

รายงานวิจัย • ตุลาคม 2026

รายงานสถานะ ทราฟฟิก AI เทียบกับ Organic ปี 2026

สิ่งทีกว่า 16,000 เว็บไซต์เผยให้เห็นเกี่ยวกับคลิกจาก Google ที่หด
ตัว การเติบโตของทราฟฟิกจาก AI และใครเป็นผู้ส่งทราฟฟิกจริง ๆ

16,661

เว็บไซต์ Google
Search Console

3,949

เว็บไซต์ที่มี GA4
ทราฟฟิกจาก AI

15

อุตสาหกรรม
ที่เปรียบเทียบ

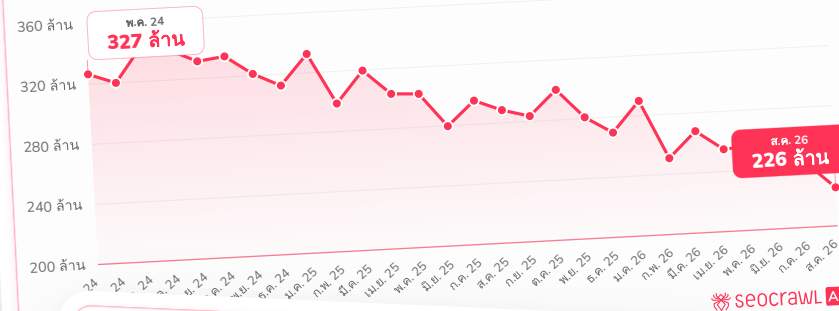
28

เดือนของข้อมูล
พ.ค. 2024 – ส.ค. 2026

David Kaufmann · CEO และผู้ร่วมก่อตั้ง SEOcrawl AI

คลิกจาก Google ยังลดลงต่อเนื่อง

คลิก Google organic รายเดือน (ล้าน) จาก 16,661 เว็บไซต์เดิม



ChatGPT ครองทราฟฟิกจาก AI

สัดส่วนทราฟฟิกที่ผู้ช่วย AI ส่งมายังเว็บไซต์ มี.ค.-ส.ค. 2026 (3,099 เว็บไซต์)



ChatGPT

83%

ปีก่อนอยู่ที่ 78%

G

Gemini

6%

↑ จาก 3%

P

Perplexity

5%

↑ จาก 13%

C

Claude

4%

↑ จาก 1%

C

Copilot

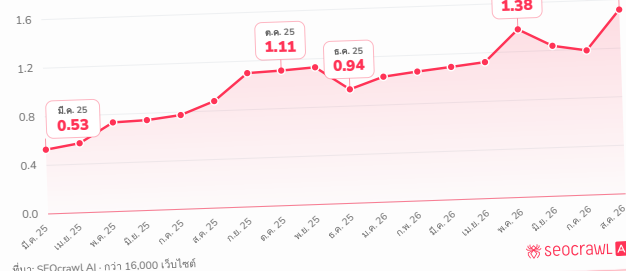
2%

↑ จาก 4%

ที่มา: SEOcrawl AI · กว่า 16,000 เว็บไซต์

AI รุกคืบ เทียบกับ organic

เซสชันจาก AI ต่อทุก 100 การเข้าชมจาก Google organic รายเดือน (3,099 เว็บไซต์)



ที่มา: SEOcrawl AI · กว่า 16,000 เว็บไซต์



สารจากผู้เขียน

AI กำลังแย่งกราฟฟิกของเราหรือไม่? เราตอบด้วยข้อมูล ไม่ใช่ความเห็น

หลายปีที่ผ่านมา ทุกบทสนทนาเรื่อง SEO เริ่มต้นที่ Google ในปี 2026 บทสนทนาส่วนใหญ่เริ่มด้วยคำถามอีกข้อ: AI กำลังแย่งกราฟฟิกของเราหรือไม่? ที่ SEOcrawl AI เรามีข้อมูลที่จะตอบคำถามนี้ด้วยข้อเท็จจริง คือ Google Search Console และ Google Analytics 4 จากกว่า 16,000 เว็บไซต์ เราจึงลงมือทำ

คำตอบซับซ้อนกว่าพาดหัวข่าว AI ยังไม่ได้กินกราฟฟิก: ส่งการเข้าชมมาราวหนึ่งครั้งต่อทุกร้อยครั้งที่ Google ส่งมา แต่ Google ส่งคลิกน้อยลงทุกเดือน และช่องทาง AI เติบโตเร็วกว่าช่องทางอื่นใด กราฟฟิกส่วนหนึ่งไม่ได้ถูกบันทึกว่าเป็น AI ด้วยซ้ำ

รายงานนี้จัดทำสำหรับทีม SEO และการตลาดที่ต้องการตัดสินใจด้วยตัวเลขจริง นำไปใช้ แชร์ต่อ และหากคุณอยากเห็นตัวเลขเหล่านี้ของเว็บไซต์ตัวเอง เขียนมาหาผมได้เลย

David Kaufmann

CEO และผู้ร่วมก่อตั้ง SEOcrawl AI

อีเมล info@seocrawl.com **LINKEDIN** linkedin.com/in/david-kaufmann-79a5b72b

X [@Davidkaufmann16](https://twitter.com/Davidkaufmann16) **เว็บไซต์** seocrawl.ai

0	บทสรุปผู้บริหารและวิธีที่เราวัด	4
1	การค้นหาออร์แกนิกบน Google	6
2	ทราฟฟิกที่มาจาก AI	10
3	ผู้ช่วยตัวไหนส่งทราฟฟิก	16
4	แยกที่ละอุตสาหกรรม	20
5	ทราฟฟิกที่ไม่มีใครนับ	27
6	สิ่งที่ต้องทำต่อไป	28
A	ภาคผนวก: ข้อมูล	29

เกี่ยวกับรายงานนี้ ตัวเลขทุกตัวมาจากข้อมูลจริงของ Google Search Console และ Google Analytics 4 แบบรวมและไม่ระบุตัวตน จากเว็บไซต์ที่เชื่อมต่อกับ SEOcrawl AI ซึ่งเจ้าของอนุญาตให้วิเคราะห์แบบไม่ระบุตัวตน ไม่มีเว็บไซต์ใดที่สามารถระบุตัวได้ และไม่มีตัวเลขใดอ้างอิงจากเว็บไซต์น้อยกว่าสิบแห่ง กราฟสามารถนำไปใช้ซ้ำได้ โดยระบุแหล่งที่มาและใส่ลิงก์ไปยัง seocrawl.ai/blog/ai-traffic-vs-organic-search-study

ทราฟฟิกจาก AI เติบโตเร็ว แต่ยังไม่ได้เข้ามาแทนที่ Google

- 1 **คลิก Google organic ลดลง 15%** เมื่อเทียบกับปีก่อน จาก 16,661 เว็บไซต์ เว็บไซต์คำมีฐานเสียไป 20% และ 69% ของเว็บไซต์มีคลิกลดลง
- 2 **การลดลงกำลังแรงตัว:** จาก -7.5% เมื่อเทียบกับปีก่อนในเดือนพฤษภาคม 2025 เป็น -21.8% ในเดือนสิงหาคม 2026
- 3 **เซสชันที่มาจาก AI เติบโตราว 45%** (41% ในกลุ่มตัวอย่างแบบเข้มงวด 3,099 เว็บไซต์)
- 4 **AI ยังเล็กน้อย:** 1.25 การเข้าชมจาก AI ต่อ 100 การเข้าชมจาก Google organic เพิ่มขึ้นจาก 0.70 เมื่อหนึ่งปีก่อน (1.52 ในเดือนสิงหาคม 2026)
- 5 **ChatGPT ส่ง 83% ของทราฟฟิกจาก AI** Claude (×6.6) และ Gemini (×2.8) เติบโตเร็วที่สุด ส่วน Perplexity ลดลงครึ่งหนึ่ง
- 6 **งาน SaaS และการศึกษาเสียคลิกจาก Google มากที่สุด** ส่วนท่องเที่ยว (+120%) และอีคอมเมิร์ซ (+54%) มีทราฟฟิกจาก AI เติบโตเร็วที่สุด

AI เทียบกับ Google: 4 ตัวเลข

สิ่งทีกว่า 16,000 เว็บไซต์บอกเราเกี่ยวกับการค้นหาในปี 2026

-15%

คลิก Google organic
เทียบกับปีก่อน

+45%

เซสชันที่มาจาก AI
เทียบกับปีก่อน

1.25

การเข้าชมจาก AI ต่อทุก
100 การเข้าชมจาก Google

83%

ของทราฟฟิกจาก AI
มาจาก ChatGPT

ที่มา: SEOcrawl AI · กว่า 16,000 เว็บไซต์

 seocrawl AI

“พาดหัวที่ง่ายที่สุดคือ AI กำลังกินทราฟฟิกไปแล้ว ซึ่งยังไม่จริง สิ่งที่สำคัญคือความเร็ว และด้วยอัตรานี้ การเตรียมพร้อมสำหรับการค้นหาด้วย AI ไม่ใช่ทางเลือกอีกต่อไป”

David Kaufmann, CEO และผู้ร่วมก่อตั้ง SEOcrawl AI

วิธีที่เราวัด

ข้อมูลจริงจากเว็บไซต์จริง ไม่ใช่แบบสำรวจ

Google organic: คลิกและอิมเพรสชันจาก Search Console ระดับพรีอเพอร์ดี ทุกประเทศและทุกอุปกรณ์ พฤษภาคม 2024 – สิงหาคม 2026 (28 เดือน)

กราฟฟิคที่มาจาก AI: เซสชัน GA4 ที่มีแหล่งที่มาเป็น โดเมนของผู้ช่วย AI (chatgpt.com, gemini.google.com, perplexity.ai, claude.ai, copilot.microsoft.com และอื่น ๆ) มีนาคม 2025 – สิงหาคม 2026 ไม่รวมสื่อแบบชำระเงิน

ช่วงเวลาเปรียบเทียบ: Google ก.ย. 2025 – ส.ค. 2026 เทียบกับ 12 เดือนก่อนหน้านี้ AI มี.ค. – ส.ค. 2026 เทียบกับ มี.ค. – ส.ค. 2025

ทำไมใช้ค่ามัธยฐาน: เว็บไซต์ 1% แรกสร้างคลิกราว 70% ของทั้งหมด ตัวเลขรายอุตสาหกรรมและตามขนาดจึงใช้เว็บไซต์ค่ามัธยฐาน และเผยแพร่เฉพาะกลุ่มที่มีเว็บไซต์ 25 แห่งขึ้นไป

วิธีที่เราวัด: ข้อมูลจริง ไม่ใช่แบบสำรวจ

ข้อมูล Search Console และ GA4 แบบรวมและไม่ระบุตัวตนจากเว็บไซต์ที่เชื่อมต่อกับ SEOcrawl AI



ที่มา: SEOcrawl AI · กว่า 16,000 เว็บไซต์

seocrawl AI

1.

การค้นหาออร์แกนิกบน Google

จาก 16,661 เว็บไซต์เดิม Google ส่งคลิกลดลงทุกเดือน และช่องว่างเมื่อเทียบกับปีก่อนยังกว้างขึ้นเรื่อย ๆ

-15.0%

คลิกจาก Google ทั้งหมด เทียบปีต่อปี

-20.1%

การเปลี่ยนแปลงของเว็บไซต์ค่ามัธยฐาน

69%

ของเว็บไซต์เสียคลิกจาก Google

1 • การค้นหาออร์แกนิกบน GOOGLE

Google ส่งคลิกน้อยกว่าปีก่อน 15%

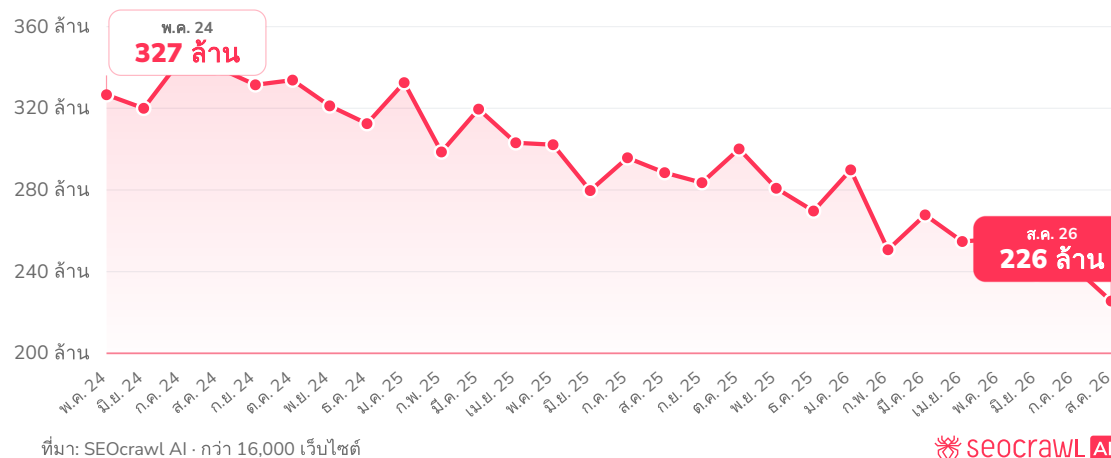
คลิก Google organic ลดลงจาก **3.72 พันล้าน** (ก.ย. 2024 – ส.ค. 2025) เหลือ **3.16 พันล้าน** (ก.ย. 2025 – ส.ค. 2026) หรือน้อยลง 559 ล้านคลิก

คำมัยฐานแย้งว่าตัวเลขรวม ตัวเลขรวมถูกพุงไว้ด้วยเว็บไซต์ขนาดใหญ่ที่สุด เว็บไซต์ทั่วไปจึงเสียคลิกจาก Google ไปหนึ่งในห้า ตั้งแต่พฤษภาคม 2024 ถึงสิงหาคม 2026 คลิกรายเดือนของกลุ่มตัวอย่างลดลง 31%

ประเด็นสำคัญ: ฤดูกาลอธิบายเรื่องนี้ไม่ได้ เมื่อเทียบสิงหาคมกับสิงหาคม คลิกลดลง 21.8%

คลิกจาก Google ยังลดลงต่อเนื่อง

คลิก Google organic รายเดือน (ล้าน) จาก 16,661 เว็บไซต์เดิม



1 · การค้นหาออร์แกนิกบน GOOGLE

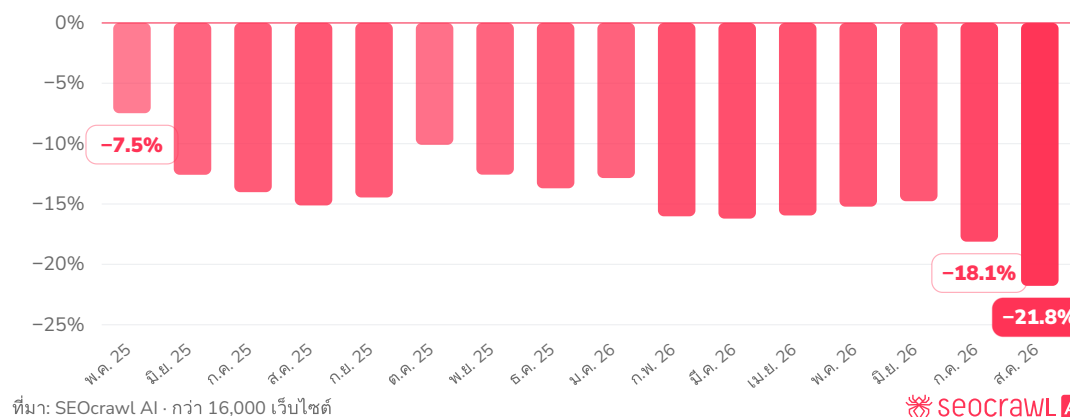
การลดลงกำลังแรงตัว ไม่ได้ ทรงตัว

ทุกเดือนตั้งแต่พฤษภาคม 2025 ต่ำกว่าเดือนเดียวกันของปีก่อน ช่องว่างอยู่ในระดับหลักเดียวช่วงฤดูใบไม้ผลิ 2025 (-7.5% ในเดือนพฤษภาคม) อยู่ระหว่าง -10% ถึง -16% ตลอดฤดูหนาว แล้วกว้างขึ้นอีกครั้ง: **-18.1% ในเดือนกรกฎาคม** และ **-21.8% ในเดือนสิงหาคม 2026** ซึ่งเป็นการลดลงที่รุนแรงที่สุดในชุดข้อมูล

รูปแบบนี้สอดคล้องกับโลกที่การค้นหาจำนวนมากขึ้นได้
รับคำตอบบนหน้าผลการค้นหาเลย ทั้งใน AI Overviews, AI
Mode และผลการค้นหาแบบ Rich Results อื่น ๆ

การลดลงของ organic กำลังแรงตัว

การเปลี่ยนแปลงของคลิกจาก Google เมื่อเทียบกับปีก่อน รายเดือน จาก 16,661 เว็บไซต์เดิม



1 • การค้นหาออร์แกนิกบน GOOGLE

การมองเห็นยังคงอยู่ แต่คลิกไม่

อิมเพรสชันรวมแทบไม่เปลี่ยนเมื่อเทียบกับต่อปี (+0.4%) ขณะที่คลิกลดลง 15% เว็บไซต์ยังถูกแสดงอยู่ แต่ถูกคลิกน้อยลง

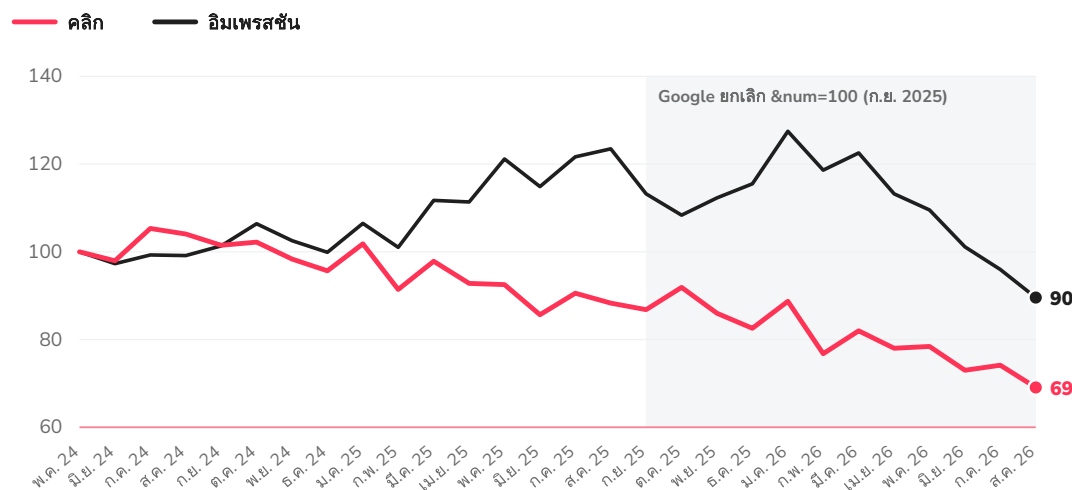
อิมเพรสชันเพิ่มขึ้นเกือบตลอดปี 2025 ขณะที่คลิกค่อย ๆ ลดลง ซึ่งเป็นสัญญาณคลาสสิกของอัตราการคลิกที่ถูกบีบตั้งแต่กันยายน 2025 การที่ Google ยกเลิกพารามิเตอร์ 100 ผลลัพธ์ทำให้อิมเพรสชันที่รายงานลดลงทั้งอุตสาหกรรม ส่วนที่แรงงาในกราฟจึงเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านการวัดเป็นหลัก

✓ สิ่งที่ต้องทำ

- ☐ ใช้คลิก ไม่ใช่อิมเพรสชัน เป็นตัวชี้วัดสุขภาพของ organic
- ☐ เปรียบเทียบแต่ละเดือนกับเดือนเดียวกันของปีก่อน
- ☐ ตรวจสอบคำค้นหาที่เสียคลิกแต่ยังรักษาอิมเพรสชันไว้ได้ เพราะคำค้นหาเหล่านั้นกำลังได้รับคำตอบบนหน้าผลการค้นหา

การมองเห็นยังคงอยู่ แต่คลิกไม่

ดัชนี พฤษภาคม 2024 = 100, 16,661 เว็บไซต์เดิม



ที่มา: SEOcrawl AI • กว่า 16,000 เว็บไซต์

seocrawl AI

2.

กราฟฟิคที่มาจาก AI

ผู้ช่วย AI เป็นแหล่งการเข้าชมเว็บไซต์ที่เติบโตเร็วที่สุด เมื่อวัดจากเว็บไซต์จริง
ยังส่งการเข้าชมมาราวหนึ่งครั้งต่อทุกร้อยครั้งจาก Google

+44.6%

เซสชันที่มาจาก AI เทียบปีต่อปี

1.25

การเข้าชมจาก AI ต่อ 100 การเข้าชมจาก
Google organic

0.36%

ของเซสชันทั้งหมดของเว็บไซต์

2 · ทราฟฟิกที่มาจาก AI

ทราฟฟิก organic ลดลง ทราฟฟิกจาก AI เพิ่มขึ้น

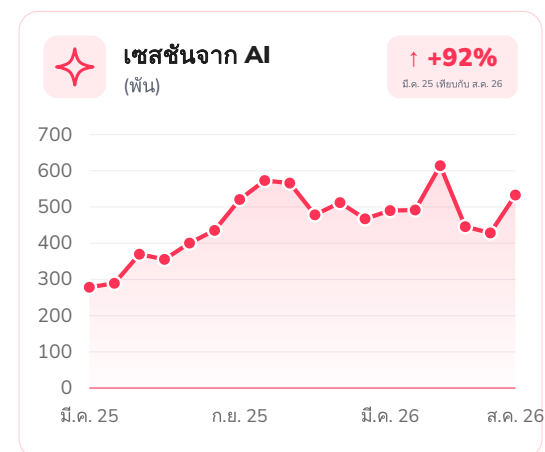
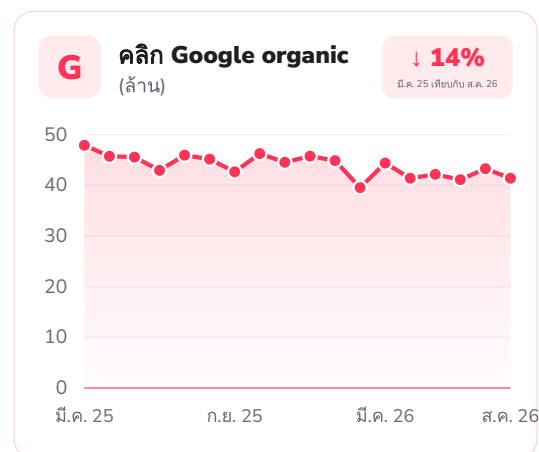
ใน 3,099 เว็บไซต์เดิมที่มีประวัติ GA4 ครบถ้วน คลิก Google organic ลดลง 14% ระหว่างมีนาคม 2025 ถึง สิงหาคม 2026 ขณะที่เซสชันที่มาจาก AI เติบโต 92%

เมื่อเทียบกับปีต่อไป (มี.ค. – ส.ค. 2026 เทียบกับ 2025) เซสชันจาก AI เติบโต **44.6%** ในชุดข้อมูล 3,949 เว็บไซต์ และ **41.1%** ในกลุ่มตัวอย่างแบบเข้มงวด: จาก 2.13 ล้านเป็น 3.00 ล้านเซสชัน

ไม่ใช่ทุกคนที่ได้ประโยชน์: เซสชันจาก AI เติบโตใน 57.6% ของเว็บไซต์ สี่ในสิบแห่งมีทราฟฟิกจาก AI คงที่หรือลดลง

ทราฟฟิก organic ลดลง ทราฟฟิกจาก AI เพิ่มขึ้น

คลิก Google organic และเซสชันจาก AI รายเดือน (3,099 เว็บไซต์เดิม)



ที่มา: SEOcrawl AI · กว่า 16,000 เว็บไซต์

seocrawl AI

2 · ทราฟฟิกที่มาจาก AI

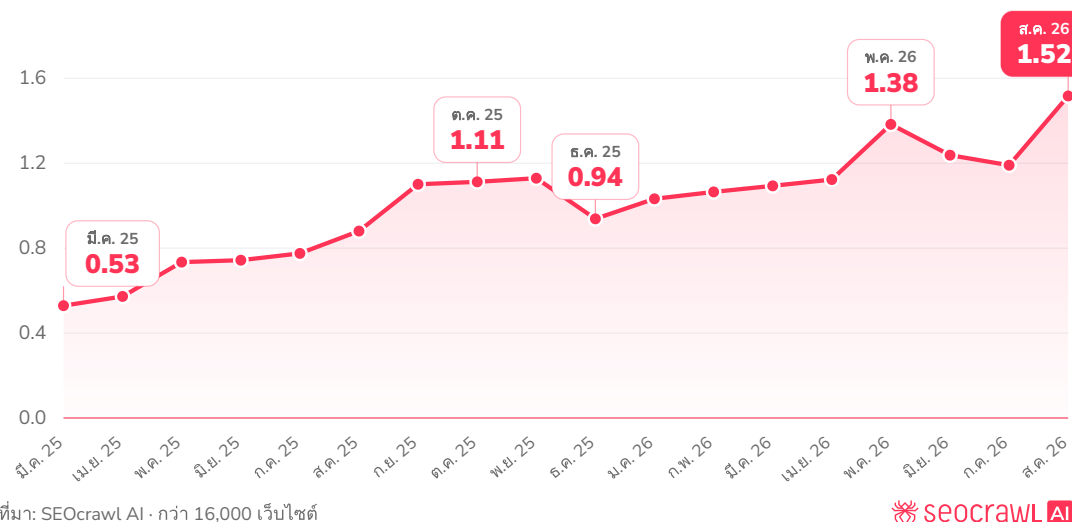
ราว 1 การเข้าชมจาก AI ต่อ ทุก 100 จาก Google

ทุก 100 เซสชันที่มาจาก Google organic search ผู้ช่วย AI ส่งมาแล้ว **1.25** เซสชัน (มี.ค. – ส.ค. 2026) เพิ่มขึ้นจาก 0.70 เมื่อหนึ่งปีก่อน ในเดือนสิงหาคม 2026 อัตราส่วนนี้แตะ **1.52**

การเติบโตไม่ได้เป็นเส้นตรง: ทราฟฟิกจาก AI เพิ่มขึ้นเร็วตลอดฤดูใบไม้ร่วง 2025 ทรงตัวระหว่างพฤศจิกายนถึงเมษายน และเพิ่มขึ้นอีกครั้งตั้งแต่พฤษภาคม 2026

AI รุกคืบ เทียบกับ organic

เซสชันจาก AI ต่อทุก 100 การเข้าชมจาก Google organic รายเดือน (3,099 เว็บไซต์)



2 · ทราฟฟิกที่มาจาก AI

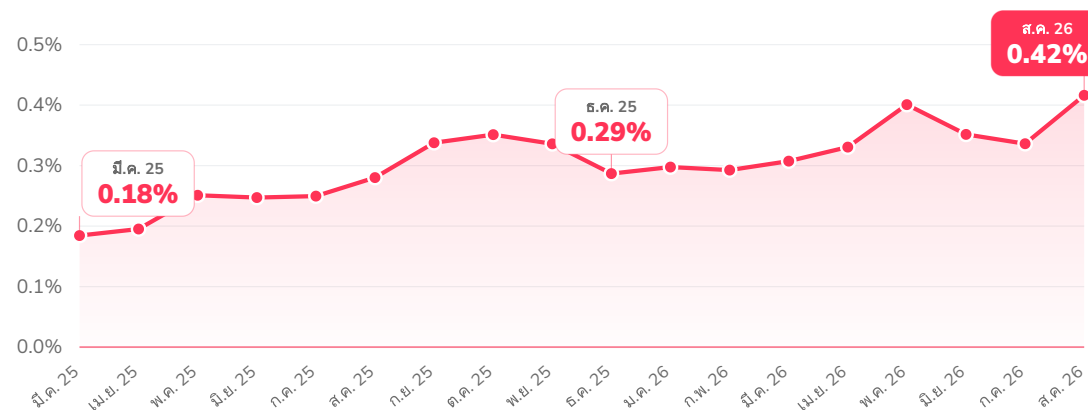
ช่องทางที่เติบโตเร็ว จากฐานที่เล็กมาก

ในแง่สัดส่วนของเซสชันทั้งหมดของเว็บไซต์ AI เพิ่มขึ้นจาก 0.23% (มี.ค. – ส.ค. 2025) เป็น 0.36% (มี.ค. – ส.ค. 2026) และแตะ 0.42% ในเดือนสิงหาคม 2026 ซึ่งยังต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของหนึ่งเปอร์เซ็นต์ของการเข้าชมทั้งหมด

เพื่อให้เห็นภาพ: Google organic ยังส่งการเข้าชมมากกว่าผู้ช่วย AI ทั้งหมดรวมกันราว 80 เท่า

AI ยังต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของ 1% ของการเข้าชมทั้งหมด

สัดส่วนเซสชันที่มาจาก AI ในเซสชันทั้งหมดของเว็บไซต์ รายเดือน (3,099 เว็บไซต์)



ที่มา: SEOcrawl AI · กว่า 16,000 เว็บไซต์

seocrawl AI

2 · ทราฟฟิกที่มาจาก AI

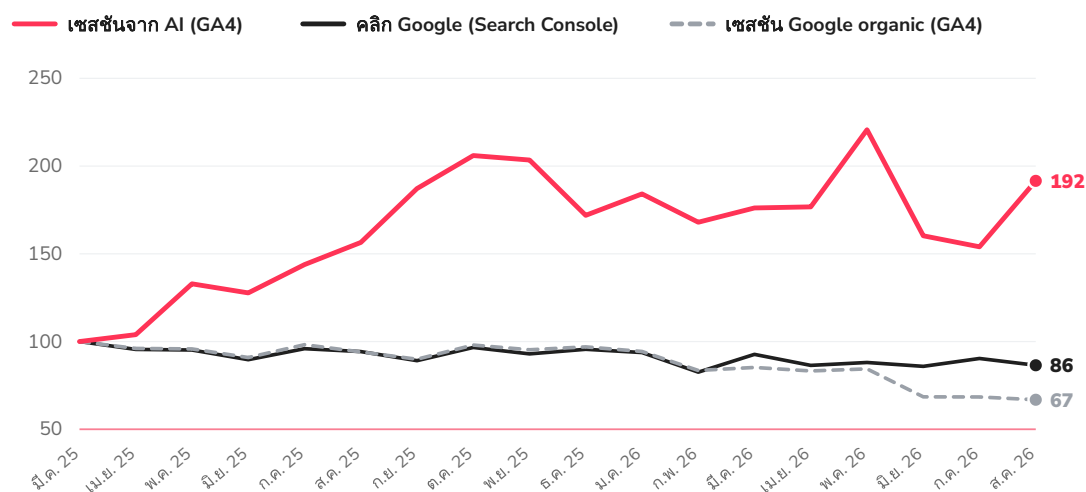
AI เพิ่มขึ้น ขณะที่ Google หดตัว

เมื่อเทียบดัชนีกับมีนาคม 2025 เซสชันที่มาจาก AI เพิ่มขึ้น เกือบเท่าตัว (ดัชนี 192 ในเดือนสิงหาคม 2026) ในช่วง เดียวกัน เซสชัน GA4 จาก Google organic ลดลงเหลือ 67 และคลิกใน Search Console เหลือ 86

เส้นกราฟอยู่บนสเกลที่ต่างกันมาก: ราว 0.5 ล้านเซสชันจาก AI ต่อเดือนในกลุ่มตัวอย่างนี้ เทียบกับ 35-50 ล้านจาก Google การเพิ่มตัวเลขเล็กๆ เป็นสองเท่ายังชัดเจนการลดลงของตัวเลขที่ใหญ่มากไม่ได้

AI เพิ่มขึ้น ขณะที่ Google หดตัว

ดัชนี มีนาคม 2025 = 100, 3,099 เว็บไซต์เดิม



ที่มา: SEOcrawl AI · กว่า 16,000 เว็บไซต์

seocrawl AI

2 · ทราฟฟิกที่มาจาก AI

แนวโน้มเดียวกัน ไม่ว่าจะวัดแบบใด

เนื่องจากตัวเลข GA4 เปลี่ยนเมื่อเว็บไซต์รับการติดตามผล เราจึงตรวจสอบอัตราส่วนนี้สามแบบ

ตัวชี้วัด	2025	2026
AI ต่อ 100 GA4 Google organic (3,099)	0.70	1.25
แบบเดียวกัน เฉพาะเว็บไซต์ใหญ่ (1,193)	0.68	1.21
AI ต่อ 100 คลิกใน Search Console	0.78	1.18

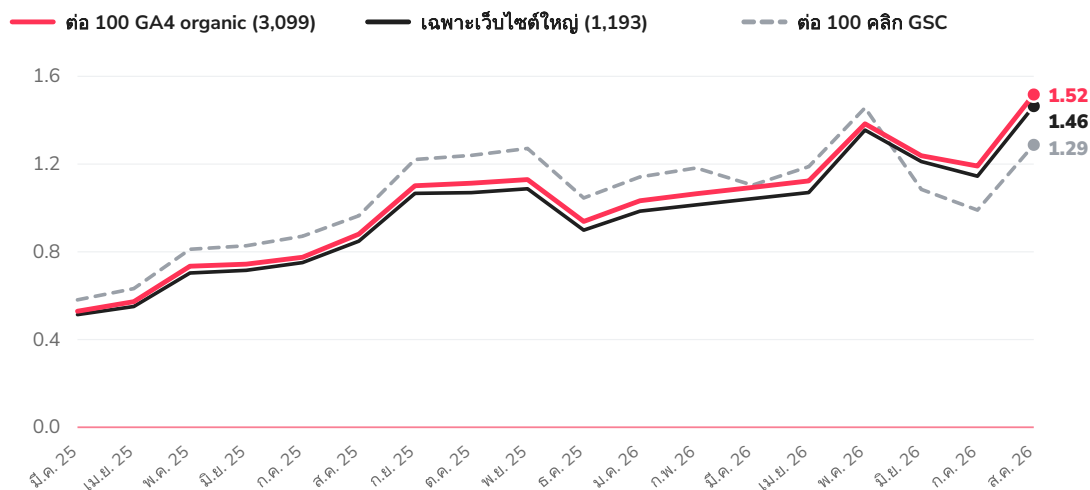
มี.ค. – ส.ค. ของแต่ละปี ไม่ว่าแบบใด AI เพิ่มขึ้นราวเท่าตัวเมื่อเทียบกับ Google ภายใน 18 เดือน และยังอยู่ใกล้ระดับ 1 การเข้าชมต่อ 100

✓ สิ่งที่ต้องทำ

- ☐ แยกเซสชัน GA4 จากโดเมนของผู้ช่วย AI ตามผู้ช่วยแต่ละตัว
- ☐ เปรียบกับ Google organic ทุกเดือน อัตราส่วนนี้คือค่าฐานของคุณ
- ☐ สังเกตทราฟฟิกจากแอปที่เข้ามาเป็น direct: อิทธิพลจริงของ AI สูงกว่านั้น

แนวโน้มเดียวกัน ไม่ว่าจะวัดแบบใด

เซสชันจาก AI ต่อ 100 การเข้าชมจาก Google วัดสามแบบ



ที่มา: SEOcrawl AI · กว่า 16,000 เว็บไซต์

seocrawl AI

3.

ผู้ช่วยตัวไหนส่งกราฟฟิก

กราฟฟิกจาก AI กระจุกตัวมากกว่าที่การค้นหาเคยเป็น และอันดับของผู้ทำซิงยังเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด

83.3%

ของกราฟฟิกจาก AI มาจาก ChatGPT

×6.6

การเติบโตของกราฟฟิกจาก Claude

–50%

กราฟฟิกจาก Perplexity เทียบปีต่อปี

3 - ผู้ช่วยตัวไหนส่งกราฟฟิก

ChatGPT ส่ง 83% ของกราฟฟิกจาก AI

ในช่วง มี.ค. – ส.ค. 2026 ChatGPT คิดเป็น **83.3%** ของเซสชันที่มาจาก AI ตามด้วย Gemini (6.0%), Perplexity (4.7%), Claude (3.7%) และ Copilot (2.1%) เฉพาะเดือนสิงหาคม 2026 สัดส่วนของ ChatGPT เติบโต 91%

สำหรับแบรนด์ การมองเห็นในช่องทาง AI วันนี้ถูกตัดสินภายในผลิตภัณฑ์เดียวเป็นส่วนใหญ่

ChatGPT ครองกราฟฟิกจาก AI

สัดส่วนกราฟฟิกที่ผู้ช่วย AI ส่งมายังเว็บไซต์ มี.ค.–ส.ค. 2026 (3,099 เว็บไซต์)



ChatGPT

83%

ปีก่อนอยู่ที่ 78%



G

Gemini

6%

↑ จาก 3%



P

Perplexity

5%

↓ จาก 13%

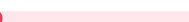


C

Claude

4%

↑ จาก 1%

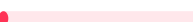


C

Copilot

2%

↓ จาก 4%



ที่มา: SEOcrawl AI - กว่า 16,000 เว็บไซต์

seocrawl AI

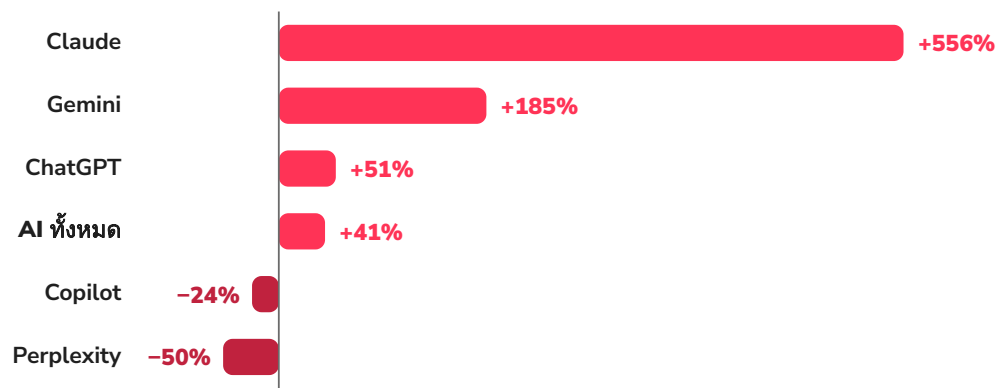
3 - ผู้ช่วยตัวไหนส่งกราฟฟิก

Claude และ Gemini เติบโตเร็วที่สุด Perplexity ลดลงครึ่งหนึ่ง

กราฟฟิกจาก Claude เติบโต 6.6 เท่า (จาก 0.8% เป็น 3.7% ของกราฟฟิกจาก AI) และ Gemini เกือบสามเท่า (จาก 3.0% เป็น 6.0%) ChatGPT เติบโต 51% เร็วกว่าช่องทางโดยรวม กราฟฟิกจาก Perplexity ลดลงครึ่งหนึ่งและสัดส่วนลดลงจาก 13.1% เหลือ 4.7% ส่วน Copilot ลดลง 24%

Claude และ Gemini เติบโตเร็วที่สุด

การเปลี่ยนแปลงของเซสชันที่มาจาก AI แยกตามผู้ช่วย มี.ค.-ส.ค. 2026 เทียบกับ มี.ค.-ส.ค. 2025



ที่มา: SEOcrawl AI - กว่า 16,000 เว็บไซต์

seocrawl AI

3 - ผู้ช่วยตัวไหนสงทราฟฟิก

สัดส่วน AI รายเดือน

เมื่อดูรายเดือน สัดส่วนของ ChatGPT ในทราฟฟิกจาก AI เพิ่มขึ้นจาก 78% ในเดือนมีนาคม 2025 เป็น 91% ในเดือนสิงหาคม 2026 Perplexity ไปในทิศทางตรงกันข้าม จาก 18% เหลือ 2%

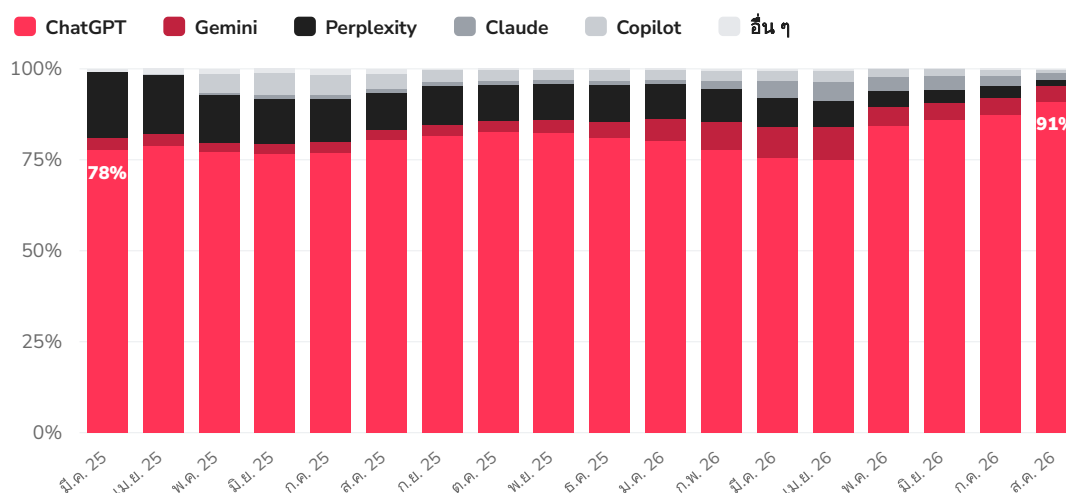
Claude และ Gemini ยังเล็กแต่กำลังเพิ่มขึ้น และลำดับของผู้ทำซิงเปลี่ยนไปหลายครั้งใน 18 เดือน

✓ สิ่งที่ต้องทำ

- ☐ ปรับแต่งสำหรับ ChatGPT ก่อน: 83% ของการเข้าชมจาก AI เริ่มต้นที่นั่น
- ☐ ติดตาม Gemini และ Claude ด้วย เพราะเติบโตเร็วที่สุด
- ☐ ตรวจสอบสัดส่วนใหม่ทุกไตรมาส เพราะเปลี่ยนไปหลายครั้งใน 18 เดือน

สัดส่วน AI รายเดือน

สัดส่วนเซสชันที่มาจาก AI แยกตามผู้ช่วย (3,099 เว็บไซต์)



ที่มา: SEOcrawl AI - กว่า 16,000 เว็บไซต์

seocrawl AI

4.

แยกทีละอุตสาหกรรม

เราจัดกลุ่มเว็บไซต์ที่ใหญ่ที่สุด 6,700 แห่ง ซึ่งคิดเป็น 99% ของคลิกทั้งหมด เป็น 15 อุตสาหกรรม แล้วเปรียบเทียบเว็บไซต์ค้ำยฐานของแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อไม่ให้เว็บไซต์ขนาดใหญ่แห่งเดียวบิดเบือนผลลัพธ์

-38%

คลิกจาก Google เว็บไซต์งานค้ำยฐาน

+120%

ทราฟฟิกจาก AI เว็บไซต์ท่องเที่ยวค้ำยฐาน

2.68

การเข้าชมจาก AI ต่อ 100 จาก Google การศึกษา

4 • แยกทีละอุตสาหกรรม

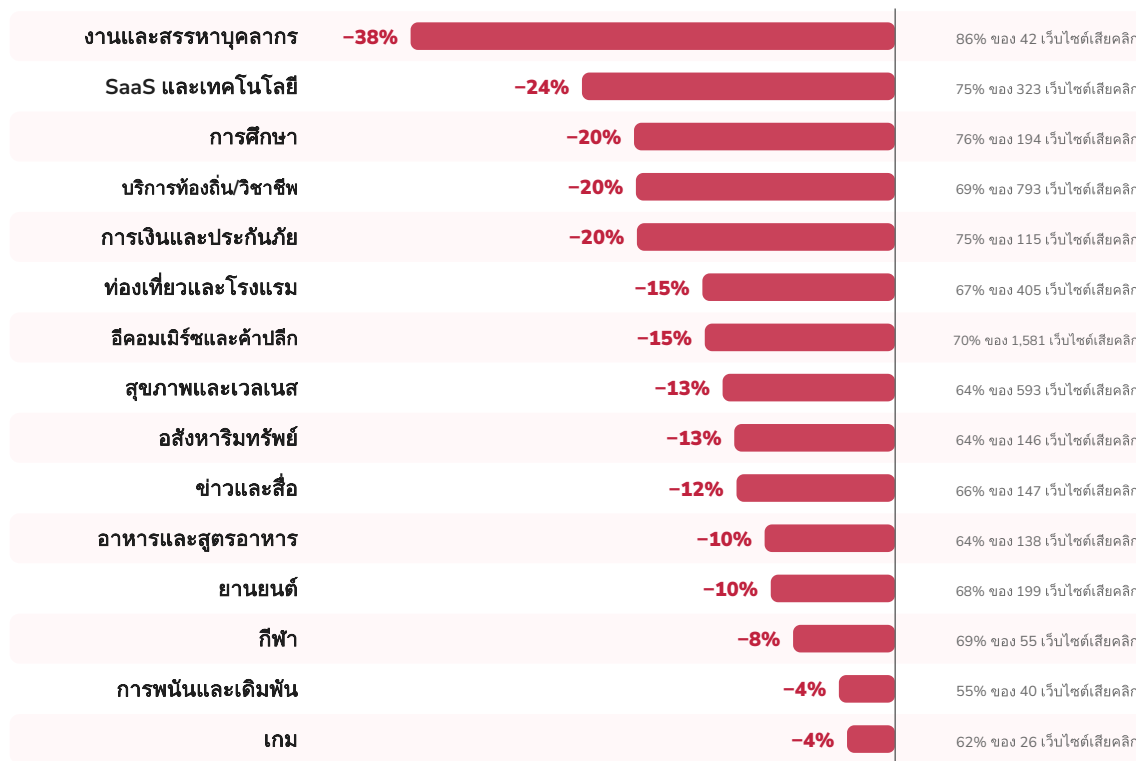
งาน SaaS และการศึกษา ได้รับผลกระทบจาก Google มากที่สุด

ทุกอุตสาหกรรมเสียคลิกจาก Google แต่ไม่เท่ากัน เว็บไซต์คำมัญฐานในกลุ่มงานและการสรรหาบุคลากร เสียไป **38%** และ 86% ของเว็บไซต์กลุ่มนี้มีคลิกลดลง **SaaS และเทคโนโลยี** เสียไป 24% การศึกษา บริการท่องเที่ยว และการเงินราว 20% เกม การพนัน และกีฬา เสียไปเพียง 4–8%

อุตสาหกรรมที่สร้างขึ้นบนคำค้นหาเชิงข้อมูล เช่น “วิธีทำ” คำนิยาม การเปรียบเทียบ คำถามด้านอาชีพ คือ อุตสาหกรรมที่ Google และ AI ตอบโดยตรงแล้วในตอนนี้ ส่วนที่ผู้คนต้องการเล่น วางเดิมพัน ติดตามการแข่งขัน หรือซื้อสินค้า คลิกยังอยู่รอด

คลิกจาก Google แยกตามอุตสาหกรรม

การเปลี่ยนแปลงคำมัญฐานของคลิก Google organic ต่อเว็บไซต์ ก.ย. 2025–ส.ค. 2026 เทียบกับปีก่อน



ที่มา: SEOcrawl AI • กว่า 16,000 เว็บไซต์

seocrawl AI

4 • แยกที่ละอุตสาหกรรม

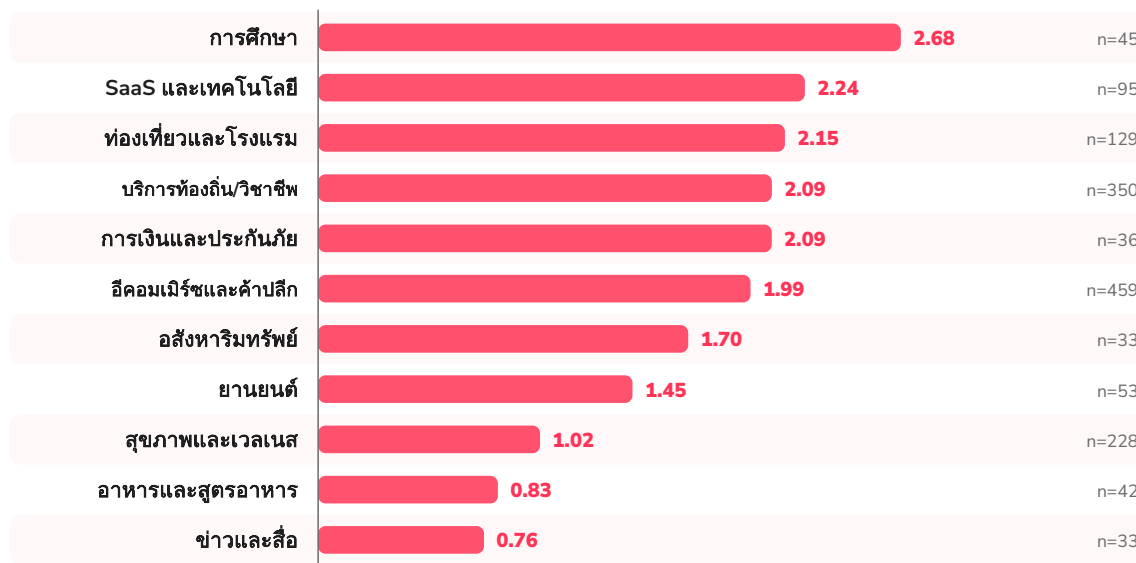
การศึกษา SaaS และท่องเที่ยวได้ทราฟฟิกจาก AI มากที่สุด

เมื่อเทียบกับทราฟฟิกจาก Google เว็บไซต์การศึกษาได้รับการเข้าชมจาก AI มากที่สุด: **2.68 ต่อ 100** การเข้าชมจาก **Google organic** ที่เว็บไซต์คำมัธฐาน เทียบกับ 1.71 จากทุกเว็บไซต์ที่จัดกลุ่มแล้ว

ตามด้วย **SaaS และเทคโนโลยี (2.24)** ท่องเที่ยว (**2.15**) บริการท้องถิ่นและการเงิน (**2.09**) และอีคอมเมิร์ซ (**1.99**) ส่วนข่าว (**0.76**) อาหาร (**0.83**) และสุขภาพ (**1.02**) ได้รับน้อยที่สุด

ใครได้ทราฟฟิกจาก AI มากที่สุด

คำมัธฐานเซสชันจาก AI ต่อ 100 เซสชันจาก Google organic ต่อเว็บไซต์ มี.ค.-ส.ค. 2026



ที่มา: SEOcrawl AI • กว่า 16,000 เว็บไซต์

seocrawl AI

4 • แยกทีละอุตสาหกรรม

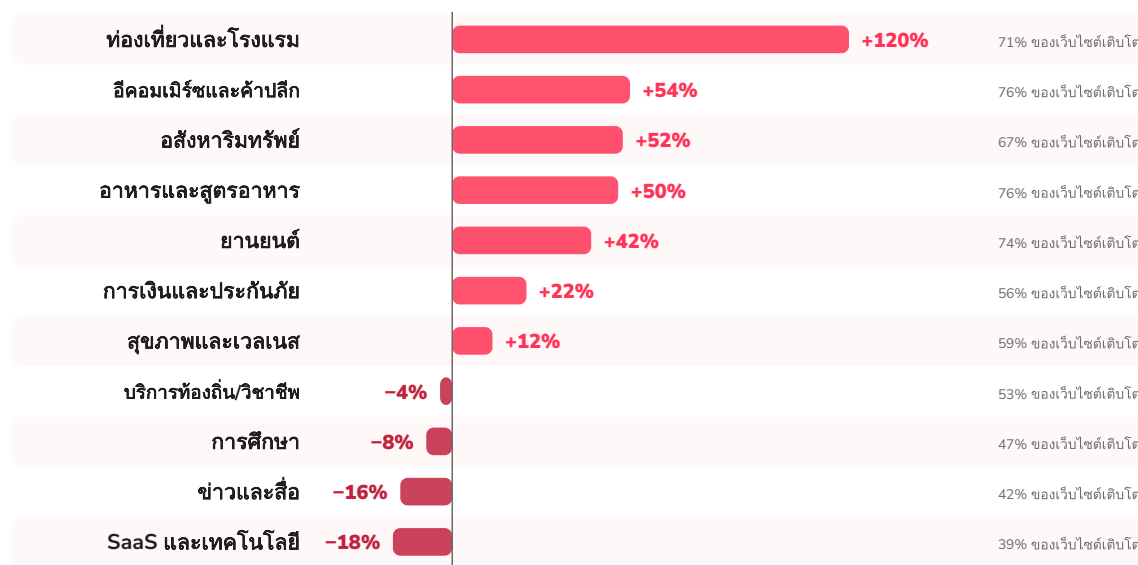
การเติบโตของ AI: ท่องเที่ยวและข้อป้ังนำหน้า

อุตสาหกรรมที่ทราบฟักจาก AI กำลังเติบโตเป็นอีกรายชื่อหนึ่ง เว็บไซต์ค่ามัธยฐานในกลุ่มท่องเที่ยวมีทราบฟักจาก AI เพิ่มขึ้นมากกว่าเท่าตัว (+120%) ตามด้วยอีคอมเมิร์ซ (+54%) อสังหาริมทรัพย์ (+52%) อาหาร (+50%) และยานยนต์ (+42%) ในอุตสาหกรรมเหล่านี้เว็บไซต์สองในสามถึงสามในสี่มีทราบฟักจาก AI เติบโต

SaaS และเทคโนโลยี การศึกษา และข่าว ไปในทิศทางตรงกันข้าม: ทราบฟักจาก AI ลดลงที่เว็บไซต์ค่ามัธยฐาน

ท่องเที่ยวและข้อป้ังนำการเติบโตของ AI

การเปลี่ยนแปลงค่ามัธยฐานของเซสชันที่มาจาก AI ต่อเว็บไซต์ มี.ค.-ส.ค. 2026 เทียบกับ มี.ค.-ส.ค. 2025



ที่มา: SEOcrawl AI • กว่า 16,000 เว็บไซต์

seocrawl AI

4 • แยกทีละอุตสาหกรรม

เสีย Google แต่ได้ AI?

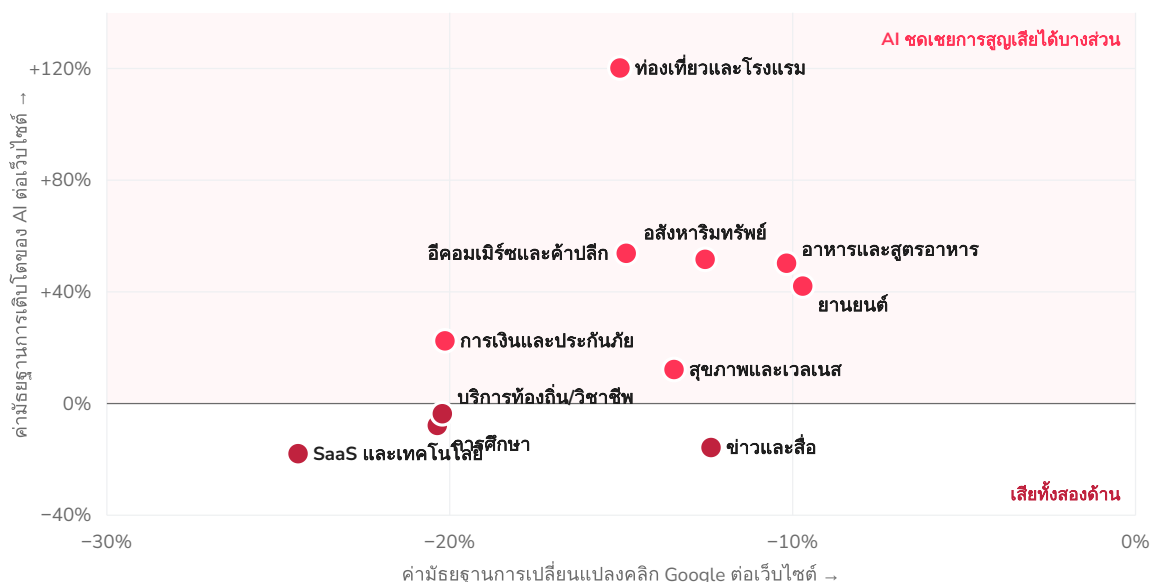
เมื่อพล็อตการเปลี่ยนแปลงของ Google เทียบกับการเติบโตของ AI ในแต่ละอุตสาหกรรม จะเห็นสองกลุ่ม

อุตสาหกรรมเชิงธุรกรรม ได้แก่ ท่องเที่ยว อีคอมเมิร์ซ อสังหาริมทรัพย์ อาหาร ยานยนต์ เสียคลิกจาก Google 10–15% แต่ทราบฟีกจาก AI เติบโต 40–120% การจองทริปหรือซื้อสินค้ายังต้องการคลิก

อุตสาหกรรมเชิงข้อมูล ได้แก่ SaaS และเทคโนโลยี การศึกษา ข่าว เสียทั้งสองด้าน: ผู้ช่วย AI ตอบคำถามของพวกเขามากขึ้นโดยไม่ส่งการเข้าชมมา

เสีย Google แต่ได้ AI?

แต่ละจุดคือหนึ่งอุตสาหกรรม: การเปลี่ยนแปลงค่ามัธยฐานของ Google (x) เทียบกับการเติบโตค่ามัธยฐานของ AI (y)



ที่มา: SEOcrawl AI • กว่า 16,000 เว็บไซต์

seocrawl AI

4 · แยกที่ละอุตสาหกรรม

แต่ละอุตสาหกรรมมีส่วน AI ของตัวเอง

ChatGPT นำทุกที่ แต่ระดับต่างกัน ในกลุ่มท่องเที่ยว ChatGPT ส่ง **96%** ของทราฟฟิกจาก AI

ในกลุ่มข่าวและสื่อ **Perplexity** ส่ง **21%** สูงกว่าค่าเฉลี่ย 5% มาก เพราะเน้นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและทันสมัย

SaaS และเทคโนโลยี เป็นอุตสาหกรรมที่หลากหลายที่สุด: Gemini ส่ง 8% และ **Claude 5.7%** มากกว่าห้าเท่าของสัดส่วนในอีคอมเมิร์ซ

แต่ละอุตสาหกรรมมีส่วน AI ของตัวเอง

สัดส่วนเซสชันที่มาจาก AI แยกตามผู้ช่วย มี.ค.-ส.ค. 2026

	ChatGPT	Gemini	Perplexity	Claude
ท่องเที่ยวและโรงแรม	96.2%	1.4%	1.3%	0.4%
อีคอมเมิร์ซและค้าปลีก	90.4%	4.0%	3.3%	1.0%
ยานยนต์	89.8%	4.1%	3.3%	1.1%
สุขภาพและเวลเนส	85.1%	4.9%	5.1%	1.8%
การศึกษา	84.8%	5.1%	4.8%	2.1%
SaaS และเทคโนโลยี	78.2%	8.0%	5.9%	5.7%
ข่าวและสื่อ	62.8%	5.2%	21.4%	4.4%

ที่มา: SEOcrawl AI · กว่า 16,000 เว็บไซต์

 seocrawl AI

4 • แยกที่ละอุตสาหกรรม

เว็บไซต์ขนาดกลางได้รับผลกระทบหนักที่สุด

เมื่อจัดกลุ่มเว็บไซต์ตามกราฟฟิกจาก Google ก่อนการลดลง เว็บไซต์ขนาดกลางที่มี **1,000–10,000** คลิกต่อเดือนเสียมากที่สุด: **-28%** ที่ค่ามัธยฐาน และ 78% ของกลุ่มนี้มีคลิกลดลง เว็บไซต์เล็กที่สุด (-14%) และใหญ่ที่สุด (-16%) รับมือได้ดีกว่า

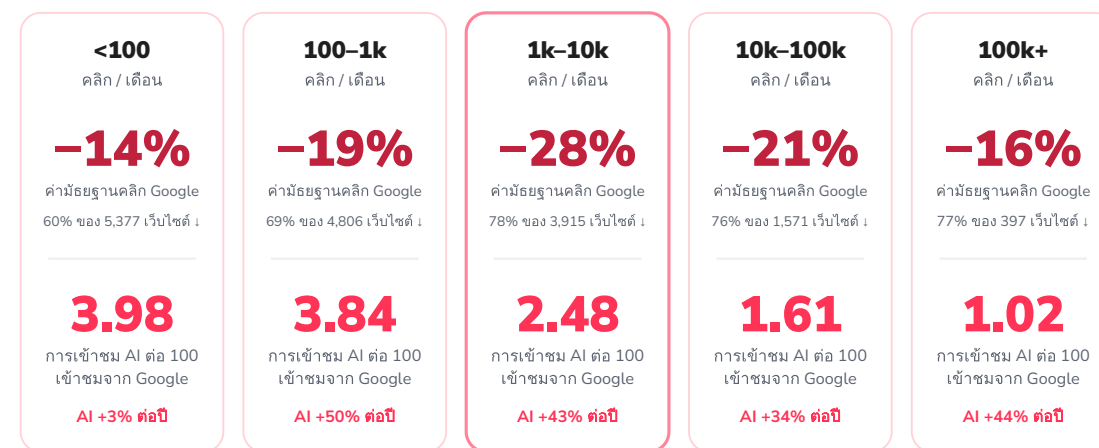
เว็บไซต์ขนาดเล็กยังได้รับกราฟฟิกจาก AI มากกว่าด้วย: เว็บไซต์ที่มีต่ำกว่า 1,000 คลิกต่อเดือนได้รับการเข้าชมจาก AI รว **4 ครั้งต่อ 100** การเข้าชมจาก Google สูงกว่าอัตราส่วนของเว็บไซต์ใหญ่ที่สุด (1.02) สี่เท่า

✓ สิ่งที่ต้องทำ

- ☐ เปรียบเทียบค่ามัธยฐานของอุตสาหกรรมคุณ ไม่ใช่พาดหัวข่าวของตลาด
- ☐ หากคุณพึ่งพาคอนเทนต์ประเภทวิธีทำ ให้วางแผนรับคลิกที่น้อยลงทั้งจาก Google และ AI
- ☐ เว็บไซต์เชิงธุรกรรม: ตรวจสอบให้แน่ใจว่าผู้ช่วย AI แนะนำและลิงก์มาหาคุณได้

เว็บไซต์ขนาดกลางเสียมากที่สุด

ตามคลิกจาก Google เฉลี่ยรายเดือนก่อนการลดลง (ก.ย. 2024–ส.ค. 2025)



ที่มา: SEOcrawl AI · กว่า 16,000 เว็บไซต์

 **seocrawl AI**

5 · ทราฟฟิกที่ไม่มีใครนับ

ทำไมตัวเลขจริงของ AI จึงสูงกว่า

ทุกอย่างในรายงานนี้เป็นขั้นต่ำ ไม่ใช่เพดาน

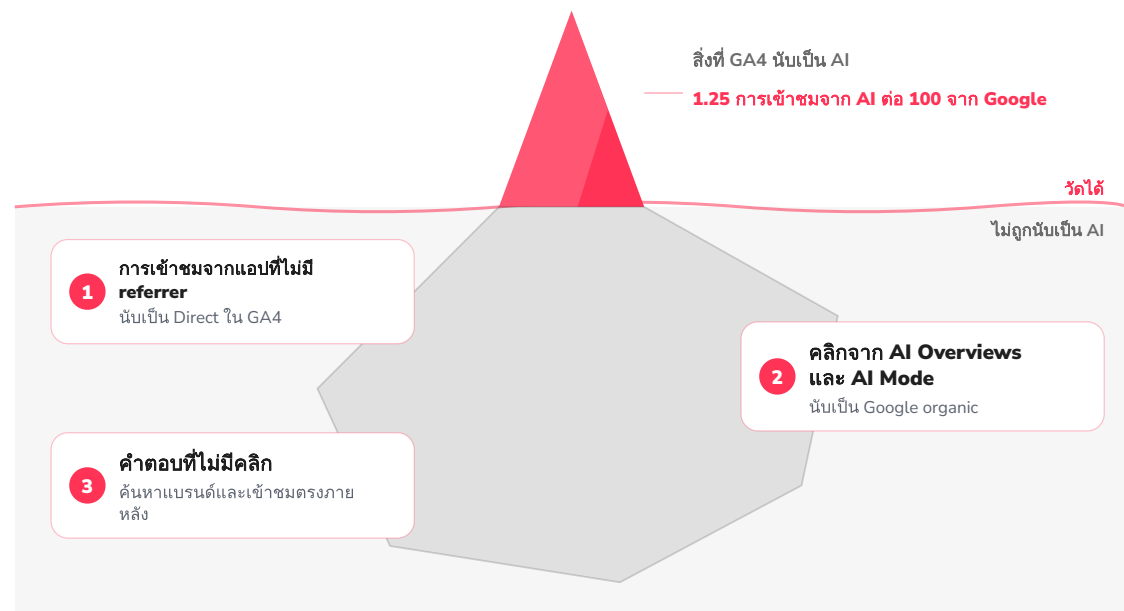
1. **ทราฟฟิกจากแอปที่ไม่มี referrer** การเข้าชมจากแอป ChatGPT บนมือถือและเดสก์ท็อปมักมาถึงโดยไม่มีข้อมูลแหล่งที่มา GA4 บันทึกเป็นทราฟฟิก direct ไม่ใช่ AI
2. **คำตอบ AI ของ Google ดูเหมือน organic** คลิกจาก AI Overviews และ AI Mode ถูกรายงานใน Search Console เป็นคลิก organic ธรรมดา
3. **คำตอบที่ไม่มีคลิก** ผู้คนอ่านคำแนะนำ แล้วค่อยค้นหาชื่อแบรนด์หรือพิมพ์ URL ภายหลัง

“ต้องจำไว้ว่าเราเห็นเพียงยอดภูเขาน้ำแข็ง ทราฟฟิกจาก AI ส่วนหนึ่งไม่ได้ถูกบันทึกว่าเป็น AI ด้วยซ้ำ”

David Kaufmann, CEO และผู้ร่วมก่อตั้ง SEOcrawl AI

Analytics เห็นเพียงยอดภูเขาน้ำแข็ง

ทำไมทราฟฟิกจาก AI ที่วัดได้จึงเป็นขั้นต่ำ ไม่ใช่เพดาน



ที่มา: SEOcrawl AI · กว่า 16,000 เว็บไซต์

seocrawl AI

6 . สิ่งที่ต้องทำต่อไป

หกแนวทางสำหรับทีม SEO และการตลาด

สิ่งที่เว็บไซต์เสียไปจากการค้นหาแบบดั้งเดิมไม่ได้ถูกชดเชยด้วย AI อย่างน้อยก็ไม่ใช่ที่ปริมาณปัจจุบัน แต่ช่องทาง AI เติบโตเร็ว และตำแหน่งภายในผู้ช่วย AI กำลังถูกจับจองในตอนนี้

ความผิดพลาดคือการรอให้ AI ใหญ่ก่อนแล้วค่อยลงมือ

วัดผลในทีเดียว: SEOcrawl AI แสดง Google Search Console ทราฟฟิกจาก AI ใน GA4 แยกตามผู้ช่วย และสิ่งที่ AI พุดถึงแบรนด์ของคุณ ใกล้เคียงข้างกัน

สิ่งที่ต้องทำต่อไป: 6 แนวทาง

แผนปฏิบัติการจริงสำหรับทีม SEO และการตลาด จากข้อมูลกว่า 16,000 เว็บไซต์

สัปดาห์นี้

เดือนนี้

ไตรมาสนี้



01

วัดทราฟฟิกจาก AI

แยกเซสชัน GA4 ตามผู้ช่วย AI และเทียบกับ Google organic ทุกเดือน



03

ติดตามสิ่งที่ AI พุด

ติดตามพรมต์ที่ถูกคำถาม: คุณถูกกล่าวถึงและอ้างอิงหรือไม่?



05

แผนสำรองสำหรับคอนเทนต์วิธีทำ

ลงทุนในสิ่งที่ AI แทนที่ไม่ได้: เครื่องมือ ข้อมูล ชุมชน และความต้องการต่อแบรนด์



02

เทียบกับอุตสาหกรรมของคุณ

เทียบการเปลี่ยนแปลงจาก Google และ AI กับคำมัยฐานของอุตสาหกรรม ไม่ใช่พาดหัวข่าว



04

คว่ำคลิกที่เหลืออยู่

ชื่อหน้า snippet ข้อมูลที่มีโครงสร้าง และการถูกอ้างอิงใน AI Overview ตัดสินการเข้าชม



06

นำใน ChatGPT จับตาที่เหลือ

83% ของทราฟฟิกจาก AI มาจาก ChatGPT ส่วน Claude และ Gemini เติบโตเร็วที่สุด

เสมอ: ลงทุนในการค้นหาแบบ organic ต่อไป Google ยังส่งการเข้าชมมากกว่าผู้ช่วย AI ทั้งหมด ~80 เท่า

ที่มา: SEOcrawl AI · กว่า 16,000 เว็บไซต์

 seocrawl AI

Google organic รายเดือน — 16,661 เว็บไซต์

เดือน	คลิก (ล้าน)	อิมเพรสชัน (พันล้าน)	คลิก เทียบปีต่อปี	เดือน	คลิก (ล้าน)	อิมเพรสชัน (พันล้าน)	คลิก เทียบปีต่อปี
พ.ค. 24	326.6	8.96	—	ก.ค. 25	295.8	10.90	−14.0%
มิ.ย. 24	320.0	8.72	—	ส.ค. 25	288.5	11.07	−15.1%
ก.ค. 24	344.0	8.90	—	ก.ย. 25	283.6	10.15	−14.5%
ส.ค. 24	339.8	8.89	—	ต.ค. 25	300.1	9.71	−10.1%
ก.ย. 24	331.5	9.09	—	พ.ย. 25	280.8	10.07	−12.6%
ต.ค. 24	333.8	9.54	—	ธ.ค. 25	269.7	10.35	−13.7%
พ.ย. 24	321.2	9.19	—	ม.ค. 26	289.8	11.43	−12.8%
ธ.ค. 24	312.5	8.95	—	ก.พ. 26	250.8	10.63	−16.0%
ม.ค. 25	332.5	9.55	—	มี.ค. 26	267.8	10.98	−16.2%
ก.พ. 25	298.6	9.06	—	เม.ย. 26	254.8	10.15	−16.0%
มี.ค. 25	319.6	10.01	—	พ.ค. 26	256.2	9.82	−15.2%
เม.ย. 25	303.1	9.98	—	มิ.ย. 26	238.4	9.06	−14.8%
พ.ค. 25	302.2	10.86	−7.5%	ก.ค. 26	242.2	8.60	−18.1%
มิ.ย. 25	279.7	10.30	−12.6%	ส.ค. 26	225.6	8.03	−21.8%

อิมเพรสชันตั้งแต่กันยายน 2025 ได้รับผลกระทบจากการที่ Google ยกเลิกพารามิเตอร์ &num=100

ทราฟฟิกที่มาจาก AI รายเดือน — 3,099 เว็บไซต์

เดือน	เซสชันจาก AI	ต่อ 100 GOOGLE ORGANIC	สัดส่วนของเซสชันทั้งหมด	CHATGPT	GEMINI	PERPLEXITY	CLAUDE	COPILOT
มี.ค. 25	278,167	0.53	0.18%	77.8%	3.5%	17.9%	0.1%	0.0%
เม.ย. 25	289,169	0.57	0.20%	78.9%	3.2%	16.2%	0.2%	0.1%
พ.ค. 25	369,672	0.73	0.25%	77.2%	2.6%	12.9%	0.5%	5.5%
มิ.ย. 25	355,239	0.74	0.25%	76.6%	2.8%	12.3%	1.2%	5.9%
ก.ค. 25	400,249	0.78	0.25%	76.9%	3.1%	11.7%	1.3%	5.5%
ส.ค. 25	435,379	0.88	0.28%	80.5%	2.7%	10.3%	1.1%	4.2%
ก.ย. 25	520,705	1.10	0.34%	81.6%	3.0%	10.8%	1.1%	3.2%
ต.ค. 25	573,115	1.11	0.35%	82.7%	3.2%	9.7%	1.1%	2.9%
พ.ย. 25	565,987	1.13	0.34%	82.5%	3.4%	10.1%	1.2%	2.5%
ธ.ค. 25	478,309	0.94	0.29%	80.9%	4.6%	10.1%	1.1%	2.9%
ม.ค. 26	512,128	1.03	0.30%	80.2%	6.1%	9.5%	1.1%	2.7%
ก.พ. 26	467,276	1.06	0.29%	77.8%	7.7%	9.0%	2.2%	2.9%
มี.ค. 26	489,974	1.09	0.31%	75.5%	8.6%	8.0%	4.5%	3.0%
เม.ย. 26	491,708	1.12	0.33%	75.2%	8.8%	7.1%	5.2%	3.3%
พ.ค. 26	613,916	1.38	0.40%	84.5%	5.0%	4.6%	3.8%	2.1%
มิ.ย. 26	445,820	1.24	0.35%	86.1%	4.6%	3.6%	4.0%	1.7%
ก.ค. 26	428,419	1.19	0.34%	87.3%	4.8%	3.1%	3.0%	1.5%
ส.ค. 26	532,941	1.52	0.42%	91.1%	4.1%	1.8%	1.8%	1.0%

สัดส่วนของแต่ละผู้ช่วยคิดจากเซสชันที่มาจาก AI ทั้งหมด ส่วนที่เหลือคือ DeepSeek และผู้ช่วยอื่น ๆ

อุตสาหกรรม — เว็บไซต์ค่ามัธยฐาน

อุตสาหกรรม	เว็บไซต์ (GOOGLE)	คลิก GOOGLE การเปลี่ยนแปลงค่า มัธยฐาน	เว็บไซต์ที่เสียคลิก	การเข้าชมจาก AI ต่อ 100 จาก GOOGLE	กราฟฟิกจาก AI การเปลี่ยนแปลงค่า มัธยฐาน	เว็บไซต์ที่ AI เติบโต
งานและการสรรหาบุคลากร	42	-38%	86%	-	-	-
SaaS และเทคโนโลยี	323	-24%	75%	2.24	-18%	39%
การศึกษา	194	-20%	76%	2.68	-8%	47%
บริการท้องถิ่นและบริการวิชาชีพ	793	-20%	69%	2.09	-4%	53%
การเงินและประกันภัย	115	-20%	75%	2.09	+22%	56%
ท่องเที่ยวและโรงแรม	405	-15%	67%	2.15	+120%	71%
อีคอมเมิร์ซและค้าปลีก	1,581	-15%	70%	1.99	+54%	76%
สุขภาพและเวลเนส	593	-13%	64%	1.02	+12%	59%
อสังหาริมทรัพย์	146	-13%	64%	1.70	+52%	67%
ข่าวและสื่อ	147	-12%	66%	0.76	-16%	42%
อาหารและสูตรอาหาร	138	-10%	64%	0.83	+50%	76%
ยานยนต์	199	-10%	68%	1.45	+42%	74%
กีฬา	55	-8%	69%	-	-	-
การพนันและเดิมพัน	40	-4%	55%	-	-	-
เกม	26	-4%	62%	-	-	-

Google: ก.ย. 2025 – ส.ค. 2026 เทียบกับปีก่อน เว็บไซต์ที่มีคลิกจาก Google มากกว่า 1,000 ครั้งต่อเดือน AI: มี.ค. – ส.ค. 2026 เทียบกับ 2025 เว็บไซต์ที่มี GA4 “-” เมื่อมีเว็บไซต์ที่มีข้อมูล AI น้อยกว่า 25-30 แห่ง



วัด Traffick AI เทียบกับ organic ของคุณเอง

การศึกษานี้จัดทำด้วย SEOcrawl AI แพลตฟอร์ม SEO และ GEO ที่วัดการมองเห็นและ Traffick ของคุณทั้งใน Google และผู้ช่วย AI ในเดสก์บอร์ดเดียว

Traffick จาก AI ใน GA4

ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude และ Copilot ส่งการเข้าชมมาให้คุณเท่าไร เทียบกับ Google organic รายเดือน

Prompt Tracking

ผู้ช่วย AI กล่าวถึงและอ้างอิงแบรนด์ของคุณหรือไม่ สำหรับพรอมต์ที่ลูกค้าถาม เทียบกับคู่แข่งของคุณ

Search Console ในระดับใหญ่

คลิก อันดับ หน้า และคำค้นหาเบื้องหลังทุกการเปลี่ยนแปลง รวมถึงภายใน ChatGPT และ Claude ผ่าน MCP ของ SEOcrawl AI

เริ่มใช้ฟรีที่ seocrawl.ai



David Kaufmann

CEO และผู้ร่วมก่อตั้ง SEOcrawl AI · ผู้เขียนการศึกษานี้

อีเมล info@seocrawl.com

LINKEDIN linkedin.com/in/david-kaufmann-79a5b72b

X [@Davidkaufmann16](https://twitter.com/Davidkaufmann16)

เว็บไซต์ seocrawl.ai