



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การพัฒนาระบบตรวจสอบสินค้าร้านขายสินค้าออนไลน์

กรณีศึกษา ร้าน วิชา SHOP

Development of a Product Inspection System for Online Stores

Case Study of Warisa Shop

โดย

นางสาววิชา ต่อมแก้ว 6004400021

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 116-495 สหกิจศึกษา

ภาควิชาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและการบริการ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2566



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การพัฒนาระบบตรวจสอบสินค้าร้านขายสินค้าออนไลน์

กรณีศึกษา ร้าน วิชา SHOP

Development of a Product Inspection System for Online Stores

Case Study of Warisa Shop

โดย

นางสาววิชา ต่อมแก้ว 6004400021

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 116-495 สหกิจศึกษา

ภาควิชาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและการบริการ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2566

หัวข้อโครงการ : การพัฒนาระบบตรวจสอบสินค้าร้านขายสินค้าออนไลน์
กรณีศึกษา ร้าน วริศา SHOP
Development of a Product Inspection System for Online Stores
Case Study of Warisa Shop

รายชื่อผู้จัดทำ : นางสาววริศา ต่อมแก้ว

หลักสูตร : อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

อาจารย์นิเทศ : อาจารย์ยุวริน ศรีปาน

อนุมัติโครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการ
กับการทำงาน ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2566

คณะกรรมการสอบโครงการ

ยุวริน ๑๙.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์ยุวริน ศรีปาน)

กัญญา ลิ้มปะวัฒน์.....พนักงานที่ปรึกษา
(นางสาวกัญญา ลิ้มปะวัฒน์)

ปัญจมา เปมะโยธิน.....กรรมการกลาง
(อาจารย์ปัญจมา เปมะโยธิน)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มารุจ ลิ้มปะวัฒน์)

จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่ 9 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2567

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาศึกษา ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
อาจารย์ยุวริน ศรีปาน

ตามที่ นางสาววิศา ต่อมแก้ว นักศึกษา ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ระหว่างวันที่ 15 มกราคม 2567 – วันที่ 3 พฤษภาคม 2567 ในระบบการขายของออนไลน์ที่ ร้าน วิศา SHOP และได้รับมอบหมายจากอาจารย์ที่ปรึกษา ให้ทำรายงานเรื่อง การพัฒนาระบบตรวจสอบสินค้าร้านขายสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษา ร้านวิศา SHOP

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดแล้ว ทางผู้จัดทำจึงขอส่งรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้ จำนวน 1 เล่ม เพื่อขอรับคำปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

นางสาววิศา ต่อมแก้ว

นักศึกษาสหกิจศึกษา

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติสหกิจศึกษา ในระบบร้านขายของออนไลน์ ร้านวิชา SHOP ตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม 2567 ถึง 3 พฤษภาคม 2567 ได้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ ด้วยดี ส่งผลให้ ผู้จัดทำได้รับความรู้ ประสบการณ์การทำงานต่าง ๆ ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ร้าน วิชา SHOP ที่ให้โอกาส ผู้จัดทำเข้ามาปฏิบัติสหกิจศึกษา กรุณาเสียสละเวลาอบรม สอนงาน และช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาในการปฏิบัติสหกิจศึกษาในครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ จากการสนับสนุนหลายฝ่าย ดังนี้

1. คุณกัลลวริยา ศิริบรรกุลจิรา พนักงานที่ปรึกษา
2. อาจารย์ยุวริน ศรีปาน อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำรายงานสหกิจศึกษานับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อร้านขายของออนไลน์ หลายๆ แห่ง และผู้สนใจปฏิบัติสหกิจศึกษาของร้านค้าเหล่านี้ เพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้นในการทำ ความเข้าใจและพัฒนาโครงการต่อไป รวมทั้งในการค้นคว้าของผู้สนใจทั่วไปด้วย หาก รายงานฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำก็ขออภัยมา ณ ที่นี้

นางสาววริศา ต่อมแก้ว

ผู้จัดทำ

วันที่ 8 เดือน มิถุนายน พ.ศ.2567

หัวข้อโครงการ : การพัฒนาระบบตรวจสอบสินค้าร้านขายสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษา
ร้าน วิชา SHOP

หน่วยกิต : 5

ผู้จัดทำ : นางสาววิชา ต่อมแก้ว

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ยุวริน ศรีปาน

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

หลักสูตร : อุตสาหกรรมกาท่องเที่ยวและการบริการ

คณะ : ศิลปศาสตร์

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 2/2566

บทคัดย่อ

การศึกษาโครงการด้านการพัฒนาระบบร้านขายของออนไลน์ ประเภทร้านขายเสื้อผ้า มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ระบบขายสินค้าออนไลน์ของเราให้แก่ผู้ที่สนใจศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ให้ดียิ่งขึ้น ให้ผู้ที่เข้ามาศึกษาได้รู้จักระบบร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ใลฟ์สด ในแนวความคิดสิ่งใหม่ ๆ โดยมีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและตกแต่งเว็บไซต์ให้สวยงามน่าใช้ และมีความทันสมัยต่อยุคปัจจุบัน

ผลที่ได้จากการทำโครงการครั้งนี้ คือ ได้นำความรู้ที่ได้ศึกษาที่ผ่านมา จัดทำเป็นโครงการนี้ขึ้นมา เป็นสิ่งที่สามารถวัดระดับความรู้ความสามารถของผู้จัดทำได้ด้วย และนำมาประยุกต์ใช้ได้จริงในด้านการซื้อขายของออนไลน์ ด้านบุคคลนั้นทำให้ผู้จัดทำมีความรับผิดชอบต่องานมากยิ่งขึ้นในการทำโครงการชิ้นนี้ และยังสามารถใช้ระบบการขายสินค้าออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ โดยมีการจัดตกแต่งหน้าเว็บไซต์ดูน่าสนใจ และสามารถสั่งซื้อสินค้าโดยมีระบบล็อกอินเพื่อดูแลระบบหน้าร้านและหลังร้าน

การจัดทำโครงการครั้งนี้ ผู้จัดทำตั้งใจและศึกษาทำการค้นคว้าการจัดทำระบบซื้อขายสินค้าออนไลน์ ประเภทร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นได้ในเว็บไซต์ได้ สามารถอำนวยความสะดวกต่อผู้ที่ต้องการสั่งซื้อสินค้าได้

คำสำคัญ: ร้านค้าออนไลน์/ การพัฒนาระบบ/ ร้านขายเสื้อผ้า

Project Title : Development of a Product Inspection System for Online Stores
 Case Study of Warisa Shop
Credits : 5
By : Miss Warisa Tomkeaw
Advisor : Mrs. Yuvarin Sripan
Degree : Bachelor of Arts
Major : Tourism
Faculty : Liberal Arts
Semester/Academic Year : 2/2023

Abstract

The project study on the development of an online store system, clothing store type, aims to develop our online sales system website for those interested in studying and gaining knowledge about online clothing stores to be better. It allows those who come to study to get to know the online clothing store system, live streaming, with new ideas and creativity in designing and decorating the website to be beautiful, usable, and modern for the current era.

The result of this project is that the knowledge gained from previous studies has been used to create this project. It is something that can measure the level of knowledge and ability of the creator and can be applied in real life in online trading. In terms of personnel, it makes the creator more responsible for their work in creating this project and can also use an efficient online product sales system by designing the website to look interesting and being able to order products with a login system to take care of the storefront and back-end systems.

In making this project, the creator intends to study and research the creation of an online shopping system for fashion clothing stores on the website, which can facilitate those who want to order products.

Keywords: Online Store , system development , clothing store

Y. Sripan

Co-op Advisor

สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3

บทที่ 2 รายละเอียดการปฏิบัติงาน

2.1 แนะนำประเภทของธุรกิจ	4
2.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด	7
2.3 โปรแกรมที่ใช้ในการพัฒนาระบบ V Rich App	8
2.4 การติดตั้งโปรแกรม V Rich App	13
2.5 ระบบหน้าร้าน	20
2.6 การออกแบบกระบวนการทำงานของระบบ	22
2.7 การออกแบบกระบวนการจัดเก็บข้อมูล	30

บทที่ 3 การทบทวนเอกสาร/แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมหภาค (PEST Analysis)	35
3.2 ความประเมินความน่าสนใจของอุตสาหกรรม (การวิเคราะห์อุตสาหกรรมด้วย Five Forces Analysis)	37
3.3 การวิเคราะห์สภาพตลาดและคู่แข่งทางธุรกิจ	39
3.4 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น	42
3.5 สรุปประเด็นสำคัญจากการวิเคราะห์อุตสาหกรรม	45

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน

4.1 ผลการพัฒนาระบบร้านขายสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน วิชาซ้อป	46
4.2 ผลการวิเคราะห์คุณภาพระบบร้านขายสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน วิชาซ้อป	53

บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลในการทำโครงการ	55
5.2 ปัญหาในการทำโครงการ	56
5.3 ข้อเสนอแนะในการทำโครงการครั้งต่อไป	56

บรรณานุกรม	57
------------------	----

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ภาพการปฏิบัติงาน	58
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	61
ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา	63
ประวัติผู้จัดทำ	65

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 : ข้อมูลรายละเอียดสมาชิก (member).....	31
ตารางที่ 2.2 : ข้อมูลผู้ดูแลระบบ (user admin)	32
ตารางที่ 2.3 : ข้อมูลรายละเอียดสินค้า (products).....	32
ตารางที่ 2.4 : ข้อมูลประเภทสินค้า(products type)	33
ตารางที่ 2.5 : ข้อมูลรายการงานการสั่งซื้อ (tb_order).....	33
ตารางที่ 2.6 : ข้อมูลการชำระเงิน (confirm payment)	34
ตารางที่ 3.1 : สรุปการวิเคราะห์อุตสาหกรรม ด้วย Five Forces Analysis.....	38



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 : สถานที่ตั้ง.....	4
ภาพที่ 2.2 : วิสัยทัศน์.....	5
ภาพที่ 2.3 : V Rich App.....	8
ภาพที่ 2.4 : ระบบจะดูออเดอร์และสรุปออเดอร์ให้กับแม่ค้าอัตโนมัติ.....	9
ภาพที่ 2.5 : เก็บออเดอร์ และทำการสรุปยอดให้กับลูกค้าทันที	9
ภาพที่ 2.6 : ตัดสต็อกทันที เมื่อออเดอร์มีการชำระเงิน.....	10
ภาพที่ 2.7 : ช่วยแบล็กलिस्टลูกค้าที่ไม่ชำระเงิน.....	10
ภาพที่ 2.8 : ช่วยเช็คสลิปโอนเงิน จากลูกค้าได้แม่นยำ	11
ภาพที่ 2.9 : ลูกค้าชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้	11
ภาพที่ 2.10 : ระบบชำระเงิน.....	12
ภาพที่ 2.11 : การติดตั้งโปรแกรม V Rich App.....	13
ภาพที่ 2.12 : Login V Rich App.....	13
ภาพที่ 2.13 : หน้าเว็บหลัก V Rich App	14
ภาพที่ 2.14 : หน้าเว็บหลัก V Rich App	14
ภาพที่ 2.15 : หน้ารายการสินค้า V Rich App	15
ภาพที่ 2.16 : หน้าเช็คออเดอร์สินค้า V Rich App	15
ภาพที่ 2.17 : การโอนเงิน การเช็คสลิป V Rich App	16
ภาพที่ 2.18 : เช็คยอดขาย V Rich App.....	16
ภาพที่ 2.19 : เพิ่ม / ลดสินค้า V Rich App.....	17
ภาพที่ 2.20 : การค้นหารายการคำสั่งซื้อ V Rich App.....	18
ภาพที่ 2.21 : หน้าเพิ่มสต็อกสินค้า V Rich App.....	18
ภาพที่ 2.22 : หน้าค้นหาลูกค้า V Rich App	19
ภาพที่ 2.23 : การไลฟ์สด.....	20
ภาพที่ 2.24 : สต็อกหน้าไลฟ์สด.....	20
ภาพที่ 2.25 : แอดมินและการรับออเดอร์หน้าไลฟ์สด.....	21
ภาพที่ 2.26 : แผนภาพบริบท (Context Diagram).....	22
ภาพที่ 2.27 : แผนภาพกระแสนข้อมูล	23
ภาพที่ 2.28 : แผนภาพกระแสนข้อมูล	25

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 2.29 :แผนภาพกระแสข้อมูล	26
ภาพที่ 2.30 :แผนภาพกระแสข้อมูล	27
ภาพที่ 2.31 :แผนภาพกระแสข้อมูล	28
ภาพที่ 2.32 :แผนภาพกระแสข้อมูล	29
ภาพที่ 2.33 :การออกแบบ ER Diagram.....	30
ภาพที่ 3.1 :จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย	39
ภาพที่ 3.2 :จำนวนผู้ใช้ Social Media ในประเทศไทย.....	40
ภาพที่ 3.3 : Apisaraofficial.....	42
ภาพที่ 3.4 : Meanblvd.....	43
ภาพที่ 3.5 : SHEIN	44
ภาพที่ 4.1 : หน้าสมัครสมาชิก.....	46
ภาพที่ 4.2 : หน้าแสดงสินค้า	47
ภาพที่ 4.3 : แจ้งยอดการชำระเงิน	48
ภาพที่ 4.4 : รายละเอียดแจ้งชำระเงิน	49
ภาพที่ 4.5 : จัดการสมาชิก	50
ภาพที่ 4.6 : จัดการสินค้า	51
ภาพที่ 4.7 : จัดการการสั่งซื้อ	52

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันการซื้อขายสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตนับว่าเป็นธุรกรรมทางการเงินที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายเป็นอย่างมาก ระบบสารสนเทศจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนจำนวนมากในตอนนี้นี้ระบบสารสนเทศได้ขยายวงกว้างมากขึ้นทุกวัน ประกอบกับการซื้อ-ขายสินค้า ออนไลน์กลายเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้เป็นจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว ใช้ต้นทุนในการลงทุนต่ำจึงเหมาะสำหรับธุรกิจขนาดเล็กหรือที่เรียกว่า “SME” ที่เป็นธุรกิจใช้เงินใน การลงทุนน้อยกว่าธุรกิจแบบอื่นสามารถประกอบกิจการง่าย เต็มโตได้อย่างรวดเร็ว และยังเป็นที่ยอมรับ ในนักธุรกิจยุคใหม่ที่ยังไม่ค่อยมีประสบการณ์การทำธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งธุรกิจ “SME” นี้ยังสอดคล้อง กับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา

ระบบร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ได้ดำเนินการเปิดให้บริการขายเสื้อผ้าเป็นประจำทุกวันซึ่งมีระบบขายสินค้าออนไลน์รวมถึงระบบการสื่อสารต่าง ๆ ที่มีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับ เทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทกับการขายเสื้อผ้า ดังนั้นจึงมีการปรับปรุงรูปแบบการ จัดเก็บข้อมูลการให้บริการโดยนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และฐานข้อมูลเข้ามาช่วยเหลือในการให้บริการตั้งแต่การเก็บข้อมูลสินค้า ประวัติลูกค้า ข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าการเก็บรายละเอียดของ กิจการจะใช้ระบบฐานข้อมูลซึ่งสามารถเก็บข้อมูลได้มากขึ้นกว่าการใช้จดบันทึกด้วยกระดาษหรือสมุด บัญชีรักษาความปลอดภัยด้วยระบบการเข้าสู่ระบบด้วยชื่อและรหัสผ่าน สำหรับเจ้าของร้านและสมาชิกมีระบบการให้บริการขายแบบออนไลน์ 24 ชั่วโมงที่สมาชิก และลูกค้าทั่วไปสามารถเข้ามาดู สินค้าได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องรอร้านเปิดให้บริการ ซึ่งสามารถรองรับกลุ่มลูกค้าได้มากกว่าเดิม โดยเฉพาะลูกค้าที่ไม่มีเวลาในการเลือกซื้อสินค้าให้สามารถเข้าถึงการบริการได้

ดังนั้นการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ระบบฐานข้อมูล และระบบขายสินค้าออนไลน์มาใช้เพื่อการเก็บบันทึกข้อมูลลูกค้า รายละเอียดสินค้า รายละเอียดการสั่งซื้อของการให้บริการขายเสื้อผ้า ระบบร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์นั้นมีจุดมุ่งหมายสำคัญคือ การนำระบบขายสินค้าแบบออนไลน์มาเป็น อีกหนึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอีกทางเลือกกับผู้ประกอบการให้ช่วยผู้ประกอบการเพิ่มคุณภาพ ให้บริการขายเสื้อผ้าสามารถทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็ว แม่นยำประหยัดเวลาการซื้อสินค้าเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการทำให้เป็นที่รู้จักในตลาดการ

ขายเสื้อผ้า เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจ สร้างความแตกต่างกับธุรกิจประเภทเดียวกัน ระบบร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์จึงอยากที่จะเป็นต้นแบบให้กับธุรกิจอื่น ๆ ที่สนใจที่จะนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศระบบฐานข้อมูลเข้ามาใช้งานร่วมกับระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อพัฒนาระบบขายเสื้อผ้าออนไลน์ กรณีศึกษา ร้าน วริศา ช็อป
- 1.2.2 เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกชมสินค้าก่อนสั่งซื้อได้
- 1.2.3 เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย
- 1.2.4 เพื่ออำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ภายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

ลูกค้าออนไลน์ในเพจ Paerly shop จำนวน 40 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระหว่างวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2567 ถึงวันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2567

1.3.4 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ข้อมูลในการสร้างไลน์ออฟฟิเชียล ในแอปพลิเคชันไลน์

1.3.1 ขอบเขตของผู้ใช้ จำแนกตามกลุ่มที่ใช้งานออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1.3.1.1 ผู้ดูแลระบบ หรือ เจ้าหน้าที่ดูแลระบบ

- ก) สามารถเข้าสู่ระบบได้
- ข) สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลสินค้าได้
- ค) สามารถปรับเปลี่ยนสถานการณ์สั่งซื้อสินค้าได้
- ง) สามารถสรุปรายงานการสั่งซื้อสินค้าได้
- จ) สามารถตรวจสอบสินค้าคงเหลือได้

1.3.1.2 ลูกค้า

- ก) สามารถสมัครสมาชิกได้
- ข) สามารถเข้าสู่ระบบได้

- ค) สามารถค้นหาข้อมูลสินค้าได้
- ง) สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข และยกเลิกรายการสั่งซื้อได้
กรณียังไม่ยืนยันการสั่งซื้อ
- จ) สามารถสั่งซื้อสินค้าได้
- ฉ) สามารถแจ้งการชำระเงินได้
- ช) สามารถตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อได้
- ค) ข้อมูลสินค้า
- ง) ข้อมูลประเภทสินค้า
- จ) ข้อมูลรายการสั่งซื้อสินค้า
- ฉ) ข้อมูลการชำระเงิน

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 ได้ระบบขายเสื้อผ้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน วนิดา
- 1.4.2 ลูกค้าและสมาชิกสามารถเลือกชม สั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ได้
- 1.4.3 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายของทางร้านค้ามากขึ้น
- 1.4.4 ช่วยอำนวยความสะดวกต่อการดำเนินกิจการของร้านค้ากับลูกค้า

บทที่ 2

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

ในการดำเนินโครงการระบบขายเสื้อผ้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน วริศา ซ้อป สิ่งสำคัญที่ทำให้การพัฒนาระบบขายเสื้อผ้าออนไลน์บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ผู้พัฒนาต้องทำการ รวบรวมข้อมูลทำการศึกษาค้นคว้าทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนะนำประเภทของธุรกิจ

ชื่อร้านวริศา ซ้อป เป็นร้านค้าออนไลน์ที่ขายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับสตรีโดยเฉพาะ กลุ่มลูกค้าจะเน้นกลุ่มวัยรุ่นมีคอนเซ็ปต์แนวคิดเป็นโทนีสันสดใส เสื้อผ้าส่วนใหญ่จะทันสมัยทันสมัยเพื่อวัยรุ่นที่ชอบการแต่งตัวแบบน่ารักแต่ดูมีสไตล์ไม่เหมือนใคร สามารถใส่ได้ทุกโอกาสตามความเหมาะสม ส่วนมากจะใส่ไปเที่ยว แนวเปรี้ยวซ่า แนวหวาน หรือใส่ทำงานก็สามารถมีกซ์แอนด์แมทได้ตามความชอบ โดยทางร้านยังมีการขายแบบจัดเซตเสื้อ เซตกางเกง กระโปรงที่เข้ากัน ด้วยความทันสมัยเหมาะกับแฟชั่นในปัจจุบันตามเทรนด์และรสนิยมของผู้หญิงเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ประทับใจในสินค้าและอยากกลับมาซื้อในโอกาสต่อไป

1. สถานที่ตั้ง : 89/3 หมู่ 5 ตำบลสวนหลวง อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

74110



ภาพที่ 2.1 สถานที่ตั้ง
ที่มา ผู้จัดทำ (2567)

2. วิสัยทัศน์



ภาพที่ 2.2 วิสัยทัศน์
ที่มา ผู้จัดทำ (2567)

“วรศา ซ้อป” เป็นร้านค้าออนไลน์ที่ผู้บริโภคมองถึงเป็นอันดับแรกเมื่อต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

3. พันธกิจ

“วรศา ซ้อป” จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่น ที่มีรูปแบบที่หลากหลาย โดยเฉพาะเสื้อผ้าแฟชั่น สไตล์วัยรุ่น โดยเน้นเสื้อผ้าที่มีราคาถูก คุ่มค่า มีความทันสมัยอยู่เสมอ ผู้บริโภค กลุ่มแม่ค้ารายย่อยและกลุ่มลูกค้าผู้หญิงสามารถเข้าถึง “วรศา ซ้อป” ได้ง่าย มีความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า

4. เป้าหมาย

1. ยอดขายในปีแรกไม่ต่ำกว่า 100,000 บาท
2. ขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมในตลาดออนไลน์
3. ในระยะยาวต้องขยายบริษัทให้ใหญ่ขึ้น

5. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

5.1 การวิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strengths)

1. เป็นเสื้อผ้าแฟชั่น เน้นสไตล์วัยรุ่น เป็นที่ต้องการของตลาดสูง
2. มีสินค้าใหม่ ๆ มาใหม่สดทุกอาทิตย์
3. วิชา ซ้อป เป็นร้านค้าที่รู้จักเป็นอย่างดี โดยเฉพาะทาง Facebook , Instagram
4. ลูกค้าจำนวนมากที่ชื่นชอบ วิชา ซ้อป เพราะเป็นร้านค้าออนไลน์ เข้าดูสินค้าของร้านได้ง่าย
5. เป็นกิจการขนาดเล็ก ใช้เงินลงทุนไม่มาก

จุดอ่อน (Weakness)

1. เป็นสินค้าที่มีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมาก
2. มีต้นทุนเป็นค่าขนส่งสินค้าที่สูง ต้องอาศัยบริษัทขนส่งเป็นผู้จัดส่งสินค้า สำหรับลูกค้ารายใหม่อาจจะยังไม่เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า

โอกาส (Opportunities)

1. ตลาดสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น เปิดกว้างสำหรับผู้ประกอบการทุกราย ทั้งรายเล็กและรายใหญ่
2. ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ได้ยึดติดกับ Brand ของสินค้า แต่จะเลือกซื้อเพราะรูปแบบคุณภาพ ราคา เป็นสำคัญ
3. แหล่งซื้อสินค้ามีต้นทุนหรือราคาซื้อที่ต่ำความได้เปรียบจึงสูง

อุปสรรค (Threats)

1. ในบางครั้งอาจเกิดปัญหาการขาดแคลนสินค้าบางอย่างเพราะ วิชา ซ้อป ไม่ได้เป็นผู้ผลิตเอง ผู้ผลิตอาจผลิตสินค้าไม่ทันกับความต้องการของกิจการ
2. สินค้าประเภทเสื้อผ้ามีคู่แข่งทางตรงและทางอ้อมจำนวนมาก
3. มีคู่แข่งจำนวนมากทั้งรายเล็กรายใหญ่
4. ลูกค้าบางรายอาจไม่ชอบรูปแบบของเสื้อผ้า

2.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด

1. การวิเคราะห์ด้านการตลาด

ร้าน วริศา ซ้อป เป็นธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่น เน้นเสื้อผ้าสไตล์วัยรุ่นผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ร้านวริศา ซ้อป ยังมีตัวแทนขายสินค้าแบบที่เป็นตัวแทนขายไม่ต้องสต็อกสินค้า และทางร้านวริศา ซ้อป เป็นผู้จัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าในนามของตัวแทนจำหน่าย กลุ่มลูกค้าหลักที่สำคัญของร้าน วริศา ซ้อป คือ กลุ่มลูกค้าผู้หญิงที่เป็นวัยรุ่นวัยทำงานกลางคน ที่ชอบความทันสมัย การตลาดของร้านวริศา ซ้อป ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการส่งเสริมและสนับสนุนตัวแทนจำหน่าย ทั้งในด้านการจัดส่งสินค้า การสื่อสารการตลาด การโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ รวมไปถึงการหาตัวแทนจำหน่ายเพิ่ม ร้านวริศา ซ้อป มีจุดเด่นในเรื่องของราคาสินค้า ที่มีราคาต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่นเล็กน้อย

2. การวิเคราะห์สภาพทางการตลาด Five Forces Model

1. การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ สำหรับธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่น วริศา ซ้อป ซึ่งเป็นร้านค้าออนไลน์ มีคู่แข่งจำนวนมาก ราย มีทั้งรายเล็กและรายใหญ่ การที่จะเข้ามาในธุรกิจนี้ คู่แข่งรายใหม่สามารถทำได้ง่ายไม่ยุ่งยาก

2. สภาพการแข่งขัน คู่แข่ง การทำธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ ในปัจจุบันมีสภาพของการแข่งขันที่สูง เพราะใคร ๆ ก็สามารถเข้ามาในธุรกิจนี้ได้ง่ายแต่จะอยู่ในธุรกิจได้นาน หรือประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้ได้ก็ไม่ใช่เรื่องง่าย หลายคนอาจมองว่าธุรกิจนี้ไม่น่าลงทุน เพราะคู่แข่งเยอะ บางคนอาจมองเห็นช่องทางของการเติบโต

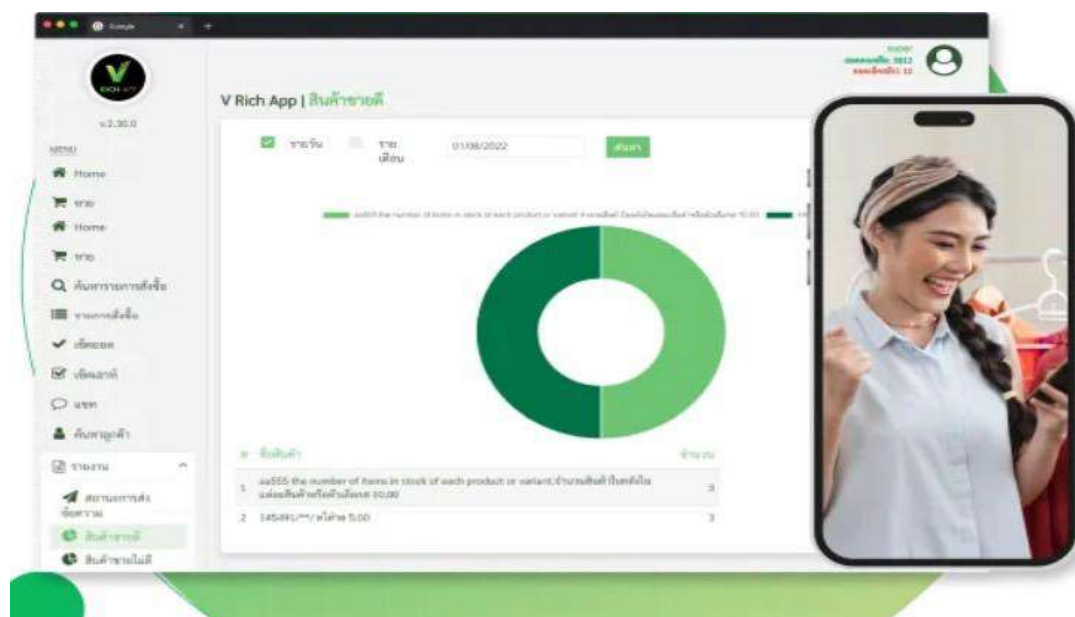
3. สินค้าทดแทน สินค้าทดแทนเสื้อผ้าแฟชั่นนั้นมีมากมาย แต่ด้วยรูปแบบของเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีรูปแบบใหม่ ๆ ออกมาเรื่อย ๆ รูปแบบขงเสื้อผ้าที่ออกมาส่วนใหญ่จะออกมาตามแฟชั่นที่ดาราสวมใส่โดยเฉพาะเน็ตไอดอลที่มีชื่อเสียง ผู้บริโภคหรือลูกค้าจึงนิยมที่จะซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมาสวมใส่มากกว่าเสื้อผ้าในรูปแบบอื่น ๆ

4. อำนาจการต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ ผู้ขายหรือผู้ผลิต วริศา ซ้อป สั่งซื้อสินค้าจากโรงงานการผลิต ซึ่งมีราคาขายที่ต่ำกว่าราคาโรงงานผลิตหรือผู้ขายรายอื่น แต่ทางวริศา ซ้อป ก็ต้องซื้อสินค้าภายใต้เงื่อนไขที่โรงงานเป็นผู้กำหนดถึงจะได้ราคาที่ต่ำ

5. อำนาจการต่อรองของลูกค้า การขายสินค้าของทาง วริศา ซ้อป มีช่องทางการจำหน่ายหลักคือ ช่องทางออนไลน์ โดยมีการกำหนดราคาขายไว้อย่างชัดเจน เช่น ราคาส่งสำหรับตัวแทนขาย และราคาขายปลีกสำหรับลูกค้าทั่วไป หากลูกค้าต้องการซื้อสินค้าก็ต้องซื้อในราคาที่ทางร้าน วริศา ซ้อป กำหนดไว้แล้วเท่านั้น

2.3 โปรแกรมที่ใช้ในการพัฒนาระบบ V Rich App

โปรแกรมที่ใช้ในการพัฒนาระบบ V Rich App เป็นระบบที่จะเข้ามาช่วยเหลือแม่ค้าให้สามารถจัดการร้านค้าของตัวเองได้อย่างเป็นระบบ และสะดวกมากยิ่งขึ้น ตั้งแต่เริ่ม Live ขายสินค้าจนลูกค้ากดสั่งซื้อชำระเงิน



ภาพที่ 2.3 V Rich App

ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

2.3.1 ความสามารถใหม่ของโปรแกรม V Rich App

2.3.1.1 ระบบสต็อก

- เพิ่มสต็อกสินค้า ระบุรายละเอียด และอัปโหลดรูปสินค้าได้
- นำรายการสินค้าใน Excel มาเข้าสต็อกโดยตรงได้
- มีสต็อกกลางเพื่อดึงรหัสสินค้ามาใช้ในรอบไลฟ์แต่ละวัน
- สามารถเพิ่มเพจ ไลฟ์หลายเพจ ใช้สต็อกเดียวกันได้
- ดึงสินค้าที่สร้างไว้ในสต็อกมาขายภายในไลฟ์สด ได้ทันที
- ปิดออเดอร์จากช่องทางอื่นได้หมด ไม่ว่าจะขายทาง Instagram , Line หรือขายแบบมีหน้าร้าน
- แก้ไขรายการ เปลี่ยนราคาเปลี่ยนสินค้าในขณะไลฟ์สดได้

2.3.1.2 ระบบจัดการออเดอร์เด่น ๆ

1. ระบบจะดูออเดอร์และสรุปออเดอร์ให้กับแม่ค้าอัตโนมัติ



ระบบจะดูออเดอร์ และ สรุปออเดอร์ให้กับแม่ค้าอัตโนมัติ

ภาพที่ 2.4 ระบบจะดูออเดอร์และสรุปออเดอร์ให้กับแม่ค้าอัตโนมัติ
ที่มา <https://95bypearrry.vrich619.com>

2. เก็บออเดอร์ และทำการสรุปยอดให้กับลูกค้าทันที ไม่มีพลาดรายการ



**เก็บออเดอร์ และทำการสรุปยอดให้กับลูกค้าทันที ไม่มี
พลาดรายการ**

ภาพที่ 2.5 เก็บออเดอร์ และทำการสรุปยอดให้กับลูกค้าทันที
ที่มา <https://95bypearrry.vrich619.com>

3. ตัดสต็อกทันที เมื่อออเดอร์มีการชำระเงิน ทำให้การ Live ขายไม่มีสะดุด สต็อกหมดรู้ได้ทันที



**ตัดสต็อกทันที เมื่อออเดอร์มีการชำระเงิน ทำให้การ Live
ขายไม่มีสะดุด
สต็อกหมดรู้ได้ทันที**

ภาพที่ 2.6 ตัดสต็อกทันที เมื่อออเดอร์มีการชำระเงิน
ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

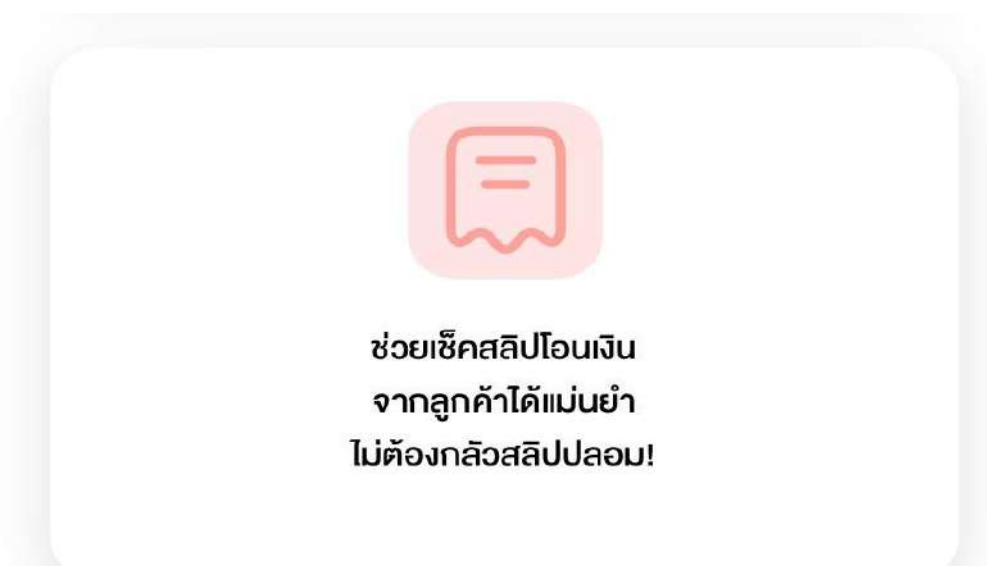
4. ช่วยแบล็กलिสด์ลูกค้าที่ไม่ชำระเงิน



ช่วยแบล็กलिสด์ลูกค้าที่ไม่ชำระเงิน

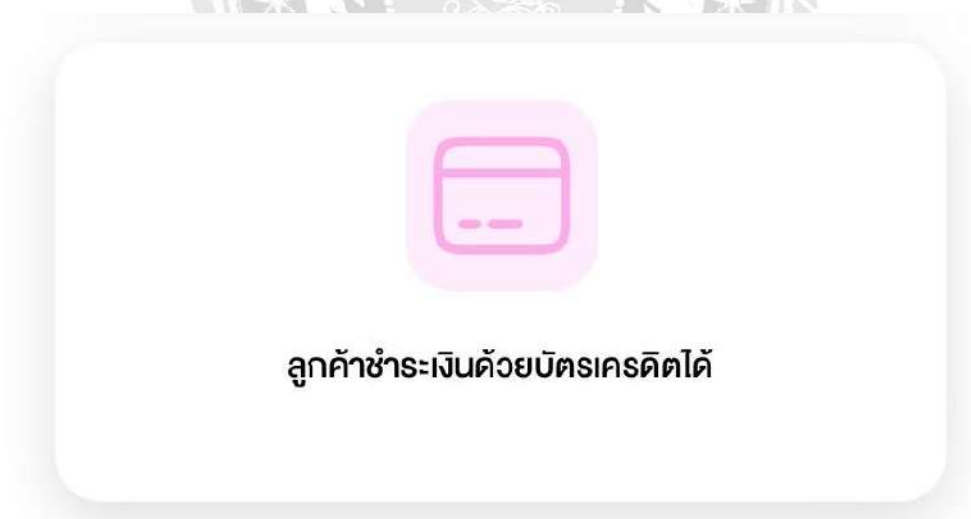
ภาพที่ 2.7 ช่วยแบล็กलिสด์ลูกค้าที่ไม่ชำระเงิน
ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

5. ช่วยเช็คสลิปโอนเงิน จากลูกค้าได้แม่นยำ ไม่ต้องกลัวสลิปปลอม



ภาพที่ 2.8 ช่วยเช็คสลิปโอนเงิน จากลูกค้าได้แม่นยำ
ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

6. ลูกค้าชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้



ภาพที่ 2.9 ลูกค้าชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้
ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

2.3.1.3 ระบบไลฟ์สด

- การันตีมองเห็นทุกคอมเมนต์ 100% แม้เฟสปิดกัน
- ลูกค้าไม่ต้องทักแชทก่อน CF
- ลูกค้าสามารถยกเลิกออเดอร์เองได้ง่าย ๆ CF ผิดก็ไม่ต้องกังวล
- มีเสียงแจ้งเตือนรหัสสินค้าหมดตอนไลฟ์สด
- ดูปreviewผ่านโทรศัพท์มือถือได้ง่าย ๆ

2.3.1.4 ระบบแจ้งยอด

- ลูกค้าสามารถพิมพ์ “สรุปยอด” เพื่อดูออเดอร์ที่ตนสั่งได้เลย
- แสดงภาพสินค้าเมื่อลูกค้าคลิกลิงก์หรือกดปุ่มดูออเดอร์
- รองรับการเก็บเงินปลายทาง (COD)
- รวมบิลหรือแยกบิลการไลฟ์หลายรอบในวันเดียวกันได้
- Export ข้อมูลการสั่งซื้อ ออกมาเป็นไฟล์ Excel ได้

2.3.1.5 ระบบชำระเงิน

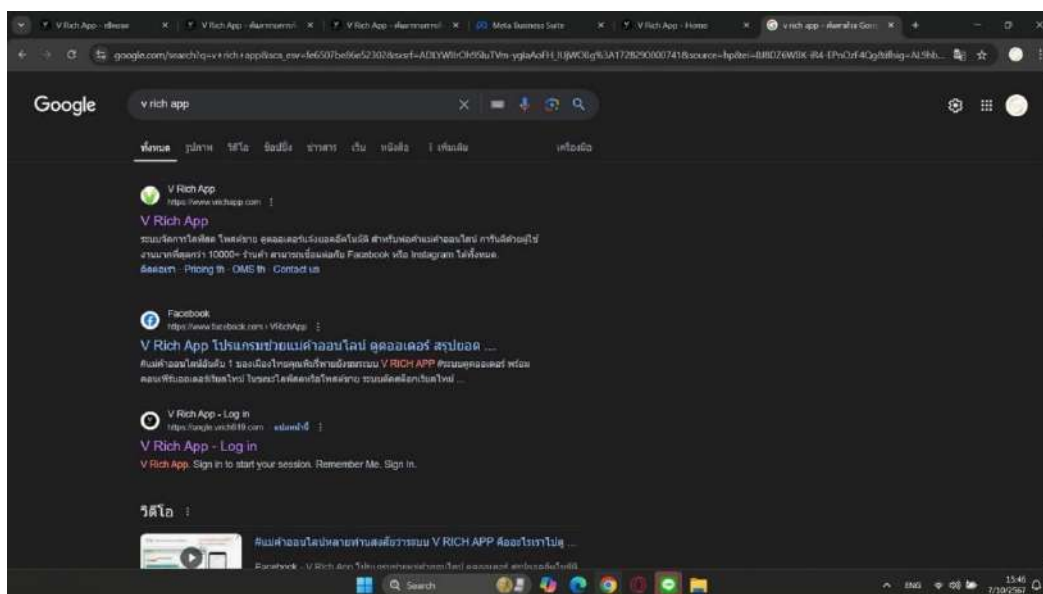
- มีระบบทวงยอดอัตโนมัติ
- เป็นการทวงยอดผ่านในระบบ
- จ่ายเงินด้วยบัตรเครดิตผ่าน Facebook Pay ได้พร้อมเช็คสลิปปลอมให้ฟรี ไปในตัว
- ในกรณีลูกค้าไม่โอนเงิน สามารถแบล็คลิสลูกค้าได้ โดยระบบจะไม่ดูออเดอร์ลูกค้าคนนั้นในครั้งถัดไป แต่จะไม่บล็อกการมองเห็น



ภาพที่ 2.10 ระบบชำระเงิน
ที่มา ผู้จัดทำ (2567)

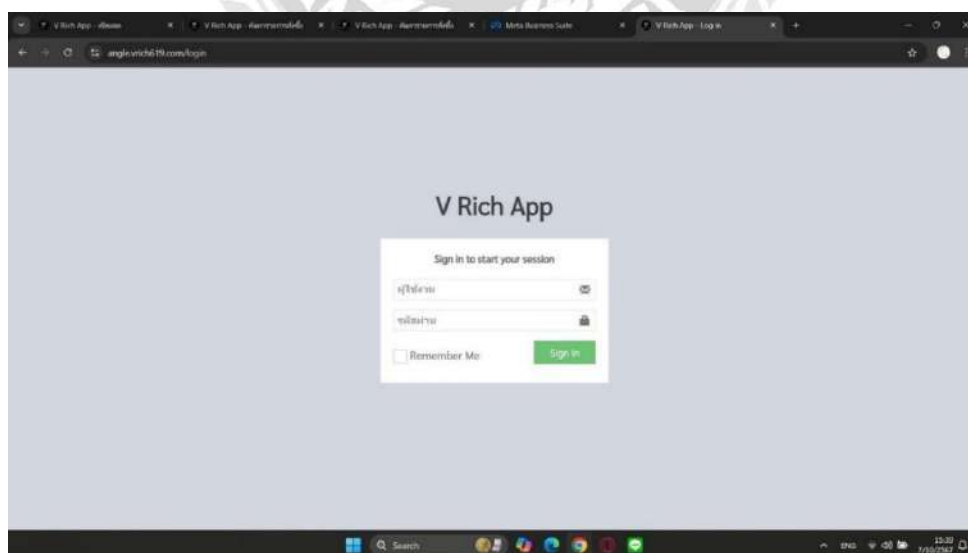
2.4 การติดตั้งโปรแกรม V Rich App

1. เข้า Google ปกติ แล้ว Search V Rich App Login ในช่องค้นหา



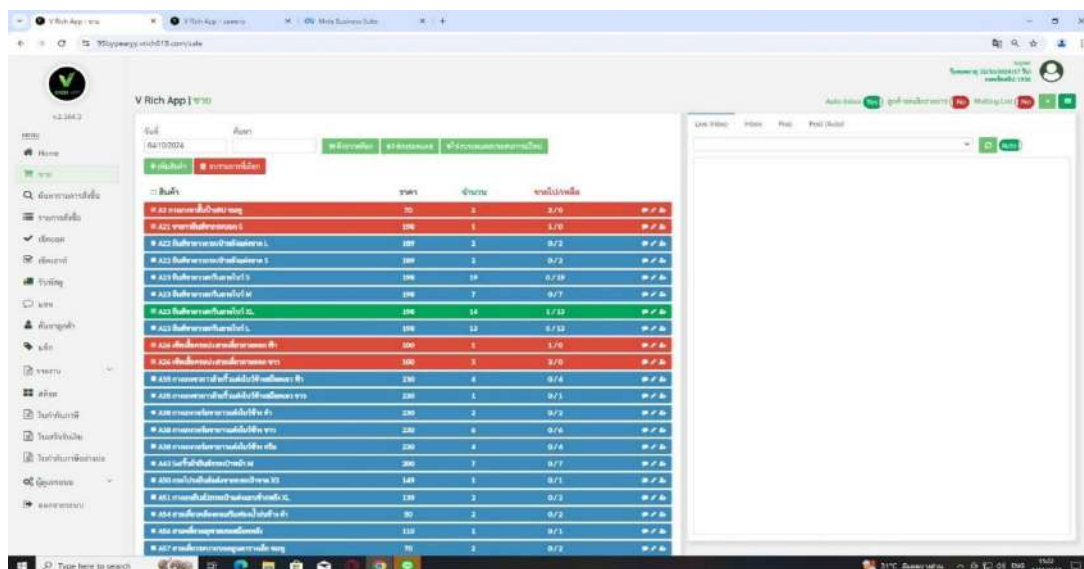
ภาพที่ 2.11 การติดตั้งโปรแกรม V Rich App
ที่มา [https:// https://search.app/S4cf2j4XLvrdz1oq5](https://search.app/S4cf2j4XLvrdz1oq5)

2. จะเป็นหน้าจอให้ใส่รหัสผ่าน Login



ภาพที่ 2.12 Login V Rich App
ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

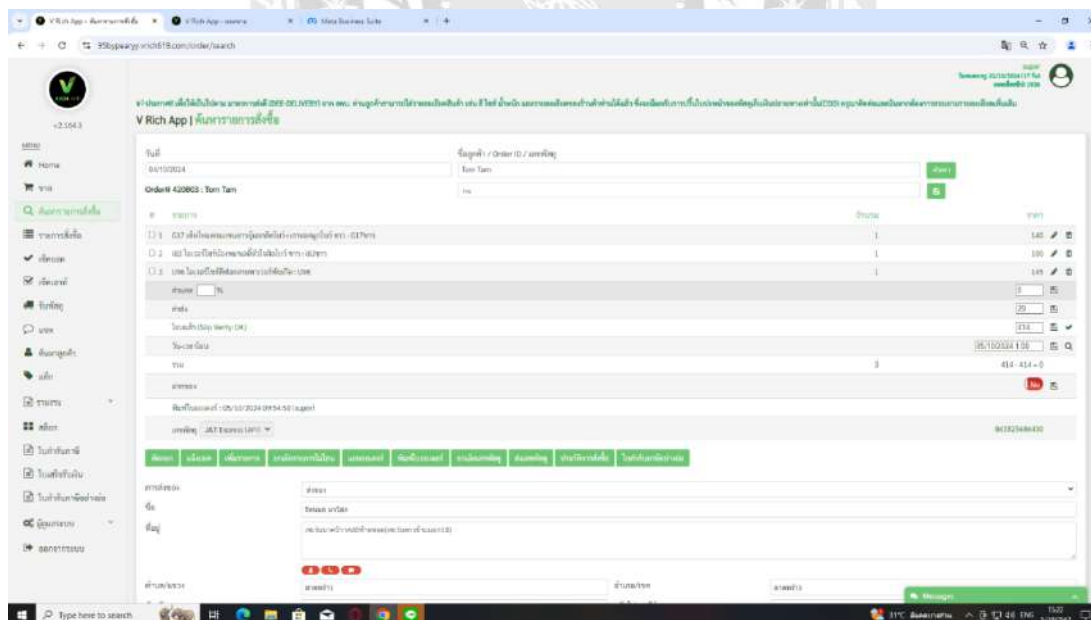
2. หน้ารายการสินค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าได้



ภาพที่ 2.15 หน้ารายการสินค้า V Rich App

ที่มา <https://95bypearry.vrich619.com>

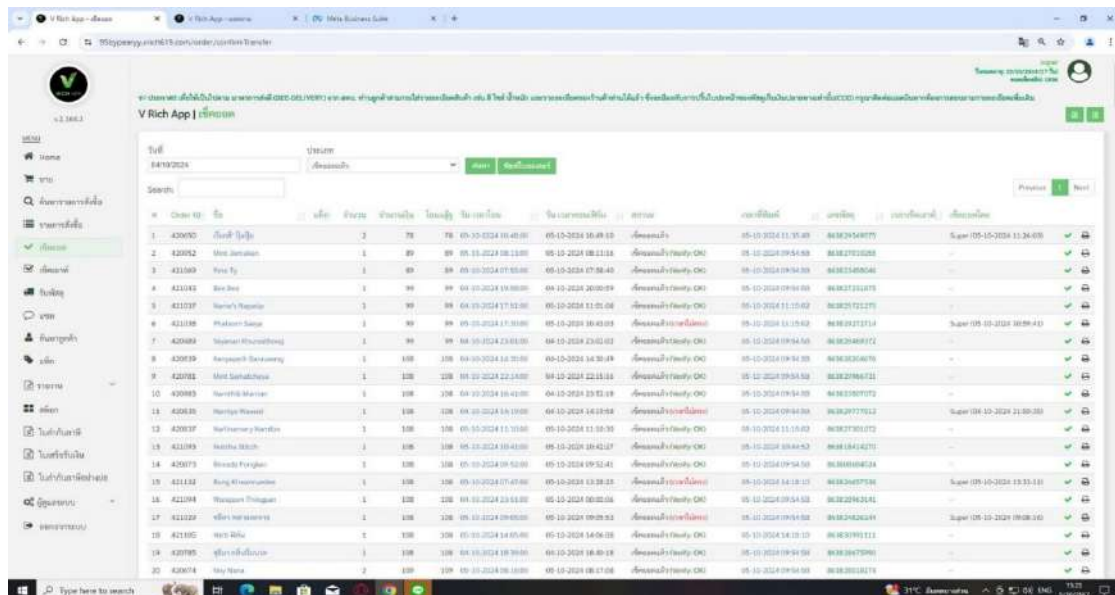
3. เมื่อมีลูกค้าสั่งของเข้ามา จะมีหน้าเช็คเอาท์สินค้า



ภาพที่ 2.16 หน้าเช็คเอาท์สินค้า V Rich App

ที่มา <https://95bypearry.vrich619.com>

4. รวบรวมรายการต่อวันทั้งหมดที่ลูกค้าออเดอร์เข้ามา พร้อมแจ้งการโอนเงิน การเช็คสลิปต่าง ๆ



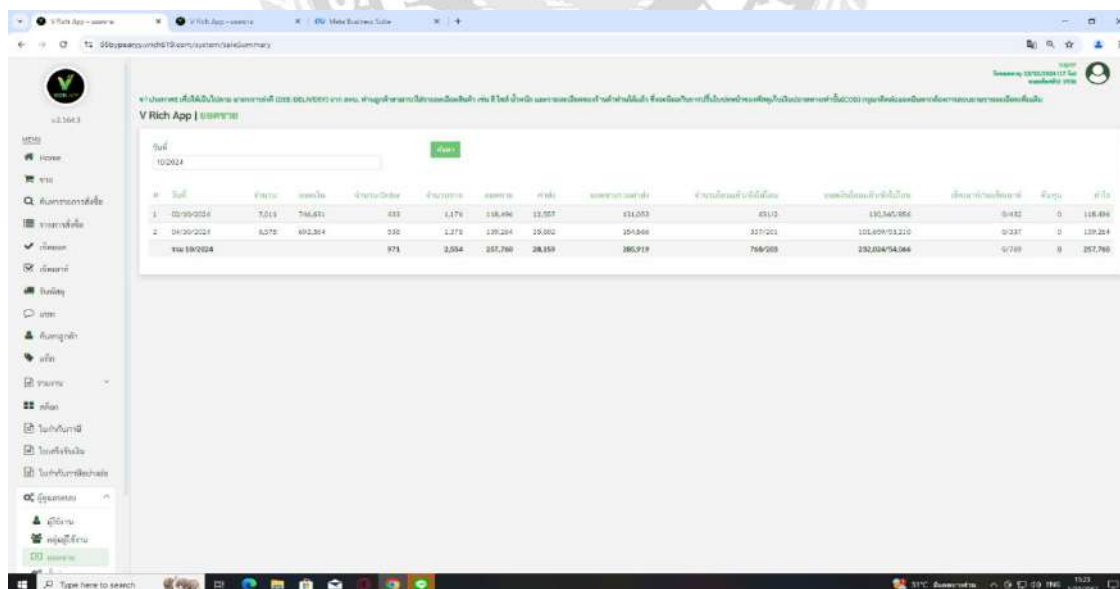
The screenshot shows the V Rich App interface with a list of orders. The table has columns for order number, date, time, status, and amount. The data is as follows:

Order No.	Date	Time	Status	Amount
1	420070	05-10-2024	10:40:00	10:40:00
2	420082	05-10-2024	10:41:00	10:41:00
3	421040	05-10-2024	07:55:00	07:55:00
4	421042	05-10-2024	08:00:00	08:00:00
5	421044	05-10-2024	08:05:00	08:05:00
6	421046	05-10-2024	08:10:00	08:10:00
7	421048	05-10-2024	08:15:00	08:15:00
8	421050	05-10-2024	08:20:00	08:20:00
9	421052	05-10-2024	08:25:00	08:25:00
10	421054	05-10-2024	08:30:00	08:30:00
11	421056	05-10-2024	08:35:00	08:35:00
12	421058	05-10-2024	08:40:00	08:40:00
13	421060	05-10-2024	08:45:00	08:45:00
14	421062	05-10-2024	08:50:00	08:50:00
15	421064	05-10-2024	08:55:00	08:55:00
16	421066	05-10-2024	09:00:00	09:00:00
17	421068	05-10-2024	09:05:00	09:05:00
18	421070	05-10-2024	09:10:00	09:10:00
19	421072	05-10-2024	09:15:00	09:15:00
20	421074	05-10-2024	09:20:00	09:20:00

ภาพที่ 2.17 การโอนเงิน การเช็คสลิป V Rich App

ที่มา <https://95bypearry.vrich619.com>

5. สามารถเช็คยอดขายในแต่ละวันได้ทั้งหมด



The screenshot shows the V Rich App interface with a summary of sales data. The table has columns for date, time, status, and amount. The data is as follows:

Date	Time	Status	Amount
05/10/2024	7:00	756,651	833
06/10/2024	6:57	690,364	930
07/10/2024	6:57	690,364	930
08/10/2024	6:57	690,364	930
09/10/2024	6:57	690,364	930
10/10/2024	6:57	690,364	930
11/10/2024	6:57	690,364	930
12/10/2024	6:57	690,364	930
13/10/2024	6:57	690,364	930
14/10/2024	6:57	690,364	930
15/10/2024	6:57	690,364	930
16/10/2024	6:57	690,364	930
17/10/2024	6:57	690,364	930
18/10/2024	6:57	690,364	930
19/10/2024	6:57	690,364	930
20/10/2024	6:57	690,364	930
21/10/2024	6:57	690,364	930
22/10/2024	6:57	690,364	930
23/10/2024	6:57	690,364	930
24/10/2024	6:57	690,364	930
25/10/2024	6:57	690,364	930
26/10/2024	6:57	690,364	930
27/10/2024	6:57	690,364	930
28/10/2024	6:57	690,364	930
29/10/2024	6:57	690,364	930
30/10/2024	6:57	690,364	930
31/10/2024	6:57	690,364	930
01/11/2024	6:57	690,364	930
02/11/2024	6:57	690,364	930
03/11/2024	6:57	690,364	930
04/11/2024	6:57	690,364	930
05/11/2024	6:57	690,364	930
06/11/2024	6:57	690,364	930
07/11/2024	6:57	690,364	930
08/11/2024	6:57	690,364	930
09/11/2024	6:57	690,364	930
10/11/2024	6:57	690,364	930
11/11/2024	6:57	690,364	930
12/11/2024	6:57	690,364	930
13/11/2024	6:57	690,364	930
14/11/2024	6:57	690,364	930
15/11/2024	6:57	690,364	930
16/11/2024	6:57	690,364	930
17/11/2024	6:57	690,364	930
18/11/2024	6:57	690,364	930
19/11/2024	6:57	690,364	930
20/11/2024	6:57	690,364	930
21/11/2024	6:57	690,364	930
22/11/2024	6:57	690,364	930
23/11/2024	6:57	690,364	930
24/11/2024	6:57	690,364	930
25/11/2024	6:57	690,364	930
26/11/2024	6:57	690,364	930
27/11/2024	6:57	690,364	930
28/11/2024	6:57	690,364	930
29/11/2024	6:57	690,364	930
30/11/2024	6:57	690,364	930
01/12/2024	6:57	690,364	930
02/12/2024	6:57	690,364	930
03/12/2024	6:57	690,364	930
04/12/2024	6:57	690,364	930
05/12/2024	6:57	690,364	930
06/12/2024	6:57	690,364	930
07/12/2024	6:57	690,364	930
08/12/2024	6:57	690,364	930
09/12/2024	6:57	690,364	930
10/12/2024	6:57	690,364	930
11/12/2024	6:57	690,364	930
12/12/2024	6:57	690,364	930
13/12/2024	6:57	690,364	930
14/12/2024	6:57	690,364	930
15/12/2024	6:57	690,364	930
16/12/2024	6:57	690,364	930
17/12/2024	6:57	690,364	930
18/12/2024	6:57	690,364	930
19/12/2024	6:57	690,364	930
20/12/2024	6:57	690,364	930
21/12/2024	6:57	690,364	930
22/12/2024	6:57	690,364	930
23/12/2024	6:57	690,364	930
24/12/2024	6:57	690,364	930
25/12/2024	6:57	690,364	930
26/12/2024	6:57	690,364	930
27/12/2024	6:57	690,364	930
28/12/2024	6:57	690,364	930
29/12/2024	6:57	690,364	930
30/12/2024	6:57	690,364	930
31/12/2024	6:57	690,364	930

ภาพที่ 2.18 เช็คยอดขาย V Rich App

ที่มา <https://95bypearry.vrich619.com>

6. ลูกค้าสามารถเพิ่ม / ลดสินค้าได้ตลอดเวลา

V Rich App | ขาย

Auto Inbox ☒ Yes ☐ No ลูกค้ายกเลิกรายการ ☐ No ☒ Yes

Waiting List ☐ No ☒ Yes ☐ No ☒ Yes

วันที่ 04/10/2024 ค้นหา

☐ สินค้า ราคา จำนวน ขายไป/ เหลือ

☐ A3 กางเกงขาสั้น ป้ายNJ ชมพู	70	2	2 / 0	ลบ เพิ่ม
☐ A21 ขาวยวยืนส์ซาก ระบอก S	198	1	1 / 0	ลบ เพิ่ม
☐ A22 ยืนส์ขาว กระเป๋าลังแต่งขาด L	189	2	0 / 2	ลบ เพิ่ม
☐ A22 ยืนส์ขาว กระเป๋าลังแต่งขาด S	189	2	0 / 2	ลบ เพิ่ม

ภาพที่ 2.19 เพิ่ม / ลดสินค้า V Rich App
ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

7. การค้นหารายการคำสั่งซื้อ



ภาพที่ 2.20 การค้นหารายการคำสั่งซื้อ V Rich App
ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

8. หน้าเพิ่มสต็อกสินค้า



ภาพที่ 2.21 หน้าเพิ่มสต็อกสินค้า V Rich App
ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

9. หน้าค้นหาลูกค้า

V Rich App | ค้นหาลูกค้า

ชื่อ

ชื่อลูกค้า

ที่อยู่

โทรศัพท์

ไมโอเน (แบบลิสต์)

ช่องทางการขาย

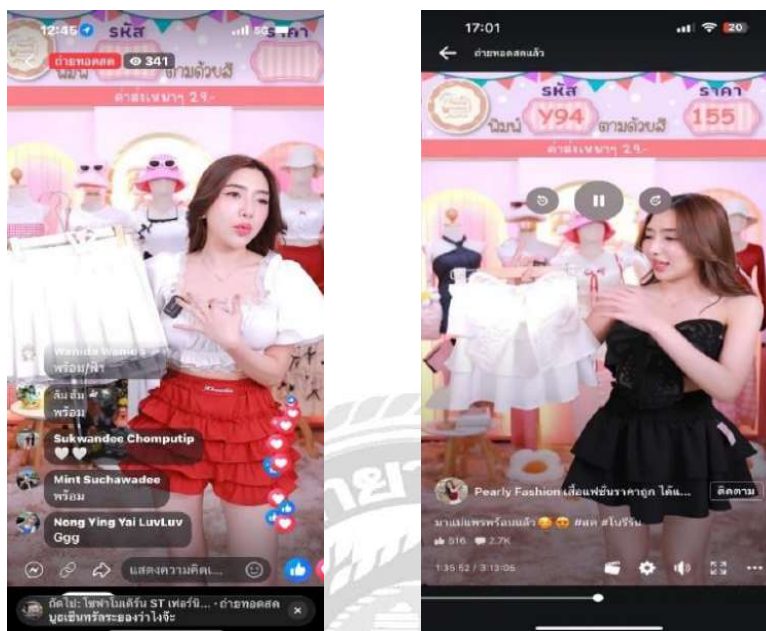
ค้นหา

#	ชื่อ	ชื่อลูกค้า	แ
1	Pearly Pearlyy	Test	
2	Kanitsanan Hongthaisakul		
3	Mint Nussara		
4	เสื้อผ้าแฟชั่น95บาททั้งร้าน By pearyy	Pearly shop	
5	พ้านรินทร์ บาตรเต็มดี		
6	Bouquet Wiparintr Saikam		
7	Nattacha Saengsen		
8	บุญญิกา วงษ์แก้ว		
9	Juthamas Thongfai		
10	อี่ป้าน้อย เจมส์		

ภาพที่ 2.22 หน้าค้นหาลูกค้า V Rich App
ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

2.5 ระบบหน้าร้าน

1. การไลฟ์สด



ภาพที่ 2.23 การไลฟ์สด
ที่มา ผู้จัดทำ (2567)

2. สต็อกหน้าไลฟ์สด



ภาพที่ 2.24 สต็อกหน้าไลฟ์สด
ที่มา ผู้จัดทำ (2567)

3. แอดมินและการรับออเดอร์หน้าไลฟ์สด



ภาพที่ 2.25 แอดมินและการรับออเดอร์หน้าไลฟ์สด
ที่มา ผู้จัดทำ (2567)



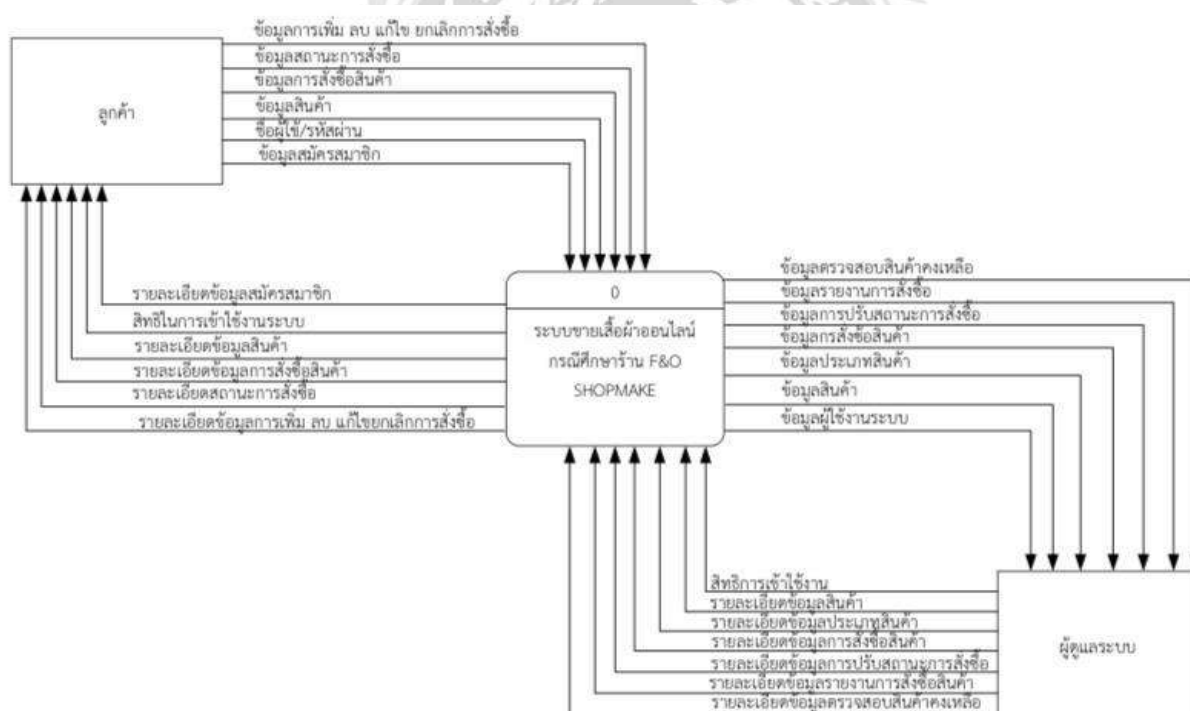
2.6 การออกแบบกระบวนการทำงานของระบบ

แผนภาพบริบท (Context Diagram)

แผนภาพบริบท เป็นการออกแบบแผนภาพการไหลของข้อมูลระดับบนสุดที่แสดงภาพรวมการทำงานของระบบที่มีความสัมพันธ์ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับระบบสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้ กลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังภาพที่ 3.1

2.6.1 ส่วนของลูกค้า เป็นผู้ที่เข้ามาใช้บริการของระบบโดยสามารถ สมัครสมาชิก ค้นหาข้อมูลสินค้า สั่งซื้อสินค้า เพิ่ม ลบ แก้ไขยกเลิกการสั่งซื้อ และสามารถดูรายละเอียดข้อมูลสินค้า รายละเอียดการสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

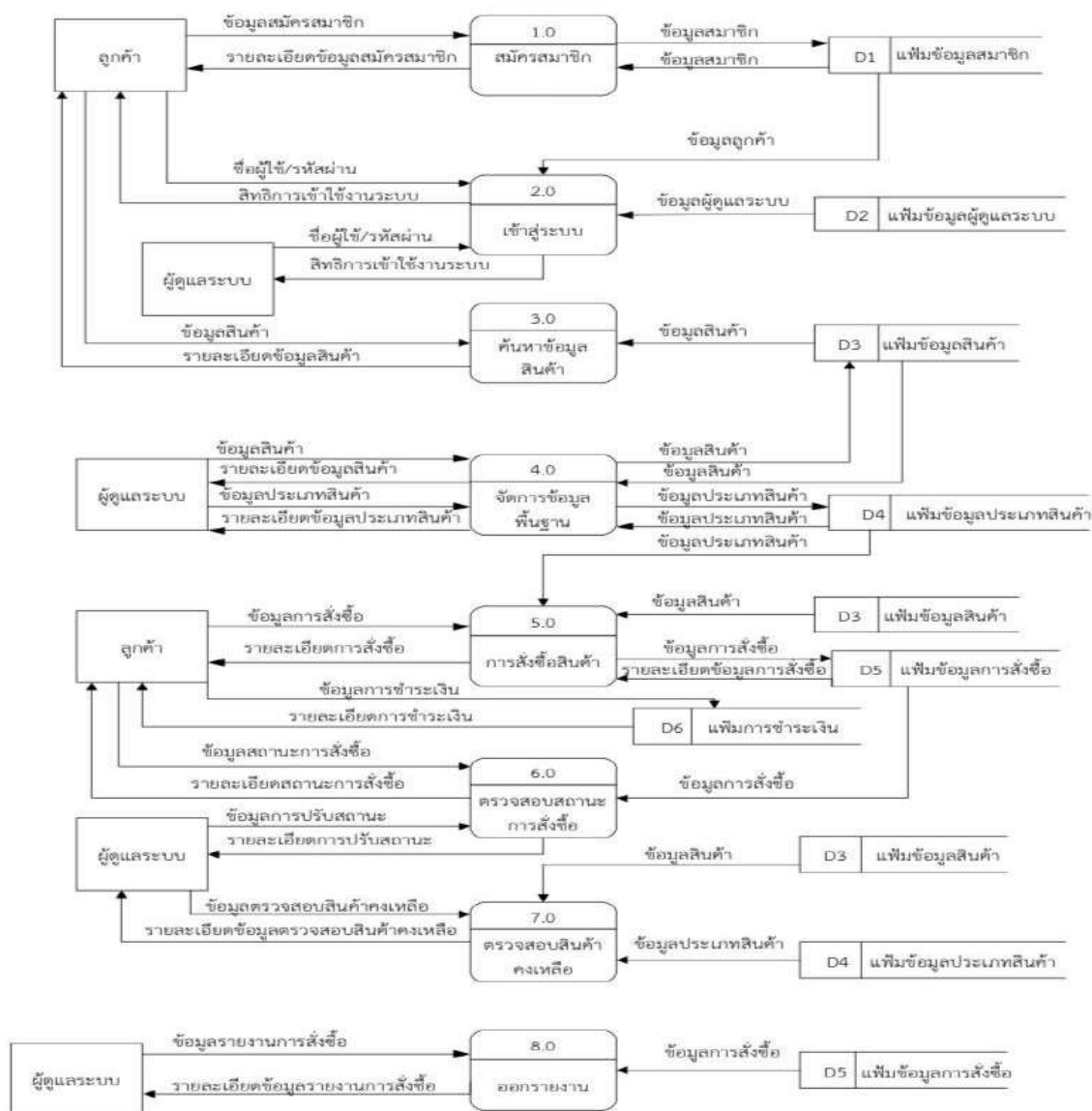
2.6.2 ส่วนผู้ดูแลระบบ เป็นผู้จัดการข้อมูลสินค้า จัดการข้อมูลลูกค้า ภายในระบบดู รายละเอียดได้ทั้งหมดโดยสามารถเพิ่ม, ลบ, แก้ไขข้อมูลสินค้า และประเภทสินค้าได้ สามารถดูรายละเอียดการสั่งซื้อสินค้า รายวัน รายเดือน รายปี ได้



ภาพที่ 2.26 แผนภาพบริบท (Context Diagram)

ที่มา <https://www.atc.ac.th/>

2.6.3 แผนภาพกระแสข้อมูล ระดับที่ 0 (Data Flow Diagram Level 0) ของระบบแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการทำงานหลักของระบบทั้งหมด แสดงทิศทางการไหลของข้อมูล และแสดงรายละเอียดแหล่งจัดเก็บข้อมูล



ภาพที่ 2.27 แผนภาพกระแสข้อมูล

ที่มา <https://www.atc.ac.th/>

จากภาพที่ 2.27 แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของการทำงานของระบบ ประกอบด้วย 8 กระบวนการ ดังนี้

กระบวนการที่ 1.0 สมัครสมาชิก เป็นกระบวนการสมัครสมาชิกของลูกค้าที่เข้าใช้งานระบบ ในครั้งแรก โดยลูกค้าต้องป้อนข้อมูลส่วนตัวไปที่กระบวนการสมัครสมาชิกเพื่อบันทึก แล้วกระบวนการสมัครสมาชิกจะออกรายละเอียดข้อมูลสมาชิกส่งกลับไปให้ลูกค้า ซึ่งลูกค้าสามารถนำเอาไปเข้าใช้งานในระบบได้

กระบวนการที่ 2.0 การเข้าสู่ระบบ ลูกค้าสามารถเข้าสู่ระบบโดยการใส่ ชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านเพื่อเข้าสู่ระบบ โดยจะดึงข้อมูลจากแฟ้มข้อมูลลูกค้ามาตรวจสอบการเป็นสมาชิก เพื่อให้สิทธิการเข้าใช้งานระบบ ส่วนผู้ดูแลระบบสามารถเข้าสู่ระบบโดยใส่ชื่อผู้ใช้และรหัสผ่าน เพื่อ เข้าสู่ระบบ โดยดึงข้อมูลจากแฟ้มผู้ดูแลระบบมาตรวจสอบเพื่อให้สิทธิการเข้าใช้งานระบบ

กระบวนการที่ 3.0 ค้นหาข้อมูลสินค้าเมื่อลูกค้าที่เข้าสู่ระบบแล้ว โดยใส่ชื่อ ผู้ใช้ลูกค้าจะสามารถค้นหาข้อมูลรายละเอียดสินค้าที่ต้องการค้นหาได้โดยกระบวนการค้นหาข้อมูลจะส่งข้อมูลรายละเอียดสินค้าที่ค้นหาค้นหาไปให้ลูกค้า

กระบวนการที่ 4.0 จัดการข้อมูลพื้นฐาน ผู้ดูแลระบบสามารถจัดการข้อมูล ประเภทสินค้า โดยการทำการกรอกข้อมูลประเภทสินค้า ข้อมูลประเภทสินค้าจะถูกบันทึกใน แฟ้มข้อมูลประเภทสินค้า การจัดการข้อมูลสินค้า โดยการกรอกข้อมูลสินค้า ข้อมูลสินค้าจะถูกบันทึกลงในแฟ้มข้อมูลสินค้า

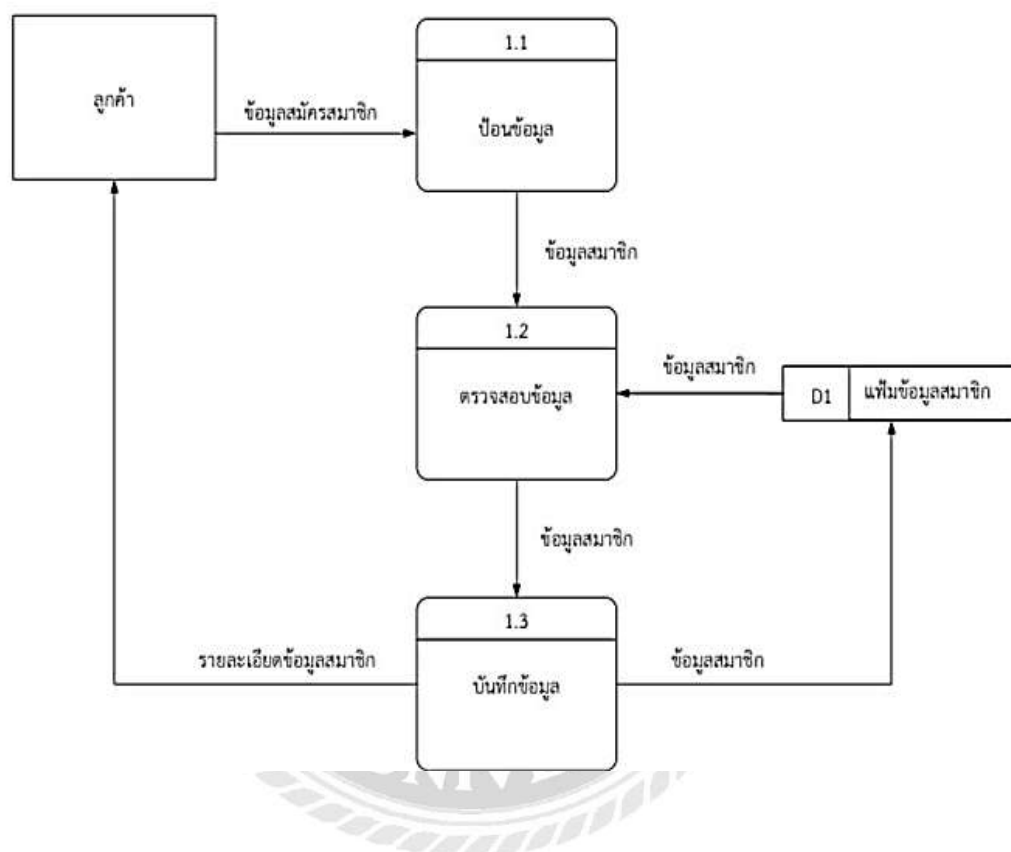
กระบวนการที่ 5.0 สั่งซื้อสินค้า ลูกค้าต้องการโดยการส่งข้อมูลการสั่งซื้อที่ได้ จากกระบวนการค้นหาข้อมูล เมื่อลูกค้าส่งรายการสั่งซื้อแล้ว ระบบส่งข้อมูลรายละเอียดการสั่งซื้อสินค้าและยอดรวมการสั่งซื้อสินค้าให้กับลูกค้า

กระบวนการที่ 6.0 ตรวจสอบสถานะ การดึงข้อมูลจากแฟ้มการสั่งซื้อมาเพื่อ แจ้งสถานะการสั่งซื้อ และสถานะการชำระเงินให้กับลูกค้า โดยลูกค้า และผู้ดูแลระบบสามารถดูสถานะการสั่งซื้อได้จากการดึงข้อมูลจากแฟ้มข้อมูลการสั่งซื้อมาแสดงบนหน้าระบบ

กระบวนการที่ 7.0 ตรวจสอบสินค้าคงเหลือ การดึงข้อมูลจะแฟ้มข้อมูลสินค้า และแฟ้มข้อมูลประเภทเพื่อดูยอดคงเหลือของสินค้าในคลังสินค้าโดยผู้ดูแลระบบจะเป็นคนออกรายงาน

กระบวนการที่ 8.0 ออกรายงาน เป็นกระบวนการที่รับข้อมูลมาจากลูกค้าที่ดำเนินการสั่งซื้อสินค้าและส่งไปให้ผู้ดูแลระบบเพื่อให้ผู้ดูแลระบบสรุปรายงานการขายสินค้า

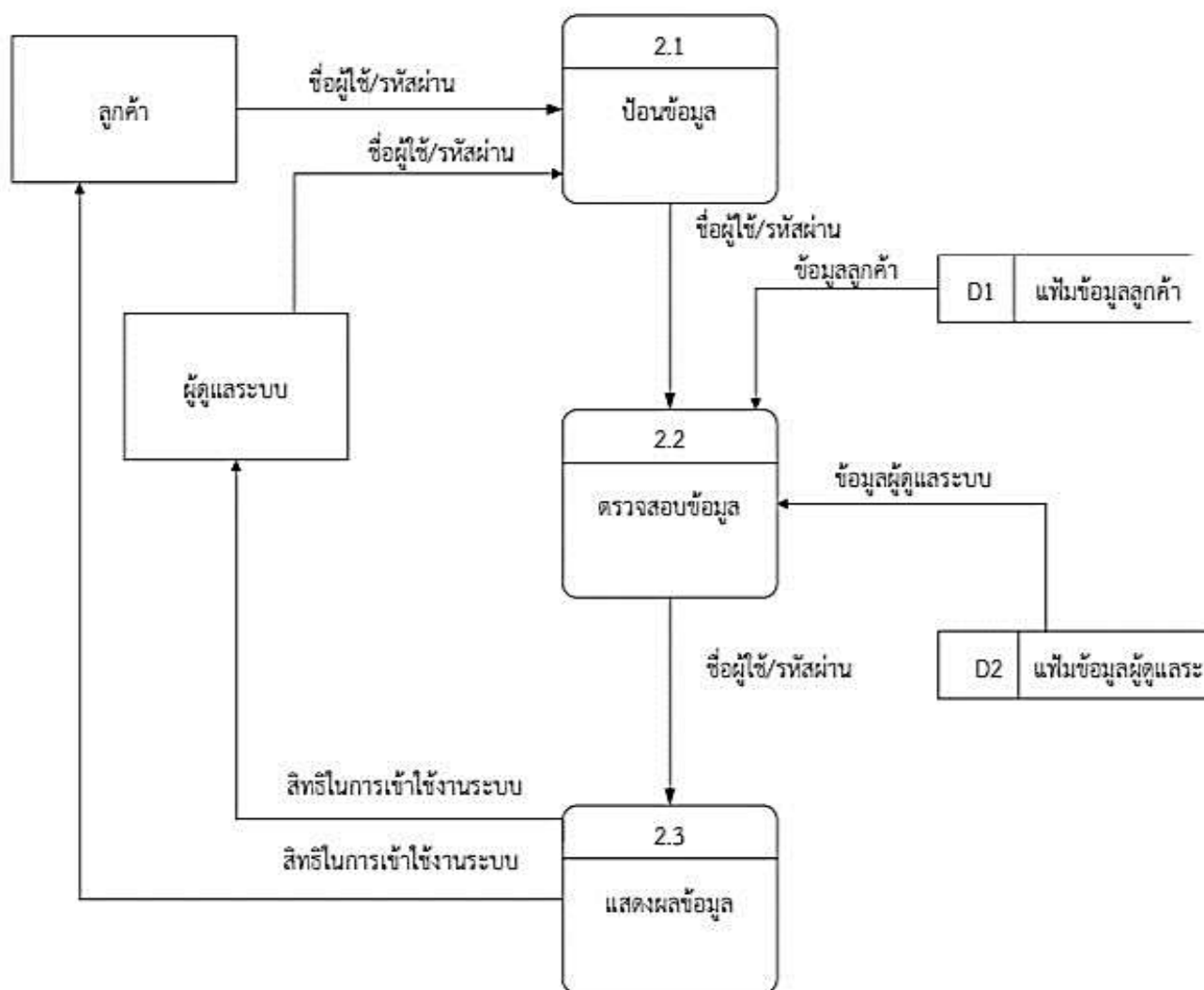
2.6.4 แผนภาพกระแสข้อมูล ระดับที่ 1 (Data Flow Diagram Level 1) ของระบบการสมัครสมาชิก เป็นการอธิบายกระบวนการสมัครสมาชิก โดยลูกค้าจะป้อนข้อมูลส่วนตัวรวมทั้งชื่อผู้ใช้และรหัสผ่าน จากนั้นระบบจะทำการตรวจสอบรายละเอียดของข้อมูลแล้วทำการบันทึกข้อมูลลงในแฟ้มข้อมูลสมาชิก แล้วระบบจะแสดงข้อมูลตอบกลับการเป็นสมาชิกของระบบ ดังภาพที่ 2.28



ภาพที่ 2.28 แผนภาพกระแสข้อมูล

ที่มา <https://www.atc.ac.th/>

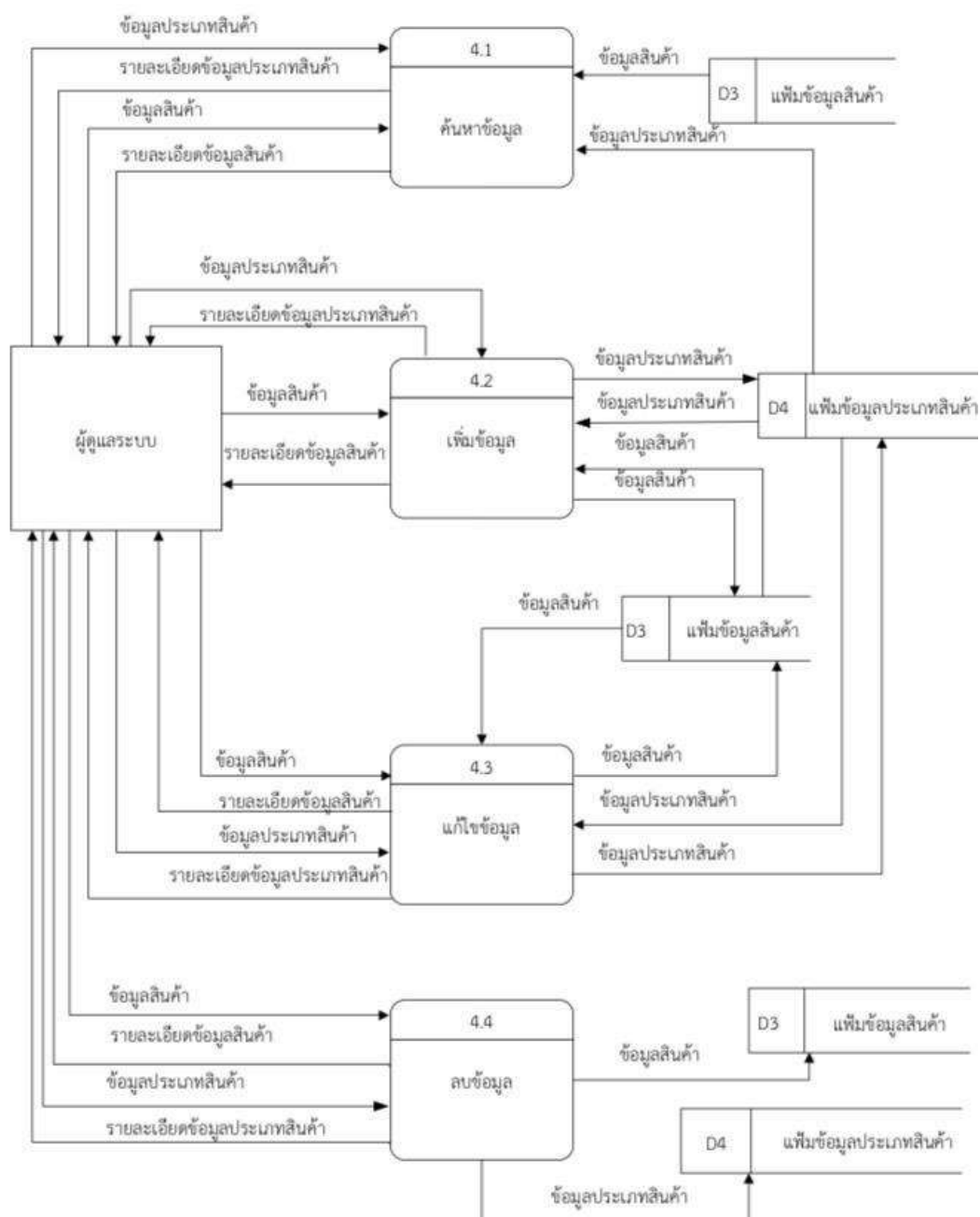
2.6.5 แผนภาพกระแสข้อมูล ระดับที่ 1 (Data Flow Diagram Level 1) ของกระบวนการ เข้าสู่ระบบ เป็นขั้นตอนการทำงานที่เกี่ยวกับการเข้าสู่ระบบทั้งหมดในระบบ ลูกค้ายที่สมัครสมาชิกแล้วกับผู้ดูแลระบบเท่านั้น ที่สามารถเข้าสู่ระบบได้ ลูกค้ายที่สมัครสมาชิก และยืนยันการเป็นสมาชิก แล้วจะสามารถป้อนชื่อผู้ใช้งานและรหัสผ่านเข้าสู่ระบบได้ ส่วนผู้ดูแลระบบเข้าสู่ระบบได้โดยการป้อนชื่อผู้ใช้งานและรหัสผ่านเช่นกัน ดังภาพที่ 2.29



ภาพที่ 2.29 แผนภาพกระแสข้อมูล

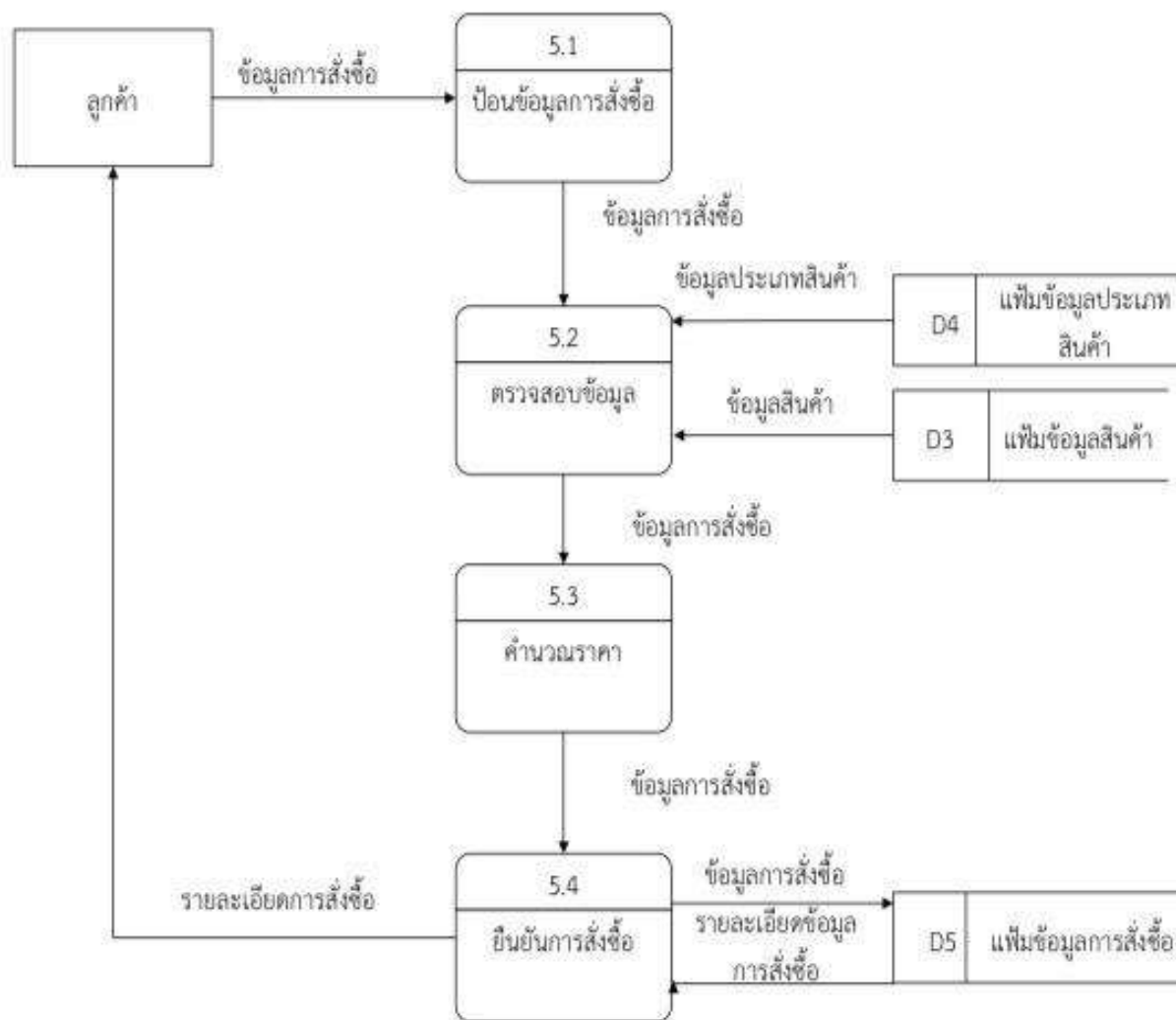
ที่มา <https://www.atc.ac.th/>

2.6.6 แผนภาพกระแสข้อมูล ระดับที่ 1 (Data Flow Diagram Level 1) ของระบบจัดการ ข้อมูลพื้นฐาน เป็นการอธิบายการเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลสำหรับผู้ดูแลระบบ ดังภาพที่ 2.30



ภาพที่ 2.30 แผนภาพกระแสข้อมูล
ที่มา <https://www.atc.ac.th/>

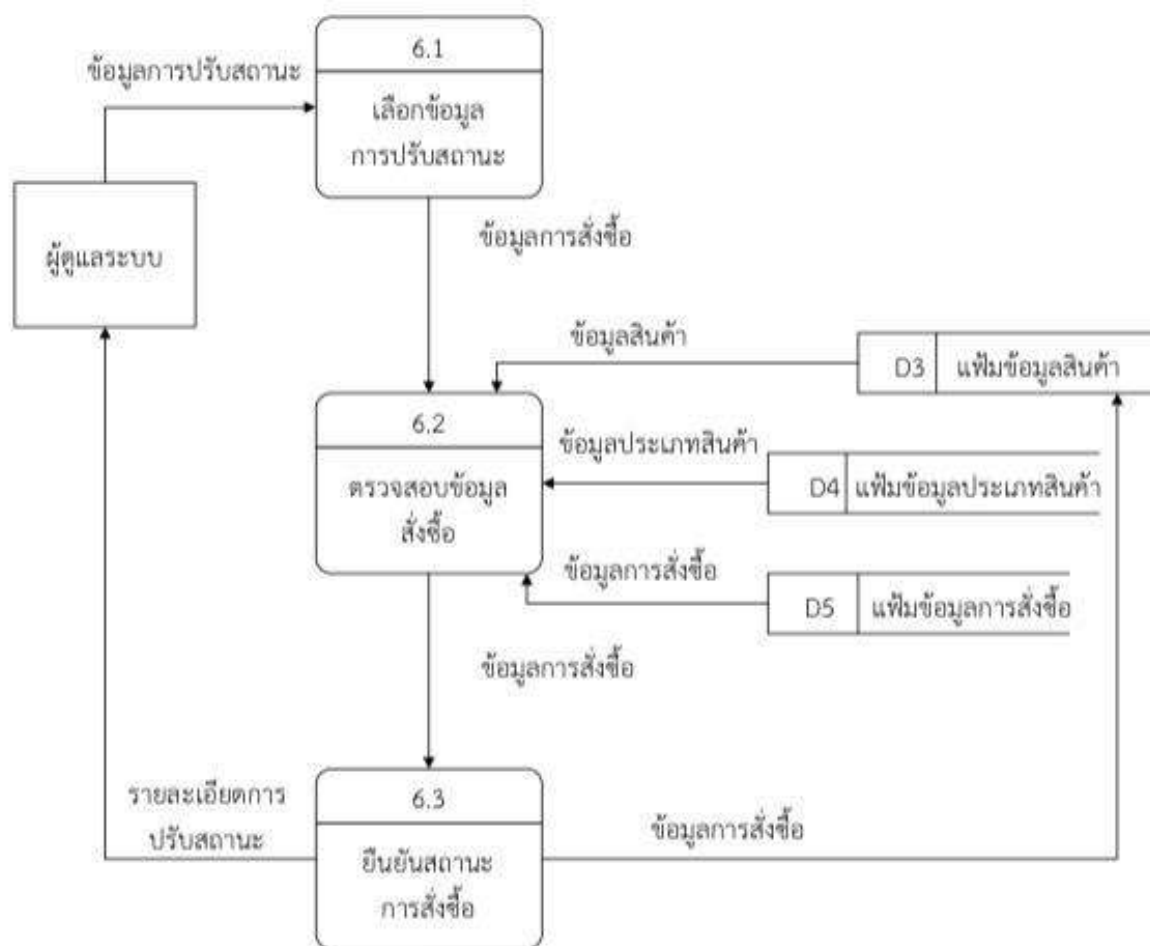
2.6.7 แผนภาพกระแสข้อมูล ระดับที่ 1 (Data Flow Diagram Level 1) ของระบบสั่งซื้อ สินค้า เป็นการอธิบายกระบวนการสั่งซื้อสินค้า โดยลูกค้าต้องท ำการเลือกสินค้าที่ต้องการจะสั่งซื้อ จากนั้นระบบจะท ำการดึงข้อมูลจากแฟ้มข้อมูลสินค้า แฟ้มประเภทสินค้าและแฟ้มการสั่งซื้อสินค้า ดังภาพที่ 2.31



ภาพที่ 2.31 แผนภาพกระแสข้อมูล

ที่มา <https://www.atc.ac.th/>

2.6.8 แผนภาพกระแสข้อมูล ระดับที่ 1 (Data Flow Diagram Level 1) ของระบบจัดการตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ โดยผู้ดูแลระบบจะดึงข้อมูลการสั่งซื้อในระบบมาตรวจสอบเพื่อยืนยันสถานะการสั่งซื้อ และส่งข้อมูลให้ผู้ดูแลระบบ ดังภาพที่ 2.32



ภาพที่ 2.32 แผนภาพกระแสข้อมูล
ที่มา <https://www.atc.ac.th/>

2.7.2 ตารางข้อมูล

ชื่อแฟ้ม สมาชิก

วัตถุประสงค์ เก็บรายละเอียดสมาชิก

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลรายละเอียดสมาชิก (member)

ลำดับ (Sequence No)	คุณสมบัติ (Attribute)	คำอธิบาย (Description)	ขนาด (Width)	ประเภท (Type)	ประเภทคีย์ (Key Type)
1	id	รหัส	11	int	PK
2	memberid	รหัสสมาชิก	20	Varchar	-
3	fname	ชื่อ	20	Varchar	-
4	name	นามสกุล	100	Varchar	-
5	birthday	วันเกิด	50	Varchar	-
6	sex	เพศ	20	Varchar	-
7	address	ที่อยู่		text	-
8	road	ถนน	100	Varchar	-
9	district	ตำบล	100	Varchar	-
10	city	อำเภอ	100	Varchar	-
11	province	จังหวัด	50	Varchar	-
12	country	ประเทศ	100	Varchar	-
13	zipcode	รหัสไปรษณีย์	10	Varchar	-
14	phone	เบอร์	100	Varchar	-
15	fax	แฟกซ์	50	Varchar	-
16	email	เมลล์	100	Varchar	-
17	usermem	ชื่อผู้ใช้	20	Varchar	-
18	passmem	รหัสผ่าน	40	Varchar	-
19	deteregist	ยืนยันรหัส	100	Vachar	-

ชื่อแฟ้ม

ข้อมูลผู้ดูแลระบบ

วัตถุประสงค์

เก็บรายละเอียดข้อมูลผู้ดูแลระบบ

ตารางที่ 2.2 ข้อมูลผู้ดูแลระบบ (user admin)

ลำดับ (Sequence No)	คุณสมบัติ (Attribute)	คำอธิบาย (Description)	ขนาด (Width)	ประเภท (Type)	ประเภทคีย์ (Key Type)
1	id	รหัส	11	int	PK
2	name	ชื่อ	100	Varchar	-
3	useradmin	ผู้ดูแลระบบ	20	Varchar	-
4	passadmin	รหัสผู้ดูแลระบบ	40	Varchar	-

ชื่อแฟ้ม

ข้อมูลสินค้า

วัตถุประสงค์

เก็บรายละเอียดสินค้า

แฟ้มที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลประเภทสินค้า

ตารางที่ 2.3 ข้อมูลรายละเอียดสินค้า (products)

ลำดับ (Sequence No)	คุณสมบัติ (Attribute)	คำอธิบาย (Description)	ขนาด (Width)	ประเภท (Type)	ประเภทคีย์ (Key Type)
1	id	รหัส	11	int	PK
2	productstypecode	รหัสประเภท	20	Varchar	-
3	productscode	เลขที่สินค้า	20	Varchar	-
4	productsname	ชื่อสินค้า	40	Varchar	-
5	productsprice	ราคาสินค้า	11	int	-
6	productsdetail	รายละเอียด สินค้า		text	-
7	productsphoto	รูปสินค้า	100	Varchar	-
8	readprd	เลข	11	int	-
9	status	สถานะ	10	Varchar	-
10	amount	จำนวน	11	Int	-
11	stats	สถิติ	11	Int	-

ชื่อแฟ้ม

ข้อมูลประเภทสินค้าสินค้า

วัตถุประสงค์

เก็บรายละเอียดข้อมูลประเภทสินค้าสินค้า

แฟ้มที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลสินค้า

ตารางที่ 2.4 ข้อมูลประเภทสินค้า (products type)

ลำดับ (Sequence No)	คุณสมบัติ (Attribute)	คำอธิบาย (Description)	ขนาด (Width)	ประเภท (Type)	ประเภทคีย์ (Key Type)
1	id	รหัสประเภทสินค้า	11	int	PK
2	Products typecode	เลขที่ประเภท สินค้า	20	Varchar	-
3	Products typename	ชื่อประเภทสินค้า	100	Varchar	-
4	Products typephoto	รูปประเภทสินค้า	100	Varchar	-

ชื่อแฟ้ม

ข้อมูลการสั่งซื้อ

วัตถุประสงค์

เก็บรายละเอียดข้อมูลรายการสั่งซื้อ

ตารางที่ 2.5 ข้อมูลรายการสั่งซื้อ (tb_order)

ลำดับ (Sequence No)	คุณสมบัติ (Attribute)	คำอธิบาย (Description)	ขนาด (Width)	ประเภท (Type)	ประเภทคีย์ (Key Type)
1	id	รหัส	11	int	PK
2	refid	เลขที่ใบเสร็จ	20	Varchar	-
3	pNum	จำนวนที่ซื้อ	5	int	-
4	pPrice	ราคาสินค้า	11	int	-
5	Id_cus	ชื่อผู้ใช้	20	Varcha	-
6	date	วันที่	20	date	-
7	pId	รหัสสินค้า	40	Varcha	-
8	sent_rate	ใบชำระเงิน	100	Varcha	-
9	paystatus	สถานะการ ชำระเงิน	10	Varcha	-
10	statusnow	สถานะ	10	Varcha	-
11	address2	ที่อยู่		text	-

ชื่อแฟ้ม

ข้อมูลการชำระเงิน

วัตถุประสงค์

เก็บรายละเอียดข้อมูลการชำระเงิน

ตารางที่ 2.6 ข้อมูลการชำระเงิน (confirm payment)

ลำดับ (Sequence No)	คุณสมบัติ (Attribute)	คำอธิบาย (Description)	ขนาด (Width)	ประเภท (Type)	ประเภทคีย์ (Key Type)
1	id	รหัส	11	int	PK
2	usermem	ชื่อสมาชิก	20	Varchar	-
3	refid	เลขที่ใบเสร็จ	20	Varcha	-
4	detepay	วันที่ชำระเงิน	20	Varcha	-
5	timepay	เวลาชำระเงิน	20	Varcha	-
6	price	ราคา	20	Varcha	-
7	comment	คำอธิบาย		text	-
8	Payment photo	ใบชำระเงิน	100	Varcha	-



บทที่ 3

การทบทวนเอกสาร/แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมหภาค (PEST Analysis)

3.1.1 สภาพแวดล้อมทางการเมืองการปกครองและกฎหมาย (Political and Legal Environment)

การพัฒนาในภาค E-Commerce และเข้าสู่ยุคที่ล้ำหน้ามากยิ่งขึ้น รัฐบาลไทยได้ดำเนินกลยุทธ์หลายอย่าง เช่น การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างธนาคารแห่งประเทศไทยและธนาคารพาณิชย์ เพื่อกำหนดนโยบาย E-payment แห่งชาติ เพื่อสนับสนุนการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์และส่งเสริมการชำระเงินสด นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการใช้เครื่อง EDC ในการชำระเงินผ่านบัตร และการใช้ชำระเงินแบบพร้อมเพย์ รวมถึงการพัฒนาระบบ QR Payment เพื่อสะดวกในการชำระเงิน QR Code อีกด้วย รัฐบาลยังให้ความสำคัญกับการลดภาระภาษีและกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ E-Commerce และลงทุนในพื้นฐานเช่น การขนส่งและอินเทอร์เน็ตไร้สาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในธุรกิจ E-Commerce เพื่อให้เกิดการแข่งขันอย่างตรงไปตรงมาและปกป้องผู้บริโภค เมื่อรัฐบาลให้ความสำคัญกับ E-Commerce มีโอกาสในการใช้ประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงร้านค้าเดิมโดยการรวมระบบการขายออนไลน์ เพื่อลดต้นทุนหรือขยายธุรกิจด้วยการเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ ทำให้เติบโตได้มากยิ่งขึ้นในอนาคต จึงมุ่งเสนอเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกในกิจกรรม E-Commerce ทั้งภาคเอกชนและผู้บริโภค รัฐบาลเน้นการลดกฎระเบียบที่ไม่จำเป็นและการรักษาความเป็นธรรมในการแข่งขัน และปกป้องสิทธิของผู้บริโภค ผู้ประกอบการในภาค E-Commerce จึงมีโอกาสนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ ๆ อย่างรวดเร็วในสภาพแวดล้อมที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นสิ่งที่เข้ากับแนวโน้มของตลาดอย่างไร้ข้อจำกัดและเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคตแล้ว

อีกทั้งยังมีโครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. SMEs เข้มแข็ง (PGS ระยะที่ 10) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) โครงการที่ช่วยเหลือให้ผู้ประกอบการ SME ที่มีศักยภาพและต้องการสินเชื่อแต่หลักประกันไม่เพียงพอ หรือ SMEs ที่มีปัญหาด้านสภาพคล่องให้สามารถเข้าถึงสินเชื่อจากสถาบันการเงินและสามารถประกอบธุรกิจต่อไปได้ ให้มีโอกาเข้าถึงสินเชื่อจากสถาบันการเงิน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของ SMEs ในการแข่งขัน และเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดประโยชน์ในภาพรวมของระบบเศรษฐกิจ จะสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการ SMEs ได้รับสินเชื่อเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 43,000 ราย ก่อให้เกิดสินเชื่อในระบบสถาบันการเงินที่เพิ่มขึ้นไม่

ต่ำกว่า 225,000 ล้านบาท จะมีสัดส่วนผู้ประกอบการ SMEs ที่เป็นนิติบุคคลที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อเพิ่มขึ้น

3.1.2 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economics Environment)

จากข้อมูลสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เปิดเผยว่า เศรษฐกิจไทยในไตรมาสแรกของปี 2567 ขยายตัวจากไตรมาสที่สี่ของปี 2566 ร้อยละ 1.1 และในด้านอุปโภคบริโภคขยายตัวในเกณฑ์สูง ร้อยละ 6.9 ต่อเนื่องจากร้อยละ 7.4 ในไตรมาสก่อนหน้า สอดคล้องกับการปรับตัวดีขึ้นของภาคบริการท่องเที่ยวและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในระดับสูงสุดในรอบ 18 ไตรมาส โดยส่วนใหญ่มาจากการบริโภคภายในประเทศที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2567 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.5 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นอย่างช้า ๆ จากเดิมในปี 2566 ที่ขยายตัว 1.9 ซึ่งมีปัจจัยมาจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและภาคบริการ และการส่งออกสินค้าตามการฟื้นตัวของการค้าโลก และแรงจูงใจจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากการฟื้นตัวในสถานการณ์โควิด - 19 และทิศทางของธุรกิจผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายในระยะ 1 ปีข้างหน้าที่ดีขึ้น และยังมีโครงการ Easy E-Receipt 2567 เป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการในการกระตุ้นยอดขาย และเป็นโอกาสสำหรับลูกค้าหรือบุคคลธรรมดาในการลดหย่อนภาษี ในประเภทโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ

3.1.3 สภาพแวดล้อมทางสังคม (Social Environment)

ในยุคปัจจุบันที่โลกก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงเร่งรีบไปสู่ความเจริญทางสังคมและเศรษฐกิจ ส่งผลให้ชีวิตประจำวันมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการเติบโตและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีการเน้นที่ความสะดวกสบายและความเร็วของอินเทอร์เน็ต 5G ในการเข้าถึงข้อมูลและสื่อสาร ในประเทศไทยการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข่าวสารและสื่อสารเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เมื่อพิจารณาถึงรายได้ของครัวเรือน พบว่ากรุงเทพมหานครมีรายได้เฉลี่ยสูงสุด เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมากกว่า 70% เข้าถึงผ่านอุปกรณ์พกพา ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และมีการเข้าถึงวิดีโอออนไลน์ในส่วนของเสื้อผ้าจะเห็นการเปลี่ยนแปลงและเป็นไปอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อเสื้อผ้าตามแฟชั่นใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น เนื่องจากสภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงที่เชื่อถือว่า เป็นบวกในการส่งเสริมธุรกิจเสื้อผ้าออนไลน์ไปสู่การเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ยังคงเพิ่มขึ้นในอนาคต

3.1.4 สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Factors)

สถิติล่าสุด จากตัวอย่างคนไทยกว่า 71.75 ล้านคน มีผู้ใช้งาน Internet มากถึง 61.21 ล้านคน หรือมากถึง 85.3% ของประชากร ซึ่งถือว่าค่อนข้างครอบคลุมในประเทศไทย ซึ่ง

การเติบโตของผู้เข้าใช้งานอินเทอร์เน็ต ถ้าเทียบกับสิบปีก่อนหนึ่ถือว่าเติบโตหลายเท่าตัว และเมื่อเทียบกับปีก่อนถือว่าเติบโตขึ้นเพียง 0.2% เท่านั้น คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตวันหนึ่งเฉลี่ยมากถึง 8 ชั่วโมง 6 นาที ซึ่งนิยมใช้งานผ่านมือถือมากกว่า โดยเฉลี่ยการใช้งานที่ 5 ชั่วโมงและใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์เฉลี่ยประมาณ 3 ชั่วโมง

ปัจจุบัน AI มีอิทธิพลในวงการเทคโนโลยี รวมไปถึงการตลาดดิจิทัล จากการตั้งคำถามบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ระบบก็จะดำเนินการโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้ AI เป็นส่วนสำคัญในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทำตลาดดิจิทัล ซึ่งจะช่วยให้สามารถคาดคะเนทิศทางของตลาดและกำหนดกลยุทธ์ในการทำตลาด เพื่อให้สามารถได้ข้อมูลเชิงลึกของพฤติกรรมผู้บริโภคตรงกับเป้าหมายในการทำธุรกิจ

3.2 ความประเมินความน่าสนใจของอุตสาหกรรม (การวิเคราะห์อุตสาหกรรมด้วย Five Forces Analysis)

วิเคราะห์ผ่าน Five-Forces Mode โมเดล Five Forces ถูกพัฒนาโดย Michael Porter เพื่อช่วยวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของกลุ่มอุตสาหกรรมหรือตลาดแบบทั่วไป โดยพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันในกลุ่มอุตสาหกรรม รายละเอียดในการวิเคราะห์ดังนี้

3.2.1 อุปสรรคสำหรับผู้เล่่นรายใหม่ (Threat of New Entrance)

การแข่งขันในอุตสาหกรรมร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์มีระดับการแข่งขันสูง เนื่องจากสามารถเข้าออกธุรกิจได้ง่าย เพราะใช้ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจไม่สูง และยังมีข้อได้เปรียบ เนื่องจากการขายเสื้อผ้าออนไลน์ไม่ต้องจ่ายค่าเช่า และค่าพื้นที่ในเรื่องสินค้าคงคลัง ซึ่งทำให้สามารถเสนอราคาต่ำกว่าได้ จึงใช้กลยุทธ์การแข่งขันด้านราคา เช่น ส่วนลดสำหรับการซื้อหรือการจัดส่งฟรีเพื่อดึงดูดลูกค้า จึงทำให้เกิดการแข่งขันในระดับสูง มีผลในการเสียรายได้และความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ ดังนั้นผู้เล่่นรายใหม่สามารถเข้าในอุตสาหกรรมได้ง่าย การแข่งขันสูง

3.2.2 อำนาจต่อรองของคู่ค้าทางธุรกิจ (Power of Suppliers)

ในการทำธุรกิจเสื้อผ้าออนไลน์การต่อรองกับผู้ผลิตหรือ Supplier เพื่อต่อรองในการผลิตกับโรงงาน ซึ่งมีอำนาจต่อรองของ Supplier ไม่สามารถต่อรองได้สูง เนื่องจากมีโรงงานผลิตผ้าตัดเย็บมีจำนวนมาก หากราคาในการผลิตของโรงงานสูงเกินไป คู่ค้าสามารถเปลี่ยนไปหาโรงงานผลิตรายอื่นได้ ดังนั้นจึงส่งผลให้การต่อรองของคู่ค้าทางธุรกิจต่ำ

3.2.3 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Power of Buyers)

ในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าออนไลน์มีคู่แข่งจำนวนมาก ลูกค้ามีอำนาจในการเลือกซื้อหลายช่องทาง ผ่านช่องทางออนไลน์และหน้าร้านออฟไลน์ ส่งผลให้ลูกค้าสามารถสลับ

ไปมาระหว่างร้านต่าง ๆ ได้ง่าย และหากสินค้าไม่ตอบโจทย์ให้ตรงกับความต้องการจึงส่งผลให้ผู้ซื้อสามารถเปลี่ยนไปซื้อสินค้าคู่แข่ง ดังนั้นในอุตสาหกรรมนี้อำนาจต่อรองของลูกค้าสูง

3.2.4 ภัยคุกคามของสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)

ในการดำเนินธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์มีสินค้าทดแทนจำนวนมาก ทั้งในรูปแบบร้านค้าออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งสินค้าแฟชั่นจะมีการเปลี่ยนรูปแบบใหม่เสมอเพื่อตามเทรนด์ ซึ่งมีหลายร้านมีการออกแบบมาซ้ำกันหลายร้าน ดังนั้นลูกค้ามีอำนาจในการเลือกแบบที่ตรงกับความต้องการในเรื่องของราคาและแบบเสื้อผ้า ดังนั้นสินค้าทดแทนจึงอยู่ในระดับสูง

3.2.5 สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Competitive Rivalry within an Industry)

ในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น เนื่องจากโครงสร้างธุรกิจไม่ซับซ้อนมาก การเข้าสู่อุตสาหกรรมตลาดเสื้อผ้าเป็นเรื่องง่ายและจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภค รวมถึงมีกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อนและไม่ต้องการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายในการเข้าสู่อุตสาหกรรมน้อย เนื่องจากไม่มีการลงทุนในสิ่งที่ใช้งบประมาณสูง เช่น หน้าร้านออฟไลน์และการตกแต่งภายในร้าน แม้ว่าจะมีปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้ผู้ขายรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย ดังนั้นทำให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมได้ตลอดเวลา ธุรกิจจึงมีความเสี่ยงสูง

ตารางที่ 3.1

สรุปการวิเคราะห์อุตสาหกรรม ด้วย Five Forces Analysis

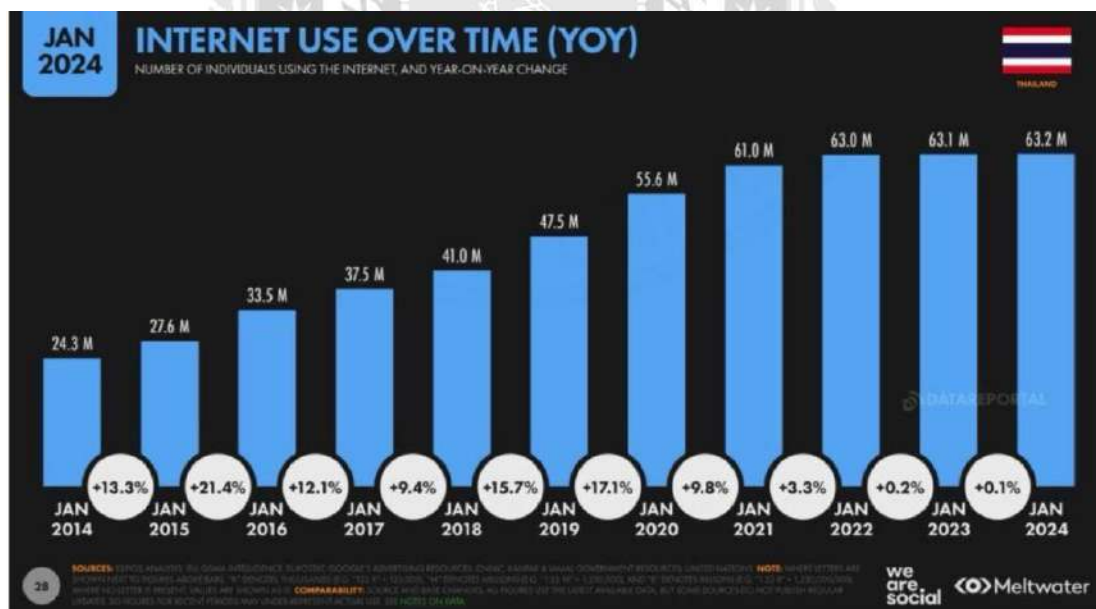
ปัจจัย	รายละเอียด	สรุป
การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่	1. ใช้ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจไม่สูง 2. ไม่มีค่าใช้จ่ายค่าพื้นที่ในการขายและค่าพื้นที่สินค้าคงคลัง	การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ในระดับสูง (-)
อำนาจต่อรองของผู้ผลิต	1. สามารถหาแหล่งวัตถุดิบ รวมถึงโรงงานรับผลิตมีหลากหลาย	อำนาจต่อรองของผู้ผลิตอยู่ในระดับต่ำ (+)
อำนาจต่อรองของลูกค้า	1. มีคู่แข่งจำนวนมาก ลูกค้ามีอำนาจในการเลือก	อำนาจต่อรองของลูกค้าอยู่ในระดับสูง (-)
สินค้าทดแทน	1. ธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์มีสินค้าทดแทนจำนวนมาก ทั้งในรูปแบบร้านค้าออนไลน์และออฟไลน์	สินค้าทดแทนอยู่ในระดับสูง (-)
การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม	1. ผู้ขายรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย จึงทำให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมตลอดเวลา	การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับสูง (-)

3.3 การวิเคราะห์สภาพตลาดและคู่แข่งทางธุรกิจ

การวิเคราะห์ธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยในไตรมาสแรกของปี 2567 เป็นที่น่าสนใจ เนื่องจากการเติบโตต่อเนื่องของตลาดออนไลน์ ซึ่งมีผลทำให้มูลค่าตลาดของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากปี 2566 โดยมูลค่าตลาดในปี 2567 ประมาณ 6.34 แสนล้านบาทและคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นไปสู่ระดับประมาณ 7 แสนล้านบาท ซึ่งกำลังถูกผลักดันโดยคนไทยที่มีแนวโน้มในการช้อปปิ้งออนไลน์มากกว่า 67%

การจดทะเบียนนิติบุคคลใหม่ในธุรกิจอีคอมเมิร์ซเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยที่ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีในการทำธุรกิจ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลง และผู้บริโภคมีการปรับตัวและรับเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน

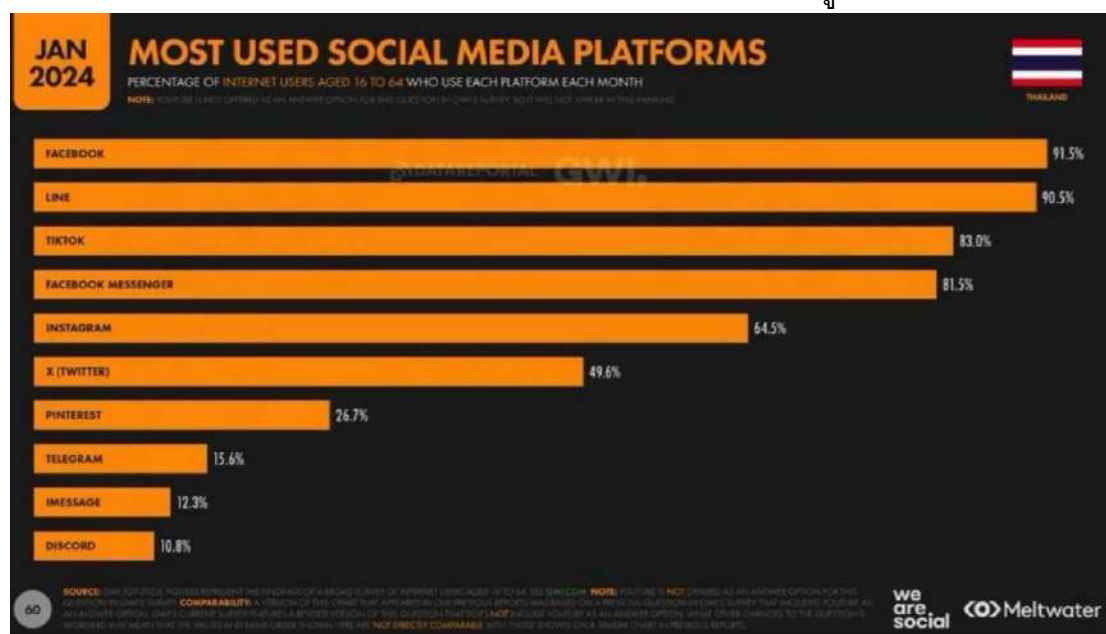
เมื่อพิจารณาจากสถานการณ์ที่ผ่านมา โรคโควิด - 19 มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคไทยอย่างสิ้นเชิง คนไทยเริ่มมีความสำคัญในสุขภาพร่างกายและการใช้เทคโนโลยีในการดำรงชีวิต และเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ มากขึ้น ทำให้มีการเพิ่มจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยโดยมีจำนวนประมาณ 63.21 ล้านคน ซึ่งมีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยถึง 7 ชั่วโมง 58 นาทีต่อวัน



ภาพที่ 3.1 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ที่มา <https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/>

การใช้งานแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่คนไทยใช้งานมากที่สุด ได้แก่ Facebook , LINE และ TikTok โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการติดต่อ การติดตามข่าวสาร และการช้อปปิ้งออนไลน์ ซึ่งประกอบกับการใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในการซื้อสินค้าและบริการที่สูงถึง 66.90%



ภาพที่ 3.2 จำนวนผู้ใช้ Social Media ในประเทศไทย
ที่มา <https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/>

3.3.1 Facebook

Facebook เป็นบริการเครือข่ายสังคม ก่อตั้งเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2004 ฟีเจอร์หลักของ Facebook ประกอบด้วยการสร้างโปรไฟล์ส่วนตัว การเพิ่มเพื่อน การโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ และลิงก์ รวมถึงการเข้าร่วมกลุ่มสนทนาและการสร้างหน้าแฟนเพจเพื่อทำกิจกรรมทางธุรกิจและชุมชน นอกจากนี้ยังมีฟีเจอร์อื่น ๆ เช่น Messenger สำหรับการส่งข้อความส่วนตัว , Marketplace สำหรับการซื้อขายสินค้า , และ Facebook Live สำหรับการถ่ายทอดสด โดยสามารถขายสินค้าในแพลตฟอร์ม Facebook Marketplace เป็นฟีเจอร์ที่เปิดให้ผู้ใช้สามารถซื้อขายสินค้ากันได้โดยตรงบนแพลตฟอร์ม ผู้ใช้สามารถโพสต์รายการสินค้าและบริการที่ต้องการขายและผู้ซื้อสามารถค้นหาและติดต่อผู้ขายได้ และโฆษณาและการตลาด Facebook ให้บริการโฆษณาที่ครอบคลุมธุรกิจทุกประเภท โดยธุรกิจสามารถใช้ Facebook Ads เพื่อโปรโมตสินค้าและบริการของตนเองไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม โดยมีการกำหนดงบประมาณและการปรับแต่งโฆษณาได้ตามต้องการ โดยรวมแล้ว Facebook ไม่ได้ขายสินค้าเองโดยตรงเป็นหลัก แต่ให้บริการและแพลตฟอร์มที่ช่วยให้ผู้ใช้และธุรกิจสามารถทำการซื้อขายสินค้าและบริการได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ

3.3.2 Instagram

Instagram (เป็นส่วนหนึ่งของ Meta) มีหลายวิธีที่ช่วยให้ธุรกิจและผู้ใช้งานทั่วไปสามารถขายสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. **Instagram Shops** ร้านค้าออนไลน์ที่ธุรกิจสามารถสร้างบนโปรไฟล์ Instagram โดยธุรกิจสามารถแสดงสินค้าเป็นคอลเลกชันที่มีการจัดเรียงอย่างเป็นระบบ ผู้ใช้งานสามารถเรียกดูสินค้า คลิกเพื่อดูรายละเอียด และซื้อสินค้าได้โดยตรงผ่านแอปพลิเคชัน
2. **Shopping Tags** ฟีเจอร์ที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถแท็กสินค้าบนโพสต์ภาพหรือวิดีโอ เมื่อผู้ใช้งานคลิกที่แท็กนี้ จะเห็นรายละเอียดสินค้าและมีลิงก์เพื่อไปยังหน้าซื้อสินค้าได้ทันที
3. **Instagram Stories and Reels** ธุรกิจสามารถใช้ Stories และ Reels เพื่อโปรโมตสินค้าและเพิ่ม Shopping Tags เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถคลิกดูสินค้าและทำการซื้อได้อย่างง่าย
4. **Instagram Live Shopping** ธุรกิจสามารถทำการถ่ายทอดสดเพื่อโปรโมตสินค้าและสามารถแท็กสินค้าที่ขายในขณะถ่ายทอดสด ผู้ใช้งานสามารถคลิกที่แท็กสินค้าและทำการซื้อได้ในขณะที่ดูการถ่ายทอดสด
5. **Checkout on Instagram** ฟีเจอร์ที่ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถทำการซื้อสินค้าและชำระเงินได้โดยตรงในแอป Instagram โดยไม่ต้องออกไปยังเว็บไซต์อื่น ฟีเจอรนี้ช่วยให้กระบวนการซื้อสินค้าง่ายขึ้นและปลอดภัย
6. **Ads with Product Tags** ธุรกิจสามารถใช้โฆษณาที่มีการแท็กสินค้า ซึ่งจะช่วยโปรโมตสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น ผู้ใช้งานสามารถคลิกดูรายละเอียดและซื้อสินค้าได้จากโฆษณา

Instagram ได้พัฒนาเครื่องมือและฟีเจอร์เหล่านี้เพื่อช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงผู้บริโภคและทำการขายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพในแพลตฟอร์มเดียว

3.3.3 Shopee

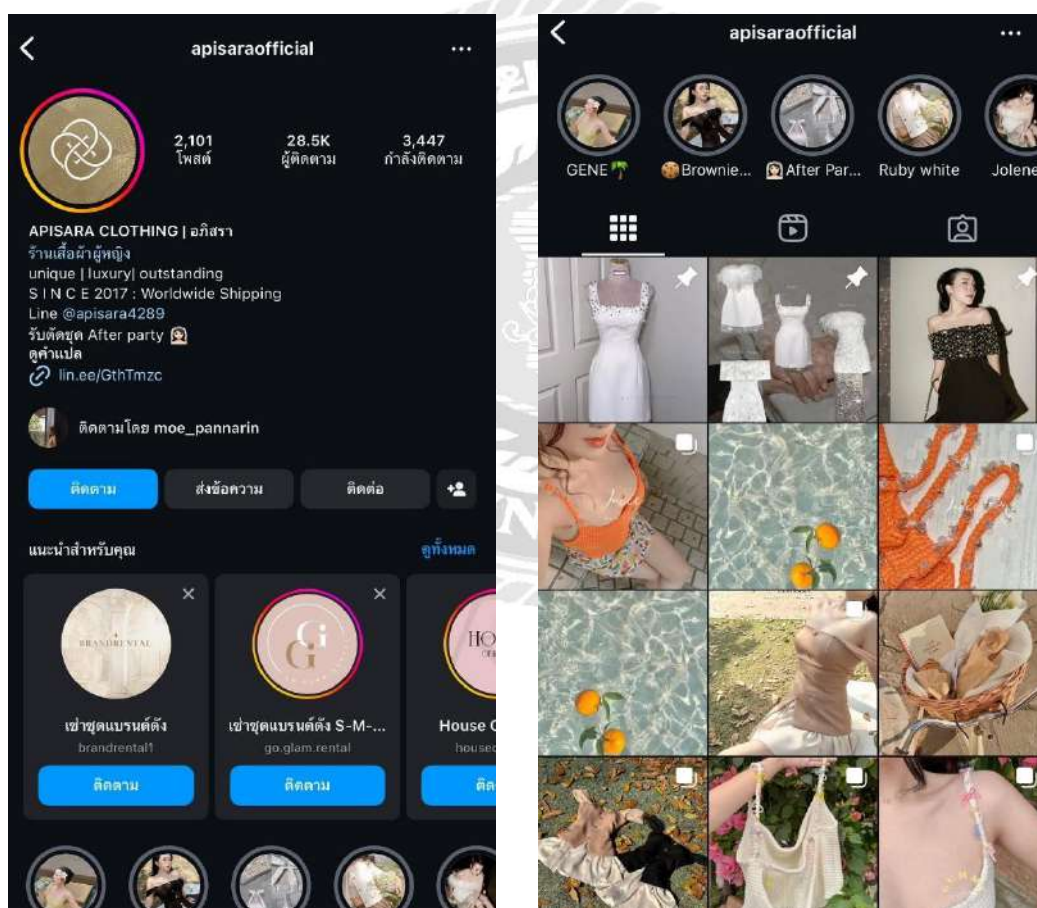
Shopee เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถซื้อและขายสินค้าได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ วิธีการขายสินค้าบน Shopee มีขั้นตอนและฟีเจอร์ต่างๆ ที่ช่วยให้กระบวนการขายง่ายขึ้น Shopee เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถซื้อและขายสินค้าได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ วิธีการขายสินค้าบน Shopee มีขั้นตอนและฟีเจอร์ต่างๆ ที่ช่วยให้กระบวนการขายง่ายขึ้น การโปรโมตสินค้าบน Shopee มีฟีเจอร์การโปรโมตสินค้าที่ช่วยให้ผู้ขายสามารถเพิ่มโอกาสในการขาย เช่น การใช้โฆษณาใน

แอป การเข้าร่วมโปรโมชั่นและแคมเปญพิเศษและการใช้ Shopee Coins เพื่อดึงดูดลูกค้า และการให้บริการลูกค้า Shopee มีระบบการส่งข้อความในแอปที่ช่วยให้ผู้ขายสามารถติดต่อและให้บริการลูกค้าได้โดยตรงซึ่งผู้ขายสามารถตอบคำถามและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่ลูกค้าพบเจอ และการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งช่วยให้ผู้ขายสามารถติดตามยอดขายประสิทธิภาพของสินค้าได้ ผู้ขายสามารถใช้ข้อมูลนี้ในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์การขายของตนเอง ซึ่ง Shopee มุ่งเน้นให้การขายสินค้าเป็นเรื่องง่ายและสะดวกสำหรับผู้ขายทุกคน โดยมีการสนับสนุนจากทีมงานและเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและขยายตลาดของผู้ขาย

3.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง

3.4.1 คู่แข่งทางตรง (Direct Competitor)

3.4.1.1 Apisaraofficial



ภาพที่ 3.3 Apisaraofficial

ที่มา <http://www.instagram.com/apisaraofficial?>

ลักษณะเสื้อผ้า : เสื้อผ้าแนวแฟชั่นที่เน้นโทนสีเรียบหรูและคลาสสิกผสมผสานกับลูกเล่นต่าง ๆ
ที่เพิ่มความทันสมัยและมีสไตล์เป็นเอกลักษณ์

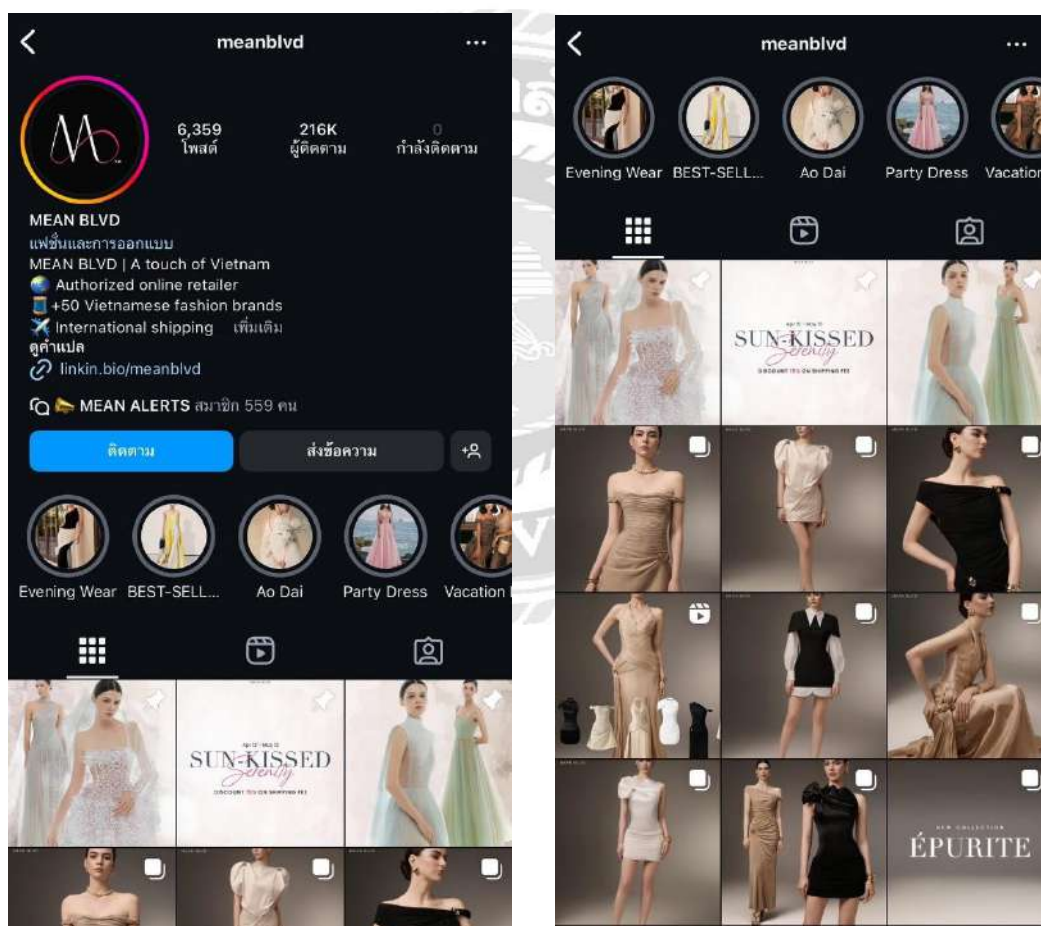
ช่องทางจำหน่าย : SOS Store , Instagram

กลุ่มลูกค้า : เป็นเพศหญิงในช่วงอายุ 18-35 ปี หรือคนที่ชอบแต่งตัวสไตล์
เรียบหรู

(1) จุดแข็ง เป็นแบรนด์ที่เปิดมานาน มีผู้ติดตามจำนวนมาก

(2) จุดอ่อน ราคาสูง

3.4.1.2 Meanblvd



ภาพที่ 3.4 Meanblvd

ที่มา <http://www.instagram.com/meanblvd?>

ลักษณะเสื้อผ้า : เสื้อผ้าแนวไฮสตรีทแฟชั่นที่เน้นโทนสีเรียบหรูและคลาสสิก ผสมผสานกับลูกเล่นต่าง ๆ ที่เพิ่มความทันสมัยและมีสไตล์

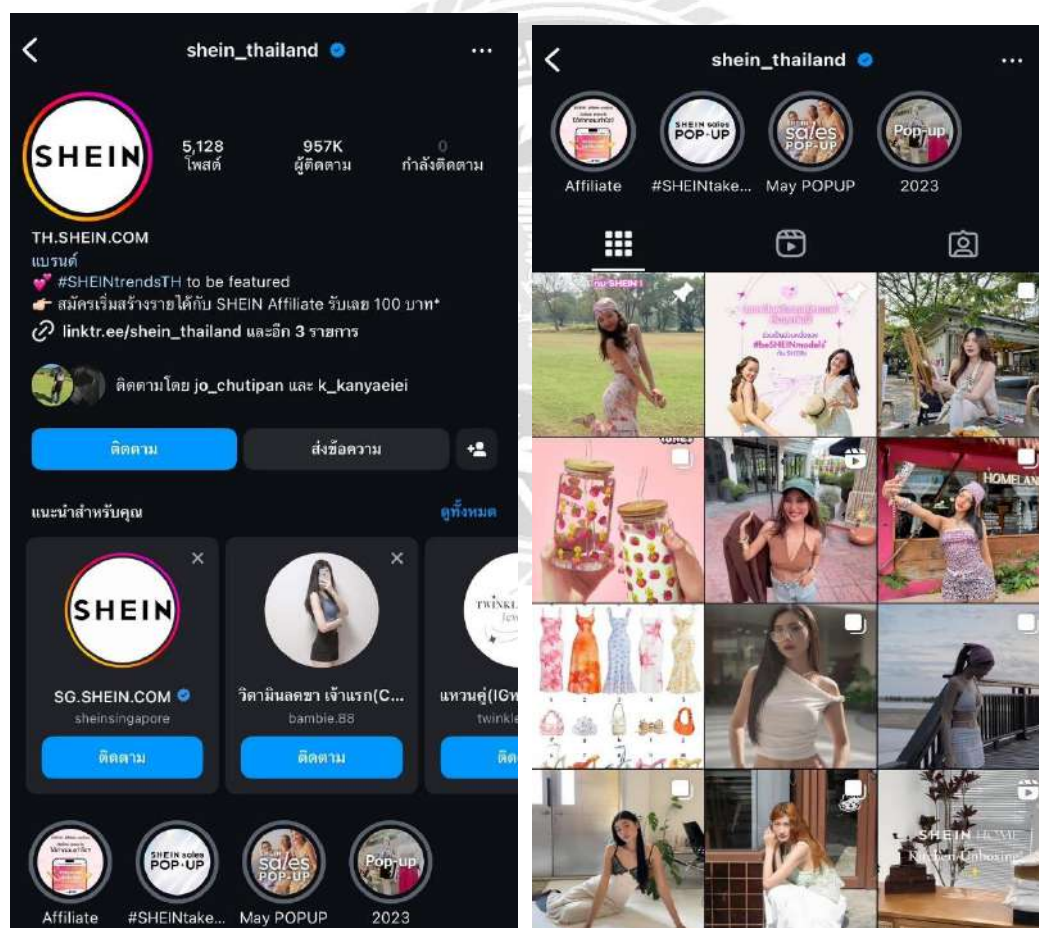
ช่องทางจำหน่าย : SOS Store, Instagram , Website

กลุ่มลูกค้า : เป็นเพศหญิงในช่วงอายุ 18-45 ปี หรือคนที่ชอบแต่งตัวสไตล์เรียบหรู

(1) จุดแข็ง เป็นแบรนด์ที่เปิดมานาน มีผู้ติดตามจำนวนมาก

(2) จุดอ่อน ราคาสูง

3.4.2 คู่แข่งทางอ้อม (Direct Comprtitor)



ภาพที่ 3.5 SHEIN

ที่มา http://www.instagram.com/shein_thailand?

ลักษณะเสื้อผ้า : เป็นเสื้อผ้าหลากหลายประเภท ลุคสาวออฟฟิศ สาวมันส์ สาวเท่ ลูกคุณหนู มี สไต์ลส์และโทนสีที่หลากหลาย ราคาจะเริ่มตั้งแต่ 250 – 1690 บาท

ช่องทางจำหน่าย : Application SHEIN

กลุ่มลูกค้า : เป็นเพศหญิงในช่วงอายุ เด็กจนถึงวัยทำงาน

(1) จุดแข็ง เป็นแบรนด์ที่เปิดมานาน มีผู้ติดตามจำนวนมาก และมีราคาถูก

(2) จุดอ่อน ใช้เวลาส่งนานขั้นต่ำ 1 สัปดาห์ในการรอสินค้า

3.5 สรุปประเด็นสำคัญจากการวิเคราะห์อุตสาหกรรม

จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมทำให้ได้ทราบถึงแนวโน้ม คู่แข่ง ตลาด และเศรษฐกิจของ ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นในมุมมองกว้างและทำให้เข้าใจถึงแนวโน้มของการพัฒนาของธุรกิจนี้ตลอด จนถึง การป้องกันจุดอ่อนของแบรนด์ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงาน

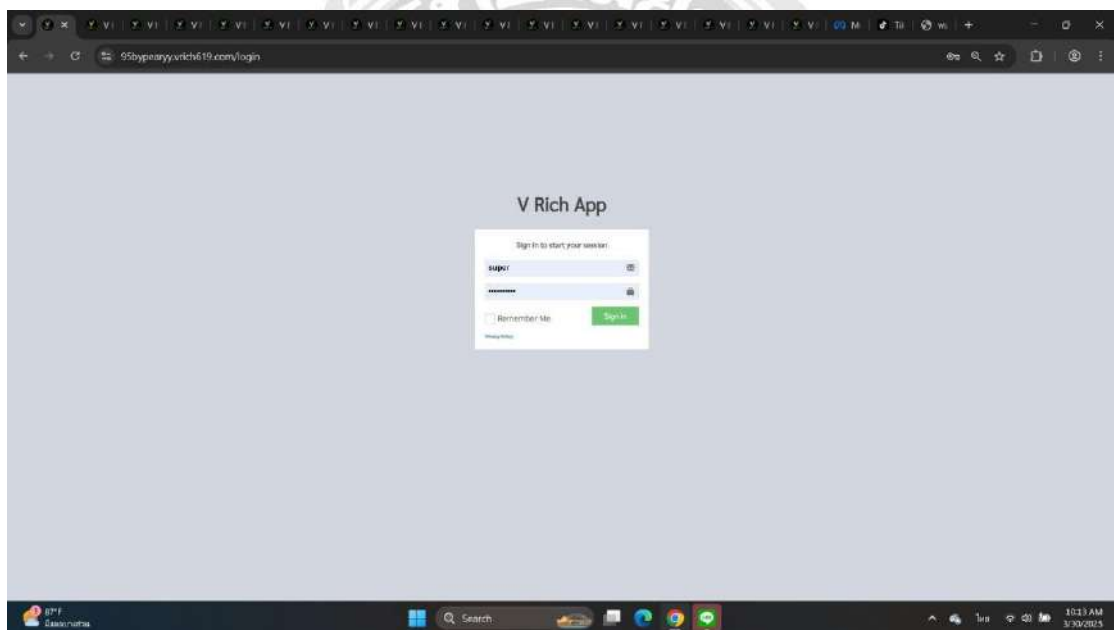
ผลการศึกษาและการทดลอง การพัฒนาระบบร้านขายสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน วิชาซื้อ เพื่อนำเสนอข้อมูลจากระบบที่พัฒนาขึ้น มีผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อประเมินคุณภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบ ซึ่งได้แสดงเป็นลำดับ ดังนี้

1. ผลการพัฒนาระบบร้านขายสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน วิชาซื้อ
2. ผลการวิเคราะห์คุณภาพระบบร้านขายสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน วิชาซื้อ

4.1 ผลการพัฒนาระบบร้านขายสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน วิชาซื้อ

4.1.1 วิธีการใช้งานระบบของสมาชิกผู้ใช้งานระบบ

สมัครสมาชิก ผู้ใช้ทั่วไปสามารถสมัครสมาชิกเพื่อเลือกซื้อสินค้าของทางร้านได้

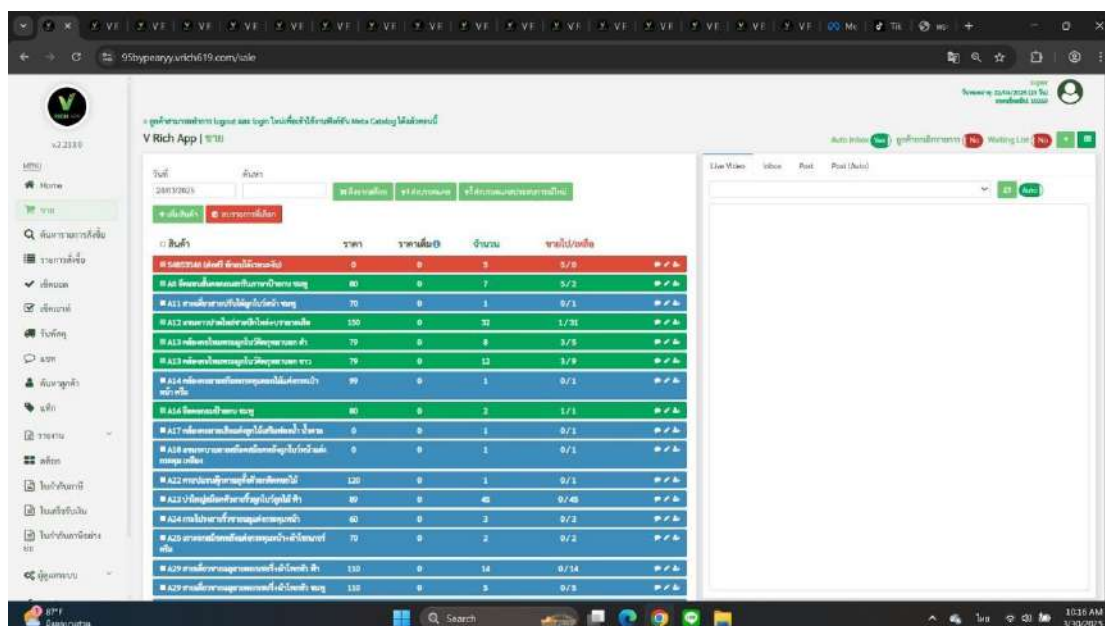


ภาพ 4.1 หน้าสมัครสมาชิก

ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

ผู้ใช้งานทั่วไป สามารถสมัครสมาชิกได้ กรอกชื่อสมาชิกที่จะใช้ในการล็อกอินเข้าสู่ระบบ กรอกรหัสผ่านที่จะใช้ล็อกอินเข้าสู่ระบบ เมื่อกรอกข้อมูลครบทุกช่องแล้วให้ทำการบันทึก

4.1.2 หน้าแสดงสินค้า สมาชิกสามารถเลือกซื้อสินค้าตามความต้องการได้



ภาพ 4.2 หน้าแสดงสินค้า

ที่มา <https://95bypearry.vrich619.com>

หน้าสินค้า จะแสดงรายการสินค้าทั้งหมดที่ทางร้านมีหน้าสินค้าจะแสดงชื่อสินค้าให้ลูกค้าเลือกซื้อแสดงรายละเอียดสินค้า ชื่อสินค้าแสดงราคาสินค้า แสดงยอดคงเหลือของสินค้าที่สามารถสั่งซื้อได้

4.1.3 แจ้งยอดการชำระเงิน เมื่อสั่งซื้อสินค้าเสร็จ ลูกค้าจะต้องแจ้งยอดชำระเงินให้กับทางร้านทราบ เพื่อทางร้านจะได้จัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า



ภาพ 4.3 แจ้งยอดการชำระเงิน
ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

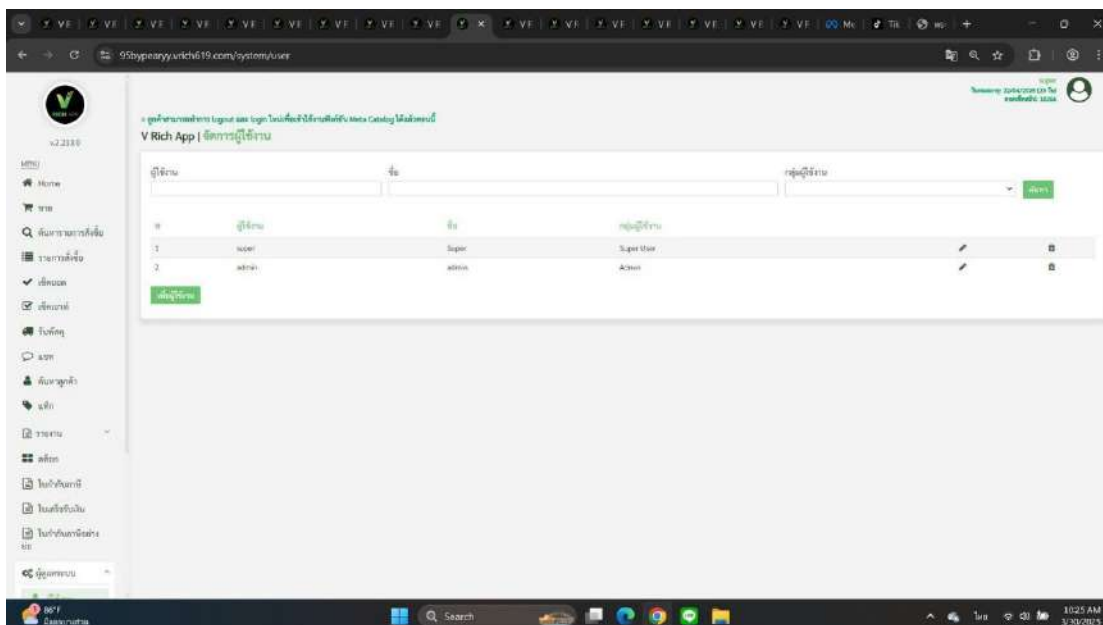
แจ้งยอดชำระเงิน จะแสดงรหัส วันที่ ยอดที่ชำระ และการแจ้งยอดเมื่อชำระแล้วแจ้งยอดชำระเงิน ถ้าไม่ชำระเงิน ระบบจะแจ้งว่ายังไม่ชำระเงิน แต่ถ้าชำระแล้ว ระบบจะแจ้งชำระแล้ว

4.1.4 รายละเอียดแจ้งชำระเงิน ลูกค้ากรอกรายละเอียดการชำระเงิน และอัปโหลดไฟล์สลิปเพื่อแจ้งให้ทางร้านทราบว่าลูกค้าชำระค่าสินค้าแล้ว

ภาพ 4.4 รายละเอียดแจ้งชำระเงิน
ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

รายละเอียดการแจ้งชำระเงิน จะแสดงวันที่ เดือน ปี และเวลาที่แจ้งชำระเงิน ที่อยู่จัดส่งลูกค้ากรอกข้อมูลที่อยู่จัดส่ง หรือต้องการให้ทางร้านส่งตามที่อยู่ที่สมัครสมาชิกก็ได้ อัปโหลดไฟล์สลิปที่ลูกค้าโอนเงินชำระค่าสินค้า โดยลูกค้าคลิกไปที่เลือกไฟล์ และเลือกสลิปที่ลูกค้าโอนเงินให้กับทางร้าน เพื่อเป็นหลักฐานในการจัดส่งสินค้า เมื่อกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ลูกค้ากดปุ่มบันทึกเพื่อยืนยันรายละเอียดการชำระเงินค่าสินค้า

4.1.5 จัดการสมาชิก/วิธีการใช้งานของสมาชิกผู้ดูแลระบบ สามารถแก้ไขข้อมูลสมาชิก ลบสมาชิก หรือเพิ่มสมาชิกได้

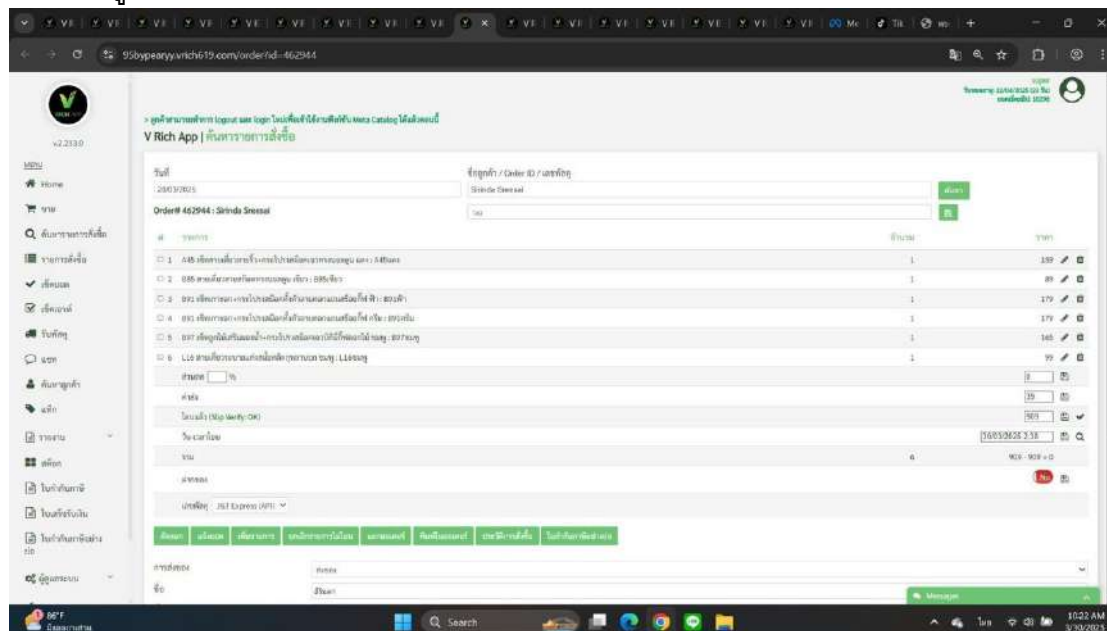


ภาพ 4.5 จัดการสมาชิก

ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

ผู้ดูแลระบบสามารถจัดการสมาชิกได้ ผู้ดูแลระบบจะเห็นรายชื่อลูกค้าที่เป็นสมาชิกทั้งหมด ผู้ดูแลระบบสามารถเพิ่มสมาชิกได้ เมื่อสมาชิกต้องการ ผู้ดูแลระบบสามารถจัดการลบสมาชิกและแก้ไขข้อมูลสมาชิกได้

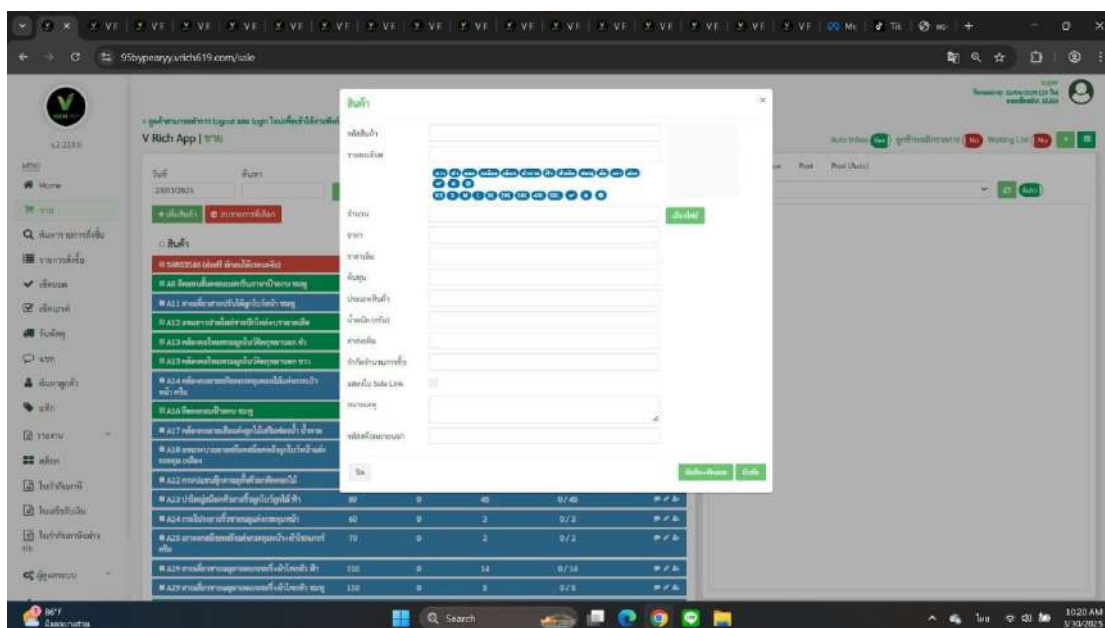
4.1.6 จัดการสินค้า แสดงรายการสินค้าที่เพิ่มลง สามารถเพิ่มลบสินค้าใหม่ได้ ลบแก้ไขข้อมูลสินค้าได้



ภาพ 4.6 จัดการสินค้า
ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

หน้าจัดการสินค้าจะแสดงรายการสินค้าทั้งหมดที่ผู้ดูแลระบบเพิ่มเข้ามา ผู้ดูแลระบบสามารถเพิ่มสินค้าเข้ามาใหม่ได้เมื่อเพิ่มสินค้าแล้ว ระบบจะแสดงรหัสสินค้า ชื่อสินค้า ราคาสินค้า และจำนวนยอดสินค้าคงเหลือ

4.1.7 จัดการการสั่งซื้อ แสดงรายการที่ลูกค้าสั่งซื้อ



ภาพ 4.7 จัดการการสั่งซื้อ
ที่มา <https://95bypearyy.vrich619.com>

การจัดการสั่งซื้อ แสดงหน้าการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า จะแจ้งสถานการณ์ชำระเงินของลูกค้า แจ้งชำระแล้ว จะแสดงยอดที่ลูกค้าชำระ และสถานะชำระเงินของลูกค้า ยังไม่แจ้งชำระแล้วจะแสดงยอดที่ลูกค้าค้างชำระ และสถานะชำระเงินของลูกค้า สามารถสั่งพิมพ์ได้ ยกเลิกสินค้าได้

4.2 ผลการวิเคราะห์คุณภาพระบบร้านขายสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน วิชาชีบ

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

การค้นคว้าอิสระ เรื่องการพัฒนาระบบร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ วิชา ชีบ

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกของการศึกษาในครั้งนี้ มุ่งเน้นถึงปัญหาและการพัฒนาระบบการขายเสื้อผ้าออนไลน์ (VRich App) ตามประเด็นการวิเคราะห์ภายใต้การพัฒนาระบบออนไลน์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้

คำถามที่ 1 ระบบสามารถช่วยลดปัญหาการคืนสินค้าได้จริงหรือไม่ ?

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ สรุปคำตอบ

คุณฝน ระบบ VRich จะมีการคืนสินค้าได้จริง ๆ แต่ทางเจ้าของร้านต้องคอยเข้าไปก่อนซึ่งอาจจะไม่สะดวกในการทำงาน แต่บางทีก็มีการคืนสินค้าบางตัวได้เองในระบบด้วยเหมือนกันค่ะ

คุณอิง ระบบ VRich สามารถคืนสินค้าให้ลูกค้าได้ ถ้าลูกค้ากด Cance Order ระบบก็จะคืนสินค้าให้ผู้ขายทันที แต่ก็มีบ้างที่ระบบคืนสินค้าเองด้วยค่ะ

คุณอร จริง ๆ ก็ยากให้ลดปัญหาการคืนสินค้าเอง ถ้าลูกค้าไม่ได้ Cance มาเหมือนกันค่ะ เพราะตอนนี้ข้อนี้ก็มีผลกระทบกับทางร้านเหมือนกัน

คำถามที่ 2 เวลาลูกค้า CF สินค้าในไลฟ์สด แล้วระบบไม่ดูดข้อมูล ทางร้านมีวิธีการแก้ไขอย่างไร ?

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ สรุปคำตอบ

คุณฝน เราต้องเพิ่มสินค้าตัวที่จะไลฟ์เข้าไปใหม่ก่อนไลฟ์สดค่ะ แล้วก็ตั้งรหัสสินค้าขึ้นมาใหม่ค่ะ มีทั้งไทยและอังกฤษ ใครสะดวกแบบไหนก็ตั้งค่าแบบนั้นได้เลยค่ะ แล้วเพิ่มจำนวนสินค้าแต่ละประเภทลงในสต็อก จากนั้นให้กดบันทึกได้เลยค่ะ แล้วอย่าลืมเปิดระบบดูด CF อัตโนมัตินะคะ

คุณอิง ร้านอิงจะดำเนินการเพิ่มสินค้าเข้าไปก่อนที่เราจะเริ่มไลฟ์สดค่ะ แล้วตั้งรหัสรอไว้ก่อน ระบบจะสามารถดูดรหัสสินค้าได้เลยค่ะ

คุณอร จะใช้ระบบเพิ่มสินค้าไปคล้าย ๆ ร้านคุณอิงค่ะ แต่เราจะเริ่มทำก่อนไลฟ์เลย จะป้องกันการตกหล่นเวลาระบบจะดูสินค้าขณะไลฟ์ได้ค่ะ

คำถามที่ 3 ระบบ VRich มีวิธีที่ลูกค้าจะสามารถสั่งซื้อสินค้าย้อนหลังหรือไม่ และมีขั้นตอนอย่างไร ?

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ สรุปคำตอบ

คุณฝน ทางร้านจะมีการให้บริการขายหลังจากการไลฟ์สดอีกทีค่ะ คือการให้ลูกค้าสามารถดูไลฟ์สดร้านได้ แบบที่ร้านไลฟ์ผ่านไปแล้วก็ทำเป็นคลิปวิดีโอมารีรันอีกรอบเพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถ CF สินค้าย้อนหลังได้ค่ะ เหมือนกับการไลฟ์สดทางร้านจะมีระบบอัตโนมัติค่ะ

คุณอิง มีอีก 1 บริการค่ะคือการขายสินค้า ทางตะกร้า Tiktok ของทางร้าน ลูกค้าจะสามารถกดตะกร้าสั่งซื้อสินค้าย้อนหลังได้ที่แพลตฟอร์มนั้นค่ะ ในตะกร้าจะมีทั้งรูป ไซส์ ขนาด ราคา ค่าส่ง ไว้ให้ลูกค้า ดูก่อนสั่งซื้อ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายและสะดวกแก่ลูกค้าค่ะ

คุณอร ปักหมุดไลฟ์สดย้อนหลังหน้า Facebook ก็ยังสามารถซื้อสินค้าย้อนหลังได้เหมือนกันค่ะ เพราะถ้าลูกค้าเลื่อนผ่านยังไงก็จะเจอไลฟ์สดล่าสุดอยู่แล้ว เราก็แค่ปักหมุดเพื่อให้ลูกค้าเห็นไลฟ์สดได้ง่ายขึ้นค่ะ

บทสรุปภาพรวมจากการให้สัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้งานระบบ VRich ทั้ง 3 ราย พบว่าระบบสามารถช่วยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้าออนไลน์ได้ในระดับหนึ่ง โดยในประเด็นเรื่องการคืนสินค้า ระบบสามารถคืนได้ ทั้งแบบกดคำสั่งยกเลิกและบางครั้งมีระบบอัตโนมัติ แต่ยังมีข้อจำกัดในการใช้งาน ส่วนการดู CF สินค้าในไลฟ์สด ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเน้นการตั้งค่าสินค้าและรหัสล่วงหน้าเพื่อให้ระบบสามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง สำหรับการสั่งซื้อสินค้าย้อนหลัง ร้านค้าจะใช้ทั้งการรีรันไลฟ์ การใช้ตะกร้า TikTok และการปักหมุดไลฟ์บน Facebook เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้หลากหลายช่องทาง ส่งผลให้เกิดโอกาสในการขายเพิ่มขึ้นและช่วยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างมาก

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

การพัฒนาของระบบขายเสื้อผ้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน วิชา ซ้อป สามารถรองรับการใช้งานในด้านการซื้อขายเสื้อผ้า และในด้านของการจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง เริ่มต้น ด้วยผู้จัดทำได้เข้าไปศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดปัญหา การดำเนินงานจากการสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากร้านค้า ทำให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้งานประกอบกับ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาทั้งหมดถูกนำมาวิเคราะห์และจัดเป็นโครงสร้างของระบบขายเสื้อผ้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน วิชา ซ้อป โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า และทำให้ดำเนินงานได้รวดเร็วมากขึ้น ซึ่งโปรแกรมนี้สามารถพัฒนาไปใช้กับกิจการที่มีลักษณะการดำเนินกิจการประเภทเดียวกัน โปรแกรมนี้ได้ช่วยทำให้การดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

เนื่องจากว่าผู้จัดทำได้ทราบถึงปัญหาการดำเนินงาน เช่น การจัดเก็บข้อมูลด้วยการจดบันทึกลงในกระดาษ ซึ่งอาจจะทำให้ข้อมูลสูญหาย การค้นหาข้อมูลไม่สะดวกเป็นไปอย่างล่าช้า การจัดทำสต็อกสินค้าบางครั้งอาจตกหล่น การทำบัญชีรายรับ และรายจ่ายอาจมีการคำนวณผิดพลาด เป็นต้น ดังนั้นทางคณะผู้จัดทำจึงได้จัดทำระบบร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์กรณีศึกษาร้าน วิชา ซ้อป โดยใช้โปรแกรม Adobe Dreamweaver CS6, Sublime Text เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเว็บไซต์และใช้โปรแกรม SQL Server 2.5.10 ในการจัดการฐานข้อมูลสามารถจัดการกับข้อมูลต่าง ๆ ได้ เช่น ข้อมูลผู้ดูแลระบบ ข้อมูลสินค้า ข้อมูลประเภทสินค้า การสั่งซื้อสินค้า ข้อมูล การรับสินค้า รวมถึงการออกรายงานต่าง ๆ เช่น การออกรายงานสรุปยอดสั่งซื้อ การออกรายงาน สรุปยอดขาย ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานมีความสะดวกรวดเร็ว ลดขั้นตอนการดำเนินงาน ลดความผิดพลาดในระบบงานเก่า และข้อมูลสูญหาย ช่วยให้การตรวจสอบ หรือ ค้นหาข้อมูลเป็นไปอย่างสะดวก และรวดเร็วส่งผลให้การดำเนินงานมีความน่าเชื่อถือมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.2 ปัญหาและอุปสรรค

5.2.1 ระบบร้านขายเสื้อออนไลน์ออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน วริศา ซ้อป ออกแบบระบบโครงงานไว้อย่างละเอียดมีการเก็บรายละเอียดค่อนข้างกว้าง จึงทำให้วิเคราะห์ระบบใช้เวลานาน

5.2.2 ใช้เวลานานในการออกแบบหน้าจอของโปรแกรม และเว็บไซต์แก้ไขเป็นระยะเวลานานทำให้เกิดการล่าช้าในการจัดทำระบบ

5.2.3 การทำงานของคณะผู้จัดทำมีเวลาไม่ตรงกัน ทำให้เกิดการไม่เข้าใจกันในการพัฒนาโปรแกรมและเอกสาร

5.2.4 การพัฒนาโปรแกรมในบางขั้นตอนมีปัญหาในการเขียนโปรแกรมทำให้จะต้องค้นหา ข้อมูลเพิ่มเติมเอง ซึ่งบางครั้งอาจใช้ระยะเวลานานกว่าจะทำการแก้ไขได้

5.2.5 บางครั้งใช้เวลากับรายละเอียดบางส่วนมากเกินไปจึงทำให้การทำงานค่อนข้างล่าช้า

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ควรมีการพัฒนาในส่วนของหน้าเว็บไซต์ให้มีความสวยงามมากยิ่งขึ้น

5.3.2 ควรพัฒนาโปรแกรมที่สามารถรองรับการทำงานให้ทันต่อระบบปฏิบัติการที่ทันสมัย

5.3.3 สินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันทุกอย่างแต่ต่างกันที่ขนาดไซส์ไม่ควรใช้หลายรหัส

5.3.4 ต้องมีข้อมูลรายละเอียดการสั่งซื้อการขายสินค้า, รายรับ, รายจ่าย ที่ชัดเจน

5.3.5 เมื่อผู้ผลิตไม่สามารถจัดส่งสินค้าตามจำนวนที่สั่งซื้อไปได้ควรจะใช้วิธีค่อย ๆ ทอยยรับสินค้าจนกว่าสินค้าจะครบตามจำนวนที่ได้สั่งซื้อไป

บรรณานุกรม

บุษยมาส สระทองจอม. (2561). ระบบขายสินค้าออนไลน์ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิง.

<https://www.atc.ac.th/>

รุจิรดา โมกขะศักดิ์. (2566). แผนธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์สไตล์ Luxury.

https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2023/TU_2023_6502031112_18469

28683.pdf





ภาคผนวก ก
ภาพขณะปฏิบัติงาน

ภาพการทำงานและการปฏิบัติงาน ของร้านวรศา ซ้อป



ภาพการปฏิบัติงานหลังร้าน - การไลฟ์สด



ภาพระหว่างการไลฟ์สด มีลูกค้าสั่งสินค้าผ่านทางคอมเม้นท์ไลฟ์



ภาพสต็อกเสื้อผ้าหน้าไลฟ์สด



พนักงานแอดมินรับออเดอร์หลังร้านและแพคสินค้าพร้อมส่งให้ลูกค้า

ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม



แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

การค้นคว้าอิสระ เรื่องการพัฒนาระบบร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ วิชา ชีว

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกของการศึกษาในครั้งนี้ มุ่งเน้นถึงปัญหาและการพัฒนาระบบการขายเสื้อผ้าออนไลน์ (VRich App) ตามประเด็นการวิเคราะห์ภายใต้การพัฒนาระบบออนไลน์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้

คำถามที่ 1 ระบบสามารถช่วยลดปัญหาการคืนสินค้าได้จริงหรือไม่ ?

.....

.....

.....

.....

คำถามที่ 2 เวลาลูกค้า CF สินค้าในไลฟ์สด แล้วระบบไม่ดูข้อมูล ทางร้านมีวิธีการแก้ไขอย่างไร ?

.....

.....

.....

.....

คำถามที่ 3 ระบบ VRich มีวิธีที่ลูกค้าจะสามารถสั่งซื้อสินค้านั่นหลังหรือไม่ และมีขั้นตอนอย่างไร ?

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ค
บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา



บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา



ชื่อคือนักศึกษา

- 1.มีมารยาทเรียบร้อย มนุษย์สัมพันธ์ดี ให้การบริการลูกค้าอย่างเป็นมิตรและมีอาชีพ
- 2.ทำงานได้บรรลุเป้าหมาย มีการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ
- 3.มีการจัดระบบหลังบ้าน พนักงาน และแก้ไขปัญหาหลังบ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สิ่งที่ต้องพัฒนาเพิ่มขึ้น

- 1.เพิ่มช่องทางการขายสินค้าของร้านค้า เพื่อให้ GMV โดยรวมของร้านค้าสูงขึ้น
- 2.ขยายช่องทางการขายไปในช่องทาง off Line หรือมีหน้าร้าน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แบรนด์เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ประโยชน์ของโครงการ

- 1.เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการที่อยากจะเริ่มต้นทำธุรกิจออนไลน์
- 2.เป็นการต่อยอดพัฒนาธุรกิจการขายออนไลน์ การพัฒนา และการใช้งานระบบที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผู้ให้สัมภาษณ์

พนักงานที่ปรึกษา

ประวัติผู้จัดทำ



นางสาววิศา ต่อมแก้ว

ปัจจุบันศึกษาอยู่ที่ มหาวิทยาลัยสยาม

ชั้นปีที่ 4 คณะศิลปศาสตร์

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

สาขาการท่องเที่ยว



https://drive.google.com/drive/folders/1xloDEqcwTqWsP0lqagTO6b_BbJZKupDC

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การพัฒนาระบบตรวจสอบสินค้าร้านขายสินค้าออนไลน์

กรณีศึกษา ร้าน วริศา SHOP

Development of a Product Inspection System for Online Stores Case Study of Warisa
Shop

โดย

นางสาววริศา ต่อมแก้ว 6004400021

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 116-495 สหกิจศึกษา

ภาควิชาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและการบริการ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2566