

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังเกิดสึนามิใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน โดยทำการเก็บตัวอย่างจำนวน 400 ราย จากทั่วประเทศ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรูปแบบของการพักผ่อนโดยใช้บริการของโรงแรม

ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสึนามิก่อน โดยทราบข่าวการเกิดสึนามิจากสื่อโทรทัศน์ และเข้าใจว่าสึนามิเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่เกิดจากแผ่นดินไหวอย่างรุนแรงได้มหาสมุทร

ทัศนคติด้านความรู้สึก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกในระดับเห็นด้วยต่อเหตุการณ์สึนามิเรียงลำดับคือ รู้สึกหดหู่และเศร้าสลดใจ ความสูญเสียน่าจะมาจากกระบวนการเดือนกัณฑ์ที่ไม่มีประสิทธิภาพ คิดว่ายังมีความล่าช้าในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ความสูญเสียมาจากการข่าวที่ล่าช้า และ ประเทศไทยควรมีระบบเดือนกัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพได้แล้ว

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังไม่เคยไปเที่ยวในจังหวัดที่ประสบภัยหลังจากเกิดสึนามิ และไม่แน่ใจว่าเมื่อใดจะไปเที่ยวอีก โดยให้เหตุผลว่าไม่มั่นใจในระบบเดือนกัณฑ์ที่มีอยู่ และสาเหตุที่ทำให้มั่นใจและกลับไปท่องเที่ยวอีกครั้ง คือ สภาพธรรมชาติที่คืนสู่สภาพเดิม สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจมากที่สุด คือ เห็นว่าควรที่จะมีการลดราคาแพ็คเกจทัวร์มากที่สุด รองลงมาคือ ควรมีการลดราคาที่พักให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบภัยสึนามิเพิ่มขึ้น

This independent study aimed to study the attitude of Thai tourists towards tourism after the Tsunami disaster in 6 provinces along the Andaman Coastline. Questionnaires were used to collect data from 400 people. The data were analyzed by using descriptive statistics, i.e. frequency, percentage, and mean.

The study found that the majority of respondents were single, female, aged 21-30 years old with bachelor's degree. They worked for private companies and had income less than 10,000 Baht a month.

Regarding the cognitive element of attitude, it revealed that most of respondents had never known about Tsunami at the first hand. They got accessed to the news regarding Tsunami from television and believed that Tsunami was a natural phenomenon caused by severe earthquake under the ocean.

For the affective element, it was found that most of respondents felt depressed and sad towards the situation. The losses were resulted from the lacks of warning system and last news reporting.

Moreover the study on behavior elements disclosed that most of respondents had never been to 6 affected provinces after the Tsunami. For those who used to visit, they were reluctant to come back because they were not so sure with the warning system. However, the return of the beauty of the natural beach might make them change their minds. In term of marketing promotion, they thought that the discounted sales of package tours and room rates would help increase the numbers of tourists in the affected areas.