

การใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

The use of social media to promote community tourism

กชมล พงษ์วัชรนนท์¹ และ สุภาภรณ์ ศรีดี²

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

Kodchamol. Pongwatcharanon¹ and Supaporn Sridee²

Sukhothai Thammathirat OpenUniversity

*Corresponding Author, E-mail: Arin2494@gmail.com

(Received: 28 February, 2025 ; Edit: 26 March, 2025; accepted: 26 March, 2025)

บทคัดย่อ

การใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม และมีความสำคัญต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศ มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งใน และต่างประเทศ การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนด้านทรัพยากรสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม โดยการกำหนดทิศทาง การจัดการเพื่อชุมชน เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยว และชุมชนต่าง ๆ ที่มีความสำคัญมากมายที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตของชุมชน และเป็นแหล่งเสริมสร้างการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยว สื่อโซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวก และรวดเร็ว การใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook, YouTube, Twitter, Instagram และ TikTok มีส่วนช่วยในการเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนไปยังกลุ่มเป้าหมาย และนักท่องเที่ยว การแชร์ประสบการณ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น รูปภาพ วิดีโอ และการรีวิว มีผลทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจถึงความสำคัญ และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมของชุมชนได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ การใช้สื่อโซเชียลมีเดียยังแสดงให้เห็นถึงการเปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น และยังเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจที่ลึกซึ้งระหว่างนักท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้น สื่อโซเชียลมีเดีย จึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการช่วยเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ และการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยวร่วมกับการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนให้คงอยู่สืบไป

คำสำคัญ: สื่อโซเชียลมีเดีย, การท่องเที่ยว, ชุมชน

Abstract

The use of social media to promote community-based tourism, which is a popular form of tourism and is important for economic development, is beneficial for the society and culture of the country. It has the potential to attract both domestic and foreign tourists. Community-based tourism is tourism that takes into account the sustainability of environmental resources. This is because Thailand has many important tourist attractions and communities that are linked to local wisdom and the way of life of the community, which are a source of learning for tourists. Social media plays a very important role in promoting community-based tourism. Especially in the digital era, where people can access information conveniently and quickly, the use of social media such as Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, and TikTok contributes to increasing access to news and promoting tourist attractions to target audiences and tourists. As a result, tourists can better understand the importance and value of local wisdom and community culture. In addition, the use of social media also provides opportunities for the exchange of information between tourists and the local community, and strengthens the deep knowledge and understanding between tourists and tourist attractions. Therefore, social media plays an important role in promoting and developing tourism by helping to increase access to information, and by aiding public relations and the creation of impressive experiences for tourists. This is done in collaboration with the conservation and restoration of natural resources, culture, traditions, and the local wisdom of the community, so that these may be perpetuated.

Keywords: Social media, tourism, community

บทนำ

การพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศที่กำลังพัฒนาในหลาย ๆ ประเทศ รวมถึงประเทศไทยนั้นต่างก็มีความมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ของชุมชน ด้วยการพัฒนาสินค้า และการบริการการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น การท่องเที่ยวถือว่ามีบทบาทสำคัญในด้าน

เศรษฐกิจมากที่สุดสำหรับประเทศไทย ซึ่งในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา ธุรกิจด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ และการส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจ (Tourism Authority of Thailand, 2021) ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังประสบปัญหาต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงของสถานะเศรษฐกิจโลก การเมืองการปกครองภายในประเทศ และการระบาดของโรคโควิด-19 ที่เกิดขึ้น ปัญหาเหล่านี้ได้ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมไปถึงรายได้ที่เข้ามา (UNWTO, 2020) นอกจากนี้ การแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นจากประเทศคู่แข่ง ย่อมจะสร้างความท้าทายต่อการยั่งยืนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย แม้ว่าจะมีปัญหาเกิดขึ้นหลาย ๆ ด้าน แต่ยังมีโอกาสสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยชุมชนที่ยังคงมีอยู่อย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ต่างประเทศ ในปัจจุบันการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้เพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาของระบบสารสนเทศ และเทคโนโลยี ที่มีการเชื่อมต่อที่รวดเร็วขึ้น (Navío-Marco et al., 2018) ทำให้สื่อโซเชียลมีเดียมีบทบาทในการเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการผลักดันส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยดังไปทั่วโลก สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook, YouTube, Twitter, Instagram และ TikTok เป็นช่องทางสำคัญที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ง่ายและรวดเร็ว การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย เพื่อใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วยให้ประเทศไทยสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย และมีประสิทธิภาพ ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงการติดตามผลจากรีวิวสถานที่ท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนแล้ว ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ และดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้เข้ามาเยี่ยมชมที่นั่นได้ดียิ่งขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น สื่อโซเชียลมีเดียยังสามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อีกด้วย (Rather, 2021) การใช้สื่อโซเชียลมีเดียยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก และลดข้อจำกัดด้านการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบดั้งเดิมที่ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้ การที่ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถเผยแพร่ และแชร์กันได้อย่างรวดเร็ว ยังช่วยสร้างกระแส และความน่าสนใจในช่วงเวลาสั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง สื่อโซเชียลมีเดียยังเปิดโอกาสให้รัฐบาล และผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว สามารถนำรูปแบบการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง เพื่อสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์เศรษฐกิจ และสังคม การนำเสนอโปรโมชั่น และกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านโซเชียลมีเดียโดยชุมชน เป็นต้น การที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านโซเชียลมีเดียยังส่งเสริมให้ประเทศไทยกลายเป็นที่รู้จักในระดับสากล ช่วยให้เป็นที่จดจำ และได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว (Wongleedee, 2015) สื่อโซเชียลมีเดียจึงไม่เพียงแต่เป็น

เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่ยังเป็นช่องทางสำคัญที่ช่วยสร้างโอกาส และรายได้ในการพัฒนาชุมชน และเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชน และประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

ความสำคัญ และประโยชน์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนด้านทรัพยากรสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม โดยการกำหนดทิศทางโดยทุกคนในชุมชน การจัดการเพื่อชุมชน และชุมชน เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิ์ในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว (สุวิญษา รักษากัญ และคณะ, 2566) ดังนั้น เพื่อให้ทุกคนในชุมชนมีการร่วมมือที่ดี และเข้ามามีส่วนร่วมจำเป็นต้องเห็นความสำคัญ และประโยชน์ของการท่องเที่ยวในชุมชน (สถาบัน การท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2560 ; Pongjun & Kieanwatana, 2024) ดังนี้

1) เกิดความเข้าใจ และร่วมการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพราะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีส่วนสำคัญในการดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน

2) การท่องเที่ยวโดยชุมชน มีส่วนในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน โดยเน้นคนเป็น สื่อกกลางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกิดเป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมพัฒนาชุมชน อื่น ๆ ต่อไปที่ต้องอาศัยการเรียนรู้ และความเข้าใจภาพรวมของท้องถิ่นนั้น ๆ

3) ประชาชนในชุมชนมีคุณภาพชีวิต และวิถีชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นผลพลอยได้ทางอ้อมจากการท่องเที่ยว เช่น รายได้เสริม สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การเดินทาง ห้องน้ำ และไฟฟ้า เป็นต้น

4) การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นเครื่องมือของการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนต่อสาธารณชน

5) การสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการรับรู้ในชาติพันธุ์ของตนเองให้กับเยาวชน และวัยรุ่นเพื่อแสดงให้เห็นคุณค่าของการฟื้นฟู การรักษา การสืบทอด และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนให้คงอยู่ และสืบทอดต่อไป

6) การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการนำไปสู่การรวมตัวกันของคนในชุมชน และกลุ่มต่าง ๆ มาทำกิจกรรมร่วมกัน และการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ระหว่างกันเพื่อนำความรู้ความเข้าใจ ความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ในตนเองออกมาถ่ายทอดให้กับลูกหลาน และนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาเรียนรู้

นอกจากประโยชน์ของการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีในส่วนของผลกระทบที่เกิดขึ้น เมื่อการท่องเที่ยวเกิดปัญหาต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อชุมชน ประชาชนทุกคนจึงจำเป็นต้องรวมตัวกัน และเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา การคิด การวางแผนดำเนินการ การรับผิดชอบ การพัฒนา และการแบ่งปันผลประโยชน์ระหว่างกัน อีกทั้งยังรวมไปถึงการสร้างกฎกติกาของชุมชน เพื่อให้ผู้ที่

เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ปฏิบัติตาม และเป็นมาตรฐานต่าง ๆ ของชุมชน เพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ต่อไป

กระบวนการเรียนรู้ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

กระบวนการเรียนรู้ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ (ณัฐพัชร มณีโรจน์, 2560)

1) บุคคล หรือ คน กระบวนการเรียนรู้ต้องเริ่มที่คนภายในชุมชนที่ต้องมีความรู้ความเข้าใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือ รากเหง้าของตนเองให้ครอบคลุมให้ดีเสียก่อน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการบอกกล่าวเล่าเรื่องของข้อมูลต่าง ๆ ในชุมชน ทั้งนี้ คนในชุมชนจะต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ มีความสามัคคี และทุกคนจะต้องมีการทำงานอย่างมีส่วนร่วมได้

2) พื้นที่ กล่าวคือ จะรวมถึงทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณีและวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา ทุกคนในชุมชนต้องรัก และหวงแหน รวมไปถึงการเห็นคุณค่าของทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนของตนเอง สามารถนำมาบริหารจัดการได้อย่างคุ้มค่า และยั่งยืน ทั้งนี้ ชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ ความรู้ความเข้าใจในเรื่องแนวคิดพื้นฐาน และการจัดการพื้นที่ในด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

3) การจัดการ เป็นเรื่องที่ชุมชนจะต้องสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ แต่อย่างไรก็ตาม จำเป็นที่จะต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่ดี และเป็นที่ยอมรับ ในด้านความคิด วิสัยทัศน์ ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งนี้ยังต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการกำหนดแนวทางในการเตรียมความพร้อมของชุมชนทั้งในด้านบุคคล และพื้นที่ กิจกรรมต่าง ๆ การจัดสรรรายได้ และสิ่งสำคัญที่สุดก็คือ การมีส่วนร่วมของทุกคนในชุมชน

4) การมีส่วนร่วม การสื่อสารพูดคุย เป็นการสื่อแสดงความคิดเห็น การหาแนวทางการแก้ไขปัญหา รวมไปถึงการระดมความคิดเห็นต่าง ๆ จากประสบการณ์ของทุกคนในท้องถิ่น การร่วมกันคิดวางแผนการดำเนินการ และประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน เพื่อสร้างกฎระเบียบของชุมชนทางด้านต่าง ๆ ให้ทุกคนในชุมชนรวมถึงนักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนได้ปฏิบัติตามได้อย่างเหมาะสม เป็นต้น

สรุปได้ว่า กระบวนการเรียนรู้ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ บุคคล พื้นที่ การจัดการ และการมีส่วนร่วมของทุกคนในชุมชน อย่างไรก็ตามสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะผลักดันให้ชุมชนประสบความสำเร็จได้ นั่นคือ การมีผู้นำที่ดี และเป็นผู้มีศักยภาพ ร่วมกับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยเหลือทำให้ชุมชนเกิดความมั่นคง และยั่งยืนต่อไป

ผลกระทบจากการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน การดำเนินการทุกอย่างนั้นย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งที่ตั้งอยู่ เช่น พื้นที่ ชุมชน และสิ่งแวดล้อมโดยรอบ ทั้งนี้จะทำให้ผลกระทบด้านบวก และด้านลบที่เกิดขึ้น ดังนี้ (วีระพล ทองมา, 2559 ; ฌ็อง-ฌัก มณีโรจน์, 2560)

1) **ผลกระทบด้านบวก** คือ จะส่งผลทำให้ชุมชนมีจิตสำนึกเกิดการพัฒนาตนเอง การพึ่งพาตนเอง การคิดเป็นทำเป็น และการพยายามในการเรียนรู้พัฒนาจนเกิดรายได้เพิ่มขึ้น มีการรวมตัวกันเพื่อการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนตามความคาดหวัง และความพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้เป็นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ด้าน คือ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อการนำไปสู่ความยั่งยืน โดยการรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การสืบทอด และการนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความภาคภูมิใจในความเป็นเจ้าของชุมชน การมีส่วนร่วมในทรัพยากรของชุมชน และเกิดกระบวนการเรียนรู้การทำงานร่วมกันในชุมชน เป็นต้น

2) **ผลกระทบด้านลบ** คือ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ขยะมูลฝอย การใช้น้ำ ระบบนิเวศธรรมชาติ การรับวัฒนธรรมที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดกระแสการเลียนแบบ ความขัดแย้งทางความคิด ความรู้สึกส่วนตัว และการสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เนื่องมาจากการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเกินไป

สรุปได้ว่า การทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ดีนั้น บทบาทหน้าที่ของแต่ละชุมชนจะต้องให้ข้อมูลแนะนำชุมชนตนเองที่มีความถูกต้อง และน่าสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว และสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ทุกชุมชนต้องมี คือการรักษาและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดต่อกันมา แต่ละชุมชนต้องมีความเข้าใจในพื้นฐานดั้งเดิม ไม่ปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตไปตามกระแสของวัฒนธรรม และไม่มุ่งหวังรายได้จากการท่องเที่ยวที่จะให้เป็นรายได้หลักโดยละทิ้งอาชีพดั้งเดิมของชุมชนที่จะปรับตัวเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวที่เข้าไปในชุมชนนั้น เป็นต้น

การใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ในปัจจุบันสื่อโซเชียลมีเดียได้กลายเป็นช่องทางที่มีความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในยุคที่มีระบบสารสนเทศ และเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวกับการใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว Minazzi (2015) ซึ่งพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล จะมีขั้นตอนของพฤติกรรมการตัดสินใจกับขั้นตอนการวางแผนการท่องเที่ยว เพื่อนำมาใช้ในการอธิบายถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, YouTube, Twitter, Instagram และ TikTok มาใช้เพื่อการท่องเที่ยว และ

ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อนักท่องเที่ยว โดยพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว จะประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน คือ การตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรม และขั้นตอนการวางแผนท่องเที่ยวจะประกอบไปด้วย 3 ช่วง คือ ช่วงก่อนการเดินทาง ช่วงระหว่างการเดินทาง และช่วงหลังการเดินทาง (Minazzi, 2015 ; ณิชรา ศรีพลอยรุ่ง, 2558) สื่อโซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มขึ้นของการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนต่าง ๆ ที่สนใจ ซึ่งนอกจากจะช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลของสถานที่แล้ว ยังมีหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่นที่ยังสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี และวัฒนธรรมต่าง ๆ ผ่านการชมวิดีโอ หรือ บทความที่ถูกเผยแพร่ในโซเชียลมีเดีย ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้นในการเยี่ยมชม และเข้ามาเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน และสถานที่เหล่านั้น ทั้งนี้ มีแนวทางการสร้างกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้ (อรวรรณ เหมือนภักตร์ และผกาภาศ ชัยรัตน์, 2565)

1) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีผ่านโซเชียลมีเดีย คือ การเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกที่สำคัญ การรีวิว และการแชร์ประสบการณ์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว โดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เช่น วิดีโอที่มีคุณภาพ รูปภาพที่สวยงาม และเนื้อหาที่ดึงดูดความสนใจ

2) การสร้างชุมชนและความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว คือ การสร้างชุมชนออนไลน์ที่มีความสนใจร่วมกันในด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้กับนักท่องเที่ยว โดยสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และความรู้ระหว่างกันได้ผ่านการสนทนาออนไลน์ การแชร์รูปภาพ วิดีโอ และการรีวิวแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อทำให้เกิดการเรียนรู้เข้าใจ ทราบถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างต่อเนื่อง และเป็นประโยชน์ต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวล่วงหน้า

3) การใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลผ่านโซเชียลมีเดีย เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเข้าร่วมกิจกรรม และเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน โดยการนำเสนอโปรโมชั่นพิเศษ แคมเปญลดราคา หรือ กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านโซเชียลมีเดียการท่องเที่ยวโดยชุมชน

4) ความท้าทายและอนาคตของโซเชียลมีเดียในการท่องเที่ยวโดยชุมชน สื่อโซเชียลมีเดีย เป็นเครื่องมือที่ส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และยังคงเกิดความท้าทายในการรักษาความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ออกไป การจัดการกับความคิดเห็นที่ไม่เหมาะสม หรือ ข้อมูลที่ไม่เป็นความจริง

สรุปได้ว่า การวางแผนการใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และนักท่องเที่ยวก็จะช่วยสามารถเห็นคุณค่า และประโยชน์จากช่องทางสื่อโซเชียลมีเดียนี้ได้อย่างเต็มที่ เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งประกอบไปด้วย ดังนี้ (กิตติภักฐิ์ โฉนทัย และณัฐธา วิจิณัยภาค, 2563)

ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชน ซึ่งทำให้แผนการท่องเที่ยว และความสำเร็จในการท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จได้ หากคนในชุมชนไม่มีการมีส่วนร่วม ขาดความสามัคคีในชุมชน ย่อมจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนเป็นไปได้อย่างยาก

ปัจจัยด้านบทบาทของผู้นำชุมชน ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในชุมชน เมื่อผู้นำชุมชน เป็นผู้มีศักยภาพ และยอมรับฟังปัญหา และความต้องการของคนในชุมชนก็จะสามารถโน้มน้าวใจให้คนในชุมชนสามารถปฏิบัติตาม ย่อมจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

ปัจจัยด้านศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว ศักยภาพของพื้นที่เป็นสิ่งสำคัญในการที่จะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จได้นั้น จำเป็นจะต้องมีทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีความสนใจเข้ามาเยี่ยมชม และศึกษาหาความรู้ต่าง ๆ เช่น พื้นที่ด้านการเกษตรกรรม มีกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการทำนา การเพาะปลูกต่าง ๆ หรือ พื้นที่ด้านการประมง มีกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทำประมง หรือ การเพาะเลี้ยงปลา เป็นต้น

ปัจจัยด้านการจัดการรายได้และผลประโยชน์ ต้องมีการประชุม เพื่อปรึกษาหารือ รวมไปถึงการแจ้งข่าวสารให้กับคนในชุมชน เพื่อได้ทราบถึงผลประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมไปถึงหลักเกณฑ์ในการกระจายรายได้ และผลประโยชน์ต่าง ๆ ให้แก่คนในชุมชน ได้แก่

- ด้านเศรษฐกิจ คือ คนในชุมชนจะมีรายได้เพิ่มมากขึ้น และมีการกระจายรายได้ที่เหมาะสม ย่อมจะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนให้ดีขึ้น เพิ่มอาชีพให้กับคนในชุมชน
- ด้านสังคม สังคมมีการปรับเปลี่ยน เป็นชุมชนแห่งการท่องเที่ยว รวมไปถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ประกอบกับ มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น ทำให้คนในชุมชนต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน
- ด้านสิ่งแวดล้อม ต้องมีการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้ชุมชนนั้นสะอาด ปราศจากขยะมูลฝอย และมีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมของชุมชนให้คงอยู่ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการมี

ส่วนร่วมของคนในชุมชน และความสามัคคีของคน เพื่อให้ชุมชนนั้นประสบความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างแท้จริง

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ด้าน คือ 1) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 2) ปัจจัยด้านบทบาทของผู้นำชุมชน 3) ปัจจัยด้านศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว และ 4) ปัจจัยด้านการจัดการรายได้ และผลประโยชน์ให้แก่คนในชุมชน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้ (วรพงศ์ ผูกภู และคณะ, 2564)

1. มีส่วนช่วยสนับสนุนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติโดยชุมชน และความอยู่รอดของชุมชน ขึ้นอยู่กับรากฐานของทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน คนในชุมชนมีความผูกพันกับทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ดิน น้ำ ป่าไม้ ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นเพียงเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมและบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้กับชุมชนในการเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการบริหารจัดการ และสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนให้มีส่วนร่วมในรู้จักการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และการสร้างความร่วมมือของหน่วยงานต่าง ๆ ในการทำงานเป็นพันธมิตรร่วมกับชุมชน

2. มีส่วนช่วยสนับสนุนในการฟื้นฟูวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับวิถีชีวิต ซึ่งเป็นสิ่งที่บอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชน ในเรื่องของความเข้มแข็ง และการปรับตัวของชุมชน เพื่อให้อยู่ในสังคมโดยที่ยังคงมีการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับยุคสมัย มีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่นได้อย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นเครื่องมือในการสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชนในการสืบค้น การถ่ายทอด และฟื้นฟูวัฒนธรรม ชุมชนมีการบริหารจัดการร่วมกัน และมีแนวทางในการปฏิบัติตัวสำหรับนักท่องเที่ยว และผู้มาเยือน เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิต และวัฒนธรรมคนในท้องถิ่น เป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดความภาคภูมิใจ และความมีชีวิตชีวาของชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนในการทำกิจกรรมทางวัฒนธรรม และเห็นคุณค่าของชุมชนตนเองได้เป็นอย่างดี

3. มีส่วนช่วยสนับสนุนในการพัฒนาคน และความภาคภูมิใจในความเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือ ชาติพันธุ์ร่วมกับความร่วมมือ และความสามัคคีของคนในชุมชน พื้นที่ทางสังคม การได้รับการยอมรับจากคนภายนอก เพียงเป็นหัวใจสำคัญของการดำรงชีวิตของชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชน ช่วยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วม และกำหนดบทบาทหน้าที่ของตนเอง และชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยว มีกระบวนการบริหารจัดการความรู้ความเข้าใจภายในชุมชน สร้างระบบ และแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเองได้ มีการพัฒนาทักษะ และองค์ความรู้ใหม่ ๆ ให้กับคนในชุมชนในการบริหาร

จัดการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการนำเสนอข้อมูลปัญหา และความต้องการกับหน่วยงานภายนอก นำเสนอด้านประสบการณ์ และความสำเร็จในการพัฒนากับคนและหน่วยงานที่มาศึกษา เพื่อเป็นการถ่ายทอดความรู้ และการพัฒนาชุมชนต่อไป

4. มีส่วนช่วยสนับสนุนด้านเศรษฐกิจชุมชน และคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการดึงคนจากภายนอกมาเรียนรู้ภายในชุมชน สร้างแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนได้เข้ามาในชุมชน เพื่อศึกษาวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน ความเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิม และแหล่งการท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ วิถีชีวิตที่มีความเรียบง่าย และมีการดำรงชีวิตที่ผูกพันกับทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นรายได้เสริมที่สามารถนำรายได้นั้นไปใช้ในการดำรงชีพ โดยที่คนในชุมชนยังคงดำเนินวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม หรือ เป็นการสร้างรายได้ทางเลือกกับบางครอบครัว ในการสร้างอาชีพเสริมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างงานให้กับคนในชุมชน การจัดสรรรายได้ของชุมชนจากการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนกิจกรรมในการพัฒนาชุมชน และสาธารณประโยชน์เพื่อความยั่งยืนของชุมชน

สรุปได้ว่า ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะประกอบไปด้วย 1) การมีส่วนช่วยสนับสนุนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติโดยชุมชน และความอยู่รอดของชุมชน 2) การมีส่วนช่วยสนับสนุนในการฟื้นฟูวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับวิถีชีวิต 3) การมีส่วนช่วยสนับสนุนในการพัฒนาคน และความภาคภูมิใจในความเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือ ชาติพันธุ์ร่วมกับความร่วมมือ และความสามัคคีของคนในชุมชน และ 4) มีส่วนช่วยสนับสนุนด้านเศรษฐกิจชุมชน และคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น เป็นต้น

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ความสำคัญกับชุมชนหลัก และมีการกระจายรายได้ และการดำเนินกิจกรรมของคนในชุมชนอย่างเป็นธรรม หากการดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนขาดความยั่งยืน อาจส่งผลกระทบต่อคนในชุมชนได้โดยตรง ซึ่งหลักการที่สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประกอบด้วย 7 ข้อ ดังนี้ (World Tourism Organization 2016)

1. การดำเนินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากร ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่สามารถฟื้นตัวได้ และไม่ก่อให้เกิดความเสียหายเพิ่มขึ้นโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่จะตามมา ซึ่งส่งผลกระทบต่อคนในชุมชนได้โดยตรง
2. ชุมชนได้รับผลประโยชน์ต่าง ๆ และต้องกระจายผลประโยชน์ให้กับคนในชุมชนอย่างเป็นธรรม

3. เสริมสร้างประสบการณ์ และนันทนาการที่มีคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือน

4. นักท่องเที่ยวต้องตระหนักรู้ มีความเข้าใจ และเข้าถึงบริบทในพื้นที่ของชุมชน

5. การออกแบบต้องมีความกลมกลืนกับสถาปัตยกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น และใช้วัสดุ และทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น

6. เน้นการผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนการพัฒนาระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และ ระดับประเทศ

7. เน้นข้อมูลพื้นฐาน เพื่อเป็นฐานการตัดสินใจ การติดตาม และการตรวจสอบ

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ต้องครอบคลุมถึงการตลาดโดยรวม หรือ การท่องเที่ยวแบบมวลชน ซึ่งโดยทั่วไปการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อความเสมอภาคระหว่างด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงด้านสังคม และวัฒนธรรม ดังนั้น หลักการและแนวคิดที่สำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจึงประกอบด้วย ดังนี้ (World Tourism Organization ม 2016)

(1) การท่องเที่ยวต้องตระหนักในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพให้เหมาะสม และใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

(2) การเคารพในสังคม วัฒนธรรม และประเพณีของคนพื้นเมือง รวมไปถึงการรู้จักปรับตัว และมีความเข้าใจถึงความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม และประเพณีของแต่ละชุมชน

(3) การสร้างความเจริญมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรก่อให้เกิดการกระจายของรายได้อย่างเป็นธรรม และเข้าถึงแก่คน และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวของชุมชน นอกจากนี้ ควรที่จะสนับสนุนการก่อให้เกิดการจ้างงาน และการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น รวมไปถึงการมีส่วนร่วมสำคัญในการช่วยลดปัญหาภายในท้องถิ่น เช่น ความยากจน การว่างงาน และอื่น ๆ ทั้งนี้ ย่อมจะส่งผลทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

สรุปได้ว่า แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งจะประกอบไปด้วย หลักการสำคัญ 7 ข้อ คือ 1) การดำเนินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ชุมชนได้รับผลประโยชน์ต่าง ๆ กับคนในชุมชนอย่างเป็นธรรม 3) เสริมสร้างประสบการณ์ และนันทนาการที่มีคุณค่า 4) ตระหนักรู้ มีความเข้าใจ และเข้าถึงบริบทในพื้นที่ของชุมชน 5) การออกแบบต้องมีความกลมกลืนกับสถาปัตยกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น 6) เน้นการผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนการพัฒนาระดับ และ 7) เน้นข้อมูลพื้นฐาน เพื่อเป็นฐานการตัดสินใจ การติดตาม และการตรวจสอบ เป็นต้น

บทสรุป

การใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม และมีความสำคัญต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศ มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งใน และต่างประเทศ การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนด้านทรัพยากรสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม การกำหนดทิศทาง และการบริหารจัดการเพื่อชุมชน โดยเน้นความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในชุมชน การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในชุมชน และก่อให้เกิดการเรียนรู้ และประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับนักท่องเที่ยว สื่อโซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวก และรวดเร็ว การใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook, YouTube, Twitter, Instagram และ TikTok มีส่วนช่วยในการเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนไปยังกลุ่มเป้าหมาย และนักท่องเที่ยว การแชร์ประสบการณ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น รูปภาพ วิดีโอ และการรีวิว มีผลทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจถึงความสำคัญ และคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมของชุมชนได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ การใช้สื่อโซเชียลมีเดียยังแสดงให้เห็นถึงการเปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น และยังเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจที่ลึกซึ้งระหว่างนักท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้น สื่อโซเชียลมีเดีย จึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการช่วยเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ และการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยวร่วมกับการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืนที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจชุมชน สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ควรส่งเสริมให้คนในชุมชน ได้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ และจัดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยว กระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนและระบบบริการข้อมูลการท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กิตติภักดิ์ จีไฉนทัย และ ณิชรา วินิจนัยภาค. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนบ้านบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(2), 217–234.
- ณัฐพัชร์ มณีโรจน์. (2560). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*, 13(2), 25–46.
- ณิชรา ศรีพลอยรุ่ง. (2558). การใช้สื่อดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรพงศ์ ผูกภู และคณะ. (2564). รูปแบบการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาพื้นที่ต้นแบบชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.
- วีระพล ทองมา. (2559). การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) สำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2559, จาก <https://www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc>
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2560). *ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับ*. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562, จาก https://www.cbt-i.or.th/?ge=show_pages&gen_lang=20112012094103#.Wn291byWaM8
- สุวิญชา รักษากัญ, กนกกานต์ แก้วนุช, และ เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2566). การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่ความยั่งยืน. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 7(3), 64–81.
- อรรวรรณ เหมือนภักตร์, & ผกามาศ ชัยรัตน์. (2565). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งประเทศไทย*, 14(1), มกราคม–เมษายน 2565.
- Minazzi, R. (2015). *Social media marketing in tourism and hospitality*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05182-6>
- Navío-Marco, J., Ruiz-Gómez, L. M., & Sevilla-Sevilla, C. (2018). Progress in information technology and tourism management: 30 years on and 20 years after the internet—Revisiting Buhalis & Law's landmark study about eTourism. *Tourism Management*, 69, 460–470.

- Pongjun, C., & Kianwatana, K. (2024). The Buddhist meditation tourism management based on the tourism resources of Chiangmai province. *Arts of Management Journal*, 8(2), 21–44.
- Rather, R. A. (2021). Monitoring the impacts of tourism-based social media, risk perception and fear on tourist's attitude and revisiting behaviour in the wake of COVID-19 pandemic. *Current Issues in Tourism*, 24, 3275–3283.
- Tourism Authority of Thailand. (2021). *9 new trends in the future of tourism*. Retrieved April 4, 2022, from https://api.tourismthailand.org/upload/live/content_article_file/20603-15378.pdf
- UNWTO. (2020). *Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism*. Updated March 27, 2020. <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>
- Wongleedee, K. (2015). Marketing mix and tourism: The role of social media in tourism. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 7(1), 1–6.
- World Tourism Organization. (2016). *Tourism, a factor of sustainable development*. Retrieved from <http://ethics.unwto.org/>