

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน

4.1 ผลการดำเนินงาน

จากการดำเนินโครงการเรื่องการตลาดดิจิทัลเพื่อโปรโมทช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวสารเพื่อสุขภาพ ร้านข้าวสารแม่ฉวี KP ข้าว การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์โดยใช้สองแพลตฟอร์มได้แก่ ซ้อปปีและ ไลน์ มาย ซ้อป เป็นช่องทางหลักในการขายสินค้า และมีการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อเป็นตัวกลาง หรือต้นทางในการนำสู่ร้านค้าบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ พัฒนาโดยการใช้ภาษา พีเอช พี เอชทีเอ็มแอล ซีเอสเอส และมีระบบจัดการฐานข้อมูล มายเอสคิวแอล ในการจัดเก็บข้อมูลไว้ในฐานข้อมูล เป็นต้น โดยแสดงผลการดำเนินงานในด้านของการดำเนินงานด้านการพัฒนาเว็บไซต์ และผลการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

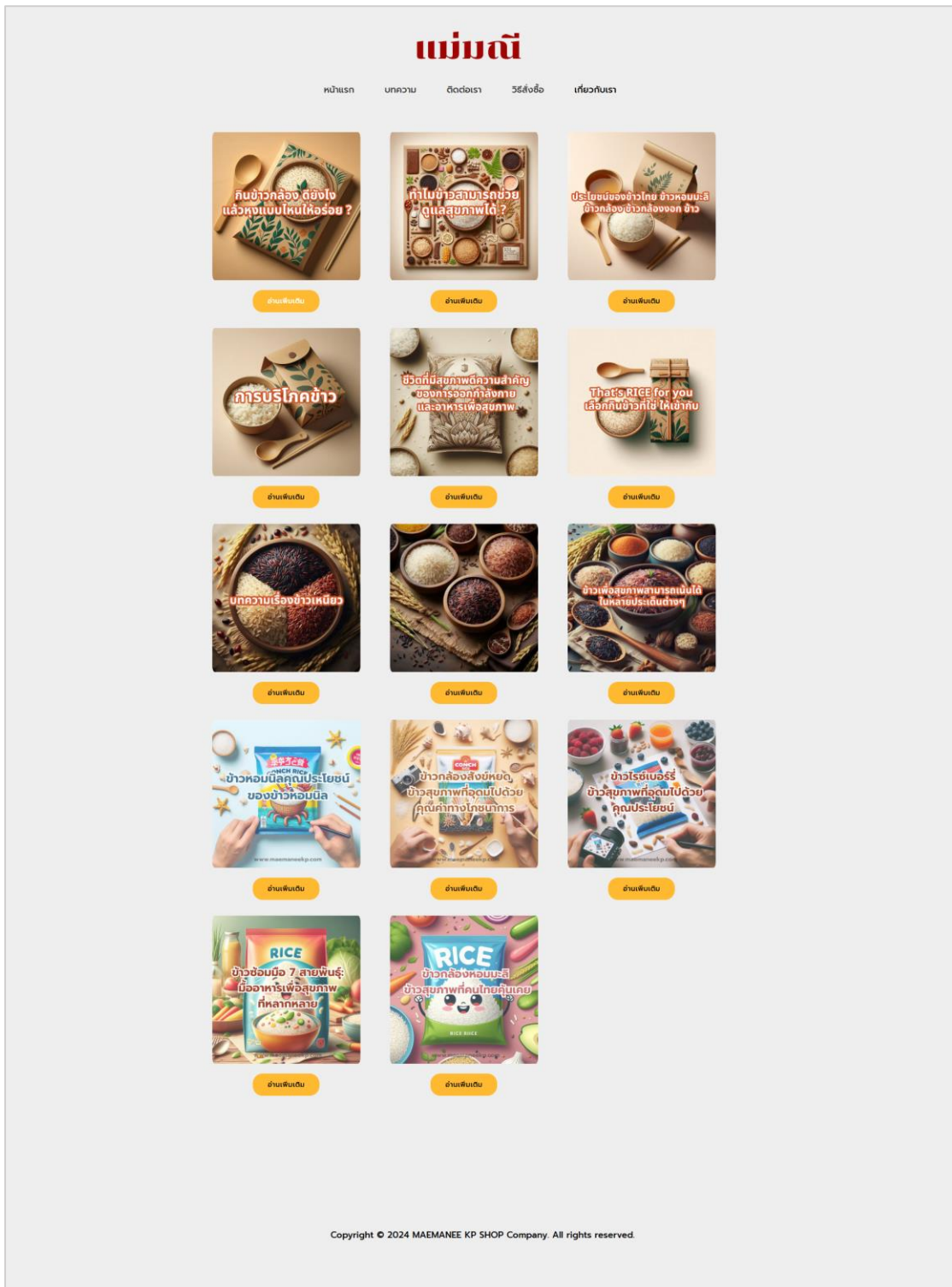
4.1.1 ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาเว็บไซต์

การเผยแพร่เว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต



ภาพที่ 4.1 แสดงหน้าแรกของเว็บไซต์

จากภาพที่ 4.1 แสดงหน้าแรกของเว็บไซต์ เป็นหน้าแรกที่เข้ามาในเว็บไซต์แล้วจะเจอปุ่มนำทางต่าง ๆ และรายการสินค้า



ภาพที่ 4. 2 แสดงหน้าบทความ


จากภาพที่ 4.2 แสดงหน้าบทความ จะแสดงหน้าหัวข้อของบทความทั้งหมดของเว็บไซต์ โดยผู้ใช้งานทั่วไปสามารถเลือกเข้าชมบทความต่าง ๆ ได้ในหน้านี้

แม่เมณี

หน้าแรก บทความ ติดต่อเรา 555 ลิ้งชื่อ เกี่ยวกับเรา

ติดต่อเราและ ติดตามข้อมูล ข่าวสารได้ที่

ที่อยู่ : ตลาดสดเทศบาล 1 ซอย 4 ถนน สุขุมวิท
ต.ท่าอิฐ อ.เมืองอุตรดิตถ์ จ.อุตรดิตถ์ 53000
facebook : แม่เมณี KP คำข้าว
E-mail : maemaneek@gmail.com
โทรศัพท์ : 093 278 4692
website : www.maemaneek.com



ติดต่อเรา

ชื่อ - สกุล :

อีเมล :

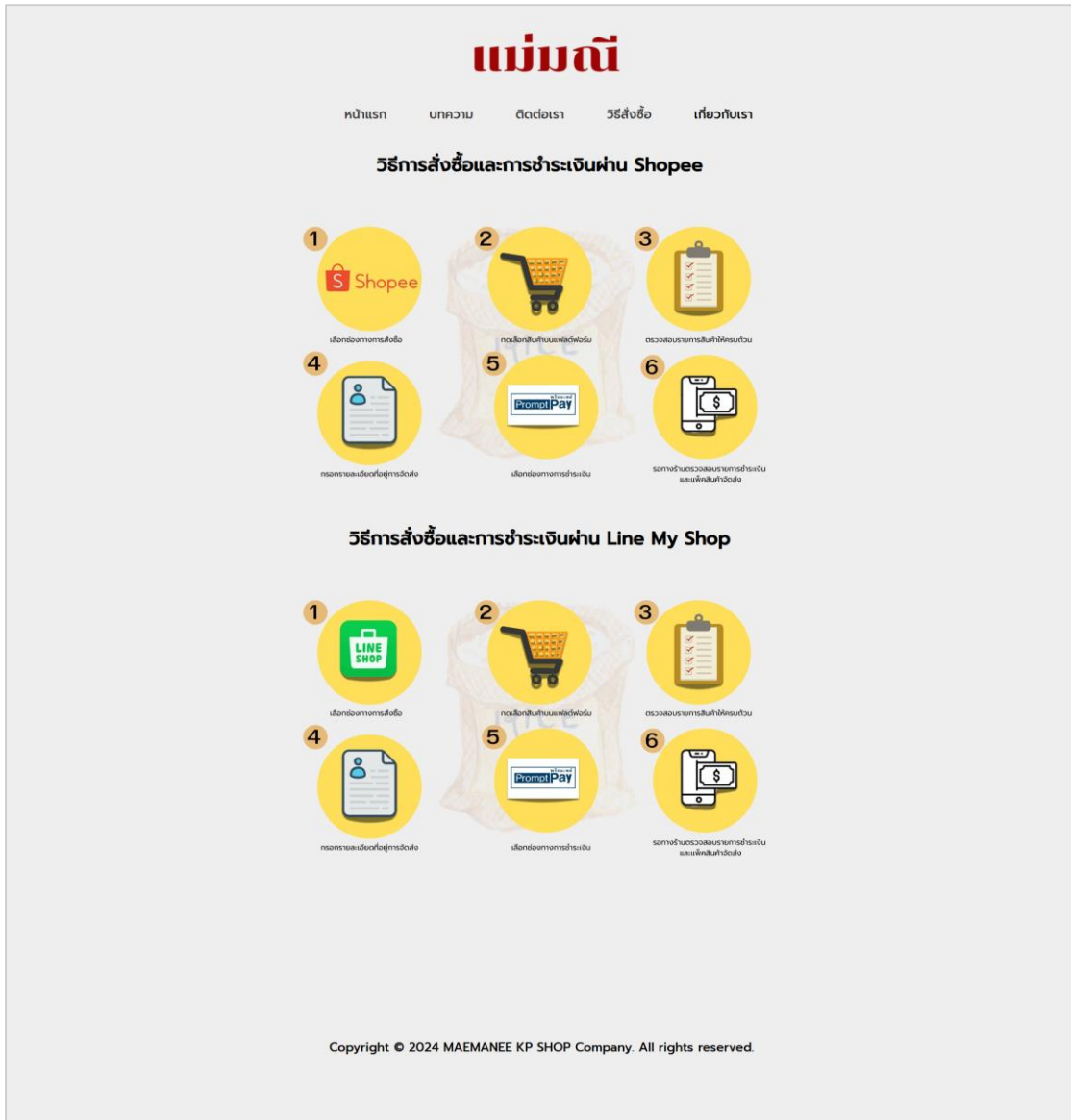
เบอร์โทร :

หัวข้อ :

รายละเอียด :

ภาพที่ 4.3 แสดงหน้าติดต่อเรา

จากภาพที่ 4.3 แสดงหน้าติดต่อเรา จะเป็นหน้าแสดงข้อมูลการติดต่อร้านค้าและ
ฟอร์มที่ไว้สำหรับลูกค้าส่งเรื่องไปยังร้านค้า ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถเลือกติดต่อเราได้บนหน้านี้



ภาพที่ 4.4 แสดงหน้าวิธีการสั่งซื้อ

จากภาพที่ 4.4 แสดงหน้าวิธีการสั่งซื้อ เป็นหน้าที่แสดงวิธีการสั่งซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์มช้อปปิ้งและไลน์ มาย ช็อป โดยจะแสดงวิธีการทำงาน และวิธีการชำระเงินต่าง ๆ ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถเข้าชมวิธีการสั่งซื้อสินค้าได้ในหน้านี้

แม่ณิ

หน้าแรก บทความ ติดต่อเรา 5 สิ่งต้อง เกี่ยวกับเรา

ร้านข้าวสารแม่ณิ เคพี คำข้าว

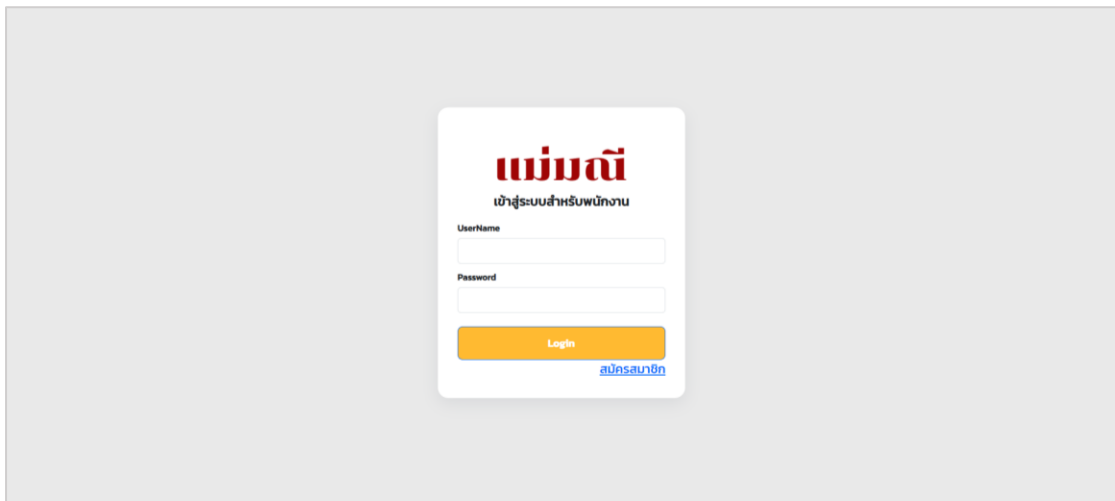
ตั้งอยู่บนพื้นที่บ้านย่อยสูง เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอุตรดิตถ์ ซึ่งตั้งอยู่ในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย บ้านย่อยสูงมีความสำคัญในฐานะชุมชนที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง ในที่นี้ผมจะสรุปประวัติและความเป็นมาของบ้านย่อยสูงในจังหวัดอุตรดิตถ์

ประวัติความเป็นมาของบ้านย่อยสูง

- 1. การตั้งถิ่นฐาน:**
 - บ้านย่อยสูงเป็นชุมชนที่มีการตั้งถิ่นฐานมาหลายชั่วอายุคน ประวัติการตั้งถิ่นฐานของบ้านย่อยสูงนั้นเกี่ยวข้องกับอพยพของชาวบ้านจากพื้นที่อื่นที่มาค้นหาที่ทำกินในพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์
- 2. ชื่อหมู่บ้าน:**
 - ชื่อ "ย่อยสูง" มาจากต้นไม้ที่ชื่อ "ย่อย" ซึ่งเป็นต้นไม้ชนิดหนึ่งที่เติบโตในพื้นที่ และคำว่า "สูง" อาจหมายถึงภูมิประเทศที่สูงกว่าบริเวณรอบข้าง
- 3. วัฒนธรรมและประเพณี:**
 - บ้านย่อยสูงมีวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น การจัดงานบุญประเพณีต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความสามัคคีและความเป็นหนึ่งเดียวในชุมชน
 - มีการทำกิจกรรมทางศาสนาและพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อท้องถิ่น เช่น การทำบุญตักบาตรและการจัดงานประเพณีต่าง ๆ เช่น สงกรานต์
- 4. การเกษตรกรรม:**
 - การทำเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักของชาวบ้านย่อยสูง โดยการปลูกข้าว, ผัก, และผลไม้ รวมถึงการเลี้ยงสัตว์เช่น หมู ไก่ และเป็ด
- 5. การพัฒนาในยุคปัจจุบัน:**
 - ในยุคปัจจุบัน บ้านย่อยสูงได้มีการพัฒนาทางด้านสาธารณูปโภคและการศึกษา โดยมีการสร้างถนนและระบบน้ำเพื่อสนับสนุนการเกษตรและการดำเนินชีวิตของชาวบ้าน
- 6. ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์:**
 - บ้านย่อยสูงและพื้นที่โดยรอบอาจมีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของจังหวัดอุตรดิตถ์ ซึ่งเคยเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรต่าง ๆ ในสมัยโบราณ เช่น อาณาจักรสุโขทัย

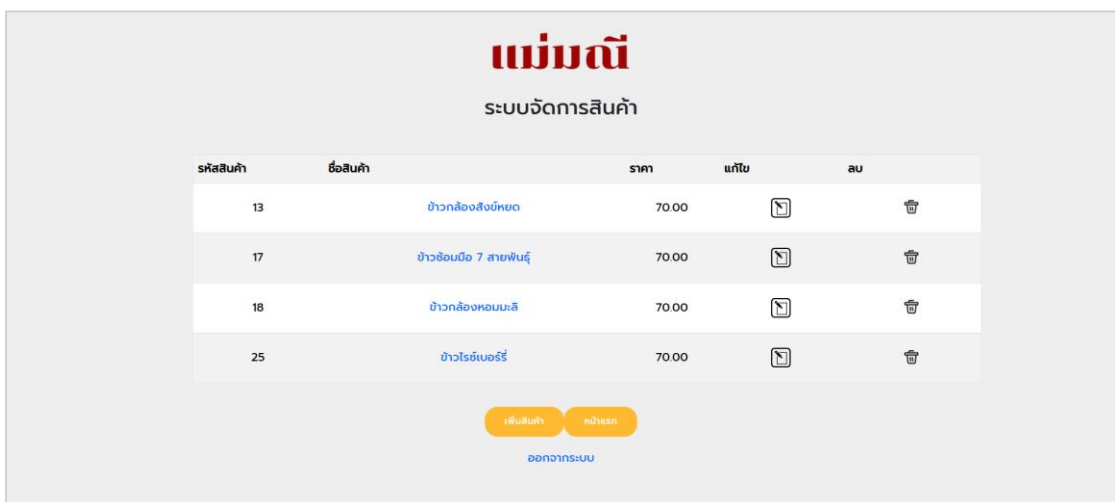
ภาพที่ 4.5 แสดงหน้าเกี่ยวกับเรา

จากภาพที่ 4.5 แสดงหน้าเกี่ยวกับเรา เป็นหน้าที่ไว้สำหรับแสดงข้อมูลต่าง ๆ ของร้านค้าเช่น ที่อยู่ ชื่อหมู่บ้าน รวมไปถึงประวัติความเป็นมาของร้านค้า ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถเข้าชมหน้าเกี่ยวกับเราได้ในหน้านี้



ภาพที่ 4. 6 แสดงหน้าเข้าสู่ระบบสำหรับพนักงาน

จากภาพที่ 4.6 แสดงหน้าเข้าสู่ระบบสำหรับพนักงาน พนักงานจะได้ชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านที่สามารถเข้าสู่ระบบไปจัดการข้อมูลต่าง ๆ ได้



ภาพที่ 4. 7 แสดงหน้าจัดการสินค้า

จากภาพที่ 4.7 แสดงหน้าจัดการสินค้า เป็นหน้าที่ผู้ดูแลระบบสามารถเข้าถึงการจัดการข้อมูลสินค้า เพิ่ม ลบ แก้ไข สินค้าได้

ภาพที่ 4. 8 แสดงหน้าเพิ่มข้อมูลสินค้า

จากภาพที่ 4.8 แสดงหน้าเพิ่มข้อมูลสินค้า เป็นหน้าไว้สำหรับผู้ดูแลระบบเข้าสู่ระบบ เพื่อเพิ่มรายการสินค้าลงเว็บไซต์ได้

ภาพที่ 4. 9 แสดงหน้าแก้ไขข้อมูลสินค้า

จากภาพที่ 4.9 แสดงหน้าแก้ไขข้อมูลสินค้า เป็นหน้าไว้สำหรับผู้ดูแลระบบจัดการแก้ไขข้อมูลสินค้า เช่น แก้ไขชื่อสินค้า แก้ไขราคาสินค้า เป็นต้น



แม่บด

เพิ่มข้อมูลสมาชิก


USERNAME : _____

PASSWORD : _____

USERTYPE : _____

ภาพที่ 4. 10 แสดงหน้าเพิ่มข้อมูลผู้ใช้

จากภาพที่ 4.10 แสดงหน้าเพิ่มข้อมูลผู้ใช้ เป็นหน้าที่ผู้ดูแลระบบสามารถเพิ่มข้อมูลผู้ใช้งานได้ เช่น ชื่อผู้ใช้งาน และรหัสผ่าน เป็นต้น



แม่บด

แก้ไขข้อมูลผู้ใช้

UserName:
admin

PassWord:
1234

ภาพที่ 4. 11 แสดงหน้าแก้ไขข้อมูลผู้ใช้

จากภาพที่ 4.11 แสดงหน้าแก้ไขข้อมูลผู้ใช้ เป็นหน้าที่ผู้ดูแลระบบสามารถเข้าไปแก้ไขข้อมูลผู้ใช้งานได้ เช่น แก้ไขชื่อผู้ใช้งาน แก้ไขรหัสผ่าน เป็นต้น

ติดต่อเรา

ชื่อ - สกุล :

อีเมล :

เบอร์โทร :

หัวข้อ :

รายละเอียด :

ภาพที่ 4. 12 แสดงหน้าฟอร์มติดต่อเรา

จากภาพที่ 4.12 แสดงหน้าฟอร์มติดต่อเรา เป็นหน้าที่ไว้สำหรับผู้ใช้งานทั่วไปสามารถส่งข้อมูลติดต่อเราไปยังร้านค้าได้

แม่บติ
ระบบจัดการฟอร์มติดต่อกลับ

Topic	Name	อีเมล	เบอร์โทรศัพท์	รายละเอียด	ลบ
555ส่งข้อความ	Aadtchai Sujit	aadtchai2001@gmail.com	0940978963	🔍	🗑️
555ส่งข้อความ	Aadtchai Sujit	aadtchai2001@gmail.com	0940978963	🔍	🗑️

ภาพที่ 4. 13 แสดงหน้าติดต่อเรา

จากภาพที่ 4.13 แสดงหน้าติดต่อเรา เป็นหน้าที่ไว้สำหรับผู้ดูแลระบบ สามารถแสดงข้อมูลติดต่อเราที่ผู้ใช้งานทั่วไปได้ส่งถึงร้านค้าได้

ภาพที่ 4. 14 แสดงหน้าเพิ่มบทความ

จากภาพที่ 4.14 แสดงหน้าเพิ่มบทความ เป็นหน้าไว้สำหรับผู้ดูแลระบบเข้าไปเพิ่มบทความที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ผู้ดูแลระบบสามารถเพิ่มบทความได้ในหน้านี้

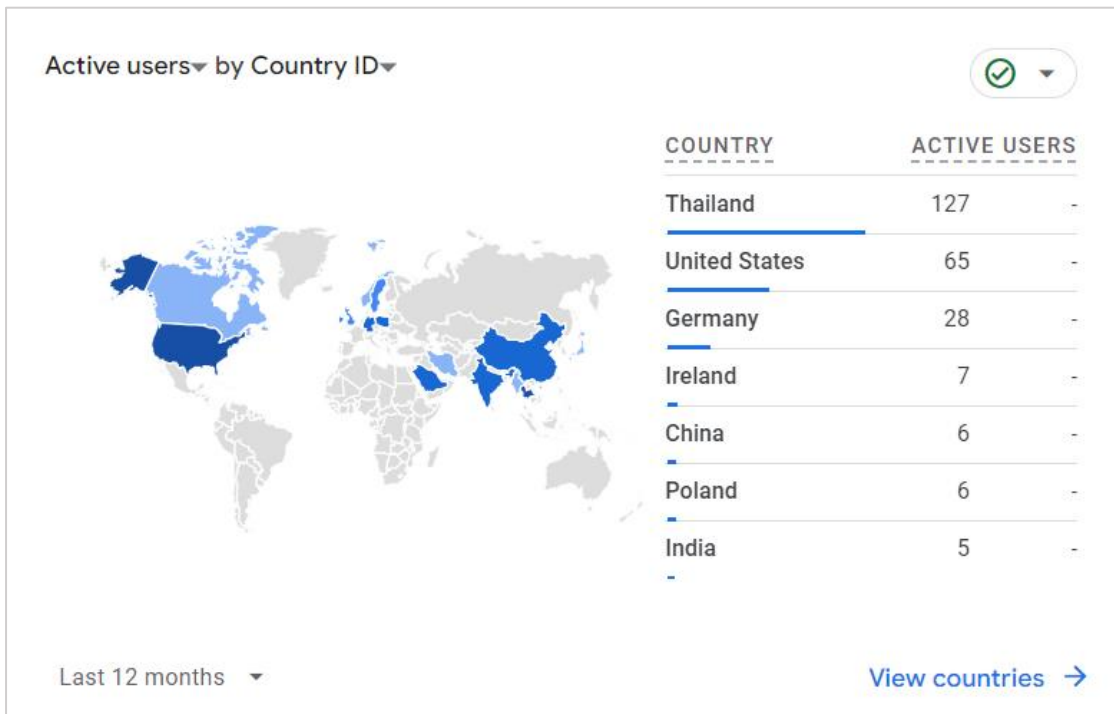
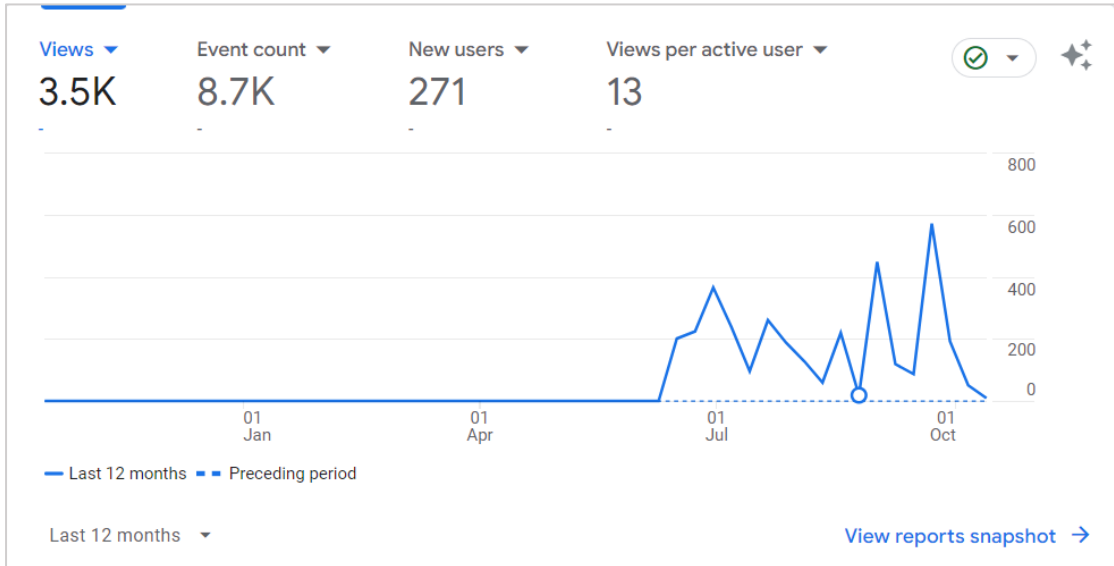
ชื่อเรื่อง	ผู้แต่ง	แหล่งที่มา	แก้ไข	ลบ
วิธีการสั่งซื้อ	อรรณชัย	hongthongrice		

ภาพที่ 4. 15 แสดงหน้าจัดการบทความ

จากภาพที่ 4.15 แสดงหน้าจัดการบทความ เป็นหน้าสำหรับผู้ดูแลระบบที่จะเข้าไปจัดการบทความได้ เช่น เพิ่ม ลบ แก้ไข บทความ เป็นต้น

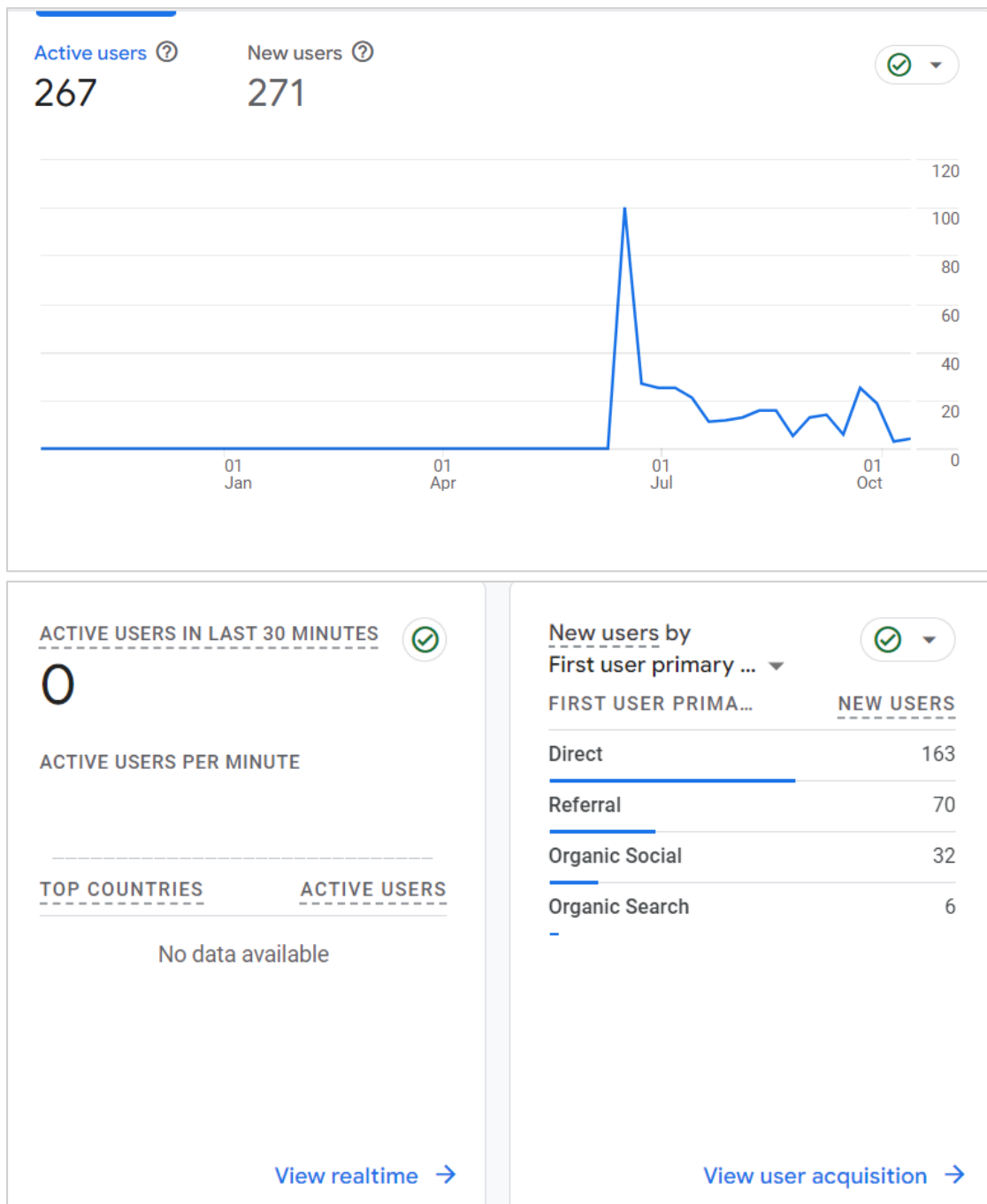
เทคนิคการตลาดออนไลน์เพื่อโปรโมทเว็บไซต์

Google Analytics



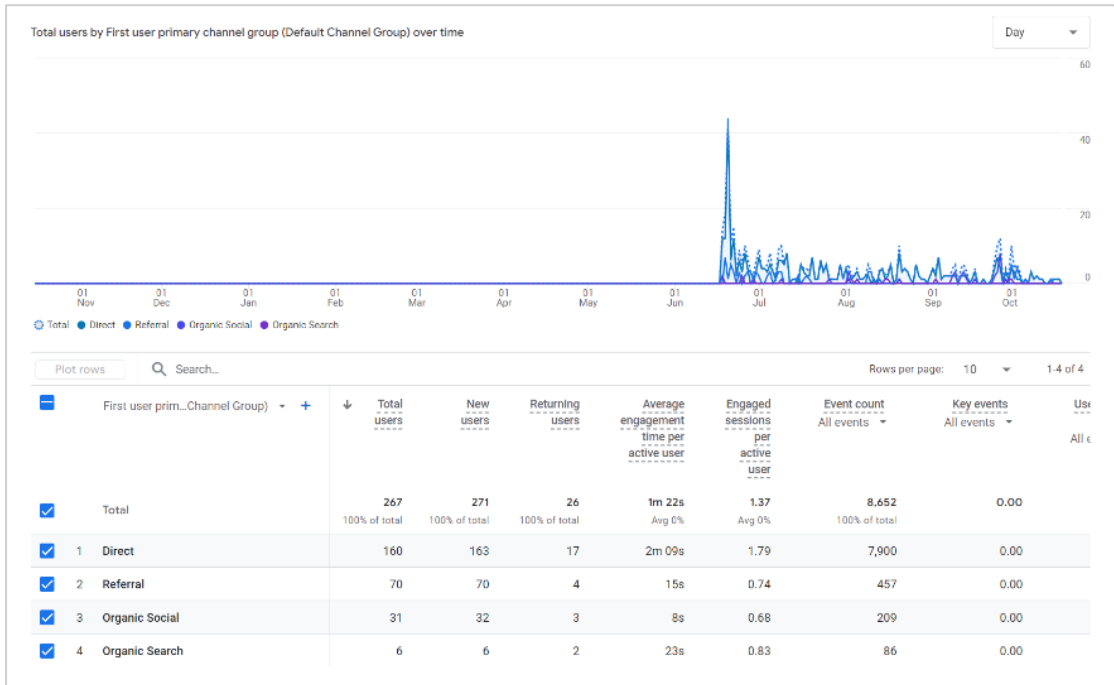
ภาพที่ 4. 16 แสดงหน้าแรกของ ู้เกิล Analytics

จากภาพที่ 4.16 แสดงหน้าแรกของ ู้เกิล Analytics เป็นหน้าที่แสดงภาพรวมต่าง ๆ

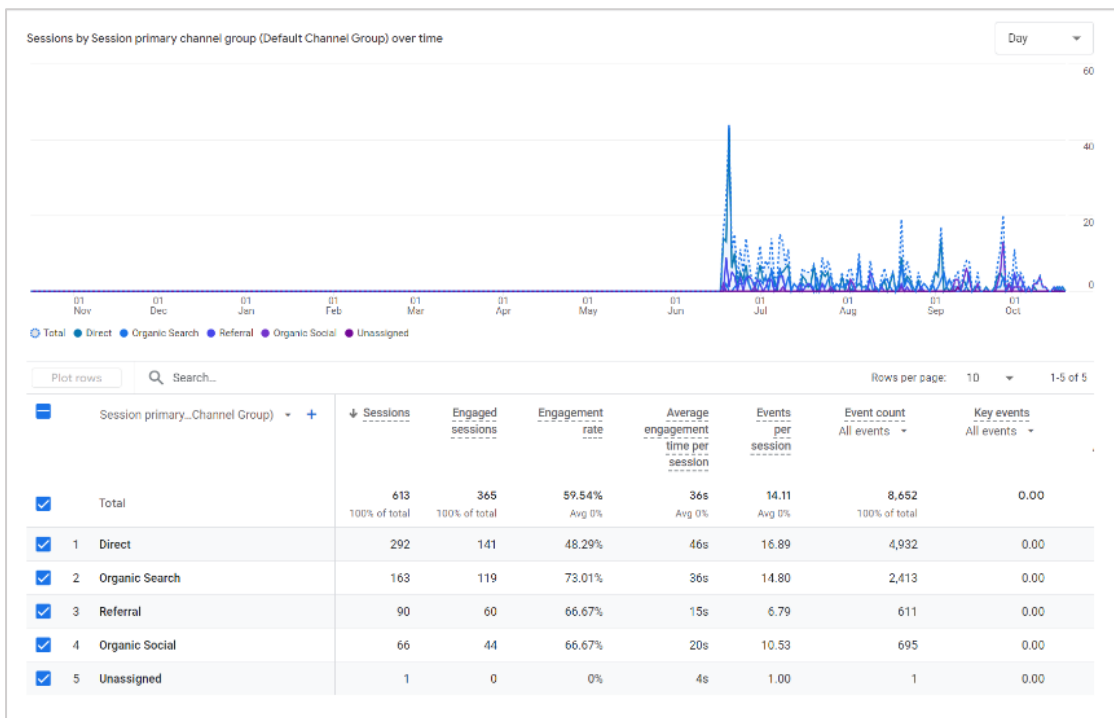


ภาพที่ 4.17 แสดงหน้า Overviews

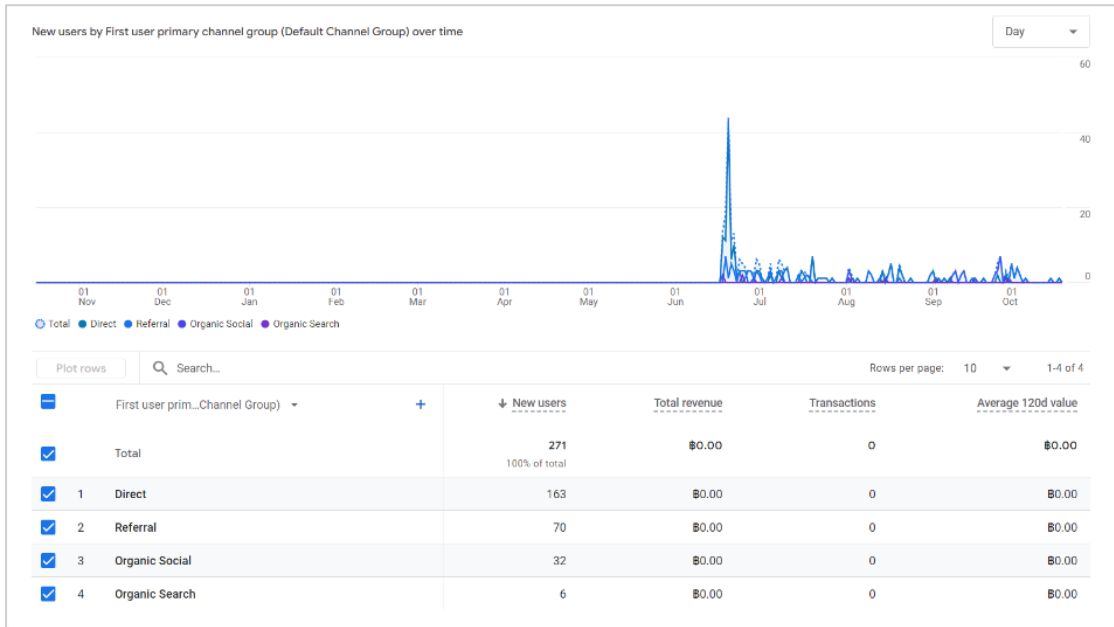
จากภาพที่ 4.17 แสดงหน้า Overviews เป็นหน้าที่แสดงจำนวนผู้ใช้งาน และจำนวนผู้ใช้ใหม่ รวมไปถึงช่องทางการเข้าถึงเว็บไซต์ของเรา เช่น เข้าถึงจาก Social เข้าถึงจาก Direct , เข้าถึงจาก Organic Search เป็นต้น



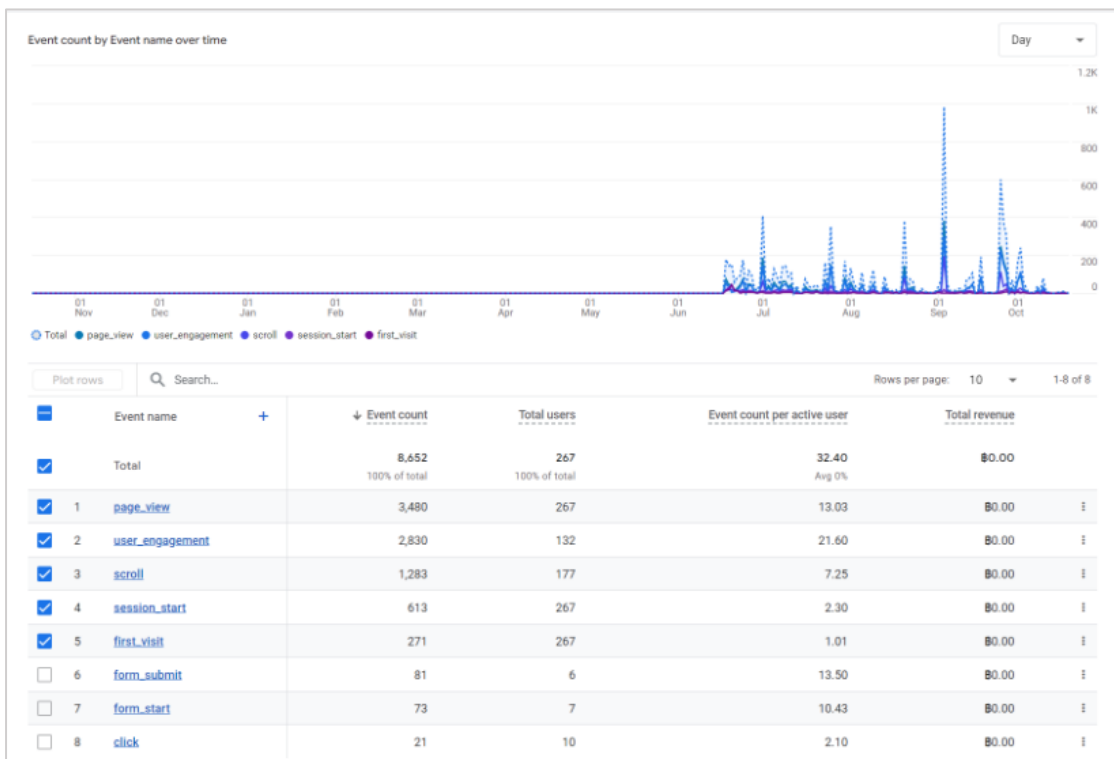
ภาพที่ 4. 18 แสดงหน้า User acquisition



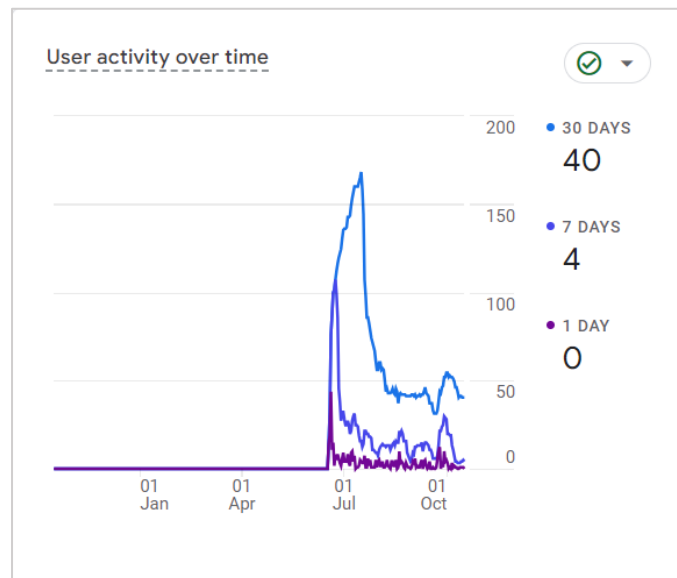
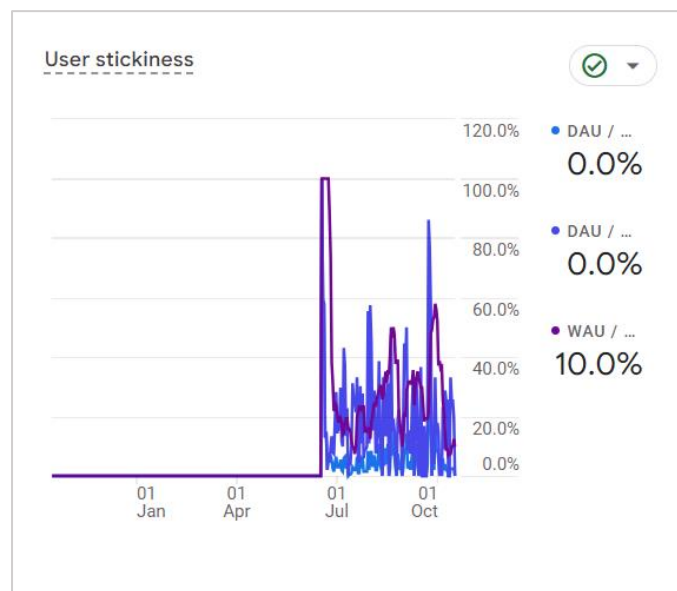
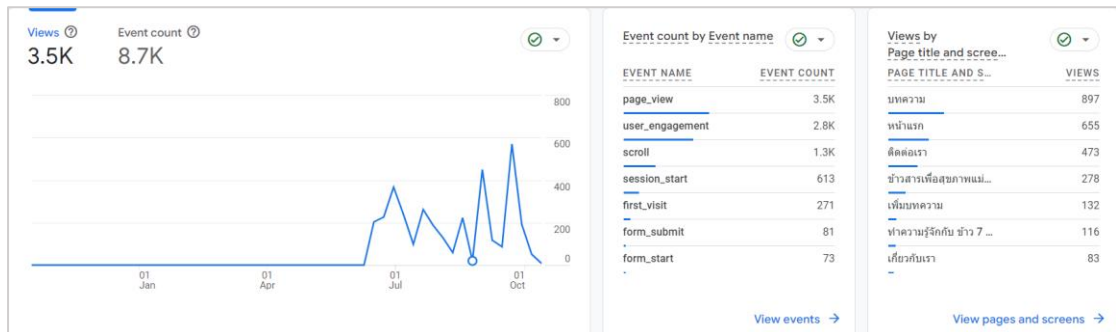
ภาพที่ 4. 19 แสดงหน้า Traffic acquisition



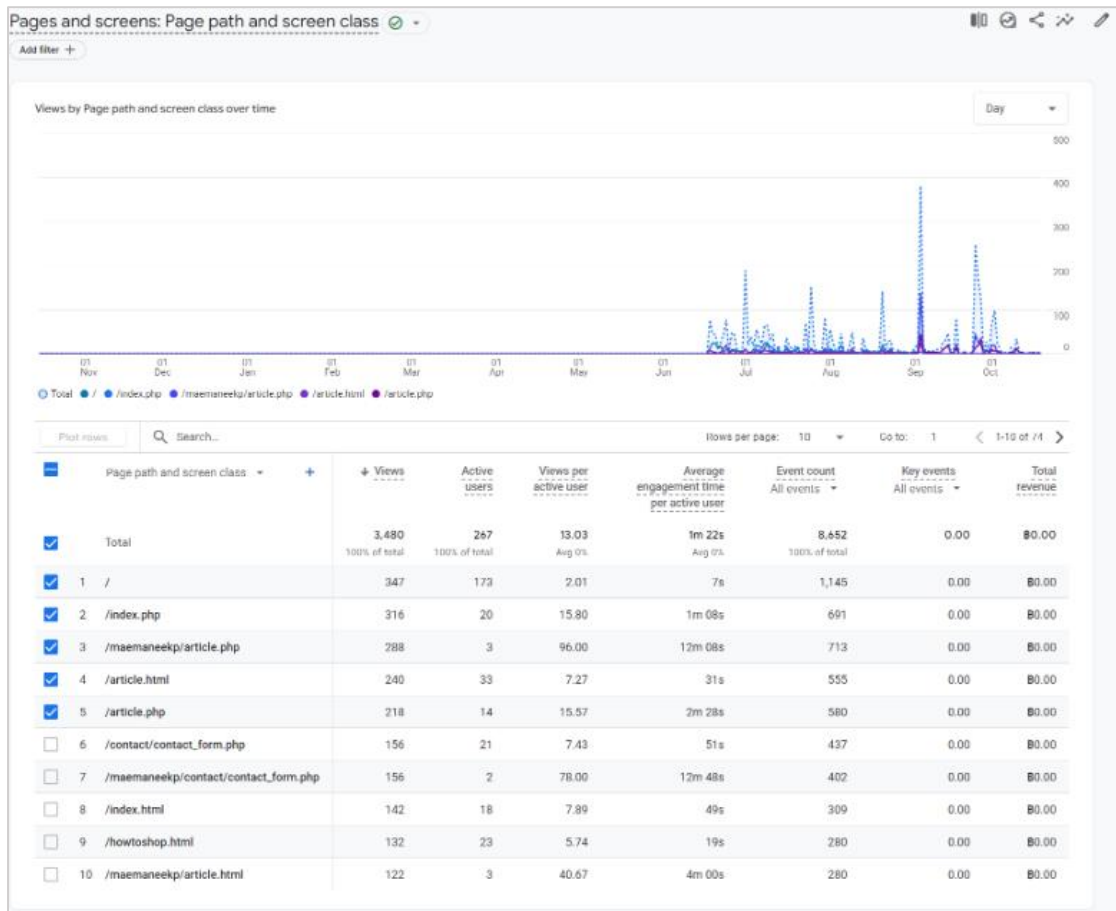
ภาพที่ 4. 20 แสดงหน้า User acquisition cohorts



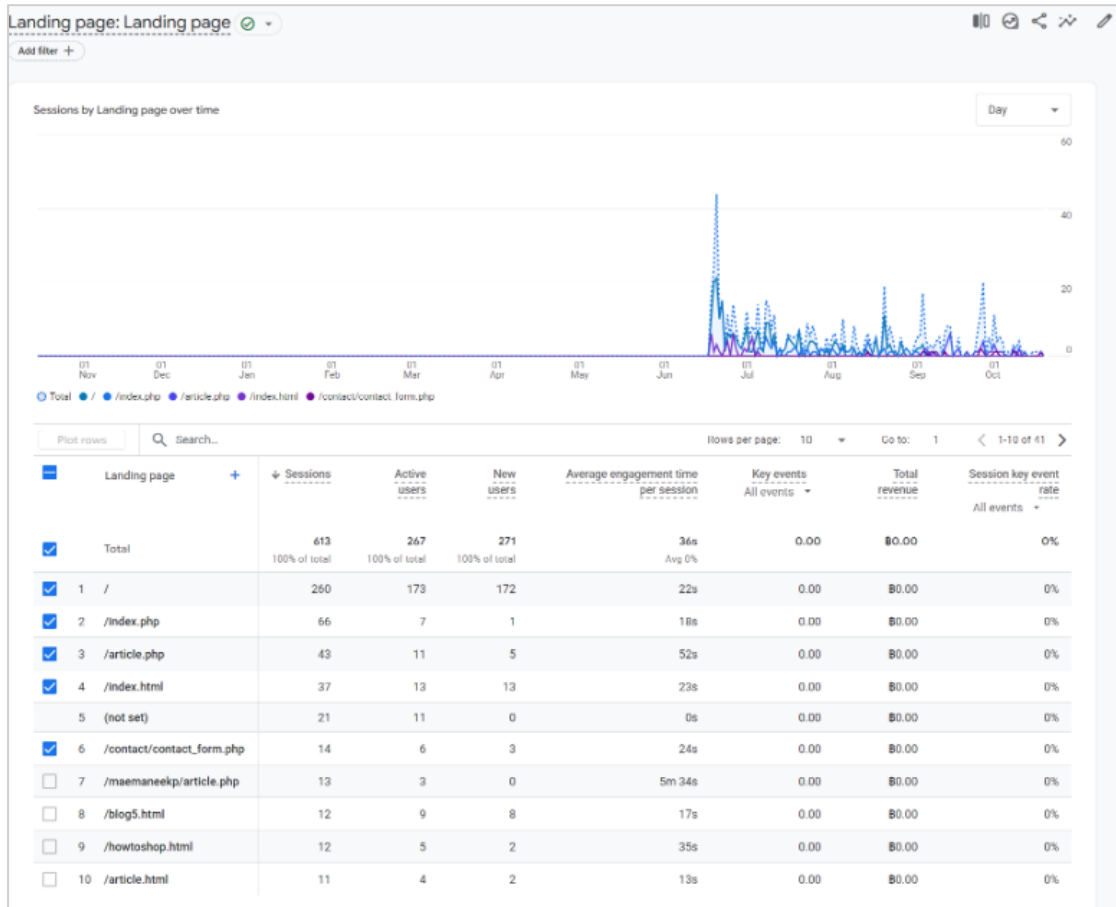
ภาพที่ 4. 21 แสดงหน้า Events: Event name



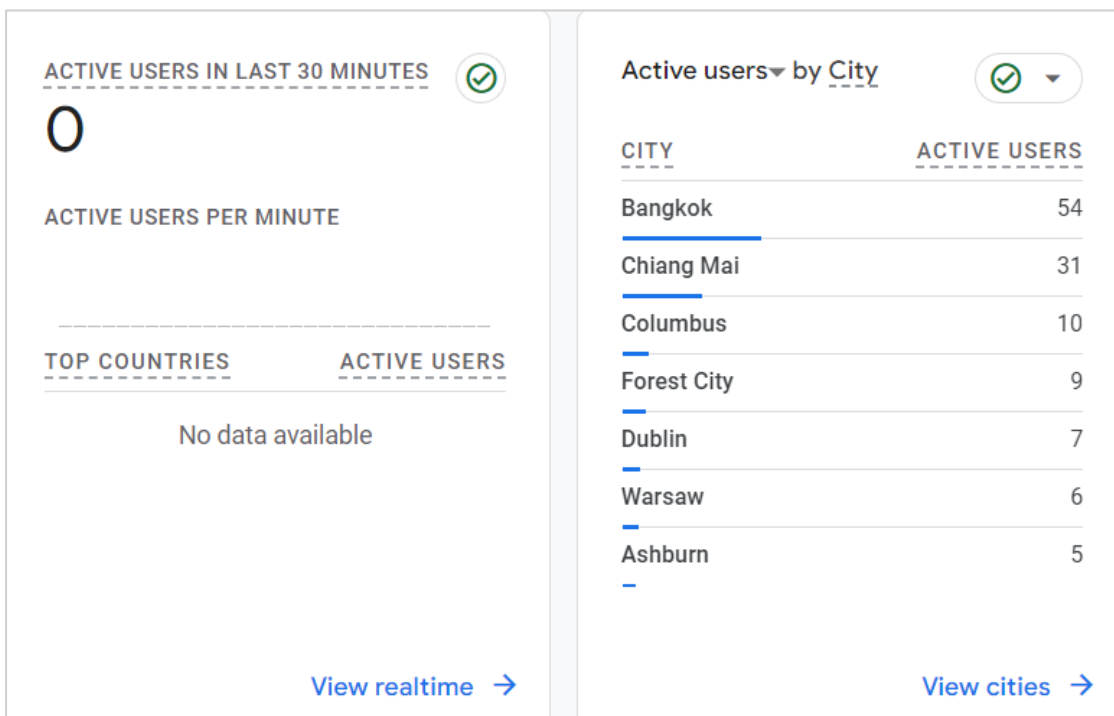
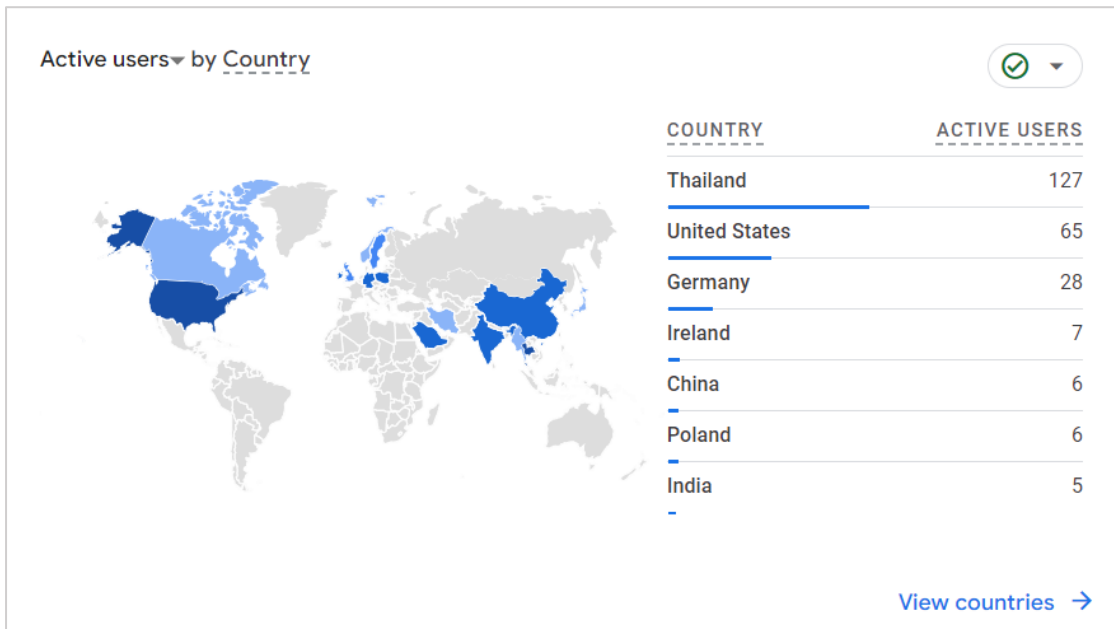
ภาพที่ 4. 22 แสดงหน้า Engagement overview



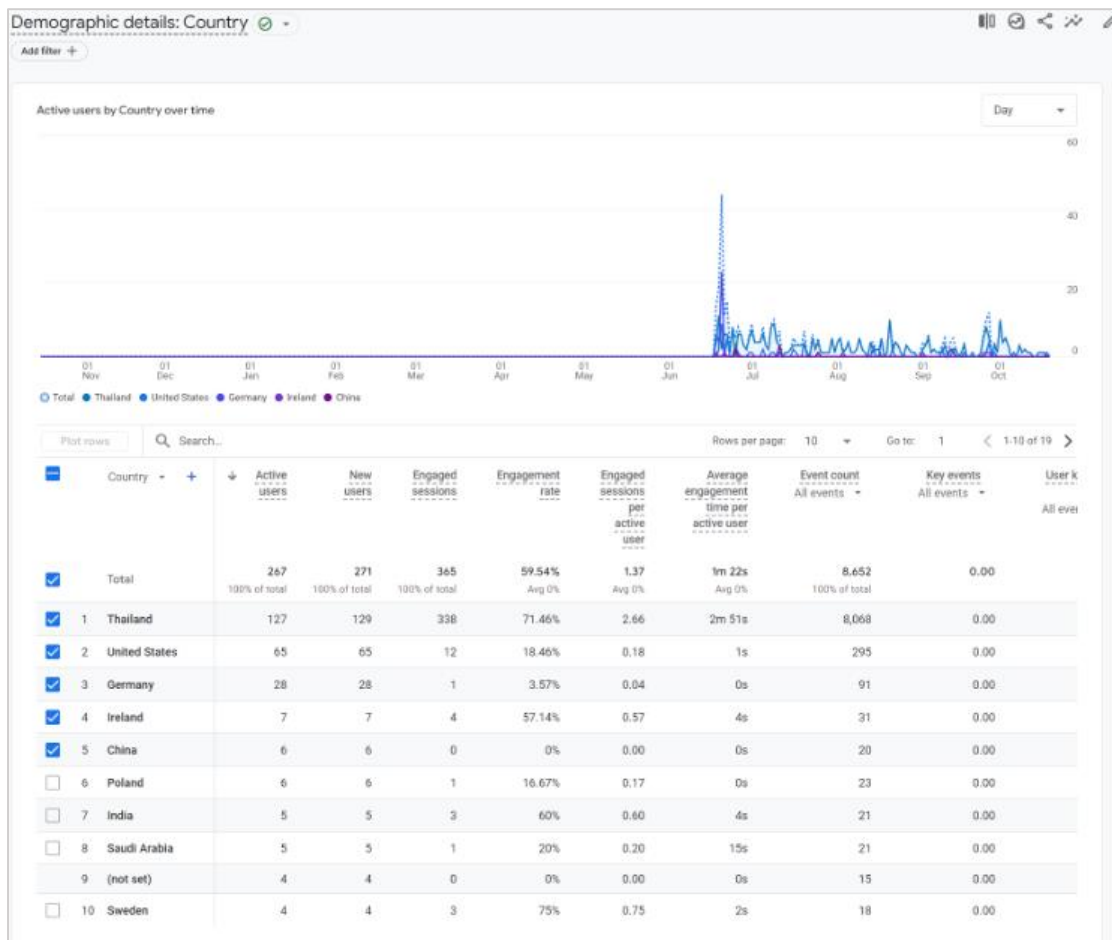
ภาพที่ 4. 23 แสดงหน้า Pages and screens: Page path and screen class



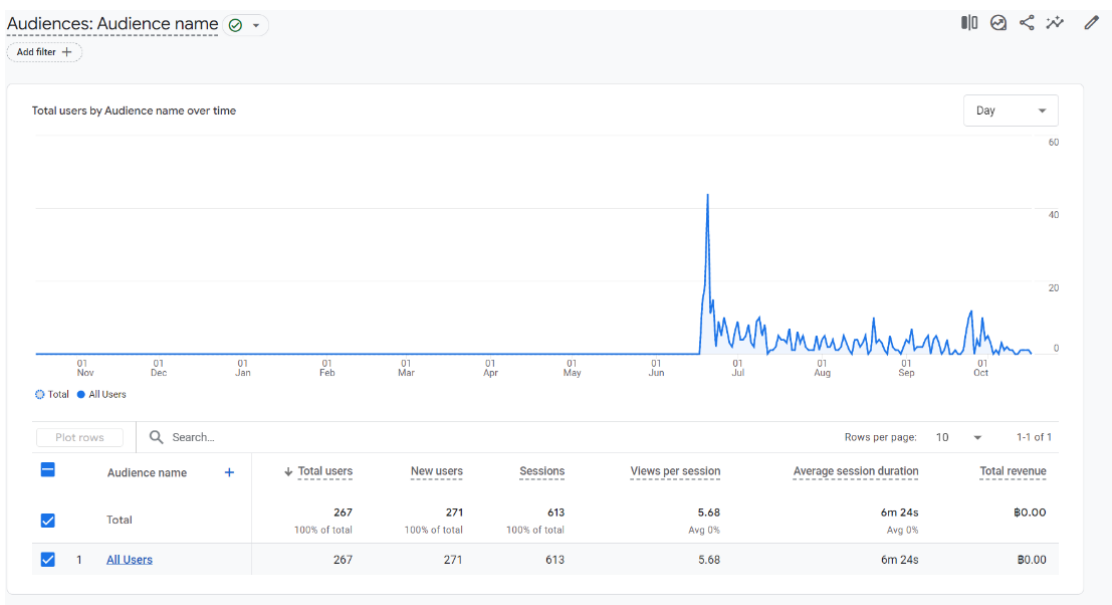
ภาพที่ 4. 24 แสดงหน้า Landing page



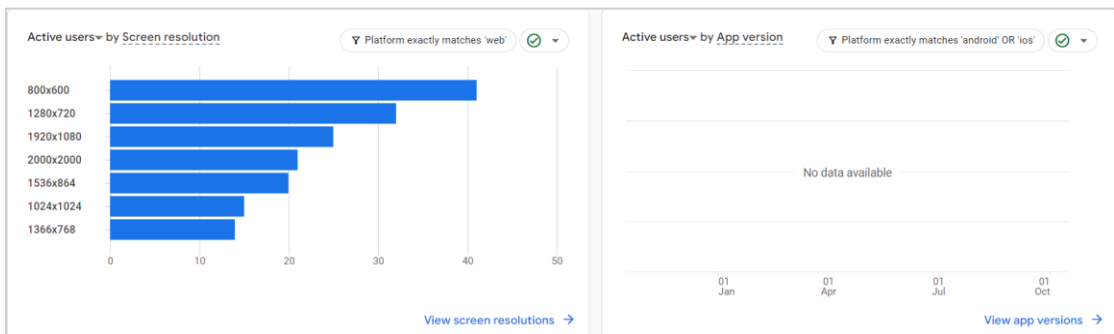
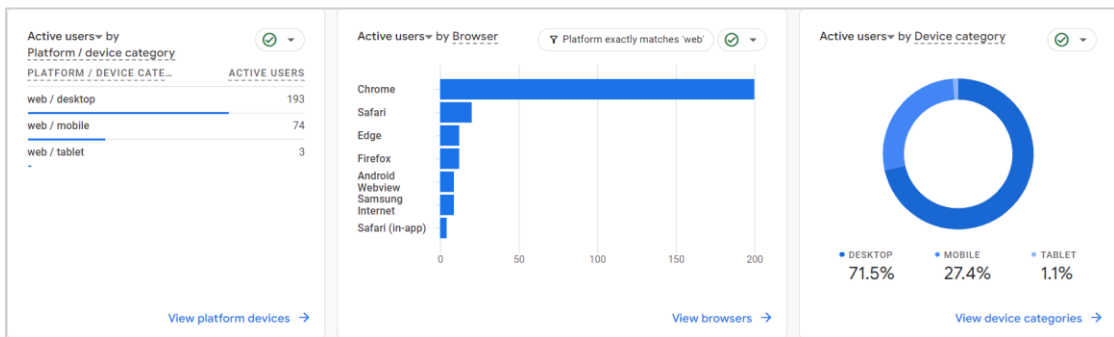
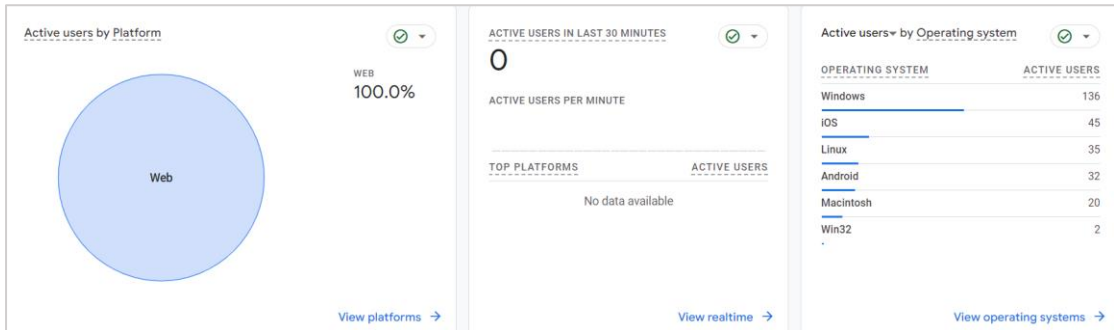
ภาพที่ 4. 25 แสดงหน้า User attributes overview



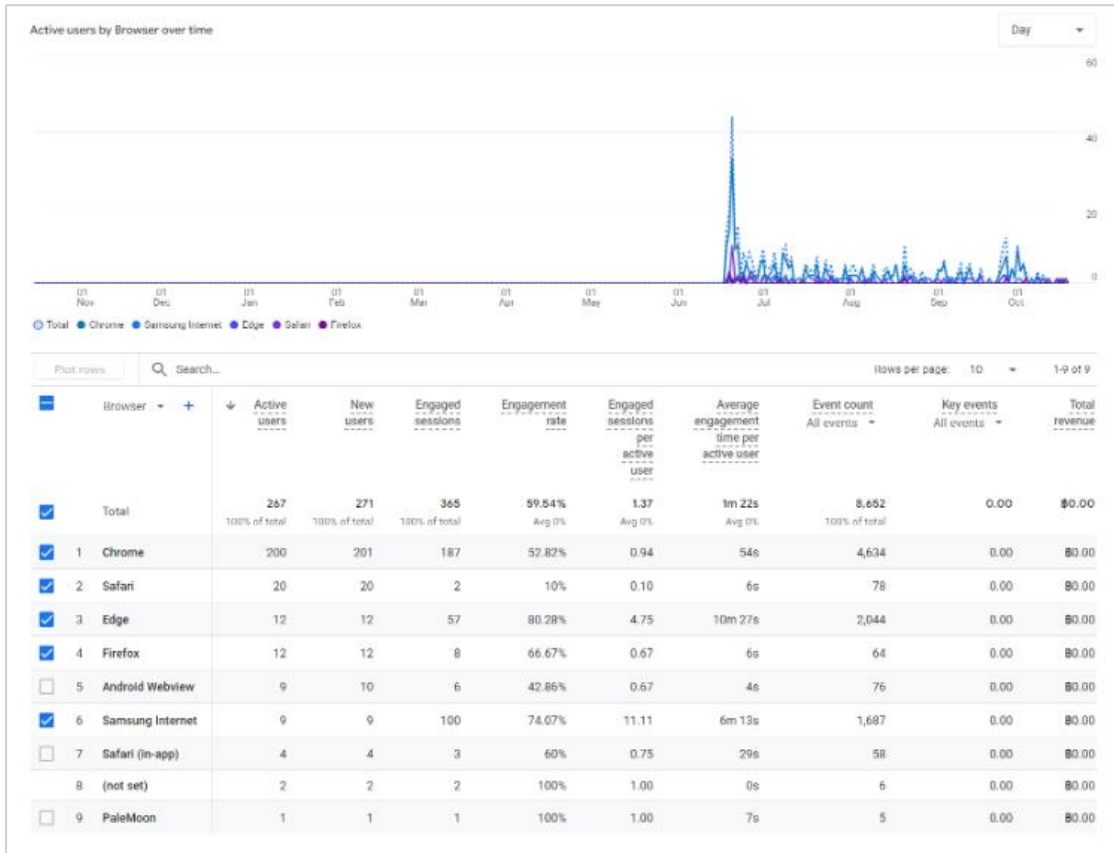
ภาพที่ 4. 26 แสดงหน้า Demographic details



ภาพที่ 4. 27 แสดงหน้า Audiences

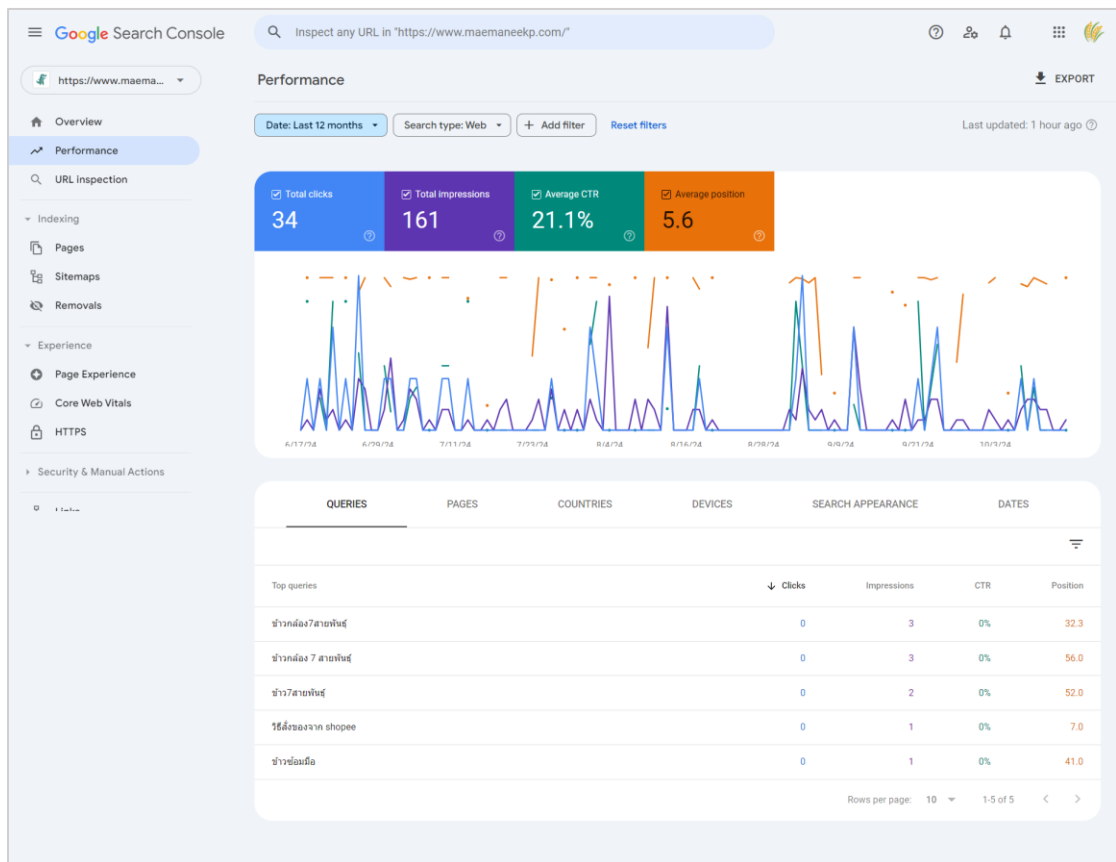


ภาพที่ 4.28 แสดงหน้า Tech overview



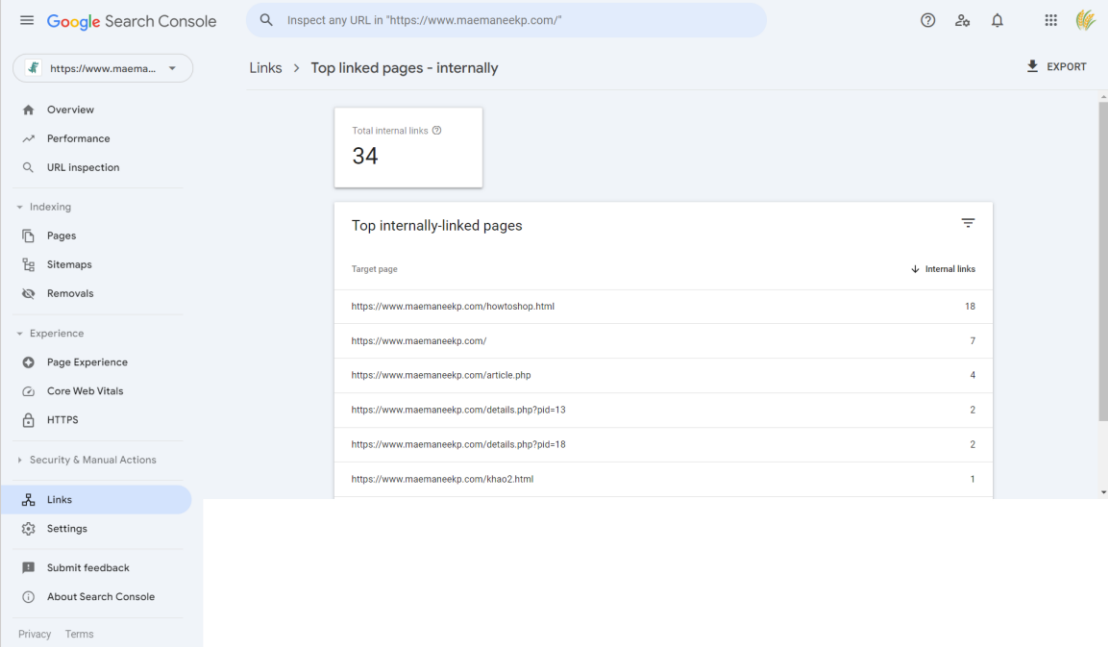
ภาพที่ 4. 29 แสดงหน้า Tech details: Browser check circle

Google Search Console



ภาพที่ 4. 30 แสดงหน้า performance

จากภาพที่ 4.30 แสดงหน้า performance เป็นหน้าแสดงภาพโดยรวมของเว็บไซต์จาก กูเกิล Search Console เช่น แสดงยอดการคลิกทั้งหมด แสดงยอดการเข้าถึงทั้งหมด แสดงหน้า ค่าเฉลี่ยของอัตราการคลิกต่อการมองเห็น และค่าเฉลี่ยของตำแหน่งเว็บไซต์ เป็นต้น

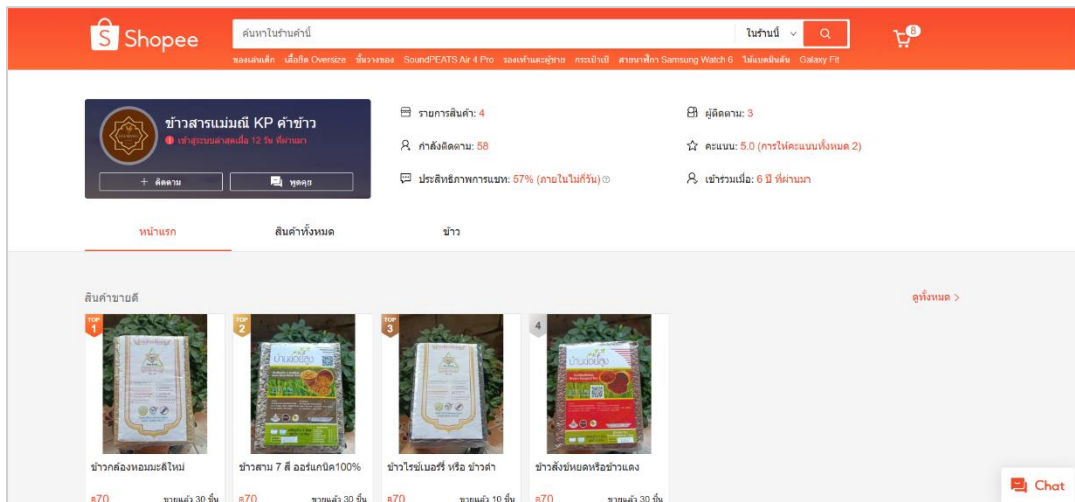


The screenshot displays the Google Search Console interface for the domain <https://www.maemaneekp.com/>. The navigation menu on the left includes Overview, Performance, URL Inspection, Indexing (Pages, Sitemaps, Removals), Experience (Page Experience, Core Web Vitals, HTTPS), Security & Manual Actions, Links, Settings, Submit feedback, and About Search Console. The 'Links' section is active, showing 'Top linked pages - internally' with a total of 34 internal links. A table lists the top internally-linked pages with their respective link counts.

Target page	Internal links
https://www.maemaneekp.com/howtoshop.html	18
https://www.maemaneekp.com/	7
https://www.maemaneekp.com/article.php	4
https://www.maemaneekp.com/details.php?pid=13	2
https://www.maemaneekp.com/details.php?pid=18	2
https://www.maemaneekp.com/khao2.html	1

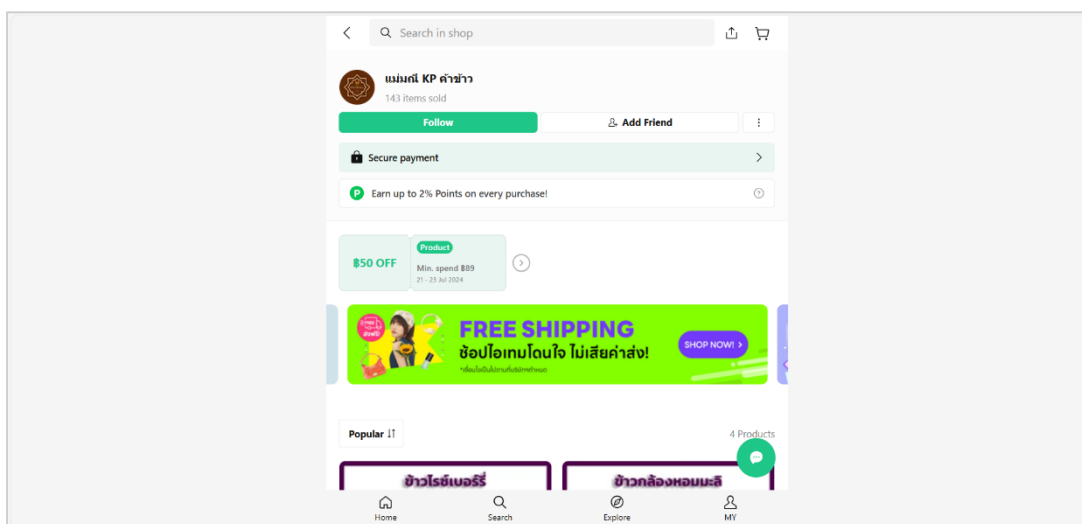
ภาพที่ 4. 31 แสดงหน้า Top linked pages – internally

4.1.2 ผลการดำเนินการดำเนินธุรกิจ



ภาพที่ 4. 32 แสดงช่องทางการจำหน่ายสินค้า บนแพลตฟอร์มช้อปปี้

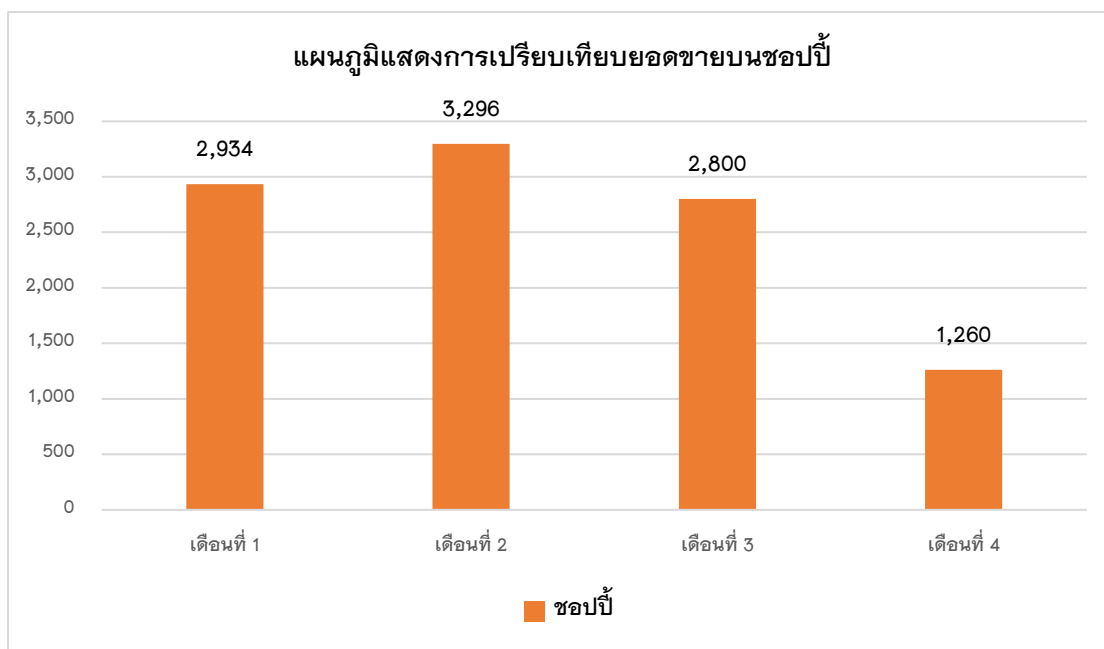
จากภาพที่ 4.32 แสดงช่องทางการจำหน่ายสินค้า บนแพลตฟอร์มช้อปปี้ เป็นหน้าที่แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าบนช้อปปี้ที่ทางร้านค้าได้เปิดไว้สำหรับการขายสินค้า



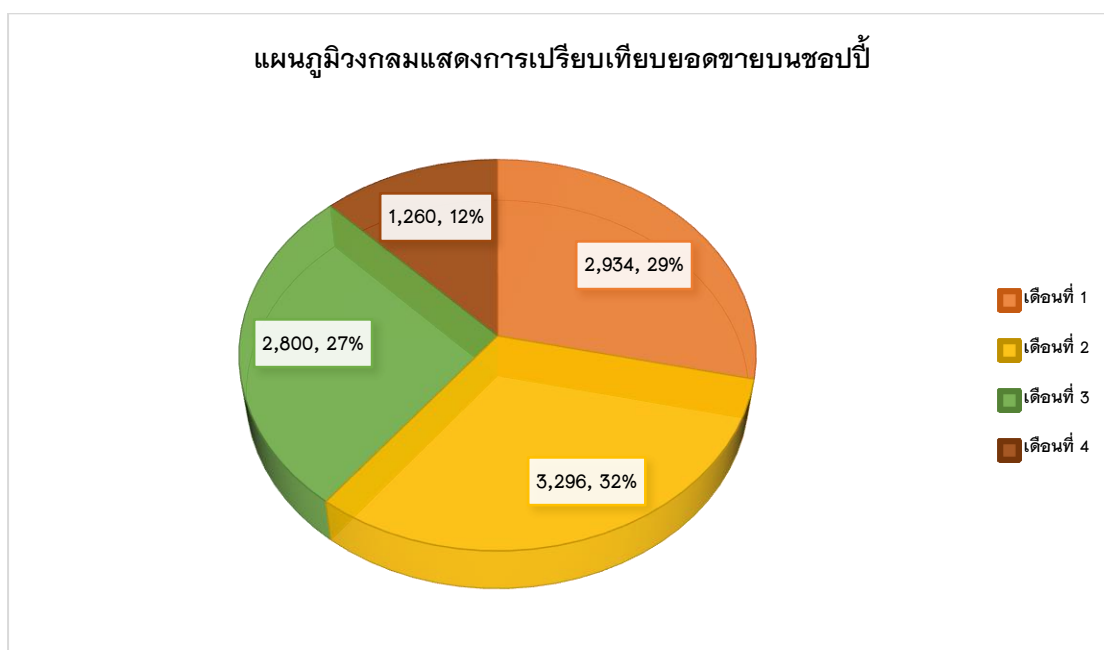
ภาพที่ 4. 33 แสดงช่องทางการจำหน่ายสินค้า บนแพลตฟอร์มไลน์ มาย ช้อปป

จากภาพที่ 4.33 แสดงช่องทางการจำหน่ายสินค้า บนแพลตฟอร์มไลน์ มาย ช้อปป เป็นหน้าที่แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าบนไลน์ มาย ช้อปป ที่ทางร้านค้าได้เปิดไว้สำหรับการขายสินค้า

แผนภูมิแท่งแสดงผลยอดขายสินค้าบนช้อปปี้



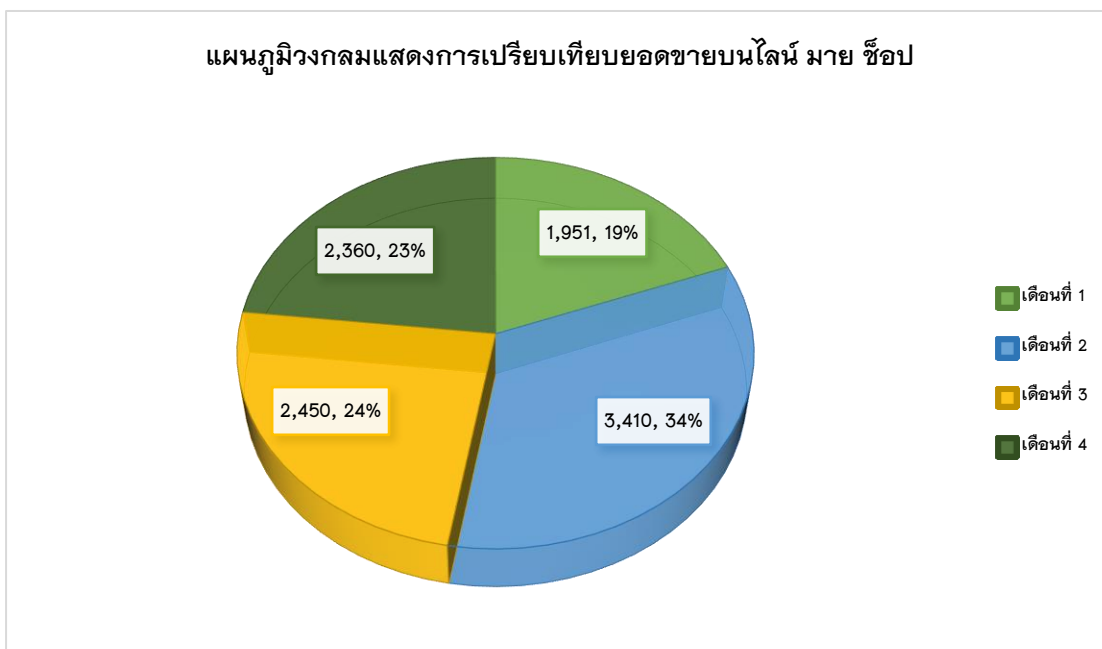
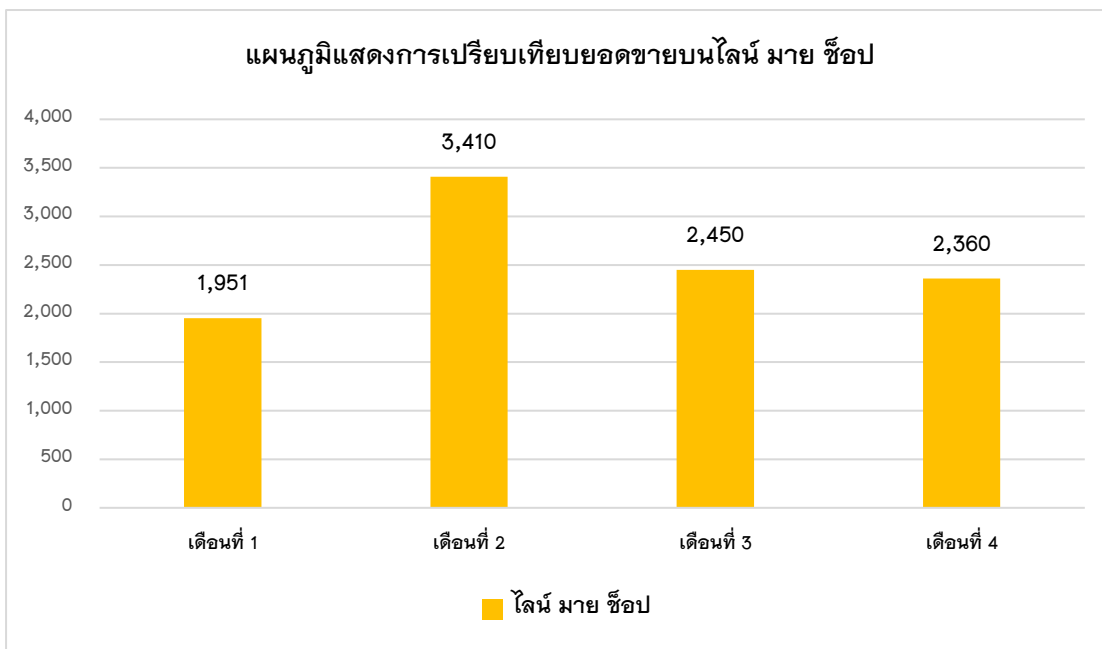
แผนภูมิวงกลมแสดงผลการเปรียบเทียบยอดขายบนช้อปปี้



แผนภูมิวงกลมแสดงยอดขายบนแพลตฟอร์มช้อปปี้

จากแผนภูมิแสดงยอดขายบนแพลตฟอร์มช้อปปี้จะเห็นว่ายอดขายเดือนที่ 1 มียอดขาย 2,934 บาท เดือนที่ 2 มียอดขาย 3,296 บาท เดือนที่ 3 มียอดขาย 2,800 บาท และเดือนที่ 4 มียอดขาย 1,620 บาท

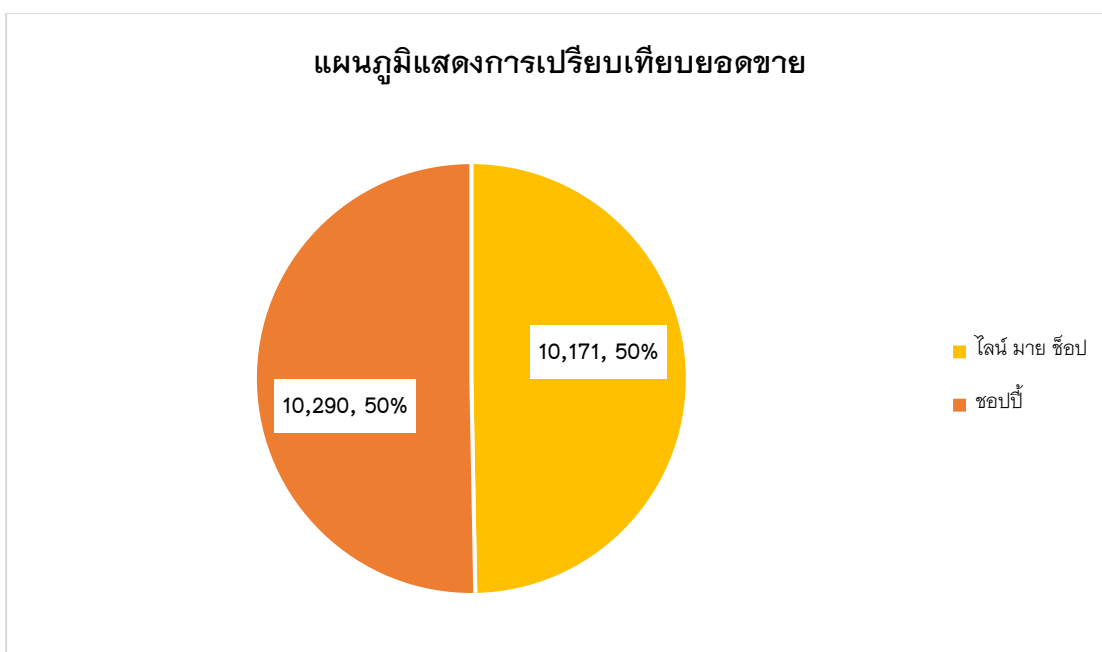
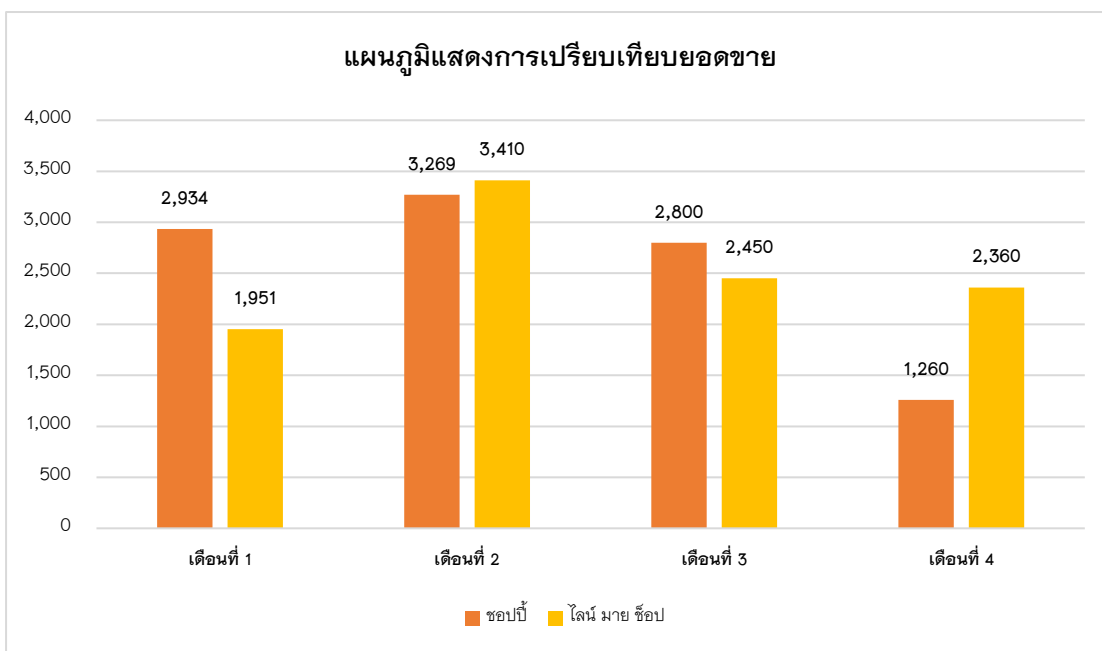
แผนภูมิแท่งแสดงผลยอดขายสินค้าบนไลน์ มาย ซ็อบ



แผนภูมิจากวงกลมแสดงยอดขายบนแพลตฟอร์มไลน์มายซ็อบ

จากแผนภูมิแสดงยอดขายบนแพลตฟอร์มไลน์ มาย ซ็อบ จะเห็นว่ายอดขายเดือนที่ 1 มียอดขายอยู่ที่ 1,951 บาท เดือนที่ 2 มียอดขาย 3,410 บาท เดือนที่ 3 มียอดขาย 2,450 บาท และเดือนที่ 4 มียอดขาย 2,360 บาท

แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดขายสินค้าทั้งสองแพลตฟอร์ม



จากแผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบยอดขายทั้งสองแพลตฟอร์มในระยะเวลาทั้งสิ้นจำนวน 4 เดือน ผลปรากฏว่ายอดขายสุทธิของชอปปีมีจำนวนมากกว่ายอดขายสุทธิของแพลตฟอร์มไลน์ มาย ช้อป ยอดขายสุทธิของชอปปีอยู่ที่ 10,290 บาท ส่วนยอดขายสุทธิของไลน์ มาย ช้อป อยู่ที่ 10,171 บาท

4.2 อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ในการดำเนินโครงการตลาดดิจิทัลเพื่อโปรโมทช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวสารเพื่อสุขภาพร้านข้าวสารแม่เมณี KP คำข้าว ผู้จัดทำได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการของเจ้าของกิจการ และข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวทางแก้ไขปัญหาที่กิจการกำลังเผชิญ

4.1.1 อภิปรายผลการดำเนินงานด้านการดำเนินธุรกิจ

ผลการดำเนินงานด้านการดำเนินธุรกิจ จะเห็นได้ว่า จากการทำแผนธุรกิจ การวิเคราะห์ธุรกิจโดยใช้โมเดล SWOT และการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าโดยใช้การตลาดดิจิทัล ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพชรา บุคสีทา (2564) ได้พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน มีส่วนคล้ายคลึงในด้านของการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าในด้านของการรับรู้ทางการตลาดดิจิทัล ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ มัททชนชัย ชนินทร์ (2562) ได้ทำงานวิจัยเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างองค์ความรู้ทางการตลาดดิจิทัล ได้ดำเนินการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีของผู้บริโภค รวมไปถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการสั่งซื้อสินค้าของผู้บริโภค เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) เป็นต้น และในส่วนของส่งเสริมการตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนันต์พร พุทสละ (2563) ได้ทำการวิจัยเพื่อพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์ รวมไปถึงเทคนิคต่าง ๆ เช่น เทคนิคการถ่ายภาพ เทคนิคการเขียนบทความ งานวิจัยนี้ได้สอดคล้องกับโครงการของผู้จัดทำเพราะคล้ายคลึงในส่วนของงานนำกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัล และส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และในด้านของการสร้างความรับรู้ในผลิตภัณฑ์ได้สอดคล้องกับบทความของ นายบุญยฤทธิ์ กัลยาณมิตร (2562) ได้เขียนบทความเกี่ยวกับยุทธศาสตร์อินเทอร์เน็ตที่ประกอบด้วยการสร้างความรู้ตลอดห่วงโซ่สินค้า และผลประโยชน์ที่จะได้รับ รวมไปถึงการเพิ่มมูลค่าของสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ ทำการส่งเสริมกระบวนการตรวจรับรองมาตรฐานแบบมีส่วนร่วม การเชื่อมโยงการตลาดในช่องทางต่าง ๆ ที่สามารถจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดีย บทความนี้มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของผู้จัดทำเพราะทำให้ทราบถึงการเลือกคุณภาพของสินค้าที่นำมาจัดจำหน่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ และการเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตรอินทรีย์

4.1.2 อภิปรายผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาเว็บไซต์

จากการดำเนินงานด้านการพัฒนาเว็บไซต์ จะเห็นได้ว่าในการพัฒนาเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ ควรประเมินผลตามหลักการออกแบบเว็บไซต์ และประสบการณ์ผู้ใช้ ตามหลักทฤษฎีการออกแบบเว็บไซต์ และกระบวนการปรับแต่งคอนเทนต์หน้าเว็บไซต์ ผู้จัดทำได้คำนึงถึงเว็บไซต์ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย การจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการใช้งาน การใช้ภาษาที่สื่อสารตรงจุด ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้งานเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ความสวยงามสม่ำเสมอตามหลักทฤษฎีการใช้สี ฟอนต์ และองค์ประกอบทางกราฟฟิกต่าง ๆ ออกแบบให้ดึงดูดสายตา และสะท้อนภาพลักษณ์ของธุรกิจรวมไปถึงช่วยสร้างความจดจำแก่ผู้ใช้งาน ในด้านของการเพิ่มความเร็ว และการเพิ่มประสิทธิภาพของเว็บไซต์ ได้ตรงตามแนวคิดและทฤษฎีการเพิ่มประสิทธิภาพของเว็บไซต์ การดำเนินงานด้านการพัฒนาเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จต้องอาศัยทั้งความเข้าใจในพฤติกรรมผู้ใช้ และการออกแบบที่ตอบโจทย์เชิงเทคนิค และความงาม การประเมินอย่างต่อเนื่อง และปรับปรุงตามข้อมูลที่ได้รับจะช่วยให้เว็บไซต์พัฒนาอย่างยั่งยืน และตรงความต้องการของผู้ใช้มากยิ่งขึ้น ในส่วนของกระบวนการปรับแต่งเว็บไซต์ และเนื้อหาจากภายนอกเว็บไซต์ผ่านปัจจัยภายนอก ได้สอดคล้องกับเครื่องมือและทฤษฎีในการปรับแต่งเว็บไซต์ และเนื้อหาจากภายนอกเว็บไซต์ผ่านปัจจัยภายนอกหรือ (Off page SEO) ซึ่งผู้จัดทำได้จัดทำบทความหรือคอนเทนต์เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพผ่านปัจจัยภายนอกของเว็บไซต์ เช่น การทำบทความ และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสินค้าภายในเว็บไซต์ การนำกลยุทธ์ผ่านเครื่องมือทางการตลาดเช่น Google search console และ Google Analytics เพื่อนำเสนอข้อมูลบนพื้นที่ของกูเกิล และทำให้ทราบว่าจำนวนการเข้าถึงเว็บไซต์ จำนวนผู้ใช้อยู่ในระดับใด และในส่วนของการทำงานชื่อเว็บไซต์ หรือเว็บไซต์ เพื่อเป็นการสอบถาม รีวิว และให้คำแนะนำต่าง ๆ หรือตอบคำถามที่นิยมในการค้นหาข้อมูล รวมถึงการแปะลิงค์กลับมายังเว็บไซต์ของเราได้ เพื่อช่วยเพิ่มจำนวนผู้ใช้เข้าสู่เว็บไซต์ของเรา และทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของเราดูน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

จากผลการดำเนินงานทั้งสองส่วนปรากฏว่าผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาเว็บไซต์เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน และผลการดำเนินงานด้านการดำเนินธุรกิจ และการเปรียบเทียบจำนวนยอดขายทั้งสองแพลตฟอร์มผลปรากฏว่าจำนวนยอดขายสุทธิรวมของแพลตฟอร์มช้อปปิ้งมีจำนวนยอดขายรวมสุทธิมากกว่าแพลตฟอร์มไลน์ มาก ซึ่งเนื่องจากแพลตฟอร์มช้อปปิ้งประสบความสำเร็จในการเป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซยักษ์ใหญ่จากการมุ่งเน้นประสบการณ์ของผู้ใช้งาน ความหลากหลายของสินค้า การชำระเงินที่สะดวก รวมถึงการจัดส่งที่รวดเร็ว การตลาดน่าเชื่อถือ และความน่าเชื่อถือ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า และผู้บริโภคในยุคดิจิทัล