



สารนิพนธ์

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวัน

โดย

นางสาว ชุตินันท์ รัตนวร

รหัสนักศึกษา 05580584

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของอักษรศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์	การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย บนเกาะไต้หวัน
ผู้เขียน	นางสาวชุตินันท์ รัตนวร
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั่นสุวรรณ
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2561

### บทคัดย่อ

สารนิพนธ์เรื่องการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวัน มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม พฤติกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน โดยมีวิธีการศึกษาจากการเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์จำนวน 7 แห่ง เพื่อนำมาจัดลำดับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม นอกจากนี้ยังทำการเก็บข้อมูลด้วยการทำแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 40 ชุด ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 จากนั้นทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ตึกไทเป 101 รองลงมา ได้แก่ ย่านช้อปปิ้งซีเหมินติง อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค วัดหลงซาน และพิพิธภัณฑพระราชวังกู้กง ตามลำดับ ในส่วนการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ Gen Z และ Gen baby boomers มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน นิยมหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ ได้แก่ พันทิป และยูทูบ โดยอาหารที่นิยมรับประทานมากที่สุด คือ ชานมไข่มุก และของฝากที่นิยมซื้อกลับ คือ พายเค้กสับปะรด นอกจากนี้พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกพักในโรงแรม และเลือกเดินทางด้วยรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 10,000-20,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

**คำสำคัญ :** การท่องเที่ยวไต้หวัน, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, เกาะไต้หวัน

### กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวัน เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT STUDY)

สารนิพนธ์ชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปิ่นสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง จนทำให้ งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณ ครอบครัว แฟน และเพื่อนๆ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ตลอดจนให้กำลังใจ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้

นางสาว ชุติรัตน์ รัตนวร

บทที่	สารบัญ	หน้า
	บทคัดย่อ	ก
	กิตติกรรมประกาศ	ข
	สารบัญ	ค
	สารบัญภาพประกอบ	จ
	สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1	บทนำ1	1
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	1.2 วัตถุประสงค์	2
	1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2	ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
	2.1 แนวคิดและทฤษฎี	3
	2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	3
	2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	4
	2.1.3 ข้อมูลทางด้านภูมิศาสตร์	6
	2.1.4 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของไต้หวัน	8
	2.1.5 แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว และของที่ระลึก ของไต้หวัน	9
	2.2 งานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3	วิธีการดำเนินการวิจัย	24
	3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล	24

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.2 วิธีการเก็บข้อมูล	24
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	25
3.4 เทคนิควิเคราะห์	25
บทที่ 4 ผลการวิจัย	26
4.1 แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความนิยมในเกาะไต้หวัน	26
4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน	51
4.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน	73
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	102
5.1 สรุปผลการศึกษา	102
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	103
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	104
5.4 ข้อจำกัดทางการศึกษา	104
บรรณานุกรม	105
ภาคผนวก	109
ประวัติย่อผู้วิจัย	118

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 2.1 แผนที่จำลองแสดงการเดินทางจากประเทศไทยไปยังเกาะไต้หวัน	6
ภาพที่ 2.2 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งเกาะไต้หวัน	7
ภาพที่ 2.3 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยวไต้หวัน	9
ภาพที่ 2.4 สถานที่ท่องเที่ยว ตึกไทเป 101	11
ภาพที่ 2.5 สถานที่ท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์เมืองจิว	12
ภาพที่ 2.6 สถานที่ท่องเที่ยว อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค	13
ภาพที่ 2.7 สถานที่ท่องเที่ยว วัดหลงซาน	14
ภาพที่ 2.8 สถานที่ท่องเที่ยว Huashan 1914 Creative Park	15
ภาพที่ 2.9 สถานที่ท่องเที่ยว วัดกวนตุ๋	16
ภาพที่ 2.10 สถานที่ท่องเที่ยว Yong Kang Street	17
ภาพที่ 2.11 สถานที่ท่องเที่ยว ย่านซีเหมินติง	17
ภาพที่ 2.12 สถานที่ท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์พระราชวังแห่งชาติ	18
ภาพที่ 2.13 สถานที่ท่องเที่ยว น้ำพุร้อนเปย์โถว	19
ภาพที่ 2.14 ของฝากพายส์ป๊อปแช่ ยี่ห้อ Chia Te	20
ภาพที่ 2.15 ของฝาก ขนมไข่มุก	20
ภาพที่ 2.16 ของฝาก ไช้เหล็ก	21
ภาพที่ 4.1 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยวไต้หวัน	29
ภาพที่ 4.2 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว ตึกไทเป 101	30
ภาพที่ 4.3 สถานที่ท่องเที่ยว ตึกไทเป 101	30

## สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 4.4 นักท่องเที่ยวซื้อตั๋วเข้าชม ณ ตึกไทเป 101	31
ภาพที่ 4.5 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว ย่านซีเหมินติง	32
ภาพที่ 4.6 สถานที่ท่องเที่ยว ย่านซีเหมินติง	32
ภาพที่ 4.7 นักท่องเที่ยวเดิน ณ ย่านซีเหมินติง	33
ภาพที่ 4.8 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค	34
ภาพที่ 4.9 สถานที่ท่องเที่ยว อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค	34
ภาพที่ 4.10 บรรยากาศนักท่องเที่ยว ณ อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค	35
ภาพที่ 4.11 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว วัดหลงซาน	36
ภาพที่ 4.12 สถานที่ท่องเที่ยว วัดหลงซาน	36
ภาพที่ 4.13 นักท่องเที่ยวเดินทางมาไหว้พระขอพร ณ วัดหลงซาน	37
ภาพที่ 4.14 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์พระราชวังแห่งชาติ	38
ภาพที่ 4.15 สถานที่ท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์พระราชวังแห่งชาติ	38
ภาพที่ 4.16 งานศิลปะหยกผักกาดขาว ณ พิพิธภัณฑ์พระราชวังแห่งชาติ	39
ภาพที่ 4.17 งานศิลปะหยกหมูสามชั้น ณ พิพิธภัณฑ์พระราชวังแห่งชาติ	39
ภาพที่ 4.18 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว ทะเลสาบสุริยันจันทรา	41
ภาพที่ 4.19 สถานที่ท่องเที่ยว ทะเลสาบสุริยันจันทรา	41

### สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 4.20 นักท่องเที่ยว ณ ท่าเรือทะเลสาบสุรียันจันทรา	42
ภาพที่ 4.21 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว หมู่บ้านโบราณจิวเฟิน	43
ภาพที่ 4.22 สถานที่ท่องเที่ยว หมู่บ้านโบราณจิวเฟิน	43
ภาพที่ 4.23 นักท่องเที่ยวกำลังเที่ยวชมหมู่บ้านโบราณจิวเฟิน	44
ภาพที่ 4.24 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว น้ำพุร้อนเปยโถว	45
ภาพที่ 4.25 สถานที่ท่องเที่ยว น้ำพุร้อนเปยโถว	45
ภาพที่ 4.26 นักท่องเที่ยวแช่น้ำพุร้อน ณ น้ำพุร้อนเปยโถว	46
ภาพที่ 4.27 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว ถนนคนเดินซือหลิน	47
ภาพที่ 4.28 สถานที่ท่องเที่ยว ถนนคนเดินซือหลิน	47
ภาพที่ 4.29 นักท่องเที่ยวเดินซือสินค้า ณ ถนนคนเดินซือหลิน	48
ภาพที่ 4.30 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว ชายทะเลเหลาเหมย	49
ภาพที่ 4.31 สถานที่ท่องเที่ยว ชายทะเลเหลาเหมย	49
ภาพที่ 4.32 นักท่องเที่ยว ณ ชายทะเลเหลาเหมย	50



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตาราง 4.1 สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการแนะนำจากเว็บไซต์ 7 แห่ง	26
ตาราง 4.2 สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 10 อันดับแรก	28
ตาราง 4.3 ความถี่และร้อยละของเพศ	51
ตาราง 4.4 ความถี่และร้อยละของระดับการศึกษา	52
ตาราง 4.5 ความถี่และร้อยละของรายได้	53
ตาราง 4.6 ความถี่และร้อยละของอาชีพ	54
ตาราง 4.7 สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะใต้หวั่นที่นักท่องเที่ยวไทยนิยมเดินทางไป	55
ตาราง 4.8 ประเภทสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะใต้หวั่นที่นักท่องเที่ยวไทยนิยมเดินทางไป	56
ตาราง 4.9 จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปใต้หวั่น	57
ตาราง 4.10 ระยะเวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปใต้หวั่น	58
ตาราง 4.11 วิธีการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปใต้หวั่น	58
ตาราง 4.12 ผู้ที่นักท่องเที่ยวร่วมเดินทางด้วย	59
ตาราง 4.13 เหตุผลในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปใต้หวั่น	60
ตาราง 4.14 ช่องทางในการหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนการเดินทางไปใต้หวั่น ของนักท่องเที่ยวไทย	61
ตาราง 4.15 ประเภทที่พักของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปใต้หวั่น	62
ตาราง 4.16 เกณฑ์ในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปใต้หวั่น	63

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ตาราง 4.17 ย่านของที่พักร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไต้หวันเลือก	64
ตาราง 4.18 ประเภทร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไต้หวันเลือก	65
ตาราง 4.19 อาหารที่นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไต้หวันนิยมเลือกซื้อเลือกรับประทาน	66
ตาราง 4.20 ของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไต้หวันเลือกซื้อกลับ	67
ตาราง 4.21 วิธีเดินทางในการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆในไต้หวันที่นักท่องเที่ยวไทยเลือก	68
ตาราง 4.22 ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทาง	69
ตาราง 4.23 ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก	69
ตาราง 4.24 ค่าใช้จ่ายด้านอาหาร	70
ตาราง 4.25 ค่าใช้จ่ายด้านเดินทาง	71
ตาราง 4.26 ค่าใช้จ่ายด้านซื้อสินค้า (shopping)	71
ตาราง 4.27 ค่าใช้จ่ายด้านการเข้าชมสถานที่	72
ตาราง 4.28 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Z ด้านสถานที่ (ที่พัก)	73
ตาราง 4.29 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Z ด้านสถานที่ (สถานที่ท่องเที่ยว)	74
ตาราง 4.30 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Z ด้านการคมนาคม	75
ตาราง 4.31 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Z ด้านอาหาร	76

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ตาราง 4.32 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Z ด้านราคา	77
ตาราง 4.33 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Z ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์	78
ตาราง 4.34 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Y ด้านสถานที่ (ที่พัก)	80
ตาราง 4.35 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Y ด้านสถานที่ (สถานที่ท่องเที่ยว)	81
ตาราง 4.36 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Y ด้านการคมนาคม	82
ตาราง 4.37 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Y ด้านอาหาร	83
ตาราง 4.38 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Y ด้านราคา	84
ตาราง 4.39 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Y ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์	85
ตาราง 4.40 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน X ด้านสถานที่ (ที่พัก)	87
ตาราง 4.41 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน X ด้านสถานที่ (สถานที่ท่องเที่ยว)	88
ตาราง 4.42 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน X ด้านการคมนาคม	89
ตาราง 4.43 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน X ด้านอาหาร	90
ตาราง 4.44 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน X ด้านราคา	91
ตาราง 4.45 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน X ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์	92
ตาราง 4.46 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Baby boomers ด้านสถานที่ (ที่พัก)	94
ตาราง 4.47 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Baby boomers ด้านสถานที่ (สถานที่ท่องเที่ยว)	95
ตาราง 4.48 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Baby boomers ด้านการคมนาคม	96
ตาราง 4.49 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Baby boomers ด้านอาหาร	97

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ตาราง 4.50 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Baby boomers ด้านราคา	98
ตาราง 4.51 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Baby boomers ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์	100

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ด้านการขนส่ง ที่พัก อาหาร ธุรกิจนำเที่ยว และที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อม เช่น การผลิตสินค้า ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญ นอกจากนี้ผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศ ยังช่วยสร้างงาน อาชีพ เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวยังเป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียด พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่น (น้ำชาติ ประชาชื่น, 2551)

ไต้หวันเป็นอีกหนึ่งเกาะที่ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยไต้หวันเป็นเกาะที่บ้านเมืองสะอาด น่าอยู่ เดินทางได้สะดวกสบาย เนื่องจากมีระบบขนส่งทางรางรถไฟฟ้ามหานครหลายสาย สามารถแวะเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และรถไฟความเร็วสูงเชื่อมระหว่างเมือง ตั้งแต่ตอนเหนือถึงตอนใต้ ด้านอาหารการบริการยังคงเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว มีตลาดกลางคืน (ไนท์ มาร์เก็ต) กระจายอยู่ทั่วทุกหนแห่ง อีกทั้งยังมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์น่าสนใจ ที่สามารถนำมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว รวมถึงสังคมที่เป็นระเบียบ ผู้คนที่มีวินัย และมีน้ำใจไมตรี นับเป็นการใช้ชีวิตที่ทำให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวไทยชื่นชอบและประทับใจเป็นอย่างมาก ซึ่งถือได้ว่าไต้หวันเป็นอีกหนึ่งจุดหมายของชาวไทยที่มีความประสงค์เดินทางไปท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยต่างเดินทางเข้าไปเที่ยวในเกาะไต้หวันกันอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก และภายหลังยังมีจำนวนที่มากขึ้นอีก หลังจากรัฐบาลไต้หวันได้ประกาศงดเว้นวีซ่าชั่วคราวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยใน พ.ศ.2559 ทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปยังไต้หวันใน พ.ศ.2559 สูงถึง 200,000 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 57.26 เมื่อเทียบกับ พ.ศ.2558 (สุลักษณ์, 2561)

นอกจากนี้ เนื่องจากผลสำเร็จของนโยบายงดเว้นวีซ่าชั่วคราวให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติดังกล่าว ที่ทำให้ไต้หวันประสบความสำเร็จด้านการท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมากและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ปัจจุบัน ทางไต้หวันได้ประกาศขยายระยะเวลาโครงการทดลองการให้สิทธิพิเศษงดเว้นวีซ่า สำหรับ 3 ประเทศ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประกอบด้วย ฟิลิปปินส์ บรูไน และ ไทย ต่อไปอีก 1 ปี ซึ่งนโยบายดังกล่าวนี้ จะสามารถกระตุ้นและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวไทย มีความประสงค์ที่จะเดินทางเข้าไปในไต้หวันมากขึ้นจากเดิม และจะทำให้อัตราการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปจะสูงขึ้นอีกอย่างต่อเนื่อง (เดลินิวส์, 2561)

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวัน จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างๆ ของนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวันว่าเป็นอย่างไร และได้รับความพึงพอใจมากน้อยอย่างไร โดยคาดว่าผลการวิจัยที่ได้ จะทำให้ผู้ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น สายการบิน โรงแรมที่พัก บริษัทนำเที่ยว เว็บไซต์การท่องเที่ยวต่างๆ ในไต้หวัน สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยได้

## 1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความนิยมในเกาะไต้หวัน
- 1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน
- 1.2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.3.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวัน
- 1.3.2 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวัน
- 1.3.3 ทำให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น สายการบิน ที่พักโรงแรม เว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างๆ และบริษัททัวร์ เป็นต้น สามารถทราบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยนำเอาข้อมูลที่ได้รับไปพัฒนาและปรับใช้ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีแนวโน้มจะมีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 1.3.4 คาดว่าองค์กรภาครัฐไทย ที่ดูแลในเรื่องการท่องเที่ยว จะสามารถนำผลงานวิจัยกลับมาประยุกต์ใช้พัฒนานโยบายการท่องเที่ยวของไทย ที่ทำให้สามารถดึงดูดทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยให้หันกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นได้

## บทที่ 2

### การทบทวนแนวความคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องการวิจัย

#### 2.1 แนวความคิดและทฤษฎี

- 2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
- 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- 2.1.3 ข้อมูลทางด้านภูมิศาสตร์
- 2.1.4 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของไต้หวัน
- 2.1.5 แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว และของที่ระลึก ของไต้หวัน

#### 2.2 งานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### 2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม ก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายใน จะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆพฤติกรรม จะต้องมียุทธศาสตร์ในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศ โดยการแสดงให้เห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยว โดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม
2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมโต้เขา ปีนหน้าผา ต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจ แล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้
3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด ในสถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา ควรเป็นเวลาที่พักท้องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวัง เพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย จึงอาจทำให้ต้องล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทางไปยังสถานที่แห่งนี้ หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า (ชวีลนุช, 2551 )

### 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

Kotler (1994) อ้างถึงใน เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์ (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกระดับบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงาน หรือประสิทธิภาพของสินค้าและบริการ กับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ กล่าวคือ ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นต่ำกว่าความคาดหวัง จะทำให้เกิดความไม่พอใจ ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นตรงกับความคาดหวัง จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นสูงกว่าความคาดหวัง จะทำให้เกิดความประทับใจ ซึ่งความแตกต่างกัน 3 ระดับของความพึงพอใจ จะส่งผลต่อการตัดสินใจและการประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดีและไม่ดีของสินค้าและบริการต่อไป

Fippo (1961) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเรื่องของสภาพจิตใจ หรือความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลที่จะแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อให้ได้มาซึ่งผลงาน ส่วนทฤษฎี V.I.E เป็น



ทฤษฎีที่มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ความพึงพอใจ (V – Valence) วิธีทางนำไปสู่ความพึงพอใจ (I – Instrumentality) และความคาดหวังภายในตัวบุคคล (E – Expectancy) โดยในตัวบุคคลจะมีความต้องการ และมีความคาดหวังไว้ และเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ จะทำให้ได้รับความพึงพอใจ

จากการให้ความหมายของผู้รู้ที่ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจในงาน พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจนั้น เป็นความรู้สึกของบุคคลในการทำกิจกรรม หรือตอบสนองต่อกิจกรรมต่างๆ อันเป็นส่วนหนึ่งของเจตคติที่บุคคลแสดงออกมา อันเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของงาน

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2545) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ มีดังนี้

1. สถานที่บริการ การเข้าถึงการบริการได้สะดวก เมื่อประชาชนมีความต้องการ ย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนจึงเป็นเรื่องสำคัญ

2. การส่งเสริมแนะนำการบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จาก การได้ยินข้อมูล ข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อถือที่มี ก็จะมีความรู้สึกกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

3. ผู้ให้บริการ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติบริการ ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้บริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของประชาชนเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย เช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงประชาชนเป็นสำคัญ แสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

4. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการเกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสันทัน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้งานบริการ เป็นต้น

5. กระบวนการบริการ มีวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชน ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการ ส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการลูกค้า มีความคล่องตัวและสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ เช่น การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติรับ-โอนสายในการติดต่อกับองค์กรต่างๆ การประชุมทางโทรศัพท์และการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

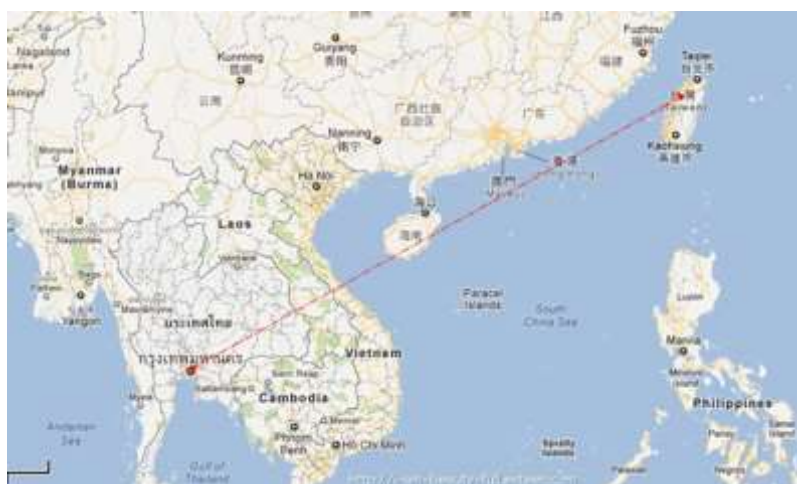
### 2.1.3 ข้อมูลทางด้านภูมิศาสตร์

#### ที่ตั้ง

ตั้งอยู่ระหว่างทะเลจีนตะวันออกและทะเลจีนใต้ ห่างจากจีนแผ่นดินใหญ่ประมาณ 160 กิโลเมตร (ตรงข้ามมณฑลฝูเจี้ยนของจีน) ประกอบด้วยเกาะหลักๆ ได้แก่ เกาะไต้หวัน หมู่เกาะเผิงหู (Penghu) จินเหมิน (Kinmen) และหม่าจู่ (Matsu) และเกาะเล็กอื่นๆ อีกจำนวนหนึ่ง

ไต้หวันห่างจากเกาะไปทางทิศเหนือและทิศตะวันตก เป็นสาธารณรัฐประชาชนจีน ทิศใต้เป็นประเทศฟิลิปปินส์และทะเลจีนใต้ ส่วนทิศตะวันออก เป็นมหาสมุทรแปซิฟิก

โดยระยะทางจาก ประเทศไทย ถึง ไต้หวัน 2,259 กม. เวลาบินเฉลี่ย 3ชม. 29นาที



ภาพที่ 2.1 รูปแผนที่จำลองแสดงการเดินทางจากประเทศไทยไปยังเกาะไต้หวัน

ที่มา: <http://taiwaniscalling.blogspot.com> (2018)



ภาพที่ 2.2 รูปแผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งเกาะไต้หวัน

ที่มา: <https://www.taiwan.net>. (2018)

### **ภูมิประเทศ**

ไต้หวันมีลักษณะเป็นกลุ่มเกาะ ทำให้ภูมิประเทศติดกับทะเล และไม่ติดกับประเทศใดเลย

### **ภูมิอากาศ**

- ฤดูร้อน (เดือนพฤษภาคม-กันยายน) อุณหภูมิเฉลี่ย 27-38 องศาเซลเซียส (พายุไต้ฝุ่นเดือนสิงหาคม-ตุลาคมของทุกปี)

- ฤดูพายุไต้ฝุ่นร้าย (เดือนตุลาคม-พฤศจิกายน) อุณหภูมิเฉลี่ย 25 -30 องศาเซลเซียส

- ฤดูหนาว (เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์) อุณหภูมิเฉลี่ย 10 – 15 องศาเซลเซียส

- ฤดูใบไม้ผลิ (เดือนกุมภาพันธ์-เมษายน) อุณหภูมิเฉลี่ย 15 – 24 องศาเซลเซียส

สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และช่วงที่อากาศดีที่สุดคือ ช่วงฤดูใบไม้ผลิ เนื่องจากมีความชื้นและปริมาณน้ำฝนต่ำ โดยในช่วงเดือนธันวาคม ถึง เดือนมีนาคม อากาศเย็น มีเมฆมาก และมีปริมาณน้ำฝนเล็กน้อย อุณหภูมิจะสูงขึ้นในเดือนเมษายน อากาศร้อนมากในเดือนพฤษภาคม และมีฝนในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึง เดือนสิงหาคม บางครั้งอาจมีพายุ และช่วงเดือนกรกฎาคม ถึง เดือนกันยายน อาจมีพายุไต้ฝุ่น ในช่วงกลางเดือนกันยายน มีฝนตกทั่วไป อุณหภูมิอบอุ่น ความชื้นสูง เป็นสัญลักษณ์ว่ากำลังเข้าสู่ฤดูหนาว เนื่องจากไต้หวันตั้งอยู่ในเขตเส้นรุ้ง อุณหภูมิในเขตภูเขาจึงมีอากาศเย็น (ไต้หวัน เดอะ เฮอร์ท ออฟ เอเชีย, 2559)

### **เศรษฐกิจ**

มีเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับที่ 14 ของโลก หน่วยเงินตราที่ใช้ คือ ดอลลาร์ไต้หวัน ทรัพยากรธรรมชาติส่วนใหญ่มีจำนวนน้อย แต่เป็นประเทศอุตสาหกรรมขั้นสูง อุตสาหกรรมนั้นเน้นไป

ที่การผลิต มีการนำเข้าน้ำมันดิบและแร่เหล็ก เพื่อนำไปผลิตรถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เคมีภัณฑ์ ส่งออกไปจำหน่าย ถือเป็นการค้าโดยการผลิต ในปัจจุบันมีการนำเข้าชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์

(สำนักการค้าและเศรษฐกิจไทยในไทเป, 2558)

#### 2.1.4 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของไต้หวัน

##### นโยบายการประกาศยกเว้นการตรวจลงตรา (วีซ่า) เข้าไต้หวันให้กับคนไทย

เพื่อเป็นการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไต้หวันกับประเทศไทย และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนระหว่างประชาชนไต้หวันกับไทย จึงยกเว้นการตรวจลงตรา (วีซ่า) เข้าไต้หวันให้กับคนไทย โดยมีผลบังคับทดลองใช้ในวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2559 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2560 เป็นเวลา 1 ปี โดยสามารถพำนักในไต้หวันได้ 30 วัน

ภายหลัง ได้ขยายเวลามาตรการฟรีวีซ่าให้กับนักท่องเที่ยวไทยและบรูไนออกไปอีก 1 ปี ซึ่งจะมีการขยายเวลาสิ้นสุดไปเป็นวันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 ทำให้นักท่องเที่ยวจากไทย เดินทางเข้าไต้หวันเพิ่มขึ้นร้อยละ 57.26 หรือเกือบ 2 แสนคน ส่วนนักท่องเที่ยวบรูไนเดินทางเข้าไต้หวันเพิ่มขึ้นร้อยละ 52 (จรัญญา, 2559)

##### กลยุทธ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2020 ของไต้หวัน

ประธานาธิบดี ไช่ อิงเหวิน กล่าวว่า มูลค่าการท่องเที่ยวที่สูงมาก อีกทั้งการท่องเที่ยวยังเป็นการท่องเที่ยวที่มีอำนาจมากที่สุด รัฐบาลจะสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด สำหรับการปฏิบัติที่จะเกิดขึ้นจริงนั้น ไช่ อิงเหวิน จะส่งเสริมการท่องเที่ยวทั่วประเทศ โดยจะต้องสร้างลักษณะที่น่าสนใจของมณฑลและเมืองก่อน และในอีกมุมหนึ่ง คือ จะผลักดันให้นโยบายสามารถสนองความต้องการที่แท้จริงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อีกทั้ง ไช่ อิงเหวิน ยังได้เน้นย้ำว่า จะพยายามสร้างความเป็นไปได้อื่นๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวมีความหลากหลายในอนาคต สำหรับกลยุทธ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในปี 2020 ของไต้หวัน สิ่งที่เป็นหัวใจหลัก คือ การเร่งพัฒนาในตลาดประเทศอาเซียน ซึ่งเป็นแผนงานของนโยบายมุ่งลงใต้ในด้านการท่องเที่ยว ซึ่งกลยุทธ์นั้นจะประกอบไปด้วย 5 ข้อหลัก คือ

1. การใช้คน หน่วยงาน หรือผู้ประกอบการ ของไต้หวันให้เป็นประโยชน์ เช่น การส่งเสริมให้นักธุรกิจชาวไต้หวันให้รางวัลแก่ตัวแทนจำหน่ายและลูกจ้าง ให้เดินทางมาท่องเที่ยวที่ไต้หวัน หรือการให้สิทธิพิเศษกับนักเรียนต่างชาติที่เรียนในไต้หวัน นักเรียนชาวจีนโพ้นทะเลและครอบครัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ไต้หวัน

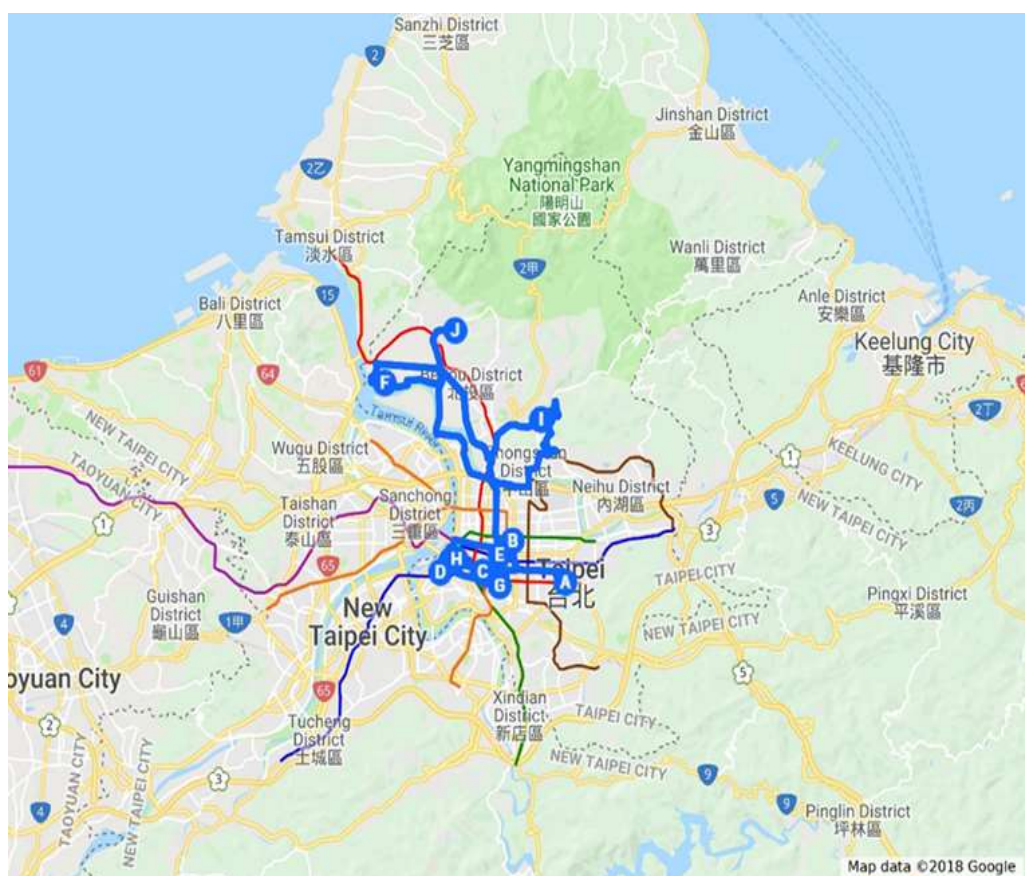
2. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไปบุกตลาดในอาเซียน เสริมสร้างการค้าขายแบบ B2B และการให้คำปรึกษาในการขยายตลาดในต่างประเทศแก่ผู้ประกอบการ

3. ปรับเปลี่ยนสิ่งแวดล้อมในด้านการงานและการเรียน โดยการสร้างความร่วมมือระหว่างโรงงานอุตสาหกรรมและสถานศึกษา เพื่อจัดเตรียมบุคลากรที่มีความสามารถให้ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรม และการให้คำแนะนำในการสอบใบประกาศของมัคคุเทศก์

4. เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ฝั่ง เติมนามรอยโมเดลไต้หวัน-เวียดนาม เพื่อความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ

5. เร่งรัดการให้ฟรีวีซ่า และลดอุปสรรคอันเนื่องมาจากการทำวีซ่า (กรมตรวจคนเข้าเมืองและการอพยพตั้งถิ่นฐาน, 2560)

### 2.1.5 แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว และของที่ระลึก ของไต้หวัน



ภาพที่ 2.3 ผู้วิจัยดัดแปลงข้อมูลมาจาก  
ที่มา: <https://www.google.com> (Google Map) (2018)

### หมายเหตุ

ตำแหน่ง A ได้แก่ สถานที่แห่งที่ 1 คือ ตึกไทเป 101 ( Taipei101 )

ตำแหน่ง B ได้แก่ สถานที่แห่งที่ 2 คือ พิพิธภัณฑ์เมืองจิว (Miniatures Museum of Taiwan, 袖珍博物館)

ตำแหน่ง C ได้แก่ สถานที่แห่งที่ 3 คือ อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค (Chiang Kai Shek Memorial hall)

ตำแหน่ง D ได้แก่ สถานที่แห่งที่ 4 คือ วัดหลงซาน (Lhongsan Temple)

ตำแหน่ง E ได้แก่ สถานที่แห่งที่ 5 คือ Huashan 1914 Creative Park

ตำแหน่ง F ได้แก่ สถานที่แห่งที่ 6 คือ วัดกวนตุ้ (Guandu Temple)

ตำแหน่ง G ได้แก่ สถานที่แห่งที่ 7 คือ Yong Kang Street

ตำแหน่ง H ได้แก่ สถานที่แห่งที่ 8 คือ ย่านซีเหมินติง แหล่งช้อปปิ้งวัยรุ่น (Ximending & Red House)

ตำแหน่ง I ได้แก่ สถานที่แห่งที่ 9 คือ พิพิธภัณฑ์พระราชวังแห่งชาติ หรือพิพิธภัณฑ์แห่งชาติ (National Palace Museum)

ตำแหน่ง J ได้แก่ สถานที่แห่งที่ 10 คือ น้ำพุร้อนเปย์โถว (Beitou)

### แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว

#### 1.) ตึกไทเป 101 ( Taipei101 )

ตึกใหญ่ตั้งสูงตระหง่านใจกลางเมืองไทเปด้วยการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์คล้ายปล้องไม้ไผ่ ที่มีทั้งหมด 8 ปล้อง ที่ว่ากันว่า ใครมาเที่ยวไต้หวันแล้วไม่ได้มาถ่ายรูปกับตึกแห่งนี้ หรือขึ้นไปชั้นบนสุดของที่นี่ถือว่ายังไม่ถึงไต้หวัน

ตึกไทเป 101 มี 106 ชั้น มีความสูงถึง 508 เมตร โดยชั้น 89 จะเป็นจุดชมวิวที่จะต้องซื้อตั๋วเข้าชมจากชั้นล่างของตึก ลิฟต์จะนำพามาถึงยังชั้นชมวิวอย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวที่ไม่สัมผัสการชมวิวในที่สูง หรือกลัวความสูง จะถ่ายรูปคู่กับตึกไทเป101 นี้จากสวนอนุสรณ์สถาน ดร. ชุน ยัตเซน

ปัจจุบัน ราคาบัตรเข้าชมอยู่ที่ 600 เหนียวไต้หวัน (NT) หรือประมาณ 680 บาท

**เปิดให้บริการ :** เปิดทุกวัน 9.00-22.00 น.

**การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว :** MRT สายสีแดง สถานี Taipei 101/World Trade Center (เอ็มไทย, 2559)



ภาพที่ 2.4 สถานที่ท่องเที่ยวตึกไทเป 101

ที่มา: <https://travel.mthai.com> (2016)

## 2.) พิพิธภัณฑ์เมืองจิ๋ว (Miniatures Museum of Taiwan, 袖珍博物館)

พิพิธภัณฑ์สำหรับจัดแสดงโมเดลขนาดเล็กที่ดีที่สุดของไต้หวัน ซึ่งชั้นงานที่จัดแสดงนั้นจะมีการจำลองเมืองและสิ่งก่อสร้างสำคัญที่มีชื่อเสียงของโลก รวมถึงสถานที่สำคัญของไต้หวันเองด้วย โดยเฉพาะรูปแบบเมืองจากฝั่งตะวันตก เช่น พระราชวังของอังกฤษ, เมืองเวนิส ประเทศอิตาลี, อาคารสไตลวิคตอเรีย รวมไปถึงฉากต่างๆ จากนิทานเรื่องดัง อาทิ สโนว์ไวท์, ฟินอคคิโอ, อลิซในดินแดนมหัศจรรย์ เป็นต้น และสิ่งที่ทำให้พิพิธภัณฑ์แห่งนี้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น คือความพิเศษและรายละเอียดในส่วนการจัดแสดง เช่น โทรทศน์ที่สามารถเปิดดูได้จริง, เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของหุ่น และการตกแต่งภายใน เหมาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่มาเป็นครอบครัว เพราะนอกจากจะได้ชมความน่ารักของหุ่นปั้นแล้ว เด็กๆ ยังได้รับความรู้เกี่ยวกับเมืองและสถานที่แปลกตา รวมทั้งเพลิดเพลินกับตัวละครจากนิทานต่างๆ อีกด้วย

**เปิดให้บริการ :** 10.00-18.00 น. ปิดวันจันทร์ (ปิดการขายตั๋วเข้าชม 17.00)

**การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว :**

-จาก MRT สถานี Zuoying ต่อรถโดยสาร E-DA Bus เขียววิ่งไปสู่ E-DA World ตลอดทั้งวันโดยจะเริ่มเดินรถตั้งแต่เวลาประมาณ 07.00 น. ไปจนถึงเวลา 23.30 น. รถรับส่งรถโดยสารวิ่งทุก 20 นาที ราคาค่าโดยสารประมาณ 14 – 37 เหรียญไต้หวัน (NT) ใช้เวลาเดินทางประมาณ 20 นาที

-จากสนามบินนานาชาติเกาสง จากนั้นต่อรถโดยสาร E-DA Bus เช่นกัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 30 นาที (เอ็มไทย, 2559)



ภาพที่ 2.5 สถานที่ท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานเมืองจิว

ที่มา: <https://www.talontiew.com> (2016)

### 3.) อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค (Chiang Kai Shek Memorial hall)

นับว่าเป็นสถานที่ที่เป็นไฮไลท์ยิ่งใหญ่ที่สุดของไต้หวัน จุดหมายหลักที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนที่นี่ เนื่องจาก ตัวอาคารใหญ่โตพร้อมกับลานกว้างนั้นสร้างขึ้นเพื่อเป็นที่ระลึกถึงท่านเจียงไคเช็ค อดีตประธานาธิบดีแห่งไต้หวันที่ได้ถึงแก่อสัญกรรมไปแล้ว ตัวอาคารโดดเด่นด้วยสีขาว ตัดกับหลังคาแปดเหลี่ยมกระเบื้องสีน้ำเงินเบื้องบน ภายในจะมีรูปปั้นสำริดของท่านนั่งอยู่ พร้อมกับมีทหารเปลี่ยนเวรยามมาเฝ้าตามเวลา ช่วงตอนเปลี่ยนกะ นักท่องเที่ยวจะได้รับชมพิธีการที่ดูขึงขัง และเมื่อออกจากอาคารอนุสรณ์สถานแล้ว จะพบลานกว้างขนาดใหญ่ และประตูขนาดใหญ่ที่ออกแบบมาตามหลักฮวงจุ้ย ซึ่งบริเวณโดยรอบนี้ ยังมีอาคารทรงจีนที่ใช้เป็นโรงละครแห่งชาติ สถานที่จัดงาน จัดคอนเสิร์ต และสวนขนาดย่อม สำหรับให้ประชาชนมาพักผ่อน หรือจัดกิจกรรมเล็กๆ ได้

**เปิดให้บริการ :** เปิดทุกวัน 9.00-18.00 น.

**การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว :** MRT สายสีน้ำเงิน สถานี CKS Memorial Hall Station ทางออก 5 / ถนน Zhongshan S. Zhongzheng District Taipei (ทงูไอดี, 2560) , (สิริภาพ มหรรษสุวรรณ, 2556)





ภาพที่ 2.6 สถานที่ท่องเที่ยวอนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค

ที่มา: <http://travel.trueid.net> (2017)

#### 4.) วัดหลงซาน (Lhongsan Temple)

วัดเก่าแก่คู่บ้านคู่เมืองไทเปตั้งอยู่ใจกลางเมืองไทเป เดินทางไปถึงได้ง่ายด้วยรถไฟฟ้า เหมาะสำหรับคนเที่ยวไทเปและไม่มีเวลามากนัก สามารถแวะไหว้พระและขอพรที่นี่ได้ ถือได้ว่า วัดหลงซานเพียงวัดเดียวสามารถขอพรอันประเสริฐได้ทุกประการ เนื่องจาก มีเทพเจ้าภายในให้สักการะมากกว่าหนึ่งร้อยองค์ ว่ากันว่าผู้คนและนักท่องเที่ยวที่มาขอพรที่นี่มักจะสมหวัง เช่น เทพผู้เผ่าจันทรา ได้รับความนิยมที่สุด มีผู้คนยื่นไหว้ขอพรหน้าตำหนักอย่างล้นหลามตลอดเวลา เนื่องจากเชื่อว่าเป็นเทพที่ช่วยบันดาลให้สมหวังในความรัก เป็นเทพผู้ผูกด้ายแดงให้หนุ่มสาวมาพบกัน เป็นต้น

วัดนี้มีองค์ประกอบเด่นคือ เสามังกรพัน ซึ่งภายในวัดมีอีกหลายเสา ที่นักท่องเที่ยวมักจะให้ความสนใจถ่ายรูป และด้วยความที่วัดนี้มีคนเดินทางเข้ามาจำนวนมาก ทำให้กลิ่นธูปลอบอบวล ใครมาวัดแห่งนี้ควรระวังทรัพย์สินสูญหาย และควรระวังรูปจากคนอื่นโดนร่างกายตนเองด้วย (เอ็มไทย, 2559) , (สิริภพ มหรรขสุวรรณ, 2556)

เปิดให้บริการ : 6.00-22.00 น.

การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว : MRT สายสีน้ำเงิน สถานี Lhongsan Temple



ภาพที่ 2.7 สถานที่ท่องเที่ยววัดหลงซาน

ที่มา: <https://travel.mthai.com> (2016)

#### 5.) Huashan 1914 Creative Park

อาคารหลังเก่าในอดีตเป็นโรงงานผลิตไวน์และบุหรี่ยักษ์ใหญ่ ต่อมาถูกดัดแปลงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว พักผ่อนหย่อนใจแห่งใหม่ หลังจากถูกทิ้งร้างไปกว่า 10 ปี โดยอาคารแต่ละหลัง จัดแสดงเรื่องราวตามแนวคิดที่ไม่เหมือนกัน มีลานกิจกรรม การแสดงต่างๆ โชว์ผลงานศิลปะ บางครั้งมีนิทรรศการชั่วคราวหมุนเวียนให้นักท่องเที่ยวได้ชม โดยนิทรรศการถือเป็นความน่าสนใจที่สุดของนักท่องเที่ยว เนื่องจาก เป็นกิจกรรมที่สนุกสนาน สร้างสรรค์ ไม่เน้นการให้ความรู้มากเกินไป นอกจากนี้ ยังมีร้านอาหาร ร้านค้าต่างๆ มากมาย และไฮไลท์ของที่นี่ คือ หากใครมาจะต้องถ่ายรูปกับอาคารหลังเก่าที่มีใบไม้สีเขียวปกคลุม

**เปิดให้บริการ :** 09:30-21:00 น.

**การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว:** รถไฟฟ้า MRT สถานี Zhongxiao Xingsheng (สายสีน้ำเงิน) ทางออก 1 จากสถานีเดินประมาณ 3 นาที

(เอ็มไทย, 2559) , (สิริภาพ มหรรฆสุวรรณ, 2556)



ภาพที่ 2.8 สถานที่ท่องเที่ยว Huashan 1914 Creative Park

ที่มา: <https://travel.mthai.com> (2016)

#### 6.) วัดกวนตุ๋ (Guandu Temple)

วัดกวนตุ๋เป็นวัดที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของเมืองไทเป ผู้คนและนักท่องเที่ยวที่มายังสถานที่แห่งนี้ ล้วนมาไหว้พระ ขอพรให้ร่ำรวยและโชคดี นอกจากนี้ ยังมีเทพเจ้าแห่งท้องทะเล เพื่อให้เดินทางปลอดภัยและโชคดี รวมถึงองค์พระโพธิสัตว์กวนอิม อยู่ภายในอุโมงค์วัดแห่งนี้ด้วย โดยวัดแห่งนี้ได้สร้างขึ้นบนภูเขา และมีการเจาะอุโมงค์ยาวกว่าหนึ่งร้อยเมตร เพื่อทะลุไปอีกฝั่งหนึ่งให้สามารถไปสักการะองค์กวนอิมได้ อีกทั้ง ตรงทางเข้าวัดจะมีเสาให้หยอดเหรียญขอพรซึ่งจะนำมาซึ่งความร่ำรวยเงินทอง ผู้ที่ทำการค้าหรือเป็นเจ้าของกิจการ มักมาไหว้พระขอพรยังสถานที่แห่งนี้

เปิดให้บริการ : 8.30-21.00 น.

การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว : MRT สายสีแดง สถานี Guandu แล้วเดินต่อมายัง No.360 Zixhing Road, Beitou District, Taipei (การเดินทางค่อนข้างมีระยะทางที่ไกล ควรเรียกแท็กซี่แล้วต่อไปยังจุดหมาย)

(เอ็มไทย, 2559)



ภาพที่ 2.9 สถานที่ท่องเที่ยว วัดกวนตุ๋

ที่มา: <https://travel.mthai.com> (2016)

#### 7.) Yong Kang Street

ถนน Yong Kang มีร้านขายอาหาร ร้านกาแฟ ร้านค้าทันสมัยอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นหนึ่งในย่านอาหาร ซึ่งเป็นที่นิยมที่สุดในไทเป เมื่อออกมาจากสถานี MRT บนถนน Yong Kang สิ่งแรกที่จะเห็น คือ คนต่อแถวรอเข้าร้านอาหารดั้งเดิมที่ชื่อว่า Din Tai Fung ซึ่งมีชื่อเสียงในเรื่องของ ซาลาเปาเสี้ยวหลงเปา (xiao long bao) ที่เสิร์ฟมาในเชิงแบบดั้งเดิม และเมื่อมาถึงที่นี่ สิ่งที่น่าทึ่งที่นักท่องเที่ยวรับประทาน คือ ซาลาเปาไส้หมูกับบะหมี่เนื้อวัว ซึ่งเป็นเมนูที่มีชื่อเสียงของไต้หวัน และอร่อยที่สุด ตั้งอยู่บนถนน Yong Kang นอกจากนี้ยังมี lu rou fan ข้าวหมอบ , cong zhuabing แพนเค้กหัวหอมที่วางซ้อนเป็นชั้น และขนมหวาน มะม่วงปั่นหรือน้ำแข็งใสใส่ถั่วแดงกับนมข้น ที่นักท่องเที่ยวนิยมมารับประทาน (เอ็มไทย, 2559)

เปิดให้บริการ : 11.00-21.00 น.

การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว : MRT Dong Men ทางออก 5



ภาพที่ 2.10 สถานที่ท่องเที่ยว Yong Kang Street

ที่มา: <https://travel.mthai.com> (2016)

#### 8.) ย่านซีเหมินติง แหล่งช้อปปิ้งวัยรุ่น (Ximending & Red House)

ย่านช้อปปิ้งชื่อดังของวัยรุ่น ที่ทุกคนจะนิยมมาซื้อของเกี่ยวกับเครื่องแต่งกาย นั่งดื่มกาแฟ รับประทานไอศกรีม เหมือนกับสยามสแควร์ของประเทศไทย

นอกจากจะเป็นย่านช้อปปิ้งของเมืองไทเปแล้ว ยังมีอาคารโบราณที่ทางการได้อนุรักษ์ไว้ มีชื่อว่า ตึกแดง หรือ Red House สร้างด้วยอิฐแดงทั้งหลัง ภายในจะมีการจัดนิทรรศการทางศิลปะต่างๆ แบบหมุนเวียน และภายนอกจะเป็นลานคนเมืองที่มีสินค้าทำมือหลากหลายรูปแบบวางขายกันที่นี่ ให้เลือกชม และเลือกซื้อได้ตามอัธยาศัย

เปิดให้บริการ : 11.00-23.00 น.

การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว : MRT สายสีน้ำเงิน สถานี Ximen

(เอ็มไทย, 2559)



ภาพที่ 2.11 สถานที่ท่องเที่ยว ย่านซีเหมินติง

ที่มา: <https://travel.mthai.com> (2016)

9.) **พิพิธภัณฑน์พระราชวังแห่งชาติ หรือพิพิธภัณฑน์แห่งชาติกู้กง**  
(National Palace Museum)

พิพิธภัณฑน์พระราชวังแห่งชาติ หรือพิพิธภัณฑน์แห่งชาติกู้กง เปิดให้เข้าชื่นชมผลงานศิลปะและสิ่งประดิษฐ์โบราณของจีนที่รวบรวมไว้มากที่สุดในโลก ของเหล่านี้มีอายุมากกว่า 8,000 ปี และคงอยู่มาหลายช่วงราชวงศ์แล้ว พิพิธภัณฑน์แห่งนี้สร้างขึ้นในปี 1925 หรือหลังก่อตั้งสาธารณรัฐจีนได้เพียง 13 ปีเท่านั้น

ภายในอาคารจะมีการจัดแสดงนิทรรศการหมุนเวียน เช่น ภาพวาด หนังสือโบราณ เครื่องทองสัมฤทธิ์ งานแกะสลัก และเครื่องปั้นดินเผา แต่ละชิ้นถือเป็นมรดกอันล้ำค่า สำหรับผลงานชิ้นสำคัญที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาชม คือ หยกรูปผักกาดขาว และหินแกะสลักรูปขามูติดมัน ซึ่งมีความเสมือนจริงมาก

**เปิดให้บริการ:** วันจันทร์-พฤหัสบดี และ อาทิตย์ 08.30-18.30 น.

วันศุกร์-เสาร์ 08.30-21.00 น.

**การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว:** MRT Shilin และรถโดยสารประจำทางสาย R30, 255, 304, 815 (ทรูไอดี, 2560)



ภาพที่ 2.12 สถานที่ท่องเที่ยว พิพิธภัณฑน์พระราชวังแห่งชาติ

ที่มา: <http://travel.trueid.net> (2017)

### 10.) น้ำพุร้อนเปย์โถว (Beitou)

เปย์โถว เป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านน้ำพุร้อนธรรมชาติ นักท่องเที่ยวมักเดินทางมาชม ห้วย Thermal Valley ซึ่งเป็นจุดชมวิวน้ำพุร้อนธรรมชาติจากภูเขาไฟ สามารถผ่อนคลายด้วยการแช่ในน้ำแร่ร้อนท่ามกลางธรรมชาติ ซึ่งที่นี่มีบ่อน้ำแร่สาธารณะและบ่อน้ำแร่ในโรงแรมบริการอยู่หลายแห่ง

อีกทั้งยังมีพิพิธภัณฑ์น้ำพุร้อนเปย์โถว ที่จัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สิ่งของ ภาพถ่าย และ ความเป็นมาของน้ำพุร้อน ซึ่งด้านในอาคารมีภูเขาไฟจำลอง ซึ่งพ่นไอกำมะถันออกมาตลอดทั้งปี

นอกจากนี้ยังมี ห้องสมุดสาธารณะเปย์โถว ซึ่งเป็นห้องสมุดสีเขียวแห่งแรกของไต้หวัน สำหรับนักท่องเที่ยวและผู้คนที่รักในการอ่านหนังสือ

**เปิดให้บริการ :** 09.00-17.00 ปิดวันจันทร์

**การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว :** MRT Xinbeitou ออกจาก MRT เดินตรง เลี้ยวริมสวนมาอีก 300 เมตร จะเจอห้องสมุดสาธารณะไทเป หลังจากนั้นเดินต่อมาอีก 200 เมตร (เอ็มไทย, 2559) , (สิริภพ มหรรษสุวรรณ, 2556)



ภาพที่ 2.13 สถานที่ท่องเที่ยว น้ำพุร้อนเปย์โถว

ที่มา: <https://travel.mthai.com> (2016)

## ของที่ระลึก

### 11.) พายส์บะรด

คนใต้หวันเรียกกันว่า เจียเต้อ โดยเฉพาะแบรนด์ดังอย่าง Chia Te ซึ่งมีชื่อเสียงเรื่องความอร่อย และเป็นพายส์บะรดสูตรดั้งเดิมของไต้หวัน เนื้อแป้งพายเมื่อรับประทานแล้วจะไม่ร่วน แป้งไม่แข็งและไม่กรอบจนเกินไป ใส่น้ำหวานมากน้อย รับประทานคู่กับน้ำชายิ่งมีความอร่อย นอกจากพายส์บะรดแล้ว ยังมีไส้อื่นๆอีก เช่น เซอร์รี่, สตรอเบอร์รี่, ลิ้นจี่ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มา มักจะซื้อกลับไปเป็นของฝาก



ภาพที่ 2.14 ของฝากพายส์บะรด ยี่ห้อ Chia Te

ที่มา: <http://www.thaiticketmajor.com> (2018)

### 12.) ชานมไต้หวัน

ชานมไต้หวันมีแพ็คเกจบรรจุที่สวยงาม รสชาติอร่อยกลมกล่อม หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อต่างๆ มีหลายรสด้วยกัน แต่รสที่ได้รับความนิยม คือ ขวดสีส้ม รสชานม

นอกจากนี้ยังมี ขวดสีแดง คือ กาแฟมอคค่า ขวดสีขาว คือ กาแฟลาเต้ ขวดสีเขียว คือ รสชาเขียว และยังมีรสอื่นๆ ให้เลือกอีกหลายรส ซึ่งรสของชาจะหอมและเข้มข้นกว่าชานมที่ประเทศไทย และหวานกำลังดี ซึ่งชานมของไต้หวันเป็นที่สนใจและซื้อรับประทานกันเป็นอย่างมากสำหรับนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.15 ของฝาก ชานมไข่มุก

ที่มา: <http://steventearoom.blogspot.com> (2017)



### 13.) ไช้เหล็ก

ไช้ด้านนอกนั้นมีสีน้ำตาลเข้ม เพราะนำไปเคี่ยวกับน้ำจนเปลี่ยนสี รสชาติคล้ายกับไช้พะโล้ แต่ว่าจะเข้มข้นกว่า มีทั้งขนาดเท่าไช้ไก่และเท่ากับไข่นกกระทา โดยส่วนไช้ขาวที่เปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลนั้นจะเหนียวมาก เพราะเคี่ยวเป็นเวลานาน จึงได้ชื่อว่า ไช้เหล็ก โดยสามารถลองรับประทานกับร้านที่เขาต้มไว้ได้ นักท่องเที่ยวที่จะซื้อเป็นของฝาก จะซื้อห่อแบบสุญญากาศ เพราะสามารถเก็บไว้ได้นานกว่า และน้ำของไช้จะไม่ไหลออกมาเลอะเทอะ ทำให้แพ็คกลับไปเป็นของฝากได้ง่าย (ตะลอนเที่ยว, 2561)



ภาพที่ 2.16 ของฝาก ไช้เหล็ก

ที่มา: <https://www.klook.com> (2016)

## 2.2 งานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิริรัตน์ นาคแป้น (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี” วัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุต่ำกว่า 24 ปี มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีรายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 20,000 เหรียญสหรัฐ โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาจากประเทศอังกฤษ และมีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรปมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันกับกลุ่มเพื่อนและคนรู้จัก มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 1-5 วัน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก มีค่าใช้จ่ายงบประมาณในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า 5,000 บาท มีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันโดยวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง และถ้ามีโอกาสจะกลับมาท่องเที่ยวเกาะพะงันอีกครั้ง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ทราบหรือรู้จักแหล่งข้อมูลท่องเที่ยวเกาะพะงันจากการแนะนำของบุคคล และเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณหาดรีนของเกาะพะงันมากที่สุด และโดยส่วนใหญ่นอกจากท่องเที่ยวเกาะพะงันแล้วนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังตั้งใจจะเดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร และเกาะเต่า-เกาะนางยวน ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยอีกด้วย และนอกจากท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังตั้งใจจะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศลาวมากที่สุด

พัชรินทร์ มหาสันติปิยะ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ในประเทศไทย” วัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ 3) เพื่อสำรวจความคิดเห็นด้าน การรับรู้และความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ในประเทศไทย 4) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับการรับรู้และความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุ 45-54 ปี สถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่ คือ ผู้ใช้ทักษะแรงงาน รายได้ต่อเดือน มากกว่า 3,500,000 วอน หรือเท่ากับ 1 แสนบาท พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ส่วนใหญ่ เป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเป็นครั้งแรก และมาท่องเที่ยวในประเทศไทยกับครอบครัว เพื่อน คู่รัก โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่เกิน 5 วัน ใช้ระยะเวลาการวางแผนล่วงหน้าไม่เกิน 3 เดือน ซึ่งมีอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่

ที่ต้องการจะมาพักผ่อนในประเทศไทย และเมื่อมาแล้วรู้สึกพอใจ เพราะส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้จะกลับมาอีกแน่นอน สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ได้วางแผนไป หรือได้ไปมาแล้วนั้นพบว่า เป็นสถานที่ที่รู้จักอยู่แล้ว เช่น กรุงเทพฯ ภูเก็ต พัทยา เชียงใหม่ ทะเลทางภาคใต้ อาทิเช่น สมุย เป็นต้น ผลการศึกษาระดับความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด อันได้แก่ การเยี่ยมชมหาดทราย ชายทะเล หมู่เกาะ ภูเขา และน้ำตก รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และสถานที่สำคัญของไทย ซึ่งทั้ง 2 ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ และกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในกิจกรรมทางด้านสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย รองลงมา คือ กิจกรรมทางน้ำเช่นพายเรือ ขี่เจ็ตสกี เล่นบานาน่าโบ๊ท ดำน้ำ และการรับประทานอาหารไทย รวมถึงอาหารทะเลอีกด้วย ผลการศึกษาระดับการรับรู้และความสนใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีระดับการรับรู้ในระดับน้อย ด้านความสนใจ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีความสนใจอยู่ในระดับมาก

Wang Zhouyaying (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ” วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 3) เปรียบเทียบความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด อาชีพ นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ส่วนใหญ่เคยมาเที่ยว 1 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์มาพักผ่อน เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาวันลาพักร้อนประจำปี มีทั้งเพื่อนและเพื่อนร่วมงานร่วมเดินทาง โดยใช้อินเทอร์เน็ตหาข้อมูล ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถโดยสารปรับอากาศ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเที่ยวพัทยา 5,000-10,000 บาท มีการวางแผนล่วงหน้าในการจองที่พักข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยเลือกพักในโรงแรม และส่วนใหญ่จะกลับมาเที่ยวอีก มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มี เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

## บทที่ 3 วิธีการศึกษา

### 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้การรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยการจัดเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในเกาะไต้หวัน จำนวน 40 คน ด้วยการเก็บแบบสอบถามออนไลน์

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ใช้การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งภายนอก (External Source) คือ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์แนะนำแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปไต้หวัน คือ [www.talontiew.com](http://www.talontiew.com) [www.travel.mthai.com](http://www.travel.mthai.com) [www.yingpook.com](http://www.yingpook.com) [www.travel.taipei](http://www.travel.taipei) [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) [www.taiwanandi.com](http://www.taiwanandi.com) และ [www.taiwan.net](http://www.taiwan.net)

### 3.2 วิธีการเก็บข้อมูล

3.2.1 เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความนิยมในเกาะไต้หวันจำนวน 7 แห่ง จากเว็บไซต์แนะนำนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปไต้หวัน คือ [www.talontiew.com](http://www.talontiew.com) [www.travel.mthai.com](http://www.travel.mthai.com) [www.yingpook.com](http://www.yingpook.com) [www.travel.taipei](http://www.travel.taipei) [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) [www.taiwanandi.com](http://www.taiwanandi.com) และ [www.taiwan.net](http://www.taiwan.net) ซึ่งจะวิเคราะห์โดยการจัดทำแผนที่

3.2.2 ศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อายุ รายได้ อาชีพ

ส่วนพฤติกรรม ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะไต้หวัน ประเภทสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางไปไต้หวัน ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง ผู้ที่ร่วมเดินทางด้วย เหตุผลในการท่องเที่ยว ช่องทางการหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนการเดินทาง ประเภทที่พัก เภณท์ในการเลือกย่านของที่พักและร้านอาหาร ประเภทอาหารและร้านอาหาร ของที่ระลึก วิธีเดินทางในการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆในไต้หวัน ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทาง และค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ซึ่งเก็บข้อมูลด้วยการทำแบบสอบถามออนไลน์ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

3.2.3 ศึกษาข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวัน ด้านที่พัก ด้านคมนาคม ด้านอาหาร ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ ซึ่งเก็บข้อมูลด้วยการทำแบบสอบถามออนไลน์ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.3.1 แบบสอบถาม (Questionnaires)

### 3.4 เทคนิคการวิเคราะห์

3.4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic)

## บทที่ 4 ผลการศึกษา

ในการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวัน ผู้วิจัยได้ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในไต้หวัน ที่มีการแนะนำจากเว็บไซต์การท่องเที่ยว 7 แหล่ง อีกทั้งศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังเกาะไต้หวัน โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือ และวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยมีผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ดังนี้

### 4.1 เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความนิยมในเกาะไต้หวัน

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการแนะนำมากที่สุดในเกาะไต้หวัน ซึ่งได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.1 สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการแนะนำจากเว็บไซต์ 7 แห่ง

สถานที่ท่องเที่ยว	www.Talon tiew.com	www.travel. mthai.com	www.Ying pook.com	www.Trip advisor.com	www.Taiwa Nandi.com	www.taiwan .net	www.Tai wan.net	รวม
ตึกไทเป 101	√	√	√	√	√	-	√	6
ย่านช้อปปิ้ง ซี-เหมินติง	√	√	√	√	√	-	√	6
อนุสรณ์สถาน เจียงไค-เช็ค	√	√	√	√	√	-	√	6

ตารางที่ 4.1 สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการแนะนำจากเว็บไซต์ 7 แห่ง (ต่อ)

วัดหลงซาน	-	√	-	√	√	-	√	4
พิพิธภัณฑ์ พระราชวัง กู้กง	√	√	√	-	-	-	√	4
ทะเลสาบ สุริยัน- จันทร์	√	-	√	-	-	√	-	3
หมู่บ้าน จิวเฟิน	√	-	√	-	√	-	-	3
น้ำพุร้อน เป่ย์โถว	-	√	√	-	-	-	√	3
ถนนคนเดิน ซื่อหลิน	-	-	-	-	√	√	√	3
ชายทะเล เหลาเหมย	√	-	-	√	-	-	-	2
เมาคง กอนโดล่า	-	√	-	-	-	-	-	1
สวนสัตว์ ไทเป	-	-	-	-	-	-	√	1
elephant Mountain	-	-	-	√	-	-	-	1
ศาลเจ้า ซิงเทียนกง	-	-	-	√	-	-	-	1
จุดชมวิว แห่งชาติ อาหลี่ซาน	-	-	-	-	-	√	-	1
วัดขงจื้อ แห่งไทเป	-	-	√	-	-	-	-	1

ตารางที่ 4.1 สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการแนะนำจากเว็บไซต์ 7 แห่ง (ต่อ)

ไนท์มาร์เก็ต เมียวคู	-	-	-	-	-	√	-	1
วัดสิง- เทียนกง	-	-	-	-	-	-	√	1
เกาะเผิงหู	√	-	-	-	-	-	-	1
หุบเขา ไหหลู่เก๋อ	-	-	√	-	-	-	-	1

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

หมายเหตุ √ มีแนะนำ -ไม่ได้แนะนำ

ตารางที่ 4.2 สรุปสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 10 อันดับแรก

อันดับที่	สถานที่	ถูกแนะนำจากเว็บไซต์ จำนวน(แห่ง)
1	ตึกไทเป101	6
2	ย่านช้อปปิ้งซีเหมินติง	6
3	อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค	6
4	วัดหลงซาน	4
5	พิพิธภัณฑพระราชวังกู้กง	4
6	ทะเลสาบสุริยันจันทรา	3
7	หมู่บ้านจิวเฟิน	3
8	น้ำพุร้อนเป่ย์โถว	3
9	ถนนคนเดินซือหลิน	3
10	ชายทะเลเหลาเหมย	2

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)





#### 4.1.1 ตึกไทเป 101 ( Taipei101 )

ตึกไทเป 101 ตั้งอยู่ใจกลางเมืองไทเป ด้วยการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์คล้ายปล้องไม้ไผ่ที่มีทั้งหมด 8 ปล้อง

ตึกไทเป 101 มี 106 ชั้น มีความสูงถึง 508 เมตร โดยชั้น 89 จะเป็นจุดชมวิวที่จะต้องซื้อตั๋วเข้าชมจากชั้นล่างของตึก สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่สัมผัสการชมวิวในที่สูง หรือกลัวความสูง สามารถถ่ายรูปคู่กับ ตึกไทเป 101 จากสวนอนุสรณ์สถาน ดร. ซุน ยัตเซน แทนได้

**ราคาค่าใช้จ่าย :** ปัจจุบัน ราคาบัตรเข้าชมอยู่ที่ 600 เหรียญไต้หวัน (NT) หรือประมาณ 680 บาท

**เปิดให้บริการ :** เปิดทุกวัน 9.00-22.00 น.

**การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว :** MRT สายสีแดง สถานี Taipei 101/World Trade Center



ภาพที่ 4.2 ผู้วิจัยดัดแปลงข้อมูลมาจาก

ที่มา: <https://www.google.com> ( Google Map) (2019)



ภาพที่ 4.3 สถานที่ท่องเที่ยว ตึกไทเป 101

ที่มา: <https://travel.mthai.com> (2016)



ภาพที่ 4.4 นักท่องเที่ยวซื้อตั๋วเข้าชม ณ ตึกไทเป 101

ที่มา: <https://th.blog.kkday.com> (2018)

#### 4.1.2 ย่านซีเหมินติง แหล่งช้อปปิ้งวัยรุ่น (Ximending & Red House)

ย่านช้อปปิ้งชื่อดังของวัยรุ่น ที่ทุกคนจะนิยมมาซื้อของเกี่ยวกับเครื่องแต่งกาย นั่งดื่มกาแฟ รับประทานไอศกรีม เสริมกับสยามสแควร์ของประเทศไทย

นอกจากจะเป็นย่านช้อปปิ้งของเมืองไทเปแล้ว ยังมีอาคารโบราณที่ทางการได้อนุรักษ์ไว้ มีชื่อว่าตึกแดง หรือ Red House สร้างด้วยอิฐแดงทั้งหลัง ภายในจะมีการจัดนิทรรศการทางศิลปะต่างๆ แบบหมุนเวียน และภายนอกจะเป็นลานคนเมือง ที่มีสินค้าทำมือหลากหลายรูปแบบ วางขาย ให้เลือกชม และเลือกซื้อได้ตามอัธยาศัย

**ราคาค่าใช้จ่าย :** ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวเลือกซื้อ

**เปิดให้บริการ :** 11.00-23.00 น.

**การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว :** MRT สายสีน้ำเงิน สถานี Ximen



ภาพที่ 4.5 ผู้วิจัยดัดแปลงข้อมูลมาจาก

ที่มา: <https://www.google.com> ( Google Map) (2019)



ภาพที่ 4.6 สถานที่ท่องเที่ยว ย่านซีเหมินติง

ที่มา: <https://travel.mthai.com> (2016)



ภาพที่ 4.7 นักท่องเที่ยวเดิน ณ ย่านซีเหมินติง  
ที่มา: <https://sites.google.com> (2019)

#### 4.1.3 อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค (Chiang Kai Shek Memorial hall)

อนุสรณ์สถานแห่งนี้สร้างขึ้นเพื่อรำลึกถึงอดีตประธานาธิบดีเจียงไคเช็ค ประธานาธิบดีแห่งไต้หวัน ที่ได้ถึงแก่อสัญกรรมไปแล้ว ใช้เวลาในการสร้างถึง 3 ปี สร้างแล้วเสร็จในปี ค.ศ. 1980 มีพื้นที่ประมาณ 205 แสนตารางเมตร

จุดหมายหลักที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนที่นี่ เนื่องจากมีอาคารใหญ่โตพร้อมกับลานกว้าง ตัวอาคารโดดเด่นด้วยสีขาว ตัดกับหลังคาแปดเหลี่ยมกระเบื้องสีน้ำเงิน ภายในมีรูปปั้นสำริดของท่านเจียงไคเช็คนั่งอยู่ พร้อมกับมีทหารเปลี่ยนเวรยามมาเฝ้าตามเวลา ช่วงตอนเปลี่ยนเวรยามของทหาร นักท่องเที่ยวจะได้รับชมพิธีการที่ขึงขังยิ่งใหญ่ และเมื่อออกจากอาคารอนุสรณ์สถานแล้ว จะพบลานกว้างขนาดใหญ่ และประตุนขนาดใหญ่ที่ออกแบบมาตามหลักฮวงจุ้ย ซึ่งบริเวณโดยรอบนี้ ยังมีอาคารทรงจีนที่ใช้เป็นโรงละครแห่งชาติ สถานที่จัดงาน จัดคอนเสิร์ต และสวนขนาดเล็ก สำหรับให้ประชาชนมาพักผ่อน หรือ จัดกิจกรรมเล็กๆ ได้

**ราคาค่าใช้จ่าย :** ไม่มีค่าใช้จ่าย

**เปิดให้บริการ :** เปิดทุกวัน 9.00-18.00 น.

**การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว :** MRT สายสีน้ำเงิน สถานี CKS Memorial Hall Station ทางออก 5 / ถนน Zhongshan S. Zhongzheng District Taipei



ภาพที่ 4.8 ผู้วิจัยดัดแปลงข้อมูลมาจาก

ที่มา: <https://www.google.com> ( Google Map) (2019)



ภาพที่ 4.9 สถานที่ท่องเที่ยว อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค

ที่มา: <http://travel.trueid.net> (2017)



ภาพที่ 4.10 บรรยากาศนักท่องเที่ยว ณ อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค  
ที่มา: <http://www.jatiewpainai.com> (2017)

#### 4.1.4 วัดหลงซาน (Lhongsan Temple)

วัดเก่าแก่ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองไทเป ซึ่งเป็นวัดที่เก่าแก่ที่สุด มีประวัติยาวนาน สร้างขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1738 นอกจากเป็นวัดที่เก่าแก่แล้ว ยังมีเรื่องราวของความเสียหายเมื่อสงครามโลก วัดเสียหายอย่างมากจากการทิ้งระเบิดพลาดเป่า และเมื่อสงครามยุติ ทางารได้ทำการซ่อมแซมบูรณะวัดขึ้นใหม่ โดยคัดสรรช่างระดับครู มาบูรณะวัดหลงซาน

วัดแห่งนี้สามารถเดินทางไปถึงได้ง่ายด้วยรถไฟฟ้า เหมาะสำหรับคนที่มาเที่ยวไทเปและมีเวลาไม่มาก สามารถมาไหว้พระและขอพรได้ ถือได้ว่า วัดหลงซานเพียงวัดเดียวสามารถขอพรอันประเสริฐได้ทุกประการ เนื่องจาก มีเทพเจ้าภายในให้สักการะมากกว่าหนึ่งร้อยองค์ ว่ากันว่าผู้คนและนักท่องเที่ยวที่มาขอพรที่นี่มักจะสมหวัง เช่น เทพผู้เฒ่าจันทรา ได้รับความนิยมนที่สุด มีผู้คนยื่นไหว้ขอพรหน้าตำหนักอย่างล้นหลามตลอดเวลา เนื่องจาก เชื่อว่าเป็นเทพที่ช่วยบันดาลให้สมหวังในความรัก เป็นเทพผู้ผูกด้ายแดงให้หนุ่มสาวมาพบกัน เป็นต้น

วัดนี้มีองค์ประกอบเด่นคือ เสามังกรพัน ซึ่งภายในวัดมีอีกหลายเสา ที่นักท่องเที่ยวมักจะให้ความสนใจถ่ายรูป และด้วยความที่วัดนี้มีคนเดินทางเข้ามาจำนวนมาก ทำให้กลิ่นธูปตลบอบอวล ใครมาวัดแห่งนี้ควรระวังทรัพย์สินสูญหาย และควรระวังรูปจากคนอื่นโดนร่างกายตนเอง

**ราคาค่าใช้จ่าย :** ไม่มีค่าใช้จ่าย (หากซื้อเครื่องราง จ่ายตามราคาที่ตั้ง)

**เปิดให้บริการ :** 6.00-22.00 น.

การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว : MRT สายสีน้ำเงิน สถานี Lhongshan Temple



ภาพที่ 4.11 ผู้วิจัยตัดแปลงข้อมูลมาจาก  
ที่มา: <https://www.google.com> ( Google Map) (2019)



ภาพที่ 4.12 สถานที่ท่องเที่ยว วัดหลงซาน  
ที่มา: <https://travel.mthai.com> (2016)





ภาพที่ 4.13 นักท่องเที่ยวเดินทางมาไหว้พระขอพร ณ วัดหลงซาน

ที่มา: <http://www.mheemhee.com> (2019)

#### 4.1.5 พิพิธภัณฑ์พระราชวังแห่งชาติ หรือพิพิธภัณฑ์แห่งชาติกู้กง (National Palace Museum)

พิพิธภัณฑ์พระราชวังแห่งชาติ หรือพิพิธภัณฑ์แห่งชาติกู้กง สร้างขึ้นในปี ค.ศ. 1925 เปิดให้เข้าชื่นชมผลงานศิลปะและสิ่งประดิษฐ์โบราณของจีนที่รวบรวมไว้มากที่สุดในโลก ของเหล่านี้มีอายุมากกว่า 8,000 ปี และคงอยู่มาหลายช่วงราชวงศ์

ภายในอาคารจะมีการจัดแสดงนิทรรศการหมุนเวียน เช่น ภาพวาด หนังสือโบราณ เครื่องทองสัมฤทธิ์ งานแกะสลัก และเครื่องปั้นดินเผา แต่ละชั้นถือเป็นมรดกอันล้ำค่า สำหรับผลงานชิ้นสำคัญที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาชม คือ หยกรูปผักกาดขาว และหินแกะสลักรูปขามูติดมัน ซึ่งมีความเสมือนจริงมาก

ภายในอาคารจัดแสดงหลักมีอยู่ด้วยกัน 4 ชั้นประกอบด้วย

ชั้น 1 มีหนังสือหายาก ส่วนจัดแสดงนิทรรศการพิเศษ เฟอร์นิเจอร์โบราณในยุคราชวงศ์ชิง (Qing Dynasty) และหมิง (Ming Dynasty) รูปปั้นด้านศาสนาและ แกลอรี่ที่บอกเล่าเรื่องราวของแต่ละราชวงศ์จีน

ชั้น 2 เป็นภาพวาด ภาพเขียนตัวอักษร งานเซรามิคต่างๆของจีน มีโซนที่เป็น Interactive และ Virtual Tour สำหรับภาพวาดที่มีชื่อเสียง 20 ภาพ

ชั้น 3 จัดแสดงเกี่ยวกับผลงานทองสำริด, อารูธ, เครื่องประดับ, หยก, กาน้ำชา และงานแกะสลักจากยุคราชวงศ์ Ming และ Qing

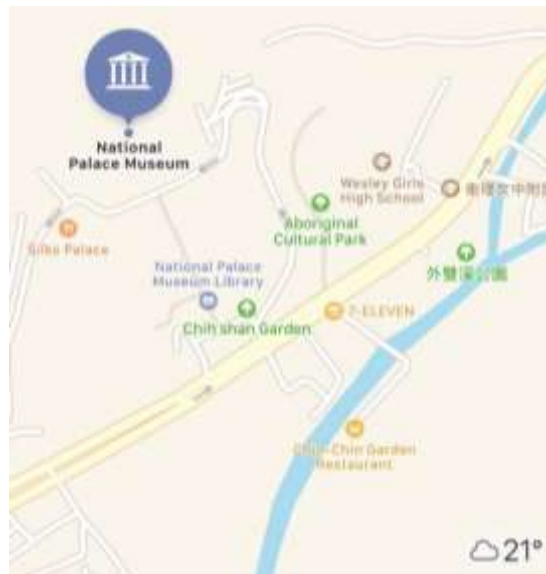
ชั้น 4 ร้านน้ำชา และดื่มชาให้บริการ

ราคาค่าใช้จ่าย : ผู้ใหญ่ 250 เหรียญไต้หวัน (NT) / เด็กเล็กเข้าฟรี

เปิดให้บริการ : วันจันทร์-พฤหัสบดี และ อาทิตย์ 08.30-18.30 น.

วันศุกร์-เสาร์ 08.30-21.00 น.

การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว : MRT Shilin และรถโดยสารประจำทาง  
สาย R30, 255, 304, 815



ภาพที่ 4.14 ผู้วิจัยดัดแปลงข้อมูลมาจาก

ที่มา: <https://www.google.com> ( Google Map) (2019)



ภาพที่ 4.15 สถานที่ท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์พระราชวังแห่งชาติ

ที่มา: <https://th.blog.kkday.com> (2018)



ภาพที่ 4.16 งานศิลปะหยกฝักกาดขาว ณ พิพิธภัณฑ์พระราชวังแห่งชาติ

ที่มา: <https://th.blog.kkday.com> (2018)



ภาพที่ 4.17 งานศิลปะหยกหมูสามชั้น ณ พิพิธภัณฑ์พระราชวังแห่งชาติ

ที่มา: <https://th.blog.kkday.com> (2018)

#### 4.1.6 ทะเลสาบสุริยันจันทรา (Sun Moon Lake )

ทะเลสาบสุริยันจันทราตั้งอยู่สูงเหนือกว่าระดับน้ำทะเลประมาณ 748 เมตร ล้อมรอบไปด้วยแนวเทือกเขาสูงใหญ่ ความสูงตั้งแต่ 600-2,000 เมตร โดยรอบของทะเลสาบไม่มีอาคารบ้านเรือนแออัด อีกทั้งไม่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวว่ายน้ำในทะเลสาบ รวมทั้งมีการควบคุมเรือนำเที่ยวในทะเลสาบอย่างเคร่งครัด จึงทำให้น้ำในทะเลสาบมีสีเขียวมรกตใส สะอาดใสอัน อากาศที่นี่เย็นสบายตลอดทั้งปี ยามเช้าจะมีหมอกลอยละล่องเหนือทะเลสาบอย่างสวยงาม ยามค่ำคืนสามารถเห็นดาวมากมายบนฟากฟ้า

**ราคาค่าใช้จ่าย :** หากมีการนั่งเรือชมทะเลสาบ ตัวเรือจะมี 2 ราคา คือ ราคาแบบเหมา 300 เหรียญไต้หวัน (NT) สามารถเดินทางไปมาได้ทั้ง 3 ท่าเรือ และ ราคาต่อท่าเรือ จะอยู่ที่ 100 เหรียญไต้หวัน (NT) ต่อหนึ่งท่าเรือ

**เปิดให้บริการ :** ทุกวัน 24 ชั่วโมง (ช่วงเวลาที่ควรไป คือ เดือนพฤศจิกายน – เดือนเมษายน)

**การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว :**

-รถไฟความเร็วสูง HSR จาก Taipei ไปยังสถานี Taichung จากนั้นให้ต่อรถบัส Nantou เพื่อเดินทางไปยังทะเลสาบสุริยันจันทรา ระยะเวลาการเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง ทั้งนี้ค่าโดยสารรถไฟ HSR จะขึ้นอยู่กับระยะเวลาการจองล่วงหน้าด้วย การจองล่วงหน้า 5 – 28 วัน จะมีส่วนลด 10%, 20% และ 35% เวลาเที่ยวแรก 6.25 น. และเที่ยวสุดท้ายเวลา 23.00 น.

-รถไฟธรรมดา TRA จาก Taipei ไปยัง Taichung จากนั้นให้ต่อรถบัส Nantou เพื่อเดินทางไปยังทะเลสาบสุริยันจันทรา ระยะเวลาการเดินทางประมาณ 1.30 – 2.15 ชั่วโมง เวลาเที่ยวแรก 6.12 น. และเที่ยวสุดท้ายเวลา 21.00 น. ค่าโดยสารประมาณ 375 เหรียญไต้หวัน (NT)

-รถบัส Kuo-kuang หมายเลข 1833 จาก Taipei West Bus Station Terminal B ไปยังทะเลสาบสุริยันจันทราโดยตรง ระยะเวลาเดินทางประมาณ 4 ชั่วโมง เวลาเที่ยวแรก 7.00 น. และเที่ยวสุดท้ายเวลา 17.00 น. ค่าโดยสารประมาณ 460 เหรียญไต้หวัน (NT)



ภาพที่ 4.18 ผู้วิจัยดัดแปลงข้อมูลมาจาก

ที่มา: <https://www.google.com> ( Google Map) (2019)



ภาพที่ 4.19 สถานที่ท่องเที่ยว ทะเลสาบสุริยันจันทรา (Sun Moon Lake )

ที่มา: <https://www.govivigo.com> (2016)



ภาพที่ 4.20 นักท่องเที่ยว วน ท่าเรือทะเลสาบสุริยันจันทรา (Sun Moon Lake )

ที่มา: <https://www.faithttravelthailand.com> (2019)

#### 4.1.7 หมู่บ้านโบราณจีวเฟิน (Jiufen Old Street, 九份)

เป็นถนนท่องเที่ยวหลักอยู่ที่ย่านเมืองเก่า มีการประดับโคมไฟสีแดงด้านบนถนนที่เป็นทางลาดชันและชันบันไดด้วย ซึ่งในบริเวณนี้จะมีโรงน้ำชาที่เป็นอาคารไม้ตั้งเรียงรายลดหลั่นกันไปที่สวยงามโดยสองข้างทางจะเต็มไปด้วยร้านค้าท้องถิ่น ในบรรยากาศบ้านเรือนและอาคารเก่าๆ เช่น โรงน้ำชา ร้านขายของที่ระลึก ร้านขายขนมและอาหารต่างๆ โดยเฉพาะขนมเฉพาะสูตรเมืองจีวเฟิน เช่น บัวลอยเผือก ลูกชิ้นปลาสูตรโบราณ และโรตีสายไหม เป็นต้น

**ราคาค่าใช้จ่าย :** ไม่มีค่าใช้จ่าย สามารถเข้าชมได้เลย

**เปิดให้บริการ :** เปิดทุกวันเวลาประมาณ 11:00-20:00 น.

**การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว :**

นั่งรถไฟใต้ดินสายสีน้ำเงิน Bannan Line หรือ สายสีน้ำตาล Wenhua Line มาลงที่รถไฟใต้ดินสถานี Zhongxiao Fuxing ทางออกที่ 1 ต่อรถประจำทางสาย 1062 หรือ 788 (Keelung Bus) ไปที่ Jinguashi โดยใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง ค่าโดยสารราคา 102 เหรียญไต้หวัน (NT) ลงที่ป้าย Jiufen Old Street จากป้ายหยุดรถบัสจีวเฟิน (Jiufen) ให้เดินตามทางขึ้นเขาไปทางขวาประมาณ 80 เมตรจะเห็นร้าน 7-11 และทางเข้าถนนสายเก่าจีวเฟินจะอยู่ข้างๆ

หากต้องการไปแบบสะดวกและระยะเวลาสั้นกว่า ให้นั่งรถแท็กซี่ โดยสามารถเรียกได้จากป้ายรถประจำทางแถวรถไฟใต้ดินสถานี Zhongxiao Fuxing (ที่เดียวกับที่จอดรถประจำทางไปจิวเฟิน) ปกติจะรับผู้โดยสารให้ครบ 6 ท่าน ค่าโดยสารตกท่านละ 200 เหรียญไต้หวัน (NT) ใช้เวลาเดินทางประมาณ 46 นาที



ภาพที่ 4.21 ผู้วิจัยดัดแปลงข้อมูลมาจาก  
ที่มา: <https://www.google.com> ( Google Map) (2019)



ภาพที่ 4.22 สถานที่ท่องเที่ยว หมู่บ้านโบราณจิวเฟิน  
ที่มา: <https://www.talontiew.com> (2016)



ภาพที่ 4.23 นักท่องเที่ยวกำลังเที่ยวชมหมู่บ้านโบราณจีวเฟิน  
ที่มา: <https://www.angelstartravel.com> (2017)

#### 4.1.8 น้ำพุร้อนเปย์โถว (Beitou)

เปย์โถว เป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านน้ำพุร้อนธรรมชาติ นักท่องเที่ยวมักเดินทางมาชมห้วย Thermal Valley ซึ่งเป็นจุดชมวิวน้ำพุร้อนธรรมชาติจากภูเขาไฟ สามารถผ่อนคลายด้วยการแช่น้ำแร่ร้อนท่ามกลางธรรมชาติ ซึ่งที่นี่มีบ่อน้ำแร่สาธารณะและบ่อน้ำแร่ในโรงแรมบริการอยู่หลายแห่ง

อีกทั้งยังมีพิพิธภัณฑ์น้ำพุร้อนเปย์โถว ที่จัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สิ่งของ ภาพถ่าย และ ความเป็นมาของน้ำพุร้อน ซึ่งด้านในอาคารมีภูเขาไฟจำลอง ซึ่งพ่นไอกำมะถันออกมาตลอดทั้งปี

นอกจากนี้ยังมี ห้องสมุดสาธารณะเปย์โถว ซึ่งเป็นห้องสมุดสีเขียวแห่งแรกของไต้หวัน สำหรับนักท่องเที่ยวและผู้คนที่รักในการอ่านหนังสือ

**ราคาค่าใช้จ่าย :** สถานที่เข้าส่วนใหญ่ในนี้ไม่เสียค่าเข้า รวมทั้งบ่อน้ำพุร้อนด้วย แต่จะมีกิจกรรมที่อาจมีค่าใช้จ่ายหากนักท่องเที่ยวมีความสนใจ เช่น การแช่น้ำร้อนเพื่อสุขภาพ อาจต้องเสียค่าเช่า เพื่อการประหยัดค่าใช้จ่ายยิ่งขึ้น ควรเตรียมชุดว่ายน้ำไปด้วย จะได้ไม่เสียค่าเช่า และที่นี่มีที่แช่เท้าฟรี โดยเดินจากสถานีรถไฟแล้วต้องเดินไปอีกแยกหนึ่งจึงจะพบบ่อแช่เท้า

**เปิดให้บริการ :** 09.00-17.00 น. ปิดวันจันทร์



การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว : MRT Xinbeitou ออกจาก MRT เดินตรง  
 เลียบริมสวนมาอีก 300 เมตร จะเจอห้องสมุดสาธารณะไทเป หลังจากนั้นเดินต่อมาอีก 200 เมตร จะ  
 ถึงบ่อน้ำพุร้อน



ภาพที่ 4.24 ผู้วิจัยดัดแปลงข้อมูลมาจาก  
 ที่มา: <https://www.google.com> ( Google Map) (2019)



ภาพที่ 4.25 สถานที่ท่องเที่ยว น้ำพุร้อนเปย์โลว (Beitou)  
 ที่มา: <https://www.taiwanandi.com> (2019)



ภาพที่ 4.26 นักท่องเที่ยวแช่น้ำพุร้อน ณ น้ำพุร้อนเปย์โถว (Beitou)  
ที่มา: <https://www.flymetotaiwan.com> (2014)

#### 4.1.9 ถนนคนเดินซี้อหลิน

ตลาดกลางคืนซี้อหลิน(Shilin Night Market, 士林夜市) เป็นหนึ่งในตลาดไนท์มาร์เก็ตที่มีชื่อเสียงมากที่สุดของเมืองไทเป โดยจะแบ่งออกเป็น 2 โซนหลัก คือโซนตลาดในอาคารเก่า ซึ่งมักจะเป็นร้านอาหารและขนมมีทั้งแบบแผงลอยและที่เป็นร้านเล็กๆ เกือบ 500 ร้านค้า ที่เน้นขายอาหารแบบท้องถิ่นของไต้หวันในรูปแบบ Street Food ต่างๆ เช่น ปลาหมึกย่าง, หอยทอด, ไก่ทอด, ข้าวขาหมู, และชาไต้หวัน เป็นต้น และอีกโซนที่เป็นตรอกซอกซอยแยกย่อยรอบๆอาคารตลาด ซึ่งจะขายของผสมกันไปทั้งร้านอาหาร คาเฟ่ ร้านขายของเล่น ของฝาก เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เครื่องสำอาง เครื่องประดับ ของใช้เด็ก ของที่ระลึก โรงภาพยนตร์ ร้านคาราโอเกะ และอื่นๆ ทั้งเป็นแบรนด์นานาชาติ และร้านท้องถิ่น

**ราคาค่าใช้จ่าย :** ไม่มีค่าใช้จ่าย (เลือกซื้อใช้จ่ายตามอัธยาศัย)

**เปิดให้บริการ :** ทุกวัน 17.00-00.00 น.

**การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว :** สถานีรถไฟใต้ดิน MRT Jiantan Station สายสีแดง ตลาดซี้อหลินอยู่ติดกับทางออก 1 ออกมาจะมองเห็นตลาดอยู่ฝั่งตรงข้าม



ภาพที่ 4.27 ผู้วิจัยตัดแปลงข้อมูลมาจาก

ที่มา: <https://www.google.com> ( Google Map) (2019)



ภาพที่ 4.28 รูปสถานที่ท่องเที่ยว ถนนคนเดินชื่อหลิน

ที่มา: <https://eng.taiwan.net> (2016)



ภาพที่ 4.29 นักท่องเที่ยวเดินซื้อสินค้า ณ ถนนคนเดินซื้อหลิน

ที่มา: <https://eng.taiwan.net> (2016)

#### 4.1.10 ชายทะเลเหลาเหมย (North Coast Laomei Green Reef)

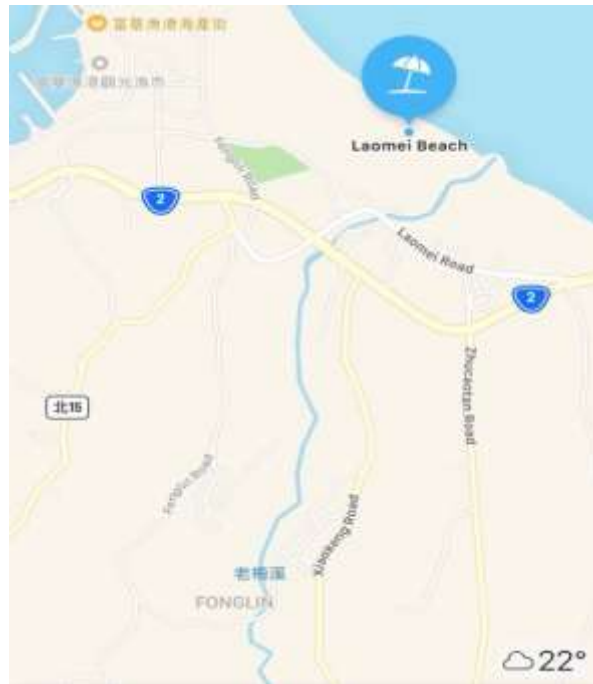
ชายทะเลเหลาเหมย เป็นแนวปะการังหินสีเขียวที่เกิดจากหินลาวาภูเขาไฟที่ถูกคลื่นกัดเซาะจนเกิดเป็นทัศนียภาพอันน่าอัศจรรย์และสวยงามทางธรรมชาติ ประมาณเดือนเมษายน ถึงเดือนพฤษภาคมแนวปะการังจะถูกปกคลุมด้วยสาหร่ายเยอะเป็นจำนวนมาก จนเป็นสีเขียวไปทั่วบริเวณชายฝั่ง ซึ่งถือเป็นช่วงที่สวยงามที่สุด

ราคาค่าใช้จ่าย : ไม่มีค่าใช้จ่าย

เปิดให้บริการ : ทุกวัน 24 ชั่วโมง

(ช่วงเวลาที่เหมาะสมคือ เดือนเมษายน – เดือนพฤษภาคม)

การเดินทางที่สะดวกที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว : หากเดินทางจากไทเป นั่งรถไฟ MRT สายสีแดง ลงที่สถานี Tamsui จากนั้นต่อรถประจำทาง สาย 862 ไปลง Laomei Station ระยะเวลาเดินทาง 45 นาที



ภาพที่ 4.30 ผู้วิจัยดัดแปลงข้อมูลมาจาก

ที่มา: <https://www.google.com> ( Google Map) (2019)



ภาพที่ 4.31 สถานที่ท่องเที่ยว ชายทะเลเหลาเหมย

ที่มา: <https://www.govivigo.com> (2015)



ภาพที่ 4.32 นักท่องเที่ยว ณ ชายทะเลเหลาเหมย

ที่มา: <https://www.fotolia.com> (2019)

จากการศึกษา จะเห็นได้ว่า ใต้หวันเป็นเกาะที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เนื่องจากมีประชากรส่วนใหญ่ได้อพยพถิ่นฐานจากทั่วประเทศจีนมาเข้ามาอยู่ในเกาะใต้หวัน จึงทำให้ใต้หวันเป็นอีกหนึ่งเกาะที่มีการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น หมู่บ้านโบราณจิวเฟิน วัดหลงซาน การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค พิพิธภัณฑสถานพระราชวังกู้กง และการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น บ่อน้ำพุร้อนเปย์โถว ทะเลสาบสุริยันจันทรา ที่มีความโดดเด่นเป็นอย่างมาก ด้วยการนำเอาวัฒนธรรม วิถีชีวิตของแต่ละชุมชน ในแต่ละพื้นที่มาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นแล้ว อาหารของใต้หวัน ก็มีความหลากหลายเช่นเดียวกันเนื่องจากประชากรจากประเทศจีนที่ได้โยกย้ายถิ่นฐานมาเข้ามาในใต้หวันต่างก็ได้นำพาเอาวัฒนธรรมทางอาหารการกินของแต่ละท้องถิ่นของตนเข้ามาด้วย ทำให้ใต้หวันกลายเป็นแหล่งรวมอาหารหลากหลายเกือบทุกประเภท ตั้งแต่อาหารท้องถิ่นต้นตำรับ อาหารต่างชาติ จนถึงอาหารว่างยามค่ำคินตามท้องถนน (street food) ซึ่งถือเป็นตัวเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะได้เลือกซื้อและรับประทานอาหารได้หลายประเภท

## 4.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน

### ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนปัจจัยบุคคลของนักท่องเที่ยวไทยกลุ่มเจนเนอเรชัน Z กลุ่มเจนเนอเรชัน Y กลุ่มเจนเนอเรชัน X และกลุ่มเจนเนอเรชัน Baby boomers ที่เดินทางไปท่องเที่ยวบนเกาะไต้หวัน จำนวน 40 คน สามารถสรุปได้ดังนี้

### ตารางที่ 4.3 ความถี่และร้อยละของเพศ

เพศ	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
ชาย	2	18.18	4	50	4	40	1	9.09	11	27.5
หญิง	9	81.82	4	50	6	60	10	90.91	29	72.5
รวม	11	100.00	8	100.00	10	100.00	11	100.00	40	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.3 พบว่า เพศหญิง Gen Baby boomers เดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะไต้หวันมากที่สุด จำนวน 29 คน ร้อยละ 72.5 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 11 คน ร้อยละ 27.5

ตารางที่ 4.4 ความถี่และร้อยละของระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
มัธยมศึกษา ตอนต้น/ เทียบเท่า	1	9.09	1	12.5	1	10	1	9.09	4	10
มัธยมศึกษาตอน ปลาย/เทียบเท่า	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ปริญญา ตรี	10	90.91	6	75	4	40.00	3	27.27	23	57.5
สูงกว่า ปริญญาตรี ขึ้นไป	0	0	1	12.5	5	50.00	7	63.64	15	37.5
รวม	11	100.00	8	100.00	10	100.00	11	100.00	40	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี เดินทางไปท่องเที่ยวที่  
เกาะไต้หวันมากที่สุด จำนวน 23 คน ร้อยละ 57.5 รองลงมา คือ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี  
ขึ้นไป จำนวน 15 คน ร้อยละ 37.5 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า จำนวน 4 คน  
ร้อยละ 10



ตารางที่ 4.5 ความถี่และร้อยละของรายได้

รายได้	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
ต่ำกว่า 10,000	7	63.64	0	0	0	0	0	0	7	17.5
10,000-20,000	4	36.36	3	37.5	1	10	0	0	8	20
20,001-30,000	0	0	2	25	2	20	2	18.18	6	15
30,001-40,000	0	0	0	0	1	10	2	18.18	3	7.5
40,001-50,000	0	0	0	0	3	30	0	0	3	7.5
มากกว่า 50,000	0	0	3	37.5	3	30	7	63.64	13	32.5
รวม	11	100.00	8	100.00	10	100.00	11	100.00	40	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวเกาะใต้หวัน มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 13 คน ร้อยละ 32.5 รองลงมา คือ 10,000-20,000 บาท จำนวน 8 คน ร้อยละ 20 ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 7 คน ร้อยละ 17.5 20,001-30,000 บาท จำนวน 6 คน ร้อยละ 15 30,001-40,000 บาท จำนวน 3 คน ร้อยละ 7.5 และ 40,001-50,000 บาท จำนวน 3 คน ร้อยละ 7.5

ตารางที่ 4.6 ความถี่และร้อยละของอาชีพ

อาชีพ	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
หน่วย งาน ราชการ	0	0	1	12.5	3	30	2	18.18	6	15
พนักงาน บริษัท	1	9.09	5	62.5	5	50	3	27.27	14	35
แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	0	0	0	0	0	0	3	27.27	3	7.5
ธุรกิจ ส่วนตัว	0	0	1	12.5	2	20	0	0	3	7.5
นักเรียน/ นักศึกษา	10	90.91	0	0	0	0	0	0	10	25
อื่นๆ	0	0	1	12.5	0	0	3	27.27	4	10
รวม	11	100.00	8	100.00	10	100.00	11	100.00	40	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.6 พบว่า อาชีพพนักงานบริษัท เดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะไต้หวันมากที่สุด จำนวน 14 คน ร้อยละ 35 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 10 คน ร้อยละ 25 หน่วยงานราชการ 6 คน ร้อยละ 15 อาชีพอื่นๆ จำนวน 4 คน ร้อยละ 10 แม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 3 คน ร้อยละ 7.5 และธุรกิจส่วนตัว จำนวน 3 คน ร้อยละ 7.5

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยกลุ่มเจนเนอเรชัน Z กลุ่มเจนเนอเรชัน Y กลุ่มเจนเนอเรชัน X และกลุ่มเจนเนอเรชัน Baby boomers ที่เดินทางไปท่องเที่ยวบนเกาะไต้หวัน จำนวน 40 คน สามารถสรุปได้ดังนี้

### ตารางที่ 4.7 สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะไต้หวันที่นักท่องเที่ยวไทยนิยมเดินทางไป

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ )

สถานที่	ช่วงวัย										
	Z + Y				X + Baby boomers						
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%	
ตึกไทเป											
101	9	22.5	7	17.5	8	15	5	12.5	29	100.00	
อนุสรณ์สถาน											
เจียง-											
ไคเซ็ก	10	25	8	20	7	17.5	7	17.5	32	100.00	
วัดหลงซาน	10	25	6	15	6	15	5	12.5	27	100.00	
พิพิธภัณฑ์-											
แห่งชาติกู่กง	6	15	4	10	4	10	4	10	18	100.00	
ทะเลสาบสุริยัน											
จันทรา	9	22.5	5	12.5	4	10	10	25	28	100.00	
หมู่บ้าน											
โบราณ											
จิวเฟิน	10	25	5	12.5	6	15	7	17.5	28	100.00	
น้ำพุร้อน											
เปย์โถว	3	7.50	2	5	3	7.50	2	5	10	100.00	
อื่นๆ	4	10	1	2.5	2	5	1	2.5	4	100.00	

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็คมากที่สุด จำนวน 32 คน ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ ดึกไทเป 101 จำนวน 32 คน ร้อยละ 100.00 ทะเลสาบสุรียันจันทรา จำนวน 28 คน ร้อยละ 100.00 หมู่บ้านโบราณจิวเฟิน จำนวน 28 คน ร้อยละ 100.00 วัดหลงซาน จำนวน 27 คน ร้อยละ 100.00 พิพิธภัณฑ์แห่งชาติกู่กง จำนวน 18 คน ร้อยละ 100.00 น้ำพุร้อนเปย์โถว จำนวน 10 คน ร้อยละ 100.00 และอื่นๆ จำนวน 4 คน ร้อยละ 100.00

#### ตารางที่ 4.8 ประเภทสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะไต้หวันที่นักท่องเที่ยวไทยนิยมเดินทางไป

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ )

ประเภทสถานที่	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	9	22.5	6	15	7	17.5	10	25	32	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	10	25	6	15	5	12.5	8	20	29	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวประเภทชายหาด น้ำตก	6	15	2	5	3	7.5	5	12.5	16	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ	9	22.5	5	12.5	6	15	0	0	20	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	8	20	6	15	5	12.5	5	12.5	24	100.00
อื่นๆ	0	0	1	2.5	1	2.5	0	0	2	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวที่สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด จำนวน 32 คน ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จำนวน 29 คน ร้อยละ 100.00 สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จำนวน 24 คน ร้อยละ 100.00 สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ จำนวน 20 คน ร้อยละ 100.00 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติชายหาด/น้ำตก จำนวน 16 ร้อยละ 100.00 และอื่นๆ จำนวน 2 คน ร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.9 จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปได้หัววัน

จำนวน (ครั้ง)	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
1	10	90.91	3	37.5	9	90	10	90.91	32	80
2	1	9.09	5	62.5	1	10	0	0	7	17.5
3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
มากกว่า 3	0	0	0	0	0	0	1	9.09	1	2.5
รวม	11	100.00	8	100.00	10	100.00	11	100.00	40	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวที่เกาะได้หัววันจำนวน 1 ครั้ง มากที่สุด จำนวน 32 คน ร้อยละ 80 รองลงมา คือ จำนวน 2 ครั้ง จำนวน 7 คน ร้อยละ 17.5 และมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 1 คน ร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4.10 ระยะเวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไต้หวัน

จำนวน วัน	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
> 3 วัน	0	0.	0	0	2	18.18	0	0	2	5
4-6วัน	10	90.91	6	75	7	63.64	10	90.91	33	82.5
< 6 วัน	1	9.09	2	25	1	9.09	1	9.09	5	12.5
รวม	11	100.00	8	100.00	10	90.91	11	100.00	40	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะไต้หวัน มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 4-6 วัน มากที่สุด จำนวน 33 คน ร้อยละ 82.5 รองลงมา คือ มากกว่า 6 วัน จำนวน 5 คน ร้อยละ 12.5 และ น้อยกว่า 3 วัน จำนวน 2 คน ร้อยละ 5

ตารางที่ 4.11 วิธีการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไต้หวัน

วิธีการ เดินทาง	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
กลุ่ม/ คณะ ทัวร์	8	72.73	3	37.5	4	40	3	27.27	18	45
เดินทาง ด้วย ตนเอง	3	27.27	5	62.5	6	60	8	72.73	22	55
รวม	11	100.00	8	100.00	10	100.00	11	27.5	40	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะไต้หวัน เดินทางไปท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด จำนวน 22 คน ร้อยละ 55 รองลงมา คือ เดินทางไปท่องเที่ยวกับกลุ่ม/คณะทัวร์ จำนวน 18 คน ร้อยละ 45

ตารางที่ 4.12 ผู้ที่นักท่องเที่ยวร่วมเดินทางด้วย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ผู้ที่ นักท่องเที่ยว ร่วมเดินทาง ด้วย	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
ครอบครัว	1	2.5	1	2.5	4	10	10	25	16	100.00
คู่รัก	0	0	5	12.5	0	0	0	0	5	100.00
เพื่อน	9	22.5	3	7.5	4	10	3	7.5	19	100.00
องค์กร/ บริษัท	3	7.5	2	5	3	7.5	1	2.5	9	100.00
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะไต้หวัน มีผู้ที่นักท่องเที่ยวร่วมเดินทางด้วย คือ เพื่อน มากที่สุด จำนวน 19 คน ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ ครอบครัว จำนวน 16 คน ร้อยละ 100.00 องค์กร/บริษัท จำนวน 9 คน ร้อยละ 100.00 และคู่รัก จำนวน 5 คน ร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.13 เหตุผลในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไต้หวัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ )

เหตุผลในการท่องเที่ยว	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
เพื่อทำธุรกิจ	0	0	0	0	2	5	0	0	2	100.00
เพื่อฮันนีมูน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
เพื่อพักผ่อน	9	22.5	7	17.5	9	22.5	10	25	35	100.00
เพื่อพิธีกรรมทางศาสนา	0	0	0	0	0	0	1	2.5	1	100.00
เพื่อการศึกษา	7	17.5	1	2.5	1	2.5	5	12.5	14	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะไต้หวัน เพื่อพักผ่อน มากที่สุด จำนวน 35 คน ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ เพื่อการศึกษา จำนวน 14 คน ร้อยละ 100.00 เพื่อทำธุรกิจ จำนวน 2 คน ร้อยละ 100.00 และเพื่อพิธีกรรมทางศาสนา จำนวน 1 คน ร้อยละ 100.00



ตารางที่ 4.14 ช่องทางในการหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนการเดินทางไปได้หัววันของนักท่องเที่ยวไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ช่องทาง	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers				รวม	รวม%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
เว็บไซต์/ อินเทอร์เน็ต	6	15	4	10	5	12.5	5	12.5	20	100.00
แผ่นพับ/ ใบปลิว/ หนังสือ แนะนำ ท่องเที่ยว	3	7.5	3	7.5	4	10	3	7.5	13	100.00
ได้รับ คำแนะนำ จากเพื่อน/ คนรู้จัก	7	17.5	4	10	4	10	4	10	19	100.00
นิทรรศการ ท่องเที่ยว	0	0	2	5	0	0	2	5	4	100.00
สื่อต่างๆ (โทรทัศน์/ วิทยุ)	2	5	1	2.5	1	2.5	4	10	8	100.00
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะได้หัววัน มีช่องทางในการหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนการเดินทางไปได้หัววันจาก เว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต มากที่สุด จำนวน 20 คน ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 19 คน ร้อยละ 100.00 แผ่นพับ/ใบปลิว/หนังสือแนะนำท่องเที่ยว จำนวน 13 คน ร้อยละ 100.00 สื่อต่างๆ (โทรทัศน์/วิทยุ) จำนวน 8 คน ร้อยละ 100.00 และนิทรรศการท่องเที่ยว จำนวน 4 คน ร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.15 ประเภทที่พักของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไต้หวัน (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

ประเภท ของที่ พัก	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
โรงแรม	10	25	6	15	6	15	10	25	32	100.00
โฮสเทล (Hostel)	0	0	1	2.5	4	10	2	5	7	100.00
โรงแรม แคปซูล	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
เกสเฮ้าส์ (Guest House)	1	2.5	1	2.5	1	2.5	1	2.5	4	100.00
อื่นๆ	0	0	1	2.5	1	2.5	1	2.5	4	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปพักที่เกาะไต้หวัน เลือกพักที่โรงแรม มากที่สุด จำนวน 32 คน ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ โฮสเทล (Hostel) จำนวน 7 คน ร้อยละ 100.00 เกสเฮ้าส์ (Guest House) จำนวน 4 คน ร้อยละ 100.00 และอื่นๆ จำนวน 4 คน ร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.16 เกณฑ์ในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไต้หวัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เกณฑ์ในการเลือก	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
ที่พักมีชื่อเสียง	4	10	0	0	1	2.5	3	7.5	8	100.00
อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	9	22.5	5	12.5	6	15	6	15	26	100.00
ที่พักมีความสะอาดและปลอดภัย	7	17.5	5	12.5	7	17.5	11	27.5	30	100.00
อื่นๆ	0	0	3	7.5	1	2.5	3	7.5	7	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะไต้หวัน มีเกณฑ์ในการเลือกที่พัก คือ ที่พักมีความสะอาดและปลอดภัย จำนวน 30 คน ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 26 คน ร้อยละ 100.00 ที่พักมีชื่อเสียง จำนวน 8 คน ร้อยละ 100.00 และอื่นๆ 7 คน ร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.17 ย่านของที่พักและร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปได้วันเลือก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ย่าน	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
ย่านจางซาน	4	10	3	7.5	5	12.5	5	12.5	17	100.00
ย่านเป่ยโถว	2	5	1	2.5	2	5	0	0	5	100.00
ย่านซีเหมิน	7	17.5	4	10	5	12.5	4	10	20	100.00
ย่านซินยี	0	0	1	2.5	1	2.5	2	5	4	100.00
ย่านต้าอัน	0	0	0	0	1	2.5	0	0	1	100.00
อื่นๆ	1	2.5	1	2.5	0	0	2	5	4	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวที่เกาะไต้หวัน เดินทางไปที่ท่องเที่ยวที่ย่านซีเหมิน มากที่สุด จำนวน 20 คน ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ ย่านจางซาน จำนวน 17 คน ร้อยละ 100.00 ย่านเป่ยโถว จำนวน 5 คน ร้อยละ 100.00 ย่านซินยี จำนวน 4 คน ร้อยละ 100.00 อื่นๆ จำนวน 4 คน ร้อยละ 100.00 และ ย่านต้าอัน จำนวน 1 คน ร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.18 ประเภทร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไต้หวันเลือก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภท ร้านอาหาร	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
อาหารข้าง ทาง (STREET FOOD)	2	5	3	7.5	8	20	1	2.5	14	100.00
อาหารร้าน สะดวกซื้อ	10	25	3	7.5	4	10	1	2.5	18	100.00
ร้านอาหาร/ ภัตตาคาร	9	22.5	6	15	8	20	11	27.5	34	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะไต้หวัน เลือกร้านอาหารประเภท ร้านอาหาร/ภัตตาคาร จำนวน 34 คน ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ อาหารร้านสะดวกซื้อ จำนวน 18 คน ร้อยละ 100.00 และอาหารข้างทาง (STREET FOOD) จำนวน 14 คน ร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.19 อาหารที่นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไต้หวันนิยมเลือกซื้อเลือกรับประทาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อาหาร	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
ชานม ไข่มุก	11	27.5	7	17.5	7	17.5	5	12.5	30	100.00
เสี๋ยว หลง เปา	7	17.5	3	7.5	9	22.5	6	15	25	100.00
ไข่ เจียว หอย นางรม	0	0	3	7.5	9	22.5	6	15	8	100.00
Hot pot Shabu	5	12.5	4	10	8	20	7	17.5	24	100.00
ไก่ทอด Hot Star	3	7.5	3	7.5	4	10	5	12.5	15	100.00
อื่นๆ	0	0	0	0	1	2.5	2	5	3	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.19 พบว่า อาหารที่นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไต้หวันนิยมเลือกซื้อเลือกรับประทาน คือ ชานมไข่มุก มากที่สุด จำนวน 30 คน ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ เสี๋ยวหลงเปา จำนวน 25 คน ร้อยละ 100.00 Hot pot Shabu จำนวน 24 คน ร้อยละ 100.00 ไก่ทอด Hot Star จำนวน 15 คน ร้อยละ 100.00 ไข่เจียวหอยนางรม จำนวน 8 คน ร้อยละ 100.00 และอื่นๆ จำนวน 3 คน ร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.20 ของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปได้วันเลือกซื้อกลับ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ของที่ระลึก	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
พายเค้กล้างประดับ	8	20	5	12.5	9	22.5	6	15	28	100.00
ชานมขวด	10	25	4	10	5	12.5	2	5	21	100.00
ดั่งเมฝรั่งเศส (Sugar and Spice Nougat)	1	2.5	4	10	1	2.5	2	5	8	100.00
ขนมเปียะเผือก	3	7.5	4	10	0	0	5	12.5	12	100.00
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	4	10	2	5	1	2.5	1	2.5	8	100.00
อื่นๆ	1	2.5	1	2.5	1	2.5	1	2.5	4	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.20 พบว่า ของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อ คือ พายเค้กล้างประดับ มากที่สุด จำนวน 28 คน ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ ชานมขวด จำนวน 21 คน ร้อยละ 100.00 ขนมเปียะเผือก จำนวน 12 คน ร้อยละ 100.00 ดั่งเมฝรั่งเศส (Sugar and Spice Nougat) จำนวน 8 คน ร้อยละ 100.00 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป จำนวน 8 คน ร้อยละ 100.00 และอื่นๆ จำนวน 4 คน ร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4.21 วิธีเดินทางในการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆในไต้หวันที่นักท่องเที่ยวไทยเลือก

วิธีการเดินทาง	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
รถไฟฟ้า ท้องถิ่น (TRA)	2	18.18	1	12.5	1	10	1	9.09	5	12.5
รถไฟ ความเร็ว สูง (THSR)	0	0	0	0	1	10	5	45.45	6	15
รถไฟฟ้า ใต้ดิน MRT	8	72.73	3	37.5	5	50	1	9.09	17	42.5
รถ โดยสาร ประจำ ทาง	1	9.09	2	25	3	30	3	27.27	9	22.5
รถแท็กซี่	0	0	2	25	0	0	1	9.09	3	7.5
รวม	11	100.00	8	100.00	10	100.00	11	100.00	40	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.21 พบว่า วิธีเดินทางในการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆในไต้หวันที่นักท่องเที่ยวไทยเลือก คือ รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT มากที่สุด จำนวน 17 คน ร้อยละ 42.5 รองลงมา คือ รถโดยสารประจำทาง จำนวน 9 คน ร้อยละ 22.5 รถไฟความเร็วสูง (THSR) จำนวน 6 คน ร้อยละ 15 รถไฟฟ้าท้องถิ่น (TRA) จำนวน 5 คน ร้อยละ 12.5 และรถแท็กซี่ จำนวน 3 คน ร้อยละ 7.5



ตารางที่ 4.22 ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทาง

จำนวน (บาท)	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
ต่ำกว่า 10,000	3	27.27	2	25	3	30	0	0	8	20
10,000- 20,000	7	63.64	1	12.5	3	30	2	18.18	13	32.5
20,001- 30,000	0	0	3	37.5	0	0	6	54.55	9	22.5
มากกว่า 30,000	1	9.09	2	25	4	40	3	27.27	10	25
รวม	11	100.00	8	100.00	10	100.00	11	100.00	40	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.22 พบว่า ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 13 คน ร้อยละ 32.5 รองลงมา คือ มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 10 คน ร้อยละ 25 20,001-30,000 บาท จำนวน 9 คน ร้อยละ 22.5 และ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 8 คน ร้อยละ 20

ตารางที่ 4.23 ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก

จำนวน (บาท)	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
ต่ำกว่า 1,000	3	27.27	1	12.5	0	0	0	0.00	4	10
1,000- 2,000	5	45.45	4	50	6	60	6	54.55	21	52.5
2,001- 3,000	1	9.09	3	37.5	3	30	2	18.18	9	22.5

ตารางที่ 4.23 ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก (ต่อ)

มากกว่า 3,000	2	18.18	0	0	1	10	3	27.27	6	15
รวม	11	100.00	8	100.00	10	100.00	11	100.00	40	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.23 พบว่า ค่าใช้จ่ายด้านที่พักอยู่ที่ 1,000-2,000 บาท มากที่สุด จำนวน 21 ร้อยละ 52.5 รองลงมา คือ 2,001-3,000 บาท จำนวน 9 คน ร้อยละ 22.5 มากกว่า 3,000 บาท จำนวน 6 คน ร้อยละ 15 และต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 4 คน ร้อยละ 10

ตารางที่ 4.24 ค่าใช้จ่ายด้านอาหาร

จำนวน (บาท)	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
ต่ำกว่า 1,000	5	45.45	2	25	1	10	0	0.00	8	20
1,000- 2,000	6	54.55	4	50	7	70	9	81.82	26	65
2,001- 3,000	0	0.00	0	0	1	10	1	9.09	2	5
มากกว่า 3,000	0	0.00	2	25	1	10	1	9.09	4	10
รวม	11	100.00	8	100.00	10	100.00	11	100.00	40	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.24 พบว่า ค่าใช้จ่ายด้านอาหารอยู่ที่ 1,000-2,000 บาท มากที่สุด จำนวน 26 ร้อยละ 65 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 8 คน ร้อยละ 20 มากกว่า 3,000 บาท จำนวน 4 คน ร้อยละ 10 และ 2,001-3,000 บาท จำนวน 2 คน ร้อยละ 5

ตารางที่ 4.25 ค่าใช้จ่ายด้านเดินทาง

จำนวน (บาท)	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
ต่ำกว่า 1,000	10	90.91	5	62.5	5	50	2	18.18	22	55
1,000- 2,000	1	10	3	37.5	3	30	6	54.55	13	32.5
2,001- 3,000	0	0	0	0	2	20	1	9.09	3	7.5
มากกว่า 3,000	0	0	0	0	0	0	2	18.18	2	5
รวม	11	100.00	8	100.00	10	100.00	11	100.00	40	100

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.25 พบว่า ค่าใช้จ่ายด้านเดินทางอยู่ที่ ต่ำกว่า 1,000 บาท มากที่สุด จำนวน 22 ร้อยละ 55 รองลงมา คือ 1,000-2,000 บาท จำนวน 13 คน ร้อยละ 32.5 2,001-3,000 บาท จำนวน 3 ร้อยละ 7.5 และมากกว่า 3,000 บาท จำนวน 2 ร้อยละ 5

ตารางที่ 4.26 ค่าใช้จ่ายด้านซื้อสินค้า (shopping)

จำนวน (บาท)	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
ต่ำกว่า 1,000	3	27.27	5	62.5	4	40	1	9.09	13	32.5
1,000- 2,000	5	45.45	1	12.5	5	50	6	54.55	17	42.5
2,001- 3,000	3	27.27	0	0	0	0	1	9.09	4	10

ตารางที่ 4.26 ค่าใช้จ่ายด้านซื้อสินค้า (shopping) (ต่อ)

มากกว่า 3,000	0	0	2	25	1	10	3	27.27	6	15
รวม	11	100.00	8	100.00	10	100.00	11	100.00	40	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.26 พบว่า ค่าใช้จ่ายด้านซื้อสินค้า (shopping) อยู่ที่ 1,000-2,000 บาท มากที่สุด จำนวน 17 คน ร้อยละ 42.5 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 13 คน ร้อยละ 32.5 มากกว่า 3,000 จำนวน 6 คน ร้อยละ 15 และ 2,001-3,000 บาท จำนวน 4 คน ร้อยละ 10

ตารางที่ 4.27 ค่าใช้จ่ายด้านการเข้าชมสถานที่

จำนวน (บาท)	ช่วงวัย									
	Z + Y				X + Baby boomers					
	F	%	F	%	F	%	F	%	รวม	รวม%
ต่ำกว่า 1,000	7	63.64	6	75	7	70	6	54.55	26	65
1,000- 2,000	4	36.36	2	25	2	20	5	45.45	13	32.5
2,001- 3,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
มากกว่า 3,000	0	0	0	0	1	10	0	0	1	2.5
รวม	11	100.00	8	100.00	10	100.00	11	100.00	40	100

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.27 พบว่า ค่าใช้จ่ายด้านการเข้าชมสถานที่อยู่ที่ ต่ำกว่า 1,000 บาท มากที่สุด จำนวน 26 คน ร้อยละ 65 รองลงมา คือ 1,000-2,000 บาท จำนวน 13 คน ร้อยละ 32.5 และมากกว่า 3,000 บาท จำนวน 1 คน ร้อยละ 2.5

#### 4.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน

##### ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยกลุ่มเจนเนอเรชัน Z กลุ่มเจนเนอเรชัน Y กลุ่มเจนเนอเรชัน X และกลุ่มเจนเนอเรชัน Baby boomers ที่เดินทางไปท่องเที่ยวบนเกาะไต้หวัน จำนวน 40 คน สามารถสรุปได้ดังนี้

##### ตารางที่ 4.28 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Z ด้านสถานที่ (ที่พัก)

ความพึงพอใจ ด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
มีความสะอาด สะดวกสบาย	6	54.54	3	27.27	2	18.18	0	0	0	0	11	100.00
ตั้งอยู่ใกล้แหล่ง ท่องเที่ยว	4	36.36	4	36.36	3	27.27	0	0	0	0	11	100.00
มีมาตรฐานการ ดูแลและการ รักษาความ ปลอดภัยที่มี ประสิทธิภาพ	5	45.46	4	36.36	2	18.18	0	0	0	0	11	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.28 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน Z มีความพึงพอใจด้านสถานที่ ประเภทที่พัก ได้แก่ มีความสะอาด สะดวกสบาย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 54.55 ระดับมาก ร้อยละ 27.27 ระดับปานกลาง ร้อยละ 18.18

ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 36.36 ระดับมาก ร้อยละ 36.36 ระดับปานกลาง ร้อยละ 27.27

มีมาตรฐานการดูแลและการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 45.46 ระดับมาก ร้อยละ 36.36 ระดับปานกลาง ร้อยละ 18.18

ตารางที่ 4.29 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Z ด้านสถานที่ (สถานที่ท่องเที่ยว)

ความพึงพอใจ ด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
สภาพภูมิทัศน์ เหมาะสมกับเป็น แหล่งท่องเที่ยว	5	45.45	6	54.55	0	0	0	0	0	0	11	100.00
มีความสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย	7	63.64	4	36.36	0	0	0	0	0	0	11	100.00
มีห้องน้ำบริการ อย่างเพียงพอ และถูก สุขลักษณะ	3	27.27	5	45.45	2	18.18	0	0	0	0	0	100.00
มีป้ายและ สัญลักษณ์บอก ชัดเจน	6	54.55	5	45.45	0	0	0	0	0	0	11	100.00
มีมาตรฐานการ ดูแลและการ รักษาความ ปลอดภัยที่มี ประสิทธิภาพ	5	45.45	6	54.55	0	0	0	0	0	0	11	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.29 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน Z มีความพึงพอใจด้านสถานที่ประเภทสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพภูมิทัศน์เหมาะสมกับเป็นแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ร้อยละ 45.45 ระดับมาก ร้อยละ 54.54

มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 63.63 ระดับมาก ร้อยละ 36.36

มีห้องน้ำบริการอย่างเพียงพอ และถูกสุขลักษณะ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 27.27 ระดับมาก ร้อยละ 45.45 ระดับปานกลาง ร้อยละ 18.18

มีป้ายและสัญลักษณ์บอกชัดเจน ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 54.55 ระดับมาก ร้อยละ 45.45

มีมาตรฐานการดูแลและการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 45.45 ระดับมาก ร้อยละ 54.55

**ตารางที่ 4.30 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Z ด้านการคมนาคม**

ด้านการคมนาคม	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
การคมนาคม สะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย	9	81.82	2	18.18	0	0	0	0	0	0	11	100.00
ระยะเวลาในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ รวดเร็วและเหมาะสม	7	63.64	4	36.36	0	0	0	0	0	0	11	100.00
มีป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน	6	54.55	5	45.45	0	0	0	0	0	0	11	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.30 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน Z มีความพึงพอใจด้านการคมนาคม ได้แก่ การคมนาคมสะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 81.82 ระดับมาก ร้อยละ 18.18

ระยะเวลาในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆรวดเร็วและเหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 63.64 ระดับมาก ร้อยละ 36.36

มีป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 54.55 ระดับมาก ร้อยละ 45.45

ตารางที่ 4.31 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Z ด้านอาหาร

ด้านอาหาร	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
อาหารสะอาด ถูกสุขลักษณะ	5	45.45	3	27.27	2	18.18	0	0	1	9.09	11	100.00
มีให้เลือก หลากหลาย หา ทานได้ง่าย	7	63.64	2	18.18	2	18.18	0	0	0	0	11	100.00
รสชาติเป็นที่ น่าพึงพอใจ	4	36.36	5	45.45	2	18.18	0	0	0	0	11	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.31 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชัน Z มีความพึงพอใจด้านอาหาร ได้แก่ อาหารสะอาด ถูกสุขลักษณะ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 45.45 ระดับมาก ร้อยละ 27.27 ระดับปานกลาง ร้อยละ 18.18

มีให้เลือกหลากหลาย หาทานได้ง่าย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 63.64 ระดับมาก ร้อยละ 18.18 ระดับปานกลาง ร้อยละ 18.18

รสชาติเป็นที่น่าพึงพอใจ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 36.36 ระดับมาก ร้อยละ 45.45 ระดับปานกลาง ร้อยละ 18.18



ตารางที่ 4.32 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Z ด้านราคา

ความพึงพอใจ ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
ที่พักมีราคาที่เหมาะสม	4	36.36	6	54.55	1	9.09	0	0	0	0	11	100.00
ราคาค่าบริการ ในการเข้าชม สถานที่ที่มีความ เหมาะสม (กรณี เก็บค่าเข้าชม)	5	45.45	3	27.27	3	27.27	0	0	0	0	11	100.00
ค่าใช้จ่ายในการ คมนาคมมี ความเหมาะสม	7	63.64	3	27.27	1	9.09	0	0	0	0	11	100.00
ร้านอาหารมีราคาที่เหมาะสม	6	54.55	4	36.36	1	9.09	0	0	0	0	11	100.00
ร้านจำหน่าย ของที่ระลึกราคา เหมาะสม	5	45.45	4	36.36	2	18.18	0	0	0	0	11	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.32 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน Z มีความพึงพอใจด้านราคาได้แก่ ที่พักมีราคาที่เหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 36.36 ระดับมาก ร้อยละ 54.55 ระดับปานกลาง ร้อยละ 9.09

ราคาค่าบริการในการเข้าชมสถานที่ที่มีความเหมาะสม (กรณีเก็บค่าเข้าชม) ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 45.45 ระดับมาก ร้อยละ 27.27 ระดับปานกลาง ร้อยละ 27.27

ค่าใช้จ่ายในการคมนาคมมีความเหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 63.64 ระดับมาก ร้อยละ 27.27 ระดับปานกลาง ร้อยละ 9.09

ร้านบริการอาหารมีราคาที่เหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 54.55 ระดับมาก ร้อยละ 36.36 ระดับปานกลาง ร้อยละ 9.09

ร้านจำหน่ายของที่ระลึกราคาเหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 45.45 ระดับมาก ร้อยละ 36.36 ระดับปานกลาง ร้อยละ 18.18

#### ตารางที่ 4.33 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Z ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์

ความพึงพอใจ ด้านการให้บริการ และ ประชาสัมพันธ์	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
มีการ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร เพื่อการ ท่องเที่ยวทาง เว็บไซต์และสื่อ ประเภทต่างๆ	5	45.45	5	45.45	1	9.09	0	0	0	0	11	100.00
มีศูนย์ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารและ บริการข้อมูลการ ท่องเที่ยวภายใน แหล่งท่องเที่ยว	4	36.36	6	54.55	1	9.09	0	0	0	0	11	100.00

ตารางที่ 4.33 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Z ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ (ต่อ)

มีการจัด เอกสาร แผ่นพับ แนะนำ สถานที่ ท่องเที่ยวไว้ บริการ นักท่องเที่ยว	4	36.36	6	54.55	1	9.09	0	0	0	0	11	100.00
มีเจ้าหน้าที่ บริการข้อมูล และให้ความ ช่วยเหลือ	4	36.36	6	54.55	1	9.09	0	0	0	0	11	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.33 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน Z มีความพึงพอใจด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เพื่อการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ และสื่อประเภทต่างๆ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 45.45 ระดับมาก ร้อยละ 45.45 ระดับปานกลาง ร้อยละ 9.09

มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการข้อมูลการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ร้อยละ 36.36 ระดับมาก ร้อยละ 54.55 ระดับปานกลาง ร้อยละ 9.09

มีการจัดเอกสาร แผ่นพับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 36.36 ระดับมาก ร้อยละ 54.55 ระดับปานกลาง ร้อยละ 9.09

มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความช่วยเหลือ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 36.36 ระดับมาก ร้อยละ 54.55 ระดับปานกลาง ร้อยละ 9.09

ตารางที่ 4.34 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Y ด้านสถานที่ (ที่พัก)

ความพึงพอใจ ด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
มีความสะอาด สะดวกสบาย	4	50	3	37.5	1	12.5	0	0	0	0	8	100.00
ตั้งอยู่ใกล้แหล่ง ท่องเที่ยว	4	50	2	25	2	25	0	0	0	0	8	100.00
มีมาตรฐานการ ดูแลและการ รักษาความ ปลอดภัยที่มี ประสิทธิภาพ	5	62.5	1	12.5	2	25	0	0	0	0	8	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.34 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน Y มีความพึงพอใจด้านสถานที่ ประเภทที่พัก ได้แก่ มีความสะอาด สะดวกสบาย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 50 ระดับมาก ร้อยละ 37.5 ระดับปานกลาง ร้อยละ 12.5

ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 50 ระดับมาก ร้อยละ 25 ระดับปานกลาง ร้อยละ 25

มีมาตรฐานการดูแลและการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 62.5 ระดับมาก ร้อยละ 12.5 ระดับปานกลาง ร้อยละ 25

ตารางที่ 4.35 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Y ด้านสถานที่ (สถานที่ท่องเที่ยว)

ความพึงพอใจ ด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
สภาพภูมิทัศน์ เหมาะสมกับเป็น แหล่งท่องเที่ยว	3	37.5	3	37.5	2	25	0	0	0	0	8	100.00
มีความสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย	3	37.5	4	50	1	12.5	0	0	0	0	8	100.00
มีห้องน้ำบริการ อย่างเพียงพอ และถูก สุขลักษณะ	2	25	4	50	2	25	0	0	0	0	8	100.00
มีป้ายและ สัญลักษณ์บอก ชัดเจน	3	37.5	4	50	0	0	1	12.5	0	0	8	100.00
มีมาตรฐานการ ดูแลและการ รักษาความ ปลอดภัยที่มี ประสิทธิภาพ	3	37.5	4	50	1	12.5	0	0	0	0	8	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.35 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน Y มีความพึงพอใจด้านสถานที่ประเภทสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพภูมิทัศน์เหมาะสมกับเป็นแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ร้อยละ 37.5 ระดับมาก ร้อยละ 37.5 ระดับปานกลาง ร้อยละ 25

มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 37.5 ระดับมาก ร้อยละ 50 ระดับปานกลาง ร้อยละ 12.5

มีห้องน้ำบริการอย่างเพียงพอ และถูกสุขลักษณะ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 25 ระดับมาก ร้อยละ 50 ระดับปานกลาง ร้อยละ 25

มีป้ายและสัญลักษณ์บอกชัดเจน ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 37.5 ระดับมาก ร้อยละ 50 ระดับน้อย ร้อยละ 12.5

มีมาตรฐานการดูแลและการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 37.5 ระดับมาก ร้อยละ 50 ระดับปานกลาง ร้อยละ 12.5

#### ตารางที่ 4.36 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Y ด้านการคมนาคม

ด้านการคมนาคม	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
การคมนาคมสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย	6	75	2	25	0	0	0	0	0	0	8	100.00
ระยะเวลาในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆรวดเร็วและเหมาะสม	5	62.5	2	25	1	12.5	0	0	0	0	8	100.00
มีป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน	6	75	1	12.5	1	12.5	0	0	0		8	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.36 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน Y มีความพึงพอใจด้านการคมนาคม ได้แก่ การคมนาคมสะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 75 ระดับมาก ร้อยละ 25

ระยะเวลาในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆรวดเร็วและเหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 62.5 ระดับมาก ร้อยละ 25 ระดับปานกลาง ร้อยละ 12.5

มีป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 75 ระดับมาก ร้อยละ 12.5 ระดับปานกลาง ร้อยละ 12.5

ตารางที่ 4.37 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Y ด้านอาหาร

ด้านอาหาร	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
อาหารสะอาด ถูกสุขลักษณะ	4	50	2	25	1	12.5	0	0	0	0	8	100.00
มีให้เลือก หลากหลาย หา ทานได้ง่าย	4	50	2	25	2	25	0	0	0	0	8	100.00
รสชาติเป็นที่ น่าพึงพอใจ	2	25	3	37.5	0	0	3	37.5	0	0	8	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.37 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชัน Y มีความพึงพอใจด้านอาหาร ได้แก่ อาหารสะอาด ถูกสุขลักษณะ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 50 ระดับมาก ร้อยละ 25 ระดับปานกลาง ร้อยละ 12.5

มีให้เลือกหลากหลาย หาทานได้ง่าย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 50 ระดับมาก ร้อยละ 25 ระดับปานกลาง ร้อยละ 25

รสชาติเป็นที่น่าพึงพอใจ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 25 ระดับมาก ร้อยละ 37.5 ระดับปานกลาง ร้อยละ 37.5

ตารางที่ 4.38 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Y ด้านราคา

ความพึงพอใจ ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
ที่พักมีราคาที่เหมาะสม	3	37.5	2	25	2	25	1	12.5	0	0	8	100.00
ราคาค่าบริการ ในการเข้าชม สถานที่มีความ เหมาะสม (กรณีเก็บค่า เข้าชม)	1	12.5	4	50	3	37.5	0	0	0	0	8	100.00
ค่าใช้จ่ายใน การคมนาคมมี ความเหมาะสม	3	37.5	3	37.5	2	25	0	0	0	0	8	100.00
ร้านบริการ อาหารมีราคาที่เหมาะสม	1	12.5	4	50	3	37.5	0	0	0	0	8	100.00
ร้านจำหน่าย ของที่ระลึกราคา เหมาะสม	2	25	4	50	2	25	0	0	0	0	8	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.38 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชัน Y มีความพึงพอใจด้านราคาได้แก่ ที่พักมีราคาที่เหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 37.5 ระดับมาก ร้อยละ 25 ระดับปานกลาง ร้อยละ 25

ราคาค่าบริการในการเข้าชมสถานที่มีความเหมาะสม (กรณีเก็บค่าเข้าชม) ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 37.5 ระดับมาก ร้อยละ 37.5 ระดับปานกลาง ร้อยละ 25



ค่าใช้จ่ายในการคมนาคมมีความเหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 37.5 ระดับมาก ร้อยละ 37.5 ระดับปานกลาง ร้อยละ 25

ร้านบริการอาหารมีราคาที่เหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 12.5 ระดับมาก ร้อยละ 50 ระดับปานกลาง ร้อยละ 37.5

ร้านจำหน่ายของที่ระลึกราคาเหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 25 ระดับมาก ร้อยละ 50 ระดับปานกลาง ร้อยละ 25

#### ตารางที่ 4.39 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Y ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์

ความพึงพอใจ ด้านการให้บริการ และ ประชาสัมพันธ์	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
มีการ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร เพื่อการ ท่องเที่ยวทาง เว็บไซต์และสื่อ ประเภทต่างๆ	3	37.5	2	25	3	37.5	0	0	0	0	8	100.00
มีศูนย์ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารและ บริการข้อมูลการ ท่องเที่ยวภายใน แหล่งท่องเที่ยว	2	25	4	50	2	25	0	0	0	0	8	100.00

ตารางที่ 4.39 ความพึงพอใจของ เจนเนอร์เรชัน Y ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ (ต่อ)

มีการจัดเอกสาร แผ่นพับแนะนำ สถานที่ท่องเที่ยว ไว้บริการ นักท่องเที่ยว	3	37.5	4	50	1	12.5	0	0	0	0	8	100.00
มีเจ้าหน้าที่ บริการข้อมูลและ ให้ความช่วยเหลือ	4	50	3	37.5	1	12.5	0	0	0	0	8	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.39 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอร์เรชัน Y มีความพึงพอใจด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เพื่อการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์และสื่อประเภทต่างๆ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 37.5 ระดับมาก ร้อยละ 25 ระดับปานกลาง ร้อยละ 37.5

มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการข้อมูลการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ร้อยละ 25 ระดับมาก ร้อยละ 50 ระดับปานกลาง ร้อยละ 25

มีการจัดเอกสาร แผ่นพับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 37.5 ระดับมาก ร้อยละ 50.00 ระดับปานกลาง ร้อยละ 12.5

มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความช่วยเหลือ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 50 ระดับมาก ร้อยละ 37.5 ระดับปานกลาง ร้อยละ 12.5

ตารางที่ 4.40 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน X ด้านสถานที่ (ที่พัก)

ความพึงพอใจ ด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
มีความสะอาด สะดวกสบาย	2	20	6	60	2	20	0	0	0	0	10	100.00
ตั้งอยู่ใกล้แหล่ง ท่องเที่ยว	4	40	4	40	2	20	0	0	0	0	10	100.00
มีมาตรฐานการ ดูแลและการ รักษาความ ปลอดภัยที่มี ประสิทธิภาพ	3	30	6	60	1	10	0	0	0	0	10	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.40 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน X มีความพึงพอใจด้านสถานที่ ประเภทที่พัก ได้แก่ มีความสะอาด สะดวกสบาย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 20 ระดับมาก ร้อยละ 60 ระดับปานกลาง ร้อยละ 20

ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 40 ระดับมาก ร้อยละ 40 ระดับปานกลาง ร้อยละ 20

มีมาตรฐานการดูแลและการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 30 ระดับมาก ร้อยละ 60 ระดับปานกลาง ร้อยละ 10

ตารางที่ 4.41 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน X ด้านสถานที่ (สถานที่ท่องเที่ยว)

ความพึงพอใจด้าน สถานที่	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
สภาพภูมิทัศน์ เหมาะสมกับเป็น แหล่งท่องเที่ยว	5	50	4	40	1	10	0	0	0	0	10	100.00
มีความสะอาด เป็น ระเบียบเรียบร้อย	4	40	4	40	1	10	1	10	0	0	10	100.00
มีห้องน้ำบริการ อย่างเพียงพอ และ ถูกสุขลักษณะ	4	40	4	40	2	20	0	0	0	0	10	100.00
มีป้ายและ สัญลักษณ์บอก ชัดเจน	2	20	5	50	3	30	0	0	0	0	10	100.00
มีมาตรฐานการดูแล และการรักษาความ ปลอดภัยที่มี ประสิทธิภาพ	2	20	5	50	3	30	0	0	0	0	10	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.41 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน X มีความพึงพอใจด้านสถานที่ประเภทสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพภูมิทัศน์เหมาะสมกับเป็นแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ร้อยละ 50 ระดับมาก ร้อยละ 40 ระดับปานกลาง ร้อยละ 10

มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 40 ระดับมาก ร้อยละ 40 ระดับปานกลาง ร้อยละ 10 ระดับน้อย ร้อยละ 10

มีห้องน้ำบริการอย่างเพียงพอ และถูกสุขลักษณะ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 40 ระดับมาก ร้อยละ 40 ระดับปานกลาง ร้อยละ 20

มีป้ายและสัญลักษณ์บอกชัดเจน ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 20 ระดับมาก ร้อยละ 50 ระดับปานกลาง ร้อยละ 30

มีมาตรฐานการดูแลและการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 20 ระดับมาก ร้อยละ 50 ระดับปานกลาง ร้อยละ 30

**ตารางที่ 4.42 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน X ด้านการคมนาคม**

ด้านการคมนาคม	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
การคมนาคม สะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย	5	50	5	50	0	0	0	0	0	0	10	100.00
ระยะเวลาในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ รวดเร็วและเหมาะสม	4	40	5	50	1	10	0	0	0	0	10	100.00
มีป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน	4	40	5	50	1	10	0	0	0	0	10	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.42 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน X มีความพึงพอใจด้านการคมนาคม ได้แก่ การคมนาคมสะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 50 ระดับมาก ร้อยละ 50

ระยะเวลาในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆรวดเร็วและเหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 40ระดับมาก ร้อยละ 50 ระดับปานกลาง ร้อยละ 10

มีป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 40 ระดับมาก ร้อยละ 50 ระดับปานกลาง ร้อยละ 10

ตารางที่ 4.43 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน X ด้านอาหาร

ด้านอาหาร	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
อาหารสะอาด ถูกสุขลักษณะ	3	30	5	50	2	20	0	0	0	0	10	100.00
มีให้เลือก หลากหลาย หา ทานได้ง่าย	6	60	2	20	2	20	0	0	0	0	10	100.00
รสชาติเป็นที่ น่าพึงพอใจ	2	20	6	60	2	20	0	0	0	0	10	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.43 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน X มีความพึงพอใจด้านอาหาร ได้แก่ อาหารสะอาด ถูกสุขลักษณะ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 30 ระดับมาก ร้อยละ 50 ระดับปานกลาง ร้อยละ 20

มีให้เลือกหลากหลาย หาทานได้ง่าย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 60 ระดับมาก ร้อยละ 20 ระดับปานกลาง ร้อยละ 20

รสชาติเป็นที่น่าพึงพอใจ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 20 ระดับมาก ร้อยละ 60 ระดับปานกลาง ร้อยละ 20

ตารางที่ 4.44 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน X ด้านราคา

ความพึงพอใจ ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
ที่พักมีราคาที่เหมาะสม	3	30	4	40	2	20	1	10	0	0	10	100.00
ราคาค่าบริการในการเข้าชมสถานที่ที่มีความเหมาะสม (กรณีเก็บค่าเข้าชม)	2	20	3	30	4	40	1	10	0	0	10	100.00
ค่าใช้จ่ายในการคมนาคมมีความเหมาะสม	3	30	4	40	3	30	0	0	0	0	10	100.00
ร้านอาหารมีราคาที่เหมาะสม	2	20	6	60	1	10	1	10	0	0	10	100.00
ร้านจำหน่ายของที่ระลึกราคาเหมาะสม	2	20	3	30	4	40	1	10	0	0	10	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.44 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชัน X มีความพึงพอใจด้านราคาได้แก่ ที่พักมีราคาที่เหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 30 ระดับมาก ร้อยละ 40 ระดับปานกลาง ร้อยละ 20 ระดับน้อย ร้อยละ 10

ราคาค่าบริการในการเข้าชมสถานที่ที่มีความเหมาะสม (กรณีเก็บค่าเข้าชม) ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 20 ระดับมาก ร้อยละ 30 ระดับปานกลาง ร้อยละ 40 ระดับน้อย ร้อยละ 10

ค่าใช้จ่ายในการคมนาคมมีความเหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 30 ระดับมาก ร้อยละ 40 ระดับปานกลาง ร้อยละ 30

ร้านบริการอาหารมีราคาที่เหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 20 ระดับมาก ร้อยละ 60 ระดับปานกลาง ร้อยละ 10 ระดับน้อย ร้อยละ 10

ร้านจำหน่ายของที่ระลึกราคาเหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 20 ระดับมาก ร้อยละ 30 ระดับปานกลาง ร้อยละ 40 ระดับน้อย ร้อยละ 10

#### ตารางที่ 4.45 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน X ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์

ความพึงพอใจ ด้านการให้บริการ และ ประชาสัมพันธ์	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
มีการ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร เพื่อการ ท่องเที่ยวทาง เว็บไซต์และสื่อ ประเภทต่างๆ	3	30	3	30	4	40	0	0	0	0	10	100.00
มีศูนย์ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารและ บริการข้อมูลการ ท่องเที่ยวภายใน แหล่งท่องเที่ยว	1	10	4	40	5	50	0	0	0	0	10	100.00



ตารางที่ 4.45 ความพึงพอใจของ เจนเนอร์เรชัน X ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ (ต่อ)

มีการจัดเอกสาร แผ่นพับแนะนำ สถานที่ท่องเที่ยว ไว้บริการ นักท่องเที่ยว	1	10	3	30	6	60	0	0	0	0	10	100.00
มีเจ้าหน้าที่ บริการข้อมูลและ ให้ความช่วยเหลือ	1	10	2	20	7	70	0	0	0	0	10	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.45 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอร์เรชัน X มีความพึงพอใจด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เพื่อการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์และสื่อประเภทต่างๆ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 30 ระดับมาก ร้อยละ 30 ระดับปานกลาง ร้อยละ 40

มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการข้อมูลการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ร้อยละ 10 ระดับมาก ร้อยละ 40 ระดับปานกลาง ร้อยละ 50

มีการจัดเอกสาร แผ่นพับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 10 ระดับมาก ร้อยละ 30 ระดับปานกลาง ร้อยละ 60

มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความช่วยเหลือ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 10 ระดับมาก ร้อยละ 20 ระดับปานกลาง ร้อยละ 70

ตารางที่ 4.46 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Baby boomers ด้านสถานที่ (ที่พัก)

ความพึงพอใจ ด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
มีความสะอาด สะดวกสบาย	1	9.09	8	72.73	2	18.18	0	0	0	0	11	100.00
ตั้งอยู่ใกล้แหล่ง ท่องเที่ยว	2	18.18	8	72.73	1	9.09	0	0	0	0	11	100.00
มีมาตรฐานการ ดูแลและการ รักษาความ ปลอดภัยที่มี ประสิทธิภาพ	2	18.18	8	72.73	1	9.09	0	0	0	0	11	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.46 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน Baby boomers มีความพึงพอใจด้านสถานที่ ประเภทที่พัก ได้แก่ มีความสะอาด สะดวกสบาย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 9.09 ระดับมาก ร้อยละ 72.73 ระดับปานกลาง ร้อยละ 18.18

ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 18.18 ระดับมาก ร้อยละ 72.73 ระดับปานกลาง ร้อยละ 9.09

มีมาตรฐานการดูแลและการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 18.18 ระดับมาก ร้อยละ 72.73 ระดับปานกลาง ร้อยละ 9.09

ตารางที่ 4.47 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Baby boomers ด้านสถานที่  
(สถานที่ท่องเที่ยว)

ความพึงพอใจ ด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
สภาพภูมิทัศน์ เหมาะสมกับเป็น แหล่งท่องเที่ยว	2	18.18	5	45.45	4	36.36	0	0	0	0	11	100.00
มีความสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย	3	27.27	5	45.45	3	27.27	0	0	0	0	11	100.00
มีห้องน้ำบริการ อย่างเพียงพอ และถูก สุขลักษณะ	4	36.36	4	36.36	3	27.27	0	0	0	0	11	100.00
มีป้ายและ สัญลักษณ์บอก ชัดเจน	4	36.36	6	54.55	1	9.09	0	0	0	0	11	100.00
มีมาตรฐานการ ดูแลและการ รักษาความ ปลอดภัยที่มี ประสิทธิภาพ	2	18.18	5	45.45	4	36.36	0	0	0	0	11	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.47 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน Baby boomers มีความพึงพอใจด้านสถานที่ประเภทสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพภูมิทัศน์เหมาะสมกับเป็นแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 18.18 ระดับมาก ร้อยละ 45.45 ระดับปานกลาง ร้อยละ 36.36

มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 27.27 ระดับมาก ร้อยละ 45.45 ระดับปานกลาง ร้อยละ 27.27

มีห้องน้ำบริการอย่างเพียงพอ และถูกสุขลักษณะ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 36.36  
ระดับมาก ร้อยละ 36.36 ระดับปานกลาง ร้อยละ 27.27

มีป้ายและสัญลักษณ์บอกชัดเจน ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 36.36 ระดับมาก ร้อยละ 54.45  
ระดับน้อย ร้อยละ 9.09

มีมาตรฐานการดูแลและการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด  
ร้อยละ 18.18 ระดับมาก ร้อยละ 45.45 ระดับปานกลาง ร้อยละ 36.36

#### ตารางที่ 4.48 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Baby boomers ด้านการคมนาคม

ด้านการ คมนาคม	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
การคมนาคม สะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย	2	18.18	9	81.82	0	0	0	0	0	0	11	100.00
ระยะเวลาใน การเดินทางไป ยังสถานที่ต่างๆ รวดเร็วและ เหมาะสม	0	0.00	8	72.73	3	27.27	0	0	0	0	11	100.00
มีป้ายบอกทาง ในการเดินทางที่ ชัดเจน	4	36.36	6	54.55	1	9.09	0	0	0	0	11	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.48 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชัน Baby boomers มีความพึงพอใจด้านการคมนาคม ได้แก่ การคมนาคมสะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 18.18 ระดับมาก ร้อยละ 81.82

ระยะเวลาในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆรวดเร็วและเหมาะสมในระดับมาก ร้อยละ 72.73 ระดับปานกลาง ร้อยละ 27.27

มีป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 36.36 ระดับมาก ร้อยละ 54.55 ระดับปานกลาง ร้อยละ 9.09

#### ตารางที่ 4.49 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชั่น Baby boomers ด้านอาหาร

ด้านอาหาร	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
อาหารสะอาด ถูกสุขลักษณะ	4	36.36	4	36.36	3	27.27	0	0.00	0	0	11	100.00
มีให้เลือก หลากหลาย หาทานได้ง่าย	3	27.27	6	54.55	2	18.18	0	0.00	0	0	11	100.00
รสชาติเป็นที่ น่าพึงพอใจ	3	27.27	5	45.45	2	18.18	1	9.09	0	0	11	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.49 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Baby boomers มีความพึงพอใจด้านอาหาร ได้แก่ อาหารสะอาด ถูกสุขลักษณะ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 36.36 ระดับมาก ร้อยละ 36.36 ระดับปานกลาง ร้อยละ 27.27

มีให้เลือกหลากหลาย หาทานได้ง่าย ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 27.27 ระดับมาก ร้อยละ 54.55 ระดับปานกลาง ร้อยละ 18.18

รสชาติเป็นที่น่าพึงพอใจ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 27.27 ระดับมาก ร้อยละ 45.45 ระดับปานกลาง ร้อยละ 18.18 ระดับน้อย ร้อยละ 9.09

ตารางที่ 4.50 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Baby boomers ด้านราคา

ความพึงพอใจ ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
ที่พักมีราคาที่เหมาะสม	3	27.27	4	36.36	4	36.36	0	0	0	0	11	100.00
ราคา ค่าบริการใน การเข้าชม สถานที่ มีความ เหมาะสม (กรณีเก็บค่า เข้าชม)	1	9.09	8	72.73	2	18.18	0	0	0		11	100.00
ค่าใช้จ่ายใน การคมนาคม มีความ เหมาะสม	2	18.18	7	63.64	2	18.18	0	0	0	0	11	100.00
ร้านบริการ อาหารมีราคา ที่เหมาะสม	3	27.27	6	54.55	2	18.18	0	0	0	0	11	100.00
ร้านจำหน่าย ของ ที่ระลึกราคา เหมาะสม	0	0	7	63.64	2	18.18	0	0	2	18.18	11	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.50 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน Baby boomers มีความพึงพอใจด้านราคาได้แก่ ที่พักมีราคาที่เหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 27.27 ระดับมาก ร้อยละ 36.36 ระดับปานกลาง ร้อยละ 36.36

ราคาค่าบริการในการเข้าชมสถานที่ที่มีความเหมาะสม (กรณีเก็บค่าเข้าชม) ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 9.09 ระดับมาก ร้อยละ 72.73 ระดับปานกลาง ร้อยละ 18.18

ค่าใช้จ่ายในการคมนาคมมีความเหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 18.18 ระดับมาก ร้อยละ 63.64 ระดับปานกลาง ร้อยละ 18.18

ร้านบริการอาหารมีราคาที่เหมาะสม ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 27.27 ระดับมาก ร้อยละ 54.55 ระดับปานกลาง ร้อยละ 18.18

ร้านจำหน่ายของที่ระลึกราคาเหมาะสม ในระดับมาก ร้อยละ 63.64 ระดับปานกลาง ร้อยละ 18.18 ระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 18.18

ตารางที่ 4.51 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Baby boomers ด้านการให้บริการและ  
 ประชาสัมพันธ์

ความพึงพอใจ ด้านการ ให้บริการและ ประชาสัมพันธ์	ระดับความพึงพอใจ (คน)											
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	รวม	รวม%
มีการ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร เพื่อการ ท่องเที่ยวทาง เว็บไซต์และสื่อ ประเภทต่างๆ	0	0	6	54.55	3	27.27	2	18.18	0	0	11	0
มีศูนย์ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารและ บริการข้อมูลการ ท่องเที่ยวภายใน แหล่งท่องเที่ยว	0	0	6	54.55	3	27.27	2	18.18	0	0	11	0



ตารางที่ 4.51 ความพึงพอใจของ เจนเนอเรชัน Baby boomers ด้านการให้บริการและ  
 ประชาสัมพันธ์ (ต่อ)

มีการจัด เอกสาร แผ่นพับ แนะนำ สถานที่ ท่องเที่ยวไว้ บริการ นักท่องเที่ยว	0	0	5	45.45	6	54.55	0	0	0	0	11	100.00
มีเจ้าหน้าที่ บริการข้อมูล และให้ความ ช่วยเหลือ	0	0	5	45.45	6	54.55	0	0	0	0	11	100.00

ที่มา: ผู้วิจัย, (2562)

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.51 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชัน Baby boomers มีความพึงพอใจด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เพื่อการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์และสื่อประเภทต่างๆ ในระดับมาก ร้อยละ 54.55 ระดับปานกลาง ร้อยละ 27.2 ระดับน้อย ร้อยละ 18.18

มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการข้อมูลการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ร้อยละ 54.55 ระดับปานกลาง ร้อยละ 27.27 ระดับน้อย ร้อยละ 18.18

มีการจัดเอกสาร แผ่นพับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว ในระดับมาก ร้อยละ 45.45 ระดับปานกลาง ร้อยละ 54.54

มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความช่วยเหลือ ในระดับมาก ร้อยละ 45.45 ระดับปานกลาง ร้อยละ 54.54

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวัน สรุปผลตามวัตถุประสงค์และนำเสนอผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ ในหัวข้อดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### 5.1.1 แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความนิยมในเกาะไต้หวัน

จากการศึกษาพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและแนะนำมากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ ตึกไทเป 101 ย่านช้อปปิ้งซีเหมินติง อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค วัดหลงซาน พิพิธภัณฑพระราชวังกู้กง ทะเลสาบสุริยันจันทรา หมู่บ้านจิวเฟิน น้ำพุร้อนเปย์เถว ถนนคนเดินซือหลิน และชายทะเลเหลาเหมย ตามลำดับ

##### 5.1.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเกาะไต้หวันส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ Gen Z และ Gen Baby boomers มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท นิยมเดินทางไปไต้หวันด้วยตนเองกับเพื่อน ค้นหาข้อมูลก่อนการเดินทางจากอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่างๆ มีจุดประสงค์เดินทางมาเพื่อพักผ่อน ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวประเภทที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่วนใหญ่เคยเดินทางไปไต้หวัน 1 ครั้ง มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 4-6 วัน เลือกพักที่โรงแรม โดยการเลือกที่พักจะคำนึงจากความสะอาดและปลอดภัยของที่พัก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังนิยมเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ด้วยรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ซึ่งย่านที่มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปมากที่สุด คือ ย่านซีเหมินติง อีกทั้ง อาหารที่นิยมรับประทานมากที่สุด คือ ชานมไข่มุก และของฝากที่นิยมซื้อกลับ คือ พายเค้กสัปรด โดยค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางจะอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท

##### 5.1.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน ในช่วงอายุที่แตกต่างกัน ได้แก่ Gen Z, Gen Y Gen X และ Gen baby boomers จะมีความพอใจในด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน ดังนี้

Gen Z มีความพึงพอใจด้านการคมนาคม เรื่อง การคมนาคมสะดวกรวดเร็วและปลอดภัยมากที่สุด ร้อยละ 81.82

Gen Y มีความพึงพอใจด้านการคมนาคม เรื่อง การคมนาคมสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย และ เรื่อง มีป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน มากที่สุด ร้อยละ 75

Gen X มีความพึงพอใจด้านอาหาร เรื่อง มีอาหารให้เลือกหลากหลาย หารับประทานได้ง่าย มากที่สุด ร้อยละ 60

Gen baby boomers มีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว เรื่อง มีห้องน้ำให้บริการอย่างเพียงพอและถูกสุขลักษณะ อีกทั้ง มีป้าย สัญลักษณ์ บอกเส้นทางอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังมีความพึงพอใจด้านการคมนาคม เรื่อง มีป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน และมีความพึงพอใจด้านอาหาร เรื่อง อาหารมีความสะอาดและถูกสุขลักษณะ มากที่สุด ร้อยละ 36.36

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความนิยมในเกาะไต้หวัน พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและแนะนำมากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ ตึกไทเป101 ย่านช้อปปิ้งซีเหมินติง อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค วัดหลงซาน พิพิธภัณฑพระราชวังกู้กง ทะเลสาบสุริยันจันทรา หมู่บ้านจิวเฟิน น้ำพุร้อนเปย์โถว ถนนคนเดินซือหลิน และชายทะเลเหลาเหมย ตามลำดับ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไต้หวันส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปไต้หวันด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ สิริรัตน์ นาคแป้น (2554) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน โดยการวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง นอกจากนี้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน ยังพบว่า นักท่องเที่ยว ค้นหาข้อมูลก่อนการเดินทางจากอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่างๆ และ นิยมท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวประเภททางธรรมชาติ อีกทั้งยังมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรินทร์ มหาสันติปิยะ (2555) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ในประเทศไทย ที่พบว่า นักท่องเที่ยวใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่ต้องการจะมาพักผ่อนในประเทศไทย อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ยังให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wang Zhouyaying (2559) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวใช้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตค้นหาข้อมูลในการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อน และในส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน ยังพบว่า นักท่องเที่ยวเลือกพักในโรงแรม โดยการเลือกที่พักจะคำนึงจากความสะอาดและปลอดภัยของที่พัก อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังนิยมเดินทางไปยัง

สถานที่ต่างๆด้วยรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ซึ่งย่านที่มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปมากที่สุด คือ ย่านซีเหมินติง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ ชวัลนุช (2551) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านการตอบสนอง คือ นักท่องเที่ยวต้องการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมเดินทาง กิจกรรมการจองห้องพัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเกาะไต้หวัน ในช่วงอายุที่แตกต่างกัน ได้แก่ Gen Z, Gen Y Gen X และ Gen baby boomers จะมีความพอใจในด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wang Zhouyaying (2559) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

### 5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในด้านต่างๆของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปไต้หวัน ส่วนใหญ่ ความพึงพอใจด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ในภาพรวมยังอยู่ในระดับน้อย ดังนั้น ควรมีการจัดการให้บริการและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทางภายในแหล่งท่องเที่ยว และ ภายนอกแหล่งท่องเที่ยว ตามสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ที่มีอิทธิพลกับคนในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก ที่จะสามารถเป็นส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของไต้หวันให้เป็นที่รู้จัก และมีผู้คนสนใจเดินทางไปท่องเที่ยวจำนวนเพิ่มมากขึ้นได้

### 5.4 ข้อจำกัดทางการศึกษา

5.4.1 ผู้วิจัยทำแบบสอบถามออนไลน์ ไม่มีโอกาสได้สัมภาษณ์กับผู้ตอบแบบสอบถามโดยตรง อีกทั้งข้อจำกัดเชิงงบประมาณ และเวลา จึงทำให้ได้ข้อมูลที่จำกัด

## บรรณานุกรม

### เอกสารภาษาไทย

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2545). เอกสารการสอนชุดวิชา จิตวิทยาการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 6.

นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

พัชรินทร์ มหาสันติปิยะ. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ในประเทศไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สิรภพ มหรรณสุวรรณ. (2556). ไต้หวัน เล่มเดียวเที่ยวได้จริง. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์ The Letter Publishing.

สิริรัตน์ นาคแป้น. (2554). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมา

ท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาการ

จัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

หวาง โจวยาอิง. (2559). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มี

ต่อเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

### เอกสารออนไลน์

กรมตรวจคนเข้าเมืองและการอพยพตั้งถิ่นฐาน. (2560). กลยุทธ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2020

ของไต้หวัน. เข้าถึงวันที่ 30 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

[http://news.immigration.gov.tw/TH/Special.aspx?NEWSGuid=0bdb8ce0-c879-](http://news.immigration.gov.tw/TH/Special.aspx?NEWSGuid=0bdb8ce0-c879-4369-ad71-73ec2491c40f)

[4369-ad71-73ec2491c40f](http://news.immigration.gov.tw/TH/Special.aspx?NEWSGuid=0bdb8ce0-c879-4369-ad71-73ec2491c40f)

กระปุก. (2559). **ทำความรู้จัก sun moon lake ทะเลสาบที่งดงามที่สุดของไต้หวัน**. เข้าถึง

วันที่ 4 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก

[https://travel.kapook.com/view153686.html?fbclid=IwAR2jcQdMMa0KX6DM\\_iii\\_Z0KX7sGyYSY5ms1GxHYP3h82CuQ4muORaHU4zs](https://travel.kapook.com/view153686.html?fbclid=IwAR2jcQdMMa0KX6DM_iii_Z0KX7sGyYSY5ms1GxHYP3h82CuQ4muORaHU4zs)

โกวิวิโก. (2559). **เลาเหมย ชายฝั่งสีเขียวของไต้หวัน**. เข้าถึงวันที่ 4 เมษายน 2562. เข้าถึงได้

จาก

<https://www.govivigo.com/ideas/836taiwan-%E0%B9%80%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B9%80%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%A2-%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%9D%E0%B8%B1%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%82%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%84%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AB%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%99?fbclid=IwAR3uv1ojvvrZiiWVMWY7zD7bRWoRXVgRAiKayVc3UL5DGHhGWTaxxQgsTA>

จรัญญา. (2559). **ไต้หวันยกเลิกวีซ่าให้นักท่องเที่ยวไทย**. เข้าถึงวันที่ 30 เมษายน 2561. เข้าถึง

ได้จาก <https://news.mthai.com/economy-news/508910.html>

ชวัลนุช อุทยาน. (2551). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. เข้าถึงวันที่ 30 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>

เตลินิวส์. (2561). **ไต้หวันขยายเวลาก่อนวีซ่า3ชาติรวมทั้งไทย**. เข้าถึงวันที่ 30 เมษายน 2561.

เข้าถึงได้จาก

<https://www.dailynews.co.th/foreign/651912?fbclid=IwAR257wAKAkNluJ8fOwsWnBECnJZxUdnk95ZzPjXECnLm8ymHTiehYvYs8zA>

ตะลอนเที่ยว. (2561). **11 ของดี ของเด็ด ของฝากยอดฮิตไต้หวัน อัปเดต 2018**. เข้าถึงวันที่ 6

ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก [https://www.talontiew.com/11-best-souvenir-in-taiwan/?fbclid=IwAR0H9omkZp4ClN3RCFx2acOduXKdJ8YWUD-WapoPEW\\_6U-kEDqSL8VKGxO0](https://www.talontiew.com/11-best-souvenir-in-taiwan/?fbclid=IwAR0H9omkZp4ClN3RCFx2acOduXKdJ8YWUD-WapoPEW_6U-kEDqSL8VKGxO0)

[https://www.talontiew.com/11-best-souvenir-in-taiwan/?fbclid=IwAR0H9omkZp4ClN3RCFx2acOduXKdJ8YWUD-WapoPEW\\_6U-kEDqSL8VKGxO0](https://www.talontiew.com/11-best-souvenir-in-taiwan/?fbclid=IwAR0H9omkZp4ClN3RCFx2acOduXKdJ8YWUD-WapoPEW_6U-kEDqSL8VKGxO0)

ไต้หวัน เดอะ เฮอร์ท ออฟ เอเชีย. (2559). การท่องเที่ยว-ภูมิอากาศที่เหมาะสม. เข้าถึงวันที่ 6

ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.taiwan.net.my/th/introduction>

ทรูไอดี. (2560). 10 ที่เที่ยวไทเป ตามสถานีรถไฟฟ้า MRT เที่ยวไต้หวันง่ายๆ ด้วยตัวเอง.

เข้าถึงวันที่ 6 ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก

[http://travel.trueid.net/detail/ZWAKd789jQx?fbclid=IwAR2gSwEEBxzN5wWag-LtmoA8c5oNSJ4P6P40Gbnl7ifZmZ\\_OP4CSSUlwuuk](http://travel.trueid.net/detail/ZWAKd789jQx?fbclid=IwAR2gSwEEBxzN5wWag-LtmoA8c5oNSJ4P6P40Gbnl7ifZmZ_OP4CSSUlwuuk)

น้ำชาติ ประชาชื่น. (2551). ความสำคัญการท่องเที่ยว. เข้าถึงวันที่ 30 เมษายน 2561. เข้าถึงได้

จาก

[http://daily.khaosod.co.th/view\\_news.php?newsid=TURONWizVXdNakV5TURnMU1RPT0&sectionid=Y25Wd1lXbHRiMUJs&day=TWpBd09DMHdPQzB4TWc9PQ](http://daily.khaosod.co.th/view_news.php?newsid=TURONWizVXdNakV5TURnMU1RPT0&sectionid=Y25Wd1lXbHRiMUJs&day=TWpBd09DMHdPQzB4TWc9PQ)

สุลักษณ์. (2561). ส่งพฤติกรรมเที่ยว เจาะตลาดหมูไต้หวัน. เข้าถึงวันที่ 30 เมษายน 2561.

เข้าถึงได้จาก <https://www.thaihotelbusiness.com/publication/thai-hotels-travel>

สำนักงานการค้าและเศรษฐกิจไทยในไทเป. (2558). ข้อมูลทั่วไปของไต้หวัน (และเมืองสำคัญ).

เข้าถึงวันที่ 4 เมษายน 2562. เข้าถึงได้จาก <http://www.tteo.org.tw/main/th/other/>

แองเจ็ลสตาร์ทราเวล. (2560). จิวเฟินและจินกวาสือ. เข้าถึงวันที่ 30 เมษายน 2561. เข้าถึงได้

จาก [www.angelstartravel.com/content-detail.php?data=จิวเฟินและจินกวาสือ](http://www.angelstartravel.com/content-detail.php?data=จิวเฟินและจินกวาสือ).

[html&fbclid=IwAR1Y7X0s\\_7VgxlCBQM65xlWShTQ1oC87nmWJEpJSS7KOA37etwx4aXABG3M](http://www.angelstartravel.com/content-detail.php?data=จิวเฟินและจินกวาสือ.html&fbclid=IwAR1Y7X0s_7VgxlCBQM65xlWShTQ1oC87nmWJEpJSS7KOA37etwx4aXABG3M)

เอ็มไทย. (2559). เที่ยวไทเป เมืองน่ารักกับ 20 สถานที่ท่องเที่ยว ที่ไม่ควรพลาด. เข้าถึงวันที่ 6

ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก

<https://travel.mthai.com/blog/139297.html?fbclid=IwAR2sCECzKrp1B7dvn0BAffA3FBogdl5ahHeyiD2gXQFlp4HFWjO7Y3hU3s0>

### เอกสารภาษาอังกฤษ

Fippo, E.B. (1961). **Principle of Personel Management**. New York : Mcgraw-Hill.

### เอกสารอ้างอิงจากหลักฐานทุติยภูมิ

Kotler, P. (1994). **Marketing Management**. New York : Pearson Education. อ้างถึงใน  
เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์. (2546). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัด  
กิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต  
คณะเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



## ภาคผนวก

ลำดับที่.....



### แบบสอบถาม

เรื่อง : พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวัน

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบในการทำวิจัยหลักสูตรปริญญาตรี  
รายวิชาการศึกษานอกเทศ สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

แบบสอบถาม 1 ชุด มีจำนวน 7 หน้า แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวัน

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวัน

เก็บข้อมูล ณ

วันที่.....

บันทึกข้อมูล ณ วันที่.....

นางสาว ชุตินันท์ รัตนวร

นักศึกษาปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

### ตอนที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) หน้าคำตอบที่ตรงกับข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นของผู้ถูกสัมภาษณ์

1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

( ) ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ( ) ปริญญาตรี  
 ( ) มัธยมศึกษาตอนต้น/เทียบเท่า ( ) สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป  
 ( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....บาท

5. อาชีพ

( ) หน่วยงานราชการ ( ) นักเรียน/นักศึกษา  
 ( ) พนักงานบริษัท ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....  
 ( ) แม่บ้าน/พ่อบ้าน  
 ( ) ธุรกิจส่วนตัว

## ตอนที่ 2 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวัน

**คำชี้แจง** โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) หน้าคำตอบที่ตรงกับข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นของผู้ถูกสัมภาษณ์

1. สถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านเลือกเดินทางไป (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)
  - ( ) ดึกไทเป 101 ( ) อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค ( ) วัดหลงซาน
  - ( ) พิพิธภัณฑ์แห่งชาติกู้กง ( ) ทะเลสาบสุริยันจันทรา ( ) หมู่บ้านโบราณจีวเฟิน
  - ( ) น้ำพุร้อนเปย์โถว ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
2. ประเภทสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านเลือกเดินทางไป (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)
  - ( ) สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ( ) สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ
  - ( ) สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ( ) สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
  - ( ) สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ/ชายหาด/น้ำตก ( ) อื่นๆ
3. จำนวนครั้งที่เดินทางไปไต้หวันครั้ง
  - ( ) 1 ครั้ง ( ) 2 ครั้ง ( ) 3 ครั้ง ( ) มากกว่า 3 ครั้ง
4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว
  - ( ) น้อยกว่า 3 วัน ( ) 4-6 วัน ( ) มากกว่า 6 วัน
5. วิธีการเดินทาง
  - ( ) กลุ่ม/คณะทัวร์ ( ) เดินทางด้วยตนเอง
6. ท่านเดินทางทางไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับ (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)
  - ( ) ครอบครัว ( ) คู่รัก ( ) เพื่อน ( ) องค์กร/บริษัท ( ) อื่นๆ
7. เหตุผลในการท่องเที่ยวของท่านคือ (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)
  - ( ) เพื่อทำธุรกิจ ( ) เพื่อฮันนีมูน ( ) เพื่อพักผ่อน
  - ( ) เพื่อพิธีกรรมทางศาสนา ( ) เพื่อการศึกษา ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
8. ท่านหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับจุดหมายของท่านก่อนการเดินทางอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)
  - ( ) เว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต (โปรดระบุชื่อเว็บไซต์).....
  - ( ) แผ่นพับ/ใบปลิว/หนังสือแนะนำท่องเที่ยว ( ) นิทรรศการท่องเที่ยว
  - ( ) ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก ( ) สื่อต่างๆ (โทรทัศน์/วิทยุ)
  - ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. ประเภทของที่พักรที่ท่านเลือกพัก (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)  
 โรงแรม  โฮสเทล (Hotel)  โรงแรมแคปซูล  เกสเฮ้าส์ (Guest House)  
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....
10. เกณฑ์ในการเลือกที่พักของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)  
 ที่พักมีชื่อเสียง  อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว  ที่พักมีความสะอาดและปลอดภัย  
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....
11. ย่านของที่พักและร้านอาหารที่ท่านเลือก (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)  
 ย่านจางซาน  ย่านเปย์โถว  ย่านซีเหมิน  ย่านซินยี  ย่านต้าอัน  
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....
12. ประเภทร้านอาหารที่ท่านเลือก (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)  
 อาหารข้างทาง (STREET FOOD)  อาหารร้านสะดวกซื้อ  ร้านอาหาร/ภัตตาคาร
13. อาหารที่ท่านนิยมเลือกซื้อเลือกรับประทาน (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)  
 ชานมไข่มุก  เสียวหลงเปา  ไช้เจียวหยอนางรม  Hot pot Shabu  
 ไก่ทอด Hot Star  อื่นๆ (โปรดระบุ).....
14. ประเภทของที่ระลึกที่ท่านเลือกซื้อกลับ (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)  
 พายเค้กสับปะรด  ชานมขวด  ตังเมฝรั่งเศส (Sugar and Spice Nougat)  
 ขนมเปียะเผือก  บะหมี่กิ่งสำเร็จรูป  อื่นๆ (โปรดระบุ).....
15. ท่านเลือกเดินทางด้วยวิธีใดในการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆในไต้หวัน  
(ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)  
 รถไฟฟ้าท้องถิ่น (TRA)  รถไฟความเร็วสูง (THSR)  รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT  
 รถโดยสารประจำทาง  รถแท็กซี่  อื่นๆ (โปรดระบุ).....
16. ท่านเลือกซื้อและเลือกใช้บริการในวงเงิน  
 ต่ำกว่า 10,000 บาท  10,000-20,000 บาท  10,001-20,000  
 มากกว่า 30,000 บาท

17. ค่าใช้จ่ายรายวันในการท่องเที่ยวได้หัววัน.....บาท
18. ค่าใช้จ่ายรายวัน ด้านอาหาร.....บาท
19. ค่าใช้จ่ายรายวัน ด้านการเดินทาง.....บาท
20. ค่าใช้จ่ายรายวัน ด้านของที่ระลึก (shopping).....บาท
21. ค่าใช้จ่ายรายวัน ด้านเข้าชมสถานที่ต่างๆ.....บาท

ตอนที่ 3 : ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยบน

เกาะไต้หวัน

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความรู้สึกของท่านเพียง

คำตอบเดียว

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อไต้หวัน	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ความพึงพอใจด้านสถานที่</b>					
<b>ที่พัก</b>					
มีความสะอาด สะดวกสบาย					
ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว					
มีมาตรฐานการดูแลและ การรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ					
<b>สถานที่ท่องเที่ยว</b>					
สภาพภูมิทัศน์เหมาะสมกับเป็นแหล่งท่องเที่ยว					
มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย					
มีห้องน้ำบริการอย่างเพียงพอ และถูกสุขลักษณะ					
มีป้ายและสัญลักษณ์บอกชัดเจน					
มีมาตรฐานการดูแลและ การรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ					

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มี ต่อได้หวัน (ต่อ)	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ความพึงพอใจด้านการคมนาคม</b>					
การคมนาคมสะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย					
ระยะเวลาในการเดินทาง ไปยังสถานที่ต่างๆรวดเร็วและเหมาะสม					
มีป้ายบอกทางในการเดินทางที่ชัดเจน					
<b>ความพึงพอใจด้านอาหาร</b>					
อาหารสะอาด ถูกสุขลักษณะ					
มีให้เลือกหลากหลาย หาทานได้ง่าย					
รสชาติเป็นที่น่าพึงพอใจ					
<b>ความพึงพอใจด้านราคา</b>					
ที่พักมีราคาที่เหมาะสม					
ราคาค่าบริการในการเข้าชม สถานที่ที่มีความเหมาะสม (กรณีเก็บค่าเข้าชม)					
ค่าใช้จ่ายในการคมนาคม มีความเหมาะสม					
ร้านบริการอาหารมีราคาที่เหมาะสม					
ร้านจำหน่ายของที่ระลึกราคา เหมาะสม					



ความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อไต้หวัน (ต่อ)	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ความพึงพอใจด้านการ ให้บริการและประชาสัมพันธ์					
มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเพื่อการ ท่องเที่ยวทางเว็บไซต์และสื่อประเภท ต่างๆ					
มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและ บริการข้อมูลการท่องเที่ยวภายใน แหล่งท่องเที่ยว					
มีการจัดเอกสาร แผ่นพับแนะนำ สถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการ นักท่องเที่ยว					
มีเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลและให้ความ ช่วยเหลือ					

ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวในไต้หวันมีความน่าสนใจและแตกต่างจากที่อื่นอย่างไร

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาทำแบบสอบถามค่ะ

**ประวัติผู้ศึกษา**

ชื่อ-สกุล	นางสาวชุตินันท์ รัตนวร
วันเกิด	6 กันยายน พ.ศ. 2539
ที่อยู่	709/70 หมู่ 2 ซอย 9 ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ 60000
ประวัติการศึกษา	จบมัธยมต้นและมัธยมปลายจากโรงเรียนนครสวรรค์ จบระดับปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม