

ແລນຍາດທະສາດ

ການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ

ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ



LAOS
Simply Beautiful



ຄະນະຮັບຜິດຊອບຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ຮ່າງແຜນຍຸດທະສາດ

ຊື່ນຳລວມ	ທ່ານ ທະວິເພັດ ອຸລາ, ຮອງຫົວຫນ້າກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ຜູ້ຈັດການໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວໄລຍະ 2 ທ່ານ ສີສິມພູ ພິມເມືອງ, ຫົວຫນ້າຫ້ອງການ ຫ້ອງການໂຍທາທິການ ແລະ ຂົນສົ່ງເມືອງວັງວຽງ ຫົວຫນ້າໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວໄລຍະ 2 ເມືອງວັງວຽງ ທ່ານ ບຸນມິ ພິມມະວົງສາ, ຫົວຫນ້າຫ້ອງການ ຫ້ອງການຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ ຮອງຫົວຫນ້າໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວໄລຍະ 2 ເມືອງວັງວຽງ
ຮຽບຮຽງ	ທ່ານ ວິລະ ຈັນທະວົງ, ຊ່ຽວຊານດ້ານການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນ ແລະ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ທ່ານ ສະເຕຟານ ທະວິເດດ ສີວິໄລ, ຊ່ຽວຊານດ້ານການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ
ວັນທີ	01 ພຶດສະພາ 2020

ຄຳນຳ

ເມືອງວັງວຽງ ເປັນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ. ມີສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ຫລາກຫລາຍ ແລະ ມີເລື່ອງລາວທີ່ຫນ້າສົນໃຈ ທັງທາງດ້ານຄວາມອຸດົມສົມບູນຂອງ ທຳມະຊາດ, ວັດທະນະທຳແບບດັ້ງເດີມ ແລະ ຮ່ອງຮອຍສຳຄັນທາງປະຫວັດສາດສະໄຫມລ່າເມືອງຂຶ້ນຝລັ່ງ ແລະ ຈັກກະ ພັດອາເມລິກາ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ການນຳສະເຫນີເລື່ອງລາວດັ່ງກ່າວໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບທີ່ດຶງດູດຈິດໃຈ ແມ່ນຍັງຈຳກັດ, ສະແດງອອກບ່ອນການຂາດປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຢູ່ຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ສິ່ງພິມທີ່ມີເນື້ອ ໃນທີ່ມີຄຸນນະພາບ ແລະ ແທດເຫມາະກັບກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ ແລະ ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນຜ່ານສື່ດິຈິຕອນ ແລະ ອອນ ລາຍ. ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວຍັງມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການທຳຄວາມເຂົ້າໃຈກັບເລື່ອງລາວ ແລະ ຄວາມຫມາຍຄວາມສຳຄັນ ຂອງບັນດາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົາເຈົ້າໄປຢ້ຽມຢາມ.

ດັ່ງນັ້ນ, ໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວໄລຍະ 2 ໂດຍໄດ້ຮັບທຶນສະຫນັບສະ ຫນູນຈາກທະນາຄານພັດທະນາອາຊີ (Asian Development Bank – ADB) ຈຶ່ງໄດ້ສ້າງແຜນຍຸດທະສາດການນຳສະເຫນີ ຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບສະບັບນີ້ຂຶ້ນ, ເພື່ອເປັນທິດທາງໃຫ້ແກ່ການປັບປຸງການນຳສະ ເຫນີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຍົກລະດັບປະສົບການຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ນັບມື້ນັບດີຂຶ້ນເລື້ອຍໆ.

ຂໍຂອບໃຈຄະນະຫ້ອງການ, ຫນ່ວຍງານ ແລະ ວິຊາການຈາກຫ້ອງການໂຍທາທິການ ແລະ ຂົນສົ່ງ, ຫ້ອງການ ຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ອົງການພັດທະນາ ແລະ ບໍລິຫານຕົວເມືອງວັງວຽງ ທີ່ເປັນເຈົ້າການ ໃນການປະສານງານກັບບັນດາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມ ແລະ ພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງສຳລັບການເກັບກຳຂໍ້ມູນ ແລະ ຈັດກອງປະຊຸມປຶກ ສາຫາລື, ເຮັດໃຫ້ແຜນຍຸດທະສາດການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບສະບັບນີ້ ມີ ຄວາມສອດຄ່ອງກັບສະພາບຕົວຈິງ ແລະ ສາມາດປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ກໍ່ຄືການພັດທະນາ ເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມຂອງເມືອງວັງວຽງ.

ທ່ານ ທະວີເພັດ ອຸລາ

ຮອງຫົວຫນ້າກົມພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ

ຜູ້ຈັດການໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວໄລຍະ 2

ສາລະບານ

ຄະນະຮັບຜິດຊອບຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ຮ່າງແຜນຍຸດທະສາດ	I
ຄຳນຳ	II
1) ພາກສະເໜີ (Introduction).....	1
1.1) ການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນຫຍັງ?	1
1.2) ປະເພດປ້າຍນຳສະເໜີຂໍ້ມູນ	2
1.2.1) ປ້າຍຊີ້ບອກ	2
1.2.2) ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ	2
1.2.3) ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ.....	2
1.3) ກ່ຽວກັບເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ	3
1.4) ສະພາບການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ (Planning Context)	4
1.4.1) ສະພາບປັດຈຸບັນ (Current Situation in terms of heritage interpretation).....	4
1.4.2) ໂຄງການໃນອາດີດ, ປັດຈຸບັນ ແລະ ອະນາຄົດທີ່ສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນ	5
2) ເປົ້າຫມາຍ ແລະ ຈຸດປະສົງ (Goals and Objectives)	6
2.1) ເປົ້າຫມາຍ (Interpretive Goals).....	6
2.2) ຈຸດປະສົງ (Interpretive Objectives).....	6
2.3) ຈຸດປະສົງໃນລະດັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ (Site Objectives).....	7
3) ຂອບເຂດພື້ນທີ່ການສ້າງແຜນ (Geographic Scope).....	8
4) ຫລັກການໃນການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນ (Guiding Principle)	9
5) ກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ (Target Audiences).....	11
6) ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ເລື່ອງລາວ (Site and Stories)	16
7) ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເໜີ (Theme).....	21
8) ແນວທາງການນຳສະເໜີ (Conceptual Approach)	22
9) ວິທີການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນ (Interpretive Design Approach)	24
9.1) ເງື່ອນໄຂໃນການອອກແບບ (Design Criteria).....	24
9.2) ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວ (Brand Identity)	24

9.3)	ປ້າຍຊີ້ບອກ (Signage / Wayfinding)	25
9.3.1)	ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ.....	26
9.3.2)	ປ້າຍຊີ້ບອກແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນຕົວເມືອງ.....	27
9.3.3)	ປ້າຍຊີ້ບອກພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ	27
9.4)	ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ (Interpretation Board)	28
9.4.1)	ປ້າຍແຜນທີ່ ແລະ ຂໍ້ມູນ	28
9.4.2)	ປ້າຍກະດານຂໍ້ມູນ	28
9.4.3)	ການອອກແບບ.....	28
9.5)	ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ.....	29
9.6)	ສິ່ງພິມ (Printed Materials).....	29
9.7)	ການນຳທ່ຽວ (Tour Guiding)	30
9.8)	ສື່ດິຈິຕອນ (Digital Media)	30
10)	ແຜນນຳສະເໜີຂໍ້ມູນ (Content Delivery Plan)	32
10.1)	ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ	32
10.2)	ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມເສັ້ນທາງ.....	39
11)	ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ (Action Plan)	46
12)	ການຈັດລຽງບຸລິມະສິດ (Prioritization)	49
13)	ການຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນ (Monitoring and Evaluation)	50
	ເອກະສານອ້າງອີງ.....	51

1) ພາກສະເຫນີ (Introduction)

1.1) ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນຫຍັງ?

ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ (Heritage Interpretation) ແມ່ນສິລະປະໃນການສື່ສານເລື່ອງລາວທາງທຳມະຊາດ, ປະຫວັດສາດ ແລະ ວັດທະນະທຳ ໃນຮູບແບບທີ່ຫນ້າສົນໃຈ ແລະ ສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້ງ່າຍ. ເລື່ອງລາວດັ່ງກ່າວ (Story) ສາມາດນຳສະເຫນີໃນຮູບແບບປ້າຍນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນ, ສີ່ສິ່ງພິມ, ສີ່ດີຈິຕອນ ຫລື ຜ່ານພະນັກງານນຳທ່ຽວ.

ອົງການ Interpretation Canada ໄດ້ກຳນົດຄຳນິຍາມຂອງການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນໄວ້ວ່າ: “ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນການສື່ສານເພື່ອອະທິບາຍຄວາມຫມາຍ (reveal meanings) ແລະ ຄວາມສຳພັນ (relationships) ຂອງມໍລະດົກທາງດ້ານທຳມະຊາດ ແລະ ວັດທະນະທຳໃຫ້ແກ່ສັງຄົມໄດ້ຮັບຮູ້, ຜ່ານປະສົບການຕົວຈິງ (first – hand involvement) ກັບວັດຖຸສິ່ງຂອງ, ແບບຈຳລອງ, ທິວທັດ ຫລື ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ”¹.

ອົງການ HDC International, ໄດ້ໃຫ້ຄຳນິຍາມວ່າ: “ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນການສື່ສານເພື່ອແປຂໍ້ມູນດິບ (raw information) ທີ່ເປັນຄຳສັບເຕັກນິກຂອງຜູ້ຊ່ຽວຊານມາເປັນພາສາທີ່ນຳໃຊ້ໃນຊີວິດປະຈຳວັນ, ດ້ວຍວິທີການທີ່ດຶງດູດຈິດໃຈ ແລະ ມີສ່ວນຮ່ວມ ເຊິ່ງສາມາດສ້າງຄວາມປະທັບໃຈໃຫ້ແກ່ຜູ້ມາຢ້ຽມຢາມ”².

ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ ບໍ່ແມ່ນພຽງແຕ່ການຕິດຕັ້ງປ້າຍນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນຢູ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວເທົ່ານັ້ນ, ແຕ່ຍັງລວມເຖິງການກຳນົດເລື່ອງລາວໃນການນຳສະເຫນີ (Interpretive story) ທີ່ໂດດເດັ່ນ, ການກຳນົດໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີ (Interpretive theme) ທີ່ຫນ້າສົນໃຈ ແລະ ນຳໃຊ້ວິທີການນຳສະເຫນີ (Interpretive media and services) ທີ່ແທດເຫມາະກັບກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ (Target audiences).



¹ <https://interpretationcanada.ca/page-18058>

² <https://www.heritagetdestination.com/hdc-interpretive-communication>

1.2) ປະເພດປ້າຍນໍາສະເຫນີຂໍ້ມູນ

ໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວ ປ້າຍນໍາສະເຫນີຂໍ້ມູນປະກອບດ້ວຍ 3 ປະເພດດັ່ງນີ້:

1.2.1) ປ້າຍຊີ້ບອກ

ປ້າຍຊີ້ບອກ ຫມາຍເຖິງປ້າຍທີ່ຕິດຕັ້ງຢູ່ຕາມເສັ້ນທາງເພື່ອສະແດງໃຫ້ຮູ້ທິດທາງ ແລະ ໄລຍະທາງຂອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ³, ປະກອບມີ 3 ປະເພດຄື: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ປ້າຍຊີ້ບອກແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນຕົວເມືອງ ແລະ ປ້າຍຊີ້ບອກພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ນອກຈາກຊີ້ບອກເສັ້ນທາງ ແລະ ໄລຍະທາງແລ້ວ, ປ້າຍຊີ້ບອກຍັງຊ່ວຍໃນການຫລຸດຜ່ອນອຸບັດຕິເຫດ ດ້ວຍການຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກລ່ວງຫນ້າ (Advance warning sign) ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວ ຫລື ຜູ້ຂັບຂີ່ພາຫະນະຫລຸດຜ່ອນຄວາມໄວ ເພື່ອກະກຽມປ່ຽນທິດທາງການສັນຈອນຕາມລູກສອນຂອງປ້າຍ.

1.2.2) ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ

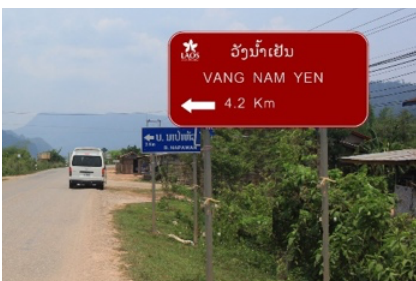
ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຫມາຍເຖິງປ້າຍທີ່ສະແດງຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບປະຫວັດຄວາມເປັນມາ ແລະ ເລື່ອງລາວທີ່ຫນ້າສົນໃຈຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ເນື້ອໃນຂອງປ້າຍແມ່ນປະກອບມີ: ຮູບພາບ, ຕົວຫນັງສື ແລະ ແຜນທີ່ສະເພາະຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ປະຫວັດຄວາມເປັນມາ ແລະ ເລື່ອງລາວ ຈະຕ້ອງມີໃຈຄວາມໃນການນໍາສະເຫນີ (Theme) ທີ່ຊັດເຈນ ເພື່ອດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ເຮັດໃຫ້ສາມາດເຂົ້າໃຈເລື່ອງລາວໄດ້ໃນເວລາທີ່ຈໍາກັດ.

1.2.3) ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ

ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຫມາຍເຖິງປ້າຍທີ່ອອກແບບມາເພື່ອດຶງດູດຜູ້ຄົນເພື່ອໃຫ້ມີຄວາມສົນໃຈໃນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວໃດຫນຶ່ງ ຫລື ຫລາຍບ່ອນໃນປ້າຍດຽວ, ໂດຍອາດຈະມີການສະແດງຮູບພາບທິວທັດຂອງສະຖານທີ່ ຫລື ກິດຈະກຳຕ່າງໆໃນສະຖານທີ່ນັ້ນ ພ້ອມກັບຄຳບັນຍາຍຕ່າງໆເພື່ອສ້າງຄວາມສົນໃຈ. ປ້າຍໂຄສະນາປະກອບມີຫລາຍຮູບແບບຄື: ໂປສເຕີ້ (Poster), ແບນເນີ້ (Banner), ບິວບອດ (Billboard) ແລະ ແຟໂນ (Panel).

ລາຍລະອຽດໃນການອອກແບບ ແລະ ການຕິດຕັ້ງປ້າຍແຕ່ລະປະເພດແມ່ນໄດ້ອະທິບາຍໄວ້ໃນບົດທີ 9.

ຕົວຢ່າງປ້າຍທັງສາມປະເພດ



ປ້າຍຊີ້ບອກ



ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ



ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ

³ ປຶ້ມຄູ່ມືແນະນໍາປ້າຍຊີ້ບອກແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປ້າຍນໍາສະເຫນີຂໍ້ມູນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ, ກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທໍາ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2019

1.3) ກ່ຽວກັບເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ

ເມືອງວັງວຽງເປັນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ, ເນື່ອງຈາກມີແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທາງທຳມະຊາດທີ່ສວຍງາມ. ເຖິງແມ່ນວ່າການທ່ອງທ່ຽວທາງດ້ານວັດທະນະທຳ ແລະ ປະຫວັດສາດຍັງບໍ່ທັນໂດດເດັ່ນ, ແຕ່ວັງວຽງກໍ່ມີເລື່ອງລາວ ແລະ ສະຖານທີ່ໆຫນ້າສົນໃຈເຊິ່ງສາມາດພັດທະນາໄດ້.

ເຫດຜົນຕົ້ນຕໍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວທ່ຽວທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດມາທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງແມ່ນ ເພື່ອມາສຳພັດຄວາມສວຍງາມຂອງທຳມະຊາດ. ຫນຶ່ງໃນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີຊື່ສຽງ ແລະ ໂດດເດັ່ນແມ່ນຖ້ຳປູຄຳ ຫລື ບູລາກູນ 1 (Blue Lagoon), ຍ້ອນຄວາມສວຍງາມ ແລະ ໃສ່ເຢັນຂອງນ້ຳສີຂຽວອົມຟ້າ ອີກທັງມີຫລາກຫລາຍກິດຈະກຳໃຫ້ໄດ້ສຳພັດເຊັ່ນ: ການຍ່າງຂຶ້ນຖ້ຳ, ຂີ່ສະລິງ, ຫລິ້ນນ້ຳ ແລະ ລ່ອງກົງເບັງ. ນອກຈາກບູລາກູນ 1 ແລ້ວ, ຍັງມີບູລາກູນ 2, 3, 4 ແລະ 5 ທີ່ມີຄວາມສວຍງາມເຊັ່ນກັນ ເຊິ່ງສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນຕັ້ງຢູ່ເສັ້ນທາງວົງແຫວນເບື້ອງຕາເວັນຕົກຂອງຕົວເມືອງວັງວຽງ. ນັກທ່ອງທ່ຽວບາງກຸ່ມກໍ່ມັກກິດຈະກຳແບບພະຈິນໄພ ແລະ ທ້າທາຍຄວາມສາມາດຂອງຮ່າງກາຍ ແລະ ຈິດໃຈຂອງຕົນເອງດ້ວຍການຍ່າງຂຶ້ນຜາ (Trekking), ເຊິ່ງໂດດເດັ່ນວ່າຫມູ່ແມ່ນຜາເງິນ ແລະ ຜາຫນາມໄຊ.

ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນບ້ານນາດ້ວງ ແມ່ນເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນທີ່ໄດ້ຮັບມາດຕະຖານອາຊຽນ (ASEAN Homestay Standard), ເປັນສະຖານທີ່ໆນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ ແລະ ເຂດພາກພື້ນມາສຳພັດປະສົບການ ແລະ ວັດທະນະທຳທ້ອງຖິ່ນ ເປັນຕົ້ນແມ່ນການປຸງແຕ່ງອາຫານ ແລະ ການເຕັ້ນສາກ (ເຕັ້ນແສ້) ຂອງຊົນເຜົ່າກຶມມຸ ເຊິ່ງເປັນຊົນເຜົ່າທີ່ມີປະຊາກອນຫລາຍກວ່າຫມູ່ໃນບ້ານນາດ້ວງ. ຊົນເຜົ່າລາວສູງກໍ່ແມ່ນອີກຊົນເຜົ່າຫນຶ່ງທີ່ດຳລົງຊີວິດຢູ່ບ້ານໂພນເງິນ ເຊິ່ງເປັນທີ່ຕັ້ງຂອງຜາເງິນ, ມີວັດທະນະທຳການນຸ່ງຖືທີ່ເປັນເອກະລັກ ແລະ ມີສີໄມ້ລາຍມືໃນການຖັກແສ່ວສິນຄ້າຫັດຖະກຳ.

ເມືອງວັງວຽງມີປະຫວັດຄວາມເປັນມາທີ່ຕິດພັນກັບພາວະສົງຄາມໃນໄລຍະຕົກເປັນຫົວເມືອງຂຶ້ນຂອງຝລັ່ງ ແລະ ຈັກກະພັດອາເມລິກາ, ຮ່ອງຮອຍທາງປະຫວັດສາດດັ່ງກ່າວແມ່ນຍັງສາມາດພົບເຫັນໄດ້ໃນປັດຈຸບັນເຊັ່ນ: ເດີນບິນເກົ່າທີ່ຈັກກະພັດອາເມລິກາສ້າງຂຶ້ນເພື່ອເປັນບ່ອນຂຶ້ນລົງຂອງຍົນສອດແນມບັນຊາການຖິ້ມລະເບີດໃສ່ເຂດປົດປ່ອຍ, ເປັນບ່ອນເກັບມ້ຽນລະເບີດ ແລະ ອາວຸດສົງຄາມ⁴. ນອກຈາກນັ້ນ, ຍັງມີອາຄານເກົ່າສະໄຫມລ່າເມືອງຂຶ້ນຝລັ່ງເຊັ່ນ: ອົງການພັດທະນາ ແລະ ບໍລິຫານຕົວເມືອງ (ອພບຕ) ວັງວຽງ, ໂຮງຫມໍເມືອງ ແລະ ນ້ຳສ້າງຫລວງ ທີ່ສາມາດນຳໃຊ້ເປັນບ່ອນຮຽນຮູ້ ແລະ ເຂົ້າໃຈປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງເມືອງວັງວຽງສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ.

⁴ ເວັບໄຊເມືອງວັງວຽງ ພາຍໃຕ້ການຊີ້ນຳຂອງຄະນະພັກ, ອຳນາດການປົກຄອງເມືອງວັງວຽງ, ຫ້ອງວ່າການປົກຄອງເມືອງວັງວຽງ http://vangvieng.gov.la/?page_id=245

1.4) ສະພາບການນໍາສະເຫນີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ (Planning Context)

1.4.1) ສະພາບປັດຈຸບັນ (Current Situation in terms of heritage interpretation)

ການນໍາສະເຫນີຂໍ້ມູນຂອງບັນດາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນຕົວເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ ແມ່ນຍັງຈໍາກັດ, ຂາດປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ, ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມເສັ້ນທາງ ແລະ ພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ສີ່ສິ່ງພິມ ແລະ ການນໍາສະເຫນີຂໍ້ມູນໃນສີ່ສິ່ງຄົມອອນລາຍ. ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວແມ່ນສາມາດພົບເຫັນໄດ້ພຽງແຕ່ຢູ່ສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ ແລະ ນໍ້າສ້າງຫລວງ, ແຕ່ຍັງມີເນື້ອໃນທີ່ຍາວ ແລະ ບໍ່ທັນກໍານົດໃຈຄວາມໃນການນໍາສະເຫນີ (Theme) ທີ່ຊັດເຈນ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການນໍາສະເຫນີມີຄວາມຫນ້າສົນໃຈ ແລະ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດຈົດຈໍາເລື່ອງລາວໄດ້ງ່າຍ. ນອກຈາກນັ້ນ, ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຂອງນໍ້າສ້າງຫລວງຍັງມີສະພາບທີ່ເກົ່າ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການອ່ານຕົວຫນັງສືຢູ່ໃນປ້າຍ. ສ່ວນປ້າຍແຜນທີ່ສະເພາະຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນຖືກຕິດຕັ້ງຢູ່ບູລາກູນ 2 ແລະ 3, ແຕ່ຍັງບໍ່ທັນມີເນື້ອໃນທີ່ຄົບຖ້ວນສົມບູນ.

ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຍັງມີຈໍາກັດ, ບາງປ້າຍຊີ້ບອກທີ່ມີຢູ່ໃນປັດຈຸບັນກໍ່ບໍ່ທັນໄດ້ມາດຕະຖານເຊັ່ນ: ປ້າຍຊີ້ບອກທາງເຂົ້າເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນບ້ານນາດ້ວງ ແລະ ນໍ້າຕົກຕາດແກ້ງຍຸ້ຍຈຸດສາມແຍກເສັ້ນທາງເລກທີ 13. ຮູບແບບຂອງປ້າຍບໍ່ທັນສອດຄ່ອງກັບປຶ້ມຄູ່ມືແນະນໍາປ້າຍຊີ້ບອກແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປ້າຍນໍາສະເຫນີຂໍ້ມູນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ, ມີຂະໜາດຕົວຫນັງສືທີ່ນ້ອຍ ແລະ ຕັ້ງຢູ່ຈຸດທີ່ມີສິ່ງອື່ນບົດບັງການແນມເຫັນ. ປ້າຍຊີ້ບອກນໍ້າຕົກຕາດແກ້ງຍຸ້ຍທີ່ຕັ້ງຢູ່ສາມແຍກກ່ອນເຖິງແກ້ງຍຸ້ຍ 900 m ກໍ່ມີສະພາບຊຸດໂຊມ. ຕາມເສັ້ນທາງວົງແຫວນຟາກຕາເວັນຕົກຂອງຕົວເມືອງວັງວຽງ, ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມເສັ້ນທາງສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນມີລັກສະນະຄືກັນກັບປ້າຍໂຄສະນາທີ່ເນັ້ນຮູບພາບຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ເຊິ່ງບໍ່ທັນສອດຄ່ອງກັບມາດຕະຖານປ້າຍຊີ້ບອກ. ນອກຈາກນັ້ນ, ແຕ່ລະປ້າຍກໍ່ມີຮູບແບບ ແລະ ຂະໜາດຕ່າງກັນ ອີກທັງການຕິດຕັ້ງກໍ່ບໍ່ເປັນລະບຽບ, ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການເບິ່ງ.



ຂໍ້ມູນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີຢູ່ໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ (Google Maps) ກໍ່ຍັງມີຈຳກັດ, ເຊິ່ງນິຍົມນຳໃຊ້ ຫລາຍໃນກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວອິດສະຫລະທີ່ເບິ່ງແຜນທີ່ດັ່ງກ່າວຢູ່ໃນມິຖີຂອງເຂົາເຈົ້າເພື່ອເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ສີ່ສິ່ງ ພົມແມ່ນສາມາດພົບເຫັນໄດ້ຢູ່ຕາມສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບແຜນພັບໂຄສະນາ ແລະ ແຜນທີ່ທ່ອງ ທ່ຽວ, ແຕ່ນັກທ່ອງທ່ຽວກໍ່ນິຍົມນຳໃຊ້ນັບມື້ນັບຫນ້ອຍລົງ ເນື່ອງຈາກການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນທາງອອນລາຍດ້ວຍມິຖີແມ່ນມີ ຄວາມສະດວກ ແລະ ມີຂໍ້ມູນທີ່ສົດໃຫມ່ກວ່າ. ເນື່ອງຈາກເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວກຳລັງໄດ້ຮັບການປັບປຸງ⁵ ຈຶ່ງບໍ່ສາມາດປະ ເມີນການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງໃນເວັບໄຊດັ່ງກ່າວໄດ້. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຂໍ້ມູນທາງອອນລາຍຢູ່ ໃນເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວອື່ນກໍ່ຍັງມີຈຳກັດ, ໂດຍສະເພາະແມ່ນ TripAdvisor⁶, ເຊິ່ງນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມາແບບອິດສະຫລະນິ ຍົມໃຊ້ເພື່ອແລກປ່ຽນຄຳຄິດຄຳເຫັນກ່ຽວກັບປະສົບການທ່ອງທ່ຽວຂອງເຂົາເຈົ້າໃນຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ.

1.4.2) ໂຄງການໃນອາດິດ, ປັດຈຸບັນ ແລະ ອະນາຄົດທີ່ສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນ

ແຂວງວຽງຈັນແມ່ນ 1 ໃນ 9 ແຂວງເປົ້າຫມາຍຂອງໂຄງການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແບບຍືນຍົງ (Sustainable Tourism Development Project – STDP) ໃນລະຫວ່າງປີ 2009 – 2013 ໂດຍໄດ້ຮັບທຶນສະຫນັບສະຫນູນຈາກ ທະນາຄານພັດທະນາອາຊີ (Asian Development Bank – ADB), ເຊິ່ງກິດຈະກຳຂອງໂຄງການແມ່ນສຸມໃສ່ເມືອງວັງ ວຽງ. ເຖິງແມ່ນວ່າກິດຈະກຳສ່ວນໃຫຍ່ຈະບໍ່ໄດ້ກ່ຽວຂ້ອງໂດຍກົງກັບການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ, ແຕ່ການສ້າງ ແຜນແມ່ບົດພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ການປັບປຸງໂຄງລ່າງພື້ນຖານ ແລະ ສະພາບແວດລ້ອມຂອງຕົວເມືອງວັງວຽງ ກໍ່ເປັນ ສິ່ງສຳຄັນທີ່ປະກອບສ່ວນເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວມີປະສົບການໃນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ດີ⁷.

ປັດຈຸບັນ, ແຂວງວຽງຈັນແມ່ນຫນຶ່ງໃນສາມແຂວງເປົ້າຫມາຍຂອງໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງ ເສີມການທ່ອງທ່ຽວໄລຍະ 2 (Second GMS Tourism Infrastructure for Inclusive Growth Project – TIIGP) ລະຫວ່າງປີ 2019 – 2025. ກິດຈະກຳຂອງໂຄງການຢູ່ເມືອງວັງວຽງແມ່ນການສະຫນັບສະຫນັບການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນການ ທ່ອງທ່ຽວ, ນັບຕັ້ງແຕ່ການສ້າງ ແລະ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນຍຸດທະສາດການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວສະບັບນີ້. ນອກ ຈາກນັ້ນ, ຍັງມີກິດຈະກຳປັບປຸງເສັ້ນທາງການເຂົ້າເຖິງນ້ຳຕົກຕາດແກ້ງຍູ້ຍຜ່ານບ້ານນາດ້ວງ, ປັບປຸງສະຖານທີ່ຈອດລົດຢູ່ ເຂດນ້ຳຕົກຕາດ, ປັບປຸງພື້ນທີ່ ແລະ ຮ່ອງລະບາຍນ້ຳຢູ່ເຂດຮ້ານອາຫານ, ປັບປຸງທາງຢ່າງ, ຂົວຂ້າມ ແລະ ປ້າຍຊີ້ບອກທາງ ໄປຫານ້ຳຕົກ. ເສັ້ນທາງວົງແຫວນຟາກຕາເວັນຕົກກໍ່ຈະໄດ້ຮັບການປັບປຸງ, ສ້າງຂົວສອງເລນຂ້າມນ້ຳຊ່ອງ ແລະ ປັບປຸງກັນ ເຈື່ອນ. ເສັ້ນທາງພາຍໃນຕົວເມືອງວັງວຽງຈະໄດ້ຮັບການປັບປຸງ ພ້ອມກັນກັບການຕິດຕັ້ງໄຟເຍືອງທາງ ແລະ ປັບປຸງລະບົບ ການສັນຈອນ⁸.

⁵ <https://www.tourismlaos.org/central-provinces/vientiane-province>

⁶ https://www.tripadvisor.com/Attractions-g612363-Activities-Vang_Vieng_Vientiane_Province.html

⁷ Project Administration Memorandum, LAO/VIE: Greater Mekong Subregion Sustainable Tourism Development Project, Page 25, Asian Development Bank, 2009

⁸ Project Administration Manual, Second Greater Mekong Subregion Tourism Infrastructure for Inclusive Growth Project, Page 2–3, Asian Development Bank, 2018

2) ເປົ້າຫມາຍ ແລະ ຈຸດປະສົງ (Goals and Objectives)

2.1) ເປົ້າຫມາຍ (Interpretive Goals)

ຄູ່ມືການສ້າງແຜນແມ່ບົດການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນ (Interpretive Master Planning⁹) ຂອງ ທ່ານ ຈອນ (John A Veverka) ຂອງສໍານັກພິມ MuseumEtc ປະເທດສະກອດແລັນໄດ້ກໍານົດໄວ້ວ່າ: ເປົ້າຫມາຍຂອງການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນແມ່ນສິ່ງທີ່ເຮົາຕ້ອງການໃຫ້ມັນເກີດຂຶ້ນ, ບໍ່ຕ້ອງສະເພາະເຈາະຈົງ ແລະ ບໍ່ຈໍາເປັນຕ້ອງວັດແທກໄດ້ຄືກັນກັບຈຸດປະສົງ. ສະນັ້ນ, ເປົ້າຫມາຍຂອງການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງແມ່ນ:

- 1) ເພື່ອຍົກລະດັບປະສົບການຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ (To enhance visitor experience)

ຖ້ານັກທ່ອງທ່ຽວມີປະສົບການທີ່ດີໃນການຢ້ຽມຢາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ກໍ່ຈະສົ່ງຜົນເຖິງຄວາມເພິ່ງພໍໃຈຂອງເຂົາເຈົ້າຢູ່ຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ. ເພື່ອເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວມີປະສົບການທີ່ດີ, ການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນຢູ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ບໍ່ຄວນແຕ່ສະໜອງຂໍ້ມູນທີ່ຫນ້າສົນໃຈໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວເທົ່ານັ້ນ (ເພາະເຂົາເຈົ້າຈະລືມ), ແຕ່ຈະຕ້ອງນໍາພາໃຫ້ເຂົາເຈົ້າຫາຂໍ້ສະຫລຸບຂອງເລື່ອງລາວຈາກຂໍ້ມູນດັ່ງກ່າວດ້ວຍຕົນເອງ.

- 2) ເພື່ອປົກປັກຮັກສາມໍລະດົກທາງດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ (To protect the site and its resources)

ການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນຊ່ວຍໃນການປົກປັກຮັກສາມໍລະດົກທາງດ້ານທໍາມະຊາດ, ປະຫວັດສາດ ແລະ ວັດທະນະທໍາ. ນັກທ່ອງທ່ຽວບາງກຸ່ມທີ່ຂາດຄວາມຮັບຮູ້ໃນການປະພຶດຕົນເອງເວລາຢ້ຽມຢາມວັດວາອາຮາມ, ນໍ້າຕົກຕາດ ຫລື ສະຖານທີ່ສໍາຄັນທາງປະຫວັດສາດ ກໍ່ຈະສົ່ງຜົນກະທົບທາງລົບໃຫ້ແກ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນຈະຊ່ວຍໃຫ້ເຂົາເຈົ້າມີຄວາມເຂົ້າໃຈ ແລະ ເຫັນເຖິງຄວາມສໍາຄັນຂອງສະຖານທີ່ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມອ້ອມຂ້າງ.

2.2) ຈຸດປະສົງ (Interpretive Objectives)

ຈຸດປະສົງແມ່ນສິ່ງທີ່ຕ້ອງເຮັດໃຫ້ສໍາເລັດເພື່ອບັນລຸເປົ້າຫມາຍຂ້າງເທິງ ແລະ ເປັນສິ່ງທີ່ສາມາດວັດແທກໄດ້, ການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງແມ່ນມີຈຸດປະສົງດັ່ງນີ້:

- 1) ນັກທ່ອງທ່ຽວສ່ວນໃຫຍ່ຈະສາມາດຈົດຈໍາໃຈຄວາມໃນການນໍາສະເໜີ (Theme) ຂອງເລື່ອງລາວທີ່ນໍາສະເໜີຢູ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວພາຍຫລັງສໍາເລັດການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ
- 2) ນັກທ່ອງທ່ຽວສ່ວນໃຫຍ່ທີ່ມາຢ້ຽມຢາມເມືອງວັງວຽງ ຈະສາມາດເດີນທາງເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວໄດ້ງ່າຍຂຶ້ນ ໂດຍອາໄສປ້າຍຊີ້ບອກຕາມເສັ້ນທາງ ແລະ ແຜນທີ່ອອນລາຍ.

⁹ Interpretive Master Planning, Volume One: Strategies for the New Millennium, Page 70, John A Veverka, 2018

2.3) ຈຸດປະສົງໃນລະດັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ (Site Objectives)

ເພື່ອຈະບັນລຸຈຸດປະສົງລວມຂ້າງເທິງ, ເຮົາຈຳເປັນຕ້ອງກຳນົດຈຸດປະສົງລຽງລຳດັບໃນລະດັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ເຊິ່ງແບ່ງອອກເປັນ 3 ລະດັບຄື¹⁰:

ຈຸດປະສົງໃນການຮຽນຮູ້ (Learning objectives): ແມ່ນສິ່ງທີ່ເຮົາຕ້ອງການໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຮຽນຮູ້ ຫລື ຈິດ ຈຳຜ່ານການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນເຊັ່ນ: ພາຍຫລັງການຢ້ຽມຢາມບ້ານຜະລິດເຫລົ້າຂາວ, ນັກທ່ອງທ່ຽວສ່ວນໃຫຍ່ຈະສາມາດ ອະທິບາຍຂັ້ນຕອນການຕົ້ມເຫລົ້າຂາວແບບພື້ນບ້ານ. ພາຍຫລັງທີ່ຢ້ຽມຢາມວັດແຫ່ງຫນຶ່ງ, ນັກທ່ອງທ່ຽວສ່ວນໃຫຍ່ຈະ ສາມາດອະທິບາຍຄວາມຫມາຍຂອງຮູບແຕ້ມບູຮານຢູ່ປະຕູທາງເຂົ້າວັດ.

ຈຸດປະສົງໃນການປ່ຽນແປງພຶດຕິກຳ (Behavior objective): ແມ່ນສິ່ງທີ່ເຮົາຢາກໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວເຮັດຜ່ານ ການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນເຊັ່ນ: ນັກທ່ອງທ່ຽວສ່ວນໃຫຍ່ຈະຊື້ຜະລິດຕະພັນເຫລົ້າຂາວເປັນເຄື່ອງຝາກຂອງຕ້ອນ. ຖ້າສາມາດ ບັນລຸຈຸດປະສົງນີ້, ປະຊາຊົນບ້ານທີ່ຜະລິດເຫລົ້າຂາວກໍ່ຈະມີລາຍຮັບຫລາຍຂຶ້ນ ເຊິ່ງດີກວ່າການບັນລຸພຽງແຕ່ຈຸດປະສົງຂອງ ການຮຽນຮູ້ທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວພຽງແຕ່ເຂົ້າໃຈຂັ້ນຕອນການຕົ້ມເຫລົ້າ, ແຕ່ບໍ່ໄດ້ຊື້ຜະລິດຕະພັນ. ຕົວຢ່າງກ່ຽວກັບຮູບແຕ້ມ ບູຮານຢູ່ວັດແມ່ນ ນັກທ່ອງທ່ຽວສ່ວນໃຫຍ່ຈະມີພຶດຕິກຳທີ່ເໝາະສົມເວລາຢ້ຽມຢາມວັດວາອາຮາມ.

ຈຸດປະສົງໃນການປ່ຽນແປງອາລົມ (Emotional objectives): ເຮົາຈະບໍ່ສາມາດປ່ຽນແປງພຶດຕິກຳນັກທ່ອງທ່ຽວ ໄດ້, ຖ້າຍັງບໍ່ສາມາດປ່ຽນແປງອາລົມ ຫລື ຄວາມຮູ້ສຶກຂອງເຂົາເຈົ້າ. ແມ່ນສິ່ງທີ່ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວຈິດຈຳເລື່ອງລາວຂອງ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ເນື່ອງຈາກມັນກະທົບຈິດໃຈຂອງເຂົາເຈົ້າ (Strong feeling), ເຊິ່ງນຳໄປສູ່ການປ່ຽນແປງທາງດ້ານ ພຶດຕິກຳຂອງເຂົາເຈົ້າ. ນັກທ່ອງທ່ຽວຮູ້ສຶກປະຫລາດໃຈ, ໃຈຮ້າຍ, ໂສກເສົ້າ, ຮູ້ສຶກຜິດ ແລະ ພາກພຸມໃຈ ຜ່ານເລື່ອງລາວ ທີ່ນຳສະເໜີກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ນັກທ່ອງທ່ຽວສ່ວນໃຫຍ່ຈະຮູ້ສຶກປະຫລາດໃຈກ່ຽວກັບຂັ້ນຕອນການຕົ້ມ ເຫລົ້າຂາວແບບພື້ນບ້ານ, ເນື່ອງຈາກເຂົາເຈົ້າຄຸ້ນເຄີຍກັບຂັ້ນຕອນການຜະລິດແບບໂຮງຈັກໂຮງງານ. ໃນບາງຈຸດຫມາຍປາຍ ທາງການທ່ອງທ່ຽວກໍ່ເປີດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວຢ້ຽມຢາມອະນຸສອນສະຖານຂອງສະຫນາມຣິບ, ນັກທ່ອງທ່ຽວຈະຮູ້ສຶກໂສກ ເສົ້າຕໍ່ກັບເລື່ອງລາວຂອງການສູນເສຍ ແລະ ເຂົ້າໃຈຜົນຮ້າຍຂອງສິງຄາມ.

ແນວທາງການກຳນົດຈຸດປະສົງໃນການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນໃນລະດັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຂ້າງເທິງ ຈະຖືກນຳໃຊ້ໄລ ຍະອອກແບບເນື້ອໃນ ແລະ ເລື່ອງລາວ, ເຊິ່ງຈະຍັງບໍ່ທັນໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນແຜນຍຸດທະສາດການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນສະບັບນີ້.

¹⁰ Interpretive Master Planning, Volume One: Strategies for the New Millennium, Page 70, John A Veverka, 2018

3) ຂອບເຂດພື້ນທີ່ການສ້າງແຜນ (Geographic Scope)

ການສ້າງແຜນການນໍາສະເຫນີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ ແມ່ນສຸມໃສ່ພາຍໃນຕົວເມືອງວັງວຽງ, ເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງນໍ້າຕົກຕາດແກ້ງຍູ້ຍຸ່ນບ້ານນາດ້ວງ ແລະ ເສັ້ນທາງວົງແຫວນຟາກຕາເວັນຕົກຂອງຕົວເມືອງ. ແຕ່ລະເຂດແມ່ນມີທ່າແຮງດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ, ມີນັກທ່ອງທ່ຽວໄປຢ້ຽມຢາມ ແລະ ມີທຸລະກິດໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວດໍາເນີນຢູ່. ນອກຈາກນັ້ນ, ແຕ່ລະສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຍັງມີຄວາມໂດດເດັ່ນທາງດ້ານຊັບພະຍາກອນທໍາມະຊາດ, ວັດທະນະທໍາແບບດັ້ງເດີມ ແລະ ເລື່ອງລາວທາງປະຫວັດສາດທີ່ສາມາດນໍາສະເຫນີໃຫ້ມີຄວາມຫນ້າສົນໃຈໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຕາມເສັ້ນທາງ ຫລື ວົງຈອນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ໄດ້ກໍານົດໄວ້.

ແຜນທີ່: ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ



4) ຫລັກການໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນ (Guiding Principle)

ຫລັກການໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນອີງໃສ່ 6 ຫລັກການຂອງ ທ່ານ ຟຣີແມນ ທິວເດັນ (Tilden's six Interpretive Principles¹¹) ເຊິ່ງມີລາຍລະອຽດດັ່ງນີ້:

1) ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນຕ້ອງມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບປະສົບການຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ

ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນ ນອກຈາກອີງໃສ່ເລື່ອງລາວທີ່ຫນ້າສົນໃຈຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວແລ້ວ, ຈະຕ້ອງຄິດຕື່ມອີກວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຈະສາມາດເຂົ້າໃຈເລື່ອງລາວດັ່ງກ່າວໄດ້ບໍ່ ໂດຍອີງໃສ່ປະສົບການ ແລະ ຄວາມຮັບຮູ້ຂອງເຂົາເຈົ້າ. ຂໍ້ມູນທີ່ນຳສະເຫນີຈະຕ້ອງສອດຄ່ອງ ຫລື ສາມາດເຊື່ອມໂຍງກັບຊີວິດປະຈຳວັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ. ສະນັ້ນ, ການມີຄວາມເຂົ້າໃຈທີ່ເລິກເຊິ່ງກ່ຽວກັບນັກທ່ອງທ່ຽວຈຶ່ງມີຄວາມສຳຄັນໃນການອອກແບບການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນ ເຊິ່ງໄດ້ອະທິບາຍໃນບົດທີ 5 ກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ.

2) ການສະຫນອງພຽງແຕ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ (Information) ແມ່ນຍັງບໍ່ຖືວ່າເປັນການນຳສະເຫນີ ຫລື ການອະທິບາຍຄວາມຫມາຍຂໍ້ມູນ (Interpretation)

ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນ ຫລື ການອະທິບາຍຄວາມຫມາຍ (Interpretation) ແມ່ນການເປີດເຜີຍເລື່ອງລາວຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວໂດຍນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ (Information) ທີ່ຖືກນຳມາວິເຄາະ ແລະ ຮຽບຮຽງໃຫມ່ໃຫ້ເຂົ້າໃຈງ່າຍ ແລະ ຫນ້າສົນໃຈຕໍ່ກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ. ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຫລື ປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງວັດທະນະທຳ ແລະ ຮິດຄອງປະເພນີ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນມີເນື້ອໃນທີ່ຍາວ ແລະ ເຕັມໄປດ້ວຍຄຳສັບເຕັກນິກ ຫລື ຄຳສັບທາງວິຊາການ ເຮັດໃຫ້ຄົນທົ່ວໄປເຂົ້າໃຈຍາກ. ການກະຕຸ້ນຄວາມສົນໃຈຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນຕ້ອງກຳນົດໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນ (Theme) ຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຂຶ້ນມາໃຫມ່ໃຫ້ມີຄວາມຫນ້າສົນໃຈ. ເລື່ອງລາວ ແລະ ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີ ແມ່ນໄດ້ອະທິບາຍໄວ້ໃນບົດທີ 6 ແລະ 7.

3) ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນແມ່ນສິລະປະ (Art), ເຊິ່ງໂຮມເອົາຫລາກຫລາຍສິລະປະເຂົ້າກັນ.

ການຕິດຕັ້ງພຽງແຕ່ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ (Interpretation Board) ຢູ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ອາດຍັງບໍ່ສາມາດດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວທຸກຄົນໄດ້, ເນື່ອງຈາກເຂົາເຈົ້າມີວິທີການຮັບຮູ້ຂໍ້ມູນທີ່ແຕກຕ່າງກັນ. ບາງຄົນຮຽນຮູ້ຈາກການອ່ານ, ບາງຄົນຮຽນຮູ້ຈາກການຟັງ, ເບິ່ງ ຫລື ໄດ້ສຳພັດຕົວຈິງ. ສະນັ້ນ, ວິທີການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນ (Interpretive media and services) ໃນແຕ່ລະສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຈະຕ້ອງກຳນົດໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບແຕ່ລະກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ.

¹¹ Interpreting Our Heritage, Freeman Tilden, Third Edition, Page 9, 1977

4) **ເປົ້າຫມາຍຂອງການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນ ບໍ່ແມ່ນການສົດສອນ (Instruction), ແຕ່ເປັນການກະຕຸ້ນຄວາມຢາກຮູ້ຢາກເຫັນ ແລະ ຄວາມສົນໃຈຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ (Provocation).**

ການກະຕຸ້ນໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວເກີດມີຄວາມສົນໃຈ ແລະ ຢາກຮູ້ລົງເລິກຕື່ມດ້ວຍຕົນເອງກ່ຽວກັບເລື່ອງລາວຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ນອກຈາກການສະຫນອງຂໍ້ມູນໃຫ້ແກ່ເຂົາເຈົ້າພຽງແຕ່ຝ່າຍດຽວ, ເປັນວິທີການສ້າງການມີສ່ວນຮ່ວມໃນການຊອກຫາຄຳຕອບ ແລະ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວຈິດຈຳໄດ້ດີກວ່າ. ຕົວຢ່າງ, ໃນເນື້ອໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວສາມາດລະບຸຄຳວ່າ ຊອກຫາ (look for...), ລອງເບິ່ງຖ້າທ່ານສາມາດຊອກເຫັນ (see if you can find...), ທ່ານແນມເຫັນບໍ່ (can you see the...), ຈັບເປືອກຂອງຕົ້ນໄມ້ຢູ່ຫນ້າທ່ານ ເພື່ອໃຫ້ຮູ້ສຶກວ່າມັນຫນັກຊໍ່າໃດ (touch the bark on the tree in front of you, feel how heavy).

5) **ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນຄວນແນ່ໃສ່ການນຳສະເຫນີຄວາມຫມາຍລວມ ຫລາຍກວ່າການນຳສະເຫນີຄວາມຫມາຍແຕ່ສ່ວນໃດສ່ວນຫນຶ່ງ.**

ຕົວຢ່າງ: ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບນ້ຳຕົກຕາດ, ບໍ່ຄວນນຳສະເຫນີພຽງແຕ່ຊື່ ແລະ ຄວາມສູງຂອງນ້ຳຕົກ ແຕ່ຄວນອະທິບາຍຕື່ມອີກວ່າ ນ້ຳຕົກແຫ່ງນີ້ມີຕົ້ນນ້ຳມາຈາກໃສ, ມີສາຍນ້ຳໄຫລຜ່ານຈຸດໃດແດ່ ແລະ ມີຄວາມສຳພັນແນວໃດຕໍ່ກັບສະພາບແວດລ້ອມອ້ອມຂ້າງເຊັ່ນ: ປະຊາຊົນທີ່ອາໄສໃນເຂດນີ້, ສັດປ່າ ແລະ ຕົ້ນໄມ້ໃບຫຍ້າ. ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນແບບນີ້ ຈະເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າໃຈຄວາມສຳຄັນຂອງທຳມະຊາດໄດ້ດີຂຶ້ນ¹².

6) **ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນໃຫ້ແກ່ເດັກນ້ອຍບໍ່ຄວນມີເນື້ອໃນຕ່າງກັນກັບຜູ້ໃຫຍ່ ແຕ່ຄວນໃຊ້ວິທີການນຳສະເຫນີທີ່ຕ່າງກັນ**

ເນື່ອງຈາກເດັກນ້ອຍມີພື້ນຖານຄວາມຮູ້ ແລະ ປະສົບການຫນ້ອຍກວ່າຜູ້ໃຫຍ່, ຄວາມສາມາດໃນການຈິດຈໍ່ສິ່ງໃດສິ່ງຫນຶ່ງເປັນເວລາດົນຂອງເຂົາເຈົ້າກໍ່ມີຈຳກັດ. ສະນັ້ນ, ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ແກ່ເດັກນ້ອຍ ຫລື ນັກຮຽນ ຈະຕ້ອງນຳໃຊ້ຄຳສັບທີ່ງ່າຍ, ມີຄຳອະທິບາຍທີ່ສັ້ນ ແລະ ເຂົ້າໃຈງ່າຍ, ມີຮູບພາບ, ກະຕຸ້ນໃຫ້ເຂົາເຈົ້າໄດ້ເຄື່ອນໄຫວ ແລະ ເຮັດກິດຈະກຳ ເຊິ່ງຈະເຮັດໃຫ້ເຂົາເຈົ້າສາມາດເຂົ້າໃຈຂໍ້ມູນ ແລະ ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີເລື່ອງລາວໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ.

¹² Sukhothai Thammathirat Open University, School of Management Science

5) ກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ (Target Audiences)

ຄວາມເຂົ້າໃຈກ່ຽວກັບກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ (Target Audiences) ເຮັດໃຫ້ສາມາດອອກແບບວິທີການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນທີ່ແທດເຫມາະກັບຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ພຶດຕິກຳຂອງເຂົາເຈົ້າ. ກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ ແມ່ນຄັດຈາກແຜນພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ ສຳລັບປີ 2020 – 2025¹³ ເຊິ່ງໄດ້ກຳນົດເປັນກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີຄຸນລັກສະນະ ແລະ ຄວາມສົນໃຈທີ່ແຕກຕ່າງກັນ.

ຕາຕະລາງ: ກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍນັກທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ

ລຳດັບ	ກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ	ຄຸນລັກສະນະ	ການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນ
1	ນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ		
1.1	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ ມີຄຸນນະພາບມາແບບອິດສະຫລະ	<ul style="list-style-type: none"> ນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນອິດສະຫລະທີ່ມີງົບປະມານປານກາງຫາສູງ, ເດີນທາງມາດ້ວຍລົດຕູ້ VIP ຈາກນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ ຫລື ນະຄອນຫລວງພະບາງ ເບິ່ງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວໃນ TripAdvisor, ນຳໃຊ້ພະນັກງານນຳທ່ຽວທ້ອງຖິ່ນ ພ້ອມທີ່ຈະຈ່າຍກິດຈະກຳທີ່ມີລາຄາສູງ ເພື່ອສຳພັດປະສົບການທີ່ລ້ຳຄ່າເຊັ່ນ: ການຂີ່ບ່ອນລູນ, ພາລາມໍເຕີ້ ແລະ ປິນຜາ. ເຂົາເຈົ້າບໍ່ໃຊ້ບໍລິການເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນ ເນື່ອງຈາກຍັງບໍ່ໄດ້ຄຸນນະພາບ ແລະ ມີຄວາມປອດໄພ. 	<ul style="list-style-type: none"> ຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກຕາມເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ນຳໃຊ້ພາສາລາວ ແລະ ພາສາອັງກິດ ຫລື ສັນຍາລັກສາກົນ ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີໃນການຊ່ວຍໃຫ້ເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ເປັນຕົ້ນແມ່ນ ແຜນທີ່ອອນລາຍ Google maps ນຳໃຊ້ເວັບໄຊ ແລະ ແອບມິຖີທ່ອງທ່ຽວໃນການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນເຊັ່ນ: TripAdvisor, ເວັບໄຊ ແລະ ແອບມິຖີທ່ອງທ່ຽວລາວ ນຳໃຊ້ເຄື່ອງອະທິບາຍສຽງ (Audio Guide) ໃນການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນຜ່ານໂທລະສັບມືຖື.
1.2	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ ງົບປະມານຫນ້ອຍມາແບບອິດສະຫລະ	<ul style="list-style-type: none"> ນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນອິດສະຫລະທີ່ມີງົບປະມານຫນ້ອຍ ຫລື ເອີ້ນອີກຊື່ຫນຶ່ງວ່າ ແບກແພັກເກີ້ (Backpacker). ເດີນທາງມາດ້ວຍລົດຕູ້ VIP ຫລື ລົດໂດຍສານປະຈຳທາງຈາກນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ ຫລື ນະຄອນຫລວງພະບາງ. ສາມາດເຂົ້າເຖິງເຕັກໂນໂລຊີໄດ້, ເລືອກເຮັດກິດຈະກຳທີ່ລາຄາບໍ່ແພງ, ພັກໃນໂຮງແຮມ ແລະ ເຮືອນພັກລາຄາຖືກ ຂໍ້ພຽງແຕ່ມີສັນຍານອິນເຕີເນັດ. ບາງຈຳນວນກໍພັກຢູ່ເຮືອນແຮມປະຊາຊົນ ເຊັ່ນ: ຢູ່ບ້ານນາດ້ວງ. ເບິ່ງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວໃນ TripAdvisor, ເຊົ່າລົດຈັກ ຫລື ລົດຖີບ ໄປຫາແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ, ແຕ່ບໍ່ໄດ້ນຳໃຊ້ພະນັກງານນຳທ່ຽວ. 	

¹³ ແຜນພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ ສຳລັບປີ 2020 – 2025, ຫນ້າທີ 7 – 39, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2020

2	ນັກທ່ອງທ່ຽວເກົາຫລີ ແລະ ຈີນ		
2.1	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວເກົາຫລີ ມາເປັນກຸ່ມ	<ul style="list-style-type: none"> ເດີນທາງມາກັບຄອບຄົວເປັນຫມູ່ຄະນະກັບບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ, ໂດຍມີພະນັກງານນຳທ່ຽວຄົນເກົາຫລີເປັນຜູ້ນຳພາ. ເດີນທາງມາຈາກນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ ຫລື ຫລວງພະບາງ ດ້ວຍລົດເມໃຫຍ່ ຫລື ລົດຕູ້ນ້ອຍ. ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນໄວກາງຄົນ ແລະ ມັກເຂົ້າຮ້ານນວດ. ມັກໃຊ້ບໍລິການນຳທຸລະກິດທີ່ມີຄົນເກົາຫລີເປັນເຈົ້າຂອງ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຄວນຕິດຕັ້ງຢູ່ບໍລິເວນທີ່ມີເນື້ອທີ່ກວ້າງຂວາງ, ຢູ່ບ່ອນຮົ່ມ ແລະ ບໍ່ກົດຂວາງທາງຢ່າງເວລາພະນັກງານນຳທ່ຽວຍິນອະທິບາຍໃຫ້ກຸ່ມຄົນຈຳນວນຫລາຍ ເນື້ອໃນຂອງປ້າຍເປັນພາສາລາວ ແລະ ພາສາອັງກິດ, ໂດຍໃຫ້ພະນັກງານນຳທ່ຽວຄົນລາວອະທິບາຍໃຫ້ແກ່ຫົວຫນ້າພະນັກງານນຳທ່ຽວ ມີບ່ອນນັ່ງພັກເຊົາສຳລັບຜູ້ສູງອາຍຸ ໃຊ້ເວລາບໍ່ດົນໃນການທຳຄວາມເຂົ້າໃຈເລື່ອງລາວ ນຳໃຊ້ເວັບໄຊ ແລະ ແອບມິຖີທ່ອງທ່ຽວໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນເຊັ່ນ: TripAdvisor ແລະ ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ. ບັນຈຸພາສາເກົາຫລີເພື່ອຄວາມສະດວກຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ.
2.2	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວເກົາຫລີ ມາແບບອິດສະຫລະ	<ul style="list-style-type: none"> ໄວຫນຸ່ມ ແລະ ນັກສຶກສາ, ເດີນທາງມາດ້ວຍຕົນເອງກັບຫມູ່ເພື່ອນ. ມັກເຮັດກິດຈະກຳແບບພະຈິນໄພ. ເດີນທາງພາຍໃນວັງວຽງດ້ວຍການເຊົ່າລົດຈັກ, ລົດຖີບ ແລະ ລົດບັກກີ້. ຊອກຫາຂໍ້ມູນທ່ອງທ່ຽວທາງອິນເຕີເນັດ ແລະ ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວຂອງເກົາຫລີ. 	<ul style="list-style-type: none"> ຕິດຕັ້ງປ້າຍຊື່ບອກຕາມເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ນຳໃຊ້ພາສາລາວ ແລະ ພາສາອັງກິດ ຫລື ສັນຍາລັກສາກົນ ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີໃນການຊ່ວຍໃຫ້ເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ເປັນຕົ້ນແມ່ນ ແຜນທີ່ອອນລາຍ Baidu Maps ເຊິ່ງຄ້າຍຄືກັບ Google maps ສຳລັບຄົນຈີນ ນຳໃຊ້ເວັບໄຊ ແລະ ແອບມິຖີທ່ອງທ່ຽວໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນເຊັ່ນ: TripAdvisor ແລະ ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ. ບັນຈຸພາສາຈີນເພື່ອຄວາມສະດວກຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຈະຕ້ອງນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນນິຍົມໃຊ້ເຊັ່ນ: MAFENGWO ແລະ QYER
2.3	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຄາລາວານ ລົດໃຫຍ່ຈາກຈີນ	<ul style="list-style-type: none"> ຂັບລົດສ່ວນຕົວເປັນຫມູ່ຄະນະເຂົ້າມາທາງບໍ່ແຕ່ນແຂວງຫລວງນ້ຳທາ. ທ່ອງທ່ຽວນະຄອນ ຫລວງພະບາງ ກ່ອນເດີນທາງເຂົ້າມາເມືອງວັງວຽງ. ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນໄວກາງຄົນ, ອາຍຸລະຫວ່າງ 35 – 54 ປີ. ຊື່ທົ່ວຈາກບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຢູ່ຈີນ, ບາງຄະນະກຳນຳໃຊ້ພະນັກງານນຳທ່ຽວລາວຈາກນະຄອນຫລວງພະບາງ. ເລືອກພັກຢູ່ໂຮງແຮມທີ່ມີບ່ອນຈອດລົດສະດວກສະບາຍ, ບາງຄັ້ງກໍ່ບໍ່ພັກນຳກັນຫມົດ, ແຕ່ຈະນັດພັກັນຕອນໄປທ່ຽວ. ສ່ວນໃຫຍ່ມັກໃຊ້ບໍລິການນຳທຸລະກິດທີ່ມີຄົນຈີນເປັນເຈົ້າຂອງເຊັ່ນ: ໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ. 	<ul style="list-style-type: none"> ຕິດຕັ້ງປ້າຍຊື່ບອກຕາມເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ນຳໃຊ້ພາສາລາວ ແລະ ພາສາອັງກິດ ຫລື ສັນຍາລັກສາກົນ ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີໃນການຊ່ວຍໃຫ້ເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ເປັນຕົ້ນແມ່ນ ແຜນທີ່ອອນລາຍ Baidu Maps ເຊິ່ງຄ້າຍຄືກັບ Google maps ສຳລັບຄົນຈີນ ນຳໃຊ້ເວັບໄຊ ແລະ ແອບມິຖີທ່ອງທ່ຽວໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນເຊັ່ນ: TripAdvisor ແລະ ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ. ບັນຈຸພາສາຈີນເພື່ອຄວາມສະດວກຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຈະຕ້ອງນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນນິຍົມໃຊ້ເຊັ່ນ: MAFENGWO ແລະ QYER
2.4	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນ ມາເປັນກຸ່ມ	<ul style="list-style-type: none"> ເດີນທາງມາເປັນຫມູ່ຄະນະກັບບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ດ້ວຍລົດຕູ້ນ້ອຍຈາກຫລວງພະບາງ ຫລື ລົດເມໃຫຍ່ຈາກນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ. ພັກໂຮງແຮມຂະໜາດໃຫຍ່ ທີ່ມີທ້ອງພັກຫລາຍຫ້ອງເຊັ່ນ: Silver Naga, Amari ແລະອື່ນໆ. ສ່ວນໃຫຍ່ມັກໃຊ້ບໍລິການນຳທຸລະກິດທີ່ມີຄົນຈີນເປັນເຈົ້າຂອງເຊັ່ນ: ໂຮງແຮມ, ເຮືອນພັກ ແລະ ຮ້ານອາຫານ. 	<ul style="list-style-type: none"> ຕິດຕັ້ງປ້າຍຊື່ບອກຕາມເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ນຳໃຊ້ພາສາລາວ ແລະ ພາສາອັງກິດ ຫລື ສັນຍາລັກສາກົນ ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີໃນການຊ່ວຍໃຫ້ເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ເປັນຕົ້ນແມ່ນ ແຜນທີ່ອອນລາຍ Baidu Maps ເຊິ່ງຄ້າຍຄືກັບ Google maps ສຳລັບຄົນຈີນ ນຳໃຊ້ເວັບໄຊ ແລະ ແອບມິຖີທ່ອງທ່ຽວໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນເຊັ່ນ: TripAdvisor ແລະ ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ. ບັນຈຸພາສາຈີນເພື່ອຄວາມສະດວກຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຈະຕ້ອງນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນນິຍົມໃຊ້ເຊັ່ນ: MAFENGWO ແລະ QYER

3	ນັກທ່ອງທ່ຽວໄທ		
3.1	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໄທ ມາເປັນກຸ່ມ	<ul style="list-style-type: none"> ເດີນທາງມາເປັນຫມູ່ຄະນະກັບບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ເຂົ້າມາທາງນະຄອນຫລວງວຽງຈັນທາງສະຫນາມບິນສາກົນວັດໄຕ. ບາງຄະນະກໍ່ແວ່ທ່ຽວຊົມທຳມະຊາດອ່າງນ້ຳງື່ມ ກ່ອນເຂົ້າສູ່ເມືອງວັງວຽງ. ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນໄວກາງຄົນ ແລະ ຜູ້ສູງອາຍຸ. ສິນໃຈກ່ຽວກັບສາດສະຫນາ, ເຮັດບຸນ ແລະ ງານຜ້າປ່າ. ລາຍການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນໄດ້ກຳນົດໄວ້ຕາມຕາຕະລາງທ່ອງທ່ຽວຂອງບໍລິສັດ, ເນື່ອງຈາກຈຳນວນຄົນຫລາຍ ຈຶ່ງບໍ່ຄ່ອຍມີເວລາເຮັດກິດຈະກຳເພື່ອສຳພັດປະສົບການທ້ອງຖິ່ນ ຄືກັນກັບນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນມີຄຸນນະພາບ. ມັກຄວາມມ່ວນຊື່ນບັນເທີງ ຢູ່ຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ໃນຂະນະເດີນທາງ 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຄວນຕິດຕັ້ງຢູ່ບໍລິເວນທີ່ມີເນື້ອທີ່ກວ້າງຂວາງ, ຢູ່ບ່ອນຮົ່ມ ແລະ ບໍ່ກິດຂວາງທາງຢ່າງເວລາພະນັກງານຳທ່ຽວຍືນອະທິບາຍໃຫ້ກຸ່ມຄົນຈຳນວນຫລາຍ ເນື້ອໃນເປັນພາສາລາວ, ເພື່ອໃຫ້ພະນັກງານຳທ່ຽວຄົນລາວນຳໃຊ້ເພື່ອອະທິບາຍໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ. ມີບ່ອນນັ່ງພັກເຊົາສຳລັບຜູ້ສູງອາຍຸ ໃຊ້ເວລາບໍ່ດົນໃນການທຳຄວາມເຂົ້າໃຈເລື່ອງລາວ
3.2	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຄາວາວານ ບິກໄບຈາກໄທ	<ul style="list-style-type: none"> ເປັນກຸ່ມຄົນຮັກລົດຈັກບິກໄບຢູ່ປະເທດໄທ, ເປັນສະມາຄົມ ຫລື ກຸ່ມ (Club) ທີ່ມັກໂຮມຕົວກັນເດີນທາງທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍການຊື້ລາຍການທ່ອງທ່ຽວຈາກບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຢູ່ໄທ ທີ່ຮັບຈັດລາຍການທ່ອງທ່ຽວລົດຈັກບິກໄບ. ບາງຄັ້ງ ກໍ່ໄດ້ຮັບການສະຫນັບສະຫນູນຈາກບໍລິສັດຜະລິດ ແລະ ຈຳຫນ່າຍລົດຈັກບິກໄບຢູ່ໄທເຊັ່ນ: ຮ້ອນດ້າ, ຍາມາຮ້າ ແລະ ອື່ນໆ. ເດີນທາງເຂົ້າມາທ່ຽວລາວຜ່ານທາງຂົວມິດຕະພາບ 1 ເພື່ອເດີນທາງຜ່ານນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ, ທ່ອງທ່ຽວວັງວຽງ ແລະ ຫລວງພະບາງ. ພັກຢູ່ວັງວຽງ ແລະ ຫລວງພະບາງບ່ອນລະຄືນ. ມັກເຮັດກິດຈະກຳແບບພະຈິນໄພ, ໃຊ້ບໍລິການນວດ, ສະປາ ແລະ ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະ. 	<ul style="list-style-type: none"> ຕິດຕັ້ງປ້າຍຊື່ບອກຕາມເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ນຳໃຊ້ພາສາລາວ ແລະ ພາສາອັງກິດ ຫລື ສັນຍາລັກສາກົນ ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີໃນການຊ່ວຍໃຫ້ເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ເປັນຕົ້ນແມ່ນ ແຜນທີ່ອອນລາຍ Google maps ນຳໃຊ້ເວັບໄຊ ແລະ ແອບມິຖີທ່ອງທ່ຽວໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນເຊັ່ນ: TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ. ບັນຈຸເປັນພາສາໄທ ເພື່ອຄວາມສະດວກຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ.
3.3	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວຄາວາວານ ລົດໃຫຍ່ວິບາກຈາກໄທ	<ul style="list-style-type: none"> ກຸ່ມຄົນຮັກລົດວິບາກຢູ່ປະເທດໄທ, ເປັນສະມາຄົມ ຫລື ກຸ່ມ (Club) ທີ່ມັກໂຮມຕົວກັນເດີນທາງທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍການຊື້ລາຍການທ່ອງທ່ຽວຈາກບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວຢູ່ໄທ ທີ່ຮັບຈັດ ລາຍການທ່ອງທ່ຽວລົດໃຫຍ່ວິບາກ. ບາງຄັ້ງ ກໍ່ໄດ້ຮັບການສະຫນັບສະຫນູນຈາກບໍລິສັດຜະລິດ ແລະ ຈຳຫນ່າຍລົດໃຫຍ່ວິບາກຢູ່ປະເທດໄທ ເຊັ່ນ: ໂຕໂຍຕ້າ, ຟອດ ແລະ ອື່ນໆ. ມາເປັນຫມູ່ຄະນະຈາກຈັງຫວັດອຸດຕຣາດິດປະເທດໄທເຂົ້າມາທາງປາກລາຍ ແຂວງໄຊຍະບູລີ. ເດີນທາງຜ່ານເມືອງເພືອງ, ຫີນເຫີບ, ເພື່ອມາທ່ອງທ່ຽວວັງວຽງ. ເດີນທາງກັບທາງເມືອງຫີນເຫີບ, ຜ່ານທາງເມືອງຊະນະຄາມ, ປາກລາຍ ແລ້ວອອກທາງດ່ານນ້ຳເຫືອງ ເມືອງແກ່ນທ້າວ ແຂວງໄຊຍະບູລີ. ມັກເຮັດກິດຈະກຳແບບພະຈິນໄພ, ໃຊ້ບໍລິການນວດ ແລະ ສະປາ ແລະ ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະ. 	<ul style="list-style-type: none"> ຕິດຕັ້ງປ້າຍຊື່ບອກຕາມເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ນຳໃຊ້ພາສາລາວ ແລະ ພາສາອັງກິດ ຫລື ສັນຍາລັກສາກົນ ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີໃນການຊ່ວຍໃຫ້ເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ເປັນຕົ້ນແມ່ນ ແຜນທີ່ອອນລາຍ Google maps ນຳໃຊ້ເວັບໄຊ ແລະ ແອບມິຖີທ່ອງທ່ຽວໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນເຊັ່ນ: TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ. ບັນຈຸເປັນພາສາໄທ ເພື່ອຄວາມສະດວກຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ.

4	ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ		
4.1	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນທ້າຍອາທິດ	<ul style="list-style-type: none"> ຄົນລາວ ແລະ ຄົນຕ່າງປະເທດທີ່ເຮັດວຽກຢູ່ລາວ, ໂດຍສະເພາະແມ່ນຢູ່ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ. ຂັບລົດສ່ວນຕົວເດີນທາງໄປທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ ໂດຍເສັ້ນທາງເລກທີ 13 ເຫນືອ ໄລຍະວັນເສົາອາທິດ. ເດີນທາງເປັນຄອບຄົວ, ຫມູ່ຄູ່ ຫລື ເພື່ອນຮ່ວມງານ. ພັກຢູ່ທີ່ພັກທີ່ມີສະຖານທີ່ຈອດລົດສະດວກສະບາຍ, ມັກກິນອາຫານທ້ອງຖິ່ນ, ຊື້ເຄື່ອງຝາກຂອງຕ້ອນ ແລະ ນຳໃຊ້ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະຕາມຈຸດແວ່ພັກລຶດຕ່າງໆ. ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ນິຍົມສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນຕ້ອງມີຮ້ານອາຫານ ແລະ ກິນດື່ມຢູ່ຕິດກັບທຳມະຊາດ ແລະ ມີສຽງເພງ. 	<ul style="list-style-type: none"> ຕິດຕັ້ງປ້າຍຊື່ບອກຕາມເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ນຳໃຊ້ພາສາລາວ ແລະ ພາສາອັງກິດ ຫລື ສັນຍາລັກສາກົນ ນຳສະເໜີເລື່ອງລາວກ່ຽວກັບເທດສະການ ແລະ ບຸນປະເພນີທ້ອງຖິ່ນ
4.2	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນໄລຍະເທດສະການ ແລະ ບຸນປະເພນີ	<ul style="list-style-type: none"> ຄົນລາວ ແລະ ຄົນຕ່າງປະເທດທີ່ເຮັດວຽກຢູ່ລາວ ໂດຍສະເພາະແມ່ນຢູ່ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ, ຂັບລົດສ່ວນຕົວມາທ່ອງທ່ຽວວັງວຽງໄລຍະເທດສະການ ແລະ ບຸນປະເພນີຕ່າງໆ ເຊັ່ນ: ປີໃຫມ່ລາວ, ບຸນບັ້ງໄຟ ແລະ ເທດສະການດົນຕີ. ເດີນທາງເປັນຄອບຄົວ, ຫມູ່ຄູ່ ຫລື ເພື່ອນຮ່ວມງານ. ພັກຢູ່ທີ່ພັກທີ່ມີສະຖານທີ່ຈອດລົດສະດວກສະບາຍ, ມັກກິນອາຫານທ້ອງຖິ່ນ, ຊື້ເຄື່ອງຝາກຂອງຕ້ອນ ແລະ ນຳໃຊ້ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະຕາມຈຸດແວ່ພັກລຶດຕ່າງໆ. ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ນິຍົມສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນຕ້ອງມີຮ້ານອາຫານ ແລະ ກິນດື່ມຢູ່ຕິດກັບທຳມະຊາດ ແລະ ມີສຽງເພງ. 	
5	ນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບກອງປະຊຸມ		
5.1	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບກອງປະຊຸມສຳມະນາ	<ul style="list-style-type: none"> ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມກອງປະຊຸມຈາກພາກລັດ, ພາກທຸລະກິດ ແລະ ໂຄງການ ເດີນທາງມາປະຊຸມ ຈາກນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ. ເດີນທາງມາດ້ວຍລົດສ່ວນຕົວ, ລົດເມ ຫລື ລົດຕູ້. ພັກຢູ່ສະຖານທີ່ຈັດງານ ຫລື ທີ່ພັກໃກ້ຄຽງ. ເດີນທາງທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງໃນຂະນະ ຫລື ພາຍ ຫລັງກອງປະຊຸມ. ຊື້ເຄື່ອງຝາກຂອງຕ້ອນ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຄວນຕິດຕັ້ງຢູ່ບໍລິເວນທີ່ມີເນື້ອທີ່ກວ້າງຂວາງ, ຢູ່ບ່ອນຮົ່ມ ແລະ ບໍ່ກົດຂວາງທາງຢ່າງເວລາພະນັກງານນຳທ່ຽວຍືນອະທິບາຍໃຫ້ກຸ່ມຄົນຈຳນວນຫລາຍ

6	ນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບການສຶກສາ		
6.1	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບການສຶກສາຈາກພາຍໃນ	<ul style="list-style-type: none"> ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມກອງປະຊຸມຈາກພາກລັດ, ພາກທຸລະກິດ ແລະ ໂຄງການ ເດີນທາງມາປະຊຸມ ຈາກນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ. ເດີນທາງມາດ້ວຍລົດສ່ວນຕົວ, ລົດເມ ຫລື ລົດຕູ້. ພັກຢູ່ສະຖານທີ່ຈັດງານ ຫລື ທີ່ພັກໃກ້ຄຽງ. ເດີນທາງທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງໃນຂະນະ ຫລື ພາຍ ຫລັງກອງປະຊຸມ. ຊື້ເຄື່ອງຝາກຂອງຕ້ອນ. 	<ul style="list-style-type: none"> ສ້າງເນື້ອໃນການນໍາສະເຫນີຂໍ້ມູນທີ່ເຂົ້າໃຈງ່າຍ, ສັ້ນກະທັດ ຫັດ, ມີຮູບພາບປະກອບ ແລະ ນໍາໃຊ້ວິທີການນໍາສະເຫນີທີ່ກະຕຸ້ນການມີສ່ວນຮ່ວມ ແລະ ສ້າງບັນຍາກາດໃຫ້ມີຄວາມມ່ວນຊື່ນ.
6.2	ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບການສຶກສາຈາກຕ່າງປະເທດ	<ul style="list-style-type: none"> ນັກສຶກສາ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ທີ່ມີຄວາມສົນໃຈເຮັດວຽກອາສາສະຫມັກຢູ່ເມືອງວັງວຽງ. ສະຖານທີ່ສາມາດເຮັດວຽກອາສາສະຫມັກຢູ່ເມືອງວັງວຽງໄດ້ແມ່ນ Organic Farm, ສູນອານຸລັກຊ້າງ ແລະ Sae Lao Project. 	

6) ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ເລື່ອງລາວ (Site and Stories)

ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນຕົວເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ ທີ່ກຳນົດໃນແຜນຍຸດທະສາດນຳສະເຫນີ ຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວສະບັບນີ້ ແມ່ນອີງໃສ່ກະແສນັກທ່ອງທ່ຽວໃນແຜນພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍ ປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ ສຳລັບປີ 2020 – 2025¹⁴. ເລື່ອງລາວໃນການນຳສະເຫນີແມ່ນສິ່ງທີ່ຫນ້າສົນໃຈຂອງ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ຈຸດຂາຍທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ (Unique Selling Point – USP) ເຊັ່ນ: ພູທີ່ສູງ ທີ່ສຸດ, ວິວທີ່ງາມທີ່ສຸດ, ປາທີ່ຫາຍາກທີ່ສຸດ, ຫໍພິພິດຕະພັນທີ່ວາງສະແດງວັດຖຸບູຮານທີ່ຫາເບິ່ງໄດ້ຍາກ ແລະ ອື່ນໆ. ເລື່ອງ ລາວໃນການນຳສະເຫນີແມ່ນຈະຖືກນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການກຳນົດໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີ (Theme) ໃນບົດຕໍ່ໄປ.

ລ/ດ	ສະຖານທີ່	ສະພາບປັດຈຸບັນ	ເລື່ອງລາວ ໃນການນຳສະເຫນີ
1	ນ້ຳສ້າງຫລວງເມືອງວັງວຽງ (Communal Well) 	<ul style="list-style-type: none"> ບໍ່ມີຂໍ້ມູນຢູ່ໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps¹⁵ ແລະ ໃນ TripAdvisor. ມີປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ, ແຕ່ມີສະພາບທີ່ເກົ່າ ແລະ ເນື້ອໃນບໍ່ທັນກຳນົດໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີທີ່ຊັດເຈນ. ຂ້ອນຂ້າງອັນຕະລາຍ, ເນື່ອງຈາກບໍ່ມີຮາວກັນ 	<ul style="list-style-type: none"> ປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງນ້ຳສ້າງຫລວງ: ສ້າງຂຶ້ນໃນປີ 1931 ສະໄຫມລ່າເມືອງຂຶ້ນຝລັ່ງ. ນຳໃຊ້ຮູບພາບເກົ່າ: ລົດບັນທຸກແລ່ນກາຍນ້ຳສ້າງຫລວງເມື່ອປີ 1969 ຖ່າຍໂດຍທ່ານ Halpern, Joel M. (Joel Martin)¹⁶ ເຊື່ອມໂຍງກັບປະຫວັດສາດຂອງເມືອງວັງວຽງທີ່ນຳສະເຫນີຢູ່ສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ
2	ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນບ້ານນາດ້ວງ (Naduang Homestay) 	<ul style="list-style-type: none"> ບໍ່ມີຂໍ້ມູນຢູ່ໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps¹⁷ ແລະ TripAdvisor ມີປ້າຍຮູບພາບກົດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນບ້ານ, ແຕ່ບໍ່ທັນມີປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງບ້ານນາດ້ວງ ແລະ ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນ ວິຖີຊີວິດຂອງປະຊາຊົນບ້ານນາດ້ວງ ແລະ ກົດຈະກຳທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດສຳພັດໄດ້ພາຍໃນບ້ານແລະບໍລິເວນໃກ້ຄຽງເຊັ່ນ: ການປຸງແຕ່ງອາຫານ, ການເຕັ້ນສາກ (ເຕັ້ນແສ້), ນ້ຳຕົກແກ້ງຍູ້ຍ ແລະ ອື່ນໆ ວິຖີຊີວິດຂອງຊົນເຜົ່າກຶມມຸ

¹⁴ ແຜນພັດທະນາ, ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ ສຳລັບປີ 2020 – 2025, ຫນ້າທີ 7 – 39, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2020

¹⁵ <https://goo.gl/maps/P2PietvFBTfrFhSq7>

¹⁶ Facebook ນະຄອນຫລວງພະບາງ Luangprabang City

¹⁷ <https://goo.gl/maps/eCqaDGLeHvNR5izz9>

ລ/ດ	ສະຖານທີ່	ສະພາບປັດຈຸບັນ	ເລື່ອງລາວ ໃນການນໍາສະເໜີ
3	ນໍ້າຕົກແກ້ງຍູ້ຍ (Kaeng Nyui Waterfall) 	<ul style="list-style-type: none"> ມີຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຢູ່ໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps¹⁸ ແລະ ໃນ TripAdvisor¹⁹. ບໍ່ມີປ້າຍນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. 	<ul style="list-style-type: none"> ຄວາມສໍາພັນຂອງນໍ້າຕົກແກ້ງຍູ້ຍກັບສະພາບແວດລ້ອມອ້ອມຂ້າງ, ເຂດວັງສະຫງວນ ແລະ ຕົວເມືອງວັງວຽງ ເລື່ອງລາວກ່ຽວກັບພະພຸດທະຮູບທີ່ປະດິດສະຖານຢູ່ດ້ານເທິງ
4	ຜາເງິນໃຫຍ່ (Pha Ngern View Point) 	<ul style="list-style-type: none"> ມີຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຢູ່ໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps²⁰ ແລະ ໃນ TripAdvisor²¹. ບໍ່ມີປ້າຍນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ຂາດປ້າຍບອກໄລຍະທາງຕະຫລອດໄລຍະການຍ່າງຂຶ້ນຈຸດຊົມວິວ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງຜາເງິນ ຄວາມອຸດົມສົມບູນທາງດ້ານຊັບພະຍາກອນທໍາມະຊາດຂອງຜາເງິນ ວິຖີຊີວິດຂອງຊົນເຜົ່າລາວສູງ ແລະ ຄວາມສໍາພັນຂອງເຂົາເຈົ້າກັບຜາເງິນ
5	ຖ້ຳຢູຄໍາ / ບູລາກູນ 1 (Tham Phoukham Cave) 	<ul style="list-style-type: none"> ມີຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຢູ່ໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps²² ແລະ ໃນ TripAdvisor²³. ບໍ່ມີປ້າຍນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ປ້າຍຊັບພະຍາກອນພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຍັງບໍ່ໄດ້ມາດຕະຖານ 	<ul style="list-style-type: none"> ປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງຖ້ຳຢູຄໍາ, ເລື່ອງລາວຂອງຫີນຍ້ອຍ ແລະ ພະນອນພາຍໃນຖ້ຳ ຄວາມເປັນມາຂອງບູລາກູນ 1, ຕົ້ນນໍ້າ, ທີ່ມາຂອງສີນໍ້າ, ຄວາມສໍາພັນຂອງສາຍນໍ້າກັບສະພາບແວດລ້ອມອ້ອມຂ້າງ ແລະ ຄົນທ້ອງຖິ່ນ
6	ຜາຫນາມໄຊ (Nam Xay Viewpoint) 	<ul style="list-style-type: none"> ມີຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຢູ່ໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps²⁴ ແລະ ໃນ TripAdvisor²⁵. ບໍ່ມີປ້າຍນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປ້າຍບອກໄລຍະທາງຕະຫລອດໄລຍະທາງ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງຜາຫນາມໄຊ. ຄວາມອຸດົມສົມບູນທາງດ້ານຊັບພະຍາກອນທໍາມະຊາດຂອງຜາຫນາມໄຊ, ເລື່ອງລາວກ່ຽວກັບຕົ້ນໄຜ່, ຫນໍ່ໄມ້ ແລະ ຄວາມສໍາພັນກັບຄົນທ້ອງຖິ່ນ

¹⁸ <https://goo.gl/maps/mv17TTCuDTq63GDSA>

¹⁹ https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g612363-d4556470-Reviews-Kaeng_Nyui_Waterfall-Vang_Vieng_Vientiane_Province.html

²⁰ <https://goo.gl/maps/j39cdB6vgKG1tJon6>

²¹ https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g612363-d13219456-Reviews-Pha_Ngern_View_Point-Vang_Vieng_Vientiane_Province.html

²² <https://goo.gl/maps/2wbzGRPTUH8wHMGv7>

²³ https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g612363-d2689398-Reviews-Tham_Phu_Kham_Cave_and_Blue_Lagoon-Vang_Vieng_Vientiane_Province.html

²⁴ <https://goo.gl/maps/co4T6i3sswhcm25E9>

²⁵ https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g612363-d16708479-Reviews-Nam_Xay_Viewpoint-Vang_Vieng_Vientiane_Province.html

ລ/ດ	ສະຖານທີ່	ສະພາບປັດຈຸບັນ	ເລື່ອງລາວ ໃນການນໍາສະເຫນີ
7	<p>ບູລາກູນ 2 (Blue Lagoon 2)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ມີຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຢູ່ໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps²⁶, ແຕ່ບໍ່ມີຂໍ້ມູນໃນ TripAdvisor. ○ ມີປ້າຍແຜນທີ່ສະເພາະສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ແຕ່ບໍ່ທັນມີປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ. ○ ມີຖ້ໍາອ່າງຫລວງ, ແຕ່ບໍ່ທັນເປີດໃຫ້ເຂົ້າຊົມ. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ຄວາມເປັນມາຂອງບູລາກູນ 2, ຕົ້ນນໍ້າ, ທີ່ມາຂອງສີນໍ້າ, ຄວາມສໍາພັນຂອງສາຍນໍ້າກັບສະພາບແວດລ້ອມອ້ອມຂ້າງ ແລະ ຄົນທ້ອງຖິ່ນ ○ ປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງຖ້ໍາອ່າງຫລວງ ແລະ ເລື່ອງລາວກ່ຽວກັບຖ້ໍາລີສີ ○ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນບູລາກູນ 2
8	<p>ບູລາກູນ 3 (Blue Lagoon 3)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ບໍ່ມີຂໍ້ມູນຢູ່ໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps²⁷, ແຕ່ມີຂໍ້ມູນໃນ TripAdvisor²⁸. ມີປ້າຍແຜນທີ່ສະເພາະສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ແຕ່ບໍ່ທັນມີປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ. ○ ມີຖ້ໍາຫ່າງຈາກບ່ອນຫລິ້ນນໍ້າ 150 m, ພ້ອມທັງມີປ້າຍແຜນທີ່ສະແດງເສັ້ນທາງຍ່າງໄປຫາຖ້ໍາ, ແຕ່ບໍ່ມີປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ຄວາມເປັນມາຂອງບູລາກູນ 3, ຕົ້ນນໍ້າ, ທີ່ມາຂອງສີນໍ້າ, ຄວາມສໍາພັນຂອງສາຍນໍ້າກັບສະພາບແວດລ້ອມອ້ອມຂ້າງ ແລະ ຄົນທ້ອງຖິ່ນ ○ ເລື່ອງລາວກ່ຽວກັບຖ້ໍາພາຍໃນເຂດບູລາກູນ 3 ○ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນບູລາກູນ 3
9	<p>ບູລາກູນ 5 (Blue Lagoon 5)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ມີຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຢູ່ໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps²⁹, ແຕ່ບໍ່ມີຂໍ້ມູນໃນ TripAdvisor. ບໍ່ມີປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ○ ເນື່ອງຈາກຫາກໍ່ເປີດບໍລິການໄດ້ບໍ່ດົນ, ຈຶ່ງບໍ່ທັນມີສິ່ງອໍານວຍຄວາມສະດວກພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ຄວາມເປັນມາຂອງບູລາກູນ 5, ຕົ້ນນໍ້າ, ທີ່ມາຂອງສີນໍ້າ, ຄວາມສໍາພັນຂອງສາຍນໍ້າກັບສະພາບແວດລ້ອມອ້ອມຂ້າງ ແລະ ຄົນທ້ອງຖິ່ນ ○ ກິດຈະກຳທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນບູລາກູນ 5

²⁶ <https://goo.gl/maps/9dqrAbVEQbQuAipv8>

²⁷ <https://goo.gl/maps/KhMijBw5LoE42pRF9>

²⁸ https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g612363-d12163075-Reviews-Blue_Lagoon_3-Vang_Viang_Vientiane_Province.html

²⁹ <https://goo.gl/maps/jC5yp3WFGl5vGYUF9>

ລ/ດ	ສະຖານທີ່	ສະພາບປັດຈຸບັນ	ເລື່ອງລາວ ໃນການນໍາສະເຫນີ
10	<p>ຖ້ຳຈັງ (Tham Chang Cave)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ມີຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຢູ່ໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps³⁰ ແລະ ໃນ TripAdvisor³¹. ບໍ່ມີປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ○ ຂົວສີສິມແມ່ນຂົວທີ່ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກໃນກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນແລະຕ່າງປະເທດ. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ປະຫວັດຄວາມເປັນມາກ່ຽວກັບຖ້ຳຈັງ, ເລື່ອງລາວທີ່ຕິດພັນກັບເສິກສິງຄາມ, ເຊື່ອມໂຍງກັບອາຄານເກົ່າສະໄຫມຝລັ່ງ, ນໍ້າສ້າງຫລວງ ແລະ ເດີນບິນເກົ່າ. ○ ເລື່ອງລາວກ່ຽວກັບຂົວສີສິມ, ພະພຸດທະຮູບ ແລະ ຂັ້ນຕອນການໄຫວ້ພະຂໍພອນ
11	<p>ຫ້ອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ມີຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຢູ່ໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps³² ○ ມີປ້າຍແຜນທີ່ຕົວເມືອງຢູ່ພາຍນອກສູນ. ພາຍໃນສູນມີປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ, ແຜ່ນພັບ ແລະ ແຜນທີ່. ແຕ່ຍັງມີເນື້ອໃນທີ່ຍາວ ແລະ ບໍ່ທັນກຳນົດໃຈຄວາມໃນການນໍາສະເຫນີທີ່ຊັດເຈນ. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງເມືອງວັງວຽງ ○ ສະຖານທີ່ ແລະ ເສັ້ນທາງການທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນຕົວເມືອງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບທີ່ໄດ້ກຳນົດໃນແຜນຍຸດທະສາດການນໍາສະເຫນີຂໍ້ມູນສະບັບນີ້.
12	<p>ໂຮງຫມໍວັງວຽງ (Vang Vieng Hospital)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ມີຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຢູ່ໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps³³ ○ ປັດຈຸບັນຍັງເປັນໂຮງຫມໍເມືອງວັງວຽງ, ແຕ່ເປັນອາຄານໃຫມ່. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງໂຮງຫມໍວັງວຽງ, ນໍາໃຊ້ຮູບພາບເກົ່າໃນປີ 1969 ຖ່າຍໂດຍ ທ່ານ Halpern, Joel M. (Joel Martin)³⁴
13	<p>ເຮືອນຊົງລາວເກົ່າສະໄຫມຝລັ່ງ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ບໍ່ມີຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Map³⁵ ○ ປັດຈຸບັນແມ່ນຫ້ອງການອພບຕ ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ຍັງຄົມຮັກສາສະພາບອາຄານແບບເກົ່າໄວ້ໄດ້. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງເຮືອນຊົງລາວເກົ່າສະໄຫມຝລັ່ງ (ຫ້ອງການ ອພບຕ), ນໍາໃຊ້ຮູບພາບເກົ່າໃນປີ 1969 ຖ່າຍໂດຍ ທ່ານ Halpern, Joel M. (Joel Martin)³⁶

³⁰ <https://goo.gl/maps/wTxRVpYn2CSFGY8C6>

³¹ https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g612363-d2314020-Reviews-Tham_Chang_Cave-Vang_Vieng_Vientiane_Province.html


³² <https://goo.gl/maps/t39EfiXoLz5PacCD9>

³³ <https://goo.gl/maps/3b7QE7avQXS38pzs7>

³⁴ Facebook ນະຄອນຫລວງພະບາງ Luangprabang City

³⁵ <https://goo.gl/maps/trSyyfWzqRj5dXFy9>

³⁶ Facebook ນະຄອນຫລວງພະບາງ Luangprabang City

ລ/ດ	ສະຖານທີ່	ສະພາບປັດຈຸບັນ	ເລື່ອງລາວ ໃນການນໍາສະເໜີ
14	<p>ເດີນບິນເກົ່າວັງວຽງ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ບໍ່ມີຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Map³⁷ ○ ປັດຈຸບັນເປັນເດີນຫວ່າງເປົ່າ, ສ່ວນໜຶ່ງນໍາໃຊ້ເປັນຕະຫລາດນັດທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ຄິວລິດໂດຍສານ. ສະພາບຫິນທາງຫຍຸ້ງຍາກ ແລະ ນໍ້າຖ້ວມໃນລະດູຝົນ. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງເດີນບິນເກົ່າເມືອງວັງວຽງ, ນໍາໃຊ້ຮູບພາບຍົນຂົນສົ່ງແບບ C-123 ຂອງສາຍການບິນແອອາເມລິກາຈອດທີ່ເດີນບິນເກົ່າເມືອງວັງວຽງ ເມື່ອປີ 1969 ຖ່າຍໂດຍ ທ່ານ Halpern, Joel M. (Joel Martin)³⁸ ○ ຮູບພາບລົດບັນທຸກແລ່ນກາຍນໍ້າສ້າງຫລວງ ໃກ້ກັບເດີນບິນເກົ່າ ເມື່ອປີ 1969 ຖ່າຍໂດຍ ທ່ານ Halpern, Joel M. (Joel Martin)³⁹

³⁷ <https://goo.gl/maps/cD4yU9a9Vg9YiLWV6>

³⁸ Facebook ນະຄອນຫລວງພະບາງ Luangprabang City

³⁹ Facebook ນະຄອນຫລວງພະບາງ Luangprabang City

7) ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີ (Theme)

ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີ (Theme, ອ່ານວ່າ “ຕີມ”) ແມ່ນໃຈຄວາມສຳຄັນ ຫລື ປະເດັນຫລັກໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນ ຫລື ເລື່ອງລາວຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ (Central concept or key idea of any presentation⁴⁰), ມັນແມ່ນສິ່ງທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຈະຈົດຈຳພາຍຫລັງຢ້ຽມຢາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ເຂົາເຈົ້າອາດຈະລິມວ່າວັດແຫ່ງນີ້ສ້າງຂຶ້ນໃນປີໃດ ແລະ ໃຜເປັນຜູ້ສ້າງ, ແຕ່ຈະຈົດຈຳຄວາມຫມາຍຄວາມສຳຄັນຂອງວັດທີ່ມີຕໍ່ວິຖີຊີວິດຂອງຄົນທ້ອງຖິ່ນ. ອີງໃສ່ຫລັກການໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນໃນບົດທີ 4 (Guiding Principle), ການກະຕຸ້ນຄວາມສົນໃຈຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນຕ້ອງສ້າງໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີ ຫລື ແກ່ນຂອງເລື່ອງລາວ (Theme) ທີ່ຫນ້າສົນໃຈ ແລະ ມີຄຸນຄ່າ.

Main Theme		
ເມືອງວັງວຽງ ມີມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດທີ່ສວຍງາມ, ຕິດພັນກັບວິຖີຊີວິດຂອງຄົນທ້ອງຖິ່ນ, ມີວັດທະນະທຳທີ່ເປັນເອກະລັກ ແລະ ມີເລື່ອງລາວທາງປະຫວັດສາດທີ່ຕິດພັນກັບຫລາຍຍຸກຫລາຍສະໄຫມ		
ວັດທະນະທຳ	ທຳມະຊາດ	ປະຫວັດສາດ
ເມືອງວັງວຽງ ມີວັດທະນະທຳທີ່ເປັນເອກະລັກ ແລະ ຕິດພັນກັບທຳມະຊາດ	ເມືອງວັງວຽງ ມີມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດທີ່ສວຍງາມ, ຕິດພັນກັບວິຖີຊີວິດຂອງຄົນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ເປັນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີຄວາມມ່ວນຊື່ນ	ເມືອງວັງວຽງ ມີເລື່ອງລາວທາງປະຫວັດສາດທີ່ຕິດພັນກັບສະໄຫມລ່າເມືອງຂຶ້ນຝລັ່ງ ແລະ ຈັກກະພັດອາເມລິກາ
<ul style="list-style-type: none"> > ວິຖີຊີວິດຂອງຄົນທ້ອງຖິ່ນ > ຊົນເຜົ່າກຶມມຸ ແລະ ລາວສູງ > ຄວາມສຳພັນກັບທຳມະຊາດ 	<ul style="list-style-type: none"> > ແມ່ນ້ຳ > ນ້ຳຕົກຕາດ > ຖ້ຳ ແລະ ພູຜາ > ບໍ່ນ້ຳທຳມະຊາດ > ຄວາມສຳພັນກັບວິຖີຊີວິດຂອງຄົນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ປະຫວັດສາດ > ຄວາມມ່ວນຊື່ນ 	<ul style="list-style-type: none"> > ຮ່ອງຮອຍສະໄຫມລ່າເມືອງຝລັ່ງ ແລະ ຈັກກະພັດອາເມລິກາ > ອາຄານເກົ່າສະໄຫມຝລັ່ງ

ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນສະເພາະ (Specific interpretive theme) ແມ່ນໄດ້ກຳນົດສຳລັບແຕ່ລະສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ໃນບົດທີ 10: ແຜນນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນ, ເພື່ອເປັນທິດທາງໃຫ້ແກ່ການສ້າງເລື່ອງລາວ (Story) ຫລື ເນື້ອໃນໃນການນຳສະເຫນີທີ່ຫນ້າສົນໃຈສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວ.

⁴⁰ Interpretive Master Planning, Volume One: Strategies for the New Millennium, Page 63, John A Veverka, 2018

8) ແນວທາງການນຳສະເຫນີ (Conceptual Approach)

ສະຖານທີ່	ແນວທາງການນຳສະເຫນີ
ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ (Tourism sites)	<ul style="list-style-type: none"> ○ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຢູ່ຕົວເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ ແມ່ນໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນບົດທີ 6. ແນວທາງການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນຢູ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນມີອົງປະກອບດັ່ງນີ້: ○ ປ້າຍຊື່ບອກຕາມເສັ້ນທາງ, ທັງຕາມທາງຫລວງ ແລະ ໃນຕົວເມືອງ ○ ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ: ນຳສະເຫນີເລື່ອງລາວ (Story) ທີ່ຫນ້າສົນໃຈ ແລະ ກຳນົດໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີ (Theme) ທີ່ຊັດເຈນ, ຕັ້ງຢູ່ສະຖານທີ່ໜັກທ່ອງທ່ຽວມາເປັນກຸ່ມສາມາດຍືນອ່ານໄດ້ໂດຍບໍ່ກົດຂວາງການສັນຈອນ. ການອອກແບບຈະຕ້ອງສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກ (Brand) ຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ. ○ ປ້າຍແຜນທີ່ສະເພາະ: ໃຊ້ສຳລັບສະຖານທີ່ໆມີເນື້ອໃນທີ່ກວ້າງຂວາງ ແລະ ມີຫລາຍສິ່ງໃຫ້ເບິ່ງເຊັ່ນ: ຖ້ຳປູຄຳ ຫລື ບູລາກູນ 1 ○ ປ້າຍຊື່ບອກພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ: ຊື່ບອກເສັ້ນທາງ ແລະ ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ○ ສີ່ດີຈິຕອນ: ແຜນທີ່ອອນລາຍ, ເວັບໄຊ ແລະ ແອບມິຖືທ່ອງທ່ຽວ ○ ສີ່ສິ່ງພິມ: ຜະລິດແຜ່ນພັບ ແລະ ແຜນທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ○ ການນຳທ່ຽວ: ພະນັກງານນຳທ່ຽວ ແລະ ເຄື່ອງອະທິບາຍສຽງ (Audio Guide) ທີ່ໜັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດຮັບຟັງການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນດ້ວຍຕົນເອງຜ່ານມືຖື.
ບ້ານ / ເກາະດອນ (Villages / Islands)	<ul style="list-style-type: none"> ○ ບ້ານ ແລະ ເກາະດອນແມ່ນມີປະຫວັດຄວາມເປັນມາ, ເລື່ອງລາວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ຮີດຄອງປະເພນີທີ່ມີຄຸນຄ່າ ແລະ ຫນ້າສົນໃຈໃນການນຳສະເຫນີໃຫ້ແກ່ໜັກທ່ອງທ່ຽວ. ແຕ່ການນຳສະເຫນີດັ່ງກ່າວ ຈະຕ້ອງສອດຄ່ອງກັບການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນຢູ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ເພື່ອເຮັດໃຫ້ໜັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຊື່ອມໂຍງເລື່ອງລາວ ແລະ ປະສົບການທ່ອງທ່ຽວຂອງເຂົາເຈົ້າ. ○ ບ້ານທີ່ໄດ້ກຳນົດຢູ່ໃນແຜນຍຸດທະສາດການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນສະບັບນີ້ ແມ່ນປະກອບມີ: ບ້ານນາດ້ວງ ເຊິ່ງເປັນທີ່ຕັ້ງຂອງນ້ຳຕົກຕາດແກ້ງຍູ້ຍ. ○ ອົງປະກອບຂອງການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນຢູ່ບ້ານແມ່ນປະກອບມີ: ປ້າຍຊື່ບ້ານ, ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ອະທິບາຍກ່ຽວກັບປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງບ້ານ, ວິຖີຊີວິດຊອງປະຊາຊົນ, ຊົນເຜົ່າ, ການທຳການຜະລິດກະສິກຳ ແລະ ຫັດຖະກຳ.

<p>ເສັ້ນທາງທ່ອງທ່ຽວ (Routes)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ເສັ້ນທາງທ່ອງທ່ຽວ (Route) ແມ່ນເສັ້ນທາງທ່ຽວຂອງພາຫະນະ ແລະ ທາງຢ່າງເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນຕົວເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ. ○ ສິ່ງສໍາຄັນແມ່ນປ້າຍຊື່ບອກເສັ້ນທາງ ໂດຍຈໍາແນກໃຫ້ເຫັນຄວາມແຕກຕ່າງຂອງແຕ່ລະໃຈຄວາມໃນການນໍາສະເຫນີ (Theme) ເພື່ອເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເດີນທາງຕາມເສັ້ນທາງທີ່ເຂົາເຈົ້າສົນໃຈ ແລະ ສາມາດເຊື່ອມໂຍງບັນດາເລື່ອງລາວ ແລະ ປະສົບການຈາກແຕ່ລະສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າກັນເປັນເລື່ອງລາວອັນດຽວກັນ. ○ ລາຍລະອຽດຂອງປ້າຍຊື່ບອກຕາມເສັ້ນທາງ ແມ່ນໄດ້ອະທິບາຍໄວ້ໃນບົດທີ 10.
<p>ປະຕູສູ່ຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ (Gateways into the destination)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ປະຕູສູ່ຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ (Gateway) ແມ່ນທາງເຂົ້າສູ່ເມືອງວັງວຽງເຊັ່ນ: ຄົວລິດໂດຍສານ. ສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວກໍ່ຖືເປັນ Gateway ອີກບ່ອນໜຶ່ງ, ເພາະບາງຄັ້ງກໍ່ເປັນສະຖານທີ່ທໍາອິດທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດຊອກຫາຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວ. ○ ສິ່ງທີ່ຄວນນໍາສະເຫນີຢູ່ Gateways ເຫລົ່ານີ້ແມ່ນຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລັກສະນະພາບລວມ, ແຕ່ບໍ່ໄດ້ລົງເລິກລາຍລະອຽດສະຖານທີ່ໃດໜຶ່ງ ເນື່ອງຈາກເປັນບ່ອນທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວມີເວລາຈໍາກັດ. ປະເພດຂໍ້ມູນແມ່ນປະກອບມີສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ໂດດເດັ່ນຂອງເມືອງວັງວຽງ ທີ່ນໍາສະເຫນີໃນຮູບແບບເສັ້ນທາງ ຫລື ວົງຈອນການທ່ອງທ່ຽວ ອີງຕາມໃຈຄວາມໃນການນໍາສະເຫນີຂໍ້ມູນ (Theme) ທີ່ໄດ້ກໍານົດໄວ້.

9) ວິທີການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນ (Interpretive Design Approach)

9.1) ເງື່ອນໄຂໃນການອອກແບບ (Design Criteria)

ພາສາ: ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນໂດຍສະເພາະໃນຮູບແບບປ້າຍ ແມ່ນຈະຕ້ອງມີທັງພາສາລາວ ແລະ ພາສາອັງກິດ, ແຕ່ຖືເອົາພາສາລາວເປັນຫລັກ. ກົດຫມາຍວ່າດ້ວຍປ້າຍໄດ້ລະບຸໄວ້ວ່າ: “ປ້າຍທີ່ຂຽນຫລືພິມພາສາລາວ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ແມ່ນໃຫ້ໃສ່ພາສາລາວຢູ່ເທິງ, ພາສາຕ່າງປະເທດຢູ່ລຸ່ມຫລືພາສາລາວຢູ່ເບື້ອງຂວາ ແລະ ພາສາຕ່າງປະເທດຢູ່ເບື້ອງຊ້າຍຂອງ ປ້າຍ. ຂະໜາດຕົວຫນັງສືຕ່າງປະເທດບໍ່ໃຫ້ໃຫຍ່ເກີນສອງສ່ວນສາມຂອງຕົວຫນັງສືລາວ”⁴¹. ສຳລັບພາສາຕ່າງປະເທດ ອື່ນໆແມ່ນຈະນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນສື່ດິຈິຕອນ (Digital media) ແລະ ສື່ສົ່ງພິມ.

ສີພັນ ແລະ ສີຕົວຫນັງສືຂອງປ້າຍ: ສີພັນຂອງປ້າຍຕ້ອງເປັນສີນ້ຳຕານ (ສີເຄືອບເກົາກາແລນ - CORAL RED G163), ສ່ວນຕົວຫນັງສືທັງພາສາລາວ ແລະ ພາສາອັງກິດແມ່ນຕ້ອງເປັນສີຂາວ⁴².

ວັດສະດຸຂອງປ້າຍ: ຫີນທານຕໍ່ສະພາບອາກາດ ແລະ ການກັດກິນຂອງແມງໄມ້. ຖ້ານຳໃຊ້ເສົາໄມ້ສຳລັບປ້າຍນຳ ສະເຫນີຂໍ້ມູນ, ໃຫ້ຄຳນຶງເຖິງການເຫພິນດ້ວຍຊີມັງຢູ່ພື້ນເສົາ ຫລື ສ້າງຖານດ້ວຍເຫລັກ ເພື່ອປ້ອງກັນການເປ່ເພຈາກສະ ພາບແວດລ້ອມ ແລະ ແມງໄມ້.

ຮູບພາບ: ຕ້ອງສອດຄ່ອງກັບເນື້ອໃນ ແລະ ມີຄວາມລະອຽດສູງ. ກຳລະນຳໃຊ້ຮູບເກົ້າ ຫລື ຮູບແຕ້ມ, ແມ່ນຈະ ຕ້ອງລະບຸທີ່ມາຂອງຮູບພາບ.

9.2) ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວ (Brand Identity)

ການອອກແບບຈະຕ້ອງສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກ (Brand) ຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ “Laos Simply Beautiful” ທີ່ແປວ່າ ປະເທດລາວສວຍງາມແທ້ໆ. ສັນຍາລັກ (Logo) ຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ ຈະຕ້ອງບັນຈຸຢູ່ ໃນທຸກປ້າຍຊື່ບອກເສັ້ນທາງ, ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ, ສື່ສົ່ງພິມ ແລະ ສື່ອອນລາຍ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຈະຕ້ອງປັບປຸງ ປຶ້ມຄູ່ມືແນະນຳການນຳໃຊ້ສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ (Brand Guideline) ທີ່ມີຢູ່ແລ້ວໃຫ້ເຂົ້າໃຈ ງ່າຍຂຶ້ນ ເຊິ່ງປະກອບມີການນຳໃຊ້ໂລໂກ້ໃນຫລາກຫລາຍຮູບແບບ (ພື້ນສີຕ່າງກັນ, ສີ ແລະ ຂາວດຳ), ການນຳໃຊ້ຮູບພາບ ແລະ ຄຳສັບທີ່ສະທ້ອນເຖິງຄວາມເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ.

⁴¹ ກົດຫມາຍວ່າດ້ວຍປ້າຍ, ຫນ້າທີ 4, ສະພາແຫ່ງຊາດ, 2018

⁴² ປຶ້ມຄູ່ມືແນະນຳປ້າຍຊື່ບອກແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປ້າຍນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ, ຫນ້າທີ 5, ກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ






9.3) ປ້າຍຊີ້ບອກ (Signage / Wayfinding)

ປ້າຍຊີ້ບອກ ຫມາຍເຖິງປ້າຍທີ່ຕິດຕັ້ງຢູ່ຕາມເສັ້ນທາງເພື່ອສະແດງໃຫ້ຮູ້ທິດທາງ ແລະ ໄລຍະທາງຂອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ⁴³. ມັນຊ່ວຍໃນການຫລຸດຜ່ອນອຸບັດຕິເຫດຕາມເສັ້ນທາງດ້ວຍການຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກລ່ວງຫນ້າ (Advance warning sign) ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວ ຫລື ຜູ້ຂັບຂີ່ພາຫະນະຫລຸດຜ່ອນຄວາມໄວ ເພື່ອກະກຽມປ່ຽນທິດທາງການສັນຈອນຕາມລູກສອນຂອງປ້າຍ. ນອກຈາກນັ້ນ, ປ້າຍຊີ້ບອກຍັງມີປະໂຫຍດໃນການຊີ້ນຳໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວເດີນທາງໄປຕາມເສັ້ນທາງ ຫລື ລາຍການທ່ອງທ່ຽວທີ່ກຳນົດໄວ້ໂດຍອີງໃສ່ເລື່ອງລາວ (Story) ແລະ ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນ (Theme) ແລະ ຍັງເປັນເຄື່ອງມືໃນການກະຈາຍຄວາມຫນ້າແຫນ້ນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວໄປອີກຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວຫນຶ່ງ.

⁴³ ປຶ້ມຄູ່ມືແນະນຳປ້າຍຊີ້ບອກແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປ້າຍນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ, ກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2019

9.3.1) ປ້າຍຊັບອກຕາມທາງຫລວງ

ແມ່ນປ້າຍທີ່ຕິດຕັ້ງຢູ່ຕາມເສັ້ນທາງຕ່າງໆນອກເຂດຕົວເມືອງ ຫລື ເຂດຊຸມຊົນທີ່ມີການໃຊ້ຄວາມໄວສູງໃນການສັນຈອນ

ລຳດັບ	ປ້າຍຊັບອກ	ຈຸດພິເສດ	ນ້ອຍ	ກາງ	ໃຫຍ່
1	<p>ປ້າຍແນວຕັ້ງ (On Ground)</p> 	<p>ຕິດຕັ້ງຢູ່ຂ້າງທາງ, ມີຄວາມສູງບໍ່ກາຍ 5 m</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ພື້ນທີ່ຕິດຕັ້ງຈຳກັດ ○ ຄວາມໄວລົດ: ບໍ່ກາຍ 60 Km/h ○ ຂະໜາດປ້າຍ: 0.6 x 1.2 m ○ ຂໍ້ຄວາມຫລັກນ້ອຍສູງ: 15 cm ○ ຂໍ້ຄວາມສຳຮອງນ້ອຍສຸດ: 10 cm ○ ຕົວເລກ ແລະ ລູກສອນບອກທິດທາງນ້ອຍສຸດ: 10 cm 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ມີພື້ນທີ່ໃນການຕິດຕັ້ງພໍສົມຄວນ ○ ຄວາມໄວລົດ: 50 - 70 Km/h ○ ຂະໜາດປ້າຍ: 0.8 x 2 m ○ ຂໍ້ຄວາມຫລັກນ້ອຍສູງ: 20 cm ○ ຂໍ້ຄວາມສຳຮອງນ້ອຍສຸດ: 15 cm ○ ຕົວເລກ ແລະ ລູກສອນບອກທິດທາງນ້ອຍສຸດ: 15 cm 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ມີພື້ນທີ່ໃນການຕິດຕັ້ງຫລາຍ ○ ຄວາມໄວລົດ: ກາຍ 70 Km/h ○ ຂະໜາດປ້າຍ: 1.2 x 2.5 m ○ ຂໍ້ຄວາມຫລັກນ້ອຍສູງ: 20 cm ○ ຂໍ້ຄວາມສຳຮອງນ້ອຍສຸດ: 15 cm ○ ຕົວເລກ ແລະ ລູກສອນບອກທິດທາງນ້ອຍສຸດ: 15 cm
2	<p>ປ້າຍແນວແຂວນ (Overhang)</p> 	<p>ສາມາດແນມເຫັນໄດ້ໃນໄລຍະໄກກວ່າປ້າຍແນວຕັ້ງ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ຂະໜາດປ້າຍ: 1.2 x 0.6 m ○ ຕົວຫນັງສື: ນ້ອຍສຸດ 20 cm 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ບໍ່ໄດ້ກຳນົດ 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ຂະໜາດປ້າຍ: 2.5 x 2 m ○ ຕົວຫນັງສື: ນ້ອຍສຸດ 20 cm
3	<p>ປ້າຍແນວຂ້າມທາງ (Gantry)</p> 	<p>ສາມາດແນມເຫັນໄດ້ໃນໄລຍະໄກ, ສາມາດນຳໃຊ້ຮູບພາບປະກອບ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ ຂະໜາດປ້າຍ: 8 x 1.5 m 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ບໍ່ໄດ້ກຳນົດ 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ຂະໜາດປ້າຍ: 25 x 3 m

9.3.2) ປ້າຍຊີ້ບອກແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນຕົວເມືອງ



ແມ່ນປ້າຍທີ່ຕິດຕັ້ງຢູ່ຕາມເສັ້ນທາງຢ່າງ ແລະ ທາງແຍກໃນຕົວເມືອງ ເພື່ອຊີ້ບອກສະຖານທີ່ ແລະ ຊື່ຖະຫນົນຕ່າງໆ. ການສັນຈອນພາຍໃນຕົວເມືອງ ແມ່ນມີຄວາມໄວຈຳກັດ, ສະນັ້ນ ປ້າຍຊີ້ບອກຕ່າງໆຈຶ່ງບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງມີຂະຫນາດໃຫຍ່ເພື່ອໃຫ້ເຫັນໄດ້ໄກ ແຕ່ຈະເນັ້ນຄວາມສູງທີ່ພໍດີ, ເຫມາະກັບສາຍຕາ ແລະຄວາມປອດໄພຂອງຜູ້ສັນຈອນໄປມາ. ຄວາມສູງຈາກພື້ນຢ່າງຫນ້ອຍ 2 m ເພື່ອບໍ່ໃຫ້ບົດບັງສາຍຕາ ແລະ ກົດຂວາງການສັນຈອນ. ຂະຫນາດຂອງປ້າຍ: ນ້ອຍສຸດ 50 x 15 cm, ໃຫຍ່ສຸດ 70 x 40 cm, ຂະຫນາດຕົວຫນັງສື ນ້ອຍສຸດ 5 cm.

9.3.3) ປ້າຍຊີ້ບອກພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ



ແມ່ນປ້າຍທີ່ແນະນຳສະຖານທີ່ຕ່າງໆພາຍໃນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະ, ບ່ອນຫລິ້ນນ້ຳ, ບ່ອນປ່ຽນເຄື່ອງ, ຮ້ານອາຫານ, ສາລາພັກຜ່ອນ ແລະ ອື່ນໆ ເພື່ອແນະນຳທິດທາງໃນການໄປເຖິງຈຸດຕ່າງໆເຫລົ່ານັ້ນ. ໂດຍທົ່ວໄປປ້າຍຊີ້ບອກຄວນຈະຕິດຕັ້ງຢູ່ບໍລິເວນທາງແຍກ ຫລື ຈຸດເສັ້ນທາງທີ່ຕ້ອງຜ່ານ. ຄວາມສູງຈາກພື້ນຢ່າງຫນ້ອຍ 1 m ເພື່ອໃຫ້ຢູ່ໃນລະດັບສາຍຕາ, ຄວນນຳໃຊ້ສັນຍາລັກປະກອບກັບຕົວຫນັງສື.

ລາຍລະອຽດຂອງຈຸດຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກຕາມເສັ້ນທາງຂອງເມືອງວັງວຽງ ແມ່ນໄດ້ກຳນົດໃນບົດທີ 10 ຂໍ້ທີ [10.2: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມເສັ້ນທາງ](#).

ທີ່ມາຂອງລາຍລະອຽດປ້າຍຊີ້ບອກທັງສາມປະເພດ: ປຶ້ມຄູ່ມືແນະນຳປ້າຍຊີ້ບອກແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປ້າຍນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ, ກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2019.

9.4) ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ (Interpretation Board)

ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຫມາຍເຖິງປ້າຍທີ່ສະແດງຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບປະຫວັດຄວາມເປັນມາ ແລະ ເລື່ອງລາວ ທີ່ຫນ້າສົນໃຈຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ເນື້ອໃນຂອງປ້າຍແມ່ນປະກອບມີ: ຮູບພາບ, ຕົວຫນັງສື ແລະ ແຜນທີ່ສະເພາະ ຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ປະຫວັດຄວາມເປັນມາ ແລະ ເລື່ອງລາວ ຈະຕ້ອງມີໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີ (Theme) ທີ່ ຊັດເຈນ ເພື່ອດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ເຮັດໃຫ້ສາມາດເຂົ້າໃຈເລື່ອງລາວໄດ້ໃນເວລາທີ່ຈຳກັດ. ປ້າຍ ປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວສາມາດນຳສະເຫນີດ້ວຍ 2 ຮູບແບບດັ່ງລຸ່ມນີ້:

9.4.1) ປ້າຍແຜນທີ່ ແລະ ຂໍ້ມູນ

ປ້າຍແຜນທີ່ ແລະ ຂໍ້ມູນ ແມ່ນປ້າຍທີ່ສະແດງແຜນຜັງໂດຍລວມຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອສະແດງໃຫ້ຮູ້ທີ່ຕັ້ງ ແລະ ເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຍັງສາມາດແນະນຳເສັ້ນທາງວົງຈອນ ແລະ ຂໍ້ກຳນົດລະບຽບການຂອງສະ ຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ.

9.4.2) ປ້າຍກະດານຂໍ້ມູນ

ປ້າຍກະດານຂໍ້ມູນ ແມ່ນກະດານທີ່ສະແດງຂໍ້ມູນຕ່າງໆເຊັ່ນ: ປະຫວັດຄວາມເປັນມາ, ລັກສະນະພິເສດ, ຄວາມ ໂດດເດັ່ນ ແລະ ສິ່ງຕ່າງໆທີ່ຫນ້າສົນໃຈໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ.

9.4.3) ການອອກແບບ

ອັດຕາສ່ວນເນື້ອໃນ ແລະ ຮູບພາບ: ຖ້າແບ່ງປ້າຍນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນອອກເປັນ 3 ສ່ວນ, ສ່ວນທີ່ຫນຶ່ງຕ້ອງ ປະກອບມີຮູບພາບ ຫລື ແຜນວາດ (Graphics), ສ່ວນທີ 2 ແມ່ນເນື້ອໃນ (Text) ແລະ ສ່ວນທີ 3 ແມ່ນພື້ນທີ່ຫວ່າງ (Blank space)⁴⁴. ການຂຽນເນື້ອໃນແມ່ນນຳໃຊ້ຫລັກການ “3–30–3”. ຫມາຍຄວາມວ່າເຮົາມີເວລາ 3 ວິນາທີທຳອິດ ໃນ ການດຶງຄວາມສົນໃຈ (Hook) ນັກທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ອ່ານ, ຖ້າເຂົາສົນໃຈອ່ານ ເຮົາກໍ່ຈະມີເວລາອີກ 30 ວິນາທີ ໃນການ ອະທິບາຍໃຈຄວາມຂອງເລື່ອງລາວ (Primary themes and story lines) ແລະ ມີເວລາອີກ 3 ນາທີ ຖ້າເຂົາເຈົ້າມີຄວາມ ສົນໃຈແທ້ໆ⁴⁵. ເນື່ອງຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວມີເວລາທີ່ຈຳກັດ, ເນື້ອໃນຈະຕ້ອງເນັ້ນໃສ່ເລື່ອງລາວ ແລະ ປະຫວັດຄວາມເປັນມາ ຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ອີງຕາມໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີ (Theme) ທີ່ສາມາດເຊື່ອມໂຍງກັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ອື່ນ. ສາມາດບັນຈຸ QR Code ເພື່ອໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວນຳໃຊ້ໂທລະສັບມືຖືສະແກນ ແລະ ອ່ານຂໍ້ມູນເພີ່ມເຕີມໄດ້.

ຂະໜາດຂອງຕົວຫນັງສື: ທຸກຕົວຫນັງສືຢູ່ໃນປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ຈະຕ້ອງສາມາດອ່ານໄດ້ຈາກ ໄລຍະຫ່າງ 3 m ຫລື ໃກ້ກວ່ານັ້ນ, ບໍ່ຄວນມີຫລາຍກວ່າ 4 ຂະໜາດຢູ່ໃນປ້າຍດຽວ ເພື່ອບໍ່ໃຫ້ຜູ້ອ່ານສັບສົນ. ຂະໜາດ ໂຕຫນັງສືຕ່າງກັນແມ່ນສາມາດນຳໃຊ້ກັບໂຕຫນັງສືດັ່ງນີ້: ຫົວຂໍ້ໃຫຍ່, ຫົວຂໍ້ນ້ອຍ, ເນື້ອໃນ ແລະ ຄຳບັນຍາຍຮູບພາບ⁴⁶.

⁴⁴ [Interpretive Media Design Guidelines, Center for Design and Interpretation, Colorado, USA](#)

⁴⁵ [Interpretive Media Design Guidelines, Center for Design and Interpretation, Colorado, USA](#)

⁴⁶ Outdoor Interpretive Signage, Nova Scotia, Canada, Page 31

ຈຳນວນຕົວຫນັງສື: ບໍ່ທັນມີການກຳນົດກ່ຽວກັບຈຳນວນຕົວຫນັງສືທີ່ຄວນບັນຈຸຢູ່ໃນປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຈາກອົງການໃດໆ, ນັບທັງອົງການທ່ອງທ່ຽວໂລກ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ຫລາຍພາກສ່ວນກໍ່ມີຄຳແນະນຳໃນລອງດຽວກັນວ່າ ບໍ່ຄວນບັນຈຸຕົວຫນັງສືຈຳນວນຫລາຍເກີນໄປ ເນື່ອງຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວບໍ່ຄ່ອຍມີເວລາອ່ານ. ອີກຢ່າງຫນຶ່ງ, ຄວນນຳໃຊ້ສີ ອື່ນໆມາປະກອບທີ່ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດສຳນຶກພາບໄດ້ໃນເວລາທີ່ຈຳກັດເຊັ່ນ: ຮູບພາບ, ຮູບແຕ້ມ, ແຜນວາດ ແລະ ອື່ນໆ. ບໍລິສັດອອກແບບການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນຢູ່ປະເທດອົດສະຕາລີ (The Interpretive Design Company⁴⁷) ໄດ້ໃຫ້ຄຳແນະນຳກ່ຽວກັບ ຈຳນວນຕົວຫນັງສືໃນປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວດັ່ງນີ້:

- ປະມານ 150 ຄຳ ສຳລັບປ້າຍຂະໜາດໃຫຍ່ກວ່າ 0.5 m²
- ປະມານ 250 ຄຳ ສຳລັບປ້າຍຂະໜາດໃຫຍ່ກວ່າ 1 m²
- ປະມານ 450 ຄຳ ສຳລັບປ້າຍຂະໜາດໃຫຍ່ກວ່າ 2 m²

ທີ່ຕັ້ງ: ຕັ້ງຢູ່ບ່ອນທີ່ບໍ່ກົດຂວາງທາງຢ່າງ, ໃນບໍລິເວນກວ້າງຂວາງ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມາເປັນກຸ່ມຍືນອ່ານ ຫລື ຟັງການບັນຍາຍຂອງພະນັກງານນຳທ່ຽວ, ເປັນຈຸດທີ່ຮູ້ມດີ ແລະ ບໍ່ບົດບັງທັດສະນີຍະພາບ.

9.5) ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ

ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ຫມາຍເຖິງປ້າຍທີ່ອອກແບບມາເພື່ອດຶງດູດຜູ້ຄົນເພື່ອໃຫ້ມີຄວາມສົນໃຈໃນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວໃດຫນຶ່ງ ຫລື ຫລາຍບ່ອນໃນປ້າຍດຽວ, ໂດຍອາດຈະມີການສະແດງຮູບພາບທົ່ວທັດຂອງສະຖານທີ່ ຫລື ກົດຈະກຳຕ່າງໆໃນສະຖານທີ່ນັ້ນ ພ້ອມກັບຄຳບັນຍາຍຕ່າງໆເພື່ອສ້າງຄວາມສົນໃຈ⁴⁸. ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວປະກອບມີ 2 ປະເພດຄື: ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວໃນຕົວເມືອງ ແລະ ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຕາມທາງຫລວງ. ຄວາມແຕກຕ່າງກັບປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວແມ່ນ ປ້າຍໂຄສະນາເນັ້ນຮູບພາບຂະໜາດໃຫຍ່, ໃນຂະນະທີ່ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວແມ່ນເນັ້ນຫນັກການອະທິບາຍຂໍ້ມູນທີ່ເລິກເຊິ່ງ. ປ້າຍໂຄສະນາປະກອບມີ ຫລາຍຮູບແບບຄື: ໂປສເຕີ້ (Poster), ແບນເນີ້ (Banner), ບິວບອດ (Billboard) ແລະ ແຟໂນ (Panel).

9.6) ສິ່ງພິມ (Printed Materials)

ສິ່ງພິມແມ່ນປະກອບມີ ແຜນທີ່, ແຜ່ນພັບ ແລະ ປຶ້ມນຳທ່ຽວ. ເຫມາະສຳລັບກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ຍັງມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການເຂົ້າເຖິງເຕັກໂນໂລຊີ, ແຕ່ບໍ່ຄວນຜະລິດຫລາຍເນື່ອງຈາກມີຕົ້ນທຶນສູງ, ການປັບປຸງເນື້ອໃນກໍ່ໃຊ້ເວລາ ແລະ ຫຍຸ້ງຍາກໃນການພິກພາ.

⁴⁷ <https://interpretivedesign.com.au/blog/signage-content-tips-information>

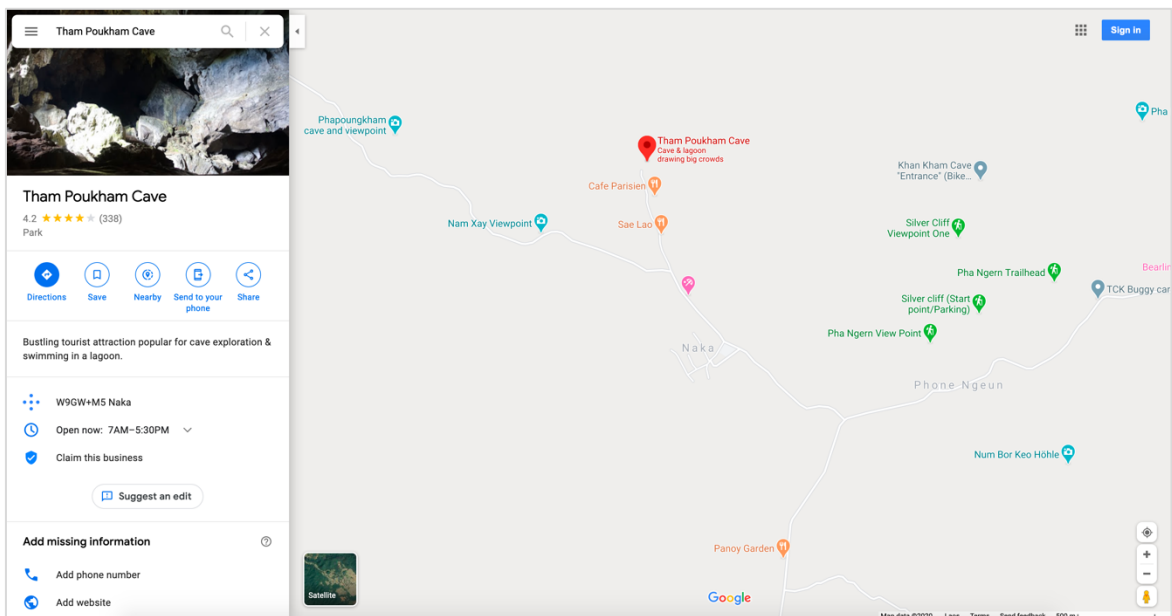
⁴⁸ ປຶ້ມຄູ່ມືແນະນຳປ້າຍຊື່ບອກແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປ້າຍນຳສະເໜີຂໍ້ມູນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ, ຫນ້າທີ 3, ກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2019

9.7) ການນຳທ່ຽວ (Tour Guiding)

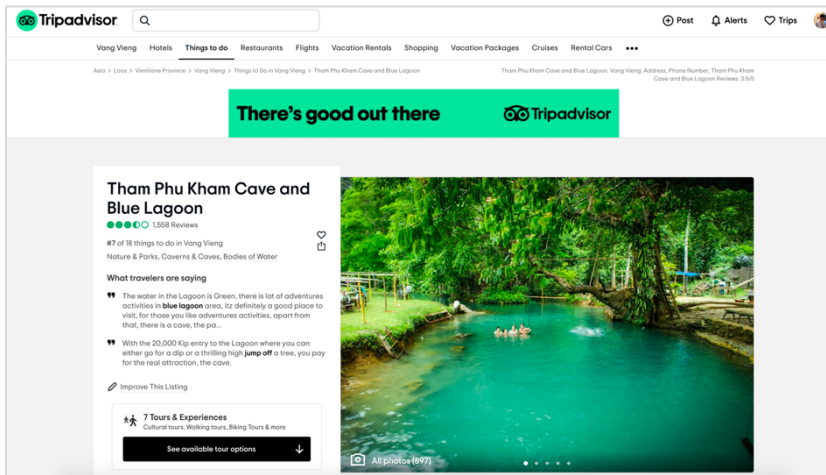
ເລື່ອງລາວ (Story) ແລະ ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເຫນີ (Theme) ທີ່ໄດ້ກຳນົດຢູ່ໃນແຜນຍຸດທະສາດການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວສະບັບນີ້, ຈະຕ້ອງຖືກບັນຈຸເຂົ້າໃນຫລັກກສູດ ຫລື ເອກະສານຜົກອົບຮົມພະນັກງານນຳທ່ຽວທັງໃນລະດັບຊາດ, ລະດັບແຂວງ, ພະນັກງານນຳທ່ຽວມໍລະດົກ, ພື້ນທີ່ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນໃນຫລາກຫລາຍຊ່ອງທາງມີຄວາມເປັນເອກະພາບກັນ. ນອກຈາກນັ້ນ, ບັນດາຫລັກການໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ກຳນົດໃນບົດທີ 4 ຍັງມີປະໂຫຍດສຳລັບພະນັກງານນຳທ່ຽວເຊັ່ນ: ການກະຕຸ້ນຄວາມຢາກຮູ້ຢາກເຫັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ໃນການຊອກຫາຄຳຕອບຂອງເລື່ອງລາວ ແທນການອະທິບາຍຂໍ້ມູນແຕ່ພຽງຝ່າຍດຽວ.

9.8) ສື່ດິຈິຕອນ (Digital Media)

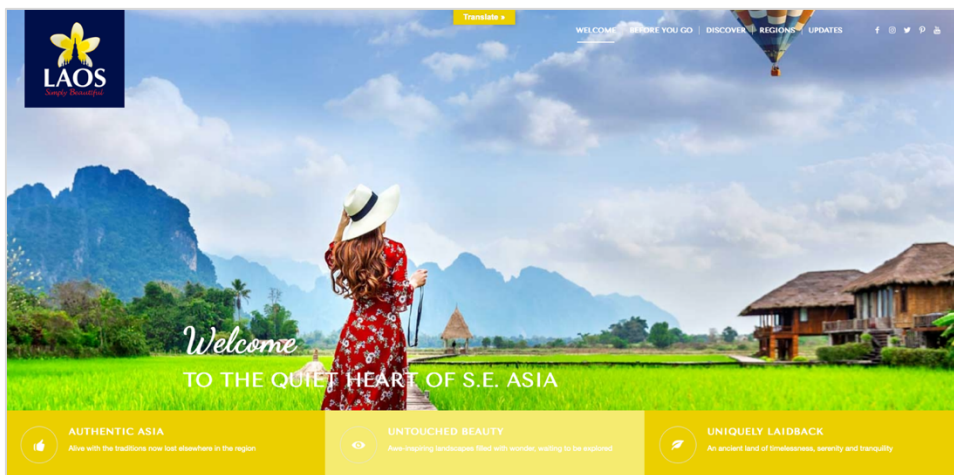
ແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps: ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວເຊັ່ນ: ທີ່ຕັ້ງ, ຮູບພາບ, ຄຳຄິດເຫັນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ, ວັນເວລາເປີດປິດ, ເບີໂທລະສັບ, ເວັບໄຊ ແລະ ອື່ນໆ. ແຜນທີ່ນີ້ສາມາດເບິ່ງໄດ້ທັງໃນຮູບແບບເວັບໄຊ ແລະ ແອບມືຖື. ຄວນນຳໃຊ້ຄຽງຄູ່ກັນກັບປ້າຍຊີ້ບອກຕາມເສັ້ນທາງ, ເພື່ອຫລຸດຜ່ອນຈຳນວນການຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກຢູ່ຫລາຍບ່ອນ. ຫ້ອງການ ຖວທ ເມືອງ ຫລື ພະແນກ ຖວທ ແຂວງສາມາດສະແດງຄວາມເປັນເຈົ້າຂອງ (Claim this businesses) ບັນດາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ຄຸ້ມຄອງ ແລະ ມີຢູ່ໃນ Google Maps ເພື່ອໃຫ້ສາມາດປັບປຸງຂໍ້ມູນໄດ້ຫລາກຫລາຍ ແລະ ມີຄວາມຄົບຖ້ວນ. ເນື່ອງຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວຈົນບໍ່ສາມາດນຳໃຊ້ແຜນທີ່ Google Maps ໄດ້, ຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ສຶກສາ ແລະ ນຳໃຊ້ Baidu Maps ເພື່ອຮັບປະກັນຄວາມຖືກຕ້ອງ ແລະ ຄົບຖ້ວນຂອງຂໍ້ມູນທ່ອງທ່ຽວໃນໂປຣແກຣມດັ່ງກ່າວ.



TripAdvisor: ເປັນອີກສື່ສັງຄົມອອນລາຍທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມໃນກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມາແບບອິດສະຫລະ. ຂໍ້ມູນແມ່ນປະກອບມີ ລາຍການສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ຮູບພາບ, ທີ່ຕັ້ງ, ແຜນທີ່, ເວລາເປີດປິດ, ແລະ ຄໍາຄິດເຫັນຂອງບັນດານັກທ່ອງທ່ຽວ. ເຊັ່ນດຽວກັບ Google Maps, ຫ້ອງການ ຖວທ ເມືອງ ຫລື ພະແນກ ຖວທ ແຂວງສາມາດສະແດງຄວາມເປັນເຈົ້າຂອງບັນດາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ບໍ່ແມ່ນຂອງພາກທຸລະກິດ ເພື່ອປັບປຸງຂໍ້ມູນ ແລະ ສາມາດຕິດຕາມສະຖິຕິ ແລະ ທ່າອ່ຽງການຢ້ຽມຢາມຂອງບັນດາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ.



ເວັບໄຊ ແລະ ແອບມິຖືທ່ອງທ່ຽວ (Website & Mobile Application): ນໍາໃຊ້ເວັບໄຊ ແລະ ແອບມິຖືທ່ອງທ່ຽວລາວ⁴⁹ ເພື່ອນໍາສະເຫນີຂໍ້ມູນໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບການນໍາສະເຫນີໃນຮູບແບບປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຢູ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍອື່ນໆ. ນອກຈາກນັ້ນ, ເວັບໄຊຍັງສາມາດເປັນບ່ອນນໍາສະເຫນີຂໍ້ມູນລະອຽດໃນກໍລະນີທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວໃຊ້ມິຖືສະແກນລະຫັດ QR Code ຢູ່ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ.




ເຄື່ອງອະທິບາຍສຽງ (Audio guide): ເຫມາະສໍາລັບນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມັກໃນການຟັງຫລາຍກວ່າການອ່ານຂໍ້ມູນ, ສາມາດນໍາສະເຫນີໃນຫລາກຫລາຍພາສາ. ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດນໍາໃຊ້ມິຖືເພື່ອສະແກນລະຫັດ QR Code ຢູ່ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອຮັບຟັງການບັນຍາຍສຽງ.



⁴⁹ <https://www.tourismlaos.org>

10) ແຜນນຳສະເໜີຂໍ້ມູນ (Content Delivery Plan)

10.1) ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ

ລຳດັບ	ສະຖານທີ່ (Site Name)	ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເໜີ (Interpretive Theme)	ວິທີການນຳສະເໜີ (Interpretive Media & Services)	ບຸລິມະສິດ
1	<p>ນ້ຳສ້າງຫລວງເມືອງວັງວຽງ</p> 	<p><u>Main theme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ນ້ຳສ້າງຫລວງ ເຄີຍເປັນແຫລ່ງນ້ຳທຳມະຊາດທີ່ສຳຄັນຂອງຊາວເມືອງວັງວຽງ ໃນສະໄຫມລ່າເມືອງຂຶ້ນຝລັ່ງ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວນ້ຳສ້າງຫລວງເມືອງວັງວຽງ, ປະເພດແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດໃຫຍ່. ຮູບພາບ ຫລື ແຜນວາດຈຳລອງການນຳໃຊ້. ໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດທົດລອງອ້ອເອົານ້ຳຂຶ້ນ, ເພື່ອເຮັດໃຫ້ເຂົາເຈົ້າເຂົ້າໃຈວິທີການ ແລະ ມີສ່ວນຮ່ວມໃນກິດຈະກຳ. ປ້າຍຊີ້ບອກແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນຕົວເມືອງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ສື່ດິຈິຕອນ: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ ສື່ສິ່ງພິມ: ບັນຈຸຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນແຜ່ນພັບ (Brochure) ທີ່ສະແດງແຜນທີ່ເສັ້ນທາງ ແລະ ຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ 	ກາງ
2	<p>ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນບ້ານນາດ້ວງ</p> 	<p><u>Main theme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ບ້ານນາດ້ວງ ມີວັດທະນະທຳ ແລະ ຮິດຄອງປະເພນີທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງທ້ອງຖິ່ນ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນບ້ານນາດ້ວງ, ປະເພດແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດໃຫຍ່, ຮູບແບບປ້າຍແຜນທີ່ ແລະ ຂໍ້ມູນ. ແຜນທີ່ສະແດງທີ່ຕັ້ງຂອງເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນ, ກິດຈະກຳ ແລະ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນບ້ານເຊັ່ນ: ສະຖານທີ່ຮຽນປຸງແຕ່ງອາຫານ, ສວຍຜັກ, ນ້ຳຕົກ ຕາດແກ້ງຍູ້ຍ ແລະ ອື່ນໆ. ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ສື່ດິຈິຕອນ: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ ສື່ສິ່ງພິມ: ບັນຈຸຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນແຜ່ນພັບ (Brochure) ທີ່ສະແດງແຜນທີ່ເສັ້ນທາງ ແລະ ຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ 	ກາງ

ລຳດັບ	ສະຖານທີ່ (Site Name)	ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເໜີ (Interpretive Theme)	ວິທີການນຳສະເໜີ (Interpretive Media & Services)	ບຸລິມະສິດ
3	<p>ນ້ຳຕົກແກ້ງຍູ້ຍ</p> 	<p><u>Main theme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ນ້ຳຕົກແກ້ງຍູ້ຍ ມີຄວາມສວຍງາມທາງທຳມະຊາດ ແລະ ມີແຫລ່ງນ້ຳທີ່ສຳຄັນສຳລັບຊາວເມືອງວັງວຽງ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວນ້ຳຕົກແກ້ງຍູ້ຍ, ປະເພດແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດໃຫຍ່, ຮູບແບບປ້າຍແຜນທີ່ ແລະ ຂໍ້ມູນ. ແຜນທີ່ສະແດງເສັ້ນທາງ ແລະ ໄລຍະທາງຂຶ້ນເຖິງນ້ຳຕົກຕາດ, ສະຖານທີ່ຈອດລົດ, ຮ້ານອາຫານ, ສະຖານທີ່ກາບໄຫວ້ພະຂໍ້ພອນ ແລະ ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະ. ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ຮູບແບບບົວບອດ (Billboard), ບັນຈຸຮູບພາບຂະໜາດໃຫຍ່ ແລະ ຂໍ້ຄວາມສັ້ນ ເພື່ອດຶງດູດຈິດໃຈນັກທ່ອງທ່ຽວ. ປ້າຍຊີ້ບອກພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ສື່ດິຈິຕອນ: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ ສື່ສົ່ງພິມ: ບັນຈຸຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນແຜ່ນພັບ (Brochure) ທີ່ສະແດງແຜນທີ່ເສັ້ນທາງ ແລະ ຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ 	ສູງ
4	<p>ຜາເງິນໃຫຍ່</p> 	<p><u>Main theme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ຜາເງິນມີທິວທັດທີ່ສວຍງາມ, ມີຄວາມອຸດົມສົມບູນຂອງທຳມະຊາດ ແລະ ຕິດພັນກັບວິຖີຊີວິດຂອງຄົນທ້ອງຖິ່ນ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຜາເງິນໃຫຍ່, ປະເພດແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດໃຫຍ່, ຮູບແບບປ້າຍແຜນທີ່ ແລະ ຂໍ້ມູນ. ແຜນທີ່ສະແດງເສັ້ນທາງ ແລະ ໄລຍະທາງຂຶ້ນເຖິງຈຸດຊົມວິວ, ຈຸດພັກຜ່ອນ, ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະ, ສະຖານທີ່ຂາຍນ້ຳດື່ມ ແລະ ອື່ນໆ. ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ຮູບແບບບົວບອດ (Billboard), ບັນຈຸຮູບພາບຂະໜາດໃຫຍ່ ແລະ ຂໍ້ຄວາມສັ້ນ ເພື່ອດຶງດູດຈິດໃຈນັກທ່ອງທ່ຽວ. ປ້າຍຊີ້ບອກພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ບອກໄລຍະທາງ. ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ສື່ດິຈິຕອນ: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ ສື່ສົ່ງພິມ: ບັນຈຸຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນແຜ່ນພັບ (Brochure) ທີ່ສະແດງແຜນທີ່ເສັ້ນທາງ ແລະ ຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ 	ສູງ

ລຳດັບ	ສະຖານທີ່ (Site Name)	ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເໜີ (Interpretive Theme)	ວິທີການນຳສະເໜີ (Interpretive Media & Services)	ບຸລິມະສິດ
5	<p>ຖ້ຳປູຄຳ / ບູລາກູນ 1</p> 	<p><u>Main theme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ຖ້ຳປູຄຳ / ບູລາກູນ 1 ເປັນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທາງທຳມະຊາດທີ່ສວຍງາມ ແລະ ມີດິນນ້ຳທີ່ສຳຄັນສຳລັບສະພາບແວດລ້ອມ ແລະ ຄົນທ້ອງຖິ່ນ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຖ້ຳປູຄຳ / ບູລາກູນ 1, ປະເພດແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດໃຫຍ່, ຮູບແບບປ້າຍແຜນທີ່ ແລະ ຂໍ້ມູນ. ແຜນທີ່ສະແດງເສັ້ນທາງ ແລະ ໄລຍະທາງການຍ່າງຂຶ້ນຖ້ຳ, ສະຖານທີ່ກາບໄຫວ້ພະຂໍ້ພອນ, ຮ້ານອາຫານ, ບ່ອນຫລິ້ນນ້ຳ, ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະ ແລະ ອື່ນໆ. ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ຮູບແບບບົວບອດ (Billboard), ບັນຈຸຮູບພາບຂະໜາດໃຫຍ່ ແລະ ຂໍ້ຄວາມສັ້ນ ເພື່ອດຶງດູດຈິດໃຈນັກທ່ອງທ່ຽວ. ປ້າຍຊີ້ບອກພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ສື່ດິຈິຕອນ: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ ສື່ສົ່ງພິມ: ບັນຈຸຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນແຜ່ນພັບ (Brochure) 	ສູງ
6	<p>ຜາຫນາມໄຊ</p> 	<p><u>Main theme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ຜາຫນາມໄຊມີທິວທັດທີ່ສວຍງາມ, ມີຄວາມອຸດົມສົມບູນຂອງທຳມະຊາດ ແລະ ຕິດພັນກັບວິຖີຊີວິດຂອງຄົນທ້ອງຖິ່ນ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຜາຫນາມໄຊ, ປະເພດແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດໃຫຍ່, ຮູບແບບປ້າຍແຜນທີ່ ແລະ ຂໍ້ມູນ. ແຜນທີ່ສະແດງເສັ້ນທາງ ແລະ ໄລຍະທາງຂຶ້ນເຖິງຈຸດຊົມວິວ, ຈຸດພັກຜ່ອນ, ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະ, ສະຖານທີ່ຂາຍນ້ຳດື່ມ ແລະ ອື່ນໆ. ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ຮູບແບບບົວບອດ (Billboard), ບັນຈຸຮູບພາບຂະໜາດໃຫຍ່ ແລະ ຂໍ້ຄວາມສັ້ນ ເພື່ອດຶງດູດຈິດໃຈນັກທ່ອງທ່ຽວ. ປ້າຍຊີ້ບອກພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ສື່ດິຈິຕອນ: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ ສື່ສົ່ງພິມ: ບັນຈຸຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນແຜ່ນພັບ (Brochure) ທີ່ສະແດງແຜນທີ່ເສັ້ນທາງ ແລະ ຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ 	ສູງ


ລຳດັບ	ສະຖານທີ່ (Site Name)	ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເໜີ (Interpretive Theme)	ວິທີການນຳສະເໜີ (Interpretive Media & Services)	ບຸລິມະສິດ
7	<p>ບູລາກູນ 2</p> 	<p><u>Main theme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ບູລາກູນ 2 ມີບໍ່ນ້ຳທຳມະຊາດທີ່ສວຍງາມ ແລະ ມີກິດຈະກຳທາງນ້ຳທີ່ມ່ວນຊື່ນ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວບູລາກູນ 2, ປະເພດແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດໃຫຍ່, ຮູບແບບປ້າຍແຜນທີ່ ແລະ ຂໍ້ມູນ. ແຜນທີ່ສະແດງບ່ອນຫລິ້ນນ້ຳ, ຮ້ານອາຫານ, ທາງໄປຖ້ຳ, ສະຖານທີ່ກາບໄຫວຂໍພອນ ແລະ ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະ. ປ້າຍຊີ້ບອກພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ສື່ດິຈິຕອນ: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ ສື່ສົ່ງພິມ: ບັນຈຸຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນແຜ່ນພັບ (Brochure) ທີ່ສະແດງແຜນທີ່ເສັ້ນທາງ ແລະ ຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ 	ສູງ
8	<p>ບູລາກູນ 3</p> 	<p><u>Main theme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ບູລາກູນ 3 ມີບໍ່ນ້ຳທຳມະຊາດທີ່ສວຍງາມ ແລະ ມີກິດຈະກຳທາງນ້ຳທີ່ມ່ວນຊື່ນ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວບູລາກູນ 3, ປະເພດແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດໃຫຍ່, ຮູບແບບປ້າຍແຜນທີ່ ແລະ ຂໍ້ມູນ. ແຜນທີ່ສະແດງບ່ອນຫລິ້ນນ້ຳ, ຮ້ານອາຫານ, ທາງໄປຖ້ຳ ແລະ ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະ. ປ້າຍຊີ້ບອກພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ສື່ດິຈິຕອນ: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ ສື່ສົ່ງພິມ: ບັນຈຸຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນແຜ່ນພັບ (Brochure) ທີ່ສະແດງແຜນທີ່ເສັ້ນທາງ ແລະ ຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ 	ສູງ
9	<p>ບູລາກູນ 5</p> 	<p><u>Main theme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ບູລາກູນ 5 ມີບໍ່ນ້ຳທຳມະຊາດທີ່ສວຍງາມ ແລະ ມີກິດຈະກຳທາງນ້ຳທີ່ມ່ວນຊື່ນ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ບູລາກູນ 5, ປະເພດແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດໃຫຍ່. ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ສື່ດິຈິຕອນ: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ ສື່ສົ່ງພິມ: ບັນຈຸຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນແຜ່ນພັບ (Brochure) ທີ່ສະແດງແຜນທີ່ເສັ້ນທາງ ແລະ ຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ 	ກາງ

ລຳດັບ	ສະຖານທີ່ (Site Name)	ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເໜີ (Interpretive Theme)	ວິທີການນຳສະເໜີ (Interpretive Media & Services)	ບຸລິມະສິດ
10	<p>ຖ້ຳຈັງ</p> 	<p><u>Main theme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ຖ້ຳຈັງເຄີຍເປັນສະຖານທີ່ລົບໄພຂອງຊາວເມືອງວັງວຽງ ໃນສະໄຫມມີເສິກສິງຄາມ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຖ້ຳຈັງ, ປະເພດແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດໃຫຍ່, ຮູບແບບປ້າຍແຜນທີ່ ແລະ ຂໍ້ມູນ. ແຜນທີ່ສະແດງເສັ້ນທາງ ແລະ ໄລຍະທາງຂຶ້ນເຖິງຖ້ຳ, ບ່ອນຫລັ້ນນ້ຳ, ຮ້ານອາຫານ, ສະຖານທີ່ກາບໄຫວຂໍພອນ ແລະ ຫ້ອງນ້ຳສາທາລະນະ. ປ້າຍຊີ້ບອກພາຍໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ສື່ດິຈິຕອນ: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ ສື່ສິ່ງພິມ: ບັນຈຸຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນແຜ່ນພັບ (Brochure) ທີ່ສະແດງແຜນທີ່ເສັ້ນທາງ ແລະ ຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ 	ສູງ
11	<p>ຫ້ອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວ</p> 	<p><u>Main theme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ ມີແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ໂດດເດັ່ນ ແລະ ຫລາກຫລາຍ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ຮູບແບບບົວບອດ (Billboard), ບັນຈຸຮູບພາບຂະໜາດໃຫຍ່ ແລະ ຂໍ້ຄວາມສັ້ນ ເພື່ອດຶງດູດຈິດໃຈນັກທ່ອງທ່ຽວ. ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຕົວເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ, ປະເພດແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດໃຫຍ່, ຮູບແບບປ້າຍແຜນທີ່ ແລະ ຂໍ້ມູນ, ສະແດງເສັ້ນທາງ ແລະ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ໄດ້ກຳນົດໃນແຜນຍຸດທະສາດການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນສະບັບນີ້. ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ສື່ດິຈິຕອນ: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ ສື່ສິ່ງພິມ: ບັນຈຸຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນແຜ່ນພັບ (Brochure) ທີ່ສະແດງແຜນທີ່ເສັ້ນທາງ ແລະ ຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ 	ສູງ

ລຳດັບ	ສະຖານທີ່ (Site Name)	ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເໜີ (Interpretive Theme)	ວິທີການນຳສະເໜີ (Interpretive Media & Services)	ບຸລິມະສິດ
12	<p>ໂຮງຫມໍວັງວຽງ (Vang Vieng Hospital)</p> 	<p><u>Main theme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ໂຮງຫມໍວັງວຽງ ແມ່ນໂຮງຫມໍທີ່ສ້າງຂຶ້ນໃນສະໄຫມລ່າເມືອງຂຶ້ນຝລັ່ງ ແລະ ເປັນສະຖານທີ່ປິ່ນປົວສຸຂະພາບຂອງຊາວເມືອງວັງວຽງ ແລະ ຜູ້ມາຢ້ຽມຢາມ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວໂຮງຫມໍວັງວຽງ, ປະເພດໂພດຽມ, ຂະໜາດກາງ. ນຳໃຊ້ຮູບພາບເກົ່າໃນປີ 1969 ຖ່າຍໂດຍ ທ່ານ Halpern, Joel M. (Joel Martin)⁵⁰ ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ສື່ດິຈິຕອນ: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ ສິ່ງພິມ: ບັນຈຸຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນແຜ່ນພັບ (Brochure) ທີ່ສະແດງແຜນທີ່ເສັ້ນທາງ ແລະ ຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ 	ກາງ
13	<p>ເຮືອນຊົງລາວເກົ່າສະໄຫມຝລັ່ງ</p> 	<p><u>Main theme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ເຮືອນຊົງລາວ ສ້າງຂຶ້ນໃນສະໄຫມລ່າເມືອງຂຶ້ນຝລັ່ງ ແລະ ມີສະຖາປັດຕະຍະກຳທີ່ສວຍງາມ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວເຮືອນຊົງລາວເກົ່າສະໄຫມຝລັ່ງ (ຫ້ອງການອພຕ ເມືອງວັງວຽງ), ປະເພດໂພດຽມ, ຂະໜາດກາງ. ນຳໃຊ້ຮູບພາບເກົ່າໃນປີ 1969 ຖ່າຍໂດຍ ທ່ານ Halpern, Joel M. (Joel Martin)⁵¹ ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ສື່ດິຈິຕອນ: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ ສິ່ງພິມ: ບັນຈຸຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນແຜ່ນພັບ (Brochure) ທີ່ສະແດງແຜນທີ່ເສັ້ນທາງ ແລະ ຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ 	ກາງ

⁵⁰ [Facebook ນະຄອນຫລວງພະບາງ Luangprabang City](#)

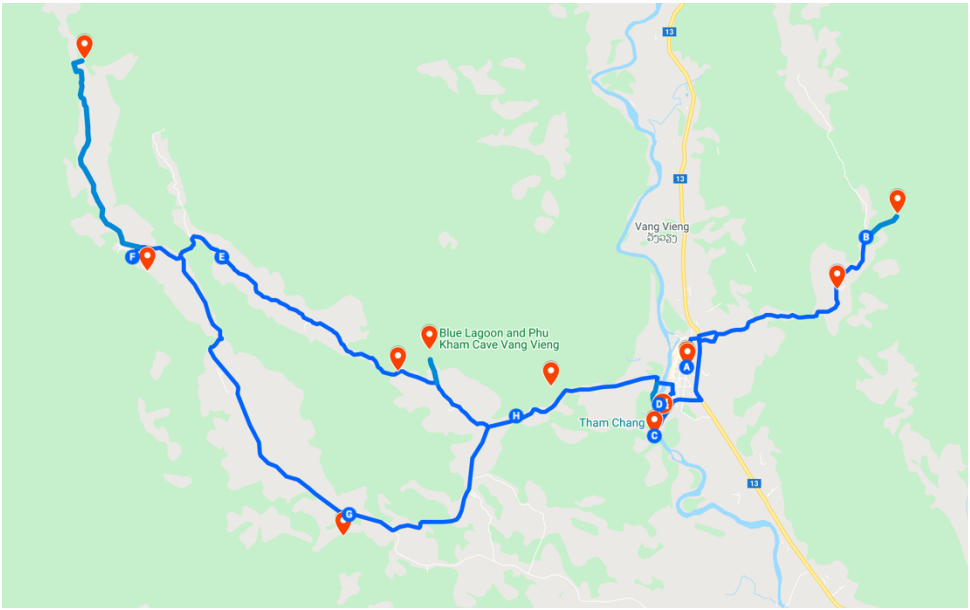
⁵¹ [Facebook ນະຄອນຫລວງພະບາງ Luangprabang City](#)

ລຳດັບ	ສະຖານທີ່ (Site Name)	ໃຈຄວາມໃນການນຳສະເໜີ (Interpretive Theme)	ວິທີການນຳສະເໜີ (Interpretive Media & Services)	ບຸລິມະສິດ
14	ເດີນບິນເກົ້າວັງວຽງ 	<p><u>Main theme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ເດີນບິນເກົ້າວັງວຽງ ເຄີຍຖືກນຳໃຊ້ສຳລັບເຮືອບິນຂອງຈັກກະພັດອາເມລິກາເພື່ອເປັນບ່ອນຂຶ້ນລົງສອດແນມບັນຊາການຖິ້ມລະເບີດໃສ່ເຂດບົດປ່ອຍຂອງ ສປປ ລາວ. 	<ul style="list-style-type: none"> ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວເດີນບິນເກົ້າ, ປະເພດແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດໃຫຍ່. ນຳໃຊ້ຮູບພາບຍົນຂົນສົ່ງແບບ C-123 ຂອງສາຍການບິນແອອາເມລິກາຈອດທີ່ເດີນບິນເກົ້າເມືອງວັງວຽງ ເມື່ອປີ 1969 ຖ່າຍໂດຍ ທ່ານ Halpern, Joel M. (Joel Martin)⁵² ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ສື່ດິຈິຕອນ: ປັບປຸງຂໍ້ມູນໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps, TripAdvisor, ເວັບໄຊທ່ອງທ່ຽວລາວ ສື່ສິ່ງພິມ: ບັນຈຸຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນແຜ່ນພັບ (Brochure) ທີ່ສະແດງແຜນທີ່ເສັ້ນທາງແລະ ຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ 	ກາງ

⁵² [Facebook ນະຄອນຫລວງພະບາງ Luangprabang City](#)

10.2) ປ້າຍຊັບອກຕາມເສັ້ນທາງ


ແຜນທີ່: ເມືອງວັງວຽງ









- ເມືອງວັງວຽງ
- 📍 ທ້ອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ
 - 📍 ນ້ຳສ້າງຫລວງເມືອງວັງວຽງ
 - 📍 ບ້ານນາດ້ວງ
 - 📍 ນ້ຳຕົກແກ້ງຍູ້ຍ
 - 📍 ຂົວຂ້າມນ້ຳຊອງແຫ່ງໃຫມ່
 - 📍 ຜາເງິນໃຫຍ່
 - 📍 ຖ້ຳປູຄຳ
 - 📍 ຜາຫນາມໄຊ
 - 📍 ບູລາກູນ 5
 - 📍 ບູລາກູນ 3
 - 📍 ບູລາກູນ 2
 - 📍 ຖ້ຳຈັງ




ແຜນທີ່ອອນລາຍ: <https://bit.ly/2LBfR6p>




ຈຸດຕິດຕັ້ງປ້າຍຊັບອກເສັ້ນທາງ




ລຳດັບ	ຈຸດຕິດຕັ້ງປ້າຍຊັບອກ	ລາຍລະອຽດ
1		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ສາມແຍກທາງເຂົ້າບ້ານນາດ້ວງ ຖະຫນົນເລກທີ 13 ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊັບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະຫນາດກາງ, ສາມາດເບິ່ງໄດ້ສອງທາງ. ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຂວາ > ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນບ້ານນາດ້ວງ Km > ນ້ຳຕົກແກ້ງຍູ້ຍ Km ○ ຫມາຍເຫດ: ຕິດຕັ້ງປ້າຍພາຍຫລັງການປັບປຸງເສັ້ນທາງສຳເລັດ



ລຳດັບ	ຈຸດຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກ	ລາຍລະອຽດ
2		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ສາມແຍກທາງໄປບ້ານນາດ້ວງ ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດກາງ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຊື່ <ul style="list-style-type: none"> ▪ ເຮືອນພັກແຮມປະຊາຊົນບ້ານນາດ້ວງ Km ▪ ນ້ຳຕົກແກ້ງຍູ້ຍ Km ○ ຫມາຍເຫດ: ຕິດຕັ້ງປ້າຍພາຍຫລັງການປັບປຸງເສັ້ນທາງສຳເລັດ
3		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ຫນ້າບ້ານນາດ້ວງ ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຊື່ <ul style="list-style-type: none"> ▪ ນ້ຳຕົກແກ້ງຍູ້ຍ Km ○ ຫມາຍເຫດ: ຕິດຕັ້ງປ້າຍພາຍຫລັງການປັບປຸງເສັ້ນທາງສຳເລັດ
4		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ສາມແຍກທາງໄປນ້ຳຕົກແກ້ງຍູ້ຍ ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດກາງ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຂວາ <ul style="list-style-type: none"> > ນ້ຳຕົກແກ້ງຍູ້ຍ Km ○ ຫມາຍເຫດ: ຕິດຕັ້ງປ້າຍພາຍຫລັງການປັບປຸງເສັ້ນທາງສຳເລັດ

ລຳດັບ	ຈຸດຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກ	ລາຍລະອຽດ
5		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ສາມແຍກທາງໄປຂົວຂ້າມນ້ຳຊອງແຫ່ງໃຫມ່ (ທາງເຂົ້າຮ້ານອາຫານວັງລາວ) ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດກາງ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຂວາ > ຂົວຂ້າມນ້ຳຊອງ Km > ຖ້ຳຈັງ Km > ຜາເງິນໃຫຍ່ Km > ຖ້ຳປູຄຳ / ບຸລາກູນ 1 Km ○ ຫມາຍເຫດ: ຕິດຕັ້ງປ້າຍພາຍຫລັງການສ້າງຂົວສຳເລັດ
6		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ສາມແຍກຫນ້າຮ້ານອາຫານວັງລາວ ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຊ້າຍ < ຂົວຂ້າມນ້ຳຊອງ Km < ຖ້ຳຈັງ Km < ຜາເງິນໃຫຍ່ Km < ຖ້ຳປູຄຳ / ບຸລາກູນ 1 Km
7		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ສາມແຍກທາງຂຶ້ນຂົວຂ້າມນ້ຳຊອງແຫ່ງໃຫມ່, ຮ່ອມໂຮງແຮມ The Grand Riverside ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຂວາ > ຂົວຂ້າມນ້ຳຊອງ Km > ຜາເງິນໃຫຍ່ Km > ຖ້ຳປູຄຳ / ບຸລາກູນ 1 Km ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຊື່ ▪ ຖ້ຳຈັງ Km

ລຳດັບ	ຈຸດຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກ	ລາຍລະອຽດ
8		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ສີ່ແຍກສິ້ນຂົວເກົ້ານ້ຳຊອງ ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກແຫວ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນຕົວເມືອງ, ຂະໜາດໃຫຍ່ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຊື່ <ul style="list-style-type: none"> ▪ ຜາເງິນໃຫຍ່ Km ▪ ຖ້ຳປູຄຳ / ບູລາກູນ 1 Km ▪ ຜາຫນາມໄຊ Km ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຂວາ > ຂົວເກົ້າຂ້າມນ້ຳຊອງ
9		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ທາງໂຄ້ງເຂົ້າຜາເງິນໃຫຍ່ ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດກາງ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຂວາ 120° > ຜາເງິນໃຫຍ່ Km ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຊ້າຍ < ຖ້ຳປູຄຳ / ບູລາກູນ 1 Km < ຜາຫນາມໄຊ ○ ຫມາຍເຫດ: ຕິດຕັ້ງປ້າຍພາຍຫລັງການປັບປຸງທາງສຳເລັດ
10		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ສາມແຍກບ້ານ..... ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດກາງ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຂວາ > ຖ້ຳປູຄຳ / ບູລາກູນ 1 Km > ຜາຫນາມໄຊ Km > ບູລາກູນ 3 Km > ບູລາກູນ 5 Km ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຊ້າຍ < ບູລາກູນ 2 Km < Inter Park Km

ລຳດັບ	ຈຸດຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກ	ລາຍລະອຽດ
11		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ສາມແຍກເຂົ້າບ້ານນາທອງ ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດກາງ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຂວາ > ຖ້ຳປູຄຳ / ບູລາກູນ 1 Km > ຜາຫນາມໄຊ Km > ບູລາກູນ 3 Km > ບູລາກູນ 5 Km
12		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ສາມແຍກທາງເຂົ້າຖ້ຳປູຄຳ ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດກາງ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຊື່ ▪ ຖ້ຳປູຄຳ / ບູລາກູນ 1 Km ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຊ້າຍ < ຜາຫນາມໄຊ Km < ບູລາກູນ 3 Km < ບູລາກູນ 5 Km
13		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ສາມແຍກກ່ອນຮອດຂົວ ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຂວາ > ບູລາກູນ 2 Km > ບູລາກູນ 3 Km > ບູລາກູນ 5 Km

ລຳດັບ	ຈຸດຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກ	ລາຍລະອຽດ
14		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ສາມແຍກສຸດທ້າຍກ່ອນ ຮອດບຸລາກູນ 2 ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມ ທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດ ນ້ອຍ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຂວາ > ບຸລາກູນ 2 Km > ບຸລາກູນ 3 Km > ບຸລາກູນ 5 Km
15		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ທາງເຂົ້າບຸລາກູນ 2 ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມ ທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດ ນ້ອຍ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຊ້າຍ < ບຸລາກູນ 2 Km ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຊື່ ▪ ບຸລາກູນ 3 Km ▪ ບຸລາກູນ 5 Km
16		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ທາງເຂົ້າບຸລາກູນ 3 ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມ ທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດ ນ້ອຍ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຊ້າຍ < ບຸລາກູນ 3 Km ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຊື່ ▪ ບຸລາກູນ 5 Km

ລຳດັບ	ຈຸດຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກ	ລາຍລະອຽດ
17		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ສາມແຍກໄປບູລາກູນ 5 ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຊ້າຍ < ບູລາກູນ 5 Km ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຂວາ > ຜາຫນາມໄຊ Km > ຖ້ຳປູຄຳ / ບູລາກູນ 1 Km
18		<ul style="list-style-type: none"> ○ ທີ່ຕັ້ງ: ສາມແຍກ..... ○ ປະເພດປ້າຍ: ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມທາງຫລວງ, ແນວຕັ້ງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ○ ລູກສອນຊີ້ໄປທາງຂວາ > ຜາຫນາມໄຊ Km > ຖ້ຳປູຄຳ / ບູລາກູນ 1 Km > ຜາເງິນໃຫຍ່ Km

11)ແຜນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ (Action Plan)

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	2021	2022	2023	2024	2025
I	ປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ (Interpretation Board)					
1	ອອກແບບເນື້ອໃນສຳລັບປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຢູ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ (ເບິ່ງລາຍລະອຽດປະເພດປ້າຍໃນບົດທີ 9, ຂໍ້ທີ 9.4)					
2	ຕິດຕັ້ງປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຢູ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ					
II	ປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ (Advertising Board)					
1	ອອກແບບເນື້ອໃນປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຢູ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ (ເບິ່ງລາຍລະອຽດປະເພດປ້າຍໃນບົດທີ 9, ຂໍ້ທີ 9.5)					
2	ຕິດຕັ້ງປ້າຍໂຄສະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຢູ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ					
III	ປ້າຍຊີ້ບອກຕາມເສັ້ນທາງ (Directional Signpost)					
1	ອອກແບບປ້າຍຊີ້ບອກຕາມເສັ້ນທາງຫລວງ, ໃນຕົວເມືອງ ແລະ ໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ (ລາຍລະອຽດປະເພດປ້າຍໃນຂໍ້ທີ 9.3)					
2	ຕິດຕັ້ງປ້າຍຊີ້ບອກຕາມເສັ້ນທາງຫລວງ, ໃນຕົວເມືອງ ແລະ ໃນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ					

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	2021	2022	2023	2024	2025
IV	ສື່ດິຈິຕອນ (Digital Media)					
1	ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ບຸກຄະລາກອນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ໃນການປັບປຸງ ແລະ ບໍລິຫານຂໍ້ມູນໃນສື່ດິຈິຕອນ (ນັບທັງເຄື່ອງມືທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຈົນນຳໃຊ້)					
2	ປັບປຸງຂໍ້ມູນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ ໃນແຜນທີ່ອອນລາຍ Google Maps					
3	ປັບປຸງຂໍ້ມູນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ ໃນເວັບໄຊ ແລະ ແອບມືຖືທ່ອງທ່ຽວລາວ					
4	ປັບປຸງຂໍ້ມູນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ ໃນເວັບໄຊ TripAdvisor					
5	ປັບປຸງຂໍ້ມູນຂອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ ໃນເວັບໄຊສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວຈົນເຊັ່ນ: Baidu Maps, Wechat, Mafengwo, Qyer ແລະ Ctrip					
6	ສ້າງຄຳບັນຍາຍສຽງ (Audio Guide) ເພື່ອໃຊ້ເຂົ້າໃນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ					
V	ສິ່ງພິມ (Printed Materials)					
1	ອອກແບບ ແລະ ຈັດພິມແຜ່ນພັບສຳລັບການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງການທ່ອງທ່ຽວລາວ					
2	ອອກແບບ ແລະ ຈັດພິມແຜ່ນທີ່ທ່ອງທ່ຽວສຳລັບການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນເສັ້ນທາງທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສັນຍາລັກທີ່ເປັນເອກະລັກການທ່ອງທ່ຽວລາວ					

ລຳດັບ	ກິດຈະກຳ	2021	2022	2023	2024	2025
VI	ການນຳທ່ຽວ (Tour Guiding)					
1	ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ພະນັກງານນຳທ່ຽວກ່ຽວກັບເລື່ອງລາວ ແລະ ວິທີການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນທີ່ລະບຸໄວ້ໃນແຜນຍຸດທະສາດການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນສະບັບນີ້					
VII	ການຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນ (Monitoring and Evaluation)					
1	ອອກແບບລະບົບການຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນໃນຮູບແບບປ້າຍ, ສີ່ດິຈິຕອນ, ສີ່ສິ່ງພິມ ແລະ ການນຳທ່ຽວ					
2	ດຳເນີນການຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນໃນຮູບແບບປ້າຍ, ສີ່ດິຈິຕອນ, ສີ່ສິ່ງພິມ ແລະ ການນຳທ່ຽວ					
3	ເຜີຍແຜ່ຜົນໄດ້ຮັບຂອງການຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນເພື່ອປັບປຸງການນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນໃນຕໍ່ໜ້າ					

12)ການຈັດລຽງບຸລິມະສິດ (Prioritization)

ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນຍຸດທະສາດການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ ແມ່ນປະກອບມີຫລາຍກິດຈະກຳ ແລະ ອາດນໍາໃຊ້ງົບປະມານຈຳນວນຫລາຍ. ສະນັ້ນ, ຈຶ່ງຈຳເປັນຕ້ອງມີການຈັດລຽງບຸລິມະສິດບັນດາກິດຈະກຳດັ່ງກ່າວ, ເພື່ອເຮັດໃຫ້ສາມາດສຸມໃສ່ສະເພາະກິດຈະກຳທີ່ມີຄວາມສໍາຄັນ ຫລື ມີບຸລິມະສິດສູງສຸດ. ໃນບົດທີ 10: ແຜນນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນໄດ້ກຳນົດບຸລິມະສິດຂອງແຕ່ລະກິດຈະກຳແຕ່ຕໍາຫລາຍ, ເຊິ່ງອີງໃສ່ບັນດາເງື່ອນໄຂດັ່ງລຸ່ມນີ້:

- 1) ເປັນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມຢູ່ແລ້ວ ຫລື ມີນັກທ່ອງທ່ຽວໄປຢ້ຽມຊົມຈຳນວນຫລາຍ
- 2) ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວມີເລື່ອງລາວທີ່ຫນ້າສົນໃຈ ສາມາດດຶງດູດນັກທ່ອງທ່ຽວໃນອະນາຄົດ
- 3) ເປັນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ສາມາດສ້າງລາຍຮັບ ຫລື ມີທ່າແຮງສ້າງລາຍຮັບຈາກການທ່ອງທ່ຽວ
- 4) ເປັນສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຕັ້ງຢູ່ຈຸດທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມສົນໃຈໃຊ້ບໍລິການ
- 5) ເປັນຈຸດຕິດຕັ້ງປ້າຍຊື່ບອກໃນເສັ້ນທາງທີ່ສໍາຄັນ ແລະ ມີນັກທ່ອງທ່ຽວຈຳນວນຫລາຍພົບເຫັນ

ການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວ ຈະຕ້ອງຫັນມານໍາໃຊ້ເຄື່ອງມືດິຈິຕອນ (Digital) ໃຫ້ຫລາຍຂຶ້ນ ແລະ ຜະລິດສິ່ງພິມເຊັ່ນ: ແຜ່ນພັບ ແລະ ແຜນທີ່ທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ຫນ້ອຍລົງ. ເນື່ອງຈາກການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນໃນຮູບແບບດິຈິຕອນ ແມ່ນສາມາດປັບປຸງໄດ້ງ່າຍ, ມີຕົ້ນທຶນຫນ້ອຍ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ສະດວກ.

13)ການຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນ (Monitoring and Evaluation)

ການຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນຍຸດທະສາດການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວຂອງເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ ແມ່ນມີຄວາມສໍາຄັນ, ເຮັດໃຫ້ຮູ້ໄດ້ວ່າບັນດາກິດຈະກຳທີ່ກຳລັງຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ກໍ່ຄືການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນໃນຮູບແບບປ້າຍ, ສີ່ດິຈິຕອນ, ສີ່ສິ່ງພິມ ແລະ ການນໍາທ່ຽວ ຈະສາມາດເຮັດໃຫ້ບັນລຸຈຸດປະສົງ ແລະ ເປົ້າຫມາຍທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນບົດທີ 2 ຫລືບໍ່ ຫລື ສາມາດບັນລຸໄດ້ໃນລະດັບໃດ. ຫນຶ່ງໃນຈຸດປະສົງຂອງການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ກຳນົດໄວ້ວ່າ: ນັກທ່ອງທ່ຽວສ່ວນໃຫຍ່ຈະສາມາດຈົດຈຳໃຈຄວາມໃນການນໍາສະເໜີ (Theme) ຂອງເລື່ອງລາວທີ່ນໍາສະເໜີຢູ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ພາຍຫລັງສໍາເລັດການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເມືອງວັງວຽງ ແລະ ບໍລິເວນອ້ອມຮອບ. ສະນັ້ນ, ຄໍາຖາມສໍາຄັນໃນການຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນແມ່ນມີນັກທ່ອງທ່ຽວຈັກສ່ວນຮ້ອຍທີ່ສາມາດຈົດຈຳໃຈຄວາມໃນການນໍາສະເໜີໄດ້. ຖ້າກວມເອົາອັດຕາສ່ວນຫນ້ອຍ, ສະແດງວ່າວິທີການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນຍັງບໍ່ທັນແທດເຫມາະກັບກຸ່ມຕະຫລາດເປົ້າຫມາຍ.

ເພື່ອເຮັດໃຫ້ສາມາດປັບປຸງຮູບແບບການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຢ່າງຖ່ວງທັນ, ຈະຕ້ອງມີການຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນເປັນປະຈຳ ໂດຍບໍ່ລໍຖ້າໃຫ້ເວລາຜ່ານໄປດົນເກີນໄປ. ໄລຍະນີ້ເອີ້ນວ່າໄລຍະທີ່ກຳລັງຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ, ເຊິ່ງສາມາດນໍາໃຊ້ວິທີການແບບງ່າຍດາຍເຊັ່ນ: ການໄປຍົນສັງເກດພຶດຕິກຳຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຢູ່ຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ, ເບິ່ງວ່າເຂົາເຈົ້າຢຸດຍິນອ່ານປ້າຍປະຫວັດແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວຫລືບໍ່ ແລະ ໃຊ້ເວລາອ່ານດົນປານໃດ. ຜູ້ຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນສາມາດສັງເກດເບິ່ງວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຈັບເອົາແຜ່ນພັບທີ່ວາງໄວ້ຫລືບໍ່ ແລະ ຕິດຕາມເບິ່ງສະຖິຕິຜູ້ນໍາໃຊ້ຢູ່ໃນເວັບໄຊ, ແອບມິຖືທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍຕ່າງໆ.

ພາຍຫລັງຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳ ຫລື ໄລຍະທ້າຍປີ ຈະຕ້ອງມີການຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນໃນຮູບແບບທີ່ໃຫຍ່ ແລະ ເປັນລະບົບກວ່າການຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນທີ່ປະຕິບັດເປັນປະຈຳ. ຈຸດປະສົງແມ່ນເພື່ອເຮັດໃຫ້ສາມາດເຂົ້າໃຈພາບລວມທັງຫມົດຂອງການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນຢູ່ແຕ່ລະສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ. ວິທີການທີ່ສາມາດນໍາໃຊ້ໄດ້ແມ່ນການແຈກຍາຍແບບສອບຖາມເພື່ອໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວຕອບເອງ (Self – Administered Questionnaire) ແລະ ການສໍາພາດ ໂດຍນໍາໃຊ້ແບບສອບຖາມ. ໃນໄລຍະນີ້, ຄວນກຳນົດເອົາກຸ່ມຕົວຢ່າງ (Sample Size) ໃນຈໍານວນທີ່ຫລາຍສົມຄວນ, ເພື່ອເຮັດໃຫ້ສາມາດນໍາມາວິເຄາະໃນຮູບແບບສະຖິຕິໄດ້. ຜົນໄດ້ຮັບຂອງການຕິດຕາມ ແລະ ປະເມີນຜົນໃນແຕ່ລະໄລຍະ ແມ່ນຈະຖືກນໍາໃຊ້ເຂົ້າໃນການປັບປຸງເນື້ອໃນ ແລະ ວິທີການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນໃຫ້ມີປະສິດທິພາບ ແລະ ປະສິດທິຜົນສູງຂຶ້ນ.

ເອກະສານອ້າງອີງ

- Project Administration Memorandum, LAO/VIE: Greater Mekong Subregion Sustainable Tourism Development Project, Asian Development Bank, 2009
- Project Administration Manual, Second Greater Mekong Subregion Tourism Infrastructure for Inclusive Growth Project, Asian Development Bank, 2018
- Interpretive Master Planning, Vol. One: Strategies for the New Millennium, John A Veverka, 2018
- Interpreting Our Heritage, Freeman Tilden, Third Edition, 1977
- Outdoor Interpretive Signage, Nova Scotia, Canada
- ແຜນພັດທະນາ, ສິ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຈຸດຫມາຍປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວເມືອງວັງວຽງ ສຳລັບປີ 2020 – 2025, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2020
- ກົດຫມາຍວ່າດ້ວຍປ້າຍ, ສະພາແຫ່ງຊາດ, 2018
- ປຶ້ມຄູ່ມືແນະນຳປ້າຍຊື່ບອກແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປ້າຍນຳສະເຫນີຂໍ້ມູນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ, ກົມຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, 2019



ກະຊວງກະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ
ໂຄງການພັດທະນາໂຄງລ່າງພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ ໄລຍະ 2

