

GIẢI PHÁP THU HÚT KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ VÀO NƯỚC CHDCND LÀO TRONG ĐIỀU KIỆN CỘNG ĐỒNG ASEAN ĐƯỢC THÀNH LẬP

● **Madony INSISIENGMAY**

TÓM TẮT:

Du lịch ngày càng khẳng định vai trò quan trọng đối với nền kinh tế của mỗi quốc gia. Đối với CHDCND Lào, mục tiêu giai đoạn 2021 - 2025 là tăng tỷ lệ thu được từ ngành Du lịch đạt khoảng 3.813.772.389 USD, thu hút khách du lịch 15.116.154 lượt người. Thành lập Cộng đồng ASEAN 2015 là một dấu mốc quan trọng phản ánh sự lớn mạnh của ASEAN sau 48 năm hình thành và phát triển, liên kết chặt chẽ, để đến năm 2025 củng cố cả 3 trụ cột là: chính trị - an ninh, kinh tế và văn hóa - xã hội. Điều cần nhấn mạnh là ngoài 12 lĩnh vực ưu tiên đẩy nhanh liên kết trong AEC, các nước ASEAN đã ký Hiệp định công nhận lẫn nhau và tự do hóa dịch chuyển lao động với 8 nghề (kế toán, kiến trúc, kỹ sư, nha sĩ, bác sĩ, y tế, điều tra viên, du lịch). Bài viết này bàn về giải pháp thu hút khách du lịch quốc tế vào nước CHDCND Lào trong điều kiện Cộng đồng ASEAN được thành lập.

Từ khóa: thu hút khách du lịch quốc tế, nước CHDCND Lào, Cộng đồng ASEAN.

1. Một số vấn đề về thu hút khách du lịch quốc tế vào nước CHDCND Lào

1.1. Về kết quả thu hút du lịch vào nước CHDCND Lào

Trong thời gian qua, du lịch Lào đã có sự phát triển nhanh chóng. Năm 2016 có khách du lịch vào Lào với 4.239.047 lượt người, tạo thu nhập nhiều hơn 724 triệu USD, thời gian lưu trú bình quân 7,5 ngày/người, chi bình quân 171\$/người/lần. Năm 2017, số lượng khách nước ngoài vào Lào chỉ có 3.868.838 lượt người so với năm 2016 giảm gần 10%. Thu nhập từ du lịch năm 2017 là 648 triệu USD, số lượng khách tăng chậm

trong năm này cũng bởi ảnh hưởng do yếu tố từ hình thức quảng bá cho khách du lịch quốc tế vào Lào. Nhưng đến năm 2019, khách du lịch tăng lên 4.791.085 lượt người, có tỷ lệ tăng lên bình quân 14% so với năm 2018 tạo thu nhập được 917 triệu USD thời gian lưu trú bình quân 5 ngày/người, chi 194\$/người/lần. Trong đó, khách du lịch từ khu vực châu Á - Thái Bình Dương tăng 14,5%, khách du lịch Thái Lan tăng 12%, Trung Quốc tăng 27%, Hàn Quốc tăng 17%; đồng thời thị trường đối tượng từ châu Âu tăng 10% trong đó Pháp tăng 13%, Anh tăng 19%, Đức tăng 10%, Nga tăng 34%. Đối với châu Mỹ tăng 19,6%, Mỹ tăng 24%,

Canada tăng 20%. Yếu tố lượng khách du lịch tăng trong năm 2019 do nước Lào đã có hình thức quảng bá rộng rãi đến nhóm thị trường cả trong và ngoài nước. Đặc biệt trong năm 2018, Lào đã tổ chức nhiều hoạt động quảng bá cho năm du lịch, năm du lịch Lào - Trung Quốc và các hoạt động tham dự triển lãm du lịch quốc tế tại nhiều nước như: Đức, Pháp, Trung Quốc và các nước ASEAN. Đến năm 2020, lượng khách du lịch quốc tế đến Lào sụt giảm còn 886.447 lượt người, giảm 81,5% so với năm 2019, nguyên nhân do bởi những ảnh hưởng nặng nề từ bùng phát đại dịch Covid-19.

1.2. Về chính sách xúc tiến du lịch của chính phủ nước CHDCND Lào

Nhà nước đã hoàn thành việc lập danh sách các khu du lịch toàn quốc trong năm 2020, với 2.208 điểm và đã khảo sát, sắp xếp, xác định ý tưởng trong phát triển khu du lịch được 42 điểm, trong đó có 2 điểm du lịch di sản thế giới.

Đảng và Nhà nước Lào rất quan tâm chỉ đạo công tác du lịch, khuyến khích mở rộng hợp tác với nước ngoài để thu hút viện trợ nước ngoài, phát triển du lịch và hỗ trợ đào tạo chuyên môn. Lào có Luật Du lịch, nên đây cũng là điều kiện tốt trong việc tổ chức thực hiện các quy định liên quan đến phát triển du lịch. Và để triển khai đúng theo hướng phát triển xúc tiến du lịch của Đảng và Nhà nước đề ra, Lào đã thực hiện một số giải pháp trọng tâm, về: tiêu chuẩn du lịch và quản lý đầu tư, quản lý kinh doanh dịch vụ du lịch, quản lý kinh doanh dịch vụ nhà hàng và khu vui chơi giải trí.

1.3. Về xúc tiến quảng bá hình ảnh du lịch Lào

Hàng năm, chính phủ Lào chi khoảng 500 triệu kíp để phát triển quảng bá du lịch với các hình thức thông qua kênh truyền hình, phát thanh, báo chí, tạp chí, các mạng xã hội, trên website riêng của du lịch Lào và còn thường xuyên đến tham dự hội nghị, triển lãm du lịch quốc tế ở các nước trên thế giới.

❖ Xây dựng và thực hiện các chiến lược khai thác, bảo tồn, giữ gìn và tôn tạo tài nguyên du lịch của Lào: Bắt đầu từ năm 2010, ngành Du lịch Lào đã có chủ trương phát triển các sản phẩm du lịch

mới, như: du lịch sinh thái, du lịch lịch sử và du lịch khám phá. Hàng năm, chính phủ đã trích 60% trong tổng giá trị thu được từ ngành Du lịch để sử dụng trong việc phát triển, bảo tồn và giữ gìn khu du lịch. Ngoài ra, nước Lào còn được vốn viện trợ từ các tổ chức quốc tế.

❖ Đầu tư xây dựng và cải thiện cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch hiện nay, Lào có 3,095 nơi lưu trú, trong đó có 665 khách sạn, 2,430 resort và nhà nghỉ. Hiện tại, Lào đã miễn VISA song phương cho 45 quốc gia và miễn VISA một bên cho 4 quốc gia. Mặc dù hệ thống hạ tầng giao thông chưa đạt chất lượng cao, nhưng Lào cũng quan tâm đầu tư phát triển các tuyến đường để kết nối các nước xung quanh để tạo điều kiện thuận lợi phục vụ du lịch liên vùng.

❖ Phối kết hợp hoạt động của ngành du lịch với các ngành khác liên quan như: giao thông vận tải, kế hoạch đầu tư, tài nguyên môi trường, y tế, tài chính, công thương... để nghiên cứu phát triển đi đôi với phát triển kinh tế - xã hội.

❖ Phát triển nguồn nhân lực: Lào cũng đã hoàn thiện nhiều khóa tập huấn ngắn hạn và dài hạn với nhiều chủ đề liên quan đến phát triển nhân lực du lịch. Đặc biệt, ngành du lịch Lào còn có sự hợp tác cả trong và ngoài nước để cải thiện giáo trình cho việc giảng dạy - học tập cho ngành Du lịch tại các trường đại học và các trung tâm tập huấn du lịch.

2. Tiềm năng và sự cần thiết thu hút khách du lịch quốc tế vào Lào

Du lịch Lào hiện nay là một ngành kinh tế thu ngoại tệ có khả năng đem lại lợi nhuận tiền tệ vào nước, tạo công ăn việc làm trong lĩnh vực du lịch, đem lại lợi nhuận đến nhân dân Lào và làm cho cuộc sống của người dân ngày càng tốt hơn. Đến năm 2020, CHDCND Lào có 2.208 điểm du lịch, trong đó có 1.318 điểm du lịch thiên nhiên, 596 điểm du lịch văn hóa và 294 điểm du lịch lịch sử.

Sau khi kết thúc Đại hội Đảng lần thứ IV năm 1986, Chính phủ Lào đã định hướng và ban hành tổ chức thực hiện phát triển và xúc tiến du lịch văn hóa, thiên nhiên và lịch sử. Chính phủ Lào đã nỗ lực rất nhiều vào việc phát triển cơ sở hạ tầng,

xây đường giao thông kết nối toàn quốc và kết nối cả các nước láng giềng gồm cả miền Bắc, miền Trung và miền Nam. Đến nay, cả nước đã có 4 sân bay quốc tế, có 27 cửa khẩu quốc tế, trong đó có 22 cửa khẩu có thể cấp Visa tại chỗ. Đồng thời, nước CHDCND Lào còn ký kết miễn Visa song phương với 45 nước và miễn Visa 1 bên cho Hàn Quốc, Nhật Bản, Luxembourg, Thụy Sĩ, đồng thời quy định lại về cấp Visa tại cửa khẩu 15 ngày/lần (trước đây 30 ngày/lần) theo Chỉ thị số 15/TT ngày 20/6/2006.

Lợi thế quan trọng nhất cho du lịch nước CHDCND Lào đó là có sự hòa bình, ổn định về chính trị, kinh tế có sự phát triển liên tiếp, xã hội có sự an toàn và trật tự, cơ sở hạ tầng có sự phát triển và cải tạo trong mức ổn định.

Về phần cơ hội là sự phát triển của du lịch thế giới và khu vực trong nhịp nhanh chóng và có tính chất kết nhập theo thời đại toàn cầu hóa. Đặc biệt trong năm 2020, tổ chức du lịch thế giới đã dự định: Trung Quốc và Ấn Độ sẽ trở thành nước đứng thứ nhất và thứ nhì của thế giới có sự phát triển, chắc chắn cả 2 nước này sẽ trở thành thị trường du khách quan trọng đối với ngành du lịch Lào trong thời gian tới.

3. Một số giải pháp tăng cường thu hút khách du lịch quốc tế đến CHDCND Lào

3.1. Các giải pháp đối với doanh nghiệp nhằm tăng cường thu hút khách du lịch quốc tế vào Lào

Trên thực tế, việc xây dựng và đưa ngành Du lịch của Lào ngày càng phát triển hơn đòi hỏi một quá trình lâu dài, tốn nhiều thời gian và công sức. Nhưng trước mắt, trong bối cảnh hiện tại, sẽ cần tìm ra những giải pháp để khắc phục tình trạng du khách vào Lào ít đi, số lượng du khách quay trở lại Lào cũng không nhiều; cũng như giải pháp để thu hút được nhiều du khách đến Lào hơn, doanh nghiệp Lào cần phải kết hợp với Nhà nước để tìm ra các giải pháp đồng bộ và để thực hiện mang tính trọng điểm hơn trong việc thu hút khách du lịch quốc tế.

Một là, giải pháp liên quan đến marketing, quảng bá hình ảnh của Lào ra thế giới.

Xây dựng các kế hoạch chiến lược cho hoạt

động marketing du lịch Lào để xác định rõ các lợi thế của du lịch Lào so với các đối thủ cạnh tranh. Xây dựng hình ảnh quốc gia dựa trên nền tảng văn hóa và tiềm năng thiên nhiên đa dạng, có như vậy mới tạo được ấn tượng sâu sắc đối với khách du lịch quốc tế đến với Lào.

Nội dung của giải pháp gồm có các công việc như: Thiết lập văn phòng đại diện du lịch quốc gia ở những thị trường trọng điểm có tiềm năng như Trung Quốc, Thái Lan, Việt Nam, Hàn Quốc, Pháp, Đức, Anh, Úc, Hoa Kỳ. Thiết lập mạng lưới thông tin về du lịch với các chỉ dẫn rõ ràng, giải đáp các thắc mắc của khách du lịch. Kết hợp chặt chẽ với ngành Hàng không Lào để phối hợp nghiên cứu ở những đường bay đến các thị trường này nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho du khách đến Lào. Ngoài ra, còn phối hợp xây dựng và phát hành các ấn phẩm quảng bá trên các chuyến bay của Hàng không Lào và tăng cường cập nhật thông tin trên mạng xã hội.

Hai là, giải pháp giảm giá và tổ chức các hoạt động thu hút khách.

Giảm giá các tour du lịch, có thể áp dụng các biện pháp như kết hợp với các hãng vận chuyển: máy bay, tàu cao tốc, ô tô,... cùng các khách sạn để có thể giảm giá mà vẫn đảm bảo chất lượng phục vụ khách. Một số hình thức giảm giá khả thi, như: Các khách sạn cam kết giảm giá từ 35% trở lên (so với hợp đồng ký kết với doanh nghiệp) trong thời gian khuyến mãi; Các nhà cung cấp dịch vụ (vận chuyển, hướng dẫn, mua sắm, ăn uống, đặc biệt là các cửa hàng, nhà hàng đạt chuẩn du lịch), cam kết đăng ký tham gia chương trình, giảm giá dịch vụ cho khách du lịch; Hàng không Lào cam kết khuyến mại giá vé các đường bay quốc tế và nội địa cho các tour khuyến mại này.

Việc giảm giá các tour sẽ đánh vào tâm lý người tiêu dùng, khi mà giá cả tăng cao, các chương trình du lịch khuyến mãi nhiều sẽ làm cho nhiều người quan tâm muốn đi du lịch hơn. Thực hiện tốt việc quảng bá các hình ảnh, sự hấp dẫn của lễ hội, ngày lễ ở Lào sẽ không chỉ thu hút được du khách đến nước Lào mà hình ảnh của đất

nước Lào cũng ngày càng được nâng cao hơn. Cam kết và đồng lòng đưa ra các chương trình du lịch hấp dẫn với các nước ASEAN, Lào có thể thu hút được lượng khách tương đối lớn để có thể bù đắp sự sụt giảm từ những thị trường xa hơn.

Ba là, đa dạng hóa và phát triển các sản phẩm du lịch.

- Phát triển và đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, phát huy tính đặc thù của từng nơi, nên có các biện pháp kiểm soát với các sản phẩm quà tặng bán tại các địa điểm du lịch, tránh trường hợp nơi này bán đặc sản của vùng khác... Nước Lào có tài nguyên thiên nhiên phong phú đa dạng, địa hình có đủ từ núi cao, khí hậu 2 mùa rõ rệt... Tuy nhiên, việc khai thác tài nguyên thiên nhiên này để phục vụ cho hoạt động du lịch cần phải có sự xem xét của các cấp lãnh đạo, sao cho khai thác một cách có hiệu quả mà vẫn giữ gìn, bảo vệ môi trường.

- Nên học hỏi, lấy kinh nghiệm từ các nước bạn để về tìm cách áp dụng tại Lào. Họ đã làm rất tốt, tận dụng tối đa những gì đã có của thiên nhiên, lịch sử để lại và kết hợp với sự đầu tư hợp lý, bài bản, thu hút được nhiều khách du lịch trong và ngoài nước tới các danh thắng thăm quan, nghỉ ngơi.

Bốn là giải pháp liên quan đến văn hóa du lịch.

Các cơ quan cấp của ngành Du lịch Lào nên tổ chức những buổi họp mang tính chất nâng cao ý thức cho các cá nhân, doanh nghiệp làm trong ngành về việc cải thiện lại suy nghĩ làm ăn mang tính chất “chộp giật”, mùa vụ, nhất là đối với các doanh nghiệp nhỏ lẻ.

❖ Các công ty du lịch cũng nên liên kết chặt chẽ với các dịch vụ du lịch (ăn uống, đi lại...) để thống nhất một chuyến hành trình có chất lượng tốt cho du khách. Cần phải nhận thức rõ tầm quan trọng của mối hợp tác chặt chẽ “4 bên” đối với sự phát triển của ngành du lịch, đó là cơ quan quản lý nhà nước - chính quyền các địa phương; các hãng hàng không; các đối tác du lịch và các công ty lữ hành.

❖ Những vấn đề về vệ sinh môi trường, an toàn giao thông, an toàn thực phẩm... để giải quyết được trước hết cần nâng cao ý thức của người dân,

bắt đầu bằng những việc như tuyên truyền, vận động thông qua tivi, mạng xã hội...

Bốn là, giải pháp tăng cường liên doanh, liên kết với các đối tác nước ngoài.

Khi Lào gia nhập cộng đồng kinh tế Asean, sự cạnh tranh trong nước không chỉ diễn ra giữa các doanh nghiệp du lịch Lào mà còn giữa các doanh nghiệp Lào với các đối thủ nước ngoài vốn rất mạnh về năng lực kinh tế, nhân lực cũng như giàu kinh nghiệm quản lý. Do đó, tăng cường hợp tác đầu tư, liên doanh liên kết và chuyển giao công nghệ với các đối tác nước ngoài có chọn lọc là một giải pháp nhằm làm tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp Lào và cũng tạo cơ hội cho doanh nghiệp tiếp cận với các thành tựu khoa học công nghệ và khoa học quản lý tiên tiến của thế giới, chiến lược đầu tư và quản lý kinh doanh... để học hỏi một cách sáng tạo và rút ngắn con đường đi tới thành công.

3.2. Một số giải pháp đối với Nhà nước nhằm tăng cường thu hút khách du lịch quốc tế vào Lào

Giải pháp phát triển ngành Du lịch của nước CHDCND Lào đến năm 2025 tập trung vào một số nhiệm vụ sau:

Phát triển, xúc tiến và quản lý du lịch thiên nhiên, văn hóa, lịch sử và nông nghiệp đạt chất lượng tồn tại theo hướng xanh, kết nối với khu vực và quốc tế để du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và góp phần giúp đỡ nhân dân ra khỏi nghèo khổ theo chính sách Chính phủ gồm có 5 kết cấu, như: 1) chất lượng; 2) tồn tại theo hướng xanh; 3) kết nối khu vực và quốc tế; 4) trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và 5) xóa đói giảm nghèo. Cụ thể như sau:

Một là, giải pháp trợ giúp khách trong quá trình du lịch.

Nên có các hệ thống xe phục vụ khách du lịch, đi qua tuyến đường định có cảnh đẹp, di tích hay những nơi nổi tiếng của địa phương đó. Có thể đi vòng trung tâm thành phố, hoặc 1 khu vực để cho khách du lịch ngắm cảnh và tranh thủ thời gian nghỉ tiếp nên đi đâu.

Cần cải thiện cơ sở nơi lưu trú như các khách sạn nhà nghỉ (hiện cả nước ước tính có khoảng

21.617 phòng 3, 4, 5 sao). Một tồn tại đáng lo khác đó là khi ngành Du lịch nâng cao mục tiêu thu hút khách quốc tế, thì số cơ sở lưu trú trong thời điểm hiện tại như vậy chưa đáp ứng được nhu cầu.

Trong dài hạn, để tăng cường việc thu hút khách, ngoài các biện pháp đã nêu, Nhà nước nên tăng cường làm việc với các ban ngành địa phương để tăng cường việc tuyên truyền và cả giám sát đẩy mạnh ý thức văn hóa của người dân. Chỉ cần mỗi con người có ý thức đóng góp để xây dựng cộng đồng nhiều hơn thì không có việc gì là không thể thực hiện được.

Hai là, các giải pháp phát triển đường kết nối mới.

❖ *Đường biển*

Lào là nước duy nhất trong Asean không có biên giới giáp biển nhưng có đường để đi ra biển. Hiện nay giữa Chính phủ Việt Nam và Chính phủ Lào cũng đã có Hiệp định về hợp tác đầu tư phát triển Cảng Vũng Áng. Có thể tận dụng điều kiện này để khai thác đường kết nối du lịch từ Việt Nam sang Lào và Thái Lan bằng lộ trình tàu du lịch đi từ cảng biển Vũng Áng đón khách đi thăm quan du lịch các tỉnh miền Trung Việt Nam, sau đó đi tiếp sang Lào bằng đường bộ qua cửa khẩu quốc tế Nam Phao (giữa tỉnh Nghệ An và tỉnh Bolikhamxay Lào) và đi sang Thái Lan qua cửa khẩu quốc tế Thái - Lào tại tỉnh Khammuan Lào.

❖ *Đường sắt*

Lào mới có đường sắt tàu cao tốc từ Trung

Quốc đến Thủ đô Viêng Chăn qua các tỉnh như: Oudomxay, Luang Pha Bang, Luang Nam Tha, Viêng Chăn. Đường sắt này đi qua các tỉnh có điểm du lịch tiềm năng và nổi tiếng nhất của Lào. Hiện nay, đường sắt này đã hoàn thành và đang phục vụ cho khách du lịch với 412 km. Đây cơ hội quan trọng để tăng lượng khách du lịch đến từ Trung Quốc, cũng như một số khách quốc tế từ Trung Quốc đi sang Lào.

4. Kết luận

Qua các phân tích và dự đoán trên cho thấy tình hình phát triển của du lịch Lào sẽ khả quan hơn trong những năm tới. Đặc biệt, với khu vực Đông Á - Thái Bình Dương, trong đó có đất nước Lào đã có sự tăng trưởng tốt hơn, cho phép chúng ta hy vọng vào tương lai tươi sáng của ngành Du lịch. Mặc dù trong thời điểm hiện tại, thế giới vẫn đang có rất nhiều biến động và những tác động của nó đến nước Lào, cũng như ngành Du lịch thì còn rất nhiều, nhưng với sự nỗ lực của chính phủ, của từng cơ quan bộ, ngành, Lào đang dần kiểm soát được sự suy giảm và sẽ dần dần khôi phục lại sự phát triển của ngành kinh tế. Nhìn nhận những mặt tích cực, ngành Du lịch của nước Lào trong tương lai sẽ tăng trưởng cao hơn nữa, thu hút được nhiều khách du lịch hơn. Chính vì vậy, Lào cần xây dựng các định hướng cụ thể, từ đó đề ra giải pháp dựa theo những định hướng đó, nhằm nâng cao việc thu hút khách du lịch vào Lào, ổn định sự phát triển lâu dài ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Vụ Phát triển du lịch - Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào (2021). *Báo cáo thống kê du lịch nước CHDCND Lào năm 2021*, Thủ đô Viêng Chăn, Lào.
2. Vụ Phát triển du lịch, Bộ Thông tin Văn hóa và Du lịch Lào (2022). *Báo cáo thống kê số lượng khách du lịch trong và ngoài nước năm 2022*, Thủ đô Viêng Chăn, Lào.
3. Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào (2021). *Kế hoạch phát triển du lịch CHDCND Lào 2021 - 2025*, Thủ đô Viêng Chăn, Lào.
4. Quốc hội CHDCND Lào (2013). *Luật Du lịch CHDCND Lào số 05/QH ngày 24.07.2013*

5. Bộ Thông tin, Văn hóa và Du lịch Lào (2016). *Tầm nhìn 2030, chiến lược đến năm 2025 và kế hoạch phát triển công tác thông tin, văn hóa và du lịch nước CHDCND Lào của giai đoạn 2016 - 2020 số 83/CP ngày 31.03.2016*, Thủ đô Viêng Chăn, Lào.

6. The ASEAN Secretariat (2015): *ASEAN Tourism strategic plan 2016 - 2025*, Jakarta, Indonesia.

Ngày nhận bài: 3/10/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 23/10/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 3/11/2022

Thông tin tác giả:

Mr. Madony INSISIENGMAI

Sở Ngoại vụ Thủ đô Viêng Chăn, Chính quyền Thủ đô Viêng Chăn

SOLUTIONS TO SUPPORT LAO PDR ATTRACT MORE INTERNATIONAL TOURISTS IN THE CONTEXT OF THE AEC'S ESTABLISHMENT

● **Madony INSISIENGMAI**

Vientiane Department of Foreign Affairs

Vientiane Municipal Authority

ABSTRACT:

Tourism plays an increasingly important role in the economy of each country. For Lao PDR, the goals in the 2021-2025 period are to increase the rate of revenue from the tourism industry to about USD 3,813,772,389 and to attract 15,116,154 arrivals. The establishment of the ASEAN Economic Community (AEC) in 2015 is an important milestone reflecting the growth of ASEAN after 48 years of establishment and development. By 2025, the AEC will strengthen all three pillars: Politics-security, economic and socio-cultural. Besides 12 priority areas which are accelerated to form linkages within the AEC, ASEAN countries have signed an agreement on mutual recognition and liberalization of labor movement with eight occupations, namely accountant, architecture, engineer, dentist, doctor, healthcare worker, investigator, and tourism worker. This paper presents some solutions to support Lao PDR attract more international tourists in the context of the AEC's establishment.

Keywords: attracting international tourists, Lao PDR, ASEAN community.