

ศิวศักดิ์ ปานสุขขุม. (2549). แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง.

สารนิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม).

กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษานิพนธ์:

อาจารย์ ดร. พรรณี บุญประกอบ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการ ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง รวมทั้งผู้ประกอบการ และการวางแผนทางการส่งเสริมและพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศคูเวต ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อียิปต์ และอิสราเอล จำนวน 53 คน และผู้ประกอบการ จำนวน 20 คน ในบริเวณถนนสุขุมวิท ซอย3 ซอย4 ซอย5 ซอย6 และบริเวณถนนข้าวสาร โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร มีช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นผู้ทำงานในบริษัท/ ลูกจ้าง และมีรายได้เฉลี่ย 20,000 – 39,999 เหรียญสหรัฐ ฯ /ปี

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาพักผ่อน/ ท่องเที่ยว ใช้เวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 11 - 20 วัน เดินทางมาเป็นครอบครัว มีสมาชิกในกลุ่ม 1-4 คน เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก พักโรงแรม และรับประทานอาหารจากร้านอาหารทั่วไป การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย และแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ การบอกเล่าจากเพื่อนฝูงและญาติมิตร

3. ด้านเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า เหตุผลหลักในการเดินทางมาประเทศไทย คือ การจับจ่ายซื้อของ (shopping) และพบว่า ปัญหาโรคระบาดที่เกิดขึ้นในภูมิภาค มีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยว

4. ด้านความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการทั้งภาครัฐ และเอกชนในระดับมาก ทั้งทางด้านการให้บริการของที่พักรวม การให้บริการของบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการ

ให้บริการของร้านอาหาร การให้บริการของเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนความสามารถทางการสื่อสารของพนักงานโรงแรมพบว่ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

5. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะให้มีการดูแลความสะดวกของห้องน้ำ/ ห้องสุขาและพื้นที่สาธารณะ และต้องการให้จัดทำแผนที่ และรายชื่อของร้านอาหารฮาลาล และควรมีการฝึกพัฒนาทักษะความรู้และความสามารถทางด้านภาษาของพนักงาน/ เจ้าหน้าที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะทางการสื่อสารภาษาอังกฤษ

6. ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการ ผู้วิจัย พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง ไม่มีบริการในโรงแรม/ ที่พัก เนื่องจากมีสถานที่สาธารณะไว้บริการอยู่แล้ว โรงแรมและเกสต์เฮาส์ เกือบทุกแห่งมีนโยบายเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น นโยบายด้านความสะดวกและการจัดการขยะมูลฝอย แต่ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย มีเพียงบางแห่งเท่านั้นที่มีการลดราคาที่พัก 5 – 10 % ในช่วงที่มีการเข้าพักน้อย ด้านนโยบายของรัฐและการจัดการพื้นที่สาธารณะ ผู้ประกอบการมีความเห็นตรงกันในเรื่องความสะดวกและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่ และเสนอให้มีการแก้ปัญหาการล่อลวงของมิจฉาชีพในแหล่งท่องเที่ยว

ผู้วิจัยเสนอแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1.) แนวทางด้านสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ 2.) แนวทางด้านการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ 3.) แนวทางด้านพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไปยังภูมิภาค 4.) แนวทางด้านการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และ 5.) แนวทางด้านการพัฒนากระบวนการขนส่งสาธารณะ

Siwasak Pansukkom. (2006). *Guidelines to Promote and Develop the Middle East Tourist Market*. Master's project, M.S. (Ecotourism Planning and Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Pannee Boonprakob.

The purpose of this project is to study the personal data of the Middle East tourists, tourist behaviors, reasons for traveling to Thailand, satisfaction towards services, comments and suggestions, and to suggest some guidelines to promote and develop the Middle East Tourist Market. The subjects and methodologies were divided into 2 groups. The questionnaires were distributed to 53 tourists from 5 countries: UAE, Israel, Saudi Arabia, Kuwait, and Egypt who stayed and traveled on Sukhumvit Soi 3, Soi 4, Soi 5, Soi 6 and Khaosan Road.

The in-depth interviews were given to 20 hotel and guesthouse staff members in the same area. A combination of frequency, percentage, mean, standard deviation, and descriptive analysis were used to analyze the data. The results of the study reveal the following:

1. The typical individual from the Middle East region most likely to visit Thailand is male, uses the English language, is 20 to 29 years old, is married, has a high level of education with a bachelor's degree, and works as a company staff member. The annual income before taxes is around 20,000 US \$ –39,999 US \$.

2. The purpose for coming to Thailand is mostly to travel with approximately 11 to 20 days/ trip. Most of them come along with their family consisting of 1 to 4 people. They are mostly on their first visit, select to stay at hotels instead of guesthouses, and use mostly stand-alone restaurants. They receive most of their information about Thailand from friends and relatives.

3. Shopping motivates the Middle East tourist to visit Thailand more than any other reasons. The epidemic of SARs and Bird Flu in the South East Asia region has the most impact for the sampling group to select Thailand as a destination.

4. Most of the respondents are very satisfied with service from hotels, travel agencies, restaurants, immigration officers, and facilities at tourist locations. The only area that received a "fair" evaluation is the ability of the hotel staff to communicate.

5. The subjects have given various comments and suggestions which include: the cleanliness of toilets and garbage in public areas. They also suggest that the concerned organizations should make a map and list of Halal restaurants for the Middle East Tourist. Lastly, the hotel staff members should have more efficiency in communication skills in order to communicate effectively.

6. In doing in-depth interviews of hotel and guesthouse staff members, it is found that the individual group's facilities such as mosques, Halal restaurants, and Israeli synagogues are not provided in the hotels or guesthouses because they are available in the public areas. Most of them have an environmental preservation policy such as sanitary management policy. However, there is no promotion of sales only a few of them have discounted prices during the low season.

The hotel staff members express their opinions about the government management policy that it should focus on cleanliness and zoning in the public areas. Moreover, deceit in the tourist areas also needs to be solved.

The guidelines to promote and develop the Middle East Tourist Market are suggested in various areas as follows: 1.) Guidelines to create a positive Thailand image 2.) Guidelines to develop communication ability of people who get involve in the tourism industry as well as to develop the competitiveness of Thailand tourism industry among the region 3.) Guidelines to develop natural attractions and promote attractions in the remote areas 4.) Guidelines to support and promote tourism activities 5.) Guidelines to develop transportation systems