

เทคนิคการปรับ Ranking ด้วย Search Engine Optimization

กรณีศึกษา เว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Improve Ranking with Search Engine Optimization

Case Study: Bangkok University Website

นิธิศ จิรัชยกุล
บรรณาธิการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

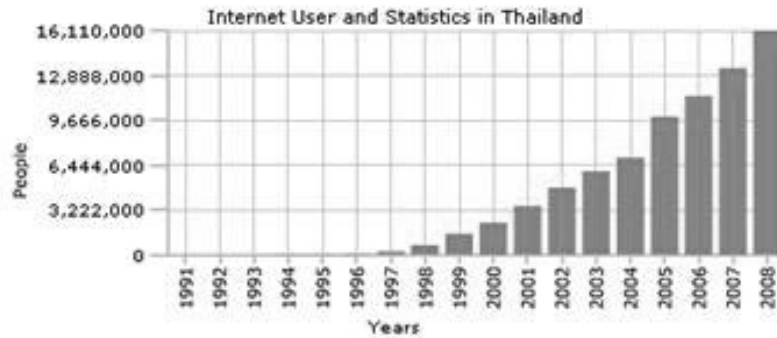
บทความนี้นำเสนอการปรับปรุงส่วนต่างๆ ของเว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ด้วยเทคนิค Search Engine Optimization (SEO) ที่จะส่งผลให้ชื่อเว็บไซต์ถูกแสดงอยู่ในอันดับต้นๆ ของการแสดงผลจากการค้นหาโดย Search Engine เทคนิคนี้จะแบ่งออกเป็นสามส่วนหลัก โดยเริ่มต้นตั้งแต่การเลือกพื้นที่จัดเก็บเว็บไซต์ (Hosting) การออกแบบลักษณะข้อมูลเนื้อหาบนเว็บเพจ (Contents) ไปจนถึงการเชื่อมต่อเว็บไซต์ (Links) ที่จะทำให้ Web Crawlers เข้ามาเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์และนำไปจัดทำดัชนี (Index) บนฐานข้อมูลของ Search Engine กรณีศึกษานี้จะนำกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์ในรูปแบบ SEO Cycle เป็นขั้นตอนการดำเนินการ โดยมีเป้าหมายคือทำให้เกิดการปรับการจัดอันดับ (Rank) การแสดงผลเว็บไซต์ให้อยู่ในอันดับที่สูงขึ้นซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์ทั้งในด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์และอื่นๆ อีกมาก

Abstract

This article presents the search engine optimization (SEO) techniques to improve ranking of Bangkok University website. These techniques are divided into three main sections: Hosting, Contents and Links. Web Crawlers use these techniques to collect information from websites and then create the index on the database. This study proposes how to make higher ratings (Rank) website with SEO Cycle that the organization may benefit in marketing, public relations and more.

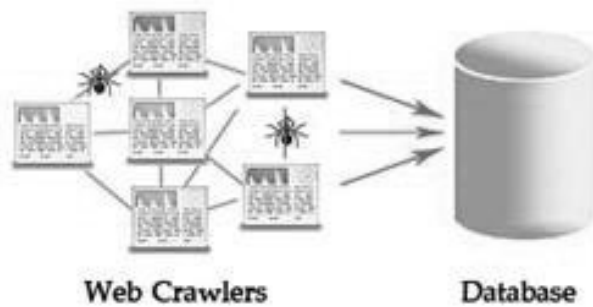
บทนำ

ปัจจุบันปริมาณผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีเป็นจำนวนมากและมีอัตราการเพิ่มของผู้ใช้งานใหม่อย่างต่อเนื่อง ดังแสดงให้เห็นในภาพที่ 1 ดังนั้นองค์กรต่างๆ จึงจำเป็นต้องมีเว็บไซต์เพื่อใช้เป็นช่องทางสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตสำหรับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรหรือประโยชน์ในด้านอื่น ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เข้ามาชมเว็บไซต์อาจเข้ามาจากทางตรงหมายความว่าผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจะต้องรู้จักชื่อของเว็บไซต์นั้น (Domain Name) ยกตัวอย่างเช่น www.bu.ac.th แต่โดยทั่วไปแล้วผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันมักใช้เครื่องมือสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตเพื่อหาเว็บไซต์ที่ตนเองต้องการ และเนื่องจากจำนวนเว็บไซต์มีปริมาณมากและเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ทำให้เกิดการแข่งขันกันเพื่อที่จะทำให้เว็บไซต์ของตนเองได้รับการจัดอันดับอยู่ในลำดับต้นๆ เพื่อที่จะให้คนรู้จักและเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้ง่าย



ภาพที่ 1 กราฟสถิติจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย สํารวจโดย NECTEC
ที่มา: <http://internet.nectec.or.th/webstats/internetuser.iir?Sec=internetuser>

Search Engine คือเครื่องมือสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต โดย Search Engine ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบันคือ Google ซึ่งจัดอยู่ในประเภท Crawler-Based Search Engine ซึ่งมีผู้ใช้ถึง 55.2 % (Search Engine Rating, 2010) โดยลักษณะการทำงานของ Search Engine ประเภทนี้คือจะส่งโปรแกรมที่เรียกว่า Web Crawlers หรือ Web Spiders หรือ Web Robots (สำหรับ Google จะเรียกว่า Googlebot) ไปเก็บหรือสำเนาข้อมูลเว็บเพจหน้าใหม่หรือที่มีการปรับปรุงแล้วนำไปจัดเก็บบนฐานข้อมูลเพื่อทำการประมวลผล และจัดทำดัชนีที่เรียกว่าการ Index ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 จำลองการทำงานของ Web Crawlers
ที่มา: <http://www.prlog.org/10143815-web2db-response-to-users-requirement.html>

การใช้งาน Search Engine โดยทั่วไปเพียงแค่กรอกคำค้นหาหรือที่เรียกว่า Keyword เท่านั้น Search Engine จะไปค้นหาข้อมูลเนื้อหาเว็บเพจที่ถูกจัดเก็บบนฐานข้อมูลโดยจะนำข้อมูลที่ตรงกับ Keyword แสดงเป็นรายชื่อของเว็บเพจเรียงลงมาตามอันดับซึ่ง Search Engine อาจแบ่งรายชื่อเว็บเพจออกเป็น 10 รายชื่อต่อหนึ่งหน้า การจัดเรียงอันดับรายชื่อเว็บเพจนี้เรียก

ว่า Rank ดังภาพที่ 3 ซึ่งทุกองค์กรจะต้องให้ความสำคัญเพราะนั่นหมายถึงโอกาสที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของแต่ละองค์กรจะสามารถพบและเข้ามาชมเว็บไซต์ได้ โดยถ้าเว็บไซต์ของเราได้รับการจัดอันดับอยู่ในอันดับต้นๆ อย่างต่อเนื่องก็จะส่งผลให้มีผู้เข้ามาเยี่ยมชมอย่างสม่ำเสมอ (Junghoo Cho, 2004) อย่างไรก็ตามเนื่องจากมีเว็บไซต์อยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้เว็บไซต์ของเราไม่ได้รับการจัดอันดับอยู่ในอันดับต้นๆ และผู้ใช้อาจหาเว็บไซต์ของเราไม่พบซึ่งจะทำให้สูญเสียโอกาสทางธุรกิจได้ ดังนั้นการศึกษานี้จะศึกษาถึงแนวทางเทคนิคที่ทำให้เว็บไซต์ถูกแสดงในอันดับต้นๆ ของการค้นหา โดยใช้วิธีที่เรียกว่าการทำ Search Engine Optimization (SEO)

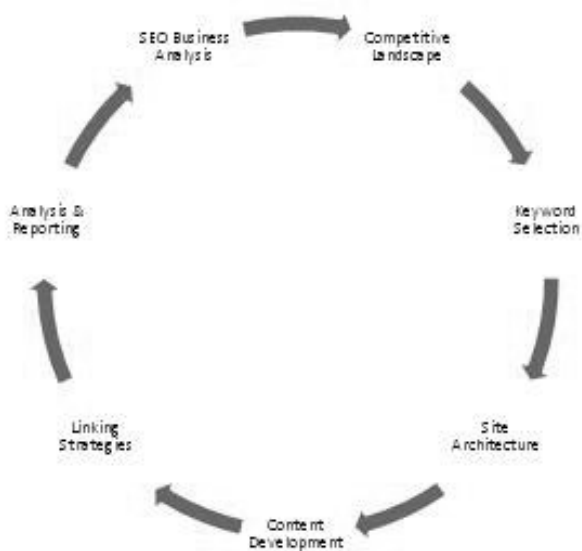


ภาพที่ 3 แสดงอันดับรายชื่อเว็บไซต์ที่ค้นหาด้วย Keyword "University"
ที่มา: <http://www.google.com>

Search Engine Optimization

Search Engine Optimization (SEO) คือเทคนิคการปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อให้เว็บไซต์อยู่ในอันดับต้นๆ (Rank) ของการแสดงผลจาก Search Engine การพัฒนาเว็บไซต์ทั่วไปที่นำเทคนิค SEO ไปใช้สามารถแบ่งขั้นตอนออกเป็นส่วนต่างๆ ได้ดังภาพที่ 4

- Competitive Landscape รู้จักตนเอง กำหนดเป้าหมาย และศึกษาคู่แข่ง
- Keyword Selection วิเคราะห์คำค้นหา (Keyword) ของกลุ่มเป้าหมาย
- Site Architecture ออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์
- Content Development การจัดทำเนื้อหาเว็บไซต์
- Linking Strategies กลยุทธ์การเชื่อมต่อเว็บไซต์ (Links)
- Analysis & Reporting วิเคราะห์และประเมินผล
- SEO Business Analysis วิเคราะห์ความคุ้มค่าของการใช้เทคนิค SEO



ภาพที่ 4 Search Engine Optimization (SEO) Cycle

เมื่อพิจารณาขั้นตอนการพัฒนาเว็บไซต์จะพบว่าส่วนที่เกี่ยวข้องกับเทคนิค Search Engine Optimization (SEO) จะประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ Site Architecture, Content Development และ Linking Strategies ซึ่งในแต่ละส่วนจะมีรายละเอียดขั้นตอนการปรับแต่งเว็บไซต์ดังภาพที่ 5

1. Site Architecture โครงสร้างเว็บไซต์

- Hosting จะต้องมีความเสถียร หากเว็บไซต์ไม่

สามารถใช้งานได้เปิดปกติแล้ว Web Crawlers เข้ามาเก็บข้อมูลในขณะนั้นพอดีก็จะส่งผลต่อการจัดทำดัชนี (Index)

- Domain ของเว็บไซต์ที่มีการจดทะเบียนมานาน จะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ
- Sitemap ของเว็บไซต์ควรทำให้ถูกต้องสมบูรณ์ เนื่องจาก Web Crawlers จะสามารถเข้ามาเก็บข้อมูลบนเว็บไซต์ได้สะดวกยิ่งขึ้น และทำให้ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ที่อยู่ภายในเว็บไซต์ได้สะดวก (Pilgrim, 2007)
- URL Structure หรือโครงสร้างของเว็บไซต์ควรมีการวาง Keyword แทรกอยู่ไม่ว่าจะเป็นหน้าเว็บเพจหรือไฟล์ต่างๆ ดังนี้ /keyword.html/ keyword1/keyword.html

2. Contents เนื้อหาข้อมูลเว็บเพจ

- Unique Content and Frequency of change หมายถึงเนื้อหาไม่ควรซ้ำกับของเว็บไซต์อื่นและมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาอยู่เป็นประจำ
- Keyword Formatting หากข้อความใดภายใน Content ที่เป็น Keyword ควรเน้นเป็นพิเศษ เช่น การใช้ Tag หรือ
- การแทรก Keyword ที่ควรแทรกไว้ใน Tags ต่างๆ ดังนี้
 - Title Tag - <TITLE></TITLE>
 - Head Tag - <H1></H1>,<H2></H2>,<H3></H3>
 - Meta Keyword Tag
 - Meta Description Tag
 - Image ALT Tag

- Density of Keywords ควรระวังไม่ให้มี Keyword แทรกอยู่เกิน 5% ของเนื้อหาทั้งหมดบนหน้าเว็บเพจ เนื่องจาก Search Engine จะถือว่าเป็น Spam

3. Links การเชื่อมต่อของเว็บไซต์ โดยการศึกษานี้จะอธิบายถึง Link จากเว็บไซต์อื่นมายังเว็บไซต์ตนเองเท่านั้น เนื่องจากการ Link จากเว็บไซต์ตนเองไปเว็บไซต์อื่นหรือที่เรียกว่า Outbound Link จะทำให้ส่งผลเสียต่อการจัดอันดับของ Search Engine

- Inbound Link คือ Link จากเว็บไซต์อื่นในรูปแบบ Text ที่เป็น Keyword
- Link from Similar Sites คือ Link จากเว็บไซต์อื่นที่

มีเนื้อหาคล้ายกัน

- Links from .edu and .gov คือ Link จากเว็บไซต์การศึกษาหรือหน่วยงานราชการ
- Number of Backlinks คือ จำนวน Link จากเว็บไซต์อื่น
- Anchor Text of Internal Links คือ Anchor Text ที่เป็น Links ไปยังเว็บเพจต่างๆ ภายในเว็บไซต์



ภาพที่ 5 องค์ประกอบหลัก 3 ส่วนของเทคนิค Search Engine Optimization (SEO)

นอกจากนี้เทคนิคต่างๆ ที่กล่าวมาทาง Google ยังได้แนะนำแนวทางเบื้องต้น 10 ขั้นตอนสำหรับการทำ SEO (Google) และการที่เว็บไซต์จะได้รับการจัดอันดับที่ดีจาก Search Engine นั้นต้องพิจารณาถึง Web metrics ต่างๆ เช่น Page Rank สำหรับใช้วัดความสำคัญของเว็บเพจโดยมีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 10 ซึ่งตัวเลขยิ่งสูงหมายถึงมีโอกาสได้รับการจัดอันดับที่ดีกว่าหรือ Link Structure เพื่อให้การเชื่อมโยงภายในเว็บเชื่อมต่อกันอย่างเป็นระบบ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ขององค์กร (Devanshu Dhyani, 2002) อีกทั้งการที่จะทำให้เว็บไซต์ขององค์กรได้เลื่อนอันดับจาก Search Engine นั้น ควรที่จะพิจารณาถึงวิธีการที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์ด้วย (Heng, 2008) (Webmaster Guidelines)

แนวทางการปรับปรุงเว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพด้วย SEO

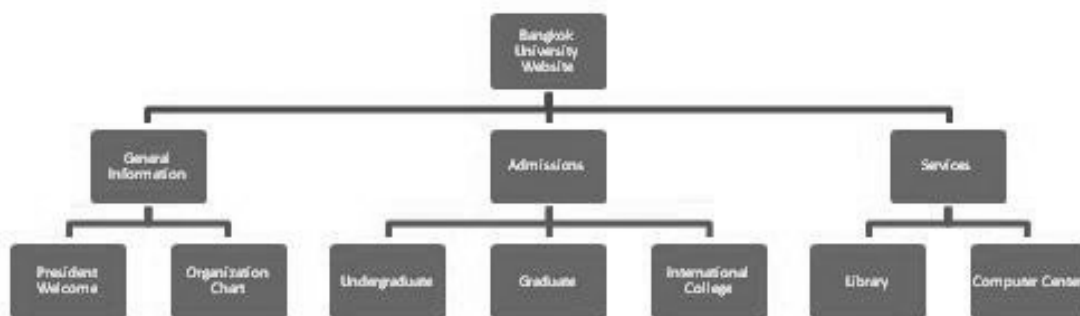
เว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพเป็นเว็บไซต์ที่มีขนาดใหญ่ และถูกใช้เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของมหาวิทยาลัยและหน่วยงานต่างๆ ซึ่งข้อมูลที่เผยแพร่อยู่บนเว็บไซต์มีจำนวนมาก แต่ขาดการออกแบบโครงสร้างที่ดี และยังไม่ได้คำนึงถึงแนวทางในการทำ SEO ดังนั้นจึงได้นำเสนอรูปแบบเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับปรับปรุงเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ เพื่อให้มีผลต่อการจัดอันดับของ Search Engine ดังนี้

- Keyword Selection วิเคราะห์คำค้นหา (Keyword) ที่คาดว่าจะกลุ่มเป้าหมายจะนำไปใช้ โดยกลุ่มเป้าหมายของมหาวิทยาลัยกรุงเทพเป็น นักเรียนระดับมัธยมตอนปลายที่ต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา และคำค้นหา (Keyword) ที่คาดว่าจะกลุ่มเป้าหมายจะนำไปใช้คือคำว่า “มหาวิทยาลัย” หรือคำว่า “มหาวิทยาลัยเอกชน” จากปริมาณผลการค้นหาสามารถประเมินได้ว่าคำค้นหา (Keyword) ได้มีการแข่งขันกันน้อยเพียงใดดังภาพที่ 6 จากนั้นนำคำค้นมาเป็น Keyword สำหรับปรับปรุงเว็บไซต์ต่อไป



ภาพที่ 6 แสดงผลการค้นหาด้วยคำว่า “มหาวิทยาลัย” ที่มา: <http://www.google.co.th>

- Site Architecture ออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์
 - ปรับโครงสร้างเว็บไซต์ (Site Structure) ให้เนื้อหา มีความสอดคล้องและเป็นหมวดหมู่ ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 แสดงแนวทางการจัดหมวดหมู่ข้อมูลบนเว็บไซต์

- ออกแบบ URL Structure ทั้งส่วนชื่อ Web Page และไฟล์ต่างๆ ให้สอดคล้องกับ Keyword เช่น <http://www.bu.ac.th/th/services/services.php> เปลี่ยนเป็น http://www.bu.ac.th/thai/university_services.php หรือหากต้องการระบุ Link ที่ชัดเจนถึง Service ที่ต้องการดู หากอยู่ในหน้าเดียวกันให้ใช้ Tag Anchor ช่วยในการสร้าง Link เช่น http://www.bu.ac.th/thai/university_services.php#LegalAssistanceOffice
- จัดระบบ Navigation บนเว็บไซต์โดยพิจารณาถึง Internal Links และ External Links ดังนี้
 - Links ต่างๆ ที่เป็นหมวดหมู่หลักจะต้องประกอบด้วย Keyword
 - ออกแบบให้ Link ไปยังเนื้อหาต่างๆ ตามรูปแบบ Tree โดยไม่ควรให้เว็บเพจนั้นอยู่ลึกมากกว่า 4 คลิก
 - เว็บไซต์ภายใต้โดเมนของ bu.ac.th ควรที่จะมีการ Link หากันอย่างเหมาะสม
 - พิจารณาถึง External Links จะต้องไม่มากกว่า 100 Links
- จัดทำ Sitemap ในที่นี้ขอยกตัวอย่างการสร้าง Sitemap ในรูปแบบ XML ไฟล์ด้วยเครื่องมือบนอินเทอร์เน็ต โดยเข้าไปที่ <http://www.xml-sitemaps.com> เว็บไซต์ดังกล่าวจะมีเครื่องมือสำหรับสร้างไฟล์ sitemap.xml ให้อัตโนมัติ แต่การใช้เครื่องมือดังกล่าวจะต้องทำหลังจากจัดทำเว็บไซต์เสร็จเรียบร้อยแล้วเมื่อได้ไฟล์ดังกล่าวสามารถนำไปใช้กับ Google Webmaster Tools ในส่วน Sitemaps เพื่อให้ Googlebot ที่เป็น Web Crawlers เข้ามาเก็บข้อมูลได้ทั่วทั้งเว็บไซต์
- Content Development การจัดทำเนื้อหาเว็บไซต์
 - ปรับปรุง Content ภายในเว็บเพจใหม่โดยเพิ่ม Keyword ที่ต้องการ โดยต้องคำนึงถึงเรื่อง Density of Keywords ให้มีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่อยู่ภายในหน้านั้น
 - ใส่ Head Tag หรือ Tag อื่นเช่น หรือ เน้นคำที่เป็น Keyword ภายใน Content ยกตัวอย่างเช่น <h1>Bangkok University</h1> หรือ Bangkok University
 - เพิ่ม Keyword ในส่วน Meta Keyword Tag และ Meta Description Tag ยกตัวอย่างเช่น <META NAME="Keywords" lang="en" CONTENT="Bangkok University, Thai University, International College Bangkok"><META NAME="Keywords" lang="th" CONTENT="มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ม.กรุงเทพ, มหาวิทยาลัย, รังสิต, กल्या่น้ำ">
 - ในส่วนของรูปภาพต่างๆ จะต้องใส่ Image ALT Tag หรือนำ CSS เข้ามาช่วยในการแทรก Keyword ยกตัวอย่างเช่น <imgsrc="Bangkok_University" alt="มหาวิทยาลัยกรุงเทพ">
- Linking Strategies กลยุทธ์การเชื่อมต่อเว็บไซต์ (Links)
 - ลงทะเบียนเว็บไซต์ตาม Web Directory ต่างๆ (Directory Submission) เช่น www.eduzones.com www.dek-d.com
 - ประสานกับหน่วยงานที่มีการติดต่อกับองค์การศึกษาหรือหน่วยงานราชการต่างๆ เพื่อขอแลกเปลี่ยน Link ลงในเว็บไซต์

บทสรุป

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการทดสอบแนวความคิดการปรับปรุงเว็บไซต์โดยใช้เทคนิค Search Engine Optimization (SEO) โดยเริ่มตั้งแต่การออกแบบ Site Architecture ของเว็บไซต์ ลักษณะรูปแบบของ Content ที่ดีไปจนถึงเรื่อง Links เพื่อให้ชื่อเว็บไซต์ถูกแสดงอยู่ในอันดับ (Rank) ต่ำๆ เมื่อถูกค้นหาโดย Search Engine ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรในหลายๆ ด้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งโอกาสในการสร้างช่องทางการตลาดใหม่ๆ อย่างไรก็ตามการใช้เทคนิค Search Engine Optimization (SEO) จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาการปรับอันดับในระยะเวลาหนึ่งเนื่องจากต้องรอ Search Engine เข้ามาเก็บข้อมูลบนเว็บไซต์และจัดทำดัชนี (Index) ใหม่อีกประการหนึ่งการปรับอันดับเว็บไซต์ให้ดีขึ้นจะทำได้ยากหาก Keyword ที่เลือกใช้เป็นที่นิยม เพราะการแข่งขันในเรื่องอันดับ (Rank) ของเว็บไซต์มีการแข่งขันสูงเนื่องจากหลายองค์กรได้ให้ความสำคัญกับการใช้เทคนิค Search Engine Optimization (SEO) กับเว็บไซต์ของตนเองเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงควรพิจารณาเลือกใช้ Keyword ที่เหมาะสมกับตนเองด้วย 💎

บรรณานุกรม

- Search Engine Rating*. (2010). ค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2553 จาก Onestat: http://www.onestat.com/html/aboutus_pressbox21.html
- Junghoo Cho, S. R. (2004). *Impact Of Search Engines On Page Popularity*. WWW (20 - 29). New York: ACM.
- Pilgrim, C. (2007). *Trends in Sitemap Designs - A Taxonomy and Survey*. *Australian Computer Society, Inc.*, 64, 95-102.
- Google. (n.d.). *Search Engine Optimization Guide Starter Guide*. Retrieved July 2, 2010, from <http://www.google.com/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>
- Devanshu Dhyani, W. K. (2002). *A Survey of web Metrics*. *ACM Computing Surveys*, 34, 469-503.
- Heng, C. (2008, October 8). *How to Improve Your Search Engine Ranking on Google*. Retrieved June 2010, 10, from <http://www.thesitewizard.com/archive/google.shtml>
- Webmaster Guidelines*. (ม.ป.ป.). ค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2553 จาก <http://www.google.com/supportwebmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=35769>