



### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการใช้สื่อในการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริการท่องเที่ยวทางทะเลตามบุคลิกต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี เป็นทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทั้งนี้ เนื่องจากวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบการใช้สื่อในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริการท่องเที่ยวทางทะเลตามบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี โดยจะต้องมีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อหาค่าความแตกต่างของสื่อทั่วไปกับสื่อในการออกแบบเว็บไซต์ และข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยว เพื่อจำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มๆ และนำข้อมูลเหล่านั้นมาจำแนกและสร้างรูปแบบของการใช้สื่อในการออกแบบเว็บไซต์ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

2. เพื่อจำแนกและสร้างรูปแบบของการใช้สื่อในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริการท่องเที่ยวทางทะเลตามบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี ซึ่งจะต้องมีการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเพื่อถามนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี เกี่ยวกับสื่อในการออกแบบเว็บไซต์ จำแนกตามแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง โดยจะนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ หาค่าความถี่ (Frequency) ของสื่อในกลุ่มตัวอย่างเล็ก จึงถือว่าเป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ โดยจะอธิบายถึงวิธีดำเนินการวิจัยอย่างละเอียดต่อไปดังนี้

#### 3.1 การรวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลทางวิชาการเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์ ที่มีความแตกต่างกับการออกแบบประเภทอื่น หาสื่อในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีลักษณะเฉพาะตัว เพื่อเป็นเกณฑ์ในการวิจัย

รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการจัดระดับขั้นของสังคม ทางการตลาด ประเภทของการท่องเที่ยว และประเภทของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาสร้างเป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวแยกตามบุคลิกต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว

### 3.2 ตัวอย่างประชากรและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาย-หญิง อายุ 31-40 ปี จากทั่วโลก

#### การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อสอบถามถึงสีที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ โดยใช้วิธีเปิดตารางแสดงตัวอย่าง เมื่อทราบจำนวนประชากรของ Tara Yamane ( วิเชียร เกตุสิงห์, 2537:29 ) โดยผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นในการเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่าง 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่น้อยกว่า 5% ในตารางของ Taro Yamane ได้กำหนดไว้ว่า ถ้ามีประชากรจริงเกิน 100,000 คน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สามารถยอมรับผลของการวิจัยได้คือ 400 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ เป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ( Purposive Sampling ) เป็นเทคนิคการสุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ ( Non – probability Sampling ) การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ( Purposive Sampling ) นี้เป็นการสุ่มโดยการใช้ดุลพินิจของผู้วิจัยเองว่า กลุ่มตัวอย่างที่เลือกมานี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือคาดว่าเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี ด้วยการสุ่มจากฐานข้อมูลสมาชิกผู้ลงทะเบียนกับ ICQ และ HOTMAIL.COM ที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี 400 คนจากทั่วโลก โดยมีกระบวนการเก็บข้อมูลด้วยการให้ตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตทางเว็บไซต์ ( Online Form ) <http://www.we-can-design.com/color>

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของสีที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์กับสีที่ใช้ในการออกแบบประเภทอื่นๆ และวัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาถึงบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวและหลักเกณฑ์ในการจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี

หลังจากการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูลในวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากบทที่ 2 ที่เกี่ยวกับความแตกต่างของสีในการออกแบบเว็บไซต์และในการออกแบบอื่นๆ การแบ่งชนชั้นทางสังคมของผู้บริโภค และการแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยว โดยนำมาเป็นฐานในการวิเคราะห์ เพื่อนำไปเป็นเกณฑ์ในสร้างการแบบสอบถามต่อไป ผลของการวิเคราะห์จากผู้วิจัยสามารถแบ่งเกณฑ์ในการจำแนกรูปแบบการใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์จำแนกตามบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ได้ดังนี้

1. เกณฑ์ในการแยกสีในการออกแบบเว็บไซต์ที่แตกต่างจากสีในการออกแบบอื่นๆ ด้วยการใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์ที่เป็น HEX COLOR หรือเลขฐาน 16 และอยู่ในหมวด Web Safe Color 216 สี ซึ่งสามารถแสดงผลทางสีได้อย่างถูกต้องในทุกระบบปฏิบัติการ และทุกเครื่องมือสื่อสารที่สามารถแสดงผลทางด้านสีได้ไม่ต่ำกว่า 256 สี

2. เกณฑ์ในการจำแนกประเภทของกลุ่มเป้าหมายตามบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี โดยใช้เกณฑ์การแบ่งกลุ่มเป้าหมายเป็น 2 ชั้นประกอบด้วย

2.1. จากรายได้ต่อปีของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นการแบ่งตามระดับชนชั้นของสังคม ( Social Classes ) โดยจำแนกเป็น 3 ระดับคือ

2.1.1 ระดับสูง ( Upper Class ) คือ ผู้ที่มีรายได้มากกว่า \$ 60,000 ต่อปี

2.1.2 ระดับกลาง ( Middle Class ) คือ ผู้ที่มีรายได้ \$ 40,000 - \$ 60,000 ต่อปี

2.1.3 ระดับต่ำ ( Lower Class ) คือ ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า \$ 40,000 ต่อปี

2.2 จากแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางทะเลของกลุ่มเป้าหมาย โดยจำแนกได้เป็น 7 กลุ่มคือ

2.2.1 Physical and Psychological Motives – แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา

2.2.2 Cultural/Personal Education Motives – แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา

2.2.3 Social / Interpersonal / Ethnic Motives - แรงจูงใจทางสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

2.2.4 Bussiness / Work Related Motives - แรงจูงใจทางการงานและธุรกิจ

2.2.5 Entertainment / Amusement / Pleasure / Pastime Motives - แรงจูงใจด้านการบินเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน

2.2.6 Religious Motives - แรงจูงใจทางด้านศาสนา

2.2.7 Prestige and Status Motives - แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ

ดังนั้น จากรูปแบบการจำแนกกลุ่มเป้าหมายออกเป็นกลุ่มทั้ง 2 รูปแบบ จะสามารถสร้างรูปแบบการจัดหมวดหมู่ของกลุ่มเป้าหมายได้ 21 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านกายภาพและจิตวิทยา
2. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา
3. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางสังคม และความสัมพันธ์
4. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแรงจูงใจทางการงานและธุรกิจ

5. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน
6. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านศาสนา
7. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ
8. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านกายภาพและจิตวิทยา
9. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา
10. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางสังคม และความสัมพันธ์
11. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางการงานและธุรกิจ
12. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน
13. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านศาสนา
14. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ
15. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านกายภาพและจิตวิทยา
16. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา
17. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางสังคม และความสัมพันธ์
18. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางการงานและธุรกิจ
19. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน
20. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านศาสนา
21. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ

จากข้อมูลดังกล่าว สามารถสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ที่เป็นแบบสอบถาม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ที่จะศึกษาและวิเคราะห์ถึงรูปแบบการใช้สปีในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีโครงสร้างของแบบสอบถามดังนี้

แบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 3 คำถามคือ

คำถามที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ต่อปีของผู้ตอบแบบสอบถาม - How much your average income per year ? แบ่งเป็น 3 ช่วงคือ

- 1.1 รายได้ต่ำกว่า \$ 40,000 ต่อปี - less than \$ 40,000
- 1.2. รายได้ \$ 40,000 – \$ 60,000 ต่อปี - \$ 40,000 - \$ 60,000
- 1.3. รายได้มากกว่า \$ 60,000 ต่อปี - higher than \$ 60,000

ที่มา Salary Survey Results : Multiple Factors Impact Income. (Stephen Plumb , www.advanceforaod.com/aasstory.html )

คำถามที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางทะเลของประเทศไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม - What is your Motives when you travel to Thailand in sea locations ?

แบ่งเป็น 7 ข้อคือ

2.1. Physical and Psychological Motives - แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา

2.2. Cultural/Personal Education Motives - แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา

2.3. Social / Interpersonal / Ethnic Motives - แรงจูงใจทางสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

2.4. Business / Work Related Motives - แรงจูงใจทางการงานและธุรกิจ

2.5. Entertainment / Amusement / Pleasure / Pastime Motives - แรงจูงใจด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน

2.6. Religious Motives - แรงจูงใจทางด้านศาสนา

2.7. Prestige and Status Motive - แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ

คำถามที่ 3 สีที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก 10 สี จาก 216 สี - Choosing Your 10 Favorite Colors : Pick 10 colors you like from the 216 colors scattered on this white ground

โดยสีที่นำมาให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกนั้น เป็นสีแบบ Web Safe Color จำนวน 216 สี

### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น จะทำการวิเคราะห์สีที่จะนำมาใช้ในการออกแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวอายุ 31-40 ปี โดยใช้แบบสอบถามจำแนกนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายออกเป็นกลุ่ม ตามบุคลิกของกลุ่มเป้าหมาย แล้วหาสีในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพกับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้น โดยขั้นตอนวิธีการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากบทที่ 2 ที่เกี่ยวกับความแตกต่างของสีในการออกแบบเว็บไซต์และในการออกแบบอื่นๆ การแบ่งชนชั้นทางสังคมของผู้บริโภค และการแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยว โดยจำแนกหาบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี เพื่อนำไปเป็นเกณฑ์ในสร้างการแบบสอบถามต่อไป

2. หาค่าความถี่ ( Frequency ) จากแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้น นำมาวิเคราะห์จำแนกสี ในการออกแบบเว็บไซต์ตามบุคลิกต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย และแบ่งออกเป็นกลุ่ม ได้แก่
- 2.1 หาค่าความถี่ของรายได้ต่อปีของกลุ่มเป้าหมาย
  - 2.2 หาค่าความถี่ของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายที่มีมากที่สุดและจัดลำดับความถี่
  - 2.3 หาค่าความถี่ของสีในการออกแบบเว็บไซต์ที่กลุ่มเป้าหมายเลือกที่มีมากที่สุดและจัดลำดับความถี่
  - 2.4 หาค่าความถี่จำแนกตามรูปแบบของบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวที่วิเคราะห์ได้
  - 2.5 สร้างรูปแบบที่เหมาะสมกับบุคลิกของนักท่องเที่ยวทางทะเล
  - 2.6 วิเคราะห์สีที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์ที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบแยกตามบุคลิกของนักท่องเที่ยวทางทะเลที่เหมาะสม
3. สรุปผลของการวิเคราะห์และนำผลของการวิเคราะห์ที่ได้มาสร้างเป็นผลงานการออกแบบโดยนำสีในการออกแบบเว็บไซต์ที่ได้จากแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีมากที่สุดในแต่ละช่วงรายได้ต่อปีของกลุ่มเป้าหมาย มาใช้ในการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริการนักท่องเที่ยวทางทะเลตามบุคลิกต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี เพื่อทดลองแนวความคิดต่อไป