

การศึกษาแรงจูงใจ และปัจจัยที่ค้ำึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
ของกลุ่มนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพและปริมณฑล



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาแรงจูงใจ และปัจจัยที่ค้ำึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
ของกลุ่มนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 14 พฤษภาคม 2559



.....
นางสาวชุตินันท์ ลีละฉายากุล
ผู้วิจัย

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
ราชา มหากันธา,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
รองศาสตราจารย์อรรณพ ตันละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
สุพรรณณี วาทยากร,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์หัวข้อ “การศึกษาแรงจูงใจ และปัจจัยที่ค้ำึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ของกลุ่มนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ” เล่มนี้ ได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลหลากหลายท่าน ต้องขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.พัลลภา ปิติสันต์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลักในการจัดทำ การค้นคว้าอิสระเล่มนี้ ที่ได้ให้คำ แนะนำ ชี้แนะแนวทาง และสละเวลาตรวจทานเนื้อหาให้ถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อให้การวิจัยอิสระเล่มนี้เป็นไปอย่างสมบูรณ์แบบที่สุด

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านคณะอาจารย์และเจ้าหน้าที่ทุกท่านของ วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้ให้ความรู้และความช่วยเหลือตลอดการศึกษาเรียนรู้ที่นี่ ให้ราบรื่นไปได้ด้วยดี ขอขอบคุณน้องๆ นักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่สละเวลาเข้าร่วมการสัมภาษณ์ด้วยความยินดี และเต็มใจในการให้ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยเล่มนี้ ขอขอบคุณทุกคนในครอบครัว เพื่อนๆ ที่คอยให้กำลังใจ สนับสนุน และผลักดันตลอดมา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การศึกษาอิสระเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ และสามารถใช้เป็นแหล่งข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจในการศึกษาเพิ่มเติมในด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษา นักการตลาด หรือผู้ที่สนใจอื่นๆ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ชุตินันท์ ลีละฉายากุล

การศึกษาแรงจูงใจและปัจจัยที่คำนึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ของกลุ่มนักศึกษาหญิง
ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

THE STUDY OF MOTIVATION AND FACTORS TO CONSIDER WHEN MAKING DOMESTIC
TRAVEL OF UNDERGRADUATE FEMALE STUDENT IN BANGKOK AND METROPOLITAN
AREA

ชุดินันท์ ลีละฉายากุล 5850089

กจ.ม

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., ราชา มหากันธา, Ph.D.,
สุพรรณณี วาทยากร, MSMC

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. แรงจูงใจของการท่องเที่ยวภายในประเทศ
ของกลุ่มนักศึกษาหญิง 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่คำนึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่ม
นักศึกษาหญิง ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 8 กลุ่ม คือ กลุ่มนักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย
รัฐบาล มหาวิทยาลัยรัฐบาล (ภาคภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยเอกชน และมหาวิทยาลัยเอกชน (ภาคภาษา
อังกฤษ) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่เคยออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือภายนอก
ประเทศกับกลุ่มเพื่อน จำนวน 32 คน โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบตัวต่อตัว (In-Depth
Interview one on one process) จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลแสดงการเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลดิบ ผ่านการให้
รหัสแบบเปิด (open-coding) และการให้รหัส ตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (axial-coding) และรหัสคัดสรร
(Selective Coding) ที่ผ่านการอ่านและทำความเข้าใจกับข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปสัมภาษณ์ เพื่อเป็น
ประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ ผู้ประกอบการ และนักการตลาด ที่จะได้ทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใน
การท่องเที่ยวของกลุ่มนักศึกษาหญิง เพื่อที่จะสามารถนำไปออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับ
ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ และยังมีส่วนช่วยในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจาก
เป็นกลุ่มที่มีกำลัง และเวลาในการท่องเที่ยว

คำสำคัญ : ท่องเที่ยว, การเดินทาง, นักศึกษาหญิง

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย	3
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ	5
2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว กับความแตกต่าง ทางด้านประชากรศาสตร์	8
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.3 กรอบแนวคิดงานวิจัย	12
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	13
3.1 ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย	13
3.2 ผู้เข้าร่วมวิจัยหรือกลุ่มตัวอย่าง	14
3.3 เครื่องมือหรือเทคนิคในการดำเนินงานวิจัย	14
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	14
3.4.1 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	14
3.4.2 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4.3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว	15
3.4.4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	16
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	17
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	18
4.1 พฤติกรรมและแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ	18
4.1.1 กลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์	21
4.1.2 กลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย	26
4.1.3 กลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์	31
4.1.4 กลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย	35
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	84
5.1 สรุปผลการวิจัย	85
5.2 ข้อจำกัดของงานวิจัย	86
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย เพื่อนำไปต่อยอดทางธุรกิจการท่องเที่ยว	86
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป	86
บรรณานุกรม	89
ภาคผนวก	90
ภาคผนวก ก: แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	91
ประวัติผู้วิจัย	95

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
3.1	รายละเอียดข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง	14
4.1	แสดงตารางถอดเทปจากบทสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 32 คน (มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย 8 คน มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ 8 คน มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย 8 คน และ มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ 8 คน)	18
4.2	แสดงตารางการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทปกลุ่มตัวอย่างคนที่ 1	19
4.3	แสดงจำนวนรหัสแบบเปิด (Open Coding) ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 32 คน	20
4.4	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 1	22
4.5	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 2	22
4.6	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 3	23
4.7	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 4	23
4.8	รหัสแบบเปิดของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 5	24
4.9	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 6	24
4.10	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 7	25
4.11	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 8	26
4.12	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 9	26
4.13	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 10	27
4.14	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 11	27
4.15	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 12	28
4.16	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 13	28
4.17	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 14	29
4.18	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 15	30
4.19	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 16	30
4.20	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 17	31
4.21	รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 18	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.22 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 19	32
4.23 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 20	32
4.24 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 21	33
4.25 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 22	33
4.26 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 23	34
4.27 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 24	34
4.28 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 25	35
4.29 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 26	36
4.30 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 27	36
4.31 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 28	37
4.32 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 29	37
4.33 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 30	38
4.34 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 31	38
4.35 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 32	39
4.36 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็น รหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 1	40
4.37 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็น รหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 2	41
4.38 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็น รหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 3	42
4.39 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็น รหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 4	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.40 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 5	44
4.41 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 6	45
4.42 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 7	46
4.43 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 8	47
4.44 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 9	48
4.45 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 10	49
4.46 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 11	50
4.47 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 12	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.48 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 13	52
4.49 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 14	53
4.50 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 15	54
4.51 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 16	55
4.52 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 17	56
4.53 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 18	57
4.54 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 19	58
4.55 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 20	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.56 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 21	60
4.57 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 22	61
4.58 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 23	62
4.59 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 24	63
4.60 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 25	64
4.61 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 26	65
4.62 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 27	66
4.63 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 28	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.64 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 29	68
4.65 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 30	69
4.66 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 31	70
4.67 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคนที่ 32	71
4.68 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์	72
4.69 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย	74
4.70 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์	77
4.71 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย	79
4.72 แสดงการเปรียบเทียบผลของรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษาทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
5.1	แสดงการเปรียบเทียบผลของรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษา ทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย	85
5.2	แสดงสัดส่วนการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักศึกษาหญิงทั้ง 4 กลุ่มมหาวิทยาลัย เป็นไปในทิศทางเดียวกัน	86



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	12



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เป็นอันดับต้นๆ ให้แก่ประเทศไทย จากสถิติรายได้ของการท่องเที่ยวปี 2558 พบว่า การท่องเที่ยวเติบโตขึ้น 20.44% และมีรายได้จากไทยเที่ยวไทยและต่างชาติอยู่ที่ 2.23 ล้านบาท ซึ่งเกินจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ถึง 3 หมื่นล้านบาท โดยมีการประเมินว่าคนไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 138.8 ล้านครั้ง สร้างรายได้ถึง 7.9 แสนล้านบาท และมีการกระจายจังหวัดในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น วัตถุประสงค์จากโครงการ “12 เมืองต้องห้าม...พลาด” ที่มีการนำเสนอเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยว 12 จังหวัด ได้แก่ ลำปาง เพชรบูรณ์ น่าน ราชบุรี สมุทรสงคราม เลย บุรีรัมย์ จันทบุรี ตราด ชุมพร ตรัง และนครศรีธรรมราช ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี จากการเก็บข้อมูลพบว่ามีย่านนักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางท่องเที่ยวใน 12 พื้นที่เป้าหมาย รวม 18.56 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดิม 9.58% ก่อให้เกิดรายได้ประมาณ 3,490 ล้านบาท โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จังหวัดลำปางที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุดอยู่ที่ราว 1.21 ล้านคน-ครั้ง ทั้งนี้ มีการประเมินว่า ในปี 2559 ตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศจะมีเป้าหมายรายได้อยู่ที่ 8.07 แสนล้านบาท และเติบโตขึ้น 8.04% (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2559)

และในปี 2559 นี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีโครงการสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ต่อยอดมาจากปี 2558 ทั้งสิ้น 3 โครงการด้วยกัน ได้แก่ “โครงการเมืองต้องห้ามพลาด...Plus”, “โครงการเขาเล่าว่า.....” และ “โครงการ Outdoor Fest” ซึ่งใน 3 โครงการใหญ่ที่กล่าวมาข้างต้น นอกจากจะเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการดึงศักยภาพของนักท่องเที่ยวครอบคลุมทั้ง 4 ตลาด ได้แก่ กลุ่มคนรุ่นใหม่ (Gen Y) วัยเริ่มต้นการทำงานทั้งแบบประจำและทำงานอิสระ กลุ่มผู้หญิง (Lady) กลุ่มครอบครัวที่ไม่มีบุตรนิยมเดินทางท่องเที่ยวเป็นคู่ (DINKs) และกลุ่มคุณภาพสูงและผู้สูงวัย และเน้นการสร้างเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อให้แตกต่างไปจากประเทศในภูมิภาคเดียวกัน เพื่อรองรับ AEC

นักท่องเที่ยวเยาวชน (Youth Travel) จากการให้ความหมายของ จิตรานุช รักสังจา (2559) คือ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุประมาณ 15 – 26 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการท่องเที่ยวบ่อยครั้งและมีจำนวนสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น เพราะเป็นกลุ่มที่มีเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมาก คือช่วงปิดภาคการศึกษา และปัจจัยที่ทำให้เกิดการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวเยาวชนคือ ความต้องการที่จะเรียนรู้และแสวงหา

ประสบการณ์ใหม่ ซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึงกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย ทั้งเอกชน และรัฐบาล ซึ่งเป็นกลุ่มที่น่าสนใจในเจนวาย (Generation Y) ที่เป็นกลุ่มคนที่เกิด และอยู่ในยุคที่อินเทอร์เน็ตเจริญก้าวหน้า มีเทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต

โดย สุจิตรา จงชาณสิทโธ (2559) กล่าวว่า กลุ่มเจนวายว่า เป็นตลาดที่แข็งแกร่งมาก ปัจจุบันฐานประชากรเจนวาย (GEN Y) ในไทยมีทั้งหมด 18 ล้านคน มียอดการเดินทางถึง 7.7 ล้านคนเมื่อปีที่แล้ว นับเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพด้านท่องเที่ยวอย่างมาก นิยมเดินทางเที่ยวบ่อยกว่ากลุ่มทั่วไปถึง 3 เท่าตัว ชื่นชอบท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ ขณะเดียวกันก็ชอบท่องเที่ยวตามกระแสนิยม และมีอิสระในการตัดสินใจท่องเที่ยวตามความต้องการของตัวเอง จากเทรนด์ดังกล่าวนี้ ทำให้ ททท.สนใจหันมารุกทำตลาดเจนวายในหลาย ๆ มิติ ทั้งการรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวแนวผจญภัย, แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร, ล้านนา, แอดเวนเจอร์ และยังมีการนำกลยุทธ์ Story Telling มาปรับใช้ เพื่อสร้างเสน่ห์ให้กับการท่องเที่ยวไทยอีกวิธีหนึ่ง โดยการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ ในรูปแบบของไวรัลมาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) เป็นหลัก และในปี 2560 ททท. ยังมีการจัดทำโครงการ “ทำเที่ยวไทย” ที่เป็นโครงการที่เจาะตลาดเฉพาะกลุ่มเจนวาย ที่ชอบความท้าทายและแปลกใหม่

จะเห็นได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง มีเวลาในการออกเดินทางท่องเที่ยวมาก ต้องการแสวงหาประสบการณ์และความแปลกใหม่ในชีวิตอยู่เสมอๆ โดยการศึกษาหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต การศึกษาด้านแรงจูงใจของการท่องเที่ยวในกลุ่มนักศึกษาเจนวาย (GEN Y) จะก่อให้เกิดผลทางด้านการทำการตลาดแก่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ที่ต้องการเจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่มากนักน้อย

1.2 คำถามวิจัย

1. แรงจูงใจของการท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย มีความแตกต่างกันอย่างไร

2. ปัจจัยที่คำนึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย มีความแตกต่างกันอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของการท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัย รัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย มีความแตกต่างกันอย่างไร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่คำนึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มนักศึกษา หญิง มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย มีความแตกต่างกันอย่างไร

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้บริโภค ได้ทราบถึงเทรนด์ในการท่องเที่ยว และวิธีต่างๆ ในการวางแผนการใช้จ่าย เพื่อการท่องเที่ยว รวมไปถึงแหล่งที่มาของข้อมูลด้านการตัดสินใจเลือกที่พัก และวิธีการเดินทาง เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว
2. ผู้ประกอบการ ได้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนักศึกษาหญิง และสามารถ ออกแบบผลิตภัณฑ์ และบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ตรงจุด
3. นักการตลาด ได้ทราบถึงแหล่ง ช่องทางในการโปรโมท และทำตลาดด้านการท่องเที่ยว ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาหญิง
4. ด้านเศรษฐกิจ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดนักศึกษาหญิง ให้สอดคล้องกับนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อส่งผลในด้านการขับเคลื่อนตลาด การท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรที่เป็นนักศึกษาเพศหญิง ที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยรัฐบาล และมหาวิทยาลัย เอกชน ทั้งหลักสูตรไทย และหลักสูตรอินเตอร์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ออกเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน
2. ระยะเวลาในการศึกษา กรกฎาคม – ตุลาคม 2559
3. พื้นที่ในการทำการศึกษางานวิจัยนี้อยู่ภายในมหาวิทยาลัยเอกชน และมหาวิทยาลัย รัฐบาลที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. นักศึกษาปริญญาตรี ในที่นี้หมายถึงกลุ่มนักศึกษาเพศหญิง ที่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ทั้งมหาวิทยาลัยเอกชน และรัฐบาล ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่ออกเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อน
2. แรงจูงใจ หมายถึง การที่บุคคลได้รับการกระตุ้นจากปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดการกระทำ หรือพฤติกรรมบางอย่างในลักษณะที่มีเป้าหมาย (สำราญ เมฆารวุฒิ, 2550)
3. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากถิ่นที่อยู่เป็นการชั่วคราว โดยอาจจะมีระยะเวลา น้อยกว่า 24 ชั่วโมงหรือมากกว่าก็ได้ แต่ผู้เดินทางต้องกลับถิ่นที่อยู่ของตน และวัตถุประสงค์ของการเดินทางจะต้องไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้
4. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว หมายถึง แรงจูงใจที่ประกอบด้วยแรงผลัก (Push Factors) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว และแรงดึง (Pull Factors) ที่มีผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง ทางการท่องเที่ยว (วิมลพรรณ คงแก้ว, 2558 และสุธีรัตน์ เตชะทวีวรรณ, 2545)



บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

“การศึกษาแรงจูงใจ และปัจจัยที่ค้ำึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ของกลุ่มนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพและปริมณฑล” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motivation) มีรากศัพท์มาจากภาษาลาติน คือคำว่า “Movere” ซึ่งแปลว่า “เคลื่อนไหว” แรงจูงใจเป็นองค์ประกอบสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของบุคคล สามารถกระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น เกิดความสนใจ และจูงใจให้ประโยชน์ได้ทั้งในการเรียน และการทำงาน ตลอดจนการดำรงชีวิตของบุคคลทั่วไป ซึ่งสามารถให้คำนิยามของแรงจูงใจได้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง การที่บุคคลได้รับการกระตุ้นจากปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดการกระทำ หรือพฤติกรรมบางอย่าง ในลักษณะที่มีเป้าหมาย (สำรวย เมฆวรวุฒิ, 2550)

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว McIntosh and Goldner (1991) กล่าวถึงแรงจูงใจในทางการท่องเที่ยวว่าแรงจูงใจ ทางการท่องเที่ยวหมายถึง สิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตัวเอง โดยแบ่งประเภทของสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท คือ

- สิ่งกระตุ้นทางกายภาพ (Physical Motivation) หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความต้องการด้านร่างกายและจิตใจ อาจจะเป็นวัตถุประสงค์ทางสุขภาพ การพักผ่อน การสันตนาการ การบันเทิง หรือการกีฬา
- สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นลักษณะของความต้องการที่จะพบเห็นวัฒนธรรมที่แตกต่างของสถานที่ต่างๆ ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่น ได้เรียนรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น

- **สิ่งกระตุ้นระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation)** หมายถึง ความปรารถนา ที่จะ ได้พบคนใหม่ หรือ ได้รู้จักคนใหม่ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว ค้นหาประสบการณ์ใหม่ และแตกต่าง จากประสบการณ์ที่เคยมีจากการเดินทาง หรือจากถิ่นที่อยู่เดิม
- **สิ่งกระตุ้นทางด้านสถานภาพหรือชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation)** หมายถึง ความต้องการพัฒนาตนเอง และแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจ การเดินทาง เพื่อไปศึกษาต่อ

วัฒนชัย ชูมาก (2544) ได้อ้างถึงการอธิบายแรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยใช้ทฤษฎีของ Maslow ไว้ว่า ในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจมากกว่าหนึ่งปัจจัย มักเริ่มจากความ ต้องการในการตอบสนองความต้องการของร่างกายเป็นอันดับแรก (Physical Needs) และหลังจากนั้น จะเป็นความต้องการความตื่นเต้น แต่ต้องปลอดภัย (Stimulation with Safety and Security Needs) ความต้องการสร้างสัมพันธภาพ (Relationship) ความต้องการสร้างความภูมิใจ และพัฒนาศักยภาพ ของตนเอง (Self-Esteem and Development) และความต้องการขั้นสูงสุดคือ ความต้องการความสมบูรณ์ ความสงบและความสุข (Fulfillment)

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวประกอบด้วยแรงผลัก (Push Factors) ที่ทำให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยว และแรงดึง (Pull Factors) ที่มีผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมาย ปลายทางทางการท่องเที่ยว โดยวิมลพรรณ คงแก้ว (2558) และสุธีรัตน์ เตชะทวิวรรณ (2545) ได้กล่าวถึง ปัจจัยของแรงผลัก (Push Factors) และแรงดึง (Pull Factors) ไว้ดังนี้

แรงผลัก (Push Factors) ที่ทำให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยว

- ความต้องการทางกายภาพ (Physical) เช่น หากเราต้องทำงานหนัก ร่างกายก็ย่อม ต้องการพักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นทางเลือกหนึ่ง
- หลีกหนีความจำเจ ความเครียด (Escape) เช่น การเดินทางไปทำงานและกลับบ้าน ทำงานเหมือนเดิมทุกๆ วัน การเจอสภาพรถติด ก็อยากหลีกหนีสิ่งเดิมๆ ไปในที่แปลกๆ ใหม่ๆ
- ต้องการพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ (Novelty)
- ความภูมิใจที่ได้ไปในสถานที่ใหม่ๆ เพื่อสะสมประสบการณ์ที่เสริมสร้างความเชื่อมั่น และศักดิ์ศรีของตน (Esteem)
- การเดินทางซึ่งเกิดจากความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชาติ การดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่เดิม (To Know and to Understand/Educational Vacation)
- ความต้องการเดินทางเพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะติดต่อ สัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ๆ (Social Interaction)

แรงผลักดันที่กล่าวมาข้างต้น ถือเป็นส่วนหนึ่งของสาเหตุที่ทำให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งการตัดสินใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใดๆ ก็ตามขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ อย่าง ที่เรียกว่าแรงดึง (Pull Factors) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งเสริมหรือดึงดูดให้คนเดินทางไปยังที่ต่างๆ ได้แก่

- นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัย และสะอาด ผู้บริการที่จริงใจให้ข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้อง ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัย
- นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะให้ผู้บริการทักทาย หรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของตนอยู่เสมอ และคาดหวังให้ผู้บริการจดจำชื่อ นามสกุล ข้อมูลส่วนตัว และความชอบ ของตนได้อย่างถูกต้อง เพราะเป็นการแสดงถึงการเป็นที่ยอมรับและยกย่องนับถือในสังคมนั้นๆ
- ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประเทศใดที่มีสภาพทางเศรษฐกิจที่ดี ย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศมีอำนาจทางการเงินที่สูง และมีโอกาสเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ได้มาก
- ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ นักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้ข้อคิดทางพฤติกรรมมนุษย์ไว้ว่า คนมักแสวงหาสิ่งที่ตนไม่มี หรือแสวงหาสิ่งต่างๆ เพื่อไปชดเชยสิ่งที่ตนไม่มี จากหลักจิตวิทยาดังกล่าวนี้ อาจนำมาประยุกต์ได้กับแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางภูมิศาสตร์ได้ว่า นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางไปยังสถานที่ ที่มีลักษณะภูมิประเทศที่แตกต่างจากประเทศของตน เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ที่ต่างกันออกไป ลักษณะทางภูมิศาสตร์ จึงเป็นปัจจัยดึงที่สำคัญ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง
- ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี งานเทศกาล ประวัติศาสตร์ สามารถเป็นสิ่งดึงดูดให้คนจากสังคมอื่น เดินทางมายังท้องถิ่นของตนได้ เพื่อสร้างประสบการณ์ การเรียนรู้ และแสวงหาสิ่งที่ตนไม่มีเช่นเดียวกับ ปัจจัยทางภูมิศาสตร์
- ปัจจัยทางการเมือง ประเทศใดที่มีสภาวะการณ์ที่มั่นคง ย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศตนได้ และในขณะเดียวกัน นโยบายของรัฐบาลอาจปิดกั้น หรือส่งเสริมให้คนเดินทางไปประเทศอื่นได้เช่นกัน
- ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ความก้าวหน้าและการพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสาร การคมนาคม โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย นอกจากนี้ ความล้ำหน้าทางเทคโนโลยีของบางประเทศก็สามารถเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้
- สื่อ มีอิทธิพลต่อความคิด ค่านิยม และการตัดสินใจของคน เนื่องจากเป็นผู้ถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชน และสามารถสร้างภาพพจน์ของสถานที่ต่างๆ ได้

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวกับความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์

นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันย่อมมีเหตุผลที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และสิ่งที่ทำให้แรงจูงใจของแต่ละคนต่างกันคือ อายุ เพศ การศึกษา รายได้ และสถานภาพการสมรส (Swarbrook and Horner, 1992)

2.1.2.1 อายุ (Age) อายุเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว คนในแต่ละกลุ่มอายุมักจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยว หรือพักผ่อนในลักษณะที่ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยหนุ่มสาว เป็นวัยที่มีความต้องการอยากรู้ อยากเห็น ชอบที่จะเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่ หรือชอบค้นหาประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับตนเอง ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มผู้สูงอายุที่จะมองหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นหลัก

2.1.2.2 เพศ (Sex) ปัจจัยด้านเพศเป็นเกณฑ์กำหนดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้สินค้าทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ชายชอบตีกอล์ฟ ในขณะที่ผู้หญิงชอบช้อปปิ้ง จากผลการวิจัยของ Ryan (Swarbrook and Horner, 1992) พบว่า เพศหญิงมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย โดยมีสาเหตุมาจาก 3 ปัจจัยหลัก ดังนี้ ความต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน (Escape) ความต้องการพักผ่อนทางร่างกาย (Physical Relaxation) และความต้องการพักผ่อนทางอารมณ์ (Emotional Relaxation)

2.1.2.3 การศึกษา (Education) ภาคการศึกษาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการเดินทาง คนที่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษา จะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า คนที่มีการศึกษาในระดับมัธยม (เลิศพร ภาரசกุล, 2540) ระดับการศึกษาส่งผลให้พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงส่วนมากต้องการแสวงหาความรู้จากการเดินทาง เช่น การไปท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ วัฒนธรรม และมักจะมองหาการท่องเที่ยวเป็นโอกาสที่จะได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ และต่างไปจากชีวิตประจำวัน (Swarbrook and Horner, 1992)

2.1.2.4 รายได้ (Income) อำนาจทางการซื้อเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว คนที่มีรายได้สูงจะมองหาความตื่นเต้น ท้าทาย และการได้รับความรู้ใหม่ๆ จากการเดินทาง ซึ่งจะแตกต่างกันคนที่มีรายได้น้อย ที่มักจะมองหาโอกาสในการหลีกเลี่ยงจากกิจกรรมที่น่าเบื่อในชีวิตประจำวัน และจะทำกิจกรรมที่สร้างความเชื่อมั่น หรือความมั่นใจให้กับตัวเอง (Swarbrook and Horner, 1992)

2.1.2.5 สถานภาพ (Status) ผู้ที่หย่าร้าง หรือผู้ที่เป็นโสด ย่อมมีลักษณะและโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เดินทางท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีครอบครัว นอกจากนี้ ยังมีการตัดสินใจที่ง่าย และรวดเร็วกว่าอีกด้วย

จากแนวคิด และทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัยด้วยกัน ทั้งแรงผลักดันที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวและแรงดึงดูดที่ช่วยให้เกิดการตัดสินใจ โดยกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มที่น่าสนใจคือกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ที่มีเวลาว่างในการออกเดินทาง ช่วงปิดภาคเรียน ประกอบกับลักษณะนิสัย และพฤติกรรมของช่วงอายุ ที่ต้องการความแปลกใหม่ ท้าทาย แสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ให้ตัวเองเสมอ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มนักศึกษาเพศหญิง ที่มักจะมี ความสนใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย ตามที่ได้กล่าวไปข้างต้น ผู้ประกอบการจึงสามารถนำปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ไปขบคิดเพื่อหาแนวทางในการต่อยอดธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ยังคงเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริพันธ์ รักเรียนรบ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยว โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พำนักชั่วคราวในประเทศไทย จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจทางด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด เพราะการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่กระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากงานประจำ และเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศจากสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทาง การบริการ การประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับใกล้เคียงกัน โดยการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และการท่องเที่ยวเพื่อเพรสส ได้รับคะแนนในระดับน้อยที่สุด นอกจากนี้พบว่า การประชาสัมพันธ์ ยังมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจที่จะมาท่องเที่ยวมากขึ้น จากผลวิจัยข้างต้นทำให้เห็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว ว่าการประชาสัมพันธ์ และการโปรโมทที่ดี และน่าสนใจ จะมีส่วนช่วยจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

จุฑาทิพย์ นิลงาม (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง และพนักงานบริษัท และส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 2001 – 3000 USD ต่อเดือน นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจรวมในระดับมากที่สุดในด้านความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว

ที่พักแรม ร้านอาหารและภัตตาคาร สถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัย และด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกประเทศ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ในด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ร้านขายของที่ระลึกและร้านขายสินค้าพื้นเมือง ด้านการเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์ และด้านการจัดบริการอื่นๆ

จากผลการวิจัยสามารถชี้ให้เห็นถึงจุดที่นักท่องเที่ยวยังไม่พึงพอใจมากที่สุด ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อคนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ที่สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นได้ เช่น ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ อาจจะต้องทำให้หลากหลาย เข้าถึงกลุ่มชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มประเทศหลัก ที่นิยมเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทย เช่น จีน นอกจากนี้ยังมีกรชี้ให้เห็นถึงจุดที่ชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมาก ก็สามารถนำข้อมูลไปพัฒนา และรักษาคุณภาพการบริการเหล่านี้ให้เสมอดันเสมอปลาย เพื่อรักษา หรือเพิ่มฐานนักท่องเที่ยวให้สูงขึ้น

จิตติพงษ์ เจริญชัย (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องสาเหตุและปัจจัยเอื้อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 25 – 24 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ต่อปัจจัยเอื้อทั้ง 6 ด้าน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการเมือง ด้านบริการท่องเที่ยว ด้านภูมิศาสตร์ และด้านเทคโนโลยี ในด้านของสื่อการประชาสัมพันธ์และโฆษณานั้น อยู่ในระดับปานกลาง เพศหญิงมีระดับความคิดเห็นด้านภูมิศาสตร์ และด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และโฆษณาแตกต่างกับเพศชาย กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุที่ต่างกัน 4 กลุ่มมีระดับความคิดเห็นด้านเศรษฐกิจ ภูมิศาสตร์ เทคโนโลยี และด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์และโฆษณาแตกต่างกัน และสุดท้าย กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นด้านเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน

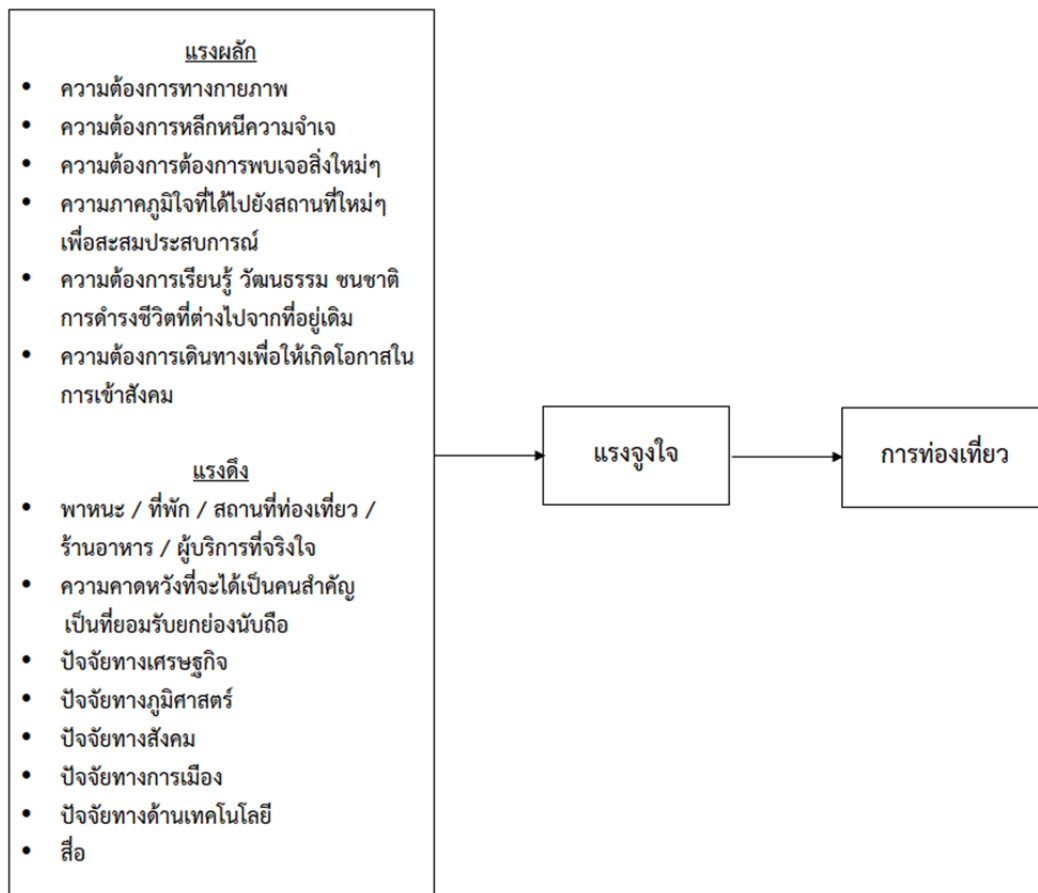
บงกชรัตน์ ชศถาวร (2554) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยววัยรุ่นชาวไทย อายุ 18-25 ปี ที่เคยเดินทางมาเที่ยวที่อำเภอปาย จำนวน 300 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 ปี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 5000 บาท นักท่องเที่ยววัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนกับเพื่อนๆ โดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่จะพำนักอยู่ที่ปายเป็นเวลา 2 วัน ส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ หรือในช่วงฤดูหนาว และนิยมพักในรีสอร์ท นักท่องเที่ยววัยรุ่นเหล่านี้จะหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติ และเพื่อนมากที่สุด ชื่นชอบกิจกรรมการนั่งเล่นและดื่มกาแฟตามร้านต่างๆ ค่าใช้จ่ายโดยในการเดินทางต่อคนไม่เกิน 500 บาท เรื่องอาหารและเครื่องดื่มไม่เกิน 801 – 1,100 บาท ด้านที่พักไม่เกิน 500 บาท ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าท้องถิ่น 501-800 บาท และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนในเรื่องกิจกรรมท่องเที่ยว 801-1,100 บาท

สำหรับผลการศึกษารื่องปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่านักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยที่มีเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ต่างกัน และปัจจัยย่อยของส่วนผสมทางการตลาดในด้านต่างๆ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก คือ

- ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์)
- ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ)
- การมีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ (ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ)
- แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์)
- แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย (ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ)
- การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ (ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด)
- ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย)
- พนักงานส่วนที่พักรมีความเต็มใจในการให้บริการ (ปัจจัยด้านบุคคล)
- ที่พัก/ห้องพักรมีหลากหลายประเภทให้เลือก และมีความสวยงาม (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์)
- ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว (ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ)

จากผลการวิจัยที่กล่าวมา ซึ่งให้เห็นถึงสัดส่วนในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยในแต่ละครั้ง และถึงปัจจัยด้านต่างๆ ที่กลุ่มนักท่องเที่ยววัยรุ่นสนใจ และให้ความสำคัญ ซึ่งล้วนแต่เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการ ไม่ใช่แต่เฉพาะผู้ประกอบการในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน แต่หมายรวมไปถึงผู้ประกอบการที่ต้องการเจาะตลาดนักท่องเที่ยววัยรุ่น ที่จะเห็นแนวทางของการผลิตสินค้าหรือบริการ รวมไปถึงการตั้งราคาสินค้าและบริการ และปัจจัยด้านต่างๆ ที่กลุ่มนักท่องเที่ยววัยรุ่นสนใจ

2.3 กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จะเน้นเรื่องการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นหลัก โดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ตัวต่อตัวกับกลุ่มนักศึกษา แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ต่อไป โดยแบ่งขั้นตอนและขอบเขตการวิจัยตามรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย
2. ผู้เข้าร่วมวิจัยหรือกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือหรือเทคนิคที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากแหล่งข้อมูลบุคคล เป็นกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาหญิง ระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยทั้งหมด 4 กลุ่ม ที่มีสถานะแวดล้อมที่ต่างกัน ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาหญิงภาคปกติ มหาวิทยาลัยรัฐบาล กลุ่มนักศึกษาหญิงภาคอินเตอร์ มหาวิทยาลัยรัฐบาล กลุ่มนักศึกษาหญิงภาคปกติ และกลุ่มนักศึกษาหญิงภาคอินเตอร์ มหาวิทยาลัยเอกชน โดยเลือกนักศึกษาหญิง ที่เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนๆ กลุ่มละ 5-7 คน ซึ่งเป็นเด็กที่สมัครใจจะร่วมตอบคำถามด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกว่าอะไรคือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว จากทั้งหมด 4 กลุ่มมหาวิทยาลัย รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 32 คน จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาถอดรหัสแบบเปิด (Open Coding) หาคัดสรรแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) เพื่อค้นหาแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว ของกลุ่มนักศึกษาหญิง

3.2 ผู้เข้าร่วมวิจัยหรือกลุ่มตัวอย่าง

ผู้เข้าร่วมวิจัยในครั้งนี้เป็นนักศึกษาหญิง ที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และมีความสนใจที่จะเข้าร่วมงานวิจัย มีอายุระหว่าง 18 – 24 ปี ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยรัฐบาล และมหาวิทยาลัยเอกชน ตามตารางแสดงข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3.1 รายละเอียดข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

หัวข้อ	มหาวิทยาลัย	ภาค	จำนวน
ท่องเที่ยว ภายในประเทศ กับกลุ่มเพื่อน	มหาวิทยาลัยรัฐบาล	ไทย	8
	มหาวิทยาลัยรัฐบาล	อินเตอร์	8
	มหาวิทยาลัยเอกชน	ไทย	8
	มหาวิทยาลัยเอกชน	อินเตอร์	8

3.3 เครื่องมือหรือเทคนิคในการดำเนินงานวิจัย

แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการสอบถามกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย โดยสอบถามข้อมูลดังนี้

- คำถามทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- คำถามทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว
- คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยว (แรงผลักดันและแรงดึง)

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

มีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักศึกษาโดยตรงเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีคำถามหลักๆ ดังนี้

3.4.1 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

- ชื่อ – นามสกุล
- ท่านกำลังศึกษาอยู่คณะอะไร
- ท่านกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นใด
- ท่านกำลังศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยใด

- ท่านมีรายได้อื่นๆมาจากแหล่งใดบ้าง
- ท่านมีรายได้อื่นๆประมาณเท่าไร

3.4.2 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว

- ท่านออกเดินทางท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหนในหนึ่งปี
- ช่วงเวลาที่ท่านนิยมออกเดินทางท่องเที่ยวคือช่วงใดของปี
- จำนวนวัน โดยเฉลี่ยที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวต่อหนึ่งครั้ง
- ท่านเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อนนักศึกษาบ่อยแค่ไหนในหนึ่งปี
- ช่วงเวลาที่ท่านนิยมออกเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อนนักศึกษาคือช่วงใดของปี
- จำนวนวัน โดยเฉลี่ยที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อนนักศึกษาต่อหนึ่งครั้ง
- สัดส่วนในการใช้จ่ายของท่านต่อการเดินทางท่องเที่ยวหนึ่งครั้ง (ที่พัก, การเดินทาง, อาหาร, ท่องเที่ยว, อื่นๆ)
- จุดหมายในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านส่วนใหญ่คือที่ไหน (ทะเล, ภูเขา, แหล่งประวัติศาสตร์ ฯลฯ)
- วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านคืออะไร
- ท่านหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งใด
- ท่านหาข้อมูลด้านที่พักจากแหล่งใด
- ท่านหาข้อมูลด้านการเดินทางจากแหล่งใด
- ท่านหาข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่มจากแหล่งใด
- ท่านวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเองหรือไม่

3.4.3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว

- ความต้องการทางกายภาพ เช่น การพักผ่อนจากการเรียนและการทำงาน มีผลทำให้ท่านเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ ความเครียด มีผลทำให้ท่านเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ มีผลทำให้ท่านเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

- ความภาคภูมิใจที่ได้ไปยังสถานที่ใหม่ๆ เพื่อสะสมประสบการณ์ มีผลทำให้ท่านเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ความต้องการเรียนรู้ วัฒนธรรม ชนชาติ การดำรงชีวิตที่ต่างไปจากที่อยู่เดิม มีผลทำให้ท่านเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ความต้องการเดินทางเพื่อให้เกิดโอกาสในการเข้าสังคม มีผลทำให้ท่านเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- จากปัจจัยต่างๆ ชำรงต้นข้อใดทำให้ท่านเกิดความต้องการที่จะท่องเที่ยวมากที่สุด

3.4.4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

- ปัจจัยด้านการเดินทางมีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร (เช่น ตัวถูก)
- ปัจจัยด้านที่พักมีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจัยด้านร้านอาหารมีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ความคาดหวังที่จะได้เป็นคนสำคัญมีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- การเป็นที่ยอมรับยกย่องนับถือมีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น มีกำลังในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว มีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ เช่น อยากไปเจอกับภูมิประเทศแปลก ใหม่ และแตกต่าง มีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจัยทางสังคม เช่น แสวงหาประสบการณ์และการเรียนรู้ มีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจัยทางการเมือง มีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี เช่น ความล้ำหน้าในเทคโนโลยีของประเทศต่างๆ มีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- สื่อ เช่น การนำเสนอข่าวสารของสื่อมีส่วนช่วยดึงดูดใจ และทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- สื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านหรือไม่ อย่างไร

- สิ่งที่ท่านได้รับจากการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการสัมภาษณ์กลุ่มนักศึกษาครบทั้ง 32 คน นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจะวิเคราะห์เนื้อหาทั้งหมดที่ได้ตามข้อความที่ปรากฏ ไม่ใช่คำหรือข้อความที่ผู้วิจัยตีความได้ โดยจะนำข้อมูลที่ได้มาถอดรหัสแบบเปิด (Open Coding) ทารหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) เพื่อค้นหาแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว ของกลุ่มนักศึกษาหญิง ซึ่งต้องมีการอ่านและทำความเข้าใจกับข้อมูลที่ได้จากการถอดเทป แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาทบทวนตามวัตถุประสงค์ และคำถามงานวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการสืบค้นหาคำตอบ และทำการจัดกลุ่มข้อมูลที่ได้ด้วยวิธีการ Coding จากนั้น ระบุรูปแบบความเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกลุ่ม หรือแต่ละกลุ่ม ลำดับสุดท้ายคือการตีความข้อมูลที่ได้ โดยพิจารณารูปแบบของความเชื่อมโยงที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งเปรียบเทียบกับทฤษฎีหรืองานวิจัยในอดีต เพื่อนำมาอธิบายสิ่งที่ค้นพบ (ณัฐรา พราหมณ์แก้ว, 2559)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรีจำนวน 32 คน พบว่านักศึกษาหญิงแต่ละคน มีพฤติกรรม และแรงจูงใจในด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่ไม่แตกต่างกันมากนัก มีเพียงความแตกต่างบางประการระหว่างนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ทั้ง 2 หลักสูตรเท่านั้น โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

4.1 พฤติกรรมและแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ

- หลังจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 32 คน เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงถอดเทปเป็นบทสนทนา และนำข้อมูลที่ได้มาบันทึกลงในตารางบทสนทนา ตามตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงตารางถอดเทปจากบทสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 32 คน (มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย 8 คน มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ 8 คน มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย 8 คน และมหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ 8 คน)

ชื่อกลุ่มตัวอย่าง..... มหาวิทยาลัย.....		
ผู้สนทนา	บทสนทนาจากการตอบแบบสอบถาม	รหัสแบบเปิด (Open Coding)

- จากนั้นจึงอ่านบทสนทนาอย่างละเอียด เพื่อจับและแยกประเด็นต่างๆ ที่เป็นประเด็นสำคัญให้ครบถ้วน สามารถให้รหัสแบบเปิด (Open Coding) ได้ ตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงตารางการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทปกลุ่มตัวอย่างคนที่ 1

บทสัมภาษณ์	รหัสแบบเปิด (Open Coding)
<p>“มีรายได้ต่อเดือนมาจากพ่อแม่ ประมาณ 8000 – 10000 บาท ออกเดินทางท่องเที่ยวบ่อยมากๆ ทุกเทศกาล ช่วงปิดเทอม เสาร์ อาทิตย์ที่มีเวลาว่าง ไปครั้งหนึ่งประมาณ 3-5 วัน ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนๆ นักศึกษาปีหนึ่งก็จะเที่ยวประมาณ 2 ครั้ง ในช่วงปิดเทอม ไปครั้งหนึ่งประมาณ 2-3 วัน สักส่วนในการใช้จ่าย อันดับหนึ่งคือ การท่องเที่ยว อันดับสองเรื่องอาหาร</p> <p>การกิน สุดท้ายคือที่พัก จุดหมายในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือทะเลและภูเขา เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ปรึกษาคู่มือก่อนการเดินทางจาก Google/ IG/ Blog และไม่ได้มีการวางแผนการท่องเที่ยวล่วงหน้า ปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว คือความต้องการ หลีกหนีความจำเจ ความเครียด ปัจจัยค่านึงถึงเมื่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคือ ปัจจัยด้านการเดินทาง ปัจจัยด้านที่พัก ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยด้านร้านอาหาร ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยด้านสื่อออนไลน์”</p>	<p>แหล่งรายได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - พ่อแม่ <p>รายได้เฉลี่ย</p> <ul style="list-style-type: none"> - 8000 – 10000 บาท <p>ช่วงเวลา</p> <ul style="list-style-type: none"> - เทศกาล - ปิดเทอม - เสาร์ อาทิตย์ที่มีเวลาว่าง <p>จำนวนครั้ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 ครั้ง <p>จำนวนวัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2-3 วัน <p>สัดส่วนการใช้จ่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ท่องเที่ยว - อาหาร - ที่พัก <p>จุดหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทะเลและภูเขา <p>วัตถุประสงค์</p> <ul style="list-style-type: none"> - พักผ่อน <p>แหล่งข้อมูล</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google - IG - Blog

ตารางที่ 4.2 แสดงตารางการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทปกลุ่มตัวอย่างคนที่ 1 (ต่อ)

บทสัมภาษณ์	รหัสแบบเปิด (Open Coding)
	การวางแผน - ไม่มีการวางแผน แรงจูงใจในการท่องเที่ยว - ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ ความเครียด ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยากเดินทาง ท่องเที่ยว - การเดินทาง - ที่พัก - สถานที่ท่องเที่ยว - ร้านอาหาร - ภูมิศาสตร์ - สังคม - สื่อออนไลน์

เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการให้รหัสแบบเปิด (Open Coding) ครบถ้วนแล้วนั้น จึงทำการจับกลุ่มรหัส แบบเปิด (Open Coding) ที่มีความคล้ายคลึงกัน เพื่อความสะดวกในการเชื่อมโยงลำดับความคิด ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 32 คน พบว่ามีจำนวนรหัสนี้ตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนรหัสนี้แบบเปิด (Open Coding) ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 32 คน

ลำดับของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนรหัสนี้แบบเปิด (หน่วย : รหัส)
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 1	24
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 2	24
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 3	21
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 4	24
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 5	23
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 6	22
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 7	21
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 8	20

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนรหัสแบบเปิด (Open Coding) ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 32 คน (ต่อ)

ลำดับของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนรหัสแบบเปิด (หน่วย : รหัส)
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 9	24
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 10	23
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 11	24
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 12	21
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 13	21
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 14	22
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 15	21
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 16	22
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 17	19
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 18	21
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 19	22
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 20	22
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 21	22
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 22	19
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 23	22
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 24	20
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 25	23
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 26	20
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 27	24
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 28	25
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 29	21
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 30	20
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 31	21
กลุ่มตัวอย่างคนที่ 32	21

4.1.1 กลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 1 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 24 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.4 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 1

1. พ่อแม่	13. Google
2. 8000 – 10000 บาท	14. IG
3. เทศกาล	15. Blog
4. เสาร์ อาทิตย์ที่มีเวลาว่าง	16. ไม่มีการวางแผน
5. ปิดเทอม	17. ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ ความเครียด
6. 2 ครั้ง	18. การเดินทาง
7. 2-3 วัน	19. ที่พัก
8. ท่องเที่ยว	20. สถานที่ท่องเที่ยว
9. ร้านอาหาร	21. ร้านอาหาร
10. ที่พัก	22. ธรรมชาติสวยงาม (ภูมิศาสตร์)
11. ทะเลและภูเขา	23. สังคม
12. พักผ่อน	24. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 2 ผู้หญิงอายุ 19 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 24 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.5 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 2

1. พ่อแม่	13. Google
2. 6000 บาท	14. Review
3. ปิดเทอม	15. Trip Advisor
4. เสาร์ อาทิตย์ที่มีเวลาว่าง	16. ไม่มีการวางแผน
5. 3-4 ครั้ง	17. ความต้องการทางกายภาพ
6. 2-3 วัน	18. ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำรงชีวิตที่แตกต่าง
7. ท่องเที่ยว	19. การเดินทาง
8. ที่พัก	20. ที่พัก
9. ร้านอาหาร	21. สถานที่ท่องเที่ยว
10. ทะเลและภูเขา	22. สวย สงบ (ภูมิศาสตร์)
11. สนุก	23. สังคม
12. พักผ่อน	24. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 3 ผู้หญิงอายุ 19 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 21 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.6 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 3

1. พ่อแม่	12. Review
2. 6500 บาท	13. ไม่มีการวางแผน
3. ปิดเทอม	14. ความต้องการพักผ่อน
4. 1-2 ครั้ง	15. สถานที่ท่องเที่ยว
5. 3 วัน	16. อาหาร
6. ที่พัก	17. เงินเก็บ เงินที่พ่อแม่ให้ (เศรษฐกิจ)
7. ร้านอาหาร	18. ทะเลสวย น้ำใส (ภูมิศาสตร์)
8. ท่องเที่ยว	19. สังคม
9. ทะเล	20. สื่อ
10. พักผ่อน	21. สื่อออนไลน์
11. Pantip	

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 4 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 24 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.7 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 4

1. พ่อแม่	11. พักผ่อน
2. 12000 บาท	12. Internet
3. ปิดเทอม	13. Agoda
4. เสาร์ อาทิตย์	14. airbnb
5. 2 ครั้ง	15. ไม่มีการวางแผน
6. 2-3 วัน	16. ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
7. ท่องเที่ยว	17. การเดินทาง
8. ที่พัก	18. ที่พัก
9. ร้านอาหาร	19. สถานที่ท่องเที่ยว
10. ทะเลและภูเขา	20. เงินเก็บ (เศรษฐกิจ)

ตารางที่ 4.7 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 4 (ต่อ)

21. ธรรมชาติสวยงาม (ภูมิศาสตร์)	23. สื่อ
22. สังคม	24. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 5 ผู้หญิงอายุ 19 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 23 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.8 รหัสแบบเปิดของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 5

1. พ่อแม่	13. Pantip
2. 10000 บาท	14. ไม่มีการวางแผน
3. ปิดเทอม	15. ความต้องการพักผ่อน
4. 2-3 ครั้ง	16. การเดินทาง
5. 2-3 วัน	17. ที่พัก
6. ท่องเที่ยว	18. สถานที่ท่องเที่ยว
7. ร้านอาหาร	19. อาหาร
8. ที่พัก	20. ทะเลสวย (ภูมิศาสตร์)
9. ภูเขา	21. สังคม
10. ทะเล	22. สื่อ
11. พักผ่อน	23. สื่อออนไลน์
12. Review	

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 6 ผู้หญิงอายุ 19 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 22 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.9 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 6

1. พ่อแม่	6. ท่องเที่ยว
2. 10000 บาท	7. ที่พัก
3. ปิดเทอม	8. ร้านอาหาร
4. 1-2 ครั้ง	9. ภูเขา
5. 2-3 วัน	10. ทะเล

ตารางที่ 4.9 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 6 (ต่อ)

11. พักผ่อน	17. สถานที่ท่องเที่ยว
12. Pantip	18. อาหาร
13. ไม่มีการวางแผน	19. ธรรมชาติสวยงาม ไม่ไกลมาก (ภูมิศาสตร์)
14. ความต้องการพักผ่อน	20. สังคม
15. การเดินทาง	21. สื่อ
16. ที่พัก	22. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 7 ผู้หญิงอายุ 21 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 21 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.10 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 7

1. พ่อแม่	12. ไม่มีการวางแผน
2. 12000 บาท	13. ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
3. ปัดเทอม	14. การเดินทาง
4. 2 ครั้ง	15. ที่พัก
5. 2-3 วัน	16. สถานที่ท่องเที่ยว
6. ท่องเที่ยว	17. เงินเก็บ (เศรษฐกิจ)
7. ที่พัก	18. ทะเลสวย (ภูมิศาสตร์)
8. ร้านอาหาร	19. สังคม
9. ทะเล	20. สื่อ
10. พักผ่อน	21. สื่อออนไลน์
11. Google	

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 8 ผู้หญิงอายุ 21 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 20 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.11 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 8

1. พ่อแม่	11. Pantip
2. 15000 บาท	12. ไม่มีการวางแผน
3. ปิดเทอม	13. ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
4. 2 ครั้ง	14. การเดินทาง
5. 1-2 วัน	15. ที่พัก
6. ท่องเที่ยว	16. สถานที่ท่องเที่ยว
7. ร้านอาหาร	17. ค่าขนม (เศรษฐกิจ)
8. ที่พัก	18. ธรรมชาติ สวยงาม (ภูมิศาสตร์)
9. ธรรมชาติ	19. สังคม
10. พักผ่อน	20. สื่อออนไลน์

4.1.2 กลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 9 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 24 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.12 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 9

1. พ่อแม่	13. ได้เห็นสถานที่ใหม่ๆ
2. ฝึกงาน	14. Pantip
3. 10000 – 15000 บาท	15. Facebook
4. ปิดเทอม	16. ไม่มีการวางแผน
5. 2 ครั้ง	17. ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
6. 2-3 วัน	18. ที่พัก
7. ท่องเที่ยว	19. สถานที่ท่องเที่ยว
8. ที่พัก	20. เงินเก็บ (เศรษฐกิจ)
9. ร้านอาหาร	21. สถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม (ภูมิศาสตร์)
10. ทะเล	22. สังคม
11. แหล่งประวัติศาสตร์	23. สื่อ
12. พักผ่อน	24. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 10 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 23 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.13 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 10

1. พ่อแม่	13. Review
2. รายได้พิเศษ	14. ไม่มีการวางแผน
3. 6500 บาท	15. ความต้องการพักผ่อน
4. ปิดเทอม	16. การเดินทาง
5. 1 ครั้ง	17. ที่พัก
6. 2-3 วัน	18. สถานที่ท่องเที่ยว
7. ท่องเที่ยว	19. เงินที่พ่อแม่ให้ (เศรษฐกิจ)
8. ร้านอาหาร	20. ทะเลสวย น้ำใส (ภูมิศาสตร์)
9. ที่พัก	21. การเมือง
10. ทะเล	22. สื่อ
11. พักผ่อน	23. สื่อออนไลน์
12. Pantip	

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 11 ผู้หญิงอายุ 21 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 24 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.14 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 11

1. พ่อแม่	10. ทะเลและภูเขา
2. 10000 บาท	11. ได้เห็นอะไรสวยๆ
3. ช่วงที่ว่าง	12. พักผ่อน
4. มหาวิทยาลัยหยุด	13. Pantip
5. 1-2 ครั้ง	14. Review
6. 3 วัน	15. agoda
7. ร้านอาหาร	16. ไม่มีการวางแผน
8. ที่พัก	17. ความต้องการพักผ่อน
9. ท่องเที่ยว	18. การเดินทาง

ตารางที่ 4.14 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 11 (ต่อ)

19. ที่พัก	22. การเมือง
20. สถานที่ท่องเที่ยว	23. สื่อ
21. ทะเลสวย (ภูมิศาสตร์)	24. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 12 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 21 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.15 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 12

1. พ่อแม่	12. Google
2. 10000 บาท	13. ไม่มีการวางแผน
3. ปิดเทอม	14. ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
4. 2-3 วัน	15. การเดินทาง
5. 2 ครั้ง	16. สถานที่ท่องเที่ยว
6. ร้านอาหาร	17. เงินเก็บ (เศรษฐกิจ)
7. ท่องเที่ยว	18. ธรรมชาติแปลกๆ ที่ไม่เคยเห็น (ภูมิศาสตร์)
8. ที่พัก	19. สังคม
9. ทะเล	20. สื่อ
10. คลายเครียด	21. สื่อออนไลน์
11. พักผ่อน	

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 13 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 21 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.16 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 13

1. พ่อแม่	6. ร้านอาหาร
2. 10000 บาท	7. ท่องเที่ยว
3. ปิดเทอม	8. ที่พัก
4. 2 ครั้ง	9. ทะเล
5. 1-2 วัน	10. พักผ่อน

ตารางที่ 4.16 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 13 (ต่อ)

11. Pantip	17. เงินที่พ่อแม่ให้ (เศรษฐกิจ)
12. Review	18. สวย สงบ (ภูมิศาสตร์)
13. ไม่มีการวางแผน	19. สังคม
14. ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	20. สื่อ
15. การเดินทาง	21. สื่อออนไลน์
16. สถานที่ท่องเที่ยว	

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 14 ผู้หญิงอายุ 21 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 22 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.17 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 14

1. พ่อแม่	12. Review
2. 10000 บาท	13. ไม่มีการวางแผน
3. ปิดเทอม	14. ความต้องการพักผ่อน
4. 1-2 ครั้ง	15. การเดินทาง
5. 3 วัน	16. ที่พัก
6. ท่องเที่ยว	17. สถานที่ท่องเที่ยว
7. ที่พัก	18. ร้านอาหาร
8. ร้านอาหาร	19. ทะเลสวย (ภูมิศาสตร์)
9. ทะเล	20. การเมือง
10. พักผ่อน	21. สื่อ
11. Pantip	22. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 15 ผู้หญิงอายุ 21 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 21 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.18 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 15

1. พ่อแม่	12. Facebook
2. 12000 บาท	13. ไม่มีการวางแผน
3. ปิดเทอม	14. ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
4. 2 ครั้ง	15. ที่พัก
5. 2-3 วัน	16. สถานที่ท่องเที่ยว
6. ท่องเที่ยว	17. เงินเก็บ เงินที่พ่อแม่ให้ (เศรษฐกิจ)
7. ที่พัก	18. ทะเลสวย น้ำใส มีปะการัง (ภูมิศาสตร์)
8. ร้านอาหาร	19. สังคม
9. ทะเล	20. สื่อ
10. พักผ่อน	21. สื่อออนไลน์
11. Pantip	

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 16 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 22 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.19 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 16

1. พ่อแม่	12. Pantip
2. 8000 บาท	13. ไม่มีการวางแผน
3. ปิดเทอม	14. ความต้องการพักผ่อน
4. 1-2 ครั้ง	15. การเดินทาง
5. 3 วัน	16. ที่พัก
6. ท่องเที่ยว	17. สถานที่ท่องเที่ยว
7. ร้านอาหาร	18. ร้านอาหาร
8. ที่พัก	19. ทะเลสวย น้ำใส (ภูมิศาสตร์)
9. ทะเล	20. การเมือง
10. พักผ่อน	21. สื่อ
11. Review	22. สื่อออนไลน์

4.1.3 กลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 17 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 19 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.20 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 17

1. พ่อแม่	11. Pantip
2. 7500 บาท	12. Facebook
3. ปิดเทอม	13. ไม่มีการวางแผน
4. 1 ครั้ง	14. ความภาคภูมิใจที่ได้ไปยังสถานที่ใหม่ๆ
5. 3 วัน	เพื่อสะสมประสบการณ์
6. ร้านอาหาร	15. การเดินทาง
7. ท่องเที่ยว	16. ที่พัก
8. ที่พัก	17. ธรรมชาติสวยๆ (ภูมิศาสตร์)
9. ทะเล	18. สังคม
10. พักผ่อน	19. การเมือง

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 18 ผู้หญิงอายุ 25 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 21 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.21 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 18

1. พ่อแม่	12. Pantip
2. รายได้พิเศษ	13. ไม่มีการวางแผน
3. 15000 บาท	14. ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
4. ปิดเทอม	15. การเดินทาง
5. 2 ครั้ง	16. ที่พัก
6. 3-4 วัน	17. เงินเก็บ ค่าขนม (เศรษฐกิจ)
7. ท่องเที่ยว	18. ภูมิประเทศแปลกๆ (ภูมิศาสตร์)
8. ที่พัก	19. สังคม
9. ร้านอาหาร	20. สื่อ
10. ธรรมชาติ	21. สื่อออนไลน์
11. ออกไปเห็นอะไรใหม่ๆ	

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 19 ผู้หญิงอายุ 21 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ พพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 22 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.22 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 19

1. พ่อแม่	12. Pantip
2. 15000 บาท	13. ไม่มีการวางแผน
3. ปิดเทอม	14. ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำรงชีวิตที่แตกต่าง
4. 2-3 ครั้ง	15. การเดินทาง
5. 2-3 วัน	16. ที่พัก
6. ท่องเที่ยว	17. สถานที่ท่องเที่ยว
7. ร้านอาหาร	18. เงินค่าขนม (เศรษฐกิจ)
8. ที่พัก	19. สวย แปลกใหม่ (ภูมิศาสตร์)
9. ธรรมชาติ	20. สังคม
10. พักผ่อน	21. สื่อ
11. ออกค่าย	22. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 20 ผู้หญิงอายุ 24 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ พพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 22 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.23 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 20

1. พ่อแม่	10. ธรรมชาติ
2. 15000 บาท	11. พักผ่อน
3. ปิดเทอม	12. เจอประสบการณ์ใหม่ๆ
4. ช่วงที่ว่าง	13. Pantip
5. 1-2 ครั้ง	14. ไม่มีการวางแผน
6. 2-3 วัน	15. ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
7. ท่องเที่ยว	16. การเดินทาง
8. ร้านอาหาร	17. ที่พัก
9. ที่พัก	18. สถานที่ท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.23 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 20 (ต่อ)

19. เงินเก็บ (เศรษฐกิจ)	21. สังคม
20. ที่แปลกๆ ที่ไม่เคยไป (ภูมิศาสตร์)	22. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 21 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 22 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.24 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 21

1. พ่อแม่	12. Blog
2. 12000 บาท	13. Review
3. ปิดเทอม	14. ไม่มีการวางแผน
4. 2-3 ครั้ง	15. ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
5. 2-3 วัน	16. การเดินทาง
6. ท่องเที่ยว	17. ที่พัก
7. ร้านอาหาร	18. สถานที่ท่องเที่ยว
8. ที่พัก	19. ค่าขนม (เศรษฐกิจ)
9. ธรรมชาติ	20. ธรรมชาติสงบๆ สวยงาม (ภูมิศาสตร์)
10. พักผ่อน	21. สังคม
11. Pantip	22. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 22 ผู้หญิงอายุ 21 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 19 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.25 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 22

1. พ่อแม่	7. ท่องเที่ยว
2. 12000 บาท	8. ที่พัก
3. ปิดเทอม	9. ทะเล
4. 2 ครั้ง	10. พักผ่อน
5. 1-2 วัน	11. Pantip
6. ร้านอาหาร	12. Review

ตารางที่ 4.25 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 22 (ต่อ)

13. ไม่มีการวางแผน	17. ทะเลสวยๆ (ภูมิศาสตร์)
14. ความต้องการพักผ่อน	18. สังคม
15. การเดินทาง	19. การเมือง
16. ที่พัก	

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 23 ผู้หญิงอายุ 21 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 22 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.26 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 23

1. พ่อแม่	12. ไม่มีการวางแผน
2. 15000 บาท	13. ความต้องการพักผ่อน
3. ปัดท่อม	14. การเดินทาง
4. 2 ครั้ง	15. ที่พัก
5. 2-3 วัน	16. สถานที่ท่องเที่ยว
6. ท่องเที่ยว	17. ร้านอาหาร
7. ที่พัก	18. ค่าขนม เงินเก็บ (เศรษฐกิจ)
8. ร้านอาหาร	19. ทะเลสวยๆ (ภูมิศาสตร์)
9. ทะเล	20. สังคม
10. พักผ่อน	21. สื่อ
11. Pantip	22. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 24 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 20 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.27 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 24

1. พ่อแม่	5. 2-3 วัน
2. 12000 บาท	6. ท่องเที่ยว
3. ปัดท่อม	7. ที่พัก
4. 3-4 ครั้ง	8. ร้านอาหาร

ตารางที่ 4.27 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 24 (ต่อ)

9. ทะเล	15. การเดินทาง
10. สนุกสนาน	16. ที่พัก
11. Google	17. สถานที่ท่องเที่ยว
12. Review	18. ทะเลสวยๆ (ภูมิศาสตร์)
13. ไม่มีการวางแผน	19. สังคม
14. ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	20. สื่อออนไลน์

4.1.4 กลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 25 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 23 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.28 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 25

1. พ่อแม่	13. ไม่มีการวางแผน
2. รายได้พิเศษ	14. ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำรงชีวิตที่แตกต่าง
3. 10000 บาท	15. การเดินทาง
4. ช่วงที่มีเวลาว่าง	16. ที่พัก
5. 1-2 ครั้ง	17. สถานที่ท่องเที่ยว
6. 1-2 วัน	18. ร้านอาหาร
7. ที่พัก	19. เงินเก็บ เงินที่พ่อแม่ให้ (เศรษฐกิจ)
8. ท่องเที่ยว	20. สถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม (ภูมิศาสตร์)
9. ร้านอาหาร	21. สังคม
10. ธรรมชาติ	22. การเมือง
11. เพื่อความผ่อนคลาย	23. สื่อออนไลน์
12. Review	

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 26 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 20 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.29 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 26

1. พ่อแม่	11. พักผ่อน
2. รายได้พิเศษ	12. Pantip
3. 10000 บาท	13. ไม่มีการวางแผน
4. ปิดเทอม	14. ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
5. 2-3 ครั้ง	15. สถานที่ท่องเที่ยว
6. ไม่เกิน 5 วัน	16. เงินเก็บ เงินค่าขนม (เศรษฐกิจ)
7. ท่องเที่ยว	17. ภูเขาสวยๆ (ภูมิศาสตร์)
8. ที่พัก	18. สังคม
9. ร้านอาหาร	19. สื่อ
10. ภูเขา	20. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 27 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 24 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.30 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 27

1. พ่อแม่	13. internet
2. 12000 บาท	14. Pantip
3. ปิดเทอม	15. ไม่มีการวางแผน
4. 1-2 ครั้ง	16. ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
5. 2-3 วัน	17. การเดินทาง
6. ท่องเที่ยว	18. ที่พัก
7. ที่พัก	19. สถานที่ท่องเที่ยว
8. ร้านอาหาร	20. ร้านอาหาร
9. ภูเขาและทะเล	21. ค่าขนมรายเดือน (เศรษฐกิจ)
10. พักผ่อน	22. ทะเลสวย (ภูมิศาสตร์)
11. ได้ไปยังสถานที่ใหม่ๆ	23. สังคม
12. หนังสือท่องเที่ยว	24. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 28 ผู้หญิงอายุ 19 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 25 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.31 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 28

1. พ่อแม่	14. ไม่มีการวางแผน
2. งานพิเศษ	15. ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
3. 10000 - 15000 บาท	16. ความต้องการต้องการพักผ่อน
4. ปิดเทอม	17. การเดินทาง
5. 2 ครั้ง	18. ที่พัก
6. 2-3 วัน	19. สถานที่ท่องเที่ยว
7. ท่องเที่ยว	20. ร้านอาหาร
8. ที่พัก	21. เงินที่พ่อแม่ให้ (เศรษฐกิจ)
9. ร้านอาหาร	22. บรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว
10. ทะเล	(ภูมิศาสตร์)
11. พักผ่อน	23. สังคม
12. Pantip	24. สื่อ
13. Facebook	25. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 29 ผู้หญิงอายุ 19 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 21 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.32 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 29

1. พ่อแม่	9. ทะเล
2. 10000 บาท	10. พักผ่อน
3. ปิดเทอม	11. Review
4. 2-3 ครั้ง	12. ไม่มีการวางแผน
5. 2-3 วัน	13. ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
6. ท่องเที่ยว	14. ความต้องการต้องการพักผ่อน
7. ร้านอาหาร	15. การเดินทาง
8. ที่พัก	16. ที่พัก

ตารางที่ 4.32 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 29 (ต่อ)

17. สถานที่ท่องเที่ยว	20. สังคม
18. เงินเก็บ (เศรษฐกิจ)	21. สื่อออนไลน์
19. น้ำใส (ภูมิศาสตร์)	

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 30 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 20 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.33 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 30

1. พ่อแม่	11. Review
2. 10000 บาท	12. ไม่มีการวางแผน
3. ปิดเทอม	13. ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
4. 2-3 ครั้ง	14. การเดินทาง
5. 2-3 วัน	15. ที่พัก
6. ท่องเที่ยว	16. สถานที่ท่องเที่ยว
7. ร้านอาหาร	17. เงินเก็บ (เศรษฐกิจ)
8. ที่พัก	18. ทะเลสวยๆ (ภูมิศาสตร์)
9. ทะเล	19. สังคม
10. พักผ่อน	20. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 31 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 21 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.34 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 31

1. พ่อแม่	6. ที่พัก
2. 10000 บาท	7. ท่องเที่ยว
3. ปิดเทอม	8. ร้านอาหาร
4. 1-2 ครั้ง	9. ธรรมชาติ
5. 1-2 วัน	10. พักผ่อน

ตารางที่ 4.34 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 31 (ต่อ)

11. Review	16. ร้านอาหาร
12. ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำรงชีวิตที่แตกต่าง	17. เงินเก็บ ค่าขนม (เศรษฐกิจ)
	18. ธรรมชาติสะอาด (ภูมิศาสตร์)
13. การเดินทาง	19. สังคม
14. ที่พัก	20. การเมือง
15. สถานที่ท่องเที่ยว	21. สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 32 ผู้หญิงอายุ 22 ปี มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย พบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 21 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.35 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างคนที่ 32

1. พ่อแม่	12. Facebook
2. 12000 บาท	13. ไม่มีการวางแผน
3. ปิดเทอม	14. ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ
4. 2 ครั้ง	15. ที่พัก
5. 2-3 วัน	16. สถานที่ท่องเที่ยว
6. ท่องเที่ยว	17. เงินเก็บ (เศรษฐกิจ)
7. ที่พัก	18. นำทะเลในๆ สวยๆ (ภูมิศาสตร์)
8. ร้านอาหาร	19. สังคม
9. ทะเล	20. สื่อ
10. พักผ่อน	21. สื่อออนไลน์
11. Pantip	

ตารางที่ 4.36 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 1

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	8000 – 10000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	เทศกาล	ช่วงเวลา
4	เสาร์ อาทิตย์ที่มีเวลาว่าง	
5	ปิดเทอม	
6	2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
7	2-3 วัน	จำนวนวัน
8	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
9	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
10	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
11	ทะเลและภูเขา	จุดหมาย
12	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
13	Google	แหล่งข้อมูล
14	IG	
15	Blog	
16	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
17	ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ ความเครียด	แรงจูงใจ
18	การเดินทาง	ปัจจัยที่ค้ำึงถึง และทำให้เกิด ความอยากเดินทางท่องเที่ยว
19	ที่พัก	
20	สถานที่ท่องเที่ยว	
21	ร้านอาหาร	
22	ภูมิศาสตร์	
23	สังคม	
24	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.37 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 2

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	6000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	เสาร์ อาทิตย์ที่มีเวลาว่าง	
5	3-4 ครั้ง	จำนวนครั้ง
6	2-3 วัน	จำนวนวัน
7	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
9	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
10	ทะเลและภูเขา	จุดหมาย
11	สนุก	วัตถุประสงค์
12	พักผ่อน	
13	Google	แหล่งข้อมูล
14	Review	
15	Trip Advisor	
16	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
17	ความต้องการทางกายภาพ	แรงจูงใจ
18	ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำรงชีวิตที่แตกต่าง	
19	การเดินทาง	
20	ที่พัก	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยว
21	สถานที่ท่องเที่ยว	
22	ภูมิศาสตร์	
23	สังคม	
24	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.38 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 3

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	6500 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดทอม	ช่วงเวลา
4	1-2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	3 วัน	จำนวนวัน
6	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ทะเล	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	Pantip	แหล่งข้อมูล
12	Review	
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความต้องการพักผ่อน	แรงจูงใจ
15	สถานที่ท่องเที่ยว	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความ อยากเดินทางท่องเที่ยว
16	ร้านอาหาร	
17	เศรษฐกิจ	
18	ภูมิศาสตร์	
19	สังคม	
20	สื่อ	
21	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.39 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 4

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	12000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	เสาร์ อาทิตย์	
5	2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
6	2-3 วัน	จำนวนวัน
7	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
9	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
10	ทะเลและภูเขา	จุดหมาย
11	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
12	Internet	แหล่งข้อมูล
13	Agoda	
14	airbnb	
15	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
16	ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
17	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยว
18	ที่พัก	
19	สถานที่ท่องเที่ยว	
20	เศรษฐกิจ	
21	ภูมิศาสตร์	
22	สังคม	
23	สื่อ	
24	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.40 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 5

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	10000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	2-3 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	2-3 วัน	จำนวนวัน
6	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ภูเขา	จุดหมาย
10	ทะเล	
11	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
12	Review	แหล่งข้อมูล
13	Pantip	
14	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
15	ความต้องการพักผ่อน	แรงจูงใจ
16	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิด ความอยากเดินทางท่องเที่ยว
17	ที่พัก	
18	สถานที่ท่องเที่ยว	
19	ร้านอาหาร	
20	ภูมิศาสตร์	
21	สังคม	
22	สื่อ	
23	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.41 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 6

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	10000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	1-2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	2-3 วัน	จำนวนวัน
6	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ภูเขา	จุดหมาย
10	ทะเล	
11	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
12	Pantip	แหล่งข้อมูล
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความต้องการพักผ่อน	แรงจูงใจ
15	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความ อยากเดินทางท่องเที่ยว
16	ที่พัก	
17	สถานที่ท่องเที่ยว	
18	ร้านอาหาร	
19	ภูมิศาสตร์	
20	สังคม	
21	สื่อ	
22	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.42 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 7

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	12000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	2-3 วัน	จำนวนวัน
6	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ทะเล	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	Google	แหล่งข้อมูล
12	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
13	ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
14	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยาก เดินทางท่องเที่ยว
15	ที่พัก	
16	สถานที่ท่องเที่ยว	
17	เศรษฐกิจ	
18	ภูมิศาสตร์	
19	สังคม	
20	สื่อ	
21	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.43 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 8

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	15000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	1-2 วัน	จำนวนวัน
6	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ธรรมชาติ	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	Pantip	แหล่งข้อมูล
12	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
13	ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
14	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยาก เดินทางท่องเที่ยว
15	ที่พัก	
16	สถานที่ท่องเที่ยว	
17	เศรษฐกิจ	
18	ภูมิศาสตร์	
19	สังคม	
20	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.44 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 9

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	ฝึกงาน	
3	8000 – 10000 บาท	รายได้เฉลี่ย
4	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
5	2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
6	2-3 วัน	จำนวนวัน
7	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
9	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
10	ทะเล	จุดหมาย
11	แหล่งประวัติศาสตร์	
12	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
13	ได้เห็นสถานที่ใหม่ๆ	
14	Pantip	แหล่งข้อมูล
15	Facebook	
16	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
17	ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
18	ที่พัก	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความ อยากเดินทางท่องเที่ยว
19	สถานที่ท่องเที่ยว	
20	เศรษฐกิจ	
21	ภูมิศาสตร์	
22	สังคม	
23	สื่อ	
24	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.45 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 10

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	รายได้พิเศษ	
3	6500 บาท	รายได้เฉลี่ย
4	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
5	1 ครั้ง	จำนวนครั้ง
6	2-3 วัน	จำนวนวัน
7	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
8	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
9	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
10	ทะเล	จุดหมาย
11	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
12	Pantip	แหล่งข้อมูล
13	Review	
14	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
15	ความต้องการพักผ่อน	แรงจูงใจ
16	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิด ความอยากเดินทางท่องเที่ยว
17	ที่พัก	
18	สถานที่ท่องเที่ยว	
19	เศรษฐกิจ	
20	ภูมิศาสตร์	
21	สังคม	
22	สื่อ	
23	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.46 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 11

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	10000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ช่วงที่ว่าง	ช่วงเวลา
4	มหาลัทธิยุค	
5	1-2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
6	3 วัน	จำนวนวัน
7	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
9	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
10	ทะเลและภูเขา	จุดหมาย
11	ได้เห็นอะไรสวยๆ	วัตถุประสงค์
12	พักผ่อน	
13	Pantip	แหล่งข้อมูล
14	Review	
15	Agoda	
16	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
17	ความต้องการพักผ่อน	แรงจูงใจ
18	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยว
19	ที่พัก	
20	สถานที่ท่องเที่ยว	
21	ภูมิศาสตร์	
22	การเมือง	
23	สื่อ	
24	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.47 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 12

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	10000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	2-3 วัน	จำนวนวัน
5	2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
6	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ทะเล	จุดหมาย
10	คลายเครียด	วัตถุประสงค์
11	พักผ่อน	
12	Google	แหล่งข้อมูล
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
15	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิด ความอยากเดินทางท่องเที่ยว
16	สถานที่ท่องเที่ยว	
17	เศรษฐกิจ	
18	ภูมิศาสตร์	
19	สังคม	
20	สื่อ	
21	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.48 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 13

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	10000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	1-2 วัน	จำนวนวัน
6	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ทะเล	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	Pantip	แหล่งข้อมูล
12	Review	
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความต้องการต้องการพบเจอ สิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
15	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความ อยากเดินทางท่องเที่ยว
16	สถานที่ท่องเที่ยว	
17	เศรษฐกิจ	
18	ภูมิศาสตร์	
19	สังคม	
20	สื่อ	
21	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.49 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 14

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	10000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดทอม	ช่วงเวลา
4	1-2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	3 วัน	จำนวนวัน
6	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ทะเล	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	Pantip	แหล่งข้อมูล
12	Review	
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความต้องการพักผ่อน	แรงจูงใจ
15	การเดินทาง	ปัจจัยที่ค้ำึงถึง และทำให้เกิด ความอยากเดินทางท่องเที่ยว
16	ที่พัก	
17	สถานที่ท่องเที่ยว	
18	ร้านอาหาร	
19	ภูมิศาสตร์	
20	การเมือง	
21	สื่อ	
22	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.50 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 15

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	12000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	2-3 วัน	จำนวนวัน
6	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ทะเล	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	Pantip	แหล่งข้อมูล
12	Facebook	
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
15	ที่พัก	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยว
16	สถานที่ท่องเที่ยว	
17	เศรษฐกิจ	
18	ภูมิศาสตร์	
19	สังคม	
20	สื่อ	
21	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.51 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 16

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	8000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	1-2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	3 วัน	จำนวนวัน
6	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ทะเล	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	Review	แหล่งข้อมูล
12	Pantip	
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความต้องการพักผ่อน	แรงจูงใจ
15	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความ อยากเดินทางท่องเที่ยว
16	ที่พัก	
17	สถานที่ท่องเที่ยว	
18	ร้านอาหาร	
19	ภูมิศาสตร์	
20	การเมือง	
21	สื่อ	
22	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.52 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 17

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	7500 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	1 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	3 วัน	จำนวนวัน
6	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ทะเล	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	Pantip	แหล่งข้อมูล
12	Facebook	
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความภาคภูมิใจที่ได้ไปยังสถานที่ใหม่ๆ เพื่อสะสมประสบการณ์	แรงจูงใจ
15	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความ อยากเดินทางท่องเที่ยว
16	ที่พัก	
17	ภูมิศาสตร์	
18	สังคม	
19	การเมือง	

ตารางที่ 4.53 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 18

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	รายได้พิเศษ	
3	8000 – 10000 บาท	รายได้เฉลี่ย
4	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
5	2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
6	3-4 วัน	จำนวนวัน
7	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
9	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
10	ธรรมชาติ	จุดหมาย
11	ออกไปเห็นอะไรใหม่ๆ	วัตถุประสงค์
12	Pantip	แหล่งข้อมูล
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
15	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความ อยากเดินทางท่องเที่ยว
16	ที่พัก	
17	เศรษฐกิจ	
18	ภูมิศาสตร์	
19	สังคม	
20	สื่อ	
21	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.54 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 19

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	15000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	2-3 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	2-3 วัน	จำนวนวัน
6	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ธรรมชาติ	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	ออกค่าย	
12	Pantip	แหล่งข้อมูล
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำรงชีวิตที่แตกต่าง	แรงจูงใจ
15	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิด ความอยากเดินทางท่องเที่ยว
16	ที่พัก	
17	สถานที่ท่องเที่ยว	
18	เศรษฐกิจ	
19	ภูมิศาสตร์	
20	สังคม	
21	สื่อ	
22	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.55 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดเลือกสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 20

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดเลือกสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	15000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	ช่วงที่ว่าง	
5	1-2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
6	2-3 วัน	จำนวนวัน
7	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
8	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
9	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
10	ธรรมชาติ	จุดหมาย
11	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
12	เจอประสบการณ์ใหม่ๆ	
13	Pantip	แหล่งข้อมูล
14	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
15	ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
16	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิด ความอยากเดินทางท่องเที่ยว
17	ที่พัก	
18	สถานที่ท่องเที่ยว	
19	เศรษฐกิจ	
20	ภูมิศาสตร์	
21	สังคม	
22	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.56 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 21

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	15000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	ช่วงที่ว่าง	
5	1-2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
6	2-3 วัน	จำนวนวัน
7	ท้องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
8	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
9	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
10	ธรรมชาติ	จุดหมาย
11	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
12	เจอประสบการณ์ใหม่ๆ	
13	Pantip	แหล่งข้อมูล
14	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
15	ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
16	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยว
17	ที่พัก	
18	สถานที่ท่องเที่ยว	
19	เศรษฐกิจ	
20	ภูมิศาสตร์	
21	สังคม	
22	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.57 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 22

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	12000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	1-2 วัน	จำนวนวัน
6	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ทะเล	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	Pantip	แหล่งข้อมูล
12	Review	
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความต้องการพักผ่อน	แรงจูงใจ
15	การเดินทาง	ปัจจัยที่ค้ำึงถึง และทำให้เกิดความ อยากเดินทางท่องเที่ยว
16	ที่พัก	
17	ภูมิศาสตร์	
18	สังคม	
19	การเมือง	

ตารางที่ 4.58 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 23

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	15000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดทอม	ช่วงเวลา
4	2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	2-3 วัน	จำนวนวัน
6	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ทะเล	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	Pantip	แหล่งข้อมูล
12	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
13	ความต้องการพักผ่อน	แรงจูงใจ
14	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิด ความอยากเดินทางท่องเที่ยว
15	ที่พัก	
16	สถานที่ท่องเที่ยว	
17	ร้านอาหาร	
18	เศรษฐกิจ	
19	ภูมิศาสตร์	
20	สังคม	
21	สื่อ	
22	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.59 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 24

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	12000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	3-4 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	2-3 วัน	จำนวนวัน
6	ท้องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ทะเล	จุดหมาย
10	สนุกสนาน	วัตถุประสงค์
11	Google	แหล่งข้อมูล
12	Review	
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
15	การเดินทาง	ปัจจัยที่จำเป็นถึง และทำให้เกิด ความอยากเดินทางท่องเที่ยว
16	ที่พัก	
17	สถานที่ท่องเที่ยว	
18	ภูมิศาสตร์	
19	สังคม	
20	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.60 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดเลือกสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 25

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดเลือกสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	รายได้พิเศษ	
3	10000 บาท	รายได้เฉลี่ย
4	ช่วงที่มีเวลาว่าง	ช่วงเวลา
5	1-2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
6	1-2 วัน	จำนวนวัน
7	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
8	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
9	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
10	ธรรมชาติ	จุดหมาย
11	เพื่อความผ่อนคลาย	วัตถุประสงค์
12	Review	แหล่งข้อมูล
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำรงชีวิตที่แตกต่าง	แรงจูงใจ
15	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความ อยากเดินทางท่องเที่ยว
16	ที่พัก	
17	สถานที่ท่องเที่ยว	
18	ร้านอาหาร	
19	เศรษฐกิจ	
20	ภูมิศาสตร์	
21	สังคม	
22	การเมือง	
23	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.61 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 26

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	รายได้พิเศษ	
3	10000 บาท	รายได้เฉลี่ย
4	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
5	2-3 ครั้ง	จำนวนครั้ง
6	5 วัน	จำนวนวัน
7	ท้องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
9	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
10	ภูเขา	จุดหมาย
11	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
12	Pantip	แหล่งข้อมูล
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
15	สถานที่ท่องเที่ยว	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิด ความอยากเดินทางท่องเที่ยว
16	เศรษฐกิจ	
17	ภูมิศาสตร์	
18	สังคม	
19	สื่อ	
20	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.62 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 27

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	12000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	1-2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	2-3 วัน	จำนวนวัน
6	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ภูเขาและทะเล	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	ได้ไปยังสถานที่ใหม่ๆ	
12	หนังสือท่องเที่ยว	แหล่งข้อมูล
13	Internet	
14	Pantip	
15	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
16	ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
17	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความ อยากเดินทางท่องเที่ยว
18	ที่พัก	
19	สถานที่ท่องเที่ยว	
20	ร้านอาหาร	
21	เศรษฐกิจ	
22	ภูมิศาสตร์	
23	สังคม	
24	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.63 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 28

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	งานพิเศษ	
3	10000-15000 บาท	รายได้เฉลี่ย
4	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
5	2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
6	2-3 วัน	จำนวนวัน
7	ท้องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
9	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
10	ทะเล	จุดหมาย
11	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
12	Pantip	แหล่งข้อมูล
13	Facebook	
14	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
15	ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
16	ความต้องการต้องการพักผ่อน	
17	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยว
18	ที่พัก	
19	สถานที่ท่องเที่ยว	
20	ร้านอาหาร	
21	เศรษฐกิจ	
22	ภูมิศาสตร์	
23	สังคม	
24	สื่อ	
25	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.64 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 29

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	10000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	2-3 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	2-3 วัน	จำนวนวัน
6	ท้องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ทะเล	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	Review	แหล่งข้อมูล
12	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
13	ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
14	ความต้องการต้องการพักผ่อน	
15	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิด ความอยากเดินทางท่องเที่ยว
16	ที่พัก	
17	สถานที่ท่องเที่ยว	
18	เศรษฐกิจ	
19	ภูมิศาสตร์	
20	สังคม	
21	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.65 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 30

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	10000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	2-3 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	2-3 วัน	จำนวนวัน
6	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ทะเล	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	Review	แหล่งข้อมูล
12	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
13	ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
14	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความ อยากเดินทางท่องเที่ยว
15	ที่พัก	
16	สถานที่ท่องเที่ยว	
17	เศรษฐกิจ	
18	ภูมิศาสตร์	
19	สังคม	
20	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.66 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 31

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	10000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดเทอม	ช่วงเวลา
4	1-2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	1-2 วัน	จำนวนวัน
6	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ธรรมชาติ	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	Review	แหล่งข้อมูล
12	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
13	ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำรงชีวิตที่แตกต่าง	แรงจูงใจ
14	การเดินทาง	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิด ความอยากเดินทางท่องเที่ยว
15	ที่พัก	
16	สถานที่ท่องเที่ยว	
17	ร้านอาหาร	
18	เศรษฐกิจ	
19	ภูมิศาสตร์	
20	สังคม	
21	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.67 แสดงตารางแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์กัน เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 32

รหัสแบบเปิด (Open Coding)	รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)	รหัสคัดสรร (Selective Coding)
1	พ่อแม่	แหล่งรายได้
2	12000 บาท	รายได้เฉลี่ย
3	ปิดทอม	ช่วงเวลา
4	2 ครั้ง	จำนวนครั้ง
5	2-3 วัน	จำนวนวัน
6	ท่องเที่ยว	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง
7	ที่พัก	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง
8	อาหาร	สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม
9	ทะเล	จุดหมาย
10	พักผ่อน	วัตถุประสงค์
11	Pantip	แหล่งข้อมูล
12	Facebook	
13	ไม่มีการวางแผน	วางแผน
14	ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	แรงจูงใจ
15	ที่พัก	ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยว
16	สถานที่ท่องเที่ยว	
17	เศรษฐกิจ	
18	ภูมิศาสตร์	
19	สังคม	
20	สื่อ	
21	สื่อออนไลน์	

ตารางที่ 4.68 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึง
1. แหล่งรายได้	
1.1 พ่อแม่	8
2. รายได้เฉลี่ย	
2.1 6000 บาท	1
2.2 6500 บาท	1
2.3 8000 – 10000 บาท	1
2.4 10000 บาท	2
2.5 12000 บาท	2
2.6 15000 บาท	1
3. ช่วงเวลา	
3.1 เทศกาล	1
3.2 เสาร์ อาทิตย์ที่ว่าง	3
3.3 ปิดเทอม	8
4. จำนวนครั้ง	
4.1 1-2	2
4.2 2	4
4.3 2-3	1
4.4 3-4	1
5. จำนวนวัน	
5.1 1-2	1
5.2 2-3	6
5.3 3	1
6. สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง	
6.1 ท่องเที่ยว	7
6.2 ที่พัก	1

ตารางที่ 4.68 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ (ต่อ)

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึง
7. สัตส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง	
7.1 อาหาร	4
7.2 ที่พัก	4
8. สัตส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม	
8.1 ที่พัก	3
8.2 อาหาร	4
8.3 ท่องเที่ยว	1
9. จุดหมาย	
9.1 ทะเล	2
9.2 ทะเลและภูเขา	5
9.3 ธรรมชาติ	1
10. วัตถุประสงค์	
10.1 พักผ่อน	8
10.2 สนุก	1
11. แหล่งข้อมูล	
11.1 Google	3
11.2 Instagram	1
11.3 Blog	1
11.4 Review	3
11.5 Trip Advisor	1
11.6 Pantip	4
11.7 Internet	1
11.8 Agoda	1
11.9 Airbnb	1
12. การวางแผน	
12.1 ไม่มี	8

ตารางที่ 4.68 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ (ต่อ)

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึง
13. แรงจูงใจ	
13.1 ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ	1
13.2 ความต้องการทางกายภาพ (พักผ่อน)	4
13.3 ความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชาติ การดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่เดิม	1
13.4 ความต้องการพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ	3
14. ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยว	
14.1 การเดินทาง	7
14.2 ที่พัก	7
14.3 สถานที่ท่องเที่ยว	8
14.4 ร้านอาหาร	4
14.5 เศรษฐกิจ (เงินเก็บ, ค่าขนม)	4
14.6 ภูมิศาสตร์ (ธรรมชาติสวยงาม, สงบ, ทะเลสวย, น้ำใส)	8
14.7 สังคม	8
14.8 สื่อ	5
14.9 สื่อออนไลน์	8

ตารางที่ 4.69 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึง
1. แหล่งรายได้	
1.1 พ่อแม่	8
2. รายได้เฉลี่ย	
2.1 6500 บาท	1
2.2 8000 – 10000 บาท	1
2.3 8000 บาท	1

ตารางที่ 4.69 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย (ต่อ)

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึง
2.4 10000 บาท	4
2.5 12000 บาท	1
3. ช่วงเวลา	
3.1 ปีดทอม	8
3.2 ช่วงที่ว่าง	1
4. จำนวนครั้ง	
4.1 1	1
4.2 1-2	3
4.3 2	4
5. จำนวนวัน	
5.1 1-2	1
5.2 2-3	4
5.3 3	3
6. สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง	
6.1 ท่องเที่ยว	5
6.2 อาหาร	3
7. สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง	
7.1 ที่พัก	4
7.2 อาหาร	2
7.3 ท่องเที่ยว	2
8. สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม	
8.1 อาหาร	3
8.2 ที่พัก	4
8.3 ท่องเที่ยว	1
9. จุดหมาย	
9.1 ทะเล	7
9.2 ทะเลและภูเขา	1
9.3 แหล่งประวัติศาสตร์	1

ตารางที่ 4.69 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย (ต่อ)

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึง
10. วัตถุประสงค์	
10.1 พักผ่อน	8
10.2 ได้เห็นสถานที่ใหม่ๆ	1
10.3 ได้เห็นอะไรสวยๆ	1
11. แหล่งข้อมูล	
11.1 Google	1
11.2 Pantip	7
11.3 Facebook	2
11.4 Review	5
11.5 Agoda	1
12. การวางแผน	
12.1 ไม่มี	8
13. แรงจูงใจ	
13.1 ความต้องการทางกายภาพ (พักผ่อน)	4
13.2 ความต้องการพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ	4
14. ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยว	
14.1 การเดินทาง	6
14.2 ที่พัก	6
14.3 สถานที่ท่องเที่ยว	8
14.4 ร้านอาหาร	2
14.5 เศรษฐกิจ (เงินเก็บ, เงินที่พ่อแม่ให้)	5
14.6 ภูมิศาสตร์ (สถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม, ทะเลสวย, น้ำใส, ธรรมชาติแปลกๆ, มีปะการัง)	8
14.7 สังคม	5
14.8 การเมือง	3
14.9 สื่อ	8
14.10 สื่อออนไลน์	8

ตารางที่ 4.70 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึง
1. แหล่งรายได้	
1.1 พ่อแม่	8
1.2 รายได้พิเศษ	1
2. รายได้เฉลี่ย	
2.1 7500 บาท	1
2.2 8000 – 10000 บาท	1
2.3 12000 บาท	2
2.4 15000 บาท	4
3. ช่วงเวลา	
3.1 ปืดเทอม	8
3.2 ช่วงที่ว่าง	2
4. จำนวนครั้ง	
4.1 1	1
4.2 1-2	1
4.3 2	3
4.4 2-3	2
4.5 3-4	1
5. จำนวนวัน	
5.1 1-2	1
5.2 2-3	5
5.3 3	1
5.4 3-4	1
6. สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง	
6.1 อาหาร	2
6.2 ท่องเที่ยว	6

ตารางที่ 4.70 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ (ต่อ)

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึง
7. สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง	
7.1 ท่องเที่ยว	2
7.2 ที่พัก	3
7.3 อาหาร	3
8. สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม	
8.1 ที่พัก	4
8.2 อาหาร	3
9. จุดหมาย	
9.1 ทะเล	4
9.2 ธรรมชาติ	4
10. วัตถุประสงค์	
10.1 พักผ่อน	6
10.2 ได้เห็นสถานที่ใหม่ๆ	3
10.3 ออกค่าใช้จ่าย	1
11. แหล่งข้อมูล	
11.1 Google	1
11.2 Pantip	7
11.3 Facebook	1
11.4 Review	2
12. การวางแผน	
12.1 ไม่มี	8
13. แรงจูงใจ	
13.1 ความต้องการทางกายภาพ (พักผ่อน)	2
13.2 ความต้องการพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ	4
13.3 ความภูมิใจที่ได้ไปในสถานที่ใหม่ๆ	1
13.4 ความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชาติ การดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่เดิม	1

ตารางที่ 4.70 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ (ต่อ)

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึง
14. ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยว	
14.1 การเดินทาง	8
14.2 ที่พัก	8
14.3 สถานที่ท่องเที่ยว	5
14.4 ร้านอาหาร	1
14.5 เศรษฐกิจ (เงินค่าขนม, เงินเก็บ)	5
14.6 ภูมิศาสตร์ (ธรรมชาติสวย, ภูมิประเทศแปลกๆ, สวย, แปลกใหม่, ที่แปลกๆที่ไม่เคยไป, ทะเลสวย)	8
14.7 สังคม	8
14.8 การเมือง	2
14.9 สื่อ	3
14.10 สื่อออนไลน์	6

ตารางที่ 4.71 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึง
1. แหล่งรายได้	
1.1 พ่อแม่	8
1.2 รายได้พิเศษ	3
2. รายได้เฉลี่ย	
2.1 10000 บาท	5
2.2 12000 บาท	2
2.3 10000 - 15000 บาท	1
3. ช่วงเวลา	
3.1 ปิดเทอม	7
3.2 ช่วงที่ว่าง	1

ตารางที่ 4.71 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย (ต่อ)

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึง
4. จำนวนครั้ง	
4.1 1-2	2
4.2 2	2
4.3 2-3	3
5. จำนวนวัน	
5.1 1-2	2
5.2 2-3	5
5.3 5	1
6. สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับหนึ่ง	
6.1 ที่พัก	2
6.2 ท่องเที่ยว	6
7. สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสอง	
7.1 ท่องเที่ยว	2
7.2 ที่พัก	4
7.3 อาหาร	2
8. สัดส่วนในการใช้จ่ายอันดับสาม	
8.1 ที่พัก	2
8.2 อาหาร	6
9. จุดหมาย	
9.1 ทะเล	4
9.2 ธรรมชาติ	2
9.3 ภูเขา	1
9.4 ภูเขาและทะเล	1
10. วัตถุประสงค์	
10.1 พักผ่อน	7
10.2 ได้เห็นสถานที่ใหม่ๆ	1
10.3 ผ่อนคลาย	1

ตารางที่ 4.71 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย (ต่อ)

หัวข้อหลัก	จำนวนคนที่กล่าวถึง
11. แหล่งข้อมูล	
11.1 Internet	
11.2 Pantip	4
11.3 Facebook	2
11.4 Review	4
11.5 หนังสือท่องเที่ยว	1
12. การวางแผน	
12.1 ไม่มี	8
13. แรงจูงใจ	
13.1 ความต้องการทางกายภาพ (พักผ่อน)	2
13.2 ความต้องการพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ	6
13.3 ความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชาติ การดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่เดิม	2
14. ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยว	
14.1 การเดินทาง	6
14.2 ที่พัก	7
14.3 สถานที่ท่องเที่ยว	8
14.4 ร้านอาหาร	4
14.5 เศรษฐกิจ (เงินเก็บ, เงินที่พ่อแม่ให้, เงินค่าขนม)	8
14.6 ภูมิศาสตร์ (สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม, ภูเขาสวยๆ, ทะเลสวยๆ, บรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว, น้ำใส, สะอาด)	8
14.7 สังคม	8
14.8 การเมือง	1
14.9 สื่อ	3
14.10 สื่อออนไลน์	8

ตารางที่ 4.72 แสดงการเปรียบเทียบผลของรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษาทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย

	มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์	มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย	มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์	มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย
แหล่งรายได้	พ่อแม่	พ่อแม่	พ่อแม่	พ่อแม่
รายได้เฉลี่ย	10,062 บาทต่อ เดือน	9,562 บาทต่อ เดือน	11,000 บาทต่อ เดือน	10,812 บาทต่อ เดือน
ช่วงเวลา	ปิดเทอม	ปิดเทอม	ปิดเทอม	ปิดเทอม
จำนวนครั้ง	2 ครั้ง	1-2 ครั้ง	2-3 ครั้ง	1-2 ครั้ง
จำนวนวัน	2-3 วัน	2-3 วัน	2-3 วัน	2-3 วัน
สัดส่วน 1	ท่องเที่ยว 46%	ท่องเที่ยว 42%	ท่องเที่ยว 46%	ท่องเที่ยว 46%
สัดส่วน 2	ที่พัก 29%	อาหาร 33%	อาหาร 31%	ที่พัก 33%
สัดส่วน 3	อาหาร 25%	ที่พัก 25%	ที่พัก 23%	อาหาร 21%
จุดหมาย	ทะเลและภูเขา	ทะเล	ทะเล / ธรรมชาติ	ทะเล / ธรรมชาติ
วัตถุประสงค์	พักผ่อน	พักผ่อน	พักผ่อน	พักผ่อน
แหล่งข้อมูล	Pantip	Pantip	Pantip	Pantip
	Review	Review	Review	Review
	Google			
วางแผน	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
แรงจูงใจ	ความต้องการ ทางกายภาพ (พักผ่อน)	ความต้องการ ทางกายภาพ (พักผ่อน)	ความต้องการ พบเจอสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ	ความต้องการ พบเจอสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ
		ความต้องการ พบเจอสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ	ความต้องการ ทางกายภาพ (พักผ่อน)	ความต้องการ ทางกายภาพ (พักผ่อน)
ปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้ เกิดความอยากเดินทาง ท่องเที่ยว	สถานที่ ท่องเที่ยว	สถานที่ ท่องเที่ยว	การเดินทาง	สถานที่ท่องเที่ยว
	ภูมิศาสตร์	ภูมิศาสตร์	ที่พัก	เศรษฐกิจ
	สังคม	สื่อ	ภูมิศาสตร์	ภูมิศาสตร์
	สื่อออนไลน์	สื่อออนไลน์	สังคม	สังคม
		สื่อออนไลน์	สื่อออนไลน์	

จากตารางที่ 4.72 ที่แสดงถึงการเปรียบเทียบผลของทั้ง 4 กลุ่มมหาวิทยาลัย จะเห็นได้ว่า มีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย ส่วนที่แตกต่างอย่างเห็นได้ชัดได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์เป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงที่สุดในกลุ่มนักศึกษาทั้ง 4 กลุ่ม โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 11,000 บาทต่อเดือน และยังเป็นกลุ่มที่ออกเดินทางท่องเที่ยวบ่อยที่สุดอีกด้วย

ในส่วนที่น่าสนใจอื่นๆ ได้แก่ นักศึกษาทุกกลุ่มมีการแบ่งสัดส่วนการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวหลักๆคือ การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว ในส่วนของอาหารและที่พัก จะมีการให้ความสำคัญในระดับรองลงมา จุดมุ่งหมายในการเดินทางท่องเที่ยวได้แก่แหล่งท่องเที่ยวประเภท ทะเล ภูเขา และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวได้แก่ การออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และมันจะหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ www.pantip.com เป็นหลัก สิ่งที่น่าสนใจอีกด้านหนึ่งคือ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างไม่มีการวางแผนการท่องเที่ยวก่อนออกเดินทาง

ในส่วนของแรงจูงใจ และปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจของนักศึกษาทั้ง 4 กลุ่มคือ ความต้องการด้านกายภาพ ได้แก่ ความต้องการพักผ่อน และ ปัจจัยรองลงมาได้แก่ ความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ ด้านปัจจัยที่คำนึงถึง และทำให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยวเมื่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่พบเหมือนกันในนักศึกษาทุกกลุ่มได้แก่ ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ได้แก่ความอยากไปเจอกับภูมิประเทศแปลกใหม่ และแตกต่าง อีกปัจจัยหนึ่งคือปัจจัยด้านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีส่วนในการดึงดูดให้เกิดความอยากเดินทางท่องเที่ยว ในกลุ่มนักศึกษาทั้ง 4 กลุ่ม

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาแรงจูงใจ และปัจจัยที่ค้ำึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ของกลุ่มนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพและปริมณฑลภายในประเทศ” ผู้ศึกษาได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ 2 ประการ ดังนี้

1. แรงจูงใจของการท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย มีความแตกต่างกันอย่างไร
2. ปัจจัยที่ค้ำึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย มีความแตกต่างกันอย่างไร

การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) เพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจาก 2 ส่วนหลัก ดังนี้

ส่วนแรกจะเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากแหล่งข้อมูลบุคคล เป็นกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาหญิง ระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยทั้งหมด 4 กลุ่ม ที่มีสถานะแวดล้อมที่ต่างกัน ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย และมหาวิทยาลัยหลักสูตรอินเตอร์ ที่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนๆ กลุ่มละ 8 คน ซึ่งเป็นเด็กที่สมัครใจจะร่วมตอบคำถามด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกว่าอะไรคือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว จากทั้งหมด 4 กลุ่ม มหาวิทยาลัย รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 32 คน จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาถอดรหัสแบบเปิด (Open Coding) ทารหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) เพื่อค้นหาแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว ของกลุ่มนักศึกษาหญิง

ส่วนที่สอง คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย บทความ วิทยานิพนธ์ ที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศและจากแหล่งข้อมูลทางเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

5.1 สรุปผลการวิจัย

โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ และสรุปผล ได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านพฤติกรรม แรงจูงใจ และปัจจัยที่ค้ำึงถึงเมื่อจะออกเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.1 แสดงการเปรียบเทียบผลของรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) ของกลุ่มนักศึกษา ทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ นักศึกษามหาวิทยาลัย รัฐบาล หลักสูตรไทย นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์ และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย

	มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์	มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย	มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรอินเตอร์	มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย
แหล่งรายได้	พ่อแม่	พ่อแม่	พ่อแม่	พ่อแม่
รายได้เฉลี่ย	10,062 บาทต่อเดือน	9,562 บาทต่อเดือน	11,000 บาทต่อเดือน	10,812 บาทต่อเดือน
ช่วงเวลา	ปิดเทอม	ปิดเทอม	ปิดเทอม	ปิดเทอม
จำนวนครั้ง	2 ครั้ง	1-2 ครั้ง	2-3 ครั้ง	1-2 ครั้ง
จำนวนวัน	2-3 วัน	2-3 วัน	2-3 วัน	2-3 วัน
จุดหมาย	ทะเลและภูเขา	ทะเล	ทะเล / ธรรมชาติ	ทะเล / ธรรมชาติ
วัตถุประสงค์	พักผ่อน	พักผ่อน	พักผ่อน	พักผ่อน
แหล่งข้อมูล	Pantip	Pantip	Pantip	Pantip
	Review	Review	Review	Review
	Google			
วางแผน	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
แรงจูงใจ	ความต้องการ ทางกายภาพ (พักผ่อน)	ความต้องการ ทางกายภาพ (พักผ่อน)	ความต้องการ พบเจอสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ	ความต้องการ พบเจอสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ
		ความต้องการ พบเจอสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ	ความต้องการ ทางกายภาพ (พักผ่อน)	ความต้องการ ทางกายภาพ (พักผ่อน)
ปัจจัยที่ค้ำึงถึง และทำให้เกิด ความอยากเดินทาง ท่องเที่ยว	สถานที่ท่องเที่ยว	สถานที่ท่องเที่ยว	การเดินทาง	สถานที่ท่องเที่ยว
	ภูมิศาสตร์	ภูมิศาสตร์	ที่พัก	เศรษฐกิจ
	สังคม	สื่อ	ภูมิศาสตร์	ภูมิศาสตร์
	สื่อออนไลน์	สื่อออนไลน์	สังคม	สังคม
			สื่อออนไลน์	สื่อออนไลน์

ตารางที่ 5.2 แสดงสัดส่วนการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของนักศึกษาหญิงทั้ง 4 กลุ่มมหาวิทยาลัย
เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

	ท่องเที่ยว	อาหารและเครื่องดื่ม	ที่พัก	รวม
อันดับ 1	24 คน	5 คน	3 คน	32 คน
อันดับ 2	7 คน	11 คน	14 คน	32 คน
อันดับ 3	2 คน	16 คน	14 คน	32 คน

5.2 ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ทำการเก็บข้อมูลเฉพาะนักศึกษาหญิง ระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร
และปริมณฑล

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย เพื่อนำไปต่อยอดทางธุรกิจการท่องเที่ยว

1. นักศึกษาหญิงใช้จ่ายไปกับกิจกรรมต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับอาหาร และที่พักรองลงมา ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว หรือกิจกรรมต่างๆ ตามแหล่งท่องเที่ยว มีโอกาสในการทำตลาดกับกลุ่มนักศึกษาหญิง
2. นักศึกษาหญิงนิยมเข้าไปหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางสื่อออนไลน์ www.pantip.com ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เป็นที่นิยมในการทำตลาด ผู้ประกอบการสามารถใช้ช่องทางนี้ในการทำ การตลาดสินค้า บริการทางการท่องเที่ยว ที่เจาะกลุ่มนักศึกษาหญิง ผ่านช่องทางนี้ได้

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. การทำวิจัยครั้งนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างนักศึกษาหญิง ระดับปริญญาตรี ซึ่งในการวิจัย ครั้งต่อไปสามารถศึกษาในลักษณะเดียวกันกับกลุ่มนักศึกษาปริญญาตรี เพศชาย ซึ่งอาจได้ผลที่ต่างกัน ในบางเรื่อง
2. การทำวิจัยครั้งนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างนักศึกษาหญิง ระดับปริญญาตรี ซึ่งในการวิจัย ครั้งต่อไปสามารถศึกษาในลักษณะเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างวัยต่างๆ ที่แตกต่างกันออกไป เช่น วัยทำงาน, วัยผู้ใหญ่ ซึ่งอาจจะได้ผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน

3. ผลจากการทำวิจัยครั้งนี้พบว่า นักศึกษาหญิงกลุ่มตัวอย่างใช้จ่ายกับการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากที่สุด ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปสามารถศึกษาเพิ่มเติม ให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดมากขึ้นในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมที่เป็นที่นิยม

4. การวิจัยครั้งนี้พบว่าปัจจัยที่คำนึงถึงเมื่อจะออกเดินทางท่องเที่ยวได้แก่ สื่อออนไลน์ ซึ่งได้แก่ www.pantip.com ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไป สามารถศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้ www.pantip.com เป็นแหล่งข้อมูลที่นิยมในหมู่นักศึกษาหญิง และองค์ประกอบต่างๆ ของช่องทางออนไลน์นี้ เพื่อต่อยอดในสื่อออนไลน์อื่นๆ ต่อไป



บรรณานุกรม

- กมลลา สุพรรณ. (253). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยว. ปรินญาณิพนธ์สังคมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). *เส้นทางกระตุ้น GDP ด้วยการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2559. จาก <http://marketeer.co.th/2016/07/tat-gdp-thai-0716/>.
- จิตรา นุช รัศจจา. (ม.ป.ป.). *ประเภทของนักท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2559. จาก http://www.uttvc.ac.th/uttvc/newweb/2701_1001/g1c.html.
- จุฑาทิพย์ นิลงาม. (2556). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย*. ปรินญาณิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจนจิรา บรรจงนิค. (2555). *แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน*. ปรินญาณิพนธ์ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพฯ.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2559, มกราคม, 7-9). *ท่องเที่ยวไทยปี 58 ทำสถิติใหม่ โภจรายได้ทะลุเป้า 2.23 ล้านล้าน*.
- ฐิติพงษ์ เจริญชัย. (2552). *การศึกษาสาเหตุและปัจจัยเอื้อให้นักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ*. สารนิพนธ์การจัดการนันทนาการท่องเที่ยว, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐฐา พรหมณ์แก้ว. (2559). *การศึกษาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่เด็กให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้านมกล่อง*. ปรินญาณิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอาหาร วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บงกชรัตน์ ยศถาวร. (2554). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. ปรินญาณิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2559). *ททท. มัดใจ Gen Y ตอบโจทย์ “โปรโมตท่องเที่ยวเมืองรอง”*, สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2559. จาก <http://www.atta.or.th/?p=4142>.

- เลิศพร ภาระสกุล. (2540). *เอกสารประกอบการสอน วิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วัฒน์ชัย ชูมาก. (2544). *แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา สมาชิกสโมสรโรตารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิมลพรรณ คงแก้ว. (2558). *กระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวหญิงแบบสะพายเป้*. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศิริพันธ์ รักเรียนรบ. (2547). *แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารทั่วไป, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ตำราย เมฆารวุฒิ. (2550). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาดลาดน้ำตลิ่งชัน*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาโครงการบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- Burke, Jame F. and Resnick, Barry P. (1991). *Marketing & Selling the Travel Product*. Cincinnati: South – Western Publishing.
- Lundberg, Donald E. (1972). *The Tourist Business*. Illinois: Institutions / Volume Feeding Management Magazine.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (1999). *Consumer Behavior in Tourism*. New Delhi : Butterworth-Heinemann.
- Van de Tong. (2558). *ททท. เผยโครงการ ปี 59 ต่อยอดการท่องเที่ยวให้โตยิ่งขึ้น*. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2559. จาก <http://travel.mthai.com/news/125326.html>.



ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

งานวิจัยเรื่อง

“การศึกษาแรงจูงใจ และปัจจัยที่ค้ำึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
ของกลุ่มนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพและปริมณฑล”

ผู้วิจัย : นางสาวชุตินันท์ ลิละฉายกุล

นักศึกษาปริญญาโท สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นแนวทางสำหรับใช้ในการสัมภาษณ์นักศึกษาหญิง ระดับปริญญาตรี
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาแรงจูงใจ
และปัจจัยที่ค้ำึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ของกลุ่มนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพฯ
และปริมณฑล” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า

1. เพื่อศึกษาว่าแรงจูงใจของการท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มนักศึกษาหญิง
มหาวิทยาลัยรัฐบาล ภาคอินเตอร์ มหาวิทยาลัยรัฐบาลภาคปกติ มหาวิทยาลัยเอกชน ภาคอินเตอร์
มหาวิทยาลัยเอกชนภาคปกติ มีความแตกต่างกันอย่างไร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ค้ำึงถึงเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มศึกษา
หญิง มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยรัฐบาล หลักสูตรไทย มหาวิทยาลัยเอกชน
หลักสูตรอินเตอร์ มหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรไทย มีความแตกต่างกันอย่างไร

ข้อมูลที่ได้รับจะถูกรักษาไว้เป็นความลับและจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

แบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ :

ขณะที่กำลังศึกษาอยู่ :

ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ :

มหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่ :

โทรศัพท์ :

อีเมลล์ :

1. คำถามทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

- ชื่อ – นามสกุล
- ท่านกำลังศึกษาอยู่คณะอะไร
- ท่านกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นใด
- ท่านกำลังศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยใด
- ท่านมีรายได้ต่อเดือนมาจากแหล่งใดบ้าง
- ท่านมีรายได้ต่อเดือนประมาณเท่าไร

2. คำถามทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว

- ท่านออกเดินทางท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหนในหนึ่งปี
- ช่วงเวลาที่ท่านนิยมออกเดินทางท่องเที่ยวคือช่วงใดของปี
- จำนวนวัน โดยเฉลี่ยที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวต่อหนึ่งครั้ง
- ท่านเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนนักศึกษาบ่อยแค่ไหนในหนึ่งปี
- ช่วงเวลาที่ท่านนิยมออกเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนนักศึกษาคือช่วงใดของปี
- จำนวนวัน โดยเฉลี่ยที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนนักศึกษาต่อหนึ่งครั้ง
- สัดส่วนในการใช้จ่ายของท่านต่อการเดินทางท่องเที่ยวหนึ่งครั้ง (ที่พัก, การเดินทาง, อาหาร, ท่องเที่ยว, อื่นๆ)
- จุดหมายในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านส่วนใหญ่คือที่ไหน (ทะเล, ภูเขา, แหล่งประวัติศาสตร์ ฯลฯ)
- วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านคืออะไร

- ท่านหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งใด
- ท่านหาข้อมูลด้านที่พักจากแหล่งใด
- ท่านหาข้อมูลด้านการเดินทางจากแหล่งใด
- ท่านหาข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่มจากแหล่งใด
- ท่านวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเองหรือไม่

3. คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว

- ความต้องการทางกายภาพ เช่น การพักผ่อนจากการเรียนและการทำงาน มีผลทำให้ท่านเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
 - ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ ความเครียด มีผลทำให้ท่านเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
 - ความต้องการต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ มีผลทำให้ท่านเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
 - ความภาคภูมิใจที่ได้ไปยังสถานที่ใหม่ๆ เพื่อสะสมประสบการณ์ มีผลทำให้ท่านเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
 - ความต้องการเรียนรู้ วัฒนธรรม ชนชาติ การดำรงชีวิตที่ต่างไปจากที่อยู่เดิม มีผลทำให้ท่านเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
 - ความต้องการเดินทางเพื่อให้เกิดโอกาสในการเข้าสังคม มีผลทำให้ท่านเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
 - จากปัจจัยต่างๆข้างต้นข้อใดทำให้ท่านเกิดความต้องการที่จะท่องเที่ยวมากที่สุด

4. คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

- ปัจจัยด้านการเดินทางมีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร (เช่น ตั๋วถูก)
- ปัจจัยด้านที่พักมีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจัยด้านร้านอาหารมีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ความคาดหวังที่จะได้เป็นคนสำคัญมีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

- การเป็นที่ยอมรับยกย่องนับถือมีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่
อย่างไร
- ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น มีกำลังในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว มีผลทำให้ท่านตัดสินใจ
เดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ เช่น อยากไปเจอกับภูมิประเทศแปลก ใหม่ และแตกต่าง มีผล
ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจัยทางสังคม เช่น แสวงหาประสบการณ์และการเรียนรู้ มีผลทำให้ท่านตัดสินใจ
เดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจัยทางการเมือง มีผลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี เช่น ความล้ำหน้าในเทคโนโลยีของประเทศต่างๆ มีผล
ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- สื่อ เช่น การนำเสนอข่าวสารของสื่อมีส่วนช่วยดึงดูดใจ และทำให้ท่านตัดสินใจ
เดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร
- สื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของท่านหรือไม่ อย่างไร
- สิ่งที่ท่านได้รับจากการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง