



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัย

การศึกษาอุปสงค์เพื่อการปรับตัวทางด้านอุปทานของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออก
กลาง

อิสรา ศานติศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ธันวาคม 2556

บทคัดย่อ

ในยุคปัจจุบัน หลายๆ ประเทศรวมทั้งประเทศไทย ให้ความสนใจกับมุสลิมที่เป็นประชากรส่วนใหญ่ ของอาเซียน และมีส่วนแบ่งประมาณหนึ่งในสี่ของประชากรโลก การท่องเที่ยว และบริการทางการแพทย์ ในประเทศไทยเป็นอีกสองช่องทางที่ประเทศไทยได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับโลกมุสลิม ทั้งสองภาคเศรษฐกิจซึ่งผูกกับแนวทางการใช้ชีวิตของมุสลิมที่ต้องฮาลาล ได้สร้างรายได้จำนวนมากให้แก่ประเทศไทย

รายงานวิจัยในระยะแรกของชุดโครงการนี้ ชี้ว่าการให้บริการการท่องเที่ยวแก่โลกมุสลิม โดยเฉพาะตะวันออกกลาง มีจุดเด่นหลายประการ เช่น ช่วงเวลาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่ช่วยเติมเต็มอุปสงค์ในช่วงนอกฤดูกาลการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายและกำลังซื้อซึ่งมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ในขณะเดียวกัน ยังมีอีกหลายประเด็นที่ประเทศไทยต้องปรับปรุงและแก้ไข ตั้งแต่การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับอิสลามและวัฒนธรรมของโลกมุสลิม รวมถึงอาหารฮาลาล สถานที่ทำละหมาด ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารและบอกเส้นทาง แหล่งท่องเที่ยว ที่ไม่ใช่แหล่งเรีงรมย์ รูปแบบห้องพัก และการสร้างทัศนคติที่ดีต่อมุสลิมจากต่างแดน

ในส่วนของการให้บริการทางการแพทย์ซึ่งมีรายงานว่าตลาดมีขนาดใหญ่หลายหมื่นล้านบาท ในด้านหนึ่ง มีข้อคิดเห็นว่าภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการ และนำเอาเทคโนโลยีทางการแพทย์ใหม่ๆ แต่ในอีกด้านหนึ่งก็มีข้อโต้แย้งว่าประเทศไทยยังอยู่ในสถานะที่ขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ การให้บริการแก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติที่มีกำลังซื้อสูง ทำให้ค่ารักษาพยาบาลแพงขึ้น ส่งผลให้ขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ที่จะให้บริการแก่ผู้ป่วยชาวไทย โดยเฉพาะคนยากจน ยิ่งไปกว่านั้น การเปิดเสรีบริการทางการแพทย์ยังเป็นการเปิดเสรีการให้บริการแก่ชาวต่างชาติเพียงด้านเดียว โดยไม่ได้เปิดเสรีให้ผู้ให้บริการจากต่างประเทศเข้ามาให้บริการแก่ผู้ป่วยในประเทศไทย

สำหรับนักท่องเที่ยวหรือคนใช้จากโลกมุสลิม โดยเฉพาะตะวันออกกลาง การบริการการท่องเที่ยวและบริการทางการแพทย์ผูกโยงกันในลักษณะที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหรือการท่องเที่ยวที่ผูกโยงกับสุขภาพ นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งเลือกเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย เพราะมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าในประเทศของตนหรือผ่านระบบประกันสุขภาพ และจำนวนไม่น้อย มีเป้าหมายท่องเที่ยวต่อจากการรับบริการทางการแพทย์ จึงมีครอบครัวและญาติติดตามมาดูแล ท่องเที่ยว และจับจ่ายใช้สอยซื้อหาสินค้าจากประเทศไทย ในช่วงเวลาเดียวกันด้วย

ทั้งสองภาคเศรษฐกิจมีศักยภาพที่จะสร้างรายได้ให้มากขึ้น ถ้าประเทศไทยสามารถวางท่าทีและนโยบาย ที่ถูกต้อง อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อถกเถียงจากมุมมองที่แตกต่างกันอยู่มาก ในวันที่ ประเทศไทยจึงต้องการงานวิจัยใหม่ ๆ ที่สามารถให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่จะช่วยให้ทั้งสองภาคเศรษฐกิจสามารถขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้ ไพฑูริย์ ไกรพรศักดิ์ (2556) ศึกษาการท่องเที่ยวที่ผูกโยงกับสุขภาพและเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของไทยกับมาเลเซียและสิงคโปร์ ซึ่งเป็นเพื่อนบ้านใกล้ชิดในอาเซียน สาริกา คำสุวรรณ และรชชงพร โกมลเสวิน (2556) ศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ผูกโยงกับสุขภาพของประเทศไทย งานวิจัยทั้งสองชิ้นศึกษาจากประสบการณ์และมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง และน่าจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของประเทศไทย ผลการศึกษาให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายหลายประการ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการบริการการท่องเที่ยวที่ผูกโยงกับสุขภาพของประเทศไทย

Abstract

Many countries including Thailand have paid attention to muslims who are the majority of the ASEAN population and share around one-fourth of the world population. Tourism and medical services are two economic sectors that Thailand has involved with the muslim world. The two sectors that are related to the way of life of muslims, i.e. have to be Halal, have created significant amount of revenue to the Thai economy over the past two decades.

Past researches under this umbrella project point out that medical services, especially those Thailand provided to customers from the middle-east, has many strengths. Tourists from the middle-east visit Thailand in the off-season period of tourism demand. Their expenditure and purchasing power are higher than those of tourists from other parts of the world. At the same time, there are still many aspects that Thailand needs improvement. These are proper understanding in Islam and muslim culture, the meaning of Halal food, a language barrier, tourism destinations that are not against the Islamic concepts, i.e. not Haram, availability of family hotel rooms, and positive attitude toward muslim tourists.

For medical services of which the size of market was said to be many ten thousand million Baht, there are views that progress has been driven by the role of the private sector in terms of more efficiency and imports of new medical technology. On the other hand, there are arguments that Thailand is still in the stage of shortage of health personnel. Since patients from oversea have higher purchasing power, the cost of medical care will increase. Consequently, there could be a short of supply of health personnel for Thai patients, especially the poor. Moreover, the free trade in medical services has been only on one side, the supply of services to foreign demand, there has no free trade in the supply of foreign medical services to all patients in Thailand.

For tourists or patients from the muslim world, especially the middle-east, tourism and medical services can be related in such a way that it is called medical tourism. A number of tourists entered Thailand to seek for cheaper cost of treatment, some via their health insurance schemes. Many of them, plan to enjoy sight-seeing and shopping after medical treatment. Because of this reason, their family members and housemaid also join them.

The two sectors have potential to create more revenue for the economy, if Thailand can design and implement proper policies. However, there are still debates from different corners of the society. Today, new researches with proper policies suggestions are needed so that the two sectors can move in the right direction. Paitoon Kraiporsak (2013) studied medical tourism in Thailand, and compare the comparative advantage of Thailand to those of our two neighboring countries, Malaysia and Singapore. Sarika Khasuwan and Roschongporn Komolsewin (2013) studied the image of Thailand's medical tourism. Both researches are based on the views of medical tourists from the middle-east. This is the group of tourists with high purchasing power that should be the target customers of Thailand. Results of the two researches offer many policies that are relevant to the improvement of the two sectors.