



บทความวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลให้ชาวไทยไปเที่ยวได้ทุกวัน

โดย

นางสาวรุ่งรจี ตั้งเด่นไชย

รหัสนักศึกษา 05570729

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของสาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อเรื่องบทความวิจัย	ปัจจัยที่ส่งผลให้ชาวไทยไปเที่ยวไต้หวัน
ผู้เขียน	นางสาวรุ่งรุจี ตั้งเด่นไชย
อาจารย์ที่ปรึกษาบทความวิจัย	อาจารย์ ดร.ยงยุทธ วิถีไตรรงค์
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลให้ชาวไทยไปเที่ยวไต้หวัน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวันและลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวที่ไต้หวัน

โดยมีวิธีการศึกษาโดยการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยไปเที่ยวไต้หวัน โดยแจกในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง บริษัทท่องเที่ยว และผ่านทางสื่อออนไลน์ เป็นจำนวน 200 ชุด และทำการเก็บ รวบรวมข้อมูล ส่วนในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี มีสถานภาพโสด เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร เคยเดินทางไปไต้หวันมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยนิยมใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการเดินทางไปเที่ยวไต้หวัน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไต้หวันในแต่ละครั้งอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางไปเที่ยวในไต้หวัน คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม สภาพอากาศที่ดี มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย มีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่หลากหลาย ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ความปลอดภัย ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว และความสวยงามของสภาพแวดล้อม

คำสำคัญ : นักท่องเที่ยวชาวไทย ไต้หวัน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลให้ชาวไทยไปเที่ยวไต้หวัน สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.ยงยุทธ วิถีไตรรงค์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยในครั้งนี้ ที่กรุณาให้คำแนะนำชี้แนะแนวทางการแก้ไขข้อบกพร่องในการทำวิจัยมาโดยตลอด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาในครั้งนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้อำนวยการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และผู้อำนวยการท่าอากาศยานดอนเมือง ที่ให้ความกรุณา อนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าไปแจกแบบสอบถามในท่าอากาศยาน และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ในท่าอากาศยานทุกท่าน ที่คอยให้คำแนะนำเรื่องเอกสารและช่วยดำเนินการส่งคำร้องขออนุญาตใช้สถานที่ภายในท่าอากาศยานให้กับผู้วิจัย

ผู้วิจัยยังขอขอบคุณทุกคนในครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยมาโดยตลอด และขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่คอยช่วยเหลือในการแจกแบบสอบถาม และให้คำแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไข ในการทำบทความวิจัยเล่มนี้ รวมถึงนักท่องเที่ยวยุโรปที่ให้ความกรุณาร่วมมือตอบแบบสอบถามของผู้วิจัยทุกท่าน

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณงามความดีให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน ทั้งที่ได้กล่าวชื่อและไม่ได้กล่าวชื่อ และหากมีข้อผิดพลาดประการใดในบทความวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

รุ่งรุจิ ตั้งเด่นไชย

24 เมษายน 2561

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา.....	3
1.4 นิยามศัพท์.....	4
บทที่ 2 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 เอกสารที่เกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว.....	5
2.2 เอกสารที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว.....	7
2.3 เอกสารที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของไต้หวัน.....	11
2.4 วิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว	35
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	40
3.1 วิธีการศึกษา.....	40
3.2 เก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
3.3 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย.....	41
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและเกณฑ์การให้คะแนน.....	42
3.7 กรอบแนวความคิด.....	43
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
4.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน.....	45

4.2 ลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวที่ได้หัววัน.....	48
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	54
5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย.....	54
5.2 ปัญหาที่พบในการศึกษา.....	55
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	56
บรรณานุกรม.....	57
ภาคผนวก ก.....	59
ประวัติผู้ศึกษา.....	63
แบบโหนดลิขสิทธิ์ภาคนิพนธ์.....	64

สารบัญตาราง

ตารางที่ 4. 1 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เลือกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เดินทางไปท่องเที่ยว.....	47
ตารางที่ 4. 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทย.....	48
ตารางที่ 4. 3 ตารางแสดงแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว.....	49
ตารางที่ 4. 4 พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	51

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่ 2.1 จูเลียกา	15
ภาพที่ 2.2 เต้าหู้เหมีน	15
ภาพที่ 2.3 ไข่เหล็ก	16
ภาพที่ 2.4 ไข่ต้มใบชา	16
ภาพที่ 2.5 แสมเบอร์เกอร์สไตล์ไต้หวัน	17
ภาพที่ 2.6 ฮีตค็อกไต้หวัน	17
ภาพที่ 2.7 ต้าฉางเมียนเสียน	18
ภาพที่ 2.8 แพนเค้กหอยนางรม	18
ภาพที่ 2.9 โจ๊ก-ข้ามต้มปลานวลจันทร์ทะเล.....	19
ภาพที่ 2.10 เครื่องในต้มพะโล้.....	19
ภาพที่ 2.11 ไก่ทอดHOT STAR.....	20
ภาพที่ 2.12 น้ำไข่กบ	20
ภาพที่ 2.13 เต้าฮวย.....	21
ภาพที่ 2.14 ซานมไข่มุก	21
ภาพที่ 2.15 ยู่หยวน.....	22
ภาพที่ 2.16 ไอศกรีมถั่วตัด	22
ภาพที่ 2.17 ขนมปังโรงศพ	23
ภาพที่ 2.18 ซาลาเปาอบโอ่ง.....	23
ภาพที่ 2.19 เสียวหลงเปา.....	24
ภาพที่ 2.20 พายสับประรด	24
ภาพที่ 2.21 ซีสเค้ก ที่มา.....	25
ภาพที่ 2.22 ดึงไทเป101	27
ภาพที่ 2.23 ทะเลสาบสุริยันจันทรา.....	28
ภาพที่ 2.24 หมู่บ้านโบราณจิวเฟิน	28
ภาพที่ 2.25 พิพิธภัณฑ์พระราชวังกู้กง	29
ภาพที่ 2.26 ย่านช้อปปิ้งวัยรุ่น ซี้เหมินดิง.....	29
ภาพที่ 2.27 เกาะผิงหู	30

ภาพที่ 2. 28 อนุสรณ์สถานเจียงไคเชก	30
ภาพที่ 2. 29 อุทยานแห่งชาติทาโรโกะ	31
ภาพที่ 2. 30 พุทธอุทยานพระใหญ่ โฝกวงซาน	31
ภาพที่ 2. 31 เจดีย์มังกรเสือ วัดฉือจี้	32
ภาพที่ 2. 32 ตลาดกลางคืนไต้หวัน.....	32
ภาพที่ 2. 33 หมู่บ้านสายรุ้ง	33
ภาพที่ 2. 34 วัดต้าหลงตง เป้าอัน.....	33
ภาพที่ 2. 35 ชายทะเลเหลาเหมย	34
ภาพที่ 2. 36 หินราชินี.....	34
ภาพที่ 3. 1 กรอบแนวคิดการศึกษาและการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้ชาวไทยไปเที่ยวในไต้หวัน	44
ภาพที่ 4. 1 แผนภูมิแสดงแรงจูงใจที่ทำให้เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน	46

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ไต้หวัน มีชื่อเรียกอย่างเป็นทางการว่า สาธารณรัฐจีน (อังกฤษ: Republic of China) หรือในบางครั้งเรียกว่า จีนไทเป (อังกฤษ: Chinese) สาธารณรัฐจีนปกครองจีนแผ่นดินใหญ่ต่อจากราชวงศ์ชิงในระหว่างปี พ.ศ. 2455-2492 (ค.ศ. 1912-1949) จนแพ้สงครามให้กับพรรคคอมมิวนิสต์จีน และอพยพมาตั้งการปกครองอยู่บนเกาะไต้หวันตั้งแต่ พ.ศ. 2488 (ค.ศ. 1945) เป็นต้นมา (ข้อมูลทั่วไป ไต้หวัน, ม.ป.ป.)

ในประวัติศาสตร์ทางธรณีวิทยา พบว่าไต้หวันเป็นเกาะเล็กๆ ที่ก่อตัวขึ้นจากการที่แผ่นเปลือกโลกเคลื่อนตัวมาชนกัน เมื่อ 4 ล้านปีที่แล้ว เกาะไต้หวันนั้นทอดตัวยาวตามขอบตะวันตกของมหาสมุทรแปซิฟิก มียอดเขาสูง หุบเขา หน้าผาสูงชันกระแสน้ำไหลเชี่ยว ทะเลสาบ ที่เงียบสงบ เกาะเล็กเกาะน้อยที่สวยงาม รวมทั้งทัศนียภาพชายฝั่งที่น่าตื่นตา ตื่นใจหลายๆแห่ง ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด 36,000 ตร.กม.มีรูปร่างคล้ายใบยาสูบคือ จะแคบในส่วนปลาย ทั้งสองข้างเป็นชายฝั่งทางด้านตะวันออกเฉียงเหนือของทวีปเอเชีย ตรงข้ามกับช่องแคบไต้หวัน จากจีนแผ่นดินใหญ่แยกเป็นเกาะเดี่ยวๆทางด้านขอบทางตะวันตกของมหาสมุทรแปซิฟิก ทางเหนือติดกับเมืองโอกินาวา ประเทศญี่ปุ่น ทางใต้ติดกับประเทศฟิลิปปินส์ มีประชากร 23 ล้านคน มีไทเป เป็นเมืองหลวง ประชาชนส่วนใหญ่เป็นคนจีน ภาษาที่ใช้ในการติดต่อทางราชการ มี 3 ภาษา คือ จีนกลาง ไต้หวัน และ ฮกกา ศาสนาที่ชาวไต้หวันนับถือ ได้แก่ พุทธ ลัทธิเต๋า คริสต์ อิสลาม และคาทอลิก ไต้หวันมีสภาพอากาศ ค่อนข้างแปรปรวน อุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปี อยู่ที่ 22 องศาเซลเซียส เนื่องจากภูมิประเทศ เป็นเกาะในเขตร้อนทำให้ค่อนข้างร้อนแต่แดดจะมีไม่มากประกอบกับการที่ถูกล้อมรอบด้วยมหาสมุทรแปซิฟิกทำให้มีอากาศแบบชื้น ช่วงฤดูใบผลิ และ หนาวอากาศแปรปรวนมาก อุณหภูมิต่ำสุดอยู่ในช่วง 12-17 องศาเซลเซียส ฤดูร้อน เริ่มต้น เดือนมีนาคม จนถึง พฤษภาคม ฤดูมรสุมอยู่ในช่วงมิถุนายน ถึงสิงหาคม ฤดูใบไม้ร่วง ช่วงกันยายน จนถึง ตุลาคม จะเข้าสู่ฤดูหนาวในช่วงเดือน พฤศจิกายน ถึง เดือน กุมภาพันธ์ ช่วงเวลาดังกล่าวเป็นเวลาสี่สัปดาห์ของต้นเมเปิ้ลและมีฤดูใบไม้ผลิในช่วงเวลาสั้นๆ(ประเทศไต้หวัน, ม.ป.ป.)

ในอดีตไต้หวันเป็นที่รู้จักไปทั่วโลกว่าประสบความสำเร็จทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะคำว่า “Made in Taiwan” ที่ถูกประทับลงบนสินค้ามากมาย นั้นได้สร้างภาพลักษณ์ของประเทศในสายตาของคนทั่วโลกและประเทศไทยเองว่าเป็นเกาะแห่งการอุตสาหกรรม ไม่ใช่เกาะที่เป็นจุดหมายปลายทางแห่งการท่องเที่ยว แต่ในความเป็นจริงแล้ว ไต้หวันเป็นเกาะที่งดงามที่เต็มไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางด้านทัศนียภาพและวัฒนธรรมที่หลากหลายซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่ จากขนาด และความหลากหลายของเกาะแห่งนี้ ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับความหลากหลายของทิวทัศน์ภูมิประเทศวัฒนธรรมและเมนูอาหารที่แตกต่างกันออกไป (ประเทศไต้หวัน, ม.ป.ป.)

ไต้หวันถึงแม้ว่าจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว มีรายได้มากมายจากอุตสาหกรรมเทคโนโลยี แต่ไต้หวันก็ไม่ละเลยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังคงให้ความสำคัญและลงทุนกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมาโดยตลอด แม้แต่ในตลาดขนาดเล็กอย่างประเทศไทยและประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยจะเน้นประชาสัมพันธ์ตามสถานีรถไฟ โฆษณาทางทีวี และสื่อโซเชียลมีเดียและที่สำคัญคือ มีการตั้งสำนักงานการท่องเที่ยวไต้หวันประจำประเทศไทยที่กรุงเทพฯ ซึ่งนับเป็นแห่งที่ 3 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หลังจากมาเลเซียและสิงคโปร์ และนาย ลี ป้อ ซื่อ (พอล เซก) รองผู้แทนรัฐบาล สำนักเศรษฐกิจและวัฒนธรรมไทเป ประจำประเทศไทย กล่าวว่า เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับไต้หวัน จึงได้ประกาศยกเว้นวีซ่าจากประเทศไทยและบรูไนตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2559 จนถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2560 โดยคาดหวังว่าจะมีตัวเลขนักท่องเที่ยวจากไทยเพิ่มขึ้นเป็น 300,000 คน (“ไต้หวัน” เปิดเกมรุก เล็งตั้งสำนักงานกวาดนักท่องเที่ยวไทย, 2560)

จากความน่าสนใจดังกล่าว ผู้วิจัยใคร่ศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลให้ชาวไทยไปเที่ยวไต้หวัน” เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน และลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในไต้หวัน

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน

1.2.2 เพื่อศึกษาลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวที่ไต้หวัน

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวใน
ไต้หวัน

2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการจำแนกนักท่องเที่ยวชาวไทยตามช่วงอายุที่
อ้างอิงในข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวไทย ในปี 2014-2016 ของไต้หวัน แบ่งออกเป็นสี่ช่วงอายุ
ที่มีจำนวนคนไปไต้หวันมากที่สุดตามร้อยละที่มีในข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวของไต้หวัน คือ
อายุ 20-29, 30-39, 40-49, 50-59 นำมาคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้จากสูตรของ
Taro Yamane

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของชาวไทยที่เข้าไปท่องเที่ยวในไต้หวันปี 2014 2015 2016 เป็นจำนวน 254,107
คน

e = ค่าความคาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง มีค่า 0.05 (ระดับความเชื่อมั่น 95%)

$$n = \frac{254,107}{1 + 254,107(0.05)^2}$$

$$n = \frac{254,107}{254,107(0.0025)}$$

$$n = \frac{254,107}{635.2675}$$

$$N = 400$$

ผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างจำนวน 400 คน จากการแจกแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปไต้หวัน ที่พบในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานเมือง บริษัทนำเที่ยว และในสื่อออนไลน์

3 ขอบเขตเวลา

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ 2561 – เมษายน 2561

4 ขอบเขตประเด็นการศึกษา

- 1) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการไปท่องเที่ยว การวางแผนการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความต้องการที่จะกลับไปท่องเที่ยวในไต้หวันอีกครั้ง
- 2) ศึกษาลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน โดยศึกษาเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน จังหวัดที่อยู่อาศัย

1.4 นิยามศัพท์

งานวิจัยนี้มีนิยามศัพท์ ดังต่อไปนี้คือ

ไต้หวัน หมายถึง เกาะไต้หวันเป็นชื่อเกาะในทะเลจีนใต้ มีชื่อทางการคือ สาธารณรัฐจีน อยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของมณฑลฮกเกี้ยน

บทที่ 2

แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารที่ใช้เป็นกรอบความคิดที่ใช้วิจัย ได้แก่

- 2.1 เอกสารที่เกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว
- 2.2 เอกสารที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว
- 2.3 เอกสารที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของไต้หวัน
- 2.4 วิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

2.1 เอกสารที่เกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

1. ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติ (2506) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่าเป็นการเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร

องค์การท่องเที่ยวโลก (2524) ได้บัญญัติความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อดูธรรมชาติและวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

ไพฑูรย์ พงสะบุตร และวิลาสวงค์ พงสะบุตร (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นการเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นการเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

วรรณ วลัยวานิช (2550 : 9) ได้กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของ มนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำโดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึงการ

เดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกลและการเดินทางนั้น จะมีการค้างแรมหรือไม่

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง เป็นการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่น เป็นการชั่วคราว โดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้ แต่เป็นไปเพื่อความบันเทิงรื่น เรืองใจ ผ่อนคลายความเครียด เยี่ยมญาติ และแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่

2. ประเภทและความหมายของนักท่องเที่ยว

(สันนิบาตชาติ, 2480 อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 20-29) ได้ให้คำนิยามว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางอยู่ในประเทศหนึ่งประเทศใดที่มีบ้านเมืองที่อาศัยอยู่เป็นประจำเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และได้ขยายความต่อไปอีกว่า บุคคลเช่นใด นับเป็น นักท่องเที่ยวและบุคคลเช่นใดไม่นับเป็นนักท่องเที่ยวดังต่อไปนี้คือ

บุคคลที่นับเป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่

1. ผู้ที่เดินทางเพื่อพักผ่อนใจหรือเพื่อสุขภาพ
2. ผู้ที่เดินทางไปประชุมหรือประกอบภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ผู้ที่เดินทางเพื่อทำธุรกิจการค้าบางประการ
4. ผู้ที่เดินทางมากับเรือที่พลิกตากับทิวทัศน์สองฝั่งน้ำ แม้จะแวะพักอยู่น้อยกว่า

24 ชั่วโมงก็ตาม

บุคคลที่ไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่

1. ผู้เดินทางมาเพื่อประกอบอาชีพใดอาชีพหนึ่งประกอบธุรกิจที่มีรายได้ใน ประเทศนั้น โดยจะมีสัญญาไว้กับผู้ใดหรือไม่ก็ตาม
2. ผู้เดินทางมาเพื่อตั้งถิ่นฐานที่อยู่อย่างถาวรในประเทศนั้น
3. ผู้เดินทางข้ามพรมแดนไปทำงานนอกประเทศของตน
4. ผู้เดินทางเพื่อเข้าไปเป็นนักเรียน หรือนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในที่ที่จัดไว้เป็นหอพัก นักเรียนนักศึกษา
5. ผู้เดินทางผ่าน โดยมีได้แวะลงจากยานพาหนะเลย แม้ว่าจะเดินทางอยู่ในอาณา เขตของประเทศใดประเทศหนึ่ง เป็นเวลามากกว่า 24 ชั่วโมง ก็ตาม
6. ผู้ลี้ภัยทางการเมืองหรือผู้ลี้ภัยทางศาสนา ไปอยู่ต่างประเทศหรือผู้ลี้ภัยสงคราม

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (2493) ได้ยกคำนิยามของนักท่องเที่ยวมาพิจารณาใหม่ และได้ตกลงให้นักเรียน หรือนักศึกษาต่างประเทศ นับเป็นนักท่องเที่ยว เพราะค่าใช้จ่ายของนักเรียนนักศึกษาเหล่านั้นมาจากต่างประเทศ นอกจากนั้นยังให้เรียกผู้เดินทางที่ตั้งใจมาท่องเที่ยว ณ ประเทศหนึ่ง แต่อยู่ไม่ถึง 24 ชั่วโมง ว่าเป็นนักท่องเที่ยว (excursionist) ซึ่งรวมถึงผู้โดยสารที่เดินทางผ่านประเทศโดยมิได้ออกจากบริเวณที่จัดไว้สำหรับผู้เดินทางผ่านสนามบินด้วย

องค์การสหประชาชาติ (2506) ได้คิดคำขึ้นใหม่แทนคำว่า นักท่องเที่ยว คือ คำว่า “ผู้เยี่ยมชมเยือนต่างประเทศ” หรือ “Foreign Visitor” ซึ่งหมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศใดประเทศหนึ่ง ที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยถาวรของตนด้วยเหตุผลใดก็ตาม ที่ไม่ใช่ไปเพื่อประกอบอาชีพหารายได้ โดยแบ่งผู้มาเยือนต่างประเทศออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยวต่างประเทศ หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และเป็นการมาเยือนด้วยวัตถุประสงค์อื่น ที่ไม่ใช่ไปเพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักแหล่งหรือไปอยู่ประจำ

2. ประเภทที่ 2 นักทัศนจรต่างประเทศ หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราวที่เข้าไปอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และมีได้พักค้างคืน ซึ่งรวมถึงผู้มาเยือนกับเรือที่พลิกตกกับทิวทัศน์สองฝั่งน้ำด้วย

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2522) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวไว้ว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นถิ่นที่อยู่ปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวหมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศใดประเทศหนึ่ง หรือท้องถิ่นอื่น ที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยถาวรของตนเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง ด้วยเหตุผลใดก็ตามที่มิใช่ไปเพื่อประกอบอาชีพหารายได้

2.2 เอกสารที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว

1. ทฤษฎีต่างๆ เกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

Chonllyness (2553) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวดังกล่าวแตกต่างไปจากแรงจูงใจในวิชาจิตวิทยา หรือแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุคใหม่เป็นแนวคิดที่เป็นแบบลูกผสมระหว่างแนวคิดทางจิตวิทยา (Psychological) ผสมกับแนวคิดทางด้านสังคมวิทยา แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุคใหม่หมายถึง เครื่องหมายทั้งหมดของพลังทางวัฒนธรรมและพลังทางชีววิทยา ซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว

ทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการจำเป็น (Hierarchy of needs) Maslow กล่าวว่า มนุษย์เป็นสัตว์ที่มีความต้องการและจะแสดงพฤติกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ และความต้องการของมนุษย์ไม่มีวันจบสิ้น Maslow ได้เสนอลำดับขั้นของความต้องการทั้งหลายรวม 5 ชั้น ดังนี้ ลำดับขั้นแห่งความต้องการจำเป็นของ Maslow

ขั้นที่ 1 ต่ำสุดคือ ความต้องการทางสรีระ หรือความต้องการทางร่างกาย ซึ่งเป็นความต้องการที่จะมีชีวิตอยู่รอด เช่นต้องการน้ำดื่ม ยารักษาโรค

ขั้นที่ 2 ความต้องการในระดับถัดไปจะเริ่มมีบทบาทขึ้น คือความต้องการที่จะได้รับความปลอดภัยซึ่งรวมไปถึงการปกป้องคุ้มครอง

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและการเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม มนุษย์เข้าไปอยู่ในกลุ่มใดก็ต้องการให้ตนเป็นที่รักและยอมรับในกลุ่มที่ตนอยู่

ขั้นที่ 4 ความต้องการได้รับการยกย่องจากผู้อื่น เป็นความต้องการในลำดับต่อมา ซึ่งความต้องการในขั้นนี้ถ้าได้รับจะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจตนเอง

ขั้นที่ 5 ความต้องการในการเข้าใจและรู้จักตนเอง เป็นความต้องการชั้นสูงของมนุษย์ ซึ่งน้อยคนที่จะประสบได้ถึงขั้นนี้

ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Philip Pearce) ประยุกต์ทฤษฎีของ Maslow แต่แตกต่างตรงที่ในลำดับขั้นแห่งความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่

1) ความต้องการที่จะได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด

ผู้อื่นกำหนด ความตื่นเต้น ความน่าพิศวง ความแปลกใหม่

ตัวเองกำหนด ความต้องการลิ้มรส ความหิวกระหาย ความต้องการทางเพศ การ

ผ่อนคลาย

2) ความต้องการความปลอดภัยมั่นคง

ผู้อื่นกำหนด ความต้องการความปลอดภัยเช่นคนอื่น

ตัวเองกำหนด ความต้องการที่จะดำรงชีวิตอยู่อย่างมั่นคง มีความปลอดภัย

3) ความต้องการสร้างสัมพันธภาพ

ผู้อื่นกำหนด ความต้องการที่จะรับความเป็นมิตรที่ผู้อื่นหยิบยื่นให้

ตัวเองกำหนด ความต้องการที่จะให้ความเป็นมิตร และความรักแก่ผู้อื่น

4) ความต้องการความภูมิใจและการพัฒนาตนเอง

ผู้อื่นกำหนด ความต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น

ตัวเองกำหนด ความต้องการที่จะพัฒนาทักษะของตนเอง

5) ความต้องการที่จะได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด

ความต้องการความสำเร็จแห่งตน และความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์อันหลากหลาย

แรงจูงใจวาระซ่อนเร้น (Hidden Agenda) ของ Crompton มี 7 ประการดังนี้

- 1) การหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมที่จำเจ
- 2) การสำรวจและประเมินตนเอง
- 3) การพักผ่อน
- 4) ความต้องการเกียรติภูมิ
- 5) ความต้องการที่จะถอยกลับไปสู่สภาพดั้งเดิม
- 6) กระชับความสัมพันธ์ทางเครือญาติ
- 7) การเสริมสร้างการปะทะสังสรรค์ทางสังคม

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในทัศนะของ Swarbrooke จำแนกแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้คนเดินทางแบ่งออกเป็น 6 ชนิด คือ

- 1) แรงจูงใจทางด้านสรีระหรือทางกายภาพ
- 2) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม

- 3) การท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกบางอย่าง
- 4) การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาเพื่อสถานภาพ
- 5) แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง
- 6) แรงจูงใจส่วนบุคคล

แนวโน้มของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

Pearce, Morrison และ Rutledge (1988) ได้นำเสนอแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว 10 ประการ ดังนี้

- 1) แรงจูงใจที่ได้สัมผัสสิ่งแวดล้อม
- 2) แรงจูงใจที่ได้พบปะกับคนในท้องถิ่น
- 3) แรงจูงใจที่จะเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและประเทศเจ้าบ้าน
- 4) แรงจูงใจที่จะเสริมสร้างสัมพันธภาพภายในครอบครัว
- 5) แรงจูงใจที่จะได้พักผ่อนในสภาพแวดล้อมที่น่าสบาย
- 6) แรงจูงใจที่จะได้ทำกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจและฝึกทักษะ
- 7) แรงจูงใจที่จะมีสุขภาพดี
- 8) แรงจูงใจที่จะได้รับการคุ้มกันและความปลอดภัย
- 9) แรงจูงใจที่จะได้รับการยอมรับนับถือและได้รับสถานภาพทางสังคม
- 10) แรงจูงใจที่จะให้รางวัลแก่ตัวเอง

ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค

1. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

1.1 ลักษณะภูมิประเทศ จะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของเปลือกโลก มีการเปลี่ยนแปลงไม่เท่ากัน และไม่เหมือนกัน การเปลี่ยนแปลงของเปลือกโลกมี 2 ลักษณะคือ การเปลี่ยนแปลงจากภายในเปลือกโลก กับ การเปลี่ยนแปลงบริเวณผิวโลก

1.2 ลักษณะภูมิอากาศ สภาพอากาศที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่อาจทำให้พบสภาพภูมิประเทศที่สวยงามแตกต่างกันได้

2. ปัจจัยทางวัฒนธรรม

หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของคนในสังคม นับตั้งแต่วิธีการกิน อยู่ การแต่งกาย การทำงาน วิธีพักผ่อน วิธีแสดงอารมณ์ วิธีสื่อความ วิธีจารจรและขนส่ง วิธีร่วมเป็นหมู่คณะ วิธีแสดงความสุขทางใจ

2.3 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของไต้หวัน

1. เกาะไต้หวัน

สาธารณรัฐจีน (อังกฤษ: Republic of China; จีนตัวเต็ม: 中華民國; จีนตัวย่อ: 中华民国; พินอิน: Zhōnghuá Mínguó) หรือในบางครั้งเรียกว่า จีนไทเป (อังกฤษ: Chinese Taipei; จีนตัวเต็ม: 中華臺北, 中華台北; จีนตัวย่อ: 中华台北) สาธารณรัฐจีนปกครองจีนแผ่นดินใหญ่ต่อจากราชวงศ์ชิงในระหว่างปี พ.ศ. 2455-2492 (ค.ศ. 1912-1949) จนพ่ายต่อพรรคคอมมิวนิสต์จีน (中国共产党/中國共產黨) และอพยพมาตั้งการปกครองอยู่บนเกาะไต้หวันตั้งแต่ พ.ศ. 2488 (ค.ศ. 1945) เป็นต้นมา ปัจจุบัน ดินแดนในการปกครองของสาธารณรัฐจีนประกอบไปด้วย เกาะไต้หวัน หมู่เกาะเผิงหู (澎湖群島) เกาะจินเหมิน (金門群島) และหมู่เกาะหม่าจู่ (馬祖群島) และเกาะเล็กเกาะน้อยอื่นๆ อีกจำนวนหนึ่ง ชื่อ ไต้หวัน เป็นชื่อเดิมที่รู้จักแพร่หลายกว่าชื่อสาธารณรัฐจีน เหมือนกับคำว่าประเทศจีนอันเข้าใจว่าหมายถึง จีนแผ่นดินใหญ่ที่ไม่รวมฮ่องกง และมาเก๊า บางครั้งอาจเรียกว่า สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) เพื่อลดความกำกวม

ปี พ.ศ. 2060 (ค.ศ. 1517) นักเดินเรือชาวโปรตุเกสแล่นเรือมาถึงเกาะไต้หวันและได้ตั้งชื่อเกาะนี้ว่า เกาะฟอร์โมซา (Formosa; Ilha Formosa) เป็นภาษาโปรตุเกสแปลว่า "เกาะที่สวยงาม (Beautiful Island)" ต่อมาในปี พ.ศ. 2167 (ค.ศ. 1624) ชาวดัตช์เข้ามาบูรณการและยึดครองเกาะฟอร์โมซา แล้วตั้งบ้านเมืองขึ้นที่ไถหนาน (Tainan) อีก 2 ปีต่อมา กองเรือสเปนยกกำลังเข้ามาบุกรุกแย่งเกาะฟอร์โมซาไปครอง แต่ชาวดัตช์ได้ต่อสู้แย่งชิงเอาเกาะกลับคืนมาอีกครั้งหนึ่งในปี พ.ศ. 2184 (ค.ศ. 1641) ในช่วงปี พ.ศ. 2203 (ค.ศ. 1660) กษัตริย์จีนแห่งราชวงศ์หมิงและราชวงศ์ชิงเริ่มเข้ามามีบทบาทในการครอบครองเกาะฟอร์โมซา ในที่สุดชาวจีนก็ได้ขับไล่ชาวดัตช์ออกไปจนได้ และ

ผนวกเอาเกาะฟอร์โมซาเข้าไปเป็นดินแดนส่วนหนึ่งของมณฑลฝูเจี้ยน ซึ่งได้กลายเป็นแหล่งพักพิงให้ผู้อยู่อพยพจากจีนที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในเวลาต่อมา

ญี่ปุ่นใช้กำลังแย่งเกาะฟอร์โมซาไปจากจีนในปี พ.ศ. 2438 (ค.ศ. 1895) และได้ยึดครองจนกระทั่งสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง ญี่ปุ่นแพ้สงครามและถูกฝ่ายสัมพันธมิตรบังคับให้ยกเกาะฟอร์โมซาคืนให้กับจีน เมื่อพรรคคอมมิวนิสต์จีนเข้ามามีอำนาจในจีนในปี พ.ศ. 2492 (ค.ศ. 1949) พรรคก๊กมินตั๋ง พรรคการเมืองเมืองชาตินิยมของจีนที่เป็นฝ่ายแพ้ก็พาผู้คนอพยพหนีออกจากแผ่นดินใหญ่มาตั้งหลักที่ไต้หวัน เพื่อวางแผนกลับไปครองอำนาจในจีนต่อไป

2. ภูมิศาสตร์

สำนักพิมพ์อ็อกซฟอร์ด (2557:25-47) ไต้หวันอยู่ในเอเชียตะวันออก ประกอบด้วยหมู่เกาะ 78 เกาะ โดยมีไต้หวันเป็นเกาะใหญ่ที่สุดในกลุ่ม แวดล้อมด้วยทะเลจีนใต้ และช่องแคบไต้หวัน อยู่ทางทิศเหนือของฟิลิปปินส์ ทางฝั่งตะวันออกเฉียงใต้ของจีนแผ่นดินใหญ่ มีพื้นที่ทั้งหมดราว 35,980 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเทือกเขาที่ปกคลุมแผ่นดินประมาณร้อยละ 78 มียอดเขาสูงกว่า 3,000 เมตรเหนือระดับน้ำทะเลปานกลางหลายยอด ยอดเขาที่สูงที่สุดชื่อว่า หยูชาน (Yushan) หรือ กูเขาหยก สูง 3,952 เมตรเหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง ตามเทือกเขาเป็นป่าสมบูรณ์ ดินอุดมสมบูรณ์ เป็นดินแดนที่มีทรัพยากรธรรมชาติมากมาย นอกชายฝั่งมีเกาะจินเหมิน (Kinmen) หรือ คิมมอย (Quemoy) กับเกาะมัตสุ หือมาจู่ (Matsu) เป็นเหมือนป้อมปราการป้องกันเกาะไต้หวัน ทั้งสองเกาะนี้เป็นส่วนหนึ่งของมณฑลที่ชื่อว่า ฝูเจี้ยน (Fujian)

ปี พ.ศ. 2060 (ค.ศ. 1517) นักเดินเรือชาวโปรตุเกสแล่นเรือมาถึงเกาะไต้หวันและได้ตั้งชื่อเกาะนี้ว่า เกาะฟอร์โมซา (Formosa; Ilha Formosa) เป็นภาษาโปรตุเกสแปลว่า "เกาะที่สวยงาม (Beautiful Island)" ต่อมาในปี พ.ศ. 2167 (ค.ศ. 1624) ชาวดัตช์เข้ามาบูรณและยึดครองเกาะฟอร์โมซา แล้วตั้งบ้านเมืองขึ้นที่ไถหนาน (Tainan) อีก 2 ปีต่อมา กองเรือสเปนยกกำลังเข้ามาบุกรุกแย่งเกาะฟอร์โมซาไปครอง แต่ชาวดัตช์ได้ต่อสู้แย่งชิงเอาเกาะกลับคืนมาอีกครั้งหนึ่งในปี พ.ศ. 2184 (ค.ศ. 1641) ในช่วงปี พ.ศ. 2203 (ค.ศ. 1660) กษัตริย์จีนแห่งราชวงศ์หมิง และราชวงศ์ชิงเริ่มเข้ามามีบทบาทในการครอบครองเกาะฟอร์โมซา ในที่สุดชาวจีนก็ได้ขับไล่ชาวดัตช์ออกไปจนได้ และผนวกเอาเกาะฟอร์โมซาเข้าไปเป็นดินแดนส่วนหนึ่งของมณฑลฝูเจี้ยน ซึ่งได้กลายเป็นแหล่งพักพิงให้ผู้อยู่อพยพจากจีนที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในเวลาต่อมา

ญี่ปุ่นใช้กำลังแย่งเกาะฟอร์โมซาไปจากจีนในปี พ.ศ. 2438 (ค.ศ. 1895) และได้ยึดครองจนกระทั่งสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง ญี่ปุ่นแพ้สงครามและถูกฝ่ายสัมพันธมิตรบังคับให้ยกเกาะ

ฟอร์โมซาคินให้กับจีน เมื่อพรรคคอมมิวนิสต์จีนเข้ามามีอำนาจในจีนในปี พ.ศ. 2492 (ค.ศ. 1949) พรรคก๊กมินตั๋ง พรรคการเมืองเมืองชาตินิยมของจีนที่เป็นฝ่ายแพ้ก็พาผู้คนอพยพหนีออกจากแผ่นดินใหญ่มาตั้งหลักที่ไต้หวัน เพื่อวางแผนกลับไปครองอำนาจในจีนต่อไป

ภูมิประเทศของเกาะไต้หวันนั้นทั้งสวยงามและอุดมสมบูรณ์ มีโบราณสถานและสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากมาย เช่น ภูเขาอาหลี่ซาน สระน้ำร้อนเย่วถันและน้ำตกอุไหล เป็นต้น ล้วนแต่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั้งนั้น เกาะไต้หวันจึงเป็น “เกาะล้ำค่า” ของจีน(วรุฒม์ ทองเชื้อ, 2550: 108)

3. ภูมิอากาศ

ไต้หวันเป็นเกาะที่มีภูมิอากาศแบบมรสุมเขตร้อน อุณหภูมิเฉลี่ยต่อปี คือ 22.4 องศาเซลเซียส หนาวที่สุดอยู่ที่ประมาณ 35 องศา ใกล้เคียงกับประเทศไทย (ภูมิชาย บุญสินสุข, 2555: 38) ปกติหมู่เกาะในบริเวณนี้มีเมฆหนาที่ปกคลุมอยู่เกือบตลอดเวลา ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงสิงหาคมมักมีมรสุมพัดผ่านจึงมีฝนตกชุก ฤดูร้อนอยู่ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม ฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคมถึงมีนาคม ทางตอนเหนือของประเทศอากาศค่อนข้างเย็น ในฤดูหนาวมีหิมะตกปกคลุมยอดเขาสูง ส่วนทางตอนใต้อากาศอบอุ่น มีแสงแดดอบอุ่นทุกวัน และไม่ค่อยมีฤดูหนาวในแถบนี้

ช่วงเวลาที่เหมาะแก่การเดินทางท่องเที่ยวในไต้หวันคือ ระหว่างเดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม และเดือนกันยายนถึงพฤศจิกายน

4. ศิลปะและวัฒนธรรม

ไต้หวันมีวัฒนธรรมของชาวจีนอยู่ในสายเลือด ไม่ว่าจะเป็นศิลปะแขนงไหนถือเป็นศิลปะที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับจีนแผ่นดินใหญ่ ทั้งดนตรี อุปรากรจีน (จิว) ภาพเขียน การแสดงหุ่นเชิด วรรณคดี และงานจิตรกรรม รวมทั้งศิลปะแขนงอื่นๆของไต้หวัน ซึ่งล้วนมีรากและพัฒนามาจากจีนแผ่นดินใหญ่

ไต้หวันได้ชื่อว่าเป็นแหล่งสะสมผลงานล้ำค่าที่เป็นศิลปวัตถุของจีนมากที่สุดในโลก โดยกล่าวกันว่าผลงานศิลปะเหล่านี้ถูกนำมาจากจีนแผ่นดินใหญ่พร้อมกับกลุ่มผู้อพยพหนีภัยการปกครองของพรรคคอมมิวนิสต์ในครั้งนั้น ทั้งงาช้างแกะสลักเป็นรูปต่างๆ หยกแกะสลักเล่าเรื่องราว และภาพเขียนสีกับภาพเขียนด้วยฟู่กันจีนแบบโบราณ เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ประเมินค่าไม่ได้ สำหรับผู้ที่สนใจงานศิลปะของศิลปินไต้หวัน สามารถหาชมได้ตามหอศิลป์หรือพิพิธภัณฑ์ต่างๆ

ดนตรีและอุปรากรจีนเป็นศิลปะแขนงสำคัญของ ไต้หวันที่มีชื่อเสียงมาก เครื่องดนตรีส่วนใหญ่เป็นเครื่องสาย และเครื่องเป่า (ขลุ่ย) อุปรากรจีน หรือจิวเป็นศิลปะการแสดงที่ได้รับความนิยมมากในไต้หวัน การไปดูจิวเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต และวัฒนธรรมของชาวไต้หวันเช่นเดียวกับชาวจีนแผ่นดินใหญ่ จิวของไต้หวันมีดนตรีประกอบที่ไพเราะตัวละครแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่สวยงาม ฉากและการตกแต่งบนเวทีวิจิตรตระการตา เนื่องจากประดับด้วยสีสันที่โดดเด่น บรรดานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจึงสนใจกันมาก ถึงแม้จะฟังภาษาจิวไม่เข้าใจแต่บรรยากาศการชมจิวและการแสดงที่มีศิลปะก็ให้ความบันเทิงกับผู้ชมทุกเชื้อชาติทุกภาษา

5. อาหารและเครื่องดื่ม

ชาวไต้หวันอ้างว่าบ้านเมืองของตนมีอาหารจีนที่ดีที่สุดในโลก ซึ่งคนส่วนใหญ่ก็เห็นพ้องด้วย ไต้หวันมีร้านอาหารที่ดูธรรมดาอยู่มากมาย แต่หลายร้านมีสูตรเด็ดเคล็ดลับและส่วนใหญ่จะมีอาหารอร่อยๆ ทั้งนั้น ซึ่งเมืองไทเปของไต้หวันถูกจัดให้อยู่ใน 10 อันดับเมืองที่มีอาหารริมถนนอร่อยที่สุดในเอเชีย ซึ่งอยู่ในอันดับ 2 รองจากเมืองป็นังของประเทศมาเลเซีย (ภูมิชาย บุญสินสุข, 2555: 20)

สงครามกลางเมืองในประเทศจีนเมื่อปี 1949 ทำให้ชาวจีนอพยพมาอยู่ยังไต้หวันเป็นจำนวนมาก พวกเขาได้นำเอาวัฒนธรรมด้านอาหารการกินพื้นถิ่นของตนติดมาด้วย และคนที่เปิดร้านอาหารในยุคแรกๆ ก็คือทหารที่เกษียณออกมาจับกระทะกับตะหลิวแทนปืนนั่นเอง

ยังไต้หวันรุ่งเรื่องขึ้นอาหารพื้นบ้านของจีนก็ยังเป็นที่ชื่นชอบ ฐานะที่ดีขึ้นทำให้ผู้คนพิถีพิถันในการทำอาหารมากขึ้น ปัจจุบันไต้หวันถือเป็นสวรรค์ของคนรักอาหาร และการออกไปกินนอกบ้านก็ถือเป็นการเสพสุขชั้นยอด

ไต้หวันมีอาหารจีนทุกประเภทให้ผู้มาเยือนเลือกกินได้ตามสบาย แต่ไต้หวันมีอาหารจีนหลักๆ อยู่ห้าชนิดคือ กวางตง ซื่อชวน จีนแคะ ซ่างไห่ และเป่ยจิง (พวงนิล คำปั้งสุ้, 2551: 98)

เมนูอาหารที่ต้องลองเมื่อมาถึงไต้หวัน

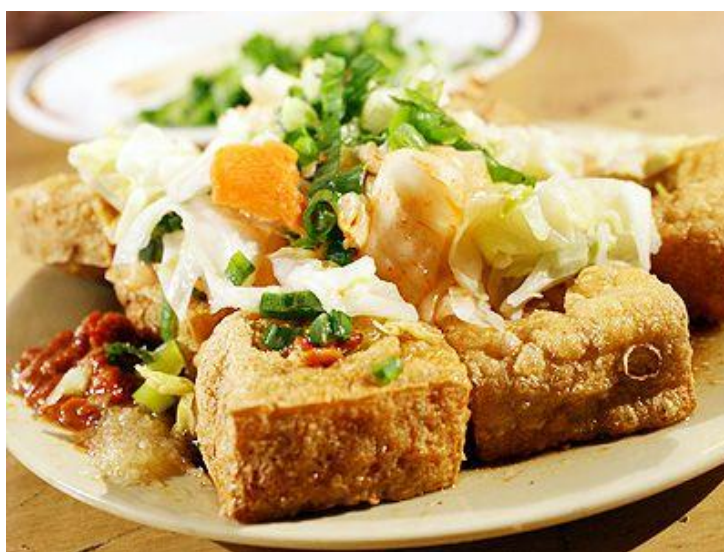
1) จูเสี้ยเกา (豬血糕) เป็นข้าวเหนียวหนึ่งผสมเลือดหมูเสียบไม้กลุกั่วลิสงป่นแล้วราดซอส



ภาพที่ 2. 1 จูเสี้ยเกา

ที่มา : <http://john547.pixnet.net>

2) เต้าหู้เหม็น (臭豆腐) แบบทอด เป็นเต้าหู้ที่หมักจนมีกลิ่นเหม็น โดยมักจะนำมาทอดแล้วราดด้วยซอสสูตรต่างๆ



ภาพที่ 2. 2 เต้าหู้เหม็น

ที่มา : <https://www.pinterest.com>

3) ไข่เหล็ก (鐵蛋) เป็นไข่พะโล้ที่เคี่ยวจนแข็งและเงิ่ง



ภาพที่ 2.3 ไข่เหล็ก

ที่มา : <http://shopping.udn.com>

4) ไข่ต้มใบชา (茶叶蛋)



ภาพที่ 2.4 ไข่ต้มใบชา

ที่มา : <http://www.mascoops.com>

5) แฮมเบอร์เกอร์สไตล์ไต้หวัน (卦包) คือแป้งหมั่นโถวที่นึ่งร้อนๆ ผ่าออกแล้วยัดไส้ น้ำตาลทรายแดง ผักกาดดอง เนื้อหมูหรือหมูสามชั้นที่ย่างหรือที่ตุ๋นซีอิ๊วจนเปื่อย



ภาพที่ 2. 5 แฮมเบอร์เกอร์สไตล์ไต้หวัน

ที่มา : <https://www.smartm.com>

6) ฮีตต็อกไต้หวัน (大肠包小肠) คือเมนูที่นำเอาไส้กรอกเล็กส่วนใหญ่ที่เป็นหมูแล้วเอาไปยัดใส่ไส้กรอกข้าวเหนียวอันใหญ่อีกที เรียกว่าเป็นไส้กรอกเล็กในไส้กรอกใหญ่ คล้ายกับฮีตต็อกแต่เปลี่ยนจากเอาไส้กรอกไปวางในขนมปัง เป็นไส้กรอกวางในไส้กรอกอีกชั้นแทน



ภาพที่ 2. 6 ฮีตต็อกไต้หวัน

ที่มา : <http://culture.qianlong.com>

7) ต้าฉางเมี่ยนเสี้ยน (大腸麵線) คือเส้นหมี่ต้มใส่ไส้หมูราดน้ำซ้นๆ คล้ายกระเพาะปลา



ภาพที่ 2. 7 ต้าฉางเมี่ยนเสี้ยน

ที่มา : <http://www.ipeen.com>

8) แพนเค้กหอยนางรม (蚵仔煎) เป็นเมนูที่มีหน้าตาคล้ายออส่วน แต่ที่ได้ห้วน จะนำไปผสมกับแผ่นแป้ง



ภาพที่ 2. 8 แพนเค้กหอยนางรม

ที่มา : www.supermarket.com

9) โจ๊ก-ข้าวต้มปลานวลจันทร์ทะเล (虱目魚粥) ปลานวลจันทร์ทะเลเป็นของขึ้นชื่ออีกอย่างหนึ่งของไต้หวัน ในประเทศไทยก็มีอยู่ทางฝั่งชุมพร ที่ไต้หวันนิยมนำไปทำเป็นข้าวต้ม โจ๊ก แล้วผสมใส่หอมขิงขมิ้นเข้าไปด้วยในบางเมนู เมนูแบบนี้จะมีเยาะที่ไถหนาน เกาสง



ภาพที่ 2. 9 โจ๊ก-ข้าวต้มปลานวลจันทร์ทะเล

ที่มา : <https://bearlovefood.com>

10) เครื่องในต้มพะโล้หรือหลู่เว่ย (卤味) วิธีกินคือเลือกว่าจะเอาเครื่องในอะไรบ้าง หลังจากนั้นให้คนขายคลุกเคล้าให้เข้ากัน



ภาพที่ 2. 10 เครื่องในต้มพะโล้

ที่มา : <http://www.nipic.com>

11) ไก่ทอด HOT STAR (豪大大鸡排) ไก่ทอดเจ้านี้ถึงกับได้ลงในเว็บ Street Food ได้หัววันที่ห้ามพลาดทีเดียว เพราะเป็นเนื้อไก่ที่ชิ้นใหญ่หนานุ่ม โรยด้วยผงพริก ผงพะโล้ที่เค็มเล็กน้อย มีสาขาดั้งเดิมอยู่ที่ตลาดช้อหลิน ไทเป



ภาพที่ 2. 11 ไก่ทอดhot star

ที่มา : <https://www.tripadvisor.com>

12) เครื่องดื่มร้อนรากบผสมมะนาว(青蛙下蛋爱玉) เป็นน้ำที่ใส่วุ้นไข่กบในน้ำมะนาวที่ผสมกับน้ำผึ้ง ให้รสชาติหวานๆ เปรี้ยวๆ กินแล้วสดชื่นดี อายหวีทำจากเมล็ดอายหวีเป็นพืชจำพวก Ficus ในวงศ์ Moraceae ที่พบมากในไต้หวัน มีสรรพคุณแก้ร้อนใน คลายร้อน ช่วยให้อาหารย่อยและดับกระหาย ซึ่งทำให้ออกจากจะอโรยไปกับรสชาติแล้วนั้นยังดีต่อสุขภาพอีกด้วย



ภาพที่ 2. 12 น้ำไข่กบ

ที่มา : <http://fooddiary-sllim.blogspot.com>

13) เต้าฮวย (豆花)



ภาพที่ 2. 13 เต้าฮวย

ที่มา : <http://blog.sina.com>

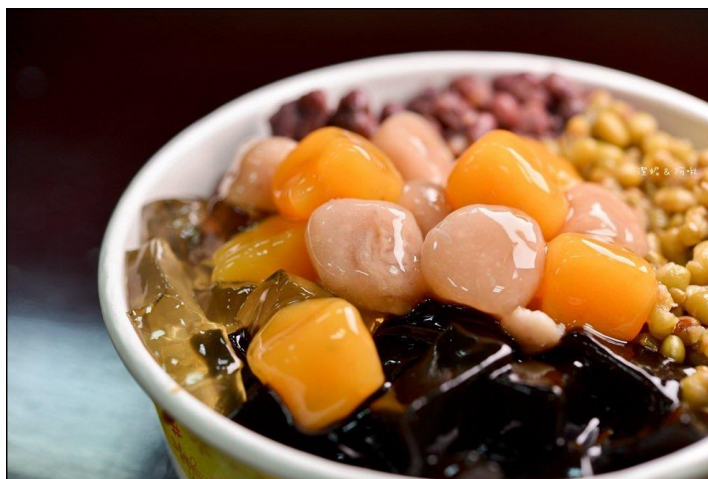
14) ชานมไข่มุก (珍珠奶茶)



ภาพที่ 2. 14 ชานมไข่มุก

ที่มา : <https://www.tianxun.com>

15) บัวลอยเผือกใต้หวันหรือยู๋หยวน (宇圓) เป็นขนมมงคลที่นิยมกินในเทศกาลปีใหม่ของจีน แต่ในปัจจุบันสามารถหากินได้ทั้งปี มีทั้งแบบร้อนและเย็น ตัวบัวลอยทำจากเผือก มันม่วง หรือมันเทศ ผสมแป้งปั้นเป็นทรงออกเหลี่ยมๆ ขึ้นค่อนข้างใหญ่เนื้อเหนียวนุ่ม เสิร์ฟพร้อมกับถั่วแดง ถั่วเขียว เฉาก๊วย หรือเต้าหู้ทอดใส่น้ำจิงรสชาติหวานนิดๆ เค็มๆ หน่อย ในช่วงฤดูร้อนนิยมกินแบบเย็นใส่น้ำแข็งป่นและฤดูร้อนจะใส่น้ำจิงร้อนๆ ปกติจะมีขายทั่วไปทั้งตามย่านการค้าและตลาดกลางคืน



ภาพที่ 2. 15 ยู๋หยวน

ที่มา : <https://janice.life>

16) ไอศกรีมถั่วตัด (花生卷冰淇淋) เป็นไอศกรีมซึ่งมีความเข้ากันได้อย่างลงตัวของ แป้งโรตตี ไอศกรีม ผักชีและน้ำตาลถั่ว



ภาพที่ 2. 16 ไอศกรีมถั่วตัด

ที่มา : <https://www.bloggang.com>

17) ขนมปังโรงศพ (台南棺材板) ขนมปังชิ้นหนา ผ่าตรงกลางออก เพื่อให้ใส่ไส้ตามที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งบางร้านก็ใส่อาหารลงไปเลย (สิวิณี เตรียมชาญชูชัย และพันห้วยเมย์, 2560:99-100)



ภาพที่ 2. 17 ขนมปังโรงศพ

ที่มา : <http://taiwanrecipe-pearlpoint.blogspot.com>

18) ซาลาเปอบออง หรือ หูเจียวปิง (胡椒瓶) คือหมูนุ่มซอสปรุงรสด้วยน้ำตาล พริกไทยดำ ใส่น้ำมันหอม ห่อแป้งแล้วโรยด้วยงา อบในโอ่งที่เป็นเตาถ่าน กรอบนอกนุ่มในไส้ทะลัก



ภาพที่ 2. 18 ซาลาเปอบออง

ที่มา : <http://thaifootprint.com>

19) เสี่ยวหลงเปา (小笼包) สามารถหารับประทานได้ที่ร้านดังอย่างร้านต่งไท่ฟง



ภาพที่ 2. 19 เสี่ยวหลงเปา

ที่มา : <http://travel.ifeng.com>

20) พายส์ปะรด (凤梨酥) เนื้อแป้งละเอียดได้แน่น ไม่หวานมาก จะทานเล่นหรือทานคู่กับน้ำชาก็ได้ (DPlus Guide Team, 2559:345-347)



ภาพที่ 2. 20 พายส์ปะรด

ที่มา : <http://evaairblog.evaair.com>

21) ชีสเค้กร้านDawn Cake (日出乳酪蛋糕)



ภาพที่ 2. 21 ชีสเค้ก

ที่มา : <http://mslk72.pixnet.net>

6. เศรษฐกิจ

ไต้หวันเป็นประเทศทุนนิยมที่รัฐบาลไม่ได้ช่วยเหลือภาคธุรกิจการค้าในด้านการลงทุนมากเท่าที่ควร และมีแนวโน้มว่าจะลดการช่วยเหลือลงเรื่อยๆ แต่รัฐบาลสนับสนุนให้เอกชนดำเนินธุรกิจใหม่ได้ตลอดเวลา รัฐบาลไต้หวันมีนโยบายที่ปล่อยธนาคารขนาดใหญ่ ซึ่งมีรัฐบาลเป็นเจ้าของและรัฐวิสาหกิจภาคอุตสาหกรรมให้เอกชนเข้ามาเป็นเจ้าของมากขึ้น

การส่งออกยังเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่สำคัญของประเทศ ภาคการเกษตรลดบทบาทลงมากจากที่เคยรุ่งเรืองในอดีต ส่วนภาคอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานคนก็เปลี่ยนไปเป็นใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีสมัยใหม่แทน

ชาวไต้หวันหันไปลงทุนในประเทศต่างๆแถบเอเชีย ไม่ว่าจะเป็นจีน ไทย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และเวียดนามมากขึ้น โดยเฉพาะจีนแผ่นดินใหญ่ ตั้งแต่มีนโยบายทำการค้าร่วมกัน มีบริษัทของชาวไต้หวันไปลงทุนทำธุรกิจเพื่อดำเนินกิจการต่างๆ เป็นจำนวนมาก

อุตสาหกรรมหลักของไต้หวันคือ อิเล็กทรอนิกส์ โรงกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ อุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า เครื่องจักร ปูนซีเมนต์ และอาหารสำเร็จรูป

ผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญคือ ข้าว ข้าวโพด พืชผัก ผลไม้ ใบบัว เนื้อสุกร เนื้อสัตว์ปีก เนื้อวัว อาหารทะเล และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนมวัว

สินค้าส่งออกที่สำคัญคือ ชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ไฟฟ้าคิดเป็นร้อยละประมาณ 55 ของสินค้าส่งออกที่สำคัญ โลหะ สิ่งทอ พลาสติก และเคมีภัณฑ์

ประเทศคู่ค้าในการส่งออกคือ จีน ฮองกง สหรัฐอเมริกา ยุโรป ประเทศในกลุ่มอาเซียน และญี่ปุ่น

สินค้านำเข้าที่สำคัญคือ เครื่องจักรและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศคู่ค้าในการนำเข้าคือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา จีนและฮองกง รวมถึงเกาหลีใต้ด้วย

7. ประชากร

ไต้หวันมีสังคมที่ประกอบขึ้นด้วยชาวจีนหลากหลายเชื้อสาย ชาวจีนฮั่นที่อพยพมาอยู่ในยุคต้นๆ หรือ “ชาวจีนไต้หวัน” มาจากชาวจีน 2 กลุ่มได้แก่ ชาวจีนฮากกา (จีนแคะ) ซึ่งส่วนใหญ่มาจากมณฑลฝูเจี้ยน และชาวจีนฝูเจี้ยน (จีนฮกเกี้ยน) จากชายฝั่งตะวันออกเฉียงใต้ของมณฑลฝูเจี้ยน ชาวจีน 2 กลุ่มนี้รวมเป็นประมาณร้อยละ 85 ของประชากรทั้งหมด โดยสัดส่วนของชาวจีนฝูเจี้ยนต่อชาวจีนฮากกาจะประมาณ 3 ต่อ 1

เดิมไต้หวันมีชนพื้นเมืองดั้งเดิมอาศัยอยู่หลายเผ่า ปัจจุบันเหลืออยู่ประมาณ 13 เผ่าด้วยกัน คือ อตยาต ไชชียาต บูนัน ไชว ไทวัน รูโก ปินูยูมาฮัน คาวาลัน ตรุกิ อามิส ยามิ ซากิซาฮา และเส้า แต่เนื่องด้วยตลอด 3 ศตวรรษที่ผ่านมา ชาวเผ่าต่างๆ ได้ใช้ชีวิตกลมกลืนอยู่ร่วมกับชาวจีนฮั่น ทำให้ไม่มีชาวพื้นเมืองเดิมอยู่รวมกลุ่มแยกตัวชัดเจนเป็นเผ่าใดเผ่าหนึ่ง จะมีการรวมกลุ่มกันบ้างก็ตาม ในเขตหมู่บ้านในเขตป่าเขาบนเกาะ และริมชายหาดบนเกาะไต้หวัน

8. เงินตรา

ไต้หวันใช้เงินสกุลชื่อ นิวดอลลาร์ไต้หวัน (New Taiwan Dollar-TWD) หน่วยเงินใช้ชื่อย่อว่า NT หรือ NT\$ อัตราแลกเปลี่ยนเทียบกับเงินบาท คือ 1 หยวน : 1.1 บาท โดยประมาณ โดยเงินไต้หวันมีมูลค่าสูงกว่าเล็กน้อย(ภูมิชาย บุญสินสุข, 2555:38)

ค่าครองชีพในไต้หวันไม่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศในยุโรปที่มีเศรษฐกิจดี และค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับญี่ปุ่นแต่มีแนวโน้มว่าค่าครองชีพในไต้หวันจะสูงขึ้นเรื่อยๆ แต่หากนักท่องเที่ยวเลือกพักตามโรงแรมหรือที่พักราคาประหยัดกินอาหารที่หากินได้ง่ายตามร้านข้างถนน และเดินทางด้วยรถประจำทางเหมือนคนไต้หวันก็จะสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้ ซึ่งแน่นอนว่าค่าใช้จ่ายเมื่ออยู่ในไทเปจะสูงกว่าตามเมืองในชนบทของไต้หวัน

การใช้บัตรเครดิต ก็สามารถใช้ได้ทุกบัตรเฉพาะตามโรงแรม ห้างสรรพสินค้า และภัตตาคารทั่วไป การให้เงินทิปไม่ใช่ธรรมเนียมในไต้หวัน แต่พนักงานยกกระเป๋าตามสนามบินและโรงแรม ย่อมต้องการเงินทิปจากนักท่องเที่ยว โรงแรมทั่วไปจะรวมค่าบริการร้อยละ 10 ของค่าโรงแรม กับภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 5 ของค่าโรงแรมไว้ในใบเสร็จเรียบร้อยแล้ว

การซื้อของในไต้หวันจะต่อรองราคาไม่ค่อยได้มากเนื่องด้วยราคาสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าใหญ่ๆ ไม่ได้บอกผ่านเพื่อต่อรอง และบางร้านจะลดราคาให้ได้ไม่เกิน 10% ของราคาสินค้าที่ตั้งไว้

9. ความต่างของเวลา

เวลาของไต้หวันเร็วกว่าประเทศไทย 1 ชั่วโมง (ภูมิชาย บุญสินสุข, 2555: 38)

10. สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม

10.1 ตึกไทเป 101, เมืองไทเป



ภาพที่ 2. 22 ตึกไทเป101

ที่มา : <https://www.talontiew.com>

เป็นหนึ่งใน Landmark หลักของเมืองไทเป เป็นตึกที่สูงที่สุดในไต้หวัน และสูงเป็นอันดับ 2 ของโลก(ปี 2004 เคยสูงที่สุดในโลก) มีความสูงมากถึง 508 เมตร เป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวอดนิยมนิยมเมื่อมาเยือนไทเป

10.2 ทะเลสาบสุริยันจันทรา – Sun Moon Lake, เมืองหนานโถว



ภาพที่ 2. 23 ทะเลสาบสุริยันจันทรา

ที่มา : <https://www.talontiew.com>

หนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวสุดฮิตของประเทศไต้หวัน อยู่ที่เมืองหนานโถว บริเวณตอนกลางของเกาะ เป็นทะเลสาบที่มีเกาะเล็กๆอยู่ตรงกลางที่แบ่งทะเลสาบออกเป็น 2 ฝั่ง ฝั่งตะวันออกมีรูปร่างกลมเหมือนพระอาทิตย์และฝั่งตะวันตกที่มีรูปร่างคล้ายพระจันทร์เสี้ยว

10.3 หมู่บ้านโบราณจีวเฟิน – Jiufen Village, เมือง นิวไทเป



ภาพที่ 2. 24 หมู่บ้านโบราณจีวเฟิน

ที่มา : <https://www.talontiew.com>

เป็นหมู่บ้านเก่าแก่ที่รายล้อมที่ตั้งอยู่บนเนินเขา หันหน้าเข้าหาทะเล เคยเป็นแหล่งของการทำเหมืองแร่ทองคำมาก่อน โดยมีสถาปัตยกรรมของบ้านเรือนที่สวยงามแปลกตา ปัจจุบันเต็มไปด้วยร้านอาหารและร้านน้ำชาต่างๆ มนต์เสน่ห์ของจีวเฟินนั้นจะเผยให้เห็นในตอนพลบค่ำ ที่จะมีโคมไฟแดงนับร้อยๆดวงสว่างไสวขึ้น ทำให้จีวเฟินกลายเป็นเมืองดั่งมนต์ ที่ลึกลับอีกแบบจากกลางวัน ดั่งเมืองลับในเรื่อง “Spirited Away” อยู่ในเขต New Taipei

10.4 พิพิธภัณฑ์พระราชวังกู้กง National Palace Museum, เมืองไทเป



ภาพที่ 2. 25 พิพิธภัณฑ์พระราชวังกู้กง

ที่มา : <https://www.talontiew.com>

อาคารขนาดใหญ่ที่มีรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่งดงามตามแบบพระราชวังจีนโบราณ เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีการจัดแสดงโบราณวัตถุที่มากที่สุดในโลก มีการจัดแสดงสมบัติโบราณวัตถุและศิลปะต่างๆของชาวจีนอยู่มากกว่า 700,000 ชิ้นงาน

10.5 ย่านช้อปปิ้งวัยรุ่น ซี้เหมินดิง – Ximending, เมืองไทเป



ภาพที่ 2. 26 ย่านช้อปปิ้งวัยรุ่น ซี้เหมินดิง

ที่มา : <https://www.talontiew.com>

เป็นย่านช้อปปิ้งของวัยรุ่นที่มีชื่อเสียงมากที่สุดของไต้หวัน มีฉายาว่า ฮาราจุกุแห่งไทเป เป็นแหล่งกำเนิดของแฟชั่นของหนุ่มสาวชาวไต้หวัน และเป็นหนึ่งใน landmark สำคัญของเมืองไทเปด้วย

10.6 เกาะผิงหู – Penghu Islands, เมืองหนานโถว



ภาพที่ 2. 27 เกาะผิงหู

ที่มา : <https://www.talontiew.com>

เป็นหมู่เกาะในช่องแคบไต้หวัน ระหว่างไต้หวันและจีนแผ่นดินใหญ่ มีเกาะเล็กเกาะน้อยมากกว่า 100 เกาะ มีน้ำทะเลใสสีน้ำเงิน หาดทรายขาวสะอาด และจุดชมวิวมากมาย ทำให้เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของไต้หวัน

10.7 อนุสรณ์สถานเจียงไคเชก Chiang Kai-Shek Memorial Hall, เมืองไทเป



ภาพที่ 2. 28 อนุสรณ์สถานเจียงไคเชก

ที่มา : <https://www.talontiew.com>

เป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของประเทศไต้หวัน และสถานที่ท่องเที่ยวหลักที่ต้องมาของเมืองไทเป สร้างขึ้นตั้งแต่ปี 1976 เพื่อเป็นการรำลึกและเทิดทูนอดีตประธานาธิบดีเจียง ไคเชก เป็นอาคารสีขาวทั้ง 4 ด้านมีหลังคาทรง 8 เหลี่ยมสีน้ำเงินแบบสถาปัตยกรรมแบบจีน ตั้งเด่นเป็นสง่าอยู่ตรงกลางของจัตุรัสเสรีภาพ(Freedom Square)

10.8 อุทยานแห่งชาติทาโรโกะ – Taroko National Park, ฮัวเหลียน

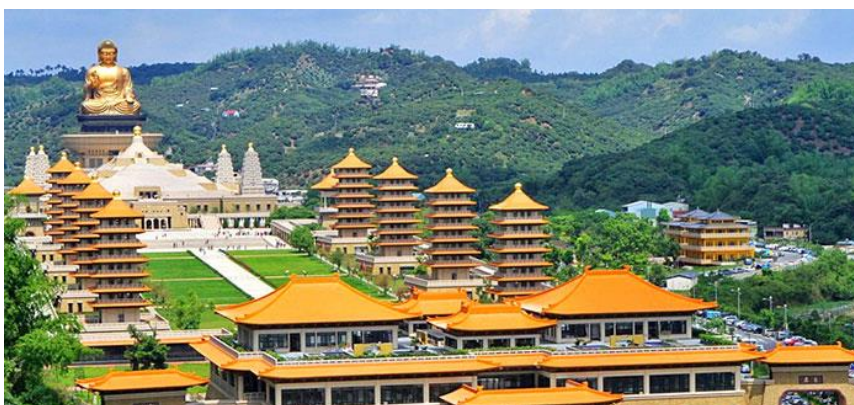


ภาพที่ 2. 29 อุทยานแห่งชาติทาโรโกะ

ที่มา : <https://www.talontiew.com>

เป็นหนึ่งในอุทยานแห่งชาติชื่อดังที่สุดของไต้หวัน ที่มีธรรมชาติป่าเขาที่ยิ่งใหญ่สวยงาม โดยมีไฮไลท์เป็นน้ำตกหน้าผาที่มีการสร้างศาลเจ้าอยู่ด้านบนน้ำตกด้วย ชื่อน้ำตก Changchun และศาลเจ้า Changchun

10.9 พุทธอุทยานพระใหญ่ ไฝ่ กวง ซาน, เกาสง



ภาพที่ 2. 30 พุทธอุทยานพระใหญ่ ไฝ่ กวง ซาน

ที่มา : <https://www.talontiew.com>

เป็นส่วนทางด้านศาสนาพุทธที่มีขนาดกว้างใหญ่อลังการมากที่สุดแห่งหนึ่งของไต้หวัน เพิ่งเปิดตัวเมื่อปลายปี 2011 มีพระพุทธรูปขนาดใหญ่ยักษ์พร้อมกับเจดีย์ขนาดใหญ่เรียงรายด้านหน้า อยู่ 2 ชั้น และมีฉากหลังเป็นภูเขาทำให้ได้รับการแนะนำในเว็บไซต์ต่างๆจนมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาชมกันมากมาย

10.10 เจดีย์มังกรเสื่อ วัดฉือจี้, เกาสง



ภาพที่ 2. 31 เจดีย์มังกรเสื่อ วัดฉือจี้
ที่มา : <https://www.talontiew.com>

เป็นหนึ่งในแลนด์มาร์กสำคัญของเมืองเกาสง ตั้งอยู่ด้านหน้าวัดฉือจี้(Ciji Temple) ที่มีลักษณะเป็นเจดีย์สูง 7 ชั้นคู่กัน โดยจะมีรูปปั้นมังกรและเสื่อขนาดใหญ่เป็นทางเข้าเจดีย์ ตั้งอยู่โดดเด่น

10.11 ตลาดกลางคืนไน้ไต้หวัน



ภาพที่ 2. 32 ตลาดกลางคืนไน้ไต้หวัน
ที่มา : <https://www.talontiew.com>

ในประเทศไต้หวัน ตลาดกลางคืนหรือไนท์มาร์เก็ตอยู่มากมายทุกเมือง ทุกย่าน เป็นเรื่องทางด้านวัฒนธรรมของคนไต้หวันที่คุ้นชินกับการไปเดินเล่นหรือทานข้าว ทานขนมกันที่ตลาดกลางคืน ที่อารมณ์ส่วนใหญ่จะคล้ายๆกับบ้านเราแต่ละ สะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยกว่า ดู 12 ตลาดช้อปปิ้งกลางคืนสุดคึกคักในไต้หวัน

10.12 หมู่บ้านสายรุ้ง – Rainbow Village, ไถจง



ภาพที่ 2. 33 หมู่บ้านสายรุ้ง

ที่มา : <https://www.talontiew.com>

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ เพราะมีการนำเอาสีมาแต้มตามผนังในหมู่บ้านของทหารที่เกษียณอายุแล้ว อย่างเป็นเรื่องราว เป็นตัวการ์ตูนสีสันสดใส เหมือนกับเด็ก ๆ วาด ดูแล้วสนุกสนานขัดกับการเป็นหมู่บ้านผู้สูงอายุอย่างมาก

10.13 วัดต้าหลงตง เป่าอัน, ไทเป



ภาพที่ 2. 34 วัดต้าหลงตง เป่าอัน

ที่มา : <https://www.talontiew.com>

หรือกันสั้นๆว่า วัดเป่าอัน เป็นวัดพุทธแบบจีนเก่าแก่ที่สร้างขึ้นตั้งแต่ปีค.ศ. 1804 โดยผู้อพยพชาวจีนฟูเจี้ยน(Fujian) ปัจจุบันได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางด้านวัฒนธรรมโดย UNESCO เรียบร้อยแล้ว

10.14 ชายทะเลเหลาเหมย – Lao Mei, ใกล้กับไทเป



ภาพที่ 2. 35 ชายทะเลเหลาเหมย

ที่มา : <https://www.talontiew.com>

เป็นกลุ่ม โขดหินริมชายหาดรูปร่างประหลาดที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้น โดยแรงซัดสาดจากน้ำทะเล กัดเซาะจนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยเฉพาะในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม ที่กลุ่มโขดหินนี้จะมีสีเขียวจากพืชทะเลขึ้นมาปกคลุมยิ่งแปลกตาขึ้นไปอีก

10.15 หินราชินี – Queen’s head rock, เย่หลิว



ภาพที่ 2. 36 หินราชินี

ที่มา : <https://www.talontiew.com>

อีกหนึ่งผลงานสร้างสรรค์ของธรรมชาติ โดยการกัดเซาะของแรงลม กัดกร่อนจนก้อนหินเปลี่ยนเป็นรูปร่างแปลกแตกต่างกันไป โดยกลุ่มหินภูเขาไฟนี้ อยู่ที่ Yehliu Geopark ซึ่งมีก้อนหินที่มีชื่อเสียงมากที่สุดคือ หินราชินี

2.4 วิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

อริศรา ธิรภาณภักดิ์ (2558) เขียนรายงานการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวฮ่องกงด้วยตนเอง” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวฮ่องกงด้วยตนเอง 2) เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยขณะท่องเที่ยวในฮ่องกง 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวไทยมีต่อฮ่องกง 4) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางไปท่องเที่ยวฮ่องกงด้วยตนเอง โดยใช้วิธีการวิจัยคือ ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เช่น หนังสือ วารสาร เว็บไซต์ สร้างแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ทฤษฎีค่าเฉลี่ย ร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวฮ่องกงด้วยตนเองมากที่สุด คือ การคมนาคมที่มีความสะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 45.30 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากและอื่นๆ คือ ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 26.80 และ 13.60 2) จากการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยขณะท่องเที่ยวในฮ่องกงด้วยตนเองพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวฮ่องกงด้วยตนเองเลือกเดินทางไปมากที่สุด คือ ห้างสรรพสินค้า และแหล่งช้อปปิ้งต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมา คือ วัด/ศาลเจ้า/โบสถ์และสวนสนุก คิดเป็นร้อยละ 29.40 และ 21.70 ตามลำดับ 3) จากการศึกษพบว่านักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวฮ่องกงด้วยตนเองนั้นมีความพึงพอใจต่อฮ่องกงในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.80 รองลงมา คือ พอใจในระดับปานกลาง และมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.70 และ 10.30 ตามลำดับ ซึ่งข้อมูลเบื้องต้นที่สำรวจมาได้นี้สอดคล้องกับข้อมูลของเว็บไซต์ www.manager.com ที่กล่าวถึงสถิตินักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวฮ่องกงจากปี 2554 เพิ่มขึ้นจากปี 2553 ถึง ร้อยละ 6.8 คิดเป็นจำนวนคน 480,497 คน

ยศภรณ์ มั่นในบุญธรรม (2559) เขียนรายงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีน 3) เพื่อศึกษาปัญหาด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยใช้วิธีการวิจัยคือ ศึกษาจากการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ จากแหล่งข้อมูลในอินเทอร์เน็ต และศึกษาจากการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ จากการสังเกตและพูดคุยสอบถามนักท่องเที่ยว มีการจัดทำแบบสอบถามนักท่องเที่ยวและนำความคิดเห็นที่ได้มาวิเคราะห์ปัญหาที่นักท่องเที่ยวเจอ ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มี

อายุ 21-25 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพ นักศึกษาและพนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือนอยู่ที่ ต่ำกว่า 3000 หยวน และ 3000-5000 หยวน ส่วนใหญ่เดินทางมาจากมณฑลฝูเจี้ยน และเทศบาลเมือง นครปักกิ่ง ที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพราะค่าใช้จ่ายที่ใช้ในประเทศไทยน้อยกว่าการเดินทางไปประเทศอื่น 2) พฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมาประเทศไทยครั้งเดียว และไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมาก่อน ซึ่งนักท่องเที่ยวเป็นผู้วางแผนการเดินทางด้วยตัวเอง โดยสอบถามจากเพื่อนหรือศึกษาจากแหล่งข้อมูลในอินเทอร์เน็ต มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ที่ 5-7 วัน จุดประสงค์ในการมาประเทศไทยก็เพื่อมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 8000 หยวน และนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีกครั้ง ทั้งนี้เป็นเพราะการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายไม่แพงมาก จึงทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของแสงเดือน รตินธร (2555) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เคยมีประสบการณ์มาเยือนเมืองไทย แล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวด้วย มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว 5,991-11,970 หยวน และนิยมค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต 3) พบว่าสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ความสวยงามของสภาพแวดล้อม ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง สิ่งที่มีอิทธิพลระดับมากคือ ราคาที่เหมาะสมของตั๋วเครื่องบินและที่พัก ส่วนสิ่งที่มีอิทธิพลในระดับปานกลางก็คือ การประชาสัมพันธ์ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว และโปรโมชั่น ส่วนแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามของประเทศไทย ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามของประเทศไทยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว ดังคุณให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนต้องการเข้ามาเพื่อผ่อนคลายความเครียด ดังนั้นการไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ต่างไปจากวัฒนธรรมของจีน ทำให้เพลิดเพลินไปกับบรรยากาศต่างๆนี้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉรา สมบัตินนทนา (2555) และ แสงเดือน รตินธร (2555) ที่กล่าวว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอาจเป็นเพราะประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ประกอบกับวัฒนธรรมและประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละภาค รวมถึงอาหารไทย 4) สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการไป พบว่านอกจากกรุงเทพฯ แล้ว สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปเยี่ยมชมคือ จังหวัดที่มีชายฝั่งทะเล เพราะทราบว่าประเทศไทยมี

ชายฝั่งทะเล เกาะ หรืออ่าวต่างๆ ที่สวยงามโดยเฉพาะฝั่งทะเลของภาคใต้ รวมถึงมีอาหารถูกและรสชาติดี เป็นที่ถูกใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวจีนยังประสงค์ที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ เพราะสนใจลักษณะของวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีความประสงค์ที่จะท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือเชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา และหัวหิน ในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไปเยี่ยมชมมากที่สุด คือ พระบรมมหาราชวัง ตลาดนัดจตุจักร และอุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี เนื่องจากว่าสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้มีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ส่วนตลาดนัดจตุจักรก็เป็นแหล่งรวมของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชาวจีนชื่นชอบ เพราะวราคาไม่แพงมากจึงทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาเยี่ยมชม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของแสงเดือน รติธร (2555) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ที่เกี่ยวกับธรรมชาติ อย่างเช่น การเดินทางไปท่องเที่ยวชายหาดทะเลในเมืองพัทยา จ.ภูเก็ต และเกาะสมุย เป็นต้น 5) ปัญหาและข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีปัญหาด้านภาษาที่ต้องใช้ในการติดต่อสื่อสาร เช่น การซื้อของ การถามทาง เป็นต้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางส่วนไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ จึงอาจทำให้เกิดความผิดพลาดทางการสื่อสารได้ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวบางส่วนตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์เพื่อแก้ปัญหาในการสื่อสาร ตามมาด้วยปัญหาด้านการจราจร ที่ติดขัดมากเกินไป ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับผลกระทบ ต้องปรับเปลี่ยนแผนการท่องเที่ยวต่างๆ หรือบางครั้งก็ทำให้นักท่องเที่ยวพลาดเที่ยวบินของตนเอง และนอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวบางท่านแสดงความคิดเห็นว่าปัญหาด้านการจราจรนี้อาจมาจากการวางผังเมืองที่ไม่ดี อีกทั้งยังมีนักท่องเที่ยวบางท่าน โคนเสนอขายสินค้าและบริการในราคาที่ไม่เป็นธรรมต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งปัญหานี้รัฐควรจัดตั้งองค์กร หรือศูนย์ร้องเรียนให้กับนักท่องเที่ยวที่พบปัญหานี้ เพื่อรับทราบปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบและควรจะศึกษาข้อมูล ดูแลปรับปรุง และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจและมีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

ณัฐนิชา มรกต (2558) เขียนรายงานวิจัย "ปัจจัยดึงดูดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของวัยรุ่นไทย" มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ทำให้วัยรุ่นไทยเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้ 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของวัยรุ่นไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรในเกาหลีใต้ 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้ โดยใช้วิธีการวิจัยคือ กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษาและกรอบแนวคิดในการ

วิจัย สร้างแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลทุกข้อมุม และข้อมูลปฐมภูมิ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ ออกมาในรูปแบบตาราง ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะกลุ่มตัวอย่างด้านระดับการศึกษา อายุ รายได้ ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจการท่องเที่ยวในต่างประเทศ พบว่า ระดับการศึกษาสัมพันธ์กับ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ท่องเที่ยวทัศนียภาพ พืชพันธุ์และ สัตว์ และท่องเที่ยวันทนาการ นอกจากนี้ยังสัมพันธ์กับแรงจูงใจส่วนบุคคล ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านสังคม และสัมพันธ์กับการอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวด้านการบริการในการเดินทาง สาธารณูปโภค สถานที่พักสะอาด ร้านอาหาร สะอาด และศูนย์การสอบถามข้อมูล อายุ สัมพันธ์กับ แรงจูงใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแรงจูงใจส่วนบุคคลด้านอารมณ์ความรู้สึก สังคม การพัฒนาส่วนบุคคล เช่นเพิ่มความรู้อายุ สัมพันธ์กับ การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม ท่องเที่ยวทัศนียภาพ พืชพันธุ์และสัตว์ และท่องเที่ยวันทนาการ นอกจากนี้ยังสัมพันธ์ กับแรงจูงใจส่วนบุคคล ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านสังคม และสัมพันธ์กับการอำนวยความสะดวก ในการท่องเที่ยวด้านการบริการในการเดินทาง สาธารณูปโภค สถานที่พักสะอาด ร้านอาหาร สะอาด และศูนย์การสอบถามข้อมูล อายุ สัมพันธ์กับ แรงจูงใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ แรงจูงใจส่วนบุคคลด้านอารมณ์ความรู้สึก สังคม การพัฒนาส่วนบุคคล เช่นเพิ่มความรู้อายุ สัมพันธ์กับ แรงจูงใจด้านจิตวิทยา รายได้สัมพันธ์กับแรงจูงใจ ด้านการเดินทางที่ง่าย มีการคมนาคมที่ดีและ ด้านอารมณ์ความรู้สึก ด้านสังคม ความสะดวกสบาย และการรับรู้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ 2) จาก การศึกษากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีได้ พบว่า ปัจจัยดึงดูดที่ ทาให้วัยรุ่นไทยเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีได้มากที่สุด มีด้วยกันหลายปัจจัย แบ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว คือการที่ประเทศเกาหลีได้มีทัศน ีและทัศนียภาพของประเทศเกาหลีได้มีความสวยงาม และการคมนาคมมีความสะดวกสบายรวดเร็ว มีระบบรถไฟความเร็วสูงที่มีความสะดวกสบายมาก สามารถเดินทางไปได้ทุกที่ ทั้งในเมืองหลวง และหัวเมืองสำคัญต่างของเกาหลีได้ได้ในเวลาไม่กี่ชั่วโมง และมีเส้นทางครอบคลุมทั่วทุกแห่ง ท่องเที่ยวและแหล่งธุรกิจ การจราจรในเมืองมีระเบียบและไม่แออัดวุ่นวาย มีบริการคมนาคมขนส่ง หลากหลายรูปแบบให้บริการ อีกด้านที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจและติดใจ ก็คืออาหาร เกาหลีที่โด่งดังไปทั่วโลก ยกตัวอย่างเช่น อาหารที่เมื่อพูดถึงความเป็นเกาหลีได้ต้องนึกถึงเป็น อันดับแรก นั่นก็คือ กิมจิ ซึ่งเป็นจุดเด่นอย่างหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเกาหลีได้ ได้ อย่างมาก อีกด้านคือเกาหลีได้มีแหล่งช้อปปิ้งครบครันและทันสมัย ที่รวบรวมแฟชั่นสไตล์เกาหลี ต่างๆ ที่เป็นที่ยอมรับอย่างมากในวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน อีกทั้งประเทศเกาหลีได้มีความสะดวกที่ไม่ต้อง

ขอวีซ่า และสามารถอยู่ท่องเที่ยวได้นานถึง 90 วัน ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปได้ง่าย แม้เป็นวัยรุ่นที่กำลังอยู่ในวัยเรียน

หรือบุคคลที่เป็นลูกจ้างพนักงานบริษัท ข้าราชการ พ่อค้าแม่ค้า ก็สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ จึงเป็นประเทศที่ง่ายต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยว 3) ผลจากการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นไทย ส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเกาหลีใต้จาก อินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับบทความในหนังสือพฤติกรรมความคลั่งไคล้ศิลปินนักร้องเกาหลีของวัยรุ่นไทย (วรรณุช ตันติวิทิตพงศ์, 2551) เนื่องจากในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตนั้นเข้าถึงได้ง่าย และทุกคนส่วนใหญ่พบเห็นได้ในชีวิตประจำวันอยู่แล้วตามสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ กระจุกเว็บบอร์ด ที่มีทั้งข้อมูลการท่องเที่ยว สื่อบันเทิงต่างๆ เพลง ภาพยนตร์ละครศิลปินดารา และของสะสมของใช้ที่น่าสนใจ เมื่อพบเห็นและเข้าถึงสื่อเหล่านี้ได้ง่าย จึงเกิดการชักชวนให้วัยรุ่นไทย สนใจที่จะไปสัมผัสบรรยากาศต่างแดนที่สวยงามอย่างประเทศเกาหลีใต้ ตามที่ได้เห็นมาในนั้น ลำดับรองลงมา คือ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการแนะนำของบุคคล นอกจากนี้ ส่วนใหญ่เลือกเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วิเคราะห์ได้ว่าวัยรุ่นไทยที่สนใจเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้ ส่วนมากมีความประทับใจในความสวยงามของภูมิประเทศ ทัศนียภาพที่สวยงามของเกาหลีใต้ ซึ่งอาจจะเคยเห็นและพบเจอในสื่อบันเทิงต่างๆ จึงเกิดความสนใจและอยากลองไปสัมผัสด้วยสายตาตนเอง ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการที่มีความทันสมัยและโด่งดังไม่แพ้ด้านอื่นๆ ของเกาหลีใต้ รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ต่างๆ ที่มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนานในเกาหลีใต้ เช่น วัด หรืออนุสรณ์สถานที่เป็นสถานที่ที่ผู้มาเยือนจะต้องไปให้ได้ซักครั้งเมื่อมาถึงเกาหลีใต้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวนี้ พบว่า ปัจจัยและแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีหลายปัจจัย อย่างเช่น การคมนาคมที่สะดวกสบาย แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามมีชื่อเสียงและร้านอาหารก็มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น แนวคิดของ อริศรา ธิรภาณุกัณฑ์ (2558) และยศภรณ์ มั่นในบุญธรรม (2559) ส่วนแรงจูงใจส่วนบุคคล ทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ด้านสังคม ก็มีผลต่อการตัดสินใจ การอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ด้านการบริการในการเดินทาง สาธารณูปโภค สถานที่พัก ร้านอาหาร ศูนย์การสอบถามข้อมูล การรับรู้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ พฤติกรรมความคลั่งไคล้ศิลปินนักร้องก็มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว เช่น แนวคิดของ ัญญฐนิชา มรกต (2558)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจโดยศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้ชาวไทยไปเที่ยวไต้หวัน ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 วิธีการศึกษา
- 3.2 เก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและเกณฑ์การให้คะแนน
- 3.7 กรอบแนวความคิด

3.1 วิธีการศึกษา

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการท่องเที่ยวในไต้หวัน และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยที่ไปไต้หวัน จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เช่น หนังสือวารสาร เว็บไซต์
2. ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย และสถานที่ท่องเที่ยวในไต้หวันที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจากหนังสือการท่องเที่ยวในไต้หวัน รวมทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์
3. สร้างแบบสอบถามเพื่อถามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวที่ไต้หวันในสนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินดอนเมือง บริษัทนำเที่ยว และสื่อออนไลน์
4. เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยแล้วนำมาประมวลผล และนำเสนอข้อมูลออกมาในรูปแบบของตาราง
5. เรียบเรียงผลการศึกษาในรูปแบบของบทความวิจัย

3.2 เก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งที่มาของข้อมูล

1) ข้อมูลเชิงทฤษฎี

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในได้หวัน จากหนังสือ วารสาร ข่าว อินเทอร์เน็ต สถิติ บทความทางวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น สำนักงานเศรษฐกิจและวัฒนธรรมไทเปประจำประเทศไทย เป็นต้น และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในได้หวันและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

2) ข้อมูลเชิงปฐมภูมิ

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลให้ชาวไทยไปเที่ยวได้หวัน” เป็นจำนวน 200 ชุด โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามผ่านทางสื่อออนไลน์ และแจกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยไปเที่ยวได้หวันทั้งในสนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินดอนเมือง และบริษัทนำเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน กุมภาพันธ์-เมษายน พ.ศ.2561

3.3 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 200 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้สำหรับการวิจัยครั้งนี้คือ 200ชุด ซึ่งจะเลือกศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ได้หวัน โดยเก็บตัวอย่างจากการแจกแบบสอบถามที่สนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินดอนเมือง บริษัทนำเที่ยว และทางออนไลน์

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาสอบถามกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนมีลักษณะดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ทำให้เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวที่ไต้หวัน

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในไต้หวัน

2. โปรแกรมสร้างแบบสอบถามออนไลน์ Google Forms
3. โปรแกรม Microsoft Office Word
4. โปรแกรม Microsoft Office Excel
5. โปรแกรม IBM SPSS Statistics

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและเกณฑ์การให้คะแนน

1. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลทุกข้อมูมิที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของไต้หวันและรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการแจกแบบสอบถามทั้งหมด โดยที่ตอบคำถามครบตามจำนวนทุกข้อ ทั้งหมด 200 ชุด โดยจะนำมาวิเคราะห์และแสดงผลในรูปแบบของตารางเปรียบเทียบและแผนภูมิแท่ง

2. เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มาก

คะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง น้อย

คะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

จากนั้นได้เกณฑ์การประเมินผลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจมาก

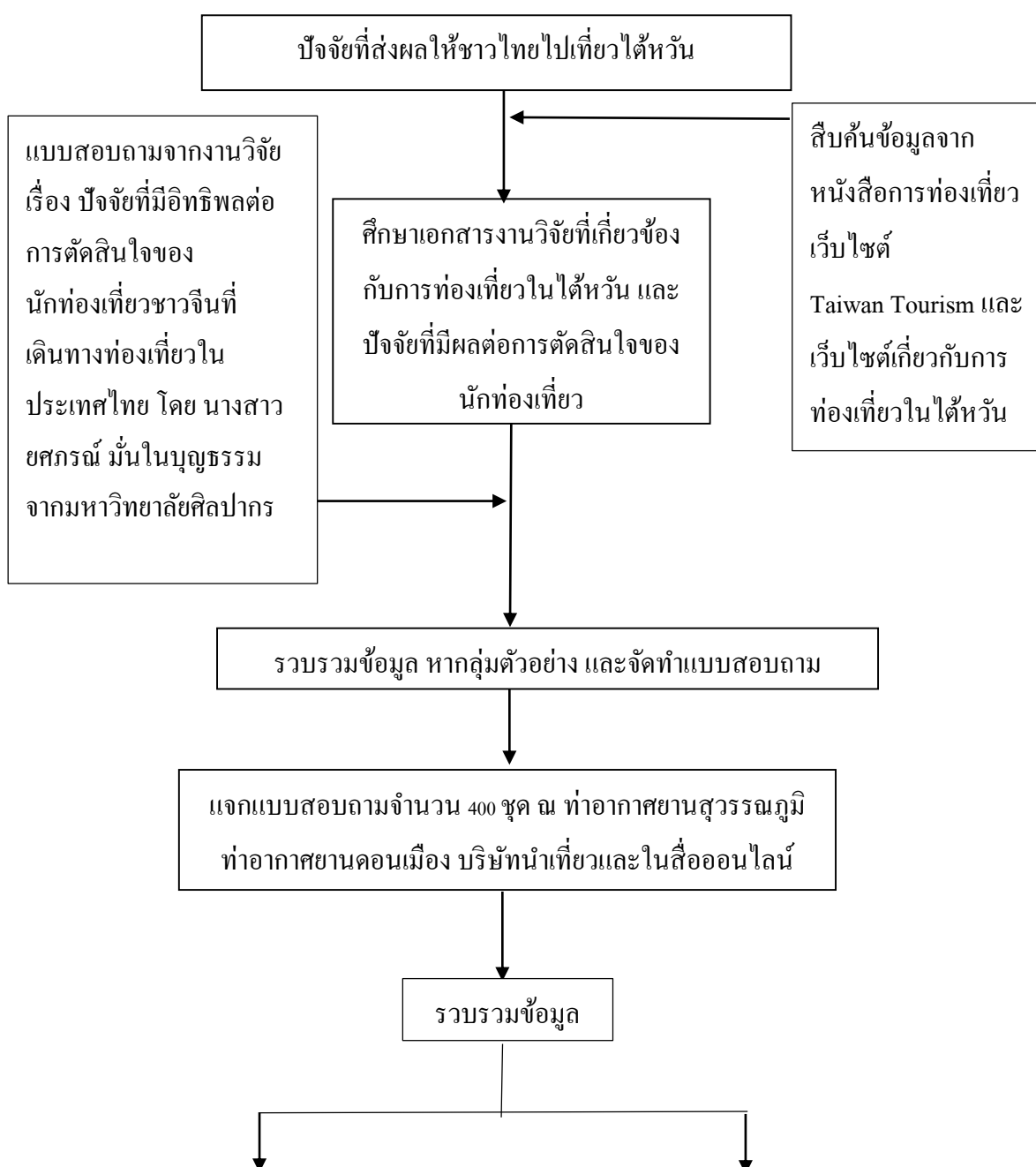
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

3.7 กรอบแนวความคิด

งานวิจัยนี้มีกรอบแนวคิด ดังต่อไปนี้คือ



ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง
ไปท่องเที่ยวในไต้หวัน

ลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่
เดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน

ภาพที่ 3. 1 กรอบแนวคิดการศึกษาและการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้ชาวไทยไปเที่ยวใน
ไต้หวัน

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

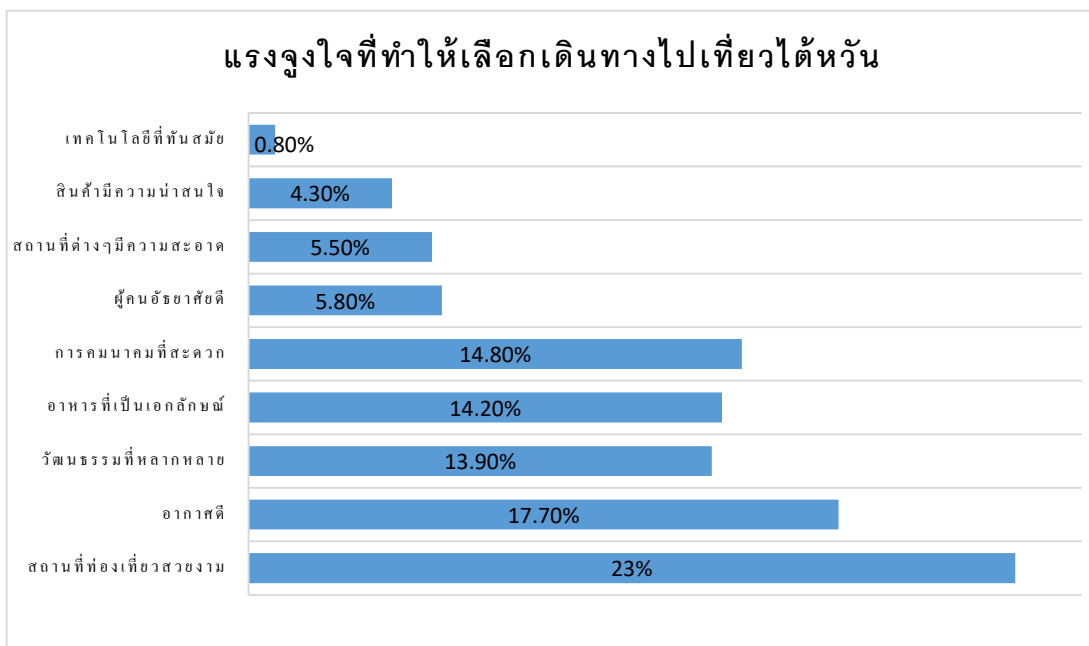
การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการแจกแบบสอบถามครั้งที่ 1 ในรูปแบบออนไลน์ ตั้งช่วงวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2561 เป็นจำนวน 35 ชุด ส่วนครั้งที่ 2 ช่วงวันที่ 16-25 มีนาคม 2561 โดยการนำแบบสอบถามไปฝากไว้กับบริษัทนำเที่ยวทั้งหมด 3 บริษัท ดังนี้คือ 1) ไทยทราเวลเซ็นเตอร์(บริษัท ทีทีซี โกลบอล จำกัด) 12 ชุด 2) บริษัท ฟอ์เรสทัวร์ จำกัด 12 ชุด 3) บริษัท อีดีซี ทราเวล พลัส จำกัด 12 ชุด ในการแจกแบบสอบถามครั้งที่ 3 ผู้วิจัยได้เดินทางไปแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ช่วงวันที่ 3-4 เมษายน 2561 เป็นจำนวน 64 ชุด และครั้งที่ 4 แจกแบบสอบถามในท่าอากาศยานดอนเมือง ช่วงวันที่ 7-8 เมษายน 2561 เป็นจำนวน 65 ชุด รวมทั้งหมดเป็นจำนวน 200 ชุด โดยแยกเป็นข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในได้หวัน และเพื่อศึกษาลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวที่ ได้หวัน

4.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในได้หวัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในได้หวัน ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 หัวข้อคือ แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในได้หวัน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1. แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในได้หวัน

ในการศึกษาแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวในได้หวัน ผู้วิจัยให้นักท่องเที่ยวเลือกตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ ทำให้ได้ผลการศึกษาดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4. 1 แผนภูมิแสดงแรงจูงใจที่ทำให้เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน

จากภาพที่ 4.1 เป็นแผนภูมิที่แสดงให้เห็นถึงแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน จากการวิเคราะห์พบว่า การที่ไต้หวันมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม เป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวที่ไต้หวันเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 23 อันดับที่สอง คือ ไต้หวันมีภูมิอากาศที่ดี คิดเป็นร้อยละ 14.80 มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 14.20 อาหารที่เป็นเอกลักษณ์ คิดเป็นร้อยละ 14.20 มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 13.90 ผู้คนอัธยาศัยดี คิดเป็นร้อยละ 5.80 สถานที่ต่างๆมีความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 5.50 สินค้ามีความน่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 4.30 และมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้สอบถามเกี่ยวกับเกณฑ์ต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยดังที่แสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4. 1 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เลือกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	มากที่สุด (จำนวน คน)	มาก (จำนวน คน)	ปานกลาง (จำนวน คน)	น้อย (จำนวน คน)	น้อยที่สุด (จำนวน คน)
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	34	92	68	5	1
โปรโมชั่นต่างๆ	50	98	44	8	-
ความเหมาะสมของราคาตั๋วเครื่องบินและที่พัก	55	99	44	2	-
ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม	51	98	49	2	-
ความเหมาะสมของราคาค่าเดินทาง	44	107	49	-	-
ความสวยงามของสภาพแวดล้อมและสถานที่ท่องเที่ยว	54	112	31	2	1
ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว	51	119	29	1	-
ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	83	91	26	-	-

ตารางที่ 4. 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ระดับการตัดสินใจ					N	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ
	5	4	3	2	1				
ด้านการตลาด									
1.การ โฆษณาและประชาสัมพันธ์	34	92	68	5	1	200	3.76	0.77	มาก
2. โปรโมชันต่างๆ	50	98	44	8	0	200	3.95	0.79	มาก
ด้านราคา									
1.ความเหมาะสมของราคาตัวเครื่องบินและที่พัก	55	99	44	2	0	200	4.03	0.73	มาก
2.ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม	51	98	49	2	0	200	3.99	0.73	มาก
3.ความเหมาะสมของราคาค่าเดินทาง	44	107	49	0	0	200	3.97	0.68	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพจากสื่อโฆษณา									
4.ความสวยงามของสภาพแวดล้อมและสถานที่ท่องเที่ยว	54	112	31	2	1	200	4.08	0.71	มาก
5.ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว	51	119	29	1	0	200	4.10	0.64	มาก
6.ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	83	91	26	0	0	200	4.28	0.68	มากที่สุด
รวม	422	744	340	20	2	1,600	4.05	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่าปัจจัยด้านการตลาด ด้านราคา และด้านลักษณะทางกายภาพจากสื่อโฆษณา โดยรวมอยู่ในระดับที่มาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมา ได้แก่ ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.10 และความสวยงามของสภาพแวดล้อมและสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.08 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมน้อยที่สุด ได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.76

4.2 ลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวที่ไต้หวัน

ในการศึกษาลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน ผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ในส่วนของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน ประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวข้องกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เงินเดือน และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว โดยนำมาแสดงในรูปแบบค่าร้อยละ ดังที่แสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4. 3 ตารางแสดงแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

เพศ	ร้อยละ
ชาย	36.0
หญิง	64.0
อายุ	
น้อยกว่า 20 ปี	4.5
20-29 ปี	49.5
30-39 ปี	20.0
40-49 ปี	8.5
50-59 ปี	12.0
มากกว่า 60ปี	5.5
ระดับการศึกษา	
น้อยกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษา	8.0
ปริญญาตรี	74.0
ปริญญาโท	17.5
อื่นๆ	0.5
สถานภาพ	
โสด	64.5
แต่งงาน	35.5
อาชีพ	
นักเรียน/นักศึกษา	26.5
พนักงานบริษัท	33.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6.0
ธุรกิจส่วนตัว	16.5
ข้าราชการ	12.0
แม่บ้าน	4.5
อื่นๆ	1.5
รายได้ต่อเดือน	
น้อยกว่า 15,000 บาท	27.5
15,000-20,000 บาท	23.5
20,000-25,000 บาท	8.0
25,000-30,000 บาท	9.5

รายได้ต่อเดือน	ร้อยละ
35,000-40,000 บาท	11.5
มากกว่า40,000 บาท	20.0
จังหวัดที่อยู่อาศัย	
กรุงเทพมหานคร	50.0
กระบี่	1.0
กาญจนบุรี	0.5
กาฬสินธุ์	0.5
กำแพงเพชร	0.5
ขอนแก่น	0.5
ชลบุรี	3.5
เชียงใหม่	1.0
ตาก	0.5
นครนายก	0.5
นครปฐม	4.5
นครพนม	0.5
นครราชสีมา	0.5
นครสวรรค์	1.0
นนทบุรี	3.5
ปทุมธานี	4.0
ปราจีนบุรี	0.5
พระนครศรีอยุธยา	2.5
พังงา	0.5
เพชรบุรี	1.5
พะเยา	1.5
ภูเก็ต	2.0
ราชบุรี	1.5
ลำปาง	1.0
สงขลา	1.5
สมุทรปราการ	10.5
สมุทรสาคร	0.5
สระบุรี	1.0
สุพรรณบุรี	0.5
สุราษฎร์ธานี	0.5
อ่างทอง	0.5
อุบล	2.0
อำนาจเจริญ	0.5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวันส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.0 และเพศชายร้อยละ 36.0 ส่วนอายุของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาได้แก่ ระดับปริญญาโท ร้อยละ 17.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 64.5 แต่งงานแล้ว คิดเป็นร้อยละ 35.5 เมื่อพิจารณาอาชีพของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาได้แก่ นักเรียนและนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.5 สำหรับรายได้ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 27.5 รองลงมาคือ 15,000-20,000 บาท ร้อยละ 23.5 และนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ จังหวัดสมุทรปราการ คิดเป็นร้อยละ 10.5 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

2. พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในไต้หวัน ผู้วิจัยได้จำแนกข้อมูลออกเป็น 6 ประเด็น ดังที่แสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การเดินทางไปไต้หวัน	ร้อยละ
เคยไปมาแล้ว 1 ครั้ง	74.5
เคยไปมาแล้ว 2 ครั้ง	19.0
เคยไปมาแล้ว 3 ครั้ง	3.0
เคยไปมาแล้ว 4 ครั้ง	2.5
เคยไปมาแล้ว 8 ครั้ง	0.5
เคยไปมาแล้ว 10 ครั้ง	0.5
วางแผนการเดินทาง	
วางแผนด้วยตนเอง	42.5
บริษัททัวร์	45.5
ไกด์ทัวร์ส่วนตัว	4.0
อื่นๆ	8.0
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในไต้หวัน	
น้อยกว่า 10,000 บาท	6.5
10,000-20,000 บาท	40.5
20,000-30,000 บาท	27.5
30,000-40,000 บาท	10.0

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในไต้หวัน	ร้อยละ
40,000-50,000 บาท	12.5
มากกว่า 50,000 บาท	3.0
จุดประสงค์ในการเดินทาง	
พักผ่อนและเดินทางท่องเที่ยว	91.5
เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ	4.0
ธุรกิจ	1.0
อื่นๆ	3.5
นักท่องเที่ยวรู้จักไต้หวันจาก	
เพื่อน	20.0
อินเทอร์เน็ต	45.0
รายการโทรทัศน์	9.0
สื่อสิ่งพิมพ์	7.0
บริษัททัวร์	13.0
อื่นๆ	6.0
ความคิดที่จะกลับไปเที่ยวไต้หวัน	
ไม่แน่ใจ	27.5
กลับไป	69.0
ไม่กลับไป	3.5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากตารางที่ 4.4 พบว่า

1. การเดินทางไปไต้หวัน นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ เคยเดินทางไปไต้หวันมาแล้ว 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 74.5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
2. การวางแผนการเดินทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้บริการบริษัททัวร์ในการวางแผนการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจะเป็นผู้วางแผนการเดินทางด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 42.5 อื่นๆ เช่น เพื่อน ครอบครัวหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 8.0 และไกด์ทัวร์ส่วนตัว ร้อยละ 4.0
3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในไต้หวันในแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่าย 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ 20,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.5
4. จุดประสงค์ในการเดินทางไปไต้หวัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปเพื่อพักผ่อนและเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 91.5 รองลงมาคือ ไปเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ ร้อยละ 4.0
5. ช่องทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้จักไต้หวัน นักท่องเที่ยวรู้จักไต้หวันผ่าน

ทางสื่ออินเทอร์เน็ตและเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 45.0 และร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

6. ความคิดที่จะกลับไปท่องเที่ยวในไต้หวัน นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะกลับไปเที่ยวในไต้หวันอีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 69.0 ไม่น่าใจ ร้อยละ 27.5 และไม่กลับไป คิดเป็นร้อยละ 3.5

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลให้ชาวไทยไปเที่ยวไต้หวัน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน และเพื่อศึกษาลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวที่ไต้หวัน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามทางออนไลน์ ทางบริษัททัวร์ และลงพื้นที่ทำการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ในสนามบินสุวรรณภูมิ และ สนามบินดอนเมือง จากการแบบสอบถาม ทำให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน พบว่า สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุดคือ ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวไต้หวันในระดับมากคือ ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว ความสวยงามของสภาพแวดล้อมและสถานที่ท่องเที่ยว ความเหมาะสมของราคาตั๋วเครื่องบิน ที่พัก อาหาร และเครื่องดื่ม ความเหมาะสมของราคาด้านการคมนาคม โปรโมชันต่างๆ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ ส่วนแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน พบว่าการที่ไต้หวันมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม เป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางไปเที่ยวที่ไต้หวันเป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามและความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวในไต้หวันจึงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวในไต้หวัน เนื่องจากว่านักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและผ่อนคลายความเครียด ดังนั้น ความปลอดภัยจึงปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดเพราะการที่จะเลือกไปท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวต้องมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของสถานที่นั้นก่อน ว่ามีความเสี่ยงอันตรายสูงประมาณไหน ปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของตนเองมากน้อยเพียงใด ก่อนที่จะเลือกเดินทางไปยังสถานที่นั้นซึ่งสอดคล้องกับการนำเสนอทฤษฎีเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว 1

ประการ ของ Pearce, Morrison และ Rutledge (1988)ที่ว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจที่จะได้รับการคุ้มกันและความปลอดภัย

2. ลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผลการวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยในแต่ละช่วงอายุพบว่า ช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี นั้นจะเป็นกลุ่มวัยเรียนหรือกลุ่มวัยทำงานตอนต้น จะมีพฤติกรรมเด่นคือชอบแสวงหาความแปลกใหม่เสมอ โดยได้รับอิทธิพลจากสื่อสูง โดยเฉพาะโซเชียลมีเดีย และอินเทอร์เน็ต(ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2015) ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่นิยมค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวได้ห้าวันมาแล้ว 1 ครั้ง โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการวางแผนการเดินทาง มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งอยู่ที่ประมาณ 10,000–20,000 บาท จัดว่าเป็นงบประมาณที่ไม่ค่อยสูงมาก เหมาะสำหรับคนในช่วงอายุนี้ ที่ต้องการไปท่องเที่ยวแต่ยังมีรายได้ไม่สูงมากนัก จุดประสงค์ในการเดินทางไปได้ห้าวัน ก็เพื่อพักผ่อนและเดินทางท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับไปท่องเที่ยวในได้ห้าวันอีกครั้ง ทั้งนี้เป็นเพราะได้ห้าวันมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม มีความหลากหลายทางธรรมชาติ มีสภาพอากาศที่ดี และค่อนข้างใกล้เคียงกับประเทศไทย และมีความปลอดภัยสูง ถึงขนาดในปี 2015 เคยติด 1 ใน 10 ประเทศที่ปลอดภัยที่สุดในโลก ซึ่งได้ห้าวันอยู่ในลำดับที่สองรองจากประเทศไอร์แลนด์ และอาหารในได้ห้าวันมีความเป็นเอกลักษณ์และหลากหลาย ที่แสดงถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมและสมัยใหม่ที่เหมาะสมเข้าด้วยกัน จึงเป็นแรงดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทย เข้าไปเที่ยวในได้ห้าวันเพิ่มมากขึ้นในทุกๆปี

5.2 ปัญหาที่พบในการศึกษา

1. เนื่องจากผู้วิจัยมีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลาในการแจกแบบสอบถาม เพราะเนื่องจากระยะเวลาในการทำเรื่องขอใช้พื้นที่ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และท่าอากาศยานดอนเมือง ในแต่ละพื้นที่ จะต้องใช้เวลาประมาณ 2-3 สัปดาห์ในการดำเนินงานขอเอกสาร ทำให้ผู้วิจัยมีระยะเวลาในการแจกแบบสอบถามไม่มากเท่าที่ควร
2. เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยบางท่านไม่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จึงค่อนข้างใช้เวลานานในการหากลุ่มตัวอย่าง

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าควรมีการศึกษา ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปเที่ยวในไต้หวัน โดยเลือกศึกษาเฉพาะเจาะจงไปในแต่ละภูมิภาคของไต้หวัน
2. ควรมีการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวในไต้หวันตามฤดูกาล เนื่องจากไต้หวันมีภูมิประเทศที่หลากหลาย ทำให้มีสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในแต่ละภูมิภาค ที่นักท่องเที่ยวสามารถไปเที่ยวได้ในทุกฤดูกาล

บรรณานุกรม

1. สื่อสิ่งพิมพ์

หนังสือ

พวงนิล คำปั้งสุ. (2551). **ไต้หวัน**. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์หน้าต่างสู่โลกกว้าง.

สิวิณี เตรียมชาญชูชัย และพันหุ้ยเมย์. (2560). **Survivor plus ไต้หวัน**. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อมรินทร์.

สำนักพิมพ์อติตตา. (2557). **คู่มือนักท่องเที่ยวไต้หวัน**. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อติตตา.

สำนักพิมพ์สุขภาพใจ บริษัท ตาตา พับลิเคชั่น จำกัด. (2550). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภูมิศาสตร์ประเทศจีน**. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สุขภาพใจ.

อนรรักษ์ กิจไพบูลทวี. (2555). **จ้อใจไทเป : ซิลลี่ไปไทเป**. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อะบุ๊ก.

DPlus Guide Team. (2559). **ไต้หวัน TAIWAN**. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์DPLUSในเครือPROVISION.

เอกสารทางวิชาการ

ณัฐธินิชา มรกต. (2558). **ปัจจัยดึงดูดและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของวัยรุ่นไทย**. สารนิพนธ์สาขาวิชา เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ยศภรณ์ มั่นในบุญธรรม. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย**. สารนิพนธ์สาขาวิชา เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อริศรา ธิรภาณุกัทร. (2558). **ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวฮ่องกงด้วยตนเอง**. สารนิพนธ์สาขาวิชา เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ทัวร์บีเคเค. (2560). **ข้อมูลทั่วไปไต้หวัน**. เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

<http://www.tourbkk.com/taiwan-information-tour.php>

บริษัท อินโดไชน่า เอ็กซ์พลอเรอร์ จำกัด. (2560). **ประเทศไต้หวัน**. เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม 2560.

เข้าถึงได้จาก <http://www.indochinaexplorer.com/taiwan.php>

ประชาชาติธุรกิจ. (2560). **"ไต้หวัน" เปิดเกมรุก เล็งตั้งสำนักงานกวดนักท่องเที่ยวไทย**.

เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

http://m.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1494173826

Chonlyniss. (2553). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางนักท่องเที่ยว**. เข้าถึงเมื่อ 12 พฤษภาคม

2560. เข้าถึงได้จาก http://chonlyniss.blogspot.com/2010/11/blog-post_30.html

Empoto. (2560). **ความหมายการท่องเที่ยว**. เข้าถึงเมื่อ 11 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้จาก

<http://empoto.com/archives/247>

pichaikamon seenaet. (2555). **ความหมายของนักท่องเที่ยว**. เข้าถึงเมื่อ 11 พฤษภาคม 2560.

เข้าถึงได้จาก <http://53011010401g12.blogspot.com/2012/11/tourist.html>

Tourismatbuu. (2560). **ความหมายการท่องเที่ยว**. เข้าถึงเมื่อ 11 พฤษภาคม 2560. เข้าถึงได้

จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com>

15 ที่เที่ยวของไต้หวัน ที่จะช่วยให้คุณตกหลุมรัก. (2016). **สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมของ**

ไต้หวัน. เข้าถึงเมื่อ 26 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก [https://www.talontiew.com/15-](https://www.talontiew.com/15-dont-miss-destination-in-taiwan/)

[dnt-miss-destination-in-taiwan/](https://www.talontiew.com/15-dont-miss-destination-in-taiwan/)

ภาคผนวก ก



แบบสอบถาม

เรื่อง : “ปัจจัยที่ส่งผลให้ชาวไทยไปเที่ยวไต้หวัน”

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบในการทำวิจัยหลักสูตรปริญญาตรี ราชวิชาการศึกษา เอกเทศ สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
แบบสอบถาม 1 ชุดมีจำนวน 3 หน้า

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ น้อยกว่า 20 ปี 20-29 ปี 30-39 ปี 40-49 ปี
50-59 ปี มากกว่า 60 ปี
3. ระดับการศึกษา
น้อยกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษา ปริญญาตรี ปริญญาโท อื่นๆ ระบุ.....
4. สถานภาพ โสด แต่งงาน อื่นๆ ระบุ.....
5. อาชีพ
นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท พนักงานรัฐวิสาหกิจ
ธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ แม่บ้าน
อื่นๆ ระบุ.....
6. รายได้ต่อเดือน
น้อยกว่า 15,000 บาท 15,000-20,000 บาท 20,000-25,000 บาท
25,000-30,000 บาท 30,000-40,000 บาท มากกว่า 40,000 บาท
7. จังหวัดที่อยู่อาศัย

.....

พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

1. คุณเคยไปท่องเที่ยวที่ได้วันหยุดมาแล้วกี่ครั้ง ครั้งนี้ครั้งแรก ครั้งนี้ครั้งที่.....
2. ใครเป็นผู้วางแผนในการเดินทาง ตัวคุณเอง บริษัททัวร์
 ใกล้เคียงส่วนตัว อื่นๆ ระบุ.....
3. งบประมาณที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวที่ได้วันหยุดแต่ละครั้ง
 น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,000-30,000 บาท
 30,000-40,000 บาท 40,000-50,000 บาท มากกว่า 50,000 บาท
4. จุดประสงค์ในการเดินทางไปที่ได้วันหยุด
 พักผ่อนและเดินทางท่องเที่ยว มาเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ ธุรกิจ
 อื่นๆ ระบุ.....
5. คุณรู้จักวันหยุดได้อย่างไร
 เพื่อน อินเทอร์เน็ต รายการโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์
 บริษัททัวร์ อื่นๆ ระบุ.....
6. คุณคิดว่าจะกลับไปเที่ยวที่ได้วันหยุดอีกหรือไม่
 ไม่แน่ใจ กลับ ไม่กลับไป

แรงจูงใจที่ทำให้เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวที่ได้วันหยุด (เลือกได้มากกว่า1ข้อ)

- สถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม อากาศดี
 วัฒนธรรมที่หลากหลาย อาหารที่เป็นเอกลักษณ์
 การคมนาคมที่สะดวก อื่นๆ ระบุ.....

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในไต้หวัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<ul style="list-style-type: none"> ● ด้านการตลาด 					
1. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์					
2. โปรโมชันต่างๆ					
<ul style="list-style-type: none"> ● ด้านราคา 					
1. ความเหมาะสมของราคาตั๋วเครื่องบินและที่พัก					
2. ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม					
3. ความเหมาะสมของราคาด้านการคมนาคม					
<ul style="list-style-type: none"> ● ด้านลักษณะทางกายภาพจากสื่อโฆษณา 					
1. ความสวยงามของสภาพแวดล้อมและสถานที่ท่องเที่ยว					
2. ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว					
3. ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว					

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวรุ่งรุจี ตั้งเด่นไชย
วันเกิด	10 มิถุนายน 2539
ที่อยู่	729 หมู่2 ตำบลบางปูใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280
หมายเลขโทรศัพท์	082-0935291
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลายจาก โรงเรียนสตรี สมุทรปราการ สำเร็จการศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีอักษรศาสตรบัณฑิต วิชาเอก เอเชียศึกษา ภาษาจีน มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวัง สนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม

แบบโอนลิขสิทธิ์บทความวิจัย

ข้าพเจ้า	นางสาวรุ่งรุจี ตั้งเด่นไชย
นักศึกษาชั้นปีที่4	วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาจีน
ชื่อบทความวิจัย	ปัจจัยที่ส่งผลให้ชาวไทยไปเที่ยวได้ทุกวัน
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาบทความวิจัย	อาจารย์ ดร.ขงยุทธ วิถีไตรรงค์
ที่อยู่ติดต่อได้ภายหลังจากสำเร็จการศึกษา	729 ม.2 ต.บางปูใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280
หมายเลขโทรศัพท์	082-0935291

ลิขสิทธิ์ของบทความวิจัยนี้ อันเป็นผลมาจากการศึกษาเล่าเรียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอดอายุการคุ้มครองสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(นางสาวรุ่งรุจี ตั้งเด่นไชย)

ลงนามผู้รับโอน.....

(.....)

วันที่ 7 พฤษภาคม 2561