

(2)

การเปิดรับสื่อทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อทางโทรทัศน์ ในวันธรรมดา กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในช่วงเวลาเช้ามืด เวลา 05.00 – 07.00 น. ในวันหยุดกลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโทรทัศน์ใน 2 ช่วงเวลาเช้า (07.00-08.00 น.) และช่วงเที่ยง (12.00-13.00 น.) โดยรายการที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับส่วนใหญ่ คือ รายการละครและรายการสารคดี / สารความรู้ และเปิดรับจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ได้แก่ ไทยรัฐ ข่าวสด มติชน เป็นต้น ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังในช่วงเวลา 20.30 น. เป็นต้นไป โดยเลือกรับฟังรายการรายการเพลงเป็นส่วนใหญ่

ส่วนการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากได้รับทราบข่าวจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ นิตยสารประเภทการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างสนใจงานเทศกาลของจังหวัดมากที่สุด โดยเฉพาะเทศกาลกินปลา ส่วนข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวก็คือ การได้มาสัมผัสกับวิถีชีวิตท้องถิ่น การชมหิ่งห้อย โดยใช้เรือยนต์ขนาดใหญ่เป็นพาหนะในการชม

Title: Public Relations Approaches for Ecotourism at Maeklong river Community, Samut Songkram Province

**Researchers: Associate Professor Prashun Vulligo
Pranee Chitrattanapong
Dr. Sarunporn Chuankrerkul**

Research period: In the Year 2007

Abstract

The proposal of this research (1) To study the way of public relations in the tourism around Samut Songkram province (2) To define the factors of public relations such as the ways tourists use the news and information, the details of the information, communities leader and how the public relations of tourism's influence to the natural resource that persuade the tourist in long term and the community along Maeklong river.

This research is a qualitative research by surveying the areas, researching in secondary data, in depth interview, in depth analysis, observe and focus group the target and do a quantitative research by using the survey as a tool to define information in statistic. The results provide some information that can assist public relations in building awareness in the tourism business in Banprok community at Samut Songkram province which is public relations of fire fly trip, it's effective to community in 2 ways. The positive's to create the work in hotel business such as home stay resort and the service business such as boats trip for tourism. On the other hand the community in this areas are effected by pollution crisis from those cluster business such as noise pollution, smoke from boats trip also the waves from those boats trips are destroying the riverbank along the Maeklong river. Waves make the trees around the river fall down so it affects the population of firefly in the area are decreased. The fishermen around this area who catch a river shrimp are in the trouble because they can not catch a shrimp well.

From the research data collected from 400 tourists, we found out that most of the tourists are female, aged between 31-40 years, graduated in bachelor degree, mostly people owning their own business income around 6,001 – 10,000 baht/month. Most of the tourist who come to Samut Songkram province were from Bangkok.

(4)

The results of media research indicated that most of the target market watch television on weekdays between 05.00 am.- 07.00 am. and on weekends between 07.00am-08.00am and from noon to 01.00pm. Research showed that the target groups were likely to watch dramas and docudramas with a preference for CH3. Secondary media that the target uses to consume are newspapers. Most of the target is likely to read a daily newspaper such as Thairat, or Kowsod Matichon. The target group generally listen to music stations on the radio usually after 08.30pm.

The way of Thai tourists consumes media about tourism in Samut Songkhram province. Primary media are from television. Secondary is travel magazine. The most traditional festival that target interested is "Mackerel festival" and the information that influence to target decided are "the field trip to see the social lifestyle and fire fly by using a giant motor boat