

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางก่อนและขณะเดินทางมาประเทศไทย วิเคราะห์ลักษณะภูมิหลังและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย จากมุมมองของชาวตะวันออกกลาง โดยใช้วิธีการวิจัย 4 รูปแบบ คือ การวิจัยเอกสาร การวิจัยสำรวจกลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง 204 คน การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เกี่ยวข้องของไทย 16 คน และนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง 40 คน รวมทั้งจัดประชุมระดมความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องของไทย 20 คน

ผลการวิจัยเชิงสำรวจพบว่า แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยในระดับมากที่สุดคือการพักผ่อนหย่อนใจ และการตรวจรักษาสุขภาพ แหล่งข้อมูลที่สามารถจูงใจในระดับมากที่สุดให้มาเที่ยวและเข้าตรวจรักษาสุขภาพมากที่สุดคือการบอกเล่าแบบปากต่อปาก นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาตรวจรักษาเป็นหลักจะมีมุมมองด้านความสะดวกสบายที่ได้รับดีกว่านักท่องเที่ยวที่มาประเทศไทยเพื่อวัตถุประสงค์หลักอื่นๆ และพบว่านักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เกี่ยวกับประเทศไทยก่อนและขณะมาเยือนแตกต่างกันมีนัยสำคัญด้านความสวยงามของบ้านเมือง คุณภาพที่พักเทียบกับราคา และความเหมาะสมของค่ารักษา

ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพพบว่า ภูมิหลังทางสังคม ศาสนาอิสลาม และวัฒนธรรมอาหรับ คือปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้การดำเนินชีวิต มุมมอง และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชาวตะวันออกกลางแตกต่างจากนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ภาพลักษณ์เด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ชาวตะวันออกกลางมองว่าเป็นสิ่งจูงใจให้กลับมาเยือนเมืองไทยซ้ำคือ มิตรภาพ รอยยิ้ม ความเชี่ยวชาญด้านการแพทย์ในระดับสากล การบริการที่ดี ความสวยงามของที่เที่ยว ความเชี่ยวชาญ และความหลากหลาย ส่วนภาพลักษณ์เด่นด้านลบที่ชาวตะวันออกกลางมองว่าขัดแย้งกับความรู้สึกละแวกและหลักศาสนา ทั้งยังส่งผลให้ชาวตะวันออกกลางที่เคร่งครัดศาสนาไม่มาประเทศไทย ได้แก่ การขายบริการทางเพศแบบโจ่งแจ้ง และการค้าขายสิ่งมีนเมาในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนการขายสินค้าราคาไม่เป็นธรรม การคดโกงค่าโดยสารของแท็กซี่ ค่ารักษาพยาบาลที่แพงเกินจริง และความไม่ซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ เป็นภาพลักษณ์เด่นด้านลบที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุด และเป็นเหตุผลสำคัญให้นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งทดลองเปลี่ยนสถานที่เที่ยวและสถานที่ตรวจรักษาไปยังประเทศอื่น ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ด้านบวกและลบเหล่านี้เกิดจากสภาพสิ่งแวดล้อมที่นักท่องเที่ยวเห็นซ้ำๆ ในบริเวณที่พักอาศัยและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไป

นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางมีมุมมองว่า การสร้างโซนอาหรับที่มีสภาพแวดล้อมดีในสถานที่แห่งใหม่ที่ไม่ขัดแย้งกับศาสนาและวัฒนธรรมจะช่วยให้ประสบการณ์ท่องเที่ยวในประเทศด้านลบลดลง สถานที่พักอาศัยและแหล่งท่องเที่ยวสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากตะวันออกกลางควรปราศจากสิ่งมีนเมาและสิ่งยั่วทางเพศ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ประกอบด้วย โรงแรมและอพาร์ทเมนต์ที่ได้มาตรฐานอาหารฮาลาล สถานที่สะอาด แหล่งช้อปปิ้ง มีการคมนาคมที่สะดวก และหากอยู่ในกรุงเทพควรอยู่ไม่ไกลจากโรงพยาบาลมากนัก ควรปรับปรุงวิธีการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว และเร่งประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของไทยโดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติใหม่ๆ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารฮาลาล และสถานที่สะอาด

คำหลัก: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง, พฤติกรรมชาวอาหรับ

Abstract

This research aims specifically to compare the before-and-after image of Thai health tourism among the Middle-east tourists, as well as to explore their demographics and behaviors. Their perception of problems and obstacles regarding health tourism of Thailand is also investigated. Four research approaches were employed in this study, namely documentary analysis, survey of 204 Middle-east tourists, depth interviews with 16 Thai informants (from related private and public sectors) and 40 Middle-east tourists, together with a focus group of 20 Thai informants.

The survey findings revealed that relaxation and medical treatment are two factors that have highly motivated the Middle-east tourists to visit Thailand. World-of-mouth communication is the highest persuasive source of information for their travel to Thailand. Moreover, the health-oriented tourists perceived higher on provided convenience than those with other objectives. In addition, they perceived the image of Thailand significantly different before and after visiting Thailand in terms of scenic beauty, worthy quality accommodations, and reasonable medical costs.

The qualitative studies indicated that demographic backgrounds, Islamic rules and regulations, and Arabic culture are the most influential factors on the Middle-east health-related tourists' lifestyles, perceptions, and touring behaviors, which have differentiated them from tourists from other regions. The most outstanding images of health tourism that impressed the Middle-east tourists and enhanced their repeated visits, are friendship, Thai smile, international quality of medical expertise, good services, beauty of tourist attractions, greenish scenery, and diversity. The major negative images that deviate them from choosing Thailand as their destination are those forbidden by Islam, e.g. blatant sex services, alcohol selling on tourist sites. Other perceived negatives images of Thai health tourism needed to be fixed urgently are dishonesty among service providers, as well as the overcharge of products and services conducted by street vendors, taxi, and medical services. The aforesaid negative perception partly drove the Middle-east tourists away to seek medical treatments in other countries. According to the research findings, both positive and negative images basically originated from the tourists' repeated experiences around their hotels and on tourist sites.

According to the Middle-east tourists' perception, the setting of Arab zone with accommodations and facilities coinciding with Islamic rules and regulations will help lessen their negative experiences. In this aspect, the said zone should be free of sex provocation and alcohol selling. Besides, it should be equipped with necessary facilities, e.g. quality-standard hotels and apartments, Halal foods, pray rooms, shopping places, convenient transportation, and, if in Bangkok, located nearby the hospital from which they are receiving medical treatments. The tourists also stated their opinion concerning public relations efforts

so as to effectively reach the targeted tourists, to promote new natural tourist attractions, and to inform them about the places to have Halal foods and to pray.

Keyword: Health tourism, Health tourism images, Middle-eats tourists, Arabs' behaviors