

การศึกษาการจัดการข้อมูลบนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยจากการจัดอันดับ
มหาวิทยาลัยด้วย Webometrics ในยุค Thailand 4.0 ด้วยเครื่องมือ SEO
A Study of Website Content Management of Thailand University in
Webometrics Ranking of World Universities in Thailand 4.0
by Using SEO Tools

ธวัชชัย สุขสีดา

บทคัดย่อ

ปัจจุบันนี้ ด้วยการกำลังก้าวเข้าสู่ยุคของ Thailand 4.0 ของประเทศไทย ซึ่งเป็นยุคที่ข้อมูลข่าวสารสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและรวดเร็วด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการนำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนั้นรวมถึงข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ ของสถาบันการศึกษาด้วยเช่นกัน Webometrics ranking of worlds universities เป็นการจัดอันดับสถาบันการศึกษา โดยใช้ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลบนเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาเหล่านั้นเป็นตัวชี้วัดในการประเมินผลในการจัดอันดับ ซึ่งใช้ตัวชี้วัด 2 ด้าน ด้านแรกได้แก่ การเป็นที่รู้จักบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Visibility) และด้านที่สอง คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้น (Activities) โดยในบทความนี้ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ด้านการเป็นที่รู้จักของเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่อยู่ใน 10 อันดับแรกและ 10 อันดับสุดท้ายในประเทศไทยจาก Webometrics โดยใช้เครื่องมือในการปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อให้ติดอันดับต้นในหน้าผลลัพธ์การค้นหาข้อมูลออนไลน์ หรือ Search Engine Optimization : SEO ในการศึกษาข้อมูล จำนวน 2 กลุ่มเครื่องมือด้วยกัน ได้แก่ กลุ่มแรกเป็นเครื่องมือที่ Webometrics ใช้ในการประเมินผล คือ Ahrefs และ MajesticSEO และกลุ่มเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลในการจัดทำ SEO อันได้แก่ SEMRush และ Alexa ซึ่งบทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการประเมินจำนวนการเชื่อมโยงกลับมาไปยังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาในเบื้องต้นของเครื่องมือที่แตกต่างกัน โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาข้อมูลนี้สามารถนำไปใช้อ้างอิงในการจัดการเนื้อหาหรือข้อมูลบนเว็บไซต์ รวมไปถึงการเผยแพร่เนื้อหาบทเรียนของสถาบันการศึกษาให้เป็นที่รู้จักบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและสามารถนำไปใช้ในการประเมินการจัดอันดับมหาวิทยาลัยของสถาบันการศึกษาด้วย Webometrics ได้

คำสำคัญ : การจัดอันดับเว็บไซต์, เว็บไซต์, เนื้อหาของเว็บไซต์, การเชื่อมโยงกลับมา, เอสอีโอ

Abstract

Today, Thailand will change to Thailand 4.0. People can access information and news easy and fast by using high technology especially, website data which presented from organization and this includes

data and other details from education institution too. Webometrics ranking of world universities is the ranking of education website which assessed accessibility of website content. Webometrics use 2 major indicators to evaluate the accessibility of website, first indicators is Visibility and the last one is Activities which include number of document on website, academics reference from Google Scholar and academic papers which published in high impact international journals. In this paper, we study relational of top 10 and bottom 10 universities in Thailand ranking and consider Webometrics visibility indicators by using Search Engine Optimization Tool (SEO Tool). The 2 groups of SEO tools are tool of Webometrics which consist of Ahrefs and MajesticSEO and other SEO Tools, SEMRush and Alexa. This article aims to evaluate the number of links which back to the site of the education institution by using difference SEO tools and result from this paper should help website content person to manage the content too and the publish website content of the education institution will help to the university move up in Webometrics ranking of world universities too.

Keyword : Website Ranking, Webometrics, Website Content, Backlinks, SEO

บทนำ

การจัดอันดับเว็บไซต์สถาบันการศึกษาด้วย Webometrics หรือ Webometrics ranking of world universities (Isidro F. Aguillo, 2012) เป็นการจัดอันดับการเข้าถึงข้อมูลในเว็บไซต์ทางการศึกษาจากสถาบันการศึกษาทั่วโลก โดยกลุ่มของนักวิจัยในประเทศสเปน หรือ Consejo Superior de Investigaciones Cientificas (CSIC) ซึ่งการจัดอันดับสถาบันการศึกษาด้วย Webometrics มีการจัดอันดับปีละ 2 ครั้ง โดยครั้งแรกจัดอันดับทุกสิ้นเดือนมกราคม และครั้งที่สองจัดอันดับทุกสิ้นเดือนกรกฎาคม โดยวัตถุประสงค์หลักในการจัดอันดับการเข้าถึงข้อมูลในเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาด้วย Webometrics เพื่อเผยแพร่เว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากยิ่งขึ้น รวมทั้งยังเป็นการส่งเสริมการเปิดเผยข้อมูลให้สามารถเข้าถึงได้อย่างอิสระและการกระจายความรู้ที่เกิดขึ้นภายในมหาวิทยาลัยให้ออกไปสู่สังคมภายนอก โดยการเผยแพร่เว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาด้วย Webometrics นั้น ใช้ประเมินจากตัวชี้วัด 2 ส่วนด้วยกัน

ตัวชี้วัดส่วนแรกที่ใช้ในการจัดอันดับสถาบันการศึกษาด้วย Webometrics (Isidro F. Aguillo, 2012) ได้แก่ ส่วนของ Visibility หรือการเป็นที่รู้จักของเว็บไซต์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จำนวน 50% ของคะแนนในการประเมินทั้งหมด โดยตัวชี้วัดส่วนนี้ประเมินจากสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อการเป็นที่รู้จักเว็บไซต์ของสถาบันศึกษานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Impact) ซึ่งผลกระทบดังกล่าวประเมินจากจำนวนการเชื่อมโยงจากเว็บไซต์ภายนอก กลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษา ซึ่ง Webometrics ใช้เครื่องมือในการประเมินการเชื่อมโยงข้อมูลกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันศึกษานั้น ๆ (Backlink) จากองค์กรภายนอก 2 แห่งด้วยกัน ได้แก่ Ahrefs และ MajesticSEO ส่วนตัวชี้วัดส่วนที่สอง เป็นส่วนของกิจกรรมที่เกิดขึ้นใน เว็บไซต์ (Activities) อีกจำนวน 50% ของคะแนนในการประเมินทั้งหมด ซึ่งส่วนของกิจกรรมเหล่านี้จะประกอบไปด้วยส่วนของ Presence จำนวน 10%, ส่วนของ Openness จำนวน 10% และส่วนสุดท้าย คือส่วนของ Excellent อีกจำนวน 30% ของคะแนนในการประเมินทั้งหมด

จากงานวิจัยของ R.K. Pandey (R.K.Pandey, 2014) ที่นำเอามหาวิทยาลัยที่ถูกจัดอันดับเว็บไซต์สถาบันการศึกษาด้วย Webometrics อันดับที่ 1 – 19 ของโลก ประจำปีเดือนกรกฎาคม 2010 มาเปรียบเทียบกับการจัดอันดับมหาวิทยาลัยโลก Academic Ranking of World Universities (ARWU), การจัดอันดับสถาบันการศึกษาด้วย Times Higher Education (TIMES) และการจัดอันดับวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยนานาชาติ (4 International Colleges and Universities (4ICU))

พบว่า 35% ของตัวชี้วัดในการจัดอันดับเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาด้วย Webometrics ได้มาจากสิ่งที่สามารถจัดการและควบคุมได้จากเจ้าของเว็บไซต์ และส่วนที่เหลืออีก 65% แบ่งเป็นการประเมินจากการเป็นที่รู้จักบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์จำนวน 50% และจำนวนการอ้างอิงผลงานทางด้านวิชาการจาก Google Scholar (เกณฑ์ในการจัดอันดับเว็บไซต์ด้วย Webometrics เดือนกรกฎาคม 2016) โดยข้อมูลการเป็นที่รู้จักของเว็บไซต์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาจากการใช้เครื่องมือในการค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์ โดยข้อมูลการเป็นที่รู้จักของเว็บไซต์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตดังกล่าวนี้ ได้มาจากจำนวนการเชื่อมโยงข้อมูลกลับมายังเว็บไซต์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ทำเงินได้หลายพันล้านบาทในการตลาดของการค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัย (Swastik Sinha, Amritap Sinha and Swapan Deoghuria, 2010) ที่ได้ทำการพัฒนาเว็บไซต์ของ Indian Association for the Cultivation of Sciences (IACS) ซึ่งได้นำเอาเทคนิคการปรับปรุงเว็บไซต์ให้ติดอันดับต้น ๆ ในการค้นหาข้อมูลออนไลน์ (Search Engine Optimization : SEO) มาใช้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยให้นักวิจัยและผู้ทำงานเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเว็บไซต์ สามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ได้เหมาะสมกับการจัดทำ SEO ได้ โดยผลการทดสอบที่ได้ พบว่าเว็บเพจในเว็บไซต์ IACS จำนวน 1,070 หน้า สามารถค้นหาเจอได้จากเว็บไซต์ Google.com ซึ่งเป็นเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลออนไลน์ นั้นหมายความว่าเทคนิคในการจัดทำ SEO แบบปกติทั่วไปสามารถทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้เช่นกัน โดยสามารถทำได้โดยค้นหาคำสำคัญด้วยเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลออนไลน์ ซึ่งไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อโฆษณาสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลบนเว็บไซต์เพื่อให้เป็นที่รู้จักบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอีกด้วย

บทความนี้ได้ศึกษาจำนวนการเชื่อมโยงข้อมูลจากเว็บไซต์ภายนอกกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษา โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการจัดทำ Search Engine Optimization : SEO จำนวน 4 เครื่องมือ ได้แก่ Ahrefs ,MajesticSEO, SEMRush และ Alexa เพื่อช่วยประเมินจำนวนการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาในเบื้องต้นของเครื่องมือที่แตกต่างกัน และให้เห็นถึงความสำคัญในการที่เว็บไซต์เป็นที่รู้จักบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เนื่องจากเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่มีเนื้อหาข้อมูลที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ทั้งเนื้อหาของเว็บไซต์ที่อยู่ในรูปของบทเรียน ทฤษฎีด้านต่าง ๆ รวมไปถึงบทความทางด้านวิชาการที่สามารถนำไปใช้อ้างอิงเพื่อพัฒนาผลงานในด้านอื่น ๆ ได้ ซึ่งการพิจารณาจำนวนการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันศึกษานั้นจะส่งผลต่อสถาบันการศึกษาในด้านของการเป็นที่รู้จักบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และยังสามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการจัดการเนื้อหาข้อมูลบนเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาให้มีความเหมาะสมและสามารถประเมินค่าตัวชี้วัดในการจัดอันดับสถาบันการศึกษาจาก Webometrics ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินจำนวนการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาด้วยเครื่องมือที่แตกต่างกัน
2. เพื่อให้เห็นถึงเครื่องมือที่สามารถนำมาใช้ในการประเมินการเป็นที่รู้จักของเว็บไซต์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

สมมติฐานของการวิจัย

จำนวนการเชื่อมโยงข้อมูลจากเว็บไซต์ภายนอกกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาจากเครื่องมือ SEMRush และ Alexa มีผลลัพธ์สอดคล้องกับเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินจำนวนการเชื่อมโยงข้อมูลจากเว็บไซต์ภายนอกกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาด้วยเครื่องมือ Ahrefs และ MajesticSEO ที่ Webometrics ใช้

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา คือ เว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาในประเทศไทยที่ถูกจัดอันดับด้วย Webometrics Ranking of World Universities ประจำเดือนกรกฎาคม ปี พ.ศ.2559 จำนวน 179 เว็บไซต์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยใน 10 อันดับแรก และ 10 อันดับท้าย จากการจัดอันดับสถาบันการศึกษาด้วย Webometrics ประจำเดือนกรกฎาคม ปี พ.ศ.2559

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วยเครื่องมือในการประเมินจำนวนการเชื่อมโยงข้อมูลภายนอกกลับมายังเว็บไซต์ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการจัดทำ Search Engine Optimization : SEO จำนวน 2 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่

1) เครื่องมือที่ Webometrics raking of world universities ใช้ประเมินในการจัดอันดับสถาบันการศึกษา จำนวน 2 เครื่องมือ ได้แก่

1.1) Ahrefs

1.2) MajesticSEO

2) เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการจัดทำ Search Engine Optimization : SEO ได้แก่

2.1) SEMRush

2.2) Alexa

การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการนำสถิติการเชื่อมโยงข้อมูลจากภายนอกกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาที่ได้มาจากเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการจัดทำ Search Engine Optimization : SEO มาจัดเรียงและวิเคราะห์แนวโน้มที่เกิดขึ้น

สรุปผลการวิจัย

1. ขั้นตอนในการดำเนินการ เริ่มต้นด้วย 1) นำเอาข้อมูลมาจากสถาบันการศึกษาที่ได้รับการจัดอันดับด้วย Webometrics ประจำเดือนกรกฎาคม ปีพ.ศ. 2559 โดยพิจารณาเฉพาะส่วนของการเป็นที่รู้จักบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือ Visibility ของสถาบันการศึกษา 2) ทำการแบ่งกลุ่มการพิจารณาออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่ถูกจัดอันดับในอันดับที่ 1 ถึง 10 และ กลุ่มที่ 2 ได้แก่ กลุ่มที่อยู่ในอันดับที่ 170 – 179 ของประเทศไทย 3) ศึกษาข้อมูลของ Visibility โดยพิจารณาจากตัวชี้วัดที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นที่รู้จักของเว็บไซต์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Impact) ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการประเมินค่า Impact นี้มาจากการใช้เครื่องมือในการปรับปรุงเว็บไซต์ เพื่อให้ติดอันดับต้น ๆ ในการค้นหาข้อมูล จำนวน 2 กลุ่มเครื่องมือด้วยกัน ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คือเครื่องมือที่ Webometrics ใช้ในการประเมิน ได้แก่ Ahrefs และ MajesticSEO และกลุ่มที่ 2 คือข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูลในการจัดทำ Search Engine Optimization : SEO ได้แก่ SEMRush และ Alexa โดยนำเอาข้อมูลจำนวนการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์ (Backlink) ทั้งหมด มาเปรียบเทียบกับเพื่อค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์ และอันดับของสถาบันการศึกษาที่ถูกจัดอันดับจาก Webometrics ทั้ง 2 กลุ่ม

2. ผลลัพธ์เมื่อนำเอาตำแหน่งที่อยู่ของเว็บไซต์ที่ถูกจัดอันดับด้วย Webometrics ของแต่ละสถาบันไปวิเคราะห์ ข้อมูลจำนวนการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาด้วยเครื่องมือที่ Webometrics ใช้ในการประเมิน ได้แก่ Ahrefs และ MajesticSEO จะได้ข้อมูลดังตารางที่ 1

Thailand Webometrics	University	University Website	Impack Rank in Webometrics	Ahrefs Total Backlinks	MajesticSEO Total Backlinks
-------------------------	------------	--------------------	----------------------------------	------------------------------	--------------------------------

การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ 4 ประจำปี 2560 (4th NMCCON 2017)

“ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยวิจัยและนวัตกรรม: อนาคตและความท้าทายใหม่ประเทศไทย 4.0”

วันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2560 ณ วิทยาลัยนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

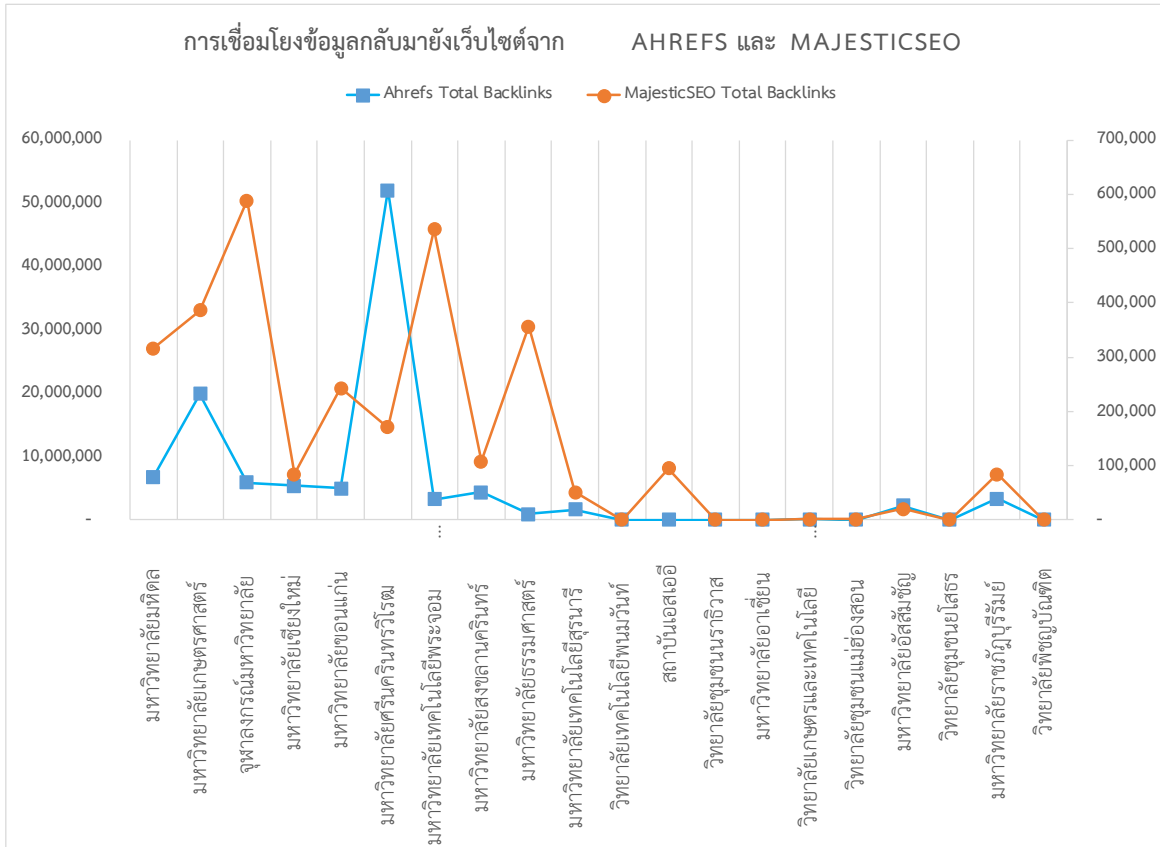
Rank (July 2016)					
1	มหาวิทยาลัยมหิดล	www.mahidol.ac.th	160	6,827,965	315,970
2	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	www.ku.ac.th	24	19,908,026	386,293
3	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	www.chula.ac.th	98	5,920,565	587,742
4	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	www.cmu.ac.th	76	5,388,089	83,775
5	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	www.kku.ac.th	109	5,003,684	243,004
6	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	www.swu.ac.th	665	52,082,736	170,315
7	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	www.kmutt.ac.th	632	3,211,890	543,779
8	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	www.psu.ac.th	87	4,331,090	108,088
9	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	www.tu.ac.th	220	901,676	356,515
10	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี	www.sut.ac.th	655	1,617,862	51,404
170	วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์	www.phanomwan.ac.th	21,984	672	126
171	สถาบันเอสเออี	www.bangkok.sae.edu	21,992	5,354	95,073
172	วิทยาลัยชุมชนนครราชสีมา	www.ncc.ac.th	22,379	10,263	242
173	มหาวิทยาลัยอาเซียน	www.asianu.ac.th	22,100	813	186
174	วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีมหาสารคาม	www.mcat.ac.th	22,694	70,249	1,622
175	วิทยาลัยชุมชนแม่ฮ่องสอน	www.mcc.ac.th	22,783	11,326	1,046
176	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	www.au.edu	99999	2,231,832	19,526
177	วิทยาลัยชุมชนยโสธร	www.yasocc.ac.th	22613	10,066	234
178	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	www.bru.ac.th	99999	3,382,124	83,525
179	วิทยาลัยพิษณุพนธ์ิต	www.pcbu.ac.th	23777	744	25

ตารางที่ 1 ข้อมูลจำนวนการเชื่อมโยงข้อมูลภายนอกกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาทั้งหมด จาก Ahrefs และ MajesticSEO (ข้อมูล ณ วันที่ 28 มกราคม 2560)

จากตารางที่ 1 พบว่าสถาบันการศึกษาที่มีจำนวนการเชื่อมโยงข้อมูลกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาจากเครื่องมือ Ahrefs มากที่สุด ได้แก่ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 6 ของการจัดอันดับสถาบันการศึกษาจาก Webometrics โดยมีการเชื่อมโยงข้อมูลกลับมายังเว็บไซต์ จำนวน 52,082,736 ครั้ง และจำนวนการเชื่อมโยงที่น้อยที่สุดเท่ากับ 672 ครั้ง ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 170 ของ Webometrics ส่วนการจัดอันดับจำนวนการเชื่อมโยงข้อมูลกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาจากเครื่องมือ MajesticSEO นั้น พบว่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีจำนวนครั้งในการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์สูงที่สุด ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 587,742 ครั้ง โดยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอยู่ในอันดับที่ 3 ของ Webometrics และ

จำนวนครั้งการเชื่อมโยงที่น้อยที่สุดจากการวิเคราะห์ข้อมูลของ MajesticSEO ได้แก่ 25 ครั้ง ซึ่งจัดอยู่ในอันดับที่ 179 ของ Webometrics เช่นกัน และเมื่อนำข้อมูลในตารางที่ 1 มาแสดงผลในรูปแบบกราฟ จะได้ผลลัพธ์ดัง รูปที่ 1

รูปที่ 1 แสดงแนวโน้มจำนวนการเชื่อมโยงข้อมูลจากภายนอกกลับมายังเว็บไซต์จาก Ahrefs และ MajesticSEO



จากรูปที่ 1 แสดงให้เห็นว่าจำนวนครั้งในการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาจากข้อมูลของเครื่องมือ Ahrefs และ MajesticSEO ที่มากที่สุด มาจากสถาบันการศึกษาที่อยู่ในกลุ่มที่ถูกจัดอันดับจาก Webometrics ในอันดับที่ 1 ถึง 10 และจำนวนครั้งในการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาที่น้อยที่สุด อยู่ในกลุ่มของสถาบันที่ถูกจัดอันดับจาก Webometrics ในอันดับที่ 170 ถึง 179

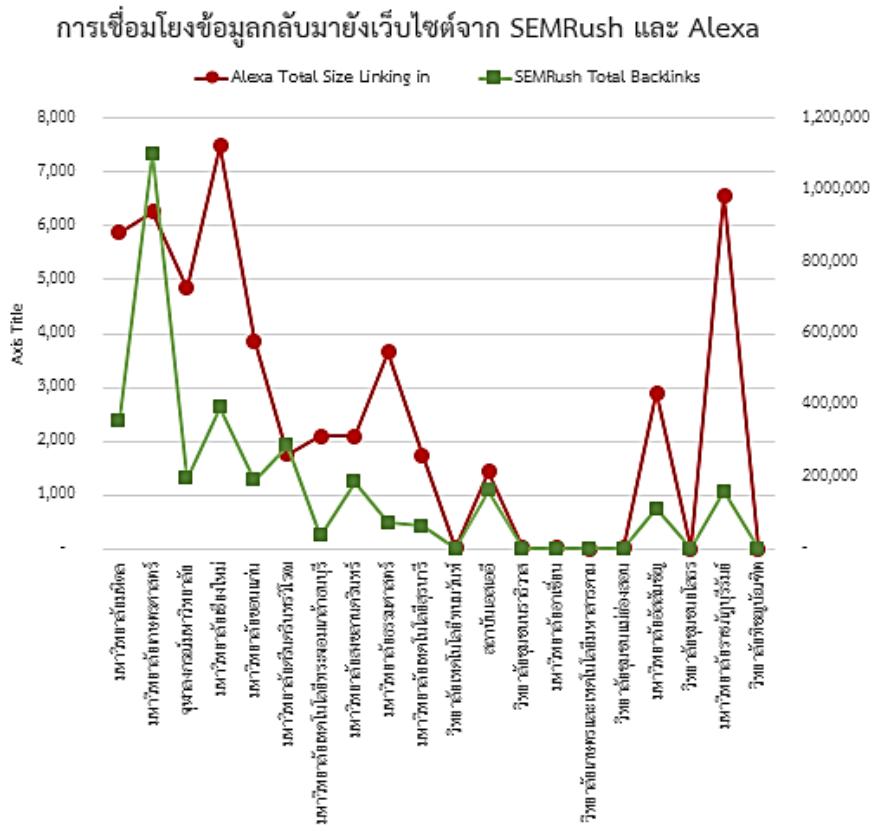
ตารางที่ 2 ข้อมูลจำนวนการเชื่อมโยงข้อมูลภายนอกกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาทั้งหมด จาก SEMRush และ Alexa (ข้อมูล ณ วันที่ 28 มกราคม 2560)

Thailand Webometrics Rank (July 2016)	University	University Website	Impack Rank in Webometrics	SEMRush Total Backlinks	Alexa Total Size Linking in
1	มหาวิทยาลัยมหิดล	www.mahidol.ac.th	160	357,000	5,876
2	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	www.ku.ac.th	24	1,100,000	6,260
3	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	www.chula.ac.th	98	195,000	4,850
4	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	www.cmu.ac.th	76	393,000	7,479
5	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	www.kku.ac.th	109	192,000	3,868
6	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	www.swu.ac.th	665	287,000	1,758
7	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	www.kmutt.ac.th	632	35,700	2,096
8	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	www.psu.ac.th	87	187,000	2,096
9	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	www.tu.ac.th	220	72,200	3,660
10	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี	www.sut.ac.th	655	63,200	1,740
170	วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์	www.phanomwan.ac.th	21,984	400	12
171	สถาบันเอสเออี	www.bangkok.sae.edu	21,992	163,000	1,429
172	วิทยาลัยชุมชนนครราชสีมา	www.ncc.ac.th	22,379	178	16
173	มหาวิทยาลัยอาเซียน	www.asianu.ac.th	22,100	261	13
174	วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีมหาสารคาม	www.mcat.ac.th	22,694	104	9
175	วิทยาลัยชุมชนแม่ฮ่องสอน	www.mcc.ac.th	22,783	339	14
176	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	www.au.edu	99999	112,000	2,903
177	วิทยาลัยชุมชนยโสธร	www.yasocc.ac.th	22613	142	10
178	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	www.bru.ac.th	99999	160,000	6,567
179	วิทยาลัยพณิชยบัณฑิต	www.pcbu.ac.th	23777	107	4

จากตารางที่ 2 พบว่าสถาบันการศึกษาที่มีจำนวนการเชื่อมโยงข้อมูลกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาจากเครื่องมือ SEMRush มากที่สุด ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 2 ของการจัดอันดับสถาบันการศึกษาจาก Webometrics โดยมีการเชื่อมโยงข้อมูลกลับมายังเว็บไซต์ จำนวน 1,100,000 ครั้ง และจำนวนการเชื่อมโยงที่น้อยที่สุดเท่ากับ 104 ครั้ง ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 174 ของ Webometrics ส่วนการจัดอันดับจำนวนการเชื่อมโยงข้อมูลกลับมายังเว็บไซต์สถาบันการศึกษาจากเครื่องมือ Alexa นั้น พบว่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีจำนวนครั้งในการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์สูงที่สุด ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 7,479 ครั้ง โดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อยู่ในอันดับที่ 4 ของ Webometrics และจำนวนครั้งการเชื่อมโยงที่

น้อยที่สุดจากการวิเคราะห์ข้อมูลของ Alexa ได้แก่ 4 ครั้ง ซึ่งจัดอยู่ในอันดับที่ 179 ของ Webometrics เช่นกัน และเมื่อนำข้อมูลในตารางที่ 1 มาแสดงผลในรูปแบบกราฟ จะได้ผลลัพธ์ดัง รูปที่ 2

รูปที่ 2 แสดงแนวโน้มจำนวนการเชื่อมโยงข้อมูลจากภายนอกกลับมายังเว็บไซต์จาก SEMRush และ Alexa



จากรูปที่ 2 แสดงให้เห็นว่าจำนวนครั้งในการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาจากข้อมูลของเครื่องมือ SEMRush และ Alexa ที่มากที่สุด มาจากสถาบันการศึกษาที่อยู่ในกลุ่มที่ถูกจัดอันดับจาก Webometrics ในอันดับที่ 1 ถึง 10 และจำนวนครั้งในการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาที่น้อยที่สุด อยู่ในกลุ่มของสถาบันที่ถูกจัดอันดับจาก Webometrics ในอันดับที่ 170 ถึง 179

อภิปรายผล

ผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้เครื่องมือ Ahrefs และ MajesticSEO ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ Webometrics ใช้ในการประเมินการจัดอันดับสถาบันการศึกษา และผลลัพธ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการจัดทำ Search Engine Optimization : SEO ด้วย SEMRush และ Alexa มีความสอดคล้องกัน โดยพบว่าการใช้เครื่องมือทั้ง 4 เครื่องมือในการวิเคราะห์จำนวนการเชื่อมโยงข้อมูลจากภายนอกกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาหรือ Backlinks นั้น หากมีจำนวน Backlinks ปริมาณมาก จะช่วยส่งผลให้เว็บไซต์ของสถาบันศึกษานั้นเป็นที่รู้จักบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเช่นกัน ซึ่งหมายถึงสามารถใช้เครื่องมือ SEMRush และ Alexa ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการจัดทำ Search Engine Optimization : SEO มาวิเคราะห์การเชื่อมโยงข้อมูลจากภายนอกกลับมายังเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาได้เช่นกัน และหากค่าตัวชี้วัดในด้านการเป็นที่รู้จักบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์หรือ Visibility มีค่าน้ำหนักที่ใช้ในการจัดอันดับจาก Webometrics เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้อันดับของสถาบันการศึกษาจาก Webometrics ตีขึ้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรนำรายละเอียดเนื้อหาที่ถูกเชื่อมโยงกลับเข้ามายังเว็บไซต์ของสถาบันศึกษามาพิจารณาว่าเป็นข้อมูลประเภทใด ซึ่งจะช่วยให้ผู้ดูแลเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาสามารถสร้างประเภทเนื้อหาบนเว็บไซต์ได้ตรงกับความต้องการของผู้เรียกดูได้

2. ควรศึกษาเรื่องความเร็วในการโหลดข้อมูลของเว็บไซต์เป็นส่วนประกอบ เพื่อให้เกิดความเร็วในการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์ที่มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ใช้งานใช้ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

Isidro F. Aguillo (2012). **About Us**. [Online]. Available : <http://www.webometrics.info/en/Aboutus>.

[2016, 25 Jan]

Isidro F. Aguillo (2012). **Methodology**. [Online]. Available : <http://www.webometrics.info/en/Methodology>.

[2016, 25 Jan]

R.K. Pandey (2014). Empirical Validation of Webometrics based Ranking of World Universities. **International Journal of Computer Science and Information Technologies**, 5(1), 580 - 584.

Swastik Sinha, Amritap Sinha, Swapan Deoghuria (2010). Online Visibility of Website Through SEO Technique : A Case Study. **Sixth International Conference on Webometrics, Informetrics and Scientometrics & Eleventh**, 1079 - 1088.