

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CẦN THƠ
TRƯỜNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN & TRUYỀN THÔNG**



**NIÊN LUẬN CƠ SỞ NGÀNH
NGÀNH KHOA HỌC MÁY TÍNH**

Đề tài

XÂY DỰNG WEBSITE BÁN MỸ PHẨM

Sinh viên thực hiện : Nguyễn Lê Phương Anh

Mã số : B2017020

Khóa : 46

Cần Thơ, 12/2023

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CẦN THƠ
TRƯỜNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN & TRUYỀN THÔNG**



**NIÊN LUẬN CƠ SỞ NGÀNH
NGÀNH KHOA HỌC MÁY TÍNH**

Đề tài

XÂY DỰNG WEBSITE BÁN MỸ PHẨM

**Giáo viên hướng dẫn:
TS. Trần Nguyễn Minh Thư**

**Sinh viên thực hiện:
Nguyễn Lê Phương Anh
MSSV: B2017020
Khóa: 46**

Cần Thơ, 12/2023

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN

Cần Thơ, ngày tháng năm 2023
(GVHD ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CẢM ƠN

Để có được bài niên luận này, em xin được bày tỏ lòng biết ơn chân thành và sâu sắc đến Cô Trần Nguyễn Minh Thư – người đã trực tiếp tận tình hướng dẫn, giúp đỡ em. Trong suốt quá trình thực hiện niên luận, nhờ những sự chỉ bảo và hướng dẫn quý giá đó mà bài niên luận này được hoàn thành một cách tốt nhất.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành đến các Thầy Cô Giảng viên Đại học Cần Thơ, đặc biệt là các Thầy Cô ở Khoa CNTT & TT, những người đã truyền đạt những kiến thức quý báu trong thời gian qua.

Em cũng xin chân thành cảm ơn bạn bè cùng với gia đình đã luôn động viên, khích lệ và tạo điều kiện giúp đỡ trong suốt quá trình thực hiện để em có thể hoàn thành bài niên luận một cách tốt nhất.

Tuy có nhiều cố gắng trong quá trình thực hiện niên luận, nhưng không thể tránh khỏi những sai sót. Em rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến quý báu của quý Thầy Cô và các bạn để bài niên luận hoàn thiện hơn.

Cần Thơ, ngày 6 tháng 12 năm 2023
(Người viết)

Nguyễn Lê Phương Anh

MỤC LỤC

PHẦN GIỚI THIỆU	9
1. Đặt vấn đề.....	9
2. Lịch sử giải quyết vấn đề	9
3. Mục tiêu đề tài	11
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	11
5. Phương pháp nghiên cứu	12
6. Kết quả đạt được	12
7. Bố cục luận văn	12
PHẦN NỘI DUNG	13
CHƯƠNG 1: MÔ TẢ BÀI TOÁN	13
1. Mô tả chi tiết bài toán	13
2. Vấn đề và giải pháp liên quan đến bài toán	13
CHƯƠNG 2: THIẾT KẾ VÀ CÀI ĐẶT HỆ THỐNG	15
CHƯƠNG 3: GIAO DIỆN WEBSITE SECRET BEAUTY	18
1. Giao diện người dùng.....	18
1.1 Giao diện trang Đăng nhập và Đăng ký	18
1.2 Giao diện Trang chủ	19
1.3 Giao diện trang Sản phẩm.....	21
1.4 Giao diện trang Chi tiết sản phẩm	22
1.5 Giao diện trang Giỏ hàng.....	23
1.6 Giao diện trang Thanh toán	24
1.7 Giao diện trang Đơn hàng.....	25
1.8 Giao diện trang Chi tiết đơn hàng.....	25

1.9 Giao diện trang Liên hệ	26
1.20 Giao diện trang Hồ sơ khách hàng.....	27
2. Giao diện trang quản trị viên	28
2.1 Giao diện trang Dashboard	28
2.2 Giao diện trang quản lý Danh mục - Thương hiệu	29
2.3 Giao diện trang Thêm sản phẩm.....	30
2.4 Giao diện trang Sản phẩm đã thêm.....	31
2.5 Giao diện trang Tất cả đơn hàng.....	32
2.6 Giao diện trang Tài khoản người dùng	33
PHẦN KẾT LUẬN.....	34
1. Kết quả đạt được	34
2. Hướng phát triển	34
TÀI LIỆU THAM KHẢO	35

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2. 1 Bảng kế mô hình dữ liệu mức quan niệm (CDM)	15
Hình 2. 2 Giao diện trang Đăng nhập	18
Hình 2. 3 Giao diện trang Đăng ký	18
Hình 2. 4 Giao diện Trang chủ.....	19
Hình 2. 5 Giao diện Trang chủ (Danh mục)	20
Hình 2. 6 Giao diện Trang chủ (Thương hiệu)	20
Hình 2. 7 Giao diện trang Sản phẩm (1)	21
Hình 2. 8 Giao diện trang Sản phẩm (2)	21
Hình 2. 9 Giao diện trang Chi tiết sản phẩm (1)	22
Hình 2. 10 Giao diện trang Chi tiết sản phẩm (2)	22
Hình 2. 11 Giao diện trang Giỏ hàng (1)	23
Hình 2. 12 Giao diện trang Giỏ hàng (2)	23
Hình 2. 13 Giao diện trang Thanh toán (1)	24
Hình 2. 14 Giao diện trang Thanh toán (2)	24
Hình 2. 15 Giao diện trang Đơn hàng	25
Hình 2. 16 Giao diện trang Chi tiết đơn hàng	25
Hình 2. 17 Giao diện trang Liên hệ.....	26
Hình 2. 18 Giao diện trang Hồ sơ khách hàng.....	27
Hình 2. 19 Giao diện trang Sửa hồ sơ	27
Hình 2. 20 Giao diện trang Dashboard	28
Hình 2. 21 Giao diện trang quản lý Danh mục – Thương hiệu (Danh mục)	29
Hình 2. 22 Giao diện trang quản lý Danh mục – Thương hiệu (Thương hiệu)	29
Hình 2. 23 Giao diện Thêm sản phẩm (1).....	30
Hình 2. 24 Giao diện Thêm sản phẩm (2).....	30
Hình 2. 25 Giao diện trang Sản phẩm đã thêm (1)	31
Hình 2. 26 Giao diện trang Sản phẩm đã thêm (2)	31
Hình 2. 27 Giao diện trang Tất cả đơn hàng (1)	32
Hình 2. 28 Giao diện trang Tất cả đơn hàng (2)	32
Hình 2. 29 Giao diện trang Tài khoản người dùng	33

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2. 1 Thực thể "ADMIN"	16
Bảng 2. 2 Thực thể "KHACH_HANG"	16
Bảng 2. 3 Thực thể "MESSAGE"	16
Bảng 2. 4 Thực thể "DANHMUC"	16
Bảng 2. 5 Thực thể "THUONGHIEU"	16
Bảng 2. 6 Thực thể "SANPHAM"	17
Bảng 2. 7 Thực thể "CHI_TIET_HOA_DON"	17
Bảng 2. 8 Thực thể "HOADON"	17

ABSTRACT

Currently, the online cosmetics market has become a dynamic and competitive sector. With the rapid changes in shopping habits and the surge in e-commerce, developing a cosmetics e-commerce website is not just a necessity but a crucial step for businesses to not only survive but also thrive in an increasingly diverse and competitive business environment.

To tackle this challenge, after researching and applying modern methods, the Secret Beauty cosmetics website is the result of tight integration between PHP, HTML, and CSS technologies. This website not only provides fundamental functions such as product category management, order management, and sorting products by category and brand but also focuses on enhancing user experience. It features a user-friendly interface, flexible search options, and smooth interactive elements powered by JavaScript.

The ultimate goal that Secret Beauty website aims to achieve is to create an efficient online shopping environment, simultaneously providing swift support and responsiveness to meet the diverse needs of customers. This ensures the success and sustainability of the business in the current online cosmetics market.

TÓM TẮT

Hiện nay thị trường mỹ phẩm trực tuyến đã trở thành một lĩnh vực sôi động và cạnh tranh. Với sự thay đổi nhanh chóng trong thói quen mua sắm và sự tăng cường của thương mại điện tử, việc phát triển một trang web bán mỹ phẩm không chỉ là một nhu cầu mà là một sự cần thiết để doanh nghiệp không chỉ tồn tại mà còn phát triển trong môi trường kinh doanh ngày càng đa dạng và khốc liệt.

Để đối mặt với thách thức này, sau khi nghiên cứu và áp dụng các phương pháp hiện đại, trang web bán mỹ phẩm Secret Beauty là kết quả của sự tích hợp chặt chẽ giữa các công nghệ PHP, HTML, CSS. Trang web này không chỉ cung cấp các chức năng cơ bản như quản lý danh mục sản phẩm, quản lý đơn hàng, sắp xếp các sản phẩm theo từng danh mục và thương hiệu, mà còn tập trung vào trải nghiệm người dùng với giao diện thân thiện, tìm kiếm linh hoạt, và tính tương tác động mượt mà của JavaScript.

Mục tiêu cuối cùng mà website Secret Beauty muốn mang lại chính là tạo ra một môi trường mua sắm trực tuyến hiệu quả, đồng thời hỗ trợ và đáp ứng nhanh chóng đối với nhu cầu của khách hàng, đảm bảo sự thành công và bền vững cho doanh nghiệp trong thị trường mỹ phẩm trực tuyến ngày nay.

PHẦN GIỚI THIỆU

1. Đặt vấn đề

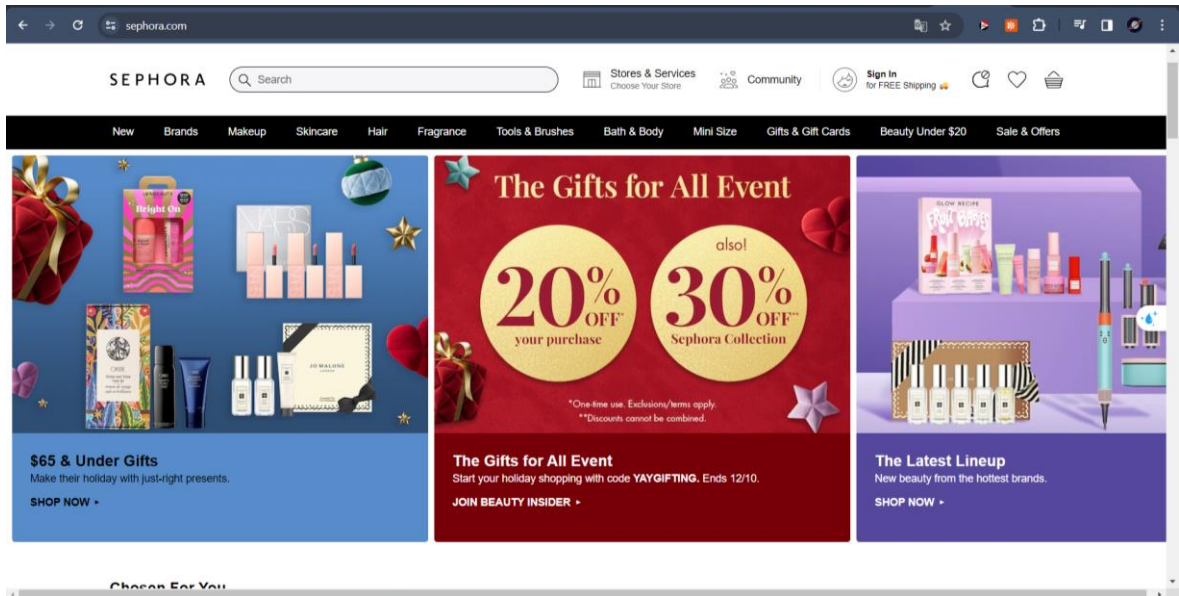
Sử dụng mỹ phẩm để cải thiện vẻ đẹp và chăm sóc da không chỉ là một xu hướng mà còn là nhu cầu thiết yếu của phái đẹp. Theo nghiên cứu của Statista, tốc độ gia tăng số lượng cửa hàng mỹ phẩm toàn quốc tăng 40%, từ 87 cửa hàng trong năm 2021 lên đến 124 cửa hàng trong năm 2022, cùng với đó, theo Euromonitor International, thị trường mỹ phẩm Việt Nam dự kiến sẽ đạt 3,2 tỷ USD vào năm 2027. Để đáp ứng nhu cầu sử dụng mỹ phẩm ngày càng tăng, các thương hiệu mỹ phẩm đang tập trung vào việc quảng bá sản phẩm của họ. Một trong những nguyên tắc kinh doanh quan trọng là tối đa hóa tiếp cận với thị trường khách hàng, đảm bảo rằng mọi cơ hội mở rộng đều được khai thác hết, nên sự ra đời của các trang web bán hàng trực tuyến là điều tất yếu, hỗ trợ thuận tiện rất nhiều cho cửa hàng lẫn người tiêu dùng. Mô hình kinh doanh trực tuyến giúp cửa hàng mỹ phẩm tiếp cận khách hàng ở mọi nơi, vượt qua các rào cản địa lý. Nó cũng giúp giảm thiểu chi phí thuê mặt bằng, nhân viên, và quảng cáo. Hơn nữa, tích hợp các tính năng như chat trực tiếp, bình luận, và đánh giá sản phẩm tạo điều kiện thuận lợi cho sự tương tác giữa cửa hàng và khách hàng không chỉ thường xuyên hơn mà còn tiện lợi hơn, tạo ra một trải nghiệm mua sắm trực tuyến tích cực và thân thiện.

2. Lịch sử giải quyết vấn đề

Từ những năm 1990, khi internet bắt đầu phát triển và trở nên phổ biến, các website bán mỹ phẩm chủ yếu là của các thương hiệu mỹ phẩm lớn, cung cấp các sản phẩm chính hãng với giá thành cao. Vào năm 1999, Sephora ra mắt website mua sắm trực tuyến đầu tiên tại Mỹ. Tại Việt Nam, website bán mỹ phẩm cũng bắt đầu xuất hiện vào những năm 2000. Trong những năm gần đây, các website bán mỹ phẩm được tích hợp thêm nhiều tính năng mới, như livestream bán hàng, chatbot tư vấn,... nhằm mang đến trải nghiệm mua sắm tốt nhất, giúp khách hàng tiết kiệm thời gian và chi phí.

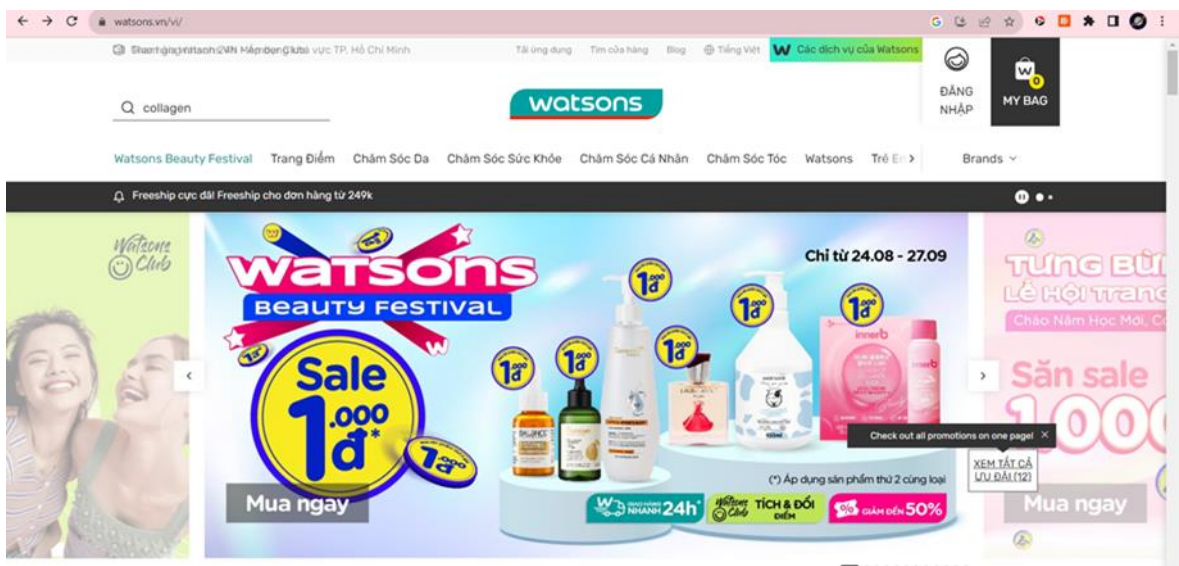
Ngoài Sephora, còn có những trang web về mỹ phẩm nổi tiếng khác như Amazon Beauty, Hasaki, Watsons, Beauty Garden, Guardian,...

Trang web Sephora (hình 1.1 bên dưới) cung cấp cho khách hàng nhiều cách để tìm kiếm sản phẩm, như kiếm theo tên sản phẩm, thương hiệu và các tiêu chí khác. Ngoài ra còn có thể lọc sản phẩm theo nhu cầu của khách hàng. Trang web được chia thành nhiều danh mục, thông tin đầy đủ và chính xác, gồm hình ảnh, mô tả, giá cả, đánh giá,...



Hình 1. 1 Trang chủ trang web Sephora

Tại trang web Watsons (hình 1.2 bên dưới) ngoài những tính năng cơ bản, người dùng mua sắm trên trang web Watsons sẽ được tích lũy điểm thưởng và đổi điểm thưởng lấy quà tặng.



Hình 1. 2 Trang chủ trang web Watsons

Trang web Hasaki (hình 1.3 bên dưới) được thiết kế thân thiện với người dùng, giúp khách hàng dễ dàng mua sắm và trải nghiệm các dịch vụ: công cụ tìm kiếm thông minh, gợi ý sản phẩm dựa trên nhu cầu và sở thích của khách hàng. Cung cấp đầy đủ thông tin về sản phẩm, bao gồm giá cả, thành phần, công dụng,... ngoài ra còn có dịch vụ đặt lịch spa trực tuyến.



Hình 1. 3 Trang chủ trang web Hasaki

3. Mục tiêu đề tài

Website phải được đáp ứng tất cả các chức năng cơ bản bao gồm:

- Phía quản trị viên: đăng nhập, quản lý danh mục, quản lý sản phẩm, quản lý đơn hàng.

- Phía khách hàng: đăng ký, đăng nhập, đăng xuất, xem sản phẩm, thêm vào giỏ hàng và thanh toán, chỉnh sửa thông tin cá nhân.

Ngoài ra, phải xây dựng được chức năng tìm kiếm từ hai phía.

Giao diện đẹp mắt, dễ sử dụng.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: các doanh nhân, nhà phân phối mỹ phẩm, chủ cửa hàng (quản trị viên), người tiêu dùng, các xu hướng mỹ phẩm,...

Phạm vi nghiên cứu: đề tài được nghiên cứu trong phạm vi một cửa hàng bán mỹ phẩm với quy mô vừa.

5. Phương pháp nghiên cứu

Lý thuyết: thu thập thông tin trên Internet, tham khảo các trang web chuyên về mỹ phẩm, đọc luận văn và các đề tài liên quan nhằm mục đích lên ý tưởng và giải quyết các vấn đề cho trang web.

Thực hành: sử dụng MySQL để lưu trữ và quản lý dữ liệu, lập trình trên ngôn ngữ PHP.

6. Kết quả đạt được

Sử dụng cơ sở dữ liệu MySQL và ngôn ngữ PHP để xây dựng trang động và truy xuất dữ liệu hiệu quả.

Website đã được thiết kế đầy đủ chức năng cơ bản đã đề ra.

Việc phân tích chi tiết đối tượng và phạm vi nghiên cứu giúp đảm bảo sự chính xác và ứng dụng thực tế của website.

7. Bố cục luận văn

Phần giới thiệu

Giới thiệu tổng quát về đề tài.

Phần nội dung

Chương 1: Mô tả bài toán

Chương 2: Thiết kế và cài đặt hệ thống

Chương 3: Giao diện website Secret Beauty

Phần kết luận

Trình bày kết quả đạt được và hướng phát triển hệ thống.

PHẦN NỘI DUNG

CHƯƠNG 1: MÔ TẢ BÀI TOÁN

1. Mô tả chi tiết bài toán

Mục tiêu chung: xây dựng một trang web mỹ phẩm hiện đại, chuyên nghiệp, và thuận tiện cho người sử dụng.

Chức năng chính:

- **Hiển thị sản phẩm:** các sản phẩm sẽ được phân loại theo từng danh mục, từng thương hiệu riêng biệt để tăng cường tính nhận biết và chất lượng của từng sản phẩm.

- **Tìm kiếm:** cung cấp chức năng tìm kiếm hỗ trợ người dùng trong việc tìm kiếm sản phẩm theo tên, danh mục, thương hiệu và cá tiêu chí khác. Ngoài ra, còn có thêm tìm kiếm đơn hàng, tài khoản khách hàng dành cho quản trị viên để dễ dàng theo dõi và quản lý thông tin.

- **Quản lý giỏ hàng:** khách hàng có thể thêm sản phẩm vào giỏ hàng và xem tổng số lượng cũng như giá trị của đơn hàng, cập nhật giỏ hàng một cách thuận tiện và dễ dàng trước khi thực hiện thanh toán.

- **Chức năng đặt hàng:** cung cấp các phương thức thanh toán an toàn và thuận tiện như thẻ tín dụng, chuyển khoản, và ví điện tử. Quản trị viên sẽ xác nhận đơn hàng, sau đó trạng thái đơn hàng sẽ được hiển thị cho khách hàng.

- **Chức năng xem chi tiết sản phẩm:** mỗi sản phẩm có trang chi tiết riêng biệt, hiển thị thông tin chi tiết, hình ảnh chất lượng cao.

- **Chức năng đăng nhập, đăng xuất tài khoản** cho quản trị viên; Đăng ký, đăng nhập, đăng xuất tài khoản cho khách hàng.

- **Quản lý danh mục sản phẩm và thương hiệu:** quản trị viên có thể thêm, sửa, và xóa danh mục sản phẩm và thương hiệu một cách dễ dàng.

- **Quản lý sản phẩm:** quản trị viên có thể thực hiện các chức năng: thêm mới sản phẩm, cập nhật và xóa sản phẩm.

- **Quản lý đơn hàng:** cho phép quản trị viên xem đơn hàng của khách hàng, bao gồm trạng thái đơn hàng, thông tin thanh toán, và địa chỉ giao hàng, xác nhận và xóa đơn hàng.

- **Phần cuối trang web** hiển thị thông tin cửa hàng.

2. Vấn đề và giải pháp liên quan đến bài toán

Những vấn đề đặt ra:

- Phân tích thiết kế cơ sở dữ liệu nhằm để quản lý những đối tượng của website.

- Thiết kế giao diện hoàn chỉnh cho website.

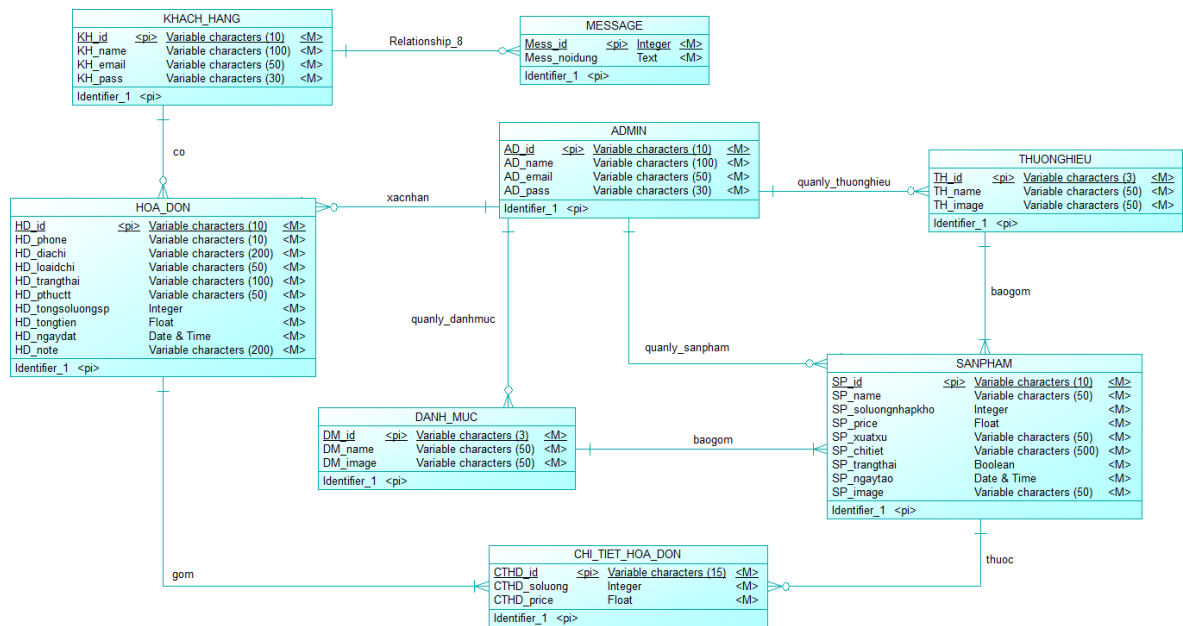
- Kết nối cơ sở dữ liệu lên giao diện của website.

Giải pháp liên quan:

- Sử dụng HTML và CSS để tạo giao diện chất lượng, sử dụng PHP để tạo các trang động, như hiển thị danh sách sản phẩm và chi tiết sản phẩm từ cơ sở dữ liệu.
- Sử dụng JavaScript để quản lý sự kiện và tương tác người dùng, làm cho giao diện trở nên linh hoạt.
- Dùng PHP và PDO để kết nối cơ sở dữ liệu, thực hiện các truy vấn SQL và bảo vệ an toàn trong quá trình tương tác với cơ sở dữ liệu.

CHƯƠNG 2: THIẾT KẾ VÀ CÀI ĐẶT HỆ THỐNG

Bảng thiết kế mô hình dữ liệu mức quan niệm (CDM) (như hình 2.1 bên dưới) biểu diễn mối liên quan giữa các thực thể chính trên trang web. Quản trị viên quản lý danh mục, thương hiệu, sản phẩm. Sản phẩm thuộc danh mục và thương hiệu khác nhau, giúp người dùng nhanh chóng xác định và tìm kiếm sản phẩm trong một nhóm cụ thể. Khách hàng có nhiều hóa đơn và tin nhắn. Mỗi hóa đơn bao gồm các thông tin như thông tin giao hàng, mã đơn hàng, ngày đặt hàng, trạng thái, tổng giá trị và nhiều chi tiết hóa đơn. Chi tiết hóa đơn chứa thông tin về sản phẩm cụ thể, bao gồm số lượng, giá tiền.



Hình 2. 1 Bảng kế mô hình dữ liệu mức quan niệm (CDM)

Thực thể “ADMIN” thể hiện thông tin tài khoản quản trị viên được mô tả như bảng 2.1 dưới đây:

Bảng 2. 1 Thực thể "ADMIN"

Tên Trường	Diễn giải	Kiểu dữ liệu
AD_id	Mã tài khoản quản trị viên	Varchar (10)
AD_name	Tên tài khoản hiển thị	Varchar (100)
AD_email	Email đăng nhập tài khoản	Varchar (50)
AD_pass	Mật khẩu đăng nhập tài khoản	Varchar (50)

Thực thể “KHACH_HANG” thể hiện thông tin tài khoản khách hàng được mô tả như bảng 2.2 dưới đây:

Bảng 2. 2 Thực thể "KHACH_HANG"

Tên Trường	Diễn giải	Kiểu dữ liệu
KH_id	Mã tài khoản khách hàng	Varchar (10)
KH_name	Tên tài khoản hiển thị	Varchar (100)
KH_email	Email đăng nhập tài khoản	Varchar (50)
KH_pass	Mật khẩu đăng nhập tài khoản	Varchar (50)

Thực thể “MESSAGE” thể hiện tin nhắn của khách hàng được mô tả như bảng 2.3 dưới đây:

Bảng 2. 3 Thực thể "MESSAGE"

Tên Trường	Diễn giải	Kiểu dữ liệu
Mess_id	Mã tin nhắn	Interger
Mess_noidung	Nội dung tin nhắn	Text

Thực thể “DANH_MUC” thể hiện thông tin danh mục được mô tả như bảng 2.4 dưới đây:

Bảng 2. 4 Thực thể "DANH_MUC"

Tên Trường	Diễn giải	Kiểu dữ liệu
DM_id	Mã danh mục	Varchar (3)
DM_name	Tên danh mục	Varchar (50)
DM_image	Hình ảnh minh họa	Varchar (50)

Thực thể “THUONGHIEU” thể hiện thông tin thương hiệu được mô tả như bảng 2.5 dưới đây:

Bảng 2. 5 Thực thể "THUONGHIEU"

Tên Trường	Diễn giải	Kiểu dữ liệu
TH_id	Mã thương hiệu	Varchar (3)
TH_name	Tên thương hiệu	Varchar (50)
TH_image	Hình ảnh minh họa	Varchar (50)

Thực thể “SANPHAM” thể hiện thông tin sản phẩm được mô tả như bảng 2.6 dưới đây:

Bảng 2. 6 Thực thể "SANPHAM"

Tên Trường	Diễn giải	Kiểu dữ liệu
SP_id	Mã sản phẩm	Varchar (10)
SP_name	Tên sản phẩm	Varchar (50)
SP_price	Giá của sản phẩm	Float
SP_xuatu	Xuất xứ sản phẩm	Varchar (50)
SP_chitiet	Thông tin chi tiết của sản phẩm	Varchar (500)
SP_trangthai	Trạng thái sản phẩm (đang hoạt động hay ngừng hoạt động)	Boolean
SP_ngaytao	Ngày tạo sản phẩm	Datetime
SP_image	Hình ảnh minh họa	Varchar (50)

Thực thể “CHI_TIET_HOA_DON” thể hiện chi tiết của hóa đơn được mô tả như bảng 2.7 dưới đây:

Bảng 2. 7 Thực thể "CHI_TIET_HOA_DON"

Tên Trường	Diễn giải	Kiểu dữ liệu
CTHD_id	Mã chi tiết hóa đơn	Varchar (15)
CTHD_soluong	Số lượng sản phẩm trong chi tiết hóa đơn	Integer
CTHD_price	Giá tiền cho tổng sản phẩm	Float

Thực thể “HOADON” thể hiện tất cả thông tin của hóa đơn được mô tả như bảng 2.8 dưới đây:

Bảng 2. 8 Thực thể "HOADON"

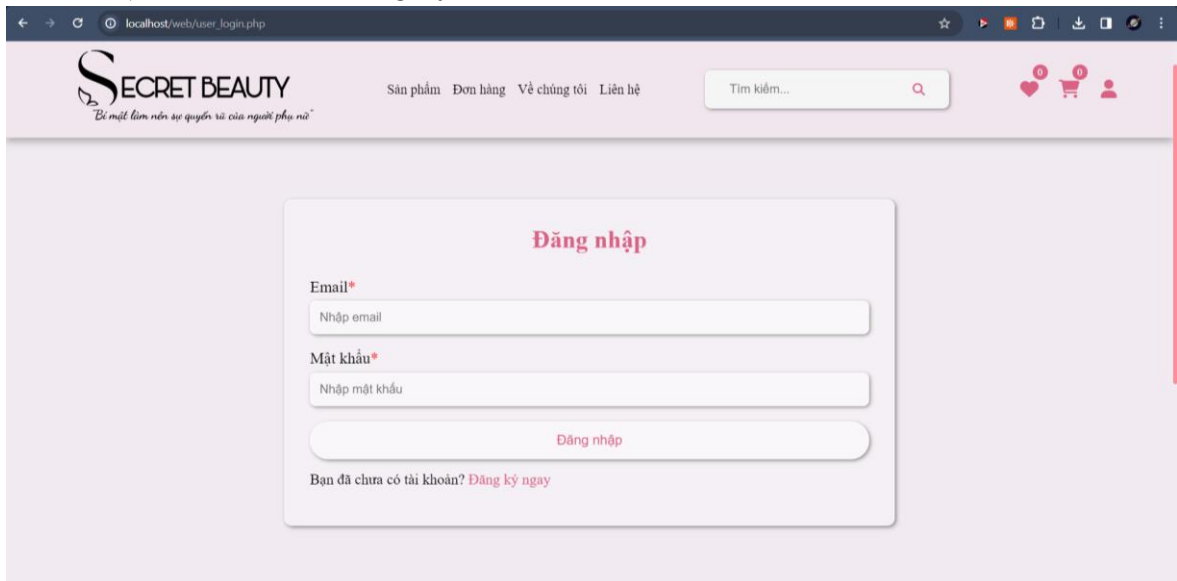
Tên Trường	Diễn giải	Kiểu dữ liệu
HD_id	Mã hóa đơn	Varchar (10)
HD_phone	Số điện thoại nhận hàng	Varchar (10)
HD_diachi	Địa chỉ nhận hàng	Varchar (200)
HD_loaidiachi	Loại địa chỉ (văn phòng hoặc nhà)	Varchar (50)
HD_trangthai	Trạng thái của đơn hàng (chờ xác nhận, đang giao hàng,...)	Varchar (100)
HD_pthuctt	Phương thức thanh toán (tiền mặt, thẻ tín dụng, ATM)	Varchar (50)
HD_tongsoluongsp	Tổng số lượng tất cả sản phẩm có trong hóa đơn	Integer
HD_tongtien	Tổng thanh toán	Float
HD_ngaydat	Ngày đặt hàng	Datetime
HD_note	Ghi chú	Varchar (200)

CHƯƠNG 3: GIAO DIỆN WEBSITE SECRET BEAUTY

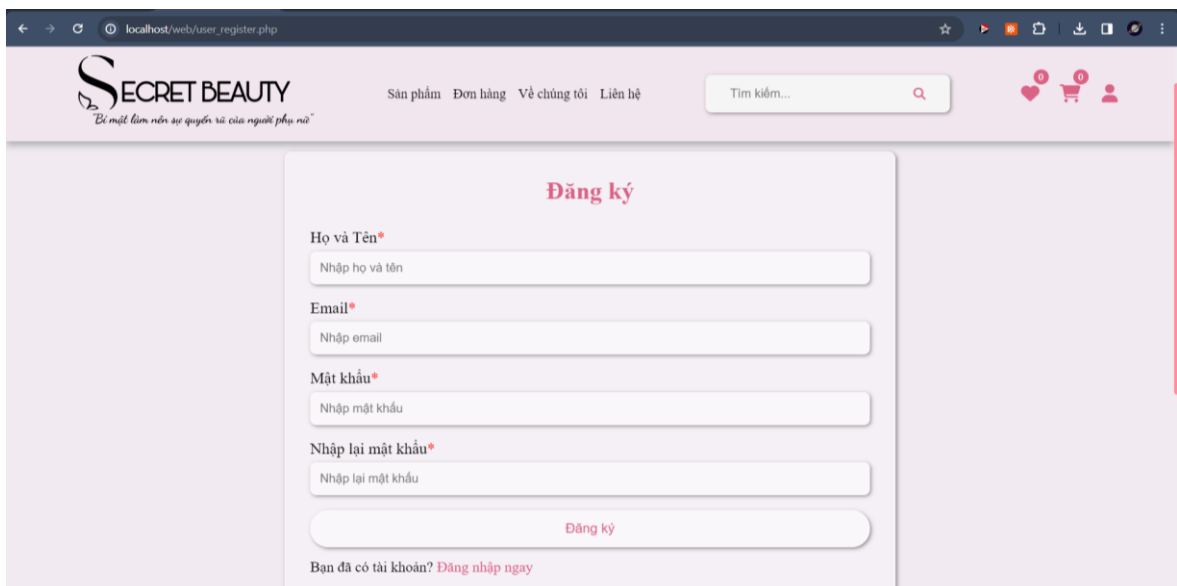
1. Giao diện người dùng

1.1 Giao diện trang Đăng nhập và Đăng ký

Khi người dùng đã có tài khoản sẽ tiến hành đăng nhập tài khoản để sử dụng các chức năng của website. Lúc này trang web yêu cầu người dùng nhập ‘Email’ và ‘Mật khẩu’ (như hình 2.2 bên dưới), nếu thông tin hợp lệ sẽ thành công đăng nhập vào trang web và quay lại trang chủ hệ thống. Đối với khách vắng lai thực hiện đăng ký tài khoản bằng cách điền đầy đủ ‘Họ và tên’, ‘Email’ và ‘Mật khẩu’(như hình 2.3 bên dưới) sau đó nhấn ‘Đăng ký’ để tạo tài khoản.



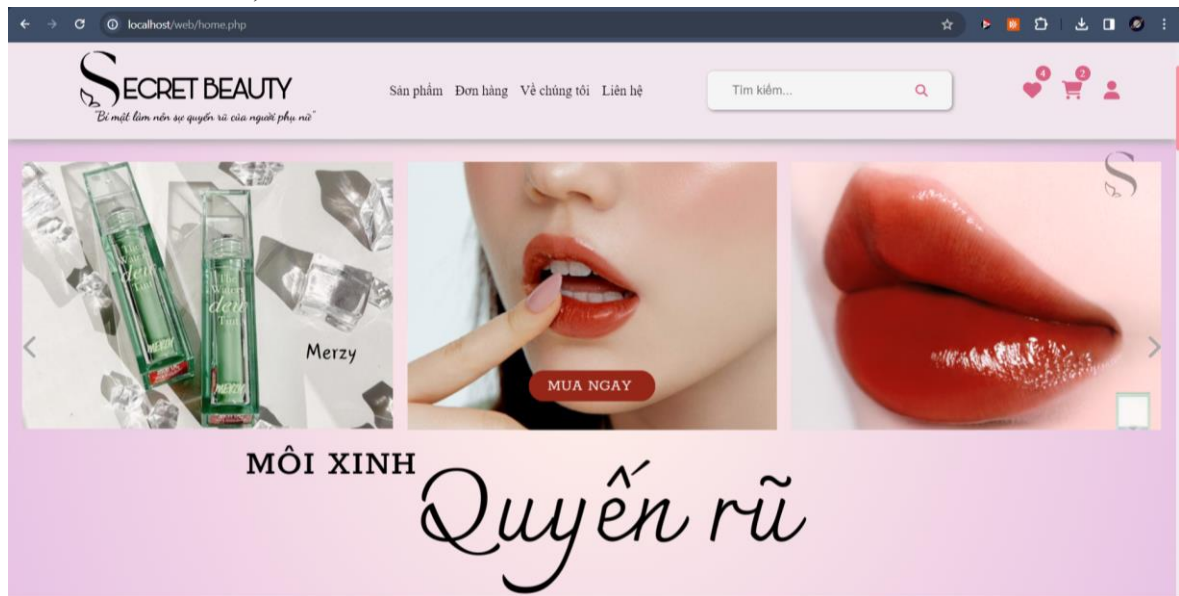
Hình 2. 2 Giao diện trang Đăng nhập



Hình 2. 3 Giao diện trang Đăng ký

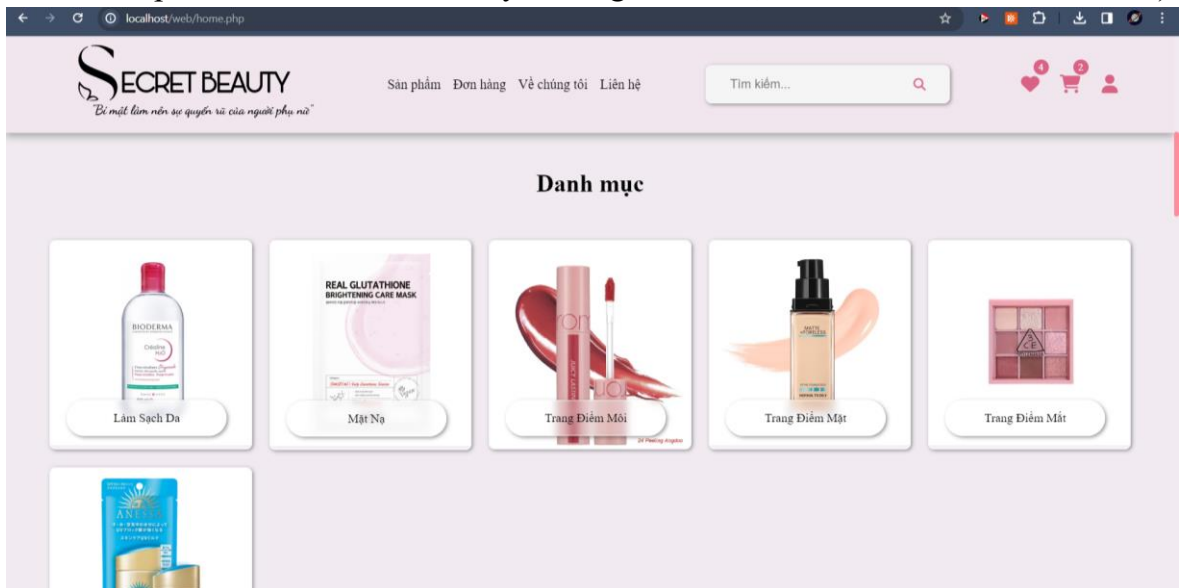
1.2 Giao diện Trang chủ

Giao diện website được thiết kế với tông màu hồng chủ đạo, menu chính của website bao gồm: Sản phẩm, Đơn hàng, Về chúng tôi, Liên hệ và Tìm kiếm (như hình 2.2 bên dưới)

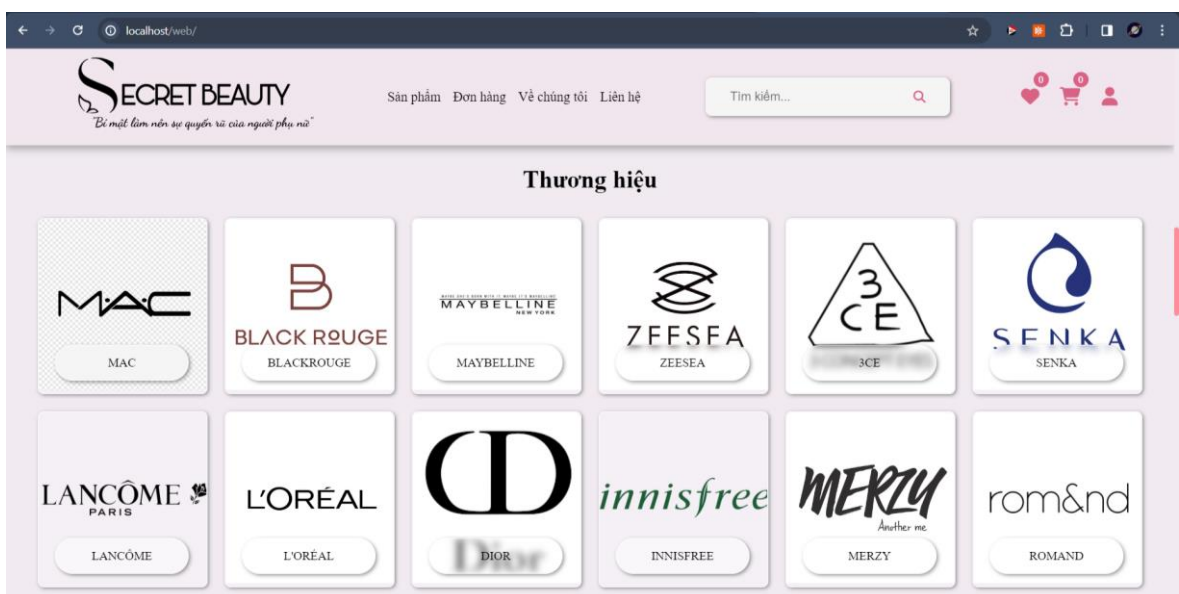


Hình 2. 4 Giao diện Trang chủ

Khi khách hàng chọn một danh mục hay thương hiệu nào thì sẽ hiển thị ra tất cả các sản phẩm thuộc danh mục hay thương hiệu đó (như hình 2.5 và 2.6 bên dưới).



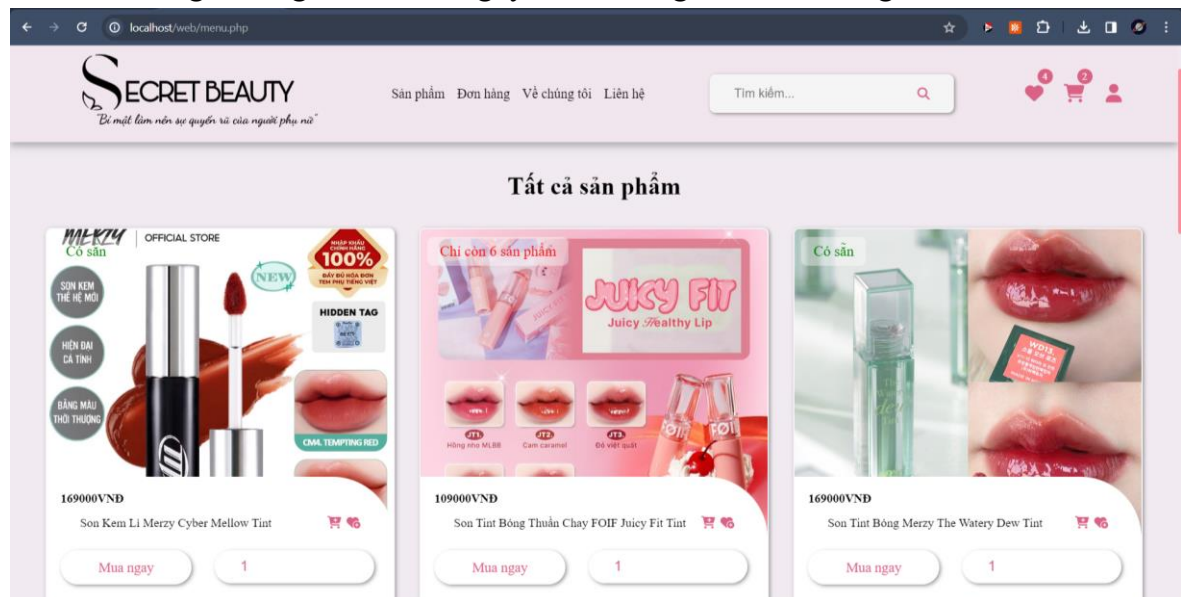
Hình 2. 5 Giao diện Trang chủ (Danh mục)



Hình 2. 6 Giao diện Trang chủ (Thương hiệu)

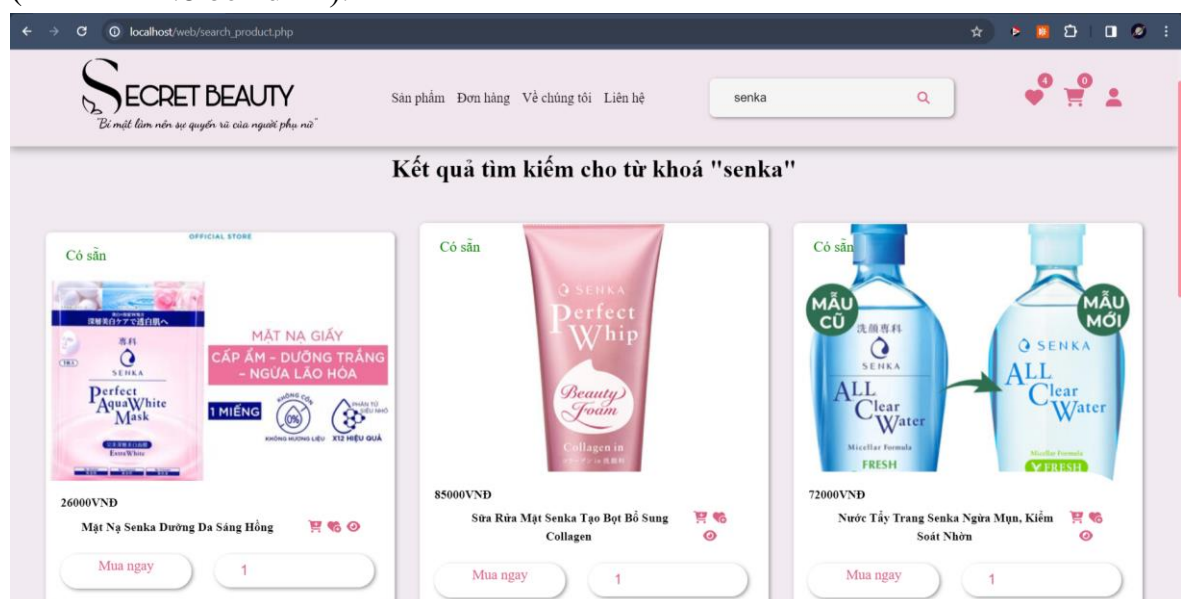
1.3 Giao diện trang Sản phẩm

Nếu khách hàng không muốn xem sản phẩm theo từng danh mục hay thương hiệu thì có thể chọn vào ‘Sản phẩm’ trên menu chính, giao diện sẽ hiển thị tất cả sản phẩm đang hoạt động (như hình 2.7 bên dưới). Mỗi sản phẩm được hiển thị với hình ảnh rõ nét, kèm theo các thông tin cơ bản là tên, giá bán và số lượng nếu trong kho còn ít hơn 10 sản phẩm. Khách hàng có thể thêm vào mục yêu thích, chọn số lượng để thêm vào giỏ hàng hoặc mua ngay, nếu không chọn số lượng thì mặc định sẽ là 1.



Hình 2. 7 Giao diện trang Sản phẩm (1)

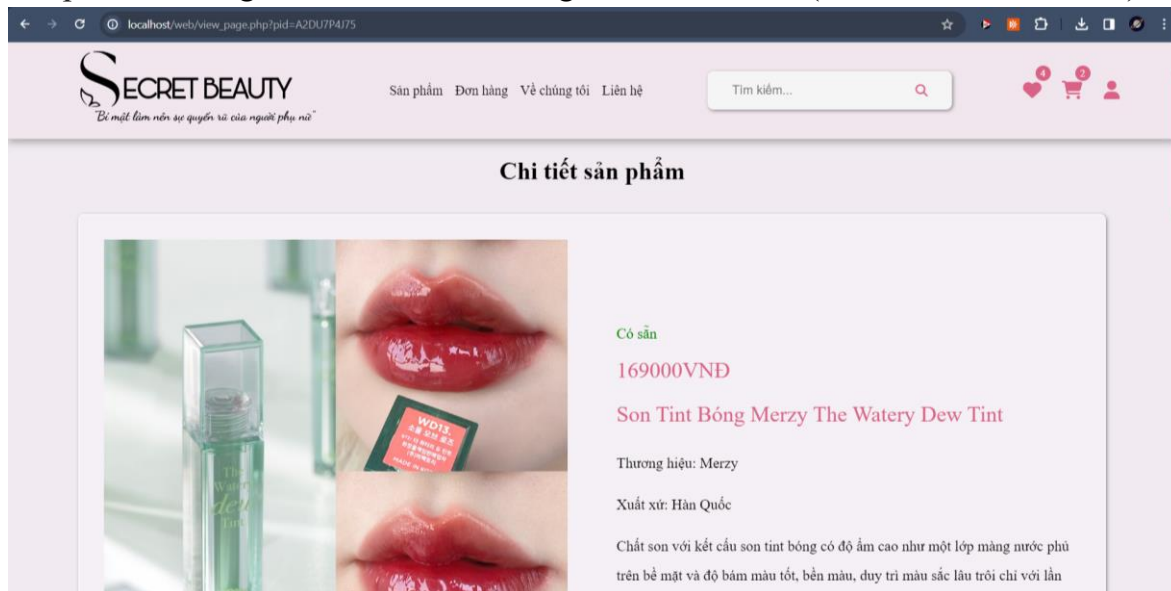
Ngoài ra, khách hàng có thể nhanh chóng tìm được sản phẩm mong muốn bằng cách nhập từ khóa như tên sản phẩm, danh mục hoặc thương hiệu vào ô tìm kiếm (như hình 2.8 bên dưới).



Hình 2. 8 Giao diện trang Sản phẩm (2)

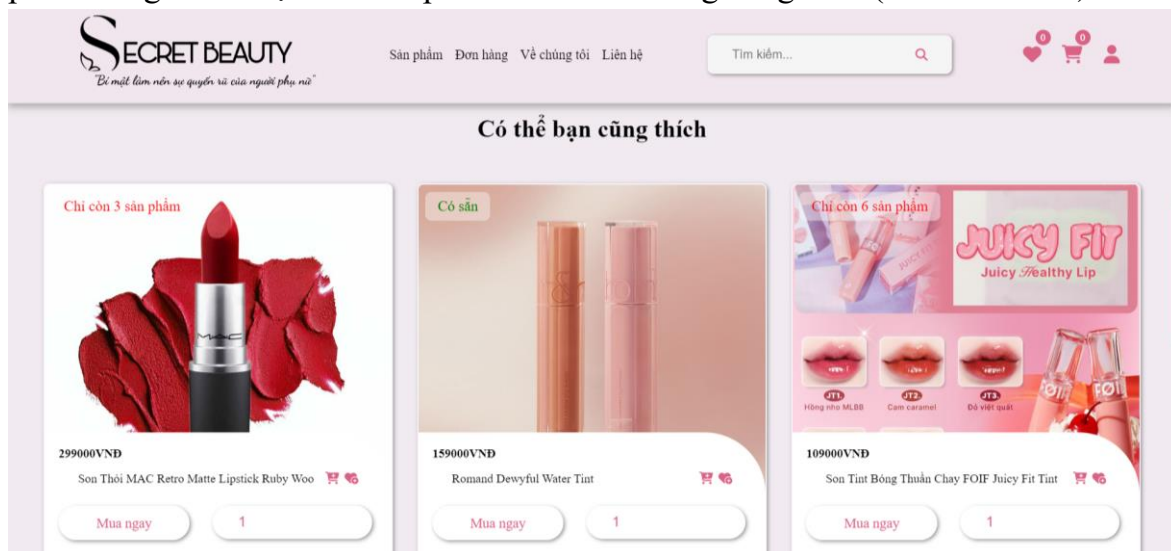
1.4 Giao diện trang Chi tiết sản phẩm

Khi khách hàng nhấn vào tên trên mỗi sản phẩm giao diện sẽ chuyển tới trang chi tiết của sản phẩm đó bao gồm giá tiền, tên, số lượng nếu trong kho còn ít hơn 10 sản phẩm, thương hiệu, xuất xứ và thông tin chi tiết khác (như hình 2.9 bên dưới).



Hình 2. 9 Giao diện trang Chi tiết sản phẩm (1)

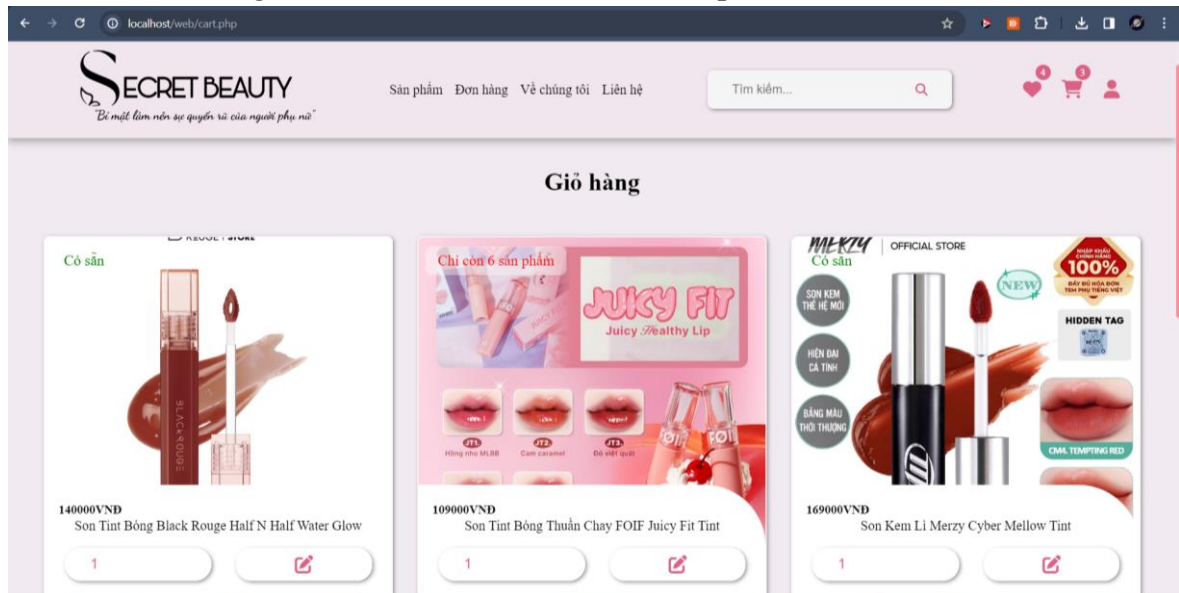
Ở phía bên dưới của phần chi tiết sản phẩm cũng sẽ hiển thị gợi ý những sản phẩm cùng danh mục với sản phẩm mà khách hàng đang xem (như hình 2.10).



Hình 2. 10 Giao diện trang Chi tiết sản phẩm (2)

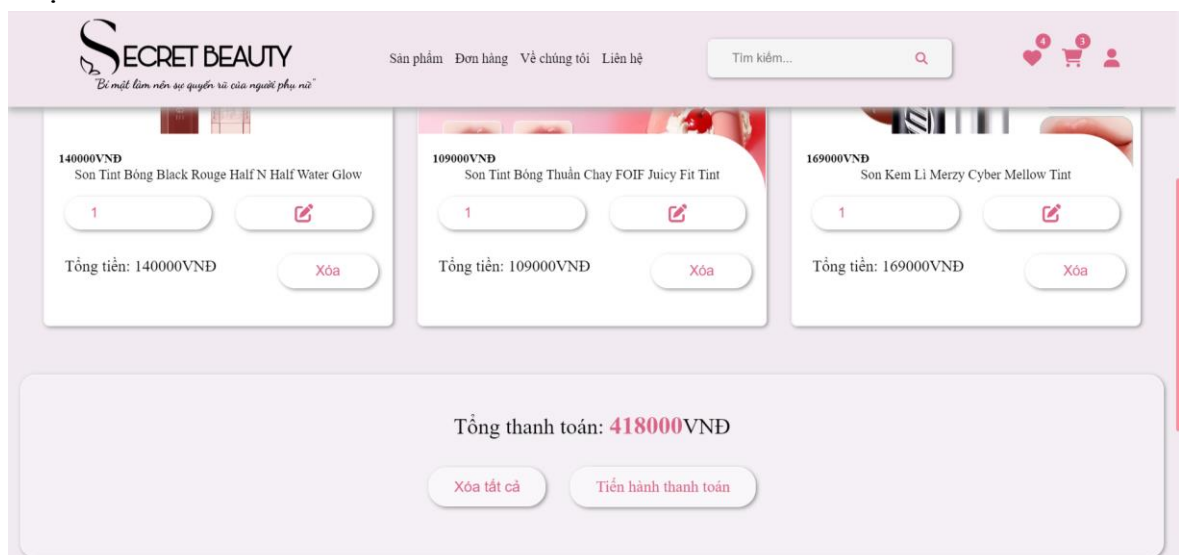
1.5 Giao diện trang Giỏ hàng

Giao diện trang giỏ hàng hiển thị ra các sản phẩm đã thêm vào giỏ, bao gồm thông tin hình ảnh, tên sản phẩm, giá, số lượng và tổng tiền (như hình 2.11 bên dưới). Khách hàng có thể thay đổi số lượng từng sản phẩm và nhấn vào biểu tượng cập nhật để lưu lại số lượng, nhấn vào nút ‘Xóa’ để xóa sản phẩm.



Hình 2. 11 Giao diện trang Giỏ hàng (1)

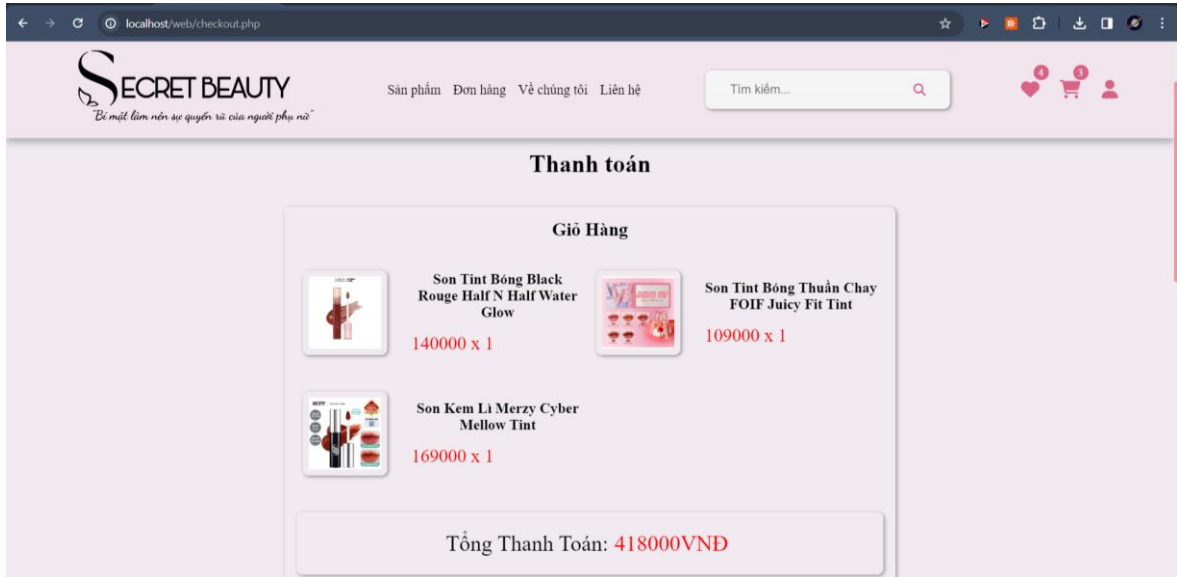
Ngoài ra, khách hàng có thể xóa toàn bộ giỏ hàng bằng cách nhấn ‘Xóa tất cả’ (như hình 2.12 bên dưới), nếu khách hàng ấn nút ‘Tiến hành thanh toán’ sẽ di chuyển đến trang thanh toán, khi đặt hàng thành công thì toàn bộ sản phẩm trong giỏ hàng sẽ được xóa.



Hình 2. 12 Giao diện trang Giỏ hàng (2)

1.6 Giao diện trang Thanh toán

Khi nhấn nút ‘Tiến hành thanh toán’ ở trang Giỏ hàng thì giao diện sẽ hiển thị ra trang Thanh toán với nội dung từng sản phẩm giống với trang Giỏ hàng (như hình 2.13 bên dưới) và một form điền thông tin thanh toán bao gồm họ tên, số điện thoại, địa chỉ nhận hàng, loại địa chỉ (nhà hoặc văn phòng), phương thức thanh toán (thanh toán khi nhận hàng, ví điện tử hoặc thẻ ATM), ghi chú (như hình 2.14). Sau khi khách hàng điền đầy đủ thông tin thanh toán, nhấn ‘Đặt hàng’ để xác nhận thanh toán.



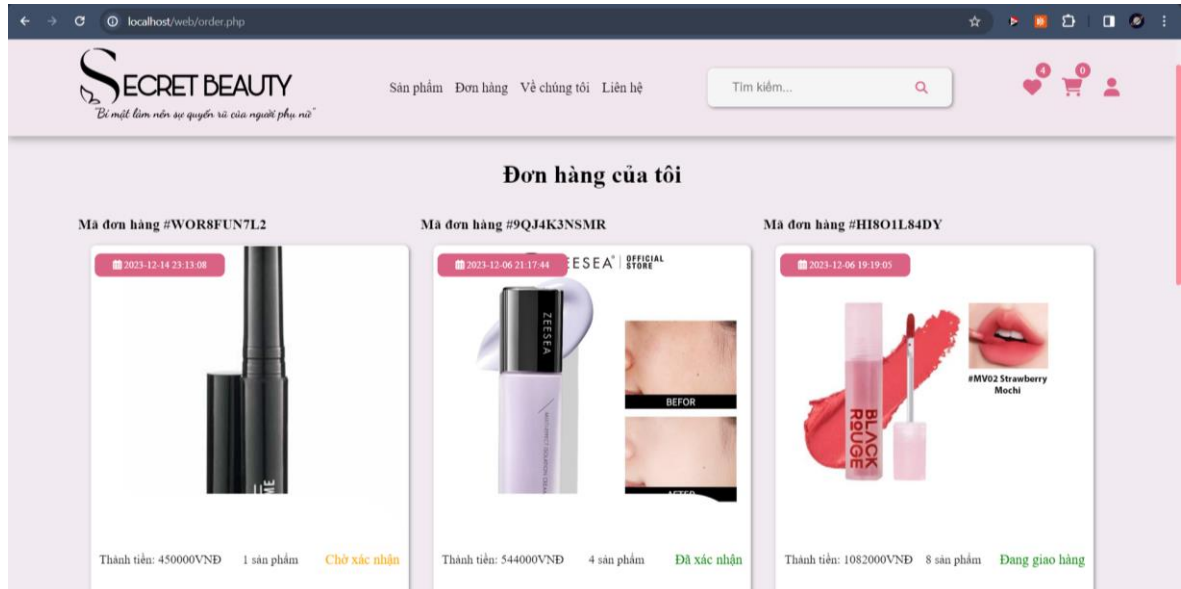
Hình 2. 13 Giao diện trang Thanh toán (1)

The screenshot shows the 'Chi tiết thanh toán' form. It is divided into two columns. The left column contains fields for 'HỌ VÀ TÊN *', 'SỐ ĐIỆN THOẠI *', 'PHƯƠNG THỨC THANH TOÁN *', 'LOẠI ĐỊA CHỈ *', and a 'Nhập ghi chú' field. The right column contains fields for 'TÊN ĐƯỜNG, TÒA NHÀ, SỐ NHÀ *', 'PHƯỜNG/XÃ *', 'QUẬN/HUYỆN *', and 'TỈNH/THÀNH PHỐ *'. Each field has a corresponding input box or dropdown menu. At the bottom center, there is a red button labeled 'Đặt hàng'.

Hình 2. 14 Giao diện trang Thanh toán (2)

1.7 Giao diện trang Đơn hàng

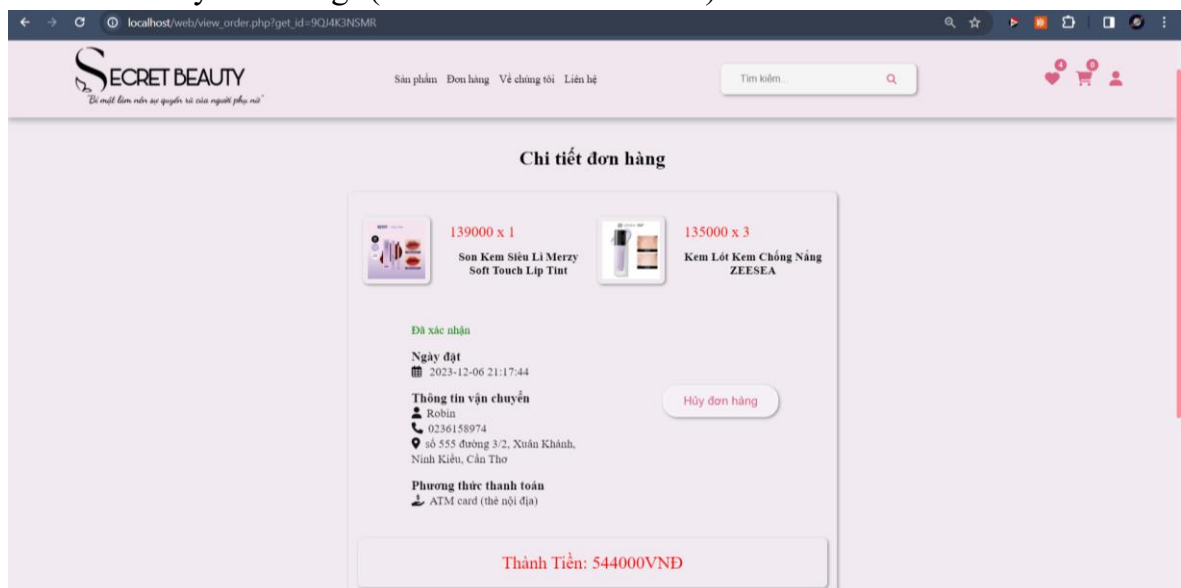
Sau khi khách hàng đặt hàng thành công, giao diện sẽ chuyển sang trang Đơn hàng của tôi gồm tất cả những đơn hàng mà khách hàng đã đặt, sắp xếp theo thời gian đặt gần đây nhất. Các đơn hàng sẽ hiển thị những thông tin cơ bản gồm mã đơn hàng, ngày đặt hàng, tổng thanh toán, số lượng sản phẩm và trạng thái đơn hàng (như hình 2.15 bên dưới).



Hình 2. 15 Giao diện trang Đơn hàng

1.8 Giao diện trang Chi tiết đơn hàng

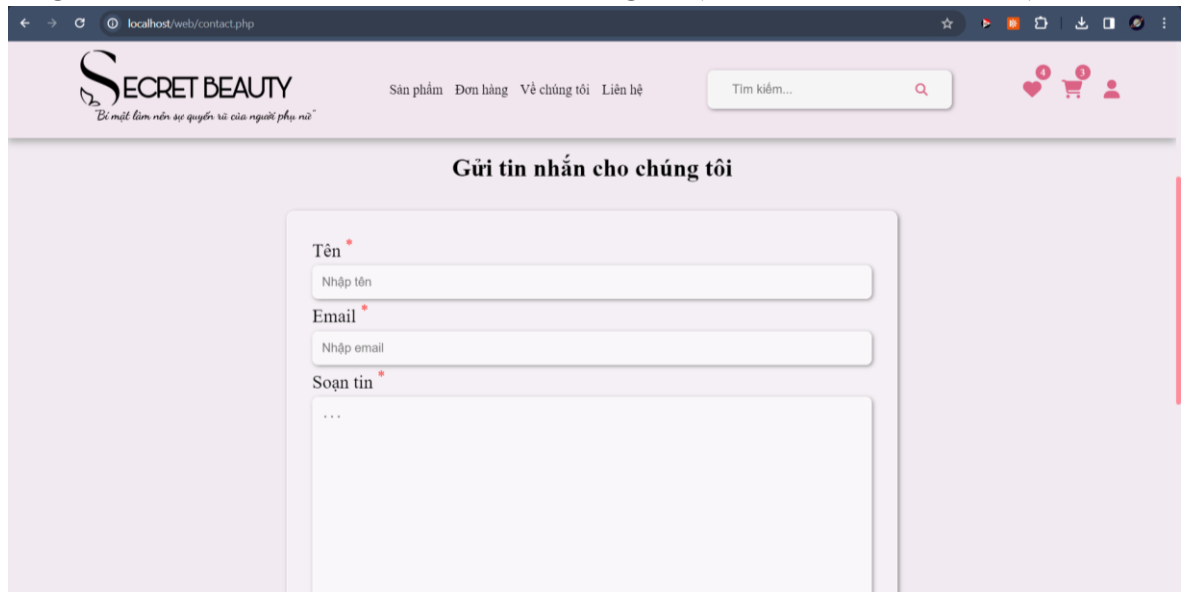
Khi khách hàng nhấp vào một đơn hàng cụ thể sẽ thấy thông tin chi tiết của đơn hàng đó gồm sản phẩm đã đặt mua, thông tin vận chuyển và phương thức thanh toán. Nếu đơn hàng đang ở trạng thái ‘Chờ xác nhận’ hoặc ‘Đã xác nhận’ thì sẽ có thêm nút ‘Hủy đơn hàng’ (như hình 2.16 bên dưới).



Hình 2. 16 Giao diện trang Chi tiết đơn hàng

1.9 Giao diện trang Liên hệ

Ở trang Liên hệ, khách hàng có thể dễ dàng nhập thông tin, soạn thảo tin nhắn và gửi tin nhắn chỉ với một vài thao tác đơn giản (như hình 2.17 bên dưới).

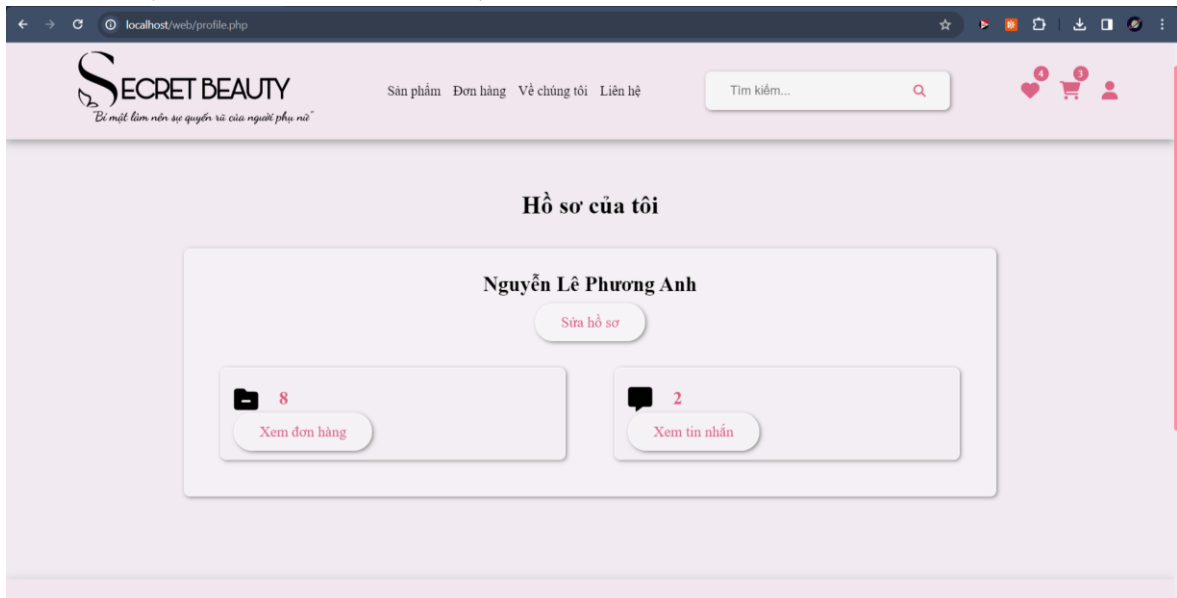


The screenshot shows a web browser window with the URL 'localhost/web/contact.php'. The website header features the 'SECRET BEAUTY' logo with the tagline 'Bí mật làm nên sự quyến rũ của người phụ nữ'. Navigation links include 'Sản phẩm', 'Đơn hàng', 'Về chúng tôi', and 'Liên hệ'. A search bar with the placeholder 'Tìm kiếm...' and a magnifying glass icon is present. On the right, there are icons for a heart, a shopping cart with a '3' badge, and a user profile. The main content area is titled 'Gửi tin nhắn cho chúng tôi' and contains a form with three fields: 'Tên' (Name) with a red asterisk and a placeholder 'Nhập tên'; 'Email' with a red asterisk and a placeholder 'Nhập email'; and 'Soạn tin' (Compose message) with a red asterisk and a placeholder '...'. The form is set against a light purple background.

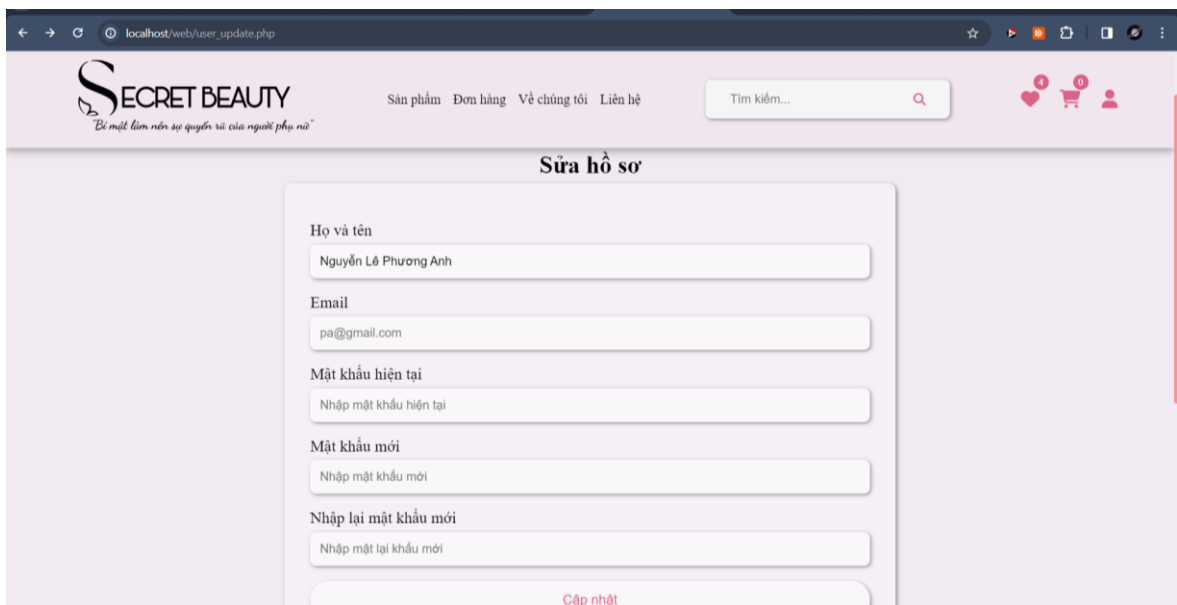
Hình 2. 17 Giao diện trang Liên hệ

1.20 Giao diện trang Hồ sơ khách hàng

Trang hồ sơ khách hàng hiển thị tên khách hàng và các chức năng cần thiết là sửa hồ sơ, xem đơn hàng đã đặt và xem tin nhắn đã gửi (như hình 2.18 bên dưới). Khi khách hàng nhấn vào ‘Sửa hồ sơ’ sẽ chỉnh sửa được các thông tin như tên, email và mật khẩu (như hình 2.19 bên dưới)



Hình 2. 18 Giao diện trang Hồ sơ khách hàng

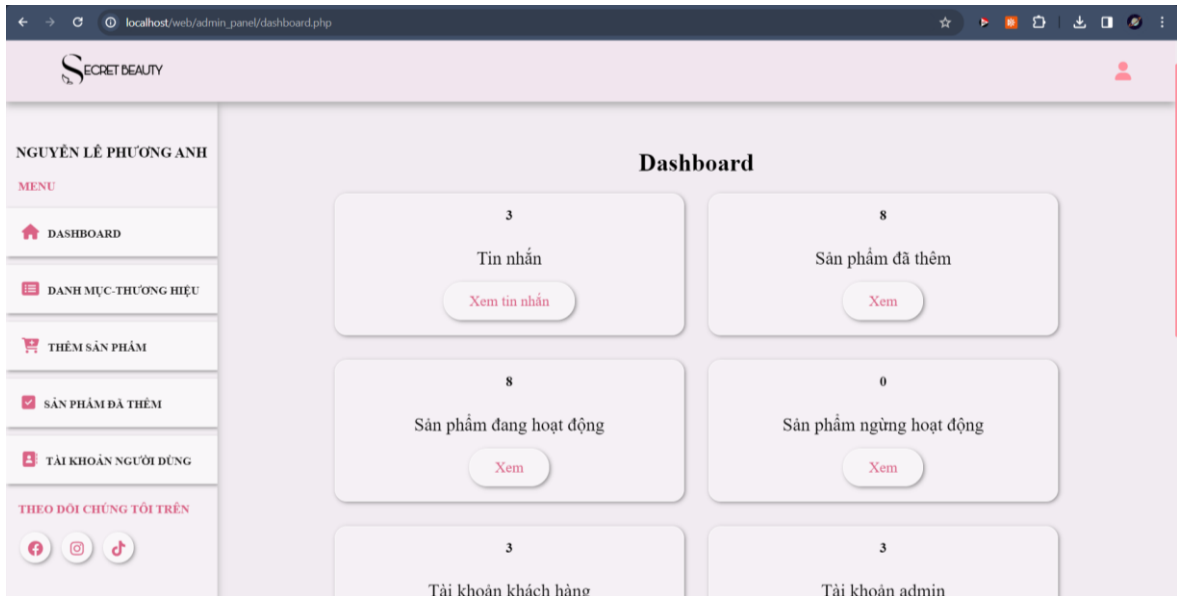


Hình 2. 19 Giao diện trang Sửa hồ sơ

2. Giao diện trang quản trị viên

2.1 Giao diện trang Dashboard

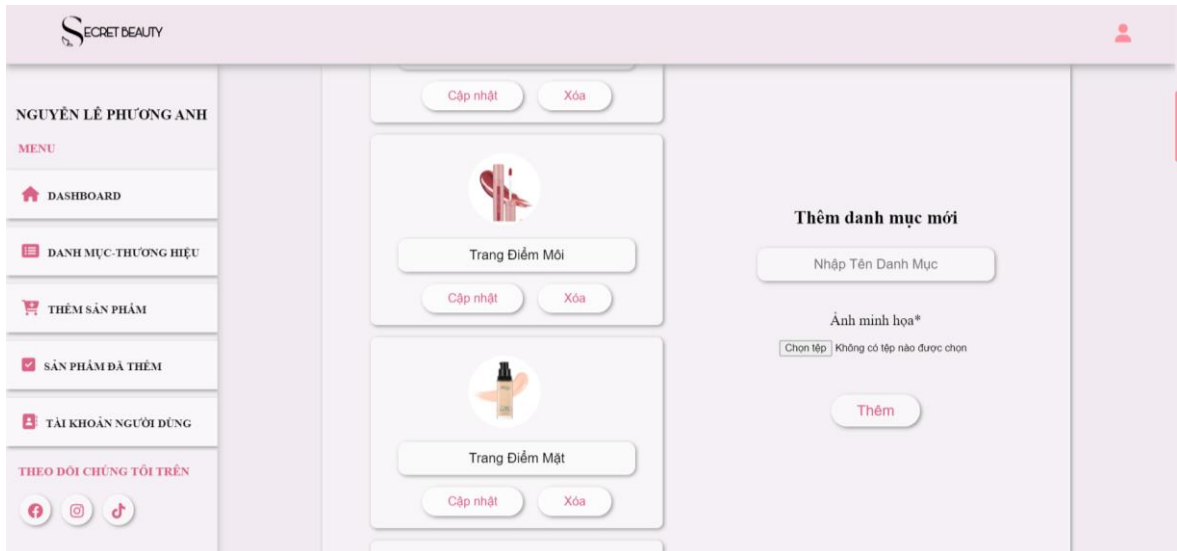
Để truy cập được vào trang quản trị viên, người dùng buộc phải đăng nhập. Sau khi đăng nhập thành công giao diện sẽ hiển thị trang Dashboard (như hình 2.20 bên dưới), gồm các chức năng: quản lý sản phẩm, quản lý danh mục và thương hiệu, quản lý đơn hàng, quản lý tài khoản khách hàng.



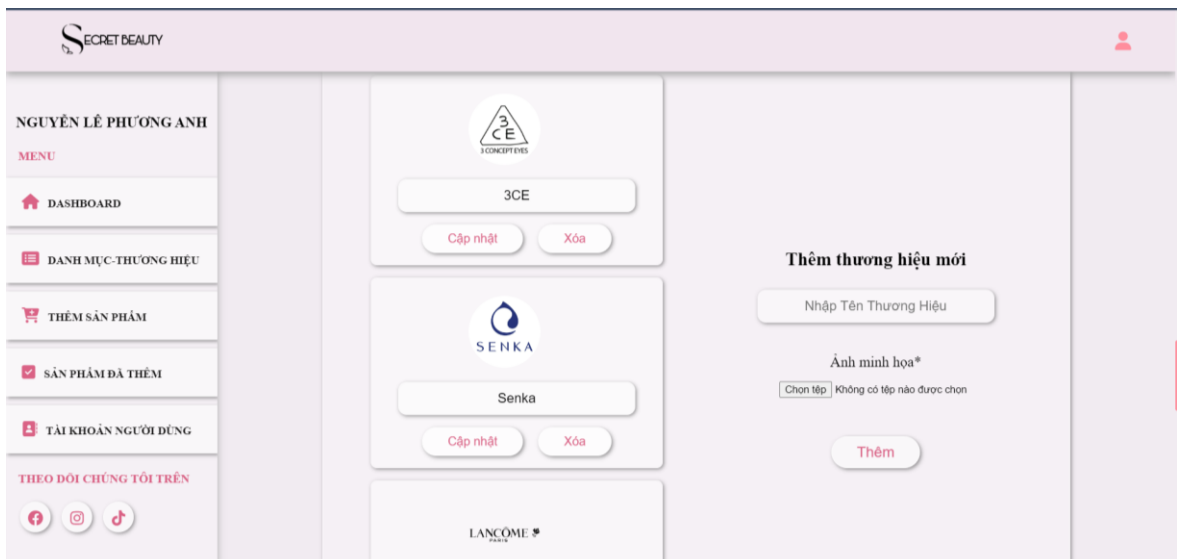
Hình 2. 20 Giao diện trang Dashboard

2.2 Giao diện trang quản lý Danh mục - Thương hiệu

Khi quản trị viên nhấn vào ‘Danh mục – Thương hiệu’ trên menu sẽ hiển thị danh sách đã thêm và form thêm danh mục hoặc thương hiệu mới (như hình 2.21 và 2.22 bên dưới). Tại danh sách đã thêm hiển thị tên, hình ảnh đã thêm, có hai tùy chọn ‘Cập nhật’ và ‘Sửa’ để sửa hoặc xóa danh mục, thương hiệu đó. Tại form thêm danh mục hoặc thương hiệu mới, quản trị viên cần điền tên và hình ảnh vào các trường, nhấn ‘Thêm’ để lưu lại thông tin danh mục hoặc thương hiệu đó.



Hình 2. 21 Giao diện trang quản lý Danh mục – Thương hiệu (Danh mục)



Hình 2. 22 Giao diện trang quản lý Danh mục – Thương hiệu (Thương hiệu)

2.3 Giao diện trang Thêm sản phẩm

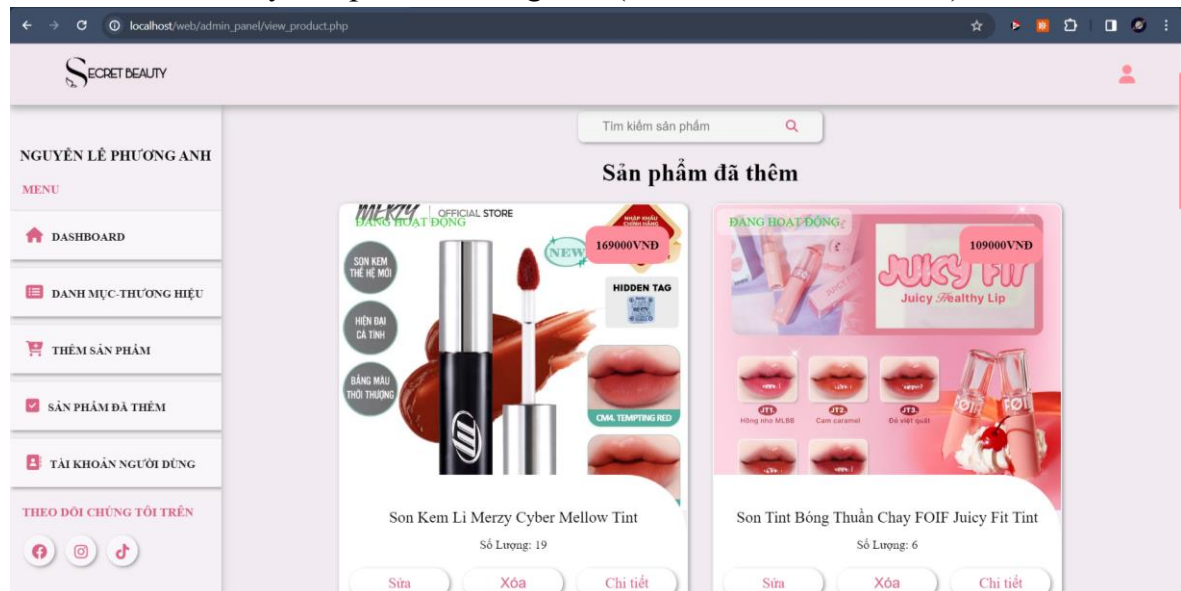
Khi quản trị viên nhấn và ‘Thêm sản phẩm’ trên menu, giao diện sẽ hiển thị trang thêm sản phẩm (như hình 2.23 và 2.24 bên dưới), quản trị viên cần điền đầy đủ thông tin: số lượng, tên sản phẩm, chọn thương hiệu, danh mục, nhập giá tiền, thêm thông tin chi tiết và thêm ảnh cho sản phẩm, nếu quản trị viên nhấn ‘Thêm’ sẽ lưu sản phẩm với trạng thái là ‘Đang hoạt động’, ngược lại ‘Lưu bản nháp’ sẽ mặc định là ‘Ngừng hoạt động’.

Hình 2. 23 Giao diện Thêm sản phẩm (1)

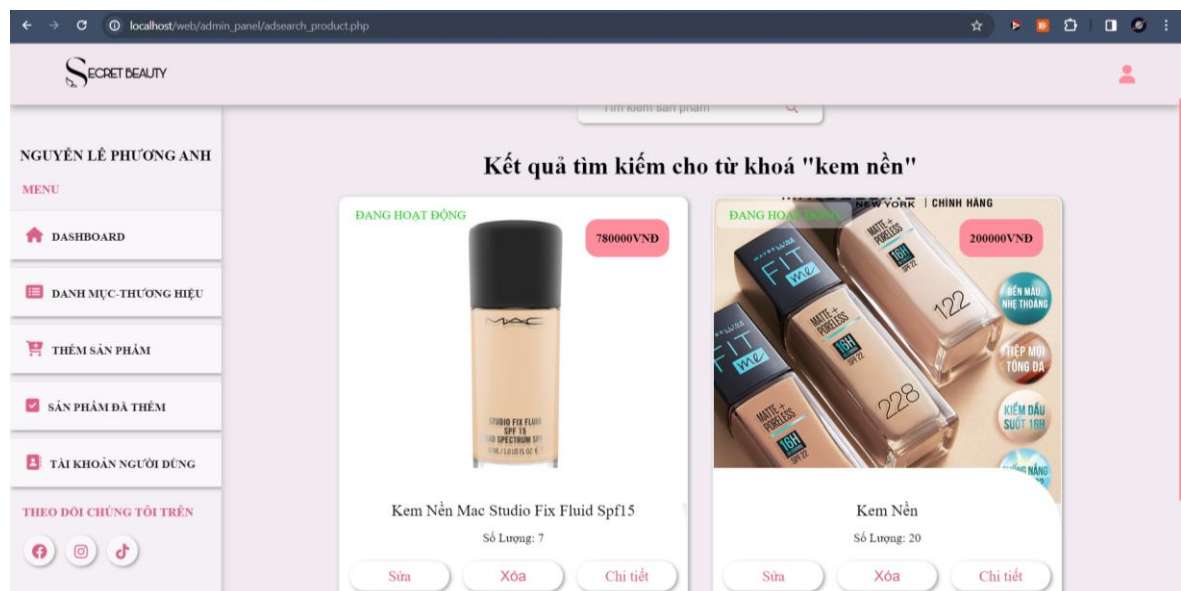
Hình 2. 24 Giao diện Thêm sản phẩm (2)

2.4 Giao diện trang Sản phẩm đã thêm

Khi quản trị viên nhấn vào xem ‘Sản phẩm đã thêm’, giao diện sẽ hiển thị tất cả sản phẩm gồm cả sản phẩm ‘Đang hoạt động’ và ‘Ngừng hoạt động’, có 3 chức năng ‘Sửa’, ‘Xóa’ và ‘Chi tiết’ để chỉnh sửa, xóa hoặc xem chi tiết sản phẩm (như hình 2.25 bên dưới). Thêm vào đó, website còn cung cấp thanh tìm kiếm để quản trị viên có thể tìm thấy sản phẩm dễ dàng hơn (như hình 2.26 bên dưới).



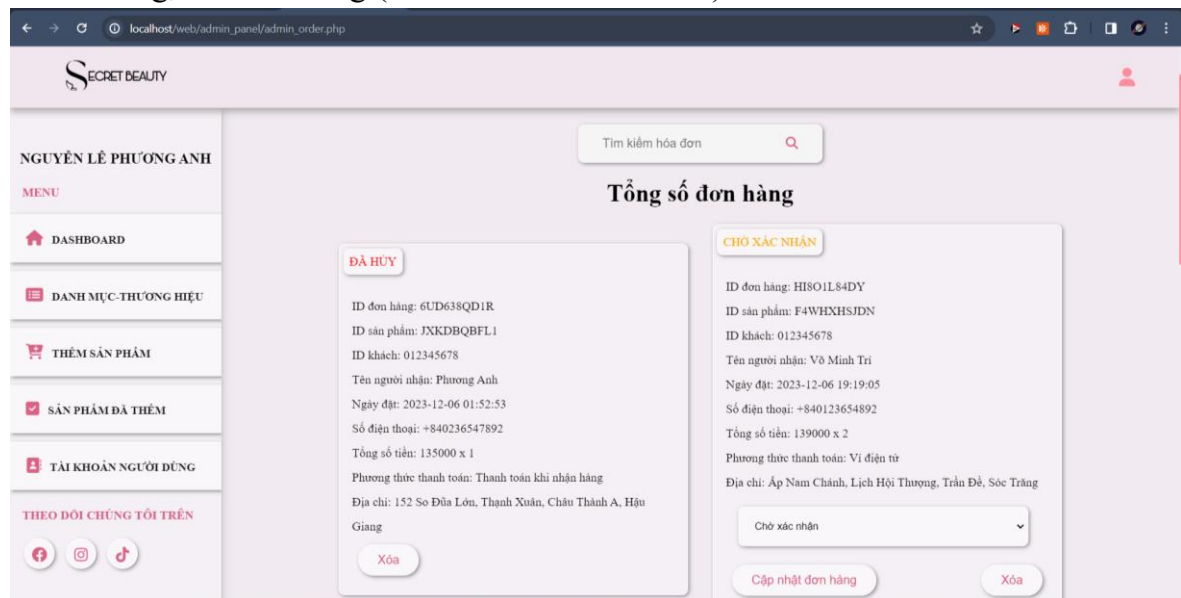
Hình 2. 25 Giao diện trang Sản phẩm đã thêm (1)



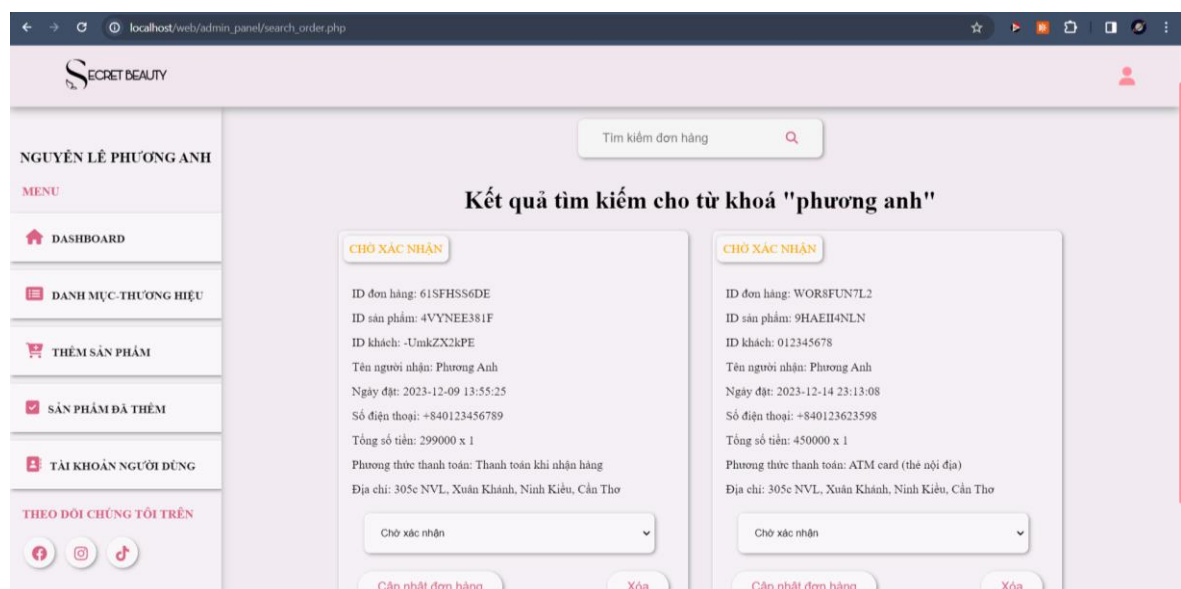
Hình 2. 26 Giao diện trang Sản phẩm đã thêm (2)

2.5 Giao diện trang Tất cả đơn hàng

Khi quản trị viên nhấn vào xem ‘Tất cả đơn hàng’ tại trang Dashboard, giao diện hiển thị tất cả đơn hàng bao gồm trạng thái và thông tin đơn hàng. Tại mỗi đơn hàng sẽ có chức năng ‘Cập nhật đơn hàng’ gồm các tùy chọn ‘Chờ xác nhận’, ‘Xác nhận’, ‘Giao hàng’ và chức năng ‘Xóa’ đơn hàng. Nếu đơn hàng ở trạng thái ‘Đã hủy’ thì sẽ không hiển thị chức năng ‘Cập nhật đơn hàng’ (như hình 2.27 bên dưới). Thêm vào đó có thêm thanh tìm kiếm để giúp quản trị viên tìm kiếm đơn hàng theo tên khách hàng, mã đơn hàng (như hình 2.28 bên dưới).



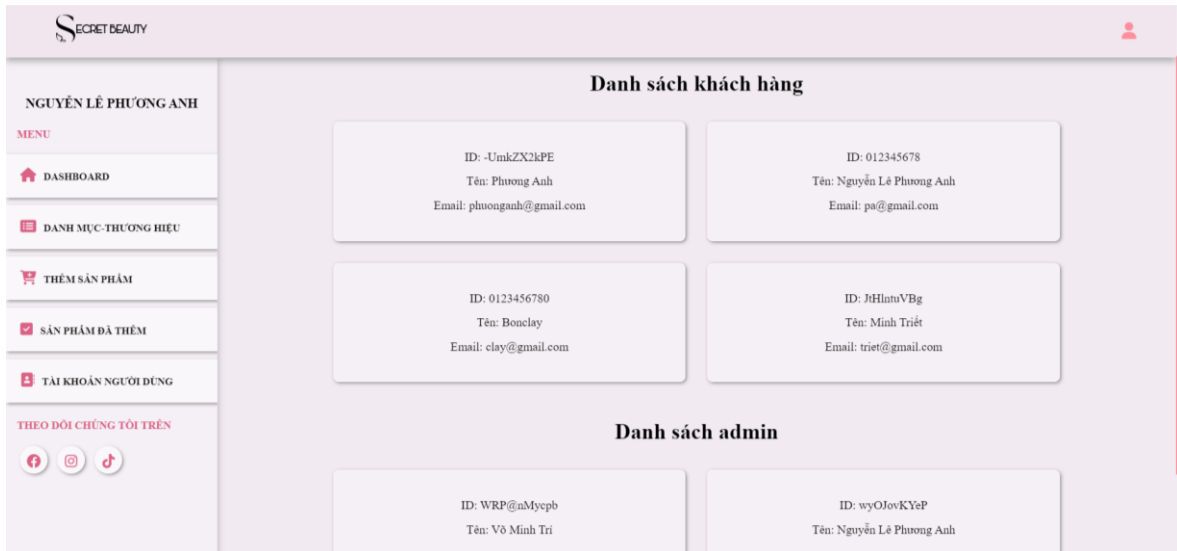
Hình 2. 27 Giao diện trang Tất cả đơn hàng (1)



Hình 2. 28 Giao diện trang Tất cả đơn hàng (2)

2.6 Giao diện trang Tài khoản người dùng

Quản trị viên có thể xem tài khoản người dùng bằng cách nhấn vào ‘Tài khoản người dùng’ trên menu, tại đây sẽ hiển thị tất cả tài khoản của khách hàng và của quản trị viên (như hình 2.29 bên dưới).



Hình 2. 29 Giao diện trang Tài khoản người dùng

PHẦN KẾT LUẬN

1. Kết quả đạt được

Xây dựng trang web đáp ứng đầy đủ các chức năng cơ bản đã đề ra ban đầu bao gồm phía quản trị viên và phía khách hàng.

Trang web không chỉ giao tiếp với người dùng qua giao diện, mà còn liên kết và truy xuất qua lại với cơ sở dữ liệu, chẳng hạn như khi khách hàng nhấn nút ‘Tiến hành thanh toán’ trang web không chỉ chuyển sang trang ‘Tất cả đơn hàng’ mà còn tương tác với cơ sở dữ liệu để ghi lại thông tin chi tiết của đơn hàng mới.

Giao diện người dùng thân thiện: menu dễ nhìn, thanh tìm kiếm hiệu quả, phân loại sản phẩm theo từng danh mục, thương hiệu đem đến trải nghiệm mượt mà và thuận tiện trong quá trình sử dụng.

2. Hướng phát triển

Lưu địa chỉ mặc định cho khách hàng, giúp khách hàng không cần phải nhập lại địa chỉ mỗi lần đặt hàng và khách hàng có thể thay đổi nếu muốn.

Tích hợp chức năng đăng ký và đăng nhập sử dụng tài khoản Google để tăng tính thuận tiện cho người dùng.

Phát triển một hệ thống quản lý mã khuyến mãi và ưu đãi cho người dùng.

Sử dụng AI để tạo ra các email xác nhận đơn hàng tự động, có thể tùy chỉnh theo từng đơn đặt hàng cụ thể.

Sử dụng AI để theo dõi và phân tích hành vi người dùng để cung cấp gợi ý sản phẩm.

Tích hợp chatbot AI để cung cấp hỗ trợ tức thì cho người dùng, phát triển tính năng tư vấn sản phẩm thông qua AI để giúp người dùng tìm kiếm và chọn lựa sản phẩm một cách hiệu quả.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. W3schools. <https://www.w3schools.com/>
2. PDO trong PHP - Khái niệm và những thao tác cơ bản. <https://viblo.asia/p/pdo-trong-php-khai-niem-va-nhung-thao-tac-co-ban-57rVRq59R4bP>
3. Thị trường mỹ phẩm Việt Nam 2023 với nhiều thay đổi tích cực. <https://ocm.vn.com/thi-truong-my-pham-viet-nam-2023/>
4. Báo cáo thị trường mỹ phẩm: Xu hướng thị trường mỹ phẩm Việt Nam 2023. <https://cleverads.vn/blog/bao-cao-thi-truong-my-pham/>