

การวิเคราะห์ประสิทธิภาพ SEO ของเว็บไซต์เพื่อการพัฒนาเชิงกลยุทธ์

กรณีศึกษาของกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล

ธณีย์ธิดา สิริพิริต และ ปเนต กุลฉันทวิทย์*

กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170

*อีเมลของผู้ประพันธ์บทความ: panet.kul@mahidol.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ประสิทธิภาพ SEO ของเว็บไซต์ 2) จุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสในการปรับปรุง SEO ของเว็บไซต์ และ 3) แนวทางการพัฒนาเชิงกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ SEO ของเว็บไซต์ โดยการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้งานเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ระหว่างวันที่ 1 กันยายน 2567 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2568 จำนวน 148,142 ราย จากข้อมูลผู้ใช้งานเว็บไซต์โดยเครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ Google Search Console และ Google Analytic พิจารณาจาก 5 ด้านหลักประกอบด้วย ประสิทธิภาพคำหลัก, ประสิทธิภาพปริมาณการเข้าชมแบบออร์แกนิก, ประสิทธิภาพด้าน Technical SEO, ประสิทธิภาพด้าน On-page SEO และประสิทธิภาพด้าน Off-page SEO สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เกณฑ์มาตรฐานของ SEO เพื่อประเมินประสิทธิภาพในแต่ละด้าน จุดแข็ง จุดอ่อน และเสนอแนวทางการปรับปรุงเชิงกลยุทธ์ ผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์มีคำหลัก (Keyword) ที่มีประสิทธิภาพ โดยมีคำหลักติดอันดับ Google Search มากกว่า 1,000 คำ คำหลักที่ติดอันดับหนึ่ง อาทิ ทุนมหิดล, กยศ มหิดล ซึ่งมีอัตราการคลิกผ่าน (CTR) สูงอยู่ในช่วง 65.9 - 79.0 เปอร์เซ็นต์ สะท้อนถึงความสอดคล้องของเนื้อหา กับเจตนาการค้นหาของผู้ใช้งาน ในด้านประสิทธิภาพปริมาณการเข้าชมแบบออร์แกนิก เว็บไซต์สามารถดึงดูดผู้ใช้งาน ได้รวม 148,142 ราย โดยส่วนใหญ่เป็นผู้เข้าชมใหม่ ซึ่งแสดงถึงการเติบโตและการขยายฐานผู้ใช้งานอย่างต่อเนื่องผ่าน Search Engine โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน้าหลัก, ทุนการศึกษา และวินัยนักศึกษา เป็นหน้าที่มีการเข้าชมสูงสุด สำหรับ ประสิทธิภาพด้าน Technical SEO ด้าน On-page SEO แสดงผลลัพธ์ที่ดี โดยมีหน้าที่ได้รับการจัดประเภทเป็น Good Page Experience สะท้อนถึงการจัดการโครงสร้างเนื้อหา, การใช้คำหลัก, Title Tag และ Meta Description ที่มีประสิทธิภาพ ส่วนประสิทธิภาพด้าน Off-page SEO มีจุดแข็งที่สำคัญคือการได้รับลิงก์ย้อนกลับ (Backlinks) คุณภาพสูงจำนวน 248,154 ลิงก์ จาก www.mahidol.ac.th ซึ่งเป็นโดเมนที่มีค่าอำนาจโดเมน (Domain Authority) สูงมากช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์

คำสำคัญ: เว็บไซต์, SEO, ประสิทธิภาพ, การพัฒนาเชิงกลยุทธ์, กลไกการค้นหา

SEO Performance Analysis of Websites for Strategic Development A Case Study of Student Affairs Division, Mahidol University

Tareenichar Leepeeravitit and Panet Kulchanwit*

Division of Student Affairs, Mahidol University, Phutthamonthon, Nakhon Pathom 73170, Thailand

*Corresponding author's e-mail: panet.kul@mahidol.ac.th

Abstract

This study aimed to determine 1) how effective SEO is on websites; 2) what SEO's advantages, disadvantages, and potential improvements are; and 3) how to improve SEO effectiveness through strategic development methods. Google Search Console and Google Analytics were used to gather a sample of 148,142 visitors to Mahidol University's Student Affairs Division website between September 1, 2024, and May 31, 2025. The efficiency of keywords, organic traffic, technical SEO, On-page SEO, and Off-page SEO were the five main aspects that were analyzed in this study. Data analysis was conducted using statistics such as mean, percentage, and frequency. Standard SEO criteria were used to evaluate each area's performance, pinpoint its advantages and disadvantages, and suggest ways to improve them. According to the findings, the website's keywords were effective. The top keywords among the more than 1,000 that appear in Google Search are "Mahidol Scholarship" and "Mahidol Student Loan Fund". The content's high click-through rate (CTR), which ranges from 65.9% to 79.0%, indicates that it is in line with the search intent of the users. With regard to organic traffic performance, the website brought in 148,142 users, the majority of whom were new users, indicating that its user base is still growing and expanding through search engines. The most visited pages were the homepage, student discipline, and scholarships. The website was classified as having a Good Page Experience due to its technical SEO performance. In terms of On-page SEO, this reflected good usage of keywords, title tags, meta descriptions, and content structure management. The acquisition of 248,154 high-quality backlinks from www.mahidol.ac.th, a domain with a very high domain authority, is the Off-page SEO's main strength and increases the website's trustworthiness.

Keywords: Website, SEO, Performance, Strategic Development, Search engine

บทนำ

ในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ได้กลายเป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และบริการต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในสถาบันการศึกษา เว็บไซต์ของหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างนักศึกษา บุคลากร และบุคคลทั่วไป การพัฒนาเว็บไซต์ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็น หนึ่งในกลยุทธ์ที่ได้รับความนิยมในการเพิ่มประสิทธิภาพของเว็บไซต์คือการปรับปรุงให้เหมาะสมกับการค้นหาผ่านเครื่องมือค้นหา หรือที่เรียกว่า Search Engine Optimization (SEO) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยให้เว็บไซต์สามารถปรากฏในอันดับต้น ๆ ของผลการค้นหา เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลและสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ใช้งานมากขึ้น การวิเคราะห์ SEO จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์ และเป็นแนวทางในการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (เนิร์ดออฟทิโมส์ จำกัด, 2025a)

กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทในการดูแล ส่งเสริม และพัฒนานักศึกษาในด้านต่าง ๆ สร้างความเป็นเลิศในงานกิจการนักศึกษา ด้านการพัฒนานักศึกษาเพื่อให้มีลักษณะที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยที่มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม การจัดบริการและสวัสดิการนักศึกษาที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัยอย่างมีความสุข การเสริมสร้างความผูกพันระหว่างศิษย์ปัจจุบัน ศิษย์เก่าและสังคมเพื่อพัฒนานักศึกษาและมหาวิทยาลัยในระดับชาติและนานาชาติ (กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล, 2562) เว็บไซต์ของกองกิจการนักศึกษาจึงเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารข้อมูลกิจกรรม บริการ และข่าวสารไปยังนักศึกษา บุคลากร และผู้ที่เกี่ยวข้อง การที่เว็บไซต์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของหน่วยงาน อย่างไรก็ตามการที่เว็บไซต์จะสามารถทำหน้าที่ดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ SEO ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างเว็บไซต์ ความเร็วในการโหลด การใช้งานบนอุปกรณ์อุปกรณ์เคลื่อนที่ การจัดการเนื้อหา การใช้คำสำคัญ การเชื่อมโยงภายในและภายนอก รวมถึงพฤติกรรมของผู้ใช้งาน การวิเคราะห์เหล่านี้จะช่วยให้สามารถระบุจุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสในการปรับปรุงเว็บไซต์ได้อย่างชัดเจน

การพัฒนาเว็บไซต์เชิงกลยุทธ์ไม่ใช่เพียงการปรับปรุงด้านเทคนิคหรือเนื้อหาเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการวางแผนอย่างเป็นระบบเพื่อให้เว็บไซต์สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว โดยอาศัยข้อมูลเชิงลึกจากการวิเคราะห์ SEO เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนา เช่น การเลือกคำหลักที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การปรับโครงสร้างเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน และการสร้างเครือข่ายลิงก์ที่มีคุณภาพ การพัฒนาเชิงกลยุทธ์จึงเป็นการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยี การตลาด และการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการสื่อสารและการให้บริการผ่านเว็บไซต์อย่างยั่งยืน แม้ว่าเว็บไซต์ของกองกิจการนักศึกษาจะมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารกับนักศึกษาและบุคลากร แต่ยังคงพบข้อจำกัดหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูล เช่น การจัดวางเนื้อหาที่ยังไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมการค้นหาของผู้ใช้งาน การขาดการปรับปรุงโครงสร้างเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับอุปกรณ์เคลื่อนที่ ส่งผลให้ไม่สามารถค้นหาค้นหาบน Search Engine ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพ SEO ของเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล โดยใช้เครื่องมือและแนวทางการวิเคราะห์ SEO เพื่อประเมินความสามารถในการเข้าถึงและการมี

ส่วนร่วมของผู้ใช้งาน รวมถึงเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาเว็บไซต์ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยจะช่วยให้ผู้ดูแลเว็บไซต์สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานในยุคดิจิทัล อีกทั้งยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับเว็บไซต์ของหน่วยงานอื่น เพื่อยกระดับการสื่อสารและการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพ SEO ของเว็บไซต์
2. เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสในการปรับปรุง SEO ของเว็บไซต์
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเชิงกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ SEO ของเว็บไซต์

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษากการวิเคราะห์ประสิทธิภาพ SEO ของเว็บไซต์เพื่อการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ กรณีศึกษาของกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล มีวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

- 1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์
- 1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ระหว่างวันที่ 1 กันยายน 2567 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2568 จำนวน 148,142 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือ

- 2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย
 - 2.1.1. เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ภายใต้ Url: <https://op.mahidol.ac.th/sa/>
 - 2.1.2. เครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ Google Search Console และ Google Analytics
- 2.2 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
 - 2.2.1. ศึกษาข้อมูล รูปแบบและเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์
 - 2.2.2. พัฒนาเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล โดยมี 6 ขั้นตอนดังนี้ 1) กำหนดเป้าหมายและวางแผน 2) กำหนดเนื้อหาและจัดโครงสร้างเว็บไซต์ 3) ออกแบบเว็บไซต์และเตรียมข้อมูล 4) พัฒนาและทดสอบ 5) เผยแพร่และส่งเสริมให้เป็นที่รู้จัก 6) ดูแลและบำรุงรักษาเว็บไซต์
 - 2.2.3. ติดตั้งเครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ ดังนี้ 1) Google Search Console เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้สามารถตรวจสอบและปรับปรุงการแสดงผลของเว็บไซต์ในผลการค้นหาของ Google โดยความสามารถหลัก คือ ตรวจสอบคำหลักที่ผู้ใช้งานใช้ในการค้นหาและนำไปสู่เว็บไซต์ วิเคราะห์อัตราการคลิกผ่าน จำนวนการแสดงผล และตำแหน่งเฉลี่ยในผลการค้นหา ตรวจสอบปัญหาทางเทคนิค เช่น ความเร็วในการโหลด ความเหมาะสมกับอุปกรณ์ อุปกรณ์เคลื่อนที่ และข้อผิดพลาดในการรวบรวมข้อมูล ข้อมูลลิงก์ย้อนกลับ และเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงมายังเว็บไซต์

ประเมิน Page Experience ซึ่งรวมถึง Core Web Vitals ที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ผู้ใช้งาน (Google Search Console, 2025) 2) Google Analytics เป็นเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลผู้ใช้งานเว็บไซต์ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของผู้เข้าชมเว็บไซต์ โดยมีฟีเจอร์สำคัญ เช่น จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ แหล่งที่มาของการเข้าชม เช่น Search Engine, Social Media หรือเว็บไซต์อื่น พฤติกรรมการใช้งาน เช่น หน้าเว็บที่เข้าชมบ่อยที่สุด, เวลาที่ใช้ในแต่ละหน้า และอัตราการออกจากเว็บไซต์ ข้อมูลประชากรของผู้ใช้งาน เช่น อายุ, เพศ, ภูมิภาค การติดตามและประเมินผล (Conversion) เช่น การคลิกสมัครทุน, การดาวน์โหลดเอกสาร ฯลฯ (Google Analytics, 2020)

3. การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ระหว่างวันที่ 1 กันยายน 2567 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2568 จากเครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ Google Search Console และ Google Analytic นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ สรุปและอภิปรายผล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย โดยวิเคราะห์ประสิทธิภาพ SEO เพื่อประเมินประสิทธิภาพในแต่ละด้าน สังเคราะห์ผลการวิเคราะห์เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน และเสนอแนวทางการปรับปรุงเชิงกลยุทธ์ นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการวิเคราะห์ประสิทธิภาพ SEO ของเว็บไซต์เพื่อการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ กรณีศึกษากองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ประสิทธิภาพด้าน Keywords

การวิเคราะห์ Keywords โดยพิจารณาจากอันดับเฉลี่ย (Average Position) และปริมาณการค้นหา (Impressions) ของคำหลักที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์

1.1 อันดับของ Keywords พบว่าเว็บไซต์มี Keyword ที่ติดอันดับใน Google Search มากกว่า 1,000 คำ ซึ่ง Google Search Keywords ที่ติดอันดับ 1.0 และมีประสิทธิภาพโดดเด่น ได้แก่ ทุนมหิดล เป็น Keyword ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด มี Impressions 2,919 ครั้ง Clicks 1,925 ครั้ง คิดเป็นอัตราการคลิกผ่าน (CTR) 65.9% รองลงมาคือ กยศ มหิดล มี Impressions 957 ครั้ง Clicks 756 ครั้ง คิดเป็นอัตราการคลิกผ่าน (CTR) 79% และ op mahidol มี Impressions 1,360 ครั้ง Clicks 887 ครั้ง CTRs 66.4%

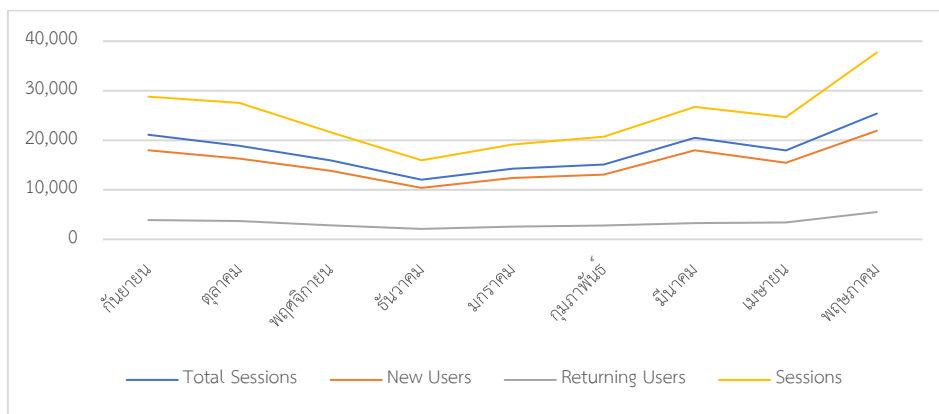
1.2 อัตราการคลิกผ่าน (CTR) พบว่าในภาพรวม Keywords ที่ติดอันดับ 1.0 มีค่า CTR สูง อยู่ในช่วง 38.3% - 81%

1.3 การครอบคลุม Keywords ที่เกี่ยวข้อง พบว่า Keywords ที่ติดอันดับ 1.0 ส่วนใหญ่เป็นคำค้นหาที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับภารกิจและบริการของกองกิจการนักศึกษา เช่น ทุนการศึกษา, กยศ., หอพัก, กองกิจ รวมถึง Keywords ที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยมหิดลโดยตรง อาทิ ทุนมหิดล, op mahidol

2. ประสิทธิภาพด้าน Organic Traffic

การวิเคราะห์ Organic Traffic โดยพิจารณาจากจำนวนผู้เข้าชม (Users/Sessions) และแหล่งที่มา (Source/Medium) ของการเข้าชมที่มาจาก Search Engine ต่าง ๆ โดยเฉพาะ Google

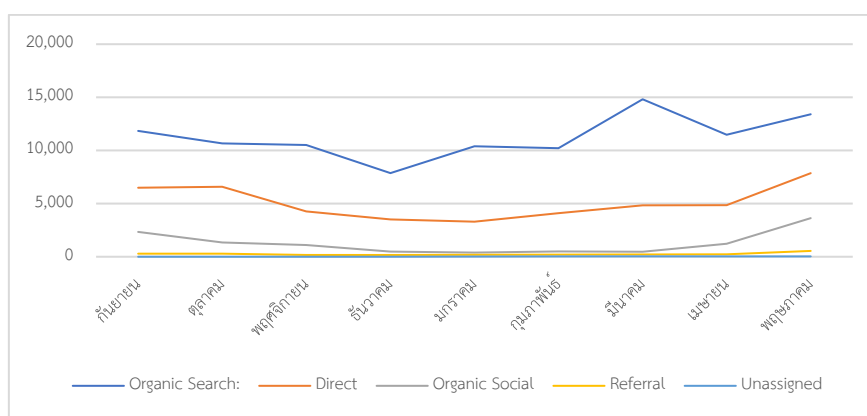
2.1 จำนวนผู้เข้าชม (Users Sessions)



ภาพที่ 1 Users Sessions

จากภาพที่ 1 พบว่ามีผู้เข้าใช้งานทั้งสิ้นจำนวน 148,142 ราย แบ่งออกเป็นผู้เข้าชมใหม่จำนวน 139,319 ราย ผู้เข้าชมที่กลับมาจำนวน 25,796 ราย จำนวนเซสชัน 227,491 ครั้ง โดยเข้าใช้งานแบบ Organic Traffic ซึ่งเดือนที่มี Organic Traffic สูงสุดคือ เดือนพฤษภาคม

2.2 แหล่งที่มาของ Organic Traffic (Source/Medium)



ภาพที่ 2 Traffic Sources

จากภาพที่ 2 พบว่ามีการเข้าชมเว็บไซต์แบบ Organic Search มากที่สุด รองลงมาคือ Direct, Organic Social Referral และ Unassigned ตามลำดับ โดยเดือนที่มีการเข้าชมเว็บไซต์แบบ Organic Search สูงสุดคือ เดือนมีนาคม

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ประสิทธิภาพหน้า/หน้าจ้ออร์แกนิก

อันดับ	ชื่อหน้า/ หน้าจ้อ	การดู	ผู้ใช้งานที่ใช้ งานอยู่	การดูต่อผู้ใช้งานที่ ใช้งานอยู่	เวลาการมีส่วนร่วม เฉลี่ย (วินาที)	จำนวน เหตุการณ์
1	Homepage	37,356	15,512	2.41	37	111,230
2	ทุนการศึกษา	19,675	12,629	1.56	42	60,237
3	วินัยนักศึกษา	14,363	7,182	2.00	33	38,665

จากตารางที่ 1 พบว่า หน้า Homepage กองกิจการนักศึกษา มีการดูมากที่สุดจำนวน 37,356 ครั้ง คิดเป็น 9.10% รองลงมาคือ ทุนการศึกษา จำนวน 19,675 ครั้ง คิดเป็น 4.79% และวินัยนักศึกษา จำนวน 14,363 ครั้ง คิดเป็น 3.50%

3. ประสิทธิภาพด้าน Technical SEO

การวิเคราะห์ Technical SEO โดยใช้ข้อมูลจาก Core Web Vitals, Mobile Usability, Pages/Index Coverage เพื่อประเมินความสามารถในการ Crawl, Index และประสบการณ์ผู้ใช้งานด้านเทคนิค ดังนี้

3.1 ความเร็วเว็บไซต์ (Core Web Vitals) พบว่าเดสก์ท็อป (Desktop) มี 1,769 URL มีสถานะ Needs Improvement URLs สำหรับเดสก์ท็อปโดยเฉพาะค่า Largest Contentful Paint (LCP) ที่สูงกว่าเกณฑ์ที่แนะนำ (มากกว่า 2.5 วินาที) และ Cumulative Layout Shift (CLS) ที่สูงกว่า 0.1 ในส่วนของ Mobile พบว่า มีประสิทธิภาพที่ดีกว่าเดสก์ท็อปอย่างเห็นได้ชัด มี 1,769 URL ที่มีสถานะ Good URLs

3.2 ความเป็นมิตรกับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile-friendliness) พบว่ามี 1,769 URL ที่ผ่านการทดสอบ Mobile Usability และมีสถานะ Good ซึ่งโดยรวมเว็บไซต์ค่อนข้างเป็นมิตรกับอุปกรณ์เคลื่อนที่ แต่ยังมีบางหน้าที่ต้องการการปรับปรุงเพื่อให้ผู้ใช้งานอุปกรณ์เคลื่อนที่ได้รับประสบการณ์ที่เหมาะสม

3.3 ข้อผิดพลาดในการ Crawl และ Index (Crawl Errors/Indexing Errors) พบว่ามี URL ที่ Indexed (จัดทำดัชนี) ทั้งหมด 5,455 URL จากทั้งหมด 9,876 URL โดยข้อผิดพลาดที่พบบ่อยในหมวด Not indexed ได้แก่ Not found (404) จำนวน 153 URL ส่วนใหญ่เป็นลิงก์เก่าที่ไม่มีอยู่แล้ว หรือ URL ที่มีการเปลี่ยนแปลง Blocked by robots.txt จำนวน 3 URL เป็นหน้าที่ไม่ต้องการให้ Search Engine จัดทำดัชนี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการตั้งใจ แต่บางส่วนอาจเป็นหน้าที่ควรจะถูกจัดทำดัชนีแต่ถูกล็อกโดยไม่ได้ตั้งใจ Duplicate, without User-Selected Canonical จำนวน 121 URL ซึ่งบ่งชี้ถึงปัญหาเนื้อหาซ้ำซ้อน Soft 404 จำนวน 6 URL ที่แสดงผลเหมือนไม่มีเนื้อหา แต่คืนค่าสถานะ แม้ส่วนใหญ่ของเว็บไซต์จะได้รับการจัดทำดัชนีอย่างถูกต้อง แต่ยังมีข้อผิดพลาดในการ Crawl และ Index จำนวนหนึ่งสมควรได้รับการแก้ไขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปรากฏใน Search Engine

4. ประสิทธิภาพด้าน On-page SEO

การวิเคราะห์ประสิทธิภาพด้าน On-page SEO ของเว็บไซต์โดยการตรวจสอบโครงสร้างเนื้อหา การใช้ Keywords, Title Tag และ Meta Description

4.1 ประสบการณ์หน้าเว็บไซต์ที่ดี (Good Page Experience) พบว่าหน้าเว็บไซต์ของกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล มี 1,769 หน้า ที่ได้รับการจัดประเภทว่ามีประสบการณ์หน้าเว็บไซต์ที่ดี (Good URLs) ในส่วนของผลการค้นหา Mobile ถือเป็นสัญญาณที่ดีที่บ่งชี้ว่า On-page SEO พื้นฐานหลายอย่างรวมถึงปัจจัยด้าน User Experience ที่ Google ให้ความสำคัญนั้นได้รับการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ซึ่งสอดคล้องกับประสิทธิภาพด้าน Mobile-Friendliness

4.2 โครงสร้างเนื้อหาและการใช้ Keywords จากผลการวิจัยด้าน Keywords ที่ติดอันดับ 1 และ Organic Traffic พบว่าเนื้อหาหลักของเว็บไซต์มีความเกี่ยวข้องและตรงกับความต้องการของผู้ใช้เป็นอย่างดี Google สามารถเข้าใจและจัดอันดับเนื้อหาเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้ Heading Tags พบว่าหน้าเว็บไซต์สำคัญมีการใช้งาน Heading Tags (H1, H2) อย่างสอดคล้องกัน ช่วยให้ Search Engine เข้าใจโครงสร้างเนื้อหาและลำดับความสำคัญของข้อมูลได้ดี การกระจาย Keywords การใช้ Keywords หลักในเนื้อหาอยู่ในเกณฑ์ที่ดีในหน้าสำคัญ

4.3 Meta Description และ Title Tag พบว่าประสิทธิภาพจากอัตราการคลิกผ่าน (CTR) ที่สูงมากของ Keywords และหน้า Landing Page ที่ติดอันดับ 1 (ค่า CTR 60% - 80%) Title Tag และ Meta Description ของหน้าเว็บไซต์มีความน่าดึงดูดใจและกระตุ้นให้ผู้ใช้คลิกได้อย่างมีประสิทธิภาพสูง ซึ่ง Title Tag ที่ชัดเจนและ Meta Description ที่กระตุ้นการตัดสินใจของผู้ค้นหาเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพจากอัตราการคลิกผ่าน (CTR)

5. ประสิทธิภาพด้าน Off-page SEO

การวิเคราะห์ประสิทธิภาพด้าน Off-page SEO โดยพิจารณาจากข้อมูล Backlinks ที่ชี้มายังเว็บไซต์

5.1 เว็บไซต์ที่ลิงก์ยอดนิยม พบว่าเว็บไซต์ที่ลิงก์มายังเว็บไซต์ของกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดลมากที่สุด คือ www.mahidol.ac.th แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์หลักของมหาวิทยาลัยมหิดลเป็นแหล่ง Backlink ที่สำคัญที่สุด โดยมีจำนวนลิงก์ย้อนกลับจำนวน 248,154 ลิงก์

5.2 หน้าเว็บไซต์ที่มีลิงก์ยอดนิยม พบว่าหน้าเว็บไซต์ของกองกิจการนักศึกษาที่ได้รับ Backlinks มากที่สุด คือ หน้าหลัก (Homepage) มีลิงก์จากเว็บไซต์ภายนอกจำนวน 440 ลิงก์

5.3 ภาพรวมประสิทธิภาพ Off-page SEO ด้าน Backlinks พบว่าเว็บไซต์มีจุดแข็งที่สำคัญคือการได้รับ Backlinks จำนวนมากและมีคุณภาพสูงจากโดเมนของมหาวิทยาลัยมหิดล (.ac.th) ซึ่งเป็นโดเมนที่มี Domain Authority สูงมาก

5.4 หน้าเว็บในเว็บไซต์ที่สร้างลิงก์ภายนอกมากที่สุด พบว่าหน้าหลัก (Homepage) มีการสร้างลิงก์ออกไปยังเว็บไซต์ภายนอกมากที่สุด เนื่องจากหน้าหลักจะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของลิงก์สำคัญ แสดงให้เห็นถึงการอ้างอิงข้อมูลหรือแหล่งที่มาภายนอกที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของหน้านั้น ๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและน่าเชื่อถือแก่ผู้ใช้

อภิปรายผล

จากการศึกษาการวิเคราะห์ประสิทธิภาพ SEO ของเว็บไซต์เพื่อการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ กรณีศึกษาของกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ประสิทธิภาพ SEO ของเว็บไซต์

พบว่าเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล สามารถดึงดูด Organic Traffic ได้ในระดับสูง โดยมีผู้ใช้งานถึง 148,142 ราย (ระหว่างวันที่ 1 กันยายน 2567 - 31 พฤษภาคม 2568) ส่วนใหญ่เป็นผู้เข้าชมใหม่ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง การที่ Organic Search เป็นแหล่งที่มาหลักของการเข้าชมแสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์ถูกค้นพบผ่านกลไกการค้นหาอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ Keywords, Organic Traffic, Technical SEO, On-page SEO และ Off-page SEO ดังนี้

ในมิติของประสิทธิภาพคำหลัก (Keyword Performance) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพของเว็บไซต์ในการจัดอันดับคำค้นหาที่เกี่ยวข้องและมีความสำคัญ โดยมีจำนวนคำหลักที่ปรากฏในการค้นหาของ Google มากกว่า 1,000 คำ คำหลักที่ติดอันดับหนึ่ง ได้แก่ ทุนมหิดล, กยศ มหิดล และ op mahidol ซึ่งมีอัตราการคลิกผ่าน (Click-Through Rate: CTR) สูงอย่างมีนัยสำคัญ (อยู่ในช่วง 65.9% - 79%) สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่าเนื้อหาบนเว็บไซต์ไม่เพียงแต่สามารถถูกค้นพบได้ง่าย แต่ยังตอบสนองความต้องการและตรงกับเจตนาของผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้เกิดการคลิกเข้าชมในอัตราที่สูง ในส่วนของการปรับแต่งเว็บไซต์เบื้องต้น (On-page SEO) พบว่าเว็บไซต์มีหน้าเว็บจำนวนมากที่ได้รับการจัดประเภทเป็น Good Page Experience โดยเฉพาะอย่างยิ่งบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ แสดงให้เห็นถึงการจัดการโครงสร้างเนื้อหา การบูรณาการคำหลัก และปัจจัยพื้นฐานด้านประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) ได้รับการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ Google สามารถทำความเข้าใจและจัดอันดับเนื้อหาได้ดี นอกจากนี้ Title Tag และ Meta Description ที่ดึงดูดความสนใจยังมีส่วนสำคัญในการเพิ่มอัตราการคลิกผ่านให้สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ณัฐภัทร รักษัตานนท์ชัย และ อานนท์ ทับเที่ยง, 2560) ที่ศึกษาปัจจัยด้านเว็บไซต์ที่มีผลต่อการจัดอันดับของกูเกิล: กรณีศึกษาเว็บไซต์ข้อปึงไทย พบว่าคำหลักส่งผลต่ออันดับ Google สำหรับการปรับแต่งเว็บไซต์ภายนอก (Off-page SEO) เว็บไซต์มีจุดแข็งคือการได้รับลิงก์ย้อนกลับ (Backlinks) คุณภาพสูงในปริมาณมากจาก www.mahidol.ac.th ซึ่งเป็นโดเมนที่มีค่าอำนาจโดเมนสูง การเชื่อมโยงภายในเครือข่ายเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับโดเมนของกองกิจการนักศึกษา อย่างไรก็ตามการปรับแต่งทางเทคนิค (Technical SEO) ยังคงเป็นส่วนที่ต้องได้รับการปรับปรุง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้าน Core Web Vitals บนอุปกรณ์เดสก์ท็อป และข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นในกระบวนการ Crawl/Index ซึ่งหากได้รับการแก้ไขจะสามารถส่งเสริมประสิทธิภาพโดยรวมของ SEO ให้สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้นได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (รัชชัย สุขสีดา, 2566) ซึ่งศึกษาการจัดอันดับเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาไทยด้วยเครื่องมือ SEO พบว่าองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อการจัดอันดับ ได้แก่ การเชื่อมโยงเนื้อหา การสร้าง Backlinks และการเผยแพร่ข้อมูลที่มีคุณภาพในยุคดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของ (กุลชลี จงเจริญ และคณะ, 2564) ที่ศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์ของสาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยพบว่าความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์อยู่ในระดับสูงในด้านเนื้อหา การเชื่อมโยงข้อมูล และการออกแบบ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีผลต่อประสิทธิภาพ SEO

จุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสในการปรับปรุง SEO ของเว็บไซต์

เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษามีจุดแข็งด้านประสิทธิภาพคำหลัก (Keyword Performance) โดยสามารถจัดอันดับคำหลักที่เกี่ยวข้องกับบริการของหน่วยงาน เช่น ทุนมหิดล, กยศ มหิดล ซึ่งมีอัตราการคลิกผ่าน (CTR) สูงกว่า

65.9% สะท้อนถึงความแม่นยำในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและความสอดคล้องของเนื้อหากับเจตนาการค้นหาของผู้ใช้งาน (Funnel, 2024; ภัทรภัทร รักขานนท์ชัย และ อานนท์ ทับเที่ยง, 2560) ด้านปริมาณการเข้าชมแบบออร์แกนิก (Organic Traffic) เว็บไซต์สามารถดึงดูดผู้ใช้งานจากเครื่องมือค้นหาได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนผู้เข้าชมใหม่ในสัดส่วนที่สูง ซึ่งสะท้อนถึงการเติบโตของฐานผู้ใช้งานและการขยายการรับรู้ของเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพ การปรับโครงสร้างเนื้อหาและการใช้คำหลักที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มคุณภาพ SEO ซึ่งสามารถเพิ่มปริมาณการเข้าชมได้ ด้าน On-page SEO เว็บไซต์มีการจัดการเนื้อหาอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้ Heading Tags, Title Tags และ Meta Descriptions ที่ชัดเจนและดึงดูดความสนใจ ซึ่งส่งผลต่อการจัดอันดับและ CTR (เนิร์ดออปทิมส์ จำกัด, 2025b; Patel et al., 2024) ด้านลิงก์ย้อนกลับ (Backlinks) ได้รับลิงก์คุณภาพสูงจากโดเมนหลักของมหาวิทยาลัย (.ac.th) ซึ่งมีค่าอำนาจโดเมนสูงมาก การศึกษาของ (ธวัชชัย สุขสีดา, 2566; กุลชลี จงเจริญ และคณะ, 2564) พบว่า ลิงก์จากแหล่งที่มีความน่าเชื่อถือและเกี่ยวข้องโดยตรงกับเนื้อหาเว็บไซต์มีผลต่อการเพิ่มอันดับและความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์อย่างมีนัยสำคัญ ความเป็นมิตรต่ออุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile-Friendliness) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อประสบการณ์ผู้ใช้งานและการจัดอันดับในผลการค้นหา โดยเว็บไซต์สามารถแสดงผลได้ดีบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ สอดคล้องกับแนวทางของ (Google Search Central, 2023a) ที่แนะนำให้ใช้การออกแบบ แบบ Responsive เพื่อรองรับการจัดอันดับแบบ Mobile-First Indexing

หนึ่งในข้อจำกัดสำคัญของเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา คือ ประสิทธิภาพในการโหลดหน้าเว็บ โดยเฉพาะบนอุปกรณ์เดสก์ท็อป ซึ่งพบว่า URL จำนวนมากอยู่ในสถานะ Needs Improvement ตามเกณฑ์ของ Google Search Console โดยมีปัญหาในด้าน Largest Contentful Paint (LCP) และ Cumulative Layout Shift (CLS) ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ Core Web Vitals ส่งผลโดยตรงต่อประสบการณ์ผู้ใช้งาน เช่น ความล่าช้าในการแสดงผลเนื้อหาหลัก และการเคลื่อนที่ขององค์ประกอบหน้าจอที่ไม่คาดคิด ซึ่งอาจนำไปสู่การละทิ้งหน้าเว็บและลดอันดับในการค้นหา (ธัมส์อัพ มีเดีย จำกัด, 2021) โดยเว็บไซต์ที่มีค่า LCP และ CLS สูงมีแนวโน้มสูญเสียผู้ใช้งานในช่วงแรกของการเข้าชม และส่งผลต่ออัตราการคลิกผ่าน (CTR) นอกจากนี้ยังพบปัญหาเกี่ยวกับการรวบรวมข้อมูลและการจัดทำดัชนี (Crawl/Indexing Errors) ซึ่งปรากฏในหลายหน้า เช่น ข้อผิดพลาด 404, การบล็อกโดยไฟล์ robots.txt และเนื้อหาซ้ำซ้อน (Duplicate Content) ปัญหาเหล่านี้ขัดขวางการเข้าถึงของ Search Engine และลดโอกาสในการปรากฏในผลการค้นหาอย่างเต็มศักยภาพ ผู้ดูแลเว็บไซต์ควรดำเนินการตรวจสอบและแก้ไขข้อผิดพลาดเหล่านี้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษาคุณภาพ SEO และความสามารถในการเข้าถึงของเว็บไซต์ (Google Search Central, 2023b)

การปรับปรุงความเร็วเว็บไซต์ (Core Web Vitals) โดยเฉพาะบนอุปกรณ์เดสก์ท็อปเป็นองค์ประกอบสำคัญในการยกระดับประสบการณ์ผู้ใช้งานและเพิ่มอันดับในผลการค้นหา การลดค่า Largest Contentful Paint (LCP) และ Cumulative Layout Shift (CLS) สามารถดำเนินการผ่านการใช้ Content Delivery Network (CDN), การกำหนดขนาดภาพอย่างเหมาะสมและการจัดการเนื้อหาแบบไดนามิก ซึ่งช่วยลดเวลาในการโหลดและเพิ่มความเสถียรของหน้าเว็บอย่างมีประสิทธิภาพ (Soben, 2025) การแก้ไขข้อผิดพลาดในการรวบรวมข้อมูลและจัดทำดัชนี (Crawl/Indexing Errors) เช่น ลิงก์เสีย (404), การบล็อกโดย robots.txt และเนื้อหาซ้ำซ้อน เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้เครื่องมือค้นหาสามารถเข้าถึงและจัดทำดัชนีเว็บไซต์ได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มการมองเห็นในผลการค้นหา Google ควรตรวจสอบและแก้ไขข้อผิดพลาดเหล่านี้อย่างสม่ำเสมอเพื่อรักษาคุณภาพ SEO (Bora, 2024) การ

ขยายขอบเขตคำหลัก (Keyword Scope) โดยเน้นการวิเคราะห์คำหลักเฉพาะกลุ่ม เช่น คำที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรือบริการของนักศึกษา จะช่วยเพิ่มการเข้าถึงจากกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการเฉพาะ และส่งเสริมการค้นหาแบบ Long Tail Keywords ซึ่งมีแนวโน้มสร้าง Conversion ได้สูงกว่า การเพิ่มประสิทธิภาพกลยุทธ์การทำการตลาดผ่านการสร้างและเผยแพร่เนื้อหา (Content Marketing) โดยการสร้างเนื้อหาเชิงลึก เช่น บทความแนะนำ, FAQ, คู่มือการใช้งาน จะช่วยตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งานและเพิ่มความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้งานเชิงลึก เช่น การติดตามหน้าเว็บที่มีการเข้าชมสูง ระยะเวลาการใช้งาน และเส้นทางการคลิก จะช่วยให้สามารถปรับปรุงเนื้อหาและออกแบบ UI/UX ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานมากขึ้นจะช่วยเพิ่มโอกาสการมีส่วนร่วมที่สูงขึ้น

แนวทางการพัฒนาเชิงกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ SEO ของเว็บไซต์

การพัฒนาเชิงกลยุทธ์ด้าน SEO ของเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ควรเริ่มจากการปรับปรุงด้านเทคนิค (Technical SEO) โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหา Core Web Vitals บนอุปกรณ์เดสก์ท็อป ซึ่งพบว่าค่า Largest Contentful Paint (LCP) และ Cumulative Layout Shift (CLS) ยังไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน การปรับขนาดรูปภาพให้เหมาะสม ลดการโหลดสคริปต์ที่ไม่จำเป็น และการใช้ Content Delivery Network (CDN) เป็นแนวทางที่จะช่วยเพิ่มความเร็วและเสถียรภาพของเว็บไซต์ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่ออันดับการค้นหา (Antra et al., 2023; Soben, 2025) นอกจากนี้การจัดการข้อผิดพลาดในการรวบรวมข้อมูล เช่น ลิงก์เสีย (404), การบล็อกโดย robots.txt และเนื้อหาซ้ำซ้อน ควรดำเนินการอย่างเป็นระบบ เช่น การใช้ Redirect, การกำหนด Canonical URL และการตรวจสอบ robots.txt เพื่อให้ Search Engine สามารถจัดทำดัชนีเว็บไซต์ได้อย่างสมบูรณ์ (Bora, 2024) ในด้านเนื้อหาและคำหลักควรต่อยอดจากจุดแข็งที่มีอยู่โดยการสร้างเนื้อหาเชิงลึกที่ตอบโจทย์ผู้ใช้งาน เช่น FAQ หรือบทความแนะนำเกี่ยวกับทุนการศึกษาและกิจกรรมนักศึกษา ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการจัดอันดับและการมีส่วนร่วม การใช้เครื่องมือ SEO เพื่อวิเคราะห์คำหลักใหม่ที่มีความเกี่ยวข้องและมีปริมาณการค้นหาสูงจะช่วยเพิ่มการมองเห็นในกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ งานวิจัยของ (รัชกร คงเจริญ, 2566) สนับสนุนว่าการจัดการโครงสร้างบทความและการใช้คำสำคัญอย่างมีระบบสามารถเพิ่มโอกาสในการติดอันดับหน้าแรกของ Google ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การรักษาและขยายลิงก์ย้อนกลับ (Backlinks) จากแหล่งที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น www.mahidol.ac.th ซึ่งมีค่าอำนาจโดเมนสูง ควรได้รับการรักษาและขยายเพิ่มเติมไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานการศึกษาอื่น ๆ หรือสื่อการศึกษา เพื่อเสริมความน่าเชื่อถือและเพิ่มอันดับ SEO อย่างยั่งยืน การติดตามและวิเคราะห์ผลลัพธ์อย่างสม่ำเสมอ โดยใช้เครื่องมือ Google Search Console และ Google Analytics เพื่อประเมินประสิทธิภาพคำหลัก ปริมาณการเข้าชม และพฤติกรรมผู้ใช้งานเชิงลึก เช่น หน้าเว็บที่มีอัตราการตีกลับสูงหรือเส้นทางการคลิก ซึ่งจะช่วยให้อาจปรับปรุงเนื้อหาและประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) ได้อย่างตรงจุด

สรุปผลการวิจัย

ประสิทธิภาพด้านคำหลัก (Keyword Performance)

เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านการใช้คำหลัก (Keywords) โดยมีจำนวนคำหลักที่ปรากฏในผลการค้นหาของ Google มากกว่า 1,000 คำ ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพในการถูกค้นพบอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งคำหลักที่ติดอันดับหนึ่ง ได้แก่ ทุนมหิดล, กยศ มหิดล และ op mahidol ซึ่งมีประสิทธิภาพโดดเด่นทั้งในด้าน การแสดงผล (Impressions) และ การคลิก (Clicks) รวมถึง อัตราการคลิกผ่าน (CTR) ที่สูงมาก (อยู่ในช่วง 65.9% - 79%) สิ่งนี้บ่งชี้ว่าเนื้อหาของเว็บไซต์มีความสอดคล้องสูงกับเจตนาการค้นหาของผู้ใช้งาน (User Search Intent) ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจคลิกเข้าชมเว็บไซต์ในอัตราที่สูงเมื่อผลการค้นหาปรากฏ นอกจากนี้ การที่คำหลักที่ติดอันดับหนึ่งส่วนใหญ่เป็นคำค้นหาที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการกิจและ บริการหลักของกองกิจการนักศึกษา เช่น การศึกษา, กยศ., หอพัก และ กองกิจ รวมถึงคำหลักที่เกี่ยวข้องกับ มหาวิทยาลัยมหิดลโดยตรง ยิ่งเป็นการยืนยันว่า เว็บไซต์สามารถดึงดูดผู้ใช้งานที่กำลังแสวงหาข้อมูลเฉพาะทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินกลยุทธ์ SEO ที่ประสบความสำเร็จ

ประสิทธิภาพด้านปริมาณการเข้าชมแบบออร์แกนิก (Organic Traffic)

เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล มีผู้ชมแบบออร์แกนิก โดยมียอดผู้เข้าใช้งานรวมทั้งสิ้น 148,142 ราย และส่วนใหญ่เป็นผู้เข้าชมใหม่ ซึ่งสะท้อนถึงการเติบโตและการขยายฐานผู้ใช้งานที่มาจากเครื่องมือค้นหาได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเดือนพฤษภาคมและมิถุนายนที่มี Organic Traffic สูงสุด แสดงถึงช่วงเวลาที่ผู้ใช้งานมีความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับกิจการนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับช่วงเวลาของการรับสมัครทุนการศึกษาหรือ กิจกรรมสำคัญของมหาวิทยาลัย การที่ Organic Search เป็นแหล่งที่มาหลักของการเข้าชมเว็บไซต์ แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการดำเนินกลยุทธ์ SEO และความสามารถในการถูกค้นพบผ่านกลไกการค้นหา นอกจากนี้หน้าหลักของกองกิจการนักศึกษา, หน้าข้อมูลทุนการศึกษา, และหน้าข้อมูลวินัยนักศึกษา ยังเป็นหน้าที่มีการเข้าชมสูงสุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหน้าเหล่านี้ทำหน้าที่เป็น หน้า Landing Page ที่สำคัญ และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพด้านการปรับแต่งทางเทคนิค (Technical SEO)

ความเร็วเว็บไซต์ (Core Web Vitals) พบว่าในส่วนของเดสก์ท็อปมี URL จำนวน 1,769 รายการที่ยังคงอยู่ในสถานะ Needs Improvement URLs โดยเฉพาะค่า Largest Contentful Paint (LCP) และ Cumulative Layout Shift (CLS) ที่สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ผู้ใช้งานบนคอมพิวเตอร์เดสก์ท็อป และอาจส่งผลกระทบต่ออันดับการค้นหาในอนาคต อย่างไรก็ตามประสิทธิภาพบน Mobile กลับดีกว่าอย่างเห็นได้ชัด โดยมี 1,769 URL ที่มีสถานะ Good URLs ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีสำหรับผู้ใช้งานบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ความเป็นมิตรกับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile-Friendliness) เว็บไซต์แสดงความเข้ากันได้กับอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยมี 1,769 URL ที่ผ่านการทดสอบ Mobile Usability และอยู่ในสถานะ Good แต่ยังคงมีบางหน้าที่ต้องการการปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อยกระดับประสบการณ์ผู้ใช้งานบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ให้ดียิ่งขึ้น ข้อผิดพลาดในการรวบรวมข้อมูลและจัดทำดัชนี (Crawl

and Index Errors) แม้ส่วนใหญ่ของเว็บไซต์จะได้รับการจัดทำดัชนีอย่างถูกต้องจำนวน 5,455 URL จากทั้งหมด 9,876 URL แต่ยังคงมีข้อผิดพลาดที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปรากฏใน Search Engine ข้อผิดพลาดที่พบบ่อยได้แก่ Not found (404) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลิงก์เก่า, Blocked by robots.txt ซึ่งบางส่วนอาจถูกบล็อกโดยไม่ได้ตั้งใจ และ Duplicate, without User-Selected Canonical ซึ่งบ่งชี้ถึงปัญหาเนื้อหาซ้ำซ้อน การแก้ไขข้อผิดพลาดเหล่านี้จะช่วยให้ Search Engine สามารถเข้าถึงและจัดทำดัชนีเนื้อหาได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ประสิทธิภาพด้านการปรับแต่งเว็บไซต์เบื้องต้น (On-page SEO)

ในด้าน On-page SEO เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล แสดงผลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีหน้าเว็บจำนวน 1,769 หน้าที่ได้รับการจัดประเภหว่ามี Good Page Experience โดยเฉพาะในผลการค้นหบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ แสดงให้เห็นว่าการจัดการปัจจัยพื้นฐานของ SEO และประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) ที่ Google ให้ความสำคัญนั้นได้รับการดูแลอย่างมีประสิทธิภาพบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ โครงสร้างเนื้อหาและการใช้คำหลัก (Keywords) เนื้อหาหลักของเว็บไซต์มีความเกี่ยวข้องและตรงกับความต้องการของผู้ใช้เป็นอย่างดี เห็นได้จากการติดอันดับของคำหลักสำคัญและหน้า Landing Page ยอดนิยม การใช้ Heading Tags (H1, H2) ที่สอดคล้องกัน ช่วยให้ Search Engine เข้าใจโครงสร้างเนื้อหาและลำดับความสำคัญของข้อมูลได้ดี การกระจายคำหลักหลักในเนื้อหาอยู่ในเกณฑ์ที่ดีในหน้าสำคัญ Meta Description และ Title Tag ประสิทธิภาพจาก CTR ที่สูงมาก ของคำหลักและหน้า Landing Page ที่ติดอันดับ 1 (60% - 80%) เป็นหลักฐานที่ชัดเจนว่า Title Tag และ Meta Description ของหน้าเว็บไซต์มีความน่าดึงดูดใจและกระตุ้นให้ผู้ใช้คลิกได้อย่างมีประสิทธิภาพสูง การออกแบบข้อความเหล่านี้ได้ดี เป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การเพิ่ม Organic Traffic

ประสิทธิภาพด้านการปรับแต่งเว็บไซต์ภายนอก (Off-page SEO)

ในด้าน Off-page SEO เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล มีจุดแข็งที่โดดเด่นโดยเฉพาะลิงก์ย้อนกลับที่มีคุณภาพสูง การได้รับลิงก์ย้อนกลับจำนวนมากถึง 248,154 ลิงก์จาก www.mahidol.ac.th ซึ่งเป็นเว็บไซต์หลักของมหาวิทยาลัยมหิดลและมี ค่าอำนาจโดเมนสูงมากถือเป็นสัญญาณที่ดีอย่างยิ่ง เนื่องจากลิงก์ภายในเครือข่ายจากโดเมนที่น่าเชื่อถือจะช่วยเสริมความน่าเชื่อถือและอันดับของเว็บไซต์ได้เป็นอย่างมาก หน้าหลักเป็นจุดเชื่อมโยงสำคัญ การที่หน้าหลักของกองกิจการนักศึกษาได้รับลิงก์ย้อนกลับจากเว็บไซต์ภายนอกมากที่สุด บ่งชี้ว่าหน้าหลักเป็นจุดเชื่อมโยงที่สำคัญและเป็นที่อ้างอิงจากแหล่งภายนอก ซึ่งแสดงถึงความสำคัญและความน่าเชื่อถือของหน้าดังกล่าว

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลงานวิจัยไปใช้

จากผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพ SEO ของเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่ามีประเด็นที่สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปรากฏบนเครื่องมือค้นหา และยกระดับประสบการณ์ผู้ใช้งานได้ ดังนี้

1. การปรับปรุงความเร็วเว็บไซต์ ควรดำเนินการลดขนาดไฟล์ภาพและสคริปต์ที่ไม่จำเป็นบนหน้าเว็บไซต์ โดยเฉพาะในส่วนที่มีผลต่อ Largest Contentful Paint (LCP) และ Cumulative Layout Shift (CLS) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญใน Core Web Vitals การปรับปรุงในส่วนนี้จะช่วยให้เว็บไซต์โหลดเร็วขึ้นและมีประสบการณ์ผู้ใช้ที่ดีขึ้น โดยเฉพาะบนอุปกรณ์เดสก์ท็อป (Desktop) ซึ่งยังพบปัญหาอยู่ในปัจจุบัน
2. การพัฒนาเนื้อหาให้มีคุณภาพและสอดคล้องกับคำค้นหา ควรปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาให้ตรงกับคำค้นหายอดนิยมที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษา เช่น ทูมทิดล, กยศ มทิดล, หอพักมทิดล เป็นต้น โดยเนื้อหาควรมีความชัดเจน ครบถ้วน และตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ เพื่อเพิ่มโอกาสในการติดอันดับบน Google Search และเพิ่มอัตราการคลิกผ่าน (CTR)
3. การเพิ่มประสิทธิภาพของ Meta Tags และ Title ควรปรับปรุงการเขียนให้มีความน่าสนใจและกระตุ้นการคลิกมากขึ้น พร้อมทั้งจัดโครงสร้างหัวข้อเนื้อหาให้สอดคล้องกับลำดับความสำคัญของข้อมูล นอกจากนี้การใช้ Schema Markup จะช่วยให้เครื่องมือค้นหาเข้าใจบริบทของเนื้อหาได้ดีขึ้น
4. การสร้าง Backlinks จากแหล่งที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมการสร้างลิงก์ย้อนกลับ (Backlinks) จากเว็บไซต์ภายในมหาวิทยาลัย เช่น หน่วยงานอื่น ๆ หรือคณะต่าง ๆ รวมถึงจากหน่วยงานภายนอกที่มีความเกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานราชการหรือองค์กรด้านการศึกษา เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและ Authority ของเว็บไซต์ในการค้นหาของเครื่องมือค้นหา
5. การใช้ข้อมูลจาก Google Analytics เพื่อการวางแผน ควรใช้ข้อมูลจาก Google Analytics ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้งาน เช่น หน้าเว็บที่มีผู้เข้าชมมากที่สุด, ระยะเวลาในการใช้งาน, และแหล่งที่มาของผู้เข้าชม เพื่อวางแผนการพัฒนาเนื้อหาให้ตรงกับความสนใจของผู้ใช้ และปรับปรุงประสบการณ์การใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาประสิทธิภาพ SEO ของเว็บไซต์กิจการนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลเปรียบเทียบ Benchmark และวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน
2. ควรติดตามและวิเคราะห์ผลกระทบจากการอัปเดตอัลกอริทึมของ Google ที่อาจส่งผลกระทบต่ออันดับ SEO ของเว็บไซต์ เพื่อเตรียมแนวทางรับมือและปรับกลยุทธ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง
3. ควรมีการติดตามผลลัพธ์ เช่น การเปลี่ยนแปลงของอันดับคำค้นหา, CTR, จำนวนผู้เข้าชม และอัตราการมีส่วนร่วม เพื่อประเมินประสิทธิภาพของมาตรการที่นำไปใช้
4. ควรมีการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้งานจริงผ่านแบบสอบถามหรือการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความพึงพอใจและข้อเสนอแนะในการใช้งานเว็บไซต์ ซึ่งจะช่วยเสริมข้อมูลเชิงปริมาณจากเครื่องมือวิเคราะห์ SEO

เอกสารอ้างอิง

- กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล. (2562). *เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล*. นครปฐม: กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กุลชลี จงเจริญ, สฤณีพิงษ์ ลิ้มปิยะเรไร, ทวีวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ, วัฒนา มัคคสมัน, จริลักษ์ณธ์ รัตนพันธ์ และ ศศิธร บัวทอง. (2564). การพัฒนาเว็บไซต์สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. *วารสารศึกษาศาสตร์ มสธ.*, 14(1), 1-15.
- ณัฐภัทร รักขตานนท์ชัย และ อานนท์ ทับเที่ยง. (2560). ปัจจัยด้านเว็บไซต์ที่มีผลต่อการจัดอันดับของกูเกิล: กรณีศึกษาเว็บไซต์ข้อปึงไทย. *Engineering Transactions*, 20(1), 106-111.
- ธวัชชัย สุขสีดา. (2566). การศึกษาการจัดอันดับเว็บไซต์สถาบันการศึกษาไทยด้วย WEBOMETRICS ในยุคชีวิตวิถีใหม่ด้วยเครื่องมือ SEO. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 7(6), 338-351.
- ธัมส์ฮัพ มีเดีย จำกัด. (2021). *รู้จัก LCP, FID และ CLS 3 เสาหลักที่จะทำให้ประสบการณ์เว็บของคุณดีขึ้น*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธัมส์ฮัพ มีเดีย จำกัด.
- เนิร์ดออปทีไมซ์ จำกัด. (2025a). *SEO Analysis รวมกลยุทธ์และเทคนิคที่ควรรู้เพื่อช่วยในการทำอันดับ*. กรุงเทพฯ: บริษัท เนิร์ดออปทีไมซ์ จำกัด.
- เนิร์ดออปทีไมซ์ จำกัด. (2025b). *SEO คืออะไร? คู่มือเริ่มต้นทำ SEO สำหรับมือใหม่ในปี 2025 ฉบับเข้าใจง่าย*. กรุงเทพฯ: บริษัท เนิร์ดออปทีไมซ์ จำกัด.
- รัชกร คงเจริญ. (2566). กลยุทธ์การพัฒนามหาวิทยาลัยออนไลน์ให้สอดคล้องกับกระบวนการ SEO เพื่อให้ติดอันดับหน้าแรก Google: กรณีศึกษาการส่งเสริมการรับรู้สารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. *PULINET Journal*, 10(1), 28-44.
- Antra, A., Khanna, P., Kumar, S., & Pragya, P. (2023). *Web performance analysis of ecommerce using GTmetrix*. Proceedings Acronym: Smart Cities Challenges, Technologies and Trends. India: CEUR Workshop Proceedings.
- Bora, P. (2024). *Crawl errors & SEO ranking: 7 easy tips to fix the basics*. Retrieved from <https://www.digitalauthority.me/resources/crawl-errors-seo-ranking-tips-fix/>
- Funnel. (2024). *Google rankings*. Retrieved from https://funnel.in.th/google-rankings/#elementor-toc_heading-anchor-3
- Google Analytics. (2020). *Introduction to Google Analytics*. Retrieved from <https://developers.google.com/analytics?hl=th>
- Google Search Central. (2023a). *Mobile-First indexing best practices*. Retrieved from <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/mobile/mobile-sites-mobile-first-indexing?hl=th>
- Google Search Central. (2023b). *Overview of crawling and indexing topics*. Retrieved from <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing?hl=th>

- Google Search Console. (2025). *Improve your performance on Google Search*. Retrieved from <https://search.google.com/search-console/about>
- Parikh, A., & Deshmukh, S. (2013). Search engine optimization. *International Journal of Engineering Research & Technology*, 2(11), 1-6.
- Patel, R. S., Chauhan, J. A., Patel, K. C., & Bhavsar, K. (2024). *Exploring the effectiveness of On-Page SEO for Webpage Ranking: A critical study* (pp. 163-171). In Rajagopal, S., Popat, K., Meva, D., & Bajeja, S. (Eds.). *Advancements in Smart Computing and Information Security* Cham. Cham: Springer.
- Soben, T. (2025). *Technical SEO for 2025: Core web vitals, Mobile-First, and indexing smarter*. Retrieved from <https://plangphalla.com/how-seo-works-on-page-vs-off-page-vs-technical-seo-a-visual-breakdown-for-2025/>