

๑๙ กรณีศึกษา LocalAlike โมเดลธุรกิจใหม่สร้างมูลค่าเพิ่มให้ชุมชนยั่งยืน

‘Local Alike’ โมเดลธุรกิจใหม่เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

สองหนุ่มสาวเลือดใหม่ไฟแรง สมศักดิ์ บุญคำ (ไผ่) และ สุรัชชา ภควลีธร (นุ่น) เล็งเห็นว่าปัญหาของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ ‘ไม่ยั่งยืน’ นั้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะผู้คนในชุมชนแทบไม่ได้มีส่วนร่วมกับวิถีการท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวเองก็ไม่ได้ถูกกระจายไปถึงชุมชนผู้เป็นเจ้าของทรัพยากรอย่างแท้จริงด้วย ในขณะเดียวกันฝ่ายนักท่องเที่ยวที่ซื้อทัวร์เข้ามา ก็ยากที่จะได้สัมผัสถึงความแท้ในวิถีท้องถิ่น เป็นเพียงประสบการณ์การแวะชมที่ฉาบฉวยและไม่มีอะไรให้จดจำนัก (นอกจากรูปถ่ายไม้ก็ใบและของที่ระลึก)

เพื่อแก้โจทย์ทุกข้อข้างต้น สมศักดิ์และสุรัชชาจึงได้ผุดไอเดียธุรกิจท่องเที่ยวแนวใหม่ในชื่อ ‘Local Alike’ โดยวางแนวทางให้เจ้าของชุมชนได้ทำอาชีพเสริมเป็น ‘ไกด์พิเศษ’ ให้กับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการสร้างรายได้ร่วมกันภายใต้กรอบของธุรกิจเพื่อสังคม





รูปแบบทัวร์ของ Local Alike

การท่องเที่ยวในแบบของ Local Alike คือการจัดทัวร์ที่ประสานความร่วมมือให้เหล่า ‘ชาวบ้าน’ ได้มีส่วนร่วมในการออกแบบทริปและนำเที่ยวเองภายในแต่ละชุมชน โดยมุ่งเป้าไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งแบบองค์กรและแบบส่วนตัว ที่แสวงหา ‘ประสบการณ์คุณภาพ’ จากการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิต (ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ) ในเบื้องต้นทีมงานได้แบ่งแพคเกจการท่องเที่ยวออกเป็น ๓ ลักษณะ คือ ๑) Village Tour ๒) Day Tour และ ๓) Activity-Based Tourism โดยทั้งหมดสามารถจองผ่านทางเว็บไซต์ localalike.com ได้ นอกจากนี้ Local Alike ยังมีบริการออกแบบและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวในสไตล์ Tailor made ให้แก่สถานศึกษา บุคคลทั่วไป และองค์กร โดยจะร่วมงานใกล้ชิดกับผู้คนในชุมชน ณ แหล่งท่องเที่ยวที่นั่นเสมอ

สร้างโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม

เมื่อมีความคิดดีๆ สมศักดิ์และสุรชานาจึงตัดสินใจแปรไอเดียให้เป็นแผนธุรกิจในแนว ‘กิจการเพื่อสังคม’ พร้อมนำเสนอแผนเข้าประกวดโครงการ ‘พลังเปลี่ยนแปลงเพื่อสังคม ๒’ (BANPU Champion for Change) ในปี ๒๕๕๕ และอีกหลายๆ โครงการเช่น AIS Startup ในปี ๒๕๕๗ (ซึ่ง Local Alike ได้รับรางวัลชนะเลิศประเภท Social Enterprise จาก AIS ด้วย)

นอกเหนือจากการสร้างโปรไฟล์ผ่านเวทีประกวดต่างๆ แล้ว ที่ผ่านมา Local Alike ยังเน้นทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย ทั้งทาง Facebook, Youtube, Instagram, Linkein, ฯลฯ รวมทั้งยังเร่งเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ อีกจำนวนมาก อาทิเช่น ทางเว็บไซต์ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ นิตยสาร A Day นิตยสาร Marie Claire นิตยสาร ELLE’s Men และนิตยสาร Get Lost ของประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น



ถึงทุกวันนี้ Local Alike มีลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรวมกันกว่า ๕๕๐ รายแล้ว ทั้งยังได้ร่วมงานกับ

ชุมชนที่น่าสนใจอีกกว่า ๑๕ แห่งทั่วประเทศ ซึ่งในปีนี้งานที่ทีมงานก็วางแผนที่จะขยายพื้นที่การทำงานออกไปสู่ชุมชนต่างๆ มากขึ้น โดยริเริ่มจัดตั้งกองทุนท่องเที่ยวโดยชุมชนให้กับ ๒ หมู่บ้านนำร่อง คือหมู่บ้านสวนป่า และหมู่บ้านหล่อโย ในจังหวัดเชียงราย ส่วนแผนในอนาคตนั้น Local Alike วางเป้าจะขยายจำนวนชุมชนออกไปทั้งในและต่างประเทศ โดยปัจจุบันมีชุมชนที่น่าสนใจอีกกว่า ๒๐๐ แห่งในประเทศไทย ที่ทีมงานยังไม่ได้เข้าไปริเริ่มสานธุรกิจ และมีอีกกว่า ๑,๐๐๐ แห่งทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งก็จะเป็นเป้าหมายของ Local Alike ในขั้นต่อไปด้วยเช่นกัน



Local Alike กิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเพื่อความยั่งยืน

Social Enterprise เจ้านี้ยืนอยู่ตรงกลางระหว่างรายได้ที่ยั่งยืนของคนในชุมชนและประสบการณ์ที่แปลกใหม่ของนักท่องเที่ยว ในขณะที่กิจกรรมของ Local Alike นั้นทำให้เกิดความสุขทั้งผู้ให้และผู้รับในรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีชาวบ้านเป็นศูนย์กลาง พวกเขาก็ไม่ลืมที่จะใส่ใจปัญหาสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน

โดยรูปแบบการท่องเที่ยวของ Local Alike นั้นดูผิวเผินก็ไม่ต่างจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไปนัก เพราะมีทั้งการจัดหาที่พักแบบโฮมสเตย์ การพาชมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวบ้าน แต่จุดเด่นของ Local Alike ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมๆ คือ ประสบการณ์ที่หาไม่ได้จากโปรแกรมทัวร์ที่ไหน เพราะโปรแกรมการท่องเที่ยวแต่ละที่จะถูกคิดขึ้นมาให้สอดคล้องกับจุดเด่นของชุมชนนั้นจริงๆ

ตัวอย่างเช่น “Fisherman’s Friend Alike” การเที่ยวในชุมชนเกาะยาวน้อย จังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับประสบการณ์การเป็นชาวประมงที่แท้จริงว่าต้องทำอะไรบ้าง ไม่ว่าจะเป็นการตื่นตั้งแต่เช้ามีดเพื่อหาปลา นอนเปลแบบชาวเล เล่นน้ำทะเล รับประทานอาหารทะเลแบบพื้นบ้าน สำนวญวิถีชีวิตแบบชาวเกาะ ชมสวน ทุ่งนาและป่าชายเลน หรือ “Local Alike Pioneer” ที่เป็นการท่องเที่ยวลัดเลาะตามเส้นทางธรรมชาติบ้านสวนป่า ชุมชนสีพันไร่ จังหวัดเชียงราย ที่สามารถเลือกเส้นทางความยากง่ายในการเดินทางได้ด้วยตัวเอง (ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวว่าเป็นขาลุยหรือชอบเดินป่าแบบสบายๆ คอยชิมชั้บบรรยากาศ) พร้อมด้วยการตั้งแคมป์ในป่ารวมถึงการทำอาหารรับประทานกันเอง แล้วไปเที่ยวต่อที่ยอดดอยไร่ชา ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้จิบชาท่ามกลางทะเลหมอกยามเช้า และเยี่ยมชมกระบวนการผลิตชาที่โรงงานชาของชาวบ้าน ซึ่งในแต่ละทริป ทาง Local Alike จะเน้นที่คุณภาพของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ไม่ได้เน้นที่ปริมาณคน โดยจะมีการจำกัดจำนวนผู้เข้าชมชมให้เหมาะสมเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชนมากเกินไป

นอกจากจุดเด่นเรื่องประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนใครแล้ว Local Alike ยังทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงคอยช่วยเหลือชาวบ้านในการบริหารการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนนี้ด้วยคนภายในชุมชนด้วยกันเองอีกด้วย โดยทางทีมงานของ Local Alike ได้ระดมความคิดกันกับคณะกรรมการหมู่บ้านแต่ละที่จนเกิดเป็นโมเดลกองทุนหมู่บ้านขึ้นมาใช้ชื่อว่า “กองทุนการท่องเที่ยวชุมชน” โดยอาศัยรายได้จากทั้ง Local Alike และ จากชุมชนเองอีกส่วนหนึ่ง เพื่อให้มีเงินมาหมุนเวียนในกองทุนและสามารถกระจายออกไปสู่ชาวบ้านและชุมชนอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง นอกจากนี้จะเป็นการพัฒนาชุมชน และดูแลด้านสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กันแล้วยังสามารถช่วยแก้ปัญหาสังคมด้านอื่นๆไปพร้อมกันด้วย เพราะนอกจากผลกำไรจากการท่องเที่ยวแล้วยังทำให้คุณภาพชีวิตของชาวบ้านดีขึ้น ทำให้วิถีชีวิตชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นยังคงอยู่และได้รับการเผยแพร่ไปสู่สายตานักท่องเที่ยว ทำให้คนในชุมชนโดยเฉพาะคนวัยหนุ่มสาวมีรายได้ และไม่ต้องออกไปหางานทำในเมือง ถือเป็นการลดปัญหาการย้ายถิ่นฐานของชุมชนอีกทางหนึ่ง

แหล่งที่มา:

‘Local Alike’ โมเดลธุรกิจใหม่เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. แหล่งที่มา:

<https://www.tcdconnect.com/content/๗๑๒๔/local%๒๐alike%๒๐:%๒๐the%๒๐new%๒๐travelling%๒๐business%๒๐model>

เครดิตภาพ : Local Alike

Bk.asia-city.com

Local Alike กิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเพื่อความยั่งยืน. [สืบค้นออนไลน์].แหล่งที่มา:

<https://www.jobthai.com/REACH/inspiration/%E๐%B๘%๙๗%E๐%B๘%B๓%E๐%B๘%๘๔%E๐%B๘%A๗%E๐%B๘%B๒%E๐%B๘%A๑%E๐%B๘%A๓%E๐%B๘%B๙%E๐%B๙%๘๙%E๐%B๘%๘๘%E๐%B๘%B๑%E๐%B๘%๘๑%E๐%B๘%๙๕%E๐%B๘%B๑%E๐%B๘%A๗%E๐%B๘%AD%E๐%B๘%A๒%E๐%B๙%๘๘%E๐%B๘%B๒%E๐%B๘%๘๗%E๐%B๘%๙๘%E๐%B๘%B๘%E๐%B๘%A๓%E๐%B๘%๘๑%E๐%B๘%B๔%E๐%B๘%๘๘-social-enterprise-%E๐%B๘%๙๗%E๐%B๘%B๕%E๐%B๙%๘๘%E๐%B๘%๙๙%E๐%B๙%๘๘%E๐%B๘%B๒%E๐%B๘%AA%E๐%B๘%๙๙%E๐%B๙%๘๓%E๐%B๘%๘๘%E๐%B๙%๘๓%E๐%B๘%๙๙%E๐%B๙%๘๐%E๐%B๘%A๑%E๐%B๘%B๗%E๐%B๘%AD%E๐%B๘%๘๗%E๐%B๙%๘๔%E๐%B๘%๙๗%E๐%B๘%A๒.html>