

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังเกิดสึนามิ ใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี รองลงมา 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาประกอบอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ รูปแบบของการพักผ่อนคือใช้บริการของโรงแรม และเลือกทำกิจกรรมในการท่องเที่ยวทะเล คือกิจกรรมชายหาด

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาด้านทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังเกิดสึนามิ ใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน จำนวน 400 ราย จำแนกตามองค์ประกอบของทัศนคติ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### 1. ด้านความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเหตุการณ์สึนามิใน 6 จังหวัดภาคใต้

ผลการศึกษาด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสึนามิมาก่อนเกิดเหตุในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน โดยทราบข่าวการเกิดสึนามิจากสื่อโทรทัศน์ และเข้าใจว่าสึนามิเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติ สึนามิเกิดจากแผ่นดินไหวอย่างรุนแรงใต้มหาสมุทร สึนามิในเดือนธันวาคม 2547 ไม่ได้เกิดจากแผ่นดินไหวในประเทศไทย สึนามิมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นได้อีก สึนามิไม่ได้ทำลายทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งหมด สึนามิไม่ได้เกิดขึ้นทุกครั้งหลังแผ่นดินไหวในทะเล สึนามิที่เกิดขึ้นในเดือนธันวาคม 2547 ไม่ได้เกิดที่ฝั่งอ่าวไทย สึนามิทำให้ที่พักเสียหายไม่พร้อมให้บริการ

## 2. ด้านความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเหตุการณ์สึนามิใน 6 จังหวัดภาคใต้

ผลการศึกษาด้านความรู้สึก พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความรู้สึกในระดับเห็นด้วยต่อเหตุการณ์สึนามิ คือ รู้สึกหดหู่และสลดใจ ความสูญเสียน่าจะมาจากกระแสน้ำที่ผิดปกติที่ไม่มีประสิทธิภาพ คิดว่ายังมีความล่าช้าในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ความสูญเสียมาจากการข่าวที่ล่าช้า และ ประเทศไทยควรมีระบบเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพได้แล้ว โดยมีความรู้สึกระดับเฉยๆ คือ รู้สึกว่าไม่น่ากลัวเพราะสึนามิเป็นเรื่องของภัยธรรมชาติ รู้สึกหวาดกลัวและไม่ปลอดภัย รู้สึกว่าสึนามิทำให้ธรรมชาติได้พักผ่อนตัวเอง สึนามิทำให้ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวหายไป และหน่วยงานที่รับผิดชอบต่อเหตุการณ์โดยตรง คือ ททท. ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าไม่เห็นด้วย คือ รู้สึกเฉยๆ เพราะไม่ได้รับความเดือดร้อน

## 3. ด้านแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเหตุการณ์สึนามิใน 6 จังหวัดภาคใต้

ผลการศึกษาด้านแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ แนวโน้มด้านพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 แนวโน้มด้านพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยไปเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันหลังเกิดสึนามิ และไม่แน่ใจว่าจะไปท่องเที่ยวอีก สึนามิมีผลต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันในระดับมาก สาเหตุที่ทำให้ไม่มั่นใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ไม่มั่นใจในระบบเตือนภัย รองลงมา คือ สภาพสถานที่ที่เสียหายและถูกทำลาย สาเหตุที่ทำให้มั่นใจที่จะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบภัยอีกครั้ง คือ สภาพธรรมชาติที่คืนสู่สภาพเดิม รองลงมาคือระบบการเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ

3.2 แนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการส่งเสริมการตลาด พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดในการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่ประสบภัยสึนามิในระดับมาก โดยควรที่จะมีการลดราคาแพ็คเกจทัวร์มากที่สุด รองลงมาคือ ควรมีการลดราคาที่พักให้กับนักท่องเที่ยว

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา

#### 3.1 ด้านความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเกิดสึนามิ แยกตามเพศ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเกิดสึนามิมาก่อน เกิดเหตุในเดือนธันวาคม 2547

แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบข่าวการเกิดสึนามิ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายทราบจากโทรทัศน์ มากเป็นอันดับแรก รองลงมา ทราบข่าวจากหนังสือพิมพ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงทราบข่าวจากโทรทัศน์มากเป็นอันดับแรก รองลงมาทราบข่าวจากญาติ เพื่อน และคนรู้จัก

#### 3.2 ด้านความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเกิดสึนามิ จำแนกตามอายุ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเกิดสึนามิ ก่อนเกิดเหตุในเดือนธันวาคม 2547

แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบข่าวการเกิดสึนามิ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ทราบข่าวการเกิดสึนามิจากแหล่งข้อมูลทางโทรทัศน์ มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทราบข่าวจากหนังสือพิมพ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ทราบข่าวการเกิดสึนามิจากแหล่งข้อมูลทางโทรทัศน์ มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทราบข่าวจาก ญาติ เพื่อน และคนรู้จัก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ทราบข่าวการเกิดสึนามิจากแหล่งข้อมูลทางโทรทัศน์ มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทราบข่าวจากวิทยุ หนังสือพิมพ์ ญาติ เพื่อน และคนรู้จัก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ทราบข่าวการเกิดสึนามิจากแหล่งข้อมูลทางโทรทัศน์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทราบข่าวจากวิทยุ หนังสือพิมพ์ ญาติ เพื่อน และคนรู้จัก นอกจากนี้ ยังตอบว่ารับทราบข่าวสารจากแหล่งอื่นๆ คือ จากอินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป ทราบข่าวการเกิดสึนามิจากแหล่งข้อมูลทางโทรทัศน์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทราบข่าวจากวิทยุ

#### 3.3 ด้านความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเกิดสึนามิ จำแนกตามระดับการศึกษา

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเกิดสึนามิมาก่อนเกิดเหตุในเดือนธันวาคม 2547

แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบข่าวการเกิดสึนามิ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ทราบข่าวการเกิดสึนามิจากแหล่งข้อมูล โทรทัศน์มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ จากหนังสือพิมพ์ ญาติ เพื่อน และคนรู้จัก วิทยุ

### 3.4 ด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีหลังจากเกิดสึนามิ จำแนกตามเพศ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความรู้สึกต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยรู้สึกว่าการประเทศไทยควรมีระบบเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพได้แล้ว มากเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความรู้สึกต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับเฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยรู้สึกหดหู่และเศร้าสลดใจมากเป็นอันดับแรก

### 3.5 ด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีหลังจากเกิดสึนามิ จำแนกตามระดับการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาค่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีความรู้สึกต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับเฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยรู้สึกว่าการประเทศไทยควรมีระบบเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพได้แล้ว มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีความรู้สึกต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยรู้สึกว่าการประเทศไทยควรมีระบบเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพได้แล้ว มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับ อนุปริญญา หรือ ปวศ. มีความรู้สึกต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับเฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยรู้สึกว่าการประเทศไทยควรมีระบบเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพได้แล้ว มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความรู้สึกต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับเฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยรู้สึกว่าการประเทศไทยควรมีระบบเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพได้แล้วเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.28) ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความรู้สึกต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับเฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยรู้สึกว่ามีความรู้สึกหดหู่และเศร้าสลดใจ เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.35)

### 3.6 ด้านแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภายหลังจากเกิดสึนามิ จำแนกตามเพศ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง ส่วนใหญ่เคยไปเที่ยวใน 6 จังหวัดที่ประสบภัยสึนามิ และหลังจากเกิดสึนามิแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและหญิง ส่วนใหญ่ไม่เคยไปเที่ยวในพื้นที่ประสบภัย

สำหรับด้านแนวโน้มพฤติกรรม ในด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังเกิดสึนามิพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่ตอบว่าสึนามิมีผลมากต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบภัย โดยไม่แน่ใจว่าจะกลับไปท่องเที่ยวอีกหรือไม่ รองลงมาตอบว่าจะกลับไปเที่ยวอีกภายในปี 2549 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่ตอบว่าสึนามิ

มีผลบ้างเล็กน้อยต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบภัย โดยไม่แน่ใจว่าจะกลับไปท่องเที่ยวอีกหรือไม่ รองลงมาตอบว่าจะกลับไปเที่ยวอีกภายในปี 2549

สำหรับด้านปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ไม่มั่นใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบภัยหลังเกิดสึนามิ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการท่องเที่ยวโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยไม่มั่นใจในระบบเตือนภัยมากเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการท่องเที่ยว โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยไม่มั่นใจในด้านความสะอาดและโรคติดต่อมากเป็นอันดับแรก

สำหรับด้านปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้เกิดความมั่นใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบภัยหลังเกิดสึนามิ อีกครั้งนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีปัจจัยที่ทำให้มั่นใจและกลับไปท่องเที่ยวหลังในจังหวัดที่ประสบสึนามิ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยด้านระบบเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพมากเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีปัจจัยที่ทำให้มั่นใจและกลับไปท่องเที่ยวหลังในจังหวัดที่ประสบสึนามิ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยด้านระบบเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพมากเป็นอันดับแรก

สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ใช้เพื่อกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) โดยเห็นว่าควรมีการลดราคาค่าที่พัก มากเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) โดยเห็นว่า ควรมีการลดราคาค่าที่พัก มากเป็นอันดับแรก

### 3.7 ด้านแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังจากเกิดสึนามิ จำแนกตามอายุ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่เคยไปเที่ยวใน 6 จังหวัด ที่ประสบภัยก่อนเกิดสึนามิมาก่อน และผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่ยังไม่เคยไปเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัด ที่ประสบภัยหลังเกิดสึนามิ ในเดือนธันวาคม 2547

สำหรับด้านแนวโน้มพฤติกรรม ในด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังเกิดสึนามิพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ตอบว่าสึนามิ มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบภัย โดยไม่แน่ใจว่าจะกลับไปเที่ยวอีกหรือไม่ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือจะกลับไปเที่ยวอีกภายในปี 2548 ภายในปี 2549 และไม่คิดจะไปอีก จำนวนเท่ากัน ผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี ตอบว่าสึนามิ มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยไม่แน่ใจว่าจะกลับไปเที่ยวอีกหรือไม่ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือไม่คิดจะไปอีก ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ตอบว่าสึนามิ มีผลมากที่สุดต่อการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยไม่แน่ใจว่าจะกลับไปเที่ยวอีกหรือไม่เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ภายในปี 2549 ผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี ตอบว่าสึนามิ มีผลบ้างเล็กน้อยต่อการเดินทางไป

ท่องเที่ยว โดยไม่แน่ใจว่าจะกลับไปท่องเที่ยวอีกหรือไม่เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ภายในปี 2549 ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ตอบว่าสึนามิ มีผลในระดับปานกลางต่อการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยไม่แน่ใจว่าจะกลับไปท่องเที่ยวอีกหรือไม่ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ภายในปี 25498 และ ภายในปี 2549 จำนวนเท่ากัน

### 3.8 ด้านแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีหลังจากเกิดสึนามิ จำแนกตามระดับการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่เคยไปเที่ยวใน 6 จังหวัด ชายฝั่งทะเลอันดามันก่อนเกิดสึนามิ และหลังจากเกิดสึนามิแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ไม่เคยไปเที่ยวในพื้นที่ประสบภัย

สำหรับแนวโน้มพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังเกิดสึนามิ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาค่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ตอบว่าสึนามิ ไม่มีผลเลยต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบภัย โดยไม่แน่ใจว่าจะกลับไปท่องเที่ยวอีกหรือไม่ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือภายในปี 2548 ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ตอบว่าสึนามิมีผลบ้างเล็กน้อยต่อการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยไม่แน่ใจว่าจะกลับไปท่องเที่ยวอีกหรือไม่ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือภายในปี 2549 ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ตอบว่าสึนามิมีผลมากต่อการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยไม่แน่ใจว่าจะกลับไปท่องเที่ยวอีกหรือไม่ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ไม่คิดที่จะไปอีก ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ตอบว่าสึนามิมีผลบ้างเล็กน้อยต่อการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยไม่แน่ใจว่าจะกลับไปท่องเที่ยวอีกหรือไม่ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือภายในปี 2548 และภายในปี 2549 จำนวนเท่ากัน ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ตอบว่าสึนามิมีผลมากต่อการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยไม่แน่ใจว่าจะกลับไปท่องเที่ยวอีกหรือไม่ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือภายในปี 2548

สำหรับปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ไม่มั่นใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดที่ประสบภัยหลังเกิดสึนามิ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มีสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการท่องเที่ยว โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยสาเหตุด้านสถานที่และความเสียหายที่เกิดขึ้น เป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการท่องเที่ยว โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยไม่มั่นใจในระบบเตือนภัย เป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. มีสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการท่องเที่ยว โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยไม่มั่นใจในระบบเตือนภัย มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการท่องเที่ยว โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยไม่

มั่นใจในระบบเดือนกัญ เป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการท่องเที่ยว โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยไม่มั่นใจในระบบเดือนกัญ และกลัวเกิดเหตุการณ์ซ้ำเหตุการณ์เดิม เป็นอันดับแรกเท่ากัน

สำหรับด้านปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้เกิดความมั่นใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบภัยหลังเกิดสึนามิอีกครั้งนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มีปัจจัยที่ทำให้มั่นใจและกลับไปเที่ยวในจังหวัดที่ประสบภัยสึนามิ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยด้านระบบเดือนกัญที่มีประสิทธิภาพ เป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีปัจจัยที่ทำให้เกิดความมั่นใจและกลับไปท่องเที่ยวในจังหวัดที่ประสบภัยสึนามิ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของสื่อมวลชน มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. มีปัจจัยที่ทำให้เกิดความมั่นใจและกลับไปท่องเที่ยวในจังหวัดที่ประสบภัยสึนามิ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยด้านระบบการเดือนกัญที่มีประสิทธิภาพ มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีปัจจัยที่ทำให้เกิดความมั่นใจและกลับไปท่องเที่ยวในจังหวัดที่ประสบภัยสึนามิ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยด้านระบบการเดือนกัญที่มีประสิทธิภาพ เป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีปัจจัยที่ทำให้เกิดความมั่นใจและกลับไปท่องเที่ยวในจังหวัดที่ประสบภัยสึนามิ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยด้านระบบการเดือนกัญที่มีประสิทธิภาพ เป็นอันดับแรก

สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยว นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยเห็นว่าควรมีการจัดงานมหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) โดยเห็นว่าควรให้มีการลดราคา แพคเกจทัวร์ มากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยเห็นว่าควรให้มีการลดราคาที่พักมากเป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยเห็นว่าควรให้มีการลดราคาแพคเกจทัวร์ เป็นอันดับแรก ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) โดยเห็นว่าควรให้มีการลดราคาที่พัก มากเป็นอันดับแรก

## อภิปรายผล

การศึกษาทัศนคติต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังเกิดสึนามิใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน ได้ใช้ทฤษฎีทัศนคติ 3 องค์ประกอบ คือ ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรม ซึ่งอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

### 1. องค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความรู้เกี่ยวกับการเกิดสึนามิมาก่อนเกิดเหตุในเดือนธันวาคม 2547 โดยส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลข่าวสารของการเกิดสึนามิจากแหล่งข่าวทางโทรทัศน์มากที่สุดเป็นอันดับแรก ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกันกับของ วิลาวณิชย์ เรื่องปฏิกรณ์ (2546) ที่พบว่า สื่อมีบทบาทและมีความสำคัญอย่างยิ่งในการให้ความรู้และเข้าถึงนักท่องเที่ยวในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์จะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดและยังสามารถทำให้ประชาชนทั่วไปรู้จักโครงการไทยเที่ยวไทยมากขึ้น และผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ สรวุฒ สุทธิพิทักษ์ (2547) ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากแหล่งโฆษณารายการโทรทัศน์มากที่สุด นอกจากนี้ในด้านความรู้ความเข้าใจหลังจากที่เกิดสึนามิแล้ว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเกิดว่าสึนามิว่าเป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่มีสาเหตุมาจากแผ่นดินไหวอย่างรุนแรงได้มหาสมุทรที่ไม่ได้เกิดในประเทศไทย และสึนามิไม่ได้ทำลายทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งหมด ฯลฯ

### 2. องค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้สึก

ด้านความรู้สึกที่มีต่อการเกิดสึนามิ จากการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกไม่มั่นใจในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดที่ประสบภัยสึนามิ โดยรู้สึกว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยควรมีระบบการเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพได้แล้วเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ รู้สึกว่าความสูญเสียน่าจะมาจากระบบการเตือนภัยที่ไม่มีประสิทธิภาพ รู้สึกว่ายังมีความล่าช้าในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว และรู้สึกว่าการสูญเสียที่รุนแรงน่าจะมาจากการข่าวที่ล่าช้า ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกันกับของ สรวุฒ สุทธิพิทักษ์ (2547) ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ รู้สึกว่าปัจจัยด้านความไม่ปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากภาวะสงครามและโรคระบาด มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และยังสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้

ด้านผลกระทบของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเหตุการณ์สึนามิ จากการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกว่าการเกิดสึนามิมีผลกระทบอย่างมากต่อการเดินทางไปเที่ยวในพื้นที่ประสบภัย



### 3. องค์ประกอบของทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม

ด้านแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังเกิดสึนามิในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความไม่มั่นใจและไม่แน่ใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบภัยอีก โดยปัจจัยที่ทำให้ไม่มั่นใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวอันดับแรกคือ ความไม่มั่นใจในระบบเตือนภัย ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกันกับของ วิลาวัณย์ เรื่องปฏิกรณ์ (2546) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปหลังจากได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่ออย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เดียวกันสื่อก็สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่มั่นใจไม่มีการเดินทางท่องเที่ยวได้ เช่น ข่าวอุบัติเหตุในพื้นที่ต่างๆ

ด้านปัจจัยที่ทำให้เกิดความมั่นใจในการไปท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวภายหลังเกิดสึนามิ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยที่ทำให้มั่นใจในการเดินทางอันดับแรกคือ สภาพธรรมชาติที่สวยงามและกลับสู่สภาพเดิมที่เคยเป็นมา ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกันกับของ สราวุฒิ สุทธิพิทักษ์ (2547) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่อาศัยในกรุงเทพมหานครนิยมไปเที่ยวทางภาคเหนือมากที่สุด และยังมีนิยมไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภททะเล โดยมีเหตุผลในการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศคือ ด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่ประสบภัยสึนามิ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการจัดโปรโมชันต่างๆ ในระดับมาก โดยอันดับแรกคือ ลดราคาแพ็คเกจทัวร์ รองลงมาคือ อยากรให้มีการลดราคาที่พัก ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกันกับของ วิลาวัณย์ เรื่องปฏิกรณ์ (2546) ที่พบว่า สื่อมีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่ดีต่อโครงการไทยเที่ยวไทย และเห็นด้วยที่จะให้มีโครงการนี้ต่อไป และยังคงสอดคล้องกันกับของ สราวุฒิ สุทธิพิทักษ์ (2547) ที่พบว่า การส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในระดับมาก ทำให้เกิดการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวได้

#### ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบจากการศึกษาทัศนคติต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังเกิดสึนามิใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน พบว่ามากกว่าร้อยละ 50.00 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเกิดสึนามิ แต่ยังมีผู้ที่เข้าใจว่าสึนามิเกิดขึ้นทุกครั้งหลังจากเกิดแผ่นดินไหวในทะเลและสึนามิทำลายความสวยงามของทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งหมด เป็นจำนวนถึงร้อยละ 45.00 แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบข่าวการเกิดสึนามิมากที่สุดคือโทรทัศน์ และยังพบว่ามีการทราบข่าวการเกิดสึนามิจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ ด้วย คือ ทางอินเทอร์เน็ต

ด้านความรู้สึกรักของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวภายหลังจากเกิดสึนามิใน 6 จังหวัด ชายฝั่งทะเล อันดามัน พบว่าอันดับแรกคือ นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกเศร้าสลดและหดหู่ใจ จากการศึกษาที่ได้ยินข่าวสึนามิรองลงมา คือ ไม่มั่นใจในระบบเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ตอบว่ารู้สึกเฉย ๆ เพราะไม่ได้รับความเดือดร้อน เป็นจำนวนร้อยละ 2.75

ด้านแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวภายหลังจากเกิดสึนามิ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวอีกหลังจากเกิดสึนามิ มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ จะเดินทางไปท่องเที่ยวภายในปี 2549 นอกจากนี้มีผู้ที่ตอบว่าไม่คิดที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวอีกเป็นจำนวนร้อยละ 6.50 โดยสาเหตุที่ทำให้ไม่มั่นใจในระบบเตือนภัย ส่วนเหตุผลที่สามารถทำให้เกิดการเดินทางไปเที่ยวอีกครั้งอันดับแรกคือ สภาพธรรมชาติที่กลับคืนสู่สภาพเดิม แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนอยากไปเที่ยวเพื่อไปดูแลสุขภาพความเสียหาย สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อันดับแรกคือ อยากให้มีการลดราคาแพ็คเกจทัวร์ เพราะมีผู้ตอบแบบสอบถามบางรายเห็นว่าในการเดินทางไปท่องเที่ยวใน 6 จังหวัด ยังมีค่าใช้จ่ายที่สูงมาก อันดับสุดท้ายคือ มีการแจกของที่ระลึก

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทัศนคติที่ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยภายหลังจากเกิดสึนามิใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน พบว่ายังต้องมีการสร้างและปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อสร้างความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวและกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ซึ่งการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวนั้น ต้องทำทั้ง 3 องค์ประกอบ ของทัศนคติ คือ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านแนวโน้มพฤติกรรม ดังนี้

ด้านความรู้ความเข้าใจ ควรทำการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ให้เร็วที่สุดว่าการเกิดสึนามิเกิดขึ้นได้อย่างไร สามารถป้องกันได้ด้วยระบบเตือนภัยที่มีมาตรฐาน และสึนามิก็ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยครั้ง การเร่งทำการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อโทรทัศน์จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้มากขึ้น ทำให้เกิดความเข้าใจและมั่นใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

ด้านความรู้สึก หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องควรเร่งทำการปรับปรุงสถานที่ความเสียหายให้เร็วที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวสัมผัสภาพที่น่าหดหู่และเศร้าสลดใจ โดยเร็ว นอกจากนี้ยังควรเร่งติดตั้งอุปกรณ์การเตือนภัยที่มีมาตรฐาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว ทั้งนี้ควรให้มีการนำเสนอข่าวและภาพของความสวยงามที่กลับสู่สภาพเดิม และความคืบหน้าในการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม หลังเกิดสึนามิ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแนวโน้มพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบภัยสึนามิอีก ดังนั้นปัจจัยที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในการท่องเที่ยว นอกจากด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ความพร้อมของสถานบริการ และระบบเตือนภัยที่ได้มาตรฐานแล้ว ด้านการส่งเสริมการตลาดก็สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจท่องเที่ยวได้ด้วย ซึ่งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยใช้สื่อโทรทัศน์ในการประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร จะทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

นอกจากจะมีการสร้างและปรับเปลี่ยนทัศนคติของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานต่างๆ ที่มีบทบาทในการแก้ปัญหาสึนามิ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดอันดามัน ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบต่อเหตุการณ์สึนามิ

หน่วยงานต่างๆ ที่มีหน้าที่โดยตรงในการแก้ไขปัญหาผลกระทบจากสึนามิ อันได้แก่ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฯลฯ ควรเร่งสร้างความมั่นใจและฟื้นฟูสภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่เสียหายอย่างเร่งด่วน โดยมีข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

#### 1.1.1 กระทรวงมหาดไทย

ในเบื้องต้นควรเร่งฟื้นฟูสภาพแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพเดิมให้เร็วที่สุดเนื่องจากสภาพสถานที่ต่างๆ ส่วนใหญ่ยังไม่พร้อมที่จะให้บริการต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ และนักท่องเที่ยวอาจรู้สึกไม่ปลอดภัยในการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวด้วย อีกทั้งยังเป็นโอกาสดีที่กระทรวงมหาดไทยจะเข้ามามีบทบาทในการวางแผนการจัดการผังเมืองสำหรับเมืองท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ

ในระยะต่อไปควรมีมาตรการในการเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพและเร่งทำการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลการดำเนินงานของกระทรวงมหาดไทยอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจและกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบภัยอีกครั้ง

#### 1.1.2 กระทรวงสาธารณสุข

ในเบื้องต้นควรเร่งทำการลงพื้นที่ในการตรวจรักษาและควบคุมโรคติดต่อที่อาจเกิดได้ภายหลังการเกิดสึนามิ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังมีความรู้สึกวิตกกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย ความสะอาด และโรคติดต่อ ควรมีการจัดตั้งหน่วยช่วยเหลือผู้ป่วยแบบฉุกเฉิน ทั้งประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนและนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ในระยะต่อไป กระทรวงสาธารณสุข ควรมีการเตรียมความพร้อมในการช่วยเหลือผู้ป่วยแบบฉุกเฉิน จัดตั้งหน่วยงานบรรเทาสาธารณภัยด้านสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว

### 1.1.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในเบื้องต้นควรเร่งทำการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลที่ต้องเกี่ยวกับการเกิดสึนามิ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว โดยเน้นย้ำประเด็นที่ว่าสึนามิไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยๆ สามารถหาทางป้องกันได้ด้วยระบบเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพซึ่งประเทศไทยกำลังทำการติดตั้งอยู่ เพื่อสร้างความมั่นใจและลดความหวาดกลัวให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงสภาพสถานที่และความสวยงามที่ยังไม่ถูกทำลายอย่างที่นักท่องเที่ยวเข้าใจให้บ่อยขึ้น

ในระยะต่อมาต้องเร่งทำการส่งเสริมการตลาด โดยร่วมมือกับภาคเอกชน เช่น โรงแรม บริษัทท่องเที่ยว ร้านอาหาร ฯลฯ โดยใช้การส่งเสริมการตลาดแบบลดราคาค่าที่พักและค่าบริการต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยอยากเดินทางไปเที่ยวมากขึ้น และจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวบ่อยๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการมากขึ้น และยังสามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในราคาถูกด้วย

## 2. ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท สายการบิน บริษัทท่องเที่ยว ฯลฯ ควรร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการเร่งฟื้นฟูโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเตรียมความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และควรเร่งหามาตรการในการเตรียมความพร้อมในการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความมั่นใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวด้วย

ผู้ประกอบการสามารถนำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4Ps มาใช้เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวไทย ได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ประกอบการด้านที่พักควรเร่งทำการปรับปรุงสถานบริการให้กลับสู่สภาพพร้อมบริการให้เร็วที่สุด และควรมีการเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยเบื้องต้นเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว ส่วนผู้ประกอบการด้านบริษัทท่องเที่ยว สายการบินและที่พัก ควรมีการร่วมมือกันในการจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายให้ครอบคลุมกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้มากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อบริการได้ตรงความต้องการ

ด้านราคา (Price) ควรมีการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะดึงดูดลูกค้าให้ซื้อบริการมากขึ้น ทั้งนี้อาจใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบล่อใจ เช่น ราคาเดี่ยวยืดหยุ่นตามวัน ซึ่งผู้ประกอบการทุกรายต้องตั้งราคาแพ็คเกจทัวร์เริ่มต้นในราคาต่ำเท่ากัน เพื่อเป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และหากนักท่องเที่ยวคนใดมีกำลังซื้อสูง อยากรับบริการที่มากกว่าแพ็คเกจดังกล่าว ทางผู้ประกอบการก็สามารถยืดหยุ่นราคาได้ตามความเหมาะสม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ควรที่จะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบหลายช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุด เช่น การเข้าร่วมในมหกรรมส่งเสริมการขาย ของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง การใช้กลยุทธ์แบบเป็นพันธมิตรกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ เพื่อให้เป็นตัวแทนจำหน่าย สามารถจองหรือซื้อแพ็คเกจทัวร์และบริการต่างๆ ได้ เช่น จากตัวแทนท่องเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสาร เคาน์เตอร์ของโรงแรมต่างๆ เป็นต้น และยังสามารถใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ต เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคได้

นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังสามารถใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอยู่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร และกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ควรทำการส่งเสริมการตลาดที่เน้นไปที่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) โดยใช้การลดราคาค่าที่พักและค่าบริการต่างๆ เป็นอันดับแรก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและมีพฤติกรรมการซื้อที่เร็วขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการยังคงจำเป็นต้องสื่อสารการตลาดด้วยการประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อาทิ เช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์ เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และเกิดทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ การจัดทำแผ่นพับใบปลิวสำหรับให้ข้อมูลการท่องเที่ยว เป็นต้น