

บทที่ 5

สรุปและขอเสนอแนะ

โครงการเรื่องการตลาดดิจิทัลเพื่อโปรโมทช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวสารเพื่อสุขภาพ ร้านข้าวสารแม่ฉวี KP ข้าว มีวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวสารเพื่อสุขภาพในแพลตฟอร์มออนไลน์ และเพื่อวางแผนการตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับร้านข้าวสารแม่ฉวี KP ข้าว บทที่ 5 นี้จะเป็นการสรุปผลการดำเนินงาน ปัญหา และอุปสรรค รวมถึงขอเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

(1). ผลการดำเนินงานบนแพลตฟอร์มช้อปปี้

ยอดขายรวมตลอดระยะเวลา 4 เดือนมีแนวโน้มที่ผันผวน โดยรายละเอียดมีดังนี้

ตารางที่ 5. 1 ผลการดำเนินงานบนแพลตฟอร์มช้อปปี้

เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4
2,934 บาท	3,269 บาท	2,800 บาท	1,260 บาท

แม้จะมีการเพิ่มยอดขายในเดือนที่ 2 แต่ยอดขายในเดือนที่ 3 และ 4 กลับลดลงอย่างชัดเจน อาจเป็นเพราะปัจจัยต่าง ๆ เช่น การแข่งขันสูงบน ช้อปปี้ทำให้ต้องมีการโปรโมทอย่างต่อเนื่อง ขาดการทำโปรโมชันหรือกิจกรรมส่งเสริมการขาย ความสนใจของลูกค้าลดลงเมื่อไม่มีการอัปเดตเนื้อหาหรือสินค้าใหม่

(2). ผลการดำเนินงานบนแพลตฟอร์มไลน์ มาย ช้อปป

ยอดขายผ่าน ไลน์ มาย ช้อปป แสดงให้เห็นถึงความสม่ำเสมอ และมีแนวโน้มที่ดี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5. 2 ผลการดำเนินงานบนแพลตฟอร์มไลน์ มาย ช้อปป

เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4
1,951 บาท	3,410 บาท	2,450 บาท	2,360 บาท

ไลน์ มาย ช้อปป อาจได้รับความสนใจจากลูกค้ามากขึ้นเนื่องจากเป็นช่องทางที่มีปฏิสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้บริโภค เช่น การสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า อย่างไรก็ตาม การลดลงในเดือนที่ 3 และ 4 ชี้ให้เห็นว่าควรมีกิจกรรมการตลาดที่ต่อเนื่องเพื่อรักษายอดขาย

(3). การเข้าชมเว็บไซต์และประสิทธิภาพ

Google Analytics

ตารางที่ 5.3 การเข้าชมเว็บไซต์ และประสิทธิภาพ Google Analytics

Google Analytics		
ผู้เข้าชมสุทธิ	ผู้ใช้งานสุทธิ	ผู้ใช้งานใหม่
3,500 ครั้ง	8,600 ครั้ง	270 คน

จากข้อมูลตามตารางที่ 5.3 แสดงให้เห็นถึงปริมาณการเข้าชมเว็บไซต์ ซึ่งประกอบด้วยจำนวนผู้เข้าชมที่เคนเข้ามาแล้ว และผู้เข้าชมใหม่ที่เข้ามาครั้งแรก โดยรวมแล้วเว็บไซต์มีการดึงดูดผู้เข้าชมทั้งผู้ใช้ใหม่ และผู้ใช้ที่กลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพ

Google Search Console

ตารางที่ 5.4 การเข้าชมเว็บไซต์ และประสิทธิภาพ Google Search console

Google Search Console			
ยอดคลิก	จำนวนการเข้าถึง	ค่าเฉลี่ย	ตำแหน่งเฉลี่ย
(Total Clicks)	(Total Impressions)	CTR	ของเว็บไซต์
34 ครั้ง	161 ครั้ง	21.1%	5.6%

จากข้อมูลตามตารางที่ 5.4 แสดงให้เห็นว่ามีการเข้าถึงเว็บไซต์อยู่ในระดับหนึ่ง แต่ยอดการคลิกยังคงค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับจำนวนการเข้าถึง (161 ครั้ง) แม้ว่าค่า CTR ที่ 21.1% จะถือว่าสูง ซึ่งสะท้อนว่าผู้ใช้ที่เห็นลิงก์มีแนวโน้มคลิกสูง แต่การเข้าถึงโดยรวมยังต้องได้รับการปรับปรุง เช่น การทำ SEO ให้เข้มข้นขึ้น หรือใช้คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับสินค้ามากขึ้นเพื่อเพิ่มจำนวนการเข้าถึง

5.2 ปัญหา และอุปสรรค

5.2.1. ด้านการพัฒนาเว็บไซต์

5.2.1.1. การพัฒนาเว็บไซต์ไม่รองรับการทำ Responsive ทำให้จอภาพของผู้ใช้งานบนอุปกรณ์อื่น ๆ ใช้งานยากกว่าหน้าจอบนเดททีอป

5.2.2. ด้านการดำเนินงานธุรกิจ

5.2.2.1. ยอดขายในแต่ละเดือนเป็นไปได้ยากเพราะเป็นร้านค้าออนไลน์ที่เปิดใหม่ ยังไม่มีการโปรโมท หรือการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงงบประมาณ และค่าใช้จ่ายมีจำนวนจำกัด

5.2.2.2. การขนส่งผ่านบริษัทขนส่งสินค้าดำเนินงานยากเพราะยอดจำนวนคำสั่งซื้อต่อเดือนไม่ถึง 100 คำสั่งซื้อ ทางร้านต้องดำเนินการ Drop off ที่บริษัทขนส่งสินค้า

5.3 ข้อเสนอแนะ

การดำเนินโครงการด้านการตลาดดิจิทัลนั้นเป็นเรื่องที่น่าสนใจ และมีความสำคัญมากในยุคปัจจุบัน เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การมีแนวทางในการดำเนินโครงการที่ดี จะช่วยให้ได้ผลลัพธ์ที่น่าเชื่อถือ และนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง เช่น

5.3.1. ด้านการพัฒนาเว็บไซต์

5.3.1.1. ออกแบบเว็บไซต์ให้ใช้งานง่าย และรองรับกับทุกหน้าจอภาพบนทุกอุปกรณ์

5.3.2. ด้านการดำเนินงานธุรกิจ

5.3.2.1. ควรติดตามเทรนใหม่ ๆ ในวงการการตลาดดิจิทัล เช่น AI , Social Network

5.3.2.2. ควรศึกษาช่องว่างทางการตลาดดิจิทัลที่ยังไม่มีการศึกษาค้นคว้ามากนัก เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับโครงการ