



ພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດເປັນຂະແໜງ ຍຸດທະສາດສໍາລັບການ ເຕີບໂຕສີຂຽວໃນ ສປປ ລາວ ບົດລາຍງານ



© 2019 The World Bank

1818 H Street NW, Washington DC 20433

Telephone: 202-473-1000; Internet: www.worldbank.org

Some rights reserved

This work is a product of the staff of The World Bank. The findings, interpretations, and conclusions expressed in this work do not necessarily reflect the views of the Executive Directors of The World Bank or the governments they represent. The World Bank does not guarantee the accuracy of the data included in this work. The boundaries, colors, denominations, and other information shown on any map in this work do not imply any judgment on the part of The World Bank concerning the legal status of any territory or the endorsement or acceptance of such boundaries.

Rights and Permissions

The material in this work is subject to copyright. Because The World Bank encourages dissemination of its knowledge, this work may be reproduced, in whole or in part, for non-commercial purposes as long as full attribution to this work is given.

Attribution—Please cite the work as follows: “Developing Nature-Based Tourism as a Strategic Sector for Green Growth in Lao PDR © World Bank.”

Translations—This translation was not created by the World Bank and should not be considered an official World Bank Translation. The World Bank shall not be liable for any content or error in this translation.

All queries on rights and licenses, including subsidiary rights, should be addressed to World Bank Publications, The World Bank Group, 1818 H Street NW, Washington, DC 20433, USA; fax: 202-522-2625; e-mail: pubrights@worldbank.org.

Front cover: Gibbon Experience treehouses. Photo credit: Nou Shong for the Gibbon Experience.

ສາລະບານ

ຄຳນຳ	v
ບັນຊີໜັງສືຫຍໍ້ (ໃນພາສາອັງກິດ)	vi
ລາຍການ ຄຳນິຍາມ ແລະ ຄຳສັບ	ix
ຄຳຂອບໃຈ	xii
ບົດສັງລວມຫຍໍ້	xiv

1	ພາກສະເໜີ: ແຜນງານການໃຫ້ຄຳປຶກສາດ້ານ ການເຕີບໂຕສີຂຽວ ສຳລັບ ສປປ ລາວ	1
1.1	ຊອກຫາຄວາມສາມາດບົ່ມຊ້ອນຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ	2
1.2	ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ: ບລິມະສິດລະດັບຊາດ ເພື່ອການເຕີບໂຕທີ່ເປັນສີຂຽວ ແລະ ແຜນ ພັດທະນາຂອງສປປ ລາວ	6
1.3	ວິທີການຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ການຈັດຕັ້ງບົດປະເມີນຜົນສະບັບນີ້	6
2	ສະພາບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃນ ສປປ ລາວ	9
2.1	ຊັບສົມບັດຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ	10
2.2	ຫົວຫັດທຳມະຊາດເຂດປ່າສະຫງວນຂອງສປປ ລາວ: ຕາໜ່າງເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ	13
2.3	ໂຄງສ້າງການທ່ອງທ່ຽວໃນສປປ ລາວ	15
2.4	ຕະຫຼາດການທ່ອງທ່ຽວໃນປະຈຸບັນສຳລັບສປປ ລາວ	16
2.5	ປະເທດໃຊ້ເປັນຖານສົມທຽບ	24
2.6	ລະບອບວິຊາ	28
3	ຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ການຂະຫຍາຍ ຫຼາຍຮູບແບບການຕະຫຼາດ	29
3.1	ຄວາມຕ້ອງການທາງການຕະຫຼາດ	29
3.2	ການກຳນົດກຸ່ມຕະຫຼາດ	30
3.3	ກາລະໂອກາດທາງການຕະຫຼາດໃນພາກພື້ນສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ	33
4	ກຳແພງກັ້ນຕໍ່ຫານລົງທຶນ ແລະ ທຸລະກິດ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ	40
4.1	ຂອບເຂດພາກພື້ນກ່ຽວກັບກຳແພງກັ້ນການລົງທຶນ	40
4.2	ສະພາບການດຳເນີນທຸລະກິດ	42
4.3	ອຸປະສັກຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ	46
4.4	ອຸປະສັກສະເພາະຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ	47
5	ຜົນກະທົບຂອງ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຕໍ່ລາຍ ຮັບຂອງຊຸມຊົນ ແລະ ການຫລຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກ	51
5.1	ກໍລະນີສຶກສາ ກ່ຽວກັບ ຜົນປະໂຫຍດ ຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຕໍ່ການສ້າງລາຍຮັບ ຂອງຊຸມຊົນ	51
5.2	ຜົນຕໍ່ກໍລະນີສຶກສາ ຕໍ່ນະໂຍບາຍ	56
5.3	ການທ່ອງທ່ຽວ, ການສຳປະທານ ແລະ ບັນດາຊຸມຊົນໃນເຂດປ່າສະຫງວນ	57

6	ສະຖານະການ ສໍາລັບການເຕີບໂຕໃນ ອານາຄົດ ແລະ ຜົນກະທົບທາງດ້ານເສດຖະກິດ ຈາກການ ທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ	60
6.1	ສະຖານະການຕ່າງໆ	60
6.2	ການຄາດຄະເນທາງດ້ານເສດຖະກິດບົນພື້ນສະຖານະການ 3 ແບບ	62
7	ຂໍ້ຊີ້ແນະທີ່ປັນບລິມະສິດ	66
7.1	ຂໍ້ຊີ້ແນະທີ່ປັນບລິມະສິດ	66
7.2	ບົດບາດ ແລະ ໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບຂອງບັນດາອົງກອນຫຼັກ ແລະ ຜູ້ປະຕິບັດ	70
ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ ກ: ແຜນດໍາເນີນງານລະອຽດ		77
ກ.1	ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ	77
ກ.2	ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ/ຕະຫຼາດ ສໍາລັບ 4 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ	78
1.	ພູມິທັດການທ່ອງທ່ຽວ “ທີ່ປັນບລິມະສິດທາງພາກຕາເວັນອອກຊຽງເໜືອ”: ປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ນໍ້າແອດ ພູ ເລີຍ ແລະ ຍັງມີ ປ່າສະຫງວນ ນໍ້າ ຊໍາ ແລະ ຖໍ້າ ວຽງໄຊ ແລະ ສະຖານທີ່ປະຫວັດສາດ ທົ່ງໄຫ ຫີນ	78
2.	ວົງຈອນການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ຢູ່ພາກກາງ: ປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ຫີນ ໜາມ ໜີ້, ນາກາຍ ນໍ້າເທີນ ແລະ ພູ ຫີນປູນ	81
3.	“ທັດສະນີຍະພາບ” ທີ່ມີຄຸນຄ່າຕໍ່ການທ່ຽວຊົມທໍາມະຊາດ: ປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ພູເຂົາຄວາຍ ແລະ ພູພະນັງ ລຽບຕາມລໍານໍ້າງຸ້ມ	83
4.	“ທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ຢູ່ ພາກໃຕ້”: ເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ດົງຫ້ວຍສາວ ແລະ ເຊປ່ຽນ	84
ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ ຂ: ປະເດັນຕົ້ນຕໍ, ຂໍ້ສະເໜີ ແລະ ຕາຕະລາງ ກິດຈະກຳ ແລະ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ		87
ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ ຄ: ບັນດາຜູ້ປະຕິບັດພາລະບົດບາດຕົ້ນຕໍເພື່ອແກ້ໄຂບັນດາອຸປະສັກການລົງທຶນຂອງຂະແໜງເອກະຊົນທີ່ທ່ຽວກັບ ການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ ສປປ ລາວ		107

ຫ້ອງເນື້ອໃນ

ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 1:	ສົມທຽບກັນລະຫວ່າງການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກທໍາມະຊາດ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ	2
ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 2:	ສູນອະນຸລັກຊ້າງ (ECC), ແຂວງໄຊຍະບູລີ	5
ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 3:	ປະສົບການແບບສະຊີ, ແຂວງ ບໍ່ແກ້ວ	5
ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 4:	ກໍລະນີຂອງຮໍແວນດາ	24
ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 5:	ນໍ້າກັດ ຢໍລະພາ, ແຂວງ ອຸດົມໄຊ	31
ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 6:	ຜົນປະໂຫຍດທີ່ຂັດແຍ່ງກັນ	46
ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 7:	ທ່ຽວຊົມທໍາມະຊາດໃນຍາມລາຕີ ຢູ່ ແຂວງຫົວພັນ	49
ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 8:	ການສໍາປະທານໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ເຂດປ່າສະຫງວນຂອງ ປະເທດ ນາມິເບັງ	58

ຕາຕະລາງ

ຕາຕະລາງ 1: ເຂດປ່າສະຫງວນຂອງສປປ ລາວ	14
ຕາຕະລາງ 2: ການພິຈາລະນາຄັດເລືອກກຸ່ມທົວທັດທຳມະຊາດສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ	15
ຕາຕະລາງ 3: ຜູ້ມາທ່ຽວ, ລາຍຮັບ, ທີ່ພັກ ແລະ ການເຂົ້າພັກ (2012–2017)	16
ຕາຕະລາງ 4: ໄລຍະການພັກເຊົາໂດຍສະເລ່ຍ (2012–2017)	17
ຕາຕະລາງ 5: ການເຈາະຕະຫຼາດຜູ້ຢ້ຽມຢາມທີ່ເປັນຕ່າງປະເທດ	19
ຕາຕະລາງ 6: ຕະຫຼາດສາກົນຫຼັກສຳລັບການເດີນທາງມາຮອດທາງອາກາດ	21
ຕາຕະລາງ 7: ປະເທດທີ່ມີທາງອອກສູ່ທະເລເປັນຕົວປຽບທຽບ (19)	24
ຕາຕະລາງ 8: ຜູ້ເດີນທາງມາຢ້ຽມຢາມຈາກຕ່າງປະເທດ, 2005–2016 ('000)	26
ຕາຕະລາງ 9 ການຕະຫຼາດແບບ '4 Ps' ແລະ '4 Cs'	29
ຕາຕະລາງ 10 ການອະທິບາຍການຕະຫຼາດແບບ '4 Ps' ຜ່ານຕົວຢ່າງຂອງນ້ຳຕົກຕາດໃນລາວ	30
ຕາຕະລາງ 11: ການກຳນົດຕະຫຼາດ ແລະ ລັກສະນະສະເພາະທີ່ໄດ້ກຳນົດ	36
ຕາຕະລາງ 12: ຕົວຊີ້ວັດສຳຄັນສຳລັບປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ	42
ຕາຕະລາງ 13: ອັດຕາຄວາມທຸກຍາກຕໍ່ຫົວຄົນ ຢູ່ ບ້ານໜອງຫຼວງ ຕາມກົດຈະກຳທາງດ້ານເສດຖະກິດ	54
ຕາຕະລາງ 14: ເງິນເດືອນສະເລ່ຍ ຢູ່ບ້ານ ໜອງຫຼວງ	54
ຕາຕະລາງ 15: ຜົນການວິເຄາະ ຕົວເລກນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ	55
ຕາຕະລາງ 16: ລາຍຮັບຕໍ່ປີ ທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນຈາກບັນດາສະຖານະການ ໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຢູ່ເຂດ ເປົ້າໝາຍ (ເປັນເງິນໂດລາ)	64
ຕາຕະລາງ 17: ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ຕໍ່ປີ ໃນ 10 ປີ ຕໍ່ໜ້າ ຢູ່ໃນ 4 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ	65
ຕາຕະລາງ 18: ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ	77
ຕາຕະລາງ 19: ຂໍ້ຮຽກຮ້ອງເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບຄວາມອາດສາມາດຮັບມືກັບຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ໃນກຸ່ມເປົ້າໝາຍການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ	78
ຕາຕະລາງ 20: ການແບ່ງສັດສ່ວນຕະຫຼາດ ພາຍໃນກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ທາງພາກຕາເວັນອອກຊຽງເໜືອ ຂອງ ສປປ ລາວ	80
ຕາຕະລາງ 21: ການແບ່ງສັດສ່ວນຕະຫຼາດ ພາຍໃນກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ຢູ່ພາກກາງ ຂອງ ສປປ ລາວ	82
ຕາຕະລາງ 22: ການຕະຫຼາດ ສຳລັບ ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ຢູ່ ເຂດພາກເໜືອ/ກາງ ຂອງ ສປປ ລາວ	84
ຕາຕະລາງ 23: ການຕະຫຼາດ ສຳລັບ ກຸ່ມເປົ້າໝາຍນັກທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ພາກໃຕ້ຂອງລາວ	86

ຮບ

ຮບ 1: ສະຖານທີ່ຄົ້ນຄວ້າສຳລັບການປະເມີນຜົນ	12
ຮບ 2: ຈຳນວນຜູ້ຢ້ຽມຢາມຂາເຂົ້າ (ມັງກອນ-ທັນວາ 2016)	18
ຮບ 3: ຕົວເລກຜູ້ຢ້ຽມຢາມຂາເຂົ້າສຳລັບຕະຫຼາດສຳຄັນ (ມັງກອນ-ທັນວາ 2016)	19
ຮບ 4: ການຂ້າມຊາຍແດນ (ຊຶ່ງມີສະໜາມບິນສາກົນ)	22

ຮູບ 5: ສ່ວນແບ່ງໃນອາຊຽນສໍາລັບການທ່ອງທ່ຽວຂາເຂົ້າ (2016)	26
ຮູບ 6: ການເຕີບໂຕປະຈໍາປີ (2016 ທຽບໃສ່ 2015) ໃນການທ່ອງທ່ຽວຂາເຂົ້າຂອງອາຊຽນ	27
ຮູບ 7: ສັດສ່ວນຜູ້ມາຢ້ຽມຢາມສປປ ລາວຈາກຕ່າງປະເທດແບ່ງຕາມເພດ (2012-2017)	32
ຮູບ 8: ຈັດອັນດັບຄວາມເປັນໄປໄດ້ດ້ານທຸລະກິດ ແລະ ຕົວຊີ້ວັດ ສໍາລັບ ສປປ ລາວ (2019)	44
ຮູບ 9: ກະແສໜ່ວຍກ ຂອງລາຍຮັບໃນຂະບວນການທີ່ໃຊ້ຕົວຄຸນຄິດໄລ່	52
ຮູບ 10: ຜົນກະທົບໂຍກົງຕໍ່ເສດຖະກິດທ້ອງຖິ່ນ: ການເປັນຄູ່ຮ່ວມລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ ຕໍ່ກັບ ການບໍລິການໃຫ້ຊຸມຊົນ	53
ຮູບ 11: ລາຍຮັບຕໍ່ປີ ທີ່ພົ້ມຂຶ້ນຈາກບັນດາສະຖານະການ ໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ຢູ່ເຂດເປົ້າໝາຍ (ເປັນເງິນໂດລາ)	64
ຮູບ 12: ຈໍານວນນັກທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດທີ່ພົ້ມຂຶ້ນ ຕໍ່ປີ ໃນ 10 ປີ ຕໍ່ໜ້າ ຢູ່ໃນ 4 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ	65
ຮູບ 13: ພາລະບົດບາດ ແລະ ຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງອົງການຈັດຕັ້ງ ແລະ ຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມທີ່ສໍາຄັນ	75



ພາບໂດຍ: Swisscontact



ຄຳນຳ

ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນ ລາວ (ສປປ ລາວ) ໄດ້ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດນະໂຍບາຍພັດທະນາເສດຖະກິດ - ສັງຄົມຂອງປະເທດ ໃຫ້ມີຄວາມເຂັ້ມແຂງ ແລະ ໄປຕາມທິດສີຂຽວ - ບືນບຶງ ໂດຍໄດ້ກຳນົດເອົາ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດນັ້ນ ເປັນໜຶ່ງໃນບຸລິມະສິດສຳຄັນຂອງ ແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ - ສັງຄົມ ແຫ່ງຊາດ ແລະ ບຸດທະສາດການເຕີບໂຕສີຂຽວແຫ່ງຊາດຂອງ ສປປ ລາວ ຄອດປີ 2030.

ຂໍ້ໄດ້ປຽບຂອງ ສປປ ລາວ ແມ່ນມີຄວາມອຸດົມສົມບູນຮັ່ງມີຂອງ ຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ, ທຸກພື້ນທີ່ດຽວກັນ, ຊີວະນາໆພັນ ແລະ ລະບົບນິເວດທີ່ໂດດເດັ່ນ ແລະ ຊຸມຊົນເອງກໍ່ເພິ່ງພາອາໄສທຳມະຊາດໃນການດຳລົງຊີວິດ. ສະນັ້ນ, ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຈຶ່ງເປັນທ່າແຮງສຳຄັນ ໃນການສ້າງລາຍຮັບທີ່ເປັນເງິນຕາກ່ຽວເປັນເປົ້າໝາຍ, ສ້າງວຽກເຮັດງານທຳໃນຊຸມນະບົດ ແລະ ຮັບເຄື່ອນການເຕີບໂຕ ໄປຕາມທິດສີຂຽວ, ການພັດທະນາສັງຄົມ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມທີ່ບືນບຶງ ຕັ້ງຖິ່ນຖານການຫຼຸດຜ່ອນຄວາມທຸກກາຍ. ຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມສາມາດເຕີບໂຕ ຈາກ 4.2% ຂອງ GDP ໃນປີ 2018 ເພີ່ມຂຶ້ນເຖິງ 10% ໃນຊຸມປີທີ່ຈະມາເຖິງນີ້, ຖ້າຫາກມີການວາງນະໂຍບາຍໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບ ການລົງທຶນທີ່ເຕີບໂຕພັບກັບຫຼາຍຂະແໜງການ ເພື່ອສະໜັບສະໜູນໃຫ້ແກ່ການທ່ອງທ່ຽວດັ່ງກ່າວ. ທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດນັ້ນ ແມ່ນມີຄວາມສຳຄັນຫຼາຍ, ບໍ່ອາດຈະຕົກທາງທຳມະຊາດ ຂອງ ສປປ ລາວ ແມ່ນມີເອກະລັກສະເພາະ ແລະ ເປັນທີ່ຮູ້ຈັກກັນໃນທົ່ວໂລກ.

ເພື່ອສະໜັບສະໜູນວິໄສທັດ ການເຕີບໂຕສີຂຽວຂອງ ສປປ ລາວ, ທະນາຄານໂລກ ໄດ້ເຮັດບົດປະເມີນທ່າແຮງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ໂດຍການຮ່ວມມື ແລະ ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບ ກະຊວງ ແລະ ຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງລັດຖະບານ ເຊິ່ງແມ່ນ ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ (MPI) ເປັນຈຸດປະສານງານລວມ, ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ (MAF), ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ (MOICT) ແລະ ກະຊວງ ຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ (MONRE). ນອກຈາກນັ້ນ, ກໍ່ໄດ້ປຶກສາຫາລືຮ່ວມກັບ ຄູ່ຮ່ວມພັດທະນາ, ພາກເອກະຊົນ, ອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ບໍ່ສັງກັດລັດຖະບານ (NGOs), ອົງການຮ່ວມມືດ້ານການເງິນສາກົນຂອງກຸ່ມທະນາຄານໂລກ (IFC), ແລະ SWISS CONTACT ເຊິ່ງແມ່ນອົງການທີ່ດຳເນີນວຽກປະເມີນ ແລະ ວິເຄາະດ້ານວິຊາການ ໂດຍໄດ້ລວບລວມຫຼາຍບົດວິໄຈ ມາເປັນຂໍ້ມູນ ແລະ ການຄົ້ນຄວ້າດັ່ງກ່າວແມ່ນໃຊ້ເວລາ ຫຼາຍກວ່າ ສອງປີ.

ການພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຂອງ ສປປ ລາວ ໃນປະຈຸບັນແມ່ນມີຄວາມສຳຄັນຫຼາຍ. ຜູ້ລົງທຶນ ໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວທ່ຽວທຳມະຊາດ ທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ມີຄວາມສົນໃຈ ທີ່ຈະລົງທຶນໃນ ສປປ ລາວ ຫຼາຍຂຶ້ນ ແລະ ຫຼາຍນະໂຍບາຍແມ່ນກຳລັງກຳນົດພາສະໜັບສະໜູນໃຫ້ແກ່ ການລົງທຶນ ໂດຍອີງໃສ່ຂໍ້ໄດ້ປຽບຂອງ ສປປ ລາວ ກໍ່ຄື ທິວທັດທຳມະຊາດ ແລະ ສັດປ່າໜາໆພັນ ຜູ້ສ້າງນະໂຍບາຍ, ປະຊາຊົນ ແລະ ຂະແໜງທຸລະກິດ ແມ່ນມີຄວາມເຂົ້າໃຈຫຼາຍຂຶ້ນຕໍ່ກັບ ບັນຍະໄຫຍດທີ່ບືນບຶງຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ສາມາດເພີ່ມຂຶ້ນ ຖ້າຫາກມີນະໂຍບາຍ ແລະ ການລົງທຶນ ທີ່ສອດຄ່ອງກັບ ທ່າແຮງ ແລະ ສະພາບຄວາມເປັນຈິງຂອງປະເທດ.

ບົດວິເຄາະວິໄຈສະບັບນີ້ ຖືເປັນບ່ອນອີງອັນສຳຄັນ ໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ, ລວມທັງບົດບາດຂອງ ລະບົບການຄຸ້ມຄອງສິ່ງແວດລ້ອມ ເພື່ອຮຸກຮົງໃຫ້ພາກເອກະຊົນ ສາມາດຈັດຕັ້ງປະຕິບັດວຽກງານດັ່ງກ່າວໄດ້ ຢ່າງມີປະສິດທິຜົນ, ແລະ ຍັງເປັນບ່ອນອີງສຳຄັນໃຫ້ແກ່ ການກຳນົດໜາວະບົດບາດ, ໜ້າທີ່ ແລະ ຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງ ອົງກອນທີ່ຮັບຜິດຊອບຕໍ່ ເຂດ ແລະ ປ່າປົກປ້ອງ, ການຄຸ້ມຄອງຈັດສັນສັດປ່າ, ການບັງຄັບນຳໃຊ້ກິດໝາຍ, ການພັດທະນາຊຸມຊົນ - ໂຄງລ່າງ, ການຄຸ້ມຄອງຈັດສັນ ຊັບພະຍາກອນນ້ຳ, ສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ອື່ນໆ. ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນຮຽກຮ້ອງໃຫ້ ມີການຮ່ວມມື, ຄວາມຝູ້ງໝັ້ນ, ຄວາມເຂົ້າໃຈ ແລະ ການຕອບສະໜອງກັບຄວາມຕ້ອງການ ດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃນ ສປປ ລາວ. ບົດລາຍງານສະບັບນີ້ ແມ່ນຈະນຳສະເໜີ ໜຶ່ງໃນບາດບ້ວນທີ່ສຳຄັນ ໃນການພັດທະນາ ສປປ ລາວ ກ້າວໄປສູ່ການເຕີບໂຕສີຂຽວ.



ທ້າຍ ສອນໄຊ ສີພັນດອນ
ຮອງນາຍົກລັດຖະມົນຕີ, ລັດຖະມົນຕີ ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ

ບັນຊີໜັງສືຫຍໍ້ (ໃນພາສາອັງກິດ)

ADB	Asian Development Bank ທະນາຄານພັດທະນາອາຊີ
ALOS	Average Length of Stay ໄລຍະເວລາພັກເຊົາສະເລ່ຍ
ASA	Advisory Services and Analytics ບໍລິການດ້ານການວິເຄາະ ແລະ ຄຳປຶກສາ
ASEAN	Association of South East Asian Nations ສະມາຄົມປະຊາຊາດແຫ່ງຕາເວັນອອກສຽງໃຕ້
B2B	Business to Business (trade/wholesale marketing) ທຸລະກິດກັບທຸລະກິດ (ການຄ້າ/ການຕະຫຼາດຂອງການຂາຍສົ່ງ)
B2C	Business to Customer (consumer/retail marketing) ທຸລະກິດກັບເຖິງລູກຄ້າ (ຜູ້ຊົມໃຊ້/ການຕະຫຼາດແບບຂາຍຍ່ອຍ)
CBT	Community-Based Tourism ການທ່ອງທ່ຽວຊຸມຊົນ
CITES	Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora ສົນທິສັນຍາວ່າດ້ວຍການຄ້າສາກົນທີ່ພົວພັນກັບພືດ ແລະ ສັດປ່າ
DMN	Destination Management Network ເຄືອຄ່າຍການຄຸ້ມຄອງບໍລິຫານຈຸດໝາຍປາຍທາງ
DOF	Department of Forestry ກົມປ່າໄມ້
ECC	Environmental Compliance Certificate ໃບຢັ້ງຢືນການປະຕິບັດຖືກຕ້ອງດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ
ERC	Enterprise Registration Certificate ໃບຢັ້ງຢືນການຂຶ້ນທະບຽນວິສາຫະກິດ
ERM	Enterprise Registration and Management ການຂຶ້ນທະບຽນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງວິສາຫະກິດ
ESIA	Environmental and Social Impact Assessment ການປະເມີນຜົນກະທົບດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ສັງຄົມ
FDI	Foreign Direct Investment ການລົງທຶນ (ໂດຍກົງ) ຂອງຕ່າງປະເທດ
FX	Foreign Exchange ເງິນຕາຕ່າງປະເທດ
GDP	Gross Domestic Product ລວມຍອດຜະລິດຕະພັນພາຍໃນ
GMS	Greater Mekong Subregion ອານຸພາກພື້ນແມ່ນ້ຳຂອງ
IFC	International Finance Corporation of the World Bank Group ວິສາຫະກິດການສະໜອງທຶນສາກົນ

INGO	International Nongovernmental Organization ອົງການຈັດຕັ້ງບໍ່ສັງກັດລັດສາກົນ
IPD	Department of Investment Promotion ກົມສົ່ງເສີມການລົງທຶນ
IUCN	International Union for Conservation of Nature ສະຫະພັນສາກົນເພື່ອການອານຸລັກທຳມະຊາດ
LANITH	Lao National Institute of Tourism and Hospitality ສະຖາບັນການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການຮັບຕ້ອນ ຂອງລາວ
LENS2	Second Lao Environment and Social Project ໂຄງການສົ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ສັງຄົມຂອງລາວ ໄລຍະສອງ
LGBT	Lesbian, Gay, Bisexual, and Transgender ເລັສບຽນ, ເກ, ຄົນສອງຄົວທາງເພດ ແລະ ຍິງແປງເພດ
MAF	Ministry of Agriculture and Forestry ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້
MoD	Ministry of Defence ກະຊວງປ້ອງກັນຊາດ
MoES	Ministry of Education and Sports ກະຊວງສຶກສາທິການ ແລະ ກິລາ
MoF	Ministry of Finance ກະຊວງການເງິນ
MoFA	Ministry of Foreign Affairs ກະຊວງການຕ່າງປະເທດ
MoHA	Ministry of Home Affairs ກະຊວງພາຍໃນ
MoIC	Ministry of Industry and Commerce ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ
MoICT	Ministry of Information, Culture and Tourism ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ
MoJ	Ministry of Justice ກະຊວງຍຸຕິທຳ
MoNRE	Ministry of Natural Resources and Environment ກະຊວງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ
MoPS	Ministry of Public Security ກະຊວງປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ
MPI	Ministry of Planning and Investment ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ
MPWT	Ministry of Public Works and Transport ກະຊວງຄົມມະນາຄົມ ແລະ ຂົນສົ່ງ
NBT	Nature-Based Tourism ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

NGGS	National Green Growth Strategy to 2030 ຍຸດທະສາດການເຕີບໂຕສີຂຽວ ແຫ່ງຊາດ
NGGSC	National Green Growth Steering Committee ຄະນະກຳມະການຊີ້ນຳການເຕີບໂຕແຫ່ງຊາດ
NGO	Non-Governmental Organization ອົງການບໍ່ສັງກັດລັດຖະບານ
NP	National Park ອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ
NPA	National Protected Area ເຂດປ່າສະຫງວນ
NSEDP	National Socio-Economic Development Plan ແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມແຫ່ງຊາດ
NTB	National Tourism Board ສະພາບໍລິຫານການທ່ອງທ່ຽວແຫ່ງຊາດ
OSO	One Service Office ການບໍລິຫານປະຕູດຽວ
PA	Protected Area ເຂດປົກປ້ອງ
PAMD	Protected Area Management Division ພະແນກຄຸ້ມຄອງເຂດປົກປ້ອງ
PMO	Prime Minister Order ຫ້ອງວ່າການນາຍົກລັດຖະມົນຕີ
PPP	Public-Private Partnership ການເປັນຄູ່ຮ່ວມງານພາກລັດ-ເອກະຊົນ
PR	Public Relations ປະຊາສຳພັນ
ROI	Return on Investment ຜົນຕອບແທນຈາກການລົງທຶນ
SAM	Social Accounting Matrix ສູດການຄິດໄລ່ດ້ານສັງຄົມ
SME(s)	Small and Micro Enterprise(s) ວິສາຫະກິດຂະນ້ອຍ ແລະ ກາງ
TTCI	Travel and Tourism Competitiveness Index ດັດສະນີຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນດ້ານການເດີນທາງ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ
UNDP	United Nations Development Programme ອົງການສະຫະປະຊາຊາດເພື່ອການພັດທະນາ
UNESCO	United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization ອົງການສະຫະປະຊາຊາດ ເພື່ອການສຶກສາ, ວິທະຍາສາດ ແລະ ວັດທະນະທຳ
UNWTO	United Nations World Tourism Organization ອົງການທ່ອງທ່ຽວສາກົນ

UXO	Unexploded Ordinance ລະເບີດທີ່ຍັງບໍ່ທັນແຕກ
VDF	Village Development Fund ກອງທຶນບ້ານ
WCS	Wildlife Conservation Society ສະມາຄົມອານຸລັກສັດປ່າ
WEF	World Economic Forum ກອງປະຊຸມເສດຖະກິດໂລກ
WTTC	World Travel and Tourism Council ສະພາການເດີນທາງ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວໂລກ

ລາຍການ ຄຳນິຍາມ ແລະ ຄຳສັບ

ALOS	ສະເລ່ຍໄລຍະເວລາພັກເຊົາ (ຫລື “ ບັດໄຈດ້ານເວລາ”), ສະແດງອອກໃນໄລຍະເວລາ 24 - ຊົ່ວໂມງ
ກຸ່ມ	ວິທີການຕະຫຼາດ ແລະ ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ຕອບສະໜອງຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການ, “ກຸ່ມ” ໝາຍເຖິງວິທີ ປະສານງານ ແລະ ຍຸດທະສາດ ທີ່ມີການປະສານສົມທົບ ກັບພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງຢູ່ປາຍທາງ (ລວມທັງເຈົ້າຂອງທີ່ດິນ, ຜູ້ຈັດການການຜະລິດ ແລະ ຜູ້ສະໜອງຜະລິດ ຕະພັນອື່ນ) ທີ່ເປັນທັງຄູ່ແຂ່ງ ແລະ ຜູ້ມີຜົນປະໂຫຍດຕໍ່ກັນ ແລະ ກັນ ຜ່ານການສະເໜີ ຫຼາກຫຼາຍທາງເລືອກ ແລະ ປະສົບການໃຫ້ນັກ ທ່ອງທ່ຽວຢູ່ໃນເຂດ ພື້ນທີ່ໂດຍທົ່ວໄປທີ່ໄດ້ລະບຸເອົາໄວ້.
ການຮ່ວມມື	“ການຮ່ວມມື” ຫຼື ວິສາຫະກິດຮ່ວມມື. ສະຖານະທາງດ້ານກົດໝາຍ ຂອງວິສາຫະກິດແບບຮ່ວມມື ຢູ່ແຕ່ລະປະເທດແມ່ນ ແຕກຕ່າງກັນ. ຢູ່ບາງປະເທດ ວິສາຫະກິດແບບຮ່ວມມື ຂຶ້ນຖະບຽນ ວິສາຫະກິດທາງກົດໝາຍແຕ່ສ່ວນຫຼາຍ ແມ່ນ “ການຮ່ວມມືສັງຄົມ”. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ ຕາມ, ວິສາຫະກິດແບບຮ່ວມມືຢູ່ບາງບ່ອນ ບໍ່ມີກົດໝາຍຄຸ້ມຄອງແຕ່ກໍ່ມີການຮັບຮູ້. ຕົວຢ່າງ, ບໍລິສັດເອກະຊົນ ໃຫ້ພະນັກງານທີ່ຄິນວ່າຈ້າງ ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການເປັນເຈົ້າຂອງ ແລະ ຕົກລົງດ້ານທຸລະກິດນຳກັນ.
ມໍລະດົກທາງ ວັດທະນະທຳ	ຄຸນລັກສະນະທີ່ຊົງຄ່າທາງ ສັງຄົມທີ່ມີມານັບຫຼາຍລຸ້ນຄົນ ສ່ວນຫຼາຍເປັນມໍລະດົກທີ່ປະຈຳຕາ (ອາຄານ, ຜົນງານດ້ານສິນລະປະອັນດີງາມ, ວັນນະຄະດີ ແລະ ອື່ນໆ) ແລະ ມໍລະດົກວັດທະນະທຳທີ່ບໍ່ສາມາດປະຈຳຕາໄດ້ (ດິນຕີ, ພາສາ, ວິຖີການປຸງແຕ່ງອາຫານ ແລະ ອື່ນໆ). ມໍລະດົກທີ່ ສຳຄັນທີ່ສຸດຂອງໂລກໄດ້ຖືກຈາລຶກໄວ້ໃນ ບັນຊີຕ່າງໆ ຂອງອົງການ ສຶກສາ, ວິທະຍາສາດ ແລະ ວັດທະນະທຳ ຂອງສະຫະ ປະຊາຊາດ (UNESCO).
ການທ່ອງທ່ຽວມິດ	ການເດີນທາງໄປສະຖານທີ່ ມີ ປະກົດການ ຫຼື ປະສົບການທີ່ໜ້າຍ້ານ ແລະ ທໍລະມານ ຂອງມະນຸດ. ຕົວຢ່າງ Auschwitz ຢູ່ປະເທດ ໂປແລນ, Ground Zero ຢູ່ປະເທດ ສະຫະລັດອາເມລິກາ, Kibeho ຢູ່ປະເທດອິຕາລີ ແລະ ເຂດສັງຫານ ຢູ່ປະເທດ ກຳປູເຈຍ. ການທ່ອງທ່ຽວນີ້ ມີຄວາມລະອຽດອ່ອນ ແລະ ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການຕິຄວາມໝາຍ ດ້ວຍຄວາມລະມັດລະວັງ ແຕ່ມີທັດສະນະວ່າ ສັງຄົມຄວນໄດ້ຮັບການສຶກສາອົບຮົມ ກ່ຽວກັບ ປະສົບການທີ່ໜ້າຍ້ານ ແລະ ທໍລະມານ ດັ່ງທີ່ໄດ້ກ່າວມານັ້ນ ເພື່ອປັນການປະກອບສ່ວນເຂົ້າ ໃນການສ້າງຄວາມຖືກຕ້ອງປອງດອງ ດ້ວຍການສ້າງ ລາຍຮັບ ແລະ ຄວາມເຂົ້າໃຈທີ່ດີ.
ຄວາມເປັນມິດຕໍ່ລະ ບົບນິເວດວິທະຍາ	ການທ່ອງທ່ຽວທີ່ເປັນມິດຕໍ່ສິ່ງແວດລ້ອມ, ຕິດພັນກັບທຳມະຊາດ ແບບມີຄວາມສະດວກສະບາຍ ຄົບຊຸດ ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນ ລາຄາສູງ ແລະ ກວມເອົາເຂດກ້ວາງ. ອາດປະກອບດ້ວຍ “ທັນສະໃໝ-ດັ່ງເດີມ”.
ນິເວດວິທະຍາ	ການເດີນທາງທ່ຽວເຂດທຳມະຊາດແບບມີຄວາມຮັບຜິດຊອບຕໍ່ການອະນຸລັກສິ່ງແວດລ້ອມ, ຮັກສາສະຫວັດດີພາບຂອງປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ມີສ່ວນຮ່ວມເຂົ້າໃນການສື່ສານດ້ານຂໍ້ມູນ ແລະ ການສຶກສາ
ການຜະລິດພາຍໃນ	ການຜະລິດພາຍໃນແມ່ນແບ່ງອອກເປັນສາມພາກສ່ວນ: ບັດໄຈການຜະລິດ, ສະຖາບັນ ແລະ ກິດຈະ ກຳການຜະລິດ
ຄວາມຕ້ອງການ ຈາກພາຍນອກ	ຄວາມຕ້ອງການດ້ານການ ທ່ອງທ່ຽວຈາກສາກົນ
ທັນສະໃໝ-ດັ່ງເດີມ	“ຕັ້ງຄ້າຍພັກທີ່ສວຍງາມ” ອາດເປັນຫ້ອງທີ່ມີສິ່ງອໍານວຍ ຄວາມສະດວກສະບາຍຄົບຊຸດຢູ່ເຂດຊົນນະບົດ

ການເຕີບໂຕຍ່ອຍຂຽວ

ການເຕີບໂຕຍ່ອຍຂຽວແມ່ນຮູບແບບການຂະຫຍາຍຕົວ ທີ່ນຳໃຊ້ຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດແບບພໍພຽງ ແລະ ມີປະສິດທິພາບ, ສະອາດຈາກການຫຼຸດຜ່ອນຜົນກະທົບຈາກມົນລະພິດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ, ມີຄວາມທົນທານຕໍ່ໄພອັນຕະລາຍຈາກທຳມະຊາດ ແລະ ມບົດບາດຄຸ້ມຄອງສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ທົນມາງທຳມະຊາດໃນການປ້ອງກັນໄພພິບັດ (ທະນາຄານໂລກ ປີ 2012). ໃນປີ 2019 ສປປລາວ ໄດ້ຮັບຮອງເອົາຍຸດທະສາດການເຕີບໂຕຍ່ອຍຂຽວແຫ່ງຊາດ ຮອດປີ 2030 ທີ່ມີບຸລິມະສິດສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ.

ລະດູສີຂຽວ

ລະດູຝົນ (ປົກກະຕິແມ່ນເລີ່ມເດືອນມີນາ ເຖິງ ເດືອນກັນຍາ); ລະດູການທີ່ມີແຮງບັນດານການທ່ອງທ່ຽວ

ລະດູການທ່ອງທ່ຽວ

ຕາມປະຫວັດສາດ, ລະດູການທ່ອງທ່ຽວສຳລັບຊາວຕາເວັນຕົກ (ເດືອນພະຈິກເຖິງເດືອນມີນາ)

ພູມິທັດ

ພູມິທັດແມ່ນ ພື້ນທີ່ທາງພູມສາດເຊິ່ງສະເພາະແຕ່ ລັກສະນະທາງດ້ານຊີວະວິທະຍາ ແຕ່ຍັງມີຄວາມກ່ຽວພັນດ້ານ ວັດທະນະທຳ ແລະ ສະຖາບັນການຈັດຕັ້ງ. ຄວາມໝາຍຂອງ ພູມິທັດ ອາດບໍ່ຂຶ້ນກັບຂະໜາດຂອງພື້ນທີ່ ແຕ່ມີການພົວພັນກັບ ຂະບວນການ ຫຼື ການບໍລິການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ນຳໃຊ້ປະເພດທີ່ດິນ ທີ່ຄວາມຫຼາກຫຼາຍ.

ການຂະຫຍາຍຕະຫຼາດ

ສະຖິຕິຕົວເລກຄຳນວນຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວມາຈາກບ່ອນໃດໜຶ່ງ ໂດຍທຽບໃສ່ຈຳນວນປະຊາກອນ ຢູ່ຕະຫຼາດທ່ອງທ່ຽວ

ຂະຫຍາຍຜົນ

ໃນແງ່ຂອງການທ່ອງທ່ຽວ, ປັດໄຈຜົນປະໂຫຍດທາງດ້ານເສດຖະກິດຢູ່ຈຸດປາຍທາງຂະຫຍາຍກ້ວາງກວ່າ ເສດຖະກິດການທ່ອງທ່ຽວ. ຕົວຢ່າງ, ການໃຊ້ຈ່າຍໂດຍຜູ້ວ່າຈ້າງເຮັດວຽກກ່ຽວກັບການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ກິດຈະກຳອື່ນໆກ່ຽວຂ້ອງ. ຜົນໄດ້ຮັບທາງເສດຖະກິດທະວີຄຸນຂຶ້ນຫຼາຍກວ່າ ຜົນໄດ້ຮັບໂດຍກົງຈາກການທ່ອງທ່ຽວ.

ມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດ

ມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດກ່ຽວຂ້ອງກັບ ລັກສະນະທີ່ສຳຄັນຂອງທຳມະຊາດທີ່ມະນຸດບໍ່ແມ່ນຜູ້ສ້າງຂຶ້ນ ເຊັ່ນ: ພູຜາ, ແມ່ນ້ຳ ແລະ ຮ່ອມພູ ພ້ອມທັງຊີວະນາໆພັນ ພືດ ແລະ ສັດ. ມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດລວມມີຄົນ ແລະ ວັດທະນະທຳ ທີ່ມີຜົນກະທົບຕໍ່ມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດ.

ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແມ່ນ ການທ່ອງທ່ຽວເບິ່ງທຳມະຊາດ ເຊັ່ນ: ການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກທຳມະຊາດ ຈາກບ່ອນໜຶ່ງ ໄປຫາອີກບ່ອນໜຶ່ງ ຕໍ່ເນື່ອງກັນ ເຊິ່ງ ຄວາມມັກ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ ແຕ່ລະບ່ອນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ຕ່າງກັນ. ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງກັບ ມໍລະດົກທາງວັດທະນະທຳທີ່ເປັນຮູບປະທຳ, ນາມປະທຳ ແລະ ປະສົບການຂອງສັງຄົມມະນຸດຢູ່ໃນພູມິທັດທາງທຳມະຊາດ (ລວມທັງພູມິສາດທາງທະເລຢູ່ໃນປະເທດອື່ນ).

ລາຍໄດ້ຈາກຄ່າທີ່ພັກ

ລາຍໄດ້ຈາກຄ່າທີ່ພັກ, ຄິດໄລ່ເປັນລາຍໄດ້ທັງໝົດ ຢູ່ໃນໄລຍະເວລາໃດໜຶ່ງ ຫານໃຫ້ຈຳນວນທ້ອງທີ່ມີໃນຊ່ວງເວລານັ້ນ (ປົກກະຕິແມ່ນໄລຍະເວລາເປັນເດືອນ ຫຼື ໝົດປີ)

ການທ່ອງທ່ຽວແບບຍືນຍົງ

ການທ່ອງທ່ຽວທີ່ ຄຳ ນຶງເຖິງຜົນກະທົບດ້ານເສດຖະກິດ, ສັງຄົມ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມໃນປະຈຸບັນ ແລະ ໃນອະນາຄົດ ຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ, ອຸດສະຫະກຳ, ສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ຊຸມຊົນທ້ອງຖິ່ນ (UNWTO).

ການທ່ອງທ່ຽວ

ການທ່ອງທ່ຽວປະກອບມີກິດຈະກຳຜູ້ເດີນທາງ ແລະ ພັກເຊົາຢູ່ສະຖານທີ່ມີສະພາບແວດລ້ອມ ຕ່າງຈາກສະພາບແວດລ້ອມ ຂອງພວກເຂົາ ເພື່ອການພັກຜ່ອນ, ທຸລະກິດ ແລະ ຈຸດປະສົງອື່ນໆ ເຊິ່ງ ມີໄລຍະເວລາ ບໍ່ເກີນ 1 ປີຕິດຕໍ່ກັນ (UNWTO).



ນົກເຄົ້າ “Bay Owl Phodilus” ຢູ່ສວນອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ ນ້ຳແອດ ພູເລີຍ.

ພາບໂດຍ: ທີມທ້າທາຍກັບການຕາມຮອຍເສືອຢູ່ລາວ

ຄຳຂອບໃຈ

ການບໍລິການດ້ານ ການວິເຄາະ ແລະ ໃຫ້ຄຳປຶກສາ (ASA) ດ້ານການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ (NBT) ແມ່ນເພື່ອຕອບສະໜອງ ຕາມການສະເໜີຂອງລັດຖະບານແຫ່ງ ສປປ ລາວ ດ້ານການເຕີບໂຕສີຂຽວ ໃນນີ້ ບຸລິມະສິດການພັດທະນາລວມມີ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ໂດຍອີງໃສ່ລັກສະນະ ພູມິທັດປ່າໄມ້ທີ່ຊຶ່ງຄຸນຄ່າຕໍ່ການອະນຸລັກ ແລະ ປົກປັກຮັກສາ ເຊັ່ນເນື້ອທີ່ປ່າສະຫງວນ ແລະ ປ່າປ້ອງກັນ, ສາຍນ້ຳ, ສັດປ່າ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ. ການວິເຄາະ ແລະ ຄຳປຶກສາ ສາມາດເປັນແນວທາງໃຫ້ແກ່ການປັບປຸງດ້ານນະໂຍບາຍ ແລະ ການລົງທຶນ ທີ່ເປັນພື້ນຖານອັນສຳຄັນໃຫ້ແກ່ການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ ແລະ ການນຳໃຊ້ທຶນທາງທຳມະຊາດ ແບບມີປະສິດທິຜົນ ແລະ ປະສິດທິພາບສູງກ່ວາເກົ່າ ໃນນີ້ລວມມີການຄຸ້ມຄອງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ ໃຫ້ຍືນຍານ ທັງສາມາດຕອບສະໜອງຕາມຄວາມຕ້ອງການດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ສ້າງໂອກາດດ້ານອາຊີບ, ການພັດທະນາຊີວິດການເປັນຢູ່ ຂອງປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ການເຕີບໂຕຂອງເສດຖະກິດ ໄປຄຽງຄູ່ກັບການຮັກສາທຳມະຊາດ.

ການບໍລິການດ້ານ ການວິເຄາະ ແລະ ໃຫ້ຄຳປຶກສາ (P164372) ນີ້ ແມ່ນກິດຈະກຳຍ່ອຍ ຂອງໂຄງການ ASA ກ່ຽວກັບການເຕີບໂຕສີຂຽວ (P162394) ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດໂດຍທະນາຄານໂລກ. ກິດຈະກຳຍ່ອຍອື່ນ (ASAs) ສປປ ລາວ ທີ່ສຳຄັນ ແລະ ກ່ຽວມີ: ການຄຸ້ມຄອງປ່າໄມ້ແບບຍືນຍານ, ສະຖານະດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ ລວມທັງມູນຄ່າຂອງສິ່ງແວດລ້ອມທີ່ຖືກທຳລາຍ.

ທີມງານຂອງທະນາຄານໂລກ, ໂດຍການຮ່ວມມືກັບບັນດາກະຊວງ ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງ ພາກລັດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ຄູ່ຮ່ວມພັດທະນາ, ຜູ້ປະກອບການພາກເອກະຊົນ, ອົງການຮ່ວມມືດ້ານການເງິນສາກົນ (IFC) ຂອງກຸ່ມທະນາຄານໂລກ (WBG), ອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນ (NGOs) ແລະ ນັກວິຊາການໄດ້ດຳເນີນການປຶກສາຫາລືກ່ຽວກັບບັນຫາທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ທີມງານຂອງທະນາຄານໂລກ ຍັງໄດ້ຮັບການຮ່ວມມື ແລະ ການພົວພັນຢ່າງໃກ້ຊິດກັບກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ (MAF), ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳແລະການທ່ອງທ່ຽວ(MOICT), ກະຊວງແຜນການແລະການລົງທຶນ(MPI), ກະຊວງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ (MONRE).

ການວິເຄາະ ແລະ ໃຫ້ຄຳປຶກສາ (ASA) ໃນຄັ້ງນີ້ ແມ່ນຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ໂດຍທະນາຄານໂລກ ພາຍໃຕ້ທຶນດ້ານການເຕີບໂຕສີຂຽວຂອງປະເທດເກົາຫລີ. ການຊີ້ນຳທາງດ້ານຍຸດທະສາດໄດ້ສະໜອງ ໂດຍການບໍລິຫານຂອງທະນາຄານ, ທີມງານຜູ້ຄຸ້ມຄອງສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ຂອງທະນາຄານໂລກ ສຳລັບຂົງເຂດ ອາຊີຕາເວັນອອກ ແລະ ປາຊີຟິກ ລວມທັງທ່ານ Christophe Crepin, ທ່ານ Nicola Pontara, ຜູ້ຈັດການຫ້ອງການທະນາຄານໂລກປະຈຳ ສປປ ລາວ ທ່ານ Mark Austin, ຫົວໜ້າໂຄງການເພື່ອການພັດທະນາແບບຍືນຍົງ ຢູ່ເຂດອາຊີຕາເວັນອອກສຽງໃຕ້.

ທ່ານ Stephen Danyo ແລະ Mombert Hoppe ເປັນຜູ້ຊີ້ນຳການດຳເນີນ ASA ຂອງທີມງານຂອງທະນາຄານໂລກ ເຊິ່ງລວມມີ: ທ່ານ Tijen Arin, ທ່ານ Paul Eshoo, ທ່ານ Gabriel Feuillet-Palma, ທ່ານ John Parr, ທ່ານ Wouter Schalken, ທ່ານ George Henry Stirrett, ແລະ ທ່ານ ນາງ ອານິຕາ ສຸກກະເສີມ. ທີມງານ ຂໍສະແດງຄວາມຂອບໃຈຕໍ່ການປະກອບສ່ວນຂອງ ທ່ານ ນາງ ວຽງສະໄໝ ສຣິດທິຣາດ ແລະ ທ່ານ Govinda R. Timilsina. ນອກຈາກນີ້, ພະນັກງານຂອງທະນາຄານໂລກ, ລວມມີ ທ່ານ Urvashi Narain, ທ່ານ Nikola Kojucharov ແລະ ທ່ານ ຄຳເພົາ ນັນທະວົງ, ໄດ້ຊ່ວຍທົບທວນ ໃຫ້ຄຳ ເຫັນ ແລະ ຄຳແນະນຳ ໃສ່ບົດລາຍງານສະບັບນີ້.

ທີມງານຂອງທະນາຄານໂລກກະກຽມບົດລາຍງານ ພາຍໃຕ້ Swisscontact ໂດຍມີ ທ່ານ Benjamin Carey ເປັນຜູ້

ຮັບຜິດຊອບຫຼັກ ໃນນີ້ ປະກອບມີ ທ່ານ Tim Gamper, ທ່ານ Kai Hauerstein, ທ່ານ ບົວໄຂ ພິມມະວົງ, ທ່ານ Veronika Schanderl, ທ່ານ Peter Semone, ທ່ານ ສີໝອນແກ້ວ ແສນສະທິດ ແລະ ທ່ານ Frédéric Thomas.

ບົດລາຍງານສະບັບນີ້ ໄດ້ສັງລວມຂໍ້ມູນຈາກ:

- > ບົດລາຍງານທາງດ້ານເຕັກນິກ: ບົດລາຍງານ ສຳລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກ ທຳມະຊາດໃນ ສປປ ລາວ (ຂຽນໂດຍ Swisscontact ແລະ ຊີ້ນຳໂດຍ ທ່ານ Benjamin Carey)
- > ບົດລາຍງານດ້ານເຕັກນິກ: ການວິເຄາະອຸປະສັກຕໍ່ການລົງທຶນດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຢູ່ ໃນ ສປປ ລາວ ຂອງພາກ ເອກະຊົນ (ຂຽນໂດຍ Swisscontact ແລະ ຊີ້ນຳໂດຍ ທ່ານ Benjamin Carey)
- > ບົດລາຍງານດ້ານເຕັກນິກ: ນຳໃຊ້ຕາຕະລາງການບັນຊີສັງຄົມ ໃນການປະເມີນຄວາມສາມາດໃນການພັດທະນາ ແລະ ການ ຫຼຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກ ຈາກ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຢູ່ ສປປລາວ (ຂຽນໂດຍ Swisscontact ແລະ ຊີ້ນຳໂດຍ ທ່ານ Frédéric Thomas)
- > ຂໍ້ແນະນຳດ້ານນະໂຍບາຍ: ການຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນ ແລະການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຢູ່ ໃນ ສປປ ລາວ (ຂຽນໂດຍ ທະນາຄານໂລກ ແລະ ຊີ້ນຳໂດຍ ທ່ານ George Stirrett)



ບົດສັງລວມຫຍໍ້

- 1** **ປະເທດ ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ (ສປປລ) ມີກາລະໂອກາດສູງ ໃນການພັດທະນາ ການເຕີບໂຕສີຂຽວ ແລະ ສ້າງວຽກເຮັດງານທຳ ໂດຍການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ໂດຍສະເພາະການທ່ອງ ທ່ຽວທຳມະຊາດ. ຍ້ອນວ່າຄວາມອຸດົມ ຮັ່ງມີຂອງ ສປປ ລາວ ເຖິງຫນຶ່ງເປັນທຶນທີ່ເປັນຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ, ຂໍ້ສະດວກຂອງ ສປປ ລາວ ໃນຂະແໜງການທ່ອງ ທ່ຽວຄືການພູມິທັດທີ່ຕ້ອງການການອະນຸລັກ, ມີສັດປ່າ ແລະ ປະຊາຊົນທີ່ຟັງພາອາໄສທຳມະຊາດ. ເກືອບ 20% ເນື້ອທີ່ຂອງ ປະເທດນອນຢູ່ໃນເຂດປ່າສະຫງວນທີ່ ປະກອບດ້ວຍພູມິທັດອັນກວ້າງໃຫຍ່ທີ່ເປັນໜ້າທ່ຽວ. ຂໍ້ສະດວກດັ່ງກ່າວ ເປັນສິ່ງທີ່ ເຊິດຊອຊີວະນາໆພັນທີ່ມີ ຄວາມສຳຄັນລະດັບໂລກ ແລະ ເນື້ອທີ່ປ່າໄມ້ທີ່ກວມເອົາ 58% ຂອງເນື້ອທີ່ທັງໝົດຂອງປະເທດ. ຊີວະນາໆພັນ ທີ່ມີຄວາມສຳຄັນລະດັບໂລກນີ້ ລວມເອົາລະບົບນິເວດທຳມະຊາດອັນໂດດເດັ່ນເຊັ່ນເສັ້ນທາງເດີນໃນປ່າທີ່ຂຽວ ສີດງົດງາມຕະຫຼອດການຕາມສາຍພູຫຼວງ, ການກໍ່ຕົວຂອງຫີນໜາມໜ້ອນດູຈີນຢູ່ທາງພາກກາງ ແລະ ພາກໃຕ້ ຂອງປະເທດ, ພູເຂົາປ່າຢູ່ແຂວງ ຊຽງຂວາງ ແລະ ບໍລິຄຳໄຊ. ຄຸນຄ່າທາງດ້ານຊີວະນາໆພັນ ທີ່ເປັນເອກະລັກນີ້ ຍັງໄດ້ຮັບການເຊິດຊອໃຫ້ມີຄວາມ ໂດດເດັ່ນຂຶ້ນໄປອີກຍ້ອນມີບັນດາຖ້ຳ, ແມ່ນ້ຳ ແລະ ນ້ຳຕົກຕາດ ທີ່ມີຄວາມ ສຳຄັນລະດັບໂລກ. ຄວາມອຸດົມຮັ່ງມີດັ່ງກ່າວ ຈະຖືກ ນຳໃຊ້ເພື່ອພັດທະນາການເຕີບໂຕສີຂຽວໄປພ້ອມກັບການ ພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ. ສປປ ລາວ ໄດ້ກຳນົດເອົາວຽກ ງານການທ່ອງທ່ຽວເປັນບຸລິມະສິດໃນຍຸດ ທະສາດການພັດທະນາສີຂຽວແຕ່ນີ້ ເຖິງ ປີ 2030 ເຊິ່ງຖືກຮັບຮອງໃນປີ 2019.**
- 2** **ສຳລັບ ສປປ ລາວ, ຕະຫຼາດຂອງພາກພື້ນ ເປັນຕະຫຼາດໃຫຍ່, ໃນປີ 2018 ການທ່ອງທ່ຽວໃນອາຊີເຕີບໂຕຂຶ້ນ 8% ເຊິ່ງຖືວ່າເພີ່ມ ຂຶ້ນຢ່າງຫຼວງຫຼາຍຖ້າສົມທຽບໃສ່ອັດຕາການເຕີບໂຕສະເລ່ຍທີ່ມີແຕ່ 6% ໃນຂະນະທີ່ການ ເຕີບໂຕການທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນເອ ເຊັ່ນເຕີບໂຕສູງກວ່າ 10%. ປະເທດ ສປ ຈີນ ເຄີຍເປັນຕົວຂັບເຂື່ອນທີ່ສຳຄັນ ໃຫ້ແກ່ການເຕີບໂຕໃນພາກພື້ນ (+13%) ແລະ ມີການຄາດຄະເນວ່າ ສປຈີນ ຈະສືບຕໍ່ມີຄວາມສຳຄັນຕໍ່ການ ທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ກັບການເປີດເສັ້ນທາງລົດໄຟ ຈີນ- ລາວໃນອານາຄົດອັນໃກ້. ນັກທ່ອງທ່ຽວໄທຍັງ ສືບຕໍ່ເປັນຕະຫຼາດທີ່ໃຫຍ່ກວ່າໝູ່ຂອງ ສປປ ລາວ ໂດຍສະເພາະບັນດາສະຖານ ທີ່ທ່ອງທ່ຽວນ້ຳຕົກຕາດຢູ່ພາກ ໃຕ້. ໃນອານາຄົດ, ຕະຫລາດມາເລເຊຍກໍມີທ່າແຮງກັບການເພີ່ມເສັ້ນທາງເຊື່ອມຈອດທາງອາ ກາດ ແລະ ທາງ ລົດໄຟ. ຕະຫຼາດພັນປີ ທີ່ກວມເອົາ 40% ຂອງຕະຫຼາດໂລກ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວເພດຍິງທີ່ມີຈຳນວນຫຼາຍ ກວ່າ ຈຳນວນສະເລ່ຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຊາຍ ກໍເປັນຕະຫຼາດທີ່ສຳຄັນໃນພາກພື້ນກໍຄືໃນສາກົນ. ໂດຍສອດຄ່ອງ ກັບຮູບແບບຂອງ ການເຕີບໂຕສີຂຽວ, ການປະເມີນຄັ້ງນີ້ຈະເຫັນໃສ່ຕະຫຼາດຂອງພາກພື້ນເປັນຫຼັກ ເນື່ອງຈາກວ່າ (1) ສປປ ລາວ ເປັນສ່ວນຫນຶ່ງ ຂອງເສັ້ນທາງການທ່ອງທ່ຽວລະດັບພາກພື້ນແລ້ວ ແລະ (2) ຕະຫຼາດຂອງພາກພື້ນສາມາດຮັບປະກັນຄວາມຍືນຍົງທາງດ້ານ ເສດຖະກິດໃນໄລຍະຍາວໄປພ້ອມກັບການເພີ່ມ ລາຍຮັບຂອງພາກພື້ນ.**
- 3** **ການທ່ອງທ່ຽວ ມີທ່າແຮງໃນການກາຍເປັນແຫລ່ງລາຍຮັບທີ່ເປັນເງິນຕາຕ່າງປະເທດ ແລະ ສ້າງວຽກເຮັດງານ ທຳຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ ໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນທີ່ອາໄສໃນເຂດຊົນນະບົດຂອງ ສປປ ລາວໂດຍມີຍຸດທະສາດອັນຖືກຕ້ອງ, ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ມີທ່າ ແຮງໃນການເປັນຕົວຂັບເຂື່ອນອັນສຳຄັນ ໃຫ້ແກ່ການພັດທະນາໃຫ້ມີຄວາມຍືນຍົງທາງດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ສັງຄົມ ໂດຍສະ ເພາະແມ່ນພູມິທັດ ທີ່ມີຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດສະເພາະ ຫຼື ນັກທ່ອງທ່ຽວຈະໄດ້ປະສົບການອັນດີຈາກການທ່ອງທ່ຽວທຳມະ ຊາດນີ້. ການສຳຫລວດ ກ່ຽວກັບ ຈຸດໝາຍປາຍທາງຂອງການທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີການເລືອກເຟັ້ນ ແລະ ສົມທຽບ ສະແດງ ໃຫ້ເຫັນວ່າ ບັນດາຈຸດໝາຍປາຍທາງທີ່ອຸດົມສົມບູນໄປດ້ວຍມໍລະດົກ ທີ່ຖືເອົາວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວເປັນບຸລິມະສິດນັ້ນສາມາດບັນລຸການ**

ພັດທະນາທາງດ້ານເສດຖະກິດທີ່ມີຄວາມຍືນຍົງໄດ້. ນີ້ແມ່ນທັດສະນະທີ່ມີການຍືນຍັນ ຈາກການດຳເນີນກຳລະນິສິກສາທາງດ້ານ ປະລິມານຢູ່ພາກໃຕ້ຂອງ ສປປ ລາວ ທີ່ສະແດງໃຫ້ເຫັນຜົນກະທົບອັນຈະແຈ້ງຕໍ່ການຫຼຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກຈາກການນຳທ່ຽວ ຢູ່ເຂດປ່າສະຫງວນທີ່ມີການຄຸ້ມຄອງເປັນຢ່າງດີ. (ເບິ່ງພາກ 5)

4 ໃນປີ 2018, ການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ ສປປ ລາວ ໄດ້ປະກອບສ່ວນ 4,2% ໃສ່ລວມຍອດຜະລິດຕະພັນພາຍໃນທຽບ ໃສ່ 10,4% ຂອງໂລກ ແລະ ປະກອບສ່ວນ 3,5% ໃສ່ ການສ້າງວຽກເຮັດງານທຳໂດຍກົງ ທຽບໃສ່ 9,9% ຂອງໂລກ. ຊ່ອງຫວ່າງດັ່ງກ່າວ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ຍັງມີຊ່ອງທາງສຳລັບການເຕີບໂຕຂອງການທ່ອງທ່ຽວໂດຍ ລວມ ແລະ ໂດຍສະເພາະການທ່ອງທ່ຽວ ທຳມະຊາດ ທີ່ຍັງບໍ່ທັນໄດ້ຮັບການພັດທະນາຢ່າງພຽງພໍເທື່ອຖ້າທຽບ ໃສ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວແຫ່ງອື່ນໆຂອງປະເທດ. ການປະ ເມີນຄັ້ງນີ້ ຈະພິຈາລະນາ 3 ສະຖານະການ ສຳລັບວຽກ ງານການທ່ອງທ່ຽວຄືດັ່ງນີ້:

- > **ສະຖານະການພື້ນຖານ:** ບໍ່ມີການປັບປຸງສະພາບແວດລ້ອມທີ່ເອື້ອອຳນວຍ ແລະ ບໍ່ມີການປັບປຸງລະບົບ ການຄຸ້ມຄອງ ປ່າ ສະຫງວນ. ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວຍັງຕໍ່າ ຫຼື ຫລຸດລົງ ເນື່ອງຈາກຊັບພະຍາກອນ ທຳມະຊາດສືບຕໍ່ເຊື່ອມໂຊມລົງ ແລະ ລາຍ ຮັບຍັງຕໍ່າ ຫຼື ຫລຸດລົງ
- > **ສະຖານະການ ທີ່ມີການສະໜັບສະໜູນ:** ພາກລັດມີສ່ວນຮ່ວມໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳ ມະຊາດໂດຍກຳນົດເອົາ ຂໍ້ລິເລີ່ມທີ່ເປັນນະໂຍບາຍ ແລະ ມີການອອກລະບຽບການ ເພື່ອຫລຸດຜ່ອນອຸປະ ສັກຕໍ່ການລົງທຶນ, ມີການປັບປຸງຂອດການ ປະສານງານລະຫວ່າງກົມຕ່າງໆ ແລະ ໜ່ວຍງານຂອງລັດ ຖະບານໃນລະດັບຕ່າງໆ ແລະ ມີການປັບປຸງການຄຸ້ມຄອງເຂດ ປ່າສະຫງວນ.
- > **ສະຖານະການທີ່ມີການແປຮູບ:** ສປປ ລາວ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດນະໂຍບາຍການແປຮູບ ເພື່ອບັນລຸການ ເຕີບໂຕສີຂຽວຜ່ານການ ພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ເປັນຂະແໜງການບຸລິມະສິດ ແລະ ການ ສ້າງລາຍຮັບເປັນເງິນຕາຕ່າງປະເທດ ເຊິ່ງ ລວມເອົາຄວາມພະຍາຍາມໃນການເຂົ້າເຖິງຕະຫຼາດຂອງ ພາກພື້ນ, ການບໍລິການຜ່ານປະຕູດຽວທີ່ຈັດຕັ້ງຂຶ້ນເພື່ອສະໜັບສະ ໜູນນັກລົງທຶນຕ່າງປະເທດ; ປ່າໄມ້, ປ່າສະຫງວນ ແລະ ສາຍນ້ຳ ທີ່ມີການປົກປ້ອງເປັນຢ່າງດີ; ການຕັດປ່າໄມ້ທຳລາຍປ່າ, ການລ່າສັດ ທີ່ໃກ້ຈະສູນພັນ, ການພັດທະນາທີ່ບໍ່ເໝາະສົມຢູ່ໃນ ແລະ ອ້ອມແອ້ມປ່າສະຫງວນ ທີ່ຫລຸດລົງຢ່າງ ຫຼວງຫຼາຍ.



ຕາດກວາງຊີ, ຫລວງພະບາງ. ພາບໂດຍ: Adri Berger ຄູ່ຮ່ວມອຳນວຍຄວາມສະດວກ ດ້ານກາກບອນປ່າໄມ້

5 3 ສະຖານະການນີ້ຈະມີຜົນກະທົບທາງດ້ານເສດຖະກິດທີ່ແຕກຕ່າງ. ພາຍໃນໄລຍະເວລາ 10 ປີ, ລາຍຮັບປະຈຳປີໃນເຂດ ທ່ອງທ່ຽວ 4 ແຫ່ງທີ່ປັນບຸລິມະສິດຈະເພີ່ມຂຶ້ນເປັນ 10 ລ້ານໂດລາສະຫະລັດ ໃນສະຖານະການ ພື້ນຖານ; 17 ລ້ານໂດລາ (+67%) ໃນສະຖານະການ ທີ່ມີການສະໜັບສະໜູນ ຫຼື 51 ລ້ານໂດລາ (399%) ໃນສະຖານະການທີ່ມີການແປຮູບ. ເນື່ອງ ຈາກວ່າຕົວຄຸນສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ ສປປ ລາວ ເທົ່າກັບ 3,28 (ອັນສ້າງລາຍຮັບເຖິງ 13,7% ຫຼື 2 ຕື້ໂດລາ ຈາກລວມຍອດ ຜະລິດຕະພັນພາຍໃນທັງໝົດ), ມັນສະແດງໃຫ້ ເຫັນວ່າ: ຜົນປະໂຫຍດທາງດ້ານເສດຖະກິດຈາກການທ່ອງທ່ຽວທຳມະ ຊາດພຽງຂະແໜງດຽວ ແລະ ໃນເຂດ ທ່ອງທ່ຽວ 4 ແຫ່ງ ເທົ່ານັ້ນຈະສູງເຖິງ 600 ລ້ານໂດລາ ພາຍໃນໄລຍະເວລາ 10 ປີ ໂດຍອີງໃສ່ຖ້ຳອີງໃສ່ການ ຄາດຄະເນແບບດັ່ງເດີມ. ການຄາດຄະເນດັ່ງກ່າວບໍ່ໄດ້ລວມເອົາການເຕີບໂຕທີ່ຄິດພັນກັບຂະແໜງ ການອື່ນເຊັ່ນ: ໂຮງແຮມ, ການບິນ ແລະ ການຂາຍເຄື່ອງຍ່ອຍ. ໂດຍມີການລົງທຶນ ແລະ ການປັບປຸງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະ ຊາດຕາມນະໂຍບາຍທີ່ຖືກຕ້ອງ, ການປະກອບສ່ວນໂດຍກົງຂອງການທ່ອງທ່ຽວ ໃສ່ລວມຍອດຜະລິດຕະພັນ ພາຍໃນຂອງ ສປປ ລາວ ອາດເພີ່ມຂຶ້ນ 2 ທົບ ໃຫ້ໄດ້ຢ່າງນ້ອຍ 8,4% ໃນໄລຍະເວລາ 10 ປີຕໍ່ໜ້າ ໂດຍອີງ ໃສ່ການ ສົມທຽບໃນພາກພື້ນ.

ອຸປະສັກ ຕໍ່ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

6 ທ່າແຮງຂອງການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຢູ່ ສປປ ລາວ ຍັງມີຂໍ້ຈຳກັດອັນເນື່ອງຈາກວ່າຍັງມີອຸປະ ສັກຫລາຍປະ ການຕໍ່ການລົງທຶນໃສ່ທຸລະກິດ ແລະ ປ່າສະຫງວນ ແລະ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຕ່າງໆ ຍັງບໍ່ທັນຖືກຈັດເປັນບຸລິມະສິດ ສຳລັບພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ.ເຖິງແມ່ນວ່າຈະມີການຮັບຮູ້ທ່າແຮງຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດກໍ່ຕາມ, ຜູ້ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມ ບາງພາກສ່ວນຍັງ ລັງເລວ່າຈະລົງທຶນໃສ່ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ແລະ ຕະຫຼາດການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຫຼື ບໍ່. ອຸປະ ສັກອັນໃຫຍ່ໆມີຄືດັ່ງນີ້: (1) ການບໍລິການຂັ້ນພື້ນຖານ, (2) ກອບທາງດ້ານກົດໝາຍ, ຂັ້ນຕອນ ແລະ ຄວາມໂປ່ງໃສ, (3) ການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ການສະໜອງທຶນໃສ່ເຂດປ່າສະຫງວນຍັງບໍ່ທັນເຂັ້ມແຂງ (4) ຄວາມ ສາມາດທາງດ້ານອົງກອນ ແລະ ມະນຸດ (5) ຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການສະໜອງ. ຖ້າບໍ່ມີການຊຸກຍູ້ໃຫ້ມີ ການສ້າງສະພາບແວດລ້ອມເພື່ອດຳເນີນທຸລະກິດ ຂອງພາກເອກະຊົນ ການລົງທຶນເພື່ອພັດທະນາກິດຈະກຳ ການທ່ອງທ່ຽວທີ່ອີງໃສ່ຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດຍັງຈະມີລັກ ສະນະຈຳກັດ. ສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ຈະສ້າງຂໍ້ຈຳກັດໃຫ້ ແກ່ຜູ້ປະກອບການໃໝ່ໆກໍ່ຄືການແຂ່ງຂັນກັນໃນອຸດສະຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວ, ມັນຈະສົ່ງສະທ້ອນໃນທາງລົບຕໍ່ ຄຸນນະພາບ, ຄວາມຫຼາກຫຼາຍ ແລະ ການກຳນົດລາຄາຂອງການບໍລິການການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສິ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ ການພັດທະນາຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວໂດຍລວມ.

ຂໍ້ຊີ້ແນະສຳລັບການຂະຫຍາຍການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

7 ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນການທີ່ລະດົມທຶນຮອນ, ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ສະຖາບັນທີ່ສາມາດແກ້ໄຂອຸປະສັກຕໍ່ການ ລົງທຶນການລົງທຶນ ດັ່ງກ່າວສາມາດສ້າງວຽກເຮັດງານທຳ, ຮັບປະກັນຊີວິດການເປັນຢູ່, ຫລຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກ ແລະ ການພັດທະນາຈະໄປພ້ອມ ກັບການປົກປ້ອງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ. ມີຫຼາຍຂໍ້ຊີ້ແນະ ເຊິ່ງຖືກຈັດເປັນຫົວຂໍ້ ແລະ ປະເພດຂອງອົງກອນຄືດັ່ງນີ້:

8 ສະພາບແວດລ້ອມທີ່ເອື້ອອຳນວຍສຳລັບການລົງທຶນ ແລະ ທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ. (ໜ່ວຍງານທີ່ ຮັບຜິດຊອບມີ: ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້, ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ, ກະຊວງອຸດສະຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ, ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສຳນັກງານນາຍົກລັດຖະມົນຕີ)

> ຫຼຸດຜ່ອນອຸປະສັກຕໍ່ການລົງທຶນໃນທຸລະກິດ ຢູ່ ສປປ ລາວ ແລະ ທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍສະເພາະ. ມາດຕະການດັ່ງ ກ່າວລວມເອົາການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຢ່າງເຕັມສ່ວນຂັ້ນຕອນການຂຶ້ນທະບຽນທຸ ລະກິດໃຫ້ມີຄວາມສະດວກຫຼາຍກວ່າເກົ່າ ທີ່

ໄດ້ເລີ່ມຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຫວ່າງບໍດົນມານີ້, ເຊື່ອມຊານຄວາມ ຮຽກຮ້ອງຕ້ອງການທາງດ້ານລະບຽບການ ແລະ ຂັ້ນຕອນ ສຳລັບ ການອອກ ແລະ ຕໍ່ໃບອະນຸຍາດດຳ ເນີນທຸລະກິດ, ການຍົກເລີກຂໍ້ຈຳກັດ ຕໍ່ການການລົງທຶນໂດຍກົງຂອງຕ່າງປະເທດ ເຊັ່ນ: ໃບອະນຸຍາດ ການລົງທຶນທີ່ມີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຫວ່າງບໍດົນມານີ້, ການທົບທວນຄືນຄ່າອາກອນ ແລະ ການອຳນວຍຄວາມ ສະດວກໃຫ້ແກ່ການຮັບປະກັນທີ່ດິນ ສຳລັບການລົງທຶນຂອງຕ່າງປະເທດ. ຕ້ອງໄດ້ອີງໃສ່ການ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດການປະຕິຮູບ ຕ່າງໆຢ່າງກວ້າງຂວາງ ເພື່ອປັບປຸງສະພາບແວດລ້ອມໃນການດຳເນີນທຸ ລະກິດໂດຍລວມ ແລະ ຈະເປັນການປະກອບສ່ວນ ໃສ່ການບັນລຸເປົ້າໝາຍຂອງນາຍົກລັດຖະມົນຕີ ໃນການເພີ່ມອັນດັບຂອງ ສປປ ລາວ ໃນບົດລາຍງານຂອງທະນາຄານໂລກວ່າ ດ້ວຍການອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການດຳເນີນທຸລະກິດຢູ່ສປປລາວ. ການປັບປຸງຂອງການປະສານງານລະຫວ່າງ ກະຊວງ ເຊັ່ນ ການບໍລິການຜ່ານປະຕູດຽວ ໃຫ້ແກ່ນັກລົງທຶນ ກໍ່ຈະສືບຕໍ່ອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ ການດຳເນີນທຸລະກິດອີກ.

- > **ທົບທວນຄືນບັນດາເງື່ອນໄຂ, ເປົ້າໝາຍ ແລະ ຂໍ້ຮຽກຮ້ອງສຳລັບການຂໍໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດທາງດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ອຳນວຍຄວາມສະດວກ ຫຼື ຍົກເລີກບັນດາເງື່ອນໄຂ, ເປົ້າໝາຍ ແລະ ຂໍ້ຮຽກຮ້ອງເຫລົ່ານີ້ ຖ້າບໍ່ເປັນຕາມຈຸດປະສົງ ຂອງລະບຽບການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.** ຕ້ອງຈຳກັດບັນດາລະບຽບ ການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອຮັບປະກັນ ການປົກປ້ອງສຸກ ຂະພາບຂອງມວນຊົນ (ຕົວຢ່າງ ຮ່າມອາຫານ) ແລະ ກໍ່ຕ້ອງສ້າງສະພາບແວດລ້ອມທີ່ເອື້ອອຳນວຍໂດຍ ບໍ່ສ້າງພາລະ ແບກຫາບທີ່ບໍ່ຈຳເປັນສຳລັບບໍລິສັດທີ່ມີຈຸດປະສົງຢາກດຳເນີນທຸລະກິດໃນຂະແໜງການດັ່ງກ່າວນີ້. ທົບທວນ ຄືນຂໍ້ຮຽກຮ້ອງທາງດ້ານການປະກອບເອກະສານສຳລັບການຂໍໃບອະນຸຍາດ (ການສົ່ງແຜນທຸລະກິດເພື່ອຮັບຮອງ) ແລະ ຍົກເລີກທຸກຂໍ້ຮຽກຮ້ອງຊ້າຊອນ. ການທົບທວນຄືນດັ່ງກ່າວສາມາດປະ ຕິບັດໄດ້ໂດຍນຳໃຊ້ການປະເມີນຜົນກະທົບຂອງລະ ບຽບການກ່ຽວກັບການອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນ ການດຳເນີນທຸລະກິດ.
- > **ທົບທວນຄືນບັນດາອຸປະສັກຕໍ່ການລົງທຶນໃສ່ທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວໂດຍຮັບປະກັນການປະຕິບັດຢ່າງ ຖືກຕ້ອງບັນດາລະ ບຽບການທີ່ມີໃນປະຈຸບັນຢູ່ທົ່ວທຸກບ່ອນ ເຊິ່ງມີຄວາມສຳຄັນຕໍ່ການຮັບປະກັນວ່າ ການປະຕິຮູບຈະມີຜົນກະທົບໃນທາງປະຕິ ບັດຕໍ່ສະພາບຕົວຈິງຂອງນັກລົງທຶນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວ.** ປະເດັ່ນນີ້ລວມເອົາການເພີ່ມທະວີຄວາມໂປ່ງໄສ ໂດຍການພິມ ເຜີຍແຜ່ ແລະ ປັບປຸງມູນກ່ຽວກັບຂັ້ນຕອນ, ແບບຟອມ ແລະ ຮູບແບບ ຂອງການຂໍໃບອະນຸຍາດດຳເນີນການທຸລະກິດ ໃຫ້ທັນກັບສະພາບ; ພ້ອມນັ້ນ, ກໍ່ຕ້ອງສ້າງ ແລະ ໃຫ້ສິດແກ່ອົງການກວດສອບໃນການກວດກາບັນດາບົດລາຍງານກ່ຽວກັບ ວິທີປະຕິບັດທີ່ບໍ່ເໝາະສົມ ແລະ ປະກົດການສໍ້ລາດບັງຫຼວງໃນຂະບວນການ ແລະ ລະບຽບການການດຳ ເນີນທຸລະກິດ ແລະ ສ້າງກົນໄກທີ່ມີປະສິດຕິພາບ ສຳລັບການດູແລນັກລົງທຶນ ເພື່ອຊ່ວຍເສີມສ້າງການ ປະຕິບັດຕາມລະບຽບການ ແລະ ຫລຸດຜ່ອນກາລະໂອກາດຂອງບຸກຄົນ ໃນການຕີຄວາມໝາຍລະ ບຽບການ. ການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງດ້ານທັກສະ, ຄວາມຮູ້ ແລະ ຄວາມສາມາດຂອງເຈົ້າໜ້າທີ່ທີ່ກ່ຽວ ຂ້ອງກໍ່ມີຄວາມສຳຄັນເຊັ່ນດຽວກັນ.
- > **ສ້າງລະບຽບການ ແລະ ຂັ້ນຕອນ ສຳລັບການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ພູມີຫັດອື່ນໆ ທີ່ກຳນົດຂັ້ນ ຕອນ ແລະ ສິ່ງກະຕຸ້ນຊຸກຍູ້ ທີ່ຈະແຈ້ງເພື່ອໃຫ້ພາກທຸລະກິດລົງທຶນໃສ່ການ ພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດກໍ່ຄືມີກົນ ໄກການປົກປ້ອງການລົງທຶນ. ການສຳປະທານເຂດປ່າ ສະຫງວນຕ້ອງປະຕິບັດຕາມລະບຽບການກ່ຽວກັບການສຳປະທານ ປະເພດຕ່າງໆ ລວມທັງການເປັນຄູ່ ຮ່ວມລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ, ຂໍ້ຕົກລົງລະຫວ່າງພາກເອກະຊົນ ແລະ ຊຸມຊົນ ແລະ ການເປັນຄູ່ຮ່ວມລະຫວ່າງ ພາກລັດ, ພາກເອກະຊົນ ແລະ ຊຸມຊົນ.**

9 ນະໂຍບາຍການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການວາງແຜນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ (ໜ່ວຍງານທີ່ຮັບຜິດ ຊອບ ກະຊວງ ຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ)

- > ສ້າງແຜນແມ່ບົດແຫ່ງຊາດສະບັບໃໝ່ສໍາລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວແບບນິເວດສໍາລັບປີ 2020-2025, ສັບປ່ຽນແລະເຊື່ອມໂຍ່ງແຜນແມ່ບົດດັ່ງກ່າວກັບແຜນທີ່ມີໃນປະຈຸບັນ ໃຫ້ຄວາມກະຈ່າງແຈ້ງກ່ຽວກັບພາລະບົດບາດ ແລະ ໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບຂອງຜູ້ ມີສ່ວນຮ່ວມ, ໃຫ້ພາກເອກະຊົນມີພາລະບົດບາດຫຼາຍກວ່າເກົ່າໃນການຕະຫຼາດ ແລະ ການພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ໃຫ້ເຂດປ່າສະຫງວນມີພາລະບົດບາດໃນດານຄຸ້ມຄອງວຽກງານການ ທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດຂອງຕົນ.
- > ທົບທວນຄືນບັນດານິຕິກຳວ່າດ້ວຍການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຕິດພັນກັບຊຸມຊົນ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວແບບນິເວດ ເພື່ອກະຈ່າຍອຳນາດໃນການກຳນົດລາຄາ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການບໍລິການ ການທ່ອງ ທ່ຽວໃນຊຸມຊົນ ແລະ ຫລຸດຜ່ອນອຸປະສັກຕໍ່ການນຳໃຊ້ນະວັດຕະກຳໃໝ່ໆ. ບັນດານະໂຍບາຍຕ້ອງ ສົ່ງເສີມຂີດຄວາມສາມາດໃຫ້ດີກວ່າເກົ່າ ແລະ ນຳໃຊ້ມະນຸດທາດຂອງທ້ອງຖິ່ນ ພ້ອມທັງສະໜັບສະໜູນ ປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນໃນການສ້າງທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ.

10 ຄວາມຍືນຍົງ ແລະ ນະໂຍບາຍ ແລະ ລະບຽບການການປົກປ້ອງສິ່ງແວດລ້ອມ ສໍາລັບການພັດທະນາການ ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ (ໜ່ວຍງານທີ່ຮັບຜິດຊອບ: ກະຊວງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ, ກະຊວງໂຍທາທິການ ແລະ ຂົນສົ່ງ)

- > ໃຫ້ກະຊວງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ ອອກລະບຽບການທີ່ໝາະສົມຈຳນວນ ຫນຶ່ງສໍາລັບການປະເມີນຜົນກະທົບຕໍ່ສິ່ງແວດລ້ອມ ທີ່ແທດເໝາະກັບອຸດສະຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວອື່ນ ເປັນການສົ່ງເສີມມາດຕະຖານຂອງສາກົນ, ເຮັດໃຫ້ການປະຕິບັດຕາມລະບຽບການມີປະສິດທິພາບສູງ ກວ່າເກົ່າ ແລະ ນຳຜົນປະໂຫຍດ ແລະ ສະໜອງສິ່ງກະຕຸກຊຸກຍູ້ໃຫ້ແກ່ການລົງທຶນ ທີ່ປະຕິບັດຕາມ ລະບຽບການ ແລະ ມີການນຳໃຊ້ນະວັດຕະກຳໃໝ່ໆ
- > ກະຊວງໂຍທາທິການ ແລະ ຂົນສົ່ງ ແລະ ບັນດາເທດສະບານ ທີ່ເຮັດວຽກກັບພາກເອກະຊົນ ຕ້ອງສ້າງສະຖານທີ່ຈັດຂີ້ເຫຍື້ອ ແລະ ສູນເກັບຂີ້ເຫຍື້ອເພື່ອເອົາມາຜະລິດໃໝ່ຕາມສະຖານທີ່ຕ່າງໆ ທີ່ສຳຄັນໃນເຂດທີ່ມີການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ເຮັດວຽກກັບເຂດປ່າສະຫງວນ, ເມືອງ, ຊຸມຊົນ ແລະ ພາກທຸລະກິດ ໃນການກຳນົດລະບົບການຖິ້ມຂີ້ເຫຍື້ອ ແລະ ການເກັບຂີ້ເຫຍື້ອ ເພື່ອເອົາມາຜະລິດໃໝ່ຢູ່ຕາມສູນທ່ອງທ່ຽວ.

11 ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ພູມິທັດ ທີ່ຕ້ອງການການອະນຸລັກ (ໜ່ວຍງານທີ່ຮັບ ຜິດຊອບ: ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ ທີ່ເຮັດວຽກຢ່າງໃກ້ຊິດກັບ ກະຊວງ ໂຍທາທິການ ແລະ ຂົນສົ່ງ ແລະ ແຂວງ)

- > ພັດທະນາແຜນແມ່ບົດສໍາລັບການພັດທະນາປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ (2020-2025) ເພື່ອຊີ້ນຳວຽກງານ ການພັດທະນາປ່າສະຫງວນ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ ແລະ ປ່າສະຫງວນ ອື່ນໆ.
- > ສືບຕໍ່ປະເມີນແຕ່ລະເຂດປ່າສະຫງວນເພື່ອກຳນົດສະຖານະພາບ ແລະ ກາລະໂອກາດ ຂອງແຕ່ລະເຂດ ປ່າສະຫງວນ. ເຂດປ່າສະຫງວນ 21 ແຫ່ງທີ່ຍັງເຫຼືອ ຈະໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດຈາກການປະເມີນຄັ້ງນີ້ ເພື່ອສະໜັບສະໜູນ ການກຳນົດເອົາອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ ລວມທັງພູເຂົາປ່າຢູ່ແຂວງຊຽງຂວາງ ແລະ ບໍລິຄຳໄຊ. ສ່ວນຫນຶ່ງຂອງການປະເມີນນີ້ ແມ່ນການພິຈາລະນາ ການສືບຕໍ່ຂັ້ນຕອນການສ້າງມໍລະດົກ ທຳມະຊາດໃນ 5 ປີຕໍ່ໜ້າ ລວມທັງບັນດາສະຖານທີ່ປັນມໍລະດົກຂອງໂລກ ແລະ ຂອງອາຊຽນ ແຕ່ ຕ້ອງພິຈາລະນາວ່າຈະມີຜົນຜະໂຫຍດສູງຫຼາຍປານໃດ. ໃຫ້ສືບຕໍ່ຂັ້ນຕອນການກຳນົດເອົາເຂດປ່າສະຫງວນຫົນໜາມໜໍ່ໃນຖານະເປັນມໍລະດົກທຳມະຊາດຂອງໂລກ ເພື່ອເປັນຕົວແທນຂອງສາຍພູຫົນໜາມໜໍ່ຂອງອິນດູຈີນ. ເຂດປ່າສະຫງວນຍັງປະກອບມີຮ່ອງຮ່ອຍ ຂອງປ່າໄມ້ທີ່ຂຽວສົດງົດງາມຕະຫຼອດການຢູ່ຕາມພູມິທັດຂອງສາພູຫຼວງ (ລວມທັງ ອຸທະຍານແຫ່ງ ຊາດນາກາຍ-ນ້ຳເທີນ, ປ່າປ້ອງກັນຂຸນເຊ-ນ້ອງມາ: ເຂດປ່າສະຫງວນ ລະວິງ-ລະເວີນ ແລະ

ເຊຊັບ) ທີ່ອາດຕ້ອງໄດ້ປະເມີນ ເພື່ອກຳນົດໃຫ້ເປັນສະຖານທີ່ມໍລະດົກໂລກ. ນອກນັ້ນ, ປ່າສະຫງວນພູຫີນປູນ, ລະວີງ-ລະແວນ ແລະ ເຊປຽນ ອາດຕ້ອງມີການປະເມີນ ເພື່ອກຳນົດໃຫ້ເປັນສະຖານທີ່ມໍລະດົກຂອງ ອາຊຽນ.

- > **ສືບຕໍ່ສົມຂະຫຍາຍຄວາມຮູ້, ທັກສະ ແລະ ຄວາມສາມາດຂອງພະແນກຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນຂອງ ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້** ທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ ກົມປ່າໄມ້ ເຊິ່ງມີໜ້າທີ່ ຕິດຕາມກວດກາບັນດາກິດຈະກຳ ພາຍໃນເຂດປ່າສະຫງວນ ລວມທັງ ອຸທະຍານແຫ່ງຊາດໃໝ່ 2 ແຫ່ງ. ອີງຕາມໜ້າທີ່ດັ່ງກ່າວ, ແລະ ໃນສະພາບເງື່ອນໄຂຂອງການປົກປັກຮັກສາສະພາບທາງ ດ້ານນິເວດທັງໝົດຂອງເຂດປ່າສະຫງວນ, ໃຫ້ພະແນກດັ່ງກ່າວເຮັດວຽກກັບເອກະຊົນ ແລະ ໜ່ວຍງານວິຊາການຈາກ ຜູ້ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມພາກສ່ວນ ຕ່າງໆ ເພື່ອກຳນົດການລົງທຶນ ແລະ ກາລະໂອກາດໃນການສຳປະທານຢູ່ພາຍໃນ ແລະ ອ້ອມ ແອ້ມເຂດປ່າສະຫງວນ; ໃຫ້ສືບຕໍ່ສຳເລັດແຜນແມ່ບົດສຳລັບການພັດທະນາປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດສຳ ລັບປີ 2020-2025
- > **ສຳລັບເຂດປ່າສະຫງວນທີ່ມີການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ສ້າງໜ່ວຍງານວິຊາການຂອງຜູ້ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຂະແໜງການ ທ່ອງທ່ຽວ** ເພື່ອຊ່ວຍທົບທວນຄືນ ແລະ ປັບປຸງການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍການນຳໃຊ້ກົນໄກການປົກປັກຮັກສາສາລິກັນ ແລະ ເກັບກຳຄຳເຫັນ. ໜ່ວຍງານວິຊາການດັ່ງກ່າວຈະ ລວມເອົາບັນດາສາມະຄົມຂອງຊຸມຊົນ, ຜູ້ປະກອບການເອກະຊົນ, ອຳນາດການປົກຄອງທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ພາກສ່ວນອື່ນໆ
- > **ສ້າງລະບົບການເກັບຄ່າເຂົ້າ, ຄ່າສຳປະທານ ແລະ ການນຳໃຊ້ລາຍຮັບຢ່າງຖືກຕ້ອງໃຫ້ມີຄວາມໂປ່ງໃສເພື່ອອະນຸລັກ ແລະ ປັບປຸງຊີວິດການເປັນຢູ່ຂອງປະຊາຊົນ ຢູ່ພາຍໃນ ແລະ ອ້ອມແອ້ມເຂດປ່າສະຫງວນ** ກໍຄືກົນໄກການປົກປ້ອງການລົງທຶນ ໂດຍມີການຕົກລົງ ແລະ ຕິດຕາມກວດກາເປັນປະຈຳຈາກ ກຸ່ມຂອງຜູ້ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວ. ຂໍ້ຕົກລົງ ການອະນຸລັກຊຸມຊົນ ລະຫວ່າງ ເຈົ້າໜ້າທີ່ປ່າສະຫງວນ ແລະ ຊຸມຊົນ ຢູ່ພາຍໃນ ຫຼື ອ້ອມແອ້ມປ່າສະຫງວນ ເປັນເຄື່ອງມື ທີ່ມີປະໂຫຍດ ໃນບາງສະຖານະການຂອງ ສປປ ລາວ
- > **ປະສານການສະໜອງທຶນຮອນໃສ່ການພັດທະນາພື້ນຖານໂຄງລ່າງດ້ານການທ່ອງທ່ຽວໄລຍະສຸດທ້າຍ ຢູ່ພາຍໃນ ແລະ ອ້ອມ ແອ້ມປ່າສະຫງວນຕາມພູມິທັດທີ່ເປັນບຸລິມະສິດສຳລັບການອະນຸລັກ ເພື່ອພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ.** ການສະ ໜອງທຶນພາຍໃນຈາກພາກລັດ ມາຈາກ 3 ແຫລ່ງຄື: (1) ຜ່ານກະຊວງໂຍທາທິການ ແລະ ຂົນສົ່ງ ແລະ ພະແນກໂຍທາທິການ ແຂວງ ທີ່ຄຸ້ມຄອງກອງທຶນທາງ ຂອງ ສປປ ລາວ ທີ່ຍັງມີຂໍ້ຈຳກັດ ໂດຍປະຕິບັດລະບົບການບຸລະນະເສັ້ນທາງຂອງແຂວງ (2) ຜ່ານຫ້ອງວ່າການແຂວງທີ່ຄຸ້ມຄອງງົບປະມານຂອງແຂວງ ສຳລັບການພັດທະນາພື້ນຖານໂຄງລ່າງຂະ ໜາດນ້ອຍຂອງ ທ້ອງຖິ່ນ ແລະ (3) ຢູ່ພາຍໃນປ່າສະຫງວນເອງ, ງົບປະມານຂອງປ່າສະຫງວນຕ້ອງ ກຳນົດບຸລິມະສິດໃຫ້ແກ່ການພັດທະນາ ພື້ນຖານໂຄງລ່າງອັນຈຳເປັນ ເຊິ່ງກວມເອົາພື້ນຖານໂຄງລ່າງ ທາງທຳມະຊາດ ແລະ ທີ່ເປັນສິ່ງກໍ່ສ້າງເຊັ່ນ: ເສັ້ນທາງເດີນ, ບ່ອນພັກເຊົາ ແລະ ອື່ນໆ. ອາດຍົກລະ ດັບການສຳປະທານຂອງເອກະຊົນຢູ່ປ່າສະຫງວນ ແລະ ການເປັນຄູ່ຮ່ວມກັບຊຸມຊົນ ເພື່ອຂະຫຍາຍ ການສະໜອງທຶນຂອງລັດໃຫ້ແກ່ການພັດທະນາພື້ນຖານໂຄງລ່າງ. ການສະໜອງທຶນຮອນດັ່ງກ່າວ ຕ້ອງໃຫ້ ສະໜັບສະໜູນການປົກປ້ອງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ໂດຍນຳໃຊ້ການກໍ່ສ້າງທີ່ມີຜົນກະທົບ ຕໍ່າ ແລະ ມີຄວາມຍືນຍົງ ແລະ ມີວິທີບຸລະນະຮັກສາ.

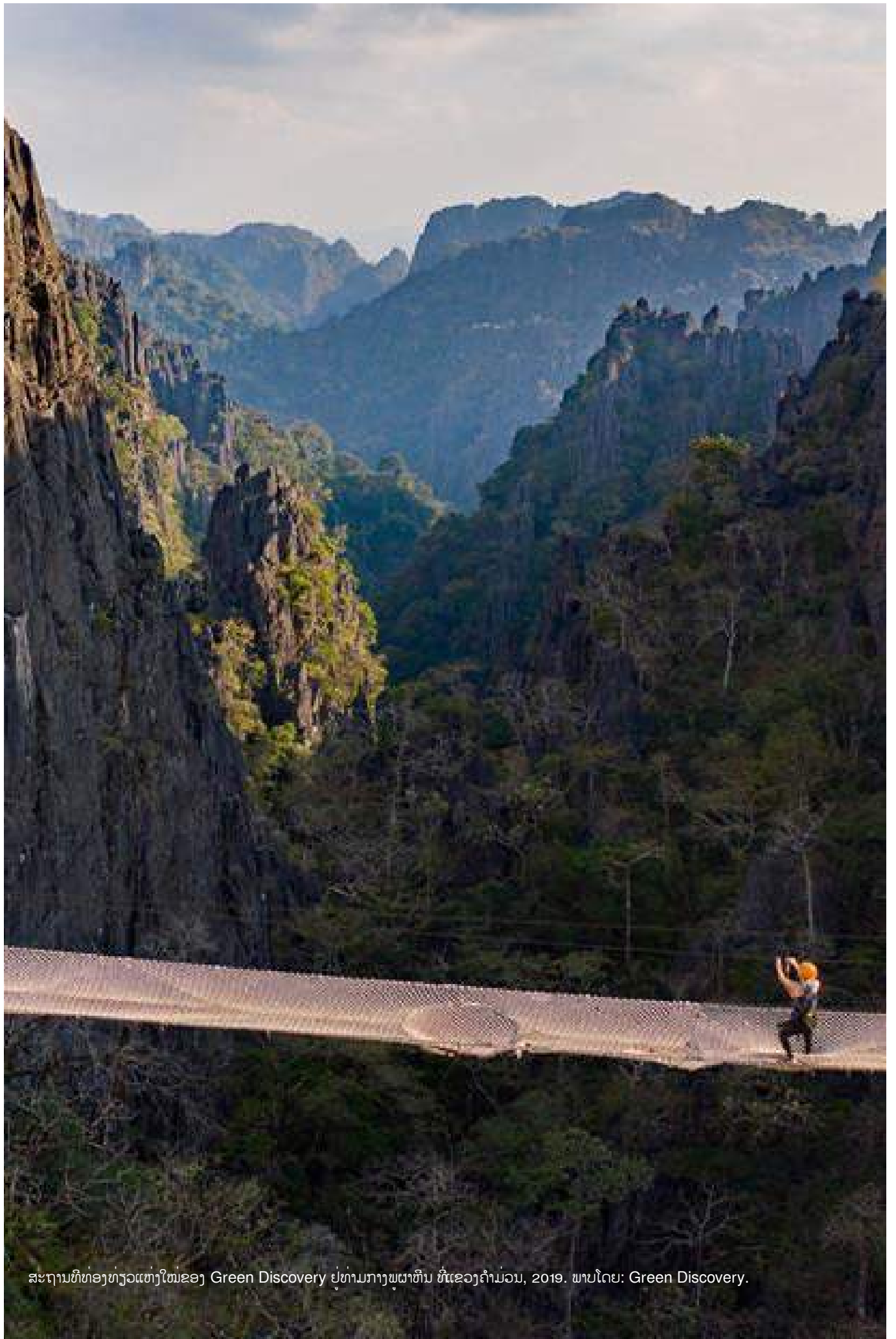
12 ການນຳໃຊ້ນະວັດຕະກຳໃໝ່ໆ ໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ການສະໜັບສະໜູນພາກທຸລະກິດ (ໜ່ວຍງານ ທີ່ຮັບຜິດຊອບ: ບັນດາສາມະຄົມເອກະຊົນ)

- > **ສະໜັບສະໜູນພາກເອກະຊົນໃນການເຂົ້າເຖິງຕະຫຼາດ ແລະ ສົ່ງເສີມເຄື່ອງໝາຍຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຜ່ານ ສະມາຄົມເອກະຊົນ ຫຼື ກຸ່ມສະໜັບສະໜູນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ.** ການຕະຫຼາດ ຕ້ອງຊຸກຍູ້ການລົງທຶນຂອງຕ່າງປະເທດ

ໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຢູ່ ສປປ ລາວ ແລະ ປັບປຸງການພົວພັນລະຫວ່າງທຸລະກິດການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຂອງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ.

- > **ອອກແບບ ແລະ ສະໜອງການສຶກສາຄົ້ນຄວ້ານະວັດຕະກຳໃໝ່ໆ ສຳລັບຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ ທຳມະຊາດ, ການພັດທະນາຕະຫຼາດ ແລະ ກິດຈະການໂຮງແຮມ** ໃຫ້ແກ່ພາກເອກະຊົນ ແລະ ພາກສ່ວນທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວໃນຊຸມຊົນ ເພື່ອກຳນົດທ່າແຮງຂອງຕະຫຼາດ ແລະ ຮັບມືກັບການຕີ ລາຄາຂະໜາດຂອງຕະຫຼາດ ແລະ ຄວາມຫຍຸ້ງຍາກທີ່ພົບເຫັນຕາມລະດູການ ລວມທັງການຝຶກອົບ ຮົມໃຫ້ແກ່ມະກຸເທດຂອງທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ຜູ້ສະໜອງທີ່ພັກເຊົາ.
- > **ສະໜອງທຶນຮອນຜ່ານກົນໄກການບໍລິການປະຕູດຽວອັນໃໝ່ ຫຼື ທີ່ມີຢູ່ແລ້ວ ເພື່ອສະໜອງທຶນຮອນໃຫ້ ແກ່ການສຳປະທານວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວຂອງເອກະຊົນຢູ່ໃນປ່າສະຫງວນ** ໂດຍສຸມໃສ່ການສ້າງ ການສຳປະທານທີ່ມີບົດຮຽນດີ ເຊິ່ງລວມເອົາແຜນງານການສະໜັບສະໜູນການປົກປ້ອງສັດປ່າ.
- > **ຊຸກຍູ້ການຮັບເອົາບົດຮຽນແບບສະໝັກໃຈຂອງພາກເອກະຊົນໃນການຮັບປະກັນຄວາມຍືນຍົງ** ໂດຍການສະໜັບສະໜູນທາງແກ້ຂອງເອກະຊົນ ລວມທັງການອອກໃບຢັ້ງຢືນທີ່ສາກົນຮັບຮູ້ເຊັ່ນ: ອົງການທຣາ ເວີໄລຟ (Travellife) ຫຼື ເອີດເຊັກ (Earthcheck) ຫຼື ສະໜອງການບໍລິການທາງດ້ານເຕັກນິກ ເພື່ອ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ແລະ ຕິດຕາມກວດບັນດາມາດຕະການການຮັບປະກັນຄວາມຍືນຍົງ.

13 ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດາມາດເປັນຕົວຂັບເຂື່ອນໃຫ້ແກ່ການເຕີບໂຕສີຂຽວ ແລະ ການພັດທະນາແບບຍືນຍົງ ຢູ່ ສປປ ລາວ. ຂໍ້ສະດວກຂອງ ສປປ ລາວ ໃນການພັດທະນາຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວຄືມີພູມິທັດທີ່ຕ້ອງການ ການອະນຸລັກ, ມີສັດປ່າ ແລະ ປະຊາຊົນ ທີ່ພົ່ງພາອາໄສທຳມະຊາດ. ໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວ, ສປປ ລາວ ມີຊັບພະ ຍາກອນທີ່ດີ, ນັກທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມຕ້ອງການ, ປະເທດມີຄວາມປອດໄພ, ມີການປະຕິຮູບນະໂຍບາຍໃໝ່ໆ, ນັກລົງທຶນມີຄວາມສົນໃຈ, ແລະ ປະເທດມີຕົວແບບຈຳນວນນ້ອຍໜຶ່ງທີ່ສາມາດພັດທະນາ ແລະ ຍົກລະດັບ. ໃນຂະນະທີ່ ສປປ ລາວ ມີຄວາມຕ້ອງການດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ, ບັນດາຕະຫຼາດຍັງບໍ່ທັນຮັບຮູ້ທ່າແຮງຂອງ ສປປ ລາວ ໃນການສະໜອງທ່າແຮງເຫຼົ່ານັ້ນ. ເຖິງແນວໃດກໍຕາມ, ມັນມີຄວາມຈຳເປັນທີ່ຕ້ອງໄດ້ປັບປຸງສະພາບແວດລ້ອມທີ່ເອື້ອອຳນວຍເພື່ອລົງທຶນໃສ່ທຸລະກິດ ໂດຍສະເພາະທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ພາຍໃນ ແລະ ອ້ອມແອ້ມປ່າສະຫງວນ ແລະ ສະຖານທີ່ທາງທຳມະຊາດອື່ນໆ ໂດຍການເຊື່ອມຊາມຂັ້ນຕອນການອອກໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ລະບຽບການການລົງທຶນໃນປ່າສະຫງວນ ແລະ ການສ້າງຄູ່ຮ່ວມກັບຊຸມຊົນ ທີ່ມີການປະສົມປະສານກັບລະບົບນິເວດທີ່ດີ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງປະສົບການຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຢູ່ພູມິທັດທີ່ຕ້ອງ ການການອະນຸລັກ ແລະ ໃນປ່າສະຫງວນ. ລັດຖະບານສາມາດເຮັດໃຫ້ສິ່ງນີ້ເກີດຂຶ້ນໄດ້ ໂດຍອີງໃສ່ວິທີການປະ ຕິບັດທີ່ຕອບສະໜອງຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ທີ່ຈະຍາດແຍ່ງເອົາ ການລົງທຶນທີ່ມີຄຸນນະພາບໃສ່ໃນທຸລະກິດທີ່ ເໝາະແກ່ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໂດຍການ ຮ່ວມມືກັບຊຸມຊົນທີ່ມີຄວາມສາມາດ ແລະ ວິໄສທັດໃນການນຳເອົາຜົນປະໂຫຍດໄລຍະຍາວ ໂດຍບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງ ຂໍການສະໜັບສະໜູນຈາກໂຄງການຕ່າງໆ ແລະ ລັດຖະບານ. ນັກລົງທຶນກໍຕ້ອງໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນໃຫ້ ມີໂອກາດໃນການລົງທຶນໄລຍະຍາວຢູ່ໃນ ແລະ ອ້ອມແອ້ມປ່າສະຫງວນ ໂດຍປະຕິບັດຕາມລະບຽບການ ແລະ ຂັ້ນຕອນອັນຊັດເຈນກ່ຽວກັບການສຳປະທານ ແລະ ການນຳໃຊ້ທີ່ດິນ, ມີຂີດຄວາມອາດສາມາດທີ່ພຽງພໍໃນ ການຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນ, ມີພື້ນຖານໂຄງລ່າງທີ່ຍືນຍົງ, ແລະ ປະຕິບັດຕາມລະບຽບການວ່າດ້ວຍສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ຄວາມຍືນຍົງຢ່າງເຄັ່ງຄັດ. ການດຳເນີນກິດຈະກຳຕ່າງໆເຫຼົ່ານີ້ທີ່ມີການປະສານງານຢ່າງຄັກແນ່ ສາມາດຊຸກຍູ້ໃຫ້ການພັດທະນາ ແລະ ການເຕີບໂຕການທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມຍືນຍົງອັນຈະເປັນຊຸກຍູ້ການເຕີບໂຕ ສີຂຽວ, ປົກປັກຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມ, ອະນຸລັກຊີວະນາໆພັນ, ນຳເອົາຜົນປະໂຫຍດໃຫ້ແກ່ຊຸມຊົນ, ສ້າງວຽກເຮັດ ງານທຳ, ປັບປຸງຊີວິດການເປັນຢູ່, ສ້າງລາຍຮັບ ແລະ ຫລຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກ.



ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວແຫ່ງໃໝ່ຂອງ Green Discovery ຢູ່ທ່າມກາງພູຜາຫີນ ທີ່ແຂວງຄຳມ່ວນ, 2019. ພາບໂດຍ: Green Discovery.

1 ພາກສະເໜີ: ແຜນງານການໃຫ້ຄໍາປຶກສາດ້ານ ການເຕີບໂຕສີຂຽວ ສໍາລັບ ສປປ ລາວ

1 ສປປ ລາວ ມີກາລະໂອກາດອັນໃຫຍ່ຫຼວງໃນການພັດທະນາຂະແໜງທ່ອງທ່ຽວຂອງຕົນ, ໂດຍສະ ເພາະການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະ ຊາດ (NBT), ເພື່ອໃຫ້ການເຕີບໂຕທາງເສດຖະກິດເປັນສີຂຽວ ແລະ ຍືນຍົງຍິ່ງຂຶ້ນ ແລະ ສ້າງວຽກເຮັດທີ່ດີຈາກທົ່ວທັດ ແລະ ສັດປ່າທີ່ໜ້າດຶງດູດໃຈຂອງຕົນ.¹ ໃນທົ່ວໂລກ, NBT ແມ່ນຂະແໜງ ການຍ່ອຍທີ່ເຕີບໂຕໄວທີ່ສຸດຂອງການທ່ອງທ່ຽວ ຍ້ອນການ ເພີ່ມຂຶ້ນຂອງຄົນຊື່ນກາງໃນເຂດໂຕເມືອງ, ໂດຍສະເພາະຢູ່ທະວີບອາຊີ. ມີກາລະໂອກາດອັນໜຶ່ງສໍາລັບປາຍທາງທີ່ຍິ່ງບໍ່ທັນໄດ້ຮັບ ການພັດທະນາຂຶ້ນ ເຊິ່ງອຸດົມໄປ ດ້ວຍມໍລະດົກທາງທໍາມະຊາດ ແລະ ວັດທະນະທໍາ ທີ່ປະກອບສ່ວນຕໍ່ການພັດທະນາເສດຖະ ກິດ ແລະ ສັງຄົມທີ່ ຍືນຍົງ, ໂດຍສະເພາະໃນເຂດຊົນນະບົດ ແລະ ຈະສົ່ງຜົນປະໂຫຍດສະເພາະໃຫ້ແກ່ແມ່ຍິງ ແລະ ຄົນໜຸ່ມ ເຊິ່ງ ສ່ວນໃຫຍ່ມັກເປັນຜູ້ດ້ອຍໂອກາດດ້ານສັງຄົມ ແລະ ເສດຖະກິດໃນເຂດທຸກຍາກຂາດເຂີນ. ເຖິງແນວໃດກໍ່ຕາມ, ໄດ້ມີຕົວ ຢ່າງຫຼາຍອັນຈາກທົ່ວໂລກ ແລະ ຢູ່ ສປປ ລາວ, ເຊິ່ງຊຸມຊົນທີ່ມີສະຖານທີ່ໜ້າດຶງດູດໜ້ອຍ ແລະ ເຂົ້າ ເຖິງຍາກ ໄດ້ຮັບການສັນ ຍາວ່າຈະມີນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າມາຫຼາຍແລະ ຜົນຂອງມັນກໍ່ແມ່ນມີລາຍຮັບແຕ່ສິ່ງທີ່ສັນຍາໄວ້ບໍ່ປາກົດຜົນເປັນຈິງ. ບົດລາຍງານສະ ບັບນີ້ພະຍາຍາມປະເມີນຄວາມສາມາດບົ່ມຊ້ອນສໍາລັບການທ່ອງ ທ່ຽວທໍາມະຊາດ (NBT), ກໍານົດສິ່ງກົດຂວາງຕໍ່ການພັດທະ ນາ NBT ແບບຍືນຍົງ ແລະ ຫາທາງແກ້ໄຂບັນຫາ ແລະ ການປະຕິບັດງານ ທີ່ປະກອບສ່ວນຕໍ່ເປົ້າໝາຍການເຕີບໂຕສີຂຽວທີ່ ເປັນເປົ້າໝາຍທີ່ສູງ.



ລິງວອກ ເປັນລິງທີ່ພົບເຫັນໄດ້ທົ່ວໄປ ຢູ່ໃນປ່າດົງດິບ ເຂດເນີນພູ ແລະ ພູເຂົາ. ພາບໂດຍ: George Stirrett

1 ຄໍາສັບ 'ພູມິທັດ' ໝາຍເຖິງ ການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ການອະນຸລັກປ່າໄມ້ໃນໄລຍະ 2-3 ທົດສະວັດຜ່ານມາ ແລະ ການວຽກງານຫຼຸດຜ່ອນການປ່ຽນແປງດິນ ພ້ອມກັບ ເມື່ອບໍ່ດົນມານີ້. ກໍານົດພູມິທັດ ໂດຍອີງໃສ່ ພູມິສາດ ເຊິ່ງປະກອບມີ ລັກສະນະທາງຊີວະວິທະຍາ, ວັດທະນະທໍາ ແລະ ສະຖາບັນການຈັດຕັ້ງ. ການກໍານົດພູມິທັດບໍ່ໄດ້ຈໍາກັດ ເນື້ອທີ່; ແຕ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຂະບວນການ ຫຼື ການບໍລິການ ຄຸ້ມຄອງທີ່ດິນ ແລະ ປະເພດການນໍາໃຊ້ທີ່ດິນ ທີ່ມີຄວາມສະຫລັບ ຊັບຊ້ອນ. ຕົວຢ່າງ ຂອງພູມິທັດປ່າໄມ້ ແມ່ນ ປ່າໄມ້ໃນເຂດເນື້ອທີ່ກ້ວາງ ນໍາໃຊ້ເພື່ອ ຫຼາຍຈຸດປະສົງ ປ່າໄມ້ທີ່ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ, ປ່າສະຫງວນ, ສວນຄົວ, ປູກເຂົ້າ, ປູກສ້າງບ້ານຢູ່ອາໄສ, ແລະ ສາຍນໍ້າ. ການນໍາໃຊ້ ແລະ ຜົນປະໂຫຍດຫຼາຍຢ່າງ ທີ່ເກີດຈາກພູມິທັດລວມມີການຜະລິດ, ການອະນຸລັກ, ວັດທະນະ ທໍາ, ຮີດຄອງປະເພນີ, ການພັກຜ່ອນ, ການບໍລິການສິ່ງແວດລ້ອມ, ການຫຼຸດຜ່ອນຄວາມສ່ຽງຈາກໄພນໍ້າຖ້ວມ ແລະ ອື່ນໆ.

1.1 ຊອກຫາຄວາມສາມາດບົ່ມຊ້ອນຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

- 2 ລັດຖະບານລາວ ແລະ ກຸ່ມທະນາຄານໂລກໄດ້ມີການວິເຄາະວິໄຈ ແລະ ໃຫ້ຄຳແນະນຳ ກ່ຽວກັບ NBT (ເບິ່ງຄຳແນະນຳໃນໃບຕົ້ນໃນທີ B1) ເພື່ອຊ່ວຍຫາ ຄຳຕອບຕໍ່ຄຳຖາມຫຼັກທີ່ຜູ້ຕັດສິນບັນຫາ ຂອງ ສປປ ລາວ ປະເຊີນ:
 - > NBT ສາມາດເປັນໂຕຂັບເຄື່ອນການເຕີບໂຕ ສີຂຽວ ແລະ ຮອບດ້ານ ບໍ່?
 - > ມີຄວາມຕ້ອງການພຽງພໍບໍ່ສຳລັບ NBT?
 - > ຖ້າມີ, ລັດຖະບານສາມາດເຮັດສິ່ງໃດແດ່ເພື່ອ ຍາດແຍ່ງຜົນປະໂຫຍດຈາກໂອກາດອັນດີນີ້?
- 3 ການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກທຳມະຊາດ (ເບິ່ງຄຳແນະນຳໃນໃບຕົ້ນໃນທີ B1) ເປັນຄຳສັບ ທີ່ຖືກນຳໃຊ້ຢ່າງເປັນທາງການ ໃນການພັດທະນາການ ທ່ອງທ່ຽວ ຂອງ ສປປ ລາວ ເປັນເວລາດົນພໍສົມ ຄວນແລ້ວແຕ່ ຄຳສັບທີ່ເຂົ້າໃຈກັນໃນທົ່ວໂລກວ່າເປັນ ຮູບແບບຂອງສ່ວນແບ່ງໃນອຸດສາຫະກຳທ່ອງທ່ຽວ ຫຼື ທີ່ເປັນພິເສດສະເພາະ ຂອງການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກ ທຳມະຊາດ ທີ່ ມີບາງຄວາມເຂົ້າໃຈຜິດໃນໂຕຂອງມັນເອງ ແລະ ທີ່ບໍ່ແທດເໝາະກັບການສື່ສານຍຸດທະສາດລະດັບຊາດ, ທີ່ຕ້ອງເປັນແບບກວ້າງ ແລະ ບໍ່ຈຳກັດສະເພາະແມ່ນການ ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ. ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ,² ອີກດ້ານໜຶ່ງ, ແມ່ນຄຳສັບທີ່ກວ້າງ ແລະ ມີຈຸດສຸມສຳຄັນທີ່ຄ້າຍຄືກັນ ກັບການທ່ອງທ່ຽວ ແບບອານຸລັກທຳມະຊາດ ແຕ່ມີເປົ້າໝາຍລວມທີ່ຖືກວ່າ ຂອງການທ່ອງທ່ຽວ ໃນປະເທດກຳລັງພັດທະນາ ຊຶ່ງຕ້ອງສຸມໃສ່ການສ້າງລາຍຮັບ ແລະ ສ້າງວຽກເຮັດໃນຂະແໜງທ່ອງທ່ຽວ (ແບບຍືນຍົງເທົ່າ ທີ່ຈະເປັນໄປໄດ້) ແລະ ຊ່ວຍໃຫ້ບັນລຸຕາມຄວາມຄາດຫວັງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ (ແລະ ເຈົ້າຂອງສະຖານທີ່) ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການ ມີຄວາມຮັບຜິດຊອບດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ສັງຄົມ ທີ່ພື້ມຂຶ້ນ ໄປຄຽງຄູ່ກັບການຍາດໂອກາດທາງການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸ ລັກທຳມະຊາດ ເພື່ອໃຫ້ ການສຶກສາອົບຮົມແກ່ຄົນໃນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວ.

ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 1 ສົມທຽບກັນລະຫວ່າງການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກທຳມະຊາດ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

ການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກທຳມະຊາດ ແມ່ນນິຍາມທີ່ດີ, ເຖິງວ່າ ຄຳສັບນີ້ ບາງຄັ້ງຖືກເຂົ້າໃຈຜິດ ແລະ ຖືກໃຊ້ແບບບໍ່ຖືກ ຕ້ອງກໍ່ມີ. ປະຊາຄົມການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກທຳມະຊາດສາກົນ ນິຍາມ ການທ່ອງທ່ຽວນີ້ວ່າ “ການເດີນທາງທ່ອງທ່ຽວ ໄປຍັງເຂດທຳມະຊາດ ທີ່ເປັນການອານຸລັກສິ່ງແວດລ້ອມ, ຮັກສາຄວາມເປັນຢູ່ທີ່ດີ ຂອງປະຊາຊົນໃນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ມີສ່ວນ ຮ່ວມໃນການຜັນຂະຫຍາຍ ແລະ ການສຶກສາອົບຮົມ” (<http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>). ການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກທຳມະຊາດ ຍາມໃດກໍ່ພົວພັນກັບລາຍຮັບທີ່ຈຳກັດ ຍ້ອນມັນເໝາະການທ່ອງທ່ຽວທີ່ສິ່ງຜົນກະ ທົບຕໍ່າ, ຊຶ່ງອາດໃນຮູບແບບທີ່ບໍ່ຫຼຸດຫລາ, ຜະລິດຕະພັນມູນຄ່າຕໍ່າ ຫຼື ມູນຄ່າສູງ, ບໍລິມາດໜ້ອຍ. ເຖິງແນວໃດກໍ່ຕາມ, ມັນ ໄດ້ເໝາະສະເພາະການທ່ອງທ່ຽວທີ່ສິ່ງຜົນກະທົບຕໍ່າ, ຊຶ່ງສາມາດຄິດຄວາມໝາຍວ່າເປັນການທ່ອງທ່ຽວແບບບໍ່ໂຫຼຫຼາ, ຜະລິດ ຕະພັນມູນຄ່າຕໍ່າ ຫຼື ມູນຄ່າສູງ, ຜະລິດຕະພັນທີ່ຜະລິດອອກມາໜ້ອຍ. ແຕ່ການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກ ສາມາດຖືກອອກ ແບບໃຫ້ເປັນການທ່ອງທ່ຽວແບບຫຼຸຫຼາ, ມູນຄ່າສູງ ດັ່ງທີ່ສະແດງໃຫ້ໃນຫຼາຍພື້ນທີ່ແບບເຮືອນຕູບ ທີ່ຫຼຸຫຼາ ໃນທົ່ວໂລກ.

2 <https://comdev.osu.edu/programs/economic-development/ohio-tourism-toolbox/topics-of-interest/nature---based-tourism>.

ການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ (NBT) ແມ່ນຄວາມໝາຍໃນວົງກວ້າງ ທີ່ລວມເອົາທຸກກິດຈະກຳ ແລະ ຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ຕ້ອງມີ ຫຼື ເຮືອຍອີງທໍາມະຊາດ ລວມທັງ ການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກທໍາມະຊາດ ແລະອື່ນໆ. ບາງຄັ້ງ NBT ຖືກໃຊ້ໄປຄຽງຄູ່ກັນໄປ ກັບການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກທໍາມະຊາດ. ແຕ່, ຜະລິດຕະພັນ NBT ສາມາດລວມມີກິດຈະກຳປະຈຳໄພເຊັ່ນ: ການຢ່າງປ່າ, ພາຍເຮືອ, ປີນພູ ແລະ ຂີ້ລົບຖີບພູເຂົາ ຫຼື ກິດຈະກຳທີ່ປະຈຳໄພເຊັ່ນ ທ່ຽວຊົມທິວທັດ ແລະ ເບິ່ງນົກ ຫຼື ທີ່ພົວພັນກັບມໍລະດົກວັດທະນະທຳ ດ້ານທໍາມະຊາດ ແລະ ຮຽນຮູ້ກ່ຽວກັບທິວທັດຊົນນະບົດ. ທີ່ຕ່າງກັບການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກທໍາມະຊາດ, NBT ຍັງສາມາດລວມມີ ກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວແບບເປັນກຸ່ມໃຫ່ຍ ແລະ ບໍລິການ ແລະ ຜະລິດຕະພັນຕ່າງໆ ທີ່ຈະເປັນຕະຫຼາດທີ່ຂອບເຂດກວ້າງກວ່າການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກທໍາມະຊາດ. NBT ແມ່ນມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຖືກກວ່າ ແລະ ສະນັ້ນ, ແທດເໝາະກວ່າ ກັບຄໍາສັບທີ່ໃຊ້ ໃນຍຸດທະສາດການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດແຫ່ງຊາດ.

4 ສປປ ລາວ ມີທິວທັດທໍາມະຊາດທີ່ໜ້າປະທັບໃຈຫຼາຍ, ຊຶ່ງເປັນສິ່ງສໍາຄັນ ສໍາລັບການທ່ອງທ່ຽວຢ່າງແທ້ຈິງ. ສັດສ່ວນຈໍານວນຫຼາຍ (38,582 km²) ຂອງດິນແດນ ໄດ້ຖືກສ້າງໃຫ້ເປັນເຂດສະຫງວນ/ປົກປ້ອງ ແລ້ວ,³ ແລະ ວ່າງບໍ່ດົນມານີ້ລັດຖະບານໄດ້ປະກາດ ປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດສອງແຫ່ງ ທໍາອິດ (NP), ນາກາຍນ້ຳເທີນ ແລະ ນໍ້າແອດ ພູເລີຍ—ເຂດສະຫງວນທີ່ໃຫຍ່ທີ່ສຸດ (PA) ຢູ່ ອິນໂດຈີນ. ສປປ ລາວ ມີຊີວະນາພັນທີ່ອຸດົມສົມບູນ⁴ ຊຶ່ງຄາດຄະເນວ່າມີດອກໄມ້ແລະພືດພັນປະມານ 10,000 ສາຍພັນ, 166 ສາຍພັນຂອງສັດເລືອຄານ ແລະ ສັດເຄິ່ງນໍ້າເຄິ່ງປົກ, 700–800 ສາຍພັນຂອງນົກ, ຢ່າງໜ້ອຍ 90 ສາຍພັນຂອງເຈຍ, ແລະ 100 ກວ່າສາຍພັນຂອງສັດໃຫ່ຍ. ເຖິງແນວໃດກໍຕາມ, ເພື່ອໃຫ້ມີຄຸນຄ່າຢ່າງຍິນຍົງຕະຫຼອດການທ່ອງທ່ຽວ ຫຼື ການຊົມໃຊ້ອື່ນ, ມໍລະດົກດັ່ງ ກ່າວຕ້ອງການ ການປົກປ້ອງ ແລະ ການຜັນຂະຫຍາຍ, ຊຶ່ງຈະຕ້ອງໄດ້ມີການເຮັດສໍາຫຼວດຜູ້ເຂົ້າມາທ່ອງທ່ຽວຢ່າງມີປະສິດທິຜົນ⁵ ພ້ອມການຕິດຕາມ ແລະ ນະໂຍບາຍຄວາມຍິນຍົງດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ສັງຄົມທີ່ຖືກຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ. ຄວາມຮຸ່ງມີທີ່ສຸດ ແລະ ວັດທະນະທຳທີ່ຫຼາກຫຼາຍທີ່ເປັນມໍລະດົກ (ທັງທີ່ມີໂຕຕົນ ແລະ ບໍ່ມີໂຕຕົນ) ຍົກລະດັບ ແລະ ເປັນສ່ວນທີ່ສໍາຄັນທີ່ສຸດ ຂອງມໍລະດົກທາງທໍາມະຊາດ, ທີ່ເພີ່ມຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສໍາຄັນ ພໍທີ່ຈະສ້າງຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ເປັນປະສິບການແບບໃນຈິນຕະນາການ ທີ່ສາມາດຕິຕະຫຼາດໄດ້ດີ ແລະ ສາມາດແຂ່ງຂັນກັບຜະລິດຕະພັນ NBT ລະດັບໂລກ ແລະ ພາກພື້ນ ຄືໃນບ່ອນອື່ນໆ ຂອງໂລກ.

5 ມີຄວາມສາມາດປົ້ມຊ້ອນໄລຍະຍາວ ສໍາລັບ ສປປ ລາວ ທີ່ຈະສາມາດແຂ່ງຂັນໄດ້ ກັບຊັບຊາຫາຣາ ແລະ ອາຊີໄຕ້ດ້ານການທ່ອງທ່ຽວຊົມສັດປ່າ ອີງໃສ່ບັນດາສັດນັກລ່າຂະໜາດໃຫຍ່ທີ່ໜ້າສົນໃຈ ຖ້າມີຄວາມຄືບໜ້າດ້ານການອານຸລັກ ທີ່ຍິນຍົງ. ຍ້ອນ

3 ຖານຂໍ້ມູນ ທະນາຄານໂລກ ກ່ຽວກັບເຂດປ່າປົກປ້ອງ ທີ່ບໍາລຸງຮັກສາໂດຍ Protected Planet. ຂໍ້ມູນປຽບທຽບກັບ 19 ເປີເຊັນຂອງເຂດປ່າປົກຄຸມທັງໝົດ ຂອງພາກພື້ນອາຊີປາຊີຟິກ ແລະ ປະເທດເພື່ອບ້ານ ຂອງ ລາວ—ກໍາປູເຈຍ (26 ເປີເຊັນ), ໄທ (19 ເປີເຊັນ), ຈີນ (16 ເປີເຊັນ), ຫວຽດນາມ (8 ເປີເຊັນ) ແລະ ມຽນມ້າ (6 ເປີເຊັນ).

4 ສະຫະພັນສາກົນ ເພື່ອການອະນຸລັກທໍາມະຊາດ (IUCN).

5 ໃນຖານະເປັນແບບຢ່າງການປະຕິບັດທີ່ດີອັນໜຶ່ງ ຂອງການຄຸ້ມຄອງ PA, ການສໍາຫຼວດ NBT ຕ້ອງລວມມີການເກັບກຳສະຖິຕິຜູ້ເຂົ້າມາທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ສະໜັກສະເໜີ ແລະ ລະອຽດ (ປະຫ້ວດດ້ານຕະຫຼາດ, ກິດຈະກຳ, ແຮງຈູງໃຈ ແລະ ການໃຊ້ຈ່າຍ).

6 ໂດຍມີລະບົບນິເວດຄ້າຍຄືກັນ ແລະ ມີຄວາມກົດດັນດ້ານປະຊາກອນໜ້ອຍກວ່າ ທຽບກັບອາຊີໄຕ້, ນັກວິທະຍາສາດກ່າວວ່າ ໃນຕົວຈິງແລ້ວ ສປປ ລາວ ສາມາດແຂ່ງຂັນກັບປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວ NBT ບ່ອນອື່ນ ໃນອາຊີໄຕ້ ໃນໄລຍະກາງ ແລະ ຍາວ, ແລະ ຍັງມີຊີວະນາພັນຫຼາຍກວ່າ ບັນດາປະເທດ ໃນອາຊີໄຕ້. ປະເທດທີ່ໃຊ້ສົມທຽບ ລູວັນດາ, ຊຶ່ງສູນເສຍສາຍພັນສັດປ່າຂອງຕົນຈໍານວນຫຼາຍ ໃນໄລຍະການຂ້າລ້າງເຜົາພັນ ແລະ ສົງຄາມກາງເມືອງ, ເປັນກໍລະນີສຶກສາທີ່ດີອັນໜຶ່ງ ຂອງອາຟິກກາ, ຍ້ອນໄດ້ມີການຟື້ນຟູຄືນໃໝ່ ສາຍພັນເດັ່ນໆ ຈາກອາຟິກກາໄຕ້ແລະດຽວນີ້ ໄດ້ມີການພັດທະນາຕົນເອງ ໃຫ້ເປັນປະເທດທີ່ມີການທ່ອງທ່ຽວເບິ່ງສັດປ່າທີ່ມີມູນຄ່າສູງ.

ຄວາມກົດດັນດ້ານການລ່າສັດ ທີ່ມີມາຍາວນານ ແລະ ການຄ້າສັດປ່າ, ພັນສັດ ແລະ ສັດປີກ ຕົ້ນຕໍ ຂອງ ສປປ ລາວ ໄດ້ໝົດໄປ ໃນວ່າງບໍ່ດົນມານີ້. ເຖິງແນວໃດກໍ່ຕາມ, ລາວ ໄດ້ມີສິ່ງທີ່ໜ້າດຶງດູດທາງທຳມະຊາດຫຼາຍອັນ ທີ່ມີຄວາມສາມາດບົ່ມຊ້ອນຫຼາຍ ສຳລັບການເຕີບໂຕຂອງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ວຽກເຮັດ. ບາງທີ ສິ່ງທີ່ໂດດເດັ່ນທີ່ສຸດ ແມ່ນສາຍພູຫຼວງ ແລະ ທິວທັດທີ່ມີ ໂງດຫີນສູງ ຊຶ່ງເປັນເຂດກັ້ນທາງທຳມະຊາດ ລະຫວ່າງ ສປປ ລາວ ແລະ ຫວຽດນາມ ແລະ ຊຶ່ງເປັນໜຶ່ງເຂດທີ່ມີຊື່ວະນາພັນ ທີ່ໂດດເດັ່ນທີ່ສຸດ ຈາກ 32 ແຫ່ງໃນໂລກ, ຊຶ່ງໄດ້ມີການຄົ້ນພົບພັນສັດໃໝ່ຕ່າງໆ ລວມທັງ ໂຕເສົາລາ, ກວງປ່າຂະໜາດໃຫຍ່, ກະຕ່າຍລາຍຕາມສາຍພູຫຼວງ ແລະ ກາຫູ (ໜູພູເຂົາຂະໜາດໃຫຍ່ຂອງລາວ). ນອກຈາກ, ສັດພັນໃໝ່ນີ້ແລ້ວ, ລາວຍັງ ມີສາຍພັນສັດຫຼາຍອັນທີ່ໂດດເດັ່ນ, ເປັນຕົ້ນ ເສືອດາວ ແລະ ເສືອສາຍພັນອິນດູຈີນ,⁷ ຄວາຍປ່າ, ງົວປ່າ, ໝີດຳ, ທະນີ, ແລະ ຊ້າງສາຍພັນອາຊີ, ຊຶ່ງຖ້າແມ່ນໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງ ແລະ ການຜັນຂະຫຍາຍ, ສາມາດກາຍເປັນສິ່ງດຶງດູດທາງ NBT ທີ່ເຂັ້ມແຂງໃນຕໍ່ໜ້າ. ກ່ອນທີ່ຍັງເປັນດິນແດນລ້ານຊ້າງ (ລ້ານຊ້າງ), ວັດທະນະທຳການຄວາມຊຳຂອງ ຂອງສປປ ລາວ ແລະ ປະຊາກອນຊ້າງທີ່ລ້ຽງໄວ້ ໄດ້ສ້າງເປັນສິ່ງດຶງດູດທີ່ບໍ່ຄ່ອຍຍືນຍົງ. ບັນດາວິສາຫະກິດຈຳນວນໜຶ່ງ ໄດ້ຈັດຕັ້ງວິທີການທີ່ຍືນຍົງກວ່າ ເກົ່າ, ໂດຍຜູ້ມາທ່ຽວຊົມ ສາມາດຮຽນຮູ້ກ່ຽວກັບຊ້າງ (ເບິ່ງຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 2), ແລະ ມີການນຳສະເໜີ ການຂໍໃບຢັ້ງຢືນຈາກ ສາກົນແບບໃໝ່ໃນ ສປປ ລາວ ວ່າງບໍ່ດົນນີ້ (ມາດຕະຖານ ແລະ ຫຼັກປະຕິບັດໃນການປະເມີນຜົນແຄ້ມສະຫວັດດີການຂອງ ຊ້າງ ໂດຍອົງການ Travelife). ບັນດາແຫຼ່ງຖ້ຳຂອງປະເທດແມ່ນຕິດລະດັບໂລກ, ໂດຍຖ້ຳມີຍູ ເຊບັ້ງໄຟ—ຕັ້ງຢູ່ໃນແນວເຂດ ປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ຫີນນ້ຳຫໍ້, ຊຶ່ງໄດ້ຮັບການຂຶ້ນເປັນເຂດມໍລະດົກໂລກທາງທຳມະຊາດທຳອິດຂອງປະເທດ ຈາກອົງການ ສະຫະປະຊາຊາດວ່າດ້ວຍການສຶກສາ, ວິທະຍາສາດ, ແລະ ວັດທະນະທຳ (UNESCO)— ແລະ ຖ້ຳກອງລໍ ຮູ້ຈັກໃນສາກົນວ່າ ມີສາຍນ້ຳຍາວໄຫຼຜ່ານຖ້ຳຢ່າງໜ້າປະທັບໃຈ; ມີອານາເຂດກວ້າງ; ແລະ ຮູບຊົງອັນໜ້າຕື່ນຕົ້ນ ; ແລະ ມີສາຍພັນປາ, ສັດເລືອ ຄານ, ແລະ ສັດເຄິ່ງນ້ຳເຄິ່ງບົກທີ່ຫາຍາກ. ສປປ ລາວແມ່ນມີຄວາມໂຊກດີ ເພາະມີນ້ຳຕົກຕາດບາງແຫ່ງທີ່ໜ້າປະທັບໃຈທີ່ສຸດ ຂອງໂລກ, ຊຶ່ງລວມມີນ້ຳຕົກຕາດກວາງຊີທີ່ໂດ່ງດັງຢູ່ ຫຼວງພະບາງ ແລະ ນ້ຳຕົກຕາດຄອນພະເພັງຢູ່ພາກໃຕ້, ເປັນນ້ຳຕົກຕາດ ຂະໜາດໃຫຍ່ທີ່ສຸດໃນພາກພື້ນວັດຈາກປະລິມານນ້ຳ. ສປປ ລາວມີເຂດດິນແດນນ້ຳ RAMSAR ສອງແຫ່ງເຊັ່ນ: ເຊຈຳພອນ ຊຶ່ງແມ່ນຖິ່ນອາໄສຂອງຈຳນວນແຂ້ສາຍພັນສະຫຍາມທີ່ຍັງສາມາດສືບພັນໄດ້ໃນປະເທດ, ແລະ ບຶງຂຽດໂງ່ງຢູ່ ເຂດປ່າສະ ຫງວນແຫ່ງຊາດເຊປຽນ, ສຳຄັນຕໍ່ການດຳລົງຊີວິດຂອງນົກ. ທິວທັດທຳມະຊາດທີ່ເປັນພູເຂົາຂອງສປປ ລາວ ເປັນສະຫວັນເທິງ ດິນສຳລັບນັກຍ່າງປ່າ, ແລະ ໃນວ່າງຫຼາຍຜ່ານມາ, ຮູບຊົງໂງ່ນຫີນຕາມພູເຂົາ ໄດ້ເປັນທີ່ນິຍົມສຳລັບນັກປີນພູ. ການໄຕ່ເຊືອກ ດ້ວຍສາຍສະລິງ ໄດ້ກາຍເປັນໜຶ່ງໃນກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຕົ້ນຕໍຂອງປະເທດຢ່າງວ່ອງໄວ, ໂດຍມີການເປີດການ ທ່ອງທ່ຽວປະສົບການແບບທະນີ (the Gibbon Experience) ເຂດທຳອິດຂອງປະເທດທີ່ມີຊື່ສຽງໃນສາກົນ (ເບິ່ງຫ້ອງເນື້ອ ໃນທີ 3). ລຳນ້ຳໃນສປປ ລາວ ແມ່ໄຫຼເຊື່ອມຫາກັນ ແລະ ໄດ້ເປັນທີ່ນິຍົມມາດິນນານສຳລັບການພາຍເຮືອຄາຢັກ, ການລ່ອງແພ, ການຂີ່ກິງເບັງ ແລະ ການເດີນທາງໂດຍເຮືອ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ, ກິດຈະກຳອັນໂດ່ງດັງນີ້ ກຳລັງຕົກຢູ່ພາຍໃຕ້ໄພຂົ່ມຂູ່ ຈາກການຂະ ຫຍາຍເພີ່ມຂຶ້ນຂອງໂຄງການເຂື່ອນໄຟຟ້າທີ່ເຮັດໃຫ້ຫຼາຍໆແມ່ນ້ຳຖືກປິດກັ້ນ ວ່າງບໍ່ດົນນີ້. ປະຊາກອນຈຳນວນໜ້ອຍ, ທິວທັດ ທຳມະຊາດອັນງົດງາມ, ແລະ ຕາໜ່າງຖະໜົນເຊື່ອມຈອດກັນໃນເຂດພູມປະເທດແຕ່ເໜືອເຖິງໃຕ້ຂອງປະເທດເປັນເສັ້ນທາງອັນ ດີເລີດ, ແລະ ການສັນຈອນລົດທີ່ບໍ່ແອອັດເໝາະສຳລັບຮູບແບບຕ່າງໆການຂີ່ລົດຖີບ ແລະ ການຂັບລົດຈັກ, ສ້າງໃຫ້ມີຈຸດແຕກ ຕ່າງຈາກປະເທດເພື່ອນບ້ານທີ່ມີປະຊາກອນ ແລະ ພາຫະນະທີ່ໜ້າແໜ້ນ. ເກືອບສິ່ງດຶງດູດທາງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທັງ ໝົດໃນ ສປປ ລາວ ຍັງມີອົງປະກອບທາງວັດທະນະທຳ ແລະ/ຫຼື ປະຫວັດສາດຕໍ່ການດຶງດູດເຊັ່ນ: ໝູ່ບ້ານຊົນເຜົ່າຕາມເສັ້ນ ທາງຍ່າງໃນປ່າ ຢູ່ໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດນ້ຳຫາ ຫຼື ແຂວງຜຶ້ງສາລີ ໃນພາກເໜືອ, ເປັນການເພີ່ມລັກສະນະພິເສດ ແລະ ເອກະລັກສະເພາະຂອງທິວທັດທຳມະຊາດໃນລາວ ແລະ ເປັນການສ້າງແລວເຊື່ອມຈອດທາງທຳມະຊາດສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວ

7 ເຖິງຈະມີຫຼັກຖານວ່າຍັງມີເສືອເຫຼັກນ້ອຍເທົ່ານັ້ນ ທີ່ຍັງເຫຼືອ ຢູ່ ສປປ ລາວ, ຊຶ່ງເກີດຈາກການສູນເສຍທີ່ພັກອາໄສທາງທຳມະຊາດ ແລະ ການຫຼັກລອບລ້າສັດ ຂອງຄົນຈີນ, ສັດຫຼາຍສາຍພັນທີ່ກຸ່ມພັນກໍ່ໄດ້ມີການພື້ນຟູຄືນ ໃນບ່ອນອື່ນ ທີ່ມີການບັງຄັບກົດໝາຍຄັດເຄິ່ງ ດ້ານການຄ້າຜິດກົດໝາຍ ແລະ ການລັກລອບ ລ້າສັດ ແລະ ການປ່ອຍໃຫ້ເຂົ້າມາຢ່າງລະມັດລະວັງ ຂອງປະເທດເພື່ອນບ້ານ.

ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 2 ສຸນອະນຸລັກຊ້າງ (ECC), ແຂວງໄຊຍະບູລີ

ສຸນຄົ້ນຄວ້າວິທະຍາສາດ ແລະພື້ນຟູແຫ່ງນີ້ ຕິງດູດນັກທ່ອງທ່ຽວ ປະມານ 3,000 ຄົນຕໍ່ປະ ທິມາພັກໜຶ່ງຄືນ ແລະ ຮຽນຮູ້ ກ່ຽວກັບການຟື້ນຟູຊ້າງອາຊີ ທີ່ຖືກກັກຄັງໄວ້. ໃນປີ 2018, ປີທີ່ຈໍານວນນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຂົ້າມາລາວຫຼຸດລົງ, ການເຂົ້າມາ ຢ້ຽມຊົມສຸນ ECC ພັດ ເພື່ອຂຶ້ນ, ຊຶ່ງສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງຄວາມສົນໃນໃນການຕີຄວາມໝາຍທາງວິທະຍາສາດ ຂອງສາຍພັນ ສັດທີ່ເປັນອະນຸລັກນີ້. ທີ່ຕ່າງກັນແບບກົງກັນຂ້າມກັບສຸນຊ້າງບ່ອນອື່ນ, ບໍ່ໄດ້ມີການໃຫ້ຂໍ້ຊ້າງ, ບ້ອນອາຫານຊ້າງ ຫຼື ອາບນໍ້າໃຫ້ ຊ້າງ ຢູ່ສຸນ ECC.

ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 3 ປະສົບການແບບສະຊີ, ແຂວງ ບໍ່ແກ້ວ

ປະສົບການແບບທະຊີ ແມ່ນປະສົບການໄດ້ເຊື່ອກ່າວໂດຍສາຍສະລິງ ແລະ ໂຫນຕົ້ນໄມ້ຍອດນິຍົມທີ່ສຸດ ແລະ ເປັນແຫ່ງທໍາອິດ ໃນປະເທດຂອງສປປ ລາວ. ໂຄງການດັ່ງກ່າວໄດ້ປະຕິຮູບການທ່ອງທ່ຽວໃນປະເທດ ແລະ ໃນພາກພື້ນດ້ວຍທີ່ພັກເຕັມດ້ວຍ ຄວາມຕື່ນເຕັ້ນໃຈໃນຍອດສູງຂອງກົກໄມ້ໃນເຂດປ່າສະຫງວນນໍ້າຄານ, ຊຶ່ງຖືກຍົກລະດັບຈາກປ່າສະຫງວນແຂວງ ເນື່ອງ ຈາກຄວາມສໍາເລັດຂອງໂຄງການດັ່ງກ່າວ. ການຈັດທົວແມ່ນດໍາເນີນການໂດຍພະນັກງານທ້ອງຖິ່ນຈາກບ້ານອ້ອມຂ້າງ, ແລະ ທົນໄດ້ມາຈາກການຈັດທົວແມ່ນໃຊ້ເພື່ອຊ່ວຍສະໜັບສະໜູນນັກສໍາຫຼວດ-ຄຸ້ມຄອງປ່າ 25 ຄົນເພື່ອປົກປ້ອງເຂດປ່າສະ ຫງວນ. ໃນທີ່ສຸດ, ປະສົບການແບບສະຊີ ສາມາດປົກປ້ອງປະຊາກອນສຸດທ້າຍຂອງສະຊີລາຍດໍາໃນ ສປປ ລາວ, ເປັນສາຍ ພັນທີ່ໃກ້ສູນພັນຢ່າງໜ້າເປັນຫ່ວງ.

ເພື່ອສະໜັບສະໜູນຊຸມຊົນ, ການຫຼຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກ, ແລະ ການຍົກລະດັບຊີວິດເປັນຢູ່ ພ້ອມທັງ ການປົກປັກຮັກສາ ທົວທັດທໍາມະຊາດ ແລະ ສັດປ່າ.

6 ຜົນປະໂຫຍດຂອງຊຸມຊົນບໍ່ແມ່ນຕົວກະຕຸ້ນຕົ້ນຕໍສໍາລັບຜູ້ມາທ່ຽວສ່ວນໃຫຍ່. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ເມື່ອມີຫຼາຍໆຊຸມຊົນເຂົ້າຮ່ວມ ໃນການສ້າງ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວເພີ່ມຂຶ້ນ, ຈະເຮັດໃຫ້ປາຍທາງທ່ອງທ່ຽວມີຈຸດພິເສດ ແລະ ຍືນຍົງ ຫຼາຍຂຶ້ນ. ຄວາມພິເສດ ແລະ ຄວາມຍືນຍົງສິ່ງຜົນໃຫ້ສາມາດຕິຕະຫຼາດສໍາລັບການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ. ຜະລິດຕະພັນການ ທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ສາມາດສ້າງຈາກການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ, ແລະ ການຮ່ວມມືຄືດັ່ງກ່າວສ່ວນໃຫຍ່ ແມ່ນຈໍາເປັນຕໍ່ຂອດການສ້າງຄວາມອາດສາມາດໃນການຄຸ້ມຄອງທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ຊ່ອງທາງການຕະຫຼາດ. ຜະລິດຕະພັນທີ່ພັດທະ ນາໂດຍປາສະຈາກການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງຊຸມຊົນ ແມ່ນມີທ່າອ່ຽງບໍ່ສໍາເລັດຜົນ ແລະ ຈະບົດກັ້ນ ແລະ ແບ່ງແຍກຄວາມເປັນ ຊຸມຊົນຢ່າງແທ້ຈິງ ທີ່ຫານທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດແນໃສ່ສະໜັບສະໜູນ.

7 ການທ່ອງທ່ຽວແບບຊົນນະບົດ ເວົ້າລວມ, ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ເວົ້າສະເພາະ ສາມາດເປັນອົງປະກອບທີ່ສໍາຄັນຂອງ ເສດຖະກິດທີ່ກ້າວເປັນສີຂຽວໃນສປປ ລາວໄດ້ນັ້ນ, ກໍຕໍ່ເມື່ອມີການປະສານຮ່ວມມືທີ່ເຂັ້ມແຂງລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ ແລະ ມີຈຸດສຸມໃນການມີສ່ວນຮ່ວມ ແລະ ຜົນປະໂຫຍດຂອງຊຸມຊົນ. ການຂາດການປະສານຮ່ວມມື ແລະ ການຂາດການນໍາພາ ເພື່ອສົ່ງເສີມຮູບແບບການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຍືນຍົງ ສາມາດເປັນສິ່ງກົດຂວາງທີ່ໃຫຍ່ຫຼວງຕໍ່ການພັດທະນາ. ຄຽງຄູ່ກັບຄວາມສົນໃຈ ທີ່ພາກເອກະຊົນມີຫຼາຍຂຶ້ນໃນການທ່ອງທ່ຽວ, ນັກລົງທຶນຈະບໍ່ມີຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ ເພື່ອລົງທຶນໃນຂະແໜງການດັ່ງກ່າວໂດຍປາ ສະຈາກຄວາມຕັ້ງໃຈທີ່ຈະແຈ້ງ ຈາກລັດຖະບານ ຫຼື ບໍ່ດັ່ງນັ້ນກໍແມ່ນສະພາບແວດລ້ອມໃນການດໍາເນີນທຸລະກິດທີ່ຊັບຊ້ອນ ແລະ ຝືດເຄືອງ.

1.2 ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ: ບຸລິມະສິດລະດັບຊາດ ເພື່ອການເຕີບໂຕທີ່ເປັນສີຂຽວ ແລະ ແຜນພັດທະນາຂອງສປປ ລາວ

8 ໃນປີ 2019, ລັດຖະບານລາວ ໄດ້ຮັບຮອງຍຸດທະສາດການເຕີບໂຕທີ່ເປັນສີຂຽວແຫ່ງຊາດ (NGGS) ສຳລັບປີ 2030, ຄຽງຄູ່ກັບແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມແຫ່ງຊາດສະບັບທີແປດ (NSEDP) 2016–2020, ຊຶ່ງກຳນົດການທ່ອງທ່ຽວເປັນຂະແໜງບຸລິມະສິດ ເພື່ອພັດທະນາການເຕີບໂຕທາງເສດຖະກິດທີ່ເປັນສີຂຽວ ແລະ ເຂັ້ມແຂງຍິ່ງຂຶ້ນ, ໂດຍສະເພາະແມ່ຍິງ ແລະ ຄົນໜຸ່ມໃນເຂດຊົນນະບົດ. ມີການຄາດຄະເນໄວ້ວ່າ ແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມແຫ່ງຊາດສະບັບທີເກົ່າ (ninth NSEDP) ຈະຍັງໃຫ້ບຸລິມະສິດແກ່ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ. ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດແມ່ນກາລະໂອກາດເພື່ອສ້າງເມັດເງິນຈາກມໍລະດົກ ແລະ ຊັບສົມບັດທຳມະຊາດຂອງປະເທດຢ່າງມີໝາກມີຜົນ ແລະ ຍືນຍົງດ້ວຍວິທີການສ້າງຜົນປະໂຫຍດທາງເສດຖະກິດ ໃນຂະນະດຳເນີນການປົກປັກຮັກສາໄປພ້ອມໆກັນ. ໜຶ່ງໃນສິ່ງທ້າທາຍສຳລັບປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ເກີດໃໝ່ແມ່ນວ່າ ຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມອາດຕິລາຄາຕໍ່າ (ຫຼື ເບິ່ງຂ້າມ) ກ່ຽວກັບຄວາມສຳຄັນ ທີ່ມໍລະດົກທຳມະຊາດຂອງຕົນມີຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ທ່າແຮງບໍ່ມີຊ້ອນທີ່ການທ່ອງທ່ຽວ ສາມາດຂັບເຄື່ອນການເຕີບໂຕທາງສັງຄົມ ແລະ ເສດຖະກິດອັນຍືນຍົງຈາກການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ. ສປປ ລາວ ມີທ່າແຮງບໍ່ມີຊ້ອນ ເພື່ອຫັນປ່ຽນຂະແໜງທ່ອງທ່ຽວທີ່ອີງໃສ່ມໍລະດົກທຳມະຊາດອັນມະຫາສານ ແລະ ບົດຮຽນຈາກປະເທດເພື່ອນບ້ານ ແລະ ປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃນແຫ່ງອື່ນໆຂອງໂລກ.

1.3 ວິທີການຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ການຈັດຕັ້ງບົດປະເມີນຜົນສະບັບນີ້

9 ບົດລາຍງານສະບັບນີ້ສັງລວມຜົນການສຶກສາຈາກຫຼາຍໆບົດລາຍງານຄວາມເປັນມາທາງວິຊາການ⁸ ແລະ ມີການປຶກສາຫາລືຮ່ວມຜູ້ປະຕິບັດຕົວຈິງໃນການໃຫ້ຂໍ້ມູນ ແລະ ຄຳແນະນຳ ຊຶ່ງຊ່ວຍຕອບຄຳຖາມທີ່ໄດ້ຖາມກ່ອນໜ້າ. ບົດລາຍງານດັ່ງກ່າວແມ່ນຖືກຈັດແບ່ງເປັນແປດບົດ ແລະ ມີເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ:

- > ບົດທີ 1 ສະເໜີພາບລວມຂອງພາກສະເໜີ ແລະ ສັງລວມຂອບເຂດຂອງບົດລາຍງານ.
- > ບົດທີ 2 ວິເຄາະວິໃຈ ສະພາບປະຈຸບັນຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ໃນສປປ ລາວພາຍໃນກອບສາກົນ.
- > ບົດທີ 3 ປະເມີນຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ, ໂດຍສະເພາະຕະຫຼາດໃນພາກພື້ນ, ແລະ ນຳສະເໜີກາລະໂອກາດ.
- > ບົດທີ 4 ປະເມີນສິ່ງກົດຂວາງຕໍ່ການລົງທຶນ ແລະ ການພັດທະນາທຸລະກິດສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ.
- > ບົດທີ 5 ສັງລວມການຄົ້ນຄວ້າກ່ຽວກັບຜົນກະທົບທາງເສດຖະກິດຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ຕິດພັນກັບ ປ່າສະຫງວນ ໃນ ສປປ ລາວ, ຊຶ່ງລວມມີຜົນກະທົບລະດັບຊຸມຊົນ.
- > ບົດທີ 6 ນຳສະເໜີສາມສະຖານະການສຳລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃນ ສປປ ລາວ.

8 ມີບົດລາຍງານຂໍ້ມູນພື້ນຖານສຳລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ແບບອະນຸລັກທຳມະຊາດໃນສປປ ລາວ, (ຂ) ການວິເຄາະສິ່ງກົດຂວາງຂອງການລົງທຶນຈາກພາກເອກະຊົນໃນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃນສປປ ລາວ, (ຄ) ການນຳໃຊ້ບັນຊີການລົງທຶນສັງຄົມ ເພື່ອປະເມີນຄວາມອາດສາມາດໃນການພັດທະນາ ແລະ ການຫຼຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃນສປປ ລາວ (iv) ໃບບັນທຶກນະໂຍບາຍວ່າດ້ວຍການຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃນສປປ ລາວ.

- > ບົດທີ 7 ປະກອບຄໍາແນະນໍາດ້ານບຸລິມະສິດລະດັບສູງສໍາລັບການປະຕິບັດ.
- > ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍໃຫ້ລາຍລະອຽດກ່ຽວກັບການປະຕິບັດ, ການສຶກສາຕະຫຼາດ, ແລະ ການປະເມີນກຸ່ມທົວທັດທໍາມະຊາດສະເພາະສໍາລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ.

10 ວິທີນໍາໃຊ້ສໍາລັບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດການປະເມີນຜົນ ປະກອບດ້ວຍການປະສົມປະສານຂອງການສໍາຫຼວດພາກສະໜາມ, ການພັດທະນາແບບເກັບກໍາຂໍ້ມູນສັງຄົມ (SAM), ການທົບທວນເອກະສານ ຊຶ່ງລວມມີປະສົບການໂດຍກົງ ກັບການດໍາເນີນການລົງທຶນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ແລະ ການປຶກສາຫາລືນໍາຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມຈາກຫຼາຍພາກສ່ວນ ຊຶ່ງປະກອບມີພະນັກງານລັດ, ນັກທ່ອງທ່ຽວ, ຜູ້ປະກອບທຸລະກິດ, ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ບໍ່ຂຶ້ນກັບລັດຖະບານ (NGOs). ການປະເມີນຜົນ ມີຈຸດສຸມເບື້ອງຕົ້ນໃສ່ຕະຫຼາດທີ່ໃຊ້ເວລາບິນຫຼຸດ 4 ຊົ່ວໂມງຈາກສປປ ລາວ, ເພື່ອສະໜັບສະໜູນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວໃນພາກພື້ນທີ່ສາມາດຫຼຸດຄ່າມາດຕະຖານພື້ນຖານການປ່ອຍສານກາກບ່ອນໃນໂລກ (global carbon footprint) ແລະ ສົ່ງເສີມການຮ່ວມມືໃນພາກພື້ນ. ເພື່ອດໍາເນີນຕາມການເຕີບໂຕທີ່ເປັນສີຂຽວທັງໃນພາກພື້ນ ແລະ ໃນໂລກ, ສໍາຄັນແມ່ນຕ້ອງນໍາໃຊ້ມາດຕະການ ເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນຄ່າມາດຕະຖານພື້ນຖານການປ່ອຍສານກາກບ່ອນໂດຍລວມຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວ, ຊຶ່ງແມ່ນເຫດຜົນໜຶ່ງທີ່ການສຶກສາໄດ້ອອກແບບມາ ເພື່ອສຸມໃສ່ຕະຫຼາດໃນພາກພື້ນ. ລັດຖະບານລາວ ແລະ ຜູ້ໃຫ້ທຶນອື່ນໆ ຍັງໄດ້ນໍາໃຊ້ມາດຕະການ ເພື່ອເຊື່ອມສານເສດຖະກິດຂອງລາວ ເຂົ້າໃນສະມາຄົມປະຊາຊາດອາຊີຕາເວັນອອກສ່ຽງໃຕ້ (ASEAN), ຊຶ່ງເປັນອີກໜຶ່ງເຫດຜົນ ສໍາລັບການສຸມໃສ່ຕະຫຼາດໃນພາກພື້ນ. ວ່າງບໍດົນນີ້, ລັດຖະບານ ໄດ້ສຸມໃສ່ການເຮັດວຽກຮ່ວມກັນ ນໍາປະເທດເພື່ອນບ້ານ ເພື່ອສ້າງການຮ່ວມມືໃນພາກພື້ນຜ່ານການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ຊຶ່ງບໍ່ພຽງຊ່ວຍສົ່ງເສີມຄວາມສະຫງົບ, ຄວາມວັດທະນາຖາວອນ ແລະ ການພັດທະນາເສດຖະກິດໃຫ້ເຂັ້ມແຂງຍັງຂຶ້ນໃນພາກພື້ນແລ້ວ ຍັງສາມາດສ້າງຜົນໄດ້ຮັບທີ່ສ້າງສັນສໍາລັບການປົກປ້ອງຊີວະນາໆພັນ ແລະ ຊີວະພາບທີ່ຂະຫຍາຍອານາເຂດກວມເອົາຫຼາຍກວ່າໜຶ່ງປະເທດ. ຕົວຢ່າງຂອງການຮ່ວມມືດ້ານການທ່ອງທ່ຽວໃນພາກພື້ນກັບ ສປປ ລາວ ມີເຂດສາມຫຼ່ຽມທອງຄໍາ (ສປປ ລາວ, ໄທ, ມຽນມາ); ເຂດສີ່ແຂວ້ນວັດທະນະທໍາລ້ານຊ້າງ-ເລີຍ (ແຂວງ ຫຼວງພະບາງ, ໄຊຍະບູລີ, ຈັງຫວັດເລີຍ, ແລະ ນານ); ເຂດສາມຫຼ່ຽມເຂົາມໍລະກົດ (ສປປ ລາວ, ກໍາປູເຈຍ, ໄທ); ແລະ ຊ່ອງແຄບເໜືອ-ໃຕ້ ແລະ ຕາເວັນອອກ-ຕາເວັນຕົກທີ່ເຊື່ອງໂຍງສປປ ລາວ ກັບໄທ-ຈີນ/ຫວຽດນາມ. ບາງຕົວຢ່າງຂອງເຂດຕ່າງໆທີ່ມີທໍາແຮງບົ່ມຊ້ອນສໍາລັບການປົກປ້ອງຊີວະນາໆພັນຂ້າມຊາຍແດນ ແລະ ການສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດປະກອບດ້ວຍເຂດສາຍພູຫຼວງ ແລະ ເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດຟອງຍາ-ເກີບ່າງ ແລະ ເຂດອະນຸລັກຮັກສາຊີວະພາບແຫ່ງຊາດຫີນນໍ້າໄນ (ສປປ ລາວ ແລະ ຫວຽດນາມ); ປາໂລມານໍ້າຈິດເອຣາວະດີ ແລະ ແຫຼ່ງຄົ້ນພົບເສັ້ນທາງນໍ້າຂອງ (ສປປ ລາວ ແລະ ກໍາປູເຈຍ); ແລະ ຊ້າງສາຍພັນອາຊີໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດນໍ້າຫາໃນສປປ ລາວ ແລະ ອຸທະຍານທໍາມະຊາດແຫ່ງຊາດສິບສອງພັນນາ.⁹

11 ຢ່າງໃດກໍດີ, ເຖິງແມ່ນມີຄວາມຮຽກຮ້ອງໃຫ້ສຸມໃສ່ຕະຫຼາດຫຼັກແຫຼ່ງທີ່ຢູ່ໃກ້ກວ່າ ແທນການດຶງນັກເດີນທາງທີ່ມາຈາກທາງໄກ ເພື່ອເຫດຜົນເຫຼົ່ານີ້ຕໍາມາ, ສາມາດເວົ້າໄດ້ວ່າ ວົງລັດສະໝີນີ້ ແມ່ນຈໍາກັດຫຼາຍໂພດສໍາລັບໂອກາດໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວຂອງສປປ ລາວ, ຢ່າງໜ້ອຍໃນໄລຍະສັ້ນ ແລະ ໄລຍະກາງ, ດ້ວຍສອງເຫດຜົນດັ່ງນີ້:

- a. ມີຖ້ຽວບິນໂດຍກົງໜ້ອຍ ຫາສາມສະໜາມບິນສາກົນຂອງສປປ ລາວທີ່ດໍາເນີນຢູ່ ແລະ ປົກກະຕິໃຊ້ເວລາບິນຈາກພາກພື້ນ ຫາ ສປປ ລາວ ແມ່ນດົນກວ່າສີ່ຊົ່ວໂມງ ຍ້ອນຄວາມຈໍາເປັນຕ້ອງຕໍ່ເຮືອບິນ ຢູ່ບາງກອກ ຫຼື ຮໍາໂນ້ຍ. ນີ້ໝາຍຄວາມວ່າ ຫຼາຍໆຕະຫຼາດທີ່ມີທໍາແຮງບົ່ມຊ້ອນອາດຖືກແຍກອອກ.

9 http://www.xinhuanet.com/english/2017-11/14/c_136752177.htm.

b. ມີບາງຕະຫຼາດສຳຄັນທີ່ພວມເກີດໃໝ່ພ້ອມຖ້ຽວບິນໂດຍກົງທີ່ພວມດຳເນີນໃນປະຈຸບັນ ຫຼື ຢູ່ໃນແຜນການທີ່ຍຸ່ນອກວົງລັດສະໝີໃຊ້ເວລາບິນເກີນ 4 ຊົ່ວໂມງ. ຕະຫຼາດເຫຼົ່ານີ້ ມີຕະຫຼາດຂະໜາດໃຫຍ່ຈາກຍີ່ປຸ່ນ ແລະ ເກົາຫຼີໃຕ້ (ມີສາມຖ້ຽວບິນໂດຍກົງຕໍ່ວັນ) ແລະ ຍັງມີຕະຫຼາດຕົວເມືອງຂອງເຂດປົກຄອງພິເສດຮົງກົງ, ຈີນ ແລະ ສິງກະໂປ.¹⁰

12 ການປຶກສາຫາລືກັບຜູ້ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງລະບຸວ່າ ຕະຫຼາດອາຊີເຫຼົ່ານີ້ຄວນຖືກລວມເຂົ້າໃນການປະເມີນຜົນເຊັ່ນກັນ, ຊຶ່ງຖືກປັບໃຫ້ເປັນຜູ້ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ. ເພາະສະນັ້ນ, ການສຶກສານີ້ ສຸມໃສ່ທັງຕະຫຼາດໃນພາກພື້ນ ແລະ ຕະຫຼາດຈາກທົ່ວອາຊີ, ທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມສົນໃຈໜ້ອຍໃນຕະຫຼາດ 'ທົ່ວໄປ' ຂອງກຸ່ມທີ່ບໍ່ແມ່ນຄົນອາຊີ/ຕາເວັນຕົກ.

10 ຕະຫຼອດບົດລາຍງານສະບັບນີ້, ຄຳສັບ 'ເກົາຫຼີ' ໝາຍເຖິງສາທາລະນະລັດເກົາຫຼີ, ຫຼືຮູ້ຈັກວ່າ ເກົາຫຼີໃຕ້.

2 ສະພາບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃນ ສປປ ລາວ

- 13 ການທ່ອງທ່ຽວກວມເອົາ 10.4 ສ່ວນຮ້ອຍຂອງ GDP ໃນໂລກ,¹¹ ສະໜັບສະໜູນການມີວຽກເຮັດທົ່ວໂລກ 9.9 ສ່ວນຮ້ອຍ,¹² ແລະ ປະຈຸບັນກຳລັງເຕີບໂຕຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງໃນອັດຕາ 4 ສ່ວນຮ້ອຍທົ່ວໂລກ.¹³ ໃນປາຍທາງທີ່ມີການຈັດຕັ້ງດີ, ການທ່ອງທ່ຽວສົ່ງຜົນ ໂດຍກົງຕໍ່ GDP ຢ່າງໜ້ອຍ 10 ສ່ວນຮ້ອຍ ແລະ ສະໜັບສະໜູນການມີວຽກເຮັດ 10 ສ່ວນຮ້ອຍ.
- 14 ໃນສປປ ລາວ, ການທ່ອງທ່ຽວປະກອບສ່ວນຕໍ່ GDP 4.2 ສ່ວນຮ້ອຍ (US\$ 614 ລ້ານ)¹⁴ ແລະ ສະໜັບສະໜູນການ ມີວຽກເຮັດໂດຍກົງ 3.5 ສ່ວນຮ້ອຍ,¹⁵ ການປະກອບສ່ວນດັ່ງກ່າວ ໄດ້ຕໍ່າກວ່າທີ່ຄາດຄະເນໄວ້, ໂດຍມີການຫຼຸດລົງ ຂອງຜູ້ ເດີນທາງຂາເຂົ້າວ່າງບໍ່ດົນ ຈາກ 9.5 ສ່ວນຮ້ອຍໃນປີ 2016 ແລະ ຫຼຸດຕື່ມອີກເປັນ 8.7 ໃນປີ 2017 ແລະ ມີອັດຕາຟື້ນຟູທີ່ຄາດ ໄວ້ປີຕໍ່ປີພຽງ 3.2 ສ່ວນຮ້ອຍໃນປີ 2018.¹⁶
- 15 ໃນດ້ານບວກ, ຜົນໄດ້ຮັບຂະຫຍາຍກວ້າງຂອງການທ່ອງທ່ຽວໃນສປປ ລາວ, ຊຶ່ງບົ່ງບອກເຖິງຜົນກະທົບໂດຍລວມຕໍ່ເສດຖະ ກິດສຳລັບແຕ່ລະເງິນໂດລາທີ່ໄດ້ຈາກການທ່ອງທ່ຽວ, ແມ່ນສູງສົມຄວນເທົ່າກັບ 3.28 ສ່ວນຮ້ອຍ (ປະກອບສ່ວນ 13.7 ສ່ວນຮ້ອຍ ຫຼື ເທົ່າກັບ US\$2 ຕື້ຂອງ GDP ທັງໝົດ), ທຽບໃສ່ອາຊີຕາເວັນອອກສ່ຽງໃຕ້ແມ່ນ 2.43 ສ່ວນຮ້ອຍ ແລະ ຕົວເລກສະເລ່ຍທົ່ວໂລກແມ່ນ 3.22.¹⁷ ຜົນໄດ້ຮັບຂະຫຍາຍກວ້າງ ແລະ ໂດຍລວມຂອງການທ່ອງທ່ຽວຕໍ່ເສດຖະກິດໃນ ສປປ ລາວ ແມ່ນສູງສົມຄວນ ເກີດຈາກການກະຈາຍຊັບພະຍາກອນຄົນໂດຍສະເລ່ຍທີ່ສູງກວ່າ ແລະ ການປະກອບສ່ວນອື່ນໆ ໃນອຸດສາຫະກຳທີ່ສາມາດຫາໄດ້ຈາກທ້ອງຖິ່ນ, ແລະ ມີການແບ່ງຄວາມເປັນເຈົ້າການກັບປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນ. ນີ້ໝາຍຄວາມວ່າ ລາຍຮັບຈາກການທ່ອງທ່ຽວໃນສປປ ລາວ ສ້າງຜົນກະທົບທາງເສດຖະກິດທີ່ສຳຄັນຕໍ່ເສດຖະກິດທັງໝົດໂດຍລວມ ແລະ ເຮັດ ໃຫ້ການທ່ອງທ່ຽວເປັນຂະແໜງບຸລິມະສິດທີ່ສູງໃນຍຸດທະສາດການເຕີບໂຕທີ່ເປັນສີຂຽວແຫ່ງຊາດ ປີ 2030 ແລະ ແຜນ ພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມແຫ່ງຊາດ. ໃນອີກສິບປີຂ້າງໜ້າ, ເມື່ອມີນະໂຍບາຍທີ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດທີ່ມີປະ ສິດທິພາບ, ການປະກອບສ່ວນທາງກົງຂອງການທ່ອງທ່ຽວຕໍ່ GDP ຂອງສປປ ລາວ ສາມາດເພີ່ມເປັນສອງເທົ່າຢ່າງໜ້ອຍ 8.4 ສ່ວນຮ້ອຍອີງໃສ່ການສົມທຽບໃນພາກພື້ນ, ຊຶ່ງອາດມີຜົນກະທົບຂະຫຍາຍກວ້າງສຳລັບເສດຖະກິດໂດຍລວມ. ຖ້າການທ່ອງ ທ່ຽວໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງເປັນຢ່າງດີ, ຍັງຈະສາມາດປະກອບສ່ວນຕໍ່ວັດຖຸປະສົງດ້ານການຄຸ້ມຄອງສິ່ງແວດລ້ອມຂອງ ສປປ ລາວ ແລະ ຊ່ວຍຂັບເຄື່ອນ 'ເສດຖະກິດປົນອ້ອມ' ທີ່ໄດ້ລະບຸໃນຍຸດທະສາດ NGGS.

11 ສະພາການທ່ອງທ່ຽວໂລກ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ (WTTC) (2018): ຂໍ້ມູນຈາກປີ 2017.

12 Ibid.

13 WTM (2018): ຂໍ້ມູນຈາກປີ 2012–2016.

14 WTTC, *op. cit.*

15 Ibid.

16 ກະຊວງ ຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ.

17 WTTC, *op. cit.*

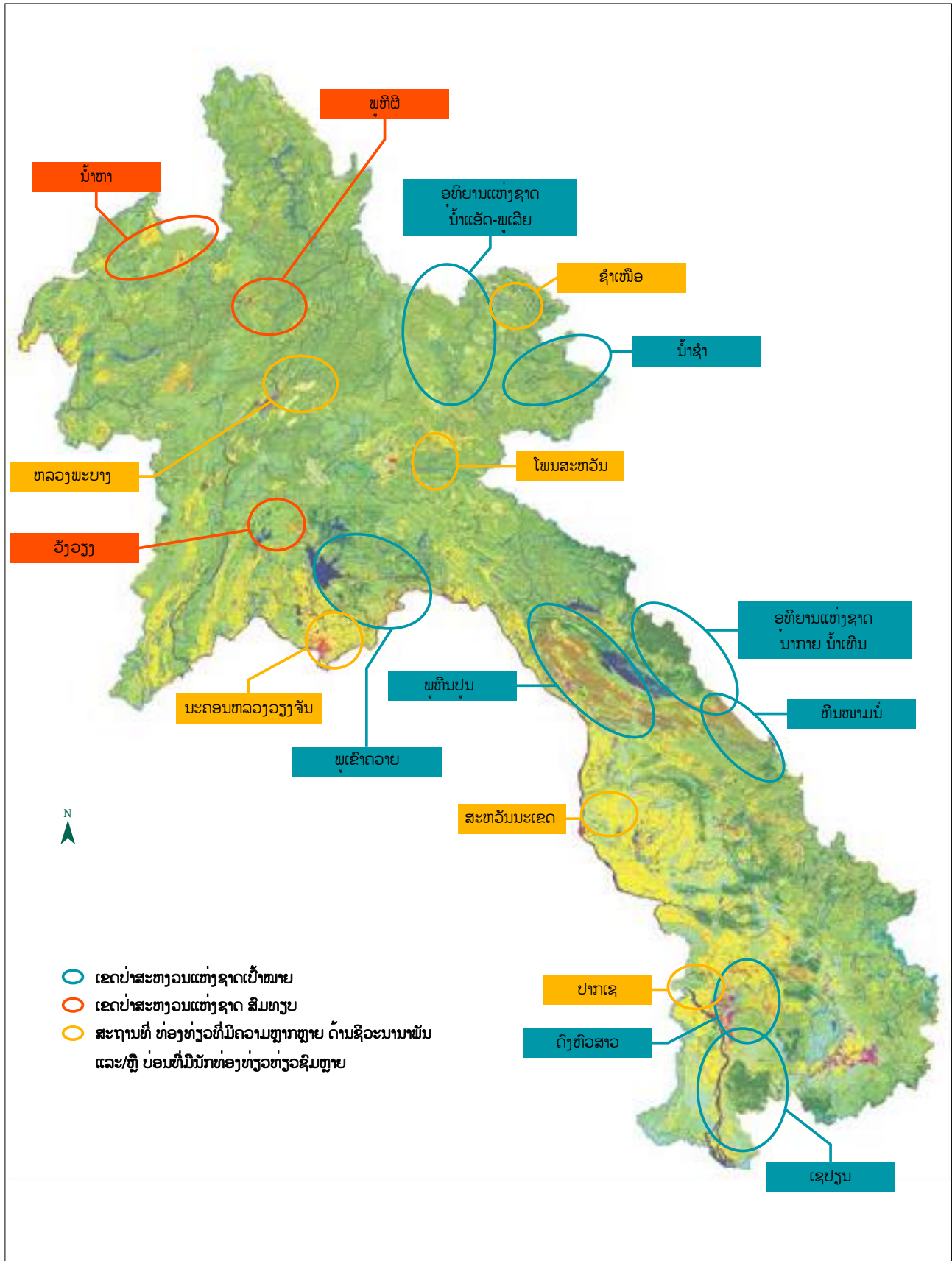
2.1 ຊັບສົມບັດຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

- 16 ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ບໍ່ມີສິ່ງໃດທົດແທນສະຖານທີ່ດຶງດູດທຳມະຊາດທີ່ມີຄຸນນະພາບ. ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃນ ສປປ ລາວ ແມ່ນຖືກຈຳກັດໂດຍສະພາບເຊື້ອມໂຊມ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງທີ່ອ່ອນແອໃນການປົກປັກຮັກສາທິວທັດທຳມະຊາດ, ແຕ່ກໍາລັງມີການປັບປຸງ. ຫຼາຍໆໂຄງການທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວທີ່ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດດີຫຼາຍ ໄດ້ເກີດຂຶ້ນ ແຕ່ກໍ່ສິ້ນສຸດໃນເວລາຕາມມາ ເພາະວ່າບັນຫາການປົກປັກຮັກສາບໍ່ໄດ້ຮັບການແກ້ໄຂເທົ່າທີ່ຄວນ. ຍົກຕົວຢ່າງ: ປ່າຕາມແລວທາງທ່ອງທ່ຽວແມ່ນຫຼຸດລົງ, ຖືກເຜົາຖິ້ມ, ຫຼື ຖາງເປີດແປນ; ສັດປ່າທີ່ລົງໂຄສະນາໃນແຜ່ນພັບບໍ່ສາມາດພົບເຫັນ ຍ້ອນມີການລ່າສັດປ່າໜັກ; ຫຼືບັນດາແມ່ນ້ຳທີ່ໃຊ້ສົ່ງເສີມການພາຍເຮືອຄາຢັກ ບໍ່ສາມາດລ່ອງເຮືອໄດ້ອີກ ເພາະມີເຂື່ອນກ້ັນ.
- 17 ໃນເມື່ອມີບາງເຂດປ່າສະຫງວນອັນກວ້າງໃຫຍ່ທີ່ສຸດ ແລະ ມີທັງໃນຈຸດພົບຊີວະນາໆພັນ 32 ແຫ່ງທີ່ຕິດອັນດັບໂລກ, ມີສາຍພູຫຼວງ, ນັກວິທະຍາສາດ ແລະ ອົງການປົກປ້ອງສັດປ່າທີ່ບໍ່ຂຶ້ນກັບລັດຖະບານທີ່ໄດ້ປະກອບຄຳເຫັນໃນໄລຍະການຂຽນບົດລາຍງານປະເມີນຜົນນີ້ກ່າວວ່າ ສປປ ລາວ ມີເຂດທິດທັດທຳມະຊາດທີ່ສຸດຍອດ. ຫຼາຍໆຜູ້ປະກອບທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວນຳໜ້າທີ່ໄດ້ປະກອບຄຳເຫັນ ແມ່ນເຊື່ອໝັ້ນໃນທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນຂອງປະເທດໃຫ້ເປັນປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຖ້າແຫຼ່ງດຶງດູດເຫຼົ່ານີ້ໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງ ແລະ ຄຸ້ມຄອງເປັນຢ່າງດີ. ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ຊັບສົມບັດຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ໂດຍສ່ວນໃຫຍ່ຂາດການຜັນຂະຫຍາຍ, ບໍ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້, ແລະ ຂາດການລົງທຶນຂອງພາກເອກະຊົນໃນການບໍລິການ ແລະ ໂຄງລ່າງດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ.
- 18 ສປປ ລາວມີລະບົບນິເວດທີ່ມີຄວາມສຳຄັນທາງຊີວະນາໆພັນລະດັບສາກົນ ສາມແຫ່ງ, ຊຶ່ງເປັນພື້ນຖານອັນເຂັ້ມແຂງສຳລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ. ລະບົບນິເວດເຫຼົ່ານີ້ແມ່ນອະທິບາຍໃນຫຍໍ້ໜ້າຂ້າງລຸ່ມນີ້:
 - > **ປ່າໂຄກ (Wet evergreen forest):** ເຂດທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດຂອງປ່າໂຄກປະກອບດ້ວຍເຂດປ່າສະຫງວນນາກາຍ-ນ້ຳເທີນ, ປ່າສະຫງວນຄວນເຊໜອງມາ (Khouan Xe Nongma), ເຂດປ່າສະຫງວນລະວິງ-ລະເວນ, ເຂດປ່າສະຫງວນເຊເຊດ, ເຂດປ່າແຂວງ ເຊກອງໃນເມືອງ ກະລຶມທາງພາກໃຕ້ຂອງເຂດປ່າສະຫງວນເຊເຊດ. ເຂດທັງໝົດເຫຼົ່ານີ້ຂອງປ່າໂຄກມີຄວາມສຳຄັນສູງຫຼາຍ ສຳລັບການປົກປັກຮັກສາຊີວະນາໆພັນໃນປ່າໂຄກລະດັບສາກົນ ທົ່ວໂລກ. ເຂດທັງໝົດເຫຼົ່ານີ້ຄວນ ຖືກພິຈາລະນາເປັນເຂດທີ່ມີຄວາມສຳຄັນທາງຊີວະນາໆພັນທີ່ສູງສຸດໃນສປປ ລາວ. ລະບົບນິເວດຂອງປ່າໂຄກເວົ້າໄດ້ວ່າ ຖືເປັນເຂດຕົ້ນຕໍ ແລະ ຄວາມສຳຄັນທາງຊີວະນາໆພັນ ແລະ ບຸລິມະສິດສູງສຸດໃນສປປ ລາວ ກວ່າລະບົບນິເວດປ່າໃນທີ່ໃດໆຂອງລາວ ເວົ້າຢ່າຍາກແມ່ນຍ້ອນປັດໃຈສີ່ຢ່າງເຊັ່ນ: (ກ) ລະບົບນິເວດຂອງປ່າໂຄກແມ່ນອຸດົມດ້ວຍພືດພັນທ້ອງຖິ່ນລັກສະນະສະເພາະເຂດ ທີ່ມີຄວາມສົມດູນສູງໂດຍສະເພາະ; (ຂ) ລະບົບນິເວດຂອງປ່າໂຄກໃນທົ່ວໂລກເບິ່ງຈາກຂະໜາດທັງໝົດແລ້ວມີໜ້ອຍຫຼາຍຫຼາຍ; (ຄ) ສປປ ລາວ ນອນໃນອັດຕາສ່ວນສຳຄັນສູງຂອງຂົງເຂດປ່າໂຄກໃນໂລກ (ມີພຽງຫວຽດນາມທີ່ມີຄວາມສຳຄັນຍິ່ງກວ່າ); ແລະ (ງ) ລະບົບນິເວດຂອງປ່າໂຄກແມ່ນປະສົບກັບໄພຂົ່ມຂຸ່ມະຫາສານ.
 - > **ພູຜາປ່າດົງອິນໂດຈິນ:** ລະບົບນິເວດນີ້ແມ່ນສຳຄັນທາງດ້ານຊີວະນາໆພັນທີ່ສູງລະດັບໂລກອັນດັບສອງ ທີ່ພົບໃນ ສປປ ລາວ, ມີໂງ່ນຫີນພູຜາຂະໜາດໃຫຍ່ໃນຈຸດສູນກາງຂອງລາວ, ພົບເຫັນດີທີ່ສຸດໃນເຂດປ່າສະຫງວນຫີນນ້ຳໂນ ແລະ ເຂດປ່າສະຫງວນ ພູຫີນປູນ (Phou Hin Poun). ພູຜາປ່າດົງທີ່ແຫ້ງກວ່າທາງທິດຕາເວັນອອກ ແມ່ນມີທໍລະນີວິທະຍາຕ່າງຈາກເຂດພູຜາທາງທິດຕາເວັນຕົກທີ່ມີອາກາດຊຸ່ມກວ່າ. ພື້ນທີ່ອັນຄົດຂຽວນັ້ນສ້າງຂອບເຂດການປົກປ້ອງສ່ວນໜຶ່ງ.

> **ປ່າດົງດິບ:** ລະບົບນິເວດຂອງປ່າທີ່ສຳຄັນອີກຢ່າງທີ່ຂະຫຍາຍໃນສາຍພູຫຼວງຂະໜາດໃຫຍ່ກວ່າ ແມ່ນປ່າດົງດິບ. ລະບົບນິເວດນີ້ ຈັດໃນບູລິມະສິດຕຳລົງ ເພາະໄພຂົ່ມຂູ່ແມ່ນຕໍ່າກວ່າໂດຍລວມ, ແຕ່ຄວາມສຳຄັນຂອງປ່າຕໍ່ການປົກປັກຮັກສາຊີວະນາໆພັນໃນໂລກແມ່ນສູງ ເພາະເຂດດັ່ງກ່າວໂດຍລວມ ມີສາຍພັນສັດຈຳນວນຫຼາຍທີ່ຢູ່ໃນລາຍການຫວງຫ້າມ. ເຂດປ່າດົງດິບສຳຄັນທີ່ສຸດ ແມ່ນຕາມຊາຍແດນຕິດກັບຫວຽດນາມໃນແຂວງ ຊຽງຂວາງ ແລະ ພາກໃຕ້ຂອງເຂດປ່າສະຫງວນເຊເຊດໃນແຂວງ ເຊກອງ, ເຖິງແມ່ນຈະພົບເຂດປ່າດົງດິບທີ່ສຳຄັນອື່ນໆ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນນາກາຍ ນ້ຳເທີນ ແລະ ເຂດປ່າສະຫງວນເຊເຊັບກໍ່ຕາມ.

19 ທົວທັດທຳມະຊາດຂອງສປປ ລາວ ແມ່ນໜ້າດຶງດູດ ແລະ ກວ້າງໃຫຍ່ໄພສານຫຼາຍ ໂດຍສາມາດເວົ້າໄດ້ວ່າທຸກແຂວງຂອງ ສປປ ລາວ ມີທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນກາຍເປັນປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ເພື່ອໃຫ້ປະກົດເປັນຈິງຫຼາຍຂຶ້ນ, ຍຸດທະສາດການພັດທະນາຄວນເລືອກເຟັ້ນ, ແລະ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ມີການຈັດຕັ້ງກຸ່ມທົວທັດທຳມະຊາດເປົ້າໝາຍຕາມເງື່ອນໄຂຕົ້ນຕໍສາມຢ່າງ: ທາງມໍລະດົກ, ຂໍ້ເສຍປຽບ ແລະ ທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນ, ຄຽງຄູ່ກັບຫຼາຍໆເງື່ອນໄຂສຳຮອງ, ຕາມດ້ວຍການພິຈາລະນາເຂດປ່າສະຫງວນທັງໝົດທີ່ວ່າປະເທດ.

ຮູບ 1: ສະຖານທີ່ຄົ້ນຄວ້າສຳລັບການປະເມີນຜົນ



ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ກອງສຳຫວດ ແລະ ວາງແຜນປ່າໄມ້, ກະຊວງກະສິກຳ 2018.

2.2 ທິວທັດທຳມະຊາດເຂດປ່າສະຫງວນຂອງສປປ ລາວ: ຕາໜ່າງເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ

20 ເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ 23 ແຫ່ງຂອງສປປ ລາວ¹⁸ ແລະ ເຂດປ່າສະຫງວນຂອງແຂວງ. ໃນປີ 2018, ລັດຖະບານແຫ່ງ ສປປ ລາວ (GoL) ໄດ້ດຳເນີນການປະຕິຮູບນະໂຍບາຍທີ່ລວມສູນການຄຸ້ມຄອງລະບົບເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ, ເປັນການປ່ຽນແປງອັນກວ້າງຂວາງທີ່ສອດຄ່ອງກັບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດທີ່ລະດັບໂລກ. ພະແນກຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນ (PAMD) ໃນກົມປ່າໄມ້ (ກປ) ກະຊວງ ກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ (ກຊກປ) ໄດ້ມີພັນທະຕາມກົດໝາຍ ເພື່ອຄຸ້ມຄອງລະບົບນີ້, ແລະ ມີຄວາມພະຍາຍາມສືບຕໍ່ເພີ່ມທະວີຄວາມຮູ້, ທັກສະ ແລະ ຄວາມສາມາດຂອງພະແນກດັ່ງກ່າວ.¹⁹ ກຊກປ ໄດ້ອະນຸມັດແລະ ສືບຕໍ່ສ້າງນະໂຍບາຍ ແລະ ລະບຽບການລະອຽດຫຼາຍສະບັບ ເພື່ອຈັດການບໍລິຫານລະບົບນີ້ ແລະ ຄຸ້ມຄອງແຕ່ລະຫົວໜ່ວຍເຂດປ່າສະຫງວນ. ຫຼາຍໆອົງການຈັດຕັ້ງບໍ່ຂຶ້ນກັບລັດຖະບານ ແລະ ຄູ່ຮ່ວມງານດ້ານການພັດທະນາອື່ນໆ ແມ່ນພວມປະຕິບັດວຽກໃນເຂດປ່າສະຫງວນອື່ນໆ, ທີ່ເຫັນຊັດເຈນທີ່ສຸດແມ່ນອົງການປົກປັກຮັກສາສັດປ່າ (WCS), ກອງທຶນຈາກທົ່ວໂລກ (World Wide Fund) ສຳລັບທຳມະຊາດ, ແລະ ສະມາຄົມປົກປັກຮັກສາສັດປ່າລາວ, ແລະ ອາດມີບາງພາກສ່ວນ ໄດ້ສ້າງບາງກິດຈະກຳນີ້ ເພື່ອຊ່ວຍເສີມເຂົ້າໃນວຽກງານ ແລະ ເພື່ອຫຼີກລ້ຽງການເຮັດວຽກຊ້າ ແລະ/ຫຼື ຄວາມພະຍາຍາມດັ່ງກ່າວ.

21 ການປ່ຽນແປງທີ່ສ້າງສັນໃນນະໂຍບາຍ ແລະ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ໄດ້ພົບເຫັນຕະຫຼອດທ້າຍຜ່ານມາ ເພື່ອຕອບສະໜອງຕໍ່ການປົກປັກຮັກສາ. ຄຳສັ່ງໂຈະການສ້າງເຂື່ອນໃນປີ 2018, ຄຳສັ່ງຫ້າມການສົ່ງອອກໄມ້ (ຄຳສັ່ງຂອງນາຍົກລັດຖະມົນຕີ ເລກທີ 15), ແລະ ການບັງຄັບໃຊ້ກົດໝາຍໃນການຄ້າສັດປ່າແບບຜິດກົດໝາຍ (ຄຳສັ່ງຂອງນາຍົກລັດຖະມົນຕີ 5) ໄດ້ສ້າງຄວາມຕັ້ງອີກຕັ້ງໃຈທາງການເມືອງອັນແສນມິຄ່າ ເພື່ອເປີດຟື້ນທີ່ສຳລັບການພັດທະນາວິທິການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດອັນເປັນຍຸດທະສາດ. ຄວາມຕັ້ງອີກຕັ້ງໃຈທາງການເມືອງອັນໃໝ່ດັ່ງກ່າວສຳລັບການປົກປັກຮັກສາ ແລະ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຍັງສະແດງອອກຜ່ານການຈັດຕັ້ງດຳລັດໃໝ່ໃນວັນ 15 ກຸມພາ 2019 ຜ່ານມາ, ໂດຍກຳນົດເຂດປ່າສະຫງວນສອງເຂດທຳອິດຂອງ ສປປ ລາວຄື: ນ້ຳແອດ- ພູເລີຍ ແລະ ນາກາຍ ນ້ຳເທີນ— ເປັນສອງປ່າສະຫງວນຂະໜາດໃຫຍ່ທີ່ສຸດໃນອິນໂດຈີນ. ປ່າສະຫງວນນາກາຍ ນ້ຳເທີນຍັງໄດ້ຖືກປະເມີນແບບເອກະລາດວ່າບໍ່ດົນນີ້ ໃນປີ 2019 ວ່າ ໄດ້ບັນລະດັບການຄຸ້ມຄອງທີ່ໜ້າພໍໃຈຢ່າງສູງ. ໃນຫ້າປີຜ່ານມາ, ລັດຖະບານລາວໄດ້ຍົກເລີກໂຄງການເຂື່ອນໄຟຟ້ານ້ຳຕົກສອງແຫ່ງ ຊຶ່ງອາດກະທົບຕໍ່ປ່າສະຫງວນນ້ຳແອດ- ພູເລີຍ ແລະ ກຳນົດເງື່ອນໄຂເຂັ້ມງວດໃນອ່າງໂຕ່ງທີ່ອາດຖ້ວມພື້ນທີ່ 5 ສ່ວນຮ້ອຍຂອງເຂດປ່າສະຫງວນດົງຫົວສາວ. ການພັດທະນາເຫຼົ່ານີ້ ຄວນຊຸກຍູ້ຢ່າງສູງ ສຳລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວມໍລະດົກທຳມະຊາດຂອງ ສປປ ລາວ. ເຖິງແມ່ນມີສິ່ງທ້າທາຍໃນການສ້າງຄວາມສົມດູນດ້ານການພັດທະນາໂຄງລ່າງ, ອຸດສາຫະກຳຂຸດຄົ້ນແຮ່ທາດ ແລະ ວຽກງານປົກປັກຮັກສາໃນ ແລະ ອ້ອມເຂດປ່າສະຫງວນກໍ່ຕາມ, ມີບາງຄວາມຄືບໜ້າໃນການນຳໃຊ້ບົດປະເມີນຜົນກະທົບທາງສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ສັງຄົມ (ESIA) ແລະ ການສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງ ເພື່ອກຳນົດ ແລະ ຄຸ້ມຄອງວຽກງານປົກປັກຮັກສາໃນບາງເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ. ໃນບາງກໍລະນີ, ການກຳນົດເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ໄດ້ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຫຼຸດລົງຂອງອັດຕາການຕັດໄມ້ທຳລາຍຢ່າງເຫັນຊັດເຈນ ເມື່ອທຽບໃສ່ການນຳໃຊ້ທີ່ດິນເຂດອື່ນໆ. ຜູ້ຕອບແບບສອບຖາມ ໄດ້ລາຍງານວ່າການກໍ່ສ້າງ ແລະ ການຂຸດຄົ້ນແຮ່ທາດຂອງກະຊວງ ບ້ອງກັນຊາດ ຍັງຄົງເປັນສິ່ງທ້າທາຍໃນບາງເຂດປ່າສະຫງວນເຊັ່ນ: ເຊປຽນ. ເຖິງແມ່ນມີຄວາມເປັນເອກະພາບກັນວ່າ ມີຄວາມເອົາໃຈໃສ່ເພີ່ມຂຶ້ນໃນວຽກງານປົກປັກຮັກສາ, ການສະໜັບສະໜູນທາງການເມືອງສຳລັບວຽກງານປົກປັກຮັກສາແມ່ນຍັງເປົາບາງ ແລະ ຕ້ອງອາໄສທຶນຮອນຈາກພາຍນອກເປັນຫຼັກ.

18 ນ້ຳແອດ ແລະ ພູເລີຍນັບເປັນໜຶ່ງເຂດ. ເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດທັງ 23 ເຂດເຫຼົ່ານີ້ຍັງລວມມີປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດສອງແຫ່ງທຳອິດຂອງສປປ ລາວ ຊຶ່ງໄດ້ຍົກລະດັບຈາກສະຖານະປ່າສະຫງວນແຂວງ.

19 ທະນາຄານໂລກປະຈຸບັນກຳລັງລົງທຶນໃນການສ້າງພາລະບົດບາດຂອງກົມປ່າໄມ້ໃຫ້ລວມສູນ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນ 11 ແຫ່ງຜ່ານໂຄງກາສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ສັງຄົມຢູ່ສປປ ລາວໄລຍະສອງ (LENS2).

22 ໃນພາກສ່ວນການປະເມີນ, ໄດ້ມີການຢັ້ງຢາມ ຫຼາຍໆສະຖານທີ່ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ມີທ່າແຮງປົ່ມຊ້ອນ ເພື່ອໃຫ້ເຂົ້າໃຈດີກວ່າເກົ່າກ່ຽວກັບສະພາບຕົວຈິງ ແລະ ກຳນົດຕາຕະລາງຂອງກຸ່ມທົວທັດທຳມະຊາດເປົ້າໝາຍແບບຮອບດ້ານສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ.

ຕາຕະລາງ 1: ເຂດປ່າສະຫງວນຂອງສປປ ລາວ

ຊື່	ເນື້ອທີ່ ຮຕ	ຊື່	ເນື້ອທີ່ ຮຕ
ພູແດນດິນ	222,000	ລະວິງ-ລະເວນ	86,000
ນ້ຳຫາ	222,400	ເຊ ເຊດ	133,000
ນ້ຳຄານ	136,000	ດົງ ອຳພັຍ	200,000
ພູໄຮພີ	87,350	ພູ ຜານາງ	70,000
ປ່າສະຫງວນນ້ຳແອດ- ພູເລີຍ	410,720	ພູເຂົາຄວາຍ	200,000
		ນ້ຳກະດິງ	169,000
ນ້ຳຊຳ	70,000	ພູຊ້າງ He	109,000
ພູສະບັດ ປຸງ ຈອງ	149,030	ດົງພວງຽງ	197,000
ນ້ຳຜຸຍ	191,200	ເຊບັ້ງນວນ	150,000
ພູຫີນປູນ	180,000	ພູຊຽງທອງ	120,000
ປ່າສະຫງວນນາກາຍ ນ້ຳເທີນ	353,200	ດົງຫົວສາວ	110,000
ຫີນນ້ຳໂນ	82,000	ເຊປຽນ	240,000

ໝາຍເຫດ: ສີ່ຟ້າ = ເຂດປ່າສະຫງວນເປົ້າໝາຍ; ສີຂຽວ = ເຂດປ່າສະຫງວນໃຊ້ສົມທຽບ.

23 ສື່ກຸ່ມທົວທັດທຳມະຊາດການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດເປົ້າໝາຍ²⁰ ແມ່ນຖືກຄັດເລືອກ ເພື່ອໃຫ້ມີການປະສົມປະສານໃນປາຍທາງທີ່ຫ່າງໄກ/ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້, ແມ່ນຖືກສ້າງຕັ້ງຂຶ້ນ/ເກີດຂຶ້ນໃຫມ່, ແລະ ມີປະເພດຄຸນຄ່າທາງມໍລະດົກຕ່າງກັນ. ສື່ກຸ່ມດັ່ງກ່າວມີດັ່ງລຸ່ມນີ້, ຄັດເລືອກຕາມຂອບເຂດເງື່ອນໄຂທີ່ສັງລວມໃນຕາຕະລາງ 2:

- > ເຂດມໍລະດົກພາກຕາເວັນອອກສ່ຽງເໜືອ ຊຶ່ງລວມມີເຂດປ່າສະຫງວນນ້ຳແອດ- ພູເລີຍ ແລະ ນ້ຳຊຳ
- > ເຂດທຳມະຊາດໃກ້ນະຄອນຫຼວງຊຶ່ງລວມມີປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດພູເຂົາຄວາຍ ແລະ ນ້ຳກະດິງ
- > ເຂດພາກກາງຊຶ່ງລວມມີປ່າສະຫງວນນາກາຍ-ນ້ຳເທີນ, ຫີນນ້ຳໂນ, ແລະ ພູຫີນປູນ
- > ເຂດພາກໃຕ້ຂອງ ສປປ ລາວ ຊຶ່ງລວມມີເຂດປ່າສະຫງວນດົງຫົວສາວ ແລະ ເຊປຽນ

20 ການນຳໃຊ້ຄຳສັບ 'ກຸ່ມທົວທັດທຳມະຊາດ' ສະທ້ອນວິທີການດຳເນີນຕາມຄວາມຕ້ອງການເພື່ອການພັດທະນາການຕະຫຼາດ ແລະ ຜະລິດຕະພັນ, ບ່ອນທີ່ກຸ່ມດັ່ງກ່າວນຳໃຊ້ວິທີປະສານງານ ແລະ ເປັນຍຸດທະສາດຫຼາຍຂັ້ນສຳລັບການຄຸ້ມຄອງປາຍທາງທີ່ມີຫຼາຍໆແຫຼ່ງດຶງດູດ ແລະ ຜູ້ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ (ຊຶ່ງລວມມີເຈົ້າຂອງດິນ, ຫົວໜ້າຜະລິດຕະພັນ, ແລະ ຜູ້ສະໜອງອື່ນໆ) ທີ່ບັນຄຸ່ແຂ່ງທາງທຳມະຊາດ ແລະ ຜູ້ທີ່ຮ່ວມມືເພື່ອຜົນປະໂຫຍດເຊິ່ງກັນ ແລະ ກັນໃນເວລາດຽວກັນ ໂດຍການນຳສະເໜີຫຼາກຫຼາຍທາງເລືອກ ແລະ ປະສົບການທີ່ປະສົມປະສານພາຍໃນເຂດພູມິປະເທດທີ່ສາມາດກຳນົດໄດ້ ແລະ ສາມາດລົງຕະຫຼາດໄດ້ (ນີ້ແມ່ນ, ທົວທັດທຳມະຊາດ).

ຕາຕະລາງ 2: ການພິຈາລະນາຄັດເລືອກກຸ່ມທົວທັດທຳມະຊາດສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

1. ຕົ້ນຕໍ/ສຳຄັນ	2. ສຳຮອງ/ທາງເລືອກ
1.1 ທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຈາກຄຸນຄ່າມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດທີ່ສາມາດກຳນົດໄດ້ (ທຳມະຊາດ, ວັດທະນະທຳ, ປະຫວັດສາດ)	2.1 ຄວາມສາມາດໃນການເຂົ້າເຖິງ
1.2 ຊັບພະຍາກອນມະນຸດກັບຄວາມເສຍປຽບດ້ານສັງຄົມ-ເສດຖະກິດ	2.2 ຄວາມສອດຄ່ອງກັບໂຄງການພັດທະນາຈາກທຶນຊ່ວຍເຫຼືອລ້າ
1.3 ຄວາມຕັ້ງໃຈຂອງຊຸມຊົນ/ທາງການເມືອງກັບຄວາມຄາດຫວັງຕົວຈິງ ແລະ ຄວາມສອດຄ່ອງກັບບຸລະມະສິດຂອງແຂວງ ແລະ ການປົກປັກຮັກສາປ່າສະຫງວນ	2.3 ສ້າງຜະລິດຕະພັນໃນການໄຫຼວຽນຂອງຕະຫຼາດທີ່ມີຢູ່
	2.4 ແຫຼ່ງການເງິນ/ການລົງທຶນທີ່ສາມາດກຳນົດໄດ້

2.3 ໂຄງສ້າງການທ່ອງທ່ຽວໃນສປປ ລາວ

- 24 ການທ່ອງທ່ຽວໃນສປປ ລາວ ແມ່ນຖືກນຳພາໂດຍພາກເອກະຊົນ ຊຶ່ງມີຫຼາຍໆຜູ້ປະກອບທຸລະກິດຂະໜາດໃຫຍ່ເປັນຜູ້ຄຸມຕະຫຼາດ. ທຸລະກິດເຫຼົ່ານີ້ສ່ວນໃຫຍ່ ແມ່ນມີເຈົ້າຂອງເປັນນັກທຸລະກິດຄົນລາວໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ຫຼື ນັກລົງທຶນດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີປະສິບການຈາກພາກພື້ນແມ່ນ້ຳຂອງຕອນລຸ່ມ (GMS) ທີ່ມີຄວາມເຂົ້າໃຈດີກ່ຽວກັບສະພາບການດຳເນີນທຸລະກິດໃນ ສປປ ລາວ. ມີຜູ້ປະກອບທຸລະກິດ ແລະ ຕົວແທນທ່ອງທ່ຽວຂະໜາດນ້ອຍຈຳນວນຫຼາຍທີ່ມີຄວາມຮູ້ທ້ອງຖິ່ນອັນມະຫາສານ ແຕ່ຂາດລະດັບການເປັນຜູ້ນຳໜ້າທີ່ຍືນຍົງ ຫຼື ເປັນຫຼັກແຫຼ່ງ. ຫຼາຍໆບໍລິສັດໃນພາກພື້ນທີ່ດຳເນີນງານຈາກໄທ ແລະ ຫວຽດນາມ ມີສ່ວນແບ່ງຕະຫຼາດດີ ແຕ່ສ່ວນໃຫຍ່ຂາດຄວາມຮູ້ທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ມີທ່າອ່ຽງປະຕິບັດສປປ ລາວເປັນຄືປາຍທາງ ‘ເສີມຕື່ມ’, ໃນສ່ວນໜຶ່ງຂອງແຜນເດີນທາງຈາກຫຼາຍໆປະເທດ, ສ້າງຄວາມຈຳກັດໃນການເດີນທາງ ແລະ ການເຕີບໂຕຂອງຜູ້ມາທ່ຽວສູ່ປະເທດ. ຫຼາຍໆອົງການສາກົນທີ່ບໍ່ຂຶ້ນກັບລັດຖະບານ (INGOs) ໄດ້ປະຕິບັດຢ່າງຕັ້ງໜ້າ ໃນຂະແໜງທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍມີຈຸດສຸມໃສ່ການຊຸກຍູ້ການທ່ອງທ່ຽວຊຸມຊົນ(CBT). ເຖິງມີບາງຕົວຢ່າງທີ່ພື້ນເດັ່ນຂອງການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດທີ່ດີກໍຕາມ, ຫຼາຍໆຄັ້ງອົງການດັ່ງກ່າວ ບໍ່ລວມເອົາພາກເອກະຊົນ ແລະ ສຸມໃສ່ພຽງການສ້າງຄວາມອາດສາມາດຂອງຜູ້ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງໃນຊຸມຊົນ, ຊຶ່ງຈຳກັດກາລະໂອກາດສຳລັບການພັດທະນາເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມທີ່ຍືນຍົງ.
- 25 ມີຈຳນວນສາຂາໂຮງແຮມສາກົນທີ່ກຳລັງເຕີບໂຕ ໄດ້ເຂົ້າສູ່ຕະຫຼາດ, ໂດຍມີບາງສາຂາໂຮງແຮມສາກົນຂະໜາດໃຫຍ່ກຳລັງລົງທຶນໃນທີ່ພັກອາໄສຢູ່ ຫຼວງພະບາງ ແລະ, ວ່າງບໍດົນ ໃນນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ. ຂະແໜງໂຮງແຮມ ແລະ ການບໍລິການໂຮງແຮມ ແມ່ນຖືກຈຳກັດໂດຍການຂາດພະນັກງານທີ່ມີທັກສະ, ໂດຍສະເພາະໃນຕະຫຼາດກາງ ແລະ ຕະຫຼາດລຸ່ມສຸດ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ມີຈຳນວນນັກລົງທຶນຫຼາຍໆຄົນທີ່ໄດ້ຊອກເຫັນກາລະໂອກາດໃນຕະຫຼາດລະດັບຕົ້ນ, ດຳເນີນງານໃນສັດສ່ວນທີ່ເຮັດໃຫ້ພວກເຂົາສາມາດລົງທຶນໃນການຝຶກອົບຮົມ ແລະ ການພັດທະນາພະນັກງານ.
- 26 ມີການຂາດການແຂ່ງຂັນລະຫວ່າງສາຍການບິນສາກົນໃນເສັ້ນທາງສູ່ສປປ ລາວ ຕົ້ນຕໍ ເພາະສາຍການບິນດັ່ງກ່າວບໍ່ພົບເຫັນກາລະໂອກາດທາງການຕະຫຼາດທຽບໃສ່ປາຍທາງອື່ນໆໃນພາກພື້ນ.
- 27 ບໍລິສັດຕົວແທນການຈ່ອງທົວອອນລາຍເຊັ່ນ: Airbnb ແມ່ນພວມດຳເນີນງານໃຫ້ປະກົດເຫັນເພີ່ມຂຶ້ນໃນສປປ ລາວ, ຍ້ອນທຸລະກິດທ້ອງຖິ່ນເພີ່ມພູນຄວາມສາມາດຫຼາຍຂຶ້ນ ໃນການຫາຄວາມໄດ້ປຽບຈາກການຂາຍຜ່ານຊ່ອງທາງນັ້ນ ແລະ ຈາກຮູບແບບການຕະຫຼາດດັ່ງກ່າວ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ການເຕີບໂຕສ່ວນຫຼາຍ ແມ່ນຢູ່ຫຼວງພະບາງ, ເພາະຂະໜາດຂອງຕະຫຼາດ ແລະ ຄວາມເຂົ້າໃຈໃນປະຈຸບັນວ່າມີຂະໜາດນ້ອຍ ບ່ອນອື່ນໆບໍ່ງ່າຍສຳລັບເຮັດທຸລະກິດ ນັ້ນໝາຍຄວາມວ່າເຂດອື່ນຂອງປະເທດສ່ວນໃຫຍ່ ແມ່ນຍັງບໍ່ເປັນເປົ້າໝາຍສຳລັບການລົງທຶນຈາກຫຼາຍໆບໍລິສັດ.

2.4 ຕະຫຼາດການທ່ອງທ່ຽວໃນປະຈຸບັນສຳລັບສປປ ລາວ

28 ພາຍໃນໄລຍະຄົ້ນຄວ້າສອງປີແຕ່ປີ 2016–2017 ແລະ (ອີງຕາມຂໍ້ມູນປະຈຸບັນ) ການຄົ້ນພົບຍັງມີໜ້ອຍ ໃນປີ 2018, ມີການເຕີບໂຕສອງເທົ່າ, ແລະເຂັ້ມແຂງໃນອີກຫຼາຍປີຕໍ່ມາ, ຄົນມາທ່ອງທ່ຽວໃນສປປ ລາວ ໄດ້ຫຼຸດເຫຼືອປະມານ 4 ລ້ານຄົນຕໍ່ປີນັບແຕ່ປີ 2014, ໃນນັ້ນນັກທ່ອງທ່ຽວປະມານເຄິ່ງໜຶ່ງແມ່ນມາຈາກໄທ. ການຫຼຸດລົງຕົວເລກນັກທ່ອງທ່ຽວໃນພາກໃຕ້ຂອງສປປ ລາວ ໄດ້ຖືກພ້ອງໃສ່ຜູ້ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງໃນທ້ອງຖິ່ນ ທີ່ເຮັດໃຫ້ຕົວເລກນັກທ່ອງທ່ຽວໄທຫຼຸດລົງ ຊຶ່ງມີຜົນມາຈາກການເພີ່ມຄ່າທຳນຽມດ່ານຂ້າມແດນ. ບາງກຸ່ມຕົວຢ່າງການຫຼຸດລົງໂດຍລວມໃນຕົວເລກນັກທ່ອງທ່ຽວ ສປປ ລາວ ຍ້ອນສະພາບການເມືອງໃນໄທ, ຊຶ່ງໄດ້ກະທົບຕໍ່ການເຕີບໂຕທີ່ຊ້າໃນວ່າງປີຜ່ານມາແລະ ມີຕົວເລກນັກທ່ອງທ່ຽວເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍ ໂດຍສະເພາະແມ່ນຜູ້ມາທ່ຽວຈາກຈີນ, ໃນຂະນະທີ່ຫຼາຍໆຜູ້ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງຮູ້ສຶກວ່າ ການຫຼຸດລົງດັ່ງກ່າວແມ່ນສາເຫດຈາກການຕະຫຼາດຂອງສປປລາວທີ່ຍັງອ່ອນແລະ ມີການຕະຫຼາດທີ່ເດັ່ນກວ່າຂອງປາຍທາງຄູ່ແຂ່ງເຊັ່ນ: ປາຍທາງໃຫມ່ກວ່າໃນ ມຽນມາ. ການສະໜອງທີ່ພັກອາໄສ ໄດ້ຖືກຍົກລະດັບ, ເວົ້າສະເພາະແມ່ນມີຈຸດສຸມໃສ່ຫຼວງພະບາງ, ປາກເຊ, ແລະ ສູນກາງຕົວເມືອງອື່ນໆທີ່ມີການເຕີບໂຕດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ. ລະດັບການເຂົ້າພັກໂດຍສະເລ່ຍທົ່ວປະເທດ ໄດ້ເພີ່ມພຽງກາຍ 50 ສ່ວນຮ້ອຍເລັກນ້ອຍ, ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງການຂາດນະວັດຕະກຳ ແລະ ການລົງທຶນ ເພື່ອດຶງດູດຜູ້ມາທ່ຽວໄປຍັງປາຍທາງໃໝ່. ຈຳນວນຄົນເຂົ້າພັກຂອງທ້ອງທີ່ຖືກຂາຍ, ຊຶ່ງແມ່ນຕົວຊີ້ວັດທີ່ເຂັ້ມແຂງຂອງລາຍຮັບຈາກການທ່ອງທ່ຽວ, ຫຼຸດລົງເຖິງ 1.4 ລ້ານຄົນໃນປີ 2016, ເປັນການຫຼຸດລົງທີ່ຊັດເຈນ.

ຕາຕະລາງ 3: ຜູ້ມາທ່ຽວ, ລາຍຮັບ,²¹ ທີ່ພັກ ແລະ ການເຂົ້າພັກ (2012–2017)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
ຜູ້ມາທ່ຽວ	3,330,072	3,779,490	4,158,719	4,684,429	4,239,047	3,868,838
ການປ່ຽນແປງປີຕໍ່ປີ		+13.5%	+10.0%	+12.6%	-9.5%	-8.7%
ຫ້ອງພັກ	35,857	37,808	44,714	48,386	46,513	50,600
ການປ່ຽນແປງປີຕໍ່ປີ		+5.4%	+18.3%	+8.2%	-3.9%	+8.8%
ອັດຕາການເຂົ້າພັກ	57%	55%	54%	57%	51%	54%
Room nights (m)	7.5	7.6	8.8	10.1	8.7	10.0
ການປ່ຽນແປງປີຕໍ່ປີ		+1.5%	+16.1%	+14.2%	-13.8%	+14.9%
ລາຍຮັບ (USDm)	\$506.0	\$595.0	\$641.6	\$725.4	\$724.2	\$648.1
ການປ່ຽນແປງປີຕໍ່ປີ		+17.8%	+7.7%	+13.0%	-0.2%	-10.5%
RevPAR (USD)	\$39	\$43	\$39	\$41	\$43	\$35
ການປ່ຽນແປງປີຕໍ່ປີ		+12.0%	-9.0%	+4.5%	+3.6%	-17.5%

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ ກຸຣຸດທ; YOY = ປີຕໍ່ປີ. .

21 RevPAR (ລາຍຮັບຕໍ່ຫ້ອງພັກ) ປົກກະຕິແມ່ນຄິດໄລ່ເປັນລາຍຮັບທັງໝົດໃນຫ້ອງທີ່ພັກທັງໝົດຫານໃຫ້ຈຳນວນຫ້ອງຫວ່າງຕະຫຼອດປີ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ເນື່ອງຈາກຕົວເລກສຳລັບລາຍຮັບຈາກການເຂົ້າພັກທັງໝົດບໍ່ມີໃຫ້, ລາຍຮັບໂດຍກົງທັງໝົດທີ່ລາຍງານຈາກການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ນຳໃຊ້ເປັນການໃຊ້ຄ່າແທນຕໍ່ເນື່ອງ.

ຕາຕະລາງ 4: ໄລຍະການພັກເຊົາໂດຍສະເລ່ຍ (2012–2017)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
“ນັກທ່ອງທ່ຽວໃນພູມມິພາກ” (GMS)	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0
“ນັກທ່ອງທ່ຽວນາໆຊາດ” (ROW)	7.2	8.4	7.9	7.50	7.57	8.39
Total	4.6	5.2	4.9	4.75	4.78	5.20

ROW: ເຂດອື່ນໃນໂລກ

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ MOICT.

- 29 ຜູ້ມາທ່ຽວຈາກພາກພື້ນຈຳນວນສ່ວນໃຫຍ່ ເດີນທາງມາເພື່ອທຸລະກິດ ຫຼື ເພື່ອຢ້ຽມຢາມໝູ່ເພື່ອນ ແລະ ຍາດພີ່ມ້ອງ ແລະ ພັກເຊົາພຽງສອງສາມຄືນ.** ຜູ້ມາທ່ຽວຄົນຕ່າງປະເທດສ່ວນໃຫຍ່ ເດີນທາງມາຢ່າງໜ້ອຍໜຶ່ງອາທິດ. ກາລະໂອກາດສຳລັບການເຕີບໂຕຂອງການທ່ອງທ່ຽວໃນພາກພື້ນສປປ ລາວ ແມ່ນ ເພື່ອຂະຫຍາຍ ແລະ ປ່ຽນຈາກຜູ້ມາທ່ຽວໃນພາກພື້ນ ເປັນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ຕັ້ງອີກຕັ້ງໃຈຍາກຢູ່ຕໍ່ໄລຍະຍາວກວ່າເກົ່າ ແລະ ໃຊ້ຈ່າຍເພີ່ມຂຶ້ນ.
- 30 ການສຶກສາຄົ້ນຄວ້າທີ່ໄດ້ດຳເນີນສຳລັບການປະເມີນຜົນ ພົບວ່າການປະຕິບັດງານທີ່ຕໍ່ໂດຍສະເລ່ຍຂອງຜູ້ໃຫ້ບໍລິການທີ່ພັກ, ດັ່ງທີ່ໄດ້ລະບຸຈາກການເຂົ້າພັກທີ່ມີລະດັບຕໍ່າ (ຂຶ້ນສູງກາຍ 50 ສ່ວນຮ້ອຍເລັກນ້ອຍ).²²** ການເຂົ້າພັກທີ່ຕໍ່ານັ້ນສາເຫດຫຼັກແມ່ນເປັນຜົນຈາກຄວາມຕ້ອງການເດີນທາງຕໍ່າໃນລະດູສີຂຽວ (ລະດູຝົນ),²³ ທັງໃນ ສປປ ລາວ ແລະ ໃນພາກພື້ນ. ຄວາມພະຍາຍາມດ້ານການຕະຫຼາດແມ່ນບໍ່ແທດເໝາະ ເພື່ອດຶງດູດຜູ້ມາທ່ຽວ ເລີ່ມຈາກສະພາບຖະໜົນ ແລະ ສົ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກທີ່ບໍ່ໄດ້ປັບປຸງຊຶ່ງໃນເມື່ອກ່ອນແມ່ນຊຸດໂຊມຫຼາຍ ເພື່ອໃຫ້ເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ດຶງດູດຂອງປະເທດໃນໄລຍະລະດູຝົນ. ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການທີ່ພັກຊຶ່ງສູງໃນຫຼວງພະບາງເບິ່ງຄືດຳເນີນໄດ້ດີທີ່ສຸດໃນໄລຍະລະດູຝົນ, ບາງຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສາມາດສ້າງລາຍຮັບທາງທຸລະກິດໄດ້ໝົດປີ. ມີບາງການພັດທະນາທີ່ພັກແບບຫຼູຫຼາທຳມະຊາດທີ່ໂດດເດັ່ນ, ແຕ່ບັນດາການພັດທະນາເຫຼົ່ານີ້ ແມ່ນມີໜ້ອຍເພື່ອເປັນໜ້າຕາໃຫ້ກັບມາດຕະຖານລະດັບຊາດ. ໂດຍລວມແລ້ວ, ການຕະຫຼາດສຳລັບຫຼາຍໆເຂດ ແລະ ຫຼາຍໆສະຖານທີ່ດຶງດູດໃນ ສປປ ລາວ ແມ່ນເຕັມໄປດ້ວຍບ້ານພັກ ແລະ ໂຮງແຮມຄຸນນະພາບຕໍ່າທີ່ບໍ່ເຂົ້າສູ່ລະບົບອອນລາຍ ແລະ ບໍ່ທ້າວຫັນໃນການຊອກຫາລູກຄ້າ ແລະ ມີການສົ່ງເສີມໃນຂົງເຂດຂອງຕົນ. ທີ່ພັກແບບບ້ານ ມີອັດຕາການເຂົ້າພັກຕໍ່າທີ່ສຸດຂອງປະເພດທີ່ພັກທັງໝົດ, ລວມທັງໄລຍະລະດູນັກທ່ອງທ່ຽວມີຫຼາຍ. ນີ້ອາດເປັນຍ້ອນການຕະຫຼາດທີ່ອ່ອນ (ຜົນຈາກການທ່ອງທ່ຽວຊຸມຊົນຫຼາຍກວ່າທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍທີ່ສຸມໃສ່ແບບແຜນການພັດທະນາ). ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ເວົ້າໄດ້ວ່າ ນີ້ເກີດຂຶ້ນຍ້ອນ (ແນວຄິດແຄບ²⁴) ກ່ຽວກັບການອອກກົດລະບຽບຄວບຄຸມລາຄາທີ່ພັກແບບບ້ານ, ເຮັດໃຫ້ພວກເຂົາເບິ່ງຄືລາຄາຖືກໂພດ ແລະ ບໍ່ສ້າງລາຍຮັບຕໍ່າຫຼາຍໃນການປັບປຸງຄຸນນະພາບ, ເຮັດໃຫ້ບໍ່ເປັນທີ່ຕ້ອງຕາຕໍ່ຜູ້ມາທ່ຽວ.

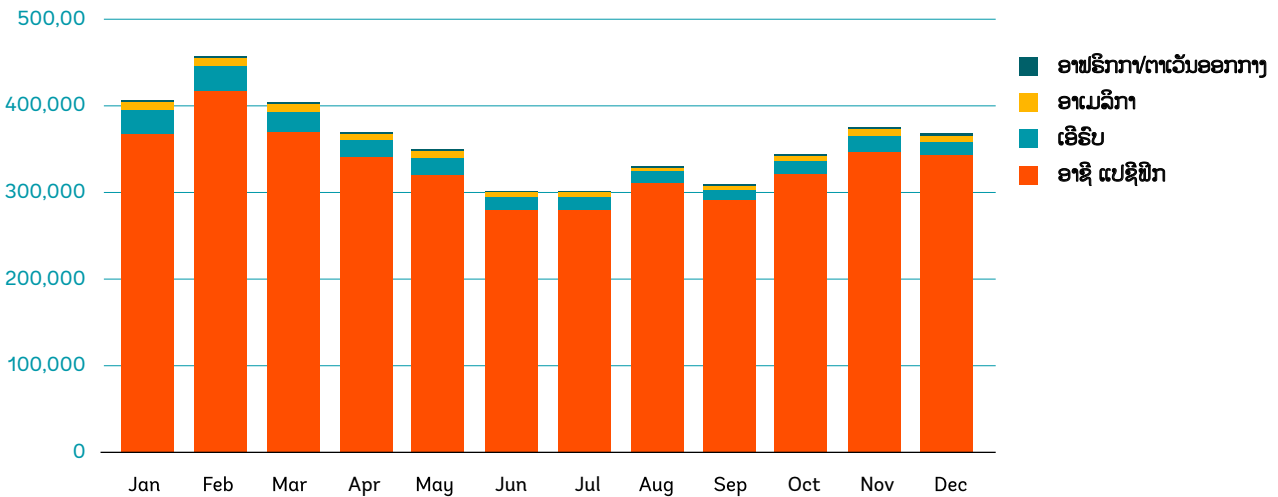
22 ການຫຼຸດລົງໃນການເຂົ້າພັກໄລຍະລະດູຝົນແມ່ນຕໍ່າກວ່າ ການຫຼຸດລົງໂດຍລວມໃນຈຳນວນຜູ້ມາຢ້ຽມຢາມທັງໝົດ ເນື່ອງຈາກຜູ້ມາຢ້ຽມຢາມໃນພາກພື້ນຫຼາຍຄືນ (ໄທ, ຫວຽດນາມ) ບໍ່ໄດ້ນອນຄືນ.

23 ລະດູສີຂຽວໝາຍເຖິງລະດູຝົນ, ປົກກະຕິເດືອນ ມີນາ-ກັນຍາ, ຊຶ່ງທຸກປາຍທາງຂອງອາຊີຕາເວັນອອກສ່ຽງໃຕ້ກຳລັງສົ່ງເສີມຄວາມສຳເລັດໃນຫຼາຍລະດັບຕ່າງກັນເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນຜົນກະທົບດ້ານລົບກ່ຽວກັບ ‘ລະດູການ’, ໂດຍສະເພາະພ້ອມກັບການຈ້າງງານ ແລະ ຕາໜ່າງການສະໜອງທ້ອງຖິ່ນ.

24 ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການທີ່ພັກແບບບ້ານໃນຊຸມຊົນ ແລະ ຫຼາຍໆອົງການບໍ່ຂຶ້ນກັບລັດຖະບານແມ່ນມີຄວາມເຂົ້າໃຈຜິດວ່າ ມີລະບຽບການເຂັ້ມງວດກ່ຽວກັບລາຄາທີ່ພັກແບບບ້ານ. ໃນຕົວຈິງແລ້ວ, ອຳນາດປົກຄອງທ້ອງຖິ່ນສາມາດອະນຸຍາດໃຫ້ປັບລາຄາຕາມການສະເໜີ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ເນື່ອງຈາກພະນັກງານລັດບາງຄົນອາດຈະບໍ່ຮູ້ເຖິງຂໍ້ສະດວກນີ້ ແລະ ໃຫ້ຄຳແນະນຳບໍ່ກົງກັນ, ທີ່ພັກແບບບ້ານສ່ວນຫຼາຍແມ່ນຕັ້ງລາຄາໂດຍປາສະຈາກການສ້າງກຳໄລຈາກການລົງທຶນ, ສົ່ງຜົນໃຫ້ຂາດນະວັດຕະກຳ ແລະ ການເຮັດໃຫ້ແຕກຕ່າງ ແລະ ນຳສູ່ຄວາມຜິດພາດໃນການວາງຕະຫຼາດ.

31 ຮູບ 2 ສະແດງວ່າມີໄລຍະລະດູການ ຊ່ວງສະເພາະໃນເດືອນ ກຸມພາໃນສອງຕະຫຼາດທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດ, ອາຊີ ປາຊີຟິກ (92 ສ່ວນຮ້ອຍ, 3.9 ລ້ານຄົນ) ແລະ ເອີຣົບ (5.2 ສ່ວນຮ້ອຍ, 222,000 ຄົນ), ເຖິງແມ່ນຈະຖືກເອີ້ນວ່າເປັນຕະຫຼາດເອີຣົບຫຼາຍກວ່າກໍ່ຕາມ.

ຮູບ 2: ຈຳນວນຜູ້ຢ້ຽມຢາມຂາເຂົ້າ (ມັງກອນ-ທັນວາ 2016)



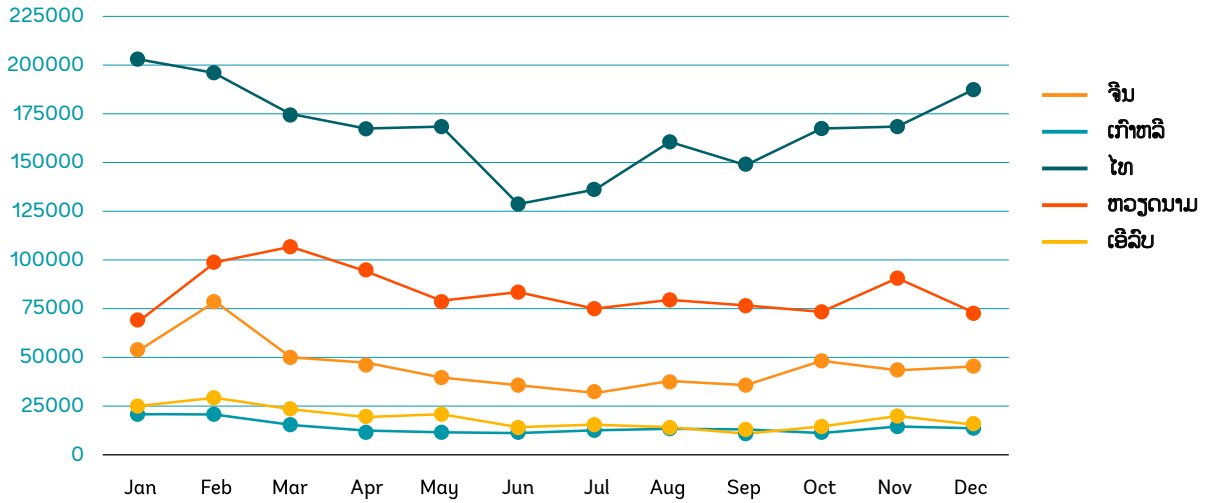
ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: MOICT.

32 ໃນປະຈຸບັນ ລະດູການທີ່ມີຄວາມໂດດເດັ່ນ. ຜູ້ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງລາຍງານວ່າ ການເຂົ້າພັກແມ່ນເຕັມ 100 ສ່ວນຮ້ອຍໃນລະດູນັກທ່ອງທ່ຽວຫຼາຍ (ພະຈິກ ຫາ ເມສາ) ແລະ ປົກກະຕິຈະຫຼຸດລົງ 25 ສ່ວນຮ້ອຍໃນຊ່ວງທີ່ຫຼົ້ອໜົດປີ. ສປປ ລາວໄດ້ມີຄວາມພະຍາຍາມຍິ່ງໃຫຍ່ໃນການສົ່ງເສີມລະດູສີຂຽວ, ຊຶ່ງແມ່ນວິທີທາງສ້າງສັນຢ່າງສູງສຸດ, ແຕ່ຂາດນະວັດຕະກຳດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການຕະຫຼາດທີ່ເປັນເປົ້າໝາຍເພື່ອບັນລຸການເຕີບໂຕໃນໄລຍະລະດູນັກທ່ອງທ່ຽວໜ້ອຍ. ເມື່ອການເດີນທາງໄລຍະລະດູຝົນສາມາດໃຊ້ເວລາເພີ່ມຂຶ້ນ ແລະ ຄາດຄະເນໄດ້ໜ້ອຍລົງ, ຈຳເປັນຕ້ອງແນໃສ່ການຕະຫຼາດໃນເປົ້າໝາຍປະເພດຍ່ອຍ ເຫຼົ່ານັ້ນສະເພາະຜູ້ທີ່ມີຄວາມສົນໃຈໃນ (ຫຼື ຢ່າງໜ້ອຍບໍ່ມີຄວາມລັງເລໃຈຕໍ່) ປະສົບການເດີນທາງແບບປະຈຸນໄພຫຼາຍຂຶ້ນ. ຜົນປະໂຫຍດໃນລະດູທີ່ມີຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວຕໍ່າແມ່ນສຳຄັນ ເພາະຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການບໍລິການທີ່ຕໍ່າກວ່າ ແລະ ສ້າງກຳໄລສູງກວ່າ, ລວມທັງການຕະຫຼາດແບບປາກຕໍ່ປາກທີ່ຄິ ຍ້ອນທົວທັດທຳມະຊາດ ແລະ ວັດທະນະທຳທີ່ມະຫັດສະຈັນ, ຖ້າບໍ່ຫຼາຍກວ່ານັ້ນ.

33 ຮູບ 3 ສະແດງຕຳແໜ່ງຕາມລະດູການໃນສີ່ແຫຼ່ງຕະຫຼາດສູງສຸດຂອງສປປລາວ (ໄທ 47.4 ສ່ວນຮ້ອຍ, ຫວຽດນາມ 23.6 ສ່ວນຮ້ອຍ, ຈີນ12.9ສ່ວນຮ້ອຍ, ສ.ເກົາຫຼີ²⁵ 4.1ສ່ວນຮ້ອຍ), ທຽບໃສ່ຕະຫຼາດເອີຣົບທັງໝົດ(5.2ສ່ວນຮ້ອຍ). ຕຳແໜ່ງຂອງຈີນ ແລະ ຫວຽດນາມ ແມ່ນຕຳສົມຄວນ ແລະ ມີລັກສະນະໃກ້ຄຽງກັນເລັກນ້ອຍ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ໄທມີຕຳແໜ່ງພິເສດສະເພາະຂອງຕົນທີ່ສູງຕາມລະດູການ. ປັດໃຈກະທົບແມ່ນວ່າ ສປປ ລາວ ຍັງຂາດການຮຽນຮູ້ຈາກຕະຫຼາດໄທ ໃນໄລຍະລະດູສີຂຽວ, ແລະ ຜົນທີ່ຕາມມາ, ຍັງມີຄວາມອາດສາມາດ ແລະ ກາລະໂອກາດອັນໂດດເດັ່ນ ເພື່ອສ້າງໃຫ້ການທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ ເຕີບໂຕໃນຊ່ວງໄລຍະນີ້.

25 ຕະຫຼອດບົດລາຍງານສະບັບນີ້, ຄຳສັບ 'ເກົາຫຼີ' ໝາຍເຖິງສາທາລະນະລັດເກົາຫຼີ, ຫຼືຮູ້ຈັກວ່າ ເກົາຫຼີໃຕ້.

ຮູບ 3: ຕົວເລກຜູ້ຢ້ຽມຢາມຂາເຂົ້າສຳລັບຕະຫຼາດສຳຄັນ (ມັງກອນ-ທັນວາ 2016)



ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: MOICT.

34 ໃນປີ 2016, 84 ສ່ວນຮ້ອຍ (3.6 ລ້ານຄົນ) ຂອງຜູ້ມາທ່ຽວສປປ ລາວທັງໝົດມາຈາກຫ້າປະເທດເພື່ອນບ້ານ ໃນນັ້ນມາຈາກໄທ (47 ສ່ວນຮ້ອຍ: 2.0 ລ້ານຄົນ), ຈາກຫວຽດນາມ (24 ສ່ວນຮ້ອຍ: 1.0 ລ້ານຄົນ), ຈາກຈີນ (13 ສ່ວນຮ້ອຍ: 0.5 ລ້ານຄົນ), ກຳປູເຈຍ (4 ສ່ວນຮ້ອຍ: 17,000 ຄົນ) ແລະ ມຽນມາ (1 ສ່ວນຮ້ອຍ: 4,000 ຄົນ). ຕະຫຼາດອາຊີທີ່ສຳຄັນອື່ນໆໃນປີ 2016 ແມ່ນ ເກົາຫຼີ (4 ສ່ວນຮ້ອຍ: 173,000 ຄົນ), ຍີ່ປຸ່ນ (1 ສ່ວນຮ້ອຍ: 49,000 ຄົນ), ແລະ ມາເລເຊຍ (0.6 ສ່ວນຮ້ອຍ: 24,000 ຄົນ). ປັດໃຈຂອງການເຈາະຕະຫຼາດແຕ່ລະແຫ່ງ²⁶ ແມ່ນມີລະດັບປາງການຫຼາຍກວ່າ, ສະທ້ອນເຖິງພາບພົດອັນຕໍ່າຫຼາຍຂອງ ສປປ ລາວ ເພື່ອເປັນປາຍທາງສຳລັບຕະຫຼາດພາກພື້ນໃນແຫຼ່ງເຫຼົ່ານັ້ນ.

ຕາຕະລາງ 5: ການເຈາະຕະຫຼາດຜູ້ຢ້ຽມຢາມທີ່ເປັນຕ່າງປະເທດ

ຜູ້ຢ້ຽມຢາມຕ່າງປະເທດ	ການເຂົ້າເຖິງຕະຫຼາດ
ໄທ	29.2
ຫວຽດນາມ	10.6
ເກົາຫຼີ	3.4
ກຳປູເຈຍ	1.0
ມາເລເຊຍ	0.8
ຈີນ	0.390
ຍີ່ປຸ່ນ	0.385
ມຽນມາ	<0.1

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: MOICT.

26 ສະຖິຕິທີ່ໃຫ້ເຫັນການເຈາະຕະຫຼາດສະເພາະຂອງປາຍທາງ (ໂດຍທົ່ວໄປ ເປັນປະເທດ) ຈາກການຄິດໄລ່ຈຳນວນການຢ້ຽມຢາມໃນປີ, ໃນກໍລະນີນີ້ແມ່ນອະທິບາຍຕໍ່ປະຊາກອນຫຼັກພື້ນ.

- 35 ເປັນອັນຈະແຈ້ງວ່າ ໄທ ແລະ ຫວຽດນາມແມ່ນຕະຫຼາດຫຼັກສຳລັບສປປ ລາວ ໃນດ້ານຜຸກຂາດ ແລະ ຜົນໄດ້ທາງອ້ອມ ເພາະປັດໃຈການເຈາະຕະຫຼາດຂອງປະເທດດັ່ງກ່າວ ແມ່ນມີລຳດັບການຂະຫຍາຍກວ້າງຕ່າງກັນ ເມື່ອທຽບໃນຜົນສະເລັຍທັງໝົດລະດັບຊາດສຳລັບຕະຫຼາດການທ່ອງທ່ຽວຂອງລາວ, ຊຶ່ງມີພຽງ 0.6. ຕາຕະລາງນີ້ຍັງຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າ ມີຄວາມຕ້ອງການທີ່ຈະແຈ້ງສຳລັບການເດີນທາງມາສປປ ລາວ ຈາກເກົາຫຼີ ແລະ ສປປ ລາວ ໄດ້ສຳເລັດການເຈາະຕະຫຼາດໃນມາເລເຊຍ ຫຼາຍກວ່າໃນຍີ່ປຸ່ນ. ນີ້ຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າ ມີກາລະໂອກາດທີ່ທັນການ ແລະ ມີທ່າແຮງບໍ່ມີຂັ້ນສຳລັບ ສປປ ລາວ ເພື່ອເຕີບໃຫຍ່ໃນຕະຫຼາດມາເລເຊຍ ໃນຂະນະທີ່ຍັງປະດັບປະຄອງຕະຫຼາດເກົາຫຼີ—ການຕະຫຼາດທີ່ສ້າງສະເພາະ ຊຶ່ງສອດຄ່ອງກັບລັກສະນະພິເສດໃນຈຸດຂອງແຕ່ລະຕະຫຼາດ. ຈີນ ຍັງໄດ້ເພີ່ມທະວີຄວາມສຳຄັນຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຂອງລາວ, ໃນຫຼວງພະບາງ ແລະ ປາຍທາງອື່ນໆໃນພາກເໜືອກຳລັງເປັນທີ່ນິຍົມສຳລັບທັງການທ່ຽວເປັນກຸ່ມ, ລວມທັງນັກເດີນທາງແບບອິດສະຫຼະ, ເປັນເອກະລາດ ເດີນທາງຂ້າມຊາຍແດນດ້ວຍພາຫະນະຂອງຕົນເອງ. ຕະຫຼາດຈີນ ແມ່ນຄາດວ່າຈະຂະຫຍາຍຕົວພາຍຫຼັງການເປີດເສັ້ນທາງລົດໄຟຈີນ-ລາວໃນເດືອນທັນວາ 2021.²⁷
- 36 ສປປ ລາວ ມີດ່ານລະຫວ່າງປະເທດຜ່ານສີ່ສະໜາມບິນສາກົນ ແລະ ອີກເສັ້ນທາງຂ້າມຊາຍແດນ 22 ແຫ່ງ. ສະໜາມບິນສາກົນແມ່ນສະໜາມບິນວັດໄຕ (ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ), ຫຼວງພະບາງ, ປາກເຊ, ແລະ ສະຫວັນນະເຂດ. ດ່ານລະຫວ່າງປະເທດທາງບົກປະກອບດ້ວຍເຈັດສະຖານທີ່ເຊື່ອມກັບໄທ, ແປດຈຸດເຊື່ອມກັບຫວຽດນາມ, ສອງຈຸດເຊື່ອມກັບຈີນ, ແລະ ໜຶ່ງຈຸດເຊື່ອມກັບກຳປູເຈຍ. ມີດ່ານປະເພນີກັບມຽນມາ. ສປປ ລາວແມ່ນເຊື່ອມກັບປະເທດເພື່ອນບ້ານຫຼາຍຜ່ານດ່ານຂ້າມຊາຍແດນ, ຫຼາຍຈຸດໄດ້ຮັບການປັບປຸງດ້ວຍຂົວ, ຖະໜົນທີ່ດີກວ່າເກົ່າ, ແລະ ການບໍລິການວີຊາກັບດ່ານທີ່ປັບປຸງດີຂຶ້ນ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ການເຊື່ອມຕໍ່ທາງອາກາດແມ່ນຍັງເປັນບັນຫາຕົ້ນຕໍ. ເຖິງແມ່ນມີສາຍການບິນ ແລະ ເສັ້ນທາງສາກົນຫຼາຍຂຶ້ນກັບກຳປູເຈຍ, ຈີນ, ເກົາຫຼີ, ສິງກະໂປ, ໄທ, ແລະ ຫວຽດນາມ, ແລະ ມີການປັບປຸງໃນຫຼາຍໆສະໜາມບິນສາກົນ ແລະ ພາຍໃນປະເທດກໍ່ຕາມ, ຖ້ຽວບິນເດີນທາງມາ ແລະ ພາຍໃນສປປ ລາວແມ່ນຍັງລາຄາແພງ, ແລະ ບໍ່ສະດວກ, ແລະ ອາດບໍ່ຖືວ່າປອດໄພ ຫຼື ສະດວກສະບາຍ.
- 37 ການທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນການເດີນທາງມາຮອດໂດຍທາງເຮືອບິນ, ແຕ່ໃນຕົວຈິງມີຜູ້ມາທ່ຽວພຽງ 14 ສ່ວນຮ້ອຍ (579,000 ຄົນ) ເດີນທາງມາທາງເຮືອບິນ, ບົກກະຕິ ເປັນຂາເຂົ້າສອງສະໜາມບິນສາກົນ, ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ແລະ ຫຼວງພະບາງ, ດັ່ງທີ່ສະແດງໃນຕາຕະລາງ 6. ປະຈຸບັນ, ຜູ້ເດີນທາງມາຈາກປະເທດເຫຼົ່ານີ້ແມ່ນຖືກກວມໂດຍຈຳນວນຜູ້ຢູ່ຮູມຢາມຂະໜາດໃຫຍ່ (86 ສ່ວນຮ້ອຍ, 3.7 ລ້ານຄົນ) ຜູ້ມາເດີນທາງຜ່ານດ່ານທາງບົກ. ຈຳນວນຜູ້ເດີນທາງມາຮອດປະເທດຂະໜາດໃຫຍ່ຈາກປະເທດເພື່ອນບ້ານແມ່ນຊາວຄ້າຂາຍຂະໜາດນ້ອຍທີ່ຢູ່ຮູມຢາມເພື່ອທຸລະກິດໄລຍະສັ້ນ, ໃນຂະນະທີ່ຜູ້ມາທ່ຽວອື່ນໆ ແມ່ນມາຢາມໝູ່ເພື່ອນ ແລະ ຍາດພີ່ນ້ອງ, ໂດຍບໍ່ມີຂໍ້ແຕກຕ່າງຫຍັງຫຼວງຫຼາຍ ໃນການໃຊ້ຈ່າຍໂດຍສະເລັຍຕໍ່ຄົນ. ເຖິງແມ່ນຜູ້ເດີນທາງມາເພື່ອທຸລະກິດ ແລະ ຢາມໝູ່ເພື່ອນ ແລະ ຍາດພີ່ນ້ອງບໍ່ແມ່ນຈຸດສຸມຂອງຍຸດທະສາດການທ່ອງທ່ຽວຂອງກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວກໍ່ຕາມ, ຂໍ້ມູນແມ່ນກ່ຽວຂ້ອງສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບນິຍາມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວກຳນົດໂດຍອົງການສະຫະປະຊາຊາດວ່າດ້ວຍການທ່ອງທ່ຽວໃນໂລກ (UNWTO).

27 ເບິ່ງ: <https://www.npr.org/2019/04/26/707091267/in-Lao-PDR-a-chinese-funded-railway-sparks-hope-for-growth-and-fears-of-debt>.

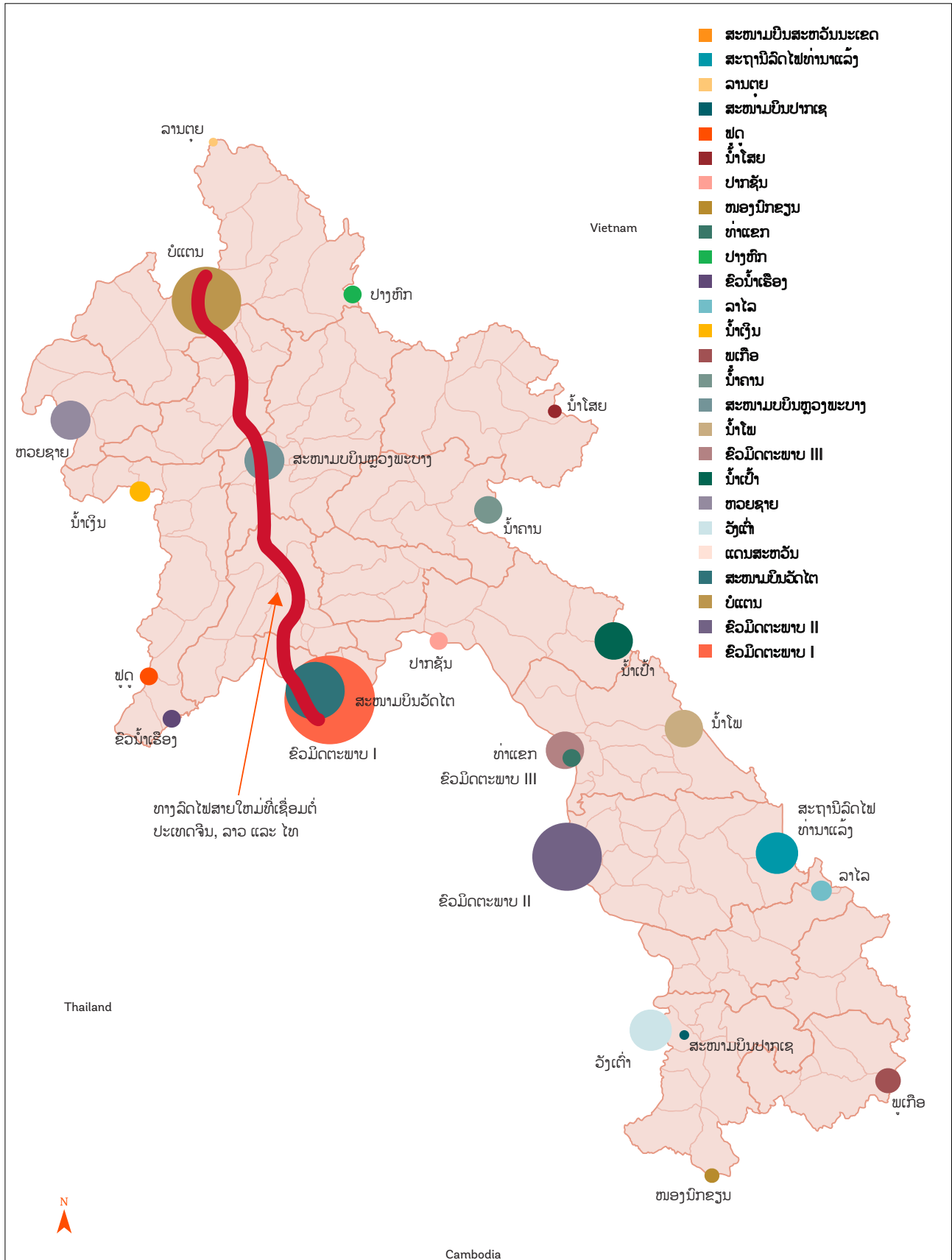
ຕາຕະລາງ 6: ຕະຫຼາດສາກົນຫຼັກສຳລັບການເດີນທາງມາຮອດທາງອາກາດ

ສະໜາມບິນ	ຈຳນວນຄົນຕ່າງປະເທດ	ສ່ວນແບ່ງການຕະຫຼາດທາງອາກາດ (%)	ຕະຫຼາດສາກົນຫຼັກສຳລັບແຕ່ລະສະໜາມບິນ (ອັດຕາສ່ວນແບ່ງ %)
ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ/ວັດໄຕ	422,000	73	ເກົາຫຼີ (31%), ຈີນ (18%), ໄທ (9.0%), ຢີ່ປຸ່ນ (5.8%), ຫວຽດນາມ (5.7%)
ຫຼວງພະບາງ	141,000	24	ຈີນ (9.2%), ໄທ (8.5%), ສະຫະລັດອາເມລິກາ (8.1%), ອັງກິດ (7.9%), ເຢຍລະມັນ (7.6%)
ປາກເຊ	13,000	2.2	ຝລັ່ງ (18%), ຫວຽດນາມ (11%), ສະຫະລັດອາເມລິກາ (9.3%)
ສະຫວັນນະເຂດ	3,000	0.5	ໄທ (35%)

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: MOICT.

38 ມີທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນທາງຕະຫຼາດໃນຈຳນວນຜູ້ມາທ່ຽວຂະໜາດໃຫຍ່ທີ່ເຂົ້າມາສປປ ລາວຜ່ານດ່ານທາງບົກ. ໃນເມື່ອປະຊາກອນຂອງປະເທດເພື່ອນບ້ານເລີ່ມຮັ່ງມີເພີ່ມຂຶ້ນ, ການເດີນທາງພັກຜ່ອນຈະບໍ່ເປັນເລື່ອງຫຼູຫຼາ ຫຼື ໄກເກີນເຂົ້າເຖິງ. ໃນທີ່ສຸດ, ກິດຈະກຳທີ່ມີຈຸດສຸມກາງໃນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດແນ່ໃສ່ຊົນຊັ້ນປານກາງທີ່ພວມເຕີບໂຕໃນປະເທດເພື່ອນບ້ານ ຈະເກີດມີຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ສາມາດຕິຕະຫຼາດໄດ້.

ຮູບ 4: ການຂ້າມຊາຍແດນ (ຊຶ່ງມີສະໜາມບິນສາກົນ)



ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: MOICT.

39 ຕະຫຼາດຈີນ, ຊຶ່ງແມ່ນຕະຫຼາດໃຫຍ່ທີ່ສຸດໃນໂລກຢູ່ແລ້ວ, ແມ່ນພວມເຕີບໂຕສຳລັບ ສປປ ລາວ, ແລະ ການເຕີບໂຕນີ້ແມ່ນຄາດວ່າຈະກ້າວກະໂດດດ້ວຍການເຊື່ອມຕໍ່ເສັ້ນທາງລົດໄຟທີ່ຈະເລີ່ມເປີດດຳເນີນການ ນັບຈາກເດືອນທັນວາ 2021, ໂດຍມີຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນທີ່ຄາດຄະເນໄວ້ເບື້ອງຕົ້ນ 1 ລ້ານຄົນຕໍ່ປີ.²⁸ ນີ້ສະແດງອອກຢ່າງຈະແຈ້ງເຖິງກາລະໂອກາດທາງເສດຖະກິດທີ່ສຳຄັນສຳລັບສປປ ລາວ, ໂດຍສະເພາະໃນພາກເໜືອ, ທີ່ການທ່ອງທ່ຽວຈີນແມ່ນສຳຄັນສົມຄວນຢູ່ແລ້ວໃນຫຼວງພະບາງ, ຫຼວງນ້ຳທາ, ອຸດົມໄຊ ແລະ ບໍ່ແກ້ວ. ບາງພາກສ່ວນເປັນກັງວົນວ່າ ຍັງຈະເປັນສິ່ງທ້າທາຍຕົ້ນຕໍສຳລັບສປປ ລາວໃນດ້ານການຄຸ້ມຄອງສະຖານທີ່ດຶງດູດ ແລະ ປາຍທາງທີ່ມີການໄຫຼເຂົ້າຂອງຜູ້ມາທ່ຽວຈຳນວນຫຼາຍພ້ອມກັນ, ສ້າງໃຫ້ມີຄວາມສ່ຽງສູງໃນຜົນກະທົບດ້ານລົບຕໍ່ສັງຄົມ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ. ມີຕະຫຼາດທີ່ມີທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນຂະໜາດໃຫຍ່ສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃນກຸ່ມສະເພາະຂອງຕະຫຼາດຈີນ, ອີງຕາມປະສົບການໃນປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ຮູ້ຈັກກິດໃນບ່ອນອື່ນໆ, ຊຶ່ງລວມທັງແຂວງຢູນນານຂອງຈີນເອງ ຫຼື ປາຍທາງໃນໂລກເຊັ່ນ: ນິວຊີແລນ, ປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ນຳໜ້າ, ໂດຍທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນ ແມ່ນມາເປັນອັນດັບສອງຮອງຈາກອົດສະຕາລີເທົ່ານັ້ນ ໃນຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທັງໝົດທີ່ເຂົ້າມາປະເທດ.²⁹ ສະນັ້ນ, ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ມີການຄຸ້ມຄອງດີ ສາມາດຫຼຸດຜ່ອນທັງຜົນກະທົບຕໍ່ປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວຫຼັກໃນສປປ ລາວ ແລະ ສ້າງຜົນປະໂຫຍດສຳລັບຄົນທ້ອງຖິ່ນ ໂດຍການດຶງດູດນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນທີ່ສົນໃຈໃນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ.

40 ການຂາດການເຂົ້າເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດຂອງສປປ ລາວແບບງ່າຍດາຍ ແມ່ນສິ່ງທ້າທາຍ, ຈາກບາງຜູ້ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ຜູ້ມາທ່ຽວທີ່ໃຫ້ຄຳເຫັນ. ຫຼາຍໆສິ່ງດຶງດູດການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ສຸດຂອງປະເທດ ແລະ ເຂດປ່າສະຫງວນຍັງຄົງເຂົ້າຫາຍາກ, ເພາະຖະໜົນທີ່ຍັງບໍ່ທັນປຸງ ຊຶ່ງບໍ່ສາມາດເຂົ້າໄປໄດ້ໃນໄລຍະລະດູຝົນ ແລະ ບໍ່ເປັນທີ່ປາດຖະໜາເພື່ອການເດີນທາງໄລຍະລະດູແລ້ງ. ຜູ້ປະກອບທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ທີ່ພັກໃນປ່າສະຫງວນຈຶ່ມກ່ຽວກັບອັດຕາການເຂົ້າເຖິງ ເປັນບັນຫາຕົ້ນໆ. ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຂອງການຂົນສົ່ງສ່ວນຕົວໃນສປປ ລາວ ຍັງຄົງສູງຫຼາຍສົມຄວນ ເມື່ອທຽບກັບຄ່າໃຊ້ຈ່າຍການຂົນສົ່ງໃນປະເທດເພື່ອນບ້ານ, ຊຶ່ງບາງສ່ວນແມ່ນການສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງສະພາບຖະໜົນ ແຕ່ຍັງກ່ຽວຂ້ອງກັບລະບຽບການກຳນົດລາຄາຈາກລັດຖະບານ. ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສຳລັບການຂົນສົ່ງສິນຄ້າ (ກະທົບຕໍ່ການດຳເນີນກິດຈະການທ່ອງທ່ຽວ) ແມ່ນຍັງສູງເມື່ອທຽບໃສ່ປະເທດອື່ນໆ ເປັນຜົນຈາກການແຂ່ງຂັນທີ່ຈຳກັດ.³⁰ ເຖິງແມ່ນມີຜູ້ປະກອບທຸລະກິດໜຶ່ງສອງລາຍ ໄດ້ຊອກຄົ້ນກາລະໂອກາດ ເພື່ອພັດທະນາທີ່ພັກແບບຕິດກັບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດລະດັບສູງ, ຂະໜາດນ້ອຍ ໃນເຂດສອກຫຼີ ແລະ ເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ, ໂດຍມີທາງເລືອກການເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ໄລ່ມາຈາກການສົ່ງດ້ວຍລົດຂັບເຄື່ອນແບບ 4 ລໍ້ ໄປຈົນເຖິງຖ້ຽວບິນເຮລີຄໍບເຕີ, ການເຂົ້າເຖິງທີ່ຖືກວ່າ ຈະຈຳເປັນເພື່ອດຶງດູດລະດັບທີ່ຕ້ອງການ, ສຳຄັນແມ່ນການລົງທຶນຈາກພາກເອກະຊົນ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດກາຍເປັນສ່ວນເສີມຂະຫຍາຍຮອບດ້ານ. ທັດສະນະກ່ຽວກັບສປປ ລາວຈາກພາຍນອກເປັນປະເທດທີ່ມີຖະໜົນເຊື່ອມໂຊມ ແລະ ໂຄງລ່າງທາງການຂົນສົ່ງທີ່ບໍ່ດີ ຍັງຄົງເປັນສິ່ງທ້າທາຍຕໍ່ການຕະຫຼາດ ແລະ ກຳແພງກັນການລົງທຶນ ເຖິງແມ່ນມີຫຼາຍໆການປັບປຸງໃນຖະໜົນ, ຂົວ ແລະ ສະໜາມບິນກໍ່ຕາມ.

28 ດ້ວຍແຜນການເບື້ອງຕົ້ນສຳລັບລົດໄຟໄປ-ກັບ (ສາມາດຮັບໄດ້ 750 ຄົນຕໍ່ຖ້ຽວ) ລະຫວ່າງຈີນ ແລະ ສປປ ລາວແຕ່ລະມື້, ຄວາມສາມາດທັງໝົດສຳລັບການເຄື່ອນຍ້າຍຕໍ່ຄົນແມ່ນ 2.2 ລ້ານຄົນ ແລະ ການເດີນທາງຂາກັບ 1.1 ລ້ານຄົນ. ນີ້ຄາດຄະເນວ່ານັກເດີນທາງຈຳນວນມະຫາສານສ່ວນໃຫຍ່ຈະແມ່ນຄົນຈີນແທນທີ່ຄົນລາວ.

29 <https://www.tourismnewzealand.com/markets-stats/>.

30 ສຳລັບການປຶກສາຫາລື, ເບິ່ງເອກະສານທະນາຄານໂລກ 2018. ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ ແລະ ລາຄາການຂົນສົ່ງໃນສປປ ລາວ - ປົດການແຈກແຈງບົ່ມຊ້ອນຂອງກອງຂົນສົ່ງແບບມີທ່າກ້ວຂະຫຍາຍກວ້າງ.

2.5 ປະເທດໃຊ້ເປັນຖານສົມທຽບ

41 ການປຽບທຽບອັນເປັນປະໂຫຍດ ສາມາດເຮັດຈາກປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ສາມາດປຽບທຽບໄດ້ໃນປະເທດອື່ນໆ. ເງື່ອນໄຂຫຼັກສຳລັບການພິຈາລະນາໃນການປະເມີນຜົນນີ້ປະກອບດ້ວຍ ການມີທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຈຳນວນຫຼາຍ ແລະ ເປັນປະເທດບໍ່ມີທາງອອກສູ່ທະເລ. ເງື່ອນໄຂອັນທີສອງປະກອບມີຂີດໝາຍທາງເສດຖະກິດ ແລະ ການເມືອງ ແລະ ປາຍທາງທີ່ຖືກນຳເຂົ້າຕະຫຼາດ ໂດຍເປັນປາຍທາງເສີມຕື່ມ.

ຕາຕະລາງ 7: ປະເທດທີ່ບໍ່ມີທາງອອກສູ່ທະເລເປັນຕົວປຽບທຽບ (19)

ພາກພື້ນ UNWTO	ພາກພື້ນຍ່ອຍຂອງ UNWTO : ປະເທດ
ອາຟິກກາ (9)	ເຂດຊັບ-ຊາຮາຣານອາຟິກກາ: ບອດສະວານາ (ດັດສະນີຄວາມສາມາດແຂ່ງຂັນດ້ານການເດີນທາງ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວອັນດັບໃນປີ 2017 (85), ເອທິໂອເປຍ (116), ລີໂຊໂທ (128), ມາລາວີ (123), ຣໍແວນດາ (97), ສະວາຊີແລນ (ມີຂໍ້ມູນບໍ່ພຽງພໍ), ອູແກນດາ (106), ຊຳເປຍ (108), ຊິມບາບເວ (114)
ອາຊີ ປາຊີຟິກ (3)	ອາຊີຕາເວັນອອກສ່ຽງເໜືອ: ມົງໂກເລຍ (102) ອາຊີໃຕ້: ບູຖານ (78), ເນປານ (103)
ເອີຣົບ (5)	ເອີຣົບກາງ/ຕາເວັນອອກ: ອາມາເນຍ (84), ອາເຊີບາຍຈານ (71), ກາຊັກສະຖານ, ສາທາລະນະລັດ ເກຍກິດ (81), ທາຈິກິດສະຖານ (107)
ອາເມລິກາ (2)	ໂບລິເວຍ (99), ປາຣາກວາຍ (110)

ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 4 ກໍລະນີຂອງຣໍແວນດາ

ຣໍແວນດາແມ່ນຕົວຢ່າງທີ່ສະເພາະກ່ຽວກັບວິທີທີ່ການນຳພາທາງການເມືອງສາມາດປ່ຽນຮູບການນຳໃຊ້ທົ່ວທຳມະຊາດສຳລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການເຕີບໂຕທາງເສດຖະກິດ. ປະເທດໄດ້ມີການເຕີບໂຕສູງໃນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ນຳພາໂດຍຊຸມຊົນ, ອັນມີຄ່າສູງ (ນອກເໜືອຈາກການທ່ອງທ່ຽວໂກຣີລາທີ່ໂດ່ງດັງ, ຊຶ່ງໄດ້ຂຶ້ນສູງສຸດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ຮັບອັນຕະລາຍຈາກການເພີ່ມຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການອະນຸຍາດເຖິງ 1000 ສ່ວນຮ້ອຍ), ຊຶ່ງລວມມີຮີສອດຫຼູແບບອະນຸລັກທຳມະຊາດ, ທາງຍ່າງຕາມທຳມະຊາດ, ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວປະຈືນໄພ. ລັດຖະບານຮັບຮູ້ເຖິງທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນຂອງການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ກາຍເປັນຕົວດຶງເງິນຕາຕ່າງປະເທດອັນດັບໜຶ່ງຂອງປະເທດ ແລະ ສ້າງການພັດທະນາແບບຍືນຍົງ, ໂດຍສະເພາະໃນເຂດຊົນນະບົດ, ສະເພາະສຳລັບແມ່ຍິງ ແລະ ຄົນໜຸ່ມ. ນີ້ພາໃຫ້ມີການປະສານງານແລະ ການພົວພັນສື່ສານທີ່ດີ ລະຫວ່າງສະຖາບັນລັດຖະບານ ແລະ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການ, ເຮັດໃຫ້ສະພາບການດຳເນີນທຸລະກິດງ່າຍຂຶ້ນດ້ວຍການນຳສະເໜີສະຖານທີ່ບໍລິການໃນບ່ອນດຽວສຳລັບນັກລົງທຶນ, ມີການຊຸກຍູ້ກ່ຽວກັບການຮ່ວມທຶນກັບຊຸມຊົນໃນປາຍທາງ, ແລະ ມີການຊຸກຍູ້ທີ່ຕັ້ງໜ້າກ່ຽວກັບການລົງທຶນຕ່າງປະເທດໂດຍບໍ່ຍອມຮັບຕໍ່ການປະຕິບັດທີ່ສໍ້ລາດບັງຫຼວງ. ການຕະຫຼາດຂອງປາຍທາງບໍ່ພຽງເປັນພາຫະນະ ເພື່ອດຶງດູດນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີການໃຊ້ຈ່າຍສູງໃຫ້ຫຼາຍເທົ່າທີ່ເປັນໄປໄດ້ ແຕ່ຍັງເປັນວິທີເປີດປະເທດໃຫ້ເປັນປະຕູເພື່ອດຳເນີນທຸລະກິດທີ່ມີປະສິດທິຜົນອາຟິກກາຕາເວັນອອກ ແລະ ສູ່ພາກອື່ນໆ ແລະ ເປັນແຫຼ່ງການລົງທຶນສຳລັບກອງປະຊຸມ, ມີນະໂຍບາຍຈູງໃຈ, ແລະ ການພັດທະນາທຸລະກິດໃນແຕ່ລະຂະແໜງການ.

42 ບາງບົດຮຽນສຳຄັນສຳລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດແບບຍືນຍົງໃນສປປ ລາວ ເລີ່ມຈາກການວິເຄາະວິໃຈສິ່ງທີ່ໄດ້ເລືອກເຟັ້ນເຫຼົ່ານີ້, ປາຍທາງທີ່ມີທາງອອກສຸ່ທະເລເປັນຖານສົມທຽບ:

- > ການພັດທະນາປາຍທາງ ແລະ ການຕະຫຼາດ ແມ່ນບໍ່ພຽງໃຊ້ສຳລັບການສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ ແຕ່ຍັງລວມທັງໝົດກ່ຽວກັບການນຳສະເໜີປະເທດໃຫ້ເປັນເປົ້າໝາຍການລົງທຶນ: ສະຖານທີ່ພ້ອມລົງທຶນ, ຕັ້ງຖິ່ນຖານ, ສຶກສາ, ແລະ ເຮັດວຽກ (ຕົວຢ່າງປະເທດທີ່ມີການຈັດຕັ້ງດີທີ່ສຸດຈາກ ບູຖານ, ລີໂຊໂທ, ປາຣາກວາຍ, ຣໍແວນດາ, ທາຈີກິດສະຖານ).
- > ການນຳພາທາງການເມືອງ ແມ່ນສຳຄັນຢ່າງຍິ່ງ ຕໍ່ການປະສານງານທົ່ວຂະແໜງການ (ອາເມເນຍ, ໂບລີເວຍ, ຣໍແວນດາ).
- > ຍຸດທະສາດການທ່ອງທ່ຽວລະດັບຊາດໃຫ້ທິດທາງແກ່ທຸກຄົນ (ສາທາລະນະລັດເກຍກິດ, ຣໍແວນດາ).
- > ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນຈຳເປັນຕໍ່ການສ້າງຄວາມຕ້ອງການ (ຣໍແວນດາ, ອູການດາ).
- > ເພື່ອໃຫ້ຍືນຍົງ, ການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງຊຸມຊົນ ຕ້ອງເປັນອົງປະກອບແທ້ຈິງຂອງການທ່ອງທ່ຽວຊຸມຊົນ, ໂດຍສະເພາະໃນສະພາບແວດລ້ອມມໍລະດົກທຳມະຊາດ (ໂບລີເວຍ, ສາທາລະນະລັດເກຍກິດ, ຣໍແວນດາ).
- > ການຕັ້ງລາຄາຕ້ອງເປັນເອກະລາດ (ບໍ່ລວມສູນ) ເພື່ອຊຸກຍູ້ນະວັດຕະກຳ ແລະ ການຂະຫຍາຍຫຼາຍຮູບແບບ (ເນປານ).
- > ການເຊື່ອມຕໍ່ຖ້ຽວບິນແມ່ນສິ່ງທີ່ຕ້ອງການ (ເອທິໂອເປຍ, ຣໍແວນດາ).
- > ການຕະຫຼາດ ຕ້ອງເປັນຍຸດທະສາດ ແລະ ມີເປົ້າໝາຍ; ບໍ່ດັ່ງນັ້ນຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ (ເວລາ ແລະ ເງິນ) ແມ່ນສູນເສຍໄປ.
- > ການເປີດເສລີທາງວິຊາ ແມ່ນສິ່ງສົ່ງເສີມທາງການປະຊາສຳພັນ (PR) ແລະ ສາມາດເປັນພື້ນຖານຂອງໂຄງການຕະຫຼາດທີ່ມີປະສິດທິພາບຫຼາຍ (ກາຊັກສະຖານ, ຣໍແວນດາ).
- > ງານໃຫຍ່ໆ ຍັງສາມາດເປັນສິ່ງສົ່ງເສີມທາງການປະຊາສຳພັນ, ແຕ່ສິ່ງດັ່ງກ່າວແມ່ນແຜງຫຼາຍ (ອາເຊີຍາຍຈານ).
- > ຖ້າອອກແບບ ແລະ ຄຸ້ມຄອງດີ, ການທັດສະນະສຶກສາ ແລະ ການເດີນທາງຂອງນັກຂ່າວສາມາດເປັນເຄື່ອງມືທາງການຕະຫຼາດທີ່ມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຕໍ່າ ແລະ ໄດ້ຮັບຜົນສູງ (ອາເມເນຍ, ສາທາລະນະລັດ ເກຍກິດ, ຣໍແວນດາ).

43 ເຊັ່ນດຽວກັນ, ຫຼາຍໆບົດຮຽນອັນເປັນປະໂຫຍດ ສາມາດນຳມາປຽບທຽບກັບປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວອື່ນໆພາຍໃນຂົງເຂດອາຊຽນ, ສະຖານທີ່ການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນສອງເທົ່ານັບແຕ່ປີ 2005, ຈາກ 49 ລ້ານຄົນ ມາສູງເກີນ 100 ລ້ານຄົນໃນປີ 2016. ທັງໄທ ແລະ ມາເລເຊຍ ໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງການລົນນະລົງທາງການຕະຫຼາດລະດັບຊາດທີ່ຂັ້ມແຂງ ບວກກັບອຸດສາຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຂັບເຄື່ອນຜ່ານພາກເອກະຊົນທີ່ຂັ້ມແຂງ ແລະ ລະບົບການອະນຸລັກຮັກສາປ່າສະຫງວນທີ່ຈັດຕັ້ງດີສົມຄວນ ແລະ ສະຖານທີ່ທຳມະຊາດອື່ນໆໃນທົ່ວທັດທຳມະຊາດທີ່ໜ້າດຶງດູດ.

44 ຕາຕະລາງ 8 ສັງລວມຜູ້ເດີນທາງມາຢ້ຽມຢາມຈາກຕ່າງປະເທດໃນພາກພື້ນອາຊຽນຊ່ວງໄລຍະປີ 2005–2016. ໄທນຳໜ້າພາກພື້ນໂດຍມີສ່ວນແບ່ງ 29.5 ສ່ວນຮ້ອຍ, ແລະ ມາເລເຊຍ ແມ່ນໃກ້ຄຽງມາເປັນທີສອງມີ 24.2 ສ່ວນຮ້ອຍ. ອິນໂດເນຍ ແລະ ຫວຽດນາມທັງສອງໄດ້ດຳເນີນການດີ, ດຶງເອົາເກືອບ 10 ສ່ວນຮ້ອຍໃນແຕ່ລະປະເທດຈາກຈຳນວນຜູ້ເດີນທາງມາຢ້ຽມຢາມທັງໝົດໃນພາກພື້ນອາຊຽນ, ທັງຂະແໜງເອກະຊົນທີ່ຂັບເຄື່ອນອຸດສາຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວ. ຈຳນວນຜູ້ເດີນທາງມາຢ້ຽມຢາມ ສປປ

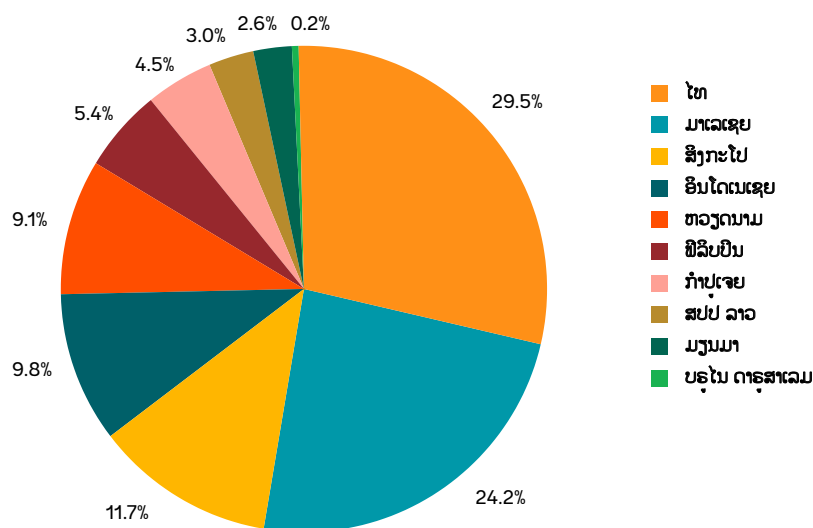
ລາວ ໄດ້ເຕີບໂຕຢ່າງກ້າວກະໂດດຫຼາຍກວ່າໃນມາເລເຊຍ ແລະ ໄທ, ແຕ່ຂະໜາດໃນທຸກມື້ນີ້ແມ່ນການສະທ້ອນເຖິງ ແລະ ການເຄື່ອນໄຫວຂອງການຂາດການຕະຫຼາດທີ່ກະຕຸ້ນ ແລະ ທິດທາງອັນເປັນຍຸດທະສາດສຳລັບການຕອບໂຈດການທ່ອງທ່ຽວຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການໃນຕະຫຼາດ.

ຕາຕະລາງ 8: ຜູ້ເດີນທາງມາຢ້ຽມຢາມຈາກຕ່າງປະເທດ, 2005–2016 ('000)

ສະມາຊິກອາຊຽນ	2005	2010	2014	2015	2016	ອັດຕາການເຕີບໂຕ 2015/16 (%)	ສ່ວນແບ່ງໃນອາຊຽນປີ 2016 (%)
ບຣູໄນ ດາຣູສາເລມ	126	214	201	218	219	0.5	0.2
ກຳປູເຈຍ	1,333	2,508	4,503	4,775	5,012	5.0	4.5
ອິນໂດເນເຊຍ	5,000	7,003	9,435	9,729	10,811	11.1	9.8
ສປປ ລາວ	672	1,670	3,164	3,543	3,315	-6.4	3.0
ມາເລເຊຍ	16,431	24,577	27,437	25,721	26,757	4.0	24.2
ມຽນມາ	660	792	3,081	4,681	2,900	-38.0	2.6
ຟີລິບປິນ	2,623	3,520	4,883	5,361	5,967	11.3	5.4
ສິງກະໂປ	7,079	9,161	11,864	12,052	12,913	7.1	11.7
ໄທ	11,567	15,936	24,810	29,923	32,588	8.9	29.5
ຫວຽດນາມ	3,478	5,050	7,960	7,944	10,013	26.0	9.1
ລວມທັງໝົດໃນອາຊຽນ	48,969	70,431	97,338	103,947	107,595	3.5	100.0

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ UNWTO, ຕາຕະລາງການທ່ອງທ່ຽວໃນໂລກ.

ຮູບ 5: ສ່ວນແບ່ງໃນອາຊຽນສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວຂາເຂົ້າ (2016)

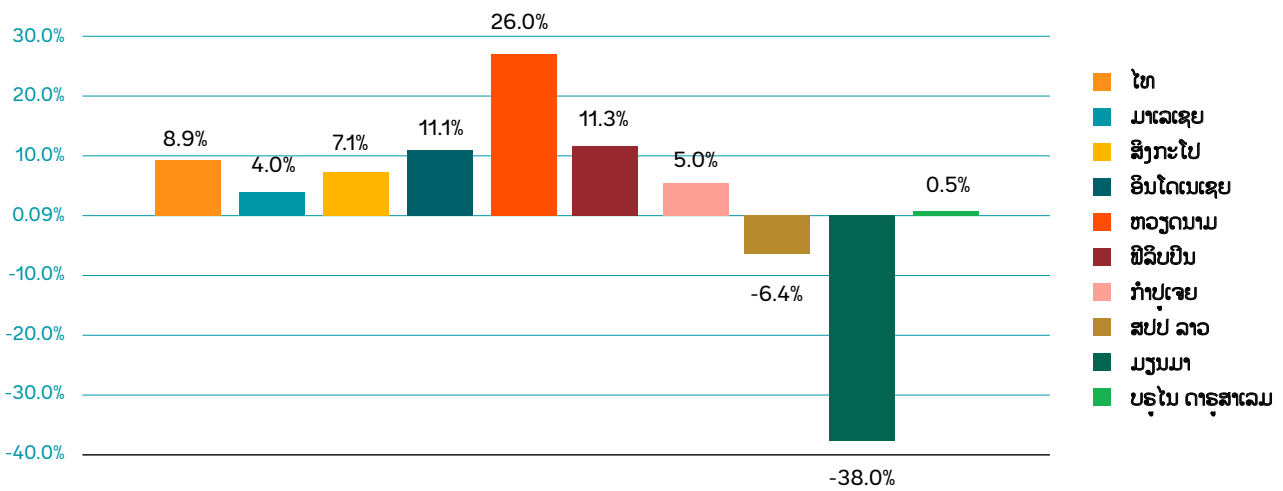


ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ UNWTO, ຕາຕະລາງການທ່ອງທ່ຽວໃນໂລກ.

45 ການທ່ອງທ່ຽວໃນອາຊຽນສ່ວນໃຫຍ່ ແມ່ນຖືກດຶງດູດໂດຍໄທ ແລະ ມາເລເຊຍ. ຮູບ 5: ສ່ວນແບ່ງໃນອາຊຽນສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວຂາເຂົ້າ ສະແດງເຖິງການທ່ອງທ່ຽວຂະໜາດໃຫຍ່ໃນໄທ ແລະ ມາເລເຊຍ ເປັນສ່ວນແບ່ງການທ່ອງທ່ຽວໃນອາຊຽນ, ລະ

ຫວ່າງສອງປະເທດມີສ່ວນແບ່ງ 55 ສ່ວນຮ້ອຍຂອງຜູ້ມາທ່ຽວທັງໝົດໃນປີ 2016, ຊຶ່ງໃກ້ຄຽງຕາມມາແມ່ນກຸ່ມທີສອງມີສິງກະໂປ, ອິນໂດເນເຊຍ ແລະ ຫວຽດນາມ. ເພາະສະນັ້ນ, ລະດັບລາຍຮັບແມ່ນຢູ່ໃນກຸ່ມທ້າຍສຸດ, ທັງໝົດແມ່ນມີສິ່ງໂດດເດັ່ນ, ເຖິງແມ່ນວ່າປະເທດຈະມີທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອນທາງວັດທະນະທຳ ແລະ ທຳມະຊາດ ເປັນປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຂະໜາດໃຫຍ່ ແລະ ສາມາດດຳເນີນການໃນລະດັບທີ່ສູງກວ່ານັ້ນ ຖ້າໄດ້ຮັບກາລະໂອກາດ.

ຮູບ 6: ການເຕີບໂຕປະຈຳປີ (2016 ທຽບໃສ່ 2015) ໃນການທ່ອງທ່ຽວຂາເຂົ້າຂອງອາຊຽນ



ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ UNWTO, ຕາຕະລາງການທ່ອງທ່ຽວໃນໂລກ.

46 ສປປ ລາວ ແລະ ມຽນມາ ເປັນພຽງປະເທດອາຊຽນທີ່ມີການຕົກຕໍ່າດ້ານການທ່ອງທ່ຽວໃນປີ 2016. ປະເທດອາຊຽນສະແດງໃນຮູບ 6: ໃນລຳດັບດຽວກັນ ແລະ ໃຊ້ສີຕ່າງໆໃນຮູບ 5. ໜ້າເສຍດາຍ, ລັກສະນະແບບນີ້ ໄດ້ສືບຕໍ່, ຊຶ່ງຍັງຢືນເຖິງຄວາມອາດສາມາດທີ່ໜ້າເປັນຫວ່າງ ສຳລັບການເຕີບໂຕດ້ານການທ່ອງທ່ຽວໃນສປປ ລາວ.

47 ປະເທດອາຊຽນ ໄດ້ຕ້ອນຮັບຜູ້ມາທ່ຽວທັງໝົດ 42 ສ່ວນຮ້ອຍໃນພາກພື້ນ, ແລະ ສປປ ລາວ ສາມາດດຶງເອົາສ່ວນສຳຄັນຂອງຕະຫຼາດນີ້. ປະເທດທີ່ສ້າງຄວາມຕ້ອງການດ້ານການທ່ອງທ່ຽວຂາອອກທີ່ເຫັນຊັດເຈນລວມມີສິງກະໂປ (ການເດີນທາງ 16.0 ລ້ານຄັ້ງ), ມາເລເຊຍ (ການເດີນທາງ 6.7 ລ້ານຄັ້ງ), ອິນໂດເນເຊຍ (6.6 ລ້ານຄັ້ງ), ແລະ ໄທ (5.4 ລ້ານຄັ້ງ). ການວິເຄາະວິໃຈຄວາມຕ້ອງການເດີນທາງຂາອອກຈາກປະເທດອາຊຽນສະແດງຜົນໃນຂໍ້ສຳຄັນເຫຼົ່ານີ້:

- > ມີຄວາມໃກ້ຊິດທີ່ຂັ້ມແຂງລະຫວ່າງປະເທດມຸດສະລິມຂະໜາດໃຫຍ່ (ອິນໂດເນເຊຍ, ມາເລເຊຍ), ຊຶ່ງຊີ້ໃຫ້ເຫັນກາລະໂອກາດສຳລັບສປປ ລາວ ເພື່ອດຶງດູດຕະຫຼາດເຫຼົ່ານີ້ໂດຍການຕອບໂຈດຄວາມຕ້ອງການສະເພາະ.
- > ສິງກະໂປແມ່ນຕະຫຼາດຂາອອກທີ່ສຳຄັນຂອງພາກພື້ນ ແລະ ສົມຄວນໄດ້ຮັບຄວາມເອົາໃຈໃສ່ຫຼາຍຂຶ້ນ.
- > ກຳປູເຈຍ ແລະ ມຽນມາ ແມ່ນຕະຫຼາດຂະໜາດນ້ອຍສົມຄວນ ແລະ ໃນລະດັບນີ້ບໍ່ເຖິງຂັ້ນຈັດເປັນບຸລິມະສິດ.
- > ໄທ ແລະ ຫວຽດນາມ ແມ່ນຕະຫຼາດອາຊຽນເພື່ອນບ້ານທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດ, ແຕ່ການພັດທະນາໃນຕະຫຼາດພວກເຂົາຮຽກຮ້ອງການຈັບກຸ່ມຢ່າງລະມັດລະວັງ.

2.6 ລະບອບວິຊາ

- 48 ອົງປະກອບທີ່ສຳຄັນຂອງຄວາມສາມາດແຂ່ງຂັນດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນນະໂຍບາຍວິຊາແຕ່ລະຂອດ, ຊຶ່ງສາມາດເປັນກຳແພງກັນຕໍ່ການຂະຫຍາຍການທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍສະເພາະເວລາທີ່ການຍື່ມເອກະສານເຂົ້າປະເທດແມ່ນຊັບຊ້ອນ, ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສູງ ແລະ ຂັ້ນຕອນຫຍຸ້ງຍາກ. ດັດສະນີຄວາມສາມາດແຂ່ງຂັນດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການເດີນທາງ (TTCI) ຈັດອັນດັບການເປີດກວ້າງວິຊາໃນຫຼາຍປະເທດອາຊຽນ ໄດ້ປັບປຸງດີຂຶ້ນລະຫວ່າງປີ 2013 ຫາ 2017. ທີ່ເຫັນຢ່າງຊັດເຈນ, ອິນໂດເນເຊຍໄດ້ເລື່ອນຂຶ້ນຈາກ 100 ຫາ 2 ໃນດັດສະນີ ເປັນຜົນຕາມມາຈາກການເປີດເສລີເງື່ອນໄຂຂໍ້ວິຊາສຳລັບ 169 ປະເທດ. ໄທຍັງໄດ້ປັບປຸງອັນດັບຂອງຕົນທີ່ພົວພັນກັບການເປີດກວ້າງວິຊາ, ເລື່ອນຂຶ້ນຈາກ 90 ຫາ 21 ລະຫວ່າງປີ 2013 ແລະ 2017. ໃນຕົວຈິງແລ້ວ, ປະເທດອາຊຽນສ່ວນໃຫຍ່ (ບຣູໄນ ດາຣູຊາເລມ, ອິນໂດເນເຊຍ, ມາເລເຊຍ, ຟີລິບປິນ, ສິງກະໂປ, ແລະ ໄທ) ບໍ່ຮຽກຮ້ອງວິຊາສຳລັບຜູ້ມາທ່ຽວຈາກຫຼາຍປະເທດ. ຫວຽດນາມກຳລັງກ້າວເຂົ້າຮ່ວມໃນກຸ່ມນີ້. ປະເທດຍົກເວັ້ນໃນພາກພື້ນແມ່ນກຳປູເຈຍ, ສປປ ລາວ ແລະ ມຽນມາ. ມຽນມາຮຽກຮ້ອງໃຫ້ຜູ້ມາທ່ຽວສ່ວນໃຫຍ່ຍື່ມຂໍ້ວິຊາລ່ວງໜ້າ, ອອນລາຍ, ຫຼື ຜ່ານສະຖານທູດ, ໃນຂະນະທີ່ກຳປູເຈຍ ແລະ ສປປ ລາວອອກວິຊາກັບດ່ານໃຫ້ຜູ້ມາທ່ຽວສ່ວນໃຫຍ່ ເຖິງແມ່ລະບົບວິຊາຜ່ານອີເລັກໂຕນິກ ແມ່ນຢູ່ໃນແຜນການກໍ່ຕາມ. ມີຜົນປະໂຫຍດຈາກທ່າແຮງບິດຊ້ອນສຳລັບ ສປປ ລາວ ເພື່ອໃຫ້ມີການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດອັນດຽວກັນໃນປະເທດອາຊຽນກ່ຽວກັບການເດີນທາງໂດຍບໍ່ຕ້ອງຂໍ້ວິຊາ.
- 49 ການເດີນທາງລະຫວ່າງ ອາຊຽນແມ່ນບໍ່ຕ້ອງມີວິຊາ, ແລະ ນີ້ແມ່ນກ່ຽວຂ້ອງກັບຕະຫຼາດສຳຄັນຂອງມາເລເຊຍ, ສິງກະໂປ ແລະ ໄທ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ອາຊຽນ ບໍ່ໄດ້ລວມຕະຫຼາດເປົ້າໝາຍສຳຄັນຈາກຍີ່ປຸ່ນ ແລະ ເກົາຫຼີ, ປະເທດທີ່ລັດຖະບານຍັງຄວນພິຈາລະນາບໍ່ຕ້ອງມີວິຊາ.



ບ້ານປະຊາຊົນ ຢູ່ນ້ຳແອດພູເລີຍ, ພາບໂດຍ: Lauren Kana Chan/Faces2Hearts/EU

3

ຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ການຂະຫຍາຍ ຫຼາຍຮູບແບບການຕະຫຼາດ

50 ຊັບສົມບັດທາງມໍລະດົກທຳມະຊາດສາມາດມີມູນຄ່າແລະຄວາມສຳຄັນຕໍ່ນັກທ່ອງທ່ຽວແຕກຕ່າງກັນສຳລັບກຸ່ມຕະຫຼາດຕ່າງກັນ, ແລະ ວິທີເພີ່ມພູນຜົນປະໂຫຍດທາງເສດຖະກິດສູງສຸດໃນແຕ່ລະຊັບສົມບັດທຳມະຊາດ ແມ່ນຈັດເຂົ້າພ້ອມກັນໃນຫຼາກຫຼາຍວິທີ ແລະ ພັດທະນາກິດຈະກຳຕ່າງກັນ ແນໃສ່ຕະຫຼາດແຕກຕ່າງກັນ ໃນວິທີທີ່ບໍ່ແບ່ງແຍກກຸ່ມໃດໜຶ່ງ.

3.1 ຄວາມຕ້ອງການທາງການຕະຫຼາດ

51 ແຕ່ລະກຸ່ມຕະຫຼາດມີຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ຄວາມຢາກຕ່າງກັນໃນຂອດຂອງຜະລິດຕະພັນ, ຊຶ່ງລວມມີການປະສົມກັນໃນຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ, ແລະ ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີຊ່ອງທາງການຕະຫຼາດພິເສດສະເພາະ ທີ່ຕອບໃຈຕໍ່ສັດສ່ວນ, ລັກສະນະ, ລາຄາ ແລະ ການໂຄສະນາ. ວິທີເປັນປະໂຫຍດ ເພື່ອອະທິບາຍວິທີການນີ້ ແມ່ນໃຫ້ພິຈາລະນາ ແລະ ກຳນົດຄືນການຕະຫຼາດ ‘4 Ps’ ແບບພື້ນຖານ (ຕາຕະລາງ 9).

ຕາຕະລາງ 9 ການຕະຫຼາດແບບ ‘4 PS’ ແລະ ‘4 CS’

ອົງປະກອບ 4 Ps	ການວິເຄາະສ່ວນການສະໜອງ	ການວິເຄາະສ່ວນຄວາມຕ້ອງການ	ອົງປະກອບ 4 Cs
ຜະລິດຕະພັນ	ຜະລິດຕະພັນຫຍັງນຳສະເໜີ?	ຜູ້ບໍລິໂພກຕ້ອງການ/ຢາກໄດ້ຫຍັງ?	ຜູ້ບໍລິໂພກ
ລາຄາ	ລາຄາໃນການຂົນສົ່ງເປັນແນວໃດ?	ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ ແລະ ຄ່າຄ່າຕໍ່ຜູ້ບໍລິໂພກມີຫຍັງ?	ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ
ສະຖານທີ່	ສະຖານທີ່ຂາຍແມ່ນຢູ່ໃສ່?	ຊ່ອງທາງການເດີນທາງສະດວກ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບຜູ້ບໍລິໂພກເປົ້າໝາຍບໍ່?	ຄວາມສະດວກ
ການສົ່ງເສີມ	ຜະລິດຕະພັນວາງການຕະຫຼາດແນວໃດ?	ຊ່ອງທາງການສື່ສານທີ່ໃຫ້ປະສິດທິຜົນ ແລະ ປະສິດທິພາບສູງສຸດເພື່ອໃຫ້ຂໍ້ຄວາມຖືກຕ້ອງສົ່ງໃນແບບທີ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ໄປຍັງຜູ້ບໍລິໂພກຖືກຕ້ອງ?	ການສື່ສານ

52 ກໍລະນີພາກປະຕິບັດຕົວຈິງຂອງນໍ້າຕົກຕາດ ແມ່ນສະເໜີໃນຕາຕະລາງ 10 ເພື່ອສະແດງວິທີທີ່ຍຸດທະສາດການພັດທະນາຕ່າງກັນ ສາມາດປັບເຂົ້າກັບວິທີການທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການເປັນຕົວນຳໃນຕະຫຼາດ. ນໍ້າຕົກຕາດທີ່ມີເປັນເໝືອນຊັບສົມບັດທີ່ມີຂອບເຂດການນຳໃຊ້ທີ່ບໍ່ມີຊ້ອນ, ຊຶ່ງລວມມີການພັດທະນາພະລັງງານໄຟຟ້າ, ການສະໜອງນໍ້າໃຫ້ຊຸມຊົນ, ແລະ ການປະມົງ. ນິທານກ້ອມ, ພືດ, ແລະ ພັນກ້ວຍໄມ້ທີ່ມີກຽວກັບສະຖານທີ່ ສາມາດໃຫ້ຄວາມເປັນລັກສະນະແທ້ຈິງ ແລະ ຄວາມໝາຍທີ່ປະກອບສ່ວນຕໍ່ການອອກແບບຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ, ຊຶ່ງປະກອບດ້ວຍການພັດທະນາທີ່ພັກອາໃສ, ທາງຍ່າງມີປ້າຍບອກ, ຮ້ານອາຫານ, ສະລອຍນໍ້າ, ຈຸດຊົມນົກ, ແລະ/ຫຼື ອ່າງສະປາຊັ້ນສູງ—ທັງໝົດທັງມວນ ອາດເປັນສ່ວນໃໝ່ທີ່ເຕີມເຕັມໃຫ້ສ່ວນອື່ນໆ, ທີ່ມີມູນຄ່າໜ້ອຍທາງການບໍລິໂພກໃນຊັບສົມບັດທີ່ເປັນຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ.

ຕາຕະລາງ 10 ການອະທິບາຍການຕະຫຼາດແບບ '4 PS' ຜ່ານຕົວຢ່າງຂອງນ້ຳຕົກຕາດໃນລາວ

ອົງປະກອບ 4 Ps	Sການວິເຄາະສ່ວນການສະໜອງ	ການວິເຄາະສ່ວນຄວາມຕ້ອງການ: ໜຶ່ງ ຫຼື ຫຼາຍລັກສະນະຂ້າງລຸ່ມນີ້—ຂຶ້ນກັບກຸ່ມກ້ອນຕະຫຼາດສະເພາະ	ອົງປະກອບ 4 Cs
ຜະລິດຕະພັນ	ບ່ອນທີ່ມ່ວນຊື່ນກັບນ້ຳຕົກຕາດ ແລະ ກິນເຂົ້າປ່າ	<ul style="list-style-type: none"> > ສະຖານທີ່ທີ່ຄ່າທີ່ຕ້ອງແວ່ບໍ່? (ເບິ່ງຄືເປັນຄຳຖາມກ່ຽວຂ້ອງທີ່ສຸດໃນຂອດຂອງຜະລິດຕະພັນ) > ບ່ອນທີ່ຈອດພາຫະນະຢ່າງປອດໄພ (ລົດໃຫຍ່, ລົດຈັກ, ຫຼື ລົດຖີບ) > ຈຸດຊົມວິວອັນສວຍງາມ > ບ່ອນທີ່ຊື່ອາຫານ ແລະ ເຄື່ອງດື່ມໄດ້ໃນລາຄາເໝາະສົມ > ບ່ອນສະອາດເພື່ອອາບນ້ຳ ຫຼື ເຂົ້າຫ້ອງນ້ຳ > ການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນ (ຜູ້ນຳພາທ່ຽວ, ກະດານອະທິບາຍສະຖານທີ່, ຂໍ້ມູນອອນລາຍ) > ກິດຈະກຳທີ່ເໝາະສົມທີ່ສາມາດຈອງລ່ວງໜ້າ > ໂອກາດຊື້ເຄື່ອງຫັດຖະກຳ ຫຼື ຂອງທີ່ລະນຶກ > ຕາໜ່າງເສັ້ນທາງຢ່າງທີ່ສຳລັບການຍ່າງໃນປ່າ, ທາງລົດຖີບ, ແລະ ອື່ນໆ > ໂອກາດຊົມສັດປ່າ 	ຜູ້ບໍລິໂພກ
ລາຄາ	ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການບຳລຸງຮັກສາສະຖານທີ່ທີ່ມີເທົ່າໃດ, ແລະ ລາຍຮັບຊຳໃດຈົ່ງຈະພໍກັບຄ່າໃຊ້ຈ່າຍນີ້?	<ul style="list-style-type: none"> > ມີຫຍັງເຮັດໃຫ້ສະຖານທີ່ນີ້ມີຄ່າທີ່ຕ້ອງແວ່? > ຊອກຫາງ່າຍຊຳໃດ? > ໝູ່ຂ້ອຍຈະມັກ/ອິດສາຖ້າຂ້ອຍແວ່ບໍ່? > ອາຫານແມ່ນດັ້ງເດີມບໍ່? > ຂ້ອຍສາມາດເຊື່ອໄດ້ວ່າຂ້ອຍຈະບໍ່ເຈັບເປັນ ຫຼື ຈົມນ້ຳຖ້າລອຍນ້ຳ? > ມີຄວາມສ່ຽງອັນໃດທີ່ຂ້ອຍຈະຕ້ອງລະວັງ? ມັນປອດໄພບໍ່? > ຈະມີຄົນຫຼາຍ (ເກີນ) ບໍ່? 	ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ
ສະຖານທີ່	ສາມາດຈອງ/ສຳຮອງອອນລາຍໄດ້ບໍ່?	<ul style="list-style-type: none"> > ຂ້ອຍສາມາດຊອກຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ໄດ້ຢູ່ໃສ? > ມີຜະລິດຕະພັນອື່ນໆ (ບໍ່ແມ່ນການທ່ອງທ່ຽວ)ອັນໃດທີ່ຂ້ອຍຄິດວ່າດີ? > ຂ້ອຍສາມາດຖາມຄຳຖາມ ແລະ ໄດ້ການຕອບວ່ອງໄວໃນພາສາຂ້ອຍບໍ່? > ຈະຫຍັງຍາກບໍ່ຖ້າຢາກມີຜູ້ນຳທ່ຽວກັບບ່ອນ ຫຼື ຈອງລ່ວງໜ້າ? 	ຄວາມສະດວກ
ການສົ່ງເສີມ	ມີການລົງໃນປື້ມທ່ອງທ່ຽວທາງການຂອງແຂວງບໍ່?	<ul style="list-style-type: none"> > Hສະຖານທີ່ນີ້ໄດ້ມີຜູ້ມີຊື່ສຽງຢ້ຽມຢາມທີ່ຂ້ອຍມັກບໍ່? > ຂ້ອຍຮຽນຮູ້ຫຍັງແນ່ຜ່ານກຸ່ມໝູ່ເພື່ອນຂ້ອຍເອງ? > ຂ້ອຍສາມາດໝັ້ນວ່າພວກເຂົາຈະເຂົ້າໃຈຄວາມຢາກ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການຂອງຂ້ອຍ? 	ການສື່ສານ

3.2 ການກຳນົດກຸ່ມຕະຫຼາດ

53 ການກຳນົດກຸ່ມ ແມ່ນພາກສ່ວນການຕະຫຼາດທີ່ມີສ່ວນຕ່າງກັນ. ຈຳນວນກຸ່ມທີ່ເປັນໄປໄດ້ ແມ່ນບໍ່ມີອັນໝົດ ແລະ ສາມາດພ້ວງໃສ່ກັນ. ໜຶ່ງກຸ່ມ ອາດມີຊົນຊັ້ນກາງຂອງໄທ, ແລະ ອີກກຸ່ມ ອາດແມ່ນຜູ້ຮັກໃນການຂີ່ລົດຖີບ; ຜູ້ມາທ່ຽວທີ່ມີທ່າແຮງຈະຢູ່ໃນໜຶ່ງ, ທັງສອງ, ຫຼື ບໍ່ຢູ່ໃນກຸ່ມເຫຼົ່ານີ້. ການພັດທະນາປາຍທາງ ແລະ ການຕະຫຼາດທີ່ປະສົບຜົນສຳເລັດມີຄວາມເຂົ້າໃຈເຖິງຄວາມຢາກ, ແຮງຈູງໃຈ, ຄວາມສົນໃຈ, ແລະ ທຸກຢ່າງອື່ນໆກ່ຽວກັບແຕ່ລະກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ເພື່ອສົ່ງເສີມການຈັດທ່ອງທ່ຽວທີ່ຖືກຕ້ອງໃນຕະຫຼາດທີ່ເໝາະ ໃນລາຄາທີ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ຜ່ານຊ່ອງທາງທີ່ຖືກຕ້ອງ. ປົກກະຕິແລ້ວ ນີ້ແມ່ນພາກເອກະຊົນທີ່ຮູ້ຈັກກຸ່ມເຫຼົ່ານີ້ດີທີ່ສຸດ ແລະ ຄວນສະເໜີຜະລິດຕະພັນແນວໃດ.

54 ໂອກາດສໍາລັບຫຼາຍໆຜູ້ປະກອບທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ ເພື່ອພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ໃນວິທີແຕກຕ່າງ ແລະ ແນ້ນໃສ່ກຸ່ມໂດຍນໍາໃຊ້ຫຼັກການເຫຼົ່ານີ້:

- > ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ອີງຕາມແຮງຈູງໃຈ ແລະ ຄວາມຢາກຂອງກຸ່ມຕະຫຼາດກ່ຽວຂ້ອງສະເພາະ
- > ເຊື່ອມຕໍ່ຜະລິດຕະພັນ ໂດຍສະເພາະເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ແລະ ຂອບເຂດການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການອັນຈະແຈ້ງ
- > ນໍາໃຊ້ຊ່ອງທາງຖືກຕ້ອງ ແລະ ລາຄາຖືກຕ້ອງ
- > ວາງຕະຫຼາດຜະລິດຕະພັນຖືກຕ້ອງໃນຕະຫຼາດຖືກຕ້ອງ

55 ເນື່ອງຈາກຂອດປະສິດຜົນທາງການຕະຫຼາດ ແມ່ນມີຄວາມປາດຖະໜາຈັບກຸ່ມຕະຫຼາດເປົ້າໝາຍ ອີງຕາມສັນຊາດ, ມີກຸ່ມສໍາຄັນ ທີ່ນອກເໜືອສັນຊາດ ແລະ ສາມາດແຍກອອກເປັນກິດຈະກຳ, ອາຊີບ, ພາວະເພດ, ເພດ ແລະ ສາດສະໜາ. ການແຍກອອກເປັນ ກິດຈະກຳລວມມີນັກຊົມນົກ, ນັກຖືບລິດ ຫຼື ນັກປິນພູ.

ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 5 ນໍ້າກັດ ຢໍລະພາ, ແຂວງ ອຸດົມໄຊ

ນໍ້າກັດຢໍລະພາ ແມ່ນຮີສອດທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີການສໍາປະທານປ່າສະຫງວນແຂວງໃນນໍ້າກັດ ແລະ ມີພັກ ແລະ ກິດຈະກຳ ຫຼາຍແບບ, ຊຶ່ງລວມທັງການຕັ້ງແຄ້ມ, ທີ່ພັກບັງກະໂລຊັ້ນສູງ, ການຍ່າງປ່າ, ການໄຕ່ສາຍສະລິງ, ຖືບລິດຂຶ້ນພູ, ການຢ້ຽມ ຢາມໝູ່ບ້ານ, ສະລອຍນໍ້າ, ແລະ ຫຼາຍໆຢ່າງ. ຮີສອດແມ່ນວາງເປົ້າໃສ່ຕະຫຼາດອາຊີ, ຊຶ່ງລວມທັງນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນທີ່ເດີນ ທາງຈາກແຂວງຢູນນານ, ນັກທ່ອງທ່ຽວແລະຄົນພາຍໃນ. ການລົງທຶນແມ່ນມາຈາກນັກລົງທຶນເອກະຊົນ, ທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ທຸລະ ກິດປະຈຸບັນຈ້າງພະນັກງານສ່ວນໃຫຍ່ມາຈາກບ້ານໃກ້ຄຽງ. ນໍ້າກັດຢໍລະພາແມ່ນໜຶ່ງຕົວຢ່າງຂອງການລົງທຶນໃນລາວ ແບບ ການສໍາປະທານການທ່ອງທ່ຽວໃນປ່າສະຫງວນໂດຍການມີສ່ວນຮ່ວມອັນສໍາຄັນຂອງກຸ່ມບ້ານ, ການວາງເປົ້າໝາຍການຕະ ຫຼາດໃນຕະຫຼາດອາຊີ ແລະ ພາຍໃນ.

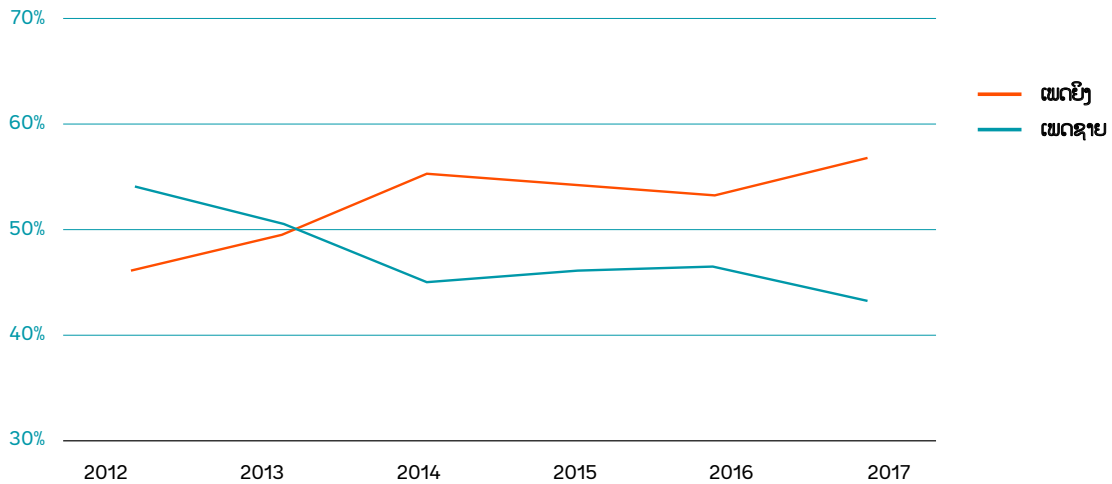
56 ຊັບສົມບັດຂອງການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ສາມາດດຶງດູດຫຼາຍໆກຸ່ມ ຫຼື ການກຳນົດຕະຫຼາດ. ໜຶ່ງຕົວຢ່າງແມ່ນເມືອງ ເຄບທາວ, ອາຟິກກາໃຕ້, ຊຶ່ງມີຄວາມສໍາເລັດໃຫຍ່ຫຼວງ ໃນການເປີດທັງຕະຫຼາດມຸດສະລິມ ແລະ ຮັກຮ່ວມເພດ³¹ (ເລສະບຽນ, ເກ, ຮັກສອງ ຈ້າງຫວະ ແລະ ເພດທາງເລືອກ), ສອງຕະຫຼາດທີ່ຄິດວ່າຈະບໍ່ເຂົ້າກັນໄດ້. ເມືອງ ເຄບທາວ ແມ່ນມີຊື່ສຽງລືຊາເຊັ່ນກັນໃນດ້ານ ອາຫານ ແລະ ມໍລະດົກທາງອາຍກາດ, ຊາຍຫາດ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວກາງຄືນ. ຍຸດທະສາດ ເພື່ອດຶງດູດໜຶ່ງກຸ່ມບໍ່ຕ້ອງແຍກ ຫຼື ສ້າງຂໍ້ເສຍປຽບໃຫ້ກຸ່ມອື່ນໆ.

57 ແນ່ນອນ ຕະຫຼາດ ‘ເຈາະຈົງ’ ແມ່ນເພດຍິງ, ໂດຍສະເພາະນັກເດີນທາງສັນໂດດອິດສະຫຼະ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ສປປ ລາວ ໄດ້ພົບ ກັບການຫຼຸດລົງໃນກຸ່ມສໍາຄັນນີ້, ດັ່ງທີ່ລະບຸຈາກຈຳນວນຜູ້ເດີນທາງມາຈາກຕ່າງປະເທດ. ນີ້ສະແດງວ່າ ສປປ ລາວ ແມ່ນກຳລົງ

31 ໄດ້ຄາດຄະເນວ່າຫຼາຍກວ່າ US\$218 ລ້ານທົ່ວໂລກ (Out Now Consulting 2018), ຕະຫຼາດການທ່ອງທ່ຽວຂອງເພດທີສາມແມ່ນກຳລັງເຕີບໂຕຢ່າງ ວ່ອງໄວ ເພາະອຸດສາຫະກຳຮັບຮູ້ເຖິງຄ່າຂອງເງິນຈາກເພດ ‘ສີບົວ’.

ຖືກເບິ່ງວ່າ ບໍ່ເປັນປາຍທາງດຶງດູດນັກເດີນທາງເພດຍິງ, ເຖິງແມ່ນບາງທີ ນີ້ມີສາເຫດມາຈາກການຂາດຂໍ້ມູນທີ່ມີໄວ້ກ່ຽວກັບປະເທດ ຫຼາຍກວ່າການເປັນປາຍທາງທີ່ບໍ່ປອດໄພ, ເນື່ອງຈາກສປປ ລາວ ຖືກຈັດອັນດັບເປັນຫ້າປະເທດດັ່ງກ່າວທີ່ບໍ່ປອດໄພທີ່ສຸດໃນອາຊີໃນປີ 2018 ຕາມຫຼັງສິງກະໂປ, ຍີ່ປຸ່ນ, ມາເລເຊຍ ແລະ ໄຕ້ຫວັນ.³² ຄວາມປອດໄພອາດເປັນຂໍ້ໄດ້ປຽບເມື່ອສົມທຽບໃນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ສປປ ລາວມີ ແລະ ສາມາດເອກອ້າງ.

ຮູບ 7: ສັດສ່ວນຜູ້ມາຢ້ຽມຢາມສປປ ລາວຈາກຕ່າງປະເທດແບ່ງຕາມເພດ (2012-2017)



ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ ກຖວທ.

58 ນີ້ນຳສະເໜີກາລະໂອກາດສຳລັບສປປ ລາວ: ນັກເດີນທາງຍິງ, ເປັນຈຳນວນເກືອບເຄິ່ງໜຶ່ງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວທັງໝົດທົ່ວໂລກ, ຕ້ອງການຮູ້ສຶກປອດໄພ. ນີ້ໝາຍເຖິງບໍ່ຖືກຂຸກຄາມ. ຍັງໝາຍເຖິງການເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ສະອາດ ແລະ ປອດໄພ. ທັງຜູ້ປະກອບທຸລະກິດພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນສ່ວນໃຫຍ່ ຈະໄດ້ຕອບສະໜອງຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການນີ້ ໂດຍການຈັດການບໍລິການສະເພາະເພດຍິງ, ຊຶ່ງມີຕັດສິນໃຈແຍກກຸ່ມ ແລະ ລົດເມ ແລະ ໃນຮ້ານອາຫານ, ແລະ ລົດຕັກຊີ ແລະ ຫ້ອງພັກສະເພາະຍິງ. ພະນັກງານເພດຍິງສ່ວນຫຼາຍໃນຂະແໜງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການບໍລິການໂຮງແຮມໃນລາວ ແມ່ນເຮັດວຽກເປັນພະນັກງານບໍລິການໃນໂຮງແຮມ, ຮ້ານອາຫານ, ແລະ ສະປາ ແລະ ຜູ້ຈັດການຮ້ານອາຫານ ແລະ ບ້ານພັກຂະໜາດນ້ອຍ. ໃນປາຍທາງທີ່ເປັນຕົວປຽບທຽບຫຼາຍໆແຫ່ງ, ແມ່ຍິງທີ່ເປັນຜູ້ຈັດຕັ້ງວິສາຫະກິດ ໄດ້ຈັດການບໍລິການນຳທ່ຽວ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວອື່ນໆທີ່ສົ່ງເສີມເພດຍິງສະເພາະ, ໂດຍສະເພາະໃນປາຍທາງທີ່ມີການລາຍງານວ່າ ຜູ້ມາທ່ຽວເພດຍິງອາດສ່ຽງຖືກລະເມີດທາງເພດ. ໃນປະເທດອື່ນໆ, ລັດຖະບານສາມາດຊ່ວຍອຳນວຍຄວາມສະດວກດ້ານການບໍລິການສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ເຂດລໍຖ້າຕາມຖະໜົນທີ່ມີແສງສະຫວ່າງດີ ແລະ ໃນສະຖານີລົດເມ ແລະ ໃນເສັ້ນທາງທ່ອງທ່ຽວທັງໝົດ, ໂດຍສະເພາະໃນເຂດການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃນບ່ອນສອກຫຼີກທີ່ມີເປົ້າໝາຍສຳລັບການເຕີບໂຕ. ພາກສ່ວນເອກະຊົນສາມາດພັດທະນາຜະລິດຕະພັນທີ່ລະອຽດອ່ອນຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການຂອງເພດຍິງ, ໃຫ້ໂອກາດເພີ່ມຕື່ມສຳລັບເພດຍິງລາວ ເພື່ອເຂົ້າຮ່ວມໃນເສດຖະກິດດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ກຳລັງເຕີບໂຕໃນທຸກລະດັບ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ອັນສຳຄັນແມ່ນການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງເພດຍິງແມ່ນເປັນການເພີ່ມມູນຄ່າຕື່ມ: ແມ່ຍິງ ຕ້ອງມີສ່ວນຮ່ວມໃນການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວໃນທຸກລະດັບ ເພາະການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນຂະແໜງເສດຖະກິດສຳຄັນ, ແລະ ຕ້ອງການໃຫ້ເພີ່ມການມີສ່ວນຮ່ວມແບບປະສົມປະສານ ຖ້າຈະເຮັດໃຫ້ມີເອກະລັກແທ້ຈິງ ແລະ ຍືນຍົງ.

32 ດັດສະນີຂອງອົງການສັນຕິພາບໂລກ 2018.

- 59 ກຸ່ມທີ່ໜ້າສົນໃຈ ແມ່ນນັກຄົ້ນຄວ້າວິທະຍາສາດ, ຊຶ່ງລວມທັງນັກຊີວະພູມສາດ, ນັກພຶກສາວິທະຍາ, ນັກນິເວດວິທະຍາ, ນັກບຸຮານວິທະຍາ, ນັກສຶກສານໍ້າ, ແລະ ນັກສັດຕະວິທະຍາ ເຊັ່ນດຽວກັບນັກວິທະຍາສາດສັງຄົມ, ຊຶ່ງລວມມີນັກບຸຮານຄະດີ ແລະ ນັກສັງຄົມວິທະຍາ; ເຂດປ່າສະຫງວນຂອງລາວແມ່ນກ່ຽວຂ້ອງກັບທຸກສາຍວິຊາການເຫຼົ່ານີ້. ນັກວິທະຍາສາດແບບຮັບເຊີນທີ່ເຮັດການຄົ້ນຄວ້າໃນພາກສະໜາມປົກກະຕິຈະໃຊ້ຈ່າຍງົບໃນອາຫານ, ທີ່ພັກ, ການເດີນທາງ ແລະ ການຈ້າງພະນັກງານທ້ອງຖິ່ນ. ຫຼາຍໆປ່າສະຫງວນໃນປາຍທາງທີ່ເປັນຕົວປຽບທຽບ ໄດ້ສ້າງຕົນເປັນສູນກາງພາກສະໜາມສໍາລັບການຄົ້ນຄວ້າລະດັບໂລກ, ແລະ—ນອກຈາກການຄົ້ນພົບທາງວິທະຍາສາດທີ່ສາມາດນໍາໃຊ້—ການຄົ້ນຄວ້າ ຍັງສາມາດພັດທະນາຄວາມອາດສາມາດດ້ານວິທະຍາສາດໃນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ສະໜອງອຸປະກອນທາງການຕະຫຼາດອັນຫຼວງຫຼາຍສໍາລັບຜູ້ມາທ່ຽວການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດສະເພາະສຸດໆ, ຜູ້ທີ່ອາດເປັນນັກຮຽນຮູ້ທໍາມະຊາດແບບສະໝັກຫຼິ້ນ. ຕະຫຼອດໄລຍະການຄົ້ນຄວ້າພາກສະໜາມ, ນັກວິທະຍາສາດສ່ວນໃຫຍ່ ຈະຍັງໃຊ້ເວລາພັກຜ່ອນໃນປາຍທາງການສຶກສາຂອງພວກເຂົາ, ປະກອບສ່ວນຕໍ່ເສດຖະກິດຈາກຜູ້ມາທ່ຽວເພີ່ມຕື່ມ. ຜ່ານຕາໜ່າງເພື່ອນຫາເພື່ອນແບບບຸກຄົນ, ພວກເຂົາຈະກາຍເປັນທຸດການທ່ອງທ່ຽວສໍາລັບປະເທດທີ່ມີກໍາລັງສົ່ງເສີມຫຼາຍເປັນປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດທີ່ຄ່ອນເບິ່ງຂ້າມ.
- 60 ຮູບເງົາປະຫວັດທໍາມະຊາດ ແລະ ວິດີໂອປະຫວັດທີ່ຖ່າຍທອດຜ່ານອົງການສົມວນຊົນ ແມ່ນອີກກຸ່ມທີ່ສາມາດປະກອບສ່ວນຕໍ່ອຸດສາຫະກໍາການທ່ອງທ່ຽວຜ່ານ ການຈໍາຄ່າທໍານຽມໃຫ້ປ່າສະຫງວນ ແລະ ການປະກອບສ່ວນຕໍ່ເສດຖະກິດໃນເສດຖະກິດທ້ອງຖິ່ນຜ່ານການເຂົ້າພັກ, ການຈ້າງງານຜູ້ນໍາທ່ຽວໄລຍະສັ້ນ, ຄ່າຖ່າຍຮູບເງົາອື່ນໆ. ແນ່ນອນ, ກິດຈະກໍາການຖ່າຍຮູບເງົາສາມາດສ້າງຜົນປະໂຫຍດຍາວນານ ໂດຍການສົ່ງເສີມແຕ່ລະເຂດ—ໂດຍລັດຖະບານບໍ່ມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຫຍັງ.

3.3 ກາລະໂອກາດທາງການຕະຫຼາດໃນພາກພື້ນສໍາລັບການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ

61 ເພື່ອສຸມໃສ່ຕະຫຼາດພາກພື້ນສໍາລັບການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ, ດ່ານລະຫວ່າງປະເທດຫຼັກສໍາລັບຜູ້ມາທ່ຽວຈາກປະເທດເພື່ອນບ້ານ ຕ້ອງເບິ່ງຕື່ມ ແລະ ຕະຫຼາດອາຊີອື່ນໆທີ່ການທ່ອງທ່ຽວໃນລາວ ໄດ້ຮັບຜົນດີໃນການເຈາະເຂົ້າຕະຫຼາດຫຼາຍທີ່ສຸດທີ່ສາມາດກໍານົດ ແລະ ວິເຄາະໄດ້. ເຖິງແມ່ນມີສະຖິຕິແຍກປະເພດຂອງຂະໜາດທັງໝົດຂອງຕະຫຼາດໃນພາກພື້ນທີ່ພົວພັນກັບການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດກໍ່ຕາມ, ມີຫຼາຍໆຫຼັກຖານວ່າ ກຸ່ມການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດກ່ຽວກັບຕະຫຼາດພາກພື້ນແມ່ນສໍາຄັນ. ຕົວຢ່າງ: ປ່າສະຫງວນເຂົາໃຫຍ່ໃນໄທ, ສະຖານທີ່ມໍລະດົກໂລກຂອງອົງການອຍເນສະໂກລະດັບຕົ້ນຂອງປະເທດທີ່ມີຜູ້ມາຢ້ຽມຢາມຫຼາຍກວ່າ 1.2 ຄົນຕໍ່ປີ,³³ ມີການລາຍງານວ່າເກີນເຄິ່ງໜຶ່ງຂອງຜູ້ມາທ່ຽວນັ້ນ ແມ່ນມາຈາກປະເທດໃນອາຊີຕາເວັນອອກສ່ຽງໃຕ້ ໂດຍສິ່ງກະໂປເປັນອັນດັບຕົ້ນຂອງລາຍຊື່ ກວມເອົາເກືອບ 40 ສ່ວນຮ້ອຍຂອງຜູ້ມາທ່ຽວເຂົາໃຫຍ່.³⁴ ຜູ້ມາທ່ຽວປ່າສະຫງວນເຂົາໃຫຍ່ ແລະ ປ່າສະຫງວນອື່ນໆໃນໄທຈໍານວນຫຼາຍ ແມ່ນຄົນໄທເອງ. ດັ່ງທີ່ກ່າວມາກ່ອນໜ້າໃນບົດລາຍງານນີ້, ນັກທ່ອງທ່ຽວຈີນ ແມ່ນຕະຫຼາດອັນດັບສອງໃຫຍ່ທີ່ສຸດສໍາລັບນິວຊີແລນ, ໜຶ່ງໃນປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດລະດັບຊັ້ນນໍາຂອງໂລກ. ໃນຄວາມເປັນຈິງ, ການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດຂອງຈີນຂາອອກ ແມ່ນຂະຫຍາຍກວ້າງທົ່ວໂລກ, ໂດຍສະເພາະໃນປະເທດອາຟິກາທີ່ເປັນເຂດຮູ້ຈັກດີວ່າມີສິ່ງດຶງດູດສັດປ່າລະດັບຕົ້ນເຊັ່ນ: ເຄນຢາ.³⁵ ໃນຫວຽດນາມ, ຕາໜ່າງຖ້ໍາຜຶງຫາ-ເກີບ່າງທີ່ຕັ້ງຢູ່ໃນອີກດ້ານຂອງແຂວງ ຄໍາມ່ວນ ແມ່ນປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນຂະໜາດໃຫຍ່, ໂດຍມີການຈັດທົວທີ່ລາຄາຖືກໄປຍັງຖ້ໍາຫຼັກ ແລະ ການຈັດທົວເປັນກຸ່ມຂະໜາດນ້ອຍທີ່ມີລາຄາແພງໄປຖ້ໍາ Tu Lan Caves ຊຶ່ງຄຸ້ມຄອງໂດຍໂອຊາລິດ, ບໍລິສັດບໍລິການຖ້ໍາທ້ອງຖິ່ນທີ່ຊໍານານ. ເມື່ອເບິ່ງການຢ້ຽມຢາມປ່າສະຫງວນໃນປະຈຸບັນໃນ ສປປ ລາວ, ຜູ້ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງລາຍງານວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຈໍານວນ

33 ເບິ່ງ: https://en.wikipedia.org/wiki/Khao_Yai_National_Park.
 34 ເບິ່ງ: <http://www.nationmultimedia.com/detail/breakingnews/30345058>.
 35 ເບິ່ງ: http://www.xinhuanet.com/english/2018-08/29/c_137427958.htm.

ຫຼາຍທີ່ເດີນທາງໄປເຂດປ່າສະຫງວນດົງຫົວສາວໃນພາກໃຕ້ ແມ່ນໄທ, ຊຶ່ງລວມມີບໍ່ສະເພາະນັກທ່ອງທ່ຽວໄປຢາມຕາດຟານ ແລະ ຕາດເຍືອງໃນເຂດແຄມປ່າ ແຕ່ຍັງມີຜູ້ມາທ່ຽວໃນໂຄງການການຍ່າງຕາມປ່າ ແລະ ການໂຫນເຊືອກດ້ວຍສາຍສະລິງ Green Discovery's Tree Top Explorer ຢູ່ບ້ານ ໜອງຫຼວງ (ເບິ່ງບົດທີ 5 ສຳລັບກໍລະນີສຶກສາຜົນກະທົບທາງເສດຖະກິດ). ຜະລິດຕະພັນສຳລັບການຍ່າງໃນປ່າຊຶ່ງຄຸ້ມຄອງໂດຍບ້ານ ໜອງຫຼວງ ໄປຫານ້ຳຕົກຕາດທາງໃນປ່າສະຫງວນ ແມ່ນເລີ່ມຈາກການ ຊ່ວຍເຫຼືອຂອງສາດສະດາຈານຄົນໄທ ແລະ ເປັນທີ່ນິຍົມຜ່ານຊ່ອງທາງການຕະຫຼາດອອນລາຍຂອງໄທ.

62 ສຳຄັນແມ່ນກຳນົດກຸ່ມຕະຫຼາດ ແລະ ຮັບຮູ້ເຖິງຄວາມຕ້ອງການຂອງພວກເຂົາ, ອັນທີ່ເປັນແຮງຈູງໃຈ ແລະ ຄວາມປະສົງ ແມ່ນ ມີຄວາມແຕກຕ່າງສູງ. ບາງລັກສະນະສະເພາະທີ່ລາຍງານຜ່ານຜູ້ຕອບຄຳຖາມສຳລັບການປະເມີນຜົນແມ່ນມີດັ່ງນີ້:

- > **ລາວ** - ສະຖານທີ່ພ້ອມກິນເຂົ້າປ່າ, ຕົ້ມເບຍ, ແລະ ຮ້ອງເພງຄາລາໂອເກະ, ເໝາະສົມສຸດແມ່ນໃກ້ກັບນ້ຳຕົກຕາດ ຫຼື ນ້ຳພຸ້ຮ້ອນ; ສ້າງຄວາມສົນໃຈອັນໜັກແໜ້ນເຮັດໃຫ້ເກີດປະສົບການດີເດັ່ນ (ໄຕ່ສາຍສະລິງ ແລະ ອື່ນໆ); ແລະ ຄວາມສົນໃຈທີ່ພວມເກີດຂຶ້ນໃນມໍລະດົກແຫ່ງຊາດ ແລະ ກິດຈະກຳອກສະຖານທີ່ (ຊຶ່ງປະກອບມີການຕັ້ງແຄ້ມ, ການຍ່າງໃນປ່າ, ແລະ ອື່ນໆ) ທີ່ຍັງຄົງຄວາມປະຖົມປະຖານສົມຄວນ
- > **ຄົນລາວພັດຖິ່ນໃນຕ່າງແດນ** - ການຢ້ຽມຢາມໜ່ວຍເພື່ອນ ແລະ ຍາດພີ່ນ້ອງ; ມ່ວນຊື່ນກັບນ້ຳຕົກຕາດ ແລະ ນ້ຳພຸ້ຮ້ອນ; ແລະ ມີອາລົມຮ່ວມຫຼາຍກວ່າເກົ່າກັບປະສົບອອກແຮງຫຼາຍຂຶ້ນເຊັ່ນ: ການຍ່າງໃນປ່າ
- > **ຊ່ຽວຊານຄົນຕາເວັນຕົກ** - ສະຖານທີ່ສຳຄັນ, ກິດຈະກຳເດີນທາງ, ປາຍທາງເລີ່ມຕົ້ນ, ສະຖານທີ່ທຳມະຊາດສະເພາະແບບ, ການຖືບລົດຂຶ້ນພູ, ການຂີ່ລົດຈັກ
- > **ຜູ້ມາຢ້ຽມຢາມຄົນຕາເວັນຕົກໃນພາກພື້ນ** - ສະຖານທີ່ໃນລາຍການໝາຍໄວ້, 'The Loop', ຈຸດຜ່ອນຄາຍ/ຈຸດພັກຜ່ອນຂອງນັກເດີນທາງ
- > **ຄົນໄທ** - ກິດຈະກຳທີ່ຕ້ອງມີຫຼາຍອຸປະກອນ, ຊຶ່ງລວມມີການຖືບລົດຕາມຖະໜົນ, ການຕົກປາ, ການຂີ່ລົດຂຶ້ນພູ, ການຕັ້ງແຄ້ມ, ການຂີ່ລົດຈັກ, ມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດທີ່ເຊື່ອມໂຊມໜ້ອຍກວ່າໄທ, ຫ້ອງພັກແບບກິນນອນ, ອາຫານໄທ, ຫຼື ອາຫານລາວ
- > **ຄົນຈີນ** - ແຫຼ່ງດຶງດູດທາງທຳມະສາດຂະໜາດໃຫຍ່, ມີເອກະລັກທີ່ແຕກຕ່າງຈາກແຫຼ່ງດຶງດູດຄ້າຍຄືກັນໃນຈີນ ຫຼື ແຫຼ່ງມີຊື່ສຽງລະດັບໂລກ; ເມນູເປັນພາສາຈີນກາງ; ສະຖານທີ່ ແລະ ຫັດສະນີຍະພາບໄວ້ຖ່າຍຮູບດ້ວຍຕົນເອງ; ອາຫານລາວຕົ້ນຕໍລັບແທ້; ແລະ ຮີສອດຊັ້ນສູງ ແລະ ກິດຈະກຳພະຈິນໄພສະເພາະແບບສຳລັບຕະຫຼາດລະດັບສູງ
- > **ຄົນເກົາຫຼີ** - ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ສະບາຍກາຍແລະໃຈ, ນ້ຳພຸ້ຮ້ອນ, ອາຫານດີ, 'ທຳມະຊາດທີ່ຂຽວອຸ່ມທຸ່ມ'
- > **ຄົນສິງກະໂປ** - ແວ່ພັກຖ້ຽວບິນສັ້ນ, ແຫຼ່ງສະຫງົບສະບາຍກາຍແລະໃຈໃນສະພາບທຳມະຊາດ, ຫຼູຫຼາແບບອະນຸລັກ; ອາຫານຮ່າລານຖືເປັນລາງວັນພິເສດ
- > **ຄົນຮົງກົງ, ເຂດປົກຄອງພິເສດ, ຈີນ** - ແວ່ພັກຖ້ຽວບິນສັ້ນ, ແຫຼ່ງສະຫງົບສະບາຍກາຍແລະໃຈໃນສະພາບທຳມະຊາດ, ຫຼູຫຼາແບບອະນຸລັກ

35 ຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ການຂະຫຍາຍ ຫຼາຍຮູບແບບການຕະຫຼາດ

- > ຄົນຫວຽດນາມ - ມໍລະດົກອິນໂດຈີນທີ່ແບ່ງປັນກັນ, ສະຖານທີ່ປະຫວັດສາດເກົ່າແກ່, ການຂີ່ລົດຈັກ, ຖ້ຳ, ທຳມະຊາດ, ການຍ່າງໃນປ່າ, ການຕັ້ງແຄ້ມ, ການເດີນທາງເປັນກຸ່ມ, ແລະ ຄວາມຫຼົງໄຫຼ
- > ຄົນມາເລເຊຍ - ແຫຼ່ງພົບເຫັນທາງທຳມະຊາດ, ກິດຈະກຳ, ການຍ່າງໃນປ່າ, ການຕັ້ງແຄ້ມ; ອາຫານຮ່າລານແມ່ນລາງວັນພິເສດ
- > ຄົນຍີ່ປຸ່ນ - ແຫຼ່ງພົບເຫັນທາງທຳມະຊາດ, ກິດຈະກຳ, ການຍ່າງໃນປ່າ ແລະ ການຕັ້ງແຄ້ມ
- > ຄົນກຳປູເຈຍ - ແຫຼ່ງດຶງດູດຂະໜາດໃຫຍ່, ເປັນເອກະລັກທີ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ຢ່າງງ່າຍດາຍຈາກກຳປູເຈຍ (ຕົວຢ່າງ: ຄອນພະເພັງ)
- > ມຽນມາ - ຂະໜາດນ້ອຍໂພດຈິ່ງບໍ່ເຫັນສຳຄັນ.

63 ການຕະຫຼາດໃນພາກພື້ນສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃນສປປ ລາວ ສາມາດກຳນົດເປັນກຸ່ມໃນຫຼາຍໆວິທີ. ກາລະໂອກາດດັ່ງລ່ຽມນີ້ແມ່ນຖືກປະເມີນໃຫ້ເປັນເປົ້າໝາຍ ແລະ ປະເພດສຳຄັນທີ່ສຸດຂອງຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ເຂົ້າກັບແຕ່ລະກຸ່ມກຳນົດທີ່ສຸດ, ຕາມລາຍການໃນຕາຕະລາງ 11.

ຕາຕະລາງ 11: ການກຳນົດຕະຫຼາດ ແລະ ລັກສະນະສະເພາະທີ່ໄດ້ກຳນົດ

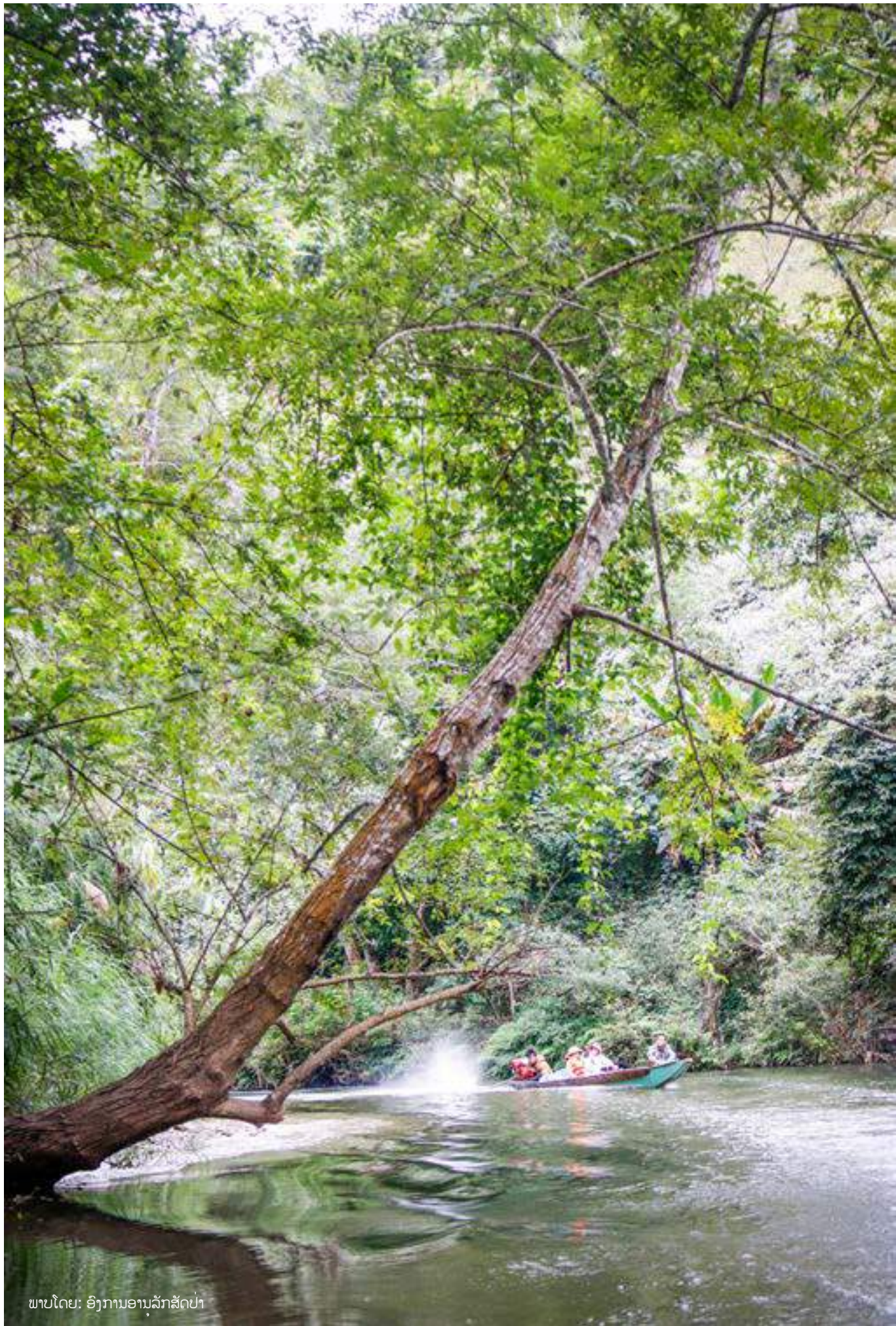
ການກຳນົດກຸ່ມ, ລັກສະນະສະເພາະ	ກາລະໂອກາດທາງຜະລິດຕະພັນ ຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ	ອັດຕາສ່ວນການຕະຫຼາດເພື່ອສ້າງແຮງຈູງໃຈ	ຊ່ອງທາງການຕະຫຼາດ (B2B ແລະ B2C)	ລະດັບ (0-3) (0 ຕໍ່, 3 ສູງ)	ບຸລິມະສິດ (0-3) (0 ຕໍ່, 3 ສູງ)
ຊົນຊັ້ນໃນເມືອງ ແລະ ຊົນຊັ້ນກາງ/ສູງຈາກໄທ	‘ດິນແດນທຳມະຊາດ’: ກິດຈະກຳທີ່ມີ ‘ຫຼາຍອຸປະກອນ’, ຊຶ່ງລວມທັງການຕົກປາ, ການຍ່າງໃນປ່າ, ການຂີ່ລົດຖີບ; ທີ່ພັກຫຼືຫຼາແບບອະນຸລັກທຳມະຊາດ ແລະ ມີລົດນິຍົມ; ເປັນກຸ່ມ ແລະ ເປັນຄອບຄົວ, ເດີນທາງມາທາງບົກເປັນຕົ້ນຕໍ ຊ່ວງມື້ພັກໄລຍະສັ້ນ	ມີຄວາມພິເສດກວ່າ ຢູ່ບ້ານ (ຄວາມສຳຄັນ ຂອງໂອກາດຖ່າຍຮູບ) ແລະ ຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ ເປັນກຸ່ມ	ບົດຂຽນອອນລາຍ/ ແບບບັນທຶກໄວ້ ທີ່ມີເປົ້າໝາຍ/ການໃຊ້ຄົນມີຊື່ສຽງໂຄສະນາຜ່ານ ສົມວນຊົນ, ປາກຕໍ່ປາ, ຮູບຖ່າຍຂອງໜູ່ເພື່ອນ ແລະ ເພື່ອນຮ່ວມງານ, ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການທົວ	3	3
ພະນັກງານຄົນມາເລເຊຍ	‘ການຕ້ອນຮັບແບບທຳມະຊາດ’: ຄືກັບກຸ່ມທີ່ພົ້ນເດັ່ນໂດຍມີລາຍຮັບຂັ້ນກາງ ອື່ນໆແຕ່ສິ່ງທີ່ຈັບຕ້ອງຕາຊັດເຈນຄືການມີຜະລິດຕະພັນແບບ ‘ຮ່າລານ’; ເປັນກຸ່ມ ແລະ ເປັນຄອບຄົວສຳລັບການພັກຍາວເຖິງອາທິດ	ຄົ້ນຫາທຳມະຊາດເອກະລັກສະເພາະ ໃນຂະນະທີ່ຄົງຮັກສາວັດທະນະທຳ ແລະ ສາດສະໜາຂອງຕົນເອງອັນແທ້ຈິງໄວ້	ສື່ອອນລາຍ ແລະ ສິ່ງພິມທີ່ມີເປົ້າໝາຍ, ຜູ້ນຳແນວປ່ຽນແປງ, ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການທົວ ແບບຮ່າລານ	2	2
ພະນັກງານຄົນຮົງກົງ	‘ແຫຼ່ງຜ່ອນຄາຍໃນທຳມະຊາດ’: ກິດຈະກຳ ແລະ ທີ່ພັກຫຼືຫຼາແບບອະນຸລັກທຳມະຊາດ; ການພັກຜ່ອນໄລຍະສັ້ນ; ການຖີບລົດຂຶ້ນພູ, ອາຫານດີ, ທີ່ພັກດີເລີດ; ຕ້ອງມີການຕໍ່ຖ້ຽວບິນ ແລະ ລົດໄວ; ກະຕຸ້ນການມາເປັນຄູ່ ແລະ ຜູ້ເດີນທາງເພື່ອທຸລະກິດ ຕົ້ນຕໍ	ການຜ່ອນຄາຍທີ່ມີປະສິດທິຜົນໃນຂອບເຂດທຳມະຊາດ	ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການລະດັບສູງ, ພາບພົດຂອງປາຍທາງໃນສິ່ງພິມດ້ານທຸລະກິດ	2	2
ພະນັກງານຄົນສິງກະໂປ	‘ແຫຼ່ງຜ່ອນຄາຍໃນທຳມະຊາດ’: ກິດຈະກຳ ແລະ ທີ່ພັກຫຼືຫຼາແບບອະນຸລັກທຳມະຊາດ; ການພັກຜ່ອນໄລຍະສັ້ນ; ການຖີບລົດຂຶ້ນພູ, ອາຫານດີ, ທີ່ພັກດີເລີດ; ຕ້ອງພິຈາລະນາໃບຢັ້ງຢືນການບໍລິການແບບ ‘ຮ່າລານ’; ມາເປັນຄູ່ ແລະ ຄອບຄົວ	ແຫຼ່ງພົບທຳມະຊາດທີ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ ແລະ ມີເປັນດັ່ງເດີມ	ການເຜີຍແຜ່ໄດ ຍຜູ້ໃຫ້ຄຳເຫັນ, ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການລະດັບສູງ	2	2

ການກຳນົດກຸ່ມ, ລັກສະນະສະເພາະ	ກາລະໂອກາດທາງຜະລິດຕະພັນ ຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ	ອັດຕາສ່ວນການຕະຫຼາດເພື່ອສ້າງແຮງຈູງໃຈ	ຊ່ອງທາງການຕະຫຼາດ (B2B ແລະ B2C)	ລະດັບ (0-3) (0 ຕໍ່, 3 ສູງ)	ບຸລິມະສິດ (0-3) (0 ຕໍ່, 3 ສູງ)
ຊ່ຽວຊານຄົນຕາເວັນຕົກ ທີ່ອາໄສໃນຂົງເຂດແມ່ນ້ຳຂອງຕອນລຸ່ມ	‘ຄວາມລັບໃນອາຊີ’: ມີຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ຫຼາກຫຼາຍສຳລັບ ‘ຜູ້ຮູ້ເລິກແທ້’, ຊຶ່ງລວມທັງການຊົມນົກສະເພາະ ແລະ ການເບິ່ງສັດປ່າ, ການຍ່າງໃນປ່າ, ການໄຕ່ພູຜາ, ການຖີບລົດຂຶ້ນພູ, ການລ່ອງແພ, ການແຂ່ງບິບາກ, ການຕຶກປາ, ກາແຟແຊບ, ການຕັ້ງແຄ້ມແບບງ່າຍ, ຄວາມມີລະດັບ, ແລະ ທີ່ພັກຫຼູຫຼາແບບອະນຸລັກທຳມະຊາດ; ມີໃບຢັ້ງຢືນດ້ານທຳມະຊາດສາມາດເປັນຕົວດຶງດູດ; ກຸ່ມໜຸ່ງເຜື້ອນ ແລະ ເຜື້ອນຮ່ວມ ງານຂະໜາດນ້ອຍ, ຄອບຄົວ ແລະ ເປັນຄູ່ທີ່ມາຮອດທາງເຮືອບິນສຳລັບການພັກໄລຍະສັ້ນ ແລະ ທາງບົກສຳລັບການທ່ຽວດ້ວຍການຖີບລົດ ແລະ ຂີ່ລົດຈັກ	ຜ່ອນຄາຍຜ່ານທົວທັດ (‘ເປົ້າໆ’ ຄືກັບການເບິ່ງນົກ, ຫຼື ‘ໜັກໆ’ ຄືກັບການຂີ່ລົດຈັກຂຶ້ນພູ) ໃນຂອບເຂດທຳມະຊາດທີ່ບໍ່ຖືກລົບກວນ	ຫ້ອງສົນທະນາຂອງຊ່ຽວຊານອອນລາຍ, ສະພາການຄ້າ, ກຸ່ມຕິດຕິນ, ນັກການທຸດ	2	3
ຄົນຫວຽດຖານະປານກາງ	‘ຄວາມຫຼົງໄຫຼໃນທຳມະຊາດ’: ການຂັບ/ການຂີ່ຊົມທັດສະນີຍະພາບ ແລະ ທີ່ພັກລາຄາສົມເຫດສົມຜົນ; ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວກາງຄືນ ແລະ ມໍລະດົກທີ່ແບ່ງປັນກັບແຫຼ່ງອື່ນໆ; ມາເປັນຄອບຄົວ, ກຸ່ມ, ແລະ ນັກເດີນທາງອິດສະຫຼະ, ສ່ວນໃຫຍ່ມາທາງບົກດ້ວຍລົດເມ ແລະ ດ້ວຍລົດຈັກ	‘ອາຊີຕາເວັນອອກສ່ຽງໃຕ້ຄືກັບເຄີຍເປັນມາ’	ເຄືອຂ່າຍຄົນພັດຖີ ນຸ່ງຕ່າງປະເທດ (ຄົນຫວຽດນາມອາໄສຢູ່ ສປປ ລາວ); ຂະຫຍາຍໃນວົງກວ້າງ ແລະ ວາລະສານທຸລະກິດ; ກຸ່ມຕິດຕິນ (ການຂີ່ລົດຈັກ, ການຖີບລົດ, ແລະ ອື່ນໆ)	3	2
ຄົນລາວຖານະປານກາງ	‘ຄວາມງົດງາມຂອງທຳມະຊາດ’: ມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດທີ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ຢ່າງງ່າຍດາຍດ້ວຍຄວາມບັນເທີງ; ມາເປັນກຸ່ມຂະໜາດນ້ອຍ, ເປັນຄູ່, ແລະ ເປັນຄອບຄົວ, ສ່ວນໃຫຍ່ທ່ຽວກາງເວັນ ແລະ ນອນຄືນ	ມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດຂອງພວກເຮົາ	ການໂຄສະນາຈາກຜູ້ມີຊື່ສຽງ (ຊຶ່ງລວມມີຜູ້ນຳອອກ ຄຳເຫັນຄົນໄທ); ກຸ່ມທຸລະກິດ ແລະ ກຸ່ມຕິດຕິນ; ການລົງໃນ ສິ່ງພິມ	3	1
ຄົນລາວທີ່ມີຖານະສູງ	‘ຄວາມຮູ້ສຶກແບບບ້ານໃນ ທຳມະຊາດ’: ພູມໃຈໃນຄວາມເປັນສປປ ລາວ ໃຫ້ເປັນປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃນລະດັບໂລກ ໂດຍມີຊັບສິນພື້ນເດັ່ນ ແລະ ມີຜະລິດຕະພັນຄຸນນະພາບສູງ; ການພັກແບບໄລຍະສັ້ນຫຼາຍໆຄັ້ງ	ດີທີ່ສຸດຂອງອາຊີ	ວາລະສານ ແລະ ຫ້ອງສົນທະນາທຸລະກິດ; ກຸ່ມຜູ້ເຂົ້າໃຈສະເພາະ; ຜູ້ນຳອອກຄຳເຫັນ	2	3

ການກຳນົດກຸ່ມ, ລັກສະນະສະເພາະ	ກາລະໂອກາດທາງຜະລິດຕະພັນ ຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ	ອັດຕາສ່ວນການຕະຫຼາດເພື່ອສ້າງແຮງຈູງໃຈ	ຊ່ອງທາງການຕະຫຼາດ (B2B ແລະ B2C)	ລະດັບ (0-3) (0 ຕໍ່, 3 ສູງ)	ບຸລິມະສິດ (0-3) (0 ຕໍ່, 3 ສູງ)
ຄົນເກົາຫຼີໃຕ້ຖານະປານກາງ	'ແຫຼ່ງພົບເຫັນທາງທຳມະຊາດ': ພາບທັດສະນີຍະພາບ, ນ້ຳພຸຮ້ອນ, ການຍ່າງຊົມທິວທັດທຳມະຊາດ; ເປັນກຸ່ມຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ເປັນຄູ່ພະນັກງານທີ່ມາຮອດດ້ວຍເຮືອບິນ ໂດຍມີການພັກຍາວເປັນອາທິດ	ເປີດປະຕູອາຊີ; 'ຄວາມລັບຂອງພວກເຮົາ'	ການໂຄສະນາໂດຍຜູ້ມີຊື່ສຽງ; ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການ ທົວ ແລະ ນັກລົງທຶນ ຄົນເກົາຫຼີ	1	2
ຄົນຍີ່ປຸ່ນຖານະປານກາງ	'ແຫຼ່ງພົບເຫັນທຳມະຊາດ': ການຍ່າງໃນປ່າ, ສັດປ່າ, ພືດປ່າ, ການລ່ອງແພ; ມາເປັນກຸ່ມຂະໜາດນ້ອຍ, ເປັນຄູ່ພະນັກງານມາຮອດທາງເຮືອບິນ ມາພັກຍາວເຖິງອາທິດ	ອາລິຍະທາງສາດສະໜາຂອງພວກເຮົາ; ອາຊີທີ່ຍັງດັ້ງເດີມ	ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການ ທົວຄົນຍີ່ປຸ່ນ; ວາລະສານແນວການປ່ຽນແປງ	1	2
ຄົນຈີນຖານະປານກາງຈາກຢຸນນ	'ປະສົບການມໍລະດົກທຳມະຊາດ': ການຖ່າຍຮູບຕົນເອງກັບສະຖານທີ່, ການຕີຄວາມໝາຍຂອງມໍລະດົກທີ່ເຂັ້ມແຂງ, ມີແມ່ນູເປັນພາສາຈີນກາງ, ມາເປັນກຸ່ມ (ຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ໃຫຍ່) ສຳລັບການທ່ຽວໄລຍະສັ້ນ	ມີຄວາມພິເສດກວ່າບ້ານ, ຮຽນຮູ້ ແລະ ເປີດໂລກກະທັດຂອງຕົນ	ການລົນນະລົງຜ່ານສື່ອອນລາຍໃນແຫຼ່ງເຜີຍແຜ່ເປັນພາສາຈີນ	2	2
ຜູ້ມາຍ້ຽມຢາມຄົນຕາເວັນຕົກທີ່ໄປປາຍທາງເຂດແມ່ນ້ຳຂອງຕອນລຸ່ມອ້ອມ	'ສປປ ລາວ': ປາຍທາງເກີດໃໝ່ສຳລັບນັກເດີນທາງທີ່ມັກພະຈິນໄພ, ມີຄວາມຮັບຜິດຊອບ ແລະ ອິດສະຫຼະ (ຊຶ່ງປະກອບດ້ວຍ ກຸ່ມເພດທີສາມ) ທີ່ຕ້ອງການສຳພັດກັບ 'ອາຊີໃນແບບທຳມະຊາດ' ໂດຍປາດສະຈາກສິ່ງອ້ອມຮອບ ຫຼື ຂີດຈຳກັດ	ການເດີນທາງໜີຈາກ (ຊຶ່ງມີການໜີທ່ຽວສັ້ນໆຈາກ) 'ຊີວິດທຳມະດາ ທົ່ວໄປ', ເດີນທາງດ້ວຍຄວາມປອດໄພເປັນ ແຮງຈູງໃຈທາງອ້ອມໃນການທ່ອງທ່ຽວ ທຳມະຊາດ	ການລົນນະລົງຜ່ານສື່ອອນລາຍ, ຜູ້ຂຽນວິຈານໃນແວບ ແລະ ຜູ້ຖ່າຍທຳໃນແວບ, ຫ້ອງສົນທະນາການເດີນທາງອອນລາຍ, ກຸ່ມຕິດຕິນ	2	1
ກຸ່ມສະເພາະ, ຊຶ່ງລວມມີຜູ້ມີຄວາມສົນໃຈໃນທາງລົດໄຟ, ຜູ້ໂດຍສານທາງ ເຮືອສຳລານ, ນັກທ່ອງຄຳຄືນ ³⁶	ຜະລິດຕະພັນສະເພາະທີ່ເຊື່ອມໂຍງກັບຊັບສິນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໂດຍບັງເອີນ	ຜະລິດຕະພັນ ລະດັບໂລກ	ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສະເພາະ ແລະ ສົມວນຊົນສຳລັບການເດີນທາງ, ສົມວນຊົນວົງກວ້າງ	1	0.5

ໝາຍເຫດ B2B = ທຸລະກິດຫາທຸລະກິດ; B2C = ທຸລະກິດຫາຜູ້ບໍລິໂພກ.

36 “ການທ່ອງທ່ຽວມຸມມິດ” ແມ່ນປະກົດການການຍ້ຽມຢາມສະຖານທີ່ ຊຶ່ງປະກົດທາງມໍລະດົກການທາລຸນມະນຸດ, ຍົກຕົວຢ່າງ: ເຂດ ອຸສວິດ ໃນ ໂປແລນ, ກຣາວ ຊີໂຣໃນສະຫະລັດອາເມລິກາ, ກີບາໂຮໃນ ຣໍແວນດາ, ແລະ ສະໜາມຂ້າຄົນຢູ່ ກຳປູເຈຍ. ຂະແໜງດັ່ງກ່າວຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການຕີຄວາມໝາຍທີ່ລະມັດລະວັງ ແລະ ລະອຽດອ່ອນ, ແຕ່ມີທັດສະນະເປີດກວ່າງວ່າມະນຸດສະທຳມີຄວາມຮັບຜິດຊອບເພື່ອໃຫ້ການສຶກສາຄົນກ່ຽວກັບເຫດການມຸມມິດດັ່ງກ່າວ ແລະ ບາງທີປະກອບສ່ວນໃຫ້ມີການສ້າງສັນທະໄມຕິຜ່ານການສ້າງລາຍຮັບ ແລະ ຄວາມເຂົ້າໃຈຮ່ວມກັນ.



ພາບໂດຍ: ອົງການອານຸລັກສັດປ່າ

4

ກຳແພງກັ້ນຕໍ່ການລົງທຶນ ແລະ ທຸລະກິດ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

- 64 ໂດຍລວມແລ້ວ, ສະພາບທຸລະກິດຍັງຄົງຊັບຊ້ອນ ແລະ ຍັງມີໜ້ອຍ. ສປປລາວ ຢູ່ໃນອັນດັບທີ 154 ຈາກ 190 ປະເທດຕາມການຈັດອັນດັບຂອງກຸ່ມທະນາຄານໂລກປີ 2019 ກ່ຽວກັບດັດສະນີຄວາມສະດວກໃນການເຮັດທຸລະກິດ ແລະ ນີ້ແມ່ນມີລັກສະນະແບບ ‘ຕໍ່ລອງ’ ຫຼາຍກວ່າກົດລະບຽບທີ່ສະໜັກສະໜືນ ແລະ ມີຢູ່ແລ້ວ ໂດຍສະເພາະໃນລະບຽບການທີ່ຍັງອ່ອນ ແມ່ນສ່ວນໃຫຍ່ຈະບໍ່ເປີດເຜີຍຕໍ່ສັງຄົມ ເຖິງແມ່ນຈະມີຄວາມຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີປະສິດທິພາບ ຕາມການສ້າງກົດໝາຍກໍຕາມ. ຄຳສັ່ງຂອງນາຍົກລັດຖະມົນຕີໂລກທີ 02 ໃນເດືອນ ກຸມພາ 2018 ທີ່ແນໃສ່ ເພື່ອປັບປຸງສະພາບການດຳເນີນທຸລະກິດໂດຍລວມ ສະແດງໃຫ້ເຫັນເຖິງຄວາມຕັ້ງໃຈໃນລະດັບສູງສຸດຂອງລັດຖະບານ ແຕ່ນັ້ນຍັງບໍ່ໄດ້ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຢ່າງເຕັມສ່ວນ. ການດຶງດູດດ້ວຍນະໂຍບາຍອາກອນທີ່ມີເປົ້າໝາຍບໍ່ຊັດເຈນ ແລະ ການຂາດການບໍລິການປະຕູດຽວສຳລັບການຈັດທະບຽນທຸລະກິດ ແລະ ການອອກໃບອະນຍາດສຳລັບການດຳເນີນງານ ແມ່ນບາງບັນຫາຕົ້ນຕໍທີ່ຍັງຄົງບໍ່ໄດ້ຮັບການແກ້ໄຂ.
- 65 ອີງຕາມການສຳຫຼວດ ແລະ ການສຳພາດທີ່ດຳເນີນເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງການປະເມີນຜົນ (ເບິ່ງບົດລາຍງານປະຫວັດວິຊາການ), ສປປ ລາວມີທ່າແຮງບໍ່ມີຂ້ອນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ພື້ນເຕັ້ນ, ແຕ່ນັກລົງທຶນຂາດຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ ເພາະມຸມມອງຍັງມີໃນຕະຫຼາດທີ່ລັດຖະບານຍັງບໍ່ເຮັດຈິງຈັງ ກ່ຽວກັບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດເປັນຂະແໜງບຸລິມະສິດ ຢ່າງພຽງພໍ. ຫຼາຍໆກຳແພງກັ້ນທີ່ກຳນົດໄດ້ບໍ່ສະເພາະແຕ່ການທ່ອງທ່ຽວທີ່ພົວພັນ ແຕ່ຍັງກະທົບຕໍ່ການລົງທຶນຂອງພາກເອກະຊົນໃນສປປ ລາວ ແລະ ເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງສະພາບການດຳເນີນທຸລະກິດທົ່ວໄປ.
- 66 ມີການຂາດຈຸດສຸມໃສ່ ແລະ ຄວາມຕັ້ງໃຈອັນຕໍ່ເນື່ອງ, ໄລຍະຍາວເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນກຳແພງກັ້ນເຫຼົ່ານີ້ ເພື່ອການລົງທຶນໃນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຍືນຍົງ, ຊຶ່ງກົດກັ້ນການປະສານງານອັນຈຳເປັນທົ່ວລັດຖະບານ (ລະຫວ່າງບັນດາກະຊວງ ແລະ ອົງການລັດຖະບານ ແລະ ລະຫວ່າງຂັ້ນຕ່າງໆຂອງລັດຖະບານ ແລະ ການຮ່ວມມືລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງສັງຄົມ.

4.1 ຂອບເຂດພາກພື້ນກ່ຽວກັບກຳແພງກັ້ນການລົງທຶນ

- 67 ມັນແມ່ນສຳຄັນທີ່ຈະສົມທຽບກຳແພງກັ້ນຈາກມຸມມອງຂອງສປປ ລາວ ກັບກຳແພງກັ້ນຈາກມຸມມອງສຳລັບຜູ້ແຂ່ງຂັນໃນພາກພື້ນ, ເພາະຂອບເຂດນີ້ ຈະມີອິດທິພົນວ່າຜູ້ປະກອບການທ່ອງທ່ຽວຈະລົງທຶນໃນການທ່ອງທ່ຽວສປປ ລາວ ຫຼື ບໍ່.
- 68 ປະເທດອາຊຽນ³⁷ ແຕກຕ່າງກັນຢ່າງໃຫຍ່ຫຼວງໃນລະດັບການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ແຕ່ການຮວມຕົວກັນສ້າງການຮ່ວມມືອັນເຂັ້ມແຂງໂດຍມີປະຊາກອນປະມານ 650 ລ້ານຄົນ. ມີຄວາມແຕກໂຕນຂະໜາດໃຫຍ່ໃນອັດຕາຄວາມທຸກຍາກ, ໄລ່ແຕ່ 25.0 ສ່ວນຮ້ອຍໃນ ມຽນມາ, 22.0 ສ່ວນຮ້ອຍໃນ ສປປ ລາວ, ແລະ 21.6 ສ່ວນຮ້ອຍໃນຟີລິບປິນຈົນເຖິງບໍ່ມີຄວາມທຸກຈົນ

37 ປະເທດຕາມແມ່ນ້ຳຂອງຕອນລຸ່ມ (ມີກຳປູເຈຍ, ສປປ ລາວ, ມຽນມາ, ໄທ, ຫວຽດນາມ ແລະ ເຂດປົກຄອງເອກະລາດກວາງຊີ ຊວງຂອງຈີນ ແລະ ແຂວງ ຢູນານ) ມີກອບການສົມທຽບທາງທຳມະຊາດສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວຂອງລາວ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ເນື່ອງຈາກການຂາດຂໍ້ມູນໂດຍສົມທຽບສຳລັບສອງເຂດແມ່ນ້ຳຂອງຕອນລຸ່ມຂອງຈີນ, ພວກເຮົາໄດ້ສຸມໃສ່ 10 ປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ, ຊຶ່ງ ແນ່ນອນ ລວມມີປະເທດຕາມແມ່ນ້ຳຂອງຕອນລຸ່ມທັງໝົດນອກຈາກຈີນ ແລະ ຍັງມີຂອບເຂດການສົມທຽບທີ່ກວ້າງກວ່າເກົ່າ.

ໃນບຣູໄນ ດາຣູຊາເລມ, ມາເລເຊຍ ແລະ ສິງກະໂປ. ຄຳເວົ້າ ‘ຄວາມສະດວກໃນການເຮັດທຸລະກິດ’, ທີ່ກຳນົດໂດຍ ບົດລາຍງານ ການເຮັດທຸລະກິດປີ 2019 ຂອງທະນາຄານໂລກ, ແມ່ນສູງຢູ່ສິງກະໂປ (2), ມາເລເຊຍ (15), ແລະ ໄທ (27), ໃນຂະນະທີ່ ມຽນມາ (171), ສປປ ລາວ (154), ແລະ ກຳປູເຈຍ (138) ເຮັດບໍ່ໄດ້ດີ. ຫວຽດນາມຢູ່ໃນອັນດັບ 69 ສຳລັບສະພາບແວດລ້ອມ ທີ່ເອື້ອອຳນວຍໃຫ້ການເຮັດທຸລະກິດ, ຊຶ່ງຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າ ການປະຕິຮູບເສດຖະກິດແມ່ນກຳລັງສົ່ງຜົນດີຕໍ່ຄວາມສາມາດແຂ່ງຂັນ ຂອງພາກເອກະຊົນ. ຕາຕະລາງ 12 ສະໜອງຂໍ້ມູນສັງລວມຕົວຊີ້ວັດການທ່ອງທ່ຽວ, ເສດຖະກິດ, ແລະ ສັງຄົມຕົ້ນຕໍ. ໂດຍ ລວມແລ້ວ, ຂໍ້ມູນເຫຼົ່ານີ້ສະແດງວ່າ ສປປ ລາວແມ່ນດຳເນີນຕົກຕໍ່ ເມື່ອປຽບທຽບກັບປະເທດເພື່ອນບ້ານຈຳນວນຫຼາຍຕາມຕົວ ຊີ້ວັດຫຼາຍຂໍ້, ເຮັດໃຫ້ບໍ່ແມ່ນເປົ້າໝາຍດຶງດູດສຳລັບການລົງທຶນ. ເຖິງແມ່ນກຳລັງມີຂາຄູ່ໃນ ‘ທີມແຂ່ງ’ ດຽວກັນດ້ານຈຳນວນ ຄົນເດີນທາງມາທ່ອງທ່ຽວເຊັ່ນ: ກຳປູເຈຍ, ມຽນມາ ແລະ ຟີລິບປິນ, ຍອດຮັບການທ່ອງທ່ຽວຂອງສປປ ລາວແມ່ນນ້ອຍຫຼາຍ ເພາະຈຳນວນຜູ້ມາທ່ຽວຂະໜາດໃຫຍ່ ແມ່ນຜູ້ມາທ່ຽວໄປ-ກັບກາງເວັນໃນພາກພື້ນທີ່ມີການໃຊ້ຈ່າຍຕໍ່າ ແລະ ມີການໃຊ້ຈ່າຍ ປະ ຈຳວັນຕໍ່າໂດຍສະເລັຍສຳລັບຜູ້ມາທ່ຽວທີ່ເດີນທາງນອກເຂດຫຼວງພະບາງ ໂດຍທີ່ພັກ ແລະ ກິດຈະກຳທີ່ມີຢູ່ແມ່ນຖືກ ແລະ ແນ ໃສ່ນັກທ່ອງທ່ຽວແບບພາຍເບື້ອງ. ນີ້ຫຼຸດຜົນປະໂຫຍດຈາກການທ່ອງທ່ຽວຕໍ່ການຫຼຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກ, ຈາກຫຼັກຖານແມ່ນ ອັດຕາຄວາມທຸກຍາກຍັງສູງຕໍ່ເນື່ອງ. ປາຍທາງການທ່ອງທ່ຽວອາຊຽນທີ່ເປັນ ‘ທີມແຂ່ງຂັນນຳໜ້າ’ ມີ (ໄທ, ມາເລເຊຍ ແລະ ສິງກະໂປ, ຊຶ່ງວັດຈາກຈຳນວນຜູ້ເດີນທາງເຂົ້າ ຕາມຂະໜາດຂອງປະຊາກອນໃນປະເທດ ແລະ/ຫຼືຂົງເຂດ) ແມ່ນຢູ່ໃນຂັ້ນຕົ້ນໆ ສຳລັບຄວາມສະດວກໃນການເຮັດທຸລະກິດ ແລະ ການຈັດອັນດັບ TTCI, ຊຶ່ງຊີ້ໃຫ້ເຫັນການພົວພັນ ແລະ ບາງທີມີການພົວ ພັນກັນໂດຍບັງເອີນ.

ຕາຕະລາງ 12: ຕົວຊີ້ວັດສຳຄັນສຳລັບປະເທດສະມາຊິກອາຊຽນ³⁸

ຕົວຊີ້ວັດສຳຄັນສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວຂອງສາກົນ	ບຣູໄນ ດາຣູຊາເລມ	ກຳປູເຈຍ	ອິນໂດເນເຊຍ	ສປປ ລາວ	ມາເລເຊຍ	ມຽນມາ	ຟີລິບປິນ	ສິງກະໂປ	ໄທ	ຫວຽດນາມ
ທ່ອງທ່ຽວຂາເຂົ້າ (ພັນຄົນ)	219	5,012	10,811	3,315	26,757	2,900	5,967	12,913	32,588	10,013
ລາຍຮັບ (US\$, ລ້ານ)	140	3,207	11,261	679.4	18,074	2,177	5,139	18,386	49,871	8,250
ລາຍຮັບສະເລັ່ນ US\$		666	1,034	192	684		984	1,389	1,489	925
ທ&ທ ເປັນ % ຂອງ GDP		13.5	3.3	4.6	4.4		4.2	4.8	9.3	6.6
% ການຈ້າງງານ ທ&ທ (ພັນຄົນ)		1,035	3,468	123	574		1,264	158	2,402	2,782
ການຈັດອັນດັບ TCCI		12.1	2.9	3.9	4.2		3.3	4.3	6.3	5.2
ສ່ວນແບ່ງ % ຂອງ GDP ຂອງການມີວຽກທັງໝົດ	— ²	101	42	136	26	134 ³	79	13	34	67
ການໃຊ້ຈ່າຍນອກປະເທດ (US\$, ລ້ານ)	682	451	9,668	328	9,883	185	12,495	21,701	8,683	4,360
ສ່ວນແບ່ງ % ຂອງ GDP	4.9	2.2	1.0	2.3	3.2	0.3	3.9	7.4	2.1	2.0
ການຈັດອັນດັບ HDI	31	143	110	141	62	148	115	11	93	116
ຄວາມງ່າຍໃນການເຮັດທຸລະກິດ ¹	55	138	73	154	15	171	124	2	27	69
ປະຊາກອນ (ລ້ານ)	0.4	16.2	260.5	7.1	31.0	52.1	104.3	5.5	68.4	96.2
ລວມຍອດ GNI (US\$)	37,320	1,020	3,630	1,660	11,120	1,270	3,500	55,150	5,780	1,890
ລວມຍອດ GDP (US\$)	77,500	3,700	11,700	6,900	27,300	—	7,700	87,800	16,900	6,400
ອັດຕາຄວາມທຸກຍາກ (%)	—	13.5	10.9	22.0	0.6	25.6	21.6	2.0	2.8	11.3

ໝາຍເຫດ: — = ບໍ່ມີຂໍ້ມູນ, ສປປ ລາວ = ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ; T&T = ການເດີນທາງ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ; HDI = ດັດສະນີການພັດທະນາມະນຸດ; GNI = ລາຍຮັບຊາດໂດຍລວມ.

1. ການຈັດອັນດັບໃນ 190 ປະເທດເພື່ອຄວາມສະດວກໃນການເຮັດທຸລະກິດ. ເບິ່ງ: www.doingbusiness.org.
2. ບຣູໄນ ດາຣູຊາເລມບໍ່ໄດ້ລວມເຂົ້າໃນປີ 2015 ຫຼື ປີ 2017 TCCI. -- = ບໍ່ມີຂໍ້ມູນ.
3. ມຽນມາບໍ່ໄດ້ລວມເຂົ້າໃນປີ 2017 TCCI. ເພາະສະນັ້ນ, ການຈັດອັນດັບໃນປີ 2015.

4.2 ສະພາບການດຳເນີນທຸລະກິດ

69 ເຖິງແມ່ນລັດຖະບານ ໄດ້ເລີ່ມນຳສະເໜີການປະຕິຮູບການລົງທຶນອັນສຳຄັນ ແລະ ລະບຽບການ, ມັນຍັງບໍ່ໄດ້ບັນລຸຜົນກະທົບທີ່ສາມາດວັດແທກໄດ້ ກ່ຽວກັບການປະຕິຮູບດັ່ງກ່າວ ຫຼື ຜົນປະໂຫຍດທີ່ໄດ້ຈາກນັ້ນ, ຫຼັກໆແມ່ນ ຍ້ອນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດທີ່ຊ້າ ແລະ ບໍ່ສະໜັບສະໜືຂອງລະບຽບການທີ່ມີຢູ່ແລ້ວ, ພ້ອມທັງຄວາມບໍ່ສອດຄ່ອງກັນທົ່ວກົດໝາຍຫຼັກ (ເຊັ່ນ: ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການສົ່ງເສີມການລົງທຶນ ແລະ ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍວິສາຫະກິດ). ຄວາມໂປ່ງໃສ່ຍັງຄົງເປັນບັນຫາເຊັ່ນກັນ ເພາະການເຂົ້າເຖິງ

38 ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ: ກອງປະຊຸມເສດຖະກິດໂລກ (WEF). ດັດສະນີຄວາມສາມາດແຂ່ງຂັນດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການເດີນທາງສະບັບປີ 2017; ໜ່ວຍງານສຳຫຼວດການທ່ອງທ່ຽວໂລກຂອງ UNWTO; ທະນາຄານພັດທະນາອາຊີ (ADB). ສະຖິຕິພື້ນຖານປີ 2016. ມະນີລາ; ທະນາຄານພັດທະນາອາຊີ (ADB). ບົດປະເມີນການພັດທະນາປີ 2016. ມະນີລາ; ອົງການສະຫະປະຊາຊາດເພື່ອການພັດທະນາ. ບົດລາຍງານການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດ 2015. ນິວຢອກ; ກຸ່ມຄົ້ນຄວ້າການເຮັດທຸລະກິດຂອງທະນາຄານໂລກປີ 2019, ວິຊິງຕັນດີຊີ.; ອົງການສືບລາສະການລັບ (CIA). ຕຳລາຂໍ້ມູນໂລກ. ວິຊິງຕັນດີຊີ.

ກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການແບບທົ່ວໄປທັນການ, ໂດຍສະເພາະລະດັບການຄຸ້ມຄອງບໍລິຫານຕໍ່ກວ່າ, ຍັງຄົງທ້າທາຍຫຼາຍໆ ເອກະສານລັດບໍ່ເປີດເຜີຍຕໍ່ປວງຊົນໃນຈົດໝາຍເຫດຂອງລາວ, ເຖິງແມ່ນກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການສ້າງກົດໝາຍລະບຸວ່າ ເອກະສານທາງກົດໝາຍແມ່ນມີຜົນບັງຄັບໃຊ້ ຖ້າມີການເຜີຍແຜ່ຜ່ານຈົດໝາຍເຫດເທົ່ານັ້ນ.

70 ການລະບຸສິ່ງທ້າທາຍທີ່ດີ ຍັງຄົງພົບເຫັນໃນສິ່ງທີ່ຄວນເປັນຂັ້ນຕອນງ່າຍ: ການເລີ່ມຕົ້ນທຸລະກິດ. ການປະຕິຮູບເພື່ອສົ່ງເສີມການລົງທຶນ ແລະ ການພັດທະນາຈະມີຜົນໄດ້ຮັບໜ້ອຍ ຖ້າລະບຽບການ ແລະ ຂັ້ນຕອນສຳລັບການສ້າງທຸລະກິດ ແມ່ນບໍ່ຈຳເປັນ, ຊ້ຳຊ້ອນ, ເບິ່ງບໍ່ເຫັນອະນາຄົດ ແລະ ຖືເປັນການຫາແຫຼ່ງເຊົ່າ. ກະຊວງ ອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ຫາກໍ່ດຳເນີນການປະຕິຮູບອັນສຳຄັນທີ່ມີທ່າແຮງ ເພື່ອຜັນປ່ຽນໃບຈົດທະບຽນວິສາຫະກິດ (ERC) ຈາກໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດ ເປັນເອກະສານຈົດທະບຽນ, ແຕ່ມັນຍັງໄວ້ທີ່ຈະປະເມີນຜົນກະທົບວ່າ ການປະຕິຮູບເຫຼົ່ານີ້ຈະມີຕໍ່ຂັ້ນຕອນການຈົດທະບຽນບໍລິສັດໃນຕົວຈິງ. ບົດລາຍງານປະຫວັດວິຊາການສະຫຼຸບວ່າ ຫຼາຍໆໃບອະນຸຍາດ ແລະ ຂັ້ນຕອນດຳເນີນການແມ່ນບໍ່ຈຳເປັນແລ້ວ ເພາະເປັນການເຮັດຊ້ຳຊ້ອນ ແລະ ສາມາດກຳຈັດ ຫຼື ບົດອອກໃນຂັ້ນກ່ອນ ຫຼື ຫຼັງການສ້າງເປັນທຸລະກິດ. ຂັ້ນຕອນເຫຼົ່ານີ້ພົວພັນກັບ (ກ) ການຂໍອະນຸຍາດໃຊ້ບໍລິສັດ, (ຂ) ໃບຈົດທະບຽນວິສາຫະກິດ (ERC), (ຄ) ໃບອະນຸຍາດລົງທຶນສຳລັບຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວສຳຄັນ, (ງ) ກາຈຳບໍລິສັດ /ການຈົດທະບຽນກາຈຳບໍລິສັດ, ແລະ (ຈ) ການອະນຸມັດໃສ່ປ້າຍບໍລິສັດ.

71 ໃນຂະນະມັນມີຄ່າສຳລັບວິສາຫະກິດຕັ້ງໃໝ່ທີ່ພວມຈັດຕັ້ງ, ລົງທະບຽນເປັນທາງການສຳລັບການຊຳລະອາກອນ ແລະ ການເຂົ້າປະກັນສັງຄົມ, ແລະ ການມີໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດກ່ຽວຂ້ອງ ຊຶ່ງກິດຈະກຳຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການຊີ້ນຳດ້ານລະບຽບການ, ບັນຫາຕົ້ນຕໍໃນສປປ ລາວພົວພັນກັບການຂາດຄວາມໂປ່ງໃສ່, ຄວາມສາມາດແນມເຫັນອະນາຄົດ, ແລະ ປະສິດທິຜົນ, ຊຶ່ງແມ່ນສິ່ງລົບກວນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແບບສາກົນໃນປະເທດເຫຼົ່ານັ້ນທີ່ເຮັດໃຫ້ການດຳເນີນທຸລະກິດງ່າຍກວ່າ ແລະ ການຈັດອັນດັບ TICI ດີກວ່າ. ເງື່ອນໄຂສຳລັບການຂໍກາຈຳບໍລິສັດໃນສັດຕະວັດທີ 21 ໄດ້ລະບຸໂດຍຜູ້ສອບຖາມຫຼາຍຄົນວ່າ ບໍ່ທັນສະໄໝ, ແລະ ຂັ້ນຕອນການຂໍສ້າງຕັ້ງທຸລະກິດ ແມ່ນຊັບຊ້ອນຫຼາຍ ຈົນຜູ້ສອບຖາມໃນພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ ບໍ່ເຄີຍຮູ້ເລີຍວ່າບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງຂໍອະນຸມັດຈາກລັດຖະບານສຳລັບເນື້ອໃນຂອງປ້າຍຕິດໜ້າທ້ອງການບໍລິສັດ ຈົນຮອດທ້າຍປີ 2018.

72 ບົດລາຍງານການເຮັດທຸລະກິດຂອງທະນາຄານໂລກສະໜອງເຄື່ອງມືທີ່ດີ ເພື່ອວັດແທກຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການເຮັດທຸລະກິດ ແລະ ກຳນົດກຳແພງກັນທີ່ຊຸກເຊື່ອຍູ່. ເມື່ອຫຼຽວເບິ່ງບົດລາຍງານປີ 2019, ສປປ ລາວ ຢູ່ໃນອັນດັບ 154 ໃນ 190 ປະເທດ (ເບິ່ງຮູບ 8: ຂ້າງລຸ່ມ), ຕົກລົງ 13 ອັນດັບຈາກອັນດັບທີ 141 ໃນປີກ່ອນ. ການຕົກຕໍ່າດັ່ງກ່າວສ່ວນໃຫຍ່ ແມ່ນເປັນຜົນຈາກການເກັບຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງຫຼາຍກວ່າສຳລັບບົດລາຍງານປີ 2019 (ພາໃຫ້ມີການຂາດເຄື່ອນໃນຕຳແໜ່ງຂອງສປປ ລາວໃນການຈັດອັນດັບ), ແຕ່ມັນຍັງຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າ ການປະຕິຮູບຂອງລັດຖະບານວ່າງບໍ່ດົນ ບໍ່ໄດ້ແປເປັນຜະລິດຕະຜົນທີ່ສາມາດວັດແທກໄດ້. ຕົວຊີ້ວັດຕົ້ນຕໍລວມມີທຸລະກິດເລີ່ມຕົ້ນ, ການຮັບມືກັບໃບອະນຸຍາດກໍ່ສ້າງ, ການມີໄຟຟ້າ, ການຈົດທະບຽນສະຖານທີ່, ການເຂົ້າເຖິງສິນເຊື່ອ, ການປົກປ້ອງນັກລົງທຶນຂະໜາດນ້ອຍ, ການຊຳລະອາກອນ, ການຄ້າຂ້າມຊາຍແດນ, ການບັງຄັບໃຊ້ສັນຍາ, ແລະ ການແກ້ໄຂໜີ້.

73 ນອກຈາກນີ້, ສປປ ລາວ ໄດ້ນຳສະເໜີຄືນການຂໍໃບອະນຸຍາດລົງທຶນ (ນອກຈາກໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດ) ຜ່ານກົດໝາຍສົ່ງເສີມການລົງທຶນສະບັບປີ 2016, ແລະ ຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວກ່ຽວຂ້ອງທີ່ສຳຄັນຮຽກຮ້ອງໃຫ້ຕ້ອງມີໃບອະນຸຍາດລົງທຶນດັ່ງກ່າວ ນອກເໜືອຈາກໃບທະບຽນວິສາຫະກິດ ແລະ ໃບທະບຽນດຳເນີນທຸລະກິດກ່ຽວຂ້ອງ. ດຳລັດຂອງນາຍົກລັດຖະມົນຕີ ເລກທີ 3, ເດືອນ ມັງກອນ 2019 ມີລາຍການກົດຈະກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວຂ້າງລຸ່ມນີ້ ຊຶ່ງຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີໃບອະນຸຍາດລົງທຶນສະເພາະທີ່ອອກໃຫ້ໂດຍຄະນະກຳມະການສົ່ງເສີມ ແລະ ຊີ້ນຳການລົງທຶນ ຄືກັບຂັ້ນຕອນທີ່ຄ່ອຍໂປ່ງໃສ: ກິດຈະກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບເຄື່ອງວັດທະນະທຳ ແລະ ປ່າໄມ້ (ຊຶ່ງລວມມີກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວແບບອະນຸລັກທຳມະຊາດທີ່ຈະແຈ້ງ) ແລະ ໂຮງແຮມ ແລະ ຣີສອດລະດັບສຳຄັນ ຫຼື ຫຼາຍກວ່ານັ້ນ. ເງື່ອນໄຂອັນຊ້ຳກັນດັ່ງກ່າວແມ່ນສິ່ງທີ່ລົບກວນການເຮັດໃຫ້ງ່າຍໃນການຈັດຕັ້ງ ແລະ ດຳເນີນບໍລິສັດໃນ ສປປ ລາວ.

ຮູບ 8: ຈັດອັນດັບຄວາມເປັນໄປໄດ້ດ້ານທຸລະກິດ ແລະ ຕົວຊີ້ວັດ ສຳລັບ ສປປ ລາວ (2019)

ສປປ ລາວ	ອາຊີ ປາຊີຟິກ	ລາຍໄດ້ຕໍ່ຄົນ	2,270
ຄວາມເປັນໄປໄດ້ດ້ານທຸລະກິດ	ຕົວຊີ້ວັດ	ພົນລະເມືອງ	6,858,160
ອັນດັບ (1-190)	ຄະແນນ (0-100)		
ເລີ່ມທຸລະກິດ (ອັນດັບ)	ໄດ້ຮັບສິນເຊື່ອ (ອັນດັບ)	ການຄ້າຂາມຊາຍແດນ (ອັນດັບ)	76
ຄະແນນສຳລັບເລີ່ມທຸລະກິດ (0-100)	ຄະແນນໄດ້ຮັບສິນເຊື່ອ (0-100)	ຄະແນນສຳລັບການຄ້າຂາມຊາຍແດນ (0-100)	78.12
ຂະບວນການ (ຈຳນວນ)	ດັດຊະນີການເພີ່ມສິດທາງກົດໝາຍ (0-12)	<i>ເວລາສົ່ງອອກ</i>	
ເວລາ (ມື້)	ດັດຊະນີຂໍ້ມູນໜີ້ສິນ ຂອງສິນເຊື່ອ (0-18)	ຄວາມສອດຄ່ອງດ້ານເອກະສານ (ຊົ່ວໂມງ)	60
ທຶນ (% ລາຍໄດ້ຕໍ່ຄົນ)	ສຳນັກງານການຄຸ້ມຄອງສິນເຊື່ອ (% ຂອງຜູ້ໃຫຍ່)	ຄວາມສອດຄ່ອງດ້ານການຂ້າມຊາຍແດນ (ໂດລາສາຫະລັດ)	9
ລາຍໄດ້ຕໍ່ຄົນຕໍ່າສຸດ (% ຕໍ່ຄົນ)	ການຄຸ້ມຄອງການຈັດທະບຽນສິນເຊື່ອ (% ຂອງຜູ້ໃຫຍ່)	<i>ມູນຄ່າສົ່ງອອກ</i>	
ການຈັດການກັບການອານຸມັດກໍ່ສ້າງ (ອັນດັບ)	ການປົກປ້ອງການລົງທຶນຂະໜາດນ້ອຍ (ອັນດັບ)	ຄວາມສອດຄ່ອງດ້ານເອກະສານ (ໂດລາສາຫະລັດ)	235
ຄະແນນການຈັດການກັບການອານຸມັດກໍ່ສ້າງ (0-100)	ຄະແນນ ການປົກປ້ອງ ການລົງທຶນຂະໜາດນ້ອຍ (0-100)	ຄວາມສອດຄ່ອງດ້ານການຂ້າມຊາຍແດນ (ໂດລາສາຫະລັດ)	140
ຂະບວນການ (ຈຳນວນ)	ຂອບເຂດຂອງດັດຊະນີການເປີດເຜີຍ (0-100)	<i>ເວລານຳເຂົ້າ</i>	
ເວລາ (ມື້)	ດັດສະນີຂອບເຂດຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງຜູ້ອຳນວຍການ (0-100)	ຄວາມສອດຄ່ອງດ້ານເອກະສານ (ໂດລາສາຫະລັດ)	60
ມູນຄ່າ (% ຂອງມູນຄ່າຂອງສາງ)	ດັດແກ້ດັດຊະນີຄວາມ ເໝາະສົມຂອງຜູ້ຖືຮຸ້ນ (0-10)	ຄວາມສອດຄ່ອງດ້ານການຂ້າມຊາຍແດນ (ໂດລາສາຫະລັດ)	11
ດັດສະນີການຄວບຄຸມຄຸນນະພາບການກໍ່ສ້າງ (0-15)	ດັດຊະນີສິດທິຂອງຜູ້ຖືຫຸ້ນ (0-10)	<i>ມູນຄ່ານຳເຂົ້າ</i>	
ການຕິດຕັ້ງໄຟຟ້າ (ອັນດັບ)	ການຈ່າຍພາສີ (ອັນດັບ)	ຄວາມສອດຄ່ອງດ້ານເອກະສານ (ໂດລາສາຫະລັດ)	115
ຄະແນນການຕິດຕັ້ງໄຟຟ້າ (0-100)	ຄະແນນການຈ່າຍພາສີ (0-100)	ຄວາມສອດຄ່ອງດ້ານການຂ້າມຊາຍແດນ (ໂດລາສາຫະລັດ)	224
ຂະບວນການ (ຈຳນວນ)	ການຈ່າຍ (ຕົວເລກຕໍ່ປີ)	ການປະຕິບັດຕາມສັນຍາ (ອັນດັບ)	162
ເວລາ (ມື້)	ເວລາ (ຊົ່ວໂມງຕໍ່ປີ)	ຄະແນນການ ປະຕິບັດຕາມສັນຍາ (0-100)	41.99
ມູນຄ່າ (% ຂອງລາຍໄດ້ຕໍ່ຄົນ)	ອັດຕາລວມ ຂອງພາສີ ແລະ ການປະກອບສ່ວນ (% ຂອງກຳໄລ)	ເວລາ (ມື້)	828
ດັດຊະນີຄວາມ ໜ້າເຊື່ອຖື ແລະ ຄວາມ ໂປ່ງດາມພາສີ (0-8)	ດັດຊະນີຫຼັງການປະກາດ (0-100)	ມູນຄ່າ (% ຂອງມູນຄ່າ)	31.6
ການຈັດຖະບຽນຊັບສິນ (ອັນດັບ)	ການຈ່າຍພາສີ (ອັນດັບ)	ດັດຊະນີຄຸນນະພາບຂອງຂະບວນການຕຸລາການ (0-18)	3.5
ຄະແນນ ການຈັດຖະບຽນຊັບສິນ (0-100)	ຄະແນນການຈ່າຍພາສີ (0-100)	ການແກ້ໄຂການຂາດຄຸນ (ອັນດັບ)	168
ຂະບວນການ (ຈຳນວນ)	ການຈ່າຍ (ຕົວເລກຕໍ່ປີ)	ຄະແນນການ ປະຕິບັດຕາມສັນຍາ (0-100)	0.00
ເວລາ (ມື້)	ເວລາ (ຊົ່ວໂມງຕໍ່ປີ)	ເວລາ (ປີ)	ບໍ່ໄດ້ປະຕິບັດ
ມູນຄ່າ (% ຫຼື ມູນຄ່າຂອງ ຊັບສິນ)	ອັດຕາລວມ ຂອງພາສີ ແລະ ການປະກອບສ່ວນ (% ຂອງກຳໄລ)	ມູນຄ່າ (%ຂອງຊັບສິນ)	ບໍ່ໄດ້ປະຕິບັດ
ຄຸນນະພາບຂອງການຄຸ້ມຄອງບໍລິຫານທີ່ດິນ (0-30)	ດັດຊະນີຫຼັງການປະກາດ (0-100)	ອັດຕາການພື້ນຕົວ (ເຊັ່ນຂອງເງິນໂດລາ)	0.0
		ຄວາມເຂັ້ມແຂງຂອງດັດຊະນີກອບການຂາດຄຸນ (0-16)	0.0

ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ ດັດສະນີການເຮັດທຸລະກິດໃນ WBG ປີ 2019 (ຕຸລາ 2018)

45 ກຳແພງກັນຕໍ່ການລົງທຶນ ແລະ ທຸລະກິດ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

74 ສປປ ລາວດຳເນີນການຕໍ່ກວ່າມາດຕະຖານ ທີ່ຕິດພັນກັບ (ກ) ການເລີ່ມຕົ້ນທຸລະກິດ; (ຂ) ການຕໍ່ໄຟຟ້າ; (ຄ) ການຮັບມືກັບການຂໍອະນຸຍາດກໍ່ສ້າງ; ແລະ (ງ) ໃນບາງລະດັບ, ການຈົດທະບຽນສະຖານທີ່ ບັນຫາອື່ນໆລວມມີການປະຕິບັດ ສັນຍາ ແລະ ການປົກປ້ອງນັກລົງທຶນຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ການເກັບອາກອນທີ່ມີປະສິດທິຜົນ ແລະ ໂປ່ງໃສ. ການປຶກສາຫາລືທີ່ໄດ້ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງການປະເມີນຜົນນີ້ໄດ້ລະບຸວ່າ ລັດຖະບານລາວແມ່ນພະຍາຍາມແກ້ໄຂບັນຫາເຫຼົ່ານີ້ຢ່າງຫ້າວຫັນ, ແຕ່ປະຈຸບັນ ຍັງພົບກັບຊ່ອງທາງທີ່ບໍ່ມີປະສິດທິພາບ ເພື່ອເອກອ້າງສິ່ງນີ້ຕໍ່ນັກລົງທຶນທີ່ມີທ່າແຮງ. ເພາະສະນັ້ນ, ເຖິງແມ່ນລັດຖະບານໄດ້ຕັ້ງໃຈ ແລະ ເລີ່ມດຳເນີນຄວາມຄືບໜ້າໃນການປັບປຸງສະພາບແວດລ້ອມຂອງການດຳເນີນທຸລະກິດກໍ່ຕາມ, ຄວາມຄິດດ້ານລົບກ່ຽວກັບ ສປປ ລາວ ເປັນສະຖານທີ່ໝາະຕໍ່ການລົງທຶນ ແລະ ເຮັດທຸລະກິດຍັງຄົງເປັນກຳແພງກັນການລົງທຶນ.

75 ຂໍ້ຫຍຸ້ງຍາກຕົ້ນຕໍທີ່ກຳນົດຈາກການປຶກສາຫາລືນຳຜູ້ມີສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ ປະກອບມີດັ່ງນີ້:

- > ຂໍ້ຈຳກັດດ້ານການລົງທຶນຕ່າງປະເທດໂດຍກົງ (FDI)
- > ລະດັບຄວາມສາມາດແຂ່ງຂັນທີ່ຕໍ່າ
- > ຄວາມຄິດກ່ຽວກັບລະດັບການສໍ້ລາດບັງຫຼວງທີ່ສູງ
- > ການແຂ່ງຂັນຈາກຂະແໜງບໍ່ເປັນທາງການກ່ຽວກັບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດບໍ່ເປັນທາງການຈາກບໍລິສັດທາງການ
- > ການຊຳລະ (ຫຼື ບໍ່ຊຳລະ) ອາກອນ
- > ການຂາດການເຂົ້າເຖິງໄຟຟ້າ
- > ການຂາດການເຂົ້າເຖິງທີ່ດິນ
- > ການຂາດການເຂົ້າເຖິງກຳລັງແຮງງານທີ່ມີຄຸນນະພາບ
- > ການຂາດການເຂົ້າເຖິງການເງິນ
- > ການຂາດພາບພົດ ແລະ ຊື່ສຽງທີ່ເປັນມິດຕໍ່ການລົງທຶນ
- > ລະບຽບການຂາດສະຖຽນລະພາບໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ
- > ການບໍ່ມີກົນໄກທີ່ມີປະສິດທິພາບສຳລັບການຊອກຫາ redress

76 ກຳແພງກັນສຳຄັນຕໍ່ການລົງທຶນແມ່ນການຂາດຄວາມແນ່ນອນໃນນະໂຍບາຍລະດັບຊາດ. ຂໍ້ນີ້ແມ່ນສະເໜີໂດຍຜົນປະໂຫຍດທີ່ຄັດແຍ່ງກັນເຫັນຊັດເຈນ ແລະ ຄວາມຄິດກ່ຽວກັບກອບນະໂຍບາຍທີ່ບໍ່ຈະແຈ້ງ, ດັ່ງທີ່ລະບຸໃນກ່ອງ 6.

4.3 ອຸປະສັກຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ

77 ສະພາບແວດລ້ອມດ້ານລະບຽບການຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວຍັງພົບພໍ້ກັບສິ່ງທ້າທາຍຫຼາຍຢ່າງ. ຍັງສັງເກດເຫັນວ່າຍັງມີຂັ້ນຕອນສຳລັບການອະນຸຍາດເຮັດທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວຫຼາຍອັນທີ່ບໍ່ຈຳເປັນ. ຄຸນລັກສະນະພິເສດຂອງຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ຄືເປັນຂະແໜງການນຶ່ງ ທີ່ຕ້ອງມີໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດຈຳນວນຫຼວງຫຼາຍ ເຊິ່ງຂໍ້ຍາກ. (ໄລ່ແຕ່ການຂໍອະນຸຍາດ ຈົນເຖິງການຕໍ່ອາຍຸ) ການຈັດສັນຊັບພະຍາກອນຂອງລັດ ທີ່ບໍ່ໂປ່ງໄສ ໃຫ້ແກ່ພາກເອກະຊົນ ສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ການຂະຫຍາຍຕົວຂອງການທ່ອງທ່ຽວ. ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໂດຍສະເພາະ ຖືກຫວງດຶງຍ້ອນບັນດາປັດໃຈເຫຼົ່ານີ້:

- > ສະພາບແວດລ້ອມການດຳເນີນທຸລະກິດທີ່ສະລັບຊັບຊ້ອນ, ບໍ່ໂປ່ງໄສ ແລະ ມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສູງ
- > ຂໍ້ຈຳກັດສະເພາະຕໍ່ການລົງທຶນຂອງຕ່າງປະເທດ ໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ(ຄວາມເປັນເຈົ້າແລະຂໍ້ຈຳກັດຄວາມສະເໝີພາບກໍ່ຄື ຂໍ້ຮຽກຮ້ອງກ່ຽວກັບທຶນຕໍ່ສຸດ)
- > ກອບລະບຽບການທີ່ບໍ່ຮັດກຸມ ເພື່ອພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວແບບອະນຸລັກ ເຊັ່ນ ການຄຸ້ມຄອງ ການອອກໃບອະນຸຍາດ ແລະ ໃຫ້ສຳປະທານ ທີ່ບໍ່ຮັດກຸມ ເຖິງແມ່ນວ່າຈະມີການປັບປຸງ ກອບລະບົບການຄຸ້ມຄອງບ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ຫວ່າງບໍດົນມານີ້ກໍ່ຕາມ
- > ຕະຫຼາດແຮງງານ ຍັງບໍ່ທັນກວ້າງຂວາງ ເພື່ອຮອງຮັບທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວ
- > ການບໍລິການສະໜັບສະໜູນ ມີຈຳນວນຈຳກັດ

ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 6 ຜົນປະໂຫຍດທີ່ຂັດແຍ່ງກັນ

ໃນລະດັບຊາດແລ້ວ, ມີການຂັດແຍ່ງລະຫວ່າງກາລະໂອກາດກ່ຽວກັບການພັດທະນາກິດຈະກຳທີ່ບໍ່ແມ່ນການທ່ອງທ່ຽວໃນຫຼື ໃກ້ເຂດປ່າສະຫງວນ, ແມ່ນ້ຳ, ແລະ ຊັບສິນບັດທາງທຳມະຊາດອື່ນໆ ແລະ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຫຼື ການຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດໂດຍລວມ. ການຂາດການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດນະໂຍບາຍອັນຕໍ່ເນື່ອງແມ່ນກຳແພງກັ້ນຕໍ່ການລົງທຶນ ແລະ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ, ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໂດຍສະເພາະ. ເຄື່ອງມືສຳຄັນທີ່ສາມາດຊ່ວຍໄດ້ແມ່ນການປະເມີນຜົນສິ່ງແວດລ້ອມແບບມີຍຸດທະສາດ. ນັບແຕ່ປີ 2016, ໄດ້ມີກອບນິຕິກຳທີ່ໜ້າພໍໃຈ ສຳລັບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດການປະເມີນຜົນສິ່ງແວດລ້ອມແບບມີຍຸດທະສາດ, ຊຶ່ງໄດ້ຮັບການປັບປຸງໃນປີ 2018.

ຍັງມີເຫດການຕັດໄມ້ແບບຜິດກົດໝາຍ ແລະ ກິດຈະກຳການຄ້າສັດປ່າເກີດຂຶ້ນເລື້ອຍໆ, ຊຶ່ງສ້າງຜົນກຳໄລທາງການເງິນໃຫຍ່ມະຫາສານໃນໄລຍະສັ້ນ ແຕ່ຄັດກັບກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວແບບຍືນຍົງທີ່ຊ້າກວ່າ ແລະ ຫຼາຍກວ່າ.

ບາງບໍລິສັດເອກະຊົນແມ່ນຮູ້ຈັກຂົນຂວາຍຜົນປະໂຫຍດຈາກຊຸມຊົນໃນຊົນນະບົດທີ່ບໍ່ມີການສຶກສາເຊັ່ນ: ການຊື້ທີ່ດິນທ້ອນໂຮມຫຼາຍໆຕ່ອນໃນລາຄາຖືກ, ຊຶ່ງຫຼຸດຜົນປະໂຫຍດທາງເສດຖະກິດໃນດ້ານການພັດທະນາ, ແລະ ໂອກາດສຳລັບການມີສ່ວນຮ່ວມ ແລະ ການເຕີບໂຕທີ່ມີຄວາມໝາຍ. ຄວນມີກາລະໂອກາດສຳລັບລັດຖະລານ ເພື່ອສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃນພາລະບົດບາດຂອງຕົນໃນການຊີ້ນຳລະບຽບການ, ຍົກຕົວຢ່າງ: ໃຫ້ຫຼັກຄຳແນະນຳທີ່ປຶກ້ຳປ້ອງຊຸມຊົນຈາກການທາລຸນ ແລະ ກະຕຸ້ນໃຫ້ມີການປະສານສົມທົບທີ່ມີນະວັດຕະກຳ.

47 ກຳແພງກັນຕໍ່ການລົງທຶນ ແລະ ທຸລະກິດ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

- > ຂີດຄວາມສາມາດທາງດ້ານອົງກອນສຳລັບການຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ການບັງຄັບໃຊ້ກົດໝາຍ ໄດ້ຮັບການປັບປຸງ ແຕ່ຍັງບໍ່ທັນເຂັ້ມແຂງ ກໍ່ຄື ຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວສະເພາະຍັງມີນ້ອຍ (ເຖິງແມ່ນວ່າ ສປປ ລາວ ຈະມີຫຼາຍຕົວຢ່າງທີ່ດີ)
- > ຂັ້ນຕອນການຂໍໃບອະນຸຍາດ ດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ຕໍ່ອາຍຸ ຍັງສະລັບຊັບຊ້ອນ, ໃຊ້ເວລາຫຼາຍ ແລະ ຊ້າຊ້ອນ
- > ຂໍ້ຮຽກຮ້ອງທາງດ້ານລະບຽບການເພີ່ມເຕີມ ຕົວຢ່າງໃບອະນຸຍາດຈາກຕຳຫຼວດທ່ອງທ່ຽວ ກ່ອນນຳ ພາກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວ (ໂດຍສະເພາະ ຢູ່ເຂດຫ່າງໄກສອກຫຼີກ ທີ່ມີການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວໃໝ່ໆ)).

78 ລັດຖະບານຍັງບໍ່ທັນດຳເນີນການຢ່າງພຽງພໍ ເພື່ອສະແດງໃຫ້ເຫັນຄວາມໝັ້ນໝາຍຂອງລັດຖະບານ ຕໍ່ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ນັກລົງທຶນ ມີຄວາມສົນໃຈນ້ອຍລົງ.³⁹ ຕົວຢ່າງ ສປປ ລາວ ຍັງບໍ່ທັນລົງນາມໃນຖະແຫຼງການ ບົວໂນສ ໄອເລັສ ເຊິ່ງກຳນົດໃຫ້ບັນດາປະເທດ ທີ່ລົງນາມ ສ້າງກອບອັນຈະແຈ້ງ ສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວຊົມສັດປ່າເຊິ່ງແມ່ນຜົນຂອງການອະນຸລັກທີ່ເປັນຮູບປະທຳແລະນຳຜົນປະໂຫຍດອັນແທ້ຈິງມາໃຫ້ຊຸມຊົນທ້ອງຖິ່ນທັງກຳນົດແລະສົ່ງເສີມກາລະໂອກາດສຳລັບການລົງທຶນຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃສ່ພື້ນຖານໂຄງລ່າງຂອງທ້ອງຖິ່ນ, ທຶນມະນຸດ ແລະ ການພັດທະນາຊຸມຊົນໃຫ້ມີຄວາມຍືນຍົງ.

4.4 ອຸປະສັກສະເພາະຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

79 ນອກນັ້ນ, ບັນດາກິດຈະກຳທາງດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ ທີ່ບໍ່ທັນມີຄຸນນະພາບສູງ ອາດມີຜົນກະທົບໃນທາງລົບຕໍ່ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ໂດຍສະເພາະ (1) ມົນລະພິດ ແລະ ການແຜ່ເຊື້ອ ລວມທັງ ຄວາມປອດໄພຂອງອາຫານ ແລະ ນໍ້າ ແລະ ຄຸນນະພາບອາກາດ ແລະ (2) ຊັບສິນທາງຊີວະນາໆພັນ. ທັງສອງ ຕ້ອງມີການຄຸ້ມຄອງເປັນຢ່າງດີ ເພື່ອດຶງດູດນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຮັບປະກັນຄວາມຍືນຍົງ ໂດຍສະເພາະ ແມ່ນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລາຍຮັບສູງ ຢູ່ສະຖານທີ່ທາງທຳມະຊາດ ແລະ ມໍລະກົດທາງວັດທະນະທຳທີ່ມີຄຸນຄ່າສູງ.

80 ການສູນເສັຽທາງດ້ານຊີວະນາໆພັນ ຢູ່ໃນ ສປປ ລາວ ທີ່ມີການຍັ້ງຢືນເປັນເອກະສານຄັກແນ່ ຍັງເປັນອຸປະສັກ ຕໍ່ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ. ຊີວະນາໆພັນ ທີ່ຍັງສືບຕໍ່ຫລຸດລົງ ອາດສົ່ງຜົນຕໍ່ ຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຢູ່ໃນ ສປປ ລາວ ແລະ ສືບຕໍ່ສູນເສັຽຕະຫຼາດ ກັບບັນດາປະເທດຄູ່ແຂ່ງ.

81 ຍັງມີຂໍ້ຫຍຸ້ງຍາກຫຼາຍຢ່າງ ທີ່ຫລຸດຜ່ອນປະສິດທິພາບຂອງລະບົບ ການຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນຄວາມຫຍຸ້ງຍາກຫຼັກໆ ມີຄືດັ່ງນີ້ :

- > ຂາດຄວາມກະຈ່າງແຈ້ງກ່ຽວກັບສະຖານະພາບຂອງເຂດປ່າສະຫງວນໃນບັນດານະໂຍບາຍຂອງ ສປປ ລາວ ໃນທຸກຂະແໜງການຂອງລັດຖະບານ
- > ຄວາມສາມາດໃນການປະຕິບັດໜ້າທີ່ຂອງພະແນກຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ແຕ່ລະໜ່ວຍງານຂອງເຂດປ່າສະຫງວນ ຍັງບໍ່ທັນພຽງພໍສຳລັບການຄຸ້ມຄອງລະບົບການຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນແບບລວມສູນທີ່ຫາກໍຈັດຕັ້ງປະຕິບັດໃໝ່
- > ການສະໜອງທຶນໃຫ້ແກ່ບັນດາເຂດປ່າສະຫງວນຍັງບໍ່ເໝາະສົມແລະບໍ່ຍືນຍົງເຊິ່ງສົ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ປ່າສະຫງວນເຊື່ອມໂຊມລົງ

39 ສະພາການເດີນທາງ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວໂລກ (2018), ປະກາດກ່ຽວກັບການຄ້າ - ຂາຍສັດປ່າແບບຜິດກົດໝາຍໃນເວລາເດີນທາງ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ

ແລະ ມີການພັດທະນາເສດຖະກິດທີ່ຈຳກັດ

- 82 ການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ປົກປ້ອງຊີວະນາໆພັນ ທີ່ຍັງບໍ່ທັນໄດ້ດີ ອາດເປັນສິ່ງກົດຂວາງອັນສຳຄັນຕໍ່ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຖ້າສົມທຽບໃສ່ຂະແໜງການອື່ນໆ ແລະ ເປັນອຸປະສັກ ຕໍ່ການລົງທຶນໃສ່ທຸລະກິດນີ້. ອີງຕາມຂໍ້ມູນຈາກຜູ້ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມຈາກພາກເອກະຊົນ ທີ່ລົງທຶນໃສ່ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ພູມິທັດທາງທຳມະຊາດແຫ່ງອື່ນໆ ນັ້ນໃນນັ້ນ ມີການຕຳນິຕິຕຽນວ່າ ຍັງຂາດການປ້ອງກັນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ເຖິງແມ່ນວ່າພາກທຸລະກິດ ມີການນຳໃຊ້ເງິນທີ່ໄດ້ຈາກການເກັບຄ່າປີເຂົ້າ ແລະ ຄ່າສຳປະທານ ເພື່ອຊຳລະເງິນໃຫ້ລັດຖະບານ. ການລົງທຶນທີ່ມີໃນປະຈຸບັນ ທີ່ສະໜອງທີ່ພັກເຊົາທີ່ມີມາດຕະຖານລະດັບສາກົນສູງ ຢູ່ຫລວງພະບາງ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ຍັງມີກາລະໂອກາດໃຫ້ນັກລົງທຶນເຂົ້າມາລົງທຶນ. ແຕ່ວ່າ ກາລະໂອກາດ ໃນການລົງທຶນໃສ່ເຂດປ່າສະຫງວນ ຍັງບໍ່ທັນສູງ ເພື່ອດຶງດູດເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຕ່າງໆ ຂອງຕ່າງປະເທດ ເຊິ່ງບໍ່ມີເລີຍຢູ່ນອກ ຕົວເມືອງຫຼວງພະບາງ ແລະ ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ.
- 83 ນອກນັ້ນ, ຍັງບໍ່ມີກອບສຳລັບການເປັນຄູ່ຮ່ວມງານລະຫວ່າງພາກເອກະຊົນ, ຊຸມຊົນ ແລະ ເຂດປ່າສະຫງວນ ຫຼື ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທາງທຳມະຊາດອື່ນໆ. ຜູ້ປະກອບການບາງພາກສ່ວນ ຕຳນິວ່າ ຊຸມຊົນເປັນຄູ່ຮ່ວມງານທີ່ບໍ່ສັດຊື່ຕໍ່ການປົກປ້ອງສະຖານທີ່ທຳມະຊາດ ທີ່ຢູ່ອອມຂ້າງ ເຊິ່ງນີ້ອາດເປັນນຶ່ງໃນສາເຫດ ທີ່ເຮັດໃຫ້ຍັງບໍ່ທັນກອບທີ່ຊັດເຈນເທື່ອ. ສະພາບການດັ່ງກ່າວອາດແມ່ນຜົນມາຈາກການປະຕິບັດບັນດາໂຄງການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ໃນຜ່ານມາ ທີ່ສຸມໃສ່ຕົວແບບການທ່ອງທ່ຽວທີ່ໜັ້ນໃສ່ ຊຸມຊົນ ຫຼາຍກວ່າ ການແກ້ໄຂອຸປະສັກຕໍ່ການລົງທຶນຂອງພາກເອກະຊົນ ໃສ່ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ໃນການເຊີນເອົາພາກເອກະຊົນ ເຂົ້າມາມີສ່ວນຮ່ວມໃນໂຄງການແຕ່ເບື້ອງຕົ້ນ.
- 84 ອຸປະສັກສະເພາະ ຕໍ່ການລົງທຶນໃສ່ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດອີກອັນນຶ່ງ ຄືການຂາດການສະໜັບສະໜູນໃນການພັດທະນາພື້ນຖານໂຄງລ່າງທີ່ທັນສະໄໝ ເພື່ອຮອງຮັບການລົງທຶນໃນດ້ານນີ້ ເຊັ່ນ ຖະໜົນ ແລະ ຂົວ ແລະ ເຮັດໃຫ້ການເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ຕ່າງໆເປັນອຸປະສັກຕໍ່ການລົງທຶນ. ຫຼາຍພາກສ່ວນລາຍງານວ່າ ການຂາດພື້ນຖານໂຄງລ່າງໃນຫຼາຍສະຖານທີ່ ເປັນປັດໃຈສຳຄັນທີ່ຈຳກັດການດຶງດູດນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ເປັນສາເຫດທີ່ເຮັດໃຫ້ມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສູງ. ການບໍລິການໃຫ້ພະນັກງານຝັກອົບຮົມ ຢູ່ເຂດຫ່າງໄກສອກຫຼີກ ຍັງຕິດພັນກັບບັນຫາການລົງທຶນສູງ ແລະ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສູງຕາມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດອຸປະສັກອື່ນໆຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຢູ່ ສປປ ລາວ ທີ່ຕິດພັນກັບສິ່ງແວດລ້ອມ ຄືການຂາດພື້ນຖານໂຄງລ່າງທີ່ພຽງພໍ ສຳລັບການບໍລິຫານຈັດການຂີ້ເຫຍື້ອ, ລະບົບການລະບາຍ ແລະ ບຳບັດນ້ຳ ໃນຫຼາຍໆສະຖານທີ່ ແລະ ຍັງມີການປຸກຕີກອາຄານ ແລະ ການກໍ່ສ້າງທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງຕາມລະບຽບການ ອັນສ້າງຄວາມເສັຽຫາຍຕໍ່ຄຸນຄ່າຂອງພູມິທັດ. ປະສິບການຂອງບັນດາເສັ້ນທາງການທ່ອງທ່ຽວທີ່ພຳໜ້າ ໃນທົ່ວໂລກ ໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າການຄຸ້ມຄອງສິ່ງແວດລ້ອມທີ່ດີ ແລະ ການປະຕິບັດຕາມລະບຽບການທາງດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ການຄວບຄຸມການວາງແຜນ ເປັນອົງປະກອບທີ່ສຳຄັນຂອງການເຕີບໂຕຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ.
- 85 ໃນການປົກສາຫາລືກັບຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມ ໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ຂະບວນການຕ່າງໆແມ່ນບໍ່ມີປະສິດຕິຜົນ ໂດຍມີການປະສານກັບໄປ-ກັບມາ ລະຫວ່າງກົມກອງຕ່າງໆໃນລະດັບຕ່າງໆຂອງ ລັດຖະບານ. ໂດຍສະເພາະ ສິ່ງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການປະເມີນຜົນກະທົບທາງດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ສັງຄົມ ທີ່ຖືກອອກແບບສຳລັບການລົງທຶນຂະໜາດໃຫຍ່ ທີ່ເວົ້າເຖິງທຶນ ແລະ ແຮງງານ ແລະ ດ້ວຍເຫດນີ້ ຈຶ່ງສ້າງຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃຫ້ແກ່ທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ. ມີການສະເໜີວ່າ ບໍ່ຄວນປະຕິບັດລະບຽບການຂອງການປະເມີນຜົນກະທົບທາງດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ສັງຄົມ ຕໍ່ກັບທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ຫຼາຍໆບໍລິສັດການທ່ອງທ່ຽວ ກໍ່ບໍ່ມີປະສິບການໃນດ້ານນີ້. ດ້ວຍເຫດນີ້, ເພື່ອສະໜັບສະໜູນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ເຊິ່ງໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວ ມີກິດຈະກຳໃນເຂດທີ່ລະອຽດອ່ອນ ເຊັ່ນປ່າສະຫງວນ, ກະຊວງຊັບພະກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ ຈຶ່ງມີກາລະໂອກາດໃນການປະຕິບັດຂັ້ນຕອນທີ່ງ່າຍດາຍແລະວ່ອງໄວທີ່ປັນຂັ້ນຕອນພິເສດສຳລັບທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍເຫຼົ່ານີ້.

- 86 ລະເບີດທີ່ຍັງບໍ່ທັນແຕກ ເປັນອີກອຸປະສັກນຶ່ງ ຕໍ່ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ໂດຍສະເພາະ ຢູ່ເຂດຫ່າງໄກສອກຫຼີກ ໃກ້ກັບຊາຍແດນລາວ-ຫວຽດນາມ ເຊິ່ງເປັນເຂດທີ່ມີການຖິ້ມລະເບີດ ສ່ວນຫຼາຍ ສະໄໝສົງຄາມປົດລັບ.
- 87 ເຂດປ່າສະຫງວນຫຼາຍໆແຫ່ງຂອງປະເທດ ແລະ ພູມິທັດທາງທຳມະຊາດ ທີ່ເປັນເປົ້າໝາຍຂອງການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການກູ້ລະເບີດທີ່ຍັງບໍ່ທັນແຕກ ກ່ອນດຳເນີນການພັດທະນາພື້ນຖານໂຄ່ງລ່າງ ແລະ ເປີດເສັ້ນທາງທ່ອງທ່ຽວໃໝ່. ເຂດດັ່ງກ່າວ ລວມມີ ແຂວງ ຫົວພັນ ແລະ ອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ ນ້ຳແອດ ພູເລີຍ: ແຂວງ ຊຽງຂວາງ ແລະ ຫົງໄຫຫີນ; ແຂວງຄຳມ່ວນ ແລະ ປ່າສະຫງວນຫີນໜາມໜໍ່; ແຂວງ ສະຫວັນນະເຂດ ແລະ ປ່າສະຫງວນ ດົງພູວຽງ; ແລະ ແຂວງ ສາລະວັນ ແລະ ເຊກອງ ລວມທັງ ປ່າສະຫງວນ ເຊ ຊັບ. ເພື່ອຍົກຕົວຢ່າງໃຫ້ເຫັນ ກ່ອນສ້າງທີ່ພັກສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວ ໃນຮູບແບບການເດີນປ່າກາງຄືນ ຢູ່ນ້ຳເນີນ (ເບິ່ງພາບ 7) ຢູ່ອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ ນ້ຳແອດ ພູເລີຍ, ມີການວ່າຈ້າງອົງການເກັບກູ້ລະເບີດທີ່ບໍ່ທັນແຕກຂອງ ລາວ ຫຼື UXO Lao ທີ່ມີໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບການເກັບກູ້ລະເບີດທີ່ບໍ່ທັນແຕກ ໃນເຂດທີ່ຄິດມີການຕໍ່ສູ້ກັນ ໃນສະໄໝສົງຄາມ ແລະ ມີການຄົ້ນພົບລະເບີດລູກຫວ່ານໃນເວລາເດີນສຳຫຼວດຄັ້ງທຳອິດ. ຂັ້ນຕອນໃນການເກັບກູ້ລະເບີດໃຊ້ເວລາຫຼາຍກວ່າ 3 ອາທິດ ເພື່ອເກັບກູ້ລະເບີດໃນພື້ນທີ່ບໍ່ກວ້າງປານໃດ ແລະ ຕ້ອງມີໃບຄຳຮ້ອງພິເສດຈາກຫ້ອງວ່າການແຂວງ ເພື່ອຂໍການເຫັນດີ ເນື່ອງຈາກມີໃບຄຳຮ້ອງຂໍເກັບກູ້ລະເບີດ ຈຳນວນຫຼວງຫຼາຍໃນທົ່ວແຂວງ (ປົກກະຕິແລ້ວ ແມ່ນໃນເຂດກະສິກຳ ແລະ ສະຖານທີ່ ທີ່ຖືກກຳນົດສຳລັບການສ້າງອາຄານຂອງລັດຖະບາເຊັ່ນ ໂຮງຮຽນ) ແລະ ມີບຸກຄະລາກອນ ແລະ ຊັບພະຍາກອນທີ່ຈຳກັດ ເພື່ອຕອບສະໜອງຕາມຕາມຮ້ອງຂໍເຫລົ່ານັ້ນ. ເຂດ ນ້ຳແອດ ພູເລີຍ ຍັງມີພື້ນທີ່ ທີ່ບໍ່ອະນຸຍາດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຂົ້າໄປ ເນື່ອງຈາກຍັງມີໄພອັນຕະລາຍຈາກລະເບີດທີ່ບໍ່ທັນແຕກ. ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສຳລັບການເກັບກູ້ລະເບີດມີຫຼາຍລະດັບ ແຕ່ອາດສູງເຖິງ US\$3000 ຕໍ່ເຮັກຕາ.

ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 7 ທ່ຽວຊົມທຳມະຊາດໃນຍາມລາຕີ ຢູ່ ແຂວງຫົວພັນ

ທ່ຽວຊົມທຳມະຊາດໃນຍາມລາຕີ ແມ່ນການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ນ້ຳແອດພູເລີຍ ເຊິ່ງເປັນການສ້າງແຮງຈູງໃຈໃຫ້ປະຊາຊົນຈາກ 14 ບ້ານ ທີ່ຕະຕິດພັນກັບແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ ປົກປັກຮັກສາສັດປ່າ. ອີງຕາມຈຳນວນ ສັດປ່າທີ່ຫັນ, ນັກທ່ອງທ່ຽວຈ່າຍເງິນ ເພື່ອປະກອບສ່ວນເຂົ້າເປັນກອງທຶນຂອງບ້ານ ດັ່ງທີ່ກ່າວມານັ້ນ. ລາຍໄດ້ ຫຼື ແຮງຈູງໃຈ ສຳລັບການຫຼຸດຜ່ອນການລ່າສັດ ແລະ ການຂາຍສັດປ່າແບບຜິດກົດໝາຍຂອງບ້ານຫຼຸດລົງ ຍ້ອນມີກິດຈະກຳຜິດກົດໝາຍ ຢູ່ໃນເຂດປ່າສະຫງວນ. ໂຄງການ ໄດ້ຮັບລາງວັນ ດ້ານປະສົບທີ່ດີທີ່ສຸດການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຕິດພັນກັບສັດປ່າ ແບບມີຄວາມຮັບຜິດຊອບ ຕໍ່ໃນປີ 2013 ແລະ ເຖິງວ່າຈະມີຄວາມກົດດັນໃນການລ່າສັດຢູ່ໃນເຂດອື່ນໆຂອງປະເທດ ໂຄງການໄດ້ສືບຕໍ່ ໃນການຕອບສະໜອງປະສົບການໃນການເບິ່ງສັດປ່າຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ເຂດນ້ຳແອດພູເລີຍ.



Photo credit: Swisscontact

5

ຜົນກະທົບຂອງ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຕໍ່ລາຍຮັບຂອງຊຸມຊົນ ແລະ ການຫລຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກ

88 ລາຍໄດ້ຈາກການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ປັນຜົນປະໂຫຍດທີ່ຊຸມຊົນໄດ້ຮັບ ລວມມີ (1) ຜົນປະໂຫຍດໂດຍກົງຂອງຜູ້ທີ່ ຖືກວ່າຈ້າງໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍມີລາຍຮັບເພີ່ມ ແລະ (2) ຜົນປະໂຫຍດທາງອ້ອມ ຂອງຜູ້ທີ່ສາມາດຂາຍຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການບໍລິການຂອງຕົນ ໃຫ້ແກ່ບຸກຄົນ ທີ່ມີລາຍຮັບຈາກການທ່ອງທ່ຽວ. ຕົວຢ່າງ 11 ສະແດງໃຫ້ເຫັນກະແສການໄຫຼ ຂອງລາຍຈ່າຍຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ເຂົ້າໃນເສດຖະກິດ ແລະ ການແຈກຢາຍຜົນປະໂຫຍດໃນທົ່ວປະເທດ. ສາຍກ່ຽວພັນລະຫວ່າງມູນຄ່າຂອງຜົນປະໂຫຍດທຸກຢ່າງ ແລະ ການສົ່ງໃຊ້ ແມ່ນວັດແທກໂດຍນຳໃຊ້ຕົວຄຸນ ໂດຍຄຳນຶ່ງເຖິງ ຜົນປະໂຫຍດໂດຍກົງ ແລະ ທາງອ້ອມ ແລະ ຜົນຂະຫຍາຍການປ່ຽນແປງໃນຄວາມຕ້ອງການຂອງການທ່ອງທ່ຽວຂອງຕ່າງປະເທດ ມາເປັນຜົນຜະລິດທັງໝົດ ແລະ ລາຍຮັບຂອງເສດຖະກິດທ້ອງຖິ່ນ.⁴⁰ ຕົວຄຸນ ມີ 3 ປະເພດ ທີ່ນຳໃຊ້ໃນບົດສຶກສາຄົ້ນຄວ້າສະບັບນີ້ຄືດັ່ງນີ້:

- > **ຜົນປະໂຫຍດໂດຍກົງ** ລາຍໄດ້ທີ່ໄດ້ຮັບໂດຍກົງຈາກລາຍຈ່າຍການທ່ອງທ່ຽວ. ຕົວຢ່າງ ນັກທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ພັກຄ້າງຄືນຕາມບ້ານພັກນຳປະຊາຊົນ ມີຈຳນວນເພີ່ມຂຶ້ນ ອັນເປັນການສ້າງລາຍໄດ້ໂດຍກົງຫຼາຍຂຶ້ນ ໃຫ້ແກ່ເຈົ້າຂອງບ້ານພັກ
- > **ຜົນປະໂຫຍດທາງອ້ອມ:** ລາຍໄດ້ ໃຫ້ຈາກພາກສ່ວນອື່ນໆຂອງເສດຖະກິດ ອັນເປັນຜົນຈາກການນຳໃຊ້ລາຍຮັບຈາກການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອພັດທະນາຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວເຊັ່ນ ການພັກເຊົາ ຢູ່ບ້ານພັກເປັນຄອບຄົວ ເປັນລາຍໄດ້ແບບໃໝ່ທີ່ເຈົ້າຂອງບ້ານພັກຈະໄດ້ ຈາກການສະໜອງບ້ານພັກຈາກຜູ້ຂາຍໃນຕະຫຼາດທ້ອງຖິ່ນ
- > **ຜົນປະໂຫຍດທີ່ຮັບຕາມມາ:** ແມ່ນລາຍຮັບ ທີ່ພະນັກງານ ໃຊ້ຈ່າຍ ໂດຍກົງກັບໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ເປັນລາຍຮັບທາງອ້ອມ ໃນອດສະຫະກຳອື່ນໆ ທີ່ໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດຈາກການທ່ອງທ່ຽວ, ອັນສ້າງຜົນປະໂຫຍດຫຼາຍໃຫ້ແກ່ເຂດທີ່ຢູ່ນອກຂົງເຂດທີ່ຕັ້ງຂອງອຸດສະຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວນັ້ນ.

5.1 ກໍລະນີສຶກສາ ກ່ຽວກັບ ຜົນປະໂຫຍດ ຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຕໍ່ການສ້າງລາຍຮັບຂອງຊຸມຊົນ

89 ມີການເຮັດກໍລະນີສຶກສານຶ່ງ ເພື່ອຕີລາຄາວ່າ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຈະສາມາດເພີ່ມລາຍຮັບ ແລະ ຫລຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກຄືແນວໃດ ໃນຊຸມຊົນທີ່ດຳລົງຊີວິດຢູ່ໃນ ແລະ ອ້ອມແອ້ມເຂດປ່າສະຫງວນຂອງ ສປປ ລາວ. ບົດສຶກສາດັ່ງກ່າວ ແມ່ນໄປສຶກສາກໍລະນີຂອງບ້ານແຫ່ງນຶ່ງ ຢູ່ໃນເຂດປ່າສະຫງວນ ຄື ບ້ານ ດົງ ຫ້ວຍ ສາວ ຂອງແຂວງ ຈຳປະສັກ. ຕົວແບບທີ່ນຳໃຊ້ ແມ່ນອີງໃສ່ກອບຕະຕາລາງຄິດໄລ່ບັນຊີສັງຄົມ ຫຼື Social Accounting Matrix (SAM).⁴¹ ນອກນັ້ນ, ການສະໜອງການບໍລິການ

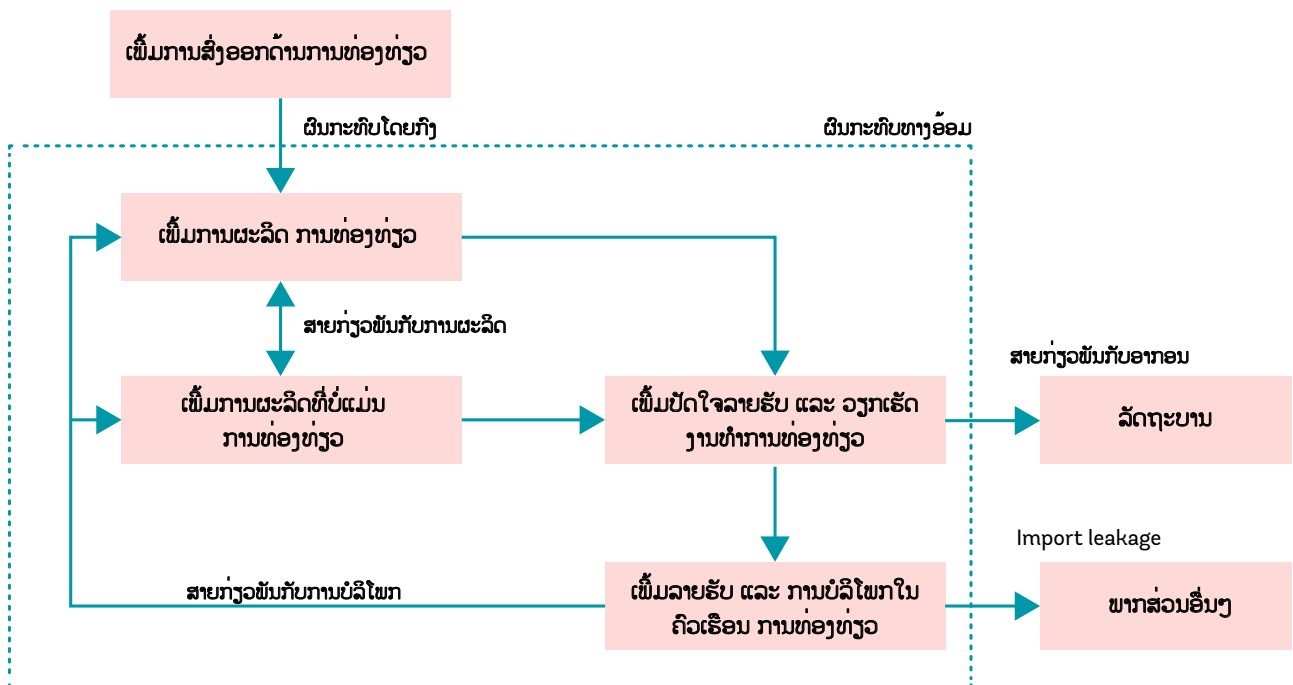
40 ເຫດຜົນ ຕົ້ນຕໍ ແມ່ນແບ່ງອອກເປັນສາມພາກສ່ວນຄື: ບັດໄຈການຜະລິດ, ກິດຈະກຳທາງສະຖາບັນ ແລະ ການຜະລິດ.

41 ເພື່ອໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບ ຂະບວນການເຮັດວຽກຂອງທະນາຄານໂລກປະຈຳ ສປປ ລາວ, ແບບສອບຖາມແມ່ນອີງໃສ່ຜົນສຳຫຼວດການໃຊ້ຈ່າຍ ແລະ ການບໍລິໂພກທົ່ວປະເທດຫຼ້າສຸດ (ປີ 2017) ແລະ ດັດປັບໃຫ້ເຂົ້າກັບເງື່ອນໄຂ ຂອງການຄົ້ນຄວ້ານີ້.

ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວ ໄດ້ແບ່ງອອກເປັນ 2 ປະເພດ ຄື: (ການບໍລິການ ທີ່ສະໜອງຢູ່ໃນບ້ານ (ພັກເຊົ່ານຳປະຊາຊົນ, ຮັບຈັດງານລ້ຽງນອກສະຖານທີ່, ຂອງທິລະນິກ) ແລະ (2) ການບໍລິການ ທີ່ສະໜອງຢູ່ເຂດປ່າສະຫງວນ ດົງຫ້ວຍສາວ (ການນຳທ່ຽວ, ການຫາເຄື່ອງ, ການຄົວກິນ) ແລະ ມີການສົມທຽບ 2 ໂຄງການທ່ອງທ່ຽວທີ່ແຕກຕ່າງກັນຂອງ ບ້ານ ຄື:

- > ໂຄງການທ່ອງທ່ຽວຊຸມຊົນ ຫຼື CBT project, ຕາມທີ່ຊາວບ້ານເອີ້ນແບບນີ້ ເປັນໂຄງການທີ່ບ້ານເປັນຜູ້ຄຸ້ມຄອງໂດຍກົງ ໃນນຳພານັກທ່ອງທ່ຽວເດີນປ່າ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ໂດຍມີທາງເລືອກໃຫ້ຢູ່ 2 ທາງ ຄື ຕັ້ງແຄ້ມ ຢູ່ໃນປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ຫຼື ນອນພັກຄ້າງຄືນນຳຊາວບ້ານ ໃນໝູ່ບ້ານ. ໂຄງການດັ່ງກ່າວເລີ່ມຕົ້ນໃນປີ 2000.

ຮູບ 9: ກະແສໝູນວຽກ ຂອງລາຍຮັບໃນຂະບວນການທີ່ໃຊ້ຕົວຄຸນຄິດໄລ່



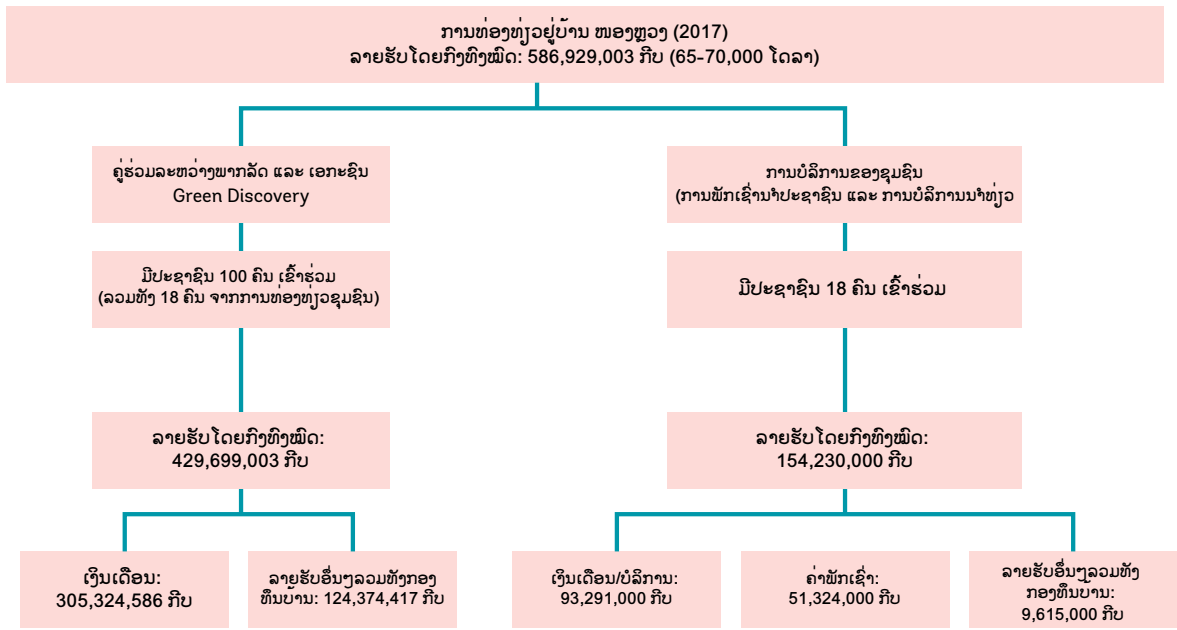
ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ ຄັດຈາກ Breisinger, Clemens & Thomas, Marcelle and Thurlow, James. (2010). ສູດວິເຄາະບັນຊີຕົວເລກ ແລະ ສັງຄົມ: ການ ແນະນຳພ້ອມດ້ວຍການເຮັດຕົວຈິງ

- > ໂຄງການ The Green Discovery (GD)⁴² ແມ່ນການເປັນຫຸ້ນສ່ວນຂອງເອກະຊົນ ໂດຍແມ່ນບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວແຫ່ງ ນຶ່ງ ເປັນຜູ້ປະຕິບັດຮ່ວມກັບສາມະຊິກໃນບ້ານຫລາຍກວ່າ 80 ຄົນ ແລະ ປະກອບມີ: ການຂີ່ສາຍສະລິງ ແລະ ເດີນປ່າ ໃກ້ກັບນ້ຳຕົກ. ໂຄງການດັ່ງກ່າວ ມີແຜນທ່ອງທ່ຽວ 2 ຫລື 3 ວັນ ເຊິ່ງການທ່ອງທ່ຽວເລີ່ມຕົ້ນ ແລະ ສິ້ນສຸດ ຢູ່ເມືອງ ປາກເຊ. ທີ່ພັກເຊົ່າ ເປັນເຮືອນຕາມຕົ້ນໄມ້ ໃນປ່າ ແລະ ລູກຄ້າຂອງໂຄງການ ຈະບໍ່ນຳໃຊ້ການພັກເຊົ່ານຳຊາວບ້ານ. ໂຄງການດັ່ງກ່າວ ເປີດໂຕໃນປີ 2010,

42 ສ້າງຕັ້ງຂຶ້ນໃນປີ 2001 ບໍລິສັດ Green Discovery ເປັນບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວເອກະຊົນ ລາວ ທີ່ມີກິດຈະກຳຢູ່ 6 ແຂວງ ຂອງ ສປປ ລາວ (<https://www.greendiscoveryLao.com/about-gdl/company-profile>)

- 90 ແຕ່ປີ 2011, ມີນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດປະມານ 12,000 ຄົນ ທີ່ໄດ້ໄປທ່ຽວຊົມປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ດົງຫົວສາວ ແລະ ບ້ານໜອງຫຼວງ.⁴³ ການແບ່ງສັດສ່ວນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວໃນຂົງເຂດດັ່ງກ່າວ ລະຫວ່າງ ໂຄງການ CBT ແລະ ໂຄງການ Green Discovery ແມ່ນປະມານ 20% ແລະ 80%. ພາບ 10 ສັງລວມຜົນກະທົບຕໍ່ເສດຖະກິດທ້ອງຖິ່ນ ໃນບ້ານ ໜອງຫຼວງ.
- 91 ກໍລະນີສຶກສາ ມີຂໍ້ສະຫລຸບວ່າ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດສາມາດນຳໄປສູ່ການສ້າງລາຍຮັບລວມທີ່ສູງກວ່າເກົ່າ ແລະ ຫລຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກ ໃນໜຸ່ມບ້ານໃກ້ຄຽງ ຫຼື ໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ. ຜົນກະທົບດັ່ງກ່າວ ແມ່ນຍ້ອນບັນດາກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ທີ່ເພີ່ມລາຍຮັບຂອງທຸກ ຂະແໜງການໃນບ້ານ. ການເປັນຄູ່ຮ່ວມລະຫວ່າງພາກເອກະຊົນ ແລະ ຊຸມຊົນ ເຮັດໃຫ້ມີລາຍຮັບເພີ່ມຂຶ້ນ. ມັນມີຄວາມສຳຄັນທີ່ຕ້ອງໄດ້ຮູ້ວ່າ ທັງ 2 ຊຸມຊົນມີສິດເທົ່າທຽມກັນຕໍ່ເຂດປ່າສະຫງວນນີ້ ທີ່ສ້າງຂຶ້ນ ໃນປີ 1993 ແລະ ບໍ່ມີຄວາມແຕກຕ່າງທາງດ້ານລະດັບຂອງລາຍຮັບຂອງບ້ານ.

ຮູບ 10: ຜົນກະທົບໂຍກົງຕໍ່ເສດຖະກິດທ້ອງຖິ່ນ: ການເປັນຄູ່ຮ່ວມລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ ຕໍ່ກັບ ການບໍລິການໃຫ້ຊຸມຊົນ



92 ຢູ່ບ້ານໜອງຫຼວງ ມີ 65 ຄົວເຮືອນ ຈາກ 116 ຄົວເຮືອນ ທີ່ມີລາຍຮັບຈາກກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວ ເຊິ່ງເທົ່າກັບ 14,5% ຂອງເງິນເດືອນ ແລະ ລາຍຮັບຂອງບ້ານ. ເຖິງແມ່ນວ່າ ຈະມີບາງຄອບຄົວທີ່ຄວບຄຸມບາງລາຍຮັບ ຈາກດຳເນີນການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ຕິດພັນກັບບ້ານພັກໃນບ້ານ, ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການໃຊ້ຈ່າຍ ທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ຍັງຊ່ວຍປະຊາຊົນຜູ້ທຸກຍາກ ໃຫ້ສາມາດເຂົ້າເຖິງກາລະໂອກາດ ໃນການມີວຽກເຮັດງານທຳໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ເພີ່ມລາຍຮັບຂອງເຂົາເຈົ້າ ລວມທັງຜູ້ທີ່ມີອັດຕາຄວາມທຸກຍາກສູງ.

43 ນັກທ່ອງທ່ຽວຍັງສາມາດທ່ຽວຊົມເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດດົງຫົວສາວ ຈາກ 2 ນ້ຳຕົກຕາດຄື ຕາດຟານ ແລະ ຕາດເຍືອງ. ນ້ຳຕົກຕາດນີ້ແມ່ນດຳເນີນທຸລະກິດໂດຍການສຳປະທານ ຂອງເອກະຊົນ ໂດຍບໍ່ໄດ້ມີຜົນປະໂຫຍດແກ່ ບ້ານໜອງຫຼວງ

ຕາຕະລາງ 13: ອັດຕາຄວາມທຸກຍາກຕໍ່ຫົວຄົນ ຢູ່ ບ້ານໜອງຫຼວງ ຕາມກິດຈະກຳທາງດ້ານເສດຖະກິດ⁴⁴

	ອັດຕາສ່ວນຂອງຄົນທຸກຍາກ
ບ້ານ ໜອງຫຼວງ (ມີລາຍໄດ້ຈາກການທ່ອງທ່ຽວ)	26.2%
ບ້ານ ໜອງຫຼວງ (ບໍ່ມີລາຍໄດ້ຈາກການທ່ອງທ່ຽວ)	39.2%

93 ນອກນັ້ນ, ຈາກການສັງເກດລະດັບສະເລ່ຍຂອງເງິນເດືອນບຸກຄົນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວ ຍືນຍັນວ່າ ການທ່ອງທ່ຽວສາມາດປະກອບສ່ວນໃສ່ປັບປຸງຊີວິດການເປັນຂອງປະຊາຊົນຜູ້ທຸກຍາກ.⁴⁵ ຕາຕະລາງ 14 ຍືນຍັນວ່າ ການທ່ອງທ່ຽວມີຜົນໃນທາງບວກຫຼາຍຕໍ່ຊີວິດການເປັນຢູ່ຂອງປະຊາຊົນຜູ້ທຸກຍາກ. ທີ່ຈິງ, ສຳລັບຊາວບ້ານ ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວ ລະດັບສະເລ່ຍຂອງເງິນເດືອນ ຈະສູງກວ່າບຸກຄົນໃນເຮັດວຽກໃນຂະແໜງການອື່ນ.

ຕາຕະລາງ 14: ເງິນເດືອນສະເລ່ຍ ຢູ່ບ້ານ ໜອງຫຼວງ

ປະເພດ	ສະເລ່ຍລະດັບເງິນເດືອນ ບ້ານ ໜອງຫຼວງ
ບຸກຄົນທົ່ວໄປ	7,410,543 ກີບ
ບຸກຄົນ “ທຸກຍາກ”	4,363,902 ກີບ
ບຸກຄົນທຸກຍາກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວ	5,941,000 ກີບ
ບຸກຄົນທຸກຍາກທີ່ບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວ	2,861,905 ກີບ
ບຸກຄົນ “ບໍ່ທຸກຍາກ”	9,076,040 ກີບ

94 ການເປັນຄູ່ຮ່ວມລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ ສົ່ງເສີມການປະກອບສ່ວນຢ່າງເຕັມສ່ວນ ແລະ ເທົ່າທຽມກັນຂອງບຸກຄົນໃນເມັດຊຸມຊົນ. ການເປັນຄູ່ຮ່ວມດັ່ງກ່າວໄດ້ເພີ່ມລາຍຮັບຂອງບ້ານ ຫຼາຍກວ່າ ລາຍຮັບທີ່ໄດ້ຈາກ ໂຄງການ CBT ໃນ 7 ປີທີ່ຜ່ານມາ 3 ເທົ່າ (75% ຕໍ່ 25%). ໃນປີ 2017, ໂຄງການ ເພີ່ມລາຍຮັບໃຫ້ບ້ານ ຫຼາຍກວ່າກິດຈະກຳ ຂອງ ໂຄງການ CBT 2,5 ເທົ່າ.

95 ຜູ້ໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດຈາກການເປັນຄູ່ຮ່ວມກັບໂຄງການ GD ມີຫຼາຍກວ່າຜູ້ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນໂຄງການ CBT. ເນື່ອງຈາກໂຄງການ CBT ຢູ່ພາຍໃຕ້ການຄວບຄຸມຂອງຄອບຄົວ ນຶ່ງ. ຜູ້ໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດຈາກໂຄງການ (ການພັກເຊົ່ານຳປະຊາຊົນ ແລະ ການເດີນປ່າ) ມີຈຳນວນນ້ອຍກວ່າຫຼາຍ (ມີພຽງຊາວບ້ານ 18 ຄົນ ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມ (ເປັນມະກຸເທດ ແລະ ຜູ້ນຳທາງ) ຖ້າສົມທຽບໃສ່ຜູ້ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການພົວພັນໂດຍກົງກັບບໍລິສັດເອກະຊົນ (ປະມານ 100 ຄົນ ລວມທັງ 18 ຄົນ ທີ່ເຮັດກັບໂຄງການ).

96 ການທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ ໜອງຫຼວງ ທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ຜົນກະທົບໂດຍກົງ, ທາງອ້ອມ ແລະ ຜົນທີ່ຕາມມາ ເພີ່ມຂຶ້ນ ເຊິ່ງວັດແທກໄດ້ຕາມຕົວຄຸນ. ຕາຕະລາງ 15 ຂ້າງລຸ່ມສະແດງໃຫ້ເຫັນການຄາດຄະເນວ່າ ການທ່ອງທ່ຽວທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ຫົວໜ່ວຍດຽວ ມີຜົນກະທົບແນວໃດ ຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການສຳລັບຜົນໄດ້ຮັບທາງດ້ານເສດຖະກິດ ທຸກຢ່າງ ຕາມຂະແໜງການ. ນອກນັ້ນ, ຕາຕະລາງດັ່ງກ່າວຍັງຊີ້ບອກຜົນກະທົບທົ່ວໄປ ຕໍ່ການຊຳລະໃຫ້ແກ່ແຕ່ລະບັດໃຈຂອງການຜະລິດ (ຜົນກະທົບຂອງເງິນເດືອນ). ຕົວຢ່າງ ໃນເວລາ

44 ມີການເກັບກຳຂໍ້ມູນ ກ່ຽວກັບການບໍລິໂພກຕໍ່ຫົວຄົນ ໂດຍການສຳພາດບັນດາຄົວເຮືອນ ໂດຍມີຄຳຖາມລະອຽດ ກ່ຽວກັບປະລິມານການບໍລິໂພກໃນຄົວເຮືອນ (ທັງເງິນທີ່ໃຊ້ຈ່າຍໃນການຊື້ສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການ ແລະ ມູນຄ່າທຽບເປັນເງິນສົດ ຂອງການບໍລິໂພກ) ແລ້ວມາແບ່ງຕາມຈຳນວນຄົນໃນຄົວເຮືອນ, ການຄາດຄະເນ ການບໍລິໂພກນີ້ ແມ່ນສົມທຽບໃສ່ອັດຕາຄວາມທຸກຍາກແຫ່ງຊາດ ຂອງ ສປປ ລາວ.

45 ຄວາມທຸກຍາກບໍ່ສາມາດວັດແທກເປັນມູນຄ່າເງິນຕາເທົ່ານັ້ນ. ຢູ່ໃນການປະເມີນຄັ້ງນີ້ ການຄາດຄະເນການບໍລິໂພກ ສຳລັບແຕ່ລະຄົວເຮືອນ ແມ່ນມີການສົມທຽບໃສ່ອັດຕາຄວາມທຸກຍາກແຫ່ງຊາດຂອງ ສປປ ລາວ. ສຳລັບທະນາຄານໂລກແລ້ວ, ຄວາມທຸກຍາກ

ທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຜູ້ນຶ່ງ ໃຊ້ຈ່າຍ 100,000 ກີບ ແລະ ບ້ານ ໄດ້ຮັບເງິນດັ່ງກ່າວ ຊາວບ້ານ ທີ່ເຮັດໄຮ່ເຮັດນາ ຈະໄດ້ຮັບເງິນ 6,900 ກີບ ໃນຂະນະທີ່ ບັນດາທຸລະກິດທີ່ທ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ ຮ້ານຂາຍສະບູ ແລະ ວັດຖຸອື່ນໆ ຈະໄດ້ຮັບເງິນ 35,900 ກີບ. ຄົວເຮືອນ ທີ່ທຸກຍາກ ຈະໄດ້ຮັບເງິນແຕ່ 19,200 ກີບ ໃນຂະນະທີ່ຄົວເຮືອນຮັ່ງມີ ຈະໄດ້ຮັບເງິນຫຼາຍກວ່າ ເຖິງ 80,700 ກີບ. ຜົນປະໂຫຍດສ່ວນຫຼາຍຢູ່ໃນບ້ານ ແມ່ນໄດ້ມາຈາກແຮງງານຂອງປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນ (80,900 ກີບ) ຫຼາຍກວ່າ ການເຊົ່າ ຫຼື ຊື້ອຸປະກອນ (15,900 ກີບ).

ຕາຕະລາງ 15: ຜົນການວິເຄາະ ຕົວເລກນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ

ປະເພດ	ກິດຈະກຳ	ຕົວຄຸນ
ກິດຈະກຳການຜະລິດ	ການທ່ອງທ່ຽວ	1.000
	ຜະລິດຕະພັນກະສິກຳ/ປ່າ/ປາ/ມົງ	0.069
	ທຸລະກິດອື່ນໆ	0.359
ປັດໃຈ	ແຮງງານ	0.809
	ທຶນ	0.159
ຄົວເຮືອນ	ທຸກຍາກ	0.192
	ຮັ່ງມີ	0.807
ການສະສົມ	ເງິນປະຢັດ	0.196

97 ລາຍໄດ້ຈາກການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ຊາວບ້ານສາມາດຮັບມືກັບໄພອັນຕະລາຍຂອງພູມິອາກາດ ໄດ້ດີກວ່າເກົ່າ ແລະ ມີລາຍຮັບທີ່ຫຼາກຫຼາຍ (ຄື ລາຄາກາເຟໃນທ້ອງຕະຫຼາດ). ຄຳເຫັນຈາກ ຊາວບ້ານ ຍິນຍັນຂໍ້ມູນທາງດ້ານປະລິມານ. ຊາວບ້ານ ອ້າງວ່າການທ່ອງທ່ຽວ ໄດ້ຫລຸດຜ່ອນຄວາມສ່ຽງຂອງຄົວເຮືອນ ຕໍ່ກັບ ຜົນກະທົບທາງທຳມະຊາດ ແລະ ສ້າງເງື່ອນໄຂ ໃຫ້ ຊາວບ້ານຫຼາຍຄົນ ປຸກເຮືອນຂອງຕົນ ເຊິ່ງທົນທານ ໄດ້ໄປເບິ່ງເຮືອນຫຼາຍຫຼັງ ໃນເວລາລົງເກັບກຳຂໍ້ມູນ. ສະເພາະໃນ 2 ປີ ທີ່ຜ່ານມາ, ໃນສະພາບອາກາດ ທີ່ບໍ່ດີ ຊາວບ້ານກ່າວວ່າ ລາຍຮັບທີ່ໄດ້ຈາກການທ່ອງທ່ຽວ ໄດ້ຊ່ວຍໃຫ້ເຂົາເຈົ້າສາມາດຮັບມືກັບ ຜົນເກັບກ່ຽວທີ່ບໍ່ດີ ແລະ ລາຄາ ກາເຟຕົກ.

98 ເຖິງແນວໃດກໍ່ຕາມ ບ້ານ ບໍ່ມີລາຍຮັບຈາກການຂາຍ ອາຫານ ຫຼື ຂອງ ທີ່ລະນຶກ. ບົດຄົ້ນຄວ້າແບບວິເຄາະ ໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ຊາວບ້ານ ບໍ່ໄດ້ຜະລິດ ອາຫານ ເນື່ອງຈາກສະພາບອາກາດທີ່ບໍ່ອ່ານວຍສຳລັບກິດຈະກຳປູກດອກໄມ້. ນອກນັ້ນ, ໃນເມື່ອເປັນບ້ານ ທີ່ປະກອບດ້ວຍປະຊາຊົນລາວ ທີ່ມາຕັ້ງຖິ່ນຖານສືບປີກ່ອນ ເພື່ອຜະລິດເມັດກາເຟ ຊາວບ້ານບໍ່ໄດ້ພັດທະນາ ຫຼື ຮັກສາການຜະລິດ ຂອງທີ່ລະນຶກ ຫຼື ພູມປັນຍາແບບດັ້ງເດີມ ນອກຈາກການຂາຍກະເປົາກາເຟທີ່ຜະລິດ ຢູ່ທ້ອງຖິ່ນ ໃຫ້ແກ້ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ສົນໃຈ.

99 ການຄາດຄະເນຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ (ເພື່ອເປັນຕົວຢ່າງ ມີຈຳນວນ ເພີ່ມຂຶ້ນ 2500 ຄົນ ໃນໄລຍະ 5 ປີ ທີ່ຜ່ານມາ) ແມ່ນກົງກັບ ລາຍຮັບເພີ່ມຈຳນວນ 500 ລ້ານ ກີບ ໃນບ້ານ ໜອງຫຼວງຍ້ອນບໍ່ມີອຸດສະຫະກຳຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ບໍ່ມີການ ຜະລິດ ໜາກໄມ້ ແລະ ຜັກຂອງທ້ອງຖິ່ນ ໃນບ້ານທີ່ ພວກເຮົາສຳຫຼວດ, ເມືອງ ປາກຊ່ອງ ຈະມີລາຍຮັບເພີ່ມເຕີມ ຈາກຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ. ການຊື້ ຢູ່ ນອກບ້ານ ໜອງຫຼວງ ເທົ່າກັບ 75% ຂອງລາຍຈ່າຍ ຂອງຄົວເຮືອນທັງໝົດ ແລະ ທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ. ຖ້າເວົ້າເຖິງຈຳນວນ ມີທັງໝົດ 12 ຄົວເຮືອນ⁴⁶ ເທົ່າກັບ 65 ຄົນ ຢູ່ໃນບ້ານ ໜອງຫຼວງ ທີ່ຈະສາມາດ ຫລຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກຕໍ່ຫົວຄົນ ຈາກ 35,3% ເປັນ 21,6%

46 ຕື່ມສະຖານະ (ທຸກ/ບໍ່ທຸກ) ຂອງບຸກຄົນໃສ່ລາຍໄດ້ເພີ່ມສະເລ່ຍຈາກການທ່ອງທ່ຽວ ແລ້ວນຳເອົາຜົນໄດ້ຮັບສົມທຽບກັບອັດຕາຄວາມທຸກຍາກ

5.2 ຜົນຕໍ່ກໍລະນີສຶກສາ ຕໍ່ນະໂຍບາຍ

- 100 ເຖິງແມ່ນວ່າກໍລະນີສຶກສານີ້ ບໍ່ກວມເອົາຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ ບາງບົດຮຽນ ແລະ ຂໍ້ມູນ ແມ່ນສອດຄ່ອງກັບ ນະໂຍບາຍສຳລັບ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຢູ່ ສປປ ລາວ. ຕົວຢ່າງ ເພື່ອໃຫ້ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຊ່ວຍຫຼຸດຜ່ອນຄວາມ ທຸກຍາກ, ປັບປຸງການເຂົ້າເຖິງ ແລະ ໂຄສະນາປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ. ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມາທ່ຽວຊົມ ເຂດທາງໃນຂອງ ປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ດົງຫ້ວຍສາວ ຍັງມີລັກສະນະຈຳກັດ ຖ້າສົມທຽບໃສ່ ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ມາທ່ຽວຊົມເຂດອ້ອມຂ້າງ ຍ້ອນເຂົ້າເຖິງຍາກ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການບໍລິການ ສາມາດຕອບສະໜອງຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງນັກ ທ່ອງທ່ຽວດີກວ່າເກົ່າ ແລະ ສະໜອງຕະຫຼາດໃຫ້ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ໃນລະດັບສາກົນ ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ສູງກວ່າເກົ່າ. ການນຳໃຊ້ ລະບົບອິນເທິເນັດ ຈາກ ຜູ້ສະໜອງການບໍລິການຂອງທ້ອງຖິ່ນ ຍັງຕໍ່າຫຼາຍ ແລະ ຕ້ອງໄດ້ໃຊ້ຄວາມ ພະຍາຍາມຕື່ມ ເພື່ອນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີ ໃຫ້ຫລາຍກວ່າເກົ່າ ເພື່ອຈຸດປະສົງທາງການຕະຫຼາດ ແລະ ເພື່ອພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ທີ່ຍັງເປັນປັດໃຈທີ່ຈຳກັດ ບັນດາກິດຈະກຳຂອງ ໂຄງການ CBT.
- 101 ບໍ່ວ່າຈະມີການພັດທະນາ ຕະຫຼາດແບບໃດກໍຕາມ ໃນຕໍ່ໜ້າ, ການກຳນົດຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການບໍລິການ ທີ່ຊຸມຊົນ ສະໜອງ ແລະ ສາມາດສະໜອງໃຫ້ໄດ້ ແລະ ເປັນທີ່ຕ້ອງການຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ຈະສາມາດຊ່ວຍເຊື່ອມໂຍ່ງປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນ ເຂົ້າກັບ ຕ້ອງໄດ້ສ້າງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສ້າງລາຍຮັບໃຫ້ປະຊາຊົນຜູ້ທຸກຍາກ.ບົດສຶກສາຄົ້ນຄວ້ານີ້ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າການພັດທະນາ ເສດຖະກິດໃນເຂດຊົນນະບົດ ບໍ່ສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ເສດຖະກິດ ທີ່ອີງໃສ່ການກະສິກຳສະເໝີໄປ ແລະ ໃນຕົວຈິງ ມັນຈະເປັນການ ສົ່ງເສີມເສດຖະກິດດ້ວຍຊື້ ໂດຍການສ້າງຕະຫຼາດໃໝ່ ໃຫ້ແກ່ຜົນຜະລິດກະສິກຳຕາມໂຮງແຮມ ແລະ ຮ້ານອາຫານ. ນອກນັ້ນ, ໄລຍະເວລາການເຮັດກະສິກຳ ຈະເໝັ້ນໃສ່ ຕອນເຊົ້າ ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າ ມີການແຂ່ງຂັນດ້ານແຮງງານນ້ອຍ. ໂດຍທົ່ວໄປ, ກາລະໂອກາດໃນການສົ່ງເສີມເສດຖະກິດ ຈະເພີ່ມຂຶ້ນ. ເຊັ່ນດຽວກັນ, ປະສິບການຂອງ ບັນດາເສັ້ນທາງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າເປັນກາລະໂອກາດອັນໃຫຍ່ຫລວງ ໃຫ້ຊາວໜຸ່ມ ທີ່ຍິກຍ້າຍເຂົ້າຕົວເມືອງ ເພື່ອໄປສຶກສາຕໍ່ ແລະ ເຮັດວຽກ ຢູ່ໃນຕົວເມືອງ ກັບຄືນສູ່ເຂດຊົນນະບົດ ເພື່ອຊອກວຽກເຮັດງານທຳ ໃນຂະແໜງເສດຖະກິດຂອງທ້ອງຖິ່ນ ໂດຍນຳໃຊ້ທັກສະ ໃໝ່ໆ ແລະ ແນວຄິດຈິດໃຈຂອງຜູ້ປະກອບການ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍດີ, ບັນດາກິດຈະກຳທີ່ຊຸມຊົນນຳພາ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ມີລາຍຮັບນ້ອຍກວ່າ ແລະ ການແບ່ງປັນຜົນປະໂຫຍດລະຫວ່າງຊາວບ້ານ ກໍຍັງບໍ່ເທົ່າທຽມກັນ ຖ້າສົມທຽບໃສ່ ລາຍຮັບຈາກການ ທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ໄດ້ຈາກການເປັນຄູ່ຮ່ວມ ລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ.
- 102 ລຳພັງແຕ່ ສິ່ງກະຕຸ້ນຊຸກຍູ້ ມັນບໍ່ພຽງພໍ ເພື່ອດຶງດູນນັກລົງທຶນ ໃຫ້ມາລົງທຶນໃສ່ຂະແໜງສັງຄົມ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ ເຊິ່ງຈະເປັນ ຜູ້ທີ່ມີຜົນຕໍ່ອັດຕາຄວາມທຸກຍາກ. ການລົງທຶນໃສ່ພື້ນຖານໂຄງລ່າງ (ເຊັ່ນ ສ້າງເສັ້ນທາງເພື່ອເຂົ້າເຖິງເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ) ມີຄວາມສຳຄັນ ໃນການການຮັບປະກັນການອະນຸລັກ ຊີວະນາໆພັນ. ການນຳໃຊ້ ແລະ ປົກປັກຮັກສາຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ມີຄວາມສຳຄັນຕໍ່ຊາວບ້ານ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວຈະບໍ່ສາມາດເປັນເຄື່ອງທີ່ສຳຄັນ ຕໍ່ກັບການຫຼຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກ ຖ້າປາດ ສະຈາກ ການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງ ພາກເອກະຊົນ ເພື່ອສົ່ງເສີມໃຫ້ຮັກສາຊັບພະຍາກອນເຫຼົ່ານັ້ນ ແລະ ໃນເວລາດຽວກັນ ມັນເປັນ ການຊຸກຍູ້ ໃຫ້ບັນດາທຸລະກິດ ກຳນົດທິດທາງຂອງຕົນ ທີ່ຕິດພັນກັບທ້ອງຖິ່ນ. ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ໃນເວລາ ມີການສ້າງຄູ່ຮ່ວມລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ ທີ່ມີຄວາມໂປ່ງໃສ ແລະ ປະສິດທິຜົນ ສາມາດເປັນຍຸດທະສາດທີ່ມີຜົນ ຕໍ່ການຫຼຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກ ດັ່ງທີ່ພົບເຫັນໃນຫຼາຍໆປະເທດທີ່ພວມພັດທະນາ. ແທນທີ່ຈະມອບການຊ່ວຍເຫຼືອລ້ຳໃຫ້ ແກ່ໂຮງຮຽນ ແລະ ໂຮງໝໍ ຂອງຊຸມຊົນ, ເຊິ່ງທຸກຝ່າຍຍິນດີຮັບເອົາ, ມັນຕ້ອງເປັນກາລະໂອກາດ ໃຫ້ຄູ່ຮ່ວມຈາກພາກເອກະ ຊົນ ພັດທະນາທັກສະ ແລະ ຄວາມສຳນິສຳນານຂອງທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ນຳເອົາຜົນປະໂຫຍດອັນສູງສຸດ ຜ່ານການພັດທະນາສະຖານ ທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການຕະຫຼາດ ອັນເໝາະສົມ.

103 ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ຜົນກະທົບຂອງການທ່ອງທ່ຽວທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ຕໍ່ຊັບພະຍາກອນຂອງປ່າສະຫງວນ ຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ປະເມີນຢ່າງໃກ້ຊິດ ເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນຜົນກະທົບໃນທາງລົບ. ໃນຂະນະທີ່ ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ມາທ່ຽວຊົມ ປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ດົງຫ້ວຍສາວ ທີ່ປະກົດວ່າຍັງບໍ່ທັນສູງ ອັນເປັນໄພຂົ່ມຂູ່ ຕໍ່ເຂດອະນຸລັກທັງໝົດ. ການບໍ່ຈຳກັດຈຳນວນຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ຈະມາທ່ຽວຊົມອຸທະຍານ ອາດສົ່ງຜົນເສັຽຫາຍໃນອານາຄົດ. ຕົວຢ່າງ ມີການລາຍງານວ່າ ໃນເດືອນ ສິງຫາ 2018 ມີນັກທ່ອງທ່ຽວຫລາຍກວ່າ 300 ຄົນ ທີ່ເດີນທາງມາ ບ້ານ ໜອງຫຼວງ ໂດຍໃຊ້ເວລາ 3 ວັນ ເພື່ອເດີນປ່າ ອັນສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ພະນັກງານຈອດລົດ ແລະ ຊຸມຊົນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ລົບກວນທີ່ຢູ່ທາງທຳມະຊາດຂອງສັດ, ຫຼື ສ້າງພາລະແບກຫາຍຢ່າງໜັກໜ່ວງ ອັນເກີນຄວາມສາມາດຂອງປ່າສະຫງວນໃນການຮອງຮັບຂີ້ເຫຍື້ອ. ດັ່ງນັ້ນ, ມັນຈຶ່ງຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ປະເມີນຄວາມສາມາດຂອງປ່າສະຫງວນ ຫຼື ບາງສະຖານທີ່ ທີ່ຫຼຸດແຫຼມຂອງປ່າສະຫງວນ ແລະ ຈຳກັດຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວ. ບໍລິມາດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ຫຼວງຫຼາຍ ໄດ້ກາຍມາເປັນມາດຖານນຶ່ງ. ອົງການຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນ ອາດຕ້ອງດັດປັບຄ່າປີ້ເຂົ້າປ່າສະຫງວນ ເພື່ອຄວບຄຸມຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວ. ນອກນັ້ນ, ການສ້າງທາງຢ່າງ ທີ່ມີການອອກແບບເປັນຢ່າງດີຕາມຈຸດຕ່າງໆຂອງປ່າສະຫງວນ ອາດຊ່ວຍຫລຸດຜ່ອນຄວາມກົດດັນ ແລະ ຕ້ອງລົງທຶນໃສ່ການບໍລິການ ແລະ ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກຂອງປ່າສະຫງວນ ແລະ ຊຸມຊົນອ້ອມຂ້າງ.

104 ເຊັ່ນດຽວກັນ, ຜົນກະທົບທີ່ບໍ່ຄາດຄິດ ອີກອັນນຶ່ງ ຂອງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ລາຍຮັບທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ອາດແມ່ນ ການເກັບຜະລິດຕະພັນເຄື່ອງປ່າຂອງດົງຈາກປ່າຂອງຜູ້ສະໜອງບໍລິການເພື່ອນຳໃຊ້ ໃນຄົວເຮືອນຫຼືຂາຍໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວ. ຕົວຢ່າງ ຕະຫຼາດຂອງໝໍ້ບ້ານທີ່ຢູ່ໃກ້ກັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວນ້ຳຕົກຂອງ ດົງຫ້ວຍສາວ ຄື ຕາດເຍືອງ ແລະ ຕາດຟານ ມີການຂາຍດອກກ້ວຍໄມ້ປ່າ ໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວ ຈົນເຖິງ ມີການຫ້າມຈາກ ລັດຖະບານ ຫວ່າງບໍດົນມານີ້ ບໍ່ໃຫ້ຂາຍດອກກ້ວຍໄມ້ປ່າ ດັ່ງກ່າວ.

5.3 ການທ່ອງທ່ຽວ, ການສຳປະທານ ແລະ ບັນດາຊຸມຊົນໃນເຂດປ່າສະຫງວນ

105 ໃນປະຈຸບັນ, ການສຳປະທານໃນຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດປ່າສະຫງວນຂອງສປປລາວຍັງບໍ່ທັນມີຄວາມໂປ່ງໄສຢ່າງພຽງພໍ ເຊິ່ງມີການຕົກລົງຕາມແຕ່ລະກໍລະນີ ໂດຍທີ່ ລັດ ໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດນ້ອຍ ແລະ ເຮັດໃຫ້ສະພາບແວດລ້ອມຂອງການດຳເນີນທຸລະກິດສະລັບສັບຊ້ອນ. ຖ້າເຮັດໄດ້ດີ, ການສຳປະທານ ສາມາດເປັນອົງປະກອບທີ່ສຳຄັນຂອງການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນ ແລະ ພູມິທັດທາງທຳມະຊາດແຫ່ງອື່ນໆ ດັ່ງທີ່ພວກເຮົາເຫັນໃນກໍລະນີສຶກສາໃນພາກນີ້. ຢູ່ສປປ ລາວ, ຄ່າສຳປະທານ, ລະບຽບການ ແລະ ຂັ້ນຕອນ ບໍ່ສອດຄ່ອງກັນ ແລະ ມີຊ່ອງຫວ່າງ. ລະບຽບການດັ່ງກ່າວ ບໍ່ໄດ້ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີຄວາມໂປ່ງໄສໃນການນຳໃຊ້ລາຍຮັບໃນວຽກງານອະນຸລັກໃນປ່າສະຫງວນ ສະເໝີໄປ. ໃນປະຈຸບັນ, ການສຳປະທານບໍ່ມີກິນໄກການປົກປ້ອງການລົງທຶນ.

106 ມີມາດຕະການຈຳນວນນຶ່ງທີ່ສາມາດປະກອບສ່ວນເຮັດໃຫ້ການພັດທະນາ ການເປັນຄູ່ຮ່ວມລະຫວ່າງພາກ ເອກະຊົນ ແລະ ຊຸມຊົນ ມີຜົນສຳເລັດ . ຜົນສຳເລັດຂອງບັນດາປະເທດມີຄືດັ່ງນີ້:

- > ການຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ແບບຮ່ວມມືກັນ ເຊິ່ງລວມເອົາການສະໜັບສະໜູນຂອງຊຸມຊົນ, ສົ່ງກະຕຸ້ນຊຸກຍູ້/ຜົນປະໂຫຍດ, ຂັ້ນຕອນ ແລະ ໂຄງຮ່າງທີ່ພຽງພໍ, ຊັບພະຍາກອນທີ່ພຽງພໍ, ແລະ ການພົວພັນທີ່ດີ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງການສື່ສານ.⁴⁷
- > ຊຸມຊົນທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການທ່ອງທ່ຽວ ມີກິດຈະກຳ ຜ່ານໂຄງຮ່າງທາງກົດໝາຍທີ່ເປັນຮັບຮູ້, ບໍ່ວ່າຈະເປັນ ວິສະຫະກິດ

47 Van Hal, Marlies (2008). “ການຄຸ້ມຄອງສວນອຸທິຍານແບບຮ່ວມມື: ກໍລະນີສວນອຸທິຍານ Retezat, ຢູ່ປະເທດ ໂລມາເນຍ.” ພູມິທັດ, ການພັກຜ່ອນ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, ດັດແກ້ໂດຍ: Henk de Haan and Rene van der Duim, 199–214. Delft, ປະເທດເນເທີແລນ: Eburon.

ເອກະຊົນ ຫຼື ໃນຮູບແບບອົງການຈັດຕັ້ງການຮ່ວມມືທາງສັງຄົມ ເພື່ອໃຫ້ສາມາດເຂົ້າເຖິງທຶນຮອນ ແລະ ດຶງດູດຄູ່ຮ່ວມ ແລະ ນັກລົງທຶນ ທີ່ສາມາດເພີ່ມມູນຄ່າ ແລະ ສ້າງລາຍຮັບສູງ.

- > ລັດຖະບານ ມີນະໂຍບາຍ ແລະ ຍຸດທະສາດອັນຈະແຈ້ງ ສຳລັບການອະນຸມັດການສຳປະທານ ການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ສັດປ່າ ໃນທີ່ດິນຂອງລັດ ໂດຍສະເພາະ ຢູ່ໃນເຂດປ່າສະຫງວນ.
- > ຊຸມຊົນ ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ ແລະ ມີສິດ ໃນການປະຕິເສດການສຳປະທານທີ່ສຳຄັນ ແລະ ສາມາດຕັດສິນດ້ວຍຕົນເອງວ່າ ຈະເຂົ້າ ຫຼື ບໍ່ເຂົ້າເປັນຄູ່ຮ່ວມ ກັບຜູ້ປະກອບການເອກະຊົນ ທີ່ຢູ່ນອກຊຸມຊົນ.
- > ການແຂ່ງຂັນກັນ ທີ່ມີຄວາມໂປ່ງໄສ ໂດຍຜ່ານຂັ້ນຕອນການເປີດຊ່ອງປະມຸນ ສ້າງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນທາງການຄ້າ ແລະ ສ້າງລາຍ ໃຫ້ຊຸມຊົນ ໃຫ້ມີຄວາມຍືນຍົງຫຼາຍກວ່າເກົ່າ.
- > ນັກລົງທຶນ ມີຄວາມອິດທິນ ແລະ ເຄົາລົບ ຄູ່ຮ່ວມຂອງຊຸມຊົນທີ່ມີປະສິບການທາງການຄ້ານ້ອຍກວ່າແຕ່ມີຄວາມສຳນິສຳນານ ເພື່ອພັດທະນາຜະລິດຕະພັນທີ່ເປັນເອກະລັກ ແລະ ມີປະສິບການໃນຖານະເປັນລູກຄ້າ.
- > ນອກນັ້ນ, ກໍ່ຕ້ອງມີໂຄງສ້າງທາງດ້ານກົດໝາຍອັນຈະແຈ້ງ, ຊຸມຊົນຕ້ອງການຜູ້ນຳ ທີ່ເຂັ້ມແຂງ ແລະ ມີຄວາມເຂົ້າໃຈຂໍ້ ສະເໜີດຳເນີນທຸລະກິດຢ່າງເຕັມສ່ວນ. ຊຸມຊົນ ຈະບໍ່ມອງຂ້າມຄູ່ຮ່ວມເອກະຊົນ ແລະ ຈະແບ່ງປັນຜົນປະໂຫຍດນຳກັນ ເຖິງແມ່ນວ່າຕ້ອງໃຊ້ວິທີເຈລະຈາ ແບບເປີດກວ້າງ.

ຫ້ອງເນື້ອໃນທີ 8 ການສຳປະທານໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ເຂດປ່າສະຫງວນຂອງ ປະເທດ ນາມິເບັງ

ບົດວິເຄາະຫວ່າງບໍດົນມານີ້ ກ່ຽວກັບການສຳປະທານ ໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ເຂດປ່າສະຫງວນຂອງປະເທດ ນາມິເບັງ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ການສຳປະທານທີ່ໂປ່ງໄສ ແລະ ມີການຄຸ້ມຄອງເປັນຢ່າງດີ ທີ່ໄດ້ອະນຸມັດໃຫ້ ຊຸມຊົນ ແລະ ຫຸ້ນ ສ່ວນກັບຊຸມຊົນ ສາມາດສ້າງລາຍຮັບໄດ້. 19 ໂຄງການສຳປະທານ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ 23 ແຫ່ງ ໄດ້ປະກອບ ສ່ວນເປັນລາຍຮັບຈຳນວນ 505 ລ້ານ ໃຫ້ລັດຖະບານປະເທດ ນາມິເບັງ ແລະ ພຽງແຕ່ປີ 2017 ສາມາດສ້າງລາຍຮັບຈຳນວນ 9,7 ລ້ານ ໂດລາ ເປັນເງິນສົດສຸດທິ ໃຫ້ແກ່ບັນດາຊຸມຊົນ ແລະ ສ້າງວຽກເຮັດງານທຳໃຫ້ 309 ຄົນ ເຊິ່ງໃນນັ້ນ 137 ຄົນ (44%) ເປັນ ເພດຍິງ. ການດຳເນີນທຸລະກິດຮ່ວມກັບ ພາກເອກະຊົນກໍ່ສ້າງຜົນກຳໄລຢ່າງຫຼວງຫຼາຍໃຫ້ແກ່ລັດຖະບານ, ຊຸມຊົນ ແລະ ວຽກງານການອະນຸລັກ.

ແຫລ່ງຂໍ້ມູນ ໂດຍທ່ານ Spenceley, Snyman, ແລະ ທ່ານ Eagles (2017). ຄຳແນະນຳສຳລັບການຮ່ວມມືດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການ ສຳປະທານ ສຳລັບເຂດ ສະຫງວນ: ການສ້າງລາຍຮັບທີ່ຍືນຍົງສຳລັບການອະນຸລັກ ແລະ ພັດທະນາ. ບົດລາຍງານຕໍ່ສິນທິສັນຍາກ່ຽວກັບ ຄວາມຫຼາກຫຼາຍທາງຊີວະນາໆພັນ ແລະ ສະຫະພັນສາກົນ ເພື່ອການອະນຸລັກທຳມະຊາດ.

107 ໃນເວລາພິຈາລະນາການສຳປະທານໃນຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວກັບຊຸມຊົນໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດຕ້ອງໄດ້ພິຈາລະນາບາງບົດຮຽນຄືດັ່ງນີ້:

- > ຂໍ້ຕົກລົງການສ້າງຄູ່ຮ່ວມ ອາດສະລັບຊັບຊ້ອນ ແລະ ຊຸມຊົນ ອາດເສັຽປຽບໃນເວລາເຈລະຈາ ກັບພາກເອກະຊົນ ເພາະຕ່າງຝ່າຍຕ່າງມີຄວາມຄາດຫວັງທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ເຊິ່ງມັນຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການບໍລິການສະໜັບສະໜູນສ້າງຄວາມໄວ້ວາງໃຈກັນ ເພື່ອປົກປ້ອງ ຜົນປະໂຫຍດຂອງຊຸມຊົນ
- > ໂດຍມີຄວາມສາມາດໃນການດຳເນີນທຸລະກິດ ທີ່ຈຳກັດ ແລະ ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບຕະຫຼາດ ທີ່ຈຳກັດ ບັນດາອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ບໍ່ສັງກັດລັດຖະບານ ບໍ່ມີຄວາມສາມາດໃນການສະໜັບສະໜູນບັນດາວິສະຫະກິດ ການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປະຕິບັດໂຄງການການທ່ອງທ່ຽວ.
- > ຜົນປະໂຫຍດຂອງການທ່ອງທ່ຽວ ຈະບໍ່ປະກອບສ່ວນ ເຮັດໃຫ້ການລ່າສັດຜິດກົດໝາຍ ແລະ ກິດຈະກຳຜິດກົດໝາຍອື່ນໆ ທີ່ເກີດຂຶ້ນຢູ່ໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ຫລຸດຜ່ອນລົງໄດ້ທັນທີ ໂດຍສະເພາະ ຖ້າການທ່ອງທ່ຽວຈຳກັດແຕ່ກຸ່ມນ້ອຍໆ ແລະ ບໍ່ນຳເອົາຜົນປະໂຫຍດມາສູ່ຊຸມຊົນສ່ວຍໃຫຍ່. ດ້ວຍເຫດນີ້, ການທ່ອງທ່ຽວ ຈຶ່ງຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີເວລາ ແລະ ວິທີການເພື່ອບັນລຸການສ້າງລາຍຮັບຈາກການລົງທຶນ ແລະ ມີໜາກຜົນຕົວຈິງໃນວຽກງານການອະນຸລັກຊີວະນາໆພັນ ແລະ ການປົກປ້ອງມໍລະດົກ.



ນັກທ່ອງທ່ຽວຢູ່ແຄ້ມທ່ຽວຊົມທຳມະຊາດຍາມລາຕີ ທີ່ນ້ຳແອັດ ພູເລີຍ. ພາບໂດຍ: ອົງການອານຸລັກສັດປ່າ

6

ສະຖານະການ ສໍາລັບການເຕີບໂຕໃນ ອານາຄົດ ແລະ ຜົນກະທົບທາງດ້ານເສດຖະກິດ ຈາກການ ທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ

108 ການປະເມີນຄັ້ງນີ້ ໃຊ້ 3 ສະຖານະການ ສໍາລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອຄາດຄະເນ ຜົນກະທົບຈາກການທ່ອງທ່ຽວ ທໍາມະຊາດ ສະຖານະການດັ່ງກ່າວ ແມ່ນແຜ່ນວາດກ່ຽວກັບເສັ້ນທາງ ທີ່ມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ວ່າ ຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດຈະສາມາດນໍາໃຊ້ໄດ້ ເຊິ່ງມັນກໍ່ຂຶ້ນກັບການດໍາເນີນການ ແລະ ລະດັບຄວາມໝັ້ນໝາຍ ແລະ ການປະ ສານງານຈາກລັດຖະບານ ແລະ ຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມອື່ນໆ. ລາຍລະອຽດຂອງແຕ່ລະສະຖານະການ ມີຄືດັ່ງນີ້:

6.1 ສະຖານະການຕ່າງໆ

109 ສະຖານະການ “ພື້ນຖານ” (ບໍ່ມີການປ່ຽນແປງ). ພາຍໃຕ້ສະຖານະການດັ່ງກ່າວ ການທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວ ໄດ້ເຮັດເປັນສັນຍາ ຫຼື ມີການເຕີບໂຕພຽງເລັກນ້ອຍ ໃນຊຸມປີທີ່ຜ່ານມາ ຖ້າສົມທຽບໃສ່ຂະ⁴⁸ ແໜງການອື່ນໆ ແລະ ຍັງບໍ່ທັນຊອກຫາກາລະໂອກາດ ສໍາລັບການພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີລາຍຮັບສູງ ເຊິ່ງໝາຍຄວາມວ່າ ຖ້າບໍ່ມີການປ່ຽນແປງນະໂຍບາຍ ແລະ ສະພາບແວດ ລ້ອມທີ່ເອື້ອອໍານວຍສໍາລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ບໍລິມາດນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ລາຍຮັບ ຄາດວ່າຈະບໍ່ສູງ ໃນຫ້າປີຂ້າງໜ້າ ແລະ ສປປ ລາວ ຈະພາດໂອກາດ ໃນການໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດທາງເສດຖະກິດ ຈາກການເຕີບໂຕ ທີ່ຄາດວ່າຈະ ໄດ້ພາຍໃຕ້ສະຖານະການອີກ 2 ແບບ. ພາຍໃຕ້ສະຖານະການດັ່ງກ່າວ ຖ້າສະພາບແວດລ້ອມບໍ່ມີການປັບປຸງ ເພື່ອດໍາເນີນທຸລະກິດ ການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນ, ສັດປ່າ ແລະ ຊັບສິນອື່ນໆໃນເຂດອະນຸລັກ ບໍ່ໄດ້ຮັບການປັບປຸງ, ນັກລົງທຶນ ຈະບໍ່ເຂົ້າມາລົງທຶນໃນຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ. ໃນສະຖານະການແບບນີ້, ພາກສ່ວນທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ ສປປ ລາວ ຈະສືບຕໍ່ນໍາພາ ໂດຍມີຂໍ້ຈໍາກັດ ແລະ ກິດຈະດໍາພັດທະນາການຕະຫຼາດ ແບບຍຸດທະສາດ ກໍ່ຈະມີນ້ອຍ ເພື່ອຊອກຕະຫຼາດ ການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ຫຼື ດຶງດູດນັກລົງທຶນໃຫ້ເຂົ້າມາລົງທຶນໃສ່ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ທີ່ເປັນບຸລິມະສິດ ຄືກັບສະພາບໃນປະຈຸບັນ. ບັນດາຄູ່ແຂ່ງໃນພາກພື້ນ ຈະສືບຕໍ່ນໍາໜ້າໃນການຕອບສະໜອງຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງການທ່ອງ ທ່ຽວທໍາມະຊາດ. ຖ້າມີທັດສະນະແບບບໍ່ກ້າວໄກ ກ່ຽວກັບການວາງແຜນ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ ຕາມເຂດທ່ອງ ທ່ຽວທໍາມະຊາດ ແລະ ຖ້າບໍ່ມີ ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນໃໝ່ໆ ເຮົາຈະບໍ່ສາມາດກໍານົດອົງປະກອບຕ່າງໆຂອງຕະຫຼາດຂອງ ພາກພື້ນທີ່ມີຄວາມສົນໃຈໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ແລະ ຈະສູນເສັ້ງຜົນປະໂຫຍດອັນໃຫຍ່ຫຼວງຈາກການ ປັບປຸງການເຊື່ອມຈອດ ເຊັ່ນເສັ້ນທາງລົດໄຟ ລາວ-ຈີນ. ອີງຕາມທິດທາງໃນປະຈຸບັນຂອງການຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນ ບັນດານັກລົງທຶນ ຈະສືບຕໍ່ມີຄວາມເຊື່ອໝັ້ນວ່າ ການລົງທຶນຂອງເຂົາເຈົ້າ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນ ຈະໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງ ຈາກ ການພັດທະນາທີ່ບໍ່ເໝາະສົມ; ຊິວະນາໆພັນ ແລະ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທາງທໍາມະຊາດ ຈະສືບຕໍ່ໄດ້ຮັບຜົນກະທົບຈາກການນໍາ ໃຊ້ທີ່ບໍ່ຍືນຍົງ ຫຼື ຜິດກົດໝາຍ, ແລະ ສືບຕໍ່ກະທົບຄຸ້ນຄ່າຂອງການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ໃນຕໍ່ໜ້າ. ການສືບຕໍ່ຂາດຂອດການ ປະສານງານລະຫວ່າງຂະແໜງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ບັນດາໜ່ວຍງານຂອງລັດຖະບານ ຈະສືບຕໍ່ສົ່ງຜົນ ເຮັດໃຫ້ບັນດາໂຄງການ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ໄດ້ຮັບທຶນຮອນຈາກຜູ້ໃຫ້ທຶນ, ບັນດາອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ບໍ່ສັງກັດລັດຖະບານ ແລະ ພາກ ເອກະຊົນ ປະສົບກັບຄວາມລົ້ມເຫຼວ. ບັນດາພາກເອກະຊົນຈະສືບຕໍ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນບັນດາໂຄງການບໍ່ເຕັມເມັດເຕັມໜ່ວຍ ອັນ ສົ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ບັນດາໂຄງການລົ້ມເຫຼວ ແລະ ຊຸມຊົນຈະໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດນ້ອຍກວ່າຜົນປະໂຫຍດຈາກຂະແໜງກະສິກໍາ ແລະ ຂະແໜງອື່ນໆ.

48 <https://theaseanpost.com/article/laos-tourism-troubles>.

110 ສະຖານະການ “ທີ່ມີການສະໜັບສະໜູນ” ຈະນໍາໄປສູ່ ການທົບທວນຄືນບັນດານະໂຍບາຍ ແລະ ນິຕິກຳ ທີ່ ກຳນົດບັນດາຂໍ້ລິເລີ່ມ ແລະ ໃຫ້ຄວາມກະຈາງແຈ້ງກ່ຽວກັບລະບຽບການ ອັນຈະຫຼຸດຜ່ອນອຸປະສັກ ຕໍ່ການລົງທຶນໃນຫຼາຍໆຂະແໜງການທີ່ປັນຍຸດທະສາດທີ່ອາດຕອບສະໜອງຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ. ໃນສະຖານະການແບບນີ້, ການປົກຄອງໃນບັນດາປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ຈະໄດ້ຮັບການປັບປຸງ ແລະ ຂອດການປະສານງານ ກັບບັນດາກົມກອງ ແລະ ໜ່ວຍງານຕ່າງໆຂອງລັດຖະບານ ກໍ່ຈະໄດ້ຮັບການປັບປຸງ ອັນສົ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ການຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ດີກວ່າເກົ່າ, ວຽກງານອະນຸລັກໄດ້ຮັບການເສີມຂະຫຍາຍ, ແລະ ການປົກປ້ອງສັດປ່າ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນ ໃນບາງສ່ວນ ທີ່ຍັງມີລັກສະນະຈຳກັດ ກໍ່ຈະໄດ້ຮັບການປັບປຸງ. ການຕະຫຼາດ ຈະມີທ່າອ່ຽງກ້າວໄປຂ້າງໜ້າແລະ ທ້າຍສຸດຢູ່ໃນເຂດຊົນນະບົດລັດຖະບານ ຈະສືບຕໍ່ກຳນົດເອົາບັນດາໂຄງການອຸດສະຫະກຳຂະໜາດໃຫຍ່ ເປັນບຸລິມະສິດ ເພື່ອຜົນປະໂຫຍດແຫ່ງຊາດ ແລະ ການເຕີບສີຂຽວ ໂດຍຜ່ານການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ. ເພື່ອສະໜັບສະໜູນການພັດທະນາທີ່ອີງໃສ່ຄວາມຕ້ອງການຂອງຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ລັດຖະບານ ຈະປັບປຸງສະພາບແວດລ້ອມຂອງການດຳເນີນທຸລະກິດ ຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ ໂດຍການຫຼຸດຜ່ອນສິ່ງທີ່ບໍ່ສອດຄ່ອງ, ປັບປຸງຂັ້ນຕອນໃນການກໍ່ຕັ້ງທຸລະກິດ ແລະ ທົບທວນຄືນ ຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ຂໍ້ຮຽກຮ້ອງ ສໍາລັບການຂໍໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດ ໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ. ຫຼາກພາກສ່ວນ ທີ່ພວກເຮົາໄດ້ປຶກສາຫາລືນ ເຊື່ອວ່າ ສະຖານະການແບບນີ້ ມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ສູງກວ່າໝູ່ ແລະ ຈະບໍ່ຈຳເປັນມີກອບສໍາລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ເພື່ອໃຫ້ກາຍເປັນຕົວຂັບເຄື່ອນເສດຖະກິດ.

111 ສະຖານະການ “ທີ່ມີການຫັນປ່ຽນ” ເປັນຜົນຈາກການກຳນົດເອົາການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດການເຕີບໂຕສີຂຽວ ເປັນ ບຸລິມະສິດ ຂອງ ສປປ ລາວ ໂດຍຜ່ານຫຼາຍຂະແໜງການ, ຄວາມພະຍາຍາມຕອບສະໜອງຕະຫຼາດ ເພື່ອພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ. ລັດຖະບານ ຫັນປ່ຽນຈຸດສຸມຈາກໂຄງການຂຸດຄົ້ນຂະໜາດໃຫຍ່ ແລະ ຫັນເອົາການທ່ອງທ່ຽວ ມາເປັນບຸລິມະສິດຢ່າງແທ້ຈິງ ແລະ ເປັນອີກລາຍຮັບທີ່ປັນເງິນຕາຕ່າງປະເທດ. ໂດຍມີຍຸດທະສາດອັນຈະແຈ້ງ ເພື່ອໃຫ້ກາຍເປັນເສັ້ນທາງການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດທີ່ນໍາໜ້າ ໃນພາກພື້ນອາຊີອາຄະເນ ແລະ ໃນໂລກ. ສປປ ລາວ ຈະເລັ່ງເປົ້າໝາຍໃສ່ຕະຫຼາດທີ່ສໍາຄັນຂອງ ເອເຊັຽ ຄື ປະເທດ ຍີ່ປຸ່ນ, ມາເລເຊັຽ, ສິງກະໂປ, ເກົາຫຼີໃຕ້, ໄທ ແລະ ຫວຽດນາມ ແລະ ອໍານວຍຄວາມສະດວກແກ່ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນທີ່ປັນບຸລິມະສິດ ທີ່ຕອບສະໜອງຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ ໂດຍການຊຸກຍູ້ການລົງທຶນທີ່ປັນຍຸດທະສາດ. ຈະມີການສ້າງການບໍລິການຜ່ານປະຕູດຽວ ເພື່ອສະໜັບສະໜູນ ນັກລົງທຶນຕ່າງປະເທດ ແລະ ສະໜອງກາລະໂອກາດໃຫ້ນັກລົງທຶນມີການພັດທະນາແບບຍຸດທະສາດ. ຈະມີການຈັດຕັ້ງ ແລະ ໃຫ້ສິດແກ່ຜູ້ກວດກາ ແລະ ຜູ້ບໍລິການດູແລນັກທ່ອງທ່ຽວເພື່ອແກ້ໄຂວິທີປະຕິບັດທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ຮັບປະກັນການປະຕິບັດລະບຽບການທີ່ຖ່າຍດາຍ. ປະຕິບັດການປົກປ້ອງສັງຄົມ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ, ຕ້ານຍັນພືດຕະກຳທີ່ບໍ່ເໝາະສົມ ແລະ ສ້າງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ ໃຫ້ແກ່ນັກລົງທຶນໃໝ່ ແລະ ເກົ່າ. ການສື່ສານ ກັບລັດຖະບານ ແລະ ກັບບັນຂະແໜງການ ຈະມີປະສິດຕິຜົນ. ລັດຖະບານ ຈະເປັນຜູ້ຮັບປະກັນ ຂອດການປະສານງານດ້ານນະໂຍບາຍ ແລະ ນິຕິກຳ ໂດຍຕອບສະ ໜອງຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງນັກລົງທຶນ, ເອົາຜົນປະໂຫຍດຂອງຊຸມຊົນ ເປັນແກ່ນກາງຂອງຍຸດທະສາດສ້າງວຽກເຮັດງານທຳໃນຂະແໜງທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ໂດຍສະເພາະໃຫ້ແກ່ແມ່ຍິງ ແລະ ຊາວໜຸ່ມ ເພື່ອສົ່ງເສີມການພັດທະນາຊົນນະບົດ. ລັດຖະບານ ຈະປະຕິບັດຕາມສິນທິສັນຍາສາກົນຢ່າງຕັ້ງໜ້າ ແລະ ຮັບເອົາວິທີປະຕິບັດທີ່ດີທີ່ສຸດ ກ່ຽວກັບການປົກປັກຮັກສາຊີວະນາໆພັນ, ການຮັບມືກັບການປ່ຽນແປງຂອງດິນຟ້າອາກາດ ແລະ ການປົກປ້ອງສິ່ງແວດລ້ອມ. ສິ່ງນີ້ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການຫັນປ່ຽນລະດັບການປົກປ້ອງສັດປ່າ ແລະ ການອະນຸລັກປ່າໄມ້, ຢຸດຕິການຕັດໄມ້ທໍາລາຍປ່າ ແລະ ການລ່າສັດຜິດກົດໝາຍ ແລະ ການພັດທະນາທີ່ບໍ່ເໝາະສົມ ໃນເຂດ ແລະ ອ້ອມແອ້ມເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ຢ່າງມີປະສິດຕິຜົນ ເຊິ່ງຈະມີການຄຸ້ມຄອງນັບມື້ນັບດີຂຶ້ນ ຜ່ານການຄວບຄຸມແບບລວມສູນ ໂດຍມີຍຸດທະສາດແຫ່ງຊາດ ອັນຈະແຈ້ງ ທີ່ກຳນົດ ກອບສໍາລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ລວມທັງ ຜະລິດຕະພັນທີ່ປັນບຸລິມະສິດ ແລະ ວຽກງານການປົກປ້ອງທີ່ຂັ້ມແຂງ. ໃນຖານະທີ່ແຕ່ລະແຂວງ ເປັນສ່ວນນຶ່ງຂອງຍຸດທະສາດແຫ່ງຊາດ ທີ່ໜັ້ນໃສ່ຜົນໄດ້ຮັບຕົວຈິງ ແຕ່ລະແຂວງ ຈະມີອໍານາດໃນການນໍາພາການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ໃນຂົງເຂດທີ່ຕົນຮັບຜິດຊອບ ໂດຍມີນະໂຍບາຍ ທີ່ໜັ້ນໃສ່ຜົນໄດ້ຮັບຕົວຈິງ

ໂດຍສະເພາະ ຢູ່ໃນເຂດ ແລະ ອ້ອມແອ້ມເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ແລະ ມີຈຸດປະສົງປົກປ້ອງສັງຄົມ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ. ໃນຊຸມປີຕໍ່ໜ້າ, ສປປ ລາວ ຈະກຳນົດເສັ້ນທາງອື່ນໆ ໃນອາຊີອາຄະເນ ແລະ ຈະມີການເປີດການເສັ້ນທາງເດີນທາງອາກາດໃໝ່ ບໍ່ແມ່ນຍ້ອນນະໂຍບາຍເປີດກວ້າງ ໃຫ້ພາກເອກະຊົນເທົ່ານັ້ນ ແຕ່ຍ້ອນວ່າບັນດາບໍລິສັດການບິນທີ່ນຳໜ້າ ຈະຮັບຮູ້ວ່າ ສປປ ລາວ ເອົາຈິງເອົາຈັງກັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ມີຄວາມຍືນຍົງ ແລະ ມີການເປີດກວ້າງແກ່ການດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ກາຍເປັນຕົວຂັບເຄື່ອນສຳລັບການເຕີບໂຕສີຂຽວ ໂດຍຜ່ານການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ວຽກງານການອະນຸລັກສະຖານທີ່ຕ່າງໆ ທາງທຳມະຊາດ ທີ່ມີຄວາມເຂັ້ມແຂງຫຼາຍກວ່າເກົ່າ.

6.2 ການຄາດຄະເນທາງດ້ານເສດຖະກິດບົນພື້ນສະຖານະການ 3 ແບບ

112 ບົດວິເຄາະນີ້ສະແດງວ່າ ອີງຕາມສະຖານະການ 3 ແບບ ຈະມີຜົນໄດ້ຮັບຫຼາຍແບບ. ນີ້ກໍ່ໝາຍຄວາມວ່າ ບັນດາຕະຫຼາດເປົ້າໝາຍ ຈະມີການເຕີບໂຕ ໂດຍມີການພັດທະນາພື້ນຖານໂຄ່ງລ່າງ ເພື່ອຮອງຮັບນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຕອບສະໜອງຕາມຄວາມຕ້ອງການ. ມີການສະນີຖານວ່າ ໄລຍະການພັກເຊົາສະເລ່ຍ ຈະຍັງຢູ່ທີ່ເກົ່າ ໂດຍເບື້ອງຕົ້ນ ຈະມີການສົມທຽບແຕ່ສະຖານະການແບບງ່າຍໆ ໂດຍຫລຸດຕົວປ່ຽນ ທີ່ນຳໃຊ້ໃນການວິເຄາະ.⁴⁹ ເຖິງແນວໃດກໍ່ດີ ການເພີ່ມໄລຍະການພັກເຊົາສະເລ່ຍ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມາທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ເປັນສອງ ເທົ່າ ເຊິ່ງຈະສາມາດບັນລຸໄດ້ໃນທົດສະວັດໜ້າ ຈະປະກອບສ່ວນເພີ່ມລາຍຮັບຈາກການທ່ອງທ່ຽວເປັນ ສອງ ເທົ່າ.

113 ການຄາດຄະເນ ທີ່ໄດ້ກະກຽມ ໃສ່ການວິເຄາະຄັ້ງນີ້ ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ການສຸມໃສ່ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ໃນສະຖານະການ “ທີ່ມີການຫັນປ່ຽນ” ຈະເພີ່ມລາຍຮັບທາງເສດຖະກິດຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ເປັນ ຫ້າ ເທົ່າ. ເຖິງແນວໃດກໍ່ຕາມ, ເນື່ອງຈາກວ່າການຄາດຄະເນ ໂດຍອີງໃສ່ 4 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ວ່າ ໃນລະດັບຊາດ ຜົນປະໂຫຍດຈະສູງກວ່າ ຍ້ອນວ່າການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດພວມເຕີບໂຕຂຶ້ນ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ຢູ່ ສປປ ລາວ ຕາມຕົວແບບທີ່ສະແດງອອກໃນກຸ່ມເປົ້າໝາຍ. ອີງຕາມຕົວຄຸນທາງດ້ານເສດຖະກິດ ສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ທີ່ເທົ່າກັບ 3,28 ສິ່ງທີ່ເຫັນຄື ຜົນປະໂຫຍດທາງດ້ານເສດຖະກິດ ຈາກການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດພຽງຂະແໜງການດຽວ ຈະສູງກວ່າ 600 ລ້ານ ໂດລາ ໃນໄລຍະ 10 ປີ

49 ສົມມຸດຕິຖານຄິດໄລ່ ການເຕີບໂຕດ້ານ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ NBT ໃນສປປລາວ ກັບຄາດຄະເນການເຕີບໂຕ ທົ່ວໂລກ ຂອງ UNWTO (ສະເລ່ຍປະມານ 3-4 ເປີເຊັນຕໍ່ປີ ໃນໄລຍະ 10 ປີຂ້າງໜ້າ). ການສົມມຸດຕິຖານນີ້ ອາດຖືວ່າເປັນການຄາດຄະເນແບບ ອະນຸລັກ ຈາກການລາຍງານຂອງ ກະຊວງທຸກແຫຼ່ງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ (MOICT) ມີການເຕີບໂຕ 8,2 ເປີເຊັນ ສຳ ລັບປີ 2018 (<http://asean.travel/2019/04/27/renewed-growth-for-laos-tourism-in-2018/>).

ສົມມຸດຕິຖານເພີ່ມ ແມ່ນອີງໃສ່ການນຳໃຊ້ຕົວເລກ ໄລຍະເວລາພັກເຊົາສະເລ່ຍ (ALOS) ທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ສຳລັບລາຍລະອຽດຜະລິດຕະພັນທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ໃນ 4 ກຸ່ມ ຕັ້ງແຕ່ 2 ເຖິງ 4 (ທຽບກັບ ຕົວເລກ ຂອງກະຊວງທຸກແຫຼ່ງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ (MOICT) ຄົງຢູ່ທີ່ ‘2’ ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ ທັງໝົດ) ແລະ ຕົວເລກ ການໃຊ້ຈ່າຍສະເລ່ຍໃນແຕ່ລະວັນ ແມ່ນຈາກ 18,83 ເຖິງ 142 ໂດລາສະຫະລັດ, ຈາກຜົນການສຳຫຼວດ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ດຳເນີນໃນປີ 2018. ສົມມຸດຕິຖານ ເພີ່ມໄດ້ຄາດຄະເນວ່າ ໄລຍະເວລາພັກເຊົາ (ALOS) ແລະ ການໃຊ້ຈ່າຍປະຈຳວັນ ຈະເຕີບໂຕ 10 ເປີເຊັນ (ທຽບເທົ່າກັບການເຕີບໂຕສະເລ່ຍປະຈຳປີ ເຖິງ +0.96 ເປີເຊັນ) ແລະ 15 ເປີເຊັນ (+1,4 ເປີເຊັນ) ຕາມລຳດັບໃນທົດສະວັດຕໍ່ໄປ ເຊິ່ງ ສອດຄ່ອງກັບການດຳເນີນງານຂອງ ປາຍທາງ ທີ່ມີຄວາມຄ່ອງຕົວດ້ານການ ການບໍລິຫານ ແລະ ບໍ່ເປັນສິ່ງກົດຂວາງຕໍ່ການພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ. ການຄາດຄະເນຢູ່ໃນສົມມຸດຕິຖານເພີ່ມ ສະແດງໃຫ້ຮູ້ວ່າ ການຂະຫຍາຍຕົວ ສຸດທິ ເພີ່ມຂຶ້ນເຖິງ 212,839 pax ແລະ ລາຍໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນ 34 ລ້ານໂດລາສະຫະລັດໃນໄລຍະເວລາ 10 ປີ ໂດຍມີຈຳນວນ ນັກທ່ອງທ່ຽວ ເພີ່ມພຽງແຕ່ 40.674 ຄົນ ທີ່ເຂົ້າມາທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ (NBT) ແລະ ມີລາຍໄດ້ເພີ່ມ 7 ລ້ານໂດລາສະຫະລັດໃນປີ 2029..

ສົມມຸດຕິຖານການປ່ຽນແປງ ຄາດຄະເນ ໄລຍະເວລາພັກເຊົາສະເລ່ຍ (ALOS) ແລະ ການໃຊ້ຈ່າຍລາຍວັນເພີ່ມຂຶ້ນ 40 ເປີເຊັນ (+3,4 ເປີເຊັນຕໍ່ປີ) ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບ ບໍລິຫານທີ່ຄ່ອງຕົວຢູ່ຈຸດ ປາຍທາງ ເຮັດໃຫ້ມີການ ຂັບເຄື່ອນ ການເຕີບໂຕການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຫັນປ່ຽນ ການຂະຫຍາຍຕົວແບບຍືນຍົງ ແລະ ມີສ່ວນຮ່ວມ. ສົມມຸດຕິຖານການປ່ຽນແປງ ສະແດງໃຫ້ເຫັນການຂະຫຍາຍຕົວສຸດທິເພີ່ມຂຶ້ນ ເຖິງ 833,488 pax ໃນຕະຫຼາດເປົ້າໝາຍ ແລະ ລາຍໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນ 183 ລ້ານໂດລາສະຫະລັດໃນໄລຍະ 10 ປີ ໂດຍມີຈຳນວນເພີ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ NBT ເພີ່ມຂຶ້ນເຖິງ 148,286 ຄົນ ແລະ ລາຍໄດ້ເພີ່ມເຕີມ 41 ລ້ານໂດລາສະຫະລັດໃນປີ 2029, ຫຼາຍກວ່າການຄາດຄະເນ ຂອງສົມມຸດຕິຖານ ພື້ນຖານ.

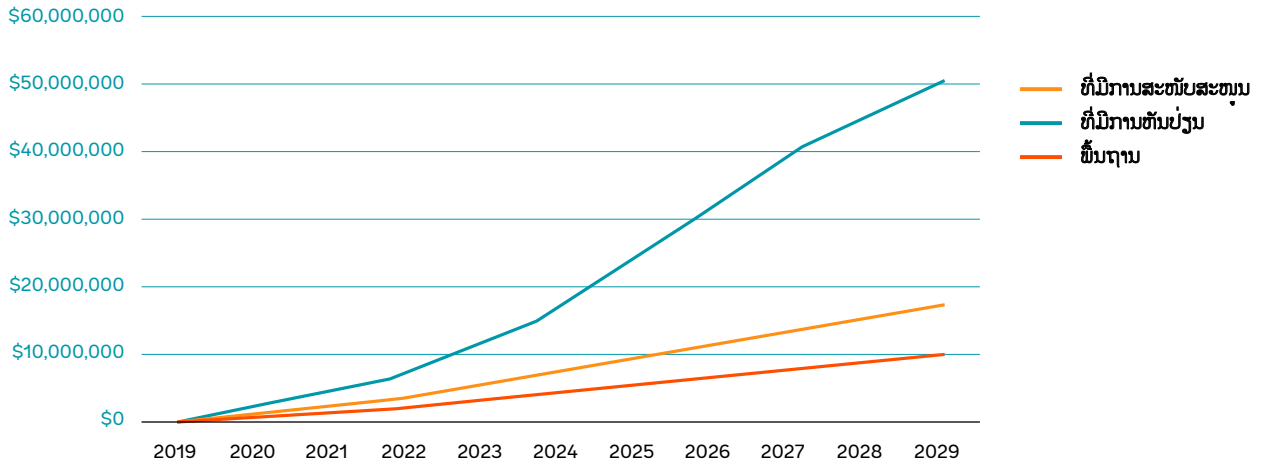
ຕໍ່ໜ້າ ຖ້າອີງຕາມການຄາດຄະເນທີ່ຮັກສາອົງປະກອບເກົ່າ. ນີ້ບໍ່ໄດ້ລວມເອົາການເຕີບໂຕ ໃນຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ຂອງການທ່ອງທ່ຽວ, ທຸລະກິດໂຮງແຮມ, ການບິນ ແລະ ການຂ້າຍສິນຄ້າຍ່ອຍ ແລະ ກຸ່ມການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ທີ່ຈະເກີດຂຶ້ນ ໃນອານາຄົດ.

114 ເພື່ອໃຫ້ການສົມທຽບກັບຂໍ້ມູນສະຖິຕິແຫ່ງຊາດກ່ຽວກັບການທ່ອງທ່ຽວ ມີຄວາມງ່າຍດາຍ, ຂໍ້ມູນການຄາດຄະເນ ສະແດງໃຫ້ເຫັນລາຍຮັບທັງໝົດຂອງອຸດສະຫະກຳທ່ອງທ່ຽວວ່າ ຫຼາຍກວ່າ ລາຍຈ່າຍ-ຜົນປະໂຫຍດ ຫຼື ລາຍຮັບສຸດທິຂອງຄ່າລົງທຶນ. ເຖິງແນວໃດກໍຕາມ, ອີງຕາມການຄາດຄະເນລາຍຮັບ ເຮົາສາມາດຄາດຄະເນກາຍແບ່ງສັດສ່ວນການລົງທຶນ ສໍາລັບສະຖານະການ “ທີ່ມີການສະໜັບສະໜູນ” ແລະ “ມີການຫັນປ່ຽນ” (ຄື ການລົງທຶນສູງສຸດທັງໝົດ ສໍາລັບການປົກປ້ອງເຂດອະນຸລັກ, ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການຕະຫຼາດ ແລະ ພື້ນຖານໂຄງລ່າງທີ່ທັນສະໄໝທີ່ບໍ່ມີການສູນເສັຽລາຍໄດ້) ເຊິ່ງເທົ່າກັບ 3,4 ລ້ານ ແລະ 18,3 ລ້ານ ໂດລາ ຕໍ່ປີ ສໍາລັບ 10 ປີ ຕໍ່ໜ້າ ຕາມລໍາດັບ ຫຼື 0,9 ລ້ານ ແລະ 4,6 ລ້ານ ໂດລາ ຕໍ່ປີ ຕາມກຸ່ມເຂົ້າໝາຍ. ອີງຕາມການຄາດຄະເນ ແລະ ປະສົບການ ໃນການຄຸ້ມຄອງເຂດອະນຸລັກ⁵⁰ ແລະ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ສໍາລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ໂຄງການພັດທະນາພື້ນຖານໂຄງລ່າງທີ່ທັນສະໄໝ ຢູ່ ສປປ ລາວ,⁵¹ ການແບ່ງສັດສ່ວນໃນສະຖານະການ “ທີ່ມີການຫັນປ່ຽນ” ຊຶ່ງໃຫ້ເຫັນທ່າແຮງໃນການສ້າງລາຍຮັບສຸດທິແບບລວມໆ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຜົນປະໂຫຍດທີ່ຍືນຍົງ ໃນສະຖານະການ “ທີ່ມີການຫັນປ່ຽນ” ພາຍຫຼັງໄລຍະ 10 ປີ ຫລັງຈາກມີການລົງທຶນ ຈະສົ່ງຜົນເຮັດໃຫ້ມີລາຍຮັບຫຼາຍສົມຄວນ ເຖິງແມ່ນວ່າ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍປະຈໍາປີ ຈະເທົ່າກັບ 15-25% ຂອງລາຍຮັບທັງໝົດ ທີ່ຄາດວ່າຈະໄດ້ຈາກການຄຸ້ມຄອງເຂດອະນຸລັກການຕະຫຼາດ ແລະ ການປັບປຸງຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການຝຶກອົບຮົມ. ມັນມີຄວາມສໍາຄັນ ທີ່ຈະຕ້ອງຮັບຮູ້ວ່າ ການລົງທຶນຂອງພາກລັດ ອາດບໍ່ແຕກຕ່າງກັນຢ່າງສິ້ນເຊີງ ໃນແຕ່ລະສະຖານະການ ແລະ ອາດມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຕໍ່າກວ່າ ໃນສະຖານະການ “ທີ່ມີການຫັນປ່ຽນ” ໃນໄລຍະຍາວ. ການລົງທຶນຂອງພາກລັດ ຈະມີການຈັດສັນທຶນ ແລະ ກໍານົດບຸລິມະສິດຄືນໃໝ່ ເພື່ອໃຊ້ໃນການຄຸ້ມຄອງເຂດອະນຸລັກ ແລະ ການພັດທະນາພື້ນຖານໂຄງລ່າງທີ່ທັນສະໄໝ. ສໍາລັບສະຖານະການ “ທີ່ມີການຫັນປ່ຽນ” ແລະ ຈະຍົກສູງການລົງທຶນຂອງພາກເອກະຊົນ ເພື່ອພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ, ການຕະຫຼາດ ແລະ ການຝຶກອົບຮົມ ກໍຄື ສະໜອງທຶນຮອນທີ່ມີຄວາມຍືນຍົງ ໃຫ້ແກ່ການຄຸ້ມຄອງເຂດອະນຸລັກ ແລະ ການສ້າງລາຍຮັບຂອງລັດ. ກົງກັນຂ້າມ, ສະຖານະການ “ພື້ນຖານ” ຈະສືບຕໍ່ນໍາໃຊ້ທຶນຮອນຂອງລັດ ເພື່ອພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ສະໜັບສະໜູນບັນດາຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ອີງໃສ່ຊຸມຊົນ ແລະ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທີ່ອີງໃສ່ການສະໜອງ ທີ່ລັດຖະບານ ແລະ ບັນດາອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ບໍ່ສ້າງກັດລັດຖະບານເປັນຜູ້ນໍາພາ ເພື່ອການລົງທຶນຂອງພາກລັດ ແລະ ຮັກສາ ແລະ ປັບປຸງບັນດາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ.

50 ຕົວຢ່າງ: ງົບປະມານສໍາລັບປ່າສະຫງວນນາກາຍນ້ຳເທີນ ເຊິ່ງເປັນສວນອຸທິຍານທີ່ໃຫຍ່ທີ່ສຸດໃນເຂດດັ່ງກ່າວ ແມ່ນ 1 ລ້ານໂດລາສະຫະລັດຕໍ່ປີ.

51 ຕົວຢ່າງ: ງົບປະມານທັງໝົດຂອງທະນາຄານພັດທະນາອາຊີ ສໍາລັບໂຄງການທ່ອງທ່ຽວສໍາລັບການເຕີບໂຕແບບຄົບຊຸດ (ໄລຍະທີ I) ແມ່ນ 43.5 ລ້ານໂດລາສະຫະລັດ ຕໍ່ 5 ປີ ໃນ 4 ແຂວງ, ເຊິ່ງແມ່ນ 2.18 ລ້ານໂດລາສະຫະລັດ ຕໍ່ແຂວງ ຕໍ່ປີ.

ຮູບ 11: ລາຍຮັບຕໍ່ປີ ທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນຈາກບັນດາສະຖານະການ ໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຢູ່ເຂດເປົ້າໝາຍ (ເປັນເງິນໂດລາ)

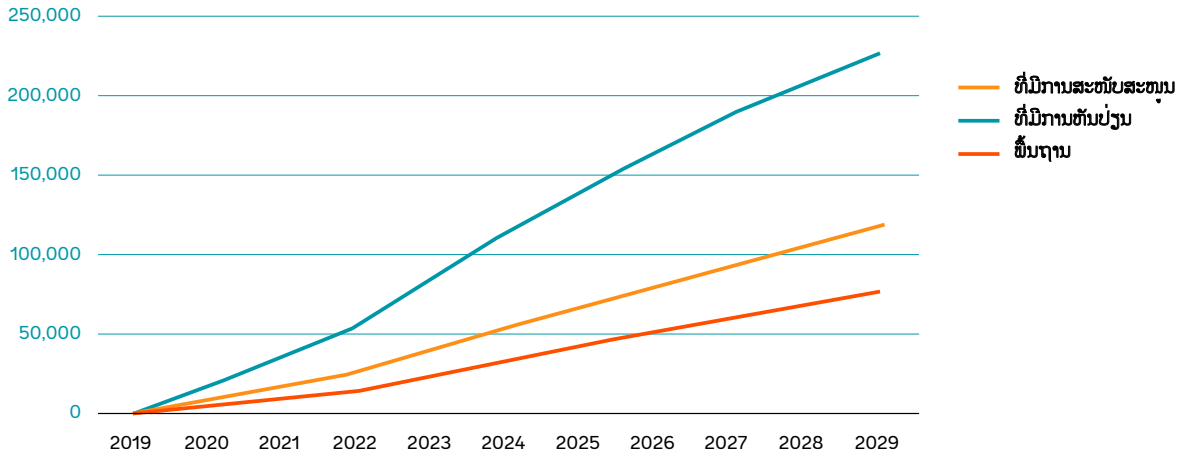


ຕາຕະລາງ 16: ລາຍຮັບຕໍ່ປີ ທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນຈາກບັນດາສະຖານະການ ໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຢູ່ເຂດເປົ້າໝາຍ (ເປັນເງິນໂດລາ)

ປີ	ສະຖານະການ “ພື້ນຖານ”	ສະຖານະການ “ທຳມິການສະໜັບສະໜູນ”	ສະຖານະການ “ທຳມິການຫັນປ່ຽນ”
2019	0	0	0
2020	716,777	1,099,864	2,412,380
2021	1,433,555	2,199,729	4,824,760
2022	2,150,332	3,299,593	7,237,141
2023	3,441,496	5,433,649	11,966,900
2024	4,732,660	7,567,705	16,696,659
2025	5,973,655	9,707,030	24,426,218
2026	7,214,650	11,846,354	32,155,776
2027	8,455,645	13,985,679	39,885,334
2028	9,386,391	15,590,172	45,682,503
2029	10,317,137	17,194,665	51,479,672
ທັງໝົດ	53,822,297	87,924,441	236,767,344
ເພີ່ມຂຶ້ນທັງໝົດ	53,822,297	87,924,441	236,767,344

115 ໃນສະຖານະການທຳມິການຫັນປ່ຽນ ຂະແໜງການການທ່ອງທ່ຽວ ຈະເຕີບໂຕ 3 ເທົ່າ ແຕ່ຮູບແບບອາດປ່ຽນແປງ ເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສ່ວນນຶ່ງເລືອກເອົາຜະລິດຕະພັນທີ່ມີມູນຄ່າສູງ ແລະ ລາຍຮັບຈຳນວນນຶ່ງ ຈະປະກອບສ່ວນໃສ່ການພັກດັນເສດຖະກິດ

ຮູບ 12: ຈໍານວນນັກທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ຕໍ່ປີ ໃນ 10 ປີ ຕໍ່ໜ້າ ຢູ່ໃນ 4 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ



ຕາຕະລາງ 17: ຈໍານວນນັກທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ຕໍ່ປີ ໃນ 10 ປີ ຕໍ່ໜ້າ ຢູ່ໃນ 4 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ

ປີ	ສະຖານະການ “ພື້ນຖານ”	ສະຖານະການ “ທ່ຽວທໍາມະຊາດທີ່ມີການສະໜັບສະໜູນ”	ສະຖານະການ “ທ່ຽວທໍາມະຊາດທີ່ມີການຫັນປ່ຽນ”
2019	—	—	—
2020	5,622	8,553	18,357
2021	11,244	17,105	36,715
2022	16,866	25,658	55,072
2023	26,245	39,950	85,608
2024	35,624	54,241	116,144
2025	44,942	68,461	140,521
2026	54,260	82,680	164,898
2027	63,578	96,900	189,275
2028	70,566	107,564	207,558
2029	77,555	118,229	225,841
ທັງໝົດ	406,502	619,341	1,239,990
ເພີ່ມຂຶ້ນທັງໝົດ		212,839	833,488

116 ຈາກຈໍານວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ມັນຮຽກຮ້ອງໃຫ້ເພີ່ມຄວາມສາມາດໃນການສະໜອງທີ່ພັກ ໂດຍເພີ່ມຈໍານວນຕຽງອີກ 100 ໜ່ວຍ ໃນ 500-700 ຫ້ອງພັກ ໃນ 4 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ. ເຖິງແນວໃດກໍ່ຕາມ, ຖ້າໄລຍະເວລາການພັກເຊົາສະເລ່ຍ ຢູ່ໃນເຂດປ່າສະຫງວນທີ່ເປັນເປົ້າໝາຍ ເພີ່ມຂຶ້ນ 2 ເທົ່າ, ມັນກໍ່ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ເພີ່ມທີ່ພັກອາໄສເປັນ 2 ເທົ່າ ເຊັ່ນກັນ.

7

ຂໍຊື້ແນະທີ່ເປັນບຸລິມະສິດ

117 ຂໍສະດວກຂອງ ສປປ ລາວ ທີ່ຫັນໄດ້ ໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ແມ່ນເຂດອະນຸລັກ ແລະ ສັດປ່າ ແລະ ປະຊາຊົນ ທີ່ເພິ່ງພາໄສພູມິມັດທາງທຳມະຊາດ ແລະ ສັດປ່າ ເພື່ອການດຳລົງຊີວິດ. ໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວ, ສປປ ລາວ ມີທ່າແຮງຫຼາຍ, ນັກທ່ອງທ່ຽວມີຄວາມຕ້ອງການ, ປະເທດມີຄວາມປອດໄພ, ມີການປະຕິຮູບນະໂຍບາຍໃໝ່ໆ, ນັກລົງທຶນໃຫ້ຄວາມສົນໃຈ ແລະ ມີຕົວແບບຈຳນວນນ້ອຍໜຶ່ງ ທີ່ສາມາດຍົກລະດັບ. ໃນຂະນະທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຢູ່ ສປປ ລາວ, ຕະຫຼາດທີ່ເປັນແຫລ່ງສຳຄັນ ຍັງບໍ່ທັນຮູ້ວ່າ ສປປ ລາວ ສາມາດສະໜອງໃຫ້ໄດ້ໃນລະດັບໃດ. ນີ້ເປັນເຫດຜົນທີ່ວ່າ ມັນເປັນກາລະໂອກາດ ໃຫ້ຜູ້ປະກອບການ, ລວມທັງຊຸມຊົນ ຢູ່ ສປປ ລາວ ພັດທະນານະວັດຕະກຳໃໝ່, ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ໃໝ່ໆ ແລະ ເຊື່ອມຈອດກັບບັນດາຕະຫຼາດທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການ ຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວຫຼາຍ. ເຖິງແນວໃດກໍຕາມ, ເພື່ອຍາດເອົາໂອກາດ ແລະ ດຶງດູດນັກລົງທຶນ ທີ່ໜັ້ນໃສ່ຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ ມັນຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ປັບປຸງສະພາບແວດ ລ້ອມທີ່ເອື້ອອຳນວຍສຳລັບການດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ກຳຈັດອຸປະສັກ.

118 ບັນດາຂໍຊື້ແນະ ທີ່ເປັນບຸລິມະສິດຂ້າງລຸ່ມ ເປັນຂໍສະເໜີໃຫ້ມີການດຳເນີນການ ເພື່ອສະໜັບສະໜູນ ແຜນດຳເນີນງານກ່ຽວກັບ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດສຳລັບ 4 ກຸ່ມເບົາໝາຍ ແລະ ເພື່ອຊ່ວຍໃຫ້ບັນລຸ ສະຖານະການ “ທີ່ມີການສະໜັບສະໜູນ” ແລະ “ມີການຫັນປ່ຽນ” ດັ່ງທີ່ໄດ້ຊີ້ແຈງໃນພາກນີ້. ມີການຈັດລຽງຂໍຊື້ແນະຕາມໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບທົ່ວໄປ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບບັນດາອົງກອນ ຫຼັກ ທີ່ມີໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ແລະ ຖືກກຳນົດເປັນບຸລິມະສິດ ແຕ່ໄລຍະເລີ້ມຕົ້ນ ນັບແຕ່ຂໍຊື້ແນະລວມ ທີ່ສອດຄ່ອງກັບ ສະຖານະການ “ທີ່ມີການສະໜັບສະໜູນ” ແລະ “ທີ່ມີການຫັນປ່ຽນ” ລົງຮອດຂໍຊື້ແນະສະເພາະ ທີ່ຈຳເປັນຕ້ອງປະ ຕິບັດສຳລັບສະຖານະການ “ພື້ນຖານ”. ລາຍລະອຽດກ່ຽວກັບແຕ່ລະອົງກອນແລະພາລະບົດບາດແລະໜ້າທີ່ຂອງຜູ້ປະຕິບັດ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໄວ້ໃນໝວດ 7,2. ລາຍລະອຽດເພີ່ມເຕີມ ແລະ ຕະຕາລາງກ່ຽວກັບຂໍຊື້ແນະ ແລະ ບັນດາກິດຈະກຳທີ່ຕິດພັນກັບ ແຕ່ລະປະເດັນທີ່ພົບເຫັນ ໃນເວລາປຶກສາຫາລືກັບຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມ ໄດ້ນຳສະເໜີໃນເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ B

7.1 ຂໍຊື້ແນະທີ່ເປັນບຸລິມະສິດ

119 ສະພາບແວດລ້ອມທີ່ເອື້ອອຳນວຍສຳລັບການລົງທຶນໃສ່ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ດຳເນີນທຸລະກິດ (ໜ່ວຍງານທີ່ຮັບຜິດ ຊອບ: ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້, ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ, ກະຊວງອຸດສະຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ, ກະຊວງ ວິທະຍາສາດ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີ, ສຳນັກງານນາຍົກລັດຖະມົນຕີ)

- > ຫລຸດຜ່ອນອຸປະສັກຕໍ່ການລົງທຶນ ໃນການດຳເນີນທຸລະກິດ ຢູ່ ສປປ ລາວ ແລະ ໂດຍສະເພາະ ໃນທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວ. ເຊິ່ງມັນລວມເອົາການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຢ່າງເຕັມສ່ວນ ຂັ້ນຕອນການຂຶ້ນທະບຽນທຸລະກິດ ທີ່ຫະທັດຮັດກວ່າເກົ່າ, ເຊື່ອມຊານ ຂໍຮຽກຮ້ອງ ແລະ ຂັ້ນຕອນທາງດ້ານລະບຽບການ ເພື່ອຂໍ ແລະ ຕໍ່ອາຍຸໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດ, ຍົກເລີກຂໍ້ຈຳກັດກ່ຽວກັບ FDI ເຊັ່ນ ໃບອະນຸຍາດລົງທຶນ ທີ່ຫາເລີ້ມໃຊ້ຫວ່າງບໍດົນມານີ້, ການທົບທວນຄືນລະບຽບອາກອນ ແລະ ເຮັດໃຫ້ການສະໜອງ ທີ່ດຶນສຳລັບການລົງທຶນຕ່າງປະເທດງ່າຍກວ່າເກົ່າ. ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ບັນດາການປະຕິຮູບ ຕ້ອງມີລັກສະນະກວ້າງຂວາງ ເພື່ອປັບປຸງສະພາບແວດລ້ອມທົ່ວໄປຂອງການດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ຈະປະກອບສ່ວນໃສ່ການບັນລຸເປົ້າໝາຍຂອງນາຍົກ

ລັດຖະມົນຕີ ຄື ໃຫ້ການຈັດອັນດັບຂອງ ສປປ ລາວ ໃນບົດລາຍງານຂອງທະນາຄານໂລກ ກ່ຽວກັບການອໍານວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ການດໍາເນີນທຸລະກິດ ຢູ່ໃນອັນດັບທີ່ດີກວ່າເກົ່າ. ການປັບປຸງການປະສານງານລະຫວ່າງກະຊວງ ເຊັ່ນ ການບໍລິການຜ່ານປະຕູດຽວ ໃຫ້ແກ່ນັກລົງທຶນ ຈະສືບຕໍ່ຊ່ວຍອໍານວຍຄວາມສະດວກໃນການດໍາເນີນທຸລະກິດ.

- > **ທົບທວນຄືນເຫດຜົນ, ເປົ້າໝາຍ ແລະ ຂໍ້ຮຽກຮ້ອງ ສໍາລັບທຸກການຂໍໃບອະນຸຍາດດໍາເນີນທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ໃຫ້ຂັ້ນຕອນຕ່າງໆ ມີຄວາມງ່າຍດາຍ ຫຼື ຍົກເລີກຂັ້ນຕ່າງໆ ຖ້າບໍ່ຕອບ ສະໜອງຕາມຈຸດປະສົງທາງດ້ານລະບຽບການ.** ລະບຽບການກ່ຽວກັບຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວຕ້ອງບໍ່ມີຂໍ້ຈຳກັດເພື່ອຮັບປະກັນວ່າສາມາດປົກປ້ອງສຸກຂະພາບຂອງມວນຊົນ (ຕົວຢ່າງ ຮ້ານອາຫານ) ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມໂດຍບໍ່ສ້າງພາລະແບກຫາບທີ່ບໍ່ຈຳເປັນ ໃຫ້ແກ່ບັນດາບໍລິສັດ ທີ່ຢາກຈະດໍາເນີນການໃນຂະແໜງການນີ້. ທົບທວນຄືນ ຂໍ້ຮຽກຮ້ອງດ້ານເອກະສານສໍາລັບໃບຄໍາຮ້ອງ (ການສົ່ງແຜນທຸລະກິດເພື່ອການຮັບຮອງ) ແລະ ຍົກເລີກຂໍ້ຮຽກຮ້ອງທີ່ຊ້ຳຊ້ອນກັນ. ການທົບທວນຄືນດັ່ງກ່າວ ຈະສາມາດປະຕິບັດໄດ້ ໂດຍການນໍາໃຊ້ການປະເມີນຜົນກະທົບຂອງລະບຽບການທີ່ກະທັດຮັດກວ່າເກົ່າ.
- > **ຫລຸດຜ່ອນອຸປະສັກບໍ່ເປັນທາງການ ຕໍ່ການດໍາເນີນທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍການຮັບປະກັນ ການປະຕິບັດລະບຽບການທີ່ມີໃນປະຈຸບັນ ຢ່າງສອດຄ່ອງ ຕາມເຂດທີ່ກຳນົດ ເພື່ອຮັບປະກັນວ່າການປະຕິຮູບຕ່າງໆ ມີຜົນຕໍ່ສະພາບໃນປະຈຸບັນ, ນັກລົງທຶນ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວໃນພາກປະຕິບັດຕົວຈິງ.** ປະເດັນນີ້ ລວມເອົາ ການເພີ່ມທະວີຄວາມໂປ່ງໄສ ໂດຍການຕີພິມ ແລະ ເກັບຮັກສາຄູ່ມືທີ່ຜ່ານການປັບປຸງເທື່ອລະກ້າວກ່ຽວກັບການຂຶ້ນທະບຽນທຸລະກິດ, ຮູບແບບ ແລະ ລັກສະນະ, ແລະ ດ້ວຍການສ້າງ ແລະ ໃຫ້ສິດແກ່ຜູ້ກວດກາ ໃນການດໍາເນີນການກວດສອບການລາຍງານກ່ຽວກັບການປະພຶດທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ການສໍ້ລາດບັງຫຼວງ. ໃນຂັ້ນຕອນ ແລະ ລະບຽບການການດໍາເນີນທຸລະກິດ ແລະ ການສ້າງກົນໄກທີ່ມີປະສິດຕິຜົນ ໃຫ້ແກ່ການດູແລນັກລົງທຶນ ຈະຊ່ວຍສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງແກ່ການປະຕິບັດຕາມ ແລະ ຫລຸດຜ່ອນກາລະໂອກາດຂອງການຕີຄວາມໝາຍຂອງບັນດາລະບຽບການ ຈາກບຸກຄົນ. ການເສີມຂະຫຍາຍທັກສະໃຫ້ມີຄວາມເຂັ້ມແຂງ ແລະ ຂີດຄວາມສາມາດຂອງເຈົ້າໜ້າທີ່ ກໍ່ຈະມີຄວາມໝາຍສໍາຄັນ.
- > **ສ້າງລະບຽບການ ແລະ ຂັ້ນຕອນ ສໍາລັບການສໍາປະທານໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ສະຖານທີ່ທາງທໍາມະຊາດອື່ນໆ ທີ່ກໍານົດບາດກ້າວທີ່ຈະແຈ້ງ ແລະ ສົ່ງກະຕຸ້ນຊຸກຍູ້ໃຫ້ແກ່ພາກສ່ວນທຸລະກິດ ເພື່ອລົງທຶນໃສ່ການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ກໍ່ຄື ເປັນກົນໄກການປົກປ້ອງການລົງທຶນ. ການສໍາປະທານໃນເຂດປ່າສະຫງວນ ຕ້ອງໄດ້ປະຕິບັດລະບຽບການຕໍ່ການສໍາປະທານປະເພດຕ່າງໆ ລວມທັງ ການເປັນຄູ່ຮ່ວມລະຫວ່າງ ພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ, ຂໍ້ຕົກລົງລະຫວ່າງພາກເອກະຊົນ ແລະ ຊຸມຊົນ ແລະ ການເປັນຄູ່ຮ່ວມລະຫວ່າງ ພາກເອກະຊົນ-ພາກລັດ ແລະ ຊຸມຊົນ.**

120 ນະໂຍບາຍ ແລະ ການວາງແຜນການທ່ອງທ່ຽວ ສໍາລັບການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ (ອົງກອນທີ່ຮັບຜິດຊອບ: ກະຊວງ ຖະແຫຼງຂ່າວ ວັນທະນະທໍາ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ)

- > **ສ້າງແຜນແມ່ບົດໃໝ່ ສໍາລັບການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວແບບອະນຸລັກ ສໍາລັບ ປີ 2020-2025 ໂດຍສັບປຽນ ແລະ ເຊື່ອມໂຍງກັບ ບັນດາແຜນທີ່ມີໃນປະຈຸບັນ.** ໃຫ້ຄວາມກະຈ່າງແຈ້ງ ກ່ຽວກັບພາລະບົດບາດ ແລະ ໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບຂອງ ຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມແຕ່ລະພາກສ່ວນໃຫ້ພາກເອກະຊົນມີພາລະບົດບາດສູງກວ່າເກົ່າ ໃນການຕະຫຼາດ ແລະ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ແລະ ໃຫ້ເຂດອະນຸລັກ ມີພາລະບົດບາດໃນການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ ໃນຈຸດໃດນຶ່ງສະເພາະ

- > ທົບທວນຄືນ ບັນດາກົດໝາຍການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ຕິດພັນກັບການທ່ອງທ່ຽວແບບອະນຸລັກ ທີ່ເໝັນໃສ່ຊຸມຊົນ ເພື່ອກະຈ່າຍການກຳນົດລາຄາ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການບໍລິການຂອງຊຸມຊົນ ແລະ ຫຼຸດຜ່ອນອຸປະສັກຕໍ່ການນຳໃຊ້ນະວັດຕະກຳໃໝ່. ນະໂຍບາຍຕ້ອງສົ່ງເສີມການພັດທະນາຂີດຄວາມສາມາດ ແລະ ການນຳໃຊ້ມະກຸເທດທ້ອງຖິ່ນ ໃຫ້ດີກວ່າເກົ່າ ແລະ ສະໜັບສະໜູນປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນ ເພື່ອສ້າງທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຂຶ້ນ.

121 ນະໂຍບາຍ ແລະ ລະບຽບການກ່ຽວກັບຄວາມຍືນຍົງ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ ເພື່ອພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ (ອົງກອນຮັບຜິດຊອບ: ກະຊວງຊັບພະຍາກອນ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ກະຊວງ ໂຍທາທິການ ແລະ ຂົນສົ່ງ)

- > ກະຊວງຊັບພະຍາກອນ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ ສາມາດອອກບັນດາລະບຽບການກ່ຽວກັບການປະເມີນຜົນກະທົບດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມທີ່ເໝາະສົມກວ່າເກົ່າ ທີ່ສອດຄ່ອງກັບອຸດສະຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ສົ່ງເສີມມາດຕະຖານຂອງສາກົນ, ເຮັດໃຫ້ການປະຕິບັດຕາມລະບຽບການດັ່ງກ່າວມີປະສິດທິຜົນ ແລະ ນຳຜົນປະໂຫຍດ ແລະ ສະໜອງສິ່ງກະຕຸ້ນຊຸກຍູ້ ໃຫ້ແກ່ການລົງທຶນເພື່ອປະຕິບັດຕາມລະບຽບການ ແລະ ສ້າງນະວັດຕະກຳໃໝ່ໆ.
- > ກະຊວງໂຍທາທິການ ແລະ ກ່ຳສ້າງ ແລະ ເທດສະບານ ໂດຍເຮັດວຽກກັບພາກເອກະຊົນ ຕ້ອງສ້າງສະຖານທີ່ຖິ້ມຂີ້ເຫງືອ ແລະ ສູນບຳບັດຂີ້ເຫຍື້ອ ໃນເຂດເປົ້າໝາຍ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ເຮັດວຽກກັບເຂດປ່າສະຫງວນ, ເມືອງ, ຊຸມຊົນ ແລະ ພາກທຸລະກິດ ເພື່ອກຳນົດລະບົບການບໍລິຫານຈັດການຂີ້ເຫຍື້ອ ແລະ ນຳເອົາຂີ້ເຫຍື້ອມາຜະລິດໃໝ່ ຕາມສູນກາງການທ່ອງທ່ຽວ.

122 ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ແລະ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ທີ່ກ້ວາງໃຫຍ່ (ອົງກອນຮັບຜິດຊອບ: ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ ເຮັດວຽກຢ່າງໃກ້ຊິດກັບ ກະຊວງໂຍທາ ແລະ ຂົນສົ່ງ ແລະ ແຂວງ)

- > ພັດທະນາແຜນແມ່ບົດສຳລັບເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ (2020-2025) ເພື່ອຊີ້ນຳພາການພັດທະນາຂອງເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ ທີ່ກຳນົດຂຶ້ນໃໝ່ ແລະ ເຂດອະນຸລັກອື່ນໆ
- > ສືບຕໍ່ການປະເມີນແຕ່ລະເຂດປ່າສະຫງວນ ເພື່ອກຳນົດສະຖານະພາບຂອງເຂດເຫຼົ່ານັ້ນ ແລະ ກາລະໂອກາດ. ບັນດາເຂດປ່າສະຫງວນ 21 ແຫ່ງທີ່ຍັງເຫຼືອ ຈະໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດ ຈາກການປະເມີນນີ້ ເພື່ອສະໜັບສະໜູນການພິຈາລະນາການຍົກລະດັບເປັນອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ ລວມທັງ ປ່າພູເຂົາ ຢູ່ ແຂວງຊຽງຂວາງ ແລະ ບໍລິຄຳໄຊ. ໃນຖານະເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງວຽກງານອະນຸລັກ, ໃຫ້ ພິຈາລະນາສືບຕໍ່ປະຕິບັດຂັ້ນຕອນສຳລັບການກຳນົດມໍລະດົກທຳມະຊາດເພີ່ມ ໃນ 5 ປີຂ້າງໜ້າລວມທັງ ມໍລະດົກໂລກ ແລະ ອາຊຽນ ແຕ່ຕ້ອງໃຫ້ຜົນປະໂຫຍດຄຸ້ມກັບການລົງທຶນ. ໃຫ້ສືບຕໍ່ດຳເນີນການໃຫ້ປ່າສະຫງວນຫີນ ໝາມໜໍ່ ເປັນມໍລະດົກໂລກທາງທຳມະຊາດ ເປັນຕົວແທນຂອງສາຍພູ ໝາມໜໍ່ ຂອງ ອິນດູຈີນ. ເຂດປ່າສະຫງວນ ຍັງມີເສັ້ນທາງທີ່ສຳຄັນໃນປ່າດົງດິບຂອງພູມິທັດຂອງສາຍພູຫຼວງ (ລວມທັງ ອຸທະຍານນາກາຍ ນ້ຳເທີນ, ຄຸນແຊ ນອງມາ, ລະວິງລະເວີນ ແລະ ເຊຊັບ) ທີ່ສາມາດຖືກປະເມີນ ເພື່ອໃຫ້ເປັນເຂດມໍລະດົກໂລກ. ເພື່ອເປັນຂໍ້ມູນເພີ່ມເຕີມ ເຂດປ່າສະຫງວນ ພູຫີນປູນລະວິງ ລະເວີນ ແລະ ເຊປຽນ ສາມາດຖືກປະເມີນເພື່ອເປັນມໍລະດົກຂອງ ອາຊຽນ.
- > ສືບຕໍ່ເສີມຂະຫຍາຍຄວາມຮູ້, ທັກສະ ແລະ ຄວາມສາມາດຂອງ ພະແນກຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນ ພາຍໃຕ້ກົມປ່າໄມ້ ທີ່ມີພາລະບົດບາດ ໃນການຊີ້ນຳບັນດາກິດຈະກຳ ພາຍໃນເຂດອະນຸລັກ ລວມທັງ ອຸທະຍານ 2 ແຫ່ງ ຂອງສປປ ລາວ. ສ່ວນຂອງໜ້າທີ່ຂອງພະແນກ ໃນສະພາບເງື່ອນໄຂຂອງການປົກປັກຮັກສາສະພາບທາງດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມຂອງປ່າສະຫງວນ ຄືການເຮັດວຽກກັບຜູ້ປະກອບການພາກເອກະຊົນ ແລະ ໜ່ວຍງານວິຊາການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເພື່ອກຳນົດການລົງທຶນ ແລະ

ກາລະໂອກາດໃນການໃຫ້ສໍາປະທານ ຢູ່ໃນ ແລະ ອ້ອມແອ້ມເຂດປ່າສະຫງວນ. ໃຫ້ສືບຕໍ່ສາງແຜນແມ່ບົດສໍາລັບເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ປີ 2020-2025 ໃຫ້ ສໍາເລັດ

- > **ສ້າງໜ່ວຍງານວິຊາການກ່ຽວກັບການທ່ອງທ່ຽວສໍາລັບເຂດປ່າສະຫງວນ** ທີ່ມີການພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຊ່ວຍທົບທວນຄືນ ແລະ ປັບປຸງການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍນໍາໃຊ້ ການປຶກສາຫາລື ແລະ ກົນໄກການເກັບຄໍາເຫັນ. ກໍ່ມວິຊາການດັ່ງກ່າວກວມເອົາບັນດາສາມະຄົມຂອງຊຸມຊົນ, ຜູ້ປະກອບການພາກເອກະຊົນ, ອໍານາດການປົກຄອງທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ພາກສ່ວນອື່ນໆ
- > **ຈັດຕັ້ງລະບົບການເກັບຄ່າບໍ່ເຂົ້າ, ຄ່າສໍາປະທານ ທີ່ມີຄວາມໂປ່ງໄສ, ແລະ ການນໍາໃຊ້ລາຍຮັບຢ່າງຖືກຕ້ອງ ສໍາລັບວຽກງານອະນຸລັກ ແລະ ຊີວິດການປັນຂອງຜູ້ທີ່ດໍາລົງຊີວິດຢູ່ ແລະ ອ້ອມແອ້ມເຂດປ່າສະຫງວນ** ກໍ່ຄືກົນໄກການປົກປ້ອງການລົງທຶນ ໂດຍການຕົກລົງເຫັນດີ ແລະ ການຕິດຕາກວດກາເປັນປະຈໍາ ຈາກກຸ່ມຜູ້ຮັບຜິດຊອບການທ່ອງທ່ຽວ. ຂໍ້ຕົກລົງວ່າດ້ວຍວຽກງານອະນຸລັກຂອງຊຸມຊົນ ລະຫວ່າງ ເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ຊຸມຊົນ ຢູ່ພາຍໃນ ແລະ ອ້ອມແອ້ມເຂດປ່າສະຫງວນ ໄດ້ເປັນເຄື່ອງມືທີ່ສໍາຄັນ ໃນບາງສະຖານະການຂອງ ສປປ ລາວ.
- > **ປະສານການສະໜອງທຶນ ໃຫ້ແກ່ພື້ນຖານໂຄ່ງລ່າງທາງດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນ ແລະ ອ້ອມແອ້ມ ເຂດປ່າສະຫງວນຕາມພູມິທັດທໍາມະຊາດ ທີ່ເປັນບຸລິມະສິດ ສໍາລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ** ແຫລ່ງທຶນຂອງລັດມີ 3 ແຫລ່ງຄື: ຜ່ານ (1) ກະຊວງ ໂຍທາທິການ ແລະ ຂົນສົ່ງ ແລະ ພະແນກໂຍທາແຂວງ ເພື່ອຄຸ້ມຄອງກອງທຶນທາງຂອງປະເທດທີ່ມີລັກສະນະຈໍາກັດ ແລະ ນໍາໃຊ້ລະບົບບລະນະທຶນທາງແຂວງ; (2) ຜ່ານຫ້ອງວ່າການແຂວງ ທີ່ຄຸ້ມຄອງງົບປະມານຂອງແຂວງ ສໍາລັບພື້ນຖານໂຄ່ງລ່າງທ້ອງຖິ່ນຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ (3) ພາຍໃນເຂດປ່າສະຫງວນ, ງົບປະມານຂອງເຂດປ່າສະຫງວນ ຕ້ອງກໍານົດເອົາພື້ນຖານໂຄ່ງລ່າງອັນຈໍາເປັນໃນເຂດປ່າສະຫງວນເປັນບຸລິມະສິດ ເຊິ່ງລວມເອົາພື້ນຖານໂຄ່ງລ່າງທີ່ເປັນທໍາມະຊາດ ແລະ ສິ່ງກໍ່ສ້າງເຊັ່ນ ທາງຍ່າງ, ບ້ານພັກ ແລະ ອື່ນໆ. ການສໍາປະທານຂອງພາກເອກະຊົນ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ການເປັນຄູ່ຮ່ວມກັບຊຸມຊົນ ອາດຈະມີການຍົກລະດັບ ເພື່ອສະໜອງທຶນຈາກພາກລັດ ໃນການພັດທະນາພື້ນຖານໂຄ່ງລ່າງ. ການສະໜອງທຶນດັ່ງກ່າວຍັງສະໜັບສະໜູນການປົກປ້ອງຊັບພະຍາກອນທາງທໍາມະຊາດ ໂດຍການນໍາໃຊ້ການກໍ່ສ້າງ ແລະ ວິທີບລະນະແບບຍືນຍົງ.

123 ມະວັດຕະກໍາສໍາລັບຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ແລະ ການສະໜັບສະໜູນທຸລະກິດ (ອົງກອນຮັບຜິດຊອບ: ສາມະຄົມພາກເອກະຊົນ)

- > **ສະໜັບສະໜູນພາກເອກະຊົນ ເພື່ອສະໜອງຕະຫຼາດ ແລະ ສົ່ງເສີມເຄື່ອງໝາຍການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດແຫ່ງຊາດ** ຜ່ານສາມະຄົມພາກເອກະຊົນ ຫຼື ກຸ່ມຮັບຜິດຊອບການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ຈາກ ພາກເອກະຊົນ. ການຕະຫຼາດຍັງຕ້ອງຊຸກຍູ້ການລົງທຶນຕ່າງປະເທດ ໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ ຢູ່ ສປປ ລາວ ແລະ ປັບປຸງການພົວພັນລະຫວ່າງທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດພາຍໃນ ແລະ ທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດຕ່າງປະເທດ
- > **ກໍານົດ ແລະ ດໍາເນີນການສິດສອນກ່ຽວກັບມະວັດຕະກໍາສໍາລັບຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວທໍາມະຊາດ, ການພັດທະນາຕະຫຼາດ ແລະ ການຕ້ອນຮັບແຂກບ້ານແຂກເມືອງ** ໃຫ້ພາກເອກະຊົນ ແລະ ທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ເໝັນໃສ່ຊຸມຊົນ, ນໍາໃຊ້ທໍາແຮງຂອງຕະຫລາດ ແລະ ແກ້ໄຂຄວາມເຂົ້າໃຈ ກ່ຽວກັບຂະໜາດຂອງຕະຫລາດ ແລະ ຄວາມຫຍຸ້ງຍາກປະຈໍາລະດູ ເຊິ່ງລວມເອົາ ການຝຶກອົບຮົມໃຫ້ ມະກຸເທດທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ຜູ້ສະໜອງທີ່ພັກເຊົາ.

- > ສະໜອງທຶນຮອນຜ່ານປະຕູດຽວເກົ່າ ແລະ ໃໝ່ ເພື່ອສະໜອງທຶນໃຫ້ແກ່ການສຳປະທານຂອງເອກະຊົນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນ ໂດຍສຸມໃສ່ການສ້າງການສຳປະທານ ທີ່ເປັນແບບຢ່າງ ແລະ ກວມເອົາ ແຜນງານສະໜັບສະໜູນວຽກງານການປົກປ້ອງສັດປ່າ
- > ຊຸກຍູ້ໃຫ້ນຳເອົາບົດຮຽນທີ່ດີຂອງພາກເອກະຊົນ ໃນການປະຕິບັດ ແບບສະໝັກໃຈ ແລະ ມີຄວາມຍິນຍົງ ໂດຍການສະໜັບສະໜູນທາງແກ້ຂອງພາກເອກະຊົນ ລວມທັງ ການຍັງຢືນທີ່ເປັນທີ່ຮັບຮູ້ ຂອງສາກົນ ຄື Travelife ຫຼື Earthcheck ຫຼື ການສະໜອງການບໍລິການທາງດ້ານເຕັກນິກກ່ຽວກັບ ການປະຕິບັດ ວ່າຈະຕິດຕາມບັນດາມາດຕະການກ່ຽວກັບຄວາມຍິນຍົງຄືແນວໃດ.

7.2 ບົດບາດ ແລະ ໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບຂອງບັນດາອົງກອນຫຼັກ ແລະ ຜູ້ປະຕິບັດ

- 124 ບົດບາດທີ່ສຳຄັນຂອງ ຜູ້ປະຕິບັດຈາກພາກສ່ວນຕ່າງໆໄດ້ສັງລວມໄວ້ຂ້າງລຸ່ມ, ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ C ສະແດງໃຫ້ເຫັນອຸປະສັກທີ່ພົບເຫັນ ທີ່ໄດ້ສັງລວມເຂົ້າດ້ວຍກັນ ເພື່ອຊີ້ໃຫ້ເຫັນວ່າ ແຕ່ລະຂະແໜງມີວິທີແກ້ໄຂບັນດາອຸປະສັກ ຄືແນວໃດ. ພາກລັດ ມີບົດບາດອັນສຳຄັນເຊິ່ງຈະເປັນຜູ້ກຳນົດວ່າພາກເອກະຊົນສາມາດໄດ້ຮັບຜົນສຳເລັດຄືແນວໃດ. ຄວາມເຂົ້າໃຈ ກ່ຽວກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງ ກັນ ແລະ ກັນ ເປັນກຸນແຈທີ່ສຳຄັນ ສຳລັບການສ້າງຄູ່ຮວມພັດທະນາລະຫວ່າງພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ. ຈຸດທີ່ສຳຄັນຄືວ່າ ແຕ່ລະພາກສ່ວນ ມີບົດບາດເສີມໃຫ້ກັນ ແລະ ກັນ ໃນການບັນລຸເປົ້າໝາຍຂອງຍຸດທະສາດການທ່ອງທ່ຽວແຫ່ງຊາດ ແລະ ສິ່ງນີ້ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການປະສານງານກັນຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ.**
- 125 ສຳນັກງານນາຍົກລັດຖະມົນຕີ: ການນຳພາ ມາຈາກລະດັບສູງສຸດ.** ມີການຈັດຕັ້ງຄະນະກຳມາທິການທີ່ປະກອບດ້ວຍຫຼາຍກົມ ແລະ ມີລັດຖະມົນຕີອະວຸໂສ ຫຼື ປະທານ ເຊິ່ງມັນສ້າງເງື່ອນໄຂໃຫ້ມີການປ່ຽນແປງການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ມີຄວາມຍິນຍົງ. ໃນຂະນະ ທີ່ຫາກຄຸ້ມຄອງຂອງຄະນະກຳມາທິການດັ່ງກ່າວ ໃນປະຈຸບັນ ອາດຢູ່ໃນຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງເຈົ້າໜ້າທີ່ໜຸ່ມ ເຂົາເຈົ້າຍັງຕ້ອງຢູ່ໃຕ້ການຊີ້ນຳຂອງນັກການເມືອງອະວຸໂສ ທີ່ຕ້ອງໄດ້ຮັບລາຍງານຢ່າງເປັນປົກກະຕິ ແລະ ມີສ່ວນຮ່ວມຢ່າງເປີດເຜີຍກັບກິດຈະກຳຂອງຄະນະກຳມາທິການ. ຄະນະຊີ້ນຳວຽກງານການເຕີບໂຕສີຂຽວ ໂດຍການເປັນປະທານຂອງຮອງນາຍົກລັດຖະມົນຕີ ເຊິ່ງກອງເລຂາຕັ້ງຢູ່ກົມແຜນການຂອງກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ ສະໜອງກອບໃຫ້ແກ່ລັດຖະບານໃນລະດັບນີ້. ວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວສາມາດຈັດຢູ່ໃນວາລະ ເນື່ອງຈາກວ່າການທ່ອງທ່ຽວ ເປັນບຸລິມະສິດສູງໃນແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດສັງຄົມແຫ່ງຊາດ ແລະ ຍຸດທະສາດການເຕີບໂຕສີຂຽວແຫ່ງຊາດ. ເຊັ່ນກັນ ຄະນະກຳມາທິການສິ່ງເສີມການລົງທຶນ ແລະ ການຊີ້ນຳເປັນຜູ້ຕິດຕາມໃບອະນຸຍາດດຳເນີນການລົງທຶນ ແລະ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດວາລະການປະຕິຮູບຂອງ ນາຍົກລັດຖະມົນຕີ ເພື່ອປັບປຸງສະພາບແວດລ້ອມຂອງການດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນຈາກກົມສິ່ງເສີມການລົງທຶນ ຢູ່ ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ. ຄະນະກຳມາທິການ ແລະ ກອງເລຂາ ເປັນເຈົ້າການໃນປະຕິບັດການປະຕິຮູບ ເພື່ອເລີ່ມຕົ້ນດຳເນີນທຸລະກິດໃຫ້ງ່າຍຂຶ້ນ
- 126 ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແບະ ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ພະແນກ ແຂວງ ແລະ ເມືອງ:** ກະຊວງ ຖະແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວມີໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບຫຼາຍຢ່າງຕໍ່ວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວ. ໃນນີ້ ມັນລວມເອົາການພັດທະນາຍຸດທະສາດການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການເກັບກຳ ແລະ ວິເຄາະຂໍ້ມູນ ແລະ ຂໍ້ມູນສະຖິຕິອື່ນໆ ທີ່ຕ້ອງໄດ້ປະຕິບັດໃນລະດັບຂອງກະຊວງ, ແຂວງ ແລະ ເມືອງ. ໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບຂອງກະຊວງທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍລວມແລ້ວ ຈະກ່ຽວຂ້ອງກັບນະໂຍບາຍ ແລະ ຍຸດທະສາດ ແລະ (ໃນກໍລະນີບໍ່ມີສະພາບໍລິຫານໃນວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວ) ບາງຄັ້ງ ຈະກ່ຽວຂ້ອງກັບການອະນຸມັດ, ການພັດທະນາ ແລະ ການຕະຫຼາດໃນຂະນະທີ່ ແຂວງ ແລະ ເມືອງ ມີໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບການພັດທະນາຢູ່ຮາກຖານ, ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດບັນດານະໂຍບາຍ ແລະ

ການປະສານງານກັບພາກເອກະຊົນ ແລະ ຂະແໜງການ ອື່ນໆຂອງ ລັດຖະບານ. ໃນຜ່ານມາ, ໃນຖານະເປັນຜູ້ອອກລະບຽບ ການຂອງຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ເຄີຍມີໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບ ການ ອະນຸມັດການອອກໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວ ເບື້ອງຕົ້ນ ແລະ ມີໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບການອອກ ແລະ ຕໍ່ອາຍໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດ ເຊິ່ງຖືວ່າໜັກໜ່ວງ. ເພື່ອຊຸກຍູ້ ການລົງທຶນໃນຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ, ວິສະຫະກິດ ທີ່ມີ ສ່ວນຮ່ວມໃນເສດຖະກິດການທ່ອງທ່ຽວ ຕ້ອງປະຕິບັດຕາມລະບຽບການ ໃນລະດັບທີ່ວ່າ ຈະມີຜົນກະທົບຕໍ່ ສຸກຂະພາບ ແລະ ຄວາມປອດໄພ ແລະ ຂໍຮຽກຮ້ອງ ທາງດ້ານລະບຽບການທີ່ອອກມາ ຕ້ອງບໍ່ສ້າງພາລະແບກຫາບທີ່ບໍ່ຈຳເປັນໃຫ້ແກ່ວິສະຫະກິດ. ຕ້ອງມອບໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບດັ່ງກ່າວໃຫ້ແກ່ຫ້ອງການແຂວງ ແລະ ເມືອງ ຢູ່ເຂດທີ່ມີການລົງທຶນ. ໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ລະບຽບການທີ່ ກະທົບຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ຕ້ອງຖືກອອກແບບ ແລະ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ໂດຍນຳໃຊ້ ປະສົບການທີ່ດີ ຂອງສາກົນ, ກຳນົດເປົ້າໝາຍດ້ານລະບຽບການແລະ ເງື່ອນໄຂຢ່າງ ຈະແຈ້ງ. ເພື່ອສະໜັບສະໜູນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ໜັ້ນໃສ່ຊຸມຊົນ, ກະຊວງ ຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ຕ້ອງມີໜ້າທີ່ສ້າງມາດຕະຖານ ສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວທີ່ໜັ້ນໃສ່ຊຸມຊົນ ແຕ່ບໍ່ອະນຸມັດທຸລະກິດ ຫຼື ລາຄາການທ່ອງທ່ຽວທີ່ ໜັ້ນໃສ່ຊຸມຊົນ ເພາະ ແມ່ນຫ້ອງການແຂວງ ແລະ ເມືອງ ທີ່ເຂົ້າໃຈບົດບາດ ຂອງຕົນເອງ ໃນການສະໜັບສະໜູນວຽກງານດັ່ງກ່າວ ຫຼາຍກວ່າການຄຸ້ມຄອງທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ໜັ້ນໃສ່ຊຸມຊົນນີ້. ການຕະຫຼາດການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການລະດົມຂົນຂວາຍໂຄສະນາ ລວມທັງ ການເຂົ້າຮ່ວມຕະຫຼາດມັດສາກົນ ຕ້ອງແມ່ນຄວາມ ຮັບຜິດຊອບຂອງອົງການຈັດຕັ້ງຈາກພາກເອກະຊົນ. ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ມີບົດບາດໃນການ ເຮັດວຽກກັບພາກເອກະຊົນໃນການຈັດຕັ້ງ ສະພາການທ່ອງທ່ຽວແຫ່ງຊາດໃໝ່ ໃນລະດັບຊາດ ທີ່ຈະເຊື່ອມຊານທຸກຄວາມພະຍາ ຍາມຂອງຕະຫຼາດໃຫ້ແກ່ ສປປ ລາວ (ແທນທີ່ຈະໃຫ້ ແຂວງ ຫຼື ເມືອງ ສົ່ງເສີມດ້ວຍຕົນເອງ), ທອດຖອນບົດຮຽນຈາກຕະຫ່າງ ການຄຸ້ມຄອງເສັ້ນທາງການທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີໃນປະຈຸບັນ (ທີ່ຍັງບໍ່ສາມາດປະຕິບັດໜ້າທີ່ໄດ້ຢ່າງເຕັມສ່ວນ) ທີ່ມີການຄຸ້ມຄອງດີທີ່ສຸດ ໃນລະດັບແຂວງ ແລະ ເມືອງ ເພື່ອປະສານກັບ ກຸ່ມບ້ານ ຫຼື ແຜນການພັດທະນາສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວສະເພາະ.

127 ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ ແລະ ພະແນກກະສິກຳແຂວງ, ຫ້ອງການກະສິກຳເມືອງ ແລະ ຫ້ອງການຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນ ແຫ່ງຊາດ ໂດຍມີໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບທາງດ້ານກົດໝາຍ ສຳລັບການບັງຄັບໃຊ້ກົດໝາຍ ວ່າດ້ວຍການປົກປ້ອງສັດປ່າ ແລະ ປ່າໄມ້, ການຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນ ກໍ່ຄື ການຄຸ້ມຄອງປ່າຜະລິດ, ວຽກງານກະສິກຳ ແລະ ການພັດທະນາຊຸມນະບົດ, ໃນຜ່ານມາ ພາລະບົດບາດຂອງກະຊວງກະສິກຳ ໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ບໍ່ຈະແຈ້ງ. ດ້ວຍເຫດນີ້, ໂດຍທອດຖອນບົດ ຮຽນຈາກປະສົບການທີ່ດີທີ່ສຸດຈາກບັນດາເປົ້າໝາຍການທ່ອງທ່ຽວທີ່ກົດຂຶ້ນໃໝ່ ແລະ ກຳນົດເອົາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ເປັນບຸລິມະສິດນຶ່ງ, ພະແນກຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດຂອງກົມ ປ່າໄມ້, ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ ໃນປະຈຸບັນ ມີພາລະບົດບາດໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ທຸກກິດຈະກຳອື່ນໆ ພາຍໃນອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ. ໃນເວລາ ດຽວກັນ, ເນື່ອງຈາກມີການພົວພັນກັນ ລະຫວ່າງຫຼາຍຂະແໜງການ ສຳລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ມີຄວາມຍືນຍົງ ແລະ ລັດຖະບານລາວ ກຳນົດເອົາການທ່ອງທ່ຽວເປັນບຸລິມະສິດສູງ ພາລະບົດບາດດັ່ງກ່າວອາດ ໄດ້ຮັບການເສີມຂະຫຍາຍ ໃຫ້ເຂັ້ມແຂງ ໂດຍມີ ເວທີການປະສານງານລະດັບສູງ ທີ່ມີທີ່ຕັ້ງຢູ່ສຳນັກງານນາຍົກລັດຖະມົນຕີ ແລະ ຢູ່ພາຍໃຕ້ ຄະນະຊີ້ ນຳລະດັບຊາດ ໃນວຽກງານການເຕີບໂຕສີຂຽວ ທີ່ໄດ້ຊີ້ແຈ້ງຂ້າງເທິງ. ເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ແລະ ຫ້ອງການຄຸ້ມຄອງ ອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ ຕ້ອງຮັບຜິດຊອບ ການສ້າງແຜນຄຸ້ມຄອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວສະເພາະ ສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດອະນຸ ລັກ ແລະ ເຮັດວຽກກັບພາກສ່ວນຕ່າງໆ ເພື່ອສ້າງ ແລະ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ລະບຽບການກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວສະເພາະ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນ ພ້ອມກັບ ການສ້າງໜ່ວຍງານວິຊາການຂອງຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມໃນວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວ ໃນເຂດປ່າສະ ຫງວນ ທີ່ປະກອບດ້ວຍພາກເອກະຊົນ ແລະ ຕົວແທນຂອງ ບ້ານ ແລະ ມີສິດອຳນາດໃນການທົບທວນຄືນ ແລະ ໃຫ້ຄຳຊີ້ແນະ ຕໍ່ສະພາບໍລິຫານເຂດປ່າສະຫງວນ ທຸກຢ່າງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ. ສະຖານທີ່ ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ທີ່ຢູ່ນອກຂອບເຂດຂອງ ປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ຕ້ອງມີໂຄງປະກອບການຄຸ້ມຄອງ ທີ່ຄ້າຍຄືກັນ ໂດຍການຕິດຕາມ ແລະ ຄຸ້ມ

ຄອງຂອງພະແນກແຂວງ ແລະ ຫ້ອງການເມືອງ ໂດຍການຮ່ວມມືກັບໜ່ວຍງານອື່ນໆ ແລະ ພາກເອກະຊົນ.

128 ກະຊວງອຸດສະຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ແລະ ພະແນກ ອຸດສະຫະກຳແຂວງ ແລະ ຫ້ອງການອຸດສະຫະກຳເມືອງ: ໂດຍມີໜ້າທີ່ຂຶ້ນທະບຽນບໍລິສັດ, ກະຊວງ ອຸດສະຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ມີບົດບາດອັນສຳຄັນໃນການກຳນົດຍຸດທະສາດການພັດທະນາຂອງປະເທດ. ໃນຜ່ານມາ, ຂັ້ນຕອນໃນການຂຶ້ນທະບຽນວິສະຫະກິດ ຍັງເປັນສິ່ງທ້າທາຍ ໂດຍສະເພາະ ໃນຫຼາຍຂະແໜງການ (ລວມທັງຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ) ເຊິ່ງແຕ່ລະກະຊວງຕ້ອງ ໄດ້ອະນຸມັດການສ້າງຕັ້ງກ່ອນ ແລະ ນຳສະແດງໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດ ໃນ ຂະແໜງເຫຼົ່ານັ້ນ. ນອກຈາກໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດ ອອກໂດຍ ບັນດາກະຊວງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ຈະມີການອອກໃບອະນຸຍາດກໍ່ຕັ້ງບໍລິສັດຕື່ມອີກ ຫຼັງຈາກໄດ້ໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດແລ້ວ. ສຳລັບຂັ້ນຕອນການຂຶ້ນທະບຽນບໍລິສັດ, ການຮັບຮອງເອົາຂໍ້ຕົກລົງຂອງ ກະຊວງ ອຸດສະຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ໃນເດືອນ ມັງກອນ 2019 ໄດ້ລົບລ້າງຂັ້ນຕອນການຂໍອະນຸມັດລ່ວງໜ້າ ແຕ່ ກະຊວງອຸດສະຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ຍັງຕ້ອງສືບຕໍ່ປັບປຸງວາລະການປະຕິຮູບ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຂັ້ນຕອນການຂຶ້ນທະບຽນງ່າຍຂຶ້ນ ໂດຍການປະສານສົມທົບກັບບັນດາກະຊວງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ທີ່ອອກໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດເຊິ່ງມັນຈຳເປັນເພື່ອບັນລຸເປົ້າໝາຍຂອງນະໂຍບາຍຂອງລັດ (ໃຫ້ເບິ່ງພາກກ່ຽວກັບ ກະຊວງ ຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ). ການຂຶ້ນທະບຽນນີ້ ຕ້ອງມອບໃຫ້ພະແນກແຂວງ ໂດຍການຊື້ນຳຂອງ PIC ເພື່ອປັບປຸງການຄຸ້ມຄອງການຂຶ້ນທະບຽນບໍລິສັດໃຫ້ດີຂຶ້ນ.

129 ກະຊວງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ພະແນກສິ່ງແວດລ້ອມ ແຂວງ ແລະ ເມືອງ: ພາລະບົດບາດຂອງກະຊວງ ຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ມີກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດມີ (1) ວຽກງານການອອກລະບຽບກ່ຽວກັບສິ່ງແວດລ້ອມ ລວມທັງ ການກຳນົດນະໂຍບາຍ ແລະ ຮັບຮອງເອົາ ໃບຢັ້ງຢືນການປະຕິບັດຕາມມາດຕະຖານ ສິ່ງແວດລ້ອມ ຫຼື Environmental Compliance Certificates (ECCs), (2) ຮັບຮອງເອົາບົດປະເມີນຜົນກະທົບທາງດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ສັງຄົມ; (3) ກຳນົດມາດຕະຖານກ່ຽວກັບຄຸນນະພາບທາງດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມຂອງ ອາກາດ ແລະ ນ້ຳ ; (4) ບັງຄັບໃຊ້ ກົດໝາຍ, ນະໂຍບາຍ ແລະ ລະບຽບການກ່ຽວກັບສິ່ງແວດລ້ອມ; (5) ການວາງແຜນ ແລະ ນະໂຍບາຍການນຳໃຊ້ຊັບພະຍາກອນນ້ຳ; (6) ການຄຸ້ມຄອງເຂດປຽກຊຸ່ມ (ມີຄວາມສຳຄັນສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວເບິ່ງນົກ) ແລະ (7) ຊື້ນຳນະໂຍບາຍ ແລະ ການສະໜອງທຶນໃຫ້ແກ່ວຽກງານການຮັບມືກັບການປ່ຽນແປງດິນຟ້າອາກາດ. ເຖິງແມ່ນວ່າກະຊວງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ມີໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບການອອກໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ສະຖານທີ່ອື່ນໆ ທີ່ມີຄວາມລະອຽດອ່ອນ, ກະຊວງຊັບພະຍາກອນ ຕ້ອງສຸມໃສ່ການສ້າງຄູ່ມື ແລະ ຂັ້ນຕອນທີ່ງ່າຍດາຍ ສຳລັບການດຳເນີນທຸລະກິດ ເຊິ່ງມັນຕ້ອງເປັນສ່ວນໜຶ່ງ ຂອງການເຊື່ອມຊຸມຂັ້ນຕອນການຮັບຮອງເອົາ ໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດເພື່ອຊຸກຍູ້ ໃຫ້ມີການປະຕິບັດຕາມລະບຽບການຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ແລະ ມີຄວາມໂປ່ງໃສ. ຫ້ອງການຊັບພະຍາກອນ ທຳມະຊາດແຂວງ ແລະ ເມືອງ ຕ້ອງໄດ້ຮັບການຝຶກອົບຮົມ ເພື່ອປະເມີນ ແລະ ຕິດຕາມການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາດຕະຖານກ່ຽວກັບຄຸນນະພາບຂອງສິ່ງແວດລ້ອມ ຈາກພາກສ່ວນທຸລະກິດເອກະຊົນ, ທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວຊຸ່ມຊົນ ແລະ ພື້ນຖານໂຄງລ່າງຂອງລັດສຳລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ.

130 ກະຊວງສຶກສາທິການ ແລະ ກິລາ ແລະ ສຸນຝຶກອົບຮົມວິຊາຊີບ: ກະຊວງສຶກສາທິການ ແລະ ກິລາ ມີຄວາມສຳຄັນຕໍ່ການກໍ່ຕັ້ງສະຖາບັນ ລາວ (LANITH: Lao National Institute for Tourism and Hospitality) ຫຼື ສະຖາບັນການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ກິດຈະການໂຮງແຮມ ແຫ່ງຊາດ). ບົດບາດຂອງກະຊວງສຶກສາ ໃນອານາຄົດ ຈະກວມເອົາການຊ່ວຍເຫຼືອໃນການອອກແບບ ແລະ ພັດທະນາຫຼັກສູດທີ່ນຳໃຊ້ໄດ້ ແລະ ບົດສອນ ວິຊາກິດຈະການໂຮງແຮມ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ ໃນນີ້ ລວມມີໃບຢັ້ງຢືນອາຊີບມະກຸເທດ ແລະ ການຢັ້ງຢືນຄົນຜ່ານ ສະຖາບັນ ລາວ ຫຼື ສຸນຝຶກອົບຮົມວິຊາຊີບໃນທົ່ວປະເທດ. ອີກບົດບາດໜຶ່ງ ອາດແມ່ນ ການອອກແບບ ແລະ ຄຸ້ມຄອງລະບົບການຮັບຮອງເອົາ ແລະ ສະໜັບສະໜູນກິດຈະກຳກິລາໃຫຍ່ໆ ເຊັ່ນ ການແຂ່ງ

ຂັ້ນແລ່ນມາຮາທອນ, ກິລາ ຕຣີອັດລົງ, ບັນລິດຖິບ ແລະ ແລ່ນວິບາກ, ການລ່ອຍນໍ້າ, ການແຂ່ງຂັນປິນເຂົາ, ການແຂ່ງຂັນຕຶກປາ, ແຂ່ງເຮືອພາຍ ແລະ ແຂ່ງເຮືອແພ ແລະ ເຮືອກາຢັກ.

131 ກະຊວງການຕ່າງປະເທດ ແລະ ກະຊວງພາຍໃນ. ໂດຍມີໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບກ່ຽວກັບນະໂຍບາຍ ການເຂົ້າເມືອງ ແລະ ວິຊາ, ລວມທັງ ການເກັບກຳຂໍ້ມູນສະຖິຕິ ອາດຈຳເປັນຕ້ອງກຳນົດກອບສຳລັບ 2 ກະຊວງນີ້ ໃນການຄົ້ນຄວ້າຂັ້ນຕອນ ທີ່່າຍດາຍ ສຳລັບຜູ້ໃຊ້ບໍລິການຂໍວິຊາໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວ ລວມທັງ ຂັ້ນຕອນການຂໍວິຊາ ອອນໄລ ແລະ ການຍົກເວັ້ນວິຊາ. ກ່ຽວກັບວິຊາ ໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວ ໃນຂະນະທີ່ການນຳໃຊ້ປະເພດວິຊາແບບໃໝ່ ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວ ອາດມີຜົນໄດ້ສູງ ໂດຍມີຂັ້ນຕອນທີ່່ວ່ອງໄວ ເຊັ່ນ ການຂໍວິຊາກັບທີ່່ຢູ່ ປະເທດ ກຳປູເຈັຽ, ມັນຈະເປັນການດີ ຖ້າສາມາດພຽງແຕ່ຮັບປະກັນວ່າ ຂັ້ນຕອນດັ່ງກ່າວ ມີຄວາມໂປ່ງໄສ ແລະ ມີປະສິດຕິຜົນ.

132 ກະຊວງປ້ອງກັນຊາດ. ບົດບາດຂອງກອງທັບ ກ່ຽວກັບ ການຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນ ຕ້ອງມີຄວາມຈະແຈ້ງ ເນື່ອງຈາກວ່າ ກອງທັບ ມີຄວາມຮັບຜິດຊອບອັນດຽວກັບກະຊວງ ກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ ໃນການຄຸ້ມຄອງບາງເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ແລະ ຍັງຖືກກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ ຂໍໃຫ້ຊ່ວຍປະຕິບັດການລາດຕະເວນ ໃນເຂດ ປ່າສະຫງວນອື່ນໆ. ມັນຈະແຈ້ງແລ້ວວ່າ ຖ້າບໍ່ມີ ການອະນຸຍາດຈາກກະຊວງ ປ້ອງກັນຊາດ ແລະ ການຮ່ວມມືກັນໃນການຄຸ້ມຄອງບາງເຂດປ່າສະຫງວນສະເພາະ ເຊັ່ນ ພູ ເຂົາຄວາຍ ຢູ່ເຂດນອກນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຈະພົບກັບຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ.

133 ກະຊວງປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ: ກະຊວງປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ ແລະ ກະຊວງປ້ອງກັນຊາດ ມີບົດບາດອັນສຳຄັນ ໃນຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວທີ່່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຄວາມປອດໄພຂອງມວນຊົນ. ປະຈຸບັນ, ແຕ່ລະກຸ່ມທ່ອງທ່ຽວຕ້ອງໄດ້ຂໍອະນຸຍາດລ່ວງໜ້າຕາມຂໍ້ ຮຽກຮ້ອງຂອງກະຊວງປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ ເຊິ່ງເປັນອີກຂັ້ນຕອນນຶ່ງຂອງການຂໍໃບອະນຸຍາດ ສຳລັບບັນດາບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປະເດັນດັ່ງກ່າວ ຖືກຍົກມາປຶກສາຫາລື ຢູ່ໃນເວທີປຶກສາຫາລືຂອງພາກທຸລະກິດ ເຊິ່ງມັນຍັງສະແດງອອກ ໃນຜົນຂອງການ ປະເມີນຂັ້ນຕອນການລົງທຶນ ແລະ ຂັ້ນຕອນການດຳເນີນທຸລະກິດໃນປີ 2016. ຂັ້ນຕອນການຂໍອະນຸຍາດນີ້ ເຮັດໃຫ້ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສຳ ລັບການຈັດທ້ວທ່ອງທ່ຽວສູງຂຶ້ນ ແລະ ອາດເປັນອຸປະສັກ ຕໍ່ການະພັດທະນາທຸລະກິດ.

134 ກະຊວງໂຍທາທິການ ແລະ ຂົນສົ່ງ. ກະຊວງດັ່ງກ່າວ ມີໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບ ການສ້າງທາງ ແລະ ພັດທະນາພື້ນຖານໂຄ່ງລ່າງ, ຊຶ່ງນຳເຫດສະບານ. ກະຊວງ ໂຍທາທິການ ແລະ ຂົນສົ່ງ ແລະ ພະແນກໂຍທາແຂວງ ມີໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບການວາງແຜນ ແລະ ກຳນົດບໍລິມະສິດຂອງຕະໜ່າງເສັ້ນທາງທ້ອງຖິ່ນ, ຄຸ້ມຄອງ ກອງທຶນທາງ ຂອງ ສປປ ລາວ. ການປະຕິບັດໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບດັ່ງ ກ່າວ ແມ່ນໄປຕາມລະບົບການບູລະນະທາງຂອງແຂວງ ແລະ ຄຸ້ມຄອງກອງທຶນທາງ ຂອງ ສປປ ລາວ. ໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບດັ່ງກ່າວ ມີຄວາມສຳຄັນຕໍ່ການພັດທະນາພື້ນຖານໂຄ່ງລ່າງ ທີ່ທັນສະໄໝ ເຊິ່ງມັນຈຳເປັນ ເພື່ອເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ເຊັ່ນ ເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ເຂດນໍ້າ.

135 ພາກເອກະຊົນ. ພາກເອກະຊົນ ເຊິ່ງລວມເອົາບັນດາບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ, ບັນດາສາຍການບິນພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ, ຜູ້ສະໜອງທີ່ພັກເຊົາ ແລະ ວິສະຫະກິດອື່ນໆ ຕ້ອງມີສ່ວນຮ່ວມໃນການກຳນົດວິທີການພັດທະນາສະຖານທີ່ ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ຕະຫຼາດ ໂດຍອີງໃສ່ຄວາມເຂົ້າໃຈຂອງພາກເອກະຊົນ ກ່ຽວກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ. ສິ່ງ ກະຕຸ້ນຊຸກຍູ້ທີ່່ມີເປົ້າໝາຍຄັກແນ່ ແລະ ຕິດພັນກັບຜົນໄດ້ຮັບ ທີ່່ສາມາດວັດແທກໄດ້ ສາມາດສະໜັບສະໜູນໃຫ້ພາກເອກະຊົນ ມີບົດບາດທີ່່ເຂັ້ມແຂງ ໃນການຝຶກອົບຮົມພະນັກງານ ໂດຍການແກ້ໄຂຄວາມສ່ຽງ ທີ່່ທຳມະກອນ ທີ່່ພວມຝຶກອົບຮົມ ປະເຊີນ ຫນ້າກັບຄູ່ແຂ່ງ. ອີງຕາມປະສົບການທີ່່ດີທີ່່ສຸດ, ໜ່ວຍງານເອກະຊົນ ມີໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບການປົກປ້ອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທຳ ມະຊາດ ໂດຍການຮ່ວມມື ກັບຊຸມຊົນ ແລະ ຕາມການຕົກລົງຂອງ ລັດຖະບານ.

136 ອົງການຈັດຕັ້ງທາງສັງຄົມ: ຖ້າວ່າ ການທ່ອງທ່ຽວ ມີຈຸດປະສົງເພື່ອຕີລາຄາ, ແມ່ນຊຸມຊົນທີ່ເປັນເຈົ້າຂອງເສັ້ນທາງການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ຈະເປັນຜູ້ໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດຜູ້ສຸດທ້າຍ ແລະ ເປັນຄູ່ຮ່ວມທຸລະກິດ. ຕໍ່ກັບຜະລິດຕະພັນການທ່ອງທ່ຽວ, ສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວທ່ຽວທຳມະຊາດໂດຍລວມແລະການທ່ອງທ່ຽວທີ່ໜັ້ນໃສ່ຊຸມຊົນໂດຍສະເພາະ, ຍັງມີຕີອີກອັນໜຶ່ງ ຈາກຊຸມຊົນເມື່ອເວົ້າເຖິງຄວາມເປັນເອກະລັກ ແລະ ຄວາມສາມາດຍາດເອົາຕະຫຼາດ ແລະ ສິ່ງອື່ນໆເຊັ່ນ ການຕີຄວາມໝາຍກ່ຽວກັບສັດປ່າ (ຕົວຢ່າງ ຈາກຄົນທີ່ຄິດເປັນນັກລ່າສັດປ່າຜິດກົດໝາຍໃນອະດີດ ຫັນມາເປັນເຈົ້າໜ້າທີ່ຮັກສາປ່າ). ບັນດາອົງການຈັດຕັ້ງທາງສັງຄົມ ແລະ ບັນດາອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ບໍ່ສັງກັດລັດຖະບານ ສາມາດໃຫ້ການສະໜັບສະໜູນ ແລະ ໃນບາງສະພາບ ເປັນຕົວແທນຂອງຊຸມຊົນໃນການເຈລະຈາ ກັບ ພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ ແຕ່ທີ່ສຳຄັນ ອົງການຈັດຕັ້ງເຫຼົ່ານັ້ນ ຕ້ອງບໍ່ມີຄວາມສັບສົນກັບຊຸມຊົນ ຫຼື ພາກສ່ວນທຸລະກິດເອກະຊົນ.

ຮູບ 13: ພາລະບົດບາດ ແລະ ຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງອົງການຈັດຕັ້ງ ແລະ ຜູ້ມີສ່ວນຮ່ວມທີ່ສຳຄັນ

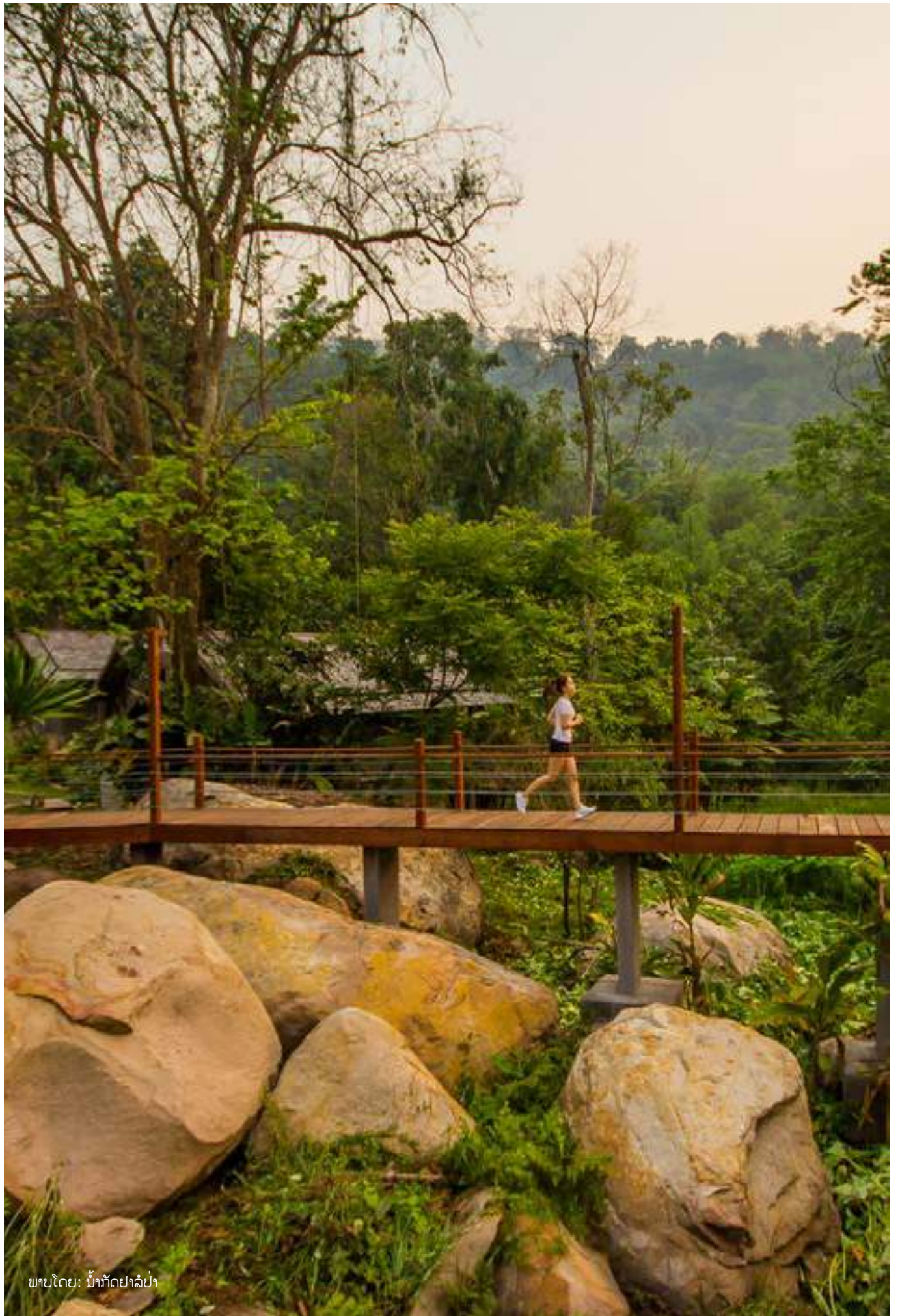
ຫ້ອງການສຳນັກງານນາຍົກລັດຖະມົນຕີ

- > ສ້າງແຜນສຳລັບຫຼຸດຜ່ອນຂໍ້ຫຍຸ້ງຍາກ
- > ກຳນົດພາລະບົດບາດ ແລະ ຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງບັນດາ ອົງການ
- > ກຳນົດນະໂຍບາຍ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຢູ່ໃນແຜນການເສດຖະກິດ- ສັງຄົມແຫ່ງຊາດ
- > ຮັບປະກັນຜົນໃຫ້ໂຄງການກຳສ້າງພື້ນຖານໂຄງລ່າງຂະໜາດ ໃຫຍ່ (ເຂື່ອນ, ບໍ່ແຮ່, ປູກປ່າ, ເຂດເສດຖະກິດ) ສ້າງຜົນກະທົບແກ້ໄຂສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ.

ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ

- > ສະໜອງຂໍ້ມູນໃຫ້ນັກລົງທຶນ
- > ອະນຸມັດ ແຜນລົງທຶນ ຢູ່ໃນເຂດປ່າສະຫງວນຕາມຍຸດທະສາດຂອງກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້
- > ຮັບປະກັນບໍ່ໃຫ້ແຜນ ແລະ ການລົງທຶນຂະໜາດໃຫຍ່ ສ້າງຜົນກະທົບແກ້ໄຂສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ.

ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ	ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້	ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ	ກະຊວງສັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ	ກະຊວງໂຍທາທິການ ແລະ ຂົນສົ່ງ	ພາກເອກະຊົນ
<p>ຮັບຜິດຊອບ</p> <ul style="list-style-type: none"> > ປະສານງານກັບທີມງານຮັບຜິດຊອບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ > ສ້າງຍຸດທະສາດການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດແຫ່ງຊາດ > ສ້າງ ມາດຕະຖານສຳລັບທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ຕິດຕາມກວດກາ > ອະນຸມັດແຜນການຕະຫຼາດແຫ່ງຊາດ > ອະນຸມັດໃບອະນຸຍາດ ດຳ ເນີນທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວ 	<p>ຮັບຜິດຊອບ</p> <ul style="list-style-type: none"> > ປົກປ້ອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີການປົກປ້ອງ (ເສັ້ນທົບກັບ/ພາກສ່ວນປ່ອງກັນຄວາມ ສະຫງົບ) > ຄຸ້ມຄອງ ແລະ ກວດກາກິດຈະກຳ ປູ່ພາຍໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ໂດຍລວມ > ຊີ້ນຳທີມງານທ່ອງທ່ຽວເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ > ອະນຸມັດການກຳນົດເຂດທ່ອງທ່ຽວປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ, ລະບຽບການ ແລະ ທຸລະກິດທີ່ອນຢືນເຂດປ່າສະຫງວນ > ພັດທະນາພື້ນຖານໂຄງ ລ່າງດາມການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ > ຮວມກັບ ພາກເອກະຊົນ > ໃຫ້ຂໍ້ມູນແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ 	<p>ຮັບຜິດຊອບ</p> <ul style="list-style-type: none"> > ລົງທະບຽນທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວ > ໃຫ້ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບການລົງທະບຽນທຸລະກິດ 	<p>ຮັບຜິດຊອບ</p> <ul style="list-style-type: none"> > ກຳນົດມາດຕະຖານດ້ານສິ່ງແວດລ້ອມ > ວາງ ມາດຕະຖານ ການຄຸ້ມຄອງສິ່ງເສດເຫຼືອ (ຂີ້ເຫຍື້ອ) ຢູ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ > ວາງ ມາດຕະຖານໃນການຫຼຸດຜ່ອນມົນລະພິດຢູ່ສະຖານທີ່ ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ > ໃຫ້ຄຳແນະນຳດ້ານແຮງ ຈູງໃຈໃນການຫຼຸດຜ່ອນມົນລະພິດ 	<p>ຮັບຜິດຊອບ</p> <ul style="list-style-type: none"> > ຈັດເລື່ອນຄວາມສຳຄັນຂອງໂຄງລ່າງພື້ນຖານ ຢູ່ເປົ້າໝາຍສະຖານທີ່ ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ > ສ້າງສູນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງ ສິ່ງເສດເຫຼືອສຳລັບເຂດພື້ນທີ່ທ່ອງທ່ຽວຢູ່ນອກເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ (ເພື່ອສະໜັບສະໜູນການຄຸ້ມຄອງສິ່ງເສດເຫຼືອຂອງພາກເອກະຊົນ) 	<p>ຮັບຜິດຊອບ</p> <ul style="list-style-type: none"> > ຄຸ້ມຄອງທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວ > ກຳນົດລາຄາ ສຳ ລັບການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການບໍລິການ ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ > ຝັກອົບຮົມໃຫ້ພະນັກງານໂດຍຜູ້ຊ່ວຍຊານ ໃນການປະຕິບັດຕາມແຜນການຕະຫຼາດ > ປະຕິບັດຕາມຮູບແບບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດທີ່ຖືກສຸດຂອງ ສາກົນກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ
<p>ບໍ່ຮັບຜິດຊອບ</p> <ul style="list-style-type: none"> > ອະນຸມັດລາຄາການທ່ອງທ່ຽວແບບຊຸມຊົນ (GBT) > ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ແຜນການຕະຫຼາດແຫ່ງຊາດ ພາຍໃຕ້ຄວາມຮັບຜິດຊອບດ້ານຂອງພາກເອກະຊົນ 	<p>ບໍ່ຮັບຜິດຊອບ</p> <ul style="list-style-type: none"> > ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດຈະກຳທຸລະກິດຢູ່ໃນ NPA > ເກັບອາກອນ 	<p>ບໍ່ຮັບຜິດຊອບ</p> <ul style="list-style-type: none"> > ອະນຸມັດ ພື້ນທີ່ໃນເຂດປ່າປ້ອງກັນ ໃຫ້ທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວ 	<p>ບໍ່ຮັບຜິດຊອບ</p> <ul style="list-style-type: none"> > ອະນຸມັດທຸລະກິດ ເກັບສິ່ງເສດເຫຼືອ (ຂີ້ເຫຍື້ອ) 	<p>ບໍ່ຮັບຜິດຊອບ</p> <ul style="list-style-type: none"> > ພັດທະນາພື້ນຖານໂຄງລ່າງພາຍໃນ ຫຼື ອອກຂາງເຂດປ່າສະຫງວນໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບຄວາມເຫັນດີຈາກ ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ ແລະ ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ 	<p>ບໍ່ຮັບຜິດຊອບ</p> <ul style="list-style-type: none"> > ຄຸ້ມຄອງເຂດພື້ນທີ່ ແລະ ຊັບສິນສາທາລະນະ



ภาพโดย: น้ากัศยาธิ์ป่า

ເອກະສານຊ່ອນທ້າຍ ກ: ແຜນດຳເນີນງານລະອຽດ

ກ.1 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ

ພາຍຫຼັງປະເມີນກຸ່ມເປົ້າໝາຍຕ່າງໆ ແລະ ພິຈາລະນາ ເຂດທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ຈະມີຜົນປະໂຫຍດສູງກວ່າໝູ່, ຈາກຈຳນວນ 7 ໂຄງການທີ່ຈະໄດ້ຜົນປະໂຫຍດສູງກວ່າໝູ່ ໄດ້ເລືອກເຟັ້ນເອົາ 5 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍທີ່ເປັນບຸລິມະສິດ (ເປັນໜັງສື ເຂັ້ມ) ແລະ 2 ໂຄງການສຳຮອງ (ເປັນຕົວໜັງສືອ່ຽງ).

ຕາຕະລາງ 18: ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ

	ພາກຕາເວັນອອກຊຽງ ເໜືອ	ນະຄອນຫຼວງ	ພາກກາງ	ພາກໃຕ້
ຄົນ ສັນຊາດໄທ ຊັ້ນກາງ/ສູງ ທີ່ມາຈາກຕົວເມືອງ		ຕຶກປາ, ຂີ້ລົດຖີບຂຶ້ນພູ, ລັກຈັດວິບາກ, ຕັ້ງແຄ້ມ, ບັນລົດຖີບທາງລຽບ, ປີນເຂົາ, ຕັ້ງແຄ້ມໃນປ່າ. eco-lux, "glamping."		
ຜູ້ປະກອບອາຊີບຊາວ ມາເລເຊັງ		ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ, ທ່ຽວຖ້ຳ, ເດີນປ່າ, ລ່ອງແພ ແລະ ເຂົ້າຜະລິດຕະພັນ Halal		
ຜູ້ປະກອບອາຊີບ ຈາກ ຮົງກົງ				
ຜູ້ປະກອບອາຊີບ ຈາກ ສິງກະໂປ				
ຄົນຕາເວັນຕົກ ທີ່ ປະຈຳຢູ່ພາກພື້ນລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງ	ທ່ອງທ່ຽວເບິ່ງນົກ, ທ່ຽວຖ້ຳ, ຂີ້ລົດຈັກ, ບັນລົດຖີບຂຶ້ນພູ, eco-lux			
ຄົນ ຫວຽດນາມຊົນຊັ້ນປານກາງ	ພະນັກທາງປະຫວັດສາດ ແລະ ທຳມະຊາດ; ມໍລະດົກ			
ຄົນລາວ ຊົນຊັ້ນປານກາງ				
ຄົນ ລາວ ຊົນຊັ້ນສູງ	ທ່ອງທ່ຽວເບິ່ງນົກ, ທ່ຽວຖ້ຳ, ຂີ້ລົດຈັກ, ບັນລົດຖີບຂຶ້ນພູ, eco-lux			
ຄົນ ເກົາຫຼີ ຊົນຊັ້ນປານກາງ	Eco-lux, ບໍ່ມ້ຳຮ້ອນ			
ຄົນ ຍີ່ປຸ່ນ ຊົນຊັ້ນປານກາງ	ເດີນປ່າ, ບັນລົດຖີບ, ບໍ່ມ້ຳຮ້ອນ			
ຄົນ ຈີນ ຊົນຊັ້ນປານກາງ ຈາກແຄ້ວນ ຢຸນານ				
ນັກທ່ອງຕາເວັນຕົກ ທີ່ມີເສັ້ນທາງການທ່ອງທ່ຽວ ໃນພາກພື້ນລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງ				

ວິທີການດັ່ງກ່າວ ບໍ່ໄດ້ມອງຂ້າມກຸ່ມຕະຫຼາດອື່ນ ເຊິ່ງອາດແທດເໝາະກັບບັນດາຜູ້ປະກອບການພິເສດ (ໂດຍສະເພາະຕະລາດທີ່ເຊື່ອມ ໂຢ່ງກັບພາກພື້ນລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງຕາມສາຍຕັ້ງ) ໂດຍມີຊ່ອງທາງການ ແຈກຢາຍທີ່ຍັງບໍ່ສະໜໍາສະເໝີ ແຕ່ມີຈຸດສຸມທີ່ເປັນຍຸດທະສາດ ສຳລັບນັກທ່ອງທ່ຽວສ່ວຍໃຫຍ່ໃນ ສປປ ລາວ

3.2 ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ/ຕະຫຼາດ ສຳລັບ 4 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ

ອີງຕາມການສຳຫຼວດພາກສະໜາມໃນແງ່ການວິເຄາະ ແລະ ການປຶກສາຫາລືຢ່າງກວ້າງຂວາງ ກັບບັນດາພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ຄວາມຮູ້ ແລະ ປະສົບການທີ່ພວກເຮົາມີ ໃນການກຳນົດເສັ້ນທາງ ການທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ພາກພື້ນລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງ ແລະ ໄກກວ່າ ນັ້ນ 4 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍຖືກສະເໜີໃຫ້ເປັນບຸລິມະສິດຂໍ້ມູນຂ້າງເທິງ ສະແດງໃຫ້ເຫັນ ຂໍ້ຮຽກຮ້ອງເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບຂີດຄວາມສາມາດຂອງແຕ່ລະກຸ່ມເປົ້າໝາຍ

ຕາຕະລາງ 19: ຂໍ້ຮຽກຮ້ອງເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບຄວາມອາດສາມາດຮັບມືກັບຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ໃນກຸ່ມເປົ້າໝາຍການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

ກຸ່ມ	ຂໍ້ຮຽກຮ້ອງເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບຄວາມອາດສາມາດ (ຫ້ອງພັກ)	ງົບປະມານ	ລະດັບ	ລະດັບສູງ ('ecolux')
ມໍລະດົກທາງພາກຕາເວັນອອກຊຽງເໜືອ	142	ຈຸດສຸມສຳຮອງ		ຈຸດສຸມຕົ້ນຕໍ
ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຢູ່ນະຄອນຫຼວງ	158	ຈຸດສຸມຕົ້ນຕໍ	ຈຸດສຸມສຳຮອງ	ຈຸດສຸມສຳຮອງ
ພາກກາງ	204	ເຕັມອັດຕາ		
ມໍລະດົກຢູ່ພາກໃຕ້	119	ຈຸດສຸມສຳຮອງ	ຈຸດສຸມຕົ້ນຕໍ	
ລວມ	623			

1. ພູມິທັດການທ່ອງທ່ຽວ “ທີ່ເປັນມໍລະດົກທາງພາກຕາເວັນອອກຊຽງເໜືອ”: ປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ນ້ຳແອດ ພູເລີຍ ແລະ ຍັງມີ ປ່າສະຫງວນ ນ້ຳ ຊຳ ແລະ ຖ້ຳ ວຽງໄຊ ແລະ ສະຖານທີ່ປະຫວັດສາດ ທົ່ງໄຫ ຫີນ

ເຫດຜົນ: ມີການກຳນົດຕະຫຼາດ ທີ່ເປັນທ່າແຮງ ແລະ ມີຄວາມສົນໃຈ ໃນພູມິທັດ ທີ່ສວຍສົດງົດງາມ, ຊີວະນາໆພັນ ແລະ ມໍລະດົກອັນມະຫັດສະຈັນ; ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນທີ່ອີງໃສ່ຊຸມຊົນ ທີ່ພື້ນເຕັ້ນຂອງ ອົງການອະນຸລັກສິ່ງແວດລ້ອມ ຫຼື WCS ໂດຍມີທິດທາງອັນຈະແຈ້ງ ໃນການອອກແບບ ແລະ ການຕະຫຼາດ; ຄວາມເປັນໄປໄດ້ທີ່ປ່າສະຫງວນ ນ້ຳແອດ ພູເລີຍ ຈະກາຍເປັນອຸທະຍານແຫ່ງຊາດໃນອານາຄົດ (ອຸທະຍານ ທີ່ໃຫຍ່ກວ່າໝູ່ ໃນພາກພື້ນ ອິນດູຈີນ) ອັນເປັນການປະກອບສ່ວນໃສ່ການສ້າງສະພາບແວດລ້ອມທີ່ເອື້ອອຳນວຍສຳລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວໄລຍະຍາວໃຫ້ມີຄວາມຍືນຍົງ; ເປັນທາງຜ່ານ ຈາກຫວຽດນາມ ອັນເປັນການປະກອບສ່ວນໃສ່ການອອກແບບການຕະຫຼາດ ທີ່ເປັນເປົ້າໝາຍ ບົນພື້ນຖານຄຸນລັກສະນະພິເສດຂອງສອງ ປະເທດ ທີ່ມີປະຫວັດສາດຮ່ວມກັນ ແລະ ຍັງມີສະຖານທີ່ທາງປະຫວັດສາດ ແລະ ບໍ່ນ້ຳຮ້ອນ ທີ່ເຫດເໝາະ ແລະ ນຳຜົນຜົນປະໂຫຍດສະເພາະ ໃຫ້ແກ່ການຕະຫຼາດທີ່ເປັນທ່າແຮງ

ຂໍ້ຊີ້ແນະຫຼັກ

- ຫ້ອງພັກໃໝ່ 142 ຫ້ອງ, ຕົ້ນຕໍແມ່ນ ປະກອບດ້ວຍຫ້ອງພັກແບບ ecolux lodges/ສະປາ 2-3 ຊຸດ ແລະ ຕະໜ່າງ ບ້ານພັກລາຄາຖືກຂອງຊຸມຊົນ ແລະ ຂອງພາກເອກະຊົນ

- ມີການຂົນສົ່ງລູກຄ້າ ລະດັບສູງ ທາງຍົນເອລິຄອບເຕີ ໃນໄລຍະກາງ
- ມີຮ້ານກິນດື່ມຊັ້ນສູງ
- ມີການເດີນປ່າກາງຄືນ ທີ່ມີຜູ້ນຳທ່ຽວ ແລະ ຜະລິດຕະພັນຂອງຊຸມຊົນ

ຕາຕະລາງ 20: ການແບ່ງສັດສ່ວນຕະຫຼາດ ພາຍໃນກຸ່ມເບົາໝາຍ ທາງພາກຕາເວັນອອກຊຽງເໜືອ ຂອງ ສປປ ລາວ

	ຕະຫຼາດປະຈຸບັນ	ຕະຫຼາດທີ່ເປັນທ່າແຮງ	ຕະຫຼາດທີ່ເປັນຈຸດສຸມ	ກຸ່ມເບົາໝາຍ
ຄົນລາວ	1	3	ມີ	ລູກຄ້າຊົນຊັ້ນປານກາງ ທີ່ມັກການພະຈິນໄພ ແລະ ມີຈິດສຳນຶກກ່ຽວກັບສິ່ງແວດລ້ອມ. ສຳລັບລູກຄ້າຊົນຊັ້ນສູງ ໃນອານາຄົດ ອາດມີທີ່ພັກແບບຫຼູຫຼາ ໂດຍມີວິທີເຂົ້າເຖິງທີ່ໝາະສົມ. ບໍ່ນ້ຳຮ້ອນ ຈັດໄວ້ໃຫ້ຄົນລາວທຸກຄົນ.
ຄົນຕ່າງປະເທດ ທີ່ອາໄສຢູ່ພາກພື້ນລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງ	3	3	ມີ	ເປັນຜູ້ຮັກທຳມະຊາດ, ມັກການພະຈິນໄພ, ມັກ ປີນເຂົາ
ກຳປູເຈັຽ	—	0		
ຈີນ	1	1		[ອາດມີໂອກາດສຳລັບການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນທີ່ຕິດພັນກັບມໍລະດົກທີ່ເປັນຕົ້ນຊາເກົ່າແກ່ ແຕ່ວ່າ ຊີວະນາໆພັນ ມີຄວາມຄ້າຍຄືກັນໂພດກັບເຂດອະນຸລັກຂອງ ຈີນ]
ມຽນມາ	—	0	ອາດມີ	
ໄທ	2	2	ມີ	ກຸ່ມນັກບັນໄລຍະທາງໄກ ຊົນຊັ້ນປານກາງ ແລະ ນັກຂີ່ລົດຈັກ ທີ່ຊອກຫາກິດຈະກຳໃໝ່ໆ ລວມທັງ ກິລາຕຶກປາ ແລະ ການເດີນປ່າ. ສຳລັບລູກຄ້າຊົນຊັ້ນສູງ ຈາກ ປະເທດ ໄທ ອາດມີທີ່ພັກແບບ eco-lux ລະດັບສູງ ທີ່ສາມາດເຂົ້າເຖິງຢ່າງໝາະສົມ
ຫວຽດນາມ	1	3	ມີ	ກຸ່ມນັກບັນເລືອພູເຂົາ ແລະ ນັກຂີ່ລົດຈັກ, ໄວໜຸ່ມຊົນຊັ້ນປານກາງ; ມີສູນກ່ຽວກັບມໍລະດົກ ແລະ ເອກະລັກທາງດ້ານອາຫານ ແລະ ປະຫວັດສາດຍຸກໄໝ່; ມີກິດຈະກຳພະຈິນໄພກາງແຈ້ງ ຕາມພູມິທັດ ທີ່ຍັງບໍ່ທັນມີຄົນໄປຫຼາຍ
ມາເລເຊັຽ	—	0		
ສິງກະໂປ	—	1	ອາດມີ	[ໃຫ້ສືບຕໍ່ ເວລາມີການປັບປຸງເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງ ແລະ ການມີຂົນສົ່ງທາງຍົນ ເອລິຄອັບເຕີ]
ຮົງກົງ	—	2	ອາດມີ	[ໃຫ້ສືບຕໍ່ ເວລາມີການປັບປຸງເສັ້ນທາງເຂົ້າເຖິງ ແລະ ການມີຂົນສົ່ງທາງຍົນ ເອລິຄອັບເຕີ]
ຍີ່ປຸ່ນ	1	2	ມີ	ນັກທ່ອງທ່ຽວຊົນຊັ້ນປານກາງ ທີ່ມັກທຳມະຊາດ ທີ່ຕ້ອງການຊອກຫາປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ທີ່ເຂົ້າເຖິງຍາກ. ຈຸດຂາຍຄືບໍ່ນ້ຳຮ້ອນ. ໄດ້ຜົນປະໂຫຍດ ຈາກການບໍລິການລະດັບສູງ ແລະ ທີ່ພັກແບບຫຼູຫຼາ
ເກົາຫຼີ	1	2	ມີ	ນັກທ່ອງທ່ຽວຊົນຊັ້ນປານກາງ ທີ່ມັກທຳມະຊາດ ທີ່ຕ້ອງການຊອກຫາປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ທີ່ເຂົ້າເຖິງຍາກ. ແຕ່ມີຄວາມສະດວກສະບາຍ,
ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດທີ່ບໍ່ແມ່ນຄົນອາຊີ ແລະ ດຳລົງຊີວິດຢູ່ພາກພື້ນລຸ່ມ ແມ່ນ້ຳຂອງ	2	3	ມີ	ນັກບັນລິດຖິບ, ນັກຂີ່ລົດຈັກ, ນັກເດີນປ່າ ເຊິ່ງສາມາດສົ່ງເສີມ ໃຫ້ກາຍເປັນສູນກາງ ຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ລະດັບໂລກ ຢູ່ໃນພາກພື້ນ
ຄົນ ລາວ ສັນຊາດຕ່າງປະເທດ ທີ່ອາໄສຢູ່ນອກ ພາກພື້ນລຸ່ມ ແມ່ນ້ຳຂອງ	—	2	ອາດມີ	[ໃຫ້ສືບຕໍ່ ເວລາທີ່ ຄົນ ລາວ ເລືອກເອົາເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ເປັນເສັ້ນທາງ ການທ່ອງທ່ຽວ]

ກາລະໂອກາດຫຼັກ ສຳລັບການພັດທະນາຕະຫຼາດໃນກຸ່ມນີ້ ຄື ນັກທ່ອງທ່ຽວຊົນຊັ້ນປານກາງ ຈາກ ສປປ ລາວ ແລະ ຫວຽດນາມ ທີ່ມັກການພະຈິນໄພ, ຄົນຕ່າງປະເທດ ຢູ່ ລາວ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ບໍ່ແມ່ນຄົນ ອາຊີ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວຍີ່ປຸ່ນ ແລະ ເກົາຫຼີໃຕ້ ທີ່ມັກທຳມະຊາດ ແລະ ຊອກຫາຄວາມສະດວກສະບາຍ.

2. ວົງຈອນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຢູ່ພາກກາງ: ປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ຫີນ ໝາມ ໝໍ່, ນາກາຍ ນ້ຳເທີນ ແລະ ພູ ຫີນປຸນ

ເຫດຜົນ: ເປັນເຂດທີ່ສູງ ເຊິ່ງມີທ່າແຮງໃນການຂະຫຍາຍຕະຫຼາດ ທີ່ຖືກກຳນົດໄວ້ແລ້ວ ສຳລັບ ວົງຈອນການທ່ອງທ່ຽວແບບ ຄົບຊຸດ ທີ່ປະກອບມີທັງ ການທ່ຽວຖ້ຳ ແລະ ປີນເຂົາ; ມີວິທີການຄຸ້ມຄອງ ທີ່ຫຼາກຫຼາຍຂອງ ອົງການ Tétraktys ໂດຍການ ເຮັດວຽກກັບຊຸມຊົນ ແລະ ມີຄວາມສົນໃຈໃນການພັດທະນາຕະຫຼາດທີ່ເປັນ ທ່າແຮງໃນກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ແລະ ມີຕົວແບບ ແລະ ຊ່ອງທາງໃນການການພັດທະນາຈຳນວນຫຼວງຫຼາຍ; ມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ວ່າ ປ່າສະຫງວນ ຫີນ ໝາມ ໝໍ່ ຈະກາຍເປັນ ມໍລະດົກ ໂລກຂອງອົງການ ອຸຍແນັດສະໂກ (ສ່ວນທີ່ຕິດຈອດກັບ ຫວຽດນາມ) ແລະ (ປ່າສະຫງວນ ນາກາຍ ນ້ຳເທີນ ເປັນປ່າ ສະຫງວນ ໃຫຍ່ອັນດັບ ສອງ ໃນພາກພື້ນ ອິນດູຈີນ ແລະ ເປັນອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ ແຫ່ງທຳອິດ ຂອງ ສປປ ລາວ) ເປັນ ສະຖານທີ່ໃໝ່ ທີ່ມີຄຸນຄ່າ ແລະ ເປັນທີ່ຮັບຮູ້ ອັນເປັນທ່າແຮງສູງ ສຳລັບການດຶງດູດຕະຫຼາດທີ່ເອົາໃຈໃສ່ ການຄຸ້ມຄອງສະຖານ ທີ່ທ່ອງທ່ຽວໃນອາ ນາຄົດໃຫ້ມີຄວາມຍືນຍົງ; ນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກປະເທດ ໄທ ແລະ ຫວຽດນາມ ສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ງ່າຍ ໂດຍສະເພາະນັກປັ່ນລົດຖີບ ແລະ ນັກຂີ່ລົດຈັກ.

ດຳແນະນຳອັນສຳຄັນ

- ຫ້ອງພັກໃໝ່ 204 ຫ້ອງ ທີ່ປະກອບມີຫ້ອງພັກທຸກປະເພດ ລວມທັງ ບ້ານພັກນຳປະຊາຊົນ ແລະ ໂຮງແຮມຂະ ໜາດນ້ອຍ ຕາມເຂດອ້ອມແອ້ມເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ມີຊຸດ ecolux lodges/ສະປາ 2-3 ແຫ່ງ ຢູ່ພາຍໃນເຂດ ປ່າສະຫງວນ ທີ່ຢູ່ພາຍໃຕ້ການດູແລຂອງທຸລະກິດຮ່ວມລະຫວ່າງພາກລັດ, ຊຸມຊົນ, ອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ບໍ່ສັງກັດລັດ ຖະບານ ແລະ ເອກະຊົນ ພ້ອມທັງສະຖານທີ່ຝຶກອົບຮົມ.
- ເໝັນໃສ່ລົດ 2 ລີ້ (ລົດຖີບ ແລະ ລົດຈັກ)
- ມີຄວາມໝັ້ນໝາຍສູງ ຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວແບບ Halal ແຕ່ບໍ່ແມ່ນແບບຈັກກະວານ
- ມີການເດີນປ່າກາງຄືນ ໂດຍມີຜູ້ນຳທ່ຽວ ແລະ ຜະລິດຕະພັນຂອງຊຸມຊົນຫຼາຍ
- ຂີ້ປຸ້ມເປົ້າ (ກົງເບັງ) ແລະ ຂີ້ເຮືອ ກາຢັກ
- ເໝັນໃສ່ນຳໃຊ້ເຮືອຈັກ ທີ່ມີຂະໜາດເບົາ ແລະ ໃຊ້ໄຟຟ້າ ເພື່ອເດີນທາງໄປຖ້ຳ

ຕາຕະລາງ 21: ການແບ່ງສັດສ່ວນຕະຫຼາດ ພາຍໃນກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ຢູ່ພາກກາງ ຂອງ ສປປ ລາວ

	ຕະຫຼາດປະຈຸບັນ	ຕະຫຼາດທີ່ເປັນທ່າແຮງ	ຕະຫຼາດທີ່ເປັນຈຸດສຸມ	ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ
ຄົນລາວ	2	3	ມີ	ນັກທ່ອງທ່ຽວຊົນຊັ້ນປານກາງ ທີ່ມັກການພະຈົນໄພ ແລະ ມີຈິດສຳນຶກ ກ່ຽວສິ່ງແວດລ້ອມ.
ຄົນຕ່າງປະເທດ ທີ່ອາໄສຢູ່ພາກພື້ນລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງ	2	3	ມີ	ເປັນຜູ້ມີຮັກທຳມະຊາດ, ນັກປັ້ນ, ນັກປິນເຂົ້າທີ່ຊອກຫາຜະລິດຕະພັນ ທີ່ເປັນມໍລະດົກທຳມະຊາດລະດັບໂລກທີ່ເປີດໃໝ່ ແລະ ອາຫານແຊບ ໂດຍຜ່ານການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ
ກຳປູເຈັຽ	—	0		
ຈີນ	1	2		ກາລະໂອກາດໃນການຖ່າຍຮູບຕົນເອງ ແບບ selfies ຢູ່ບາງສະຖານທີ່ ທີ່ສຳຄັນ
	—	0		
ໄທ	2	3	ມີ	ກຸ່ມນັກປັ້ນລົດຖີບເລືອພູເຂົາ, ນັກປັ້ນລົດຖີບຕາມເສັ້ນທາງລຽບ, ນັກທ່ອງທ່ຽວຊາວໜຸ່ມ ຊົນຊັ້ນປານກາງ; ການຕົກປາ (ລວມທັງການຕົກປາໂດຍໃຊ້ ຫອກ), ຂີ່ເຮືອ ກາຍ່າກ, ປິນເຂົາ, ຂີ່ລົດຈັກ, (ໂດຍທົ່ວໄປແມ່ນກິດຈະກຳທີ່ ຕ້ອງການອຸປະກອນ)
ຫວຽດນາມ	1	3	ມີ	ກຸ່ມນັກປັ້ນ ແລະ ນັກຂີ່ລົດຈັກ, ຜູ້ມັກນອນແຄ້ມ, ໄວໜຸ່ມຊົນຊັ້ນປານກາງ;
ມາເລເຊັຽ	—	2	ມີ	ນັກທ່ອງທ່ຽວຊົນຊັ້ນປານກາງ ທີ່ມັກການພະຈົນໄພ ແລະ ມີຈິດສຳນຶກກ່ຽວກັບສິ່ງແວດລ້ອມ; ຈຸດຂາຍ ອີກອັນນຶ່ງ ຄືການທ່ອງທ່ຽວແບບ Halal
ສິງກະໂປ	—	1		ນັກທ່ອງທ່ຽວຊົນຊັ້ນປານກາງ ທີ່ມັກການພະຈົນໄພ ແລະ ມີຈິດສຳນຶກກ່ຽວກັບສິ່ງແວດລ້ອມ; ຈຸດຂາຍ ອີກອັນນຶ່ງ ຄືການທ່ອງທ່ຽວແບບ Halal; ຈະຊ່ວຍປັບປຸງເສັ້ນທາງ (ເວລາຂົນສົ່ງໄວກວ່າເກົ່າ)
ຮົງກົງ	—	0		
ຍີ່ປຸ່ນ	1	2	ອາດມີ	ນັກທ່ອງທ່ຽວຊົນຊັ້ນປານກາງ ທີ່ມັກທຳມະຊາດ ທີ່ຕ້ອງການຊອກຫາສະຖານທີ່ທີ່ເປັນມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດຂອງໂລກ
ເກົາຫຼີ	1	2	ອາດມີ	ນັກທ່ອງທ່ຽວຊົນຊັ້ນປານກາງ ທີ່ມັກທຳມະຊາດ ທີ່ຕ້ອງການຊອກຫາສະຖານທີ່ ທີ່ເປັນມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດຂອງໂລກ ໂດຍຜ່ານເສັ້ນທາງໃນປ່າ
ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ທີ່ບໍ່ແມ່ນຄົນ ອາຊີ ແລະ ດຳລົງຊີວິດຢູ່ພາກພື້ນລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງ	3	3	ມີ	ກຳນົດຂອບເຂດ ເພື່ອພັດທະນາຜະລິດຕະພັນໃຫ້ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ ໂດຍເໝັນໃສ່ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ເປັນຫຼັກ
ຄົນ ລາວ ສັນຊາດຕ່າງປະເທດ ທີ່ອາໄສຢູ່ນອກພາກພື້ນ ລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງ	—	2	ອາດມີ	[ໃຫ້ສືບຕໍ່ ເວລາທີ່ ຄົນ ລາວ ເລືອກເອົາເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດເປັນເສັ້ນທາງການທ່ອງທ່ຽວ]

ກາລະໂອກາດຫຼັກ ສຳລັບການພັດທະນາຕະຫຼາດໃນກຸ່ມນີ້ ຄື ນັກທ່ອງທ່ຽວຊົນຊັ້ນປານກາງ ຈາກ ລາວ, ໄທ, ຫວຽດນາມ ແລະ ມາເລເຊັຽ, ຄົນຕ່າງທີ່ປະເທດ ຢູ່ອາໄສຢູ່ລາວ ແລະ ມັກການປິນເຂົ້າ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ບໍ່ແມ່ນຄົນ ອາຊີ ທີ່ມີຄວາມສົນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

3. “ທັດສະນີຍະພາບ” ທີ່ມີຄຸນຄ່າຕໍ່ການທ່ຽວຊົມທຳມະຊາດ: ປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ພູເຂົາຄວາຍ ແລະ ພູພະນັງ ລຽບຕາມລຳນ້ຳງື່ມ

ເຫດຜົນ: ເຖິງ ວ່າ ຊັບສິນທາງ ທຳມະຊາດ ໂດຍສະເພາະ ສັດປ່າມີຈຳນວນໜ້ອຍລົງ, ແຕ່ມັນເປັນໂອກາດ ທີ່ລັດຖະບານ ລາວ ສາມາດສະແດງໃຫ້ເຫັນຄວາມມຸ່ງໝັ້ນ ໃນການປັບປຸງ ສະພາບຂອງທຳມະຊາດ ເພື່ອບັນລຸຕາມຈຸດປະສົງຂອງນະໂຍບາຍ ເຕີມໂຕແບບສີຂຽວ ທີ່ສາມາດຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ຍັງຄົງຮັກສາເອກະລັກ ແລະ ຄຸນຄ່າທາງທຳມະ ຊາດຂອງຊາດລາວໄວ້. ຍ້ອນວ່າສະຖານທີ່ດັ່ງທີ່ກ່າວມານັ້ນຢູ່ໃກ້ກັບນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ນັກທ່ອງທ່ຽວ (ລະດັບເສດຖະກິດ ປານກາງ) ຈາກໃນ ແລະ ນອກ, ປະເທດ ໂດຍສະເພາະ ປະເທດໄທ ແມ່ນກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວເປົ້າໝາຍຫຼັກ. ສຳລັບການຄຸ້ມຄອງ ພື້ນທີ່ທ່ອງທ່ຽວເປົ້າໝາຍແມ່ນການຮ່ວມມື ແລະ ປະສານສົມທົບ ເຊິ່ງກັນ ແລະ ກັນລະຫວ່າງ ກະຊວງ ກ່ຽວຂ້ອງ ລວມທັງ ທະຫານ, ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ຮັບຜິດຊອບວຽກ ອະນຸລັກ. ການເຂົ້າເຖິງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວແຫ່ງນີ້ແມ່ນເລື່ອມຕໍ່ ກັບວັງວຽງ ແລະ ເສັ້ນທາງອື່ນໆ ເຊິ່ງສາມາດເພີ່ມຈຳນວນ ນັກທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ ແລະ ອາດມີຜົນກະທົບ ຕໍ່ພື້ນທີ່ ແຕ່ມີໂອກາດລົງທຶນໃສ່ ຫຼາຍ ກິດຈະກຳ ເພື່ອຮອງຮັບ ຕະຫຼາດການທ່ອງທ່ຽວແບບອານຸລັກທຳມະຊາດ.

ຄຳແນະນຳອັນສຳຄັນ

- ມີຫ້ອງພັກໃໝ່ ຈຳນວນ 158 ຫ້ອງ, ອອກແບບເປັນເຮືອນພັກ, ຫໍພັກ ແລະ ຕັ້ງແຄ້ມ ມີການບໍລິການຄົບຖ້ວນ ແລະ ມີຄຸນນະພາບປານກາງ ຂຶ້ນໄປແລະ ໂດຍການລົງທຶນ ຂອງພາກເອກະຊົນ ແລະ ຊຸມຊົນ.
- ເໝີນໃສ່ການດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວຈາກ ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ທີ່ເດີນທາງມາສະຖານທີ່ທ່ອງ ທ່ຽວ ດ້ວຍລົດສ່ວນຕົວ, ລົດຕູ້ ຫຼື ນັກທ່ອງທ່ຽວຂີ່ລົດຈັກ/ຖີບ ຕາມພູເຂົາ.
- ສ້າງສາຍສະລິງ ແລະ ຂົວໄຕ່
- ອຳນວຍຄວາມສະດວກດ້ານ ສະຖານທີ່ພື້ນເຂົ້າປ່າ ແລະ ຮ້ານກາເຟແບບຊຸມຊົນ
- ມີກິດຈະກຳການເດີນປ່າ ໂດຍ ບໍ່ມີຜູ້ນຳທ່ຽວ ແລະ ການສຶກສາ ແບບຫຼາກຫຼາຍ

ຕາຕະລາງ 22: ການຕະຫຼາດ ສຳລັບ ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ຢູ່ ເຂດພາກເໜືອ/ກາງ ຂອງ ສປປ ລາວ

	ຕະຫຼາດໃນ ປະຈຸບັນ	ຕະຫຼາດທີ່ ເປັນຈຸດສຸມ	ຕະຫຼາດທີ່ ເປັນຈຸດສຸມ	ກຸ່ມນັກທ່ອງທ່ຽວເປົ້າໝາຍ
ຄົນລາວ	3	3	ມີ	ຊົນຊັ້ນປານກາງ ມັກການພະຈິນໄພ ແລະ ມີຈິດສຳນຶກກ່ຽວກັບສິ່ງແວດລ້ອມ
ຄົນຕ່າງປະເທດ ທີ່ອາໄສ ຢູ່ເຂດລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງ	2	3	ມີ	ຮັກທຳມະຊາດ, ມັກການພະຈິນໄພ, ມັກການປີນເຂົ້າ ວັນເສົາ ແລະ ອາທິດ
ກຳປູເຈຍ	—	0		
ຈີນ	1	2	ອາດມີ	[ສຶກສາຊ່ອງທາງສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວແບບຊຸມຊົນ ມາຫຼັກກາຊີໂນ ແລະ ມີຈິດສຳນຶກກ່ຽວກັບສິ່ງແວດລ້ອມ]
ມຽນມາ	—	0		
ໄທ	2	3	ມີ	ຂີ່ລົດຖີບ ແລະ ລົດຈັກໄລຍະໄກ ຊົນຊັ້ນປານກາງ ຕັ້ງແຕ່ມ, ຊາວໜຸ່ມຊົນຊັ້ນປານກາງ
ຫວຽດນາມ	—	1		
ມາເລເຊັຽ	—	0		
ສິງກະໂປ	—	0		
ຮົງກົງ	—	0		
ຍີ່ປຸ່ນ	1	2	ມີ	ຊົນຊັ້ນປານກາງ ມັກທຳມະຊາດ ເຊັ່ນ ປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ທີ່ເຂົ້າເຖິງງ່າຍ ແລະ ມີເອກະລັກສະເພາະ.
ເກົາຫຼີ	1	2	ມີ	ຊົນຊັ້ນປານກາງ ມັກທຳມະຊາດ ຕ້ອງການຫຼີກຈາກຝູງຊົນຢູ່ວັງວຽງ ແຕ່ຕ້ອງການຄວາມສະດວກສະບາຍ ບໍ່ຕ້ອງການ “ໃຊ້ຊີວິດແບບບໍ່ສະດວກສະບາຍ”
ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ທີ່ບໍ່ ແມ່ນຄົນ ອາຊີ ແລະ ດຳລົງຊີວິດ ຢູ່ເຂດລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງ	1	2	ອາດມີ	ຈະສົນໃຈມາທ່ຽວ ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ມີ ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກ ທຽບເທົ່າ ກັບ ເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງອື່ນ
ຄົນ ລາວ ສັນຊາດຕ່າງປະເທດ ທີ່ ບໍ່ໄດ້ອາໄສຢູ່ເຂດລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງ	2	2	ອາດມີ	ສົນໃຈມາທ່ຽວ ເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ທີ່ເປັນແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ນັກທ່ອງ ທ່ຽວພາຍໃນປະທັບໃຈ]

ໂອກາດອັນສຳຄັນຕໍ່ ການພັດທະນາຕະຫຼາດການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ເນັ້ນໃສ່ ກຸ່ມທີ່ມັກທຳມະຊາດ ແລະ ຄວາມສະດວກສະບາຍ ທີ່ເປັນຄົນລາວຊົນຊັ້ນປານກາງຢູ່ ລາວ, ຄົນໄທ, ຄົນຕ່າງທີ່ປະເທດອາໄສຢູ່ ລາວ, ຄົນຍີ່ປຸ່ນ ແລະ ຄົນເກົາຫຼີໃຕ້.

4. “ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຢູ່ ພາກໃຕ້”: ເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ດົງຫ້ວຍສາວ ແລະ ເຊປຽນ

ເຫດຜົນ: ພາກເອກະຊົນໄດ້ ລົງທຶນ ໃສ່ພື້ນຖານໂຄງລ່າງ ໃນຈຳນວນຫຼາຍ ເພື່ອ ຮອງຮັບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ມີຜົນສຳເລັດ ໃນລະດັບດີ. ໃນຄະນະດຽວກັນ ຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ ຍັງເປັນທ່າແຮງຕໍ່ການເຕີບໂຕ ຂອງຕະຫຼາດການທ່ອງທ່ຽວ; ແມ່ນ້ຳຂອງເປັນໃຈກາງໃຫ້ແກ່ການ ຂະຫຍາຍຄວາມສາມາດ ດ້ານການແຂ່ງຂັນ; ຍັງມີກິດຈະກຳການພັດທະນາ ທີ່ໄດ້ເພີ່ມຄວາມສາມາດຂອງຫຼາຍອົງກອນ ໃຫ້ຂະຫຍາຍ ຜົນສຳເລັດດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ.

ຄຳແນະນຳອັນສຳຄັນ

- ສ້າງຫ້ອງພັກໃໝ່ 119 ຫ້ອງ, ລວມມີເຮືອນພັກ (ແບບເຮືອນພັກຄອບຄົວຊຸມຊົນ) ທີ່ເປັນຫ້ອງພັກລະດັບປານກາງ

ໂດຍມີຫ້ອງນອນພ້ອມເຂົ້າເຊົ່າ ໃນລາຄາທີ່ສົມເຫດສົມຜົນໂດຍ ການລົງທຶນຂອງພາກເອກະຊົນ ແລະ ຊົມຊຸມເປັນ ຜູ້ກຳກັບ

- ອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ ນັກທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ເດີນທາງ ດ້ວຍລົດສ່ວນຕົວ, ລົດເມຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ລົດຖີບ ພ້ອມທັງລັດຈັກ
- ສ້າງສາຍສະລິງ ແລະ ຂົວໄຕ່.
- ບໍລິການໃຫ້ຊ່ຽມເປົ້າຍັກ ລື ບາລຸນ.
- ມີຮ້ານອາຫານ.
- ມີການບໍລິການ ການທ່ອງທ່ຽວດ້ວຍຕົນເອງ, ມີຜູ້ນຳທາງ ແລະ ມີຜະລິດຕະພັນທີ່ຊົມຊື່ນເປັນຜູ້ຜະລິດເພື່ອບໍລິການ ຂາຍ

ຕາຕະລາງ 23: ການຕະຫຼາດ ສຳລັບ ກຸ່ມເປົ້າໝາຍນັກທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ພາກໃຕ້ຂອງລາວ

	ຕະຫຼາດປະຈຸບັນ	ຕະຫຼາດທີ່ເປັນທ່າແຮງ	ຕະຫຼາດທີ່ເປັນຈຸດສຸມ	ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ
ຄົນລາວ	2	3	ມີ	ລູກຄ້າຊົນຊັ້ນປານກາງ ທີ່ມັກການພະຈິນໄພ ແລະ ມີຈິດສຳນຶກກ່ຽວກັບສິ່ງແວດລ້ອມ
ຄົນຕ່າງປະເທດ ທີ່ອາໄສຢູ່ເຂດລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງ	2	3	ມີ	ເປັນຜູ້ຮັກທຳມະຊາດ, ນັກບັນລິດຖິບ, ນັກຂີ່ລົດຈັກ, ມັກປີນເຂົາທີ່ຊອກທ່ຽວຊົມ ມໍລະດົກທຳມະຊາດລະດັບໂລກ ທີ່ເປີດໃໝ່ ແລະ ຊອກຊົມອາຫານແຊບ ຜ່ານການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ
ກຳປູເຈຍ	—	1		
ຈີນ	1	2	ອາດມີ	ມັກ ຖ່າຍຮູບ ດ້ວຍຕົນເອງຢູ່ ສະຖານທີ່ ສຳຄັນ
ມຽນມາ	—	0		
ໄທ	3	3	ມີ	ຜູ້ປະກອບອາຊີບ ແລະ ລູກຄ້າຊົນຊັ້ນສູງ; ຊາວໜຸ່ມຊົນຊັ້ນປານກາງ; ລົດນັກທ່ອງທ່ຽວ; ນັກບັນລິດຖິບທາງໄກ ແລະ ນັກບັນລິດຂຶ້ນພູ; ຕຶກປາ, ຂີ່ຮີອກາຢັກ, ປີນເຂົາ ແລະ ກິດຈະກຳທີ່ ນຳໃຊ້ອຸປະກອນຫຼາຍຢ່າງ
ຫວຽດນາມ	—	0		
ມາເລເຊຍ	—	2	ອາດມີ	ນັກທ່ອງທ່ຽວລະດັບເສດຖະກິດປານກາງ ທີ່ມັກການພະຈິນໄພ ແລະ ມີຈິດສຳນຶກກ່ຽວກັບ ສິ່ງແວດລ້ອມ; ຈຸດຂາຍ ອີກອັນນຶ່ງ ຄືການທ່ອງທ່ຽວແບບ Halal
ສິງກະໂປ	—	1		ນັກທ່ອງທ່ຽວລະດັບເສດຖະກິດປານກາງ ທີ່ມັກການພະຈິນໄພ ແລະ ມີຈິດສຳນຶກກ່ຽວກັບ ສິ່ງແວດລ້ອມ; ຈຸດຂາຍ ອີກອັນນຶ່ງ ຄືການທ່ອງທ່ຽວແບບ Halal; ຈະຊ່ວຍປັບປຸງເສັ້ນທາງ (ປະຍັດເວລາຂົນສົ່ງ)
ຮົງກົງ	—	0		
ຍີ່ປຸ່ນ	—	1		ນັກທ່ອງທ່ຽວລະດັບເສດຖະກິດປານກາງ ທີ່ມັກທຳມະຊາດ ທີ່ຕ້ອງການຊອກຫາ ສະຖານທີ່ ມີມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດຂອງໂລກ
ເກົາຫຼີ	1	2	ອາດມີ	ນັກທ່ອງທ່ຽວລະດັບເສດຖະກິດປານກາງ ທີ່ມັກທຳມະຊາດ ທີ່ຕ້ອງການຊອກຫາ ສະຖານທີ່ ມີມໍລະດົກທາງທຳມະຊາດຂອງໂລກ ໂດຍບໍ່ຜ່ານເສັ້ນທາງໃນປ່າ
ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດ ທີ່ບໍ່ແມ່ນຄົນ ອາຊີ ແລະ ດຳລົງຊີວິດ ຢູ່ເຂດລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງ	3	3	ມີ	ກຳນົດຂອບເຂດເພື່ອພັດທະນາຜະລິດຕະພັນໃຫ້ມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ ເໝັນໃສ່ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ເປັນຫຼັກ
ຄົນລາວ ສັນຊາດຕ່າງປະເທດ ທີ່ອາໄສຢູ່ນອກເຂດລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງ	—	2	ອາດມີ	[ໃຫ້ສືບຕໍ່ ເວລາທີ່ ຄົນ ລາວ ເລືອກເອົາເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດເປັນເສັ້ນທາງການ ທ່ອງທ່ຽວ]

ໂອກາດ ພັດທະນາຕະຫຼາດໃນກຸ່ມນີ້ ຄື ນັກທ່ອງທ່ຽວລະດັບເສດຖະກິດປານກາງ ແລະ ຊັ້ນນຳ ຈາກ ສປປ ລາວ ແລະ ໄທ ທີ່ມີຄວາມ ຫ້າວຫັນ ແລະ ມັກການພະຈິນໄພ, ຄົນຕ່າງປະເທດຢູ່ອາໄສຢູ່ ລາວ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ບໍ່ແມ່ນຄົນ ອາຊີ ທີ່ສົນໃຈການທ່ອງທ່ຽວ ທຳມະຊາດ.

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ ຂ

ປະເດັນຕົ້ນຕໍ, ຂໍ້ສະເໜີ ແລະ ຕາຕະລາງ ກິດຈະກຳ ແລະ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ

ຂໍ້ສະເໜີ ດ້ານກິດຈະກຳ ແລະ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມີຢູ່ໃນຕາຕະລາງຢູ່ລຸ່ມ. ການກຳນົດ ກິດຈະກຳ ແລະ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແມ່ນເພື່ອແນໃສ່ ການດຳເນີນທຸລະກິດທີ່ຖືກຕ້ອງ ທັງເປັນ ການແກ້ໄຂອຸປະສັກ ຫຼື ສິ່ງ ກົດຂວາງການລົງທຶນ ໂດຍສະເພາະ ການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ. ກິດຈະກຳ ແລະ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດໂດຍມີ 5 ປະເພດຄືຢູ່ໃນຕາຕະລາງ.

ຍຸ່ມແຖວເບື້ອງຂວາຂອງຕາຕະລາງ ແມ່ນໄດ້ກຳນົດຕົວຊີ້ວັດເພື່ອໃຫ້ຜູ້ສ້າງນະໂຍບາຍນຳໄປພິຈາລະນາ.

ກຳນົດເວລາ ອອກເປັນ 4 ໄລຍະຄື:

- > 1: ຫັນທິທັນໃດ - ສຳເລັດພາຍໃນ 1 ປີ
- > 2: ໄລຍະສັ້ນ - ສຳເລັດພາຍໃນ 2 ປີ
- > 3: ໄລຍະກາງ - ສຳເລັດພາຍໃນ 3-4 ປີ
- > 4: ໄລຍະຍາວ - ສຳເລັດພາຍໃນ 5 ປີ

ກຳລັງດຳເນີນ (ຫຼື ສືບຕໍ່ດຳເນີນ) ແລະ ກຳລັງຈະເລີ່ມກຳນົດ ລະດັບຄວາມສຳຄັນ ອອກເປັນ 3 ຂັ້ນ:

- > 1- ມີຄວາມຈຳເປັນ
- > 2- ມີຄວາມຕ້ອງການ
- > 3- ມີທາງເລືອກ

ການລົງທຶນ ເພື່ອ ສົ່ງເສີມ ສະພາບແວດລ້ອມ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍ້ສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸລິມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
ຫຼຸດຜ່ອນອຸປະສັກ ຕໍ່ການລົງທຶນໂດຍສະເພາະທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວ ສປປ ລາວ					
ລະບົບກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວບໍ່ຈະແຈ້ງເຮັດໃຫ້ຫຼຸດຜ່ອນຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ ແລະ ເປັນອຸປະສັກໃນການລົງທຶນ	ສ້າງແຜນປະຕິບັດງານຂອງລັດຖະບານໃຫ້ຈະແຈ້ງ ເພື່ອແກ້ໄຂອຸປະສັກທີ່ພົວພັນກັບສະພາບແວດລ້ອມການດຳເນີນທຸລະກິດໃຫ້ນອນຢູ່ໃນ ລະດັບ 100 ຂອງຄວາມສະດວກໃນການດຳເນີນທຸລະກິດ	ອີງຕາມຄຳສັ່ງຂອງນາຍົກລັດຖະມົນຕີ ສະບັບເລກທີ 2 , ຮ່າງ ແລະ ຮັບຮອງເອົາແຜນປະຕິບັດງານຂອງຄະນະກຳມະການທຽບເທົ່າກະຊວງ ເຊັ່ນ: ຄະນະກຳມະການຊີ້ນຳ ແລະ ສັງເລີມການລົງທຶນ (ບັດຈຸບັນກຳລັງປະຕິບັດໜ້າທີ່ ຮັບປະກັນການປະສານງານກັບຄະນະກຳມະການລະດັບຊາດກຽວກັບການເພີ່ມທະວີສີຂຽວ ໂດຍການເປັນປະທານຂອງ ຮອງນາຍົກລັດຖະມົນຕີ ແລະ ກອງເລຂາ ແມ່ນ ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ/ກົມແຜນການ	ສຳນັກງານນາຍົກລັດຖະມົນຕີ	1	2
	ສ້າງໜ່ວຍງານພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ ທີ່ສາມາດພົວພັນໂດຍກົງກັບບັນດາກະຊວງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ຢູ່ຂະແໜງການລັດ ໃນລະດັບສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ, ພ້ອມກັບບັນດາຂະແໜງການເອກະຊົນ (ທະນາຄານ, ບໍລິສັດທີ່ປຶກສາກົດໝາຍ, ຜູ້ດຳເນີນທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວເພື່ອສະໜັບສະໜູນການພັດທະນາ, ໜ່ວຍງານຕັ້ງກ່າວຍັງສາມາດເຮັດໜ້າທີ່ປັນຂົວຕໍ່ໃນການແຈ້ງລາຍງານດ້ານນະໂຍບາຍ ແລະ ການລົງທຶນໂດຍຜ່ານຄຸ້ມຄອງງານອື່ນໆ.	ກົມແຜນການ, ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນຮ່ວມກັບກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນາທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້/ກົມປ່າໄມ້/ພະແນກຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນ, ກະຊວງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ, ກົມແຜນການ (ຍັງມີຫຼາຍກົມທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຢູ່ກະຊວງ) ແລະ ອື່ນໆ.	ກົມແຜນການ, ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນຮ່ວມກັບກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນາທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງ ກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້/ກົມປ່າໄມ້/ພະແນກຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນ, ກະຊວງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ, ກົມແຜນການ (ຍັງມີຫຼາຍກົມທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຢູ່ກະຊວງ) ແລະ ອື່ນໆ.	1	2

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸລິມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
<p>ບັນດາຂັ້ນຕອນທີ່ບໍ່ຈຳເປັນ, ຊ້າຊ້ອນ ແລະ ບັດນຳໃຊ້ແລ້ວໃນການເລີ່ມດຳເນີນທຸລະກິດ</p>	<p>ຫຼຸດຜ່ອນຂັ້ນຕອນທີ່ບັນທຶກການໃນການຮອງຂໍການດຳເນີນທຸລະກິດໂດຍອີງຕາມບົດຮຽນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງສາກົນໂດຍການປະເມີນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກິດໜ້າທີ່ວ່າດ້ວຍວິສາຫະກິດ (2013), ກິດໜ້າທີ່ວ່າດ້ວຍການສົ່ງເສີມການລົງທຶນ (2016) ແລະ ກິດໜ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການເລີ່ມ ແລະ ການດຳເນີນທຸລະກິດດັ່ງທີ່ທະນາຄານໂລກກຳນົດໄວ້ໃນມູນຄ່າຂອງການດຳເນີນທຸລະກິດ.</p>	<p>ສຸມໃສ່ໜ້າທີ່ຕົ້ນຕໍຂອງ ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ/ໃບຢັ້ງຢືນຈົດທະບຽນວິສາຫະກິດ ໃນນາມທີ່ເປັນຜູ້ຈັດທະບຽນທຸລະກິດ ໂດຍຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຢ່າງເຕັມສ່ວນຂັ້ນຕອນການຈັດທະບຽນທຸລະກິດໃໝ່ ໂດຍອີງຕາມ ແຈ້ງການຂອງກະຊວງ ອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າສະບັບເລກທີ 0023 ທີ່ລົບລ້າງຂັ້ນຕອນການຮັບຮອງກິດຈະກຳການດຳເນີນທຸລະກິດບົກກະຕິ ຊຶ່ງເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງໃບຢັ້ງຢືນຈົດທະບຽນວິສາຫະກິດ ເພື່ອກຳນົດເຂົ້າໃນການດຳເນີນທຸລະກິດ.</p> <p>ອຳນວຍຄວາມສະດວກທາງດ້ານຂັ້ນຕອນຂອງການຈັດທະບຽນວິສາຫະກິດ ໂດຍເນັ້ນໃສ່ການຈັດທະບຽນ ແລະ ການຮັບຮອງຊື່ທຸລະກິດ ພຽງແຕ່ ຂໍ້ມູນທຸລະກິດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເທົ່ານັ້ນເຊັ່ນ: ລະບຽບຂອງບໍລິສັດ, ຊື່ບໍລິສັດ, ໂຄງຮ່າງການຄຸ້ມຄອງ, ຄຸ້ມຄວມພັດທະນາ ແລະ ທຶນ ແລະ ລົບລ້າງຂັ້ນຕອນບໍລິຫານອື່ນໆ ທີ່ບໍ່ຈຳເປັນເຊັ່ນ: ການສົ່ງແຜນທຸລະກິດ ຫຼື ຂັ້ນຕອນທີ່ຊ້າຊ້ອນເຊັ່ນ: ສຳເນົາໜັງສືຜ່ານແດນ ແລະ ຮບໃບຂັ້ນຕອນຮັບຮອງທຸລະກິດ.</p> <p>ຫົບຫວນຄືນການຊ້າຊ້ອນ ລະຫວ່າງ ໃບຢັ້ງຢືນການຈັດທະບຽນວິສາຫະກິດ ແລະ ການຈັດທະບຽນ ລະບຽບບໍລິສັດກັບກະຊວງການເງິນ.</p> <p>ປະເມີນຄວາມຈຳເປັນຂອງຕາປະທັບບໍລິສັດ</p>	<p>ສຳນັກງານນາຍົກລັດຖະມົນຕີ; ຄະນະກຳມະການການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສົ່ງເສີມການລົງທຶນ ກະຊວງ ຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ; ກົມສົ່ງເສີມການລົງທຶນ, ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ; ການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ການຈັດທະບຽນ ວິສາຫະກິດ ກະຊວງ ອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>3</p>
		<p>ຫົບຫວນຄືນຂໍ້ຈຳກັດໃນການສ້າງຕັ້ງທຸລະກິດເຊັ່ນ: ໃບອະນຸຍາດການລົງທຶນທີ່ກຳນົດຢູ່ໃນດຳລັດຂອງນາຍົກລັດຖະມົນຕີ ສະບັບເລກທີ 3 ເດືອນ ມັງກອນ 2019 ແລະ ອີງຕາມກິດໜ້າທີ່ວ່າດ້ວຍການສົ່ງເສີມການລົງທຶນ (2016) ແລະ ກິດໜ້າທີ່ວ່າດ້ວຍບັງຄັບໃຊ້ເພື່ອຮັບປະກັນວ່າມັນບໍ່ຈຳກັດເກີນໄປ ແລະ ຖືກນຳໃຊ້ແບບລວມໆ ຫຼື ຖືກລົບລ້າງໂດຍມີນິຕິກຳປ່ຽນແທນ. ໃນນັ້ນມັນກວມເອົາ (1) ແຈ້ງການຂອງກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າກ່ຽວກັບລາຍການປະເພດ ທຸລະກິດທີ່ມີເງື່ອນໄຂ ສຳລັບນຳລົງທຶນຕ່າງປະເທດສະບັບເລກທີ 1327 ປີ 2015; (2) ແຈ້ງການຂອງກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ສະບັບເລກທີ 107 ປີ 2015 ວ່າດ້ວຍ ກິດຈະກຳຕ່າງໆທີ່ຕ້ອງຄຸ້ມຄອງ; (3) ແຈ້ງການຂອງກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ວ່າດ້ວຍບັນຊີປະເພດທຸລະກິດທີ່ຕ້ອງສະຫງວນໄວ້ໃຫ້ພົນລະເມືອງລາວ ສະບັບເລກທີ 1328 ປີ 2015; ແລະ (4) ແຈ້ງການຂອງກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ວ່າດ້ວຍ ກິດຈະກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ສະບັບ ເລກທີ 1592 ປີ 2013.</p>		<p>2</p>	<p>2</p>

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍ້ສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸລິມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
		<p>ຫັນການຈັດທະບຽນອາກອນ ແລະ ປະກັນສັງຄົມ ມາເປັນຂັ້ນຕອນຫຼັງການຈັດທະບຽນ ແລະ ສ້າງຄວາມອາດສາມາດໃນການເກັບກຳຂໍ້ມູນອົງການທີ່ມີອອມ ແລະ ການແລກປ່ຽນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ.</p>		2	2
<p>ການບໍລິການຜ່ານປະຕູດຽວ (OSO) ຂາດການດຳເນີນງານ/ ການກະຈາຍການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ເລັ່ງເປົ້າໝາຍໃສ່ການລົງທຶນໃຫຍ່</p>	<p>ປັບປຸງການໃຫ້ບໍລິການຜ່ານປະຕູດຽວໃຫ້ແກ່ນັກລົງທຶນ</p>	<p>ປັບປຸງຄວາມສອດຄ່ອງຂອງສະຖາບັນໃນລະດັບຊາດ ແລະ ລະດັບທ້ອງຖິ່ນທ້ອງຖິ່ນ.</p> <p>ກວດກາຄົ້ນການເຮັດວຽກຕົວຈິງຂອງການບໍລິການຜ່ານປະຕູດຽວທົ່ວປະເທດ ອີງໃສ່ປະສົບການຕົວຈິງ ແລະ ດຳເນີນການຢ່າງເປັນຮູບປະທຳ ເພື່ອປັບປຸງ ບ່ອນທີ່ຈຳເປັນ.</p> <p>ສ້າງຖານຂໍ້ມູນຂ່າວສານທີ່ມີຄຸນນະພາບສູງ, ໃຫ້ຄຳແນະນຳ ແຕ່ລະບາດກ້າວ ກ່ຽວກັບການລົງທະບຽນທຸລະກິດ, ແບບຟອມ, ແລະ ແບບຕົວຢ່າງ, ພ້ອມທັງຄວາມສາມາດຕິດຕໍ່ຜູ້ປະສານງານໄດ້ (ຕົວຢ່າງ, ບໍລິສັດກົດໝາຍ) ສຳລັບທຸກຂະແໜງການ ແລະ ສຳລັບຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວໂດຍສະເພາະ - ໃນລະດັບຊາດ ແລະ ລະດັບທ້ອງຖິ່ນ.</p>	<p>ຄະນະກຳມະການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສົ່ງເສີມການລົງທຶນ; ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ(MPI), ການບໍລິການຜ່ານປະຕູດຽວ (OSO)</p>	3	1
<p>ການສ້າງກົດໝາຍບໍ່ທັນຄົບຖ້ວນ/ຄຳສັບກ່ຽວກັບກົດໝາຍບໍ່ຈະແຈ້ງ ແລະ ຮັດກຸມ ສ້າງໂອກາດໃຫ້ມີການພິຈາ ລະນາຜິດ ພາດ ແລະ ເກີດໃຫ້ມີການສໍ້ລາດບັງຫຼວງ.</p>	<p>ດຳເນີນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການສ້າງນິຕິກຳ (2012)</p>	<p>ຮ່າງຄຳແນະນຳການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ, ນິຍາມຄຳສັບກົດໝາຍ ແລະ ສ້າງມາດຕະຖານການບໍລິການທີ່ມີຄວາມຮັບຜິດຊອບ ສຳລັບຄຳທຳນຽມ ແລະ ເວລາດຳເນີນການ; ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຂໍ້ກຳນົດເພື່ອ ແນະນຳການປະເມີນຜົນກະທົບທາງດ້ານລະບຽບການລວມທັງການປຶກສາຫາລືກັບພາກລັດ.</p>	<p>ສຳນັກງານນະຍົກລັດຖະມົນຕີ; ກະຊວງຍຸຕິທຳ</p>	3	1
		<p>ປັບປຸງການເຂົ້າເຖິງ ກົດໝາຍ, ລະບຽບການ ແລະ ຂັ້ນຕອນຕ່າງໆ ແລະ ເຜີຍແຜ່ໃຫ້ທົ່ວເຖິງ/ເຂົ້າໃຈໄດ້ (ຖ້າເປັນໄປໄດ້, ເປັນພາສາອັງກິດ).</p> <p>ຮ່າງຄຳແນະນຳໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ, ນິຍາມທາງດ້ານກົດໝາຍ, ແລະ ສ້າງມາດຕະຖານການບໍລິການ, ຄຳທຳນຽມ ແລະ ເວລາດຳເນີນການ; ຂໍ້ກຳນົດເພື່ອຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຕາມຄຳແນະນຳ ການປະເມີນຜົນກະທົບດ້ານ ລະບຽບການ ລວມທັງການປຶກສາຫາລືແບບເປີດເຜີຍ ແລະ ມີສ່ວນຮ່ວມ.</p>		3	2

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸລິມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
ການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງອົງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ການສ້າງສະຖາບັນຍັງ ມີລັກສະນະແບບລວມສູນ/ຊຳຊອນ	ປະເມີນກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການສົ່ງເສີມການລົງທຶນ (2016) ແລະ ລະບົບການກະຈາຍຄວາມຮັບຜິດຊອບ (2000) ແລະ ລະບຽບການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດສະເພາະ ແລະ ລົບລ້າງອຸປະສັກທາງສະຖາບັນ.	ນອກຈາກນີ້, ກະຈາຍອຳນາດ/ຄວາມຮັບຜິດຊອບໃຫ້ທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ຄະນະກຳມະການຊີ້ນຳ ແລະ ສົ່ງເສີມການລົງທຶນຂັ້ນແຂວງ ແລະ ເພີ່ມທະວີກິນໄກປະສານງານ.	ສຳນັກງານເຍົາລັດຖະມົນຕີ; ກະຊວງການຕ່າງປະເທດ; ກະຊວງແຜນການແລະ ການລົງທຶນ/ພະແນກແຜນການລົງທຶນ/ພະແນກແຜນການແລະ ການລົງທຶນລະດັບສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ; ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ/ກົມທະບຽນວິສາຫະກິດລະດັບສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ; ອົງການປົກຄອງທ້ອງຖິ່ນ.	3	2
ການພັດທະນາທາງບວກໂດຍລວມ (ຕົວຢ່າງ: ລົບລ້າງທຶນຈິດທະບຽນຕໍ່າສຸດ; ປະຕິບັດນະໂຍບາຍເພື່ອປັບປຸງເງື່ອນໄຂການລົງທຶນ)	ສືບຕໍ່ປັບປຸງຂໍ້ຈຳກັດທາງດ້ານລະບຽບການ ແລະ ລົບລ້າງຂໍ້ຈຳກັດການລົງທຶນຕ່າງປະເທດໂດຍກົງ ແລະ ສົ່ງເສີມການລົງທຶນ; ທົບທວນ ແລະ ຖາມຄວາມຈຳເປັນ ປັບປຸງການສົ່ງເສີມດ້ານອາກອນ; ສຸມໃສ່ປະຕິຮູບດ້ານລະບຽບການ.	ທົບທວນ, ສ້າງ ແລະ/ຫຼື ປະເມີນໃນຕົ້ນກຳ ແລະ ນະໂຍບາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການປັບປຸງເງື່ອນໄຂການດຳເນີນທຸລະກິດດັ່ງລຸ່ມນີ້: (1) ແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດສ້າງຄົມແຫ່ງຊາດ ຄັ້ງທີ 9 (2021-2025), (2) ປັບປຸງກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການສົ່ງເສີມການລົງທຶນ, (3) ດຳລັດວ່າດ້ວຍການສົ່ງເສີມການລົງທຶນ ແລະ ການບໍລິການຜ່ານປະຕູດຽວ, (4) ດຳລັດ ວ່າດ້ວຍຄຸ້ມຄອງທຸລະກິດລັດ-ເອກະຊົນ (ສະບັບຮ່າງ), (5) ຄຳແນະນຳກ່ຽວກັບສຳນັກງານຜູ້ຕາງໜ້າ.	ສຳນັກງານເຍົາລັດຖະມົນຕີ; ຄະນະກຳມະການສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງການລົງທຶນ; ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ, ກົມສົ່ງເສີມການລົງທຶນ; ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ, ການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ຈັດທະບຽນວິສາຫະກິດ.	3	1
ຂາດການເຂົ້າເຖິງການບໍລິການທຸລະກິດພື້ນຖານ	ຊ່ວຍທົບທວນ ແລະ ປ່ຽນແປງຂັ້ນຕອນເພື່ອຮັບປະກັນໃຫ້ນັກລົງທຶນຕ່າງປະເທດໄດ້ເຂົ້າເຖິງທີ່ຕົ້ນຢ່າງບອດໄພ	ເພື່ອຮັບປະກັນໃຫ້ນັກລົງທຶນໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງ ຈາກການຊັບສິນຂອງເຂົາເຈົ້າດ້ວຍການບັງຄັບ ໂດຍອົງການລັດ ແລະ ບໍລິສັດເອກະຊົນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.	ກະຊວງແຜນການແລະ ການລົງທຶນ	4	2

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍ້ສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸລິມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
ປັບປຸງເນື້ອໃນ, ວັດຖຸປະສົງ ແລະ ບັນດາຂໍ້ກຳນົດ ສຳລັບທຸກໆໂບອນຍາດການດຳເນີນທຸລະກິດກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຫຼຸດຜ່ອນ ຫຼື ລົບລ້າງຂັ້ນຕອນທີ່ບໍ່ຈຳເປັນ					
<p>ຂະແໜງທ່ອງທ່ຽວທີ່ໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງ (ການຈຳກັດການລົງທຶນໂດຍກົງຂອງຕ່າງປະເທດ/ກຳມະສິດ 100% ຂອງຕ່າງປະເທດໄດ້ຮັບການເກືອດຫາມ ແລະ ຢູ່ໃນສ່ວນການຄຸ້ມຄອງເຊັ່ນ ບັນພັນຖານການຮັບຮອງເພີ່ມເຕີມ (ການຂົນສົ່ງຜູ້ໂດຍສານທາງບິກ, ການພັກເຊົາ, ຜູ້ດຳເນີນ ການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ກິດຈະກຳທີ່ພິດທະພັນ. ໃບອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດ ຂະແໜງການທີ່ບໍ່ຈຳເປັນ/ຊ້ຳຊອນ</p>	<p>ປະເມີນນະໂຍບາຍການລົງທຶນ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ; ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການສົ່ງເສີມການລົງທຶນ (2016), ລາຍການໄດຍກົງທີ່ມີເງື່ອນໄຂເຂົ້າຈຳກັດການລົງທຶນໂດຍກົງຂອງຕ່າງປະເທດ. ລາຍການທຸລະກິດທີ່ຕ້ອງຄຸ້ມຄອງ/ກິດຈະກຳທີ່ພິດທະພັນກັບການທ່ອງ ທ່ຽວ ແລະ ກິດໝາຍວ່າດ້ວຍການທ່ອງທ່ຽວ (2013).</p>	<p>ທົບຄວນຂໍ້ຈຳກັດ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງ (ການກຳນົດ ແລະ ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ການປະເມີນຜົນກະທົບດ້ານລະບຽບການ ທີ່ເປັນເຄື່ອງມື) ແລະ ພິຈາລະນາລົບລ້າງ. ທົບທວນຄືນການອະນຸຍາດການທ່ອງທ່ຽວ (ນຳໃຊ້ການປະເມີນຜົນກະທົບດ້ານລະບຽບການເປັນເຄື່ອງມື) ແລະ ພິຈາລະນາລົບລ້າງ ຫຼື ແນະນຳລະບົບແຈ້ງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງແຕ່ຄຸນວຸດທິ/ມາດຕະຖານການບໍລິການໄດ້ຮັບການປະເມີນ).</p> <p>ທົບທວນຄືນການກຳນົດຂໍ້ມູນຂ່າວສານທີ່ຊ້ຳກັ້ນ ແລະ ລົບລ້າງອອກ.</p>	<p>ກະຊວງ ຖະແຫຼງ ຂ່າວ, ວັດທະນາທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ; ຂະແໜງເອກະຊົນ</p>	2	2
<p>ຂັ້ນຕອນການຮອງຂໍ້ຊ້ຳຊອນກັນ ແລະ ລະດັບທ່ອງ ຖິ່ນ.</p>	<p>ການປະເມີນກົດໝາຍທ່ອງທ່ຽວ (2013) ແລະ ກົນໄກການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດທ່ອງ ຖິ່ນ.</p>	<p>ແນະນຳການອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດສະເພາະຂະແໜງທີ່ໃຊ້ໄດ້ໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ ແລະ ຮັບປະກັນຄວາມສອດຄ່ອງທາງດ້ານບໍລິຫານ.</p>	<p>ກະຊວງ ຖະແຫຼງ ຂ່າວ, ວັດທະນາທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ; ຂະແໜງເອກະຊົນ</p>	3	1

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸລິມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
ຫຼຸດຜ່ອນອຸປະສັກທີ່ບໍ່ເປັນທາງການຕໍ່ການລົງທຶນໃນທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວ					
ຄຳທຳນຽມທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ, ການລົງໂທດ ແລະ ການປະຕິບັດອື່ນໆທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍ	ລົບລ້າງອຸປະສັກທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ ສ້າງ ແລະ ເພີ່ມທະວີຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ອົງການຕິດຕາມກວດກາ ເພື່ອສືບສວນບົດລາຍງານການປະຕິບັດຜິດ ແລະ ການສໍ້ລາດບັງຫຼວງ ໃນການດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ການຈັດທະບຽນ ແລະ ການບໍລິການຫຼັງຈາກການດຳເນີນທຸລະກິດ.	ຊື່ນຳ ແລະ ຢຸດການນຳໃຊ້ລະບຽບການທີ່ໄດ້ຖືກລົບລ້າງທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍ ເຊັ່ນ: ລະບົບແຈ້ງການທາງລະບົບແຈ້ງການສື່ສານທາງເອເລັກໂຕນິກ. ສ້າງການບໍລິການຂອງອົງການຕິດຕາມກວດກາທີ່ບໍ່ເອກະລາດ ແລະ ມີບຸກຄະລາກອນທີ່ມີຄວາມສາມາດອຳນາດພຽງພໍ, ບັບປຸງລະບຽບການຄຸ້ມຄອງເທົ່າທີ່ຈະເຮັດໄດ້ເພື່ອເຮັດໃຫ້ລະບົບອຳນາດສືບສວນເຂັ້ມແຂງທັງສາມາດແກ້ໄຂບັນຫາໄດ້ ລວມທັງການລົງໂທດ ໂດຍຖອດຖອນບົດຮຽນທີ່ດີຈາກພາກພື້ນ. ແຈ້ງການຜິດທະນາໃຫ້ຜູ້ລົງທຶນ. ສະເໜີລະບົບຮອງຂໍຄວາມເປັນທຳໂດຍຜ່ານຂໍ້ມູນທາງເອເລັກໂຕນິກ (ມີສະຖານທີ່ຮູບຖ່າຍ) ທີ່ລາຍງານການປະຕິບັດບໍ່ຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍ.	ກະຊວງປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ, ຄະນະກຳມະການທຶນຕາມການສື່ສານທາງວັງ, ອົງການປົກຄອງທ້ອງຖິ່ນ, ສະຖາບັນຍຸຕິທຳທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ.	1	1
ສ້າງລະບຽບການ ແລະ ຂັ້ນຕອນການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວແຂດປ່າສະຫງວນ					
ບໍ່ມີຄຳແນະນຳສຳລັບການສຳປະທານການ ທ່ອງທ່ຽວແຂດປ່າສະຫງວນ; ນິຕິທຳການສຳປະທານກຳນົດສຳລັບໂຄງການກະສິກຳ ແລະ ອຸດສາຫະກຳຂະໜາດໃຫຍ່	ຮ່າງກົດໝາຍການສຳປະທານ, ລະບຽບການ ແລະ ຄຳແນະນຳ ສ້າງຂໍ້ແນະນຳ ແລະ ລະບຽບການກ່ຽວກັບການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວໃນແຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ສະຖານທີ່ ທຳມະຊາດ ໂດຍອີງໃສ່ບຸລິມະສິດໃນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ການປະຕິບັດທີ່ໄດ້ຮັບຮັບຮອງຜ່ານການປະເທດ.	ສ້າງໜ່ວຍສະເພາະກິດເພື່ອຕິດຕາມກວດກາຮ່າງການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ກິດໜາຍ ແລະ ນະໂຍບາຍແຂດປ່າສະຫງວນ ທົບທວນການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວໃນຂອບເຂດທ້ວປະເທດທີ່ມີບໍ່ປັດຈຸບັນ ແລະ ສະເໜີຂໍສະເໜີແນະ ເພື່ອປັບປຸງການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີບໍ່ປັດຈຸບັນ ແລະ ອານະຄິດ. ສ້າງຂໍ້ແນະນຳ ແລະ ລະບຽບການກ່ຽວກັບການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວໃນແຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ສະຖານທີ່ ທຳມະຊາດ ໂດຍອີງໃສ່ບຸລິມະສິດໃນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ການປະຕິບັດທີ່ໄດ້ຮັບຮອງຜ່ານການປະເທດ.	ກະຊວງປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ, ຄະນະກຳມະການທຶນຕາມການສື່ສານທາງວັງ, ອົງການປົກຄອງທ້ອງຖິ່ນ, ສະຖາບັນຍຸຕິທຳທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ.	1	2
ສ້າງລະບຽບການ ແລະ ຂັ້ນຕອນການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວແຂດປ່າສະຫງວນ					
ບໍ່ມີຄຳແນະນຳສຳລັບການສຳປະທານການ ທ່ອງທ່ຽວແຂດປ່າສະຫງວນ; ນິຕິທຳການສຳປະທານກຳນົດສຳລັບໂຄງການກະສິກຳ ແລະ ອຸດສາຫະກຳຂະໜາດໃຫຍ່	ຮ່າງກົດໝາຍການສຳປະທານ, ລະບຽບການ ແລະ ຄຳແນະນຳ ສ້າງຂໍ້ແນະນຳ ແລະ ລະບຽບການກ່ຽວກັບການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວໃນແຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ສະຖານທີ່ ທຳມະຊາດ ໂດຍອີງໃສ່ບຸລິມະສິດໃນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ການປະຕິບັດທີ່ໄດ້ຮັບຮອງຜ່ານການປະເທດ.	ສ້າງໜ່ວຍສະເພາະກິດເພື່ອຕິດຕາມກວດກາຮ່າງການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ກິດໜາຍ ແລະ ນະໂຍບາຍແຂດປ່າສະຫງວນ ທົບທວນການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວໃນຂອບເຂດທ້ວປະເທດທີ່ມີບໍ່ປັດຈຸບັນ ແລະ ສະເໜີຂໍສະເໜີແນະ ເພື່ອປັບປຸງການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີບໍ່ປັດຈຸບັນ ແລະ ອານະຄິດ. ສ້າງຂໍ້ແນະນຳ ແລະ ລະບຽບການກ່ຽວກັບການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວໃນແຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ສະຖານທີ່ ທຳມະຊາດ ໂດຍອີງໃສ່ບຸລິມະສິດໃນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ການປະຕິບັດທີ່ໄດ້ຮັບຮອງຜ່ານການປະເທດ.	ກະຊວງປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ, ຄະນະກຳມະການທຶນຕາມການສື່ສານທາງວັງ, ອົງການປົກຄອງທ້ອງຖິ່ນ, ສະຖາບັນຍຸຕິທຳທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ.	2	1
ສ້າງລະບຽບການ ແລະ ຂັ້ນຕອນການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວແຂດປ່າສະຫງວນ					
ບໍ່ມີຄຳແນະນຳສຳລັບການສຳປະທານການ ທ່ອງທ່ຽວແຂດປ່າສະຫງວນ; ນິຕິທຳການສຳປະທານກຳນົດສຳລັບໂຄງການກະສິກຳ ແລະ ອຸດສາຫະກຳຂະໜາດໃຫຍ່	ຮ່າງກົດໝາຍການສຳປະທານ, ລະບຽບການ ແລະ ຄຳແນະນຳ ສ້າງຂໍ້ແນະນຳ ແລະ ລະບຽບການກ່ຽວກັບການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວໃນແຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ສະຖານທີ່ ທຳມະຊາດ ໂດຍອີງໃສ່ບຸລິມະສິດໃນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ການປະຕິບັດທີ່ໄດ້ຮັບຮອງຜ່ານການປະເທດ.	ສ້າງໜ່ວຍສະເພາະກິດເພື່ອຕິດຕາມກວດກາຮ່າງການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ກິດໜາຍ ແລະ ນະໂຍບາຍແຂດປ່າສະຫງວນ ທົບທວນການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວໃນຂອບເຂດທ້ວປະເທດທີ່ມີບໍ່ປັດຈຸບັນ ແລະ ສະເໜີຂໍສະເໜີແນະ ເພື່ອປັບປຸງການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີບໍ່ປັດຈຸບັນ ແລະ ອານະຄິດ. ສ້າງຂໍ້ແນະນຳ ແລະ ລະບຽບການກ່ຽວກັບການສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວໃນແຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ສະຖານທີ່ ທຳມະຊາດ ໂດຍອີງໃສ່ບຸລິມະສິດໃນທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ການປະຕິບັດທີ່ໄດ້ຮັບຮອງຜ່ານການປະເທດ.	ກະຊວງປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ, ຄະນະກຳມະການທຶນຕາມການສື່ສານທາງວັງ, ອົງການປົກຄອງທ້ອງຖິ່ນ, ສະຖາບັນຍຸຕິທຳທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ.	3	2

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍ້ສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸລິມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
<p>ການອານາດເນີນທຸລະກິດ (ບໍ່ຈຳເປັນ) ເພີ່ມເຕີມ ສຳລັບການດຳເນີນທຸລະກິດຢູ່ເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ຫັດສະນີຍະພາບທຳມະຊາດ ອື່ນໆ (ເພີ່ມເຕີມນອກຈາກຂັ້ນຕອນການດຳເນີນ/ທາງການທົ່ວໄປ).</p>	<p>ທົບທວນຄືນ ແລະ ກຳນົດສິ່ງທີ່ເປັນອຸປະສັກຕົ້ນຕໍໃນການດຳເນີນທຸລະກິດ ຢູ່ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍວິສາຫະກິດ, (2013), ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການລົງທຶນ (2016) ລວມທັງການລົງທຶນໂດຍກົງ ຂອງຕ່າງປະເທດ ແລະ ຂໍ້ຈຳກັດກ່ຽວກັບກຳມະສິດຂອງຕ່າງປະເທດ), ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍມໍລະດົກແຫ່ງຊາດ (2005), ຕຳລັດວ່າດ້ວຍເຂດປ່າສະຫງວນ (2015), ຮ່າງລະບຽບການກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເຂດປ່າ ສະຫງວນ ແລະ ເຂດປ່າປ້ອງກັນ ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການ ທ່ອງທ່ຽວ (2011).</p>	<p>ທົບທວນຜົນກະທົບຂອງຮ່າງລະບຽບການກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ເຂດປ່າປ້ອງກັນ ກ່ຽວກັບຂັ້ນຕອນການອະນຸມັດການລົງທຶນທີ່ກຳນົດໄວ້ໃນກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການທ່ອງທ່ຽວ.</p>		3	1

ນະໂຍບາຍການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ແຜນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸລິມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
<p>ສ້າງແຜນແມ່ບົດແຫ່ງຊາດໃໝ່ ກ່ຽວກັບການທ່ອງທ່ຽວເຂດທຳມະຊາດ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ 2020-2030 ເພື່ອເພີ່ມການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ຍຸດທະສາດການເພີ່ມທະວີສີຂຽວແຫ່ງຊາດ</p>	<p>ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ແລະ ປະເມີນ ແຜນພັດທະນາເສດທະກິດສ້າງຄົມແຫ່ງຊາດ ຄັ້ງທີ 8 (2016-2020) ທີ່ສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວເຂດທຳມະຊາດ; ຍຸດທະສາດການທ່ອງ ທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ 2006-2020 ສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວເຂດທຳມະຊາດ ແລະ ຍຸດທະສາດປ່າໄມ້ (2020) ໄດ້ກຳນົດການສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວເຂດທຳມະຊາດ.</p>	<p>ທົບທວນແຜນການ ແລະ ຍຸດທະສາດ, ກຳນົດຂັ້ນຕອນ ແລະ ສ້າງແຜນການປະຕິບັດງານສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດເຂດປ່າສະຫງວນ, ສົ່ງສ້າງຄວາມຕື່ນເຕັ້ນໃນການສົ່ງເສີມການລົງທຶນ, ການພັດທະນາທຸລະກິດ ແລະ ການປົກປ້ອງຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມ.</p>	<p>ສຳນັກງານນາຍົກລັດຖະມົນຕີ, ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນາທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ.</p>	<p>1</p>	<p>1</p>
<p>ຕ້ອນໂຂງກ່ຽວກັບການທ່ອງທ່ຽວແບບອະນຸລັກທຳມະຊາດ</p>	<p>ສ້າງພາລະບົດບາດ ແລະ ຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງບັນດາ ໜ່ວຍງານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການພັດທະນາ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ໃຫ້ມີຄວາມຈະແຈ້ງ ແລະ ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ສະພາແຫ່ງຊາດ ແລະ ແຂວງທີ່ຕິດຕາມກວດກາຂໍ້ກຳນົດການອະນຸລັກ ສຳລັບໂຄງການທີ່ມີຜົນກະທົບທາງລົບຕໍ່ສິ່ງແວດລ້ອມ ຫລື ສັງຄົມ.</p>	<p>ກວດກາຄືນກິດໜາຍ ແລະ ລະບຽບການກ່ຽວກັບການແບ່ງຂັ້ນຄຸ້ມຄອງໂດຍສົມເໝາະການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວລວມທັງແຜນພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວຂັ້ນແຂວງ ແລະ ເມືອງ / ຜາດສະບານ; ການວາງແຜນແບ່ງຂັ້ນຄຸ້ມຄອງ ແລະ ຄຸ້ມຄອງສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ / ລະບົບຄຸ້ມຄອງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ນຳ ກ່ຽວກັບໂຄງສ້າງ ແລະ ພາລະບົດບາດແລະຄວາມຮັບຜິດຊອບໃໝ່ ໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ NBT.</p>	<p>ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ (MOICT) ໂດຍ ມີຄຳເຫັນຈາກເຄືອຄ່າຍການຄຸ້ມຄອງບໍລິຫານຈຸດໝາຍປາຍທາງ (DMN) ແລະ ອົງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ</p>	<p>1</p>	<p>1</p>
<p>ຄວາມຮັບຜິດຊອບ ແລະ ຄວາມສາມາດທາງດ້ານລະບຽບການບໍ່ສອດຄ່ອງກັນ</p>	<p>ທົບທວນກິດໜາຍ ແລະ ລະບຽບການກ່ຽວກັບການແບ່ງຄວາມຮັບຜິດຊອບແຜນການພັດທະນາ ແຂວງ, ເມືອງ/ ນະຄອນ; ແຜນການແບ່ງຄວາມຮັບຜິດຊອບ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງເຂດທ່ອງທ່ຽວ/ ລະບົບການຄຸ້ມຄອງທ່ອງທ່ຽວ.</p>	<p>ຮວບຮວມເອົາ ຄຳເຫັນຈາກພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງກ່ຽວກັບຄວາມກ້າວໜ້າຂອງ DMN ແລະ ຮຽນຮູ້ຈາກການປະຕິບັດທີ່ດີທີ່ສຸດຂອງ DMN ເພື່ອປັບປຸງປະສິດທິຜົນຂອງ DMN ເພື່ອພັດທະນາ NBT, ອາດຈະເປັນໄປໄດ້ການສ້າງຕັ້ງໂຄງສ້າງ DMN ແລະ ກຳນົດເຮັດວຽກກ່ຽວກັບ NBT.</p>	<p>ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ (MOICT) ໂດຍ ມີຄຳເຫັນຈາກເຄືອຄ່າຍການຄຸ້ມຄອງບໍລິຫານຈຸດໝາຍປາຍທາງ (DMN) ແລະ ອົງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ</p>	<p>1</p>	<p>1</p>

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍ້ສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບລິມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
DMN ແມ່ນບໍ່ມີສ່ວນຮ່ວມ ຫຼື ມີປະສິດທິຜົນຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງພາກເອກະຊົນ, ການພັດທະນາ ຄວາມຕ້ອງການຕາມການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ NBT.	ສະແດງໃຫ້ເຫັນຄວາມ ຮັບຜິດຊອບລະດັບຊາດຕໍ່ວຽກງານການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ NBT.	ລວມທັງ NBT ໃນຍຸດທະສາດລະດັບສູງ, ການວາງແຜນ (NSED-9) ລວມທັງພາລະບົດບາດ ແລະ ຄວາມຮັບຜິດຊອບທີ່ໄດ້ຮັບການປັບປຸງໃໝ່ສຳລັບອົງການຕ່າງໆໃນການພັດທະນາ NBT (ອີງໃສ່ຜົນການທົບທວນຂໍ້ມູນ)	ຫ້ອງການສຳນັກງານນາຍຍົກ ແລະ ກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນາທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ (MOICT)	2	1
ນາ ຄວາມຕ້ອງການຕາມການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ NBT.	ເຂົ້າຮ່ວມຢ່າງຈິງຈັງກັບພາກເອກະຊົນ ແລະ ຄູ່ຮ່ວມພັດທະນາໂດຍຜ່ານ DMN ສຳລັບຂັ້ນຕອນການອະທິບາຍ ສຳລັບຍຸດທະສາດ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ NBT ແບບຄົບຊຸດ.	ສະໜັບສະໜູນ DMN ເພື່ອຮ່າງຍຸດທະສາດ NBT ໂດຍຜ່ານຂະບວນການທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມເຊິ່ງປະກອບມີຄວາມຕ້ອງການຂອງພາກເອກະຊົນ, ລວມທັງການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນທີ່ເປັນບລິມະສິດ ແລະ ເປົ້າໝາຍການຕະຫຼາດໃນກຸ່ມ NBT ເປົ້າໝາຍ.	DMN (ບໍ່ໜາໂດຍກະຊວງຖະແຫລງຂ່າວ, ວັດທະນາທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ) ກັບ PS, MAF	2	1
ຂັ້ນຕອນການຂໍວິຊາບໍ່ໄດ້ໃຊ້ແລ້ວ	ປະເມີນກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການທ່ອງທ່ຽວ (2013)	ເລັ່ງໃສ່ການແນະນຳລະບົບການຂໍວິຊາຜ່ານເຄື່ອງເອເລັກໂຕນິກ.	ກະຊວງຖະແຫຼງ ຂ່າວ, ວັດທະນາທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງການຕ່າງປະເທດ	3	1
ບັບປຸງກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອ ການກຳນົດລາຄາ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຮ່ວມກັບຊຸມຊົນ					
ຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການຕອບສະໜອງການທ່ອງທ່ຽວຍັງບໍ່ທັນພຽງພໍ.	ອະນຸຍາດໃຫ້ບ້ານສາມາດກຳນົດລາຄາໂດຍການປະກອບສ່ວນຈາກພາກເອກະຊົນ ແລະ ບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງມີການຮັບຮອງ ຈາກອຳນາດການປົກຄອງເພື່ອເປັນການສົ່ງເສີມແນວຄວາມຄິດໃໝ່, ຄວາມສາມາດໃນການດຳລົງຊີວິດ ແລະ ການລົງທຶນ.	ດັດປັບລະບຽບການວາງລາຄາຜະລິດຕະພັນ ຢູ່ເຂດບ້ອງກັນ ແລະ ເຂດທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດເພື່ອອະນຸຍາດໃຫ້ມີການກຳນົດລາຄາໂດຍຜູ້ສະໜອງ. ໃນຂະນະດຽວກັນ ກໍຕ້ອງເນັ້ນໃສ່ຄວາມຫຼາກຫຼາຍຂອງສິນຄ້າທີ່ເຄີຍມີ ແລະ ສາມາດຕົກລົງກັນໄດ້.	ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນາທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້	2	1
	ທົບທວນການ ກຳນົດລາຄາຜະລິດຕະພັນທີ່ CBT ໃນທ້ອງຖານ ປະເທດດ້ວຍການປະກອບສ່ວນຂອງພາກເອກະຊົນ.	ສະ ຫອງ ທຶນ ແລະ ການສະໜັບສະໜູນ ໃຫ້ແກ່ບັນດາບໍລິສັດ ແລະ ກຸ່ມຂອງພາກເອກະຊົນເພື່ອເຮັດວຽກໂດຍກົງກັບໜູ້ບ້ານ CBT ເພື່ອປັບປຸງຜະລິດຕະພັນ ແລະ ລາຄາ.	DMN ແລະ ບໍລິສັດທ້ອງຖານທ່ຽວ	3	2

ນະໂຍບາຍສົ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ບັນດາລະບຽບການທີ່ພົວພັນກັບ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດແບບຍືນຍົງ

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸລິມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
<p>ລະບົບກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການ ໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ບໍ່ຈະແຈ້ງເຮັດໃຫ້ຫຼຸດຜ່ອນຄວາມເຊື່ອື່ນ ແລະ ເປັນອະປະສັກ ໃນການລົງທຶນ ຢູ່ພາຍໃນກົດໝາຍ/ລະບຽບການ ແລະ ກຳນົດສິ່ງແວດລ້ອມ ບໍ່ສອດຄ່ອງກັນ ລວມທັງບັນດາຂໍ້, ສິດ ແລະ ໜ້າທີ່ຂອງບັນດາກະຊວງ ຍັງມີການຊໍ້າຊອມກັນ, ແລະ ຂາດລະບຽບການຈັດຕັ້ງ ປະຕິບັດ ແລະ ສະໜັບສະໜູນມາດຖານ ສົ່ງແວດລ້ອມ.</p>	<p>ກຳນົດລະດັບການປະເມີນຜົນກະທົບສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ລະບຽບການຄຸ້ມຄອງທີ່ສອດຄ່ອງກັບຫຼາກຫຼາຍ ານລົງທຶນ ຈາກຂະແໜງການທີ່ແຕກຕ່າງກັນ (ຕົວຢ່າງ: ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແຕກຕ່າງ ຈາກການຂາດຄົນບໍ່ແຮ່)</p>	<p>ພິຈາລະນາສະເໜີລະບົບກົດໝາຍສົ່ງແວດລ້ອມສຳລັບໂຄງການຂະໜາດນ້ອຍ ກ່ວາທີ່ພົວພັນກັບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຢູ່ຂຸ້ນຊຸມຊົນທີ່ເປັນທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ລວມທັງໂຄງສ້າງການຕີລາຄາຕົວຈິງ.</p> <p>ສຸມໃສ່ໂຄງການສ້າງຄວາມສາມາດເພື່ອຈັດຕັ້ງປະຕິບັດນະໂຍບາຍສົ່ງແວດລ້ອມທີ່ໄດ້ຮັບການບໍ່ບຸງ ຊຶ່ງນຳໂດຍ ກະຊວງ ຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງ ແວດລ້ອມ ທີ່ສາມາດຄາດຄະເນວ່າຈະນຳໄປສູ່ຄວາມກະຈ່າງແຈ້ງ ຕໍ່ສະພາບການ ທີ່ພົວພັນກັບຄວາມສອດຄ່ອງຂອງ ການປະເມີນຜົນກະທົບທາງດ້ານສັງຄົມ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ (ຕົວຢ່າງ) ແລະ ຈະຕ້ອງໄດ້ປະຕິບັດໃຫ້ສອດຄ່ອງ ແລະ ມີປະສິດທິຜົນໂດຍກະຊວງ ຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ, ກົມປົກປ້ອງກຳລັງກຳສາສົ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ທຳມະຊາດ ແລະ ບັນດາພະແນກອື່ນທີ່ ກ່ຽວຂ້ອງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ ຂັ້ນແຂວງ.</p>	<p>ກະຊວງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ, ກະຊວງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ.</p> <p>ກະຊວງຊັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ, ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ບ່າໄມ້, ກົມປ່າໄມ້, ພະແນກຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນ ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນາທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ, ອົງການປົກຄອງທ້ອງຖິ່ນ.</p>	<p>2</p> <p>3</p>	<p>1</p> <p>1</p>

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍ້ສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບົດມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
ສ້າງສູນໝູນໃຊ້ ແລະ ຖິ້ມຂີ້ເຫຍື້ອ ຢູ່ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ສຳຄັນ					
ບໍ່ມີລະບົບການຄຸ້ມຄອງຂີ້ເຫຍື້ອໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ ແລະ ເປັນ	ປະເມີນການນຳໃຊ້ ແລະ ຖິ້ມຂີ້ເຫຍື້ອຢູ່ເຂດທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດຫຼັກ ແລະ ແນະນຳ ວິທີການແກ້ໄຂທີ່ດີໂດຍອີງຕາມບົດຮຽນພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ.	ເພື່ອບົບປຸງຄວາມເຂົ້າໃຈບັນຫາ, ກຳນົດ ແລະ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຍຸດທະສາດການຄຸ້ມຄອງຂີ້ເຫຍື້ອລວມທັງການຫ້າມຈຸດຂີ້ເຫຍື້ອ.	ກະຊວງໂຍທາ ແລະ ຂົນສົ່ງ, ບັນດານະຄອນ,	2	2
ການທຳລາຍຄຳນິຍົມການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ຍ້ອນປະລິມານຂີ້ເຫຍື້ອເກີນ ແລະ ພາໃຫ້ເກີດມົນລະ	ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບພາກເອກະຊົນເພື່ອສ້າງສູນກຳຈັດ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຂີ້ເຫຍື້ອຢູ່ເຂດທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ດ້ວຍການປະກອບສ່ວນຈາກຊຸມຊົນ ແລະ ພາກລັດ.	ສ້າງໂຄງການທົດລອງກຳຈັດ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຂີ້ເຫຍື້ອໂດຍໃຫ້ພາກເອກະຊົນດຳເນີນ ຢູ່ເຂດທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ໄດ້ ກຳນົດໄວ້ ແລະ ຈຸດເຊື່ອມຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວ.	ກະຊວງຊັບພະຍາກອນ ທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ, ສະມາຄົມພາກເອກະຊົນ ແລະ ບັນດາການນຳ.	3	2
		ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບພາກເອກະຊົນເພື່ອສົ່ງເສີມການຫຼຸດຜ່ອນຂີ້ເຫຍື້ອ ແລະ ເພີ່ມທະວີການເອົາຂີ້ເຫຍື້ອມານຳໃຊ້ໃຫ້ເປັນປະໂຫຍດ		3	2

ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ເຂດປ່າສະຫງວນ

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸລິມະສິດ (2020-2025)	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
ສົບຜົນສໍາເລັດ					
ບໍ່ມີທິດທາງ ຫລື ແຜນແຜນບົດສຳລັບການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດປ່າສະຫງວນ	ສ້າງແຜນລວມ ສຳລັບການພັດທະນາ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ	ພົວພັນກັບພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງກັບພາກເອກະຊົນ ແລະ ພາກລັດ ສ້າງແຜນແຜນບົດໂດຍລວມ ສຳລັບ NPAS ລວມທັງການພັດທະນາ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ.	ກະຊວງກະສິກຳປ່າໄມ້ (MAF) (ນໍາພາ) ກັບພາກເອກະຊົນ, MOICT, ແລະ ອົງການ ອື່ນໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ	1	1
ບໍ່ມີຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ ແລະ ວິທີສຳ ປະທານການລົງທຶນ ດ້ານການທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດ ປ່າສະຫງວນ (PA).	ໃຫ້ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບໂອກາດໃນການລົງທຶນ ໃນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ(NBT) ໃນເຂດປ່າສະຫງວນ (Pas) ແລະ ກຸ່ມ ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ (NBT).	ກຳນົດການສຳປະທານ ແລະ ໂອກາດການລົງທຶນໃນເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ກຸ່ມເປົ້າໝາຍການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ (NBT) ແລະ ຜະລິດໜັງສືຊວນການລົງທຶນ ສຳລັບ Lao ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ (NBT).	ກະຊວງກະສິກຳປ່າໄມ້ ຮ່ວມມືກັບພາກ ເອກະຊົນ, MOICT, ແລະ MPI	2	2
ສົບຜົນເປັນ PA ເພື່ອການຍົກລະດັບ ດ້ານສະຖານະ ແລະ ໂອກາດ					
ເງື່ອນໄຂມາດຖານ ໃນການຍົກລະດັບສະຖານະຂອງ PAS ບໍ່ທັນຈະແຈ້ງ ແລະ ບໍ່ໃຫ້ ຊຸມຊົນສາກົນ ຍັງບໍ່ມີຄວາມໝັ້ນໃຈຕໍ່ ກ່ຽວກັບການຍົກລະດັບ	ກວດກາແລະ ບົດບູນເງື່ອນໄຂ ແຫ່ງຊາດ ສຳລັບການຍົກລະດັບສະຖານະພາບອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ (NP) ແລະ ການຄຸ້ມຄອງຮັກສາ ຫລື ນຳໃຊ້ສະໜັກເຂົ້າເປັນອຸທິຍານລະດັບອາຊຽນ ແລະ ມໍລະດົກໂລກຂອງ UNESCO.	ຮັບຄຳເຫັນຈາກພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງທັງໃນແລະຕ່າງປະເທດ ກ່ຽວກັບເງື່ອນໄຂ ຈຳເປັນຕໍ່ການຍົກລະດັບສະຖານະເປັນ ອ NP ຫລື ເງື່ອນໄຂອື່ນໆກ່ວານັ້ນ.	ກະຊວງກະສິກຳ ປ່າໄມ້ (ນໍາພາ) ຮ່ວມມືກັບພາກເອກະຊົນ, MOICT, ແລະ ອົງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ	1	2
ຂາດຄວາມສາມາດໃນ ຍົກລະດັບສະຖານະ ເປັນອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ (NP)	ສ້າງແຮງຈູງໃຈໃຫ້ບັນດາແຂວງ ຍົກລະດັບພື້ນທີ່ຂອງພວກເຂົາໃຫ້ເປັນ ອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ (NP) ແລະ ມາດຕະຖານອື່ນໆໂດຍການເພີ່ມປຸກຈິດສຳນຶກ ແລະ ຄວາມເຂົ້າໃຈກ່ຽວກັບວິທີ ດຳເນີນການ.	ສ້າງແນວທາງ ແລະ ຂັ້ນຕອນຂອງຊາດກ່ຽວກັບວິທີການຍົກລະດັບສະຖານະພາບ ເປັນອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ (NP) ແລະ ຜືກອົບຮົມເຈົ້າໜ້າທີ່ທ່ອງທ່ຽວກ່ຽວກັບຂັ້ນຕອນ ແລະ ຂັ້ນຕອນສຳລັບການຍົກລະດັບອຸທະຍານແຫ່ງຊາດ (NP).	ກະຊວງກະສິກຳ ປ່າໄມ້ (ນໍາພາ) ຮ່ວມມືກັບອົງການທີ່ ກ່ຽວຂ້ອງ ອື່ນໆ	2	1

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍ້ສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸລິມະສິດ	ອີງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
ສິບ໒ ເພີ່ມທະວີຄວາມຮູ້, ທັກສະ ແລະ ຄວາມສາມາດຂອງ ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້, ພະແນກ ຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ					
ຮັບປະກັນ DOF/PAMD ໄດ້ຮັບການຊີ້ນຳໂດຍກົງກ່ຽວກັບ ເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ.	ຍົກລະດັບຄວາມອາດສາມາດດ້ານການທ່ອງທ່ຽວຂອງ PAMD ດ້ານການບໍລິການການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ (NBT) ຢູ່ໃນອຸທິຍານ ແລະ ປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ.	ປະຈຸບັນ NPAS ທີ່ບ່ອນຢູ່ແຂວງໄຕແມ່ນຢູ່ພາຍໃຕ້ການຄຸ້ມຄອງຂອງແຂວງນັ້ນ. ທັບທວນຄືນ ຂໍ້ຕົກລົງຂອງກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້, ສະບັບເລກທີ 3822 / ກປ. ກ່ຽວກັບການສ້າງຕັ້ງ ກົມປ່າໄມ້ ເພື່ອລວມເອົາການຊີ້ນຳ ປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດໂດຍກົງ	ກະຊວງກະສິກຳປ່າໄມ້/ ກົມປ່າໄມ້	1	1
ການຄຸ້ມຄອງຍັງບໍ່ທັນຄົບຊຸດ; ຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດຍັງບໍ່ທັນຈະແຈ້ງ.	ສ້າງຕັ້ງຄະນະກຳມະການຄວບຄຸມປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດທັງໝົດ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ມີການຮ່ວມມືແບບມີປະສິດທິພາບສາມາດປະສານສົມທົບຂັ້ນແຂວງ ແລະ ສາມາດຕິດຕາມກວດກາປະສິດທິຜົນຂອງຕົນໄດ້.	ສ້າງຕັ້ງຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ PAMD ແລະ ຈັດຜຶກອົບຮົມການທ່ອງທ່ຽວວຽກງານ.	ກະຊວງກະສິກຳປ່າໄມ້/ ກົມປ່າໄມ້/ພະແນກຄຸ້ມຄອງ ເຂດປ່າສະຫງວນ	1	1
		ນິຕິກຳ ກ່ຽວກັບອຸທິຍານແຫ່ງຊາດໃໝ່ / ເຂດປ່າສະຫງວນ ມີການປະທັບຂອງ ລັດ ແລະ ຍົກດຳແໜ່ງ ຫົວໜ້າເຂດປ່າສະຫງວນ.	ກະຊວງກະສິກຳປ່າໄມ້/ ກົມປ່າໄມ້	1	1
		ມີພຽງແຕ່ສ່ວນອຸທິຍານແຫ່ງຊາດສອງແຫ່ງເທົ່ານັ້ນ ທີ່ມີຄະນະ ກຳມະການຊີ້ນຳ ເຂດປ່າສະຫງວນທີ່ກຳນົດໄວ້ ໃນລັດຖະດຳລັດຂອງຕົນ. ອີງຕາມຈັດຕັ້ງສະຖາບັນນີ້ ຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຖືກກຳນົດໄວ້ ໃນນິຕິກຳເຂດປ່າສະຫງວນ (PA) ໃໝ່ ສຳລັບ NPAS ທັງໝົດ. ກະກຽມ ແລະ ຮັບຮອງເອົາບົດແນະນຳກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງຮ່ວມໃນ NPAS.	ກະຊວງກະສິກຳປ່າໄມ້/ ກົມປ່າໄມ້/ພະແນກຄຸ້ມຄອງ ເຂດປ່າສະຫງວນ	1	1
	ກຳນົດຢ່າງຈະແຈ້ງການມອບໝາຍໃຫ້ຫ້ອງການຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ເພື່ອຄຸ້ມຄອງທາກິດຈະກຳພາຍໃນຂອບເຂດເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດພາຍໃຕ້ PAMD / DOF.	ການກະກຽມນິຕິກຳສຳລັບອຸທິຍານແຫ່ງຊາດໃໝ່ / ເຂດປ່າສະຫງວນທີ່ລະບຸບົດບາດຂອງ PAMD ແລະ ຫ້ອງການຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດໃນການຄຸ້ມຄອງທາກິດຈະກຳພາຍໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ. ບົດແນະນຳ ກ່ຽວກັບບົດບາດ ແລະ ໜ້າທີ່ຂອງຫ້ອງການຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ຈະເພີ່ມມາຄຳ ໃຫ້ແກ່ການຄຸ້ມຄອງ ປ່າສະຫງວນ ດັ່ງກ່າວ.	ກະຊວງກະສິກຳປ່າໄມ້/ ກົມປ່າໄມ້/ພະແນກຄຸ້ມຄອງ ປ່າສະຫງວນ	1	1
	ຍົກສູງຄວາມສາມາດ ຄຸ້ມຄອງ NBT ຂອງ PAS.	ຮັບຮອງເອົາຮາງບົດແນະນຳກ່ຽວກັບບົດບາດ ແລະ ຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງໜ່ວຍງານທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນຫ້ອງການຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ, ສະເໜີສ້າງຕັ້ງໜ່ວຍງານທ່ອງທ່ຽວ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ (ລວມທັງອຸທິຍານແຫ່ງຊາດ):	ກະຊວງກະສິກຳປ່າໄມ້/ ກົມປ່າໄມ້/ພະແນກຄຸ້ມຄອງ ປ່າສະຫງວນ	1	1

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກງານຄົມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
	ຍົກສູງຄວາມສາມາດສຳລັບການຄຸ້ມຄອງ ຂອງ PAs NBT..	ຈັດສຳນະນາເພື່ອສ້າງຄວາມສາມາດໃຫ້ແກ່ເຈົ້າໜ້າທີ່ອາວຸໂສກ່ຽວກັບການສະໜອງທາງດ້ານການເງິນເຂົ້າໃນການ ທ່ອງທ່ຽວ, ໂດຍສະເພາະປະສົບການຂອງຜູ້ຍັງມຸ່ມຢາມເຂດປ່າສະຫງວນ.	ກະຊວງກະສິກຳ ປ່າໄມ້ (MAF), ໜ່ວຍງານເຂດປ່າສະຫງວນ (PA)	2	2
	ຮັບປະກັນການເງິນແບບຍືນຍົງເຜິ້ງເຜີ້ງປະມານແລະລາຍໄດ້ຈາກນ້ຳທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການນຳ ໃຊ້ ງົບປະມານແບບຍືນຍົງ	ຮ່າງລະບຽບການສຳລັບຄຸ້ມຄອງທຸກ ເຂດປ່າສະຫງວນ (PA) ມີການທ່ອງທ່ຽວທີ່ຮັບປະກັນການເງິນທີ່ຍືນຍົງ.	ກະຊວງກະສິກຳປ່າໄມ້ (MAF), ກະຊວງການເງິນ (MOF), ກະຊວງແຜນການ (MPI), ໜ່ວຍງານເຂດປ່າສະຫງວນ (PA)	2	1
ການຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນ, ສັດປ່າ ແລະ ເຂດທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດອື່ນໆຍັງເຮັດບໍ່ໄດ້ດີເທົ່າທີ່ຄວນ.	ຮັບຮອງ ແລະ ສົ່ງເສີມມາດຕະຖານສາກົນ ກ່ຽວກັບການປົກປັກຮັກສາສັດປ່າ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ.	ສືບຕໍ່ປະຕິບັດຢ່າງເຂັ້ມງວດ ຕາມກົດໝາຍ ຂອງລາວ ແລະ ສົນທິສັນຍາວ່າດ້ວຍການຄ້າສາກົນກ່ຽວກັບພັນທະຂອງສັດປ່າແລະສັດທີ່ໃກ້ຈະສູນພັນ (CITES) ໂດຍຜ່ານການບັງຄັບໃຊ້ກົດໝາຍ ກ່ຽວກັບສັດປ່າຜ່ານເຄືອຂ່າຍການບັງຄັບໃຊ້ກົດໝາຍ ວ່າດ້ວຍສັດປ່າ (Lao WEN) ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບຕຳລັດນາຍົກລັດຖະມົນຕີ ເລກທີ 05 ກ່ຽວກັບການຄ້າສັດປ່າທີ່ຜິດກົດໝາຍ ໂດຍການສະໜັບສະໜູນ ການສ້າງຂີດຄວາມສາມາດໃຫ້ແກ່ພະນັກງານ.	ສັດປ່າ: ລາວ WEN ປະກອບມີ ກະຊວງກະສິກຳປ່າໄມ້ (MAF) / ກົມກວດກາປ່າໄມ້, ພາສີ, ຕຳຫຼວດ, ແລະ ອື່ນໆ	2	2
ການສູນເສຍສັດປ່າແມ່ນເຮັດໃຫ້ມີຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການລົງທຶນ ແລະ ການສົ່ງເສີມ NBT.	ສະໜອງທຶນຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນເພື່ອຮັບປະກັນ ການປົກປ້ອງຜົນກະທົບ ຈາກການລົງທຶນຂອງພາກເອກະຊົນ ເພື່ອສ້າງລາຍໄດ້ ຈາກການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ນຳໃຊ້ ເຂົ້າໃນການອະນຸລັກ.	ເພີ່ມທະວີການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ການເງິນສາທາລະນະໃຫ້ແກ່ PAs. ຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ດ້ວຍການແບ່ງການຄຸ້ມຄອງ ພາຍໃຕ້ການຊີ້ນຳຂອງ MAF DOF ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບການປະຕິບັດທີ່ດີລະດັບສາກົນ, ແລະ ລະບຽບການດ້ານການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ສືບຕໍ່ໄດ້ຮັບການພັດທະນາໃນຫລາຍໆດ້ານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຄຸ້ມຄອງປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ, ລວມທັງການບັງຄັບໃຊ້ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍ ສັດປ່າ, ການວາງແຜນນຳໃຊ້ທີ່ດິນແບບມີສ່ວນຮ່ວມແລະ ຂໍ້ຕົກລົງດ້ານການອະນຸລັກຊຸມຊົນ.	ກະຊວງກະສິກຳປ່າໄມ້/ ກົມປ່າໄມ້/ພະແນກຄຸ້ມຄອງເຂດສະຫງວນ	2	1

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍ້ສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸກລິມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
ສ້າງຄະນະວິຊາການຈາກພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວ ເຂດປ່າສະຫງວນ					
ບໍ່ມີພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນການພັດທະນາ ແລະ ຄຸ້ມຄອງການທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ເຂດປ່າສະຫງວນ; ຍັງບໍ່ມີແຜນການພັດ ທະນາສຳລັບເຂດປ່າສະຫງວນ ໃຫມັ້ນກ່າຍເຂດປ່າສະຫງວນ ທີ່ມີພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ສຳລັບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ.	ສ້າງຄະນະວິຊາການທ່ອງທ່ຽວຈາກພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ແຜນພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວຕາມການຕີກລີງຈາກພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ສຳລັບແຕ່ລະເຂດປ່າສະຫງວນ ຊຶ່ງເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງ ແຜນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດທີ່ໃຫຍ່.	ສ້າງຄະນະວິຊາການຈາກພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງສຳລັບແຕ່ລະກຸ່ມການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ (ບ່ອນທີ່ບັນໄປໄດ້ຕາມໂຄງສ້າງ ແລະ ເຄືອຂ່າຍທີ່ມີຢູ່) ກຳນົດແຜນການທ່ອງທ່ຽວ/ນັກທ່ອງທ່ຽວສຳລັບແຕ່ລະເຂດປ່າສະຫງວນ, ອີງຕາມຂໍ້ສະເໜີ ດ້ານການບໍລິການໂດຍຜ່ານການໃຫ້ຄຳປຶກສາ ແລະ ການວິເຄາະວິໄຈ. ມີການຕິດຕາມກວດກາ ແລະ ບັບປຸງຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ, ແລກປ່ຽນບົດຮຽນທີ່ດີ ແລະ ຮຽນຮູ້ຈາກຄູ່ແຂ່ງຂັ້ນບ່ອນອື່ນ.	ນຳໂດຍ ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້, ກົມປ່າໄມ້, ພະແນກ ຄູ່ຄອງເຂດ ປ່າສະຫງວນ ໂດຍຜ່ານການປຶກສາ ຫາລືກັບພາກເອກະຊົນ ແລະ ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນາທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ.	1 2 3	1 2 2
ສ້າງລະບົບຄຸ້ມຄອງທີ່ໝາະສົມ ແລະ ໂປ່ງໃສ ໂດຍສະເພາະ ການເກັບຄ່າທຳນຽມດຳເນີນທຸລະກິດ, ຄ່າທຳນຽມສຳປະທານ ແລະ ການນຳໃຊ້ລາຍຮັບຢ່າງ ເໝາະສົມສຳລັບພະຍາກອນທຳມະຊາດ ແລະ ຊັບສິນບັດຢູ່ເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະ ທັດສະນີຍະພາບທຳມະຊາດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ໃຫ້ຍືນຍົງ					
ເພີ່ມຄ່າບໍລິຫານໂດຍຜ່ານການເກັບເງິນສະເພາະ ຢູ່ເຂດປ່າສະຫງວນ	ສືບເບິ່ງຄ່າທຳນຽມທີ່ເປັນທາງການ, ບໍ່ເປັນທາງການ, ຄ່າບໍລິຫານຂອງຜູ້ນຳໃຊ້ຢູ່ທ່ອງຖິ່ນ ແລະ ຄ່າບໍລິຫານຂອງຜູ້ນຳໃຊ້ຢູ່ທ່ອງຖິ່ນ.	ປະເມີນຄ່າບໍລິຫານໂດຍຜ່ານຄ່າທຳນຽມທີ່ເປັນທາງການ, ບໍ່ເປັນທາງການ, ຄ່າບໍລິຫານຂອງຜູ້ນຳໃຊ້ຢູ່ທ່ອງຖິ່ນ ແລະ ສ່ວນຂອງການເກັບເງິນສະເພາະ ຢູ່ເຂດປ່າສະຫງວນ.	ກະຊວງ ຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນາທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ; ກະຊວງຊັບພະຍາ ກອນທຳມະຊາດ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ, ກົມສິ່ງແວດລ້ອມ; ກົມຄຸ້ມຄອງປ່າໄມ້. ອົງການປຶກສາທ່ອງທ່ຽວຖິ່ນ.	2	1
ລະບຽບການສັບສົນ ແລະ ບໍ່ສອດຄ່ອງ	ຕ້ອງຫຼີກລຸກມລະບຽບການ ດຳເນີນງານຂອງ NBT ທ່າງໝົດ	ສ້າງ ແລະ ປະຕິບັດກົດລະບຽບ ທີ່ດັດມາດຕະຖານ ແລະ ການປົກປ້ອງຄຸ້ມຄອງ ສຳລັບທຸກໆວິສາຫະກິດທີ່ດຳເນີນທຸລະກິດເຂດປ່າສະຫງວນ.	MOICT, championed by PMO	2	1

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸກຄົນລະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
<p>ປະສານງານ ເພື່ອ ສະໜອງ ດ້ານການເງິນໃຫ້ແກ່ ການພັດທະນາ ໂຄງລ່າງພື້ນຖານການທ່ອງທ່ຽວ ບໍລິເວນ ເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ເພື່ອທັດສະນີຍະພາບທີ່ປັນບຸລິມະສິດ ຕໍ່ການຮັກສາ</p>	<p>ຂໍສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ ການພັດທະນາ ໂຄງລ່າງພື້ນຖານການທ່ອງທ່ຽວ ບໍລິເວນ ເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ ເພື່ອທັດສະນີຍະພາບທີ່ປັນບຸລິມະສິດ ຕໍ່ການຮັກສາ</p>	<p>ກຳນົດກິນໄກທາງດ້ານການເງິນກັບນັກລົງທຶນພາກເອກະຊົນກັບຜົນປະໂຫຍດໃນການເດີນທາງ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວເພື່ອ ເຊື່ອມຕໍ່ (ຂົນສົ່ງ, ລາກແກ່ ແລະ ນໍ້າໃຊ້), ຍັງຮັບປະກັນການເຊື່ອມຕໍ່ສຳລັບຊຸມຊົນທ້ອງຖິ່ນ ເພື່ອສ້າງຜົນປະໂຫຍດສູງສຸດໃຫ້ແກ່ຊຸມຊົນ.</p> <p>ກຳນົດບຸລິມະສິດກອງທຶນທາງ ແລະ ການໃຊ້ຈ່າຍງົບປະມານແຂວງຕໍ່ການຄຸ້ມຄອງທັດສະນີຍະພາບການທ່ອງທ່ຽວທີ່ປັນບຸລິມະສິດ.</p> <p>ສ້າງແຜນການລົງທຶນໂສໂຄງລ່າງພື້ນ ຖານໃຫ້ເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງ ແຜນການຄຸ້ມຄອງເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດ.</p>	<p>ນອກເຂດປ່າສະຫງວນ ແຫ່ງຊາດ: ກະຊວງໂຍທາ ແລະ ຂົນສົ່ງ ແລະ ອົງການຂັ້ນແຂວງ, ທ້ອງວ່າການແຂວງ; ຂະແໜງເອກະຊົນ.</p> <p>ໃນເຂດປ່າສະຫງວນ ແຫ່ງຊາດ: ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້/ກົມປ່າໄມ້/ພະແນກຄຸ້ມຄອງເຂດ ປ່າສະຫງວນ.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>	<p>1</p> <p>1</p> <p>2</p>

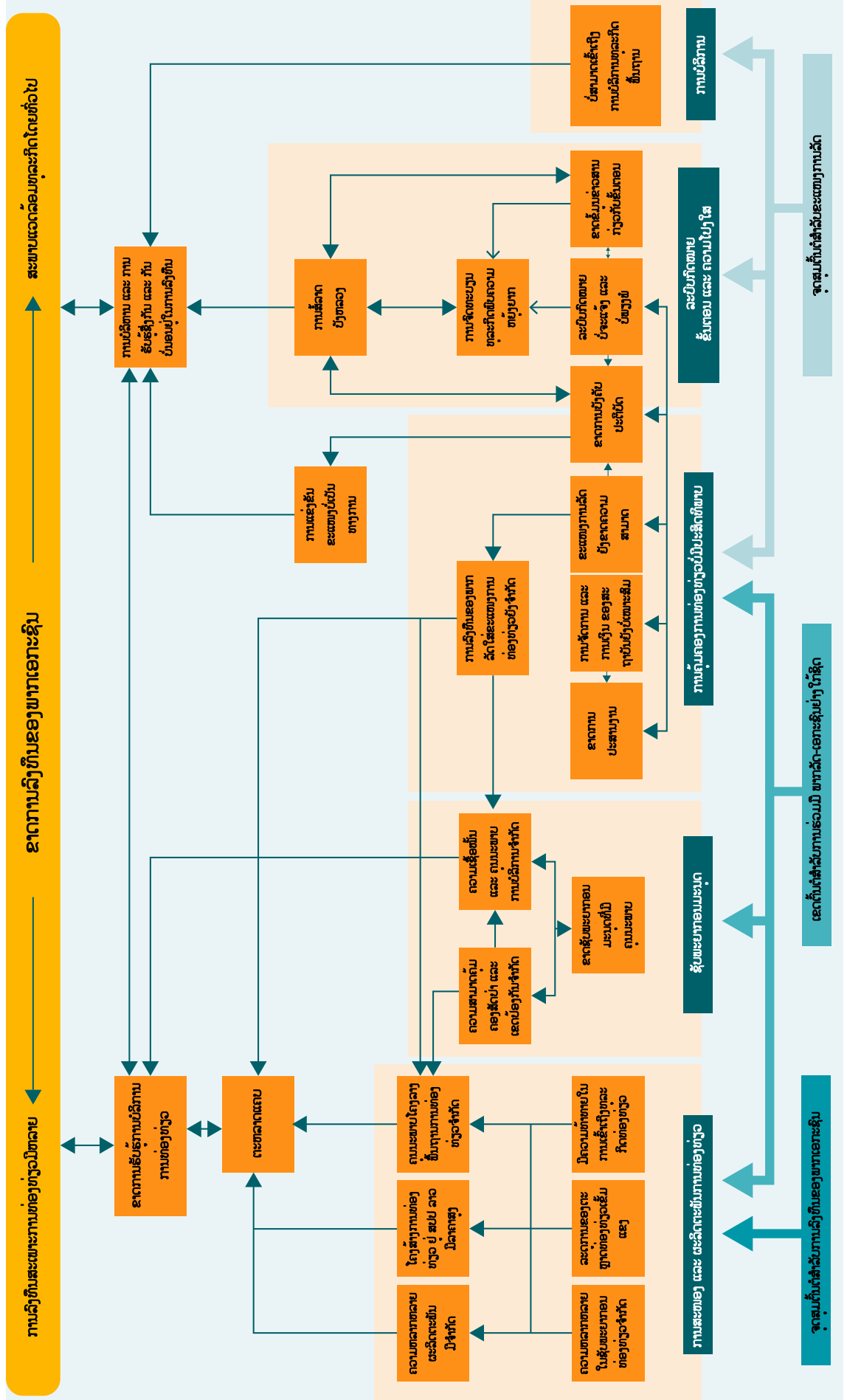
ການສະໜັບສະໜູນທຸລະກິດ ແລະ ການສ້າງຜະລິດຕະພັນໃໝ່ ຂອງການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍ້ສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸລິມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
ສະໜັບສະໜູນຂະແໜງເອກະຊົນເພື່ອສ້າງຕະຫຼາດ ແລະ ສົ່ງເສີມເຄື່ອງໝາຍການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດແຫ່ງຊາດໂດຍຜ່ານສະມາຄົມ/ກຸ່ມຂະແໜງເອກະຊົນ					
ບໍ່ມີການຕະຫຼາດສະເພາະການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ການຕະຫຼາດແຫ່ງ ຊາດປັດຈຸບັນບໍ່ສ່ອງແສງໃຫ້ເຫັນ ຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ຄວາມຈຳເປັນ ຂອງຂະແໜງເອກະຊົນ.	ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບຂະແໜງເອກະຊົນ ແລະ ບັນດາຄູ່ຮ່ວມພັດທະນາເພື່ອເພີ່ມທະວີການໂຄສະນາແຫ່ງຊາດຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ.	ສ້າງຕັ້ງຄະນະນຳດ້ານການ ທ່ອງທ່ຽວແຫ່ງຊາດທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມຂອງພາກເອກະຊົນ ໃນການໂຄສະນາ ແລະ ກຳນົດໂອກາດ ດ້ານການລົງທຶນ ສົ່ງເສີມກິດຈະກຳໃຫ້ດຳເນີນໃນຫວ່າງບໍ່ດົນມານີ້ ເພື່ອຂະຫຍາຍ ແລະ ເນັ້ນໜັກ NBT.	ສະມາຄົມ/ກຸ່ມເອກະຊົນ ສະມາຄົມ ແລະ ກຸ່ມຂອງພາກເອກະຊົນ	1 2	1 1
ບໍ່ມີການຕະຫຼາດສະເພາະການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ແລະ ການຕະຫຼາດແຫ່ງ ຊາດປັດຈຸບັນບໍ່ສ່ອງແສງໃຫ້ເຫັນ ຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ຄວາມຈຳເປັນ ຂອງຂະແໜງເອກະຊົນ.	ການຕະຫຼາດເປົ້າໝາຍ ຂອງ ສປປ ລາວ ເປັນປະເທດທີ່ບັນເທົາກັບການລົງທຶນດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ ໂດຍນັກລົງທຶນຕ່າງປະເທດ ທີ່ສຸມໃສ່ການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ, ຕົວຢ່າງ, ການດຳເນີນພາລະກິດຂອງນັກລົງທຶນ ຫລື ບໍ່ປຽບການເຂົ້າຮ່ວມງານວາງສະແດງ ລະດັບສາກົນ.	ຈັດຕັ້ງບັນດາເວທີການລົງທຶນ ແລະ ແຜນວຽກຕ່າງໆ ໃນ ສປປ ລາວ, ພາກພື້ນ ແລະ ສາກົນ (ລວມທັງການປະຊຸມກ່ຽວກັບການ ໂຮງແຮມ ແລະ ງານວາງສະແດງການຄ້າການທ່ອງທ່ຽວ) ເພື່ອສະແດງໂອກາດການລົງທຶນໃນ PAs ແລະ ການຊ່ວຍເຫຼືອ. ເຮັດວຽກຮ່ວມກັບສາຍການບິນພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ແລະ ຄູ່ຮ່ວມງານອື່ນໆເພື່ອສົ່ງ ການທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບການສຶກສາສຳຄັນໃຈ ແລະ ການເດີນທາງ ສຳ ຜູ້ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດວຽກຕົວຈິງ, ນັກຂາວ, ແລະ ນັກລົງທຶນ ແລະ ຜູ້ອື່ນໆ.	ຄະນະ ກຳມະການດ້ານການຕະຫຼາດ ຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຫ່ງຊາດ (NBT) ຫຼື ທີມງານເຮັດວຽກ ຈາກເຄືອຄ່າຍການຄຸ້ມຄອງບໍລິຫານຈຸດໝາຍປາຍທາງ (DMN) ຂອງການທ່ອງທ່ຽວແຫ່ງຊາດ (NBT), MAF, MOICT	3	1
ກຳນົດ ແລະ ສະໜອງຫຼັກສູດກ່ຽວກັບການສ້າງຕະຫຼາດ, ການສ້າງຜະລິດຕະພັນໃໝ່ ແລະ ການຮັບຕ້ອນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ					
ບໍ່ມີສະການບໍລິການການທ່ອງທ່ຽວຍັງບໍ່ມີສູງ	ສະໜັບສະໜູນການພັດທະນາຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ, ສຸມໃສ່ຜະລິດຕະພັນ ທີ່ສຸດໃຫ້ເຫັນນະວັດຕະກຳ ອັນໃໝ່ຂອງປະເທດ ລວມທັງຜະລິດຕະພັນທີ່ ທີ່ສົ່ງເສີມການຂະຫຍາຍລະດູການທ່ອງທ່ຽວ.	ແນະນຳແນວທາງການອະນຸມັດ ໃຫ້ເຈົ້າໜ້າທີ່ ເພື່ອຫລີກລ້ຽງການອະນຸມັດການລົງທຶນທີ່ຊ້ຳຊ້ອນ ແລະ ຊຸກຍູ້ການລົງທຶນ ໂດຍສະເພາະ ຢູ່ໃນ PAs ແບບມີການປະດິດສ້າງ ແລະ ການຮ່ວມມືແບບພົ້ນເດັ່ນ	ອາດສາມາດທ່ອງທ່ຽວ, ບັນດານັກລົງທຶນ	1	2

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບຸລິມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ກຳນົດເວລາ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
ສ້າງ ແລະ ສະເໜີຫຼັກສູດການປະດິດສ້າງຜະລິດຕະພັນ ແລະການພັດທະນາຕະຫຼາດ ການທ່ອງທ່ຽວຂອງພາກເອກະຊົນ ແລະ ທຸລະກິດ CBT, ເພື່ອສົ່ງເສີມທຳແຮງ ແລະ ແກ້ໄຂບັນຫາດ້ານການຕະຫຼາດ	ສ້າງ ແລະ ວາງຫຼັກສູດກ່ຽວກັບການວາງແຜນທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວ ສຳລັບຜູ້ສະໜັບສະໜູນ ແລະ ຜູ້ປະເມີນໂຄງການ (ລວມທັງທະນາຄານ, ອົງການ INGOs, ແລະ ພາກລັດ) ແລະ ພັດທະນາເງື່ອນໄຂການສະໜອງທຶນທ່ຽວຂອງໃຫ້ແກ່ຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວ (ລວມທັງ ການສຸມໃສ່ຄວາມເຂັ້ມແຂງ ດ້ານວຽກ ບົກປັກຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມ).	ເຮັດວຽກຜ່ານ DMNs, LANITH, ແລະ ຜູ້ປະກອບການພາກເອກະຊົນ ເພື່ອພັດທະນາແຜນງານ ທີ່ຕ້ອນສະໜອງ ຄວາມຕ້ອງການ ດ້ານການທ່ອງທ່ຽວຂອງ ເອກະຊົນຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ທຸລະກິດ CBT ແລະ ຍັງເປັນການຊຸກຍູ້ການຮ່ວມມື ແລະ ການສ້າງນະວັດຕະກຳ ອັນໃໝ່.	ອດສະຫະກຳ ການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ອົງການ INGOs ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວ	2	1
	ສ້າງ ແລະ ວາງຫຼັກສູດກ່ຽວກັບການວາງແຜນທຸລະກິດການທ່ອງທ່ຽວ ສຳລັບຜູ້ສະໜັບສະໜູນ ແລະ ຜູ້ປະເມີນໂຄງການ (ລວມທັງທະນາຄານ, ອົງການ INGOs, ແລະ ພາກລັດ) ແລະ ພັດທະນາເງື່ອນໄຂການສະໜອງທຶນທ່ຽວຂອງໃຫ້ແກ່ຂະແໜງ ການທ່ອງທ່ຽວ (ລວມທັງ ການສຸມໃສ່ຄວາມເຂັ້ມແຂງ ດ້ານວຽກ ບົກປັກຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມ).	ພັດທະນາແຜນງານຫຼັກສູດທຸລະກິດດ້ານການທ່ອງທ່ຽວ ສຳລັບຜູ້ອ່ານວຍຄວາມສະດວກທາງທຸລະກິດ, ລວມທັງທະນາຄານ ແລະ ທະນາຍຄວາມ, ລວມທັງຫົວຂໍ້ທີ່ວາມເອົາລັກສະນະທີ່ເປັນເອກະລັກຂອງທຸລະກິດທີ່ອີງໃສ່ທຳມະຊາດເຊັ່ນ: ການສຳປະທານໃນເຂດປ່າສະຫງວນ ແລະໃບຢັ້ງຢືນພູມິທັດທຳມະຊາດ ສຳລັບຜູ້ ດຳເນີນງານ (ເຊັ່ນ: ຄູ່ມື).	MPI ແລະ INGOs ທີ່ເນີນໂຄງການທຸລະກິດ	3	2
	ປະຕິບັດຍຸດທະສາດການພັດທະນາຊັບພະຍາກອນມະນຸດແຫ່ງຊາດ ແລະ ເພີ່ມທະວີການຮ່ວມມືທ່ຽວຂ້ອງລະຫວ່າງ ລັດຖະບານ, ຜູ້ໃຫ້ການຝຶກອົບຮົມ ແລະ ອດສະຫະກຳ.	ຂະຫຍາຍວຽກງານຂອງ LANITH ແລະ ສະຖາບັນການສຶກສາ ເພື່ອສ້າງສັບພະຍາກອນມະນຸດໃນຂົງເຂດທີ່ສຳຄັນ (ການຕ້ອນຮັບ, ການບໍລິການດ້ານອາຫານ ແລະ ເຄື່ອງດື່ມ, ການຄຸ້ມຄອງ, ແມ່ຍານ, ການຊີ້ນຳ, ການຊ່ວຍເຫຼືອໃນກໍລະນີສາເສີນໃນຂັ້ນຕົ້ນ, ການຕະຫຼາດ) ເພື່ອຮັບປະກັນການສະໜອງ ທີ່ເຊື່ອຖືໄດ້ຂອງພະນັກງານທີ່ດັ່ງກ່າວຝຶກອົບຮົມ ສຳລັບພາກເອກະຊົນ. ສົ່ງເສີມໃຫ້ນັກລົງທຶນຕ່າງຊາດຝຶກອົບຮົມ ແລະ ພັດທະນາຄົນລາວໃຫ້ມີບົດບາດໃນການຄຸ້ມຄອງ. ສ້າງລະບົບການຍ່ອງຍໍຂົນເຊີຍ ເພື່ອຮັບຮູ້ຜູ້ມາ ແລະ ຊຸກຍູ້ການພັດທະນາວິຊາຊີບຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ. ຫຼັກສູດການຝຶກອົບຮົມສະເພາະ ສາມາດສະໜອງ ກ່ຽວກັບລະບົບນິເວດ/ການຕີລາຄາ, ຄູ່ມື (ແລະ ຄວາມປອດໄພ / ການຊ່ວຍເຫຼືອໃນກໍລະນີສາເສີນໃນຂັ້ນຕົ້ນ), ແລະ ທັກສະອື່ນໆທີ່ມີຄ່າ ສຳລັບຜູ້ປະກອບການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ.	ກະຊວງສຶກສາ ແລະ ກິລາ, ສະມາຄົມພາກເອກະຊົນ, MOICT	3	2

ການຄົ້ນພົບຕົ້ນຕໍ	ຂໍ້ສະເໜີແນະນຳຕົ້ນຕໍ	ການປະຕິບັດວຽກບົດມະສິດ	ອົງການຮັບຜິດຊອບ	ລະດັບຄວາມສຳຄັນ
ສະໜອງທຶນຜ່ານຊ່ອງທາງໃໝ່ ຫຼື ຊ່ອງທາງທີ່ມີຢູ່ແລ້ວ ເພື່ອສະໜອງທຶນ ໃຫ້ແກ່ທຸລະກິດສຳປະທານການທ່ອງທ່ຽວ ໃນເຂດປ່າສະຫງວນແຫ່ງຊາດຂອງພາກເອກະຊົນ	ຈັດຫາຊ່ອງທາງໃໝ່ ຫຼື ຊ່ອງທາງໃໝ່ ຫລື ຊ່ອງທາງທີ່ມີຢູ່ແລ້ວ ສຳລັບການ ສຳປະທານດ້ານການທ່ອງທ່ຽວຂອງພາກເອກະຊົນ ເຂດປ່າສະຫງວນ (Pas)	ອີງໃສ່ພື້ນທີ່ປ່າໝາຍ ທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ ສຳລັບການ ສຳປະທານໃນ PAs (ເບິ່ງຂໍ້ສະເໜີແນະນຳເທິງ), ສະໜອງ ໂອກາດການສະໜັບສະໜູນ ພື້ນຖານໂຄງລ່າງ, ການຝຶກອົບຮົມ, ແລະ ການມີສ່ວນຮ່ວມຂອງຊຸມຊົນທ້ອງຖິ່ນ ເຂົ້າໃນວຽກງານປົກປັກຮັກສາປ່າໄມ້ ແລະ ສ້າງບັດໃຈຕີງດູດການຂັບເຄື່ອນພາກເອກະຊົນ (ສັດປ່າ, ປ່າໄມ້, ແມ່ນ້ຳ)	ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ ໂດຍມີ ຄຳແນະນຳຈາກທີມງານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວ, MPI, MOICT	2
ຊຸກຍູ້ການຮັບຮອງເອົາການປະຕິບັດແບບຍືນຍົງດ້ວຍຄວາມສະມັກໃຈໂດຍຂະແໜງເອກະຊົນ				
ຮັບຮອງ ແລະ ສົ່ງເສີມມາດ ຕະຖານສາກົນຕົ້ນຕໍ ກ່ຽວກັບການປົກປັກຮັກສາສັດປ່າ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ.	ທຸກການດຳເນີນທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວຕ້ອງໄດ້ມີການແຕ່ງຕັ້ງແລະ ມອບໝາຍໜ້າທີ່ໃຫ້ເຈົ້າໜ້າທີ່ຮັກສາຄວາມຍືນຍົງທີ່.	ຊຸກຍູ້ ແລະ ສະໜັບສະໜູນຜູ້ດຳເນີນການທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ ເພື່ອຮັບເອົາ ນະໂຍບາຍສາກົນກ່ຽວກັບຍົດຮຽນທິດໃນການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ການປົກປັກຮັກສາສິ່ງແວດລ້ອມ ເຊັ່ນ ລັດຖະບານລາວສາມາດພິຈາລະນາຮັບຮອງເອົາຖະແຫຼງການ Buenos Aires	ຜູ້ດຳເນີນທຸລະກິດເອກະຊົນ, ຊ່ວຍເຫຼືອ ໂດຍກະຊວງ ຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ.	2
ຂະແໜງເອກະຊົນຍັງຂາດຈຸດສຸມ ດ້ານຄວາມຍືນຍົງ				1

ເອກະສານຊ້ອນທ້າຍ ຄ: ບັນດາຜູ້ປະຕິບັດພາລະບົດບາດຕົ້ນຕໍເພື່ອແກ້ໄຂບັນດາອຸປະສັກການລົງທຶນ ຂອງຂະແໜງເອກະຊົນທີ່ກ່ຽວກັບການທ່ອງທ່ຽວຢູ່ ສປປ ລາວ





ພາບໂດຍ: ອົງການອານຸລັກສັດປ່າ



**The World Bank Group Lao PDR Country Office,
East Asia and Pacific Region**

Xieng Ngeun Village, Chao Fa Ngum Road,
Chantabouly District, Vientiane, Lao PDR

worldbank.org/lao