

บทที่ 3

การวิเคราะห์ และการออกแบบระบบ

โครงการเรื่องการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์แคบหมู แบรินด์กินดี ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับระบบในบทนี้ จะเป็นการวิเคราะห์ และออกแบบระบบให้มีประสิทธิภาพสูงสุดจึงต้องมีการวางแผนการพัฒนาระบบ และเทคนิคการขาย ทางผู้จัดทำโครงการได้มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาระบบโดยวิเคราะห์ระบบจากข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมา

3.1 การวางแผนธุรกิจ และการวิเคราะห์ธุรกิจ

3.1.1 แนวคิดหลักการทำธุรกิจ

แบรินด์ “กินดี” ถือกำเนิดจากแนวคิดที่ต้องการนำอาหารพื้นเมืองของไทย “แคบหมู” ซึ่งเป็นของว่างยอดนิยมของภาคเหนือ มานำเสนอในรูปแบบที่ทันสมัย ตอบโจทย์ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ผู้จัดทำจึงมุ่งมั่นที่จะสร้างผลิตภัณฑ์แคบหมูที่มีคุณภาพสูง, อร่อย, กรอบนาน และสะอาดปลอดภัย เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเพลิดเพลินไปกับของว่างแบบไทย ๆ ได้ทุกที่ทุกเวลา แคบหมู แบรินด์กินดี เป็นผลิตภัณฑ์อาหารว่างที่เน้นความกรอบ หอม อร่อย และมีเอกลักษณ์แบบไทยแท้ เหมาะสำหรับกลุ่มเป้าหมายลูกค้าทั่วไปทุกเพศทุกวัย ไม่ว่าจะรับประทานเป็นอาหารว่าง หรือรับประทานเป็นอาหารหลัก แคบหมู แบรินด์กินดี สามารถเข้ากันได้กับทุกเมนูในทุกๆมื้อของอาหาร เพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อทางร้านได้จัดทำตระกร้าสินค้า และมุ่งเน้นการขยายตลาดไปยังแพลตฟอร์ม TikTok เพื่อเพิ่มยอดขาย และสร้างการรับรู้ของแบรินด์ให้มากขึ้น พร้อมทั้งมีการไลฟ์สดแนะนำสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นสินค้าชัดเจนยิ่งขึ้น พร้อมแคปชั่น และตะกร้าสินค้าที่เหมือนกันเพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์การช้อปปิ้งที่สะดวกสบายมากที่สุด ร้านแคบหมู แบรินด์กินดี มุ่งมั่นที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่น่าสนใจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

สิ่งหนึ่งที่สามารถทำให้ธุรกิจเติบโตได้ คือผู้บริโภค จึงต้องมีการคอนเทนต์โปรโมชัน และคอนเทนต์เพื่อต้องการเพิ่มจำนวนการเข้าถึง ยอดเข้าชม และยอดคำสั่งซื้อให้ได้มากที่สุด เช่น ลดราคาแคบหมูกระจกเพื่อเพิ่มยอดขาย จัดโปรโมชัน วันที่10 เดือน10

แพลตฟอร์มสดกระหน่ำวันเดียว และโปรโมชั่นอื่น ๆ อีกมากมาย ผู้จัดทำจะลงคอนเทนต์ตามตารางที่ได้มีการกำหนด และวางแผนไว้ ร้านแคบหมู แบรินด์กินดีได้พัฒนาเว็บไซต์มาเพื่อแสดงสินค้าเช่นกัน โดยการสั่งซื้อสินค้านั้นเมื่อลูกค้าสนใจที่จะสั่งซื้อหรือว่าอยากดูรายละเอียดที่นอกเหนือจากหน้าเว็บ ก็สามารถที่จะคลิกลิงก์ภายในหน้าร้านค้าหรือหากสะดวกเป็นสแกนคิวอาร์โค้ดให้ไปที่หน้าติดต่อเรา แต่ทางร้านจะมีไอคอน Tiktok, Lemon8 อยู่มุมบนขวาทุกหน้า ลูกค้าสามารถคลิกตรงที่ปุ่มไอคอนได้เลย

เหตุผลที่ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าของทางร้านแคบหมู แบรินด์กินดี เพราะว่าสินค้าของทางร้านจะผลิตแคบหมูคุณภาพสูง ทอดใหม่ทุกวัน ไม่เหม็นหืน ผ่านการคัดเลือกอย่างพิถีพิถันทุกขั้นตอน ตอบโจทย์ทุกเพศทุกวัย และทุกโอกาส ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานแบบอาหารว่าง หรือจะเป็นเมนูที่พิเศษ คุณภาพของแคบหมูก็ยังคงสะอาด กรอบนาน ไม่อมน้ำมันราคาถูก ทุกระดับทุกเพศสามารถซื้อ และจับต้องได้ เนื่องจากราคาที่ไมแพงเป็นสินค้าที่สามารถเก็บได้นานสูงสุด 30 วัน และผู้จัดทำจึงนำสื่อดิจิทัลมาใช้ในการโปรโมตสินค้า เช่นมีการลด แลก แจก แถม ยิ่งซื้อเยอะยิ่งลดราคา จึงเป็นคุณสมบัติที่จะถูกประเมินจากผู้บริโภคเพราะนำสื่อดิจิทัลเข้ามาใช้ จึงทำให้การแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว เป็นสิ่งที่สร้างความพอใจให้กับลูกค้า และยอมจ่ายตามราคาเพื่อซื้อความพอใจนั้นเป็นกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อในการประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อของผู้บริโภค

3.1.2 ความเป็นมาของธุรกิจ

ร้านแคบหมู แบรินด์กินดี เป็นร้านที่เปิดหน้าร้านอยู่ในชุมชนเล็ก ๆ ไม่ได้มีการขายออนไลน์หรือโปรโมตผ่านช่องทางออนไลน์ใด ๆ และจากสภาพแวดล้อม ส่งผลกระทบให้กิจการนั้นปิดตัวลงเหตุเพราะมีลูกค้าในท้องถิ่นน้อยจึงทำให้มีสินค้าเหลือหลายชิ้น และไม่สามารถนำเอาออกมาวางขายได้ ผู้จัดทำจึงได้หันมาประกอบธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ โดยจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการบริหารจัดการร้านค้าในการขายออนไลน์ และทำการโปรโมตสินค้าในช่องทาง Lemon8, Tiktok เพื่อสร้างการรับรู้ของแบรินด์กินดี เป็นการเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ต่อไป

โดยปัจจุบันทางร้านแคบหมู แบรินด์กินดี ได้มีการสร้างเว็บไซต์เพื่อแสดงสินค้าและบทความเกี่ยวกับ แบรินด์กินดี ได้นำเอาแนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลมาปรับใช้เพื่อบริหารจัดการคำสั่งซื้อ และสร้างช่องทางการทำการตลาดออนไลน์ที่ช่วยส่งเสริมกลยุทธ์

ทางการตลาด และสั่งซื้อสินค้าด้วยแอปพลิเคชัน Tiktok และดูรีวิวสินค้าได้ที่แพลตฟอร์ม Lemon8 ผู้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่าย อีกทั้งยังเป็นที่นิยมการขายสินค้าในปัจจุบัน

3.1.3 วิเคราะห์ความเสี่ยง และโอกาส (SWOT Analysis)

3.1.3.1 จุดแข็ง (Strengths)

- 1) ร้านแคบหมู แบรินด์กินดี เป็นที่รู้จักมากด้วยวิธีการขายหน้าร้านมาอย่างยาวนาน และมีฐานลูกค้าส่วนใหญ่มาจากคนในท้องถิ่น และบริเวณใกล้เคียง
- 2) ความเป็นเอกลักษณ์และรสชาติของแคบหมู แบรินด์กินดี มีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์หรือสูตรเฉพาะที่ดึงดูดความสนใจจากลูกค้า ซึ่งเป็นจุดแข็งในการตลาดออนไลน์ที่สามารถสร้างความภักดีจากลูกค้าได้
- 3) การใช้สื่อออนไลน์ การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Lemon8 หรือ Tiktok สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย และรวดเร็วส่งผลให้ร้านแคบหมู แบรินด์กินดี สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหญ่ได้มากขึ้น
- 4) การสร้างแบรนด์ และการบอกต่อด้วยการมีช่องทางออนไลน์ สามารถสร้างการบอกต่อ (Word of Mouth) ผ่านรีวิวจากลูกค้าจริง หรือการแชร์บนโซเชียลมีเดียทำให้ร้านแคบหมู แบรินด์กินดี เป็นที่รู้จักมากขึ้น

3.1.3.2 จุดอ่อน (Weakness)

- 1) การแข่งขันที่สูง ตลาดแคบหมูออนไลน์มีการแข่งขันที่สูงจากแบรนด์อื่น ๆ ที่มีสินค้าคล้ายกัน จึงต้องใช้กลยุทธ์การตลาดที่แตกต่าง เช่น การสร้างความแตกต่างจากรสชาติ การบรรจุภัณฑ์ หรือราคาที่ดึงดูด
- 2) ต้นทุนการตลาดออนไลน์ แม้ว่าการทำการตลาดออนไลน์จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย แต่ก็ต้องลงทุนในด้านโฆษณาออนไลน์ (เช่น Facebook Ads, Tiktok Ads) ซึ่งอาจทำให้ต้นทุนสูงขึ้น
- 3) ความยากในการสร้างความน่าเชื่อถือในเบื้องต้น แบรินด์ใหม่อาจพบความท้าทายในการสร้างความเชื่อมั่นจากลูกค้าในการซื้อออนไลน์โดยไม่มีการทดลองชิมก่อน

3.1.3.3 โอกาส (Opportunity)

1) การเติบโตของการตลาดออนไลน์ เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันหันมาซื้อของออนไลน์มากขึ้น การสร้างร้านแคปหมู แบรินด์กินดี ในช่องทางออนไลน์มีโอกาสเติบโตอย่างรวดเร็ว

2) การขยายตลาด การทำการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียทำให้แบรนด์สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ในหลายภูมิภาคหรือแม้แต่ต่างประเทศ

3) การจับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ ด้วยการสร้างโปรโมชั่นหรือข้อเสนอพิเศษ เช่น แคมเปญลดราคาทุกเดือน หรือผลิตภัณฑ์ในรูปแบบพิเศษ เช่น แคปหมูรสชาติใหม่ สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าเฉพาะได้

3.1.3.4 อุปสรรค (Threat)

1) การเปลี่ยนแปลงในรสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมของผู้บริโภคอาจมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เช่น การหันมาทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น ซึ่งอาจกระทบต่อความต้องการแคปหมู

2) การพัฒนาเทคโนโลยีของคู่แข่ง คู่แข่งที่มีทรัพยากรด้านการตลาดออนไลน์ที่ดีขึ้นอาจจะสามารถใช้กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพกว่า ส่งผลให้ร้านแคปหมู แบรินด์กินดี ตกขอบในตลาด

3) ราคาวัตถุดิบ และต้นทุนการผลิต ราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตแคปหมูอาจมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลต่อการตั้งราคาขาย

4) ปัญหาทางด้านกฎหมาย การเปิดเผยข้อมูลหรือการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์บางครั้งอาจต้องเผชิญกับข้อบังคับหรือกฎหมายที่เข้มงวด เช่น การโฆษณาสินค้าอาหารหรือสุขภาพที่ต้องระมัดระวัง

3.1.4 แผนการตลาด

3.1.4.1 เป้าหมายทางการตลาด

เป้าหมายระยะสั้น

- 1) สร้างฐานลูกค้าให้แข็งแกร่งขยายกลุ่มลูกค้าให้หลากหลาย และสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ หรือรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
- 2) ใช้แพลตฟอร์มหลัก Lemon8, TikTok เพื่อสร้างการรับรู้ของแบรนด์ และแนะนำผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มลูกค้า
- 3) ทำการตลาดกับบุคคลที่มีไลฟ์สไตล์ดูดีมีผู้ติดตามถึงหนึ่งพันคน เพื่อเพิ่มการรับรู้และสร้างความน่าสนใจ
- 4) จัดโปรโมชั่นพิเศษ เช่น “ซื้อ 1 แถม 1” หรือ “ส่วนลด 20%” เพื่อกระตุ้นการซื้อ

เป้าหมายระยะกลาง

- 1) พัฒนาเว็บไซต์หรือร้านค้าออนไลน์ของแบรนด์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้สะดวก
- 2) สร้างตัวแทนขายสินค้าเพิ่มช่องทางการขายให้กระจายมากขึ้น
- 3) การสร้างแคมเปญร่วมกับร้านค้า หรือแบรนด์ที่มีสินค้าคล้ายกัน เพื่อกระตุ้นการขาย
- 4) ลงประกาศข่าวสารและโปรโมชั่นให้กับลูกค้าเก่าเพื่อกระตุ้นให้กลับมาซื้อซ้ำ และเพิ่มโค้ดส่วนลดเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

เป้าหมายระยะยาว

- 1) พัฒนาเอกลักษณ์ของแบรนด์ให้เด่นชัด และเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าออนไลน์ เช่น ผ่านการตอบข้อสงสัยหรือปัญหาของลูกค้าทางออนไลน์อย่างรวดเร็ว
- 2) ใช้คอนเทนต์ที่มีคุณค่า เช่น วิดีโอที่บอกเล่าประวัติแบรนด์ หรือการเล่าถึงกระบวนการผลิตที่มีความพิถีพิถัน

3) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารหรือลงโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ

4) ร่วมมือกับองค์กรหรือแบรนด์ใหญ่เพื่อเพิ่มการยอมรับในตลาดและเปิดช่องทางใหม่ในการจำหน่าย

3.1.4.2 การสร้างแบรนด์

การสร้างแบรนด์ "กินดี" จะมุ่งเน้นที่การสร้างภาพลักษณ์ที่เข้าถึงง่ายแต่มีความพรีเมียมและดูมีคุณค่า

1) สร้างโลโก้รูปหมูถือแคบหมูที่เป็นเอกลักษณ์ ใช้สีส้ม และสีเขียวที่สะท้อนถึงความอร่อย และความสดใหม่

2) บรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้จะเป็นถุงซิปล็อคสีใสขนาดที่ลูกค้าเลือกซื้อเป็นเอกลักษณ์ของทางแบรนด์นี้ อีกหนึ่งอย่างเนื่องจากไลฟ์สไตล์ของเจ้าของแบรนด์ และเป็นบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แคบหมูที่ไม่เหมือนใคร

3) ชื่อ URL ของเว็บไซต์คือ <https://dev-cabmoo-kindee.codename-t.com/> ซึ่งจะมีคำว่า cabmoo-kindee บ่งบอกถึงแบรนด์แคบหมู และบ่งบอกว่านี่คือเว็บไซต์เกี่ยวกับแคบหมู

4) สติกเกอร์แบรนด์กินดีรูปหมูถือจานแคบหมู และมีตัวอักษรเป็นชื่อแบรนด์กินดี มีลักษณะเป็นวงกลมพื้นหลังสีขาวทำให้ตัวหมู และตัวอักษรโดดเด่น

3.1.4.3 แผนการตลาด 4P

1) Product (ผลิตภัณฑ์)

- แคบหมูไร้มัน เหมาะสำหรับคนรักสุขภาพ กลุ่มคนที่ต้องการลดการบริโภคไขมัน โดยเน้นให้แคบหมูกรอบ รสชาติอร่อย

- แคบหมูติดมัน สำหรับคนที่ชอบรสชาติเต็มรสของแคบหมู มีความมันกลมกล่อม และความกรอบที่มากกว่า เหมาะกับคนที่ไม่กังวลเรื่องการกินไขมัน

- แคมพูกระจก ปริมาณผลิตภัณฑ์ที่เน้นความหรูหราและแปลกใหม่ โดยให้ลักษณะคล้ายกระจกที่มีความกรอบมาก และรสชาติอร่อยโดดเด่น เหมาะกับกลุ่มที่ชอบของขบเคี้ยวระดับพรีเมียม

- น้ำพริกกากหมู รสชาติกลมกล่อมสามารถใช้เป็นการจับคู่กับแคมพูได้ดี เหมาะกับคนที่ชอบรสเผ็ดและเข้มข้น

- น้ำพริกหนุ่ม รสชาติเผ็ดร้อนและเข้มข้น พร้อมความหอมจากสมุนไพร ใช้คู่กับแคมพูทั้ง 3 ชนิดเพื่อเพิ่มรสชาติให้กับลูกค้าที่ชอบทานน้ำพริกแซ่บ ๆ

2) Price (ราคา)

- แคมพูไร้มัน ราคากลางๆ ไม่สูงเกินไป เพื่อเข้าถึงกลุ่มคนที่ใส่ใจสุขภาพและคำนึงถึงราคาที่เหมาะสม

- แคมพูติดมัน ราคาต้องสูงกว่าแคมพูไร้มันเล็กน้อย เนื่องจากมีรสชาติที่เข้มข้นและการผลิตที่ต้องใช้เวลา

- แคมพูกระจก เนื่องจากมีความพรีเมียม การตั้งราคาจะต้องสูงกว่าแคมพูชนิดอื่นๆ เล็กน้อย เหมาะสำหรับตลาดที่ต้องการความหรูหรา และแตกต่าง

- น้ำพริกกากหมู ราคาจะอยู่ในระดับกลาง เหมาะสำหรับคู่กับแคมพูทุกชนิด

- น้ำพริกหนุ่ม ราคาค่อนข้างสมเหตุสมผลเพื่อให้ลูกค้าสามารถจับคู่กับแคมพูได้อย่างคุ้มค่า

3) Place (ช่องทางจำหน่าย)

- ร้านค้าออนไลน์ (e-commerce) ขายผ่านเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์ม (เช่น TikTok shop, Lemon8) เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทุกพื้นที่

4) Promotion (การส่งเสริมการขาย)

- การใช้โซเชียลมีเดีย การทำการตลาดผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok shop, Lemon8 โดยใช้คอนเทนต์ที่สร้างสรรค์เพื่อดึงดูดลูกค้าให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมและแชร์ประสบการณ์การทำงานแคปหมูแบรนด์ "กินดี"
- การจัดโปรโมชั่นพิเศษ เช่น ซื้อแคปหมู 2 ถัง แถมน้ำพริก 1 กระปุกหรือจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล เช่น วันปีใหม่หรือวันสงกรานต์ เพื่อดึงดูดลูกค้าที่ชอบซื้อของขวัญ

3.1.4.4 กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์การสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness)

- 1) สร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจ เช่น วิดีโอสาธิตการผลิตแคปหมู, สูตรการทำอาหาร, หรือการแชร์รีวิวจากลูกค้า ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงคุณภาพ และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
- 2) สร้างการมีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอผ่านโพสต์ที่มีความหลากหลาย เช่น การแชร์สูตรอาหาร, บทความเกี่ยวกับแคปหมู, หรือ การโพสต์ภาพลูกค้ากำลังใช้ผลิตภัณฑ์
- 3) ใช้แฮชแท็กที่เกี่ยวข้อง เช่น #แคปหมู #กินดี #ของว่างสุขภาพเพื่อเพิ่มการค้นหาและการติดตามในโซเชียลมีเดีย

กลยุทธ์การเพิ่มการขายออนไลน์ (Sales Conversion)

- 1) การใช้ E-commerce Platforms ขายผ่านแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียง เช่น Tiktok, Lemon8 โดยทำการตลาดเฉพาะกลุ่มและเสนอราคาที่แข่งขันได้
- 2) การสร้างเว็บไซต์หรือร้านค้าออนไลน์ของแบรนด์ มีเว็บไซต์ที่ใช้งานง่าย และรองรับการซื้อขายออนไลน์ พร้อมการชำระเงินผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น โอนเงิน, บัตรเครดิต หรือการชำระเงินปลายทาง
- 3) การทำโปรโมชั่น เช่น การลดราคา, ส่วนลดพิเศษ หรือจัดโปรซื้อ 1 ถัง 1 แกลม เพื่อดึงดูดลูกค้าให้ซื้อทันที

กลยุทธ์การรักษาลูกค้าและสร้างความภักดี (Customer Retention & Loyalty)

- 1) ข้อเสนอพิเศษหรือการให้สิทธิประโยชน์พิเศษแก่ลูกค้าเก่า เช่น การจัดส่งฟรี หรือส่วนลดสำหรับการสั่งซื้อครั้งถัดไป
- 2) การมีส่วนร่วมในคอนเทนต์ กระตุ้นให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในคอนเทนต์ของแบรนด์ เช่น การแชร์รูปภาพหรือรีวิวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แคปหมู แบรนด์กินดีในโซเชียลมีเดียของพวกเขา

กลยุทธ์การขยายตลาด (Market Expansion)

- 1) การขายผ่านเว็บไซต์และแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Tiktok, Lemon8
- 2) เปิดตัวรสชาติใหม่ การเปิดตัวแคปหมูในรสชาติใหม่ ๆ ที่เหมาะกับรสนิยมของตลาดในต่างประเทศ หรือการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการอาหารที่ดีต่อสุขภาพ
- 3) การใช้โฆษณาออนไลน์เพื่อขยายการเข้าถึง ใช้โฆษณาผ่าน Tiktok Ads เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์และขยายฐานลูกค้า

กลยุทธ์การทำ Influencer Marketing

- 1) คัดเลือกบุคคลที่มียอดผู้ติดตามถึงหนึ่งพันคนขึ้นไปในกลุ่มเป้าหมาย เช่น บุคคลที่มียอดผู้ติดตามด้านอาหาร, ไลฟ์สไตล์, หรือสุขภาพ เพื่อช่วยในการสร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์
- 2) ทำกิจกรรมร่วมกับบุคคลที่มียอดผู้ติดตามถึงหนึ่งพันคนขึ้นไป โดยให้พวกเขาทำการรีวิวผลิตภัณฑ์แคปหมู แบรนด์กินดี และแชร์ประสบการณ์ในช่องทางของพวกเขา เช่น Instagram Stories หรือ YouTube ของเขา

3.1.5 แผนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการใช้บริการ เจ้าของกิจการได้ทำการเพิ่มสินค้าลงในตะกร้าแพลตฟอร์ม Tiktok โดยลูกค้าสามารถกดสั่งซื้อสินค้าที่ตะกร้าได้โดยผ่านแพลตฟอร์ม Tiktok เมื่อได้รับรายการสั่งซื้อจากลูกค้า จะส่งเมลการจัดส่งรายละเอียดการสั่งซื้อ และที่อยู่จัดส่ง

สินค้าของลูกค้า พร้อมกับให้ลูกค้าชำระเงินค่าสินค้าให้กับทางร้าน ให้แก่ลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง ของวันนั้น และทำการจัดส่งผ่านระบบขนส่งของแพลตฟอร์ม Tiktok ให้แก่ลูกค้าทันที

3.1.6 แผนการเงิน

3.1.6.1 เป้าหมายทางการเงิน

เป้าหมายทางการเงินของธุรกิจ คือ กำไรที่ได้จากยอดขาย ที่ตั้งเป้าหมายไว้ 1,200 บาทต่อเดือน โดยยังรักษาสภาพคล่องของธุรกิจในการขาย สินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Tiktok

3.1.6.2 เงินในการลงทุน และระยะเวลาในการคืนทุน

งบประมาณการลงทุนของร้านแคบหมู แบรินด์กินดี โดยเงินลงทุนทั้งหมด เป็นเงินลงทุนของเจ้าของกิจการ 4,400 บาท เมื่อดำเนินกิจการผ่านไป 4 เดือนคาดว่าจะ ได้รับกำไรสูงสุด และกิจการสามารถคืนทุนได้

3.1.7 แผนฉุกเฉิน และแผนในอนาคต

3.1.7.1 แผนฉุกเฉิน

- 1) เพิ่มงบประมาณในการโฆษณาผ่านช่องทางที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด เช่น Tiktok Ads หรือ Facebook Ads
- 2) หากแคบหมูมีรสชาติใหม่หรือแพ็คเกจใหม่ สามารถทำแคมเปญ เปิดตัวผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจจากลูกค้าใหม่ได้ทันที
- 3) การจัดโปรโมชั่นหรือส่วนลดในช่วงเวลาที่กำหนดเพื่อกระตุ้น ยอดขาย เช่น “ซื้อน้ำพริกหนุ่ม ขนาด 70 กรัม รับฟรีแคบหมูไร้มัน 1 กรัม” หรือ “ซื้อ แคบหมูเบบี๋ติดมัน ขนาด 200 กรัม รับส่วนลด 20%”

3.1.7.2 แผนในอนาคต

- 1) ขยายการตลาดไปยังแพลตฟอร์มอื่น เช่น Shopee, Lazada เพื่อเพิ่มช่องทางให้กับลูกค้ามากขึ้น และพัฒนาตะกร้าสินค้าในเว็บไซต์รวมไปถึงระบบ การขนส่งให้มีประสิทธิภาพเป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า
- 2) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ เช่น บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อมหรือบรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้ซ้ำได้

3) เพิ่มพนักงาน เพิ่มสต็อกสินค้า เพื่อความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มา
สั่งซื้อสินค้า

โครงการการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริม และยกระดับผลิตภัณฑ์ แคบหมู แบรินด์ กิ้นดี มีการบูรณาการข้อมูล และแผนการเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เหมาะสม เพื่อประสิทธิภาพในการพัฒนา และส่งเสริมการเติบโตของช่องทางแพลตฟอร์ม Tiktok, Lemon8 และช่องทางการขายใน แพลตฟอร์ม Tiktok ได้อย่างเหมาะสม

3.2 วิธีการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงรายละเอียดการวางแผนการปฏิบัติงานในแต่ละเดือน

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด	วัตถุประสงค์
มกราคม	1	- วางแผนเนื้อหาสำหรับ TikTok และ Lemon8 กำหนดแนวทางการโปรโมตแคบหมู เช่น การทำคลิปสั้นๆ บน TikTok ที่เกี่ยวกับสูตรอาหารง่ายๆ หรือวิธีการกินแคบหมู และโพสต์รูปใน Lemon8 ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการทานแคบหมูกับเครื่องดื่มต่างๆ	เพื่อสร้างการรับรู้พื้นฐานของแบรนด์ กิ้นดี โดยใช้กลยุทธ์การสร้างการรับรู้แบรนด์ และเพิ่มการมีส่วนร่วมในร้านค้าเช่น การถามตอบได้โพล
	2	- เริ่มสร้างคอนเทนต์อย่างต่อเนื่อง ลงคลิป TikTok สัปดาห์ละ 3-4 คลิป โดยเน้นการแนะนำรสชาติใหม่ๆ หรือวิธีการรับประทานกับอาหารต่าง ๆ - โพสต์เนื้อหาใน Lemon8 แนะนำแคบหมูในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจและสร้างความอยากรู้จากกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ	เพื่อโฆษณาสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Tiktok และ Lemon8 จะเป็นการถ่ายคลิปสั้นหรือคลิป Reelเพื่อที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์แคบหมูและเกิดความสนใจในแบรนด์ กิ้นดี

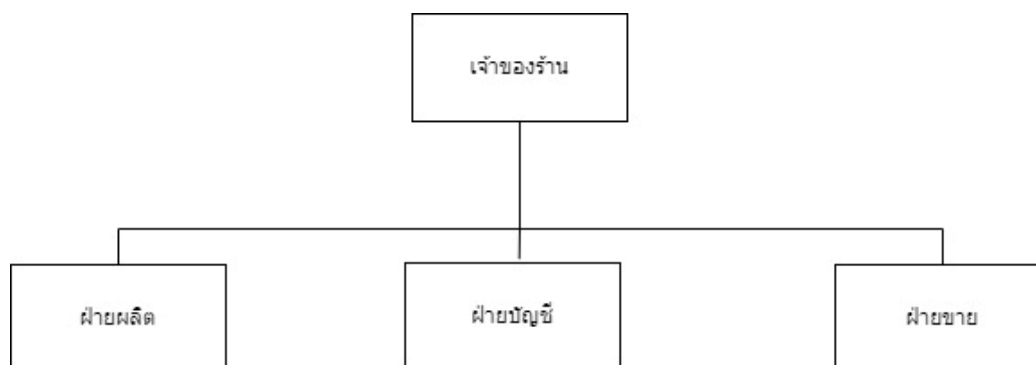
เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด	วัตถุประสงค์
	3	- ร่วมมือกับเพื่อนหรือบุคคลที่รู้จัก ที่มียอดผู้ติดตามในกลุ่มเป้าหมาย (อาหาร/ของว่าง) ให้มาทำการรีวิวกาแฟหมูใน TikTok และโพสต์เนื้อหาใน Lemon8 - การโฆษณาผ่าน TikTok Ads เริ่มโปรโมตกาแฟหมูผ่าน TikTok Ads ในกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น ของฝากจากเชียงใหม่	เพื่อเป็นการขยายตลาดขยายช่องทางการขายสินค้า โดยจะใช้กลยุทธ์การขยายตลาด ทำให้สินค้าแบรนด์ กิ้น ดีมีคนรู้จักเพิ่มมากขึ้นผ่านทางการทำ TikTok Ads ในกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน
	4	- เริ่มมีโปรโมชั่นพิเศษ เช่น แจกส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่เข้ามาซื้อผ่าน TikTok หรือมาจากรีวิวผ่าน Lemon8 โดยการให้คูปองหรือรหัสส่วนลดที่สามารถใช้ได้ในการสั่งซื้อออนไลน์ผ่านช่องทาง Tiktok shop	เพื่อกระตุ้นยอดขายและการสร้างฐานลูกค้าโดยใช้กลยุทธ์การรักษาลูกค้าและสร้างความภักดี จะทำให้ลูกค้าเชื่อถือและจะกลับมาซื้อซ้ำ
กุมภาพันธ์	1	- ทำกิจกรรมใน TikTok เช่น การทำสูตรอาหารใหม่ ๆ โดยใช้กาแฟหมูเป็นส่วนประกอบ โดยการโพสต์วิดีโอและแท็กแฮชแท็กเฉพาะ เช่น #กิ้นดีกาแฟหมู #สูตรกาแฟหมู	เพื่อสร้างความสนใจในช่อง TikTok ของแบรนด์ กิ้น ดี จะทำให้ลูกค้าใหม่ๆ ที่เลื่อนฟีดผ่านมาเจอวิดีโอแบบนี้จึงเกิดความสนใจในตัวสินค้า
	2	- โพสต์เนื้อหาผสมระหว่างรีวิวและข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ใน	เพื่อเป็นการให้ข้อมูลสินค้าผสมผสานไปกับการรีวิว

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด	วัตถุประสงค์
		Lemon8 เน้นการรีวิวแคปหมูในรูปแบบต่างๆ เช่น วิธีการเลือกแคปหมู หรือทริคในการทานให้สนุก	สินค้าไปในตัวทำให้ดูไม่น่าเบื่อในการอ่านรีวิว
	3	- โฆษณาแคปหมูใน TikTok ลงโฆษณา TikTok แบบเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับแคปหมู เช่น ข้อดีของการเลือกกินแคปหมู แทนขนมขบเคี้ยวทั่วไป - การเชื่อมโยงกับโปรโมชั่น Lemon8 สร้างข้อเสนอร่วมกับเนื้อหาที่โพสต์ใน Lemon8 เช่น ซื้อแคปหมู 2 ถุง รับฟรี 1 ถุง	เพื่อโปรโมตสินค้าหรือการเล่าเรื่องราวของสินค้า แคปหมูและการสร้างโปรโมชั่นโดยใช้กลยุทธ์การเพิ่มการขายออนไลน์ ทำให้ลูกค้าเข้ามาดูหน้าร้านเพื่อออกคำสั่งซื้อสินค้าในช่วงโปรโมชั่น
	4	- ร่วมมือกับเพื่อนหรือคนรู้จัก ที่มีผู้ติดตามในกลุ่มเป้าหมาย (อาหาร/ของว่าง) ให้มาทำการรีวิวแคปหมูใน TikTok และโพสต์เนื้อหาใน Lemon8	เพื่อการโปรโมตสินค้าและการสร้างความสนใจให้กับแบรนด์โดยใช้กลยุทธ์การทำ Influencer Marketing
มีนาคม	1	- วิเคราะห์ผลตอบรับเดือนที่ผ่านมา เพื่อตรวจสอบว่าคอนเทนต์ไหนได้รับการตอบรับดีที่สุด และควรปรับปรุง - การทำ TikTok Live เพื่อแนะนำแคปหมู และตอบคำถามจากผู้ชม รวมถึงการแจกของรางวัล	เพื่อปรับปรุงการโปรโมตสินค้าและปรับปรุงในส่วนที่บกพร่องในการทำการตลาดของแบรนด์ ก็นดี และรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าจากการถามตอบใน TikTok Live

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด	วัตถุประสงค์
	2	- รีวิวผลิตภัณฑ์ใหม่ หากมีผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น รสชาติใหม่ ของแคบหมู จะโพสต์ใน TikTok และ Lemon8 เพื่อสร้างการรับรู้	เพื่อแนะนำสินค้าใหม่ๆ หากมีผลิตภัณฑ์ใหม่ทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจมากยิ่งขึ้น
	3	- Live สด Q&A ใน Tiktok เพื่อเป็นการตอบคำถามจากลูกค้า - เพิ่มคอนเทนต์แนะนำการใช้แคบหมูในชีวิตประจำวัน ใน Lemon8 ให้เน้นการแนะนำแคบหมูในกิจกรรมต่างๆ เช่น พาไปเที่ยว หรือทำอาหารง่ายๆ	เพื่อรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าจากการทำ Q&A ใน Tiktok Live เพื่อเป็นการแนะนำการทำกิจกรรมที่มีแคบหมูเป็นส่วนประกอบ
	4	- โพรโมตผลลัพ์โดยนำข้อมูลเกี่ยวกับแคมเปญที่สำเร็จมาโปรโมตใน TikTok และ Lemon8 เช่น ตัวเลขการเข้าถึงหรือรีวิวจากลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่แบรนด์ "กินดี" ได้รับความนิยมและสามารถเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์	เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ กินดี โดยใช้กลยุทธ์การเพิ่มการขายออนไลน์ ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในแบรนด์ กินดี และกลับมาซื้อซ้ำ
	เมษายน 1	- รีวิวจากลูกค้า กระตุ้นให้ลูกค้าทำการรีวิวแคบหมูบน TikTok และ Lemon8 เน้นการสร้างแฮชแท็ก เช่น #กินดีแคบหมู #รีวิวแคบหมู เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดตามและมีส่วนร่วมได้มากขึ้น	เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย ทำให้คนที่เห็นแฮชแท็กมีความสนใจในแบรนด์ กินดี และเป็นการขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด	วัตถุประสงค์
	2	โพสคลิปและบทความลงแพลตฟอร์ม Tiktok และ Lemon8 และไลฟ์สดบนแพลตฟอร์ม Tiktok - เรื่องความหลากหลายของแคปหมู - ไลฟ์สดถาม-ตอบเกี่ยวกับแคปหมูและน้ำพริก	เพื่อสร้างการรับรู้และรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าหลังจากที่ซื้อสินค้าไปแล้วโดยใช้กลยุทธ์การรักษาลูกค้าและสร้างความภักดีจะทำให้ลูกค้าเชื่อใจและจะกลับมาซื้อซ้ำ
	3	- จัดกิจกรรมชาเลนจ์บน TikTok เช่น การทำคลิปที่แสดงการทานแคปหมูในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น งานเลี้ยง ปาร์ตี้ หรือการทำอาหารที่รวดเร็ว	เพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจแก่ลูกค้าและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ได้ง่ายขึ้น
	4	- โพรโมตแคปหมูในรูปแบบของคอนเทนต์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับแคปหมู เช่น วิธีการใช้แคปหมูในอาหารต่างๆ อย่างสร้างสรรค์	เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้ลูกค้ารวมไปถึงกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และทำให้ลูกค้ารู้สึกอยากลองนำแคปหมูไปใช้ในการทำอาหารที่บ้านเอง
	5	ไลฟ์สดกินแคปหมูกับเมนูอื่นๆบนแพลตฟอร์ม Tiktok โดยจะไลฟ์2 วัน วันจันทร์และวันศุกร์ เพื่อดึงดูดลูกค้าที่ชอบความเรียลความออร์อยสมจริง - วันจันทร์กินแคปหมูกับส้มตำ - วันศุกร์กินแคปหมูกับก๋วยเตี๋ยว	เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมแบบเรียลไทม์และแสดงความแตกต่างจากคู่แข่งการทำไลฟ์สดที่เน้นการสร้างประสบการณ์การทานแคปหมูแบบใหม่ๆ จะช่วยให้แบรนด์แคปหมูโดดเด่น

3.2.1 โครงสร้างองค์กร



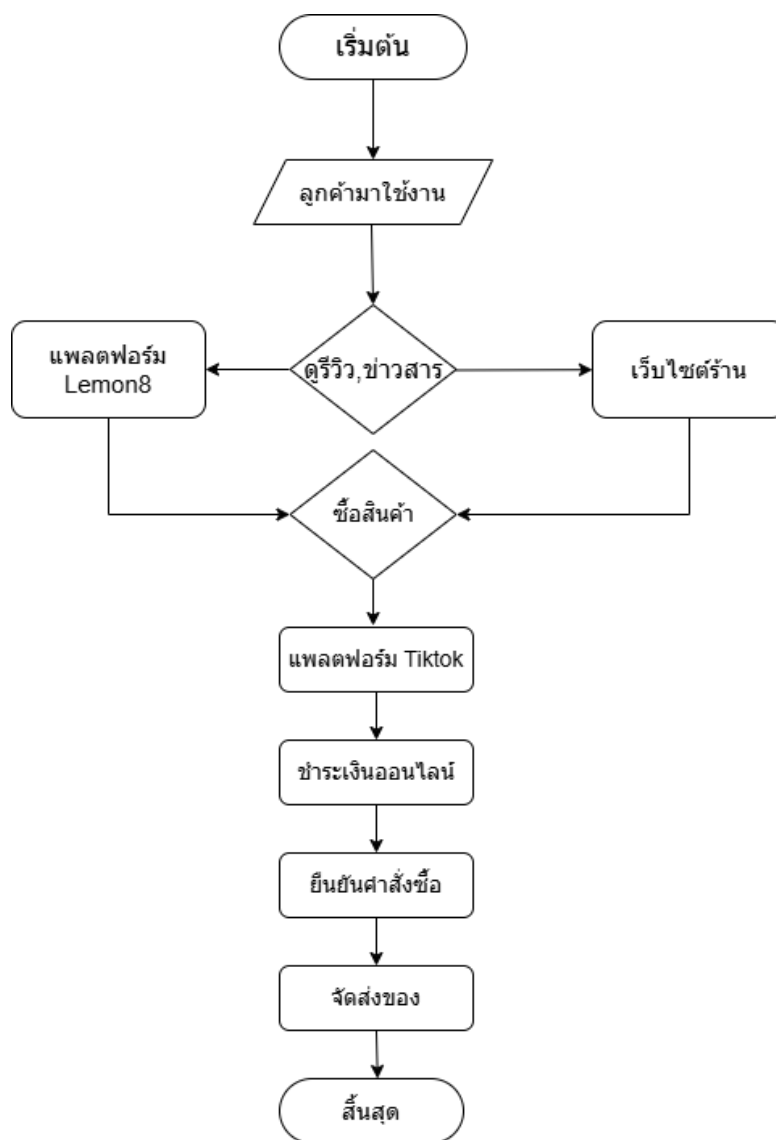
ภาพที่ 3.1 ภาพแผนผังโครงสร้างองค์กร

จากภาพที่ 3.1 สามารถอธิบายได้ถึงรายละเอียดในส่วนของโครงสร้างการบริหารงานของร้านแคบหมู แบรินด์กินดี ซึ่งประกอบไปด้วยหน้าที่สำคัญในการดำเนินงานภายในบริษัท มีดังนี้

- เจ้าของร้าน มีหน้าที่ในการวางแผนการดำเนินงาน วิธีการปฏิบัติงาน การควบคุมงานฝ่ายต่าง ๆ ส่วนลดราคาสินค้าต่าง ๆ และข้อมูลการซื้อขายสินค้าภายในร้านให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- ฝ่ายทำบัญชี มีหน้าที่จัดการเกี่ยวกับบัญชีรายรับรายจ่าย รวมถึงเอกสารทางการเงินทั้งหมดของกิจการ

ฝ่ายขายมีหน้าที่ในการขายสินค้า และบริการลูกค้าทั้งหน้าร้าน และในรูปแบบออนไลน์ในรูปแบบออฟไลน์ ฝ่ายขายมีหน้าที่แพ็คสินค้า และนำส่งให้กับบริษัทขนส่ง

3.2.2 โครงสร้างระบบงานใหม่

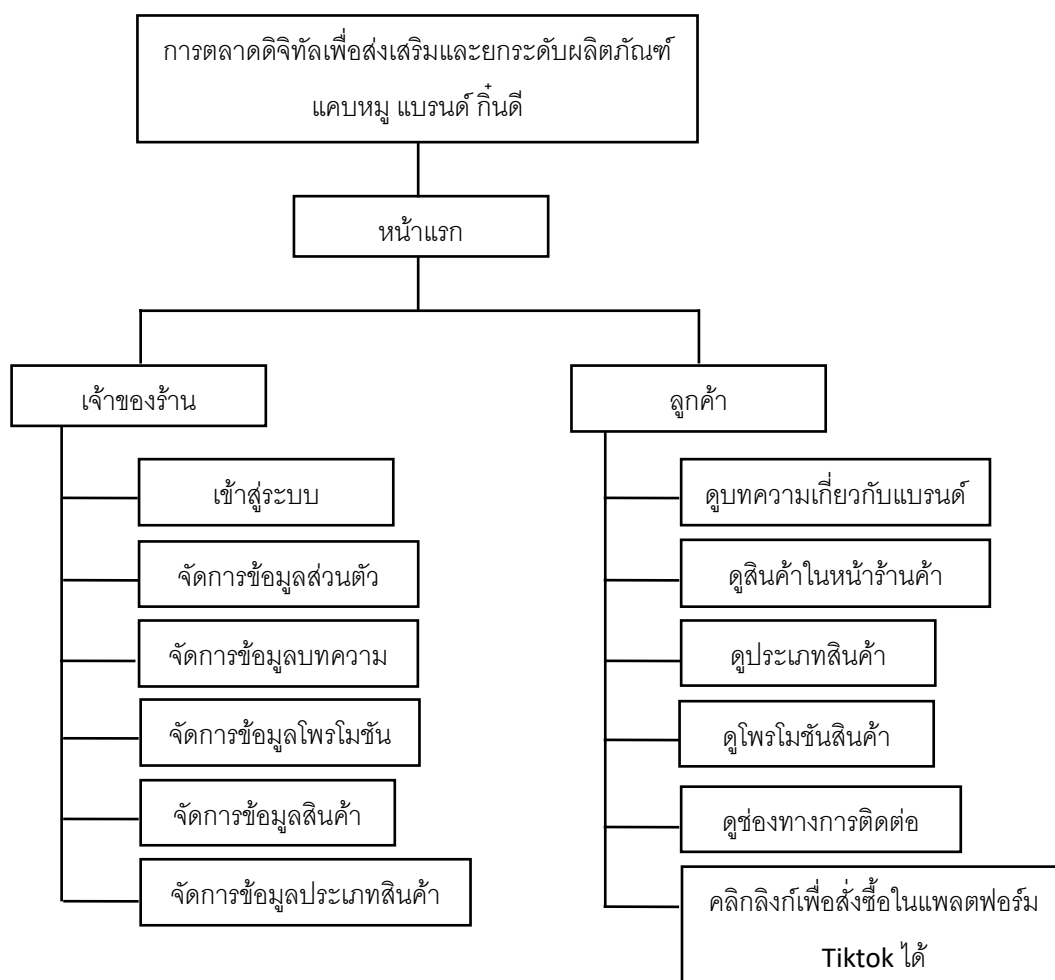


ภาพที่ 3. 2 ภาพแผนผังการทำงานในระบบงานใหม่

3.3 แผนผังโครงสร้างระบบ (แผนผังเว็บไซต์)

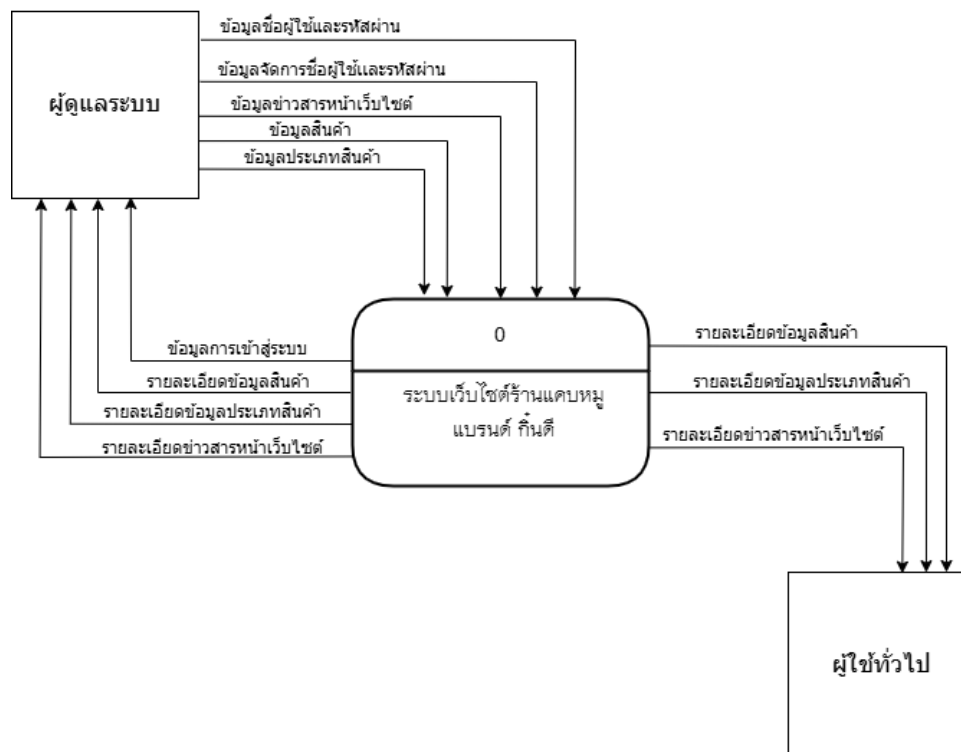
จากการศึกษาในระบบงานเดิม และความต้องการของทางกิจการแล้วทางผู้พัฒนาจะเพิ่มช่องทางการขายโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการทำงานเพื่อให้เกิดประโยชน์ในรูปแบบของเว็บไซต์ ที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของทางกิจการทั้งหมด นำเสนอภาพตัวอย่างสินค้า

ที่มาของกิจการร้านแคบหมู แบรินด์กินดี เป็นบทความที่มาของร้านแคบหมู แบรินด์กินดี นอกจากนั้นทางผู้พัฒนาได้จัดทำลิงก์ที่สามารถเชื่อมโยงไปในแอปพลิเคชัน Tiktok เพื่อให้ลูกค้าสามารถเช็คสินค้าคงเหลือได้ และสามารถสั่งซื้อผ่านช่องทาง Tiktok ได้อย่างสะดวก และกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม Lemon8 ทางผู้พัฒนาได้ทำการโปรโมตสินค้าในแพลตฟอร์ม Lemon8 เพื่อให้กลุ่มลูกค้าได้เห็นสินค้ากันอย่างแพร่หลาย สามารถคลิกลิงก์ในแพลตฟอร์ม Lemon8 แล้วเข้าไปสั่งซื้อผ่านแพลตฟอร์ม Tiktok ได้เช่นกัน



ภาพที่ 3. 3 ภาพแผนผังโครงสร้างระบบเว็บไซต์

3.4 แผนภาพบริบท (Context Diagram)



ภาพที่ 3. 4 แผนภาพบริบท (Context Diagram)

3.4.1 แผนภาพบริบท (Context Diagram)

3.4.1.1 ผู้ใช้งานในระบบ

- 1) ผู้ดูแลระบบ
- 2) ผู้ใช้ทั่วไป

3.4.1.2 ความต้องการในระบบ

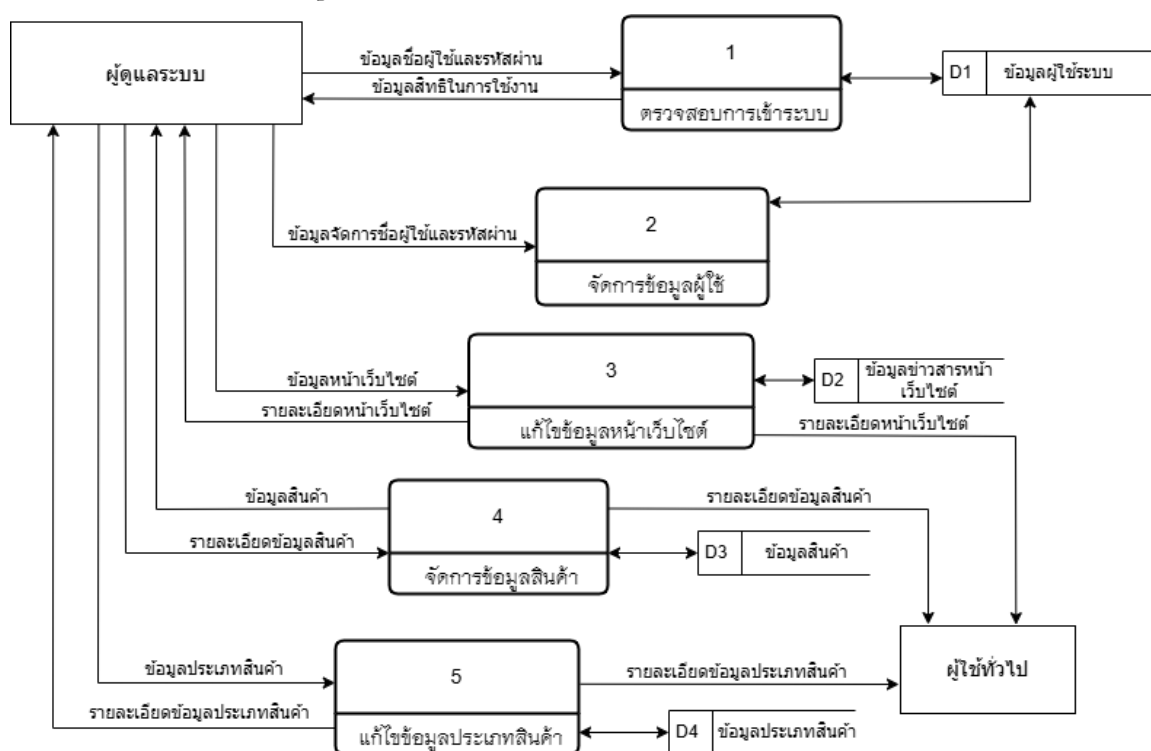
- 1) ผู้ดูแลระบบ
 - ส่วนงานการเข้าสู่ระบบผู้ใช้งาน
สามารถเข้าสู่ระบบได้ด้วยชื่อผู้ใช้ และรหัสผ่าน
 - ส่วนงานจัดการข้อมูลผู้ใช้ทั่วไป
สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลผู้ใช้งานได้

สามารถจัดการรหัสผ่าน เปลี่ยนรหัสผ่าน ป้องกันการลืมหรหัสผ่านได้

2) ผู้ใช้ทั่วไป

- สามารถดูข้อมูลต่าง ๆ ของเว็บไซต์ได้
- สามารถเข้าดูรายละเอียดสินค้าได้
- สามารถเข้าดูรายการสินค้าได้
- สามารถคลิกลิงก์เพื่อเข้าไปสั่งซื้อสินค้าได้ในแอปพลิเคชัน Tiktok ได้

3.5 แผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram : DFD)



ภาพที่ 3. 5 แผนภาพกระแสข้อมูลระดับที่ 0 (Data Flow Diagram Level.0)

จากภาพ 3.5 แสดงแผนภาพกระแสข้อมูลระดับที่ 0 (Data Flow Diagram Level 0) ของร้านแคหมู แบรนต์กินดี ประกอบไปด้วย 5 กระบวนการหลักๆ ได้แก่

ตารางที่ 3. 2 คำอธิบายกระบวนการตรวจสอบการเข้าระบบ

Process Description	
System	การตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์ แคปหมู แบรนด์ กินดี
DFD Number	1
Process Name	ตรวจสอบการเข้าระบบ
Input Data Flow	ข้อมูลชื่อผู้ใช้ และรหัสผ่าน , ข้อมูลผู้ใช้งานระบบ
Output Data Flow	ข้อมูลการกำหนดสิทธิการเข้าใช้งานระบบ
Data Store Used	ข้อมูลผู้ใช้งานระบบ
Description	เป็นกระบวนการตรวจสอบสิทธิ์ และกำหนดสิทธิ์ในการเข้าใช้งานระบบโดยระบบจะตรวจสอบชื่อผู้ใช้งาน และรหัสผ่าน จึงจะมีสิทธิ์เข้าใช้งานในระบบ

ตารางที่ 3. 3 คำอธิบายกระบวนการจัดการข้อมูลผู้ใช้

Process Description	
System	การตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์ แคปหมู แบรนด์ กินดี
DFD Number	2
Process Name	จัดการข้อมูลผู้ใช้
Input Data Flow	ข้อมูลผู้ในระบบ
Output Data Flow	ข้อมูลผู้ในระบบ
Data Store Used	ข้อมูลผู้ในระบบ
Description	กระบวนการจัดการข้อมูลผู้ใช้ในระบบแก้ไขข้อมูลส่วนตัว

ตารางที่ 3. 4 คำอธิบายกระบวนการจัดการข้อมูลหน้าเว็บไซต์

Process Description	
System	การตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์ แคปหมู แบรนด์ กิ้นดี
DFD Number	3
Process Name	จัดการข้อมูลหน้าเว็บไซต์
Input Data Flow	ข้อมูลหน้าเว็บไซต์
Output Data Flow	รายละเอียดหน้าเว็บไซต์
Data Store Used	ข้อมูลหน้าเว็บไซต์
Description	เป็นกระบวนการจัดการข้อมูลหน้าเว็บไซต์

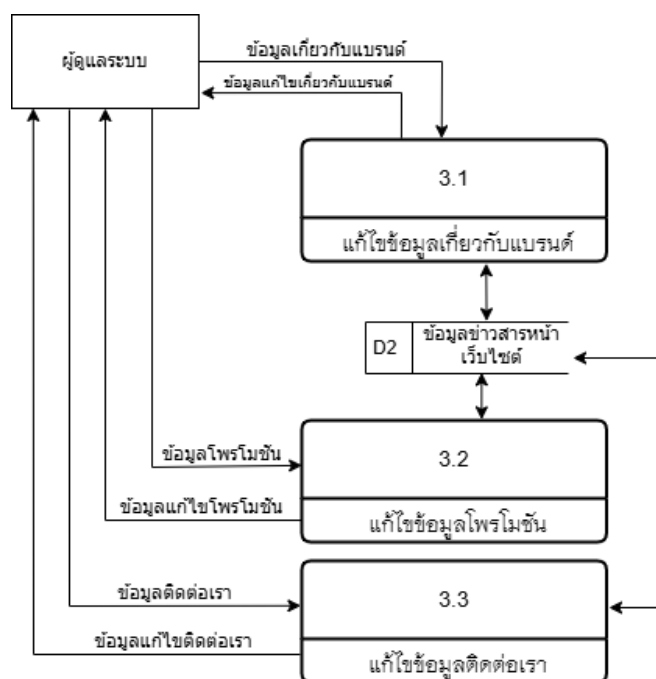
ตารางที่ 3. 5 คำอธิบายกระบวนการจัดการข้อมูลสินค้า

Process Description	
System	การตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์ แคปหมู แบรนด์ กิ้นดี
DFD Number	4
Process Name	จัดการข้อมูลสินค้า
Input Data Flow	ข้อมูลสินค้า
Output Data Flow	ข้อมูลรายละเอียดสินค้า
Data Store Used	ข้อมูลสินค้า
Description	เป็นกระบวนการจัดการข้อมูลสินค้า

ตารางที่ 3. 6 คำอธิบายกระบวนการจัดการข้อมูลประเภทสินค้า

Process Description	
System	การตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์ แคปหมู แบรินด์ กิ้นดี
DFD Number	5
Process Name	จัดการข้อมูลประเภทสินค้า
Input Data Flow	ข้อมูลประเภทสินค้า
Output Data Flow	ข้อมูลประเภทสินค้า
Data Store Used	ข้อมูลประเภทสินค้า
Description	กระบวนการจัดการข้อมูลประเภทของสินค้าในระบบ เพิ่มลบแก้ไขประเภทสินค้า

Data Flow Diagram Level 1 Process 3



ภาพที่ 3.6 แผนภาพกระแสข้อมูลระดับที่ 1 (Data Flow Diagram Level 1 Process 3)

ตารางที่ 3.7 คำอธิบายกระบวนการแก้ไขข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์

Process Description	
System	การตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์ แคปหมู แบรนด์ กิ้นดี
DFD Number	3.1
Process Name	แก้ไขข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์
Input Data Flow	ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์
Output Data Flow	ข้อมูลแก้ไขเกี่ยวกับแบรนด์
Data Store Used	ข้อมูลข่าวสารหน้าเว็บไซต์
Description	กระบวนการแก้ไขข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ เป็นการแก้ไขข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์กิ้นดี เช่น ความเป็นมา หรือ ประวัติของแบรนด์ เป็นต้น

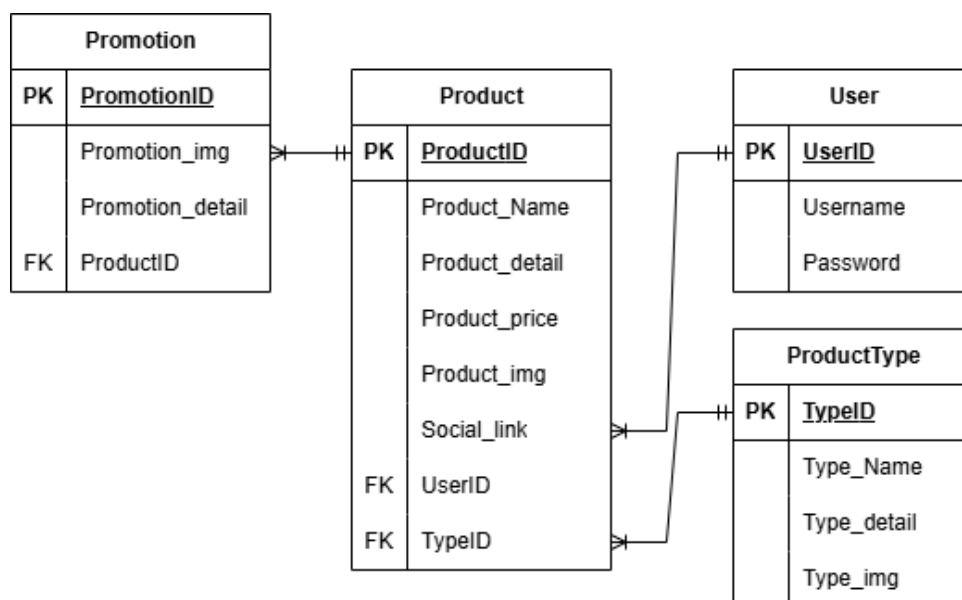
ตารางที่ 3.8 คำอธิบายกระบวนการแก้ไขข้อมูลโปรโมชั่น

Process Description	
System	การตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์ แคปหมู แบรนด์ กิ้นดี
DFD Number	3.2
Process Name	แก้ไขข้อมูลโปรโมชั่น
Input Data Flow	ข้อมูลโปรโมชั่น
Output Data Flow	ข้อมูลแก้ไขโปรโมชั่น
Data Store Used	ข้อมูลข่าวสารหน้าเว็บไซต์
Description	กระบวนการแก้ไขข้อมูลโปรโมชั่น เป็นการแก้ไขข้อมูลโปรโมชั่นในแต่ละเดือนของทางร้าน เช่น วันที่10 เดือน10 ลด10บาท เป็นต้น

ตารางที่ 3.9 คำอธิบายกระบวนการแก้ไขข้อมูลติดต่อเรา

Process Description	
System	การตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์ แคปหมู แปรนด์ กินดี
DFD Number	3.3
Process Name	แก้ไขข้อมูลติดต่อเรา
Input Data Flow	ข้อมูลติดต่อเรา
Output Data Flow	ข้อมูลแก้ไขติดต่อเรา
Data Store Used	ข้อมูลข่าวสารหน้าเว็บไซต์
Description	กระบวนการแก้ไขข้อมูลติดต่อเรา เป็นการแก้ไขข้อมูลที่ใช้ติดต่อกับ ทางร้าน เช่น บาร์โค้ดของแอปพลิเคชัน Tiktok,Lemon8 หรือแผนที่ ร้าน เป็นต้น

3.6 ความสัมพันธ์ของฐานข้อมูล (ER Diagram)



ภาพที่ 3. 6 ความสัมพันธ์ของฐานข้อมูล (ER Diagram)

3.7 พจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary)

การวิเคราะห์เพื่อให้ได้มาซึ่งแผนภาพอีอาร์ หรืออีอาร์ไดอะแกรมนั้นจะให้พื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ ได้แก่

3.7.1 เอ็นทิตี (Entity) คือ บุคคล วัตถุ สถานที่ และรวมถึงเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดกลุ่มของข้อมูลที่ต้องการจัดเก็บ ซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้

3.7.2 ความสัมพันธ์ (Relation) คือ ค่าความสัมพันธ์ระหว่างเอ็นทิตี

3.7.2 แอททริบิวต์ (Attribute) คือ คุณสมบัติของเอ็นทิตี

ตารางที่ 3.6 แสดงรายชื่อตารางข้อมูลทั้งหมดของระบบฐานข้อมูล

ตารางที่	ชื่อตาราง	ประเภท	รายละเอียด
1	Administrator	Master	แฟ้มข้อมูลบัญชีผู้ใช้
2	Product	Master	แฟ้มข้อมูลสินค้า
3	Promotion	Transaction	แฟ้มข้อมูลโปรโมชั่น
4	Social	Transaction	แฟ้มข้อมูลโซเชียล
5	Order	Transaction	ลิงก์ช่องทางการสั่งซื้อ

คำอธิบาย ประเภทของตาราง ได้แก่

Master หมายถึง ตารางข้อมูลหลักที่ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลบ่อย

Transaction หมายถึง ตารางที่มีการเปลี่ยนแปลงของข้อมูล

จากตาราง 3.6 ประกอบไปด้วยตารางข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดในแต่ละตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 3. 11 ตารางแสดงรายละเอียดของตาราง User

ชื่อตาราง : Administrator ประเภทตาราง : Master คำอธิบาย : เก็บชื่อผู้ใช้ และรหัสผ่าน คีย์หลัก : AdminID คีย์รอง :			
เขตข้อมูล	ชนิด และขนาด	ความหมาย	ตัวอย่างข้อมูล
<u>AdminID</u>	Int (11)	รหัสผู้ใช้	1
userName	varchar(15)	ชื่อผู้ใช้	admin
password	varchar(15)	รหัสผ่าน	demoadmin

ตารางที่ 3.12 ตารางแสดงรายละเอียดของตาราง Promotion

ชื่อตาราง : Promotion ประเภทตาราง : Transection คำอธิบาย : เก็บข้อมูลรายการลงข่าวสารเว็บไซต์ คีย์หลัก : PromotionID คีย์รอง : ProductID			
เขตข้อมูล	ชนิด และขนาด	ความหมาย	ตัวอย่างข้อมูล
<u>PromotionID</u>	int(10)	รหัสโปรโมชั่น	1
Promotion_img	varchar(100)	รูปสินค้าที่จัดโปรโมชั่น	นพพนุ่ม.png
Promotion_detail	text (255)	รายละเอียดโปรโมชั่น	เมื่อซื้อครบ200บาท รับน้ำพริกนุ่ม
ProductID	int(10)	รหัสสินค้า	001

ตารางที่ 3.13 ตารางแสดงรายละเอียดของตาราง Product

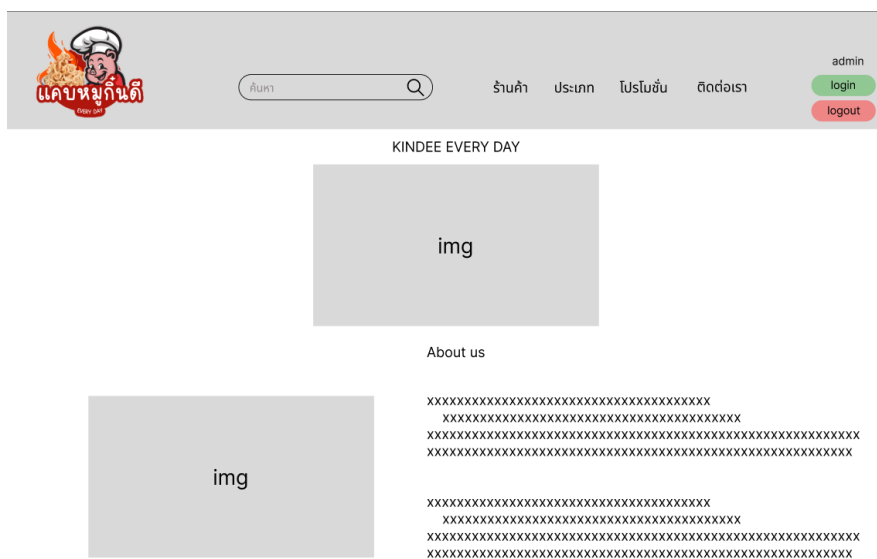
ชื่อตาราง : Product ประเภทตาราง : Master คำอธิบาย : เก็บข้อมูลสินค้า และรายละเอียดสินค้า คีย์หลัก : ProductID คีย์รอง : UserID , TypeID			
เขตข้อมูล	ชนิด และขนาด	ความหมาย	ตัวอย่างข้อมูล
<u>ProductID</u>	int(10)	รหัสสินค้า	001
Product_Name	varchar(100)	ชื่อสินค้า	แคบหมูโรมัน
Product_detail	text (500)	รายละเอียดสินค้า	โรมันขนาด 100 กรัม กรูบกรอบ สะใจ
Product_price	varchar(100)	ราคาสินค้า	186 บาท
Product_img	varchar(100)	รูปสินค้า	โรมัน.png
Social_link	varchar(100)	ลิงก์ตะกร้าสินค้า	https://vt.tiktok.com/ZS6cSAAdL/
UserID	int (11)	รหัสผู้ซื้อ	1
TypeID	int(2)	รหัสประเภทสินค้า	01

ตารางที่ 3.14 ตารางแสดงรายละเอียดของตาราง ProductType

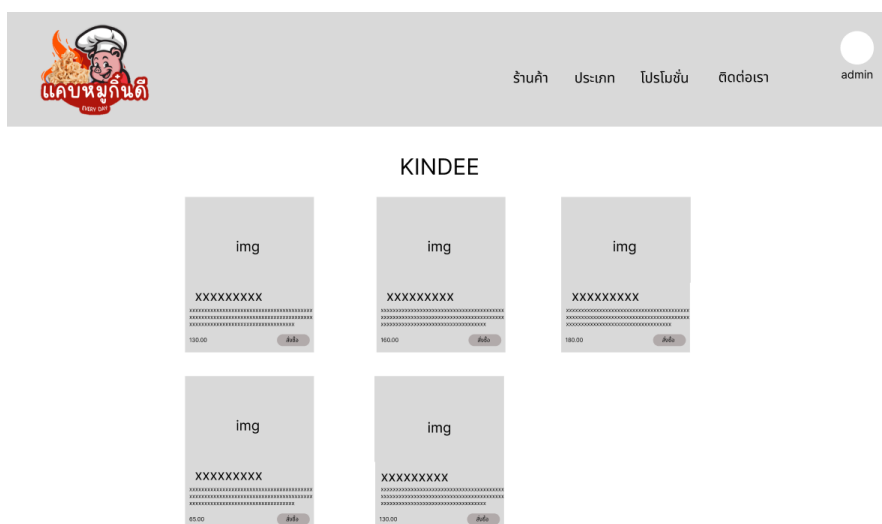
ชื่อตาราง : ProductType ประเภทตาราง : Reference คำอธิบาย : เก็บข้อมูลประเภทสินค้า คีย์หลัก : TypeID คีย์รอง :			
เขตข้อมูล	ชนิด และ ขนาด	ความหมาย	ตัวอย่างข้อมูล
TypeID	int(2)	รหัสประเภท สินค้า	01
Type_Name	varchar(50)	ชื่อประเภท สินค้า	แคบหมู
Type_detail	text(300)	รายละเอียด ประเภทสินค้า	แคบหมูไร้มันเป็นไขมันจากธรรมชาติ นำมาทอดจนเหลืองกรอบ
Type_img	varchar(100)	รูปสินค้า	ไร้มัน.png

3.8 การออกแบบหน้าจอ

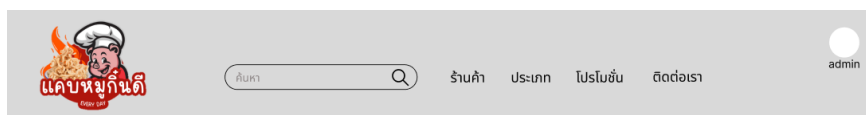
การออกแบบหน้าจอสำหรับเว็บไซต์ของกิจการร้านแคบหมู แบรินด์กินดี ประกอบไปด้วยหน้าจอการทำงานต่าง ๆ ดังนี้



ภาพที่ 3.7 หน้าแรกของเว็บไซต์



ภาพที่ 3.8 หน้าร้านค้า



ประเภทสินค้า



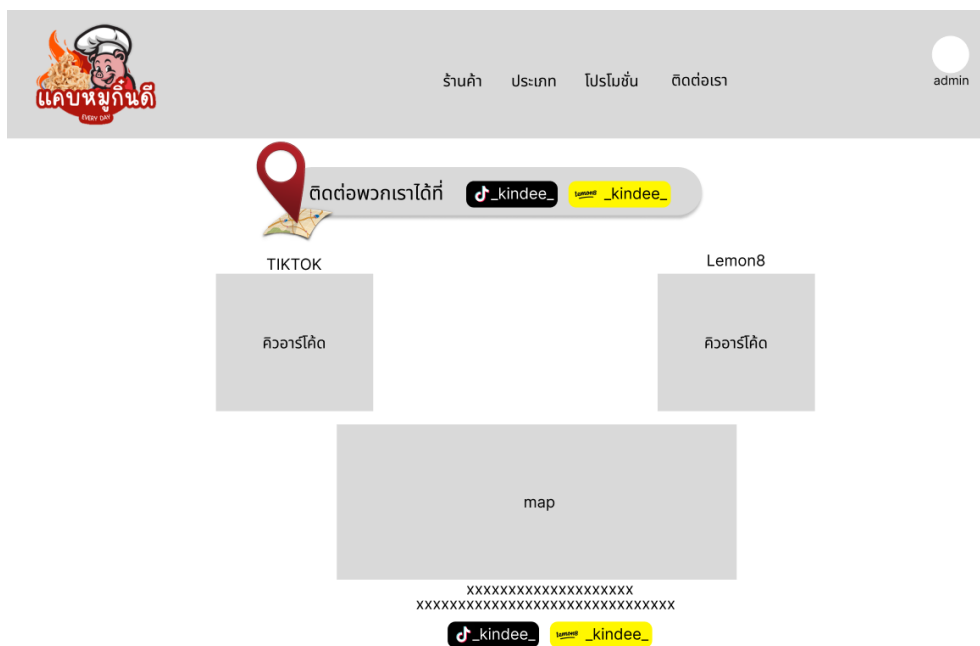
ภาพที่ 3.9 หน้าประเภทสินค้า



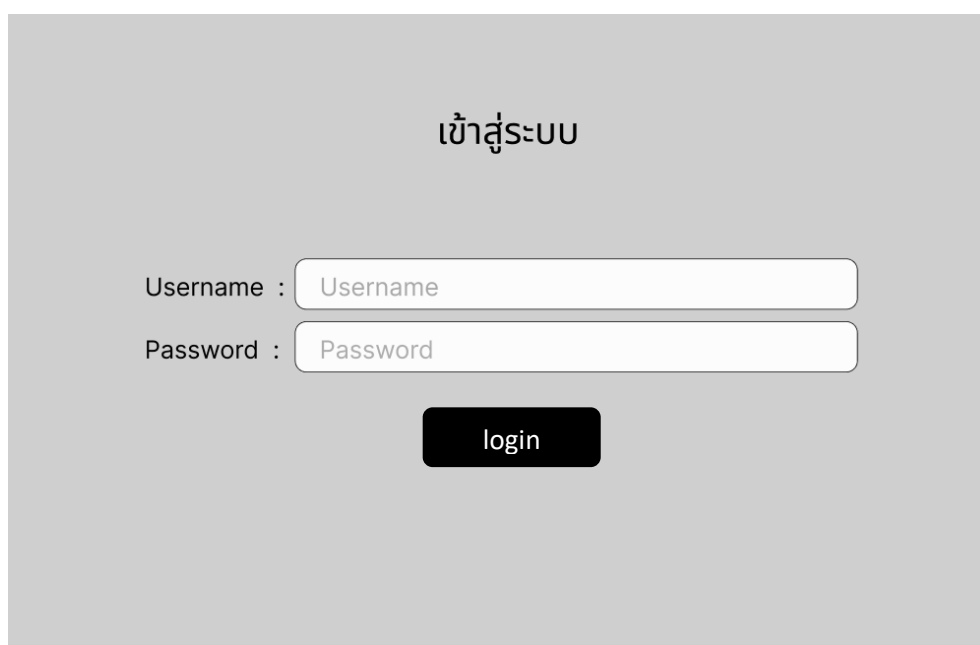
Promotion



ภาพที่ 3.10 หน้าโปรโมชั่น



ภาพที่ 3.11 หน้าติดต่อเรา



ภาพที่ 3.12 หน้าเข้าสู่ระบบ



[ร้านค้า](#)
[ประเภท](#)
[โปรโมชั่น](#)
[ติดต่อเรา](#)

admin

จัดการสินค้า

เพิ่มสินค้า

ชื่อสินค้า

ราคาสินค้า

รูปสินค้า

เลือกไฟล์

ไม่ได้เลือกไฟล์ใด

รายละเอียดสินค้า

เพิ่มสินค้า

img

XXXXXXXXXX

แก้ไข

ลบ

img

XXXXXXXXXX

แก้ไข

ลบ

img

XXXXXXXXXX

แก้ไข

ลบ

ภาพที่ 3.13 หน้าจัดการสินค้า



[ร้านค้า](#)
[ประเภท](#)
[โปรโมชั่น](#)
[ติดต่อเรา](#)

admin

แก้ไขสินค้า

ชื่อสินค้า

น้ำพริกภาคเหนือ

ราคาสินค้า

159.00

รูปสินค้า

เลือกไฟล์

ไม่ได้เลือกไฟล์ใด

ลิงก์ Tiktok

https://vt.tiktok.com/ZS2bYHFQ9/

ลิงก์ Lemon8

รายละเอียดสินค้า

สวดยร้อน ๆ ข้าวเหนียว หรือใช้เป็นเครื่องเคียงในอาหารจานอื่น ๆ เช่น ข้าวผัดหรือผัดไทย ก็ได้ ถือเป็นน้ำพริกที่สามารถเพิ่มความอร่อยให้กับอาหารมื้อโปรดของคุณได้อย่างลงตัว

รูปสินค้า

img

ลบรูป

img

ลบรูป

img

ลบรูป

บันทึก

ภาพที่ 3.14 หน้าแก้ไขสินค้า

