

พฤติกรรมและแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพเว็บไซต์ด้านกิจการนักศึกษา:

กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล

Behavior and Efficiency Development Instructions

for Student Affairs Websites: A Case Study of Mahidol University

ธารีย์ณิชา ลีพีรวิฑิต^{1*} และ ปณต กุลฉันทวิทย์²

Tareenichar Leepeeravitit^{1*} and Panet Kulchanwit²

กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล^{1,2}

Division of Student Affairs, Mahidol University^{1,2}

e-mail: tareenichar.lee@mahidol.ac.th^{1*}, panet.kul@mahidol.ac.th²

Received: November 14, 2023 Revised: May 13, 2024 Accepted: May 23, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้เว็บไซต์ (2) รวบรวมข้อมูลและแสดงผลความต้องการของผู้ใช้งานเว็บไซต์ และ (3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานและตัวชี้วัดจากเว็บโอเมตริกซ์ โดยการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้งานเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ (1) ข้อมูลผู้ใช้งานเว็บไซต์จากเครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ Google Analytics เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2565 ข้อมูลที่ใช้ประกอบด้วยสถิติเกี่ยวกับผู้เข้าชม สถิติเกี่ยวกับช่องทางการเข้าถึงเว็บไซต์และสถิติพฤติกรรมการเข้าชมเนื้อหาต่าง ๆ ภายในเว็บไซต์ (2) ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์เก็บข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจในการเข้าใช้เว็บไซต์ฯ จำนวน 432 คน ผลการวิจัยพบว่าผู้เข้าใช้เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ช่วงอายุ 18-24 ปี เป็นนักศึกษา มีการเข้าใช้งานผ่านสมาร์ทโฟนเป็นหลัก โดยวัตถุประสงค์หลักที่เข้าใช้งานคือ เพื่อติดตามข่าวสาร ประชาสัมพันธ์และประกาศต่าง ๆ โดยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ฯ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.51

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพเว็บไซต์ พฤติกรรมการเข้าใช้งาน กิจการนักศึกษา

Abstract

The aims of this research are to (1) analyse and compare website user behaviour, (2) gather data and present the requirements of website users, and (3) examine principles for website construction that align with user behaviour. As part of the webometrics process, data for tasks and indicators are gathered from a selected group of users who visit the Student Affairs Division's website. Mahidol University The subject is partitioned into two distinct sections: (1) Website visitor data obtained from the Google Analytics website analysis tool. Data was gathered from 1 January 2020 to 31 December 2022. The data that was used included statistical information related to visitors. We gather information about the website's entry points and how users interact with its various content.

(2) User satisfaction with the website. A total of 432 individuals participated in website satisfaction surveys, from which data were obtained. The study found that the individuals who accessed the Student Affairs Division's website were Mahidol University The majority of individuals are female, between the ages of 18 and 24, enrolled in educational institutions, and mostly use cellphones to get information. The primary purpose of its use is to track news updates, public relations activities, and other announcements, all of which depend on website users' satisfaction. The overall average is 4.37, indicating a high level. At the highest level, the perceived benefits side has the highest average, which is 4.51.

Keyword: Website Performance, User Behavior, Student Affairs

บทนำ

จากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมในปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น จากผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประเทศไทยปี 2565 พบว่า เจนเนอเรชันวายใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดถึง 8 ชั่วโมง 55 นาทีต่อวัน รองลงมาคือ เจนเนอเรชันแซตซ์ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 8 ชั่วโมง 24 นาทีต่อวัน โดยในภาพรวมคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยที่ 7 ชั่วโมง 4 นาทีต่อวัน (แอดมิงค์, 2565; สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565; ไอที 24 ชั่วโมง, 2565; เดอะสแตนดาร์ดทีม, 2565) สังคมยุคดิจิทัลส่งผลให้การใช้ชีวิตของผู้คนในสังคมเปลี่ยนไปไม่ว่าจะเป็นในด้านการทำงาน ด้านการศึกษาและด้านอื่น ๆ อีกมากมาย รวมถึงการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เดิมข้อมูลข่าวสาร สื่อประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จะมาในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ โปสเตอร์ แผ่นพับ เป็นต้น แต่ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในมิติต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันและความสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคมทำให้รูปแบบของการรับข้อมูลข่าวสารเปลี่ยนไป (ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ, 2562) รูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้องมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบของการสร้างและการเผยแพร่ข้อมูล ซึ่งการใช้งานไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตที่เพิ่มขึ้นนั้น ส่งผลให้มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย (แสงเดือน ผ่องพุ่ม, 2556) การหาข้อมูลข่าวสารหรือการรับรู้ข้อมูลในปัจจุบันสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็วเพียงปลายนิ้วสัมผัส ข้อมูลบนเว็บไซต์ที่มีอยู่มากมายทำให้ผู้คนในสังคมสามารถเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลได้ง่ายขึ้น เว็บไซต์ในปัจจุบันมีมากมายและหลากหลายสามารถแบ่งออกตามประเภทต่าง ๆ ได้แก่ เว็บข่าว เว็บข้อมูล เว็บการศึกษา เป็นต้น (แอดมิน, 2559; สมาน ลอยฟ้า, 2554; วิเศษศักดิ์ โคตรอาษา, 2542) ทั้งนี้การค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับผู้ใช้งานว่าต้องการข้อมูลประเภทอะไร ทุกหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นองค์กรธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนล้วนให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ติดต่อสื่อสารและการทำธุรกรรมต่าง ๆ กับลูกค้าหรือผู้เกี่ยวข้อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้เว็บไซต์และการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ที่เป็นเครื่องมือการสื่อสารและประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งสำคัญช่วยสะท้อนให้เห็นถึงความซื่อสัตย์หรือความภักดีของผู้ใช้ต่อเว็บไซต์นั้น ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของเว็บไซต์ ดังนั้นผู้พัฒนาเว็บไซต์จึงจำเป็นต้องเรียนรู้และเข้าใจผู้ใช้งานเว็บไซต์ของตนเอง รู้ว่าผู้ใช้งานเว็บไซต์ให้ความสนใจหรือต้องการอะไรจากเว็บไซต์นั้น ๆ (สุปราณี วงษ์แสงจันทร์, 2559; Kumar et al., 2012)

ไซเบอร์เมตริกซ์หรือเว็บโอเมตริกซ์เป็นความรู้ทางวิทยาศาสตร์สะท้อนการนำเสนอผลงานวิชาการของมหาวิทยาลัย บทความวิจัย บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัยผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ครอบคลุม

ถึงเอกสารประกอบการเรียนการสอน ตลอดจนข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัย คณะ ภาควิชา หน่วยงานบริการ ซึ่งจะทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถตรวจสอบและเข้าถึงแหล่งความรู้ที่มีอยู่ในมหาวิทยาลัยได้ง่ายขึ้น เว็บไซต์เป็นการจัดอันดับมหาวิทยาลัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณเกี่ยวกับกระบวนการสร้างเนื้อหาบนเว็บไซต์หลักการที่เชื่อว่า “เว็บไซต์เป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการ” ได้จัดอันดับมหาวิทยาลัยทั่วโลกและเผยแพร่การจัดอันดับผ่านทางเว็บ โดยมีจุดประสงค์การจัดอันดับเว็บที่มีการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ อิเล็กทรอนิกส์และกิจกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อสนับสนุนการเข้าถึงความรู้อย่างเปิดกว้างและส่งเสริมการเข้าถึงความรู้ทางวิชาการที่ผลิตโดยมหาวิทยาลัย ซึ่งมหาวิทยาลัยมหิดลได้ให้ความสำคัญกับการจัดอันดับเว็บไซต์โดยตัวชี้วัดการจัดอันดับของเว็บไซต์ประกอบด้วย 1. PRESENCE เป็นการวัดการปรากฏตัวบนอินเทอร์เน็ตคือจำนวนหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยที่นับผ่าน Search Engines 2. IMPACT จำนวนการอ้างอิงเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยจากภายนอกที่ลิงก์มาเว็บไซต์มหาวิทยาลัย 3. OPENNESS จำนวนไฟล์เอกสารที่นำเสนอบนเว็บไซต์มหาวิทยาลัยและหน่วยงานภายในและอ้างอิงได้ 4. EXCELLENCE จำนวนบทความวิชาการตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติ Academic Papers Published in High Impact International Journals (สุปราณี วงษ์แสงจันทร์, 2559; ณรงค์ศักดิ์ จายางกูร, 2557)

เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งอยู่ภายใต้โดเมนเนม (Domain Name) เดียวกับมหาวิทยาลัยคือ mahidol.ac.th ถือเป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านกิจการนักศึกษา ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการต่าง ๆ เกี่ยวกับกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล อาทิ ทุนการศึกษา สุขภาพนักศึกษา วินัยนักศึกษา แนะนำให้คำปรึกษา นักศึกษาวิชาทหาร หอพักนักศึกษา เป็นต้น ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่นักศึกษา อาจารย์ บุคลากรมหาวิทยาลัยมหิดลและบุคคลภายนอก เพื่อให้เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ตอบโจทย์และตรงต่อความต้องการของผู้ใช้งานจึงได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพเว็บไซต์ด้านกิจการนักศึกษา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล (<https://op.mahidol.ac.th/sa>) (กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล, 2562) เครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ Google Analytics และแบบประเมินความพึงพอใจในการเข้าใช้เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะช่วยทำให้ผู้พัฒนาเว็บไซต์ทราบถึงพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ของผู้ใช้งาน ปัญหาอุปสรรคและแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการนำมาใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ให้ตอบโจทย์และตรงต่อความต้องการของผู้ใช้งานตลอดจนการพัฒนาเว็บไซต์ตามตัวชี้วัดจากเว็บไซต์ต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรกฎ ผกาแก้ว และสิรินธร สนิจินดวงศ์ (2566) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์มาตรฐานอาจารย์มืออาชีพ มหาวิทยาลัยศรีปทุม (SPU-PSF) ผลวิจัยพบว่าการพัฒนาเว็บไซต์โดยใช้หลักการของ ADDIE Model 5 ขั้นตอนคือการวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การนำไปใช้ และการประเมินผล ทำให้สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ในที่เดียว ผู้ใช้สามารถเข้าใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อนและยังเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูล ผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมมีความเหมาะสมมากที่สุด (4.78) ผลการสำรวจความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมายได้ให้ความเห็นว่าเมื่อง่ายต่อการใช้งาน มีความสะดวกในการเชื่อมโยงข้อมูลภายในเว็บไซต์ การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.86)

ปิยะณัฐ พรหมสาร (2566) ได้ทำการศึกษาประสิทธิภาพเว็บไซต์หน่วยงานประกันคุณภาพการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการใช้งานเว็บไซต์ ผลการศึกษาพบว่าประสิทธิภาพของเว็บไซต์ในการใช้งานโดยส่วนใหญ่มีความเหมาะสมกับอุปกรณ์เคลื่อนที่ ใช้ระบบความปลอดภัยในการเชื่อมต่อโดยแสดงผลผ่าน https

แต่ความเร็วในการโหลดข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ที่สุดอยู่ในระดับด้อยประสิทธิภาพ ระยะเวลาการรอการทำงานโดยรวมและความเสถียรของการจัดวางเค้าโครงเว็บไซต์มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับควรปรับปรุง ปัจจัยการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านประเภทของเว็บไซต์ที่อยู่ในรูปแบบที่เป็นเว็บไซต์ของหน่วยงานโดยเฉพาะหรือส่วนหนึ่งของเว็บไซต์อื่นมีความสัมพันธ์กับการมุ่งเน้นด้านการโหลดข้อมูล การโต้ตอบและความเสถียรของภาพ ความเร็วในการโหลดข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ระยะเวลาการรอการทำงานโดยรวมและความเสถียรของการจัดวางเค้าโครงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ศราวดี ดั่งแก้ว และคณะ (2566) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่าเว็บไซต์ที่พัฒนาด้วยขั้นตอนของ ADDIE MODEL ส่งผลให้การพัฒนาเว็บไซต์ประสบความสำเร็จเป็นไปตามข้อกำหนดพื้นฐานของการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ด้วยองค์ประกอบพื้นฐานที่หลัก 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนหัวของเนื้อหา ส่วนของเนื้อหา ส่วนท้ายของหน้าและส่วนประกอบย่อยอื่น ๆ มีองค์ประกอบพื้นฐานของการพัฒนาเว็บไซต์ภาครัฐที่นำเสนอข้อมูลหน่วยงาน ภาพประกอบที่เหมาะสม ข้อมูลหลักสูตรและข้อมูลอื่น ๆ ด้วยการแบ่งเนื้อหาที่เป็นสัดส่วนเน้นหลัก การออกแบบด้วยการใช้สีเพื่อสื่อถึงอัตลักษณ์ของสาขาวิชาเป็นรูปแบบเดียวกันทั้งเว็บไซต์ รองรับการแสดงผลบนอุปกรณ์อื่น ๆ ด้วยรูปแบบ Responsive Web เว็บไซต์มีประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งในด้านการออกแบบด้านเนื้อหา ด้านการรองรับการใช้งานกับอุปกรณ์อื่น ๆ ด้านการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ และด้านการนำเสนอเนื้อหา

ธนภรณ์ สหกลจักร และคณะ (2566) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพเว็บไซต์บริการและความพึงพอใจของประชาชน ผลวิจัยพบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับน้อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีคุณภาพความสามารถในการใช้และคุณภาพข้อมูลมีความสัมพันธ์มากที่สุด โดยคุณภาพความสามารถในการใช้งานมีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนมากที่สุด คุณภาพปฏิสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจน้อยที่สุด ความสะดวกสบาย เข้าใจง่ายส่งผลต่อเนื่องไปยังระดับการรับรู้ของประชาชนที่ใช้งานต่อการเอาใจใส่พัฒนาระบบปฏิบัติงานของหน่วยงานให้ทันสมัย รวมไปถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ

คัมภีร์ นิลแสง (2565) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์ ในการให้บริการการศึกษา ผลวิจัยพบว่าค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์การบริการจากทั้งในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.50 นอกจากนี้ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา แสดงผลต่อความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ธนวัฒน์ เสริฐสุวรรณกุล (2564) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้เว็บไซต์สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยศึกษาข้อมูลจำนวนการใช้บริการหน้าภายในเว็บไซต์ ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ด้านการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์มีการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตตามลำดับ ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการได้แก่ ช่วงเปิดและกลางภาคการศึกษา มีการใช้หน้าฐานข้อมูลออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.72 หน้าที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือ หน้าแหล่งข้อมูลการวิจัยกับหน้า Impact Factor คิดเป็นร้อยละ 14.29

สุจิตรา ดั่งทอง (2564) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในภาพรวมและทุกด้านอยู่ในระดับมากได้แก่ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านคุณภาพข้อมูล ด้านคุณภาพการบริการและด้านการรับรู้ประโยชน์ จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อันจากการทำนายของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อความพึงพอใจพบว่า ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและด้านการรับรู้ประโยชน์มีผล

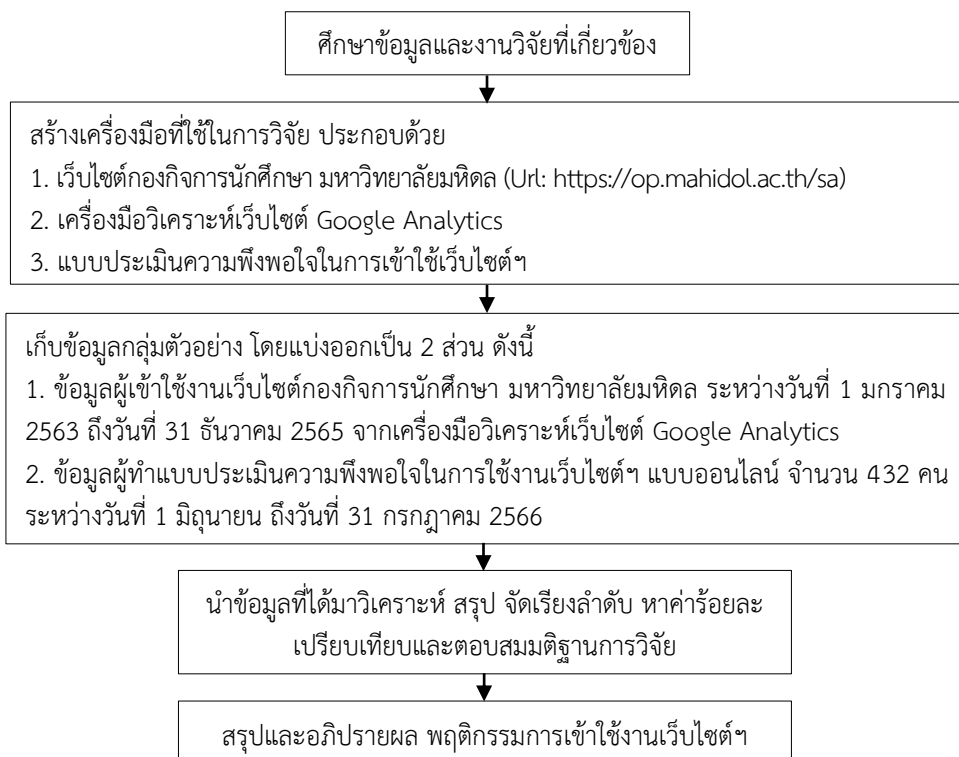
ต่อความพึงพอใจ ข้อเสนอแนะแนวทางพบว่าควรอัปเดตข้อมูลบนเว็บไซต์เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ และควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษาที่ชัดเจน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา
2. เพื่อรวบรวมข้อมูลและแสดงผลความต้องการของผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานและตัวชี้วัดจากเว็บโอเมตริกซ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 แผนผังแสดงขั้นตอนการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ มีดังนี้
 - 2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย
 - 1) เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ภายใต้ Url: <https://op.mahidol.ac.th/sa>
 - 2) เครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ Google Analytics

3) แบบประเมินความพึงพอใจในการเข้าใช้เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล โดยวัดระดับความสำคัญเป็นมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท 5 ระดับ ดังนี้ มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

ข้อความแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.51–5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51–4.50 หมายถึง ระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.51–3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.51–2.50 หมายถึง ระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00–1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

2.2 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ มีดังนี้

- 1) ศึกษาข้อมูล รูปแบบและเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์
- 2) พัฒนาเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล โดยมี 6 ขั้นตอนดังนี้ 1) กำหนดเป้าหมายและวางแผน 2) กำหนดเนื้อหาและจัดโครงสร้างเว็บไซต์ 3) ออกแบบเว็บไซต์และเตรียมข้อมูล 4) พัฒนาและทดสอบ 5) เผยแพร่และส่งเสริมให้เป็นที่รู้จัก 6) ดูแลและบำรุงรักษาเว็บไซต์
- 3) ติดตั้งเครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ Google Analytics
- 4) ศึกษาข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
- 5) สร้างแบบประเมินความพึงพอใจในการเข้าใช้เว็บไซต์ฯ โดยสร้างตามกรอบแนวคิดในการวิจัย แนวคิดทฤษฎีของตัวแปรที่วิจัยโดยร่างคำถามให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่ต้องการวัด
- 6) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มวิจัยเพื่อวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น

3. เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ข้อมูลผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2565 จากเครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ Google Analytics

3.2 ข้อมูลผู้ทำแบบประเมินความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ฯ แบบออนไลน์ จำนวน 432 คน ระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2566

4. นำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ สรุป จัดเรียงลำดับ หาค่าร้อยละ เปรียบเทียบและตอบสมมติฐานการวิจัย

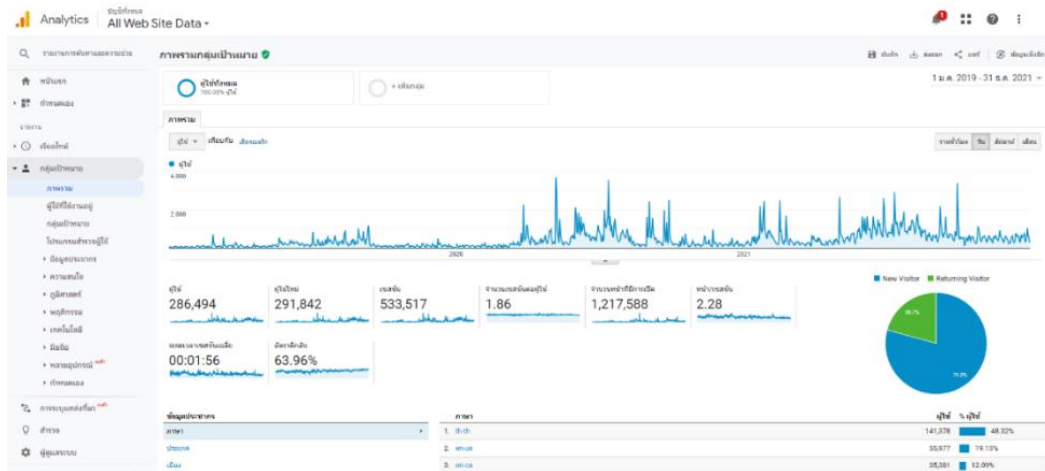
5. สรุปและอภิปรายผล พฤติกรรมในการใช้งานเว็บไซต์ ปัญหาอุปสรรคและแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ให้ตอบโจทย์และตรงต่อความต้องการของผู้เข้าใช้งานมากที่สุด ตลอดจนการพัฒนาเว็บไซต์ตามตัวชี้วัดจากเว็บโอเมตริกซ์ต่อไป

ผลการวิจัย

จากการศึกษาสามารถสรุปผลการวิจัยได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์จากเครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ Google Analytics



ภาพที่ 2 เครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ Google Analytics

ตารางที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งาน

ประเภทของเซสชัน	2563	2564	2565
เพศของผู้ใช้งาน			
หญิง	68.75%	68.44%	62.99%
ชาย	31.25%	31.56%	37.01%
ช่วงอายุผู้ใช้งาน			
18-24 ปี	28.22%	23.77%	27.05%
25-34 ปี	28.49%	26.41%	25.10%
ผู้ใช้งาน			
ผู้เข้าชมใหม่ (New Visitor)	74.46%	81.05%	82.45%
ตั้งค่าภาษา			
ภาษาไทย (TH)	60.42%	67.58%	60.60%
ประเทศ			
ไทย	97.64%	97.92%	97.69%
ภายในประเทศ			
กรุงเทพมหานคร	55.17%	53.09%	55.65%

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ช่วงอายุของผู้ใช้งานมากที่สุด ปี 2563 และปี 2564 เป็นผู้ใช้งานช่วงอายุ 25-34 ปี ส่วนในปี 2565 เป็นผู้ใช้งานช่วงอายุ 18-24 ปี กลุ่มผู้ใช้งานงานจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม โดยจากข้อมูลสถิติ 3 ปีพบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์เป็นผู้เข้าชมใหม่มากกว่าผู้เข้าชมเก่า มีการตั้งค่าการใช้งานเป็นภาษาไทย เข้าใช้งานจากกรุงเทพมหานครประเทศไทย

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้เข้าใช้เว็บไซต์จากแบบประเมินความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ฯ ผู้เข้าใช้เป็นเพศหญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.20 อยู่ในช่วงอายุ 18–24 ปี คิดเป็นร้อยละ 80.09 เป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 81.25 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 95.14

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเข้าใช้งานเว็บไซต์ของผู้ใช้เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์จากเครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ Google Analytics

ตารางที่ 2

ระบบปฏิบัติการ อุปกรณ์และเบราว์เซอร์

ประเภทของเซสชัน	2563	2564	2565
ระบบปฏิบัติการ			
iOS	45.70%	46.67%	46.95%
อุปกรณ์			
Mobile	57.06%	54.30%	56.45%
Desktop	28.52%	31.65%	31.66%
Tablet	14.42%	14.04%	11.90%
เบราว์เซอร์			
Safari (in-app)	31.38%	26.73%	21.22%
Chrome	23.84%	31.98%	32.95%
Safari	22.27%	28.51%	34.38%

จากตารางที่ 2 พบว่า ระบบปฏิบัติการที่ใช้ส่วนใหญ่คือ iOS อุปกรณ์ที่ใช้ส่วนใหญ่คือ Mobile รองลงมาคือ Desktop และ Tablet เบราว์เซอร์ที่ใช้มากที่สุด ปี 2563 อันดับหนึ่งคือ Safari (in-app) ซึ่งต่างจากปี 2564 อันดับหนึ่งคือ Chrome และปี 2565 อันดับหนึ่งคือ Safari

ตารางที่ 3

การเข้าถึงเว็บไซต์

ประเภทของเซสชัน	2563	2564	2565
การเข้าถึงเว็บไซต์			
Direct	63.22%	41.59%	38.05%
Social	33.24%	18.43%	12.14%
Organic Search	3.28%	39.40%	49.06%
การเข้าถึงเว็บไซต์แบบ Direct			
/sa/	18.43%	11.90%	12.26%
การเข้าถึงเว็บไซต์ผ่าน Social			

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
วารสารวิทยาสารสนเทศและเทคโนโลยี (Journal of Academic Information and Technology)

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ประเภทของเซสชัน	2563	2564	2565
Facebook	98.71%	97.44%	96.49%
Twitter	1.01%	1.45%	2.32%
Instagram	0.28%	0.64%	0.68%

จากตารางที่ 3 พบว่า ปี 2563 และ 2564 การเข้าถึงเว็บไซต์ส่วนใหญ่คือ Direct ซึ่งต่างจากปี 2565 คือ Organic Search โดยการเข้าถึงเว็บไซต์แบบ Direct ส่วนใหญ่จะเข้าผ่านหน้า Homepage ส่วนการเข้าถึงเว็บไซต์ผ่าน Social อันดับหนึ่งคือ Facebook รองลงมาคือ Twitter และ Instagram

ตารางที่ 4

Landing Pages

ประเภทของเซสชัน	2563	2564	2565
Landing Pages			
/sa/	18.43%	11.90%	12.26%
Pages Views			
/sa/	13.89%	10.51%	10.41%
Site Search Status			
Visits Without Site Search	99.64%	99.61%	99.62%

จากตารางที่ 4 พบว่า Landing Pages และ Page Views ที่ผู้ใช้เข้าใช้ส่วนใหญ่คือ หน้า Homepage ซึ่งผู้ใช้ส่วนใหญ่เข้าใช้งานโดยไม่มีการค้นหาค้นหาหน้าเว็บไซต์

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้เข้าใช้เว็บไซต์จากแบบประเมินความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ฯ

ผู้เข้าใช้ส่วนใหญ่เคยเข้าใช้งานเว็บไซต์ฯ คิดเป็นร้อยละ 91.67 ความถี่ที่ผู้ใช้เข้าใช้งานคือ 2-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 22.73 ในช่วงเวลา 9.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 36.62 ใช้งานผ่านสมาร์ตโฟน คิดเป็นร้อยละ 48.48 ผ่านเบราว์เซอร์ Google Chrome คิดเป็นร้อยละ 51.77 วัตถุประสงค์ในการเข้าใช้งานคือ เพื่อติดตามข่าวสารประชาสัมพันธ์ และประกาศต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 37.13 เมนูที่เข้าใช้งานมากที่สุดคือ ข่าวประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 43.43 เมนูที่ชอบมากที่สุดคือ ข่าวประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 27.69 ข่าวสารที่ผู้ใช้สนใจหรือต้องการทราบข้อมูลมากที่สุดคือ กิจกรรมนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.74 สื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าใช้งานบ่อยที่สุดคือ เฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 44.44

3. ผลการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ฯ

ตารางที่ 5

ระดับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์

ระดับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
ปัจจัยด้านความดึงดูดใจ			
หน้าโฮมเพจมีความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ	4.38	0.72	มาก
สีสันทันในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม	4.31	0.70	มาก
สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	4.36	0.69	มาก
ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรมีความสวยงามและอ่านได้ง่าย	4.39	0.65	มาก
เมนูง่ายต่อการใช้งาน	4.37	0.79	มาก
แบนเนอร์ / โปสเตอร์ มีความสวยงาม น่าสนใจ	4.31	0.69	มาก
ภาพรวมการประเมิน	4.35	0.71	มาก
ข้อมูลภายในเว็บไซต์เป็นข้อมูลที่สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย	4.36	0.67	มาก
ข้อมูลมีการจัดหมวดหมู่ที่ง่ายต่อการค้นหาและทำความเข้าใจ	4.28	0.77	มาก
การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจ	4.36	0.73	มาก
ข้อมูลในแต่ละเมนูของของเว็บไซต์มีครบถ้วนสมบูรณ์	4.37	0.70	มาก
เนื้อหาทั้งภาพมีความสอดคล้องกัน	4.41	0.65	มาก
ภาพรวมการประเมิน	4.36	0.70	มาก
ปัจจัยด้านคุณภาพระบบ			
เว็บไซต์สามารถแสดงผลได้ทันทีที่เรียกใช้งาน	4.42	0.69	มาก
ช่องทางการเข้าใช้งานเว็บไซต์มีความหลากหลาย	4.34	0.68	มาก
ท่านสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการจากเว็บไซต์ได้	4.32	0.71	มาก
มีความถูกต้องในการเชื่อมโยง (ลิงค์) ภายใน/ภายนอกเว็บไซต์	4.42	0.66	มาก
ภาพรวมการประเมิน	4.38	0.69	มาก
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ			
เว็บไซต์มีความน่าเชื่อถือ	4.55	0.63	มากที่สุด
เว็บไซต์มีการรักษาความเป็นส่วนตัว	4.34	0.65	มาก
เว็บไซต์มีการรักษาความปลอดภัยในการให้บริการ	4.43	0.64	มาก
เว็บไซต์มีการแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัว (Privacy Policy)	4.53	0.60	มากที่สุด
ท่านสามารถติดต่อผู้ดูแลเว็บไซต์ได้ง่าย	4.23	0.83	มาก
ภาพรวมการประเมิน	4.42	0.67	มาก
ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์			
เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมต่าง ๆ	4.51	0.61	มากที่สุด
เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน	4.5	0.59	มาก
ช่วยให้ท่านทราบข้อมูลที่ท่านต้องการและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	4.53	0.59	มากที่สุด

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการค้นหาข้อมูลข่าวสารและการบริการต่าง ๆ	4.47	0.63	มาก
เป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านกิจการนักศึกษา	4.53	0.62	มากที่สุด
ภาพรวมการประเมิน	4.51	0.61	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน			
ง่ายต่อการใช้งาน	4.37	0.69	มาก
สามารถเข้าใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา	4.49	0.66	มาก
มีการจัดรูปแบบที่ใช้งานง่าย	4.32	0.70	มาก
สามารถหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย	4.36	0.74	มาก
มีความชัดเจนของข้อมูล สามารถเข้าใจได้ง่าย	4.39	0.66	มาก
ภาพรวมการประเมิน	4.39	0.69	มาก
ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา			
ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา ในภาพรวม	4.37	0.65	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ฯ ในภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.51 รองลงมาคือ ด้านคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.42 ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 ด้านคุณภาพระบบอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 ด้านคุณภาพข้อมูลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 และด้านความดึงดูดใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.35 ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์

ตารางที่ 6

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.153	.111		-1.379	.169
ปัจจัยด้านคุณภาพระบบ	.268	.043	.238	6.258	.000*
ปัจจัยด้านคุณภาพข้อมูล	.154	.040	.158	3.871	.000*
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	-.369	.056	-.328	-6.548	.000*
ปัจจัยด้านความดึงดูดใจ	.286	.048	.280	5.973	.000*
ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์	.269	.051	.229	5.299	.000*
ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	.422	.046	.408	9.218	.000*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ ปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูล ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านความพึงพอใจ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทั้งนี้จะพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\beta = .408$) จะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ($\beta = -.328$) ปัจจัยด้านความพึงพอใจ ($\beta = .280$) ปัจจัยด้านคุณภาพระบบ ($\beta = .238$) ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ($\beta = .229$) และปัจจัยด้านคุณภาพข้อมูล ($\beta = .158$)

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องพฤติกรรมและแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพเว็บไซต์ด้านกิจการนักศึกษา: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา เปรียบเทียบพฤติกรรม รวบรวมข้อมูลและแสดงผลความต้องการของผู้ใช้งานเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ฯ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานและตัวชี้วัดจากเว็บโอเมตริกซ์ ซึ่งจากการนำข้อมูลผู้ใช้งานเว็บไซต์โดยแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ 1. ข้อมูลผู้เข้าใช้เว็บไซต์จากเครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ Google Analytics และ 2. ข้อมูลผู้ใช้งานเว็บไซต์และทำแบบประเมินความพึงพอใจฯ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 432 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สรุป แยกประเภท หาค่าร้อยละ และจัดอันดับข้อมูลทางสถิติ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผู้เข้าใช้เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ช่วงอายุ 18–24 ปี เป็นนักศึกษา การออกแบบเว็บไซต์จึงควรออกแบบให้ใช้งานง่าย มีความน่าสนใจ เหมาะสมกับผู้ใช้งานและควรออกแบบเว็บไซต์ให้รองรับการใช้งานผ่านสมาร์ทโฟน (Responsive Web Design) และการทำงานผ่านเบราว์เซอร์ Chrome ซึ่งการเข้าใช้งานเว็บไซต์ส่วนใหญ่เป็นแบบ Organic Search โดยวัตถุประสงค์หลักที่เข้าใช้งานคือ เพื่อติดตามข่าวสาร ประชาสัมพันธ์และประกาศต่าง ๆ ดังนั้นเว็บไซต์จึงควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอและควรนำข้อมูลที่สำคัญหรือข้อมูลที่ต้องการประชาสัมพันธ์วางบนหน้าหลักของเว็บไซต์เนื่องจากหน้าเว็บไซต์ที่ผู้ใช้เข้าใช้งานและมีการรับชมมากที่สุดคือ หน้า Homepage เมนูที่นิยมและมีการเข้าใช้งานบ่อยที่สุดคือ ข่าวประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่ผู้ใช้สนใจ/ต้องการทราบข้อมูลมากที่สุดคือ กิจกรรมนักศึกษา โดยผู้ใช้งานเว็บไซต์ส่วนใหญ่มีการเข้าใช้งานเว็บไซต์ 2–3 วันครั้ง ในช่วงเวลา 9.01–12.00 น.

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านคุณภาพระบบ ด้านคุณภาพข้อมูล และด้านความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก จากผลการศึกษาการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ ปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูล ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านความพึงพอใจ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ ดังนั้นในการออกแบบเว็บไซต์จะต้องคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าว โดยจะพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์มากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรารักษ์จิต แสงเสตร (2560), อัครเดช ปิ่นสุข (2557) และ Amin และคณะ (2014) ที่พบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ดังนั้นการออกแบบเว็บไซต์จึงควรเน้นความเรียบง่ายเพื่อให้ผู้ใช้ใช้งานได้ง่ายแต่ยังคงต้องรักษาคุณภาพในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ คุณภาพระบบ การรับรู้ประโยชน์ คุณภาพข้อมูล เพราะล้วนแล้วแต่มีผลต่อความพึงพอใจ

ของผู้ใช้งานเว็บไซต์ทั้งสิ้น (บัญชา ปะสีละเตสัง, 2562; จินตวีร์ คล้ายสังข์, 2554; ประเวศน์ วงษ์คำชัย, 2552; กรรณิการ์ สวรรค์โพธิพันธ์, 2550; ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544) โดยเว็บไซต์ที่ดีประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการเรียนรู้ ประสิทธิภาพการใช้งาน ความสามารถในการจดจำ ข้อผิดพลาดจากการใช้งาน และความพึงพอใจของผู้ใช้ (กรรณิการ์ สวรรค์โพธิพันธ์, 2550)

การอภิปรายผล

ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าใช้งานพบว่า ผู้เข้าใช้ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงอาจเป็นเพราะประชากรในปัจจุบันมีอัตราส่วนของผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย ช่วงอายุของผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์ส่วนใหญ่คือ 18–24 ปี เป็นนักศึกษาอาจเป็นเพราะเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษาเป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านกิจการนักศึกษา ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการต่าง ๆ เกี่ยวกับกองกิจการนักศึกษา อาทิ ทุนการศึกษา สุขภาพนักศึกษา หอพักนักศึกษา เป็นต้น ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นข้อมูลที่นักศึกษาควรทราบสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจิตรา ด่วงทอง (2564) และ พัทธ์กษณ์ คมพุดชา (2561) ที่พบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี

ด้านพฤติกรรมสารสนเทศพบว่า ผู้ใช้มีการเข้าใช้เว็บไซต์ผ่านสมาร์ตโฟนเป็นหลักอาจเป็นเพราะสมาร์ตโฟนเป็นอุปกรณ์ที่มีขนาดเล็ก สามารถพกพาไปได้ทุกที่ ใช้งานได้รวดเร็ว สามารถเชื่อมต่อกับทุกกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ไม่จำเป็นจะต้องติดต่อดูหน้าจอ ฟังเพลง และอื่น ๆ ช่วยลดต้นทุนทั้งในด้านค่าใช้จ่ายและเวลา ช่วยอำนวยความสะดวกสบายให้กับชีวิตนอกจากนี้ยังมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการพัฒนาเว็บไซต์ในปัจจุบันจะต้องออกแบบให้รองรับการใช้งานผ่านสมาร์ตโฟน (Responsive Web Design) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศราวุฒิ ด้วงแก้ว และคณะ (2566) และนวล ศรวิวัฒน์ทรัพย์ (2560) ที่เน้นหลักการออกแบบเว็บไซต์ให้รองรับการแสดงผลบนอุปกรณ์อื่น ๆ ด้วยรูปแบบ Responsive Web พบว่าช่วยแก้ปัญหาการแสดงผลในหน้าเว็บเพจผ่านหน้าจอที่มีขนาดแตกต่างกันได้ ทำให้มองเห็นข้อมูลในหน้าเว็บได้อย่างถูกต้องครบถ้วน เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ง่ายต่อการใช้งาน เบราร์เซอร์ที่ใช้ผ่าน Google Chrome อาจเป็นเพราะสามารถโหลดหน้าเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว มีพื้นที่หน้าเว็บไซต์ขนาดใหญ่สะดวกสบายในการเชื่อมโยงเว็บเบราว์เซอร์กับบัญชีต่าง ๆ ของ Google ทำให้ง่ายต่อการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะณัฐ พรมสาร (2565) วราพรรณ อภิคุญะโชค (2564) และ อรปรียา คาแพง และคณะ (2560) พบว่าผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์ส่วนใหญ่เข้าใช้งานเว็บไซต์ผ่านสมาร์ตโฟน และเบราว์เซอร์ Google Chrome โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้เข้าใช้งานมากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก อาจเป็นเพราะเฟซบุ๊กยังคงเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด โดยในประเทศไทยมีผู้ใช้งานจำนวน 48.10 ล้านคนในช่วงต้นปี 2023 (อิริค พี, 2566)

ด้านพฤติกรรมการใช้งานพบว่า วัตถุประสงค์หลักที่เข้าใช้งานเว็บไซต์คือเพื่อติดตามข่าวสารประชาสัมพันธ์และประกาศต่าง ๆ อาจเป็นเพราะผู้ใช้เห็นว่าเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษา โดยหน้าเว็บไซต์ที่ผู้ใช้เข้าใช้งานและมีการรับชมมากที่สุดคือ หน้า Homepage อาจเป็นเพราะเป็นหน้าแรกและหน้าหลักที่รวมทุกเมนูหลักของเว็บไซต์ เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้นหรือผู้ที่ต้องการเข้ามาหาข้อมูลเกี่ยวกับกองกิจการนักศึกษา เมนูที่นิยมและมีการเข้าใช้งานบ่อยที่สุดคือ ข่าวประชาสัมพันธ์ อาจเป็นเพราะเมนูดังกล่าวมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ ข่าวสารที่ผู้ใช้สนใจ/ต้องการทราบข้อมูลมากที่สุดคือ กิจกรรมนักศึกษาอาจเป็นเพราะกองกิจการนักศึกษา มุ่งบริการ ส่งเสริมและพัฒนานักศึกษาให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยมหิดลจึงมีการจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยอย่างสม่ำเสมอ

ด้านความพึงพอใจของผู้เข้าใช้งานพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะเว็บไซต์ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์อาจเป็นเพราะผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์กองกิจการนักศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาซึ่งมีความสนใจในการรับข้อมูลข่าวสารที่

เกี่ยวกับนักศึกษา เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษาถือเป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านกิจการนักศึกษา เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์และกิจกรรมต่าง ๆ เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน ช่วยให้ผู้ใช้ทราบข้อมูลที่ต้องการและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

จากการศึกษาพฤติกรรมและแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพเว็บไซต์ด้านกิจการนักศึกษา: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ทำให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ การออกแบบเว็บไซต์ควรจะเน้นความเรียบง่ายแต่มีองค์ประกอบของข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนเพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างง่ายดายและได้ประโยชน์สูงสุด ควรออกแบบเว็บไซต์ที่ตอบสนองตามอุปกรณ์ (Responsive Web Design) เพื่อให้แสดงได้พอดีกับหน้าจอของอุปกรณ์ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นเดสก์ท็อป แท็บเล็ตหรือสมาร์ทโฟน ทำให้ผู้เข้าชมเห็นข้อมูลในหน้าเว็บได้อย่างถูกต้องครบถ้วน เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ง่ายต่อการใช้งาน การออกแบบการใช้งานสำหรับผู้ใช้ (UX) ในเว็บไซต์เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญดังนั้นจึงควรออกแบบการใช้งานของเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ควรวัดประสิทธิภาพของเว็บไซต์และ SEO อย่างสม่ำเสมอ

เอกสารอ้างอิง

- กรกฎ ผกาแก้ว และสิรินธร สิ้นจินดาวงศ์. (2566) การพัฒนาเว็บไซต์มาตรฐานอาจารย์มีอาชีพ มหาวิทยาลัยศรีปทุม (SPU-PSF). *วารสารวิชาการ ปชมท.* 12(3). 182 - 190.
- กรณิการ์ สวรรค์โพธิพันธ์. (2550). *ออกแบบเว็บไซต์ให้ผู้ใช้*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล. (2562, 17 มกราคม). *เว็บไซต์กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล*. กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล. <https://op.mahidol.ac.th/sa/>
- คัมภีร์ นิลแสง. (2565). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษา. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*. 7(2). 745-753.
- จินตวีร์ คล้ายสังข์. (2554). *หลักการออกแบบเว็บไซต์ทางการศึกษา:ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- ณรงค์ศักดิ์ จายางกูร. (2557). กระบวนการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการจัดอันดับมหาวิทยาลัยด้วยเว็บโอเมตริกซ์. *วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศ*, 10(1), 64-72.
- เดอะสแตนดาร์ดทีม. (2565, 24 สิงหาคม). *เปิดพฤติกรรมคนไทยกับการใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2565 ‘ข้าราชการ’ ชนชาติ*. The Standard. <https://thestandard.co/thailand-internet-usage-2022/>
- ธนภรณ์ สหกลจักร, อธิยุทธ อุไรทอง, ภูมิชาย สิมมาเคน, สิริวิทย์ วัชรภาพ และมนตรี พรรณรัตน์. (2566). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพเว็บไซต์บริการและความพึงพอใจของประชาชน. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 8(1), 229-238.
- ธนวัฒน์ เสริฐสุวรรณกุล. (2564). *รายงานการวิจัยการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้เว็บไซต์สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. https://lib.swu.ac.th/images/Documents/Aboutus/รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์_ธนวัฒน์_2564.pdf
- รัชชัย ศรีสุเทพ. (2544). *คัมภีร์ Web design: คู่มือออกแบบเว็บไซต์ฉบับมืออาชีพ* (วศิน เพิ่มทรัพย์, บ.ก.). โปรวิชั่น.
- ธัญธัช วิภาติภูมิประเทศ. (2562). สังคมวิทยาดิจิทัล: แนวคิดและการนำไปใช้. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 6(1), 43-55.
- นพพล ศรีวัฒนทรัพย์. (2560). การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้งานต่อเว็บไซต์ที่พัฒนาด้วยเทคนิคเรสปอนซิฟ. *วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 27(3), 511-522.
- บัญชา ปะสีละเตสัง. (2562). *สร้างเว็บไซต์แบบ Responsive ด้วย Bootstrap ร่วมกับ CSS และ JavaScript*.

ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ประเวศน์ วงษ์คำชัย. (2552). *หลักการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์*. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

ปรางค์ชิต แสงเสวตร. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์อินทราเน็ต กฟผ.* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปิยะณัฐ พรหมสาร. (2566). การศึกษาประสิทธิภาพเว็บไซต์หน่วยงานประกันคุณภาพการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ในการใช้งานเว็บไซต์. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 8(1), 43-56.

พิทักษ์พงษ์ คมพุดชา. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี*, 7(2), 270-282.

วรารพรรณ อภิคุณะโชค. (2564). ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพเว็บไซต์ของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 28(2), 530-562.

วิเศษศักดิ์ โคตรอาษา, เดชอนันต์ บุญพัน, กฤษณา บุตรปาละ, สุดาใจ โล่ห์วินิชชัย และเสรี หรั่งเจริญ. (2542). *เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้*. เอ็ดดูเคชั่น.

ศรารุณ ด้วงบัว, ไชยยา รักมิตร, พรเพ็ญ จุ้ยยานนท์ และชนัยกานต์ เปี่ยมสง่า. (2566). การพัฒนาเว็บไซต์สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 6(2), 68-85.

สมาน ลอยฟ้า. (2544). การประเมินเว็บไซต์. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 18(2), 1-9.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565, 23 สิงหาคม). *ETDA เผย Gen Y ทวงบัลลังก์ใช้เน็ตมากที่สุดเกือบ 8 ชั่วโมงต่อวัน ฮิตสุดดู live commerce* ข่าวราชการ-จนท. รัฐชนชาติทุกอาชีพ ใช้เน็ตเกือบ 12 ชั่วโมงต่อวัน. ETDA. <https://www.etda.or.th/th/pr-news/iub2022.aspx>

สุจิตรา ด้วงทอง. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. *วารสารการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย*, 8(2), 25-35.

สุปราณี วงษ์แสงจันทร์. (2559). การวัดประสิทธิภาพเว็บไซต์โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์เว็บเมตริกซ์.

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 10(3), 1-14.

แสงเดือน ผ่องพฒ. (2556). *บทความวิชาการเรื่อง สื่อสังคมออนไลน์: แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้* [จุลสาร].

สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. https://library.senate.go.th/document/Ext6685/6685991_0004.PDF

อรปรียา คำแพง, วันเฉลิม พูนใจสม และฉัณษา ตันติสันติสม. (2560). การศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของผู้เข้าชมเว็บไซต์มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยใช้ Google analytics. ใน *นวัตกรรมและเทคโนโลยีขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4* (น. 300-311). สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

อัครเดช ปิ่นสุข. (2557). *การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อิริค พี. (2566, 30 ตุลาคม). *โซเชียลมีเดียที่คนไทยใช้มากที่สุดปี 2023*. Motive Influence. <https://www.motiveinfluence.com/blog/marketing/โซเชียลมีเดียที่คนไทยใช้มากที่สุดปี-2023/547>

- แอดมิงค์. (2565, 26 สิงหาคม). *ETDA เปิดพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตคนไทย 2022 “คนกรุง” เสพเน็ตหนักวันละ 10 ชั่วโมง “E-health” ครองแชมป์กิจกรรมใช้มากที่สุด*. Brand Buffet. <https://www.brandbuffet.in.th/2022/08/etda-thailand-internet-user-behavior-2022/>
- แอดมิน. (2559, 22 กันยายน). *เว็บไซต์มีกี่ประเภท อะไรบ้าง*. Cmpodev. <http://www.cmpodev.com/blog/type-of-website.html/>
- ไอที 24 ชั่วโมง. (2565, 26 สิงหาคม). *ETDA เผยผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 2565 เผยคน Gen Y ใช้เน็ตมากที่สุด ข้าราชการครองแชมป์อาชีพใช้เน็ตเยอะสุด*. iT24Hrs. <https://www.it24hrs.com/2022/etda-survey-result-internet-behavior-2565/>
- Amin, M., Rezaei, S., & Abolghasemi, M. (2014). User satisfaction with mobile websites: The impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust. *Nankai Business Review International*, 5(3), 258-274.
- Kumar, L., Singh, H., & Kaur, R. (2012). Web analytics and metrics: a survey. In S. M. Thampi, E.-S. El-Afry, & J. Aguiar (Eds.), *Proceedings of the International Conference on Advances in Computing, Communications and Informatics* (pp. 966-971). ACM Digital Library. <https://doi.org/10.1145/2345396.2345552>