

กลยุทธ์การพัฒนาคอนเทนต์ออนไลน์ให้สอดคล้องกับกระบวนการ SEO เพื่อให้ติดอันดับหน้าแรก Google: กรณีศึกษาการส่งเสริมการรับรู้สารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ.

SEO Online Article Development Strategies for Ranking on the First Page of Google: A Case Study of STOU Identity Perception

รัชกร คงเจริญ

Ratchakon Kongjaroen

สำนักบรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ratchakon.Kon@stou.ac.th

รับบทความ 10 กุมภาพันธ์ 2566 | แก้ไขบทความ 4 เมษายน 2566 | ตอรับบทความ 20 เมษายน 2566

บทคัดย่อ

สำนักบรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (มสธ.) ได้พัฒนาสื่อประเภทบทความออนไลน์ด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ในเว็บไซต์ห้องสมุด (<https://library.stou.ac.th>) ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับประวัติ พัฒนาการ และอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ได้แก่ สารสนเทศจดหมายเหตุมหาวิทยาลัย สารสนเทศการศึกษาทางไกล สารสนเทศพระปกเกล้าศึกษา และสารสนเทศ ศ.ดร.วิจิตร ศรีสอ้าน อธิการบดีผู้ก่อตั้งมหาวิทยาลัย ถือเป็นสารสนเทศที่มีคุณค่าอันเป็นชุมทรัพย์ทางปัญญา โดยการพัฒนาบทความออนไลน์ด้านอัตลักษณ์ มสธ. มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการรับรู้สารสนเทศให้มากขึ้น เนื่องจากเป็นสารสนเทศเฉพาะด้านการรับรู้ยังอยู่ในกลุ่มเป้าหมายที่จำกัด จึงได้นำหลักการ SEO (Search Engine Optimization) ซึ่งเป็นกระบวนการทางตลาดดิจิทัลมาเป็นแนวปฏิบัติในการปรับแต่งบทความให้มีคุณภาพ เข้าใจง่าย และสอดคล้องกับระบบอัลกอริทึมหรือระบบการจัดอันดับเว็บไซต์ของ Google เพื่อเพิ่มโอกาสให้ BOT คัดเลือกเว็บไซต์/บทความไปจัดอันดับที่หน้าแรก หลักการ SEO มีกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่ การกำหนดคำสำคัญของบทความ การตั้งชื่อเรื่อง การวางโครงสร้างบทความ การลำดับเนื้อหา การกำหนด URL การกำหนดชื่อภาพและคำอธิบายภาพ เป็นต้น โดยมีเป้าหมายเพื่อทำให้บทความติดอันดับหน้าแรก Google และผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบทความได้สะดวกรวดเร็ว เรียนรู้ได้ทันทีและทุกเวลาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ถือเป็นการบริการเชิงรุกในยุคดิจิทัล

ผลการดำเนินงานทำให้มีบทความออนไลน์ด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. จำนวน 110 บทความ มีบทความที่ติดอันดับหน้าแรกของ google และหน้าเพจเว็บไซต์ห้องสมุด มสธ. เมื่อเดือนกันยายน 2565 ติดอันดับที่ 1 ของ Google มีการรับรู้สารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. เพิ่มขึ้น จากสถิติจำนวนการเข้าชม

บทความ (Pageviews) รวมทั้งสิ้น 72,961 ครั้ง และการพัฒนาบทความอย่างต่อเนื่องด้วยหลักการ SEO เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้สถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ห้องสมุดเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี และเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของห้องสมุด มสธ. ให้มีความน่าเชื่อถือด้านการเป็นองค์กรที่สร้างสรรค์บทความที่มีคุณภาพและมีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ

คำสำคัญ

บทความออนไลน์, เอสอีโอ, ภูเก็ต, สารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ.

Abstract

The office of Documentation and Information (ODI) of Sukhothai Thammarat Open University has developed online articles in STOU Identity Information on library website (<https://library.stou.ac.th>), which deals with the history, development, and identity of the university, including university archives, distance education, information about King Prajadhipok, and information of Prof.Dr.Wichit Srisa-an; he is the founding rector of Sukhothai Thammarat Open University. These information considered a valuable information as an intellectual treasure trove. The objective to promote more awareness of information. Awareness is still limited in the target audience, so the principles of SEO (Search Engine Optimization), a digital marketing process that makes websites and articles are ranked on the first page of google search. Article content optimization in accordance with google algorithm. SEO process increases the chances of being ranked on google and increases the chances of reaching articles anytime and anywhere via internet network. broader audience expansion. The process of developing articles effectively through the SEO process which has important strategies as follow; creating quality content, defining keywords, naming subjects, article structural design to relate to SEO, defining image titles and captions, etc.

The results of SEO process receive online articles of STOU Identity Information 110 articles which ranked on the first page in google searches. the pages of the STOU Library website. Such as in September 2022, it was the first ranking of google search. STOU identity increasing recognition from total of 72,961 page views and continuous article development with SEO principles are one of the contributing factors to continuous increasing in website visit statistics for each year. To be stimulation awareness the STOU identity more widely known and promote a positive image for the STOU Library and be reliable and participation to create the quality online articles to serve users.

Keyword

Online Article, SEO, Google, STOU Identity, Search Engine Optimization

บทนำ (Introduction)

สำนักบรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช หรือ ห้องสมุด มสธ. มีพันธกิจหนึ่งด้านการรวบรวม จัดเก็บ เผยแพร่และจัดบริการสารสนเทศเฉพาะเรื่องตามนโยบายมหาวิทยาลัย และสารสนเทศอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ได้แก่ สารสนเทศจดหมายเหตุมหาวิทยาลัย สารสนเทศพระปกเกล้าศึกษา สารสนเทศการศึกษาทางไกล และสารสนเทศศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสอ้าน ซึ่งเป็นสารสนเทศที่มีคุณค่าอันเป็นทุนทรัพย์ทางปัญญา โดยการเผยแพร่สารสนเทศได้พัฒนาและจัดทำเป็นสื่อในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ บทความออนไลน์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ คลิปวิดีโอ พอดแคสต์ นิทรรศการออนไลน์ พิพิธภัณฑ์เสมือนจริง เป็นต้น ซึ่งได้เผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ของห้องสมุด ได้แก่ เว็บไซต์ ยูทูบ และโซเชียลมีเดีย (Facebook, Line OA) เพื่อการสร้างการรับรู้สารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ซึ่งเป็นสารสนเทศเฉพาะด้านให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

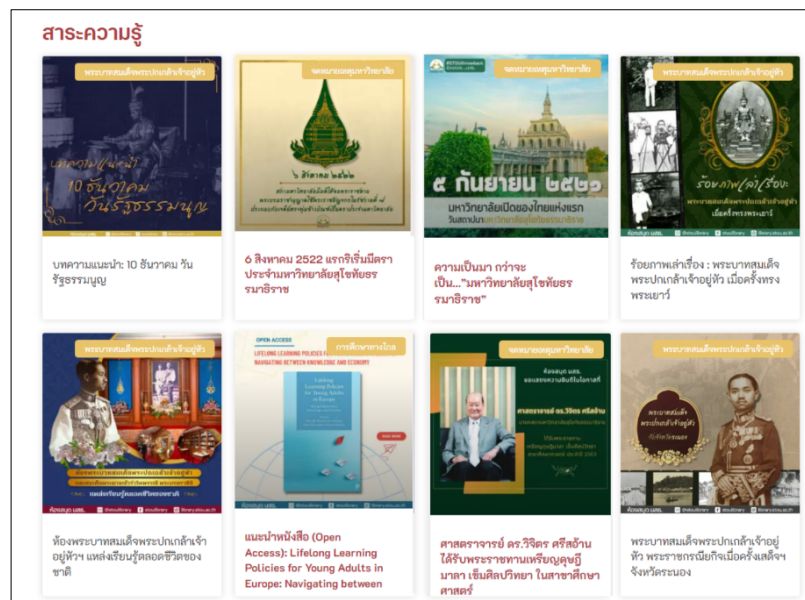
การให้บริการสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ในอดีต มีการจัดบริการ ณ ที่ทำการของ มสธ. เท่านั้น ทำให้เข้าถึงได้ยาก ส่งผลให้การรับรู้สารสนเทศอยู่ในกลุ่มเป้าหมายที่จำกัด คือ นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัย จึงได้พัฒนาสื่อประเภทบทความออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ห้องสมุด ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การทำ Content Marketing เพื่อเผยแพร่สารสนเทศที่มีคุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการให้สามารถเข้าถึงสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ทุกที่และทุกเวลาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้น รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ทำให้มีความน่าเชื่อถือ และยังช่วยเพิ่มจำนวนผู้ชมเว็บไซต์ให้มากขึ้นอย่างยั่งยืนในระยะยาว ถือเป็นบริการเชิงรุกในยุคดิจิทัลที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตในโลกศตวรรษที่ 21 ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายด้วยเทคโนโลยีและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่ทันสมัย

SEO (Search Engine Optimization) คือ กระบวนการที่ทำให้เว็บไซต์สามารถถูกค้นพบได้ในอันดับต้น ๆ ในการค้นหาผ่านระบบ Search Engine เช่น Google, Yahoo, Bing เป็นต้น โดยกระบวนการปรับแต่งเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ การปรับปรุงเนื้อหา และเพิ่มลิงก์ที่มีประสิทธิภาพมายังเว็บไซต์ ซึ่งการทำ SEO แบ่งออกเป็น 2 กระบวนการ ดังนี้ 1) กระบวนการ Off-Page SEO เป็นการทำให้อันดับเว็บไซต์อยู่ในลำดับที่ดีขึ้น ด้วยการนำปัจจัยภายนอกมาปรับใช้ เช่น การทำ Backlinks เชื่อมกลับมายังเว็บไซต์, การโปรโมทเว็บไซต์ และการใช้โซเชียลมีเดีย เป็นต้น 2) กระบวนการ On-Page SEO เป็นการปรับแต่งส่วนต่างๆ ภายในเว็บไซต์ และการพัฒนาเนื้อหาภายในเว็บไซต์ เพื่อให้ Google สามารถเข้าใจได้ง่ายว่าเว็บไซต์เกี่ยวข้องกับเรื่องใด ช่วยเพิ่มโอกาสให้เว็บไซต์ถูกจัดอันดับที่หน้าแรก Google มากขึ้น เช่น การปรับแต่ง Meta Tag, การเขียนเนื้อหาภายในเว็บไซต์ และ ปรับแต่งโครงสร้างของเว็บไซต์ เป็นต้น ข้อดีของการทำ SEO ในเว็บไซต์ คือ 1) เพิ่มจำนวนผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ได้มากขึ้น 2) ไม่มีค่าใช้จ่ายในการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ 3) เข้าถึงผู้ใช้บริการได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย 4) สร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร และ 5) เว็บไซต์เป็นที่รู้จักมากขึ้น

เว็บไซต์ห้องสมุด มสธ. (<https://library.stou.ac.th/>) พัฒนารับขึ้นโดยใช้ WordPress ซึ่งเป็นระบบการจัดการเนื้อหาเว็บไซต์สำเร็จรูปที่มีข้อดี คือ สามารถรองรับการแสดงผลกับทุกอุปกรณ์ และมีโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นมิตรต่อ SEO ซึ่งห้องสมุดได้ดำเนินการตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติที่ดีด้านการทำเว็บไซต์ให้ติดอันดับแรกของ google โดยใช้ทั้ง 2 กระบวนการ คือ กระบวนการ Off-Page SEO และกระบวนการ On-Page

SEOสำหรับการพัฒนาบทความออนไลน์ ถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำ SEO แบบ On-Page ด้านการเขียนเนื้อหาภายในเว็บไซต์ ซึ่งผู้ปฏิบัติงานด้านนี้ควรมีความรู้ความเข้าใจหลักการทำ SEO Content เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์บทความที่มีคุณภาพ และให้สอดคล้องกับระบบอัลกอริทึมหรือระบบการจัดอันดับเว็บไซต์ของ Google โดยหลักการ SEO มีกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่ การกำหนดคำสำคัญของบทความ การตั้งชื่อเรื่อง การวางโครงสร้างบทความ การลำดับเนื้อหา การกำหนด URL การกำหนดชื่อภาพและคำอธิบายภาพ เป็นต้น เพื่อเพิ่มโอกาสให้บทความติดอันดับหน้าแรก Google และผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบทความได้สะดวกรวดเร็ว เรียนรู้ได้ทันทีและทุกเวลาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ถือเป็นการบริการเชิงรุกในยุคดิจิทัล

ผลการดำเนินงานทำให้มีบทความออนไลน์ด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. เผยแพร่ในเว็บไซต์ห้องสมุดภายใต้หัวข้อ “สาระความรู้” และ “ข่าวสารห้องสมุด” ซึ่งริเริ่มพัฒนาขึ้นเมื่อปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 จนถึงปัจจุบัน จำนวนรวมทั้งสิ้น 110 บทความ มีบทความออนไลน์ด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ติดอันดับหน้าแรกบน google จากการใช้คำสำคัญค้นหา ได้แก่ “รัชกาลที่ 7” “สมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี” และ “ครูย มสธ.” ซึ่งเป็นคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. และหน้าเพจเว็บไซต์ห้องสมุด มสธ. เมื่อเดือนกันยายน 2565 ติดอันดับที่ 1 ของ Google และมีการรับรู้สารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. เพิ่มขึ้น จากสถิติจำนวนการเข้าชมบทความ (Pageviews) รวมทั้งสิ้น 72,961 ครั้ง มีการแชร์บทความออนไลน์ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียอื่น ๆ และการพัฒนาบทความอย่างต่อเนื่องด้วยหลักการ SEO เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้สถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ห้องสมุดเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี และเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของห้องสมุด มสธ. ให้มีความน่าเชื่อถือด้านการเป็นองค์กรที่สร้างสรรค์บทความที่มีคุณภาพและมีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ



ภาพที่ 1 บทความออนไลน์ด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ในเว็บไซต์ห้องสมุด (<https://library.stou.ac.th>)

วัตถุประสงค์ (Objective)

เพื่อพัฒนาสื่อประเภทบทความออนไลน์ด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ในเว็บไซต์ห้องสมุด โดยใช้กระบวนการ SEO (Search Engine Optimization) มาเป็นแนวปฏิบัติในการปรับแต่งบทความให้มีคุณภาพ มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน และทำให้บทความติดอันดับหน้าแรกในผลการค้นหาของ Google ซึ่งเป็นการช่วยส่งเสริมการรับรู้สารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น สามารถเข้าถึงได้สะดวกรวดเร็ว ทุกที่และทุกเวลา

วิธีการดำเนินการ (Methodology)

การพัฒนาบทความออนไลน์ด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ในเว็บไซต์ห้องสมุด ให้สอดคล้องกับกระบวนการ SEO เพื่อเพิ่มโอกาสในการติดอันดับหน้าแรกของ Google มีแนวปฏิบัติและขั้นตอนการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการพัฒนาบทความออนไลน์ให้สอดคล้องกับกระบวนการ SEO

1. การศึกษาค้นคว้า เป็นการศึกษาหาข้อมูลในเรื่องที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หลักการ SEO แนวทางการพัฒนาสื่อประเภทบทความออนไลน์ หลักการทำงานของ Google เพื่อให้มีความเข้าใจและมีองค์ความรู้สำหรับเป็นแนวปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐาน

2. การกำหนดหัวข้อเรื่องของบทความ สำหรับบทความออนไลน์ แบ่งลักษณะเนื้อหาเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) Topical Content เป็นบทความเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ เรื่องราวที่เป็นกระแส ณ ขณะนั้น เหตุการณ์สำคัญ เทศกาลและวันสำคัญต่าง ๆ ข้อดี คือ เนื้อหาดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้มากขึ้น 2) Evergreen Content เป็นบทความให้ความรู้ที่มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน ข้อดี คือ เนื้อหามีคุณค่า ได้รับความสนใจตลอดเวลา ทำให้เกิดการค้นหอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสให้บทความให้ติดอันดับหน้าแรก Google ดังนั้น การกำหนดหัวข้อเรื่องของบทความออนไลน์ ควรเลือกเรื่องตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมายและพัฒนาเนื้อหาบทความออนไลน์ให้มีความหลากหลาย เพื่อเพิ่มจำนวนการเข้าชมเว็บไซต์ให้มากขึ้น

3. การวางแผน เป็นการวางแผนการพัฒนาเนื้อหาและการเผยแพร่บทความออนไลน์ ในรูปแบบปฏิทินเนื้อหา ด้วยเครื่องมือ คือ Microsoft Planner ใน Microsoft 365 โดยตั้งเป้าหมายบทความที่จะเผยแพร่ในแต่ละเดือน เพื่อให้การดำเนินงานมีขั้นตอนที่แน่นอน มีประสิทธิภาพ และการเผยแพร่มีความสม่ำเสมอต่อเนื่อง ซึ่งข้อดีของการผลิตบทความอย่างต่อเนื่อง คือ ช่วยเพิ่มโอกาสการติดอันดับหน้าแรก Google

วันอาทิตย์	วันจันทร์	วันอังคาร	วันพุธ	วันพฤหัสบดี	วันศุกร์	วันเสาร์
27	28	29	30	1	2	3
	[ฝ่ายบริการ...]		[ฝ่ายบริการ...]	+2 more		[ฝ่ายบริการ...]
4	5	6	7	8	9	10
		[หน่วยจัด...]		[ฝ่ายบริการ...]		[ฝ่ายบริการ...]
11	12	13	14	15	16	17
			[ฝ่ายบริการ...]		บรณสาร...	[ฝ่ายบริการ...]
18	19	20	21	22	23	24
[หน่วยจัด...]		[ฝ่ายบริการ...]		[ฝ่ายบริการ...]		[ฝ่ายบริการ...]
25	26	27	28	29	30	31
[ฝ่ายบริการ...]		[ฝ่ายบริการ...]		[ฝ่ายบริการ...]		

ภาพที่ 3 ปฏิทินเพื่อกำหนดแผนงานการเผยแพร่สารสนเทศออนไลน์ของห้องสมุด โดยใช้ Microsoft Planner

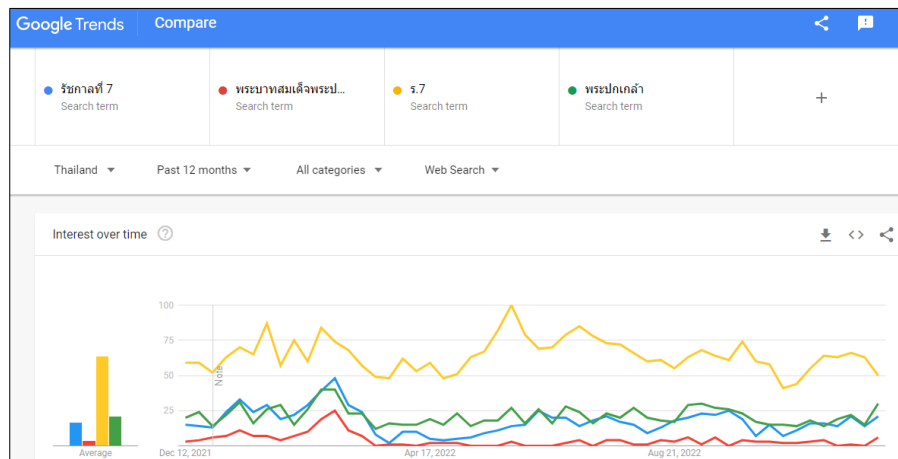
4. การวางแผนเนื้อหาและโครงสร้างของบทความ เป็นการกำหนดขอบข่ายเนื้อหาประเด็นสำคัญ จัดหมวดหมู่ และจัดลำดับความสำคัญเนื้อหาให้ชัดเจน เช่น หัวข้อใหญ่ หัวข้อย่อย เพื่อให้การเขียนบทความมีแบบแผน มีเนื้อหาครบถ้วน สามารถเรียบเรียงเนื้อหาตามลำดับความสำคัญได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกัน โดยโครงสร้างบทความ กำหนดไว้ดังนี้ 1) ชื่อเรื่อง 2) ส่วนเกริ่นนำ เป็นการเกริ่นเพื่อให้ผู้อ่านทราบวาทะบทความเกี่ยวกับเรื่องใด 3) ส่วนเนื้อหา เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของบทความ 4) บทสรุป ส่วนปิดท้ายเป็นการสรุปประเด็นสำคัญของบทความ และ 5) ส่วนอ้างอิง เป็นการระบุแหล่งข้อมูลสารสนเทศที่ผู้เขียนนำมาใช้อ้างอิง ซึ่งห้องสมุดใช้รูปแบบการเขียนบรรณานุกรมแบบ APA^{7th}

5. การประมวลความรู้ เป็นการรวบรวมข้อมูล ภาพประกอบ โดยการศึกษาค้นคว้าจากการแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ หนังสือ เว็บไซต์ เอกสารจดหมายเหตุ หลักฐานประวัติศาสตร์ และบทสัมภาษณ์ เพื่อให้บทความมีองค์ความรู้ที่ถูกต้อง มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน และมีความน่าเชื่อถือ

6. การสร้างบทความออนไลน์ เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด โดยใช้เครื่องมือโปรแกรม Wordpress และพัฒนาบทความสารสนเทศด้านอัตลักษณ์ มสธ. ตามหลักการเขียนบทความ SEO (SEO Content) เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของบทความให้มีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับการทำงานระบบอัลกอริทึมของ Google ทำให้บทความมีโอกาสถูกค้นเจอบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น

กลยุทธ์ในการพัฒนาบทความออนไลน์ให้สอดคล้องกับกระบวนการ SEO มีแนวทางดังนี้

6.1 การกำหนดคำสำคัญ (Keyword) ถือเป็นกระบวนการที่สำคัญ เป็นการวิเคราะห์คำสำคัญที่คนใช้ค้นหาใน Google ซึ่ง Keyword ที่มีคุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บทความติดอันดับหน้าแรกได้ง่ายขึ้น โดยใช้เครื่องมือ Google Trends ในการวิเคราะห์ค้นหา Keyword ยอดนิยม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ฟรี สามารถดูคำหรือเรื่องที่คนนิยมใช้ในการค้นหาได้แบบแยกเป็นประเทศ ระยะเวลา และหมวดหมู่



ภาพที่ 4 การใช้เครื่องมือ Google Trends เพื่อวิเคราะห์หา Keyword

ตัวอย่างภาพที่ 4 เป็นการพัฒนาบทความเกี่ยวกับพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยใช้เครื่องมือ Google Trends เพื่อวิเคราะห์หา Keyword ที่ผู้ค้นหาค้นหาบน Google โดยได้เปรียบเทียบกันระหว่าง 4 คำ ได้แก่ รัชกาลที่ 7, พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว, ร.7 และพระปกเกล้า ผลลัพธ์พบว่าคำค้นที่ได้รับความนิยมใช้ค้นหามากที่สุด คือ ร.7 และรองลงมา คือ รัชกาลที่ 7 ดังนั้น ผู้เขียนต้องให้ความสำคัญกับ 2 คำข้างต้น ใช้เป็น Keyword หลัก และนำไปใส่ไว้ในตำแหน่งสำคัญต่าง ๆ ของบทความ ได้แก่

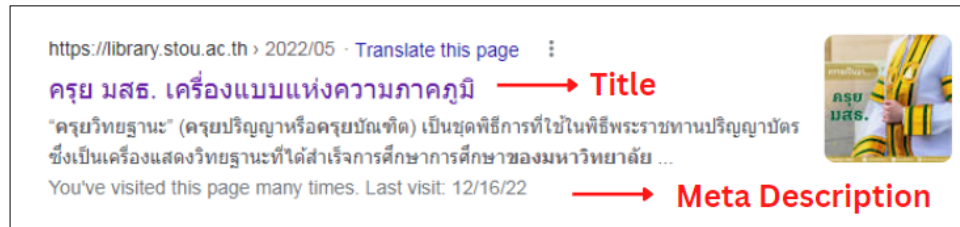
- (1) ชื่อบทความ จัดเป็น Heading Tag (H1)
- (2) เนื้อหา 100 คำแรกของบทความ หรือส่วนเกริ่นนำ
- (3) URL ชื่อลิงก์ของบทความ
- (4) หัวข้อย่อย จัดเป็น Heading Tag (H2- H6)
- (5) ส่วน Alt Text (Alternative Text) คือ คำอธิบายรูปภาพบนเว็บไซต์
- (6) ส่วนเนื้อหา โดยแทรก Keyword ให้กระจายตัวอย่างเหมาะสม ประมาณ

6- 8% ของเนื้อหาทั้งหมด แต่ไม่ควรใส่ Keyword มากเกินไป อาจทำให้ Google มองว่าเป็นการสแปมข้อมูล



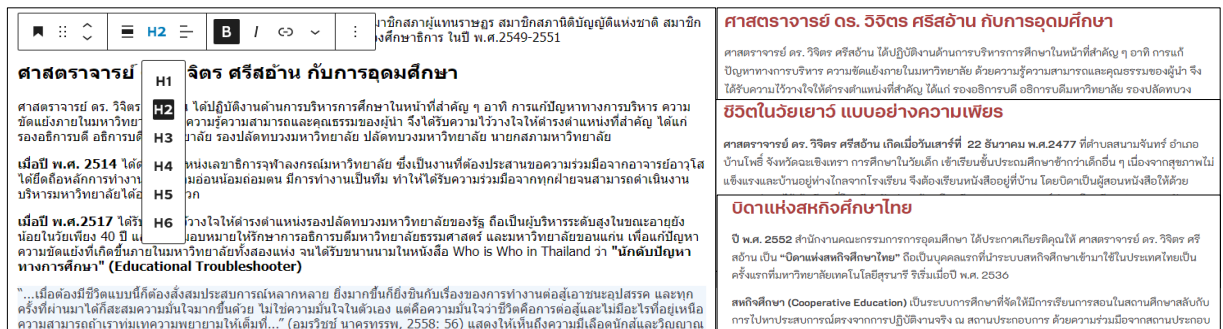
ภาพที่ 5 ตัวอย่างตำแหน่งการวาง Keyword หลัก คือ คำว่า “ครุฑ มสธ.” ในส่วนต่าง ๆ ของบทความ

6.2 การตั้งชื่อ Meta Title และ Meta Description ให้น่าสนใจ ซึ่งเป็นส่วนที่จะแสดงผลเป็นอันดับแรกสุดของการค้นหา Google ดังนั้นควรใส่ Keyword เพื่อให้ Google รู้ว่าเป็นบทความเกี่ยวกับเรื่องใด และควรเขียนเนื้อหาส่วนนี้ให้มีความน่าสนใจ เพื่อดึงดูดการคลิกเข้ามาอ่านบทความ



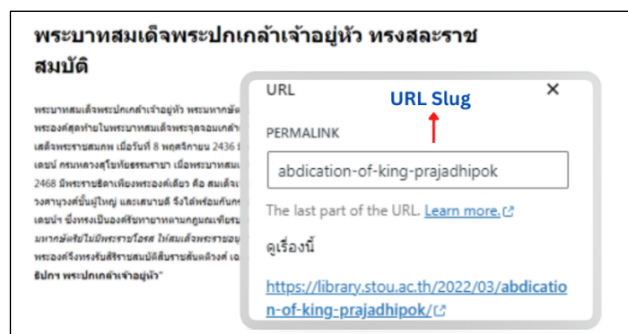
ภาพที่ 6 การตั้งชื่อ Meta Title และ Meta Description ควรให้มีความน่าสนใจ

6.3 การวางโครงเนื้อหาบทความเป็นลำดับ การพัฒนาบทความไม่ควรวางรูปแบบเนื้อหาหวัดกันทั้งหมด ควรแบ่งเนื้อหาออกเป็นหัวเรื่องหลักและหัวข้อย่อย สำหรับ Heading Tag มีหลายขนาดตั้งแต่ H1 - H6 เพื่อเรียงตามลำดับความสำคัญของเนื้อหา ได้แก่ ชื่อบทความใช้ H1, หัวข้อย่อยใช้ H2 และหัวข้อย่อยที่ย่อยลงไปอีกใช้ H3-H6 เพื่อให้ Google เข้าใจลำดับความสำคัญของเนื้อหา และช่วยจัดระเบียบเนื้อหาให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย และการใส่ภาพประกอบจะช่วยเพื่อเพิ่มความน่าสนใจแก่บทความให้มากขึ้นได้



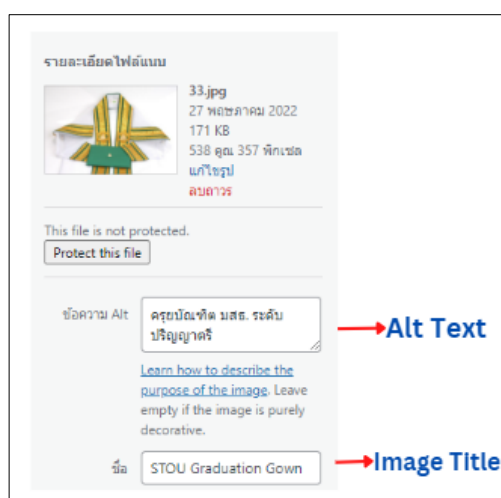
ภาพที่ 7 ตัวอย่างการลำดับความสำคัญของเนื้อหาโดยการแบ่งเป็นหัวข้อย่อย

6.4 การตั้ง URL Slug ของบทความต้องสื่อความหมาย สำหรับ URL Slug คือ ส่วนท้าย URL ของแต่ละหน้าใน WordPress ซึ่งผู้พัฒนาบทความสามารถตั้งค่าเองได้ การตั้งค่า URL ควรใช้คำภาษาอังกฤษ แทรกคีย์เวิร์ดที่กระชับ และควรใช้คำที่สื่อความหมายชัดเจน เพื่อบ่งบอกถึงเนื้อหาของบทความ



ภาพที่ 8 ตัวอย่างการตั้ง URL Slug ของบทความต้องสื่อความหมายและใช้ภาษาอังกฤษ

6.5 การตั้งชื่อภาพ และใส่คำอธิบายภาพ Alt Text เป็นการทำให้ SEO ให้กับรูปภาพ ซึ่งมีความสำคัญเพื่อเพิ่มโอกาสให้รูปภาพติดอันดับหน้าแรก Google ในหมวดรูปภาพ ขั้นตอนก่อนการอัปโหลดไฟล์รูปภาพบน Wordpress ควรตั้งชื่อไฟล์รูปภาพ โดยใช้ Keyword และตั้งชื่อภาพเป็นภาษาอังกฤษที่สื่อความหมาย ต่อมาในส่วน Alt Text หรือคำอธิบายรูปภาพบนเว็บไซต์ที่แทรกอยู่ใน HTML Code ซึ่งจะไม่ปรากฏบนหน้าเว็บ การใส่คำอธิบายจะช่วยให้ Google รู้จักรูปภาพนั้น ๆ ว่าเกี่ยวข้องกับเรื่องใด ดังนั้น การเขียนคำอธิบายรูปภาพ Alt Text จำเป็นต้องใส่ทุกครั้ง โดยเขียนให้กระชับ ชัดเจน มีใส่ Keyword และไม่ควรให้คำอธิบายซ้ำกันในแต่ละภาพ



ภาพที่ 9 การตั้งชื่อภาพ และใส่คำอธิบายภาพ Alt Text ในโปรแกรม Wordpress

6.6 การใส่ลิงก์เชื่อมโยงกันในเว็บไซต์ หรือที่เรียกว่า Internal Link เป็นการเชื่อมโยงไปยังบทความอื่น ๆ ภายในเว็บไซต์เดียวกัน เพื่อเพิ่มระยะเวลาการอยู่ในเว็บไซต์ให้นานขึ้น ซึ่งส่งผลดีทำให้เกิด Traffic ภายในเว็บไซต์ ซึ่งมีผลต่อการถูกการจัดอันดับที่หน้าแรกของ Google

ข้อมูลเพิ่มเติมที่น่าสนใจ

- บทความออนไลน์: ศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสอ้าน ได้รับพระราชทานเหรียญดุษฎีมาลา เข็มศิลปวิทยา ในสาขาศึกษาศาสตร์
- บทความออนไลน์: ศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสอ้าน นักนวัตกรรมการศึกษาเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของไทย
- เว็บไซต์นวัตกรรมวิจิตร

ภาพที่ 10 ตัวอย่างการใส่ลิงก์เชื่อมโยงกันในเว็บไซต์

6.7 การสร้างสารบัญของบทความ หรือ Table of Content เป็นการสร้างทางลัดในการเข้าถึงหัวข้อย่อยต่าง ๆ ในบทความได้โดยตรง เหมาะสำหรับบทความที่มีความยาว ทำให้สามารถ Link ไปที่หัวข้อที่สนใจได้ทันที



ภาพที่ 11 การสร้างสารบัญชของบทความ เพื่อเชื่อมโยงไปที่หัวข้อโดยตรง

7. การตรวจสอบความถูกต้อง เป็นการตรวจสอบความเรียบร้อยของบทความ ด้านความสมบูรณ์ของเนื้อหา การสะกดคำถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ และความถูกต้องครบถ้วนของการปรับแต่งบทความตามหลักการ SEO ในส่วนต่าง ๆ เพื่อลดความผิดพลาดของบทความออนไลน์ก่อนการเผยแพร่

8. การเผยแพร่ เป็นการเผยแพร่บทความในเว็บไซต์ห้องสมุด ตามช่วงเวลาที่ได้มีกำหนดไว้ในแผนงาน และมีการกระตุ้นการรับรู้ให้มากขึ้น ด้วยการแชร์บทความไปยังโซเชียลมีเดียต่าง ๆ อาทิ Facebook, Line OA เพื่อเพิ่มปริมาณการเข้าถึง ซึ่ง Google จะพิจารณาการมีส่วนร่วมของบทความที่เผยแพร่บนโซเชียลมีเดียด้วย อาทิ การแชร์ การแสดงความรู้สึกร การคอมเมนต์ และการคลิก เป็นต้น

9. การประเมินและติดตามผล โดยใช้เครื่องมือ Google Analytics สำหรับศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ ซึ่งสามารถวิเคราะห์สถิติได้แบบ Real-Time เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาบทความให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงเป็นการวัดผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาบทความตามหลักการ SEO ว่ามีประสิทธิภาพตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่

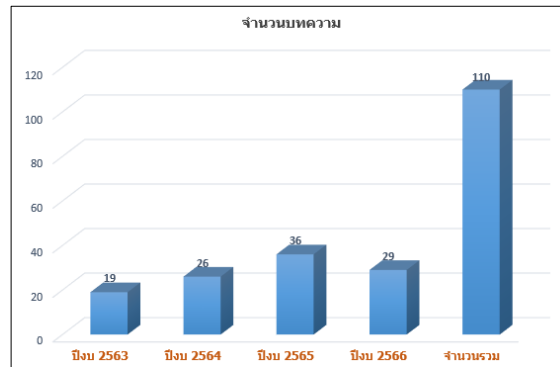
ผลการดำเนินการและอภิปรายผล (Result and Discussion)

การพัฒนาสื่อประเภทบทความออนไลน์ด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ในเว็บไซต์ห้องสมุด โดยได้นำกระบวนการ SEO มาเป็นแนวปฏิบัติในการปรับแต่งบทความให้มีคุณภาพ มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน ทำให้บทความติดอันดับหน้าแรกของ Google ทำให้เกิดผลการดำเนินงาน ดังนี้

1. ผลการดำเนินงานในเชิงปริมาณ

1.1 มีการพัฒนาบทความออนไลน์ จำนวนรวมทั้งสิ้น 110 บทความ โดยพัฒนาและเผยแพร่บทความด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ภายใต้หัวข้อ “ข่าวสารห้องสมุด” และ “สาระความรู้” มีเนื้อหาครอบคลุมสารสนเทศ 4 ด้าน ได้แก่ 1) สารสนเทศจดหมายเหตุมหาวิทยาลัย 2) สารสนเทศพระปกเกล้าศึกษา 3) สารสนเทศการศึกษาทางไกล และ 4) สารสนเทศ ศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสอ้าน อาทิ การเล่าเรื่องราวจากไทม์ไลน์วันนี้ในอดีตที่สำคัญของ มสธ. เหตุการณ์สำคัญในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้า

เจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 สารความรู้ด้านการศึกษากาทางไกล และการแนะนำทรัพยากรสารสนเทศที่น่าสนใจ เป็นต้น โดยริเริ่มพัฒนาตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ.2563 จนถึงปัจจุบัน มีบทความรวมทั้งสิ้น 110 บทความ แบ่งเป็น ปีงบประมาณ พ.ศ.2563 จำนวน 19 บทความ ปีงบประมาณ พ.ศ.2564 จำนวน 26 บทความ ปีงบประมาณ พ.ศ.2565 จำนวน 36 บทความ และปีงบประมาณ พ.ศ.2566 (ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2565) จำนวน 29 บทความ

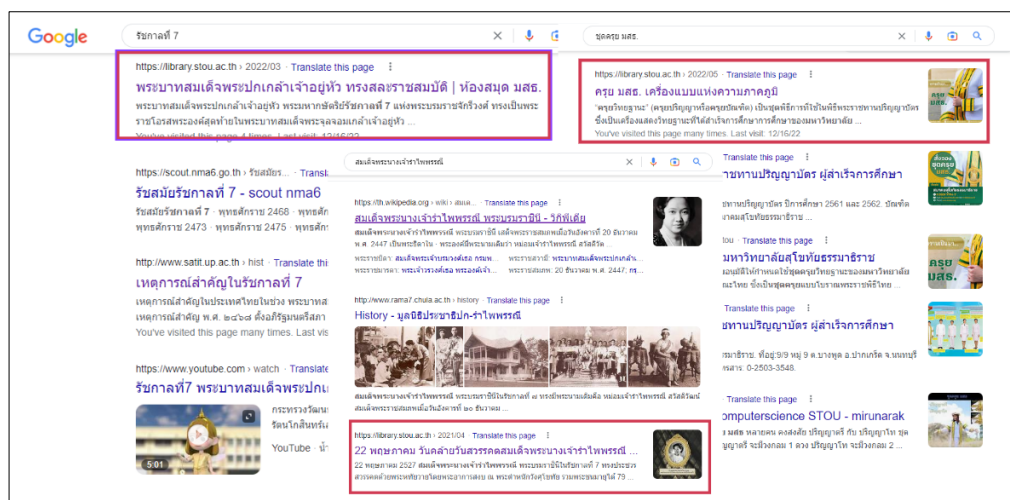


ภาพที่ 12 แผนภูมิแสดงจำนวนบทความด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ในเว็บไซต์ห้องสมุด

ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีการพัฒนาบทความเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี เพื่อสร้างสรรค์บทความที่มีคุณภาพภายใต้กระบวนการ SEO เป็นการส่งเสริมการรับรู้สารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วเรียนรู้ได้ทุกที่และทุกเวลาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

2. ผลการดำเนินงานในเชิงคุณภาพ

2.1 บทความออนไลน์สารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ติดอันดับหน้าแรก Google การพัฒนาบทความโดยใช้กระบวนการ SEO ทำให้ได้บทความที่มีคุณภาพที่ดี และมีประโยชน์ต่อผู้อ่าน พบว่า มีบทความที่ติดอันดับหน้าแรกการค้นหาคำว่า Google จากการใส่คำสำคัญในการค้นหา ได้แก่ “ร.7” “รัชกาลที่ 7” “สมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี” “ครู มสธ.” ซึ่งเป็นคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ.



ภาพที่ 13 หน้าแรกของ google จากการค้นด้วยคำว่า รัชกาลที่ 7 บทความของห้องสมุดติดอันดับหน้าแรก

2.2 สถิติการเข้าชมบทความออนไลน์สารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ผลการจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือ Google Analytics พบว่าบทความมีสถิติจำนวนการเข้าชม (Pageviews) รวมทั้งสิ้น 72,961 ครั้ง ส่งผลให้มีการรับรู้สารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. เพิ่มขึ้น โดยบทความที่ได้รับความนิยม 5 อันดับแรก ได้แก่

อันดับที่ 1 27 มิถุนายน 2475 รัชกาลที่ 7 พระราชทานรัฐธรรมนูญฉบับ “ชั่วคราว” ฉบับแรกของประเทศไทย (<https://library.stou.ac.th/2020/06/27-june-2475/>)

อันดับที่ 2 10 ธันวาคม 2475 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว พระราชทานรัฐธรรมนูญฉบับแรก (<https://library.stou.ac.th/2020/12/first-constitution-2475/>)

อันดับที่ 3 ครุ มสธ. เครื่องแบบแห่งความภาคภูมิใจ (bit.ly/3ldy9Zx)

อันดับที่ 4 30 พฤษภาคม วันคล้ายวันสวรรคตพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (bit.ly/3jJGWcc)

อันดับที่ 5 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงสละราชสมบัติ (bit.ly/3DWd0Am)



ภาพที่ 14 บทความด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. 5 อันดับแรกที่มีความนิยมมีการเข้าชมมากที่สุด

จากสถิติข้างต้นวิเคราะห์ได้ว่า บทความออนไลน์ด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวันสำคัญและเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ จะได้รับความสนใจจากผู้อ่านมากที่สุด อาทิ วันรัฐธรรมนูญ พิธีพระราชทานปริญญาบัตร มสธ. วันสำคัญในพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว เป็นต้น ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาบทความหัวข้ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บทความตรงกับความต้องการของผู้อ่านมากที่สุด

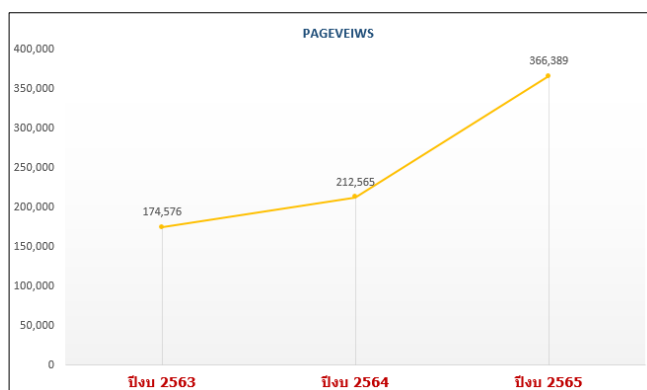
2.3 สถิติการติดอันดับบน Google ของเว็บไซต์ห้องสมุด มสธ. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือ จาก Google Analytics พบว่า เดือนกันยายน 2565 หน้าเพจเว็บไซต์ห้องสมุด ติดอันดับที่ 1 ของ Google จากการค้นหาด้วยคำค้น “27 มิถุนายน 2475” ในบทความเรื่อง “27 มิถุนายน 2475 รัชกาลที่ 7 พระราชทานรัฐธรรมนูญฉบับ “ชั่วคราว” ฉบับแรกของประเทศไทย” (bit.ly/3jTzoDL) และคำค้น

“30 พฤษภาคมวันสำคัญ” ในบทความเรื่อง “30 พฤษภาคม วันคล้ายวันสวรรคตพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว” (bit.ly/3jGWcc) ซึ่งทั้ง 2 บทความ เป็นคำค้นที่เกี่ยวกับวันสำคัญที่เกิดขึ้นในอดีต แสดงให้เห็นถึงความสนใจของผู้อ่านในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญ ๆ ด้วยคำค้นที่เกี่ยวกับตัวเลขวันเดือนปี

ผู้ปฏิบัติงานสามารถใช้เป็นแนวทางในตั้งชื่อบทความให้เกี่ยวกับวันเดือนปี หรือตัวเลข และเป็นไอเดียในการกำหนดเนื้อหาบทความที่เกี่ยวข้องกับวันสำคัญที่เกิดขึ้นในอดีต ซึ่งเป็นเรื่องที่ได้รับค่านิยมในการค้นหา เพื่อให้บทความติดอันดับหน้าแรกของ Google

2.4 สถิติจำนวนการเข้าชมเว็บไซต์ห้องสมุด มสธ. เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลการของพัฒนาเว็บไซต์ห้องสมุด มสธ. และบทความออนไลน์อย่างต่อเนื่องอย่างมีมาตรฐานด้วยกระบวนการ SEO ทั้งกระบวนการ Off-Page SEO และ On-Page SEO ทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดีต่อเว็บไซต์ห้องสมุด คือ สถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ (Website Traffic) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือ Google Analytics พบว่า ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 มีจำนวนการเข้าชมเว็บไซต์ (Pageviews) 174,576 ครั้ง ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 มีจำนวนการเข้าชมเว็บไซต์ 212,565 ครั้ง และปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 มีจำนวนการเข้าชมเว็บไซต์ 366,389 ครั้ง

ดังนั้น เพื่อให้เว็บไซต์มีสถิติเข้าเยี่ยมชมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการพัฒนาเว็บไซต์โดยใช้กระบวนการ SEO และมีการพัฒนาบทความออนไลน์ รวมถึงสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อช่วยเพิ่มโอกาสในการติดอันดับหน้าแรก Google และช่วยเพิ่มจำนวนการเข้าชมเว็บไซต์มากขึ้น

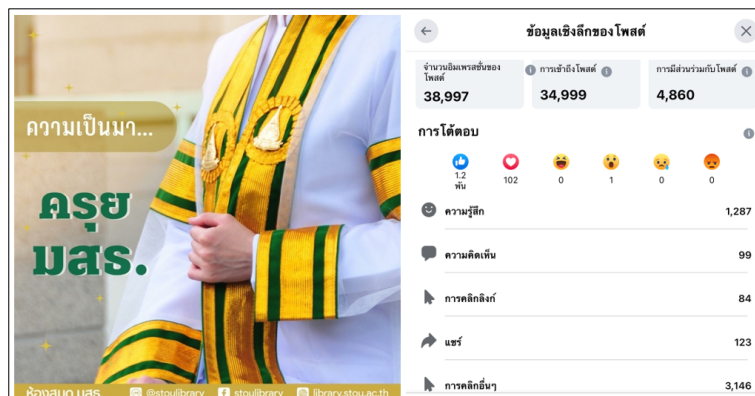


ภาพที่ 15 การเยี่ยมชมเว็บไซต์ห้องสมุด มสธ. (Website Traffic) ปีงบประมาณ พ.ศ.2563-2565

2.5 สถิติผลการเผยแพร่บทความผ่านทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ อาทิ Facebook, Line OA เพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงบทความ เป็นการสร้างรับรู้ให้มากขึ้น ซึ่ง Google จะพิจารณาการมีส่วนร่วมของบทความที่เผยแพร่บนโซเชียลมีเดียด้วย สำหรับช่องทางการเผยแพร่บทความ มีดังนี้

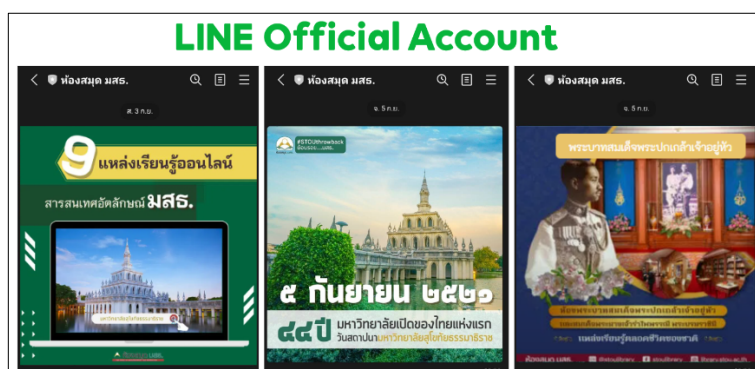
2.5.1 การเผยแพร่ทาง Facebook ห้องสมุด มสธ. จากสถิติในปีงบประมาณ พ.ศ.2565 พบว่า บทความเรื่อง “ครู มสธ. เครื่องแบบแห่งความภาคภูมิใจ” ที่ได้มีแชร์ผ่านช่องทาง Facebook มีสถิติสูงสุดด้านการมีส่วนร่วม 4,855 ครั้ง การเข้าถึง 34,999 คน และมีการแชร์ต่อ 123 ครั้ง แสดงให้เห็นว่า บทความที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องที่กำลังเป็นกระแสนิยมในช่วงเวลานั้น เช่น พิธีพระราชทานปริญญาของ มสธ. ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก

ดังนั้น ผู้พัฒนาบทความควรวางแผนสร้างสรรค์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวันสำคัญ หรือเหตุการณ์สำคัญ ๆ เนื่องจากเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจและสร้างการมีส่วนร่วมได้มากขึ้น



ภาพที่ 16 สถิติบทความออนไลน์ที่มีการเผยแพร่ทาง Facebook ห้องสมุด ที่มีการมีส่วนร่วมสูงสุด

2.5.2. การเผยแพร่บทความผ่านทาง Line Official Account ของห้องสมุด มสธ. เป็นการส่งข้อความ Broadcast เป็นรูปภาพที่ฝังลิงก์บทความออนไลน์ไว้ เมื่อผู้อ่านคลิกที่รูปภาพจะมีการ Backlink กลับไปยังบทความออนไลน์ในเว็บไซต์ห้องสมุด ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มจำนวนผู้ชมเว็บไซต์ให้มากขึ้น และทำให้สามารถเผยแพร่สารสนเทศให้กับกลุ่มเป้าหมายของห้องสมุดได้โดยตรง ส่งผลให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบทความได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว สำหรับ ในปีงบประมาณ พ.ศ.2565 บทความออนไลน์ที่เผยแพร่ช่องทาง Line OA ที่มีการเปิดดูมากที่สุดคือ บทความเรื่อง “ครูย มสธ. เครื่องแบบแห่งความภาคภูมิใจ” มีจำนวนการเปิดดู 600 ครั้ง



ภาพที่ 17 ตัวอย่างบทความออนไลน์ที่มีการแชร์ผ่านช่องทาง Line Official Account

อภิปรายผล

1. การพัฒนาบทความออนไลน์ในเว็บไซต์ห้องสมุด ควรมีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และควรพัฒนาให้สอดคล้องกับกระบวนการ SEO (Search Engine Optimization) ซึ่งบทความออนไลน์ถือว่าเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการรับรู้สารสนเทศต่าง ๆ ของห้องสมุด การพัฒนาเนื้อหาสารสนเทศที่มีคุณค่าและมีประโยชน์ เป็นช่วยเพิ่มโอกาสในการติดอันดับหน้าแรก Google และช่วยเพิ่มจำนวนการเข้าชมเว็บไซต์มากขึ้นจากบทความออนไลน์

2. การพัฒนาบทความออนไลน์ทำให้การรับรู้สารสนเทศด้านอัตลักษณ์ มสธ. เพิ่มมากขึ้น

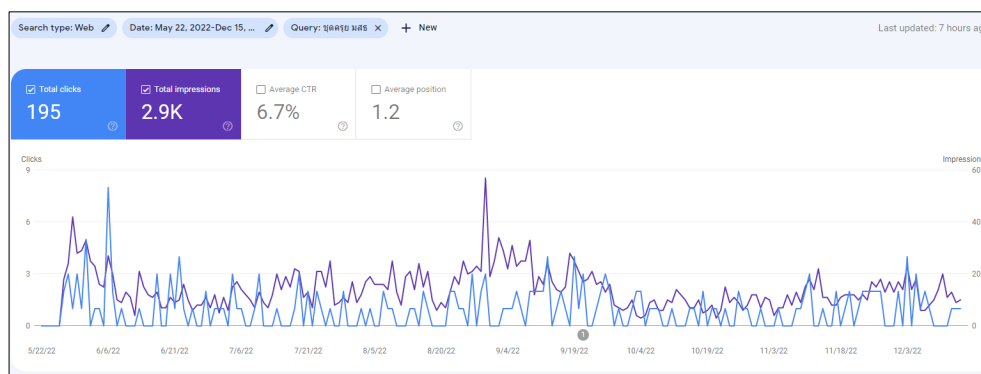
ซึ่งแต่เดิมการบริการสารสนเทศด้านอัตลักษณ์ มสธ. จัดให้บริการ ณ ที่ทำการของ มสธ. เท่านั้น ทำให้เข้าถึงได้ยากส่งผลให้รับรู้สารสนเทศอยู่ในกลุ่มเป้าหมายที่จำกัด คือ นักศึกษาและบุคลากร มสธ. ทั้งนี้ เมื่อมีการริเริ่มพัฒนาและเผยแพร่สื่อออนไลน์ด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ประเภทต่าง ๆ มากขึ้น อาทิ บทความออนไลน์ คลิปวิดีโอ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ นิทรรศการออนไลน์ อินโฟกราฟฟิก เป็นต้น โดยเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ของห้องสมุด มสธ. ได้แก่ เว็บไซต์ ยูทูป โซเชียลมีเดีย (Facebook, Line OA) ส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เรียนรู้ได้ทุกที่และทุกเวลาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้น รวมถึงสร้างการรับรู้แก่ผู้สนใจประชาชนทั่วไป

3. การพัฒนาเนื้อหาบทความออนไลน์สารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ควรพัฒนาเนื้อหาให้มีความหลากหลาย ดังนี้

3.1) บทความให้ความรู้ที่มีคุณค่าและมีประโยชน์ ไม่เสื่อมถอยตามเวลา และเนื้อหาที่มีความน่าสนใจเกิดการค้นหายุ่งตลอดเวลา ตัวอย่างข้อมูลสถิติจากเครื่องมือ Google Analytics พบว่า บทความเรื่อง “ครูย มสธ. เครื่องแบบแห่งความภาคภูมิใจ” ที่สร้างขึ้นเมื่อเดือนพฤษภาคม 2565 ปัจจุบันยังมีการค้นหาใน Google จากคำค้น “ชุดครูย มสธ.” อยู่อย่างต่อเนื่อง

3.2) บทความที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญ วันสำคัญที่เกิดขึ้นในอดีต ซึ่งมีข้อมูลด้านวันเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง อ้างอิงจากสถิติผู้คนนิยมค้นหาด้วยคำค้นเกี่ยวกับ “วันเวลา” ดังนั้น ผู้เขียนสามารถเพิ่มความน่าสนใจของบทความด้วยการใช้ “ตัวเลขของวันเดือนปี” ตั้งเป็นชื่อบทความ

3.3) บทความที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ หรือเหตุการณ์ที่กำลังเป็นกระแส ซึ่งจะช่วยให้บทความได้รับความสนใจและสร้างแรงจูงใจในการเข้ามาอ่านมากขึ้น



ภาพที่ 18 สถิติข่าวเนื้อหาประเภทให้ความรู้ที่มีคุณค่า ทำให้เกิดการค้นหายุ่งอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาบทความออนไลน์ รวมถึงการพัฒนาสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ในเว็บไซต์ ให้สอดคล้องกับกระบวนการ SEO องค์กร/หน่วยงานควรมีการจัดอบรมในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระบวนการ SEO การพัฒนาสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ในยุคดิจิทัล รวมถึงการจัดทำคู่มือ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานด้านนี้มีองค์ความรู้และมีแนวปฏิบัติที่ดีในการพัฒนาบทความออนไลน์หรือสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ทำให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ มีมาตรฐานอยู่ในทิศทางเดียวกัน และเกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดีด้านการสร้างสารสนเทศที่มีคุณภาพ (Quality content) มีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ และเป็นมิตรต่อ SEO (SEO-Friendly) ทำให้สารสนเทศและเว็บไซต์ของห้องสมุดติดอันดับหน้าแรก google และเป็นการส่งเสริมการรับรู้สารสนเทศให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

การนำไปใช้ประโยชน์

การพัฒนาและเผยแพร่บทความออนไลน์ด้านสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ให้สอดคล้องกับกระบวนการ SEO ทำให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านการพัฒนาบริการสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. การพัฒนาและเผยแพร่บทความออนไลน์ เป็นการพัฒนาการบริการสารสนเทศเชิงรุกแก่ผู้ใช้บริการ ช่วยส่งเสริมให้เกิดการใช้สารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. มากขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการในยุคดิจิทัลได้

2. ด้านผู้ใช้บริการ ทำให้สามารถเข้าถึงสารสนเทศอัตลักษณ์ มสธ. ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เรียนรู้ได้ทุกที่และทุกเวลาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

3. ด้านผู้ปฏิบัติงาน ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Wordpress กระบวนการ SEO และสามารถนำสารสนเทศอัตลักษณ์มหาวิทยาลัย ที่จัดเก็บภายในห้องสมุดซึ่งการรับรู้ยังอยู่ในกลุ่มเป้าหมายที่จำกัด นำมาพัฒนาเป็นสื่อประเภทบทความออนไลน์ที่มีคุณภาพ และสามารถติดอันดับหน้าแรก Google ได้ นอกจากนี้ ผู้ปฏิบัติงานยังได้พัฒนาทักษะด้านการเขียนให้มีคุณภาพ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างคอนเทนต์ต่าง ๆ ให้มีความน่าสนใจ และเป็นการพัฒนาทักษะ Hard Skills ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การใช้โปรแกรม Wordpress การใช้เครื่องมือ Google Tools เป็นการเพิ่มทักษะของผู้ปฏิบัติงานให้มีความทันสมัยสามารถเท่าทันการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็วในยุคดิจิทัล และเท่าทันกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการค้นคว้าหาข้อมูลที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปใช้เครื่องมือค้นหาข้อมูล Search engine อย่าง Google มากขึ้น

4. ด้านองค์กร/หน่วยงาน การพัฒนาบทความออนไลน์ในเว็บไซต์ห้องสมุดให้สอดคล้องกับกระบวนการ SEO ทำให้เกิดผลดีต่อองค์กร/หน่วยงาน ด้านการทำการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเผยแพร่เนื้อหาสารสนเทศที่มีคุณค่า และมีประโยชน์ต่อผู้อ่านบนเว็บไซต์ เพื่อดึงดูด สร้างความจดจำ และเปลี่ยนให้ผู้อ่านทั่วไปมาเป็นกลุ่มเป้าหมายของห้องสมุด รวมถึงเป็นการส่งเสริมการสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) ของห้องสมุด มสธ. ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน ทำให้เป็นห้องสมุดที่มีความน่าเชื่อถือ และยังช่วยเพิ่มจำนวนผู้ชมเว็บไซต์ (Website Traffic) ให้มากขึ้นอย่างยั่งยืนได้ในระยะยาว สามารถช่วยประหยัดงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร/หน่วยงานได้

รายการอ้างอิง (References)

- กนกวรรณ แกนเกตุ. (2562, 9 ตุลาคม). *7 Step-by-Step เขียนบทความ SEO ให้ติดหน้าแรกบน Google แบบไม่เสียเงิน*. STEPS Training. <https://stepstraining.co/search/7-steps-write-seo-content>
- พัทวิ. (ม.ป.ป.). *SEO คืออะไร : สรุปความรู้ SEO เบื้องต้นทั้งหมด ที่คุณจำเป็นต้องรู้*. Padveewebschool. <https://padveewebschool.com/seo-basics/>

- พงศ์กร จันทราช. (2552). การวิเคราะห์เว็บไซต์ โดยใช้ Google Analytics. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพาร์อิส เทอร์น*, 3(1), 31-40.
- ยศไกร ส.ตันสกุล. (2565). *เขียน Content SEO ให้ปังดังสนั่นทั้ง Google*. เช็ก.
- ฉัญฉัช นันทชนก. (2564). *เก่ง Keyword + SEO ให้ครบสูตร*. วิตดี กรู๊ป.
- ศุภณัฐ สุขโข. (2564). *ดันเว็บไซต์ให้เป็นที่ 1 ในใจลูกค้าด้วย SEO 3rd Edition*. ไอดีซี พรีเมียร์