

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน
จากรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์
Development Approach for Community-based Tourism
in Travel TV Shows Content in Support of Community-based Tourism

สุภารักษ์ จูตระกูล*

*Suparak Chutrakul**

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ จ.กรุงเทพมหานคร 10220

Faculty of Communication Arts, North Bangkok University, Bangkok, 10220, Thailand

*Corresponding author: E-mail: Suparak.ju@northbkk.ac.th

(Received: May 11, 2021; Accepted: October 5, 2021)

Abstract: This study was a qualitative research whose main objectives include 1) analysis of TV shows supporting community-based tourism and 2) examination of the development of community-based tourism from the content of TV shows. The sample size of TV shows was selected by purposive sampling method. These programs are Caravan Samranjai, Chumchon Tong Tiew, and Chumchon Sueb Thai (total 29 series). The analysis was conducted using textual analysis examining content in three TV shows supporting community-based tourism. The research findings are presented as follows: 1) On the analysis of content supporting community-based tourism in the three TV shows, they all present the development of tourism in the community. The TV shows become the medium in making the cultural capital and local wisdom, which reflects the community identity to the public, and 2) on the examination of community-based tourism development in TV shows supporting travel, it is found that the three programs have a common stand in using experts to provide advice for the community to manage the tourism resources. This suggests that travel TV shows content in support of community-based tourism was the key factors to promote community-based tourism and people in the community would gain benefits from sustainable tourism as a tool for the sustainable development in the community.

Keywords: Community-based tourism (CBT), community-based tourism development, sustainable development, TV Shows

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์เนื้อหารายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากเนื้อหาการนำเสนอในรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (purposive sampling) โดยเลือกเฉพาะรายการที่มีเนื้อหาและรูปแบบรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ 3 รายการ ได้แก่ รายการคาราวานสำราญใจ รายการชุมชนต้องเที่ยว และรายการชุมชนสืบไทย รวมเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 29 ตอน ใช้วิธีวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) มุ่งเน้นศึกษาเนื้อหาสาระในรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ ผลการวิจัย พบว่า 1) การวิเคราะห์เนื้อหารายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ ทั้ง 3 รายการ

มีการนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเป็นสื่อกลางในการนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนออกสู่สังคมภายนอก ทั้งด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากเนื้อหารายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ พบว่า ทั้ง 3 รายการ มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้แนวทางการพัฒนาคนในชุมชนให้สามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้ จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ช่วยประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเป็นที่รู้จักและช่วยให้คนในชุมชนนำคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญไปพัฒนาชุมชนของตนเองให้ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน การพัฒนาอย่างยั่งยืน รายการโทรทัศน์

คำนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism: CBT) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่บริหารจัดการโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์และมีมาตรฐานก่อให้เกิดการเรียนรู้เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่นและคุณภาพชีวิตที่ดี การท่องเที่ยวโดยชุมชนถือเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการทรัพยากรของตัวเอง และนำเอาหลักการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาใช้พัฒนาสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือประสบการณ์ การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration [DASTA], 2015) ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ความสำคัญกับบทบาทคนในท้องถิ่น สิ่งสำคัญที่จะทำให้ดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้นั้น จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวในขณะเดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป เพื่อกระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญและนักท่องเที่ยวสนใจแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน (Thailand CBT Network Coordination Center, 2012)

จะเห็นได้ว่า รายการโทรทัศน์ประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนมีบทบาทสำคัญที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในชุมชนโดยการนำเสนอเรื่องราวการ

ท่องเที่ยวและวิถีชีวิตในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนที่หลากหลายทั่วไทยที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนออกสู่สังคมภายนอก จึงถือว่าเป็นการช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนอีกทางหนึ่ง ดังที่ Sukkun and Towanit (2015) ได้ให้แนวทางการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว 3 ด้าน คือ ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว นโยบายการประชาสัมพันธ์ และจัดตั้งองค์กรความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และ Sthapitanonda (2006) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารของชาวบ้านในการจัดการท่องเที่ยวนั้นสะท้อนให้เห็นถึงการสื่อสารภายใต้กระบวนการตัดสินใจด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ อย่างไรก็ตามการที่คนในชุมชนจะเกิดการพัฒนานั้น Tungseng (2021) ได้ชี้ให้เห็นว่าแนวทางการบริหารจัดการสามารถเชื่อมโยงมาตรฐานการท่องเที่ยว โดยชุมชนต้องเริ่มจากการพัฒนาศักยภาพให้กับสมาชิกในชุมชน ชุมชนต้องสร้างระเบียบและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเพราะส่งผลต่อความยั่งยืน

งานวิจัยนี้จึงสนใจศึกษารายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ว่าทำหน้าที่เป็นสื่อกลางด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างไร และมีการนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกในชุมชนเพื่อนำไปพัฒนาชุมชนของตนเองให้

ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้อย่างไร ดังนั้นงานวิจัยจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหารายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ เพื่อให้ผู้ผลิตรายการนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน อีกทั้งยังได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากเนื้อหาการนำเสนอในรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์จากชุมชนที่เป็นต้นแบบในการพัฒนาศักยภาพด้านต่าง ๆ ในชุมชน เพื่อให้หน่วยงานราชการระดับท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปกำหนดทิศทางการพัฒนาชุมชนให้ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างงาน สร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ให้แก่คนในชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) มุ่งเน้นศึกษาเนื้อหาสารจากรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ที่นำเสนอแง่มุมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data collection) โดยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จากรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ที่ออกอากาศระหว่างเดือนมกราคม 2562 ถึงเดือนธันวาคม 2563 ซึ่งคัดเลือกเฉพาะตอนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและตอนที่มีผู้เชี่ยวชาญมาให้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 3 รายการ รวมเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 29 ตอน ได้แก่

1. รายการคาราวานสำราญใจ ช่อง HD 33 ออกอากาศวันเสาร์ เวลา 07.15 – 07.45 น. จำนวน 10 ตอน
2. รายการชุมชนต้องเที่ยว ช่องอมรินทร์ทีวี 34 ออกอากาศวันอาทิตย์ เวลา 09:00–09:30 น. จำนวน 10 ตอน
3. รายการชุมชนสืบไทย ช่อง อมรินทร์ทีวี 34 ออกอากาศวันเสาร์ เวลา 16:00 -16:30 น. จำนวน 9 ตอน (ผลิตจำนวน 9 ตอน)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์เพื่อหาจุดร่วมและจุดต่าง (common and different) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบเปรียบเทียบ (comparison) และนำมาสรุปผลการวิจัยตามกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยวิเคราะห์ตามเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

1. เกณฑ์การวิเคราะห์องค์ประกอบของเนื้อหารายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ 6 ด้าน คือ พิธีกร ผู้สนับสนุนรายการ ผู้ร่วมรายการ เนื้อหารายการ รูปแบบรายการ ผู้เชี่ยวชาญที่มาให้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2. เกณฑ์การรวบรวมแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการออกแบบ ด้านการพัฒนาคนในชุมชนการ

ตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (triangulation technique) ด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (methodological triangulation) โดยเก็บข้อมูลจากรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ จำนวน 3 รายการ และนำข้อมูลที่ได้อาเปรียบเทียบตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์

ผลการศึกษา

1. การวิเคราะห์เนื้อหาจากรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ พบว่า ทั้ง 3 รายการ ได้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีจุดร่วมด้านเนื้อหารายการที่เหมือนกัน คือ การนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้

1) รายการคาราวานสำราญใจเป็นรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในชุมชนที่มีเนื้อหารายการพาไปสัมผัสประสบการณ์ใหม่แห่งการท่องเที่ยว โดยผ่านเรื่องราวที่น่าสนใจของชุมชนไทยทั่วประเทศ ทั้งธรรมชาติอันสวยงาม วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ วิถีชีวิตที่เรียบง่าย แต่มีเสน่ห์ และสินค้าหรือบริการที่ชาวบ้านในชุมชนตั้งใจสร้างสรรค์และพัฒนาขึ้น โดยมีธนาคารกรุงเทพเป็นผู้สนับสนุนรายการ 2) รายการชุมชนต้องเที่ยว นำเสนอเรื่องราวน่ารู้ในหลายแง่มุมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน ร่วมกับ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน แลกเปลี่ยน เรียนรู้ ประสบการณ์ใหม่ ๆ และร่วมให้การสนับสนุนการอนุรักษ์วิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และสภาพแวดล้อมให้คงอยู่ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยที่ ธ.ก.ส. จะให้การสนับสนุนเงินทุนในการทำป้ายปรับภูมิทัศน์ ให้เงินสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และ 3) รายการชุมชนสืบไทยนำเสนอเรื่องราวการพัฒนาชุมชนของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม (สวธ.) กระทรวงวัฒนธรรม ในโครงการสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชน โดยใช้มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ประจำปี พ.ศ. 2563 เพื่อส่งเสริมสนับสนุนชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้เพิ่มมูลค่าทางสังคมและเศรษฐกิจผ่านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการหรือการแสดงออกทางวัฒนธรรมเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไป โดยการนำเสนอเรื่องราวที่

น่าประทับใจของการพัฒนาและยกระดับชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่ความยั่งยืน

2. การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ พบว่า ทั้ง 3 รายการ มีจุดร่วมที่เหมือนกันคือ มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้แนวทางที่เป็นประโยชน์ และสร้างสรรค์ไอเดียใหม่ ๆ เพื่อให้คนในชุมชนนำคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญไปต่อยอด พัฒนาและนำไปใช้ได้จริง เพื่อนำไปสู่การสร้างงาน สร้างอาชีพ และเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ดังนี้

2.1) ด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดทำแผ่นพับการท่องเที่ยวชุมชน ป้ายให้ข้อมูลสำหรับพื้นที่ ป้ายบอกเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน แผนที่การให้ข้อมูลท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมของชุมชนผ่านสื่อต่าง ๆ และสื่อดิจิทัล

2.2) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนมาสร้างอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อสืบทอดองค์ความรู้ของชุมชนมาพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณค่า มีมาตรฐาน มีเอกลักษณ์โดดเด่นตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและสอดคล้องกับวิถีชีวิตใหม่ที่ทันสมัย สร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาเยือน ทั้งยังเป็นของฝาก ของที่ระลึก ที่มีอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างเด่นชัด เช่น การต่อยอด การแปรรูปผลิตภัณฑ์ จากสินค้าเดิมให้ดีขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ และการพัฒนารังสรรค์เมนูอาหารใหม่ ๆ จากวัตถุดิบของชุมชน

2.3) ด้านการออกแบบ เช่น การออกแบบโลโก้ ด้วยอัตลักษณ์ของชุมชน การออกแบบป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชน การออกแบบเครื่องแต่งกายที่ทันสมัยจากผ้าพื้นเมืองของชุมชนเพื่อนำไปตัดเย็บ การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.4) ด้านการพัฒนาคนในชุมชน เพื่อนำไปพัฒนาชุมชนของตนให้ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น การให้คำแนะนำ การจัดอบรม การจัดกิจกรรมเวิร์กชอป เพื่อเพิ่มทักษะให้กับคนในชุมชนในด้านต่าง ๆ ให้สามารถต่อยอดนำไปพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ และผลิตบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นได้ด้วยตนเอง การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนบน ป้ายฉลากการติดฉลาก

การพิมพ์ซิลค์สกรีน การพิมพ์ลวดลายทรายที่ออกแบบลายจากแม่พิมพ์ท้องถิ่นในชุมชน การพัฒนารังสรรค์เมนูอาหารใหม่ ๆ จากวัตถุดิบ ท้องถิ่นในชุมชน ตลอดจนคำแนะนำด้านหลักการตลาด การสื่อสารการตลาดในรูปแบบใหม่ ๆ ผ่านสื่อดิจิทัล การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรม และผลิตภัณฑ์ของชุมชนผ่านสื่อต่าง ๆ (Figure 1)



Figure 1. The experts to provide advice for the community to manage the tourism resources.

3. ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการนำเสนอของรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ พบว่า ทั้ง 3 รายการ มีเนื้อหาที่นำเสนอให้เห็นอัตลักษณ์ที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ชุมชน ทั้งยังช่วยจูงใจให้ผู้ชมรายการและนักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้ชุมชน ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตที่แตกต่างและวัฒนธรรมดั้งเดิม ส่งผลให้สินค้าในชุมชนเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น จากการที่รายการไปถ่ายทำในชุมชนต่าง ๆ ทำให้เกิดการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการนำเสนอของดีที่เป็นจุดเด่นของชุมชนให้คน

ภายนอกได้รับรู้ สมาชิกในชุมชนยังมีส่วนร่วมในการนำเสนอปัญหาและความต้องการให้กับผู้เชี่ยวชาญ เฉพาะด้านที่แต่ละรายการเชิญมาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ทำให้สมาชิกในชุมชนมีการพัฒนาทักษะ และเพิ่มเติมความรู้ใหม่เพื่อนำไปต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดมูลค่าและประโยชน์สูงสุด ส่งผลให้หลายชุมชนได้รับงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ เพื่อนำไปพัฒนาชุมชน เช่น บ้านหนองหล่ม อ.ดอกคำใต้ จ.พะเยา แจ้งเกิดในฐานะชุมชนท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอยากเข้ามาตามรอยคาราวานสำราญใจ ซึ่งถือว่าการเกิด impact ทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยวและหน่วยงานราชการได้รับงบประมาณจาก สำนักงาน

พัฒนาชุมชนอำเภอดอกคำใต้ 1.5 ล้านบาท เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาชุมชน และใช้คลิปจากรายการคาราวานสำราญใจเข้าประกวดสุดยอด SMEs ของชุมชนรุ่นใหม่หัวใจท่องเที่ยว เข้าร่วม 1 ใน 10 แชมป์เยี่ยมระดับประเทศได้ไป Business matching กับ tour operator ที่ประเทศเนเธอร์แลนด์ นอกจากนี้ชุมชน บ้านหาดสะเหลาอ.แก้วแก้ว จ.นครสวรรค์ ยังได้นำคลิปจากรายการ

คาราวานสำราญใจเข้าประกวดสุดยอด SMEs ทำให้ได้รับรางวัลและงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานของราชการเพื่อนำไปพัฒนาชุมชน และประโยชน์ด้านอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการนำเสนอของรายการมีส่วนช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและคุณภาพชีวิตคนท้องถิ่นให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับชุมชน (Figure 2)



Figure 2. People in the community would gain benefits from sustainable tourism as a tool for the sustainable development in the community.

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ พบว่า รายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นโดยมุ่งเน้นการนำเสนอให้เห็นถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ผลิตรายการที่มีคุณภาพท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนออกสู่สังคมภายนอกทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้นและเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนซึ่งทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ กระจายรายได้ลงสู่ชุมชน ซึ่งแต่ละรายการมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์

เฉพาะทั้งด้านพิธีกร ผู้สนับสนุนรายการ ผู้ร่วมรายการ และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มานำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน งานวิจัยนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาการนำเสนอของรายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปในชุมชนและทำกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกับคนในชุมชน ทำให้ผู้ชมเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน สร้างความประทับใจ และอยากมาเยือนชุมชนนั้น ๆ ทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับชุมชนอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hinviwan (2019)

ที่ได้วิเคราะห์ตระกูลรายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์พบว่า รายการท่องเที่ยวสามารถสร้างสรรค์ให้แตกต่างกันโดยแต่ละรายการสามารถสร้างสรรค์ให้แปลกใหม่และแตกต่างกันไปตามสภาพของพื้นที่และทำเลที่ตั้ง คนในพื้นที่เป็นผู้ร่วมเล่าเรื่องในสถานที่ท่องเที่ยวไปจนถึงผู้ที่มีอัตลักษณ์และตัวตนที่ชัดเจนในฐานะของเจ้าของบ้านตัวจริง แต่เมื่อปรากฏในรายการท่องเที่ยวก็จะมีสถานภาพกลายเป็นเสมือน “แขกรับเชิญ” ของรายการโทรทัศน์ ส่วนพิธีกรมีการสร้างคุณลักษณะทางจิตใจและบุคลิกภาพให้ดูเป็นคนสนุกสนานเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจใคร่รู้ในชีวิตผู้คนที่แตกต่างกันและสถานที่แปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา เป็นผู้ดำเนินรายการ เป็นมัคคุเทศก์ผู้นำทาง เป็นผู้ให้ความรู้ เป็นผู้ให้ความบันเทิง เป็นผู้ค้นพบและเป็นผู้จ้องมองสำหรับพื้นที่/สถานที่ที่รายการพาไปเยือนมีความหลากหลาย กิจกรรมที่ทำการท่องเที่ยวมีกิจกรรมหลากหลายประเภท และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ngamsilstian (2020) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทย พบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นแหล่งเป้าหมายสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์เพราะมีสถานที่สวยงามและหลากหลาย โดยทุกฝ่ายของภาครัฐและเอกชนควรร่วมกันบูรณาการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละครชุดโทรทัศน์อย่างจริงจัง ภาครัฐควรให้การสนับสนุนด้านแหล่งเงินทุนแก่ภาคเอกชนอย่างเต็มที่และเพิ่มการประชาสัมพันธ์สถานที่สวยงามของไทยผ่านทางภาพยนตร์และละครโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวตามรอยให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ

การวิเคราะห์เนื้อหารายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนทางโทรทัศน์ในงานวิจัยนี้พบว่า แต่ละรายการมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกในชุมชนเพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนมีองค์ความรู้และทักษะด้านต่าง ๆ เพื่อนำไปพัฒนาชุมชนของตนเองและ

นำไปใช้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน จากการรวบรวมแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 3 รายการ ที่ได้เชิญผู้เชี่ยวชาญมานั้น ผู้วิจัยได้นำมาแบ่งเป็นด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการออกแบบและด้านการพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนให้สามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้เพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้ การสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน ซึ่งคำแนะนำต่าง ๆ สามารถนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละชุมชนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทั้งยังเป็นการส่งต่อเนื้อหาสาระด้านการพัฒนาให้ชุมชนอื่น ๆ นำไปใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chansong (2020) ที่พบว่า กระบวนการสื่อสารโดยการสร้างองค์กรในชุมชนใหม่มีศักยภาพในการพึ่งตนเองแบบมีส่วนร่วม โดยมีผู้ใหญ่บ้านและผู้นำกลุ่มอาชีพในชุมชนเป็นกลุ่มสำคัญในขับเคลื่อนการส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชนร่วมกับนักวิจัยผ่านการสื่อสารโดยการกระจายข้อมูลให้กับสมาชิกในชุมชนได้รับรู้รับทราบ นอกจากนี้ ยังเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมผ่านการแสดงความคิดเห็นร่วมกันของคนในชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาและดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องนี้ที่พบว่าชุมชนต้องการให้สมาชิกในชุมชนนำความรู้และทักษะใหม่ ๆ ที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญที่มาให้คำแนะนำด้านต่าง ๆ ไปพัฒนาชุมชนของตนให้ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น การจัดอบรมการจัดกิจกรรมเวิร์กชอป เพื่อเพิ่มทักษะด้านต่าง ๆ ให้กับคนในชุมชน ซึ่งจะเห็นได้ว่ารูปแบบและเนื้อหาการนำเสนอในรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์นั้น นอกจากจะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนแล้ว ยังมีการสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชนโดยมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้แนวทางการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชนให้เกิดสินค้าใหม่ หรือเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า

เดิม เพื่อให้สินค้าและบริการมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น เช่น การออกแบบโลโก้ด้วยอัตลักษณ์ของชุมชน การออกแบบป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชน การออกแบบเครื่องแต่งกายที่ทันสมัยจากผ้าพื้นเมืองของชุมชนเพื่อนำไปตัดเย็บ การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวในชุมชนให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเกิดจากความร่วมมือกันของคนในชุมชน ดังนั้นผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้รับจะกลับเข้าสู่ชุมชนโดยตรงเพื่อพัฒนาและดูแลชุมชน รวมถึงทรัพยากรต่าง ๆ ของชุมชน และงานวิจัยของ Tahom *et al.* (2015) ได้ชี้ให้เห็นว่า ทูทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของผู้คนทุกระดับชั้น ตั้งแต่ระดับชุมชนจนถึงระดับประเทศชาติและที่สำคัญที่สุดการนำทูทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ต้องผ่านกระบวนการแบบมีส่วนร่วมตั้งแต่การคิด การพูด การคุย การตัดสินใจ และการใช้ประโยชน์ร่วมกันของประชาชนที่ได้นำแนวคิดทูทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน โดยการค้นหาแนวทางกระบวนการในส่วนต่างๆ มาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชนจนได้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในเชิงประจักษ์ที่เป็นรูปธรรมในการแก้ไขปัญหาระดับชุมชน การใช้ทูทางวัฒนธรรม จึงเป็นพื้นฐานในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยให้คนในชุมชนได้ใช้ฐานความรู้ที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตและเป็นกลไกสำคัญที่เป็นแรงผลักดันให้ชุมชนได้ปรับตัวอย่างสมดุลกับการเปลี่ยนแปลงของยุคสังคมในปัจจุบัน ดังนั้น จึงต้องส่งเสริมให้ทุกระดับมีบทบาทเพิ่มขึ้นมีการถ่ายทอดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องผ่านศูนย์การเรียนรู้ในชุมชนและให้ประชาชนทุกหมู่บ้านมีส่วนร่วมการใช้ทูทางวัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อมกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชนจะทำให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้ร่วมกันเกิดเป็นพลังในการขับเคลื่อนชุมชน ทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสู่การพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

(Mankong, 2017) โดยมีผู้เชี่ยวชาญไปให้คำแนะนำคนในชุมชนเพื่อนำองค์ความรู้ไปพัฒนาต่อยอดและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Visadsontornsaku *et.al.* (2020) ที่พบว่า ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนถือเป็นข้อดีของชุมชนที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ศักยภาพที่ชุมชนควรพัฒนา ได้แก่ ศักยภาพด้านการจัดการ ซึ่งเป็นศักยภาพที่ควรได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วน ชุมชนควรกำหนดกฎกติกาและจัดการร่วมกัน ด้านวิธีการกระจายรายได้ในชุมชน การพัฒนาด้านข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์และศักยภาพ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ชุมชนควรพัฒนาปรับปรุงถนน ป้ายบอกทาง รวมถึงการบริการด้านร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ และจุดบริการนักท่องเที่ยวในชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชุมชนควรพัฒนาชุมชนให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตลอดปี ชุมชนควรกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกช่วงวัยเพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น

งานวิจัยนี้ยังพบว่า มีหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาช่วยสนับสนุนการผลิตรายการและใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรเพื่อเพิ่มการตระหนักรู้ในชื่อตราสินค้าที่มีชัยในการพัฒนาชุมชน โดยผลการวิจัย พบว่า 1) ธนาคารกรุงเทพเป็นผู้สนับสนุนรายการคาราวานสำราญใจ 2) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นผู้สนับสนุนรายการชุมชนต้องเที่ยว 3) กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (สวธ.) กระทรวงวัฒนธรรม ผู้สนับสนุนรายการชุมชนสืบไทย จะเห็นได้ว่า การพัฒนาชุมชนโดยรอบองค์กรให้มีความยั่งยืนถือเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจในอนาคตต่าง ๆ ดังเช่น ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ ได้ทำบทบาทการพัฒนาชุมชนร่วมกับรายการส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวในชุมชนทางโทรทัศน์ทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้คนในชุมชน ซึ่งส่งผลดีต่อผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phutthadet (2018) ที่พบว่า การเป็นผู้สนับสนุนด้านกีฬาที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการจดจำตราสินค้าของลูกค้า บริษัท คิง เพาเวอร์ อินเทอร์เน็ต จำกัด โดยทำการสื่อสารตราสินค้าผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์การตั้งลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ การเล่นเกมชิงรางวัลการประกวดการร่วมกับบริษัท โดยมุ่งเน้นการกระตุ้นความสนใจและการมีส่วนร่วม ซึ่งจะมีผลทำให้ลูกค้าจดจำตราสินค้าได้ในที่สุด นอกจากนี้กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (สวธ.) กระทรวงวัฒนธรรมยังได้นำเรื่องราวการพัฒนาชุมชนและโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากโครงการสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนโดยใช้มรดก ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมมาผลิตเป็นรายการชุมชนสืบไทยอีกทั้งยังส่งเจ้าหน้าที่ไปให้ปรึกษาลงไปในพื้นที่ทำงานร่วมกับชุมชน เพื่อจัดทำแผนการยกระดับชุมชนและดำเนินการตามแผนที่วางไว้ เพื่อนำมาพัฒนาต่อยอด และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Changchutoe (2016) ที่ได้ศึกษาปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อสื่อสารแบรนด์ด้าน “การพัฒนาชุมชน อย่างยั่งยืน” พบว่า การใช้กลยุทธ์ CSR เพื่อสื่อสารแบรนด์องค์กรต้องให้ความสำคัญกับชุมชนรอบองค์กรเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดำเนินธุรกิจให้ชุมชนเติบโต โดยเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามี ส่วนร่วมกับแบรนด์ในการพัฒนาชุมชนรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน จะเห็นได้ว่าการพัฒนาชุมชนโดยรอบองค์กรให้มีความยั่งยืนถือเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจในอนาคตต่าง ๆ วางไว้

สรุป

จากการวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า รายการประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางโทรทัศน์มีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่รุดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตของคนในชุมชนให้เป็นที่รู้จัก นอกจากนี้ ยังได้ทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาคนในชุมชน โดยมีผู้เชี่ยวชาญไปให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ เพื่อส่งเสริมทักษะคนในชุมชนให้น้องค์ความรู้ไปพัฒนาต่อยอด สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ทั้งยังช่วยส่งเสริม สนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก สร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งทำให้คนในชุมชนมีความสุข และมีรายได้เพิ่มขึ้นโดยคนในชุมชนสามารถพัฒนาทักษะการผลิตผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ใช้ได้เอง ในชุมชนสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของชุมชน ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม ทั้งยังได้รับงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อนำไปพัฒนาชุมชน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ในชุมชนจากรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนทางโทรทัศน์ ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

เอกสารอ้างอิง

- Changchutoe, N. 2016. Factor analysis of corporate social responsibility for brand communications. *Journal of Behavioral Science for Development* 8(2): 93-114. (in Thai)
- Chansong, S. 2020. Communication for development of potential for self-reliance and promotion of occupations for the community: A case study of Ban Mae Thalu, Sop Moei district, Mae Hong Son Province. *Journal of Community*

- Development and Life Quality 8(2): 414 – 427. (in Thai)
- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration [DASTA]. 2015. Community-based tourism. (Online). Available: <https://tis.dasta.or.th/dastaknowledge/wp-content/uploads/2018/02/1-Community-Based-Tourism.pdf> (March 2, 2021). (in Thai)
- Hinviman, S. 2019. The analysis of genre of TV travel programmes. Dhurakij Pundit Communication Arts Journal 13(2): 44-80. (in Thai)
- Mankong, A. 2017. The role of cultural capital and the community's economic development: Case study of community in Ban Toon sub-district, Muang district, Phayao province. Research and Development Journal Loei Rajabhat University 12(39): 90-100. (in Thai)
- Ngamsilstian, A. 2020. Development approach for tourism following the film and TV series trails in Thailand. Dusit Thani College Journal 14(3): 717-734. (in Thai)
- Phutthadet, C. 2018. The influence of sports sponsorship on the brand recognition of King Power International Co., Ltd.'s customers in Bangkok and the suburban areas. M.B.A. Independent Study Bangkok University, Bangkok. (in Thai)
- Sthapitanonda, P. 2006. Participatory communication and community development: From concepts to practices in Thai society. Thailand Research Fund, Bangkok. (in Thai)
- Sukkun, T. and T. Towanit. 2015. Development of a publicrelations model for tourism at Ban Kao National Museum, Kanchanaburi province. Humanity and Social Science Journal, Ubon Ratchathani University 6(2): 98-120. (in Thai)
- Tahom, U., P Wandee and S. Dhurata. 2015. Cultural capital and local wisdom for promoting participation in natural resources and environmental management of Tama community, Buriram. Journal of Environmental Management 11(2): 44-59. (in Thai)
- Thailand CBT Network Coordination Center. 2012. Community – Based Tourism – CBT. (Online). Available: <https://thaicommunitybasedtourismnetwork.wordpress.com/cbt/> (April 12, 2021). (in Thai)
- Tungseng, T. 2021. Guidelines for community-based tourism development in the three southern border provinces based on Thailand's criteria for community-based tourism. Journal of Community Development and Life Quality 9(2): 183 – 193. (in Thai)
- Visadsoontornsaku, P., C. Na Thalang, C.Jittithavorn and S. Tungbenchasirikul. 2020. Potentiality development approach for community-based tourism in Nakhon Ratchasima province. The Journal of Development Administration Research 10(3): 22-33. (in Thai).