

การรับรู้และทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เดือน กุมภาพันธ์ในประเทศไทย

วลีรัตน์ อักษรดี⁸

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เดือนกุมภาพันธ์ทางธรรมชาติในประเทศไทย 2. ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เดือนกุมภาพันธ์ทางธรรมชาติในประเทศไทย 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เดือนกุมภาพันธ์ทางธรรมชาติในประเทศไทยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัย 2 แบบคือการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งใช้การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบสารและภาพประกอบเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์เดือนกุมภาพันธ์ทางธรรมชาติตามสื่อที่ผู้วิจัยเลือกมา คือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์ ของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ และโรงแรมในท้องถิ่น ที่ปรากฏในประเทศไทยตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2557 รวมระยะเวลา 6 เดือน และใช้การวิจัยเชิงปริมาณจากการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยใช้แผ่นพับ โปสเตอร์เตือนภัยคลื่นยักษ์สึนามิ ใช้เว็บไซต์ E-mail Twitter และ ป้ายเตือนภัยสึนามิ ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติใช้บทความในหนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ Email Twitter โรงแรมท้องถิ่นใช้แผ่นพับ ใช้เว็บไซต์ E-mail Facebook Twitter Instagram Blog เช่น Tumblr และ Mobile application for iPhone & Androids และผลวิจัยเชิงปริมาณ พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีการรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์เดือนกุมภาพันธ์ทางธรรมชาติในประเทศไทยในระดับดี และนักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติต่อสื่อประชาสัมพันธ์เดือนกุมภาพันธ์ทางธรรมชาติในระดับปานกลาง การรับรู้และทัศนคติต่อของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เดือนกุมภาพันธ์ทางธรรมชาติในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก

คำสำคัญ: การรับรู้ ทัศนคติ สื่อประชาสัมพันธ์ การเตือนภัยพิบัติ

⁸ นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Tourists' Perception and Attitude Towards Media for Disaster Warning

Abstract

The objectives of this research are to study tourists' perception, attitude as well as the correlation between tourists' perception and attitude towards public relations media for natural disaster warning in Thailand. The research is examined by collecting data from public relations media for natural disaster warning of Department of Disaster Prevention and Mitigation, the National Warning Disaster Center and local hotels, which appeared during March-August 2014. A survey analysis is conducted by distributing a questionnaire to a sample group of 400 tourists. The result is analyzed by using deductive statistics and Pearson allied coefficients.

The result shows that Department of Disaster Prevention and Mitigation uses Tsunami warning brochures, posters, website for foreigners, Youtube, Twitter and Tsunami warning signs. The National Warning Disaster Center uses articles in newspaper, website, email, Youtube and Twitter. Local hotels use brochures, website, email, Twitter, Facebook, blog such as Tumblr and the mobile application for iPhone and Androids. From a survey, the result shows that tourists perceive highly about public relations media for natural disaster warning. The level of attitude towards public relations media for natural disaster warning is moderate. Tourists' perception is positively correlated with attitude towards public relations media for natural warning disaster.

Keyword: Perception, Attitude, public relations media, natural disaster warning

บทนำ

ภาวะโลกร้อนเป็นปัญหาสำคัญอย่างยิ่งที่ทุกคนต้องร่วมมือกันแก้ไขปัญหาเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดภัยพิบัติ และเตรียมตัวหามาตรการในการจัดการภัยพิบัติทางธรรมชาติให้มีประสิทธิภาพและบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว ประกอบกับภาวะโลกร้อนซึ่งนับวันยิ่งทวีคูณความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น และส่งผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศและบริเวณที่มนุษย์อาศัยอยู่ผลกระทบดังกล่าวล้วนมีที่มาจากการกระทำของมนุษย์ในด้านวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ ตลอดจนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา มนุษย์ต่างใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมนั้นก็คือมลพิษ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่มีจำนวนมาก และสารพิษอื่นๆ สิ่งแวดล้อมก็นับวันย่อมเสื่อมโทรมมากขึ้นตามจำนวนมนุษย์ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ทั่วโลกกลับต้องเผชิญกับภาวะโลกร้อนอย่างสาหัส ซึ่งผลกระทบที่เกิดจากภาวะโลกร้อนได้ทวีคูณความรุนแรงมากขึ้นอย่างน่าหวาดวิตก

ท่ามกลางความหวาดวิตกจากสิ่งที่ไม่ได้คาดคิด ทำให้ในหลายประเทศต้องเผชิญกับปัญหาภัยพิบัติจากโลกร้อน ดังเช่นในประเทศสหรัฐอเมริกา พายุเฮอริเคนแซนดี้ รายงานว่า “พายุเฮอริเคนแซนดี้เคลื่อนที่ด้วยความเร็วลมศูนย์กลาง 135 กม./ชม. เข้าสู่ชายฝั่งเมืองแอตแลนติก ซิตี้ รัฐนิวเจอร์ซีย์ ส่งผลให้เกิดฝนตกกระหน่ำ น้ำท่วมฉับพลัน และลมกระโชกแรง จนต้นไม้หักโค่น ไฟตั้งแต่รัฐนอร์ทแคโรไลนา ไปจนถึงรัฐเมน นอกจากนี้ อิทธิพลรุนแรงของพายุทำให้ประชาชนในแถบตะวันออกของสหรัฐกว่า 2.8 ล้านคน ใน 11 รัฐ รวมถึงกรุงวอชิงตัน ประสบภาวะขาดแคลนกระแสไฟฟ้า (“จับตาเฮอริเคนแซนดี้” เคลื่อนตัวเข้าสู่สหรัฐฯ หวั่นเสียหายหนัก”, 2555)

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยเป็นประเทศที่ประสบกับภัยพิบัติทางธรรมชาติเช่นเดียวกัน คือ เกิดคลื่นยักษ์คลื่นยักษ์สึนามิในวันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2547 ที่คร่าชีวิตผู้คนในหกจังหวัด ชายแดนภาคใต้แถบชายฝั่งทะเลอันดามัน ได้แก่จังหวัด สตูล กระบี่ ตรัง พังงา ซึ่งนับเป็นภัยพิบัติทางธรรมชาติที่รุนแรงที่สุดในประเทศไทยจากเหตุการณ์ดังกล่าว มีประชาชนเสียชีวิตและได้รับความเดือดร้อน เป็นจำนวนมาก โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาพักผ่อนกับครอบครัวและต้องเผชิญกับภัยพิบัติทางธรรมชาติที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ และต้องสูญเสียทรัพย์สินและคนในครอบครัวมากมาย ดังสถิติรายงานความเสียหายจากคลื่นยักษ์คลื่นยักษ์สึนามิ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงความเสียหายจากคลื่นยักษ์สึนามิ ของ 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบ

ลำดับ	จังหวัด	ผู้เสียชีวิต				ผู้บาดเจ็บ				รับแจ้งสูญหาย		
		ไทย	ต่างชาติ	ไม่ระบุ	รวม	ไทย	ต่างชาติ	ไม่ระบุ	รวม	ไทย	ต่างชาติ	รวม
1	พังงา	1,302	1,926	997	4,225	4,344	1,253	0	5,597	1,363	323	1,686
2	กระบี่	358	203	161	722	3,780	791	0	4,571	329	258	587
3	ภูเก็ต	163	111	5	279	591	520	0	1,111	256	385	641
4	ระนอง	158	2	4	164	279	28	0	307	6	0	6
5	ตรัง	3	2	0	5	0	0	168	168	1	0	1
6	สตูล	6	0	0	6	0	0	21	21	0	0	0
	รวม	1,990	2,244	1,167	5,401	8,994	2,592	189	11,775	1,955	966	2,921
มูลค่าความเสียหาย		มูลค่าความเสียหายในเบื้องต้น 14,491 บาท (โดยประมาณ) ความสูญเสียต่อระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากกว่า 30,000 ล้านบาท (โดยประมาณ)										

ที่มา : บันทึกเหตุการณ์มหาอุทกภัยปี 2554. (2554). วันที่เข้าถึงข้อมูล 19 ตุลาคม 2557, แหล่งที่มา <http://www.thaiwater.net/current/menu.html#floodmap>

จากสถานการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ถึงเวลาที่ประเทศไทยจะต้องเตรียมตัวและดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายในประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งในปัจจุบัน ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ การสื่อสารเตือนภัยพิบัติ เนื่องจาก ประชาชนอาจขาดความรู้เกี่ยวกับการเตรียมตัวป้องกันและไม่ได้รับข้อมูลเตือนภัยจากหน่วยงานหรือองค์กรอย่างละเอียดถี่ถ้วน ทำให้ประชาชนต้องเผชิญกับภัยพิบัติและความเสียหายที่เกิดขึ้นเพียงลำพัง และไม่ได้รับการช่วยเหลือในทุกด้าน อาทิ บ้านเรือนที่พังเสียหาย ขาดสารอาหาร ปลูกและอาหาร รวมถึงสภาพจิตใจแย่ ดังนั้น การวางแผนเข้าไปช่วยเหลือผู้ที่ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติ จึงต้องอาศัยความรู้และความเข้าใจในเหตุการณ์ที่ผู้ประสบภัยพิบัติกำลังเผชิญ ดังนั้น การจัดการภัยพิบัติทางธรรมชาติเป็นเรื่องที่ทุกองค์กรและประชาชนต้องช่วยกันแก้ไขปัญหา ด้วยการนำความรู้มาวางแผนจัดการระบบเตือนภัยอย่างรอบคอบจากงานวิจัยและการศึกษาค้นคว้าต่างๆ ตลอดจนการนำแนวคิดและทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบเตือนภัยและรับมือ

กับภัยพิบัติทางธรรมชาติ ได้แก่ แนวคิดการรับรู้และทัศนคติ การรับรู้ภัยพิบัติ การประชาสัมพันธ์ภาวะวิกฤติและสื่อด้านภัยพิบัติทางธรรมชาติ ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการภัยพิบัติ และการสื่อสารและการเตือนภัยพิบัติ ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการความเสียหาย การเตรียมความพร้อมในการช่วยเหลือ การฟื้นฟูความเสียหายจากภัยพิบัติ ข้อมูลที่ส่งไปยังประชาชนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือภัยพิบัติ ผู้นำชุมชน และสื่อจะต้องถูกต้องแม่นยำ เพื่อลดความเสี่ยง รักษาชีวิตและทรัพย์สินและช่วยฟื้นฟูความเสียหายได้อย่างรวดเร็ว

การเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติจึงนับว่าเป็นเรื่องที่ทุกคนควรหันมามีส่วนร่วม ประกอบกับ ประชาชนยังขาดองค์ความรู้ในเรื่อง สื่อเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติทางธรรมชาติ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาค้นคว้าในเรื่อง การรับรู้และทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทย เพื่อนำเสนอองค์ความรู้ที่จะนำมาพัฒนาและสานต่อในการประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทย
4. เพื่อศึกษารูปแบบสื่อเตือนภัยพิบัติในประเทศว่ามีลักษณะอย่างไร

สมมติฐานงานวิจัย

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติระดับสูงมากมีการรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติระดับต่างกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติระดับสูงถึงต่ำมาก
2. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ

ระดับสูงมากมีทัศนคติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติระดับต่างกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติระดับสูงถึงต่ำมาก

3. การรับรู้และทัศนคติต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสัมพันธ์กัน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. **การวิจัยเชิงคุณภาพ** คือ การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบสารและภาพประกอบเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติตามสื่อที่ผู้วิจัยเลือกมา คือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อนอกร้าน ของกรมบรรเทาสาธารณภัย และศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ และโรงแรมในท้องถิ่น ที่ปรากฏในประเทศไทยตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2557 รวมระยะเวลา 6 เดือน

2. **การวิจัยเชิงปริมาณ**คือ ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในระดับสูงมาก คือ ประเทศญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ เป็นต้น และประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในระดับสูงถึงต่ำมาก คือ ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ เป็นต้นจำนวน 400 คนเพื่อศึกษาถึงการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. **กรมบรรเทาป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย** จากการรวบรวมข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยมีผลการวิจัยดังนี้

1.1. **สื่อสิ่งพิมพ์** ในส่วนของสื่อสิ่งพิมพ์นั้น ทางกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยได้จัดทำเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นแนวทางในการเตือนภัยซึ่งพบว่ามีสื่อสิ่งพิมพ์ 2 ประเภท คือ

1.1.1 แผ่นพับ

1.1.2 โปสเตอร์

1.2. สื่ออินเทอร์เน็ต

1.2.1 เว็บไซต์ภาษาอังกฤษ

1.2.2 อีเมล

1.2.3 Youtube ซึ่งเป็นคลิปวิดีโอเผยแพร่และให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติตนเมื่อเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติและ ชาวเกี่ยวกับพิบัติทางธรรมชาติ ซึ่งกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักในการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติ

1.3. สื่อออนไลน์

1.3.1 ปลายเดือนคลื่นยักษ์สึนามิ

2. ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ

2.1 สื่อสิ่งพิมพ์

2.1.1 แผ่นพับ

2.2 สื่ออินเทอร์เน็ต

2.2.1. เว็บไซต์

2.2.2. ยูทูบ

2.2.3. ทวิตเตอร์

2.2.4. แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ

3. โรงแรมท้องถิ่น

3.1. สื่อสิ่งพิมพ์

3.1.1 แผ่นพับ

3.2 สื่ออินเทอร์เน็ต

3.2.1. เว็บไซต์ ซึ่งค่อนข้างใช้หลากหลายภาษาในการสื่อสาร อาทิ ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีน ภาษาเกาหลี นักท่องเที่ยวสามารถเปลี่ยนภาษาได้ตามประเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในโรงแรม ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าได้ข้อความได้ทันที

3.2.2. Facebook

3.2.3. Twitter

3.2.4. Instagram

3.2.5. Blog

3.2.6. Application for iPhone& Androids

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่างจดจำข้อมูลเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากแผ่นพับและสื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ บทความในหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.94 เคยเห็นข้อมูลเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากรายการโทรทัศน์มีค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.87 จดจำข้อมูลเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากรายการโทรทัศน์มีค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.58 จดจำ โครงการประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากสื่ออินเทอร์เน็ตและข้อมูลออนไลน์มีค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.51 เคยเห็น โครงการประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยมีค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.29 เคยเห็นข้อมูลเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากแผ่นพับและสื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ บทความในหนังสือพิมพ์มีค่าเฉลี่ย ร้อยละ 2.95 จดจำข้อมูลเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากรายการโทรทัศน์ 2.92 มีค่าเฉลี่ย ร้อยละ 2.92 เคยเห็นโครงการประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากสื่ออินเทอร์เน็ตและข้อมูลออนไลน์มีค่าเฉลี่ย ร้อยละ 2.71 จดจำ โครงการประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทย มีค่าเฉลี่ย ร้อยละ 2.63 และจดจำ โครงการประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ร้อยละ 2.62 ซึ่งการรับรู้ถือว่าอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.78

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบข้อมูลเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากรายการโทรทัศน์ร้อยละ 3.86 คิดว่า โครงการประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากสื่ออินเทอร์เน็ตและข้อมูลออนไลน์น่าสนใจ 3.56 คิดว่าข้อความเกี่ยวกับโครงการประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจาก Line น่าสนใจมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.44 ชื่นชอบดาวน์โหลดข้อมูลเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากสื่ออินเทอร์เน็ต 3.24 ชื่นชอบดาวน์โหลดข้อมูลเกี่ยวกับ โครงการประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจาก Line ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.21 คิดว่า โครงการประชาสัมพันธ์เตือนภัย

พื้บติทงรรมชติในประเทศไทยน่สนใจ มีค้เฉลี่ ร้อยละ 3.09 ซึ่นชอบดวณน้โหลดข้อมูลใน
คอรกการประชสั้พนั้เตือนถัยพื้บติทงรรมชติในประเทศไทยจาก Facebook มีค้เฉลี่
ร้อยละ 3.03 คิดว้ จะติดตมค้ณ่น้จกข้อมูลเตือนถัยพื้บติทงรรมชติในประเทศไทย
จกรยการโทรทศนั้ 3.01 ซึ่นชอบข้อมูลเตือนถัยพื้บติทงรรมชติในประเทศไทยจกณ่น้พ้
และสือสิ่งพื้มพ้อทอิ บทควมในน้งสือพื้มพ้อร้อยละ 2.94 ซึ่นจ้ดได้ว้ทศนคติของกลุ่มตัวอย่งที่
มีต้อสือประชสั้พนั้เตือนถัยพื้บติทงรรมชติอยู่ในระดับปานกล้ง มีค้เฉลี่ ร้อยละ 3.34

กลุ่มตัวอย่งจะติดตมค้ณ่น้จกข้อมูลเตือนถัยพื้บติทงรรมชติในประเทศไทย
จกณ่น้พ้และสือสิ่งพื้มพ้อ ทอิ บทควมในน้งสือพื้มพ้อมีค้เฉลี่ ร้อยละ 3.66 ติดตมข้อมูล
เตือนถัยพื้บติทงรรมชติในประเทศไทยจกรยการโทรทศนั้ มีค้เฉลี่ ร้อยละ 3.56 จะ
ปฎิบัติตมข้อมูลเตือนถัยพื้บติทงรรมชติในประเทศไทยที่ท่นดวณน้โหลด มีค้เฉลี่ ร้อยละ
3.24 ปฎิบัติตมค้ณ่น้จก คอรกการประชสั้พนั้เตือนถัยพื้บติทงรรมชติในประเทศ
ไทยจกเพือน ครอบคร้วและเพือนร่วมงนมีค้เฉลี่ ร้อยละ 3.22 จะปฎิบัติตม คอรกการ
ประชสั้พนั้เตือนถัยพื้บติทงรรมชติในประเทศไทยจกสืออินเทอรัน้ตและข้อมูลออนไลน์
มีค้เฉลี่ ร้อยละ 3.09 ปฎิบัติตมค้ณ่น้จก คอรกการประชสั้พนั้เตือนถัยพื้บติทง
รรมชติในประเทศไทย 3.07 จะเผยแพร้ข้อมูลเกือวกับ คอรกการประชสั้พนั้เตือนถัยพื้บติ
ทงรรมชติในประเทศไทยจก Line มีค้เฉลี่ ร้อยละ 3.04 จะเผยแพร้ข้อมูลเตือนถัยพื้บติ
ทงรรมชติในประเทศไทยจกสืออินเทอรัน้ตและข้อมูลออนไลน์มีค้เฉลี่ ร้อยละ 3.01 จะ
ติดตม คอรกการประชสั้พนั้เตือนถัยพื้บติทงรรมชติในประเทศไทยจก Facebook มี
ค้เฉลี่ ร้อยละ 2.94 ซึ่นพฤติกรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกล้ง มีค้เฉลี่ ร้อยละ 3.28

สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ตารางที่ 1 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

แผ่นพับ	โปสเตอร์
แผ่นพับคลื่นยักษ์สึนามิฉบับภาษาอังกฤษ กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยได้จัดทำแผ่นพับเกี่ยวกับคลื่นยักษ์คลื่นยักษ์สึนามิเป็นฉบับภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับคลื่นยักษ์คลื่นยักษ์สึนามิซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลได้ที่กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย	กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยได้จัดทำโปสเตอร์เกี่ยวกับป้ายเตือนภัยคลื่นยักษ์สึนามิขึ้น เพื่อกระตุ้นให้ทุกคนรู้จักการเตือนภัยคลื่นยักษ์สึนามิและเตรียมตัวให้พร้อมก่อนที่คลื่นยักษ์สึนามิจะมา

ตารางที่ 2 แสดงสื่ออินเทอร์เน็ตของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

Website	Email	Youtube
นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการติดต่อสอบถามหรือต้องการข้อมูลเกี่ยวกับภัยพิบัติทางธรรมชาติ อาจเกิดปัญหาในการติดต่อสื่อสาร ทางกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย จึงได้จัดทำเว็บไซต์เป็นภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ DDPM Thailand ซึ่งเป็นชื่อย่อภาษาอังกฤษของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย คือ Department of Disaster Prevention and Mitigation ซึ่งภายในเว็บไซต์นักท่องเที่ยวต่างชาติจะพบกับข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางในการติดต่อกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย	กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ได้จัดทำอีเมลที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว คือ http://www.yahoo.com ซึ่งเป็นบัญชีที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้ ซึ่งอีเมลของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยตรงคือ foreign_dpm@yahoo.com ซึ่งในปัจจุบันโทรศัพท์มือถือบางรุ่นได้ติดตั้งอีเมลของ Yahoo ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวติดต่อกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยได้สะดวกและรวดเร็วกว่าการใช้คอมพิวเตอร์	1.ชีวิตปลอดภัยจากคลื่นยักษ์สึนามิ 2.ภัยพิบัติ...คลื่นยักษ์สึนามิ

ตารางที่ 3 แสดงสีนอกบ้านของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

1. ENTERING TSUNAMI HAZARD ZONE เขตพื้นที่เสี่ยงภัยคลื่นยักษ์“สึนามิ
2. TSUNAMI HAZARD ZONE IN CASE OF EARTHQUAKE, GO TO HIGH GROUND OR INLAND เขตพื้นที่เสี่ยงภัยคลื่นยักษ์ “สึนามิ”เมื่อเกิดแผ่นดินไหว ให้หนีห่างจากชายหาดและขึ้นที่สูงโดยเร็ว
3. EVACUATION SITE จุดปลอดภัยจากคลื่นยักษ์ “สึนามิ”
4. EVACUATION SHELTER สถานที่พักผู้อพยพ
5. TSUNAMI EVACUATION ROUTE 300m. (LEFT) เส้นทางหนีคลื่นยักษ์ไปทางซ้าย 300 เมตร
6. TSUNAMI EVACUATION ROUTE 300m.(RIGHT)เส้นทางหนีคลื่นยักษ์ไปทางขวา 300 เมตร
7. TSUNAMI EVACUATION ROUTE 300m. (LEFT OR RIGHT) เส้นทางหนีคลื่นยักษ์ เลี้ยวซ้ายหรือขวา 300 เมตร
8. TSUNAMI EVACUATION ROUTE 1.2 km. (LEFT) เส้นทางหนีคลื่นยักษ์ไปศูนย์บรรเทาภัยพิบัติเลี้ยวซ้าย 1.2 กิโลเมตร
9. TSUNAMI EVACUATION ROUTE 1.2 km. (RIGHT) เส้นทางหนีคลื่นยักษ์ไปศูนย์บรรเทาภัยพิบัติเลี้ยวขวา 1.2 กิโลเมตร
10. TSUNAMI EVACUATION ROUTE 1.2 km. (LEFT OR RIGHT) เส้นทางหนีคลื่นยักษ์ ไปศูนย์บรรเทาภัยพิบัติเลี้ยวซ้ายหรือเลี้ยวขวา 1.2 กิโลเมตร

ตารางที่ 4 แสดงสื่อสิ่งพิมพ์ของศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ

บทความในหนังสือพิมพ์
ในการสื่อสารภัยพิบัตินั้น ประชาชนจะต้องได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง หนังสือพิมพ์เป็นสื่อหนึ่งที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลไปทั่วประเทศ รวมถึงหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมั่นใจได้ว่าหากเกิดภัยพิบัติ ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติยินดีช่วยเหลือนักท่องเที่ยวต่างชาติทุกคน อาทิ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ตัวอย่างจากหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ Tsunami warning lifted (updated) The National Disaster Warning Centre has lifted the tsunami warning, centre director Somsak Khaosuwan said.Grp Cpt Somsak said he was confident that there will be no tsunami in the six provinces on the western coast of Thailand. Earlier this afternoon, the Disaster Warning Centre issued an order for the people in the six provinces on the western coast of Thailand to evacuate to safe areas. If, as expected, the tsunami turns out to be minor, the evacuation is likely to be one of tomorrow's big stories. Reports are starting to come in of a slight rise in wave levels.

ตารางที่ 5 แสดงสื่ออินเทอร์เน็ตของศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ

Website	Email	Youtube	Twitter
www.ndwc.go.th 1.บริการรับแจ้งเหตุภัยพิบัติทางโทรศัพท์ ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติมีบริการรับแจ้งเหตุภัยพิบัติทางโทรศัพท์ สายด่วน 192 2.รายละเอียดเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสาร ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติได้เพิ่มช่องทางการ ดังนี้ Email เบอร์โทรศัพท์	กรณีที่ต้องการข้อมูลเตือนภัยหรือคำแนะนำในการปฏิบัติตนเมื่อเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ ให้ติดต่อผ่านอีเมลของศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ของศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติคอยให้ความช่วยเหลือและตอบข้อสงสัยผ่านอีเมล admin@ndwc.go.th	เนื้อเรื่อง สองสามีภรรยาที่ชอบติดตามข่าวสารการเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติ จากศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติตั้งแต่เริ่มแต่งงานใหม่ จนกระทั่งเข้าสู่วัยกลางคน ซึ่งผู้อำนวยการศูนย์จะเข้ามาอธิบายและเตือนให้ประชาชนอย่าเตือนตระหนกกับภัยพิบัติ ภายใต้อาณัติว่า “ภัยพิบัติ รู้ทัน รับมือได้” (Knows the disaster and handles them)	นักท่องเที่ยวที่ต้องการติดต่อศูนย์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในกรณีที่ต้องการข้อมูลเตือนภัยหรือคำแนะนำในการปฏิบัติตนเมื่อเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ ให้ติดต่อผ่านTwitter คือ @Ndwc_Thai

ตารางที่ 4.6 แสดงสื่ออินเทอร์เน็ตของโรงแรมท้องถิ่น

ลำดับ	สื่อ
1	Website นักท่องเที่ยวสามารถเลือกภาษาได้หลากหลายภาษานอกจากนี้ในบางโรงแรมยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ เวลา
2	Email ให้ข้อมูลหรือแชร์ข้อมูลผ่านอีเมลของ Gmail Outlook Yahoo
3	Facebook โรงแรมท้องถิ่นบางแห่งได้ลงรูปภาพกิจกรรมตามแนวชายหาดผ่าน Facebook เพื่อสื่อให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคม
4	Twitter นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถแชร์รูปภาพหรือข้อมูลร่วมกับทางโรงแรมได้
5	Instagram เป็นสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบสามารถกดติดตามข้อมูลได้
6	Blog เป็นสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจาก มีรายละเอียดที่มากกว่าและให้ความเป็นส่วนตัวมากกว่าเหมือนกับการแชร์ข้อมูลให้เพื่อน
7	Application for iPhone & Androids นักท่องเที่ยวค้นหาได้ตามสาขาของโรงแรม หรือกดชมรูปภาพ วิดีโอได้อย่างง่ายดาย

สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลวิจัยในด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทย

ผลการศึกษาในด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทย พบว่า มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 ซึ่งประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้มากที่สุดคือการจดจำข้อมูลเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากแผ่นพับและสื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ บทความในหนังสือพิมพ์ รองลงมา จดจำ โครงการประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทย

ผลวิจัยในด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทย

ผลการศึกษาในด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทย พบว่า ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.34 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบข้อมูลเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากรายการโทรทัศน์ รองลงมา คือ ชื่นชอบข้อมูลเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากแผ่นพับและสื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ บทความในหนังสือพิมพ์

ผลการวิจัยในด้านของพฤติกรรมการเปิดสื่อของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ร้อยละ 3.28 กลุ่มตัวอย่างจะติดตามคำแนะนำจากข้อมูลเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากแผ่นพับและสื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ บทความในหนังสือพิมพ์ รองลงมา คือ ติดตามข้อมูลเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยจากรายการโทรทัศน์

อภิปรายผลการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูลพบว่าสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยนั้น มีหลากหลายประเภทที่จัดทำขึ้นเพื่อเตือนภัยพิบัติให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ สื่อหลักที่ใช้ในการเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาตินั้น ส่วนใหญ่คือ สื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ แผ่นพับ บทความในหนังสือพิมพ์ที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับการเตือนภัยคลื่นยักษ์สึนามิ และ

ระบบเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติ เนื่องจากประเทศไทยเคยประสบกับคลื่นยักษ์คลื่นยักษ์สึนามิ เมื่อปี พ.ศ.2547 สอดคล้องกับงานวิจัยของ มณฑิรา อินคชสาร(2539) ที่กล่าวว่า ผู้อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ที่พิมพ์จากกระดาษสามารถอ่านข่าวได้มากกว่าหนังสือพิมพ์ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จึงทำให้นักท่องเที่ยวอ่านข่าวหรือบทความจากหนังสือพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ เป็นไป

นอกจากการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยที่ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับภัยพิบัติทางธรรมชาติแล้ว ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติยังได้จัดทำ สื่อเตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติทางธรรมชาติเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลมากขึ้น ซึ่งจากการรวบรวมข้อมูลพบว่า ในหน่วยงานนี้ สื่อประชาสัมพันธ์ได้มุ่งเน้นการให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับการเตรียมตัวรับมือกับภัยพิบัติผ่านผู้อำนวยการศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูง ทำให้ประชาชนหรือนักท่องเที่ยวจดจำหรือตระหนักรู้ได้ว่าศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติเป็นหน่วยงานที่พร้อมรับผิดชอบและยินดีให้ความช่วยเหลือ และจัดการปัญหาจากการที่ได้รับข้อมูลที่เป็นเท็จหรือการร้องเรียนของประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนจากภัยพิบัติ ดังนั้น สื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติได้มุ่งเน้นการใช้หลักการใช้บุคคล (Ethos) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Dennis Milet (2014) ที่กล่าวว่า ในความเป็นจริงแล้วนั้น การใช้บุคคลมาให้ข้อมูลนั้นจะต้องมีความน่าเชื่อถือเพราะความชื่นชอบบุคคลที่มีชื่อเสียงของประชาชนนั้นเปลี่ยนไปตามกาลเวลา ดังนั้นการให้ข้อมูลเตือนภัยในระยะแรกจะต้องให้บุคคลที่มีความรู้และส่วนเกี่ยวข้องมาให้ข้อมูล อาทิ นักวิทยาศาสตร์ นายกเทศมนตรีท้องถิ่น สภาภาค เป็นต้น

จากการศึกษาทั้งสองหน่วยงานภาครัฐ ยังพบว่าสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมีเฉพาะภาษาอังกฤษเท่านั้น ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์อาจจะเข้าใจภาษาอังกฤษมากกว่านักท่องเที่ยวประเทศอื่นๆ เพราะมีการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารร่วมกับภาษาประจำชาติ แต่นักท่องเที่ยวบางคนอาจจะไม่เข้าใจภาษาอังกฤษเท่าที่ควร เนื่องจากในบางประเทศอาจจะใช้ภาษาประจำชาติในการสื่อสารเท่านั้น ทำให้นักท่องเที่ยวบางคนมีทัศนคติต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในระดับที่ต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เข้าใจภาษาอังกฤษ

อย่างไรก็ตาม หน่วยงานภาครัฐอาจจะสื่อสารในรูปแบบที่เป็นทางการมากเกินไป และอาจจะยังไม่ครอบคลุม ทำให้โรงแรมท้องถิ่นจัดทำสื่อเตือนภัยในรูปแบบต่างๆ เพื่อเอานักท่องเที่ยว โดยใช้หลากหลายภาษาในการสื่อสาร อาทิ จีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ซึ่งแตกต่างจาก

หน่วยงานภาครัฐที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารเตือนภัยเท่านั้น ทำให้นักท่องเที่ยวบางคน อาจจะไม่เข้าใจภาษาอังกฤษ

เมื่อทางโรงแรมท้องถิ่นทราบถึงการรับรู้และทัศนคติของนักท่องเที่ยวก็นำข้อมูลมา ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เตรียมตัวโดยมุ่งเน้นการใช้สื่อออนไลน์ สอดคล้องกับ Julia Daisy Fruastino Brooke Lui และ Yan Jin (2012) ที่กล่าวว่า สื่อ อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการสื่อสารภัยพิบัติ และสาเหตุที่คนใช้สื่อออนไลน์ระหว่างภัยพิบัติ อาทิ สื่ออินเทอร์เน็ตใช้ง่าย สะดวกรวดเร็ว (Convenience) การใช้สื่อออนไลน์ตามกระแสของ สังคม (Social norms) และการใช้สื่อออนไลน์ในระหว่างที่เกิดภัยพิบัติเพื่อต้องการกำลังใจและ ฟันฟูสภาพจิตใจจากความเสียหายที่เกิดขึ้น (To seek emotional support& healing) จาก แนวคิดนี้ใช้แต่สื่อประเภทนี้ในการเตือนภัยและคลายความกังวลใจให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวอาจจะได้รับข้อมูลเป็นรายบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้แสดงถึงเอาใจใส่ของทาง โรงแรมที่มีต่อนักท่องเที่ยวจะมาพักในโรงแรมท้องถิ่นนั้นๆ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทาง ธรรมชาติระดับสูงมากและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัย พิบัติทางธรรมชาติระดับสูงถึงต่ำมากมีการรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งสองกลุ่มมีการรับรู้ต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยแตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐาน ที่ตั้งไว้ ซึ่งจากผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการรับรู้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัย พิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยพบว่า กลุ่มประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทาง ธรรมชาติในระดับสูงมากมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทาง ธรรมชาติในระดับสูงถึงต่ำมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัย พิบัติทางธรรมชาติในระดับสูงมากอาจจะเคยรับรู้เกี่ยวกับประสบการณ์ในเรื่องการเตือนภัยพิบัติ มากกว่าซึ่งอาจจะเกิดจากการเปิดรับสื่อต่างๆ อาทิ สื่ออินเทอร์เน็ตที่มีความรวดเร็ว ทำให้มีการ รับรู้มาก สอดคล้องกับ Julia Daisy Fruastino Brooke Lui และ Yan Jin (2012) ที่กล่าวว่า สื่อ อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการสื่อสารภัยพิบัติ และสาเหตุที่คนใช้สื่อออนไลน์ระหว่างภัยพิบัติ อาทิ สื่ออินเทอร์เน็ตใช้ง่าย สะดวกรวดเร็ว (Convenience) การใช้สื่อออนไลน์ตามกระแสของ

สังคม (Social norms) และการใช้สื่อออนไลน์ในระหว่างที่เกิดภัยพิบัติเพื่อต้องการกำลังใจและฟื้นฟูสภาพจิตใจจากความเสียหายที่เกิดขึ้น (To seek emotional support & healing) จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในระดับสูงมากมีการรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในระดับสูงถึงต่ำมาก

นอกจากนี้อาจจะเป็นเพราะนักท่องเที่ยวบางคนอาจจะมาจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในระดับสูงมาก ทำให้เกิดการรับรู้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในระดับสูงมากกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในระดับสูงถึงต่ำมากสอดคล้องกับแนวคิดของ ฉัตรพร เสมอใจ (2550) ที่ว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลแปลความหมายโดยผ่านประสาทสัมผัสต่างๆ และตีความเป็นข้อมูลตามความสามารถและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ดังนั้นนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์หรือประสบภัยพิบัติอาจจะมีการรับรู้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติ

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติระดับสูงมากและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติระดับสูงถึงต่ำมากมีทัศนคติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งสองกลุ่มมีทัศนคติต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยแตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งจากผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างทัศนคติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยพบว่า กลุ่มประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในระดับสูงมากมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในระดับสูงถึงต่ำมาก จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในระดับสูงมากมีทัศนคติต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในระดับสูงถึงต่ำมาก เพราะนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและอาจจะไม่กังวลมากนัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dennis Miletic (2014) ที่ว่าในการเตือนภัยสาธารณภัยและมาตรการการป้องกันสาธารณภัย ประการแรกที่สำคัญจะต้องให้ข้อมูลในเรื่องความเสียหายของ

ภัยพิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งให้ชัดเจน หรืออาจหมายถึงการให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติที่ดีและความพึงพอใจ

นอกจากนี้ยังพบว่าสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมีหลายภาษา แตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ ทำให้การรับรู้และทัศนคติสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติแตกต่างกัน จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าหน่วยงานภาครัฐใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่านั้น ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์อาจจะเข้าใจภาษาอังกฤษมากกว่านักท่องเที่ยวประเทศอื่นๆ เพราะมีการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารร่วมกับภาษาประจำชาติ แต่นักท่องเที่ยวบางคนอาจจะไม่เข้าใจภาษาอังกฤษเท่าที่ควร เนื่องจากในบางประเทศอาจจะใช้ภาษาประจำชาติในการสื่อสารเท่านั้น ทำให้นักท่องเที่ยวบางคนมีทัศนคติต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในระดับที่ต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เข้าใจภาษาอังกฤษ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้และทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติรวบรวมได้จากการรวบรวมข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยศึกษาทั้งตัวสาร(Message) และภาพประกอบของสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทย อาทิ กรอบบรรเทาและป้องกันสาธารณภัย ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ และโรงแรมในท้องถิ่น เท่านั้น ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลุ่มประเทศ AEC เช่น ลาว กัมพูชา เวียดนาม
2. ผลวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานวิจัยที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในกรณีหลังเกิดภัยพิบัติ เพื่อประชาสัมพันธ์ทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย เพื่อศึกษาถึงการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติทางธรรมชาติ
3. ผลวิจัยนี้อาจจะนำไปออกแบบสื่อเตือนภัยทางโทรทัศน์ เช่น ช่องเตือนภัยที่ได้รับการอนุญาตเผยแพร่จาก กสทช.
4. ผลวิจัยนี้อาจจะนำไปใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวใจกลุ่มประเทศที่มีระดับเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในระดับสูงถึงต่ำมากให้เกิดทัศนคติที่ดีและ

ปฏิบัติตามคำแนะนำจากสื่อประชาสัมพันธ์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติอาทิ นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและเกาหลีที่มีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

5. กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งต่อไป อาจจะศึกษาเพิ่มเติมโดยการขยายกลุ่มตัวอย่างอาทิ ชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

รายการอ้างอิง

กรมทรัพยากรธรณีแถลงสื่อ“คลื่นยักษ์สึนามิในญี่ปุ่น ส่งผลกระทบต่อไทยหรือไม่? (2554).

วันที่เข้าถึงข้อมูล 21 ตุลาคม 2557,แหล่งที่มาส่วนประชาสัมพันธ์กรมทรัพยากรธรณี

http://www.dmr.go.th/ewt_news.php?nid=24908

บันทึกเหตุการณ์มหาอุทกภัยปี 2554. (2554). วันที่เข้าถึงข้อมูล 19 ตุลาคม 2557, แหล่งที่มา

<http://www.thaiwater.net/current/menu.html#floodmap>

จับตา'เฮอริเคนแซนดี้' เคลื่อนตัวเข้าสู่สหรัฐฯ หวั่นเสียหายหนัก. (2555).ไทยรัฐ. วันที่เข้าถึงข้อมูล

29 ตุลาคม 2557, แหล่งที่มา <http://www.thairath.co.th/content/301755>

