

อิทธิพลของรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ชุมชนภูไทบ้านบุงเลิศ

ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยงต์ จังหวัดร้อยเอ็ด

Influence of Tourism Model Management Affecting the Image of Phu Tai Bung Loet Community, Tambon Bung Loet, Moei Wadi District, Roi Et Province

รุ่งอรุณ ชัยศิริรัตน์

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

Roongaroon Chaisirirat

Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University

E-mail: Roongaroon.baac@reru.ac.th

(Received: January 3, 2024; Revised: April 18, 2024; Accepted: April 19, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบอิทธิพลของรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ชุมชนภูไทบ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยงต์ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 320 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์หาคูณ และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนภูไทบ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยงต์ จังหวัดร้อยเอ็ดมีความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการจัดการเกี่ยวกับบุคคลากรในองค์กร ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ด้านการรายงานการปฏิบัติงาน และด้านการบริหารงบประมาณ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ชุมชนโดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านเอกลักษณ์ขององค์กร ด้านชื่อเสียง ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้บริการ และด้านการติดต่อระหว่างบุคคล จากการวิเคราะห์อิทธิพล พบว่า 1) รูปแบบการท่องเที่ยวด้านการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกกับภาพลักษณ์ชุมชนภูไทโดยรวม 2) รูปแบบการท่องเที่ยวด้านการรายงาน การปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับอิทธิพล เชิงบวกกับภาพลักษณ์ชุมชนภูไทโดยรวม 3) รูปแบบการท่องเที่ยวด้านการบริหารงบประมาณ มีความสัมพันธ์กับอิทธิพลเชิงบวกกับภาพลักษณ์ชุมชนภูไทโดยรวม โดยตัวแปรทั้งหมดมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ ร้อยละ 47.20

คำสำคัญ: อิทธิพล, รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว, ภาพลักษณ์, ชุมชนภูไท

Abstract

This study aimed to examine the influence of tourism management model affecting the image of Phu Tai Bung Loet Community, Tambon Bung Loet, Moei Wadi District, Roi et Province. The questionnaires were used as a tool for collecting data from 320 people. Statistics used in data analysis included mean, standard deviation, multiple correlation analysis and multiple regression analysis.

Results of the study revealed that people in Phu Tai Bung Loet Community, Tambon Bung Loet, Moei Wadi District, Roi Et Province, agreed with the tourism model management both overall and individual at a high level as planning, organization, personnel management in the organization, administration, various activities coordination, operational reports, and budget management. Also Phu Tai Bung Loet Community, Tambon Bung Loet, Moei Wadi District, Roi Et Province, agreed with the image of community both overall and individual at a high level as organizational identity, reputation, physical environment, service provision, and interpersonal interactions. According to influential analysis, it resulted that; 1) Tourism model in terms of various activities coordination had positive relationship and influence on overall image of Phu Thai community. 2) Tourism model in terms of operational report had positive relationship and influence on overall image of Phu Thai community. 3) Tourism model in terms of budget management had positive relationship and influence on overall image of Phu Thai community. All variables had a predictive efficiency of 47.20 percent

Keywords: Influence, Model Tourism Management, Image, Phu Tai Community

บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีการกระจายรายได้ไปสู่ส่วนภูมิภาคทำให้เศรษฐกิจมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เกิดแรงกระตุ้นทางด้านเศรษฐกิจการลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งผลักดันให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับชุมชน และผู้ประกอบการทั้งทางตรงและทางอ้อม จึงทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรากฐานทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ เป็นช่องทางทำรายได้ให้อย่างมหาศาลแก่ประเทศ ซึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน กล่าวถึง การเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขัน

ในเชิงธุรกิจของภาคบริการที่มีศักยภาพเพื่อส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างเข้มแข็ง โดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน อย่างไรก็ตามเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างยั่งยืน สามารถแข่งขันและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้อย่างยั่งยืนนั้น รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวจึงมีส่วนสำคัญที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งในการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว (Model Tourism Management) เป็นกระบวนการหรือวิธีการในการจัดการท่องเที่ยวให้มีทิศทางที่ชัดเจนที่นำไปสู่เป้าหมายของความสำเร็จ โดยมีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตามทฤษฎีองค์กรและกระบวนการบริหารงานของ Lyndall & Luther (2021) ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การจัดการเกี่ยวกับบุคลากรในองค์กร (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ (Coordinating) การรายงานการปฏิบัติงาน (Reporting) และการบริหารงบประมาณ (Budgeting) ดังนั้นเพื่อให้การท่องเที่ยวของชุมชนเป็นไปอย่างยั่งยืน สามารถส่งเสริมและรักษาวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนที่มีอยู่ รวมถึงการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ อันส่งผลต่อการมีภาพลักษณ์ที่ดีสร้างความประทับใจ (Impression) และประสบการณ์ (Experience) ให้กับนักท่องเที่ยวและพร้อมที่จะกลับมาเยือนชุมชนอีกครั้งต่อไป

ภาพลักษณ์ (Image) เป็นคุณภาพการให้บริการที่ผู้รับบริการรับรู้ถึงศักยภาพและคุณภาพการให้บริการ อันเกิดจากกระบวนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพทำให้นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและประทับใจและพร้อมที่จะกลับมาท่องเที่ยวยังชุมชนอีกครั้ง ซึ่งภาพลักษณ์ที่สำคัญประกอบด้วยเอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ชื่อเสียง (Reputation) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) การให้บริการ (Service Offering) และการติดต่อระหว่างบุคคล (Contact Personnel) ดังนั้น เมื่อชุมชนมีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ดีย่อมส่งผลต่อการมีภาพลักษณ์ที่ดี อันนำมาซึ่งการบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายของการท่องเที่ยวในชุมชน สร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ ตลอดจนการมีคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไป

จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเมืองรองที่ยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ที่น่าสนใจ มีความพร้อมรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่าง ๆ ได้มาเยือน ชุมชนภูไท บ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยาดิ จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นชาติพันธุ์ภูไทพื้นที่เดียวของจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีเอกลักษณ์วัฒนธรรมที่น่าสนใจ และเคยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐให้เป็นชุมชนท่องเที่ยววิถีวิถี มีสถานที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือที่เรียกว่า “Home Stay” เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตของชนภูไท มีสินค้าของชุมชนที่หลากหลายไว้ให้บริการ จึงทำให้ชุมชนแห่งนี้มีชื่อเสียงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในระดับจังหวัด

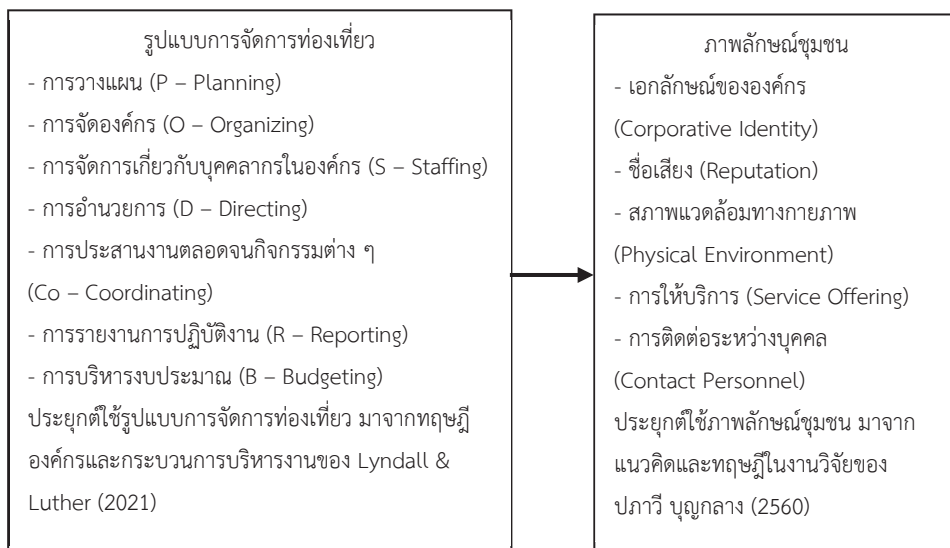
จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา อิทธิพลของรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ชุมชนภูไทบ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยงดี จังหวัดร้อยเอ็ด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าอิทธิพลของรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวส่งผลต่อภาพลักษณ์ชุมชนภูไทบ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยงดี จังหวัดร้อยเอ็ด หรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลประชาชนในชุมชนบ้านบุงเลิศ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ตลอดจนนำไปสู่การสร้างศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวในชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทดสอบอิทธิพลของรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ชุมชนภูไทบ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยงดี จังหวัดร้อยเอ็ด

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และบริบทพื้นที่ชุมชนบ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยงดี จังหวัดร้อยเอ็ด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

- | | |
|---|--|
| H1: รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการวางแผน | } มีอิทธิพลต่อ
ภาพลักษณ์ชุมชน
โดยรวมและ
เป็นรายด้าน |
| H2: รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการจัดองค์กร | |
| H3: รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการจัดการเกี่ยวกับบุคลากรในองค์กร | |
| H4: รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการอำนวยความสะดวก | |
| H5: รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ | |
| H6: รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการรายงานการปฏิบัติงาน | |
| H7: รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการบริหารงบประมาณ | |

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร (Population) คือ ประชาชนในชุมชนบ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอยะผา จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 4 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 1, 2, 7 และ 9 จำนวน 1,630 คน ข้อมูล ณ วันที่ 18 เดือน มิถุนายน 2565 (เทศบาลตำบลบุงเลิศ, 2565)

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) จำนวน 313 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (สุมินทร เป้าธรรม, 2558) แต่เพื่อให้การวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 320 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Radom Sampling) โดยดำเนินการจำแนก ดังนี้ 1) แบ่งประชากรออกเป็นแต่ละหมู่บ้าน 2) กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรโดยใช้วิธีการเทียบบัญญัติไตรยางค์แล้วจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ชุมชนภูไท บ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอยะผา จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม แล้วนำมากำหนดโครงสร้างแบบสอบถามตามประเด็น โดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมกับกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์การวิจัย เสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน นำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญหาดัชนีความสอดคล้อง และเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนี IOC ตั้งแต่ .5 ขึ้นไป ปรับปรุงแบบสอบถามต่อข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1970) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .977 และผู้วิจัยใช้แบบสอบถามลักษณะปลายปิด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ จำนวน 5 ระดับ ตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการลงพื้นที่ชุมชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 1, 2, 7 และ 9 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยะผา จังหวัดร้อยเอ็ด โดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่ม

ตัวอย่างจำนวน 320 ชุด และได้รับตอบกลับคืนจำนวน 320 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความครบถ้วนของแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จเพื่อการวิจัย ผลปรากฏว่าแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมามีความครบถ้วน สมบูรณ์ทั้งหมด

5. คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง โดยการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discrimination Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวมีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง .541 - .931 และภาพลักษณ์ชุมชน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง .642 - .932 สอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้เสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า .40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ ซึ่งหมายความว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลมีคุณภาพเพียงพอ และใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ซึ่งรูปแบบของการจัดการท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง .976 - .977 และภาพลักษณ์ชุมชน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง .976 - .977 สอดคล้องกับ กัลยา วาณิชขัญญา (2550) ได้เสนอว่า การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือเกินกว่า .70 เป็นค่าที่ยอมรับได้เครื่องมือมีความเชื่อมั่นเพียงพอ

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

6.1 วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นตอน ดังนี้

1) ตรวจสอบแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้กลับมาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และตรวจสอบจำนวนของแบบสอบถาม

2) นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์แล้วบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Means) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัย โดยกำหนดให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม (จันทรแรม เรือนแป้น, 2561) ดังนี้

ระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด	กำหนดให้	5	คะแนน
ระดับความคิดเห็นด้วยมาก	กำหนดให้	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง	กำหนดให้	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็นด้วยน้อย	กำหนดให้	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด	กำหนดให้	1	คะแนน

ค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถามโดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (จันทรแรม เรือนแป้น, 2561) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3) การวิเคราะห์การทดสอบอิทธิพลของรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ชุมชนภูไทบ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยงดี จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

6.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติพื้นฐาน คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คือ การหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation และการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค

3) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบอิทธิพลของรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ชุมชนภูไทบ้านบุงเลิศ ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยงดี จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$IMT = \beta_0 + \beta_{Plan} + \beta_{Org} + \beta_{Staff} + \beta_{Dir} + \beta_{Co-or} + \beta_{Rep} + \beta_{Bud} + \epsilon \quad (1)$$

$$Col = \beta_0 + \beta_{Plan} + \beta_{Org} + \beta_{Staff} + \beta_{Dir} + \beta_{Co-or} + \beta_{Rep} + \beta_{Bud} + \epsilon \quad (2)$$

$$Repu = \beta_0 + \beta_{Plan} + \beta_{Org} + \beta_{Staff} + \beta_{Dir} + \beta_{Co-or} + \beta_{Rep} + \beta_{Bud} + \epsilon \quad (3)$$

$$En = \beta_0 + \beta_{Plan} + \beta_{Org} + \beta_{Staff} + \beta_{Dir} + \beta_{Co-or} + \beta_{Rep} + \beta_{Bud} + \epsilon \quad (4)$$

$$Ser = \beta_0 + \beta_{Plan} + \beta_{Org} + \beta_{Staff} + \beta_{Dir} + \beta_{Co-or} + \beta_{Rep} + \beta_{Bud} + \epsilon \quad (5)$$

$$Con = \beta_0 + \beta_{Plan} + \beta_{Org} + \beta_{Staff} + \beta_{Dir} + \beta_{Co-or} + \beta_{Rep} + \beta_{Bud} + \epsilon \quad (6)$$

เมื่อ	IMT	แทน	ภาพลักษณ์ชุมชน โดยรวม
	Col	แทน	ภาพลักษณ์ชุมชน ด้านเอกลักษณ์ขององค์กร
	Repu	แทน	ภาพลักษณ์ชุมชน ด้านชื่อเสียง
	En	แทน	ภาพลักษณ์ชุมชน ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
	Ser	แทน	ภาพลักษณ์ชุมชน ด้านการให้บริการ
	Con	แทน	ภาพลักษณ์ชุมชน ด้านการติดต่อระหว่างบุคคล
	β_{Plan}	แทน	รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการวางแผน

β_{Org}	แทน	รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการจัดองค์กร
β_{Staft}	แทน	รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการจัดการเกี่ยวกับบุคลากรในองค์กร
β_{Dir}	แทน	รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการอำนวยความสะดวก
β_{Co-or}	แทน	รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ
β_{Rep}	แทน	รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการรายงานการปฏิบัติงาน
β_{Bud}	แทน	รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการบริหารงบประมาณ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลของรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ชุมชนภูไทบ้านบึงเลิศ ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถแสดงผลการวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว โดยรวม และเป็นรายด้าน

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. การวางแผน (Planning)	3.70	.66	เห็นด้วยมาก
2. การจัดองค์กร (Organization)	3.67	.72	เห็นด้วยมาก
3. การจัดการเกี่ยวกับบุคลากรในองค์กร (Staffing)	3.71	.68	เห็นด้วยมาก
4. การอำนวยความสะดวก (Directing)	3.84	1.24	เห็นด้วยมาก
5. การประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ (Co-ordinating)	3.88	.63	เห็นด้วยมาก
6. การรายงานการปฏิบัติงาน (Reporting)	3.71	.64	เห็นด้วยมาก
7. การบริหารงบประมาณ (Budgeting)	3.52	.79	เห็นด้วยมาก
โดยรวม	3.91	.54	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ชุมชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.88$) รองลงมาคือ ด้านการอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.84$) และด้านการจัดการเกี่ยวกับบุคลากรในองค์กรกับด้านการรายงานการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.71$)

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ โดยรวม และรายด้าน

ภาพลักษณ์	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. เอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity)	4.20	.69	เห็นด้วยมาก
2. ชื่อเสียง (Reputation)	4.12	.81	เห็นด้วยมาก
3. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)	4.00	.62	เห็นด้วยมาก
4. การให้บริการ (Service Offering)	4.14	.71	เห็นด้วยมาก
5. การติดต่อระหว่างบุคคล (Contact Personnel)	4.04	.73	เห็นด้วยมาก
โดยรวม	4.10	.63	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ชุมชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เอกลักษณ์ขององค์กร ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาคือ การให้บริการ ($\bar{X} = 4.14$) และ ชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.12$)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของตัวแปรรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ชุมชนโดยรวมของชุมชนภูไทบ้านบึงเลิศ ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะยงวิทย์ จังหวัดร้อยเอ็ด

ตัวแปร	B	Std.Error	β	t	p-value
ค่าคงที่ (a)	1.299	.177	-	7.349	.000*
การประสานงานตลอดกิจกรรมต่าง ๆ (Co-or)	.380	.053	.380	7.177	.000*
การรายงานการปฏิบัติงาน (Rep)	.449	.059	.457	7.650	.000*
การบริหารงบประมาณ (Bud)	.097	.044	.122	2.121	.028*

R = .677 R² =.458 AdjR² = .453 S.E.est = .466 F = 88.893 p = .000

*p<.05

จากตารางที่ 3 พบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการประสานงานตลอดกิจกรรมต่าง ๆ ด้านการรายงานการปฏิบัติงาน และด้านการบริหารงบประมาณมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ชุมชนโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของตัวแปรรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ชุมชน
ด้านเอกลักษณ์ขององค์กรของชุมชนภูไทบ้านบึงเลิศ ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะยงต์ จังหวัดร้อยเอ็ด

ตัวแปร	B	Std.Error	β	t	p-value
ค่าคงที่ (a)	1.472	.209	-	7.058	.000*
การประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ (Co-or)	.267	.061	.244	4.353	.000*
การรายงานการปฏิบัติงาน (Rep)	.457	.060	.425	7.582	.000*

R = .604 R² = .365 AdjR² = .361 S.E.est = .551 F = 91.256 p = .000

*p<.05

จากตารางที่ 4 พบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ และการรายงานการปฏิบัติงานมีอิทธิพลเชิงบวกกับภาพลักษณ์ชุมชน ด้านเอกลักษณ์ขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของตัวแปรรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ชุมชน
ด้านชื่อเสียง ของชุมชนภูไทบ้านบึงเลิศ ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะยงต์ จังหวัดร้อยเอ็ด

ตัวแปร	B	Std.Error	β	t	p-value
ค่าคงที่ (a)	1.299	.177	-	7.349	.000*
การประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ (Co-or)	.380	.053	.380	7.177	.000*
การรายงานการปฏิบัติงาน (Rep)	.449	.059	.457	7.650	.000*
การบริหารงบประมาณ (Bud)	.097	.044	.122	2.121	.028*

R = .677 R² = .458 AdjR² = 0.453 S.E.est = .466 F = 88.893 p = .000

*p<.05

จากตารางที่ 5 พบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ด้านการรายงานการปฏิบัติงาน และด้านการบริหารงบประมาณมีอิทธิพลเชิงบวกกับภาพลักษณ์ชุมชน ด้านชื่อเสียง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของตัวแปรรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ชุมชน ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ของชุมชนภูไทบ้านบึงเลิศ ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด

ตัวแปร	B	Std.Error	β	t	p-value
ค่าคงที่ (a)	1.502	.186	-	8.065	.000*
การประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ (Co-or)	.353	.056	.359	6.316	.000*
การรายงานการปฏิบัติงาน (Rep)	.378	.062	.352	6.117	.000*
การบริหารงบประมาณ (Bud)	.079	.046	.102	1.711	.048*

R = .612 R² = .374 AdjR² = .368 S.E.est = .491 F = 63.042 p = .000

*p<.05

จากตารางที่ 6 พบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ด้านการรายงานการปฏิบัติงาน และด้านการบริหารงบประมาณ มีอิทธิพลเชิงบวกกับภาพลักษณ์ชุมชน ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของตัวแปรรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ชุมชน ด้านการให้บริการ ของชุมชนภูไทบ้านบึงเลิศ ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด

ตัวแปร	B	Std.Error	β	t	p-value
ค่าคงที่ (a)	1.635	.221	-	7.384	.000*
การประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ (Co-or)	.460	.066	.407	6.925	.000*
การรายงานการปฏิบัติงาน (Rep)	.439	.074	.395	5.964	.000*
การบริหารงบประมาณ (Bud)	.259	.055	.288	4.686	.000*

R = .576 R² = .332 AdjR² = .326 S.E.est = .584 F = 52.399 p = .000

*p<.05

จากตารางที่ 7 พบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ด้านการรายงานการปฏิบัติงาน และด้านการบริหารงบประมาณ มีอิทธิพลเชิงบวกกับภาพลักษณ์ชุมชน ด้านการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของตัวแปรรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ชุมชนด้านการติดต่อระหว่างบุคคล ของชุมชนภูไทบ้านบึงเลิศ ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	p-value
ค่าคงที่ (a)	1.216	.224	-	5.438	.000*
การประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ (Co-or)	.395	.067	.342	5.892	.000*
การรายงานการปฏิบัติงาน (Rep)	.429	.074	.379	5.780	.000*
การบริหารงบประมาณ (Bud)	.087	.056	.095	1.565	.019*

R = .589 R² = .347 AdjR² = .340 S.E.est = .590 F = 55.866 p = .000

*p<0.05

จากตารางที่ 8 พบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ด้านการรายงานการปฏิบัติงาน และด้านการบริหารงบประมาณ มีอิทธิพลเชิงบวกกับภาพลักษณ์ชุมชนด้านการติดต่อระหว่างบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ชุมชนภูไทบ้านบึงเลิศ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการจัดการเกี่ยวกับบุคลากรในองค์กร ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ด้านการรายงานการปฏิบัติงาน และด้านการบริหารงบประมาณ เนื่องจาก การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว นั้น จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ ทั้งการวางแผนงานที่ต้องมีส่วนร่วมในการร่วมวางแผนทุกฝ่ายในกิจกรรมการท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ การจัดองค์กรและการจัดการเกี่ยวกับบุคลากรในองค์กร เพื่อให้เกิดความชัดเจนในโครงสร้างการดำเนินงาน การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในงานนั้น ๆ การรายงานการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของการดำเนินงาน ผู้รับผิดชอบต้องรายงานหรือชี้แจงต่อที่ประชุมให้รับทราบจะได้ช่วยกันแก้ปัญหา และสามารถดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงได้ ส่วนการบริหารงบประมาณ เป็นเรื่องสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนให้สามารถดำเนินไปได้โดยไม่ติดขัด ดังนั้น สมาชิกต้องบริหารจัดการเรื่องงบประมาณให้ลงตัว รวมถึงการสรรหางบประมาณจากแหล่งภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกษนิภา อินทสุวรรณ์ (2564) พบว่า ชุมชนมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับรูปแบบประสิทธิภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยว ชุมชนมีส่วนร่วมวางแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการประเมินการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และชุมชนร่วมกันดำเนินการจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลีติวราภรณ์ พูลทรัพย์ (2564) พบว่า ผู้นำของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการด้านคน และด้านการ

บริหาร ได้แก่ มีการวางแผนและกำหนดเป้าหมายการจัดการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน มีการส่งเสริมให้พัฒนาบุคลากรทางการเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน มีการทำงานร่วมกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน มีการสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานตามแผนงานได้อย่างลงตัว และชุมชนมีการควบคุม กำกับดูแล และการตรวจประเมินคุณภาพการดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างต่อเนื่อง

2. ชุมชนภูไทบ้านบุงเลิศ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ชุมชนโดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านเอกลักษณ์ขององค์กร ด้านชื่อเสียง ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้บริการ และด้านการติดต่อระหว่างบุคคล เนื่องจาก ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงตัวตน ความโดดเด่น ความน่าสนใจ ฯ ดังนั้น ชุมชนจึงต้องให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ที่สื่อสารออกไปสู่สายตานักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ความเป็นภูไท การแต่งกายด้วยชุดเฉพาะถิ่น ภาษาท้องถิ่น อาหารพื้นถิ่น การประกอบอาชีพ รวมถึงการมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สะท้อนวิถีชีวิตและความเป็นชนเผ่าที่เด่นชัด ในแง่ของชื่อเสียง การมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและการให้ความร่วมมือ ร่วมแรง ร่วมใจในการพัฒนาคุณภาพด้านการท่องเที่ยวให้มีความน่าเชื่อถือจนเป็นที่รู้จักนั้น จะช่วยให้ชุมชนมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมเยือนอย่างไม่ขาดสาย ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ การคงไว้ซึ่งความเป็นพื้นถิ่นอีสานผสมผสานกับความเป็นภูไท การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม รวมถึงการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จะช่วยให้ชุมชนเกิดความน่าสนใจและเกิดการบอกต่อได้ การให้บริการซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เรื่องบุคลิกภาพถือเป็นตัวแปรสำคัญในการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส การให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน มีความกระตือรือร้น ใส่ใจในการให้บริการด้วยความเต็มใจ เป็นการสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำได้ ด้านการติดต่อระหว่างบุคคล ที่ต้องอาศัยทักษะการสื่อสารที่ดี การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น การนำข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวมาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น ชุมชนสามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ ถือเป็นการเตรียมพร้อมของชุมชนในการรองรับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hongguo (2013) พบว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดีมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถรักษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดีได้ และจะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจทบทวนอีกครั้ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Min (2020) พบว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดีสามารถปรับปรุงมูลค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปลุกฝังการพึ่งพานักท่องเที่ยวในสถานที่นั้น และเพิ่มความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาเยี่ยมชมอีกครั้ง

3. รูปแบบการท่องเที่ยว ด้านการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ มีอิทธิพลเชิงบวกกับภาพลักษณ์ชุมชนภูไทโดยรวม ด้านเอกลักษณ์ขององค์กร ด้านชื่อเสียง ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้บริการ

และด้านการติดต่อระหว่างบุคคล เนื่องจากการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ เป็นเรื่องสำคัญมากในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว สมาชิกที่เกี่ยวข้องต้องสามารถรับสารและส่งต่อข้อมูลได้อย่างชัดเจน ตรงประเด็น จึงจะนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง เกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด สามารถสื่อสารเอกลักษณ์ของชุมชนออกสู่สายตานักท่องเที่ยวได้อย่างน่าประทับใจ การทำงานร่วมกันอย่างมีระเบียบแบบแผนที่ชัดเจน การประชาสัมพันธ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง ทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น การแบ่งหน้าที่กันรับผิดชอบตามความเชี่ยวชาญ การมอบหมายงานด้านการให้บริการของฝ่ายต่าง ๆ ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการดูแลทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีในชุมชนให้สวยงามและมีความน่าสนใจอยู่เสมอ ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนเกิดความประทับใจ เกิดการบอกต่อ สร้างชื่อเสียงให้กับชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hassan & Soliman (2020) พบว่า ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และสอดคล้องกับ Raunio (2014) พบว่า แหล่งข้อมูลในการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว Gen Y ให้ความสนใจมากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ และบล็อกเกอร์

4. รูปแบบการท่องเที่ยว ด้านการรายงานการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกกับภาพลักษณ์ชุมชนภูเก็ตโดยรวม ด้านเอกลักษณ์ขององค์กร ด้านชื่อเสียง ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้บริการ และด้านการติดต่อระหว่างบุคคล เนื่องจากการรายงานการปฏิบัติงานของผู้รับผิดชอบฝ่ายงานต่าง ๆ ในที่ประชุม นั้น จะช่วยให้งานเกิดความต่อเนื่อง ทราบว่าเรื่องใดต้องดำเนินการเร่งด่วน เรื่องใดต้องช่วยกันแก้ไขปัญหา เรียงลำดับความสำคัญในประเด็นต่าง ๆ และสามารถดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงได้ หากเกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานจุดใดจะได้ช่วยกันแก้ปัญหาได้ทันเวลา สิ่งเหล่านี้ถือเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของชุมชน ที่จะสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชนได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุริมปรัชญ์ ส่งคร (2565) พบว่า การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านน้ำราบ ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาการสร้างความรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรภายในชุมชน แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้นำในชุมชนกับสมาชิกในชุมชน แนวทางการพัฒนาศักยภาพของผู้นำชุมชน และกลุ่มเครือข่ายชุมชน แนวทางการพัฒนาการรวมกลุ่มเครือข่ายภาคีทางด้านการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการประเมินผลการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และสอดคล้องกับ Widjaja, Khalifa & Abuelhassan (2019) พบว่า ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยย่อยของชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว (Destination Reputation) ด้านสินค้าและบริการเป็นปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำมากที่สุด

5. รูปแบบการท่องเที่ยว ด้านการบริหารงบประมาณ มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกกับภาพลักษณ์ชุมชนภูเก็ตโดยรวม ด้านชื่อเสียง ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการให้บริการและด้านการติดต่อระหว่างบุคคล เนื่องจาก การบริหารงบประมาณ เป็นเรื่องสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนให้

สามารถดำเนินไปได้โดยไม่ติดขัด ดังนั้น สมาชิกต้องบริหารจัดการเรื่องงบประมาณให้ลงตัว รวมถึงการสรรหา
งบประมาณจากแหล่งภายนอก เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนมีความต่อเนื่อง มีศักยภาพในการรองรับ
นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรฤต เสมอเพื่อน (2557) พบว่า ระดับการบริหารจัดการของ อบต.
ด้านโครงสร้างการบริหารงาน ด้านกระบวนการบริหารจัดการ ด้านการวางแผน ด้านงบประมาณ ด้านบุคลากร
ด้านการควบคุม โดยรวมมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและการท่องเที่ยวโดยชุมชน การศึกษาการบริหาร
จัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลกมลา และการจัดการด้านการท่องเที่ยวต่อธุรกิจการท่องเที่ยวขององค์การ
บริหารส่วนตำบลกมลา พบว่ามีความสัมพันธ์กับธุรกิจการท่องเที่ยวซึ่งจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ
ชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

รายได้หลักของประเทศไทยมาจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และประเทศไทยมีทรัพยากรทางการ
ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และ
กิจกรรม ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ชุมชน
ไทบ้านบุงเลิศตำบลบุงเลิศ อำเภอยะยง จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งจากผลการศึกษาทำให้เห็นถึงรูปแบบการจัดการ
ท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ชุมชน ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์แก่ชุมชน หน่วยงาน
ภาครัฐ และสถาบันอุดมศึกษาในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับ
รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว ด้านการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ด้านการรายงานการปฏิบัติงาน และด้าน
การบริหารงบประมาณ เพื่อให้การท่องเที่ยวของชุมชนสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการนำ
เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยมาใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อประสานงาน เพื่อให้การดำเนินงานมีความต่อเนื่อง
รวดเร็ว และทันเวลา อันจะส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของชุมชนในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการรองรับ
นักท่องเที่ยวต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ชุมชน ดังนั้นใน
งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ชุมชนในแต่ละชุมชนที่มีความ
โดดเด่นด้านต่าง ๆ ทั้งในจังหวัดร้อยเอ็ดหรือจังหวัดอื่น ๆ นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาตัวแปรต้นอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อ
รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรคน ทรัพยากรด้านทุน ทรัพยากรด้านวิทยากร ทรัพยากรด้าน
นักท่องเที่ยว และทรัพยากรด้านเวลา เป็นต้น ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ภาพลักษณ์ของชุมชนในชุมชนอื่น ๆ ที่มี

การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) ตลอดจนการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในยุค New Normal อันจะทำงานวิจัยก่อให้เกิดประโยชน์ยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ที่ให้ทุนสนับสนุนในการดำเนินงานวิจัย ทำให้เกิดผลงานวิจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน ซึ่งผู้วิจัยจะนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อตนเอง สังคมและประเทศชาติสืบไป

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติสำหรับบริหารและวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กชนิกา อินทสุวรรณ. (2564). รูปแบบประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยการบูรณาการ **หลักพุทธธรรมของจังหวัดสมุทรสาคร**. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- จันทร์แรม เรือนแป้น. (2561). **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- จิรกฤต เสมอเพื่อน. (2557). การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลมลาต่อธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี**, 8(16), 55 - 66.
- ฐิติวรารณ พูลทรัพย์. (2564). การศึกษาองค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มีผลต่อ **ประสิทธิภาพการดำเนินงานท่องเที่ยวของชุมชนวิสาหกิจภาคกลาง**. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เทศบาลตำบลบึงเลศ. (2565). **จำนวนประชากรเทศบาลตำบลบึงเลศ**. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2565 จาก <https://www.bunglerd.go.th/pagelist-28.html>.
- ปภาวี บุญกลาง. (2560). รายงานการวิจัยเรื่อง **ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร กรมศึกษา สาขาในเขตอำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา**. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ปริมปรัชญ์ ส่งสร. (2565). **แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านน้ำราบ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง**. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุมินทร เป้าธรรม. (2558). **วิจัยทางการบัญชี**. กรุงเทพฯ: ทริบเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.

- Cronbach, L. J. (1970). **Essentials of Psychological Testing**. (3th ed.). New York: Harper and Row.
- Hassan, S. B., & Soliman, M. (2020). COVID-19 and Repeat Visitation: Assessing the Role of Destination Social Responsibility, Destination Reputation, Holidaymakers' Trust and Fear Arousal. **Journal of Destination Marketing & Management**, 19(2021), 1-11.
- Hongguo, W. (2013). The Constituent Elements of Tourist Destination Image and Its Role in Tourists' Decision-making. **Journal Contemporary Economy**, 13(10), 1-4.
- Lyndall, U. & Luther, G. (2021). **Organizational Theory and Management Processes**. Retrieved April 20, 2021 from <https://th.hrnote.asia/orgdevelopment/190419-management-concept/>.
- Min, X. (2020). **Research on the Influence of Putuo Mountain Tourist Destination Image on Tourists' Willingness to Revisit**. Zhejiang: Zhejiang Technology and Business University.
- Nunnally, J.C. (1978). **Psychometric theory**. (2nd ed.). McGraw-Hill, New York.
- Raunio, J. M. (2014). **Understanding the Travel Behavior of Generation Y [Master's thesis]**. Mid Sweden University. Retrieved June 18, 2022, from <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:729149/FULLTEXT01.pdf>.
- Widjaja, Y. I., Khalifa, G. S. A., & Abuelhassan, A. E. (2019). The Effect of Destination Reputation on the Revisit Intention to Halal Tourism Destination of Jakarta. **International Journal of Business, Economics and Law**, 20(5), 104-111.