



## Tourism Adaptation Strategy During the Crisis from Covid-19 Pandemic at Ngoi District, Luang Prabang Province

Somkhuan XAYAVONG\*, Champa LATTANASOUVANHNAPHONH, Orlathai SISAVANH,

Somkhit SOULIYASACK, Khanthaly MIXAYKONE

*Department of tourism and hotel, Faculty of Economic and Tourism, Souphanouvong University Lao PDR*

### Abstract

#### \*Correspondence:

Somkhuan XAYAVONG,  
Department of tourism and  
hotel, Faculty of Economic and  
Tourism, Souphanouvong  
University, Tel: +85620  
59594424, Email:  
[ssomkhuan2020@gmail.com](mailto:ssomkhuan2020@gmail.com)

#### Article Info:

Submitted: Oct 30, 2023

Revised: Dec 03, 2023

Accepted: Dec 27, 2023

This study is about " Tourism adaptation strategy during the crisis from Covid-19 pandemic at Ngoi district, Luang Prabang Province" was studied in a qualitative format with an interview questionnaire as a tool for data collection. The results of the study found that the state of tourism in Ngoi City during the spread of the Covid-19 disease in Ngoi District is that tourists have dropped to 99.15%. Ngoi by training personnel and open the reception of tourists in the green tourism area and speed up the implementation of Lao safe tourism standards, most of the businesses that provide tourism services have closed their businesses by turning from the service business to farming and raising animals and starting to reopen in December 2021 and the local people are turning from the service profession to tourism to agriculture. raise animals and collect forest products of Dong, from the analysis of the tourism environment of Ngoi District and found that Ngoi District has strengths that can cope with this crisis situation more than weaknesses and there are also favorable opportunities from the external environment that can restore and develop the tourism situation in Ngoi District to normal people quickly. The use of corrective strategy (WO Strategy), the use of defensive strategy (ST Strategy) and the use of receiving strategy (WT Strategy) so that stakeholders in Ngoi district can adapt to the situation.

**Key words:** strategy, adaptation, pandemic, Covid-19 Tourism

### 1. ພາກສະເໜີ

ນັບຕັ້ງແຕ່ປີ 1990 ອຸດສາຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວ ເປັນຂະແໜງການທຸລະກິດທີ່ມີການຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ ແລະ ວ່ອງໄວ. ລາຍຮັບຈາກອຸດສາຫະກຳການທ່ອງທ່ຽວມີຜົນກະທົບໂດຍກົງຂອງມູນຄ່າລວມຍອດຜະລິດຕະພັນພາຍໃນຂອງໂລກ (GDP) ເພີ່ມຂຶ້ນຈາກ 9.9% ໃນປີ 1995 ແລະ 10.3% ໃນປີ 2019. ຜົນກະທົບຕົ້ນຕໍຂອງອຸດສາຫະ

ກຳການທ່ອງທ່ຽວທີ່ສາມາດເຫັນໄດ້ຊັດເຈນແມ່ນສ້າງມືວຽກເຮັດງານທຳເປັນຈຳນວນຫຼວງຫຼາຍ, ມີການຈ້າງງານໃນອາຊີບໃນຕຳແໜ່ງການເຮັດວຽກ ສິ່ງຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວທັງທາງກົງ ແລະ ທາງອ້ອມກວມເອົາ 10.4% ຂອງການຈ້າງງານທົ່ວໂລກ (Škare, Soriano & Porada-Rochon, 2021). ຍຸດທະສາດການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ ຮອດປີ 2025 ທີ່ມີເປົ້າໝາຍໃນການ

ພັດທະນາໃນຫຼາຍດ້ານໂດຍສະເພາະແມ່ນ ພັດທະນາ, ຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ກາຍເປັນຂະແໜງບຸລິມາສອັນຫນຶ່ງ, ຊ່ວຍໃຫ້ປະຊາຊົນຫຼຸດພື້ນອອກຈາກຄວາມທຸກຍາກ. ກ່ອນການແຜ່ພະຍາດລະບາດຂອງ covid-19, ການທ່ອງທ່ຽວໃນ ສປປ ລາວໄດ້ມີການເຕີບໃຫຍ່ຂະຫຍາຍຕົວ, ໃນປີ 2019, ມີຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງຊາດ ເພີ່ມຂຶ້ນເຖິງ 14.4%, ລາຍຮັບຈາກການທ່ອງທ່ຽວທັງໝົດ ແມ່ນຢູ່ທີ່ 934\$ ໂດລາສະຫະລັດ. ໃນລະຫວ່າງປີ 2010-2019, ລາຍຮັບຈາກນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນແມ່ນເພີ່ມຂຶ້ນ ເຊິ່ງການເພີ່ມຂຶ້ນດັ່ງກ່າວ ເປັນມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ແກ່ຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ. ບົດລາຍງານໃນປັດຈຸບັນໄດ້ປະເມີນວ່າການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນປະກອບສ່ວນໂດຍກົງໃຫ້ກັບລວມຍອດຜະລິດຕະພັນພາຍໃນ (GDP) ເຖິງ 4.6% . (LaoSafe-Tourist-Attraction-Guide-Lao). ໃນໄລຍະຕົ້ນປີ 2019 ໄດ້ມີການເກີດການແຜ່ລະບາດຂອງ Covid-19 ຮອດວັນທີ 12 ມີນາ 2019 ອົງການອະນາໄມໂລກໄດ້ປະກາດໃຫ້ການລະບາດຂອງພະຍາດ covid-19 ເປັນການລະບາດໃຫຍ່ທົ່ວໂລກ ທີ່ມີຜົນກະທົບຢ່າງຮ້າຍແຮງຖ້າທຽບໃສ່ການລະບາດຂອງເຊື້ອພະຍາດຕ່າງໆທີ່ເກີດຂຶ້ນໃນໂລກ. ແຂວງຫຼວງພະບາງເປັນແຂວງທີ່ມີຊື່ສຽງທາງດ້ານການທ່ອງທ່ຽວກໍ່ໄດ້ຮັບຜົນກະທົບຈາກໃຫ້ການລະບາດຂອງພະຍາດ Covid-19 ເຊັ່ນ: ຈາກສະຖິຕິໃນປີ 2021 ໄດ້ມີນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າມາທ່ຽວຊົມແຂວງຫຼວງພະບາງ ທັງໝົດ 69,730 ເທື່ອຄົນ, ຖ້າທຽບໃນໄລຍະດຽວກັນຂອງປີຜ່ານມາຫຼຸດລົງ 205,917 ເທື່ອຄົນ ເທົ່າກັບ 75%, ໃນນັ້ນເປັນນັກທ່ອງທ່ຽວສາກົນ 0 ເທື່ອຄົນ, ຖ້າທຽບໃສ່ໄລຍະດຽວກັນຂອງປີຜ່ານມາຫຼຸດລົງ 142,435 ເທື່ອຄົນ ເທົ່າກັບ 100% ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ 69,730 ເທື່ອຄົນ ຖ້າທຽບໃສ່ໄລຍະດຽວກັນຂອງປີຜ່ານມາຫຼຸດລົງ 63,482 ເທື່ອຄົນເທົ່າກັບ 48%. ເມືອງງອຍຕັ້ງຢູ່ທາງທິດເໜືອຂອງແຂວງຫຼວງພະບາງ ຖະໜົນເລກທີ 13 ເໜືອເຂົ້າສູ່ເສັ້ນ ທາງ C1 ມີໄລຍະທາງຫ່າງຈາກຕົວເມືອງຫຼວງພະ

ບາ 142 ກິ ໂລແມັດມີເນື້ອທີ່ທັງໝົດ 1,990,916 ເຮັກຕາ, ມີພົນລະເມືອງທັງໝົດ 31,068 ຄົນ, ຍິງ 15,311 ຄົນ, ປະກອບດ້ວຍ 3 ຊົນເຜົ່າຄື: ເຜົ່າກຶມມຸ, ເຜົ່າລາວ, ເຜົ່າມົ້ງ. ປະຊາຊົນສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນຍຶດຖືອາຊີບການບໍລິການບ້ານພັກ, ຮ້ານອາຫານ, ການຜະລິດກະສິກຳປູກຝັງ - ລ້ຽງສັດເປັນຕົ້ນຕໍ. ເມືອງງອຍເປັນເມືອງທີ່ມີທ່າແຮງດ້ານການທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີຄວາມໂດດເດັ່ນຂອງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເຊິ່ງມີຄວາມອຸດົມສົມບູນໄປດ້ວຍຊັບພະຍາ ກອນທຳມະຊາດ. ຈາກສະຖິຕິນັກທ່ອງທ່ຽວ ໃນປີ 2019 ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວສະເພາະນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມີການພັກແຮມຢູ່ເມືອງງອຍທັງໝົດ 11,136 ຄົນ, ຍິງ 5,019 ຄົນ, ຮອດປີ 2020 ມີຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວເຂົ້າມາທ່ຽວຊົມໃນເມືອງງອຍຈຳນວນທັງໝົດ 5,864 ຄົນ, ຍິງ 2,964 ຄົນ, ທຽບໃສ່ແຜນປີປະຕິບັດໄດ້ພຽງ 35.32%. ດັ່ງນັ້ນ, ການມີຍຸດທະສາດໃນການປັບຕົວເພື່ອເຮັດໃຫ້ການ ທ່ອງທ່ຽວມີການຟື້ນຕົວ ແລະ ສາມາດກັບຄືນມາດຳເນີນການໃຫ້ບໍລິການໄດ້ເປັນປົກກະຕິນັ້ນຜູ້ສຶກສາຈຶ່ງມີຄວາມສົນໃຈໃນການສຶກສາກ່ຽວກັບ:

- 1) ສຶກສາສະພາບການທ່ອງທ່ຽວໃນເມືອງງອຍແຂວງຫຼວງພະບາງໃນຊ່ວງວິກິດຈາກການລະບາດຂອງພະຍາດ covid-19.
- 2) ວິເຄາະສະພາບແວດລ້ອມຈຸດແຂງ, ຈຸດອ່ອນ, ໂອກາດ ແລະ ອຸປະສັກຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວເມືອງງອຍແຂວງຫຼວງພະບາງໃນຊ່ວງວິກິດຈາກການລະບາດຂອງພະຍາດ Covid-19.
- 3) ຍຸດທະສາດການປັບຕົວຂອງການທ່ອງທ່ຽວ ເມືອງງອຍ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ໃນຊ່ວງວິກິດຈາກການລະບາດຂອງພະຍາດ Covid-19.

## 2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການ

### 2.1 ວິທີການຄົ້ນຄວ້າ

ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ແມ່ນການສຶກສາແບບຄຸນນະພາບໂດຍການເກັບກຳຂໍ້ມູນຈາກ 2 ແຫຼ່ງຄື: ຂໍ້ມູນປະຖົມພູມ

ແມ່ນໄດ້ຈາກການສຳພາດແບບມີໂຄງສ້າງ ແລະ ຂໍ້ມູນທຸກຢ່າງ ພູມແມ່ນໄດ້ມາຈາກແຫຼ່ງຂໍ້ມູນຕ່າງໆເຊັ່ນ: ໄດ້ຈາກການສຶກສາ, ການຮວບຮວມຂໍ້ມູນຈາກປຶ້ມຕຳລາຕ່າງໆ, ບົດຄົ້ນຄວ້າ, ວາລະສານ, ນະໂຍບາຍ, ມະຕິຕ່າງໆຈາກລັດຖະບານທີ່ມີເນື້ອໃນກ່ຽວຂ້ອງກັບຈຸດປະສົງຂອງການຄົ້ນຄວ້າ. ຈາກນັ້ນກໍ່ໃຊ້ວິທີວິເຄາະ ແລະ ອະທິບາຍຜົນແບບພັນລະນາ.

## 2.2 ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ

ໃນການສຶກສາຄັ້ງນີ້ໄດ້ກຳນົດກຸ່ມເປົ້າໝາຍໃນການໃຫ້ຂໍ້ມູນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຈຸດປະສົງທີ່ຕັ້ງໄວ້ເຊັ່ນ: ພະແນກຖະແຫຼ່ງຂ່າວ-ວັດຖະນະທຳ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງຫຼວງພະບາງ, ຫ້ອງການທ່ອງທ່ຽວເມືອງງອຍ, ຫ້ອງການການເງິນເມືອງງອຍ, ຜູ້ປະກອບການຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວເມືອງງອຍ ແລະ ປະຊາຊົນທີ່ຢູ່ໃນຂົງເຂດການໃຫ້ບໍລິການການທ່ອງທ່ຽວໃນເມືອງງອຍ.

## 2.3 ເຄື່ອງມື

ເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໃນການສຶກສາຄົ້ນຄວ້າການຄົ້ນຄວ້າວິໄຈຄັ້ງນີ້ໃຊ້ແບບສຳພາດທີ່ມີໂຄງສ້າງຈຳນວນ 16 ສະບັບ ເພື່ອສຳພາດອົງກອນພາກລັດ, ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ປະຊາຊົນທີ່ອາໄສຢູ່ໃນຂົງເຂດການທ່ອງທ່ຽວຂອງເມືອງງອຍໃນການເກັບລວບລວມຂໍ້ມູນເຊັ່ນ: ເນື້ອໃນຂອງແບບສອບຖາມທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຈຸດປະສົງທຳແມ່ນອີງຕາມອົງປະກອບຂອງການທ່ອງທ່ຽວເຊັ່ນ: ສະພາບນັກທ່ອງທ່ຽວ, ສິ່ງດຶງດູດທາງການທ່ອງທ່ຽວ, ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກ, ອົງກອນລັດຖະບານ, ພາກເອກະຊົນ ແລະ ປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນ, ຈຸດປະສົງທີ2ແມ່ນເນື້ອໃນກ່ຽວຂ້ອງກັບການວິເຄາະສະພາບແວດລ້ອມ SWOT ເພື່ອນຳຂໍ້ມູນໄປເປັນບ່ອນອີງໃນການວິເຄາະຈຸດປະສົງທີ3 ການວິເຄາະ TOWS Matrix.

## 2.4 ວິທີວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ການວິເຄາະແບບສຳພາດແມ່ນ ໃຊ້ວິທີການຈຳແນກປະເພດຂໍ້ມູນໂດຍການນຳເອົາຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ມາຈາກການສຳພາດ

ມາຈັດໃຫ້ເປັນໝວດໝູ່ເພື່ອໃຫ້ຂໍ້ມູນຢູ່ໃນຄວາມເປັນລະບຽບ ແລະ ຢູ່ໃນສະພາບທີ່ພ້ອມຈະໃຊ້ງານຊຶ່ງຜູ້ຄົນຄວ້າໄດ້ຈຳແນກຂໍ້ມູນໂດຍຍຶດຂອບເຂດຂອງການຄົ້ນຄວ້າເປັນຫລັກ, ມີການປຽບທຽບຂໍ້ມູນໂດຍການນຳເອົາຂໍ້ມູນທີ່ຈຳແນກເປັນປະເພດແລ້ວມາປຽບທຽບຄວາມຄ້າຍຄືກັນ ແລະ ຄວາມແຕກຕ່າງກັນຂອງຄຸນລັກສະນະຂອງຂໍ້ມູນ, ພິຈາລະນາເຖິງຄວາມສຳພັນຂອງຂໍ້ມູນ ແລະ ການສ້າງຂໍ້ສະຫຼຸບ ແລະ ລາຍງານຜົນດ້ວຍການພັນລະນາເພື່ອໃຫ້ຕອບຕາມຈຸດປະສົງທີ່ຕັ້ງໄວ້ ແລະ ການວິເຄາະຂໍ້ມູນທຸກຢ່າງພູມແມ່ນໄດ້ນຳຂໍ້ມູນຈາກເອກະສານມາວິເຄາະ, ຄັດເລືອກ ແລະ ຈັດລຽງເນື້ອໃນຂອງຂໍ້ມູນດັ່ງກ່າວໃຫ້ເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍ, ຖືກຕາມຈຸດປະສົງທີ່ຕັ້ງໄວ້ແລ້ວອະທິບາຍໃຫ້ຈະແຈ້ງ.

## 3. ຜົນໄດ້ຮັບ

### 3.1 ສະພາບການທ່ອງທ່ຽວໃນ ເມືອງງອຍ ຊຽງວິກິດຈາກການລະບາດຂອງພະຍາດ covid-19

ຈາກການສຶກສາສະພາບການທ່ອງທ່ຽວໃນເມືອງງອຍເຫັນໄດ້ວ່າ ສະພາບຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວໃນ ເມືອງງອຍຊ່ວງທີ່ມີການລະບາດຂອງພະຍາດ Covid-19 ເຫັນວ່ານັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດຫຼຸດລົງຫຼາຍ ໂດຍສະເພາະແມ່ນປີ 2019- 2021. ເຫັນວ່າລູດລົງເຖິງ 99.15%. ສ່ວນນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນແມ່ນເຫັນວ່າມີທ່າອ່ຽງເຜີຍຂຶ້ນກວມ 25.56%. ສະພາບສິ່ງດຶງດູດທາງການທ່ອງທ່ຽວໃນເມືອງງອຍທີ່ສາມາດໃຫ້ບໍລິການນັກທ່ອງທ່ຽວໄດ້ມີຈຳນວນທັງໝົດທັງໝົດ 40 ແຫ່ງ ໃນນີ້ມີແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວປະຫວັດ ສາດ 14 ແຫ່ງ, ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວວັດທະນະທຳ 11 ແຫ່ງ ແລະ ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວທຳມະຊາດ 15 ແຫ່ງ, ສະພາບສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນປີ 2021 ມີບໍລິສັດທ່ອງທ່ຽວ ຈຳນວນ 9 ແຫ່ງ ໃນນີ້ໄດ້ປິດບໍລິການ 8 ແຫ່ງ ແລະ ພະນັກງານນຳທ່ຽວຈຳນວນ 35 ຄົນ ຢຸດການໃຫ້ບໍລິການ, ລິສອດຈຳນວນ 4 ແຫ່ງ, ເຮືອນພັກຈຳນວນ 32 ແຫ່ງ ໃນນີ້ ລົງທະບຽນໃຫ້ບໍລິການຈຳນວນ 4 ແຫ່ງ, ໂຈະການໃຫ້ບໍລິການຊົ່ວຄາວຈຳນວນ 11 ແຫ່ງ ແລະ

ບໍ່ຂຶ້ນທະບຽນຈຳນວນ 17 ແຫ່ງ, ທຸລະກິດຮ້ານອາຫານຈຳນວນ 37 ແຫ່ງ ໃນນີ້ ລົງທະບຽນໃຫ້ບໍລິການຈຳນວນ 9 ແຫ່ງ, ໂຈະການໃຫ້ບໍລິການຊົ່ວຄາວຈຳນວນ 11 ແຫ່ງ ແລະ ບໍ່ຂຶ້ນທະບຽນຈຳນວນ 17 ແຫ່ງ. ພາກລັກແມ່ນໄດ້ລົງແກ້ໄຂປະກົດການຫຍໍ້ທີ່ເກີດຂຶ້ນໃນການໃຫ້ບໍລິການການທ່ອງທ່ຽວໃນພາກເອກະຊົນ, ຂຶ້ນແຜນການຝຶກອົບຮົມພະນັກງານນຳທ່ຽວຂັ້ນເມືອງ ແລະ ພັດທະນາບຸກຄະລາກອນກ່ຽວກັບການບຸລະນະຮັກສາແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນເມືອງງອຍ, ສະພາບຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນໄດ້ປິດກິດຈະການຊົ່ວຄາວກວມ 79.69%, ສະພາບຂອງປະຊາຊົນທ້ອງຖິ່ນໃນເມືອງງອຍໃນຊ່ວງທີ່ມີການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດ Covid-19 ເຮັດໃຫ້ການບໍລິການທາງການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ປິດກິດຈະການເປັນຈຳນວນຫຼາຍເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນໃນທ້ອງຖິ່ນແມ່ນຫັນຈາກອາຊີບບໍລິການແກ່ການທ່ອງທ່ຽວມາເຮັດການກະເສດ, ລ້ຽງສັດ ແລະ ເກັບເຄື່ອງປ່າຂອງດົງ.

### 3.2 ສະພາບແວດລ້ອມຈຸດແຂງ, ຈຸດອ່ອນ, ໂອ ກາດ ແລະ ອຸປະສັກຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວເມືອງງອຍ

#### 3.2.1 ການວິເຄາະສະພາບແວດລ້ອມພາຍໃນທີ່ເປັນຈຸດແຂງ (Strengths) ມີຄື:

S1: ວິຖີການດຳລົງຊີວິດຂອງປະຊາຊົນໃນເມືອງງອຍມີຄວາມລຽບງ່າຍ, ຕິດພັນກັບທຳມະຊາດ ແລະ ຍັງປັບຕົວໄດ້ໄວ. ດັ່ງນັ້ນການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ເຮັດໃຫ້ເຂົາເຈົ້າຂາດລາຍໄດ້ບາງສ່ວນຈາກການໃຫ້ບໍລິການທາງການທ່ອງທ່ຽວກໍ່ຕາມ ແຕ່ປະຊາຊົນຍັງດຳລົງຊີວິດຕາມຮູບແບບປົກກະຕິ ແລະ ມີຄວາມພ້ອມໃນການໃຫ້ບໍລິການການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຕະຫຼອດເວລາເມື່ອມີການທ່ອງທ່ຽວຟື້ນຟູຄືນໃໝ່.

S2: ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ກິດຈະກຳການທ່ອງທ່ຽວໃນເມືອງງອຍຕິດພັນກັບທຳມະຊາດເປັນສ່ວນໃຫຍ່ເຊິ່ງເປັນທີ່ນິຍົມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ.

S3: ການຄົມມະນາຄົມຂົນສົ່ງໃນເມືອງງອຍມີເສັ້ນທາງຫຼັກທີ່ເຂົ້າເຖິງເມືອງງອຍໄດ້ສະດວກສະບາຍ ແລະ ການເດີນທາງເຂົ້າເຖິງແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວກໍ່ມີຄວາມສະດວກ ແລະ ສາມາດເດີນທາງດ້ວຍລົດ ແລະ ເຮືອໄດ້.

S4: ການພັດທະນາແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນເມືອງງອຍແມ່ນມີທາງແຮງທາງດ້ານການເງິນ-ການລົງທຶນຈາກພາກເອກະຊົນ ແລະ ໄດ້ຮັບການສົ່ງເສີມຈາກພາກລັດເປັນຢ່າງດີ.

S5: ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດທີ່ດຳເນີນໃຫ້ບໍລິການທາງການທ່ອງທ່ຽວໃນເມືອງງອຍສ່ວນຫຼາຍແມ່ນໃຊ້ທຶນຕົນເອງໃນການປະກອບກິດຈະການຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ຜົນກະທົບຕໍ່ສະພາບຄ່ອງທາງດ້ານການເງິນບໍ່ຫຼາຍ.

S6: ບຸກຄະລາກອນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຜູ້ປະກອບການທຸລະກິດໄດ້ຮັບການຝຶກອົບຮົມເພື່ອຍົກລະດັບຂີດຄວາມສາມາດ ແລະ ຄຸນນະພາບການໃຫ້ບໍລິການທາງການ ທ່ອງທ່ຽວໃນເມືອງງອຍໃຫ້ສູງຂຶ້ນ.

S7: ໃນເທດສະບານເມືອງງອຍເປັນເຂດທີ່ບໍ່ແມ່ນຊຸມຊົນແອອັດ ແລະ ເປັນສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ຕິດພັນກັບທຳມະຊາດເປັນສ່ວນໃຫຍ່.

#### 3.2.2 ການວິເຄາະສະພາບແວດລ້ອມພາຍໃນທີ່ເປັນຈຸດອ່ອນ (Weaknesses) ມີຄື:

W1: ຂາດແນວທາງໃນການລຸດຕື່ນທຶນເນື່ອງຈາກກຳລັງຊື້ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວລຸດລົງ, ນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດມີໜ້ອຍ ຜູ້ປະກອບການດ້ານການທ່ອງທ່ຽວຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຫາແນວທາງໃນການລຸດຕື່ນທຶນເພື່ອໃຫ້ບໍລິການລູກຄ້າໄດ້ຕາມຄວາມເໝາະສົມ.

W2: ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດທາງການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນພົບບັນຫາສະພາບຄ່ອງທາງດ້ານການເງິນໃນການຟື້ນຟູທຸລະກິດຄືນໃໝ່ໂດຍສະເພາະແມ່ນການປັບປຸງອາຄານສະຖານທີ່ ແລະ ອຸປະກອນເຄື່ອງໃຊ້ຕ່າງໆທີ່ບໍ່ໄດ້ຖືກນຳໃຊ້ເປັນໄລຍະຍາວ.

W3: ບັນດາຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດແມ່ນຂາດແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ ມາສະໜັບສະໜູນການຕັດສິນໃຈໃນການປ່ຽນແປງການໃຫ້ ບໍລິການທີ່ທ່ອງທ່ຽວຕາມສະພາບການ.

W4: ບຸກຄະລາກອນທີ່ປະກອບອາຊີບໃນທຸລະກິດ ບໍລິການທາງການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຮັບຜົນກະທົບຕໍ່ການຈ້າງງານ ເຊັ່ນ: ການລຸດຄ່າຕອບແທນຈາກການເຮັດວຽກ, ການຖືກ ຈ້າງງານເປັນລາຍວັນ, ການໃຫ້ພັກວຽກເປັນການຊົ່ວຄາວ ຫຼື ເລີກຈ້າງງານໂດຍບໍ່ມີເງື່ອນໄຂ.

### 3.2.3 ການວິເຄາະສະພາບແວດລ້ອມພາຍນອກທີ່ເປັນ ໂອກາດ (Opportunites) ມີຄື:

O1: ມີລະບົບເທັກໂນໂລຢີຂອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານທີ່ທັນ ສະໄໝເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນ ການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ງ່າຍ ແລະ ວ່ອງໄວ.

O2: ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດທາງການທ່ອງທ່ຽວແມ່ນໄດ້ ຮັບນະໂຍບາຍທາງການເງິນຈາກພາກລັດເຊັ່ນ: ການຍົກເວັ້ນ ການເສຍພາສີ-ອາກອນລາຍໄດ້ຂອງທຸລະກິດ.

O3: ລັດຖະບານໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນກັບການຟື້ນຟູການ ທ່ອງທ່ຽວທັງໃນລະດັບປະເທດຈົນຮອດທ້ອງຖິ່ນ ລວມທັງ ມີມາດຕະການສົ່ງເສີມທາງການທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດ.

O4: ປະຊາກອນຂອງໂລກເລີ່ມໄດ້ຮັບວັກຊີນເພື່ອຕ້ານ ການຮຸນແຮງຂອງໂລກລະບາດທີ່ຈະເກີດຂຶ້ນ ແລະ ປະຊາຊົນ ລາວກໍໄດ້ຮັບໂອກາດໃນການຊົດວັກຊີນເຊັ່ນກັນ.

### 3.2.4 ການວິເຄາະສະພາບແວດລ້ອມພາຍນອກທີ່ເປັນ ອຸປະສັກ (Threats) ມີຄື:

T1: ຄວາມທ້າທາຍດ້ານການທ່ອງທ່ຽວພາຍໃຕ້ພາ ວະວິຖີຊີວິດປົກກະຕິແບບໃໝ່ (New Normal) ທີ່ຕ້ອງຄໍານຶງເຖິງຄວາມປອດໄພຂອງນັກ ທ່ອງທ່ຽວໃນທຸກໆດ້ານ.

T2: ລະບົບເສດຖະກິດທັງລະດັບມະຫາພາກ ແລະ ຈຸນລະພາກທີ່ມີການແປປວນ, ສະພາບເສດຖະກິດໂລກເຂົ້າ

ສູ່ພາວະຖືດຖອຍຈົນສິ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ລາຍໄດ້ຂອງນັກທ່ອງ ທ່ຽວໃນທົ່ວໂລກ.

T3: ການຈັດການການທ່ອງທ່ຽວພາຍໃຕ້ຂໍ້ຈໍາກັດ ຂອງມາດຕະການການຄວບຄຸມການແຜ່ລະບາດຂອງໂຄວິດ- 19 ເຊັ່ນ: ການໃຊ້ໃບອະນຸຍາດຈາກແພດ, ເງື່ອນໄຂການຊົດ ວັກຊີນເພື່ອປະກອບການເດີນທາງທ່ອງທ່ຽວ.

T4: ພຶດຕິກຳຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວປ່ຽນໄປເຊັ່ນ: ການ ເດີນທາງແບບກຸ່ມນ້ອຍ, ໃຊ້ເວລາໃນການເດີນທາງທີ່ສັ້ນລົງ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວແບບປະຢັດຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ. ການເດີນທາງຂອງ ນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນໃຊ້ພາຫະນະສ່ວນຕົວ.

T5: ສະຖານະການການແຜ່ລະບາດຂອງໂຄວິດ-19 ໃນຕ່າງປະເທດຍັງຮຸນແຮງ. ປະຊາຊົນລາວຍັງມີຄວາມກັງວົນ ເລື່ອງການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດເຊິ່ງໝາຍເຖິງກຸ່ມນັກທ່ອງ ທ່ຽວພາຍໃນປະເທດກໍຍັງມີໜ້ອຍ

### 3.3 ຍຸດທະສາດການປັບຕົວຂອງການທ່ອງທ່ຽວເມືອງ ງອຍ ໃນຊ່ວງວິກິດຈາກການລະບາດຂອງພະຍາດ covid-19

ຈາກການວິເຄາະສະພາບແວດລ້ອມ (SWOT) ຂອງ ການທ່ອງທ່ຽວເມືອງງອຍໃນຊ່ວງວິກິດຈາກການລະບາດ ຂອງພະຍາດ Covid-19 ແລ້ວສາມາດນໍາມາວິເຄາະ TOWS Matrix ເພື່ອນໍາໄປສູ່ຍຸດທະສາດການປັບຕົວຂອງ ການທ່ອງ ທ່ຽວເມືອງງອຍ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

#### 1) ຍຸດທະສາດແບບບຸກ (SO Strate gy)

SO1: ຮ່ວມມືກັບລັດຖະບານ ແລະ ໂຄງການສາກົນ ຕ່າງໆ ໂດຍສະເພາະແມ່ນຮ່ວມມືກັບໂຄງການ Lao Safe ເພື່ອຍົກລະດັບການໃຫ້ບໍລິການໃນອຸດສາຫະກໍາການທ່ອງ ທ່ຽວລາວຕາມມາດຕະຖານຄວາມປອດໄພດ້ານສຸຂະອະນາ ໄມໃຫ້ແກ່ຜູ້ປະກອບການທີ່ຜ່ານການປະເມີນເພື່ອສ້າງຄວາມ ໝັ້ນໃຈໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ.

SO2: ປັບຜະລິດຕະພັນທາງການທ່ອງທ່ຽວເຊັ່ນ: ກິດ ຈະກໍາການທ່ອງທ່ຽວຈາກການຂີ່ເຮືອຂຶ້ນໄປຊົມທໍາມະຊາດທີ່

ເມືອງງອຍເກົ່າ ແມ່ນສາມາດຈັດກິດຈະການອນເຕີ້ນຕາມ ແຄມນ້ຳໃນເຂດໜອງຂຽວເພື່ອສຳພັດກັບອາກາດ ແລະ ທຳ ມະຊາດໄດ້ ແລະ ຈັດກິດຈະກຳເຮືອສຳລານຕາມເຂດບໍລິເວນ ໜອງຂຽວເພື່ອບໍລິການນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະ ເທດທີ່ບໍ່ສາມາດກັບປະເທດໄດ້ໃນຊ່ວງທີ່ມີການແຜ່ລະບາດ ຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19, ສ່ວນຮູບແບບການໃຫ້ບໍລິການອາ ຫານແມ່ນສາມາດໃຫ້ບໍລິການໃບຮູບແບບການຂາຍທາງອອນ ລາຍ, ສ່ວນຮູບແບບຂອງການໃຫ້ບໍລິການເຄື່ອງທີ່ລະນຶກ ແມ່ນຕ້ອງມີການຝຶກອົບຮົມໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນພາຍໃນ ທ້ອງຖິ່ນໃນການອອກແບບ ແລະ ຜະລິດສິນຄ້າທີ່ລະນຶກ ເພື່ອເປັນການປະຢັດຕົ້ນທຶນ ແລະ ສາມາດອອກແບບ ຜະລິດຕະພັນໃຫ້ເໝາະສົມກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ ໃນດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ລາຄາໄດ້.

SO3: ການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດທາງການທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ການໂຄສະນາກິດຈະການທ່ອງທ່ຽວແບບໃຫມ່ທາງ ສື່ອອນລາຍເປັນຕົ້ນແມ່ນທາງເວັບໄຊ້ (website), ເຟດບຸກ, ຕົກຕ່ອກ ແລະ ຊ່ອງທາງອື່ນໆເພື່ອສ້າງຄວາມຮັບຮູ້ ແລະ ຄວາມເຂົ້າໃຈໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວໃນການທ່ອງທ່ຽວຕາມ ວິຖີການດຳລົງຊີວິດແບບໃໝ່ (New normal) ເພື່ອເປັນ ການດຶງດູດ ແລະ ສ້າງຄວາມໝັ້ນໃຈໃຫ້ກັບນັກທ່ອງທ່ຽວ.

## 2) ຍຸດທະສາດແບບແກ້ໄຂ (WO Strate gy)

WO1: ການນຳເທັກໂນໂລຢີທີ່ທັນສະໄໝມາໃຊ້ເປັນ ປະໂຫຍດທາງການທ່ອງທ່ຽວເຊັ່ນ: ບັນດາຫົວໜ່ວຍທຸລະ ກິດຄວນນຳໃຊ້ ເຕັກໂນໂລຢີໃນການດຳເນີນທຸລະກິດຂອງ ຕົນເຊັ່ນ: ການໂຄສະນາປະຊາສຳພັນກ່ຽວກັບການປັບຮູບ ແບບການບໍລິການຂອງທຸລະກິດ, ການໃຊ້ລະບົບການຈອງ ທາງອອນລາຍ ແລະ ການຈ່າຍເງິນຜ່ານເຄື່ອງມືເອເລັກ ໂທຣນິກ. ສິ່ງດັ່ງກ່າວສາມາດເປັນເຄື່ອງມືສະໜັບສະໜູນ ທາງການການຕະຫຼາດ ດ້ວຍການສື່ສານທີ່ສ້າງແຮງບັນດານ ໃຈໃຫ້ລູກຄ້າເພີ່ມຄວາມຕ້ອງການທີ່ຈະໃຊ້ບໍລິການ, ເປັນ ເຄື່ອງມືທີ່ສະດວກສະບາຍໃນຂະນະທີ່ໃຊ້ບໍລິການທາງ

ການທ່ອງທ່ຽວ ລວມທັງເປັນການຫຼຸດຜ່ອນການຕິດຕໍ່ໂດຍກົງ ເຊິ່ງເປັນອີກຊ່ອງທາງໜຶ່ງທີ່ສ້າງເຊື່ອໝັ້ນດ້ານຄວາມປອດໄພ ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຮັກສາຄວາມສາມາດໃນການ ແຂ່ງຂັນໄດ້.

WO2: ການໃຫ້ຄວາມສຳຄັນໃນການວິເຄາະພຶດຕິກຳ ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວເພື່ອຈະໄດ້ສະໜອງການບໍລິການທີ່ຕອບ ສະໜອງຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວເຊັ່ນ: ສຶກ ສາຈາກບົດຄົ້ນຄວ້າທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບພຶດຕິກຳຂອງນັກທ່ອງ ທ່ຽວໃນຊ່ວງແຜ່ລະບາດຂອງໂຄວິດ-19, ການວິເຄາະຈາກ ການສັງເກດພຶດຕິກຳຕົວຈິງຂອງລູກຄ້າ ແລະ ການສອບຖາມ ຈາກລູກຄ້າໂດຍກົງ. ນັກທ່ອງທ່ຽວມັກເດີນທາງເປັນກຸ່ມ ນ້ອຍໆ ແລະ ຊອກຫາປະສົບການໃນແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວໃຫມ່ ແລະ ກະແຈກກະຈາຍຫຼາຍ. ດັ່ງນັ້ນ, ຜູ້ປະກອບການຕ້ອງ ການນຳສະເໜີຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການບໍລິການທີ່ມີຄວາມ ພິເສດ ສຸມໃສ່ຕະຫຼາດສະເພາະ ແລະ ຄວາມສົນໃຈຂອງລູກ ຄ້າເປັນຫຼັກ (Nalaumon Anusonphat, 2020).

WO3: ລາຄາສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການແມ່ນໄດ້ມີ ຄວາມຍືດຫຍຸ່ນຫຼາຍຂຶ້ນ ສາມາດປ່ຽນແປງໄດ້ຕາມເວລາ ເນື່ອງຈາກວ່າຜູ້ປະກອບການຈະເພີ່ມປະສິດທິພາບການໃຫ້ ບໍລິການຕາມລັກການຂອງຄວາມຕ້ອງການ - ການຕອບສະ ໜອງ ແລະ ຈຸດທີ່ນັກທ່ອງທ່ຽວຕັດສິນໃຈຊື້ສິນຄ້າໂດຍ ອີງໃສ່ຄວາມຄຸ້ມຄ່າ ແລະ ຄວາມສະດວກສະບາຍໃນເວລາ ນັ້ນໆ ຫຼາຍກ່ວາລາຄາ.

## 3) ຍຸດທະສາດແບບປ້ອງກັນ (ST Strate gy)

ຈາກການວິເຄາະຈຸດແຂງ (Strengites) ແລະ ອຸປະສັກ (Threats) ທີ່ມີໃນຊ່ວງທີ່ມີການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດ ໂຄ ວິດ-19 ສາມາດກຳນົດຍຸດທະສາດແບບແກ້ໄຂ (WO Strate gy) ຍຸດທະສາດແບບປ້ອງກັນ (ST Strate gy) ກ່ຽວກັບ ການທ່ອງທ່ຽວໃນເມືອງງອຍໄດ້ດັ່ງນີ້:

ST1: ການສ້າງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນທາງດ້ານຄວາມປອດ ໄພໃຫ້ແກ່ນັກທ່ອງທ່ຽວໂດຍບັນດາຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດ ຕ້ອງ

ໄດ້ພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການໃຫ້ບໍລິການຂອງຕົນ ເອງໂດຍເນັ້ນມາດຕະຖານຄວາມປອດໄພເປັນຫຼັກເພື່ອສ້າງຂໍ້ ໄດ້ປຽບກັບຊຸ່ແຂ່ງເຊັ່ນ: ການໄດ້ຮັບການຢັ້ງຢືນມາດຕະຖານ ຄວາມປອດໄພໃນການໃຫ້ບໍລິການຈາກອົງການທີ່ສາກົນ ຍອມຮັບ.

ST2: ການຄວບຄຸມຕົ້ນທຶນການຜະລິດຂອງຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດບໍລິການທາງການທ່ອງທ່ຽວເພື່ອເຮັດໃຫ້ສາມາດ ປັບລາຄາການໃຫ້ບໍລິການໄດ້ເຊັ່ນ: ການປັບຈຳນວນບຸກຄະ ລາກອນໃຫ້ລຸດລົງພ້ອມທັງຝຶກອົບຮົມກ່ຽວກັບທັກສະການ ເຮັດວຽກໃຫ້ມີຄວາມຊຳນານ ແລະ ການເລືອກລາຍການອາ ຫານທີ່ເນັ້ນເຖິງສຸຂະພາບເປັນຫຼັກໂດຍນຳໃຊ້ວັດຖຸດິບທີ່ ປອດສານພິດທີ່ມີໃນຫ້ອງຖິ້ມ.

ST3: ມີການວາງແຜນໃນການພັດທະນາຜະລິດຕະ ພັນໃໝ່ທີ່ໃຫ້ບໍລິການທາງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການກຽມ ພ້ອມໃນການໃຫ້ບໍລິການເຊັ່ນ: ການວາງແຜນພັດທະນາສິ່ງ ດຶງດູດທາງການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບພຶດຕິກຳການ ທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບໃໝ່ເຊັ່ນ: ພຶດຕິກຳຂອງນັກທ່ອງ ທ່ຽວປ່ຽນໄປເຊັ່ນ: ການເດີນທາງແບບກຸ່ມນ້ອຍ, ໃຊ້ເວລາ ໃນການເດີນທາງທີ່ສັ້ນລົງ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວແບບປະຢັດຄ່າໃຊ້ ຈ່າຍ. ການເດີນທາງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນໃຊ້ພາຫະນະ ສ່ວນຕົວເປັນສ່ວນໃຫຍ່.

ST4: ກຽມຄວາມພ້ອມໃນການປັບປ່ຽນຮູບແບບ ການໃຫ້ບໍລິການຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ເຊັ່ນ: ຄວາມພ້ອມດ້ານບຸກຄະລາກອນ, ດ້ານງົບປະມານ ແລະ ດ້ານການຕະຫຼາດ.

#### 4) ຍຸດທະສາດແບບຮັບ (WT Strategy)

ໂດຍອີງຕາມສະພາບແວດລ້ອມທາງການທ່ອງທ່ຽວ ຂອງເມືອງງອຍແລ້ວເຫັນວ່າໂອກາດການດຳເນີນການທ່ອງ ທ່ຽວໃນໄລຍະທີ່ມີການຜ່ອນຜັນຈາກການແຜ່ລະບາດຂອງ Covid-19 ໄດ້ໂດຍປະຕິບັດຕາມແນວທາງການປັບຕົວແບບ ຮັບໂດຍເນັ້ນປະຕິບັດຕາມແນວທາງ 4 ດ້ານດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

WT1: ການຕຽມຄວາມພ້ອມສຳລັບທີມງານ ແລະ ການດຳເນີນງານທີ່ໄດ້ຄຸນນະພາບ

- ລົງທະບຽນຕາມລະບຽບການຂອງລັດຖະບານ.

- ປະຕິບັດຕາມແຜນປ້ອງກັນ Covid-19 ຕາມມາດ ຕະການຂອງລັດຖະບານວາງອອກ.

- ສ້າງຄູ່ມືແນວທາງດູແລສຸຂະພາບຂອງທີມງານ ພ້ອມ ມີການກວດສຸຂະພາບເປັນແຕ່ລະໄລຍະການຂອງລັດຖະບານ ແລະ ຕາມຄຳແນະນຳຂອງອົງການອະນາໄມໂລກໃນກໍລະນີທີ່ ມີການຕິດເຊື້ອຂອງທີມງານ.

- ຈັດບ່ອນເຮັດວຽກ ແລະ ການຕິດຕໍ່ປະສານງານໃຫ້ ເວັ້ນໄລຍະຫ່າງ.

- ສະຫນອງອຸປະກອນປ້ອງກັນສ່ວນບຸກຄົນທີ່ພຽງພໍ ແລະ ໄດ້ມາດຕະຖານ.

- ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນການຕິດຕໍ່ສື່ສານ ໂດຍກົງລະຫວ່າງບຸກຄົນ.

- ຕິດຕໍ່ກັບຄູ່ຮ່ວມງານເຊັ່ນ: ໂຮງແຮມ, ການຂົນສົ່ງ, ຮ້ານອາຫານ, ສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ອື່ນໆ ທີ່ມີມາດ ຕະການປ້ອງກັນການຕິດເຊື້ອຕາມມາດຕະຖານທີ່ກຳນົດຂອງ ລັດຖະບານ.

- ຈັດຝຶກອົບຮົມໃຫ້ທີມງານກຽມພ້ອມປະຕິບັດຕາມ ຄູ່ມື ແລະ ທິດຊີ້ນຳການປະຕິບັດຕາມແນວທາງທີ່ກຳນົດໄວ້

- ກະຕຸ້ນໃຫ້ທີມງານເກີດຄວາມກະຕືລືລົ້ນທີ່ຈະປະຕິ ບັດຄູ່ມື ແລະ ລະບຽບການທີ່ໄດ້ວາງໄວ້.

WT2: ການຈັດຫາປະສົບການທີ່ປອດໄພໃຫ້ກັບທີມ ງານບໍລິການ ແລະ ລູກຄ້າ

- ປະສານສົມທົບກັບຜູ້ໃຫ້ບໍລິການເພື່ອປະຕິບັດມາດ ຕະການດ້ານລະບຽບການຂອງລັດຖະບານ ແລະ ມາດຕະສຸ ຂະອະນາໄມທີ່ຕິດໃນທຸກຂັ້ນຕອນ.

- ເລືອກຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການບໍລິການທີ່ໄດ້ຮັບ ການຢັ້ງຢືນຈາກພະແນກສາທາລະນະສຸກ.

- ຕິດຕາມກວດກາວຽກງານຂອງທີມງານທຳຄວາມສະອາດເປັນປະຈຳໂດຍສຸມໃສ່ຄວາມຖີ່ໃນຈຸດສຳຄັນ.

- ມີຕາປະທັບຄວາມປອດໄພຈາກ Covid-19 ຫຼື ເຊື້ອພະຍາດອື່ນໆທີ່ສະແດງດ້ວຍຜະລິດຕະພັນ ແລະ ບໍລິການທີ່ສະໜອງໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າ.

- ສະໜອງອຸປະກອນທຳຄວາມສະອາດ ແລະ ຈັດບ່ອນນັ່ງໃຫ້ລູກຄ້າຕາມລະບຽບການ.

- ເລືອກໃຊ້ບໍລິການກັບຄູ່ຮ່ວມງານທີ່ມີສະຕິ ແລະ ປະຕິບັດຕາມຢ່າງເຂັ້ມງວດໃນດ້ານຄວາມສະອາດ, ສຸຂະອະນາ ໄມ ແລະ ການຫຼຸດຜ່ອນການຕິດເຊື້ອ, ມີຂະບວນການກວດ ກາສຸຂະພາບຂອງລູກຄ້າຕາມລະບຽບການຂອງລັດຖະບານ.

WT3: ການສ້າງຄວາມໄວ້ວາງໃຈໃຫ້ລູກຄ້າເພື່ອເຮັດໃຫ້ການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຮັບການຟື້ນຟູ

- ສະໜອງການສື່ສານ ເພື່ອໃຫ້ຂໍ້ມູນທີ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ຊັດເຈນແກ່ລູກຄ້າເປັນປະຈຳກ່ຽວກັບມາດຕະການອະນາໄມທີ່ເນັ້ນໃສ່ຊ່ອງທາງສື່ມວນຊົນທາງອອນລາຍລວມທັງການເຮັດວຽກຮ່ວມກັບຄູ່ຮ່ວມງານເພື່ອສົ່ງສັນຍານທີ່ຊັດເຈນໃຫ້ລູກຄ້າ ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບມາດຕະການຄວາມສະອາດທີ່ກຳລັງດຳເນີນຢູ່ ແຕ່ຫຼັກເວັ້ນການຕິດຕໍ່ໂດຍກົງ.

- ໃຫ້ຄຳແນະນຳກ່ຽວກັບການປະພຶດຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວກ່ອນລ່ວງຫນ້າໃນການເດີນທາງບິນພື້ນຖານຂອງກົດລະບຽບ, ຂໍ້ກຳນົດຂອງລັດຖະບານ.

- ຝຶກອົບຮົມທີມງານໃຫ້ສາມາດຕອບຄຳຖາມ ແລະ ໃຫ້ຂໍ້ມູນແກ່ລູກຄ້າກ່ຽວກັບບັນຫາທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເຊັ່ນ: ຈຳນວນກໍລະນີໃຫມ່ ແລະ ອື່ນໆ.

- ໃນກໍລະນີທີ່ລູກຄ້າໃດບໍ່ປະຕິບັດຕາມຄຳແນະນຳກໍສາມາດຈັດການບັນຫາໄດ້ເພື່ອສ້າງຄວາມຫມັ້ນໃຈໃຫ້ຜູ້ເດີນທາງຄືນອື່ນໆອີ່ມ.

- ຮ່ວມມືກັບບໍລິສັດປະກັນໄພການເດີນທາງ ແລະ ສຸຂະພາບ.

WT4: ການສ້າງເຄືອຄ່າຍ ແລະ ມີຄວາມຮ່ວມມືກັບທຸກພາກສ່ວນທີ່ມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງ ທ່ຽວ. ໂດຍສະເພາະແມ່ນການຮ່ວມມືຈາກລັດຖະບານໃນການໃຫ້ນະໂຍບາຍໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດເຊັ່ນ:

- ຮ່ວມມືກັບທຸລະກິດ ແລະ ຫນ່ວຍງານຂອງລັດຖະບານ ເພື່ອອອກມາດຕະການຕ່າງໆ ກ່ຽວກັບກົດລະບຽບຕ່າງໆໃນການເດີນທາງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ.

- ໃຫ້ການຊ່ວຍເຫຼືອທາງດ້ານການເງິນແກ່ທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວໃນຮູບແບບການໃຫ້ເງິນຊ່ວຍເຫຼືອ ແລະ ຫຼຸດຜ່ອນການເສຍພາສີ, ຄ່າທຳນຽມ ແລະ ການເກັບລາຍຈ່າຍເພື່ອກະຕຸ້ນຄວາມຕ້ອງການສຳລັບການຟື້ນຟູທຸລະກິດທ່ອງທ່ຽວ.

- ສ້າງແຮງຈູງໃຈ ແລະ ສະໜັບສະໜູນໂດຍກົງຕໍ່ການເລັ່ງລັດການຟື້ນຟູການເດີນທາງຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ.

- ຈັດໂຄງການເພື່ອສົ່ງເສີມສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວເພື່ອກະຕຸ້ນຄວາມຕ້ອງການທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ.

#### 4. ວິພາກຜົນ

ຈາກຜົນການສຶກສາສະພາບການທ່ອງທ່ຽວໃນເມືອງງອຍໃນຊ່ວງທີ່ມີການລະບາດຂອງພະຍາດ Covid-19 ເຫັນວ່າສະພາບນັກທ່ອງທ່ຽວຕ່າງປະເທດລຸດລົງເຖິງ 99.15%. ເຊິ່ງສອດຄອງກັບຜົນການສຶກສາທີ່ວ່າ ນັກທ່ອງທ່ຽວຈະໄປທ່ຽວພາຍໃນປະເທດເປັນບຸລິມະສິດອັນດັບໜຶ່ງ, 2) ນັກທ່ອງທ່ຽວຈະເລືອກການເດີນທາງໃນໄລຍະສັ້ນ ແລະ ສາມາດເດີນທາງໄດ້ດ້ວຍລົດສ່ວນຕົວ (Krungthai Compass, 2020). ແຫຼ່ງທ່ອງທ່ຽວໃນເມືອງງອຍແມ່ນໄດ້ຮັບການພັດທະນາເພື່ອໃຫ້ມີຄວາມສະດວກຕໍ່ການເຂົ້າທ່ຽວຊົມຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວໂດຍສະເພາະແມ່ນຄວາມປອດໄພ. ການເດີນທາງຂອງພວກເຂົາຖ້າພວກເຂົາຮູ້ສຶກເປັນຫວ່ງ ແລະ ມັນບໍ່ປອດໄພ ແຕ່ຖ້ານັກທ່ອງທ່ຽວຕັດສິນໃຈທີ່ຈະເດີນທາງ, ພວກເຂົາຈະເດີນທາງໄປສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ໄດ້ຮັບການຢັ້ງຢືນຄວາມປອດໄພ ແລະ ຄວາມສະດວກ.(Ahn et al., 2013). ການໃຫ້ບໍລິການສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກທາງ

ການທ່ອງທ່ຽວເມືອງງອຍໃນປີ 2021 ເຫັນວ່າມີຫຼາຍກິດຈະການໄດ້ໂຈະການໃຫ້ບໍລິການຊົ່ວຄາວກວມ 79.69% ສ່ວນທຸລະກິດໃດທີ່ຍັງເປີດໃຫ້ບໍລິການແມ່ນມີການປັບປ່ຽນຮູບແບບການໃຫ້ບໍລິການ.

ຈາກການວິເຄາະສະພາບແວດລ້ອມທີ່ເປັນຈຸດແຂງເຫັນວ່າເມືອງງອຍໄດ້ຮັບການສົ່ງເສີມໃນການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວເປັນຢ່າງດີຈາກລັດຖະບານ. ລັດຖະບານ ມີບົດບາດສໍາຄັນໃນການນໍາໃຊ້ອຳນາດການປົກຄອງຕົນເພື່ອສ້າງນະໂຍບາຍຕ່າງໆເພື່ອພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວທ້ອງຖິ່ນມັນອີງໃສ່ການຮ່ວມມືຈາກພາກເອກະຊົນ (Adi, Utama, Budhi, & Purbadarmaja, 2017). ເຊັ່ນດຽວກັນກັບໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນຈາກຊຸມຊົນທ້ອງຖິ່ນ (Hanafiah, Jamaluddin, & Zulkifly, 2013) ມີ ເສັ້ນທາງຄົມມະນາຄົມທີ່ເຂົ້າເຖິງການທ່ອງທ່ຽວທີ່ສະດວກສະບາຍ. ຈຸດອ່ອນແມ່ນຂາດແນວທາງການປັບຕົວດ້ານການຕະຫຼາດ ແລະ ການວິເຄາະພຶດຕິກຳຂອງລູກຄ້າ. ການສໍາຫຼວດການເດີນທາງຫຼັງຈາກການລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ພົບວ່າພຶດຕິກຳນັກທ່ອງທ່ຽວມີການປ່ຽນແປງເຊັ່ນ: 3 ດ້ານຄື: 1) ນັກທ່ອງທ່ຽວຈະໄປທ່ຽວການທ່ອງທ່ຽວພາຍໃນປະເທດເປັນບຸລິມະສິດອັນດັບໜຶ່ງ, 2) ນັກທ່ອງທ່ຽວຈະເລືອກການເດີນທາງໃນໄລຍະສັ້ນ ແລະ ສາມາດເດີນທາງໄດ້ດ້ວຍລົດສ່ວນຕົວ ແລະ 3) ນັກທ່ອງທ່ຽວຈະຕັດສິນໃຈເດີນທາງໄປສະຖານທີ່ທ່ອງທ່ຽວທີ່ບໍ່ແອອັດ. (Krungthai Compass, 2020) ແລະ ການແຜ່ລະບາດຂອງ Covid-19 ໄດ້ເຮັດໃຫ້ພຶດຕິກຳຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວທົ່ວໂລກໄດ້ຮັບຜົນກະທົບ ແລະ ນັກທ່ອງທ່ຽວຈະມີຄວາມກັງວົນກ່ຽວກັບສຸຂະພາບ ແລະ ຄວາມປອດໄພຫຼາຍຂຶ້ນ (Saenkam, 2021). ສະຖານະການການແຜ່ລະບາດຂອງໂຄວິດ-19 ໃນຕ່າງປະເທດຍັງຮຸນແຮງ.ການແຜ່ລະບາດຂອງ Covid-19 ໄດ້ເຮັດໃຫ້ພຶດຕິກຳຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວທົ່ວໂລກໄດ້ຮັບຜົນກະທົບ ແລະ ນັກທ່ອງ

ທ່ຽວຈະມີຄວາມກັງວົນກ່ຽວກັບສຸຂະພາບ ແລະ ຄວາມປອດໄພຫຼາຍຂຶ້ນ (Saenkam, 2021).

## 5. ສະຫຼຸບ

ສະຫຼຸບແລ້ວເຫັນວ່າ ສະພາບການທ່ອງທ່ຽວຂອງເມືອງງອຍໃນຊ່ວງມີການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມາທ່ຽວໃນເມືອງງອຍແມ່ນມີຈຳນວນຫຼຸດລົງຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ, ຫົວຫນ່ວຍທຸລະກິດຈຳນວນບໍ່ຫນ້ອຍຕ້ອງໄດ້ປິດກິດຈະການຊົ່ວຄາວສ່ວນຫຼາຍຕ້ອງຫັນຈາກທຸລະກິດບໍລິການໄປສູ່ການຜະລິດກະສິກຳ, ລ້ຽງສັດ ແລະ ອື່ງ ເພື່ອສາມາດປະດັບປະຄອງໃຫ້ຢູ່ລອດ, ແລະ ມີຫົວຫນ່ວຍທຸລະກິດຈຳນວນໜຶ່ງເລີ່ມກັບມາເປີດກິດຈະການຄືນໃໝ່ໃນເດືອນທັນວາ 2021 ເປັນຕົ້ນມາ. ຈາກການວິເຄາະສະພາບແວດລ້ອມທາງການທ່ອງທ່ຽວຂອງເມືອງງອຍແລ້ວເຫັນວ່າເມືອງງອຍແມ່ນມີຈຸດແຂງທີ່ສາມາດຮັບມືກັບສະຖານະການວິກິດໃນຄັ້ງນີ້ຫຼາຍກວ່າຈຸດອ່ອນ ແລະ ຍັງມີໂອກາດທີ່ເອື້ອອຳນວຍຈາກສະພາບແວດລ້ອມພາຍນອກທີ່ສາມາດເຮັດໃຫ້ການຟື້ນຟູ ແລະ ພັດທະນາສະພາບການທ່ອງທ່ຽວໃນເມືອງງອຍໃຫ້ກັບຄືນສູ່ສະພາບປົກກະຕິໄດ້ໂດຍໄວ ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມອຸປະສັກຈາກພາຍນອກທີ່ເກີດຈາກການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດ Covid-19 ກໍ່ຍັງເປັນປະເດັນທີ່ສໍາຄັນເຮັດໃຫ້ສະພາບການພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວໃນເມືອງງອຍຕ້ອງໄດ້ມີກິນລະຍຸດໃນການປັບຕົວທາງການທ່ອງທ່ຽວໃຫ້ ໝາະສົມກັບສະພາບການເຊັ່ນ: ຍຸດທະສາດແບບບຸກໄດ້ແກ່ຮ່ວມມືກັບລັດຖະບານ ແລະ ໂຄງການສາກົນຕ່າງໆ, ປັບຜະລິດຕະພັນທາງການທ່ອງທ່ຽວ, ການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດທາງການທ່ອງທ່ຽວ, ຍຸດທະສາດແບບແກ້ໄຂ (WO Strategy) ໄດ້ແກ່ ການນໍາເທັກໂນໂລຢີທີ່ທັນສະໄໝ, ການໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນໃນການວິເຄາະພຶດຕິກຳຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ, ລາຄາສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການຕ້ອງມີຄວາມຍືດຫຍຸ່ນໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ, ຍຸດທະສາດແບບປ້ອງກັນ (ST Strategy) ໄດ້ແກ່ການສ້າງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນທາງດ້ານຄວາມປອດໄພໃຫ້ແກ່ນັກ

ທ່ອງທ່ຽວການຄວບຄຸມຕົ້ນທຶນການຜະລິດຂອງຫົວໜ່ວຍ ທຸລະກິດ, ມີການວາງແຜນໃນການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນໃໝ່ທີ່ໃຫ້ບໍລິການທາງການທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ການກຽມພ້ອມໃນການໃຫ້ບໍລິການ ແລະ ກຽມຄວາມພ້ອມໃນການປັບປ່ຽນຮູບແບບການໃຫ້ບໍລິການຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຍຸດທະສາດແບບຮັບ (WT Strategy) ໄດ້ແກ່ການຕຽມຄວາມພ້ອມສໍາລັບທຶນງານ ແລະ ການດໍາເນີນງານທີ່ໄດ້ຄຸນນະພາບ, ການຈັດຫາປະສົບການທີ່ປອດໄພໃຫ້ກັບທຶນງານບໍລິການ ແລະ ລູກຄ້າ, ການສ້າງຄວາມໄວ້ວາງໃຈໃຫ້ລູກຄ້າເພື່ອເຮັດໃຫ້ການທ່ອງທ່ຽວໄດ້ຮັບການຟື້ນຟູ ແລະ ການສ້າງເຄືອຄ່າຍ ແລະ ມີຄວາມຮ່ວມມືກັບທຸກພາກສ່ວນທີ່ມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງກັບການທ່ອງທ່ຽວ.

## 6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ຂ້າພະເຈົ້າໃນນາມຜູ້ຄົນຄວ້າວິທະຍາສາດ ຂໍປະຕິຍານຕີນວ່າ ຂໍ້ມູນທັງໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການດັ່ງກ່າວນີ້ ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງທາງຜົນປະໂຫຍດກັບພາກສ່ວນໃດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ເອື້ອປະໂຫຍດໃຫ້ກັບພາກສ່ວນໃດພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະນີມີການລະເມີດ ໃນຮູບການໃດໜຶ່ງ ຂ້າພະເຈົ້າມີຄວາມຍິນດີ ທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

## 7. ຄໍາຂອບໃຈ

ການຄົ້ນຄວ້າໃນຫົວຂໍ້: “ຍຸດທະສາດການປັບຕົວການທ່ອງທ່ຽວ ເມືອງງອຍ ແຂວງຫລວງພະບາງ ໃນຊ່ວງວິກິດຈາກການລະບາດຂອງ Covid-19” ແມ່ນໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນທຶນຄົ້ນຄວ້າວິທະຍາສາດຈາກ ມະຫາວິທະຍາໄລສຸພານຸວົງ ງົບປະມານຂອງລັດຖະບານປະຈຳປີ 2021. ທຶນງານຜູ້ຄົນຄວ້າຂໍສະແດງຄວາມເຄົາລົບນັບຖື ແລະ ຮູ້ບຸນຄຸນດ້ວຍຄວາມຈິງໃຈມາຍັງມະຫາວິທະຍາໄລສຸພານຸວົງ ທີ່ໄດ້ໃຫ້ການສະໜັບສະໜູນ ແລະ ໃຫ້ຄໍາແນະນໍາທີ່ເປັນປະໂຫຍດຕໍ່ການຄົ້ນຄວ້າໃນຄັ້ງນີ້.

## 8. ເອກະສານອ້າງອີງ

ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ. (2021). ແນວທາງຟື້ນຟູການທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ

ລາວ ຈາກການແຜ່ລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິດ-19 ສໍາລັບປີ. (2021-2025).

ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ. (2016). ບົດສະຫຼຸບການພັດທະນາວຽກງານຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວໃນໄລຍະ 15 ປີ 2001-2015.

ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ. (2016). ແຜນພັດທະນາວຽກງານຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວຂອງ ສປປ ລາວ 5 ປີ 2016 - 2020.

ກະຊວງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ. (2016). ວິໄສທັດ 2030, ຍຸດທະສາດພັດທະນາວຽກງານຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ 10 ປີ 2016-2025.

ສຸດາພອນ ຄົມທະວົງ. (2011). ປຶ້ມແຜນຍຸດທະສາດພັດທະນາ ແລະ ສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ. (2011-2020). ຂອງແຂວງຫລວງພະບາງ ສະໜັບສະໜູນການຈັດພິມພາສາລາວໂດຍອົງກອນຝຣັ່ງເພື່ອການພັດທະນາ (AFD).

ທໍາມະ. (2011). ການພັດທະນາ ແລະ ການປັບຕົວຂອງການທ່ອງທ່ຽວໄທໃນການເຂົ້າສູ່ປະຊາຄົມເສດຖະກິດອາຊຽນ.

ຫ້ອງການຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ການທ່ອງທ່ຽວ ເມືອງງອຍ ແຂວງຫລວງພະບາງ. (2020). ບົດສະຫຼຸບປະຈຳ 10 ປີ (2010-2019)

Ahn, J. C., Cho, S. P. & Jeong, S. K. (2013). Virtual Reality to Help Relieve Travel Anxiety. *KSII Transactions on Internet and Information (TIIS)*, 7(6), 1433–1448.

Adi, I. N. R., Utama, M. S., Budhi, M. K. S., & Purbadarmaja, I. B. P. (2017). The role of government in community based tourism and sustainable tourism development at

- Penglipuran Traditional Village—Bali. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 22(6), 15-20.
- Assaker, G. (2014). Examining a hierarchical model of Australia's destination image. *Journal of Vacation Marketing*, 20(3), 195-210.
- Abdullah, M., Ali, N., Hussain, S. A., Aslam, A. B. & Javid, M. A. (2021). Measuring Changes in Travel Behavior Pattern due to COVID-19 in a Developing Country: A Case Study of Pakistan. *Transport Policy*, 108(c), 21–33.
- Bangkokbiznews. (2020). Booking.com Reveals the Trend of Thai Tourists' Behavior after COVID-19. <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/909641>
- Bruce, H. (1989, November-December). The origin of strategy. *Harvard Business Review*.
- Ghaderi, Z., Hatamifar, P., & Henderson, J. C. (2018). Destination selection by smart tourists: The case of Isfahan, Iran. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(4): 385-394.
- Hanafiah, M. H., Jamaluddin, M. R., & Zulkifly, M. I. (2013). Local community attitude and support towards tourism development in Tioman Island, Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 105, 792-800.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3): 610-623.
- Škare, M., Soriano, D. R., & Porada-Rochoń, M. (2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163: 120469.
- Sharma, G. D., Thomas, A., & Paul, J. (2021). Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience- based framework. *Tourism Management Perspectives*, 37: 100786.
- Jansomkhoh, K. (2019). Strategic Planning Approaches in Tourism Destinations.
- Krajangchom, S., Sangkakorn, K., & Poonsukcharoen, N. (2020). Adaptation Strategy of Tourism in Upper The North of Thailand under the COVID-19 Pandemic - 19. 1–20.
- Kenneth, A. (1971). The concept of corporate strategy. Home-wood, IL: Richard D. Irwin.
- KRISTIANA1, (2021). Adaptation Strategy of Tourism Industry Stakeholders During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8 ( 4 ) (2021) 0213–0223, 5.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy*. New York, NY: Free Press.
- Nalaumon Anusonphat, ( 2 0 2 0 ). Economic Adjustment in Tourism under the Coronavirus Disease 2019 Crisis in Thailand. <file:///C:/Users/acer/Downloads/1.-1-26.pdf>.
- Nitikhone mouangshonekew. ( 2 0 1 6 ). Strategic management for border tourism at Singkhorn pass, Amphoe Mueang, Prachuap Khiri khan province. Silaphasath University.
- <http://www.sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/14261>
- Wu l, Zhang J, Fujiwara A. (2011). Representing tourists' heterogeneous choices of the destination and travel party with an integrated latent class and nested logit model. *Tourism Management*. 2011;32: 1407-1413.
- DOI: 10.1016/j.tourman.2011.01.017
- Wasan Janprasit. ( 2 0 2 3 ). Tourism and the COVID-19 crisis: Impact, recovery guidance, and directions of tourism

development in a post-COVID-19 world.

<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sujthai/article/view/256274/179071>