

แผนส่งเสริมการท่องเที่ยว

ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓



องค์การบริหารส่วนตำบลหนองฮี

คำนำ

นโยบายในการพัฒนาบริการและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย โดยกำหนดเป้าหมายหลักในการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค ที่พัก สาธารณสุขพื้นฐานการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย การเสนอวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ การกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป่าหมายดังกล่าวมีความจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย เพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของไทยได้พัฒนาอย่างเต็มศักยภาพ และบรรลุเป้าหมายได้ประโยชน์ด้วยกันทุกฝ่ายและมีความยั่งยืน นโยบายดังกล่าวมีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกระดับโดยเฉพาะในระดับท้องถิ่น ประกอบกับแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้กำหนดให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยถ่ายโอนภารกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และนอกจากนี้งานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวยังเป็นภารกิจตามอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามที่กฎหมายกำหนด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวควรมีแนวทางในการดำเนินการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนและการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศ โดยยึดหลักการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้เป็นแนวทางและแนวปฏิบัติในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว

องค์การบริหารส่วนตำบลหนองฮี เห็นว่าการจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองฮีเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพึงกระทำ เพื่อเป็นการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งต้องใช้เวลาวางแผนอย่างเป็นระบบ จากนั้นก็นำแผนงานและโครงการไปสู่การปฏิบัติ โดยมีการกำกับดูแลติดตามจนบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ จึงได้จัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ขึ้น

องค์การบริหารส่วนตำบลหนองฮี

กันยายน ๒๕๖๒

สารบัญ

เรื่อง

หน้า

ส่วนที่ ๑ สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยว

- สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก
- สถานการณ์การท่องเที่ยวอาเซียน
- สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย
- สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม

๑
๑
๕
๗
๑๔

ส่วนที่ ๒ สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญของตำบลหนองฮี

- คำขวัญประจำตำบลหนองฮี
- ประวัติความเป็นมา
- สภาพลักษณะภูมิประเทศ
- สภาพภูมิอากาศ
- สภาพเศรษฐกิจ
- โครงสร้างพื้นฐาน
- ประเพณีวัฒนธรรม
- ที่พัก
- ร้านอาหาร
- สินค้า OTOP ตำบลหนองฮี

๑๗
๑๗
๑๗
๑๘
๑๘
๑๘
๒๐
๒๑
๒๔
๒๔
๒๔

ส่วนที่ ๓ สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในตำบลหนองฮี

๒๖

ส่วนที่ ๔ การวิเคราะห์ศักยภาพและเป้าหมายการท่องเที่ยว

๒๙

ส่วนที่ ๕ ข้อมูลปฏิทินกิจกรรมทางศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว

๓๕

ส่วนที่ ๑

สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก

แนวโน้มนักท่องเที่ยวโลก มองหาประสบการณ์ใหม่ สร้างความประทับใจ

แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปี ๒๐๓๐ บริษัท อมาเดอุส และฟรอสต์แอนด์ซัลลิแวน (Amadeus and Frost & Sullivan) จัดทำรายงานผลการศึกษา 'Future Traveller Tribes ๒๐๓๐: Building a More Rewarding Journey' เพื่อ นำเสนอลักษณะของนักท่องเที่ยวในปี ๒๐๓๐ ได้แบ่งนักท่องเที่ยว ออกเป็น ๖ กลุ่ม ได้แก่

- ๑) Obligation Meter's เป็นกลุ่มที่เดินทางเพื่อ ดำเนินกิจกรรมที่จำเป็น เช่น นักท่องเที่ยวทางธุรกิจ
- ๒) Simplicity Searchers เป็นกลุ่มที่ต้องการความสะดวกจากแหล่งข้อมูล
- ๓) Ethical Travelers เป็นกลุ่มที่นำปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม และ จริยธรรมวางแผนในการท่องเที่ยว
- ๔) Reward Hunters เป็นกลุ่ม ที่ให้รางวัลกับตัวเองจากการทำงาน
- ๕) Cultural Purists เป็นกลุ่ม ที่เดินทางค้นหาวัฒนธรรมใหม่ๆ ที่แตกต่างจากสิ่งที่คุ้นเคย

๖) Social Capital Seekers เป็นกลุ่มที่นิยมแชร์ประสบการณ์ ท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อต้องการเป็นที่ยอมรับ โดยทั้ง ๖ กลุ่มนี้จะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา และเทคโนโลยี เป็นสำคัญ

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวคาดหวังการได้รับข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว รวมทั้งการเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เป็นที่ปรึกษาที่ดีแก่นักท่องเที่ยวทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์

สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวสืบเนื่องจาก ราคา เทคโนโลยี และความสามารถในการเข้าใจลูกค้า โดยร้อยละ ๔๒ ของผู้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ชื่นชอบบริษัทที่พวกเขาารู้สึกว่า ได้มีส่วนร่วม และรับฟังความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้เรื่องสินค้า การบริการ การสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้ารวมถึงด้านราคา การเข้าใจการเปลี่ยนแปลงที่มีอยู่ตลอดเวลาของลูกค้า พฤติกรรมด้าน การท่องเที่ยวของลูกค้า การใช้เทคโนโลยีเพื่อเป็นเครื่องมือทาง การตลาดเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง เพื่อประโยชน์ของธุรกิจ และ ของลูกค้าเช่นกัน ซึ่งในประเด็นนี้ Mr. Simon Er ผู้จัดการทั่วไป General Man- age ของ Global Travel and Scenic Travel บริษัทนำเที่ยวยักษ์ใหญ่ในสิงคโปร์ กล่าวว่า “บริษัทนำเที่ยว ต้องนำเสนอ บริการที่ออกแบบเพื่อเป็นแรงบันดาลใจ ให้กับลูกค้า และสร้างประสบการณ์ที่เป็น เอกลักษณ์และน่าจดจำ” ดังนั้น ลูกค้า มีความคาดหวังในการเดินทางท่องเที่ยวจะ ได้รับประสบการณ์ การท่องเที่ยวที่ดีที่สุด



ที่มา : องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO)

แนวโน้มการท่องเที่ยวในปี ๒๐๑๖ - ๒๐๒๖

- ใน ๑๐ ปีข้างหน้า คาดว่า GDP ภาคการท่องเที่ยวจะเติบโต โดยเฉลี่ยร้อยละ ๔.๐ ต่อปี
- ในปี ๒๐๒๖ การท่องเที่ยวจะส่งผลให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น ทั้งหมด ๓๗๐ ล้าน ตำแหน่งงานทั่วโลก ซึ่งถือเป็น ๑ ใน ๙ ของ ตำแหน่งงานทั้งหมดในโลก
- ในปี ๒๐๒๖ เอเชียใต้จะมีการเติบโตของ GDP ภาคการท่องเที่ยว มากที่สุด ร้อยละ ๗.๑ โดยอินเดียเติบโตร้อยละ ๗.๕ จีนร้อยละ ๗.๐ ส่วนภูมิภาคที่คาดว่าจะเติบโตในช่วงร้อยละ ๔.๐-๖.๐ ได้แก่ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ร้อยละ ๕.๘ เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ ๕.๖ แอฟริการ้อยละ ๔.๒ ตะวันออกกลางร้อยละ ๔.๙ และแอฟริกาเหนือร้อยละ ๔.๒ ในขณะที่ภูมิภาคที่คาดว่าจะเติบโต ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของโลก (ร้อยละ ๔.๐) คือ ลาตินอเมริการ้อยละ ๓.๗ อเมริกาเหนือร้อยละ ๓.๕ แคริบเบียนร้อยละ ๓.๔ และยุโรป ร้อยละ ๒.๘
- ประเทศจีนจะมีการลงทุนทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากกว่า สหรัฐอเมริกาแต่คาดการณ์ว่า GDP การท่องเที่ยวของ สหรัฐอเมริกาจะเติบโตมากกว่า
- ประเทศอินเดีย ในปี ๒๐๒๖ จะอยู่ใน ๑๐ อันดับประเทศด้านการ ท่องเที่ยว รวมถึงเมียนมา นามิเบีย แทนซาเนีย ยูกันดา เวียดนาม และแซมเบีย
- ประเทศไทย ในปี ๒๐๒๖ จะมีนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ ๒ ของโลก สูงกว่าประเทศจีน และสเปน
- ประเทศจีน สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และอังกฤษ เป็นประเทศ ที่มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงสุด ๔ อันดับแรกในปี ๒๐๒๖

เทรนด์ท่องเที่ยวโลกในช่วง ๑๐ ปีข้างหน้า

สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (WTCC) รายงานถึงแนวโน้มการท่องเที่ยวโลกในปี ๒๐๑๖ -๒๐๒๖ ไว้ว่า จีดีพีภาคการท่องเที่ยวจะเติบโตเฉลี่ย ๔% ต่อปี

โดยในปี ๒๐๒๖ การท่องเที่ยวจะส่งผลให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นทั้งหมด ๓๗๐ ล้านตำแหน่งงานทั่วโลก ซึ่งถือเป็น ๑ ใน ๙ ของตำแหน่งงานทั้งหมดในโลกเลยทีเดียว

"เอเชีย" จีดีพีท่องเที่ยวโตสูงสุด

ทั้งนี้ เอเชียจะมีการเติบโตของจีดีพีภาคการท่องเที่ยวมากที่สุด ๗.๑% โดยอินเดียเติบโต ๗.๕% ส่วนจีนเติบโต ๗% ส่วนภูมิภาคที่คาดว่าจะเติบโตในอัตรา ๔-๖% ได้แก่ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เฉลี่ย ๕.๘% เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ ๕.๖% แอฟริกา ๔.๒% ตะวันออกกลาง ๔.๙% และแอฟริกาเหนือ ๔.๒% ด้านภูมิภาคที่คาดว่าจะเติบโตต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของโลกซึ่งอยู่ที่ ๔% คือ ละตินอเมริกาเติบโต ๓.๗% อเมริกาเหนือ ๓.๕% แคริบเบียน ๓.๔% และยุโรป โตเพียง ๒.๘% และประเทศจีนจะมีการลงทุนทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากกว่าสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตาม ยังมีการคาดการณ์ว่า จีดีพีการท่องเที่ยวของสหรัฐจะยังเติบโตมากกว่า ขณะที่ประเทศอินเดีย ในปี ๒๐๒๖ จะอยู่ใน ๑๐ อันดับประเทศด้านการท่องเที่ยว รวมถึงเมียนมา นามิเบีย แทนซาเนีย ยูกันดา เวียดนาม และแซมเบีย และเมื่อดูมิติของการใช้จ่าย รายงานระบุว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน สหรัฐฯ เยอรมัน และอังกฤษ ถือเป็นประเทศที่มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงสุด ๔ อันดับแรกของโลกในปี ๒๐๒๖ ด้วย

เทรนด์ท่องเที่ยวโลกปี 2026

- ▶ ปี 2026 เอเชียจะมีการเติบโตของจัดพิมพ์การท่องเที่ยวมากที่สุด 7.1%
- ▶ ไทยจะมีนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 2 ของโลก สูงกว่าจีนและสเปน
- ▶ นักท่องเที่ยวจีน สหรัฐ เยอรมัน และอังกฤษ ถือเป็นประเทศที่มีการใช้จ่ายด้านท่องเที่ยวสูงสุด 4 อันดับแรกของโลก ในปี 2026 ด้วย
- ▶ ทกท.ประเมินว่ามีความเป็นไปได้ที่จะเห็นนักท่องเที่ยวจีน 25 ล้านคนมาไทยภายใน 5-10 ปีนี้
- ▶ บริษัทนำเที่ยวต้องปรับตัว นำเสนอประสบการณ์แปลกใหม่และมอบแรงบันดาลใจแก่ลูกค้า เป็นที่ปรึกษาที่ดีทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์

ที่มา : ประชาชาติธุรกิจรวบรวม

"ไทย" No. ๒ ของโลก

ส่วนประเทศไทยคาดการณ์ว่าในปี ๒๐๒๖ จะมีนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ ๒ ของโลก สูงกว่าประเทศจีนและสเปน สอดรับกับ "ยุทธศาสตร์ สู่สากล" ผู้ว่าการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กล่าวว่า สำหรับโอกาสที่จะเห็นตัวเลขนักท่องเที่ยวจีนมากถึง ๒๕ ล้านคนในอนาคต ตามที่ "พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา" นายกรัฐมนตรี กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ คาดว่าน่าจะมีความเป็นไปได้ภายใน ๕-๑๐ ปีนี้ จากกระแสความนิยมของตลาดจีนเที่ยวไทยที่ยังพุ่งสูงต่อเนื่อง

จึงได้มอบหมายให้สำนักงาน ททท. ๕ แห่งในจีน ได้แก่ ปักกิ่ง เชียงไฮ้ กว่างโจว เฉิงตู และคุนหมิง ดำเนินกลยุทธ์รักษาระดับการเติบโต และตั้งเป้าเพิ่มสัดส่วนตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพให้ได้มากถึง ๕๐% จากเป้าหมายนักท่องเที่ยวจีน ๒๕ ล้านคนในอนาคต

จากปัจจุบันครองสัดส่วนราว ๑๕% ของฐานนักท่องเที่ยวจีนเกือบ ๘ ล้านคนเมื่อปีที่แล้ว ผ่านการสำรวจจิตสำนึกสินค้าท่องเที่ยวเชิงลึก เช่น พฤติกรรม ความสนใจ และความชื่นชอบของกลุ่มตลาดความสนใจเฉพาะ (นิชมาร์เก็ต) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพด้านการใช้จ่ายสูง

สถิตินักท่องเที่ยวจีนมาไทยในช่วง ๙ ปีที่ผ่านมา (ปี ๒๐๐๗ - ๒๐๑๕) พบว่า ยอดนักท่องเที่ยวเติบโตเฉลี่ย ๓๐% ต่อปี ขณะที่รายได้เติบโตเฉลี่ย ๓๘% สำหรับตัวเลขช่วง ๖ เดือนแรกของปี ๒๐๑๖ มีชาวจีนเดินทางเข้ามาแล้วกว่า ๔.๘ ล้านคน เติบโต ๒๒% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ทุกประเทศจับตา "จีน"

และจากรายงาน ทรานสปอร์ต โฟกัส รีพอร์ต ของ Romeberio ของประเทศออสเตรเลีย ระบุว่า จีนถือเป็นประเทศที่น่าจับตามองอย่างมาก ในตลาดการเดินทางทางอากาศ หลังมีเที่ยวบินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี ๒๐๑๔ เป็นต้นมา เช่น ปักกิ่ง มีเส้นทางเพิ่มขึ้น ๒๒ เมือง เชียงไฮ้เพิ่มขึ้น ๑๗ เมือง และกว่างโจว เพิ่มขึ้น ๑๒ เมือง

ทั้งนี้ ได้จัดลำดับประเทศที่มีเครือข่ายการเชื่อมโยงทางอากาศ ๒๐ ประเทศแรกที่มีเที่ยวบินตรงระหว่างประเทศมากที่สุด โดย "กรุงลอนดอน" ประเทศอังกฤษ มีเส้นทางเชื่อมโยงมากที่สุดในโลก ซึ่งมีเที่ยวบินตรงระหว่างประเทศมากถึง ๓๕๑ เส้นทาง

โดยในภูมิภาคเอเชีย "ฮ่องกง" ถือเป็นเมืองที่มีเส้นทางเชื่อมโยงมากที่สุด สู่ ๑๔๗ เมือง รองลงมาคือ "กรุงโซล" เกาหลีใต้ ๑๔๑ เส้นทาง "กรุงเทพฯ" ๑๓๑ เส้นทาง และ "สิงคโปร์" ๑๒๙ เส้นทาง

ปิดท้ายกันด้วยแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปี ๒๐๓๐ โดยบริษัท อมาเดอุส และฟรอสต์แอนด์ซัลลิแวน ได้จัดทำรายงานผลการศึกษาคือ "Future Traveller Tribes ๒๐๓๐ : Building a More Rewarding Journey" เพื่อนำเสนอลักษณะของนักท่องเที่ยวในปี ๒๐๓๐ ซึ่งแบ่งออกเป็น ๖ กลุ่ม ดังนี้

๑. Obligation Meters กลุ่มเดินทางเพื่อดำเนินกิจกรรมที่จำเป็น เช่น นักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ
๒. Simplicity Searchers กลุ่มที่ต้องการความสะดวกจากแหล่งข้อมูล
๓. Ethical Travelers กลุ่มที่นำปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม และจริยธรรมวางแผนในการท่องเที่ยว
๔. Reward Hunters กลุ่มที่ให้รางวัลตัวเองจากการทำงาน
๕. Cultural Purists กลุ่มที่มุ่งค้นหาวัฒนธรรมใหม่ๆ อันแตกต่างจากสิ่งที่คุ้นเคยและ
๖. Social Capital Seekers เป็นกลุ่มที่นิยมแชร์ประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อต้องการเป็นที่ยอมรับ

โดยทั้ง ๖ กลุ่มนี้ จะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา และเทคโนโลยีเป็นสำคัญ
บริษัทนำเที่ยวปรับตัว

ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวยังคงคาดหวังการได้รับข้อมูลจาก "บริษัทนำเที่ยว" รวมทั้งการนำเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เป็นที่ปรึกษาที่ดีแก่นักท่องเที่ยวทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์
สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวสืบเนื่องจากราคาเทคโนโลยี และความสามารถในการเข้าใจลูกค้า โดย ๔๒% ของผู้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ชื่นชอบบริษัทที่พวกเขา รู้สึกว่าได้มีส่วนร่วม และรับฟังความต้องการของลูกค้า

"Simon Er" ผู้จัดการทั่วไป โกลบอล แทรเวล แอนด์ เซนิก แทรเวล บริษัทนำเที่ยวยักษ์ใหญ่ในสิงคโปร์ กล่าวว่า บริษัทนำเที่ยวต้องนำเสนอบริการที่ออกแบบ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้แก่ลูกค้า พร้อมสร้างประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์และน่าจดจำ เนื่องจากลูกค้าต่างคาดหวังว่าจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีที่สุด

ทั้งหมดนี้ คือเทรนด์ท่องเที่ยวโลกในช่วง ๑๐ ปีข้างหน้า ที่ภาคท่องเที่ยวไทยต้องติดตามสถานการณ์ตลาด แนวโน้ม และเกาะพุดกิจกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปไวไวให้มัน

10 ประเทศจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยว ในปี 2573



BT www.bitbangkok.com

สถานการณ์การท่องเที่ยวอาเซียน

ความคืบหน้าการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียนฉบับใหม่สำหรับปี พ.ศ. ๒๕๕๙-๒๕๖๘

ประชุมรับทราบถึงความคืบหน้าในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียนฉบับใหม่สำหรับปี พ.ศ. ๒๕๕๙-๒๕๖๘ โดยมีวิสัยทัศน์ในการมุ่งเน้นสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพนำเสนอประสบการณ์ท่องเที่ยวที่หลากหลายและให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และมีการกำหนดทิศทางของยุทธศาสตร์ในการมุ่งเน้นการเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างองค์รวมและยั่งยืน โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญด้านการส่งเสริมตลาด สินค้า การลงทุน บุคคลากรการท่องเที่ยว มาตรฐาน การเชื่อมโยง การอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ความปลอดภัยและความมั่นคง และการเปลี่ยนแปลงของสภาวะอากาศ โดยคาดว่าจะการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะแล้วเสร็จพร้อมนำเสนอต่อที่ประชุมรัฐมนตรีท่องเที่ยวอาเซียนในงาน ATF ๒๐๑๖ ที่กรุงมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์

การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของการร่วมเป็นจุดหมายปลายทางเดียวกันของอาเซียนผ่านการพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยว โดย อาเซียนได้มีการจัดทำมาตรฐานโรงแรมสีเขียว โฮมสเตย์ สป้า ห้องน้ำสาธารณะ เมืองท่องเที่ยวสะอาด และการท่องเที่ยวเชิงชุมชน แล้วเสร็จ และอยู่ระหว่างการพัฒนาฐานสถานที่การจัดประชุมและวางแผนงานและจัดเตรียมระบบการติดตามดูแลการเปลี่ยนแปลงของสภาวะอากาศที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวรวมทั้งได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติสำหรับความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวของอาเซียนร่วมกัน

การส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอาเซียน

รัฐมนตรีท่องเที่ยวอาเซียนรับทราบความคืบหน้าการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การตลาดท่องเที่ยวอาเซียน ๒๕๕๕-๒๕๕๘ (ASEAN Tourism Marketing Strategy: ATMS ๒๐๑๒-๒๐๑๕) และการดำเนินงานส่งเสริมตลาดอื่นๆ ในปี ๒๕๕๗ อาทิ การปรับปรุงเว็บไซต์การท่องเที่ยวอาเซียน www.aseantourism.travel สำหรับการใช้งานทาง mobile และ tablet กิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยเน้นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เรื่องอาหาร เทศกาล และประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของอาเซียน การดำเนินกิจกรรมโครงการ ASEAN for ASEAN เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายในภูมิภาคอาเซียน ความร่วมมือกับ PATA ในการจัดทำโฆษณาสินค้าท่องเที่ยวอาเซียนความยาว ๑ นาที ในโครงการ PATA Love Campaign ซึ่งออกอากาศผ่าน Travel Channel และการออกบูธประชาสัมพันธ์อาเซียนในงาน PATA Travel Mart ๒๐๑๔ ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา



จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มสมาชิกอาเซียน

เมื่อพิจารณาประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน มีความแตกต่างกันเป็นอย่างมากทั้งในแง่ของ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ศาสนา ภาษา วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี แต่ละประเทศมีประวัติศาสตร์ที่ แตกต่างกัน ทำให้กลุ่มประเทศเหล่านี้มีความหลากหลายไม่ซ้ำแบบกันอย่างน่าสนใจ ทำให้แต่ละประเทศ มีจุดเด่นของตนเองเป็นเอกลักษณ์ และแบบเฉพาะของตน แต่ละประเทศมีจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งใน กลุ่มสมาชิกอาเซียน และนอกประเทศสมาชิกอาเซียน นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศต่าง ๆ ในกลุ่ม ประเทศอาเซียนโดยไม่ซ้ำแบบกัน ซึ่งตลาดทางท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ ได้เป็นจำนวนมหาศาล โดยในปี ๒๐๑๒ มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวภายในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน จำนวนทั้งสิ้น ๘๙,๒๒๕,๒๐๐ คน เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน ด้วยกัน จำนวนทั้งสิ้น ๓๙,๘๔๕,๕๐๐ คน คิดเป็น ๔๔.๗ % เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากนอก ประเทศสมาชิกอาเซียน จำนวนทั้งสิ้น ๔๙,๓๗๙,๘๐๐ คน คิดเป็น ๕๕.๓% โดยหากแบ่งตามจำนวน นักท่องเที่ยวที่เดินทางภายในประเทศสมาชิกอาเซียน เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้

๑. ประเทศมาเลเซีย จำนวน ๒๕,๐๓๒,๗๐๐ คน คิดเป็น ๒๘.๐๖%
๒. ประเทศไทย จำนวน ๒๒,๓๕๓,๙๐๐ คน คิดเป็น ๒๕.๐๕%
๓. ประเทศสิงคโปร์ จำนวน ๑๔,๔๙๑,๒๐๐ คน คิดเป็น ๑๖.๒๔%
๔. ประเทศอินโดนีเซีย จำนวน ๘,๐๔๔,๕๐๐ คน คิดเป็น ๙.๐๒%
๕. ประเทศเวียดนาม จำนวน ๖,๘๔๗,๗๐๐ คน คิดเป็น ๗.๖๗%
๖. ประเทศฟิลิปปินส์ จำนวน ๔,๒๗๒,๘๐๐ คน คิดเป็น ๔.๗๙%
๗. ประเทศกัมพูชา จำนวน ๓,๕๘๔,๓๐๐ คน คิดเป็น ๔.๐๒%
๘. ประเทศลาว จำนวน ๓,๓๓๐,๑๐๐ คน คิดเป็น ๓.๗๓%
๙. ประเทศพม่า จำนวน ๑,๐๕๙,๐๐๐ คน คิดเป็น ๑.๑๙%
๑๐. ประเทศบรูไน จำนวน ๒๐๙,๑๐๐ คน คิดเป็น ๐.๒๓%

นอกจากนี้ หากแบ่งตามจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาจากภายนอกประเทศสมาชิกอาเซียน เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้

๑. ประเทศจีน จำนวน ๙,๒๘๓,๒๐๐ คน คิดเป็น ๑๐.๔%
๒. ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป จำนวน ๘,๐๗๙,๑๐๐ คน คิดเป็น ๙.๑%
๓. ประเทศญี่ปุ่นจำนวน ๔,๒๗๕,๓๐๐ คน คิดเป็น ๔.๘%
๔. ประเทศออสเตรเลีย จำนวน ๔,๐๕๙,๖๐๐ คน คิดเป็น ๔.๕%
๕. ประเทศเกาหลีใต้ จำนวน ๔,๐๑๑,๔๐๐ คน คิดเป็น ๔.๕%

สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย

สำหรับการส่งเสริมตลาดในประเทศ ททท.จะมุ่งเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในตามแนวทางไทยแลนด์ ๔.๐ โดยมุ่งสร้างรายได้จากไทยเที่ยวไทยเชิงคุณภาพ สร้างสมดุลในเชิงพื้นที่และเวลา สมดุลในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้สามารถรักษาสัดส่วนรายได้จากในประเทศต่อรายได้การท่องเที่ยวรวม ไม่น้อยกว่า ๓๓% ภายใต้ นโยบาย "ปลุกพลังเที่ยวไทย ใส่ใจท้องถิ่นยั่งยืน" กระตุ้นให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ลดการเดินทาง ไปต่างประเทศ

รวมถึงการสร้างกระแสภาคภูมิใจในความเป็นไทย (ไทยเท่) ดึงคนไทยเที่ยวในประเทศด้วยมุมมองใหม่ด้าน คุณค่าของแต่ละภาคบนพื้นฐานของวิถีไทย ภายใต้ธีมท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลิทซึ่ง เจาะตลาดศักยภาพที่ใช้จ่าย สูง ได้แก่ วัยเก๋า กลุ่มสตรี คนรุ่นใหม่ Gen-Y ทั้งการท่องเที่ยว In-In ภายในพื้นที่ ในจังหวัด กลุ่มจังหวัด แอ่ง ท่องเที่ยว และ Outside-In จากต่างพื้นที่เข้าไป โดยมีสินค้าทางการท่องเที่ยวเดิม ได้แก่ เมืองต้องห้าม เขาล่าช้า วัน ธรรมดำน่าเที่ยว ทำเที่ยวข้ามภาค เสริมด้วย BIG Event ในทุกไตรมาส เช่น การแสดงดนตรี วัฒนธรรม และการ แข่งขันกีฬา รวมทั้งจะเพิ่มเติมสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ ได้แก่ โครงการส่องแสงธรรม Night at the Temple, Local Food ๒.๐ อาหารถิ่น พืชผัก ผลไม้ถิ่น เชื่อมท่องเที่ยวเชิงเกษตร Local Tourism Plus (Industrial Tourism) ไม่ใช่แค่การท่องเที่ยวชุมชน และเที่ยวชายแดน (AEC Connect) รวมถึงการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในหลากหลายมิติ อาทิ ๑.คนเพื่อการท่องเที่ยว เน้นการเพิ่มศักยภาพในการทำ การตลาดท่องเที่ยวของชุมชน ผ่านโครงการเจ้าบ้านที่ดี โครงการให้ความรู้ด้านการตลาดแก่ชุมชน (MERLOT: Mer- chadizing for Local Tourism) ๒.ของเพื่อการท่องเที่ยว โดยสานต่อโครงการวิลเลจ ทู เดอะเวิลด์การส่งเสริมโอที อป เพื่อเป็นสินค้าและของที่ระลึกจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวรวมถึงการร่วมกับภาคเอกชนพัฒนาสถานีริมทางเพื่อให้ ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและแหล่งจำหน่ายสินค้าชุมชนแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป้าหมายในการทำการตลาดใน ประเทศ ททท.จะเน้นเพิ่มการใช้จ่ายใช้สอยในท้องถิ่น กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทุกเดือน เที่ยวไทยได้ทั้งปี สุขีทุกเดือน โดยตั้งเป้ารายได้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๑๐ % ของปีที่ผ่านมาเช่นกัน



Tourism Plus (Industrial Tourism) ไม่ใช่แค่การท่องเที่ยวชุมชน และเที่ยวชายแดน (AEC Connect) รวมถึงการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในหลากหลายมิติ อาทิ

๑. คนเพื่อการท่องเที่ยว เน้นการเพิ่มศักยภาพในการทำการตลาดท่องเที่ยวของชุมชน ผ่านโครงการเจ้าบ้านที่ดี โครงการให้ความรู้ด้านการตลาดแก่ชุมชน (MERLOT: Merchadizing for Local Tourism)

๒. ของเพื่อการท่องเที่ยว โดยสานต่อโครงการวิลเลจ ทู เดอะเวิลด์การส่งเสริมไอทีอป เพื่อเป็นสินค้าและของที่ระลึกจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวรวมถึงการร่วมกับภาคเอกชนพัฒนาสถานีริมทางเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและแหล่งจำหน่ายสินค้าชุมชนแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป้าหมายในการทำการตลาดในประเทศ ททท.จะเน้นเพิ่มการจับจ่ายใช้สอยในท้องถิ่น กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทุกเดือน เที่ยวไทยได้ทั้งปี สุขีทุกเดือน โดยตั้งเป้ารายได้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๑๐ % ของปีที่ผ่านมาเช่นกัน



ททท. เผยแผนปี ๖๓ ชู “ท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ” ตั้งเป้าโถงรายได้ ๓.๗๑ ล้านล้านบาท

ททท. เผยแผนท่องเที่ยวปี ๖๓ ชูการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อให้เป็นรูปธรรมในทุกมิติ เน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพ ควบคู่ไปกับการเดินทางนำเสนอสินค้าและบริการที่สามารถชูเอกลักษณ์วิถีไทยที่ทรงเสน่ห์ ตั้งเป้ารักษาตำแหน่งประเทศที่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวติดอันดับ ๑ ใน ๖ ของโลก สร้างรายได้รวมเพิ่มขึ้น ๑๐% หรือประมาณ ๓.๗๑ ล้านล้านบาท

นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ประธานในการแถลงทิศทางการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวของ ททท. ปี ๒๕๖๓ เปิดเผยว่า ในปี ๒๕๖๓ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังคงได้รับความไว้วางใจให้เป็นฟันเฟืองที่สำคัญในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ ททท. ในฐานะหน่วยงานหลักด้านการตลาด จึงต้องแสวงหาแนวทางในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุความคาดหวังของรัฐบาล โดย ททท. ประเมินตัวเลขการเติบโตของปริมาณและรายได้จากการท่องเที่ยว ปี ๒๕๖๒ ซึ่งยังคงมีอัตราที่น่าพอใจ (อยู่ในแดนบวก) และได้กำหนดทิศทางการเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจากการท่องเที่ยว Mass Tourism เข้าสู่การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ซึ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพ

ทั้งนี้ การปรับตัวเลขอัตราการเติบโต เพื่อนำไปสู่การวางแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อเพิ่มรายได้เป็นสำคัญ อีกทั้งการจัดทำทิศทางการปี ๒๕๖๓ นี้ ททท. ยังได้นำจุดแข็งของประเทศที่สะท้อนจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มาเป็นแนวทางหลักในการทำการตลาดเพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ภายใต้แรงกดดันของสถานการณ์โลกที่มีความผันผวน รวมทั้งความเสียหายของสภาพแวดล้อมจากน้ำมือมนุษย์ที่มีผลต่อธรรมชาติ อันเป็นทรัพยากรสำคัญของการท่องเที่ยว อีกทั้ง ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการจัดการข้อมูลข่าวสาร ที่ ททท. ต้องก้าวให้ทันและนำมาใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ในปี ๒๕๖๓ ททท. จะมุ่งสร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าของ Brand ประเทศไทย โดยผลักดันและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อให้เป็นรูปธรรมในทุกมิติของการสื่อสารและลงมือปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการรับรู้และตระหนักในวงกว้าง ผ่านช่องทางของอนุสาร อ.ส.ท. เพื่อให้มั่นใจในสินค้าและบริการที่ ททท. นำเสนอด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมอย่างเต็มรูปแบบการเดินทาง รวมไปถึงการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์การให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวในแง่มุมของกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรและไม่ทำร้ายสิ่งแวดล้อมและสังคม

ททท. จะเดินทางนำเสนอสินค้าและบริการที่สามารถชูเอกลักษณ์วิถีไทยที่ทรงเสน่ห์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีกระบวนการพัฒนา ต่อยอด เพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ่านการใช้นวัตกรรม ที่ผสมผสานกับเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่น กับความคิดสร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่ ที่รักและต้องการพัฒนาทรัพยากรท้องถิ่นของตนเอง ให้มีการเปลี่ยนแปลงในแบบที่ท้องถิ่นต้องการเพื่อสืบสานและส่งต่อให้คนรุ่นต่อไป อีกทั้งยังเป็นการออกแบบสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ช่วยเพิ่มการใช้จ่ายหรือกิจกรรมที่ดึงให้นักท่องเที่ยวอยู่นานวันขึ้น



Go Local ท่องเที่ยวสัมผัสวิถีท้องถิ่น

นายยุทธศักดิ์ กล่าวเพิ่มเติมว่า ท่ามกลางความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี สังคม และการแข่งขันในหลากหลายสาขา ที่อาจส่งผลกระทบต่อทัศนคติการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ ททท. ได้กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สำคัญ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูงและที่ให้ความสำคัญกับคุณค่ามากกว่าราคา โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกและสรรหาสินค้าและบริการที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม การบริโภคทรัพยากรที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการเดินทางท่องเที่ยว การลดละและเลิกการกระทำที่จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพของทรัพยากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรธรรมชาติวิถีชีวิตท้องถิ่น

นอกจากนี้ ททท. ยังได้มีแนวทางในการคัดสรรกลุ่มเป้าหมาย โดยตลาดต่างประเทศ เน้นการเจาะกลุ่มคุณภาพรายกลุ่ม (Segment) ต่อยอดจากปีที่ผ่านมา โดยแนวคิดของตลาดต่างประเทศ คือ Go high คือ มุ่งเจาะและขยายกลุ่มกำลังซื้อสูง มีความใส่ใจสิ่งแวดล้อม Go New Customer คือ ขยายกลุ่ม First Visit จากกลุ่มลูกค้าใหม่ (new segment) ในพื้นที่เดิมและการหาลูกค้าในพื้นที่ใหม่ ๆ (New Area) Go Local คือ เจาะกลุ่มลูกค้าที่สนใจการท่องเที่ยววิถีถิ่น Go Low Season การกระตุ้นการเดินทางเข้ามาประเทศไทยในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และ Go Digital เป็นเครื่องมือหลักที่ใช้ในการเข้าถึงลูกค้า

สำหรับตลาดในประเทศ แบ่งกลุ่มเป้าหมายในหลายมิติ จำแนกตามลักษณะ (Profile) ได้หลากหลายกลุ่ม : Gen X / Gen Y /Family and Millennial family /Silver age / Lady / First Jobber /Multi-Gen / Corporate โดยจะกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายร่วมของภูมิภาค ทั้งนี้ จะมุ่งเจาะและขยายตลาดคนไทยให้ทั่วทุกภูมิภาค เพื่อขยายฐานตลาดใหม่ ๆ และลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงตลาดกรุงเทพฯ มากจนเกินไป รวมทั้งแก้ปัญหาเรื่องการแย่งตลาดกันเอง อีกด้วย

สำหรับแนวทางการสื่อสารการตลาดในปี ๒๕๖๓ นั้น ในตลาดต่างประเทศ คือ Amazing Thailand ที่ยังคงใช้ Working Concept “Open to the New Shades” ที่เน้นให้ความสำคัญกับการนำเสนอประสบการณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจจากประสบการณ์จริงและเกินความคาดหมาย ที่นักท่องเที่ยวมีต่อประเทศไทย โดยจะจัดทำชุดโฆษณาจำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย ตลาดในประเทศ คือ amazing ไทยเท่ ภายใต้ Working Concept “เมืองไทยสวยทุกที่ เท่ทุกสไตล์” โดยครอบคลุมทุกกลุ่มอายุและกลุ่มความสนใจ หรือข้ามกลุ่มลูกค้า กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวคนไทยมีความสุข ความสนุก และความภูมิใจในออกแบบการท่องเที่ยวของตัวเอง และความต้องการส่งต่อวิธีเที่ยวของตนให้กับผู้อื่นให้เกิดแรงบันดาลใจในการออกแบบการท่องเที่ยวในสไตล์ของตนเองบ้าง

ทั้งนี้ ในปี ๒๕๖๓ ยังเป็นโอกาสที่ ททท. จะครบ ๖๐ ปี ในการก่อตั้งหน่วยงาน จึงได้ทำแคมเปญตามแนวคิด “ก้าวต่อไป เพื่อการท่องเที่ยวไทยยั่งยืน” ควบคู่กับแคมเปญทางการตลาด มุ่งสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ๓ กลุ่ม คือ พนักงาน ททท. ประชาชนทั่วไป และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อสร้างการรับรู้ในระดับประเทศ ต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบอันหมายถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดีด้วย เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบ

นอกจากนี้ ยังมีโครงการที่จะเพิ่มความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยว อาทิ ตลาดต่างประเทศ มีแนวคิดจัดทำ “Amazing Thailand Week” ผ่านการทำงานของ สำนักงาน ททท. สาขาต่างประเทศทุกแห่งทั่วโลก โดยร่วมกับพันธมิตรจากทุกภาคส่วน กระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยวให้อยากเดินทางมาเมืองไทยเพิ่มเติม ผ่านการดำเนินงานรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อให้ทุก Touch point มีเรื่องราวที่ดีเกี่ยวกับประเทศไทยตลอดทั้งสัปดาห์ โดยหวังว่าการผนึกกำลังลักษณะนี้ จะทำให้ประเทศไทยโดดเด่น เป็นที่จับตามองมากขึ้นกว่าปกติในช่วงเวลาที่กำหนดจัดกิจกรรม

สำหรับตลาดในประเทศ มีแนวคิดจัดทำ “โครงการ ๖๐ เส้นทางความสุข @ เมืองไทย เดอะ ซีรีส์” กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ภายใต้แรงบันดาลใจของ ๓ ฤดูกาลที่แตกต่าง โดยเส้นทางที่สร้างสรรค์จะใช้ระบบการขนส่งของภูมิภาคและพาหนะท้องถิ่นเป็นเครื่องมือส่งต่อการท่องเที่ยวใน ๖๐ เส้นทางความสุขทั่วประเทศ โดยจุดหมายปลายทางจะเชื่อมโยงเมืองท่องเที่ยวหลักและรอง ไปจนถึงชุมชนที่มีความพร้อมในการรองรับ



นายยุทธศักดิ์ กล่าวในตอนท้ายว่า ททท. ได้วางเป้าหมายเชิงการตลาดในปี ๒๕๖๓ ไว้อย่างชัดเจน ในการรักษาตำแหน่งประเทศที่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวติดอันดับ ๑ ใน ๖ ของโลก สร้างรายได้รวมเพิ่มขึ้น ๑๐% หรือประมาณ ๓.๗๑ ล้านล้านบาท และเพิ่มเป้าหมายด้านการสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย และสร้างความยั่งยืนให้กับสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

การศึกษาแนวโน้มและทิศทางการท่องเที่ยวไทยในปี ๒๕๖๓ Thai Tourism Scenario ๒๐๒๐



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดำเนินการศึกษาวิจัยโครงการศึกษาแนวโน้ม และทิศทางการท่องเที่ยวไทย ในปี ๒๕๖๓ (Thai Tourism Scenario ๒๐๒๐) โดยกำหนดแนวทางการศึกษาวิจัย คือ การวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก ในกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ และการประชุมระดมสมอง ในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และนักธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ดำเนินการศึกษา คือ เดือนมีนาคม-ธันวาคม ๒๕๕๗

สาระสำคัญที่ได้จากการวิจัยในภาพรวม

- องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) พยากรณ์ว่า เมื่อถึงปี ๒๐๒๐ จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน ๑,๖๐๐ ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- ตลาดที่พัฒนาแล้วมีการชะลอตัวด้านการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ตลาดเกิดใหม่มีอัตราการเติบโตสูงกว่าหลายเท่า
- ตลาดเอเชีย และแอฟริกาใต้ มีอัตราการเติบโตสูงที่สุด แต่ยุโรปยังคงเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด ถึงแม้ว่าอัตราการเติบโตจะไม่สูงเท่ากับภูมิภาคอื่นๆ ก็ตาม
- การเติบโตของกลุ่มเศรษฐกิจใหม่ (Emerging Market) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการตลาด กลุ่มประเทศ BRIC (บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน) มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยวในอนาคต
- ปี ๒๐๒๐ นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปนอกภูมิภาคเพิ่มขึ้น จากร้อยละ ๑๘ เป็นร้อยละ ๒๔
- แนวโน้มนักท่องเที่ยวเดินทางบ่อยขึ้น มีจำนวนทริปเกิดขึ้น ๒๑ ครั้ง จากประชากรโลก ๑๐๐ คน
- ในปี ๒๐๒๐ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะมีนักท่องเที่ยวมากถึง ๔๑๖ ล้านคน หรือ ๑ ใน ๔ ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก
- ในปี ๒๐๒๐ หากประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเท่าการคาดการณ์การเติบโตของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ร้อยละ ๖.๕ ประเทศไทยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยว ๔๑.๕ ล้านคน แต่หากประเทศไทยยังคงเติบโตสูงเหมือนในอดีตที่ผ่านมาในอัตราเฉลี่ยร้อยละ ๑๕ และปรับเปลี่ยนความสามารถในการรองรับในด้านต่างๆ ได้ ในปี ๒๐๒๐ จะมีจำนวนนักท่องเที่ยว ๗๑ ล้านคน เท่ากับจำนวนประชากรไทยในปี ๒๐๒๐
- การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลก ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป เช่น การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มผู้สูงอายุจะมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น

สาระสำคัญด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- การสลายเส้นแบ่งอายุ (Age Blurring) ช่วงอายุของคนเริ่มไม่ชัดเจน เด็กเริ่มไม่รู้สีกว่าตนเด็ก (คิดว่าโตเป็นผู้ใหญ่แล้ว) ส่วนคนแก่ กลับรู้สึกกระฉับกระเฉง และไม่รู้สีกว่าแก่
- ใจร้อน เร่งรีบ (Speed Culture) ต้องการได้อะไรทันทีจากแรงผลักดันของชุมชนเมือง การเร่งรีบ รวมถึงการทำอะไรหลายอย่างในเวลาเดียวกัน รวมถึงการพร้อมเปลี่ยนแปลง และเปลี่ยนใจตลอดเวลา
- ชีวิตคู่ขนาน (Online & Offline) ในโลกเสมือน หรือโลกออนไลน์ คนในอนาคตจะใช้เวลาในโลกออนไลน์มากขึ้นเรื่อยๆ
- พฤติกรรมโซโลโม (SOLOMO) พฤติกรรมทำอะไร 'ร่วมกัน' กับคนอื่น ทำให้เกิดแนวโน้ม Mobile Traveler และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเองจะมีจำนวนมากขึ้น
- ความคาดหวังสูงขึ้นทั้งด้านราคาที่ต้องคุ้มค่า (High Expectation) ใช้สอยระว่างการใช้จ่ายมากขึ้น
- ซึมซับวัฒนธรรมอื่นมากขึ้น (Culture Absorption) โดยเฉพาะการบริโภคภาพยนตร์สื่อจากต่างประเทศ
- ความสนใจแบบสวนทาง (Conflict in Interest) เป็นการแสวงหาสิ่งสวนทางกับแนวโน้มยุคสมัย เช่น การหวนหาคุณค่าในอดีต การตื่นตัวทางศาสนา การบริโภคแบบวิถีเดิม เป็นต้น

ภาพทัศนด้านการท่องเที่ยวไทยในปี ๒๐๒๐

- จากการประมวลผลข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมระดมสมอง สามารถนำมาสรุปเป็นภาพทัศนด้านการท่องเที่ยวไทย ในปี ๒๐๒๐ ได้ ๔ ภาพทัศน คือ
- ภาพทัศนที่ ๑ Consumption หรือ เต็มที่กับชีวิต
- ภาพทัศนที่ ๒ Investment / ลงทุนกับโครงสร้างพื้นฐาน
- ภาพทัศนที่ ๓ Branding & Repositioning / ภาพลักษณ์ใหม่ท่องเที่ยวไทย
- ภาพทัศนที่ ๔ Sustainability / ความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเชิงหลักการ

๑. ปรับปรุงโครงสร้างการบริหารนโยบายสู่ความเป็นเอกภาพ (End to End Policy Alignment)
๒. เมืองอัจฉริยะ (Smart City) พัฒนาเชื่อมโยงระบบคมนาคมตามเส้นทางท่องเที่ยวทั้งทางอากาศ ทางบก ทางน้ำ และมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหาร ให้ความรู้ และจัดเก็บข้อมูลทั้งระบบ นอกจากนี้ยังเน้นเรื่อง การสร้างความเชื่อมั่น และด้านความปลอดภัย
๓. พัฒนาตลาดร่วมภูมิภาค (Multinational Destination) นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พร้อมแสดงจุดยืนเป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวภูมิภาค และส่งเสริมการลงทุนผู้ประกอบการไทย และแรงงานไทย ไปสู่ระดับภูมิภาค
๔. การตลาดดิจิทัลของการท่องเที่ยวทั้งระบบ เก็บข้อมูล และฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Data Analytic and Big Data) กระบวนการป้องกันการตัดราคา นำเสนอราคา และบริการที่เหมาะสมไปยังลูกค้า
๕. มหาวิทยาลัยแห่งการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค (People Excellence Center) การเข้าสู่ความเป็นผู้นำด้านการพัฒนาคน มัคคุเทศก์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในภูมิภาคเอเชีย
๖. การจัดทำแบรนด์เมืองด้านการท่องเที่ยว (Tourism City Brand) แยกจากแบรนด์ประเทศ หากเมืองใดมีจุดแข็งเพียงพอ สามารถนำเสนอภาพลักษณ์แยก เพื่อสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้
๗. การบูรณาการวัฒนธรรมความเป็นไทย สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) อย่างเป็นรูปธรรม มีการนำประวัติศาสตร์ วิถีไทย มาออกแบบวิธีการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่
๘. การจัดทำเมืองสีเขียว (Green City) มีเทคโนโลยีเข้ามาช่วย ให้ความรู้ผู้ประกอบการ ขับเคลื่อนทั้งระบบ สิทธิพิเศษด้านภาษี การมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน

สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม

แผนพัฒนาจังหวัดนครพนม ปี ๒๕๖๑-๒๕๖๔

วิสัยทัศน์ “เมืองน่าอยู่ ประตูละครธุรกิจสู่อาเซียนและจีนตอนใต้-ตะวันออก”

เป้าประสงค์รวม “เมืองแห่งความสุข ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความมั่นคง ปลอดภัยมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”

ประเด็นยุทธศาสตร์

๑. การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
๒. การพัฒนาการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
๓. การพัฒนาการค้าและการลงทุน
๔. การพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิตเพื่อสร้างความสุขอย่างยั่งยืน
๕. การรักษาความมั่นคงชายแดน
๖. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

จุดยืนทางยุทธศาสตร์ (Positioning) จังหวัดนครพนม

๑. เมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศาสนาประวัติศาสตร์ และนิเวศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง
๒. เมืองการเกษตรปลอดภัยใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม
๓. เมืองศูนย์กลางการค้าชายแดนและการลงทุน ประตูเศรษฐกิจอาเซียนและจีนตอนใต้ - ตะวันออก
๔. เมืองศูนย์กลางการรักษาพยาบาล และการผลิตบุคลากรทางสาธารณสุข
๕. เมืองการศึกษารองรับการพัฒนาลู่ประชาคมอาเซียน

สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนม

เมื่อวันที่ ๑๑ พ.ย. ๒๕๕๔ จังหวัดนครพนมได้เปิดใช้สะพานมิตรภาพ ๓ นครพนม - คำม่วน ส่งผลให้มีการเติบโตเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน รวมถึงการท่องเที่ยว ถนนสุนทรวิจิตร อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม ซึ่งเป็นถนนสายวัฒนธรรมสายสำคัญที่เป็นสถานที่รองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดตลอดทั้งปีการใช้เป็นสถานที่ที่การจัดงานประเพณีไหลเรือไฟ ถนนคนเดิน ชมทิวทัศน์ริมฝั่งโขง ออกกำลังกายและพักผ่อนสำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่นพิพิธภัณฑสถานผู้ว่าราชการจังหวัดนครพนม (หลังเก่า) ซึ่งเป็นโบราณสถานที่รวบรวมเรื่องราวประวัติจังหวัดนครพนม โบสถ์นักบุญอันนา วัดเก่าแกริมโขง ๕ วัด ได้แก่ วัดโอกาส วัดโพธิ์ศรี วัดกลาง วัดมหาธาตุ วัดพระอินทร์แปลง หอนาฬิกาชาวเวียดนามอนุสรณ์ครั้งย้ายกลับมาตุภูมิภายหลังจากสงครามอินโดจีน ตลาดอินโดจีน ท่าเทียบเรือท่องเที่ยว อาคารบ้านเรือนเก่าแกริมโขงที่มีสถาปัตยกรรมโคโลเนียลที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ รวมตลอดถึงร้านอาหารอร่อยริมโขงถนน

บ้านเรือนเก่าแก่วังโขงที่มีสถาปัตยกรรมโคโลเนียลที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ รวมตลอดถึงร้านอาหารอร่อยริมโขงถนน
สุนทรวิจิตรหลายร้านและใช้เป็นสถานที่จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำมาตลอดทั้งปี เส้นทางเดิน - วิ่งและ
เส้นทางจักรยานริมโขงที่สวยงามที่สุดในประเทศไทย อัจฉรินทร์ลานเดินวิ่งริมฝั่งโขงที่ยาวที่สุดในประเทศไทย และในปี
๒๕๕๙ นายสมชาย วิทย์ดำรงค์ ผู้ว่าราชการจังหวัดนครพนม ได้ประกาศให้จังหวัดนครพนมเป็นเมืองท่องเที่ยว โดยมี
นโยบาย สามที่สุด สู่สุขที่สุด

๑. ศักดิ์สิทธิ์ที่สุด พระธาตุพนม และพระธาตุประจำวันเกิด

๒. สวยที่สุด สะพานมิตรภาพ ๓ (นครพนม - คำม่วน)

๓. งามที่สุด ทศนียภาพริมฝั่งโขง และจังหวัดนครพนม ยังสร้างแลนด์มาร์คพญานาคขนาดใหญ่โดยใช้
ชื่อว่า “พระศรีสัตตนาคราช” โดยมีการสมโภช ระหว่างวันที่ ๙ - ๑๗ กันยายน ๒๕๕๙ ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเดินทาง
เข้ามาในพื้นที่จังหวัดนครพนมเป็นจำนวนมาก จึงเป็นแม่เหล็กที่สำคัญดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย



อย่างไรก็ตามการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมที่ผ่านมายังคงมีปัญหาและอุปสรรคอีกมากมาย อาทิ
เช่น การพัฒนาเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวขาดการบริหารจัดการ
อย่างเป็นระบบและไร้ทิศทาง งบประมาณยังไม่เพียงพอทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไม่เป็นที่น่าสนใจ ดึงดูดใจ
ของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร ทำให้ระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวที่นครพนมเป็นแค่ช่วงสั้นๆรวมถึงการเข้าถึงแหล่ง
ท่องเที่ยวยังไม่ได้รับความสะดวกสบายแต่ในขณะเดียวกันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศก็ทำให้
นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวยังคงเพิ่มขึ้น และจังหวัด
นครพนมได้กำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาจังหวัด คือ “เมืองน่าอยู่ ประตุเศรษฐกิจสู่อาเซียนและจีนตอนใต้ -
ตะวันออก” หมายถึงการพัฒนาจังหวัดนครพนมให้เป็นศูนย์กลางเมืองการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน
ในแถบลุ่มแม่น้ำโขง อาเซียนและจีน โดยมุ่งพัฒนาคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว สินค้า การบริการและกิจกรรม
การท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองกลุ่มเป้าหมายทุกรูปแบบให้

การท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองกลุ่มเป้าหมายทุกรูปแบบให้เที่ยวอย่างสนุก ประทับใจ ปลอดภัย และมีความสุข”



ส่วนที่ ๒

สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญของตำบลหนองฮี

คำขวัญประจำตำบลหนองฮี

ข้าวมะลิหอม ออมทรัพย์ดีเด่น เน้นคุณธรรม ผู้นำล้ำยุค ทุกฝ่ายสามัคคี

ประวัติความเป็นมา

บรรพบุรุษของชาวหนองฮี เป็นชาวเผ่าภูไทยอพยพจากเมืองอ่างคำ (แขวงคำม่วนสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว) อพยพข้ามแม่น้ำโขงมาอยู่ที่บ้านป่าดัวบริเวณบ้านนาจิว อำเภอปลาปากในปัจจุบัน แล้วอพยพมาอยู่ที่บ้านไผ่ล้อมบริเวณทางทิศใต้บ้านนายอ ตำบลนางาม อำเภอเรณูนครในปัจจุบัน และต่อมาอยู่บ้านไผ่ล้อม ได้ไม่นาน ได้เกิดโรคระบาดขึ้น จึงพากันย้ายหนีความเจ็บป่วยมาตั้งอยู่ที่บ้านเหล่าป่าผาง บริเวณริมน้ำห้วยแคนทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของบ้านโพนทันหมู่ที่ ๓ ตำบลหนองฮีซึ่งไม่ไกลจากที่เดิมมากนัก หลังจากอยู่บ้านเหล่าป่าผางได้ไม่นานก็เกิดโรคระบาดขึ้นอีก จึงได้พากันอพยพมาอยู่ที่บ้านโพธิ์ไทร บริเวณบ้านฝักอืดู หมู่ ๕ ตำบลหนองฮีในปัจจุบัน เมื่ออยู่บ้านโพธิ์ไทรได้ประมาณ ๒๕ ปี ก็เกิดโรคทำ (ฝีปอบ) อาละวาดอย่างหนักจึงปรึกษากันระหว่างผู้ใหญ่และตกลงกันว่าต้องย้ายบ้านอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งได้เลือกเอาบริเวณหนองน้ำแห่งหนึ่ง มีลักษณะยาวรีไปทางทิศเหนือ (ปัจจุบันปรากฏเป็นหนองน้ำหลังตลาดสดหนองฮี) แล้วย้ายหมู่บ้านมาที่บริเวณหนองน้ำนี้ จึงตั้งชื่อหมู่บ้านตามน้ำนี้ว่า "หนองฮี" มาจนถึงปัจจุบัน ในการย้ายหมู่บ้านนี้ได้แตกออกเป็นหลายส่วน ส่วนหนึ่งแยกไปทางบ้านกุ้งโกน อีกส่วนย้ายไปทางบ้านโคกสูง (ตำบลโคกสูง อำเภอปลาปาก จังหวัดนครพนม)

ตำบลหนองฮี อำเภอปลาปาก จังหวัดนครพนม ประกอบไปด้วย ๑๒ หมู่บ้าน ได้แก่

หมู่ที่ ๑	บ้านหนองฮี	ผู้ใหญ่บ้าน	นายนิยม กิมาลี
หมู่ที่ ๒	บ้านหนองฮี	ผู้ใหญ่บ้าน	นายพิชิต สุระทอง
หมู่ที่ ๓	บ้านโพนทัน	กำนัน	นายสนั่น บุคดา
หมู่ที่ ๔	บ้านจรุกเตย	ผู้ใหญ่บ้าน	นายสยาม คงอยู่
หมู่ที่ ๕	บ้านฝักอืดู	ผู้ใหญ่บ้าน	นางทรงภพ ไทยฝ่าย
หมู่ที่ ๖	บ้านกุ้งโกน	ผู้ใหญ่บ้าน	นายวัฒนา คงอยู่
หมู่ที่ ๗	บ้านหนองกกคุณ	ผู้ใหญ่บ้าน	นายบัวบาน พุทธสวางค์
หมู่ที่ ๘	บ้านนาสะเดา	ผู้ใหญ่บ้าน	นายธีระพงษ์ เทพพงศ์
หมู่ที่ ๙	บ้านโพนทันกลาง	ผู้ใหญ่บ้าน	นายสมาน คำกรฤชา
หมู่ที่ ๑๐	บ้านกรุงใหม่	ผู้ใหญ่บ้าน	นายลักษณชัย นวลงาม
หมู่ที่ ๑๑	บ้านหนองฮี	ผู้ใหญ่บ้าน	นายสกลิน นามวงศ์
หมู่ที่ ๑๒	บ้านหนองฮี	ผู้ใหญ่บ้าน	นายชาติสยาม สมบัติกำไร

ปัจจุบันตำบลหนองฮี มี ๑๒ หมู่บ้านจากข้อมูลตำบล (TACNAP) พบว่าจำนวนครัวเรือนรวมทั้งหมด ๒,๖๑๘ ครัวเรือนและประชากรทั้งหมดมี ๗,๗๗๖ คน หญิง ๓,๙๒๓ คน ชาย ๓,๘๕๓ คน หมู่บ้านที่มีประชากรมากที่สุดคือ

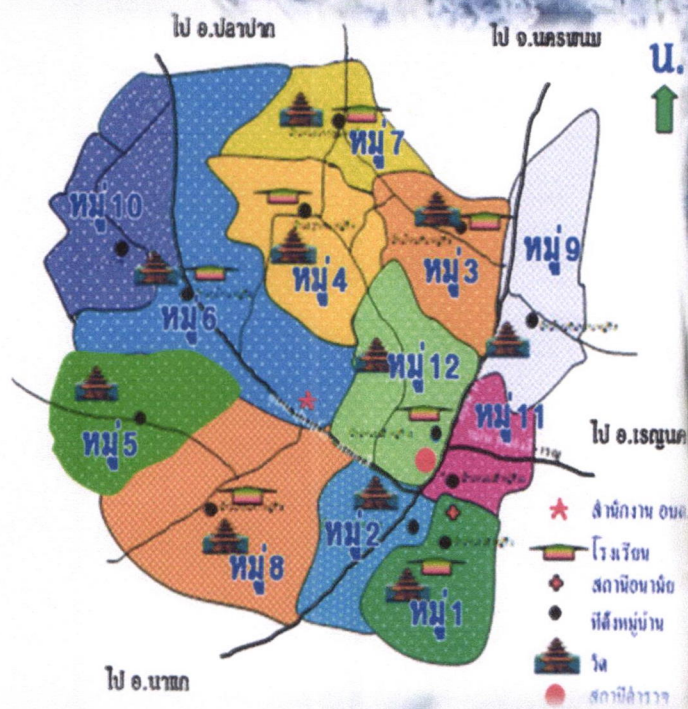
บ้านหนองฮี หมู่ที่ ๑๒ รองลงมาคือบ้านกุ้งโกน หมู่ที่ ๖ และหมู่ที่มีประชากรน้อยที่สุดคือ บ้านผักอีตู หมู่ที่ ๕ แยกกลุ่มประชากรที่ต้องการดูแลทั้งหมดของตำบลหนองฮี มี ๑,๓๓๔ คนคือผู้สูงอายุ ๙๑๑ คนผู้พิการ ๔๒๓ คน เป็นต้น

สภาพลักษณะภูมิประเทศ

สภาพภูมิประเทศของตำบลหนองฮี ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบลุ่มและเป็นที่ยอดลักษณะลูกคลื่นลอนตื้น พื้นที่ส่วนใหญ่สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ ๑๖๐-๑๘๐ เมตร

สภาพภูมิอากาศ

ตำบลหนองฮี มีสภาพภูมิอากาศแบบมรสุมเขตร้อน มี ๓ ฤดูกาล คือ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน ถึง เดือนกันยายน ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม ถึง เดือนกุมภาพันธ์



สภาพเศรษฐกิจ

สภาพเศรษฐกิจของตำบลได้จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ เอกสารและรายงานที่เกี่ยวข้ององค์การศึกษาเป็น ดังนี้

๑. การประกอบอาชีพ

จากรายงานการสำรวจข้อมูล จปฐ. ปี ๒๕๕๘ มีครัวเรือนที่ทำนาเป็นอาชีพหลักลำดับแรก คิดเป็นร้อยละ ๘๗.๕๙ ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด โดยมีแรงงานภาคเกษตร เฉลี่ย ๓ คนต่อครัวเรือน อาชีพรองลงมาเป็นการรับจ้างและค้าขาย และพบว่ามียานครัวเรือนที่สมาชิกออกไปทำงานนอกจังหวัด คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๗๐ ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด และประชากรที่มีอายุ ๑๕ ปีขึ้นไปและไม่มีการทำเพียงร้อยละ ๓.๖๗ ของจำนวนประชากรทั้งหมด

๒. การถือครองที่ดิน

สำนักงานสถิติแห่งชาติ รายงานว่าจำนวนครัวเรือนเกษตรมีอยู่ร้อยละ ๙๓.๙๖ ของครัวเรือนทั้งตำบล มีการถือครองที่ดินเพื่อการเกษตรเฉลี่ย ๑๖.๔๕ ไร่ต่อครัวเรือน เนื้อที่ทำการเกษตรที่อยู่ในเขตชลประทานเพียงประมาณร้อยละ ๑๓ ของเนื้อที่ตำบล ประมาณร้อยละ ๑๕.๓๐ ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด ที่ได้รับประโยชน์จากคลองชลประทานเพื่อการเกษตรและมีจำนวนครัวเรือนที่ใช้น้ำฝนอย่างเดียวเพื่อทำการเกษตรคิดเป็นร้อยละ ๕๙.๓๖ ของจำนวนครัวเรือนทั้งตำบลอีกร้อยละ ๑๕.๕๐ ใช้น้ำทำการเกษตรจากห้วย/ลำธาร รองลงมาร้อยละ ๑๑.๘๘ ใช้น้ำทำการเกษตรจากสระน้ำโดยมีครัวเรือนเกษตรที่ทำกินแบบผสมผสานหรือ จัดการที่ดินตามหลักการทฤษฎีใหม่ ๙ ครัวเรือนเนื้อที่รวม ๘๖ ไร่ แผนพัฒนาการเกษตรของตำบลรายงานว่าเกษตรกรมีที่ดินเป็นของตนเองร้อยละ ๙๑.๖๕ เข้าหรืออาศัยที่ดินของผู้อื่นร้อยละ ๗.๓๘ และเกษตรกรที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองร้อยละ ๐.๙๗ ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด

๓. การผลิตทางการเกษตร

พืช เกษตรกรปลูกพืชทั้งในฤดูฝนและฤดูแล้งเกษตรกรในตำบลหนองฮีจะทำการผลิตข้าวนาปีเป็นหลัก รองลงมาปลูกยาสูบ พืชอื่นๆ ที่ปลูกได้แก่ ถั่วลันเตา กระเทียมหัว ข้าวโพดหวาน (ส่งโรงงาน) พริกชี้หูเม็ดใหญ่ หอมแดง ไม้ผลนั้นปลูกมะม่วงเป็นหลัก รองลงมาเป็นมะขาม ถั่วฝักยาวและฝรั่ง ไม้ยืนต้นเป็นยางพาราซึ่งยังไม่ให้ผลผลิต

ปศุสัตว์ ตำบลหนองฮี มีสัตว์เลี้ยงที่สำคัญ ได้แก่ โค-กระบือ เกษตรกรเลี้ยงโคพันธุ์ลูกผสมมากขึ้น โดยเลี้ยงพันธุ์อเมริกันบาร์หมันประมาณร้อยละ ๘๐ ของจำนวนเกษตรกรที่เลี้ยงโคทั้งหมดประมาณร้อยละ ๙๙.๐๐ เลี้ยงเพื่อการจำหน่ายส่วนสุกรมีการเลี้ยงสุกรในรูปธุรกิจเกิดขึ้น โดยมีบริษัทเข้ามาส่งเสริม สำหรับเป็ดและไก่เลี้ยงแบบปล่อยครัวเรือนละประมาณ ๓๐ ตัว เพื่อไว้บริโภคในครัวเรือนเป็นส่วนใหญ่

ประมง เกษตรกรตำบลหนองฮีทำประมง โดยเลี้ยงปลาในบ่อ/สระ จำนวนครัวเรือนที่เลี้ยงปลา ๑๒๒ ครัวเรือน เลี้ยงเพื่อการบริโภคเองในครัวเรือนเป็นส่วนใหญ่ชนิดปลาที่เลี้ยงคือปลานิล ตะเพียน สำนักงานสถิติแห่งชาติ รายงานผลการสำรวจข้อมูลของตำบลพบว่า มีจำนวนครัวเรือนที่ทำประมงน้ำจืด เพื่อจำหน่ายเป็นหลัก ๔ ครัวเรือน และ ๑๘ ครัวเรือน ขณะเดียวกันมีครัวเรือนที่ทำประมงน้ำจืดและเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืด โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อบริโภค ๓๙๐ และ ๑๐ ครัวเรือน ตามลำดับ

๔. ต้นทุนการผลิตและการตลาดทางการเกษตร

ข้าว ต้นทุนการผลิตข้าวนาปี ๑,๔๒๐ บาทต่อไร่ ราคาผลผลิต ๕ บาทต่อกิโลกรัม การซื้อขายจะใช้ระบบชั่งน้ำหนัก ทักเปอร์เซ็นต์ความชื้นและสิ่งเจือปน ซึ่งผู้ซื้อเป็นผู้พิจารณาเองทั้งหมด

ยาสูบพันธุ์เตอร์กิช พื้นที่ปลูกประมาณ ๓๕๐ ไร่ จำนวนครัวเรือนที่ปลูก ๑๖๖ ครัวเรือนต้นทุนการผลิต ๑,๐๔๐ บาทต่อไร่ ราคาผลผลิต ๒๘ บาทต่อกิโลกรัม

๕. การอุตสาหกรรม

ตำบลหนองฮี ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ (ประเภทที่ ๒ และ ๓) มีแต่โรงงานอุตสาหกรรมขนาดย่อม สำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า โรงงานอุตสาหกรรมขนาดย่อมในพื้นที่ตำบลนั้น เป็นโรงสีข้าวขนาดเล็กที่สีข้าวได้น้อยกว่าวันละ ๕ เกวียน จำนวน ๓๖ โรง

๖. รายได้ หนี้สินและแหล่งสินเชื่อ

รายได้ ประชากรของตำบลหนองฮีมีรายได้เฉลี่ย ๖๒,๙๑๒ บาทต่อคนต่อปี รายได้ของครัวเรือนรวม ๒๐๐,๒๖๖ บาทต่อครัวเรือนต่อปี เป็นรายได้จากภาคเกษตร ๑๑๐,๒๖๑ บาทต่อครัวเรือนต่อปี รายได้นอกภาคเกษตร ๙๐,๙๙๖ บาทต่อครัวเรือนต่อปี ขณะที่มีการใช้จ่ายเฉลี่ย ๑๐๗,๙๐๐ บาทต่อครัวเรือนต่อปี เป็นรายจ่ายในการเกษตร ๒๕,๔๖๑ บาทต่อครัวเรือนต่อปี ที่เหลือเป็นรายจ่ายนอกภาคเกษตร ๘๒,๐๓๙ บาทต่อครัวเรือนต่อปี (ที่มา สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอปลาปาก ข้อมูล ณ วันที่ ๒๘ พฤษภาคม ๒๕๕๘)

หนี้สิน เกษตรกรมีหนี้สินเฉลี่ย ๒๗,๔๗๕ บาทต่อครัวเรือน

แหล่งสินเชื่อ เกษตรกรใช้บริการสินเชื่อจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ร้อยละ ๖๓.๗๗ ของครัวเรือนทั้งหมด สหกรณ์การเกษตรร้อยละ ๘.๑๔ ธนาคารพาณิชย์ร้อยละ ๓๓.๒๐ กองทุนหมู่บ้าน ร้อยละ ๔๗.๐๗ และเพื่อนบ้านร้อยละ ๒.๐๗ ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมดตามลำดับ

โครงสร้างพื้นฐาน

๑. การคมนาคม

ตำบลหนองฮี มีเส้นทางติดต่อระหว่างตำบลหนองฮีกับหมู่บ้าน ตำบล และอำเภอใกล้เคียง ดังนี้ ถนนลาดยางมี ๔ เส้นทางด้วยกัน ได้แก่ เส้นทางที่ ๑ หนองฮี - อำเภอปลาปาก เส้นทางที่ ๒ หนองฮี - อำเภอนาแก เส้นทางที่ ๓ หนองฮี - อำเภอเรณูนคร เส้นทางที่ ๔ หนองฮี - จังหวัดนครพนม สำหรับเส้นทางเชื่อมติดต่อกันระหว่างหมู่บ้านของตำบลหนองฮี ส่วนใหญ่เป็นถนนลูกรัง

๒. สาธารณูปโภค

ระบบประปาหมู่บ้าน มี ๑๑ แห่ง หมู่บ้านที่ไม่มีระบบประปาและยังต้องเจาะน้ำใช้ คือ หมู่ที่ ๙ จำนวนครัวเรือนที่ใช้น้ำอุปโภคและบริโภคจากระบบประปาคิดเป็นร้อยละ ๘๕.๘๘ ของจำนวนครัวเรือนทั้งตำบล อีกร้อยละ ๒๗.๑๒ ๒๒.๗๘ และ ๑๙.๐๔ ยังต้องนำน้ำจากบ่อบาดาล สระน้ำ และบ่อน้ำตื้นมารวมด้วยตามลำดับ มีไฟฟ้าใช้ทุกหมู่บ้านและเกือบครบทุกครัวเรือน เพราะมีครัวเรือนร้อยละ ๙๙.๘๐ ที่มีไฟฟ้าใช้ ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขสาขาย่อย ๑ แห่ง และมีโทรศัพท์สาธารณะ ๖ แห่ง ด้านการสุขภาพพบว่ามีอัตราการมีและการใช้ส้วมราดน้ำ ร้อยละ ๑๐๐

๓. สถานบริการสาธารณะและสถานที่ราชการ

โรงเรียนประถมศึกษา ๖ แห่ง โรงเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น- ปลาย ๑ แห่ง ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ๑ แห่ง ศูนย์อบรมเด็กก่อนเกณฑ์ในวัด ๕ แห่ง ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียน ๑ แห่ง สถานีอนามัย ๑ แห่ง วัดพุทธ ๑๑ แห่ง ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล ๑ แห่ง และที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบล ๑ แห่ง

ประเพณีวัฒนธรรม

๑. งานประเพณีบุญพระเหวด

บุญพระเหวด หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า บุญมหาชาติ เป็นประเพณีบุญตามฮีตสิบสอง ของชาวอีสาน แต่ถ้าถือเป็นเรื่องทาน ก็เป็นประเพณีการบริจาคทานครั้งยิ่งใหญ่ ก็พอจะอนุมานได้ถึงสภาพทั่วไป ของชาวอีสาน ว่า ดอกจิก ดอกจาน บานราวต้นเดือน ๓ พุทธศาสนิกชนจะเก็บดอกไม้เหล่านี้ มาร้อยเป็นมาลัยเพื่อตกแต่งศาลา การเปรียญสำหรับบุญมหาชาติและในงานนี้ก็จะมีการเทศน์มหาชาติซึ่งถือว่าเป็นงานอันศักดิ์สิทธิ์ผู้ใดฟังเทศน์ มหาชาติจบภายในวันเดียวและบำเพ็ญคุณงามความดีจะได้านิสงส์ไปเกิดในภพหน้า

ชาวตำบลหนองฮี จะจัดทำบุญพระเหวด ปีละ ๑ ครั้ง ระหว่างเดือน ๓ เดือน ๔ ไปจนถึงกลางเดือน ๕ จะจัด ประเพณีบุญพระเหวดในช่วงสัปดาห์แรกของเดือนมีนาคมทุกปี โดยจะมีวันรวมตามภาษาอีสาน เรียกว่า วันโหมบุญ พุทธศาสนิกชนมาช่วยกันจัดตกแต่งศาลาหรือสถานที่ที่จะทำบุญ จัดเตรียมเครื่องสักการะ ดอกไม้ ธูปเทียน ข้าวตอก อย่างละพันก้อน มีการตั้งธงใหญ่ ไว้แปดทิศ และมีศาลเล็กๆ เป็นที่เก็บข้าวพันก้อน และเครื่องคาวหวาน สำหรับ ฝี่ เปรต และมารอบๆ ศาลาการเปรียญจะแขวนผ้าพระเหวด เป็นเรื่องราวของพระเวสสันดร ตั้งแต่กัณฑ์ที่ ๑ ถึงกัณฑ์สุดท้าย การจัดงานบุญพระเหวด หรือ งานเทศน์มหาชาตินิยมที่อัญเชิญพระอุปัฏฐาก มาปกป้องคุ้มครองมิให้ เกิดเหตุเภทภัยอันตรายทั้งปวง และให้โชค ลาภแก่พุทธศาสนิกชนในการทำบุญมหาชาติ จึงมีการแห่พระอุปัฏฐาก ซึ่ง สมมุติว่าอัญเชิญมาจากสะดือทะเล

๒. ประเพณีสืบสานวัฒนธรรมวันผู้สูงอายุ

กำหนดขึ้นในช่วงเดือนห้า หรือเดือนเมษายนของทุกปี โดยกิจกรรมต่างๆ คือ พิธีบุญตักบาตร การละเล่นแสดงออกของผู้สูงอายุ กิจกรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้สูงอายุ รดน้ำขอพรผู้สูงอายุ

๓. ประเพณีสืบสานวัฒนธรรมประเพณีสงกรานต์รวมใจไทปลาปาก

กำหนดกำหนดขึ้นในช่วงเดือนห้า หรือเดือนเมษายนของทุกปี โดยกิจกรรมต่างๆ เช่น การประกวด ขบวนแห่งสงกรานต์ในแต่ละตำบล มีการประกวดนางสงกรานต์ และกิจกรรมอื่นๆ



๔. ประเพณีเลี้ยงดอนปู่ตา

การเลี้ยงปู่ตา เป็นการทำบุญอุทิศส่วนกุศลส่งไปให้บรรพบุรุษที่ล่วงลับไปเพราะเมื่อปู่ตามีชีวิตอยู่นั้น ได้สร้างคุณงามความดีไว้กับลูกหลาน และสังคมมากมายหลายประการ เช่น ให้การเลี้ยงดูอบรมสั่งสอนให้เป็นคนดี สะสมสาธารณสมบัติไว้เพื่อลูกหลาน เพื่อแสดงถึงกตัญญูตักเตือนว่า จึงมีการเลี้ยงปู่ตาสืบต่อไปเป็นประเพณี

ประเพณีการเลี้ยงปู่ตาจะกระทำพร้อมกันทั้งหมู่บ้าน กำหนดเวลาเลี้ยงปู่ตามักจะทำระหว่างเดือน ๖ - ๗ ชาวบ้านจะเลี้ยงปู่ตาก่อนที่จะเลี้ยงตาแยก สถานที่เลี้ยงปู่ตาก็คือ "ดอนปู่ตา" อันเป็นสถานที่ปู่ตาสงสถิตย์อยู่ ชาวบ้านแทบทุกหมู่บ้านจะเลือกป่าไม้ใกล้หมู่บ้านเป็นที่ปลูกหอหรือโองให้ปู่ตาอยู่ ภายในหอนั้น จะประกอบด้วยรูปปั้นปู่ตา แท่นบูชา ข้ำทาสชายหญิง รูปปั้นช้าง ม้า วัว ควาย หอก พวงมาลัย ดอกไม้ ธูปเทียน ผู้ที่ดูแลรักษาหอปู่ตาเรียกว่า "เฒ่าจ้ำ" คำว่า "จ้ำ" มาจากคำว่า "ประจำ" เฒ่าจ้ำ นอกจากจะมีหน้าที่ดูแลศาลปู่ตาให้เรียบร้อยเป็นประจำอยู่แล้ว ยังมีหน้าที่ เป็นคนกลางในการติดต่อระหว่างปู่ตากับชาวบ้าน เฒ่าจ้ำจึงคล้ายกับทหาร คนสนิทของปู่ตา ใครทำอะไรผิดประเพณี ปู่ตาโกรธก็จะบอกผ่านเฒ่าจ้ำไปยังบุคคลที่กระทำผิด ปู่ตาต้องการให้ชาวบ้านปฏิบัติอย่างไร ก็จะบอกผ่านเฒ่าจ้ำไปชาวบ้านจะติดต่อกับปู่ตาโดยตรงไม่ได้

"ดอนปู่ตา" นั้น จะเป็นบริเวณป่าสงวนที่ชาวบ้านเคารพเกรงกลัวมาก ใครจะไปตัดโค่นต้นไม้ ยิ่งสัตว์ในเขต ดอนปู่ตาไม่ได้ ท่านจะโกรธเพราะถือว่าล่วงเกินบริวารท่าน ปู่ตาจะบันดาลให้ผู้ล่วงเกินมีอันเป็นไป เช่น เจ็บไข้ได้ป่วย ประกอบการงานไร้ผล ดังนั้น การที่ชาวบ้านเคารพปู่ตา จึงเป็นการอนุรักษ์ป่า และอนุรักษ์สัตว์ ในเขตดอนปู่ตาได้เป็นอย่างดี

๕. ประเพณีการเลี้ยงผีหมอ

ประเพณีเลี้ยงผีหมอเป็นประเพณีพื้นบ้านในกลุ่มคนที่เชื่อว่าผีเป็นวิญญาณที่มีอำนาจลึกลับ สามารถทำให้คนเจ็บป่วยหายได้ การบำบัดรักษามีให้ร่างกายเจ็บป่วยคือ การป้องกันมิให้วิญญาณผีเข้าสิงในร่างได้อีก หลังจากที่ได้ทำพิธีขับเป่าให้ผีออกไปจากร่างกาย โดยแม่ครูหรือแม่หมอ ทำพิธีเหยา คุมผีให้ออกไปแล้ว เพื่อเป็นการซ่อมเสริมสุขภาพของตน ในกลุ่มคนที่รักษาด้วยการเหยาในแต่ละหมู่บ้านจะรวบรวมผู้ที่มีศรัทธาต่อแม่ครู ซึ่งเคยให้การบำบัดรักษาคนมาแล้วให้มาทำพิธีร่วมกันเป็นประจำทุกปี โดยจัดทำพิธีขึ้นในหมู่บ้านของตน และนิยมจัดกันระหว่างช่วงเดือน ๔ ถึงเดือน ๕ นอกจากนี้พิธีกรรมเช่นนี้ยังเป็นการบูชาแม่ครูหรือหมอเหยาไปพร้อมกันด้วย

๖. ประเพณีสืบสานวัฒนธรรมการขับร้องสรภัญญะ

สรภัญญะ คือ การสวดและร้องเพลงพื้นบ้านประเภทหนึ่งที่มีผสมผสานกันมีการร้องและรำประกอบ บทสวดจะมีลักษณะเป็นฉันทหรือกาพย์

สรภัญญะ เป็นการสวดในทำนองสังโยค คือ การสวด เป็นจังหวะหยุดตามรูปประโยคฉันทลักษณ์ บทสวดจะมีลักษณะเป็นฉันทหรือกาพย์ก็ได้ แต่ที่นิยมกันมากคือ กาพย์ยานี สำหรับเนื้อหาจะเกี่ยวข้องกับศาสนา บาบ บุญคุณโทษ นิทานชาดก นอกจากนั้นก็ยังมีการแต่งกลอนเน้นไปทางศิลปวัฒนธรรม เช่น กลอนถามข่าว โองภา ปราศรัย ชักชวนให้ไปเยี่ยม การลา หรือเป็นวรรณกรรมท้องถิ่นของอีสาน เช่น เรื่องกลองข้าวน้อยฆ่าแม่ เป็นต้น บทสวดสรภัญญะมักไม่เน้นในเรื่องความรัก เพราะการสวดสรภัญญะเกี่ยวข้องกับศาสนา และผู้ฝึกสอนเป็นพระภิกษุ จึงไม่ให้มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรัก เพราะไม่เหมาะกับพระสงฆ์

บทสร้อยสรภัญญะเนื้อหาของเพลงสรภัญญะจะกล่าวถึงเรื่องราวของพุทธศาสนา ยกย่องสรรเสริญบุคคลผู้มีพระคุณ ให้ความรู้เกี่ยวกับนิทาน ตำนานพื้นบ้านและเหตุการณ์ปัจจุบัน มุ่งอบรมสั่งสอนให้คนทำความดีมีจริยธรรม พรณนาธรรมชาติ นิทานพื้นบ้าน ช่วยให้เกิดอารมณ์ผ่อนคลาย มีเรื่องราวสนุกสนานก่อให้เกิดความสามัคคี บทเพลงสรภัญญะ จึงเป็นเพลงขับจริยธรรมอย่างแท้จริง การเลือกใช้คำในเพลงสรภัญญะที่ทำให้เกิดความงามและความไพเราะ จะใช้คำให้สัมผัสทั้งในวรรคและระหว่างวรรค นอกจากนี้ที่โดดเด่นที่สุดก็คือมีการเลือกใช้คำภาษาถิ่นของตนมาประยุกต์กับภาษาไทย

ประเภทของสรภัญญะได้จำแนกไว้ ๑๐ ประเภท คือ บทบูชาพระรัตนตรัย บทนมัสการไหว้ครูและเคารพบิดามารดา บทคำสอนทางพุทธศาสนาสรรเสริญพระศาสนาและวันสำคัญต่าง ๆ ทางพุทธศาสนา บทที่เป็นคำสอนทางโลก บทสุภาสิตคำพังเพยอุปมาอุปไมย บทที่อยู่ในความสนใจของชาวบ้าน บทที่เป็นเหตุการณ์ปัจจุบัน บทพรณนาธรรมชาติ บทวรรณกรรมพื้นบ้าน และบทที่มีเนื้อหาเบ็ดเตล็ด

ในอดีตการขับร้องสรภัญญะมีบทบาทสำคัญต่อชุมชนชาวตำบลหนองฮีเป็นอย่างมากจึงมีการส่งเสริมและสนับสนุนการขับร้องและสวดสรภัญญะด้วยการจัดประกวดการขับร้อง เป็นกิจกรรมแรกในงานต่าง ๆ อันส่งผลให้มีผู้คิดและแต่งบทสรภัญญะกันมากขึ้น

ปัจจุบันการสวดสรภัญญะของชาวตำบลหนองฮีนั้น นิยมสวดกันในงานศพ งานทอดผ้าป่า งานกฐิน งานทอดเทียน งานกวนข้าวทิพย์ และในกิจกรรมวันธรรมสวนะ (วันพระ) และชาวหนองฮีได้ร่วมใจกันสืบสานการสวดสรภัญญะให้คงอยู่ ด้วยการสวดสรภัญญะในวันธรรมสวนะและงานบุญต่าง ๆ และจัดให้มีการประกวดสวดสรภัญญะกันอยู่เสมอ โดยมีการแข่งขันตั้งแต่ระดับตำบลจนถึงระดับภาค นอกจากนั้นยังได้ถ่ายทอดให้กับเยาวชนคนรุ่นหลัง จึงเชื่อได้ว่าการสวดสรภัญญะอันเป็นอีกหนึ่งในมรดกวัฒนธรรมนี้จะยังคงอยู่คู่กับชาวตำบลหนองฮีต่อไป



ที่พัก

- หนองฮีรีสอร์ท

ที่อยู่ ๑๓๑ หมู่ ๑๒, ถ.นครพนม-นาแก, ต.หนองฮี อ.ปลาปาก จ.นครพนม, ๔๘๑๖๐, Thailand

เบอร์โทรศัพท์ ๐๘๗-๙๕๕ ๖๘๕๓

ร้านอาหาร

- ร้านไคร้ดี
- ร้านอาหารน้องฟ้า
- ร้านอาหารแม่ยาย

สินค้า OTOP ตำบลหนองฮี

- กล้าयरอบอารมณดี



- ข้าวอินทรีย์ปลอดสาร ตราไทหนองฮี ผลิตข้าวกล้องหอมมะลิ ๑๐๕ ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ ข้าวกล้องข้าวหอมนิล ผลิตโดย กลุ่มโรงสีข้าวขนาดเล็ก บ้านหนองฮี หมู่ที่ ๑๑ , ๑๒ ต.หนองฮี อ. ปลาปาก จ.นครพนม



- ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ การถ่ายทอด และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร นำมาแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาล้างจาน ยาเขียวสมุนไพร ที่ทำจากธรรมชาติ



- กลุ่มพันธุ์ข้าวชุมชนหนองฮี กลุ่มศูนย์ข้าวชุมชนตำบลหนองฮีเป็นกลุ่มส่งเสริมอาชีพด้านการเกษตรกรรม

ในปีนี้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์...ได้ดำเนินการคัดเลือก เกษตรกรสถาบันเกษตรกร และสหกรณ์ที่มีผลงานดีเด่น สาขา อาชีพ/ประเภทที่กำหนดเป็นเกษตรกร สถาบันเกษตรกรและ สหกรณ์ดีเด่นแห่งชาติ และปีนี้ ศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าว ชุมชน ตำบลหนองฮี อำเภอปลาปาก จังหวัดนครพนม...ได้รับ



รางวัล "สถาบันเกษตรกรดีเด่น แห่งชาติ ประจำปี พ.ศ.๒๕๖๒" และเข้ารับพระราชทานโล่รางวัล ในงาน "พระราชพิธีพืชมงคลจรด พระนังคัลแรกนาขวัญ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๒" ณ พลับพลาที่ ประทับมณฑลพิธี ท้องสนามหลวง....



ส่วนที่ ๓

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในตำบลหนองฮี

๑. อ่างเก็บน้ำห้วยแคน

อ่างเก็บน้ำห้วยแคน ตั้งอยู่ บ้านหนองกกคูณ หมู่ที่ ๕ ซึ่งเป็นอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่เริ่มสร้างในปี พ.ศ. ๒๕๑๑ บริเวณขอบเขื่อนเก็บน้ำจะล้อมรอบด้วยทุ่งนา ที่เขียวขจีในฤดูทำนาเป็นทิวทัศน์ที่สวยงาม และ โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาวในช่วงตะวันขึ้นและคล้อยต่ำ ลำแสงตะวันที่ตกสู่มิวน้ำจะทำให้งดงาม ขาวมอมมากขึ้น



๒. วัดดำรงเมธียราม

ตั้งอยู่เลขที่ ๑ บ้านหนองฮี หมู่ที่ ๒ ตำบลหนองฮี อำเภอบลาค จังหวัดนครพนม สังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย วัดดำรงเมธียราม ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. ๒๔๓๓ โดยพระสุริยะ ปัญญาแสง และนายหลงได้ชักชวนชาวบ้านสร้างวัดขึ้น ชาวบ้านเรียกว่า วัดบ้าน ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๐๘ ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา เขตวิสุงคามสีมาและได้เปลี่ยนชื่อเป็นวัดดำรงเมธียรามจนถึงปัจจุบัน

วัดดำรงเมธียรามมีอาคารเสนาสนะ ประกอบด้วย อุโบสถ ศาลาการเปรียญ ศาลาการเปรียญ กุฏิสงฆ์ ศาลาเอนกประสงค์ ศาลาบำเพ็ญกุศล หอระฆัง ห้องสมุด หอพระวันเกิด ปุชนิยวัตถุ และ

นอกจากนี้วัดดำรงเมธียรามเป็นศาสนสถานที่เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวบ้านหนองฮี และหมู่บ้านใกล้เคียง เป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและจัดกิจกรรมบุญประเพณี ของหมู่บ้าน เช่น ประเพณีบุญมหาชาติ บุญกองข้าว อื่นๆ



๓. วัดสว่างภูมิภาวาส

วัดสว่างภูมิภาวาส สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๓๕ เดิมชื่อ วัดโพนสว่าง ต่อมาปี พ.ศ. ๒๕๔๓ ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา จากนายกรัฐมนตรีน หลังจากนั้นได้เปลี่ยนชื่อ เป็น วัดสว่างภูมิภาวาส จนถึงปัจจุบัน

ปัจจุบันมีพระจำพรรษา อยู่จำนวน ๕ รูปภายในวัด ประกอบด้วย

โบสถ์ เป็นโบสถ์ ๒ ชั้น สวยงาม ภายในมีกิจกรรมฝึมนั่ง (ฮิต ๑๒) หมายถึง ประเพณีในการทำบุญประจำเดือน ทั้ง ๑๒ เดือน

หอมณฑป ภายในแสดงพิพิธภัณฑ์ เกี่ยวกับประวัติ ต.ร.พระมหาประนอม จิตตปาสาโท

นอกจากนี้วัดสว่างภูมิภาวาส เป็นศาสนสถานที่เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวบ้าน และหมู่บ้านใกล้เคียง เป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและจัดกิจกรรมบุญประเพณี ของหมู่บ้าน เช่น ประเพณีบุญมหาชาติ บุญกองข้าวอื่นๆ



๔. ปศุสัตว์พัฒนา

ก่อตั้งเมื่อวันที่ ๑๖ พฤษภาคม ๒๕๔๗ โดยการรับบุคคลผู้มีความสนใจจะร่วมแนวความคิดในการจัดตั้งขึ้นให้เป็นกลุ่มเพื่อพัฒนาอาชีพการเลี้ยงโค กระบือ ให้ถูกหลักและเกิดความเข้มแข็งและความสามัคคีภายในกลุ่ม

กิจกรรมในกลุ่ม สมาชิกแต่ละคนได้นำมูล โค กระบือมารวมกันเพื่อทำเป็นปุ๋ยหมักใช้ในนาข้าวและพัฒนาไปสู่การผลิตข้าวอินทรีย์

ปัจจุบันมีการผลิตปุ๋ยชีวภาพจำหน่ายให้แก่ประชาชน และนอกจากนี้ยังเป็นแหล่งเรียนรู้ การถ่ายทอด และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตปุ๋ยชีวภาพให้แก่ผู้ที่สนใจอีกด้วย



๕. ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ

ก่อตั้งเมื่อ วันที่ ๒๒ กันยายน ๒๕๕๔ เริ่มแรกที่ได้จัดกลุ่มขึ้นมา คือ ทางสถานีอนามัยให้ อสม. หมู่ ๑๒ จัดบู๊ตที่โรงแรม ที่จังหวัด นครพนมครั้งแรก ต่อมาทางสถานีอนามัย ให้ อสม. หมู่ ๑๒ ให้เป็น หมู่บ้านต้นแบบและได้รับรางวัลหมู่บ้านต้นแบบ พร้อมเงินรางวัล ๕,๐๐๐ บาท และในวันที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๕๔ และในวันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๕๖ ได้รับเงินอุดหนุนจากกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีจังหวัดนครพนม ๕๐,๐๐๐ บาท

ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ จัดตั้ง ขึ้นเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ การถ่ายทอด และการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร นำมาแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาล้างจาน ยาเขียวสมุนไพร ที่ทำจากธรรมชาติ



๖. กลุ่มพันธู์ข้าวชุมชนหนองฮี

กลุ่มศูนย์ข้าวชุมชนตำบลหนองฮี เมื่อวันที่ ๒๐ มีนาคม ๒๕๖๐ ให้จัดทำ ข้อบังคับกลุ่มศูนย์ข้าวชุมชนเพื่อใช้บังคับในการบริหารจัดการกลุ่มศูนย์ข้าวชุมชน ตำบลหนองฮี ดังนี้

ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับกลุ่มศูนย์ข้าวชุมชนตำบลหนองฮี พ.ศ. ๒๕๖๐” ข้อบังคับนี้ให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๑ พฤษภาคม ๒๕๖๐ กลุ่มศูนย์ข้าวชุมชนตำบลหนองฮีเป็นกลุ่มส่งเสริมอาชีพด้านการเกษตรกรรม ตั้งอยู่ เลขที่ ๑๕๔ หมู่ ๒ บ้านหนองฮี ตำบลหนองฮี อำเภอปลาปาก จังหวัด นครพนม ๔๘๑๖๐

เมล็ดพันธุ์

ข้าว



ผลิตโดย

ศูนย์ข้าวชุมชนตำบลหนองฮี
154 หมู่ 2 ต.หนองฮี อ.ปลาปาก จ.นครพนม
บ้านเลขที่ 25 กิโลเมตร

กลุ่มนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการประกอบอาชีพด้านการเกษตรกรรม และส่งเสริมผลประโยชน์ทาง เศรษฐกิจและสังคมของสมาชิก โดยวิธีช่วยตัวเองและช่วยซึ่งกันและกันรวมทั้งในข้อต่อไปนี้

๑. รวมตัวกันเพื่อรวบรวมและจัดจำหน่ายเมล็ด พันธุ์ข้าวคุณภาพดี ราคาถูก
๒. ส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาคุณภาพ ชีวิตของสมาชิกและชุมชน
๓. ร่วมมือกับกลุ่มอื่นๆ องค์กรเอกชน ภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อ ส่งเสริมและปรับปรุงกิจการของกลุ่ม



ส่วนที่ ๔

การวิเคราะห์ศักยภาพและ เป้าหมายการท่องเที่ยว

นโยบายด้านการท่องเที่ยว

ภาคการท่องเที่ยว การบริการ และการกีฬา

การพัฒนาการท่องเที่ยว

๑. ส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวและเร่งรัดการปรับปรุง มาตรฐานในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกความปลอดภัย และสุขอนามัย โดยคำนึง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ของผู้พิการและผู้สูงอายุ

๒. พัฒนา บุรณะ และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมเดิมที่มี อยู่แล้ว ส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพสามารถเชื่อมโยงธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน

๓. ยกระดับและรักษามาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยว

๔. ส่งเสริม สนับสนุนตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งจากต่างประเทศและในประเทศ

๕. ส่งเสริมกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่า และมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว

๖. ผลักดันความร่วมมือของหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

๗. พัฒนาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ส่งเสริมบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์เพื่อ ยกระดับแหล่งท่องเที่ยวของไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก

เป้าหมายการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองฮี

๑. ร่วมกันฝันเพื่อปึกธงว่าเป้าหมายที่เราต้องการ ต้องการเห็นการท่องเที่ยวของเราเป็นเช่นไร

- มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

- อยากให้ตำบลหนองฮีเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรและวัฒนธรรม อย่างเต็มรูปแบบ

- คนตำบลหนองฮีมีแหล่งรายได้ทางการท่องเที่ยวเสริม

- อยากให้นักท่องเที่ยวประทับใจในสินค้าและบริการของคนในชุมชน

- อยากให้นักท่องเที่ยวเข้ามาทุกวัน การค้าขายจะได้ค้าขายได้ทุกวัน สินค้าที่ผลิตก็สามารถ จำหน่าย

ได้

- อยากให้คนในชุมชนมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ช่วยกันดูแลรักษา

ปัจจัยและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการพัฒนา

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของประชาชน

ชื่อปัญหา	สภาพปัญหา
<p>๑. ปัญหาโครงสร้างพื้นฐาน</p> <p>๑.๑ การคมนาคมขรุขระ ไม่สะดวกต่อการคมนาคมบางหมู่บ้าน</p> <p>๑.๒ การระบายน้ำไม่สะดวกมีผลให้น้ำท่วมขัง</p>	<p>-สภาพถนนทรุดโทรมเนื่องจากภัยธรรมชาติของพื้นที่</p> <p>- เมื่อเกิดฝนตกหนัก หรือน้ำท่วมช่องทางระบายน้ำระบายไม่ทัน</p>
<p>๒. ปัญหาด้านแหล่งน้ำ</p> <p>๒.๑ ภาชนะเก็บน้ำมีไม่เพียงพอในฤดูแล้ง</p> <p>๒.๒ แหล่งน้ำเพื่อการเกษตรมีไม่เพียงพอ</p>	<p>- พื้นที่บางหมู่บ้านขาดแคลนน้ำอุปโภค- บริโภค ในช่วงฤดูแล้ง</p> <p>- เกิดปัญหาเนื่องจากแหล่งน้ำตามธรรมชาติเพื่อการเกษตรตื้นเขิน และมีน้อย และประสบปัญหาเกือบทุกหมู่บ้านของตำบล</p>
<p>๓. ปัญหาด้านเศรษฐกิจ</p> <p>๓.๑ ราคาพืชผลทางการเกษตรตกต่ำ เมื่อเทียบกับต้นทุน</p> <p>๓.๒ ปัญหาด้านรายได้ไม่เพียงพอต่อการประกอบอาชีพ</p> <p>๓.๓ ปัญหาด้านตลาด</p> <p>๓.๔ ประชาชนไม่ค่อยมีความรู้ด้านวิชาการในการผลิต</p> <p>๓.๕ การส่งเสริมกลุ่มอาชีพมักประสบความล้มเหลว</p> <p>๓.๖ งบประมาณ บุคลากรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ไม่มี</p>	<p>- ประชาชนเกือบทุกครัวเรือนได้รับปัญหาเกือบทุกปี โดยเฉพาะยางพารา ปาล์มน้ำมัน ฯลฯ และถูกพ่อค้าคนกลางเอาเปรียบ</p> <p>- ประชาชนมีอาชีพด้านเกษตรกรรม ร้อยละ ๘๐ ซึ่งมีผลต่อการมีรายได้ ถ้าหากราคาพืชผลตกต่ำพลอยให้เกิดปัญหาด้านรายได้มากขึ้น</p> <p>- ตลาดและสถานที่รับซื้อสินค้าส่วนใหญ่อยู่ห่างไกล และใช้เวลามากในการขนส่งสินค้าเพื่อจำหน่าย</p> <p>- ส่วนใหญ่ประชาชนไม่ค่อยให้ความสำคัญ ในการอบรมเชิงวิชาการ ด้านวิชาการ ด้านเทคนิคต่างๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ในการเพิ่มรายได้และผลผลิต</p> <p>- รัฐอุดหนุนกองทุนต่างๆ ให้กลุ่มอาชีพ และกลุ่มเกษตรกร แต่การปฏิบัติขาดการรับผิดชอบของกลุ่ม</p> <p>- ศักยภาพในพื้นที่ มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง แต่ไม่มีงบประมาณ บางแห่งมีเอกชนครอบครอง และยังขาดการประชาสัมพันธ์</p> <p>- สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพไม่ค่อยสวยงาม จึงไม่เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว</p>

ปัจจัยและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการพัฒนา

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของประชาชน

ชื่อปัญหา	สภาพปัญหา
<p>๑. ปัญหาโครงสร้างพื้นฐาน</p> <p>๑.๑ การคมนาคมขรุขระ ไม่สะดวกต่อการคมนาคมบางหมู่บ้าน</p> <p>๑.๒ การระบายน้ำไม่สะดวกมีผลให้น้ำท่วมขัง</p>	<p>-สภาพถนนทรุดโทรมเนื่องจากภัยธรรมชาติของพื้นที่</p> <p>- เมื่อเกิดฝนตกหนัก หรือน้ำท่วมช่องทางระบายน้ำระบายไม่ทัน</p>
<p>๒. ปัญหาด้านแหล่งน้ำ</p> <p>๒.๑ ภาวะฝนน้ำมีไม่เพียงพอในฤดูแล้ง</p> <p>๒.๒ แหล่งน้ำเพื่อการเกษตรมีไม่เพียงพอ</p>	<p>- พื้นที่บางหมู่บ้านขาดแคลนน้ำอุปโภค- บริโภคในช่วงฤดูแล้ง</p> <p>- เกิดปัญหาเนื่องจากแหล่งน้ำตามธรรมชาติเพื่อการเกษตรตื้นเขิน และมีน้อย และประสบปัญหาเกือบทุกหมู่บ้านของตำบล</p>
<p>๓. ปัญหาด้านเศรษฐกิจ</p> <p>๓.๑ ราคาพืชผลทางการเกษตรตกต่ำ เมื่อเทียบกับต้นทุน</p> <p>๓.๒ ปัญหาด้านรายได้ไม่เพียงพอต่อการประกอบอาชีพ</p> <p>๓.๓ ปัญหาด้านตลาด</p> <p>๓.๔ ประชาชนไม่ค่อยมีความรู้ด้านวิชาการในการผลิต</p> <p>๓.๕ การส่งเสริมกลุ่มอาชีพมักประสบความล้มเหลว</p> <p>๓.๖ งบประมาณ บุคลากรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ไม่มี</p>	<p>- ประชาชนเกือบทุกครัวเรือนได้รับปัญหาเกือบทุกปี โดยเฉพาะยางพารา ปาล์มน้ำมัน ฯลฯ และถูกพ่อค้าคนกลางเอาเปรียบ</p> <p>- ประชาชนมีอาชีพด้านเกษตรกรรม ร้อยละ ๘๐ ซึ่งมีผลต่อการมีรายได้ ถ้าหากราคาพืชผลตกต่ำ พลอยให้เกิดปัญหาด้านรายได้มากขึ้น</p> <p>- ตลาดและสถานที่รับซื้อสินค้าส่วนใหญ่อยู่ห่างไกล และใช้เวลานานในการขนส่งสินค้าเพื่อจำหน่าย</p> <p>- ส่วนใหญ่ประชาชนไม่ค่อยให้ความสำคัญ ในการอบรมเชิงวิชาการ ด้านวิชาการ ด้านเทคนิคต่างๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ในการเพิ่มรายได้และผลผลิต</p> <p>- รัฐอุดหนุนกองทุนต่างๆ ให้กลุ่มอาชีพ และกลุ่มเกษตรกร แต่การปฏิบัติขาดการรับผิดชอบของกลุ่ม</p> <p>- ศักยภาพในพื้นที่ มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง แต่ไม่มีงบประมาณ บางแห่งมีเอกชนครอบครอง และยังขาดการประชาสัมพันธ์</p> <p>- สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพไม่ค่อยสวยงาม จึงไม่เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว</p>

<p>๔. ปัญหาด้านสังคม</p> <p>๔.๑ การบริการด้านสาธารณสุขการมีน้อย</p> <p>๔.๒ ประชาชนด้อยโอกาสทางข่าวสารข้อมูล</p> <p>๔.๓ การส่งเสริมด้านศาสนา วัฒนธรรมยังไม่จริงจัง</p>	<p>- สิ่งสาธารณสุขการ เช่น ตู้โทรศัพท์ สวนสาธารณะ สวนพักผ่อนมีน้อยมาก ซึ่งเป็นผลต่อการพัฒนาด้านบุคคล เพื่อพัฒนาด้านจิตใจ</p> <p>- สถานที่ให้ข่าวสารทางราชการมีเพียงร้อยละ ๒๐ ของ ตำบล ทำให้โอกาสรับรู้ข่าวสารมีน้อย</p> <p>-เยาวชน และประชาชนทั่วไป ส่วนใหญ่ห่างกิจกรรม ด้านศาสนา ไม่ให้ความสำคัญหรือสืบสานวัฒนธรรมอันดีงาม ของหมู่บ้านตำบล รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น</p>
<p>๕. ปัญหาด้านสาธารณสุข และอนามัย</p> <p>๕.๑ ปัญหาโรคระบาด และโรคติดต่อ</p>	<p>- พื้นที่ความเสี่ยงที่จะได้รับเชื้อหรือป่วยเป็นโรคมะเร็งเรื้อรัง ไข้เลือดออก</p>
<p>๖. ปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</p> <p>๖.๑ จิตสำนึก และการให้ความสำคัญทรัพยากรธรรมชาติ</p> <p>๖.๒ ปัญหาดินเปรี้ยว เป็นกรด-ด่าง</p> <p>๖.๓ ปัญหาป่าไม้ถูกทำลาย</p>	<p>- ราษฎรร้อยละ ๒๐ ของตำบลยังขาดจิตสำนึกในการ รักษาทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะการบุกรุกถางป่า เพื่อทำการเกษตรทำสวน โดยไม่คำนึงถึงธรรมชาติ และ ปัญหาที่ตามมา</p> <p>-สภาพพื้นที่ได้รับความเดือดร้อนหรือประสบปัญหา ของ ตำบลซึ่งมาจากการใช้ปุ๋ยเคมีมากและสภาพดิน</p> <p>-มีการบุกรุกพื้นที่เพื่อทำการเกษตร ทำให้ป่าไม้ถูกทำลาย โดยไม่มีการปลูกต้นไม้ยืนต้นทดแทน</p>
<p>๗. ปัญหาด้านการเมือง การบริหาร</p> <p>๗.๑ บุคลากรไม่ค่อยมีความรู้ ความเข้าใจเท่าที่ควร</p> <p>๗.๒ ประชาชนให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมน้อย</p> <p>๗.๓ การพัฒนาด้านรายได้ ไม่ดีเท่าที่ควร</p>	<p>- สมาชิกบางส่วนยังไม่ค่อยมีความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหาร กฎหมายระเบียบ เพราะมีการแก้ไข ระเบียบใหม่</p> <p>- ประชาชนส่วนใหญ่ของตำบล ไม่ค่อยให้ความสำคัญ เกี่ยวกับการดำเนินการ ประชาชนไม่ค่อยมีเวลา และ ขาดความเข้าใจที่ถูกต้องตามระบอบประชาธิปไตย</p> <p>- สภาพปัญหาเกี่ยวกับการจัดเก็บ ประชาชนไม่ค่อยให้ ความร่วมมือในการยื่นรายการเสียภาษี เป็นเหตุให้การจัดเก็บ และการพัฒนารายได้ ไม่มี ประสิทธิภาพเท่าที่ควร</p>

ส่วนที่ ๕

ข้อมูลปฏิทินกิจกรรมทางศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓

ระยะเวลา ที่จัด กิจกรรม	ชื่องาน ประเพณี วัฒนธรรม / การท่องเที่ยว	สถานที่จัด กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม	บุคคล/หน่วยงาน ที่ รับผิดชอบ	งบประมาณ ดำเนินการ (บาท)
ตลอดปี	อ่างเก็บน้ำ ห้วยแคน	บ้านหนองกกคูด หมู่ที่ ๗ ตำบล หนองฮี อำเภอลา ปาก จังหวัด นครพนม	อ่างเก็บน้ำห้วยแคน ซึ่งเป็นอ่าง เก็บน้ำขนาดใหญ่เริ่มสร้างในปี พ.ศ.๒๕๑๑ บริเวณขอบเขื่อน เก็บน้ำจะล้อมรอบด้วยทุ่งนา ที่ เขียวขจีในฤดูทำนาเป็นทิวทัศน์ ที่สวยงาม และโดยเฉพาะ ในช่วงฤดูหนาวในช่วงตะวันขึ้น และคล้อยต่ำ ลำแสงตะวันที่ตก สู่ผิวน้ำจะทำให้งดงาม ชวนมอง มากขึ้น	ชลประทาน	-
ตลอดปี	วัดดำรงเมธยา ราม	บ้านหนองฮี หมู่ที่ ๑,๒,๑๑,๑๒ ตำบล หนองฮี อำเภอลา ปาก จังหวัดนครพนม	สังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย วัด ดำรงเมธายาราม ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. ๒๔๓๓ โดยพระสุริยะ ปัญญา แสง และนายหลงได้ชักชวน ชาวบ้านสร้างวัดขึ้น ชาวบ้าน เรียกว่า วัดบ้าน ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๐๘ ได้รับพระราชทาน วิสุงคามสีมา เขตวิสุงคามสีมา และได้เปลี่ยนชื่อเป็นวัดดำรงเมธ ยารามจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ วัดดำรงเมธายารามเป็นศาสน สถานที่เป็นศูนย์รวมจิตใจของ ชาวบ้านหนองฮี และหมู่บ้าน ใกล้เคียง เป็นสถานที่ประกอบ พิธีกรรมทางศาสนาและจัด กิจกรรมบุญประเพณี ของ หมู่บ้าน เช่น ประเพณีบุญ มหาชาติ บุญกองข้าว อื่นๆ	องค์การบริหาร ส่วนตำบลหนองฮี	-

ระยะเวลา ที่จัด กิจกรรม	ชื่องาน ประเพณี วัฒนธรรม / การท่องเที่ยว	สถานที่จัด กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม	บุคคล/หน่วยงาน ที่ รับผิดชอบ	งบประมาณ ดำเนินงาน (บาท)
ตลอดปี	วัดสว่างภูมิภา วาส	บ้านกรุงใหม่ หมู่ที่ ๑๐ ตำบลหนองฮี อำเภอปลาปาก จังหวัดนครพนม	วัดสว่างภูมิภาวาส สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๓๕ เดิมชื่อ วัดโพ สว่าง ต่อมาปี พ.ศ. ๒๕๔๓ ได้รับ พระราชทานวิสุงคามสีมา จาก นายกรัฐมนตรี หลังจากนั้นได้ เปลี่ยนชื่อ เป็น วัดสว่างภูมิภา วาส จนถึงปัจจุบัน	องค์การบริหาร ส่วนตำบลหนองฮี	-
ตลอดปี	กลุ่มปศุสัตว์ พัฒนา	บ้านหนองฮี หมู่ ๑๒ ตำบลหนองฮี อำเภอปลาปาก จังหวัดนครพนม	ปัจจุบันมีการผลิตปุ๋ยชีวภาพ จำหน่ายให้แก่ประชาชน และ นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งเรียนรู้ การถ่ายทอด และการ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ เกี่ยวกับการผลิตปุ๋ยชีวภาพให้แก่ ผู้สนใจอีกด้วย	สำนักปลัด องค์การบริหาร ส่วนตำบลหนองฮี	-
มกราคม	วันเด็ก แห่งชาติ	องค์การบริหารส่วน ตำบลหนองฮี	การจัดงานวันเด็กแห่งชาติในแต่ละ ปีนั้น มีจุดประสงค์ก็เพื่อให้ เด็กทั่วประเทศทั้งในระบบ โรงเรียนและนอกระบบโรงเรียน ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของ ตนเองที่เกี่ยวข้องกับสิทธิ หน้าที่ ความรับผิดชอบ และระเบียบ วินัยที่มีต่อตนเองและต่อสังคม สอนให้มีความยึดมั่นในสถาบัน ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ตลอดจนการปกครองในระบอบ ประชาธิปไตยอันมี พระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข	กองการศึกษาฯ องค์การบริหาร ส่วนตำบลหนองฮี	๖๐,๐๐๐

ระยะเวลา ที่จัด กิจกรรม	ชื่องาน ประเพณี วัฒนธรรม / การท่องเที่ยว	สถานที่จัด กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม	บุคคล/ หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	งบประมาณ ดำเนินงาน (บาท)
มีนาคม	งานบุญ มหาชาติ	วัดดำรงเมธายา ราม ตำบลหนอง ฮี อำเภอปลา ปาก จังหวัด นครพนม	ชาวอีสาน จะจัดทำบุญผะเหวด ปีละ ๑ ครั้ง ระหว่างเดือน ๓ เดือน ๔ ไปจนถึงกลางเดือน ๕ จังหวัดร้อยเอ็ด จะจัดประเพณีบุญผะเหวด ในช่วงสัปดาห์แรกของเดือนมีนาคมทุกปี โดย จะมีวันรวมตามภาษาอีสาน เรียกว่า วันโสม บุญ พุทธศาสนิกชนมาช่วยกันจัดตกแต่ง ศาลาหรือสถานที่ที่จะทำบุญ จัดเตรียมเครื่อง สักการะ ดอกไม้ ธูปเทียน ข้าวตอก อย่างละ พังก่อน มีการตั้งธงใหญ่ ไว้แปดทิศ และมี ศาลเล็กๆ เป็นที่เก็บข้าวพังก่อน และเครื่อง คาวหวาน สำหรับ ผี เปรต และมารรอบๆ ศาลาการเปรียญจะแขวนผ้าผะเหวด เป็น เรื่องราวของพระเวสสันดร	กองการศึกษา องค์การบริหาร ส่วนตำบล หนองฮี บ้าน หนองฮี ทั้ง ๔ หมู่	-
เมษายน	ประเพณีรดน้ำ ขอพรผู้สูงอายุ	โรงเรียนชุมชน หนองฮีสามัคคี	เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่องค์การบริหารส่วน ตำบลหนองฮี ให้ความสำคัญ ร่วมสืบสาน ประเพณีอันดีงามของไทยในวันผู้สูงอายุ หนึ่งใน วันสำคัญของช่วงเทศกาลสงกรานต์ที่ผ่าน มา ได้จัดพิธีรดน้ำดำหัวขอพรผู้สูงอายุ เพื่อ	กองสวัสดิการฯ องค์การบริหาร ส่วนตำบล หนองฮี	๕๐,๐๐๐
เมษายน	ประเพณี สงกรานต์	เทศบาลอำเภอ ปลาปาก	เทศกาลสงกรานต์ โดยได้ขยายออกไปสู่คม เป็นวงกว้างมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะ เปลี่ยนทัศนคติ ตลอดจนความเชื่อไป แต่เดิม ในพิธีสงกรานต์จะใช้ น้ำ เป็นสัญลักษณ์ที่ เป็นองค์ประกอบหลักของพิธี สำหรับ สงกรานต์รวมใจไทปลาปาก ตำบลหนองฮี เข้าร่วมประกวดขบวนแห่ทุกปี ภายในงานมี การประกวดขบวนแห่ นางเทพีสงกรานต์ และกิจกรรมต่างๆ อีกมากมาย	กองการศึกษาฯ องค์การบริหาร ส่วนตำบล หนองฮี	๘๐,๐๐๐

ระยะเวลา ที่จัด กิจกรรม	ชื่องาน ประเพณี วัฒนธรรม / การท่องเที่ยว	สถานที่จัด กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม	บุคคล/ หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	งบประมาณ ดำเนินงาน (บาท)
พฤศจิกายน	ประเพณีวัน ลอยกระทง	ทุกหมู่บ้าน	เพื่อแสดงความสำนึกคุณของน้ำในแหล่งน้ำ ต่างๆ อันเป็นสิ่งจำเป็นของชีวิต ซึ่งสมมุติเป็น แม่พระคงคา” และขอขมาลาโทษที่อาจทำ การใดๆ อันเป็นเหตุให้แหล่งน้ำนั้นๆ ไม่ สะอาด การสำนึกคุณและขออภัยถือเป็น วัฒนธรรมอันดีงามอย่างหนึ่งของไทยและ เพื่อส่งเสริมงานช่างฝีมือในการประดิษฐ์ กระทงด้วยใบตอง กาบกล้วยหรือวัสดุ พื้นบ้านต่างๆ มีการประกวดกระทงส่งเสริม ความคิดสร้างสรรค์ในการประดิษฐ์และงาน ฝีมือ	กองการศึกษาฯ องค์การบริหาร ส่วนตำบล หนองฮี	๓๐,๐๐๐
เมษายน - มิถุนายน	โครงการขับ ร้องสรภัญญะ	วัดดำรงเมธายา ราม	เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เยาวชน ได้ ฝึกฝนการร้องสรภัญญะ ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของ ไทยแก่เยาวชนของชาติให้มั่นคงและยัง เสริมสร้างความเป็นผู้กล้าหาญทางด้าน จริยธรรม และสร้างความมั่นคงทางด้านจิตใจ รวมทั้งมีการประพฤติปฏิบัติตามหลักธรรม และนำไปใช้ในการดำรงชีวิตประจำวัน	กองการศึกษาฯ องค์การบริหาร ส่วนตำบล หนองฮี	๑๕,๐๐๐
กรกฎาคม	อนุรักษ์ ประเพณี เข้าพรรษา	วัดดำรงเมธายา ราม	วันเข้าพรรษา เป็นวันที่พระสงฆ์เริ่มอยู่จำ พรรษาตลอด ๓ เดือน ในฤดูฝน ตั้งแต่วัน แรม ๑ ค่ำเดือน ๘ จนถึงกลางเดือน ๑๑ ซึ่ง ทางหน่วยงานราชการจะจัดงานเป็นประจำ ทุกปี	กองการศึกษาฯ องค์การบริหาร ส่วนตำบล หนองฮี	๔๐,๐๐๐