

**การเพิ่มประสิทธิภาพคีย์เวิร์ดสำหรับเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์  
ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับในกูเกิล**

**Keywords Optimization on the Website of Prachuap Khiri Khan Province Products  
that Affects Google Search Engine Result Pages**

อัชฌาพร กว่างสวัสดิ์\* ชนะวัตร มนตรีประสาธ นนทวัฒน์ งามเชย และ ชรรศ เพียรโรจน์

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล ประจวบคีรีขันธ์

Emails: achaporn.kwa@rmutr.ac.th, chanawat81039@gmail.com

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของคีย์เวิร์ดในเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับในกูเกิล ซึ่งมีเครื่องมือที่ใช้ คือ เว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเว็บไซต์ใช้โปรแกรมเวิร์ดเพรสในการพัฒนา และ MySQL สำหรับจัดเก็บฐานข้อมูล เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นใช้สื่ออินโฟกราฟิก และโมชั่นกราฟิก นอกจากนี้ยังใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม (Augmented reality) ด้วย แอปพลิเคชัน Aurasma สำหรับโต้ตอบกับผู้ใช้งานในเว็บไซต์ โดยใช้กระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์ด้วยการเสิร์ชเอ็นจินอพอติไมเซชัน และเน้นที่การเพิ่มประสิทธิภาพคีย์เวิร์ดเพื่อทดสอบการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหากูเกิล ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์คือ [www.productsprachuap.com](http://www.productsprachuap.com) นอกจากนี้จากการประเมินประสิทธิภาพของคีย์เวิร์ดในเว็บไซต์ ด้วยการทดสอบคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวกับเว็บไซต์จำนวน 10 คำ แล้วทำให้เว็บไซต์ติดอันดับหน้า 1 ของผลการค้นหาในกูเกิล คิดเป็นร้อยละ 90% และ ติดอันดับหน้า 2 คิดเป็นร้อยละ 10% สรุปได้ว่า การเพิ่มประสิทธิภาพคีย์เวิร์ดในเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ส่งผลให้มีประสิทธิภาพต่อการจัดอันดับในกูเกิล นั้น ทำให้เว็บไซต์ติดอันดับในหน้า 1 ของผลการค้นหาในกูเกิล จึงทำให้สร้างโอกาสในการเข้าถึงเว็บไซต์ได้มากขึ้น

**คำสำคัญ:** การเพิ่มประสิทธิภาพคำค้น ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การจัดอันดับในกูเกิล

**Abstract**

This research aims : 1) to development the website of Prachuap Khiri Khan province products. 2) to assesment the performance for website of products Prachuap Khiri Khan that affects Google search engine result pages. The instruments used the website of Prachuap Khiri Khan province. Provided wordpress program for development the website and MySQL program for database management the website. Moreover used Infographic motiongraphic for the contents this website. Also used Aurasma application program of Augmented reality for interactive with users on the website. In addition to used Keyword Optimization of Search Engine Optimaization on site then testing google ranking with keyword.

The results revealed that: 1) the website of Prachuap Khiri Khan province products was [www.productsprachuap.com](http://www.productsprachuap.com). Furthermore, the performance of keywords optimization then the website

\* Corresponding auther,e-mail: achaporn.kwa@rmutr.ac.th

affects Google search engine result pages with ten keywords on site. Consequently to 90% of Google search engine result pages 1 and 10% of Google search engine result page 2. In conclusion, the Keywords Optimization on the website of Prachuap Khiri Khan province products that affects Google search engine result pages 1 to the website more likely to increase the number of website visitors.

**Keywords:** Keywords Optimization, Products Prachuap Khiri Khan, Google ranking

## 1. ที่มาและความสำคัญ

การเพิ่มประสิทธิภาพคำค้นเป็นการทำให้เว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ถูกพบเห็นเป็นอันดับของหน้าแรก ๆ โดยการใช้หลักของการออกแบบและการจัดสร้างเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับการทำงานของเครื่องมือค้นหา ในการเพิ่มประสิทธิภาพคำค้นทำให้เว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ตรงตามเกณฑ์ของ กูเกิล ให้มากที่สุด โดย กูเกิล จะเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์อยู่เรื่อย ๆ แล้วดูความเกี่ยวข้องของเนื้อหาเกี่ยวกับ คีย์เวิร์ด ของเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเป้าหมายของ การเพิ่มประสิทธิภาพคำค้น คือ การทำให้เว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ในอันดับต้น ๆ จากผลของการค้นหาของ เครื่องมือค้นหา เพราะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะเข้าชมเว็บไซต์ที่มีผลของการค้นหาที่อยู่ในลำดับต้น ๆ (ปิยะวงศ์, 2553)

ในการเข้าชมเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นการใช้งานเครื่องมือที่ทำให้ทราบพฤติกรรมของ ผู้ใช้งานเว็บไซต์ โดยรวบรวมข้อมูลของผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์และวิเคราะห์แสดงผลในรูปแบบ ที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ โดยเครื่องมือใช้ คือ Google Analytics จะทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลด้านต่าง ๆ เช่น ด้านผู้เข้ามาชมเว็บไซต์ ด้านการรับชมเนื้อหาต่าง ๆ ภายในเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเนื้อหาในเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (อรปรียา, 2560)

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีผลิตภัณฑ์แปรรูปที่โดดเด่นและยังสามารถนำไปใช้สร้างรายได้ให้แก่ชาวเกษตรกรและผู้ประกอบการภายในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พี่ชเหล่านี้อาจสามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้มีหลายอย่าง เช่น สับปะรดมะพร้าว กลัวย อ้อย มะม่วง ขนุน หรือว่านหางจระเข้ โดยพี่ชเหล่านี้อาจสามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ โดยการแปรรูปพืชเศรษฐกิจ สามารถนำมาแปรรูปออกมาเป็นของหวานและเครื่องดื่ม อาหาร หรือของใช้ (สิริมา, 2557)

ดังนั้นคณะผู้วิจัยได้เห็นถึงปัญหาและความสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพคีย์เวิร์ดในเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ส่งผลต่อการเข้าชม จึงมีแนวคิดในการพัฒนาเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เพื่อสร้างคำค้นให้มีประสิทธิภาพและสามารถทำให้เว็บไซต์เว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ติดอยู่ในอันดับต้น ๆ ในเครื่องมือค้นหาของ กูเกิล และยังช่วยให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์เข้าถึงเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ง่ายโดยไม่จำเป็นต้องจำชื่อของเว็บไซต์ที่มีความยาวแต่ผู้ใช้งานเว็บไซต์จะจดจำคีย์เวิร์ดของเว็บไซต์ที่จดจำได้ง่ายกว่านอกจากนี้เว็บไซต์ยังเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์การแปรรูปพืชเศรษฐกิจในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักของบุคคลภายนอกได้มากขึ้น โดยจะมีการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อโมชั่นกราฟิก อินโฟกราฟิก และเทคนิคความจริงเสริม

## 2. วัตถุประสงค์

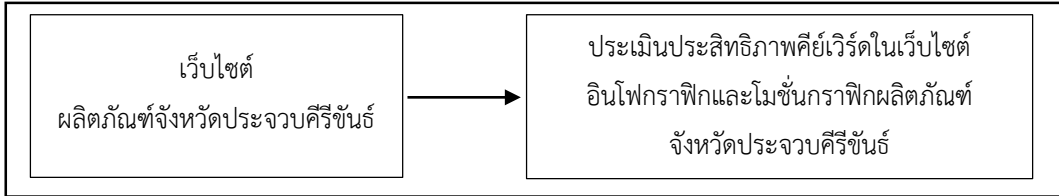
2.1 เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.2 เพื่อประเมินประสิทธิภาพของคีย์เวิร์ดในเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

### 3. ขอบเขตงานวิจัย

#### 3.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพคีย์เวิร์ดในเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ส่งผลต่อการเข้าชม และได้ทำการสร้างกรอบแนวคิดของงานวิจัยไว้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

#### 3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การเพิ่มประสิทธิภาพคีย์เวิร์ดในเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ส่งผลต่อการเข้าชม โดยเว็บไซต์จะมีการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่ การนำพืชเศรษฐกิจแปรรูปเป็นของหวาน อาหาร และของใช้ โดยมีการนำเสนอผ่านสื่ออินโฟกราฟิก อินโฟกราฟิก และเทคนิคความจริงเสริม

3.2.1 ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์ทั่วไปเข้าถึงเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้มากขึ้น โดยจะประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Facebook, Instagram และ YouTube

3.2.2 วัดประสิทธิภาพจากการเข้าใช้งานเว็บไซต์จาก Google Analytics ในการเก็บสถิติผู้ใช้งานเว็บไซต์ โดยประเมินค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระยะเวลาเซสชัน และอัตราการตีกลับ

### 4. ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 การเพิ่มประสิทธิภาพคำค้น: SEO การเพิ่มประสิทธิภาพคำค้น เป็นเครื่องมือค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตที่สามารถใช้งานเพื่อค้นหาข้อมูลได้ด้วยตัวเอง โดยใช้คำค้นหา คีย์เวิร์ด ที่ต้องการลงไป Search Engine ก็จะทำให้การแสดงผลลัพธ์เว็บไซต์ต่าง ๆ จึงทำให้ผู้พัฒนาเว็บไซต์ต้องการทำให้เว็บไซต์ติดอันดับการค้นหาต้น ๆ เพื่อให้โอกาสของผู้ใช้งานจะคลิกเข้ามายังเว็บไซต์ (อรรถพล, 2549)

4.2 เครื่องมือค้นหา (Search Engine) เครื่องมือการค้นหาเป็นการค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกรายสามารถสืบค้นข้อมูลที่ต้องการผ่านอินเทอร์เน็ตได้ โดยหลักการทำงานของ Search Engine จะใช้ Bots ในการเก็บข้อมูลเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยทำการ “ตรวจสอบ (Browse)” ไปตามลิงค์ที่ตรวจสอบพบ จากนั้นทำการจัดเก็บเอกสารหน้าเว็บไฟล์เอกสาร ตลอดจนรูปภาพต่าง ๆ และนำมาแสดงผลเมื่อมีการรับคำสั่งค้นหาข้อมูลจากผู้ใช้งาน (จุมพล, 2550)

4.3 อินโฟกราฟิก (Infographic) การออกแบบอินโฟกราฟิก เป็นการนำข้อมูลมาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะของกราฟิกที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ผู้เข้าชมเข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมดได้โดยไม่ต้องมีผู้นำเสนอมาช่วยขยายความเข้าใจอีก (ศิริรักษ์ และ วรณลิสสา, 2559)

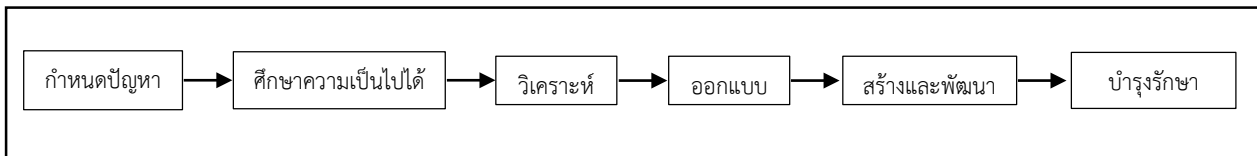
4.4 โมชันกราฟิก (Motion graphic) โมชันกราฟิก เป็นการทำให้ “ภาพ” มีการเคลื่อนไหว เน้นการอธิบายพร้อมเสียงประกอบ ไม่ค่อยมีตัวละครดำเนินเรื่อง และฉากตัดสลับแบบภาพยนตร์ ความยาวมักจะอยู่ที่ 1-2 นาที ซึ่งโมชันกราฟิกจะช่วยสร้างความสนุกสนานให้กับงานกราฟิกที่เป็นภาพนิ่งและบอกเล่าเรื่องราวข้อมูลต่าง ๆ ได้ดี (กุลชัย, 2560)

4.5 เทคนิคความจริงเสริม (Augmented Reality : AR) เทคนิคความจริงเสริม เป็นความต่อเนื่องของการขยายสภาพความจริงไปสู่สภาพเสมือนหรือเป็นความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างสภาพแวดล้อมที่เป็นจริงและสภาพแวดล้อมที่เสมือน สามารถทำให้ภาพที่เห็นในจอภาพกลายเป็นวัตถุ 3 มิติลอยอยู่เหนือพื้นผิวจริง และนำเสนอภาพลื่นค้ำลอยออกมานอกจอคอมพิวเตอร์ได้ (Milgram & Fumino Kishino, 2537)

## 5. วิธีดำเนินการวิจัย

การวางแผนโครงการ (Planning)

การเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์ในเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ส่งผลต่อการเข้าชม มีการดำเนินงานตามวงจรการพัฒนาระบบ System Development Life Cycle โดยมีขั้นตอนดังนี้



**รูปที่ 2** แสดงแผนผังวงจรการพัฒนาระบบ  
(System Development Life Cycle: SDLC)

### 5.1 กำหนดปัญหา

ปัจจุบันมีเว็บไซต์เป็นจำนวนมาก เว็บไซต์ส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับการเข้าถึงของเว็บไซต์ได้ยาก เพราะมีความหลากหลายในการค้นหาของเว็บไซต์ การเข้าถึงเว็บไซต์จำเป็นต้องอาศัย การค้นหาด้วยเครื่องมือค้นหา เข้ามาช่วยเพื่อความรวดเร็วในการเข้าถึงเว็บไซต์ ที่ต้องการเข้าถึงทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการเปิดไปที่ละหน้าในการค้นหา จึงจำเป็นต้องทำการเพิ่มประสิทธิภาพของคำค้นเข้ามาช่วยในการค้นหาและจะทำให้ง่ายต่อการจดจำของเว็บไซต์

### 5.2 ศึกษาความเป็นไปได้

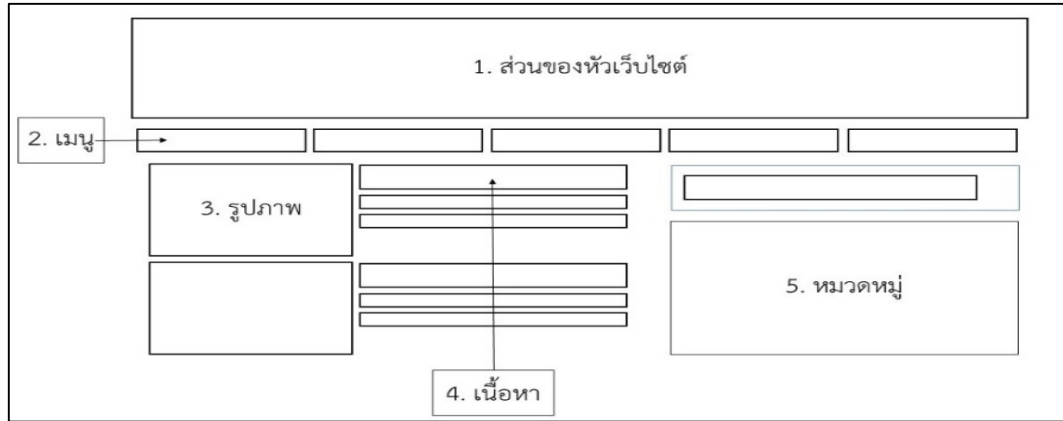
การจัดทำงานวิจัยครั้งนี้คณะผู้จัดทำได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ในการสร้างเว็บไซต์และมีทฤษฎีที่ใช้ในการสร้างเว็บไซต์ ทฤษฎีการเพิ่มประสิทธิภาพคำค้น ทฤษฎีโมชันกราฟิก ทฤษฎีอินโฟกราฟิก และทฤษฎีเทคนิคความจริงเสริม

### 5.3 การวิเคราะห์

วิเคราะห์เนื้อหาที่ใช้สำหรับเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเนื้อหาภายในเว็บไซต์จะมีเนื้อหาเกี่ยวกับการแปรรูปทางการเกษตร โดยมีการแบ่งเนื้อหาที่ใช้ภายในเว็บไซต์เป็น 3 ส่วน คือ 1. ส่วนของการแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นของหวาน 2. ส่วนของการแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นอาหาร 3. ส่วนของการแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นของใช้ และวิเคราะห์รูปแบบของเนื้อหาที่จะใช้ในลงบนเว็บไซต์เป็น 3 รูปแบบ คือ 1. สื่อโมชันกราฟิก 2. อินโฟกราฟิก 3. เทคนิคความจริงเสริม ทำให้สามารถวิเคราะห์เนื้อหาที่ตรงตามวัตถุประสงค์ได้

### 5.4 การออกแบบ

คณะผู้วิจัยทำการออกแบบโดยเริ่มจากลักษณะ รูปแบบที่จะนำเสนอ ได้แก่ สื่อโมชันกราฟิก อินโฟกราฟิก และเทคนิคความจริงเสริม โดยมีการออกแบบมีลักษณะรูปแบบดังนี้



รูปที่ 3 การออกแบบเว็บไซต์

จากรูปที่ 3 แสดงการออกแบบแผนผังของเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบพัฒนาเว็บไซต์ โดยมีชื่อเว็บไซต์ว่า [www.productsprachuap.com](http://www.productsprachuap.com) โดยเว็บไซต์เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

#### 5.5 สร้างและพัฒนา

การสร้างและพัฒนาจึงได้เว็บไซต์ โดยมีชื่อเว็บไซต์ว่า [www.productsprachuap.com](http://www.productsprachuap.com) เป็นการนำเนื้อหาที่วิเคราะห์มาโพสต์ในเว็บไซต์โดยมีเนื้อหาที่ทำการโพสต์ดังนี้

1. อินโฟกราฟิก แบ่งตามส่วนของเนื้อหาเป็น อินโฟกราฟิกของหวาน อินโฟกราฟิกของอาหาร และอินโฟกราฟิกของใช้
2. โมชันกราฟิก แบ่งตามส่วนของเนื้อหาเป็นโมชันกราฟิกของหวาน โมชันกราฟิกอาหาร และโมชันกราฟิกของใช้
3. เทคนิคความจริงเสริม แบ่งตามส่วนของเนื้อหาเป็นเทคนิคความจริงเสริมของหวาน เทคนิคความจริงเสริมอาหาร และเทคนิคความจริงเสริมของใช้ในการโต้ตอบผู้ใช้งานเว็บไซต์

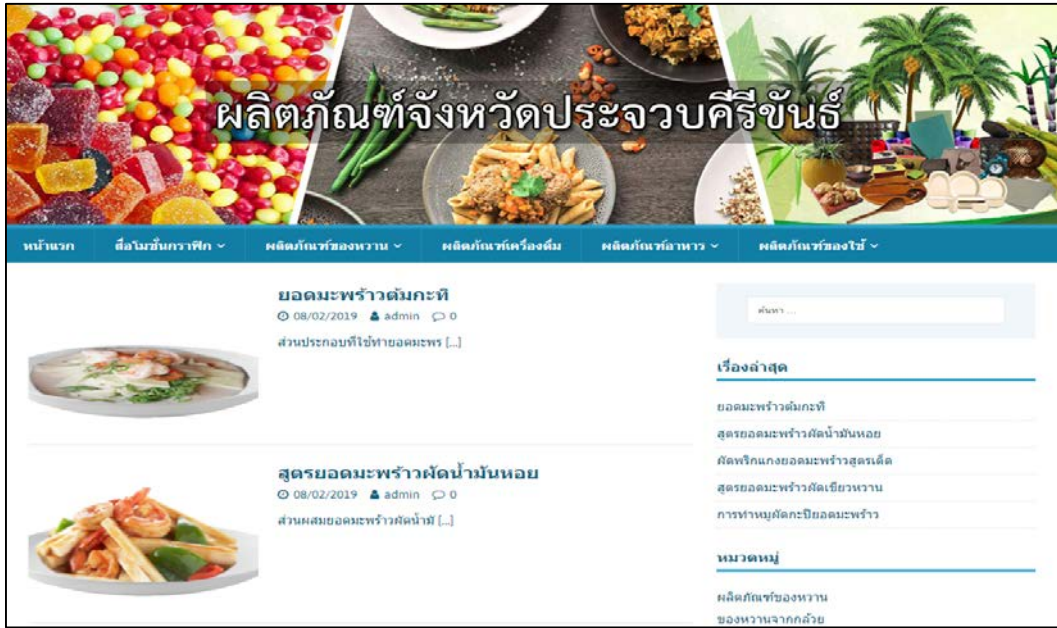
#### 5.6 บำรุงรักษา

การบำรุงรักษาคณะผู้วิจัยจะดำเนินการ สำรองข้อมูล ตรวจสอบและล้างข้อมูลความคิดเห็นที่เป็นสแปม ตรวจสอบการปรับปรุงต่าง ๆ รวมไปถึงปรับปรุงเนื้อหาให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น

### 6. ผลและวิจารณ์

#### 6.1 ผลการพัฒนาเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

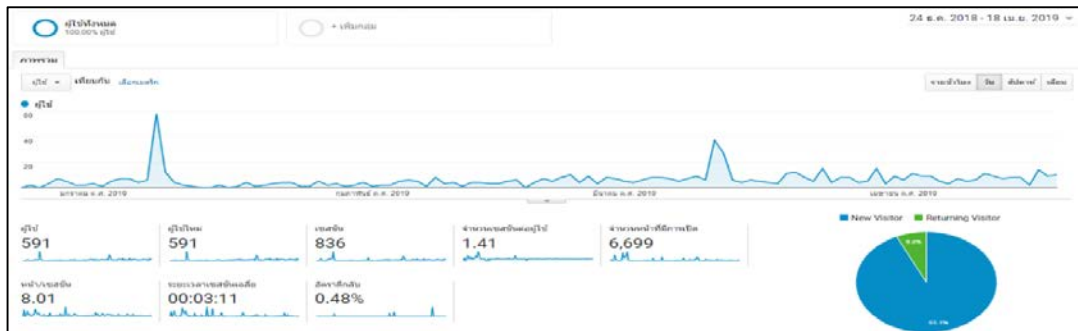
ผู้วิจัยได้พัฒนาเว็บไซต์ชื่อ [www.productsprachuap.com](http://www.productsprachuap.com) จะเป็นการนำเสนอข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก และสื่อโมชันกราฟิก โดยการนำเสนอสื่อโมชันกราฟิกนั้นจะใช้เทคนิคความจริงเสริมเข้ามาช่วย ในส่วนของเว็บไซต์ก็มีการแยกหมวดหมู่ของเมนูอย่างชัดเจน สอดคล้องกับวิจัยของ (จิตาใจ จันทนามศรี 2560) ที่มีการนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ผ่านอินโฟกราฟิก และใช้สื่อมัลติมีเดียในการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้ใช้



รูปที่ 4 แสดงหน้าเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

#### 6.2 ผลการวัดประสิทธิภาพการใช้งานเว็บไซต์จาก Google Analytics

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 24 ธันวาคม 2561 ถึง 18 เมษายน 2562 โดยมีผลการดำเนินงานดังนี้

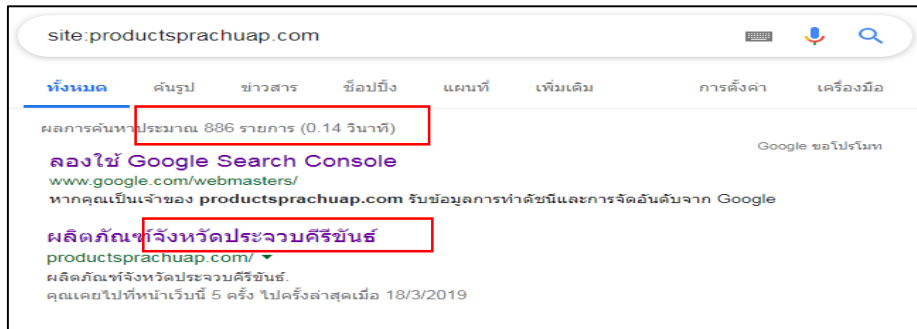


รูปที่ 5 แสดงผลการวัดประสิทธิภาพการใช้งานเว็บไซต์ productsprachuap.com จาก Google Analytics

จากรูปที่ 5 เป็นการแสดงผลค่าสถิติของเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้ Google Analytics ในการติดตามพฤติกรรมของผู้ใช้งานเว็บไซต์ ซึ่งเว็บไซต์ productsprachuap.com มีจำนวนผู้ใช้งานที่ทั้งหมด 588 คน ทำให้มีผู้ใช้ที่เข้ามาในเว็บไซต์และทำการอ่านข้อมูลในเว็บไซต์ โดยมีจำนวนหน้าที่มีการเปิดมีจำนวน 6,699 ครั้ง มีอัตราการกลับมาอยู่ที่ 0.48% ถือว่าอัตราการกลับมาค่าน้อยมาก ซึ่งจะส่งผลที่ดีให้แก่เว็บไซต์ จากผลที่ได้ ส่งผลให้เว็บไซต์มีผู้ใช้ที่เข้ามาให้ความสนใจเกี่ยวกับเนื้อหาภายในเว็บไซต์ หรือเข้ามาแล้วเจอข้อมูลที่ต้องการ จึงทำให้ต้องการค้นหาเนื้อหาภายในเว็บไซต์ต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศุภชัยวิจักกรไทย, 2561) ซึ่งได้ใช้เครื่องมือ Google Analytics ช่วยนับจำนวนผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ เลือกชมสินค้าใด ใช้เวลาอยู่บนแต่ละเว็บเพจนานเท่าไร รวมถึงการวัดประสิทธิภาพการทำความพึงพอใจเป็นต้น

#### 6.3 ผลการวัดดัชนีการค้นหาเว็บไซต์โดยใช้ Search Engine ของ Google Search Console

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและทำการเก็บข้อมูลของวันที่ 26 มีนาคม 2562 ซึ่งได้รับผลการดำเนินงานดังนี้

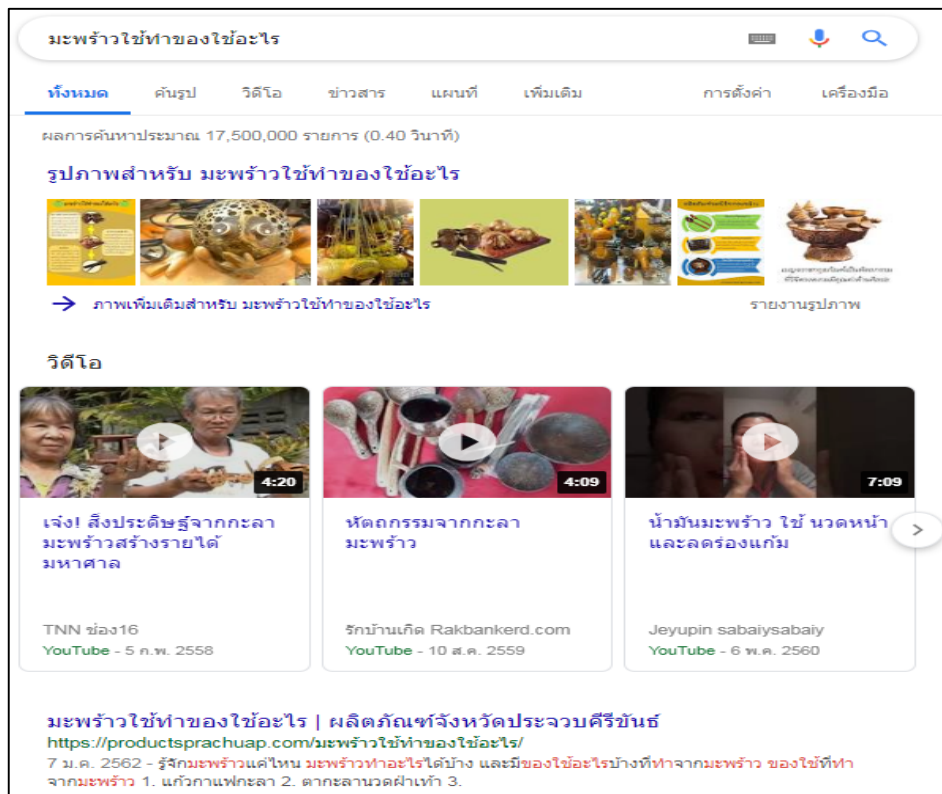


รูปที่ 6 แสดงผลการวัดดัชนีการค้นหาเว็บไซต์ productsprachuap.com โดยใช้ Google Search Console

จากรูปที่ 6 เป็นการแสดงผลการวัดดัชนีการค้นหาของคำค้นผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดย กูเกิล เพื่อวัดดัชนีผลการค้นหาของเว็บไซต์หลักและเว็บไซต์ซับโดเมน ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลในวันที่ 26 มีนาคม 2562 โดยเว็บไซต์ productsprachuap.com มีค่าดัชนีการค้นหาจำนวนทั้งหมด 886 ซึ่งส่งผลทำให้เว็บไซต์ติดอันดับอยู่ในหน้าแรกของ Google และช่วยทำให้มีการเข้าชมเว็บไซต์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดรชนีการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์กูเกิล

6.4 ผลการจัดอันดับของ Google ด้วยคีย์เวิร์ด ที่ทำให้เว็บไซต์ติดอันดับ ใน Search Engine ของ Google

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินงานตามขั้นตอนและทำการเก็บข้อมูลของวันที่ 9 มีนาคม 2562 โดยมีคีย์เวิร์ดจำนวน 10 คำ ที่ใช้ในการทดสอบ ซึ่งได้รับผลการดำเนินงานดังนี้



รูปที่ 7 คีย์เวิร์ดคำที่ 1 ค้นหาด้วยคำว่า มะพร้าวใช้ทำของใช้อะไร

จากรูปที่ 7 จะเห็นได้ว่าคีย์เวิร์ดคำที่ 1 ค้นหาด้วยคำว่า มะพร้าวใช้ทำของใช้อะไร จะทำการแสดงผลของการค้นหา คีย์เวิร์ดที่หน้าแรกของ Google

ตารางที่ 1 แสดงผลการจัดอันดับของ Google ด้วยคีย์เวิร์ด ที่ทำให้เว็บไซต์ติดอันดับ ใน Search Engine ของ Google

คีย์เวิร์ด	ผลการค้นหา	เว็บไซต์ติดอันดับใน Google
		หน้า/ลำดับ
1. มะพร้าวใช้ทำอะไรของใช้อะไร	17,500,000	1/3
2. ผลิตภัณฑ์ของใช้จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	10,800,000	1/8
3. ผลิตภัณฑ์ของใช้ จังหวัดประจวบ	10,700,000	1/7
4. ผลิตภัณฑ์ของมะพร้าว	7,570,000	2/2
5. ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	3,440,000	1/4
6. ผลิตภัณฑ์ของใช้จากชานอ้อย	2,990,000	1/2
7. ประโยชน์ของผลไม้ จังหวัดประจวบ	2,870,000	1/2
8. ผลิตภัณฑ์อาหารจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	2,560,000	1/6
9. ของหวานไทยเดิม	2,190,000	1/10
10. ขนมจากผลไม้จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	576,000	1/1
รวมหน้าที่ 1	-	9
รวมหน้าที่ 2	-	1

จากตารางที่ 1 เป็นการแสดงผลการจัดอันดับของ Google ด้วยคีย์เวิร์ดที่ทำให้การเพิ่มประสิทธิภาพคีย์เวิร์ดในเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ส่งผลต่อการเข้าชม ติดอันดับใน Search Engine ของ Google จำนวน 10 คำ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเว็บไซต์ productsprachup.com หากมีการค้นหาทั้งหมด 10 คำ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจะมีโอกาสเจอหน้าเว็บไซต์ 100% แบ่งออกเป็นหน้าแรก 90% และหน้าที่สอง 10% ทำให้เว็บไซต์มีโอกาสในการสร้าง Traffic เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่เว็บไซต์ได้มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (รัตนชาติ แจ่มจรัส และ ทินภัทร กมลวานนท์ 2559) ได้ทำวิจัยเรื่อง การทำ SEO ให้กับเว็บไซต์เพื่อให้เป็นการจัดอันดับเว็บไซต์ในหน้าแรก และติดอันดับต้น ๆ

## 7. สรุปผล

การเพิ่มประสิทธิภาพคีย์เวิร์ดสำหรับเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับในกูเกิล โดยได้พัฒนาเว็บไซต์ ด้วยโปรแกรมเวิร์ดเพรส และ MySQL สำหรับจัดเก็บฐานข้อมูล เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้น ใช้สื่ออินโฟกราฟิก และโมชันกราฟิก นอกจากนี้ยังใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม (Augmented reality) ด้วย แอปพลิเคชัน Aurasma สำหรับโต้ตอบกับผู้ใช้งานในเว็บไซต์ โดยใช้กระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์ด้วยการเสิร์ชเอ็นจินออปติไมเซชัน และเน้นที่การเพิ่มประสิทธิภาพคีย์เวิร์ดเพื่อทดสอบการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหากูเกิล ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์คือ www.productsprachup.com นอกจากนี้จากการประเมินประสิทธิภาพของคีย์เวิร์ดในเว็บไซต์ ด้วยการทดสอบคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์จำนวน 10 คำ แล้วทำให้เว็บไซต์ติดอันดับหน้า 1 ของผลการค้นหาในกูเกิล คิดเป็นร้อยละ 90% และ ติดอันดับหน้า 2 คิดเป็นร้อยละ 10% สรุปได้ว่า การเพิ่มประสิทธิภาพคีย์เวิร์ดในเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ส่งผลให้มีประสิทธิภาพต่อการจัดอันดับในกูเกิล นั้น ทำให้เว็บไซต์ติดอันดับในหน้า 1 ของผลการค้นหาในกูเกิล จึงทำให้สร้างโอกาสในการเข้าถึงเว็บไซต์ได้มากขึ้น สร้างโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวแก่ ผู้ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากนิยมสืบค้นข้อมูลผ่านเครื่องมือค้นหากูเกิลเป็นส่วนมาก



## 8. เอกสารอ้างอิง

- กุลชัย กุลตวนิช.(2560). Motion Graphic: สื่อการเรียนรู้ยุค 4.0. สาขาวิชานิติศาสตร์เกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- จุมพล ตรีเพชรสมคุณ.(2550). ความรับผิดชอบของเสิร์ชเอนจิน (Search Engine) กับกรณีการฉ้อโกงอันเกิดจากการทำการตลาดโดยการลงโฆษณาบนเว็บเสิร์ชเอนจิน (Click Fraud). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ญาณวุฒิ ไชโย และ วีรพันธุ์ ศิริฤทธิ.(2560). การพัฒนาสื่อความจริงเสมือนเรื่อง สมุนไพรจีนสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะแพทยตะวันออก วิทยาลัยเชียงราย. วารสาร veidian E-journal, มหาวิทยาลัยศิลปกร สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะปีที่ 10 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน 2560, หน้า 471-483
- จิตาใจ จันทนามศรี.(2560). เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำบนเฟซบุ๊กแฟนเพจของ อินโฟกราฟิก ไทยแลนด์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เบญจวรรณ จุปะมะตัง และ รัชชัย สหพงษ์.(2560). การพัฒนาโมชันกราฟิก เรื่อง ตำนานพระราชอุทยานแก่น. วารสารโครงการนวิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2560 หน้าที่ 1 - 6.
- ปิยะวงศ์ วงศ์ชุตติปัญญา.(2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ภานนท์ คุ่มสภา.(2558). อินโฟกราฟิกเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในยุคการตลาดเชิงเนื้อหา. นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รัตนชาติ แจ่มจรัส และ ทินภัทร กมลวานนท์.(2559). การบริหารจัดการเนื้อหาบนเว็บไซต์เพื่อผลลัพธ์ SEO. สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.
- ศิริรักษ์ จารุนนท์วิวัฒน์ และ วรณลิสมา มาฆะสวัสดิ์.(2559). โมชันอินโฟกราฟิกส์: สเต็กสตอรี่.มหาวิทยาลัยสยาม.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(2561). ยกระดับ SME คำปลื้อออนไลน์ด้วย Big Data. ธนาคารกสิกรไทย.
- สิริมา แทนนิล.(2557). การปรับตัวของเกษตรกรจากปัญหาการปลูกมะพร้าวในเขตอำเภอทับสะแกจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ปีที่ 40 ฉบับที่ 1. ฉบับวันที่ มกราคม-มิถุนายน 2557 หน้าที่ 114 - 127
- อรปรียา คำแพ่ง, วันเฉลิม พูนใจสม และ ชัมภิกา ตันตีสันติสม.(2560). การศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของผู้เข้าชมเว็บไซต์มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยใช้ Google Analytics. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- อรรถพล ยุตตะภรณ์.(2549). Search Engine Optimization ปรับแต่งเว็บไซต์ให้ดังสุด ๆ. กรุงเทพฯ: กระจังปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล.
- อัชมาพร กว้างสวัสดิ์, วีระชัย คอนจจอหอ, ปรัชญนันท์ นิลสุข และ ปานจิตต์ หลงประดิษฐ์.(2560). การพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับด้วยเทคนิคการตลาดของเครื่องมือค้นหา วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 36 ฉบับที่ 3 พฤษภาคม – มิถุนายน 2560 หน้าที่ 291-301
- Milgram and A.F.Kishino.(2537). Taxonomy of Mixed Reality Virtual Displays IEICE Transactions on Information and Systems. E77-D (12). pp.1321-1329.