

การพัฒนาศักยภาพการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
โดยใช้ตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการ:
กรณีศึกษาบ้านขุนไชยทอง จังหวัดสุรินทร์

**The Potential Development of Creative Tourism Using
Integrative Business Model:
a Case Study of Khunchaitong Village, Surin Province**

ชนมัญญา กังวานสุภพันธ์*

*Chonnatcha Kungwansupaphan**

ฉัตรชัย ศรีมาลา**

*Chatchai Srimala***

เพ็ญนฤมล จະระ***

*Pennarumon Jara****

พริษฐ์ พนมเสริฐ****

*Prit Panomsert*****

วันที่รับบทความ: 05/05/2020

วันที่แก้ไขบทความ ครั้งที่ 1 : 29/06/2020

วันที่แก้ไขบทความครั้งที่ 2 : 03/10/2020

วันที่ตอบรับบทความ: 29/03/2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ สภาพการณ์การดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวบ้านขุนไชยทอง วิเคราะห์องค์ประกอบในตัวแบบธุรกิจ

*ปร.ด. (การจัดการ) สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (2555) ปัจจุบันเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Ph.D. (Management), Asian Institute of Technology (2012). Currently, an assistant professor in business administration, Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University.

**บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยสยาม (2540) ปัจจุบันเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Master of Business Administration (Marketing), Siam University (1997). Currently an assistant professor in business administration, Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University.

***บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ธุรกิจระหว่างประเทศ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (2555) ปัจจุบันเป็นอาจารย์สาขาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Master of Business Administration (International Business), Rajamangala University of Technology Thanyaburi (2012). Currently, a lecturer in business administration, Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University.

****บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง (2555) ปัจจุบันเป็นอาจารย์สาขาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

เชิงบูรณาการ และพัฒนาตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ศักยภาพการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านขุนไชยทอง จังหวัดสุรินทร์ งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างและการสนทนากลุ่ม เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทอง

ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทองมีจุดเริ่มต้นจากการแก้ปัญหาช้างเร่ร่อน โดยได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิอนุรักษ์ช้างและสิ่งแวดล้อม จังหวัด เชียงใหม่ เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2559 โดยกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์ รูปแบบการท่องเที่ยวเป็นการสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและเรียนรู้วิถีช้างอนุรักษ์ วัฒนธรรมท้องถิ่น อาสาสมัคร และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ทั้งนี้ การประกอบการการท่องเที่ยวบ้านขุนไชยทอง มีปัญหาในเรื่อง 1) ศักยภาพของคนและกลุ่มในการสื่อสารภาษาอังกฤษ ความคิดเห็นที่ขัดแย้งกัน ขาดความรู้ในการออกแบบ การท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 2) สภาพภูมิทัศน์ ความสะอาดเป็นระเบียบวินัย และไฟส่องสว่างกลางคืน 3) ขาดการทำการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศ และ 4) การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ผลการวิเคราะห์ องค์ประกอบตามแนวคิดตัวแบบธุรกิจแคนวาสจากความคิดเห็นของทั้งผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวนำมาพัฒนาเป็นตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการที่ครอบคลุมองค์ประกอบ กลุ่มลูกค้า การนำเสนอคุณค่า ช่องทางการเข้าถึง ลูกค้า พันธมิตรหลัก การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า กิจกรรมหลัก ทรัพยากรหลัก แหล่งที่มาของรายได้ และต้นทุนหลัก และใช้เป็นกรอบแนวทางในการประกอบการ การท่องเที่ยวให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการ บ้านขุนไชยทอง

Abstract

This research aims to study the pattern, operational context, problems and obstacles of Khunchaitong village tourism, as well as analyze components in the integrative business model, and develop the integrative business model for enhancing the potential of Khunchaitong's creative tourism in Surin province. This research employed a qualitative

method using a semi-structured interview and a focus group technique to collect data from homestay tourism entrepreneurs and tourism's stakeholders of Khunchaitong tourism.

The results presented that Khunchaitong tourism began with the aim to solve the problem of elephant begging on the streets, and received support from the Save Elephant Foundation, Chiangmai province to operate the tourism. The tourism operation has started since December 1, 2016, and organized by the community homestay entrepreneur group. The community provides tourists with experiences to participate and learn the way of local preserved elephants, local cultures, volunteer activities, and natural tourism attractions. The problems of Khunchaitong tourism consist of 1) the potential of members and group in English communication with tourists, conflicts of members in different opinions, lack of knowledge in tourism program and souvenir design, and the use of information technology 2) the cleanliness of the village and the lights at night 3) the lack of marketing on domestic tourists, and 4) the lack of supports from external organizations. The analysis of the business model components was based on the business model canvas concept. Opinions from tourism entrepreneurs and stakeholders were integrated in order to develop the integrative business models that cover components, including customer segment, value proposition, channels, business alliances, customer relations, main resources, main activities, revenue stream, and costs of the business. The model can be applied as a guideline that benefits parties involved in tourism operation.

Keywords: Creative Tourism, Integrative Business Model, Ban Khunchaitong

บทนำ

การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบันมีหลายรูปแบบและมีผู้ให้บริการหลากหลายลักษณะ ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีความพร้อมในทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และความมีไมตรีจิตของคนไทย ทำให้การท่องเที่ยวของไทยสามารถพัฒนากิจกรรมเป็นกิจกรรมต่างๆ ได้หลายประเภท การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศมากขึ้นเนื่องจากคำนึงถึงความยั่งยืนเป็นสำคัญ และเน้นการสร้างความรู้สึกร่วมกันของนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน สร้างประสบการณ์จากการ

ปฏิบัติการจริงในพื้นที่ ทำให้นักท่องเที่ยวจดจำและประทับใจในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (Wisuthiluck, 2015) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีประโยชน์ทั้งในเรื่องการสร้างรายได้ให้กับชุมชน และเป็นเครื่องมือในการสืบทอดวัฒนธรรมให้คงอยู่ ส่งเสริมให้เกิดกระบวนการในการร่วมกันคิด ร่วมกันทำเพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับคนในชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ รวมทั้งใช้ความเข้มแข็งของชุมชนและนำเสนอรูปแบบของกิจกรรมที่มีความหลากหลายและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมให้มากที่สุด (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration, 2013) ด้วยเหตุผลดังกล่าว หลายพื้นที่ของประเทศไทยจึงมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนรวมทั้ง จังหวัดสุรินทร์ซึ่งมีชื่อเสียงในเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเกี่ยวกับช้าง มีประวัติศาสตร์ยาวนาน และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในเรื่องวัฒนธรรมของการอยู่ร่วมกันของคนกับช้าง แต่ด้วยบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ส่งผลต่อการหาเลี้ยงชีพของควาญช้างและวิถีคนเลี้ยงช้างสุรินทร์ มีการพาช้างออกไปเร่ร่อนหารายได้ โดยเฉพาะช้างที่มาจากบ้านขุนไชยทอง อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นชุมชนเลี้ยงช้างเก่าแก่ที่มีช้างเลี้ยงเร่ร่อนเป็นจำนวนมากของประเทศ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งในการช่วยแก้ปัญหาช้างเร่ร่อนของบ้านขุนไชยทองรวมทั้งช่วยเสริมสร้างชุมชนให้มีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยมีการรวมกลุ่มกันเป็นกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ให้บริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เรียนรู้วิถีการเลี้ยงช้าง การอยู่ร่วมกันของคนและช้างตามธรรมชาติ และการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน

อย่างไรก็ตาม การประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับชุมชนรวมทั้งบ้านขุนไชยทองมีผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลายภาคส่วนซึ่งมีบทบาทแตกต่างกันไป อาทิเช่น ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่เป็นผู้จัดการและดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว หน่วยงานท้องถิ่น สถาบันการศึกษา เป็นต้น อีกทั้งยังมีองค์ประกอบที่จำเป็นหลายอย่างที่ต้องดำเนินงานเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ อาทิเช่น การจัดการรายได้ต้นทุนการดำเนินงาน เครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น หากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าใจตรงกันในภาพรวมขององค์ประกอบต่าง ๆ ในการจัดการท่องเที่ยวก็จะช่วยให้สามารถประกอบการท่องเที่ยวได้ครอบคลุมทุกองค์ประกอบ และมีการบูรณาการการทำงานร่วมกันในการประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนให้สำเร็จได้อย่างยั่งยืนในบริบทปัจจุบันของบ้านขุนไชยทองนั้น แม้ว่าได้จัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2559 แต่จากการลงพื้นที่สำรวจบริบทของชุมชนโดยคณะผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการการท่องเที่ยวของชุมชนแห่งนี้จำเป็นต้องพัฒนา

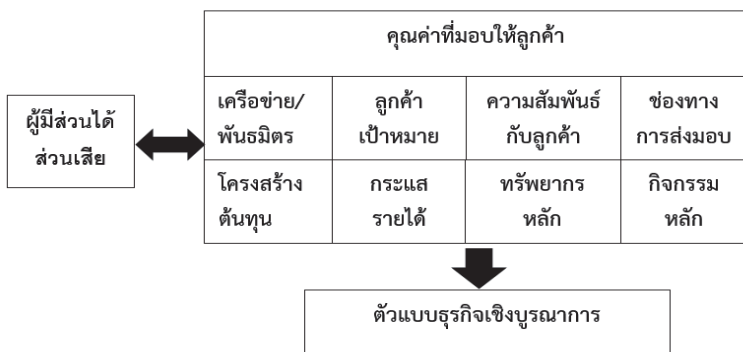
ศักยภาพในการประกอบการการท่องเที่ยวเนื่องจากขาดความเข้าใจในองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยว การบูรณาการความร่วมมือระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องมีน้อย ไม่มีกรอบแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวในเชิงธุรกิจ อีกทั้งไม่เข้าใจความแตกต่างในพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย ส่งผลให้มีปัญหาในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายใหม่ งานวิจัยนี้นำแนวคิดตัวแบบธุรกิจแคนวาส (Business Model Canvas) นำเสนอโดย ออสเทอร์วัลด์เนอร์พินญอร์ โอลิเวียรา และเฟอเรียรา (Osterwalder, Pigneur, Oliveira & Ferreira, 2011) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบหลักของการประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทอง โดยบูรณาการข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ประกอบการกลุ่มโฮมสเตย์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประกอบการท่องเที่ยว ผลการศึกษาที่ได้พัฒนาเป็นตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการครอบคลุมองค์ประกอบหลักที่จำเป็นสำหรับการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และใช้เป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทอง ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบ สภาพการณ์การดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคของการประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทอง จังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบในตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการของการประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านขุนไชยทอง จังหวัดสุรินทร์
3. เพื่อพัฒนาตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการที่นำมาใช้เป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพในการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านขุนไชยทอง จังหวัดสุรินทร์

กรอบแนวคิด

งานวิจัยนี้พัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมและนิยามการประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่จัดโดยชุมชนเลี้ยงช้างบ้านขุนไชยทอง จังหวัดสุรินทร์ ที่สร้างประสบการณ์ตรงให้กับนักท่องเที่ยวในการมีส่วนร่วมในวิถีชุมชน วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ สร้างความประทับใจและและความเข้าใจในชุมชนที่ได้ท่องเที่ยว ส่วนตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 9 ด้านตามแนวคิดตัวแบบธุรกิจแคนวาส ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบันและมีแนวโน้มได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มากขึ้น ริชาร์ด และ มอนด์ (Richards & Mond, 2000) ใช้คำว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นคนแรกและนิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่นำเสนอโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวในการพัฒนาการสร้างสรรค์และเกิดประสบการณ์การเรียนรู้โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นในกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ๆ ที่ท่องเที่ยวนั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบอันยั่งยืนของการท่องเที่ยวซึ่งมอบความรู้สึกที่แท้จริงของวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการลงมือปฏิบัติในกลุ่มขนาดเล็ก โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ความสามารถเชิงสร้างสรรค์ของตนเอง ได้รับประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์อย่างไม่เป็นทางการจากการได้ใกล้ชิดกับผู้คนในท้องถิ่นที่ได้มาเยือนและได้ลงมือปฏิบัติ (Mond, 2007) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration, 2018) และการสร้างคุณค่าบนพื้นฐานอัตลักษณ์ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ด้อยทอดความคิด

สร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่จากการลงมือทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เอกลักษณ์ท้องถิ่นและเข้าถึงความรู้สึกที่มีต่อชุมชน (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration, 2018) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น โดยให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ ศิลปะวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ การเรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงและมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของวัฒนธรรม รวมทั้งเน้นคุณค่าของชุมชน (Wisuthiluck, Saipan, Taeplakul & Sindecharak, 2011) ในขณะที่ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Entrepreneur) หมายถึงผู้ที่จัดหาบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยอาศัยทุนท้องถิ่นในด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยเฉพาะในระดับชุมชนได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศมากขึ้นในปัจจุบัน ตัวอย่างเช่น ชุมชนบ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ชุมชนบ้านสามขา จังหวัดลำปาง เป็นต้น การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องพิจารณาความแตกต่างของกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ เพื่อให้จัดการการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการที่แตกต่างกันได้ การดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยหลายปัจจัยบูรณาการกัน ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย การวางแผนระยะยาวและกำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดการการท่องเที่ยวที่สามารถปฏิบัติได้ความเป็นอิสระจากการเมือง การสื่อสารและการตลาดที่ดี เงินทุนที่เพียงพอและบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งภาวะผู้นำที่เข้มแข็งและพันธะผูกพันของทีมงาน (Richard, 2010)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแบบธุรกิจ

แนวคิดตัวแบบธุรกิจ (Business Model) เป็นชุดของแนวคิดที่อธิบายถึงตรรกะในการทำธุรกิจ ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อให้สามารถนำเสนอคุณค่าให้กับลูกค้าและได้รับผลตอบแทนทางการเงินกลับมาสู่ธุรกิจ (Osterwalder, Pigneur & Tucci, 2005) แนวคิดตัวแบบธุรกิจสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับธุรกิจทุกประเภทและช่วยในการสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจต่าง ๆ ได้ รวมทั้งการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งมีองค์ประกอบในการดำเนินงานหลายอย่าง และต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้องหลายภาคส่วน การพัฒนาตัวแบบธุรกิจสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงต้องมีการบูรณาการในองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้

ส่วนเสีย งานวิจัยนี้ นำแนวคิดตัวแบบธุรกิจที่นำเสนอโดย ออสเทอร์วัลเดอร์ และ พินญอร์ (Osterwalder & Pigneur, 2011) หรือที่เรียกว่า “แนวคิดตัวแบบธุรกิจแคนวาส (Business Model Canvas)” มาเป็นแนวคิดในการพัฒนาตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการเพื่อพัฒนาศักยภาพการประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทอง เนื่องจากมีความเหมาะสมทั้งในการนำไปประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายกับธุรกิจและองค์กรต่างๆ ทั่วโลก มีการอธิบายเหตุผลการสร้างธุรกิจและส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า เปรียบเสมือนพิมพ์เขียวของธุรกิจที่ครอบคลุมงานหลักของธุรกิจ 4 งาน ประกอบด้วยลูกค้า สิ่งที่น่าสนใจ โครงสร้างพื้นฐาน แหล่งเงิน และจำแนกองค์ประกอบในตัวแบบเป็น 9 กิจกรรมหลัก ได้แก่ 1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Customer Segment) 2) การนำเสนอคุณค่าที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Value Propositions) 3) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) 4) ช่องทางในการส่งมอบและการสื่อสาร (Channels) 5) แหล่งที่มาของรายได้ (Revenue Streams) 6) ทรัพยากรหลักของธุรกิจ (Key Resource) 7) กิจกรรมหลักของธุรกิจ (Key Activities) 8) พันธมิตรและคู่ค้า (Key Partners) และ 9) ต้นทุนของธุรกิจ (Cost Structure) งานวิจัยนี้ศึกษาองค์ประกอบและพัฒนาตัวแบบธุรกิจจากแนวคิดดังกล่าว โดยบูรณาการการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการร่วมกันวิเคราะห์แก่นหรือจุดเด่นจุดด้อยของธุรกิจผ่านการระดมและแลกเปลี่ยนความคิดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นสิ่งสำคัญในการนำตัวแบบธุรกิจนั้น ไปใช้ได้อย่างบรรลุผลและยั่งยืน ความคิดเห็นต่าง ๆ มักสะท้อนถึงการให้ความสำคัญในเรื่องสังคมเศรษฐกิจและส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการสร้าง ความยั่งยืนได้อย่างหลากหลาย (Stubbs & Cocklin, 2008)

3. บริบทการท่องเที่ยวบ้านขุนไชยทอง จังหวัดสุรินทร์

จังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงมานานเกี่ยวกับเรื่องของช้างเลี้ยง โดยเป็นจังหวัดที่มีการเลี้ยงช้างเป็นจำนวนมาก และเป็นที่ตั้งถิ่นฐานของชาวกูย ซึ่งเป็นชนเผ่าที่มีความสามารถในการจับช้างป่ามาฝึกใช้งานและเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดมาแต่บรรพบุรุษจนถึงปัจจุบันก็ยังคงเลี้ยงช้างอยู่ และเป็นที่รู้จักในนาม “หมู่บ้านช้าง” โดยมีหมู่บ้านตาลาง ตำบลกระโพ อำเภอลำดวน เป็นศูนย์กลางการเลี้ยงช้าง คนสุรินทร์เลี้ยงช้างเป็นสมาชิกส่วนหนึ่งของครอบครัว จึงมีวิถีชีวิตเกี่ยวข้องกับช้างมีความผูกพันระหว่างคนกับช้างและเป็นจังหวัดแรกที่มีการใช้ช้างในธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2498 (Clayvichien, Buraphansak & Nakinchat, 2007) แต่ด้วยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา สภาพป้าธรรมชาติที่เคยใช้เลี้ยงช้างได้ถูกทำลายลง บางส่วนนำไปปลูกต้นยูคาลิปตัส ไม่สามารถใช้เป็นที่เลี้ยงช้าง

ได้อีกต่อไป ส่งผลให้ช่างจากจังหวัดสุรินทร์ได้มีการเคลื่อนย้ายไปยังส่วนต่างๆ ทั่วประเทศ ทั้งไปเป็นช่างในธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น และเป็นช่างเร่ร่อนเพื่อหารายได้โดยเฉพาะ บ้านขุนไชยทองซึ่งเป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ในตำบลหนองเรือ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ เป็นหมู่บ้านที่มีช่างเลื่อยเร่ร่อนจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย การเลื่อยช่างและวิถีชีวิตของคนและช่างที่อยู่ร่วมกันของหมู่บ้านนี้เป็นมรดกตกทอดจากบรรพบุรุษและทำให้ความเชื่อในเรื่องช่างเป็นสิ่งที่ถูกส่งต่อและถ่ายทอดไปยังรุ่นต่อรุ่น ช่างจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของคนขุนไชยทองนับแต่อดีตเป็นต้นมาผลกระทบจากสภาพนิเวศที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ช่างของบ้านขุนไชยทองขาดแหล่งอาหารช่างและความอยู่พอเพียงไปเร่ร่อนที่อื่นเพื่อหารายได้ ปัญหาที่ตามมาจากช่างเร่ร่อนมีมากมาย เช่น การเจ็บป่วยทุกข์ทรมานของช่างที่ต้องเร่ร่อนเป็นระยะไกล การประสบอุบัติเหตุของช่าง รวมทั้งเรื่องผลประโยชน์ทางธุรกิจจากการใช้ช่างสร้างเงิน การผลักดันช่างเร่ร่อนกลับสู่บ้านเกิดจึงเกิดขึ้นในหลายรูปแบบจากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การท่องเที่ยวบ้านขุนไชยทองจึงมีการพัฒนาขึ้นมาเพื่อช่วยแก้ปัญหาดังกล่าว การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านขุนไชยทองจึงเป็นการประกอบการธุรกิจเชิงสังคมที่ต้องการแก้ปัญหาช่างเร่ร่อนและการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อหาหนทางแก้ไขปัญหามาแบบยั่งยืน

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการ: กรณีศึกษากันบ้านขุนไชยทอง จังหวัดสุรินทร์ ได้ดำเนินการวิจัยดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กลุ่มเป้าหมายในการศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านขุนไชยทอง โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจงเพื่อให้ได้ผู้ที่มีประสบการณ์หรือความรู้เกี่ยวกับการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทอง สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย ได้ข้อมูลเพียงพอที่จะอธิบายปรากฏการณ์ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาซึ่งนำไปสู่ข้อสรุปที่ชัดเจนได้ เป็นตัวแทนในการตอบคำถามการวิจัยได้เที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ เป็นไปตามข้อเสนอแนะโดย ไมล์ส์และฮิวเบอร์แมน (Miles & Huberman, 1994) กลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์ประกอบด้วยผู้ประกอบการ โฮมสเตย์ที่เป็นสมาชิกโครงการ “พาช่างกลับบ้าน พาความยั่งยืน” ซึ่งได้ตอบรับเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ จำนวน 6 คน และตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวบ้านขุนไชยทอง ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ประสานงานโครงการฯ ผู้อำนวยการโรงเรียน

บ้านขุนไชยทองตัวแทนชาวบ้านที่เป็นผู้จัดฐานกิจกรรมวัฒนธรรมท้องถิ่นฐานจักสานและอาหารท้องถิ่น ความรู้ช่าง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในช่วงเวลาที่มีการเก็บข้อมูล ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบลหนองเรือ ตัวแทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุรินทร์ อาจารย์สาขาธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ และนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ กลุ่มเป้าหมายในการสนทนากลุ่มประกอบด้วยผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการรถตู้ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ครู โรงเรียนบ้านขุนไชยทองชาวบ้านที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน พัฒนาชุมชนตำบลหนองเรือ และศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีถิ่นฐานอยู่ในชุมชน

1. เครื่องมือการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview Protocol) โดยประเด็นและขอบเขตของคำถามพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องครอบคลุมองค์ประกอบของตัวแบบธุรกิจแคนวาส ได้แก่ กลุ่มลูกค้า คุณค่าของสิ่งที่ทำอยู่ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่องทางการขาย วิธีการหารายได้ ทรัพยากรสำคัญ กิจกรรมหลัก พันธมิตรและคู่ค้า และต้นทุนหลักของธุรกิจ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือเพื่อพิจารณาคุณภาพและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงความถูกต้องเหมาะสม และจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อเรียนรู้เพิ่มเติมมากขึ้นเกี่ยวกับทัศนคติและข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทองตามองค์ประกอบตัวแบบธุรกิจ

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยเก็บข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาเอกสารค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เก็บข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างและจำเพาะเจาะจงจากผู้ประกอบการโฮมสเตย์และตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทองจำนวน 16 คน และจัดสนทนากลุ่ม 1 ครั้งโดยมีผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มจำนวน 8 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการรถตู้ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ครู โรงเรียนบ้านขุนไชยทอง ชาวบ้านนอกภาคการท่องเที่ยวของชุมชน พัฒนาชุมชนตำบลหนองเรือ และศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่มีถิ่นฐานอยู่ในชุมชน และเก็บข้อมูลจากการสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม สัมภาษณ์จริงในพื้นที่และทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้เข้าใจรูปแบบและสภาพการณ์การดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคของการประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกเป็นระบบโดยยึดหลักให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้เทคนิคแบบสามเส้า (Triangulation) ด้านวิธีรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีหลายวิธีในการรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน ได้แก่ การสัมภาษณ์และสังเกตควบคู่กัน การสนทนากลุ่ม และด้านบุคคล โดยถามประเด็นคำถามเดียวกันกับผู้ให้ข้อมูลที่ต่างกัน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อเปรียบเทียบข้อแตกต่างหรือคล้ายคลึงกันของข้อมูลและจำแนกประเด็นเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษารูปแบบ สภาพการณ์การดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคของการประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทอง จังหวัดสุรินทร์

บ้านขุนไชยทองตั้งอยู่ที่ตำบลหนองเรือ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดสุรินทร์ เป็นหมู่บ้านที่มีช้างแร้งมากที่สุดในประเทศไทย การประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านขุนไชยทองมีจุดเริ่มต้นมาจากการแก้ปัญหาช้างแร้ง พาช้างแร้งและความยากลำบากในบ้านเกิด ซึ่งนอกจากจะช่วยแก้ปัญหาช้างแร้ง ยังช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนจากการท่องเที่ยว มุณิชนูรักษ์ช้างและสิ่งแวดล้อม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นองค์กรที่เข้ามาสนับสนุนการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนนี้ภายใต้โครงการ “พาช้างกลับบ้าน นำความยากคืนถิ่น” และได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2559 เป็นต้นมา เจ้าของช้างที่เข้าร่วมโครงการได้รับเงินเดือน 20,000 บาทต่อช้าง 1 เชือก และดำเนินการเรื่องที่พักโฮมสเตย์และจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามโปรแกรมที่มูลนิธิฯ ขายให้กับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบ้านขุนไชยทอง

	จำนวน	ข้อมูล	จำนวน
ครัวเรือน	143 ครัวเรือน	ห้องพักโฮมสเตย์	35 ห้อง
ครัวเรือนที่เลี้ยงช้าง	25 ครัวเรือน	ห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศ	18 ห้อง
ช้างที่ขึ้นทะเบียน	69 เชือก	ห้องพักพัสดม	17 ห้อง
ช้างในการท่องเที่ยว	18 เชือก	นักท่องเที่ยวที่โฮมสเตย์รองรับได้/ครั้ง	70 คน
วัด	1 แห่ง	กลุ่มอาชีพ (ตามโครงการ นวัตกรรม)	10 กลุ่ม
โรงเรียน	1 แห่ง	แหล่งท่องเที่ยว	6 แห่ง

ปัจจุบันมีการจัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการ โฮมสเตย์มีสมาชิก 20 คน มีช่างรวม 18 เชือก รับนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นต่างชาติทั้งหมด ประมาณสัปดาห์ละ 1 กลุ่มตั้งแต่กลุ่มละ 2-5 คน ถึงกลุ่มละ 10-40 คน ขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวเป็นแบบช้างอนุรักษ์ ที่ไม่มีการใช้ข้อบังคับช้าง โซ่ตรวนช้าง ช้างแสดงและการนั่งช้าง นักท่องเที่ยวต่างชาติ จะทำกิจกรรมเลี้ยงช้างร่วมกับชาวบ้านตามวิถีชาวกูยซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ของบ้านขุนไชยทอง ตั้งแต่การเตรียมอาหารช้าง ให้อาหารช้าง อาบน้ำช้าง ทำความสะอาดคอก และเรียนรู้ วัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ทำบุญตักบาตรตอนเช้าที่วัดในชุมชน บายศรีสู่ขวัญ เรียนการรื้อยมาลัย กับนักเรียน และเข้าร่วมงานวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยว สามารถทำกิจกรรมอาสาสมัครในรูปแบบต่าง ๆ ร่วมกับชุมชน เช่น การทำหมั่นสุนัข สอนภาษาอังกฤษให้นักเรียน โปรแกรมการท่องเที่ยวต่อ 1 คน ราคา 15,000 บาท รวมทั้งพัก โฮมสเตย์ 1 สัปดาห์ อาหารมังสวิรัต 3 มื้อต่อวัน ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ช้างอนุรักษ์ของบ้านขุนไชยทอง

ผลการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มสอดคล้องกันในเรื่องปัญหาและอุปสรรคการ ประกอบการการท่องเที่ยวบ้านขุนไชยทองที่ต้องได้รับการปรับปรุงและพัฒนา ได้แก่ ศักยภาพของคนและกลุ่ม ตัวอย่างจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โฮมสเตย์ ก (สัมภาษณ์ 8 มิถุนายน 2562) ระบุว่า “ในกลุ่มโฮมสเตย์มีสมาชิกมาก เวลาประชุมก็มีหลายครั้งที่คิด ไม่เหมือนกัน อยากทำไม่เหมือนกัน ก็เป็นปัญหาทำให้ขัดแย้งกัน” ในขณะที่ผู้อำนวยการ โรงเรียนบ้านขุนไชยทอง (สัมภาษณ์ 8 มิถุนายน 2562) กล่าวเพิ่มเติมว่า “ผู้ประกอบการ โฮมสเตย์ และควาญช้าง สื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ค่อยได้และต้อง อาศัยล่ามช่วยสื่อสารในเกือบทุกเรื่อง ก็อยากให้พัฒนาในเรื่องนี้เพื่อประโยชน์เรื่องการ ท่องเที่ยวของชุมชน” สอดรับกับผลจากการสนทนากลุ่มซึ่งได้กล่าวถึงปัญหาดังกล่าว ในเรื่องของการขาดความรู้ทางธุรกิจทั้งการสร้างรายได้และการคิดต้นทุน โดยระบุว่า สมาชิกโฮมสเตย์ส่วนใหญ่ไม่รู้เรื่องการทำบัญชีหรือเรื่องธุรกิจ ทำโฮมสเตย์ก็ทำตามแนวทาง ที่ทางโครงการพาช้างกลับบ้านพาควาญคืนถิ่นกำหนด นอกจากนั้นยังขาดทักษะการออกแบบ การท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการ ทำการตลาดออนไลน์ ปัญหาและอุปสรรคอื่นที่พบจากการสัมภาษณ์ ได้แก่ เรื่องสภาพ แวดล้อมและภูมิทัศน์ของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ยกตัวอย่างได้จากการสัมภาษณ์ ผู้ใหญ่บ้านขุนไชยทอง (สัมภาษณ์ 10 มิถุนายน 2562) ซึ่งให้ข้อมูลว่า “หมู่บ้านยังต้องพัฒนา และปรับปรุงสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ให้ดีกว่าที่เป็นอยู่ ให้สวยงามขึ้น ไฟส่องสว่าง ในหมู่บ้านเวลากลางคืนก็ยังขาดอยู่ นักท่องเที่ยวก็จะลำบากเวลาเดินไปไหนมาไหนกลางคืน”

ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ก ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า “ความสะอาดสะอาดอันของแต่ละบ้าน เป็นสิ่งที่ต้องปรับปรุงเพราะจะทำหรือดูแลกันก็เฉพาะเวลามีแขกมา” (สัมภาษณ์ 8 มิถุนายน 2562) ในขณะที่ผลการสนทนากลุ่มให้ข้อมูลสอดคล้องกันในประเด็นเรื่องสภาพแวดล้อม และภูมิทัศน์ของชุมชน โดยระบุเพิ่มเติมในเรื่องการขาดการปรับปรุงสถานที่ให้สวยงาม เพื่อเป็นจุดถ่ายรูปให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผลการสนทนากลุ่มยังระบุถึงปัญหา การขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว การช่วยเรื่องการตลาดเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศซึ่งมาเที่ยวน้อยมาก

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบในตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทอง

ผลการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มโดยวิเคราะห์องค์ประกอบตามแนวคิดตัวแบบธุรกิจแคนวาส พบว่าองค์ประกอบด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสอดคล้องกัน นั่นคือเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอายุระหว่าง 18-35 ปี และเป็นนักศึกษาและคนที่ทำงานแล้ว มาพักครั้งละหนึ่งสัปดาห์ ส่วนใหญ่ไม่เคยมาเที่ยวที่นี่มาก่อน มาเป็นกลุ่มใหญ่เพื่อเป็นอาสาสมัครในการเลี้ยงช้าง กิจกรรมอื่นที่รวมอยู่ในโปรแกรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณีที่บ้านอาสาสมัคร และการไปเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น ยกตัวอย่างได้จากคำพูดของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ก และผู้ประสานงานโครงการฯ ว่า “ลูกค้าที่มาใช้บริการจะเป็นชาวต่างชาติโดยส่วนมากมาจากประเทศออสเตรเลีย แคนาดา และฮ่องกง ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาอายุโดยประมาณ 20 ปี โดยมากจะเป็นคู่รักและครอบครัว ส่วนใหญ่จะมาครั้งแรก สำหรับคนที่มาแล้วคิดใจก็จะมาอีก โดยการมาพักแต่ละครั้งจะพักครั้งละเป็นอาทิตย์” (สัมภาษณ์ 8 และ 10 มิถุนายน 2562) องค์ประกอบด้านคุณค่าทางการท่องเที่ยวของชุมชนที่มอบให้นักท่องเที่ยวคือประสบการณ์ในวิถีคนเลี้ยงช้าง เรียนรู้การอยู่อย่างเป็นธรรมชาติของช้างโดยไม่มีการบังคับ ขี้หลัง ให้แสดงโชว์ และใช้ตะขอบังคับสั่งการ กิจกรรมอื่นๆ ได้แก่ กิจกรรมอาสาสมัครและกิจกรรมทางประเพณีวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน โดยผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ข และกาญจนา ช่าง กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า “คนที่มาที่นี่ เขาก็อยากจะมาดูสถานที่ของเรา หมู่บ้านทำกับช้างยังไง การเลี้ยงช้าง การทำคอกช้าง เล่นน้ำกับช้าง แล้วก็หน้าทำไร่นา ก็ให้แขกช่วยคานา ช่วยทำเกษตรอย่างปลูกกล้วยบ้าง ปลูกอ้อย ข้าวโพด เกี่ยวข้าว นักท่องเที่ยวมาเพราะอยากรู้วิถีชีวิตบ้านเราด้วย ก็ทำให้ทั้งพิธีเรียกขวัญ ไร่ แล้วก็ร้องเปิดเพลง นางรำเล็กๆ มาพ่อนให้แขกมารำด้วย” (สัมภาษณ์ 10 มิถุนายน 2562)

องค์ประกอบด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า พบว่าบ้านขุนไชยทองมีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยทำความเข้าใจและใส่ใจรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจ รู้สึกคุ้มค่าที่มา เน้นการให้บริการที่จริงใจและอบอุ่นเสมือนเป็นคนในครอบครัวช่วยเหลือและเอาใจใส่ ทำให้รู้สึกสนุกและสบายรวมทั้งที่พักสะอาด ปลอดภัย อาหารอร่อย ยกตัวอย่างได้จากคำพูดของกาญจนา (สัมภาษณ์ 13 มิถุนายน 2562) ว่า “เราดูแลเขาให้เหมือนกับญาติพี่น้องเรา แสดงความจริงใจให้รู้ว่าเราเต็มใจต้อนรับ ถ้าเราบริการเขาด้วยความจริงใจ ไม่มีการเสแสร้ง นักท่องเที่ยวก็จะสัมผัสได้ว่าเราให้การดูแลเขาและเทคแคร์เขาจริงๆ เขาก็จะเกิดความประทับใจตรงนี้” ในขณะที่องค์ประกอบการเข้าถึงและติดต่อสื่อสารกับลูกค้า พบว่าทำผ่านช่องทางหลักคือมูลนิธิอนุรักษ์ช้างและสิ่งแวดล้อม จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นผู้รับการจองมาจากลูกค้าต่างประเทศ และส่งข้อมูลนั้นผ่านทางโทรศัพท์หรือแอปพลิเคชันไลน์ มายังผู้ประสานงานของโครงการฯ ที่บ้านขุนไชยทอง ดังที่ผู้ประสานงานโครงการฯ กล่าวว่า “ตอนนี้มูลนิธิติดต่อผ่านมาทางผู้ประสานงานโครงการ ส่วนแขกต่างชาติจะเข้ามาโดยเข้าไปดูเพจอนุรักษ์ช้างและสิ่งแวดล้อมที่ทางมูลนิธิมีการโปรโมทให้ เราจะได้ นักท่องเที่ยวจากตรงนั้นหรือคนที่มาแล้วเขาก็บอกต่อ กัน แต่เรายังหาข้อมูลและช่องทางสื่อสารกับคนไทยไม่ได้ทั้งที่เราที่เป็นคนไทย” (สัมภาษณ์ 12 มิถุนายน 2562) สอดคล้องกับผลการสนทนากลุ่มที่ระบุว่านักท่องเที่ยวคนไทยแม้กระทั่งคนในจังหวัดสุรินทร์เองก็รู้จักบ้านขุนไชยทอง

องค์ประกอบด้านทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยวของบ้านขุนไชยทองพบว่ามีหลากหลายได้แก่ ช้างและวิถีการเลี้ยงช้าง ประเพณีและวัฒนธรรมพื้นถิ่นของชาวกูยการได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิอนุรักษ์ช้างและสิ่งแวดล้อม ความร่วมมือของคนในชุมชนทรัพยากรธรรมชาติ ชื่อเสียงและอัตลักษณ์ของจังหวัดสุรินทร์ในเรื่องช้าง ยกตัวอย่างตัวแทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุรินทร์ ซึ่งกล่าวว่า “บ้านขุนไชยทองมีทรัพยากรสำคัญคือช้าง ซึ่งก็ได้นำมาใช้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน มีเรื่องวัฒนธรรมพื้นบ้านชาวกูยที่นำมาใช้กับการท่องเที่ยวได้ ทรัพยากรทางธรรมชาติก็มีเพราะหมู่บ้านอยู่ใกล้แม่น้ำมูล ชาวบ้านที่นี่ก็กระตือรือร้น มีการทำงานกันเข้มแข็ง” (สัมภาษณ์ 16 สิงหาคม 2562) สอดคล้องกับผลการสนทนากลุ่มที่ระบุว่าช้างและวัฒนธรรมพื้นถิ่นเป็นทรัพยากรสำคัญของบ้านขุนไชยทอง และเชื่อมโยงไปยังองค์ประกอบกิจกรรมการประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนซึ่งผลการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มพบว่า ประกอบด้วย 1) การจัดการการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามโปรแกรมที่ลูกค้าซื้อ ตั้งแต่การรับ-ส่งนักท่องเที่ยว การดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวตามโปรแกรมให้นักท่องเที่ยว การประสานงานผู้ที่เกี่ยวข้อง

ดูแลนักท่องเที่ยวทุกเรื่องตั้งแต่ที่พัก อาหาร ความเป็นอยู่และความปลอดภัยระหว่างพัก และ 2) การให้บริการที่เน้นการดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยว ยกตัวอย่างได้จากผู้ประกอบการ โฮมสเตย์ ที่กล่าวว่า “ตอนนี้เรามีรายได้จากการรับแขกที่มาเที่ยว ถ้าเป็นห้องแอร์ต่อห้อง ก็ 1,500 บาท ต่อหลังต่อห้อง ถ้าเป็นห้องพัดลมก็ 1,000 บาท ต่อหลัง ต่อห้อง ส่วนมากนักท่องเที่ยวที่มาก็จะเหมาทั้งอาทิตย์ ราคานี้เหมือนกันหมดกับโฮมสเตย์ทุกหลัง” (สัมภาษณ์ 12 มิถุนายน 2562)

ในส่วนของแหล่งที่มาของรายได้ การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวนำมาซึ่งรายได้ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง ยกตัวอย่างได้จากผลการสัมภาษณ์ผู้ประสานงานโครงการฯ ซึ่งกล่าวว่า “สมาชิกกลุ่มมีรายได้จากเงินเดือนที่มูลนิธิทางเชียงใหม่ให้ 20,000 บาทต่อข้างหนึ่งเดือน แล้วก็รายได้จากการให้บริการโฮมสเตย์ อาหาร จัดกิจกรรม เป็นไปตามอัตราที่ตกลงกัน กับมูลนิธิ” (สัมภาษณ์ 12 มิถุนายน 2562) ในขณะที่ผลการสนทนากลุ่มสอดคล้องกันโดยระบุว่า การท่องเที่ยวสร้างรายได้หลากหลายให้กับชุมชนทั้งจากเงินเดือนข้าง อาหาร ที่พัก และรถรับส่ง ผลการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มสอดคล้องกันในองค์ประกอบด้านต้นทุน โดยมีต้นทุนหลักในการประกอบการการท่องเที่ยวหลายอย่าง ได้แก่ ค่าสาธารณูปโภค (เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าอินเทอร์เน็ต) ค่าวัสดุสิ้นเปลือง (เช่น อาหารข้าง ของกินของใช้ นักท่องเที่ยว น้ำมันเชื้อเพลิง ฐานกิจกรรม) ค่าแรงคนที่จ้างมาทำงาน (เช่น แม่ครัว คนขับรถ) และค่าติดต่อประสานงาน นอกจากนี้ ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านพันธมิตรและเครือข่ายการท่องเที่ยวของบ้านขุนไชยทองพบว่า มีพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ได้แก่ มูลนิธิอนุรักษ์ช้างและสิ่งแวดล้อม จังหวัดเชียงใหม่ โดยมูลนิธิฯ มีบทบาทในการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนพันธมิตรที่ช่วยสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและมีส่วนร่วมมาโดยตลอดคือโรงเรียนบ้านขุนไชยทอง วัดขุนไชยทอง ศูนย์ศึกษา วัดป่าอภัย และผู้ประกอบการแพะเลสาบทุ่งกุลา ส่วนหน่วยงานที่เป็นพันธมิตรสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบลหนองเรือ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ และพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ ยกตัวอย่างผู้ประกอบการโฮมสเตย์ จ ซึ่งกล่าวว่า “หน่วยงานที่เข้ามาช่วยเราก็คือมูลนิธิช้างจากเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ที่ทางหมู่บ้านได้รับคำแนะนำเรื่องการร่ำ ทำไร่ คนจากทางอำเภอชุมพลบุรี แต่ยังไม่เห็นหน่วยงานจากทางจังหวัดเข้ามา ยังไม่มีหน่วยงานมาสนับสนุนเรื่องค่าใช้จ่ายแต่ถ้าเป็นคำแนะนำจากบุคคลก็มีจากนักวัดวิถี ช่วยในเรื่องการดูแลช้าง การปรับปรุงภูมิทัศน์ของหมู่บ้าน” (สัมภาษณ์ 13 มิถุนายน 2562) สอดคล้องกับการสนทนากลุ่มซึ่งกล่าวถึงประเด็นนี้ว่าการท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเรื่องเฉพาะของผู้ประกอบการ

หรือของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง สังเกตได้ว่าชุมชนที่จัดการการท่องเที่ยวได้ดี ต้องบูรณาการ กับหลายฝ่ายเพราะเป็นเรื่องที่ เกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย ทั้งหน่วยงานท้องถิ่นที่ดูแลพื้นที่ หน่วยงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนเอง หรือแม้แต่สถาบันการศึกษา เพราะชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวเองก็ไม่ได้มีความรู้หรือเชี่ยวชาญ ทางด้านธุรกิจ ต้องอาศัย การสนับสนุนจากผู้อื่นด้วย

3. ผลการพัฒนาตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการการประกอบการการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ บ้านขุนไชยทอง จังหวัดสุรินทร์

ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มในเรื่องรูปแบบ สภาพการณ์ ปัญหาและ อุปสรรคของการประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านขุนไชยทอง รวมทั้งองค์ประกอบ การประกอบการท่องเที่ยวตามตัวแบบธุรกิจแคนวาส นำมาวิเคราะห์และพัฒนาเป็นแผนภาพ ตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการ (ดังแสดงในภาพที่ 2) ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบได้แก่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การนำเสนอคุณค่าให้กับลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่องทางในการส่งมอบและการสื่อสาร แหล่งที่มาของรายได้ ทรัพยากรหลักของธุรกิจ กิจกรรมหลักของธุรกิจ พันธมิตรและคู่ค้า และต้นทุนของธุรกิจ

พันธมิตร	กิจกรรมหลัก	คุณค่าที่มอบให้ลูกค้า	ความสัมพันธ์กับลูกค้า	ลูกค้า
- ในจังหวัดสุรินทร์ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองเรือ โรงเรียน/วัดขุนไชยทอง พัฒนาชุมชน ศูนย์คชศึกษา วัดป่าอาชีโย มหาวินยาศิยราชภัฏสุรินทร์ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและสปาต่างๆ - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุรินทร์ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ - นอกจังหวัดสุรินทร์ มูลนิธิอนุรักษ์ช้างและสิ่งแวดล้อม จังหวัดเชียงใหม่	- จัดการการท่องเที่ยวตามโปรแกรมที่ลูกค้าเลือก - การให้บริการลูกค้า	- ประสบการณ์การทำกิจกรรมตามวิถีช้างเชิงอนุรักษ์ - ประสบการณ์กับชุมชน -กิจกรรมทางประเพณี/วัฒนธรรม/ธรรมชาติ - ประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	- เข้าใจและใส่ใจรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้า บริการจริงใจ และอบอุ่นเสมือนเป็นคนในครอบครัว สร้างความประทับใจในบริการ - ความรู้สึกรักคุณค่าที่มา	- คนไทย -ลูกค้าใหม่ -อายุ 15 -25 ปี -อาชีพ : นักเรียน/ นักศึกษา -มาเป็นกลุ่มย่อย/กลุ่มใหญ่ -มาทำกิจกรรมกับช้าง/ธรรมชาติ เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ -อายุ 26 ปีขึ้นไป -อาชีพ : หน่วยงานภาครัฐ/เอกชน -มาเป็นกลุ่มย่อย/กลุ่มใหญ่ ครอบครัว หน่วยงาน -มาศึกษาดูงาน ทำกิจกรรมกับช้าง/ธรรมชาติ เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่
ต้นทุน - สินทรัพย์ถาวรหรืออุปกรณ์ - ค่าใช้จ่ายประจำ (สาธารณูปโภค วัสดุสิ้นเปลือง ค่าแรง ค่าติดต่อประสานงาน ฯลฯ)		รายได้ - ท่องเที่ยวพักผ่อน - โปรแกรมการท่องเที่ยว (1 day trip และ 2 คืน 3 วัน) - กิจกรรมเสริมรูปแบบต่าง ๆ (เช่น ล่องเรือ ท่องป่า		

ภาพที่ 2 ตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการการท่องเที่ยวบ้านขุนไชยทอง

อภิปรายผล

การประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบ้านขุนไชยทองมีจุดเริ่มต้นจากการแก้ปัญหาข้างเรือนและใช้การท่องเที่ยวเป็นกลไกขับเคลื่อนการสร้างรายได้ให้กับชุมชนแทนการให้ช้างออกไปเร่ร่อนหารายได้รูปแบบการท่องเที่ยวนำเสนอประสบการณ์และมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยวในวิถีการเลี้ยงช้างตามธรรมชาติของชุมชน วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น กิจกรรมอาสาสมัคร และเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น การประกอบการท่องเที่ยวดำเนินการโดยกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์ มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน ผู้ประสานงานโครงการ โรงเรียนและวัดในชุมชน หน่วยงานท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐและที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สภาพการณ์การประกอบการท่องเที่ยวบ้านขุนไชยทองในปัจจุบันพึ่งพาการสนับสนุนหลักจากมูลนิธิธรรมาภิบาลช้างและสิ่งแวดล้อม จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งเรื่องการหาลูกค้า การตลาดและประชาสัมพันธ์ การพัฒนาบุคลากรท่องเที่ยว และแนวปฏิบัติในการจัดการการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอย่างไรก็ตาม บ้านขุนไชยทองมีประเด็นที่ต้องปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ด้านศักยภาพคนได้แก่ การพัฒนาศักยภาพการประกอบการธุรกิจของผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องทั้งการตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และด้านการปรับปรุงภูมิทัศน์ สอดคล้องกับ ทองจีน (Thongchin, 2015) ได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ และระบุถึงการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จต้องอาศัยปัจจัยศักยภาพของคน ศักยภาพของพื้นที่ การจัดการ การมีส่วนร่วมของชุมชน และผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยในด้านศักยภาพของคนยังต้องปรับปรุงอันเนื่องมาจากหลายปัจจัยเช่น ผู้นำชุมชนไม่มีความเข้มแข็ง ขาดการบริหารงานแบบมืออาชีพ ไม่สามารถดึงศักยภาพของชาวบ้านในชุมชนมาใช้ใน รวมทั้งการทำงานขัดแย้งกัน ในขณะที่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ (Surin Community Development Department, 2018) ได้ระบุปัญหาของการท่องเที่ยวบ้านขุนไชยทอง ได้แก่ ไม่เป็นที่รู้จักสำหรับตลาดในประเทศ รายได้จากการท่องเที่ยวไม่กระจายไปยังชาวบ้านกลุ่มอื่น ๆ และเจ้าของช้างของหมู่บ้านส่วนใหญ่ยังไม่ได้เข้าร่วมกับการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน

งานวิจัยนี้พัฒนาตัวแบบธุรกิจตามแนวคิดตัวแบบธุรกิจแคนวาสโดยบูรณาการข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทอง โดย ครอบคลุม 9 องค์ประกอบ (แสดงในภาพที่ 2) ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้า: เนื่องจากที่ผ่านมา ชุมชนมีนักท่องเที่ยวในประเทศมาเที่ยวในสัดส่วนที่น้อยมาก งานวิจัยนี้จึงนำเสนอตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการที่เน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายนักท่องเที่ยวในประเทศ เพื่อเจาะตลาดใหม่ ช่วยเพิ่มรายได้ และการพึ่งพาตนเองให้กับชุมชนในระยะยาว โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นชาวไทยใน 2 กลุ่มอายุ ได้แก่ 1) กลุ่มอายุ 15-25 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มาเที่ยวเป็นกลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่โดยมากับสถานศึกษา เพื่อมาทำกิจกรรมเกี่ยวกับช้างและธรรมชาติ เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ และ 2) กลุ่มอายุ 26 ปีขึ้นไป เป็นหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน และครอบครัวมาเที่ยวเป็นกลุ่ม โดยมาศึกษาดูงานทำกิจกรรมเกี่ยวกับช้างและธรรมชาติ เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ สอดคล้องกับ ชัลฟัดลิ (Zulfadli, 2015) ซึ่งระบุว่า ธุรกิจสามารถเลือกส่วนตลาด (Market Segments) ได้มากกว่าหนึ่งส่วนเพื่อให้บริการโดยการพิจารณาจุดแข็งของธุรกิจเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ในตลาดผู้บริโภค หรือสามารถเพิ่มเติมหรือพัฒนาส่วนตลาดใหม่ให้เป็นโอกาสสำหรับธุรกิจ ส่วนตลาดหรือกลุ่มเป้าหมายนี้เป็นได้ทั้งการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา สันทนาการ สภาพแวดล้อมชุมชน การท่องเที่ยวชุมชน และส่วนตลาดอื่นที่สอดคล้องกับการนำเสนอคุณค่าของธุรกิจ

2. การนำเสนอคุณค่า: คุณค่าที่นำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายมีพื้นฐานจากทรัพยากรหลักของชุมชน โดยนำเสนอประสบการณ์ที่เป็นอัตลักษณ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน ได้แก่ ช้าง วิถีชุมชน วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยว แต่เพิ่มกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ทำร่วมกับลูกช้าง ประสบการณ์การทำกิจกรรมตามฐานกิจกรรมที่สูง และมียุทธศาสตร์รูปแบบ สอดคล้องกับเฮอร์แมน และซโรเมก (Herman & Szromek, 2019) ซึ่งระบุว่า การประกอบธุรกิจต้องคำนึงถึงการนำเสนอคุณค่าทางสังคมและการกำหนดเป้าหมายเพื่อบรรลุผลในรูปแบบของกิจกรรมและบริการที่นอกเหนือไปจากแค่การท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น บริการเสริมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือกิจกรรมอาสาสมัครอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และชนกลุ่มน้อย เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3. ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า: การประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทองที่ผ่านมานั้น มีช่องทางให้ลูกค้าเข้าถึงช่องทางเดียวเว็บไซต์ของมูลนิธิอนุรักษ์ช้างและสิ่งแวดล้อม จังหวัดเชียงใหม่ ในตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการจากงานวิจัยนี้เสนอแนะให้เพิ่มช่องทางให้หลากหลายขึ้น ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ (เช่น เฟซบุ๊กไลน์) เว็บไซต์ของหน่วยงานจังหวัด/หน่วยงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่าย/สมาคมต่าง ๆ รวมทั้งการเข้าร่วมงานส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ สอดคล้องกับ ภูมिवรรณูณี, วงษ์มณฑา และเดชะภณ (Phumiworramunee, Wongmonta & Techakana 2019) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนมให้ความสำคัญกับ

การใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกในการส่งเสริมการตลาดเพื่อเข้าถึงตัวบุคคลผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะไลน์และเฟซบุ๊ก รวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และข้อมูลการท่องเที่ยว แจกฟรีในจุดบริการการท่องเที่ยวตามที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านของฝาก แหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำเป็นต้องพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรองรับช่องทางใหม่เหล่านี้

4. พันธมิตรและคู่ค้า: บ้านขุนไชยทองมีพันธมิตรนอกจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ มูลนิธิอนุรักษ์ช้างและสิ่งแวดล้อม จังหวัดเชียงใหม่ ให้การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยว พันธมิตรในจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ โรงเรียนและวัดขุนไชยทอง ศูนย์ศึกษาบ้านตากกลาง วัดป่าอาเจียง และผู้ประกอบการแพทะเลสาบ ห่งกลุ่ ส่วนหน่วยงานอื่นมีองค์การบริหารส่วนตำบลหนองเรือ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ และพัฒนาชุมชนตำบลหนองเรือ ในตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการจึงระบุพันธมิตรเพิ่มเติมจากที่มีในปัจจุบัน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสุรินทร์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์ และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เนติรังษิวัชร (Netirangsi watchara, 2012) ที่ระบุว่า การให้บริการของชุมชนท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ แต่ชุมชนยังมีข้อจำกัดในเรื่องการตลาด การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับเครือข่าย ส่วนใหญ่จะเป็นเครือข่ายเฉพาะในกลุ่มของตนเองหรือเฉพาะในกลุ่มท่องเที่ยวหรือโฮมสเตย์

5. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า: การประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านขุนไชยทองได้สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอยู่แล้วและควรรักษามาตรฐานนี้ไว้ต่อไป นั่นคือมีการทำความเข้าใจและใส่ใจรายละเอียด เกี่ยวกับลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจ รู้สึกคุ้มค่าที่มานั้นการให้บริการที่จริงใจและอบอุ่นเสมือนเป็นคนในครอบครัว ช่วยเหลือและเอาใจใส่ ทำให้รู้สึกสนุกและสบายรวมทั้งอาหารอร่อยที่พักสะอาด ปลอดภัย สอดคล้องกับ ราฮิมิ, แนดดา และแวง (Rahimi, Nadda & Wang (2018) ที่ได้ศึกษาการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าในการท่องเที่ยว โดยระบุว่า การสร้างและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าสำหรับการท่องเที่ยวเป็นการแก้ปัญหาการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าซึ่งช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างประสบการณ์พิเศษให้กับลูกค้า ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของลูกค้า เพิ่มยอดขายและความจงรักภักดีของลูกค้า

6. ทรัพยากรหลักที่ใช้ในการดำเนินงาน: ทรัพยากรหลักในการประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทองในตัวอย่างแบบธุรกิจเชิงบูรณาการ ได้แก่ ช้างและวิธีการเลี้ยงช้างซึ่งตกทอดมาจากบรรพบุรุษ ประเพณีและวัฒนธรรมพื้นถิ่นของชาวกูย

ความร่วมมือของคนในชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติ และชื่อเสียงและอัตลักษณ์ของจังหวัด สุรินทร์ในเรื่องของช้าง สอดคล้องกับงานวิจัยโดย มุสตานีโรห์ ปราบานิงเทียส & ชิตาเรสมิ (Mustaniroh, Prabaningtiyas & Citraresmi, 2020) วิเคราะห์การพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจโดยใช้ ตัวแบบธุรกิจแคนวาส ระบุว่าทรัพยากรหลักของธุรกิจประกอบด้วยทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรทางปัญญา ทรัพยากรมนุษย์ และทรัพยากรการเงิน ทรัพยากรหลักเป็นสิ่งบ่งชี้ ถึงจุดแข็งที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจตามตัวแบบธุรกิจที่มี และใช้ในการนำเสนอคุณค่าให้กับ ลูกค้า รวมทั้งมีผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมายในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

7. กิจกรรมหลัก: กิจกรรมหลักของการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านขุนไชยทองประกอบด้วย 2 กิจกรรมหลัก ได้แก่ 1) การจัดการการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามโปรแกรมที่ลูกค้าซื้อ การประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว ให้ลูกค้าและ 2) การให้บริการที่เน้นการดูแลเอาใจใส่เหมือนเป็นคนในครอบครัว เน้นการสร้างความประทับใจตั้งแต่ต้นจนสิ้นสุดโปรแกรมท่องเที่ยว ได้แก่ การรับ-ส่ง การดูแล เรื่องที่พัก อาหาร ความเป็นอยู่และความปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ เนติรังษิวัชราร (Netirangsiwatchara, 2012) ที่ศึกษารูปแบบการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในการรังสรรค์วัฒนธรรมลุ่มน้ำของที่ราบสูงโคราช พบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ระบุว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชุมชนจัดเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ สนุก หลากหลาย ได้รับความรู้ใหม่ ๆ คนในชุมชน เป็นคนมีอัธยาศัยดี ให้การต้อนรับ นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

8. แหล่งที่มาของรายได้: การมีรายได้จากหลายแหล่งจะช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มรายได้ การท่องเที่ยวบ้านขุนไชยทองมีแหล่งรายได้หลักจากบริการห้องพักโฮมสเตย์ และจัดการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่ส่งมาจากทางมูลนิธิอนุรักษ์ช้างและสิ่งแวดล้อม จังหวัดเชียงใหม่ ตัวแบบธุรกิจเชิงบูรณาการได้ระบุแหล่งที่มาของรายได้เพิ่มจากการเพิ่มโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมเสริมให้น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศและมีค่าใช้บริการ (เช่น ต่องเรือ ท่องป่า สปา นวดไทย ฐานกิจกรรมนวัตวิถี) และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ มุสตานีโรห์ ปราบานิงเทียส & ชิตาเรสมิ (Mustaniroh, Prabaningtiyas & Citraresmi, 2020) ซึ่งวิเคราะห์การพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจโดยใช้ตัวแบบธุรกิจแคนวาส และพบว่ากระแสรายได้เป็นรายได้ที่มาจากการดำเนินงานของธุรกิจ โดยมาจากสองแหล่ง ได้แก่ รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ และจากการขาย การให้บริการ กระแสรายได้ทั้งสองแหล่งเป็นจุดแข็งของตัวแบบธุรกิจซึ่งสามารถปรับปรุง เพื่อให้กระแสรายได้ดีขึ้นได้ ตัวอย่างเช่น การผลิตผลิตภัณฑ์และขายโดยอาศัยเครือข่าย

พันธมิตร หรือขายผ่านช่องทางออนไลน์ รวมทั้งหาพันธมิตรทางธุรกิจในการเป็นตัวกลาง เพื่อช่วยขายทั้งผลิตภัณฑ์และบริการ

9. **ต้นทุนหลัก:** ต้นทุนหลักในการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านขุนไชยทองในวัฒนธรรมธุรกิจเชิงบูรณาการ ประกอบด้วย ต้นทุนสินทรัพย์ถาวร หรืออุปกรณ์ต่าง ๆ และต้นทุนการดำเนินงานซึ่งเป็นรายจ่ายประจำ ได้แก่ ค่าสาธารณูปโภค (เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าอินเทอร์เน็ต) ค่าวัสดุสิ้นเปลือง (เช่น อาหารช้าง ของกินของใช้ นักท่องเที่ยว น้ำมันเชื้อเพลิง ฐานกิจกรรม) ค่าแรงคนที่จ้างมาทำงาน (เช่น แม่ครัว คนขับรถ) และค่าติดต่อประสานงาน สอดคล้องกับ วรฤทธิ์ (Worarith, 2018) ซึ่งได้วิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทน และความคุ้มค่าของธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าโฮมสเตย์มีต้นทุนแยกได้เป็นต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ในขณะที่ต้นทุนที่ต้องจ่ายในการลงทุนทำโฮมสเตย์แบ่งได้เป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับห้องพัก ได้แก่ รายจ่ายในการเตรียมห้องพัก รายจ่ายในการจัดซื้อเครื่องนอน และรายจ่ายส่วนอื่น เช่น รายจ่ายค่าอาหาร รายจ่ายค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น ชุมชนสามารถนำต้นทุนและผลตอบแทนไปใช้เป็นแนวทางในการลดต้นทุนจากการประกอบธุรกิจโฮมสเตย์ และใช้ในการวางแผนการบริการธุรกิจโฮมสเตย์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัยนี้บ่งชี้ว่าตัวแบบธุรกิจที่พัฒนาขึ้นจำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการความคิดเห็นของทั้งผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวนั้น จึงจะครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญทางธุรกิจที่เชื่อมโยงกัน และใช้เป็นกรอบแนวทางในการประกอบการการท่องเที่ยวให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและดำเนินการวิจัยในบริบทเฉพาะของบ้านขุนไชยทอง จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านขุนไชยทองโดยช่วยให้ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องมองเห็นภาพรวมการประกอบการการท่องเที่ยว องค์ประกอบสำคัญและการเชื่อมโยงระหว่างกันในตัวแบบธุรกิจ ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมและมีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกันของผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาการประกอบการการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพดีขึ้น สอดคล้องกับบริบทที่เป็นอยู่ ผลการวิจัยประยุกต์ใช้กับบริบทอื่นที่

คล้ายกันเพื่อปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพการประกอบการการท่องเที่ยวให้เป็นระบบ
ครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญในเชิงธุรกิจ และเป็นแนวทางในการวิเคราะห์องค์ประกอบ
ที่จำเป็นทางธุรกิจ อีกทั้งผลการวิจัยยังเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
ในการส่งเสริมการประกอบการการท่องเที่ยวและกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
โดยชุมชนต่อไป อย่างไรก็ตาม การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยนี้ควรพิจารณาบริบทเฉพาะ
ศักยภาพ ข้อจำกัดของพื้นที่และปัจจัยอื่นที่แตกต่างกันเพื่อให้เหมาะสมกับแต่ละบริบท
งานวิจัยนี้อาจนำไปต่อยอดโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณและเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่มี
จำนวนมากขึ้นในบริบทที่แตกต่างออกไป

References

- Clayvichien, S., Buraphansak, K. & Nakinchat, K. (2007). **Development of elephant villages as a tourist attraction in South Isan**. The Thailand Research Fund. (in Thai)
- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration. (2013). **Because “Thai culture” is the key creative tourism product**. Retrieved September 2, 2019, from <https://bit.ly/2VDZOu6>
- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration. (2018). **Creative tourism**. Cocoon & Co. (in Thai)
- _____. (2018). **Creating creative tourism toolkit**. Bookplus Publishing. (in Thai)
- Herman, K. & Szromek, A.R. (2019). A business creation in post-industrial tourism objects: Case of the industrial monuments route. **Sustainability** 2019. 11, 1451. (in Thai)
- Miles, M.B. & Huberman, A.M. (1994). **Qualitative data analysis: An expanded sourcebook**. Sage.
- Mond, C. R. A. (2007). **Creative tourism New Zealand: The practical challenges of developing creative tourism**. In *Tourism, creativity and development* (pp.167-180). Routledge.
- Mustaniroh, S. A., Prabaningtias, N. & Citraresmi, A. D. P. (2020). **Analysis of business development strategies with business model canvas approach**. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 515, 1.
- Netirangsiwatchara, A. (2012). **A study of creative form of Khorat plateau water culture, leading to cultural tourism activity management**. National Research Council of Thailand. (in Thai)
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Oliveira, M.A.Y. & Ferreira, J.J.P. (2011). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers and challengers. **African Journal of Business Management**. 5(7), 22-30.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. & Tucci, L.C. (2005). Clarifying business models: Origins, present, and future of the concept. **Communications of AIS**, 15, 1-44.

- Phumiworramunee, S., Wongmonta, S. & Techakana, J. (2019). Guidelines for the promotion of cultural tourism marketing in Nakhon Phanom. **Dusit Thani College Journal**. 13(1), 184-201. (in Thai)
- Rahimi, R., Nadda, V. K. & Wang, H. (2018). **CRM in tourism: Customer relationship management (CRM)**. In Digital marketing and consumer engagement: Concepts, methodologies, tools, and applications, 928-955. IGI Global.
- Richards, G. (2010). **Creative tourism and cultural events**. Retrieved May 28, 2019, from <http://www.docstoc.com/docs/68264727/Creative-tourism-and-cultural-events>
- Richards, G. & Mond, C. (2000). **Creative tourism**. ATLAS News, 23, 16-20.
- Stubbs, W. & Cocklin, C. (2008). Conceptualizing a “sustainability business model”. **Organization & Environment**. 21(2), 103-127.
- Surin Community Development Department. (2018). **Information technology village model for life quality development, Khunchaitong**. Retrieved July 30, 2019, from <https://bit.ly/2W2OOqI>
- Thongchin, P. (2015). **Managing collaboration in community based tourism on Lanta Island, Krabi Province**. Business Administration (Tourism Management) Prince of Songkla University. (in Thai)
- Wisuthiluck, S. (2015). **Knowledge of creative tourism: Guideline and practice manual**. Retrieved August 20, 2019, from <https://bit.ly/2NKk0pF>
- Wisuthiluck, S., Saipan, P., Taeplakul, O. & Sindecharak, T. (2011). **Creative tourism model**. Designated Areas for Sustainable Tourism Administration, Bangkok, Thailand. (in Thai)
- Worarith, T. (2018). **The analysis of cost, benefit, and worthiness of home stay business under the economic sufficiency of Ban Khok Mueng community, Chorakhe Mak sub-district, Prakhonchai, Buriram province**. Proceedings. In 2nd National and International Research Conferences 2018. (in Thai)
- Zulfadli, D.W. (2015). Analysis of business development strategy Kam poeng Wisata Cinangnengin the district of Bogor with business model canvas approach. **Telkom University.e-Proceeding of Management**, 2(3).