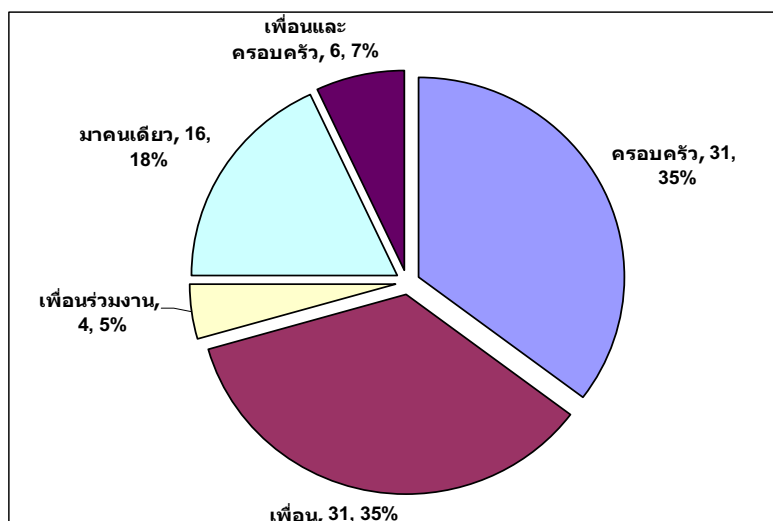


รูปที่ 4.9 ผู้ร่วมเดินทางไปต่างประเทศกับกลุ่มตัวอย่าง



หมายเหตุ ผู้ร่วมเดินทาง, จำนวนจากแบบสอบถาม, ร้อยละ

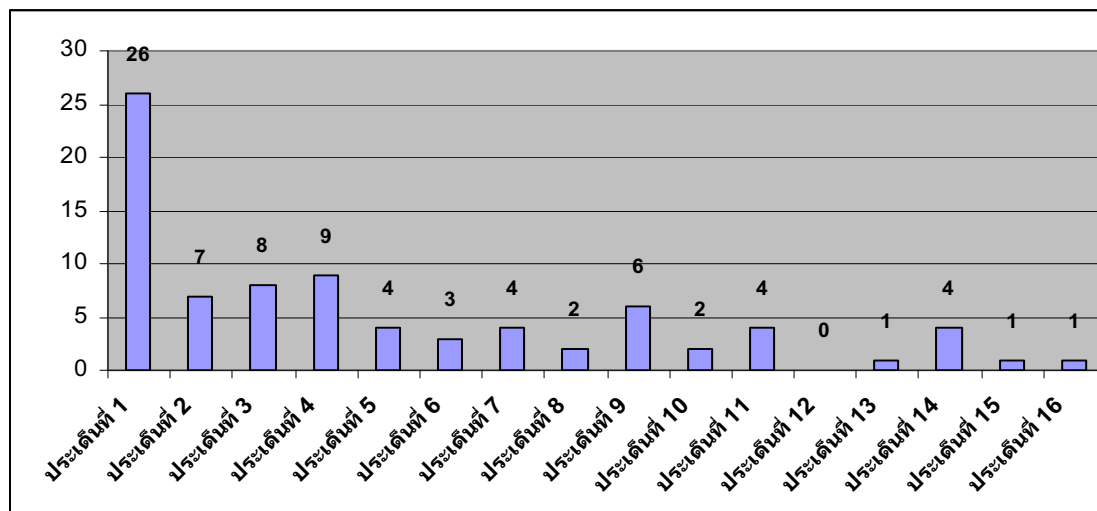
ประเด็นหลักที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกออกกลางท่องเที่ยวคือ สถานที่เกี่ยวกับทะเลหรือหาดทราย ได้รับการจัดอันดับเป็นอันดับแรกซึ่งมีความสอดคล้องทั้งข้อมูลโดยรวมและข้อมูลที่แสดงเฉพาะความสำคัญอันดับแรก อันดับที่สองเป็นประเด็นเกี่ยวกับธรรมชาติทางภูเขา น้ำตกสวยงาม (รูปที่ 4.10)

ทั้งนี้สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติทั้งทางด้านชายหาด ทะเล ภูเขา การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และ อีกกลุ่มที่เป็นประเด็นดึงดูดรองลงมาเป็นด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและการซื้อสินค้าต่ำ

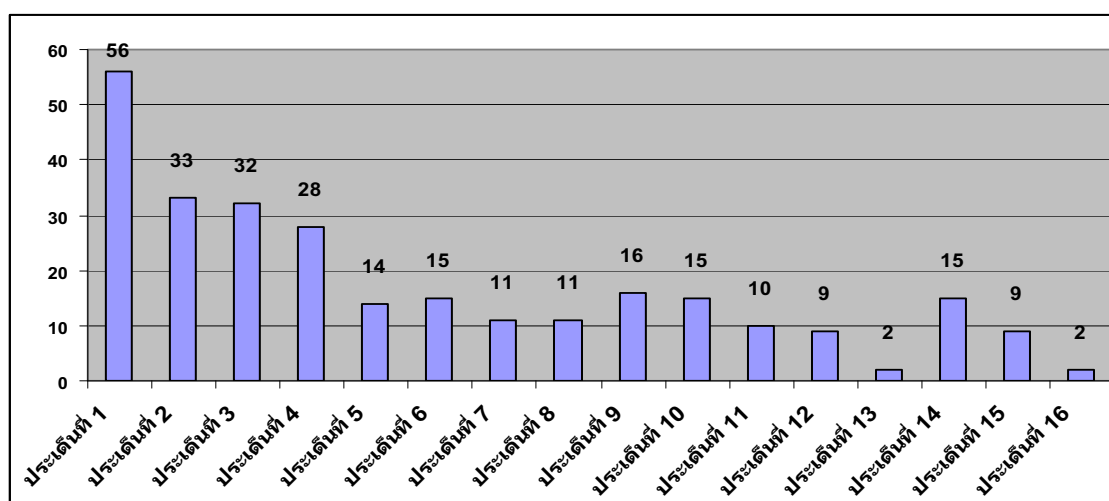
อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงในวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายใช้สอย พบว่ายังไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยพียงนำเสนอว่าการท่องเที่ยวธรรมชาติมักเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26 – 60 ปี

รูปที่ 4.10 ปัจจัยที่ดึงดูดให้ท่องเที่ยว

4.10.ก ปัจจัยที่ดึงดูดให้ท่องเที่ยว: เฉพาะความสำคัญอันดับแรกจากการให้เรียงสามอันดับแรก



4.10.ข ปัจจัยที่ดึงดูดให้ท่องเที่ยว: รวมทั้งผู้ให้อันดับความสำคัญและผู้ที่ไม่ให้อันดับความสำคัญ



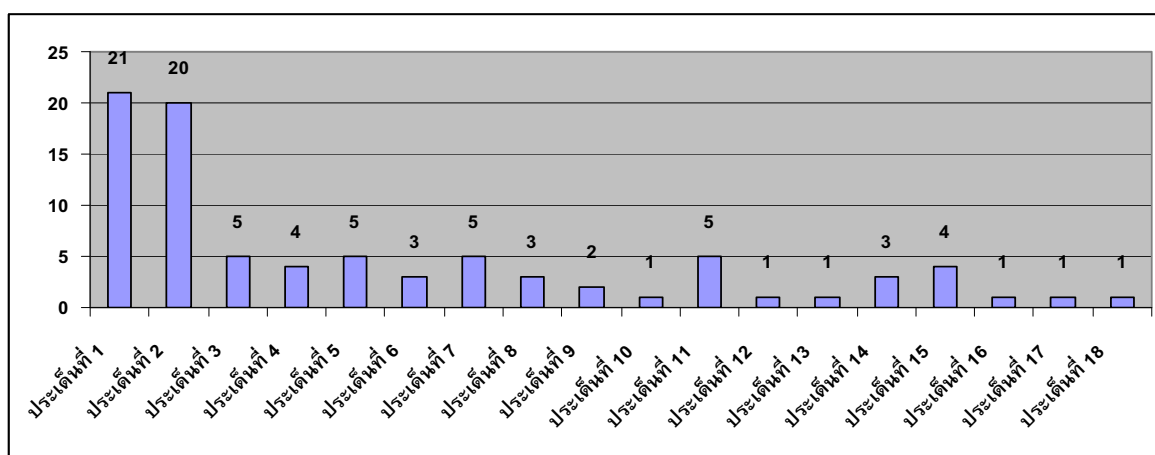
1. ธรรมชาติทางทะเลสวยงาม	9. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวถูก
2. ธรรมชาติทางภูเขา น้ำตกสวยงาม	10. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าถูก
3. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์/ ชมสัตว์ป่า	11. เป็นแหล่งที่มีศักยภาพในการทำธุรกิจต่อไป
4. แหล่งวัฒนธรรมที่สวยงาม	12. เดินทางสะดวก
5. การแสดงทางวัฒนธรรม	13. ใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก
6. แหล่งท่องเที่ยวที่แปลก	14. แหล่งพักผ่อนด้านสปา
7. สามารถเชื่อมโยงกับประเทศอื่นๆในภูมิภาค	15. แหล่งพักผ่อนด้านสุขภาพ
8. ตรวจสอบสุขภาพ	16. อื่นๆ (โปรดระบุ)

4.4.3 ทักษะที่มีต่อประเทศไทยและทักษะที่มีต่อการท่องเที่ยวในภูมิภาค

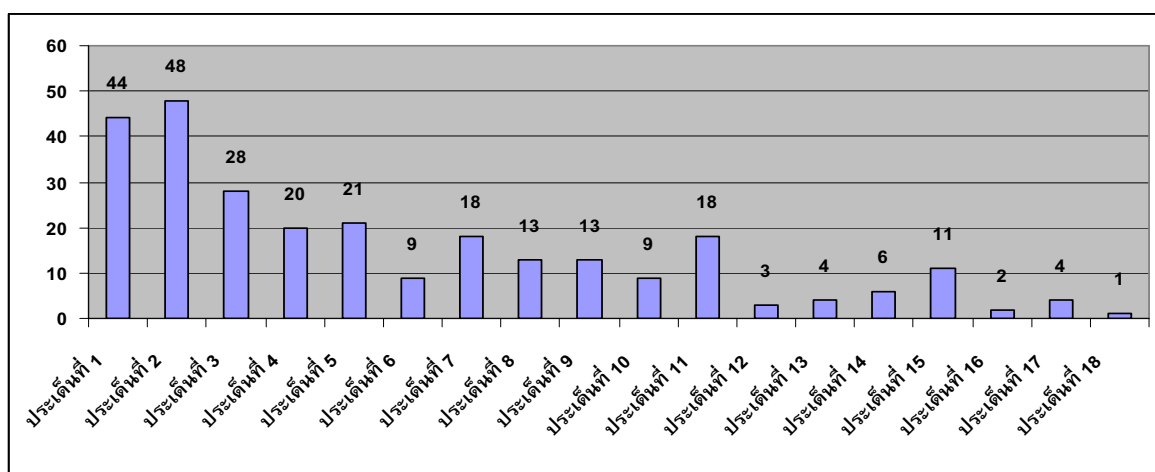
ในด้านทักษะที่มีต่อประเทศไทย อันดับแรกคือทะเลอันสวยงาม และ Land of smile ทั้งนี้กลุ่มที่เป็นจุดเด่นของประเทศไทยในรองลงมาคือ กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวทางภูเขา การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือชมสัตว์ป่า แหล่งวัฒนธรรม ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน อีกทั้งเดินทางมายังประเทศไทยได้สะดวกและแหล่งพักผ่อนด้านสุขภาพ

รูปที่ 4.11 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางต่อประเทศไทย

4.11.ก ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางต่อประเทศไทย: เฉพาะความสำคัญอันดับแรกจากการให้เรียงสามอันดับแรก



4.11.ข ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางต่อประเทศไทย : รวมทั้งผู้ให้อันดับความสำคัญและผู้ที่ไม่ให้อันดับความสำคัญ



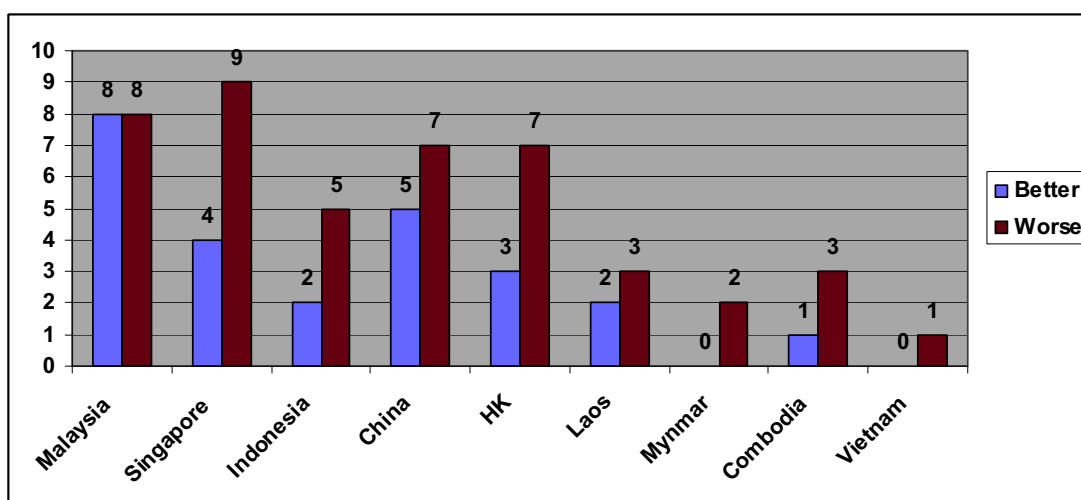
1. Land of Smile	10. เป็นประเทศที่มีศักยภาพในด้านเศรษฐกิจ
2. ธรรมชาติทางทะเลสวยงาม	11. เดินทางมายังประเทศไทยได้สะดวก
3. ธรรมชาติทางภูเขา น้ำตกสวยงาม	12. ใช้เวลาในการเดินทางระหว่างประเทศไม่มาก
4. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์/ชมสัตว์ป่า	13. เชื่อมโยงกับประเทศอื่นๆในภูมิภาคได้ง่าย
5. แหล่งวัฒนธรรมที่สวยงาม	14. แหล่งพักผ่อนด้านสปา

6. วัฒนธรรมที่แตกต่าง	15. แหล่งพักผ่อนด้านสุขภาพ
7. แหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน	16. แหล่งกีฬาต่างๆ
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวถูก	17. เป็นแหล่งอาหารอร่อย
9. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าถูก	18. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

สำหรับผู้ที่เคยไปยังประเทศต่างๆนอกเหนือจากประเทศไทย ส่วนใหญ่จะมีทัศนคติในเชิงบวกเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทย (รูปที่ 4.12) ยกเว้นในกรณีเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย โดยสรุปปัจจัยการเปรียบเทียบแต่ละประเทศได้ดังต่อไปนี้

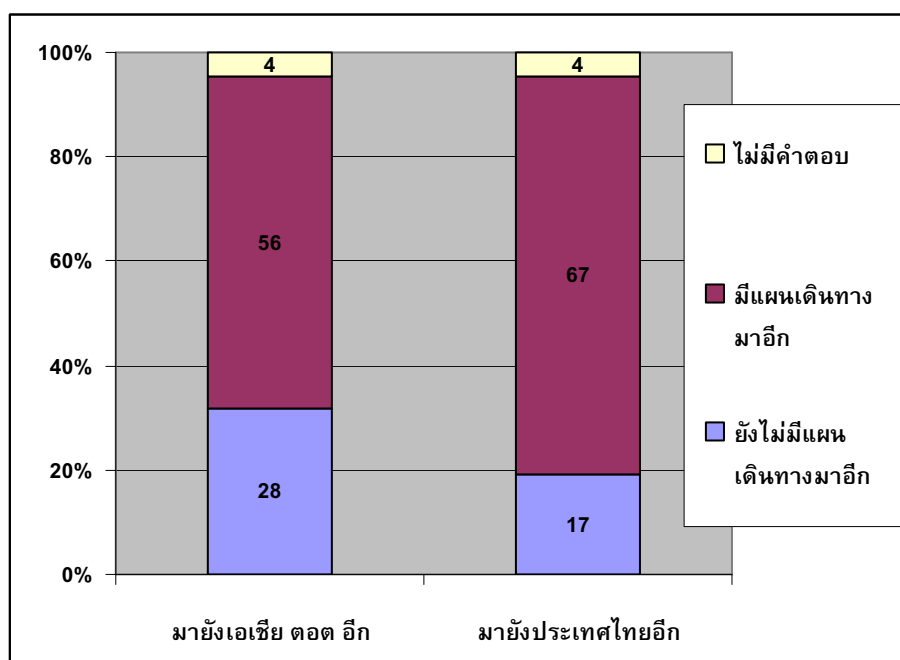
1. มาเลเซีย มีความสะอาดเรียบร้อยเป็นระเบียบของบ้านเมืองมากกว่าประเทศไทย รวมถึงความใจดีของคนมาเลเซีย
2. สิงคโปร์ ข้อด้อยคือมีกฎระเบียบเคร่งครัดเกินไป มีค่าครองชีพที่สูงกว่า รวมถึงแหล่งความน่าสนใจในด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวที่น้อยกว่า แต่มีความสะอาดเป็นระเบียบของบ้านเมือง
3. อินโดนีเซีย ไม่มีการระบุถึงเหตุผลในความแตกต่างจากประเทศไทย
4. จีน(แผ่นดินใหญ่) ลักษณะของประชาชนที่ไม่เป็นมิตรเท่ากับประเทศไทย ซึ่งเป็นเมืองที่ผู้คนยิ้มแย้มแจ่มใสในการต้อนรับนักท่องเที่ยวมากกว่า (Land of smile), ราคาและคุณภาพของสินค้าที่ต่ำกว่าและมีราคาแพงเมื่อเทียบกับสินค้าของไทย,รสชาติของอาหารไทยที่มีชื่อในด้านความอร่อย, อุปสรรคในการสื่อสารในการใช้ภาษาอังกฤษในเมืองจีนที่มีมากกว่า รวมไปถึงความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น ชายหาดและทะเล และความสะอาดของบ้านเมืองของประเทศไทยโดยรวมที่มีมากกว่าประเทศจีน เช่นห้องสุขา
5. ฮองกง สินค้าราคาแพงกว่า
6. ลาว มีความเจริญในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคพื้นฐานทั่วไปที่น้อยกว่าประเทศไทย
7. เมียนมาร์ ไม่มีการระบุถึงเหตุผลในความแตกต่างจากประเทศไทย
8. กัมพูชา ไม่มีการระบุถึงเหตุผลในความแตกต่างจากประเทศไทย
9. เวียดนาม ไม่มีการระบุถึงเหตุผลในความแตกต่างจากประเทศไทย

รูปที่ 4.12 ทศนคติของนักท่องเที่ยวต่อประเทศที่ท่องเที่ยวต่างๆ



กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามแสดงว่าในขณะนี้ไม่มีแผนที่จะเดินทางมายังประเทศไทยอีกครั้งหนึ่ง เป็นร้อยละ 76 (หรือ 67 คน) และแผนการที่จะกลับมายังประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีเพียงร้อยละ 64 (หรือ 56 คน) แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีแรงดึงดูดในการกลับมาเที่ยวอีกครั้งหนึ่ง มากกว่ากลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทั้งหมดโดยรวม (รูปที่ 4.13)

รูปที่ 4.13 นักท่องเที่ยวมีแผนการที่จะมาเที่ยวยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และไทยอีก

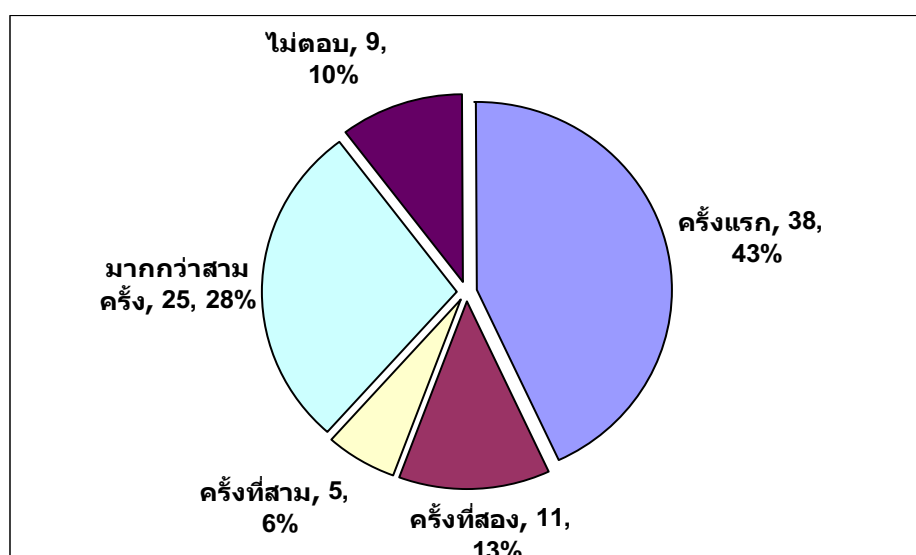


4.4.4 พฤติกรรมส่วนบุคคลในการท่องเที่ยวและเดินทางในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างเดินทางมายังประเทศไทยครั้งนี้เป็นครั้งแรกถึงร้อยละ 43 และเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่ครั้งแรกเป็นร้อยละ 90 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 57 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กลับมาอีกครั้งหนึ่ง (รูปที่ 4.14)

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาร่วมกันกับคำถามที่ระบุว่า มีแผนที่จะเดินทางมายังประเทศไทยอีกครั้งหรือไม่ พบว่ากลุ่มที่มาครั้งแรก มีแผนที่จะมายังประเทศไทยอีกเป็นร้อยละ 68.4 ของผู้ที่มาครั้งแรกทั้งหมด กลุ่มผู้ที่มา 2 ครั้งแรกและ 3 ครั้งแรก มีแนวโน้มจะมากอีกเป็นร้อยละ 100 และกลุ่มที่มามากกว่า 3 ครั้ง มีแผนที่จะกลับมาประเทศไทยอีกเป็นร้อยละ 80 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ที่เดินทางมาแล้วมีความพึงพอใจในระดับหนึ่งและมีแผนที่จะกลับมาประเทศไทยอีก

รูปที่ 4.14 นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางกลับมาไทยอีก



หมายเหตุ จำนวนการเดินทางมายังประเทศไทย, จำนวนจากแบบสอบถาม, ร้อยละ

จากข้อมูลของผู้ที่เคยเดินทางในประเทศไทยแล้ว พบว่าจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยในครั้งก่อนหน้านี้นี้มีค่าเฉลี่ยเป็น 17 วันต่อครั้ง และข้อมูลโดยทั่วไปพบว่าการเดินทางมาในครั้งที่แล้วนั้นกระจายตัวตลอดทั้งปีแต่จะลดลงในช่วงเดือนกุมภาพันธ์และเดือนมีนาคม

นักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้งหนึ่งนั้นเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมายังประเทศไทยครั้งล่าสุดไม่เกิน 2 ปี โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่มาประเทศไทยในครั้งที่แล้วในปี 2007 เป็นร้อยละ 23 และในปี 2006 เป็นร้อยละ 12

จำนวนวันที่เดินทางมายังประเทศไทยในครั้งนี้อยู่ในช่วง 10 วัน 7 วัน และ 14 วัน ตามลำดับคิดเป็นร้อยละ 14 ร้อยละ 10 และร้อยละ 9 โดยจำนวนวันที่อยู่ในประเทศไทยโดยเฉลี่ยเป็นจำนวน 17 วัน คิดเป็นจำนวนวันที่สอดคล้องกับข้อมูลการเดินทางในครั้งก่อนหน้านี้นี้

อย่างไรก็ดี หากเปรียบเทียบกับข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งระบุว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง (ไม่รวมประเทศอิสราเอลซึ่งไม่ครอบคลุมในขอบเขตการศึกษานี้) มีระยะเวลาเฉลี่ยที่ 8.56 วัน (ตารางที่ 4.2) จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเบี่ยงเบนไปจากกลุ่มประชากรหลักระยะเวลาหนึ่ง อันเนื่องมาจากพฤติกรรมการเดินทางของกลุ่มนี้เป็นลักษณะที่รวมหลากหลายวัตถุประสงค์รวมถึงการรักษาตัวซึ่งใช้ระยะเวลาค่อนข้างยาวนานกว่าการมาท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวค่อนข้างสูง

ตารางที่ 4.2 ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้เวลาที่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในปี 2550

เชื้อชาตินักท่องเที่ยว	จำนวนการมาเยือน (คน)	ระยะเวลาเฉลี่ย ^{/P} (วัน)
ตะวันออกกลาง	453,891	9.48
อียิปต์	12,268	7.20
อิสราเอล	123,012	11.94
คูเวต	35,083	8.55
ซาอุดี อาระเบีย	24,246	9.76
สหรัฐอาหรับเอมิเรต	98,122	8.27
อื่นๆ	161,160	8.66
ตะวันออกกลางไม่รวมอิสราเอล ^{/A}	330,879	8.56
นักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด	14,464,228	9.19

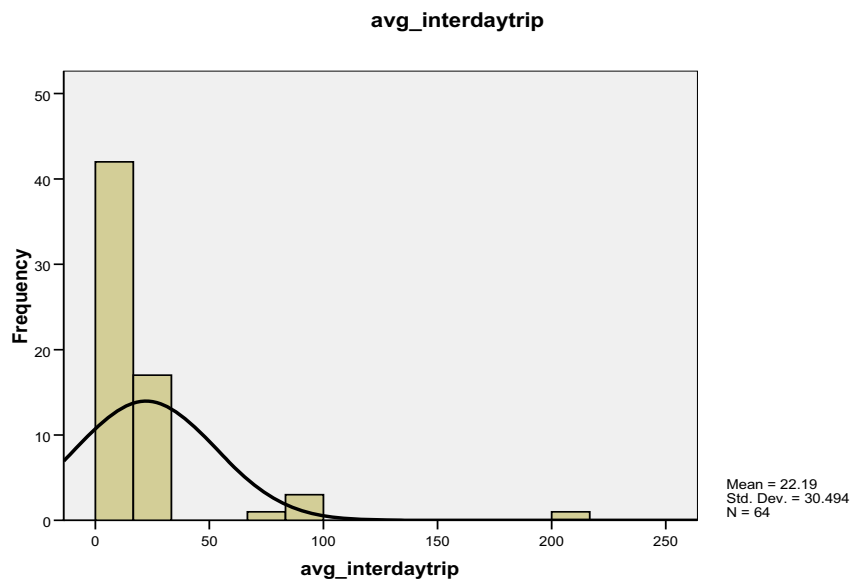
หมายเหตุ 1\$US = 34.52 Baht

^{/P} : ข้อมูลเบื้องต้น ^{/A} : จากการคำนวณโดยคณะวิจัย

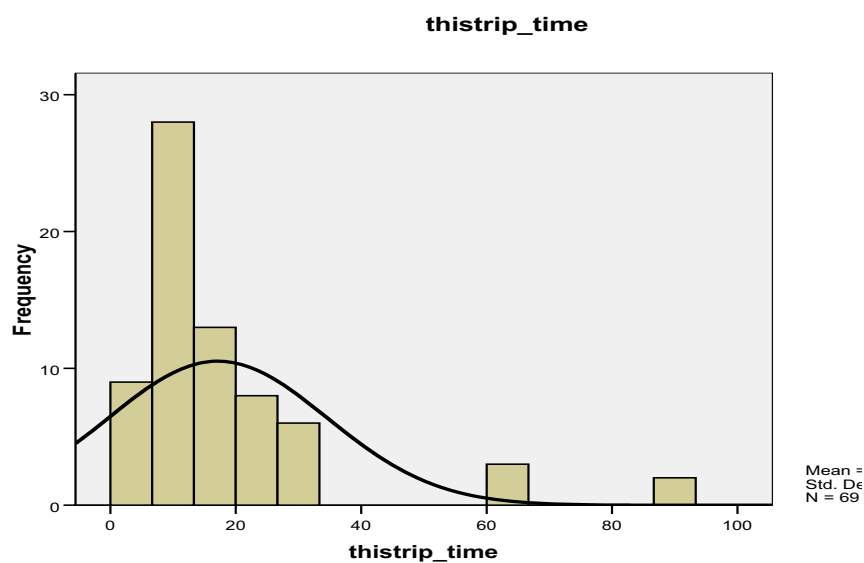
ที่มา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย Download ได้จาก http://www2.tat.or.th/stat/web/static_text.php? Year=2007

อย่างไรก็ดี หากเปรียบเทียบลักษณะการกระจายตัวของการเดินทางออกนอกประเทศโดยรวมและการเดินทางมายังประเทศไทยพบว่า มีลักษณะการกระจายตัวที่ไม่ต่างกันมากนัก แต่จำนวนวันเฉลี่ยของการออกนอกประเทศโดยรวมจะสูงกว่าการเดินทางมายังประเทศไทยเพียงอย่างเดียวอยู่ประมาณ 5 วัน (รูปที่ 4.15 – 4.16)

รูปที่ 4.15 จำนวนวันที่เดินทางไปต่างประเทศแต่ละครั้ง



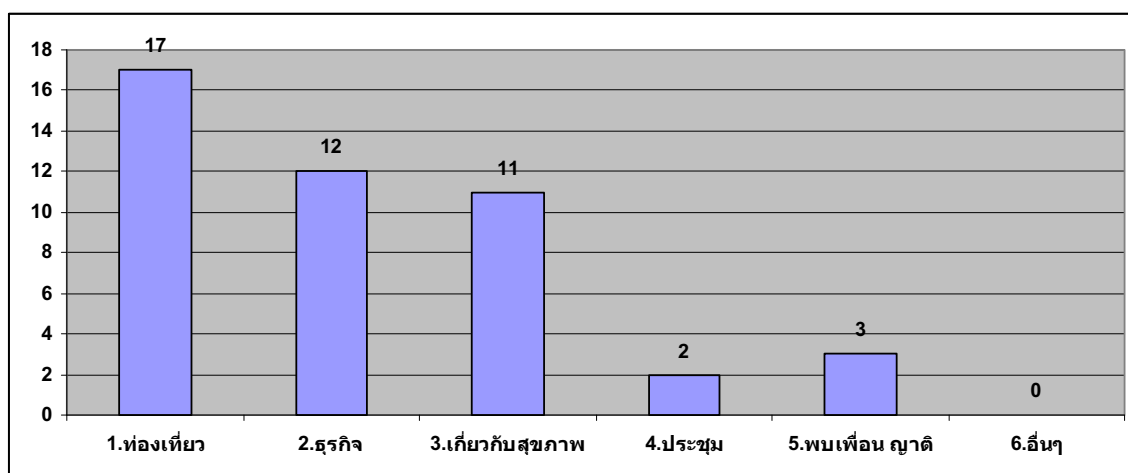
รูปที่ 4.16 จำนวนวันที่วางแผนการเดินทางมายังประเทศไทยในครั้งนี้



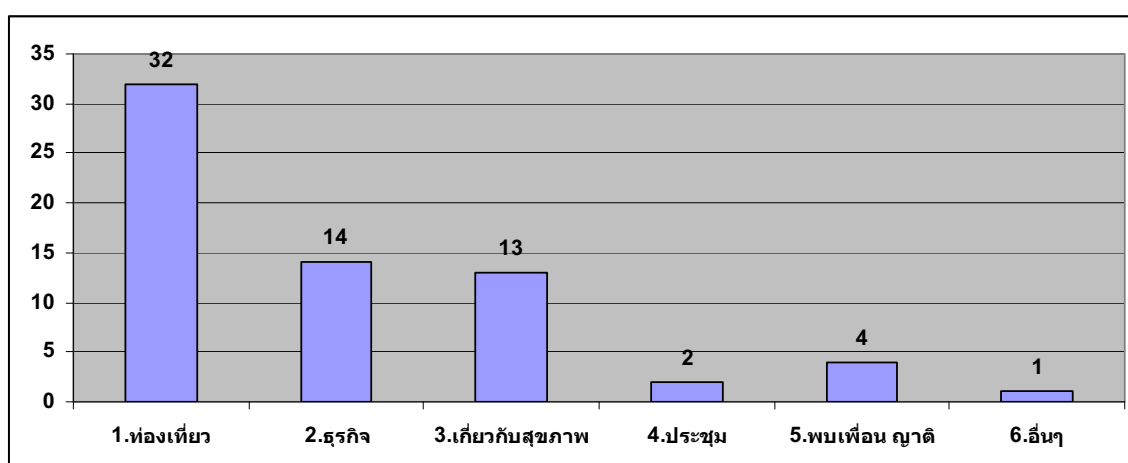
วัตถุประสงค์ในการมาประเทศไทยจัดเป็นเพื่อการท่องเที่ยวสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 38 ในกลุ่มความสำคัญอันดับแรก ในการเดินทางเพื่อมาดำเนินธุรกิจและเพื่อการตรวจสอบภาพเป็นอันดับที่รองลงมาตามลำดับ โดยมีความสอดคล้องกับกรณีที่รวมทั้งผู้ให้อันดับความสำคัญและผู้ที่ไม่ให้อันดับความสำคัญนั่นคือ นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักในการมาเพื่อการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 48 ของทั้งหมด (รูปที่ 4.17)

รูปที่ 4.17 วัดอุปสงค์การมาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้

4.17.ก วัดอุปสงค์การมาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้: เฉพาะความสำคัญอันดับแรกจากการให้เรียงสองอันดับแรก



4.17.ข วัดอุปสงค์การมาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้: รวมทั้งผู้ให้อันดับความสำคัญและผู้ที่ไม่ให้อันดับความสำคัญ



ลักษณะการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มที่เดินทางมากับครอบครัวถึงร้อยละ 44 และมากับเพื่อนเป็นร้อยละ 32 และมาคนเดียวเป็นร้อยละ 18 ส่วนใหญ่มาประเทศไทยไม่เกิน 5 คน โดยค่าเฉลี่ยจะมีผู้ร่วมเดินทางประมาณ 3.7 คน

การเดินทางมีเจตนาในการเดินทางมายังประเทศไทยโดยตรงและมาเที่ยวเพียงแหล่งเดียวถึงร้อยละ 65 และร้อยละ 17 จะเดินทางไปยังประเทศอื่นๆด้วย และส่วนที่เหลือร้อยละ 9 ไม่ระบุ

ในด้านค่าใช้จ่ายต่ำที่สุดคือ 400 เหรียญสหรัฐขณะที่มากที่สุดคือ 39,000 เหรียญสหรัฐ เมื่อคิดเฉลี่ยต่อวันค่าใช้จ่ายที่มากที่สุดคือ 3,571 เหรียญสหรัฐต่อวัน โดยเฉลี่ยต่อวันจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 589 เหรียญสหรัฐต่อวัน ในด้านข้อมูลมีความแตกต่างจากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเล็กน้อย โดยข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยระบุว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง (ไม่รวมประเทศอิสราเอลซึ่งไม่ครอบคลุมในขอบเขตการศึกษานี้) จะใช้เงิน

ภายในประเทศไทยประมาณ 121.20 - 133.67 เหรียญสหรัฐต่อวัน คาดว่าความแตกต่างมาจากการที่การศึกษานี้รวมค่าเครื่องบินในการเดินทางด้วยเนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายทั้งหมดซึ่งนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงตลอดเส้นทางการท่องเที่ยว อีกทั้งนักท่องเที่ยวในกรอบการศึกษานี้รวมถึงผู้ที่มาทำการตรวจสอบสภาพและนักท่องเที่ยวที่มาพักอาศัยด้วย จึงทำให้ค่าใช้จ่ายแตกต่างกันค่อนข้างสูง

ตารางที่ 4.3 ค่าใช้จ่ายที่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางในปี 2550

เชื้อชาตินักท่องเที่ยว	ค่าใช้จ่ายต่อหัว ^{/P}		รายรับทั้งหมด ^{/P}	
	Baht/วัน	\$US/วัน	ล้านบาท	ล้าน \$US
ตะวันออกกลาง	4,276.14	123.87	18,399.77	533.02
อียิปต์	4,183.98	121.20	369.57	10.71
อิสราเอล	4,031.58	116.79	5,921.44	171.54
คูเวต	4,481.66	129.83	1,344.32	38.94
ซาอุดิ อาระเบีย	4,614.30	133.67	1,091.93	31.63
สหรัฐอาหรับเอมิเรต	4,437.54	128.55	3,600.93	104.31
อื่นๆ	4,350.39	126.03	6,071.58	175.89
ตะวันออกกลางไม่รวมอิสราเอล ^{/A}	4,403.32	127.56	12,478.33	361.48
นักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด	4,120.95	119.38	547,781.81	15,868.53

หมายเหตุ 1\$US = 34.52 Baht

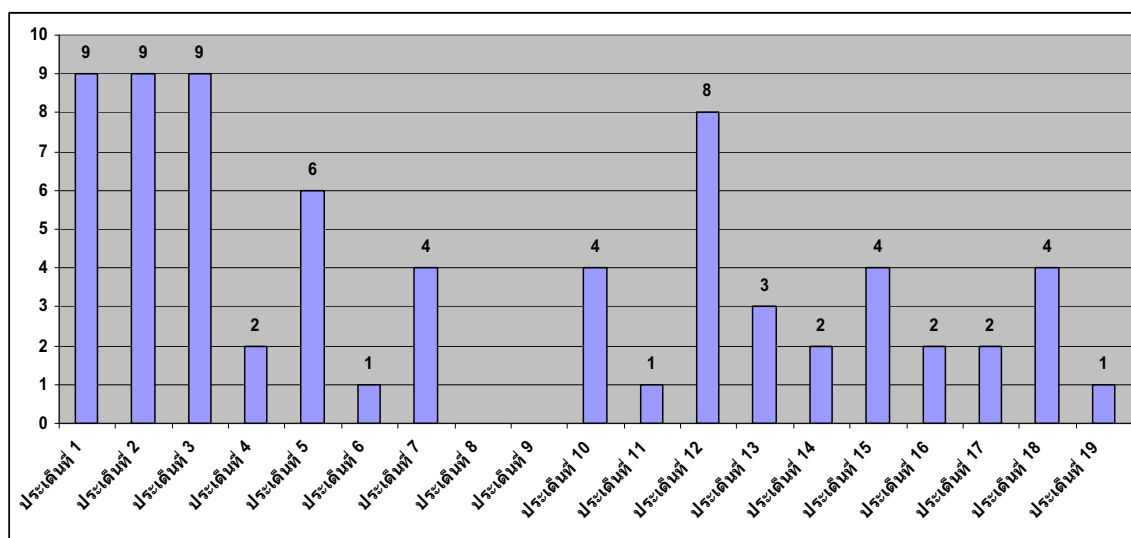
^{/P} : ข้อมูลเบื้องต้น ^{/A} : จากการคำนวณโดยคณะวิจัย

ที่มา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย Download ได้จาก <http://www2.tat.or.th/stat/web/static tex.php?Year=2007>

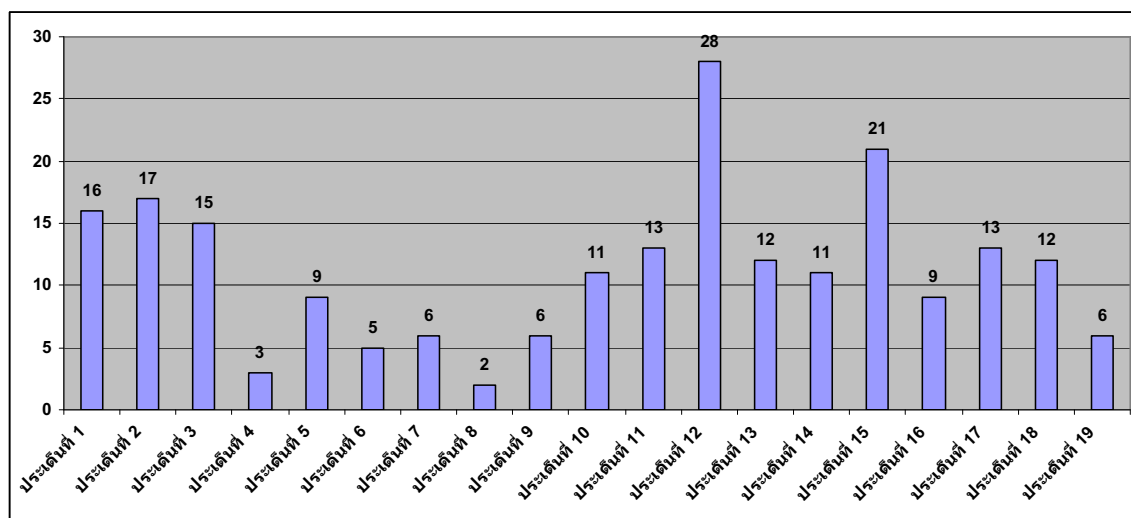
เมื่อพิจารณาเหตุผลเหตุจูงใจให้มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยที่เป็นประเด็นสำคัญประเด็นแรกคือการโฆษณา คำร่ำลือ/ ปากต่อปาก และพบปะเพื่อนฝูง, ญาติมิตรซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าสามารถส่งเสริมด้วยหลักการตลาดได้ อีกทั้งประเทศไทยมีทะเลที่สวยงาม ปัจจัยเสริมที่ชัดเจนคือการมาดำเนินธุรกิจ ประชุมและสัมมนา (รูปที่ 4.18 ก) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาผลรวมทั้งผู้ให้อันดับความสำคัญและผู้ที่ไม่ให้อันดับความสำคัญพบว่าธรรมชาติทางทะเลที่สวยงามเป็นแรงจูงใจหลักของการท่องเที่ยวประเทศไทยอย่างยิ่ง (รูปที่ 4.18 ข)

รูปที่ 4.18 แรงจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย

4.18.ก แรงจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย: เฉพาะความสำคัญอันดับแรกจากการให้เรียงสามอันดับแรก



4.18.ข แรงจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย: รวมทั้งผู้ให้อันดับความสำคัญและผู้ที่ไม่ให้อันดับความสำคัญ



1. การโฆษณา	11. ภูมิอากาศ
2. คำร่ำลือ/ ปากต่อปาก	12. ธรรมชาติทางทะเลสวยงาม
3. พบปะเพื่อนฝูง, ญาติมิตร	13. ธรรมชาติทางภูเขา น้ำตกสวยงาม
4. กิจกรรม/ การแสดงต่างๆ	14. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์/ ชมสัตว์ป่า
5. กิจกรรม/ การประชุม/ การสัมมนา	15. แหล่งวัฒนธรรมที่สวยงาม
6. เป็นทางผ่านในการทำธุรกิจ/ กิจกรรม	16. ค่าใช้จ่ายในการซื้อท่องเที่ยวถูก
7. ประทับใจการเดินทางมาประเทศไทยในครั้งที่	17. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าถูก
8. มีบริการ package ทัวร์ที่สะดวก/ ครบวงจร	18. มาดำเนินการรักษาตัว/ ผ่าตัด
9. มีบริการ package ทัวร์ที่ถูก	19. สามารถท่องเที่ยวได้ในระยะเวลาที่ไม่มากนัก
10. บริการด้านการแพทย์ที่ดีและราคาไม่แพง	อื่นๆ

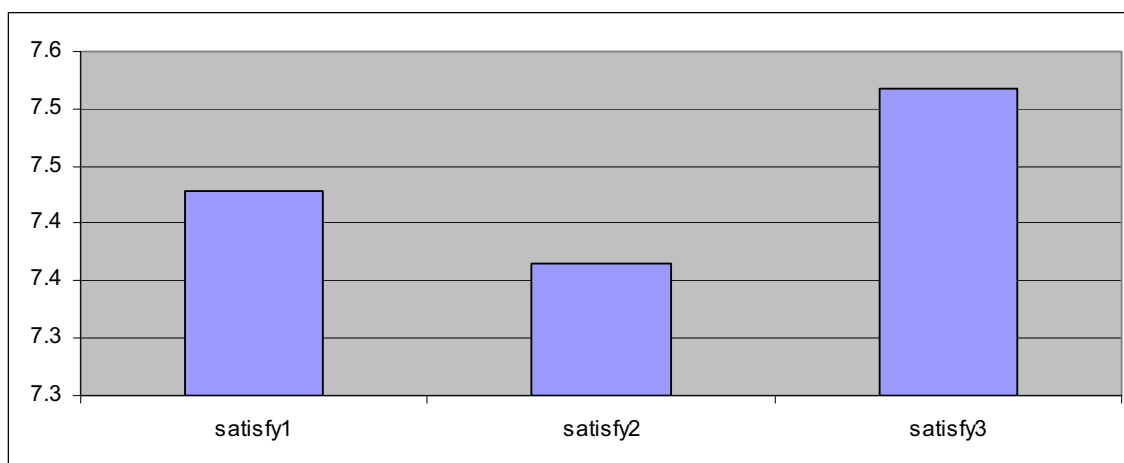
แหล่งที่พักอาศัยหลักคือโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 72 โดยมักพำนั้อยู่เป็นแหล่งประจำ มีการย้ายสถานที่พักระหว่างการเดินทางน้อย ยกเว้นกรณี que เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆชั่วคราว

ในด้านความพึงพอใจในด้านต่างๆ ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สูงโดยเฉลี่ย อยู่ระหว่างร้อยละ 70-88 โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

(1) ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลและเข้าถึงประเทศไทย

ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวโดยรวมยังแสดงถึงการเข้าถึงข้อมูลได้ยากอยู่บ้าง แต่โดยรวมไม่ได้สะท้อนปัญหาใหญ่ (รูปที่ 4.19)

รูปที่ 4.19 ความพึงพอใจในด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลและเข้าถึงประเทศไทย



หมายเหตุ

Satisfy1. ความสะดวกในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของไทยและความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล

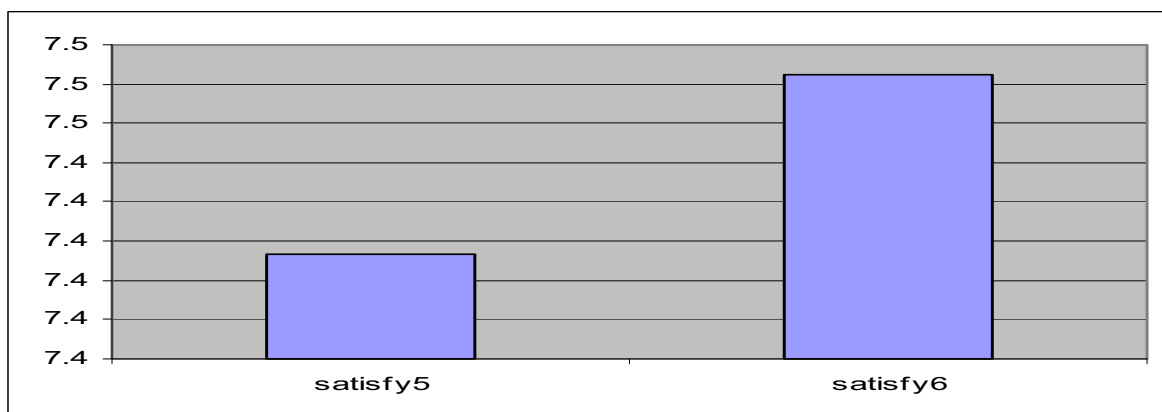
Satisfy 2. ความสะดวกและค่าใช้จ่ายไม่มากในการหาข้อมูลในการท่องเที่ยวประเทศไทย

Satisfy 3. ความความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าสู่ประเทศไทย

(2) ความสะดวกในการเดินทาง

ความสะดวกในการเดินทางภายในกรุงเทพฯ ได้รับความพึงพอใจน้อยกว่ากรณีการเดินทางภายนอกกรุงเทพฯ อันเนื่องมาจากรถติด (รูปที่ 4.20)

รูปที่ 4.20 ความพึงพอใจในด้านความสะดวกในการเดินทาง



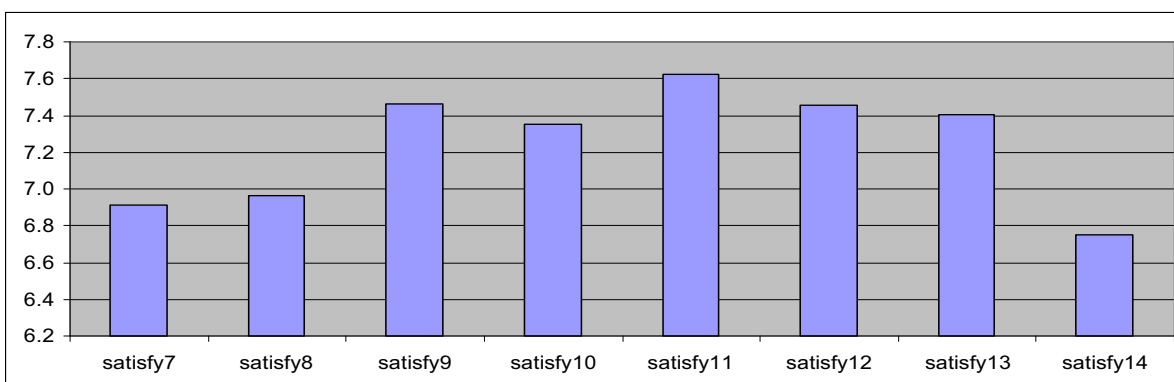
หมายเหตุ Satisfy4. ความสะดวกในการเดินทางภายในกรุงเทพฯ

Satisfy 5. ความสะดวกในการเดินทางภายนอกกรุงเทพฯ

(3) ความสะดวกในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ

ความสะดวกในการดำเนินพิธีกรรมทางศาสนา การหาแหล่งละหมาดและ ความสะดวกในการร้องทุกข์เป็นปัญหาหลักของกลุ่มประเด็นนี้ ทั้งนี้ในด้านการร้องทุกข์นั้นเป็นปัญหาอันเนื่องมาจากปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษกับเจ้าหน้าที่เป็นหลัก (รูปที่ 4.21)

รูปที่ 4.21 ความพึงพอใจความสะดวกในการประกอบกิจกรรมต่างๆ



หมายเหตุ Satisfy 7. ความสะดวกในการดำเนินพิธีกรรมทางศาสนา

Satisfy 8. ความสะดวกในด้านการหาแหล่งละหมาด

Satisfy 9. ความสะดวกในด้านการหาที่พัก

Satisfy 10. ราคาที่พัก

Satisfy 11. ความสะดวกในหาแหล่งรับประทานอาหาร

Satisfy 12. ราคาอาหาร

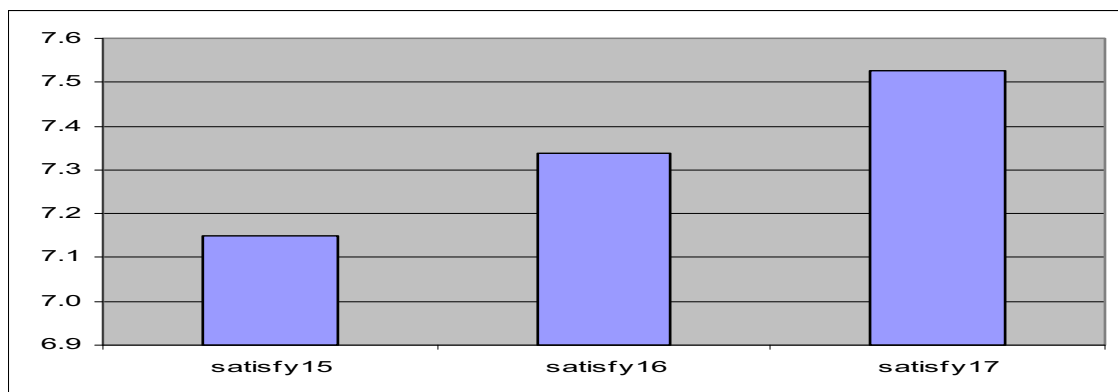
Satisfy 13. ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร/ รับส่ง e-mail

Satisfy 14. ความสะดวกในการร้องทุกข์หากถูกเอาเปรียบต่างๆ (ถ้ามี)

(4) ด้านราคาความสะดวกต่าง ๆ และราคา Package Tours

การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารควรได้รับการพัฒนาเนื่องจากอยู่ในระดับต่ำกว่าด้านอื่นๆ ส่วนราคาของ Package Tour มีความสมเหตุสมผลในระดับดีทั้งราคาของ Package Tour ภายในและเมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน (รูปที่ 4.22)

รูปที่ 4.22 ด้านราคาความสะดวกต่าง ๆ และราคา package tours



หมายเหตุ Satisfy 15. ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร/ รับส่ง e-mail

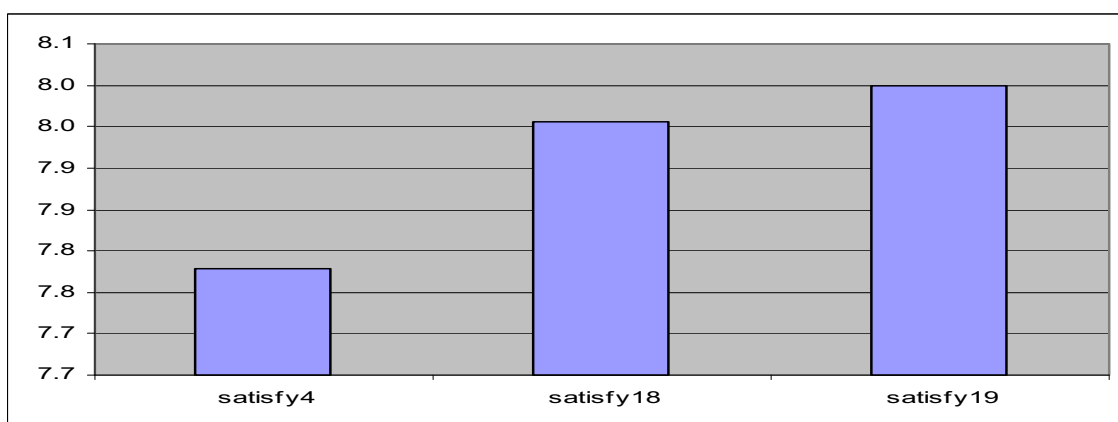
Satisfy 16. ราคาของ Package Tour ภายในประเทศ (ถ้ามี)

Satisfy 17. ราคาของ Package Tour เปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวของประเทศอื่นๆ ที่คล้ายคลึงกัน

(5) ด้านอื่นๆ

ผลของกลุ่มนี้แสดงความพึงพอใจและประทับใจโดยรวมกับประเทศไทยได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในส่วนอื่นๆ ซึ่งแสดงถึงความพึงพอใจในด้านอื่นๆ โดยรวม (รูปที่ 4.23)

รูปที่ 4.23 ความพึงพอใจด้านอื่นๆ



หมายเหตุ Satisfy 4. ความปลอดภัยของทรัพย์สินและร่างกายระหว่างการท่องเที่ยว

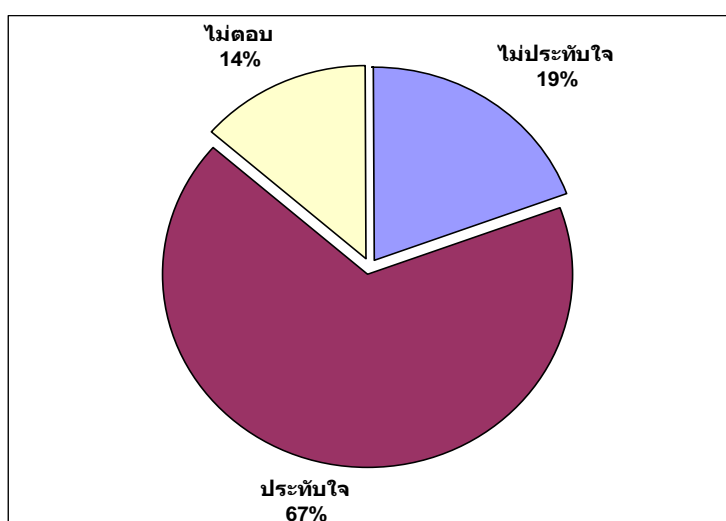
Satisfy 18. คุณภาพการให้บริการด้านการแพทย์

Satisfy 19. อื่นๆ

4.4.5 สิ่งที่ต้องการให้มีในการท่องเที่ยว/เดินทางในประเทศไทย

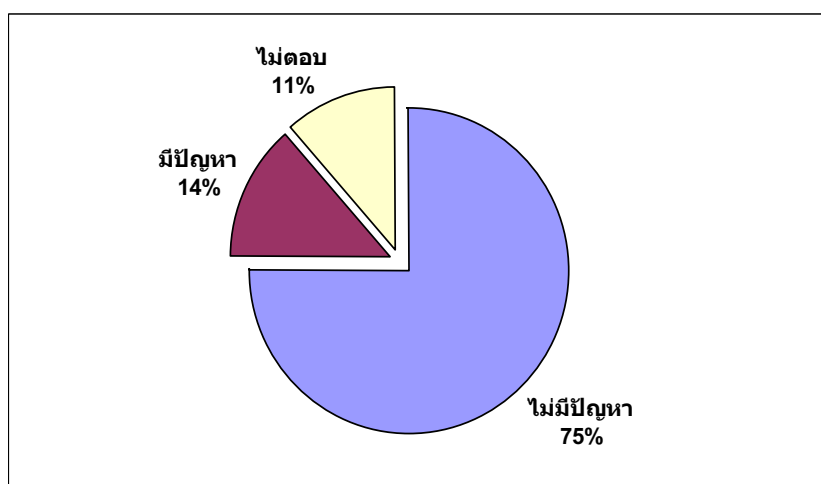
ประเด็นนี้เพื่อสอบถามว่ามีความประทับใจในการมาประเทศไทยหรือไม่ ในเรื่องใดบ้าง ผลสะท้อนมาว่ามีความประทับใจในสิ่งต่างๆถึงร้อยละ 67 โดยเป็นประเด็นที่ ประเทศไทยมีความสวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น ชายหาดและทะเล รวมไปถึงภูเขาและน้ำตก โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มชาวตะวันตกนิยมขึ้นชอบในประเทศไทยได้แก่ ภูเก็ต, พัทยา, เชียงใหม่ เป็นเมืองที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี (รูปที่ 4.24)

รูปที่ 4.24 ความประทับใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยโดยรวม



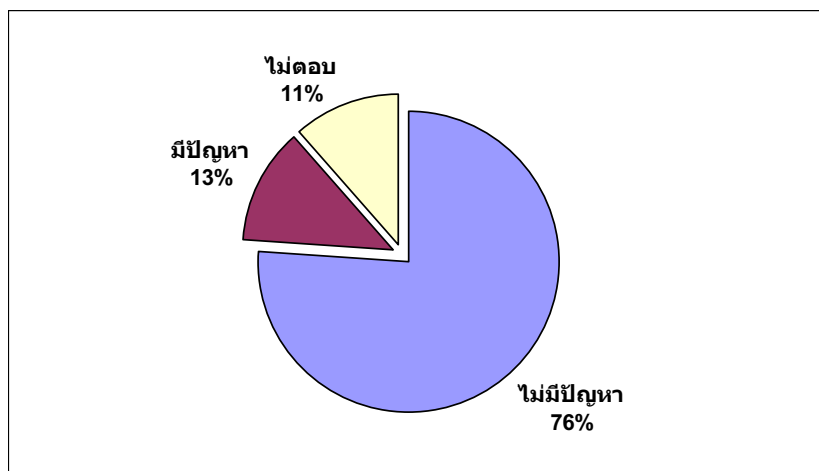
ในด้านข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพิธีกรรมทางศาสนา ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการดำเนินพิธีกรรม คิดเป็นร้อยละ 76 โดยส่วนที่มีปัญหาคิดเป็นร้อยละ 13 ต่างมีประเด็นในด้านสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่ไม่เพียงพอ (รูปที่ 4.25)

รูปที่ 4.25 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพิธีกรรมทางศาสนา



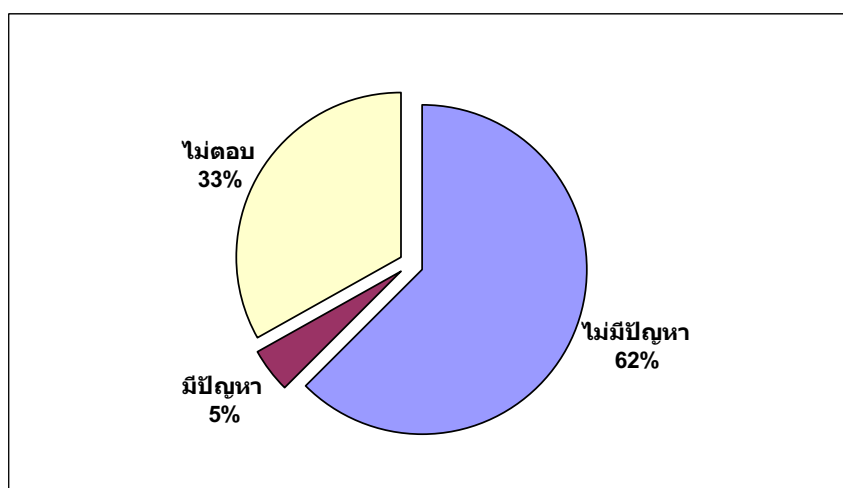
ในด้านการรับบริการทางการแพทย์พบว่า มีข้อเสนอแนะร้อยละ 14 โดยเป็นประเด็นในด้านราคาว่ามีราคาแพงขึ้นมาก (รูปที่ 4.26)

รูปที่ 4.26 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับด้านการแพทย์



ประเด็นปลีกย่อยที่แนะนำมีประมาณร้อยละ 5 โดยเป็นเรื่องด้านภาษาที่ไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี ป้ายภาษาอังกฤษและในด้านอื่นๆ เช่น การเดินทางบนรถโดยสารสามล้อเครื่อง (รูปที่ 4.27)

รูปที่ 4.27 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับด้านอื่นๆ



บทที่ 5 การสำรวจความคิดเห็นของผู้ให้บริการและผู้เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวจากการประชุมกลุ่มย่อย

การสำรวจความคิดเห็นของผู้ให้บริการและผู้เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวจากการประชุมกลุ่มย่อย จัดขึ้นในวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2551 ห้องประกายเพชร โรงแรมเอเชีย ภายหลังจากการสำรวจภาคสนามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเพื่อนำผลจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมาตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ อีกทั้งเป็นการสำรวจความเป็นไปได้และความเห็นในการขยายตลาดนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางและเพื่อจัดอุปสรรคในการดำเนินการเพื่อการขยายตลาด ตลอดจนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมให้กับผู้ประกอบการ (รายชื่อผู้ลงทะเบียนร่วมประชุมในภาคผนวก ค) โดยนำไปสู่ข้อมูลและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.1 ข้อมูลพื้นฐาน (Background Information): จุดเริ่มต้นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1) จุดเริ่มต้นของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง

การท่องเที่ยวจากทางตะวันออกกลางในไทยเริ่มมีมากขึ้นภายหลังเหตุการณ์ 911 ทำให้เปลี่ยนเป้าหมายการท่องเที่ยวมายังเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเริ่มมองมาที่ประเทศไทย จากเดิมที่ไทยไม่ใช่เป้าหมายหลักในการท่องเที่ยวของชาวตะวันออกกลาง

2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง

○ ที่พัก

- ส่วนใหญ่มาพักกับครอบครัว และต้องการห้องใหญ่เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันกับครอบครัวได้
- การใช้ส่วนอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะใช้บริการเต็มที่เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น การใช้สระว่ายน้ำ หรือการใช้ห้อง
- ในด้านราคาและความชอบขึ้นกับแต่ละบุคคลหรือเชื้อชาติ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศ UAE ส่วนใหญ่จะไม่มีปัญหาด้านการเงินและมีการศึกษาสูง สามารถสื่อสารกันด้วยภาษาอังกฤษได้ดี แต่ นักท่องเที่ยวจากประเทศ Oman จะมีข้อจำกัดด้านการเงินมากกว่าและต้องการความเป็นมิตรมากกว่า UAE

○ ด้านเกี่ยวกับศาสนา

- นักท่องเที่ยวชาวอิสลามไม่จำเป็นต้องประกอบพิธีทางศาสนาในศาสนสถาน เพียงควรจัดเตรียมป้ายแสดงทิศทางที่จะหันไปยังเมกกะให้กับนักท่องเที่ยว
- ไม่ควรพาไปวัดหรือศาสนสถานของศาสนาอื่นๆที่ไม่ใช่อิสลาม เพราะเป็นข้อห้ามด้านศาสนา

○ แหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ ที่นักท่องเที่ยวนิยมไป

- จุดเด่นของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางคือการมากันเป็นกลุ่มและเป็นครอบครัว ดังนั้นแหล่งดึงดูดที่ดีคือ สถานที่ท่องเที่ยวของเด็ก เช่น Theme park และสวนสนุกต่าง ๆ (ดังนั้น หากมีข่าวอุบัติเหตุสวนสนุกจะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างมากต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาแบบครอบครัว)
- นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าทะเลที่สวยงาม คือ แหล่งพักยา แต่ในความเป็นจริงแล้วแหล่งตะวันออกกลางก็มีทะเลสวยงามเช่นกัน จากข้อเท็จจริงนี้สื่อให้เห็นว่าอาจมีบางอย่างเป็นเบื้องหลังของคำว่าทะเลสวยงาม
- ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบด้านที่มีแหล่งบันเทิง แหล่งกินดื่มมากกว่ามาเลเซีย
- ด้านการแพทย์ควรแบ่งเป็น 2 ประเด็นคือมารับการรักษาหรือตรวจสอบสุขภาพ (ปัจจุบันยังไม่มีแหล่งข้อมูลเปิดเผยและเชื่อถือได้ จากการประมาณการของที่ประชุมคาดว่านักท่องเที่ยวมาที่ประเทศไทยเพื่อ 2 วัตถุประสงค์นี้ใกล้เคียงกัน แต่จะจำแนกตามโรงพยาบาล เช่น รพ.พญาไทมักเป็นโรครักษายาก เช่น ผ่าสมอง ขยายหลอดเลือด และทาง รพ.ปิยะเวทเป็นการตรวจสอบสุขภาพเป็นหลัก)
- โดยเฉลี่ยการรักษาและตรวจสอบสุขภาพในโรงพยาบาลแห่งหนึ่งจะใช้เวลาประมาณ 21 วัน
- แหล่งใช้จ่ายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางในปัจจุบัน คือ มาบุญครอง, ประตูน้ำ, พารากอน(สำหรับกลุ่มที่มีเงิน), พัทยา, เชียงใหม่
- แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมคือ พัทยา ภูเก็ต และเชียงใหม่

○ อื่น ๆ

- ราคาด้านการแพทย์รัฐบาลเอเซียตะวันออกจะออกให้ 1 ใน 3 หรือมากกว่านั้น ในขณะที่สถานทูตต่าง ๆ เริ่มมีบทบาทในการให้บริการด้านรายชื่อ และราคาของแต่ละสถานพยาบาลแล้ว
- มีความกังวลในการพฤติกรรมสูง พอมาประเทศไทยมักจะมาทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างไม่รู้ดี ลักษณะนักท่องเที่ยวของแต่ละประเทศจะแตกต่างกัน เช่น Bahrain มาประเทศไทยจะไม่เน้นท่องเที่ยวมากเท่าที่ควรเพราะไม่ได้เคร่งครัด สามารถเที่ยวในประเทศได้อยู่แล้ว หรือ Dubai สามารถให้ดื่มเหล้าในบาร์ ผับได้เช่นกัน
- กลุ่มตะวันออกกลางที่มาประเทศไทยมี 3 กลุ่ม 1) ชายโสด (Single man) มักมาเสพล้างมีนเมาที่บริเวณนาฬิกา พัทยา 2) ครอบครัว 3) นักธุรกิจ หรือผู้ที่ร่ำรวยมาก เช่น เช่าห้องทั้งชั้นที่โรงแรม Oriental
- ในการโฆษณาควรชูประเด็นเรื่อง 1) Theme park 2) Medical services และ 3) Shopping

- นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกออกกลางและออสเตรเลียจะมาในช่วงเวลาเดียวกัน มิถุนายนถึงสิงหาคม
- ในเมืองมุสลิม จะเชื่อผู้นำมาก ดังนั้นในการเจาะแหล่งตลาดจึงควรมองทิศทางในการเจาะกลุ่มผู้นำก่อนเพื่อให้ไปบอกต่อได้
- ปัจจุบันด้าน ตอก. มีความสนใจในการเชื่อมโยงกับการแพทย์ไทยและกลุ่มโรงพยาบาลเอกชนบางแห่งเองก็มีการร่วมทุนกับประเทศในตะวันออกกลางแล้ว
- ในด้านข่าวสาร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มี M Blog เพื่อสนับสนุนด้านข้อมูล
- ในขณะนี้ได้เริ่มมีการเชื่อมโยงการทำ package ด้านการแพทย์กับการท่องเที่ยวทั่วไปแล้ว

5.2 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและความเสี่ยง (SWOT)

(1) จุดแข็ง

- จุดแข็งของประเทศไทยคือ Land of Smile และมี Service mind
- การให้บริการของไทยมีจุดเด่นในด้านความเฉพาะ และจุดแข็งที่เป็น Land of Smile ที่ประเทศอื่นๆไม่มีและควรสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่น่าสนับสนุน

(2) จุดอ่อน

- เมื่อนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทย ก็จะเจอด้านหน้าของประเทศดูเหมือนไม่ต้อนรับทำให้เป็นปัญหา
- สิ่งที่นักท่องเที่ยวเป็นห่วงคือเรื่องที่พัก ซึ่งต้องมีความเป็นส่วนตัวสูง (แต่เรื่องอาหารที่ต้องเป็นอาหารฮาลาล ไม่พบว่าปัญหาใด)

(3) โอกาส

- ชาวตะวันออกกลาง 1) ไม่เชื่อใจ บริการทางการแพทย์ในประเทศ 2) ขาดแคลน ทะเลที่สวยงาม(ซึ่งมีลักษณะเฉพาะ) 3) ไม่มี Greenery ดังนั้นถ้าจะดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงควรพิจารณาทั้ง 3 ประเด็น
- ขณะนี้มีสนับสนุนจากภาครัฐในระดับหนึ่งในการจัดโครงการโดยกระทรวง ต่างประเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง

(4) ความเสี่ยง

- คู่แข่ง Medical Hub ในภูมิภาค เช่นสิงคโปร์ มีการอบรมแม้แต่อบรมการรับคนไข้ให้กับ Taxi โดย Medical Association of Singapore หรือแม้แต่มาเลเซียซึ่งมีข้อได้เปรียบด้านความเป็นมุสลิมเช่นเดียวกับประชาชนส่วนใหญ่ในตะวันออกกลาง

- สิงคโปร์มีความโดดเด่นในด้านให้บริการข้อมูลและในด้านการสนับสนุนการรัฐ
- ในด้านบริการด้านการแพทย์ ขณะนี้อินเดียให้บริการถูกกว่า ดังนั้นจึงควรมีจุดแข็งอื่นๆเพื่อดึงดูดมาประเทศไทยด้วย
- ในประเทศตะวันออกกลางเองต่างก็มีการพัฒนาการท่องเที่ยวของตนจึงต้องมองการพัฒนาของประเทศอื่นๆด้วย โดยมีการตั้งเป้าที่จะเป็น World Center of Services และในอนาคตจะเป็นคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวและการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เช่น Palm ของ Dubai
- ขณะนี้มีแนวโน้มการดึงเงินทุนกลับเข้าไปในประเทศ เพราะว่า Technology มีการพัฒนาทำให้สามารถพัฒนาในด้านต่างๆได้ง่ายขึ้น ทำให้ในอนาคตอีก 10 ปีข้างหน้าน่าเป็นกังวลเพราะตะวันออกกลางจะสามารถตอบสนองความต้องการทางการตลาดได้เองในอนาคต

5.3 ข้อสรุปและข้อเสนอแนะจากการประชุมกลุ่มย่อย

โดยสรุป การศึกษาในส่วนนี้ได้ดำเนินการวิเคราะห์ผนวกผลระหว่างผลการสำรวจความเห็นจากนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางกับผู้มีส่วนร่วมและผู้ประกอบการพร้อมข้อเสนอแนะจากการประชุมกลุ่มย่อย ได้ผลดังนี้

(1) นโยบายของรัฐที่สนับสนุนนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางที่มีอยู่และที่วางแผนในอนาคต

- การศึกษาจำนวนมากไม่ได้นำไปดำเนินการจริง และหากดำเนินการจริงก็มักมีปัญหาในการดำเนินการไม่สามารถนำแผนสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อดำเนินการจริงมักจะมีปัญหาในด้านไม่มีผู้รับผิดชอบ งบประมาณไม่มี และอื่นๆ
- ควรมีการศึกษาผลกระทบด้วยการศึกษาความเป็นไปได้ร่วมกันระหว่างรัฐและเอกชน นำไปปฏิบัติจริง
- ปัจจุบันงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ไม่สอดคล้องกับเป้าหมายในรายได้จากการท่องเที่ยว คือน้อยมาก โดยความจริงควรอยู่ที่ 3-5% ของรายได้
- นำทำการสนับสนุนเพราะนักท่องเที่ยว Elite card เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ใช้เวลาในการท่องเที่ยวนาน
- ป้ายบอกทางตามถนนของไทย ไม่ชัดเจน เดินทางไปแล้วหลงทาง ไม่มีป้ายเข้า-ออกเมือง
- ต้องการรัฐบาลมาร่วมสนับสนุนกับกลุ่มอุตสาหกรรมบริการด้านการแพทย์ด้วย โดยควรเป็นระดับผู้ที่มีความสามารถในการเชื่อมโยงระหว่างรัฐ-รัฐ (G-G) ด้วย (ประเทศอื่นๆมีการสนับสนุนโดยเดินทางไปทำสัญญาระหว่างรัฐโดยดำเนินเนิน

การโดยนายกหรือผู้ที่มีอำนาจ ทำให้ดำเนินการได้ทันที ขณะที่ปัจจุบันไทยยังไม่มี การส่งเสริมในระดับดังกล่าว)

- การสนับสนุนไม่ควรจัดแบบ Cluster แบบพื้นที่ แต่ควรจัดตามพฤติกรรมและความชอบของนักท่องเที่ยวโดยดูจาก Sea Sun Sand Sex
- การสนับสนุนการท่องเที่ยวนี้ควรเป็นนโยบายแห่งชาติ ในรูปแบบของความร่วมมือของรัฐและเอกชน (Public private sharing) โดยการวางแผนการท่องเที่ยวควรทำถูกวิธี ตัวอย่างในด้านการวางแผนของประเทศอื่นๆเป็นดังต่อไปนี้
 - กรณีประเทศสิงคโปร์ ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่อยู่ในวงการการท่องเที่ยวโดยไม่จำกัดว่าต้องมีเชื้อชาติเป็นสิงคโปร์เช่นมีด้านโรงแรมเป็นออสเตรเลีย ด้าน Airline ก็ใช้ผู้จัดการของสายการบินเป็นกรรมการ
 - กรณีประเทศเวียดนาม ที่ประชุมประกอบด้วย มีนายกเป็นประธาน นายกระบุว่าเอกชนต้องการอะไรและให้ภาครัฐดำเนินการเลย
 - กรณีประเทศมาเลเซีย ใช้ Round Table ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญในหลายสาขา
- สำหรับประเทศไทย การกำหนดแนวนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ควรมีคนที่มีประสบการณ์ในวงการการท่องเที่ยวมากกว่า 50% (คาดว่าหากบริหารได้อย่างดี คาดว่าน่าจะเป็นอันดับ 3- 4 ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้)
- ต้องระมัดระวังว่าในที่มีอุปสงค์สูงขึ้น ก็จะมีผลต่อราคายาในประเทศด้วย
- ควรมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำงานตามแผน อาทิ
 - กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
 - กระทรวงสาธารณสุข
 - กระทรวงต่างประเทศ และสถานทูตต่างๆ
 - กระทรวงพาณิชย์ ในด้านการค้าและการบริการเสรี
 - กระทรวง แรงงาน การอบรม (รวมถึงสปา นวดไทย) อีกทั้งขณะนี้มีปัญหาในการว่าจ้างล่ามที่เป็นชาวตะวันออกกลาง เพื่อรองรับบริการให้ถูกใจ ผู้รับบริการด้านการแพทย์ แต่กระทรวงแรงงานไม่ค่อยให้ความสนใจ
 - กระทรวงศึกษา ในด้านบุคลากรต่างๆ
 - กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง
 - การทำอากาศยานในการเข้าไปรับส่งคนไข้ ณ เครื่องบิน มีปัญหา
 - กระทรวงการคลัง (อัตราแลกเปลี่ยน)
- ขณะนี้ยังไม่มีการศึกษาด้านความพึงพอใจของลูกค้าทางการแพทย์อย่างเป็นทางการ แต่ในด้านเอกชนสังเกตจากข้อเท็จจริงและปรับตัวไปพร้อมกัน
- ควรมีการบริหารแผนร่วมกันแต่แบ่งงานอย่างชัดเจน และใช้วิธีการบริหารแบบ CEO

- ควรคำนึงถึงในด้านคุณภาพมากกว่าปริมาณ เช่นกรณี กองบังคับการตรวจคนเข้าเมืองที่มีปัญหาการให้บริการเพราะมีปริมาณนักท่องเที่ยวมากและเร่งงานมากเกินไป
- ในการให้บริการควรคำนึงถึงสิ่งที่เรียกว่า Value For Money
- ปัจจุบัน ประเทศอินเดียมีการดึงดูดลูกค้าส่วนใหญ่ด้านบริการด้านการแพทย์ในระดับล่างไปแล้ว ดังนั้นจึงควรเน้นทางด้านคุณภาพ
- ในการเจรจา การขยายตลาดและการออกงานต่างๆในต่างประเทศควรมีนโยบายสนับสนุน พร้อมกับทีมสนับสนุนข้อมูลด้วย
- ในด้านการเข้ามาใช้ทรัพยากรต้องคำนึงถึงการแย่งชิงทรัพยากรภายในประเทศด้วย เช่นในช่วงเปลี่ยนผ่านของประเทศสิงคโปร์ มีคนฆ่าตัวตายหลายคน ซึ่งในส่วนนี้ก็เป็นต้นทุน ในการพัฒนาจึงควรคำนึงถึงความสมดุลด้วย
- ในอนาคตการท่องเที่ยวน่าจะเป็นเชิงอนุรักษ์
- ขณะนี้โอกาสด้านการท่องเที่ยวมาสู่เอเชียจึงควรเร่งส่งเสริม เนื่องจากการท่องเที่ยวจะดีเป็นช่วงเวลา ภายหลังจากเปลี่ยนเป็นแอฟริกาได้รับความนิยมมากขึ้นในอนาคตก็เป็นได้
- การวางแผนนโยบายจำต้องคำนึงถึงผลกระทบในการลงทุนจากต่างประเทศที่มีผลต่อราคาที่ดิน และการศึกษาผลกระทบและลงทุนให้สอดคล้องกับแนวโน้มการลงทุน เราควรมีความคิดด้านธุรกิจ (Business mind) และควรมีความสามารถด้านภาษาเพื่อการต่อรองในอนาคต (การบริหารจัดการจากข้างนอกมายังประเทศไทยมีประเด็นที่ผู้ได้รับผลประโยชน์เป็นต่างชาติ จึงควรบริหารจัดการการตั้งเงื่อนไขจากศักยภาพที่ทำได้ เช่น เวียดนาม เป็นต้น)
- ควรนำภูมิปัญญาท้องถิ่นไปพัฒนาต่อยอด
- ตลาดตะวันออกกลางควรทำเป็น Niche market ต้องมีลักษณะของข้อมูลเฉพาะ เช่นการว่าไทยจะไม่สามารถเปิดเผยให้เห็นแขนขาได้แม้จะเป็นการแสดงทางวัฒนธรรม ดังนั้น ควรมีการส่งเสริมเฉพาะ โดยควรทำเป็น package ส่งเสริมด้านการตลาด บุคลากร การบริการเฉพาะต่างๆ เป็นต้น
- การท่องเที่ยวด้านการแพทย์ส่งผลดีในการเป็น Chain ของสินค้าและบริการ และจำนวนของผู้ที่มากับผู้ป่วย (ซึ่งมาทำกิจกรรมอื่นๆ เช่น จั๊บจ่ายซื้อของด้วย)
- การเดินทางเข้าประเทศมีวิธีการกั้นกรองหลายวิธี โดยควรจัดหาวิธีที่ทำให้เกิดความประทับใจและเป็นมิตรตั้งแต่แรกเริ่มเข้ามายังประเทศไทยได้
- ควรมีการพัฒนาการศึกษาให้มีภาษาที่เรียนอีกอย่างน้อย 2 ภาษาคือ ภาษาตะวันออกและภาษาตะวันตก (โดยไม่ต้องกังวลเรื่องการครอบงำของภาษาและวัฒนธรรมเพราะเอกลักษณ์ของชาติยังคงอยู่)
- เนื่องจากรัฐบาลของตะวันออกกลางสนับสนุนด้านค่าใช้จ่ายด้านการแพทย์ ดังนั้น การสนับสนุนจากภาครัฐในการทำทวิภาคี จึงน่าสนใจการดำเนินการ การเชื่อมโยง

ระหว่างภาครัฐน่าจะจะเป็นปัจจัยการส่งเสริมที่ดี (ประเด็นนี้ควรสนับสนุนกับในพื้นที่ทางยุโรปและอเมริกา)

(2) Zoning สถานที่ท่องเที่ยวสำหรับชาวตะวันออกกลาง

- การ Zoning ควรเป็นไปโดยอัตโนมัติ โดยการนำสิ่งที่มีความชอบของกลุ่มตะวันออกกลางไปในพื้นที่นั้นๆและควรพิจารณาปัจจัยต่อไปนี้เป็นคือ “อยู่ กิน ใช้ เพศ”
- ในการกำหนดขอบเขตของจำนวนนักท่องเที่ยวต้องตระหนักถึงข้อจำกัดของเชื้อชาติและช่วงเวลา (แต่โดยปกติ นักท่องเที่ยวที่เข้ามายังประเทศไทยเป็นลักษณะ Seasonal mix ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไม่ค่อยมีปัญหาในการจัดการสำหรับนักท่องเที่ยว) เช่น ถ้าเชื้อชาติไม่ถูกกัน ควรหลีกเลี่ยงการพบเจอกัน โดยควรกำหนดอยู่บน Evidence Base และมีข้อพิจารณาที่ถูกต้อง เช่น ศักยภาพของโรงแรมมีเท่าใด แล้วจึงค่อยกำหนดจำนวนโดยคำนึงถึงความเสี่ยงและความสมดุลของการใช้ทรัพยากรระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวของไทยอย่างไรก็ดี โดยทั่วไปเอกชนได้ทำการกำหนดแผนอยู่แล้วโดยการกำหนดแผนทางธุรกิจ

(3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม และประเด็นที่ควรทำการวิจัยต่อไป

- ควรมีการศึกษาปัญหาที่ทำให้นโยบายในประเทศไทยไม่สามารถดำเนินและปรับใช้นโยบายไปได้ดี
- ศึกษาว่าภาครัฐจะอย่างไรให้รัฐบาลสามารถดำเนินไปได้อย่างเห็นผล เช่น จะกำหนดนโยบายแห่งชาติ ควรสนับสนุนให้แผนงานเป็นแบบองค์รวมเพราะการท่องเที่ยวเป็นความเชื่อมโยงกันจึงต้องร่วมผลักดันกันไปในทุกๆด้าน เช่น มีกรณีศึกษาที่มีงบประมาณสองก้อนในต่างหน่วยงาน แต่ไม่มีผู้ดำเนินงานกลางทำให้ผลสัมฤทธิ์ลดลง
- ควรทำรายงานการศึกษาฉบับนี้ให้เป็น Road map
- ควรมีการระบุภาษาที่ควรใช้และควรส่งเสริมเพิ่มเติมเพื่อบริการการท่องเที่ยวกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง

5.4 อื่น ๆ

- ควรเพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
- ราคาของการใช้บริการด้านการแพทย์ที่มีระบุว่าแพงอาจมาจากแหล่งข้อมูลกลุ่มที่ไม่มีเงินมากนัก โดยทั่วไปราคาและบริการด้านการแพทย์จะมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ มีการเลือกใช้บริการโดย “เลือก” มากราคาก็จะสูง

บทที่ 6 วิเคราะห์เพิ่มเติมและข้อสรุป

การส่งเสริมด้านการตลาดเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งอีกปัจจัยหนึ่งต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย โดยควรตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่ม กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สำคัญคือกลุ่มที่มากับครอบครัวซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะต้องการห้องพักขนาดใหญ่เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันกับครอบครัวได้ รวมทั้งมุ่งเน้นสถานที่ท่องเที่ยวของเด็ก เช่น Theme park และสวนสนุกต่างๆ

กลุ่มที่รองลงมาคือกลุ่มนักธุรกิจและผู้ที่มีรายได้สูง กลุ่มนี้จะเน้นซื้อสินค้าและบริการชนิด Hi-end และอีกกลุ่มที่สำคัญคือกลุ่มชาวยุโรปซึ่งเน้นการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและการท่องเที่ยวแบบพักผ่อน

นอกจากนี้ควรจัดเตรียมป้ายแสดงทิศทางที่จะหันไปยังเมกะให้กับนักท่องเที่ยวในที่พักเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางด้วย

การเจาะตลาดควรเน้นกลุ่มผู้นำก่อนเนื่องจากชาวมุสลิมจะเชื่อผู้นำมาก และยังเป็นการส่งเสริมการบอกต่อแบบปากต่อปาก ซึ่งพบว่ามีอิทธิพลมากในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้วย และควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้นทั้งนี้ควรต้องระมัดระวังในข้อห้ามทางวัฒนธรรมเช่น ไม่ควรมีภาพล้อแหลมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของกลุ่มตะวันออกกลางในภาพโฆษณา

จุดเด่นของประเทศไทยที่พบจากการให้สัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แก่ การเป็นแผ่นดินแห่งการยิ้มของคนไทย (Land of Smile) และการมีทะเลที่สวยงาม ดังนั้นในการส่งเสริมด้านการตลาดจึงควรทำการส่งเสริมในประเด็นนี้ ผสมเข้ากับประเด็นเรื่อง Theme park และทะเลที่สวยงามสำหรับเด็กและครอบครัว การบริการด้านการแพทย์ที่เชื่อถือได้ และแหล่งการจับจ่ายของที่ถูกและมีคุณภาพ ของที่หลากหลายและมีคุณภาพ

นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือทะเลที่สวยงามและแหล่งภูเขา อย่างไรก็ตาม แม้แหล่งท่องเที่ยวจะเป็นแนวธรรมชาตินิยม แต่ก็ยังมีจำนวนอีกไม่น้อยที่ต้องการอยู่และเที่ยวในสถานที่ที่มีความพลุกพล่านหรือความเป็นชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย โดยพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมไปคือ พัทยา ภูเก็ตและเชียงใหม่ ในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งต้องรองรับและเป็นที่สำหรับเด็กและครอบครัวในเวลาเดียวกัน

เป็นที่น่าสังเกตว่า ควรจัดให้มีการส่งเสริมจากภาครัฐของผู้ที่เดินทางมาครั้งแรก เพื่อเปิดโอกาสให้มีการเดินทางมาอีกครั้ง ซึ่งเห็นได้จากผลการสำรวจภาคสนามว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยจะมีความชื่นชอบและกลับมาเที่ยวอีกครั้งหนึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงมาก

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวที่ผูกติดกับการแพทย์ไม่ว่าจะเพื่อการรักษาหรือเพื่อการตรวจสุขภาพจากตะวันออกกลางมายังประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากการที่ชาวตะวันออกกลางไม่เชื่อถือบริการด้านการแพทย์ในประเทศของตน (โดยอาจมีปัจจัยส่งเสริมอื่นๆ ประกอบด้วย ปัจจัยดังกล่าวได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่สูง และต้องใช้เวลาในการรอรับการรักษา เมื่อ

พิจารณาจากประสิทธิผลและค่าใช้จ่ายแล้วเทียบเคียงกับการให้บริการภายในประเทศ จึงตัดสินใจมาทำการรักษาและตรวจสุขภาพในประเทศอื่นรวมถึงประเทศไทยด้วย) ปัจจัยเสริมซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มประเทศตะวันออกกลางคือการมีอุดหนุนค่าใช้จ่ายด้านการแพทย์ด้วยอาจมากหรือน้อย หรือครอบคลุมทั้งหมดขึ้นอยู่กับหน่วยงานที่นักท่องเที่ยวประจำอยู่และประเทศของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ป่วยบางรายจึงตัดสินใจเดินทางออกมารักษาตัวนอกประเทศโดยมาพร้อมกับครอบครัวทั้งหมด ผู้ป่วยทำการรักษาตัวและครอบครัวอยู่ฟ้านับดูแลและท่องเที่ยวขณะรอการรักษาตัว

การท่องเที่ยวพร้อมกับการใช้บริการทางการแพทย์จากชาวตะวันออกกลางในไทยเริ่มขยายตัวอย่างเห็นได้ชัดภายหลังเหตุการณ์ 911 ทั้งนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Connell(2006: 1096) ซึ่งพบว่าผู้จัดการของกลุ่มโรงพยาบาลในมาเลเซียได้ระบุไว้เช่นกันว่าตั้งแต่เหตุการณ์นั้นเป็นต้นมาทำให้ชาวตะวันออกกลางหันมาท่องเที่ยวในประเทศทางตะวันออก อย่างไรก็ตาม กิตติ คู่แข่งศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) ทั้งจากประเทศภายในภูมิภาคเดียวกันและจากประเทศในตะวันออกกลางเองได้ส่งสัญญาณว่ามีการแข่งขันกันสูงขึ้นเรื่อยๆ

คู่แข่งในภูมิภาคเดียวกันของไทยคือ ประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย ซึ่งได้พยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิง Medical Hub อย่างชัดเจน แม้ประเทศไทยจะมีชื่อเสียงโด่งดังในการเปลี่ยนแปลงเพศ (Sex Change Operations) และ Cosmetic Surgery ตั้งแต่ปี 2513 – 2523 แต่ประเทศมาเลเซียก็ได้แข่งขันโดยมีจุดขายที่ Cosmetic Surgery เช่นกัน โดยเริ่มตั้งแต่หลังวิกฤติเศรษฐกิจของเอเชียปี 2541 เมื่อคนไข้ในประเทศไม่สามารถซื้อบริการได้ ประเทศมาเลเซียได้ตั้งเป้าให้ตะวันออกกลางเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญโดยมีข้อได้เปรียบกว่าไทยในด้านการนับถือศาสนาอิสลามด้วยกัน ซึ่งทำให้มีสิ่งเอื้ออำนวยความสะดวก เช่น การรับประทานอาหารฮาลาลและการทำศัลยกรรมในโรงพยาบาล ในด้านประเทศสิงคโปร์ได้พยายามกำหนดราคาไว้ต่ำกว่าอัตราค่าบริการในประเทศไทยและมีแหล่งให้ข้อมูลพร้อมใบปลิวที่สนามบิน Connell(2006: 1095, 1096) นอกจากนี้ ในด้านการให้บริการทางการแพทย์ประเทศอินเดียเป็นคู่แข่งในระดับโลกที่สำคัญอันเนื่องมาจากความเชื่อถือในด้านเทคโนโลยีโดยประเทศอินเดียได้พยายามยกมาตรฐานการให้บริการเทียบเท่ากับตะวันตกในทุกๆ โรคและชาวอพยพอินเดียที่กระจายตัวอยู่รอบโลกทำให้ผู้รับบริการต่างชาติมีความคุ้นเคยในระดับหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม ในด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางในการท่องเที่ยวไทย โดยเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย จีนแผ่นดินใหญ่ ฮองกง ลาว เมียนมาร์ กัมพูชา และเวียดนามแล้ว ได้พบว่า ประเทศไทยอยู่ในฐานะดีกว่าในทัศนะของนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น ยกเว้นประเทศเดียว คือประเทศมาเลเซียที่ได้รับคะแนนใกล้เคียงกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า มีความเป็นไปได้สูงมากที่ประเทศไทยจะได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางให้มากขึ้น เพราะเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ในขณะที่ก็สามารถจะกล่าวได้ด้วยว่า หากจะต้องคำนึงถึงคู่แข่งที่สำคัญประเทศมาเลเซียจะเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

คู่แข่งในประเทศตะวันออกกลางเองต่างก็มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนโดยเฉพาะ

Dubai ซึ่งได้สร้าง Dubai Healthcare City (DHCC) โดยเน้นด้านคุณภาพมากกว่าราคา ดึงแพทย์จากเยอรมนีมาให้บริการ หรือแม้แต่ประเทศ Lebanon ซึ่งแสดงจุดขายว่ามีแพทย์จำนวนมากได้รับการฝึกฝนจากยุโรปและอเมริกา Connell(2006: 1095) ในขณะนี้ กลุ่มตะวันออกกลางเองได้มีแนวโน้มการดึงดูดเงินทุนกลับเข้าไปในประเทศของตน ทำให้ในอนาคตน่าเป็นกังวลเพราะตะวันออกกลางจะสามารถตอบสนองความต้องการทางการตลาดได้เองในอนาคต

สำหรับด้านนโยบายรองรับให้เกิดการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง เห็นควรพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางนิยมมาอยู่แล้ว โดยการเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆให้มากขึ้น รวมถึงควรส่งเสริมในรูปของ Package ท่องเที่ยว ในลักษณะที่มีการเชื่อมโยงกับการบริการด้านการแพทย์ได้ด้วย และสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการจัดทำนโยบายสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สมบูรณ์ เนื่องจากการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง รวมถึงกลุ่มอื่นๆด้วยนั้น เป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการร่วมกันอย่างสอดคล้องจากหลากหลายหน่วยงานมาก รัฐควรต้องมีการสนับสนุนให้นโยบายด้านการท่องเที่ยวนี้ เป็นวาระแห่งชาติอีกอย่างหนึ่งด้วย เพื่อให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเห็นผลอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

ทั้งนี้ ดังนั้นในการสนับสนุนตลาดทางด้านการท่องเที่ยวและการแพทย์ควรพิจารณาเงื่อนไขทางด้านเวลาด้วย กล่าวคือ ในระยะนี้เป็นช่วงเวลาที่ดีในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศจากกระแสการขยายตัวทุกๆด้านของภูมิภาคเอเชีย (Asian Boom) แต่หากเลยช่วงระยะเวลานี้ไปคู่แข่งต่างๆทั้งในภูมิภาคเดียวกันและต่างภูมิภาคเองอาจสามารถพัฒนาตนเองมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการในตลาดได้ การส่งเสริมโดยการลงทุนต่างๆเพื่อให้เป็น Medical Hub เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาอาจ"ช้าเกินไป"ได้ ดังนั้นในการส่งเสริมจากภาครัฐจึงควรเร่งปฏิบัติการอย่างเร่งด่วนโดยมีความพร้อมในระยะที่ไม่เกินกว่า 5 ปี ระหว่างรัฐต่อรัฐ โดยคำนึงถึงความเสี่ยงในการลงทุนและความแออัดในการแย่งใช้ทรัพยากรทางการแพทย์ภายในประเทศจากต่างประเทศด้วย

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) Download ได้จาก <http://www.tat.or.th> และ http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tex.php?Year=2007
- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม Download ได้จาก <<http://www.environnet.in.th/kids/knowledge.aspx?category=ecotourism&topic>>
- กองกฤษฎีการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2550. “สถานการณ์ท่องเที่ยวไทย”..จุลสารการท่องเที่ยว (e-TAT Tourism Journal) ฉบับที่ 1/2550 มกราคม-มีนาคม 2550.
- จริญญา เกียรติลักษณ์ชัย 2549 “แนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2549”. จุลสารการท่องเที่ยว (e-TAT Tourism Journal) ฉบับที่ 1/2549 มกราคม-มีนาคม 2549.
- จริญญา เจริญสุกใส 2548. “การบริหารความเสี่ยงสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21”. จุลสารการท่องเที่ยว (e-TAT Tourism Journal) ฉบับที่ 1/2548 มกราคม-มีนาคม 2548.
- จารุณี จันทร์ลอยนภา และคณะ..2549..มุสลิมก็มีหัวใจ.กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์ กราฟฟิค.
- ฉันทิช วรรณณอม 2547 การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว สำนักพิมพ์เฟื่องฟ้าพรินต์ติ้ง หน้า 63.
- นิคม จารุณี.2544 การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โรงพิมพ์ โอ. เอส. พรินต์ติ้ง เฮ้าส์ กรุงเทพฯ.
- ปาจริย์ ผลประเสริฐ และคณะ.2549. “ความพึงพอใจ ความเชื่อมั่นด้านการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและความสามารถที่พึงประสงค์ของตำรวจท่องเที่ยว” กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว. Download ได้จาก <<http://home.touristpolice.net/pdf/0-1.pdf>>.
- ยลรวี สิทธิชัย.2005 “แนวโน้มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกปี 2007 (ตอนที่ 1)” จุลสารการท่องเที่ยว (e-TAT Tourism Journal) ฉบับที่ 1/2550 มกราคม-มีนาคม 2550.
- อนุช อาภาภิรมและคณะ. 2549. โครงการตะวันออกกลางศึกษา (MIDESP) ระยะนำร่อง รายงานประจำเดือนเมษายน Download ได้จาก <<http://tmp.trf.or.th/รายงานประจำเดือนMay%2049%20.doc>>
- เรณูภา รัชโน. ม.ป.ป. เอกสารประกอบการสอน “สถานการณ์การท่องเที่ยวปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต” Download ได้จาก <http://www.farmang.csc.ku.ac.th/kmhtml004_01.ppt>.
- รุ่งทิพ ว่องปฏิการ 2547.”แนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกและของประเทศไทย”..จุลสารการท่องเที่ยว (e-TAT Tourism Journal) ฉบับที่ 1/2547 มกราคม-มีนาคม 2547.
- ศรัญญา วรากุลวทย์. ม.ป.ป. “ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.” โรงพิมพ์ หจก.สามลดา.

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2546. เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตร การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร.

World Tourism Organization: UNWTO. 2007. *Tourism Highlights 2007 Edition*.

Downloadable from http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/highlights_07_eng_hr.pdf

Connell, John .2006. *Medical Tourism: Sea, Sun, Sand and ... Surgery*. Tourism Management 27. pp 1093 – 1100

Mill, R.C. and A.M. Morison, .1985. *The Tourism System: An Introductory Text*, New Jersey: Prentice Hall.

ภาคผนวก ก

ข้อเท็จจริงและสถิติในการท่องเที่ยว

ตารางผนวกที่ 1 จำนวนการมาเยือนของนักท่องเที่ยวจําแนกจากสัญชาติและการเดินทาง

(INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS TO THAILAND BY NATIONALITY AND MODE OF TRANSPORT)

Country of Nationality	2007		2006		%Change 07/06	Air	Land	Sea
	Number	% Share	Number	% Share				
East Asia	7,611,931	52.63	7,622,244	55.15	- 0.14	5,525,455	1,934,819	151,657
ASEAN	3,520,051	24.34	3,389,342	24.52	+ 3.86	1,573,134	1,821,778	125,139
Brunei	8,987	0.06	9,418	0.07	- 4.58	8,324	558	105
Comodia	99,945	0.69	117,100	0.85	- 14.65	31,717	64,695	3,533
Indonesia	237,592	1.64	219,783	1.59	+ 8.10	155,174	69,763	12,655
Laos	513,701	3.55	276,207	2.00	+ 85.98	14,667	484,677	14,357
Malaysia	1,540,080	10.65	1,591,328	11.51	- 3.22	490,529	1,010,213	39,338
Myanmar	72,205	0.50	62,769	0.45	+ 15.03	71,166	763	276
Philippines	205,266	1.42	198,443	1.44	+ 3.44	159,470	36,759	9,037
Singapore	604,603	4.18	687,160	4.97	- 12.01	538,737	39,698	26,168
Vietnam	237,672	1.64	227,134	1.64	+ 4.64	103,350	114,652	19,670
China	907,117	6.27	949,117	6.87	- 4.43	877,902	19,168	10,047
Hong Kong	367,862	2.54	376,636	2.72	- 2.33	364,449	2,207	1,206
Japan	1,277,638	8.83	1,311,987	9.49	- 2.62	1,237,318	29,253	11,067
Korea	1,083,652	7.49	1,092,783	7.91	- 0.84	1,022,303	58,752	2,597
Taiwan	427,474	2.96	475,117	3.44	- 10.03	423,119	2,866	1,489
Others	28,137	0.19	27,262	0.20	+ 3.21	27,230	795	112
Europe	3,905,271	27.00	3,490,779	25.26	+ 11.87	3,667,257	175,176	62,838
Austria	81,391	0.56	76,106	0.55	+ 6.94	77,583	2,598	1,210
Belgium	72,018	0.50	68,617	0.50	+ 4.96	66,163	4,278	1,577
Denmark	141,110	0.98	128,037	0.93	+ 10.21	135,436	4,341	1,333
Finland	143,266	0.99	110,502	0.80	+ 29.65	138,563	3,705	998
France	373,090	2.58	321,278	2.32	+ 16.13	336,024	29,066	8,000
Germany	544,495	3.76	516,659	3.74	+ 5.39	511,782	22,587	10,126
Ireland	73,734	0.51	68,198	0.49	+ 8.12	67,454	5,168	1,112
Italy	171,328	1.18	150,420	1.09	+ 13.90	161,561	6,900	2,867
Netherlands	194,434	1.34	180,830	1.31	+ 7.52	175,797	13,711	4,926
Norway	108,941	0.75	106,314	0.77	+ 2.47	103,535	4,151	1,255
Russian	277,503	1.92	187,658	1.36	+ 47.88	271,727	4,795	981
Spain	82,111	0.57	69,658	0.50	+ 17.88	78,980	2,234	897
Sweden	378,387	2.62	306,085	2.21	+ 23.62	360,511	12,413	5,463
Switzerland	146,511	1.01	140,741	1.02	+ 4.10	136,849	7,352	2,310
United Kingdom	859,010	5.94	850,685	6.15	+ 0.98	798,154	43,530	17,326
East Europe	148,302	1.03	110,113	0.80	+ 34.68	141,276	5,353	1,673
Others	109,640	0.76	98,878	0.72	+ 10.88	105,862	2,994	784
The Americas	920,366	6.36	923,382	6.68	- 0.33	849,629	49,176	21,561
Argentina	6,704	0.05	4,327	0.03	+ 54.93	6,051	448	205
Brazil	15,056	0.10	11,841	0.09	+ 27.15	14,462	429	165
Canada	183,440	1.27	183,094	1.32	+ 0.19	164,964	13,168	5,308
U.S.A.	681,972	4.71	694,258	5.02	- 1.77	632,862	33,737	15,373
Others	33,194	0.23	29,862	0.22	+ 11.16	31,290	1,394	510
South Asia	709,811	4.91	631,208	4.57	+ 12.45	680,622	9,941	19,248
Bangladesh	44,789	0.31	40,281	0.29	+ 11.19	44,441	320	28

Country of Nationality	2007		2006		%Change 07/06	Air	Land	Sea
	Number	% Share	Number	% Share				
East Asia	7,611,931	52.63	7,622,244	55.15	- 0.14	5,525,455	1,934,819	151,657
India	536,356	3.71	459,795	3.33	+ 16.65	509,309	8,608	18,439
Nepal	19,546	0.14	21,180	0.15	- 7.71	19,278	152	116
Pakistan	46,656	0.32	46,367	0.34	+ 0.62	45,704	570	382
Sri Lanka	44,327	0.31	46,557	0.34	- 4.79	43,848	201	278
Others	18,137	0.13	17,028	0.12	+ 6.51	18,042	90	5
Oceania	764,072	5.28	651,262	4.71	+ 17.32	715,976	27,524	20,572
Australia	658,148	4.55	549,547	3.98	+ 19.76	617,046	22,656	18,446
New Zealand	104,195	0.72	98,786	0.71	+ 5.48	97,236	4,844	2,115
Others	1,729	0.01	2,929	0.02	- 40.97	1,694	24	11
Middle East	436,100	3.02	392,416	2.84	+ 11.13	426,958	7,017	2,125
Egypt	13,037	0.09	11,882	0.09	+ 9.72	12,797	99	141
Israel	128,674	0.89	121,508	0.88	+ 5.90	123,118	4,857	699
Kuwait	31,910	0.22	33,934	0.25	- 5.96	31,413	378	119
Saudi Arabia	22,483	0.16	20,804	0.15	+ 8.07	22,125	237	121
U.A.E.	74,957	0.52	69,509	0.50	+ 7.84	74,708	145	104
Others	165,039	1.14	134,779	0.98	+ 22.45	162,797	1,301	941
Africa	116,677	0.81	110,511	0.80	+ 5.58	109,595	5,036	2,046
S. Africa	52,788	0.36	47,228	0.34	+ 11.77	50,472	1,110	1,206
Others	63,889	0.44	63,283	0.46	+ 0.96	59,123	3,926	840
Grand Total	14,464,228	100.00	13,821,802	100.00	+ 4.65	11,975,492	2,208,689	280,047

Source of data : Immigration Bureau, Police Department

Note : Tourist arrivals excluded overseas Thai.

ตารางผนวกที่ 2 ระยะเวลาการอยู่ในประเทศไทยโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

(AVERAGE LENGTH OF STAY OF INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS)

Country of Nationality	2006	2005
East Asia	6.08	5.60
ASEAN	5.09	5.06
Brunei	4.57	4.40
Cambodia	5.54	5.33
Indonesia	4.47	4.53
Laos	7.78	8.20
Malaysia	3.98	4.19
Myanmar	12.67	12.06
Philippines	7.59	6.78
Singapore	4.38	4.38
Vietnam	7.81	7.13
China	6.32	6.36
Hong Kong	4.15	4.09
Japan	6.51	6.78
Korea	8.65	4.71
Taiwan	7.01	7.40
Others	7.37	9.25
Europe	13.70	13.41
Austria	14.72	14.28
Belgium	14.22	14.18
Denmark	14.97	14.46
Finland	14.17	13.89
France	12.45	11.89
Germany	15.32	15.07
Italy	12.91	12.42
Netherlands	15.32	15.07
Norway	16.15	15.74
Russia	12.27	12.27
Spain	8.78	8.44
Sweden	16.09	15.37
Switzerland	15.57	15.31
United Kingdom	12.65	12.43
East Europe	12.02	12.26
Others	10.66	10.58
The Americas	10.13	9.87
Argentina	10.15	10.23
Brazil	9.78	9.77
Canada	10.58	10.22
USA	10.09	9.85
Others	8.33	7.89
South Asia	6.79	6.87
Bangladesh	6.87	6.75
India	6.86	7.00
Nepal	7.53	7.11
Pakistan	7.01	6.84
Sri Lanka	5.40	5.58
Others	7.10	7.00
Oceania	9.46	9.30
Australia	9.59	9.41
New Zealand	8.72	8.75

Country of Nationality	2006	2005
East Asia	6.08	5.60
Others	9.06	8.69
Middle East	10.76	10.35
Egypt	7.33	7.62
Israel	13.50	12.67
Kuwait	9.84	9.49
Saudi Arabia	11.20	10.67
U.A.E.	10.26	10.19
Others	8.97	8.54
Africa	8.98	8.88
South Africa	8.36	8.16
Others	9.44	9.40
Grand Total	8.62	8.20

Source of Data: Immigration Bureau, Police Department.

ตารางผนวกที่ 3 ความถี่ของการมาเยือนประเทศไทย

INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS BY FREQUENCY OF VISIT JANUARY 2005

Country of Residence	Frequency of Visit		Revisit / First Visit
	First - Visit	Revisit	
East Asia	152 ,830	262 ,350	1.72
<i>ASEAN</i>	<i>61 ,204</i>	<i>138 ,593</i>	<i>2.26</i>
Brunei	213	641	3.01
Cambodia	4,359	3,694	0.85
Indonesia	5,067	6,523	1.29
Laos	4,410	7,653	1.74
Malaysia	33 ,257	57 ,951	1.74
Myanmar	1,478	3,196	2.16
Philippines	4,067	8,331	2.05
Singapore	5,689	42 ,505	7.47
Vietnam	2,664	8,099	3.04
China	14 ,742	14 ,251	0.97
Hong Kong	2,729	13 ,136	4.81
Japan	31 ,964	65 ,130	2.04
Korea	34 ,101	18 ,564	0.54
Taiwan	7,953	12 ,046	1.51
Others	137	630	4.60
Europe	93 ,547	176 ,542	1.89
Austria	1,407	4,123	2.93
Belgium	1,696	3,443	2.03
Denmark	4,509	7,738	1.72
Finland	3,415	5,865	1.72
France	7,506	16 ,148	2.15
Germany	12 ,182	31 ,503	2.59
Italy	2,857	6,785	2.37
Netherlands	5,057	9,884	1.95
Norway	2,987	5,797	1.94
Russia	10 ,302	9,680	0.94
Spain	895	1,825	2.04
Sweden	8,700	17 ,332	1.99
Switzerland	3,519	9,392	2.67
United Kingdom	20 ,715	37 ,706	1.82
East Europe	4,389	4,561	1.04
Others	3,411	4,760	1.40
The Americas	24 ,368	47 ,068	1.93
Argentina	251	88	0.35
Brazil	241	274	1.14
Canada	4,858	8,609	1.77
USA	18 ,498	37 ,493	2.03
Others	520	604	1.16
South Asia	9 ,730	20 ,204	2.08
Bangladesh	956	2,693	2.82
India	6,894	12 ,245	1.78
Nepal	446	1,194	2.68
Pakistan	640	1,840	2.88
Sri Lanka	498	1,213	2.44
Others	296	1,019	3.44
Oceania	13 ,729	27 ,448	2.00
Australia	11 ,598	23 ,507	2.03
New Zealand	2,046	3,725	1.82
Others	85	216	2.54
Middle East	5,957	10 ,617	1.78
Egypt	151	222	1.47
Israel	2,790	3,301	1.18
Kuwait	426	1,207	2.83
Saudi Arabia	252	607	2.41
U .A .E .	732	2,105	2.88
Others	1,606	3,175	1.98
Africa	1,771	3,770	2.13
South Africa	893	1,340	1.50
Others	878	2,430	2.77
Grand Total	301 ,932	547 ,999	1.81

Source of Data : Immigration Bureau , Police Department .

Remark : Overseas Thai Residents are not included

ตารางผนวกที่ 4 จำนวนการมาเยือนของนักท่องเที่ยวโดยการจัดการการท่องเที่ยว

INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS BY TRAVEL ARRANGEMENT
JANUARY 2005

Country of Residence	Travel Arrangement		NonGroup / Group Tour
	Group Tour	Non - Group	
East Asia	161,437	253,743	1.57
<i>ASEAN</i>	<i>66,667</i>	<i>133,130</i>	2.00
Brunei	76	778	10.24
Cambodia	4,316	3,737	0.87
Indonesia	4,207	7,383	1.75
Laos	3,345	8,718	2.61
Malaysia	40,490	50,718	1.25
Myanmar	1,350	3,324	2.46
Philippines	2,956	9,442	3.19
Singapore	6,149	42,045	6.84
Vietnam	3,778	6,985	1.85
China	12,673	16,320	1.29
Hong Kong	3,101	12,764	4.12
Japan	35,068	62,026	1.77
Korea	36,103	16,562	0.46
Taiwan	7,723	12,276	1.59
Others	102	665	6.52
Europe	59,265	210,824	3.56
Austria	915	4,615	5.04
Belgium	1,148	3,991	3.48
Denmark	3,477	8,770	2.52
Finland	3,756	5,524	1.47
France	4,700	18,954	4.03
Germany	7,912	35,773	4.52
Italy	1,561	8,081	5.18
Netherlands	3,179	11,762	3.70
Norway	1,439	7,345	5.10
Russia	9,034	10,948	1.21
Spain	503	2,217	4.41
Sweden	4,715	21,317	4.52
Switzerland	2,225	10,686	4.80
United Kingdom	9,661	48,760	5.05
East Europe	3,322	5,628	1.69
Others	1,718	6,453	3.76
The Americas	13,334	58,102	4.36
Argentina	81	258	3.19
Brazil	135	380	2.81
Canada	2,314	11,153	4.82
USA	10,576	45,415	4.29
Others	228	896	3.93
South Asia	7,057	22,877	3.24
Bangladesh	893	2,756	3.09
India	4,756	14,383	3.02
Nepal	363	1,277	3.52
Pakistan	373	2,107	5.65
Sri Lanka	426	1,285	3.02
Others	246	1,069	4.35
Oceania	5,350	35,827	6.70
Australia	4,630	30,475	6.58
New Zealand	652	5,119	7.85
Others	68	233	3.43
Middle East	3,435	13,139	3.83
Egypt	68	305	4.49
Israel	1,501	4,590	3.06
Kuwait	261	1,372	5.26
Saudi Arabia	62	797	12.85
U.A.E.	543	2,294	4.22
Others	1,000	3,781	3.78
Africa	912	4,629	5.08
South Africa	346	1,887	5.45
Others	566	2,742	4.84
Grand Total	250,790	599,141	2.39

Source of Data : Immigration Bureau , Police Department .

Remark : Overseas Thai Residents are not included

ตารางผนวกที่ 6 จำนวนการมาเยือนจำแนกตามเพศ

INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS BY SEX
JANUARY 2005

Country of Residence	Sex		Male / Femal
	Male	Female	
East Asia	259 ,356	155 ,824	1.66
ASEAN	130 ,021	69 ,776	1.86
Brunei	541	313	1.73
Cambodia	5,150	2,903	1.77
Indonesia	6,165	5,425	1.14
Laos	9,181	2,882	3.19
Malaysia	66 ,869	24 ,339	2.75
Myanmar	2,994	1,680	1.78
Philippines	5,761	6,637	0.87
Singapore	28 ,957	19 ,237	1.51
Vietnam	4,403	6,360	0.69
China	16 ,258	12 ,735	1.28
Hong Kong	9,182	6,683	1.37
Japan	62 ,091	35 ,003	1.77
Korea	30 ,196	22 ,469	1.34
Taiwan	11 ,117	8,882	1.25
Others	491	276	1.78
Europe	156 ,821	113 ,268	1.38
Austria	3,128	2,402	1.30
Belgium	3,382	1,757	1.92
Denmark	6,660	5,587	1.19
Finland	5,597	3,683	1.52
France	15 ,277	8,377	1.82
Germany	26 ,737	16 ,948	1.58
Italy	5,954	3,688	1.61
Netherlands	8,300	6,641	1.25
Norway	5,175	3,609	1.43
Russia	10 ,320	9,662	1.07
Spain	1,763	957	1.84
Sweden	14 ,361	11 ,671	1.23
Switzerland	7,581	5,330	1.42
United Kingdom	33 ,152	25 ,269	1.31
East Europe	4,488	4,462	1.01
Others	4,946	3,225	1.53
The Americas	39 ,287	32 ,149	1.22
Argentina	185	154	1.20
Brazil	258	257	1.00
Canada	7,324	6,143	1.19
USA	30 ,797	25 ,194	1.22
Others	723	401	1.80
South Asia	20 ,506	9,428	2.18
Bangladesh	2,316	1,333	1.74
India	13 ,244	5,895	2.25
Nepal	997	643	1.55
Pakistan	1,964	516	3.81
Sri Lanka	1,248	463	2.70
Others	737	578	1.28
Oceania	21 ,616	19 ,561	1.11
Australia	18 ,371	16 ,734	1.10
New Zealand	3,140	2,631	1.19
Others	105	196	0.54
Middle East	10 ,740	5,834	1.84
Egypt	262	111	2.36
Israel	3,641	2,450	1.49
Kuwait	1,157	476	2.43
Saudi Arabia	574	285	2.01
U .A .E .	1,762	1,075	1.64
Others	3,344	1,437	2.33
Africa	2,916	2,625	1.11
South Africa	1,138	1,095	1.04
Others	1,778	1,530	1.16
Grand Total	511 ,242	338 ,689	1.51

Source of Data : Immigration Bureau , Police Department .

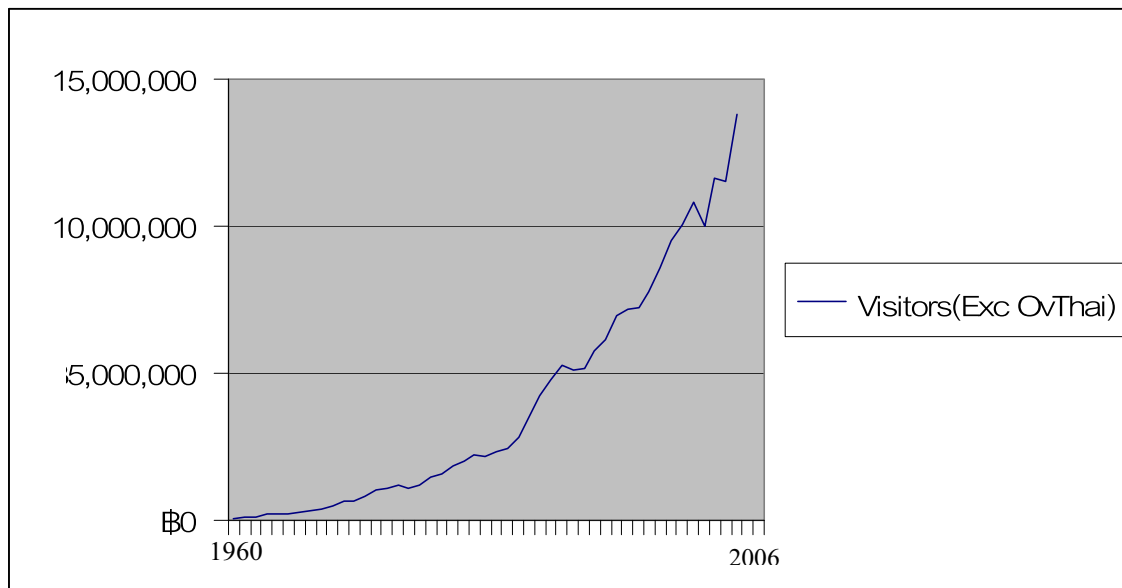
Remark : Overseas Thai Residents are not included

ตารางผนวกที่ 7 จำนวนการมาเยือนยังประเทศไทยปี 2503 - 2549

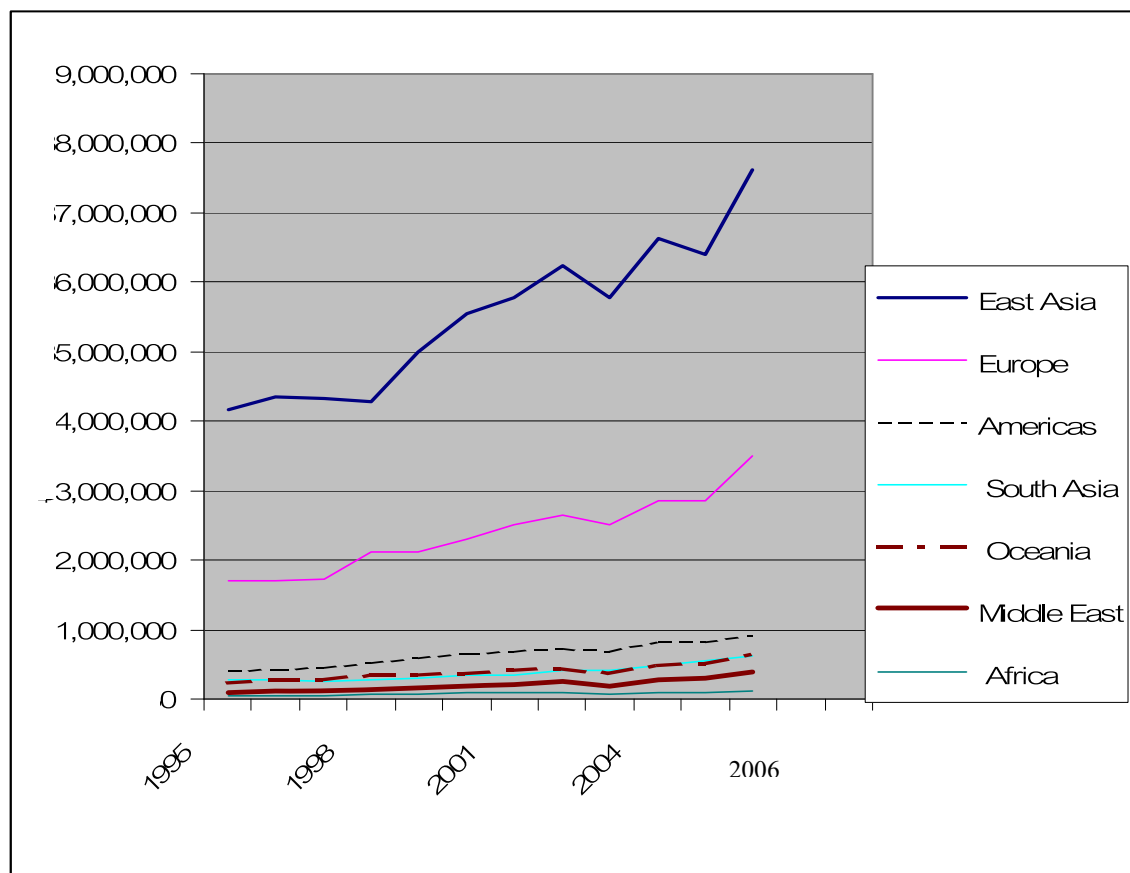
Visitors(Exc OvThai)	
1960	81,340.00
1961	107,754.00
1962	130,809.00
1963	195,076.00
1964	211,924.00
1965	225,025.00
1966	282,117.00
1967	335,845.00
1968	377,262.00
1969	469,784.00
1970	628,671.00
1971	638,738.00
1972	820,758.00
1973	1,037,737.00
1974	1,107,392.00
1975	1,180,075.00
1976	1,098,442.00
1977	1,220,672.00
1978	1,453,839.00
1979	1,591,455.00
1980	1,858,801.00
1981	2,015,516.00
1982	2,218,429.00
1983	2,191,003.00
1984	2,346,709.00
1985	2,438,270.00
1986	2,818,092.00
1987	3,482,958.00
1988	4,230,737.00
1989	4,809,508.00
1990	5,298,860.00
1991	5,086,899.00
1992	5,136,443.00
1993	5,760,533.00
1994	6,166,496.00
1995	6,951,566.00
1996	7,192,145.00
1997	7,221,345.00
1998	7,764,930.00
1999	8,580,332.00
2000	9,508,623.00
2001	10,061,950.00
2002	10,799,067.00
2003	10,004,453.00
2004	11,650,703.00
2005	11,516,936.00
2006	13,821,802.00

Source: CEIC

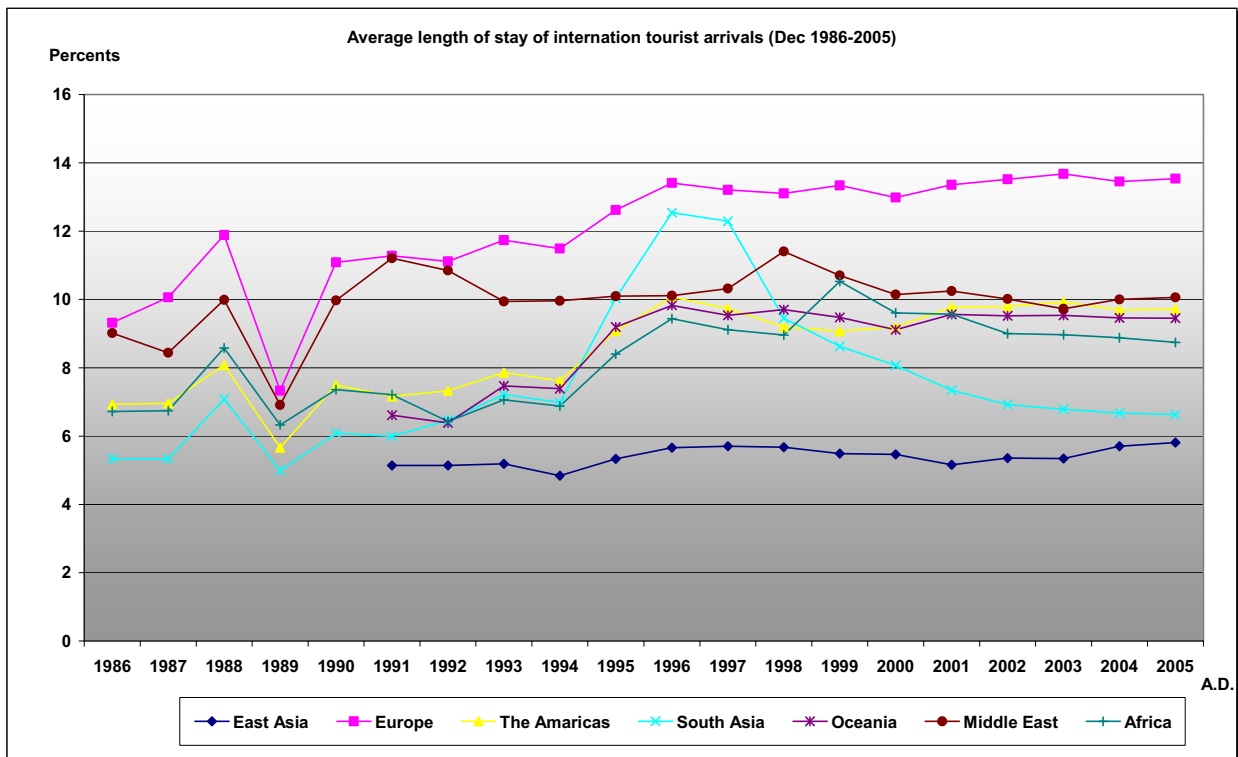
แผนภาพที่ 1 นักท่องเที่ยวทั้งหมด



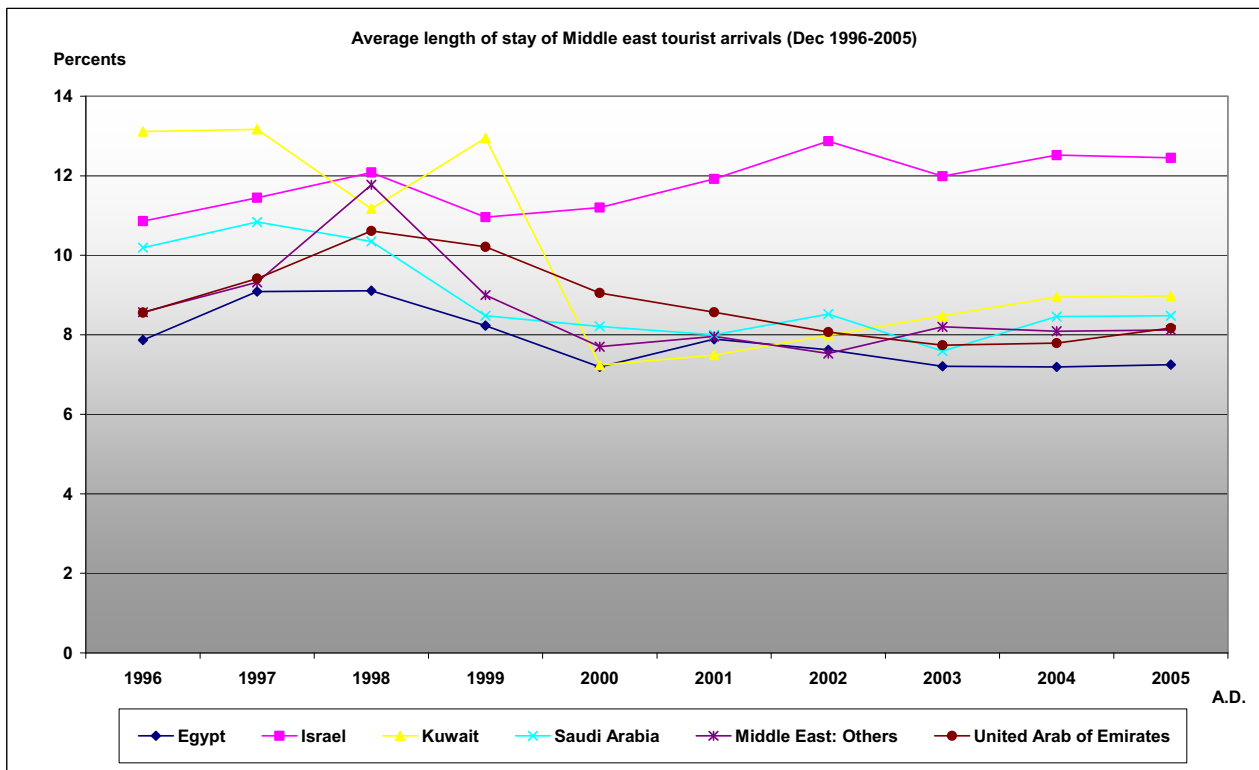
แผนภาพที่ 2 นักท่องเที่ยวแยกรายกลุ่มประเทศ



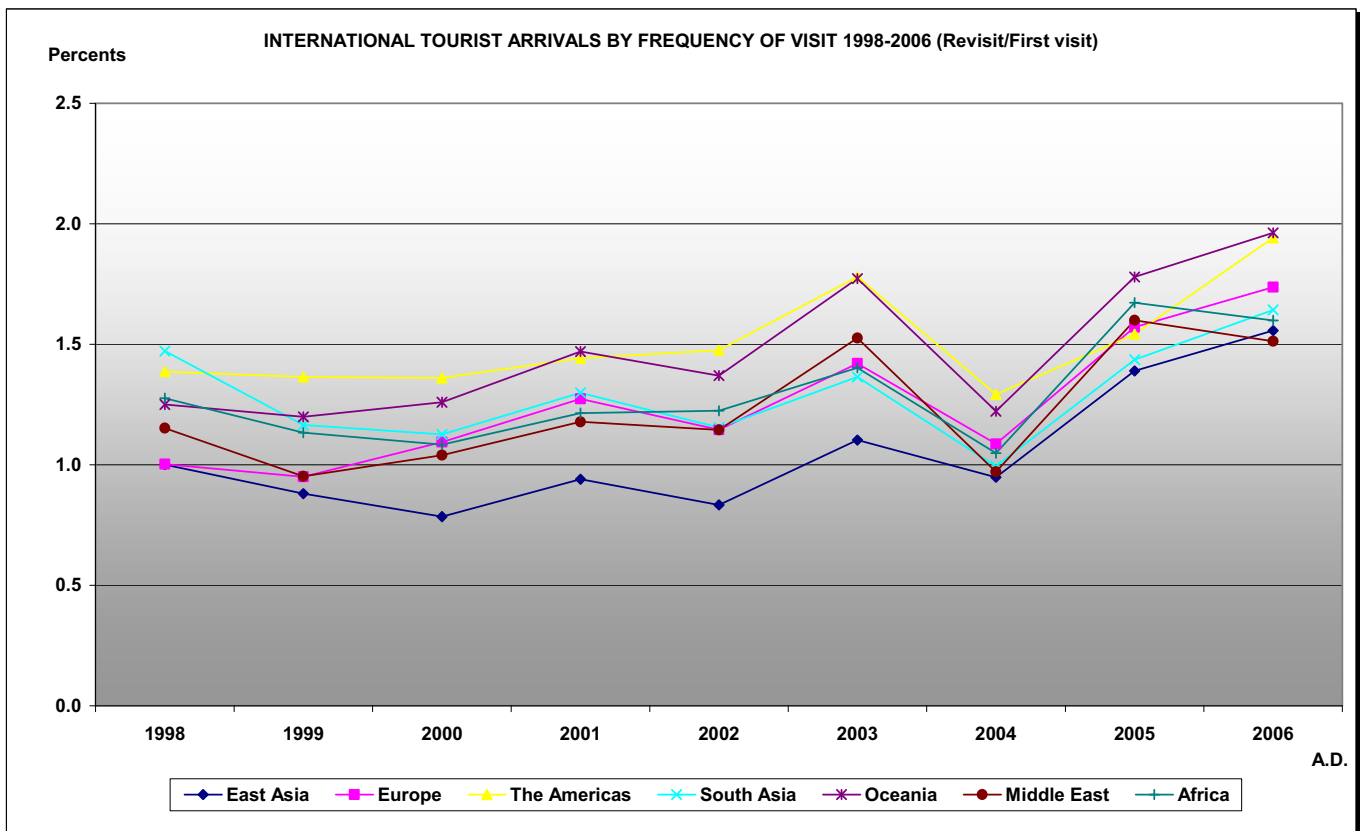
แผนภาพที่ 3 ระยะเวลาดำนัก



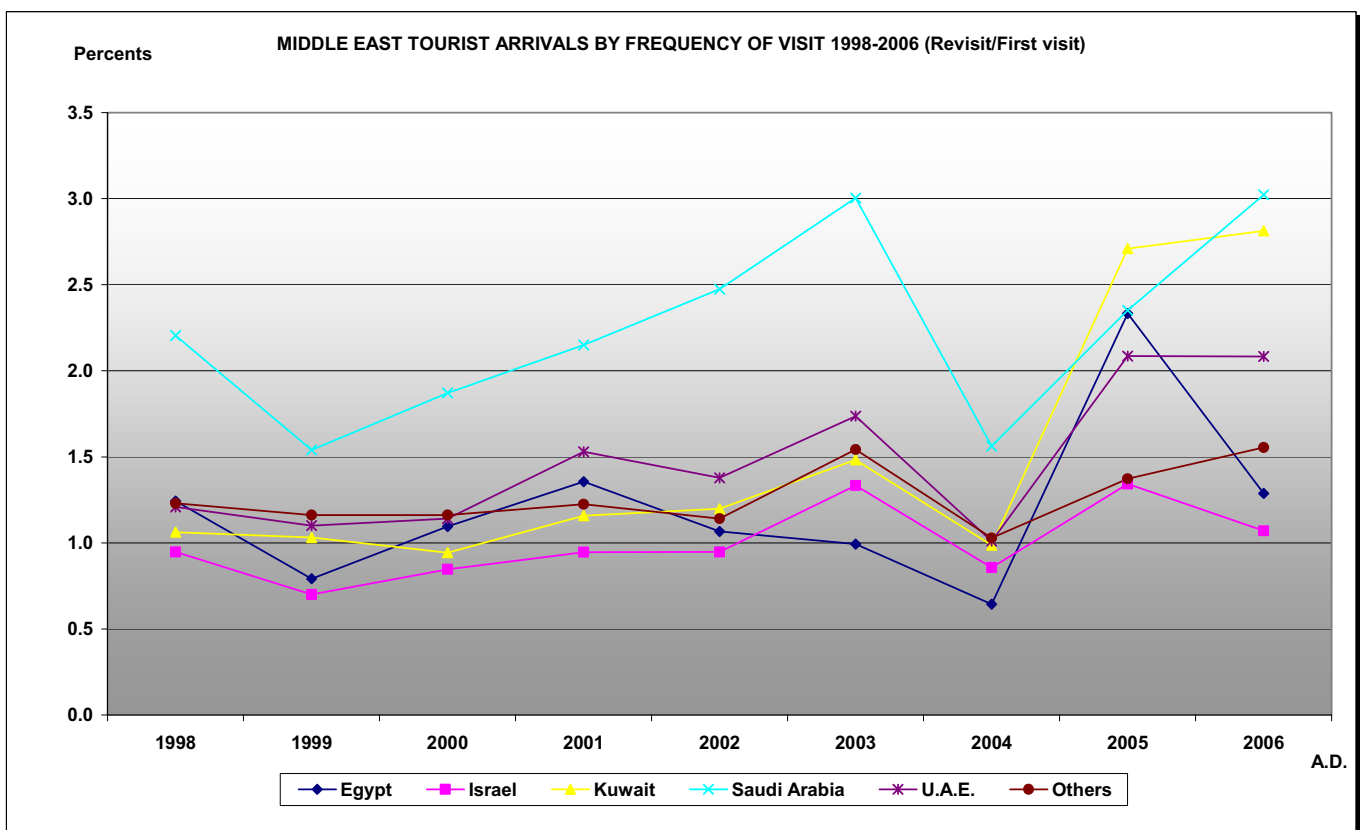
แผนภาพที่ 4 ระยะเวลาดำนักเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง



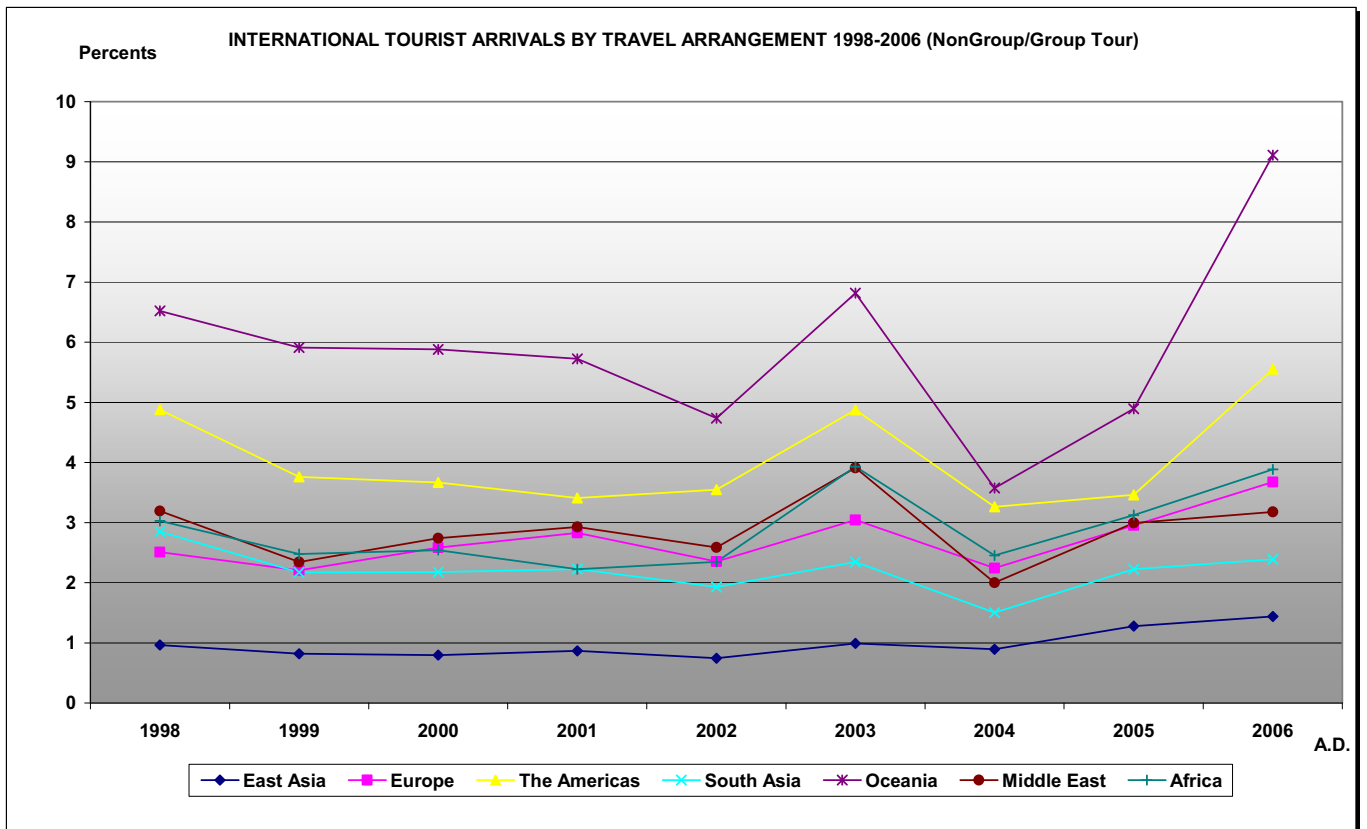
แผนภาพที่ 5 ความถี่ของการกลับมาท่องเที่ยวอีก



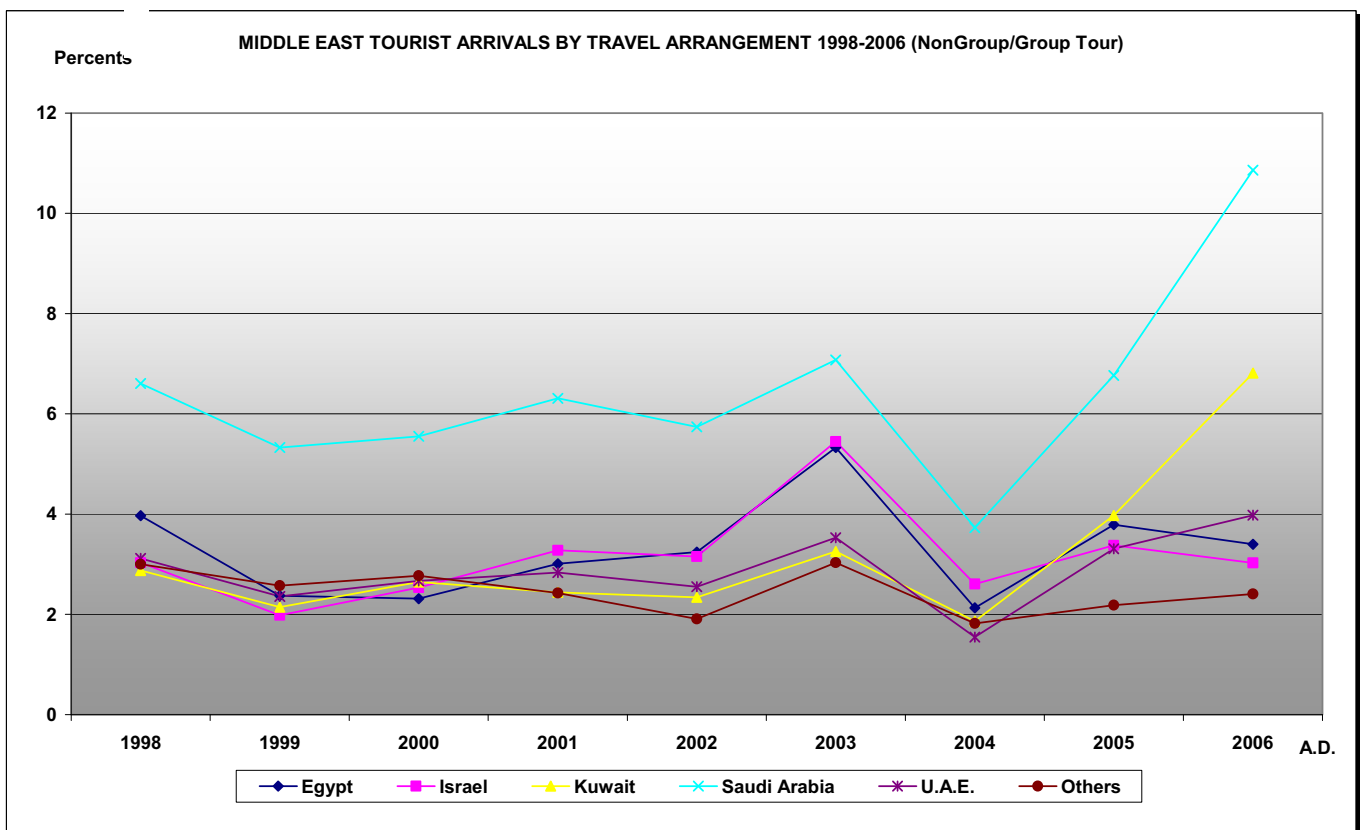
แผนภาพที่ 6 ความถี่ของการกลับมาท่องเที่ยวอีกเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง



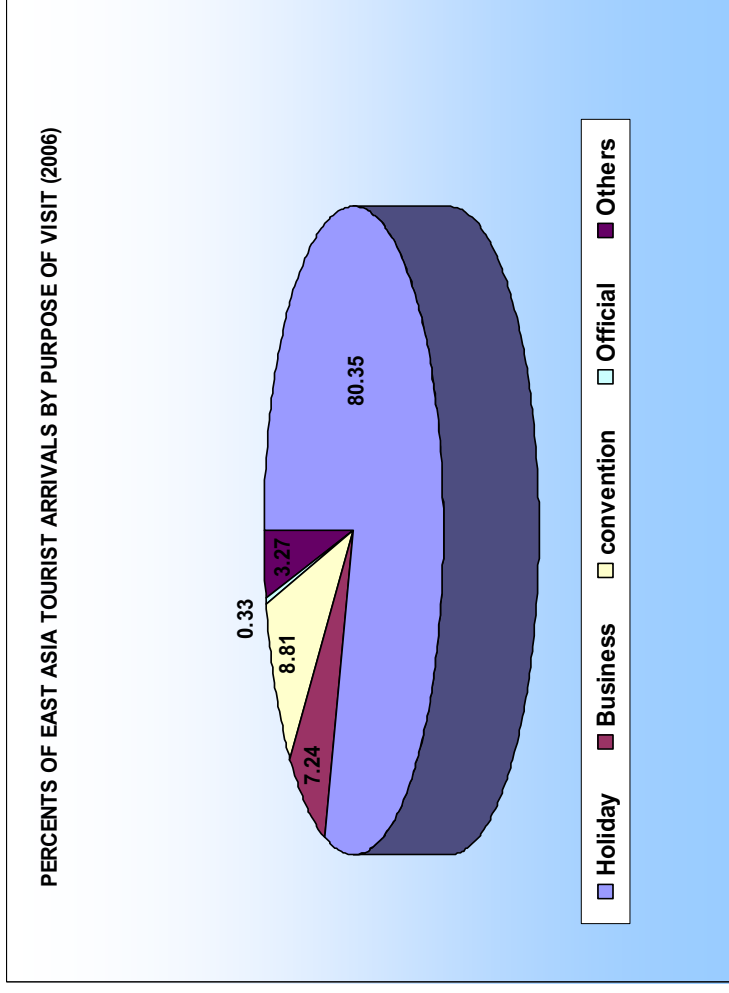
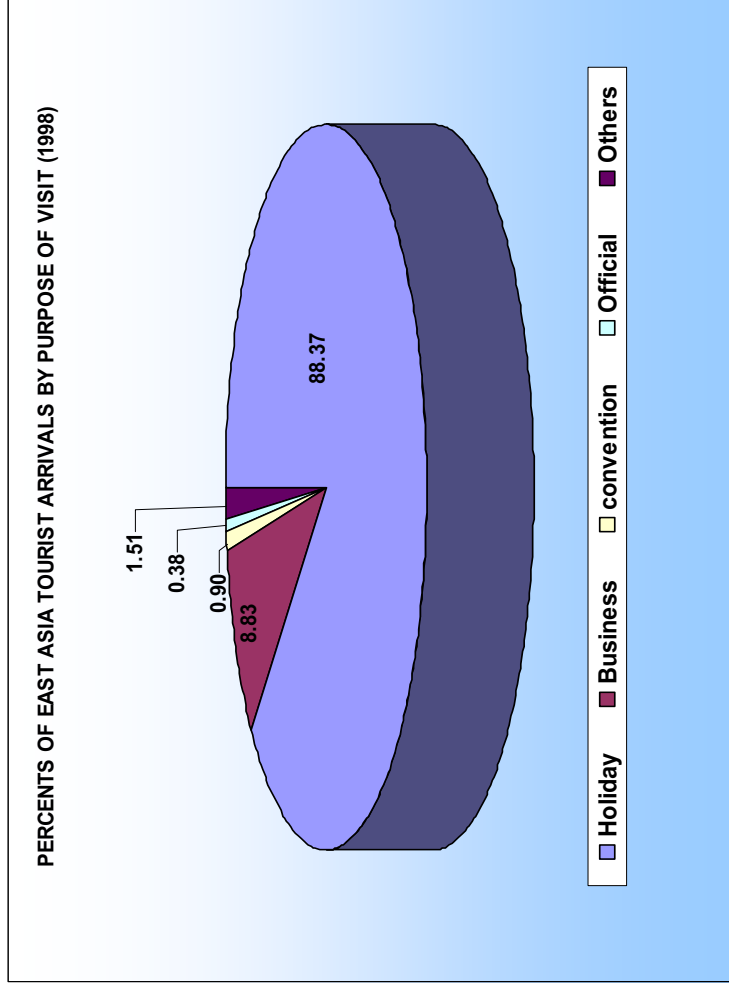
แผนภาพที่ 7 รูปแบบการเข้ามาท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 8 รูปแบบการเข้ามาท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง

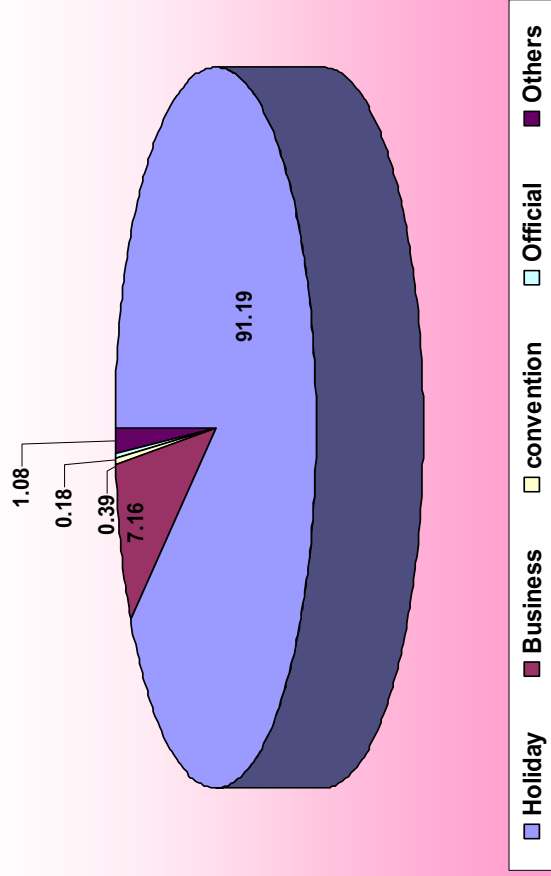


แผนภาพที่ 9 สัดส่วนของวัตถุประสงค์ของการเข้ามาท่องเที่ยวปี 2541 และปี 2549
นักท่องเที่ยวชาวตะวันออก

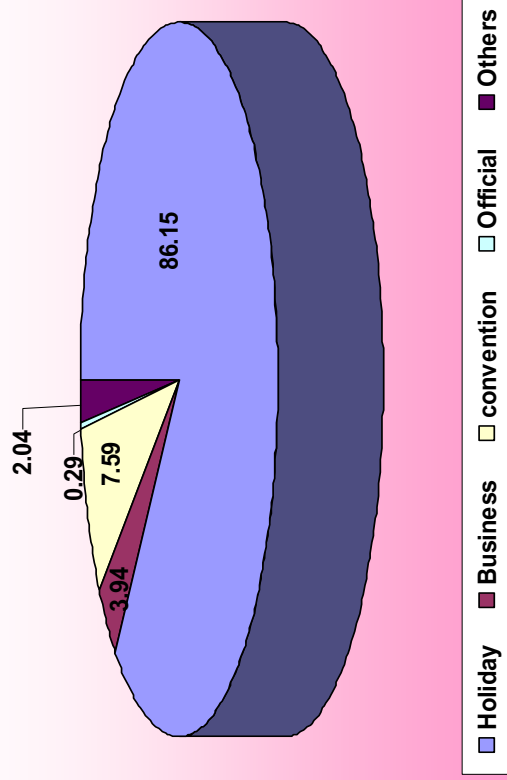


นักท่องเที่ยวยุโรป

PERCENTS OF EUROPE TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT (1998)

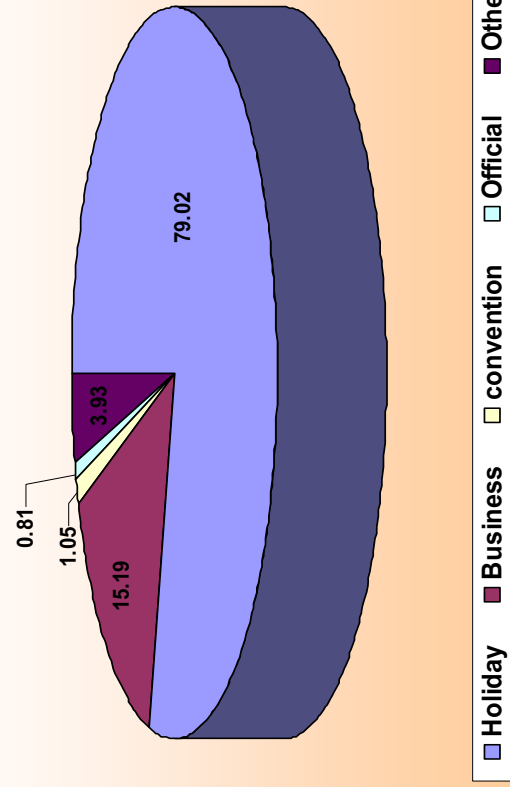


PERCENTS OF EUROPE TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT (2006)

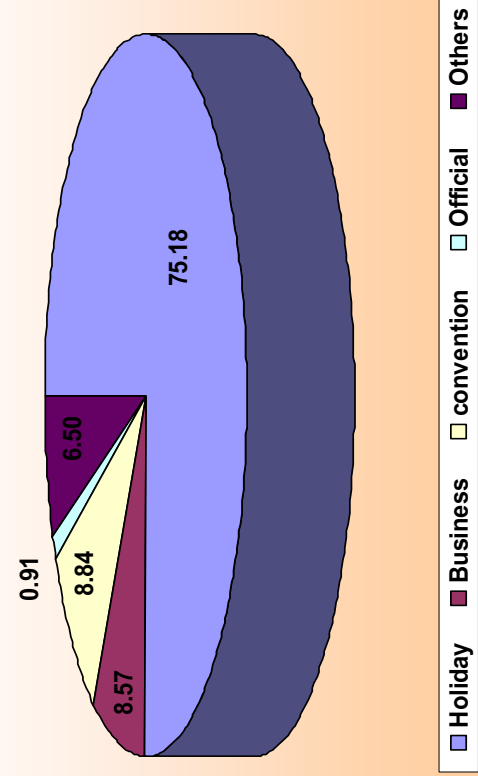


นักท่องเที่ยวชาวอเมริกา

PERCENTS OF THE AMERICAS TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT
(1998)

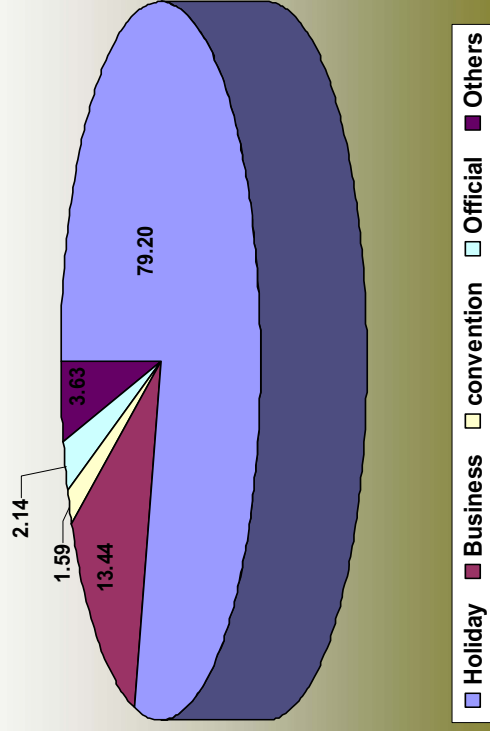


PERCENTS OF THE AMERICAS TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT
(2006)

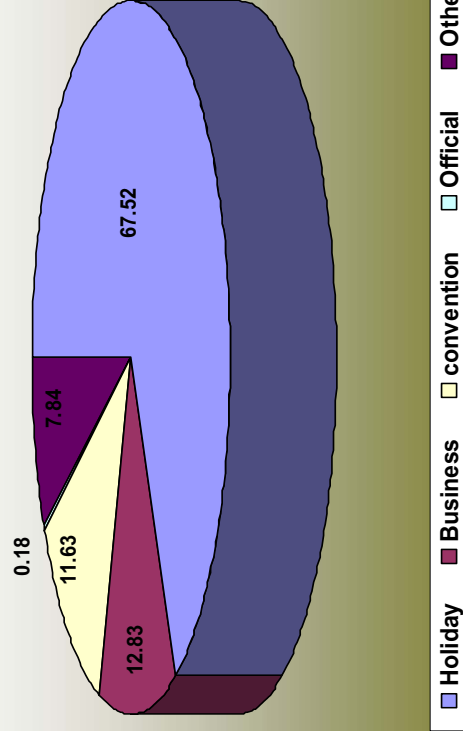


นักท่องเที่ยวเอเชียใต้

PERCENTS OF SOUTH ASIA TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT (1998)

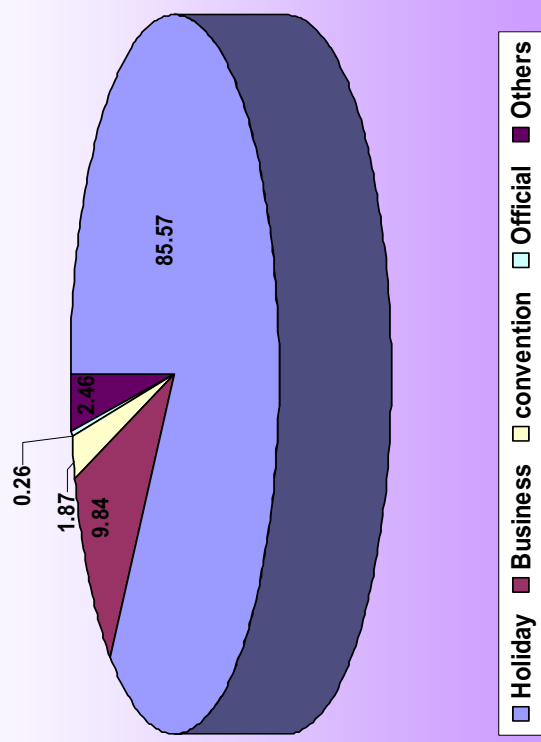


PERCENTS OF SOUTH ASIA TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT (2006)

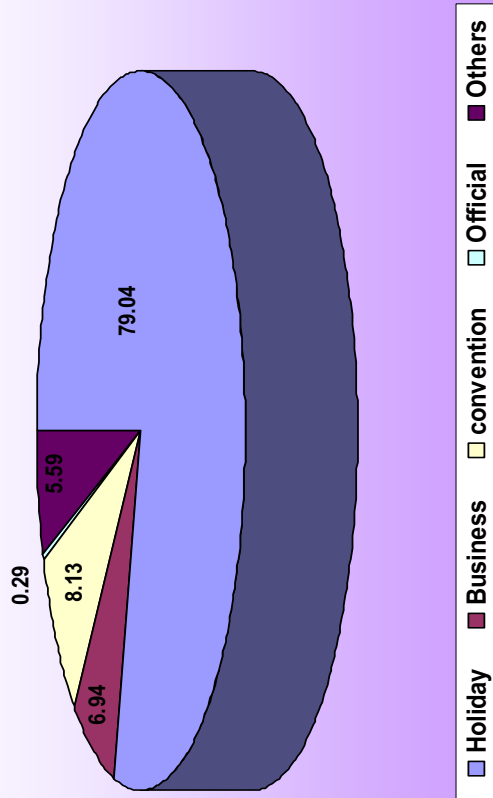


นักท่องเที่ยวเอเชียเนีย

PERCENTS OF OCEANIA TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT (1998)

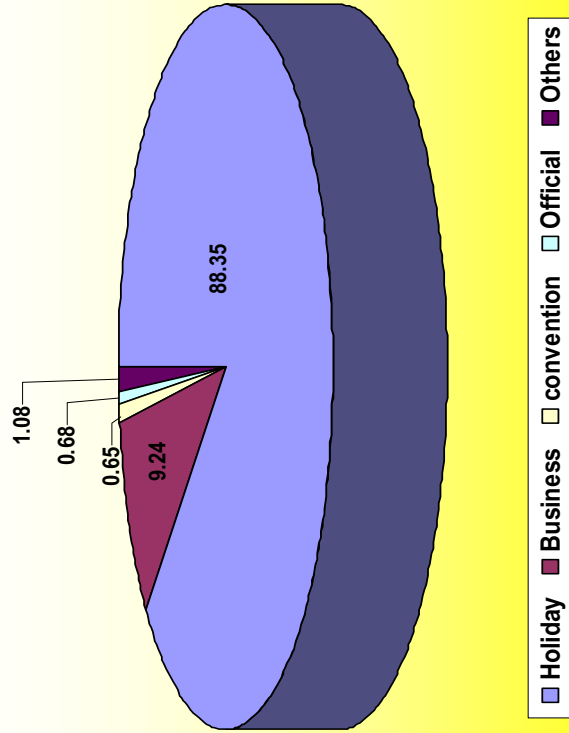


PERCENTS OF OCEANIA TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT (2006)

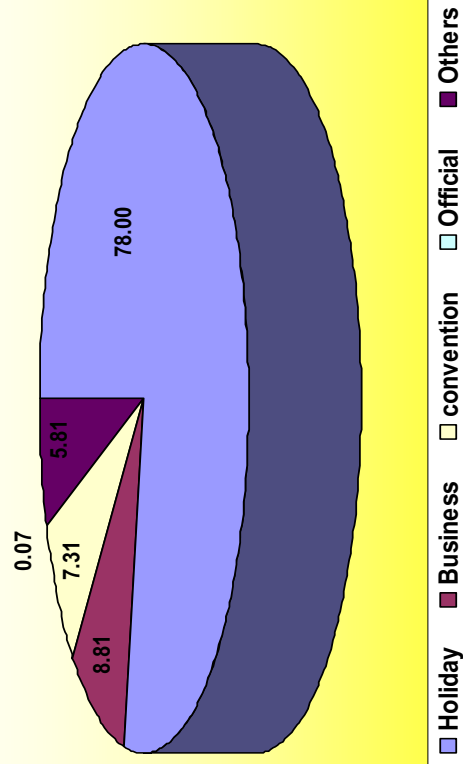


นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง

PERCENTS OF MIDDLE EAST TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT (1998)

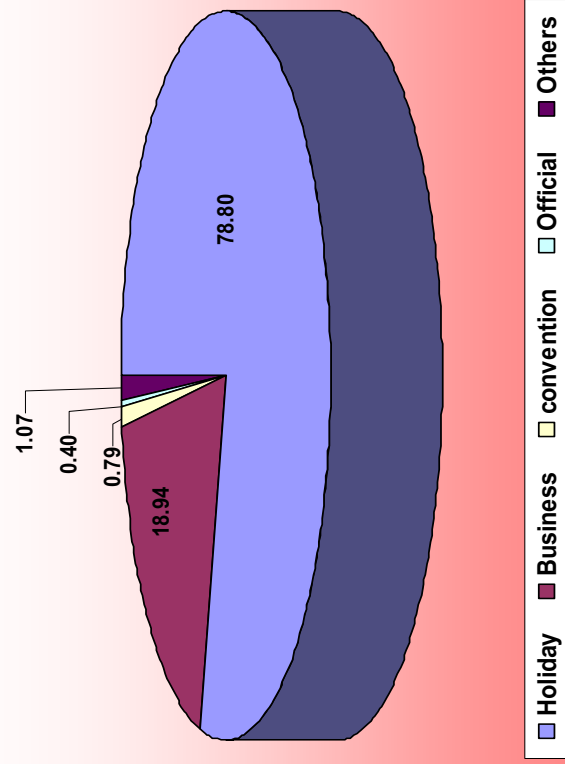


PERCENTS OF MIDDLE EAST TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT
(2006)

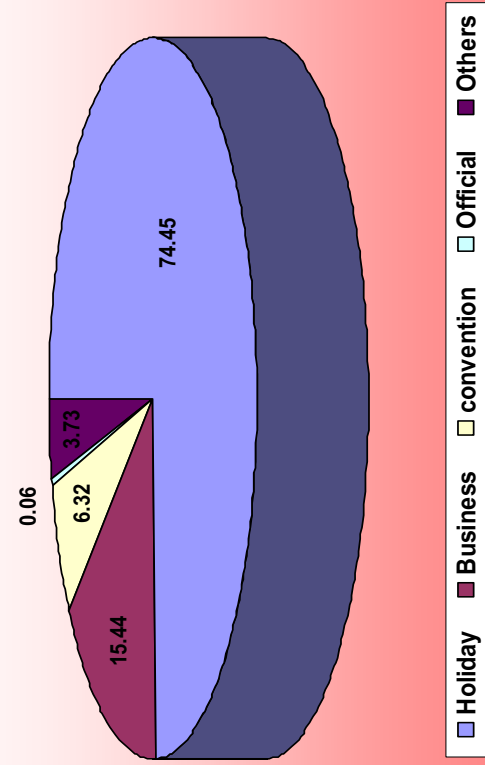


นักท่องเที่ยวชาวแอฟริกา

PERCENTS OF AFRICA TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT (1998)



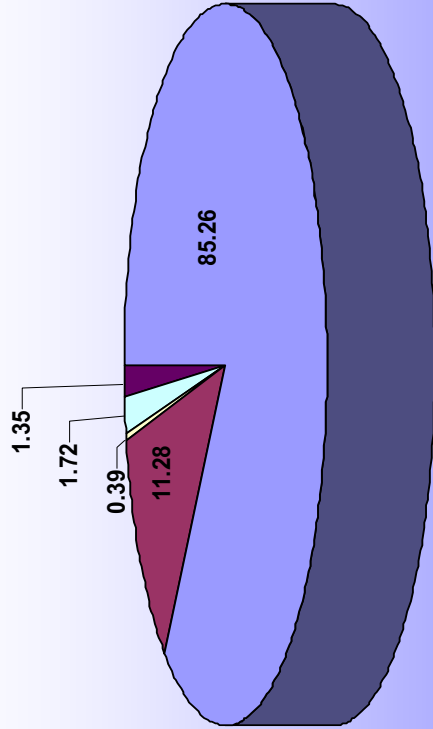
PERCENTS OF AFRICA TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT (2006)



แผนภาพที่ 10 สัดส่วนของวัตถุประสงค์ของการเข้ามาท่องเที่ยวปี 2541 และปี 2549 ของประเทศในตะวันออกกลาง

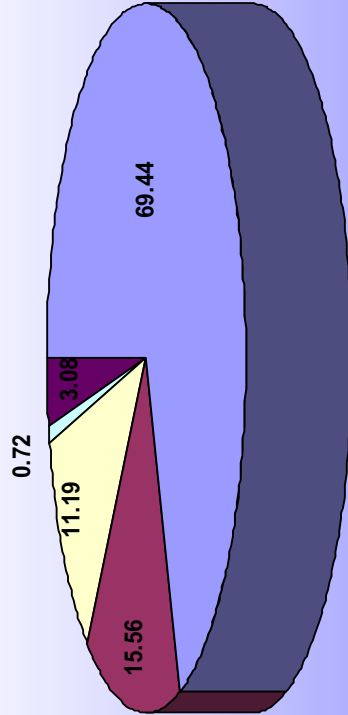
นักท่องเที่ยวชาวอียิปต์

PERCENTS OF EGYPT TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT
(1998)



■ Holiday ■ Business ■ convention ■ Official ■ Others

PERCENTS OF EGYPT TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT
(2006)

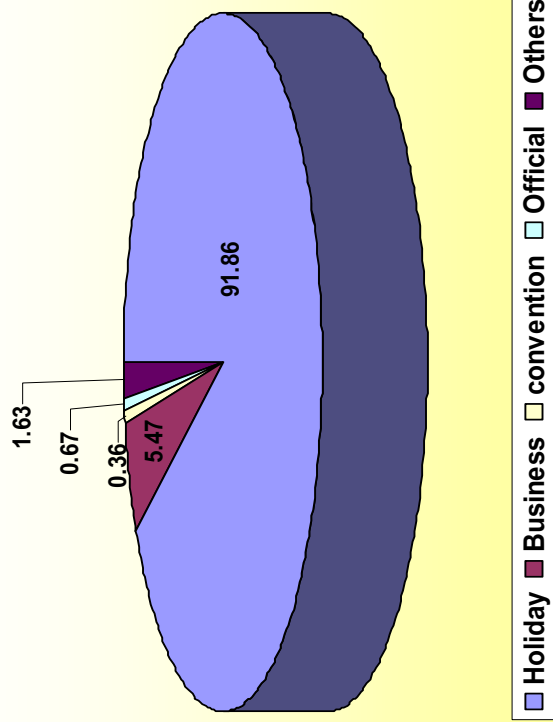


■ Holiday ■ Business ■ convention ■ Official ■ Others

นักท่องเที่ยวชาวคูเวต

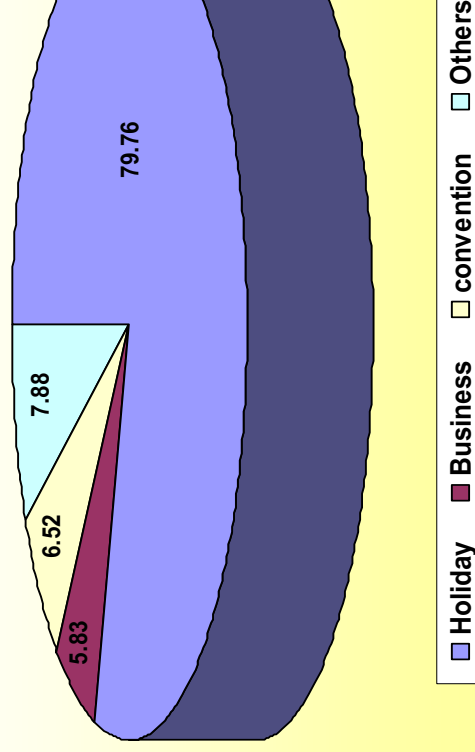
PERCENTS OF KUWAIT TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT

(1998)

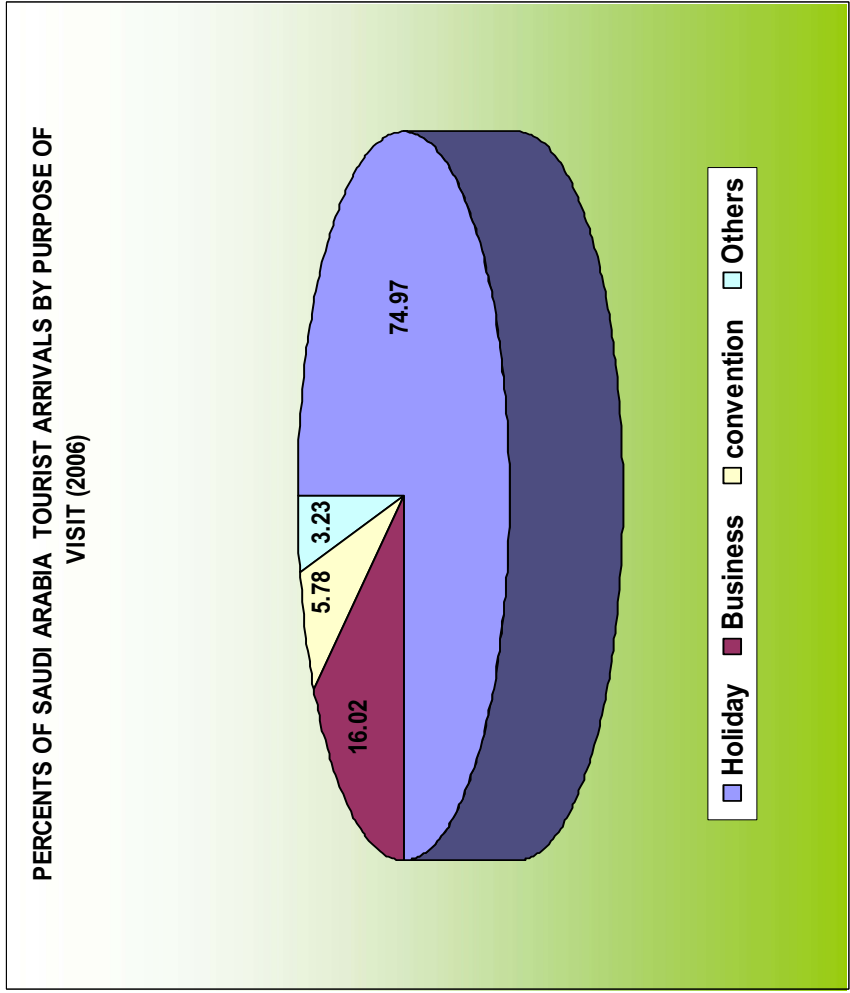
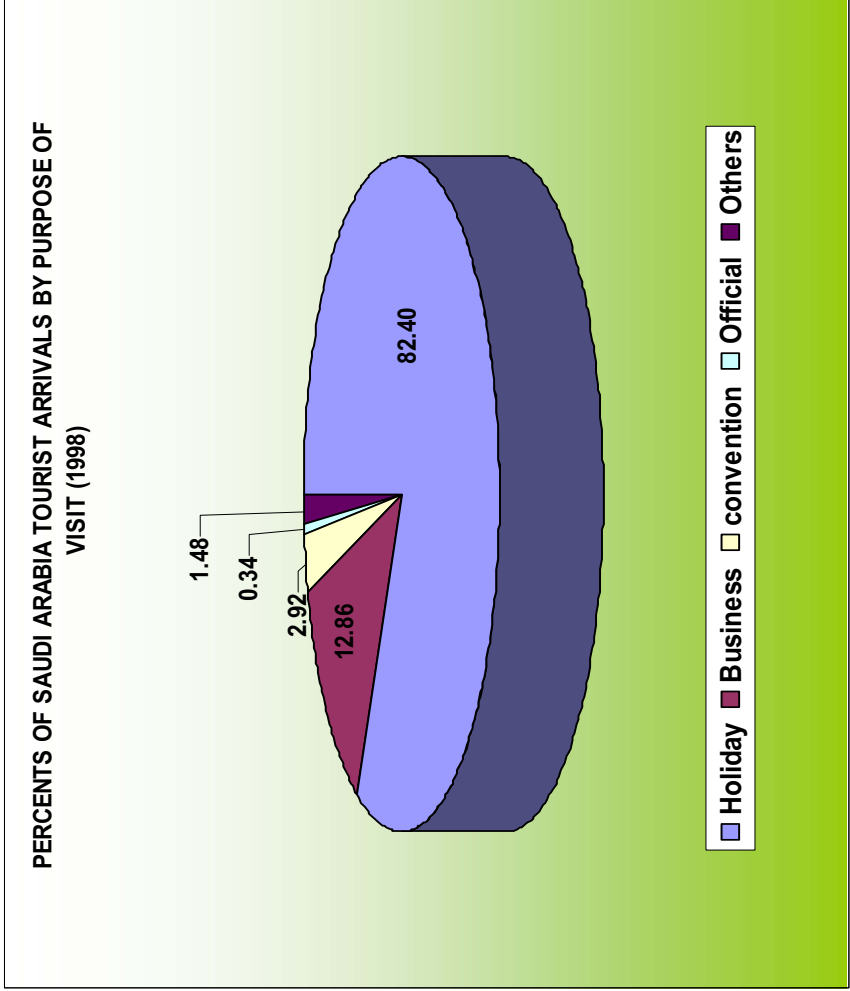


PERCENTS OF KUWAIT TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT

(2006)

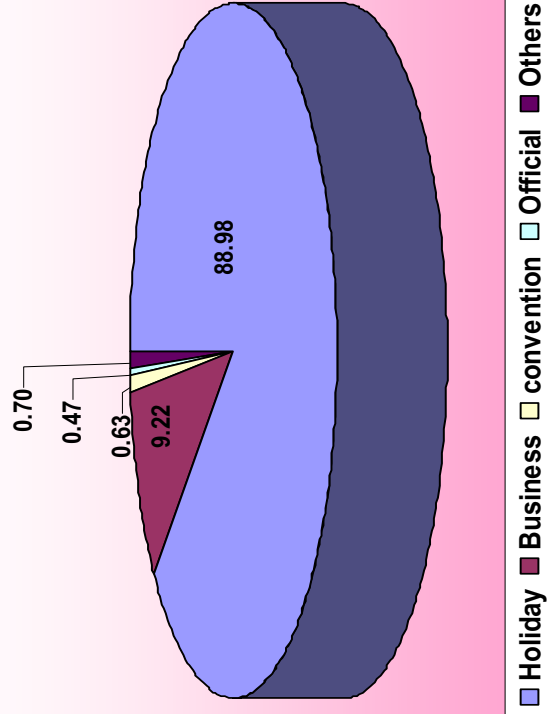


นักท่องเที่ยวชาวอุดรธานี

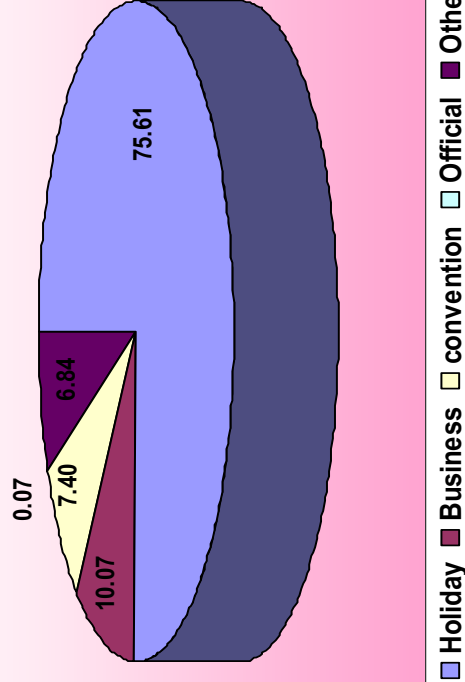


นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอาหรับเอมิเรต

PERCENTS OF UNITED ARAB OF EMIRATES TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT (1998)

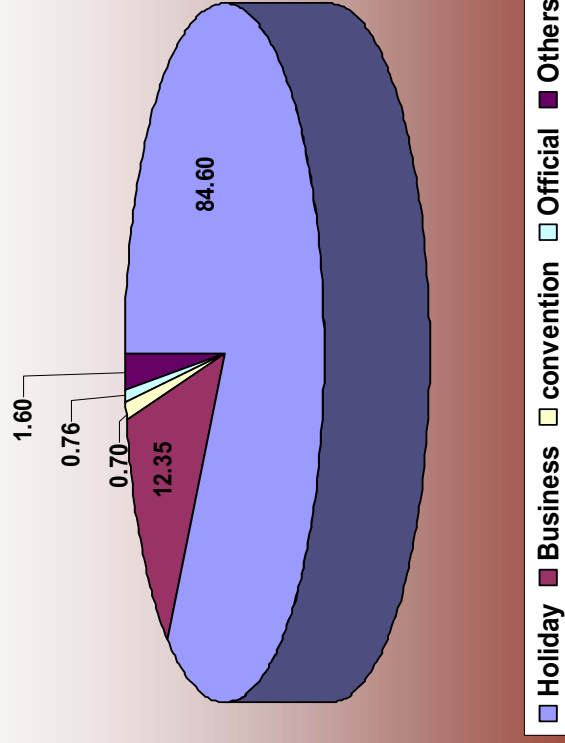


PERCENTS OF UNITED ARAB OF EMIRATES TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT (2006)

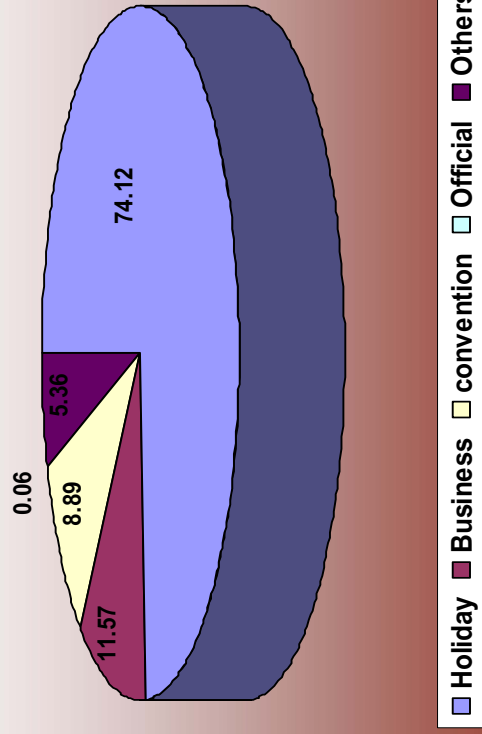


นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางอื่นๆ (รวมประเทศอิสราเอล)

PERCENTS OF MIDDLE EAST OTHERS OF EMIRATES TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT (1998)



PERCENTS OF MIDDLE EAST OTHERS OF EMIRATES TOURIST ARRIVALS BY PURPOSE OF VISIT (2006)



ภาคผนวก ข

ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

- 1) แบบสอบถามภาษาไทย
- 2) แบบสอบถามภาษาอังกฤษ
- 2) แบบสอบถามภาษาอารบิก

การศึกษาศาณการณการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออก
กลางในประเทศไทย

1. ท่านได้ท่องเที่ยวในประเทศไทยหรือไม่

ใช่	ไม่ใช่ คือได้พำนัที่ประเทศไทย และดำเนินธุรกิจเป็นประจำอยู่แล้ว
-----	--

2. ถ้าเป็นนักท่องเที่ยว เป็นคนในชาติใดต่อไปนี้

บาห์เรน	ปาเลสไตน์
อียิปต์	โอมาน
อิหร่าน	กาตาร์
อิรัก	ซาอุดีอาระเบีย
อิสราเอล *	คูเวต
จอร์แดน	ซีเรีย
คูเวต	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
เลบานอน	เยเมน

1. พฤติกรรมส่วนบุคคลในการท่องเที่ยว/เดินทาง (ทั่วไป)

1.1 ท่านเดินทางท่องเที่ยว/ธุรกิจไปยังนอกประเทศกี่ครั้งต่อปี

1.2 แหล่งพื้นที่ที่เดินทางมากที่สุด (เลือก 1 ข้อ) แผนที่ในเอกสารแนบ 1

Eastern Asia (Ex. China, Japan)	Northern Europe (Ex. Denmark, Ireland)
Southern Asia (Ex. India, Pakistan, Srilanka)	Southern Europe (Ex. Spain, Greece, Italy)
Southeastern Asia (Ex. Thailand, Laos, Malaysia)	Western Europe (Ex. Germany, Austria)
Central Asia, Northern Asia (Ex. Russia)	Eastern Europe (Ex. Hungary, Romania, Russia)
Northern Africa (Ex. Egypt, Sudan)	Northern America (Ex. USA, Canada)
Southern Africa (Ex. Namibia, South Africa)	Central America (Ex. El Salvador, Panama)
Western Africa (Ex. Togo, Mali, Ghana)	South America (Ex. Argentina Peru, Brazil)
Eastern Africa (Ex. Kenya, Uganda)	Caribbean (Ex. Haiti, Cuba)
Middle Africa (Ex. Cameroon., Chad)	Antarctica, Arctic
Australia continent (Ex. Australia, New Zealand)	อื่นๆ

1.3 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางไปนอกประเทศโดยทั่วไป (เรียงลำดับ 1 -4)

ท่องเที่ยว	การประชุม, สัมมนา
ธุรกิจ	พบปะเพื่อน ญาติพี่น้อง
อื่นๆ ระบุ	

1.4 ท่านเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางเองหรือไม่

ใช่	ไม่ใช่
-----	--------

1.5 การท่องเที่ยว และเดินทางแต่ละครั้งมีระยะเวลาโดยเฉลี่ยกี่วัน

1.6 โดยทั่วไปท่านเดินทางกับใคร

ครอบครัว	ผู้ร่วมงาน/ ผู้บังคับบัญชา
เพื่อน	เดินทางคนเดียว

1.7 ประเด็นใดที่ดึงดูดท่านให้ท่องเที่ยวมากที่สุด (เรียงลำดับ 1 - 3)

ธรรมชาติทางทะเลสวยงาม	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวถูก
ธรรมชาติทางภูเขา น้ำตกสวยงาม	ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าถูก
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์/ ชมสัตว์ป่า	เป็นแหล่งที่มีศักยภาพในการทำธุรกิจต่อไป
แหล่งวัฒนธรรมที่สวยงาม	เดินทางสะดวก
การแสดงทางวัฒนธรรม	ใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก
แหล่งท่องเที่ยวที่แปลก	แหล่งพักผ่อนด้านสปา
สามารถเชื่อมโยงกับประเทศอื่นๆในภูมิภาคได้ง่าย	แหล่งพักผ่อนด้านสุขภาพ
อื่นๆ (โปรดระบุ).....	

2. ทักษะที่มีต่อประเทศไทย / ภูมิภาค

ในความคิดของท่าน อะไรคือจุดเด่นของประเทศไทย (เรียงลำดับ 1-3)

a. Land of Smile	j. เป็นประเทศที่มีศักยภาพในด้านเศรษฐกิจ
b. ธรรมชาติทางทะเลสวยงาม	k. เดินทางมายังประเทศไทยได้สะดวก
c. ธรรมชาติทางภูเขา น้ำตกสวยงาม	l. ใช้เวลาในการเดินทางระหว่างประเทศไม่มาก
d. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์/ ชมสัตว์ป่า	m. เชื่อมโยงกับประเทศอื่นๆในภูมิภาคได้ง่าย
e. แหล่งวัฒนธรรมที่สวยงาม	n. แหล่งพักผ่อนด้านสปา
f. วัฒนธรรมที่แตกต่าง	o. แหล่งพักผ่อนด้านสุขภาพ
g. แหล่งท่องเที่ยวตามคำคืน	p. แหล่งกีฬาต่างๆ
h. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวถูก	q. เป็นแหล่งอาหารอร่อย
i. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าถูก	r. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ท่านเคยเดินทางไปยังประเทศต่อไปนี้หรือไม่

- ก. ประเทศมาเลเซีย () ไม่เคย () เคย ท่านคิดว่าประเทศไทยดีกว่าหรือไม่ ดีกว่า แยกว่า
 ข. ประเทศสิงคโปร์ () ไม่เคย () เคย ท่านคิดว่าประเทศไทยดีกว่าหรือไม่ ดีกว่า แยกว่า
 ค. ประเทศอินโดนีเซีย () ไม่เคย () เคย ท่านคิดว่าประเทศไทยดีกว่าหรือไม่ ดีกว่า แยกว่า

ท่านเคยเดินทางไปยังประเทศต่อไปนี้หรือไม่

- ก. ประเทศจีน(แผ่นดินใหญ่) () ไม่เคย () เคย ท่านคิดว่าประเทศไทยดีกว่าหรือไม่ ดีกว่า แยกว่า
 ข.ฮ่องกง () ไม่เคย () เคย ท่านคิดว่าประเทศไทยดีกว่าหรือไม่ ดีกว่า แยกว่า
 ค. ประเทศลาว () ไม่เคย () เคย ท่านคิดว่าประเทศไทยดีกว่าหรือไม่ ดีกว่า แยกว่า ง. ประเทศ
 เมียนมาร์ () ไม่เคย () เคย ท่านคิดว่าประเทศไทยดีกว่าหรือไม่ ดีกว่า แยกว่า
 จ. ประเทศกัมพูชา () ไม่เคย () เคย ท่านคิดว่าประเทศไทยดีกว่าหรือไม่ ดีกว่า แยกว่า
 ฉ. ประเทศเวียดนาม () ไม่เคย () เคย ท่านคิดว่าประเทศไทยดีกว่าหรือไม่ ดีกว่า แยกว่า

ท่านมีแผนจะเดินทางมายัง South East Asia อีกครั้งหรือไม่

มี	ไม่มี
----	-------

ในปัจจุบัน ท่านมีแผนจะเดินทางมายังประเทศไทยอีกครั้งหรือไม่

มี	ไม่มี
----	-------

3. พฤติกรรมส่วนบุคคลในการท่องเที่ยว/เดินทางในประเทศไทย (สิ่งที่มีในปัจจุบัน)

3.1 การเดินทางครั้งนี้เป็นการเดินทางมายังประเทศไทยเป็นครั้งที่เท่าใด (ถ้าเป็นครั้งแรก ไปข้อ 3.4)

ครั้งแรก	ครั้งที่สาม
ครั้งที่สอง	มากกว่าสามครั้ง

3.2 หากเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่ครั้งแรก

กรุณาระบุจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งก่อนหน้า (โปรดระบุ) วันเมื่อเดือน..... ปี.....

3.3 เหตุผลในการมาประเทศไทยครั้งก่อนหน้า (ระบุ 2 ลำดับ)

ท่องเที่ยว	การประชุม
ธุรกิจ	พบปะเพื่อน ครอบครัว
อื่นๆ ระบุ	

3.4 เหตุผลที่มาประเทศไทย / วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยในครั้งนี้ (ระบุ 2 ลำดับ)

ท่องเที่ยว	การประชุม
ธุรกิจ	พบปะเพื่อน ครอบครัว
ตรวจสอบสุขภาพหรือเกี่ยวกับด้านสุขภาพ	อื่นๆ ระบุ

3.5 การท่องเที่ยวครั้งนี้มีระยะเวลาที่วัน (โปรดระบุ)

3.6 ท่านเดินทางมาประเทศไทยในครั้งนี้ จะมีการเดินทางไปยังประเทศอื่นๆด้วยหรือไม่

ใช่ ไปยังประเทศใดด้วย.....	ไม่ใช่
.....	

3.7 ท่านเดินทางมาประเทศไทยในครั้งนี้ได้อย่างไร (เลือก 1 ข้อ)

Package Tour	วางแผนเดินทางเองจากหนังสือ/ Internet
ที่ทำงานวางแผนการเดินทางให้	อื่นๆ ระบุ

3.8 ค่าใช้จ่ายประมาณการที่ใช้ในประเทศไทยในการท่องเที่ยวครั้งนี้ (ทั้งหมดรวมค่า Package Tour และ ค่าใช้จ่ายซื้อสินค้า) เป็นเงินโดยประมาณ USD หรือ (ระบุสกุลเงินของท่าน)

3.9 ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจมาประเทศไทย (เรียงลำดับ 1-3)

การโฆษณา	ภูมิอากาศ
คำร่ำลือ/ ปากต่อปาก	ธรรมชาติทางทะเลสวยงาม
พบปะเพื่อนฝูง,ญาติมิตร	ธรรมชาติทางภูเขา น้ำตกสวยงาม
กิจกรรม/ การแสดงต่างๆ	การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์/ ชมสัตว์ป่า
กิจกรรม/ การประชุม/ การสัมมนา	แหล่งวัฒนธรรมที่สวยงาม
เป็นทางผ่านในการทำธุรกิจ/ กิจกรรม	ค่าใช้จ่ายในการซื้อท่องเที่ยวถูก
ประทับใจการเดินทางมาประเทศไทยในครั้งที่ผ่านมา	ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าถูก
มีบริการ package ทัวร์ที่สะดวก/ ครบวงจร	มาดำเนินการรักษาตัว/ ผ่าตัด
มีบริการ package ทัวร์ที่ถูก	สามารถท่องเที่ยวได้ในระยะเวลาที่ไม่มากนัก
อื่นๆ	

3.10 ท่านเดินทางครั้งนี้พร้อมกับใคร

ครอบครัว จำนวน	คน	ผู้ร่วมงาน/ ผู้บังคับบัญชา จำนวน
----------------------	----	--

4. สิ่งที่ต้องการให้มีในการท่องเที่ยว/เดินทางในประเทศไทย (สิ่งที่ต้องการให้มีในอนาคต)

4.1 ท่านประทับใจกับสิ่งใดหรือแหล่งท่องเที่ยว/ เดินทางในครั้งนี้นมากที่สุด

มี		ไม่มี
ระบุ.....		

4.2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยเฉพาะปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

มี		ไม่มี
ระบุ.....		

4.3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

มี		ไม่มี
ระบุ.....		

5. ข้อมูลทั่วไป

5.1 เพศ

ชาย		หญิง
-----	--	------

5.2 อายุผู้ให้สัมภาษณ์

น้อยกว่า 15 ปี		15 – 25 ปี		26-35 ปี
36-40 ปี		41-60 ปี		มากกว่า 60 ปี

5.3 อาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์

รับราชการ		พนักงานบริษัท		นักเรียน นักศึกษา
ธุรกิจส่วนตัว		ไม่ได้ทำงาน		อื่นๆ

5.4 สถานภาพการแต่งงาน

โสด		แต่งงาน อยู่กับครอบครัว ซึ่งมีสมาชิกจำนวน..... คน
หย่าร้าง แยกกันอยู่		อื่นๆ

ผู้สัมภาษณ์ สถานที่ วัน.....เวลา.....

Tourism Situation of Tourists from Middle East in Thailand

Do you come to Thailand for pleasure and/or for business in a short period?

☐	Yes	☐	No, I have lived in Thailand and/ or I am doing business in Thailand
--------------------------	-----	--------------------------	--

If you are a tourist what are your nationality?

☐	Bahrain	☐	บาห์เรน
☐	Egypt	☐	Oman
☐	Iran	☐	Qatar
☐	Iraq	☐	Saudi Arabia
☐	Israel *	☐	Sudan
☐	Jordan	☐	ซีเรีย
☐	Kuwait	☐	United Arab Emirates
☐	Lebanon	☐	Yemen

1. Tourists' Behavior

1.8 Average time(s) of your travels outside your country, annually

1.9 The area which you travel outside your country the most (Choose one) the map is attached

☐	Within Middle East	☐	Northern Europe (Ex. Denmark, Ireland)
☐	Eastern Asia (Ex. China, Japan)	☐	Southern Europe (Ex. Spain, Greece, Italy)
☐	Southern Asia (Ex. India, Pakistan, Srilanka)	☐	Western Europe (Ex. Germany, Austria)
☐	Southeastern Asia (Ex. Thailand, Laos, Malaysia)	☐	Eastern Europe (Ex. Hungary, Romania, Russia)
☐	Central Asia, Northern Asia (Ex. Russia)	☐	Northern America (Ex. USA, Canada)
☐	Northern Africa (Ex. Egypt, Sudan)	☐	Central America (Ex. El Salvador, Panama)
☐	Southern Africa (Ex. Namibia, South Africa)	☐	South America (Ex. Argentina Peru, Brazil)
☐	Western Africa (Ex. Togo, Mali, Ghana)	☐	Caribbean (Ex. Haiti, Cuba)
☐	Eastern Africa (Ex. Kenya, Uganda)	☐	Antarctica, Arctic
☐	Middle Africa (Ex. Cameroon., Chad)	☐	Micronesia, Polynesia, Melanesia
☐	Australia continent (Ex. Australia, New Zealand)	☐	Others (Specify)

1.10 The main objective to travel outside the country (Order 1 -4)

☐	Tourism	☐	Meeting, Conference
☐	Business	☐	Meet your friend, relative and/or spouse
☐	Medical checkup and/ or for health	☐	Others (Specify)

1.11 Most of the trips, you are the one who pay the traveling expenses for your own trips

☐	Yes	☐	No, there always someone pay my traveling expenses
--------------------------	-----	--------------------------	--

1.12 Average days of traveling aboard per time (Specify)

.....

1.13 Most of the trips, who do you accompany with?

☐	Your family	☐	Work colleagues
☐	Friends	☐	By your own

1.14 In your opinions, what is the most attractive element for you that make you come to travel? (order 1 - 3)

	Beautiful sea and places relevant to the sea		Low expenses for the traveling
	Beautiful mountain/ waterfall		Low expenses for buying goods
	Conservative Tourism		The destination with the potential for doing business
	Beautiful cultural places		Easy to arrive
	Cultural performances		Not consume time for travel to the destination too much
	Bizarre tourism places		Rich of Spa resources
	Easy to access to the other countries within the region		Rich of health resources
	Medical checkup and/ or for health		Others (Specify)

2. The Opinion about Thailand and the region

2.1 In your Opinion, what are the well known aspect about Thailand (order 1-3)

	a. Land of Smile		j. having potential for doing business
	b. Beautiful sea and places relevant to the sea		k. Easy to travel to Thailand
	c. Beautiful mountain/ waterfall		l. Not consume time for travel to the destination too much
	d. Conservative Tourism		m. Easy to access to the other countries within the region
	e. Beautiful cultural places		n. Rich of spa resources
	f. Beautiful/ nice cultures		o. Rich of Health resources
	g. Night attraction		p. Available to play many kinds of sports
	h. Low expenses for the traveling		q. Delicious foods
	i. Low expenses for buying goods		r. Others (Specify) (bad and good).....

2.2 Have you ever traveled to these countries? Please specify and comment

a. Malaysia () No, I've not been travel there () Yes.

Is there better than Thailand? () better () worse

b. Singapore () No, I've not been travel there () Yes.

Is there better than Thailand? () better () worse

c. Indonesia () No, I've not been travel there () Yes.

Is there better than Thailand? () better () worse

d. China(mainland) () No, I've not been travel there () Yes.

Is there better than Thailand? () better () worse

e. Hong Kong () No, I've not been travel there () Yes.

Is there better than Thailand? () better () worse

f. Laos () No, I've not been travel there () Yes.

Is there better than Thailand? () better () worse

g. Myanmar () No, I've not been travel there () Yes.

Is there better than Thailand? () better () worse

h. Cambodia () No, I've not been travel there () Yes.

Is there better than Thailand? () better () worse

i. Cambodia () No, I've not been travel there () Yes.

Is there better than Thailand? () better () worse

2.3 Do you have a plan to come to South East Asia region again?

☐	Yes, I already have a plan	☐	No, I have not planed yet.
--------------------------	----------------------------	--------------------------	----------------------------

2.4 Do you have a plan to come to Thailand again?

☐	Yes, I already have a plan	☐	No, I have not planed yet..
--------------------------	----------------------------	--------------------------	-----------------------------

3. Your Trip in Thailand**3.12 How many times have you traveled to Thailand? (If it is the first time go to 3.4)**

☐	This is the first time	☐	This is the third time
☐	This is the second time	☐	More than three times.

3.13 If it is the first time to come to Thailand, please specify the days in Thailand in the last time of travel..... day(s) in month year**3.14 The reason for coming to Thailand in the last trip (Order 1- 2)**

☐	Tourism	☐	Meeting, Conference
☐	Business	☐	Meet your friend, relative and/or spouse
☐	Medical checkup and/ or for health	☐	Others (Specify)

3.15 The reason for coming to Thailand this trip (Order 1- 2)

☐	Tourism	☐	Meeting, Conference
☐	Business	☐	Meet your friend, relative and/or spouse
☐	Medical checkup and/ or for health	☐	Others (Specify)

3.16 Please specify the days in Thailand in this time days**3.17 Who do you accompany with in this trip?**

☐	ครอบครัว จำนวน คน	☐	ผู้ร่วมงาน/ ผู้บังคับบัญชา จำนวน คน
☐	เพื่อน จำนวน คน	☐	เดินทางคนเดียว

3.18 During this trip, will you travel through other countries?

☐	Yes, I will travel to these following countries (specify).....
☐	No, trip I travel only in Thailand

3.19 How did you plan and manage your travel in this time? (choose one)

☐	Package Tour	☐	Plan by your self (or your trip's companion) by books and/or Internet
☐	Others (specify).....		

3.20 Total expenses spend on traveling Thailand this time (Including Package Tour/ air tickets and shopping) USD or (Specify your currency)**3.21 What are the factors influencing you to come to Thailand? (Order 1-3)**

☐	Advertising about Thailand	☐	Nice climate
☐	Rumors, Friend's telling about Thailand	☐	Beautiful sea and places relevant to the sea
☐	Meet friends/ relatives	☐	Beautiful mountain/ waterfall
☐	Activities, performances	☐	Conservative Tourism
☐	Business/ meetings/ Conferences	☐	Beautiful cultural places
☐	Transit for business	☐	Low expenses for the traveling
☐	Impress with the last trip to Thailand	☐	Low expenses for buying goods
☐	Package Tour Accommodations/ Facilities	☐	For health/ medical checkup/ operation
☐	Low price of package tour	☐	Be able to travel within time limited
☐	A good medical treatment with reasonable price	☐	Others (Specify)

3.22 Where do you live during this trip? How many nights?

	Private house i.e. friends' house, relatives' house night(s)		Guesthousenight(s)
	Hotel (specify name)..... night(s)		Service Apartment/ Condominium..... night(s)

3.12 Please give your score for the following points about travel to Thailand this time

	Very Bad>>>>>>>>>> Very										No com- ment	Not inter- ested
	Good											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1. The available information about traveling to Thailand and the data quality	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
2. The trouble-free access to the information about Thailand												
3. The easy to access to Thailand	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
4. The safety of your body and property during the traveling	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
5. The convenience to travel within Bangkok	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
6. The convenience to travel outside Bangkok	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
7. The convenience to find the place to do the religious ceremony	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
8. The convenience to do the religious practices	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
9. The convenience to find the accommodations	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
10. The price of the accommodations	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
11. The convenience to find the meal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
12. The price of the meal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
13. The convenience to access the information and/or access to e-mail	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
14. The accessibility to complain inconvenient matter (If any)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
15. The price of local package tours (If any)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
16. The price of the package tours to Thailand (If any)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
17. The price of package tour compare to other similar countries	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
18. Medical services (If any)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
19. Other (specify)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		

4. Desirable things in Thailand

4.4 What/ where do you impress the most?

Yes (specify).....	No, I don't impress anything/ anywhere.
-----------------------------	---

4.5 Any suggestion, particularly concerning religious practices

Yes (specify).....	No, I don't have.
--------------------	-------------------

4.6 Any suggestion, particularly concerning medical services

Yes (specify).....	No, I don't have
--------------------	------------------

4.7 Any suggestion

	Yes (specify).....	No, I don't have
--	-----------------------------	------------------

5. Personnel Information**5.1 Sex**

	Male		Female
--	------	--	--------

5.2 Age

	Less than 15		15 -25		26-35
	36-40		41-60		More than 60

5.3 Occupation

	Officialdom		Private business employee		Student
	Personal business		Not working		Other (specify)

5.4 Marriage

	Single		Marriage, live with family which has..... person(s) in total
	Separated		Other (specify)

5.5 Do you have any relatives/ friends who use to/ are going to have medical services in Thailand?

	Yes (specify disease and hospital name).....	No, I don't have
--	--	------------------

Interviewer (if any) place date.....time.....

□ □□□ □□□□ □□□ □□□□ □□□□□ □□□□□ □ □□□□□ □□□□ □□ □□□□□

00000000 00000000 00 00 00 00 00 00 .1

□□□		□□□□ □□□□□□ □□□ □□□□□ □□□□□ □ □□□□ □ □□□ □ □	
-----	--	--	--

[illegible]

பெரிய பணம்		பெரிய பணம்	
பெரிய பணம்		பெரிய பணம்	
பெரிய பணம்		பெரிய பணம்	
பெரிய பணம்		பெரிய பணம்	
* பெரிய பணம்		பெரிய பணம்	
பெரிய பணம்		பெரிய பணம்	
பெரிய பணம்		பெரிய பணம்	
பெரிய பணம்		பெரிய பணம்	
பெரிய பணம்		பெரிய பணம்	

1. السلوك الشخصي للسياحة (العام)

..... 1.1

[illegible][illegible]

(4 – 1 □□ □ □□□□□ □ □□) □□□□□ □ □□□□□ □ □□□□□ □ □□□□ 1.3

[illegible]

.....			
-------	-------	-------	-------

..... 1.4

.....			
-------	-------	-------	-------

..... 1.5

..... 1.6

.....			
.....			

(3 - 1) 1.7

.....			
.....			
..... /			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			

2. الآراء تجاه تايلاند / دول المنطقة

2.1 (3 - 1)

.....			
.....			
.....			
..... /			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			

2.2

..... () ()

..... () ()

..... () () .

.....

.....

..... () () () .

..... () () .

..... () () .

..... () () () .

..... () () .

..... () () .

.....

.....		
-------	-------	-------

.....

.....		
-------	-------	-------

3. السلوك الشخصي للسياحة / السفر إلى تايلاند (في الوقت الحالي)

3.1 (3.4)

1	2	
3		

3.2 3.2

..... ()

3.3 (1 - 2)

.....		
.....		
.....		

3.4 ()

.....		
.....		
.....		

แบบฟอร์ม แบบฟอร์ม แบบฟอร์ม แบบฟอร์ม แบบฟอร์ม แบบฟอร์ม 4.3

..... แบบ แบบ		แบบ แบบ	
---------------	--	---------	--

แบบฟอร์ม แบบฟอร์ม 4.4

..... แบบ		แบบ	
-----------	--	-----	--

5.المعلومات العامة

แบบ 5.1

แบบ		แบบ	
-----	--	-----	--

แบบ 5.2

แบบ 15 แบบ		แบบ 25 – 15		แบบ 35 – 26	
แบบ 40 – 36		แบบ 60 – 41		แบบ 60 แบบ	

..... แบบฟอร์ม แบบ 5.3

แบบ แบบ		แบบ แบบ		แบบ/ แบบ แบบ	
แบบ แบบ		แบบ แบบ		แบบ	

แบบฟอร์ม แบบ 5.4

แบบ		แบบ แบบ แบบ แบบ แบบ แบบ แบบ	
แบบ / แบบ		แบบ	

แบบฟอร์ม แบบ แบบ แบบ แบบ แบบ แบบ / แบบ แบบ 5.5

..... (แบบ แบบ แบบ) แบบ		แบบ	
-------------------------	--	-----	--

..... แบบ แบบ แบบ แบบ

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้ลงทะเบียนร่วมประชุมศึกษาศาสนาการณการท่องเที่ยว

รายชื่อแจ้งลงทะเบียน

“การศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว

จากประเทศตะวันออกกลางในประเทศไทย”

วันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 เวลา 9:00 – 12:00 น. ณ โรงแรมเอเชีย ห้างสรรพสินค้า

ผู้ประกอบการ, สภา, สมาคม

	ชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
1	คุณอารียา จงเจริญจิตต์	Reservation Manager Ops.1	Diethelm Travel (Thailand) Ltd.
2	คุณศศิ์ลัดดา ลารุณี	Asst. Manager Ops.1	Diethelm Travel (Thailand) Ltd.
3	นพ.สุรพงศ์ อำพันวงษ์	รองประธานเจ้าหน้าที่ บริหาร กลุ่มการแพทย์และ ธุรกิจต่างประเทศ / ประธานคณะกรรมการ ธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพ	โรงพยาบาลพญาไท 2/ หอการค้า ไทย
4	คุณสยาม พิเชฐสินธุ์	ผู้อำนวยการฝ่ายการแพทย์	โรงพยาบาลปิยะเวท
5	คุณยุพดี ธนเรืองศักดิ์	เจ้าหน้าที่การตลาด	โรงพยาบาลปิยะเวท
6	คุณสมทรง สัจจาภิมุข	รองเลขาธิการสภาฯ	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย
7	คุณเจริญ วังอนานนท์	นายกสมาคมฯ	สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ภายในประเทศ
8	คุณวิโรจน์ สิตประเสริฐนันท์	นายกสมาคมฯ	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ
9	คุณพิมลรัตน์ ภัทรโพธิกุล	ตัวแทนสมาคมฯ	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ

หน่วยราชการ: ด้านการท่องเที่ยวและส่วนที่เกี่ยวข้องกับตะวันออกกลาง

	ชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
1	นายรัชชัย อร์ญญิก	ผู้อำนวยการ ภูมิภาคยุโรป แอฟ ริกาและตะวันออกกลาง	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2	คุณดำรง แสงกวีเลิศ	ผู้อำนวยการ	สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว
3	คุณมยุรี ทองสงฆ์	นักพัฒนาการท่องเที่ยว 8 ว	สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว

	ชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
4	คุณศิริวรรณ พรเลิศวิวัฒน์	นักพัฒนาการท่องเที่ยว 7 ว	สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว
5	คุณชัชฌพงษ์ อติลักษณ์ เมธี	นักพัฒนาการท่องเที่ยว 6 ว	สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว
6	คุณชลดา กาลาเอส	นักพัฒนาการท่องเที่ยว 7 ว	สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว
7	คุณธนธรณี ทองหอม	ผู้อำนวยการสำนักทะเบียนธุรกิจ นำเที่ยวและมัคคุเทศก์	สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว
8	คุณสมัย เจริญช่าง	ประธานคณะกรรมการอิสลาม ประจำจังหวัดกรุงเทพมหานคร	คณะกรรมการอิสลามประจำ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

หน่วยราชการ: ด้านการท่องเที่ยว

	ชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
1	พตอ.กฤติ วาริช		กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว
2	พตอ.สำราญ ยินดีอารมณ	ผู้กำกับการฝ่ายป้องกันและ ปราบปรามตำรวจท่องเที่ยว 10	กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว
3	คุณวรสิทธิ์ โรจนพานิช	ผู้อำนวยการองค์การบริหารการ พัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่ พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน
4	พล.อ.ต.นพ.บรรหาร กอนนันทกุล	ผู้อำนวยการสำนักธุรกิจและ บริการ	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่ พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน (อพท.)
5	คุณธนกฤต ภัทร์ธราธร	เจ้าหน้าที่ธุรกิจชุมชน	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่ พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน (อพท.)
6	คุณดวงกมล เกษมสวัสดิ์	เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่ พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน(อพท.)
7	ม.ล หทัยชนก กฤดากร	ที่ปรึกษาประธาน คณะกรรมการการท่องเที่ยว	สภาผู้แทนราษฎร
8	คุณณัฏ ภิญญวัฒน์ชีพ	ผู้อำนวยการกองตะวันออกเฉียงกลาง	กระทรวงการต่างประเทศ

	ชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
9	คุณประพันธ์ สามพวยวรกิจ	เจ้าหน้าที่การทูต 5	กระทรวงการต่างประเทศ
10	คุณวรวิทย์ ธรรมพาณิชย์วงศ์	เจ้าหน้าที่ค้นคว้าวิจัย	กระทรวงการต่างประเทศ

คณะวิจัยและนักวิชาการ

	ชื่อ	ตำแหน่ง
1	รศ.ดร.ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์	ผู้อำนวยการคณะวิจัยฯ
2	อ. ตาบทิพย์ ไกรพรศักดิ์	คณะวิจัยฯ
3	ดร.นิรันดร์ ทัพไชย	คณะวิจัยฯ
4	ดร. นิเวศน์ ธรรมะ	คณะวิจัยฯ
5	รศ.ดร.มณีนีศรี พันธุลาม	คณะวิจัยฯ
6	รัตติยา ภูละออ	คณะวิจัยฯ
7	ณัฐฐาภรณ์ เลี่ยมจรัสกุล	คณะวิจัยฯ
8	ลดารัตน์ วัฒนสาครศิริ	คณะวิจัยฯ
9	ชนมน ปานผา	คณะวิจัยฯ
10	นฤมล พูลเพิ่ม	คณะวิจัยฯ

ผู้กรุณาให้สัมภาษณ์

คุณประวดี ศิริบุญญะสุข

ตำแหน่ง General Manager

บริษัท ซี บี เอส ซัคเซสชีฟ ทัวร์ จำกัด.