

## บทที่ 3

### การวิเคราะห์และการออกแบบ

ในการพัฒนาระบบสารสนเทศขึ้นมา นั้น การจัดการธุรกิจและการวิเคราะห์ออกแบบระบบ จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ในการวิเคราะห์และออกแบบระบบ ศึกษาปัญหาจากระบบงานเดิม เพื่อออกแบบโครงสร้างระบบงานใหม่ให้มี ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน จึงได้ทำการ วิเคราะห์และออกแบบระบบงานใหม่ โดยใช้เครื่องมือในการออกแบบระบบประกอบไปด้วย โครงสร้างองค์กร แผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram) แผนภาพบริบทองค์กร (Contact Diagram) พจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary) แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของฐานข้อมูล การวิเคราะห์ธุรกิจ (SWOT) และการเขียนแผนธุรกิจ (Business plan) ดังนี้

#### 3.1 การวางแผนธุรกิจ

##### 3.1.1 แนวคิดหลักการทำธุรกิจ

###### 3.1.1.1 ภาพรวมเป้าหมาย

ธุรกิจขายสร้อยคอ Neta Chic เป็นธุรกิจแฟชั่นและเครื่องประดับที่เน้นการ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Instagram TikTok ต่าง ๆ โดยการใช้ คอนเทนต์รีวิวลสินค้า วิดีโอโปรโมตเป็นเครื่องมือหลักในการสร้างการรับรู้แบรนด์ ควบคู่ไปกับการ พัฒนาเว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางสำคัญในการแสดงสินค้าและรองรับการสั่งซื้อออนไลน์

###### 3.1.1.2 แนวคิด

###### 1) ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า

- การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต้องเริ่มจากการเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น วัยรุ่น วัยทำงาน หรือสายมูเตลู และมอบประสบการณ์การซื้อสินค้าที่ดี
- การมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย เช่น สร้อยคอแฟชั่น สร้อยคอเงินแท้ หรือสร้อย ลูกปัด
- การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เช่น รีวิว คำติชม หรือข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา และปรับปรุงสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

## 2) การจัดการงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ

- การควบคุมต้นทุนเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ โดยเฉพาะต้นทุนวัตถุดิบ ค่าขนส่ง และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

- การสั่งซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่เหมาะสมเพื่อลดต้นทุน

- การเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพดีแต่ราคาเหมาะสม เพื่อให้สินค้ามีคุณค่าและขายได้ง่าย

## 3) กลยุทธ์การตลาดและการสร้างแบรนด์

- การสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ เช่น การออกแบบแพ็คเกจจิ้งที่สวยงาม หรือการใช้ชื่อแบรนด์ที่จดจำง่าย

- การทำคอนเทนต์เพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น ถ่ายภาพสินค้าให้ดูมีสไตล์ ทำวิดีโอรีวิว

- การใช้กลยุทธ์การตลาด เช่น โปรโมชันพิเศษ ส่วนลด ซื้อ 1 แถม 1 หรือการแจกของแถมเพื่อจูงใจลูกค้า

## 4) การพัฒนาช่องทางการขายให้หลากหลาย

- ขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ผ่าน Shopee เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่าย

- การมีเว็บไซต์หรือร้านค้าออนไลน์ของตัวเอง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและควบคุมระบบการขายได้ดีขึ้น

## 5) การให้บริการลูกค้าและการรักษาสถานลูกค้าเดิม

- การให้บริการที่ดี เช่น ตอบแชทไว ให้ข้อมูลสินค้าชัดเจน และจัดส่งสินค้าให้รวดเร็ว

- การมีบริการหลังการขาย เช่น การรับเปลี่ยนหรือซ่อมสินค้าในกรณีที่มีปัญหา

- การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น ให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเก่า หรือการทำระบบสะสมแต้มเพื่อกระตุ้นการซื้อซ้ำ

### 3.1.1.3 กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

ร้าน Neta Chic ใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล ได้แก่ การโพสต์คลิบวิดีโอกับการโพสต์รูปภาพ พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า

### 3.1.1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1) ได้ทราบผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ของการมีส่วนร่วมผ่านแพลตฟอร์ม TikTok และ Instagram

2) ได้เว็บไซต์ของร้าน Neta chic และมียอดขายเพิ่มมากขึ้น

### 3.1.2 ความเป็นมาของธุรกิจ

ร้านขายสร้อยคอ Neta chic เป็นร้านขายของเล็กๆในทางออนไลน์ ที่ไม่ค่อยมีคนรู้จัก เนื่องจากเป็นร้านค้าออนไลน์ที่เพิ่งเปิดทำการ ซึ่งยังไม่มีการบริหารจัดการในเรื่องของการรับรู้ในตราสินค้า ทำให้ต้นทุนจม ไม่มีเว็บไซต์และกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทำการโฆษณาร้านค้าได้มากพอให้เป็นที่รู้จัก ทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ ของร้านเกิดความผิดพลาดในบางครั้ง ดังนั้นการจัดการระบบและกลยุทธ์ทางการตลาดและการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการเข้าถึงของแต่ละแพลตฟอร์มจึงมีสำคัญในการบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์และยอดการเข้าถึง

### 3.1.3 วิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาส (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร

#### 1) จุดแข็ง (Strengths)

- มีธุรกิจเครื่องประดับเป็นของตนเอง
- ราคาวัตถุดิบมีแหล่งซัพพายเออร์เป็นของตนเองอยู่แล้ว
- เป็นสินค้าที่ ออกแบบมาเหมาะสมกับสถานการณ์และผู้ใช้งานที่

เฉพาะเจาะจง

- สินค้ามีคุณภาพและมีราคาไม่แพง สามารถจับต้องได้

#### 2) จุดอ่อน (Weakness)

- เป็นแบรนด์ใหม่ที่เพิ่งเข้าตลาด ยังไม่มีฐานลูกค้า
- มีคู่แข่งในตลาดเยอะ และมีการแข่งขันสูง

#### 3) โอกาส (Opportunities)

- ปัจจุบันคนนิยมใช้บริการสั่งสินค้าออนไลน์มากขึ้น ทำให้มีโอกาสที่ลูกค้าจะได้รับรู้ตราสินค้าเพิ่มมากขึ้น
- ปัจจุบันคนนิยมใช้เครื่องประดับในชีวิตประจำวันมาก ทำให้มีโอกาสที่จะขายสินค้าและสร้างยอดขายได้มากขึ้น
- มีโอกาสนำเสนอสินค้าทางออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มได้ง่ายขึ้นและเพิ่มการมองเห็นให้กับตราสินค้าได้มากขึ้น เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เล่นโซเชียลมีเดียเป็นชีวิตประจำวันอยู่แล้ว

#### 4) อุปสรรค (Threats)

- มีการแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูงเพราะมีสินค้าเหมือนกันหลายร้าน
- มีแบรนด์สินค้าเปิดใหม่เพิ่มมากขึ้น
- เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคล

### 3.1.4 แผนการตลาด

#### 3.1.4.1 กลยุทธ์ทางการตลาด 4 P's

##### 1) สินค้า (Product)

เป็นสร้อยคอที่มีหลากหลายรูปแบบและหลากหลายการใช้งานมีลวดลายที่ไม่ซ้ำและมีคุณภาพที่ดี มีความแข็งแรง ไม่ขาดงาน ไม่ด่างาย สามารถโดนน้ำได้ สวมใส่สบายได้ทุกเพศทุกวัยและยังมีวิธีการดูแลแนะนำสินค้าในแต่ละตัว

##### 2) ราคา (Price)

มีให้สินค้าหลากหลายรูปแบบและสไตล์ให้เลือก และจัดจำหน่ายสินค้าให้มีราคาที่สามารถจับต้องได้เนื่องจากหาต้นทุนมาในราคาที่ถูกลง และมีคุณภาพ ทำให้ลูกค้าสนใจและสั่งซื้อสินค้านั้นมากกว่าคู่แข่ง

##### 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok และ Instagram ทั้งยังมีเว็บไซต์ที่แนะนำสินค้าและลิงค์ช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกยิ่งขึ้น ลูกค้าสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าและเข้าชมได้ตลอดเวลา

##### 4) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)

มีการจัดโปรโมชั่นในเทศกาลต่าง ๆ หรือฤดูกาลและเนื่องในโอกาสพิเศษสำหรับผู้ซื้อ เช่น เทศกาลวันสงกรานต์ วันปีใหม่ เป็นต้น มีการส่งสินค้าฟรี ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าในการสั่งซื้อสินค้าและความรู้สึกของผู้ซื้อ เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างพฤติกรรมการซื้อและทัศนคติ รวมถึงการจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในร้านค้า เช่น การลดราคา โดยทางร้านมีการจัดทำบัตรสะสมแต้ม เพื่อใช้เป็นส่วนลดเมื่อสะสมครบตามจำนวนที่ทางร้านได้กำหนดไว้ และก็มีพวอเซอร์ลดราคาสินค้าในการซื้อสินค้าครั้งถัดไป เพื่อให้กลุ่มลูกค้าต่าง เข้าถึงร้านค้าได้มากยิ่งขึ้น

### 3.1.4.2 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Gold)

สร้างการรับรู้ (Brand Awareness) ให้แบรนด์สินค้าเป็นที่รู้จัก เกิดการยอมรับและสร้างให้เกิดความน่าเชื่อถือรวมถึงการสร้างรายได้ยอดขายและได้กำไรจากการขายสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์

#### 1) เป้าหมายระยะสั้น

สร้างการรับรู้และเป็นที่รู้จัก เพื่อรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าและนำมาปรับใช้พัฒนาร้านค้า สินค้าให้ดียิ่งขึ้น

#### 2) เป้าหมายระยะกลาง

ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย จัดการบริหารจัดการร้านค้าให้มีระบบ และมีเว็บไซต์ของร้านค้า เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือต่อแบรนด์สินค้า และเพิ่มคุณภาพให้กับร้านค้า

#### 3) เป้าหมายระยะยาว

จัดการขายช่องทางการตลาดและการสั่งซื้อให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ให้ง่ายต่อการใช้งานของผู้ใช้งาน ทำให้ลูกค้าเกิดการกลับมาซื้อซ้ำและการบอกต่อร้านค้าต่อไป

### 3.1.5 แผนการดำเนินงาน

#### 3.1.5.1 ขั้นตอนการใช้บริการ

ทำการโพสต์สินค้าใหม่ลงในแพลตฟอร์มออนไลน์ 2 ช่องทาง TikTok และ Instagram ของร้าน Neta Chic โดยลูกค้าทั่วไปสามารถสั่งซื้อสินค้าโดยตรงกับทางร้านค้าได้เลยทั้ง 2 ช่องทาง เมื่อได้รับออเดอร์จากลูกค้าแล้ว ร้านค้าจะทำการเช็ครายละเอียดสินค้าราคา และที่อยู่ในการจัดส่งสินค้า มีทั้งที่การนัดรับสินค้าและจัดส่งตามที่อยู่ พร้อมการชำระเงินค่าสินค้า

#### 3.1.5.2 บริการเสริมและบริการหลังการขาย

มีแผนการให้บริการเสริมหลังการขาย ดังนี้

1) มีช่องทางติดต่อกับร้านค้าเพื่อสอบถามเกี่ยวกับสินค้าและเคลมสินค้าได้ เมื่อเกิดการชำรุดหรือไม่ได้ตรงตามแบบและคุณภาพตามที่ได้ให้ข้อมูลไว้ สามารถส่งคืนสินค้าหรือเปลี่ยนสินค้าได้โดยที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ภายในระยะเวลา 3 วันหลังจากได้รับสินค้า

2) ผู้ใช้สามารถรีวิวหรือให้คะแนนแก่ร้านค้าได้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ซื้อรายต่อไป

3) ร้านค้ามีการแนะนำการดูแลรักษาสินค้าให้คงอยู่สภาพและใช้ได้นาน เพื่อให้คุ้มค่าต่อการซื้อไป

### 3.1.6 แผนการเงิน

#### 3.1.6.1 เป้าหมายการเงิน

การทำกำไรสูงสุด โดยยังรักษาสภาพคล่องของธุรกิจ และสำรองเงินในการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ได้ในระยะเวลาสั้นและมีการเงินเป็นระบบหมุนเวียน และป้องกันการเรียกเก็บหนี้

#### 3.1.6.2 การวิเคราะห์ด้านการเงิน

งบประมาณการลงทุนของร้านขายสร้อยคอ Neta Chic ใช้เงินลงทุน ในธุรกิจ 2,000 บาท โดยเงินลงทุนทั้งหมดเป็นของ นางสาวกชกร กิติ เจ้าของกิจการ เมื่อกิจการดำเนินงานผ่านไปแล้ว 6 เดือน ก็สามารถได้เงินทุนคืนแล้ว

### 3.1.7 แผนรับมือฉุกเฉิน

#### 3.1.7.1 ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

พิจารณาถึงสาเหตุของปัญหาและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อยอดขายหาข้อมูลความต้องการและปรับปรุง พัฒนาให้ดีขึ้น เพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จัดรายการส่งเสริมทางการตลาด จัดส่วนลดต่าง ๆ ให้มากขึ้นและง่ายขึ้น

#### 3.1.7.2 จำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น

ในกรณีที่คู่แข่งเข้ามาทำธุรกิจในแบบเดียวกันส่งผลให้เกิดการแข่งขันสูงลูกค้าและรายได้ จึงได้วางแผนสำรองฉุกเฉินโดยการจัดรายการส่งเสริมทางการตลาด การวางแผนและการโฆษณา ให้ร้านค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น ผ่านช่องทางต่าง ๆ เป็นต้น

#### 3.1.7.3 กรณีขาดสภาพคล่องทางการเงิน

อาจจัดหาแหล่งกู้ยืมเงินระยะสั้นจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาหมุนเวียนภายในเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อร้านค้า ให้น้อยที่สุด

### 3.2 วิธีการดำเนินงาน

#### ตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินงาน

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด	เป้าหมาย
พฤศจิกายน 2567	1	ทำการสมัครแอปพลิเคชัน TikTok และ Instagram ภายใต้อีเมลผู้ใช้งาน Neta Chic Shop ให้เสร็จสมบูรณ์ทั้ง 2 แพลตฟอร์ม	สร้างบัญชีให้กับธุรกิจ
	2	ทำการตั้งค่าบัญชีให้เป็นบัญชีธุรกิจ	
	3	ทำการอัปเดตแอปพลิเคชันทั้งสองแพลตฟอร์ม ให้มีความพร้อมในการเปิดใช้งาน	
	4	ทำการวางแผนเนื้อหาสินค้า เพื่อทำการโปรโมตลง	
ธันวาคม 2567	1	กำหนดเป้าหมายในการใช้ TikTok และ Instagram ก่อนที่จะเริ่มวางแผนเนื้อหา เช่น กำหนดยอดจำนวนผู้ติดตาม 100 คนขึ้นไป ให้ได้จนถึง 1,000 คน กำหนดการเข้าถึง 200 คนต่อโพสต์ การมีส่วนร่วม 10 คอมเมนต์ต่อโพสต์ และมียอดขายให้ได้อย่างน้อย 150 ชิ้น ภายใน 5 เดือน (อย่างน้อย 30 ชิ้นต่อเดือน) จะเน้นการลงคอนเทนต์และไปโมตสินค้าลงทั้งสองแพลตฟอร์มในช่วงเวลาเดียวกัน วันเดียวกัน	ทดลองการมองเห็นของธุรกิจ
	2	ทดลองลงโพสต์โปรโมตร้านทั้งสองแพลตฟอร์มในช่วงเวลาเดียวกันและวันเดียวกัน เพื่อตรวจสอบการมองเห็นของร้านค้า	
	3	ทำการวางแผนเกี่ยวกับคอนเทนต์และรายละเอียดสินค้า ที่จะทำการโฆษณาร้านค้า โดยจะทำตามคอนเทนต์ยอดฮิตที่ได้รับการสนับสนุนล่าสุด เพื่อให้ไม่ตกเทรน	

ตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินงาน (ต่อ)

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด	เป้าหมาย
ธันวาคม 2567	4	ทดลองโพสต์คอนเทนต์แรก 1 โพสต์ที่เป็นคำถามเกี่ยวกับร้านค้า 1 รูปต่อ 1 โพสต์ทั้งสองแพลตฟอร์มในวันเวลาเดียวกัน โดยลงในเวลา 21.10 น. ของทั้งสองแพลตฟอร์ม	
มกราคม 2568	1	ทำการค้นหาและจัดทำคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับสร้อยคอสายมูเตลู และหาแหล่งอ้างอิงที่สามารถนำมาเป็นตัวอย่างและสามารถนำมาใช้ได้จริง	ตั้งเวลาการลงโพสต์ให้สม่ำเสมอเพื่อรักษาการเคลื่อนไหวของธุรกิจ
	2	ทำการจัดการเวลาลง 19.30 น. ทั้งสองแพลตฟอร์ม โดยแบ่งเป็น 2 โพสต์ โพสต์ละ 7 รูป ในเวลาเดียวกันและวันเดียวกัน	
	3	จัดการปรับเปลี่ยนรูปแบบของทั้งสองแพลตฟอร์ม เพื่อให้สะดวกต่อผู้เข้าชม และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น	
	4	ค้นหาและศึกษาสถานที่ในการถ่ายรูปภาพและวิดีโอสินค้า ตัดต่อปรับแก้ไข ลงทั้งสองแพลตฟอร์ม	
กุมภาพันธ์ 2568	1	เพิ่มช่องทางการโปรโมต ไปยังช่องทางการสั่งซื้อ โดยการสร้างเว็บเพจของทางร้าน โดยในเว็บจะมีรูปสินค้า รายละเอียดสินค้า ราคา รวมถึงช่องทางการสั่งซื้อสินค้าอย่างครบถ้วน	สร้างเว็บไซต์สำหรับผู้ใช้งานในการติดตามสินค้าและเช็ควัดผล การเข้าถึงและยอดขาย / เดือน
	2	ตรวจสอบยอดจำนวนการติดตาม ยอดการดูคลิป ยอด การกดถูกใจของผู้ชมของทั้งสองแพลตฟอร์มมีจำนวนมาก ขึ้นหรือไม่	
	3	ทำการจัดทำหน้า Admin หลังบ้านในเว็บเพจของร้าน เพื่อป้องกันไม่ไห้บุคคลอื่นสามารถเข้ามาจัดการข้อมูลของทางร้านได้ มีการจัดทำเพิ่ม ลบ แก้ไข ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	

ตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินงาน (ต่อ)

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด	เป้าหมาย
กุมภาพันธ์ 2568	4	เนื่องจากเดือนพฤศจิกายนและธันวาคมทำให้ไม่มียอดขายและผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้น จึงได้ปรับเปลี่ยนแนวทางการลงคอนเทนต์ และผลักดันให้มีผู้เข้าชมได้มองเห็นมากขึ้น ในสัปดาห์ที่ 1 ของเดือนจึงได้ศึกษาและทำการเปลี่ยนแปลง โดยวางแผนการทำคอนเทนต์ที่มากขึ้น และจัดเวลาการลงคอนเทนต์ใหม่	
มีนาคม 2568	1	สัปดาห์ที่ 1 ได้ปรับเปลี่ยนและทำการลงโพสต์สินค้าให้มากขึ้น	ทดลอง ปรับการลง สินค้าและ บทความ เพื่อดูการ ปฏิสัมพันธ์ ในการ เข้าถึงบัญชี
	2	ตัวผู้จัดทำลงสินค้าเพิ่มเติมตามเทศกาล ในการโปรโมตให้สินค้าเกิดการมองเห็น และเพิ่มความน่าเชื่อถือมากขึ้น จัดทำคอนเทนต์และถ่ายรูปภาพสินค้าเพื่อจัดโปรโมชันต้อนรับปีใหม่ และทำการตัดต่อปรับแก้ไขให้สมบูรณ์เหมาะสม	
	3	พยายามจัดหาข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือจัดหาแคปชั่นเพิ่มเติม เพื่อนำมาใช้ในการประกอบการลงคลิปวิดีโอและรูปภาพ	
	4	พัฒนาเว็บไซต์ของร้านค้า โดยในเว็บไซต์จะมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า รูปภาพสินค้า ราคา รวมถึงช่องทางการสั่งซื้อสินค้าอย่างครบถ้วน และยังคงสินค้าต่อเนื่องในทุกสัปดาห์	
เมษายน 2568	1	ทำการนำรูปภาพและวิดีโอสินค้าและคอนเทนต์ที่ได้จัดทำไว้โพสต์ลงทั้งสองแพลตฟอร์ม วันจันทร์ 1 โพสต์ วันพุธ 1 โพสต์ และวันศุกร์ 1 โพสต์ ในเวลา 19.00 น. ลงในวันเวลาเดียวกัน	

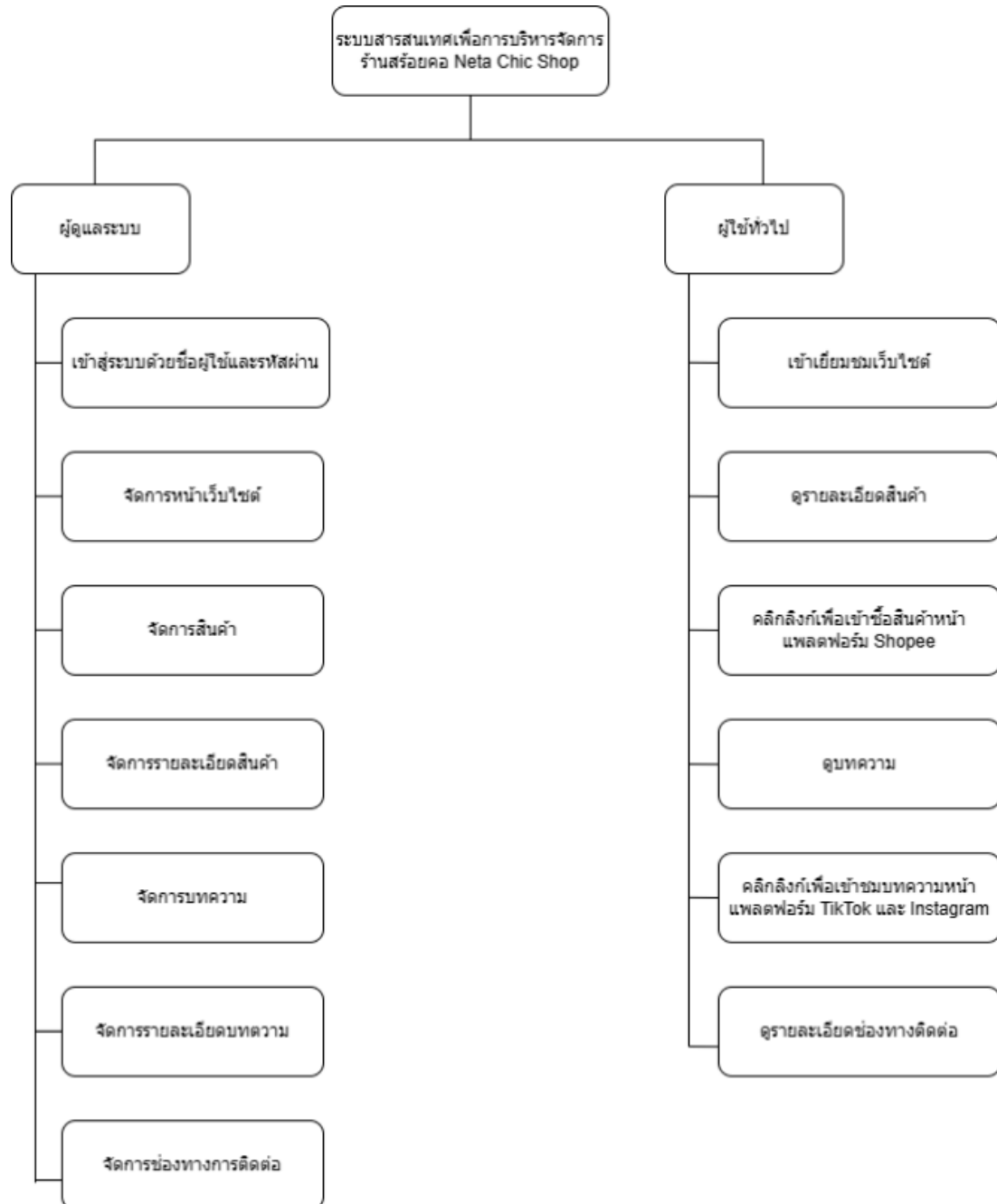
ตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินงาน (ต่อ)

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด	เป้าหมาย
เมษายน 2568	2	เพิ่มข้อมูลในเว็บไซต์ และเพิ่มช่องทางการเข้าชมในเว็บไซต์ ตรวจสอบยอดจำนวนผู้ติดตาม การมีส่วนร่วม การเข้าถึงและยอดขายว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้นหรือไม่ เพิ่มการลงโพสต์คอนเทนต์	จัดทำเว็บไซต์ให้
	3	จัดทำคลิปวิดีโอ รูปภาพและคอนเทนต์ต่อเนื่อง เพื่อลงบนทั้งสองแพลตฟอร์ม และทำการจัดโปรโมชันตรุษจีนและวันวาเลนไทน์ โดยจะลงคลิปในสัปดาห์ที่ 3 เพิ่ม 2 โพสต์ ผ่านทั้งสองแพลตฟอร์มในวันเวลาเดียวกัน	สำเร็จพร้อมใช้งาน และทำการลงคอนเทนต์เป็นประจำ
	4	ทำการโพสต์สินค้าเพิ่มในทั้งสองแพลตฟอร์มต่อเนื่อง ทำการเพิ่มยอดขายให้ได้มากที่สุด และปรับเปลี่ยนแนวทางการลงสินค้า	
พฤษภาคม 2568	1	จัดทำคลิปวิดีโออย่างต่อเนื่องลงบนทั้งสองแพลตฟอร์ม โดยสัปดาห์ที่ 1 จะลงคลิปวิดีโอสินค้า 2 โพสต์	ปรับเปลี่ยนการลงคอนเทนต์เพื่อเพิ่มยอดขายและการปฏิสัมพันธ์ในการเข้าถึง
	2	ทำการลงโพสต์ในแอปพลิเคชันทั้งสองแพลตฟอร์มอย่างต่อเนื่อง โดยสัปดาห์ที่ 2 จะลงโพสต์รูปภาพสินค้า 1 โพสต์ และคลิปวิดีโอสินค้า 1 โพสต์ ต่อมาจึงได้สังเกตยอดขายที่ลดลงจึงได้ปรับเปลี่ยนแนวทางการลงคลิปวิดีโอ	
	3	จากเดือนมีนาคมทำให้ยอดขายลดลงจึงได้ปรับเปลี่ยนแนวทางการลงคอนเทนต์ ในสัปดาห์ที่ 3 ของเดือน โดยจะลงคลิปวิดีโอ 2 คลิปวิดีโอเพิ่มความน่าเชื่อถือมากขึ้น	

ตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินงาน (ต่อ)

เดือน	สัปดาห์	รายละเอียด	เป้าหมาย
พฤษภาคม 2568	4	ทำการลงโพสต์ในแอปพลิเคชันทั้งสองแพลตฟอร์มอย่างต่อเนื่อง โดยสัปดาห์ที่ 4 จะลงคลิปวิดีโอสินค้า 2 โพสต์	
มิถุนายน 2568	1	สัปดาห์ที่ 1 จัดการลงโพสต์ที่แสดงว่าร้านค้ามีการลดราคาจริงและมีได้ส่วนลดจริง เพื่อยืนยันว่าร้านมีการจัดโปรโมชั่นจริง	เริ่มจัดโปรโมชั่นของร้านค้าให้เกิดการกระตุ้นต่อยอดขาย
	2	จัดทำคอนเทนต์และผลิตสื่อเพื่อทำการโฆษณาสินค้า	
	3	ค้นหาและศึกษาสถานที่ในการถ่ายรูปภาพและวิดีโอสินค้า ตัดต่อปรับแก้ไข ลงทั้งสองแพลตฟอร์ม	
	4	ลงโฆษณาโปรโมชั่นเพื่อต้อนรับฤดูกาลใหม่ที่เปลี่ยนไป	
กรกฎาคม 2568	1	เริ่มการตรวจเช็คประสิทธิภาพทั้งสองแพลตฟอร์มว่ามีจำนวนที่ตั้งเป้าหมายไว้หรือไม่ และทำการเร่งทำยอดให้ครบ	วัดผลประสิทธิภาพที่ผ่านมาว่าตรงกับเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่
	2	ประเมินผลหลังจากที่เผยแพร่คอนเทนต์อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งตรวจสอบยอดผู้ติดตาม การมีส่วนร่วม การเข้าถึงและยอดขาย ทั้งในสองแพลตฟอร์ม ซึ่งทำการดำเนินการเปรียบเทียบ จึงเห็นได้ชัดว่าแพลตฟอร์มไหนมีประสิทธิภาพมากกว่า ลูกค้าผู้เข้าชมช่องทางไหนให้ความสนใจมากกว่ากัน	
	3	จัดทำสรุปผลยอดทั้งหมดในรายงานและนำมาเปรียบเทียบกัน	
	4	จัดทำรูปเล่มและรายงานทั้งหมด	

### 3.3 แผนผังโครงสร้างระบบ



ภาพที่ 3.1 โครงสร้างระบบ

### 3.3.1 โครงสร้างองค์กร

ร้านสร้อยคอ Neta Chic เป็นกิจการขายเครื่องประดับ ซึ่งสามารถแบ่งหน้าที่การทำงาน ได้แก่ เจ้าของกิจการ และหุ้นส่วนทางการค้า ดังภาพที่ 3.2 ดังนี้



ภาพที่ 3.2 ภาพแสดงโครงสร้างของร้าน Neta Chic

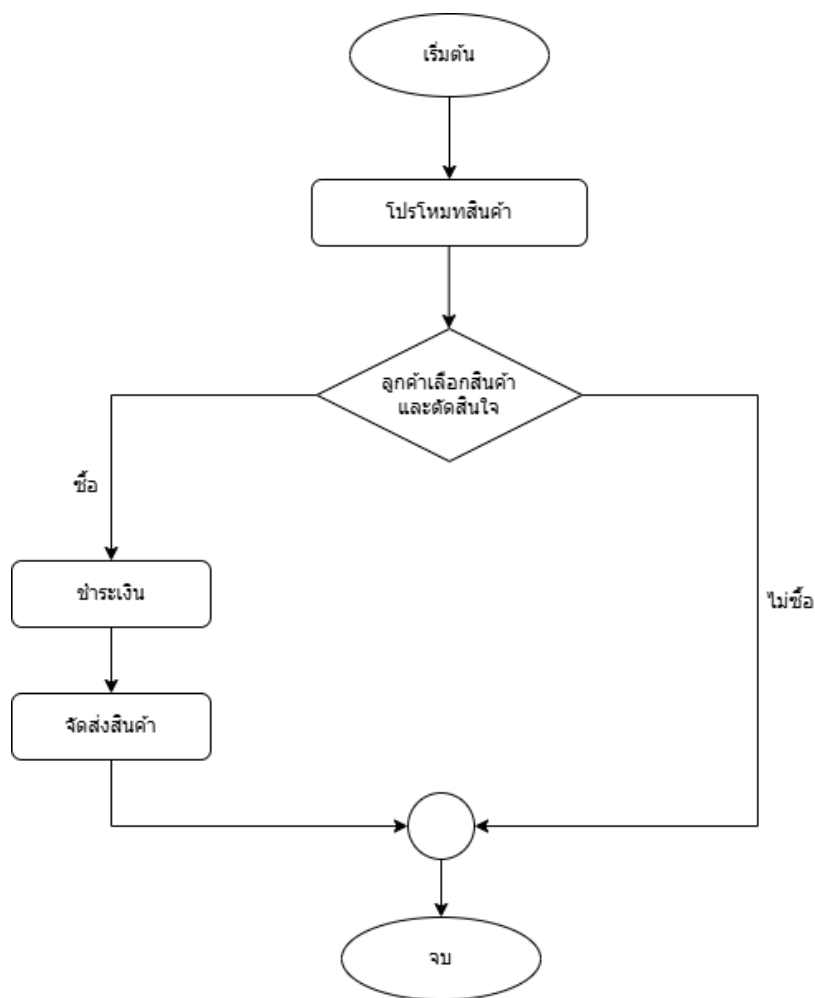
จากภาพที่ 3.2 สามารถอธิบายรายละเอียดในส่วนของโครงสร้างการบริหารงานของร้านค้าสร้อยคอ "Neta Chic" ซึ่งประกอบด้วยตำแหน่งหน้าที่สำคัญในการดำเนินงาน ดังนี้

1. เจ้าของกิจการ: มีหน้าที่วางแผนการตลาด จัดการค้าสั่งซื้อ วางแผนทางการเงิน และควบคุมการดำเนินงานอื่น ๆ เพื่อให้การดำเนินงานของร้านค้าเป็นไปอย่างมีระเบียบและมีประสิทธิภาพ
2. หุ้นส่วน: มีหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ และจัดหาสินค้าภายในร้านค้า

### 3.3.2 การออกแบบระบบงานเดิม

#### 3.3.2.1 ระบบงานเดิม

ระบบการบริหารและการจัดการมีกระบวนการทำงานที่ขาดความเคลื่อนไหวในการส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสม โดยร้านค้ายังไม่มีส่งเสริมการตลาดที่เพียงพอและไม่สามารถครอบคลุมฐานลูกค้าได้ทุกด้าน ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าบางส่วนไม่สามารถเข้าถึงสินค้าของร้านค้าได้ซึ่งขั้นตอนดังกล่าวสามารถสรุปเป็นแผนภาพตามภาพที่ 3.3 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.3 โครงสร้างระบบงานเดิม

### 3.3.2.2 ปัญหาที่พบในระบบงานเดิม

1. ขาดการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง: ระยะเวลาในการส่งเสริมการตลาดสินค้าไม่สม่ำเสมอ โดยมีการดำเนินงานเพียงนาน ๆ ครั้งเท่านั้น
2. การจำหน่ายสินค้าผ่านช้อปปี้ (Shopee) เพียงช่องทางเดียว: อาจจำกัดการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย เนื่องจากไม่มีการส่งเสริมการตลาดในช่องทางอื่น ซึ่งส่งผลให้สูญเสียโอกาสในการขยายฐานลูกค้า

### 3.3.3 การออกแบบระบบงานใหม่

แนวทางในการปรับปรุงกระบวนการระบบงานเดิมให้ดียิ่งขึ้น โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบของหน้าเว็บ (Website) เพื่อเป็นแหล่งให้ข้อมูลและรายละเอียดของสินค้า พร้อมทั้งใช้เป็นช่องทางหลักในการนำผู้ใช้งานไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ใช้ในการจำหน่ายสินค้า ได้แก่ ทิกท็อก อินสตาแกรม และช้อปปี้ รวมถึงการปรับเปลี่ยนการออกแบบ คุณสมบัติการทำงาน เนื้อหา และการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในรูปแบบของหน้าเว็บ เพื่อพัฒนาระบบงานให้มีประสิทธิภาพ ใช้งานง่าย ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน และบรรลุเป้าหมายของ **ตราสินค้า** ตามรายละเอียดในหัวข้อ 3.4 ดังนี้

## 3.4 แผนภาพบริบท (Context Diagram)

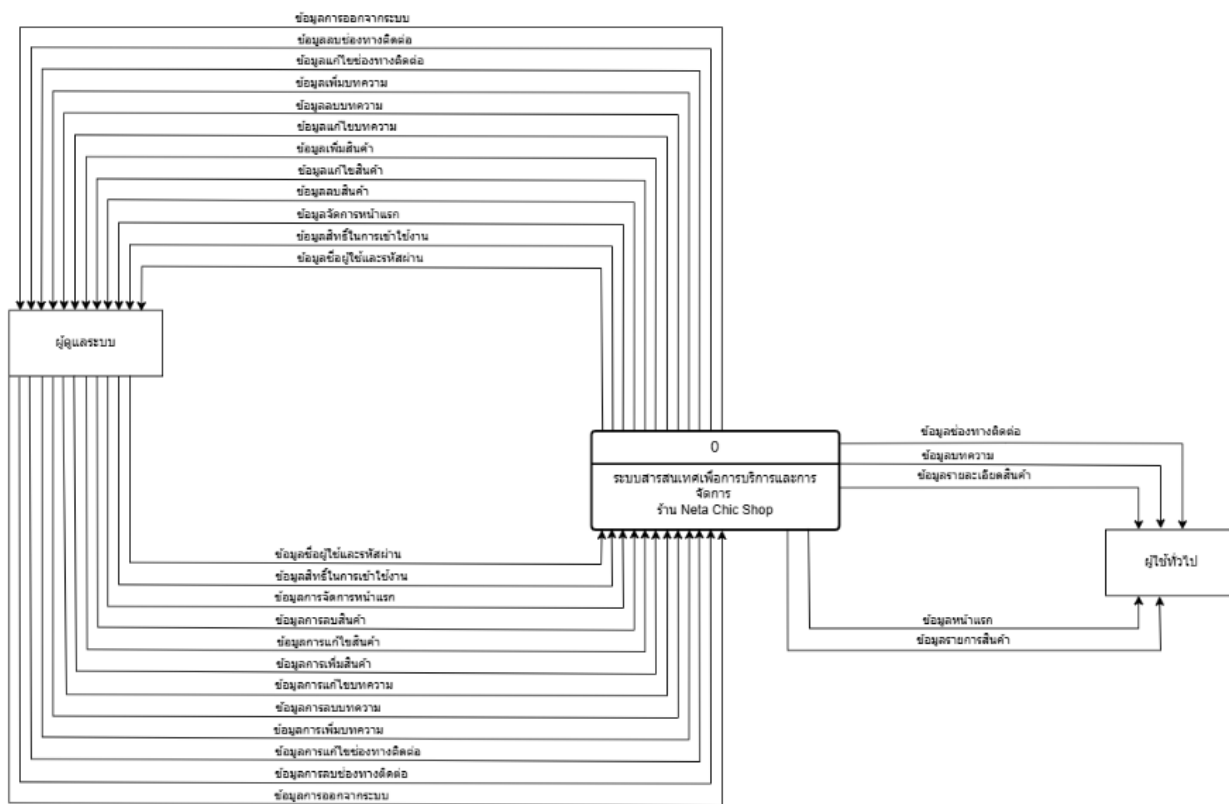
### 3.4.1 ผู้ใช้ในระบบ

- 1) ผู้ดูแลระบบ
- 2) ผู้ใช้งานทั่วไป

### 3.4.2 ความต้องการในระบบ สามารถวิเคราะห์ได้ดังตารางที่ 3.2 นี้

ตารางที่ 3.2 ประเภทผู้ใช้งานระบบและบทบาทในระบบงาน

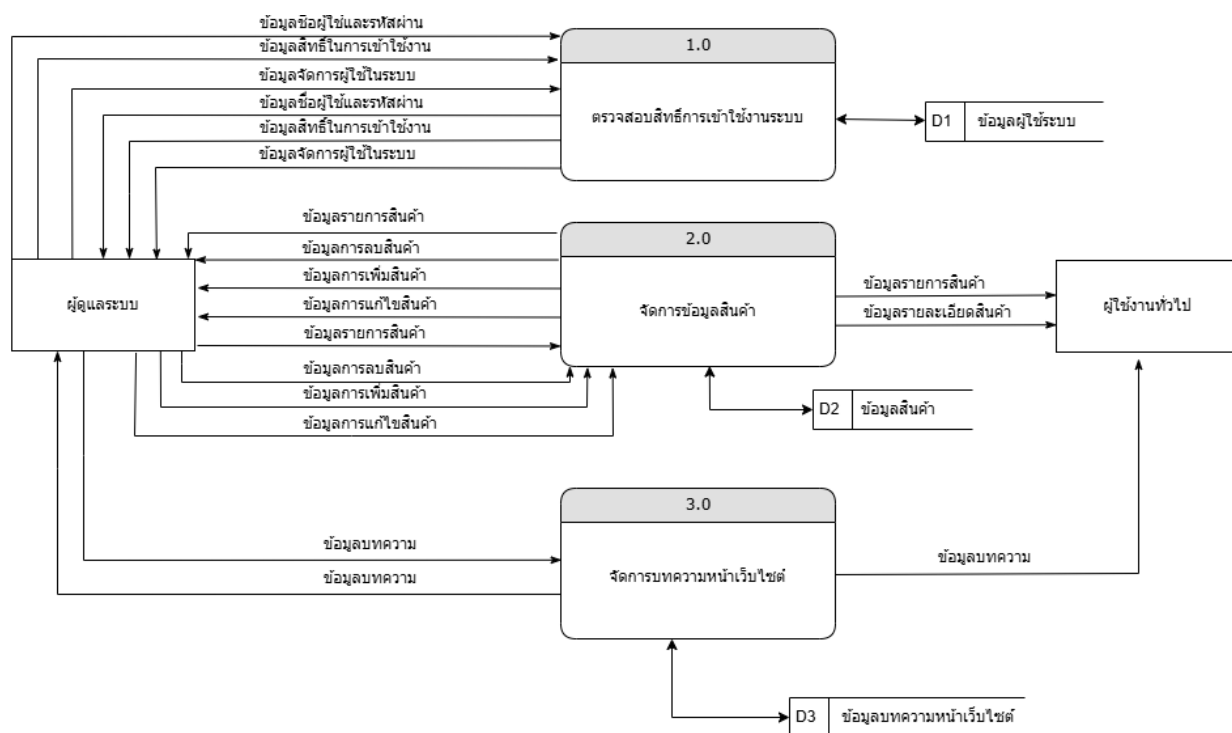
ผู้ใช้งานระบบ	บทบาท
ผู้ดูแลระบบ	ผู้ดูแลระบบสามารถเข้าสู่ระบบเพื่อดำเนินการแก้ไข เพิ่ม และลบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า รายละเอียดของสินค้า รวมถึงข้อมูลข่าวสารบนหน้าเว็บได้
ผู้ใช้งานทั่วไป	ลูกค้าสามารถเข้าชมรายการสินค้า รายละเอียดของสินค้า และข้อมูลข่าวสารบนหน้าเว็บได้ ทั้งยังสามารถเลือกเชื่อมโยงไปยังแพลตฟอร์มช้อปปี้เพื่อสั่งซื้อสินค้า รวมถึงเข้าชมหน้าบัญชีผู้ใช้งานของตราสินค้าผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้ทันที



ภาพที่ 3.4 แผนภาพบริบท (Context Diagram)

### 3.5 แผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram)

แผนภาพกระแสข้อมูล เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์และออกแบบระบบ โดยแสดงการไหลของข้อมูล ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการ แหล่งที่มา และปลายทางของข้อมูล แผนภาพกระแสข้อมูลช่วยให้เข้าใจภาพรวมของระบบ ตลอดจนระบุปัญหาและข้อจำกัดต่าง ๆ เพื่อออกแบบระบบงานใหม่ที่มีประสิทธิภาพของร้านค้า "Neta Chic Shop" บนหน้าเว็บไซต์ ตามรายละเอียดในภาพที่ 3.5 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.5 แผนภาพกระแสข้อมูลระดับที่ 0

จากภาพที่ 3.5 แสดงแผนภาพกระแสข้อมูลระดับที่ 0 ของร้านสร้อยคอ "Neta Chic" ประกอบด้วย 4 กระบวนการหลัก ได้แก่ การตรวจสอบสิทธิ์การใช้งานระบบ การจัดการสินค้า การจัดการบทความ และการจัดการบนหน้าเว็บ

**ตารางที่ 3.3** แสดงคำอธิบายกระบวนการจัดการสินค้า

Process Description	
System	ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการร้านขายสร้อยคอ Neta Chic
DFD Number	1.0
Process Name	ตรวจสอบสิทธิ์การใช้งาน
Input Data Flow	ชื่อข้อมูลผู้ใช้และรหัสผ่าน, ข้อมูลสิทธิ์ในการใช้งาน, ข้อมูลการจัดการผู้ใช้ระบบ
Output Data Flow	ชื่อข้อมูลผู้ใช้และรหัสผ่าน, ข้อมูลสิทธิ์ในการใช้งาน, ข้อมูลการจัดการผู้ใช้ระบบ
Data Store Used	ข้อมูลผู้ใช้งานระบบ
Description	เป็นกระบวนการตรวจสอบการเข้าระบบของผู้ใช้ที่จะเข้ามาใช้งานในการจัดการกับข้อมูล หรือประมวลผลข้อมูลต่างๆ

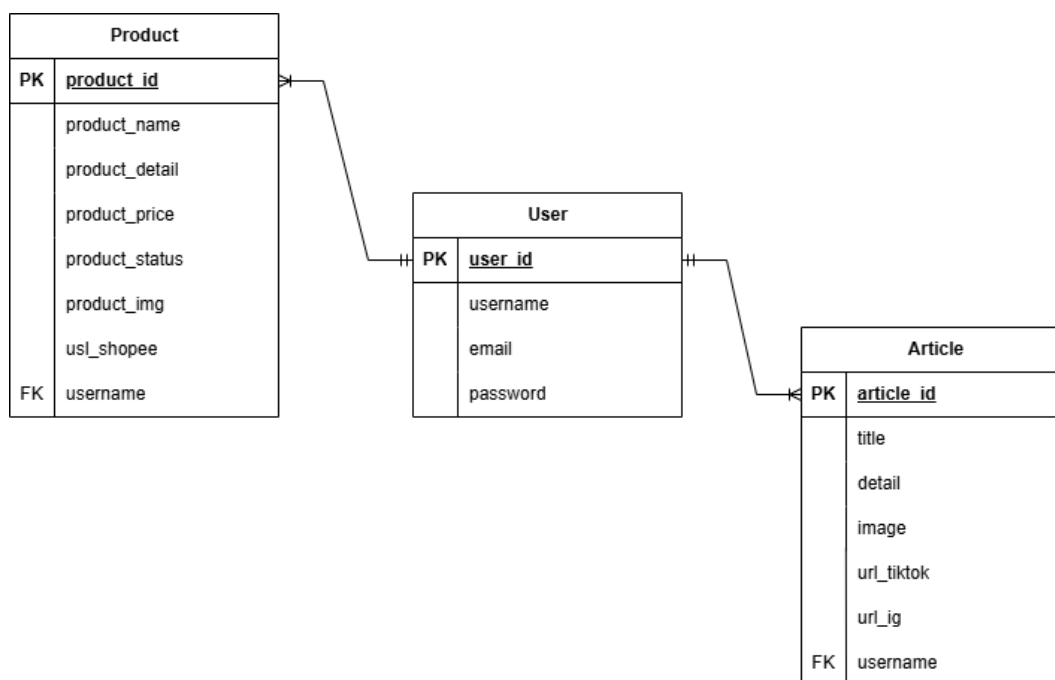
**ตารางที่ 3.4** แสดงคำอธิบายกระบวนการจัดการสินค้า

Process Description	
System	ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการร้านขายสร้อยคอ Neta Chic
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

ตารางที่ 3.5 แสดงการจัดการข้อมูลที่มาจากแพลตฟอร์ม TikTok และ Instagram

Process Description	
System	ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการร้านขายสร้อยคอ Neta Chic
DFD Number	3.0
Process Name	จัดการบทความหน้าเว็บไซต์
Input Data Flow	ข้อมูลบทความ
Output Data Flow	ข้อมูลบทความ
Data Store Used	ข้อมูลข่าวสารหน้าเว็บไซต์
Description	เป็นกระบวนการจัดการข้อมูลบทความหน้าเว็บไซต์

### 3.6 ความสัมพันธ์ของฐานข้อมูล (ER Diagram)



ภาพที่ 3.6 ตารางความสัมพันธ์ของฐานข้อมูล (ER-Diagram)

### 3.7 พจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary)

จากการออกแบบระบบงานใหม่ซึ่งมีการจัดการระบบฐานข้อมูล จึงสามารถออกแบบฐานข้อมูล ให้กับระบบที่ประกอบไปด้วยตารางต่าง ๆ ดังตารางที่ 3.7

ตารางที่ 3.7 ตารางสรุปชื่อตารางทั้งหมดของระบบฐานข้อมูล

ลำดับ	ชื่อตาราง	ประเภท	รายละเอียด
1	User	Master	เก็บข้อมูลผู้ใช้ระบบ
2	Product	Master	เก็บข้อมูลสินค้า
3	Article	Transaction	เก็บข้อมูลบทความ

คำอธิบาย ประเภทของตาราง ได้แก่ Master หมายถึง ตารางข้อมูลหลัก

Transaction หมายถึง ตารางที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูล

จากตารางที่ 3.7 ประกอบไปด้วยตารางข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.8 ตารางแสดงรายละเอียดของตาราง User

ชื่อตาราง : User		ประเภทตาราง : Master	
คำอธิบาย : เก็บข้อมูลผู้ดูแลระบบ			
คีย์หลัก (Primary Key) : user_id		คีย์นอก (Foreign Key) : product_id, article_id	
เขตข้อมูล	ความหมาย	ชนิดและขนาด	ตัวอย่าง
user_id	ไอดีผู้ใช้	Integer (10)	01
user_name	ชื่อผู้ใช้	varchar (30)	Admin
user_passwd	รหัสผู้ใช้	varchar (30)	AA01min
User_email	อีเมลผู้ใช้	varchar (20)	admin

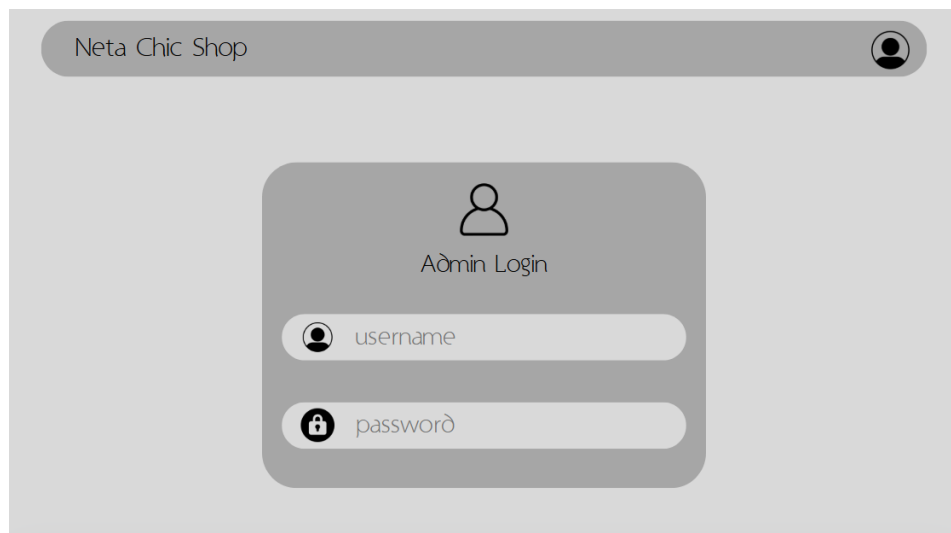
ตารางที่ 3.9 ตารางแสดงรายละเอียดของตาราง Product

ชื่อตาราง : product		ประเภทตาราง : Master	
คำอธิบาย : เก็บข้อมูลสินค้า			
คีย์หลัก (Primary Key) : product_id		คีย์นอก (Foreign Key) : user_id	
เขตข้อมูล	ความหมาย	ชนิดและขนาด	ตัวอย่าง
product_ID	รหัสสินค้า	Integer (10)	001
product_Name	ชื่อสินค้า	varchar (50)	สร้อยคอโชคเกอร์ ประดับเพทายไข่มุกสีขาว
product_detail	รายละเอียดสินค้า	varchar (30)	สร้อยคอโชคเกอร์ประดับมุก สามารถปรับระดับสายได้
product_price	ราคาสินค้า	decimal (7,2)	59.00
Product_Img	รูปภาพสินค้า	varchar (100)	WhitePael.jpg
product_status	สถานะของสินค้า	varchar(10)	มีสินค้า 1 ชิ้น
url_shopee	ลิงค์สินค้า Shopee	varchar(299)	https://shopee.co.th/nat_kodchakorn/28622492663

ตารางที่ 3.10 ตารางแสดงรายละเอียดของตาราง Article

ชื่อตาราง : article		ประเภทตาราง : transaction	
คำอธิบาย : เก็บข้อมูลบทความ			
คีย์หลัก (Primary Key) : article_id		คีย์นอก (Foreign Key) : user_id	
เขตข้อมูล	ความหมาย	ชนิดและขนาด	ตัวอย่าง
article_id	รหัสบทความ	Int (10)	1
title	ชื่อบทความ	varchar (100)	วิธีเลือกเครื่องประดับสวยๆ ให้เข้ากับตัวเอง
detail	รายละเอียดบทความ	text	สวยๆ ใหม่ๆ ไม่ต้องใส่เส้นใหญ่ก็ปังได้! มาดูเคล็ดลับการเลือกสร้อยคอเสริมดวงที่เข้ากับสไตล์คุณ
image	รูปภาพบทความ	varchar (100)	Mutalu.jpg
url_tiktok	ลิงก์ TikTok	varchar (299)	<a href="https://www.tiktok.com/@neta.chic_shop/photo/7434888528288320786">https://www.tiktok.com/@neta.chic_shop/photo/7434888528288320786</a>
url_ig	ลิงก์ Instagram	varchar (299)	<a href="https://www.instagram.com/p/DCHFR_RvIKf">https://www.instagram.com/p/DCHFR_RvIKf</a>

### 3.8 การออกแบบภาพหน้าจอ



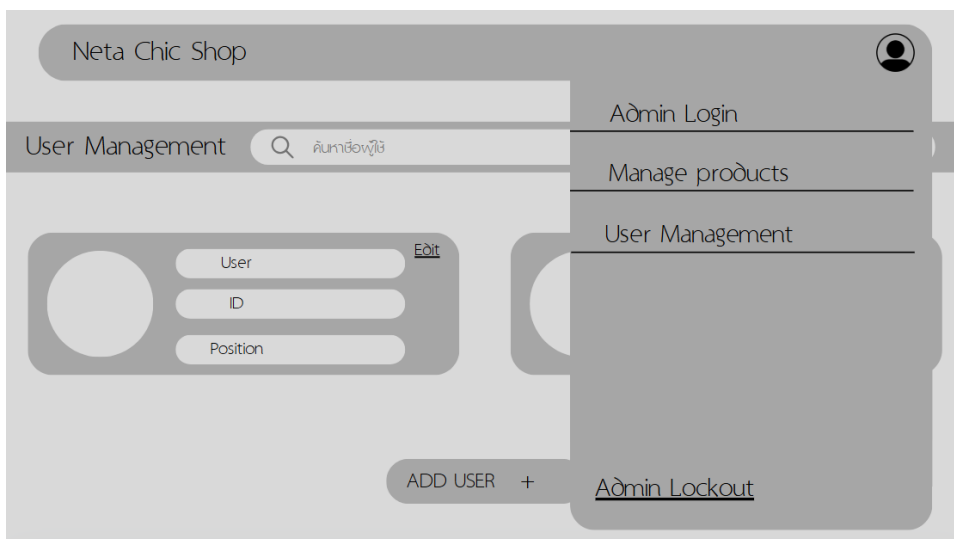
ภาพที่ 3.7 แสดงหน้าเข้าสู่ระบบสำหรับผู้ใช้ระบบ



ภาพที่ 3.8 ระบบหลังบ้านที่ใช้จัดการข้อมูลสินค้า



ภาพที่ 3.9 แสดงหน้าระบบจัดการผู้ใช้



ภาพที่ 3.10 แถบแสดงเมนูระบบจัดการผู้ใช้



ภาพที่ 3.11 แสดงหน้าแรกของเว็บไซต์



ภาพที่ 3.12 หน้าแสดงรายการสินค้าใหม่



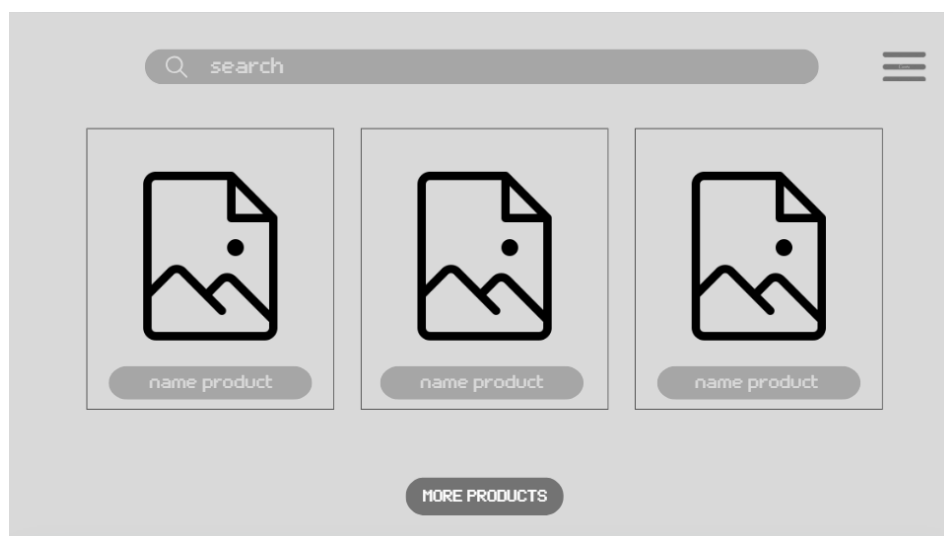
ภาพที่ 3.13 หน้าแสดงรายละเอียดของสินค้า



ภาพที่ 3.14 หน้าแสดงช่องทางติดต่อ



ภาพที่ 3.15 หน้าแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับร้านค้า



ภาพที่ 3.16 หน้าแสดงสินค้าทั้งหมด



ภาพที่ 3.17 แถบแสดงเมนูบนเว็บไซต์