

### สรุปผลวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริการท่องเที่ยวทางทะเลตามบุคลิกต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ

1. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของสีที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์กับสีที่ใช้ในการออกแบบประเภทอื่นๆ
  2. เพื่อศึกษาถึงบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวและหลักเกณฑ์ในการจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี
  3. เพื่อจำแนกและสร้างรูปแบบของการใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริการท่องเที่ยวทางทะเลตามบุคลิกต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี
- การดำเนินการวิจัยเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่กล่าวไปข้างต้น จากการวิเคราะห์ในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ดังนี้

สรุปวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของสีที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์กับสีที่ใช้ในการออกแบบประเภทอื่นๆ และข้อที่ 2 เพื่อศึกษาถึงบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวและหลักเกณฑ์ในการจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี

ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 มีการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ ( Qualitative Research ) ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูลในวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากบทที่ 2 ที่เกี่ยวกับความแตกต่างของสีในการออกแบบเว็บไซต์และในการออกแบบอื่นๆ การแบ่งชนชั้นทางสังคมของผู้บริโภค และการแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยว โดยนำมาเป็นฐานในการวิเคราะห์เพื่อนำไปเป็นเกณฑ์ในการสร้างการแบบสอบถามต่อไป ผลของการวิเคราะห์จากผู้วิจัยสามารถแบ่งเกณฑ์ในการจำแนกรูปแบบการใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์จำแนกตามบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ได้ดังนี้

1. เกณฑ์ในการแยกสีในการออกแบบเว็บไซต์ที่แตกต่างจากสีในการออกแบบอื่นๆ ด้วยการที่ใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์ที่เป็น 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 การแบ่งตามชนชั้นทางสังคม ในระดับ ต่ำ กลาง และสูง โดยอ้างอิงจากรายได้ต่อปีของกลุ่มเป้าหมายคือ

2.1.1 ระดับต่ำ - รายได้ต่ำกว่า \$ 40,000 ต่อปี

2.1.2 ระดับกลาง - รายได้ \$ 40,000 – \$ 60,000 ต่อปี

2.1.3 ระดับสูง - รายได้มากกว่า \$ 60,000 ต่อปี

2.2 การแบ่งตามแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางทะเลซึ่งมีทั้งหมด 7 ข้อคือ

2.2.1 แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา

2.2.2 แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา

2.2.3 แรงจูงใจทางสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

2.2.4 แรงจูงใจทางการงานและธุรกิจ

2.2.5 แรงจูงใจด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน

2.2.6 แรงจูงใจทางด้านศาสนา

2.2.7 แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ

สรุปวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อจำแนกและสร้างรูปแบบของการใช้สปีในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริการท่องเที่ยวทางทะเลตามบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี

ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม เพื่อสอบถามถึงบุคลิกต่างๆ ในการท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายในรูปแบบที่วิเคราะห์ได้ทั้ง 21 หมวด และสปีที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปี จากทั่วโลก โดยมีการวิจัยแบบเชิงปริมาณ ( Quantitative Research ) หาค่าความถี่ ( Frequency ) ซึ่งผลสรุปของการจำแนกรูปแบบกลุ่มเป้าหมายทั้ง 21 หมวด คือ

ตารางที่ 16 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกรูปแบบการจัดประเภทของกลุ่มเป้าหมาย

ชนชั้นทางสังคม	แรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางทะเล	ร้อยละ
ระดับต่ำ	แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา	9.29
	แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา	28.32
	แรงจูงใจทางสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.10
	แรงจูงใจทางการงานและธุรกิจ	7.08
	แรงจูงใจด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน	50
	แรงจูงใจทางด้านศาสนา	1.33

	แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ	0.88
ระดับกลาง	แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา	5.68
	แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา	26.97
	แรงจูงใจทางสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	6.74
	แรงจูงใจทางการงานและธุรกิจ	2.25
	แรงจูงใจด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน	57.30
	แรงจูงใจทางด้านศาสนา	1.12
	แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ	0
ระดับสูง	แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา	9.09
	แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา	27.27
	แรงจูงใจทางสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	9.09
	แรงจูงใจทางการงานและธุรกิจ	0
	แรงจูงใจด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน	54.55
	แรงจูงใจทางด้านศาสนา	0
	แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ	0

จากตารางที่ 16 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างรูปแบบการจัดหมวดหมู่ของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางทะเลที่โดดเด่นเพียง 2 ประเภทเท่านั้น นั่นคือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน และ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวแรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา โดยจะเห็นได้จากค่าร้อยละของผลจากแบบสอบถาม

ในชนชั้นทางสังคมระดับต่ำ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน ร้อยละ 50 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวแรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา ร้อยละ 28.32

ในชนชั้นทางสังคมระดับกลาง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน ร้อยละ 57.30 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวแรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา ร้อยละ 26.97

ในชนชั้นทางสังคมระดับสูง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน ร้อยละ 54.55 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวแรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา ร้อยละ 27.27










ดังนั้น จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น จะสามารถลดรูปแบบของการจำแนกกลุ่มเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวทางทะเล เหลือเพียง 6 กลุ่มเป้าหมายเท่านั้น เพื่อสร้างเป็นรูปแบบของบุคลิกของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปีในการท่องเที่ยวทะเล นั่นคือ

1. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา
2. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน
3. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา
4. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน
5. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา
6. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน

และจากผลการจำแนกกลุ่มเป้าหมายข้างต้น สามารถจำแนกและสร้างรูปแบบของการใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริการท่องเที่ยวทางทะเลตามบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในข้อที่ 3 ได้ดังนี้

#### 1. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา

ตารางที่ 17 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา











อันดับสี	เลขที่	ร้อยละ
1. 	36	25
2. 	211	20.13
3. 	193	18.75
4. 	65	17.19
5. 	34	17.19
6. 	121	14.06
7. 	66	12.5
8. 	6	12.5
9. 	67	12.5

10. 	169	12.5
---	-----	------

จากตารางที่ 17 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 25 เลือกสีหมายเลข 36 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 20.13 เลือกสีหมายเลข 211 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 18.75 เลือกสีหมายเลข 193 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 17.19 เลือกสีหมายเลข 65 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 17.19 เลือกสีหมายเลข 34 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 14.06 เลือกสีหมายเลข 121 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 12.5 เลือกสีหมายเลข 66 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 12.5 เลือกสีหมายเลข 6 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 12.5 เลือกสีหมายเลข 67 และ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 12.5 เลือกสีหมายเลข 169 ตามลำดับ

## 2. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน

ตารางที่ 18 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน











อันดับสี	เลขที่	ร้อยละ
1. 	36	31.86
2. 	121	19.47
3. 	1	18.58
4. 	206	17.70
5. 	104	16.81
6. 	35	15.04
7. 	155	15.04
8. 	175	15.04
9. 	6	14.16
10. 	12	14.16

จากตารางที่ 18 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 31.86 เลือกสีหมายเลข 36 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 19.47 เลือกสีหมายเลข 121 , กลุ่มตัว

อย่างร้อยละ 18.58 เลือกสีหมายเลข 1 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 17.70 เลือกสีหมายเลข 206 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 16.81 เลือกสีหมายเลข 104 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 15.04 เลือกสีหมายเลข 35 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 15.04 เลือกสีหมายเลข 155 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 15.04 เลือกสีหมายเลข 175 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 14.16 เลือกสีหมายเลข 6 และ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 14.16 เลือกสีหมายเลข 12 ตามลำดับ

### 3. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา

ตารางที่ 19 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา

อันดับสี	เลขที่	ร้อยละ
1. 	11	33.33
2. 	29	29.17
3. 	67	29.17
4. 	64	25
5. 	30	25
6. 	12	20.83
7. 	10	20.83
8. 	187	16.66
9. 	188	16.66
10. 	193	16.66

จากตารางที่ 19 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.33 เลือกสีหมายเลข 11 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 29.17 เลือกสีหมายเลข 29 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 29.17 เลือกสีหมายเลข 67 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 25 เลือกสีหมายเลข 64 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 25 เลือกสีหมายเลข 30 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 20.83 เลือกสีหมายเลข 12 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 20.83 เลือกสีหมายเลข 10 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 16.66 เลือกสีหมายเลข 187 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 16.66 เลือกสีหมายเลข 188 และ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 16.6 เลือกสีหมายเลข 193 ตามลำดับ

#### 4. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่ง เพลิดเพลิน








ตารางที่ 20 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมาย  
ระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน

อันดับสี	เลขที่	ร้อยละ
1. ■	176	27.45
2. ■	86	25.49
3. ■	164	23.53
4. ■	140	23.53
5. ■	85	21.57
6. ■	122	19.61
7. ■	139	17.65
8. ■	163	17.65
9. ■	33	15.69
10. ■	169	15.69

จากตารางที่ 20 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 27.45 เลือกสีหมายเลข 176 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 25.49 เลือกสีหมายเลข 86 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 23.53 เลือกสีหมายเลข 164 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 23.53 เลือกสีหมายเลข 140 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 21.57 เลือกสีหมายเลข 85 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 19.61 เลือกสีหมายเลข 122 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 17.65 เลือกสีหมายเลข 139 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 17.65 เลือกสีหมายเลข 163 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 15.99 เลือกสีหมายเลข 33 และ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 15.69 เลือกสีหมายเลข 169 ตามลำดับ

#### 5. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการ ศึกษา


ตารางที่ 21 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา

อันดับสี	เลขที่	ร้อยละ
1. 	6	83.33
2. 	115	66.67
3. 	183	50
4. 	104	50
5. 	30	50
6. 	215	33.33
7. 	24	33.33
8. 	13	33.33
9. 	175	33.33
10. 	72	33.33









จากตารางที่ 21 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 83.33 เลือกสีหมายเลข 6 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 66.67 เลือกสีหมายเลข 115 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50 เลือกสีหมายเลข 183 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50 เลือกสีหมายเลข 104 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50 เลือกสีหมายเลข 30 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.33 เลือกสีหมายเลข 215 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.33 เลือกสีหมายเลข 24 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.33 เลือกสีหมายเลข 13 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.33 เลือกสีหมายเลข 175 และ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.33 เลือกสีหมายเลข 72 ตามลำดับ

#### 6. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน

ตารางที่ 22 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน

อันดับสี	เลขที่	ร้อยละ
1. 	2	58.33
2. 	3	50



3.		1	41.67
4.		36	41.67
5.		50	33.33
6.		104	33.33
7.		152	25
8.		180	16.67
9.		207	16.67
10.		214	16.67

จากตารางที่ 22 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 58.33 เลือกสีหมายเลข 2 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50 เลือกสีหมายเลข 3 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 41.67 เลือกสีหมายเลข 1 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 41.67 เลือกสีหมายเลข 36 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.33 เลือกสีหมายเลข 50 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.33เลือกสีหมายเลข 104 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 25 เลือกสีหมายเลข 152 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 16.67 เลือกสีหมายเลข 180 , กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 16.67 เลือกสีหมายเลข 207 และ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 16.67 เลือกสีหมายเลข 214 ตามลำดับ

### การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยดังกล่าวมาข้างต้น ได้นำประเด็นต่างๆ มาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาถึงความแตกต่างของสีที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์กับสีที่ใช้ในการออกแบบประเภทอื่นๆ

ในส่วนของรูปแบบการใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์ ผู้วิจัยพบว่า สีในการออกแบบเว็บไซต์จะแตกต่างจากสีในการออกแบบในสื่ออื่นๆ กล่าวคือ สีที่ได้จะเป็นระบบเลขฐาน 16 และสีที่เหมาะสมที่จะใช้ในการออกแบบเว็บไซต์ คือ สีในระบบ Web Safe Color ซึ่งเป็นสีจำนวนเพียง 216 สี ที่สามารถแสดงผลในทุกระบบปฏิบัติการได้ และสามารถแสดงผลได้ในเครื่องมือสื่อสาร หรือคอมพิวเตอร์ที่มีสีไม่ต่ำกว่า 256 สี ซึ่งจะครอบคลุมได้ทั่วโลก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาถึงบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวและหลักเกณฑ์ในการจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี

ในส่วนของคุณคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่า ในการจำแนกนักท่องเที่ยวสามารถ ใช้หลักในการตลาดเรื่องระดับชนชั้นของสังคม ( Social Classes ) มาเป็นเครื่องมือในการจำแนก นักท่องเที่ยว คือ

1. ระดับต่ำ - รายได้ต่ำกว่า \$ 40,000 ต่อปี
2. ระดับกลาง - รายได้ \$ 40,000 – \$ 60,000 ต่อปี
3. ระดับสูง - รายได้มากกว่า \$ 60,000 ต่อปี

และใช้แรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามบุคลิกของการท่องเที่ยวอีกครั้งหนึ่ง การแบ่งตามแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางทะเลซึ่งมีทั้งหมด 7 ข้อคือ

1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา
2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา
3. แรงจูงใจทางสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
4. แรงจูงใจทางการงานและธุรกิจ
5. แรงจูงใจด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน
6. แรงจูงใจทางด้านศาสนา
7. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ

เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการสร้างแบบสอบถามและสร้างรูปแบบกลุ่มเป้าหมายตามบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลต่อไป

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 เพื่อจำแนกและสร้างรูปแบบของการใช้สปีในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีการทำพหุวิจัยอิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริการท่องเที่ยวทางทะเลตามบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตามเกณฑ์ของการจำแนกกลุ่มเป้าหมายทั้ง 21 กลุ่ม ผู้วิจัยพบว่า เมื่อสถานที่ท่องเที่ยวถูกจำกัดเพียงการท่องเที่ยวทางทะเลของประเทศไทย แรงจูงใจในการท่องเที่ยวทั้ง 7 ข้อ มีแรงจูงใจที่โดดเด่นเพียง 2 ข้อเท่านั้นคือ

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา











แรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน

จากผลที่แรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางทะเลมีเพียง 2 ข้อเท่านั้น ทำให้รูปแบบการจำแนกบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปี เหลือเพียง 6 กลุ่มเท่านั้น และสามารถวิเคราะห์สปีในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพแบ่งตามกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์ได้ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา











### 1. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา

ตารางที่ 23 จำแนกตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา แสดงตัวเลขฐาน 16

อันดับสี	เลขฐาน 16	อันดับสี	เลขฐาน 16
1. 	FF0000	6. 	6699FF
2. 	0000FF	7. 	CC3300
3. 	0099FF	8. 	FFFF00
4. 	CC3333	9. 	CC00FF
5. 	FF0066	10. 	3333FF





### 2. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน

ตารางที่ 24 จำแนกตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน แสดงตัวเลขฐาน 16

อันดับสี	เลขฐาน 16	อันดับสี	เลขฐาน 16
1. 	FF0000	6. 	FF0033
2. 	6699FF	7. 	33CC33
3. 	FFFFFF	8. 	3300FF
4. 	0033CC	9. 	FFFF00
5. 	9900CC	10. 	FFCC00

### 3. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา

ตารางที่ 25 จำแนกตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา แสดงตัวเลขฐาน 16

อันดับสี	เลขฐาน 16	อันดับสี	เลขฐาน 16
1. 	FFCC33	6. 	FFCC00
2. 	FF3333	7. 	FFCC66

3.	CC00FF	8.	00CCFF
4.	CC3366	9.	00CCCC
5.	FF3300	10.	0099FF

#### 4. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่ง เพลิดเพลิน

ตารางที่ 26 จำแนกตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้าน  
การบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน แสดงตัวเลขฐาน 16

อันดับสี	เลขฐาน 16	อันดับสี	เลขฐาน 16
1.	3300CC	6.	6699CC
2.	0000FF	7.	6600FF
3.	3366CC	8.	3366FF
4.	6600CC	9.	FF0099
5.	9999FF	10.	3333FF











#### 5. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการ ศึกษา

ตารางที่ 27 จำแนกตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทาง  
ด้านวัฒนธรรมและการศึกษา แสดงตัวเลขฐาน 16

อันดับสี	เลขฐาน 16	อันดับสี	เลขฐาน 16
1.	FFFF00	6.	000033
2.	66CCFF	7.	FF6600
3.	00FF99	8.	FF99FF
4.	9900CC	9.	3300FF
5.	FF3300	10.	CC0000

#### 6. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่ง เพลิดเพลิน

ตารางที่ 28 จำแนกตามสีที่ชื่นชอบ 10 อันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้าน  
การบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน แสดงตัวเลขฐาน 16

อันดับสี	เลขฐาน 16	อันดับสี	เลขฐาน 16
1. 	FFFFCC	6. 	9900CC
2. 	FFFF99	7. 	33CCCC
3. 	FFFFFF	8. 	330000
4. 	FF0000	9. 	003399
5. 	CC99CC	10. 	000066

จากผลการวิจัยจึงสามารถสรุปสมมติฐานของการวิจัยได้ว่า การใช้สีที่เหมาะสมในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริการท่องเที่ยวทางทะเลตามบุคลิกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31-40 ปีจะสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ สร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างความไว้วางใจในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### ข้อสังเกตที่ได้จากผลการวิจัย

เมื่อวิเคราะห์เพื่อสร้างรูปแบบของการใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์ตามกลุ่มเป้าหมายที่ได้ทั้ง 6 กลุ่ม จะพบว่า

#### 1. สีที่ได้ในกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ จะมีสีที่สดใสและมีสีที่ได้ใกล้เคียงกันทั้ง 2 แรงจูงใจ

1. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา

1.  2.  3.  4.  5.  6.  7.  8.  9.  10. 

2. กลุ่มเป้าหมายระดับต่ำ มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน

1.  2.  3.  4.  5.  6.  7.  8.  9.  10. 

#### 2. ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ปานกลาง สีที่ได้จะมีสีที่สดใสแต่มีสีของแต่ละแรงจูงใจที่แตกต่างกันชัดเจน

3. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา

1.  2.  3.  4.  5.  6.  7.  8.  9.  10. 

4. กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน

1.  2.  3.  4.  5.  6.  7.  8.  9.  10. 

### 3. ในกลุ่มนักท่องเที่ยงที่มีรายได้สูง สีที่ได้จะเป็นที่โทนอ่อน และมีสีของแต่ละแรงจูงใจที่แตกต่างกันชัดเจน

5. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา



6. กลุ่มเป้าหมายระดับสูง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน



#### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ได้ดังนี้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางทะเลของประเทศไทยมีเพียง 2 ข้อ จาก 7 ข้อ คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน ส่วนแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอื่นๆ นั้น มีความถึน้อยมากถึงไม่มีค่าความถึเลย ซึ่งอาจเป็นเพราะว่า การท่องเที่ยวทางทะเลของประเทศไทยในสายตาชาวต่างประเทศนั้น จะทำให้นึกถึงการท่องเที่ยวเพื่อมาสัมผัสชีวิตความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมของไทย หรือความสนุกสนาน ความบันเทิงที่จะได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีหลากหลาย ซึ่งข้อมูลนี้ น่าจะเป็นประโยชน์ ต่อกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง จะสามารถประชาสัมพันธ์ หรือวางแผนเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวทางทะเลของประเทศไทยได้ในแนวทางที่ถูกต้อง

2. จากผลการวิจัย สีในการออกแบบเว็บไซต์ 10 อันดับแรก จำแนกตามกลุ่มของผู้บริโภคที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง เป็นสีที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์เท่านั้น เนื่องจากเป็นสีในระบบเลขฐาน 16 ดังนั้นนักออกแบบเว็บไซต์ที่จัดทำเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางทะเลและมีกลุ่มเป้าหมายอายุ 31-40 ปี และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายใน 6 กลุ่มนี้ สามารถนำสีที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการออกแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากสีเหล่านี้ เป็นสีที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบและเลือกได้โดยกลุ่มเป้าหมายเอง อีกทั้งสียังเป็นสีในระบบ Web Safe Color ที่สามารถใช้ในการออกแบบได้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกระบบปฏิบัติการ แต่เนื่องจากสีบางสีมีความใกล้เคียงกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้มีเพียง 400 คน ซึ่งในวิธีวิจัยสามารถเป็นตัวแทนกลุ่มประชากรทั่วโลกได้ แต่ทำให้ค่าความถึที่ได้มีความใกล้เคียงกันมาก จึงควรที่จะทดลองออกแบบและเลือกสีที่เหมาะสมไปใช้ก่อน เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการออกแบบเว็บไซต์

## การนำผลการวิจัยไปใช้

1. สีที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์ คือ สีในระบบเลขฐาน 16 และอยู่ในหมวด Web Safe Color 216 สี
2. จำแนกประเภทของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้เกณฑ์การแบ่งกลุ่มเป้าหมายเป็น 2 ชั้น ประกอบด้วย
  - 2.1 การแบ่งตามชนชั้นทางสังคม ในระดับ ต่ำ กลาง และสูง โดยอ้างอิงจากรายได้ต่อปีของกลุ่มเป้าหมายคือ
    - 2.1.1 ระดับต่ำ - รายได้ต่ำกว่า \$ 40,000 ต่อปี
    - 2.1.2. ระดับกลาง - รายได้ \$ 40,000 – \$ 60,000 ต่อปี
    - 2.1.3. ระดับสูง - รายได้มากกว่า \$ 60,000 ต่อปี
  - 2.2 การแบ่งตามแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทางทะเลซึ่งมีทั้งหมด 2 ข้อคือ
    - 2.2.1 แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา
    - 2.2.2 แรงจูงใจด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน
3. เมื่อจำแนกกลุ่มเป้าหมายได้เรียบร้อยแล้ว ให้นำประเภทของกลุ่มเป้าหมายที่ได้ นำมาเทียบกับตารางสีที่ได้จากผลสรุปของการวิจัยข้างต้นตามตารางที่ 23 - 28 เพื่อทราบถึงสีที่เหมาะสมในการออกแบบเว็บไซต์ในแต่ละประเภทของกลุ่มเป้าหมาย
4. เลือกที่เหมาะสมจากสีในตารางแสดงค่าสีนั้น ไปใช้ในการออกแบบเว็บไซต์

## ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้นจาก 400 คน เพื่อผลความแตกต่างของค่าความถี่ที่ได้จะเพิ่มขึ้นด้วย จะทำให้การจัดอันดับชัดเจนยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษารายละเอียดให้ลึกลงไปอีก โดยเฉพาะการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยแล้ว หรือการแจกแบบสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยแล้ว เพราะอาจจะทำให้แรงจูงใจจากเดิมที่มีเพียง 2 ข้อ อาจจะเพิ่มขึ้น หรือ เปลี่ยนแปลงไปในวิถีทางอื่น
3. สำหรับผู้ที่จะทำกรวิจัยในรูปแบบเว็บไซต์อื่นๆ ที่ไม่ใช่เว็บไซต์เพื่อการท่องเที่ยว ควรมีการวิเคราะห์หาแรงจูงใจที่ถูกต้องและเกี่ยวเนื่องกับหัวข้อของเว็บไซต์ได้เป็นอย่างดี เพื่อสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็นหมวดหมู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ
4. ควรมีการเจาะจงกลุ่มของกลุ่มเป้าหมายลงไปอย่างชัดเจน เช่น กลุ่มชาวยุโรปตะวันออก กลุ่มชาวเอเชียใต้ กลุ่มชาวอเมริกาเหนือ เป็นต้น เพื่อให้ได้ ข้อมูลของสีที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น