูล โครงสร้างระบบ และการออกแบบหน้าจอได้ดังนี้

3.1 การวางแผนธุรกิจ

3.1.1 แนวคิดหลักการทำธุรกิจ

3.1.1.1 ภาพรวมเป้าหมาย

ร้านครัวแม่พิมพ์เป็นธุรกิจด้านอาหารที่เน้นการตลาดดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์ม TikTok โดยใช้คลิปปริตตี้กับไลฟ์สดเป็นเครื่องมือหลักในการเข้าถึงลูกค้า เป้าหมายของร้านคือการเพิ่มยอดขาย สร้างการรับรู้แบรนด์และพัฒนาเว็บไซต์ของร้านให้เป็นทางหลักในการเข้าถึงสินค้า

3.1.1.2 แนวคิด

1) ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต้องเริ่มต้นจากการเข้าใจว่าลูกค้าของเราคือใคร และพวกเขาต้องการอะไร ร้านครัวแม่พิมพ์ให้ความสำคัญกับรสชาติที่ถูกปากลูกค้า บริการที่เป็นกันเอง ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีและทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้การรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญไม่ว่าจะเป็นคำชม คำติ หรือข้อเสนอแนะ การนำข้อมูลเหล่านี้มาปรับปรุงและพัฒนาเมนู หรือการบริการ จะช่วยให้ร้านสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีมากยิ่งขึ้น

2) การจัดการงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ การควบคุมต้นทุนเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ ร้านครัวแม่พิมพ์ต้องบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบ ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ให้เหมาะสม โดยมีหลักการสำคัญ เช่น การสั่งซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่เหมาะสมเพื่อลดของเสีย การเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดีแต่ราคาเหมาะสม และการวางแผน

งบประมาณอย่างรอบคอบ การลดต้นทุนไม่ใช่การลดคุณภาพของอาหาร แต่เป็นการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพที่สุด ร้านที่จัดการต้นทุนได้ดีจะสามารถกำหนดราคาขายที่เหมาะสมและสร้างกำไรได้อย่างยั่งยืน

3) การรักษามาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพของอาหาร ความสะอาดและคุณภาพของอาหาร เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าไว้วางใจ ร้านครัวแม่พิมพ์ให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัตถุดิบสดใหม่ การจัดเก็บอาหารอย่างถูกสุขอนามัย และการรักษาความสะอาดในทุกขั้นตอนของการทำอาหาร นอกจากนี้ร้านต้องได้รับการฝึกฝนเกี่ยวกับสุขอนามัยและวิธีการจัดการอาหารที่ปลอดภัย เช่น การล้างมือให้สะอาดก่อนประกอบอาหาร การเก็บรักษาวัตถุดิบในอุณหภูมิที่เหมาะสม และการตรวจสอบคุณภาพอาหารก่อนจัดส่ง สิ่งเหล่านี้ช่วยให้ร้านสามารถรักษามาตรฐานและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้

4) การกำหนดราคาอย่างเหมาะสม ราคาของอาหารต้องสอดคล้องกับคุณภาพ รสชาติ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ร้านครัวแม่พิมพ์มีแนวทางในการตั้งราคาที่ไม่เพียงคำนึงถึงต้นทุนวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เท่านั้น แต่ยังพิจารณาถึงความคุ้มค่าที่ลูกค้าจะได้รับ

5) การส่งเสริมการขายและการตลาด การทำตลาดเป็นสิ่งที่ช่วยให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักและสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ ๆ ได้ ร้านครัวแม่พิมพ์ใช้ TikTok เป็นช่องทางหลักในการโปรโมตร้านโดยนำเสนอวิดีโอเมนูอาหาร รีวิว นำเสนอสินค้าแต่ละสินค้า ซึ่งช่วยสร้างกระแสและเพิ่มการมองเห็นในกลุ่มเป้าหมาย นอกจากการตลาดออนไลน์แล้วการมีโปรโมชั่น เช่น ส่วนลดพิเศษ โปรโมชั่นวันเกิด หรือเมนูพิเศษตามฤดูกาล จะช่วยกระตุ้นยอดขาย และทำให้ลูกค้ารู้สึกอยากกลับมาซื้อสินค้าบ่อยขึ้น การตั้งราคาไม่ควรสูงเกินไปจนลูกค้าไม่สามารถเข้าถึงได้และไม่ควรต่ำเกินไปจนกระทบต่อคุณภาพของอาหาร

3.1.1.3 กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

ร้านครัวแม่พิมพ์ใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสองรูปแบบ ได้แก่ การโพสต์คลิปวิดีโอกับการไลฟ์สด

3.1.1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ได้ทราบผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ระหว่างการโพสต์คลิปวิดีโอกับการไลฟ์สด ด้วยแพลตฟอร์ม TikTok
- 2) ได้มียอดขายของร้านครัวแม่พิมพ์เพิ่มมากขึ้น

3.1.2 ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1.2.1 ลักษณะของธุรกิจ

ครัวแม่พิมพ์เกิดขึ้นจากความรักและความตั้งใจในการทำอาหารของครอบครัว แต่เดิมเราเพียงแค่ทำอาหารรับประทานกันเองในบ้านด้วยรสชาติที่กลมกล่อมจากรสมือแม่ ทำให้ทุกคนที่ได้ลิ้มลองต่างติดใจ ไม่ว่าจะเป็นญาติพี่น้อง หรือแขกที่มาเยี่ยมเยือน ทุกคนต่างชื่นชมในความอร่อยจนเกิดเป็นแนวคิดที่อยากแบ่งปันรสชาติอาหารโฮมเมดให้กับผู้คนในวงกว้าง จากครัวเล็ก ๆ ในบ้านสู่ครัวแม่พิมพ์ด้วยเสียงตอบรับที่ดีและความต้องการของลูกค้าที่อยากให้เราผลิตอาหารจำหน่าย ครัวแม่พิมพ์จึงถือกำเนิดขึ้นโดยยึดหลักการทำอาหารที่สด สะอาด ปลอดภัย และได้มาตรฐาน พร้อมคงไว้ซึ่งรสชาติแบบต้นตำรับ ที่มอบความรู้สึกอบอุ่นเหมือนได้รับประทานอาหารจากฝีมือแม่

3.1.2.2 แนวทางการพัฒนา

ร้านครัวแม่พิมพ์มีแนวทางการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนโดยเน้นการตลาดดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์ม TikTok และการพัฒนาเว็บไซต์ให้เป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงสินค้า

3.1.3 วิเคราะห์ความเสี่ยง และโอกาส

3.1.3.1 การวิเคราะห์ SWOT Analysis

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร

1) จุดแข็ง (Strengths)

- สินค้าคุณภาพดี คัดสรรวัตถุดิบสดใหม่ กระบวนการผลิตสะอาด ปลอดภัย

- เป็นที่รู้จัก และจดจำได้ มีฐานลูกค้าประจำ

- การให้ความสำคัญกับมาตรฐานสุขภาพ และความถูกต้องในการปรุงอาหาร

- การสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจบน TikTok เช่น วิดีโอสูตรอาหาร หรือวิดีโอการทำอาหารที่ใช้เมนูแปรรูป

2) จุดอ่อน (Weaknesses)

- มีข้อจำกัดในการขายสินค้า หรือการส่งสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

- หากมีการขายอย่างไม่เป็นไปตามคาดหวังอาจทำให้มีผลต่อกำไร และการดำเนินธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร

3) โอกาส (Opportunities)

- สามารถพัฒนาสินค้า หรือสูตรใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าให้มากขึ้น

- การบริโภคอาหารหมู่แปรรูป อาจมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการขยายธุรกิจ

4) อุปสรรค (Threats)

- อาจมีการแข่งขันจากธุรกิจอื่นที่มีสินค้าหมู่แปรรูปในตลาด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการขายและกำไรของร้านครัวแม่พิมพ์

- สภาพเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนอาจส่งผลกระทบต่อการซื้อขายของลูกค้า และการดำเนินธุรกิจขององค์กร

3.1.4 แผนการตลาด

3.1.4.1 กลยุทธ์ทางการตลาด 4P

สินค้า (Product)

เน้นใช้วัตถุดิบที่ดี ผลิตสดใหม่ ตามออร์เดอร์ ไม่ใช้น้ำมันทอดซ้ำทำให้ไม่เหม็นหืน ซึ่งตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวก รสชาติดีและปลอดภัย

ราคา (Price)

การกำหนดราคาให้สอดคล้อง เหมาะสมกับคุณภาพและคู่แข่ง รวมถึงมีโปรโมชั่น เช่น ลดราคาหรือการจัดส่งฟรี

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

การเลือกใช้ช่องทางจัดจำหน่ายจะเน้นไปที่การขายออนไลน์ โดยผ่านแพลตฟอร์ม TikTok ที่ช่วยให้เข้าถึงลูกค้าออนไลน์ได้ง่ายและสะดวก

การส่งเสริมการตลาด (promotion)

การโปรโมตสินค้าโดยการสร้างคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าของร้านครัวแม่พิมพ์ผ่านคลิปวิดีโอ รูปภาพ และการไลฟ์สดโดยมีคำอธิบาย รายละเอียดสินค้าที่ชัดเจน

3.1.4.2 เป้าหมายทางการตลาด

เป้าหมายระยะสั้น

1) เพิ่มจำนวนผู้ติดตามในช่องทางแพลตฟอร์มต่าง ๆ โดยการโพสต์เนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดความสนใจ การโพสต์วิดีโอที่มีคุณภาพและการโต้ตอบกับผู้ติดตาม

2) เพิ่มการรับรู้และความรู้สึกต่อธุรกิจ โดยการโปรโมตและโฆษณา ร้านครัวแม่พิมพ์ผ่านช่องทาง TikTok เช่น การโพสต์คลิปวิดีโอการนำหมูแปรรูปไปประกอบอาหารในเมนูต่าง ๆ เป็นการโฆษณา เพื่อเพิ่มการรับรู้และความคุ้นเคยกับทางร้านในช่วงเวลาสั้น ๆ

3) สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นการให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าโดยการให้บริการที่ดีและเป็นมิตร การตอบสนองต่อความต้องการ และความสนใจของลูกค้าโดยตรง และการให้คำแนะนำหรือข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้า

เป้าหมายระยะกลาง

1) เสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกิจการและความสมัครใจในกิจการโดยการให้บริการที่มีคุณภาพ การสร้างประสบการณ์ที่ดีและเป็นที่ยึดจำในการเข้าชมร้านครัวแม่พิมพ์

2) สร้างการพัฒนาบริการลูกค้า สร้างและพัฒนาบริการลูกค้าเพื่อเพิ่มความพึงพอใจ และความสำเร็จในการซื้อขาย หากมีการร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะจากลูกค้า ควรใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการปรับปรุงบริการลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

3) สร้างความต่อเนื่องในการโปรโมต พัฒนาแผนการโปรโมตที่ต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สร้างความรู้สึกต่อสินค้าหรือบริการของคุณ และเพิ่มยอดขายในระยะยาว

เป้าหมายระยะยาว

1) ขยายฐานลูกค้า พยายามขยายฐานลูกค้าของคุณโดยการเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ และการรักษาฐานลูกค้าปัจจุบัน โดยการให้บริการที่มีคุณภาพและการสร้างความพึงพอใจที่สูงสุดให้กับลูกค้า

2) สร้างการเชื่อมโยงทางการตลาดระยะยาว โดยการใช้โซเชียลมีเดียและเว็บไซต์ โดยการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและมีคุณค่าสำหรับลูกค้า การสร้างความน่าสนใจและประทับใจในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในระยะยาว

3) การตอบสนองต่อเทรนด์ในตลาด โดยทำความเข้าใจเกี่ยวกับเทรนด์และความเปลี่ยนแปลงในตลาด ปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับเทรนด์เหล่านั้น เพื่อให้กิจการยังคงเป็นที่รู้จักและติดอันดับในตลาดได้อย่างมั่นคง

3.1.5 แผนการดำเนินงาน

3.1.5.1 การวางแผนเนื้อหาที่น่าสนใจและเข้ากับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยการคิดเรื่องราวหรือไอเดียที่น่าสนใจ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจและดึงดูดความสนใจของผู้ติดตาม

3.1.5.2 การใช้แฮชแท็กที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของคุณเพื่อให้ผู้คนที่สนใจง่ายต่อการค้นหา เช่น #หมูแปรรูป #หมูกรอบครัวแม่พิมพ์ #หมูกรอบ #หมูแดดเดียว

3.1.5.3 การตอบโต้และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยตอบกลับความคิดเห็นและข้อสงสัยจากผู้ติดตามอย่างสม่ำเสมอ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ติดตาม

3.1.5.4 การแชร์และส่งเสริมเนื้อหาบน TikTok ให้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ โดยเชิญชวนผู้ติดตามให้กดแชร์ กดถูกใจ และใช้แพลตฟอร์มอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมและเพิ่มความน่าสนใจในเนื้อหา

3.1.6 แผนการเงิน

3.1.6.1 เป้าหมายทางการเงิน

ร้านครัวแม่พิมพ์มีเป้าหมายในการสร้างความมั่นคงทางการเงิน ซึ่งสามารถกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนโดยเก็บออมเงินหรือการลงทุน การเพิ่มกำไรสามารถทำได้ด้วยการลดต้นทุน โดยการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพหรือการลดอัตราการสูญเสีย

3.1.7 แผนรับมือฉุกเฉิน

3.1.7.1 ปัญหาทางเทคนิค

แก้ไขปัญหาการขัดข้องของเว็บไซต์ขัดข้องโดยเร็วที่สุดต้องติดต่อโฮสต์ตั้งเว็บให้รวดเร็วที่สุด และแจ้งให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับปัญหาเว็บไซต์ขัดข้องผ่านทางเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย โดยแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงสาเหตุของปัญหาและระยะเวลาที่คาดว่าจะแก้ไขเสร็จสิ้น

3.1.7.2 ปัญหาการจัดส่ง

เลือกผู้ให้บริการขนส่งที่มีชื่อเสียงและเชื่อถือได้ มีประสบการณ์ในการจัดส่งสินค้าประเภทต่าง ๆ และมีเครือข่ายการจัดส่งที่ครอบคลุม บรรจุสินค้าอย่างเหมาะสม และมีนโยบายการคืนสินค้าที่ชัดเจน

3.1.7.3 ปัญหายอดขายที่ต่ำกว่าเป้าหมาย

ทำการเสนอโปรโมชั่นและส่วนลดพิเศษ พัฒนาคุณสมบัติใหม่เพิ่มประสิทธิภาพที่มีอยู่และปรับปรุงข้อแก้ไขที่ลูกค้าติชม

3.1.7.4 ปัญหาทางคู่แข่งชั้น

พัฒนาจุดแข็งที่แตกต่างอย่างต่อเนื่องจากคุณภาพของสินค้า การบริการลูกค้า นวัตกรรมหรือความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยมอบประสบการณ์ลูกค้าที่ ยอดเยี่ยม สร้างความพึงพอใจและความภักดี

3.1.7.5 ปัญหาด้านการผลิต

ทำการสื่อสารปัญหาการผลิต สาเหตุ และแนวทางแก้ไขกับพนักงานทุกระดับ ทำการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด เพื่อตรวจสอบให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ทั้งหมดเป็นไปตามมาตรฐาน จัดการสต็อกสินค้าไว้ล่วงหน้าตามสถิติของยอดขายเดือนก่อนหน้า หากแม่ครัวไม่สามารถทำต่อไปได้ จะมีแผนสำรองสำหรับการจัดเตรียม พนักงานสำรอง หรือมีแม่ครัวสำรอง ที่สามารถทำหน้าที่แทนได้

3.2 วิธีกรดำเนินการ

ตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินงาน

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด
ตุลาคม	1	วางแผนการเปรียบเทียบกลยุทธ์ระหว่างการโพสต์ คลิปวิดีโอกับการไลฟ์สดของแอปพลิเคชัน TikTok จะทำการเปรียบเทียบแบบไหน ทำการศึกษาจาก และ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่ TikTok กำหนดขึ้นมาอย่างชัดเจน เกี่ยวกับการขายสินค้า เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจ เกิดขึ้นในภายหลังและรักษาความน่าเชื่อถือของร้าน
	2	วางแผนการจัดทำเว็บไซต์ กำหนดเป้าหมายด้วยการ ออกแบบฟังก์ชันและเนื้อหาที่ต้องการ ทำการ ออกแบบ UX/UI กำหนดสี ธีม ฟอนต์ ไอคอน ให้ เหมาะสมกับภาพลักษณ์ของร้าน
	3	จัดโดเมนและจัดหาเซิร์ฟเวอร์ สร้างเว็บไซต์ด้วยการ ใช้โค้ด HTML, CSS, JavaScript, PHP เพื่อให้พัฒนา เว็บไซต์ให้ตรงกับความต้องการ
	4	ทดสอบการใช้งานเว็บไซต์ว่าฟังก์ชันทั้งหมดทำงานได้ ตามปกติหรือไม่ และทำการอัปโหลดขึ้นเซิร์ฟเวอร์
พฤศจิกายน	1	ทำการสมัคร TikTok Shop รอระบบขึ้น 7 วัน

ตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินงาน (ต่อ)

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด
พฤศจิกายน	2	สมัคร TikTok Shop สำเร็จ ทำการเพิ่มสินค้า เพิ่มข้อมูลสินค้า ตรวจสอบข้อมูลและกดเผยแพร่ตะกร้า
	3	ทำการวางแผนสร้างไอดีสำหรับการติดคอนเทนต์ การโปรโมตสินค้าในรูปแบบวิดีโอและการไลฟ์สด
	4	มีการยิงแอดเพิ่มผู้ติดตามของ TikTok ของร้านครัวแม่พิมพ์ให้ช่องมีผู้ติดตามถึง 1,000 คน
ธันวาคม	1	จัดหาพร็อพและสถานที่ เพื่อนำมาใช้ประกอบในการถ่ายทำคลิปวิดีโอกับไลฟ์สด และเรียนรู้ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น เพศ, อายุ, เวลาที่คนส่วนใหญ่ใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok
	2	พัฒนาเว็บไซต์เพิ่มเติมโดยเพิ่มฟังก์ชันการใช้งานใหม่ ๆ อัปเดตเนื้อหาให้เป็นปัจจุบัน เพิ่มเนื้อหาใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน เช่น เพิ่มคลิปวิดีโอ และปฏิทินเวลาไลฟ์สด
	3	ศึกษารูปแบบคลิป เทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายสินค้าใน TikTok เรียนรู้แนวทางการสร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจ และดึงดูดลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
	4	ตรวจสอบผลลัพธ์เกี่ยวกับคลิปวิดีโอ หรือไลฟ์สดที่อัปเดต ทำให้เราได้เข้าใจพฤติกรรมของผู้ชม นำไปสู่การปรับปรุงเนื้อหาให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มยอดขาย เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม
มกราคม	1	จัดทำระบบหลังบ้านเว็บไซต์ที่ให้ผู้ดูแลระบบใช้ในการจัดการเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลสินค้า และสามารถดูว่าผู้ใช้ระบบคลิกดูเว็บไซต์หน้าไหนบ้าง
	2	ค้นหาวิธีทำให้ไลฟ์สดมีความน่าสนใจ โดดเด่น ดึงดูดผู้ชมได้มากขึ้น แล้วนำมาปรับใช้กับช่องตัวเอง

ตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินงาน (ต่อ)

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด
มกราคม	3	เข้าร่วมและทำการศึกษารายละเอียดของแคมเปญ TikTok เช่น ระยะเวลาของแคมเปญ เงื่อนไขการเข้าร่วมและรางวัลที่ได้รับ
	4	ทำการยิงแอดคลิปวิดีโอเป็นบางคลิป เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้ชมและสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ หรือสินค้า
กุมภาพันธ์	1	ดาวน์โหลดข้อมูลจากหลังบ้าน TikTok นำข้อมูลยอดขายสินค้ารายเดือนเป็นไฟล์ Excel อัปเดตขึ้นไปเก็บไว้ในฐานข้อมูลแล้วกรองข้อมูลที่ต้องการออกมาแสดงบนเว็บไซต์
กุมภาพันธ์	2	โพสต์คลิปวิดีโอและทำการไลฟ์สดอย่างสม่ำเสมอ เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมอย่างน้อย 2 คลิปต่อสัปดาห์
	3	นำสิ่งที่ศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ที่ผ่านมา นำมาพัฒนาปรับใช้กับของตัวเอง และศึกษาเรียนรู้เกี่ยวเรื่องอื่น ๆ ต่อไปเรื่อย ๆ
	4	รวบรวมผลลัพธ์ยอดขาย ยอดผู้เข้าชม ปริมาณยอดการกดใจ การแสดงความคิดเห็น ยอดแชร์ ที่ได้ในการเปรียบเทียบการขายสินค้าจากคลิปวิดีโอและไลฟ์สด

ตารางที่ 3.2 แผนการโปรโมชั่นสินค้า

เดือน	สัปดาห์	วันที่	เวลา	รายละเอียด	รูปแบบ
กันยายน	1	02/09/67	22.08 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับหมูสามชั้นทอดน้ำปลากินกันน้ำปลาพริกฉบับเด็กหอ	คลิปวิดีโอ
ธันวาคม	2	10/12/67	21.57 น.	ถ่ายคอนเทนต์สินค้าที่มีในร้านทั้งหมด 3 รายการ	คลิปวิดีโอ
			19.30 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
			20.15 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
		12/12/67	19.30 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
			21.30 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
		13/12/67	15.00 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
ธันวาคม	3	15/12/67	16.31 น.	จัดทำคอนเทนต์รูปภาพเกี่ยวกับการคิดเมนูในการนำสินค้าของทางร้านไปประกอบอาหารอะไรได้บ้าง	รูปภาพ
		16/12/67	23.30 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
		17/12/67	01.00 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
			19.27 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับการนำหมูสามชั้นแดดเดียวทอดน้ำปลานำมาทานกับส้มตำและยำ	คลิปวิดีโอ

ตารางที่ 3.2 แผนการโปรโมตสินค้า (ต่อ)

เดือน	สัปดาห์	วันที่	เวลา	รายละเอียด	รูปแบบ	
ธันวาคม	3	18/12/67	22.00 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด	
			23.30 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด	
		19/12/67	17.06 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับหมูสามชั้นแสนเด็ดเดี่ยวหมักนมสด	คลิปวิดีโอ	
			17.27 น.	จัดทำคอนเทนต์รูปภาพเกี่ยวกับการรีวิว สินค้าจาก Shopee	รูปภาพ	
			12.15 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด	
			17.30 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด	
			19.00 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด	
		21/12/67	21.57 น.	จัดทำคอนเทนต์รูปภาพเกี่ยวกับหมูสามชั้นเด็ดเดี่ยวทอดน้ำปลา	รูปภาพ	
			22.28 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับหมูสามชั้นเด็ดเดี่ยวหมักนมสด	คลิปวิดีโอ	
			20.30 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด	
		4	24/12/67	14.34 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับหมูสามชั้นเด็ดเดี่ยวทอดน้ำปลานำไปประกอบเมนูสลัดโรลหมูกรอบ	คลิปวิดีโอ

ตารางที่ 3.2 แผนการโปรโมตสินค้า (ต่อ)

เดือน	สัปดาห์	วันที่	เวลา	รายละเอียด	รูปแบบ
ธันวาคม	4	24/12/67	22.07 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับหมูสามชั้นแดดเดียวทอดน้ำปลานำไปประกอบเมนูน้ำตกหมูกรอบ	คลิปวิดีโอ
		26/12/67	22.00 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
		27/12/67	19.30 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
		28/12/67	19.00 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
	20.30 น.		ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด	
	1	30/12/67	20.09 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอการนำสินค้าทั้งหมด 3 รายการนำไปถ่ายกับธรรมชาติ	คลิปวิดีโอ
		31/12/67	23.30 น.	จัดทำคอนเทนต์นำสินค้าที่ถ่ายวิดีโอ มาประกอบเป็นคลิปวิดีโอส่งท้ายปี	คลิปวิดีโอ
	มกราคม	2	04/01/68	15.04 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับหมูสามชั้นแดดเดียวทอดน้ำปลานำไปประกอบเมนูหมูกรอบผัดหมีโคราช
05/01/68			18.35 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับวิธีการทอดหมูกรอบแบบใช้กระทะ	คลิปวิดีโอ
08/01/68			21.30 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด

ตารางที่ 3.2 แผนการโพรโมตสินค้า (ต่อ)

เดือน	สัปดาห์	วันที่	เวลา	รายละเอียด	รูปแบบ
มกราคม	2	10/01/68	21.30 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
		11/01/68	13.20 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับหมูสามชั้นเส้นแดดเดียว หมักนมสดทอดพริกกระเทียม กินกับน้ำพริกข้าวเหนียวร้อน ๆ	คลิปวิดีโอ
		11/01/68	20.00 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
	3	13/01/68	17.53 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับการนำหมูกรอบครัวแม่พิมพ์ไปทำเมนูอะไรได้บ้าง	คลิปวิดีโอ
			19.22 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับการแนะนำ การทอดหมูกรอบโดยใช้กระทะไฟฟ้า	คลิปวิดีโอ
		14/01/68	21.30 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
			16/01/68	23.30 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ
	4	19/01/68	22.04 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับการนำหมูแดดเดียวทอดน้ำปลานำไปกินกับมาม่วงเกาหลี	คลิปวิดีโอ
			20/01/68	14.30 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ
		22.41 น.		จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับการแนะนำหมูแดดเดียวทอดน้ำปลา	คลิปวิดีโอ

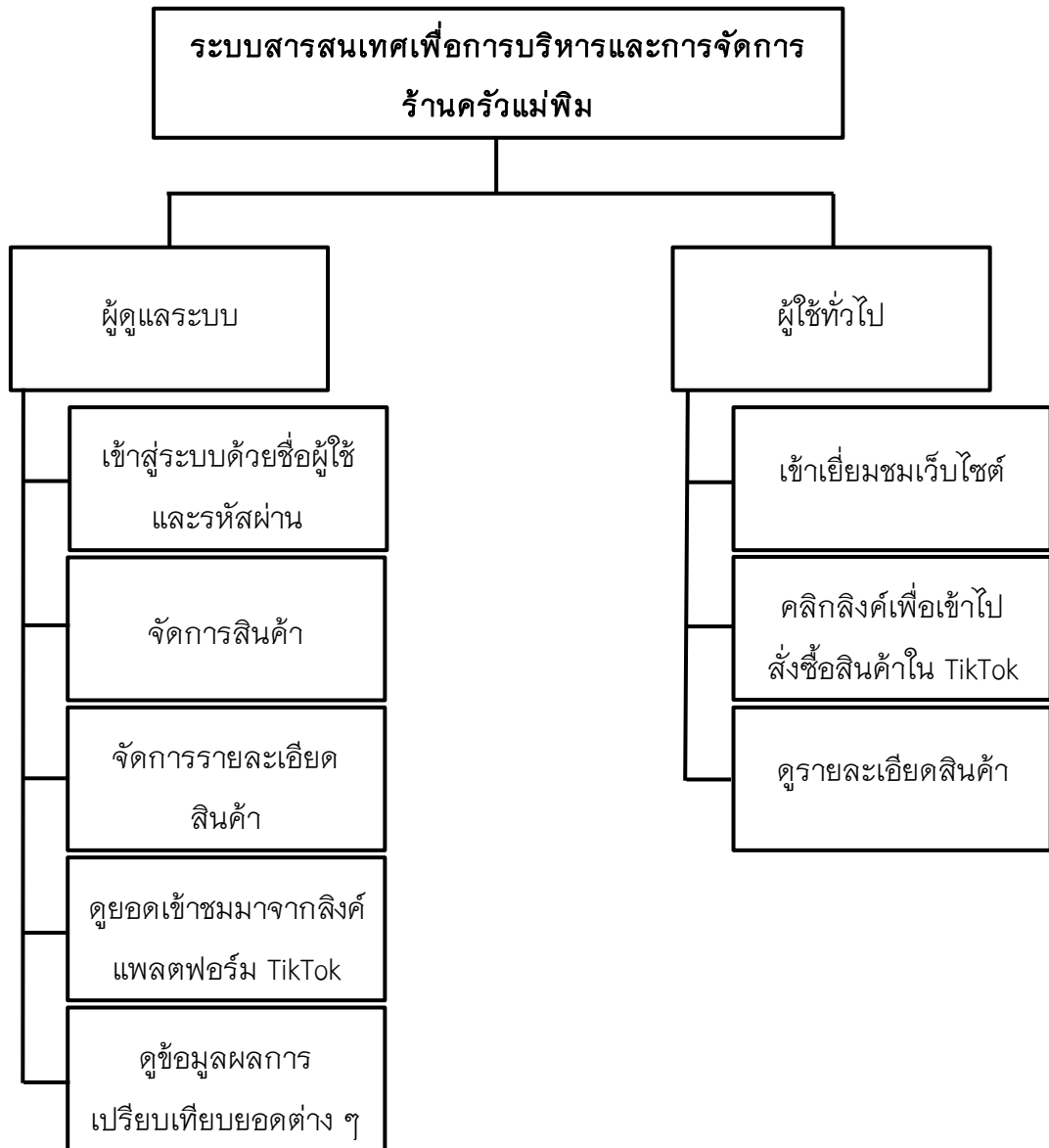
ตารางที่ 3.2 แผนการโปรโมตสินค้า (ต่อ)

เดือน	สัปดาห์	วันที่	เวลา	รายละเอียด	รูปแบบ
กุมภาพันธ์	1	28/01/68	12.00 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
	2	29/01/68	12.00 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
		03/02/68	17.00 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
		05/02/68	17.00 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
		07/02/68	18.17 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับเมนูหมี่ยงหมูสามชั้นทอดน้ำปลา	คลิปวิดีโอ
	3	10/02/68	07.00 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับเมนูผัดคะน้าหมูแดดเดียวทอดน้ำปลา	คลิปวิดีโอ
	4	17/02/68	06.01 น.	จัดทำคอนเทนต์รูปภาพเกี่ยวกับการรีวิว สินค้าจาก Shopee	รูปภาพ
		18/02/68	18.00 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับเมนูผัดกระเพราหมูสามชั้นทอดน้ำปลา	คลิปวิดีโอ
		19/02/68	23.01 น.	จัดทำคอนเทนต์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับการทอดหมูทั้ง 3 สินค้า ทำการแนะนำขนาดสินค้าและราคาสินค้าทั้งหมด	คลิปวิดีโอ
		21/02/68	17.11 น.	จัดทำคอนเทนต์เกี่ยวกับวิดีโอหมูสามชั้นเค็มทอดน้ำปลา ตัดต่อจากแอปฯ CapCut ด้วยแม่แบบที่กำลังเป็นกระแส	คลิปวิดีโอ

ตารางที่ 3.2 แผนการโปรโมตสินค้า (ต่อ)

เดือน	สัปดาห์	วันที่	เวลา	รายละเอียด	รูปแบบ
		21/02/68	21.00 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด
กุมภาพันธ์	1	23/02/68	07.24 น.	จัดทำวิดีโอเกี่ยวกับการรีวิวมูแดตเดี่ยวทั้ง 3 สินค้า ทำการแนะนำขนาดสินค้าและราคาสินค้าทั้งหมด	คลิปวิดีโอ
		25/02/68	22.00 น.	จัดทำคอนเทนต์เกี่ยวกับวิดีโอการทอดหมูทั้ง 3 สินค้า ทำการแนะนำขนาดสินค้าและราคาสินค้าทั้งหมด	วิดีโอ
		26/02/68	13.30 น.	จัดทำคอนเทนต์เกี่ยวกับวิดีโอการทอดหมูทั้ง 3 สินค้า ทำการแนะนำขนาดสินค้าและราคาสินค้าทั้งหมด	วิดีโอ
		27/02/68	21.59 น.	จัดทำคอนเทนต์เกี่ยวกับวิดีโอหมูแดดเดียวคลุกพู่न ทอดสมุนไพร	วิดีโอ
		28/02/68	18.59 น.	นำเสนอหมูทั้ง 3 สินค้าด้วยการ ASMR	วิดีโอ
			21.00 น.	ไลฟ์สดขายสินค้าที่มีทั้งหมด 3 รายการ	ไลฟ์สด

3.3 แผนผังโครงสร้างระบบ



ภาพที่ 3.1 โครงสร้างระบบ

3.3.1 โครงสร้างขององค์กร

ร้านครัวแม่พิมพ์เป็นกิจการขายหมูแปรรูป ซึ่งสามารถแบ่งหน้าที่การทำงานได้แก่ เจ้าของกิจการ ฝ่ายผลิต และฝ่ายขาย ฝ่ายจัดทำคอนเทนต์ ฝ่ายโปรโมตสินค้าและยิงแอดโฆษณา และฝ่ายจัดส่งสินค้า ดังภาพที่ 3.2 ดังนี้



ภาพที่ 3.2 ภาพแสดงโครงสร้างของร้านครัวแม่พิมพ์

จากภาพที่ 3.2 สามารถอธิบายได้ถึงรายละเอียดการทำงานในส่วนของโครงสร้างการบริหารของร้านครัวแม่พิมพ์ ประกอบไปด้วยหน้าที่สำคัญในการดำเนินงานภายในร้าน มีดังนี้

3.3.1.1 เจ้าของกิจการ ทำหน้าที่รับผิดชอบสร้างสรรค์ระบบการทำงานขององค์กร วางแผนการดำเนินงาน กำหนดทิศทางกลยุทธ์ธุรกิจ และบริหารพนักงานภายในร้าน

3.3.1.2 พนักงานฝ่ายผลิต ทำหน้าที่ควบคุมและดูแลการผลิตทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบ การวางแผนการผลิต การควบคุมปริมาณการผลิต การควบคุมคุณภาพ รวมทั้งการส่งมอบสินค้าให้ได้ตรงตามเวลาที่กำหนด

3.3.1.3 พนักงานฝ่ายขาย มีหน้าที่นำเสนอขายสินค้า บริการให้กับลูกค้า โดยการแนะนำ ให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าเกี่ยวกับสินค้า

3.3.1.4 พนักงานฝ่ายจัดทำคอนเทนต์ เป็นบุคคลที่รับผิดชอบในการสร้างและพัฒนาคอนเทนต์ต่าง ๆ ให้กับธุรกิจรวมถึงถึงการเขียนบทความ การถ่ายภาพ การทำวิดีโอ หรือการออกแบบกราฟิก ที่ใช้ในการโปรโมตสินค้าต้องมีความคิดสร้างสรรค์สูง และสามารถใช้เครื่องมือเทคโนโลยีต่าง ๆ ในการผลิตคอนเทนต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3.1.5 ฝ่ายโปรโมตสินค้าและยิงแอดโฆษณา มีหน้าที่หลักในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้า โดยการใช้เครื่องมือแพลตฟอร์ม TikTok มุ่งเน้นไปที่การเพิ่มยอดขาย หรือการสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายตามที่กำหนดไว้

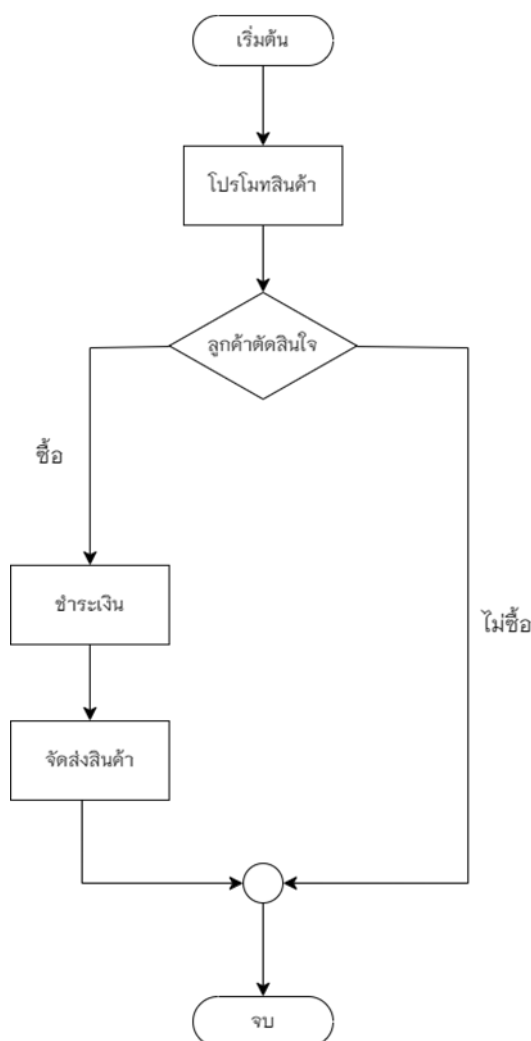
3.3.1.6 ฝ่ายจัดส่งสินค้า เป็นฝ่ายที่มีหน้าที่ในการส่งมอบสินค้าจากคลังสินค้า หรือฝ่ายผลิตไปยังบริษัทขนส่งหรือผู้ให้บริการขนส่งสินค้า เพื่อให้สามารถจัดส่งไปยังลูกค้า

หรือปลายทางที่กำหนดได้โดยต้องมีการติดตาม ตรวจสอบสินค้าและมีการแก้ไข หากเกิดปัญหาในการขนส่ง เช่น การส่งล่าช้า สินค้าสูญหาย เป็นต้น

3.3.2 การวิเคราะห์ระบบงานเดิม

3.3.2.1 ระบบงานเดิม

ระบบการบริหารและการจัดการแบบเดิมของร้านครัวแม่พิมพ์ เป็นกระบวนการทำงานแบบมีการเคลื่อนไหวในการโปรโมตสินค้าที่น้อยมากในแอปพลิเคชัน Facebook และมีแต่ฐานลูกค้าประจำที่ทำการซื้อในแอปพลิเคชัน Shopee กิจกรรมของร้านยังไม่มีโปรโมตสินค้าที่มากพอ ไม่สามารถครอบคลุมฐานลูกค้าทุกด้าน จึงทำให้ลูกค้าบางกลุ่มยังเข้าไม่ถึงสินค้าของกิจการ ซึ่งขั้นตอนดังกล่าวสามารถสรุปเป็นแผนภาพดัง ภาพที่ 3.3 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.3 แผนภาพระบบงานเดิม

3.3.2.2 ปัญหาที่พบในระบบงานเดิม

- 1) ไม่มีการโปรโมชั่นสินค้าแบบต่อเนื่อง ช่วงระยะเวลาในการโปรโมชั่นสินค้านาน ๆ ครั้งถึงจะมีการโปรโมชั่น
- 2) การขายออนไลน์ผ่าน Shopee เป็นแพลตฟอร์มเดียวอาจจำกัดการเข้าถึงลูกค้าจากหลากหลายกลุ่ม ซึ่งทำให้ร้านค้าแม่พิมพ์พลาดโอกาสในการขยายฐานลูกค้าจากช่องทางอื่น

3.3.3 การออกแบบระบบงานใหม่

จากการศึกษาระบบงานเดิม โดยทำการปรับปรุงกระบวนการระบบงานที่มีอยู่ให้ดีขึ้นโดยรวมถึงการเปลี่ยนแปลงการออกแบบ ฟังก์ชันการทำงาน เนื้อหา และเทคโนโลยีมาใช้ในรูปแบบเว็บไซต์ เพื่อพัฒนาระบบงานที่มีประสิทธิภาพ ใช้งานง่ายตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ และบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้ดังหัวข้อ 3.4 ดังนี้

3.4 แผนภาพบริบท (Context Diagram)

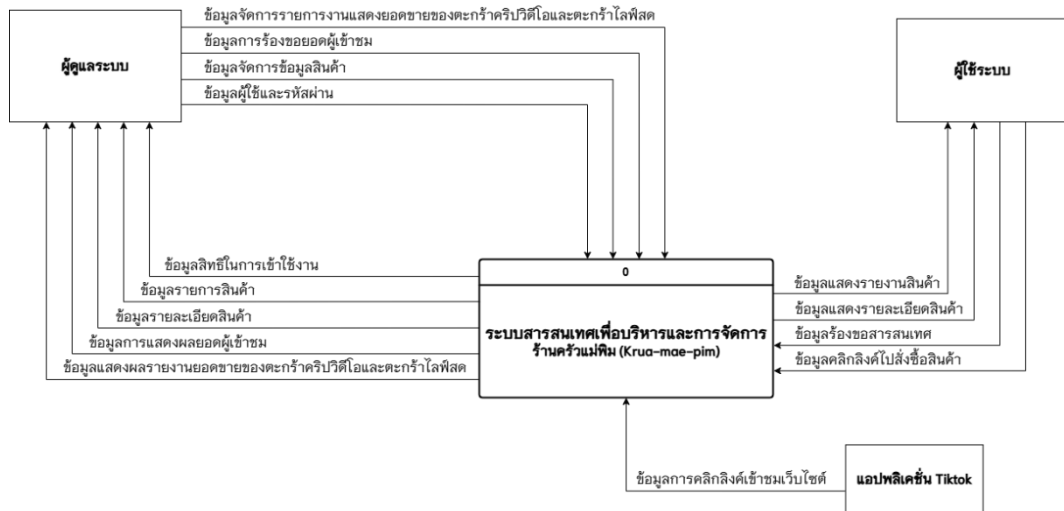
3.4.1 ผู้ใช้ในระบบ

- 1) ผู้ดูแลระบบ
- 2) ผู้ใช้งานทั่วไป

3.4.2 ความต้องการในระบบ สามารถวิเคราะห์ได้ดังตารางที่ 3.3 นี้

ตารางที่ 3.3 ประเภทผู้ใช้งานระบบและบทบาทในระบบงาน

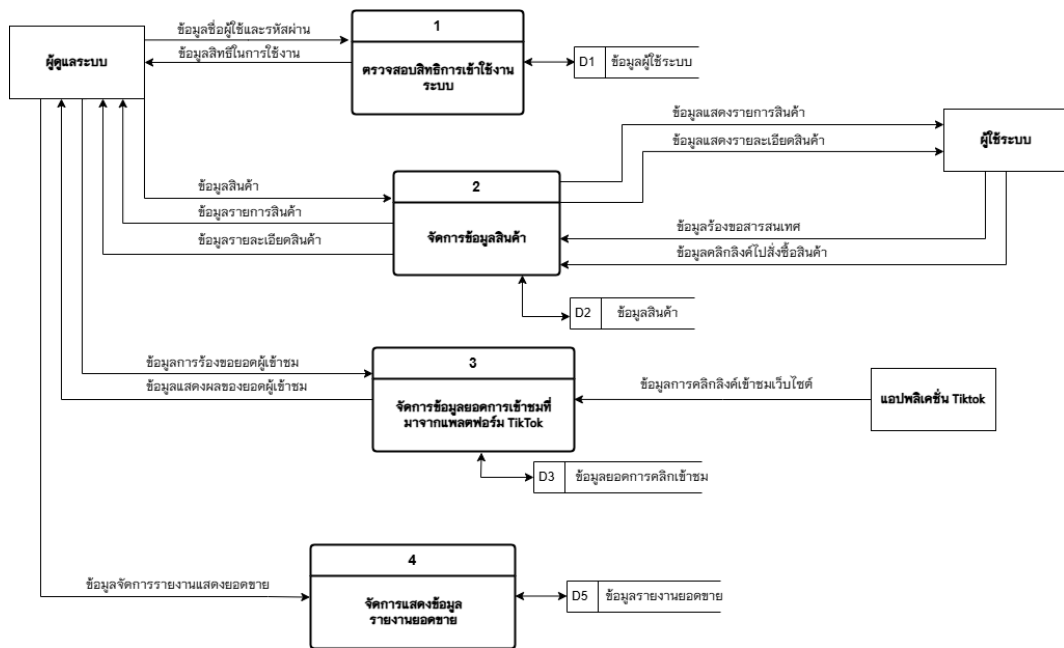
ผู้ใช้งานระบบ	บทบาท
ผู้ดูแลระบบ	สามารถเข้าสู่ระบบได้ สามารถแก้ไข เพิ่ม ลบ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และรายละเอียดของสินค้าได้
ผู้ใช้งานทั่วไป	ลูกค้าสามารถเข้าดูรายการสินค้าได้ สามารถเข้าดูรายละเอียดของสินค้าได้ สามารถคลิกลิงค์เพื่อเข้าไปสั่งซื้อสินค้าในแอปพลิเคชัน TikTok ได้ สามารถเข้าดูการเล่าเรื่องที่มาของร้านได้



ภาพที่ 3.4 แผนภาพบริบท

3.5 แผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram Level 0)

แผนภาพกระแสข้อมูลเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ และออกแบบระบบ โดยแสดงการไหลของข้อมูลในระบบ ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการ แหล่งที่มา และปลายทางของข้อมูล แผนภาพกระแสข้อมูลช่วยให้เข้าใจภาพรวมของระบบ ระบุปัญหา และข้อกำหนดของระบบ ออกแบบระบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพของร้านครัวแม่พิมพ์ บนเว็บไซต์ดังกล่าว ภาพที่ 3.5 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.5 แผนภาพกระแสข้อมูลระดับที่ 0

จากภาพที่ 3.5 แสดงแผนภาพกระแสข้อมูลระดับที่ 0 ของร้านครัวแม่พิมพ์ ประกอบด้วย 4 กระบวนการหลัก ๆ ได้แก่ ตรวจสอบสิทธิการใช้งานระบบ กระบวนการจัดการข้อมูลสินค้า กระบวนการจัดการแสดงข้อมูลยอดการคลิกเข้าชมที่มาจากแพลตฟอร์ม TikTok และกระบวนการจัดการแสดงข้อมูลรายงานยอดขายสินค้าจากตะกร้าคลิปวีดีโอและตะกร้าไลฟ์สด

ตารางที่ 3.4 แสดงคำอธิบายกระบวนการจัดการสินค้า

Process Description	
System	ระบบสารสนเทศเพื่อบริหารและการจัดการร้านครัวแม่พิมพ์
DFD Number	1
Process Name	ตรวจสอบสิทธิการใช้งานระบบ
Input Data Flow	ชื่อข้อมูลผู้ใช้และรหัสผ่าน
Output Data Flow	ข้อมูลสิทธิการใช้งานระบบ
Data Store Used	ข้อมูลผู้ใช้ระบบ
Description	เป็นกระบวนการสำหรับตรวจสอบการเข้าระบบของผู้ใช้ที่จะเข้ามาใช้งานในจัดการกับข้อมูล หรือการประมวลผลข้อมูลต่าง ๆ

ตารางที่ 3.5 แสดงคำอธิบายกระบวนการจัดการสินค้า

Process Description	
System	ระบบสารสนเทศเพื่อบริหารและการจัดการร้านครัวแม่พิมพ์
DFD Number	2
Process Name	จัดการข้อมูลสินค้า
Input Data Flow	ข้อมูลการจัดการสินค้า, ข้อมูลสินค้า, ข้อมูลรายละเอียดสินค้า
Output Data Flow	ข้อมูลสินค้า, ข้อมูลรายละเอียดสินค้า
Data Store Used	ข้อมูลสินค้า
Description	เป็นกระบวนการจัดการ เพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลสินค้า และรายละเอียดสินค้าทั้งหมด

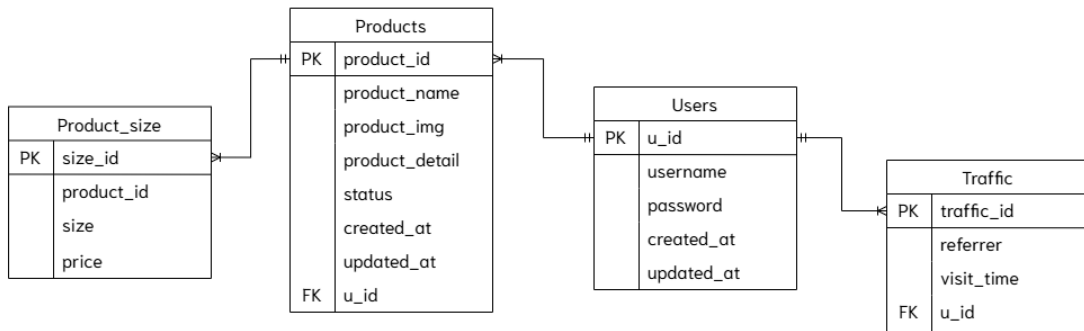
ตารางที่ 3.6 แสดงคำอธิบายกระบวนการแสดงข้อมูลยอดการคลิกเข้าชมที่มาจากแพลตฟอร์ม TikTok

Process Description	
System	ระบบสารสนเทศเพื่อบริหารและการจัดการร้านครัวแม่พิมพ์
DFD Number	3
Process Name	แสดงข้อมูลยอดการคลิกเข้าชมเว็บไซต์
Input Data Flow	ข้อมูลการร้องขอผลยอดการคลิกเข้าชม
Output Data Flow	ข้อมูลยอดการคลิกเข้าชม, ข้อมูลการคลิกเข้าชม
Data Store Used	ข้อมูลการคลิกเข้าชม
Description	เป็นกระบวนการสำหรับเรียกดูผลยอดการคลิกเข้าชมที่มาจากแพลตฟอร์ม TikTok

ตารางที่ 3.7 แสดงคำอธิบายกระบวนการแสดงข้อมูลรายงานยอดขายสินค้าจากตะกร้าคลิปวิดีโอและตะกร้าไลฟ์สด

Process Description	
System	ระบบสารสนเทศเพื่อบริหารและการจัดการร้านครัวแม่พิมพ์
DFD Number	4
Process Name	จัดการข้อมูลรายงานยอดขาย
Input Data Flow	ข้อมูลจัดการรายงานแสดงยอดขายของตะกร้าคลิปวิดีโอและตะกร้าไลฟ์สด
Output Data Flow	ข้อมูลรายงานแสดงยอดขายของตะกร้าคลิปวิดีโอและตะกร้าไลฟ์สด
Data Store Used	รายงานแสดงผลตะกร้าคลิปวิดีโอ, รายงานแสดงผลตะกร้าไลฟ์สด
Description	เป็นกระบวนการสำหรับเรียกดูยอดผลการเปรียบเทียบการขายสินค้าจากคลิปวิดีโอและไลฟ์สด

3.6 ความสัมพันธ์ของฐานข้อมูล (ER Diagram)



ภาพที่ 3.6 ความสัมพันธ์ของฐานข้อมูล

3.7 พจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary)

จากการออกแบบระบบงานใหม่ซึ่งมีการจัดการระบบฐานข้อมูล จึงสามารถออกแบบฐานข้อมูล ให้กับระบบที่ประกอบไปด้วยตารางต่าง ๆ ดังตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3.8 ตารางสรุปชื่อตารางทั้งหมดของระบบฐานข้อมูล

ลำดับ	ชื่อตาราง	ประเภท	รายละเอียด
1	users	master	เก็บข้อมูลผู้ใช้ระบบ
2	products	master	เก็บข้อมูลสินค้า
3	product_sizes	reference	เก็บข้อมูลขนาดของสินค้า
4	traffic	transaction	เก็บข้อมูลการเข้าชมที่มาจากคลิกลิงค์จากแพลตฟอร์มที่ใช้โปรโมต

คำอธิบาย ประเภทของตาราง ได้แก่ master หมายถึง ตารางข้อมูลหลัก

transaction หมายถึง ตารางที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูล

reference หมายถึง ตารางที่มีการอ้างอิง

จากตารางที่ 3.8 ประกอบไปด้วยตารางข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.9 พจนานุกรมข้อมูลของตาราง users

ชื่อตาราง: user		ประเภทตาราง: master			
คำอธิบาย: เก็บข้อมูลผู้ดูแลระบบ					
คีย์หลัก(Primary Key): u_id			คีย์นอก(Foreign Key): -		
เขตข้อมูล	ชนิดและความยาว	คำอธิบาย	ตัวอย่าง	ค่าที่เป็นไปได้	สัมพันธ์กับตาราง
u_id	int(5)	รหัสผู้ใช้	1	1 - 99,999	
username	varchar(100)	ชื่อผู้ใช้	siriphathra		
password	varchar(100)	รหัสผ่าน	Siriphathra501		
created_at	datetime	บันทึกวันที่และเวลาเมื่อเพิ่มข้อมูล	2024-11-13 22:00:27	yyyy-mm-dd 00:00:00	
updated_at	datetime	บันทึกวันที่และเวลาเมื่อข้อมูลถูกแก้ไข	2024-11-13 22:00:27	yyyy-mm-dd 00:00:00	

ตารางที่ 3.10 พจนานุกรมข้อมูลของตาราง Products

ชื่อตาราง: products		ประเภทตาราง: master			
คำอธิบาย: เก็บข้อมูลสินค้า					
คีย์หลัก(Primary Key): product_id			คีย์นอก(Foreign Key): u_id		
เขตข้อมูล	ชนิดและความยาว	คำอธิบาย	ตัวอย่าง	ค่าที่เป็นไปได้	สัมพันธ์กับตาราง
product_id	int(5)	รหัสสินค้า	1	1 – 99,999	
product_name	varchar (225)	ชื่อสินค้า	หมูสามชั้นแดด เดียวทอดน้ำปลา พร้อมทาน หนึ่ง หมุกรอบ		
product_img	varchar (225)	รูปภาพสินค้า	img/product1.jpg		
product_detail	text	รายละเอียด สินค้า	หมูสามชั้นแดด เดียวทอดน้ำปลา เนื้อหมูสดใหม่ หมักด้วยน้ำปลา ชั้นดี รสชาติกลม กล่อม หอม น้ำปลา ไม่ผสม แป้ง		
satus	enum(มี สินค้า, ไม่ มีสินค้า)	สถานะสินค้า	มีสินค้า	1) มีสินค้า 2) ไม่มีสินค้า	
created_at	datetime	วันที่ กวันที่ และเวลาเมื่อ เพิ่มข้อมูล	2024-11-20 18:51:12	yyyy-mm- dd 00:00:00	

ตารางที่ 3.10 พจนานุกรมข้อมูลของตาราง Products (ต่อ)

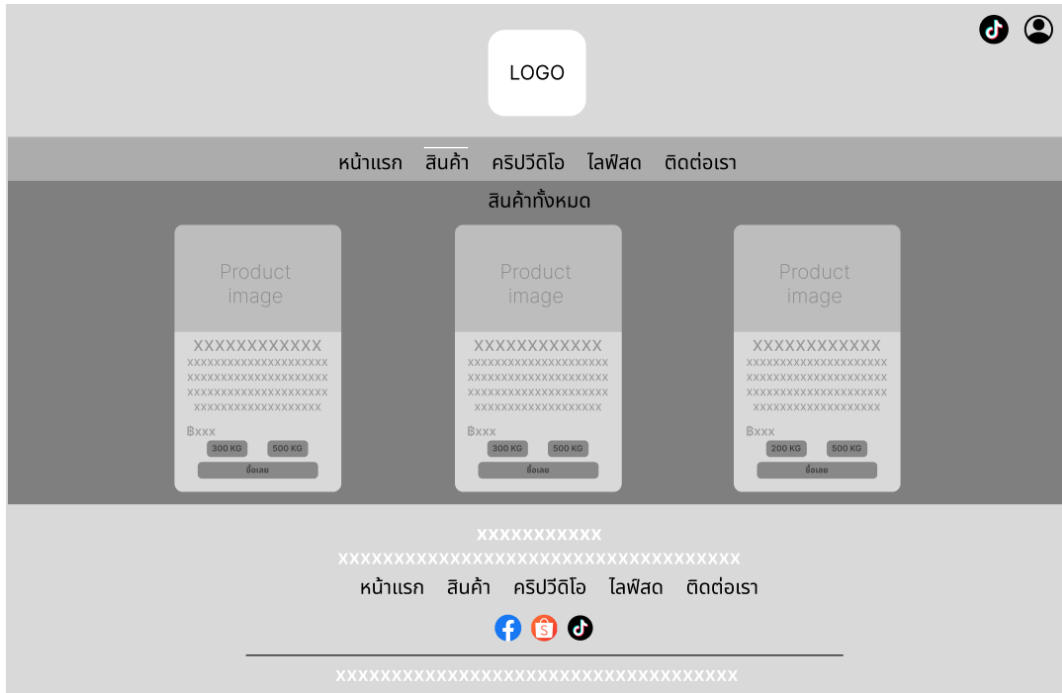
ชื่อตาราง: products			ประเภทตาราง: master		
คำอธิบาย: เก็บข้อมูลสินค้า					
คีย์หลัก(Primary Key): product_id			คีย์นอก(Foreign Key): u_id		
เขตข้อมูล	ชนิดและความยาว	คำอธิบาย	ตัวอย่าง	ค่าที่เป็นไปได้	สัมพันธ์กับตาราง
updated_at	datetime	บันทึกวันที่และเวลาเมื่อข้อมูลถูกแก้ไข	2024-11-20 18:51:12	yyyy-mm-dd 00:00:00	
u_id	int(5)	รหัสผู้ใช้	1	1 – 99,999	users

ตารางที่ 3.11 พจนานุกรมข้อมูลของตาราง product_size

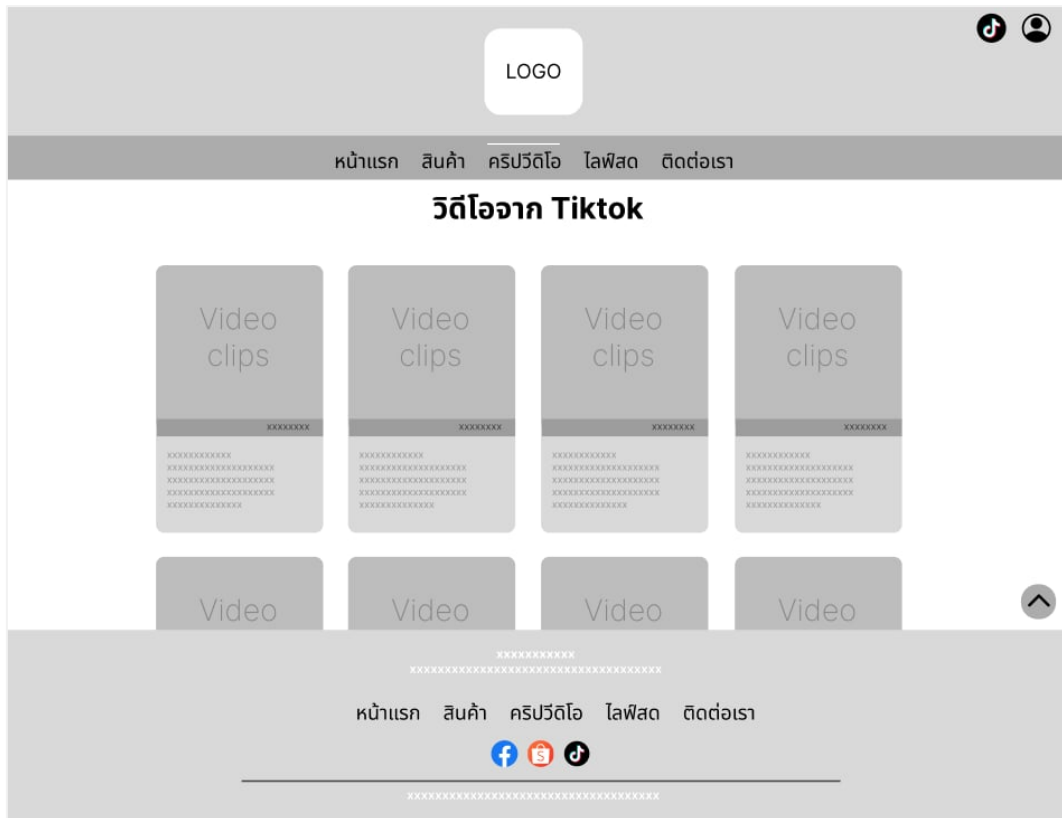
ชื่อตาราง: product_size			ประเภทตาราง: master		
คำอธิบาย: เก็บข้อมูลขนาดสินค้า					
คีย์หลัก(Primary Key): u_id			คีย์นอก(Foreign Key): product_id		
เขตข้อมูล	ชนิดและความยาว	คำอธิบาย	ตัวอย่าง	ค่าที่เป็นไปได้	สัมพันธ์กับตาราง
size_id	int(5)	รหัสขนาดสินค้า	1	1 – 99,999	
product_id	int(5)	รหัสสินค้า	1		products
size	varchar (50)	ขนาดสินค้า	500 กรัม		
price	decimal (10,2)	ราคาสินค้า	119.00	-99,999,999.99 – 99,999,999.99	

ตารางที่ 3.12 พจนานุกรมข้อมูลของตาราง traffic


ชื่อตาราง: traffic			ประเภทตาราง: master		
คำอธิบาย: เก็บข้อมูลการเข้าชมที่มาจากการคลิกลิงค์จากแพลตฟอร์มที่ใช้โปรโมต					
คีย์หลัก(Primary Key): u_id			คีย์นอก(Foreign Key): u_id		
เขตข้อมูล	ชนิดและความยาว	คำอธิบาย	ตัวอย่าง	ค่าที่เป็นไปได้	สัมพันธ์กับตาราง
traffic_id	int(5)	รหัส	1	1 – 99,999	
page_url	text	URL ของหน้าเว็บที่ผู้ใช้เข้าชม	http://kruam aepim.com/in dex.php		
visit_time	timestamp	บันทึกวันที่และเวลาที่มีการเข้าถึงหน้าเว็บ	2024-12-03 10:00:00	yyyy-mm-dd 00:00:00	
u_id	int(5)	รหัสผู้ใช้	1	1 – 99,999	users



ภาพที่ 3.8 หน้าเว็บไซต์แสดงรายการสินค้ามาใหม่ และสินค้าทั้งหมด



ภาพที่ 3.9 หน้าเว็บไซต์แสดงวิดีโอจาก Tiktok



LOGO

หน้าแรก [สินค้า](#) [คริปต์ไอ](#) [ไลฟ์สด](#) [ติดต่อเรา](#)

ปฏิทินเวลาการไลฟ์สด

วันนี้
< > พฤศจิกายน 2024
🗓️ 🖨️ 🌐

ธ.	อ.	พ.	พฤ.	ศ.	ส.	จ.
27	28	29	30	31	1 พ.ย.	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30




krumaepim1@gmail.com GMT+07
+

ตารางเวลาการไลฟ์สด

เลือกเดือน : xxxxxxx

วัน	วันที่	เวลา
XXXXXXXXXXXX	XX	XX:XX:XX
XXXXXXXXXXXX	XX	XX:XX:XX
XXXXXXXXXXXX	XX	XX:XX:XX
XXXXXXXXXXXX	XX	XX:XX:XX
XXXXXXXXXXXX	XX	XX:XX:XX

หน้าแรก [สินค้า](#) [คริปต์ไอ](#) [ไลฟ์สด](#) [ติดต่อเรา](#)

ภาพที่ 3.10 หน้าเว็บไซต์แสดงปฏิทินเวลาการไลฟ์สด

ยอดการคลิกเข้าชมทั้งหมด : xxxxxx ครั้ง สวัสดี , admin

ยอดขายคลิกวิดีโอ ยอดขายไลฟ์สด ยอดการเข้าชม จัดการสินค้า

ยอดขายคลิกวิดีโอ

[↑ อัปเดตไฟล์คลิกวิดีโอ](#)

📅 วันที่เริ่มต้น : 🗑️ 📅 วันที่สิ้นสุด : 🗑️ ล้างค่า

ยอดรวมทั้งหมดในช่วงเวลาที่เลือก

👤 รายได้รวม :	xxxx.xx บาท
📄 ยอดวิวรวม :	xxxx
👛 GPM รวม :	xxxx.xx บาท
📦 จำนวนคำสั่งซื้อ :	xxx รายการ
👤 จำนวนลูกค้า :	xxx คน
📄 CTR เฉลี่ย :	xx.xx%
👤 การคลิกสินค้า :	xxxxxx

ID	วันที่	รายได้	VV	GPM	คำสั่งซื้อ	ลูกค้า	การคลิกสินค้า	CTR (%)	GMV จากวิดีโอ
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	x	xx	xxx	xxx	xxxxx	xx%	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	x	xx	xxx	xxx	xxxxx	xx%	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	x	xx	xxx	xxx	xxxxx	xx%	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	x	xx	xxx	xxx	xxxxx	xx%	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	x	xx	xxx	xxx	xxxxx	xx%	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	x	xx	xxx	xxx	xxxxx	xx%	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	x	xx	xxx	xxx	xxxxx	xx%	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	x	xx	xxx	xxx	xxxxx	xx%	xxxx

1
2
3
...
ถัดไป

ภาพที่ 3.13 หน้าเว็บไซต์แสดงยอดขายสินค้าสินค้าคลิกวิดีโอ

ยอดการคลิกเข้าชมทั้งหมด : xxxxxx ครั้ง สวัสดี , admin

ยอดขายคลิปวิดีโอ **ยอดขายไลฟ์สด** ยอดการเข้าชม จัดการสินค้า 🔍

ยอดขายไลฟ์สด

📈 อัปเดตไลฟ์ไลฟ์สด

📅 วันที่เริ่มต้น : 📅 วันที่สิ้นสุด : ล้างค่า

📊 ยอดรวมทั้งหมดในช่วงเวลาที่เลือก


🏷️ GMV รวม :	xxxx.xx บาท
🏷️ GPM รวม :	xxxx.xx บาท
📦 จำนวนสินค้าขายได้ :	xxx ชิ้น
📄 คำสั่งซื้อรวม :	xxx รายการ
👤 ลูกค้ารวม :	xxx คน
📊 CTR เฉลี่ย :	xx.xx%
👁️ ยอดการดูไลฟ์ :	xxxxxx ครั้ง
🕒 ระยะเวลาในการดูเฉลี่ย :	xx นาที

ID	วันที่	GMV	GPM	Units Sold	คำสั่งซื้อ	ลูกค้า	CTR (%)	Live Views	Avg Watch Time
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	xx.xx	xx	xxx	xxx	xx%	xxxx	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	xx.xx	xx	xxx	xxx	xx%	xxxx	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	xx.xx	xx	xxx	xxx	xx%	xxxx	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	xx.xx	xx	xxx	xxx	xx%	xxxx	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	xx.xx	xx	xxx	xxx	xx%	xxxx	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	xx.xx	xx	xxx	xxx	xx%	xxxx	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	xx.xx	xx	xxx	xxx	xx%	xxxx	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	xx.xx	xx	xxx	xxx	xx%	xxxx	xxxx
xx	xx/xx/xxxx	xx.xx	xx.xx	xx	xxx	xxx	xx%	xxxx	xxxx

1 2 3 ... ถัดไป

ภาพที่ 3.14 หน้าเว็บไซต์แสดงยอดขายสินค้าสินค้าไลฟ์สด

ยอดการคลิกเข้าชมทั้งหมด ของเดือน xx/xxxx : xxxx ครั้ง สวัสดี , admin

ยอดขายคลิปรวดโอ ยอดขายไลฟ์สด ยอดการเข้าชม จัดการสินค้า 

ผลยอดการคลิกเข้าชมเว็บไซต์

เลือกเดือน :

สรุปผลการเข้าชมแต่ละหน้า

หน้าเว็บ	จำนวนครั้งที่เข้า
XXXXXXXX	XXXXXX ครั้ง
XXXXXXXX	XXXXXX ครั้ง
XXXXXXXX	XXXXXX ครั้ง
XXXXXXXX	XXXXXX ครั้ง
XXXXXXXX	XXXXXX ครั้ง
XXXXXXXX	XXXXXX ครั้ง
XXXXXXXX	XXXXXX ครั้ง
XXXXXXXX	XXXXXX ครั้ง
XXXXXXXX	XXXXXX ครั้ง
XXXXXXXX	XXXXXX ครั้ง

traffic_id	page_url	page_url
x	XXXXXXXX	XXXX - XX - XX XX:XX:XX
x	XXXXXXXX	XXXX - XX - XX XX:XX:XX
x	XXXXXXXX	XXXX - XX - XX XX:XX:XX
x	XXXXXXXX	XXXX - XX - XX XX:XX:XX
x	XXXXXXXX	XXXX - XX - XX XX:XX:XX
x	XXXXXXXX	XXXX - XX - XX XX:XX:XX
x	XXXXXXXX	XXXX - XX - XX XX:XX:XX
x	XXXXXXXX	XXXX - XX - XX XX:XX:XX
x	XXXXXXXX	XXXX - XX - XX XX:XX:XX
x	XXXXXXXX	XXXX - XX - XX XX:XX:XX

ภาพที่ 3.15 หน้าเว็บไซต์แสดงผลยอดการคลิกเข้าชมเว็บไซต์

ยอดการคลิกเข้าชมทั้งหมด : xxxxxx ครั้ง สวัสดี , admin

ยอดขายคลิปรีวิว ยอดขายไลฟ์สด ยอดการเข้าชม จัดการสินค้า 🏠

จัดการสินค้า

รหัสสินค้า	ชื่อสินค้า	รายละเอียดสินค้า	สถานะ	ขนาดและราคา	วันที่สร้าง	วันที่อัปเดต	การจัดการ
X	XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	xxx	XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX xxx	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	✍️ 🗑️
X	XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	xxx	XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX xxx	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	✍️ 🗑️
X	XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	xxx	XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXX xxx	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXX	✍️ 🗑️

ภาพที่ 3.16 หน้าเว็บไซต์แสดงจัดการสินค้า

เพิ่มสินค้า

Product Information

ชื่อสินค้า :

รูปภาพ :

รายละเอียดสินค้า :

สถานะสินค้า :

Product Sizes & Prices

รหัสสินค้า : ขนาดสินค้า : ราคาสินค้า :

ภาพที่ 3.17 หน้าเว็บไซต์แสดงหน้าเพิ่มสินค้า

