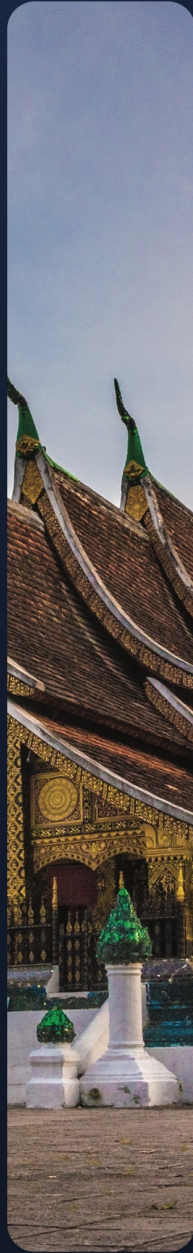
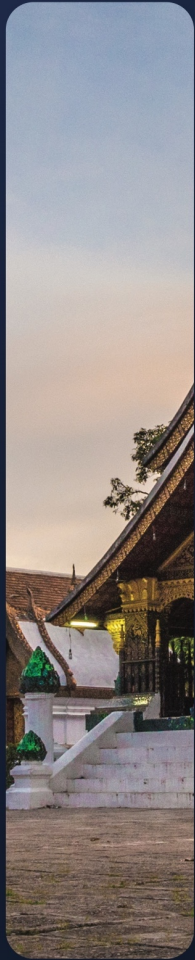




ແຜນພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງ
ຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທອງທຽວ
ແຂວງຫຼວງພະບາງ ສຳລັບປີ 2020-2025



ຄະນະຮັບຜິດຊອບຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ຮ່າງແຜນ

ຊີ້ນຳລວມ	ທ່ານ ທະວີເພັດ ອຸລາ, ຮອງຫົວຫນ້າກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ຜູ້ຈັດການໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ ໄລຍະ 2 ທ່ານ ນາງ ສຸດາພອນ ຄົມທະວົງ, ຮອງຫົວຫນ້າພະແນກ ພະແນກຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ຫົວຫນ້າໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ ໄລຍະ 2 ແຂວງຫລວງພະບາງ
ກວດແກ້	ທ່ານ ພອນສຸກ ຄຸນສົມບັດ, ຊ່ຽວຊານໂຄງການ ໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ ໄລຍະ 2
ຮຽບຮຽງ	ທ່ານ ວິລະ ຈັນທະວົງ, ຊ່ຽວຊານໂຄງການ ໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ ໄລຍະ 2
ຊ່ວຍເກັບກຳຂໍ້ມູນ	ທ່ານ ນາງ ມະນີສາຄອນ ທຳມະວົງໄຊ, ຫົວຫນ້າພະແນກປະຊາສຳພັນການທ່ອງທ່ຽວ ກົມໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ທ່ານ ນາງ ເພັ່ນປະພາ ພິງສາ, ຫົວຫນ້າພະແນກວິຊາການ-ແຜນການ, ສະຖາບັນສື່ ມວນຊົນ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ທ່ານ ນາງ ສິວຽງໄຊ ພິມມະລາດ, ຮອງຫົວຫນ້າພະແນກຄຸ້ມຄອງທຸລະກິດນຳທ່ຽວ ກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ທ່ານ ນາງ ຈັນທະນິງສິນ ຣາຊມຸນຕຣີ, ວິຊາການພະແນກວາງແຜນ ແລະ ພັດທະນາ ກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ
ອອກແບບ	ບໍລິສັດອາຣິສຕາ ມາເກັດຕັ້ງ ຈຳກັດຜູ້ດຽວ

ຄຳນຳ

ສະພາບການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໃນໄລຍະຜ່ານມາແມ່ນຍັງມີຄວາມທ້າທາຍຢູ່ພໍສົມຄວນ, ສະແດງອອກຈາກຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມາຢ້ຽມຢາມແຂວງ ແມ່ນມີທ່ອງທ່ຽວຫລຸດລົງ ຫລື ເພີ່ມຂຶ້ນໃນອັດຕາສ່ວນທີ່ໜ້ອຍ. ເຖິງແມ່ນວ່າຈະມີອັດຕາການຂະຫຍາຍຕົວທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ 22% ໃນປີ 2018 ເນື່ອງຈາກກິດຈະກຳສົ່ງເສີມປີທ່ອງທ່ຽວລາວ, ແຕ່ກໍຍັງມີຫລາຍປັດໃຈທີ່ຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ແກ້ໄຂຊຶ່ງນັບທັງປັດໃຈພາຍໃນແລະພາຍນອກ.

ດັ່ງນັ້ນ, ໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວໄລຍະ 2 ໂດຍໄດ້ຮັບທຶນສະໜັບສະໜູນຈາກທະນາຄານພັດທະນາອາຊີ (Asian Development Bank – ADB) ຈຶ່ງໄດ້ສ້າງແຜນພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ສຳລັບປີ 2020 – 2025 ສະບັບນີ້ຂຶ້ນ ເພື່ອເປັນແນວທາງໃນການແກ້ໄຂບັນຫາ ແລະ ອຸປະສັກຕ່າງໆໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ. ທັງນີ້ກໍເພື່ອເຮັດໃຫ້ແຂວງຫລວງພະບາງກາຍເປັນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທີ່ໂດດເດັ່ນ. ແຜນດັ່ງກ່າວນີ້ໄດ້ຖືກຮ່າງຂຶ້ນໂດຍອົງໃສ່ຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ບັນຫາຂອງແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ພ້ອມທັງການປຶກສາຫາລືລະຫວ່າງພາກລັດ, ພາກທຸລະກິດ, ປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນ, ໂຄງການ ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນ.

ນອກຈາກນັ້ນ, ເພື່ອເຮັດໃຫ້ບັນດາກິດຈະກຳ ແລະ ຜົນໄດ້ຮັບຂອງການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມຍືນຍົງ, ເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງຈຶ່ງໄດ້ຮັບການສ້າງຕັ້ງຂຶ້ນ ພ້ອມກັນກັບບັນດາຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ. ຈຸດປະສົງແມ່ນເພື່ອເສີມຂະຫຍາຍການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ, ນັບຕັ້ງແຕ່ການວາງແຜນ, ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ, ການຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ປະເມີນຜົນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳທີ່ກຳນົດໃນແຜນສະບັບນີ້.

ຂໍຂອບໃຈຄະນະພະແນກ, ຂະແໜງ ແລະ ວິຊາການຈາກພະແນກຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ທີ່ໄດ້ມີຄວາມເອົາໃຈໃສ່ເປັນເຈົ້າການໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳໃນໄລຍະຜ່ານມາ ແລະ ປະກອບສ່ວນຢ່າງຕັ້ງໜ້າເຂົ້າໃນການສ້າງແຜນສະບັບນີ້. ຂໍຂອບໃຈພາກລັດ, ພາກທຸລະກິດ, ສະມາຄົມ, ປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນ, ໂຄງການ ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ໄດ້ເສຍສະຫລະເວລາເຂົ້າຮ່ວມກອງປະຊຸມເພື່ອປະກອບຄຳເຫັນ ເຮັດໃຫ້ເນື້ອໃນມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບສະພາບຕົວຈິງ ແລະ ສາມາດປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ກໍຄືການພັດທະນາເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມຂອງແຂວງ ແລະ ຂອງ ສປປ ລາວໃຫ້ເຕີບໃຫຍ່ຂະຫຍາຍຕົວຂຶ້ນເລື້ອຍໆ.

ທ່ານ ທະວີເພັດ ອຸລາ

ຮອງຫົວໜ້າກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ

ຜູ້ຈັດການໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວໄລຍະ 2

ສາລະບານ

ຄະນະຮັບຜິດຊອບຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ຮ່າງແຜນ	I
ຄຳນຳ	II
ຄຳສັບຫຍໍ້	VI
1) ຄວາມເປັນມາ.....	1
2) ສະພາບລວມ.....	3
3) ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ.....	7
3.1 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາເປັນກຸ່ມໃຫຍ່	8
3.2 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາເປັນກຸ່ມນ້ອຍ	11
3.3 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາແບບອິດສະຫລະ	13
3.4 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນງົບປະມານຫນ້ອຍມາແບບອິດສະຫລະ	16
3.5 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວລ່ວງເຮືອສຳລານ.....	18
3.6 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໄທມາເປັນກຸ່ມ	20
3.7 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຄາລາວານລົດຈັກບິກໄບ.....	22
3.8 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຄາລາວານລົດໃຫຍ່ຈາກໄທ	24
3.9 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວເກົາຫລີມາເປັນກຸ່ມ.....	26
3.10 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນມາເປັນກຸ່ມ.....	28
3.11 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຄາລາວານລົດໃຫຍ່ຈາກຈີນ	31
3.12 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວກິລາກືອຟຈາກເຂດພາກພື້ນ	34
3.13 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບກອງປະຊຸມ (MICE).....	36
3.14 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບການສຶກສາຈາກຕ່າງປະເທດ.....	38
3.15 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບການສຶກສາຈາກພາຍໃນ	40
3.16 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນໄລຍະເທດສະການ	42
4) ການວິເຄາະຈຸດແຂ່ງຈຸດອ່ອນ	44
4.1 ຈຸດແຂງ (Strength)	44
4.2 ຈຸດອ່ອນ (Weakness).....	44
4.3 ກາລະໂອກາດ (Opportunity)	47
4.4 ສິ່ງທ້າທາຍ (Threat)	48

4.5	ການວິເຄາະຈຸດອ່ອນ (ຈັດລຽງຕາມກິດຈະກຳ ແລະ ສະຖານທີ່)	49
5)	ວິໄສທັດການທ່ອງທ່ຽວ.....	51
6)	ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວ	52
6.1	Laos Simply Beautiful ແລະ Luang Prabang Timeless	52
6.2	ຕະຫລາດເບົ້າຫມາຍຫລັກ (Primary Audience)	55
6.3	ຕະຫລາດເບົ້າຫມາຍສຳຮອງ (Secondary Audience)	55
6.4	ການວາງຕຳແໜ່ງຂອງແບຣນ (Brand Positioning).....	55
6.5	ຈຸດຂາຍທີ່ເປັນເອກະລັກ (Unique Selling Points – USPs).....	57
6.6	ສະຫລຸບ.....	57
7)	ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ	58
7.1	ເນັ້ນໜັກການໂຄສະນາທາງອອນລາຍ (Go Digital).....	58
7.2	ນຳໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກເຂດພາກພື້ນ (Maximize Regional)	59
7.3	ກຸ່ມຕະຫລາດເບົ້າຫມາຍ (Target Markets)	59
7.4	ກິດຈະກຳການຕະຫລາດ (Marketing Activity)	60
8)	ຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ	62
8.1	ປະເພດຂອງຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ.....	62
8.1.1	ຊັບພະຍາກອນທ່ອງທ່ຽວຕາມທຳມະຊາດ (Natural Assets).....	62
8.1.2	ຊັບພະຍາກອນທ່ອງທ່ຽວທີ່ມະນຸດສ້າງຂຶ້ນ (Developed Assets)	63
8.1.3	ຜະລິດຕະພັນທ້ອງຖິ່ນ.....	64
8.2	ໂຄງລ່າງພື້ນຖານທີ່ຕິດພັນກັບການທ່ອງທ່ຽວ	65
9)	ຄວາມປອດໄພ ແລະ ການຮັກສາຄວາມປອດໄພ	67
10)	ການສື່ສານກ່ຽວກັບວິກິດການ	69
11)	ຈຸດປະສົງ.....	71
12)	ຄາດຫມາຍສູ້ຊີນ.....	72
13)	ຍຸດທະສາດ ປີ 2020 – 2025	74
14)	ແຜນງານ ປີ 2020 – 2025	77
14.1	ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ	77
14.2	ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ	80
14.3	ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ	84

14.4	ການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ	86
14.5	ການພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ.....	88
15)	ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກົດຈະກຳປີ 2020	89
16)	ໂຄງປະກອບການຈັດຕັ້ງເຄືອຂ່າຍ.....	90
16.1	ໂຄງປະກອບການຈັດຕັ້ງເຄືອຂ່າຍ.....	90
16.2	ພາລະບົດບາດ ແລະ ຫນ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບ	91
16.3	ການປ່ຽນແປງຂອງໂຄງປະກອບເຄືອຂ່າຍໄລຍະປີ 2020 – 2025	94
16.4	ປະໂຫຍດຈາກການເປັນສະມາຊິກເຄືອຂ່າຍ	95
16.5	ການສື່ສານພາຍໃນເຄືອຂ່າຍ ແລະ ພາກສ່ວນອື່ນ	95
17)	ການຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ປະເມີນຜົນ	96
	ອະທິບາຍສັບ	98
	ເອກະສານອ້າງອີງ	100
	ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ	101
	ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 1: ລາຍຊື່ສະມາຊິກເຄືອຂ່າຍ	101
	ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 2: ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດປະຈຳປີ 2020	104
	ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 2.1: ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ	104
	ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 2.2: ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ.....	120
	ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 2.3: ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ	141
	ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 2.4: ການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ	155
	ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 2.5: ການພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມແລະຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ..	165

ຄຳສັບຫຍໍ້

- ກະຊວງ ຖວທ ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ
MICT Ministry of Information, Culture and Tourism
- UNWTO United National World Tourism Organization
ອົງການທ່ອງທ່ຽວໂລກ
- ASEAN Association of Southeast Asia Nations
ສະມາຄົມປະຊາຊາດແຫ່ງອາຊີຕາເວັນອອກສ່ຽງໃຕ້
- ADB Asian Development Bank
ທະນາຄານພັດທະນາອາຊີ
- TIIG Tourism Infrastructure for Inclusive Growth Project
ໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ
- DMN Destination Management Network
ເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ
- DMP Destination Management Plan
ແຜນພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ
- FIT Free Independent Traveler
ນັກທ່ອງທ່ຽວອິດສະຫລະ
- SWOT Analysis Strength Weakness Opportunity Threat Analysis
ການວິເຄາະຈຸດແຂງ, ຈຸດອ່ອນ, ກາລະໂອກາດ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍ
- MICE Meeting Incentive Conference Exhibition
ການທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບ ການມາເຂົ້າຮ່ວມກອງປະຊຸມ, ໄດ້ຮັບລາງວັນ
ທ່ອງທ່ຽວຟລີ, ກອງປະຊຸມຂະຫນາດໃຫຍ່ ຫລື ເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງ

1) ຄວາມເປັນມາ

ອົງການທ່ອງທ່ຽວໂລກ (United Nation World Tourism Organization – UNWTO) ໄດ້ສ້າງທິດສະດີ ການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ (Destination Management) ຂຶ້ນ ເພື່ອໃຫ້ບັນດາປະເທດສະມາຊິກຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ. ຈຸດປະສົງແມ່ນເພື່ອເຮັດໃຫ້ການທ່ອງທ່ຽວ ໄດ້ຮັບການພັດທະນາແບບຍືນຍົງ ແລະ ມີສ່ວນຮ່ວມລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ. ການສ້າງແຜນພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນນອນຢູ່ໃນເປົ້າຫມາຍ ແລະ ກິດຈະກຳຂອງໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ (Tourism Infrastructure for Inclusive Growth Project – TIIG) ໄລຍະປີ 2015 – 2019 ທີ່ໄດ້ຮັບທຶນສະໜັບສະໜູນຈາກທະນາຄານພັດທະນາອາຊີ (Asian Development Bank – ADB). ຈຸດປະສົງແມ່ນເພື່ອສົ່ງເສີມການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ໃນການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ¹.

ໃນປີ 2015, ເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວຂັ້ນສູນກາງ (Destination Management Network – DMN) ກໍ່ໄດ້ຖືກສ້າງຕັ້ງຂຶ້ນ ໂດຍກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ². ບັນດາສະມາຊິກປະກອບມີພາກລັດ, ພາກທຸລະກິດ, ໂຄງການ ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ. ຈຸດປະສົງແມ່ນເພື່ອເປັນຫນ່ວຍງານໃນການສ້າງແຜນພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ (Destination Management Plan – DMP). ໃນປີ 2016, ແຜນພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ສຳລັບປີ 2016 – 2018 ກໍ່ໄດ້ຖືກຮ່າງຂຶ້ນໂດຍຜ່ານການປຶກສາຫາລືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ.

¹ ຄູ່ມືບໍລິຫານໂຄງການ, ໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ, ສປປ ລາວ, ປີ 2015 – 2019, ໜ້າທີ 6

² ຂໍ້ຕົກລົງຂອງລັດຖະມົນຕີວ່າການ ວ່າດ້ວຍການແຕ່ງຕັ້ງຄະນະບໍລິຫານງານເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວຂັ້ນສູນກາງ ສຳລັບໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ, ເລກທີ 753/ຖວທ, ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ, ລົງວັນທີ 06/07/2015

ໃນເບື້ອງຕົ້ນ, ບັນດາກິດຈະກຳໃນແຜນ DMP ຂອງ ສ ປ ປ ລາວ ສຳລັບປີ 2016 – 2018 ແມ່ນ ບໍ່ໄດ້ຮັບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຢ່າງເຕັມເມັດເຕັມຫນ່ວຍ, ເນື່ອງຈາກການກຳນົດພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ ແລະ ໄລຍະເວລາໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດບໍ່ຊັດເຈນ ເຊິ່ງລວມທັງແຫລ່ງງົບປະມານສະຫນັບສະຫນູນກໍ່ມີບໍ່ພຽງພໍ.

ຮອດທ້າຍປີ 2017, ໂຄງປະກອບຂອງເຄືອຂ່າຍ DMN ຂັ້ນສູນກາງ ກໍ່ໄດ້ຮັບການປັບປຸງ ແລະ ສ້າງຕັ້ງ 4 ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດຂຶ້ນ, ເຊິ່ງປະກອບມີຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ, ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການພັດທະນາທັກສະຄວາມສາມາດຂອງບຸກຄະລາກອນ. ໄດ້ກຳນົດໃຫ້ບັນດາຄະນະກົມພາຍໃນ ກະຊວງ ຖວທ ເປັນປະທານຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ, ຄະນະພະແນກພາຍໃນກົມ ເປັນຜູ້ປະສານງານຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ ແລະ ກອງເລຂາ. ກຳນົດໃຫ້ຫົວໜ້າ ແລະ ຜູ້ຈັດການໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ ເປັນຄະນະປະທານເຄືອຂ່າຍ.

ການປັບປຸງໂຄງປະກອບເຄືອຂ່າຍ DMN ຂັ້ນສູນກາງໄລຍະຜ່ານມາເຮັດໃຫ້ບັນດາກິດຈະກຳໃນແຜນ DMP ປີ 2016 – 2018 ໄດ້ຮັບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຢ່າງເຕັມເມັດເຕັມຫນ່ວຍຂຶ້ນ, ເນື່ອງຈາກມີພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບກິດຈະກຳ, ມີພາລະບົດບາດ ແລະ ຫນ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບທີ່ຊັດເຈນ.

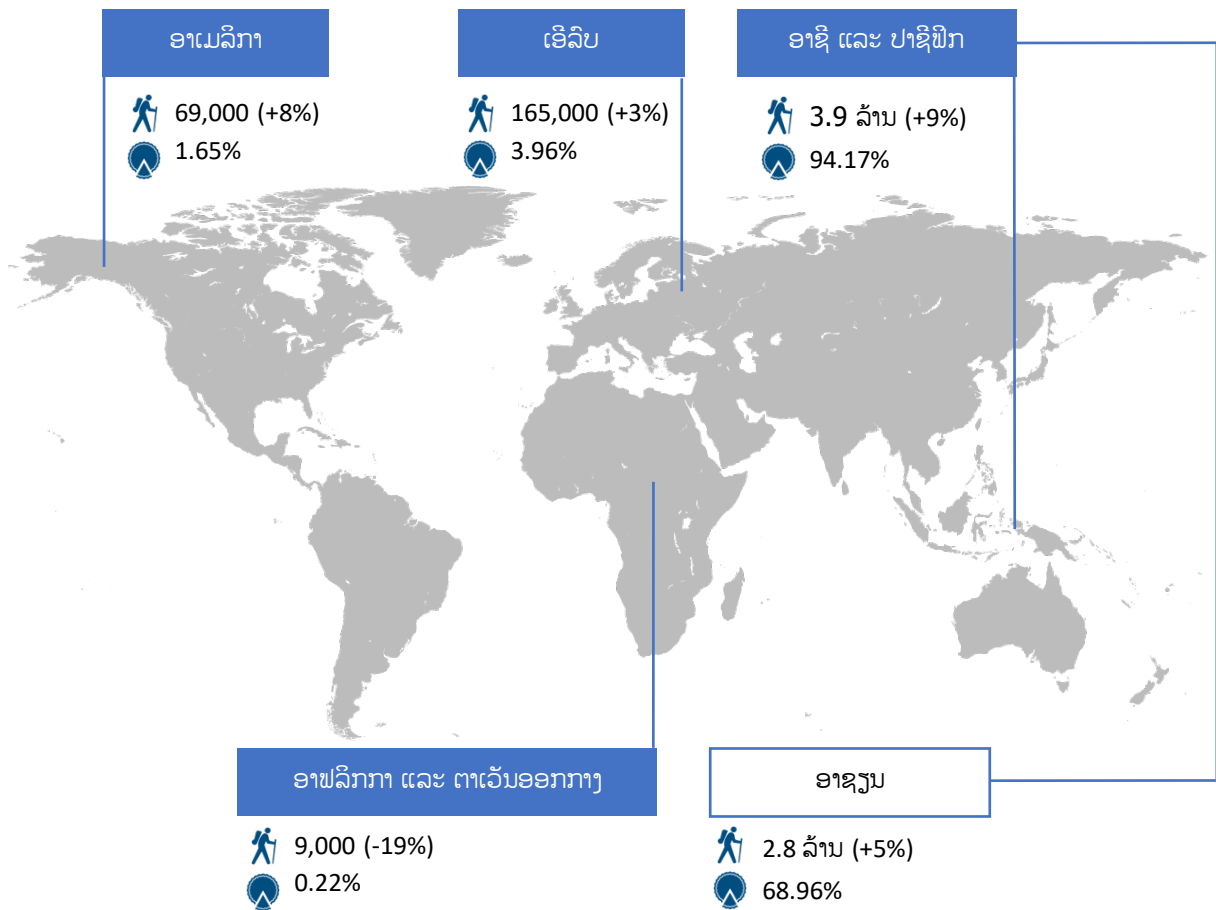
ຢ່າງໃດກໍດີ, ໄລຍະຜ່ານມາການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງພາກທຸລະກິດແມ່ນຍັງຈຳກັດ. ໂຄງປະກອບເຄືອຂ່າຍທີ່ໄດ້ຮັບການປັບປຸງຍັງມີພຽງແຕ່ບຸກຄະລາກອນພາກລັດທີ່ເປັນເຈົ້າການ ແລະ ປະສານງານໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ. ພາລະບົດບາດຂອງພາກທຸລະກິດແມ່ນພຽງແຕ່ປະກອບຄຳເຫັນເຂົ້າໃນຄວາມຄືບຫນ້າການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຜ່ານມາ ແລະ ແຜນໃນຕໍ່ຫນ້າເທົ່າກັນ.

ສະນັ້ນ, ໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ ໄລຍະທີ 2 ປີ 2019 – 2025 ໂດຍໄດ້ຮັບທຶນສະຫນັບສະຫນູນຈາກທະນາຄານພັດທະນາອາຊີ (ADB) ຈຶ່ງມີຈຸດປະສົງປັບປຸງແຜນ DMP ຂອງແຂວງຫລວງພະບາງ ສຳລັບ ປີ 2020 – 2025 ເຊິ່ງທ່ານກຳລັງອ່ານຢູ່ນີ້. ເພື່ອເປັນການປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງໃຫ້ນັບມື້ນັບມີການຂະຫຍາຍຕົວດີຂຶ້ນເລື້ອຍໆ.

2) ສະພາບລວມ

ໃນປີ 2018, ມີນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າມາຢ້ຽມຢາມ ສປປ ລາວ ຈຳນວນ 4.1 ລ້ານຄົນ, ເພີ່ມຂຶ້ນ 8% ທຽບກັບປີຜ່ານມາ ແລະ ສ້າງລາຍຮັບເຂົ້າປະເທດໄດ້ຈຳນວນ 811 ລ້ານໂດລາສະຫະລັດ³. ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນນັກທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດອາຊີ ແລະ ປາຊີຟິກ, ເຊິ່ງກວມເອົາ 94.17% ແລະ ມີອັດຕາການຂະຫຍາຍຕົວ 9% ເມື່ອທຽບກັບປີຜ່ານມາ (ແຜນວາດທີ 2.1). ໃນນັ້ນ, ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນອາຊຽນ ກວມເອົາ 68.96% ເຊິ່ງມີອັດຕາການຂະຫຍາຍຕົວ 5%. ອັດຕາການຂະຫຍາຍຕົວດັ່ງກ່າວ ແມ່ນເກີດຈາກການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກໄທ ແລະ ຈີນ. ການສົ່ງເສີມປີທ່ອງທ່ຽວລາວປີ 2018, ເປັນປັດໃຈຫນຶ່ງທີ່ສຳຄັນຂອງການເພີ່ມຂຶ້ນດັ່ງກ່າວ.

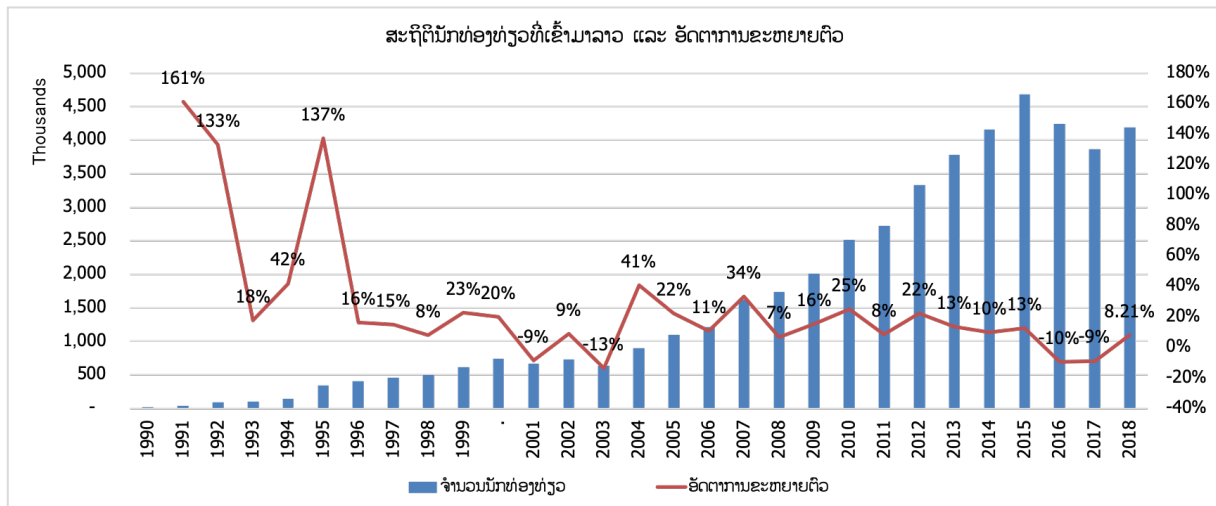
ແຜນວາດທີ 2.1: ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມາຢ້ຽມຢາມ ສປປ ລາວ ຈາກແຕ່ລະພາກພື້ນ



³ ບົດລາຍງານສະຖິຕິການທ່ອງທ່ຽວປະຈຳປີ 2018, ໜ້າທີ 10, ກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2019

ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມາ ສປປ ລາວ ແມ່ນມີຈຳນວນເພີ່ມຂຶ້ນທຸກປີນັບຕັ້ງແຕ່ມີນະໂຍບາຍເປີດຮັບ ນັກທ່ອງທ່ຽວໃນປີ 1990 ເປັນຕົ້ນມາ, ແຕ່ການເພີ່ມຂຶ້ນດັ່ງກ່າວກໍ່ຢູ່ໃນອັດຕາທີ່ຫລຸດລົງ. ຈົນມາຮອດປີ 2016, ນັກທ່ອງທ່ຽວຫລຸດລົງເຖິງ 10% ແລະ ຫລຸດ 9% ໃນ ປີ 2017 (ແຜນວາດ ທີ 2.2). ນັກທ່ອງທ່ຽວເພີ່ມຂຶ້ນ 8% ໃນປີ 2018, ເນື່ອງຈາກນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມປີທ່ອງທ່ຽວລາວ.

ແຜນວາດທີ 2.2: ສະຖິຕິນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມາ ສ ປ ປ ລາວ ແລະ ອັດຕາການຂະຫຍາຍຕົວ

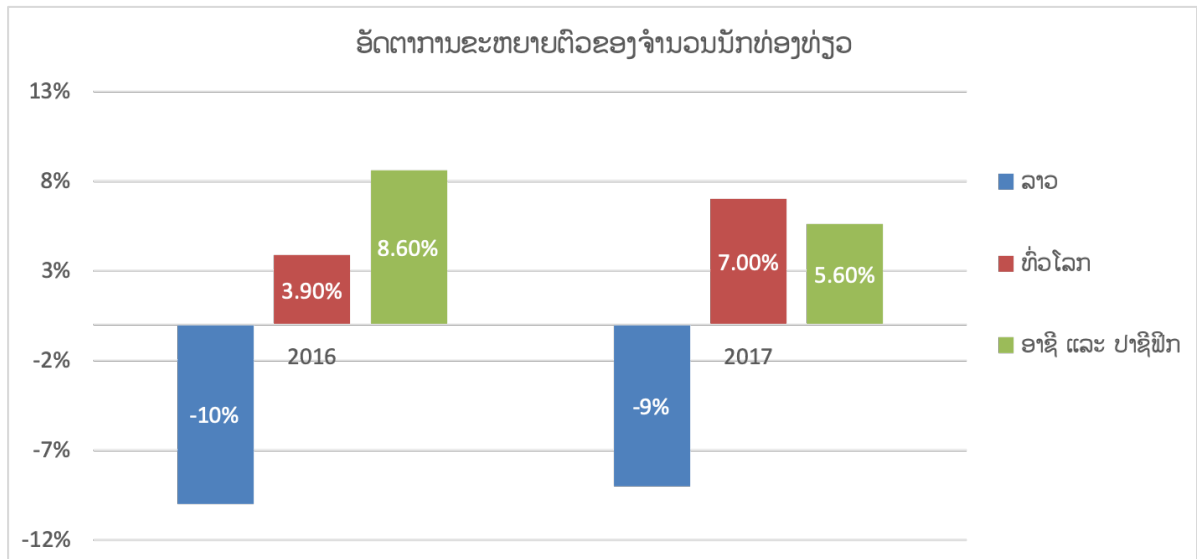


ກົງກັນຂ້າມ, ສະພາບການທ່ອງທ່ຽວໃນໂລກ ແລະ ໃນພາກພື້ນຊ້ຳພັດມີທ່າອ່ຽງຂະຫຍາຍຕົວ. ໃນປີ 2016, ມີນັກທ່ອງທ່ຽວທົ່ວໂລກ 1,235 ລ້ານຄົນ ເຊິ່ງເພີ່ມຂຶ້ນ 3.9% ທຽບກັບປີຜ່ານມາ. ຖ້າເບິ່ງສະເພາະເຂດອາຊີ ແລະ ປາຊີຟິກ ແມ່ນເພີ່ມຂຶ້ນ 8.6%⁴. ສ່ວນປີ 2017⁵, ນັກທ່ອງທ່ຽວທົ່ວໂລກຈຳນວນ 1,326 ລ້ານຄົນ ເຊິ່ງເພີ່ມຂຶ້ນ 7%, ສະເພາະອາຊີ ແລະ ປາຊີຟິກແມ່ນເພີ່ມຂຶ້ນ 5.6% (ແຜນວາດທີ 2.3).

⁴ UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition, ຫນ້າ 4

⁵ UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition, ຫນ້າ 5

ແຜນວາດທີ 2.3: ອັດຕາການຂະຫຍາຍຕົວຂອງຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວ

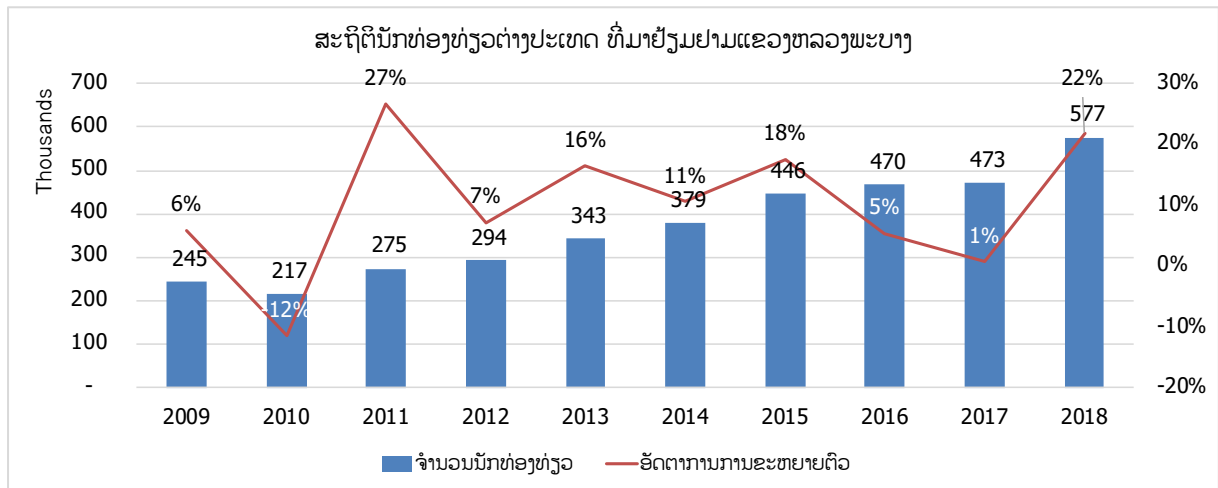


ຈາກຂໍ້ມູນຂ້າງເທິງ ເຮັດໃຫ້ເຮົາສາມາດສະຫລຸບໄດ້ວ່າ, ສາຍເຫດຂອງຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມາສປປ ລາວ ຫລຸດລົງ ບໍ່ໄດ້ເກີດຈາກພຽງແຕ່ປັດໃຈພາຍນອກ ກໍ່ຄືຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວເດີນທາງຫນ້ອຍລົງ, ແຕ່ສ່ວນຫນຶ່ງແມ່ນເກີດຈາກປັດໃຈພາຍໃນປະເທດຂອງເຮົາເອງ.

ແຂວງຫລວງພະບາງມີນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າມາຢ້ຽມຢາມຈຳນວນ 576,610 ຄົນ ໃນປີ 2018, ເພີ່ມຂຶ້ນ 22% ທຽບກັບປີຜ່ານມາ ແລະ ສ້າງລາຍຮັບຈຳນວນ 237 ລ້ານໂດລາສະຫະລັດ⁶. ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ເຂົ້າມາຢ້ຽມຢາມແຂວງຫລວງພະບາງແມ່ນມີຈຳນວນເພີ່ມຂຶ້ນທຸກປີ, ແຕ່ເພີ່ມໃນອັດຕາທີ່ເລັກຫນ້ອຍ, ບໍ່ຄືງ່າທີ່ແລະ ເພີ່ມຂຶ້ນໃນອັດຕາທີ່ຫລຸດລົງໄລຍະປີ 2016 – 2017 ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບສະພາບການທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ (ແຜນວາດທີ 2.4).

⁶ ສະຖິຕິການທ່ອງທ່ຽວແຕ່ປີ 2000 - 2018, ຂະແໜງພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ພະແນກຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ, ມັງກອນ 2019

ແຜນວາດທີ 2.4: ສະຖິຕິນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ເຂົ້າມາຢ້ຽມຢາມແຂວງຫລວງພະບາງ



ໃນປີ 2017, ຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ ໄດ້ຖືກຈັດໃນອັນດັບທີ 94 ໃນຈຳນວນ 136 ທົ່ວໂລກ ແລະ ໃນອັນດັບທີ 8 ໃນເຂດອາຊີຕາເວັນອອກສ່ຽງ ໃຕ້ ຫລື ອາຊຽນ (ເກືອບສຸດທ້າຍ, ກ່ອນຫນ້າກຳປູເຈຍ), ອີງຕາມບົດລາຍງານຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍສະພາເສດຖະກິດໂລກ (World Economic Forum)⁷. ການທ່ອງທ່ຽວລາວໂດຍລວມໄດ້ຄະແນນ 3.4 ຈາກຄະແນນເຕັມ 7, ຈາກການປະເມີນແຕ່ລະດ້ານ. ຄະແນນຫນ້ອຍສຸດແມ່ນ ຊັບພະຍາກອນທາງດ້ານວັດທະນະທຳ ແລະ ການເດີນທາງເພື່ອທຸລະກິດ (Cultural resources and business travel), ໂຄງລ່າງພື້ນຖານທາງອາກາດ (Air transport infrastructure), ໂຄງລ່າງພື້ນຖານທາງບົກ ແລະ ທາງນ້ຳ (Ground and port infrastructure), ຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ (Natural resources), ການເປີດສູ່ສາກົນ (International openness) ແລະ ຄວາມພ້ອມທາງດ້ານເຕັກໂນໂລຊີຂໍ້ມູນຂ່າວສານ (ICT readiness).

ຄຽງຄູ່ກັນນັ້ນ, ຄຳຄິດເຫັນຂອງບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວເຖິງສາຍເຫດຂອງການຫລຸດລົງຂອງຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວແມ່ນ 1) ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ລາວແພງກວ່າປະເທດອ້ອມຂ້າງ, 2) ຜະລິດ ຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວຍັງບໍ່ໄດ້ຮັບການພັດທະນາຢ່າງທົ່ວເຖິງ, 3) ພື້ນຖານໂຄງລ່າງເຊັ່ນ: ຖະໜົນຫົນທາງຍັງບໍ່ສະດວກສະບາຍ, 4) ບັນຫາເລື່ອງສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ 5) ການໂຄສະນາທີ່ຍັງບໍ່ທັນເຂົ້າເຖິງກຸ່ມເປົ້າຫມາຍ.

⁷ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, ຫນ້າທີ 22, World Economic Forum

3) ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ

ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ (Visitor Flow) ແມ່ນການສະແດງເຖິງການເຄື່ອນຍ້າຍຂອງກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ມີພຶດຕິກຳ, ຄວາມສົນໃຈ ແລະ ແຮງຈູງໃຈຄ້າຍຄືກັນ ໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວໃດຫນຶ່ງ. ນັບຕັ້ງແຕ່ ດ່ານສາກົນເຂົ້າມາ ສປປ ລາວ, ຮູບແບບການເດີນທາງ, ກິດຈະກຳທີ່ເຮັດ, ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ໄປຢ້ຽມຢາມ, ປະເພດທີ່ພັກເຊົາ, ຮ້ານອາຫານ ແລະ ອື່ນໆ. ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຕ້ອງມີຈຳນວນທີ່ຫລາຍ ແລະ ມີການເຄື່ອນຍ້າຍໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທີ່ສາມາດກຳນົດລົງໃນແຜນທີ່ໄດ້⁸.

ການເຄື່ອນຍ້າຍຂອງກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ອາດອອກມາຂອບເຂດຂອງເມືອງ ແລະ ແຂວງໃດຫນຶ່ງ, ເພາະເຂົາເຈົ້າເຄື່ອນຍ້າຍໄປຕາມຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ຄວາມສົນໃຈ ຫລາຍກວ່າການທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນເມືອງ ຫລື ແຂວງໃດຫນຶ່ງ. ສະນັ້ນ, ການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ຈະບໍ່ໄດ້ອີງໃສ່ຂອບເຂດເມືອງ ແລະ ແຂວງ, ແຕ່ຈະຕ້ອງອີງໃສ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ມີປະສິດທິພາບ ແລະ ມີປະສິດທິຜົນຫລາຍຂຶ້ນ.

ການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວຈະຕ້ອງອີງໃສ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ວ່າເຂົາເຈົ້າຕ້ອງການຫຍັງ, ມີຂໍ້ຫຍຸ້ງຍາກອັນໃດແດ່ ແລະ ສິ່ງໃດທີ່ສາມາດເຮັດໃຫ້ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໄຫລວຽນງ່າຍຂຶ້ນ ກໍ່ຄືການເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວມາຫລາຍຂຶ້ນ, ຢູ່ດົນຂຶ້ນ ຫລື ຈ່າຍຫລາຍຂຶ້ນ. ການປັບປຸງກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຮັດໄດ້ຫລາຍລະດັບເຊັ່ນ: ຂັ້ນສູນກາງແມ່ນເບິ່ງພາບໃຫຍ່ ຫລື ມູນມອງມະຫາພາກ ເປັນຕົ້ນ ແມ່ນ ການນຳນິດນະໂຍບາຍ, ລະບຽບການ, ມາດຕະຖານ, ການສ້າງແຜນພັດທະນາ, ປັບປຸງຫລັກສູດການຝຶກອົບຮົມ, ການໂຄສະນາ ແລະ ການຕະຫລາດໃນຕະຫລາດພາກພື້ນ ແລະ ສາກົນ. ສ່ວນຂັ້ນແຂວງ ແລະ ຂັ້ນເມືອງ ແມ່ນເບິ່ງລະດັບຈຸລະພາກເຊັ່ນ: ການຄຸ້ມຄອງບໍລິຫານສິ່ງແວດລ້ອມ, ການຍົກລະດັບການບໍລິການ, ການປັບປຸງກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວ, ການສະໜອງຂໍ້ມູນ ແລະ ປະສານງານກັບຂັ້ນສູນກາງ ໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຮ່ວມກັນ ແລະ ອື່ນໆ.

⁸ ແຜນພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ປີ 2016 – 2018, ຫນ້າທີ 44

3.1 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາເປັນກຸ່ມໃຫຍ່

International Large Group Flow

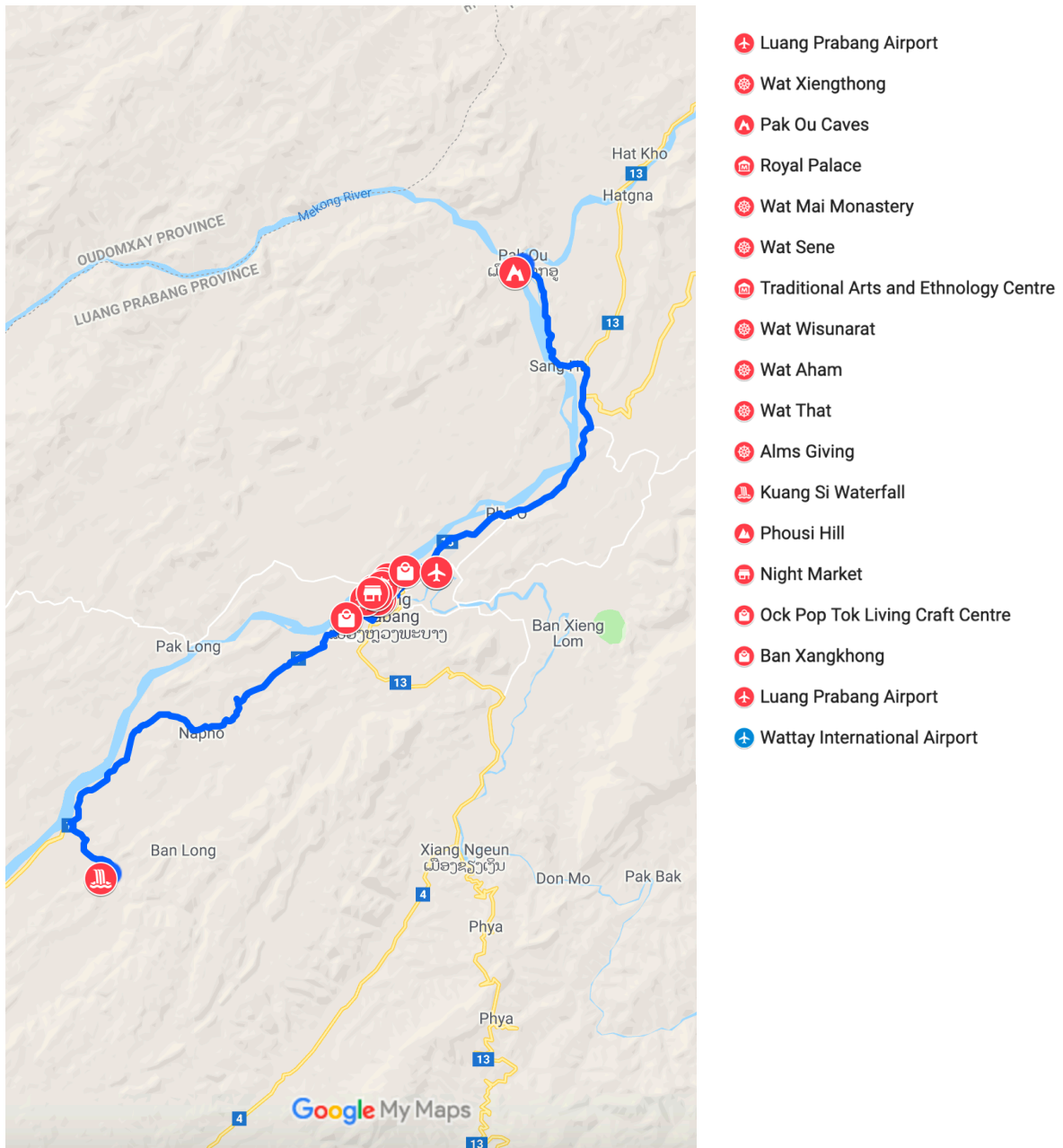
ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ	ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນມາຈາກບັນດາປະເທດໃນທະວີບເອີລົບ ແລະ ອົດສະຕາລີ. ສປປ ລາວ ເປັນໜຶ່ງໃນລາຍການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດພາກພື້ນ. ເດີນທາງທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ, ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ ແລະ ພາກໃຕ້ຂອງລາວ. ຈອງກັບບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ, ເດີນທາງເປັນກຸ່ມໆລະ 9 – 25 ຄົນ. ອາຍຸລະຫວ່າງ 35 – 70 ປີ, ເດີນທາງດ້ວຍລົດເມໃຫຍ່, ໂດຍມີພະນັກງານນຳທ່ຽວຈັດການໃຫ້ຫມົດທຸກຢ່າງ. ພັກຢູ່ໂຮງແຮມລະດັບ 3 ດາວຂຶ້ນເມື່ອ ແລະ ມັກກິນເຂົ້າຢູ່ກັບທີ່ພັກ. ເນື່ອງຈາກເດີນທາງເປັນກຸ່ມໃຫຍ່ ແລະ ມີອາຍຸຫລາຍ, ຈຶ່ງບໍ່ຄ່ອຍມີເວລາເຮັດກິດຈະກຳເພື່ອສຳພັດປະສົບການທ້ອງຖິ່ນ. ຕ້ອງການສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການເຂົ້າເຖິງ ແລະ ຢູ່ໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ເສັ້ນທາງທີ່ສະດວກສະບາຍ, ຮາວຈັບຂັ້ນໄດ, ທາງຂຶ້ນລົງທ່າເຮືອ ແລະ ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະທີ່ໄດ້ມາດຕະຖານ. ພະນັກງານນຳທ່ຽວກໍ່ຕ້ອງເປັນຄົນທີ່ມີຄວາມຮູ້ ແລະ ປະສົບການສູງ, ເນື່ອງຈາກເຂົາເຈົ້າມັກຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ຢາກຮຽນຮູ້ທາງດ້ານວັດທະນະທຳ ແລະ ປະຫວັດສາດຂອງປະເທດເຮົາ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສຳພັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.1
ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ	ເພື່ອສຳພັດມໍລະດົກທາງວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດແບບດັ່ງເດີມ
ມາຍາມໃດ	ຕະຫລອດປີ, ແຕ່ຫລາຍທີ່ສຸດແມ່ນໄລຍະ ເດືອນຕຸລາ - ມີນາ
ຈຳນວນ	234,000 ຄົນ (ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວເອີລົບ ແລະ ອົດສະຕາລີ ທີ່ເຂົ້າມາແຂວງຫລວງພະບາງ ໃນປີ 2018, ແຕ່ບໍ່ທັນແຍກສະເພາະກະແສນີ້)
ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ	150+ USD / ຄົນ / ວັນ
ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ	4 ວັນ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງການສະໜອງ (System Heads ⁹)	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເອີລົບ ແລະ ສປປ ລາວ ເຊັ່ນ: Exo Travel, Diethelm Travel, Asian Trails, Khiri Travel, Arasa Travel ແລະ ອື່ນໆ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens ¹⁰)	ຫມູ່ເພື່ອນ ແລະ ຄອບຄົວ

⁹ System Heads: ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ຫລື ພາກສ່ວນຄຸ້ມຄອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ຮັກສາເຄືອຂ່າຍການສະໜອງ (Supply network), ເຂົາເຈົ້າມີຄວາມສົນໃຈຢາກເຮັດໃຫ້ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວເຕີບໃຫຍ່ຂະຫຍາຍຕົວ

¹⁰ Market Mavens: ພາກສ່ວນທີ່ສາມາດຊຶກຈູງ (influence) ການຕັດສິນໃຈຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ

ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	<ul style="list-style-type: none"> - ມີມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດ ແລະ ວັດທະນະທຳແບບດັ້ງເດີມ - ມີຄວາມງຽບສະຫງົບ ແລະ ປອດໄພ
ຈຸດອ່ອນ	<ul style="list-style-type: none"> - ຄຸນນະພາບການບໍລິການຂອງພະນັກງານໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ, ຮ້ານອາຫານ, ການບໍລິການສະປາ ແລະ ພະນັກງານນຳທ່ຽວຍັງຈຳກັດ - ຈຳນວນພະນັກງານນຳທ່ຽວພາສາຝຣັ່ງ, ສະເປນ, ເຍຍລະມັນ ແລະ ອິຕາລີ ມີຈຳນວນຈຳກັດ. ສ່ວນໃຫຍ່ເປັນພະນັກງານນຳທ່ຽວອາຊີ, ຍັງບໍ່ທັນມີແຜນຮອງຮັບໃນຕໍ່ຫນ້າສຳລັບການສ້າງພະນັກງານນຳທ່ຽວຫນຸ່ມນ້ອຍສຳລັບພາສາຕ່າງກ່າວ. - ບໍ່ທັນມີຂໍ້ມູນສະຖິຕິສະເພາະຂອງກະແສນີ້ເຊັ່ນ: ຈຳນວນ, ລາຍຈ່າຍສະເພາະຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ, ລະດັບຄວາມເພິ່ງພໍໃຈ ແລະ ອື່ນໆ - ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ຜູ້ສູງອາຍຸຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຍັງຈຳກັດ
ກາລະໂອກາດ	<ul style="list-style-type: none"> - ການເຂົ້າເຖິງເຕັກໂນໂລຊີງ່າຍຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນທ່ອງທ່ຽວອອນລາຍໄດ້, ການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວທາງອອນລາຍ ແມ່ນສາມາດເຮັດໄດ້ຢ່າງເຈາະຈົງ, ມີປະສິດພາບ ແລະ ສາມາດຕິດຕາມປະເມີນຜົນໄດ້ໃນທັນທີ. - ລັດຖະບານລາວໄດ້ເປີດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດສະຫມັກຂໍ້ວິຊາທາງອອນລາຍໄດ້ ເຮັດໃຫ້ການເດີນທາງເຂົ້າມາທ່ອງທ່ຽວລາວມີຄວາມສະດວກສະບາຍຂຶ້ນ
ສິ່ງທ້າທາຍ	<ul style="list-style-type: none"> - ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກເຂດເອີລົບຍັງກວມເອົາອັດຕາສ່ວນຫນ້ອຍ, ເຊິ່ງມີແຕ່ 4% ຂອງຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທັງໝົດ ໃນປີ 2018. ອັດຕາການຂະຫຍາຍຕົວກໍ່ຕໍ່າ, ເພີ່ມຂຶ້ນແຕ່ 3% ໃນປີ 2018. - ສະພາບເສດຖະກິດໃນເຂດເອີລົບຍັງບໍ່ທັນຂະຫຍາຍຕົວ

ແຜນທີ່ທີ 3.1: ກະແສນ້ຳທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາເປັນກຸ່ມໃຫຍ່



ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/3465VcW>

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: [Exo Travel](#), [Dielthem Travel](#), [Asian Trails](#)

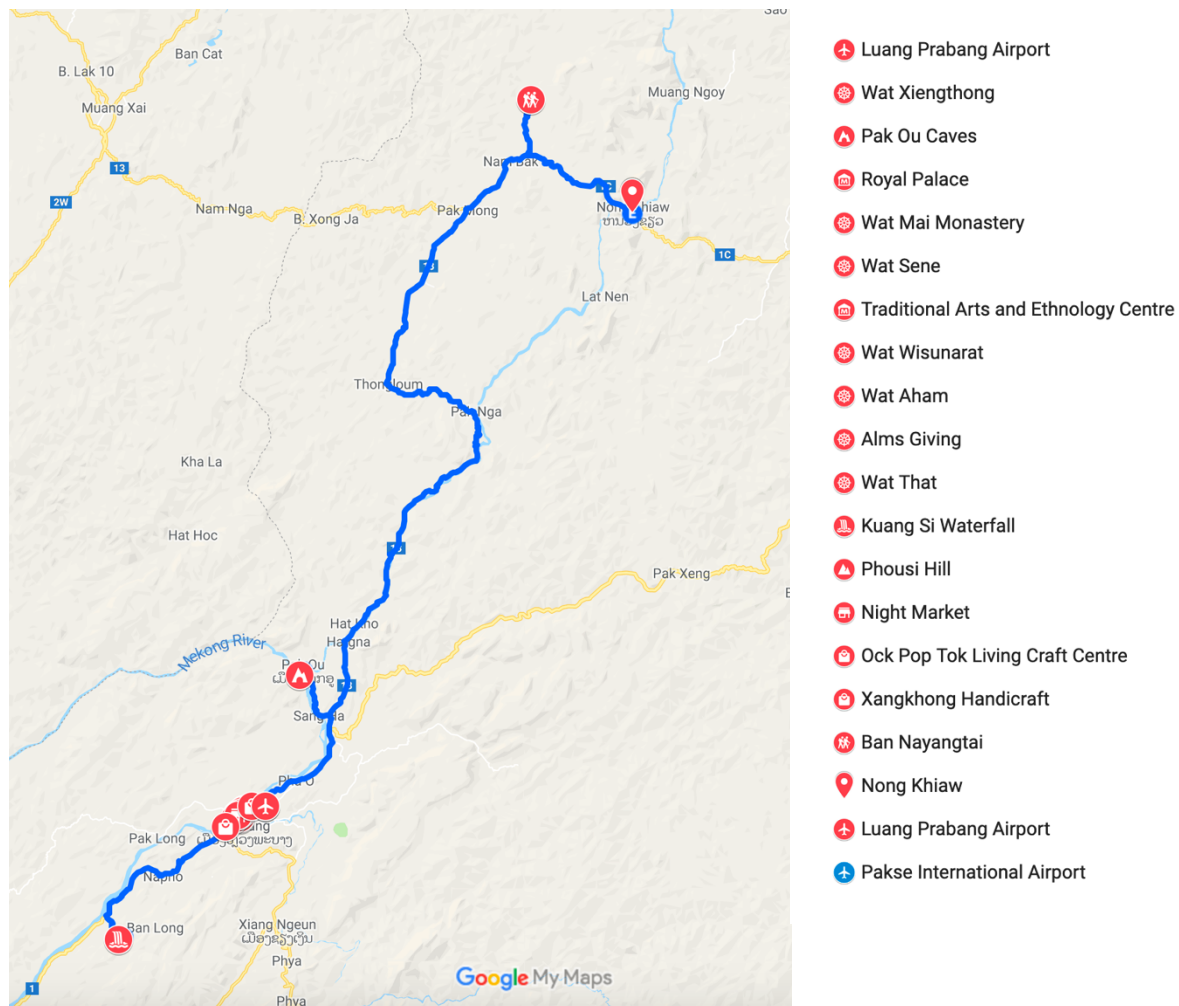
3.2 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາເປັນກຸ່ມນ້ອຍ

International Small Group Flow

ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ	ສ່ວນໃຫຍ່ມາຈາກບັນດາປະເທດໃນທະວີບເອີລົບ, ອົດສະຕາລີ ແລະ ຍີ່ປຸ່ນ. ຈອງກັບບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ, ເດີນທາງເປັນກຸ່ມໆລະ 2 – 8 ຄົນ. ອາຍຸລະຫວ່າງ 35 – 70 ປີ. ລາຍການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນດັດປັບຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ. ເດີນທາງທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ແລະ ພາກໃຕ້ຂອງລາວເຊັ່ນ: ແຂວງຈໍາປາສັກ, ສາລະວັນ, ເຊກອງ ແລະ ອັດຕະປື. ເດີນທາງດ້ວຍລົດຕູ້, ໂດຍມີພະນັກງານນໍາທ່ຽວຈັດການໃຫ້ຫມົດທຸກຢ່າງ. ພັກຢູ່ໂຮງແຮມລະດັບ 3 ດາວຂຶ້ນໄປ ຫລື ໂຮງແຮມບູຕິກ (Boutique) ທີ່ຫ້ອງພັກມີການຕົບແຕ່ງແບບມີເອກະລັກ. ມັກເຮັດກິດຈະກຳເພື່ອສໍາພັດປະສົບການທ້ອງຖິ່ນ. ຕ້ອງການສິ່ງອໍານວຍຄວາມສະດວກໃນການເຂົ້າເຖິງ ແລະ ຢູ່ໃນສະຖານ ທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ເສັ້ນທາງທີ່ສະດວກສະບາຍ, ຮາວຈັບຂັ້ນໄດ, ທາງຂຶ້ນລົງທ່າເຮືອ ແລະ ຫ້ອງນໍ້າສາທາລະນະທີ່ໄດ້ມາດຕະຖານ. ພະນັກງານນໍາທ່ຽວກໍ່ຕ້ອງເປັນຄົນທີ່ມີຄວາມຮູ້ ແລະ ປະສົບການສູງ, ເນື່ອງຈາກເຂົາເຈົ້າມັກຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ຢາກຮຽນຮູ້ທາງດ້ານວັດທະນະທຳ ແລະ ປະຫວັດສາດຂອງປະເທດເຮົາ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສໍາພັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.2
ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ	ເພື່ອສໍາພັດມໍລະດົກທາງດ້ານວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດແບບດັ້ງເດີມ
ມາຍາມໃດ	ຫລາຍທີ່ສຸດແມ່ນໄລຍະເດືອນ ຕຸລາ - ມີນາ
ຈໍານວນ	ສະຖິຕິທ່ອງທ່ຽວ ບໍ່ທັນແຍກເປັນສະເພາະກະແສນີ້
ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ	150+ USD / ຄົນ / ວັນ
ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ	4 ວັນ
ພາກສ່ວນສໍາຄັນເບື້ອງການສະໜອງ (System Heads)	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເອີລົບ ແລະ ສປປ ລາວ ເຊັ່ນ: Exo Travel, Diethelm Travel, Asian Trails, Khiri Travel, Arasa Travel, Laos Mood Travel, Nakarath Travel, Green Discovery, Easia Travel ແລະ ອື່ນໆ
ພາກສ່ວນສໍາຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)	ຫມູ່ເພື່ອນ ແລະ ຄອບຄົວ
ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	<ul style="list-style-type: none"> - ມີມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດ ແລະ ວັດທະນະທຳແບບດັ້ງເດີມ - ມີຄວາມງຽບສະຫງົບ ແລະ ປອດໄພ

ຈຸດອ່ອນ	<ul style="list-style-type: none"> - ຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ໃຫ້ປະສົບການ ຫລື ມີສ່ວນຮ່ວມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ຍັງຈຳກັດທາງດ້ານປະລິມານ ແລະ ຄຸນນະພາບ - ຄຸນນະພາບການບໍລິການຂອງພະນັກງານໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ, ຮ້ານອາຫານ, ການບໍລິການສະປາ ແລະ ພະນັກງານນຳທ່ຽວຍັງຈຳກັດ - ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ຜູ້ສູງອາຍຸຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຍັງຈຳກັດ
ກາລະໂອກາດ	<ul style="list-style-type: none"> - ການເຂົ້າເຖິງເຕັກໂນໂລຊີງ່າຍຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນທ່ອງທ່ຽວອອນລາຍໄດ້ - ລັດຖະບານລາວໄດ້ເປີດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດສະຫມັກຂໍ້ວິຊາທາງອອນລາຍໄດ້
ສິ່ງທ້າທາຍ	<ul style="list-style-type: none"> - ສະພາບເສດຖະກິດໃນເຂດເອີລົບຍັງບໍ່ທັນຂະຫຍາຍຕົວ

ແຜນທີ່ທີ 3.2: ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາເປັນກຸ່ມນ້ອຍ



ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2mWcTkp>

3.3 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາແບບອິດສະຫລະ

International Experiential¹¹ FIT¹² Flow

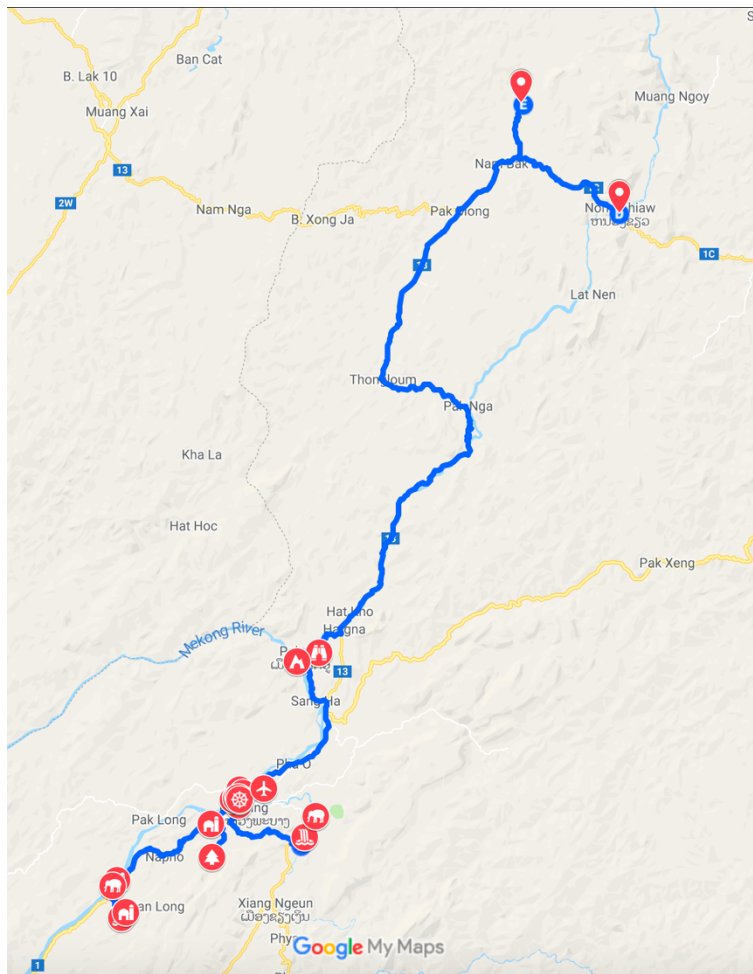
ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ	ນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກເອີລົບ, ສະຫະລາຊະອານາຈັກ (UK), ອິດສະຕາລີ, ອາເມລິກາ ແລະ ຕ່າງປະເທດທີ່ເຮັດວຽກຢູ່ເຂດອາຊີເຊັ່ນ: ກຸງເທບ, ຊຽງໃຫມ່, ສິງກາໂປ, ຮ່າໂນ້ຍແລະອື່ນໆ. ເປັນຄົນໄວກາງຄົນ, ເດີນທາງມາເປັນຄູ່ ແລະ ແບບຄອບຄົວ. ທ່ອງທ່ຽວນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ, ວັງວຽງ, ຫລວງພະບາງ ແລະ ພາກໃຕ້ຂອງລາວ. ມີງົບປະມານລະດັບປານກາງຫາສູງ, ເນື່ອງຈາກມັກຄວາມອິດສະຫລະ ແລະ ສາມາດເຂົ້າເຖິງເຕັກໂນໂລຊີ, ຈຶ່ງນິຍົມກະກຽມການເດີນທາງ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວດ້ວຍຕົນເອງ. ນັບຕັ້ງແຕ່ການເບິ່ງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທາງສື່ສັງຄົມອອນລາຍເປັນ ຕົ້ນແມ່ນ Tripadvisor, Lonely Planet ຫລື ເວັບໄຊຂອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ, ຈອງປີ້ເຮືອບິນທາງ Expedia ແລະ ຈອງທີ່ພັກທາງ Agoda ຫລື Booking.com. ໃຊ້ບໍລິການພະນັກງານນຳທ່ຽວທ້ອງຖິ່ນ ຫລື ພື້ນທີ່. ພັກຢູ່ທີ່ພັກທີ່ມີຄຸນນະພາບ, ງຽບສະຫງົບ ແລະ ມັກຫລີກເວັ້ນບ່ອນທີ່ມີແຂກທົວພັກ. ໃຊ້ບໍລິການນວດສະປາ, ມັກເຮັດກິດຈະກຳເພື່ອສຳພັດປະສົບການທ້ອງຖິ່ນ. ເດີນທາງໄປແຂວງຕໍ່ແຂວງດ້ວຍເຮືອບິນ ແລະ ໃຊ້ບໍລິການສູນຂໍ້ມູນທ່ອງທ່ຽວ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສຳພັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.3
ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ	<ul style="list-style-type: none"> - ເພື່ອສຳພັດມໍລະດົກທາງດ້ານວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດແບບດັ່ງເດີມ - ເພື່ອລົບຫນີ / ພັກຜ່ອນຈາກວຽກງານ
ມາຍາມໃດ	ຕະຫລອດປີ, ຫລາຍທີ່ສຸດແມ່ນໄລຍະເດືອນພະຈິກ - ມີນາ
ຈຳນວນ	ສະຖິຕິທ່ອງທ່ຽວ ບໍ່ທັນແຍກເປັນສະເພາະກະແສນີ້
ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ	50 – 100+ USD / ຄົນ / ວັນ
ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ	4 – 7 ວັນ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງການສະຫນອງ (System Heads)	Agoda, booking.com, hotels.com, Off Road Laos Adventures, Tiger Trails
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)	ຫມູ່ເພື່ອນ, ນັກທ່ອງທ່ຽວນຳກັນ, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ, ສູນຂໍ້ມູນທ່ອງທ່ຽວຢູ່ນະຄອນຫລວງພະບາງ

¹¹ Experiential / Experiential Traveler: ແມ່ນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ຕ້ອງການສຳພັດປະສົບການກັບຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວຫລາຍກວ່າການແນມເບິ່ງຊຶ່ງ ເຊັ່ນ ການສຳພັດວິຖີຊີວິດຊາວນາດ້ວຍການລົງມືເຮັດນາກ່ຽວເຂົ້າ

¹² FIT: Free Independent Traveler ແມ່ນນັກທ່ອງທ່ຽວອິດສະຫລະ, ຈັບຈອງ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວດ້ວຍຕົນເອງ

ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	<ul style="list-style-type: none"> - ມີມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດ ແລະ ວັດທະນະທຳແບບດັ້ງເດີມ - ມີຄວາມງຽບສະຫງົບ ແລະ ປອດໄພ
ຈຸດອ່ອນ	<ul style="list-style-type: none"> - ຂໍ້ມູນ ແລະ ການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນອອນລາຍຍັງຈຳກັດເຊັ່ນ: Google map, TripAdvisor, Lonely planet, Travelfish, Facebook, IG ແລະ ອື່ນໆ - ການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນອອນລາຍຍັງຈຳກັດ - ຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ໃຫ້ປະສົບການຂອງທ້ອງຖິ່ນຍັງຈຳກັດ
ກາລະໂອກາດ	<ul style="list-style-type: none"> - ການເຂົ້າເຖິງເຕັກໂນໂລຊີງ່າຍຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນທ່ອງທ່ຽວອອນລາຍໄດ້ - ລັດຖະບານລາວໄດ້ເປີດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດສະຫມັກຂໍວິຊາທາງອອນລາຍໄດ້
ສິ່ງທ້າທາຍ	<ul style="list-style-type: none"> - ສັນຍານອິນເຕີເນັດບໍ່ທັນປົກຄຸມໃນຫລາຍຈຸດ - ການພັດທະນາທາງດ້ານເຕັກໂນໂລຊີຂອງປະເທດອ້ອມຂ້າງ

ແຜນທີ່ທີ 3.3: ກະແສນ້ຳທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາແບບອິດສະຫລະ



- Vang Vieng
- Kuang Si Waterfall
- Night Market
- Wat Xiengthong
- Phousi Hill
- The Living Land Company
- Kuang Si Butterfly Farm
- Alms Giving
- UXO - Unexploded Ordinance Information C...
- Pha Tad Ke / Botanical Garden
- Tat Sae Waterfalls
- Royal Palace
- Traditional Arts and Ethnology Centre
- Morning market
- Laos Buffalo Dairy
- Nahm Dong Park
- Wat Mai Monastery
- Wat Xieng Mouane
- Wat Sene
- Wat Wisunarat
- Nam Ou River
- Wat Chomphet
- Luang Prabang Library
- Wat Sop Sikkharam
- Wat Chom Si
- Wat Aham
- Pak Ou Caves
- Luang Prabang Elephants camp
- Elephant Village Ban Xieng Lom
- Ban Nayangtai
- Nong Khiaw
- Luang Prabang Airport
- Pakse International Airport

ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2nXzDjL>

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: <http://bit.ly/2Zu89Ek>

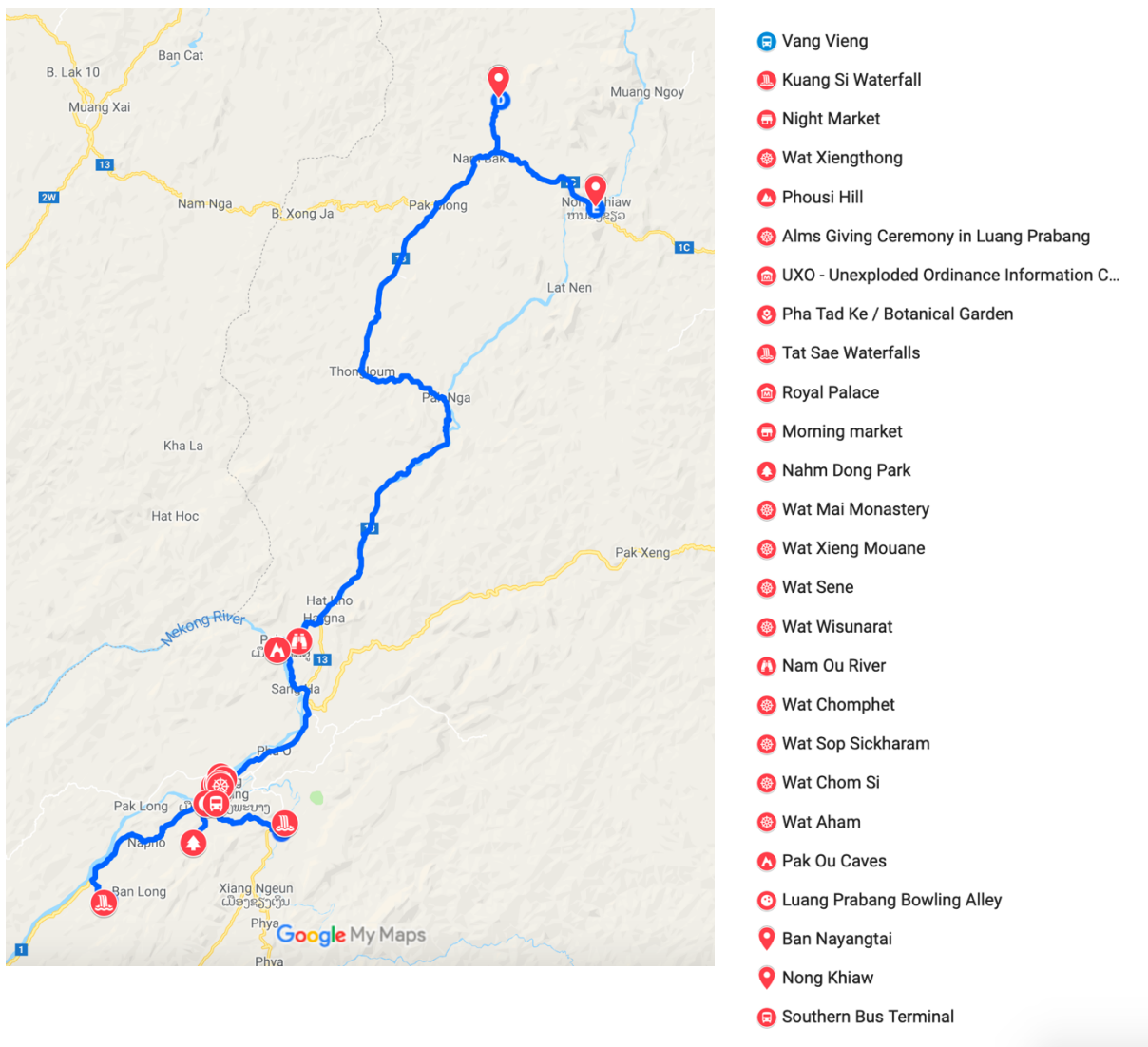
3.4 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນງົບປະມານຫນ້ອຍມາແບບອິດສະຫລະ

International Backpacker Flow

ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ	ນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກເອີລົບ, ສະຫະລາຊະອານາຈັກ (UK), ອົດສະຕາລີ ແລະ ອາເມລິກາ. ໄວຫນຸ່ມ ອາຍຸລະຫວ່າງ 18 – 29 ປີ ແລະ ມີງົບປະມານຫນ້ອຍ. ສປປ ລາວ ແມ່ນຫນຶ່ງໃນລາຍການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດພາກພື້ນເຊັ່ນ: ກຳປູເຈຍ, ໄທ ແລະ ຫວຽດນາມ. ທ່ອງທ່ຽວນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ, ຫລວງພະບາງ, ວັງວຽງ ແລະ ພາກໃຕ້ຂອງລາວ. ການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການຈັບຈອງການເດີນທາງແມ່ນຄ້າຍຄືກັນກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາແບບອິດສະຫລະ, ເນື່ອງຈາກສາມາດເຂົ້າເຖິງເຕັກໂນໂລຊີໄດ້ເຊັ່ນກັນ. ຄວາມແຕກຕ່າງແມ່ນ ຈະເລືອກເຮັດກິດຈະກຳທີ່ລາຄາບໍ່ແພງ, ພັກໃນໂຮງແຮມ ແລະ ເຮືອນພັກລາຄາຖືກຂໍ້ພຽງແຕ່ມີສັນຍານອິນເຕີເນັດ. ນອນເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນ, ກິນເຂົ້າຢູ່ຮ້ານແຄມທາງຢ່າງບາງຄັ້ງກໍ່ເຊົ່າລົດຈັກ ຫລື ລົດຖີບ. ເດີນທາງແຂວງຕໍ່ແຂວງດ້ວຍເຮືອບິນ ຫລື ລົດໂດຍສານ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສຳພັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.4
ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ	<ul style="list-style-type: none"> - ເພື່ອສຳພັດມໍລະດົກທາງດ້ານວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດແບບດັ່ງເດີມ - ພື້ອລົບຫນີ / ພັກຜ່ອນຈາກວຽກງານ
ມາຍາມໃດ	ຕະຫລອດປີ, ໂດຍສະເພາະແມ່ນໄລຍະແຂກຫນ້ອຍ low season ເນື່ອງຈາກລາຄາຖືກກວ່າ
ຈຳນວນ	ສະຖິຕິທ່ອງທ່ຽວ ບໍ່ທັນແຍກເປັນສະເພາະກະແສນີ້
ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄືນຕໍ່ວັນ	15 – 20 USD / ຄືນ / ວັນ
ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ	4 – 7 ວັນ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງການສະຫນອງ (System Heads)	Agoda, booking.com, hotels.com, lonely planet
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)	TripAdvisor, Travefish
ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	<ul style="list-style-type: none"> - ມີມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດ ແລະ ວັດທະນະທຳແບບດັ່ງເດີມ - ມີຄວາມງຽບສະຫງົບ ແລະ ປອດໄພ

ຈຸດອ່ອນ	<ul style="list-style-type: none"> ການຂັບຂີ່ລົດຈັກດ້ວຍຕົນເອງໄປຕາມຫົນທາງໃຫຍ່ຍັງມີຄວາມສ່ຽງ, ເນື່ອງຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວບໍ່ຄຸ້ນເຄີຍກັບການຂັບຂີ່ລົດຈັກ ແລະ ເສັ້ນທາງບໍ່ມີເລນສະເພາະລົດຈັກ ຂໍ້ມູນ ແລະ ການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນອອນລາຍຍັງຈຳກັດເຊັ່ນ: Google map, TripAdvisor, Lonely planet, Travelfish, Facebook, IG ແລະ ອື່ນໆ ການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນອອນລາຍຍັງຈຳກັດ
ກາລະໂອກາດ	<ul style="list-style-type: none"> ການເຂົ້າເຖິງເຕັກໂນໂລຊີງ່າຍຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນທ່ອງທ່ຽວອອນລາຍໄດ້ ລັດຖະບານລາວໄດ້ເປີດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດສະຫມັກຂໍ້ວິຊາທາງອອນລາຍໄດ້
ສິ່ງທ້າທາຍ	<ul style="list-style-type: none"> ສັນຍານອິນເຕີເນັດບໍ່ທັນປົກຄຸມໃນຫລາຍຈຸດ

ແຜນທີ່ທີ 3.4: ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນງົບປະມານຫນ້ອຍມາແບບອິດສະຫລະ



ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2nOFAQ9>

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: [TripAdvisor](#), [Southeast Asia Backpacker](#), [The Broke Backpacker](#)

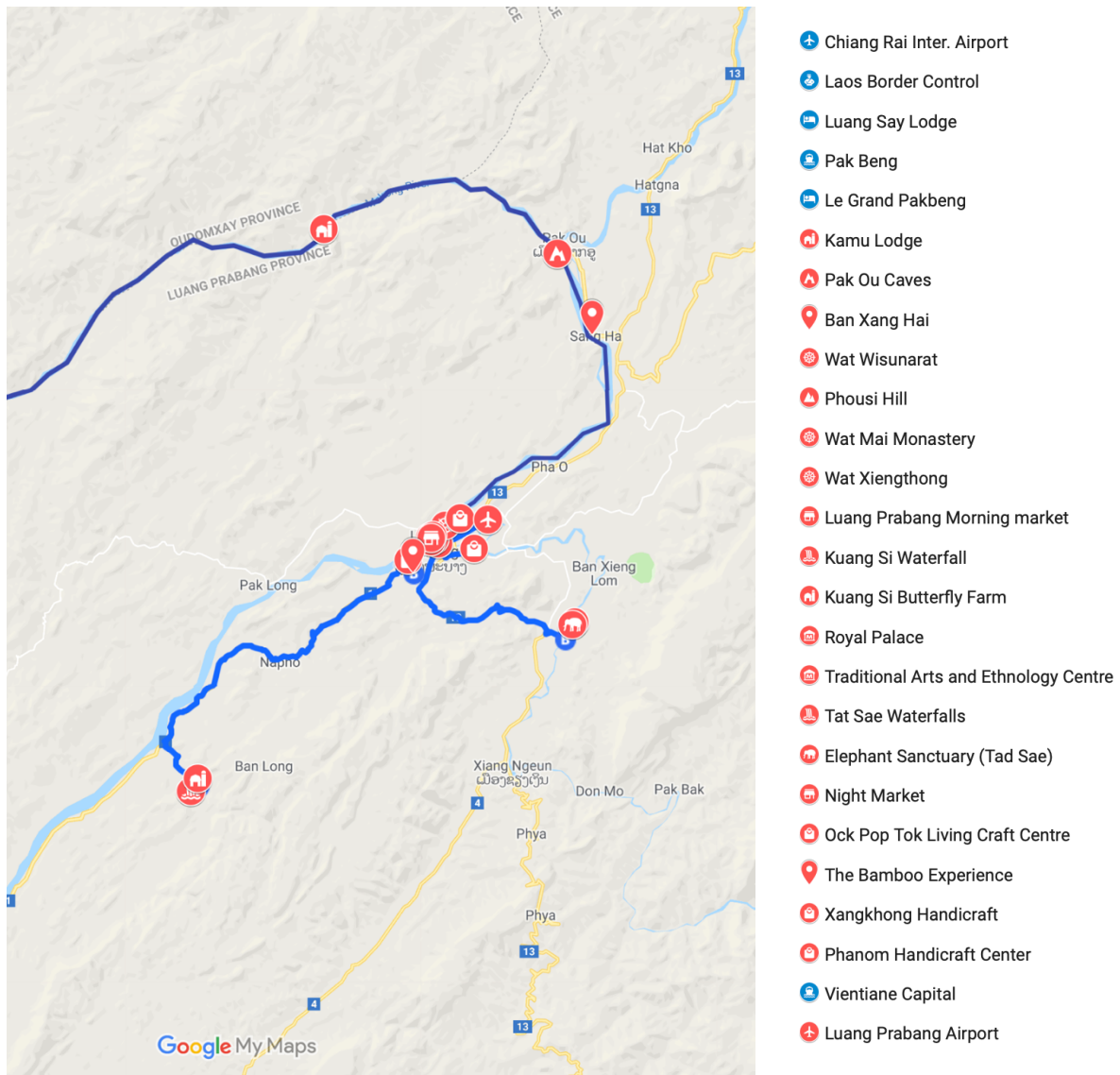
3.5 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວລ່ອງເຮືອສໍາລານ

Mekong River Cruise Flow

<p>ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ</p>	<p>ນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນທີ່ມີຄຸນນະພາບ, ໄວກາງຄົນ ແລະ ສູງອາຍຸ. ເສັ້ນທາງລ່ອງເຮືອສໍາລານທີ່ນິຍົມທີ່ສຸດແມ່ນຈາກເມືອງຫ້ວຍຊາຍ ຫາ ຫລວງພະບາງ, ມີບາງຄະນະກໍ່ລ່ອງລົງມາຮອດນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ ແລ້ວຂີ່ເຮືອບິນລົງສະໜາມບິນສາກົນປາກເຊ ເພື່ອລ່ອງລົງເຂດມະຫານາທິສີພັນດອນ. ບາງຄະນະກໍ່ລ່ອງສະເພາະແຕ່ຈາກ ນະຄອນປາກເຊ ຫລື ເມືອງຈໍາປາສັກ ຫາເຂດມະຫານາທິສີພັນດອນ. ເມື່ອຮອດຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ, ກໍ່ຈະຂຶ້ນຈາກເຮືອມາຢ້ຽມຢາມ ແລະ ສໍາພັດສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຕ່າງໆ ແລະ ພັກເຊົາຢູ່ໂຮງແຮມ. ຕ້ອງການສິ່ງອໍານວຍຄວາມສະດວກໃນການເຂົ້າເຖິງ ແລະ ຢູ່ໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ເສັ້ນທາງທີ່ສະດວກສະບາຍ, ຮາວຈັບຂັ້ນໄດ, ທາງຂຶ້ນລົງທ່າເຮືອ ແລະ ຫ້ອງນໍ້າສາທາລະນະທີ່ໄດ້ມາດຕະຖານ. ພະນັກງານນໍາທ່ຽວກໍ່ຕ້ອງເປັນຄົນທີ່ມີຄວາມຮູ້ ແລະ ປະສົບການສູງ, ເນື່ອງຈາກເຂົາເຈົ້າມັກຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ຢາກຮຽນຮູ້ທາງດ້ານວັດທະນະທໍາ ແລະ ປະຫວັດສາດຂອງປະເທດເຮົາ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສໍາພັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.5</p>
<p>ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ</p>	<p>ເພື່ອສໍາພັດມໍລະດົກທາງການວັດທະນະທໍາ ແລະ ທໍາມະຊາດແບບດັ້ງເດີມຕາມລໍາແມ່ນໍ້າຂອງ</p>
<p>ມາຍາມໃດ</p>	<p>ຫລາຍທີ່ສຸດແມ່ນໄລຍະເດືອນຕຸລາ - ມີນາ. ເຮືອຈະບໍ່ລ່ອງໄລຍະເດືອນເມສາ - ພຶດສະພາ ເນື່ອງຈາກລະດັບນໍ້າຂອງຕໍ່າ</p>
<p>ຈໍານວນ</p>	<p>ບໍ່ມີຂໍ້ມູນ</p>
<p>ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ</p>	<p>160 – 220 USD / ຄົນ / ວັນ</p>
<p>ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ</p>	<p>3 - 4 ວັນ</p>
<p>ພາກສ່ວນສໍາຄັນເບື້ອງການສະໜອງ (System Heads)</p>	<p>ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວທີ່ເປັນເຈົ້າຂອງເຮືອສໍາລານເຊັ່ນ: Mekong River Cruise, Mekong Smile Cruise ແລະ The Luang Say Lodge & Cruise. ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວທີ່ຂາຍລາຍການທ່ອງທ່ຽວເຮືອສໍາລານເຊັ່ນ: Exo Travel, Nakarath Travel, Diethelm Travel, Laos Mood Travel ແລະ ອື່ນໆ</p>
<p>ພາກສ່ວນສໍາຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)</p>	<p>ຫມູ່ເພື່ອນ, TripAdvisor</p>
<p>ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)</p>	
<p>ຈຸດແຂງ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ມໍລະດົກທາງດ້ານທໍາມະຊາດ ແລະ ວັດທະນະທໍາຕາມລໍາແມ່ນໍ້າຂອງ - ມີຄວາມງຽບສະຫງົບ ແລະ ປອດໄພ

ຈຸດອ່ອນ	<ul style="list-style-type: none"> ລະດັບນ້ຳຂອງທີ່ຕໍ່າເຮັດໃຫ້ຫຍຸ້ງຍາກ ແລະ ບາງໄລຍະແມ່ນບໍ່ສາມາດແລ່ນເຮືອໄດ້ ການຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມຕາມລຳແມ່ນ້ຳຂອງ
ກາລະໂອກາດ	<ul style="list-style-type: none"> ການເຂົ້າເຖິງເຕັກໂນໂລຊີງ່າຍຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນທ່ອງທ່ຽວອອນລາຍໄດ້ ລັດຖະບານລາວໄດ້ເປີດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດສະຫມັກຂໍວິຊາທາງອອນລາຍໄດ້
ສິ່ງທ້າທາຍ	<ul style="list-style-type: none"> ການສ້າງເຂື່ອນເທິງແມ່ນ້ຳຂອງ ເຮັດໃຫ້ລະດັບນ້ຳຂອງຫລຸດຕໍ່າ ຈຶ່ງບໍ່ສາມາດແລ່ນເຮືອໄດ້

ແຜນທີ່ທີ 3.5: ກະແສນ້ຳທ່ອງທ່ຽວລ່ອງເຮືອສຳລານ



ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2njlfmb>

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: [Mekong River Cruise](#), [The Luang Say Lodge & Cruise](#), [Nakarath Travel](#), [Diethelm Travel](#)

3.6 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໄທມາເປັນກຸ່ມ

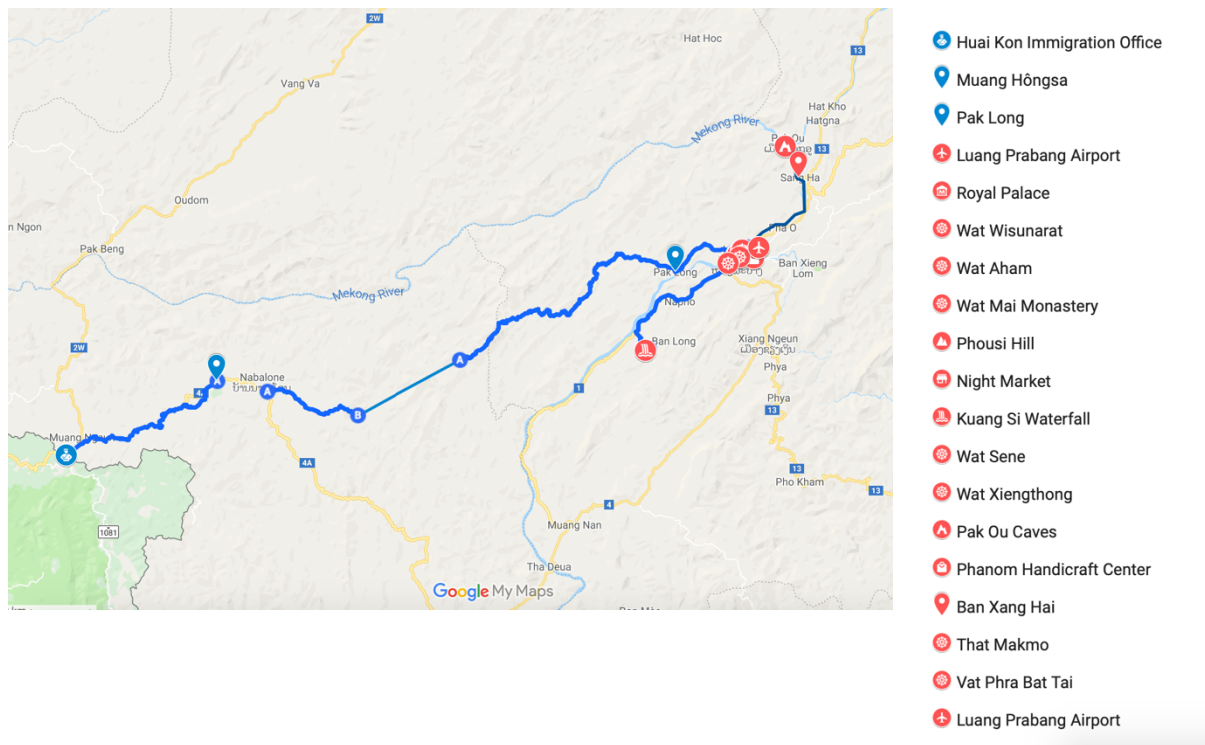
Thai Packaged Tour Flow

ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ	ເດີນທາງເຂົ້າມາສອງເສັ້ນທາງຄື ຂີ່ເຮືອບິນລົງສະຫນາມບິນຫລວງພະບາງ ແລະ ຂີ່ລົດຕູ້ຂ້າມດ່ານຫ້ວຍໂກ້ນ ຜ່ານເມືອງເງິນ ແຂວງໄຊຍະບູລີ ເຂົ້າສູ່ຫລວງພະບາງເຊິ່ງເປັນເສັ້ນທາງໃຫມ່. ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນໄວກາງຄືນ ແລະ ຜູ້ສູງອາຍຸ. ສິນໃຈກ່ຽວກັບສາດສະຫນາ, ເຮັດບຸນ ແລະ ງານຜ້າປ່າ. ລາຍການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນໄດ້ກຳນົດໄວ້ຕາມຕາຕະລາງທ່ອງທ່ຽວຂອງບໍລິສັດ, ເນື່ອງຈາກຈຳນວນຄົນຫລາຍ ຈຶ່ງບໍ່ຄ່ອຍມີເວລາເຮັດກິດຈະກຳເພື່ອສຳພັດປະສົບການທ້ອງຖິ່ນ ຄືກັນກັບນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາເປັນກຸ່ມນ້ອຍ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາແບບອິດສະຫລະ. ອີກຢ່າງໜຶ່ງແມ່ນ ບາງກິດຈະກຳແມ່ນມີລັກສະນະຄ້າຍຄືຢູ່ໄທເຊັ່ນ: ການດຳນາ ແລະ ການຕຳຫຼກທໍ່ໄຫມ. ມັກຄວາມມ່ວນຊື່ນບັນເທີງ ຢູ່ຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ໃນຂະນະເດີນທາງ, ສະນັ້ນ, ພະນັກງານນຳທ່ຽວຈະຕ້ອງມີທັກສະໃນການສ້າງບັນຍາກາດ ໂດຍມີເລື່ອງເລົ່າຊວນຫົວ ແລະ ການຮ້ອງເພງ. ຜູ້ຍິງມັກຊື້ເຄື່ອງຢູ່ຕະຫລາດກາງຄືນ, ສ່ວນຜູ້ຊາຍມັກຮ້ອງເພງເວລາກາງຄືນ. ໃຊ້ບໍລິການນອດ, ສະປາ ແລະ ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສຳພັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.6
ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ	ເພື່ອສຳພັດມໍລະດົກທາງດ້ານວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດແບບດັ້ງເດີມ
ມາຍາມໃດ	ຫລາຍທີ່ສຸດແມ່ນໄລຍະວິໄຫມ່ຈີນ, ວິໄຫມ່ລາວ ແລະ ວັນພັກຍາວຢູ່ໄທ
ຈຳນວນ	ນັກທ່ອງທ່ຽວໄທເຂົ້າມາລາວທັງໝົດ 75,000 ຄົນປີ 2018, ແຕ່ບໍ່ໄດ້ຈຳແນກຈຳນວນສະເພາະກະແສນີ້
ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ	56 – 118 USD / ຄົນ / ວັນ ¹³
ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ	3 ວັນ, 2 ຄືນ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງການສະຫນອງ (System Heads)	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຢູ່ໄທ ແລະ ຢູ່ລາວ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)	ເວັບໄຊ pantip.com, TripAdvisor, Sanook, MThai

¹³ ຄິດໄລ່ຈາກລາຄາທົ່ວ 5,200 – 10,950 ບາດ / ຄົນ, ອີງຕາມຈຳນວນຄົນໃນກຸ່ມ ແລະ ປະເພດຫ້ອງພັກ

ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	<ul style="list-style-type: none"> ມີຖ້ຽວບິນໂດຍກົງຈາກປະເທດໄທ ເຊັ່ນ: ກຸງເທບ ແລະ ຊຽງໃຫມ່, ນັບທັງສາຍການບິນລາຄາປະຢັດ ເສັ້ນທາງຕັດໃຫມ່ຈາກຈັງຫວັດນ່ານ ປະເທດໄທ ຫາ ຫລວງພະບາງ, ເຮັດໃຫ້ໄລຍະທາງສັ້ນເຂົ້າ ແລະ ໃຊ້ເວລາຫລຸດລົງ ມີພາສາປາກເວົ້າ ແລະ ວັດທະນະທຳ ຄ້າຍຄືກັນ ເຮັດໃຫ້ສະດວກໃນການສື່ສານ
ຈຸດອ່ອນ	<ul style="list-style-type: none"> ລາຄາທົ່ວຢູ່ລາວແພງກວ່າປະເທດອ້ອມຂ້າງ ເຊັ່ນ: ຫວຽດນາມ, ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວໄທ ເລີ່ມຫັນໄປທ່ຽວຫວຽດນາມຫລາຍຂຶ້ນ
ກາລະໂອກາດ	<ul style="list-style-type: none"> ໂຄງການກໍ່ສ້າງເສັ້ນທາງເຊື່ອມຕໍ່ ແລະ ຂົວມິດຕະພາບເຊື່ອມໂຍງລາວໄທໃນຫລາຍຈຸດ, ເຮັດໃຫ້ການຄົມນາຄົມມີຄວາມສະດວກສະບາຍ
ສິ່ງທ້າທາຍ	<ul style="list-style-type: none"> ສະພາບການເມືອງຂອງປະເທດໄທຍັງບໍ່ມີຄວາມແນ່ນອນ ສະພາບເສດຖະກິດຂອງປະເທດໄທຍັງບໍ່ຂະຫຍາຍຕົວ, ເຮັດໃຫ້ຄົນໄປທ່ຽວຫນ້ອຍລົງ ການແຂ່ງຂັນທາງດ້ານລາຄາຂອງກະແສນີ້ໃນເຂດພາກພື້ນ, ອາດເຮັດໃຫ້ໄດ້ທາງດ້ານປະລິມານ (ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວ) ຫລາຍກວ່າຄຸນນະພາບ (ລາຍຮັບຕໍ່ຄົນ)

ແຜນທີ່ທີ 3.6: ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໄທມາເປັນກຸ່ມ



ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2oMKXQn>

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: [eTravelway](#), [L2bTravel](#)

3.7 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຄາລາວານລົດຈັກບິກໄບ

Thai Big Bike Caravan Flow

<p>ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ</p>	<p>ຄຸນລັກສະນະຄ້າຍຄືກັນກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຄາລາວານລົດໃຫຍ່ວິບາກຈາກໄທ. ເປັນກຸ່ມຄົນຮັກລົດຈັກບິກໄບຢູ່ປະເທດໄທ, ເປັນສະມາຄົມ ຫລື ກຸ່ມ (Club) ທີ່ມັກໂຮມຕົວກັນເດີນທາງທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍການຊື້ລາຍການທ່ອງທ່ຽວຈາກບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຢູ່ໄທ ທີ່ຮັບຈັດລາຍການທ່ອງທ່ຽວລົດຈັກບິກໄບ. ບາງຄັ້ງ ກໍ່ໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນຈາກບໍລິສັດຜະລິດ ແລະ ຈໍາຫນ່າຍລົດຈັກບິກໄບຢູ່ໄທເຊັ່ນ ຮ້ອນດາ, ຍາມາຮາ ແລະ ອື່ນໆ. ເດີນທາງເຂົ້າມາທ່ອງທ່ຽວຫລວງພະບາງທາງ 2 ເສັ້ນທາງຄື: 1) ຂ້າມຂົວມິດຕະພາບ 1 ເພື່ອເດີນທາງຜ່ານນະຄອນ ຫລວງວຽງຈັນ, ທ່ອງທ່ຽວວັງວຽງ ແລະ ຫລວງພະບາງ. ພັກຢູ່ວັງວຽງ ແລະ ຫລວງພະບາງ ບ່ອນລະຄົນ. 2) ຂ້າມຂົວມິດຕະພາບ 4 ເພື່ອເດີນທາງຜ່ານເມືອງຫ້ວຍຊາຍ, ຫລວງນໍ້າທາ, ເມືອງໄຊ ແລະ ເຂົ້າມາຫລວງພະບາງ ແລະ ອອກທາງໄຊຍະບູລີ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສຳພັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.7</p>
<p>ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ</p>	<p>ເພື່ອມ່ວນຊື່ນໃນການຂີ່ລົດ ພ້ອມກັນກັບການສຳພັດມໍລະດົກທາງວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດແບບດັ່ງເດີມສອງທາງ</p>
<p>ມາຍາມໃດ</p>	<p>ໄລຍະວັນພັກຍາວຢູ່ໄທ ແລະ ເດືອນເມສາ - ພຶດສະພາ</p>
<p>ຈຳນວນ</p>	<p>ນັກທ່ອງທ່ຽວໄທເຂົ້າມາແຂວງຫລວງພະບາງທັງໝົດ 75,000 ຄົນປີ 2018, ແຕ່ບໍ່ໄດ້ຈຳແນກຈຳນວນສະເພາະກະແສນີ້</p>
<p>ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ</p>	<p>97 USD / ຄົນ / ວັນ</p>
<p>ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ</p>	<p>2 – 3 ວັນ</p>
<p>ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງການສະໜອງ (System Heads)</p>	<p>ບໍລິສັດຜະລິດ ແລະ ຈໍາຫນ່າຍລົດຈັກບິກໄບຢູ່ໄທ ເຊັ່ນ: ຮອນດ້າ, ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຢູ່ໄທທີ່ຂາຍທົ່ວຄາລາວານລົດຈັກບິກໄບ</p>
<p>ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)</p>	<p>ກຸ່ມ ຫລື ຊົມລົມລົດຈັກບິກໄບຢູ່ໄທ, ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ</p>

ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	– ມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດ ແລະ ວັດທະນະທຳຕາມເສັ້ນທາງ
ຈຸດອ່ອນ	– ຄວາມປອດໄພຕາມທ້ອງຖະຫນົນ – ຢູ່ຫນ້ອຍມື້, ຢ້ຽມຢາມສະຖານທີ່ທ້ອງທ່ຽວຫນ້ອຍບ່ອນ, ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນຂັບລົດ
ກາລະໂອກາດ	– ກະແສຄວາມນິຍົມຂັບຂີ່ລົດຈັກບິກໄບແມ່ນມີຫລາຍຂຶ້ນ
ສິ່ງທ້າທາຍ	– ຄູ່ແຂ່ງແມ່ນໄທ, ກຳປູເຈຍ, ຫວຽດນາມ ແລະ ຈີນ

ແຜນທີ່ທີ 3.7: ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຄາລາວານລົດຈັກບິກໄບ



ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2o10Imj>

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: [MGR Online](#), [Transia Route](#), [Pantip](#)

3.8 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຄາລາວານລົດໃຫຍ່ຈາກໄທ

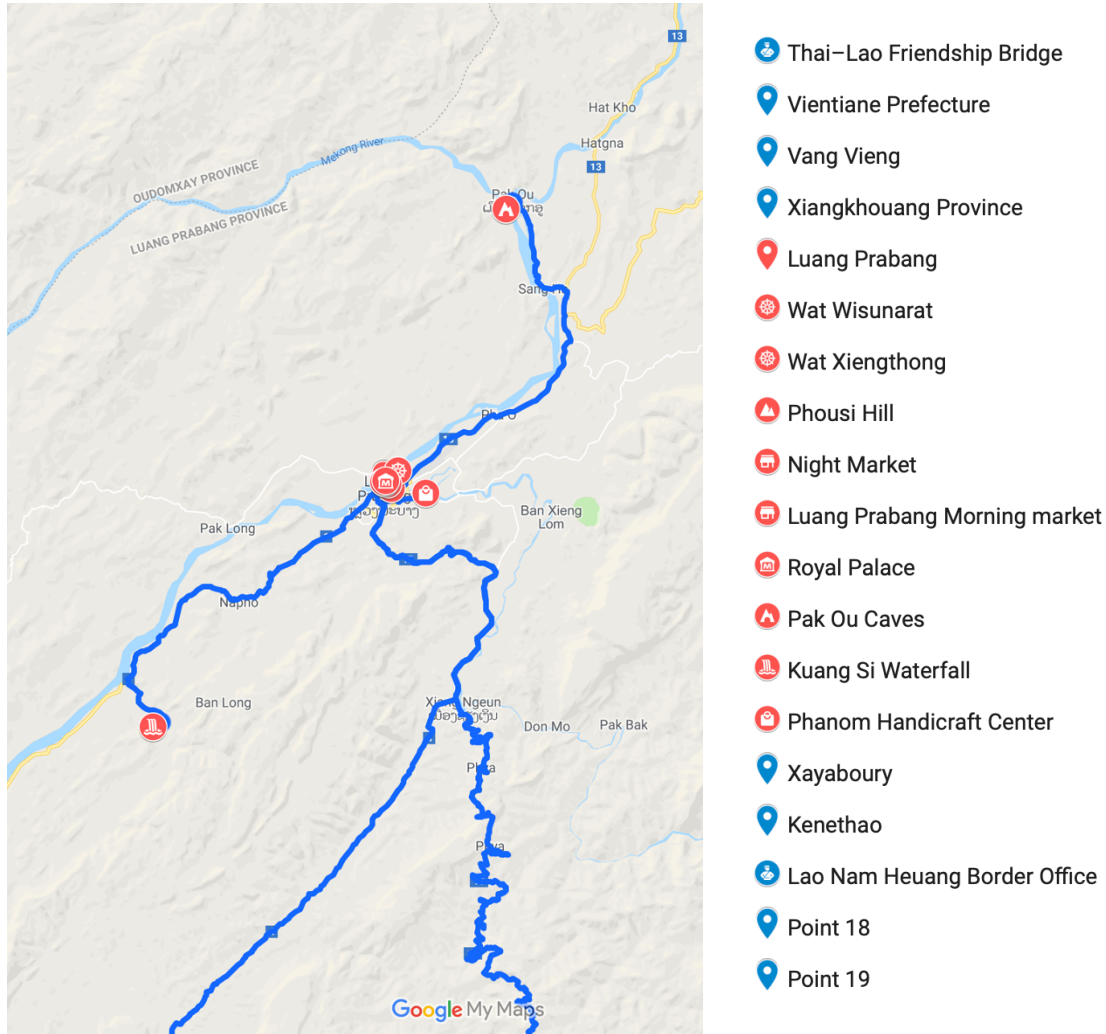
Thai Car Caravan Flow

ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ	ກຸ່ມຄົນຮັກລົດໃຫຍ່ວິບາກຢູ່ປະເທດໄທ, ເປັນສະມາຄົມ ຫລື ກຸ່ມ (Club) ທີ່ມັກໂຮມຕົວກັນເດີນທາງທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍການຊື້ລາຍການທ່ອງທ່ຽວຈາກບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຢູ່ໄທ ທີ່ຮັບຈັດລາຍການ ທ່ອງທ່ຽວລົດໃຫຍ່ວິບາກ. ບາງຄັ້ງ ກໍ່ໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນຈາກບໍລິສັດຜະລິດ ແລະ ຈຳໜ່າຍລົດໃຫຍ່ວິບາກຢູ່ປະເທດໄທ ເຊັ່ນ: ໂຕໂຍຕາ, ອີຊຸຊຸ, ຟອດ ແລະ ອື່ນໆ. ເດີນທາງເຂົ້າມາທາງຂົວມິດຕະພາບ 1 ເພື່ອທ່ອງທ່ຽວນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ, ວັງວຽງ, ຊຽງຂວາງ ແລະ ຫລວງພະບາງ. ຫລັງຈາກນັ້ນ ຈະເດີນທາງອອກທາງດ່ານໄຊຍະບູລີ. ສ່ວນໃຫຍ່ໃຊ້ເວລາຢູ່ເທິງລົດ ແລະ ມັກຂັບໄປຕາມເສັ້ນທາງຊົນນະບົດ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສຳພັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.8
ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ	ເພື່ອສຳພັດມໍລະດົກທາງວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດແບບດັ່ງເດີມສອງຂ້າງທາງ
ມາຍາມໃດ	ຕະຫລອດປີ
ຈຳນວນ	ນັກທ່ອງທ່ຽວໄທເຂົ້າມາແຂວງຫລວງພະບາງທັງໝົດ 75,000 ຄົນປີ 2018, ແຕ່ບໍ່ໄດ້ຈຳແນກຈຳນວນສະເພາະກະແສນີ້
ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ	77 USD ¹⁴ / ຄົນ / ວັນ
ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ	2 – 3 ວັນ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງການສະໜອງ (System Heads)	ກຸ່ມຄົນຮັກລົດໃຫຍ່ວິບາກຢູ່ໄທ, ບໍລິສັດຜະລິດ ແລະ ຈຳໜ່າຍລົດເຊັ່ນ: ໂຕໂຍຕາ, ອີຊຸຊຸ, ຟອດ ແລະ ອື່ນໆ, ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວທີ່ຂາຍທົວຄາລາວານລົດໃຫຍ່
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)	ກຸ່ມ ຫລື ຊົມລົມລົດໃຫຍ່ວິບາກຢູ່ໄທ, ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ
ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	– ເສັ້ນທາງຄົມນາຄົມສະດວກສະບາຍ
ຈຸດອ່ອນ	– ຂໍ້ມູນ ແລະ ການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວຮູບແບບທາງອອນລາຍຍັງຈຳກັດ

¹⁴ ຄິດໄລ່ຈາກລາຄາ 11,900 ບາດ ຄົນ ສຳລັບລາຍການທ່ອງທ່ຽວຄາລາວານລົດໃຫຍ່ 5 ວັນຢູ່ລາວ

ກາລະໂອກາດ	- ກະແສຄວາມນິຍົມຂັບຂີ່ລົດໃຫຍ່ວິບາກແມ່ນມີຫລາຍຂຶ້ນ
ສິ່ງທ້າທາຍ	- ສະພາບການເມືອງຂອງປະເທດໄທຍັງບໍ່ມີຄວາມແນ່ນອນ - ສະພາບເສດຖະກິດຂອງປະເທດໄທຍັງບໍ່ຂະຫຍາຍຕົວ, ເຮັດໃຫ້ຄົນໄປທ່ຽວຫນ້ອຍລົງ

ແຜນທີ່ທີ 3.8: ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຕາລາວານລົດໃຫຍ່ຈາກໄທ



ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2n5HrAg>

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: [Spring-Holiday And Loei Travel](#), [AUTO - THAILAND](#), [Bangkok Post](#), [Autoinfo](#), [KPL](#)

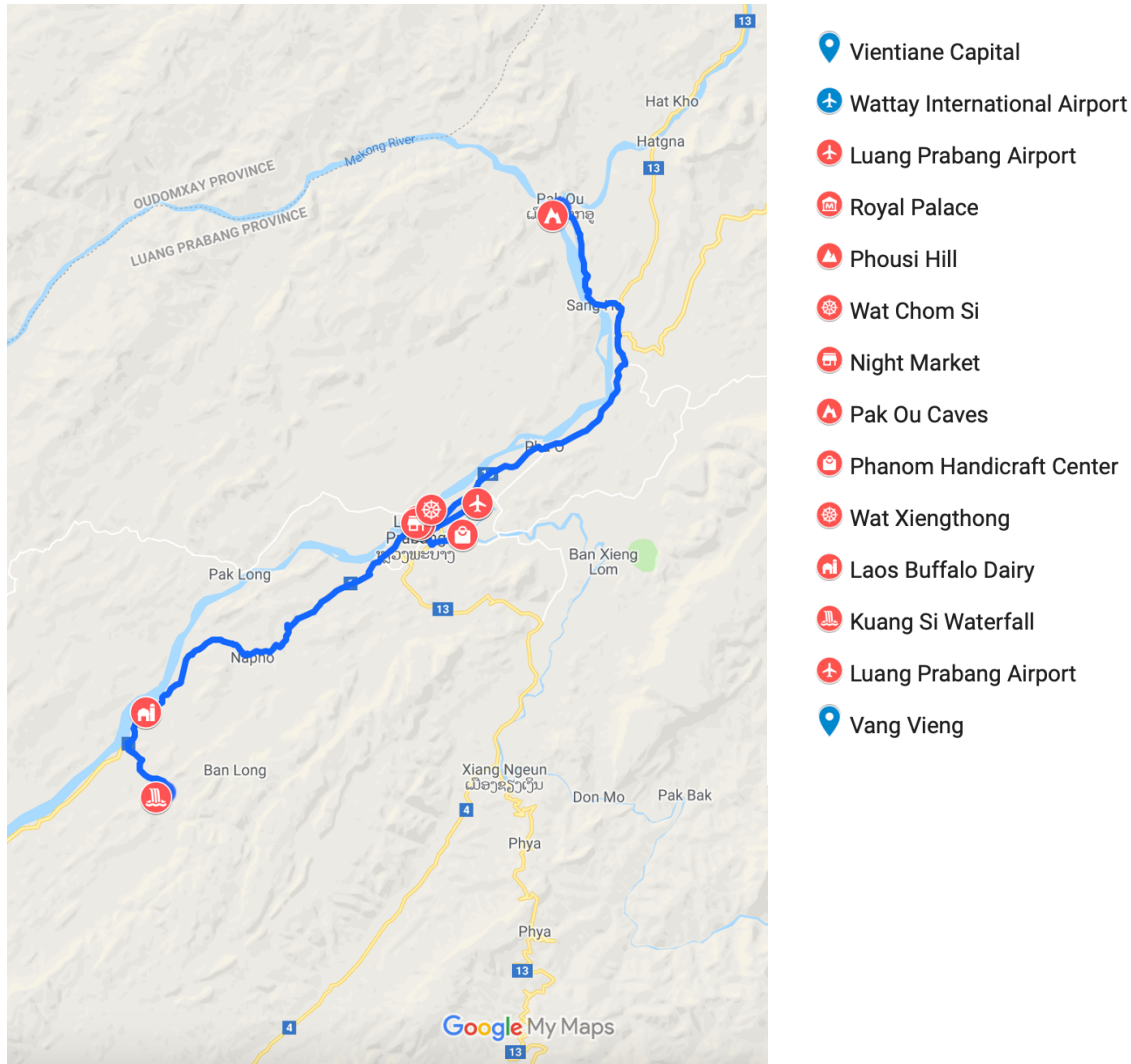
3.9 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວເກົາຫລີມາເປັນກຸ່ມ

Korean Group Flow

ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ	ເດີນທາງມາເປັນຄະນະກັບບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ, ສ່ວນໃຫຍ່ເປັນໄວກາງຄົນ, ບໍ່ສາມາດເວົ້າພາສາອັງກິດໄດ້, ອາໄສພະນັກງານນຳທ່ຽວຄົນເກົາຫລີເປັນຜູ້ແປ. ລົງເຮືອບິນຢູ່ສະຫນາມບິນວັດໄຕ, ໃຊ້ເວລາທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ພັກເຊົາຢູ່ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ. ຫລັງຈາກນັ້ນ, ຈຶ່ງຂີ່ເຮືອບິນໄປທ່ອງທ່ຽວຢູ່ຫລວງພະບາງ, ນັ່ງລົດລົງມາທ່ຽວວັງວຽງ, ແລ້ວສືບຕໍ່ທ່ຽວຢູ່ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ ກ່ອນເດີນທາງກັບທາງສະຫນາມບິນວັດໄຕ. ມັກໃຊ້ບໍລິການທຸລະກິດທີ່ຄົນເກົາຫລີເປັນເຈົ້າຂອງ ແລະ ມັກໃຊ້ບໍລິການນວດ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສຳພັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.9
ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ	ມໍລະດົກທາງດ້ານວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດແບບດັ່ງເດີມ
ມາຍາມໃດ	ໄລຍະເດືອນພະຈິກ - ມີນາ
ຈຳນວນ	38,470 ຄົນ ແມ່ນຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວເກົາຫລີທັງໝົດເຂົ້າມາແຂວງຫລວງພະບາງ, ແຕ່ບໍ່ໄດ້ຈຳແນກສະເພາະກະແສນີ້
ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ	ບໍ່ມີຂໍ້ມູນ
ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ	2 – 3 ວັນ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງການສະຫນອງ (System Heads)	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວທີ່ຂາຍທົ່ວໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວເກົາຫລີເຊັ່ນ: Hana Tour
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)	https://kr.tripsteem.com , https://kr.trip.com , ສະຖານທຸກເກົາຫລີຢູ່ລາວ
ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	<ul style="list-style-type: none"> ມີຖ້ຽວບິນໂດຍກົງຈາກເກົາຫລີ, ເມືອງໂຊ (ທຸກວັນ) ແລະ ເມືອງປູຊານ (3 ວັນຕໍ່ອາທິດ) ຫາ ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ.
ຈຸດອ່ອນ	<ul style="list-style-type: none"> ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນເປັນພາສາເກົາຫລີຍັງຈຳກັດ ຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນຂອງທຸລະກິດທີ່ມີຄົນລາວເປັນເຈົ້າຂອງຕໍ່ກັບທຸລະກິດຂອງຄົນເກົາຫລີຍັງຈຳກັດ. ຄົນເກົາຫລີນິຍົມໃຊ້ບໍລິການທຸລະກິດທີ່ຄົນເກົາຫລີເປັນເຈົ້າຂອງ. ພະນັກງານນຳທ່ຽວຄົນລາວທີ່ສາມາດເວົ້າພາສາເກົາຫລີໄດ້ຍັງຈຳກັດ, ຈຶ່ງໄດ້ແຕ່ເປັນຜູ້ພາໄປ ແລະ ປະສານງານ. ສ່ວນໃຫຍ່ພະນັກງານນຳທ່ຽວຄົນເກົາຫລີເປັນຜູ້ອະທິບາຍເອງ.

ກາລະໂອກາດ	–
ສິ່ງທ້າທາຍ	ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວເກົາຫລີມີທ່າອ່ຽງຫລຸດລົງໃນແຕ່ລະປີ, -20% ພາຍໃນ 6 ຕົ້ນປີ 2019 ¹⁵

ແຜນທີ່ທີ 3.9: ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວເກົາຫລີມາເປັນກຸ່ມ



ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2nhzfN7>

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: www.ko.ticotourandtravel.com, [Hana Tour](#), [The Laotiane Times](#), [KPL](#)

¹⁵ The Laotiane Times Airticle: Laos Saw More Chinese, Less Korean Tourists in Past Six Months

3.10 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນມາເປັນກຸ່ມ

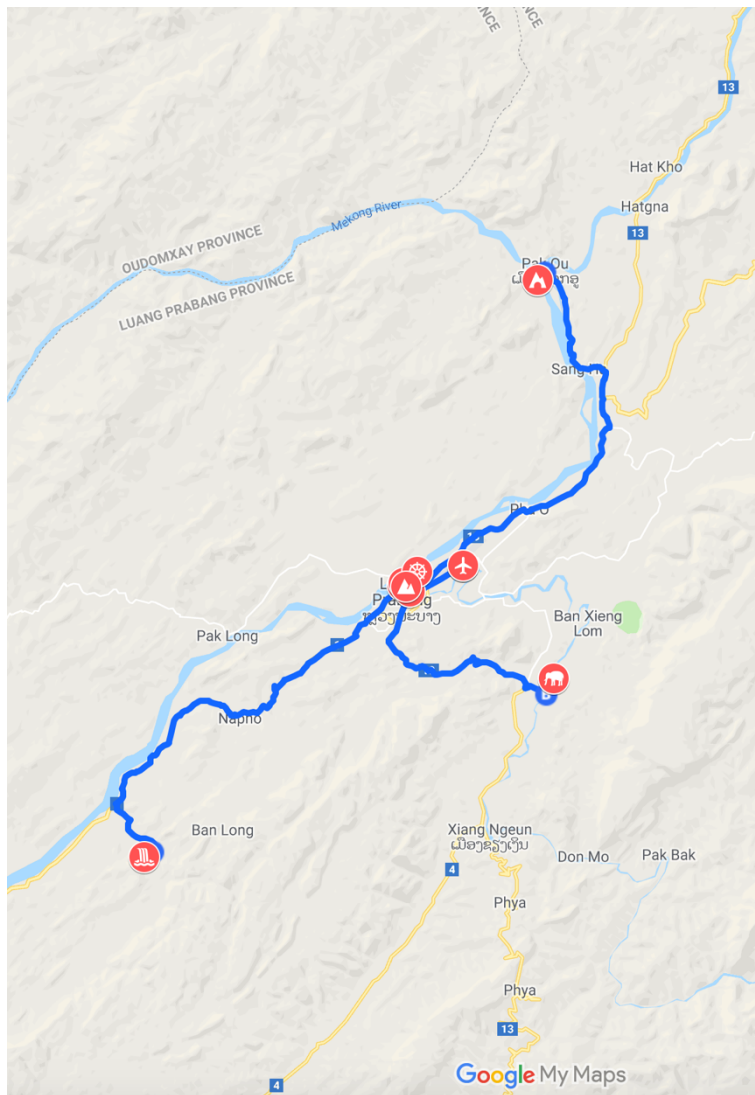
Chinese Group Flow

ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ	ເດີນທາງມາເປັນກຸ່ມທາງເຮືອບິນ, ລົງສະໜາມບິນສາກົນວັດໄຕ ຫລື ຫລວງພະບາງ. ທ່ອງທ່ຽວນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ, ວັງວຽງ ແລະ ຫລວງພະບາງ. ເດີນທາງທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນນະຄອນຫລວງພະບາງ ດ້ວຍລົດຕູ້ນ້ອຍ, ໂດຍມີພະນັກງານນຳທ່ຽວພາສາຈີນເປັນຜູ້ນຳພາ. ມັກໃຊ້ບໍລິການນຳທຸລະກິດທີ່ມີຄົນຈີນເປັນເຈົ້າຂອງເຊັ່ນ ໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ ແລະ ມັກໃຊ້ບໍລິການນວດແຜນບູຮານ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສຳພັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.10
ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ	ເພື່ອສຳພັດສິ່ງທີ່ແຕກຕ່າງຈາກສິ່ງທີ່ມີຢູ່ຈີນ
ມາຍາມໃດ	ຫລາຍທີ່ສຸດແມ່ນໄລຍະບິໄຫມ່ຈີນ ເດືອນມັງກອນ - ກຸມພາ
ຈຳນວນ	81,000 ຄົນ ແມ່ນຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນທັງໝົດທີ່ເຂົ້າມາແຂວງຫລວງພະບາງ, ໃນນັ້ນມີຈຳນວນ 40,877 ຄົນ ເຂົ້າທາງສະໜາມບິນສາກົນຫລວງພະບາງ
ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ	ບໍ່ມີຂໍ້ມູນ
ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ	3 – 6 ວັນ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງການສະໜອງ (System Heads)	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຢູ່ຈີນ ແລະ ຢູ່ລາວ, ສາຍການບິນເຊັ່ນ: ການບິນລາວ, China Eastern Airlines
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)	www.tripadvisor.cn , ຫມູ່ເພື່ອນ, ຄອບຄົວ
ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	<ul style="list-style-type: none"> – ມີຖ້ຽວບິນໂດຍກົງຈາກຈີນ - ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ ເຊັ່ນ: 1. ຄຸນຫມິງ (Kunming), 2. ກວ່າງໂຈວ (Guangzhou), 3. ສາງຊາ (Changsha), 4. ສາງໂຈວ (Changzhou), 5. ເຊິນຕູ (Chengdu). ຫານະຄອນຫລວງພະບາງ ເຊັ່ນ: 1. ສາງຊາ (Changsha), 2. ຊຽງຮຸ້ງ (Jinghong). – ມີນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມປີທ່ອງທ່ຽວລາວ - ຈີນປີ 2019

ຈຸດອ່ອນ	<ul style="list-style-type: none"> - ພະນັກງານນຳທ່ຽວຄົນລາວທີ່ສາມາດເວົ້າພາສາຈີນໄດ້ຍັງຈຳກັດ, ຈຶ່ງໄດ້ແຕ່ເປັນຜູ້ພາໄປ ແລະ ປະສານງານ. ສ່ວນໃຫຍ່ພະນັກງານນຳທ່ຽວຄົນຈີນເປັນຜູ້ອະທິບາຍເອງ. - ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນເປັນພາສາຈີນທາງອອນລາຍ ແລະ ອອຟລາຍ ຍັງຈຳກັດ - ທຸລະກິດພາຍໃນຂະໜາດນ້ອຍຍັງບໍ່ທັນເຂັ້ມແຂງ ເຮັດໃຫ້ຫຍຸ້ງຍາກໃນການແຂ່ງຂັນກັບ ທຸລະກິດຂະໜາດກາງ ແລະ ໃຫຍ່ ແລະ ທຸລະກິດທີ່ມີຄົນຕ່າງປະເທດເປັນເຈົ້າຂອງ
ກາລະໂອກາດ	<ul style="list-style-type: none"> - ໂຄງການກໍ່ສ້າງເສັ້ນທາງລົດໄຟເຊິ່ງຈະສຳເລັດໃນປີ 2022 ນີ້, ຈະເຮັດໃຫ້ຄົນຈີນມາທ່ຽວ ຫລວງພະບາງຫລາຍຂຶ້ນ. ຫນຶ່ງໃນສະຖານີລົດໄຟແມ່ນຕັ້ງຢູ່ຫລວງພະບາງ. - ຄົນຈີນສາມາດຊຳລະເງິນໂດຍມືຖືຜ່ານລະບົບ Alipay Application ຢູ່ລາວໄດ້ແລ້ວ, ເຊິ່ງເປັນການຮ່ວມມືລະຫວ່າງບໍລິສັດຈີນ ແລະ ທະນາຄານພັດທະນາລາວ. ເຮັດໃຫ້ຄົນ ຈີນເຊິ່ງມາຈາກສັງຄົມທີ່ກຳລັງພັດທະນາໄປສູ່ສັງຄົມທີ່ບໍ່ໃຊ້ເງິນສົດ ສາມາດຊຳລະຄ່າວິຊາ ຢູ່ດ່ານບໍ່ແຕ່ນ ແລະ ການບໍລິການອື່ນໆຢູ່ລາວໄດ້ສະດວກຂຶ້ນ.
ສິ່ງທ້າທາຍ	<ul style="list-style-type: none"> - ຄົນຈີນສ່ວນໃຫຍ່ບໍ່ສາມາດສື່ສານພາສາອັງກິດໄດ້. ເຮັດໃຫ້ຄົນທ້ອງຖິ່ນສື່ສານນຳ ຫຍຸ້ງຍາກ, ນັບທັງການອ່ານປ້າຍຊື່ບອກ, ປ້າຍຫ້າມ ແລະ ປ້າຍນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນທ່ອງທ່ຽວ - ຄົນຈີນສ່ວນໃຫຍ່ມັກເວົ້າສຽງດັງຟິດນັນ, ສຸບຢາ ແລະ ຖິ້ມຂີ້ກອກຢາຊະຊາຍ ເຮັດໃຫ້ ລົບກວນນັກທ່ອງທ່ຽວກຸ່ມອື່ນ - ຄົນຈີນນຳໃຊ້ເຄື່ອງມືໃນການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ແຕກຕ່າງຈາກປະເທດອື່ນ ເຊັ່ນ ໃຊ້ Baidu ແທນ Google, ໃຊ້ Wechat ແທນ WhatsApp ຫລື Line, ໃຊ້ Renren ແທນ Facebook, ໃຊ້ Youku Tudou ແທນ Youtube ແລະ ອື່ນໆ¹⁶. ການ ຈະໂຄສະນາໃຫ້ເຂົ້າເຖິງຄົນຈີນ ແມ່ນເຮົາຈະຕ້ອງທຳຄວາມຄຸ້ນເຄີຍກັບເຄື່ອງມືເຫລົ່ານີ້.

¹⁶ www.how2shout.com/tools/china-facebook-social-media-platform-alternatives.html

ແຜນທີ່ທີ 3.10: ກະແສນ້ຳທ່ອງທ່ຽວຈີນມາເປັນກຸ່ມ



- Chengdu Inter. Airport
- Wattay International Airport
- Luang Prabang Airport
- Kuang Si Waterfall
- Night Market
- Royal Palace
- Wat Wisunarat
- Wat Xiengthong
- Phousi Hill
- Pak Ou Caves
- Elephant Sanctuary (Tad Sae)
- Luang Prabang Airport
- Vang Vieng

ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2nfYGPg>

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: www.shutours.com, [Ctrip](http://Ctrip.com),

3.11 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຄາລາວານລົດໃຫຍ່ຈາກຈີນ

Chinese Caravan Flow

ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ	ຂັບລົດສ່ວນຕົວເປັນຫມູ່ຄະນະເຂົ້າມາທາງບໍ່ແຕ່ນແຂວງຫລວງນໍ້າທາ. ທ່ອງທ່ຽວນະຄອນຫລວງພະບາງ ກ່ອນເດີນທາງເຂົ້າມາເມືອງວັງວຽງ. ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນໄວກາງຄົນ, ອາຍຸລະຫວ່າງ 35 – 54 ປີ. ເລືອກພັກຢູ່ໂຮງແຮມທີ່ມີບ່ອນຈອດລົດສະດວກສະບາຍ, ບາງທີກໍ່ບໍ່ພັກນໍາກັນຫມົດ, ແຕ່ຈະນັດພັກຕອນໄປທ່ຽວ. ສ່ວນໃຫຍ່ມັກໃຊ້ບໍລິການນໍາທຸລະກິດທີ່ມີຄົນຈີນເປັນເຈົ້າຂອງເຊັ່ນ ໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ ແລະ ໃຊ້ບໍລິການນວດແຜນບູຮານ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສໍາພັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.11
ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ	ເພື່ອສໍາພັດມໍລະດົກທາງທໍາມະຊາດ ແລະ ວັດທະນະທໍາສອງຂ້າງທາງ
ມາຍາມໃດ	ຫລາຍທີ່ສຸດແມ່ນໄລຍະບີໃຫມ່ຈີນ ເດືອນມັງກອນ - ກຸມພາ
ຈໍານວນ	81,000 ຄົນ ແມ່ນຈໍານວນນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນທັງຫມົດທີ່ເຂົ້າມາແຂວງຫລວງພະບາງ, ແຕ່ບໍ່ທັນມີການເກັບກໍາຈໍານວນທີ່ມາແບບຄາລາວານລົດໃຫຍ່
ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ	72 USD / ຄົນ / ວັນ ¹⁷
ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ	4 ວັນ, 3 ຄືນ
ພາກສ່ວນສໍາຄັນເບື້ອງການສະຫນອງ (System Heads)	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວທີ່ຂາຍທົວລົດໃຫຍ່ຢູ່ຈີນ ແລະ ຫລວງພະບາງ
ພາກສ່ວນສໍາຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)	ຄອບຄົວ, ຫມູ່ເພື່ອນ, ສື່ສັງຄົມອອນລາຍພາສາຈີນ ເຊັ່ນ www.tripadvisor.cn

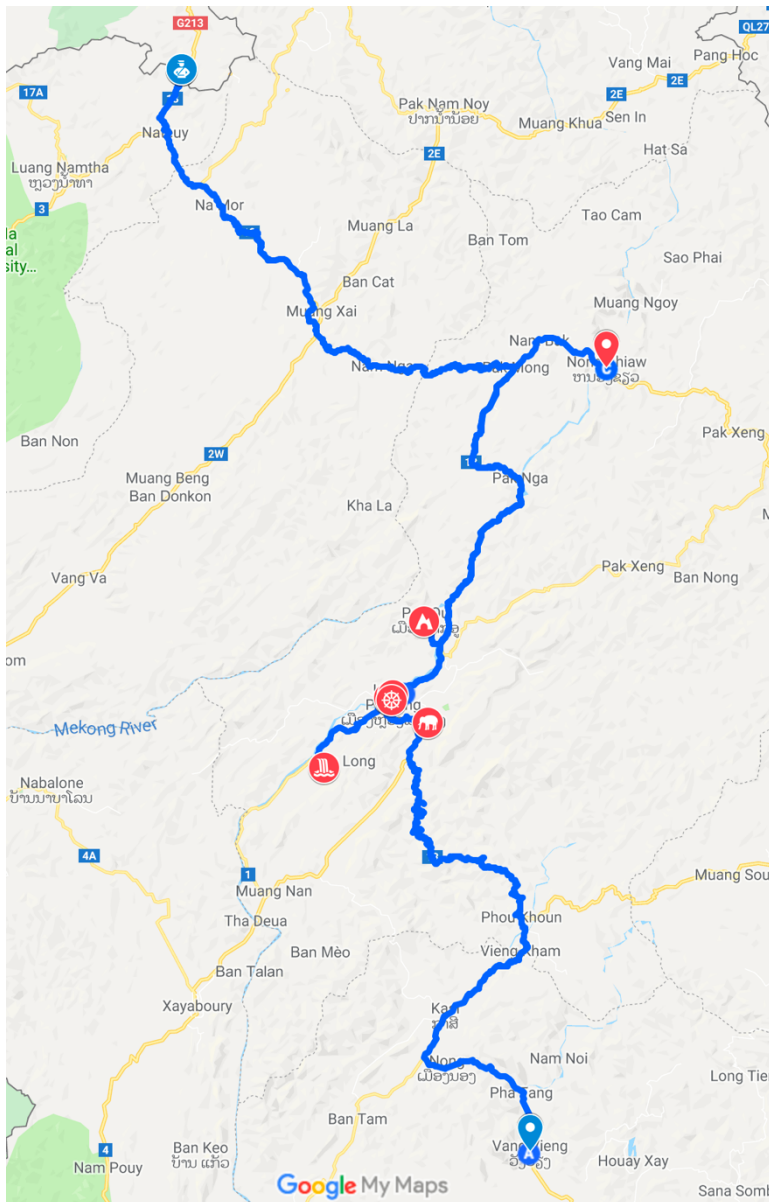
¹⁷ ຄິດໄລ່ຈາກລາຄາທົວ 2,980 Yuan ຫລື 432 USD / ຄົນ ສໍາລັບລາຍການທ່ອງທ່ຽວ 6 ວັນ ນັບທັງມື້ເດີນທາງຈາກຈີນ

ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	<ul style="list-style-type: none"> – ມີນະໂຍບາຍສົ່ງເສີມປີທ່ອງທ່ຽວລາວ - ຈີນປີ 2019 – ມີຊາຍແດນຕິດຈອດ, ເຮັດໃຫ້ສະດວກໃນການເດີນທາງ
ຈຸດອ່ອນ	<ul style="list-style-type: none"> – ນັກທ່ອງທ່ຽວສ່ວນໃຫຍ່ໃຊ້ບໍລິການສະເພາະທຸລະກິດທີ່ຄົນຈີນເປັນເຈົ້າຂອງ, ເຮັດໃຫ້ການກະຈາຍລາຍຮັບໃຫ້ແກ່ຄົນທ້ອງຖິ່ນຍັງຈຳກັດ – ຄົນຈີນສ່ວນໃຫຍ່ບໍ່ໃຊ້ພາສາອັງກິດ, ເຮັດໃຫ້ຄົນທ້ອງຖິ່ນຫຍຸ້ງຍາກໃນການສື່ສານ – ການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຢູ່ລາວ ໃນການຈັດ ແລະ ຂາຍລາຍການທົ່ວໃຫ້ຈີນຍັງຈຳກັດ, ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນບໍລິສັດຈີນເປັນຜູ້ຈັດການຫມົດທຸກຢ່າງ.
ກາລະໂອກາດ	<ul style="list-style-type: none"> – ນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນມີທ່າອ່ຽງເພີ່ມຂຶ້ນໃນແຕ່ລະປີ, +13% ພາຍໃນ 6 ຕົ້ນປີ 2019¹⁸ – ໂຄງການກໍ່ສ້າງເສັ້ນທາງລົດໄຟເຊິ່ງຈະສຳເລັດໃນປີ 2022 ນີ້, ຈະເຮັດໃຫ້ຄົນຈີນມາທ່ຽວຫລວງພະບາງຫລາຍຂຶ້ນ. ຫນຶ່ງໃນສະຖານີລົດໄຟແມ່ນຕັ້ງຢູ່ຫລວງພະບາງ. – ຄົນຈີນສາມາດຊຳລະເງິນໂດຍມີຖືຜ່ານລະບົບ Alipay Application ຢູ່ລາວໄດ້ແລ້ວ, ເຊິ່ງເປັນການຮ່ວມມືລະຫວ່າງບໍລິສັດຈີນ ແລະ ທະນາຄານພັດທະນາລາວ. ເຮັດໃຫ້ຄົນຈີນເຊິ່ງມາຈາກສັງຄົມທີ່ກຳລັງພັດທະນາໄປສູ່ສັງຄົມທີ່ບໍ່ໃຊ້ເງິນສົດ ສາມາດຊຳລະຄ່າວິຊາຢູ່ດ່ານບໍ່ເຕ່ນ ແລະ ການບໍລິການອື່ນໆຢູ່ລາວໄດ້ສະດວກຂຶ້ນ.
ສິ່ງທ້າທາຍ	<ul style="list-style-type: none"> – ຄົນຈີນສ່ວນໃຫຍ່ບໍ່ສາມາດສື່ສານພາສາອັງກິດໄດ້. ເຮັດໃຫ້ຄົນທ້ອງຖິ່ນສື່ສານນຳຫຍຸ້ງຍາກ, ນັບທັງການອ່ານປ້າຍຊື່ບອກ, ປ້າຍຫ້າມ ແລະ ປ້າຍນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນທ່ອງທ່ຽວ – ຄົນຈີນສ່ວນໃຫຍ່ມັກເວົ້າສຽງດັງຟິດນັນ, ສຸບຢາ ແລະ ຖິ້ມຂີ້ກອກຢາຊະຊາຍ ເຮັດໃຫ້ລົບກວນນັກທ່ອງທ່ຽວກຸ່ມອື່ນ – ຄົນຈີນນຳໃຊ້ເຄື່ອງມືໃນການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ແຕກຕ່າງຈາກປະເທດອື່ນ ເຊັ່ນ ໃຊ້ Baidu ແທນ Google, ໃຊ້ Wechat ແທນ WhatsApp ຫລື Line, ໃຊ້ Renren ແທນ Facebook, ໃຊ້ Youku Tudou ແທນ Youtube ແລະ ອື່ນໆ¹⁹. ການຈະໂຄສະນາໃຫ້ເຂົ້າເຖິງຄົນຈີນ ແມ່ນເຮົາຈະຕ້ອງທຳຄວາມຄຸ້ນເຄີຍກັບເຄື່ອງມືເຫລົ່ານີ້.

¹⁸ The Laotiane Times Airticle: Laos Saw More Chinese, Less Korean Tourists in Past Six Months

¹⁹ www.how2shout.com/tools/china-facebook-social-media-platform-alternatives.html

ແຜນທີ່ທີ 3.11: ກະແສນ້ຳທ່ອງທ່ຽວຄາລາວນລົດໃຫຍ່ຈາກຈີນ



ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2o4c8pi>

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: www.mkyzty.com, www.mkyzty.com, www.mkyzty.com

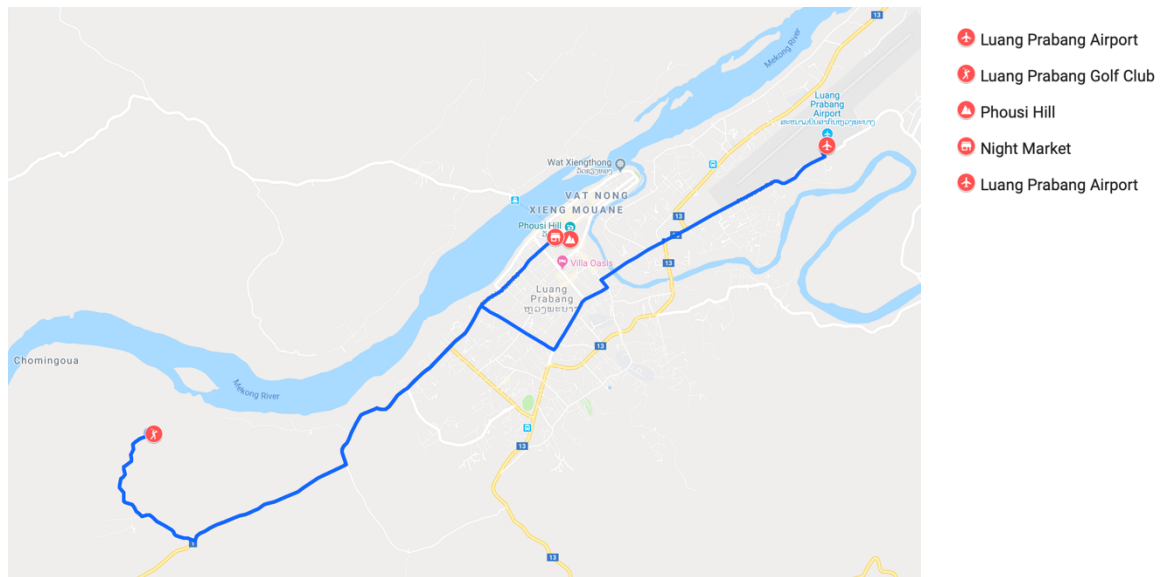
3.12 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວກິລາກັອຟຈາກເຂດພາກພື້ນ

Regional Golf Fanatic Flow

ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ	ຄົນທີ່ມັກກິລາກັອຟຈາກຈີນ, ເກົາຫລີ, ໄທ ແລະ ຫວຽດນາມ. ຕ່າງປະເທດທີ່ເຮັດວຽກຢູ່ກຸງເທບ, ສິງກະໂປ ແລະ ຮ່າໂນ້ຍ ແລະ ພະນັກງານລັດຢູ່ລາວ. ຫລວງພະບາງມີພຽງສະໜາມກັອຟພ່ອນດຽວຄື Luang Prabang Golf Club, ເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວມີທາງເລືອກທີ່ຈຳກັດ ຖ້າທຽບກັບນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ. ສ່ວນໃຫຍ່ເປັນຄົນທີ່ມີລາຍຮັບ, ເດີນທາງດ້ວຍເຮືອບິນ, ຕ້ອງການທີ່ພັກເຊົາ ແລະ ຮ້ານອາຫານທີ່ມີຄຸນນະພາບ ແລະ ໃຊ້ບໍລິການວດແຜນບູຮານ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສຳພັດແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.12
ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ	<ul style="list-style-type: none"> ເພື່ອມາຫລິ້ນກິລາກັອຟລາຄາຖືກວ່າຢູ່ປະເທດຂອງເຂົາເຈົ້າ ເພື່ອສຳພັດມໍລະດົກທາງວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດແບບດັ່ງເດີມ
ມາຍາມໃດ	ເດືອນພະຈິກ - ມີນາ
ຈຳນວນ	ບໍ່ທັນມີການເກັບກຳສະຖິຕິສະເພາະກະແສນີ້
ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ	95 USD ແມ່ນລາຄາສະເພາະຕີກັອຟ
ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ	3 ວັນ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງການສະໜອງ (System Heads)	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເກົາຫລີ ແລະ ຢູ່ລາວທີ່ຂາຍທົວກິລາກັອຟ, ເວັບໄຊເດີນກັອຟຢູ່ລາວ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)	ຫມູ່ຄູ່ ແລະ ເພື່ອນຮ່ວມງານທີ່ມັກຕີກັອຟ
ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	<ul style="list-style-type: none"> ລາຄາຕີກັອຟຢູ່ ສປປ ລາວ ແມ່ນຖືກວ່າຢູ່ປະເທດຂອງເຂົາເຈົ້າ ມີຖ້ຽວບິນໂດຍກົງຈາກຕ່າງປະເທດ

ຈຸດອ່ອນ	<ul style="list-style-type: none"> - ການພັດທະນາ ແລະ ສົ່ງເສີມຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ ຄວບຄູ່ກັບລາຍການຕີກັອຟ ຍັງຈຳກັດ - ເຖິງແມ່ນວ່າລາຄາຕີກັອຟຢູ່ລາວຈະຖືກວ່າຢູ່ປະເທດຂອງເຂົາເຈົ້າ, ແຕ່ລາຄາຢູ່ຫລວງພະບາງ ຍັງແພງກວ່າຢູ່ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ. ນັກທ່ອງທ່ຽວບາງຄົນໃຫ້ຄຳເຫັນໃນ TripAdvisor ວ່າລາຄາແພງຫລາຍ. - ທັກສະທາງດ້ານພາສາອັງກິດຂອງພະນັກງານຫາບຖົງກັອຟຍັງຈຳກັດ
ກາລະໂອກາດ	<ul style="list-style-type: none"> - ຄົນທີ່ຫລິ້ນກິລາກັອຟສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນກຸ່ມຄົນທີ່ມີລາຍຮັບ ແລະ ກຳລັງການຊື້ສູງ
ສິ່ງທ້າທາຍ	<ul style="list-style-type: none"> - ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນມີທາງເລືອກກ່ຽວກັບສະໜາມຕີກັອຟຫລາຍກວ່າ ທັງທາງດ້ານຄຸນນະພາບ ແລະ ລາຄາ

ແຜນທີ່ທີ 3.12: ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວກິລາກັອຟຈາກເຂດພາກພື້ນ



ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2mqWzaS>

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: [Luang Prabang Golf Club](#), [TripAdvisor Review](#)

3.13 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບກອງປະຊຸມ (MICE²⁰)

MICE Visitor Flow

ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ	<p>ກະແສ MICE ແຂວງຫລວງພະບາງແມ່ນເນັ້ນສະເພາະ ກອງປະຊຸມ (Meeting) ເຊິ່ງແບ່ງອອກເປັນ 2 ກຸ່ມຄື ຕະຫລາດພາຍໃນ ແລະ ຕະຫລາດຕ່າງປະເທດ.</p> <p>1) ຕະຫລາດ MICE ພາຍໃນ: ບໍລິສັດເອກະຊົນ, ລັດຖະບານ ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງກິນ ຈັດງານ ຫລື ກອງປະຊຸມຕ່າງໆຢູ່ນະຄອນຫລວງພະບາງ. ຈຳນວນຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມກອງປະຊຸມແມ່ນ 40 – 120 ຄົນ</p> <p>2) ຕະຫລາດ MICE ຕ່າງປະເທດ: ບໍລິສັດຂ້າມຊາດຢູ່ສິງກະໂປ, ຮ່ອງກົງ, ກົວລາລຳເປີ, ກຸງເທບ, ຮ່າໂນ່ຍ, ຊຽງໄຮ ແລະ ປັກກິ່ງ. ຈຳນວນຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມ 40 – 200 ຄົນ.</p> <ul style="list-style-type: none"> – ໃນຂະນະ ຫລື ພາຍຫລັງກອງປະຊຸມ ກໍ່ຈະຢ້ຽມຢາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ເດີນທາງດ້ວຍລົດເມ ຫລື ລົດຕູ້. – ອີງຕາມປຶ້ມແນະນຳສະຖານທີ່ຈັດກອງປະຊຸມໃນ ສປປ ລາວ (MICE Guide to Laos, Membership Directory 2019) ທີ່ຈັດພິມໂດຍສະພາການຄ້າ ແລະ ອຸດສາຫະກຳແຫ່ງຊາດລາວ ແມ່ນມີໂຮງແຮມ 7 ແຫ່ງຢູ່ຫລວງພະບາງທີ່ສາມາດຮອງຮັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ MICE ຈາກຈຳນວນໂຮງແຮມທັງໝົດ 16 ແຫ່ງຢູ່ ສປປ ລາວ ໃນປຶ້ມແນະນຳ – ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສຳພັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.13
ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ	<ul style="list-style-type: none"> – ເພື່ອສຳພັດບັນຍາກາດກອງປະຊຸມໃນສະຖານທີ່ໆແຕກຕ່າງ – ເພື່ອສຳພັດມໍລະດົກທາງວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດແບບດັ້ງເດີມ
ມາຍາມໃດ	ຕະຫລອດປີ
ຈຳນວນ	ບໍ່ທັນມີການເກັບກຳສະຖິຕິສະເພາະກະແສນີ້
ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ	ບໍ່ມີຂໍ້ມູນ
ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ	3 – 4 ວັນ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງການສະໜອງ (System Heads)	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ໂຮງແຮມ ຢູ່ລາວຢູ່ໃຫ້ບໍລິການ MICE ເຊັ່ນ: Laos Mood Travel, Exo Travel, Green Discovery

²⁰ MICE: Meeting Incentive Conference Exhibition ແມ່ນນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບ ການມາເຂົ້າຮ່ວມກອງປະຊຸມ, ໄດ້ຮັບລາງວັນທ່ອງທ່ຽວຟລີ, ກອງປະຊຸມຂະຫນາດໃຫຍ່ ຫລື ເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງ

ພາກສ່ວນສໍາຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)	ຫມູ່ເພື່ອນ ຫລື ນັກທຸລະກິດດ້ວຍກັນ, ເວັບໄຊໂຮງແຮມທີ່ຮອງຮັບຕະຫລາດ MICE
ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	<ul style="list-style-type: none"> ມໍລະດົກທາງດ້ານທໍາມະຊາດ ແລະ ວັດທະນະທໍາແບບດັ້ງເດີມ ມີກຸ່ມພາກທຸລະກິດທີ່ຫ້າວຫັນ ແລະ ສົນໃຈໃນການສົ່ງເສີມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້
ຈຸດອ່ອນ	<ul style="list-style-type: none"> ຄຸນນະພາບ ແລະ ການບໍລິການຂອງສະຖານທີ່ຈັດງານຍັງຈໍາກັດ ການດຶງດູດໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມງານສືບຕໍ່ເດີນທາງທ່ອງທ່ຽວຍັງຈໍາກັດ
ກາລະໂອກາດ	–
ສິ່ງທ້າທາຍ	– ສະພາບເສດຖະກິດບໍ່ທັນຂະຫຍາຍຕົວ, ອາດເຮັດໃຫ້ການຈັດກອງປະຊຸມຢູ່ຕ່າງປະເທດ ແລະ ຕ່າງແຂວງຫນ້ອຍລົງ ເພື່ອຫລຸດຜ່ອນຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ.

ແຜນທີ່ທີ 3.13: ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບກອງປະຊຸມ



ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2oL4e4B>

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: MICE Guide to Laos Membership Directory 2019, LNCCI

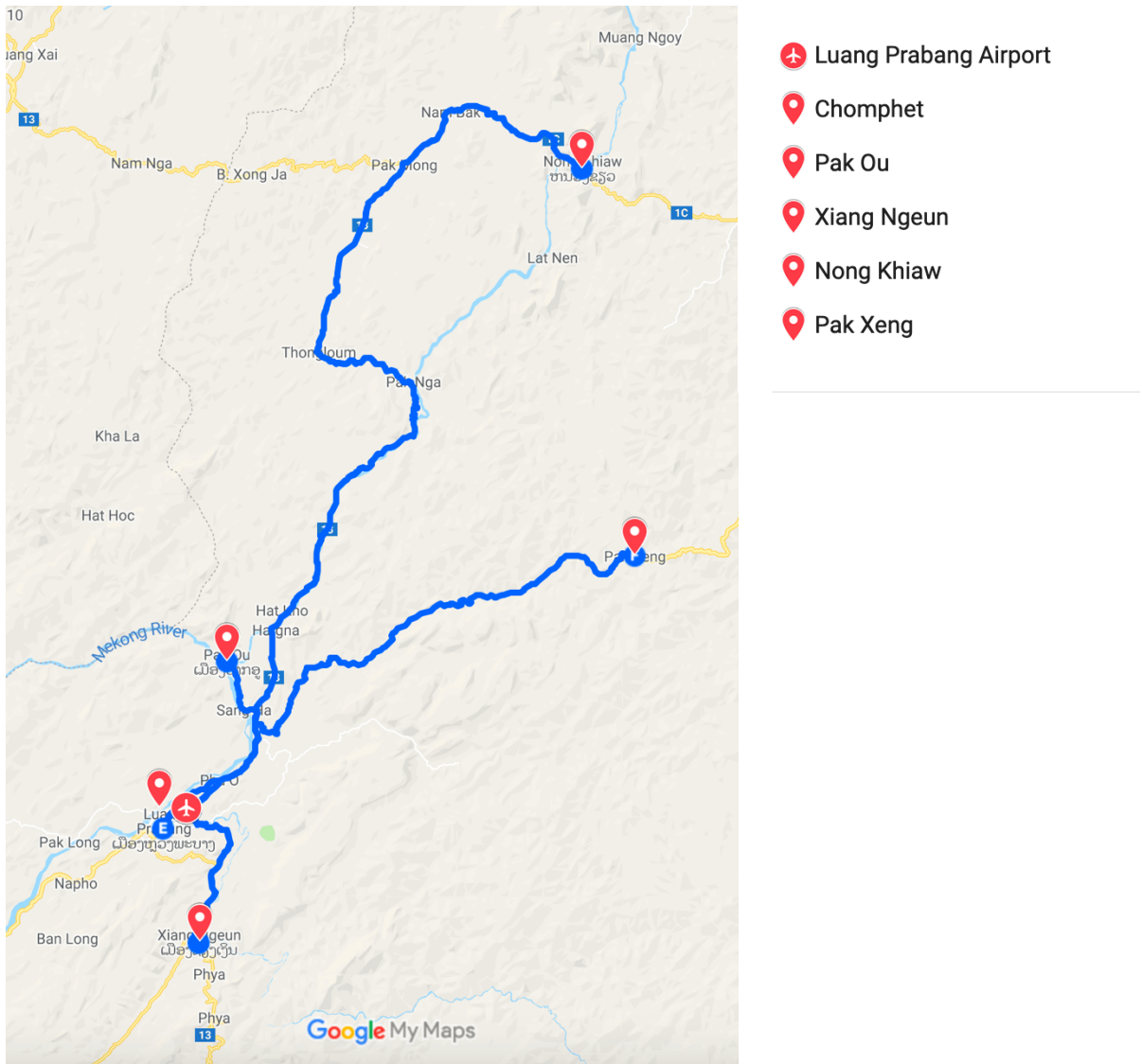
[Travel Daily Media](#), [MICE-PEOPLE](#), [WeAreLao](#), [Visit Laos](#),

3.14 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບການສຶກສາຈາກຕ່າງປະເທດ

Foreign Educational Travel Flow

ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ	ໄວຫນຸ່ມຈາກເອີລົບ ແລະ ເຂດພາກພື້ນເຊັ່ນ: ສິງກະໂປ ເດີນທາງມາເຮັດກິດຈະກຳກັບຊຸມຊົນ, ສ້າງໂຮງຮຽນອະນຸບານ. ພັກຢູ່ນະຄອນຫລວງພະບາງ, ເປັນອາສາສະຫມັກຢູ່ເມືອງຈອມເພັດ, ປາກອູ, ນ້ຳບາກ ແລະ ປາກແຊງ. ຈອງຜ່ານບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ, ເຊິ່ງເຮັດໜ້າທີ່ປະສານກັບບ້ານເປົ້າຫມາຍ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສຳພັດແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.14
ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ	<ul style="list-style-type: none"> – ເພື່ອປະກອບສ່ວນຊ່ວຍເຫລືອສັງຄົມ – ເພື່ອສຳພັດມໍລະດົກທາງວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດແບບດັ່ງເດີມ
ມາຍາມໃດ	ຕະຫລອດປີ
ຈຳນວນ	ບໍ່ທັນມີການເກັບກຳສະຖິຕິສະເພາະກະແສນີ້
ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ	ບໍ່ມີຂໍ້ມູນ
ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ	ບໍ່ມີຂໍ້ມູນ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງການສະໜອງ (System Heads)	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວທີ່ໃຫ້ບໍລິການທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບການສຶກສາເຊັ່ນ: Buffalo Tours, Green Discovery, MyLaoHome
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)	ຫມູ່ເພື່ອນ, ສະຖາບັນສຶກສາ, ສີ່ສັງຄົມອອນລາຍ
ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	<ul style="list-style-type: none"> – ມີພາກທຸລະກິດທີ່ໃຫ້ການບໍລິການທ່ອງທ່ຽວຮູບແບບນີ້
ຈຸດອ່ອນ	<ul style="list-style-type: none"> – ຂໍ້ມູນ ແລະ ການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບກິດຈະກຳສຳລັບກະແສນີ້ທາງອອນລາຍຍັງຈຳກັດ
ກາລະໂອກາດ	<ul style="list-style-type: none"> – ແຂວງຫລວງພະບາງຍັງມີຫລາຍພື້ນທີ່ຕ້ອງການຊ່ວຍເຫລືອຂອງບັນດາອາສາສະຫມັກເຊິ່ງເປັນໂອກາດໃນການເຂົ້າເຖິງການຊ່ວຍເຫລືອທາງວິຊາການ ແລະ ງົບປະມານ
ສິ່ງທ້າທາຍ	<ul style="list-style-type: none"> – ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນໄວຫນຸ່ມນັກສຶກສາ ແລະ ກຳລັງຊື່ບໍ່ສູງ

ແຜນທີ່ທີ 3.14: ກະແສນ້ຳທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບການສຶກສາຈາກຕ່າງປະເທດ



ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2o5oRYM>

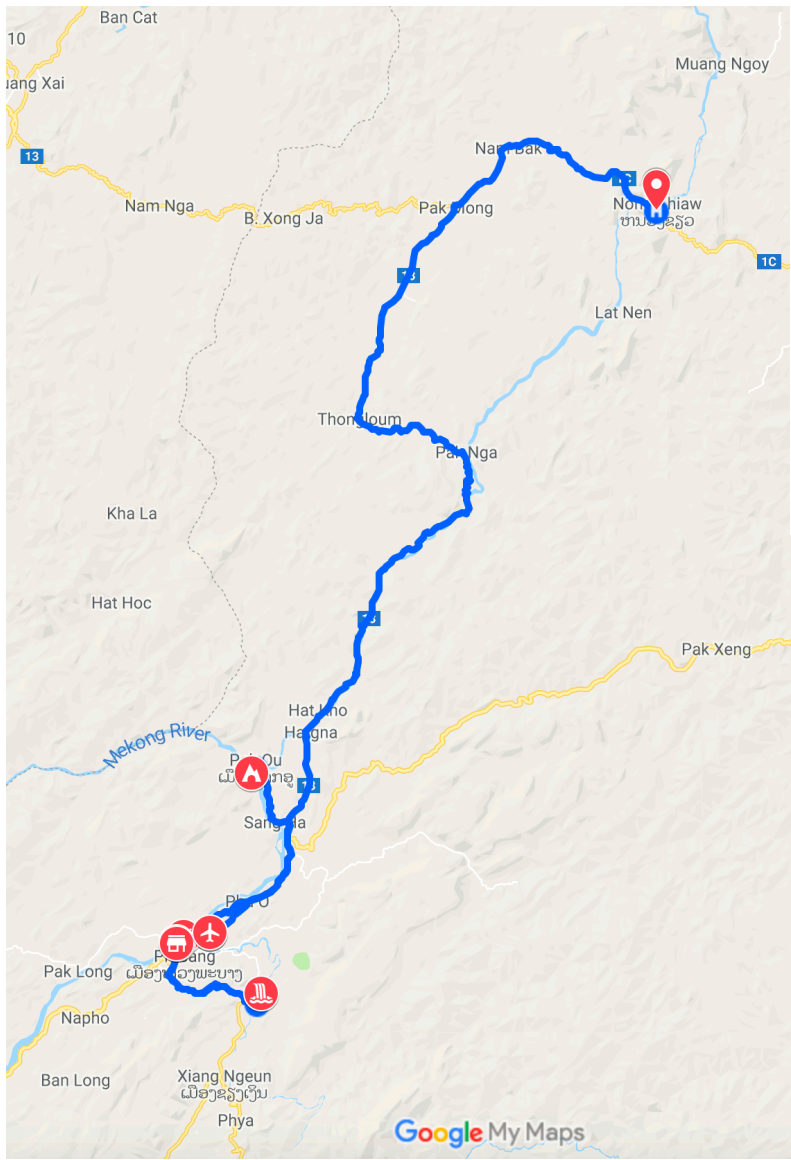
ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: [Buffalo Tours](#), [Green Discovery](#), [MyLaoHome](#)

3.15 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບການສຶກສາຈາກພາຍໃນ

Domestic Educational Travel Flow

ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ	ຄະນະນັກສຶກສາ ແລະ ຄູອາຈານ ຈາກສະຖາບັນສຶກສາຈາກຕ່າງແຂວງ ໂດຍສະເພາະແມ່ນຈາກນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ. ປະກອບມີ ມະຫາວິທະໄລແຫ່ງຊາດ, ວິທະຍາໄລບໍລິຫານທຸລະກິດ ແລະ ວິທະຍາໄລນາງຊາດ ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ. ເດີນທາງມາດ້ວຍລົດເມໃຫຍ່ ແລະ ຂີ່ເຮືອບິນລົງນະຄອນຫລວງພະບາງ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສຳພັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.15
ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ	ເພື່ອສຶກສາຮຽນຮູ້ ແລະ ສຳພັດວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດແບບດັ້ງເດີມ
ມາຍາມໃດ	ຕະຫລອດປີ
ຈຳນວນ	ບໍ່ທັນມີການເກັບກຳສະຖິຕິສະເພາະກະແສນີ້
ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ	ບໍ່ມີຂໍ້ມູນ
ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ	2 – 3 ວັນ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງການສະຫນອງ (System Heads)	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວທີ່ໃຫ້ບໍລິການທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບການສຶກສາເຊັ່ນ: Green Discovery
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)	ສະຖາບັນສຶກສາ, ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ
ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	<ul style="list-style-type: none"> – ເນື່ອງຈາກເປັນຄົນລາວ ຈຶ່ງສະດວກໃນການສື່ສານ – ການເຂົ້າເຖິງສະດວກສະບາຍ ໂດຍສະເພາະທາງອາກາດ
ຈຸດອ່ອນ	<ul style="list-style-type: none"> – ເນື່ອງຈາກເປັນກຸ່ມນັກສຶກສາ ແລະ ຄູອາຈານ, ກຳລັງຊື້ຈຶ່ງບໍ່ສູງ
ກາລະໂອກາດ	–
ສິ່ງທ້າທາຍ	<ul style="list-style-type: none"> – ງົບປະມານຂອງສະຖາບັນສຶກສາອາດມີຈຳກັດ ໂດຍສະເພາະສະຖາບັນສຶກສາພາກລັດ

ແຜນທີ່ທີ 3.15: ກະແສນ້ຳທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບການສຶກສາຈາກພາຍໃນ



- Luang Prabang Airport
- Wat Xiengthong
- Phousi Hill
- Royal Palace
- Night Market
- Tat Sae Waterfalls
- Pak Ou Caves
- Nong Khiaw
- Luang Prabang Airport

ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2mqHLZN>

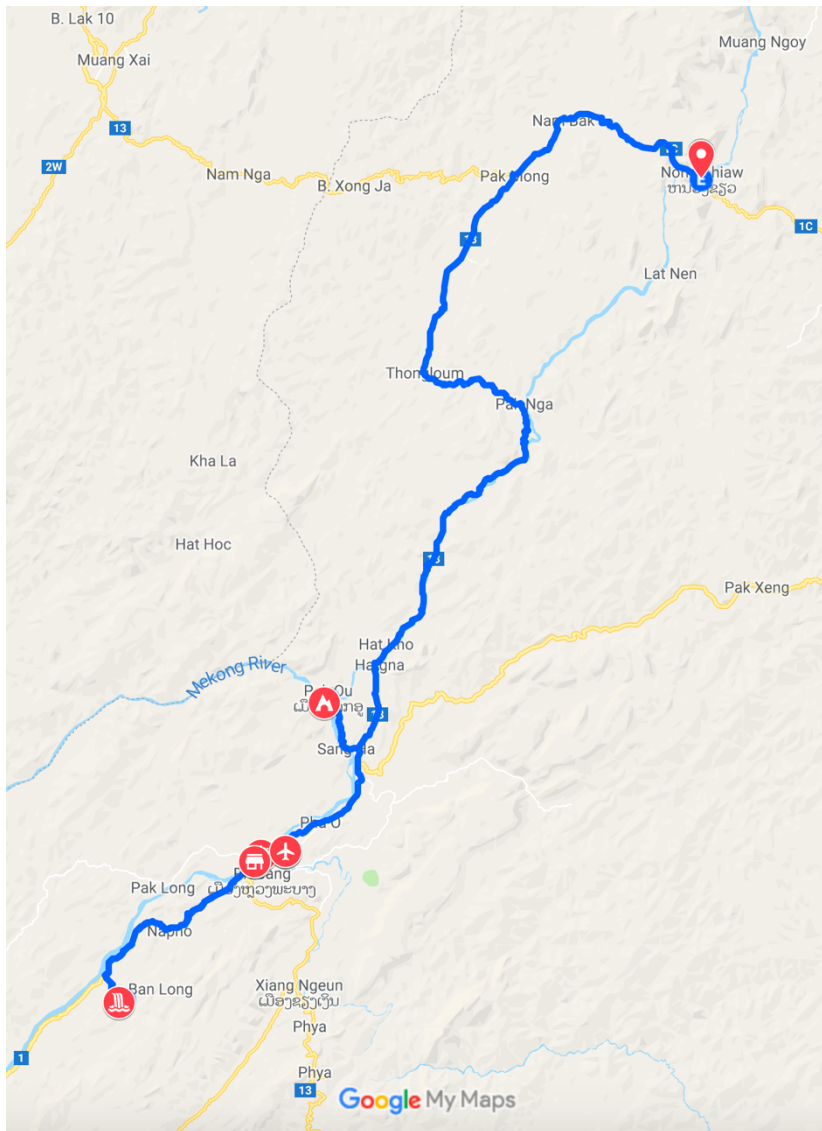
ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ: [Green Discovery](#)









3.16 ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນໄລຍະເທດສະການ

Domestic Event & Festival Visitor Flow

ຄຸນລັກສະນະຂອງກະແສ	ຄົນລາວ ແລະ ຕ່າງປະເທດທີ່ອາໄສຢູ່ລາວ ໂດຍສະເພາະແມ່ນຢູ່ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ ແລະ ແຂວງອື່ນໆ. ເຂົາເຈົ້າເດີນທາງມາທາງເຮືອບິນ ຫລື ຂັບລົດສ່ວນຕົວ. ມາທ່ອງທ່ຽວຫລວງພະບາງ ໄລຍະເທດສະການ, ບຸນປະເພນີ ເຊັ່ນ: ປີໃຫມ່ລາວ, ບຸນຊ່ວງເຮືອ, ລອຍກະທົງ, ງານມະຫະກຳຫັດຖະກຳ, ງານແຂ່ງຂັນກິລາມາລາທອນ, ແລ່ນວິບາກ ແລະ ອື່ນໆ. ລາຍການສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທີ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວນີ້ໄດ້ສຳພັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໃນແຜນທີ່ທີ 3.16
ແຮງຈູງໃຈ / ຄວາມສົນໃຈ	ເພື່ອສຳພັດງານເທດສະການ ແລະ ບຸນປະເພນີ
ມາຍາມໃດ	ໄລຍະບຸນປະເພນີ
ຈຳນວນ	178,409 ຄົນ ແມ່ນຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນທັງຫມົດເຂົ້າມາຫລວງພະບາງປີ 2018
ລາຍຈ່າຍຕໍ່ຄົນຕໍ່ວັນ	ບໍ່ມີຂໍ້ມູນ
ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ	ບໍ່ມີຂໍ້ມູນ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງການສະຫນອງ (System Heads)	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບຈັດງານທັງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ, ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວທີ່ຂາຍລາຍກາຍທ່ອງທ່ຽວໄລຍະເທດສະການ ແລະ ບຸນປະເພນີ
ພາກສ່ວນສຳຄັນເບື້ອງຄວາມຕ້ອງການ (Market Mavens)	ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ, ຫມູ່ເພື່ອນ
ການວິເຄາະຈຸດແຂງຈຸດອ່ອນ (SWOT Analysis)	
ຈຸດແຂງ	– ງານເທດສະການ ແລະ ບຸນປະເພນີຂອງແຂວງຫລວງພະບາງແມ່ນມີຄວາມນິຍົມຫລາຍກວ່າແຂວງອື່ນ ຍ້ອນມໍລະດົກທາງວັດທະນະທຳແບບດັ້ງເດີມ
ຈຸດອ່ອນ	– ການເກັບກຳສະຖິຕິຍັງມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ ເນື່ອງຈາກຍັງບໍ່ທັນມີລະບົບເກັບກຳຈຳນວນທີ່ເຂົ້າມາຈາກຕ່າງແຂວງ. – ຂໍ້ມູນ ແລະ ການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນທ່ອງທ່ຽວເປັນພາສາລາວທາງອອນລາຍຍັງຈຳກັດ
ກາລະໂອກາດ	– ຄົນລາວມີພາຫະນະສ່ວນຕົວຫລາຍຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ສະດວກໃນການເດີນທາງ
ສິ່ງທ້າທາຍ	– ສະພາບເສດຖະກິດພາຍໃນທີ່ບໍ່ທັນຂະຫຍາຍຕົວ ອາດເຮັດໃຫ້ຄົນໄປທ່ຽວຫນ້ອຍລົງ

ແຜນທີ່ທີ 3.16: ກະແສນ້ຳທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນໄລຍະເທດສະການ



-  Luang Prabang Airport
-  Phousi Hill
-  Wat Xiengthong
-  Night Market
-  Kuang Si Waterfall
-  Pak Ou Caves
-  Nong Khiaw
-  Luang Prabang Airport

ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <http://bit.ly/2n6kPQ7>

4) ການວິເຄາະຈຸດແຂ່ງຈຸດອ່ອນ

ອີງຕາມແຜນຍຸດທະສາດພັດທະນາ ແລະ ສິ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ປີ 2011 – 2020, ແຜນພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ປີ 2016 – 2018 ແລະ ການປຶກສາຫາລືກັບບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ. ເຮັດໃຫ້ສາມາດສະຫລຸບຈຸດແຂງ, ຈຸດອ່ອນ, ກາລະໂອກາດ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງໄດ້ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

4.1 ຈຸດແຂງ (Strength)

- 1) ຫລວງພະບາງເປັນເມືອງມໍລະດົກໂລກ, ສິ່ງປຸກສ້າງແບບເກົ່າໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງຮັກສາ ແລະ ຄວບຄຸມການປຸກສ້າງໃຫມ່ເພື່ອໃຫ້ສາມາດຮັກສາຄວາມງົດງາມຂອງທັດສະນີຍະພາບ
- 2) ມີມໍລະດົກທາງດ້ານວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດແບບດັ້ງເດີມ
- 3) ມີຖ້ຽວບິນໂດຍກົງຈາກຕ່າງປະເທດ ເຊັ່ນ: ກຳປູເຈຍ (ພະນົມເປັນ, ສຽມລຽບ), ຈີນ (ສາງຊາ, ຄຸນຫມິງ), ເກົາຫລີ (ໂຊ), ໄທ (ກຸງເທບ, ຊຽງໃຫມ່), ຫວຽດນາມ (ຮ່າໂນ່ຍ)
- 4) ມີນະໂຍບາຍເປີດກວ້າງສຳລັບການລົງທຶນຂອງຕ່າງປະເທດ, ເຮັດໃຫ້ເກີດມີທຸລະກິດການບໍລິການທີ່ມີມາດຕະຖານ ແລະ ສາມາດສົ່ງຜ່ານຄວາມຮູ້ ແລະ ທັກສະດ້ານການບໍລິການໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນພາຍໃນ.
- 5) ມີໂຄງການ ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນທີ່ໃຫ້ການສະໜັບສະໜູນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ

4.2 ຈຸດອ່ອນ (Weakness)

ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ໂຄງລ່າງພື້ນຖານ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ

- 1) ພື້ນຖານໂຄງລ່າງ ແລະ ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຍັງມີສະພາບຫຍຸ້ງຍາກ
- 2) ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ຜູ້ສູງອາຍຸຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຍັງຈຳກັດ
- 3) ຜະລິດຕະພັນທັດຖະກຳ ຍັງຂາດເລື່ອງລາວທີ່ສາມາດດຶງດູດຈິດໃຈນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຍັງບໍ່ສາມາດເຊື່ອມໂຍງກັນກັບປະສົບການຂອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວຢາກຊື້.
- 4) ບຸນປະເພນີ ແລະ ເທດສະການສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນສາມາດຮອງຮັບແຕ່ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ, ຍັງບໍ່ໄດ້ຮັບການອອກແບບມາໃຫ້ແທດເຫມາະກັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ

- 5) ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນຍັງມີຄຸນນະພາບຈຳກັດ ສາມາດຮອງຮັບໄດ້ສະເພາະກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີງົບປະມານຫນ້ອຍ. ການຮ່ວມມືກັບພາກທຸລະກິດໃນການພັດທະນາເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນຍັງບໍ່ທັນເຂັ້ມແຂງ
- 6) ປ້າຍຊັບອກເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຍັງຈຳກັດ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍສະເພາະແມ່ນນັກທ່ອງທ່ຽວອິດສະຫລະ
- 7) ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະຕາມຈຸດແວ່ພັກລົດ ແລະ ຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວບາງແຫ່ງຍັງບໍ່ທັນໄດ້ຄຸນນະພາບ
- 8) ການບໍລິຫານ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຂີ້ເຫຍື້ອໃນຕົວເມືອງ ແລະ ຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຍັງບໍ່ທັນໄດ້ມາດຕະຖານ
- 9) ຂາດສະຖິຕິນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຂໍ້ມູນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວແຕ່ລະກະແສ, ການເກັບກຳສະຖິຕິນັກທ່ອງທ່ຽວຜ່ານມາແມ່ນແຍກເປັນແຕ່ສັນຊາດ ເຮັດໃຫ້ບໍ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງນັກທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຢ່າງເລິກເຊິ່ງ. ການເກັບກຳກໍສາມາດເຮັດໄດ້ສະເພາະນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າທາງດ່ານສາກົນ, ສ່ວນການເຂົ້າທາງຊາຍແດນແຂວງຕໍ່ແຂວງຂອງຕ່າງປະເທດ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແມ່ນຍັງບໍ່ທັນມີການເກັບກຳທີ່ເປັນລະບົບ.
- 10) ການຮ່ວມມືກັບບັນດາປະເທດໃນເຂດພາກພື້ນ ກ່ຽວກັບການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ແລະ ວົງຈອນການທ່ອງທ່ຽວຍັງຈຳກັດ, ໂດຍສະເພາະແມ່ນການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ແລະ ວົງຈອນສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ ເນື່ອງຈາກເຂົາເຈົ້າມັກຈະໄປທ່ຽວຫລາຍປະເທດເວລາເຂົ້າມາໃນເຂດອາຊີ.

ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ

- 11) ຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວທາງອອນລາຍ (Online) ຍັງຈຳກັດ. ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ແລະ Tripadvisor, Lonely Planet, Wikitravel ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍອື່ນໆ ກໍ່ຍັງມີຂໍ້ມູນທີ່ຈຳກັດ ແລະ ຍັງບໍ່ເຂົ້າເຖິງກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ ເຊັ່ນ ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງມືທີ່ແທດເຫມາະກັບນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນ: Weibo, WeChat, Youku Tudou ແລະ ອື່ນໆ.
- 12) ຂໍ້ມູນຢູ່ເທິງແຜນທີ່ອອນລາຍ ຫລື Google Map ກໍ່ຍັງມີຈຳກັດ ໂດຍສະເພາະແມ່ນບັນດາແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ພາກລັດ ຫລື ຊຸມຊົນເປັນຜູ້ຄຸ້ມຄອງ ແລະ ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນ, ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການເດີນທາງໄປເຖິງ ໂດຍສະເພາະແມ່ນນັກທ່ອງທ່ຽວອິດສະຫລະ.
- 13) ແຜນທີ່ທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງທີ່ມີຄຸນນະພາບ, ມີຂໍ້ມູນທີ່ລະອຽດ, ຄົບຖ້ວນ ແລະ ແທດເຫມາະກັບແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ຍັງຈຳກັດ.
- 14) ສູນຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວບາງແຫ່ງຍັງມີຂໍ້ມູນຍັງຈຳກັດ ແລະ ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ໃຊ້ບໍລິການຍັງຈຳກັດ ເນື່ອງຈາກເຂົາເຈົ້າສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນທາງອອນລາຍໄດ້

- 15) ປ້າຍນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຍັງຈໍາກັດ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຂົ້າໃຈ ແລະ ສໍານິກພາບກ່ຽວກັບປະຫວັດຄວາມເປັນມາ.
- 16) ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ຫລື ແບຣນ Luang Prabang Timeless ທີ່ແປວ່າ “ຫລວງພະບາງ ຄວາມປະທັບໃຈ ທີ່ບໍ່ມີວັນສິ້ນສຸດ” ແມ່ນຍັງບໍ່ທັນເປັນທີ່ຈິດຈໍາຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ເນື່ອງຈາກຍັງບໍ່ທັນຖືກນໍາໃຊ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງທັງຈາກພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ. ບໍ່ທັນມີເອກະສານແນະນໍາການນໍາໃຊ້ທີ່ເຂົ້າໃຈງ່າຍ ແລະ ການເຂົ້າເຖິງໂລໂກ, ຮູບພາບ ແລະ ຂໍ້ມູນທີ່ເໝາະສົມ.
- 17) ການຮ່ວມມືກັບບັນດາປະເທດໃນເຂດພາກພື້ນ ກ່ຽວກັບການສຶກສາວິໄຈ ແລະ ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວຍັງຈໍາກັດ. ເຫດຜົນແມ່ນຄືກັນກັບຫົວຂໍ້ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ເວລານັກທ່ອງທ່ຽວມາທ່ຽວໃນເຂດອາຊີ ເຂົາເຈົ້າບໍ່ໄດ້ມາແຕ່ປະເທດດຽວ. ສະນັ້ນ, ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວໃນລະດັບພາກພື້ນຈຶ່ງມີຄວາມສໍາຄັນ.

ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ

- 18) ລະບຽບການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ຮັກສາຄວາມປອດໄພຂອງບາງກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວຍັງຈໍາກັດ
- 19) ສະມາຄົມ ແລະ ກຸ່ມທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວຍັງບໍ່ທັນເຂັ້ມແຂງ ເຊັ່ນ ສະມາຄົມໂຮງແຮມ ແລະ ເຮືອນພັກ, ສະມາຄົມຮ້ານອາຫານ, ສະມາຄົມທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວ, ສະມາຄົມຫັດຖະກຳ ແລະ ກຸ່ມພະນັກງານນໍາທ່ຽວແຂວງ. ການບໍລິການໃຫ້ແກ່ສະມາຊິກຍັງຈໍາກັດ ເຮັດໃຫ້ຍັງບໍ່ທັນສາມາດເຕົ້າໂຮມສະມາຊິກໄດ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງ.
- 20) ປ້າຍເຕືອນ ແລະ ປ້າຍຫ້າມ ຕາມທ້ອງຖະຫນົນເພື່ອໃຫ້ຫລຸດຜ່ອນຄວາມໄວ ກໍລະນີມີເສັ້ນທາງຫັກສອກ, ເປັນຊຸມ, ທາງແຄບ, ທາງຄ້ອຍ, ທາງມື້ນ ຫລື ມີຂົວ ຍັງຈໍາກັດ, ເຮັດໃຫ້ສ່ຽງຕໍ່ກັບການເກີດອຸບັດຕິເຫດ.
- 21) ການຂົນສົ່ງໂດຍສານນັກທ່ອງທ່ຽວຍັງມີຄຸນນະພາບ ແລະ ຄວາມປອດໄພທີ່ຈໍາກັດ
- 22) ການຄຸ້ມຄອງລະດັບສຽງດົນຕີຂອງບັນດາສະຖານທີ່ບັນເທີງແລະຮ້ານອາຫານຍັງບໍ່ທັນເຮັດໄດ້ຢ່າງຄອບຄຸມ
- 23) ການຮ່ວມມືກັບບັນດາປະເທດໃນເຂດພາກພື້ນກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວຍັງຈໍາກັດ, ໂດຍສະເພາະແມ່ນວຽກງານການຄຸ້ມຄອງຄວາມປອດໄພ ແລະ ການອໍານວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດຊາຍແດນ, ເຊັ່ນ ການນໍາລົດໃຫຍ່ວິບາກ ແລະ ລົດຈັກບິກໄບເຂົ້າປະເທດຫນຶ່ງອອກສູ່ປະເທດຫນຶ່ງ.

ການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ

- 24) ຄຸນນະພາບການບໍລິການຂອງພະນັກງານໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ ຍັງຈຳກັດ
- 25) ອັດຕາການເຂົ້າອອກວຽກຂອງບຸກຄະລາກອນຂອງພາກທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນສູງ ເນື່ອງຈາກຄ່ານິຍົມໃນການປະກອບອາຊີບ. ສ່ວນໃຫຍ່ຍັງຄິດວ່າວຽກບໍລິການເປັນອາຊີບທີ່ຕໍ່າຕ້ອຍ ແລະ ບໍ່ຫມັ້ນຄົງ. ພໍ່ແມ່ຜູ້ປົກຄອງຈຳນວນໜຶ່ງກໍ່ມີຄວາມຄິດວ່າເປັນອາຊີບທີ່ບໍ່ປອດໄພ ໂດຍສະເພາະສໍາລັບ ເພດຍິງ ທີ່ເຮັດວຽກໃນຍາມກາງຄືນ.
- 26) ຈຳນວນພະນັກງານນໍາທ່ຽວພາສາຝລັ່ງ, ສະເປນ, ເຍຍລະມັນ ແລະ ອິຕາລີ ມີຈຳນວນຈຳກັດ. ສ່ວນໃຫຍ່ ເປັນພະນັກງານນໍາທ່ຽວອາວຸໂສ, ຍັງບໍ່ທັນມີແຜນຮອງຮັບໃນຕໍ່ຫນ້າ ສໍາລັບການສ້າງພະນັກງານນໍາທ່ຽວ ຫນຸ່ມນ້ອຍສໍາລັບພາສາດັ່ງກ່າວ.
- 27) ພະນັກງານນໍາທ່ຽວມໍລະດົກມີຈຳນວນຈຳກັດ ແລະ ການເຂົ້າເຖິງເພື່ອໃຊ້ບໍລິການສໍາລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຍັງ ຫຍຸ້ງຍາກ. ສ່ວນໃຫຍ່ຮັບໃຊ້ແຂກທາງລັດຖະການ, ຫັດສະນະສຶກສາ ແລະ ປະຈຳຢູ່ທໍພິພິດຕະພັນ.
- 28) ສະຖາບັນການສຶກສາໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວຍັງບໍ່ທັນເຂັ້ມແຂງ, ຄູອາຈານຈຳນວນໜຶ່ງຍັງຂາດປະສົບ ການໃນການປະຕິບັດຕົວຈິງ ແລະ ສິ່ງອໍານວຍຄວາມສະດວກໃນການສິດສອນຍັງບໍ່ທັນມີຄຸນນະພາບ
- 29) ຄຸນນະພາບຂອງສະຖານທີ່, ສິ່ງອໍານວຍຄວາມສະດວກ ແລະ ການບໍລິການສະຖານທີ່ປະຊຸມຍັງຈຳກັດ
- 30) ການຮ່ວມມືກັບບັນດາປະເທດໃນເຂດພາກພື້ນ ກ່ຽວກັບການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດຍັງຈຳກັດ, ເຊັ່ນແລກປ່ຽນບົດຮຽນດ້ານການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ, ການຍົກລະດັບຄຸນນະພາບການບໍລິການຂອງທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ອື່ນໆ.

4.3 ກາລະໂອກາດ (Opportunity)

- 1) ການເຂົ້າເຖິງເຕັກໂນໂລຊີງ່າຍຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນທ່ອງທ່ຽວອອນລາຍໄດ້, ການ ໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວທາງອອນລາຍ ແມ່ນສາມາດເຮັດໄດ້ຢ່າງເຈາະຈົງ, ມີປະສິດພາບ ແລະ ສາມາດ ຕິດຕາມປະເມີນຜົນໄດ້ໃນທັນທີ.

- 2) ລັດຖະບານລາວໄດ້ເປີດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດສະໜັກຂໍວີຊາທາງອອນລາຍໄດ້²¹ ເຮັດໃຫ້ການເດີນທາງເຂົ້າມາທ່ອງທ່ຽວລາວມີຄວາມສະດວກສະບາຍຂຶ້ນ
- 3) ນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນຈະສາມາດຊຳລະເງິນໂດຍນຳໃຊ້ມິຖືຜ່ານລະບົບ QR Code ໄດ້ໂດຍບໍ່ຕ້ອງພິກພາເງິນສົດ, ເຮັດໃຫ້ມີຄວາມສະດວກສະບາຍ ແລະ ມີຄວາມປອດໄພສູງ. ການບໍລິການດັ່ງກ່າວເກີດຈາກການຮ່ວມກັນລະຫວ່າງ ທະນາຄານການຄ້າຕ່າງປະເທດລາວ ແລະ UnionPay International ຂອງປະເທດຈີນ ແລະ ລະຫວ່າງທະນາຄານພັດທະນາລາວ ແລະ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການລະບົບຊຳລະເງິນອອນລາຍລາຍໃຫຍ່ Alipay ຂອງປະເທດຈີນ²².
- 4) ການມາເຖິງຂອງລົດໄຟຈາກຈີນໃນປີ 2022 ຈະເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວເດີນທາງເຂົ້າມາ ສປປ ລາວ ສະດວກຂຶ້ນ, ບໍ່ພຽງແຕ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນ ແຕ່ຍັງຫມາຍເຖິງນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນທີ່ເດີນທາງມາຈາກຈີນ.

4.4 ສິ່ງທ້າທາຍ (Threat)

- 1) ສະພາບການເມືອງຂອງປະເທດເພື່ອນບ້ານຍັງບໍ່ມີຄວາມແນ່ນອນ, ອາດສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວລາວ
- 2) ສະພາບເສດຖະກິດພາຍໃນ, ພາກພື້ນ ແລະ ທົ່ວໂລກ ຍັງບໍ່ທັນຂະຫຍາຍຕົວ ອາດເຮັດໃຫ້ຄົນເດີນທາງໄປທ່ຽວຫນ້ອຍລົງ
- 3) ການກັກເກັບນ້ຳສຳລັບເຂື່ອນໄຟຟ້າ ສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ປະລິມານນ້ຳຢູ່ຕາມນ້ຳຕົກ ເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ນ້ຳຫນ້ອຍບາງໄລຍະ ແລະ ບໍ່ສວຍງາມ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຍັງເຮັດໃຫ້ການລ່ອງເຮືອສຳລານມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ ເນື່ອງຈາກລະດັບນ້ຳທີ່ຕົ້ນເກີນໄປ.
- 4) ສັນຍານອິນເຕີເນັດຍັງບໍ່ທັນປົກຄຸມຢ່າງກວ້າງຂວາງ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນ
- 5) ການແຂ່ງຂັນທີ່ຊັ້ນຂ້ຽວຂອງບັນດາປະເທດອ້ອມຂ້າງເຊັ່ນ ໄທ, ຫວຽດນາມ ແລະ ກຳປູເຈຍ ອາດເຮັດໃຫ້ຄົນມາທ່ຽວລາວຫນ້ອຍລົງ ຖ້າເຮົາບໍ່ສາມາດເສີມສ້າງຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນຂອງຕົນເອງ

²¹ <https://laoevisa.gov.la>

²² <https://laotiantimes.com/2019/07/23/bcel-unionpay-to-launch-qr-code-payment-service-in-laos>

- 6) ນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນ ແລະ ເກົາຫລີ ສ່ວນໃຫຍ່ມັກໃຊ້ບໍລິການກັບທຸລະກິດທີ່ມີຄົນປະເທດເຂົາເຈົ້າເປັນເຈົ້າຂອງ ເຊັ່ນໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ, ເຮັດໃຫ້ທຸລະກິດຂອງຄົນທ້ອງຖິ່ນມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການແຂ່ງຂັນ.

4.5 ການວິເຄາະຈຸດອ່ອນ (ຈັດລຽງຕາມກິດຈະກຳ ແລະ ສະຖານທີ່)

ຕາດກວາງຊີ	<p>ຄຳຄິດເຫັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກ TripAdvisor²³</p> <ul style="list-style-type: none"> - ບັນຫາຂີ້ເຫຍື້ອຖືກຖິ້ມຊະຊາຍ - ສະພາບຫ້ອງນ້ຳ ແລະ ຫ້ອງປ່ຽນເຄື່ອງຍັງບໍ່ທັນໄດ້ມາດຕະຖານ - ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວຫລາຍເກີນໄປ ແລະ ມີສຽງລົບກວນຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວກຸ່ມໃຫຍ່ - ຄວາມງາມຂອງນ້ຳຕົກແມ່ນຂຶ້ນກັບລະດູການ, ຖ້າຝົນຫລາຍ ແມ່ນສີນ້ຳຊື່ນ <p>ຄຳຄິດເຫັນຈາກພາກທຸລະກິດ²⁴</p> <ul style="list-style-type: none"> - ມີການຖິ້ມຂີ້ເຫຍື້ອຊະຊາຍ ເຊັ່ນ: ກິນຂີ້ກອກຢາ
ວັດຊຽງທອງ	<p>ຄຳຄິດເຫັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກ TripAdvisor²⁵</p> <ul style="list-style-type: none"> - ຂາດປ້າຍນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນ ໂດຍສະເພາະແມ່ນໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວອິດສະຫລະ, ເຮັດໃຫ້ເຂົາເຈົ້າໄດ້ພຽງແຕ່ເບິ່ງ ແຕ່ຂາດຂໍ້ມູນທີ່ເລິກເຊິ່ງຂອງສະຖານທີ່ - ຂາດການອະທິບາຍເຖິງການເກັບຄ່າປີເຂົ້າຊົມ ວ່ານຳໄປໃຊ້ເພື່ອຫຍັງ
ພູສີ	<p>ຄຳຄິດເຫັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກ TripAdvisor²⁶</p> <ul style="list-style-type: none"> - ມີການຊັກຊວນນັກທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ຊື້ນົກໃນກົງ ເພື່ອປ່ອຍເອົາໂຊກໄຊ. ແຕ່ໃນມຸນມອງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ ແມ່ນການທໍລະມານສັດ. - ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວຫລາຍເກີນໄປ ເຮັດໃຫ້ການເບິ່ງຕາເວັນຕົກດິນມີບັນຍາກາດວຸ້ນວາຍ <p>ຄຳຄິດເຫັນຈາກພາກທຸລະກິດ²⁷</p> <ul style="list-style-type: none"> - ມີການຖິ້ມຂີ້ເຫຍື້ອຊະຊາຍເຊັ່ນ: ຕຸກນ້ຳຕົ້ມຢູ່ພູສີ
ການໃສ່ບາດຕອນເຊົ້າ	<p>ຄຳຄິດເຫັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກ TripAdvisor²⁸</p> <ul style="list-style-type: none"> - ການປະພຶດທີ່ບໍ່ເໝາະສົມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວບາງກຸ່ມຕໍ່ກັບຄູບາ ເຊັ່ນ: ການຖ່າຍຮູບ Selfie ໄລຍະໃກ້, ການໃຊ້ແສງ flash ໃສ່ຫນ້າຄູບາ. ລວມທັງການສົ່ງສຽງດັງ
ຖ້ຳຕິ່ງ	<p>ຄຳຄິດເຫັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກ TripAdvisor²⁹</p> <ul style="list-style-type: none"> - ການບົວລະບັດຮັກສາພະພຸດທະຮູບພາຍໃນຖ້ຳ ຍັງບໍ່ທັນເຮັດໄດ້ດີ, ມີຂີ້ຝຸ່ນ ແລະ ໄຍແມງມຸມ - ການຈັດວາງພະພຸດທະຮູບຍັງບໍ່ທັນເປັນລະບຽບ ແລະ ດຶງດູດຈິດໃຈ - ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະຍັງບໍ່ໄດ້ມາດຕະຖານ

²³ [TripAdvisor Review on Kuang Si Falls](#)

²⁴ ກອງປະຊຸມປຶກສາຫາລືເພື່ອຮ່າງແຜນ DMP ແຂວງຫລວງພະບາງ ປີ 2020 – 2025 ວັນທີ 20 ມິຖຸນາ 2019

²⁵ [TripAdvisor Review on Wat Xiengthong](#)

²⁶ [TripAdvisor Review on Mount Phousi](#)

²⁷ ກອງປະຊຸມປຶກສາຫາລືເພື່ອຮ່າງແຜນ DMP ແຂວງຫລວງພະບາງ ປີ 2020 – 2025 ວັນທີ 20 ມິຖຸນາ 2019

²⁸ [TripAdvisor Review on Arms Giving Ceremony](#)

²⁹ [TripAdvisor Review on Pak Ou Caves](#)

ຕະຫລາດກາງຄືນ	<p>ຄຳຄິດເຫັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກ TripAdvisor³⁰</p> <ul style="list-style-type: none"> – ສິນຄ້າທີ່ຂາຍມີລັກສະນະຄ້າຍຄືກັນ – ມີສິນຄ້ານຳເຂົ້າຈາກຈີນ ແລະ ຫວຽດນາມ
ຫໍພິພິດຕະພັນແຫ່ງຊາດ	<p>ຄຳຄິດເຫັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກ TripAdvisor³¹</p> <ul style="list-style-type: none"> – ບໍ່ມີຄວາມຫລາກຫລາຍ, ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນສິ່ງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບເຈົ້າຊີວິດລາວເກົ່າ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວບໍ່ຮູ້ສຶກຄຸ້ມຄ່າກັບຄ່າປີ້ – ຂາດປ້າຍນຳສະເໜີຂໍ້ມູນ ໂດຍສະເພາະແມ່ນໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວອິດສະຫລະ
ຕາດແສ້	<p>ຄຳຄິດເຫັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກ TripAdvisor³²</p> <ul style="list-style-type: none"> – ຍາມແລ້ງນ້ຳຫນ້ອຍ ບໍ່ງາມ
ສະຫນາມບິນສາກົນຫລວງພະບາງ	<p>ຄຳຄິດເຫັນຈາກພາກທຸລະກິດ³³</p> <ul style="list-style-type: none"> – ຫ້ອງນ້ຳຢູ່ອາຄານໂດຍສານບໍ່ສະອາດ – ແອຢູ່ອາຄານໂດຍສານບໍ່ເຢັນ ເນື່ອງຈາກການຂໍອະນຸມັດງົບປະມານຊັກຊ້າ
ວັດໃຫມ່, ວັດແສນ, ວັດວິຊຸນ, ວັດຊຽງມ່ວນ, ວັນສິບ, ວັດອາຮາມ, ວັດປ່າໄຜ່	<p>ຄຳຄິດເຫັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກ TripAdvisor</p> <ul style="list-style-type: none"> – ຂາດປ້າຍນຳສະເໜີຂໍ້ມູນ, ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສ່ວນໃຫຍ່ ໂດຍສະເພາະນັກທ່ອງທ່ຽວອິດສະຫລະ ໄດ້ແຕ່ເບິ່ງ ແລະ ຮູ້ສຶກວ່າແຕ່ລະວັດທີ່ໄປຢ້ຽມຢາມມີລັກສະນະຄ້າຍຄືກັນ
ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນ (Homestay)	<ul style="list-style-type: none"> – ຂໍ້ມູນ ແລະ ການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນອອນລາຍມີຈຳກັດ ເຊັ່ນ: Google map, TripAdvisor, Lonely planet, Travelfish, Facebook, IG, www.tourismluangprabang.org ແລະ ອື່ນໆ – ຄຸນນະພາບການບໍລິການຍັງຈຳກັດ ຖ້າຕ້ອງການເຂົ້າເຖິງຕະຫລາດສາກົນອິດສະຫລະມີຄຸນນະພາບ (Experiential FIT) – ການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບບ້ານຍັງຈຳກັດ

³⁰ [TripAdvisor Review on Laung Prabang Night Market](#)

³¹ [TripAdvisor Review on Royal Palace](#)

³² [TripAdvisor Review on Tad Sae Waterfall](#)

³³ ກອງປະຊຸມປຶກສາຫາລືເພື່ອຮ່າງແຜນ DMP ແຂວງຫລວງພະບາງ ປີ 2020 – 2025 ວັນທີ 20 ມິຖຸນາ 2019

5) ວິໄສທັດການທ່ອງທ່ຽວ

ວິໄສທັດຂອງການພັດທະນາ ແລະ ສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງແມ່ນ “ປົກປັກຮັກສາເມືອງ ມໍລະດົກໂລກຫລວງພະບາງໃຫ້ມີຄວາມຍືນຍົງ ແລະ ພັດທະນາໃຫ້ຄົງຄຸນຄ່າ, ສົ່ງເສີມວັດທະນະທຳທ້ອງຖິ່ນ, ອະນຸລັກສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ຊີວະນາໆພັນ, ເຮັດໃຫ້ແຂວງຫລວງພະບາງກາຍເປັນສູນກາງການທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ແລະ ອານຸພາກພື້ນ, ພ້ອມທັງຊຸກຍູ້ເສດຖະກິດຂອງແຂວງໃຫ້ມີການຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ, ສ້າງ ວຽກເຮັດງານທຳໃຫ້ປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ນຳເອົາຄວາມສີວິໄລມາສູ່ສັງຄົມ”³⁴.

ເພື່ອບັນລຸວິໄສທັດຂ້າງເທິງ, ຈະມີການກຳນົດ ຈຸດປະສົງ, ຄາດຫມາຍສູ້ຊີນ, ຍຸດທະສາດ, ແຜນງານ ແລະ ແຜນກິດຈະກຳ ໄລຍະປີ 2020 – 2025. ແຕ່ກ່ອນຫນ້ານັ້ນ, ເຮົາຈະຕ້ອງໄດ້ທຳຄວາມເຂົ້າໃຈກ່ຽວກັບບັນດາແນວ ຄວາມຄິດ ແລະ ຫລັກການຕ່າງໆ ເຊິ່ງປະກອບມີ ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວ, ການຕະຫລາດ ການທ່ອງທ່ຽວ, ຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ, ຄວາມປອດໄພ ແລະ ການຮັກສາຄວາມປອດໄພ ແລະ ການສື່ສານ ໄລຍະເກີດວິກິດການ.

³⁴ ແຜນຍຸດທະສາດພັດທະນາ ແລະ ສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ປີ 2011 – 2020, ຫນ້າ 29, ພະແນກ ຖວທ ແຂວງ ຫລວງພະບາງ

6) ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວ

ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວ ຫລື Destination Branding (ຕໍ່ຈາກນີ້ຈະເອີ້ນວ່າ ແບຣນ) ແມ່ນການເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວຮູ້ຈັກ, ຈົດຈໍາ ແລະ ມີຄວາມຮັບຮູ້ທີ່ດີຕໍ່ກັບຈຸດຫມາຍປາຍທາງ ການທ່ອງທ່ຽວ. ການສ້າງແບຣນ ບໍ່ພຽງແຕ່ການສ້າງໂລໂກເທົ່ານັ້ນ, ແຕ່ຍັງລວມເຖິງການນໍາໃຊ້ຮູບພາບ, ສີສັນ ແລະ ຄໍາເວົ້າ ໃນການໂຄສະນາ ເຮັດໃຫ້ຂໍ້ຄວາມທີ່ສົ່ງອອກໄປມີຄວາມເປັນອັນຫນຶ່ງອັນດຽວກັນ (Consistent). ທັງຫມົດນີ້, ແມ່ນເພື່ອຈຸດປະສົງດຽວເທົ່ານັ້ນ ກໍ່ຄືເຮັດໃຫ້ແບຣນການທ່ອງທ່ຽວລາວ ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກ, ຈົດຈໍາ ແລະ ມີ ຄວາມຮັບຮູ້ທີ່ດີ ຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວ.

6.1 Laos Simply Beautiful ແລະ Luang Prabang Timeless

ແບຣນ Laos Simply Beautiful ຫລື ປະເທດລາວສວຍງາມແທ້ໆ ໄດ້ຖືກສ້າງຂຶ້ນໃນປີ 2008, ໂດຍ ນໍາໃຊ້ສັນຍາລັກທີ່ປະສົມປະສານທາງດ້ານທໍາມະຊາດ, ວັດທະນະທໍາ ແລະ ມໍລະດົກ.



- ດອກຈໍາປາ: ດອກໄມ້ປະຈໍາຊາດ, ສີ່ເຖິງທໍາມະຊາດທີ່ສວຍ ງາມ ແລະ ການປະກົດຂຶ້ນຂອງອາລຸນວັນໃຫມ່
- ພາບເງົາຂອງພະທາດຫລວງ: ສັນຍາລັກປະຈໍາຊາດ, ສີ່ເຖິງ ມໍລະດົກດັ່ງເດີມ
- LAOS (ປະເທດລາວ): ສີຟ້າ, ສີດຽວກັນກັບທຸງຊາດລາວ. ນໍາໃຊ້ຕົວອັກສອນທີ່ທັນສະໄຫມ ແລະ ຊັດເຈນ
- Simply Beautiful (ສວຍງາມແທ້ໆ): ສີແດງ, ສີດຽວກັນ ກັບທຸງຊາດລາວ. ນໍາໃຊ້ອັກສອນລາຍມືຂຽນ, ສີ່ເຖິງວັດທະ

ນະທໍາດັ່ງເດີມ. ຂຽນແບບລຽບງ່າຍ, ແຕ່ເປັນເອກະລັກ. ສະທ້ອນເຖິງຄວາມເປັນມິດໄມຕີຂອງຄົນລາວ

- ສີ: ສີຟ້າ: ສະແດງເຖິງຄວາມອຸດົມສົມບູນ. ສີຂາວ: ສະທ້ອນເຖິງຄວາມແຈ້ງສະຫວ່າງ ແລະ ສີແດງ: ແມ່ນ ຄວາມເຂັ້ມແຂງ.

ແບຣນທ່ອງທ່ຽວລາວໄດ້ຖືກຈັດໃນອັນດັບທີ 34 ໃນເຂດອາຊີ³⁵ ໃນຈຳນວນທັງໝົດ 46 ປະເທດ ແລະ ອັນດັບທີ 129 ໃນທົ່ວໂລກ ໃນຈຳນວນທັງໝົດ 193 ປະເທດ. ເຫັນໄດ້ວ່າແບຣນທ່ອງທ່ຽວລາວ ຍັງຢູ່ຕາມຫລັງ ຫລາຍປະເທດເພື່ອນບ້ານເຊັ່ນ: ໄທ, ຫວຽດນາມ ແລະ ກຳປູເຈຍ. ສາຍເຫດແມ່ນເກີດຈາກ ການນຳໃຊ້ແບຣນທ່ອງ ທ່ຽວ (Laos Simply Beautiful) ໄລຍະຜ່ານມາຍັງບໍ່ທັນກວ້າງຂວາງ, ເນື່ອງຈາກບໍ່ທັນເປັນທີ່ຮັບຮູ້ໃນວົງກວ້າງ ແລະ ເລີກເຊິ່ງໃນບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວລາວ.

ຕາຕະລາງທີ 6.1.1: ການຈັດອັນດັບແບຣນທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດອາຊີ ແລະ ທົ່ວໂລກ

ລຳດັບ	ປະເທດ	ອັນດັບໃນອາຊີ (ທັງໝົດ 46 ປະເທດ)	ອັນດັບໃນໂລກ (ທັງໝົດ 193 ປະເທດ)
1	ໄທ	1	2
2	ຫວຽດນາມ	15	47
3	ກຳປູເຈຍ	23	74
4	ລາວ	34	129
5	ພະມ້າ	43	159

ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ (Logo) ໄດ້ຖືກສ້າງຂຶ້ນ ໂດຍມີເນື້ອ ໃນວ່າ Luang Prabang Timeless ເຊິ່ງແປວ່າ “ຫລວງພະບາງ ຄວາມປະທັບໃຈ ທີ່ບໍ່ມີວັນສິ້ນສຸດ”. ອົງປະກອບ ຫລັກຂອງສັນຍາລັກແມ່ນ ວັດຊຽງທອງ ໂດຍການຕິກລົງເຫັນດີຈາກການນຳຂຶ້ນແຂວງ ແລະ ໄດ້ຂຶ້ນທະບຽນນຳ ພະແນກການກ່ຽວຂ້ອງຢ່າງເປັນທາງການແລ້ວ³⁶. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ຍັງບໍ່ທັນມີຄູ່ມືການນຳໃຊ້ສັນຍາລັກດັ່ງກ່າວ ໃຫ້ແກ່ແຕ່ລະພາກສ່ວນນຳໃຊ້ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ສັນຍາລັກເປັນທີ່ຈິດຈຳໃນກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ.



³⁵ Country Brand Ranking 2017 - 2018, Tourism Edition, Bloom Consulting, ຫນ້າ 30

³⁶ ແຜນຍຸດທະສາດພັດທະນາ ແລະ ສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ປີ 2011 – 2020, ຫນ້າ 17, ພະແນກ ຖວທ ແຂວງ

ການນໍາໃຊ້ແບຣນ ບໍ່ແມ່ນພຽງແຕ່ການນໍາໃຊ້ໂລໂກ ແລະ ຄໍາຂວັນເທົ່ານັ້ນ, ແຕ່ຍັງຫມາຍເຖິງການນໍາໃຊ້ ຮູບພາບ, ສີສັນ ແລະ ຄໍາເວົ້າ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັນ ແລະ ແທດເຫມາະກັບຕະຫລາດກຸ່ມເປົ້າຫມາຍ.

ໃນຍຸດທະສາດສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Tourism Branding Strategy) ໄດ້ກຳນົດ 4 ຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍຫລັກ (Primary Audience) ແລະ 2 ຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍສຳຮອງ (Secondary Audience) ໂດຍແບ່ງຕາມແຮງຈູງໃຈ (Motivation) ຂອງເຂົາເຈົ້າ³⁷. ການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນຈະຕ້ອງສື່ສານຂໍ້ມູນຕາມຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ແຮງຈູງໃຈຂອງບັນດາຕະຫລາດກຸ່ມເປົ້າຫມາຍເຫລົ່ານີ້, ແຕ່ບໍ່ແມ່ນການສື່ສານ ຫລື ໂຄສະນາໂດຍອີງໃສ່ແຕ່ສິ່ງທີ່ເຮົາມີ.

ຮູບພາບ: ກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ ໂດຍແບ່ງຕາມແຮງຈູງໃຈ

TRAVELLER TYPOLOGIES

SECONDARY AUDIENCE

<p style="margin: 0;">NOVELTY</p>  <p style="margin: 5px 0 0 0; font-size: 0.8em;">Desire to find something new – whether a tangible place to visit or intangible life experiences</p>	<p style="margin: 0;">EXPLORATION</p>  <p style="margin: 5px 0 0 0; font-size: 0.8em;">Willing to see and explore all a destination has to offer</p>	<p style="margin: 0;">SOCIALISING</p>  <p style="margin: 5px 0 0 0; font-size: 0.8em;">Travelling with friends or to interact with like-minded individuals on their travel</p>	<p style="margin: 0;">AFFORDABLE ESCAPE</p>  <p style="margin: 5px 0 0 0; font-size: 0.8em;">Seeking a nearby destination for an enjoyable escape within a budget</p>	<p style="margin: 0;">ROMANCE</p>  <p style="margin: 5px 0 0 0; font-size: 0.8em;">Travel with a significant other, to feel close and share intimate moments</p>
<p style="margin: 0;">TOGETHERNESS</p>  <p style="margin: 5px 0 0 0; font-size: 0.8em;">Travelling as a family with the primary focus of bonding and creating memories</p>	<p style="margin: 0;">RECHARGE</p>  <p style="margin: 5px 0 0 0; font-size: 0.8em;">Chance to unwind and escape in a peaceful destination - whether alone or with others.</p>	<p style="margin: 0;">ACTIVE</p>  <p style="margin: 5px 0 0 0; font-size: 0.8em;">Seeking to enjoy outdoor leisure and recreational activities of interest</p>	<p style="margin: 0;">INDULGENCE</p>  <p style="margin: 5px 0 0 0; font-size: 0.8em;">Seeking time away in luxurious surrounds primarily to pamper themselves and relax</p>	<p style="margin: 0;">PRESTIGE</p>  <p style="margin: 5px 0 0 0; font-size: 0.8em;">Seeks an experience that enhances and reinforces their high social standing</p>

LAOS BRAND STRATEGY & CULTURE 29

³⁷ ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Tourism Branding Strategy), ໜ້າ 29, ກົມໂຄສະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖວທ

6.2 ຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍຫລັກ (Primary Audience)

- 1) **Novelty (ຄົນມັກສິ່ງໃໝ່ໆ):** ຕ້ອງການຊອກຫາສິ່ງໃໝ່ໆ, ນັບທັງການຢ້ຽມຢາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ຈັບຕ້ອງໄດ້ (Tangible) ຫລື ການສຳພັດວິຖີຊີວິດທີ່ຈັບຕ້ອງບໍ່ໄດ້ (Intangible).
- 2) **Exploration (ຄົນມັກຄົ້ນຫາ):** ຕ້ອງການເບິ່ງ ແລະ ຄົ້ນຫາທຸກສິ່ງທີ່ມີຢູ່ໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ
- 3) **Recharge (ຄົນຕ້ອງການພັກຜ່ອນ):** ຕ້ອງການຜ່ອນຄາຍ ແລະ ຫລີກຫນີເຂົ້າໄປໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທີ່ງຽບສະຫງົບ, ອາດຈະມາຄົນດຽວ ຫລື ມາກັບຄົນອື່ນ
- 4) **Active (ຄົນມັກກິດຈະກຳກາງແຈ້ງ):** ຕ້ອງການມ່ວນຊື່ນກັບການເຮັດກິດຈະກຳກາງແຈ້ງ (Outdoor leisure and recreational activities).

6.3 ຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍສຳຮອງ (Secondary Audience)

- 1) **Affordable Escape (ຄົນມັກຫລີກຫນີໄປພັກຜ່ອນໃນງົບປະມານຈຳກັດ):** ຕ້ອງການເດີນທາງໄປຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດໃກ້ຄຽງ ເພື່ອການຫລີກຫນີທີ່ມ່ວນຊື່ນໃນງົບປະມານທີ່ມີ
- 2) **Indulgence:** ຕ້ອງການໃຊ້ເວລາໃນທຳມະການຄວາມຫລຸຫລາ ເພື່ອຕອບສະຫນອງຄວາມຕ້ອງການຂອງເຂົາເຈົ້າ ແລະ ເພື່ອພັກຜ່ອນ

6.4 ການວາງຕຳແໜ່ງຂອງແບຣນ (Brand Positioning)

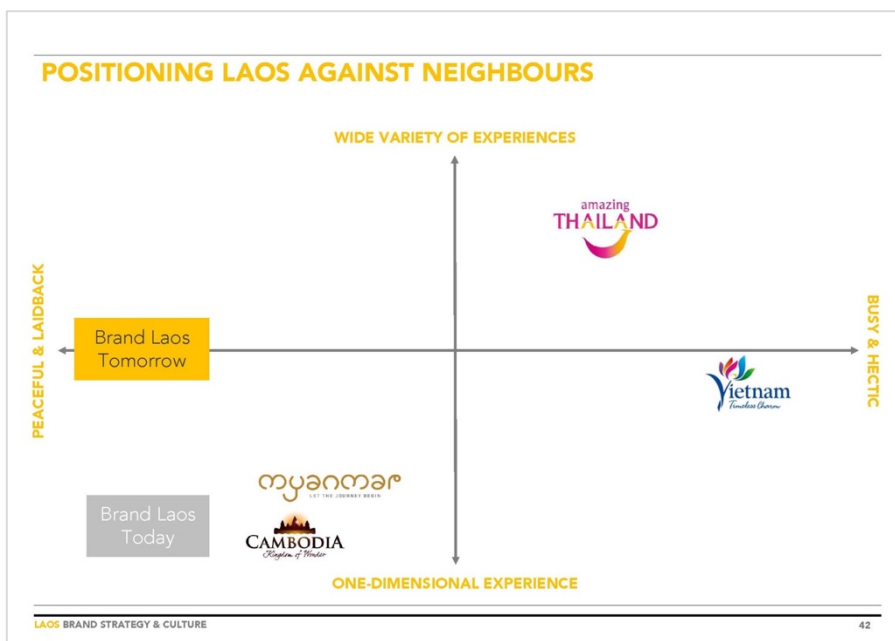
ເພື່ອເຮັດໃຫ້ແບຣນທ່ອງທ່ຽວລາວແຕກຕ່າງຈາກຄູ່ແຂ່ງໃນເຂດພາກພື້ນ, ແຜນຍຸດທະສາດສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Tourism Branding Strategy) ໄດ້ວາງຕຳແໜ່ງ (Brand Position) ແບຣນທ່ອງທ່ຽວລາວຄືນໃໝ່. ແບຣນທ່ອງທ່ຽວລາວໃນປັດຈຸບັນ (Brand Laos Today) ເນັ້ນໃສ່ການທ່ອງທ່ຽວທາງດ້ານວັດທະນະທຳ (Cultural) ແລະ ກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວສ່ວນໃຫຍ່ ບໍ່ທັນໄດ້ຮັບການພັດທະນາເພື່ອໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວໄດ້ມີປະຕິສຳພັນເທົ່າທີ່ຄວນ, ໄດ້ພຽງແຕ່ເບິ່ງ (To See). ແບຣນທ່ອງທ່ຽວລາວໃນຕໍ່ໜ້າ (Brand Laos Tomorrow) ຈະຮັກສາສົມດຸນລະຫວ່າງການທ່ອງທ່ຽວທາງດ້ານທຳມະຊາດ (Natural) ແລະ ວັດທະນະທຳ (Cultural) ແລະ ເນັ້ນການສຳພັດປະສົບການ (To Experience).

ແຜນວາດ 6.4.1: ການກຳນົດຕຳແໜ່ງແບຣນທ່ອງທ່ຽວລາວ



ນອກຈາກນັ້ນ, ແບຣນທ່ອງທ່ຽວລາວຈະຮັກສາ ຄວາມງຽບສະຫງົບ (Peaceful & Laidback) ເຊິ່ງເປັນຈຸດທີ່ ສປປ ລາວ ແຕກຕ່າງຈາກປະເທດອ້ອມຂ້າງຫລາຍທີ່ສຸດ. ຄຽງຄູ່ກັນນັ້ນ, ການທ່ອງທ່ຽວລາວຈະຕ້ອງສະໜອງປະສົບການດ້ານການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ມີຄວາມຫລາກຫລາຍຮູບແບບ (Wide Variety of Experience).

ແຜນວາດ 6.4.2: ການກຳນົດຕຳແໜ່ງແບຣນທ່ອງທ່ຽວລາວ



6.5 ຈຸດຂາຍທີ່ເປັນເອກະລັກ (Unique Selling Points – USPs)

ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການທ່ອງທ່ຽວລາວແຕກຕ່າງຈາກແບຣນທ່ອງທ່ຽວຂອງບັນດາປະເທດອ້ອມຂ້າງ, ເຮົາຈະຕ້ອງວາງຕໍາແໜ່ງແບຣນທ່ອງທ່ຽວລາວ ໄປໃນທິດທາງ ການສໍາພັດປະສົບການທາງທໍາມະຊາດ ແລະ ວັດທະນະທໍາ. ສະໜອງປະສົບການດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຫລາກຫລາຍ ຄຽງຄູ່ກັບການຮັກສາບັນຍາກາດງຽບສະຫງົບ.

6.6 ສະຫລຸບ

- 1) ແບຣນທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Simply Beautiful) ແລະ ແຂວງຫລວງພະບາງ (Luang Prabang Timless) ຍັງບໍ່ທັນເປັນທີ່ຮູ້ຈັກໃນຕະຫລາດທ່ອງທ່ຽວ, ບໍ່ທັນຖືກນໍາໃຊ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງໃນບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ.
- 2) ແບຣນທ່ອງທ່ຽວລາວ ໄດ້ກໍານົດກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ. ການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນຈະຕ້ອງສື່ສານຂໍ້ມູນຕາມຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ແຮງຈູງໃຈຂອງບັນດາກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍເຫລົ່ານີ້, ແຕ່ບໍ່ແມ່ນການສື່ສານ ຫລື ໂຄສະນາໂດຍອີງໃສ່ແຕ່ສິ່ງທີ່ເຮົາມີ.
- 3) ຄຸນລັກສະນະຂອງແຕ່ລະກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ ແມ່ນມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ດັ່ງຕາຕະລາງລຸ່ມນີ້ ເຊິ່ງຈະຕ້ອງນໍາໃຊ້ເຂົ້າໃນການອອກແບບເນື້ອໃນການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ມີຄວາມແທດເຫມາະກັບຄວາມສົນໃຈ ແລະ ແຮງຈູງໃຈຂອງແຕ່ລະກຸ່ມ.

ລໍາດັບ	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	ຄຸນລັກສະນະ
1	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາເປັນກຸ່ມໃຫຍ່	Novelty, Recharge
2	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາເປັນກຸ່ມນ້ອຍ	Novelty, Recharge, Indulgence
3	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບມາແບບອິດສະຫລະ	Exploration, Active
4	ກະແສນັກທ/ທສາກົນງົບປະມານຫນ້ອຍມາແບບອິດສະຫລະ	Affordable Escape, Active
5	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວລ່ອງເຮືອສໍາລານ	Novelty, Recharge, Indulgence
6	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໄທມາເປັນກຸ່ມ	Recharge
7	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຄາລາວານລົດຈັກບິກໄບໄທ	Active, Exploration
8	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຄາລາວານລົດໃຫຍ່ວິບາກຈາກໄທ	Active, Exploration
9	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວເກົາຫລີມາເປັນກຸ່ມ	Novelty, Recharge
10	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນມາເປັນກຸ່ມ	Novelty, Recharge
11	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຄາລາວານລົດໃຫຍ່ຈາກຈີນ	Active, Exploration
12	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວກິລາກໍ່ອບຈາກເຂດພາກພື້ນ	Active
13	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບກອງປະຊຸມ (MICE)	Recharge
14	ກະແສນັກທ/ທໃນຮູບແບບການສຶກສາຈາກຕ່າງປະເທດ	Exploration
15	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບການສຶກສາຈາກພາຍໃນ	Exploration
16	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນໄລຍະເທດສະການ	Recharge, Active

7) ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ

ອີງຕາມແຜນຍຸດທະສາດການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວລາວປີ 2019 – 2022, ໄດ້ກຳນົດທິດທາງການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວລາວໃນຕໍ່ໜ້າດັ່ງນີ້³⁸:

7.1 ເນັ້ນໜັກການໂຄສະນາທາງອອນລາຍ (Go Digital)

ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວລາວໃນຕໍ່ໜ້າ ແມ່ນຈະເນັ້ນໜັກໃສ່ການໂຄສະນາທາງອອນລາຍ (Online) ຫລື ທາງດິຈິຕອນ (Digital) ໃຫ້ຫລາຍຂຶ້ນ ແລະ ຫລຸດຜ່ອນການໂຄສະນາທາງອອຟລາຍ (Offline) ເຊັ່ນ: ການຈັດພິມແຜ່ນພັບໂຄສະນາ (Brochure) ແລະ ຫັນມາສະໜອງຂໍ້ມູນເທິງເວັບໄຊ, ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ແອບມິຊີໃຫ້ຫລາຍຂຶ້ນ. ຈຸດດີຂອງການໂຄສະນາທາງອອນລາຍແມ່ນ ສາມາດຜະລິດ ແລະ ປັບປຸງເນື້ອໃນໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ, ສາມາດເຂົ້າເຖິງກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າໝາຍໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ, ຕົ້ນທຶນຕໍ່າກວ່າ ແລະ ສາມາດປະເມີນຜົນໄດ້ ທັນທີ ແລະ ມີຄວາມຊັດເຈນສູງ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວກໍຍັງມີຄວາມຈຳເປັນທີ່ຕ້ອງສືບຕໍ່ການໂຄສະນາທາງອອຟລາຍ ເພື່ອສະໜອງຂໍ້ມູນ ແລະ ເຂົ້າເຖິງນັກທ່ອງທ່ຽວອີກຊ່ອງທາງໜຶ່ງ ເຊັ່ນ: ການເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວ, ການຈັດງານນິທັດສະການ ແລະ ເທດສະການ, ການຜະລິດສິ່ງພິມໂຄສະນາ ແລະ ການສະໜອງຂໍ້ມູນຢູ່ຕາມສູນຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ. ສິ່ງສຳຄັນແມ່ນ ບັນດາກິດຈະກຳຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບອອກແບບ ແລະ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຢ່າງມີຍຸດທະສາດ, ມີຄວາມເຊື່ອມໂຍງກັບບັນດາກິດຈະກຳທາງອອນລາຍ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວມີປະສິດທິພາບ ແລະ ປະສິດທິຜົນສູງສຸດ.

³⁸ ແຜນຍຸດທະສາດການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວລາວປີ 2019 – 2022, ກົມໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖວທ, 2019

7.2 ນຳໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກເຂດພາກພື້ນ (Maximize Regional)

ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມາຢ້ຽມຢາມບັນດາປະເທດອາຊຽນ (ASEAN) ມີຈຳນວນເຖິງ 135 ລ້ານຄົນ ໃນປີ 2018, ໃນນັ້ນມີຈຳນວນ 3.09%³⁹ ທີ່ເຂົ້າມາທ່ຽວລາວ. ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວລາວໃນຕໍ່ໜ້າ ແມ່ນ ຈະຕ້ອງດຶງດູດເອົາບັນດານັກທ່ອງທ່ຽວດັ່ງກ່າວໃຫ້ເຂົ້າມາທ່ຽວລາວຫລາຍຂຶ້ນ. ນອກຈາກນັ້ນ, ເຮົາຈະຕ້ອງສຸມໃສ່ ດຶງດູດນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນທີ່ມີອັດຕາການຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ໃຫ້ເຂົ້າມາທ່ອງທ່ຽວລາວຫລາຍຂຶ້ນ.

7.3 ກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ (Target Markets)

ກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍການທ່ອງທ່ຽວລາວແມ່ນປະກອບມີ 4 ກຸ່ມ ໂດຍແບ່ງຕາມຂົງເຂດຄື: 1) ນັກທ່ອງ ທ່ຽວພາຍໃນ (ຄົນລາວ ແລະ ຄົນຕ່າງປະເທດທີ່ອາໄສຢູ່ລາວ), 2) ນັກທ່ອງທ່ຽວພາກພື້ນ (ໄທ, ຫວຽດນາມ, ພະມ້າ ແລະ ກຳປູເຈຍ), 3) ນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນ ແລະ 4) ນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ (ອາຊຽນ, ເອີລົບ, ອາເມລິກາ ແລະ ອົດສະຕາລີ) ⁴⁰. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ເນື້ອໃນສຳລັບການໂຄສະນາແມ່ນຈະໄດ້ອີງໃສ່ຄຸນລັກສະນະຂອງນັກທ່ອງ ທ່ຽວ (Traveler Typology) ຫລາຍກວ່າການສຸມໃສ່ປະເທດ ຫລື ທີ່ຕັ້ງພູມສັນຖານ

³⁹ ເປົ້າຫມາຍຂອງໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວໄລຍະ 2 ແມ່ນການເພີ່ມອັດຕາສ່ວນຈຳນວນນັກທ່ອງ ທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມາອາຊຽນໃຫ້ເຂົ້າມາລາວຫລາຍຂຶ້ນຈາກ 8% ເປັນ 8.3% (ນັບທັງກຳປູເຈຍ) ຮອດປີ 2025

⁴⁰ ແຜນຍຸດທະສາດການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວລາວປີ 2019 – 2022, ໜ້າ 5, ກົມໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖວທ, 2019

7.4 ກິດຈະກຳການຕະຫລາດ (Marketing Activity)

ຍຸດທະສາດການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວປີ 2019 – 2022 ໄດ້ກຳນົດກິດຈະກຳການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວລາວ ພ້ອມທັງວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດໄວ້ດັ່ງນີ້:

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ
1	ການໂຄສະນາອອນລາຍ	<ul style="list-style-type: none"> ○ ປັບປຸງເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບຍຸດທະສາດສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Branding Strategy). ເນື້ອໃນຈະຕ້ອງຖືກສ້າງ ແລະ ດັດປັບໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ ເຊິ່ງບໍ່ພຽງແຕ່ເປັນການແປຈາກພາສາຫນຶ່ງເປັນອີກພາສາຫນຶ່ງ. ນຳໃຊ້ຮູບພາບທີ່ມີຄວາມລະອຽດສູງ, ເບິ່ງໃນຫນ້າຈໍມີຖືໄດ້ງ່າຍ ແລະ ປັບປຸງເນື້ອໃນສະຫມໍ່ສະເຫມີ ໂດຍມີທີມງານຊ່ຽວຊານແຕ່ລະກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ ສຶກສາຕະຫລາດ ແລະ ຂຽນເນື້ອໃນສົ່ງໃຫ້ກົມໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ. ○ ນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍເຊັ່ນ: Tripadvisor, Instagram, Facebook, WeChat, Weibo ແລະ ອື່ນໆ ○ ສ້າງແອບມິຖີທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ສາມາດໃຊ້ຍາມບໍ່ມີສັນຍານອິນເຕີເນັດ. ○ ປັບປຸງຂໍ້ມູນແຜນທີ່ອອນລາຍເຊັ່ນ: Google Maps
2	ການເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> ○ ກຳນົດ ແລະ ຄັດເລືອກງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວທີ່ແທດເຫມາະກັບ ຍຸດທະສາດການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ. ບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງເຂົ້າຮ່ວມຫລາຍບ່ອນ, ເຂົ້າຮ່ວມຫນ້ອຍບ່ອນ ແຕ່ເຮັດໃຫ້ຜົນອອກມາດີທີ່ສຸດ. ○ ກຳນົດວິທີການອື່ນໃນການເຂົ້າຫາບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຢູ່ຕ່າງປະເທດເຊັ່ນ: ການຈັດງານຢ້ຽມຢາມພົບປະບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ (Roadshow) ເຊິ່ງມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຖືກກວ່າ ແລະ ເຂົ້າເຖິງກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍໄດ້ດີກວ່າ ○ ສະຫນອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານກັບບັນດາບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຢູ່ຕ່າງປະເທດ ທາງອອນລາຍ ເຊັ່ນ: ການສົ່ງຈົດຫມາຍຂ່າວທີ່ປະກອບມີ ສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວ, ຮູບພາບ ແລະ ເສັ້ນທາງການທ່ອງທ່ຽວ. ○ ອອກແບບຫ້ອງວາງສະແດງທີ່ສອດຄ່ອງກັບພາບລັກທາງການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວລາວ - Laos Simply Beautiful Brand ○ ວາງແຜນ, ກະກຽມລ່ວງຫນ້າ, ກຳນົດເປົ້າຫມາຍທີ່ສາມາດວັດແທກໄດ້ ○ ຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນການເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວ

3	ການປະຊາສຳພັນ	<ul style="list-style-type: none"> ○ ຈັດງານຢ້ຽມຢາມສຳພັດວົງຈອນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຮັບໄດ້ການພັດທະນາແລ້ວ (FAM Trip) ໃຫ້ແກ່ບັນດາບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ, ສື່ມວນຊົນ, ນັກຂຽນບົດຄວາມອອນລາຍ (Blogger), ດາລາ ຫລື ຜູ້ທີ່ມີສື່ສຽງໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ (Influencer) ○ ສ້າງກອງທຶນສະໜັບສະໜູນການໂຄສະນາຂອງສື່ມວນຊົນຕ່າງປະເທດ, ເພື່ອໃຊ້ຈ່າຍກໍລະນີເຂົ້າເຈົ້າເດີນທາງເຂົ້າມາໃນຂົງເຂດພາກພື້ນແລ້ວ ແລະ ຕ້ອງການຢາກເຂົ້າມາໃນ ສປປ ລາວ. ○ ຜະລິດປ້າຍນຳສະເໜີຂໍ້ມູນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ສຳຄັນຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າໃຈ ກ່ຽວກັບປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ.
4	ການຈັດງານນິທັດສະການ ແລະ ເທດສະການ	<ul style="list-style-type: none"> ○ ສ້າງປະຕິທິນງານນິທັດສະການ ແລະ ເທດສະການປະຈຳປີ ທີ່ສາມາດເຊື່ອມໂຍງກັບການສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວລາວ ເຊັ່ນ: ບຸນປະເພນີ, ງານແຂ່ງຂັນກິລາ, ງານນິທັດຖະກຳ ແລະ ອື່ນໆ ○ ວາງແຜນ, ກະກຽມລ່ວງຫນ້າ, ກຳນົດກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ, ນຳໃຊ້ສື່ມວນຊົນຕ່າງປະເທດ ໃນການໂຄສະນາໃຫ້ເຂົ້າເຖິງນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ ○ ສະໜັບສະໜູນພາກທຸລະກິດໃນການເປັນເຈົ້າການໃນການຈັດງານ ແລະ ຮ່ວມມືກັບບໍລິສັດຮັບຈັດງານມີອາຊີບ.
5	ການຜະລິດສິ່ງພິມໂຄສະນາ	<ul style="list-style-type: none"> ○ ຜະລິດສິ່ງພິມໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບຍຸດທະສາດສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Tourism Branding Strategy) ○ ເນື້ອໃນຈະຕ້ອງອອກແບບໂດຍອີງໃສ່ ຄຸນລັກສະນະຂອງກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ (Traveler Typologies) ຫລາຍກວ່າເຮັດເປັນແຂວງ ○ ສ້າງຄັງຮູບພາບ ແລະ ຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Tourism Image & Text Library) ທີ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ທຸກທີ່ທຸກເວລາ. ○ ສ້າງຄູ່ມືແນະນຳການນຳໃຊ້ ແລະ ແບບຮ່າງສິ່ງພິມໂຄສະນາ ທີ່ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Branding)
6	ການສຶກສາວິໄຈ ການຕະຫລາດ	<ul style="list-style-type: none"> ○ ສຶກສາວິໄຈກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ ○ ສຶກສາວິໄຈຜົນໄດ້ຮັບຂອງການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ການໂຄສະນາທາງອອນລາຍ, ການເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງ, ການຈັດງານຢ້ຽມຢາມວົງຈອນການທ່ອງທ່ຽວ, ການຈັດງານນິທັດສະການ ແລະ ເທດສະການ ແລະ ການຜະລິດສິ່ງພິມຕ່າງໆ.

8) ຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ

ອົງການທ່ອງທ່ຽວໂລກຂອງສະຫະປະຊາຊາດ (UNWTO) ໄດ້ໃຫ້ຄໍານິຍາມຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວໄວ້ວ່າ “ຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນ ການປະສົມປະສານຂອງບັນດາອົງປະກອບທີ່ສ້າງໃຫ້ເກີດປະສົບການທັງຫມົດ ທີ່ສາມາດສະໜອງໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ⁴¹. ປະສົບການໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນ ມີທັງສິ່ງທີ່ບໍ່ສາມາດຈັບຕ້ອງໄດ້ ເຊັ່ນ: ທັດສະນີຍະພາບ, ສະພາບແວດລ້ອມ, ການບໍລິການ, ຄວາມເປັນມິດໄມຕີຂອງຄົນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ສິ່ງທີ່ສາມາດຈັບຕ້ອງໄດ້ເຊັ່ນ: ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ, ພາຫະນະເດີນທາງ, ທີ່ພັກເຊົາ, ຮ້ານອາຫານ ແລະ ອື່ນໆ. ກົດຫມາຍວ່າດ້ວຍການທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ໄດ້ກຳນົດໄວ້ວ່າ: ຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ ຫມາຍເຖິງຊັບພະຍາກອນທ່ອງທ່ຽວຕາມທຳມະຊາດ ແລະ ມະນຸດສ້າງຂຶ້ນ ເພື່ອເປັນສິ່ງຮອງຮັບ, ສະໜອງ ແລະ ບໍລິການໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວ⁴².

8.1 ປະເພດຂອງຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ

8.1.1 ຊັບພະຍາກອນທ່ອງທ່ຽວຕາມທຳມະຊາດ (Natural Assets)

ປະກອບດ້ວຍ ທັດສະນີຍະພາບ, ຜາ, ຖ້ຳ, ພູພຽງ, ພູສູງ, ພູໄຟ, ທົ່ງພຽງ, ປ່າໄມ້, ພືດພັນ, ສັດປ່າ, ສັດນ້ຳ, ແມງໄມ້, ດອກໄມ້, ແມ່ນ້ຳ, ດອນ, ຫາດຊາຍ, ຫນອງ, ບຶງ, ນ້ຳຕົກຕາດ, ແກ້ງ, ບໍ່ນ້ຳຮ້ອນ, ປາກົດການທາງທຳມະຊາດ ແລະ ອື່ນໆ. ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວປະເພດນີ້ແມ່ນ ຕ້ອງຮັບປະກັນການຮັກສາຄວາມດັ່ງເດີມ (Authenticity) ຂອງມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດ, ຫລືກວ້າງ ຫລື ຫລຸດຜ່ອນການພັດທະນາ ຫລື ປັບປຸງທີ່ຜິດແປກຈາກທຳມະຊາດຫລາຍເກີນໄປ. ນອກຈາກນັ້ນ, ກໍ່ຕ້ອງມີລະບົບການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ປົກປັກຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມທີ່ມີມາດຕະຖານ ເພື່ອຮັບປະກັນຄວາມຍືນຍົງຂອງການທ່ອງທ່ຽວ.

⁴¹ ຄູ່ມືການພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖວທ, ຫນ້າທີ 135, ກະຊວງ ຖວທ

⁴² ກົດຫມາຍວ່າດ້ວຍການທ່ອງທ່ຽວ (ສະບັບປັບປຸງ), ຫນ້າທີ 3, ສະພາແຫ່ງຊາດ, ວັນທີ 24 ກໍລະກົດ 2013

8.1.2 ຊັບພະຍາກອນທ່ອງທ່ຽວທີ່ມະນຸດສ້າງຂຶ້ນ (Developed Assets)

ຊັບພະຍາກອນທ່ອງທ່ຽວທີ່ມະນຸດສ້າງຂຶ້ນແມ່ນປະກອບດ້ວຍ:

ຊັບພະຍາກອນທ່ອງທ່ຽວທີ່ມະນຸດສ້າງຂຶ້ນທາງດ້ານວັດທະນະທຳ: ເຊັ່ນ: ສິລະປະກຳ, ສະຖາປັດຕະຍາກຳ, ປູຊະນິຍະສະຖານ, ບູຮານວັດຖຸ, ບູຮານສະຖານ, ວັດວາອາຮາມ, ອາຄານບ້ານເຮືອນ, ສິນລະປະວັນນະຄະດີ, ນິທັດສະການ, ເທດສະການ, ງານບຸນ ແລະ ພິທີກຳຕ່າງໆ, ວິຖີຊີວິດ, ສູນການຄ້າ, ສູນວາງສະແດງ ແລະ ອື່ນໆ.

ຊັບພະຍາກອນທ່ອງທ່ຽວທີ່ມະນຸດສ້າງຂຶ້ນທາງດ້ານປະຫວັດສາດ: ເຊັ່ນ: ຫໍພິພິທະພັນ, ອະນຸສອນສະຖານ, ຫໍໂຮງ, ສະຖານທີ່ເກີດ, ອາໄສ ແລະ ເຮັດວຽກຂອງບຸກຄົນສຳຄັນ, ຮ່ອງຮອຍສະຫມໍລະພູມ ແລະ ອື່ນໆ.

ຊັບພະຍາກອນທ່ອງທ່ຽວທີ່ມະນຸດສ້າງຂຶ້ນຕາມແບບທຳມະຊາດ: ເຊັ່ນ: ສວນອຸທິຍານ, ສວນສະຫນຸກ, ສວນສັດ, ສະຖານທີ່ຈຳລອງ ແລະ ອື່ນໆ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຊັບພະຍາກອນທ່ອງທ່ຽວທີ່ມະນຸດສ້າງຂຶ້ນຍັງລວມເຖິງ ການບໍລິການຕ່າງໆທີ່ປິ່ນອ້ອມເຊັ່ນ: ທີ່ພັກເຊົາ, ຮ້ານອາຫານ, ສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກ ແລະ ອື່ນໆ.

ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ມະນຸດສ້າງຂຶ້ນ ແມ່ນຈະຕ້ອງອອກແບບໃຫ້ຜະລິດຕະພັນມີຊີວິດຊີວາ ແລະ ເກີດການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ. ຕົວຢ່າງ ຖ້າທ່ານໄປທ່ຽວຊົມຜາສາດຫີນວັດພູຕາມລຳພັງ ທ່ານຈະເຫັນພຽງແຕ່ກ້ອນຫີນ, ແຕ່ຖ້າມີພະນັກງານນຳທ່ຽວມໍລະດົກອະທິບາຍກ່ຽວກັບປະຫວັດຄວາມເປັນມາໃຫ້ທ່ານຮູ້ ກໍ່ຈະເຮັດໃຫ້ຜາສາດຫີນວັດພູມີຊີວິດຂຶ້ນມາຜ່ານເລື່ອງລາວທີ່ປະກົດຂຶ້ນໃນມະໂນພາບຂອງທ່ານ. ການເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວມີຊີວິດຊີວາ ຍັງສາມາດເຮັດໄດ້ອີກຫລາຍວິທີເຊັ່ນ: ການສ້າງປ້າຍນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ (Interpretation Panel) ທີ່ປະກອບມີຮູບພາບ ແລະ ຂໍ້ມູນ, ການນຳໃຊ້ເຄື່ອງອະທິບາຍສຽງ (Audio Guide), ການນຳໃຊ້ສິ່ງປະຈັກຕາ ແລະ ອື່ນໆ.

8.1.3 ຜະລິດຕະພັນທ້ອງຖິ່ນ

ປະກອບມີຜະລິດຕະພັນທີ່ຜະລິດຢູ່ທ້ອງຖິ່ນ ຫລື ພາຍໃນປະເທດເຊັ່ນ: ຜະລິດຕະພັນຫັດຖະກຳ ແລະ ກະສິກຳທີ່ສາມາດໂຄສະນາ ແລະ ຂາຍໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວ. ປະກອບມີສິນຄ້າຫັດຖະກຳທີ່ເຮັດຈາກຜ້າໄຫມ, ຜ້າຝ້າຍ, ຖັກແສ່ວ, ຈັກສານ, ຜະລິດຕະພັນທີ່ເຮັດຈາກໄມ້, ແກະສະລັກຫີນ ແລະ ໄມ້, ຮູບແຕ້ມ, ຊາ, ກາເຟ, ສິນຄ້າກະສິກຳ, ອາຫານ, ເຂົ້າຫນົມແປຮູບ ແລະ ອື່ນໆ.

ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນທ້ອງຖິ່ນ ຈະຕ້ອງຄຳນຶງເຖິງຄວາມຕ້ອງການຂອງກຸ່ມລູກຄ້າເບົ້າຫມາຍ ແລະ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ, ເຊິ່ງຜ່ານມາແມ່ນຍັງອີງຕາມລັກສະນະຂອງການຊົມໃຊ້ໃນຄົວເຮືອນ ເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນມີຂະໜາດໃຫຍ່, ນ້ຳໜັກຫລາຍ, ຂາດຄວາມປານິດ, ຂາດການເພີ່ມມູນຄ່າ (Value Addition), ຂາດການເຊື່ອມໂຍງກັບວິຖີຊີວິດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ (Life style), ຂາດການສ້າງສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງສິນຄ້າທີ່ເຂັ້ມແຂງ (Brand), ຂາດການຢັ້ງຢືນເພື່ອປົກປ້ອງ ແລະ ສິ່ງເສີມສິນຄ້າພາຍໃນ ເພື່ອແຂ່ງຂັນກັບສິນຄ້ານຳເຂົ້າ (Certification), ຂາດເລື່ອງລາວບອກເລົ່າປະຫວັດຄວາມເປັນມາ (Story) ຂອງຜະລິດຕະພັນ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຊື່ອມໂຍງກັບປະສົບການທ່ອງທ່ຽວຂອງເຂົາເຈົ້າ, ເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ປະສົບການທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມເຊື່ອມໂຍງກັນເປັນຫນຶ່ງດຽວ.

ຜະລິດຕະພັນທ້ອງຖິ່ນ ນອກຈາກຈະສາມາດຂາຍໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວແລ້ວ, ຍັງສາມາດຂາຍໃຫ້ບັນດາທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ເປັນຕົ້ນແມ່ນທີ່ພັກແຮມ. ຫນຶ່ງໃນບັນດາ 11 ເງື່ອນໄຂຫລັກ ຂອງມາດຕະ ຖານໂຮງແຮມຂຽວອາຊຽນແມ່ນ ການນຳໃຊ້ຜະລິດຕະພັນທີ່ເປັນມິດກັບສິ່ງແວດລ້ອມ ເຊັ່ນ: ການຊຸກຍູ້ໃຫ້ມີການ ນຳໃຊ້ຜະລິດຕະພັນທ້ອງຖິ່ນໃນການດຳເນີນທຸລະກິດເຊັ່ນ: ອາຫານ ແລະ ເຄື່ອງຫັດຖະກຳ⁴³.

ການສິ່ງເສີມຜະລິດຕະພັນທ້ອງຖິ່ນ ແມ່ນວຽກງານທີ່ຕິດພັນກັບການສິ່ງເສີມການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງຊົນ ເຜົາ, ບົດບາດຍິງຊາຍ ແລະ ຜູ້ທຸກຍາກໃນເຂດຊົນນະບົດ. ເປັນການສິ່ງເສີມຜະລິດຕະພັນພາຍໃນ ເຮັດໃຫ້ເສດຖະກິດເຂັ້ມແຂງ ແລະ ຫລຸດຜ່ອນການຮົ່ວໄຫລຂອງລາຍຮັບອອກນອກປະເທດ

⁴³ ມາດຕະຖານໂຮງແຮມຂຽວອາຊຽນ, ຫນ້າທີ 12, ກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖວທ ແລະ TIIG 2 / ADB

8.2 ໂຄງລ່າງພື້ນຖານທີ່ຕິດພັນກັບການທ່ອງທ່ຽວ⁴⁴

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ຈຸດປະສົງ
1	ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> ປັບປຸງຖະຫນົນຫົນທາງ, ທ່າເຮືອ, ຂົວຂ້າມນ້ຳ, ໄຟເຍືອງທາງ ຄຳນຶງເຖິງການເຂົ້າເຖິງຂອງຜູ້ສູງອາຍຸ ແລະ ຄົນພິການ ເຊັ່ນ: ທາງສຳລັບລີ້ຍູ້, ຮາວຈັບຂັ້ນໄດ ແລະ ອື່ນໆ
2	ການຂົນສົ່ງໂດຍສານ	<ul style="list-style-type: none"> ປັບປຸງການຂົນສົ່ງໂດຍສານໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ມີມາດ ຕະຖານ, ມີຄວາມປອດໄພ ແລະ ເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ນຳສະເໜີຂໍ້ມູນເສັ້ນທາງ ແລະ ລາຄາ ຢູ່ຕາມສະຖານີໂດຍ ສານເປັນພາສາທີ່ແທດເຫມາະກັບແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
3	ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> ຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກຕາມເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ປົກຄຸມຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ອີງຕາມປຶ້ມຄູ່ມືແນະນຳປ້າຍຊີ້ບອກແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປ້າຍນຳສະເໜີຂໍ້ມູນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ
4	ໄຟຟ້າ ແລະ ນ້ຳປະປາ	<ul style="list-style-type: none"> ເຮັດໃຫ້ມີໄຟຟ້າ ແລະ ນ້ຳປະປາຊົມໃຊ້ຢ່າງພຽງພໍ ແລະ ສະອາດ
5	ເຕັກໂນໂລຊີ	<ul style="list-style-type: none"> ເຮັດໃຫ້ເຄືອຂ່າຍສັນຍານໂທລະສັບ ແລະ ອິນເຕີເນັດປົກຄຸມໃນພື້ນທີ່ຂອງການທ່ອງທ່ຽວ ການບໍລິການຊົມມືຖື ຫລື ອິນເຕີເນັດສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວ
6	ການບໍລິຫານຄຸ້ມຄອງຂີ້ເຫຍື້ອ ແລະ ສິ່ງເສດເຫຼືອ	<ul style="list-style-type: none"> ມີລະບົບການຈັດເກັບຂີ້ເຫຍື້ອຕາມຕົວເມືອງທ່ອງທ່ຽວ ມີສະໜາມຂີ້ເຫຍື້ອທີ່ໄດ້ມາດຕະຖານ ມີຖັງຖິ້ມຂີ້ເຫຍື້ອທີ່ໄດ້ມາດຕະຖານ ແລະ ພຽງພໍ ມີການປຸກຈິດສຳນຶກຂອງຄົນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວ ກ່ຽວກັບການຖິ້ມຂີ້ເຫຍື້ອທີ່ຖືກບ່ອນ ແລະ ການຫລຸດຜ່ອນປະລິມານຂີ້ເຫຍື້ອດ້ວຍວິທີ Reduce, Reuse ແລະ Recycle ມີລະບົບການບຳບັດນ້ຳເສຍ ກ່ອນປ່ອຍລົງສູ່ແຫລ່ງນ້ຳທຳມະຊາດ ໂດຍສະເພາະພາກທຸລະກິດ
7	ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະ	<ul style="list-style-type: none"> ເຮັດໃຫ້ມີຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະທີ່ພຽງພໍ ແລະ ມີມາດຕະຖານ ຄຳນຶງເຖິງການເຂົ້າເຖິງຂອງຜູ້ສູງອາຍຸ ແລະ ຄົນພິການ ມີລະບົບການເບິ່ງແຍງຮັກສາຄວາມສະອາດ

⁴⁴ ຄູ່ມືການຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ, 01 ສຳລັບຜູ້ປະກອບການ ຫລື ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວ, ຫນ້າ 35, ILO – SBC

8	ສູນຂໍ້​ມູນ​ການ​ທ່ອງ​ທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> ○ ເຮັດໃຫ້ມີສູນຂໍ້​ມູນ​ທີ່​ພຽງ​ພໍ ແລະ​ມີ​ຄຸນ​ນະ​ພາບ​ຕາມ​ຈຸດ​ຫມາຍ​ປາຍ​ທາງ​ການ​ທ່ອງ​ທ່ຽວ ໂດຍ​ອີງ​ຕາມ​ກະ​ແສ​ນັກ​ທ່ອງ​ທ່ຽວ ○ ມີ​ສິ່ງ​ພິມ​ທີ່​ພຽງ​ພໍ ແລະ ມີ​ຄຸນ​ນະ​ພາບ ເຊັ່ນ: ແຜ່ນ​ພັບ ແລະ ແຜນ​ທີ່​ທ່ອງ​ທ່ຽວ ○ ມີ​ບຸ​ກຄະ​ລາ​ກອນ​ທີ່​ສາມາດ​ສື່​ສານ​ກັບ​ກຸ່ມ​ຕະ​ຫລາດ​ເປົ້າ​ຫມາຍ
9	ການ​ເກັບ​ກຳ​ສະ​ຖິ​ຕິ​ການ​ທ່ອງ​ທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> ○ ມີ​ລະ​ບົບ​ການ​ເກັບ​ກຳ​ສະ​ຖິ​ຕິ​ທີ່​ສາມາດ​ເກັບ​ກຳ​ຂໍ້​ມູນ​ຂອງ​ທຸ​ລະ​ກິດ ແລະ ນັກ​ທ່ອງ​ທ່ຽວ ທັງ​ທາງ​ດ້ານ​ປະ​ລິ​ມານ (ຈຳ​ນວນ) ແລະ ຄຸນ​ນະ​ພາບ (ຄຳ​ຄິດ​ເຫັນ) ○ ສະ​ຖິ​ຕິ​ຈະ​ຕ້ອງ​ມີ​ຄວາມ​ຄົບ​ຖ້ວນ ແລະ ຊັດ​ເຈນ ໃນ​ລະ​ດັບ​ປະ​ເທດ, ແຂວງ ແລະ ເມືອງ ຕາມ​ຈຸດ​ຫມາຍ​ປາຍ​ທາງ​ການ​ທ່ອງ​ທ່ຽວ​ທີ່​ສຳ​ຄັນ

ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ ຈະຕ້ອງສອດຄ່ອງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ນອກຈາກການຄຳນຶງເຖິງທ່າແຮງຂອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ. ຮັກສາມໍລະດົກທາງດ້ານທຳມະຊາດ ແລະ ວັດທະນະທຳແບບດັ້ງເດີມ, ຫລືກວ້າງ ຫລື ຫລຸດຜ່ອນການພັດທະນາ ຫລື ປັບປຸງທີ່ເຮັດໃຫ້ຜິດແປກຈາກທຳມະຊາດຫລາຍເກີນໄປ. ລວມໄປເຖິງ ການສ້າງເລື່ອງລາວປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງຜະລິດຕະພັນ ຫັດ ຖະກຳທ້ອງຖິ່ນ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຊື່ອມໂຍງກັບປະສົບການທ່ອງທ່ຽວຂອງເຂົາເຈົ້າ.

9) ຄວາມປອດໄພ ແລະ ການຮັກສາຄວາມປອດໄພ

ຄວາມປອດໄພ ແລະ ການຮັກສາຄວາມປອດໄພ (Safety and Security) ໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ຖືກຈັດອັນດັບທີ 66 ໃນຈຳນວນ 136 ປະເທດທົ່ວໂລກ ແລະ ໄດ້ຄະແນນ 5.4 ໃນຈຳນວນຄະແນນເຕັມ 7, ຈາກການຈັດອັນດັບຂອງສະພາເສດຖະກິດໂລກ (World Economic Forum) ໃນປີ 2017⁴⁵. ຖ້າທຽບກັບບັນດາປະເທດໃນເຂດອາຊຽນແມ່ນ ສປປ ລາວ ຢູ່ໃນອັນດັບທີ 4 ຮອງຈາກສິງກະໂປ, ມາເລເຊຍ ແລະ ຫວຽດນາມ (ຕາຕະລາງ 9.1). ການໃຫ້ຄະແນນແມ່ນອີງຈາກ 5 ຫົວຂໍ້ຄື 1) ຜົນກະທົບຕໍ່ທຸລະກິດຈາກເຫດອາຊະຍາກຳ ແລະ ການໃຊ້ຄວາມຮຸນແຮງ, 2) ຄວາມຫນ້າເຊື່ອຖືຂອງການບໍລິການຂອງຕໍາຫລວດໃນການປະຕິບັດລະບຽບກົດຫມາຍ, 3) ຜົນກະທົບຕໍ່ທຸລະກິດຈາກເຫດການກໍ່ການຮ້າຍ, 4) ຈຳນວນເຫດການກໍ່ການຮ້າຍ ແລະ 5) ຈຳນວນເຫດການຄາດຕະກຳ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ການຈັດອັນດັບນີ້ ບໍ່ໄດ້ໂຮມເອົາບັນດາເຫດອາດຍາກຳນ້ອຍໆ ແລະ ອຸບັດຕິເຫດຕາມທ້ອງຖະຫນົນ.

ຕາຕະລາງ 9.1: ອັນດັບຄວາມປອດໄພ ແລະ ການຮັກສາຄວາມປອດໄພໃນອາຊຽນ⁴⁶

ລຳດັບ	ປະເທດ	ອັນດັບ	ຄະແນນ
1	ສິງກະໂປ	6	6.5
2	ມາເລເຊຍ	41	5.8
3	ຫວຽດນາມ	57	5.6
4	ລາວ	66	5.4
5	ກຳປູເຈຍ	88	5.1
6	ອິນໂດເນເຊຍ	91	5.1
7	ໄທ	118	4.0
8	ຟິລິບປິນ	126	3.6

⁴⁵ [Travel and Tourism Competitiveness Report 2017, World Economic Forum](#)

⁴⁶ ປະເທດບູໄນ ແລະ ພະມ້າ ບໍ່ຖືກຈັດອັນດັບ ເນື່ອງຈາກຂໍ້ມູນຂອງປະເທດບໍ່ຄົບຖ້ວນ

ການຮັກສາຄວາມປອດໄພໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນຕ້ອງຄໍານຶງເຖິງບັນດາບັນຫາຂ້າງລຸ່ມນີ້⁴⁷:

- 1) ແຜນຮັກສາຄວາມປອດໄພສໍາລັບນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ
ໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ຈະຕ້ອງມີແຜນຮັກສາຄວາມປອດໄພສໍາລັບນັກທ່ອງທ່ຽວ, ເຊິ່ງສ້າງຂຶ້ນຈາກການວິເຄາະຄວາມສ່ຽງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ. ແຜນດັ່ງກ່າວຈະຕ້ອງກໍານົດບັນດາກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີຄວາມສ່ຽງ ພ້ອມກັນກັບກໍານົດລະບຽບໃນການຄຸ້ມຄອງ ທັງກິດຈະກຳທາງບົກ, ທາງນໍ້າ ແລະ ທາງອາກາດ. ຕົວຢ່າງ ກິດຈະກຳປີນຜາ, ຖີບລົດ, ພາຍເຮືອກາຢັກ, ຂີ່ບອນລູນ, ຂີ່ພາລາມໍເຕີ້ ແລະ ອື່ນໆ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຕ້ອງມີຄໍາແນະນໍາສໍາລັບພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງໃນການສື່ສານກັບນັກທ່ອງທ່ຽວ ກໍລະນີເກີດອຸບັດຕິເຫດ ຫລື ເກີດເຫດການສຸກເສີນຕ່າງໆ. ແຜນຮັກສາຄວາມປອດໄພນີ້ ຈະຕ້ອງຖືກຮ່າງຂຶ້ນໂດຍການປຶກສາຫາລືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ແຜນມີຄວາມຄົບຖ້ວນ ແລະ ສົມບູນ.
- 2) ການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຄວາມປອດໄພ ແລະ ການຮັກສາຄວາມປອດໄພໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ
ຂໍ້ມູນຈະຕ້ອງຖືກເຜີຍແຜ່ເປັນພາສາຕ່າງປະເທດທີ່ແທດເຫມາະກັບນັກທ່ອງທ່ຽວ ໃນຮູບແບບອອນລາຍ, ການຈັດພິມແຜ່ນພັບ, ປ້າຍເຕືອນ, ປ້າຍຫ້າມ, ປ້າຍນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນ ແລະ ອື່ນໆ
- 3) ການເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຂອງຜູ້ສູງອາຍຸ ແລະ ຜູ້ເສຍອົງຄະ
ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຈະຕ້ອງມີສິ່ງອໍານວຍຄວາມສະດວກໃນການເຂົ້າເຖິງສໍາລັບຜູ້ສູງອາຍຸ ແລະ ຜູ້ເສຍອົງຄະ ເຊັ່ນ: ທາງລາດສໍາລັບລີ້ຍູ້, ຮາວຈັບຂັ້ນໄດ, ຫ້ອງນໍ້າສໍາລັບຄົນພິການ, ບ່ອນຈອດລົດພິເສດ ແລະ ອື່ນໆ
- 4) ການມີນໍ້າປະປາຊົມໃຊ້ຢ່າງພຽງພໍ ແລະ ມີຄຸນນະພາບ
ກໍລະນີນໍ້າໃຊ້ນໍ້າໂດຍກົງຈາກແມ່ນໍ້າ, ຈະຕ້ອງມີລະບົບການກັ່ນຕອງທີ່ຖືກສຸຂະອະນາໄມ ແລະ ແຈ້ງເຕືອນນັກທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ຮັບຮູ້ກ່ຽວກັບຄຸນນະພາບຂອງນໍ້າ. ຕົວຢ່າງ ການຊົມໃຊ້ນໍ້າຂອງຢູ່ດອນເດດດອນຄອນ.
- 5) ການກວດກາຄວາມສະອາດ ແລະ ຄວາມປອດໄພຂອງຮ້ານອາຫານເປັນປະຈໍາ
- 6) ທຸລະກິດທີ່ພັກແຮມມີມາດຕະການໃນການຮອງຮັບ ແລະ ປ້ອງກັນອັກຄີໄພ
- 7) ແຜນການຮອງຮັບໄພພິບັດທາງທໍາມະຊາດ ເຊັ່ນ: ນໍ້າຖ້ວມ, ໄຟໄຫມ້ປ່າ, ແຜ່ນດິນໄຫວ ແລະ ອື່ນໆ
- 8) ການປຶກສາຫາລືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດເປັນປົກກະຕິກ່ຽວກັບການຮັກສາຄວາມປອດໄພ

⁴⁷ ຄູ່ມືການຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ, 01 ສໍາລັບຜູ້ປະກອບການ ຫລື ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວ, ຫນ້າ 66, ILO – SBC

10) ການສື່ສານກ່ຽວກັບວິກິດການ

ວິກິດການ (Crisis) ແມ່ນຄວາມສ່ຽງ (Risk), ບັນຫາ (Issue) ແລະ ເຫດການສຸກເສີນ (Emergency) ທີ່ເກີດຂຶ້ນ ແລະ ສາມາດສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ. ສາມາດຈັດແບ່ງອອກເປັນ 5 ປະເພດຄື ວິກິດການທາງທຳມະຊາດ, ສັງຄົມ - ການເມືອງ, ເສດຖະກິດ, ສຸຂະພາບ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີ (ຕາຕະລາງ 10.1)⁴⁸.

ການສື່ສານກ່ຽວກັບວິກິດການ (Crisis Communication) ແມ່ນບໍ່ພຽງແຕ່ເປັນການປະຊາສຳພັນໄລຍະທີ່ເກີດວິກິດເທົ່ານັ້ນ, ແຕ່ຍັງລວມເຖິງການ ສະໜອງຂໍ້ມູນທີ່ຈຳເປັນໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອສາມາດປ້ອງກັນວິກິດທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນ. ໃນກົດຫມາຍທ່ອງທ່ຽວລາວໄດ້ລະບຸວ່າ: ອົງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຕ້ອງໃຫ້ຂໍ້ມູນ, ຂ່າວສານ, ຊື່ແຈງ ກ່ຽວກັບເຫດການສຸກເສີນ ທີ່ເກີດຂຶ້ນແລ້ວ ຫລື ອາດຈະເກີດຂຶ້ນ ຊຶ່ງສ້າງຜົນກະທົບຕໍ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ, ພາບພົດການທ່ອງທ່ຽວ ພ້ອມທັງໃຫ້ຄຳແນະນຳກ່ຽວກັບມາດຕະການປ້ອງກັນຄວາມປອດໄພ ເຊັ່ນ: ກໍລະນີແຜ່ນດິນໄຫວ, ນ້ຳຖ້ວມ, ໄຟໄຫມ້, ລົມພາຍຸ, ພະຍາດລະບາດ ແລະ ອື່ນໆ⁴⁹. ການສື່ສານທີ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ທັນເວລາ ນອກຈາກຈະເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມປອດໄພແລ້ວ, ຍັງເປັນການຮັກສາຊື່ສຽງ ແລະ ຄວາມຫນ້າເຊື່ອຖືຂອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວອີກດ້ວຍ.

ຕາຕະລາງ 10.1: ປະເພດວິກິດການທີ່ສາມາດສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ

ລຳດັບ	ປະເພດ	ວິກິດການ
1	ທຳມະຊາດ	ແຜ່ນດິນໄຫວ, ພູເຂົາໄຟລະເບີດ, ຊຶນາມິ, ນ້ຳຖ້ວມ, ຝົນຕົກຫນັກ, ລົມພາຍຸ, ໄຟໄຫມ້ປ່າ ແລະ ອື່ນໆ
2	ສັງຄົມ ແລະ ການເມືອງ	ການກໍ່ອາຊະຍາກຳ, ຈາລະຈົນ, ລັດຖະປະຫານ, ກໍ່ການຮ້າຍ, ສົງຄາມ ແລະ ອື່ນໆ
3	ເສດຖະກິດ	ວິກິດການທາງການເງິນ, ວິກິດເສດຖະກິດ, ວິກິດອັດຕາແລກປ່ຽນ ແລະ ອື່ນໆ
4	ສຸຂະພາບ	ພະຍາດປາກເປື້ອຍລົງເລັບ, ໂລກຊາ (SARS), ຖອກທ້ອງ, ໄຂ້ເລືອດອອກ, ໄຂ້ຍຸງລາຍ ແລະ ອື່ນໆ
5	ເຕັກໂນໂລຊີ	ອຸບັດຕິເຫດໃນການເດີນທາງ, ໄຟຟ້າດັບ,

⁴⁸ ASEAN Tourism Crisis Communication Manual (Incorporating Best Practices of PATA & UNWTO), ຫນ້າທີ 5

⁴⁹ ກົດຫມາຍວ່າດ້ວຍການທ່ອງທ່ຽວ (ສະບັບປັບປຸງ), ຫນ້າທີ 8, ສະພາແຫ່ງຊາດ, ວັນທີ 24 ກໍລະກົດ 2013

ສິ່ງທີ່ຕ້ອງຄຳນຶງໃນການສື່ສານກ່ຽວກັບວິກິດການໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ

1) **ຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວຈະຕ້ອງມີແຜນການສື່ສານກ່ຽວກັບວິກິດການສຳລັບນັກ**

ທ່ອງທ່ຽວ: ກຳນົດບັນດາວິກິດການຕ່າງໆທີ່ເຄີຍເກີດຂຶ້ນ ແລະ ຄາດວ່າຈະເກີດຂຶ້ນຢູ່ໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ, ກຳນົດຫນ່ວຍງານທີ່ເປັນເຈົ້າການໃນການປະຊາສຳພັນໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ, ກຳນົດຂໍ້ຄວາມ ແລະ ຮ່າງເອກະສານສຳລັບການສື່ສານ, ກຳນົດຊ່ອງທາງການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ຂອດປະສານງານກັບບັນດາພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງໃນການສື່ສານ ແລະ ອື່ນໆ.

2) **ການກຳນົດຊ່ອງທາງໃນການສື່ສານ:** ໂດຍຄຳນຶງເຖິງຄວາມວ່ອງໄວ ແລະ ຄວາມສະດວກໃນການເຂົ້າເຖິງນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນອອນລາຍທາງເວັບໄຊ, ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ, ແອບມິຖີ ແລະ ອື່ນໆ. ແຜ່ນພັບສຳລັບແຈກຍາຍ ກໍ່ສາມາດນຳໃຊ້ໄດ້ກໍລະນີຕ້ອງການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ ກ່ຽວກັບການປ້ອງກັນສິ່ງທີ່ຍັງບໍ່ທັນເກີດຂຶ້ນ ເຊິ່ງສາມາດເຂົ້າເຖິງນັກທ່ອງທ່ຽວບາງກຸ່ມທີ່ບໍ່ໄດ້ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີ.

3) **ພາສາທີ່ໃຊ້ໃນການສື່ສານ:** ຕ້ອງເປັນພາສາທີ່ແທດເຫມາະກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ

4) **ປ້າຍຂໍ້ມູນ:** ປະກອບມີປ້າຍຊີ້ບອກເສັ້ນທາງກໍລະນີເກີດເຫດສຸກເສີນເພື່ອໄປຈຸດລວມພື້ນ, ປ້າຍເຕືອນ, ປ້າຍຫ້າມ ແລະ ປ້າຍຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຄວາມສ່ຽງ ແລະ ວິກິດການຕ່າງໆ ຈະຕ້ອງມີພາສາທີ່ແທດເຫມາະກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ຫລື ມີສັນຍາລັກທີ່ເຂົ້າໃນຕາມຫລັກການສາກົນ.

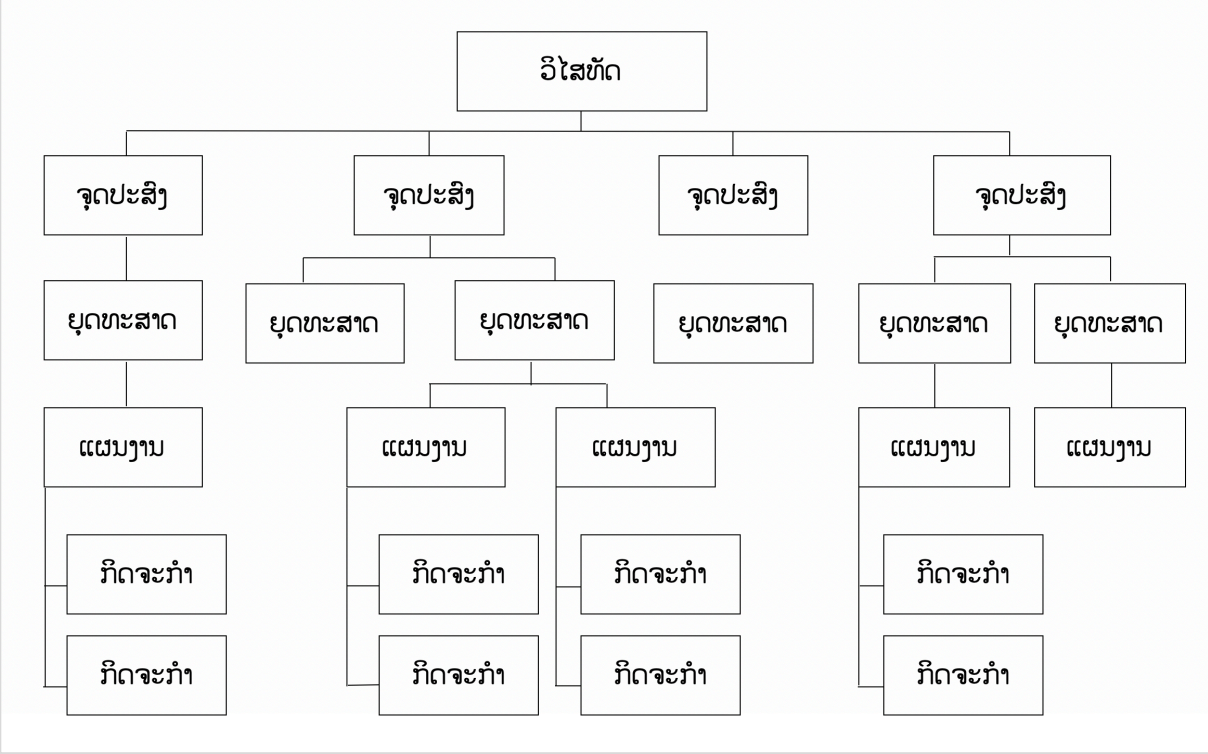
5) **ການຝຶກອົບຮົມ:** ຈະຕ້ອງມີການຝຶກອົບຮົມໃຫ້ແກ່ຫນ່ວຍງານທີ່ເປັນເຈົ້າການ ແລະ ພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງໃນການໃຫ້ການຊ່ວຍເຫລືອເບື້ອງຕົ້ນສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວ.

11) ຈຸດປະສົງ

ເພື່ອເຮັດໃຫ້ບັນລຸວິໄສທັດວຽກງານທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງປີ 2025, ການພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວໄລຍະປີ 2020 – 2025 ແມ່ນມີຈຸດປະສົງດັ່ງນີ້:

- 1) ເພື່ອປົກປັກຮັກສາເມືອງມໍລະດົກໂລກຫລວງພະບາງໃຫ້ມີຄວາມຍືນຍົງ ແລະ ພັດທະນາໃຫ້ຄົງຄຸນຄ່າ
- 2) ເພື່ອສິ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວທາງດ້ານວັດທະນະທຳ, ທຳມະຊາດ ແລະ ປະຫວັດສາດ ເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນ ທ້ອງຖິ່ນໄດ້ນຳໃຊ້ທ່າແຮງຈາກການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອສ້າງລາຍໄດ້ ແລະ ປຸກລະດົມໃຫ້ທຸກພາກສ່ວນໃນ ສັງຄົມ ມີການອະນຸລັກຮັກສາຊັບພະຍາກອນການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ຫລາຍຂຶ້ນ
- 3) ເພື່ອປົກປັກຮັກສາຊີວະນາໆພັນຕິດພັນກັບການທ່ອງທ່ຽວ
- 4) ເພື່ອສ້າງໃຫ້ຫລວງພະບາງກາຍເປັນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ທາງດ້ານວັດທະນະທຳ, ທຳມະຊາດ ແລະ ປະຫວັດ ສາດອັນສຳຄັນຂອງ ສປປ ລາວ ແລະ ອານຸພາກພື້ນ

ແຜນວາດທີ 11.1: ຄວາມເຊື່ອມໂຍງຂອງວິໄສທັດ, ຈຸດປະສົງ, ຍຸດທະສາດ, ແຜນງານ ແລະ ກິດຈະກຳ



12) ຄາດຫມາຍສູ້ຊີນ

ຄາດຫມາຍສູ້ຊີນຂອງການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ຮອດປີ 2025 ແມ່ນມີດັ່ງນີ້:

- 1) ສູ້ຊີນດຶງດູດນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າມາຢ້ຽມຢາມແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ໄດ້ຈຳນວນ 800,000 ຄົນຕໍ່ປີ ພາຍໃນປີ 2025. ເຮັດໃຫ້ອັດຕາການຂະຫຍາຍຕົວສະເລ່ຍໄລຍະປີ 2020 – 2025 ບໍ່ໃຫ້ຫລຸດ 5% ຕໍ່ປີ.
- 2) ສູ້ຊີນເຮັດໃຫ້ໄລຍະເວລາພັກເຊົາສະເລ່ຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມາຢ້ຽມຢາມແຂວງຫລວງພະບາງ ເພີ່ມຂຶ້ນ. ນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ 5 ວັນ, ນັກທ່ອງທ່ຽວພາກພື້ນ 3 ວັນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ 2 ວັນ.
- 3) ສູ້ຊີນເຮັດໃຫ້ລາຍຈ່າຍສະເລ່ຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວເພີ່ມຂຶ້ນ. ນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ 100 USD / ຄົນ / ວັນ, ນັກທ່ອງທ່ຽວພາກພື້ນ 70 USD / ຄົນ / ວັນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ 50 USD / ຄົນ / ວັນ.
- 4) ສູ້ຊີນສ້າງລາຍຮັບຈາກການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ໄດ້ຈຳນວນ 157 ລ້ານໂດລາສະຫະລັດ ພາຍໃນປີ 2025.
- 5) ສູ້ຊີນສ້າງແຜນພັດທະນາ ແລະ ປົກປັກຮັກສາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ໄດ້ 5 ແຫ່ງ ພາຍໃນປີ 2025.
- 6) ສູ້ຊີນພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແບບປະຊາຊົນມີສ່ວນຮ່ວມຢູ່ແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ໄດ້ຈຳນວນ 1 ແຫ່ງຕໍ່ປີ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ. ຮອດປີ 2025, ສູ້ຊີນພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແບບປະຊາຊົນມີສ່ວນຮ່ວມຕາມມາດ ຕະຖານອາຊຽນ ແລະ ສປປ ລາວ ໃຫ້ໄດ້ຈຳນວນ 5 ແຫ່ງ.
- 7) ສູ້ຊີນພັດທະນາເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນຢູ່ແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ໄດ້ຈຳນວນ 1 ແຫ່ງຕໍ່ປີ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ. ຮອດປີ 2025, ສູ້ຊີນພັດທະນາເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນຕາມມາດຕະຖານອາຊຽນ ແລະ ສປປ ລາວ ໃຫ້ໄດ້ຈຳນວນ 5 ແຫ່ງ.
- 8) ສູ້ຊີນພັດທະນາຜະລິດຕະພັນຫນຶ່ງເມືອງຫນຶ່ງຜະລິດຕະພັນສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ໄດ້ຈຳນວນ 3 ຜະລິດຕະພັນຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປີ 2025.
- 9) ສູ້ຊີນພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ແລະ ວົງຈອນທ່ອງທ່ຽວຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ໄດ້ 3 ລາຍການ.
- 10) ສູ້ຊີນຈັດລະດັບມາດຕະຖານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ໃຫ້ໄດ້ຈຳນວນ 5 ແຫ່ງ.
- 11) ສູ້ຊີນສຳຫລວດ ແລະ ຈັດສັນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ໄດ້ຈຳນວນ 5 ແຫ່ງ.
- 12) ສູ້ຊີນໃຫ້ໄດ້ຮັບລາງວັນເມືອງທ່ອງທ່ຽວສະອາດອາຊຽນຢ່າງຫນ້ອຍ 1 ເມືອງຮອດປີ 2025.
- 13) ສູ້ຊີນໃຫ້ໄດ້ຮັບລາງວັນການທ່ອງທ່ຽວແບບຍືນຍົງອາຊຽນຈຳນວນ 5 ລາງວັນຮອດປີ 2025.

- 14) ສູ້ຊົນສ້າງ ແລະ ປັບປຸງຫ້ອງນໍ້າສາທາລະນະໃຫ້ໄດ້ມາດຕະຖານອາຊຽນ ແລະ ມາດຕະຖານຂອງ ສປປ ລາວ ຢ່າງຫນ້ອຍ 5 ແຫ່ງ.
- 15) ສູ້ຊົນສ້າງ ແລະ ປັບປຸງສິ່ງອໍານວຍຄວາມສະດວກໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວສໍາລັບຜູ້ສູງອາຍຸ ແລະ ຄົນພິການ ໃຫ້ໄດ້ຢ່າງຫນ້ອຍ 5 ແຫ່ງ.
- 16) ສູ້ຊົນສະໜອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານໃນການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວໃນລະບົບອອນລາຍ, ເຮັດໃຫ້ມີຜູ້ເຂົ້າເບິ່ງ ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ຈໍານວນ 500,000 ຄົນຕໍ່ປີ ພາຍໃນປີ 2025. ຈໍານວນດາວໂຫລດ ແອັບພິຄອນທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ 300,000 ຄັ້ງຕໍ່ປີພາຍໃນປີ 2025.
- 17) ສູ້ຊົນປັບປຸງຂໍ້ມູນສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທາງອອນລາຍ ເປັນຕົ້ນແມ່ນ TripAdvisor ແລະ Google Maps ໃຫ້ກວມເອົາ 80% ຂອງຈໍານວນສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວທັງຫມົດ.
- 18) ສູ້ຊົນສະໜັບສະໜູນພາກທຸລະກິດເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດພາກພື້ນ ແລະ ສາກົນ
- 19) ສູ້ຊົນຈັດງານຢ້ຽມຢ້ຽມເສັ້ນທາງການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ແກ່ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສື່ມວນຊົນຕ່າງປະເທດ
- 20) ສູ້ຊົນຜະລິດປ້າຍນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ສໍາຄັນຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ກວມຢ່າງຫນ້ອຍ 50% ຂອງຈໍານວນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທັງຫມົດຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ.
- 21) ສູ້ຊົນສະໜັບສະໜູນພາກທຸລະກິດໃນການຈັດງານນິທັດສະການ ແລະ ເທດສະການ ເພື່ອສົ່ງເສີມການ ທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ໄດ້ຢ່າງຫນ້ອຍ 1 ງານໃນແຕ່ລະປີ.
- 22) ສູ້ຊົນຜະລິດສິ່ງພິມໂຄສະນາເຊັ່ນ: ແຜນພັບ ແລະ ແຜນທີ່ທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ໄດ້ຈໍານວນ 2,000 ສະບັບຕໍ່ປີ.
- 23) ສູ້ຊົນສ້າງ ແລະ ປັບປຸງນິຕິກຳ ແລະ ມາດຕະຖານໃນການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບມາດ ຕະຖານອາຊຽນ ແລະ ສປປ ລາວ.
- 24) ສູ້ຊົນຈັດລະດັບມາດຕະຖານຂັ້ນສະຖານທີ່ພັກແຮມໃຫ້ໄດ້ 5 ແຫ່ງ ແລະ ມາດຕະຖານການບໍລິການຮ້ານ ອາຫານສະອາດ ແລະ ປອດໄພຂອງ ສປປ ລາວ ໃຫ້ໄດ້ 5 ແຫ່ງ ຮອດປີ 2025.
- 25) ສູ້ຊົນຈັດລະດັບມາດຕະຖານໂຮງແຮມຂຽວອາຊຽນໃຫ້ໄດ້ 5 ແຫ່ງ ແລະ ມາດຕະຖານການບໍລິການສະປາ ອາຊຽນໃຫ້ໄດ້ 5 ແຫ່ງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ຮອດປີ 2025.
- 26) ສູ້ຊົນຝຶກອົບຮົມຍົກລະດັບບຸກຄະລາກອນຂອງພາກທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ໄດ້ 100 ຄົນ
- 27) ສູ້ຊົນສ້າງເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍໃຫ້ມີສະມາ ຊິກຈາກພາກທຸລະກິດກວມເອົາຢ່າງຫນ້ອຍ 40% ຂອງຈໍານວນສະມາຊິກທັງຫມົດ

13) ຍຸດທະສາດ ປີ 2020 – 2025

ເພື່ອບັນລຸບັນດາຈຸດປະສົງທີ່ໄດ້ລະບຸໃນບົດຜ່ານມາ, ຍຸດທະສາດປີ 2020 – 2025 ແມ່ນມີດັ່ງນີ້:

ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ	
ຍຸດທະສາດທີ 1	ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງ ແລະ ປັບປຸງແຜນຍຸດທະສາດແລະພັດທະນາ, ປົກປັກຮັກສາແລະ ຄຸ້ມຄອງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ສໍາຄັນພາຍໃນແຂວງໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫລາດ ແລະ ຈຸດພິເສດຂອງແຂວງ
ຍຸດທະສາດທີ 2	ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສາມາດເຊື່ອມໂຍງກັບພາກພື້ນ ແລະ ສາກົນໄດ້
ຍຸດທະສາດທີ 3	ສຸມໃສ່ສໍາຫລວດ ແລະ ຈັດສັນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີທ່າແຮງຢູ່ແຂວງຫລວງພະບາງ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 4	ເອົາໃຈໃສ່ປົກປັກຮັກສາສະພາບແວດລ້ອມ ເພື່ອຮັບປະກັນຄວາມຍືນຍົງຂອງການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 5	ຮັບປະກັນຄວາມປອດໄພ ແລະ ການຮັກສາຄວາມປອດໄພໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 6	ພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານທີ່ຕິດພັນກັບການທ່ອງທ່ຽວ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ຢ່າງສະດວກສະບາຍ
ຍຸດທະສາດທີ 7	ເອົາໃຈໃສ່ປັບປຸງລະບົບການເກັບກໍາສະຖິຕິ ແລະ ການສຶກສາວິໄຈການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອເປັນຂໍ້ມູນພື້ນຖານໃນການກໍານົດນະໂຍບາຍ ແລະ ກິດຈະກຳສົ່ງເສີມໃນຕໍ່ໜ້າ
ຍຸດທະສາດທີ 8	ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວກ່ຽວກັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 9	ເພີ່ມທະວີການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ	
ຍຸດທະສາດທີ 10	ເພີ່ມທະວີການນໍາໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີທັນສະໄຫມເຂົ້າໃນການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
ຍຸດທະສາດທີ 11	ຊຸກຍູ້ພາກທຸລະກິດໃນການເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ງານຢ້ຽມຢາມບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອສ້າງເຄືອຂ່າຍທາງທຸລະກິດ
ຍຸດທະສາດທີ 12	ເອົາໃຈໃສ່ຈັດກິດຈະກຳປະຊາສໍາພັນການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ສາມາດເຂົ້າເຖິງຕະຫລາດກຸ່ມເປົ້າໝາຍທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ
ຍຸດທະສາດທີ 13	ປັບປຸງການບໍລິການຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
ຍຸດທະສາດທີ 14	ຊຸກຍູ້ພາກທຸລະກິດໃນການຈັດງານນິທັດສະການ ແລະ ເທດສະການເພື່ອໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 15	ປັບປຸງການຜະລິດສິ່ງພິມໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ ແລະ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ

ຍຸດທະສາດທີ 16	ຮັບປະກັນການນໍາໃຊ້ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ທັງຈາກພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ ເຂົ້າໃນການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 17	ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງແຜນຍຸດທະສາດ ແລະ ແຜນງານ ທີ່ຕິດພັນກັບການຕະຫລາດ ແລະ ການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ ໃຫ້ມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າໝາຍ
ຍຸດທະສາດທີ 18	ປັບປຸງການສື່ສານກ່ຽວກັບວິກິດການເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຮັບຂໍ້ມູນຂ່າວສານທັນຕໍ່ເວລາພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ
ຍຸດທະສາດທີ 19	ສຸມໃສ່ການສຶກສາວິໄຈກຸ່ມການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອເປັນພື້ນຖານໃນການກຳນົດກິດຈະກຳໃຫ້ແທດເຫມາະກັບຄວາມຕ້ອງການຕະຫລາດ
ຍຸດທະສາດທີ 20	ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ກ່ຽວກັບການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 21	ເພີ່ມທະວີການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ	
ຍຸດທະສາດທີ 22	ເອົາໃຈໃສ່ຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ທຸລະກິດການນໍາທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 23	ເອົາໃຈໃສ່ຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ທຸລະກິດພັກແຮມ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 24	ປັບປຸງມາດຕະ ຖານການທ່ອງ ທ່ຽວ ແລະ ສິ່ງເສີມການລົງທຶນຂອງທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 25	ເພີ່ມທະວີການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ທຸລະກິດຮ້ານອາຫານ ແລະ ການບັນເທີງໃຫ້ມີມາດຕະຖານ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 26	ເອົາໃຈໃສ່ຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ສະຖານທີ່ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 27	ປັບປຸງນິຕິກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບສະພາບຕົວຈິງ
ຍຸດທະສາດທີ 28	ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 29	ເພີ່ມທະວີການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງ ທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
ການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ	
ຍຸດທະສາດທີ 30	ພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດດ້ານການບໍລິການໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ
ຍຸດທະສາດທີ 31	ພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດດ້ານການບໍລິການນໍາທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 32	ເສີມສ້າງຄວາມອາດສາມາດຂອງຄູຝຶກໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ
ຍຸດທະສາດທີ 33	ສຸມໃສ່ການສຶກສາວິໄຈຄວາມຕ້ອງການດ້ານການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ

ຍຸດທະສາດທີ 34	ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ສະຖາບັນສຶກສາພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ
ຍຸດທະສາດທີ 35	ສົ່ງເສີມການຈັດ ຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານສະຖານທີ່ຈັດງານອາຊຽນ ແລະ ສປປ ລາວ
ຍຸດທະສາດທີ 36	ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ກ່ຽວກັບການພັດທະນາບຸກຄະລາກອນ
ຍຸດທະສາດທີ 37	ສຸມໃສ່ສ້າງແຜນງານການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
ຍຸດທະສາດທີ 38	ເພີ່ມທະວີການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ
ການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ	
ຍຸດທະສາດທີ 39	ເພີ່ມທະວີການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
ຍຸດທະສາດທີ 40	ປັບປຸງການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນດ້ານການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ແກ່ພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
ຍຸດທະສາດທີ 41	ຮັບປະກັນການ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ມີປະສິດທິພາບ ແລະ ມີປະສິດທິຜົນ.

14) ແຜນງານ ປີ 2020 – 2025

14.1 ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ

ຍຸດທະສາດ	ແຜນງານ
1. ການວາງແຜນ	
ຍຸດທະສາດທີ 1: ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງ ແລະ ປັບປຸງແຜນຍຸດທະສາດແລະພັດທະນາ, ປົກປັກຮັກສາ ແລະ ຄຸ້ມຄອງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ສໍາຄັນພາຍໃນແຂວງໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫລາດ ແລະ ຈຸດພິເສດຂອງແຂວງ	ແຜນງານທີ 1: ປັບປຸງແຜນຍຸດທະສາດ ແລະ ພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ປີ 2021 - 2030 ແລະ ວິໄສທັດປີ 2035
	ແຜນງານທີ 2: ສ້າງແຜນແມ່ບົດ (Master Plan) ນະຄອນຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 3: ສ້າງແຜນປົກປັກຮັກສາ ແລະ ຄຸ້ມຄອງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ສໍາຄັນ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
2. ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ	
ຍຸດທະສາດທີ 2: ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສາມາດເຊື່ອມໂຍງກັບພາກພື້ນ ແລະ ສາກົນໄດ້	ແຜນງານທີ 1: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານການທ່ອງທ່ຽວແບບປະຊາຊົນມີສ່ວນຮ່ວມອາຊຽນ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 2: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານການທ່ອງທ່ຽວແບບປະຊາຊົນມີສ່ວນຮ່ວມຂອງ ສປປ ລາວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 3: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນອາຊຽນ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 4: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນຂອງ ສປປ ລາວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 5: ພັດທະນາ ແລະ ສົ່ງເສີມຜະລິດຕະພັນຫນຶ່ງເມືອງຫນຶ່ງຜະລິດຕະພັນ (ODOP) ສໍາລັບການທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 6: ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວກ່ຽວກັບງານເທດສະການ ແລະ ບຸນຮີດຄອງປະເພນີທ້ອງຖິ່ນ
	ແຜນງານທີ 7: ສໍາຫລວດ ແລະ ພັດທະນາວົງຈອນການທ່ອງທ່ຽວໃຫມ່ ທີ່ສາມາດເຊື່ອມໂຍງກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 8: ຮ່ວມມືກັບບັນດາປະເທດໃນອານຸພາກພື້ນ ໃນການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ແລະ ວົງຈອນການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດພາກພື້ນ
	ແຜນງານທີ 9: ສ້າງກອງທຶນສະຫນັບສະຫນູນທຸລະກິດຂະຫນາດນ້ອຍ ແລະ ກາງ (SMEs Matching Fund) ເພື່ອນໍາໃຊ້ເຂົ້າໃນການພັດທະນາທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ

ຍຸດທະສາດ	ແຜນງານ
	ແຜນງານທີ 10: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານສະຖານທີ່ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
3. ການສໍາຫລວດ ແລະ ຈັດສັນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ	
ຍຸດທະສາດທີ 3: ສຸມໃສ່ສໍາຫລວດ ແລະ ຈັດສັນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີທ່າແຮງຢູ່ແຂວງຫລວງພະບາງ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ສໍາຫລວດ ແລະ ຈັດສັນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີທ່າແຮງ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 2: ປັບປຸງບັນຊີລາຍຊື່ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ
4. ການປົກປັກຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມ	
ຍຸດທະສາດທີ 4: ເອົາໃຈໃສ່ປົກປັກຮັກສາສະພາບແວດລ້ອມ ເພື່ອຮັບປະກັນຄວາມຍືນຍົງຂອງການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານເມືອງທ່ອງທ່ຽວສະອາດອາຊຽນ (ASEAN Clean Tourist City Standard) ຢູ່ນະຄອນຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 2: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດການແຂ່ງຂັນຮັບລາງວັນການທ່ອງທ່ຽວແບບຍືນຍົງອາຊຽນ (ASEAN Sustainable Tourism Award)
	ແຜນງານທີ 3: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວແບບມີຄວາມຮັບຜິດຊອບ (Responsible Tourism) ເຊັ່ນ: ການຫລຸດຜ່ອນການນຳໃຊ້ພາສຕິກ: ຕຸກນ້ຳດື່ມ, ທໍ່ດູດ, ຖົງຫ້ວ ແລະ ອື່ນໆ
	ແຜນງານທີ 4: ປັບປຸງຮ່ອງນ້ຳທີ່ມີກິ່ນເຫມັນ ພາຍໃນນະຄອນຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 5: ປັບປຸງສວນສາທາລະນະພາຍໃນນະຄອນຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 6: ສະໜອງຖັງຂີ້ເຫຍື້ອແຍກປະເພດຢູ່ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
5. ຄວາມປອດໄພ ແລະ ການຮັກສາຄວາມປອດໄພ	
ຍຸດທະສາດທີ 5: ຮັບປະກັນຄວາມປອດໄພ ແລະ ການຮັກສາຄວາມປອດໄພໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ສ້າງແຜນຮັກສາຄວາມປອດໄພ (Safety & Security Plan) ສໍາລັບນັກທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 2: ສ້າງລະບຽບການຄຸ້ມຄອງ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ມີຄວາມສ່ຽງຕໍ່ກັບຄວາມປອດໄພຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 3: ສະໜອງຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຄວາມປອດໄພໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ ອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 4: ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ກັບການຮັກສາຄວາມປອດໄພ ໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 5: ສ້າງລະບົບການແຈ້ງເຫດສຸກເສີນ (ສາຍດ່ວນ) ສໍາລັບນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ທຸກທີ່ທຸກເວລາ

ຍຸດທະສາດ	ແຜນງານ
6. ການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານ	
ຍຸດທະສາດທີ 6: ພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານທີ່ຕິດພັນກັບການທ່ອງທ່ຽວ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ຢ່າງສະດວກສະບາຍ	ແຜນງານທີ 1: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານຫ້ອງນໍ້າສາທາລະນະອາຊຽນ (ASEAN Public Toilet Standard) ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 2: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານຫ້ອງນໍ້າສາທາລະນະຂອງ ສປປ ລາວ (Laos Public Toilet Standard) ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 3: ປັບປຸງສິ່ງອໍານວຍຄວາມສະດວກໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວສໍາລັບຜູ້ສູງອາຍຸ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 4: ຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກ ຕາມເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 5: ສ້າງ ແລະ ປັບປຸງສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 6: ສ້າງຈຸດຊົມວິວຢູ່ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວພູສີ
	ແຜນງານທີ 7: ປັບປຸງທ່າເຮືອລົງຫາແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 8: ຕິດຕັ້ງປ້າຍຫ້າມ, ປ້າຍເຕືອນ ແລະ ປ້າຍແນະນໍາຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
7. ການເກັບກຳສະຖິຕິ ແລະ ສຶກສາວິໄຈການທ່ອງທ່ຽວ	
ຍຸດທະສາດທີ 7: ເອົາໃຈໃສ່ປັບປຸງລະບົບການເກັບກຳສະຖິຕິ ແລະ ການສຶກສາວິໄຈການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອເປັນຂໍ້ມູນພື້ນຖານໃນການກຳນົດນະໂຍບາຍ ແລະ ກິດຈະກຳສິ່ງເສີມໃນຕໍ່ໜ້າ	ແຜນງານທີ 1: ປັບປຸງລະບົບການເກັບກຳສະຖິຕິການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບລະບົບການເກັບກຳສະຖິຕິຂອງ ສປປ ລາວ
	ແຜນງານທີ 2: ສຶກສາວິໄຈກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ (Visitor Flow Analysis)
	ແຜນງານທີ 3: ສຳຫລວດຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ຕາມແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
8. ການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນ	
ຍຸດທະສາດທີ 8: ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນໃນຂະແຫນງການທ່ອງທ່ຽວ ກ່ຽວກັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ຍົກລະດັບຄວາມສາມາດຂອງພະນັກງານໃນຂະແຫນງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງກ່ຽວກັບການວາງແຜນ ແລະ ພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 2: ປະກອບອຸປະກອນໃນການສຳຫລວດ ແລະ ຈັດສັນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: GPS, Drone, Computer ສໍາລັບການອອກແບບໃຫ້ແກ່ພະນັກງານໃນຂະແຫນງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ
	ແຜນງານທີ 3: ຍົກລະດັບຄວາມສາມາດຂອງພະນັກງານໃນຂະແຫນງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງກ່ຽວກັບລະບົບການເກັບກຳສະຖິຕິການທ່ອງທ່ຽວ

ຍຸດທະສາດ	ແຜນງານ
9. ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	
ຍຸດທະສາດທີ 9: ເພີ່ມທະວີການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນການພັດທະນາການ ທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	ແຜນງານທີ 1: ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 2: ເຜີຍແຜ່ຄວາມຄືບໜ້າການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳໃຫ້ແກ່ສະມາຊິກຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ

14.2 ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ

ຍຸດທະສາດ	ແຜນງານ
1. ການໂຄສະນາທາງອອນລາຍ (Online Marketing)	
ຍຸດທະສາດທີ 10: ເພີ່ມທະວີການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີທັນສະໄຫມເຂົ້າໃນການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	ແຜນງານທີ 1: ສ້າງຄັງຮູບພາບ ແລະ ຂໍ້ມູນສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວຂອງແຂວງຫລວງພະບາງ ທີ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ທຸກທີ່ທຸກເວລາ ແລະ ເຊື່ອມໂຍງກັບຄັງຮູບພາບຂອງ ສປປ ລາວ (Laos Tourism Image & Text Library)
	ແຜນງານທີ 2: ປັບປຸງເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບ ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ (Luang Prabang Timeless) ແລະ ຍຸດທະສາດສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Tourism Branding Strategy)
	ແຜນງານທີ 3: ປັບປຸງແອບມິຖີທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ (Luang Prabang Tourism Mobile Application) ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ (Luang Prabang Timeless) ແລະ ຍຸດທະສາດສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Tourism Branding Strategy)
	ແຜນງານທີ 4: ປັບປຸງຂໍ້ມູນທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ມີຄວາມຄົບຖ້ວນ ຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 5: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps ໃຫ້ມີຄວາມຄົບຖ້ວນ ເຊັ່ນ: ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນ, ທີ່ຕັ້ງ, ເບີໂທຕິດຕໍ່, ຮູບພາບ ແລະ ອື່ນໆ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ

ຍຸດທະສາດ	ແຜນງານ
2. ການເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການຈັດງານຢ້ຽມຢາມບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ (Roadshow)	
ຍຸດທະສາດທີ 11: ຊຸກຍູ້ພາກທຸລະກິດໃນການເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ງານຢ້ຽມຢາມບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອສ້າງເຄືອຂ່າຍທາງທຸລະກິດ	ແຜນງານທີ 1: ເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ
	ແຜນງານທີ 2: ເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດພາກພື້ນ
	ແຜນງານທີ 3: ຈັດງານຢ້ຽມຢາມພົບປະ (Road Show) ກັບບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ຕະຫລາດເປົ້າໝາຍ
3. ການປະຊາສຳພັນ (Media & PR)	
ຍຸດທະສາດທີ 12: ເອົາໃຈໃສ່ຈັດກິດຈະກຳປະຊາສຳພັນການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງໃຫ້ສາມາດເຂົ້າເຖິງຕະຫລາດກຸ່ມເປົ້າໝາຍທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ	ແຜນງານທີ 1: ຈັດງານຢ້ຽມຢາມເສັ້ນທາງການທ່ອງທ່ຽວ (FAM Trip) ໃຫ້ແກ່ບັນດາບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 2: ຜະລິດປ້າຍນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ (Interpretation Board) ຢູ່ບັນດາແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ໂດດເດັ່ນພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 3: ຜະລິດວິດີໂອໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 4: ໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໂດຍນໍາໃຊ້ຜູ້ທີ່ມີສື່ສຽງໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ (Social Media Influencer)
	ແຜນງານທີ 5: ໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ຜ່ານສື່ມວນຊົນຕ່າງປະເທດ
	ແຜນງານທີ 6: ໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ຜ່ານການຖ່າຍທໍາຮູບເງົາ
	ແຜນງານທີ 7: ຮ່ວມມືກັບບັນດາປະເທດໃນອານຸພາກພື້ນ ໃນການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດພາກພື້ນ (Regional Marketing)
4. ການບໍລິການຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວ	
ຍຸດທະສາດທີ 13: ປັບປຸງການບໍລິການຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	ແຜນງານທີ 1: ປັບປຸງສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວຂອງແຂວງຫລວງພະບາງ ແລະ ຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ສໍາຄັນ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
5. ນິທັດສະການ ແລະ ເທດສະການ	
ຍຸດທະສາດທີ 14: ຊຸກຍູ້ພາກທຸລະກິດໃນການຈັດງານນິທັດສະການ ແລະ ເທດສະການ ເພື່ອໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວລາວ ຜ່ານກິດຈະກຳແຂ່ງຂັນກິລາ
	ແຜນງານທີ 2: ໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວລາວ ຜ່ານງານເທດສະການ ແລະ ບຸນປະເພນີ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ

ຍຸດທະສາດ	ແຜນງານ
6. ສິ່ງພົມໂຄສະນາ	
ຍຸດທະສາດທີ 15: ປັບປຸງການຜະລິດສິ່ງພົມໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ ແລະ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ຜະລິດແຜນພັບໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 2: ຜະລິດປຶ້ມແນະນຳການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ (Guidebook) ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 3: ຜະລິດແຜນທີ່ທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
7. ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວ (Destination Branding)	
ຍຸດທະສາດທີ 16: ຮັບປະກັນການນຳໃຊ້ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ທັງຈາກພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ ເຂົ້າໃນການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ຜ່ານທາງການນຳໃຊ້ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ແລະ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບແຜນຍຸດທະສາດສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Tourism Branding Strategy)
8. ການວາງແຜນການຕະຫລາດ	
ຍຸດທະສາດທີ 17: ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງແຜນຍຸດທະສາດ ແລະ ແຜນງານທີ່ຕິດພັນກັບການຕະຫລາດ ແລະ ການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ ໃຫ້ມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າໝາຍ	ແຜນງານທີ 1: ເຜີຍແຜ່ແຜນຍຸດທະສາດການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວລາວ ປີ 2019 – 2022 (Laos Tourism Marketing Strategy) ໃຫ້ແກ່ບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 2: ສ້າງແຜນງານການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 3: ສ້າງແຜນຍຸດທະສາດການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນຕາມແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປ້າຍຊີ້ບອກ ໃນການເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ (Tourism Interpretation & Attraction Signage Development Plan) ຂອງນະຄອນຫລວງພະບາງ

ຍຸດທະສາດ	ແຜນງານ
9. ການສື່ສານກ່ຽວກັບວິກິດການ	
ຍຸດທະສາດທີ 18: ປັບປຸງການສື່ສານກ່ຽວກັບວິກິດການ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຮັບຂໍ້ມູນຂ່າວສານທັນຕໍ່ເວລາພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ	ແຜນງານທີ 1: ເຜີຍແຜ່ຫຼັກການໃນການສື່ສານກ່ຽວກັບວິກິດການ (Crisis Communication) ໃຫ້ແກ່ບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 2: ສ້າງແຜນການສື່ສານກ່ຽວກັບວິກິດການ (Crisis Communication Plan) ສໍາລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຢູ່ແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 3: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນການສື່ສານກ່ຽວກັບວິກິດການ ສໍາລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຢູ່ແຂວງຫລວງພະບາງ
10. ການວິໄຈການຕະຫລາດ	
ຍຸດທະສາດທີ 19: ສຸມໃສ່ການສຶກສາວິໄຈການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວເພື່ອເປັນພື້ນຖານໃນການກຳນົດກິດຈະກຳໃຫ້ແທດເຫມາະກັບຄວາມຕ້ອງການຕະຫລາດ	ແຜນງານທີ 1: ສຶກສາວິໄຈການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 2: ປະເມີນຜົນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳການຕະຫລາດທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
11. ການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ	
ຍຸດທະສາດທີ 20: ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ກ່ຽວກັບການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ຍົກລະດັບຂີດຄວາມສາມາດຂອງພະນັກງານຂະແໜງໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວກ່ຽວກັບການໂຄສະນາທາງອອນລາຍ
	ແຜນງານທີ 2: ຍົກລະດັບຂີດຄວາມສາມາດຂອງພະນັກງານຂະແໜງໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວກ່ຽວກັບການໂຄສະນາໃນຮູບແບບງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ Road Show
	ແຜນງານທີ 3: ຍົກລະດັບຂີດຄວາມສາມາດຂອງພະນັກງານຂະແໜງໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວກ່ຽວກັບການກະກຽມ ແລະ ສະຫນອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 4: ຍົກລະດັບຂີດຄວາມສາມາດຂອງພະນັກງານຂະແໜງໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວກ່ຽວກັບການນຳໃຊ້ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 5: ຍົກລະດັບຂີດຄວາມສາມາດຂອງພະນັກງານຂະແໜງໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວກ່ຽວກັບການນຳໃຊ້ໂປຣແກຣມອອກແບບສິ່ງພິມ
	ແຜນງານທີ 6: ຍົກລະດັບຂີດຄວາມສາມາດຂອງພະນັກງານຂະແໜງໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວກ່ຽວກັບການສຶກສາວິໄຈ ພຶດຕິກຳ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການຂອງແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 7: ປັບປຸງສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກຂອງຂະແໜງໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ

ຍຸດທະສາດ	ແຜນງານ
12. ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	
ຍຸດທະສາດທີ 21: ເພີ່ມທະວີການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະພາກທຸລະກິດໃນການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	ແຜນງານທີ 1: ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 2: ເຜີຍແຜ່ຄວາມຄືບໜ້າການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳໃຫ້ແກ່ສະມາຊິກຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ

14.3 ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ

ຍຸດທະສາດ	ແຜນງານ
1. ການຄຸ້ມຄອງທຸລະກິດການນຳທ່ຽວ	
ຍຸດທະສາດທີ 22: ເອົາໃຈໃສ່ຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ທຸລະກິດການນຳທ່ຽວຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ສະມາຄົມທຸລະກິດທ/ທແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 2: ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ກຸ່ມພະນັກງານນຳທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 3: ປັບປຸງການຂົນສົ່ງໂດຍສານສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 4: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳກ່ຽວກັບການຄວບຄຸມລາຄາການບໍລິການ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 5: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳການສະກັ້ນກັ້ນການທ່ອງທ່ຽວສູນຫລຽນ (Zero-Dollar Tourism) ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
2. ການຄຸ້ມຄອງທຸລະກິດການພັກແຮມ	
ຍຸດທະສາດທີ 23: ເອົາໃຈໃສ່ຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ທຸລະກິດພັກແຮມຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດການຈັດລະດັບມາດຕະຖານຂັ້ນສະຖານທີ່ພັກແຮມ (ໂຮງແຮມ, ຣີສອດ ແລະ ເຮືອນພັກ) ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 2: ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ສະມາຄົມໂຮງແຮມ ແລະ ເຮືອນພັກ ແລະ ສະມາຄົມຮ້ານອາຫານແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 3: ສະໜັບສະໜູນທຸລະກິດທີ່ພັກແຮມຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງໃນການເຂົ້າເຖິງລະບົບການຈັບຈອງທີ່ພັກອອນລາຍ
3. ມາດຕະຖານການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຄຸ້ມຄອງການລົງທຶນ	
ຍຸດທະສາດທີ 24: ປັບປຸງມາດຕະ ຖານການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສົ່ງເສີມການລົງທຶນຂອງທຸລະກິດໃນຂະ ແຫນງການທ່ອງທ່ຽວຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານໂຮງແຮມຂຽວອາຊຽນ (ASEAN Green Hotel Standard) ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 2: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານການບໍລິການສະປາອາຊຽນ (ASEAN Spa Service Standard) ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ

ຍຸດທະສາດ	ແຜນງານ
4. ການຄຸ້ມຄອງທຸລະກິດຮ້ານອາຫານ ແລະ ການບັນເທີງ	
ຍຸດທະສາດທີ 25: ເພີ່ມທະວີການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສ້າງຄວາມເຂົ້າແຂງໃຫ້ແກ່ທຸລະກິດຮ້ານອາຫານ ແລະ ການບັນເທີງໃຫ້ມີມາດຕະຖານ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານການບໍລິການຮ້ານອາຫານສະອາດ ແລະ ປອດໄພພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 2: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳດ້ານການຄ້າມະນຸດ, ການໃຊ້ຄວາມຮຸນແຮງຕໍ່ແມ່ຍິງ, ເດັກນ້ອຍ ແລະ ໂສເພນີ ໃນຮ້ານອາຫານ, ຮ້ານກິນດື່ມ ແລະ ສະຖານບັນເທີງພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 3: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານສະຖານການບັນເທີງພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ
5. ການຄຸ້ມຄອງສະຖານທີ່ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ	
ຍຸດທະສາດທີ 26: ເອົາໃຈໃສ່ຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສ້າງຄວາມເຂົ້າແຂງໃຫ້ແກ່ສະຖານທີ່ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ສ້າງແຜນບໍລິຫານຈັດການ ແລະ ຄຸ້ມຄອງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວພູສີ ເພື່ອແກ້ໄຂບັນຫາຄວາມສາມາດໃນການຮອງຮັບນັກທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 2: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ຮ່ວມກັບຂະແໜງພັດທະນາ ແລະ ກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 3: ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການປະຖົມພະຍາບານເບື້ອງຕົ້ນ (First AID) ແລະ ການຮັກສາຄວາມປອດໄພຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ແກ່ຜູ້ປະກອບການສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ
6. ນິຕິກຳ	
ຍຸດທະສາດທີ 27: ປັບປຸງນິຕິກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບສະພາບຕົວຈິງ	ແຜນງານທີ 1: ສ້າງແຜນງານການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 2: ສ້າງ ແລະ ປັບປຸງນິຕິກຳ, ຂໍ້ຕົກລົງ ແລະ ລະບຽບການທີ່ຕິດພັນກັບການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
7. ການສ້າງຄວາມເຂົ້າແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ	
ຍຸດທະສາດທີ 28: ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງຄວາມເຂົ້າແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ຍົກລະດັບຂີດຄວາມສາມາດຂອງພະນັກງານໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ

ຍຸດທະສາດ	ແຜນງານ
8. ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	
ຍຸດທະສາດທີ 29: ເພີ່ມທະວີການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	ແຜນງານທີ 1: ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 2: ເຜີຍແຜ່ຄວາມຄືບໜ້າການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳໃຫ້ແກ່ສະມາຊິກຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ

14.4 ການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ

ຍຸດທະສາດ	ແຜນງານ
1. ການຝຶກອົບຮົມດ້ານການບໍລິການໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ	
ຍຸດທະສາດທີ 30: ພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດດ້ານການບໍລິການໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ	ແຜນງານທີ 1: ຍົກລະດັບຄຸນນະພາບການບໍລິການຂອງທຸລະກິດໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ ຕາມແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ
2. ການຝຶກອົບຮົມດ້ານການບໍລິການນຳທ່ຽວ	
ຍຸດທະສາດທີ 31: ພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດດ້ານການບໍລິການນຳທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ຍົກລະດັບທັກສະຄວາມຮູ້ຄວາມສາມາດຂອງພະນັກງານນຳທ່ຽວ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ
3. ການຝຶກອົບຮົມຄູຝຶກ	
ຍຸດທະສາດທີ 32: ເສີມສ້າງຄວາມອາດສາມາດຂອງຄູຝຶກໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ຍົກລະດັບທັກສະການເປັນຄູຝຶກດ້ານການບໍລິການ ໃຫ້ແກ່ພະນັກງານໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 2: ຍົກລະດັບທັກສະການເປັນຄູຝຶກດ້ານການບໍລິຫານ ໃຫ້ແກ່ພະນັກງານໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
	ແຜນງານທີ 3: ຍົກລະດັບທັກສະຄູຝຶກໃຫ້ແກ່ຄູຝຶກພະນັກງານນຳທ່ຽວຂັ້ນແຂວງ
4. ການສຶກສາວິໄຈ	
ຍຸດທະສາດທີ 33: ສຸມໃສ່ການສຶກສາວິໄຈຄວາມຕ້ອງການດ້ານການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ	ແຜນງານທີ 1: ວິໄຈຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ປະກອບການໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ, ຮ້ານອາຫານ ເພື່ອຍົກລະດັບຄຸນນະພາບຂອງການບໍລິການ
	ແຜນງານທີ 2: ວິໄຈຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ປະກອບການບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວເພື່ອຍົກລະດັບຄຸນນະພາບຂອງການບໍລິການຂອງພະນັກງານນຳທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 3: ປະເມີນຜົນໄດ້ຮັບຂອງບຸກຄະລາກອນພາຍຫລັງການຝຶກອົບຮົມ

5. ການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ສະຖາບັນສຶກສາພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ	
ຍຸດທະສາດທີ 34: ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ສະຖາບັນສຶກສາພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ	ແຜນງານທີ 1: ຍົກລະດັບຄວາມຮູ້ຄວາມສາມາດຂອງຄູອາຈານທີ່ສິດສອນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ
	ແຜນງານທີ 2: ປັບປຸງສະຖານທີ່ ແລະ ປະກອບອຸປະກອນທີ່ຈຳເປັນເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການສິດສອນໃຫ້ແກ່ຄູອາຈານ
	ແຜນງານທີ 3: ປັບປຸງຫຼັກສູດການສຶກສາ
6. ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານສະຖານທີ່ຈັດງານ	
ຍຸດທະສາດທີ 35: ສົ່ງເສີມການຈັດ ຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານສະຖານທີ່ຈັດງານອາຊຽນ ແລະ ສປປ ລາວ	ແຜນງານທີ 1: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານສະຖານທີ່ຈັດງານອາຊຽນ (ASEAN MICE Standard)
	ແຜນງານທີ 2: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານສະຖານທີ່ຈັດງານຂອງ ສປປ ລາວ (Laos MICE Standard)
7. ການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນ	
ຍຸດທະສາດທີ 36: ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວກ່ຽວກັບການພັດທະນາບຸກຄະລາກອນ	ແຜນງານທີ 1: ຍົກລະດັບຄວາມຮູ້ຄວາມສາມາດຂອງບຸກຄະລາກອນໃນຫນ່ວຍງານຝຶກອົບຮົມດ້ານທັກສະຄູຝຶກ ແລະ ຜູ້ປະເມີນຜົນ
8. ການວາງແຜນ	
ຍຸດທະສາດທີ 37: ສຸມໃສ່ສ້າງແຜນງານການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	ແຜນງານທີ 1: ສ້າງແຜນງານການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
9. ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດແຂວງຫລວງພະບາງ	
ຍຸດທະສາດທີ 38: ເພີ່ມທະວີການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ	ແຜນງານທີ 1: ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ
	ແຜນງານທີ 2: ເຜີຍແຜ່ຄວາມຄືບໜ້າການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳໃຫ້ແກ່ສະມາຊິກຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ

14.5 ການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງ ການທ່ອງທ່ຽວ

ຍຸດທະສາດ	ແຜນງານ
1. ການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ	
ຍຸດທະສາດທີ 39: ເພີ່ມທະວີການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	<p>ແຜນງານທີ 1: ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ດ້ານການບໍລິຫານ ແລະ ຄຸ້ມຄອງເຄືອຂ່າຍ</p> <p>ແຜນງານທີ 2: ເຜີຍແຜ່ຄວາມຄືບໜ້າການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳໃຫ້ແກ່ສະມາຊິກເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ</p>
ຍຸດທະສາດທີ 40: ປັບປຸງການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນດ້ານການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ແກ່ພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	<p>ແຜນງານທີ 1: ສ້າງຖານຂໍ້ມູນການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວອອນລາຍແຂວງຫລວງພະບາງ (Luang Prabang Destination Management Online Database) ສໍາລັບພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ ໂດຍເຊື່ອມໂຍງກັບຖານຂໍ້ມູນຂອງເຄືອຂ່າຍຂັ້ນສູນກາງ</p> <p>ແຜນງານທີ 2: ສ້າງຖານຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວອອນລາຍແຂວງຫລວງພະບາງ (Luang Prabang Tourism Online Database) ສໍາລັບພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ ໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ ໂດຍເຊື່ອມໂຍງກັບຖານຂໍ້ມູນຂັ້ນສູນກາງ (ອອກແບບຖານຂໍ້ມູນທີ່ພັດທະນາສືບຕໍ່ຈາກຖານຂໍ້ມູນການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວອອນລາຍແຂວງຫລວງພະບາງ ໂດຍການໂຮມຂໍ້ມູນຈາກແຕ່ລະຂະແໜງງານເຂົ້າກັນ ເຊັ່ນ: ລາຍການຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວຈາກຂະແໜງພັດທະນາ, ຄັງຮູບພາບ ແລະ ຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວຈາກຂະແໜງໂຄສະນາ, ລາຍຊື່ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດຈາກຂະແໜງຄຸ້ມຄອງ ແລະ ເອກະສານການຝຶກອົບຮົມຈາກຫນ່ວຍງານຝຶກອົບຮົມ)</p>
ຍຸດທະສາດທີ 41: ຮັບປະກັນການ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ມີປະສິດທິພາບ ແລະ ມີປະສິດທິຜົນ.	ແຜນງານທີ 1: ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳການຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ປະເມີນຜົນການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ

15) ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳປີ 2020

ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳປີ 2020 ແມ່ນກຳນົດຈາກແຜນງານ ປີ 2020 – 2025 ໃນບົດຜ່ານມາ, ລາຍລະອຽດແມ່ນລະບຸໃນ [ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 2: ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດປະຈຳປີ 2020](#). ກິດຈະກຳແມ່ນຖືກຈັດລຽງໂດຍແບ່ງອອກເປັນ 5 ຫນ້າວຽກຄື: 1) ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, 2) ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ, 3) ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ, 4) ການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ ແລະ 5) ການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ.

ນອກຈາກກິດຈະກຳແລ້ວ, ຍັງໄດ້ກຳນົດວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ເພື່ອຮັບປະກັນວ່າກິດຈະກຳຈະຖືກຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຢ່າງສອດຄ່ອງກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະຫນ່ວຍງານ ແລະ ຂະແໜງ ແມ່ນມີຄວາມເຊື່ອມໂຍງ ແລະ ສະຫນັບສະຫນູນເຊິ່ງກັນ ແລະ ກັນ. ສຳລັບງົບປະມານແມ່ນຍັງບໍ່ທັນສາມາດກຳນົດເຂົ້າໃນແຜນນີ້ໄດ້, ເນື່ອງຈາກຍັງຈຳເປັນຕ້ອງມີການປຶກສາຫາລືລະຫວ່າງໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບທັງສີ່ຂະແໜງພາຍໃນພະແນກ ຖວທ ແຂວງ ໃນຕົ້ນປີ 2020 ນີ້ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ງົບປະມານມີຄວາມແທດເຫມາະກັບສະພາບຕົວຈິງ ແລະ ໄລຍະເວລາໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ.

16) ໂຄງປະກອບການຈັດຕັ້ງເຄືອຂ່າຍ

ເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ (Destination Management Network – DMN) ຫລື ເອີ້ນຫຍໍ້ວ່າ ເຄືອຂ່າຍ DMN ແມ່ນການໂຮມຕົວກັນຂອງພາກລັດ, ພາກທຸລະກິດ, ໂຄງການ ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ. ຈຸດປະສົງແມ່ນເພື່ອເສີມຂະຫຍາຍການຮ່ວມມືທາງດ້ານການພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ.

ອົງການທ່ອງທ່ຽວໂລກ (United National World Tourism Organization – UNWTO) ໄດ້ໃຫ້ຄຳນິຍາມໄວ້ວ່າ: ໂຄງປະກອບເຄືອຂ່າຍໃນແຕ່ລະຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນອາດມີຄວາມແຕກຕ່າງກັນ, ນັບຕັ້ງແຕ່ເຄືອຂ່າຍທີ່ມີແຕ່ອົງການຈັດຕັ້ງຂອງພາກລັດ ຈົນເຖິງເຄືອຂ່າຍທີ່ປະກອບມີທັງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ⁵⁰. ພາລະບົດບາດຕົ້ນຕໍຂອງເຄືອຂ່າຍແມ່ນປະກອບມີ ການສ້າງແຜນຍຸດທະສາດ, ການເກັບກຳ ແລະ ວິເຄາະຂໍ້ມູນການຕະຫລາດ, ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ, ການຕິດຕາມປະເມີນຜົນ, ການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ ແລະ ການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ⁵¹.

16.1 ໂຄງປະກອບການຈັດຕັ້ງເຄືອຂ່າຍ

ເຄືອຂ່າຍ DMN ທັງຂັ້ນສູນກາງ, ຂັ້ນແຂວງ ແລະ ຂັ້ນເມືອງ ຈະເປັນເຈົ້າການໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວປີ 2020 – 2025 (Destination Management Plan 2020 – 2025) ຂອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວຂອງຕົນ.

ໂຄງປະກອບການຈັດຕັ້ງເຄືອຂ່າຍ DMN ແຂວງຫລວງພະບາງແມ່ນປະກອບມີ ປະທານເຄືອຂ່າຍທີ່ເຮັດໜ້າທີ່ຊີ້ນຳລວມ, ໂດຍມີທີມງານກອງເລຂາເຄືອຂ່າຍເປັນຜູ້ສະໜອງຂໍ້ມູນ ແລະ ປະສານງານກັບພາກສ່ວນອື່ນ (ແຜນວາດທີ 1). ສະມາຊິກແມ່ນປະກອບມີທັງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດເຊັ່ນ: ພະແນກຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ (ຖວທ) ແຂວງ, ຫ້ອງການ ຖວທ ເມືອງ, ພະແນກການອ້ອມຂ້າງ ແລະ ສະຖາບັນສຶກສາ. ສ່ວນພາກທຸລະກິດແມ່ນປະກອບມີ ສະພາການຄ້າ, ສະມາຄົມ ແລະ ກຸ່ມທຸລະກິດ, ສາຍການບິນ,

⁵⁰ UNWTO Tourism Definitions, ໜ້າທີ 16, 2019

⁵¹ UNWTO Guidelines for Institutional Strengthening of Destination Management Organization, ໜ້າທີ 13, 2019

ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ, ໂຮງແຮມ, ຮິສອດ, ເຮືອນພັກ, ຮ້ານອາຫານ, ຮ້ານຫັດຖະກຳ ແລະ ສູນສິລະປະ ແລະ ຊົນເຜົ່າ ວິທະຍາ.

16.2 ພາລະບົດບາດ ແລະ ຫນ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບ

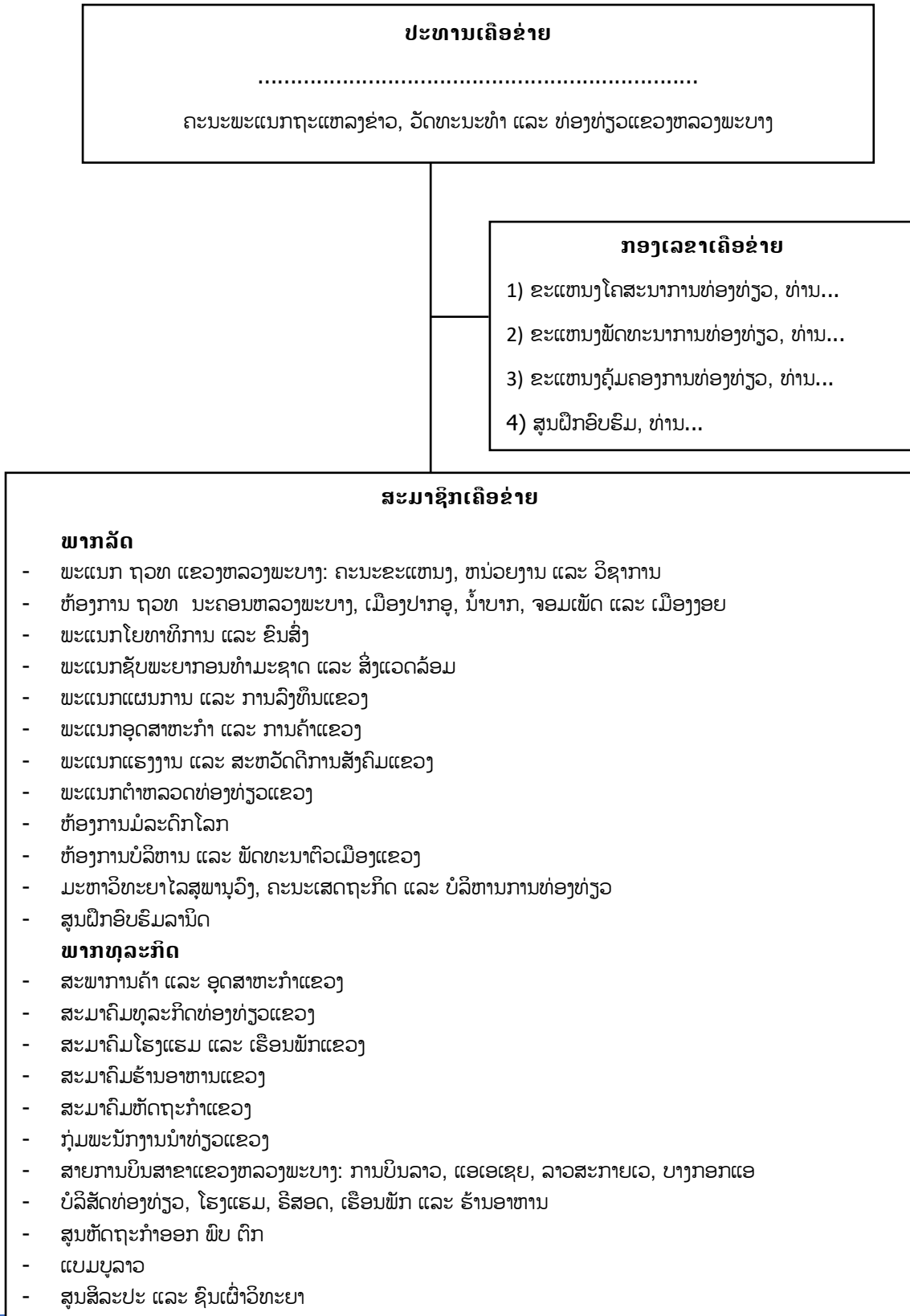
ປະທານເຄືອຂ່າຍ

- 1) ໃຫ້ທິດຊີ້ນຳການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳໃນແຜນພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງ ການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ສຳລັບປີ 2020 – 2025 (Luang Prabang Tourism Destination Management Plan 2020 – 2025). ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນກິດຈະກຳ ເປັນໄປຕາມທິດ ທາງ, ໄລຍະເວລາ ແລະ ງົບປະມານທີ່ກຳນົດໄວ້.
- 2) ເປັນປະທານກອງປະຊຸມເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫລວງພະບາງປະຈຳກາງປີ ແລະ ປະຈຳປີ, ເພື່ອຮັບຟັງການລາຍງານຄວາມຄືບໜ້າການຈັດຕັ້ງປະຕິ ບັດແຜນກິດຈະກຳໃນໄລຍະຜ່ານມາ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳໃນຕໍ່ໜ້າ.

ກອງເລຂາເຄືອຂ່າຍ

- 1) ກະກຽມກອງປະຊຸມເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ ຫລວງພະບາງປະຈຳກາງປີ ແລະ ປະຈຳປີ, ເຊິ່ງປະກອບມີ ການຮ່າງວາລະ ແລະ ບັດເຊີນ, ຂຶ້ນແຜນງົບປະ ມານ, ກະກຽມສະຖານທີ່ ແລະ ອຸປະກອນ, ເຊີນຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມ, ສັງລວມເນື້ອໃນ ແລະ ກະກຽມບົດນຳ ສະເຫນີ.
- 2) ພາຍຫລັງສຳເລັດກອງປະຊຸມ, ກອງເລຂາເຄືອຂ່າຍຈະຕ້ອງເຮັດບົດບັນທຶກກອງປະຊຸມ ເຊິ່ງສັງລວມເນື້ອ ໃນ, ຄຳຄິດຄຳເຫັນຂອງຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມ ແລະ ບາດກ້າວໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອສົ່ງໃຫ້ແກ່ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມ.
- 3) ເປັນເຈົ້າການໃນການນຳໃຊ້ ແລະ ເບິ່ງແຍງທ້ອງການເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍ ປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ເຊິ່ງຕັ້ງຢູ່ພະແນກ ຖວທ ແຂວງຫລວງພະບາງ.
- 4) ເປັນເຈົ້າການໃນການພົວພັນກັບປະທານເຄືອຂ່າຍ ແລະ ບັນດາສະມາຊິກ ໃນການສະຫນອງຂໍ້ມູນຂ່າວ ສານທີ່ຈຳເປັນ ແລະ ຕິດພັນກັບວຽກງານຂອງເຄືອຂ່າຍ.

ແຜນວາດທີ 1: ໂຄງປະກອບການຈັດຕັ້ງເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງ
ການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ



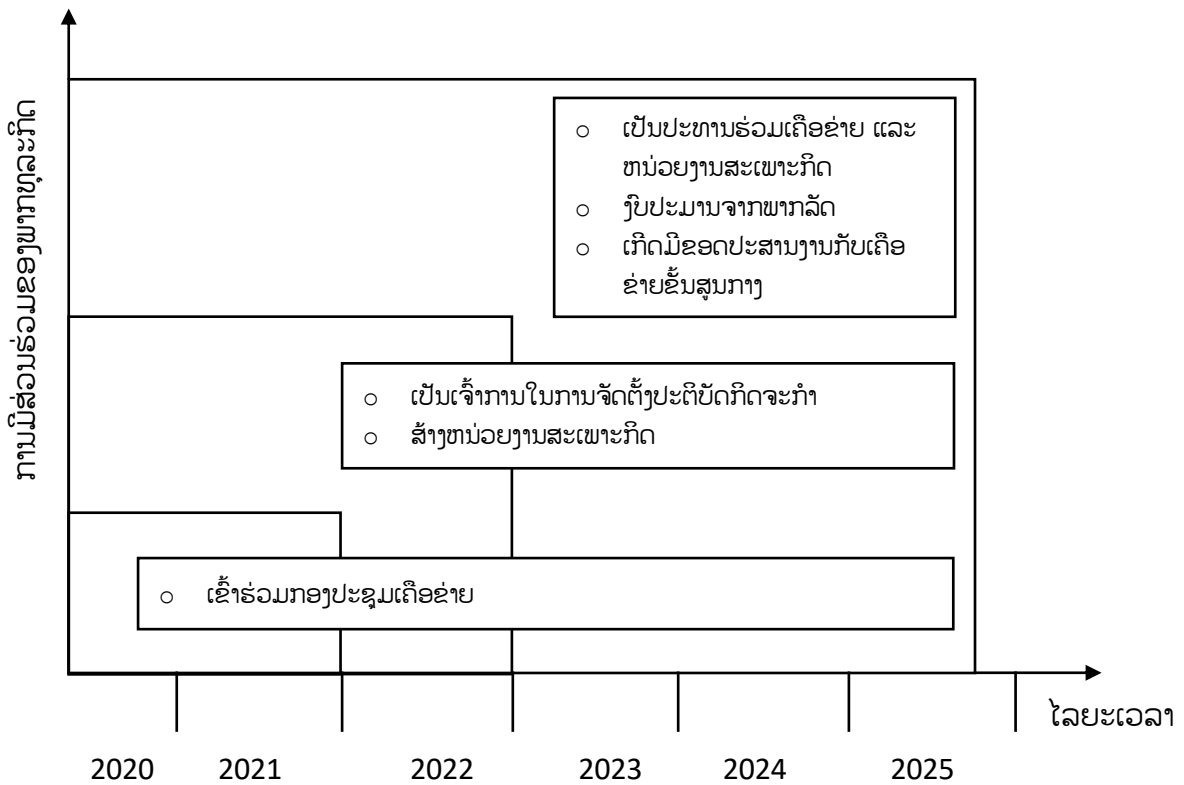
ສະມາຊິກ

- 1) ສະມາຊິກເຄືອຂ່າຍແມ່ນປະກອບມີທັງ ພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ ([ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 1: ລາຍຊື່ສະມາຊິກ](#)). ສະມາຊິກພາກທຸລະກິດ ຈະຕ້ອງປະກອບມີທຸລະກິດທີ່ມີລູກຄ້າ ກົງກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ໄດ້ກຳນົດ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ສາມາດປະກອບຄຳຄິດເຫັນເຂົ້າໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳເພື່ອສະໜັບສະໜູນກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວດັ່ງກ່າວ.
- 2) ເປັນເຈົ້າການໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງຕົນ ກ່ຽວກັບການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍໃຫ້ມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບແຜນພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ປີ 2020 – 2025.
- 3) ລາຍງານຄວາມຄືບໜ້າການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງຕົນ ໃຫ້ແກ່ກອງເລຂາເຄືອຂ່າຍ, ເພື່ອສັງລວມເຂົ້າໃນເນື້ອໃນກອງປະຊຸມເຄືອຂ່າຍປະຈຳກາງປີ ແລະ ປະຈຳປີ. ຈຸດປະສົງແມ່ນເພື່ອເຮັດໃຫ້ບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວທັງຫມົດ ຮັບຮູ້ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນ, ກຳນົດວິທີການຮ່ວມມື, ແລກປ່ຽນຊັບພະຍາກອນ ແລະ ຄວາມຮູ້ເຊິ່ງກັນ ແລະ ກັນ.
- 4) ເຂົ້າຮ່ວມກອງປະຊຸມເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ເພື່ອຮັບຟັງການລາຍງານຄວາມຄືບໜ້າການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳໄລຍະຜ່ານມາ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳໃນຕໍ່ໜ້າ. ນອກຈາກນັ້ນ, ສະມາຊິກຍັງສາມາດປະກອບຄຳຄິດຄຳເຫັນເຂົ້າໃນການລາຍງານດັ່ງກ່າວ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບສະພາບຕົວຈິງ, ມີປະສິດທິຜົນ ແລະ ມີປະສິດທິພາບຫລາຍຂຶ້ນ.

16.3 ການປ່ຽນແປງຂອງໂຄງປະກອບເຄືອຂ່າຍໄລຍະປີ 2020 – 2025

ເຄືອຂ່າຍຈະສາມາດສືບຕໍ່ດຳເນີນໄປໄດ້ຢ່າງເຂັ້ມແຂງ ແມ່ນຕ້ອງອາໄສການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງຫລາຍພາກສ່ວນ, ໂດຍສະເພາະແມ່ນພາກທຸລະກິດ ແລະ ຂະແໜງການກ່ຽວຂ້ອງ. ໃນເບື້ອງຕົ້ນ, ໂຄງປະກອບຂອງເຄືອຂ່າຍ ຈະມີພຽງແຕ່ພາກລັດທີ່ເປັນເຈົ້າການ, ພາກທຸລະກິດມີພຽງແຕ່ເຂົ້າຮ່ວມກອງປະຊຸມ ແລະ ຈະຍັງບໍ່ມີໜ່ວຍງານສະເພາະກິດ (ແຜນວາດທີ 2). ພາຍຫລັງທີ່ເຄືອຂ່າຍໄດ້ດຳເນີນໄປໄດ້ໄລຍະໜຶ່ງ, ພາກທຸລະກິດມີຄວາມຮັບຮູ້ ແລະ ເຂົ້າໃຈຫລາຍຂຶ້ນ ກໍຈະນຳໄປສູ່ການເປັນເຈົ້າການໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ແລະ ການສ້າງຕັ້ງໜ່ວຍງານສະເພາະກິດ. ພາຍໃນປີ 2025, ພາກທຸລະກິດຈະເປັນປະທານຮ່ວມຂອງເຄືອຂ່າຍ ແລະ ໜ່ວຍງານສະເພາະກິດ, ພາກລັດເລີ່ມຈັດສັນງົບປະມານເຂົ້າໃນກິດຈະກຳຂອງເຄືອຂ່າຍ ແລະ ເກີດມີຂອດປະສານງານກັບເຄືອຂ່າຍຂັ້ນສູນກາງ.

ແຜນວາດທີ 2: ລະດັບການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງພາກທຸລະກິດທຽບກັບໄລຍະເວລາ



16.4 ປະໂຫຍດຈາກການເປັນສະມາຊິກເຄືອຂ່າຍ

- 1) ຈະໄດ້ຮັບປະໂຫຍດຂອງຜົນຈາກການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ.
- 2) ໄດ້ຮັບຂໍ້ມູນຂ່າວສານກ່ຽວກັບການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫລວງພະບາງ, ເຮັດໃຫ້ສາມາດຫມູນໃຊ້ເຂົ້າໃນວຽກງານ ແລະ ທຸລະກິດຂອງຕົນເອງ.
- 3) ໄດ້ຮັບສິດທິພິເສດໃນການສະໜັບສະໜືນສະໜັບສະໜູນທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງ (SME Matching Fund) ຈາກທາງໂຄງການ, ເພື່ອໃຊ້ເຂົ້າໃນການພັດທະນາທຸລະກິດ.
- 4) ໄດ້ຮັບສິດທິພິເສດໃນການເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ.
- 5) ເຂົ້າຮ່ວມທັດສະນະສຶກສາແລກປ່ຽນບົດຮຽນກ່ຽວກັບ ການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍ ປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ.

16.5 ການສື່ສານພາຍໃນເຄືອຂ່າຍ ແລະ ພາກສ່ວນອື່ນ

ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການສື່ສານພາຍໃນ ແລະ ພາຍນອກເຄືອຂ່າຍ ເປັນໄປຢ່າງມີປະສິດທິພາບ, ເຄືອຂ່າຍຈະຕ້ອງ ຫລຸດຜ່ອນບາງວິທີການສື່ສານທີ່ປະຕິບັດຜ່ານມາເຊັ່ນ: ການພິມບັດເຊີນ ແລະ ການສົ່ງແຟກ. ແລ້ວຫັນມານຳໃຊ້ ເຕັກໂນໂລຊີໃນການສື່ສານຫລາຍຂຶ້ນເຊັ່ນ: WhatsApp, Email, Facebook ແລະ Website.

WhatsApp ກຸ່ມອາດນຳໃຊ້ໃນວົງແຄບເຊັ່ນ: ພາຍໃນທີມງານກອງເລຂາ ແລະ ພະແນກ, ນອກຈາກນັ້ນ ແມ່ນ ການສົ່ງຂໍ້ຄວາມ WhatsApp ໂດຍກົງໃຫ້ສະມາຊິກ. Facebook ແມ່ນຄວນສ້າງໃຫ້ມີບັນຊີສະເພາະເຊັ່ນ: www.facebook.com/LuangPrabangDMN, Email ແມ່ນສາມາດໃຊ້ບັນຊີ info.luangprabang@laos-dmn.com, ເວັບໄຊແມ່ນຄວນນຳໃຊ້ອັນດຽວກັນກັບເຄືອຂ່າຍຂັ້ນສູນກາງ www.laos-dmn.com, ເພື່ອສ້າງໃຫ້ ກາຍເປັນແຫລ່ງຂໍ້ມູນທີ່ຄົບຖ້ວນ ກ່ຽວກັບການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງ ການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ ສປປ ລາວ. ວິທີການເຫລົ່ານີ້ ນອກຈາກຈະເປັນການເພີ່ມປະສິດທິພາບໃນການສື່ສານແລ້ວ, ຍັງ ເປັນການສ້າງພາບພົດທີ່ດີ ແລະ ຄວາມຫນ້າເຊື່ອຖືໃຫ້ແກ່ເຄືອຂ່າຍອີກດ້ວຍ.

17) ການຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ປະເມີນຜົນ

ການຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ປະເມີນຜົນ (Monitoring & Evaluation) ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນມີຄວາມສໍາຄັນຫລາຍ, ເພື່ອເຮັດໃຫ້ສາມາດວັດແທກຄວາມສໍາເລັດຂອງການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ແລະ ຮັບປະກັນໃຫ້ໄດ້ຜົນໄດ້ຮັບຕາມຄາດຫມາຍ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຜົນໄດ້ຮັບຂອງການຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ປະເມີນຜົນ ຍັງເປັນຂໍ້ມູນທີ່ສໍາຄັນໃຫ້ແກ່ການຕັດສິນໃຈແກ້ໄຂບັນຫາ ແລະ ວາງແຜນກິດຈະກຳໃນອະນາຄົດ⁵².

ຜົນໄດ້ຮັບຂອງການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ຈະຖືກສັງລວມ ແລະ ລາຍງານໃນກອງປະຊຸມເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວປະຈຳກາງປີ ແລະ ປະຈຳປີ (ຕາມຕາຕະລາງ 17.1). ບັນດາສະມາຊິກເຄືອຂ່າຍ ແລະ ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມກອງປະຊຸມ ສາມາດປະກອບຄໍາຄິດຄໍາເຫັນເຂົ້າໃນຜົນໄດ້ຮັບ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳໃນຕໍ່ໜ້າ.

ນອກຈາກການຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ປະເມີນຜົນໃນລະດັບກິດຈະກຳແລ້ວ, ຄາດຫມາຍສູ້ຊີນທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນບົດທີ 12 ກໍ່ຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການປະເມີນເຊັ່ນກັນ ໂດຍສະເພາະແມ່ນຄາດຫມາຍສູ້ຊີນຂໍ້ທີ 1–4 ເຊິ່ງນອນຢູ່ໃນລະດັບພາບລວມ.

ທ້າຍສຸດແລ້ວ, ຜົນໄດ້ຮັບຂອງການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ຈະຕ້ອງນໍາໄປສູ່ການບັນລຸແຜນງານ, ຍຸດທະສາດ, ຈຸດປະສົງ ແລະ ວິໄສທັດການທ່ອງທ່ຽວຮອດປີ 2025 (ແຜນວາດທີ 11.1: ຄວາມເຊື່ອມໂຍງຂອງວິໄສທັດ, ຈຸດປະສົງ, ຍຸດທະສາດ, ແຜນງານ ແລະ ກິດຈະກຳ).

⁵² ຄູ່ມືການຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ປະເມີນຜົນຄວາມສໍາເລັດຂອງການພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ (ສໍາລັບຜູ້ປະກອບການ ຫລື ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວ), ໜ້າທີ 1, ກະຊວງ ຖວທ.

ຕາຕະລາງ 17.1: ການຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ປະເມີນຜົນ

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ (Activity)	ຜົນໄດ້ຮັບ (Output)	ໄລຍະຜົນກະທົບ			ຕົວຊີ້ວັດ (Indicator)	ເກນການໃຫ້ຄະແນນ										N/A			
			ສັ້ນ	ກາງ	ຍາວ		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10				
I	ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ																			
1	ການວາງແຜນ																			
1.1			✓																	
				✓																
					✓															
1.2			✓																	
				✓																
					✓															

ການໃຫ້ຄະແນນ: 1 - 2 = ອ່ອນທີ່ສຸດ; 3 - 4 = ອ່ອນ; 5 - 6 = ປານກາງ; 7 - 8 = ດີ; 9 - 10 = ດີທີ່ສຸດ; N/A = Not Applicable = ບໍ່ແທດເໝາະ

ໃຫ້ຫມາຍເຄື່ອງຫມາຍຖືກ (✓) ໃສ່ຫ້ອງຄະແນນ

ອະທິບາຍສັບ

ຄຳສັບ	ຄວາມຫມາຍ
ການທ່ອງທ່ຽວ (Tourism)	ການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນການເດີນທາງຈາກທີ່ຢູ່ອາໄສຂອງຕົນໄປທ້ອງຖິ່ນອື່ນ ຫລື ປະເທດອື່ນ ເພື່ອການຢ້ຽມຢາມ, ທ່ຽວຊົມ, ພັກຜ່ອນ, ມ່ວນຊິນ, ແລກປ່ຽນ ວັດທະນະທຳ, ກິລາ, ສິ່ງເສີມສຸຂະພາບ, ສຶກສາຄົ້ນຄວ້າ, ວາງສະແດງ, ປະຊຸມ ແລະ ອື່ນໆ ໂດຍບໍ່ມີຈຸດປະສົງຊອກເຮັດວຽກ, ປະກອບອາຊີບ ເພື່ອຫາລາຍໄດ້ ໃນຮູບແບບຕ່າງໆ ⁵³ .
ຈຸດຫມາຍປາຍທາງ ການທ່ອງທ່ຽວ (Tourism Destination)	ຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ຫມາຍເຖິງພື້ນທີ່ໃດຫນຶ່ງທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວໄປ ຢ້ຽມຢາມໂດຍໃຊ້ເວລາພັກເຊົາຢ່າງຫນ້ອຍຫນຶ່ງຄືນ. ປະກອບມີຜະລິດຕະພັນ ການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການບໍລິການຕ່າງໆ. ຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ສາມາດເປັນໄດ້ຫລາຍລະດັບເຊັ່ນ: ປະເທດ, ພາກ (ເຫນືອ, ກາງ, ໃຕ້), ແຂວງ, ເມືອງ, ບ້ານ ແລະ ເກາະດອນຕ່າງໆ ⁵⁴ .
ການພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງ ການທ່ອງທ່ຽວ (Destination Management)	ການພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນການຊີ້ນຳໆພາ ແລະ ປະສານງານ ໃນການພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມ ຄອງທຸກອົງປະກອບໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ປະກອບສ່ວນເຂົ້າ ໃນປະສົບການຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍຄຳນຶງເຖິງຄວາມຕ້ອງການຂອງນັກທ່ອງ ທ່ຽວ, ປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນ, ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ ⁵⁵ .
ແຜນພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການ ທ່ອງ ທ່ຽວ (Destination Management Plan – DMP)	ແຜນພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນເອກະສານທີ່ສ້າງ ແລະ ນຳໃຊ້ຮ່ວມກັນ ຂອງບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນ ຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍ ປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວໃນຊ່ວງໄລຍະເວລາໃດຫນຶ່ງ. ມີການກຳນົດພາລະ ບົດບາດ ແລະ ຫນ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບຂອງບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງ ປະຕິບັດກິດຈະກຳທີ່ຊັດເຈນໃນແຕ່ລະໄລຍະ ⁵⁶ .

⁵³ ກົດຫມາຍວ່າດ້ວຍການທ່ອງທ່ຽວ (ສະບັບປັບປຸງ), ຫນ້າທີ 1, ເລກທີ 32/ສພຊ, ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ, ວັນທີ 24 ກໍລະກົດ 2013

⁵⁴ ຄຸ້ມຄອງພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ, ຫນ້າທີ 1, ກະຊວງ ຖວທ

⁵⁵ Principles for Developing Destination Management Plans, ຫນ້າທີ 3, Visit England

⁵⁶ Principles for Developing Destination Management Plans, ຫນ້າທີ 3, Visit England

<p>ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ (Visitor Flow)</p>	<p>ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນການສະແດງເຖິງການເຄື່ອນຍ້າຍຂອງກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີພຶດຕິກຳ, ຄວາມສົນໃຈ ແລະ ແຮງຈູງໃຈຄ້າຍຄືກັນ ໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວໃດໜຶ່ງ. ນັບຕັ້ງແຕ່ ດ່ານສາກົນເຂົ້າມາ ສປປ ລາວ, ຮູບແບບການເດີນທາງ, ກິດຈະກຳທີ່ເຮັດ, ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ໄປຢ້ຽມຢາມ, ປະເພດທີ່ພັກເຊົາ, ຮ້ານອາຫານ ແລະ ອື່ນໆ. ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຕ້ອງມີຈຳນວນທີ່ຫລາຍ ແລະ ມີການເຄື່ອນຍ້າຍໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງ ທ່ຽວທີ່ສາມາດກຳນົດລົງໃນແຜນທີ່ໄດ້⁵⁷. ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ = ກິດຈະກຳຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ + ຄວາມສົນໃຈຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ.</p>
<p>ເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ (Destination Management Network – DMN)</p>	<p>ເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ຫລື ເອີ້ນຫຍໍ້ວ່າ ເຄືອຂ່າຍ DMN ແມ່ນການໂຮມຕົວກັນຂອງພາກລັດ, ພາກທຸລະກິດ, ໂຄງການ ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນໃນຂະແຫນງການທ່ອງທ່ຽວ. ຈຸດປະສົງແມ່ນເພື່ອເສີມຂະຫຍາຍການຮ່ວມມືທາງດ້ານການພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ.</p>
<p>ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ (Taskforce)</p>	<p>ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ ແມ່ນການໂຮມຕົວກັນຂອງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນຂະແຫນງການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອເຮັດວຽກຮ່ວມກັນໃນຫນ້າວຽກໃດໜຶ່ງ ເຊັ່ນ ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ, ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດໃນຂະແຫນງການທ່ອງທ່ຽວ. ໃນເຄືອຂ່າຍໃດໜຶ່ງ ອາດປະກອບມີຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ ໜຶ່ງ ຫລື ຫລາຍຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ ຍັງສາມາດສ້າງຂຶ້ນໂດຍອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍການດຶງເອົາບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃດໜຶ່ງ ມາເຮັດວຽກຮ່ວມກັນ.</p>

⁵⁷ ແຜນພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວລາວປີ 2016 – 2018, ຫນ້າທີ 37

ເອກະສານອ້າງອີງ

- ຄູ່ມືບໍລິຫານໂຄງການ, ໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ, ສປປ ລາວ, ສຳລັບປີ 2015 – 2019
- ຂໍ້ຕົກລົງຂອງລັດຖະມົນຕີວ່າການ ວ່າດ້ວຍການແຕ່ງຕັ້ງຄະນະບໍລິຫານງານເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວຂັ້ນສູນກາງ ສຳລັບໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ, ເລກທີ 753/ຖວທ, ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ, ລົງວັນທີ 06/07/2015, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ
- ບົດລາຍງານສະຖິຕິການທ່ອງທ່ຽວປະຈຳປີ 2018, ກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ
- UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition
- ສະຖິຕິການທ່ອງທ່ຽວແຕ່ປີ 2000 - 2018, ຂະແໜງພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ພະແນກຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ, ມັງກອນ 2019
- The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, World Economic Forum
- ແຜນພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມແລະຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງປີ 2016–2018
- ແຜນຍຸດທະສາດພັດທະນາ ແລະ ສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ປີ 2011 – 2020, ພະແນກຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ
- Country Brand Ranking 2017 - 2018, Tourism Edition, Bloom Consulting
- ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Tourism Branding Strategy), ກົມໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ
- ແຜນຍຸດທະສາດການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວລາວປີ 2019 – 2022, ກົມໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2019
- ກົດຫມາຍວ່າດ້ວຍການທ່ອງທ່ຽວ (ສະບັບປັບປຸງ), ສະພາແຫ່ງຊາດ, ວັນທີ 24 ກໍລະກົດ 2013
- ມາດຕະຖານໂຮງແຮມຂຽວອາຊຽນ, ກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖວທ ແລະ TIIG 2 / ADB
- ຄູ່ມືການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖວທ
- ຄູ່ມືການຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ, 01 ສຳລັບຜູ້ປະກອບການ ຫລື ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວ, ILO – SBC
- ASEAN Tourism Crisis Communication Manual (Incorporating Best Practices of PATA & UNWTO)
- ຄູ່ມືການຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ປະເມີນຜົນຄວາມສຳເລັດຂອງການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ (ສຳລັບຜູ້ປະກອບການ ຫລື ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວ), ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ.
- Principles for Developing Destination Management Plans, Visit England

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 1: ລາຍຊື່ສະມາຊິກເຄືອຂ່າຍ

ລຳດັບ	ພາກສ່ວນ	ຊື່ ແລະ ນາມສະກຸນ	ຕຳແໜ່ງ
	ປະທານເຄືອຂ່າຍ		
1	ພະແນກ ຖວທ ແຂວງຫລວງພະບາງ		ຄະນະພະແນກ
	ກອງເລຂາເຄືອຂ່າຍ		
2	ພະແນກ ຖວທ ແຂວງ, ຂະແໜງໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ		ຄະນະຂະແໜງ
3	ພະແນກ ຖວທ ແຂວງ, ຂະແໜງຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ		ຄະນະຂະແໜງ
4	ພະແນກ ຖວທ ແຂວງ, ຂະແໜງພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ		ຄະນະຂະແໜງ
5	ພະແນກ ຖວທ ແຂວງ, ສູນຝຶກອົບຮົມ		ຄະນະສູນ
	ສະມາຊິກເຄືອຂ່າຍ		
	ພາກລັດ		
6	ພະແນກ ຖວທ ແຂວງ, ຂະແໜງໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ		
7	ພະແນກ ຖວທ ແຂວງ, ຂະແໜງໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ		
8	ພະແນກ ຖວທ ແຂວງ, ຂະແໜງພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ		
9	ພະແນກ ຖວທ ແຂວງ, ຂະແໜງພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ		
10	ພະແນກ ຖວທ ແຂວງ, ຂະແໜງຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ		
11	ພະແນກ ຖວທ ແຂວງ, ຂະແໜງຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ		
12	ຫ້ອງການ ຖວທ ນະຄອນຫລວງພະບາງ		ຄະນະຫ້ອງການ
13	ຫ້ອງການ ຖວທ ເມືອງຈອມເພັດ		ຄະນະຫ້ອງການ
14	ຫ້ອງການ ຖວທ ເມືອງປາກອຸ		ຄະນະຫ້ອງການ
15	ຫ້ອງການ ຖວທ ເມືອງນ້ຳບາກ		ຄະນະຫ້ອງການ
16	ຫ້ອງການ ຖວທ ເມືອງງອຍ		ຄະນະຫ້ອງການ
17	ພະແນກໂຍທາທິການ ແລະ ຂົນສົ່ງແຂວງ		ຄະນະພະແນກ / ຂະແໜງ
18	ພະແນກຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມແຂວງ		ຄະນະພະແນກ / ຂະແໜງ
19	ພະແນກແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນແຂວງ		ຄະນະພະແນກ / ຂະແໜງ
20	ພະແນກອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າແຂວງ		ຄະນະພະແນກ / ຂະແໜງ

ລຳດັບ	ພາກສ່ວນ	ຊື່ ແລະ ນາມສະກຸນ	ຕຳແໜ່ງ
21	ພະແນກແຮງງານ ແລະ ສະຫວັດດີສັງຄົມແຂວງ		ຄະນະພະແນກ / ຂະແໜງ
22	ພະແນກຕຳຫລວດທ່ອງທ່ຽວແຂວງ		ຄະນະພະແນກ / ຂະແໜງ
23	ຫ້ອງການມໍລະດົກໂລກ		ຄະນະຫ້ອງການ
24	ຫ້ອງການບໍລິຫານ ແລະ ພັດທະນາຕົວເມືອງແຂວງ		ຄະນະຫ້ອງການ
25	ມ/ລ ສຸພານຸວົງ (ຄະນະເສດຖະສາດ ແລະ ບ/ຫການທ/ທ)		
26	ສູນຝຶກອົບຮົມລາວ		
	ພາກທຸລະກິດ		
27	ສະພາການຄ້າ ແລະ ອຸດສາຫະກຳແຂວງຫລວງພະບາງ		
28	ສະມາຄົມທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ		ຄະນະປະທານ
29	ສະມາຄົມໂຮງແຮມ ແລະ ເຮືອນພັກແຂວງຫຼວງພະບາງ		ຄະນະປະທານ
30	ສະມາຄົມຮ້ານອາຫານແຂວງຫຼວງພະບາງ		ຄະນະປະທານ
31	ສະມາຄົມຫັດຖະກຳແຂວງຫລວງພະບາງ		ຄະນະປະທານ
32	ກຸ່ມພະນັກງານນຳທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ		ຄະນະປະທານ
33	ລັດວິສາຫະກິດການບິນລາວ ສາຂາແຂວງຫລວງພະບາງ		
34	ສາຍການບິນແອເອເຊຍ ສາຂາແຂວງຫຼວງພະບາງ		
35	ສາຍການບິນລາວສະກາຍເວ ສາຂາແຂວງຫຼວງພະບາງ		
36	ສາຍການບິນບາງກອກແອ ສາຂາແຂວງຫຼວງພະບາງ		
37	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ		
38	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ		
39	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ		
40	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ		
41	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ		
42	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ		
43	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ		
44	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ		
45	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ		
46	ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ		
47	ໂຮງແຮມ / ເຮືອນພັກ / ຮ້ານອາຫານ		

ລຳດັບ	ພາກສ່ວນ	ຊື່ ແລະ ນາມສະກຸນ	ຕຳແໜ່ງ
48	ໂຮງແຮມ / ເຮືອນພັກ / ຮ້ານອາຫານ		
49	ໂຮງແຮມ / ເຮືອນພັກ / ຮ້ານອາຫານ		
50	ໂຮງແຮມ / ເຮືອນພັກ / ຮ້ານອາຫານ		
51	ໂຮງແຮມ / ເຮືອນພັກ / ຮ້ານອາຫານ		
52	ໂຮງແຮມ / ເຮືອນພັກ / ຮ້ານອາຫານ		
53	ໂຮງແຮມ / ເຮືອນພັກ / ຮ້ານອາຫານ		
54	ໂຮງແຮມ / ເຮືອນພັກ / ຮ້ານອາຫານ		
55	ໂຮງແຮມ / ເຮືອນພັກ / ຮ້ານອາຫານ		
56	ໂຮງແຮມ / ເຮືອນພັກ / ຮ້ານອາຫານ		
57	ໂຮງແຮມ / ເຮືອນພັກ / ຮ້ານອາຫານ		
58	Ock Pop Tok Living Craft Center		
59	Bamboo Lao		
60	ສູນສິລະປະ ແລະ ຊົນເຜົ່າວິທະຍາ		

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 2: ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດປະຈຳປີ 2020

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 2.1: ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020													
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
I	ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ		ຂະແໜງພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ															
1	ການວາງແຜນ																	
1.1	ປັບປຸງແຜນຍຸດທະສາດ ແລະ ພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ ຫລວງພະບາງ ປີ 2021 - 2030 ແລະ ວິໄສທັດປີ 2035	- ນຳໃຊ້ຫຼັກການໆວິເຄາະກະແສນັກ ທ່ອງທ່ຽວ ເຂົ້າໃນການສ້າງແຜນ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບແຜນນີ້																
1.2	ສ້າງແຜນແມ່ບົດການພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ (Tourism Development Master Plan) ນະຄອນຫລວງພະບາງ	- ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບແຜນນີ້																
1.3	ສ້າງແຜນປົກປັກຮັກສາ ແລະ ຄຸ້ມຄອງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ ສຳຄັນ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ກຳນົດຂົງເຂດການສ້າງແຜນ ແລະ ເກັບ ກຳຂໍ້ມູນ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກ ສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບແຜນນີ້																

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2	ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ															
2.1	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານ ການທ່ອງທ່ຽວແບບປະຊາຊົນມີ ສ່ວນຮ່ວມອາຊຽນ (ASEAN Community Based Tourism Standard) ຕາມກະແສນັກ ທ່ອງທ່ຽວ	- ກຳນົດກິດຈະກຳ ຫລື ບ້ານ ຕາມກະແສ ນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້														
2.2	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານ ການທ່ອງທ່ຽວແບບປະຊາຊົນມີ ສ່ວນຮ່ວມຂອງ ສປປ ລາວ (Laos Community Based Tourism Standard) ຕາມ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ກຳນົດກິດຈະກຳ ຫລື ບ້ານ ຕາມກະແສ ນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້														
2.3	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານ ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນອາຊຽນ (ASEAN Homestay Standard) ຕາມກະແສນັກ ທ່ອງທ່ຽວ	- ກຳນົດກິດຈະກຳ ຫລື ບ້ານ ຕາມກະແສ ນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2.4	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານ ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນຂອງ ສປປ ລາວ (Laos Homestay Standard) ຕາມກະແສນັກ ທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດກິດຈະກຳ ຫລື ບ້ານ ຕາມກະແສ ນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 														
2.5	ພັດທະນາ ແລະ ສົ່ງເສີມ ຜະລິດຕະພັນຫນຶ່ງເມືອງຫນຶ່ງ ຜະລິດຕະພັນ (ODOP) ສຳລັບ ການທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກ ທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດຜະລິດຕະພັນ ໂດຍອີງຕາມກະແສ ນັກທ່ອງທ່ຽວ - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບຂະແໜງການ ກ່ຽວຂ້ອງເຊັ່ນ: ພະແນກອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 														
2.6	ພັດທະນາ ແລະ ສົ່ງເສີມ ຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ ກ່ຽວກັບງານເທດສະການ ແລະ ບຸນຮີດຄອງປະເພນີທ້ອງຖິ່ນ (Local Event & Festival) ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດຜະລິດຕະພັນ ໂດຍອີງຕາມກະແສ ນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2.7	ສຳຫລວດ ແລະ ພັດທະນາວົງ ຈອນການທ່ອງທ່ຽວໃຫມ່ ທີ່ ສາມາດເຊື່ອມໂຍງກັບກະແສນັກ ທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດວົງຈອນທີ່ສາມາດເຊື່ອມໂຍງກັບ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວປັດຈຸບັນ ໂດຍຮ່ວມມື ກັບບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ຜະລິດຕະພັນ ການທ/ທຕາມສາຍນ້ຳຂອງ ແລະ ນ້ຳຄານ, ວົງຈອນການທ່ອງທ່ຽວນະຄອນ ຫລວງພະ ບາງ - ນ້ຳບາກ - ເມືອງງອຍ ແລະ ອື່ນໆ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 														
2.8	ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ແລະ ວົງຈອນການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດ ພາກພື້ນ (Regional Product)	<ul style="list-style-type: none"> - ນຳໃຊ້ຫລັກການວິເຄາະກະແສນັກທ/ທ - ຮ່ວມມືກັບປະເທດໃນເຂດພາກພື້ນ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 														
2.9	ສ້າງກອງທຶນສະໜັບສະໜູນ ທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງ (SMEs Matching Fund) ເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການພັດທະນາ ທຸລະກິດໃນຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ຄັດເລືອກທຸລະກິດ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບ ກິດຈະກຳອື່ນເຊັ່ນ: ການທ/ທແບບ ປະຊາຊົນມີສ່ວນຮ່ວມ, ເຮືອນພັກແຮມ ປະຊາຊົນ, ການຜະລິດຫັດຖະກຳ ແລະ ອື່ນໆ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
2.10	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ (Laos Tourist Attraction Standard) ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 															
3	ການສຳຫລວດ ແລະ ຈັດສັນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ																
3.1	ສຳຫລວດ ແລະ ຈັດສັນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີທຳແຮງ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດຂົງເຂດການສຳຫລວດ ແລະ ຈັດສັນ ອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ນຳໃຊ້ບູລິມະສິດການສຳຫລວດ ແລະ ຈັດສັນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຂອງ ສປປ ລາວ ທີ່ກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວສ້າງຂຶ້ນ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 															
3.2	ປັບປຸງບັນຊີລາຍຊື່ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດຂົງເຂດການເກັບກຳຂໍ້ມູນ ອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ນຳໃຊ້ບູລິມະສິດຂັ້ນບັນຊີແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ຈາກກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
4	ການປົກປັກຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມ															
4.1	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານ ເມືອງທ່ອງທ່ຽວສະອາດອາຊຽນ (ASEAN Clean Tourist City Standard) ຢູ່ ນະຄອນຫລວງ ພະບາງ	<ul style="list-style-type: none"> - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບກົມພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ - ນຳໃຊ້ປຶ້ມມາດຕະຖານທີ່ແປເປັນພາສາ ລາວ ແລະ ໄດ້ຈັດພິມ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 														
4.2	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດການແຂ່ງຂັນຮັບ ລາງວັນການທ່ອງທ່ຽວແບບຍືນ ຍົງອາຊຽນ (ASEAN Sustainable Tourism Award)	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດພາກສ່ວນເຂົ້າຮ່ວມຮັບລາງວັນ ອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 														
4.3	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ການທ່ອງທ່ຽວແບບມີຄວາມ ຮັບຜິດຊອບ (Responsible Tourism) ເຊັ່ນ: ການ ຫລຸດຜ່ອນການນຳໃຊ້ພາສຕິກ: ຕຸກນ້ຳດື່ມ, ທໍ່ດູດ, ຖົງຫົວ ແລະ ອື່ນໆ	<ul style="list-style-type: none"> - ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ໂດຍອີງຕາມ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ຮ່ວມກັບພາກສ່ວນອື່ນທີ່ເຮັດວຽກ ແລະ ສິ່ງເສີມຂຶ້ນເຊັ່ນ: ໂຄງການໃສ່ໃຈ ຫລວງພະບາງ ຂອງອົງການ GIZ, ພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
4.4	ປັບປຸງຮ່ອງນ້ຳທີ່ມີກິນເຫມັນ ພາຍໃນນະຄອນຫລວງພະບາງ	- ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບຂະແໜງການ ກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ພາກທຸລະກິດ - ສຶກສາກົກປາຍສາຍເຫດຂອງກິນເຫມັນ ເຊັ່ນ: ການຖິ້ມເສດອາຫານ, ການປ່ອຍນ້ຳ ເສຍ ໂດຍບໍ່ຜ່ານການບຳບັດ ແລະ ອື່ນໆ															
4.5	ປັບປຸງສວນສາທາລະນະພາຍໃນ ນະຄອນຫລວງພະບາງ	- ອີງຕາມຕົວຊີ້ວັດໃນມາດຕະຖານເມືອງ ທ່ອງທ່ຽວສະອາດອາຊຽນ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້															
4.6	ປູກ ແລະ ບົວລະບັດຮັກສາດອກ ໄມ້ຕາມຫົນທາງພາຍໃນ ນະຄອນຫລວງພະບາງ																
4.7	ປັບປຸງການບໍລິຫານຄຸ້ມຄອງຂີ້ ເຫຍື້ອຕາມຫົນທາງແລະແຄມນ້ຳ	- ສະໜອງຖັງຂີ້ເຫຍື້ອແຍກປະເພດຢູ່ ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ/ທ															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
5	ຄວາມປອດໄພ ແລະ ການຮັກສາຄວາມປອດໄພ																
5.1	ສ້າງແຜນຮັກສາຄວາມປອດໄພ (Safety & Security Plan) ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວ ພາຍໃນ ແຂວງຫລວງພະບາງ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດຂົງເຂດການສ້າງແຜນ ແລະ ເກັບກຳຂໍ້ມູນ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບຂະແໜງການກ່ຽວຂ້ອງເຊັ່ນ: ພະແນກດຳຫລວດທ່ອງທ່ຽວແຂວງ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 															
5.2	ສ້າງລະບຽບການຄຸ້ມຄອງກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ມີຄວາມສ່ຽງຕໍ່ກັບຄວາມປອດໄພຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດຂົງເຂດການສ້າງແຜນ ແລະ ເກັບກຳຂໍ້ມູນ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບຂະແໜງຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຂະແໜງການກ່ຽວຂ້ອງເຊັ່ນ: ພະແນກດຳຫລວດທ່ອງທ່ຽວແຂວງ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
5.3	ສະໜອງຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຄວາມປອດໄພໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ ອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ອອກແບບເນື້ອໃນ ແລະ ພາສາທີ່ແທດເຫມາະກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດວິທີການສະໜອງຂໍ້ມູນທີ່ແທດເຫມາະກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຊິ່ງປະກອບມີທາງອອນລາຍ (ແອບມີຖືທ່ອງທ່ຽວ, ເວັບໄຊ, ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ) ແລະ ທາງອອຟລາຍ ເຊັ່ນ: ປ້າຍເຕືອນ, ປ້າຍຫ້າມ, ແຜ່ນພັບ ແລະ ອື່ນໆ 															
5.4	ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ກັບການຮັກສາຄວາມປອດໄພ ໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດກິດຈະກຳ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບຂະແໜງການກ່ຽວຂ້ອງເຊັ່ນ: ພະແນກດຳຫລວດທ່ອງທ່ຽວແຂວງ, ໂຮງຫມໍ ແລະ ອື່ນໆ - ກິດຈະກຳ: ປະກອບອຸປະກອນ, ຈັດຝຶກອົບຮົມ, ຈັດກອງປະຊຸມລາຍງານສະພາບການ ແລະ ວາງແຜນໃນຕໍ່ໜ້າ ກ່ຽວກັບການຮັກສາຄວາມປອດໄພໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
5.5	ສ້າງລະບົບການແຈ້ງເຫດສຸກເສີນ (ສາຍດ່ວນ) ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ທຸກທີ່ທຸກເວລາ	<ul style="list-style-type: none"> - ບັນຈຸກົນໄກການໄດ້ຮັບແຈ້ງເຕືອນ (Notification) ກໍລະນີເກີດເຫດສຸກເສີນ ຫລື ວິກິດການ ພ້ອມທັງວິທີການຮັບມື - ບັນຈຸກົນໄກການແຈ້ງເຫດສຸກເສີນ ເຊັ່ນ: ເບີໂທສາຍດ່ວນຫາຕຳຫລວດທ່ອງທ່ຽວທີ່ສາມາດສື່ສານພາສາອັງກິດ ແລະ ເບີໂທໂຮງຫມໍ ແລະ ສະຖານທູດແຕ່ລະປະເທດ - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບພະແນກຕຳຫລວດທ່ອງທ່ຽວແຂວງ, ພະແນກຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 														
6	ການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານ															
6.1	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານ ຫ້ອງນໍ້າສາທາລະນະອາຊຽນ (ASEAN Public Toilet Standard) ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ໂດຍອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
6.2	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານ ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະຂອງ ສປປ ລາວ (Laos Public Toilet Standard) ຕາມກະແສນັກ ທ່ອງທ່ຽວ	- ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ໂດຍອີງຕາມ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້														
6.3	ປັບປຸງສິ່ງອໍານວຍຄວາມສະດວກ ໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວສຳລັບຜູ້ ສູງອາຍຸ ແລະ ຄົນພິການ ຕາມ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ໂດຍອີງຕາມ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ອີງໃສ່ປຶ້ມຄຸ້ມແນະນຳການກໍ່ສ້າງສິ່ງ ອໍານວຍຄວາມສະດວກໃນສະຖານທີ່ທ່ອງ ທ່ຽວສຳລັບຄົນພິການ ແລະ ຜູ້ສູງອາຍຸ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້														
6.4	ຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກ ຕາມເສັ້ນທາງ ເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ (Directional signpost) ອີງ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ໂດຍອີງຕາມ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ນຳໃຊ້ປຶ້ມແນະນຳການຜະລິດປ້າຍຊີ້ ບອກແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ກົມຄຸ້ມຄອງ ການທ່ອງທ່ຽວສ້າງຂຶ້ນ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
6.5	ສ້າງ ແລະ ປັບປຸງສູນຂໍ້ມູນ ການທ່ອງທ່ຽວ (Tourist Information Center) ຕາມ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ໂດຍອີງຕາມ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້														
6.6	ສ້າງຈຸດຊົມວິວຢູ່ແຫລ່ງທ່ອງ ທ່ຽວພູສີ	- ຖ້າຍັງຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວຍັງມີຄວາມ ຫນາແຫນ້ນ, ໃຫ້ພິຈາລະນາວິທີການອື່ນໃນ ການຈຳກັດຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວເຊັ່ນ: ການຈຳກັດຈຳນວນໃນແຕ່ລະວັນ, ຈຳກັດ ເວລາ ແລະ ອື່ນໆ														
6.7	ປັບປຸງທ່າເຮືອລົງຫາແຫລ່ງທ່ອງ ທ່ຽວ ຢູ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ອອກແບບໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບກະແສນັກ ທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ກຸ່ມທີ່ມາເປັນຄະນະ ຈຳນວນຫລາຍ, ຜູ້ສູງອາຍຸ ແລະ ອື່ນໆ														
6.8	ຕິດຕັ້ງປ້າຍຫ້າມ, ປ້າຍເຕືອນ ແລະ ປ້າຍແນະນຳຕາມ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສ ນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ສ້າງເນື້ອໃນ ແລະ ພາສາ ໃຫ້ສອດຄ່ອງ ກັບ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
6.9	ສຳຫລວດ ແລະ ຕິດຕັ້ງໄຟເຍືອງ ທາງ ຕາມເສັ້ນທາງສຳຄັນພາຍໃນ ແຂວງຫລວງພະບາງ																
7	ການເກັບກຳສະຖິຕິ ແລະ ສຶກສາວິໄຈການທ່ອງທ່ຽວ																
7.1	ປັບປຸງລະບົບການເກັບກຳສະຖິຕິ ການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະ ບາງ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບລະບົບ ການເກັບກຳສະຖິຕິຂອງ ສປປ ລາວ	<ul style="list-style-type: none"> - ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ໂດຍອີງຕາມ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ຈຳແນກສະຖິຕິ ນັກທ່ອງທ່ຽວໂດຍແບ່ງຕາມກະແສ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 															
7.2	ສຶກສາວິໄຈກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫລວງພະບາງ (Visitor Flow Analysis)	<ul style="list-style-type: none"> - ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ໂດຍອີງຕາມ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ການສຳພາດ ກຸ່ມຕົວຢ່າງໂດຍແບ່ງຕາມກະແສນັກທ່ອງ ທ່ຽວ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ເຂົ້າໃຈຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຂອງແຕ່ລະກະແສ ຫລາຍຂຶ້ນ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
7.3	ສຳຫລວດຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຂອງ ນັກທ່ອງທ່ຽວ ຕາມແຕ່ລະ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບກົມພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ, ນຳໃຊ້ແບບສອມຖາມທີ່ ເປັນເອກະພາບທົ່ວປະເທດ - ກຳນົດກຸ່ມຕົວຢ່າງການສຳຫລວດ ອີງ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ															
8	ການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນ																
8.1	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການວາງ ແຜນ ແລະ ພັດທະນາການທ່ອງ ທ່ຽວໃຫ້ພະນັກງານໃນຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ																
8.2	ປະກອບອຸປະກອນໃນການສຳ ຫລວດ ແລະ ຈັດສັນແຫລ່ງທ່ອງ ທ່ຽວ ເຊັ່ນ: GPS, Drone, Computer ສຳລັບອອກແບບ ໃຫ້ແກ່ພະນັກງານໃນຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ																
8.3	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບລະບົບ ການເກັບກຳສະຖິຕິການທ່ອງ ທ່ຽວໃຫ້ພະນັກງານໃນຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ																

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
9	ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ															
9.1	ສ້າງຕັ້ງຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫລວງພະບາງ ເຊິ່ງ ປະກອບມີພາກລັດ ແລະ ພາກ ທຸລະກິດ ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນແຕ່ ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ສ້າງໄລຍະທ້າຍປີ 2020, ປະເມີນຄວາມ ສົນໃຈ ແລະ ຄວາມຫ້າວຫັນຂອງບັນດາຜູ້ ມີສ່ວນຮ່ວມໃນວຽກງານຂອງເຄືອຂ່າຍ - ກຳນົດ ແລະ ຄັດເລືອກສະມາຊິກ ໂດຍ ອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ທຸລະ ກິດທີ່ມີລູກຄ້າ ຫລື ນັກທ່ອງທ່ຽວຕາມແຕ່ ລະກະແສ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ໄດ້ຂໍ້ມູນໃນການ ກຳນົດກິດຈະກຳ ໃຫ້ແທດເຫມາະກັບ ສະພາບຕົວຈິງ														
9.2	ປະກອບອຸປະກອນໃຫ້ແກ່ ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການ ພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ ຫລວງພະບາງ															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
9.3	ຈັດກອງປະຊຸມໜ່ວຍງານ ສະເພາະກິດການພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະ ບາງ ເພື່ອນຳສະເໜີຄວາມຄືບ ໜ້າການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຜ່ານມາ ແລະ ແຜນ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ໃນຕໍ່ໜ້າ	- ເຊີນສະມາຊິກ ຫລື ພາກສ່ວນທີ່ເຂົ້າ ຮ່ວມໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳເຂົ້າ ຮ່ວມກອງປະຊຸມ														
9.4	ນຳສະເໜີຄວາມຄືບໜ້າ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ຜ່ານມາ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງ ປະຕິບັດກິດຈະກຳໃນຕໍ່ໜ້າ ທາງອອນລາຍ ແລະ ສື່ສັງຄົມ ອອນລາຍເຊັ່ນ: Facebook: LuangPrabangDMN	- ຂຽນບົດຄວາມຫຍໍ້ ແລະ ລົງຮູບພາບ ເຂົ້າໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ ຫລາຍພາກສ່ວນຮັບຮູ້ການເຄື່ອນໄຫວຂອງ ເຄືອຂ່າຍຫລາຍຂຶ້ນ														

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 2.2: ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
II	ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ		ຂະແໜງໂຄສະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ														
1	ການໂຄສະນາທາງອອນລາຍ (Online Marketing)																
1.1	ສ້າງຄັງຮູບພາບ ແລະ ຂໍ້ມູນ ສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງ ທ່ຽວຂອງ ແຂວງຫລວງພະບາງ ທີ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ທຸກທີ່ທຸກ ເວລາ ແລະ ເຊື່ອມໂຍງກັບຄັງ ຮູບພາບຂອງ ສປປ ລາວ (Laos Tourism Image & Text Library)	<ul style="list-style-type: none"> - ນຳໃຊ້ລະບົບດຽວກັນກັບຂອງສູນກາງ - ຈຳແນກປະເພດຮູບພາບ ແລະ ຂໍ້ມູນ ສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວ ຕາມ ຄຸນລັກສະນະຂອງກຸ່ມເປົ້າໝາຍ (Traveler Typology) ແລະ ກະແສນັກ ທ່ອງທ່ຽວ - ສັງລວມຂໍ້ມູນຜະລິດຕະພັນ ການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ໄດ້ຮັບການພັດທະນາ ແລ້ວ ຈາກຂະແໜງພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ 															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.2	ປັບປຸງເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ (Luang Prabang Timeless) ແລະ ຍຸດທະສາດສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Tourism Branding Strategy)	<ul style="list-style-type: none"> - ອອກແບບເວັບໄຊໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ (Luang Prabang Timeless) ແລະ ຍຸດທະສາດສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Tourism Branding Strategy) - ສ້າງ ແລະ ສະແດງຂໍ້ມູນອີງຕາມຄຸນລັກສະນະຂອງກຸ່ມເປົ້າໝາຍ (Traveler Typology) ແລະ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ສ້າງໃຫ້ເປັນສູນກາງໃນການດຶງເອົາຜູ້ອ່ານຈາກສື່ສັງຄົມອອນລາຍອື່ນ - ສັງລວມຂໍ້ມູນຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ໄດ້ຮັບການພັດທະນາແລ້ວ ຈາກຂະແໜງພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ 														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.4	ປັບປຸງຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫລວງພະບາງ ໃນສື່ ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ເວັບໄຊ ທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ມີຄວາມຄົບຖ້ວນ ຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງແຕ່ລະ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ເຮັດໃຫ້ຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ໃນ Tripadvisor ມີຄວາມຄົບຖ້ວນ ຕາມ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ນຳໃຊ້ Facebook, Instagram ເພື່ອ ກະຕຸ້ນ ແລະ ດຶງຄວາມສົນໃຈ ແລະ ດຶງໃຫ້ ຜູ້ອ່ານເຂົ້າຫາເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວ - ນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ທີ່ແທດ ເຫມາະກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ນັກ ທ່ອງທ່ຽວຈີນ ນິຍົມນຳໃຊ້ WeChat, Weibo, Youku Tudou ແລະ ອື່ນໆ 														
1.5	ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps ໃຫ້ມີຄວາມຄົບ ຖ້ວນ ເຊັ່ນ: ສະຖານທີ່ທ່ອງ ທ່ຽວ, ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນ , ທີ່ຕັ້ງ, ເບີໂທຕິດຕໍ່, ຮູບພາບ ແລະ ອື່ນໆ	<ul style="list-style-type: none"> - ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ສັງລວມຂໍ້ມູນຜະລິດຕະພັນ ການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ໄດ້ຮັບການພັດທະນາ ແລ້ວ ຈາກຂະແໜງພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ 														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2	ການເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການຈັດງານຢ້ຽມຢາມບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ (Roadshow)															
2.1	ງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ (Domestic Travel Trade Fair)	- ກຳນົດງານວາງສະແດງທີ່ພາກທຸລະກິດສົນໃຈເຂົ້າຮ່ວມ ໂດຍສະເພາະແມ່ນງານປະເພດ B2B, ສຳລັບງານ B2C ອາດຫັນມາ														
2.1.1	ເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວ ໃນງານ.....	ໂຄສະນາທາງອອນລາຍແທນ - ກະກຽມລ່ວງໜ້າຫລາຍເດືອນ, ກຳນົດກຸ່ມເປົ້າໝາຍອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຮ່ວມກັບພາກທຸລະກິດ														
2.2	ງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດພາກພື້ນ (Regional Travel Trade Fair)	- ອອກແບບທ້ອງວາງສະແດງ ແລະ ສີ່ສິ່ງພິມໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ, ຂອງ ສປປ ລາວ ແລະ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ														
2.2.1	ເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວ ITB Asia ທີ່ປະເທດສິງກະໂປ	- ອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ພາກທຸລະກິດ ໃນການນັດໝາຍຄູ່ຄ້າລ່ວງໜ້າ														
2.2.2	ເຂົ້າຮ່ວມງານສົ່ງເສີມກິດຈະກຳທາງດ້ານວັດທະນະທຳ - ການທ່ອງທ່ຽວໄທ ເລີຍ - ລາວ (ເຄືອຂ່າຍສີ່ຫລ່ຽມວັດທະນະທຳລ້ານຊ້າງ)	- ຫລຸດຜ່ອນການຜະລິດສີ່ສິ່ງພິມ ແຕ່ຫັນມາໂຄສະນາທາງອອນລາຍຫລາຍຂຶ້ນ - ສັງລວມຂໍ້ມູນຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ໄດ້ຮັບການພັດທະນາແລ້ວ ຈາກຫນ່ວຍງານພັດທະນາ														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
2.3	ຈັດງານຢ້ຽມຢາມພົບປະ (Road Show) ກັບບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່	- ຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນ ພາຍຫຼັງ ການເຂົ້າຮ່ວມງານ															
3	ການປະຊາສຳພັນ (Media & PR)																
3.1	ຈັດງານຢ້ຽມຢາມເສັ້ນທາງ ການທ່ອງທ່ຽວ (FAM Trip) ໃຫ້ແກ່ບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ຕາມ ແຕ່ລະກະແສທ່ອງທ່ຽວ	- ກຳນົດລາຍການຢ້ຽມຢາມ ແລະ ເຊີນ ພາກທຸລະກິດຈາກພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ໂດຍອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງ ທ່ຽວ - ສັງລວມຂໍ້ມູນຜະລິດຕະພັນ ການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ໄດ້ຮັບການພັດທະນາ ແລ້ວ ຈາກຂະແໜງພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
3.2	ຜະລິດປ້າຍນຳສະເໜີຂໍ້ມູນແຫ່ງທ່ອງທ່ຽວ (Interpretation Board) ຢູ່ບັນດາແຫ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ໂດດເດັ່ນພາຍໃນແຂວງຫລວງພະບາງ ຕາມແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ອອກແບບປ້າຍນຳສະເໜີຂໍ້ມູນແຫ່ງທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍອີງຕາມຍຸດທະສາດການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນຕາມແຫ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປ້າຍຊີ້ບອກ ໃນການເຂົ້າເຖິງແຫ່ງທ່ອງທ່ຽວຂອງນະຄອນຫລວງພະບາງ ແລະ ອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ														
3.3	ຜະລິດວິດີໂອໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ອອກແບບເນື້ອໃນວິດີໂອ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ														
3.4	ນຳໃຊ້ຜູ້ມີສື່ສຽງໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ (Social Media Influencer) ເພື່ອໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວລາວ ໂດຍສອດຄ່ອງກັບແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ດຶງເອົາຜູ້ມີສື່ສຽງໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ໂດຍອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ອອກແບບເນື້ອໃນ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ແລະ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
3.5	ສ້າງກອງທຶນສະຫນັບສະຫນູນ ນັກຂຽນບົດຄວາມຕ່າງປະເທດ (Slush fund)	<ul style="list-style-type: none"> - ນຳໃຊ້ໃນກໍລະນີທີ່ເຂົາເຈົ້າຢູ່ໃນເຂດພາກພື້ນແລ້ວ ແລະ ຕ້ອງການເດີນທາງເຂົ້າມາແຂວງຫລວງພະບາງ - ສະຫນອງຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບກອງທຶນສະຫນັບສະຫນູນ ແລະ ວິທີການເຂົ້າເຖິງໃນເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ 															
3.6	ປັບປຸງຊ່ອງທາງໃນການສະຫນອງຂໍ້ມູນ ແລະ ສິດທິພິເສດ ກ່ຽວກັບການຖ່າຍທຳຮູບເງົາເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ແກ່ອຸດສາຫະກຳຫນັງທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ	<ul style="list-style-type: none"> - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບກົມໂຄສະນາ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບກິດຈະກຳຂັ້ນສູນກາງ - ສົມທົບກັບພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ (ກົມຮູບເງົາ) ເພື່ອກຳນົດ ແລະ ສ້າງຊ່ອງທາງໃນການສະຫນອງຂໍ້ມູນທາງອອນລາຍ ເຊັ່ນ: ສ້າງເປັນເວັບໄຊສະເພາະ ຫລື ສະຫນອງຂໍ້ມູນໃນເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ - ຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ກຳນົດສິດທິພິເສດໃນການເຂົ້າມາຖ່າຍທຳຮູບເງົາຢູ່ ແຂວງຫລວງພະບາງ ເຊັ່ນ: ການຫລຸດຜ່ອນພາສີ, ການບໍລິການເອກະສານປະຕູດຽວ, ການອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການປະສານງານກັບທ້ອງຖິ່ນ 															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020													
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
3.7	ຮ່ວມມືບັນດາປະເທດໃນອານຸພາກພື້ນ ໃນການໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດພາກພື້ນ (Regional Marketing)	<ul style="list-style-type: none"> - ສັງລວມຂໍ້ມູນຈາກຂະແໜງພ/ນ ການທ/ທ ກ່ຽວກັບການວິເຄາະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດພາກພື້ນ - ຮ່ວມມືກັບພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງເຊັ່ນ: ເຄືອຂ່າຍສີ່ຫລ່ຽມວັດທະນະທຳລ້ານຊ້າງ, ອີໂຕບ (EATOF), ສາມຫລ່ຽມມໍລະດົກໂລກຫລວງພະບາງ - ຮາລອງເບ (ຫວຽດນາມ) - ບ້ານຊຽງ (ໄທ) - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 																
4	ການບໍລິການຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວ (Tourism Information Service)																	
4.1	ປັບປຸງສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວ ຂອງແຂວງຫລວງພະບາງ ແລະ ຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ສຳຄັນໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	<ul style="list-style-type: none"> - ອອກແບບສູນຂໍ້ມູນ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວລາວ 																

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
5	ນິທັດສະການ ແລະ ເທດສະການ (Event)																
5.1	ສະໜັບສະໜູນພາກທຸລະກິດ ໃນການຈັດງານແຂ່ງຂັນກິລາ ແລ່ນວິບາກ ເພື່ອສົ່ງເສີມ ການທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ໃຫ້ພາກທຸລະກິດເປັນເຈົ້າການ, ພາກລັດ ແລະ ໂຄງການ ເປັນຜູ້ອໍານວຍຄວາມ ສະດວກ ແລະ ສະໜັບສະໜູນ - ອອກແບບຮູບແບບການຈັດງານ ໃຫ້ ສອດຄ່ອງກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຍຸດທະສາດສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງ ການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Branding Strategy) 															
5.2	ສະໜັບສະໜູນພາກທຸລະກິດ ໃນການຈັດງານຂີ່ລົດຖີບເພື່ອ ຫລຸດຜ່ອນມົນລະພິດ ແລະ ສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ																
5.3	ສະໜັບສະໜູນພາກທຸລະກິດ ໃນການຈັດງານຫລວງພະບາງ ງາມແທ້ໂອ້ ເພື່ອສົ່ງເສີມ ການທ່ອງທ່ຽວ																
5.4	ສະໜັບສະໜູນພາກທຸລະກິດ ໃນການຈັດງານເທດສະການ ອາຫານພື້ນເມືອງຂອງແຂວງ ຫລວງພະບາງ ເພື່ອສົ່ງເສີມ ການທ່ອງທ່ຽວ																

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
5.5	ສະໜັບສະໜູນພາກທຸລະກິດ ໃນການຈັດງານການສະແດງສີ ລະປະຟ້ອນລຳ, ຂັບລຳ ແລະ ນິທານພື້ນເມືອງ ແຂວງຫລວງ ພະບາງ ເພື່ອສົ່ງເສີມ ການທ່ອງທ່ຽວ																
6	ສິ່ງພິມໂຄສະນາ (Printing materials)																
6.1	ຜະລິດແຜ່ນພັບໂຄສະນາ ການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະ ບາງ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບແຕ່ລະ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ຫລຸດຜ່ອນປະລິມານການຜະລິດ ເນື່ອງ ຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນທາງ ອອນລາຍ - ອອກແບບໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບ ກະແສນັກ ທ່ອງທ່ຽວ, ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງ ການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ແລະ ຍຸດທະສາດສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງ ການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Tourism Branding Strategy)															
6.2	ຜະລິດປຶ້ມແນະນຳ ການທ່ອງທ່ຽວ (Guidebook) ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບກະແສນັກທ່ອງ ທ່ຽວ	- ສັງລວມຂໍ້ມູນຜະລິດຕະພັນ ການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ໄດ້ຮັບການພັດທະນາ ແລ້ວ ຈາກຂະແໜງພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
6.3	ຜະລິດແຜນທີ່ທ່ອງທ່ຽວແຂວງ ຫລວງພະບາງ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບ ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ຫລຸດຜ່ອນປະລິມານການຜະລິດ ເນື່ອງ ຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນທາງ ອອນລາຍ (Google Maps) - ອອກແບບໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບ ກະແສນັກ ທ່ອງທ່ຽວ, ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງ ການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ແລະ ຍຸດທະສາດສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງ ການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Tourism Branding Strategy) - ສັງລວມຂໍ້ມູນຜະລິດຕະພັນ ການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ໄດ້ຮັບການພັດທະນາ ແລ້ວ ຈາກຂະແໜງພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ 														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
7	ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວ (Destination Branding)															
7.1	ສ້າງຄູ່ມືແນະນຳວິທີການນຳໃຊ້ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ (Luang Prabang Timeless Brand Guideline) ໃຫ້ແກ່ບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	- ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບກົມໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ເຮັດໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບຄູ່ມືແນະນຳການນຳໃຊ້ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Laos Simply Beautiful Brand Guideline)														
7.2	ເຜີຍແຜ່ຄູ່ມືແນະນຳວິທີການນຳໃຊ້, ໂລໂກ້ ແລະ ແບບຮ່າງການນຳໃຊ້ ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ແກ່ບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	- ບັນຈຸເຂົ້າໃນໃນຄັງຮູບພາບ ແລະ ຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຖານຂໍ້ມູນການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວລາວອອນລາຍ - ຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມສາມາດ ດາວໂຫລດໂລໂກ້ ໃນແຕ່ລະຂະໜາດ ອີງຕາມຈຸດປະສົງຂອງການນຳໃຊ້ ແລະ ມີຄູ່ມືທີ່ເຂົ້າໃຈງ່າຍ														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
8	ການວາງແຜນການຕະຫລາດ (Planning)															
8.1	ເຜີຍແຜ່ແຜນຍຸດທະສາດການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວລາວ ປີ 2019 – 2022 (Laos Tourism Marketing Strategy) ໃຫ້ແກ່ບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	- ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບກົມໂຄສະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖວທ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້														
8.2	ສ້າງແຜນງານການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	- ອີງໃສ່ແຜນຍຸດທະສາດການຕະຫລາດ ການທ່ອງທ່ຽວລາວ ປີ 2019 – 2022 ແລະ ແຜນ DMP ຂອງແຂວງຫລວງພະ ບາງ ປີ 2020 - 2025 - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້														
8.3	ສ້າງແຜນຍຸດທະສາດການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນຕາມແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປ້າຍຊື່ບອກ ໃນການເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຂອງນະຄອນຫລວງພະບາງ	- ກຳນົດຂົງເຂດການສ້າງແຜນ ແລະ ເກັບ ກຳຂໍ້ມູນ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
9	ການສື່ສານກ່ຽວກັບວິກິດການ (Crisis Communication)															
9.1	ເຜີຍແຜ່ຫຼັກການໃນການສື່ສານ ກ່ຽວກັບວິກິດການ (Crisis Communication) ໃຫ້ແກ່ ບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນ ຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ ຫລວງພະບາງ	- ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບກົມໂຄສະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖວທ - ນຳໃຊ້ຄູ່ມືການສື່ສານກ່ຽວກັບວິກິດການ ອາຊຽນ (ASEAN Tourism Crisis Communications Manual) ທີ່ແປເປັນ ພາສາລາວ														
9.2	ສ້າງແຜນການສື່ສານກ່ຽວກັບວິ ກິດການ (Crisis Communication Plan) ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຢູ່ແຂວງ ຫລວງພະບາງ	- ກຳນົດຂົງເຂດການສ້າງແຜນ ແລະ ເກັບ ກຳຂໍ້ມູນ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
9.3	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນການສື່ສານ ກ່ຽວກັບວິກິດການ ສຳລັບນັກ ທ່ອງທ່ຽວຢູ່ແຂວງຫລວງພະບາງ	<ul style="list-style-type: none"> - ບັນຈຸກົນໄກການໄດ້ຮັບແຈ້ງເຕືອນ (Notification) ກໍລະນີເກີດເຫດສຸກເສີນ ຫລື ວິກິດການ ພ້ອມທັງວິທີການຮັບມື - ບັນຈຸກົນໄກການແຈ້ງເຫດສຸກເສີນ ເຊັ່ນ: ເບີໂທໂຮງຫມໍ ແລະ ສະຖານທູດແຕ່ລະ ປະເທດ - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບ ພະແນກ ຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ 															
10	ການວິໄຈການຕະຫລາດ (Market Research)																
10.1	ສຶກສາວິໄຈການຕະຫລາດ ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫລວງພະ ບາງ ອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງ ທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ນຳໃຊ້ປຶ້ມຄູ່ມືການສຶກສາວິໄຈການ ຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ສ້າງໂດຍກົມ ໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດກຸ່ມຫມາຍເພື່ອສຳພາດ ໂດຍ ຈຳແນກເປັນແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
10.2	ປະເມີນຜົນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳການຕະຫລາດທ່ອງ ທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	- ກຳນົດກຸ່ມໝາຍເພື່ອສຳພາດ ໂດຍ ຈຳແນກເປັນແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້															
11	ການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນ																
11.1	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການ ບໍລິຫານ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຄັງຮູບ ພາບ ແລະ ຂໍ້ມູນສະຖານທີ່ ແລະ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ໃຫ້ແກ່ພະນັກງານ ໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ																
11.2	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການ ບໍລິຫານ ແລະ ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊ ທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ແກ່ພະນັກງານໃນຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວ																
11.3	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການ ບໍລິຫານ ແລະ ຄຸ້ມຄອງແອບມີ ຖືທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໃຫ້ແກ່ພະນັກງານໃນຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວ																

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
11.4	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການນຳ ໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍເຂົ້າໃນ ວຽກງານໂຄສະນາ ໃຫ້ແກ່ ພະນັກງານໃນຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວ															
11.5	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການ ກະກຽມເຂົ້າຮ່ວມງານ ວາງສະແດງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການຈັດງານຍ້ຽມຢາມພົບ ປະພາກທຸລະກິດຢູ່ຕ່າງປະເທດ (Road Show) ໃຫ້ແກ່ ພະນັກງານໃນຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວ															
11.6	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການ ບໍລິການຢູ່ສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ການທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ແກ່ ພະນັກງານໃນຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວ															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
11.7	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການນຳ ໃຊ້ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກ ຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງ ພະບາງ (Luang Prabang Timeless) ໃຫ້ແກ່ພະນັກງານ ໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ															
11.8	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການນຳ ໃຊ້ໂປຣແກຣມການອອກແບບ ສິ່ງພິມ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບພາບ ລັກການຕະຫລາດ ການທ່ອງທ່ຽວລາວ ໃຫ້ແກ່ ພະນັກງານໃນຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວ															
11.9	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການສຶກ ສາວິໄຈການຕະຫລາດ ໃຫ້ແກ່ ພະນັກງານໃນຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວ															
11.10	ປະກອບອຸປະກອນເພື່ອນຳໃຊ້ ເຂົ້າໃນວຽກງານໂຄສະນາ ໃຫ້ ແກ່ຂະແໜງໂຄສະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
12	ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ																
12.1	ສ້າງຕັ້ງຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ ການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫລວງພະບາງ ເຊິ່ງ ປະກອບມີພາກລັດ ແລະ ພາກ ທຸລະກິດ ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນແຕ່ ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ສ້າງໄລຍະທ້າຍປີ 2020, ປະເມີນຄວາມ ສົນໃຈ ແລະ ຄວາມຫ້າວຫັນຂອງບັນດາຜູ້ມີ ສ່ວນຮ່ວມໃນວຽກງານຂອງເຄືອຂ່າຍ - ກຳນົດ ແລະ ຄັດເລືອກສະມາຊິກ ໂດຍ ອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ:ທຸລະກິດ ທີ່ມີລູກຄ້າ ຫລື ນັກທ/ທຕາມແຕ່ລະກະແສ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ໄດ້ຂໍ້ມູນໃນການກຳນົດກິດ ຈະ ກຳ ໃຫ້ແທດເຫມາະກັບສະພາບຕົວຈິງ															
12.2	ປະກອບອຸປະກອນໃຫ້ແກ່ ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການ ຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ ຫລວງພະບາງ																
12.3	ຈັດກອງປະຊຸມຫນ່ວຍງານ ສະເພາະກິດການຕະຫລາດ ການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະ ບາງ ເພື່ອນຳສະເຫນີຄວາມຄືບ ໜ້າການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຜ່ານມາ ແລະ ແຜນ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ໃນຕໍ່ໜ້າ	- ເຊີນສະມາຊິກ ຫລື ພາກສ່ວນທີ່ເຂົ້າ ຮ່ວມໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳເຂົ້າ ຮ່ວມກອງປະຊຸມ															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນ ຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
12.4	ນຳສະເໜີຄວາມຄືບໜ້າ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ຜ່ານມາ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງ ປະຕິບັດກິດຈະກຳໃນຕໍ່ໜ້າ ທາງອອນລາຍ ແລະ ສື່ສັງຄົມ ອອນລາຍເຊັ່ນ: Facebook: LuangPrabangDMN	- ຂຽນບົດຄວາມຫຍໍ້ ແລະ ລົງຮູບພາບ ເຂົ້າໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ ຫລາຍພາກສ່ວນຮັບຮູ້ການເຄື່ອນໄຫວຂອງ ເຄືອຂ່າຍຫລາຍຂຶ້ນ															

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 2.3: ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
III	ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ		ຂະແໜງຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ														
1	ການຄຸ້ມຄອງທຸລະກິດການນຳທ່ຽວ																
1.1	ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ສະມາຄົມທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ	<ul style="list-style-type: none"> - ຍົກສູງພາລະບົດບາດຂອງສະມາຄົມເຂົ້າໃນວຽກງານການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ - ໃຫ້ບຸລິມະສິດພິເສດສຳລັບສະມາຊິກຂອງສະມາຄົມ ໃນການເຂົ້າຮ່ວມກິດຈະກຳຫລື ຜົນປະໂຫຍດຕ່າງໆ - ຈັດຝຶກອົບຮົມ ແລະ ຫັດສະນະສຶກສາໃຫ້ແກ່ຄະນະບໍລິຫານງານ ແລະ ສະມາຊິກກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ບໍລິຫານງານຂອງສະມາຄົມ - ປະກອບອຸປະກອນທີ່ຈຳເປັນ ເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນວຽກງານຂອງສະມາຄົມ - ສະໜັບສະໜູນສະມາຄົມ ໃນການເປັນເຈົ້າການໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ເຊັ່ນ: ການຈັດ FAM Trip 															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.3	ປັບປຸງການຂົນສົ່ງໂດຍສານສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວ ອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ຈັດຝຶກອົບຮົມໃຫ້ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດໂດຍນຳໃຊ້ປຶ້ມຄູ່ມືແນະນຳການຂັບຂີ່ປອດໄພ ທີ່ກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວສ້າງຂຶ້ນ - ປັບປຸງຂໍ້ມູນການເດີນທາງຢູ່ຕາມສະຖານີລົດເມໂດຍສານ ໃຫ້ແທດເຫມາະກັບກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ຕາຕະລາງເວລາເປັນພາສາອັງກິດ - ສ້ອມແປງ ແລະ ນຳໃຊ້ລົດໄຟຟ້າທີ່ເຄີຍແລ່ນພາຍໃນນະຄອນຫລວງພະບາງ - ປັບປຸງການນຸ່ງຖືຂອງພະນັກງານຂັບລົດໃຫ້ເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍ 														
1.4	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳທ່ຽວກັບການຄວບຄຸມລາຄາການບໍລິການ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖວທ - ເກັບກຳຂໍ້ມູນລາຄາຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ຈັດກອງປະຊຸມປຶກສາຫາລືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ - ສ້າງເອກະສານເງື່ອນໄຂໃນການກຳນົດລາຄາ 														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.5	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳການສະກັ້ນກິນການທ່ອງທ່ຽວສູນຫລຽນ (Zero-Dollar Tourism) ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖວທ - ເກັບກຳຂໍ້ມູນລາຄາຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ														
2	ການຄຸ້ມຄອງທຸລະກິດການພັກແຮມ															
2.1	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດການຈັດລະດັບມາດຕະຖານຂັ້ນສະຖານທີ່ພັກແຮມ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ກຳນົດຫົວຫນ່ວຍທຸລະກິດເຂົ້າຮ່ວມຈັດລະດັບມາດຕະຖານ ຕາມກະແສນັກທ/ທ - ກຳນົດລະດັບລາຄາຕໍ່ສຸດຂອງຫ້ອງພັກໃນແຕ່ລະລະດັບໂຮງແຮມ ເພື່ອຫລີກເວັ້ນການແຂ່ງກັນຕັດລາຄາເພື່ອຍາດລູກຄ້າ														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2.2	ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ສະມາຄົມໂຮງແຮມ ແລະ ເຮືອນພັກ ແລະ ສະມາຄົມຮ້ານອາຫານແຂວງຫລວງພະບາງ	<ul style="list-style-type: none"> - ຍົກສູງພາລະບົດບາດຂອງສະມາຄົມເຂົ້າໃນວຽກງານການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ - ໃຫ້ບູລິມະສິດພິເສດສຳລັບສະມາຊິກຂອງສະມາຄົມ ໃນການເຂົ້າຮ່ວມກິດຈະກຳຫລື ຜົນປະໂຫຍດຕ່າງໆ - ຈັດຝຶກອົບຮົມ ແລະ ທັດສະນະສຶກສາໃຫ້ແກ່ຄະນະບ/ທງານ ແລະ ສ/ຊ ກ່ຽວກັບການຄ/ຄ ແລະ ບ/ທງານຂອງສະມາຄົມ - ປະກອບອຸປະກອນທີ່ຈຳເປັນ ເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນວຽກງານຂອງສະມາຄົມ - ສະໜັບສະໜູນສະມາຄົມ ໃນການເປັນເຈົ້າການໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳເຊັ່ນ: ການຝຶກອົບຮົມດ້ານການບໍລິການໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ 														
2.3	ສະໜັບສະໜູນທຸລະກິດທີ່ພັກແຮມຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງໃນການເຂົ້າເຖິງລະບົບການຈັບຈອງທີ່ພັກອອນລາຍ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດຫົວຫນ່ວຍທຸລະກິດເພື່ອສົ່ງເສີມຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ນຳໃຊ້ລ/ບການຈັບຈອງທີ່ພັກອອນລາຍ ເຊັ່ນ: Agoda, Booking.com... - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
3	ມາດຕະຖານການທ່ອງທ່ຽວ																
3.1	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານ ໂຮງແຮມຂຽວອາຊຽນ (ASEAN Green Hotel Standard) ຕາມກະແສນັກ ທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດເພື່ອສົ່ງເສີມ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ໃຫ້ບຸລິມະສິດສະມາຊິກສະມາຄົມ ໂຮງແຮມ ແລະ ຮ້ານອາຫານລາວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 															
3.2	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານ ການບໍລິການສະປາອາຊຽນ (ASEAN Spa Service Standard) ຕາມກະແສນັກ ທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດເພື່ອສົ່ງເສີມ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ໃຫ້ບຸລິມະສິດສະມາຊິກສະມາຄົມ ໂຮງແຮມ ແລະ ຮ້ານອາຫານລາວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
4	ການຄຸ້ມຄອງທຸລະກິດຮ້ານອາຫານ ແລະ ການບັນເທີງ															
4.1	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານ ການບໍລິການຮ້ານອາຫານ ສະອາດ ແລະ ປອດໄພຂອງ ສປປ ລາວ ພາຍໃນແຂວງ ຫລວງພະບາງ	<ul style="list-style-type: none"> - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບກົມຄຸ້ມຄອງ ການທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຫົວຫນ່ວຍທຸລະກິດເພື່ອສົ່ງເສີມ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ເຂົ້າຮ່ວມການຝຶກອົບຮົມທີ່ກົມຄຸ້ມຄອງ ຈັດຂຶ້ນ ໃນການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ ຄະນະກຳມະການຂັ້ນສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ ເຊິ່ງເປັນ ຜູ້ປະເມີນ ແລະ ຈັດ ລະດັບມາດຕະຖານການບໍລິການຮ້ານ ອາຫານສະອາດແລະປອດໄພ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 														
4.2	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຕ້ານ ການຄ້າມະນຸດ, ການໃຊ້ຄວາມ ຮຸນແຮງຕໍ່ແມ່ຍິງ, ເດັກນ້ອຍ ແລະ ໂສເພນີ ໃນຮ້ານອາຫານ, ຮ້ານກິນດື່ມ ແລະ ສະຖານ ບັນເທີງ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດຫົວຫນ່ວຍທຸລະກິດເພື່ອສົ່ງເສີມ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020													
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
4.3	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານສະຖານການບັນເທີງ	<ul style="list-style-type: none"> - ນຳໃຊ້ມາດຕະຖານສະຖານການບັນເທີງທີ່ກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວສ້າງຂຶ້ນ ເຊິ່ງຄອບຄຸມເຖິງການຈຳກັດລະດັບສຽງ - ກຳນົດຫົວຫນ່ວຍທຸລະກິດເພື່ອສິ່ງເສີມຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 																
5	ການຄຸ້ມຄອງສະຖານທີ່ແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ																	
5.1	ສ້າງແຜນບໍລິຫານຈັດການ ແລະ ຄຸ້ມຄອງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວພູສີ ເພື່ອແກ້ໄຂບັນຫາຄວາມສາມາດໃນການຮອງຮັບນັກທ່ອງທ່ຽວ																	

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
5.2	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ຮ່ວມກັບ ຂະແໜງພັດທະນາ ແລະ ກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ	- ກົມພັດທະນາ ແລະ ຂະແໜງພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວເປັນເຈົ້າການ, ກົມຄຸ້ມຄອງ ແລະ ຂະແໜງຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ ເປັນຜູ້ສະໜັບສະໜູນ ແລະ ມີສ່ວນຮ່ວມ														
5.3	ຈັດຝຶກອົບຮົມ ກ່ຽວກັບການປະຖົມພະຍາບານເບື້ອງຕົ້ນ (First AID) ແລະ ການຮັກສາຄວາມປອດໄພຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ແກ່ຜູ້ປະກອບການສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ອີງໃສ່ຜົນຂອງການປະເມີນມາດຕະຖານສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ຝຶກໃນສິ່ງທີ່ຕ້ອງປັບປຸງ														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
6	ນິຕິກຳ																
6.1	ສ້າງແຜນງານການຄຸ້ມຄອງ ການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະ ບາງ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດຂົງເຂດການສ້າງແຜນ ແລະ ເກັບ ກຳຂໍ້ມູນ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ໜ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 															
6.2	ສ້າງ ແລະ ປັບປຸງນິຕິກຳກ່ຽວ ກັບວຽກງານການຄຸ້ມຄອງທຸລະ ກິດນຳທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບກົມຄຸ້ມຄອງ ການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖວທ - ຄົ້ນຄວ້າລົບລ້າງຂັ້ນຕອນການ ຂໍອະນຸຍາດນຳນັກທ່ອງທ່ຽວເປັນກຸ່ມເຂົ້າ ມາໃນ ສປປ ລາວ (ໃບອະນຸຍາດຂຶ້ນແຜນ ນຳທ່ຽວ Telex) ແລະ ໃບສະເໜີ - ການອະນຸຍາດໃຫ້ຜູ້ປະກອບການນຳ ທ່ຽວ ແຈ້ງລາຍການນຳທ່ຽວ ແລະ ມອບ ພັນທະເປັນລາຍເດືອນ ໂດຍຜ່ານລະບົບ ທັນສະໄຫມ ເຊັ່ນ: ອີເມວ, ແຟກ ແລະ ອື່ນ ໂດຍບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງເດີນທາງໄປ ຫ້ອງການ 															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020													
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
6.3	ເຜີຍແຜ່ຂໍ້ຕົກລົງວ່າດ້ວຍ ການທ່ອງທ່ຽວຄາລາວານລິດ ໃຫຍ່ ແລະ ລິດຈັກ	<ul style="list-style-type: none"> - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບກົມຄຸ້ມຄອງ ການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖວທ - ນຳໃຊ້ຂໍ້ຕົກລົງທີ່ກົມຄຸ້ມຄອງ ການທ່ອງທ່ຽວສ້າງຂຶ້ນ - ເຮັດໃຫ້ຂັ້ນຕອນໃນການປະກອບ ເອກະສານສຳລັບພາກທຸລະກິດມີຄວາມ ສະດວກສະບາຍ - ສຶກສາຂັ້ນຕອນຂອງປະເທດເພື່ອນບ້ານ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ມີຄວາມເປັນເອກະພາບ, ສາມາດພັດທະນາ ແລະ ໂຄສະນາເປັນ ຜະລິດຕະພັນ ຫລື ວົງຈອນທ່ອງທ່ຽວໃນ ເຂດພາກພື້ນ 																

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
6.4	ເຜີຍແຜ່ຂໍ້ຕົກລົງວ່າດ້ວຍການຈັດງານແຂ່ງຂັນກິລາທີ່ຕິດພັນກັບການທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ການແລ່ນມາລາທອນ ແລະ ການແຂ່ງລົດຖີບ	<ul style="list-style-type: none"> - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖວທ - ນຳໃຊ້ຂໍ້ຕົກລົງທີ່ກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວສ້າງຂຶ້ນ - ເຮັດໃຫ້ຂັ້ນຕອນໃນການປະກອບເອກະສານສຳລັບພາກທຸລະກິດມີຄວາມສະດວກສະບາຍ - ສຶກສາຂັ້ນຕອນຂອງປະເທດເພື່ອນບ້ານ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ມີຄວາມເປັນເອກະພາບ, ສາມາດພັດທະນາ ແລະ ໂຄສະນາເປັນຜະລິດຕະພັນ ຫລື ວົງຈອນທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດພາກພື້ນ 														
7	ການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນ															
7.1	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ແກ່ພ/ງໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ															
7.2	ສະໜອງອຸປະກອນໃນການວັດແທກລະດັບສຽງຕາມຮ້ານອາຫານ ແລະ ສະຖານບັນເທີງໃຫ້ແກ່ຂະແໜງຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
8	ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ																
8.1	ສ້າງຕັ້ງຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ເຊິ່ງປະກອບມີພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ສ້າງໄລຍະທ້າຍປີ 2020, ປະເມີນຄວາມສົນໃຈ ແລະ ຄວາມຫ້າວຫັນຂອງບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນວ/ງຂອງເຄືອຂ່າຍ - ກຳນົດ ແລະ ຄັດເລືອກສະມາຊິກ ໂດຍອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ທຸລະກິດທີ່ມີລູກຄ້າ ຫລື ນັກທ່ອງທ່ຽວຕາມແຕ່ລະກະແສ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ໄດ້ຂໍ້ມູນໃນການກຳນົດກິດຈະກຳ ໃຫ້ແທດເຫມາະກັບສະພາບຕົວຈິງ															
8.2	ປະກອບອຸປະກອນໃຫ້ແກ່ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ																

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
8.3	ຈັດກອງປະຊຸມຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ເພື່ອນຳສະເໜີຄວາມຄືບໜ້າໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຜ່ານມາ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳໃນຕໍ່ໜ້າ	- ເຊີນສະມາຊິກ ຫລື ພາກສ່ວນທີ່ເຂົ້າຮ່ວມໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳເຂົ້າຮ່ວມກອງປະຊຸມ															
8.4	ນຳສະເໜີຄວາມຄືບໜ້າໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຜ່ານມາ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳໃນຕໍ່ໜ້າທາງອອນລາຍ ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍເຊັ່ນ: Facebook: LuangPrabangDMN	- ຂຽນບົດຄວາມຫຍໍ້ ແລະ ລົງຮູບພາບເຂົ້າໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຫລາຍພາກສ່ວນຮັບຮູ້ການເຄື່ອນໄຫວຂອງເຄືອຂ່າຍຫລາຍຂຶ້ນ															

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 2.4: ການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020													
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
IV	ການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ		ສູນຝຶກອົບຮົມ															
1	ການຝຶກອົບຮົມດ້ານການບໍລິການໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ																	
1.1	ຈັດຝຶກອົບຮົມດ້ານການບໍລິການ ໃຫ້ແກ່ພະນັກງານໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ຈັດຝຶກອົບຮົມໃຫ້ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ໃຫ້ບຸລິມະສິດ ຫລື ສິດທິພິເສດ ໃຫ້ແກ່ສະມາຊິກຂອງສະມາຄົມໂຮງແຮມ ແລະ ເຮືອນພັກ ແລະ ສະມາຄົມຮ້ານອາຫານແຂວງ - ນຳໃຊ້ຄູຝຶກຂອງພະແນກ ຖວທ ແຂວງ, ໂດຍສົມທົບກັບ ສສວທ ແລະ ຄູຝຶກຈາກພາກທຸລະກິດ 																
1.2	ຈັດຝຶກອົບຮົມດ້ານການຍົກລະດັບຄຸນນະພາບການບໍລິການ ແລະ ເອົາໃຈໃສ່ລູກຄ້າ ໃຫ້ແກ່ຜູ້ບໍລິຫານໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ																	
1.3	ຈັດຝຶກອົບຮົມດ້ານການບໍລິການ ແລະ ການຕ້ອນຮັບນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນ ໃຫ້ແກ່ພ/ງໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ																	

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.4	ຈັດຝຶກອົບຮົມຂັ້ນຕອນການປະຕິບັດງານທີ່ເປັນມາດຕະຖານສຳລັບໂຮງແຮມໃຫ້ແກ່ພາກທຸລະກິດໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ, ຮ້ານອາຫານຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ															
1.5	ຈັດຝຶກອົບຮົມການບໍລິການອາຫານສະອາດ ແລະ ປອດໄພຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ															
1.6	ຈັດຝຶກອົບຮົມດ້ານການບໍລິການໃຫ້ແກ່ ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນ ຕາມແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ															
1.7	ຈັດຝຶກອົບຮົມການຕະຫລາດທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ແກ່ທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
2	ການຝຶກອົບຮົມດ້ານການບໍລິການນຳທ່ຽວ																
2.1	ຈັດຝຶກອົບຮົມພະນັກງານນຳທ່ຽວຂັ້ນແຂວງ ໂດຍສຸມໃສ່ປະເພດພະນັກງານນຳທ່ຽວທີ່ຕ້ອງການ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດເປົ້າໝາຍຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ຮ່ວມມືກັບກຸ່ມພະນັກງານນຳທ່ຽວແຂວງ ແລະ ສະມາຄົມທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວແຂວງ ໃນການເຂົ້າເຖິງພະນັກງານນຳທ່ຽວ - ສັງລວມຂໍ້ມູນຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ໄດ້ຮັບການພັດທະນາແລ້ວ ຈາກຂະແໜງພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ - ເຊີນພະນັກງານນຳທ່ຽວໃນພາສາຕ່າງໆ ມາເປັນວິທະຍາກອນຮັບເຊີນ 															
2.2	ຈັດຝຶກອົບຮົມຄູຝຶກພະນັກງານນຳທ່ຽວມໍລະດົກ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ																
2.3	ຈັດຝຶກອົບຮົມພະນັກງານນຳທ່ຽວມໍລະດົກ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ																
2.4	ຈັດຝຶກອົບຮົມພະນັກງານນຳທ່ຽວພື້ນທີ່ສະເພາະ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ																
2.5	ຈັດຝຶກອົບຮົມພະນັກງານນຳທ່ຽວຂັ້ນບ້ານ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ																

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
3	ການຝຶກອົບຮົມຄູຝຶກ															
3.1	ຈັດຝຶກອົບຮົມຄູຝຶກ ການຍົກລະດັບຄຸນນະພາບການບໍລິການ ແລະ ການເອົາໃຈໃສ່ລູກຄ້າ ໃຫ້ແກ່ພະນັກງານໃນນະແຫນງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ															
3.2	ຈັດຝຶກອົບຮົມຄູຝຶກ ກ່ຽວກັບຂັ້ນຕອນການປະຕິບັດງານທີ່ເປັນມາດຕະຖານສຳລັບໂຮງແຮມ ໃຫ້ແກ່ພະນັກງານໃນນະແຫນງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ															
3.3	ຈັດຝຶກອົບຮົມຄູຝຶກ ກ່ຽວກັບການຕະຫລາດການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ແກ່ພະນັກ ງານໃນນະແຫນງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ															
3.4	ຈັດຝຶກອົບຮົມຄູຝຶກພະນັກງານນຳທ່ຽວຂັ້ນແຂວງ															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
4	ການສຶກສາວິໄຈ															
4.1	ວິໄຈຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ປະກອບການໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ, ຮ້ານອາຫານ ໃນການຍົກລະດັບຄຸນນະພາບຂອງການບໍລິການ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ເກັບກຳຂໍ້ມູນຫົວຫນ່ວຍທຸລະກິດ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ ເຊັ່ນ: ວິທະຍາໄລເຕັກນິກວິຊາຊີບແຂວງ, ໂຄງການລາວ/029, ພະແນກແຮງງານ ແລະ ສະຫວັດດີສັງຄົມແຂວງ - ສົມທຽບຄວາມຕ້ອງການຂອງຫົວຫນ່ວຍທຸລະກິດ ກັບບັນຫາຫລືຄຳຕິຊົມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ຈາກການສຳຫລວດຂອງຂະແໜງພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ 														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
4.2	ວິໄຈຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ປະກອບການບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວໃນການຍົກລະດັບຄຸນນະພາບຂອງການບໍລິການຂອງພະນັກງານນຳທ່ຽວ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ເກັບກຳຂໍ້ມູນຫົວຫນ່ວຍທຸລະກິດ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ເກັບກຳຂໍ້ມູນຈຳນວນພະນັກງານນຳທ່ຽວ ໃນພາສາທີ່ຈຳກັດເຊັ່ນ: ຝລັ່ງ, ເຍຍລະມັນ, ອິຕາລີ, ສະເປນ, ຈີນ ແລະ ອື່ນໆ ເພື່ອສົມທຽບກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ກຳນົດວິທີການເພີ່ມຈຳນວນພ/ງນຳທ່ຽວໃນພາສາດັ່ງກ່າວ - ສົມທຽບຄວາມຕ້ອງການຂອງຫົວຫນ່ວຍທຸລະກິດ ກັບບັນຫາຫລືຄຳຕິຊົມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ຈາກການສຳຫລວດຂອງຂະແໜງພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ 															
4.3	ປະເມີນພະນັກງານນຳທ່ຽວທີ່ຜ່ານການຝຶກອົບຮົມ	<ul style="list-style-type: none"> - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບ ສສວທ, ກຸ່ມພະນັກງານນຳທ່ຽວແຂວງ ແລະ ສະມາຄົມທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວແຂວງ 															
4.4	ປະເມີນຜົນພະນັກງານບໍລິການໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ, ຮ້ານອາຫານ ທີ່ໄດ້ຮັບ ການຝຶກອົບຮົມ	<ul style="list-style-type: none"> - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບ ສສວທ, ສະມາຄົມໂຮງແຮມ ແລະ ເຮືອນພັກ ແລະ ສະມາຄົມຮ້ານອາຫານແຂວງ 															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
4.5	ປະເມີນຜົນການບໍລິການ ອາຫານສະອາດ ແລະ ປອດໄພ ໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າ	- ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບ ສສວທ, ສະມາຄົມ ໂຮງແຮມ ແລະ ເຮືອນພັກ ແລະ ສະມາຄົມຮ້ານອາຫານແຂວງ															
5	ການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ສະຖາບັນສຶກສາພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ																
5.1	ຍົກລະດັບຄວາມຮູ້ຄວາມ ສາມາດຂອງຄູອາຈານທີ່ ສົດສອນໃນຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວ	- ສົມທົບກັບໂຄງການ ຫລື ອົງການຈັດຕັ້ງ ອື່ນທີ່ເຮັດວຽກໃນຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວເຊັ່ນ: ໂຄງການລາວ/029, ໂຄງການ VELA ຂອງອົງການ GIZ ແລະ ອື່ນໆ ເພື່ອຫລີກເວັ້ນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳທີ່ບໍ່ຊ້ອນ ແລະ ແລກປ່ຽນ ຊັບພະຍາກອນ - ນອກຈາກອຸປະກອນແລ້ວ, ແມ່ນການ ສະໜອງສື່ການສອນເຊັ່ນ: ບັນດາ ມາດຕະຖານອາຊຽນ ແລະ ສປປ ລາວ ແລະ ປຶ້ມຄູ່ມື ໃຫ້ສະຖາບັນສຶກສາ															
5.2	ປັບປຸງສະຖານທີ່ປະຕິບັດຕົວຈິງ																
5.3	ປະກອບອຸປະກອນທີ່ຈຳເປັນນຳ ໃຊ້ເຂົ້າໃນການສົດສອນໃຫ້ແກ່ ຄູອາຈານ																
5.4	ປັບປຸງຫລັກສູດການສຶກສາ																

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
6	ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານສະຖານທີ່ຈັດງານ																
6.1	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານສະຖານທີ່ຈັດງານອາຊຽນ (ASEAN MICE Standard)	<ul style="list-style-type: none"> - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບ ສສວທ - ກຳນົດຫົວຫນ່ວຍທຸລະກິດ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 															
6.2	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານສະຖານທີ່ຈັດງານຂອງ ສປປ ລາວ (Laos MICE Standard)	<ul style="list-style-type: none"> - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບ ສສວທ - ກຳນົດຫົວຫນ່ວຍທຸລະກິດ ຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ກຳນົດຂໍ້ສະເໜີໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳຂອງແຕ່ລະພາກສ່ວນໃນຕໍ່ຫນ້າ ເພື່ອຜັນຂະຫຍາຍຈາກກິດຈະກຳນີ້ 															
7	ການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນ																
7.1	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບ ການປະເມີນຜົນການຝຶກອົບຮົມ ແລະ ການນຳໃຊ້ໂປຣແກຣມໃນການວິເຄາະຂໍ້ມູນ	<ul style="list-style-type: none"> - ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບ ສສວທ 															
7.2	ຈັດຝຶກອົບຮົມຄູຝຶກ ແລະ ຄູປະເມີນມາດຕະຖານອາຊຽນ																

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
8	ການວາງແຜນ															
8.1	ສ້າງແຜນງານການພັດທະນາ ຊັບພະຍາກອນມະນຸດໃນ ຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງ ຫລວງພະບາງ	- ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບ ສສວທ - ເຮັດໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບແຜນຍຸດທະສາດ ການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດໃນ ຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ														
9	ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດແຂວງຫລວງພະບາງ															
9.1	ສ້າງຕັ້ງຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດ ການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນ ມະນຸດ ແຂວງຫລວງພະບາງ ເຊິ່ງປະກອບມີພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມ ໃນແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	- ສ້າງໄລຍະທ້າຍປີ 2020, ປະເມີນ ຄວາມສົນໃຈ ແລະ ຄວາມຫ້າວຫັນຂອງ ບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນວຽກງານຂອງເຄືອ ຂ່າຍ - ກຳນົດ ແລະ ຄັດເລືອກສະມາຊິກ ໂດຍ ອີງຕາມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ທຸລະ ກິດທີ່ມີລູກຄ້າ ຫລື ນັກທ່ອງທ່ຽວຕາມແຕ່ ລະກະແສ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ໄດ້ຂໍ້ມູນໃນການ ກຳນົດກິດຈະກຳ ໃຫ້ແທດເຫມາະກັບ ສະພາບຕົວຈິງ														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
9.2	ປະກອບອຸປະກອນໃຫ້ແກ່ ຫນ່ວຍງານສະເພາະກິດການ ພັດທະນາຊັບພະຍາ ກອນ ມະນຸດແຂວງຫລວງພະບາງ																
9.3	ຈັດກອງປະຊຸມຫນ່ວຍງານ ສະເພາະກິດການພັດທະນາ ຊັບພະຍາກອນມະນຸດ ແຂວງ ຫລວງພະບາງ ເພື່ອນຳສະເໜີ ຄວາມຄືບໜ້າໃນການຈັດຕັ້ງ ປະຕິບັດກິດຈະກຳຜ່ານມາ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳໃນຕໍ່ໜ້າ	- ເຊີນສະມາຊິກ ຫລື ພາກສ່ວນທີ່ເຂົ້າ ຮ່ວມໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳເຂົ້າ ຮ່ວມກອງປະຊຸມ															
9.4	ນຳສະເໜີຄວາມຄືບໜ້າໃນ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ຜ່ານມາ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງ ປະຕິບັດກິດຈະກຳໃນຕໍ່ໜ້າ ທາງອອນລາຍ ແລະ ສື່ສັງຄົມ ອອນລາຍເຊັ່ນ: Facebook: LuangPrabangDMN	- ຂຽນບົດຄວາມຫຍໍ້ ແລະ ລົງຮູບພາບ ເຂົ້າໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ ຫລາຍພາກສ່ວນຮັບຮູ້ການເຄື່ອນໄຫວຂອງ ເຄືອຂ່າຍຫລາຍຂຶ້ນ															

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍທີ 2.5: ການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມແລະຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
V	ການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ		ກອງເລຂາເຄືອຂ່າຍ													
1	ເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ															
1.1	ສ້າງຕັ້ງເຄືອຂ່າຍພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ (Luang Prabang Destination Management Network - DMN) ເຊິ່ງປະກອບມີພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນແຕ່ລະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ	<ul style="list-style-type: none"> - ຮູບແບບການເປັນສະມາຊິກແມ່ນແບບຍືດຍຸ່ນໃນເບື້ອງຕົ້ນ, ບໍ່ຕ້ອງສະໜັກ, ຄັດເອົາຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມທີ່ມີຄວາມຫ້າວຫັນ ແລະ ສົນໃຈໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ - ໃນໄລຍະຍາວ, ສ້າງລະບົບການສະໜັກເປັນສະມາຊິກ, ໄດ້ຮັບສິດທິພິເສດທັງຈາກພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດພາຍໃນເຄືອຂ່າຍດ້ວຍກັນ 														
1.2	ປະກອບອຸປະກອນໃຫ້ແກ່ເຄືອຂ່າຍ DMN ແຂວງຫລວງພະບາງ															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.3	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ແກ່ສະມາຊິກ															
1.4	ຈັດຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບການກະກຽມ ແລະ ດຳເນີນກອງປະຊຸມຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ໃຫ້ແກ່ຜູ້ປະສານງານແຕ່ລະໜ່ວຍງານ ແລະ ກອງເລຂາເຄືອຂ່າຍ															
1.5	ຍົກລະດັບທັກສະພາສາອັງກິດສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ແກ່ສະມາຊິກເຄືອຂ່າຍ															
1.6	ຈັດທັດສະນະສຶກສາແລກປ່ຽນບົດຮຽນກ່ຽວກັບການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ພາຍໃນ ແລະ ພາກພື້ນ ໃຫ້ແກ່ສະມາຊິກເຄືອຂ່າຍ	<ul style="list-style-type: none"> - ກຳນົດຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ສາມາດເປັນແບບຢ່າງຂອງການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ - ຖ້າເປັນໄປໄດ້, ກຳນົດເອົາບ່ອນທີ່ນຳໃຊ້ຫລັກການໃນການວິເຄາະກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ມີເຄືອຂ່າຍພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດ 														

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.7	ຈັດກອງປະຊຸມເຄືອຂ່າຍ ພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມ ຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງ ການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອນຳສະເໜີ ຄວາມຄືບໜ້າການຈັດຕັ້ງ ປະຕິບັດກິດຈະກຳຜ່ານມາ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກິດຈະກຳໃນຕໍ່ໜ້າ															
1.8	ນຳສະເໜີຄວາມຄືບໜ້າ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ຜ່ານມາ ແລະ ແຜນຈັດຕັ້ງ ປະຕິບັດກິດຈະກຳໃນຕໍ່ໜ້າ ທາງອອນລາຍ ແລະ ສື່ສັງຄົມ ອອນລາຍເຊັ່ນ: Facebook: LuangPrabangDMN															
1.9	ສົ່ງຈົດຫມາຍຂ່າວ (Newsletters) ລາຍອາທິດ ແລະ ລາຍເດືອນ ກ່ຽວກັບການ ພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມ ຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງ ການທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ແກ່ບັນດາ ພາກສ່ວນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນ ຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
2	ຖານຂໍ້ມູນການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວອອນລາຍແຂວງຫລວງພະບາງ																
2.1	ສ້າງຖານຂໍ້ມູນການພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວອອນລາຍແຂວງຫລວງພະບາງ (Luang Prabang Destination Management Online Database) ສຳລັບພາກລັດ ແລະ ພາກທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ໂດຍເຊື່ອມໂຍງກັບຖານຂໍ້ມູນຂອງເຄືອຂ່າຍສູນກາງ	<ul style="list-style-type: none"> - ຖືເອົາກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ ທີ່ນຳສະເໜີໃນຮູບແບບແຜນທີ່ອອນລາຍ ເປັນໃຈກາງ, ສາມາດດັດປັບໄດ້ຕາມລະດັບຄວາມເຂົ້າໃຈ ຫລື ການປ່ຽນແປງທາງພຶດຕິກຳຂອງກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວ - ຜູ້ເຂົ້າເບິ່ງ ສາມາດເຫັນໄດ້ວ່າ ມີກິດຈະກຳໃດແດ່ທີ່ກຳລັງໄດ້ຮັບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດເພື່ອສົ່ງເສີມກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວພ້ອມທັງຄວາມຄືບໜ້າຂອງການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ - ບັນຈຸເອກະສານມາດຕະຖານອາຊຽນ ແລະ ສປປ ລາວ, ສະຖິຕິ ແລະ ສຳຫລວດຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ຈາກຂະແໜງພັດທະນາ ແລະ ກົມພັດທະນາ, ການສຶກສາວິໄຈການຕະຫລາດ ຂອງຂະແໜງໂຄສະນາ ແລະ ກົມໂຄສະນາ - ບັນຫາ ຫລື ຂໍ້ສະເໜີຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ຂຽນໄວ້ໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍຕໍ່ກັນກິດຈະກຳ ຫລື ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຈະຖືກສັງລວມໄວ້ 															

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	ວິທີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ	ພາກສ່ວນຮັບຜິດຊອບ	ງົບປະມານ (USD)	ປີ 2020												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
3	ການຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ປະເມີນຜົນ																
3.1	ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳການຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ປະເມີນຜົນ ການພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວແຂວງຫລວງພະບາງ																



ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ
ໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ ໄລຍະ 2

